



அழகப்பா பல்கலைக்கழகம்



தேசியத் தர நிர்ணயக் குழுவின் மூன்றாம் சுற்றுத் தர மதிப்பீட்டில் A+(CGPA: 3.64) தகுதியும்
மனிதவள மேம்பாட்டு அமைச்சகம் - பல்கலைக்கழக மானியக்குழுவின் முதல் தரப்
பல்கலைக்கழகம் மற்றும் தன்னாட்சித் தகுதியும் பெற்றது)

காரைக்குடி - 630003

தொலைநிலைக்கல்வி இயக்ககம்

இளங்கலை - வணிகம்

மூன்றாம் ஆண்டு - ஐந்தாம் பருவம்

தாள்: 104 54

சுற்றுலா தொழில் முனைவு

Author:

Dr. S. NAZEER KHAN, *Assistant Professor of Commerce, PG and Research Department of Commerce, Dr. Zakir Husain College, Illayankudi*

"The copyright shall be vested with Alagappa University"

All rights reserved. No part of this publication which is material protected by this copyright notice may be reproduced or transmitted or utilized or stored in any form or by any means now known or hereinafter invented, electronic, digital or mechanical, including photocopying, scanning, recording or by any information storage or retrieval system, without prior written permission from the Alagappa University, Karaikudi, Tamil Nadu.

Information contained in this book has been published by VIKAS® Publishing House Pvt. Ltd. and has been obtained by its Authors from sources believed to be reliable and are correct to the best of their knowledge. However, the Alagappa University, Publisher and its Authors shall in no event be liable for any errors, omissions or damages arising out of use of this information and specifically disclaim any implied warranties or merchantability or fitness for any particular use.



VIKAS® is the registered trademark of Vikas® Publishing House Pvt. Ltd.

VIKAS® PUBLISHING HOUSE PVT. LTD.

E-28, Sector-8, Noida - 201301 (UP)

Phone: 0120-4078900 • Fax: 0120-4078999

Regd. Office: A-27, 2nd Floor, Mohan Co-operative Industrial Estate, New Delhi-110044

• Website: www.vikaspublishing.com • Email: helpline@vikaspublishing.com

Work Order No. AU/DDE/DE12-27/Printing of Course Materials/2020 Dated 12.08.2020 Copies 500

பொருளடக்கம்	Page No.
அலகு - 1 தொழில்முனைவு மற்றும் தொழில்முனைவோர்: வரையறை மற்றும் கோட்பாடுகள்; தொழில்முனைவு சூழல்- சமூக பொருளாதார, கலாச்சார, அரசியல் மற்றும் இயற்கை, தொழில்முனைவோர் மற்றும் தொழில்முனைவோரின் பண்புகள்.	1 - 32
அலகு - 2 உரிமையாளர் அமைப்பு மற்றும் சிறிய அளவிலான நிறுவன கட்டமைப்பு சுற்றுலா மற்றும் பயண வணிகத்தில் நிறுவனங்கள் - துணிகர உருவாக்கம் மற்றும் மேலாண்மை	33 - 46
அலகு - 3 சிறிய அளவிலான நிறுவனத்தில் வணிகத் திட்டம் மற்றும் நிர்வாக செயல்முறை தயாரித்தல். தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீடு. சுற்றுலாத்துறையில் குடும்ப நிறுவனங்களை நிர்வகித்தல். இந்தியாவில் ஞானுக்களுக்கான விளம்பர முகவர் வாய்ப்பு அடையாளம் - வணிகத் திட்டம் - சாத்தியக்கூறு அறிக்கை - நிதி விருப்பங்கள்	46 - 73
அலகு - 4 சுற்றுலாவில் தொழில்முனைவோர் வாய்ப்புகள் -நான் (தங்குமிடம்): சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: ஒரு கண்ணோட்டம்- தங்குமிடத் துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்- இயற்கை, நோக்கம், இடர் மற்றும் வருவாயின் அம்சங்கள்- நிதி ஆதாரங்கள்	73 - 86
அலகு - 5 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள் -ஐஐஐ (போக்குவரத்து): போக்குவரத்து துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்- தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட ஹோட்டல் திட்டங்களின் வழக்கு ஆய்வுகள்	86 - 105
அலகு - 6 நிதி ஆபத்து மற்றும் வருவாய் அம்சங்கள்- நிதி ஆதாரங்கள் - துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்- தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சுற்றுலா வண்டி சேவைகளின் வழக்கு ஆய்வுகள்.	105- 123
அலகு - 7 சுற்றுலாவில் தொழில்முனைவோர் வாய்ப்புகள் -III (ஷாப்பிங் மற்றும் உணவகம்): ஷாப்பிங் மற்றும் உணவக சேவைத் துறையில் தொழில்முனைவோர் வாய்ப்புகள்- இந்த அம்சங்களில் சுற்றுலா செலவினங்களின் அளவு- நிதி ஆதாரங்கள் - துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்.	123 - 157
அலகு - 8 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள் -IV (சுற்றுலா ஈர்ப்பு மேம்பாடு): சுற்றுலா ஈர்ப்பு வளர்ச்சியில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்:	157 - 177
அலகு - 9 நிதி ஆதாரங்கள் - துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்- தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தீம் பூங்காக்கள், ரிசார்ட்ஸ் ஹோட்டல், டூர் ஆபரேட்டர்கள் போன்றவற்றின் வழக்கு ஆய்வுகள்.	177 - 196
அலகு - 10 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு: தொழில்முனைவோரை வளர்ப்பதற்கான திட்டங்கள் - தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரம்.	196 - 212
அலகு - 11 சுற்றுலாத் துறை மற்றும் வணிக யோசனைகள்; வணிக மூலோபாயம்- வாடிக்கையாளர்களைப் புரிந்துகொள்வது மற்றும் போட்டியை பகுப்பாய்வு செய்தல்	213 - 231
அலகு - 12 வசதி மற்றும் வணிக திட்டம் - சாத்தியக்கூறு; வணிகத் திட்டத்தை எழுதுதல்- சந்தைப்படுத்தல், நிதி, செயல்பாடுகள், மக்கள் போன்றவை. நிதி தேவைகள் மற்றும் நிதி ஆதாரங்கள்;	231 - 240
அலகு - 13 வணிகத்தை உருவாக்குதல்: அமைப்பு மற்றும் சட்டரீதியான பரிசீலனைகள்; நெட்வொர்க்கிங் மற்றும் ஒத்துழைப்பு; நல்ல வணிக நடைமுறைகள்;	240 - 254
அலகு - 14 ஒரு சுற்றுலா நிறுவனத்தை அமைத்தல் - படிக்க, நடைமுறைகள், உரிமங்கள், பதிவு போன்றவை இன்டிராபிரனியர்ஷிப் - சிறப்பு நிகழ்ச்சிகள் உதவி.	255 - 273

<p style="text-align: center;">அலகு - 1 தொழில்முனைவு மற்றும் தொழில்முனைவோர் அமைப்பு</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.1. அறிமுகம் 1.2. நோக்கங்கள் 1.3. தொழில்முனைவு: வரையறை மற்றும் கோட்பாடுகள் 1.4. தொழில்முனைவோரின் பண்புகள் 1.5. தொழில்முனைவு சுற்றுச்சூழல் 1.6. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள் 1.7. சுருக்கம் 1.8. முக்கிய சொற்கள் 1.9. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள் 1.10. மேலும் வாசிப்புகள் 	<p>Page 1 - 32</p>
<p style="text-align: center;">அலகு - 2 உரிமையாளர் சுற்றுலா மற்றும் பயண வியாபாரத்தில் சிறிய அளவிலான அளவிலான கட்டமைப்புகளின் கட்டமைப்பு மற்றும் நிறுவன கட்டமைப்பு</p> <p>அமைப்பு</p> <ol style="list-style-type: none"> 2.1. அறிமுகம் 2.2. நோக்கங்கள் 2.3. சுற்றுலாவில் உரிமையாளர் அமைப்பு மற்றும் நிறுவன கட்டமைப்பு மற்றும் பயண வர்த்தகம் 2.4. துணிகர உருவாக்கம் மற்றும் மேலாண்மை 2.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள் 2.6. சுருக்கம் 2.7. முக்கிய சொற்கள் 2.8. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள் 2.9. மேலும் வாசிப்புகள் 	<p>Page 33-46</p>
<p style="text-align: center;">அலகு - 3 சிறிய அளவிலான நிறுவனத்தில் வணிகத் திட்டம்</p> <p>அமைப்பு</p> <ol style="list-style-type: none"> 3.1. அறிமுகம் 3.2. நோக்கங்கள் 3.3. தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீடு 3.4. சுற்றுலாத் துறையில் குடும்ப நிறுவனங்களை நிர்வகித்தல் 3.5. இந்தியாவில் SME க்களுக்கான விளம்பர முகவர் 3.6. வாய்ப்பு அடையாளம் 3.7. வணிக திட்டம் 3.8. சாத்தியக்கூறு அறிக்கை 3.9. நிதி விருப்பங்கள் 3.10. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள் 	<p>Page 46-73</p>

<p>3.11. சுருக்கம் 3.12. முக்கிய சொற்கள் 3.13. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள் 3.14. மேலும் வாசிப்புகள்</p>	
<p style="text-align: center;">அலகு - 4 சுற்றுலாவில் தொழில் வாய்ப்புகள்</p> <p>அமைப்பு</p> <p>4.1. அறிமுகம் 4.2. நோக்கங்கள் 4.3 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: இயற்கை, நோக்கம், ஆபத்து மற்றும் வருவாய் 4.3.1 தங்குமிடத்தில் வாய்ப்புகள் 4.3. நிதி ஆதாரம் 4.4 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள் 4.5 சுருக்கம் 4.6 முக்கிய சொற்கள் 4.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள் 4.8 மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p>Page 73-86</p>
<p style="text-align: center;">அலகு - 5 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்</p> <p>அமைப்பு</p> <p>5.1. அறிமுகம் 5.2. நோக்கங்கள் 5.3. போக்குவரத்து துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள் 5.4. சுற்றுலா போக்குவரத்து வணிகத்தை அமைப்பதற்கான திட்டமிடல் கருத்தாய்வு 5.4.1. வழக்கு ஆய்வு 5.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள் 5.6. சுருக்கம் 5.7. முக்கிய சொற்கள் 5.8. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள் 5.9. மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p>Page 86-105</p>
<p style="text-align: center;">அலகு - 6 நிதி ஆபத்து மற்றும் வருவாய் அம்சங்கள்</p> <p>அமைப்பு</p> <p>6.1. அறிமுகம் 6.2. நோக்கங்கள்</p>	<p>Page 105-123</p>

<p>6.3. வாய்ப்பின் ஆபத்து மற்றும் வருவாய் அம்சங்கள் 6.4. நிதி ஆதாரங்கள் 6.5. துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள் 6.6. தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சுற்றுலா வண்டி சேவைகளின் வழக்கு ஆய்வு 6.7. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள் 6.8. சுருக்கம் 6.9. முக்கிய சொற்கள் 6.10. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள் 6.11. மேலும் வாசிப்புகள்</p>	
<p>அலகு - 7 சுற்றுலாவில் தொழில்முனைவோர் வாய்ப்புகள் -ஐஐஐ (ஷாப்பிங் மற்றும் உணவகம்) அமைப்பு 7.1 அறிமுகம் 7.2 நோக்கங்கள் 7.3 உணவக சேவைகள் துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: இந்த அம்சங்களில் சுற்றுலா செலவினங்களின் அளவு 7.3.1 ஷாப்பிங்கில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள் 7.4 நிதி ஆதாரங்கள் 7.4.1 துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள் 7.5 பதில்கள் உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க 7.6 சுருக்கம் 7.7 முக்கிய சொற்கள் 7.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள் 7.9 மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p style="text-align: center;">Page 123-157</p>
<p>அலகு - 8 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள் -IV (சுற்றுலா ஈர்ப்பு மேம்பாடு) அமைப்பு 8.1 அறிமுகம் 8.2 நோக்கங்கள் 8.3 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள் 8.4 சுற்றுலா ஈர்ப்பு வளர்ச்சியில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள் 8.5 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள் 8.6 சுருக்கம் 8.7 முக்கிய சொற்கள் 8.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள் 8.9 மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p style="text-align: center;">Page 157-177</p>

<p>அலகு - 9 நிதி ஆதாரங்கள் - துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்</p> <p>அமைப்பு</p> <p>9.1 அறிமுகம்</p> <p>9.2 நோக்கங்கள்</p> <p>9.3 நிதி ஆதாரங்கள்</p> <p>9.4 தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தீம் பூங்காக்கள், ரிசார்ட்ஸ், ஹோட்டல் மற்றும் டூர் ஆபரேட்டர்களின் வழக்கு ஆய்வுகள்</p> <p>9.5 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்</p> <p>9.6 சுருக்கம்</p> <p>9.7 முக்கிய சொற்கள்</p> <p>9.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்</p> <p>9.9 மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p>Page 177-196</p>
<p>அலகு - 10 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு</p> <p>அமைப்பு</p> <p>10.1 அறிமுகம்</p> <p>10.2 நோக்கங்கள்</p> <p>10.3 தொழில்முனைவோரை வளர்ப்பதற்கான திட்டங்கள்</p> <p>10.4 தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரம்</p> <p>10.5 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்</p> <p>10.6 சுருக்கம்</p> <p>10.7 முக்கிய சொற்கள்</p> <p>10.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்</p> <p>10.9 மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p>Page 196-212</p>
<p>அலகு - 11 சுற்றுலாத் துறை மற்றும் வணிக யோசனைகள்</p> <p>அமைப்பு</p> <p>11.1. அறிமுகம்</p> <p>11.2. நோக்கங்கள்</p> <p>11.3. சுற்றுலாத் துறையில் வணிக ஆலோசனைகள்</p> <p>11.4. வணிக உத்திகள்</p> <p>11.4.1 வாடிக்கையாளர்களைப் புரிந்துகொள்வது மற்றும் போட்டியை பகுப்பாய்வு செய்தல்</p> <p>11.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்</p> <p>11.6. சுருக்கம்</p> <p>11.7. முக்கிய சொற்கள்</p> <p>11.8. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்</p> <p>11.9. மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p>Page 213-231</p>

<p style="text-align: center;">அலகு - 12 வசதி மற்றும் வணிக திட்டம்</p> <p>அமைப்பு</p> <p>12.1 அறிமுகம்</p> <p>12.2 நோக்கங்கள்</p> <p>12.3 சாத்தியக்கூறு</p> <p>12.4 வணிகத் திட்டத்தை எழுதுதல்</p> <p style="padding-left: 20px;">12.4.1 நிதி தேவைகள் மற்றும் நிதி ஆதாரங்கள்</p> <p>12.5 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்</p> <p>12.6 சுருக்கம்</p> <p>12.7 முக்கிய சொற்கள்</p> <p>12.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்</p> <p>12.9 மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p>Page 231-240</p>
<p style="text-align: center;">அலகு - 13 வணிகத்தை உருவாக்குதல்</p> <p>அமைப்பு</p> <p>13.1 அறிமுகம்</p> <p>13.2 நோக்கங்கள்</p> <p>13.3 அமைப்பின் படிவங்கள்</p> <p style="padding-left: 20px;">13.3.1 தொடக்க வணிகத்திற்கான சட்டரீதியான பரிசீலனைகள்</p> <p>13.4 ஸ்டார்ட்-அப்களுக்கான நெட்வொர்க்கிங் மற்றும் ஒத்துழைப்பு</p> <p style="padding-left: 20px;">13.4.1 நல்ல வணிக நடைமுறைகள்</p> <p>13.5 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்</p> <p>13.6 சுருக்கம்</p> <p>13.7 முக்கிய சொற்கள்</p> <p>13.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்</p> <p>13.9 மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p>Page 240-254</p>
<p style="text-align: center;">அலகு - 14 ஒரு சுற்றுலா நிறுவனத்தை அமைத்தல்</p> <p>அமைப்பு</p> <p>14.1 அறிமுகம்</p> <p>14.2 நோக்கங்கள்</p> <p>14.3 சுற்றுலா நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதற்கான படிிகள், நடைமுறைகள், உரிமங்கள் மற்றும் பதிவு</p> <p>14.4 உதவி சிறப்பு நிகழ்ச்சிகள்</p> <p>14.5 இன்ட்ராபிரனியர்ஷிப்</p> <p>14.6 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்</p> <p>14.7 சுருக்கம்</p> <p>14.8 முக்கிய சொற்கள்</p> <p>14.9 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்</p> <p>14.10 மேலும் வாசிப்புகள்</p>	<p>Page 255-273</p>

அலகு - 1

தொழில்முனைவு மற்றும் தொழில்முனைவோர்

குறிப்பு

அமைப்பு

- 1.1. அறிமுகம்
- 1.2. நோக்கங்கள்
- 1.3. தொழில்முனைவு: வரையறை மற்றும் கோட்பாடுகள்
- 1.4. தொழில்முனைவோரின் பண்புகள்
- 1.5. தொழில்முனைவு சுற்றுச்சூழல்
- 1.6. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 1.7. சுருக்கம்
- 1.8. முக்கிய சொற்கள்
- 1.9. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 1.10. மேலும் வாசிப்புகள்

1.1. அறிமுகம்

ஒரு தொழில்முனைவோர் என்பது ஒரு புதிய வணிக முயற்சியைத் தொடங்குவதற்கான அபாயத்தை மேற்கொள்ளும் ஒரு நபர் அந்த தொழில்முனைவோர் தங்கள் கருத்தை உணர ஒரு நிறுவனத்தை உருவாக்குகிறார்கள், இது தொழில்முனைவோர் என அழைக்கப்படுகிறது, இது மூலதனத்தை ஒருங்கிணைக்கிறதுமற்றும் லாபத்திற்காக பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை உற்பத்தி செய்வதற்கான உழைப்பு. கார்ப்பரேட் உலகில் பல அபாயங்களை எடுத்துக்கொள்வதன் மூலம் லாபத்தைப் பெறுவதற்காக ஒரு வணிக முயற்சியை மேம்படுத்துதல் மற்றும் நிர்வகித்தல் என்ற கருத்தாக தொழில் முனைவோர் புரிந்து கொள்ள முடியும். இந்த அலகு ஒரு தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்கும் தொழில்முனைவோர் முயற்சியை நடத்துவதற்கும் பின்னால் உள்ள நோக்கங்களைப் பற்றி விவாதிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

தொழில்முனைவோருக்கு வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கும் திறனைக் கொண்டுள்ளது, இது தொழில்முனைவோருக்கு மட்டுமல்ல, தொடர்புடைய வணிகங்களுக்கும் கூட. புதிய மற்றும் மேம்பட்ட தயாரிப்புகள் புதிய சந்தைகளை உருவாக்க உதவும் தொழில்முனைவோர் புதுமையுடன் இயக்க மாற்றத்திற்கும் உதவுகிறார்கள். தொழில்முனைவு என்பது வேறுபட்ட தனித்துவமான காரணிகளால் பாதிக்கப்படுகிறது: பொருளாதார வளர்ச்சி,

கலாச்சாரம், தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி மற்றும் கல்வி. இந்த பிரிவில், வெற்றிகரமாக இயங்குவதற்கான சூழலை மதிப்பீடு செய்வோம்நிறுவன.

குறிப்பு

1.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- தொழில் முனைவோர் வரையறுக்கவும்
- ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சியின் வெற்றிக்கான பல்வேறு நிபந்தனைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- ஒரு தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்குப் பின்னால் உள்ள உந்துதல்களை மதிப்பீடு செய்யுங்கள்
- வெற்றிகரமான நிறுவனத்தை இயக்குவதற்கான சூழலை ஆராயுங்கள்
- தொழில்முனைவோரில் பல்வேறு சமூக-கலாச்சார, அரசியல், நெறிமுறை மற்றும் இயற்கை காரணிகளின் பங்கு மற்றும் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்

1.3. தொழில்முனைவு: வரையறை மற்றும் கோட்பாடுகள்

தொழில்முனைவு என்பது ஒரு வணிக நிறுவனத்தை வளர்ப்பதற்கும், முறைப்படுத்துவதற்கும், நடத்துவதற்கும் உள்ள திறமை மற்றும் தயார்நிலை என வரையறுக்கப்படுகிறது, அதோடு லாபத்தை ஈட்ட அதன் பல இட ஒதுக்கீடுகளும் உள்ளன. தொழில்முனைவோரின் மிக முக்கியமான எடுத்துக்காட்டு ஒரு புதிய தொழிலைத் தொடங்குவதாகும்.

பொருளாதாரத்தில், தொழில்முனைவு என்பது சொத்து, உழைப்பு, இயற்கை வளங்கள் மற்றும் மூலதனத்துடன் தொடர்புடையது, இது லாபத்தை ஈட்ட முடியும். தொழில்முனைவோர் காட்சிப்படுத்தல் கண்டுபிடிப்பு மற்றும் இடர் எடுப்பதன் மூலம் வரையறுக்கப்படுகிறது, மேலும் இது ஒரு நாட்டின் இன்றியமையாத பகுதியாகும்எப்போதும் மாறிவரும் மற்றும் போட்டி நிறைந்த உலகளாவிய சந்தையில் எதையாவது அடையக்கூடிய திறன்.

தொழில்முனைவோரின் பொருள்

ஒரு தொழில்முனைவோர் என்பது ஒரு தொடக்க முயற்சியில் எதையாவது நிறுவுவதற்கும், நிர்வகிப்பதற்கும், சாதிப்பதற்கும் திறன் மற்றும் வலுவான லட்சியத்தைக் கொண்ட ஒரு நபர்-அதனுடன் தொடர்புடைய அச்சுறுத்தலுடன்-இலாபங்களைப் பெறுவது. தொழில்முனைவோரின் சிறந்த எடுத்துக்காட்டு ஒரு புதிய வணிக முயற்சியை நிறுவுவதாகும். தொழில்முனைவோர் புதிய யோசனைகள்

குறிப்பு

அல்லது கண்டுபிடிப்பாளர்களின் அடிப்படையாக அடிக்கடி அங்கீகரிக்கப்படுகிறார்கள், மேலும் தற்போதுள்ள ஒன்றை ஒரு புதுமையான கண்டுபிடிப்புடன் மாற்றுவதன் மூலம் சந்தையில் புதிய யோசனைகளைக் கொண்டு வருகிறார்கள்.

ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சி ஒரு அற்பமான \therefore வீட்டு வணிகம் அல்லது ஒரு பன்னாட்டு நிறுவனத்தைக் குறிக்கலாம். பொருளாதாரத்தில், தொழில்முனைவோர் சம்பாதிக்கும் இலாபம் சொத்து, இயற்கை வளங்கள், உழைப்பு மற்றும் மூலதனம் ஆகியவற்றின் ஒருங்கிணைப்பாகும்.

சுருக்கமாக, ஒரு புதிய அமைப்பைத் தொடங்க விருப்பமும் ஆர்வமும் உள்ள எவரும் சமாளிக்க முடியும் அந்த குறிப்பிட்ட பகுதியில் சாத்தியமான மற்றும் சாத்தியமான ஒவ்வொரு ஆபத்தும் ஒரு தொழில்முனைவோராக மாறக்கூடும்.

தொழில் முனைவோர் வகைகள்

தொழில்முனைவோரை பின்வரும் நான்கு பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம்:

1. சிறு வணிக தொழில்முனைவு

இந்த வகையான வணிகங்கள்ஹேர்ஸ்டைலிஸ்ட், மளிகை கடை, ஆலோசகர், பிளம்பர், தச்சு, எலக்ட்ரிக் கல் மெக்கானிக் போன்றவை. இந்த தொழில்முனைவோர் தங்கள் நிறுவனங்களை சொந்தமாக வைத்து நடத்துகிறார்கள், மேலும் அவர்களது குடும்ப உறுப்பினர்கள் அல்லது உள்ளூர் ஊழியர்களையும் உள்ளடக்கியது. அவர்களைப் பொறுத்தவரை, உருவாக்கப்பட்ட லாபம் அவர்களின் குடும்பத்தை ஆதரிக்க போதுமானதாக இருக்க வேண்டும். அவர்களின் நோக்கம் கோடிக்கணக்கில் சம்பாதிப்பது அல்லது ஒரு தொழிலைப் பெறுவது அல்ல. நண்பர்கள் மற்றும் குடும்பத்தினரிடமிருந்து சிறிய தொகையை வணிகக் கடன்களாக கடன் வாங்குவதன் மூலம் அவர்கள் தங்கள் வணிகத்திற்கான ஆரம்ப நிதியை திரட்டுகிறார்கள்.

2. அளவிடக்கூடிய தொடக்க தொழில்முனைவு

இந்த வகை தொடக்க தொழில்முனைவோர் தங்கள் வணிகத்தை அங்கீகரிப்பதன் மூலம் ஒரு வணிகத்தைத் தொடங்குகிறார்கள் யோசனையின் காட்சிப்படுத்தல் உலகை மாற்றும். அவர்கள் மீது நம்பிக்கை வைத்திருக்கும் முதலீட்டாளர்களை அவர்கள் ஈர்க்கிறார்கள் மற்றும் பெட்டியின் வெளியே கருதும் நபர்களை ஊக்குவிக்கிறார்கள். ஆராய்ச்சி ஒரு வணிக மற்றும் சோதனை மாதிரிகள் மீது வடிகட்டுகிறது, அதனால்தான், அவர்கள் சிறந்த மற்றும் பிரகாசமான விண்ணப்பதாரர்களை ஊழியர்களாகப் பயன்படுத்துகிறார்கள். அவர்கள் தங்கள் திட்டம் அல்லது வணிகத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் ஆதரிப்பதற்கும் அதிக திட்ட மூலதனம் தேவை. மென்பொருள்

மேம்பாட்டு நிறுவனங்கள் அளவிடக்கூடிய தொடக்க தொழில்முனைவோருக்கு ஒரு எடுத்துக்காட்டு.

3. பெரிய நிறுவன தொழில்முனைவு

இந்த பெரிய அமைப்புகளுக்கு தனித்துவமான வாழ்க்கைச் சுழற்சி உள்ளது. இந்த அமைப்புகளில் பெரும்பாலானவை புதிய மற்றும் புதுமையான பொருட்கள் / தயாரிப்புகளை அவற்றின் முக்கிய பொருட்கள் / தயாரிப்புகள் பட்டியலைச் சுற்றுவதன் மூலம் முதிர்ச்சியடைந்து நிலைநிறுத்துகின்றன. தொழில்நுட்பம், வாடிக்கையாளர் விருப்பத்தேர்வுகள், பல்வேறு போட்டி போன்ற துறைகளில் புதுப்பித்தல், பெரிய நிறுவனங்களுக்கு ஒரு புதுமையான தயாரிப்பை உருவாக்க சக்தியைத் தொடங்குகிறது உருப்படி / தயாரிப்பு மற்றும் சந்தையில் உள்ள புதிய வாடிக்கையாளர்கள் / வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்கவும். விரைவான தொழில்நுட்ப மாற்றங்களைச் சமாளிக்க, தற்போதுள்ள நிறுவனங்கள் புதுமை நிறுவனங்களைப் பெறுகின்றன அல்லது உருப்படி / தயாரிப்பை உள்நாட்டில் குவிக்க முயற்சிக்கின்றன.

4. சமூக தொழில் முனைவோர்

இந்த வகை தொழில் முனைவோர்சமூக தேவைகள் மற்றும் கவலைகளுடன் இணைக்கப்பட்ட தயாரிப்பு மற்றும் சேவைகளை உருவாக்குவதில் முதன்மையாக கவனம் செலுத்துகிறது. அவர்களின் ஒரே குறிக்கோள் மற்றும் குறிக்கோள் சமூகத்திற்காக உழைப்பதே தவிர எந்த லாபத்தையும் பெறக்கூடாது.

1.4. தொழில்முனைவோரின் பண்புகள்

தொழில்முனைவோரின் பல்வேறு பண்புகள் கீழே விவாதிக்கப்பட்டுள்ளன:

இடர் எடுக்கும் திறன்: எந்தவொரு வியாபாரத்தையும் தொடங்குவதில் தோல்வி அபாயத்தின் யதார்த்தமான அளவு அடங்கும். எனவே, ஒரு தொழில்முனைவோர் போதுமான தைரியத்துடன் இருக்க வேண்டும் மற்றும் அபாயங்களை மதிப்பிடவும் ஏற்றுக்கொள்ளவும் முடியும், இது நிச்சயமாக ஒரு அவசியமாகும்ஒரு தொழில்முனைவோராக இருப்பதன் ஒரு பகுதி.

புதுமையான நிலை மனம்: புதிய யோசனைகளை உருவாக்குவதற்கும், ஒரு நிறுவனத்தை உருவாக்குவதற்கும், அதிலிருந்து இலாபங்களை ஈட்டுவதற்கும் தொழில்முனைவோர் மிகப்பெரிய புதுமையாக இருக்க வேண்டும். மாறுபாட்டின் தேவை சந்தையில் கிடைக்கும் பொருட்களிலிருந்து வேறுபட்ட ஒரு புதுமையான உருப்படி ∴ தயாரிப்பைத் தொடங்குவதற்கு வழிவகுக்கும் அல்லது ஒரே மாதிரியான

செயல்பாட்டைச் செய்யும் ஒரு செயல்முறையாகும், ஆனால் மிகவும் மாறுபட்ட, பயனுள்ள மற்றும் பொருளாதார முறையில்.

தொலைநோக்கு மற்றும் தலைமை: வளமாக இருக்க, தொழில்முனைவோர் நிச்சயமாக அவரது / அவள் புதிய முயற்சியைப் பற்றிய தெளிவான பார்வையைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். இருப்பினும், யோசனையை யதார்த்தமாக மாற்ற, ஒரு பெரிய அளவு வளங்களும் பணியாளர்களும் தேவை. இங்கே, தலைவர்கள் தங்கள் ஊழியர்களை துல்லியமான பாதையை நோக்கி செலுத்துவதன் மூலம் தலைமைத்துவ தரம் இறுதியானது, இதனால் வெற்றியை உருவாக்குகிறது.

திறந்த மனப்பான்மை: ஒரு நிறுவனத்தில், ஒவ்வொரு நிபந்தனையும் அல்லது சூழ்நிலையும் இருக்கலாம் ஒரு உதாரணம் அல்லது வாய்ப்பு, இது நிறுவனத்திற்கு லாபத்தை ஈட்ட பயன்படுகிறது. உதாரணமாக, பேடினம் (ஒரு நொய்டாவை தளமாகக் கொண்ட இந்திய இ-காமர்ஸ் கட்டண முறை மற்றும் நிதி தொழில்நுட்ப நிறுவனம்) பணமாக்குதலின் போது ஆன்லைன் பரிவர்த்தனைகளின் தேவை மற்றும் முக்கியத்துவத்தைப் புரிந்துகொண்டு, இந்த காலகட்டத்தில் பெருமளவில் விரிவடைந்த சூழ்நிலையைப் பயன்படுத்திக் கொண்டது.

வளைந்து கொடுக்கும் தன்மை: ஒரு தொழில்முனைவோர் மிகவும் நெகிழ்வானவராக இருக்க வேண்டும், இருக்க வேண்டும்எந்தவொரு பாதகமான சூழ்நிலையையும் மாற்றியமைக்க திறந்திருக்கும். உச்சத்தில் இருக்க, ஒரு தொழில்முனைவோர் தேவைப்படும்போது, ஒரு பொருள் / தயாரிப்பு மற்றும் சேவையில் மாற்றத்தை பிடிக்க தயாராக இருக்க வேண்டும்.

தயாரிப்பு அறிவு: ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு தயாரிப்பு சலுகைகள் பற்றித் தெரிந்திருக்க வேண்டும், மேலும் சந்தையில் சமீபத்திய சறுக்கல் குறித்தும் விழிப்புடன் இருக்க வேண்டும். கிடைக்கக்கூடிய தயாரிப்பு அல்லது சேவை தற்போதைய சந்தையின் தேவைகளை நிவர்த்தி செய்கிறதா அல்லது உற்பத்தியை ஓரளவு மாற்றுவதற்கான நேரமா என்பதை அங்கீகரிக்க வேண்டியது அவசியம். பொறுப்புணர்வுடன் இருக்க முடியும், பின்னர் அத்தியாவசியமாக ஒழுங்குபடுத்துவது தொழில்முனைவோரின் முக்கிய பகுதியாகும்.

தொழில்முனைவோரின் முக்கியத்துவம்

வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கம்: தொழில்முனைவு வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குகிறது. இது வழங்குகிறது ஒரு நுழைவு நிலை வேலைவாய்ப்பு, இது அதிக அனுபவமின்றி தனிநபர்களுக்கான அனுபவத்தையும் பயிற்சியையும் சேகரிப்பதற்கு நிச்சயமாக அவசியம்.

புதுமையின் முக்கிய அம்சம்: அதுபுதுமையின் மையப்புள்ளி, இது புதிய தயாரிப்பு முயற்சிகள், சந்தை, தொழில்நுட்பம் மற்றும் பொருட்களின்

குறிப்பு

குறிப்பு

தரம் போன்றவற்றைத் தொடங்குகிறது, மேலும் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துகிறது.

சமூகம் மற்றும் சமூக மேம்பாட்டில் பாதிப்பு: ஒரு பரந்த மற்றும் பன்முகப்படுத்தப்பட்ட வேலைவாய்ப்பு அடிப்படை சமூகத்திற்கு பயனளிக்கிறது. இது நிச்சயமாக சமூகத்தில் மாறுபாடுகளை ஒழுக்கமான வகையில் வெளிப்படுத்துகிறது மற்றும் கல்விக்கான அதிக செலவு, மேம்பட்ட சுகாதாரம், குறைவான சேரிகள் மற்றும் வீட்டு உரிமையாளரின் உயர்ந்த நிலை போன்ற வசதிகளை அங்கீகரிக்கிறது. எனவே, தொழில்முனைவு நிச்சயமாக சமூக வாழ்க்கையின் நிலையான மற்றும் உயர்ந்த மதிப்பை அடைய சமூகத்திற்கு உதவுகிறது.

வாழ்க்கைத் தரத்தில் மேம்பாடு: தொழில்முனைவு என்பது ஒரு நபரின் நிதி வருமானத்தை அதிகரிப்பதன் மூலம் அவர்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தையும் மேம்படுத்துகிறது. ஒரு வாழ்க்கைத் தரத்தால் ஒரு துல்லியமான காலத்திற்கு ஏராளமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதில் அதிகரிப்பு என வாழ்க்கைத் தரத்தை வரையறுக்கலாம்.

ஆராய்ச்சி ஆதரவு மற்றும் மேம்பாட்டு பகுதி: புதிய தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் சந்தையில் அறிமுகப்படுத்தப்படுவதற்கு முன்னர் நிச்சயமாக ஆராய்ச்சி மற்றும் சோதனை அவசியம். எனவே, ஒரு தொழில்முனைவோர் ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டுக்காகவும் பணத்தை செலவிடுகிறார். இது பொதுவாக ஆராய்ச்சி நிறுவனங்கள் மற்றும் பல்கலைக்கழகங்கள் வழியாக செய்யப்படுகிறது. இந்த செயல்முறை ஆராய்ச்சி, பொது கட்டுமானம் மற்றும் பொருளாதாரத்தில் முன்னேற்றம் ஆகியவற்றை முன்னேற்றுகிறது.

மாற்றத்தை உருவாக்கவும்: தொழில்முனைவோர் பெரிய கனவு காண்கிறார்கள். எனவே, அவர்களின் சில கருத்துக்கள் உலகெங்கிலும் பெரிய மாற்றங்களைக் கொண்டிருங்கள். எரியும் சிக்கலைத் தீர்க்கும் புதிய உருப்படி / தயாரிப்பை அவர்கள் உருவாக்கலாம் அல்லது முன்னர் இல்லாத ஒன்றை ஆராய சவாலை ஏற்கலாம். பலர் தங்கள் தயாரிப்புகள், யோசனைகள் / கருத்துகள் அல்லது வணிகங்களுடன் சிறந்த உலகத்தை உருவாக்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளனர்.

தொழில்முனைவோர் தேசிய வருமானத்தில் சேர்க்கிறார்கள்: தொழில்முனைவு நிச்சயமாக பொருளாதாரத்தில் புதிய செல்வத்தை உருவாக்குகிறது. தொழில்முனைவோரிடமிருந்து புதுமையான யோசனைகள் மற்றும் மேம்பட்ட பொருட்கள் / தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள் புதிய சந்தைகள் மற்றும் புதிய செல்வங்களின் வளர்ச்சியை அனுமதிக்கின்றன மற்றும் பாதிக்கின்றன.

மக்கள் ஏன் தொழில்முனைவோராக மாறுகிறார்கள்

ஒவ்வொரு தொழில்முனைவோருக்கும் தங்களது சொந்த “காரணம்” உள்ளது, அது அவர்களை தங்கள் சொந்த முதலாளியாக தள்ளியது. தொழில்முனைவோருக்கு கூடுதல் சுதந்திரம் தேவைப்பட்டாலும் அல்லது தாக்கத்தை ஏற்படுத்தினாலும், அவர்கள் அனைவரும் தங்கள் சொந்த வாழ்க்கையை அடிப்படையாகக் கொண்டு வாழ்க்கையை வாழ்வதன் மூலம் தங்கள் வாழ்க்கையை கட்டுப்படுத்துகிறார்கள்.

ஒரு நபர் ஒரு தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்கான சில காரணங்கள் இங்கே:

உலகத்தை மாற்று: பல தொழில்முனைவோர் ஒரு சிறந்த உலகத்தை உருவாக்க போராடுகிறார்கள். தொழில்முனைவோர் விண்வெளி ஆய்வு, வறுமையை நீக்குதல் அல்லது நடைமுறை ஆனால் விளையாட்டு மாற்றும் பொருள் ∴ தயாரிப்பை இட்டுக்கட்டுவது போன்றவற்றைக் கருத்தில் கொண்டாலும், இறுதியில் அவர்கள் மற்றவர்களின் சேவையில் ஒரு பிராண்டை உருவாக்குகிறார்கள். சில தொழில்முனைவோர் தங்கள் உன்னதமான காரணங்களுக்காக விரைவாக மூலதனத்தை திரட்டுவதற்கான ஒரு வழியாக தங்கள் வணிகத்தைப் பயன்படுத்துகின்றனர்.

பெருமை மற்றும் படைப்பு சுதந்திரம்: தொழில்முனைவோர் பெரும்பாலும் அதை சவாலாகக் கருதுகின்றனர் ஒரு முதலாளி. அவர்கள் முச்சுத் திணறலை உணர்ந்து பின்வாங்கக்கூடும். சில தொழில்முனைவோர் விஷயங்களைச் செய்வதற்கான மேம்பட்ட மற்றும் பயனுள்ள வழியைக் கொண்டிருப்பதாக உணரலாம். படைப்பு சுதந்திரம் இல்லாததை மற்றவர்கள் ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடாது. இது அவர்களின் சொந்த விதிமுறைகளில் வெற்றிபெற தொழில்முனைவோரை நோக்கி இட்டுச் செல்கிறது.

மாற்றிக்கொள்ளக்கூடிய பணி நேரங்கள்: நெகிழ்வான வேலை நேரம் தேவைப்படும் தொழில்முனைவோர் நன்கு விரும்பப்படுபவர். எடுத்துக்காட்டாக, குறைபாடுகள் உள்ள பல நபர்கள் தொழில்முனைவோர் மீது நிச்சயமாக மகிழ்ச்சி அடைகிறார்கள், ஏனெனில் அவர்களால் முடிந்தவரை வேலை செய்ய இது அனுமதிக்கிறது. மாணவர்கள் தங்கள் ஆணை அட்டவணை மற்றும் பாடநெறி சுமைகளைச் சுற்றி வேலை செய்வதற்கான நெகிழ்வுத்தன்மையைப் பெறுகிறார்கள்.

பணிபுரியும் இடத்தில் வளைந்து கொடுக்கும் தன்மை: வேலை நேரத்தில் நெகிழ்வுத்தன்மையுடன், தொழில் முனைவோர் ஒரு சரியான இடத்திற்கு பிணைக்க விரும்பாதவர்களிடையே நவநாகரீகமானது. தொழில்முனைவோர் ஒவ்வொரு நாளும் ஒரே இடத்திலிருந்து வேலை

குறிப்பு

செய்வதைத் தேர்வுசெய்யக்கூடாது, ஏனெனில் இது விரைவாக சலிப்பை ஏற்படுத்தும்.

வேலை பாதுகாப்பு: பலர் தங்களுக்கு விருப்பமான வேலையைப் பெறத் தவறும் போது தொழில்முனைவோருக்கு ஒரு பாதையைக் கண்டுபிடிப்பார்கள். சவாலான மற்றும் பாதகமான சூழ்நிலைகளால் தோற்கடிக்கப்படுவதற்குப் பதிலாக, அவர்கள் தங்களுக்கான வாய்ப்புகளை உருவாக்குகிறார்கள். ஒரு புதிய பட்டதாரி அவர்களை மேம்படுத்த ஒரு ஆன்லைன் தளத்தைத் தொடங்கலாம்தற்குறிப்பு. தொற்று சூழ்நிலையில் பணிநீக்கம் செய்யப்பட்ட ஒரு பெற்றோர், தங்கள் குடும்பத்தை ஆதரிக்கும் போது, தங்கள் தலைக்கு மேல் கூரையை பராமரிப்பதை உறுதிசெய்ய ஒரு வணிகத்தைத் தொடங்கலாம்.

நிலையான கார்ப்பரேட் சூழலில் இருந்து தப்பித்தல்: தொழில்முனைவோர் பெரும்பாலும்நிலையான கார்ப்பரேட் சூழல் அவற்றின் வளர்ச்சியைக் கட்டுப்படுத்துகிறது என்று கூறுங்கள். கார்ப்பரேட் சூழலில் ஒரு தொழில்முனைவோரை அவர்கள் எளிதாக அடையாளம் காண முடியும், ஏனெனில் அவர்கள் பொதுவாக தங்கள் பங்கில் அதிக கட்டுப்பாட்டைப் பெற முயற்சிக்கிறார்கள், எல்லாமே எவ்வாறு பொருந்துகின்றன என்பதை நன்கு புரிந்துகொள்கிறார்கள்.

ஆர்வம்: தொழில்முனைவோர் எப்போதுமே, “என்ன நடந்தால்” என்ற கேள்விக்கான பதிலைக் கண்டுபிடிக்க முயற்சி செய்கிறார்கள், அவர்கள் நிச்சயமாக சோதனை மற்றும் கற்றுக்கொள்ள விரும்புகிறார்கள். அவர்கள் தங்கள் அறிவை மேம்படுத்தவும் முன்னேற்றவும் வணிக புத்தகங்கள் / பத்திரிகைகளை மீண்டும் மீண்டும் படிக்கிறார்கள். எனவே இயற்கையாகவே, தொழில்முனைவு அவர்களுக்கு அதிக அறிவைப் பெற அனுமதிப்பதால் அவர்களுக்கு முறையிடுகிறதுஒரு சிறிய நேரத்தில். அவர்களின் ஆர்வம் அவர்களின் தொடர்ச்சியான முன்னேற்றத்திற்கு ஒப்புக்கொள்கிறது.

லட்சியம்: சிக்கலான குறிக்கோள்களையும் மைல்கற்களையும் அடைய விரும்புவோர் தொழில்முனைவோராக உருவாக்கப்படுகிறார்கள். அவர்கள் எதை அடைய முடியும் என்பதற்கு எல்லை இல்லை என்பதால், தொழில்முனைவோர் தங்கள் திட்டங்களை அவர்கள் எதிர்பார்த்ததை விட சிறப்பாகவும் பெரியதாகவும் தொடர்ந்து வளர்ந்து வருவதைக் கண்டுபிடிப்பார்கள். தடைகள் வரும்போது, அவர்கள் தங்கள் இலக்குகளுக்கு தீர்வு காண்பார்கள். அவை தவிர்க்க முடியாதவை.

தொழில் முனைவோர் ஆலோசனைகள்

ஒரு தொடக்க தொழில்முனைவோராக, நீங்கள் ஏற்கனவே வைத்திருக்கும் வணிகத் திறன்கள் மற்றும் நீங்கள் கற்றுக்கொள்ள விரும்பும்

விஷயங்களின் அடிப்படையில் நீங்கள் தொடரக்கூடிய பல்வேறு யோசனைகள் உள்ளன.

ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சியைத் தொடங்க ஒரு சில வணிக யோசனைகள் இங்கே:

- ஈ-காமர்ஸ் கடை உரிமையாளர்
- ஃப்ரீலான்ஸர் (பதிவர், கணக்காளர், வடிவமைப்பாளர்)
- கற்பித்தல் (ஆன்லைன் படிப்புகள், ஆசிரியர்)
- பயன்பாட்டு உருவாக்கியவர் (சாட்போட்கள், சமூக ஊடக பயன்பாடுகள்)
- சேவை அடிப்படையிலான வணிகங்கள் (உணவு விநியோகம், சுத்தம் செய்தல், நாய் நடைபயிற்சி)
- ஆலோசகர் சார்ந்த வணிகங்கள் (திருமணத் திட்டமிடுபவர், வாழ்க்கை பயிற்சியாளர்)
- அபார்ட்மென்ட் வாடகைகள் (யுசைடிடி)
- சந்தைப்படுத்தல் வணிகங்கள் (செல்வாக்குச் சந்தைப்படுத்தல், தேடுபொறி உகப்பாக்கம்ஜுஎஸ்சிஓஸ பிராண்டுகள், பிஆர் நிறுவனங்கள்)
- சந்தைப்படுத்தல் சந்தைப்படுத்தல் (அமேசான் இணைப்பு, கிளிக் பேங்க் போன்றவை)
- பிளாகர் (தயாரிப்பு மதிப்புரைகள், முக்கிய வலைப்பதிவு, பத்திரிகை)
- வோல்கர் (யூடியூப் சேனல், ட்விச்)
- ஃபிளிப்பர் (டொமைன் பெயர், வலைத்தளம், வீடு)
- மொழிபெயர்ப்பாளர்
- கிக் பொருளாதாரம் (இயக்கி, பிவர்)
- ரியல் எஸ்டேட் முகவர் (கான்டோஸ், வீடுகள், வணிக)
- புகைப்படக்காரர் (தயாரிப்பு புகைப்படம், புகைப்படங்களை விற்க)
- பங்கு தரகர் (பங்குகளை வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்தல்)
- ஆசிரியர்
- வலைத்தள ஃபிளிப்பர்
- வணிக மறுவிற்பனையாளர்

1.5. தொழில்முனைவு சுற்றுச்சூழல்

ஜரோட் கிண்ட்ஸின் கூற்றுப்படி, “தொழில்முனைவோர் திறமையானவர்களின் வழிகளைக் கடைப்பிடித்து, மாறிவரும் சூழலுக்கு ஏற்றவாறு மாற்றியமைக்கின்றனர். தொழில், தொழில்முனைவோர் அதிக

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

Self-Instructional
Material

குறிப்பு

தொழில்முனைவோர், ஏனென்றால் அவர்கள் எப்போதும் புதிய பிரதேசத்திற்குள் நுழைகிறார்கள்.“

போதுபீட்டர் ட்ருக்கரின் கூற்றுப்படி, “தொழில்முனைவு என்பது பொருளாதாரம் மற்றும் சமூகத்தின் ஒரு கோட்பாட்டை சார்ந்துள்ளது. கோட்பாடு மாற்றத்தை சாதாரணமாகவும் உண்மையில் ஆரோக்கியமாகவும் பார்க்கிறது. சமுதாயத்தில், குறிப்பாக பொருளாதாரத்தில் - ஏற்கனவே செய்யப்படுவதை சிறப்பாகச் செய்வதை விட வித்தியாசமான ஒன்றைச் செய்வதாக இது கருதுகிறது. 200 ஆண்டுகளுக்கு முன்பு சொல்லுங்கள், அவர் தொழில்முனைவோர் என்ற வார்த்தையை உருவாக்கியபோது. இது ஒரு அறிக்கையாகவும், கருத்து வேறுபாட்டின் அறிவிப்பாகவும் கருதப்பட்டது: தொழில்முனைவோர் சீர்குலைந்து ஒழுங்கற்றவர். ஜோசப் ஷும்பீட்டர் அதை வகுத்தபடி, அவரது பணி “ஆக்கபூர்வமானது அழிவு”.

சமூக-பொருளாதார சூழல்

சமூக பொருளாதார தொழில் முனைவோர் நடவடிக்கைகளில் சூழல் குறிப்பிடத்தக்க விளைவைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் ஒரு தொழில்முனைவோரின் சாதனை. தொழில்முனைவோர் நடவடிக்கை சமூக-பொருளாதார, உளவியல் மற்றும் துணை அம்சங்களின் பன்முக மற்றும் மாறுபட்ட ஒருங்கிணைப்பைப் பொறுத்தது. வளரும் நாடுகளில், குறைந்த அளவு வருமானம், நுகர்வு, சேமிப்பு தேவை மற்றும் வேலைவாய்ப்பு ஆகியவை உள்ளன. எனவே தொழில்முனைவோர் தங்கள் பொருளாதார நடவடிக்கைகளை அங்கீகரிக்கும் போது இந்த கூறுகள் அனைத்தையும் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்கிறார்கள். இதேபோல், அரசாங்கத்தின் நிதி மற்றும் இயற்பியல் கொள்கையால் செயல்படுத்தப்படும் கட்டுப்பாடுகள் வணிக நிறுவனங்களையும் பாதிக்கின்றன. பொருளாதார நிலைமைகள், பொருளாதார அமைப்பு மற்றும் பொருளாதாரத்தின் கட்டமைப்பு போன்ற பிற காரணிகளும் தொழில்முனைவோரின் செயல்களை பாதிக்கின்றன. சமூக சூழல் மதிப்புகள், மதம், பழக்கவழக்கங்கள், அணுகுமுறை, கல்வி மற்றும் லட்சியங்களை உள்ளடக்கியது, மேலும் இது தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை நிச்சயமாக பாதிக்கிறது. ஒரு தொழில்முனைவோர் பொருள்கள், மதிப்புகள், சமூகத்தில் அவர்களின் தோற்றத்தை வளர்த்துக் கொள்ள சமூகத்தின் நலன்கள் மற்றும் நலன். எனவே, தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சியில் சமூக-பொருளாதார சூழலுக்கு மகத்தான பங்கு உண்டு.

1. பொருளாதார சூழல்

ஒன்று தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் மற்றும் பாதிக்கும் குறிப்பிடத்தக்க காரணிகளில் பொருளாதாரம் உள்ளது சூழல். இது தொழில்முனைவோர் மீது கிட்டத்தட்ட அனைத்து நேரடி மற்றும் உடனடி செல்வாக்கையும் பயன்படுத்துகிறது. பொருளாதார சூழல் பண்புரீதியாக சிக்கலானது, விரைவாக மாறுகிறது, உறுதியற்றது மற்றும் சுமுகமாக

நிர்வகிக்கப்படவில்லை. எனவே, அதன் ஆய்வு மிகவும் குறிப்பிடத்தக்கதாகிறது. பொருளாதார சூழல் முக்கியமாக பொருளாதார அமைப்பு, பொருளாதார நிலைமைகள், பொருளாதாரக் கொள்கைகள், மூலதனம், மூலப்பொருட்கள் மற்றும் உள்கட்டமைப்பு போன்ற பல்வேறு வளங்கள் மற்றும் வசதிகளின் நிலை, ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டிற்குள் முக்கியமாக உள்ளது. வணிக நிலைமைகளை வகுப்பதில் பொருளாதார நிலைமைகள் நிச்சயமாக குறிப்பிடத்தக்க பங்கைக் கொண்டுள்ளன. உதாரணமாக, வளர்ந்த நாடுகளுடன் ஒப்பிடுகையில் வளரும் தேசத்தில் வருமானம், நுகர்வு, சேமிப்பு, வேலைவாய்ப்பு மற்றும் தேவை ஆகியவற்றின் அளவு குறைவாக உள்ளது. இந்த எல்லா காரணிகளையும் பாதுகாத்து, ஒரு தொழில்முனைவோர் பொருளாதார நிகழ்வுகளின் அடிப்படையில் முடிவுகளை எடுக்கிறார். இதேபோல், வட்டி விகிதங்கள் மேம்படுத்தப்பட்டால், முதலீட்டிற்கு தேவையான நிதி விலை உயர்ந்ததாக மாறும். மீண்டும், வணிக வரிக் கொள்கைகள் வளர்ச்சி, பல்வகைப்படுத்தல் அல்லது நவீனமயமாக்கல் புரோகிராமங்களுக்கான சில நிறுவனங்களையும் பாதிக்கலாம். அரசாங்கத்தால் அறிவிக்கப்பட்ட ஏற்றுமதி மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் ஏராளமான புதிய தொழில்முனைவோருக்கு தங்கள் முயற்சிகளை நிறுவுவதற்கான ஒரு உறைவிடமாக இருக்கலாம். இந்த பொருளாதார காரணிகளின் உத்வேகம் அவர்களின் உள் சூழலைப் பொறுத்து துணிகரத்திலிருந்து துணிகரத்திற்கு வேறுபடலாம். பொருளாதார சூழலின் குறிப்பிடத்தக்க கூறுகள் மற்றும் அவற்றின் தாக்கங்கள் பின்வருமாறு: அரசாங்கத்தால் அறிவிக்கப்பட்ட ஏற்றுமதி மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் ஏராளமான புதிய தொழில்முனைவோருக்கு தங்கள் முயற்சிகளை நிறுவுவதற்கான ஒரு உறைவிடமாக இருக்கலாம். இந்த பொருளாதார காரணிகளின் உத்வேகம் அவர்களின் உள் சூழலைப் பொறுத்து துணிகரத்திலிருந்து துணிகரத்திற்கு வேறுபடலாம். பொருளாதார சூழலின் குறிப்பிடத்தக்க கூறுகள் மற்றும் அவற்றின் தாக்கங்கள் பின்வருமாறு: அரசாங்கத்தால் அறிவிக்கப்பட்ட ஏற்றுமதி மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் ஏராளமான புதிய தொழில்முனைவோருக்கு தங்கள் முயற்சிகளை நிறுவுவதற்கான ஒரு உறைவிடமாக இருக்கலாம். இந்த பொருளாதார காரணிகளின் உத்வேகம் அவர்களின் உள் சூழலைப் பொறுத்து துணிகரத்திலிருந்து துணிகரத்திற்கு வேறுபடலாம். பொருளாதார சூழலின் குறிப்பிடத்தக்க கூறுகள் மற்றும் அவற்றின் தாக்கங்கள் பின்வருமாறு:

பொருளாதாரம் நிபந்தனைகள்: ஒரு நாட்டின் பொருளாதார நிலை (வளர்ந்த, வளரும் அல்லது வளர்ச்சியடையாத) தொழில்முனைவோரின் தன்மையிலும் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. வளர்ந்த பொருளாதாரத்தில், தொழில்முனைவோர் பொதுவாக இருப்பு மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான புதுமையான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கின்றனர். இருப்பினும், வளரும் மற்றும் வளர்ச்சியடையாத நாடுகளில், தொழில்முனைவோர் புதுமையான நடவடிக்கைகளில் போதிய கவனம் செலுத்துவதில்லை, ஏனெனில் பொருளாதார வளர்ச்சியின் காரணமாக

குறிப்பு

தொழில்முனைவோர் பொதுவாக ஏராளமான தடைகளையும் சவால்களையும் எதிர்கொள்கின்றனர்.

பொருளாதாரத்தின் கட்டமைப்பு: தேசிய வருமானம், மூலதன உருவாக்கம் விகிதம், முதலீட்டு வீதம், மூலதன சந்தையின் வளர்ச்சி, சேமிப்பு மற்றும் வெளிநாட்டு வர்த்தகம் போன்ற பல்வேறு பொருளாதார காரணிகள் முக்கியம் ஒரு பொருளாதாரத்தின் அடித்தளம். இந்த காரணிகளின் உற்பத்தி வளர்ச்சி தொழில்முனைவோரை ஊக்குவிக்கக்கூடும்.

வர்த்தக சுழற்சிகள்: பணவீக்கம் மற்றும் பணவாட்டத்தின் சுழற்சி தொழில்முனைவோரின் முன்னேற்றம் மற்றும் விரிவாக்கத்தில் பல்வேறு மோதல்களையும் சவால்களையும் உருவாக்குகிறது. வருமானம், வாழ்க்கை செலவு, வட்டி விகிதங்கள், சேமிப்பு மற்றும் கடன் கிடைக்கும் தன்மை போன்ற முக்கிய பொருளாதார மாறுபாடுகளில் மாற்றங்கள் உடனடி தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன ஒரு நிறுவனத்தின் வேலை குறித்து.

நிலவும் பொருளாதார கொள்கைகள் மற்றும் சட்டங்கள்: வணிகச் சூழலை முறைப்படுத்த அரசாங்கங்கள் பல சட்டங்களை அங்கீகரிக்கின்றன. தொழில்துறை கொள்கைகள், உரிமக் கொள்கைகள், நாணயக் கொள்கைகள் மற்றும் இறக்குமதி-ஏற்றுமதி கொள்கைகள் போன்ற பொருளாதாரக் கொள்கைகள் தொழில் முனைவோர் நடவடிக்கைகளில் கணிசமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. நிறுவன சட்டம், வங்கி சட்டம், அந்நிய செலாவணி சட்டம் மற்றும் தொழில் தொடர்பான பிற சட்டங்களும் வணிகச் சூழலை பாதிக்கின்றன. ஆக்கபூர்வமான பொருளாதாரக் கொள்கைகள் மற்றும் சட்டங்கள் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை ஆதரிக்கின்றன.

நிதி வளங்கள்: உற்பத்தியின் கூடுதல் காரணிகளை ஒன்றிணைக்க போதுமான நிதி தேவை. இது புதுமைகளையும் புதிய விஷயங்களை நிறுவுவதையும் ஊக்குவிக்கிறது. தொழில்துறை நடவடிக்கைகளுக்கு கட்டாய மூலதனம் இல்லாதது தாமதமாகலாம் மற்றும் தொழில்முனைவோரை ஊக்கப்படுத்தலாம்.

மனித மூலதனத்தின் உருவாக்கம்: மனித மூலதனத்தை உருவாக்குவது என்பது அறிவு, பணி திறன் மற்றும் உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில் தொடர்புடைய அனைத்து தனிநபர்களின் திறன்களையும் மேம்படுத்தும் செயல்முறையாகும். கல்வியின் ஸ்டம்ப்பைல், அறிவுமற்றும் உழைப்பின் திறன் தொழில்முனைவோரின் பாதகமான பொருள்மயமாக்கலைத் தடுக்கக்கூடும்.

உற்பத்தி வளங்கள்: மூலப்பொருள், இயந்திரங்கள் மற்றும் உபகரணங்கள் மற்றும் சக்தி தொழில்நுட்ப உழைப்பு போன்ற பல்வேறு உற்பத்தி வளங்களை கொண்டு வருவது ஒரு நிறுவனத்தின் வளர்ச்சியை

பாதிக்கிறது மற்றும் ஆபத்து எடுப்பவர்கள். தொழிலாளர் எதிர்பார்ப்புகள், இருக்கும் ஊதிய விகிதங்கள், உற்பத்தித்திறன் மற்றும் தொழிலாளர் சங்க நடவடிக்கைகள் போன்ற பிற மாறுபாடுகளும் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை பாதிக்கின்றன.

சந்தை, விலைகள் மற்றும் போட்டி: நவீன போட்டி சூழலில், ஒவ்வொரு தொழில்முனைவோருக்கும் சந்தை மற்றும் அதன் ஏராளமான சந்தைப்படுத்தல் நுட்பங்கள், சந்தையின் அளவு மற்றும் கலவை மற்றும் பொருட்களின் விலை வரம்பு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் புதுப்பித்த அறிவு இருக்க வேண்டும். போட்டியிடும் நிறுவனங்களின் இடம் நிச்சயமாக தொழில்முனைவோரின் இருப்பு மற்றும் வளர்ச்சியை பாதிக்கிறது.

2. சமூகசுற்றுச்சூழல்

சமூக சூழல் ஒரு உறுதியான விளைவைக் கொண்டுள்ளதுதொழில் முனைவோர் நடத்தை, தொழில் முனைவோர் ஏற்றம் பங்களிப்பு. சமூக சூழலில் மக்களின் மதிப்புகள், அணுகுமுறைகள், இலட்சியங்கள், பழக்கவழக்கங்கள், மதம் மற்றும் நடத்தை ஆகியவை அடங்கும். பணக்கார மற்றும் வளரும் சமூகச் சூழல் தொழில்முனைவோரின் முன்னேற்றத்தை ஊக்குவிக்கிறது, அதே நேரத்தில் பாரம்பரிய மற்றும் மரபுவழி சமூக சூழல் தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டுக்குள்ளேயே இடையூறு செய்கிறது. தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சியில் சமூக சூழலின் தாக்கம் பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்:

சுங்க மற்றும் மத மரபுகள்: சுங்க, ஆன்மீக நம்பிக்கைகள், மதம் மற்றும் சித்தாந்தங்கள் தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சியை பாதிக்கின்றன. சில மத மரபுகள் அல்லது நம்பிக்கைகள் தொழில்முனைவோருக்கு உகந்ததாக இருக்காது, அதே சமயம் சிலர் அத்தகைய வாய்ப்புகளைத் தடுக்கலாம். மக்கள் தயக்கம் காட்டுவது கடினம் அல்லது புதியது. அவர்கள் நிகழ்காலத்தில் மகிழ்ச்சியாக இருக்கிறார்கள்.

குடும்ப பின்னணி: குடும்பச் சூழல் தொழில்முனைவோரையும் பாதிக்கிறது. கூட்டு குடும்பங்கள் முதலீடுகளைச் செய்ய குடும்ப ஆதாரங்களை வழங்கலாம் மற்றும் அவர்களது குடும்பத்திற்கு சொந்தமான வணிக நிறுவனத்தை பெருக்கலாம். விவேகம் ஒரு தொழில்முறை, தொழில்முனைவோர் அல்லது தொழிலதிபர் என்றால், சில உள்ளார்ந்த மனநிலையின் காரணமாக மகன் / மகள் ஒரே வரிசையில் நுழைவதற்கான வாய்ப்புகள் அதிகம். உறவினர்களின் வட்டத்தின் தொழில் மற்றும் சமூக பிரபலத்தின் உதவியுடன் தொழில்முனைவோரின் இயக்கம் நிச்சயமாக ஈர்க்கப்படுகிறது. உதாரணமாக, ஒரு சுகாதார பயிற்சியாளராக இருக்கும் ஒரு தந்தை / தாய் எப்போதுமே தங்கள் மகன் / மகள் மருத்துவ மருத்துவராக வளர விரும்பலாம்.

நிலையை மேம்படுத்துவதற்கும் பாதுகாப்பதற்கும் ஆசை: வளர்ச்சியின் புகழ் மற்றும் புகழ், மனிதர்கள் பொறுப்புடன் நடந்து கொள்ள தூண்டுகிறது. மனிதர்கள் தங்கள் செயல்பாட்டை நிலைநிறுத்துவதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் மிகவும் கடினமாக உழைக்கிறார்கள், மேலும் இது தொழில் முனைவோர் விரிவாக்கத்திற்கு பங்களிக்கிறது.

சமூக இயக்கம் மற்றும் சமூக விளிம்புநிலை: அதிகப்படியான இயக்கம் தொழில்முனைவோரின் பொருள்மயமாக்கலுக்கு கடத்தும். சமூக விளிம்புநிலை தொழில்முனைவோர் மீது குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது.

மதிப்புகள்: மதிப்புகள் என்பது அடிப்படை மற்றும் அடிப்படை நம்பிக்கைகள், அவை அணுகுமுறைகள் அல்லது செயல்களை வழிநடத்தும் அல்லது ஊக்குவிக்கும். எங்களுக்கு எது முக்கியம் என்பதை தீர்மானிக்க அவர்கள் எங்களுக்கு உதவுகிறார்கள். தொழில்முனைவோர் தங்கள் வணிக நிறுவனங்களை வடிவமைத்து அவர்களின் வணிகத் திட்டங்களை செயல்படுத்தும் அணுகுமுறைகளில் மதிப்புகளின் தாக்கம் அங்கீகரிக்கப்படுகிறது.

மாற்றங்கள் மற்றும் இடர் எடுப்பதற்கான அணுகுமுறை: அபாயங்கள் மற்றும் மாற்றங்களைக் கையாள்வதில் தொழில்முனைவோரின் அணுகுமுறை தொழில் முனைவோர் முயற்சியையும் பாதிக்கிறது. இன்று நிலவும் போட்டி வணிகச் சூழலில், ஆபத்துக்குத் தயாராக இருப்பவர்கள் தங்களைத் தலைவர்களாக நிலைநிறுத்துகிறார்கள், மற்றவர்கள் இடதுகிறார்கள்பின்னால்.

பணி நெறிமுறைகள்: பணி நெறிமுறைகள் முக்கியத்துவத்தை மையமாகக் கொண்ட மதிப்புகளின் தொகுப்பைக் குறிக்கின்றனவேலை மற்றும் உறுதியுடன் அல்லது கடினமாக உழைக்க விரும்புவதன் மூலம் வெளிப்படுகிறது. ஐப்பானியர்கள் தீவிரமான பணி நெறிமுறைகளை நோக்கிய அர்ப்பணிப்புக்காக அறியப்படுகிறார்கள்.

கல்வி மற்றும் தொழில்நுட்ப அறிவு எப்படி: பயிற்சி, தொழில் முனைவோர் மற்றும் முன்னேற்றம் ஆகியவை ஒன்றோடொன்று இணைக்கப்பட்டுள்ளன. தொழில்முனைவோரின் மாறுபட்ட மதிப்பை உள்ளடக்கிய மனிதர்களின் வளத்தை வளர்ப்பதற்கான சிறந்த வழி பள்ளிப்படிப்பு. உயர் மட்ட பயிற்சி கூடுதலாக தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் தொழில் முனைவோர் திறமையை மிகவும் வெற்றிகரமாகவும் திறமையாகவும் செயல்படுத்த உதவுகிறது.

இதன் விளைவாக, ஒரு தொழில்முனைவோர் சமூக பொருள்கள், மதிப்புகள், நாட்டங்கள் மற்றும் நலன்களைப் பற்றி சிந்திக்காமல் வெற்றிபெறத் தவறிவிடுவார். சமூக விழிப்புணர்வு இந்த வகை நிறுவன வணிக நிறுவனத்தின் ஐகாணை அதிகரிக்கிறது.

தொழில்முனைவோரின் அரசியல் தாக்கம்

நவீன சமுதாயத்தில், அதிகாரமும் அதிகாரமும் எவ்வாறு விநியோகிக்கப்படுகின்றன மற்றும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன என்பதில் நேரடி தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் நடத்தை மற்றும் அமைப்புகள் என அரசியலை வரையறுக்கலாம். ஒரு வணிகக் கண்ணோட்டத்தில், இந்த சூழ்ச்சிகளில் மாற்றமானது ஒரு நிறுவனத்தின் அளவு அல்லது வரம்பைப் பொருட்படுத்தாமல் பல்வேறு வழிகளில் ஒரு கிஸ்மெட்டைப் பற்றி கவலைப்படலாம். அரசியல் சிற்றலைகளை உருவாக்கக்கூடிய பொதுவான வழிகள் இங்கே:

1. வரிவிதிப்பு

மிகவும் கவனிக்கத்தக்கதுவிளைவு உங்கள் வணிகத்தை பாதிக்கும் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளில் மாற்றியமைக்கும் வடிவத்தில் உள்ளது. வரிகள், குறிப்பாக, உங்கள் மேல்நிலை மற்றும் இலாப வரம்புகளில் மகத்தான விளைவுகளை ஏற்படுத்தும். பெரும்பாலான ஜனநாயக நாடுகளில், அரசாங்கத்தின் மாற்றங்கள் நிச்சயமாக வரிவிதிப்பு தொடர்பாக குறிப்பிடத்தக்க ஒழுங்குமுறை மாற்றங்களை அறிமுகப்படுத்துகின்றன, இந்த மாற்றங்கள் பெரும்பாலும் அதிகாரத்தில் இருக்கும் கட்சியின் அரசியல் சித்தாந்தங்களைக் குறிக்கின்றன. உதாரணமாக, அமெரிக்காவில் குடியரசுக் கட்சியும், இங்கிலாந்தில் உள்ள கன்சர்வேடிவ் கட்சியும் வணிக வளர்ச்சியை ஆதரிப்பதில் ஒரு முன்முயற்சியாக வரிக் குறைப்புகளை ஆதரிக்கும் கட்சிகளின் தெளிவான எடுத்துக்காட்டு. அமெரிக்காவில் டொனால்ட் ட்ரம்பின் தேர்தல் வாழ்க்கை வரலாற்றில் மிகப் பெரிய வரிக் குறைப்புகளில் சிலவற்றை ஏற்படுத்தியுள்ளது, இது நிச்சயமாக அந்த பிராந்தியத்தில் உள்ள நிறுவனங்களுக்கு மகத்தான செய்தியாகும்.

எனினும், இது நிச்சயமாக இரு வழிகளிலும் செயல்படுகிறது. ஆளும் கட்சிகள் அதிக கார்ப்பரேட் வரி விகிதங்களை அமல்படுத்திய மற்றும் சிறு வணிக உரிமையாளர்களுக்கு சிறிய ஊக்கத்தொகையை வழங்கிய ஒரு பிராந்தியத்தில் நீங்கள் தங்கியிருந்தால், உங்கள் நிறுவனத்தை நகர்த்துவது குறித்து நீங்கள் பரிசீலிக்க விரும்பலாம்வேறு இடங்களில்.

2. ஒழுங்குமுறைகள் மற்றும் இணக்கம்

வரிகளைத் தவிர, பிற தொடர்பான சட்டங்களை மாற்றவும் அரசாங்கங்களுக்கு அதிகாரம் உண்டுசுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மை, சமூக பொறுப்பு மற்றும் தொழிலாளர் சட்டங்கள் போன்ற வணிக நடவடிக்கைகளின் அம்சங்கள். இணக்க விதிமுறைகளின் அதிகரிப்பு நிச்சயமாக வணிகத்தின் ஒட்டுமொத்த எளிமையை பாதிக்கும். ஂுளுவுடுங் கட்டமைப்பு என அழைக்கப்படும் மற்ற பிரிவுகளில் வளரும் இடையூறுகளுக்கு பதிலளிக்கும் விதமாக அரசாங்கங்கள் பெரும்பாலும்

குறிப்பு

இந்த மாற்றங்களைத் தொடங்குகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, புவி வெப்பமடைதல் சமீபத்திய ஆண்டுகளில் ஒரு முதன்மை சமூக மற்றும் அரசியல் தலைப்பாக மாறியுள்ளது. உலகெங்கிலும் உள்ள அரசாங்கங்கள் கடுமையான உமிழ்வுத் தரங்களை விதிக்கின்றன, அவை வழிகாட்டுதல்கள் தங்கள் வாகனங்களை வடிவமைத்து உற்பத்தி செய்கின்றன. இதையொட்டி, விநியோகச் சங்கிலிகள் மற்றும் பிற துணை வணிகங்களிலும் மோதல் ஏற்படலாம். வணிகக் கண்ணோட்டத்தில் இன்னும் பொருத்தமானது இணக்கம் தொடர்பான மாற்றங்கள், குறிப்பாக நிதி அறிக்கை மற்றும் தணிக்கை தொடர்பாக. 2008 ஆம் ஆண்டு நிதி நெருக்கடிக்கு விடையிறுக்கும் வகையில் 2010 இல் பராக் ஒபாமாவால் அமெரிக்காவில் நிறைவேற்றப்பட்ட டாட்-பிராங்க் வோல் ஸ்ட்ரீட் சீர்திருத்தம் மற்றும் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் இதற்கு ஒரு சிறந்த எடுத்துக்காட்டு. நிதி ஸ்திரத்தன்மையைப் பாதுகாப்பதற்காக பொறுப்பற்ற முறையில் வடிவமைக்கப்பட்ட இது விமர்சகர்களால் குறிவைக்கப்பட்டது, இது அமெரிக்க நிறுவனங்களை குறைந்த போட்டிக்கு உட்படுத்தும் என்று எதிர்பார்த்தது. அதைத் தொடர்ந்து, 2018 ஆம் ஆண்டில் டிரம்ப் நிர்வாகத்தால் அது ரத்து செய்யப்பட்டது, அன்றைய அரசியல் விருப்பம் அன்றாட வணிக நடவடிக்கைகளை ஒரு வழியில் அல்லது வேறு வழியில் கடுமையாக பாதிக்கும் என்பதை நிரூபிக்கிறது.

3. அரசியல் காலநிலை

வரிவிதிப்பு மற்றும் சட்டங்களில் மாற்றங்கள் ஒரு நம்பிக்கையான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தக்கூடும் என்றாலும், ஒட்டுமொத்த அரசியல் சூழலில் வேறுபாடுகள் பொதுவாக அவநம்பிக்கையானவை. அரசியல் மறுசீரமைப்பைத் துடைப்பது வணிகங்களுக்கு கவலை அளிக்கும்பல்வேறு வழிகளில், குறிப்பாக கணிசமான சமூக கொந்தளிப்பை அனுபவிக்கும் பகுதிகளில்.

இதற்கு முக்கிய உதாரணம் இன்றைய வெனிசுலாவாக இருக்கும். ஆளும் ஆட்சி மீதான கோபத்தின் விளைவாக, நாடு விரிவான உள்நாட்டு அமைதியின்மையை எதிர்கொள்கிறது; பொருளாதாரம் வீழ்ச்சியடைந்துள்ளது, இதுவரை வளர்ந்து வரும் வணிகங்கள் அத்தகைய சூழ்நிலையில் உயிருடன் இருக்க முடியாது. ஆப்கானிஸ்தான், யேமன், ஹைட்டி மற்றும் பல ஆபிரிக்க நாடுகள் போன்ற பிற பகுதிகளிலும் இதேபோன்ற கதைகள் விளையாடுவதைக் காணலாம், அங்கு தொடர்ச்சியான அரசியல் பேரழிவு, வன்முறை மற்றும் பொதுவான நிலையற்ற தன்மை ஆகியவை வணிகங்கள் செழித்து வளரவும், முதலீடு செய்யவும் கிட்டத்தட்ட சாத்தியமற்றதாகிவிட்டன.

அரசியல் சூழல் ஏன் மிகவும் சவாலானது?

அரசியல் காரணிகளுடனான பிரதான பிரச்சினை என்னவென்றால், அவை பெரும்பாலும் மனக்கிளர்ச்சிக்குரியவை. உதாரணமாக ப்ரெக்ஸிட்டை எடுத்துக் கொள்ளுங்கள். அப்போதைய-இங்கிலாந்து பிரதமர் டேவிட்

கேமரூன் ஒரு ஐரோப்பிய ஒன்றிய உறுப்பினர் வாக்கெடுப்பை ஒரு ஆதாரமாக அறிவித்தபோது அவரது கட்சிக்குள்ளான யூரோசெப்டிக்ஸ், ஒரு புருவத்தை உயர்த்தவில்லை. எவ்வாறாயினும், வாக்களிப்பதற்கான வாக்களிப்பு முதல், பிரிட்டிஷ் மற்றும் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட நிறுவனங்களுக்கு அடுத்தடுத்த சந்தேகத்திற்கு இடமில்லை. அரசியல் உறுதியற்ற தன்மை நிறுவனங்களின் திறனை வெற்றிகரமாக பாதிக்கிறது என்று வணிக அமைப்புகளிடமிருந்து தொடர்ச்சியான எச்சரிக்கைகள் இருந்தபோதிலும், வணிக உரிமையாளர்கள் தற்செயலான திட்டங்களை பெரிய செலவில் செய்ய நிர்ப்பந்திக்கப்படுகிறார்கள். நீங்கள் வணிக உரிமையாளராக இருக்கும்போது, இந்த சூழ்நிலைகள் குறிப்பாக எரிச்சலூட்டும். நீங்கள் எதிர்வினையாற்றுவதை விட, செயலில் இருக்க வேண்டும் என்று எதிர்பார்க்கும்போது, தெரியாதவற்றுக்கு நீங்கள் போதுமான அளவு ஏற்பாடு செய்ய முடியாது.

வணிகத்தில் அரசியலின் உள்நாட்டு என சர்வதேச தாக்கங்கள்

நவீன வணிகத்தின் உலகளாவிய சூழல் மற்றொரு சவால். ஞானுக்கள் கூட உலகளாவிய விநியோகச் சங்கிலிகளைக் கொண்ட ஒரு ஒன்றோடொன்று இணைந்த உலகில் நாங்கள் வாழ்கிறோம்; உள்நாட்டு அரசியலில் மாற்றத்துடன் வணிக உரிமையாளர்கள் மட்டுமே போட்டியிட வேண்டிய நாட்கள் போய்விட்டன. ஒரு போர் அல்லது எண்ணெய் நெருக்கடி நிகழ்ச்சி நிரலில் இல்லாவிட்டால், சர்வதேச கருத்து வேறுபாடுகள் சிறு வணிகங்களில் ஒப்பீட்டளவில் சிறிய தாக்கத்தை ஏற்படுத்தின, குறிப்பாக தற்போதைய நாளோடு ஒப்பிடும்போது. எவ்வாறாயினும், இப்போது சர்வதேச சங்கங்களில் நிலவும் மாற்றங்களால் பாதிக்கப்படுவது பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் மட்டுமல்ல. இத்தகைய நகர்வுகள் இல்லாவிடின் வணிகத்திற்கு வரும்போது - துறை அல்லது அளவைப் பொருட்படுத்தாமல் - சீனாவிற்கும் அமெரிக்காவிற்கும் இடையிலான காளான் வர்த்தக யுத்தத்துடன் ஒரு சந்தர்ப்பம். இந்த இரண்டு வல்லரசுகளுக்கிடையிலான அடிமட்ட வணிக மற்றும் வர்த்தக உறவுகளைப் பொறுத்தவரை, விவசாயம், சில்லறை விற்பனை மற்றும் தொழில்நுட்பம் உள்ளிட்ட பல்வேறு துறைகள் பாதிக்கப்படுகின்றன. ஆப்பிள் மற்றும் ஹவாய் போன்ற பன்னாட்டு நிறுவனங்களும் இதில் மிக உயர்ந்த இறப்புகளாக இருக்கலாம், ஆனால் சீனாவில் சப்ளைசெயின்களைக் கொண்ட எண்ணற்ற சிறிய நிறுவனங்களும் சுளுக்கு உணர்கின்றன. தொழில்முனைவோர் தங்கள் வணிக மாதிரியை மறுவடிவமைக்க அல்லது வர்த்தகத்தை நிறுத்த சர்வதேச அரசியலுக்கு எவ்வாறு தேவை என்பதை இது எடுத்துக்காட்டுகிறது.

நிறுவனங்கள் ஏன் முழு சக்தியற்றவை அல்ல

இது எல்லா பேரழிவுகளும் இருளும் அல்ல. தொழில்முனைவோர் மற்றும் வணிகர்கள் முற்றிலும் சக்தியற்றவர்கள் அல்ல, குறிப்பாக சமகால ஜனநாயக நாடுகளில். அழுத்தம் குழுக்கள் மற்றும் பரப்புரை என்பது அரசியல் மற்றும் வணிகத்திற்கு இடையிலான கருத்துக்களைக் கொண்ட ஜனநாயகக் கட்சிகளின் இரண்டு நடத்தைகள். அரசியல் கட்சிகளுக்கு பல்வேறு வகையான பங்களிப்புகளின் வடிவத்தில் வணிகங்களின் குறிப்பாக செல்வாக்குமிக்க நிறுவனங்களின் ஆதரவு தேவை. இந்தியாவின் வளர்ந்து வரும் சில்லறைத் துறை இதற்கு சிறந்த உதாரணம். அமேசான் போன்ற முன்னணி ஆன்லைன் பிராண்டுகளின் தற்போதைய வருகையுடன், நாட்டில் சிறிய அளவிலான சில்லறை நிறுவனங்களுக்கு சாதகமாக சாதகமற்ற விளைவு ஏற்பட்டுள்ளது. எவ்வாறாயினும், நம்பகமான ஆதரவாளராக தங்கள் இருப்பை ஒழுங்கமைத்து நிறுவுவதன் மூலம், இந்த வர்த்தகர்கள் அரசாங்கத்தை அதன் ஈ-காமர்ஸ் கொள்கையில் முக்கிய மாற்றங்களைச் செய்ய அரசாங்கத்தை பாதிக்க முடிந்தது, மாபெரும் வீரர்களை வெற்றிகரமாக வளர்த்துக் கொண்டனர். வியாபாரத்தில் எண்களில் எப்போதும் பாதுகாப்பு இருக்கிறது; எனவே,

இறுதியில், ஒரு வணிக உரிமையாளராக, அரசியல் சூழல் என்பது நீங்கள் சமாளிக்கப் போகும் பல மாற்ற காரணிகளில் ஒன்றாகும். இந்த சூழலில் உங்கள் நிறுவனத்தை துன்பங்களுக்கு எதிராக முழுமையாக காப்பீடு செய்ய வழி இல்லை.

தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் சமூக மற்றும் கலாச்சார காரணிகள்

வணிகத்தை பாதிக்கும் சமூக மற்றும் கலாச்சார அம்சங்களில் நம்பிக்கை அமைப்புகள் மற்றும் நடைமுறைகள், ஒரு நாட்டில் உள்ள அனைத்து நபர்களின் பழக்கவழக்கங்கள், மரபுகள் மற்றும் நடத்தைகள், பேஷன் போக்குகள் மற்றும் நடவடிக்கைகள் மற்றும் முடிவுகளை பாதிக்கும் சந்தை நடவடிக்கைகள் ஆகியவை அடங்கும். சமூக-கலாச்சார கண்ணோட்டம் என்பது சந்தைப்படுத்தல் மேலாளர்களின் முடிவையும் புதிய வெளிநாட்டு சந்தைகளில் நுழையும் நிறுவனங்களின் தந்திரோபாய நோக்கங்களையும் பாதிக்கும் மிக முக்கியமான காரணியாகும். ஒரு வணிகத்தை பாதிக்கும் மற்றும் பாதிக்கும் சட்ட காரணிகளும் நிறுவனங்களை பாதிக்கக்கூடிய முக்கிய சமூக-கலாச்சார காரணிகளில் ஒன்றாக கருதப்பட வேண்டும் என்பதையும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். மூலோபாய பகுப்பாய்வின் போது இந்த அம்சத்தை சரியான முறையில் அடையாளம் காண்பது (PEST பகுப்பாய்வு, STEEP பகுப்பாய்வு, SWOT பகுப்பாய்வு, TOWS பகுப்பாய்வு) நிறுவனத்தை சமூகத்துடன் சிறந்த மூலோபாய சீரமைப்புக்கு வழிவகுக்கும் (சர்வதேச வளர்ச்சியின் போது).

வணிகத்தை பாதிக்கும் சில சமூக காரணிகள் கீழே விவாதிக்கப்பட்டுள்ளன:

1. சமூக வகுப்புகள் மற்றும் சமூகத்தில் அவற்றின் செல்வாக்கு;
2. சராசரி செலவழிப்பு வருமான நிலை;
3. மக்களின் செல்வம்;
4. பொருளாதார ஏற்றத்தாழ்வுகள்;
5. கல்வி;
6. கல்விக்கான அணுகல் (இலவசம், ஊதியம்);
7. சுகாதார பராமரிப்புக்கான நிலை மற்றும் அணுகல்;
8. ஆரோக்கியம்சமூகத்தில் நனவு (புகைத்தல், குடிப்பழக்கம், போதைப்பொருள் பயன்பாடு பாதுகாப்பான வாகனம் ஓட்டுதல்);
9. வாங்கும் பழக்கம் மற்றும் நுகர்வோர் விருப்பத்தேர்வுகள்;
10. சராசரி ஓய்வூதிய வயது (ஆண்கள் மற்றும் பெண்களுக்கு);
11. ஆளுமை சராசரி நுகர்வோர்;
12. சமுதாயத்தில் நிறுவனத்தின் நற்பெயர்;
13. சமுதாயத்திற்குள் மோதல்கள்;
14. செல்வாக்கு செலுத்துதல்;
15. சமூக அமைப்புகள் (சமூகங்கள், சமூக குழுக்கள், கும்பல்கள், தற்காலிக கூட்டங்கள்); மற்றும்
16. சமுதாயத்தில் ஆதிக்கம் செலுத்தும் நிச்சயமற்ற தன்மை.

கலாச்சார தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் காரணிகள்

தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் கலாச்சார காரணிகள் பின்வருமாறு:

- பேஷன் போக்குகள்;
- வாழ்க்கை;
- பாரம்பரிய ஊடகங்கள் (பத்திரிகை, தொலைக்காட்சி, வானொலி) எதிராக சமூக ஊடக செல்வாக்கு (பிளாக்கிங்);
- சமூக குழுக்களில் ஆதிக்கம் செலுத்தும் தொழில்நுட்பம்;
- கலாச்சார நிகழ்வுகளில் பங்கேற்பு;
- டிக்கெட்டுகளுக்கு பணம் செலுத்த விருப்பம்;
- பிரபல நடிகர்களின் பாணியின் வடிவமைப்பு வடிவங்கள் போன்றவை;
- படைப்பாற்றல்;
- உலகளாவிய இறக்குமதி கலாச்சாரத்திற்கு எதிராக உள்ளூர் (நாட்டுப்புற) கலைஞர்களின் உறவினர் மக்கள் தொகை; மற்றும்
- கலாச்சாரத்தின் பல்வேறு தீர்மானிப்பவர்கள்.

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

Self-Instructional
Material

குறிப்பு

சமூக-கலாச்சார காரணிகள் மற்றும் புள்ளிவிவரங்கள்

பின்வரும் சமூக-கலாச்சார காரணிகள் தொழில் முனைவோர் மீது குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன:

- மக்கள் தொகை வளர்ச்சி விகிதம்;
- பிறப்பு கட்டுப்பாடு விதிமுறைகள் மற்றும் சலுகைகள்;
- வயது விநியோகம்;
- ஆயுட்காலம் வீதம்;
- பாலின விகிதம்;
- சராசரி குடும்ப அளவு மற்றும் குடும்ப அமைப்பு;
- சமூகத்தில் சிறுபான்மையினரின் உறவினர் செல்வாக்கு;
- குடிவரவு வீதம்;
- குடியேற்ற வீதம்; மற்றும்
- சமூக பன்முகத்தன்மை (வருமானம், கல்வி, இனம், பாலினம்).

சமுதாயத்திற்குள் நம்பிக்கைகள் மற்றும் மதிப்பு அமைப்புகள்

ஒரு சமூகத்தின் நம்பிக்கைகள் மற்றும் மதிப்பு அமைப்புகள் ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சியை பாதிப்பதில் குறிப்பிடத்தக்க மதிப்பைக் கொண்டுள்ளன. இந்த காரணிகளில் சில பின்வருமாறு:

- பெரும்பான்மை மற்றும் சிறுபான்மை மதங்கள்;
- சமூக நடத்தைகளில் மதத் தலைவர்களின் செல்வாக்கு;
- சமுதாயத்தில் பிணைப்பு ∴ பிளவுபடுத்தும் காரணியாக மதத்தின் பங்கு;
- சமுதாயத்தில் ஆதிக்க நம்பிக்கைகள்;
- மதத்துடன் இணைந்த உணவுப் பழக்கம்;
- மூடநம்பிக்கைகளில் நம்பிக்கை (வெள்ளிக்கிழமை 13, கட்டிடங்களில் 13 வது மாடி) மற்றும் கட்டுக்கதைகள்;
- மதம் தொடர்பாக அறிவியலின் பங்கு; மற்றும்
- விடுமுறை நாட்களில் மரபுகள்.

பொதுவான அணுகுமுறைகள் சமூகத்தில்

பின்வருவனவற்றைப் பற்றிய அசோசியேட்டியின் அணுகுமுறை ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சியையும் பாதிக்கிறது:

- பணத்தை மிச்சப்படுத்துவது மற்றும் வங்கிகளில் முதலீடு செய்வது;
- சுற்றுச்சூழல் பொருட்கள் மறுசுழற்சி, புவி வெப்பமடைதல் போன்றவை;
- புதுப்பிக்கத்தக்க எரிசக்தி ஆதாரங்கள் (பச்சை பொருட்கள்);
- இறக்குமதி செய்யப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் மற்றும் வெளிநாட்டு முதலீடுகள்;

குறிப்பு

- தொழில் வளர்ச்சியின் சாத்தியம்;
- ஓய்வு மற்றும் ஓய்வு;
- கற்றல் மற்றும் சுய வளர்ச்சி;
- பாதுகாப்பு (பொலிஸ், இராணுவம் போன்றவை) மற்றும் தனியுரிமை;
- நெறிமுறை / நெறிமுறையற்ற நடத்தைகள் மற்றும் பெருநிறுவன சமூக பொறுப்பு; மற்றும்
- மேலாண்மை நடைமுறைகள் (பேச்சுவார்த்தை வணிக நடவடிக்கைகள்).

தகவல் புரட்சியுடன் இணைக்கப்பட்ட தொழில்நுட்ப காரணிகள்

தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் சில தொழில்நுட்ப காரணிகள் பின்வருமாறு:

- உண்மை தொடர்பு நெட்வொர்க்குகளின் விரைவான வளர்ச்சி;
- கணினி அமைப்புகளின் வளர்ந்து வரும் செயல்திறன் (செயலி வேகம், தரவுத்தளம் மற்றும்நினைவக திறன்);
- ஒரு நிறுவனம் மற்றும் அதன் போட்டியாளர்களைப் பற்றிய தகவல்களின் உலகளாவிய அணுகல்;
- டைனமிக் தகவல்தொடர்புக்கு துணைபுரியும் புதிய வலை 2.0 (மற்றும் புதிய) தொழில்நுட்பம்வாடிக்கையாளர்களுடன்;
- புதிய தகவல் தொழில்நுட்ப பாதுகாப்பு சவால்கள் (குறியாக்க சான்றிதழ்கள், எஸ்எஸ்எல், எச்.டி.டி.பி.எஸ்);
- இணைய உள்கட்டமைப்பு (.பைபர் ஒளியியல்,இணைய வேகம் கிடைக்கும், மொபைல் திறன்கள்);
- இணைய வங்கி மற்றும் ஷாப்பிங்;
- இணையம் வழியாக பொருள் அல்லாத பொருட்களின் விநியோகம்;
- சந்தைப்படுத்தல் மீது சமூக ஊடக செல்வாக்கு;
- எஸ்சிஓ நடவடிக்கைகள்;
- சிஆர்எம் அமைப்புகளின் திறன்கள்;
- ஐஎஸ்ஓ 27001 அடிப்படையிலான தகவல் அமைப்பு பாதுகாப்பு.

தொழில்நுட்ப செயல்முறைகளின் சட்டம்

- வாடிக்கையாளர் தனியுரிமை மற்றும் தரவு பாதுகாப்பு தொடர்பான தனியுரிமை சட்டங்கள்
- காப்புரிமை சட்டம் மற்றும் அறிவுசார் சொத்து சட்டம்
- சைபர் கிரைம் பாதுகாப்பு தரவு பாதுகாப்பு சைபர் பாதுகாப்பு சட்டங்கள்
- தொழில்நுட்ப ஆராய்ச்சிக்கு அரசு செலவு

குறிப்பு

- கல்வி மற்றும் உயர் திறமையானவர்களுக்கு பயிற்சி அளிப்பதில் அரசு நடவடிக்கைகள் பொறியாளர்கள் மற்றும் தொழில்நுட்ப பயனர்கள்
- தொழில்நுட்பங்களுக்கு உரிமம் வழங்குவதற்கான விதிமுறைகள்
- ஆன்லைன் பணம் பரிமாற்ற கடல்வழி கணக்குகள் மற்றும் வெளிநாட்டிலிருந்து போட்டி தொழில் நுட்பங்களுக்கு எதிரான பாதுகாப்பு தொடர்பான விதிமுறைகள்

உற்பத்தியில் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் அமைப்புகள் மற்றும் தளவாடங்கள்

இந்த பகுதிகளில் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்களிலிருந்து உற்பத்தி அமைப்புகள் மற்றும் தளவாடங்கள் கணிசமாக பெற்றுள்ளன. இந்த முன்னேற்றங்கள் வணிகங்களுக்கு புதிய சாத்தியங்களைத் திறந்துவிட்டன. சில முன்னேற்றங்கள் பின்வருமாறு:

- புதிய இயந்திரங்கள் மற்றும் சேவைகள்;
- உபகரணங்கள்;
- ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாடுமென்பொருள் (CAD / CAM மற்றும் CIM உருவகப்படுத்துதல் மென்பொருள்);
- சுற்றுச்சூழல் நட்பு தொழில்நுட்பங்கள் (குறைந்த ஆற்றல் கணக்கீடு மற்றும் குறைந்த கழிவு);
- கையேடு உழைப்புக்கான தேவை குறைக்கப்பட்டது (ஆட்டோமேஷன் மற்றும் ரோபோடிசேஷன்);
- வேலை மற்றும் துல்லியத்தின் சிறந்த உற்பத்தித்திறன் வேகம்;
- ஸ்மார்ட் தொழில்நுட்பங்கள் (இன்டர்நெட் ஆஃப் திங்ஸ்);
- விஞ்ஞான நிறுவனங்களுடன் ஒத்துழைப்பு, புதுமையான தயாரிப்பு மற்றும் தொழில்நுட்ப யோசனைகளை விரைவாக செயல்படுத்த அனுமதிக்கிறது; மற்றும் தொழிலாளர்களுக்கு சுகாதார கேடுகளை குறைத்தல்.

தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் தொழில்களில் பல மாற்றங்களைக் கொண்டு வந்திருந்தாலும் கவனிக்க வேண்டியது அவசியம்; இருப்பினும், இந்த முன்னேற்றங்களும் அவற்றின் நியாயமான பங்கைக் கொண்டுள்ளன சவால்கள். தொழில்நுட்பத்தின் குறுகிய வாழ்க்கைச் சுழற்சிகள் இயந்திரங்களைப் புதுப்பிப்பதற்கான செலவை அதிகரிக்கின்றன, மேலும் புதிய தலைமுறை உபகரணங்கள் பழையவற்றுடன் பொருந்தாது, இது உதிரி பாகங்கள் இல்லாததால் அதிக சேவைச் செலவுகளுக்கு வழிவகுக்கும்.

வணிக செயல்முறை நிர்வாகத்தில் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள்

தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் வணிக செயல்முறைகள் மற்றும் செயல்பாடுகளை மாற்றியுள்ளன; சிலகுறிப்பிடத்தக்க முன்னேற்றங்களில் பின்வருவன அடங்கும்:

- வணிக செயல்முறை மாதிரி மற்றும் குறியீட்டு (பிபிஎம்என்) மென்பொருள்; பணி-பாய்வு மென்பொருள் (சிக்கலான வணிக செயல்முறைகளின் உருவகப்படுத்துதல் மற்றும் தேர்வுமுறை), செயல்பாட்டு சிக்கல்களைக் குறைக்க அனுமதிக்கிறது;
- எம்ஆர்பி, ஈஆர்பி மற்றும் பிற வகையான ஒருங்கிணைந்த தகவல் தொழில்நுட்ப அமைப்புகள்;
- தொழில்நுட்ப திறன்கள் தளவாட நெட்வொர்க், பிற நாடுகளுக்கு உற்பத்தியை அவுட்சோர்சிங் செய்ய உதவுகிறது;
- தயாரிப்பாளர்கள் மற்றும் சப்ளையர்களின் விநியோக சங்கிலி திறன்கள், சிக்கலான செயல்முறைகள் மற்றும் விரைவான விநியோக வேகங்களை எளிதாக ஒருங்கிணைக்க அனுமதிக்கிறது;
- புதிய போக்குவரத்து வழிகள் மற்றும் வழிமுறைகள் (போக்குவரத்தின் சிறந்த தரம் மற்றும் செலவு திறன்);
- ஐடி ஆதரவு அறிவில் நிறுவன அறிவைத் தக்கவைத்துக்கொள்ள வாய்ப்புதளங்கள்; மற்றும்
- நிறுவன வளர்ச்சியின் பகுதியில் பயன்படுத்தப்படும் தொழில்நுட்ப சக்திகள்.

தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்களுடன் தொடர்புடைய சவால்கள்

தொழில்நுட்ப கண்டுபிடிப்பு வளர்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது மற்றும் தொழில் முனைவோர் மீது உறுதியான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. பின்வருபவை தொடர்புடைய சில சவால்கள்தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள்:

- பயன்படுத்தப்பட்ட தொழில்நுட்பத்தின் கார்பன் தடம்;
- தொழில்நுட்ப செயல்முறைகளுக்கான ஆற்றல் தேவைகள்;
- உமிழ்வு குறைப்புக்கான தொழில்நுட்பங்களின் கிடைக்கும் தன்மை (ரசாயனத்தால் நிரப்பப்பட்ட புகைசாம்பல் மற்றும் துகள்கள்);
- கழிவு மற்றும் கூறுகள் மறுசுழற்சி சாத்தியம்;
- சுரங்க மற்றும் பிற இயற்கை வளங்களை வாங்குவதற்கு பயன்படுத்தப்படும் தொழில்நுட்பம்;
- புதிய சுத்தமான தொழில்நுட்பங்களின் போட்டி நன்மை (வேறுபடுத்துவதற்கான வாய்ப்புபோட்டியாளர்களிடமிருந்து);

குறிப்பு

குறிப்பு

- சூழல் நட்பு தொழில்நுட்பங்களுக்கான மூலதன தேவைகள்;
- சுற்றுச்சூழல் அமைப்புகள் மற்றும் சுத்தமான தொழில்நுட்பங்களின் பகுதிகளில் அறிவியல் ஆராய்ச்சி;
- கழிவு பொருட்கள் மற்றும் அபாயகரமான பொருட்களைக் கையாள்வதற்கும் நகர்த்துவதற்கும் உபகரணங்கள்;மற்றும்
- உற்பத்தி செயல்முறைகளில் சுற்றுச்சூழல் இடர் மதிப்பீடு மற்றும் தடுப்பு.

வணிக தொடர்பாடல் பகுதியில் நெறிமுறை காரணி

பணியில் உள்ள நெறிமுறை நடத்தையை பாதிக்கும் சில காரணிகள் பின்வருமாறு:

- சரியான சந்தைப்படுத்தல் நுட்பங்கள், தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளைப் பற்றிய உண்மையைச் சொல்வது;
- நிறுவனத்தின் நோக்கம் குறித்து வாடிக்கையாளர்கள், ஊழியர்கள் மற்றும் கூட்டாளர்களுக்கு தெரிவித்தல்,அறிக்கை மற்றும் குறிக்கோள்கள்;
- ஊழியர்கள், வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் கூட்டாளர்களின் மத மற்றும் சமூக விழுமியங்களை மதித்தல்;
- நிறுவனத்தின் நிலைமை குறித்து பங்குதாரர்களுக்கு தெரிவிப்பதில் அலட்சியம், மற்றும்நிர்வாக நெறிமுறைகள்; மற்றும்
- உள் வர்த்தகம், இணைப்புகள், கையகப்படுத்துதல் மற்றும் முதலீடுகள் பற்றிய தகவல்களை மறைத்தல்.

சுற்றுச்சூழல் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகள்

ஒரு தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் சுற்றுச்சூழல் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகள் பின்வருமாறு:

- அரசாங்கத்தில் கொள்கைகள் மற்றும் கொள்கை வகுப்பாளர்கள் சுற்றுச்சூழலில் ஈடுபடுவதுபாதுகாப்பு;
- இயற்கை சூழலைப் பயன்படுத்துவதற்கான கட்டணம் மற்றும் அபராதம்;
- கழிவுகளை அகற்றுதல், மறுசுழற்சி செய்தல் மற்றும் சேமித்தல் ஆகியவற்றின் விதிமுறைகள்;
- கார்பன் மற்றும் நச்சு புகை உமிழ்வின் கட்டுப்பாடுகள்;
- அரசியல் பிரச்சாரங்களில் உறவினர் “இயற்கையின் மதிப்பு“;
- பிராந்தியத்தில் பெருகிய முறையில் கடுமையான சுற்றுச்சூழல் விதிமுறைகள்,மாநில மற்றும் சர்வதேச மட்டங்கள்;
- சுற்றுச்சூழல் விதிமுறைகளுக்கு இணங்காத செலவு;

குறிப்பு

- வணிகங்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு சுத்தமான தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளைப் பயன்படுத்துவதற்கான சலுகைகள்;
- வணிக நடவடிக்கைகளை கண்காணித்தல், அனுமதி வழங்குதல், குறைந்தபட்ச தரங்களை அமைத்தல் உள்ளிட்ட சுற்றுச்சூழலைப் பாதுகாப்பதற்கான அரசு நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகள்கழிவு மற்றும் அபாயகரமான பொருட்களைக் கையாள்வதற்கான ஏதேனும் காற்று உமிழ்வு மற்றும் நடைமுறைகள்; மற்றும்
- ஐஎஸ்ஓ 14000 போன்ற சுற்றுச்சூழல் தரங்களை செயல்படுத்துவதற்கான தேவைகள்.

சுத்தமான வணிகத்திற்கான சமூக அழுத்தம்

வணிகங்களில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் சில சுற்றுச்சூழல் காரணிகளின்வருமாறு:

- சுற்றுச்சூழல் குழுக்கள் மற்றும் அவற்றின் நடவடிக்கைகள்;
- சூழல் நட்பு தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளுக்கான அணுகுமுறைகள் (நுகர்வோர் விருப்பத்தேர்வுகள் மற்றும் அத்தகைய தயாரிப்புகளுக்கான தேவை);
- அப்படியே ஈரநில காடுகள், ஏரிகள் மற்றும் கடல்களில் சுற்றுலா மீதான அணுகுமுறைகள்;
- பங்குதாரர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களால் சுற்றுச்சூழல் பாதிப்புகளை அதிகரித்த ஆய்வு;
- சுற்றுச்சூழல் அமைப்பு தொடர்பாக மனித நல்வாழ்வு;
- மேலாளர்கள் மற்றும் நுகர்வோர் மத நம்பிக்கைகளின் மதிப்புகள் மற்றும் ஒழுக்கநெறி;
- பாதுகாப்பு மற்றும் செயல்திறன் மிக்க சுற்றுச்சூழல் நடவடிக்கைகளின் செலவுகள்;
- உலகளாவிய தகவல் தொழில்நுட்ப வலையமைப்பு காரணமாக பெருநிறுவன நடவடிக்கைகளின் வெளிப்படைத்தன்மை;
- அரசு சாரா நிறுவனங்களின் செல்வாக்கு (இதன் மூலம் மக்களை அணிதிரட்டுதல்சமூக வலைத்தளங்கள்);
- சுற்றுச்சூழல் காரணிகளைப் பயன்படுத்தி (மாசுபாடு, அணுக்கழிவுகள் போன்றவை) தீவிரவாதம் மற்றும் பயங்கரவாத தாக்குதல்களின் ஆபத்து அதிகரித்தது; மற்றும்
- சுற்றுச்சூழல் முடிவெடுப்பதில் சார்பு, ஆர்வம் மற்றும் உணர்ச்சிகளின் பங்கு.

இயற்கை சுற்றுச்சூழல் நிலைமைகள்

தொழில் முனைவோர் செயல்பாடு சில இயற்கை மற்றும் சுற்றுச்சூழலால் பாதிக்கப்படலாம் காரணிகள். இவற்றில் சில பின்வருமாறு:

- நீர் மற்றும் காற்று மாசுபாடு(உயர் தொழில்நுட்ப நிறுவனங்கள் மற்றும் உணவு உற்பத்தியில் உற்பத்தி செயல்முறைகளை பாதித்தல்);
- நுகர்வு அல்லது உற்பத்திக்கு பயன்படுத்தப்படும் நீரின் தரம்;
- சுகாதார பிரச்சினைகள் (மன மற்றும் உடல்) மாசுபடுதலில் பணியாளர்களின் மனச்சோர்வை ஏற்படுத்துகின்றன இடங்கள்;
- புதுப்பிக்கத்தக்க மற்றும் புதுப்பிக்க முடியாத வளங்களின் அளவு;
- சுற்றுச்சூழல் அமைப்புகளின் பல்லுயிர் மற்றும் அதன் பாதுகாப்பு;
- தாதுக்கள், எண்ணெய், எரிவாயு மற்றும் பிற இயற்கை வளங்களின் வைப்பு;
- சீரழிவு, மீன்வளம் மற்றும் பிற இயற்கை வளங்களை காடழித்தல் மற்றும் குறைத்தல்;
- மனித தாக்கத்தால் ஏற்படும் வெள்ளம், புயல்கள் மற்றும் பிற இயற்கை பேரழிவுகள் சுற்றுச்சூழல் அமைப்புகள் (புவி வெப்பமடைதல்);
- காலநிலை மாற்றம், வறட்சி மற்றும் உணவு பற்றாக்குறை சமூக அமைதியின்மை மற்றும் சர்வதேச மோதல்களுக்கு வழிவகுக்கிறது; மற்றும்
- வணிக செயல்முறைகளில் பயன்படுத்தப்படும் சுற்றுச்சூழல் சேவைகள்.

1.6. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. கார்ப்பரேட் உலகில் அதிக அபாயங்களை எடுத்துக்கொள்வதன் மூலம் லாபத்தைப் பெறுவதற்காக ஒரு வணிக முயற்சியை மேம்படுத்துதல் மற்றும் நிர்வகித்தல் என்ற கருத்தாக தொழில் முனைவோர் புரிந்து கொள்ள முடியும். இது ஒரு வணிக நிறுவனத்தை வளர்ப்பதற்கும், முறைப்படுத்துவதற்கும், நடத்துவதற்கும் உள்ள திறமை மற்றும் தயார்நிலை என வரையறுக்கப்படுகிறது, அதோடு லாபத்தை ஈட்ட அதன் பல இட ஒதுக்கீடுகளும் உள்ளன.

2. சிறு வணிக தொழில்முனைவு என்பது சிகை அலங்கார நிபுணர், மளிகைக் கடை, ஆலோசகர், பிளம்பர், தச்சு, எலக்ட்ரிக்கல் மெக்கானிக் போன்ற சிறு வணிகங்களைக் குறிக்கிறது. இந்த தொழில்முனைவோர்

தங்கள் நிறுவனங்களை சொந்தமாக வைத்து நடத்துகிறார்கள், மேலும் அவர்களது குடும்பத்தையும் உள்ளடக்கியது உறுப்பினர்கள் அல்லது உள்ளூர் ஊழியர்கள்.

3. தொழில்முனைவோரின் இரண்டு பண்புகள் பின்வருமாறு:

(i) புதுமையான நிலைமனதில்: தொழில்முனைவோர் புதிய யோசனைகளை உருவாக்க மிகப்பெரிய புதுமையாக இருக்க வேண்டும், ஒரு நிறுவனத்தைக் கண்டறிந்து அதில் இருந்து லாபத்தை ஈட்ட வேண்டும்.

(ii) திறந்த மனப்பான்மை: ஒரு நிறுவனத்தில், ஒவ்வொரு நிபந்தனையும் அல்லது சூழ்நிலையும் முடியும் நிறுவனத்திற்கு லாபத்தை ஈட்ட பயன்படும் ஒரு உதாரணம் அல்லது வாய்ப்பாக இருங்கள்.

4. தொழில்முனைவோர் நடவடிக்கை என்பது சமூக-பொருளாதார, உளவியல் மற்றும் துணை அம்சங்களின் பன்முக மற்றும் மாறுபட்ட ஒருங்கிணைப்பைப் பொறுத்தது. பொருளாதார நிலைமைகள், பொருளாதார அமைப்பு மற்றும் பொருளாதாரத்தின் கட்டமைப்பு போன்ற பிற காரணிகளும் தொழில்முனைவோரின் செயல்களை பாதிக்கின்றன. சமூக சூழல் மதிப்புகள், மதம், பழக்கவழக்கங்கள், அணுகுமுறை, கல்வி மற்றும் லட்சியங்களை உள்ளடக்கியது, மேலும் இது நிச்சயமாக தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை பாதிக்கிறது.

5. ஒரு நாட்டின் பொருளாதார நிலை (வளர்ந்த, வளரும் அல்லது வளர்ச்சியடையாத) தொழில்முனைவோரின் தன்மையிலும் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. வளர்ந்த பொருளாதாரத்தில், தொழில்முனைவோர் பொதுவாக இருப்பு மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான புதுமையான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கின்றனர். இருப்பினும், வளரும் மற்றும் வளர்ச்சியடையாத நாடுகளில், தொழில்முனைவோர் புதுமையான நடவடிக்கைகளில் போதிய கவனம் செலுத்துவதில்லை, ஏனெனில் தொழில்முனைவோர் பொதுவாக அரசு காரணமாக பல தடைகளையும் சவால்களையும் எதிர்கொள்கின்றனர் பொருளாதார வளர்ச்சி.

6. தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் கலாச்சார காரணிகள் பின்வருமாறு:

(i) பேஷன் போக்குகள்;

(ii) வாழ்க்கை;

(iii) பாரம்பரிய ஊடகங்களுக்கு எதிராக சமூக ஊடக செல்வாக்கு (பிளாக்கிங்) (பத்திரிகை, டிவி, வானொலி);

(iv) சமூக குழுக்களில் ஆதிக்கம் செலுத்தும் தொழில்நுட்பம்;

குறிப்பு

குறிப்பு

- (v) கலாச்சார நிகழ்வுகளில் பங்கேற்பு; மற்றும்
(vi) டிக்கெட்டுகளுக்கு பணம் செலுத்த விருப்பம்.

7. தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் தொழில்களில் பல மாற்றங்களில் ஏற்பட்டுள்ளன; எவ்வாறாயினும், இந்த முன்னேற்றங்கள் சவால்களின் நியாயமான பங்கையும் கொண்டுள்ளன. தொழில்நுட்பத்தின் குறுகிய வாழ்க்கைச் சுழற்சிகள் இயந்திரங்களைப் புதுப்பிப்பதற்கான செலவை அதிகரிக்கின்றன, மேலும் புதிய தலைமுறை உபகரணங்கள் பழையவற்றுடன் பொருந்தாது, இது உதிரி பாகங்கள் இல்லாததால் அதிக சேவைச் செலவுகளுக்கு வழிவகுக்கும்.

1.7. சுருக்கம்

- தொழில்முனைவு என்பது ஒரு வணிக நிறுவனத்தை வளர்ப்பதற்கும், முறைப்படுத்துவதற்கும், நடத்துவதற்கும் உள்ள திறமை மற்றும் தயார்நிலை என வரையறுக்கப்படுகிறது.
- தொழில்முனைவோர் காட்சிப்படுத்தல் கண்டுபிடிப்பு மற்றும் இடர் எடுப்பதன் மூலம் வரையறுக்கப்படுகிறது, மேலும் இது எப்போதும் மாறிவரும் மற்றும் போட்டி நிறைந்த உலகளாவிய சந்தையில் எதையாவது அடைய ஒரு நாட்டின் திறனின் இன்றியமையாத பகுதியாகும்.
- ஒரு தொழில்முனைவோர் என்பது ஒரு தொடக்க முயற்சியில் எதையாவது நிறுவுவதற்கும், நிர்வகிப்பதற்கும், அடைவதற்கும் திறன் மற்றும் வலுவான லட்சியத்தைக் கொண்ட ஒரு நபர்-அதனுடன் தொடர்புடைய அச்சுறுத்தலுடன்-இலாபங்களைப் பெறுவதற்கு.
- ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சி ஒரு அற்பமான ∴ வீட்டு வணிகம் அல்லது ஒரு பன்னாட்டு நிறுவனத்தைக் குறிக்கலாம்.
- முக்கியமாக நான்கு வகையான தொழில்முனைவோர் உள்ளன: சிறு வணிக தொழில்முனைவோர், அளவிடக்கூடிய தொடக்க தொழில்முனைவோர், பெரிய நிறுவன தொழில்முனைவோர் மற்றும் சமூக தொழில் முனைவோர்.
- தொழில்முனைவோருடன் தொடர்புடைய பல்வேறு குணாதிசயங்கள் ஆபத்து எடுப்பது, புதுமை, தலைமைப் பண்புகள், திறந்த மனப்பான்மை, நெகிழ்வுத்தன்மை மற்றும் தொழில் அறிவு.
- தொழில்முனைவு சமூகம் மற்றும் சமூக வளர்ச்சியில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது; இது வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்த உதவுகிறது, வேலைகளை

குறிப்பு

உருவாக்குவதற்கு உதவுகிறது, மேலும் ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சியை மேம்படுத்துகிறது.

- தொழில்முனைவு நிச்சயமாக பொருளாதாரத்தில் புதிய செல்வத்தை உருவாக்குகிறது. தொழில்முனைவோரிடமிருந்து புதுமையான யோசனைகள் மற்றும் மேம்பட்ட பொருட்கள் ∴ தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள் புதிய சந்தைகள் மற்றும் புதிய செல்வங்களின் வளர்ச்சியை அனுமதிக்கின்றன மற்றும் பாதிக்கின்றன.
- தொழில்முனைவோர் நடவடிக்கை என்பது சமூக-பொருளாதார, உளவியல் மற்றும் துணை அம்சங்களின் பன்முக மற்றும் மாறுபட்ட ஒருங்கிணைப்பைப் பொறுத்தது.
- சமூக சூழல் மதிப்புகள், மதம், பழக்கவழக்கங்கள், அணுகுமுறை, கல்வி மற்றும் லட்சியங்களை உள்ளடக்கியது, மேலும் இது நிச்சயமாக தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை பாதிக்கிறது.
- பொருளாதார சூழல் முக்கியமாக பொருளாதார அமைப்பு, பொருளாதார நிலைமைகள், பொருளாதாரக் கொள்கைகள், மூலதனம், மூலப்பொருட்கள் மற்றும் உள்கட்டமைப்பு போன்ற பல்வேறு வளங்கள் மற்றும் வசதிகளின் நிலை, ஒரு குறிப்பிட்டவருக்குள் பிரதானமாக உள்ளதுநாடு. வணிக நிலைமைகளை வகுப்பதில் பொருளாதார நிலைமைகள் நிச்சயமாக குறிப்பிடத்தக்க பங்கைக் கொண்டுள்ளன.
- தொழில்துறை கொள்கைகள், உரிமக் கொள்கைகள், நாணயவியல் போன்ற பொருளாதாரக் கொள்கைகள் கொள்கைகள் மற்றும் இறக்குமதி-ஏற்றுமதி கொள்கைகள் தொழில் முனைவோர் நடவடிக்கைகளில் கணிசமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.
- தொழிலாளர் எதிர்பார்ப்புகள், இருக்கும் ஊதிய விகிதங்கள், உற்பத்தித்திறன் மற்றும் தொழிலாளர் சங்க நடவடிக்கைகள் போன்ற மாறுபாடுகளும் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை பாதிக்கின்றன.
- சுற்றுச்சூழல் நிலைத்தன்மை, சமூகப் பொறுப்பு மற்றும் தொழிலாளர் சட்டங்கள் போன்ற வணிக நடவடிக்கைகளின் பிற அம்சங்களுடன் தொடர்புடைய சட்டங்களை மாற்றுவதற்கான அதிகாரம் அரசாங்கங்களுக்கு உண்டு. இணக்க விதிமுறைகளில் அதிகரிப்பு நிச்சயமாக வணிகத்தின் ஒட்டுமொத்த சுலபத்தை உறுதிப்படுத்துகிறது.
- மாற்றங்கள் வரிவிதிப்பு மற்றும் சட்டமியற்றுதல் ஆகியவை நம்பிக்கையான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தினாலும், ஒட்டுமொத்த அரசியல் சூழலில் வேறுபாடுகள் பொதுவாக அவநம்பிக்கையானவை. அரசியல் மறுசீரமைப்பு பரவலாக பல்வேறு வழிகளில் வணிகங்களைப் பற்றி கவலைப்படலாம்,

குறிப்பாக கணிசமான சமூக கொந்தளிப்பை அனுபவிக்கும் பிராந்தியங்களில்.

- சர்வதேச அரசியலில் தொழில்முனைவோர் தங்கள் வணிகத்தை மறுவடிவமைக்க வேண்டும்மாதிரி அல்லது வர்த்தகத்தை நிறுத்துங்கள்.
- வணிகத்தை பாதிக்கும் சமூக மற்றும் கலாச்சார அம்சங்களில் நம்பிக்கை அமைப்புகள் மற்றும் நடைமுறைகள், ஒரு நாட்டில் உள்ள அனைத்து நபர்களின் பழக்கவழக்கங்கள், மரபுகள் மற்றும் நடத்தைகள், பேஷன் போக்குகள் மற்றும் நடவடிக்கைகள் மற்றும் முடிவுகளை பாதிக்கும் சந்தை நடவடிக்கைகள் ஆகியவை அடங்கும்.
- சட்ட காரணிகள் பாதிக்கும் மற்றும் பாதிக்கும் என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்ஒரு வணிகமானது நிறுவனங்களை பாதிக்கக்கூடிய முக்கிய சமூக-கலாச்சார காரணிகளில் ஒன்றாக கருதப்படுகிறது.
- தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் பிற மாறிகள் கலாச்சார காரணிகள், சமூக காரணிகள், ஒரு சமூகத்தின் நம்பிக்கைகள் மற்றும் மதிப்பு அமைப்புகள், தொழில்நுட்ப காரணிகள், நெறிமுறை காரணிகள் மற்றும் இயற்கை மற்றும் சுற்றுச்சூழல் நிலைமைகள் ஆகியவை அடங்கும்.

1.8. முக்கிய சொற்கள்

- பகுதி நேர பணியாளர்: இது சுயதொழில் செய்பவருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட முதலாளிக்கு நீண்ட காலத்திற்கு உறுதியளிக்காத ஒரு நபருக்கு பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் சொல்.
- முக்கிய பிளாக்கிங்: அதுஒரு குறிப்பிட்ட முக்கிய சந்தைக்கு சந்தைப்படுத்த ஒரு வலைப்பதிவை உருவாக்கும் நோக்கத்துடன் அதை உருவாக்கும் செயலைக் குறிக்கிறது; இந்த வலைப்பதிவுகள் புவியியல் பகுதிகள், ஒரு சிறப்புத் தொழில், இன அல்லது வயதுக் குழுக்கள் அல்லது வேறு எந்த குறிப்பிட்ட நபர்களுக்கும் முறையிடலாம்.
- STEEP பகுப்பாய்வு: அது ஒரு ஒரு நிறுவனத்தை பாதிக்கும் வெவ்வேறு வெளிப்புற காரணிகளை மதிப்பீடு செய்ய சந்தைப்படுத்தல் பொதுவாக பயன்படுத்தப்படும் கருவி. ஒவ்வொரு வணிகமும் முடிவுகளை எடுப்பதற்கு முன்பு சில வெளிப்புற சக்திகளைக் கருத்தில் கொள்வது அவசியம்.
- PEST பகுப்பாய்வு: இது மூலோபாய நிர்வாகத்தின் சுற்றுச்சூழல் ஸ்கேனிங் கூறுகளில் பயன்படுத்தப்படும் மேக்ரோ-சுற்றுச்சூழல் காரணிகளின் கட்டமைப்பை விவரிக்கிறது.

- நிச்சயமற்ற தவிர்ப்பு: ஒரு சமூகத்தின் உறுப்பினர்கள் நிச்சயமற்ற தன்மையைக் குறைப்பதன் மூலம் பதட்டத்தை சமாளிக்க எந்த அளவிற்கு முயற்சி செய்கிறார்கள் என்பதை இந்த சொல் குறிக்கிறது.
- கூட்டாண்மை சமூக பொறுப்பு: இது ஒரு வகையான சர்வதேச தனியார் வணிக சுய ஒழுங்குமுறை ஆகும், இது தன்னார்வ அல்லது நெறிமுறை சார்ந்த நடைமுறைகளில் ஈடுபடுவதன் மூலம் அல்லது ஆதரிப்பதன் மூலம் ஒரு பரோபகார, செயற்பாட்டாளர் அல்லது தொண்டு இயல்பின் சமூக இலக்குகளுக்கு பங்களிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.
- வணிக செயல்முறை மாதிரி மற்றும் குறியீடு: பிபிஎம்என் என்பது வணிக செயல்முறை மாதிரியில் வணிக செயல்முறைகளை குறிப்பிடுவதற்கான வரைகலை பிரதிநிதித்துவமாகும். பிசினஸ் பிராசஸ் மேனேஜ்மென்ட் முன்முயற்சியால் முதலில் உருவாக்கப்பட்டது, பிபிஎம்என் 2005 ஆம் ஆண்டில் இரு நிறுவனங்களும் இணைந்ததிலிருந்து பொருள் மேலாண்மை குழுவால் பராமரிக்கப்படுகிறது.
- PESTEL பகுப்பாய்வு: PESTELE என சமீபத்தில் பெயரிடப்பட்டது, இது மேக்ரோ-சுற்றுச்சூழலை பகுப்பாய்வு செய்ய மற்றும் கண்காணிக்க சந்தைப்படுத்துபவர்களால் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு கட்டமைப்பு அல்லது கருவியாகும்(வெளிப்புற சந்தைப்படுத்தல் சூழல்) ஒரு நிறுவனத்தில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் காரணிகள்.

1.9. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. ஒரு நபரை ஒரு தொழில்முனைவோராக மாற்ற ஊக்குவிக்கும் காரணிகள் யாவை?
2. ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரத்தின் அமைப்பு தொழில்முனைவோரை எவ்வாறு பாதிக்கிறது?
3. தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் சமூக காரணிகள் யாவை?
4. ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சியை வடிவமைப்பதில் சமூகத்தின் நம்பிக்கைகள் மற்றும் மதிப்பு அமைப்பின் பங்கு என்ன?
5. தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் யாவை?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. தொழில்முனைவோருக்கு சுற்றுச்சூழலை ஒரு முக்கிய காரணியாக விவாதிக்கவா?
2. தொழில்முனைவோரை பாதிக்கும் சமூக-பொருளாதார காரணிகளை ஆராயுங்கள்.
3. தொழில்முனைவோருக்கு அரசியலின் தாக்கத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
4. தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் தொழில்முனைவோரை எவ்வாறு பாதித்தன என்பதைப் பற்றி விவாதிக்கவும்வளர்ச்சி.

1.10. மேலும் வாசிப்புகள்

1. மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள்.புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
2. டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி:ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
3. கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
4. விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்:சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
5. குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புது தில்லி:புதிய வயது சர்வதேசம்.
6. பீட்டர் எ.பி. ட்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
7. சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
8. பிலிப் கோடலர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல்,எட் .3.
9. பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
10. ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
11. டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: எப்படிநிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை அமைத்தல், செயல்படுத்துதல் மற்றும் நிர்வகித்தல்.

அலகு - 2

உரிமையாளர் சுற்றுலா மற்றும் பயண வியாபாரத்தில் சிறிய அளவிலான அளவிலான கட்டமைப்புகளின் கட்டமைப்பு மற்றும் நிறுவன கட்டமைப்பு

குறிப்பு

அமைப்பு

- 2.1. அறிமுகம்
- 2.2. நோக்கங்கள்
- 2.3. சுற்றுலாவில் உரிமையாளர் அமைப்பு மற்றும் நிறுவன
கட்டமைப்பு மற்றும் பயண வர்த்தகம்
- 2.4. துணிகர உருவாக்கம் மற்றும் மேலாண்மை
- 2.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 2.6. சுருக்கம்
- 2.7. முக்கிய சொற்கள்
- 2.8. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 2.9. மேலும் வாசிப்புகள்

2.1. அறிமுகம்

உரிமையாளர் அமைப்பு ஒரு வணிக நிறுவனத்தின் உள் அமைப்பு மற்றும் அந்த வணிகத்தில் சமமான அல்லது சட்ட ஆர்வத்தை வைத்திருக்கும் தனிநபரின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகள் குறித்து அக்கறை கொண்டுள்ளது. நிறுவன கட்டமைப்புகளில் பரவலாக இரண்டு பிரிவுகள் உள்ளன: கரிம மற்றும் இயந்திரவியல். இந்த பிரிவில், சுற்றுலாத் துறையில் பல்வேறு உரிமையாளர் கட்டமைப்புகளை அடையாளம் காண்போம். இது துணிகர உருவாக்கம் என்ற தலைப்பையும் ஆராயும், அவ்வாறு செய்யும்போது, ஒரு வெற்றிகரமான முயற்சியை பராமரிப்பதற்கான பல்வேறு உத்திகளைப் பற்றி விவாதிக்கும்.

2.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- சுற்றுலாத் துறையில் வெவ்வேறு உரிமை கட்டமைப்புகளை அடையாளம் காணவும்
- துணிகர உருவாக்கத்தின் முன் தேவைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- துணிகர உருவாக்கத்தில் ஒரு ஞாநுமுவு பகுப்பாய்வின் முக்கியத்துவத்தைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்
- ஒரு முயற்சியை வெற்றிகரமாக நிர்வகிப்பதற்கான பல்வேறு அளவுருக்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்

2.3. சுற்றுலாவில் உரிமையாளர் அமைப்பு மற்றும் நிறுவன கட்டமைப்பு மற்றும் பயண வர்த்தகம்

பொதுவாக, உரிமையாளர் அமைப்பு இவ்வாறு வகைப்படுத்தப்படுகிறது: கரிம மற்றும் இயந்திரவியல்.

இயக்கவியல் கட்டமைப்பு கடுமையானது மற்றும் பொதுவாக மிகவும் படிநிலை; ஒழுங்கமைக்க எளிதானது; இருப்பினும், ஒரு கரிமத்திற்கு மாறாக மாற்றத்தை இணைப்பது சவாலானது அமைப்பு. மறுபுறம், ஒரு கரிம அமைப்பு நெகிழ்வானது மற்றும் பொதுவாக கிடைமட்ட இடைவினைகள் மற்றும் தகவல்தொடர்புகள் மற்றும் பரவலாக்கம் ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடையது. பெரும்பாலும், அமைப்பின் இயந்திர அமைப்பு உற்பத்தி போன்ற பாரம்பரிய வணிகங்களுக்கு மிகவும் பொருத்தமானது, அதே நேரத்தில் கரிம கட்டமைப்பை ஆன்லைன் வணிக தளங்கள் போன்ற மிகவும் நெகிழ்வான வணிக வகைக்கு பயன்படுத்தலாம்.

உரிமையாளர் கட்டமைப்பின் இந்த இரண்டு அடிப்படை மாதிரிகள் தவிர, சுற்றுலாத் துறையை நான்கு வகையான அமைப்பு கட்டமைப்புகளாக வகைப்படுத்தலாம், அதாவது:

1. தயாரிப்பு / சேவை அடிப்படையிலான கட்டமைப்புகள்: இந்த நிறுவனங்கள் பொதுவாக பலவிதமான தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளைப் பூர்த்தி செய்கின்றன, மேலும் ஒவ்வொரு தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கும் ஒரு துறை அல்லது பிரிவு உள்ளது.

உதாரணமாக, ஒரு நிறுவனம் சுற்றுலாவின் பல்வேறு அம்சங்களைக் கையாளக்கூடும், மேலும் ஒவ்வொரு துறையும் ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியைப் பார்க்கிறது. மாறுபட்ட துறைகள் இருக்கலாம்:

- (i) விமான நிறுவனங்கள்;
- (ii) ஹோட்டல் சங்கிலிகள்;
- (iii) உணவகம்;
- (iv) பாரம்பரிய சுற்றுப்பயண தொகுப்புகள்;

- (v) பாரம்பரிய நினைவு பரிசு விற்பனைத் துறை; மற்றும்
(vi) பஸ் சேவைகள்.

2. இடஞ்சார்ந்த அடிப்படையிலான கட்டமைப்புகள்: சுற்றுலாவைப் பொறுத்தவரையில் இடஞ்சார்ந்த திட்டமிடல் என்பது ஒரு துறை அல்லது பிராந்தியத்திற்குள் உள்ள பிற துறைகள் மற்றும் பகுதிகளுடன் இந்தத் துறையை ஒருங்கிணைக்க சுற்றுலா நடவடிக்கைகளை ஏற்பாடு செய்வதைக் குறிக்கிறது. ஒரு நாட்டின் கட்டமைப்பு அளவுசுற்றுலாத் துறை மற்றும் துல்லியமாக சுற்றுலா உற்பத்தி மற்றும் நுகர்வு ஆகியவற்றின் இடஞ்சார்ந்த கட்டமைப்பு சுற்றுலாவுக்கு ஏற்படக்கூடிய தாக்கத்தின் தன்மை மற்றும் அளவோடு வலுவாக இணைகிறது. இதை எவ்வாறு உணர முடியும் என்பதைப் புரிந்து கொள்ள, சுற்றுலாவின் இடஞ்சார்ந்த விநியோக விளைவுகளையும் அதற்கான அடிப்படை காரணங்களையும் புரிந்து கொள்வது அவசியம். அடிப்படை வாதம் என்னவென்றால், சுற்றுலா என்பது புவியியல் ரீதியாக நோக்கம் கொண்டது, அதேசமயம் சுற்றுலா தொடர்பான நடவடிக்கைகள் ஒரு சில இடங்களிலும் துணைப் பகுதிகளிலும் கவனம் செலுத்துகின்றன.

3. கூட்டமைப்பு கட்டமைப்புகள்: சில நிறுவனங்கள் கையகப்படுத்துவதன் மூலம் செயல்படுகின்றனபிற வணிகம். இத்தகைய கூட்டு கட்டமைப்புகளில், வாங்கிய வணிகம் அல்லது நிறுவனங்கள் துணை நிறுவனங்களாக அல்லது சகோதரி அக்கறையாக பராமரிக்கப்படுகின்றன.

4. மேட்ரிக்ஸ் கட்டமைப்புகள்: இந்த வகையான கட்டமைப்பில், ஊழியர்கள் இரண்டு மடங்கு அதிகாரத்தின் கீழ் வேலை செய்யுங்கள். ஒன்று செயல்பாட்டு அடிப்படையில், மற்றொன்று திட்ட அடிப்படையிலான அணுகுமுறையுடன் தொடர்புடையது. இதன் பொருள் ஒரு ஊழியர் ஒரே நேரத்தில் இரண்டு மேலாளர்களுக்கு இணையாக பதிலளிக்க வேண்டும். தயாரிப்பு மற்றும் செயல்பாட்டு அமைப்பின் ஒருங்கிணைப்பாக இருப்பதால் மேட்ரிக்ஸ் அமைப்பு பல கட்டளை அமைப்பு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

இவை தவிர, சில அமைப்புகளின் கட்டமைப்புகள் போன்ற நோக்கங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டவைசந்தைப்படுத்தல், உற்பத்தி மற்றும் நிதி. இதுபோன்ற சந்தர்ப்பங்களில், ஒரே மாதிரியான செயல்பாடுகளைக் கொண்ட ஒரு அமைப்பு ஒரே செயல்பாட்டுத் தலைக்கு அடியில் வைக்கப்படுகிறது. எந்தவொரு அமைப்பிற்கும் எந்தவொரு தனி அமைப்பும் தடையற்றது என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்; இருப்பினும், பொருத்தமான கட்டமைப்பில் பின்வரும் பண்புகள் இருக்க வேண்டும்:

- தனிநபர்கள் வெற்றியை நோக்கி எளிதாக செயல்படக்கூடிய பொருத்தமான நிறுவன கட்டமைப்பை வழங்குகிறது; மற்றும்

குறிப்பு

- வணிக நோக்கங்களை அடைவதற்கான செயல்பாட்டு செயல்திறனை இயக்குகிறது.

குறிப்பு

ஒரு நிறுவனத்தை நிறுவும் போது சில காரணிகளை மனதில் கொள்ள வேண்டும்போன்ற அமைப்பு:

- நிறுவனத்தின் அளவு;
- நிறுவனத்தின் முக்கிய நோக்கங்கள்;
- தொடர்புடைய சந்தை மற்றும் நிறுவனத்தின் சூழல்; மற்றும்
- பல்வேறு தொடர்புடைய தொழில்நுட்பங்கள் பின்பற்றப்பட வேண்டும்.

2.4. துணிகர உருவாக்கம் மற்றும் மேலாண்மை

தொழில்முனைவோர் பின்வரும் ஒன்றோடொன்று தொடர்புடைய செயல்களில் ஈடுபடுகிறார்கள்:

- வணிக வாய்ப்பை அடையாளம் காணுதல்;
- வாய்ப்பின் அடிப்படையில் ஒரு நிறுவனத்தை நிறுவுதல்; மற்றும்
- நிறுவனத்தை ஒரு இலாபகரமான மற்றும் வளர்ந்து வரும் நிறுவனமாக நிர்வகித்தல்.

“வாய்ப்பு” என்ற சொல் ஒரு தயாரிப்பு அல்லது திட்டத்தை உள்ளடக்கியது, எனவே ஒரு தயாரிப்பு ∴ திட்டம் ∴ வாய்ப்பை அடையாளம் காண்பது, இந்த மூன்று சொற்களும் ஒத்த சொற்களாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. தொழில்முனைவு என்பது ஒரு செயல் மற்றும் முடிவு சார்ந்த நடைமுறை. ஒரு தொழில்முனைவோரின் வெற்றியின் பெரும்பகுதி வாய்ப்பைப் பொறுத்தது. மீண்டும் வாய்ப்பு தயாரிப்பு, சேவை, தொழில்நுட்பம், சந்தை அல்லது அமைப்பு தொடர்பானதாக இருக்கலாம். இந்த வழியில், தொழில் முனைவோர் முடிவுகள் வளர்ச்சி முடிவுகளாக மாறும்.

வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோரின் சில குணங்கள் பின்வருமாறு:

- சுதந்திரத்திற்கான வலுவான ஆசை;
- தனியாக நிற்க விருப்பம்; ஓட்டுநர் மற்றும் ஒழுங்கமைக்கும் திறன்;
- பல்வகைப்படுத்தவும், விரிவாக்கவும், புதுமைப்படுத்தவும் விருப்பம்;
- தொழில்நுட்ப மற்றும் நிர்வாக திறன்;
 - சராசரி நுண்ணறிவுக்கு மேலே; மற்றும்
 - அபாயங்களை ஏற்றுக்கொள்ளும் திறன்.

குறிப்பு

ஒரு வாய்ப்பை அடையாளம் காணுதல்.

பொது அர்த்தத்தில், “வாய்ப்பு” என்ற சொல் சூழ்நிலைகளால் வழங்கப்படும் ஏதாவது செய்ய ஒரு நல்ல வாய்ப்பு அல்லது சாதகமான சூழ்நிலையை உள்ளடக்கியது. அதேபோல், வணிக வாய்ப்பு என்பது ஒவ்வொரு சூழலிலும் ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட வணிகத்தை ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் செயல்படுத்த ஒரு நல்ல அல்லது சாதகமான மாற்றத்தைக் குறிக்கிறது. “வாய்ப்பு” என்ற சொல் பொதுவாக ஒரு தயாரிப்பு அல்லது திட்டத்தை உள்ளடக்கும். எனவே, ஒரு வாய்ப்பை அங்கீகரித்தல் அல்லது ஒரு தயாரிப்பு அல்லது திட்டம் ஒரே மாதிரியானது; எனவே, இந்த மூன்று சொற்களும் ஒத்த சொற்களாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. தேயிலை, கைவினைப்பொருட்கள், மூலிகைகள், மஞ்சள் போன்ற பொருட்களில் வர்த்தகம் செய்வதற்கான “வாய்ப்பு” என்பதற்கு வடகிழக்கு வழியாக இந்திய அரசின் “லுக் ஈஸ்ட் பாலிசி” ஒரு எடுத்துக்காட்டு.

ஒரு வாய்ப்பை அடையாளம் காண, ஒரு ஞ்றுமுவு பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகிறது. ஞ்றுமுவு பகுப்பாய்வு என்பது ஒரு திட்டத்தின் பலம் மற்றும் பலவீனங்களை அகநிலை பக்கத்தில் அடையாளம் காணும் ஒரு செயல்முறையாகும், மேலும் சந்தையில் வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்கள் ஒரு புறநிலை பார்வையில் இருந்து அடையாளம் காணப்படுகின்றன. ஒருவர் பொதுவாக வணிக சூழ்நிலைகளில் ஞ்றுமுவு பகுப்பாய்வைப் பயன்படுத்துகிறார், மேலும் ஒரு வணிக அமைப்பு அல்லது நிறுவனத்தை அமைப்பதற்கு முன்பு, எந்த வகையான வாய்ப்புகளைக் கண்டுபிடிப்பார் ஒரு வணிகத்தைத் தொடங்குவதற்கு முன்பு கிடைக்கும்.

வழக்கமாக, தொழில்முனைவோர் திட்டம் அல்லது அதன் அடிப்படையில் தயாரிப்புகளைத் தேர்ந்தெடுக்க முனைகிறார்கள் போன்ற சில அளவுருக்கள்:

- அந்த அல்லது இதே போன்ற வணிகத்தில் தொழில்முனைவோரின் அல்லது அவர்களின் கூட்டாளியின் அனுபவம்;
- அரசாங்கத்தின் ஊக்குவிப்புத் திட்டங்கள், அந்த வணிகத்தை எளிதாக்குகின்றன, மேலும் பிற வணிக நிறுவனங்களால் வழங்கப்படும் சில வசதிகளும்;
- நிறுவனத்திலிருந்து ஒருவர் எதிர்பார்க்கும் லாபம் அல்லது லாபத்தின் காரணி;
- தொழிலுக்கு தேவையான உழைப்பு மற்றும் மூலப்பொருட்களின் எளிதில் கிடைப்பது; மற்றும் ஏற்கனவே நடந்து கொண்டிருக்கும் வணிகத்தின் பல்வகைப்படுத்தல் அல்லது விரிவாக்க திட்டங்கள்மீட, முதலியன.

குறிப்பு

ஒரு சிறிய நிறுவனத்தின் ஏன், எப்படி?

மேலே குறிப்பிட்டபடி, SWOT பகுப்பாய்வு ஒரு வணிக வாய்ப்பை அடையாளம் காண்பதில் ஒரு குறிப்பிடத்தக்க கருவியாகும். இந்த பிரிவில், ஒரு சிறிய நிறுவனத்தை அமைப்பதில் உள்ள சில சிக்கல்களைப் பற்றி சிந்தித்துப் பார்ப்போம், வேறுவிதமாகக் கூறினால், ஒரு சிறிய நிறுவனத்தின் ஏன், எப்படி. இது ஒரு ஞாநுமுவு பகுப்பாய்வைப் போலவே இருக்கும்.

வழக்கமாக, ஒரு சிறிய தொழில்முனைவோர் / உரிமையாளர் ஒரு குறிப்பிட்டவருக்குள் நுழைகிறார் உள்ளிட்ட சில காரணங்களுக்காக வணிகம் அல்லது நிறுவனம்:

- ஒரு சுயாதீனமான வியாபாரத்தை சொந்தமாக்குவதற்கான ஆர்வம், வேறுவிதமாகக் கூறினால், ஒருவரின் சொந்த முதலாளியாக மாறுவது, மற்றவர்களைச் சார்ந்து இருக்கக்கூடாது;
- ஒருவரின் சொந்த செயல்பாடுகள் மற்றும் இலாபங்களை நிர்வகிப்பதற்கும், ஆக்கபூர்வமான மற்றும் விமர்சன சிந்தனையை உள்ளடக்கிய ஏதாவது செய்வதற்கும்; மற்றும்
- அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ நிர்ணயிக்கப்பட்ட ஊதிய வேலைவாய்ப்புக்கு பதிலாக, தங்கள் சொந்த வருமானத்தை ஈட்டும் திறனுடன் ஒரு தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்கும், அதனுடன் தொடர்புடைய திருப்தியை மகிழ்விப்பதற்கும், ஒருவரின் சொந்த விருப்பம், ஆற்றல் மற்றும் நேரத்திற்கு ஏற்ப விஷயங்களைச் செய்வதற்கான நெகிழ்வுத்தன்மையை அனுபவிக்கவும்.

இவை தவிர, இந்திய சிறுதொழில் தொழிலுக்கு குறிப்பிட்ட பல நன்மைகள் உள்ளன, மேலும் அவை சிறியதாக அமைக்கும் போது கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ளப்படுகின்றனவணிக.

வழக்கமாக, தொழில்முனைவோர் கவனம் செலுத்துவதற்கும் வணிகம் செய்வதற்கும் ஒரு தயாரிப்பைத் தேர்ந்தெடுக்கும்போது, அவர்கள் தயாரிப்பைத் தேர்ந்தெடுக்கிறார்கள் அவற்றில் சில அனுபவங்கள் உள்ளன, இதனால் பொருட்களின் கட்டுப்பாடு மற்றும் உருவாக்கப்பட்ட தயாரிப்பு அல்லது வழங்கப்படும் சேவைகளின் கட்டுப்பாடு சமரசம் செய்யப்படாது. இது தற்போதுள்ள வணிகத்தின் பல்வகைப்படுத்தல் திட்டமாகவும் இருக்கலாம். உதாரணமாக, வணிகத்தை வழங்கும் சுற்றுலா வழிகாட்டி ஒரு டாக்ஸி சேவையைத் தொடங்கலாம். சில நேரங்களில், அதிக லாபம் ஈட்டுவது தொழில்முனைவோருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்பைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கும் வழிவகுக்கும். மீண்டும், ஒரு குறிப்பிட்ட தயாரிப்புக்கான தேவையை திடீரென உருவாக்கும்

தொழில்துறை கொள்கையில் ஏற்பட்ட மாற்றங்கள் காரணமாக இருக்கலாம்.

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

வணிக-துணிகர உருவாக்கம் மற்றும் மேலாண்மை

தொழில் முனைவோர் ஆவி வணிகத்தின் எந்தவொரு யோசனையிலிருந்தும் வரலாம், இது ஒரு பெரிய அல்லது சிறிய வணிக யோசனையா என்பது முக்கியமல்ல. கருத்துக்கள் புதுமையானவை மற்றும் சரியான மனப்பான்மையுடன் பின்பற்றப்படும்போது மட்டுமே அவை வெற்றிக்கு வழிவகுக்கும். எந்தவொரு தொடக்கத்திற்கும், அதன் வெற்றி மற்றும் நிலைத்தன்மைக்கு சில பரிசீலனைகள் வைக்கப்பட வேண்டும், அவற்றில் பின்வருவன அடங்கும்:

1. **தெளிவாக வரையறுக்கப்பட்ட வணிகத் திட்டத்தை எழுதுதல்:** முதலில் செய்ய வேண்டியதுவணிகத் திட்டத்தை விரிவாக எழுதுவதற்கும், எல்லாவற்றையும் கருப்பு மற்றும் வெள்ளை நிறத்தில் ஒருவர் அறிவார். சில நேரங்களில், திட்டத்தை ஆலோசகர்கள் அல்லது அனுபவம் வாய்ந்தவர்களுடன் விவாதிப்பது லாகுனாக்களைக் கண்டுபிடித்து அதைச் சிறப்பாகச் செய்ய உதவியாக இருக்கும்.

2. **வரி பற்றிய அடிப்படைகளைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்:** வரிவிதிப்பு அறிதல்வெவ்வேறு வணிக மாதிரிகள் வெவ்வேறு வரி தேவைகளைக் கொண்டிருப்பதால் வணிக வளர்ச்சிக்கு விதிமுறைகள் மிகவும் முக்கியம். வரிவிதிப்பு விதிகளைப் புரிந்துகொள்வது எந்தவொரு வணிகத்திற்கும் அவசியமான ஒரு நிதித் திட்டத்தை கொண்டு வர முடியும்.

3. **சரியான வணிக காப்பீட்டில் முதலீடு செய்யுங்கள்:** ஆபத்துக்களைத் தடுக்க வணிகம் காப்பீடு செய்யப்படுவது அவசியம். ஒரு தொழிலைத் தொடங்கும்போது ஒருவர் நினைக்கும் வணிக காப்பீட்டில் சில, தொழிலாளியின் இழப்பீட்டு காப்பீடு (காயங்கள், வழக்குகள் போன்றவை) மற்றும் சொத்து காப்பீடு (திருட்டு, காழ்ப்புணர்ச்சி மற்றும் இயற்கை பேரழிவுகள் போன்றவற்றுக்கு எதிராக) காப்பீடு என்பது ஒருவரின் வணிகத்தை நாம் பாதுகாக்கும் ஒரு வழியாகும் பேரழிவு எப்போது நமக்குத் தெரியும்.

4. **நிதி மற்றும் பணப்புழக்கத்தை கவனத்தில் கொள்ளுங்கள்:** எந்தவொரு வியாபாரத்தையும் வெற்றிகரமாக நடத்துவதற்கு, நிதி என்பது ஒரு தேவையாகும், எனவே பணப்புழக்கத்தை தீர்மானிக்க வேண்டும். பொருத்தப்படாத பணப்புழக்கத்துடன் கூடிய அஸ்டார்ட்-அப் விரைவில் மூச்சுத் திணறல் உணரக்கூடும், அதன் முடிவுக்கு கூட வழிவகுக்கும். பல ஸ்டார்ட் அப்களுடன் இது நிகழ்கிறது. ஆகையால், பணப்புழக்கம் மற்றும் நிதி விவரங்களை ஒருவர் திட்டமிட வேண்டியது அவசியம், அது தொடங்கப்பட்ட ஆரம்ப மாதங்கள் மற்றும் ஆண்டுகளில் அது உயிருடன் இருக்க முடியும் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். அதன் வெற்றியை உறுதிப்படுத்த ஒரு தொடக்கத்தைத் தொடங்கும்போது

குறிப்பு

Self-Instructional
Material

குறிப்பு

காப்புப்பிரதி வைத்திருப்பது பெரும்பாலும் நல்லது. ஒரு தொடக்கத்தைத் திட்டமிடும்போது சிறிய நிதி எதிர்பார்ப்புகளையும், செலவினங்களை அதிகமாக மதிப்பிடுவதும் நல்லது.

5. தொழிலாளர், நிலம் மற்றும் பிற வளங்களைத் தீர்மானித்தல்: ஒரு வணிகத்தை தனியாக நடத்த முடியாது. நிலம், உழைப்பு மற்றும் பிற வளங்கள் போன்ற பல்வேறு தேவைகள் உள்ளன. ஒரு தொழில்முனைவோர் இந்தத் தேவைகளை விரிவாகத் திட்டமிட வேண்டும், வணிகத்திற்கான சிறந்த இருப்பிடத்தையும் குறைந்த உழைப்பு சக்தியையும் கண்டுபிடிக்க வேண்டும் ஒரு தொடக்கத்தைத் தொடங்க வேண்டும். அத்தகைய வேலைவாய்ப்புக்கு ஒரு முழுமையான தேவை இருப்பதாக ஏராளமான மக்களை வேலைக்கு அமர்த்துவதற்கு முன்பு ஒருவர் உறுதியாக இருக்க வேண்டும். தொடக்கத்தின் ஆரம்ப ஆண்டுகளில், உயிர்வாழ்வதே முக்கியம்; எனவே, செலவு குறைவாக இருந்தால், அது நீண்ட காலத்திற்கு சிறந்தது.

தொழில் முனைவோர் செயல்முறையின் கூறுகள்

தொழில்முனைவோர் செயல்பாட்டின் மூன்று கட்டுப்படுத்தக்கூடிய கூறுகளை இந்த மாதிரி அடையாளம் காட்டுகிறது, அவை மதிப்பீடு செய்யப்படலாம், செல்வாக்கு செலுத்தலாம், வடிவமைக்கப்படலாம் மற்றும் மாற்றப்படலாம். மூன்று கூறுகள் வாய்ப்பு, வளங்கள் மற்றும் குழு. முக்கிய மூலப்பொருள் நிறுவனர் அல்லது தொழில்முனைவோர்.

தொழில் முனைவோர் செயல்பாட்டின் நிலைகள்

ஐடியா தலைமுறை: தொழில்முனைவோர் ஒரு தயாரிப்பு .∴ சேவையின் கிடைப்பதை உணர்ந்து, கிடைக்கக்கூடிய சில தயாரிப்புகள் .∴ சேவைகளை மேம்படுத்த முடிவு செய்கிறார், அல்லது அவர்களின் செலவுகளை ஈடுகட்ட வருமானத்தை ஈடுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளார்;

- முடிவெடுக்கும் மற்றும் வணிக திட்டமிடல்;
- திட்ட உருவாக்கம்; மற்றும்
- மேலாண்மை மற்றும் கட்டுப்பாடு.

தொழில்முனைவு என்பது மக்களையும் வளங்களையும் திரட்டும் ஒரு கண்டுபிடிப்பு செயல்முறையாகும்.

ஒரு பொதுவான தொழில்முனைவோர் செயல்முறை பொதுவாக பின்வரும் படிகளுடன் தொடங்குகிறது:

- ஒரு யோசனையின் கண்டுபிடிப்பு
- கருத்து வளர்ச்சி
- வளங்களைத் தேடுவது

- செயல்பாடுகளை செயல்படுத்துதல்
- அறுவடை

புதிய துணிகர உருவாக்கத்தின் செயல்முறை பின்வரும் ஐந்து கூறுகளை உள்ளடக்கியது:

- படைப்பாளர்;
- செயல்முறையை உருவாக்குதல்;
- புதிய மதிப்பு உருவாக்கம்;
- நெருக்கமான சூழல்; மற்றும்
- தொலைநிலை சூழல்.

தொழில்முனைவோர் பயணம் என்பது ஒரு யோசனையைப் பற்றியது மட்டுமல்ல, தொடங்குவதற்கான சிறந்த வாய்ப்பைத் தேடுவதும், வாய்ப்பு ஏற்படவில்லை என்றால், ஒன்றை உருவாக்குவதும்வணிகத்திற்காக.

வாய்ப்புகளை அடையாளம் காண்பதற்கான ஒரு அமைப்பு 3ஆ களாக கருதப்படுகிறது, அவைபின்வருமாறு:

1. சந்தை தேவை;
2. சந்தை அளவு மற்றும் அமைப்பு; மற்றும்
3. விளிம்பு பகுப்பாய்வு.

3ஆ களின் பகுப்பாய்வு ஒரு உருவாக்க முடியும்விவரங்களுக்கு போதுமான கவனம் செலுத்துவதன் மூலம் ஒரு சிறந்த நிறுவனத்தில் வாய்ப்பு.

தொடக்க நிறுவனங்கள் கோட்பாட்டளவில் மற்றும் நடைமுறையில் வளர்ந்து வரும் ஒரு துறையாகும். நிறுவன அறிவியலின் அறிஞர்கள் பெரும்பாலும் நிறுவனத்திற்கு முந்தைய நிகழ்வுகளில் (கார்ட்னர், 1985) கவனம் செலுத்துகிறார்கள், அதே நேரத்தில் தொழில்முனைவோர் அறிஞர்கள் அதை வாய்ப்பு, பள்ளத்தாக்கு மரணம் மற்றும் விருப்பங்களுடன் ஒருங்கிணைக்கின்றனர் (சஹ்ரா மற்றும் பலர், 2006; ரைட் மற்றும் ஸ்டீக்லியானி, 2013). இந்த அத்தியாயம் தொடக்க நிறுவனங்களில் கவனம் செலுத்தியது மற்றும் பல முன்மொழிவுகளை முன்வைக்க முயன்றதுதற்போதுள்ள நிறுவனங்கள், நிறுவப்பட்ட ௭ஆநூ கள் போன்றவற்றிலிருந்து இந்த நிறுவனங்களை வேறுபடுத்துவதற்கு. ஆகவே, முக்கிய கேள்வியின் அடிப்படையில், அதாவது, “புதிய துணிகர உருவாக்கத்தின் முக்கிய கட்டங்கள் யாவை?”, வீட்டன் (1989) பரிந்துரைத்ததை நாங்கள் குறிப்பிடுகிறோம். தொடக்க நிறுவனங்களை (புதிய துணிகர உருவாக்கம்) உருவாக்குவதற்கான புதிய மேடை மாதிரியை முன்வைக்க மார்ச் மற்றும் ஸ்மித்தின் (1995) கட்டமைப்பு. ஆராய்ச்சி முடிவுகளின் அடிப்படையில், “ஒரு தொடக்க நிறுவனத்தை உருவாக்குவது என்பது ஒரு துணிகர யோசனை அல்லது வாய்ப்புடன்

குறிப்பு

குறிப்பு

தொடங்கும் ஒரு செயல்முறையாகும், அதைத் தொடர்ந்து ஒரு தொடர்ச்சியான செயல்பாடுகளை ஒழுங்கமைத்து, திறனை உருவாக்கி, வளங்களை அணிதிரட்டுகின்ற ஒரு நோக்கம் கொண்ட தனிநபர் ∴ தொழில்முனைவோர் தனது ∴ அவளுடைய நெட்வொர்க்குகள், ஒரு சூழலில், மதிப்பை உருவாக்குவதற்காக தொடக்க உருவாக்கத்தின் செயல்முறையை விளக்குகிறது.

மிச்சிகன் பல்கலைக்கழகத்தில் தொழில்முனைவோர் ஆய்வுகளுக்கான சாமுவேல் ஜெல் ரூ ராபர்ட் எச். லூரி கருத்துப்படி, ஒரு புதிய முயற்சியின் வளர்ச்சியையும் அதன் வளர்ச்சியையும் தொடர்ச்சியான கட்டங்களாக சிந்திப்பது மதிப்புமிக்கது, இதை விவரிக்கலாம்:

1. கட்டம் I: கண்டுபிடிப்புகள் அல்லது வாய்ப்புகளை அடையாளம் கண்டு அவற்றை வடிவமைத்தல்வணிக கருத்துக்கள்;
2. கட்டம் II: சாத்தியக்கூறு பகுப்பாய்வு மற்றும் மதிப்பீடு;
3. கட்டம் III: உங்கள் வணிகத் திட்டத்தை உருவாக்குதல்;
4. கட்டம் IV: உங்கள் வணிகத்தைத் தொடங்குவது;
5. கட்டம் V: உங்கள் வணிகத்தை வளர்ப்பது;
6. கட்டம் VI: உங்கள் வணிகத்திலிருந்து வெளியேறுதல் (அடுத்தடுத்த திட்டமிடல் முதல் ஐபிஓக்கள் வரை).

இரண்டு நிறுவனங்களும் சரியாக ஒரே மாதிரியாக இல்லை, அவை பின்பற்றப்படாதுசரியான வளர்ச்சி பாதை, இந்த பொதுவான கட்டங்கள் பெரும்பாலான புதிய துணிகர பரிணாமத்தை விவரிக்கின்றன. சில சந்தர்ப்பங்களில், ஒரு கட்டம் மிக விரைவாக கடந்து செல்லப்படலாம், ஒருவர் அதை ஒரு தனித்துவமான கட்டமாக வேறுபடுத்துவதில்லை. மற்ற சந்தர்ப்பங்களில், ஒருவர் அதே கட்டத்தில் கணிசமான காலத்திற்குத் திரும்பிச் செல்லலாம். எந்த வழியிலும், ஒட்டுமொத்த கட்டமைப்பானது முதல் படியை எடுப்பதற்கு முன் சாலையின் பார்வையை வழங்குகிறது.

2.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. உரிமையாளர் அமைப்பு இவ்வாறு வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது: கரிம மற்றும் இயந்திரவியல்.
2. மேட்ரிக்ஸ் கட்டமைப்பில், ஊழியர்கள் இரண்டு மடங்கு அதிகாரத்தின் கீழ் வேலை செய்கிறார்கள். ஒன்று விதிமுறைகளில் உள்ளதுசெயல்பாட்டு, மற்றும் மற்றது திட்ட அடிப்படையிலான அணுகுமுறையுடன் தொடர்புடையது. இதன் பொருள் ஒரு ஊழியர் ஒரே நேரத்தில் இரண்டு மேலாளர்களுக்கு இணையாக பதிலளிக்க வேண்டும். தயாரிப்பு

- மற்றும் செயல்பாட்டு அமைப்பின் ஒருங்கிணைப்பாக இருப்பதால் மேட்ரிக்ஸ் அமைப்பு பல கட்டளை அமைப்பு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.
3. SWOT பகுப்பாய்வு என்பது ஒரு திட்டத்தின் பலம் மற்றும் பலவீனங்களை அகநிலை பக்கத்தில் அடையாளம் காண்பது மற்றும் சந்தையில் வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்களை ஒரு புறநிலை பார்வையில் இருந்து அடையாளம் காணும். ஒருவர் பொதுவாக வணிக சூழ்நிலைகளில் ஞானமுவு பகுப்பாய்வை பயன்படுத்துகிறார், மேலும் ஒரு வணிகத்தைத் தொடங்குவதற்கு முன்பு கிடைக்கக்கூடிய வாய்ப்புகளை அறிய ஒரு வணிக அமைப்பு அல்லது நிறுவனத்தை அமைப்பதற்கு முன்பு.
 4. தொழில் முனைவோர் செயல்பாட்டின் மூன்று கூறுகள் வாய்ப்பு, வளங்கள் மற்றும் குழு. முக்கிய மூலப்பொருள் நிறுவனர் அல்லது தொழில்முனைவோர் ஆவார்.

2.6. சுருக்கம்

- பொதுவாக, உரிமையாளர் அமைப்பு இவ்வாறு வகைப்படுத்தப்படுகிறது: கரிம மற்றும் இயந்திரவியல்.
- சுற்றுலாத் துறையை நான்கு வகையான அமைப்பு கட்டமைப்புகளாக வகைப்படுத்தலாம், அதாவது: தயாரிப்பு / சேவை அடிப்படையிலான கட்டமைப்புகள், இடஞ்சார்ந்த அடிப்படையிலான கட்டமைப்புகள், கூட்டு கட்டமைப்புகள் மற்றும் மேட்ரிக்ஸ் கட்டமைப்புகள்.
- பொருத்தமான அமைப்பு பொருத்தமான நிறுவன கட்டமைப்பை வழங்க வேண்டும். தனிநபர்கள் வெற்றியை நோக்கி எளிதாக செயல்பட முடியும், மேலும் வணிக நோக்கங்களை அடைவதற்கான செயல்பாட்டு திறனை செயல்படுத்த முடியும்.
- வணிக வாய்ப்பு என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் ஒவ்வொரு சூழலிலும் ஒரு குறிப்பிட்ட வணிகத்தை செயல்படுத்த ஒரு நல்ல அல்லது சாதகமான மாற்றத்தைக் குறிக்கிறது.
- ஒரு வாய்ப்பை அடையாளம் காண, ஒரு ஞானமுவு பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகிறது. ஞானமுவு பகுப்பாய்வு அகநிலை பக்கத்தில் ஒரு திட்டத்தின் பலம் மற்றும் பலவீனங்களை அடையாளம் காணும் ஒரு செயல்முறையாகும், மேலும் சந்தையில் வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்கள் ஒரு புறநிலை பார்வையில் இருந்து அடையாளம் காணப்படுகின்றன.
- எந்தவொரு தொடக்கத்திற்கும், அதன் வெற்றிக்கு சில பரிசீலனைகள் வைக்கப்பட வேண்டும். தெளிவாக வரையறுக்கப்பட்ட வணிகத் திட்டத்தை எழுதுதல், வரிகளைப்

குறிப்பு

பற்றிய அடிப்படைகளைப் புரிந்துகொள்வது, சரியான வணிகக் காப்பீட்டில் முதலீடு செய்தல், நிதி மற்றும் பணப்புழக்கத்தை கவனத்தில் வைத்திருத்தல் மற்றும் தொழிலாளர், நிலம் மற்றும் பிற வளங்களை தீர்மானித்தல் போன்ற நிலைத்தன்மை.

- தொழில் முனைவோர் செயல்பாட்டின் மூன்று கட்டுப்படுத்தக்கூடிய கூறுகள் வாய்ப்பு, வளங்கள் மற்றும் குழு முக்கிய மூலப்பொருள் நிறுவனர் அல்லது தொழில்முனைவோர்.
- தொழில் முனைவோர் பயணம் என்பது ஒரு யோசனை மட்டுமல்ல, அதைத் தேடுவதும் ஆகும் தொடங்குவதற்கான சிறந்த வாய்ப்பு மற்றும் வாய்ப்பு எழவில்லை என்றால், வணிகத்திற்காக ஒன்றை உருவாக்குதல்.
- வாய்ப்புகளை அடையாளம் காண்பதற்கான ஒரு அமைப்பு 3ஆ களாக கருதப்படுகிறது, அவை சந்தை தேவை, சந்தை அளவு மற்றும் கட்டமைப்பு மற்றும் விளிம்பு பகுப்பாய்வு.
- துணிகர திறனை அடையாளம் காணவும் மதிப்பீடு செய்யவும் டிம்மன்ஸ் மாதிரி அடிப்படை.

2.7. முக்கிய சொற்கள்

1. உடைமை கட்டமைப்பு: இது ஒரு வணிக நிறுவனத்தின் உள் அமைப்பு மற்றும் சமமான நபரின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளைப் பற்றியது அந்த வணிகத்தில் சட்ட ஆர்வம்.
2. SWOT பகுப்பாய்வு: இது ஒரு நபர் அல்லது அமைப்பு வணிக போட்டி அல்லது திட்ட திட்டமிடல் தொடர்பான பலங்கள், பலவீனங்கள், வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்களை அடையாளம் காண உதவும் ஒரு மூலோபாய திட்டமிடல் நுட்பமாகும்.
3. வணிக திட்டம்: இது ஒரு குறிக்கோள்களைக் கொண்ட முறையான எழுதப்பட்ட ஆவணம் வணிகம், அந்த இலக்குகளை அடைவதற்கான வழிமுறைகள் மற்றும் இலக்குகளை அடைவதற்கான கால அளவு.
4. சிறு மற்றும் நடுத்தர அளவிலான நிறுவனங்கள் (SME கள்): இவை துணை அல்லாத, சுயாதீன நிறுவனங்களாக வரையறுக்கப்படுகின்றன, அவை குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையிலான ஊழியர்களைக் குறைவாகக் கொண்டுள்ளன. இந்த எண்ணிக்கை நாடுகளில் வேறுபடுகிறது. ஐரோப்பிய ஒன்றியத்தைப் போலவே, SME I நியமிக்கும் மிக உயர்ந்த வரம்பு 250 ஊழியர்கள்.

2.8. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. சுற்றுலாத் துறையில் உரிமை அமைப்பு வகைகளை பட்டியலிடுங்கள்.
2. நிலையான உரிமையாளர் கட்டமைப்பின் பண்புகள் என்ன?
3. ஒரு திட்டத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் தொழில்முனைவோருக்கு உதவும் அளவுருக்கள் என்ன?தயாரிப்பு?
4. ஸ்தாபிக்கும் போது நிதியுதவி மற்றும் பணப்புழக்கமாக இருப்பது ஏன் முக்கியம்ஒரு தொடக்க?
5. தொழில் முனைவோர் செயல்பாட்டின் நிலைகளை பட்டியலிடுங்கள்.

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. சுற்றுலாத் துறையில் நிலவும் வெவ்வேறு உரிமை கட்டமைப்புகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. துணிகர உருவாக்கத்தின் பல்வேறு கூறுகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. துணிகர உருவாக்கத்தில் ஒரு ஞ்றுமுவு பகுப்பாய்வின் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
4. புதிய வணிக முயற்சியை உருவாக்குவதற்கான பல்வேறு அளவுருக்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.

2.9. கூடுதல் வாசிப்புகள்

1. மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள்.புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
2. டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி:ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
3. கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
4. விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்:சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள்.புது தில்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
5. குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புது தில்லி:புதிய வயது சர்வதேசம்.
6. பீட்டர் எஃப். ப்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
7. சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
8. பிலிப் கோட்வர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல்,எட் .3.

குறிப்பு

9. பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
10. ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
11. டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: எப்படிநிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை அமைத்தல், செயல்படுத்துதல் மற்றும் நிர்வகித்தல்.

அலகு - 3

சிறிய அளவிலான நிறுவனத்தில் வணிகத் திட்டம்

அமைப்பு

- 3.1. அறிமுகம்
- 3.2. நோக்கங்கள்
- 3.3. தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீடு
- 3.4. சுற்றுலாத் துறையில் குடும்ப நிறுவனங்களை நிர்வகித்தல்
- 3.5. இந்தியாவில் SME க்களுக்கான விளம்பர முகவர்
- 3.6. வாய்ப்பு அடையாளம்
- 3.7. வணிக திட்டம்
- 3.8. சாத்தியக்கூறு அறிக்கை
- 3.9. நிதி விருப்பங்கள்
- 3.10. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 3.11. சுருக்கம்
- 3.12. முக்கிய சொற்கள்
- 3.13. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 3.14. மேலும் வாசிப்புகள்

3.1. அறிமுகம்

சிறு அளவிலான தொழில்கள் அல்லது சிறு வணிகங்கள் என்பது சிறிய அளவிலான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்யும் தொழில்கள். ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியில் இந்தத்

தொழில்கள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. எந்தவொரு வணிகமும் வெற்றிபெற, அதன் வாடிக்கையாளர்கள், பலங்கள், அதன் போட்டிச் சூழல் மற்றும் அது எவ்வாறு இருக்கும் என்பதற்கான பார்வை பற்றிய தெளிவான புரிதலுடன் இயக்கப்பட்டு நிர்வகிக்கப்பட வேண்டும்எதிர்காலத்தில் போட்டியிட உருவாகின்றன. இந்த அலகு சிறிய அளவிலான நிறுவனங்களில் வணிகத் திட்டம் மற்றும் நிர்வாக செயல்முறையின் தேவை மற்றும் பங்கு குறித்து கவனம் செலுத்துகிறது. இது தொழில்முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீட்டின் கருத்தையும் ஆராய்கிறது, அதே நேரத்தில் ஒரு பயனுள்ள வணிகத் திட்டத்தை உருவாக்கி, சாத்தியமான ஆய்வை மேற்கொள்ள வேண்டியதன் அவசியத்தை அடையாளம் காணும்.

இந்த பிரிவு சுற்றுலாத்துறையில் குடும்பத்திற்கு சொந்தமான வணிகங்களின் பங்கு மற்றும் ஆழமான பார்வையையும் எடுக்கிறது.

3.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- ஒரு தொழில்முனைவோர் செயல்திறனை நடத்துவதன் முக்கியத்துவத்தைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்மதிப்பீடு
- ஒரு தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீட்டின் படிக்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- சுற்றுலாத்துறையில் குடும்ப வணிகங்களின் தாக்கத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்பொருளாதாரம்
- குடும்ப வணிகங்களை பாதிக்கும் மற்றும் வடிவமைக்கும் பல்வேறு காரணிகளை ஆராயுங்கள்
- இந்தியாவில் ஞஆநு களை மேம்படுத்துவதில் அரசு நிறுவனங்களின் பங்கை அடையாளம் காணவும்
- இந்தியாவில் தொழில்முனைவோருக்கு கிடைக்கக்கூடிய பல்வேறு நிதி விருப்பங்களை பட்டியலிடுங்கள்.

3.3. தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீடு

ஒரு வணிகத்தின் அன்றாட ஓட்டத்தை, குறிப்பாக ஆரம்ப கட்டங்களில் சமாளிப்பது எளிது; ஆனால் எனவணிகம் இயங்கிக் கொண்டிருக்கிறது, இது நீண்ட கால மற்றும் கூடுதல் மூலோபாயத் திட்டத்தைக் கருத்தில் கொள்ள ஈவுத்தொகையை செலுத்த முடியும். நீங்கள் இருந்தால் உங்கள் முன்னேற்றத்தை மதிப்பாய்வு செய்வது நிச்சயமாக பயனுள்ளதாக இருக்கும்:

குறிப்பு

- வணிகம் எவ்வளவு சிறப்பாக செயல்படுகிறது என்பது குறித்து நிச்சயமற்றது;
- நீங்கள் வியாபாரத்தை அதிகம் பயன்படுத்துகிறீர்களா அல்லது அதிகம் பயன்படுத்துகிறீர்களா என்பது உறுதியாகத் தெரியவில்லைசந்தை வாய்ப்புகள்;
- உங்கள் வணிகத் திட்டம் என்று கவலைப்படுகிறார்களாலாவதியானதாக இருக்கலாம், அதாவது நீங்கள் வர்த்தகத்தைத் தொடங்கியதிலிருந்து அதைப் புதுப்பிக்கவில்லை;
- திட்டமிட்ட திசையில் நகரும் வணிகத்தைப் பற்றி நிச்சயமற்றது; மற்றும்
- வர்த்தகம் சந்தைக்கு பதிலளிக்காதது குறித்து கவலை கொண்டுள்ளதுகோரிக்கைகள்.

உங்கள் நிறுவனம் முன்னேறத் தயாராக இருப்பதாக நீங்கள் முடிவு செய்திருந்தால் இது பயனுள்ளதாக இருக்கும்உயர் நிலைக்கு.

தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீடு பின்வரும் முக்கிய படிகளை உள்ளடக்கியது:

1. அமைத்தல்திசை:புரிந்துகொள்ளக்கூடிய வணிக மூலோபாயம் நிச்சயமாக எந்தவொரு கவலைகளுக்கும் பதிலளிக்க மற்றும் நடைமுறை வழிகளைக் காட்ட உதவும்.
2. உங்கள் முக்கிய செயல்பாடுகளை மதிப்பீடு செய்தல்: உங்கள் மதிப்பாய்விற்கான ஒரு சிறந்த தொடக்க புள்ளி என்னவென்றால், நீங்கள் என்ன செய்கிறீர்கள், அதாவது உங்கள் அடித்தள நடவடிக்கைகள், நீங்கள் தயாரிக்கும் தயாரிப்புகள் அல்லது நீங்கள் வழங்கும் சேவைகளை மதிப்பீடுவது. அவற்றை வெல்ல வைப்பது என்ன, அவை எவ்வாறு மேம்படுத்தப்படலாம் மற்றும் புதிய அல்லது நிரப்பு தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளை நீங்கள் தொடங்க முடியுமா என்று நீங்களே கேட்டுக்கொள்ளுங்கள்.
3. உங்கள் வணிக செயல்திறனை மதிப்பீடு செய்தல்: பல புதிய வணிகங்கள் குறுகிய கால, எதிர்வினை வழியில் செயல்படுகின்றன. இது நெகிழ்வுத்தன்மையை வழங்குகிறது; எவ்வாறாயினும், வணிகத்தை வளர்ப்பதில் இருந்து மேம்படுத்துவதில் கவனம் செலுத்துவதற்கு நீங்கள் முன்னேறும்போது நேரமும் பணமும் செலவாகும். மிகச் சிறந்த விருப்பம்தெளிவான ஒட்டுமொத்த அணுகுமுறையுடன் விரைவாக பதிலளிக்க உங்கள் திறனை சமப்படுத்தவும். நீங்கள் செய்யும் செயல்கள் பொருத்தமானதா இல்லையா என்பதை தீர்மானிக்க இது உங்களுக்கு உதவும். இந்த கட்டத்தில், வியாபாரத்தைத் தடுத்து நிறுத்துவதற்கு ஏதேனும் உள் காரணிகள் இருக்கிறதா

- என்று நீங்களே கேட்டுக்கொள்ளுங்கள், அப்படியானால், அவற்றைப் பற்றி நீங்கள் என்ன செய்ய முடியும்?
4. உங்கள் நிதி நிலையை மதிப்பாய்வு செய்தல்: திட்டமிடப்படாத நிதி மேலாண்மை அல்லது திட்டமிடல் இல்லாததால் வணிகங்கள் பெரும்பாலும் வேலை செய்வதை நிறுத்துகின்றன. பெரும்பாலும் நிதி உயர்வுக்கு உதவுமாறு குறிப்பிடப்பட்ட வணிகத் திட்டம் தூசி சேகரிக்க ஒரு அலமாரியில் வைக்கப்படுகிறது. உங்கள் வணிகத்தின் வெற்றிக்கு இது வரும்போது, நிதி மற்றும் மேலாண்மை அமைப்புகளை மேம்படுத்துதல் மற்றும் செயல்படுத்துதல் அடிப்படை மற்றும் அவசியம். உங்கள் அசல் வணிகத் திட்டத்தைப் புதுப்பிப்பது தொடங்குவதற்கு ஒரு நல்ல இடம்.
5. ஒரு போட்டியாளர் பகுப்பாய்வு நடத்துதல்: இப்போது நீங்கள் உங்கள் வணிகத்தை நடத்தி வருகிறீர்கள் ஒரு நல்ல நேரத்திற்கு, உங்கள் போட்டியாளர்களின் தெளிவான திட்டத்தை நீங்கள் வைத்திருப்பீர்கள். கூடுதல் தகவல்களைச் சேகரிப்பதற்கு நேரம், பணம் மற்றும் முயற்சி செலவாகும், ஆனால் உங்கள் போட்டியாளர்கள் என்ன செய்கிறார்கள் என்பது பற்றி மேலும் அறிந்து கொள்வதில் ஏராளமான நன்மைகள் உள்ளன.

ஒரு SWOT (பலங்கள், பலவீனங்கள், வாய்ப்புகள், அச்சுறுத்தல்கள்) பகுப்பாய்விற்கு உட்படுவது உங்களுக்கு உதவியாக இருக்கும். இது பொதுவாக சந்தை மற்றும் குறிப்பாக உங்கள் நெருங்கிய போட்டியாளர்களைப் பொறுத்தவரை உங்கள் செயல்திறனை சித்தரிக்கும்.

6. வாடிக்கையாளர் மற்றும் சந்தை பகுப்பாய்வு நடத்துதல்: உங்கள் வணிகத்தைத் தொடங்கும்போது, உங்கள் ஒட்டுமொத்த வணிகத் திட்டத்தின் ஒரு பகுதியாக சந்தைப்படுத்தல் திட்டத்தை நீங்கள் வகுத்திருக்கலாம். இது எந்த சந்தையை வரையறுத்திருக்கும் உங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் இயல்பு மற்றும் புவியியல் விநியோகத்தை விற்கவும் குறிவைக்கவும் நீங்கள் விரும்பினீர்கள். அந்த அணுகுமுறையிலிருந்து உங்கள் நோக்கங்களை பூர்த்தி செய்ய உங்களுக்கு உதவ ஒரு சந்தைப்படுத்தல் திட்டத்தை நீங்கள் உருவாக்க முடியும். உங்கள் வணிக செயல்திறனை நீங்கள் மதிப்பாய்வு செய்யும்போது, உங்கள் வாடிக்கையாளர் தளத்தையும் சந்தை நிலைப்பாட்டையும் செயல்முறையின் இன்றியமையாத பகுதியாக மதிப்பீடு செய்ய வேண்டும். உங்கள் வணிகத் திட்டத்தைப் போலவே உங்கள் மார்க்கெட்டிங் திட்டத்தையும் புதுப்பிக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

உங்கள் சந்தைகளை மறுபரிசீலனை செய்தல்

ஒரு வணிக மதிப்பாய்வு உங்கள் திட்டத்தில் கோடிட்டுக் காட்டப்பட்ட செயல்பாட்டிலிருந்து பின்வாங்குவதற்கான சந்தர்ப்பத்தை உங்களுக்கு வழங்குகிறது, மேலும் இது போன்ற காரணிகளை மீண்டும் பார்க்கவும்:

- உங்கள் சந்தையில் சமீபத்திய மாற்றங்கள்;
- புதிய மற்றும் வளர்ந்து வரும் சேவைகள்;
- உங்கள் வாடிக்கையாளரின் தேவைகளில் மாற்றங்கள்;
- பொருளாதாரம், இறக்குமதி மற்றும் சமீபத்திய தொழில்நுட்பம் போன்ற வெளிப்புற காரணிகள்; மற்றும் போட்டி செயல்பாட்டில் மாற்றங்கள்.

உங்கள் வணிக செயல்திறன் குறித்து வாடிக்கையாளர் கருத்தைத் தேடுவது நிச்சயமாக உங்கள் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள், உங்கள் பணியாளர் நிலைகள் அல்லது உங்கள் வணிக நடைமுறைகளில் மேம்பாடுகள் எங்கு தேவை என்பதை அடையாளம் காண உதவும்.

அதே நேரத்தில், இந்த மதிப்பாய்வு மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும்-இது உங்கள் வணிகத்தை வழங்க முடியும் என்பதை நினைவில் கொள்வது மிகவும் முக்கியம், இது உயர் மட்ட போட்டியை மிகக் குறுகிய காலத்தில் வெல்ல தேவையான நெகிழ்வுத்தன்மை அறிவிப்பு யலெ எந்த மாற்றங்களின் அனுமானத்தின் மூலமும் சிந்திக்க வேண்டியது அவசியம். உங்கள் வணிகத்தின் புதிய கட்டத்தில், உங்கள் நிதிகளைத் திட்டமிடுவதும், மிகவும் கவனமாக ஆதாரங்களை பெறுவதும் உங்களுக்கு எப்போதும் தேவைப்படும்.

ய. உங்கள் வணிக இலக்குகளை மறுவரையறை செய்ய உங்கள் மதிப்பாய்வைப் பயன்படுத்துதல்: இருக்க வேண்டும் வெற்றிகரமாக, பின்வரும் முக்கிய மூலோபாய கேள்விகளைக் கேட்க நீங்கள் அடிக்கடி நேரத்தை ஒதுக்குவது முக்கியம் மற்றும் அவசியம்:

பெரும்பாலும், வணிகங்கள் அவர்கள் எங்கு செல்ல விரும்புகிறார்களோ அதைச் செய்ய வல்லவை, ஆனால் அங்கு எப்படி செல்வது என்பதற்கான ஒரு வரைபடத்தை உருவாக்க வேண்டாம். இது ஏற்பட்டால், ஒரு வணிகமானது கவனமாக தீட்டப்பட்ட திட்டங்களை கூட யதார்த்தமாக மாற்ற தேவையான பாதையை இழக்கும்.

எனவே, எந்தவொரு மதிப்பீட்டு செயல்முறையின் முடிவிலும், புதிய யோசனைகளை வைக்க வேலைத் திட்டங்கள் வகுக்கப்படுவது மிகவும் முக்கியமானது, மேலும் ஒரு கால அட்டவணை அமைக்கப்பட்டுள்ளது. புதிய திட்டம் எவ்வாறு செயல்படுகிறது என்பதை அடிக்கடி மதிப்பாய்வு செய்வது மற்றும் எந்தவொரு பல் துலக்குதல் பிரச்சினைகள் அல்லது தேவையான மாற்றங்களையும் அனுமதிப்பது முக்கியம். இன்றைய

வணிகச் சூழல் குறிப்பிடத்தக்க வகையில் மாறும், மேலும் வணிக சாதனைகளைப் பராமரிக்க உங்கள் வணிகத் திட்டத்தில் வழக்கமான மதிப்புரைகள், புதுப்பிப்புகள் மற்றும் திருத்தங்கள் தேவைப்படும்.

டி. தொடர்ச்சியான முன்னேற்றம்: கூடுதலாக, நேரடியான திட்டமிடல் சுழற்சி தேவைப்பட்டால் உங்கள் வணிக வழக்கத்தில் மாற்றங்களைச் செய்வதற்கான உங்கள் திறனை கணிசமாக மேம்படுத்தலாம். சிறந்த திட்டமிடல் சிக்கல்களை எதிர்பார்க்கவும், எளிதாக மாற்றுவதற்கு ஏற்பவும் உதவுகிறது.

உ. நிபுணர் உள்ளீடு: உங்கள் வணிக வளர்ச்சியில் இந்த கட்டத்தில் நீங்கள் அடைய வேண்டிய மாற்றங்களுக்கு உதவ வெளிப்புற திறன் தேவை என்று நீங்கள் கண்டறியலாம். அவ்வாறான நிலையில், நீங்கள் இதைச் செய்ய வேண்டியிருக்கும்:

ஐ. சாத்தியமில்லாத பகுதிகளில் திறமையான ஆலோசகர்களை நியமிக்கவும் உள் திறன்களை வளர்த்துக் கொள்ளுங்கள்;

ஐ. நீங்கள் என்ன செய்கிறீர்கள் என்பதற்கான வழக்கமான, பக்கச்சார்பற்ற மதிப்பீட்டை வழங்கக்கூடிய அனுபவமிக்க நிர்வாகமற்ற இயக்குநரை நியமிக்கவும்; மற்றும்

உங்கள் நிர்வாக கட்டமைப்பை எவ்வாறு மேம்படுத்துவது அல்லது மாற்றுவது என்பதை அடையாளம் காண உங்களுக்கு உதவ ஒரு மேலாண்மை ஆலோசகரைப் பயன்படுத்தவும் வணிக.

3.4. சுற்றுலாத் தொழிலில் குடும்ப நிறுவனங்களை நிர்வகித்தல்

குடும்ப வணிகம் சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் துறையில் செயல்படுகிறது, மேலும் பிராந்திய வளர்ச்சியில் இது மிகவும் முக்கியமானது. கொக்ரானிகல் (1993) கருத்துப்படி, வெற்றிகரமான குடும்ப வணிகங்கள் சமூக வளர்ச்சியை மேம்படுத்துகின்றன, புதிய வேலைகளுக்கான வாய்ப்புகளை உருவாக்குகின்றன மற்றும் குடியிருப்பாளர்களுக்கு சிறந்த வாழ்க்கைத் தரத்தை வழங்குகின்றன. அவர்கள் புதிய வணிகங்களையும் குடியிருப்பாளர்களையும் இந்த பகுதிகளுக்கு ஈர்க்கிறார்கள்.

குடும்ப வணிகம், பல பகுதிகளில், இலக்கு போட்டித்தன்மையின் அடிப்படை. சிறிய, உரிமையாளரால் இயக்கப்படும் வணிகங்கள் பெரும்பாலான சேவைகளையும் ஈர்ப்புகளையும் எண் அடிப்படையில் வழங்குகின்றன, மேலும் பார்வையாளர்களின் செலவினங்களில் பெரும்பாலானவை அவை. இந்த வணிகங்களில் உணரப்பட்ட அனுபவத்தின் தரம் இலக்கு குறித்த உணர்வைத் தீர்மானிக்க

குறிப்பு

குறிப்பு

உதவுகிறது. புட்டி.பு குடும்ப வணிகங்கள் இலாபங்கள் மற்றும் நிலைத்தன்மையின் அடிப்படையில் தனித்துவமானவை, இலக்கு பாதிக்கப்படலாம்.

மிக அடிப்படையான மட்டத்தில் ஒரு குடும்ப வணிகத்தை “ஒரு நிறுவனமாக வரையறுக்க முடியும், இது நடைமுறையில், ஒரு குடும்பத்தின் உறுப்பினர்களால் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது” (பாரி, 1975). இந்த வரையறையில் ஒரு உரிமையாளரை மட்டுமே உள்ளடக்கிய வணிகங்கள் அடங்கும், பொதுவாக “ஒரே உரிமையாளர்” நிறுவனங்கள் என்று பெயரிடப்படுகின்றன. குடும்ப உறுப்பினர்கள் அல்லாதவர்கள் மேலாண்மை அல்லது உரிமையில் (கூட்டாண்மை) ஈடுபடும்போது அல்லது ஒரு குடும்ப நிறுவனம் “பொதுவில்” செல்லும்போது பல்வேறு சிக்கல்கள் உருவாகின்றன. மற்ற வரையறைகள் குடும்ப ஈடுபாட்டின் அளவை வலியுறுத்துகின்றன, வணிகமானது ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட தலைமுறைகளில் குடும்பத்தில் வைக்கப்பட்டுள்ளதா அல்லது வைக்கப்படுகிறதா, அல்லது அளவுகோல்களின் கலவையாகும் (வெஸ்ட்ஹெட் மற்றும் கோவ்லிங், 1998). பொதுவாக, உரிமை மற்றும் நிர்வாக அளவுகோல்கள் இரண்டும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் தொழில்களில் மக்கள் ஏன் நுழைகிறார்கள் மற்றும் தங்குவது என்பது ஒரு முக்கியமான கேள்வி, முக்கியமாக தொழில் ஒரு பெரிய அளவிலான சவால்களை வழங்கும் போது மற்றும் பெரும்பாலும் முதலீட்டில் மோசமான வருமானத்தை அளிக்கிறது. ஒரு சிறிய சிறுபான்மையினரைப் பொறுத்தவரை, குடும்பக் கருத்தில் சிறிதளவு இருந்தால், ஆனால் தொழிலில் பெரும்பாலான உரிமையாளர்கள் மற்றும் ஆபரேட்டர்கள் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட குடும்ப உறுப்பினர்களுடன் பணிபுரிகின்றனர், மேலும் பலர் குடும்ப விஷயங்களில் ஆர்வமாக உள்ளனர். அவர்களின் நோக்கங்கள், குறிக்கோள்கள் மற்றும் குடும்ப பார்வை ஆகியவற்றைப் புரிந்துகொள்வது அவசியம், குறிப்பாக அவை வணிக நம்பகத்தன்மை மற்றும் பரந்த பொருளாதார மற்றும் சமூக வளர்ச்சியை பாதிக்கலாம்.

3.5. இந்தியாவில் SME க்களுக்கான விளம்பர முகவர்

அரசாங்க ஆதரவு இந்தியாவில் முன்னிபந்தனை விரிவாக்கம் மற்றும் தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சி. டெக்னிகல் அசிஸ்டன்ஸ், மற்றும் சப்ளைஆ.பு மெஷினரி மற்றும் கருவி போன்ற பல்வேறு திட்டங்கள் மூலம் இந்திய அரசு இதை ஊக்குவித்து வருகிறது. சிறுதொழில் தொழில்கள் திணைக்களம் (எஸ்.எஸ்.ஐ) மற்றும் வேளாண் மற்றும் கிராமப்புற தொழில்கள் 1991 இல் உருவாக்கப்பட்டன, அமைச்சின் தொழில்துறையில், நாட்டில் எஸ்.எஸ்.ஐ.க்களை ஊக்குவிப்பதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் கொள்கை கட்டமைப்பை பிரத்தியேகமாக வடிவமைக்கிறது. எஸ்.எஸ்.ஐ மற்றும் அக்ரோண்ட் கிராமப்புற

தொழில்துறை அமைச்சகம் இரண்டு தனித்தனி அமைச்சகங்களாக பிரிக்கப்பட்டது, அதாவது எஸ்.எஸ்.ஐ அமைச்சகம் மற்றும் வேளாண் மற்றும் ஊரக தொழில்துறை அமைச்சகம் செப்டம்பர் 2001 இல்.

இந்த நிறுவனங்கள் வழியாக, நவீனமயமாக்கல், நவீன மேலாண்மை நடைமுறைகள், மேம்பட்ட பயிற்சி வசதிகள், சந்தைப்படுத்தல் உதவி போன்றவற்றுக்கு இந்திய அரசு போதுமான கடன் வசதி மற்றும் நிதிகளை வழங்கி வருகிறது. பல்வேறு கொள்கைகளை செயல்படுத்துதல் மற்றும்

சிறு நிறுவனங்களுக்கு உள்கட்டமைப்பு மற்றும் ஆதரவு சேவைகளை வழங்குவதற்கான திட்டங்கள் அதனுடன் தொடர்புடைய சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டு அமைப்பு (சிடோ) போன்ற துறைகள் மூலம் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன; சிலை அமைப்புகள் மற்றும் காதி மற்றும் கிராம தொழில்துறை ஆணையம் (கே.வி.ஐ.சி), கோயர் வாரியம் போன்ற பிற அமைப்புகள்; மற்றும் தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகம் லிமிடெட் (என்.எஸ்.ஐ.சி), இது ஒரு பொது நிறுவனமாகும். பிற நிறுவனங்களில் தேசிய சிறு தொழில்துறை விரிவாக்க பயிற்சி நிறுவனம் (ஜே.எஐ.நூவு), ஹைதராபாத் போன்ற பயிற்சி நிறுவனங்கள் அடங்கும்; தொழில்முனைவோர் தேசிய நிறுவனம் (என்ஐஇ), குவாஹாட்டி; மற்றும் தொழில்முனைவோர் மற்றும் சிறு வணிக மேம்பாட்டுக்கான தேசிய நிறுவனம் (ஜே.எஐ.எஐ), புது தில்லி.

தொழில்முனைவோரைத் தேர்ந்தெடுக்கும் நபர்களின் அதிகரித்துவரும் போக்குக்கு பதிலளிக்கும் வகையில், பல நிறுவனங்கள் தங்கள் சொந்த நிறுவனத்தை அமைப்பதில் ஆர்வமுள்ளவர்களுக்கு (ஆண்கள் மற்றும் பெண்கள் இருவருக்கும்) சிறப்பு பயிற்சி அளிக்க வேண்டும் என்ற யோசனையுடன் வந்துள்ளன. தங்களது சொந்த முயற்சிகளைத் தொடங்க சிறப்பு தொழில் முனைவோர் பயிற்சித் திட்டங்களை நடத்துவதற்கான தேவைக்கு அரசாங்கம் சிறப்பு முக்கியத்துவம் அளித்துள்ளது. பல்வேறு அபிவிருத்தி திட்டங்கள் அரசாங்கத்தால் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளன. இந்தியாவில் ஞான துறையில் தொழில்முனைவோருக்கு உதவும் முக்கிய அரசு நிறுவனங்கள் / நிறுவனங்கள் பின்வருமாறு;

ஞான எஸ்எஸ்ஐ அமைச்சகம்: எஸ்எஸ்ஐ அமைச்சகம் என்பது எஸ்எஸ்ஐக்களின் மேம்பாட்டிற்கும் வளர்ச்சிக்கும் உதவும் நோடல் ஏஜென்சி ஆகும். ஞானமு மற்றும் ஞான (அமைச்சின் கீழ் ஒரு பொதுத்துறை நிறுவனம்) மூலம் சிறு நிறுவனங்களுக்கு உள்கட்டமைப்பு மற்றும் ஆதரவு சேவைகளை வழங்க பல்வேறு கொள்கைகள் மற்றும் திட்டங்கள் செயல்படுத்தப்படுகின்றன.

• எஸ்.எஸ்.ஐ வாரியம்: எஸ்.எஸ்.ஐ வாரியம் என்பது இந்திய அரசாங்கத்தால் அமைக்கப்பட்ட உச்ச சட்டரீதியான அல்லாத

குறிப்பு

குறிப்பு

ஆலோசனைக் குழுவாகும், இது அதன் உறுப்பினர்களுக்கு ஒத்துழைப்பு மற்றும் நிறுவனங்களுக்கிடையேயான இணைப்புகளை எளிதாக்குவதற்கான தொடர்புக்கான ஒரு மன்றத்தை வழங்குகிறது. இத்துறையின் வளர்ச்சிக்கான பல்வேறு கொள்கை விஷயங்களில் அவை அரசாங்கத்திற்கு ஆலோசனை வகிக்கின்றன.

ID சிடோ: சிடோ 1954 இல் நிறுவப்பட்டது. இது நாட்டில் எஸ்எஸ்ஐக்களின் மேம்பாடு மற்றும் மேம்பாட்டிற்கான கொள்கைகள் மற்றும் திட்டங்களை வடிவமைத்தல், ஒருங்கிணைத்தல், செயல்படுத்துதல் மற்றும் கண்காணித்தல். ஞானுமு இன் செயல்பாடுகள் நவீன எஸ்எஸ்ஐ துறையுடன் தொடர்புடையவை, இது போன்ற சிறப்பு வாரியங்களின் நோக்கத்துடன் வரும் -

- காதி மற்றும் கிராம தொழில் ஆணையம்
- அகில இந்திய கைத்தறி, கைவினைப்பொருட்கள், பட்டு வளர்ப்பு மற்றும் நாணய வாரியங்கள்

சிறு தொழில்கள் சேவை நிறுவனம் (ஞானுமு), விரிவாக்க மையம், பிராந்திய சோதனை மையம் (சுவஹ), கருவி அறைகள் மற்றும் பயிற்சி மையம் மற்றும் உற்பத்தி மையம் மூலம் ஞானுமு செயல்படுகிறது. ஞானுமு ஐந்து தொடர்புடைய நிறுவனங்களைக் கொண்டுள்ளது, அதாவது:

- கருவி வடிவமைப்பு மைய நிறுவனம்
- மின்சார அளவீட்டு கருவிகளின் வடிவமைப்பு நிறுவனம்
- சிறு தொழில் விரிவாக்க பயிற்சி நிறுவனம்.

SISI கள் : தொழில்நுட்ப ஆலோசனை, பயிற்சி, சோதனை சந்தைப் படுத்தல் மற்றும் பொருளாதார தகவல் சேவைகள் (பொதுவான வசதி சேவை மற்றும் ஆலோசனை சேவை உட்பட) போன்ற சேவைகளை SISI கள் வழங்குகின்றன. இது வேலை வேலைகளையும் செய்கிறது. எஸ்.எஸ்.ஐ.களைத் தொடங்க ஆர்வமுள்ள அனைத்து பெண் தொழில்முனைவோருக்கும் தேவையான உதவி வழங்கப்படுகிறது. இந்த நிறுவனம் எஸ்.எஸ்.ஐ.க்களின் முதன்மை தொழில்நுட்ப மற்றும் வணிக ஆலோசகராகும், மேலும் இது எஸ்.எஸ்.ஐ.க்களின் வளர்ச்சியில் நம்பகமான பணிகளைச் செய்துள்ளது. பலவீனமான பிரிவிலும், நம் நாட்டின் பெண்களிலும் தொழில்முனைவோரை உருவாக்குவதற்கு இந்த நிறுவனம் அதிக முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது.

°ஆர்டிசி: தொழில்நுட்ப ஆலோசனை மற்றும் சோதனை வசதிகளை வழங்குவதற்காக நான்கு பெருநகரங்களில் (புது தில்லி, மும்பை, கல்கத்தா மற்றும் சென்னை) ஆர்.டி.சி.க்கள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன.

எஸ்.எஸ்.ஐ பிரிவுகளுக்கு சோதனை சேவைகளை வழங்க எட்டு புல சோதனை நிலையங்களும் ஆர்.டி.சி.களில் உள்ளன.

°என்.எஸ்.ஐ.சி: ஊக்குவிப்பு மற்றும் வணிக நடவடிக்கைகளின் கலவையின் மூலம் நாட்டில் சிறிய அளவிலான தொழில்களின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கவும், உதவவும், வளர்க்கவும் இந்திய அரசாங்கத்தால் 1955 இல் என்.எஸ்.ஐ.சி நிறுவப்பட்டது. மற்றவற்றுடன், இது வங்கிகளிடமிருந்தும் இதே போன்ற நிறுவனங்களிடமிருந்தும் சிறிய அளவிலான அலகுகளுக்கு கடனை உறுதிசெய்து உத்தரவாதம் அளிக்கிறது. நிறுவனம் வாடகைக்கு இயந்திரங்களை வழங்குவதன் மூலமாகவோ அல்லது நாடு முழுவதும் உள்ள சிறு தொழில்துறை பிரிவுகளுக்கு இயந்திரங்களை வாங்குவதற்கு நிதியளிப்பதன் மூலமாகவோ தொழில்துறை நிதி வழங்குகிறது. தற்போது, இந்தியாவில் அதன் மார்க்கெட்டிங் உதவித் திட்டங்களின் கீழ், என்.எஸ்.ஐ.சி என்.எஸ்.ஐ.க்களின் தயாரிப்புகளுக்கான பெரிய சந்தைகளை மட்டுமல்லாமல், சில பற்றாக்குறை உள்நாட்டு மற்றும் முக்கியமான மூலப்பொருட்களின் கிடைக்கும் தன்மையையும் தரக் கட்டுப்பாட்டு நனவின் தூண்டுதலையும் உறுதி செய்கிறது. என்.எஸ்.ஐ.சி தனது சிசி மற்றும் கிளை நிறுவனம் மற்றும் விரிவாக்க மையங்களின் நெட்வொர்க் மூலம் பெண் தொழில்முனைவோரை தங்கள் சொந்த சிறு தொழில்களை மேற்கொள்ள ஊக்குவிக்கிறது. அவர்கள் வேலைவாய்ப்புக்காக எடுத்துக்கொள்ளக்கூடிய தயாரிப்புகள் மற்றும் செயல்பாடுகள் குறித்து தொழில்நுட்ப உதவி மற்றும் வழிகாட்டுதல் அவர்களுக்கு வழங்கப்படுகின்றன. பெண் தொழில்முனைவோரின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப பல திட்ட சுயவிவரங்கள் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளன. கூடுதலாக, தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு பயிற்சி வகுப்புகள் பெண் தொழில்முனைவோருக்காக மட்டுமே நடத்தப்படுகின்றன (பொதுவாக ஒரு மாத காலத்தை உள்ளடக்கும்). பெண் தொழில்முனைவோரின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப பல திட்ட சுயவிவரங்கள் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளன. கூடுதலாக, தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு பயிற்சி வகுப்புகள் பெண் தொழில்முனைவோருக்காக மட்டுமே நடத்தப்படுகின்றன (பொதுவாக ஒரு மாத காலத்தை உள்ளடக்கும்). பெண் தொழில்முனைவோரின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப பல திட்ட சுயவிவரங்கள் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளன. கூடுதலாக, தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு பயிற்சி வகுப்புகள் பெண் தொழில்முனைவோருக்காக மட்டுமே நடத்தப்படுகின்றன (பொதுவாக ஒரு மாத காலத்தை உள்ளடக்கும்).

தேசிய சிறு தொழில் விரிவாக்க பயிற்சி நிறுவனம் (NISIT): நாட்டில் எம்மால்லேண்ட் நடுத்தர நிறுவனங்களின் (SME) மேம்பாடு, மேம்பாடு மற்றும் நவீனமயமாக்கல் ஆகியவற்றில் உதவுவதற்கான சாசனத்துடன் இந்திய அரசாங்கத்தால் 1960 ஆம் ஆண்டில் ஜே.எ.ஐ.ஐ.வு உச்ச நிறுவனமாக அமைக்கப்பட்டது, முக்கியமாக வணிக சார்பு சூழலை உருவாக்குவதன் மூலம் ஞஆநு க்கள் வெற்றி மற்றும் செழிப்பை

குறிப்பு

தொழில்களை மேம்படுத்துவதற்கும், கிராமப்புறங்களில் வேலை வாய்ப்புகளை வழங்குவதற்கும், கிராமப்புற பொருளாதாரத்தை வலுப்படுத்துவதற்கும் ஈடுபட்டுள்ளது.

ஞாநனர தேசிய பட்டியல் சாதி மற்றும் பட்டியல் பழங்குடி நிதி மற்றும் மேம்பாட்டுக் கழகம் (என்.எஸ்.எ.பி.டி.சி): இது பட்டியலிடப்பட்ட சாதிகள் மற்றும் திட்டமிடப்பட்ட பழங்குடியினத்தைச் சேர்ந்த மக்களின் பொருளாதார மேம்பாட்டிற்காக இந்திய அரசால் நிறுவப்பட்ட தேசிய நிறுவனம் ஆகும். எந்தவொரு சாத்தியமான திட்டமும் தகுதி வாய்ந்தது மற்றும் வருடாந்திர வட்டி 4 சதவீதத்துடன் 60-65 சதவீத கடனுக்கான உதவியைப் பெறலாம்.

குறிப்பு

3.6. வாய்ப்பு அடையாளம்

வணிகம் என்பது யோசனைகள் மற்றும் உணர்திறன் வாய்ப்புகள் பற்றியது. சில வாய்ப்புகள் உள்ளன, அவை பிற வணிகங்களால் உருவாக்கப்பட்டவை, மேலும் அதை வணிகத்தை உருவாக்க யாராவது உணர் முடியும். எடுத்துக்காட்டாக, ரைட் சகோதரர்கள் விமானங்களைக் கண்டுபிடித்தனர், மேலும் சிலர் மக்கள் மற்றும் பொருட்களின் போக்குவரத்திற்கு ஒரு வாய்ப்பைக் கண்டனர். இன்னும் சிலர் விமானத் துறையைச் சுற்றியுள்ள சேவைகளை வாய்ப்புகளாகக் கண்டனர், இப்போது விமானங்களை சுற்றி ஒரு முழுமையான எதிரொலி அமைப்பு உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த செயல்பாட்டில், பாதுகாப்பு, ஆறுதல் மற்றும் வசதியை மேம்படுத்த பல மனங்கள் அம்சங்களைச் சேர்த்துள்ளன. விமானத் துறையைச் சுற்றியுள்ள வணிகங்களின் எண்ணிக்கையை கற்பனை செய்து பாருங்கள்! இவ்வாறு, புதிய யோசனைகள் சிலரால் வளர்க்கப்படுகின்றன, ஆனால் அவை புதுமையின் விளைவாக, வணிக வாய்ப்புகள் மற்றவர்களால் உணரப்படுகின்றன.

சில வணிக வாய்ப்புகள் யாரோ ஒருவரின் விசாரணை வடிவத்தில் வருகின்றன, அல்லது தேவை அல்லது வழங்கல் இடைவெளி காரணமாக ஒருவர் படிக்க அல்லது அறிந்திருப்பார். ஒப்பீட்டளவில் பாதுகாப்பான சூழலை வழங்குவதால் இங்கே ஒரு தொழிலதிபர் நுழைவார். ஒரு தொழில்முனைவோர் புதுமைக்கான வாய்ப்புகள் அல்லது புதுமையைச் சுற்றி எதிரொலி அமைப்பை உருவாக்கும் வாய்ப்புகளை உணருவார்.

தற்போதுள்ள வாய்ப்பின் காரணமாக ஒரு வணிகத்தில் நுழையும் ஒரு தொழிலதிபர், தனது வணிகத்தை புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றலுடன், செயல்முறைகள், வளர்ச்சி அல்லது வளர்ச்சியில் நடத்தினால் ஒரு தொழில்முனைவோராகவும் இருக்க முடியும்.

எனவே, தொழில்முனைவோர் திட்டங்கள் என்பது புதுமைகளின் விளைவு அல்லது வேறொருவரின் கண்டுபிடிப்புகளைச் சுற்றி எதிரொலி அமைப்பை

குறிப்பு

உருவாக்குவதற்கான வாய்ப்புகளை உணருவது அல்லது அவை வணிகத்தை வளர்ப்பதில் ஒரு தொழிலதிபரின் தொழில் முனைவோர் போன்ற அணுகுமுறையின் விளைவாகும்.

புதுமைகள் ஒரு ஆர்வத்தைச் சுற்றியுள்ள தொடர்ச்சியான விசாரணையின் விளைவாகும், மேலும் அதைச் சுற்றி எதிரொலி அமைப்பை உருவாக்குவதன் மூலம் ஏராளமான வணிக வாய்ப்புகளை வழங்குகின்றன. படைப்பாற்றல் மற்றும் சிறிய புதுமையான யோசனைகளுடன் இயங்கினால், தற்போதுள்ள வாய்ப்புகள் மக்களின் நல்வாழ்வை மேம்படுத்தலாம்.

வாய்ப்புகளின் ஆதாரங்கள்

எல்லா இடங்களிலும் வாய்ப்புகள் உள்ளன. இது “பார்ப்பவரின் கண்” போன்றது. சிலர் வாய்ப்புகளைப் பார்க்கிறார்கள், சிலர் பார்க்க மாட்டார்கள். சிலர் அச்சுறுத்தல்கள் அல்லது தோல்விகளில் வாய்ப்பைக் காண்கிறார்கள்.

ரைட் சகோதரர்களைப் போலவே அடிமட்ட கண்டுபிடிப்புகளின் மூலத்திற்கும் வெறும் ஆர்வம், இடைவிடாத முயற்சிகள் தேவை, நிச்சயமாக “நாம் ஒருநாள் வெல்வோம்” என்று தன்னைத்தானே நம்பிக் கொள்ள வேண்டும். இது அதிக ஆபத்து நிறைந்த பகுதி, ஏனெனில் விளைவு அல்லது நடவடிக்கைகளுக்கான காலவரிசை ஆகியவற்றில் எதுவும் தெரியவில்லை.

தற்போதுள்ள புதுமைகளைப் பொறுத்தவரை, எதிரொலி அமைப்பை உருவாக்கக்கூடிய வணிக வாய்ப்பை உணர்த்துவதில் ஆக்கபூர்வமான சிந்தனை எளிது. சில பிரிவுகளின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்தக்கூடிய புதுமையைச் சுற்றியுள்ள ஒரு யோசனை நேர்மறையான முடிவுகளைத் தருவதற்கும் எதிரொலி அமைப்பை உருவாக்குவதில் பங்களிப்பதற்கும் அதிக வாய்ப்புள்ளது.

ஒரு தொழில்முனைவோரின் ஆர்வத்துடன் ஒரு தொழிலதிபருக்கு, வாய்ப்புகளின் ஆதாரங்கள் பின்வருமாறு தொகுக்கப்படலாம்:

தற்போதுள்ள தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள்: தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளுக்கான தேவை எப்போதும் மாறிக்கொண்டே இருக்கும். தேவை மற்றும் சேவைகளில் உள்ள முறை பற்றிய ஆய்வு, குறிப்பாக, காலப்போக்கில் (தேவை மற்றும் விநியோகத்தின் நேரத் தொடர் பகுப்பாய்வு) இடைவெளியை வெளிப்படுத்தும், எங்கு வேண்டுமானாலும் வழங்கல் அதிகமாக இருந்தால். இத்தகைய நேர்மறையான இடைவெளி ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு வணிக வாய்ப்பைக் குறிக்கிறது.

நுகர்வோர்: நுகர்வோர் விசாரணை பெரும்பாலும் புதிய வணிக யோசனைகளுக்கு வழிவகுக்கிறது. மருத்துவ கடைகள் வழங்கல் பொருட்களை விற்பனை செய்வதை நாங்கள் கண்டறிக்கிறோம்.

ஏனென்றால், நுகர்வோர் பெரும்பாலும் மருந்துகளை வாங்கும் போது அவற்றைக் கேட்கிறார்கள்.

விநியோக சேனல்கள்: சப்ளையர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுடன் கையாள்வது விசாரணை, பரிந்துரை அல்லது சில நேரங்களில் விநியோக சேனலின் சிக்கல்களை உணர்ந்து கொள்வதன் மூலம் அதிக வணிக யோசனைகளை உருவாக்குகிறது.

அரசு: அரசாங்கம் எப்போதும் ஒரு பெரிய வாடிக்கையாளர். அவர்கள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குவது அளவுகளில் உள்ளது. அரசாங்கத் தேவைகளும் மாறிக் கொண்டே இருக்கின்றன. இது அரசாங்கத்துடன் வணிகம் செய்ய ஒரு நல்ல வாய்ப்பை வழங்குகிறது. பொருளாதார தாராளமயமாக்கலுக்குப் பிறகும் அரசாங்கம் பல்வேறு சமூக திட்டங்களில் முதலீட்டாளராக செயல்படுகிறது. தனியார் ஒப்பந்தக்காரர்கள், துணி தயாரிப்பாளர்கள், சப்ளையர்கள் மற்றும் சேவை வழங்குநர்கள் அரசாங்க முதலீட்டு திட்டங்களிலிருந்து பெரும் வாய்ப்புகளைப் பெறுகின்றனர். அரசாங்கம் பெரும்பாலும் தனது திட்டங்களை தனியார் கட்சிகள் மற்றும் அரசு சாரா நிறுவனங்கள் மூலம் செயல்படுத்துகிறது.

ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாடு: வணிகத்தில் இருப்பவர்கள் தயாரிப்புகளை மேம்படுத்துவதற்கான நிலையான தேடலின் மூலம் வாய்ப்புகளை உருவாக்க முடியும், இது ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகளால் சிறப்பாக செய்யப்படலாம். தயாரிப்பு மேம்பாடு, புதிய தயாரிப்பு மேம்பாடு, செயல்முறை மேம்பாடுகள், செலவு செயல்திறன், வடிவமைப்பு மேம்பாடு, தர மேம்பாடு மற்றும் தர உத்தரவாதம் போன்ற சில குறிப்பிட்ட குறிக்கோள்களை நோக்கி ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகள் வழிநடத்தப்பட வேண்டும். ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டு முதலீட்டில் இருந்து சிறந்ததைப் பெறுவதற்கான நோக்கத்துடன் சந்தை பகுப்பாய்வு மற்றும் உள் மூலோபாயத்தைப் பொறுத்து இலக்குகளை கவனமாக தேர்வு செய்ய வேண்டும்.

3.7. வணிக திட்டம்

வணிகத் திட்டம் என்பது வணிகத்தின் எழுதப்பட்ட விளக்கமாகும். இது இயற்கையில் விரிவானது மற்றும் விளம்பரதாரர்கள், இருக்கும் மற்றும் முன்மொழியப்பட்ட தயாரிப்புகள் மற்றும் ∴ அல்லது சேவைகள், அறிவை எவ்வாறு பயன்படுத்த உத்திகள், சாத்தியமான சந்தைகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள், தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை விற்பனை செய்வதற்கான முன்மொழியப்பட்ட உத்திகள், மனிதவள விரைங்கள், கிடைக்கக்கூடிய அல்லது திட்டமிடப்பட்ட உள்கட்டமைப்பு, உள்ளீட்டு பொருட்களை வழங்குவதற்கான ஆதாரங்கள், நிறுவன அமைப்பு, மதிப்பிடப்பட்ட செலவுகள் மற்றும் வருவாய்கள், நிலையான

குறிப்பு

குறிப்பு

சொத்துக்களில் மதிப்பிடப்பட்ட முதலீடு மற்றும் பணி மூலதனம் மற்றும் இறுதியாக நிதி தேவைகளை முன்வைத்தல்.

பகுப்பாய்வு காலம்

பகுப்பாய்வு காலம் என்னவாக இருக்க வேண்டும்? இந்த கேள்வி அப்பாவிடாக இருக்கலாம்; இருப்பினும், இது மிகவும் முக்கியமானது. வழக்கமாக, முன்னறிவிப்பு காலம் என்பது தயாரிப்பு வாழ்க்கைச் சுழற்சி, வணிகச் சுழற்சி, தொழில்நுட்பத்தின் மாற்ற விகிதம், சுவை மாற்ற விகிதம், எதிர்காலத்தில் முன்னறிவிப்பதற்கான நிர்வாக திறன் மற்றும் ஆதரிக்கக் கிடைக்கும் தரவுத்தளம் போன்ற காரணிகளைக் கருத்தில் கொண்டு நிறுவனத்தின் கொள்கையின் ஒரு விஷயமாகும். முன்னறிவிப்பு, தொழில்நுட்ப மேம்பாட்டு வீதம், குறுகிய தயாரிப்பு வாழ்க்கைச் சுழற்சி மற்றும் குறைந்த நுழைவுத் தடையால் ஏற்படும் நிச்சயமற்ற தன்மை காரணமாக தகவல் தொழில்நுட்பத் திட்டங்கள் பொதுவாக சுமார் மூன்று ஆண்டுகளுக்கு திட்டமிடப்படலாம்.

நிதி பகுப்பாய்விற்கான கால அளவைக் கட்டுப்படுத்துவதற்கு வேறு காரணங்களும் உள்ளன. அவற்றில் சில பின்வருமாறு:

கடன் நோக்கத்திற்கான திட்ட அறிக்கை கடனுக்கான காலத்திற்கு தயாரிக்கப்படும், ஏனெனில் கடன் வழங்கும் நிறுவனம் அவர்களின் பணத்தின் பாதுகாப்பிற்கான திட்ட பணப்புழக்கத்தை அறிய விரும்புகிறது, இது ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு மட்டுமே கடன் வழங்கப்படுகிறது.

நேர மதிப்பை அடிப்படையாகக் கொண்ட நுட்பங்கள் (தள்ளுபடி செய்யப்பட்ட பணப்புழக்கம்) கட்ட-ஆஃப் வீதத்திற்கும் நேரத்தின் நீளத்திற்கும் உணர்திறன் கொண்டவை, மேலும் அவற்றின் முடிவுகள் பகுப்பாய்வில் அதிகரித்து வரும் கால அளவோடு முடிவெடுப்பதற்கு குறைவாகவே பொருந்துகின்றன.

சில காரணங்களுக்காக, பகுப்பாய்வின் நீளம் தோராயமான திட்ட வாழ்க்கையை விட குறைவாக இருந்தால், முனைய காலத்தின் முடிவில் (அதாவது பகுப்பாய்வுக் காலத்தின் முடிவில்) அனைத்து சொத்துகளின் மறுவிற்பனை மதிப்பை முன்னறிவிப்பது பொருத்தமானது. திட்டத்திற்கான கடந்த ஆண்டு பணப்புழக்கத்தில் முனைய மதிப்பை இணைக்கவும். முனைய காலத்தில் வெளியிடப்பட்ட பணி மூலதனத்தின் மதிப்பிடப்பட்ட மதிப்பும் இந்த கட்டத்தில் அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளது.

வணிகத் திட்டத்தின் முக்கியத்துவம்

நன்கு தயாரிக்கப்பட்ட வணிகத் திட்டம் பல நோக்கங்களுக்கு உதவுகிறது, அவற்றுள்:

- ஒருங்கிணைந்த பார்வை: ஒரு வணிகத் திட்டம் வணிகத்தின் பல ஆண்டு ஒருங்கிணைந்த முன்னோக்கை வழங்குகிறது. தயாரிப்பு மற்றும் தொழில்நுட்ப புரிதலின் ஒருங்கிணைப்பு, சந்தை இயக்கவியல் பற்றிய புரிதல் மற்றும் நிறுவன இடைக்கணிப்பு ஆகியவை ஒரு வணிகத் திட்டத்தின் மூலம் ஒரு பெரிய படத்தை அளிக்கிறது.
- பொதுவான புரிதலை உருவாக்குகிறது: ஒருங்கிணைப்பின் காரணமாக, கூட்டாளர்களிடையேயும், எல்லா மட்டத்திலும் உள்ள ஊழியர்களிடையேயும் புரிந்துணர்வு அதிகரிக்கும், ஒருங்கிணைப்பு முயற்சிகளைக் குறைக்கும் மற்றும் தவறான புரிதலுக்கான வாய்ப்புகளைக் குறைக்கும்.
- வள தேவைகளை அடையாளம் காணுகிறது: ஒரு வணிகத் திட்டம் ஒரு அனுமானத்துடன் தொடங்குகிறது என்றாலும், அது வளத் தேவைத் திட்டமும் செய்யப்படும் ஒரு கட்டத்தை கடந்து செல்கிறது. இது வணிகத்தின் ஆதாரங்களின் ஆதாரங்கள், அவற்றின் கிடைக்கும் தன்மை மற்றும் விலை நிர்ணயம் போன்றவற்றை அடையாளம் காண உதவுகிறது.
- நிதி தேவை பற்றிய விரிவான மதிப்பீட்டை அளிக்கிறது: அனைத்து அனுமானங்களும் சேர்ந்து குறுகிய கால மற்றும் நீண்ட கால நிதி இடைவெளிகளை அடையாளம் காணும்.
- நிதி திரட்டலை எளிதாக்குகிறது: ஒருவர் மூலதன நிதி மற்றும் திட்ட நிதி தேவைகளை நேரத்திற்கு முன்பே திட்டமிடலாம் மற்றும் நெருக்கடியைத் தவிர்க்கலாம். நிதி திரட்டலுக்கான சரியான நேரத்தில் நடவடிக்கை மூலதன செலவைக் குறைக்கும்.
- மனிதவளத்தைப் பெறுதல்: ஒரு புதிய தொடக்க நிறுவனத்தின் விஷயத்தில், ஒரு வணிகத் திட்டம் பெரும்பாலும் பொருத்தமான மனிதவள வளங்களை ஈர்க்க உதவுகிறது. சரியான வகை மனித வளத்தைப் பெறுவது ஒரு தொடக்கத்திற்கு மிகவும் முக்கியம்.

3.8. சாத்தியக்கூறு அறிக்கை

சாத்தியக்கூறு ஆய்வு என்பது முதலீட்டின் முதன்மையான நம்பகத்தன்மை மதிப்பீடு செய்யப்படும் ஒரு சோதனை. மதிப்பீடு இரண்டாம் நிலை ஆனால் விரிவான தரவை அடிப்படையாகக் கொண்டது. மற்றவர்களின் அனுபவத்தின் அடிப்படையில் தோராயமான மதிப்பீடுகள் திட்ட சாத்தியக்கூறு ஆய்வில் நம்பகத்தன்மை சரிபார்ப்பின் அடிப்படையை உருவாக்குகின்றன.

அனைத்து திட்டங்களுக்கும் சாத்தியக்கூறு ஆய்வு நடத்தப்படவில்லை. பழைய சொத்துக்களை மாற்றுவது அல்லது உறுதியான நிலை மிக அதிகமாக இருக்கும் எந்தவொரு திட்டத்திற்கும் இது தேவையில்லை. பெரிய திட்டங்களுக்கு வழக்கமாக கணிசமான அளவு பணம்

செலுத்துவதற்கு முன்பு சாத்தியக்கூறு சோதனை தேவைப்படுகிறது. அத்தகைய திட்டங்களில் மூலோபாய உள்ளடக்கம் அதிகமாக உள்ளது, ஆனால் உள் தரவின் கிடைக்கும் தன்மை அல்லது பொருத்தம் குறைவாக உள்ளது.

சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் மதிப்பீட்டு பகுதிகள்

திட்ட சாத்தியக்கூறு ஆய்வில் மதிப்பீடு செய்யப்பட்ட மூன்று வகையான சாத்தியக்கூறுகள் உள்ளன:

1. சந்தை சாத்தியக்கூறு
2. தொழில்நுட்ப சாத்தியக்கூறு
3. நிதி சாத்தியக்கூறு

திட்டங்கள் அரசாங்க அல்லது அரசு நிறுவனங்களால் மதிப்பீடு செய்யப்படும்போது, சுற்றுச்சூழல் மதிப்பீட்டிற்கு கூடுதலாக பொருளாதார மற்றும் சமூக சாத்தியங்களும் கருதப்படுகின்றன. திட்ட மதிப்பீட்டின் ஆரம்ப கட்டத்தில் சந்தை சாத்தியக்கூறுகள் விரிவாக மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. ஆரம்ப கட்டத்தில் தொழில்நுட்ப சாத்தியக்கூறு மற்றும் நிதி சாத்தியக்கூறுகள் குறைவாக வலியுறுத்தப்படுகின்றன, ஆனால் சந்தை சாத்தியக்கூறு சில நேர்மறையான சமிக்ஞைகளைக் காண்பிக்கும் போது, தொழில்நுட்ப மற்றும் நிதி சாத்தியக்கூறுகள் முக்கியத்துவத்தைப் பெறும்.

சாத்தியக்கூறு ஆய்வு செய்வதற்கான வழிகாட்டுதல்கள்

சாத்தியக்கூறு ஆய்வு தேவைப்பட்டால், முதல் படியாக சந்தையில் ஏதேனும் சேவை செய்யப்படாத தேவை இருக்கிறதா என்று சோதிப்பது, அப்படியானால், அந்த சந்தை எங்கே. வணிகத்தில் பிராந்தியத்தில் பயன்படுத்தப்படாத சில தொழில்நுட்பங்கள் தேவைப்பட்டால் மற்றும் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றம் அதிகமாக இருந்தால் மட்டுமே தொழில்நுட்ப பகுப்பாய்வு மேற்கொள்ளப்படுகிறது. மேலும், தொழில்நுட்பத்தை ஏற்றுக்கொள்வது அல்லது பயன்படுத்துவது ஒரு பிரச்சினையாக மாறும்போது ஒரு விரிவான தொழில்நுட்ப சாத்தியக்கூறு ஆய்வு தேவைப்படும். நிதி சாத்தியக்கூறு ஆய்வு முக்கியமானது

திட்டத்தின் நிதி நம்பகத்தன்மை மற்றும் விரும்பத்தக்க தன்மையை தீர்மானித்தல். நிதி சாத்தியக்கூறு சந்தை சாத்தியக்கூறு மற்றும் தொழில்நுட்ப சாத்தியக்கூறுகளிலிருந்து அனுமானங்களை ஈர்க்கும்.

3.9. நிதி விருப்பங்கள்

சுற்றுலாத் துறையில் தொடக்க நிலைகளுக்கான நிதி விருப்பங்கள் பின்வருமாறு:

1. பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்

பூட்ஸ்ட்ராப்பிங் என்ற சொல் பொதுவாக ஒரு நிறுவனத்தை அதன் நிறுவனர்களின் தனிப்பட்ட நிதிகளைப் பயன்படுத்தி கட்டமைக்கப்படுவதைக் குறிக்கிறது. இந்த நிதி கல்லூரி நிதி, சேமிப்புக் கணக்கு அல்லது ஓய்வூதிய நிதியில் இருந்து எதுவும் இருக்கலாம். பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்கின் தனித்துவமான நன்மை என்னவென்றால், தொழில்முனைவோருக்கு ஈக்விட்டி சிக்கல்கள் அல்லது வங்கிகளிடமிருந்து கடன்களாக எடுக்கப்பட்ட கடன்களை வழங்குவதன் மூலம் உரிமையை நீர்த்துப்போகச் செய்ய வேண்டியதில்லை.

பூட்ஸ்ட்ராப் பயன்படுத்தப்படும் பொதுவான முறைகள்

பூட்ஸ்ட்ராப்பிற்கு பயன்படுத்தப்படும் சில பொதுவான முறைகள் பின்வருமாறு:

தனிப்பட்ட சேமிப்புக் கணக்குகளைப் பயன்படுத்துதல்: எந்தவொரு வடிவத்திலும் தனிப்பட்ட சேமிப்பு உதவியாக இருக்கும். உறவினர்கள் பரிசளித்த சேமிப்பு பத்திரங்கள் பொறிமுறைக்கு தயாரா என்பதை சரிபார்க்க நல்லது.

ஓய்வூதிய நிதிகளிலிருந்து வரைதல்: பூட்ஸ்ட்ராப் நிதிகளாகப் பயன்படுத்தப்படுவதற்கு ஓய்வு பெற்ற பிறகு பயன்பாட்டு நோக்கத்திற்காக ஒதுக்கி வைக்கப்பட்ட நிதிகள் இப்போது வரையப்படலாம்.

சொத்துக்களை விற்பனை செய்தல்: பழைய கார், பழைய தளபாடங்கள் அல்லது சில பங்குகளை கூட சிறிது நேரம் விற்பனை செய்வது அனைத்தும் துணிகரத்திற்கு பணம் செலுத்த உதவும்.

மலிவான வாழ்க்கை: வாழ்க்கை முறையின் அளவைக் குறைப்பது ஒரு சில ரூபாயைச் சேமிக்க உதவும். அன்றாட மற்றும் மாதாந்திர செலவினங்களின் தணிக்கை சில செலவுத் தலைகளைத் தருவது உறுதி, அவை இல்லாமல் எளிதாக செய்ய முடியும். இந்த விலைமதிப்பற்ற தொகை பூட்ஸ்ட்ராப் நிதியாக செல்லக்கூடும்.

உதவி தேடுவது: நேராக வெளியே சென்று குடும்பத்தினரிடமிருந்தும் நண்பர்களிடமிருந்தும் உதவி கோருவது என்பது ஒரு புதிய முயற்சியைத் தொடங்கும் பெரும்பாலான மக்கள் வழக்கமாகச் செய்யும் ஒரு விருப்பமாகும்.

பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்கின் நன்மை தீமைகள்

வணிகத்தை பூட்ஸ்ட்ராப் செய்ய வேண்டுமா என்று தீர்மானிப்பது ஒரு பெரிய அளவிற்கு தனிப்பட்ட முடிவு. சூழ்நிலைகளைப் பொறுத்து, அபாயங்கள் மாறுபடும். பூட்ஸ்ட்ராப்பிங் அனைவருக்கும் இல்லை. பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்கின் சில நன்மை தீமைகளைப் பார்ப்போம்.

குறிப்பு

நன்மை

ஈக்விட்டி தக்கவைப்பு: பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்கில், ஈக்விட்டி நீர்த்தல் இல்லை. எளிமையான சொற்களில், பங்குகளை விற்பது என்பது உரிமையை விற்பது என்று பொருள், எனவே பூட்ஸ்ட்ராப்பிங் மூலம் இந்த ஆர்வம் பாதுகாக்கப்படுகிறது.

நிறுவனத்தின் முழு கட்டுப்பாடு: பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்கைத் தேர்ந்தெடுப்பதன் மூலம், தொழில்முனைவோர் பார்வை, பணம் மற்றும் நிறுவனம் தங்கள் சொந்த வசத்தில் இருப்பதை உறுதிசெய்கிறார். வெளி முதலீட்டாளர்கள் காட்சிகளை அழைத்து தலையிட முயற்சிக்கவில்லை வணிகத்தின் இயக்கத்துடன். இது வணிகத்திற்கும் தொழில்முனைவோருக்கும் ஒரு திட்டவட்டமான நன்மை.

ஒரு கடனுக்கு வட்டி செலுத்த வேண்டியதில்லை: பூட்ஸ்ட்ராப்பிங் வணிகத்தை வெளி நிறுவனங்களின் கடன்களின் வடிவங்களில் கடன்களைச் செய்வதிலிருந்து காப்பாற்றுகிறது. வட்டி செலுத்துவதன் மூலம் கடன்கள் சேவை செய்யப்பட வேண்டும், இது வணிகத்தின் அடிமட்டத்தை பாதிக்கும் வளங்களை இழுத்துச் செல்லும். எனவே, பூட்ஸ்ட்ராப்பிங் மூலம், தொழில்முனைவோர் இந்த கடன் சுமையிலிருந்து விடுபடுகிறார்.

தீமைகள்:

சவாலானது: உங்கள் சொந்த வியாபாரத்தை நடத்துவதற்கு சுதந்திரமாக இருப்பது ஒரு பெரிய உணர்வு. இருப்பினும், இது மிகவும் சவாலானது மற்றும் ஒருவரை நீட்டிக்க வைக்கும். சில நேரங்களில், இது கையாள மிகவும் சூடாக மாறும் மற்றும் வெப்பத்திலிருந்து உருவாகும் தீப்பொறிகள் வணிகத்தை சீர்குலைக்கும்.

வரையறுக்கப்பட்ட விரிவாக்கம்: வரையறுக்கப்பட்ட பட்ஜெட் என்றால் அது ஓரளவிற்கு முயற்சிகளைக் கட்டுப்படுத்தும். இது குறைந்த ஊழியர்களை பணியமர்த்த வழிவகுக்கும், சிறிய வள குளங்கள் மற்றும் வரையறுக்கப்பட்ட அபாயங்களை எடுக்க அனுமதிக்கிறது. இது வணிகத்தின் வளர்ச்சி மற்றும் விரிவாக்க வாய்ப்புகளுக்கு தீங்கு விளைவிக்கும்.

அதிகரித்த அழுத்த நிலைகள்: வரவுசெலவுத்திட்டங்கள் பிழியப்படுவதால், எந்தவொரு தோல்வியும் வரையறுக்கப்பட்ட வளங்களை வடிகட்டலாம், இது மன அழுத்தத்திற்கு வழிவகுக்கிறது. ஒவ்வொரு முடிவும் முக்கியமானதாக மாறும், இது மோசமான முடிவெடுப்பிற்கு வழிவகுக்கும்.

2. நிதியுதவியின் மாற்று ஆதாரங்கள்

ஆராயக்கூடிய வேறு சில நிதி ஆதாரங்கள்:

ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள்

ஒரு தேவதை முதலீட்டாளர் ஒரு வணிக தொடக்கத்திற்கு மூலதனத்தை வழங்குகிறார். மாற்றத்தக்க கடன் அல்லது உரிமையாளர் ஈக்விட்டிக்கு ஈடாக இது செய்யப்படுகிறது. வங்கிகள் மற்றும் பிற நிதி நிறுவனங்களுடன் ஒப்பிடும்போது ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள் பொதுவாக ஆபத்துக்கு புறம்பானவர்கள். அவர்கள் நன்கு இணைக்கப்பட்டவர்கள் மற்றும் பிற வெற்றிகரமான நபர்களுக்கான அணுகலைக் கொண்டுள்ளனர், அவர்கள் இதே போன்ற வணிகத்தில் முதலீடு செய்வதற்கான வாய்ப்புகளையும் எதிர்பார்க்கலாம். ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்களுக்கு பணக்கார அனுபவம் உள்ளது, மேலும் அவர்கள் தனியார் சமயங்குடன் ஆழ்ந்த பைகளை வைத்திருக்கிறார்கள்.

இன்னும், ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள் அதிக வருவாய் கிடைக்கும் என்ற எதிர்பார்ப்புகளுடன் வருகிறார்கள் என்பதை நினைவில் கொள்ள வேண்டும். அவர்கள் உங்கள் பணத்தை உங்கள் துணிகரத்தில் பந்தயம் கட்டுகிறார்கள், எனவே அவர்கள் நல்ல வருமானத்தை எதிர்பார்க்கிறார்கள். வெளிப்புற முதலீட்டாளரைக் கொண்டிருப்பது என்பது மொத்த கட்டுப்பாட்டில் அரிப்பு இருப்பதைக் குறிக்கிறது.

தனிப்பட்ட கடன்கள்

வங்கிகள் மற்றும் கூட்டுறவு சங்கங்கள் போன்ற பல நிறுவனங்கள் ஒரு வணிக முயற்சிக்கு நிதியளிக்கும் நோக்கத்திற்காக கடன் வழங்குகின்றன. கடன் வாங்கிய தொகை பொருந்தக்கூடிய வட்டியுடன் மாதாந்திர நிறுவல்களில் திருப்பிச் செலுத்தப்பட வேண்டும். தனிநபர் கடன்கள் அதிக வட்டி விகிதங்கள் காரணமாக அதிக செலவுகள் என்பதால் இது ஒரு விலையுயர்ந்த கருத்தாகும். பெரும்பாலான தனிப்பட்ட கடன்கள் பிணையத்தால் பாதுகாக்கப்படவில்லை.

வணிக கடன்கள்

வணிக கடன்கள் தொழில்முனைவோருக்கும் வணிக உரிமையாளர்களுக்கும் தங்கள் வணிகத்திற்கு நிதியளிக்க மூலதனத்தை அணுகும். தனிநபர் கடன்களைப் போலவே, இங்கேயும், கடனை மாதாந்திர தவணைகளில் வட்டியுடன் திருப்பிச் செலுத்த வேண்டும். இது கடன் நிதி என்ற பிரிவின் கீழ் வருகிறது.

3. குடும்பம் மற்றும் நண்பர்களிடமிருந்து முறைசாரா மூலதனம்

பெரும்பாலான தொழில்முனைவோர், தங்கள் புதிய முயற்சியை மேற்கொள்வதைப் பற்றி சிந்திக்கும்போது, துணிகரத்திற்கான ஆரம்ப

குறிப்பு

நிதியை திரட்ட குடும்பம் மற்றும் நண்பர்களை முதலில் உள்நோக்கிப் பார்க்க முற்படுகிறார்கள். இருப்பினும், பெரும்பாலும், அவர்கள் நெருக்கமாக கருதும் இந்த மக்களிடமிருந்து அவர்கள் எதிர்பார்க்கும் பதிலை அவர்கள் பெறுவதில்லை. பின்னர் அவர்கள் தங்கள் நிதி தேவைகளுக்காக வேறு இடங்களைப் பார்க்க முற்படுகிறார்கள். இருப்பினும், நண்பர்கள் மற்றும் குடும்பத்தினரிடையே தனியார் ஆதரவாளர்கள் இல்லையென்றால் ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் துணிகர முதலீட்டாளர்கள் கூட முதலீடு செய்ய மறுப்பார்கள்.

3.10. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. வணிகத்தின் நிதிகளை மதிப்பாய்வு செய்யும் போது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் பணப்புழக்கம், பணி மூலதனம், செலவு அடிப்படை, கடன் வாங்குதல் மற்றும் வளர்ச்சி ஆகியவை அடங்கும்.
2. பணப்புழக்கம் என்பது வணிகத்திற்கு உள்ளேயும் வெளியேயும் பாயும் அனைத்து பணத்தின் இருப்பு. முன்னறிவிப்பை தவறாமல் மதிப்பாய்வு செய்து புதுப்பிக்க வேண்டும்.
3. ஒரு வணிக மதிப்பாய்வு உங்கள் திட்டத்தில் கோடிட்டுக் காட்டப்பட்ட செயல்பாட்டிலிருந்து பின்வாங்குவதற்கான வாய்ப்பை வழங்குகிறது, மேலும் இது போன்ற காரணிகளை மீண்டும் பார்க்கவும்:
 - (i) உங்கள் சந்தையில் சமீபத்திய மாற்றங்கள்;
 - (ii) புதிய மற்றும் வளர்ந்து வரும் சேவைகள்;
 - (iii) உங்கள் வாடிக்கையாளரின் தேவைகளில் மாற்றங்கள்;
 - (iv) பொருளாதாரம், இறக்குமதி மற்றும் சமீபத்திய தொழில்நுட்பம் போன்ற வெளிப்புற காரணிகள்; மற்றும்
 - (v) போட்டிச் செயல்பாட்டில் மாற்றங்கள்.
4. ஒரு குடும்ப வணிகத்தை “ஒரு நிறுவனமாக வரையறுக்க முடியும், இது நடைமுறையில், ஒரு குடும்பத்தின் உறுப்பினர்களால் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது” (பாரி, 1975). இந்த வரையறை முடியும்.
5. ஒரு உரிமையாளரை மட்டுமே உள்ளடக்கிய வணிகங்களை உள்ளடக்குங்கள், பொதுவாக “ஒரே உரிமையாளர்” நிறுவனங்கள் என்று பெயரிடப்படுகின்றன.
6. நாட்டில் எஸ்.எஸ்.ஐ.க்களை ஊக்குவிப்பதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் கொள்கை கட்டமைப்பை பிரத்தியேகமாக வகுக்க சிறு அளவிலான தொழில்துறை துறை (எஸ்.எஸ்.ஐ) மற்றும் வேளாண் மற்றும் கிராமப்புற தொழில்கள் 1991 இல் தொழில்துறை அமைச்சகத்தில் உருவாக்கப்பட்டது.
7. ஊக்குவிப்பு மற்றும் வணிக நடவடிக்கைகளின் கலவையின் மூலம் நாட்டில் சிறிய அளவிலான தொழில்களின் வளர்ச்சியை

- ஊக்குவிக்கவும், உதவவும், வளர்க்கவும் இந்திய அரசு 1955 ஆம் ஆண்டில் என்எஸ்ஐசி நிறுவப்பட்டது.
8. ஞானுமு 1954 இல் நிறுவப்பட்டது. இது நாட்டின் எஸ்.எஸ்.ஐ.க்களின் மேம்பாடு மற்றும் மேம்பாட்டிற்கான கொள்கைகள் மற்றும் திட்டங்களை வடிவமைத்தல், ஒருங்கிணைத்தல், செயல்படுத்துதல் மற்றும் கண்காணித்தல். ஞானுமு இன் செயல்பாடுகள் நவீன ஞானுமுநடவடிசை உடன் தொடர்புடையவை, இது போன்ற சிறப்பு வாரியங்களின் நோக்கத்துடன் வரும்வற்றைத் தவிர:
- (i) காதி மற்றும் கிராம தொழில் ஆணையம்
- (ii) அகில இந்திய கைத்தறி, கைவினைப்பொருட்கள், பட்டு வளர்ப்பு மற்றும் நாணய வாரியங்கள்
9. வாய்ப்புகள் சில ஆதாரங்களில் இருக்கும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள், நுகர்வோர் தேவை, விநியோக சேனல்கள், அரசு மற்றும் ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாடு ஆகியவை அடங்கும்.
10. வணிகத் திட்டம் என்பது வணிகத்தின் எழுதப்பட்ட விளக்கமாகும். இது இயற்கையில் விரிவானது மற்றும் விளம்பரதாரர்கள், இருக்கும் மற்றும் முன்மொழியப்பட்ட தயாரிப்புகள் மற்றும் ∴ அல்லது சேவைகள், அறிவை எவ்வாறு பயன்படுத்த உத்திகள், சாத்தியமான சந்தைகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள், தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை விற்பனை செய்வதற்கான முன்மொழியப்பட்ட உத்திகள், மனிதவள விவரங்கள், கிடைக்கக்கூடிய அல்லது திட்டமிடப்பட்ட உள்கட்டமைப்பு, உள்ளீட்டு பொருட்களை வழங்குவதற்கான ஆதாரங்கள், நிறுவன அமைப்பு, மதிப்பிடப்பட்ட செலவுகள் மற்றும் வருவாய்கள், நிலையான சொத்துக்களில் மதிப்பிடப்பட்ட முதலீடு மற்றும் பணி மூலதனம் மற்றும் இறுதியாக நிதி தேவைகளை முன்வைத்தல்.
11. சாத்தியக்கூறு என்பது ஒரு சோதனை, அங்கு முதலீடு மதிப்பீடு செய்யப்படுகிறது. மதிப்பீடு இரண்டாம் நிலை ஆனால் விரிவான தரவை அடிப்படையாகக் கொண்டது. மற்றவர்களின் அனுபவத்தின் அடிப்படையில் தோராயமான மதிப்பீடுகள் திட்ட சாத்தியக்கூறு ஆய்வில் நம்பகத்தன்மை சரிபார்ப்பின் அடிப்படையை உருவாக்குகின்றன.
12. ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள், தனிநபர் கடன்கள் மற்றும் வணிக கடன்கள் ஆகியவை நிதியத்தின் சில மாற்று ஆதாரங்களில் அடங்கும்.

3.11. சுருக்கம்

1. உங்கள் நிறுவனம் உயர் மட்டத்திற்கு செல்லத் தயாராக இருப்பதாக நீங்கள் முடிவு செய்திருந்தால் தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீடு பயனுள்ளதாக இருக்கும்.
2. தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீடு பின்வரும் முக்கிய படிகளை உள்ளடக்கியது: திசையை அமைத்தல், உங்கள் முக்கிய செயல்பாடுகளை மதிப்பீடு செய்தல், உங்கள் வணிகத்தை மதிப்பீடு செய்தல்
3. செயல்திறன், உங்கள் நிதி நிலையை மதிப்பாய்வு செய்தல், போட்டியாளர் பகுப்பாய்வு நடத்துதல், வாடிக்கையாளர் மற்றும் சந்தை பகுப்பாய்வுகளை நடத்துதல், உங்கள் மதிப்பாய்வைப் பயன்படுத்தி உங்கள் வணிக இலக்குகளை மறுவரையறை செய்ய, தொடர்ச்சியான முன்னேற்றம் மற்றும் நிபுணர் உள்ளீடு.
4. வணிகத்தின் நிதிகளை மதிப்பாய்வு செய்யும் போது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகளில் பணப்புழக்கம், பணி மூலதனம், செலவு அடிப்படை, கடன் வாங்குதல் மற்றும் வளர்ச்சி ஆகியவை அடங்கும்.
5. உங்கள் திட்டத்தில் கோடிட்டுக் காட்டப்பட்ட செயல்பாட்டிலிருந்து விலகி, உங்கள் சந்தையில் சமீபத்திய மாற்றங்கள் போன்ற காரணிகளை மீண்டும் பார்க்க ஒரு வணிக மதிப்பாய்வு உங்களுக்கு வாய்ப்பளிக்கிறது; புதிய மற்றும் வளர்ந்து வரும் சேவைகள்; உங்கள் வாடிக்கையாளரின் தேவைகளில் மாற்றங்கள்; பொருளாதாரம், இறக்குமதி மற்றும் சமீபத்திய தொழில்நுட்பம் போன்ற வெளிப்புற காரணிகள்; மற்றும் போட்டி செயல்பாட்டில் மாற்றங்கள்.
6. குடும்ப வணிகம் சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் துறையில் செயல்படுகிறது, மேலும் பிராந்திய வளர்ச்சியில் இது மிகவும் முக்கியமானது. இது இலக்கு போட்டித்தன்மையின் அடிப்படை. சிறிய, உரிமையாளரால் இயக்கப்படும் வணிகங்கள் பெரும்பாலான சேவைகளையும் ஈர்ப்புகளையும் எண் அடிப்படையில் வழங்குகின்றன, மேலும் பார்வையாளர்களின் செலவினங்களில் பெரும்பாலானவை அவை.
7. ஒரு குடும்ப வணிகத்தை “ஒரு நிறுவனமாக வரையறுக்கலாம், இது நடைமுறையில், மெம்பர்ஸ். பாசிங் குடும்பத்தால் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. இந்த ஒற்றை வரையறை ஒரே உரிமையாளரை மட்டுமே உள்ளடக்கிய வணிகங்களை உள்ளடக்கியது, பொதுவாக “ஒரே உரிமையாளர்” நிறுவனங்கள் என்று பெயரிடப்பட்டது.
8. பொதுவான குடும்ப வணிக சவால்கள் பொருந்தக்கூடியவை என்றாலும், சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் தொழில் குடும்ப வணிகத்துடன் தொடர்புடைய பல தனித்துவமான மற்றும்

- குறிப்பிடத்தக்க கருத்தாய்வுகளை உள்ளடக்கியது என்பதும் தெளிவாகிறது.
9. இந்தியாவில் தொழில்முனைவோரின் விரிவாக்கம் மற்றும் வளர்ச்சிக்கு அரசாங்க ஆதரவு ஒரு முன்னிபந்தனை. தொழில்நுட்ப உதவி, இயந்திரங்கள் மற்றும் உபகரணங்கள் வழங்கல் போன்ற பல்வேறு திட்டங்கள் மூலம் இந்திய அரசு இதை ஊக்குவித்து வருகிறது.
 10. எஸ்.எஸ்.ஐ மற்றும் வேளாண் மற்றும் கிராமப்புற தொழில்துறை அமைச்சகம் செப்டம்பர் 2001 இல் எஸ்.எஸ்.ஐ அமைச்சகம் மற்றும் வேளாண் மற்றும் ஊரக தொழில்துறை அமைச்சகம் என இரண்டு தனித்தனி அமைச்சகங்களாக பிரிக்கப்பட்டன.
 11. நவீனமயமாக்கல், நவீன மேலாண்மை நடைமுறைகள், மேம்பட்ட பயிற்சி வசதிகள், சந்தைப்படுத்தல் உதவி போன்றவற்றுக்கு இந்திய அரசு போதுமான கடன் வசதி மற்றும் நிதிகளை வழங்கி வருகிறது.
 12. சிறு நிறுவனங்களுக்கு உள்கட்டமைப்பு மற்றும் ஆதரவு சேவைகளை வழங்குவதற்கான பல்வேறு கொள்கைகள் மற்றும் திட்டங்களை செயல்படுத்துதல் சிறு தொழில்கள் மேம்பாட்டு அமைப்பு (சிடோ) போன்ற பல்வேறு தொடர்புடைய துறைகள் மூலம் மேற்கொள்ளப்படுகிறது; சிலை அமைப்புகள் மற்றும் காதி மற்றும் கிராம தொழில்துறை ஆணையம் (கே.வி.ஐ.சி), கோயர் வாரியம் போன்ற பிற அமைப்புகள்; மற்றும் தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகம் லிமிடெட் (என்.எஸ்.ஐ.சி), இது ஒரு பொது நிறுவனமாகும். பிற நிறுவனங்களில் தேசிய சிறு தொழில்துறை விரிவாக்க பயிற்சி நிறுவனம் (ஐ.என்.ஐ.சி), ஹைதராபாத் போன்ற பயிற்சி நிறுவனங்கள் அடங்கும்; தொழில்முனைவோர் தேசிய நிறுவனம் (என்ஐஇ), குவாஹாட்டி; மற்றும் தொழில்முனைவோர் மற்றும் சிறு வணிக மேம்பாட்டுக்கான தேசிய நிறுவனம் (ஐ.என்.ஐ.சி), புது தில்லி.
 - i. வணிகம் என்பது யோசனைகள் மற்றும் உணர்திறன் வாய்ப்புகள் பற்றியது. சில வாய்ப்புகள் உள்ளன, அவை பிற வணிகங்களால் உருவாக்கப்பட்டவை, மேலும் அதை வணிகத்தை உருவாக்க யாராவது உணர முடியும்.
 13. சில வணிக வாய்ப்புகள் யாரோ ஒருவரின் விசாரணை வடிவத்தில் வருகின்றன, அல்லது ஒருவர் படிக்கும் அல்லது அறிந்திருக்கும் தேவை-விநியோக இடைவெளி காரணமாக தெரியும்.
 - i. புதுமைகள் ஒரு ஆர்வத்தைச் சுற்றியுள்ள தொடர்ச்சியான விசாரணையின் விளைவாகும், மேலும் அதைச் சுற்றி எதிரொலி அமைப்பை உருவாக்குவதன் மூலம் ஏராளமான வணிக வாய்ப்புகளை வழங்குகின்றன.

குறிப்பு

14. வாய்ப்புகள் சில ஆதாரங்களில் இருக்கும் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள், நுகர்வோர் தேவை, விநியோக சேனல்கள், அரசு மற்றும் ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாடு ஆகியவை அடங்கும்.
15. வணிகத் திட்டம் என்பது வணிகத்தின் எழுதப்பட்ட விளக்கமாகும். நன்கு தயாரிக்கப்பட்ட வணிகத் திட்டம் பல நோக்கங்களுக்கு உதவுகிறது.
16. ஒரு வணிகத் திட்டம் ஒரு அனுமானத்துடன் தொடங்குகிறது என்றாலும், அது வளத் தேவைத் திட்டமிடலும் செய்யப்படும் ஒரு கட்டத்தை கடந்து செல்கிறது. இது வணிகங்களின் ஆதாரங்களை அடையாளம் காண உதவுகிறது, அவற்றின் கிடைக்கும் தன்மை மற்றும் விலை நிர்ணயம்.
17. ஒரு புதிய தொடக்க நிறுவனத்தின் விஷயத்தில், ஒரு வணிகத் திட்டம் பெரும்பாலும் பொருத்தமான மனிதவள வளங்களை ஈர்க்க உதவுகிறது. சரியான வகை மனித வளத்தைப் பெறுவது ஒரு தொடக்கத்திற்கு மிகவும் முக்கியம்.
18. சாத்தியக்கூறு என்பது ஒரு சோதனை, அங்கு முதலீடு மதிப்பீடு செய்யப்படுகிறது. மதிப்பீடு இரண்டாம் நிலை ஆனால் விரிவான தரவை அடிப்படையாகக் கொண்டது. மற்றவர்களின் அனுபவத்தின் அடிப்படையில் தோராயமான மதிப்பீடுகள் திட்ட சாத்தியக்கூறு ஆய்வில் நம்பகத்தன்மை சரிபார்ப்பின் அடிப்படையை உருவாக்குகின்றன.
19. திட்டங்கள் அரசு அல்லது அரசு நிறுவனங்களால் மதிப்பீடு செய்யப்படும்போது, சுற்றுச்சூழல் மதிப்பீட்டிற்கு கூடுதலாக பொருளாதார மற்றும் சமூக சாத்தியங்களும் கருதப்படுகின்றன.
20. மதிப்பீட்டின் ஆரம்ப கட்டத்தில் சந்தை சாத்தியக்கூறுகள் விரிவாக மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. தொழில்நுட்ப சாத்தியக்கூறு மற்றும் நிதி சாத்தியக்கூறுகள் ஆரம்ப கட்டத்தில் குறைவாக வலியுறுத்தப்படுகின்றன, ஆனால் சந்தை சாத்தியக்கூறு சில நேர்மறையான சமிக்ஞைகளைக் காண்பிக்கும் போது, தொழில்நுட்ப மற்றும் நிதி சாத்தியக்கூறுகள் முக்கியத்துவம் பெறும்.
21. பூட்ஸ்ட்ராப்பிங் என்ற சொல் பொதுவாக ஒரு நிறுவனத்தை அதன் நிறுவனர்களின் தனிப்பட்ட நிதிகளைப் பயன்படுத்தி கட்டமைக்கப்படுவதைக் குறிக்கிறது. இந்த நிதி கல்லூரி நிதி, சேமிப்புக் கணக்கு அல்லது ஓய்வூதிய நிதியில் இருந்து எதுவும் இருக்கலாம்.
22. மாற்று நிதி ஆதாரங்களில் ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள், தனிநபர் கடன்கள் மற்றும் வணிக கடன்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

3.12. முக்கிய சொற்கள்

- பணி மூலதனம்: இது ஒரு நிதி மெட்ரிக் ஆகும், இது ஒரு வணிக, அமைப்பு அல்லது அரசு உள்ளிட்ட பிற நிறுவனங்களுக்கு கிடைக்கக்கூடிய இயக்க பணப்புழக்கத்தைக் குறிக்கிறது.
- நிறுவனங்கள். ஆலை மற்றும் உபகரணங்கள் போன்ற நிலையான சொத்துகளுடன், செயல்பாட்டு மூலதனம் இயக்க மூலதனத்தின் ஒரு பகுதியாக கருதப்படுகிறது.
- செலவு அடிப்படைகள்: இது வரி நோக்கங்களுக்காக ஒரு சொத்தின் அசல் மதிப்பு, வழக்கமாக கொள்முதல் விலை, பங்கு பிளவுகளுக்கு சரிசெய்யப்பட்டு, ஈவுத்தொகை மற்றும் மூலதன விநியோகங்களின் வருவாய். இந்த மதிப்பு மூலதன ஆதாயத்தை தீர்மானிக்கப் பயன்படுகிறது, இது சொத்தின் செலவு அடிப்படையிலும் தற்போதைய சந்தை மதிப்பிற்கும் உள்ள வித்தியாசத்திற்கு சமமாகும்.
- ஒரே உரிமையாளர்: ஒரே வர்த்தகர், தனிநபர் தொழில்முனைவோர் அல்லது உரிமையாளர் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது ஒரு நபருக்குச் சொந்தமான மற்றும் நடத்தப்படும் ஒரு வகை நிறுவனமாகும், இதில் உரிமையாளருக்கும் வணிக நிறுவனத்திற்கும் எந்த சட்ட வேறுபாடும் இல்லை.
- நுழைவுக்கான தடைகள்: இது ஒரு பொருளாதாரம் மற்றும் வணிகச் சொல்லாகும், இது சந்தை அல்லது தொழில் துறையில் புதியவர்களைத் தடுக்க அல்லது தடுக்கக்கூடிய காரணிகளை விவரிக்கிறது, எனவே போட்டியைக் கட்டுப்படுத்துகிறது; அதிக தொடக்க செலவுகள், ஒழுங்குமுறை தடைகள் அல்லது புதிய போட்டியாளர்கள் வணிகத் துறையில் எளிதில் நுழைவதைத் தடுக்கும் பிற தடைகள் இதில் அடங்கும்.

3.13. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீட்டின் தேவை என்ன?
2. ஒரு வணிகத்தின் நிதி நிலையை மறுஆய்வு செய்வது ஏன் அவசியம்?
3. போட்டியாளர் பகுப்பாய்வு நடத்த பல்வேறு முறைகளை பட்டியலிடுங்கள்.

குறிப்பு

குறிப்பு

4. சிறு நிறுவனங்களுக்கு உள்கட்டமைப்பு மற்றும் ஆதரவு சேவைகளை வழங்கும் சில அரசு துறைகள் அல்லது ஏஜென்சிகளுக்கு பெயரிடுங்கள்.

5. வணிகத் திட்டத்தின் முக்கியத்துவம் என்ன?

6. பல்வேறு வகையான சாத்தியக்கூறு ஆய்வுகள் யாவை?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. ஒரு தொழில் முனைவோர் செயல்திறன் மதிப்பீட்டின் படிக்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

2. சுற்றுலாத்துறையில் குடும்பத்தால் இயக்கப்படும் வணிகங்களின் பங்கு பற்றி விவாதிக்கவும்.

3. குடும்ப வணிகங்கள் எதிர்கொள்ளும் பல்வேறு சவால்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.

4. தொழில்முனைவோர் அவர்கள் அமைந்துள்ள மற்றும் நிபந்தனைக்குட்பட்ட சமூக மற்றும் வணிக அமைப்புகளால் எவ்வாறு பாதிக்கப்படுகிறார்கள் என்பதைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

5. இந்தியாவில் ஞான கலை ஊக்குவிப்பதில் அரசு நிறுவனங்களின் பங்கு பற்றி விவாதிக்கவும்.

6. பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்கின் நன்மை தீமைகளை நிதி ஆதாரமாக பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.

3.14. மேலும் வாசிப்புகள்

1. மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதியது

டெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.

2. டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்

3. கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.

4. விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.

5. குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
6. பீட்டர் எ.பி. ட்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
7. சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
8. பிலிப் கோட்வர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
9. பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
10. ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.

அலகு - 4

சுற்றுலாவில் தொழில் வாய்ப்புகள்

அமைப்பு

- 4.1. அறிமுகம்
- 4.2. நோக்கங்கள்
- 4.3 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: இயற்கை, நோக்கம், ஆபத்து மற்றும் வருவாய்
 - 4.3.1 தங்குமிடத்தில் வாய்ப்புகள்
 - 4.3.4 நிதி ஆதாரம்
- 4.4 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 4.5 சுருக்கம்
- 4.6 முக்கிய சொற்கள்
- 4.7 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 4.8 மேலும் வாசிப்புகள்

4.1. அறிமுகம்

சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் துறையானது உறைவிடம், உணவு மற்றும் பான நிறுவனங்கள், போக்குவரத்து, பயண முகவர் நிலையங்கள், டூர் ஆபரேட்டர்கள் மற்றும் இயற்கை மற்றும் கலாச்சார

ஈர்ப்பு தளங்கள் உள்ளிட்ட பல்வேறு துறைகளில் பல்வேறு வகையான வேலை வாய்ப்புகளை வழங்குகிறது. இந்தத் துறை ஊழியர்களின் மனச்சோர்வு, இயற்கை பேரழிவுகள், சமூக மற்றும் அரசியல் காரணிகளால் ஏற்படும் இடையூறு, சுகாதாரம் மற்றும் பாதுகாப்பு போன்ற சவால்களின் நியாயமான பங்களையும் கொண்டுள்ளது.

இந்த பிரிவில், சுற்றுலாத்துறையில் உள்ள பல்வேறு வாய்ப்புகளைப் பற்றி நீங்கள் அறிந்து கொள்வீர்கள், மேலும் ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சிக்கான நிதி விருப்பங்களை பகுப்பாய்வு செய்வீர்கள்.

4.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- சுற்றுலாத் துறையில் வரவிருக்கும் மற்றும் நடைமுறையில் உள்ள தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகளை அடையாளம் காணவும்
- சுற்றுலாத் துறையுடன் தொடர்புடைய அபாயங்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
- சுற்றுலாத் துறையின் தங்குமிடத் துறையில் உள்ள வாய்ப்புகளை ஆராயுங்கள்
- சுற்றுலாத் துறையில் ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சிக்கான நிதி விருப்பங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்

4.3. சுற்றுலாவில் தொழில்முனைவோர் வாய்ப்புகள்: இயற்கை, நோக்கம், ஆபத்து மற்றும் திரும்புதல்

தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்களுடன், பயணம் மக்களுக்கு அணுகக்கூடியதாகிவிட்டது, இது சுற்றுலாத் துறையில் அதிக வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கிறது. இது கிடைக்கக்கூடிய வளங்களை சுரண்டுவதற்கு தனிநபர்களை அனுமதித்துள்ளது, இதற்கு முன்னர் யாரும் இல்லாத இடத்தில் வருவாயை உருவாக்குகிறது. சுற்றுலாத் துறையில் பத்து லாபகரமான வணிக வாய்ப்புகள் இங்கே.

1. **உறைவிடம்:** தடையற்ற சந்தை விருந்தோம்பல் சேவைகளுடன், பாரம்பரியமற்ற உறைவிடம் தேவை நில உரிமையாளர்களுக்கு கூடுதல் வருமானத்தை ஈடுவதற்கான ஒரு நுட்பமான நுட்பமாக மாறியுள்ளது. பெரும்பாலான பயணிகளுக்கு, புதிய அல்லது வெளிநாட்டு இடத்திற்குச் செல்லும்போது தூங்குவதற்கு பாதுகாப்பான இடம் இருப்பது முக்கிய முன்னுரிமை. சில நேரங்களில் ஒரு ஹோட்டல் அறை மட்டும் போதாது, குறிப்பாக குடும்பங்கள் அல்லது பெரிய விருந்துகளுடன் பயணம் செய்யும் போது. இந்த சூழ்நிலையில், வீடுகள், குடியிருப்புகள், மர வீடுகள் போன்றவற்றை குறுகிய கால குத்தகைக்கு வழங்குவதற்கான

தனித்துவமான வாய்ப்பை நில உரிமையாளர்களுக்கு உண்டு. சொத்து வாடகைகள் நம்பகமான வருமான ஓட்டத்தை உருவாக்கலாம், குறிப்பாக நீங்கள் ஒரு சுற்றுலா நகரத்தில் வாழ்ந்தாலும் அல்லது உங்களிடம் இருந்தாலும் கூட பழைய பாரம்பரிய கட்டிடம் போன்ற பொதுமக்களுக்கு வழங்குவதற்கான தனித்துவமான சொத்து வகை.

2. ரைட்ஷேரிங்: உபெர், ஓ.எல்.ஏ மற்றும் ஷட்டில் போன்ற நிறுவனங்கள் பாரம்பரிய ஷட்டில் மற்றும் டாக்ஸி சேவைகளுக்கு சிறந்த தேர்வாக செயல்படுகின்றன. தனிநபர்கள் தங்கள் சொந்த வேகத்தில் சம்பாதிப்பதற்கான வாய்ப்பை அவர்கள் வழங்குகிறார்கள். புதிய அல்லது அறிமுகமில்லாத பிராந்தியத்தில் சுற்றுப்பயணம் செய்யும் போது, விரைவாகவும் வசதியாகவும் சுற்றி வருவது மிக முக்கியம். ரைட்ஷேரிங் அதிகரிப்பு மக்களுக்கு மட்டுமல்ல, மேலும் வருமானத்தை ஈட்டி விரும்பும் நபர்களுக்கும் பயனளிக்கிறது. மேலும், ரைட்ஷேரிங் அத்தகைய ஒருவருக்கொருவர் அனுபவமாக இருப்பதால், உங்கள் சுற்றுச்சூழலைப் பற்றிய உங்கள் அறிவையும் புரிதலையும் ஒரு சுற்றுலா வழிகாட்டியாகச் செயல்படச் செய்து கூடுதல் வருமானத்தை உருவாக்கலாம்.

3. வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்கள்: பல சுற்றுலா தலங்களில், நிபுணர்களின் உதவியுடன் இலக்கை ஆராய விரும்பும் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்காக வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்கள் தொழில் வல்லுநர்கள், நிறுவனங்கள் மற்றும் உள்ளூர் அமைப்புகளால் திட்டமிடப்பட்டுள்ளன. டிராவல் ஏஜென்சிகள் பெரும்பாலும் போக்குவரத்து மற்றும் தங்குமிடம் உள்ளிட்ட பல-நிறுத்த வழிகாட்டுதல் பயணங்களை வழங்குகின்றன. இந்தியாவில் வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்கள் சில:

ஆயுர்வேதத்தை புதுப்பித்தல்;

- இமயமலை ஈர்ப்புகள்;
- ஆன்மீக இந்தியா;
- வனவிலங்கு சரணாலயங்கள் மற்றும் தேசிய பூங்காக்கள்;
- அழகான கடற்கரைகள்;
- நம்பமுடியாத வட கிழக்கு;
- முகலாய இந்தியா; மற்றும்
- கோல்டன் முக்கோணம்.

வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்களின் யோசனையைச் சுற்றி ஒரு வணிகத்தை உருவாக்குவதற்கு மிகக் குறைந்த மூலதனம் தேவைப்படுகிறது. சிறியதாகத் தொடங்க விரும்புவோர் உணவு அல்லது கலை போன்ற ஒரு முக்கிய கருப்பொருளைச் சுற்றி ஒரு வலைத்தளம் / வலைப்பதிவை உருவாக்கலாம்; இலக்கைச் சுற்றி வழிகாட்டும் சுற்றுப்பயணத்தை வழங்கவும். வெளிநாட்டு நாடுகளில், புவியியலை

குறிப்பு

ஆராயும் மாணவர்கள் பெரும்பாலும் வழிகாட்டப்பட்ட ஆபரேட்டர்களாக வேலை செய்கிறார்கள்.

4. **வணிகத்திற்காகத் திற:** பயணம் எளிதாகிவிட்டதால், உள்ளூர் வணிகத்திற்கான கடமை அதிவேகமாக வளர்ந்துள்ளது. இது வருங்கால உணவகங்கள், ஹோட்டல்கள் மற்றும் பிற வணிக உரிமையாளர்களுக்கான வாய்ப்பின் சாளரத்தைத் தொடங்கியுள்ளது.

5. **லக்கேஜ் டெலிவரி சேவை:** ஒரு லக்கேஜ் டெலிவரி சேவையை உருவாக்குவது சுற்றுலாத் துறையில் நுழைவதற்கு ஒரு நியாயமான வழியாகும், மேலும் பல நுழைவு புள்ளிகளை வழங்குகிறது. ஒரு முழுமையான சேவையைத் தொடங்க உங்களிடம் பணம் இல்லையென்றால், தனிப்பட்ட லக்கேஜ் டெலிவரி ∴ மீட்டெடுப்பு சேவையைத் தொடங்குவதன் மூலம் நீங்கள் தரை தளத்தில் நுழையலாம். ஒரு லக்கேஜ் டெலிவரி சேவையை நிர்வகிப்பது வழக்கமாக சாமான்களின் உரிமைகோரலில் சாமான்களை எடுத்துக்கொண்டு அதை பயணிகளுக்கு வழங்குவதன் மூலம், விமானநிலையம் தாமதமாக ஒரு பையில் திரும்புவதற்கு, நேரத்தையும் சிரமத்தையும் மிச்சப்படுத்துகிறது.

6. **சுற்றுச்சூழல் மற்றும் நகர்ப்புற சுற்றுலா:** பசுமையான இயற்கை பாதுகாப்புகள் மற்றும் நகர்ப்புற இடங்கள் வழியாக வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்கள் சுற்றுலாத் துறையில் தகுதியைக் கண்டுபிடிக்க முயற்சிப்பவர்களுக்கு இன்னும் ஒரு வருமான வடிவத்தைக் கொண்டுள்ளன. சுற்றுலாவில் உள்ள த்செஸ்ப்ளோரிங்லூரேடிவ் பிசினஸ் வாய்ப்புகள் சுற்றுச்சூழல் மற்றும் நகர்ப்புற சுற்றுலாவில் இந்த பட்டியலில் அமைக்கப்படலாம். இந்த வகையான சுற்றுலா தொடங்குவதற்கு ஒப்பீட்டளவில் குறைந்த அளவு மூலதனம் தேவை. புகைப்படம் எடுப்பதில் ஆர்வம் உள்ளவர்கள் சுற்றுப்பயணங்களின் போது உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குவதன் மூலம் கூடுதல் வருமான ஆதாரத்தை உருவாக்க முடியும்.

7. **நினைவு பரிசு கடைகள்:** பெரும்பாலான சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு ஷாப்பிங் ஒரு முக்கிய நடவடிக்கையாகும். உணவு மற்றும் தங்குமிடத்தைத் தவிர, சுற்றுலாப் பயணிகள் வழக்கமாக தங்கள் பணத்தில் கணிசமான பகுதியை ஆடை, கைவினைப்பொருட்கள் மற்றும் நினைவுப் பொருட்களுக்காக செலவிடுகிறார்கள். கிட்டத்தட்ட 70 சதவீத சுற்றுலாப் பயணிகள் எதிர்கால நிகழ்வுகளுக்கும் நினைவுச் சின்னங்களுக்கும் பரிசுகளை வாங்குகிறார்கள். சுற்றுலாப் பயணிகள் கைவினைப்பொருட்கள் தங்கள் வீடுகளில் அல்லது மற்றவர்களுக்கு பரிசாகப் பயன்படுத்த விரும்புகிறார்கள். வீட்டிலிருந்து லாபம் சம்பாதிக்க முடிவு செய்பவர்கள் உள்ளூர் சிறப்பு பொருட்களை விற்கும் ஒரு ஆன்லைன் மையத்தை கூட அமைக்கலாம், இதனால் நுகர்வோர் ஒரு காலத்தில் அணுக முடியாத விஷயங்களை அணுக முடியும்.

8. **மொழிபெயர்ப்பில் இழந்தது:** சுற்றுலாத் துறையில் செழிக்க விரும்பும் மொழியியலாளர்கள் மொழிபெயர்ப்பு / விளக்கப் பணிகள் உட்பட பல்வேறு வழிகளில் ஒரு நிலையான வருமானத்திற்கான திறன்களைப் பயன்படுத்தலாம். ஒரு மொழியியலாளர் தங்கள் சேவைகளை திறந்த சந்தையில் வைக்கலாம் மற்றும் வெளிநாட்டு நாடுகளுக்கு வருகை தரும் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு தனியார் மொழிபெயர்ப்பாளர்கள் / மொழிபெயர்ப்பாளர்களாக பணியாற்றலாம் அல்லது சர்வதேச சந்தைகளுடன் தொடர்பு கொள்ள முயற்சிக்கும் வணிகங்களுடன் வேலை தேடலாம்.

9. **நிகழ்வு அமைப்பாளர்கள்:** இந்தியாவில், சுற்றுலாப் பயணிகள் பெரும்பாலும் நாட்டுப்புற நடனம் மற்றும் /போல்காங் போன்ற கலாச்சார நிகழ்வுகளைப் பார்க்க விரும்புகிறார்கள். இதுபோன்ற நிகழ்வுகளையும், மிக்சர்களையும் பயணிகளுடன் ஒன்றிணைப்பதை ஒழுங்குபடுத்துவது சமூக மற்றும் நிதி ரீதியாக நன்மை பயக்கும் என்பதை நிரூபிக்க முடியும்.

உலகம் முழுவதும் இணைப்புகளை அனுமதிக்க சமூக ஊடகங்கள் உருவாகியுள்ளன. இந்த நெட்வொர்க்கின் மூலம்தான் ஒரு சாத்தியமான தொழில்முனைவோர் பயணிகளை உள்ளூர் மக்களுடன் இணைக்க குழுக்கள், மன்றங்கள் மற்றும் உள்ளடக்கங்களை உருவாக்க முடியும் மற்றும் சுற்றுலாப் பயணிகளை அவர்கள் பயணித்த பகுதியுடன் பழக்கப்படுத்திக்கொள்ளும் நிகழ்வுகளின் ஊக்குவிப்பு.

சுற்றுலாவுடன் தொடர்புடைய அபாயங்கள்

சுற்றுலாவுடன் தொடர்புடைய ஐந்து முக்கிய அபாயங்கள்:

1. பயங்கரவாதம் (ரிக்டர், 2003);
2. போர் மற்றும் அரசியல் உறுதியற்ற தன்மை (சோன்மெஸ், அப்போஸ்டோலோப ழர லோஸ், ரூ டார்லோ, 1999);
3. உடல்நலம் (ரிக்டர், 2003);
4. குற்றம் (டிமாஞ்சே ரூ லெபெடிக், 1999); மற்றும்
5. கலாச்சார மற்றும் மொழி சிக்கல்கள் (பசலா ரூ க்ளெனோஸ்கி, 2001).

”இந்த அபாயங்கள் உலகளாவிய சுற்றுலா சூழலில் வளர்ந்து வரும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவை, மேலும் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு மட்டுமல்ல, சமூகங்களுக்கும் சுற்றுலாப் பயணிகளின் சொந்த நாடுகளுக்கும் அச்சுறுத்தல்கள் உள்ளன.” (ரிக்டர், 2003).

சுற்றுலாவுடன் தொடர்புடைய ஆபத்துக்கான சில எடுத்துக்காட்டுகள் கீழே விவாதிக்கப்பட்டுள்ளன:

குறிப்பு

குற்றம்: கொள்ளையடிக்கப்படுவதற்கான சாத்தியம், கற்பழிப்பு ∴
கொலைக்கு உட்பட்டது

கலாச்சாரம்: வெளிநாட்டினருடன் தொடர்புகொள்வதில் சிக்கல்களை
அனுபவித்தல், கலாச்சார தவறான விளக்கம், வெளிநாட்டு வாழ்க்கை
முறை மற்றும் தரநிலைகளை சரிசெய்யத் தவறியது

உபகரணங்கள்: பயணத்தின்போது அல்லது செல்லுமிடத்தில்
(போக்குவரத்து, தங்குமிடம், ஈர்ப்புகள்) ஏற்படும் இயந்திர,
உபகரணங்கள், நிறுவன சிக்கல்களின் சாத்தியம்

நிதி:பணத்திற்கான மதிப்பைப் பெறாத சாத்தியம்; பயண வாய்ப்புகள்
பூர்த்தி செய்யப்படாவிட்டால் பணத்தை இழப்பது அல்லது வீணடிப்பது

உடல்நலம்: பயணம் செய்யும் போது அல்லது செல்ல வேண்டிய
இடத்தில் உடல்நிலை சரியில்லாமல் போகும் வாய்ப்பு

செயல்திறன்: பயண தயாரிப்பு அல்லது சேவை சிறப்பாக
செயல்படாததால் விடுமுறைக்கு வராத சாத்தியம்

உடல்: உடல் ரீதியாக காயமடைவதற்கான சாத்தியம், ஆபத்து மற்றும்
உடல்நலத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்கும் காயம் உட்பட (விபத்துக்கள்)

அரசியல்: வருகை தரும் நாட்டின் அரசியல் சீர்கேட்டில் ஈடுபடுவதற்கான
சாத்தியம்

உளவியல்: பயண அனுபவம் பயணிகளின் ஆளுமை அல்லது சுய
உருவத்தை பிரதிபலிக்கத் தவறியது, அவர்களின் சுய உருவத்தை
பாதிக்கிறது அல்லது ஆளுமையில் மோசமாக பிரதிபலிக்கிறது

திருப்தி: பயண அனுபவத்துடன் தனிப்பட்ட பூர்த்தி செய்யாத சாத்தியம்

4.3.1 தங்குமிடத்தில் வாய்ப்புகள்

எந்தவொரு சுற்றுலா நடவடிக்கைகளுக்கும் அடிப்படை தேவைகளில்
ஒன்றாகும். பயணிகள் மற்றும் சுற்றுலாப் பயணிகள் ஓய்வெடுப்பதற்காக
உறைவிடம் தேவை, அதே நேரத்தில் அவர்கள் ஒரு சுற்றுப்பயணத்தை
கவனிக்கிறார்கள். அனைத்து முக்கிய சுற்றுலா தலங்களும் குறைந்த
பட்ஜெட் லாட்கள் / ஹோட்டல்களின் வடிவத்தில் உலகத் தரம்
வாய்ந்த ஆடம்பரங்களுக்கு பலவிதமான தங்குமிட வசதிகளை
வழங்குகின்றன. இந்த நிறுவனங்கள் சுற்றுலாப்பயணிகள் தங்குவதற்கு
ஒரு இடத்தை வழங்குகின்றன, அதாவது உறைவிடம் வசதிகள்
சுற்றுலாப்பயணிகள் தங்கியிருக்கும் காலத்திற்கு செலுத்தப்படுகின்றன.
சுற்றுலாப் பயணிகள் தவறாமல் பயன்படுத்தும் பல்வேறு வகையான
தங்குமிடங்கள் உள்ளன. பயண முகவர்கள் மற்றும் டூர் ஆபரேட்டர்கள்

பொதுவாக பயணத்திட்டத்தில் பின்வரும் வகை தங்குமிடங்களில் ஒன்றை உள்ளடக்குகின்றனர். பல்வேறு வகையான தங்குமிடங்கள் பின்வருமாறு:

ஹோட்டல்: ஹோட்டல்கள் உயர்நிலை ஐந்து நட்சத்திர ஹோட்டல்களிலிருந்து குறைந்த விலை பட்ஜெட் ஹோட்டல்கள் வரை உள்ளன. சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்கள் வரவு செலவுத் திட்டங்களின் அடிப்படையில் ஹோட்டல் வகையைத் தேர்வு செய்கிறார்கள். ஒரு தொழில்முனைவோர், அவருக்கு அல்லது அவளுக்கு பெரிய நிதி ஆதரவு இல்லையென்றால், உயர்தர ஐந்து நட்சத்திர ஹோட்டல்களை அமைப்பது மிகவும் கடினம். பெரும்பாலான சுய தயாரிக்கப்பட்ட தொழில்முனைவோர் சிறிய பட்ஜெட் ஹோட்டல்கள் அல்லது ஹோட்டல்களை அமைக்கின்றனர்.

ரிசார்ட்ஸ்: விடுமுறை நாட்களில் கூடுதல் செலவு செய்ய விரும்பும் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கான ரிசார்ட்ஸ். வழக்கமாக உறைவிடமாக இருக்கும் ஹோட்டல்களைப் போலல்லாமல், தங்குமிடத்தின் போது அதிக தனியுரிமை, பொழுதுபோக்கு மற்றும் அனுபவங்களை ரிசார்ட்ஸ் அனுமதிக்கிறது. ஒரு ரிசார்ட்டை அமைப்பதற்கு அதிக அளவு நிதி தேவைப்படும்.

ஹோம்ஸ்டே: சுற்றுலா விடுதித் துறையில் வரவிருக்கும் தொழில்முனைவோர்களால் ஆராயக்கூடிய ஒரு புதிய அவென்யூ ஹோம்ஸ்டே ஆகும். ஒரு தங்குமிடம் அடிப்படையில் ஒரு தனியார் வீடு, சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு தங்குமிடம் வழங்குகிறது. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு கிடைக்கும் நன்மை என்னவென்றால், ஒரு ஹோட்டலை விட ஒரு தங்குமிடம் மிகவும் மலிவானது மட்டுமல்லாமல், சுற்றுலாப் பயணிகள் ஒரு குடும்ப சூழலில் உள்ளார் உணவுகளை ருசிக்க அனுமதிக்கிறது. ஹோம்ஸ்டேயின் உரிமையாளர் பார்வையிடும் இடத்தைப் பற்றிய உள்ளூர் நுண்ணறிவுகளையும் கொடுக்க முடியும். ஒரு தொழில்முனைவோர் குறைந்தபட்ச நிதியுதவியுடன் ஒரு ஹோம்ஸ்டேவை அமைக்க தேர்வு செய்யலாம். முன்பதிவு செய்வதற்காக ஹோம்ஸ்டே உரிமையாளர்களுடன் சுற்றுலாப் பயணிகளை இணைக்க உதவும் இணைய வலைத்தளங்களும் பயன்பாடுகளும் உள்ளன.

4.3.4 நிதி ஆதாரம்

வணிக நிதியுதவியைப் பெறுவதற்கு பல்வேறு வழிகள் உள்ளன, நீங்கள் உங்கள் முயற்சியைத் தொடங்குகிறீர்களா, அல்லது நல்ல நேரத்திற்கு நீங்கள் ஒரு நிறுவப்பட்ட வணிகத்தை வைத்திருக்கிறீர்களா. இது பாரம்பரிய வங்கி கடன்கள் முதல் பியர்-டு-பியர் கடன் போன்ற நவீன முறைகள் வரை இருக்கும். ஒரு வணிகத்தில் நிதி திரட்டுவதற்கான வழிகள் பின்வருமாறு:

குறிப்பு

முன் விற்பனை

உங்கள் சொந்த நிறுவனத்திற்கு நிதியளிப்பதற்கான சிறந்த வழி பொதுவாக வருவாயிலிருந்துதான். விற்பனைக்கு முந்தைய செயல்பாடுகளுடன், நீங்கள் உடனடியாக ஒரு தொகையை முழுவதுமாக அல்லது ஒரு பகுதியைப் பெறுவீர்கள், அதாவது, உங்கள் சுற்றுப்பயணத்தை வழங்க உங்களுக்குத் தேவையான ஆதாரங்களைப் பெற அந்த சம்பாதித்த வருவாயைப் பயன்படுத்தலாம்.

வாடிக்கையாளர்கள் ஆன்லைனில் தயாரிப்புகளை வாங்கும்போது முன் விற்பனைக்கு மிகவும் பொதுவான எடுத்துக்காட்டு. விநியோக தேதிக்கு முன்கூட்டியே முன்பதிவு சுற்றுப்பயணங்கள் மற்றும் செயல்பாடுகளுக்கும் இது பொருந்தும். திறம்பட, நீங்கள் தொடங்குவதற்கான வருவாயைப் பெறுகிறீர்கள், எனவே அதைப் பயன்படுத்த உங்களுக்கு சிறிது நேரம் இருக்கிறது. புதிய அனுபவத்துடன் உங்கள் வணிகத்தைத் தொடங்குகிறீர்கள் அல்லது விரிவுபடுத்துகிறீர்கள் என்றால், வெளியீட்டு தேதிக்கு முன்னர் சில சலசலப்புகளை உருவாக்குவதைக் கவனியுங்கள். உதாரணமாக, இந்த “ஹாரி பாட்டர்-கருப்பொருள் எஸ்கேப் அறை” அதிகாரப்பூர்வமாக தொடங்கப்படுவதற்கு பல மாதங்களுக்கு முன்பே முழுமையாக முன்பதிவு செய்யப்பட்டது. உங்களுக்கு ஒப்பீட்டளவில் குறைந்த அளவு நிதி தேவைப்படும்போது விற்பனைக்கு முந்தைய விற்பனை சிறப்பாக செயல்படுகிறது என்பதை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். ஒரு பெரிய தொகைக்கு, நீங்கள் பிற நிதி ஆதாரங்களுக்கு திரும்பலாம்.

மானியங்கள்

முன் விற்பனையானது நோக்கத்தை நிறைவேற்ற முடியாத நிலையில், அதிக அளவு நிதியைப் பெற மானியங்கள் நிச்சயமாக உங்களுக்கு உதவும். ஒரு குறிப்பிட்ட பிராந்தியத்தில் சுற்றுலாத் துறையை வளர்ப்பது போன்ற ஒரு மிகச்சிறந்த நோக்கத்திற்காக மானியங்கள் பொதுவாக உங்களுக்கு பணம் செலுத்துகின்றன. எனவே, நீங்கள் பணத்தை திருப்பி செலுத்த தேவையில்லை. சாதாரண சந்தர்ப்பங்களில், மானியங்கள் அரசு அல்லது உள்ளூர் அதிகாரத்தால் வழங்கப்படுகின்றன. மானியங்களுக்கான போட்டி பொதுவாக அதிகமாக இருப்பதால், நீங்கள் ஒரு இலாபகரமான திட்டத்தை முன்வைக்க வேண்டும், அதே வணிக நிதிக்கு விண்ணப்பிக்கும் மற்ற நிறுவனங்களை விட உங்கள் துணிகர எவ்வாறு அதிக ஆற்றலைக் கொண்டுள்ளது என்பதைக் காண்பிக்க வேண்டும். கூடுதலாக, மானியங்களுக்கு, நிதியை எவ்வாறு செலவிடுவது மற்றும் எந்த வகையான வணிகங்கள் விண்ணப்பிக்கலாம் என்பதில் சில தேவைகள் உள்ளன. எனவே, மானியங்கள் வழங்குவது அவற்றின் நோக்கத்தால் தடைசெய்யப்பட்டுள்ளது, மேலும் நீங்கள் தகுதியுள்ளவர்களுக்கு மட்டுமே விண்ணப்பிக்க முடியும்.

குறிப்பு

கிரெடிட்டில் சொத்துக்களை வாங்குதல்

சொத்துக்கள் மற்றும் உபகரணங்களை வாங்குவதற்கு உங்களுக்கு வணிக நிதி தேவைப்பட்டால், பின்னர் உங்கள் சப்ளையர்களுடன் பணம் செலுத்துவதற்கு ஏற்பாடு செய்யலாம். இது வருவாயை ஈட்டி சில கூடுதல் நேரத்தை வழங்கும், பின்னர் புதிய வாங்குதல்களுக்கு பணம் செலுத்தும். உங்கள் சப்ளையர்களுடன் நீங்கள் ஒரு சிறந்த உறவைக் கொண்டிருந்தால், நீங்கள் ஒரு சாதகமான காலக்கெடுவை முயற்சி செய்து பேச்சுவார்த்தை நடத்தலாம். இருப்பினும், நீங்கள் தொடங்கினால், கடனில் சொத்துக்களை வாங்குவது உங்களுக்கு கடினமாக இருக்கலாம், முக்கியமாக நிறுவப்பட்ட மற்றும் புகழ்பெற்ற சப்ளையர்களுடன் கையாளும் போது.

நண்பர்கள் மற்றும் குடும்பத்தினர்

உங்கள் வணிக மாதிரியைப் பற்றி உங்களுக்கு நம்பிக்கை இருந்தால், ஆரம்ப ஆதரவிற்காக நண்பர்கள் மற்றும் குடும்பத்தினரிடமிருந்தும் நிதி கோரலாம்.

வங்கிகள்

வணிக நிதியைப் பற்றி மக்கள் நினைக்கும் முதல் ஆதாரம் வங்கிக் கடன்கள். ஆம், அவை இன்னும் சாத்தியமான விருப்பமாக இருக்கின்றன, குறிப்பாக நல்ல பொருளாதார நிலைமைகளில். நீங்கள் வங்கிக் கடனுக்குத் தகுதியுடையவராக இருந்தால், மேலே உள்ள முறைகளில் ஒன்றைப் பயன்படுத்தி போதுமான நிதியை நீங்கள் பெற முடியாவிட்டால், வங்கிகளிடம் உதவி கேட்பது ஒரு நல்ல படியாக இருக்கலாம். வங்கி கடன்கள் மிகவும் எளிதாக கிடைக்கின்றன, ஆனால் இது நிச்சயமாக கட்டணம் மற்றும் வட்டி போன்ற கூடுதல் செலவுகளுடன் வருகிறது.

துணிகர மூலதனம்

அதிக வளர்ச்சி திறன் கொண்ட தொடக்க நிறுவனங்களுக்கு குறிப்பிட்ட அளவு முதலீடு தேவைப்படுகிறது. பணக்கார முதலீட்டாளர்கள் நீண்ட கால வளர்ச்சி முன்னோக்குடன் இத்தகைய தொழில்களில் தங்கள் மூலதனத்தை முதலீடு செய்ய ஆர்வமாக உள்ளனர். இந்த மூலதனம் துணிகர மூலதனம் என்றும் முதலீட்டாளர்கள் துணிகர முதலீட்டாளர்கள் என்றும் அழைக்கப்படுகிறார்கள். துணிகர மூலதன நிறுவனங்கள் பெரிய முதலீடுகளைச் செய்கின்றன. உங்களுக்கு கணிசமான வணிக நிதி தேவைப்பட்டால் அவை உங்கள் தர்க்கரீதியான அடுத்த கட்டமாகும், மேலும் உங்கள் நிறுவனம் ஒட்டுமொத்தமாக நல்ல நிலையில் உள்ளது.

கூட்டு முயற்சி

நிதியுதவியைப் பெறுவதற்கான மற்றொரு சுவாரஸ்யமான வழி, மற்றொரு வணிகத்துடன் ஒரு கூட்டு முயற்சியை உருவாக்குவதாகும். கூட்டு முயற்சிகள் என்பது ஒரு புதிய நிறுவனத்தை நிறுவும் நிறுவனங்களுக்கிடையேயான கூட்டாண்மை ஆகும், பெரும்பாலும் பரஸ்பர நன்மை பயக்கும் திட்டத்தில் வேலை செய்ய வேண்டும். கூட்டு முயற்சிகளுக்குப் பின்னால் உள்ள யோசனை சினெர்ஜியை அடைவது மற்றும் ஒவ்வொரு வணிக வளங்களையும் சிறந்த முறையில் பயன்படுத்துவதாகும்.

4.4. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு பல்வேறு வகையான தங்குமிடங்கள் ஹோட்டல், ரிசார்ட்ஸ் மற்றும் ஹோம்ஸ்டே ஆகியவை அடங்கும்.
2. சுற்றுலாவுடன் தொடர்புடைய ஐந்து முக்கிய அபாயங்கள்:
(அ) பயங்கரவாதம்;
(ஆ) போர் மற்றும் அரசியல் உறுதியற்ற தன்மை;
(இ) உடல்நலம்;
(ஈ) குற்றம்; மற்றும்
(ஐ) கலாச்சார மற்றும் மொழி சிரமங்கள்.
3. கூட்டு முயற்சிகள் என்பது ஒரு புதிய நிறுவனத்தை நிறுவுகின்ற நிறுவனங்களுக்கிடையேயான கூட்டாண்மை ஆகும், பெரும்பாலும் பரஸ்பர நன்மை பயக்கும் திட்டத்தில் வேலை செய்ய வேண்டும். கூட்டு முயற்சிகளுக்குப் பின்னால் உள்ள யோசனை சினெர்ஜியை அடைவது மற்றும் ஒவ்வொரு வணிக வளங்களையும் சிறந்த முறையில் பயன்படுத்துவதாகும்.
4. பணக்கார முதலீட்டாளர்கள் நீண்ட கால வளர்ச்சி முன்னோக்குடன் இத்தகைய தொழில்களில் தங்கள் மூலதனத்தை முதலீடு செய்ய ஆர்வமாக உள்ளனர். இந்த மூலதனம் துணிகர மூலதனம் என்றும் முதலீட்டாளர்கள் துணிகர முதலீட்டாளர்கள் என்றும் அழைக்கப்படுகிறார்கள்.

4.5. சுருக்கம்

- தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்களுடன், பயணம் மக்களுக்கு அணுகக்கூடியதாகிவிட்டது, இது சுற்றுலாத் துறையில் அதிக வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கிறது.
- கிடைக்கக்கூடிய வளங்களை சுரண்டுவதற்கு தனிநபர்களை இது அனுமதித்துள்ளது, வருவாயின் நீரோடைகளை உருவாக்குகிறது.

குறிப்பு

- தடையற்ற சந்தை விருந்தோம்பல் சேவைகளுடன், பாரம்பரியமற்ற உறைவிடம் தேவை நில உரிமையாளர்களுக்கு கூடுதல் வருமானத்தை ஈட்டுவதற்கான ஒரு நுட்பமான நுட்பமாக மாறியுள்ளது.
- சொத்து வாடகைகள் நம்பகமான வருமான ஓட்டத்தை உருவாக்கலாம், குறிப்பாக நீங்கள் ஒரு சுற்றுலா நகரத்தில் வசிக்கிறீர்களோ அல்லது பழைய பாரம்பரிய கட்டிடம் போன்ற பொதுமக்களுக்கு வழங்க ஒரு தனித்துவமான சொத்து வகை இருந்தாலும் கூட.
- பல சுற்றுலா தலங்களில், நிபுணத்துவ உதவியுடன் இலக்கை ஆராய விரும்பும் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்கள் தொழில் வல்லுநர்கள், நிறுவனங்கள் மற்றும் உள்ளூர் அமைப்புகளால் திட்டமிடப்பட்டுள்ளன.
- வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்களின் யோசனையைச் சுற்றி ஒரு வணிகத்தை உருவாக்குவதற்கு மிகக் குறைந்த மூலதனம் தேவைப்படுகிறது. சிறியதாகத் தொடங்க விரும்புவோர் உணவு அல்லது கலை போன்ற ஒரு முக்கிய கருப்பொருளைச் சுற்றி ஒரு வலைத்தளம் / வலைப்பதிவை உருவாக்கலாம்; இலக்கைச் சுற்றி வழிகாட்டும் சுற்றுப்பயணத்தை வழங்கவும்.
- ஒரு லக்கேஜ் டெலிவரி சேவையை நிர்வகிப்பது வழக்கமாக சாமான்களின் உரிமைகோரலில் சாமான்களை எடுத்துக்கொண்டு அதை பயணிகளுக்கு வழங்குவது, விமானநிலையம் தாமதமாக ஒரு பைக்குத் திரும்புவதற்கான நேரத்தையும் சிக்கலையும் மிச்சப்படுத்துகிறது.
- சுற்றுலாத் துறையில் லாபம் ஈட்ட முயற்சிப்பவர்களுக்கு பசுமையான இயற்கை பாதுகாப்புகள் மற்றும் நகர்ப்புற இடங்கள் வழியாக வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்கள் இன்னும் கிடைக்கக்கூடிய ஒரு வருமான வடிவத்தைக் கொண்டுள்ளன.
- சுற்றுலாத் துறையில் செழிக்க விரும்பும் மொழியியலாளர்கள் டிங் மொழிபெயர்ப்பு ∴ விளக்கப் பணிகளின் மூலம் தங்கள் திறன்களைப் பயன்படுத்தலாம்.
- உலகம் முழுவதும் இணைப்புகளை அனுமதிக்க சமூக ஊடகங்கள் உருவாகியுள்ளன. சாத்தியமான தொழில்முனைவோர் குழுக்களை, மன்றங்கள் மற்றும் உள்ளடக்கத்தை பயணிகளை உள்ளூர் மக்களுடன் இணைக்க உதவுகிறது மற்றும் சுற்றுலாப் பயணிகளை அவர்கள் பயணித்த பகுதியுடன் பழக்கப்படுத்திக்கொள்ளும் நிகழ்வுகளின் விளம்பரத்தையும் உருவாக்க முடியும்.
- சுற்றுலாவுடன் தொடர்புடைய ஐந்து முக்கிய அபாயங்கள் பயங்கரவாதம், போர் மற்றும் அரசியல் உறுதியற்ற தன்மை,

குறிப்பு

- சுகாதாரம், குற்றம் மற்றும் கலாச்சார மற்றும் மொழி சிரமங்கள்.
- எந்தவொரு சுற்றுலா நடவடிக்கைகளுக்கும் அடிப்படை தேவைகளில் ஒன்றாகும்.
- சுற்றுலாப் பயணிகள் தவறாமல் பயன்படுத்தும் பல்வேறு வகையான தங்குமிடங்கள் உள்ளன. ஹோட்டல், ரிசார்ட்ஸ் மற்றும் ஹோம்ஸ்டே ஆகியவை இதில் அடங்கும்.
- ஹோம்ஸ்டே அடிப்படையில் ஒரு தனியார் வீடு, சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு தங்குமிடம் வழங்குகிறது. சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு கிடைக்கும் நன்மை என்னவென்றால், ஒரு ஹோட்டலை விட ஒரு தங்குமிடம் மிகவும் மலிவானது மட்டுமல்லாமல், சுற்றுலாப் பயணிகள் குடும்பச் சூழலில் உள்ளார் உணவுகளை ருசிக்க அனுமதிக்கிறது.
- வணிக நிதியுதவியைப் பெறுவதற்கு பல்வேறு வழிகள் உள்ளன, நீங்கள் உங்கள் முயற்சியைத் தொடங்குகிறீர்களா, அல்லது நல்ல நேரத்திற்கு நீங்கள் ஒரு நிறுவப்பட்ட வணிகத்தை வைத்திருக்கிறீர்களா. இது பாரம்பரிய வங்கி கடன்கள் முதல் பியர்-டு-பியர் கடன் போன்ற நவீன முறைகள் வரை இருக்கும்.
- சில நிதி ஆதாரங்களில் குடும்பம் / நண்பர்கள், வங்கி கடன்கள், விற்பனைக்கு முந்தைய விற்பனை, மானியங்கள், கடன், துணிகர மூலதனம் மற்றும் கூட்டு முயற்சிகளில் சொத்துக்களை வாங்குதல் ஆகியவை அடங்கும்.

4.6. முக்கிய சொற்கள்

- இலவச சந்தை: இது ஒரு பொருளாதார அமைப்பாகும், அங்கு தன்னார்வ பரிமாற்றம் மற்றும் வழங்கல் மற்றும் தேவைக்கான சட்டங்கள் அரசாங்கத்தின் தலையீடு இல்லாமல் பொருளாதார அமைப்பிற்கான ஒரே அடிப்படையை வழங்குகின்றன. தடையற்ற (கட்டாய) பரிவர்த்தனைகள் அல்லது பரிவர்த்தனைகளில் நிபந்தனைகள் இல்லாதது தடையற்ற சந்தைகளின் முக்கிய அம்சமாகும்.
- மானியம்: இது ஒரு குறிக்கோள் அல்லது செயல்திறனை ஊக்குவிப்பதற்காக ஒரு தனிநபருக்கு அல்லது ஒரு நிறுவனத்திற்கு (பொதுவாக ஒரு நிறுவனம், அடித்தளம் அல்லது அரசு) வழங்கப்படும் ஒரு விருது, பொதுவாக நிதி. மானியங்கள் அடிப்படையில் பெரும்பாலான நிபந்தனைகளின் கீழ் திருப்பிச் செலுத்த வேண்டியதில்லை.
- பியர்-டு-பியர் கடன்: பி 2 பிளெண்டிங் என்றும் சுருக்கமாக, கடன் வழங்குநர்களுடன் கடன் வழங்குநர்களுடன்

பொருந்தக்கூடிய ஆன்லைன் சேவைகள் மூலம் தனிநபர்கள் அல்லது வணிகங்களுக்கு கடன் வழங்குவது நடைமுறையாகும்.

- ஹோம்ஸ்டே: இது விருந்தோம்பல் மற்றும் உறைவிடம் ஆகியவற்றின் பிரபலமான வடிவமாகும், இதன் மூலம் பார்வையாளர்கள் அவர்கள் பயணம் செய்யும் நகரத்தின் உள்ளூர் மக்களுடன் ஒரு குடியிருப்பைப் பகிர்ந்து கொள்கிறார்கள்.

குறிப்பு

4.7. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. பாரம்பரியமற்ற உறைவிடம் தேவை சுற்றுலாத்துறைக்கு எவ்வாறு பயனளித்தது?
2. சுற்றுலாத் துறையில் மொழியியலாளர்களுக்கான வாய்ப்புகள் யாவை?
3. சுற்றுலாத் துறையில் சமூக ஊடகங்களின் முக்கியத்துவம் என்ன?
4. ஹோம்ஸ்டே ஒரு இலாபகரமான வணிக வாய்ப்பாக ஏன் கருதப்படுகிறது?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. சுற்றுலாத் துறையில் பல்வேறு வணிக வாய்ப்புகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. சுற்றுலாவை பாதிக்கக்கூடிய பெரிய அபாயங்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
3. சுற்றுலாத் துறையில் தங்குமிடத்தின் பங்கு மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய வாய்ப்புகளை ஆராயுங்கள்.
4. ஒரு தொழில்முனைவோரின் முயற்சியை வளர்ப்பதில் பயன்படுத்தக்கூடிய பல்வேறு நிதி உத்திகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

4.8. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால் காங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.

குறிப்பு

- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம். பீட்டர் எ.பி. ட்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
- பிலிப் கோட்வர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3. பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.

அலகு - 5

சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்

அமைப்பு

- 5.1. அறிமுகம்
- 5.2. நோக்கங்கள்
- 5.3. போக்குவரத்து துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்
- 5.4. சுற்றுலா போக்குவரத்து வணிகத்தை அமைப்பதற்கான திட்டமிடல் கருத்தாய்வு
 - 5.4.1. வழக்கு ஆய்வு
- 5.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 5.6. சுருக்கம்
- 5.7. முக்கிய சொற்கள்
- 5.8. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 5.9. மேலும் வாசிப்புகள்

5.1. அறிமுகம்

போக்குவரத்து, அல்லது போக்குவரத்து என்பது ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு மனிதர்கள், விலங்குகள் மற்றும் பொருட்களின் இயக்கம் என வரையறுக்கப்படுகிறது. முக்கிய போக்குவரத்து முறைகள் காற்று, நிலம் மற்றும் நீர் ஆகியவை அடங்கும். பொருட்கள் மற்றும்

மக்களின் இயக்கத்தின் மூலம் போக்குவரத்து, சுற்றுலா உட்பட பொருளாதாரத்தின் பிற கிளைகளில் குறிப்பிடத்தக்க செல்வாக்கைக் கொண்டுள்ளது. போக்குவரத்து இல்லாமல் பயண மற்றும் சுற்றுலாத்துறை இருக்காது, மேலும் மக்கள் பார்க்க விரும்பும் பிற இடங்களை அடைய வழி இருக்காது.

போக்குவரத்துத் துறை என்பது மக்கள் அல்லது பொருட்களை நகர்த்துவதற்கான சேவைகளை வழங்கும் நிறுவனங்களின் வகை, அத்துடன் போக்குவரத்து உள்கட்டமைப்பு; இது விமான சரக்கு மற்றும் தளவாடங்கள், விமான நிறுவனங்கள், கடல், சாலை மற்றும் ரயில் மற்றும் போக்குவரத்து உள்கட்டமைப்பு உள்ளிட்ட பல தொழில்களை உள்ளடக்கியது. இந்த பிரிவில், சுற்றுலாத் துறையில் போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவம் குறித்து விவாதிப்போம். காலப்போக்கில் போக்குவரத்தின் பரிணாம வளர்ச்சியையும், இந்தத் துறை இப்போது பல்வேறு வணிக வாய்ப்புகளை எவ்வாறு வழங்குகிறது என்பதையும் நாங்கள் ஆராய்வோம். ஒரு வழக்கு ஆய்வின் மூலம் போக்குவரத்து முயற்சியை நடத்துவதற்கான வெற்றிகரமான வணிக உத்திகள் குறித்தும் இந்த அலகு வெளிச்சம் போடும்.

5.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- சுற்றுலாத் துறையில் போக்குவரத்துத் துறையின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- பல்வேறு போக்குவரத்து முறைகள் மற்றும் ஒவ்வொரு பயன்முறையுடன் தொடர்புடைய வாய்ப்புகள் மற்றும் சவால்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- போக்குவரத்து துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகளை அடையாளம் காணவும்
- ஒரு முயற்சியின் வெற்றியை தீர்மானிக்கும் காரணிகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- ஒரு வழக்கு ஆய்வின் மூலம் வெற்றிகரமான சுற்றுலா முயற்சியை நடத்துவதில் செயல்படுத்தப்பட்ட வணிக உத்திகளைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்

5.3. போக்குவரத்து துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்

உலகளாவிய நெட்வொர்க் அமைப்பில் போக்குவரத்துத் துறைக்கு ஒரு முக்கிய இடம் உண்டு, இது சுற்றுலா உள்கட்டமைப்பின் முக்கிய கூறுகளில் ஒன்றாகும். பலவிதமான போக்குவரத்து முறைகள்

குறிப்பு

கிடைப்பதால் மக்கள் ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு பயணிப்பது எளிதாகிவிட்டது. பண்டைய காலங்களில், போக்குவரத்தின் ஆரம்ப வடிவங்கள் நிலத்தில் விலங்குகள், மற்றும் கடலில் படகுகள். உயிர்வாழ்வதற்கான தேவை, தொலைதூர நாடுகளுடன் வர்த்தகத்தை விரிவுபடுத்துதல் மற்றும் மேம்படுத்துதல் மற்றும் புதிய நிலங்களையும் பிராந்தியங்களையும் கைப்பற்றுவதற்கான ஆர்வத்திலிருந்து பயணம் உருவாக்கப்பட்டது. இதைத் தொடர்ந்து 19 ஆம் நூற்றாண்டில் நீராவி மற்றும் மின்சாரம் பயன்படுத்தப்பட்டது, அதைத் தொடர்ந்து உள் எரிப்பு இயந்திரங்கள் பயன்படுத்தப்பட்டன.

ஜெட் என்ஜின்கள் கொண்ட விமானம் 1950 களில் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது. தொழில்நுட்பத்தின் வருகையால், பயணம் வேகமாகவும் பாதுகாப்பாகவும் மாறிவிட்டது, மேலும் அதிகமான மக்கள் உலகம் முழுவதும் பயணிக்க முடிகிறது.

சுற்றுலா என்பது சுற்றுலா தலங்களுக்கு மக்களின் உடல் இயக்கம் பற்றியது என்பதால், ஒவ்வொரு சுற்றுலாப் பயணிகளும் ஆர்வமுள்ள இடங்களை அடைய பயணிக்க வேண்டும். எனவே, சுற்றுலாத்துறையின் முக்கிய கூறுகளில் போக்குவரத்து நிச்சயமாக ஒன்றாகும். சுற்றுலா தலத்தை உருவாக்க, பொருத்தமான, ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட மற்றும் பாதுகாப்பான போக்குவரத்து முறைகள் இருக்க வேண்டும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், போக்குவரத்து என்பது சுற்றுலாவுக்கு ஒரு அடிப்படை அம்சமாகும். சுற்றுலாப்பயணத்தில் நடத்தப்பட்ட சில ஆய்வுகள், சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்களின் மொத்த விடுமுறை செலவினங்களில் கிட்டத்தட்ட 30-40 சதவீதத்தை போக்குவரத்துக்காக செலவிடுகிறார்கள், மீதமுள்ளவை உணவு, தங்குமிடம் மற்றும் பிற நடவடிக்கைகளுக்காக செலவிடப்படுகின்றன. சுற்றுலாப் பயணிகள் பல்வேறு வழிகளில் பயணம் செய்கிறார்கள். சுற்றுலா வல்லுநர்களும் சுற்றுலாப் பயணிகளும் விரும்பிய இலக்கை அடைய பல்வேறு போக்குவரத்து முறைகள் குறித்து விழிப்புடன் இருக்க வேண்டும். போக்குவரத்து முறைகளை தோராயமாக மூன்று பிரிவுகளாக பிரிக்கலாம்: காற்று, நிலம் மற்றும் நீர் போக்குவரத்து. நிலப் போக்குவரத்து மேலும் சாலை மற்றும் ரயில்வே என வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு போக்குவரத்து முறைகளையும் விரிவாக விவாதிப்போம்.

1. விமான போக்குவரத்து

சமீபத்திய ஆண்டுகளில் விமான போக்குவரத்தில் வளர்ச்சியும் முன்னேற்றமும் நீண்ட தூர பயணத்தை எளிதாக்கியது மற்றும் நியாயமானவை. இந்த நாட்களில், தூரம் கிலோமீட்டருக்கு பதிலாக மணிநேரங்களின் அடிப்படையில் அளவிடப்படுகிறது.

இரண்டாம் உலகப் போர் விமான தொழில்நுட்பத்தில் முக்கிய தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியது. இந்த விளைவுகளில் சில:

குறிப்பு

- அனுபவம் வாய்ந்த விமானிகளின் பெரிய உடலின் கிடைக்கும் தன்மை;
- விமானப் போக்குவரத்து தொடர்பான பொது அறிமுகம் அதிகரித்தது;
- வானிலை அதிகரித்த தகவல்;
- மேம்படுத்தப்பட்ட வரைபடங்கள் மற்றும் வெளிநாட்டு நிலப்பரப்பு அறிவு;
- உலகின் பரந்த பகுதிகளில் ஆயிரக்கணக்கான விமானநிலையங்களை நிர்மாணித்தல்;
- உபரி விமான வடிவமைப்பு, பறக்கும் நுட்பங்கள் மற்றும் தொழில்துறையின் முன்னேற்றத்திற்குத் தேவையான பிற அறிவு ஆகியவற்றின் பெரிய வகைப்படுத்தல்; மற்றும்
- ஜெட் விமானங்களின் வளர்ச்சி.

1960 களின் பிற்பகுதியில் உருவாக்கப்பட்ட ஜம்போ ஜெட் விமானங்கள் அதிக பயணிகளுடன் குறுகிய நேரத்திலும் மலிவான விலையிலும் மேலும் பறந்தன. பின்னர் இன்றைய போயிங் 777 அல்லது ஏர்பஸ் ஏ 380 விமானங்கள் வந்தன, இது வெகுஜன போக்குவரத்திற்கான மிகப்பெரிய கண்டுபிடிப்பு. விமானத் தொழில் வளர்ந்தவுடன், சுற்றுலாத் துறையும் அதைச் சார்ந்தது.

இந்த காலகட்டத்தில் மற்றொரு குறிப்பிடத்தக்க வளர்ச்சி கிரெடிட் கார்டுகள் மற்றும் பயண செக்குகளின் பயன்பாடு ஆகும். அமெரிக்கன் எக்ஸ்பிரஸ் தனது முதல் கிரெடிட் கார்டை 1958 இல் அறிவித்தது, அதைத் தொடர்ந்து வங்கி அமெரிக்கா அட்டை (இன்றைய விசா அட்டை) மற்றும் மாஸ்டர் சார்ஜ் (இன்றைய மாஸ்டர் கார்டு) (பூன், 1993: 43). இந்த பிளாஸ்டிக் கார்டுகள் மற்றும் பயண காசோலைகள் பயணிகளை அதிக நம்பிக்கையுடன் உணரவைத்தன, குறிப்பாக விடுமுறையில்.

2. சாலை போக்குவரத்து

வரலாற்றுக்கு முந்தைய காலங்களில், மனிதர்கள் உணவு தேடி ஒரு இடத்திற்கு அலைந்து திரிந்தனர். படிப்படியாக, சுமை சுமந்து பயணிப்பதற்காக நாய், எருது, குதிரை, ஒட்டகம், கலைமான் மற்றும் யானை போன்ற விலங்குகளை அவர்கள் அடக்கினர். சக்கரத்தின் கண்டுபிடிப்பு வண்டி, தேர் மற்றும் வண்டியின் வளர்ச்சிக்கு வழிவகுத்தது. சுமார் 17 ஆம் நூற்றாண்டு வரை, குதிரைகள் பயணத்திற்கு பயன்படுத்தப்பட்டன. பின்னர், சிறந்த சாலைகள் கட்டப்பட்டன, மேலும் இந்த சாலைகள் சில வர்த்தக பாதைகளாக வளர்ந்தன, பல நாடுகளை கூட இணைத்தன. அவற்றில் ஒன்று சில்க் ரூட் ஆகும், இது சீனாவிலிருந்து பெர்சியாவுக்கு பட்டு கொண்டு செல்ல

குறிப்பு

பயன்படுத்தப்பட்டது, மற்றொரு குறிப்பிடத்தக்க ஒன்று ஈரானில் இருந்து ஆப்கானிஸ்தான் மற்றும் இந்தியாவுக்கு ஜெம் சாலை.

இன்று, சாலைப் பயணத்தின் மிகவும் பிரபலமான மற்றும் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் முறை ஆட்டோமொபைல் ஆகும். சாலை போக்குவரத்து என்பது ஆட்டோமொபைலால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது, இது ஒரு இயற்கை பார்வை அனுபவத்தையும் ஒருவரது சொந்த விருப்பத்திற்கு ஏற்ப பயணிக்கும் சுதந்திரத்தையும் வழங்குகிறது. சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்கள் குடும்பத்தினருடன் அடிக்கடி பயணம் செய்கிறார்கள் ∴ ஓட்டுகிறார்கள். சுற்றுலாவை மேம்படுத்த, அத்தியாவசிய வாகனங்கள் பயிற்சியாளர்கள் மற்றும் சுற்றுலா கார்கள். சுற்றுலா பயணிகள் அல்லது பேருந்துகள் ஒரு சுற்றுலா பயணத்தில் கூட்டாக பயணிக்கும் பெரிய சுற்றுலா குழுக்களுக்கு பிடித்தவை. பல சுற்றுலாப் பயணிகள் ஆறுதலிலும் தனியுரிமையிலும் பயணிக்க விரும்புகிறார்கள், எனவே கார்களை வாடகைக்கு எடுத்துக்கொள்கிறார்கள். சுற்றுலாப் பயணிகளின் தேவைகளுக்கும் கோரிக்கைகளுக்கும் ஏற்ப பல்வேறு தயாரிப்புகள் மற்றும் மாடல்களின் கார்கள் வாடகை அடிப்படையில் கிடைக்கின்றன. சுற்றுலாப் பயணிகள் பெரும்பாலும் விடுமுறையில் தங்கள் சொந்த காரைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். சுற்றுலாப் பயணிகள் கார்களையும் வாடகைக்கு எடுக்கலாம். கார் வாடகைத் துறை உலகெங்கிலும் உள்ள ஒவ்வொரு நாட்டிலும் மிகவும் நிலையான நிலையில் உள்ளது.

3. ரயில் போக்குவரத்து

ரயில்வே மிகவும் செலவு குறைந்த, பொருத்தமான மற்றும் பிரபலமான பயண முறையாகும், குறிப்பாக நீண்ட தூர பயணங்களுக்கு. ரயில்வே போக்குவரத்து மற்றும் மக்களின் வெகுஜன இயக்கத்தை நவீனப்படுத்தியது. நீராவி இயந்திரம் டீசல் மற்றும் மின்சார இயந்திரங்களால் மாற்றப்பட்டது, வேகத்தை அதிகரித்தது. இந்திய ரயில்வே சுற்றுலா ரயில்களை அறிமுகப்படுத்துவதன் மூலம் சுற்றுலாவை ஊக்குவித்துள்ளது. இந்தியாவில் ஐந்து சொகுசு சுற்றுலா ரயில்கள் உள்ளன, அவை 2010 ஆம் ஆண்டில் உலகின் மிகச் சிறந்த ஆடம்பர ரயில்களாக தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டன. இந்த ஆடம்பரமான ரயில்கள்:

1. தி டெக்கான் ஒடிஸி
2. மகாராஜாஸின் எக்ஸ்பிரஸ்
3. கோல்டன் தேர்
4. ராயல் ராஜஸ்தான் ஆன் வீல்ஸ்
5. அரண்மனை ஆன் வீல்ஸ்

ரயில்கள் எந்தவொரு நாட்டின் பொருளாதார செழிப்புக்கும், தகவல்தொடர்புக்கான உயிர்நாடியும். தடங்களில் உள்ள பெரிய பயிற்சியாளர்கள் மணிநேரங்கள், நாட்கள் கூட நீண்ட தூரம் பயணிக்கிறார்கள், தேவையான அனைத்து வசதிகளையும்

கொண்டுள்ளனர்; அவர்கள் பெரும்பாலும் காதல் மற்றும் சாகச உணர்வைத் தூண்டுகிறார்கள். உலகின் மிகச்சிறந்த சொகுசு ரயில்கள்:

1. இந்திய பசிபிக், ஆஸ்திரேலியா
2. அரண்மனை ஆன் வீல்ஸ், இந்தியா
3. நீல ரயில், தென்னாப்பிரிக்கா
4. ஆப்பிரிக்காவின் பெருமை, தென்னாப்பிரிக்கா
5. ராக்கி மலையேறுபவர், கனடா
6. கிழக்கு மற்றும் ஓரியண்டல் எக்ஸ்பிரஸ், தென்கிழக்கு ஆசியா
7. வெனிஸ் சிம்பளான் ஓரியண்ட் எக்ஸ்பிரஸ், ஐரோப்பா
8. ராயல் ஸ்காட்ஸ்மேன், ஸ்காட்லாந்து

4. நீர் போக்குவரத்து

மனிதர்கள் நீண்ட காலமாக பயணிக்க தண்ணீரைப் பயன்படுத்துகின்றனர். சில மாற்றங்கள் மற்றும் முன்னேற்றங்களுடன் படகுகள் எளிய படகுகளிலிருந்து மேம்பட்டன, மேலும் அவை முதலில் கிமு 6000 இல் பயன்படுத்தப்பட்டன. 20 ஆம் நூற்றாண்டின் நடுப்பகுதி வரை வெளிநாட்டுப் பயணத்திற்கான ஒரே வழி கப்பல் மூலம் பயணம். இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பிறகு, பெரிய ஆடம்பர லைனர்கள் உலகெங்கிலும் தங்கள் முயற்சியைத் தொடங்கி பயணிகளையும் விடுமுறையாளர்களையும் அழைத்துச் சென்றன. சில பெரிய லைனர்கள் சுமார் 1000 பயணிகளுக்கு இடமளிக்கின்றன, நீச்சல் குளங்கள், சினிமா அரங்குகள், கடைகள் மற்றும் கேசினோக்கள் போன்ற வசதிகளைக் கொண்டுள்ளன.

குரூஸ் கோடுகள் பல சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு புதிய ஈர்ப்பாக மாறியுள்ளன. ஹவாய், கரீபியன், மத்திய தரைக்கடல் போன்றவற்றின் வெப்பமண்டல மற்றும் துணை வெப்பமண்டல நீர்நிலைகளுக்கு பயணிக்க பயணங்களை பல மாதங்களுக்கு முன்பே முன்பதிவு செய்ய வேண்டும். பயண மற்றும் சுற்றுலாவில் நீர் போக்குவரத்து இன்று இரண்டு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது: படகு மற்றும் பயணம்.

இந்தியாவில் பல பயணங்கள் உள்ளன. இந்தியாவில் பயணங்களுக்கு செல்ல வாடிக்கையாளர்களை ஈர்ப்பதற்காக சலுகைகள் மற்றும் இலக்குகளின் ஒரு குழு அட்டைகளில் உள்ளது மற்றும் கவர்ச்சியான மற்றும் அசாதாரணமான பெரும்பாலான எல்லைகள். இந்தியாவின் பயணங்களில் மும்பை, கோவா, லட்சத்தீவு, கேரளாவின் உப்பங்கழிகள், சுந்தர்பான்ஸ், அந்தமான், கொச்சி, மாலத்தீவுகள், கங்கை நதி மற்றும் பிரம்மபுத்ரா நதி ஆகியவற்றுக்கான பயணங்களும் அடங்கும். ஜலேஷ் குரூஸ், ஆங்ரியா குரூஸ், நெ.பெர்டிட்டி குரூஸ், தி ஓபராய் பிருந்தா (சொகுசு கேரளா குரூஸ்), எம்.வி. மஹாபாஹு குரூஸ், அந்தமனுக்கு

குறிப்பு

குறிப்பு

அரசு நடத்தும் பயணப் பயணங்கள், சுந்தர்பான்ஸ் சொகுசு பயண பயணியர் கப்பல்கள் மற்றும் பாண்டவ் கங்கை நதி பயணம்.

சுற்றுலா உள்கட்டமைப்பில் போக்குவரத்து மிக முக்கியமான பகுதியாகும். சுற்றுலா தலத்தை அடைவதற்கு மட்டுமல்லாமல், பிரபலமான தளங்களை பார்வையிடுவதற்கும், அந்த இடத்தை சுற்றி வருவதற்கும் இது அவசியமில்லை. பெரும்பாலும், பல்வேறு வகையான போக்குவரத்து மொத்த சுற்றுலா அனுபவத்தை வேறுபடுத்துகிறது. மலைப்பாங்கான நிலப்பரப்பில் உள்ள கேபிள் கார்கள், வேடிக்கையான ரயில்வே அல்லது ஜெட் படகு போன்ற அசாதாரண போக்குவரத்து வடிவங்களும் தங்களுக்குள் ஒரு ஈர்ப்பாகும். இந்தியாவில் பிரபலமான சில கேபிள் கார் சேவைகள் டார்ஜிலிங், குல்மார்க், ராய்காட், முசோரி, சோலாங் பள்ளத்தாக்கு, கைலாஷ்கிரி (விசாகப்பட்டினம்), ஹர்த்வார், ஆலி மற்றும் ராஜ்கீர் ஆகிய இடங்களில் கிடைக்கின்றன.

போக்குவரத்து முறையின் தேர்வு மகத்தானது மற்றும் சுற்றுலா பயணிகள் தங்கள் பட்ஜெட்டுக்கு ஏற்ப ஒரு பயன்முறையை தீர்மானிக்க முடியும். வாகனங்கள், படகுகள், பயிற்சியாளர்கள் அல்லது ரயில்களை வாடகைக்கு எடுப்பது போன்ற திட்டமிடப்பட்ட அல்லது திட்டமிடப்படாத போக்குவரத்துக்கு அவர்கள் தேர்வு செய்யலாம், இதனால் அவர்கள் தங்கள் குழுவுடன் பயணம் செய்யலாம்.

5.4. சுற்றுலா போக்குவரத்து வணிகத்தை அமைப்பதற்கான திட்டமிடல் கருத்தாய்வு

வெற்றிகரமான சுற்றுலா போக்குவரத்து வணிகத்தை நிறுவ திட்டமிடும்போது பின்வரும் அம்சங்களை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்:

1. வணிக சூழல்

நீங்கள் சந்தைக்கு ஏற்றவாறு தேர்வுசெய்தால், பின்வருவனவற்றை வேலைக்கு அமர்த்த / வாங்க நீங்கள் திட்டமிட வேண்டும்:

- சொகுசு பயிற்சியாளர்கள்,
- சொகுசு கார்கள், மற்றும்
- சொகுசு வேன்கள் அல்லது ஜீப்புகள்.

பட்ஜெட் சந்தையைப் பொறுத்தவரை, நீங்கள் சாதாரண பேருந்துகள், சாதாரண கார்கள் மற்றும் ஜீப்பைத் திட்டமிடலாம்.

2. பொருளாதார திட்டம்

உங்கள் நிதித் திட்டங்களை உருவாக்கும் போது, நீங்கள் பின்வருவனவற்றை மனதில் கொள்ள வேண்டும்:

- வாகனங்களின் வகையின் அடிப்படையில், தேவையான மூலதனம், எதிர்பார்க்கப்படும் வருவாய் மற்றும் செலவு மற்றும் எதிர்பார்க்கப்படும் இலாபங்களை முன்னறிவிப்பதற்கு நிதி சாத்தியக்கூறு அறிக்கை தயாரிக்கப்பட வேண்டும்.
- அரசாங்கத்திடமிருந்து ஏதேனும் சலுகைகள் கிடைத்தால், நிதி அறிக்கையைத் தயாரிக்கும் போது அத்தகைய சலுகைகள் கணக்கிடப்பட வேண்டும்.
- வளங்களை கவனமாக மதிப்பீடு செய்வது மற்றும் திட்டங்களை ஒழுங்குபடுத்துவதற்கு கடமைகள் செய்யப்பட வேண்டும்.

3. கொள்முதல் முடிவுகளுக்கான செலவு ஒப்பீடு

வாகனங்களை இறக்குமதி செய்யலாமா அல்லது உள்ளூர் சந்தையிலிருந்து வாங்கலாமா என்பதை மதிப்பிடுவதற்கு செலவு ஒப்பீடு செய்யப்பட வேண்டும். இதை தீர்மானிக்கும் போது, தரமான அம்சம் ஒருபோதும் சமரசம் செய்யக்கூடாது மற்றும் கொள்முதல் செய்த பின்னர் வாகனங்களை பராமரிப்பதற்கான சாத்தியக்கூறுகள் கருத்தில் கொள்ளப்பட வேண்டும்.

4. மனித வள திட்டமிடல்

வெற்றிகரமாக செயல்படுத்தப்பட்ட, மனிதவள (மனிதவள) திட்டமிடல் ஒரு வணிகத்தை அதன் மனிதவள பயன்பாட்டை மேம்படுத்துவதற்கும், உற்பத்தித்திறனை அதிகரிப்பதற்கும், ஊழியர்களின் வருவாய் மற்றும் பணியாளர் அமைதியின்மையைக் குறைப்பதற்கும் உதவுகிறது. மனிதவள திட்டமிடல் நிறுவனத்திற்கு பல விஷயங்களில் மிகவும் முக்கியமானது. திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், வழிநடத்துதல், இயக்குதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் ஆகிய ஐந்து வணிக மேலாண்மை செயல்பாடுகள் மனிதவளத் திட்டமிடுபவர்களின் செயல்திறனைச் செயல்படுத்துவதற்கான மேற்பார்வை மற்றும் நடவடிக்கையைப் பொறுத்தது. நிறுவன மட்டத்தில், உயர்தர எச்.ஆர்.பிலிங், பெசிலிடேட்டுகள், தற்போதுள்ள திறமைகளை செயல்படுத்துவதையும் பயன்படுத்துவதையும், முந்தையதை அடையாளம் காணவும், மேலும் விரிவாக, துணை அல்லது மாற்று திறன்களுக்கான தேவைகளையும் செயல்படுத்துகின்றன.

மனிதவளத் திட்டமிடல் வணிகங்களுக்கு மனிதவளத்திற்கான அவர்களின் தற்போதைய மற்றும் எதிர்கால கோரிக்கைகளை பூர்த்தி செய்ய உதவுகிறது, மனிதவள மேலாளர்களுக்கு ஒரு நிறுவனத்திற்கு மிகவும் மதிப்புமிக்க \therefore திறன் \therefore திறன்களைக் கணிக்கவும் கட்டமைக்கவும் அனுமதிக்கிறது, மேலும் நிறுவனத்திற்கு கிடைக்கக்கூடிய வகையில் ஊழியர்களின் சிறந்த சமநிலையை வழங்குகிறது. திறன்-செட். பொருத்தமான திட்டமிடல் தலைமைத்துவ பாத்திரங்களை அடைய போதுமான திறமை வாய்ந்த ஒரு குளத்தை நிறுவுவதன் மூலம்

குறிப்பு

எதிர்கால வளர்ச்சிக்கான பாதையை வழங்குகிறது. மனிதவள திட்டமிடல் எப்போதும் வணிக மூலோபாயத்துடன் இணைந்திருக்கும்.

மனிதவள திட்டமிடல் முறை

மனிதவள திட்டமிடல் முறை பின்வரும் படிகளை உள்ளடக்கியது:

1. படி ஒன்று: அமைப்பின் நோக்கங்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
2. படி இரண்டு: தற்போதைய மனிதவளத்தின் பதிவேட்டை உருவாக்கவும்.
3. படி மூன்று: உங்கள் மனிதவளத் தேவையை முன்னறிவிக்கவும்.
4. படி நான்கு: திறன் தொகுப்பின் அடிப்படையில் இடைவெளிகளின் எண்ணிக்கை மற்றும் அளவைப் பற்றி முடிவு செய்யுங்கள்.
5. படி ஐந்து: செயல் திட்டத்தை உருவாக்குங்கள்.
6. படி ஆறு: திட்டத்தை இணைத்து செயல்படுத்தவும்.
7. படி ஏழு: கண்காணிக்கவும், அளவிடவும் மற்றும் கருத்துக்களை வழங்கவும்.

பயிற்சியளிக்கப்பட்ட பணியாளர்களின் பின்வரும் பிரிவுகள் சுற்றுலா போக்குவரத்து ஆபரேட்டரால் தேவைப்படுகின்றன:

- பயிற்சி பெற்ற மற்றும் அனுபவம் வாய்ந்த ஓட்டுநர்கள்
- கிளையன்ட் முன்பதிவுகளை கையாள பயிற்சி பெற்ற உதவியாளர்கள்
- பராமரிப்பு உதவியாளர்கள் மற்றும் ∴ அல்லது மேற்பார்வையாளர்கள்
- ஆவணம் அல்லது தொடர்பு பணியாளர்கள்
- நிர்வாகிகளை விற்பனை செய்தல் மற்றும் விற்பனை செய்தல்
- கணக்காளர்

5. அலுவலக இடம்

உங்கள் அலுவலகத்தின் இருப்பிடம் நீங்கள் பூர்த்தி செய்ய விரும்பும் சுற்றுலா கூட்டத்தின் குறிப்பிட்ட பகுதியைப் பொறுத்தது. நீங்கள் உள்நாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு சேவையை வழங்குகிறீர்கள் மற்றும் நடை வாடிக்கையாளர்களைத் தேடுகிறீர்களானால், உங்கள் அலுவலகம் ரயில் நிலையங்களுக்கு அருகில் அல்லது பஸ் முனையத்திற்கு அருகில் அல்லது மாநிலங்களுக்கு இடையேயான பேருந்து முனையத்திற்கு அருகில் இருக்க வேண்டும். மறுபுறம், நீங்கள் வெளிநாட்டு சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு சேவையை வழங்க தேர்வுசெய்தால், உங்கள் வணிகத்தின் ஆதாரம் வெவ்வேறு டூர் ஆபரேட்டர்கள் மற்றும் பயண முகவர் நிறுவனங்களிடமிருந்து வரும். அவ்வாறான நிலையில், உங்கள் அலுவலக இருப்பிடம் தரையின்

விருப்பத்தைப் பொருட்படுத்தாமல் எந்தவொரு கண்ணியமான பகுதியிலும் இருக்கலாம்.

ஒரு சிறந்த சூழ்நிலையில், உங்கள் அலுவலக இருப்பிடம் ஒரு நியாயமான தூரத்திற்குள் பார்க்கிங் இடத்தைக் கொண்டிருக்க வேண்டும், இதனால் தேவை ஏற்பட்டால், ஓட்டுநர்களை ஒரு தூதர் வழியாகவோ அல்லது பொது அறிவிப்பு முறை வழியாகவோ உடனடியாக தொடர்பு கொள்ளலாம்.

6. கணினிமயமாக்கல்

உங்கள் செயல்பாட்டின் தீவிரத்தை பொறுத்து, அளவைப் பொறுத்தவரை, உங்கள் முன்பதிவு மற்றும் நிதி ஆகியவை சிறந்த செயல்திறனுக்காக கணினிமயமாக்கப்பட வேண்டும் என்று பரிந்துரைக்கப்படுகிறது. ரயில் ∴ விமான டிக்கெட்டுகளின் ஆன்லைன் முன்பதிவை ஆதரித்தல், மின்னஞ்சல் வசதி மற்றும் இணைய வசதி போன்ற பல்வேறு பணிகளுக்கான தொழில்நுட்பத்தை நீங்கள் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும்.

பயண தொழில்நுட்பம், இதில் அனைத்து வணிக செயல்பாடுகளையும் உள்ளடக்கியது:

- மின் வணிகம் மற்றும் மின் சந்தைப்படுத்தல்
- மின் நிதி மற்றும் மின் கணக்கியல்
- மின்-எச்.ஆர்.எம்
- மின் கொள்முதல்
- மின் உத்தி
- மின் திட்டமிடல்
- மின் மேலாண்மை

மின் சுற்றுலாவின் பயன்பாடுகள் பின்வருமாறு:

- விமான கண்காணிப்பு அமைப்பு
- டைனமிக் பேக்கேஜிங்
- கணினி முன்பதிவு முறை
- உலகளாவிய விநியோக முறை
- வாடிக்கையாளர் தொடர்பு மேலாண்மை
- ஆடியோ சுற்றுப்பயணங்கள்
- ஜி.பி.எஸ் சுற்றுப்பயணங்கள்
- பயோமெட்ரிக் பாஸ்போர்ட், இ-பாஸ்போர்ட் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது
- மெய்நிகர் சுற்றுப்பயணம்
- மொபைல் தொழில்நுட்பம்
- சமூக வலைத்தளங்கள்

குறிப்பு

சந்தைப்படுத்தல் நோக்கத்திற்காக, தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தலாம்:

- ஆன்லைன் விளம்பரம்
- தலையங்கம் மற்றும் செய்திமடல்கள்

குறிப்பிட்ட பிராந்தியத்தின் தகவல்களை வழங்குவதற்கான சிறப்பு வலைத்தளம்,எடுத்துக்காட்டாக, <http://www.maharashtratourism.gov.in>

- தேடுபொறி சந்தைப்படுத்தல்
- மின்னஞ்சல் பதவி உயர்வு
- வாடிக்கையாளர் மதிப்புரைகளுடன் சமூக ஊடகங்கள் ∴ வலைப்பதிவுகள் போன்ற நெட்வொர்க்குகள், இலவச பிளிக்கர் புகைப்பட பகிர்வு, வலைத்தளம் மற்றும் யூடியூப் வீடியோ பகிர்வு, கலந்துரையாடல் குழுக்கள் மற்றும் பேஸ்புக் போன்ற சமூகங்கள் வழியாக வாய்மொழி.

5.4.1 வழக்கு ஆய்வு

ஓயோ: தொடக்கத்திலிருந்து உலகளாவிய ஹோட்டல் சங்கிலி வரை

“ஆன் யுவர் ஓன்” ஹோட்டல் அண்ட் ரூம்ஸ் (முலுமு) என்பது சுற்றுலாவின் விடுதி பிரிவில் மிகவும் பிரபலமான பெயர்களில் ஒன்றாகும், மேலும் இந்தியாவில் பிராண்ட் செய்யப்படாத ஹோட்டல்கள் மற்றும் படுக்கை மற்றும் காலை உணவு (பி ரூ பி) ஆகியவற்றின் தொகுப்பாளராகும். ஏப்ரல் 2019 இல், நிறுவனம் ஏர்பின்ப், இன்க் (ஏர்பின்ப்) நிறுவனத்திடமிருந்து சுமார் 10.55-14.05 பில்லியன் ரூபாய் முதலீட்டை ஈர்த்தது. முலுமு-யுசைடிடி ஒப்பந்தத்தின்படி, இந்தியாவில் முலுமு இன் 10,000 வில்லாக்கள் மற்றும் வீடுகள், ஐக்கிய அரபு எமிரேட் மற்றும் பிற சந்தைகள் ஏர்பின்ப் தளங்களில் பட்டியலிடப்படும், இது முலுமு இன் சர்வதேச வரம்பை விரிவுபடுத்துகிறது, அதே நேரத்தில் ஏசியாவில் ஏர்பின்பின் இருப்பை வலுப்படுத்துகிறது. பிப்ரவரி 2019 இல், முலுமு தனது புதிய சேவையான 'OYO LIFE' உடன் ஜப்பானின் தங்குமிடத் துறையிலும் நுழைந்தது. முலுமு தனது ஜப்பான் நடவடிக்கைகளை Yahoo! இன்க்.

ஆரம்பம்

2000 களின் முற்பகுதியில், ரித்தேஷ் அகர்வால் என்ற இளைஞன், கிழக்கு இந்திய மாநிலமான ஒடிசாவில் உள்ள சிறிய நகரமான ராயகடாவில் பாக்கெட் பணத்திற்காக சிம் கார்டுகளை விற்கத் தொடங்கினான். ரித்தேஷ் ஒரு ஐ.ஐ.டி ஆர்வலராக இருந்தார், 2009 ல் ராஜஸ்தானின் கோட்டாவில் உள்ள பன்சால் டூடோரியல்களில் சேர்ந்தார். பின்னர், டெல்லியில் நடந்த தொழில் முனைவோர் மாநாடுகளில் கலந்து கொண்டார், இண்டிகோ ஏர்லைன்ஸின் இணை நிறுவனர் மற்றும் நிர்வாக இயக்குநரான ராகுல் பாட்டியா போன்ற தொழில்முனைவோர்களால்

ஈர்க்கப்பட்டார்; சித்தார்த்த லால் (விக்ரம் லாலின் மகன்), ஐச்சர் மோட்டார்ஸின் தலைமை நிர்வாக அதிகாரி; மற்றும் பலர். அவர் தனது சொந்த ஒரு பிராண்டை தொடங்க ஊக்கமளித்தார்.

உள்நாட்டு விரிவாக்கம் மற்றும் மறுவடிவமைப்பு

ஆகஸ்ட் 2014 இல், OYO லைட்ஸ்பீட் வென்ச்சர் பார்ட்னர்ஸ் (எல்.எஸ்.வி.பி) மற்றும் டி.எஸ்.ஐ நுகர்வோர் கூட்டாளர்களிடமிருந்து ரூ .40 மில்லியனை பணத்திற்கு முந்தைய மதிப்பீட்டில் திரட்டியது. 2014 ஆம் ஆண்டின் இறுதிக்குள், டெல்லி, குர்கான், நொய்டா, பெங்களூ, மும்பை, புனே, கோவா, ஜெய்ப்பூர், ஹைதராபாத் மற்றும் 20 நகரங்களில் 350 பிளஸ் ஹோட்டல்களுக்கும் 4,000 க்கும் மேற்பட்ட அறைகளுக்கும் அதன் இருப்பை விரிவுபடுத்தியது. மார்ச் 2015 இல், OYO எல்விஎஸ்பி மற்றும் சீக்வோயா மூலதனத்திலிருந்து மொத்தம் ரூ .1.76 பில்லியனை திரட்டியது. பல நகரங்களில் அதன் விரிவாக்கத்துடன், OYO தனது மொபைல் பயன்பாட்டை (OYO App) ஏப்ரல் 2015 இல் கூகிள் இன்க் (கூகிள்) ப்ளே ஸ்டோர் மூலம் அறிமுகப்படுத்தியது.

கூட்டு மற்றும் கையகப்படுத்தல்

முலுமு வாடிக்கையாளர்களுக்கான அணுகலை விரிவுபடுத்துவதற்காக, பயண வலைத்தளமான யாத்ரா.காம் உடன் அக்டோபர் 2017 இல் ஒரு கூட்டாட்சியை நிறுவியது. பிப்ரவரி 2018 இல், முலுமு மேக்மைட்ரிப் லிமிடெட் மற்றும் கோஐபிபோவுடன் கூட்டுசேர்ந்தது. கூட்டாட்சியின் கீழ், முலுமு இன் ஹோட்டல் சங்கிலி பட்டியலிடப்பட்டது மற்றும் இரு வலைத்தளங்களிலும் முன்பதிவு செய்யக் கிடைத்தது.

உலகளாவிய விரிவாக்கம்

2016 ஆம் ஆண்டில், முலுமு மலேசியாவில் தொடங்குவதன் மூலம் தென்கிழக்கு ஆசிய சந்தையில் நுழைவதைக் குறித்தது. அறிமுகம் குறித்து அகர்வால் 2016 இல் கூறுகையில், “சராசரியாக மொபைல் ஊடுருவல் மற்றும் பெரிய இணைய மக்கள் தொகை போன்ற சந்தையின் கவர்ச்சிகரமான சிறப்பியல்புகளைக் கொண்டு மலேசியா எங்கள் முதல் துறைமுக அழைப்பு ஆகும். பிராண்ட் செய்யப்படாத ஹோட்டல் அறை வழங்கல் உலகளவில் ஹோட்டல் விநியோகத்தில் பெரும்பகுதியைக் கொண்டுள்ளது. தென்கிழக்கு ஆசியா, ஆபிரிக்கா மற்றும் தென் அமெரிக்கா போன்ற பிராண்ட் செய்யப்படாத பட்ஜெட் விநியோகத்தில் பெரும் பங்கைக் கொண்ட சந்தைகளுக்கு முலுமு இன் மாதிரி பொருத்தமானது. “

வாடிக்கையாளர் அனுபவத்தை மேம்படுத்த தொழில்நுட்பம்

முலுமு தனது சேவைகளின் துல்லியத்தை மேம்படுத்த தொழில்நுட்பத்தில் அதிக முதலீடு செய்துள்ளது. முன்னதாக, தரமான

குறிப்பு

வாழ்க்கை இடத்தின் தேவைக்கும் வழங்கலுக்கும் இடையே ஒரு பெரிய துண்டிப்பு இருந்தது, பயணிகள் மற்றும் நகரவாசிகள் இருப்பிடம், ஆறுதல் மற்றும் விலை நிர்ணயம் ஆகியவற்றில் சமரசம் செய்யும்படி கட்டாயப்படுத்தினர். அகர்வாலின் கூற்றுப்படி, “இந்த சமூக-பொருளாதார சிக்கலை சரிசெய்ய முலுமு தொழில்நுட்பத்தையும் திறமையையும் பயன்படுத்துகிறது.”

வணிக செயல்திறன்

மார்ச் 2018 க்குள், முலுமு இந்தியா, மலேசியா மற்றும் நேபாளங்களில் 8,500 பிரத்யேக ஹோட்டல்களிலும் 75,000 அறைகளிலும் அதன் செங்குத்துகளில் செயல்பட்டு வந்தது. அதன் வணிக மாதிரியின் மாற்றத்தை இடுகையிடுங்கள், முலுமு அதன் முன்பதிவுகளில் அதிகரிப்பு கண்டது.

முன்னோக்கி பயணம்

2019 ஆம் ஆண்டு நிலவரப்படி, நான்கு முதல் ஐந்து ஆண்டுகளில் (2023) உலகளவில் ஒரு மில்லியனுக்கும் அதிகமான அறைகளைச் சேர்ப்பதன் மூலம், மரியாட்டை முந்திக்கொண்டு, உலகின் மிகப்பெரிய ஹோட்டல் பிராண்டாக வெளிவருவதை முலுமு நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. சீனாவில் ஏறத்தாழ 35 மில்லியன் பிராண்ட் இல்லாத அறைகள் இருந்தன (குலு2018 நிலவரப்படி) மற்றும் அகர்வால் அதை மேலும் அளவிட ஒரு பெரிய வாய்ப்பைக் கண்டார். ஒப்பிடுகையில், இந்தியாவில், 4.3 மில்லியன் பிராண்ட் இல்லாத அறைகள் மட்டுமே இருந்தன.

5.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. போக்குவரத்து முறைகளை ஏறக்குறைய மூன்று பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம்: காற்று, நிலம் மற்றும் நீர் போக்குவரத்து. நிலப் போக்குவரத்து மேலும் சாலை மற்றும் ரயில்வே என வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

2. இந்தியா பின்வரும் ஆடம்பர ரயில்களை வழங்குகிறது:

- தி டெக்கான் ஒடிஸி
- மகாராஜாஸின் எக்ஸ்பிரஸ்
- கோல்டன் தேர்
- ராயல் ராஜஸ்தான் ஆன் வீல்ஸ்
- அரண்மனை ஆன் வீல்ஸ்

3. மலைப்பாங்கான நிலப்பரப்பில் உள்ள கேபிள் கார்கள், வேடிக்கையான ரயில்வே அல்லது ஜெட் படகு போன்ற அசாதாரண போக்குவரத்து வடிவங்களும் தங்களுக்குள் ஒரு ஈர்ப்பாகும். இந்தியாவில்

குறிப்பு

பிரபலமான சில கேபிள் கார் சேவைகள் டார்ஜிலிங், குல்மார்க், ராய்காட், முசோரி, சோலாங் பள்ளத்தாக்கு, கைலாஷ்கிரி (விசாகப்பட்டினம்), ஹர்த்வார், ஆலி மற்றும் ராஜ்கீர் ஆகிய இடங்களில் கிடைக்கின்றன.

4. வெற்றிகரமான சுற்றுலா போக்குவரத்து வணிகத்தை நிறுவ திட்டமிடும்போது பின்வரும் அம்சங்களை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்:

1. வணிகச் சூழல்
2. பொருளாதார திட்டம்
3. செலவு ஒப்பீடு
4. மனிதவள திட்டமிடல்
5. அலுவலக இடம்
6. கணினிமயமாக்கல்

5. மனிதவள திட்டமிடல் நிறுவனத்தை அதன் செயல்பாட்டை மேம்படுத்துவதற்கும், இருக்கும் திறமைகளைப் பயன்படுத்துவதற்கும் முந்தையதை அடையாளம் காண உதவுகிறது, மேலும் விரிவாக, துணை அல்லது மாற்று திறன்களுக்கான தேவை.

6. பயண தொழில்நுட்பம், இதில் அனைத்து வணிக செயல்பாடுகளையும் உள்ளடக்கியது:

- மின் வணிகம் மற்றும் மின் சந்தைப்படுத்தல்
- மின் நிதி மற்றும் மின் கணக்கியல்
- மின்-எச்.ஆர்.எம்
- மின் கொள்முதல்
- மின் உத்தி
- மின் திட்டமிடல்
- மின் மேலாண்மை

7. இதன் மூலம் சந்தைப்படுத்துவதற்கு தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தலாம்:

- ஆன்லைன் விளம்பரம்
- தலையங்கம் மற்றும் செய்திமடல்கள்
- குறிப்பிட்ட பிராந்தியத்தின் தகவல்களை வழங்க சிறப்பு வலைத்தளம்
- தேடுபொறி சந்தைப்படுத்தல்
- மின்னஞ்சல் பதவி உயர்வு

வாடிக்கையாளர் மதிப்புரைகளுடன் சமூக ஊடகங்கள் ∴ வலைப்பதிவுகள் போன்ற நெட்வொர்க்குகள், இலவச பிளிக்ஸ் புகைப்பட

பகிர்வு, வலைத்தளம் மற்றும் யூடியூப் வீடியோ பகிர்வு, கலந்துரையாடல் குழுக்கள் மற்றும் பேஸ்புக் போன்ற சமூகங்கள் வழியாக வாய்மொழி.

குறிப்பு

5.6. சுருக்கம்

- உலகளாவிய நெட்வொர்க் அமைப்பில் போக்குவரத்துத் துறைக்கு ஒரு முக்கிய இடம் உண்டு, இது சுற்றுலா உள்கட்டமைப்பின் முக்கிய கூறுகளில் ஒன்றாகும்.
- ஜெட் என்ஜின்கள் கொண்ட விமானம் 1950 களில் கண்டுபிடிக்கப்பட்டது. தொழில்நுட்பத்தின் வருகையால், பயணம் வேகமாகவும் பாதுகாப்பாகவும் மாறிவிட்டது, மேலும் அதிகமான மக்கள் உலகம் முழுவதும் பயணிக்க முடிகிறது.
- போக்குவரத்து நிச்சயமாக சுற்றுலாத் துறையின் முக்கிய கூறுகளில் ஒன்றாகும். சுற்றுலா தலத்தை உருவாக்க, பொருத்தமான, ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட மற்றும் பாதுகாப்பான போக்குவரத்து முறைகள் இருக்க வேண்டும்.
- சுற்றுலாப்பயணத்தில் நடத்தப்பட்ட சில ஆய்வுகள், சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்களின் மொத்த விடுமுறை செலவினங்களில் கிட்டத்தட்ட 30-40 சதவீதத்தை போக்குவரத்துக்காக செலவிடுகிறார்கள், மீதமுள்ளவை உணவு, தங்குமிடம் மற்றும் பிற நடவடிக்கைகளுக்காக செலவிடப்படுகின்றன.
- போக்குவரத்து முறைகளை ஏறக்குறைய மூன்று பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம்: காற்று, நிலம் மற்றும் நீர் போக்குவரத்து. நிலப் போக்குவரத்து மேலும் சாலை மற்றும் ரயில்வே என வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.
- வரலாற்றுக்கு முந்தைய காலங்களில், மனிதர்கள் உணவு தேடி ஒரு இடத்திற்கு அலைந்து திரிந்தனர்.
- சக்கரத்தின் கண்டுபிடிப்பு வண்டி, தேர் மற்றும் வண்டியின் வளர்ச்சிக்கு வழிவகுத்தது. சுமார் 17 ஆம் நூற்றாண்டு வரை, குதிரைகள் பயணத்திற்கு பயன்படுத்தப்பட்டன.
- பின்னர், சிறந்த சாலைகள் கட்டப்பட்டன, மேலும் இந்த சாலைகள் சில வர்த்தக பாதைகளாக வளர்ந்தன, பல நாடுகளை இணைத்தன. அவற்றில் ஒன்று சில்க் ரூட் ஆகும், இது சீனாவிலிருந்து பெர்சியாவுக்கு பட்டு கொண்டு செல்ல பயன்படுத்தப்பட்டது, மற்றொரு குறிப்பிடத்தக்க ஒன்று ஈரானில் இருந்து ஆப்கானிஸ்தான் மற்றும் இந்தியாவுக்கு பள் ஜெம் சாலை.
- சாலைப் போக்குவரத்து ஆட்டோமொபைலால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது, இது ஒரு இயற்கை பார்வை அனுபவத்தையும் ஒருவரின் சொந்த விருப்பத்திற்கு ஏற்ப பயணிக்கும் சுதந்திரத்தையும் வழங்குகிறது.

குறிப்பு

- ரயில்வே மிகவும் செலவு குறைந்த, பொருத்தமான மற்றும் பிரபலமான பயண முறையாகும், குறிப்பாக நீண்ட தூர பயணங்களுக்கு.
- இந்தியாவில் ஐந்து சொகுசு சுற்றுலா ரயில்கள் உள்ளன, அவை 2010 ஆம் ஆண்டில் உலகின் மிகச் சிறந்த ஆடம்பர ரயில்களாக தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டன.
- மனிதர்கள் நீண்ட காலமாக பயணிக்க தண்ணீரைப் பயன்படுத்துகின்றனர். சில மாற்றங்கள் மற்றும் முன்னேற்றங்களுடன் படகுகள் எளிய படகுகளிலிருந்து மேம்பட்டன, மேலும் அவை முதலில் கிமு 6000 இல் பயன்படுத்தப்பட்டன.
- நீர் போக்குவரத்து இன்று இரண்டு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது பயணம் மற்றும் சுற்றுலாவில் பங்கு: படகு மற்றும் பயணம்.
- இந்தியாவில் பல பயணங்கள் உள்ளன. இந்தியாவில் பயணங்களுக்கு செல்ல வாடிக்கையாளர்களை ஈர்ப்பதற்காக சலுகைகள் மற்றும் இலக்குகளின் ஒரு குழு அட்டைகளில் உள்ளது மற்றும் கவர்ச்சியான மற்றும் அசாதாரணமான பெரும்பாலான எல்லைகள்.
- சுற்றுலா உள்கட்டமைப்பில் போக்குவரத்து மிக முக்கியமான பகுதியாகும். சுற்றுலா தலத்தை அடைவதற்கு மட்டுமல்லாமல், பிரபலமான தளங்களை பார்வையிடுவதற்கும், குறிப்பிட்ட இடத்தை சுற்றி வருவதற்கும் இது அவசியம்.
- மலைப்பாங்கான நிலப்பரப்பில் உள்ள கேபிள் கார்கள், வேடிக்கையான ரயில்வே அல்லது ஜெட் படகு போன்ற அசாதாரண போக்குவரத்து வடிவங்களும் தங்களுக்குள் ஒரு ஈர்ப்பாகும். இந்தியாவில் பிரபலமான சில கேபிள் கார்கள் சேவைகள் டார்ஜிலிங், குல்மார்க், ராய்காட், முசோரி, சோலாங் பள்ளத்தாக்கு, கைலாஷ்கிரி (விசாகப்பட்டினம்), ஹர்த்வார், ஆலி மற்றும் ராஜ்கீர் ஆகிய இடங்களில் கிடைக்கின்றன.
- ஒரு வெற்றிகரமான சுற்றுலா போக்குவரத்து வணிகத்தை நிறுவ திட்டமிடும்போது பின்வரும் அம்சங்களைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்: வணிகச் சூழல், நிதி திட்டமிடல், செலவு ஒப்பீடு, மணிநேர திட்டமிடல், அலுவல்இருப்பிடம் மற்றும் கணினிமயமாக்கல்.
- திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், முன்னணி, இயக்குதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் ஆகிய ஐந்து வணிக மேலாண்மை செயல்பாடுகள் மனிதவளத் திட்டமிடுபவர்களின் செயல்திறனைச் செயல்படுத்துவதற்கான மேற்பார்வை மற்றும் செயலைப் பொறுத்தது.
- மனிதவளத் திட்டமிடல் வணிகங்களுக்கு அவர்களின் தற்போதைய மற்றும் எதிர்கால கோரிக்கைகளை பூர்த்தி

குறிப்பு

செய்ய உதவுகிறது, மனிதவள மேலாளர்கள் ஒரு நிறுவனத்திற்கு மிகவும் மதிப்புமிக்க \therefore திறன் \therefore திறன்களைக் கணிக்கவும் கட்டமைக்கவும் அனுமதிக்கிறது, மேலும் நிறுவனத்திற்கு கிடைக்கக்கூடிய வகையில் ஊழியர்களின் சிறந்த சமநிலையை வழங்குகிறது. திறன்-தொகுப்புகள்.

- உங்கள் அலுவலகத்தின் இருப்பிடம் நீங்கள் பூர்த்தி செய்ய விரும்பும் சுற்றுலா கூட்டத்தின் குறிப்பிட்ட பகுதியைப் பொறுத்தது.
- ரயில் \therefore விமான டிக்கெட்டுகளின் ஆன்லைன் முன்பதிவை ஆதரித்தல், மின்னஞ்சல் வசதி, இணைய வசதி போன்ற பல்வேறு பணிகளுக்கு தொழில்நுட்பத்தை நீங்கள் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும்.
- உங்கள் சொந்த ஹோட்டல்கள் மற்றும் அறைகளில் (முலுமு) சுற்றுலாவின் விடுதி பிரிவில் மிகவும் பிரபலமான பெயர்களில் ஒன்றாகும், மேலும் இது இந்தியாவில் பிராண்ட் செய்யப்படாத ஹோட்டல்கள் மற்றும் படுக்கை மற்றும் காலை உணவு (பி ரு பி) ஆகியவற்றின் தொகுப்பாளராகும்.
- முலுமு-யுசைடிடி ஒப்பந்தத்தின்படி, இந்தியாவில் முலுமு இன் 10,000 வில்லாக்கள் மற்றும் வீடுகள், ஐக்கிய அரபு எமிரேட் மற்றும் பிற சந்தைகள் ஏர்பின்ப் தளங்களில் பட்டியலிடப்படும், இது முலுமு இன் சர்வதேச வரம்பை விரிவுபடுத்துகிறது, அதே நேரத்தில் ஏசியாவில் ஏர்பின்பின் இருப்பை வலுப்படுத்துகிறது.
- பிப்ரவரி 2019 இல், முலுமு தனது புதிய சேவையான “முலுமு டுஐகுடு” உடன் ஜப்பானின் தங்குமிடத் துறையிலும் நுழைந்தது. முலுமு தனது ஜப்பான் நடவடிக்கைகளை லுயாமுழ! இன்க்.
- பிப்ரவரி 2018 இல், முலுமு மேக்மைட்ரிப் லிமிடெட் மற்றும் கோஐபிபோவுடன் கூட்டுசேர்ந்தது. கூட்டாட்சியின் கீழ், முலுமு இன் ஹோட்டல் சங்கிலி பட்டியலிடப்பட்டது மற்றும் இரு வலைத்தளங்களிலும் முன்பதிவு செய்யக் கிடைத்தது.
- பிராண்ட் செய்யப்படாத ஹோட்டல் அறை வழங்கல் உலகளவில் ஹோட்டல் விநியோகத்தில் பெரும்பகுதியைக் கொண்டுள்ளது. தென்கிழக்கு ஆசியா, ஆபிரிக்கா மற்றும் தென்அமெரிக்கா போன்ற பிராண்ட் செய்யப்படாத பட்ஜெட் விநியோகத்தில் பெரும் பங்கைக் கொண்ட சந்தைகளுக்கு முலுமு இன் மாதிரி ஏற்றது.
- முலுமு தனது சேவைகளின் துல்லியத்தை மேம்படுத்த தொழில்நுட்பத்தில் அதிக முதலீடு செய்துள்ளது.

5.7. முக்கிய சொற்கள்

- குருஸ் கப்பல்கள்: இவை பெரிய பயணிகள் கப்பல்கள், அவை முக்கியமாக விடுமுறைக்கு பயன்படுத்தப்படுகின்றன. போக்குவரத்துக்கு பயன்படுத்தப்படும் கடல் லைனர்களைப் போலல்லாமல், அவை பொதுவாக பல்வேறு துறைமுக அழைப்புகளுக்கு சுற்று-பயண பயணங்களை மேற்கொள்கின்றன, அங்கு பயணிகள் “கடற்கரை உல்லாசப் பயணம்” என்று அழைக்கப்படும் சுற்றுப்பயணங்களுக்கு செல்லலாம்.
- திறன் தொகுப்பு: ஒரு வேலையைச் செய்யத் தேவையான அறிவு, திறன்கள் மற்றும் அனுபவம் என இதை வரையறுக்கலாம். குறிப்பிட்ட திறன் தொகுப்பு பகுதிகளில் மனித உறவுகள், ஆராய்ச்சி மற்றும் திட்டமிடல், கணக்கியல், தலைமை, மேலாண்மை மற்றும் கணினி திறன்கள் ஆகியவை அடங்கும்.
- திறமை பூல்: இது ஒரு இடம் அல்லது தரவுத்தளத்தை குறிக்கிறது, அங்கு ஆட்சேர்ப்பு செய்பவர்கள் மற்றும் மனிதவள மேலாளர்கள் தங்களது சிறந்த வேலை வேட்பாளர்கள் அனைவரையும் வைத்திருக்கிறார்கள். திறமைக் குளங்கள் வேலைகளுக்கு விண்ணப்பித்த வேட்பாளர்களை மட்டுமல்லாமல், ஆதாரமாகவும், குறிப்பிடப்பட்ட வேட்பாளர்களாகவும், வெள்ளிப் பதக்கம் வென்றவர்களாகவும், உள்நுழைந்த வழியில் உங்கள் குளத்தில் விருப்பத்துடன் சேர்ந்துள்ள வேட்பாளர்களாகவும் ஆக்குகின்றன.
- வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை: இது ஒரு வணிகமாகும் அல்லது பிற அமைப்பு வாடிக்கையாளர்களுடனான அதன் தொடர்புகளை நிர்வகிக்கிறது, பொதுவாக தரவு பகுப்பாய்வைப் பயன்படுத்தி பெரிய அளவிலான தகவல்களைப் படிக்கிறது.
- தேடுபொறி சந்தைப்படுத்தல்: இது இணைய மார்க்கெட்டிங் ஒரு வடிவமாகும், இது தேடுபொறி முடிவு பக்கங்களில் முதன்மையாக கட்டண விளம்பரம் மூலம் வலைத்தளங்களின் விளம்பரத்தை மேம்படுத்துவதன் மூலம் வலைத்தளங்களை மேம்படுத்துகிறது.

குறிப்பு

5.8. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. போக்குவரத்து சுற்றுலாவை எவ்வாறு பாதிக்கிறது?
2. சுற்றுலாவில் நீர் போக்குவரத்தின் பங்கு என்ன?

3. இந்திய பொருளாதாரத்தில் ரயில்வேயின் முக்கியத்துவம் என்ன?
4. நிதித் திட்டத்தை உருவாக்கும் போது என்ன காரணிகளை மனதில் கொள்ள வேண்டும்?
5. ஒரு சுற்றுலா போக்குவரத்து ஆபரேட்டருக்கு எந்த வகை பயிற்சி பெற்ற பணியாளர்கள் தேவை?
6. விடுதி துறையில் வாடிக்கையாளர் சேவையை மேம்படுத்த முயலு எவ்வாறு தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்த முடிந்தது?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. சுற்றுலாத் துறையில் போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
2. காலப்போக்கில் போக்குவரத்தின் பரிணாமத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. விமானத்தில் இரண்டாம் உலகப் போரின் தாக்கம் குறித்து விவாதிக்கவும்.
4. போக்குவரத்து முயற்சியை நடத்துவதில் மனித வளங்களின் பங்கு பற்றி விவாதிக்கவும்.
5. ஒரு முயற்சியின் வெற்றியை தீர்மானிக்கும் காரணிகளை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
6. சுற்றுலாத் துறையில் ஒரு உலகளாவிய நிறுவனமாக OYO தன்னை எவ்வாறு நிலைநிறுத்திக் கொள்ள முடிந்தது என்பதைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

5.9. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எ.பி. ட்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.

- பிலிப் கோடலர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.

அலகு - 6

நிதி ஆபத்து மற்றும் வருவாய் அம்சங்கள்

அமைப்பு

- 6.1. அறிமுகம்
- 6.2. நோக்கங்கள்
- 6.3. வாய்ப்பின் ஆபத்து மற்றும் வருவாய் அம்சங்கள்
- 6.4. நிதி ஆதாரங்கள்
- 6.5. துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்
- 6.6. தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சுற்றுலா வண்டி சேவைகளின் வழக்கு ஆய்வு
- 6.7. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 6.8. சுருக்கம்
- 6.9. முக்கிய சொற்கள்
- 6.10. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 6.11. மேலும் வாசிப்புகள்

6.1. அறிமுகம்

சுற்றுலா, மிக முக்கியமான பொருளாதாரத் துறைகளில் ஒன்றாக, நெருக்கடிகள் மற்றும் பேரழிவுகளுக்கு மிகவும் பாதிக்கப்படக்கூடிய ஒன்றாகும். அக்ரிசிஸ், அதன் வகை, தீவிரம் அல்லது நோக்கம் ஆகியவற்றைப் பொருட்படுத்தாமல், சுற்றுலாத் துறையில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. எனவே, தொழில்முனைவோர் நெருக்கடிகளைச் சமாளிக்க இடர்-மேலாண்மை திட்டங்களை உருவாக்குவது அவசியம். இந்த பிரிவில், தொழில்முனைவோரின் இடர்-

மேலாண்மை அம்சத்தைப் படிப்போம், அதே நேரத்தில் நிதி ஆதாரங்களில் கவனம் செலுத்துவோம்.

குறிப்பு

6.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- சுற்றுலாத் துறையில் நெருக்கடிகளின் தாக்கத்தை அடையாளம் காணவும்
- நெருக்கடிகளைச் சமாளிக்கத் தேவையான இடர்-மேலாண்மை நுட்பங்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
- தொழில்முனைவோருக்கு கிடைக்கக்கூடிய பல்வேறு நிதி ஆதாரங்களை அடையாளம் காணவும்
- ஒவ்வொரு நிதி ஆதாரங்களுடனும் தொடர்புடைய நன்மை தீமைகளை ஆராயுங்கள்
- ஒரு முயற்சியின் வெற்றியை தீர்மானிக்கும் காரணிகளை அடையாளம் காணவும்
- இந்திய டாக்ஸி சந்தையையும் அதற்குள் இருக்கும் வாய்ப்புகளையும் பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்

6.3. வாய்ப்பின் ஆபத்து மற்றும் திரும்பப் பெறுதல்

சுற்றுலாவில் ஆபத்தான நிர்வாகத்தைப் புரிந்துகொள்வது டூர் ஆபரேட்டர்களுக்கு மிகவும் இன்றியமையாதது. குறைந்தது எதிர்பார்க்கப்படும் போது அக்ரிசிஸ் ஏற்படுகிறது. ஆகையால், எப்போதுமே ஒரு இடர்-மேலாண்மைத் திட்டத்தை வைத்திருப்பது மிக முக்கியம், இது நெருக்கடியின் போது பின்பற்றப்பட வேண்டிய படிகளைக் கொண்டுள்ளது. திட்டத்தின் உருவாக்கம் ஒரு தெளிவான செயல்முறையைப் பின்பற்ற வேண்டும், இதனால் அனைத்து சுற்றுலா பங்குதாரர்களும் அதை அறிந்திருக்கிறார்கள். நெருக்கடி காலத்தில், தணிப்பு, தயார்நிலை, பதில் மற்றும் மீட்பு ஆகியவை செய்யப்பட வேண்டிய முக்கிய நடவடிக்கைகள், அவை நெருக்கடியை வெற்றிகரமாக நிர்வகிக்க உதவியாக இருக்கும்.

இடர் மேலாண்மை என்பது திட்டமிட்ட முறையாகும், இது பொதுவாக நிறுவனங்கள் நெருக்கடிகளை நிர்வகிக்கும். அக்ரிசிஸ் ஒரு கடினமான அல்லது ஆபத்தான சூழ்நிலை மற்றும் இந்த நேரத்தில் சவாலான முடிவுகள் எடுக்கப்பட வேண்டும். சரியான திட்டத்துடன், நிறுவனங்கள் ஒரு நெருக்கடியை மிகவும் திறமையான முறையில் சமாளிக்க முடியும். சுற்றுலாத் துறை மிகவும் துடிப்பான சூழலில் இயங்குகிறது மற்றும் இது பல்வேறு ஒன்றோடொன்று இணைக்கப்பட்ட துறைகளை உள்ளடக்கியது.

இந்த காரணத்தினால், எதிர்பாராத நெருக்கடிகளுக்கு வழிவகுக்கும் விஷயங்கள் பாதிக்கப்படக்கூடிய சாத்தியக்கூறுகள் உள்ளன. ஒரு நெருக்கடி பல்வேறு வடிவங்களில் வரலாம்; இதில் சுகாதார தொடர்பான அச்சுறுத்தல்கள் (2020 உலகளாவிய கோவிட் -19 தொற்றுநோய்), இயற்கை பேரழிவுகள் (பூகம்பங்கள் மற்றும் வெள்ளம்), அரசியல் கொந்தளிப்பு மற்றும் பயங்கரவாதம் தொடர்பான நடவடிக்கைகள் ஆகியவை அடங்கும். இத்தகைய அபாயங்கள் மற்றும் பேரழிவுகள் சுற்றுலாத் துறைக்கு முக்கியமான அச்சுறுத்தல்களை உருவாக்குகின்றன. சமீபத்திய காலங்களில், சில கடுமையான பேரழிவுகள் உள்ளன,

நெருக்கடி எடுத்துக்காட்டு 1: நேபாள பூகம்ப பதில்

2015 ஆம் ஆண்டில் நேபாளத்தில் ஏற்பட்ட பூகம்பத்தைத் தொடர்ந்து, 9000 பேர் உயிர் இழந்தனர் மற்றும் 800 க்கும் மேற்பட்ட நினைவுச்சின்னங்கள் சேதமடைந்தபோது, நாட்டின் உருவம் எதிர்மறையான சர்வதேச அறிக்கைகளால் பாதிக்கப்பட்டது மற்றும் சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகை ஆண்டின் மூன்றில் ஒரு பங்கிற்கும் மேலாக சரிந்தது, 2014 இல் 7,90,000 ஆக இருந்தது இருப்பினும், 2015 இல் 5,39,000 ஆக இருந்தது. இருப்பினும், நேபாள சுற்றுலா மீட்பு நடவடிக்கை குழு விரைவாக இணையத்தில் பரவி வரும் எதிர்மறையான கதைகளின் எண்ணிக்கையை எதிர்கொள்ள சமூக ஊடக பிரச்சாரத்தை புன்னகைக்கிறது. இந்த பிரச்சாரம் நேபாளத்திற்கு சர்வதேச பார்வையாளர்களை ஊக்கமளிக்கும் பலகைகளை வைத்திருக்கும் படங்களை இடுகையிட ஊக்குவித்தது.

நெருக்கடியின் போது பின்பற்ற வேண்டிய படிகள்

1. குறைத்தல்: நெருக்கடி ஏற்படும்போது, உங்கள் வணிகத்தைப் பாதுகாக்க உடனடி நடவடிக்கைகள் அவசியம்.
2. தயார்நிலை: பேரழிவிற்கு எதிரான நிலைப்பாடுகளை எடுப்பதற்கான திறனை மாற்றியமைக்கவும், அமைப்பைப் பாதுகாக்க தேவையான நடவடிக்கைகளில் கவனம் செலுத்தவும் இந்த அமைப்பு தயாராக இருக்க வேண்டும்.
3. பதில்: நெருக்கடியின் போது பதிலளிக்க அமைப்பு தயாராக இருக்க வேண்டும் மற்றும் நெருக்கடிக்கு எதிராக ஒரு செயல்பாட்டு பதிலை முயற்சிக்கவும் பயன்படுத்தவும் அடையக்கூடிய அனைத்து வளங்களையும் பயன்படுத்த முடியும்.
4. மீட்பு: இது மீட்டெடுப்பதற்கான பல்வேறு முறைகளுடன் தொடர்புடையது, இது வழக்கமான சூழ்நிலையையும் அதற்கு அப்பாலும் மீட்டெடுப்பதற்கான அணுகுமுறைகளைத் தயாரித்து செயல்படுவதை உள்ளடக்கியது.

நெருக்கடியின் போது நிதி பதில்

நெருக்கடியின் போது நிதி முக்கிய அக்கறை. ஒரு வணிகம் நின்றுபோன நிலைக்கு வந்தால், அது பணப்புழக்கத்தில் முதன்முதலில் சாதகமற்ற விளைவுகளை ஏற்படுத்தும். நிறுவனத்தின் நிதி நிலைமைகளின் தொடர்ச்சியான மதிப்பீடு கண்காணிக்கப்பட வேண்டும்.

நெருக்கடியின் போது, பின்வருபவை நிதி அம்சங்களை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்:

- நெருக்கடி கட்டத்தில் பணப்புழக்க நிலைமையை ஆராய்வதைத் தொடங்கவும், சூழ்நிலைக்கு ஏற்ப அவற்றை சரிசெய்யவும்.
- உங்கள் நிறுவன செலவினங்களை மதிப்பீடு செய்து, வாடகை, குத்தகை மற்றும் மாத பில்கள் போன்ற சில சேமிப்புகளைச் செய்யக்கூடிய பகுதிகளை அடையாளம் காணவும்.
- எந்தவொரு விலை மறு பேச்சுவார்த்தையும் ஏற்பாடு செய்யப்பட முடியுமா என்பதைக் கண்டறிய அனைத்து விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சப்ளையர்களிடம் பேசுங்கள்.
- தேவைப்பட்டால், ஊழியர்கள் பணிநீக்கம் செய்யப்பட வேண்டும். இது நிச்சயமாக கடைசி நிலைமை. உங்கள் ஊழியர்களுடன் எப்போதும் சரியான மற்றும் வெளிப்படையான தகவல்தொடர்புகளைப் பேணுங்கள், இதனால் அவர்கள் கடுமையான நிலைமையைப் பற்றி முழுமையாக அறிந்திருக்கிறார்கள் மற்றும் பணிநீக்கங்கள் அவர்களுக்கு ஆச்சரியமாக வராது.

6.4. நிதி ஆதாரங்கள்

ஒரு சிறு வணிகத்திற்கு நிதியளிக்க ஆறு முறைகள் உள்ளன. இந்த முறைகளைப் பற்றி விரிவாக விவாதிப்போம்.

1. கூட்ட நெரிசல்

இந்த இணைய யுகத்தில், உங்கள் யோசனை, தயாரிப்பு அல்லது சேவையில் ஆர்வமுள்ள நபர்களைப் பெறுவதற்கும் அவர்களிடமிருந்து பணம் திரட்டுவதற்கும் க்ரூட்.பண்டிங் ஒரு சிறந்த வழியாகும். இந்த முறை கூட்டத்தின் சக்தியை சிறிய அளவில் முதலீடு செய்ய பயன்படுத்துகிறது மற்றும் வெகுஜன முறையீட்டை எதிர்பார்க்கிறது. ஆரம்பத்தில், நன்கொடைகளை சேகரிக்க இலாப நோக்கற்றவர்களால் க்ரூட்.பண்டிங் பயன்படுத்தப்பட்டது, இது பண்டிகைகளின் போது இந்தியாவில் சேகரிக்கப்பட்ட சந்தாக்களுக்கு மிகவும் ஒத்ததாகும். இன்று, ஆன்லைன் கிர உசுழறன ட்.பண்டிங் தளங்கள் பல தொடக்க மற்றும் திட்டங்களுக்கு நிதி ஆதரவை உருவாக்குகின்றன. மைக்ரோ,

சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்கள் என்று பல வகையான கூட்ட நெரிசல்கள் உள்ளன

(MSMEகள்) பயன்படுத்தலாம்: (இந்திய அரசு ஆளுஆளு சட்டம், 2006 ஐ இயற்றியுள்ளது.)

- ஈக்விட்டி அடிப்படையிலான க்ரூட்.பண்டிங் என்பது முதலீட்டாளர் வணிகத்தில் ஒரு சிறிய சதவீத பங்கை முதலீட்டின் ஈடாகப் பெறும்போது ஆகும்.
- வெகுமதியை அடிப்படையாகக் கொண்ட க்ரூட்.பண்டிங் என்பது தனிநபர்கள் இலவச சேவை அல்லது முன்மாதிரி தயாரிப்பு போன்ற வெகுமதிக்கு ஈடாக சிறிய அளவில் பணத்தை முதலீடு செய்வதாகும்.
- முதலீட்டாளர்கள் பணத்தை வட்டியுடன் திருப்பிச் செலுத்துவார்கள் என்ற புரிதலுடன் முதலீடு செய்யும் போது கடன் அடிப்படையிலான க்ரூட்.பண்டிங் ஆகும்.

2. ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள்

ஸ்டார்ட்-அப்கள் மற்றும் இளம் வணிகர்கள் தங்களைத் தாங்களே தொடங்கும்போது பெரும்பாலும் போதுமான நிதி இல்லை, மற்றும் ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்களின் உதவி தேவை. அவர்கள் வழக்கமாக முறைசாரா அல்லது விதை முதலீட்டாளர்கள், அவர்கள் பொதுவாக கார்ப்பரேட் தலைவர்கள் அல்லது தொடக்க நபர்களுக்கு உதவ நிதி வைத்திருக்கும் வணிகர்கள். வழக்கமாக நெட்வொர்க்கிங் நிகழ்வுகளில், தொடக்க மற்றும் இளம் வணிக வல்லுநர்கள் தங்கள் யோசனைகளை மிதக்கச் செய்யலாம் மற்றும் ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்களின் கவனத்தை ஈர்க்கலாம்.

3. துணிகர முதலாளிகள்

தொழில் ஏற்கனவே சாத்தியமான வளர்ச்சியைக் காண்பிக்கும் போது, துணிகர முதலீட்டாளர்கள் வழக்கமாக வணிக வளர்ச்சியின் பிற்கால கட்டத்தில் வருகிறார்கள், இதனால் வணிகத்தை வளப்படுத்த பெரும்பாலும் தேவைப்படும் கூடுதல் நிதியை வழங்குவதன் மூலம் நிறுவனத்திற்கு சில பலத்தை வழங்குகிறார்கள். ஒரு உறுதியான மற்றும் நிலையான வணிக மாதிரி, விசுவாசமான வாடிக்கையாளர்களுடன் நிரூபிக்கப்பட்ட விற்பனை பதிவு மற்றும் மிகவும் பயனுள்ள மற்றும் சரம் மேலாண்மை குழு ஆகியவற்றைக் காண்பிப்பதன் மூலம் துணிகர முதலீட்டாளர்களின் கவனத்தையும் நிதியையும் பெறுவது அவ்வளவு எளிதானது அல்ல. அகெல், வென்ச்சர்ஸ், சிராட்டே வென்ச்சர்ஸ், நெக்ஸஸ் வென்ச்சர் பார்ட்னர்ஸ் மற்றும் சீக்வோயா கேபிடல் இந்தியா ஆகியவை இந்தியாவில் சிறந்த துணிகர முதலீட்டாளர்களில் சில.

குறிப்பு

4. பியர்-டு-பியர் (பி 2 பி) கடன்

பீர்-டு-பியர் (பி 2 பி) இயங்குதளங்கள் முதலீட்டு உலகில் ஒரு சமீபத்திய நிகழ்வாகும், ஏனெனில் ஒரு .பிண்டெக் நிறுவனத்தின் டிஜிட்டல் தளம் வழியாக சகாக்கள் வழக்கமாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட விண்ணப்பம் மற்றும் விண்ணப்பதாரரின் கடன் தகுதியின் அடிப்படையில் கோரப்பட்ட தொகையை ஒருவித ரைடர்ஸுடன் வழங்குகிறார்கள். இது பிரபலமடைந்து வரும் புதிய மாடல்களில் ஒன்றாகும், ஆனால் பொதுவாக பி 2 பி இயங்குதளங்களின் வட்டி விகிதங்கள் உயர்ந்த பக்கத்தில் இருப்பதை ஒருவர் நினைவில் கொள்ள வேண்டும். இந்தியாவில் எட்டு ரிசர்வ் வங்கி உரிமம் பெற்ற பி 2 பி வழங்குநர்கள் உள்ளனர். இந்தியாவில் சில குறிப்பிடத்தக்க பி 2 பி கடன் வழங்குநர்கள் .பேர்சென்ட்.காம், காஷ்குமார், ஐ 2 ஐ.பண்டிங் மற்றும் லென்டென் க்ளபண்ட்.

5. அரசு திட்டங்கள்

புதிய தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் தொடக்கங்களுக்கான நிதியை வழங்குவதன் மூலம் அவர்களுக்கு உதவ நிதி திட்டங்களையும் அரசாங்கம் வழங்குகிறது; இந்த திட்டங்களில் சில:

- கடன் உத்தரவாத திட்டம்: பொதுவாக சிறு வணிகர்கள் மற்றும் முதல் தலைமுறை தொழில்முனைவோருக்கு; இணை இல்லாத கடன் வழங்குகிறது
- ஸ்டாண்ட் அப் இந்தியா: சமூக ரீதியாக தாழ்த்தப்பட்ட வகுப்புகளிலிருந்து பெண்கள் மற்றும் குடிமக்களுக்கு அதிகாரம் அளிக்கிறது
- பிரதான் மந்திரி முத்ரயோஜனா: ஒரே உரிமையாளர்கள், சிறு தொழில்கள் மற்றும் கைவினைஞர்களுக்கு நன்மைகள்.

அட்டவணை 6.1 நிதி வகைகள்

முதலீட்டின் பண்புகள்	பங்கு நிதி	கடன் நிதி	மானியங்கள்
இயற்கை	முதலீடு செய்யப்பட்ட நிதியை திருப்பிச் செலுத்துவதற்கான எந்த கூறுகளும் இல்லை	முதலீடு செய்யப்பட்ட நிதிகள் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் வட்டியுடன் திருப்பிச் செலுத்தப்பட வேண்டும்	முதலீடு செய்யப்பட்ட நிதியை திருப்பிச் செலுத்துவதற்கான எந்த கூறுகளும் இல்லை

ஆபத்து	உத்தரவாதம் இல்லாததால் முதலீட்டாளருக்கு அதிக ஆபத்து காரணி முதலீடு	முதலீட்டிற்கு எதிரான இணை காரணமாக முதலீட்டாளருக்கு குறைந்த ஆபத்து காரணி இல்லை	எந்தவொரு இணைப்பும் இல்லாததால் தொடக்கத்திற்கான ஆபத்து காரணி இல்லை
திருப்பிச் செலுத்துவதற்கான அழுத்தம்	திருப்பிச் செலுத்தும் காலக்கெடுவைக் கடைப்பிடிப்பதற்கான தொடக்க-அப்களுக்கான குறைந்த அழுத்தம், ஆனால் வளர்ச்சி இலக்குகளை அடைய முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து அழுத்தத்தைச் சேர்த்தது.	தொடக்கத்திற்கான அதிக அழுத்தம் திருப்பிச் செலுத்தும் காலக்கெடுவைக் கடைப்பிடிப்பதற்கான அதிக அழுத்தம், வட்டி திருப்பிச் செலுத்துவதற்கு பணப்புழக்கங்களை உருவாக்க அதிக அழுத்தத்தை ஏற்படுத்துகிறது	மானியங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்திற்காக வழங்கப்பட்ட பண ஆதரவின் ஒரு வடிவமாக இருப்பதால் திருப்பிச் செலுத்துவதற்கான அழுத்தம் இல்லை
முதலீட்டாளருக்குத் திரும்பு	முதலீட்டாளர்களுக்கு மூலதன வளர்ச்சி	வட்டி செலுத்துதல்	திரும்ப தரப்படாது
முடிவுகளில் ஈடுபாடு	முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ளது	குறைவாக முடிவெடுப்பதில் ஈடுபாடு	முடிவெடுப்பதில் நேரடி ஈடுபாடு இல்லை
ஆதாரங்கள்	ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள், சுயநிதி, குடும்பம் மற்றும் நண்பர்கள், துணிகர முதலீட்டாளர்கள், கூட்ட நிதி மற்றும் இன்குபேட்டர்கள் / முடுக்கிகள்	வங்கிகள், வங்கி சாரா நிதி நிறுவனங்கள், அரசு கடன் திட்டங்கள் (சிஜிடிஎம்எஸ்இ, முத்ரா கடன், ஸ்டாண்ட்-அப் இந்தியா)	மத்திய அரசு, மாநிலம் அரசாங்கங்கள், கார்ப்பரேட் சவால்கள், தனியார் நிறுவனங்களின் திட்டங்களை வழங்குதல்

6. முதலீட்டாளர் இலக்கு

ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு ஒரு வணிக யோசனை இருக்கும்போது, அந்தத் திட்டம் நன்கு சண்ணாம்பு செய்யப்படும்போது, அவர்கள் முதலீட்டாளர்களை இலக்காகக் கொண்ட பாணியில் அணுகலாம்.

தொழில்முனைவோர் முதலீட்டாளர்களின் கவனத்தை ஈர்க்க வேண்டும், மேலும் அவர்கள் தங்கள் வணிக யோசனையின் திறனை நிரூபிக்க முடியும். முக்கியத்துவம் வாய்ந்த காரணிகளில் சரியான முதலீட்டாளர்களை அடையாளம் காண்பது, தனித்துவமான வணிக யோசனை அல்லது துணிகரத்தில், முதலீட்டாளர்களின் துறைசார் விருப்பத்தேர்வுகள், முதலீட்டாளர் மற்றும் வணிகத்தின் புவியியல் இருப்பிடம், நிதியத்தின் அளவு, ஒருவரின் சொந்த வழிமுறைகளை உருவாக்க முடியும், சுய மற்றும் பிறரிடமிருந்து ஈடுபாட்டின் நிலை, மற்றும் கிடைக்கும் வழிகாட்டல். பொதுவாக,

6.5. துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்

வணிக முயற்சியின் தோற்றமும் வளர்ச்சியும் பொருளாதார, சமூக, அரசியல் மற்றும் உளவியல் காரணிகளைப் பொறுத்தது; இந்த காரணிகள் தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சிக்கான துணை சூழ்நிலைகளாக மொழியில் அடிக்கடி வைக்கப்படுகின்றன. இந்த நிலைமைகள் தொழில்முனைவோரின் பொருள்மயமாக்கலில் நேர்மறையான மற்றும் எதிர்மறையான தாக்கங்களை ஏற்படுத்தக்கூடும். துணிகர உரிமையாளர்கள் தங்கள் சிறிய நிறுவனங்களுக்கு செல்ல வழிவகுக்கும் தலைமைத்துவ முறைகளை உருவாக்க வேண்டும், சந்தை ஆராய்ச்சி, ஞானமுடிவு பகுப்பாய்வு, வணிகத் திட்டம் மற்றும் வணிக மாதிரியை எவ்வாறு நிறைவேற்றுவது என்பது குறித்து அவர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்கப்பட வேண்டும். வெற்றிகரமாக இருக்க, ஒரு தொழில்முனைவோர் புதிய வணிகத்திற்கான வாய்ப்பை எவ்வாறு மதிப்பிடுவது என்பதைக் கற்றுக் கொள்ள வேண்டும், இது போக்கை ஆராய்ந்து தொழில்நீதியாக வணிக நடவடிக்கைகளை கையாள்வதன் மூலம்.

வாய்ப்பு அடையாளம் மற்றும் மதிப்பீடு

ஒரு வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோருக்கு போக்கைக் கண்காணிப்பதன் மூலமாகவோ, நெருக்கடியைத் தீர்ப்பதன் மூலமாகவோ அல்லது சந்தையில் இடைவெளியைக் கண்டறிவதன் மூலமாகவோ ஒரு வணிக வாய்ப்பை அங்கீகரிக்கும் திறன் உள்ளது. போக்கு பொருளாதார, அரசியல் அல்லது தொழில்நுட்பமாக இருக்கலாம். போக்குகளைக் கவனிப்பது வரவிருக்கும் சூழ்நிலைகள் என்ன என்பதைக் கணிக்க சிறந்த வாய்ப்பை வழங்கக்கூடும், மேலும் எதிர்பார்க்கப்பட்ட சூழ்நிலையை அமைப்பதற்கான ஆக்கபூர்வமான யோசனைகளைத் தொடங்கலாம். சிக்கல்களைத் தீர்ப்பதற்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு மதிப்புகளைச் சேர்ப்பதற்கும் தனித்துவமான முயற்சிகள் சிறந்த வணிக வாய்ப்புகளை உருவாக்கலாம். சந்தை இடைவெளியைக் கட்டுப்படுத்துவது வணிக வெற்றியை உறுதி செய்கிறது; ஒரு குறிப்பிட்ட சந்தைப் பிரிவு அதன் குறுகிய அளவு காரணமாக திருப்தியடையாதபோது அதன் உறுப்பினர்களின் தேவைகள் கருதப்படாதபோது இது பெரும்பாலும் அடையாளம் காணப்படுகிறது.

துணிகர வெற்றிக்கு சாதகமான நிலைமை மதிப்பீடு மிகவும் முக்கியமானது. கவர்ச்சி, நேரம், ஆயுள் மற்றும் உருவாக்கம் மற்றும் மதிப்பு கூட்டல் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் மதிப்பீடு செய்யப்பட வேண்டும்.

வாய்ப்பு மதிப்பீடு முறையானதாக இருக்க வேண்டும், மேலும் பின்வரும் பரிமாணங்களில் நடத்தப்பட வேண்டும்:

1. சந்தை பகுப்பாய்வு
2. நிதி முடிவுகள்
3. ஒப்பீட்டு அணுகுலம்
4. மேலாண்மை குழுக்கள் மற்றும் அபாயங்கள்

சந்தை பகுப்பாய்வு என்பது ஒருவர் போட்டிகள், சந்தை அளவு, வணிகத்தின் வளர்ச்சி விகிதம் மற்றும் உற்பத்தியின் வாழ்க்கைச் சுழற்சி மற்றும் வாடிக்கையாளரின் எதிர்பார்ப்புகள் மற்றும் பிரிவு ஆகியவற்றைப் பற்றி அறிந்திருக்க வேண்டும். நிதி விளைவுகளில் இலாப சதவீதம், இலாப வரவிருக்கும் நேரம், வட்டி விகிதம், வணிகத்தின் மூலோபாய மதிப்பு மற்றும் மூலதனத்தின் தேவைகள் ஆகியவை அடங்கும். போட்டி நன்மை என்பது செலவு, போட்டிகளின் உத்திகள், சந்தர்ப்ப நுழைவு நேரம், போட்டியாளரிடமிருந்து (புள்ளிகள்) வேறுபாடுகள் புள்ளிகள் (பிஓகள்) போன்றவற்றைக் குறிக்கிறது.

தொழில் முனைவோர் மனநிலை மற்றும் அணுகுமுறை

ஒரு தொழில்முனைவோர் மனநிலையையும் அணுகுமுறையையும் கொண்டிருப்பது குறிப்பிடத்தக்கது, இது வணிக முயற்சியின் வெற்றியை தீர்மானிக்க நிறைய உதவுகிறது. ஒரு தொழில்முனைவோரின் விரும்பத்தக்க குணங்கள் சில, மேற்கொள்ளப்பட்ட திட்டத்திற்கான உறுதிப்பாடு மற்றும் அர்ப்பணிப்பு, தலைமைத்துவ குணங்கள், பார்வை, பாணி, முடிவுகளை மற்றும் உத்திகளை செயல்படுத்துதல், வாய்ப்புகளை அங்கீகரித்தல் மற்றும் அவற்றை உடனடியாகப் பற்றிக் கொள்ளுதல், ஆபத்து (கள்) (கணக்கிடப்பட்டவை) அதிர்ஷ்டம் தைரியத்திற்கு சாதகமாக இருக்கும் என்ற அனுமானத்தில் மட்டும் செயல்படாது), லட்சியமாகவும், தன்னம்பிக்கையுடனும், தன்னையும் ஒருவரின் அணியையும் நம்பியிருப்பதுடன், ஆக்கபூர்வமாகவும் புதுமையாகவும் இருப்பது (மற்றவர்களின் படைப்பாற்றலை அங்கீகரிப்பதிலும் அவற்றை செயல்படுத்த ஏற்றுக்கொள்வதிலும்) ஒருவரின் முடிவுகள் மற்றும் நடைமுறையில்).

புதிய துணிகர மதிப்பீடு

ஒரு புதிய திட்டம் தொடங்கப்படும்போதோ அல்லது தொடங்கப்படும்போதோ, அதைப் பற்றிய முழுமையான மதிப்பீட்டை நடத்த வேண்டும், அவ்வாறு செய்வதன் மூலம் மட்டுமே துணிகர எவ்வளவு சாத்தியமானது என்பதை ஒருவர் புரிந்து கொள்ள முடியும். சாத்தியக்கூறு மதிப்பீடு இல்லாமல் ஒருவரின் நேரம், ஆற்றல் மற்றும் வளங்களை அதிக அபாயங்களை உள்ளடக்கிய எந்தவொரு திட்டத்திலும் முதலீடு செய்வது முட்டாள்தனம். இது ஒரு பொதுவான கருத்தாகும், மேலும் அனைத்து தொழில்முனைவோரும் அதை அறிந்திருக்கிறார்கள், ஆகவே, அதற்கான போதுமான தயாரிப்புகளை எடுத்துக் கொள்ளுங்கள். ஆனால் அதே நேரத்தில், ஒரு வணிக வாய்ப்பு அடிவானத்தில் தோன்றும்போது, அந்த வாய்ப்பை உடனடியாக உணர வேண்டும், அதேபோல் வாய்ப்புகள் உடனடியாக அதைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும், வாய்ப்புகள் பெரும்பாலும் வியாபாரத்தை ஆரம்பத்தில் ஆர்வத்துடன் மற்றும் நம்பிக்கையுடன் தொடர வணிகத்தை வெற்றிகரமாக ஆக்குகின்றன.

பொருத்தமான நுழைவு போட்டி மூலோபாயத்தை வரிசைப்படுத்துதல்

எந்தவொரு வணிகச் செயலுக்கும் ஒவ்வொரு திட்டத்தின் அடிப்படையில் ஒரு மூலோபாயம் தேவைப்படுகிறது. ஆயத்த உத்திகள் எதுவும் கிடைக்கவில்லை; ஒவ்வொரு வணிக முயற்சியும் தனித்துவமானது மற்றும் பொருத்தமான உத்தி தேவை என்பதை ஒருவர் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். சந்தை ஊடுருவலுக்கு, குறிப்பிட்ட உத்திகள் உருவாக்கப்பட வேண்டும்.

பொதுவாக ஐந்து அடையாளம் காணக்கூடிய உத்திகள் உள்ளன:

1. குறைந்த விலை வழங்குநர் உத்தி
2. பரந்த வேறுபாடு உத்தி
3. குறைந்த விலை மூலோபாயத்தில் கவனம் செலுத்தியது
4. கவனம் செலுத்திய வேறுபாடு உத்தி
5. சிறந்த விலை வழங்குநர் உத்தி

நற்பெயரை உருவாக்குங்கள்

வணிக நற்பெயர் விஷயங்களில், ஒருவருக்கு நல்ல பெயர் இருந்தால் அது எந்தவொரு வணிகத்திற்கும் அவசியமான சிறந்த கடன் தகுதியை வழங்க முடியும்.

ஒரு நல்ல பெயர்:

கூடுதல் வணிக திறப்புகளை வழங்குதல்;

- சிறந்த பணியாளர்களை ஈர்க்கவும்;
- நிறுவன மதிப்பைக் கொண்டு வாருங்கள்;

- சந்தைப்படுத்தல் செலவைக் குறைக்கவும்;
- வசம் அதிக நிதி வழங்குதல்; மற்றும்
- ஒருவர் பொதுவில் சென்றால் சிறந்த பங்கு விலைகளை வழங்குதல்.

துணிகர மேலாண்மை

துணிகர மேலாண்மை என்பது யோசனையை மதிப்பிடுவதற்கும் வணிகத்தை நடத்துவதற்கான கட்டங்களை ஆராய்வதற்கும் ஒரு வரிசை நடவடிக்கைகளை குறிக்கிறது. இதைச் செய்ய, பின்வருவனவற்றை மனதில் கொள்ள வேண்டும்:

- நம்பகமான சந்தை ஆராய்ச்சி, இது சந்தையின் தேவைகளை துல்லியமாக விவரிக்கிறது;
- செயல்பாடுகள், செயல்பாடுகள் மற்றும் பட்ஜெட் விதிகள் பற்றி பேசும் வணிகத் திட்டம்;
- திட்டத்தை செயல்படுத்துவதில் வடிவமைப்பிற்கு வடிவமைக்க அணியில் உள்ள திறமையான மற்றும் திறமையான உறுப்பினர்கள்;
- நம்பகமான உயர் மேலாண்மை
- நீண்ட கால நோக்கங்கள்; மற்றும்
- வணிகத் திட்டத்தின் மதிப்பாய்வு.

6.6. தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சுற்றுலா வண்டி சேவைகளின் வழக்கு ஆய்வு

வணிக மற்றும் மேலாண்மை ஜர்னலில் வெளியிடப்பட்ட டாக்டர் அசோக் குமார் பனிகிராஹி, ஷம்பாவி ஷாஹி மற்றும் அமர் சிங் ரத்தோர் ஆகியோரால் முடியு வண்டிகளின் ஒரு வழக்கு ஆய்வின் வெற்றிக் கதையிலிருந்து பின்வரும் வழக்கு ஆய்வு தழுவி எடுக்கப்பட்டுள்ளது.

OLA வண்டிகளின் வழக்கு ஆய்வு

ஓலா என மிகவும் பிரபலமாக அறியப்படும் ஓலாகாப்ஸ், எந்தவொரு ஆன்லைன் சந்தைகளையும் போலவே உள்ளது, ஆனால் குறிப்பாக டாக்ஸி சேவைகளை வழங்குவதில். மும்பையில் ஆன்லைன் கேப் திரட்டியாகத் தொடங்கிய ஓலா, இப்போது இந்தியாவின் சிலிக்கான் பள்ளத்தாக்கில் அல்லது பெங்களூரில் வசிக்கிறார். இது இந்தியாவில் வேகமாக வளர்ந்து வரும் வணிகங்களில் ஒன்றாக அறியப்படுகிறது, அதன் போட்டியாளர்களான உபெர் மற்றும் மேருவை வீழ்த்தியது. ஓலாகாப்ஸின் நிறுவனர் மற்றும் தலைமை நிர்வாக அதிகாரி பவிஷ் அகர்வால் ஆவார்.

இந்தியாவில் டாக்ஸி சேவைகள்

இந்தியாவில் நடுத்தர வர்க்க மக்கள் தொகை 1991 ல் 15 மில்லியனிலிருந்து 2011 ல் 160 மில்லியனாக உயர்ந்தது. அதிகரித்து வரும் செலவழிப்பு வருமானத்துடன் கூடிய இந்த பிரிவு கோரத் தொடங்கியது, மேலும் தனியார் மற்றும் பொது போக்குவரத்து உள்ளிட்ட பல்வேறு துறைகளில் சிறந்த சேவைகளுக்கு பணம் செலுத்த தயாராக உள்ளது. விரைவான பொருளாதார வளர்ச்சியுடன், மிகப்பெரிய உள்கட்டமைப்பு மேம்பாடு, சுற்றுலா அமைச்சின் இந்தியாவை ஒரு பயண இடமாக திட்டமிட கடுமையான முயற்சி மற்றும் வணிக செயல்முறை அவுட்சோர்சிங் (பிபிஓ) தொழில் தோன்றுவது இந்தியாவில் கார் வாடகை தொழிலுக்கு பெரும் உந்துதலை அளித்துள்ளது. 2003 வரை, இந்தியாவின் பெரிய பெருநகரங்களில் பாயிண்ட்-டு-பாயிண்ட் டாக்ஸி சந்தை முற்றிலும் ஒழுங்கமைக்கப்படவில்லை. இது ஒழுங்கமைக்கப்படாத, சீரற்ற மற்றும் ஓரளவு விலையுயர்ந்த தனியார் ஆபரேட்டர்களால் அல்லது மாநில அரசு கட்டுப்பாட்டில் உள்ள முன் கட்டண டாக்ஸிகளால் தரப்படுத்தப்பட்ட ஆனால் குறைந்த தரமான சேவையை வழங்கியது. ஆனால் 2003 இல், டெல்லியை தளமாகக் கொண்ட மெகா கார்ப் பெங்களூரு, மும்பை, கல்கத்தா, சண்டிகர், லூதியானா மற்றும் அமிர்தசரஸ் போன்ற நகரங்களில் மெகா கேப்ஸ் பிராண்டின் கீழ் சக்கரங்களை அமைத்து இந்திய போக்குவரத்துத் துறையில் வேகமாக வளர்ந்து வரும் வணிகங்களில் ஒன்றாக ரேடியோ வண்டிகள் வர்த்தகம் உருவானது. இன்று, ஆறு பெரிய நகரங்களில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு 15,000 பிளஸ் தொழில்முறை குளிர்சாதனப்பட்ட டாக்சிகள் பெரும்பாலும் நம்பகமான, வசதியான மற்றும் மலிவு விலையில் கிடைக்கின்றன (ரஹ்மான் ரு ஆனந்த், 2014).

இந்திய டாக்ஸி சந்தை

இந்தியாவில் டாக்ஸி சந்தை சூழ்நிலை மிகவும் துண்டு துண்டாக உள்ளது. இந்தியாவில் டாக்ஸி சந்தை இரண்டு முக்கிய பிரிவுகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது: ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட மற்றும் அமைப்புசாரா சந்தைகள். ஒழுங்கமைக்கப்படாத பிரிவு 8.5 பில்லியன் டாலர் சந்தை மதிப்பைக் கொண்டுள்ளது, அதே நேரத்தில் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சந்தை கிட்டத்தட்ட 500 மில்லியன் டாலர் சந்தை மதிப்பைக் கொண்டுள்ளது.

இந்த டாக்ஸி சேவைகளால் வழங்கப்படும் சேவையின் தரம் மற்றும் ஆறுதல் காரணமாக போட்டியின் அதிகரிப்பு மற்றும் பொது தேவை அதிகரித்ததன் காரணமாக, முதலீட்டு நடவடிக்கைகளில் அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ளது. இடைக்காலத்தில், பெரிய பணம் இந்த சண்டையை எதிர்த்துப் போராட வைக்கிறது. ரேடியோ டாக்ஸி இந்தியா சங்கம் சுட்டிக்காட்டியுள்ளபடி, நாட்டில் டாக்ஸி வணிகம் ஆண்டுக்கு ஒவ்வொரு பைசாவிற்கும் 20 முதல் 25 வரை வளர்ந்து வருகிறது. வரிசைப்படுத்தப்பட்ட டாக்ஸி பகுதி வணிகத்தின் ஒவ்வொரு

பைசாவிிற்கும் நான்கு முதல் ஐந்து வரை மட்டுமே குறிக்கிறது மற்றும் 800 மில்லியன் டாலர். இது 2020 ஆம் ஆண்டில் 7 பில்லியன் டாலர்களாக அபிவிருத்தி செய்ய நம்பியுள்ளது. மத்திய அரசு, அதன் வரவுசெலவுத் திட்டத்தை 2015-16 வரை தெளிவாகக் கூறுகிறது. “திரட்டுபவர் என்பது ஒரு நபர், இணைய அடிப்படையிலான மென்பொருள் பயன்பாட்டை சொந்தமாக வைத்து நிர்வகிக்கும், மற்றும் பயன்பாடு மற்றும் தகவல் தொடர்பு சாதனத்தின் மூலம்,

2018 ஆம் ஆண்டு நிலவரப்படி, இந்திய டாக்ஸி சந்தை சுமார் 8 பில்லியன் டாலர் (ரூ. 48,000 கோடி) என மதிப்பிடப்பட்டது, இதில் வெறும் 5 மூ வரிசைப்படுத்தப்பட்ட பகுதியின் கீழ் மேற்பார்வையிடப்படுகிறது, இது சந்தை முற்றிலும் திறந்திருக்கும் என்பதைக் குறிக்கிறது. அடுத்த ஐந்து ஆண்டுகளில், வரிசைப்படுத்தப்பட்ட வீரர்கள், உபேர், மேரு மற்றும் ஓலா போன்றவர்கள் இந்த சந்தையில் 15 சதவீதத்தை பிடிப்பார்கள் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது, இது ஒவ்வொரு ஆண்டும் வியக்கத்தக்க விகிதத்தில் 45 சதவீதமாக வளர்ந்து வருகிறது.

இந்தியாவில் டாக்ஸி சந்தை முந்தைய ஆறு ஆண்டுகளில் ஒரு பரபரப்பான வளர்ச்சியைக் கண்டது. 2010-14 ஆம் ஆண்டில் 400 மில்லியன் டாலர் (ஐசே 2400 கோடி) முதலீடு செய்யப்பட்டுள்ளது. டாக்ஸி திரட்டல் இடத்தில் குறிப்பிடத்தக்க வீரர் ஓலா வண்டிகள் மற்றும் இப்போது உபேரின் நுழைவு அச்சுறுத்தலுக்கு உள்ளாகியுள்ளார்.

இந்திய வண்டி சந்தையில் ஏராளமான இழவை காணப்பட்டுள்ளது, இத்துறையில் முன்னணி வீரர்களால் 600 கோடி ரூபாய் திரட்டப்பட்டுள்ளது. இது மிகவும் போட்டி நிறைந்த சந்தையாக இருந்தபோதிலும், ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட துறை ஒட்டுமொத்த சந்தையில் ஒரு சிறிய சதவீதத்தை உருவாக்குகிறது. இந்தியாவில் ரேடியோ டாக்ஸி சந்தை 6-9 பில்லியன் டாலர் 17-20 சதவீதமாக வளர்ந்து வருவதாக மதிப்பிடப்பட்டுள்ளது. ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட துறையில் டாக்ஸிகளின் எண்ணிக்கை 2017 க்குள் 30,000 ஐ எட்டும் என்றும் மதிப்பிடப்பட்டது.

OLA மற்றும் போட்டியின் சந்தை பங்கு

முன்பு குறிப்பிட்டபடி, ஓலாவுக்கு இந்தியாவில் சந்தை பங்கு திறன் 60 சதவீதம் உள்ளது. ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட பிரிவின் கீழ் வரும் சந்தையில் உள்ள மற்ற போட்டியாளர்களில் டாக்ஸி: போர்ஷர் (14 சதவீதம்), மேரு வண்டிகள் (16 சதவீதம்), உபேர் (5 சதவீதம்) மற்றும் பிறர் (5 சதவீதம்) உள்ளனர். வரிவிதிப்பு ஓலாவால் கையகப்படுத்தப்பட்டது, இது அதன் சந்தை பங்கை மேலும் 74 சதவீதமாக அதிகரித்தது.

6.7. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. நெருக்கடி காலத்தில், தணிப்பு, தயார்நிலை, பதில் மற்றும் மீட்பு ஆகியவை செய்யப்பட வேண்டிய முக்கிய நடவடிக்கைகள், அவை நெருக்கடியை வெற்றிகரமாக நிர்வகிக்க உதவியாக இருக்கும்.
2. ஒரு நெருக்கடி பல்வேறு வடிவங்களில் வரலாம்; இதில் சுகாதார தொடர்பான அச்சுறுத்தல்கள் (2020 உலகளாவிய கோவிட் -19 தொற்றுநோய்), இயற்கை பேரழிவுகள் (பூகம்பங்கள் மற்றும் வெள்ளம்), அரசியல் கொந்தளிப்பு மற்றும் பயங்கரவாதம் தொடர்பான நடவடிக்கைகள் ஆகியவை அடங்கும். இத்தகைய அபாயங்கள் மற்றும் பேரழிவுகள் சுற்றுலாத் துறைக்கு முக்கியமான அச்சுறுத்தல்களை உருவாக்குகின்றன.
3. அகெல், ப்ளம் வென்ச்சர்ஸ், சிராட்டே வென்ச்சர்ஸ், நெக்ஸஸ் வென்ச்சர் பார்ட்னர்ஸ் மற்றும் சீக்வோயா கேபிடல் இந்தியா ஆகியவை இந்தியாவில் சிறந்த துணிகர முதலீட்டாளர்களில் சில.
4. புதிய தொழில்முனைவோருக்கு உதவும் சில அரசு திட்டங்கள் கடன் உத்தரவாத திட்டம், ஸ்டாண்ட் அப் இந்தியா மற்றும் பிரதான் மந்திரி முத்ரா திட்டம்.
5. வெகுமதியை அடிப்படையாகக் கொண்ட க்ரூட்.பண்டிங் என்பது தனிநபர்கள் இலவச சேவை அல்லது முன்மாதிரி தயாரிப்பு போன்ற வெகுமதிக்கு ஈடாக சிறிய அளவில் பணத்தை முதலீடு செய்வதாகும்.
6. இந்தியாவில் பி 2 பி கடன் வழங்குநர்கள் .பேர்சென்ட்.காம், காஷ்குமார், ஐ 2 ஐ.பண்டிங் மற்றும் லென்டென் க்ளபண்ட்.
7. வணிக முயற்சியின் தோற்றமும் வளர்ச்சியும் பொருளாதார, சமூக, அரசியல் மற்றும் உளவியல் காரணிகளைப் பொறுத்தது; இந்த காரணிகள் தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சிக்கான துணை சூழ்நிலைகளாக மொழியில் அடிக்கடி வைக்கப்படுகின்றன.
8. ஒரு நல்ல வணிக நற்பெயரைப் பெறுவது அவசியம், இது முடிந்தவரை:
 - முகடுதல் வணிக திறப்புகளை வழங்குதல்;
 - சிறந்த பணியாளர்களை ஈர்க்கவும்;
 - நிறுவன மதிப்பைக் கொண்டு வாருங்கள்;
 - சந்தைப்படுத்தல் செலவைக் குறைக்கவும்;
 - வசம் அதிக நிதி வழங்குதல்; மற்றும்
 - ஒருவர் பொதுவில் சென்றால் சிறந்த பங்கு விலைகளை வழங்குதல்.
9. துணிகர மேலாண்மை என்பது யோசனையை மதிப்பிடுவதற்கும் வணிகத்தை நடத்துவதற்கான கட்டங்களை ஆராய்வதற்கும் ஒரு வரிசை நடவடிக்கைகளை குறிக்கிறது.

6.8. சுருக்கம்

- சுற்றுலாவில் ஆபத்தான நிர்வாகத்தைப் புரிந்துகொள்வது றுர் ஆபரேட்டர்களுக்கு மிகவும் இன்றியமையாதது. குறைந்தது எதிர்பார்க்கப்படும் போது ஒரு நெருக்கடி ஏற்படுகிறது.
- நெருக்கடி காலத்தில், தணிப்பு, தயார்நிலை, பதில் மற்றும் மீட்பு ஆகியவை செய்யப்பட வேண்டிய முக்கிய நடவடிக்கைகள், அவை நெருக்கடியை வெற்றிகரமாக நிர்வகிக்க உதவியாக இருக்கும்.
- இடர் மேலாண்மை என்பது ஒரு திட்டமிட்ட முறையாகும், இது வழக்கமாக நெருக்கடிகளை நிர்வகிக்கிறது.
- சுற்றுலாத் துறை மிகவும் துடிப்பான சூழலில் இயங்குகிறது மற்றும் இது பல்வேறு ஒன்றோடொன்று இணைக்கப்பட்ட துறைகளை உள்ளடக்கியது. இந்த காரணத்தினால், எதிர்பாராத நெருக்கடிகளுக்கு வழிவகுக்கும் விஷயங்கள் பாதிக்கப்படக்கூடிய சாத்தியக்கூறுகள் உள்ளன.
- நெருக்கடியின் போது நிதி முக்கிய அக்கறை. ஒரு வணிகம் நின்றுபோன நிலைக்கு வந்தால், அது பணப்புழக்கத்தில் முதன்முதலில் சாதகமற்ற விளைவுகளை ஏற்படுத்தும்.
- புதிய தொழில்முனைவோருக்கு ஆறு நிதி ஆதாரங்கள் உள்ளன: பி 2 பி கடன் வழங்குநர்கள், கிர உசமுறன் ட் .:பண்டிங், துணிகர முதலீட்டாளர்கள், ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் அரசாங்க திட்டங்கள்.
- மைக்ரோ, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்கள் (எம்.எஸ்.எம்.இ) பயன்படுத்தக்கூடிய பல வகையான கூட்ட நெரிசல்கள் உள்ளன.
- முக்கிய பிரிவுகள் ஈக்விட்டி அடிப்படையிலான, வெகுமதி அடிப்படையிலான மற்றும் கடன் அடிப்படையிலான க்ரூட்.பண்டிங் ஆகும்.
- ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள் பொதுவாக முறைசாரா அல்லது விதை முதலீட்டாளர்கள், அவர்கள் பொதுவாக கார்ப்பரேட் தலைவர்கள் அல்லது தொடக்க நபர்களுக்கு உதவ நிதி கொண்ட வணிகர்கள்.
- அகெல், ப்ளம் வென்ச்சர்ஸ், சிராட்டே வென்ச்சர்ஸ், நெக்ஸஸ் வென்ச்சர் பார்ட்னர்ஸ் மற்றும் சீக்வோயா கேபிடல் இந்தியா ஆகியவை இந்தியாவில் சிறந்த துணிகர முதலீட்டாளர்களில் சில.
- புதிய தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் தொடக்கங்களுக்கு நிதி வழங்குவதன் மூலம் அவர்களுக்கு உதவ நிதி திட்டங்களையும் அரசாங்கம் வழங்குகிறது; இந்த திட்டங்களில் சில கடன் உத்தரவாத திட்டம், ஸ்டாண்ட் அப் இந்தியா மற்றும் பிரதான் மந்திரி முத்ரா திட்டம்.

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

Self-Instructional
Material

குறிப்பு

- ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு ஒரு வணிக யோசனை இருக்கும்போது, இந்தத் திட்டம் நன்கு சுண்ணாம்பு செய்யப்படும்போது, முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து தேவையான நிதியைப் பெறுவது பற்றி அவர்கள் சிந்திக்கலாம்
- ஒரு குறிப்பிட்ட வணிக யோசனை அல்லது துணிகரத்தில் ஆர்வம் காட்டக்கூடிய சரியான முதலீட்டாளர்களை அடையாளம் காண்பது, முதலீட்டாளர்களின் துறைசார் விருப்பத்தேர்வுகள், முதலீட்டாளர் மற்றும் வணிகத்தின் புவியியல் இருப்பிடம், நிதியத்தின் அளவு, ஒருவர் செய்யக்கூடிய தொகை ஆகியவை முக்கியத்துவத்தை அளிக்க வேண்டிய காரணிகளில் அடங்கும். ஒருவரின் சொந்த வழிமுறையால் உருவாக்குதல், சுய மற்றும் பிறரிடமிருந்து ஈடுபாட்டின் நிலை மற்றும் கிடைக்கக்கூடிய வழிகாட்டுதல்.
- வணிக முயற்சியின் தோற்றமும் வளர்ச்சியும் பொருளாதார, சமூக, அரசியல் மற்றும் உளவியல் காரணிகளைப் பொறுத்தது; இந்த காரணிகள் தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சிக்கான துணை சூழ்நிலைகளாக மொழியில் அடிக்கடி வைக்கப்படுகின்றன
- வெற்றிகரமாக இருக்க, ஒரு தொழில்முனைவோர் புதிய வணிகத்திற்கான வாய்ப்பை எவ்வாறு மதிப்பிடுவது என்பதைக் கற்றுக் கொள்ள வேண்டும், இது போக்கை ஆராய்ந்து தொழில்நீதியாக வணிக நடவடிக்கைகளை கையாள்வதன் மூலம்.
- ஒரு வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோருக்கு போக்கைக் கண்காணிப்பதன் மூலமாகவோ, நெருக்கடியைத் தீர்ப்பதன் மூலமாகவோ அல்லது சந்தையில் இடைவெளியைக் கண்டறிவதன் மூலமாகவோ ஒரு வணிக வாய்ப்பை அங்கீகரிக்கும் திறன் உள்ளது. போக்கு பொருளாதார, அரசியல் அல்லது தொழில்நுட்பமாக இருக்கலாம்.
- கவர்ச்சி, நேரம், ஆயுள் மற்றும் உருவாக்கம் மற்றும் மதிப்பு கூட்டல் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் மதிப்பீடு செய்யப்பட வேண்டும்.
- வாய்ப்பு மதிப்பீடு முறையானதாக இருக்க வேண்டும், மேலும் பின்வரும் நான்கு பரிமாணங்களில் நடத்தப்பட வேண்டும்: சந்தை பகுப்பாய்வு, நிதி முடிவுகள், போட்டி நன்மை, மற்றும் நிர்வாக குழுக்கள் மற்றும் சம்பந்தப்பட்ட அபாயங்கள்.
- நிதி விளைவுகளில் இலாப சதவீதம், இலாப வரவிருக்கும் நேரம், வட்டி விகிதம், வணிகத்தின் மூலோபாய மதிப்பு மற்றும் மூலதனத்தின் தேவைகள் ஆகியவை அடங்கும். போட்டி நன்மை என்பது செலவு, போட்டிகளின் உத்திகள், சந்தர்ப்ப நுழைவு நேரம், போட்டியாளரிடமிருந்து (புள்ளிகள்) வேறுபாடுகள் புள்ளிகள் (பிஓடிகள்) போன்றவற்றைக் குறிக்கிறது.

- ஒரு தொழில்முனைவோர் மனநிலையையும் அணுகுமுறையையும் கொண்டிருப்பது குறிப்பிடத்தக்கது, இது வணிக முயற்சியின் வெற்றியை தீர்மானிக்க நிறைய உதவுகிறது.
- எந்தவொரு வணிகச் செயலுக்கும் ஒவ்வொரு மூலோபாயத்தின் அடிப்படையில் ஒரு மூலோபாயம் தேவைப்படுகிறது. ஆயத்த உத்திகள் எதுவும் கிடைக்கவில்லை; ஒவ்வொரு வணிக முயற்சியும் தனித்துவமானது மற்றும் பொருத்தமான உத்தி தேவை என்பதை ஒருவர் புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.
- வணிக நற்பெயர் விஷயங்களில், ஒருவருக்கு நல்ல பெயர் இருந்தால் அது எந்தவொரு வணிகத்திற்கும் அவசியமான சிறந்த கடன் தகுதியை வழங்க முடியும்.
- துணிகர மேலாண்மை என்பது யோசனையை மதிப்பிடுவதற்கும் வணிகத்தை நடத்துவதற்கான கட்டங்களை ஆராய்வதற்கும் ஒரு வரிசை நடவடிக்கைகளை குறிக்கிறது.
- இந்தியாவில் டாக்ஸி சந்தை சூழ்நிலை மிகவும் துண்டு துண்டாக உள்ளது. இந்தியாவில் டாக்ஸி சந்தை இரண்டு முக்கிய பிரிவுகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது: ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட மற்றும் அமைப்புசாரா சந்தைகள். அமைப்புசாரா பிரிவில் ஒரு உள்ளதுசந்தை மதிப்பு .5 8.5 பில்லியன், ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சந்தை கிட்டத்தட்ட 500 மில்லியன் டாலர் சந்தை மதிப்பைக் கொண்டுள்ளது.

6.9. முக்கிய சொற்கள்

- இடர் மேலாண்மை திட்டம்: இது ஒரு திட்ட மேலாளர் அபாயங்களை முன்கூட்டியே அறிந்து கொள்ளவும், தாக்கங்களை மதிப்பிடவும் மற்றும் அபாயங்களுக்கான பதில்களை வரையறுக்கவும் தயாரிக்கும் ஆவணம். இது ஆபத்து மதிப்பீட்டு அணியையும் கொண்டுள்ளது.
- கூட்ட நெரிசல்: பொதுவாக இணையம் வழியாக, ஏராளமான மக்களிடமிருந்து சிறிய அளவிலான பணத்தை திரட்டுவதன் மூலம் ஒரு திட்டத்திற்கு அல்லது துணிகரத்திற்கு நிதியளிப்பது நடைமுறையாகும். க்ர ன ட்.பண்டிங் என்பது கூட்ட நெரிசல் மற்றும் மாற்று நிதி.
- ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்: ஒரு ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர் என்பது ஒரு வணிக தொடக்கத்திற்கான மூலதனத்தை வழங்கும் ஒரு நபர், வழக்கமாக மாற்றத்தக்க கடன் அல்லது உரிமையாளர் ஈக்விட்டிக்கு ஈடாக. ஏஞ்சல் முதலீட்டாளர்கள் வழக்கமாக ஆரம்ப தருணங்களில் தொடக்கங்களுக்கு ஆதரவளிப்பார்கள்

குறிப்பு

மற்றும் பெரும்பாலான முதலீட்டாளர்கள் பின்வாங்கத் தயாராக இல்லை அவர்களுக்கு.

- துணிகர மூலதனம்: இது தனியார் ஈக்விட்டி நிதியுதவியின் ஒரு வடிவமாகும், இது துணிகர மூலதன நிறுவனங்கள் அல்லது தொடக்க நிறுவனங்கள், ஆரம்ப கட்ட மற்றும் வளர்ந்து வரும் நிறுவனங்களுக்கு அதிக வளர்ச்சி திறன் கொண்டதாகக் கருதப்படும் அல்லது அதிக வளர்ச்சியைக் காட்டிய நிதிகளால் வழங்கப்படுகிறது.
- பிண்டெக்: இது “நிதி” மற்றும் “தொழில்நுட்பம்” என்ற சொற்களின் ஒரு துறைமுகமாகும், மேலும் நிதி சேவைகள் மற்றும் செயல்முறைகளை மேம்படுத்த அல்லது தானியங்குபடுத்த தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தும் எந்தவொரு வணிகத்தையும் இது குறிக்கிறது.

6.10. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. சுற்றுலாத் துறையில் நெருக்கடிகளின் விளைவுகள் என்ன?
2. 2015 நிலநடுக்கத்தைத் தொடர்ந்து நேபாளத்தின் சுற்றுலாத் துறையால் எதிர்மறையான கதைகளை எவ்வாறு சமாளிக்க முடிந்தது?
3. நெருக்கடியின் போது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய நிதி அம்சங்களை பட்டியலிடுங்கள்.
4. பி 2 பி கடன் வழங்குவதன் மூலம் நீங்கள் என்ன புரிந்துகொள்கிறீர்கள்?
5. பங்கு நிதியுதவியின் பண்புகளை பட்டியலிடுங்கள்.
6. வாய்ப்பு மதிப்பீட்டில் என்ன இருக்கிறது?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாத் துறையில் இடர் நிர்வாகத்தின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. தொடர்புடைய ஆபத்து, முதலீட்டாளர்களின் ஈடுபாடு, முதலீட்டாளர்களுக்கு திரும்புவது மற்றும் திருப்பிச் செலுத்தும் விருப்பங்கள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பல்வேறு வகையான நிதி ஆதாரங்களை மதிப்பீடு செய்யுங்கள்.
3. கடந்த ஆண்டுகளில் இந்திய டாக்ஸி சந்தையில் ஏற்பட்டுள்ள மாற்றங்களை மதிப்பீடு செய்யுங்கள்.
4. ஒரு வெற்றிகரமான முயற்சியின் பல்வேறு தீர்மானிப்பவர்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
5. வாய்ப்பு அடையாளம் மற்றும் மதிப்பீட்டின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

6.11. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எ.பீ. ட்ரக்கர், புதுமை மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
- பிலிப் கோடலர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.

அலகு - 7

சுற்றுலாவில் தொழில்முனைவோர் வாய்ப்புகள் - III (ஷாப்பிங் மற்றும் உணவகம்)

அமைப்பு

7.1 அறிமுகம்

7.2 நோக்கங்கள்

குறிப்பு

- 7.3 உணவக சேவைகள் துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: இந்த அம்சங்களில் சுற்றுலா செலவினங்களின் அளவு
- 7.3.1 ஷாப்பிங்கில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்
- 7.4 நிதி ஆதாரங்கள்
- 7.4.1 துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்
- 7.5 பதில்கள் உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க
- 7.6 சுருக்கம்
- 7.7 முக்கிய சொற்கள்
- 7.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 7.9 மேலும் வாசிப்புகள்

7.1. அறிமுகம்

உணவு மற்றும் பானம் தொழில் கடந்த தசாப்தத்தில் மிகப்பெரிய வளர்ச்சியைக் கண்டுள்ளது, மேலும் போக்கு தொடர்கிறது. உணவுப் பழக்கவழக்கத்திற்கான ஆர்வத்தை வளர்த்துக் கொள்ளும் உணவு அல்லது ஒரு கார்ப்பரேட் ஊழியர் உணவுத் தொழிலைத் தொடர வேலையை விட்டு விலகிய பல கதைகள் உள்ளன. உணவு தொழில்முனைவோர் தங்கள் சொந்த சமையலறைகளில் குக்கீகள் மற்றும் கேக் பேக்கர்கள் முதல் பதப்படுத்தப்பட்ட உணவுத் துறையில் பெரிய பெயர்கள் வரை உணவக சங்கிலி உரிமையாளர் வரை இருக்கலாம். இவற்றில் சில இளம் வயதிலிருந்தே ஒரு உணவகத்தை நடத்துவதற்கான யோசனையை வளர்த்து வருகின்றன, மேலும் அதை ஒரு நிஜமாக்குவதற்கு முறையாக வேலை செய்கின்றன. இந்த பிரிவில், உணவு வணிகத்தை நடத்துவதற்கான முக்கிய அம்சங்கள் மற்றும் முன்னணி உணவு போக்குகள் பற்றி விவாதிப்போம்.

ஷாப்பிங் சுற்றுலா என்பது ஒரு சமீபத்திய கருத்தாகும், இது ஒரு சமகால சுற்றுலா வடிவமாக தனிநபர்களால் மேற்கொள்ளப்படுகிறது, அவர்களுக்காக அவர்கள் வசிக்கும் இடத்திற்கு வெளியே பொருட்களை வாங்குவது அவர்கள் பயணம் செய்வதற்கான முடிவில் தீர்மானிக்கும் காரணியாகும். இந்த அலகு சமூகம் மற்றும் பொருளாதாரத்தில் ஷாப்பிங்கின் பங்கை அடையாளம் காண்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. தொழில்முனைவோருக்கு கிடைக்கக்கூடிய பல்வேறு நிதி விருப்பங்களையும் நாங்கள் விவாதிப்போம்.

7.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- உணவு வணிகத்தை நடத்துவதற்கான முக்கிய அம்சங்களை அடையாளம் காணவும்
- முன்னணி உணவு போக்குகளை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
- சமூகம் மற்றும் பொருளாதாரத்தில் ஷாப்பிங் சுற்றுலாவின் தாக்கம் குறித்து விவாதிக்கவும்
- தொழில்முனைவோருக்கு கிடைக்கக்கூடிய பல்வேறு நிதி ஆதாரங்களை அடையாளம் காணவும்
- ஒரு துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்களை அடையாளம் காணவும்

குறிப்பு

7.3. உணவக சேவைகள் துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்: இந்த அம்சங்களில் சுற்றுலா செலவினங்களின் அளவு

உணவு அல்லது சமையல் தொழில்முனைவோர் என்பது உணவு அல்லது சமையல் துறையில் தங்கள் சொந்த தொழிலைத் தொடங்குபவர். இது ஒரு சிறப்பு உணவுக்காக உணவைத் தயாரிக்கும் ஒருவர் (உதாரணமாக, சைவ உணவு), ஒரு உணவு டிரக்கை வாங்கிக் கொண்டு, தங்கள் சொந்த சிறு உணவு வணிகத்தைத் தொடங்கும் ஒருவர் அல்லது தங்கள் சொந்த கேட்டரிங் நிறுவனத்தைத் தொடங்கும் ஒருவர். உணவு தொழில்முனைவோர் உணவு, வணிகம் மற்றும் சமூக தொழில்முனைவோர் ஆகியவற்றை இணைப்பதன் மூலம் உணவு அமைப்பில் அவர்கள் அனுபவிக்கும் சவாலை தீர்க்க முடியும்.

உணவு மற்றும் வியாபாரத்தில் புதுமையான ஒன்றைச் செய்கிற எவரும் உணவு தொழில்முனைவோரின் குடையின் கீழ் வருவதால் இந்த சொல் விளக்க கடினமாக உள்ளது.

வெற்றிகரமான உணவு வணிகக் கதைகள் ஒரு பெரிய அளவு கொல்லைப்புறத்தில் அல்லது இன்னும் துல்லியமாக, அவர்களின் வீட்டு சமையலறைகளில் உள்ளன. கூகிளின் முன்னாள் சந்தைப்படுத்தல் ஆலோசகரான முனாஃப் கபாடியாவின் நாட்டின் மிக முக்கியமான உணவு தொழில்முனைவோர் சிலர் தி போரி சமையலறையை கண்டுபிடித்தனர்; ஆஷா ஜாவேரி, சுவாதி ஸ்நாக்ஸின் பின்னால் உள்ள பெண்; மற்றும் தி ஓபராய் நிறுவனத்தின் முன்னாள் பேஸ்ட்ரி சமையல்காரரான கைனாஸ் மெஸ்மேன் ஹர்ச்சந்திராய், முதுகில் ஏற்பட்ட காயம் காரணமாக தனது கனவு வேலையை விட்டுவிட்டு தியோப்ரோமாவைத் தொடங்கினார்.

உணவு நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதற்கான அத்தியாவசிய திறன்கள்

உணவு தொழில்முனைவோருக்கு ஆழ்ந்த சமையல் மற்றும் வணிக திறன்கள் தேவைப்படுகின்றன அல்லது அவர்களுக்கு தேவையான திறன்களைக் கொண்ட ஒரு கூட்டாளர் இருக்க வேண்டும்.

உதாரணமாக, நீங்கள் ஒரு சமையல்காரராக இருந்தால், நீங்கள் உங்கள் சொந்த உணவுத் தொழிலைத் தொடங்கலாம், ஆனால் நீங்கள் வணிக அடிப்படைகளை மாஸ்டர் செய்தால் அல்லது நல்ல வணிக திறன்களைக் கொண்ட ஒருவருடன் கூட்டாளராக இருந்தால் வெற்றிக்கான வாய்ப்புகள் அதிகரிக்கும்.

உணவு தொழில்முனைவோர் வெற்றிக்கான உங்கள் வாய்ப்புகளை வலுப்படுத்த, பின்வரும் திறன்கள் கட்டாயமாகும்:

- நிதி அறிக்கை மற்றும் பட்ஜெட்;
- வணிக திட்டமிடல்;
- பொது பேச்சு;
- மேலாண்மை மற்றும் தலைமை;
- சமையல் அறிவு;
- கிரியேட்டிவ் சிக்கல் தீர்க்கும்; மற்றும்
- டீம்பில்லிங்.

உணவுத் தொழில் விளக்கப்பட்டது

சமீபத்திய காலங்களில் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் உலகளாவிய உணவுத் துறையை மாற்றியுள்ளன. உணவு வணிகத் தலைவர்கள் தங்கள் வணிக மாதிரியுடன் தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துகின்றனர் - விரைவான சேவை உணவகங்களின் தொடர்ச்சியான நற்பெயரைப் போலவே, உணவகங்கள் தங்கள் சாதனங்களிலிருந்து ஆர்டர் செய்யலாம் அல்லது பாப்-அப் அல்லது தனிப்பயனாக்கப்பட்ட உணவு வணிகங்களுடன் சறுக்கலைத் தூண்டுகின்றன, ஆனால் அனுபவத்தில் கவனம் செலுத்துகின்றன, தொழில்நுட்பம் அல்ல.

சந்தையில், நுகர்வோர் நேரடி நுகர்வோர் ஷாப்பிங் மாதிரியில் அதிக திருப்தி அடைவதால் தேர்வுகள் மாறுகின்றன. சமையல் துறைகளுக்குள், சிறந்த ஓயின்கள், புதிய மிருதுவாக்கிகள் அல்லது சுவையான உணவுகள் போன்ற நீங்கள் கற்பனை செய்யக்கூடிய எல்லாவற்றிலும் பயன்பாடுகள் உணவு .∴ மளிகை விநியோகத்தைத் தாண்டி தனிப்பயனாக்கப்பட்ட சேவைக்குச் செல்கின்றன. ஆரோக்கியம் என்பது 2018 ஆம் ஆண்டில் ஒரு முக்கிய உணவுப் போக்காக இருந்தது, மேலும் நுகர்வோர் மனம்-உடல் நன்மைக்கு உறுதியளிக்கும் சூப்பர் உணவுகளை நாடுவதால், அது தொடர்ந்து ஆட்சி செய்கிறது.

சமையல் தொழில்முனைவோர் நிச்சயமாக நுகர்வோர் பிடித்தவர்களிடமிருந்து நுண்ணறிவைப் பயன்படுத்தி தரை மட்டத்திலிருந்து ஒரு பிராண்டை வடிவமைக்க முடியும், இது சமகால உணவகங்களுக்கு அவர்கள் விரும்புவதை வழங்குகிறது.

உலகெங்கிலும் உள்ள இந்த உணவுத் தொழில் போக்குகளுக்குள், பல்வேறு சமையல் மரபுகள், சுவைகள், பொருட்கள் மற்றும் நுட்பங்களை ஈர்ப்பதன் மூலம் மாதிரியைத் தனிப்பயனாக்க வாய்ப்பு உள்ளது.

உணவு வணிகங்களின் வெவ்வேறு வகைகள்

அனைத்து வகையான உணவு நடவடிக்கைகளிலும், நீங்கள் எந்த வகையான வணிக முயற்சியை நடத்த விரும்புகிறீர்கள் என்பதைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு முன்பு என்ன இருக்கிறது என்பதை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்வது அவசியம்.

உணவு தொடர்பான வணிகத்தைத் தொடங்க யாராவது தேர்வு செய்துள்ளனர் என்பதை நீங்கள் அறிந்தால், உங்கள் உடனடி எண்ணம் “உணவகம்“. இருப்பினும், நீங்கள் இதைப் பற்றி மிகவும் ஆழமாக சிந்திக்கும்போது, ஒரு உணவகம் பல விஷயங்களைக் குறிக்கும் யாரம்பரிய உட்கார்ந்த உணவகத்தைத் தவிர உணவு தொடர்பான வணிகங்களுக்கு ஏராளமான விருப்பங்கள் உள்ளன.

நீங்கள் இப்போது ஆரம்ப கட்டத்தில் இருக்கிறீர்களா அல்லது அந்த தொழில்முனைவோர் வாழ்க்கை சக்தியைக் கொண்டிருக்கிறீர்களா, ஒரு நாள் நீங்கள் உணவுக்கான உங்கள் விருப்பத்தை எடுத்து அதை உங்கள் சொந்த வியாபாரமாக மாற்ற விரும்புகிறீர்கள் என்று நினைத்தாலும், சிலவற்றைப் பற்றி அறிந்து கொள்வது அர்த்தமுள்ளதாக இருக்கிறது பல்வேறு வகையான உணவு வணிகங்களின்.

சில வகையான உணவு வணிகங்கள் கீழே விவாதிக்கப்பட்டுள்ளன:

- பேக்கரிகள் மற்றும் இனிப்பு கடைகள்: ஒரு வழக்கமான பிரஞ்சு பேக்கரியில் இருந்து ஒரு நாகரீகமான கப் கேக் கடை முதல் பொது முன் இல்லாத இடம் மற்றும் அதற்கு பதிலாக திருமண மற்றும் பிறந்த நாள் கேக்குகளை உருவாக்குகிறது, சில நகரங்கள் குறைந்தது ஒரு பெரிய பேக்கரி இல்லாமல் நிறைவடைகின்றன. இன்று, பல சிறப்பு கடைகளுக்கு ஒரு தேவை உள்ளது, இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்கப்படும் பொருட்கள் மற்றும் இனிப்பு வகைகளுக்கு வரும்போது ஒரு வாய்ப்பை வழங்குகிறது. வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருட்களை உலாவ ஒரு சில வழக்குகள் மற்றும் பேஸ்ட்ரிகளுடன் ஒரு பேக்கரி ஒரு எளிய விவகாரமாக இருக்கலாம் அல்லது மாலை உலாவும்தோது மக்கள் உட்கார்ந்து இனிப்பு அனுபவிக்க இது ஒரு இடமாகவும் இருக்கலாம். தேர்வுகள் எல்லையற்றவை.

குறிப்பு

குறிப்பு

- பங்கள், பார்கள் மற்றும் விருப்பங்கள்:பப் மற்றும் பார் காட்சி தொடர்ந்து மாறுபடும். பெரும்பாலும் குடிப்பதற்கும், சாப்பிடுவதற்கும் முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்பட்டாலும், பல நகர்ப்புற மற்றும் புறநகர் பகுதிகளில் காஸ்ட்ரோ-பங்கள் மிகப்பெரிய சமநிலையாகி வருகின்றன.

நீங்கள் ஆல்கஹால் பரிமாற விரும்பினால், சேவை செய்யாத ஒரு சாப்பாட்டு ஸ்தாபனத்துடன் நீங்கள் நிர்வகிக்க இன்னும் சில விதிகள் மற்றும் விதிமுறைகள் இருக்கலாம். இந்த விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைப் பற்றி நீங்கள் அறிந்திருக்க வேண்டும், மேலும் தரையில் இருந்து வெளியேற கூடுதல் உரிமச் செலவுகளுக்கு தயாராக இருக்க வேண்டும்.

- உணவகங்கள்:ஒரு உணவகம் ஒரு சிறிய செட்-அப் முதல் எளிய சிற்றுண்டி .∴ தொடக்கத்தை வழங்குவதிலிருந்து பல்வேறு உணவு வகைகளை வழங்கும் சிறந்த உணவு அனுபவம் வரை எதுவாகவும் இருக்கலாம். ஒரு உணவகத்தைப் பொறுத்தவரை, இருப்பிடம் மற்றும் சேவை மிக முக்கியமான அம்சங்கள். நீங்கள் திறப்பதற்கு முன் ஒரு ஆழமான ஆராய்ச்சி மிக முக்கியமான விஷயம்.

- விநியோக சேவைகள்:மக்கள் பரபரப்பாகவும், பரபரப்பாகவும் இருப்பதால் டெலிவரி மிகவும் பொதுவானதாகி வருகிறது. ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு உணவைப் பெறுவதற்கு நீங்கள் உணவை வழங்குவதைத் தேர்வுசெய்தாலும் அல்லது பிற விநியோக சேவை வழங்குநர்களுடன் (ஸ்விக்கி மற்றும் ஜோமாதோ போன்றவை) இணைந்தாலும், விநியோகமானது உணவுத் துறையின் ஒரு துறையாகும், அது நிச்சயமாக வளர இடமுள்ளது.

- உணவு டிரக்குகள்:உணவு டிரக் என்பது ஒரு சிறிய உணவு வணிகமாகும், நீங்கள் எங்கு சென்றாலும் அதை நீங்கள் கொண்டு செல்ல முடியும். இன்று, உணவு லாரிகளை கண்காட்சிகள் மற்றும் விழாக்களில் காணலாம். உணவு டிரக் மூலம், படைப்பாற்றல் மற்றும் சுகாதாரம் மிக முக்கியமான அம்சமாகும்.

- கேட்டரிங்: நீங்கள் உணவு சம்பந்தப்பட்ட வணிகத்தைத் தேர்வுசெய்கிறீர்கள் என்றால், அது உங்கள் சொந்த நேரங்களை உருவாக்கி, உங்கள் சொந்த வியாபார வழியைத் தேர்வுசெய்ய உதவுகிறது என்றால், கேட்டரிங் என்பது விருப்பங்களில் ஒன்றாகும்.

இது ஒரு பகுதிநேர அடிப்படையில் செய்யப்படலாம் அல்லது முழு அளவிலான கேட்டரிங் நிறுவனமாக இயக்கப்படலாம். இந்த விஷயத்தில் எந்த கடை முன்புறமும் தேவையில்லை, ஒரு நல்ல வணிக சமையலறை மற்றும் போக்குவரத்து வாகனம்.

- காபி கடைகள்:ஒரு பரந்த மெனு இல்லாமல் உணவு சேவையில் நுழைய விரும்புவோருக்கு ஒரு காபி கடை ஒரு சிறந்த தேர்வாக

இருக்கும். பசியுள்ள பயணிகளுக்கு காபி, பானங்கள் மற்றும் சில சிறிய தின்பண்டங்களை பரிமாறவும் (உதாரணமாக கபே காபி தினம்) அல்லது உங்கள் ஓட்டலைத் தொடங்கவும், அலுவலகத்திலிருந்து விலகி ஏதாவது படிக்க அல்லது வேலை செய்ய இடம் விரும்புவோரை ஈர்க்க இலவச வைப்பை வழங்கவும். ஒரு காபி கடை நிச்சயமாக ஒரு சமூக மையமாகும். நீங்கள் ஒரு காபி கடையை நடத்த விரும்பினால், உங்கள் விருந்தினர்களுக்கு ஒரு சிறந்த கோப்பை வழங்குவதற்காக நீங்கள் காபி மற்றும் பாரிஸ்டா நுட்பங்களைப் பற்றி முழுமையான ஆய்வு செய்ய வேண்டும்.

- சிறப்பு உணவு கடைகள்: உணவு தொடர்பான வணிகம் எப்போதுமே நீங்கள் உணவை சமைக்க வேண்டும் அல்லது பானங்களை பரிமாற வேண்டும் என்று அர்த்தமல்ல. சிறப்பு உணவு கடைகள் உங்கள் சமூகத்துடன் உணவு மீதான உங்கள் அன்பைப் பகிர்ந்து கொள்ள ஒரு அருமையான வழியாகும். உங்களைச் சுற்றியுள்ள சமூகத்தில் போதுமான ஆதரவைக் கொண்ட ஒரு வகை கடையை நீங்கள் தேர்வுசெய்கிறீர்கள் என்பதை உறுதிப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள். பிரீமியம் உணவுப் பொருட்களில் வேகவைத்த பொருட்கள், மிட்டாய்கள் மற்றும் சாக்லேட்டுகள், தின்பண்டங்கள், பால் பொருட்கள், காபி, தேநீர், குளிர்்பானம் மற்றும் நல்ல உணவை உண்பது ஆகியவை அடங்கும்.

உணவு சேவை வணிகங்களுக்கான சிறந்த போக்குகள்

உணவுத் துறை அரங்கில் குதிக்க விரும்பும் முன்னோக்கு சிந்தனை தொழில்முனைவோருக்கு ஏராளமான வாய்ப்புகள் உள்ளன.

நீங்கள் உணவு தொடர்பான வணிகத்தைத் தொடங்க விரும்பினால், உங்கள் திறன்கள் எந்த வகையான வணிகத்தில் சிறப்பாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன என்பதைத் துல்லியமாகத் தேர்ந்தெடுக்க முயற்சிப்பது முதல் படியாகும். நீங்கள் எந்த வகை உணவகத்தைத் திறக்க விரும்புகிறீர்கள் என்று முடிவு செய்வதை விட சிந்திக்க இன்னும் பல விஷயங்கள் உள்ளன.

உணவு தொழில்முனைவோர் தங்கள் வணிகத் திட்டங்களை வடிவமைக்கும்போது பின்வருவனவற்றை அறிந்திருக்க வேண்டும்:

- ஆரோக்கியத்தில் கவனம்: இன்று, மக்கள் தங்கள் உடல்நலம் குறித்து மிகுந்த விழிப்புடன் இருக்கிறார்கள். பலருக்கு, இது ஆரோக்கியமான உணவை தவறாமல் சாப்பிடுவதை உள்ளடக்குகிறது. தங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஆரோக்கியமான உணவைப் பூர்த்தி செய்யும் உணவகங்கள், ஆரோக்கியத்தை தங்கள் முன்னுரிமையாகக் கருதும் அதிகமான வாடிக்கையாளர்களை நிச்சயமாக ஈர்க்க முடியும்.

- தடைசெய்யப்பட்ட உணவுகளில் இருப்பவர்களுக்கு உணவு: சுகாதார காரணங்களுக்காக, இப்போதெல்லாம் அதிகமான மக்கள் தடைசெய்யப்பட்ட உணவுகளில் உள்ளனர். இந்த உணவுகளில் சைவம், பசையம் இல்லாத, பால் இல்லாத, எண்ணெய் இல்லாத மற்றும் எளிதில் ஜீரணிக்கக்கூடிய உணவு இருக்கலாம். முற்றிலும் வெஜிடேரியன் அல்லது எண்ணெய் இல்லாத மெனுவை நீங்கள் தேர்வு செய்யக்கூடாது, ஆனால் கட்டுப்படுத்தப்பட்ட உணவு வகையை ஆதரிக்கும் சில உணவு பொருட்களை நீங்கள் வழங்கலாம்.
- விநியோக சேவைகள்: இப்போதெல்லாம், பல உணவகங்கள் உணவு விநியோக சேவைகளை வழங்குகின்றன. வாடிக்கையாளர் அவர்களை அழைத்து, மெனுவைத் தேர்ந்தெடுத்து, அவர்களின் முகவரியை வழங்குகிறார், இதனால் உணவு வழங்கப்படுகிறது. உணவகங்கள் இந்த சேவைக்கான பல்வேறு கட்டண விருப்பங்களை வழங்குகின்றன (கட்டண நுழைவாயில்கள், நிகர வங்கி, டெபிட் ∴ கிரெடிட் கார்டுகள் அல்லது வருகையின் பணம் போன்றவை).



படம் 7.1: உணவு போக்குகள்

ஆதாரம்: <https://www.pinterest.com/pin/63754150946032568/>.

உணவகத்தை திறப்பது எப்படி? உணவக மேலாளராக எப்படி?

நீங்கள் ஒரு உணவகத் தொழிலைத் தொடங்க முடிவு செய்தவுடன், நீங்கள் சிறிது நேரம் திட்டமிட வேண்டும். இது நிச்சயமாக உங்கள் நேரத்தையும் பணத்தையும் நீண்ட காலத்திற்கு மிச்சப்படுத்தும். பின்பற்ற வேண்டிய படிகள் பின்வருமாறு:

- சிறியதாகத் தொடங்குவதைக் கவனியுங்கள்.
- உங்கள் ஆராய்ச்சி செய்யுங்கள்.
- வணிகத் திட்டத்தை உருவாக்கவும்.
- பாதுகாப்பானது உங்கள் நிதி.
- உங்கள் வணிகத்தை சரியான வழியில் தொடங்கவும்.
- நல்ல இடத்தைத் தேர்வுசெய்க.
- விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளை அறிந்து கொள்ளுங்கள் (உங்கள் நாட்டில், குறிப்பாக).
- வணிக வழிகாட்டியைக் கண்டறியவும்.

உண்மை என்னவென்றால், நீங்கள் எந்த வகையான பின்னணியைக் கொண்டிருந்தாலும், இந்த விஷயத்தில் ஒரு திடமான கல்வி வெற்றிபெற உங்களை ஆதரிக்கும்.

வெற்றிகரமான உணவு வணிகம்

அடிமட்ட மட்டத்திலிருந்து ஒரு சிறந்த உணவு வணிகத்தை எவ்வாறு தொடங்குவது என்பது குறித்த உணவு தொழில்முனைவோருக்கான சில படிகள் இங்கே.

1. ஆராய்ச்சி மற்றும் திட்டம்

உணவகத் துறையின் போட்டித் தன்மையைக் கருத்தில் கொண்டு, ஒரு புதிய முயற்சியைத் தொடங்குவதற்கு முன்பு ஒரு முழுமையான ஆராய்ச்சியை மேற்கொள்ள எப்போதும் பரிந்துரைக்கப்படுகிறது.

உங்கள் வணிகத்தை நடத்துவதை பாதிக்கும் சட்டங்களைப் பற்றிய விரிவான புரிதலும் உங்களுக்குத் தேவைப்படும். உணவுப் பாதுகாப்பு, ஆராய்ச்சி அல்லது விதிமுறைகளில் கலந்தாலோசிப்பது தொடர்பான சட்டங்களுக்கு ஊதியங்கள் மற்றும் பணியாளர்களை நிர்வகிக்கும் சட்டங்கள் கட்டாயமா.

இலக்கு சந்தை எங்கு நிறைவுற்றது மற்றும் வாய்ப்புகள் எங்கு உள்ளன என்பதைக் கண்டுபிடிக்க ஆராய்ச்சி உங்களுக்கு உதவும்.

உங்கள் ஆராய்ச்சி நிச்சயமாக கருத்துக்கான ஆதாரத்தை எழுதவும் வணிகத் திட்டத்தை உருவாக்கவும் உதவும்.

வணிகத் திட்டத்தின் பொதுவான கூறுகள் பின்வருமாறு:

- நிர்வாக சுருக்கம்;
- குறிக்கோள் வாசகம்;
- தயாரிப்பு அல்லது சேவை தகவல்;
- தேவையான இடம் மற்றும் பணியாளர்கள்;
- தலைமைக் குழு;
- சந்தை பகுப்பாய்வு மற்றும் முன்னறிவிப்பு;
- சந்தைப்படுத்தல் உத்தி;
- நிதி கோரிக்கைகள்; மற்றும்
- நிதி திட்டங்கள்.

2. உங்கள் கருத்தை சோதிக்கவும்

உங்கள் திட்டமிட்ட கருத்தின் அடிப்படையில், உங்கள் வீட்டு சமையலறையில் சமையல் பொருட்களை முயற்சி செய்யலாம், வணிக சமையலறையில் இடத்தை வாடகைக்கு எடுக்கலாம், உணவு டிரக்கை வாடகைக்கு எடுக்கலாம் அல்லது உள்ளூர் சந்தையில் பங்கேற்கலாம்.

உங்கள் யோசனையைச் சோதிப்பதன் மூலம், வாடிக்கையாளர்கள் என்ன பதிலளிப்பார்கள் என்பதை நீங்கள் உணர முடியும். உங்கள் விலை மாதிரியையும் அளவிடலாம். உங்கள் பீட்டா சோதனை நீங்கள் நினைத்ததை விட குறைந்த லாபம் ஈட்டினால், உங்கள் மெனுவை மாற்ற அல்லது உங்கள் விலையை குறைப்பதற்கான நேரமாக இருக்கலாம், இதனால் நீங்கள் அதிக வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்க முடியும். மாற்றாக, உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்கள் வசிக்கும், வேலை செய்யும் அல்லது கடைகளில் இருக்கும் மாறுபட்ட சமூகத்திற்கு ஏற்றவாறு உங்கள் கருத்து மேம்படுத்தப்படலாம். இந்த மதிப்புமிக்க தகவலைப் பெறுவதற்கான ஒரே வழி ஒரு கருத்து சோதனை மட்டுமே.

3. சரியான நபர்களை வேலைக்கு அமர்த்தவும்

நீங்கள் குக்கீகளின் வரிசையை உருவாக்குகிறீர்கள் என்றால், உங்கள் வரியைத் தொடங்க உங்களுக்கு ஒரு சமையல்காரர் மற்றும் விநியோக இயக்கி தேவைப்படலாம் லழரச மேலும் உங்கள் குக்கீ நிறுவனம் வளரும்போது நீங்கள் வடிவமைக்க முடியும்.

நீங்கள் ஒரு உணவகத்தைத் திறக்கிறீர்கள் என்றால், உங்களுக்கு உணவு சேவையகங்கள், உணவு ஓடுபவர்கள், சமையல்காரர், சமையல்காரர்கள், பாத்திரங்களைக் கழுவுதல், கிளிளர்கள், பார்டெண்டர்கள் மற்றும் புரவலன்கள் உட்பட பல வகை பணியாளர்கள் தேவைப்படுவார்கள். வாங்குதல் மற்றும் பெறுதல், மேற்பார்வை செய்தல், மனித வளங்கள் மற்றும் கணக்கியல் ஆகியவற்றிற்கான

பணியாளர்களும் உங்களுக்குத் தேவைப்படுவார்கள். அவர்கள் பகுதிநேர அல்லது முழுநேர ஊழியர்களாக இருக்கலாம்.

உங்கள் உணவு வணிகத்தை சாதிக்க, சரியான திறன் கொண்டவர்களைத் தேடுங்கள். பாத்திரத்தைப் பொருட்படுத்தாமல், முன் அனுபவமுள்ளவர்கள் சிறந்த மற்றும் பொருத்தமான தேர்வுகள், ஏனெனில் அவர்களின் பாத்திரங்களில் குறைந்த பயிற்சி தேவைப்படும்.

4. உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களுடன் இணைக்கவும்

உங்கள் உணவு தொழில்முனைவோரின் வெற்றியை உறுதி செய்வதற்கான முக்கிய புள்ளிகளில் ஒன்று, உங்கள் இலக்கு சந்தையைப் புரிந்துகொள்வதும், உங்கள் மதிப்பு முன்மொழிவை அவர்களுக்கு வழங்குவதும் ஆகும். உங்கள் புள்ளிவிவரங்கள் எதைத் தேர்வு செய்கின்றன, உங்கள் உணவு அவர்களின் எதிர்பார்ப்புகளை எவ்வாறு மீற முடியும்? மக்களின் பார்வையை இழப்பது எளிது, உங்கள் கருத்து மற்றும் உங்கள் உணவு வணிகத்திற்கான உங்கள் கனவுகளைப் பற்றி சிந்திக்கலாம், ஆனால் உங்கள் வருங்கால வாடிக்கையாளர்களை நீங்கள் கவனம் செலுத்த வேண்டும். உங்கள் உணவு வியாபாரத்தை அவர்கள் தேர்வுசெய்த மற்றும் தேவைக்கேற்ப மாற்றாவிட்டால், நீங்கள் அந்த அடையாளத்தை முழுவதுமாக இழக்க நேரிடும். உங்கள் வணிக வழக்குத் திட்டத்தை நீங்கள் உருவாக்கியிருக்கலாம், முதலீட்டாளர்களை அடையாளம் காணலாம், நியமிக்கப்பட்ட ஊழியர்கள் மற்றும் தேவையான அனைத்தையும் பூர்த்தி செய்திருக்கலாம், ஆனால் உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்கள் உங்கள் உணவில் ஆர்வம் காட்டவில்லை என்றால், ஆரம்பத்தில் இருந்தே நீங்கள் சவால்களை அனுபவிப்பீர்கள்.

உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களுடன் இணைவதற்கும், உங்கள் உணவு வணிகத்தைப் பற்றிய விழிப்புணர்வை வளர்ப்பதற்கும் சமூக ஊடகங்கள் ஒரு சலபமான முறையை வழங்குகிறது, ஆனால் இது சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களை அடைய ஒரே வழி அல்ல. நீங்கள் அஞ்சல் அல்லது மின்னஞ்சல் மார்க்கெட்டிங் பயன்படுத்தலாம், விளம்பர பலகைகள், டிவி அல்லது வானொலியில் விளம்பரங்களை எடுக்கலாம், சமூக நிதி சேகரிப்பாளர்களில் பங்கேற்கவும், உள்ளூர் வணிக உரிமையாளர்களின் குழுக்களில் சேரவும் மற்றும் நெட்வொர்க்கிங் நிகழ்வுகளில் சேரவும். அதிகப்படியானதைக் குறைக்க, ஒரு குறிப்பிட்ட நிகழ்வில் கலந்துகொள்வது அல்லது புதிய விளம்பர அணுகுமுறையை முயற்சிப்பது உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களை அடைய எவ்வாறு உதவும் என்பதை நீங்களே கேட்டுக்கொள்ளுங்கள். சரியான தன்மை இல்லை என்றால், அது உங்கள் நேரத்தையும் பணத்தையும் பயன்படுத்த தகுதியான பயன்பாடு அல்ல.

5. உங்கள் உணவு வணிகத்தை மதிப்பீடு செய்து மாற்றவும்

குறிப்பு

குறிப்பு

முழு கடின உழைப்பும் முடிந்தவுடன், நீங்கள் உங்கள் உணவு வணிகத்தைத் திறந்து உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு சேவை செய்யத் தொடங்கலாம். தொடக்க நாட்களில் மற்றும், மிகவும் நேர்மையாக, நீங்கள் ஒரு உணவு வணிக உரிமையாளராக இருந்த காலத்தில், செயல்திறனை முழுமையாகக் கண்காணித்து, தரங்களைத் தக்க வைத்துக் கொள்ள உங்களால் முடிந்த அனைத்தையும் ஒழுங்கமைப்பது குறிப்பிடத்தக்கது.

கவனம் செலுத்த முக்கியமாக இரண்டு பகுதிகள் உள்ளன, அவை உணவின் தரம் மற்றும் சேவையின் தரம். வாடிக்கையாளர் அனுபவத்தை பாதிக்கும் ஆதிக்கம் செலுத்தும் காரணிகள் இவை, உங்கள் வாடிக்கையாளர்களைத் தக்க வைத்துக் கொள்வதற்கும், புதிய வாடிக்கையாளர்களை வாய் வழியாகப் பெறுவதற்கும் வணிக ரகசியம்.

உணவு தரத்தில் வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்பு சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி அதிகமாக உள்ளது. வீட்டில் எதையாவது சுலபமாக தயாரிக்கும்போது மக்கள் ஏன் உணவுக்காக பணம் செலவிடுவார்கள்? உங்கள் மலிவுக்கு ஏற்ப எப்போதும் சிறந்த தரமான பொருட்களை வாங்கிக் கொண்டு அவற்றை புதிதாகத் தயாரிக்கவும். ஒரு நிலையான தரத்தை பராமரிக்க, சமையல்காரர்களைக் கண்காணித்து, எந்தவொரு சிக்கலையும் விரைவாக தீர்க்கவும்.

வாடிக்கையாளர் சேவை சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி வாடிக்கையாளர் கையகப்படுத்தல் மற்றும் தக்கவைப்பை பாதிக்கிறது. உங்கள் ஊழியர்கள் முரட்டுத்தனத்தை வெளிப்படுத்தினால், உணவருந்தியவர்கள் ஒருபோதும் திரும்பி வரமாட்டார்கள், மேலும் அவர்கள் தங்கள் கொடுமான அனுபவத்தைப் பற்றி மோசமான வாயைப் பரப்புவார்கள். வழங்கப்பட்ட சேவையின் தரநிலையையும் நீங்கள் கண்காணிக்க வேண்டும் மற்றும் அடையாளம் காணப்பட்ட எந்த சீட்டுகளையும் மேம்படுத்துவதில் செயலில் இருக்க வேண்டும்.

உணவு தொழில்முனைவோருக்கு சமையல் மற்றும் வணிக திறன்களில் ஆழ்ந்த அறிவு தேவைப்படுகிறது. இல்லையென்றால், அவர்கள் சொன்ன திறன்களைக் கொண்ட ஒரு கூட்டாளர் தேவை. உதாரணமாக, நீங்கள் ஒரு சமையல்காரராக இருந்தால், நீங்கள் உங்கள் சொந்த உணவு வணிகத்தைத் தொடங்கலாம், ஆனால் நீங்கள் வணிகத் துறையிலும் ஒரு மாஸ்டர் என்றால் உங்கள் சாதனை நிகழ்தகவு அதிகரிக்கும்.



படம் 7.2: உணவக உரிமையாளர் ∴ மேலாளரின் கடமைகள்

உணவு தொழில்முனைவோருடன் உங்கள் வெற்றியின் முரண்பாடுகளை வலுப்படுத்த, பின்வரும் திறன்கள் இணைக்கப்பட வேண்டும்:

- நிதி அறிக்கை மற்றும் பட்ஜெட்;
- வணிக திட்டமிடல்;
- பொது பேச்சு;
- மேலாண்மை மற்றும் தலைமை;
- சமையல் அறிவு;
- கிரியேட்டிவ் சிக்கல் தீர்க்கும்; மற்றும்
- டம்பில்டிங்.

7.3.1 ஷாப்பிங்கில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்

டேவிட்சன்-பீட்டர்சன் அசோசியேட்ஸ், இன்க் படி, ஷாப்பிங் மற்றும் உணவு செலவுகள் விஸ்கான்சினில் பார்வையாளர்களின் செலவினங்களில் 52 சதவீதத்தை பிரதிநிதித்துவப்படுத்தின. விஸ்கான்சின் சுற்றுலாத் துறையால் 1997 ஆம் ஆண்டு கோடைகால பார்வையாளர்கள் மீது நடத்தப்பட்ட ஒரு ஆய்வில், உணவகங்களில் ஷாப்பிங் மற்றும் சாப்பிடுவது இரண்டாவது மற்றும் மூன்றாவது மிகவும் பிரபலமான நடவடிக்கைகள் என்று பார்வையாளர்கள் (நீச்சலுக்குப் பின்னால்) அனுபவித்தனர்.

சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு விற்கும் சில்லறை விற்பனையாளர்கள் பிரத்தியேகமானவர்கள், ஏனெனில் அவர்களின் வாடிக்கையாளர்களின் எண்ணிக்கை உள்ளூர் மக்களின் வழக்கமான வர்த்தக பகுதியை விட அதிகமாக உள்ளது. பல சில்லறை விற்பனையாளர்கள் பார்வையாளர் சந்தையின் நற்பெயர் மற்றும் சாத்தியத்தை பாராட்டுகிறார்கள். சுற்றுலா சந்தைக்கும் அவற்றின் சில்லறை வணிகங்களுக்கும் இடையிலான தொடர்புகளை கூடுதல் கருத்தில் கொண்டு பெரும்பாலானவர்கள் லாபம் பெறலாம். இந்த இணைப்புகள் தீவுகளின் செயல்பாடு மற்றும்

குறிப்பு

சந்தைப்படுத்தல் முடிவுகளுக்கு முக்கியமான அனுமானங்களைக் கொண்டிருக்கலாம்.

சமூக சில்லறை வளர்ச்சியின் போது பின்வரும் கேள்விகள் கேட்கப்படுகின்றன:

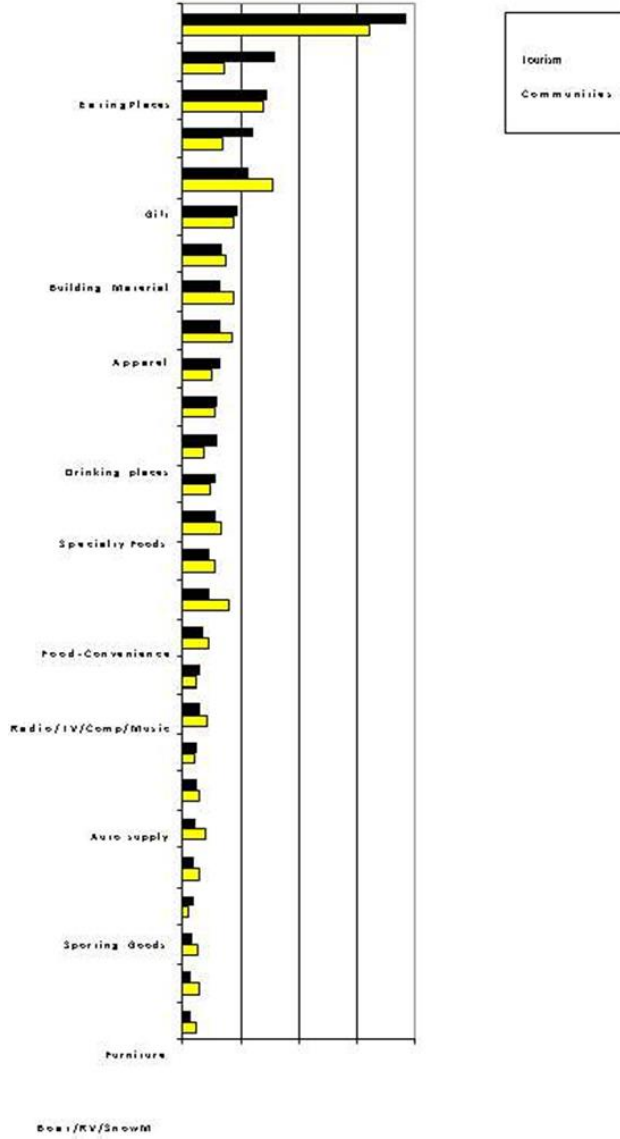
- சமூகத்திற்கு அதிகமான பார்வையாளர்களை அழைத்து வரும் ஈர்ப்புகள் யாவை?
- சமூகத்தில் ஈர்க்கப்படும் பல்வேறு வகையான பார்வையாளர்கள் யாவை?
- சமூகத்திற்கு வரும் பல்வேறு வகையான பார்வையாளர்களுக்கு உள்ளூர் ஈர்ப்புகளையும் சக்திகளையும் பூர்த்தி செய்யும் சில்லறை தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் யாவை?

உள்ளூர் சில்லறை விற்பனை எவ்வாறு சுற்றுலாவால் பாதிக்கப்படுகிறது

கீழேயுள்ள வரைபடம் (படம் 7.3) சித்தரிப்பது போல, சுற்றுலா சமூகங்கள் சில்லறை விற்பனையின் சிறந்த கலவையை உள்ளடக்கியது. சுற்றுலா சமூகங்களில் வணிகங்களின் பொதுவான கலவை மற்ற அனைத்து அற்ப சமூகங்களுக்கும் மிகவும் ஒத்திருக்கிறது. சுற்றுலா சமூகங்களில் பரிசு, ஆடை, விளையாட்டு பொருட்கள் மற்றும் மொபைல் கடைகளை சாப்பிட மற்றும் வாங்க அதிக இடங்கள் உள்ளன. அதே நேரத்தில், குடிநீர் நிலையங்கள், வானொலி .∴ டிவி .∴ கணினி .∴ இசை, ஆட்டோ சப்ளை, ஆட்டோ .∴ டிரக் விநியோகஸ்தர், அப்ளையன்ஸ், கேஸ் ஸ்டேஷன், மருந்து மற்றும் மதுபான கடைகளில் சற்றே குறைவான எண்ணிக்கையில் உள்ளது. மீதமுள்ள வகுப்புகள் மிகவும் ஒரே மாதிரியானவை. இது “சுற்றுலா நகரங்களில்” போதுமான சில்லறை கலவையின் பொதுவான பார்வையை எதிர்கொள்கிறது.

சுற்றுலா செயல்பாடு ஒரு சமூகத்தில் பல மற்றும் பல்வேறு வகையான கடைகளை சாதகமாக பாதிக்கிறது. குறிப்பிடத்தக்க சுற்றுலா வருகைகளைக் கொண்ட சமூகங்கள் இதேபோன்ற அண்டை வாடிக்கையாளர் செலவு நிகழ்தகவு கொண்ட பிற நகரங்களை விட சில்லறை வணிகங்களின் இரு மடங்கிற்கும் அதிகமாக இருக்கலாம். ஆச்சரியப்படும் விதமாக, இந்த சுற்றுலா சமூகங்கள் சில்லறை விற்பனை நிறுவனங்களின் விரிவான மாறுபாட்டைக் கொண்டுள்ளன. பார்வையாளரின் பணத்தின் வருகை இல்லாமல், பல சிறு சமூகங்கள் இருக்கும் அளவு மற்றும் பல்வேறு வகை சில்லறை விற்பனையாளர்களை ஆதரிக்கும் திறன் கொண்டதாக இருக்காது.

Retail Mix Comparison of Eight Wisconsin Tourism Retail Communities and All Small Wisconsin Communities



படம் 7.3 எட்டு விஸ்கான்சின் சுற்றுலா சில்லறை சமூகங்கள் மற்றும் அனைத்து சிறிய விஸ்கான்சின் சமூகங்களின் ஒப்பீடு. (ஆதாரம்: <https://cdn.shopify.com/s/files/1/0145/8808/4272/files/G3713.pdf>.)

சில்லறை கலவையானது முதன்மை குடியரிமை மற்றும் சுற்றுலா சந்தை பிரிவுகளின் தேவைகள் மற்றும் நன்மைகளை எதிரொலிக்க வேண்டும்.

சில்லறை சாதனைகளில் பிஸியாக இருக்கும் தற்போதைய சுற்றுலா இடங்களைக் கவனியுங்கள். அவை பொதுவாக நினைவுப் பொருட்கள் மற்றும் துரித உணவைத் தவிர்த்து சில்லறை வசதிகளின் பெரிய மாறுபாட்டைக் கொண்டுள்ளன. பொருளாதார ரீதியாக உயிரற்ற ரிசார்ட் சமூகங்களில் அடிக்கடி காணப்படும் சிறப்பு சில்லறை

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

Self-Instructional
Material

குறிப்பு

விற்பனையாளர்களின் எடுத்துக்காட்டுகளை அட்டவணை 7.1 பட்டியலிடுகிறது. இருப்பினும், சுற்றுலாப் பயணிகள் விடுமுறை நாட்களில் நாகரீகமாகவும் சரியான விலையுடனும் இருந்தால் கிட்டத்தட்ட எல்லாவற்றையும் வாங்குகிறார்கள்.

இந்த சில்லறை விற்பனையாளர்களில் ஒரு பெரிய அளவு உடல்நலம், ஆரோக்கியம் மற்றும் நல்ல உணர்வு ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடைய தயாரிப்புகளை விற்கிறார்கள். இத்தகைய தயாரிப்புகளில் பிரத்தியேக காஃபிகள், ஐஸ்கிரீம், குக்கீகள், சாக்லேட் மற்றும் பொம்மைகள் போன்ற சிறிய நுகர்வு பொருட்கள் மற்றும் சன்கிளாசஸ், ஸ்வெட்டர்ஸ் மற்றும் பாதணிகள் போன்ற வெளிப்புற உபகரணங்கள் உள்ளன.

அட்டவணை 7.1 முக்கிய ரிசார்ட் சமூகங்களில் சில்லறை விற்பனையாளர்கள் (ஆதாரம்: <https://cdn.shopify.com/s/Nfhg;Gfs;/1/0145/8808/4272/Nfhg;Gfs;/p3713.pdf>)

குறைந்த சுற்றுலா சார்ந்த சமூகங்களில், அனைத்து நோக்கம் கொண்ட பொருட்கள், மருந்து, மளிகை மற்றும் வன்பொருள் கடைகள் போன்ற வழக்கமான சில்லறை விற்பனையாளர்களும் பார்வையாளர்களைப் பராமரிப்பதில் மிக முக்கியமான பங்கைச் செய்கிறார்கள். அவர்கள் பொதுவாக சுற்றுலாப் பயணிகளுக்குத் தேவையான பல பொருத்தமான மற்றும் அத்தியாவசிய பொருட்களை விற்கிறார்கள்.

வாழ்க்கை முறை மற்றும் செயல்பாட்டு சந்தை தொடர்பான பிரிவு

பிப்ரவரி 1995 இல் வெளியிடப்பட்ட ஒரு அமெரிக்க மக்கள்தொகை கட்டுரையின் படி, சூசன் மிட்செல், சந்தைப்படுத்தல் வல்லுநர்கள் தங்கள் தற்போதைய வாடிக்கையாளர்களின் நடத்தைகளைப் படிப்பதற்கும், புதிய வாடிக்கையாளர்களை அடையாளம் காண்பதற்கும் மற்றும் மேம்பட்ட சந்தைப்படுத்தல் முடிவுகளை எடுப்பதற்கும் புவிசார் வரைபட பிரிவு முறைகளை எவ்வாறு குறிப்பிடுகிறார்கள் என்பதை தெளிவுபடுத்துகிறது. மார்க்கெட்டிங் தரவு தொடர்பான நிறுவனங்கள் உங்கள் வாடிக்கையாளர் கலவையை மையப்படுத்த உங்களுக்கு உதவக்கூடிய விரிவான வாடிக்கையாளர் சுயவிவரங்களை எவ்வாறு வழங்க முடியும், நீங்கள் வழங்கும் சேவைகள் மற்றும் மிக துல்லியமாக வரவிருக்கும் வாடிக்கையாளர் பிரிவுகளில் கவனம் செலுத்த உங்கள் சந்தைப்படுத்தல் உத்திகள் ஆகியவற்றை அவர் விவரிக்கிறார்.

“ஒரு இறகு பறவைகள் ஒன்றாகச் செல்கின்றன“ என்ற கருத்தின் அடிப்படையில் பிரிவு அமைப்புகள் நிறுவப்பட்டுள்ளன. எந்தவொரு குறிப்பிட்ட வட்டாரத்திலும் உள்ள வீடுகள் மற்றும் கார்கள் பொதுவாக அளவு மற்றும் மதிப்பில் ஒத்திருப்பதை எப்போதாவது கவனித்தீர்களா? நீங்கள் வீடுகளுக்குள் எட்டிப் பார்க்க முடிந்தால், நீங்கள் நிச்சயமாக பல ஒத்த பொருட்களைக் கண்டுபிடிப்பீர்கள். இதேபோன்ற தளர்வு, சமூக

மற்றும் கலாச்சார நிகழ்வுகளில் பங்கேற்பதற்கும் அக்கம்பக்கத்தினர் சாய்ந்துள்ளனர்.

பிரிவு அமைப்புகள் இந்த சாயல்களைப் பயன்படுத்தி அண்டை நாடுகளை சிறிய குழுக்களாக மறுவடிவமைக்கின்றன. பிரிவுகள் மக்கள்தொகை ஒற்றுமைகள் (வருவாய், திருத்தம் மற்றும் வீட்டு வகை) மற்றும் குழுவின் பொது வாழ்க்கை முறை மற்றும் செலவு முறைகள் (அணுகுமுறைகள், தயாரிப்பு முன்னுரிமை மற்றும் கொள்முதல் நடத்தைகள்) ஆகியவற்றை அடிப்படையாகக் கொண்டவை.

பல்வேறு தனியார் தரவு நிறுவனங்கள் பிரிவு அமைப்பு சேவைகளை வழங்குகின்றன. இந்த நிறுவனங்கள் அமெரிக்க மக்கள் தொகை கணக்கெடுப்பு மற்றும் பிற மூலங்களிலிருந்து தரவை அமெரிக்கா முழுவதும் தனித்துவமான பகுதிகளுக்கு தனித்தனி பிரிவுகளாகப் பயன்படுத்துகின்றன. அவை தங்களது சொந்த பிரத்தியேக பிரிவு சுயவிவரங்களை உருவாக்க பல்வேறு முதன்மை மற்றும் இரண்டாம்நிலை தரவு மூலங்களை ஒன்றிணைக்க அதிநவீன புள்ளிவிவர முன்மாதிரிகளைப் பயன்படுத்துகின்றன. பெரும்பாலான அமைப்புகள் சுமார் 340 வீடுகளைக் கொண்ட மக்கள் தொகை கணக்கெடுப்பு தொகுதிக் குழுக்களின் தரவுகளோடு தொடங்குகின்றன. கூடுதல் கிராமப்புறங்களில், தரவு மேலும் பண்புரீதியாக ஜிப் குறியீடு ∴ முள் குறியீடுகளால் பிரிக்கப்படுகிறது.

பார்வையாளர்களின் கொள்முதல் விருப்பங்களை அளவிடுதல்

பொதுவாக, புவியியல் ∴ மக்கள்தொகை மற்றும் வாழ்க்கை முறை பிரிவு உங்கள் வாடிக்கையாளரை அடையாளம் காண உதவும் பொதுவான தகவல்களை வழங்குகிறது. ஆனால் உங்கள் சமூகத்தைப் பார்வையிடும் உண்மையான சுற்றுலாப் பயணிகளின் உண்மைகள் மற்றும் புள்ளிவிவரங்களுடன் உங்கள் அறிவை வளப்படுத்த நீங்கள் நிச்சயமாக தேர்வு செய்யலாம். துல்லியமாக, பல்வேறு வகையான நினைவுச் சின்னங்கள் ∴ கலைஞர்கள் ∴ சேகரிப்புகள் மற்றும் சமூகத்தில் அவர்கள் வாங்கக்கூடிய வசதி ∴ வீட்டுப் பொருட்கள் மூலம்

சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகை மற்றும் கொள்முதல் திறனைப் பற்றி மேலும் அறிய, நீங்கள் ஒரு மையக் குழுவை உருவாக்கலாம் அல்லது ஒரு கணக்கெடுப்பு ஆராய்ச்சியை மேற்கொள்ளலாம் (தொலைபேசி, அஞ்சல் அல்லது நடைபாதை “இடைமறிப்பு” கேள்வித்தாள்கள்). கேட்கக்கூடிய சாத்தியமான கேள்விகள் பின்வருமாறு:

கேள்விகள் 1-3: இந்த கேள்விகள் சுற்றுலா பயணிகளையும் பிற சமூகங்களையும் ஈர்க்கும் முக்கிய இடங்களுடன் தொடர்புடையவை.

குறிப்பு

குறிப்பு

கேள்விகள் 4-5: இந்த கேள்விகள் சுற்றுலாப்பயணிகளை கணிசமாக ஈர்க்கும் குறிப்பிட்ட சில்லறை பொருட்கள் / பொருட்களுடன் தொடர்புடையவை.

நீங்கள் ஒரு நுகர்வோர் ஆராய்ச்சி நிபுணருடன் கலந்தாலோசிக்க வேண்டியிருக்கலாம், ஏனென்றால் பயணிகளிடமிருந்து அவர்கள் மிகவும் பிஸியாக இருப்பதால் பயனளிக்கும் தகவல்களைப் பெறுவது எளிதல்ல.

கேட்கப்பட்ட கேள்விகள் பின்வருமாறு:

1. எங்கள் சமூகத்தைப் பார்வையிடுவதற்கான முதன்மைக் காரணம் என்ன?

- இன்பம்
- விடுமுறை
- தொழில்
- தொழில்முறை மாநாடு
- பள்ளி ∴ கல்வி
- நண்பர்கள் அல்லது உறவினர்களைப் பார்வையிடவும்
- சந்தைப்படுத்தல்
- கடந்து செல்கிறது
- துணை நோக்கம்

2. முந்தைய ஆண்டில் ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்தில் பின்வரும் எந்த நடவடிக்கைகளில் பங்கேற்றீர்கள்?

- வெளிப்புற இன்பம் (உங்கள் செயல்பாடுகளைக் குறிப்பிடவும்)
- எந்த சிறப்பு சந்தர்ப்பமும் (உங்கள் நிகழ்வைக் குறிப்பிடவும்)
- அருங்காட்சியகங்கள் மற்றும் பழங்கால நினைவுச்சின்னங்களைப் பார்வையிடவும் (விவரங்களில் குறிப்பிடவும்)
- கேமிங் (கேசினோ)
- மற்றவை (தயவுசெய்து விவரங்களில் குறிப்பிடவும்)

3. எங்கள் சமூகத்தைப் பார்வையிடும்போது நீங்கள் அதிகம் கருதும் மூன்று விஷயங்கள்?

4. ஏற்கனவே இருந்தால், இந்த பகுதியில் உங்கள் வருகையை சுவாரஸ்யமாக்கிய பொருத்தமான தயாரிப்புகள் ∴ உருப்படிகளின் வகை என்ன?

5. ஏற்கனவே இருந்தால், இந்த இடத்திலிருந்து உங்கள் வருகையின் நினைவுச் சின்னமாக ∴ நினைவு பரிசாக என்ன வகையான பொருத்தமான தயாரிப்புகள் ∴ பொருட்களை வாங்க விரும்புகிறீர்கள்?

பழம்பொருட்கள்	புகைப்படம் எடுத்தல்	தோல் மற்றும் சுகாதாரம்	மது மற்றும் ஓயின்கள்
பொம்மைகள்	மட்பாண்டங்கள்	சட்டை மற்றும் ஆடை	பொம்மைகள்
செல்லப்பிராணி பொருட்கள்	குயில்ட்ஸ்	அட்டைகள்	மாலைகள்
கலை	பறவை இல்லங்கள்	அணிகலன்கள்	காபி கடையிலிருந்து தயாரிப்புகள்
தயாரிப்புகள் தொழிற்சாலை விற்பனை நிலையங்கள்	நல்ல உணவுகள்	டெடி கரடிகள்	புதுமையான பரிசுகள்
கூடைகள்	விரிப்புகள்	சீஸ்	கைவினைப்பொருட்கள்
மலர்கள்	புத்தகங்கள்	சாக்லேட்டுகள் / மிட்டாய்	வாசனை திரவியங்கள் / சோப்புகள்
பேக்கரி தயாரிப்புகள்	மெழுகுவர்த்திகள்	கிறிஸ்துமஸ் பொருட்கள்	வாழ்க்கை முறை ஆடை
விளையாட்டு / வெளிப்புறம் உபகரணங்கள்	பாரம்பரியம் / இன பரிசுகள்	தோல் பொருட்கள்	வீட்டு பாகங்கள்

5. உங்கள் முள் குறியீட்டை வழங்கவும்:

கேள்விகள் 1-3 கிராமப்புற சுற்றுலா நடத்திய மாதிரி கணக்கெடுப்பிலிருந்து தழுவின: அர்லீன் ஹெதெரிங்டனின் சிறிய சமூகங்களை சந்தைப்படுத்துதல்.

சில்லறை தொடர்பான பல்வேறு வாய்ப்புகளை மதிப்பிடுதல்

நடைமுறையில் உள்ள வணிகங்கள் தங்கள் பொருட்களை விரிவுபடுத்துவதற்கு ஊக்கமளிப்பதன் மூலமாகவோ அல்லது அடையாளம் காணப்பட்ட சில்லறைத் துண்டுகளைத் தீர்ப்பதற்கும் சமூகத்தில் உள்ள மற்ற சில்லறை விற்பனையாளர்களை பூர்த்தி செய்வதற்கும் புதிய சில்லறை வணிகங்களின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிப்பதன் மூலம் ஒரு சமூகம் நிச்சயமாக பார்வையாளரின் நிகழ்தகவின் பெரும் பங்கைப் பெற முடியும். வணிக மற்றும் சமூகத் தலைவர்கள் சில்லறை மேம்பாடு மற்றும் சுற்றுலாவில் கவனம்

குறிப்பு

செலுத்தும் வளர்ச்சி வாய்ப்புகளை கீழே குறிப்பிட்ட கேள்விகளுக்கு பதிலளிப்பதன் மூலம் மிகவும் திறம்பட அளவிட முடியும்:

• ஒரு பொருளின் ∴ தயாரிப்பு வரிசையின் வளர்ச்சி அல்லது ஒரு புதிய கடையை நிறுவுவது அந்த குறிப்பிட்ட பகுதிக்கு மக்களை இழுக்கும் ஈர்ப்புகளுக்கு துணைபுரிகிறதா?

ஒரு புதிய தயாரிப்பு ∴ உருப்படி அல்லது கடை பார்வையாளருக்கு சாதகமான தோற்றத்தை ஏற்படுத்துமா?

புதிய சில்லறை எண்ணங்களை உருவாக்க இந்த கேள்விகளை மீண்டும் மீண்டும் மீண்டும் விசாரிக்க வேண்டும். கூறப்பட்ட கேள்விகளுக்கு உரையாற்றும் போது ஈர்ப்பின் பட்டியல் மற்றும் பார்வையாளரின் சுருக்கம் குறிப்பிடப்படலாம்.

ஆனால் புதிய சில்லறை விற்பனையாளர்களை நியமிப்பதற்கு முன்பு, சுற்றுலா சந்தைக்கு விற்பதில் நடைமுறையில் உள்ள வணிகங்கள் எவ்வாறு வெற்றிகரமாக முடியும் என்பதை சமூகத் தலைவர்கள் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும்.

இது தொடர்பாக, பின்வரும் கேள்விகள் கேட்கப்பட வேண்டும்:

- உள்ளூர் சில்லறை விற்பனையாளர்கள் பார்வையாளர் சந்தையை முழுமையாகப் பெறுவதில் வெற்றிகரமாக இருக்கிறார்களா?
- உள்ளூர் வணிகங்கள் இப்பகுதியில் உள்ள ஈர்ப்புகளையும் சமூகத்தின் பொதுவான கோரிக்கையையும் சமப்படுத்துகின்றனவா?
- உள்நாட்டில் இல்லாத தயாரிப்புகள் ∴ பொருட்களைக் கண்டுபிடிக்க முயற்சிக்கும் சுற்றுலாப் பயணிகள் இருக்கிறார்களா?
- குறிப்பிட்ட சமூகத்தில் ஒரே வகையைச் சேர்ந்த வணிகங்கள் ஏராளமாக உள்ளதா?
- சில்லறை விற்பனையாளர்கள் ஒன்றிணைந்து பணியாற்றுவதற்கும், அதிக திறனுடன் குறுக்கு விற்பனை செய்வதற்கும் வாய்ப்புகள் உள்ளதா?
- சில்லறை விற்பனையாளர்களின் செயல்திறன் சுற்றுலாப்பயணிகளின் வருகைக்கு உத்தரவாதம் அளிக்க போதுமானதா?

இந்த கேள்விகள் நிச்சயமாக சுற்றுலாப்பயணிகளிடமிருந்து கூடுதல் சில்லறை விற்பனையை கைப்பற்றுவதற்கான வாய்ப்புகள் குறித்து சமூக மட்டத்தில் பயன்பாட்டு எண்ணங்களை உருவகப்படுத்தவும் வளர்க்கவும் ஆதரவை வழங்க வேண்டும்.

சுற்றுலாப் பயணிகளின் பழக்கவழக்கங்களை வாங்குதல்*

அயோவா, மினசோட்டா மற்றும் நெப்ராஸ்காவில் நடத்தப்பட்ட சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சியின் ஒரு பகுதியாக, சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு பல்வேறு பொருட்களின் விற்பனை மேம்படுத்துவதற்காக சாலைகளில் 1400 க்கும் மேற்பட்டோர் பேட்டி காணப்பட்டனர். சுற்றுலாப் பயணிகளின் நான்கு பொதுவான வகைப்பாடுகளை இந்த ஆராய்ச்சி அங்கீகரித்தது. ஒவ்வொரு சுற்றுலா வகைப்பாட்டிலும் உள்ள நபர்கள் ஒத்த பயண நிகழ்வுகள் மற்றும் ஷாப்பிங் வாய்ப்புகளை விரும்பினர். சுற்றுலாப் பயணிகள் தாங்கள் பயணிக்கும் இடத்திற்கு உட்பட்ட பின்வரும் குழுக்களில் ஒன்றுக்கும் மேற்பட்டவற்றிற்கும் பொருந்தக்கூடும்.

1. இன, கலை மற்றும் மக்கள்: இந்த வகையின் கீழ் உள்ள சுற்றுலாப் பயணிகள் தங்கள் சுற்றுலாவில் உற்சாகமாக சேர்க்கப்பட்டுள்ளனர். அவர்கள் சமூகத்தில் தங்களை மூழ்கடித்து விடுகிறார்கள். இந்த சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு, சுற்றுலா கல்வி மற்றும் தனிப்பட்ட மேம்பாட்டு நோக்கங்களைக் கொண்டுள்ளது. இது ஒரு சமூகத்தை அனுபவிப்பதற்கான ஒரு வாய்ப்பாகும். அவர்கள் இன சமூகங்களை உற்சாகமாக பார்வையிடுகிறார்கள், சமுதாய ஜூபிலிகளில் பங்கேற்கிறார்கள், கலைக்கூடங்கள் மற்றும் அருங்காட்சியகங்களுக்கு வருகை தருகிறார்கள், கச்சேரிகள் மற்றும் தியேட்டர்களுக்குச் செல்கிறார்கள், உள்ளூர் மக்களுடன் நெட்வொர்க் செய்கிறார்கள். அவர்கள் வாங்கும் தயாரிப்புகளில் கைவினைப்பொருட்கள், உள்ளூர் உணவுப் பொருட்கள் (எப்போதும் உணவைக் கொண்டிருக்கக்கூடாது), பழம்பொருட்கள் மற்றும் அவர்கள் பார்வையிடும் குறிப்பிட்ட இடத்தைப் பற்றிய புத்தகங்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

2. வரலாறு மற்றும் பூங்காக்கள்: வரலாறு மற்றும் பூங்காக்கள் சுற்றுலா பயணிகள் நிச்சயமாக உள்ளூர்நோக்கமுடையவர்கள். காட்சிகளை மகிழ்விப்பதில், இடத்தின் உணர்வை சிந்திப்பதில், கடந்த காலத்தை பிரதிபலிப்பதில் மற்றும் புகைப்படம் எடுத்தல் மூலம் அனுபவத்தை கைப்பற்றுவதில் அவர்கள் நேரத்தை அர்ப்பணிக்கிறார்கள். அவர்கள் தங்கள் பயணங்களை வடிவமைக்க போதுமான நேரம் எடுத்துக்கொள்கிறார்கள். அவர்கள் வரலாற்று இடங்கள் மற்றும் வீடுகள், அருங்காட்சியகங்கள், கடந்தகால வாழ்க்கை முறை, தோட்டங்கள் மற்றும் மாநில மற்றும் தேசிய பூங்காக்களை சித்தரிக்கும் கிராமங்களை மீண்டும் உருவாக்குகிறார்கள். உள்ளூர் கைவினைப்பொருட்கள், அஞ்சல் அட்டைகள், அந்த குறிப்பிட்ட அரங்கத்தைப் பற்றிய புத்தகங்கள் மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய வரலாறு, பூர்வீக உணவுப் பொருட்கள் மற்றும் அவற்றின் தற்போதைய வசூலை அதிகரிப்பதற்கான பொருட்கள் ஆகியவை அவற்றில் அடங்கும்.

3. வெளிப்புற நடவடிக்கைகள்: வெளிப்புற செயல்பாட்டு சுற்றுலா பயணிகள் வெளிப்புற ஆர்வலர்கள், அவர்கள் பூங்காக்கள் மற்றும்

இயற்கை அரங்கங்களை மாறும். அவர்கள் பணியமர்த்தல் மற்றும் பையுடனும், முகாம், மீன்பிடித்தல், படகோட்டம் மற்றும் படகு சவாரி, வேட்டை, நீச்சல், பனிச்சறுக்கு மற்றும் பிளேட்டென்னிஸ் அல்லது கோல்ப் போன்றவற்றைச் செய்கிறார்கள். அவர்கள் கொள்முதல் செய்யும் பொருட்களில் ஒரு குறிப்பிட்ட இடம் தொடர்பான குறிச்சொல், லோகோ, படம் அல்லது வடிவமைப்புடன் கூடிய சட்டை மற்றும் வியர்வைகள் அடங்கும்.

4. **நகரத்தில் பொழுதுபோக்கு:** நகர்ப்புற பொழுதுபோக்கு சுற்றுலாப் பயணிகள் தாங்கள் பயணிக்கும் பெருநகரங்களை இரவு பகலாக பார்வையிடுகிறார்கள். இந்த பயணிகளுக்கு சமூக தொடர்பு மற்றும் தகவல் தொடர்பு மிக முக்கியமான செயலாகும். பல பயணிகள் தொகுக்கப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்களை விரும்புகிறார்கள். இவர்கள் அதிக வருமானம் கொண்ட இளைஞர்கள் மற்றும் பெண்கள் இருக்கலாம். அவை விரிவாகப் பயணிக்கின்றன. அவர்கள் கைவிடப்படும் வரை அவர்கள் தீவிரமாக “கடை” செய்கிறார்கள், “விளையாட்டு தொடர்பான தொழில்முறை நிகழ்வுகளுக்குச் செல்லுங்கள் (மியூனிக் கால்பந்து அல்லது இந்தியாவில் கிரிக்கெட்), பல்வேறு பொழுதுபோக்கு தீம் பூங்காக்களைப் பார்வையிடவும், நடனம் மற்றும் இரவு விடுதி தொடர்பான பல்வேறு இடங்களுக்குச் செல்லவும். அவர்கள் விடுமுறை இருப்பிடத்தைக் குறிக்கும் லோகோ, பெயர் அல்லது வரைபடத்துடன் (டிஷ்ட்கள் மற்றும் ஸ்வெட்ஷர்ட்கள் போன்றவை), பேனாக்கள், பம்பர் ஸ்டிக்கர்கள், முக்கிய சங்கிலிகள் மற்றும் உள்ளூர் கைவினைப்பொருட்கள் போன்ற நினைவுப் பொருட்களுடன் பொருட்களை வாங்குகிறார்கள்.

7.4 நிதி ஆதாரங்கள்

ஒரு தொடக்கத்திற்கான நிதியுதவியின் பொதுவான ஆதாரங்கள் பின்வருமாறு:

- தனிப்பட்ட முதலீடு அல்லது தனிப்பட்ட சேமிப்பு
- துணிகர மூலதனம்
- வணிக தேவதைகள்
- அரசாங்க உதவி
- வணிக வங்கி கடன்கள் மற்றும் ஓவர் டிராஃப்ட்
- நிதி பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்
- வாங்குதல்கள்

இந்த நிதி ஆதாரங்களில் சிலவற்றை விரிவாக விவாதிப்போம்.

1. **நிதி பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்:** இங்கே, வங்கிக் கடனின் உதவியைத் தொடராமல் அர்ப்பணிப்புள்ள ஊழியர்கள் மற்றும் வளர்ந்து வரும்

வாடிக்கையாளர் சமூகம் உட்பட ஒரு ஆதரவான வணிகத்தை உருவாக்குவதே இலக்கு.

நிதி பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்கின் பல்வேறு எடுத்துக்காட்டுகள் வியர்வை ஈக்விட்டி, உரிமையாளர் நிதி, கூட்டு பயன்பாடு, செலுத்த வேண்டிய கணக்குகளை குறைத்தல், பணம் செலுத்துவதில் தாமதம், சரக்குகளை குறைத்தல் மற்றும் மானிய நிதி.

கிராஸ்.பிட் சவுத் புரூக்ளின் ஜிம் உரிமையாளர் டேவிட் ஒசோரியோவின் உதாரணத்தை 2007 இல் ஒரு சில வாடிக்கையாளர்களுடன் தொடங்கினார். ஆனால், காலப்போக்கில், பூட்ஸ்ட்ராப் செய்யப்பட்ட நடவடிக்கை 600 உறுப்பினர்களையும் 20 ஊழியர்களையும் அதன் சிறகுகளின் கீழ் கொண்டு வந்தது. புரூக்ளின் கோவானஸில் ஒரு பிரத்யேக இடம்.

2. வாங்குதல்கள்: கார்ப்பரேட் நிதியத்தின் இந்த முறை ஒரு நிறுவனத்தின் உரிமையின் வடிவத்தை மாற்றும். ஒரு பொது நிறுவனமாக செயல்படுவதைக் கட்டுப்படுத்தும் கடன்களிலிருந்து சுயாதீனமாக இருப்பதன் மூலம் நிறுவனம் ஒரு தனியார் நிலையை அடைந்த பிறகு, வாங்குதலின் இறுதி இலக்கு அதன் மதிப்பைக் கட்டியெழுப்ப உள்ளது.

மையமற்ற சொத்துக்களை அகற்றுவது, நிறுவனத்தின் பணியில் கவனம் செலுத்துதல், மறுசீரமைப்பு செயலாக்கங்கள், பொருட்களை புதுப்பித்தல் மற்றும் துணை நிர்வாகம் ஆகியவை வாங்குதல் இயக்கத்தின் இன்றியமையாத பகுதிகளாக உதவக்கூடும்.

3. வணிக ஏஞ்சல்ஸ்: தொழில்முறை முதலீட்டாளர்கள் தங்கள் முழுமையான செல்வத்தின் ஒரு பகுதியையும் புதுமையான நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியில் நேரத்தை முதலீடு செய்கிறார்கள்.

தோராயமான படி, தேவதை முதலீட்டின் முக்கியத்துவம் துணிகர மூலதனத்தின் மூன்று மடங்குக்கு சமம். .பிரடெரிக் டெர்மன், “சிலிக்கான் பள்ளத்தாக்கின் தந்தை” வணிக தேவதூதர்களை அறிமுகப்படுத்தியதன் மூலம் அங்கீகாரம் பெறலாம். அவர் முதலீடு செய்தார்

\$ 500 இது பில் ஹெவ்லெட் மற்றும் பிரெட் பேக்கர்டின் வளர்ச்சியைத் தூண்டியது.

4. துணிகர மூலதனம்: கார்ப்பரேட் நிதியுதவியின் இந்த நடைமுறையின் கீழ், நிதி முதலீட்டாளர் முன்கூட்டியே திட்டமிட்ட ஆலோசனை மற்றும் பணத்திற்கு ஈடாக புதிய வணிகத்தில் பங்கேற்கிறார்.

குறிப்பு

குறிப்பு

துணிகர முதலாளிகள் அசாதாரண வளர்ச்சி திறன், அதிக செயல்திறன் கொண்ட நிர்வாக குழுக்கள் மற்றும் சிறிய அந்நிய திறன் கொண்ட நிறுவனங்களில் கவனம் செலுத்துகின்றனர்.

5. **கடன்கள் மற்றும் ஓவர் டிராஃப்ட்:** தொழில் முனைவோர் வணிகத்திற்கு நிதியளிப்பதற்கான நீண்டகால முறையாக வங்கி கடன்கள் செயல்படுகின்றன. ஓவர் டிராஃப்ட் வசதி குறுகிய கால இடைவெளியில் உள்ளது. வங்கி கடனின் கீழ், நிதி நிறுவனம் கடன் காலத்தை குறிப்பிடுகிறது.

தொழில்முனைவோரின் வங்கி இருப்பு குறைந்தபட்ச மட்டத்திற்கு கீழே குறையும் போது வங்கி ஓவர் டிராஃப்ட் பெரிதும் உதவக்கூடும். அத்தகைய சந்தர்ப்பத்தில், தொழில்முனைவோர் அதிக வட்டி விகிதத்திற்கு ஈடாக வங்கியிலிருந்து கடன் கொடுக்க முடியும். ஆகையால், பருவகால பணப்புழக்க மாறுபாடுகளைக் கையாள்வதற்கு அல்லது வணிகமானது குறுகிய கால பணப்புழக்க நெருக்கடியை அனுபவிக்கும் போது ஓவர் டிராஃப்ட் சரியானது.

வணிகத்திற்கான நிதி முதலீட்டாளரின் விருப்பத்தை குறைக்கக் கூடிய காரணிகள் பின்வருமாறு:

- சந்தை மற்றும் தொழில் போக்குகள்;
- சாத்தியமான விளைவுகளின் விநியோகமாக தொடக்க நிலைகளின் மேம்பாட்டு வாய்ப்புகள், துணிகர சந்தேகத்துடன் சேர்ந்து அதிகரிக்கும்;
- சந்தையில் சிதறிய மென்மையான சொத்துக்கள், கடன் வழங்குநர்கள் அதற்கு எதிராக திருப்திகரமான கடனை வழங்குவதில் குறைந்த ஆர்வத்துடன் இருக்கும்படி கட்டாயப்படுத்துகின்றன;
- வெவ்வேறு வீரர்களுக்கு என்ன தெரியும் என்பது தொடர்பான தகவல் இடைவெளி ஒரு நிறுவனத்தின் முதலீட்டு முடிவுகள்; மற்றும்
- சந்தை உறுதியற்ற தன்மை, துணிகரத்தின் தற்போதைய மதிப்பு மற்றும் அதன் சாத்தியமான லாபத்தை பாதிக்கிறது.

ஒரு வணிகத்திற்கு நிதியளிப்பதற்கு முன்னர் முதலீட்டாளர் உறுதிப்படுத்த வேண்டிய காரணிகள் பின்வருமாறு:

- பண எரியும் வீதம்;
- ஒரு தற்செயல் திட்டத்தைத் திட்டமிடுதல்;
- பொருத்தமான சூழ்நிலை பகுப்பாய்வு செய்தல்;
- வெளி முதலீட்டாளர்களால் நீர்த்தலைக் குறைப்பதற்கான வழிமுறைகள்; மற்றும்

- வியாபாரத்தில் பணத்தையும் நேரத்தையும் முதலீடு செய்வதற்கான தகுதி.

துணிகர நிறுவனங்கள் அனுபவிக்கும் நிதித் தேவைகளின் முக்கியமான கூறுகள் பின்வருமாறு:

- ஒரு முறை தொடக்க செலவுகளின் கணக்கீடு;
- திட்டமிடப்பட்ட முன்னேற்றம், விற்பனை மற்றும் அதன் லாப நிலை ஆகியவற்றைக் கண்டறிதல்;
- கடன், சரக்கு மற்றும் கட்டணக் கொள்கைகளை உள்ளடக்கிய செயல்பாட்டு மூலதன முன்னறிவிப்பு, இது அன்றாட வணிகத்தில் பணத் தேவையை ஒழுங்குபடுத்துகிறது; மற்றும்
- தொடர்ச்சியான செலவுகளின் மதிப்பீடு.

குறிப்பு

7.4.1 துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்

ஒரு தொடக்கத்தின் வெற்றியைக் கட்டளையிடும் மிக முக்கியமான பத்து காரணிகள் பின்வருமாறு:

1. **வணிக யோசனை:** ஒரு வணிகத்தின் வெற்றிக்கு பொறுப்புக் கூறும் முக்கிய காரணியாக நிறுவனர் யோசனையின் கோட்டை தோன்றக்கூடும், ஆனால் இது உண்மையில் விஷயங்கள் எவ்வாறு மாறக்கூடும் என்பதற்கான ஒரு சிறிய உறுப்பு மட்டுமே. சூகிள், ஒரு ஊடாடும் வலைத் தேடலின் மைய யோசனை, அதன் தொடக்கத்தில், ஏற்கனவே நிறைய போட்டியாளர்களால் செயல்படுத்தப்பட்டது. சூகிளின் நிறுவனர் மூலோபாயம், செயல்படுத்தல் மற்றும் நேரம் விதிவிலக்கானவை என்பதால், அவற்றின் அசல் தன்மை இல்லாதது அவர்களின் சாதனை நிகழ்தகவுகளை முடக்கவில்லை.

2. **தலைமைத்துவம்:** தொடக்க நிலைக்கு தலைமை ஒரு முக்கிய காரணியாகும். தலைவர்கள் முடிவுகளை வகுக்கிறார்கள், பார்வையை நிலைநிறுத்துகிறார்கள் மற்றும் நிறுவன இலக்குகளை அடைய கடினமாக உழைக்க ஊழியர்களை ஊக்குவிக்கிறார்கள். திறமையற்ற தலைவரைத் தேர்ந்தெடுப்பது முழு நிகழ்ச்சியையும் பாதிக்கும். மறுபுறம், ஒரு திறமையான மற்றும் அறிவார்ந்த தலைவர் ஒரு பலவீனமான யோசனையை கூட வெற்றிகரமானதாக மாற்ற முடியும்.

3. **அணி:** தொழில்முனைவோர் நிச்சயமாக முக்கியம், ஆனால் அவர்கள் ஆதரவற்ற பெரிய விஷயங்களை அடைவார்கள். வெற்றிகரமான வணிகங்கள் ஒரு சில முதல் நூற்றுக்கணக்கான ஊழியர்கள் வரை எங்கும் வேலை செய்கின்றன, மேலும் அந்த ஊழியர்கள்தான் வணிகத்தை நிலைநிறுத்துவதும், புதுமைகளை இயக்குவதும், உயர் மட்ட இலக்குகளை நிறைவேற்றுவதும் ஆகும்.

குறிப்பு

வேலைக்கு சரியான நபர்களைப் பயன்படுத்துங்கள், நீங்கள் எப்போதாவது பிரச்சினைகளை எதிர்கொள்வீர்கள். தவறான நபர்களை பணியமர்த்துவது அமைப்பை அழிக்கக்கூடும்.

4. **மூலதனம்:** பணி மூலதனம் முக்கியம்; உங்கள் ஆரம்ப கட்ட நிதிகளும் உள்ளன. நீங்கள் ஒரு முதலீட்டாளரைக் கண்டுபிடிக்கத் தவறினால் பீதி அடைய வேண்டாம். தனிப்பட்ட மற்றும் குடும்ப முதலீடுகள் நிச்சயமாக சாத்தியங்கள். கடன் வரியைத் திறக்கும் விருப்பத்தை நிராகரிக்க வேண்டாம். கடன் பாதுகாக்கப்பட்டவுடன், உங்கள் பணப்புழக்கத்தை உன்னிப்பாகக் கவனத்தில் கொள்ளுங்கள்: இங்கே ஒரு தவறான நடவடிக்கை உங்கள் பணத்தை எதிர்மறையான பிரதேசத்திற்குள் கொண்டு செல்லக்கூடும்.

5. **வணிக திட்டம்:** வணிகத் திட்டத்தில் உங்கள் மைய யோசனையை விட அதிகமாக இருக்க வேண்டும். இது உங்கள் இலக்குகள், இலக்குகள், செயல்பாடுகள் மற்றும் பிறவற்றை உள்ளடக்கியது. உங்கள் வணிகத் திட்டத்தில் எழுதப்பட்ட அனைத்தும் உங்கள் “திட்டத்தின்” ஒரு பகுதியாகக் கருதப்படுகின்றன, மேலும் நீங்கள் எந்த அளவிற்கு ஆய்வு செய்தீர்கள் மற்றும் உங்கள் திட்டத்தை நன்றாக வடிவமைத்திருக்கிறீர்கள் என்பது உங்கள் சாதனைக்கான நிகழ்தகவுகளை கணிசமாக பாதிக்கும். நீங்கள் எவ்வளவு விரிவாக இருக்கிறீர்களோ, அவ்வளவு சிறந்தது.

6. **மரணதண்டனை:** செயல்படுத்தப்படக்கூடிய திறனைப் போலவே அப்துலான் மதிப்புமிக்கது. உங்களிடம் ஒரு சிறந்த திட்டம் இருந்தால், ஆனால் அது செயல்படுத்தப்படுவது தோல்வியுற்றால், உங்கள் முழு நிறுவனமும் சமரசம் செய்யப்படலாம். மறுபுறம், உங்களிடம் பொருத்தமான திட்டம் இருந்தால், அதை குறைபாடற்ற முறையில் செயல்படுத்தினால், நீங்கள் நிற்க ஒரு உறுதியான அடித்தளமும், அசல் கருத்தாக்கத்திலிருந்து என்ன செய்தீர்கள் மற்றும் செயல்படவில்லை என்பதற்கான குறிப்பிடத்தக்க புரிதலும் உங்களுக்கு இருக்கும்.

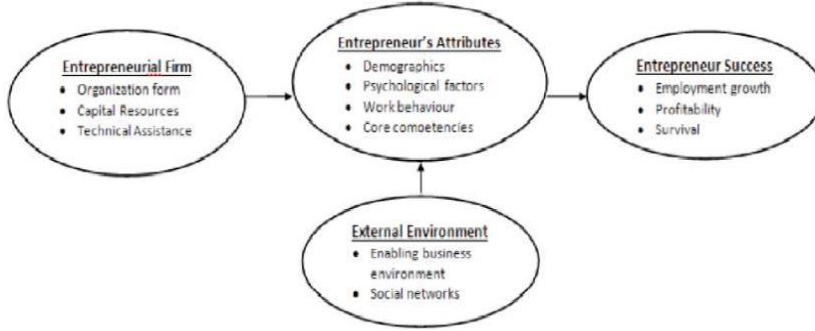
7. **நேரம்:** ஒரு போட்டி கண்ணோட்டத்தில் நேரம் மிகவும் முக்கியமானது, மேலும் இது குறிப்பிட்ட வணிகங்களின் நுழைவு நேரத்தில் ஒழுங்கற்ற மற்றும் பிஸியான சந்தை இருந்தபோதிலும், பல வணிகங்களை முக்கியத்துவம் பெற வழிவகுத்தது. யூடியூப் சந்தையில் வந்தபோது, ஏற்கனவே நிறைய வீடியோ ஸ்ட்ரீமிங் தளங்கள் இருந்தன. ஆனால் ஒரு முக்கியமான தருணத்தில் யூடியூப் தொடங்கப்பட்டதால், அதிவேக இண்டர்நெட் தரமானதாக மாறியது, இது அற்புதமான வெற்றியைப் பெற்றது.

8. **நெருக்கடி பதில்:** நீங்கள் எவ்வளவு செழிப்பாக திட்டமிட்டாலும் அல்லது எவ்வளவு கடினமாக உழைத்தாலும், ஏதோ நிச்சயமாக தவறாகிவிடும். ஒரு நெருக்கடியை நீங்கள் எவ்வாறு எதிர்கொள்வது என்பது அவற்றைத் தவிர்ப்பதற்கு நீங்கள் எவ்வளவு சாத்தியம் என்பதை

விட முக்கியமானது. ஒரு மோசமான சிகிச்சையளிக்கப்பட்ட நெருக்கடி ஒரு நிறுவனத்தை கீழே வைக்க எடுக்கும், எனவே உங்கள் மறுமொழித் திட்டத்தைப் பற்றி விவேகத்துடன் சிந்தியுங்கள்.

9. சந்தைப்படுத்தல்: உங்கள் வணிகத்தை நீங்கள் எவ்வாறு தொகுத்து சந்தைப்படுத்துகிறீர்கள் என்பது நிச்சயமாக முக்கியமானது. ஒரு சாதாரணமான தயாரிப்பு, கூடுதல் ஈர்க்கக்கூடிய, உற்சாகமான மற்றும் தனித்துவமான பாணியில் முத்திரை குத்தப்படுகிறது, இது எப்போதும் அதன் உயர்ந்த தயாரிப்புகளை விஞ்சும், இது வெற்று, மறக்கமுடியாத பிராண்டிங்கைக் கொண்டிருக்கும். இந்த புள்ளி மிதமிஞ்சியதாக தோன்றலாம், ஆனால் இது வாடிக்கையாளரின் வாங்கும் முடிவுகளை விமர்சன ரீதியாக பாதிக்கிறது.

10. வளர்ச்சி: இறுதியாக, வளர்ச்சியை நோக்கி நீங்கள் தேர்ந்தெடுக்கும் பாதை நீங்கள் எவ்வாறு முடிவடைகிறது என்பதில் கணிசமான பங்கைக் கொண்டுள்ளது. மிக வேகமாக வளர்வது உங்களை மெல்லியதாக நீட்டிக்கக்கூடும். மிகவும் நிதானமாக வளருங்கள், நீங்கள் எப்போதாவது எங்கும் வருவீர்கள். எனவே, ஒரு



சமநிலையைக் கண்டுபிடித்து உங்கள் வளர்ச்சியை எச்சரிக்கையுடன் கவனியுங்கள்.

படம் 7.4: தொழில்முனைவோரின் வெற்றியைப் புரிந்துகொள்வதில் முன்மொழியப்பட்ட பிரேம் காரணிகள்.

7.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. உணவு நிறுவனத்தை நடத்துவதற்கு பின்வரும் திறன்கள் அவசியம்:

- நிதி அறிக்கை மற்றும் பட்ஜெட்;
- வணிக திட்டமிடல்;
- பொது பேச்சு;
- மேலாண்மை மற்றும் தலைமை;
- சமையல் அறிவு;

குறிப்பு

- கிரியேட்டிவ் சிக்கல் தீர்க்கும்; மற்றும்
- டீம் பில்டிங்.

2. வணிகத் திட்டத்தின் பொதுவான கூறுகள் பின்வருமாறு:

- நிர்வாக சுருக்கம்;
- குறிக்கோள் வாசகம்;
- தயாரிப்பு அல்லது சேவை தகவல்;
- தேவையான இடம் மற்றும் பணியாளர்கள்;
- தலைமைக் குழு;
- சந்தை பகுப்பாய்வு மற்றும் முன்னறிவிப்பு;
- சந்தைப்படுத்தல் உத்தி;
- நிதி கோரிக்கைகள்; மற்றும்
- நிதி திட்டங்கள்.

3. நீங்கள் ஒரு உணவகத்தைத் திறக்கிறீர்கள் என்றால், உங்களுக்கு உணவு சேவையகங்கள், உணவு ஓடுபவர்கள், சமையல்காரர், சமையல்காரர்கள், பாத்திரங்களைக் கழுவுதல், கிளினர்கள், பார்டெண்டர்கள் மற்றும் புரவலன்கள் உட்பட பல வகை பணியாளர்கள் தேவைப்படுவார்கள். வாங்குதல் மற்றும் பெறுதல், மேற்பார்வை செய்தல், மனித வளங்கள் மற்றும் கணக்கியல் ஆகியவற்றிற்கான பணியாளர்களும் உங்களுக்குத் தேவைப்படுவார்கள். அவர்கள் பகுதிநேர அல்லது முழுநேர ஊழியர்களாக இருக்கலாம்.

4. அதிக வாடிக்கையாளர்களை மையமாகக் கொண்டிருப்பதற்கு, நிறுவனங்கள் தங்கள் வாடிக்கையாளர் கலவையை மையப்படுத்த வணிகங்களுக்கு உதவக்கூடிய விரிவான வாடிக்கையாளர் சுயவிவரங்களை வழங்கும் சந்தை தொடர்பான தரவு தொடர்பான நிறுவனங்களின் உதவியை நாடலாம், வழங்கப்படும் சேவைகள் மற்றும் மிகத் துல்லியமாக வரவிருக்கும் வாடிக்கையாளர் பிரிவுகளில் கவனம் செலுத்துவதற்கான சந்தைப்படுத்தல் உத்திகள்.

5. நிதி பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்கின் பல்வேறு எடுத்துக்காட்டுகள் வியர்வை ஈக்விட்டி, உரிமையாளர் நிதி, கூட்டு பயன்பாடு, செலுத்த வேண்டிய கணக்குகளை குறைத்தல், பணம் செலுத்துவதில் தாமதம், சரக்குகளை குறைத்தல் மற்றும் மானிய நிதி.

6. வணிக தேவதைகள் தொழில்முறை முதலீட்டாளர்கள், அவர்கள் தங்கள் முழுமையான செல்வத்தின் ஒரு பகுதியையும் புதுமையான நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியில் நேரத்தை முதலீடு செய்கிறார்கள். தோராயமான படி, தேவதை முதலீட்டின் முக்கியத்துவம் துணிகர மூலதனத்தின் மூன்று மடங்குக்கு சமம்.

7.6. சுருக்கம்

- உணவு மற்றும் வியாபாரத்தில் புதுமையான ஒன்றைச் செய்கிற எவரும் உணவு தொழில்முனைவோரின் குடையின் கீழ் வருகிறார்கள்.
- உணவு தொழில்முனைவோருக்கு ஆழ்ந்த சமையல் மற்றும் வணிக திறன்கள் தேவைப்படுகின்றன அல்லது அவர்களுக்கு தேவையான திறன்களைக் கொண்ட ஒரு கூட்டாளர் இருக்க வேண்டும்.
- சமீபத்திய காலங்களில் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் உலகளாவிய உணவுத் துறையை மாற்றியுள்ளன. உணவு வணிகத் தலைவர்கள் தங்கள் வணிக மாதிரியில் தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்துகிறார்கள்.
- சமையல் தொழில்முனைவோர் நிச்சயமாக நுகர்வோர் பிடித்தவர்களிடமிருந்து நுண்ணறிவைப் பயன்படுத்தி தரை மட்டத்திலிருந்து ஒரு பிராண்டை வடிவமைக்க முடியும், இது சமகால உணவகங்களுக்கு அவர்கள் விரும்புவதை வழங்குகிறது.
- உணவுத் துறை அரங்கில் குதிக்க விரும்பும் முன்னோக்கு சிந்தனை தொழில்முனைவோருக்கு ஏராளமான வாய்ப்புகள் உள்ளன.
- உணவு தொழில்முனைவோர் தங்கள் வணிகத் திட்டங்களை வடிவமைக்கும்போது பின்வரும் உணவுப் போக்குகளைப் பற்றி அறிந்திருக்க வேண்டும்: ஆரோக்கியத்தில் கவனம் செலுத்துங்கள், தடைசெய்யப்பட்ட உணவு மற்றும் விநியோக சேவைகளில் இருப்பவர்களுக்கு உணவு.
- உணவுத் துறையின் போட்டித் தன்மையைக் கருத்தில் கொண்டு, ஒரு புதிய முயற்சியைத் தொடங்குவதற்கு முன்பு ஒரு முழுமையான ஆராய்ச்சியை மேற்கொள்ள எப்போதும் பரிந்துரைக்கப்படுகிறது.
- உங்கள் வணிகத்தை நடத்துவதை பாதிக்கும் சட்டங்களைப் பற்றிய விரிவான புரிதலும் உங்களுக்குத் தேவைப்படும்
- இலக்கு சந்தை எங்கு நிறைவுற்றது மற்றும் வாய்ப்புகள் எங்கு உள்ளன என்பதைக் கண்டுபிடிக்க ஆராய்ச்சி உங்களுக்கு உதவும்.
- உங்கள் ஆராய்ச்சி நிச்சயமாக கருத்துக்கான ஆதாரத்தை எழுதவும் வணிகத் திட்டத்தை உருவாக்கவும் உதவும்.
- உங்கள் திட்டமிட்ட கருத்தின் அடிப்படையில், உங்கள் வீட்டு சமையலறையில் சமையல் பொருட்களை முயற்சி செய்யலாம், வணிக சமையலறையில் இடத்தை வாடகைக்கு எடுக்கலாம், உணவு டிரக்கை வாடகைக்கு எடுக்கலாம் அல்லது உள்ளூர் சந்தையில் பங்கேற்கலாம்.

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

Self-Instructional
Material

குறிப்பு

- உங்கள் யோசனையைச் சோதிப்பதன் மூலம், வாடிக்கையாளர்கள் என்ன பதிலளிப்பார்கள் என்பதை நீங்கள் உணர முடியும்.
- உங்கள் உணவு வணிகத்தை சாதிக்க, சரியான திறன் கொண்டவர்களைத் தேடுங்கள். பாத்திரத்தைப் பொருட்படுத்தாமல், முன் அனுபவமுள்ளவர்கள் சிறந்த மற்றும் பொருத்தமான தேர்வுகள், ஏனெனில் அவர்களின் பாத்திரங்களில் குறைந்த பயிற்சி தேவைப்படும்.
- உங்கள் உணவு தொழில்முனைவோரின் வெற்றியை உறுதி செய்வதற்கான முக்கிய புள்ளிகளில் ஒன்று, உங்கள் இலக்கு சந்தையைப் புரிந்துகொள்வதும், உங்கள் மதிப்பு முன்மொழிவை அவர்களுக்கு வழங்குவதும் ஆகும்.
- உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களுடன் இணைவதற்கும், உங்கள் உணவு வணிகத்தைப் பற்றிய விழிப்புணர்வை வளர்ப்பதற்கும் சமூக ஊடகங்கள் ஒரு சலபமான முறையை வழங்குகிறது. ஆனால் சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களை அடைய இது ஒரே வழி அல்ல. நீங்கள் அஞ்சல் முகவர்கள் அல்லது மின்னஞ்சல் மார்க்கெட்டிங் பயன்படுத்தலாம், விளம்பர பலகைகள், டிவி அல்லது வானொலியில் விளம்பரங்களை எடுக்கலாம், சமூக நிதி சேகரிப்பாளர்களில் பங்கேற்கலாம், உள்ளீர் வணிக உரிமையாளர்களின் குழுக்களில் சேரலாம் மற்றும் நெட்வொர்க்கிங் நிகழ்வுகளில் சேரலாம்.
- செயல்திறனை முழுமையாகக் கண்காணிப்பது மற்றும் தரங்களைத் தக்கவைக்க உங்களால் முடிந்த அனைத்தையும் ஒழுங்கமைப்பது முக்கியம்.
- உணவுத் தொழிலில் ஒரு வெற்றிகரமான வணிக முயற்சியை உறுதி செய்வதில் கவனம் செலுத்த முக்கியமாக இரண்டு பகுதிகள் உள்ளன: உணவின் தரம் மற்றும் சேவையின் தரம். வாடிக்கையாளர் அனுபவத்தை பாதிக்கும் ஆதிக்கம் செலுத்தும் காரணிகள் இவை, உங்கள் வாடிக்கையாளர்களைத் தக்க வைத்துக் கொள்வதற்கும், புதிய வாடிக்கையாளர்களை வாய் வழியாகப் பெறுவதற்கும் வணிக ரகசியம்.
- உணவகங்களில் ஷாப்பிங் மற்றும் சாப்பிடுவது பார்வையாளர்கள் அனுபவிக்கும் இரண்டாவது மற்றும் மூன்றாவது பிரபலமான நடவடிக்கைகள்.
- சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு விற்கும் சில்லறை விற்பனையாளர்கள் பிரத்தியேகமானவர்கள், ஏனெனில் அவர்களின் வாடிக்கையாளர் தளம் உள்ளீர் மக்களின் வழக்கமான வர்த்தக பகுதியை விட அதிகமாக உள்ளது.

குறிப்பு

- சுற்றுலா சமூகங்கள் சில்லறை விற்பனையின் ஒரு சிறந்த கலவையாகும். சுற்றுலா சமூகங்களில் வணிகங்களின் பொதுவான கலவை மற்ற அனைத்து அற்ப சமூகங்களுக்கும் மிகவும் ஒத்திருக்கிறது.
- சுற்றுலா செயல்பாடு ஒரு சமூகத்தில் பல மற்றும் பல்வேறு வகையான கடைகளை சாதகமாக பாதிக்கிறது. குறிப்பிடத்தக்க சுற்றுலா வருகைகளைக் கொண்ட சமூகங்கள் இதேபோன்ற அண்டை வாடிக்கையாளர் செலவு நிகழ்தகவு கொண்ட பிற நகரங்களை விட சில்லறை வணிகங்களின் இரு மடங்கிற்கும் அதிகமாக இருக்கலாம்.
- குறைந்த சுற்றுலா சார்ந்த சமூகங்களில், அனைத்து நோக்கம் கொண்ட பொருட்கள், மருந்து, மளிகை மற்றும் வன்பொருள் கடைகள் போன்ற வழக்கமான சில்லறை விற்பனையாளர்களும் பார்வையாளர்களைப் பராமரிப்பதில் மிக முக்கியமான பங்கைச் செய்கிறார்கள்.
- மார்க்கெட்டிங் தரவு தொடர்பான நிறுவனங்கள் விரிவான வாடிக்கையாளர் சுயவிவரங்களை வழங்க முடியும், அவை உங்கள் விற்பனை கலவையை மையப்படுத்த உங்களுக்கு உதவக்கூடும், நீங்கள் வழங்கும் சேவைகள் மற்றும் வரவிருக்கும் அதிக வாடிக்கையாளர் பிரிவுகளில் கவனம் செலுத்த உங்கள் சந்தைப்படுத்தல் உத்திகள்.
- பல்வேறு தனியார் தரவு நிறுவனங்கள் பிரிவு அமைப்பு சேவைகளை வழங்குகின்றன.
- நடைமுறையில் உள்ள வணிகங்கள் தங்கள் பொருட்களை விரிவுபடுத்துவதற்கு ஊக்கமளிப்பதன் மூலமாகவோ அல்லது அடையாளம் காணப்பட்ட சில்லறை சீட்டுகளைத் தீர்ப்பதற்கும் சமூகத்தில் உள்ள மற்ற சில்லறை விற்பனையாளர்களை பூர்த்தி செய்வதற்கும் புதிய சில்லறை வணிகங்களின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிப்பதன் மூலம் பார்வையாளர்களின் செலவினத்தில் நிகழ்தகவின் பெரும்பகுதியை நிச்சயமாக சமூகம் பெற முடியும்.
- புதிய சில்லறை விற்பனையாளர்களை நியமிப்பதற்கு முன்பு, சுற்றுலா சந்தைக்கு விற்பதில் நடைமுறையில் உள்ள வணிகங்கள் எவ்வாறு வெற்றிகரமாக முடியும் என்பதை சமூகத் தலைவர்கள் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்ள வேண்டும்.
- தொடக்கத்திற்கான நிதியுதவியின் பொதுவான ஆதாரங்களில் தனிப்பட்ட முதலீடு அல்லது தனிப்பட்ட சேமிப்பு, துணிகர மூலதனம், வணிக தேவதைகள், அரசாங்க உதவி, வணிக வங்கி கடன்கள் மற்றும் ஓவர் டிரா.ப்ட், நிதி பூட்ஸ்ட்ராப்பிங் மற்றும் வாங்குதல் ஆகியவை அடங்கும்.

குறிப்பு

- நிதி பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்கின் பல்வேறு எடுத்துக்காட்டுகள் வியர்வை ஈக்விட்டி, உரிமையாளர் நிதி, கூட்டு பயன்பாடு, செலுத்த வேண்டிய கணக்குகளை குறைத்தல், பணம் செலுத்துவதில் தாமதம், சரக்குகளை குறைத்தல் மற்றும் மானிய நிதி.
- மையமற்ற சொத்துக்களை அகற்றுவது, நிறுவனத்தின் பணியில் கவனம் செலுத்துதல், மறுசீரமைப்பு செயலாக்கங்கள், பொருட்களை புதுப்பித்தல் மற்றும் மாற்றியமைத்தல் ஆகியவை வாங்குதல் இயக்கத்தின் இன்றியமையாத பகுதிகளாக உதவக்கூடும்.
- வணிக தேவதைகள் தொழில்முறை முதலீட்டாளர்கள், அவர்கள் தங்கள் முழுமையான செல்வத்தின் ஒரு பகுதியையும் புதுமையான நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியில் நேரத்தை முதலீடு செய்கிறார்கள்.
- துணிகர முதலாளிகள் அசாதாரண வளர்ச்சி திறன், அதிக செயல்திறன் கொண்ட நிர்வாக குழுக்கள் மற்றும் சிறிய அந்நிய திறன் கொண்ட நிறுவனங்களில் கவனம் செலுத்துகின்றனர்.
- தொழில்முனைவோரின் வங்கி இருப்பு குறைந்தபட்ச மட்டத்திற்கு கீழே குறையும் போது வங்கி ஓவர் டிராப்ட் பெரிதும் உதவக்கூடும்.
- ஒரு தொடக்கத்தின் வெற்றியைக் கட்டளையிடும் மிக முக்கியமான பத்து காரணிகள் வணிக யோசனை, தலைமை, குழு, மூலதனம், வணிகத் திட்டம், செயல்படுத்தல், நேரம், நெருக்கடி பதில், வளர்ச்சி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல்.

7.7. முக்கிய சொற்கள்

- டைரக்ட்-டு-நுகர்வோர் (டி 2 சி): இந்த நிறுவனங்கள் பாரம்பரிய கடைகள் அல்லது பிற இடைத்தரகர்களை நம்பாமல் நேரடியாக தங்கள் தயாரிப்புகளை வாங்குபவர்களுக்கு தயாரித்து அனுப்புகின்றன. இது டி 2 சி நிறுவனங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளை பாரம்பரிய நுகர்வோர் பிராண்டுகளை விட குறைந்த செலவில் விற்கவும், தயாரிப்புகளை உருவாக்குதல், சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் விநியோகித்தல் ஆகியவற்றின் மீது இறுதி முதல் கட்டுப்பாட்டை பராமரிக்கவும் அனுமதிக்கிறது.
- கருத்தின் ஆதாரம்: கொள்கையின் ஆதாரம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது அதன் சாத்தியக்கூறுகளை நிரூபிக்க ஒரு குறிப்பிட்ட முறை அல்லது யோசனையின் உணர்தல், அல்லது சரிபார்க்கும் நோக்கத்துடன் கொள்கையளவில் ஒரு ஆர்ப்பாட்டம் சில கருத்து அல்லது கோட்பாடு நடைமுறை ஆற்றலைக் கொண்டுள்ளது.
- திறன் தொகுப்பு: இது ஒரு வேலையைச் செய்ய தேவையான அறிவு, திறன்கள் மற்றும் அனுபவம். குறிப்பிட்ட திறன் தொகுப்பு

பகுதிகளில் மனித உறவுகள், ஆராய்ச்சி மற்றும் திட்டமிடல், கணக்கியல், தலைமை, மேலாண்மை மற்றும் கணினி திறன்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

- இலக்கு சந்தை: இது ஒரு வணிகத்தின் சேவை கிடைக்கக்கூடிய சந்தையில் உள்ள வாடிக்கையாளர்களின் குழுவாகும், அதில் ஒரு வணிகமானது அதன் சந்தைப்படுத்தல் முயற்சிகள் மற்றும் வளங்களை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. ஒரு இலக்கு சந்தை என்பது ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கான மொத்த சந்தையின் துணைக்குழு ஆகும்.

- ஜியோடெமோகிராஃபிக் பிரித்தல்: எந்தவொரு குழுவிலும் உள்ள வேறுபாடுகள் குழுக்களுக்கிடையேயான வேறுபாடுகளைக் காட்டிலும் குறைவாக இருக்க வேண்டும் என்ற அனுமானத்துடன் பல குணாதிசயங்களின் அளவு ஒப்பீடுகளை செய்வதன் மூலம் ஒரு மக்கள்தொகை தனிநபர்கள் வெவ்வேறு குழுக்களாக வருகிறார்களா என்பதைக் கண்டுபிடிப்பதற்கான ஒரு பன்முக புள்ளிவிவர வகைப்பாடு நுட்பமாகும்.

- குறுக்கு விற்பனை: இது ஏற்கனவே இருக்கும் வாடிக்கையாளருக்கு கூடுதல் தயாரிப்பு அல்லது சேவையை விற்கும் செயல் அல்லது நடைமுறை. நடைமுறையில், வணிகங்கள் பல வழிகளில் குறுக்கு விற்பனையை வரையறுக்கின்றன.

- வியர்வை ஈக்விட்டி: இது ஒரு நிறுவனத்தின் பங்குதாரர்கள் ஒரு பண பங்களிப்பை விட, உழைப்பு மற்றும் நேரத்தை வழங்கும் ஒரு நாணயமற்ற நன்மை, இது நிறுவனத்திற்கு பயனளிக்கிறது; இது ஒரு நாணயத் தொகையை விட உழைப்பு மற்றும் நேரத்திற்கு ஈடாக ஒரு நிறுவனம் வழங்கிய வியர்வை பங்கு பங்குகளின் வடிவத்தில் வெகுமதி அளிக்கப்படுகிறது.

- கோர் அல்லாத சொத்துக்கள்: செயல்படாத சொத்துகள் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன, இந்த சொத்துக்கள் இனி ஒரு வணிகத்தின் செயல்பாட்டின் மையமாகக் கருதப்படுவதில்லை அல்லது இனி பயன்பாட்டில் இல்லை; இவற்றில் சொத்து, ஆலை மற்றும் உபகரணங்கள், ஒரு துணை அல்லது பங்கு முறை முதலீடுகள் ஆகியவை அடங்கும்.

7.8. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. பல்வேறு வகையான உணவு நிறுவனங்கள் என்ன?

2. ஒரு தொழிலைத் தொடங்குவதற்கு முன் ஆராய்ச்சி மற்றும் திட்டமிட வேண்டியது ஏன்?
3. ஒரு வணிகமானது அதன் வாடிக்கையாளர்களைப் புரிந்துகொள்வது ஏன் முக்கியம்?
4. உணவு நிறுவனத்தை நடத்துவதில் வாடிக்கையாளர் சேவை எவ்வளவு முக்கியமானது?
5. சந்தைப் பிரிவின் நோக்கம் என்ன?
6. உணவு தொழில்முனைவோர் மூலம் வெற்றியை உறுதிப்படுத்த தேவையான திறன்கள் யாவை?
7. ஒரு நிதியாளர் ஒரு வணிகத்தில் முதலீடு செய்வாரா என்பதை தீர்மானிக்கும் காரணிகள் யாவை?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. கடந்த சில ஆண்டுகளில் உணவுத் துறையை வடிவமைத்த போக்குகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. உள்ளூர் பொருளாதாரத்தில் சுற்றுலாவின் தாக்கத்தை ஆராயுங்கள்.
3. வணிக ரீதியான சமையலில் ஒரு தொழிலைத் தொடர கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய முக்கிய அம்சங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
4. தொழில்முனைவோருக்கு கிடைக்கக்கூடிய பல்வேறு நிதி ஆதாரங்களை அடையாளம் காணவும்
5. தொழில் முனைவோர் வெற்றியை அடைவதில் முக்கியமான காரணிகளை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.

7.9. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எ.பி. ப்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.

- பிலிப் கோட்வர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.

அலகு - 8

சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள் - IV (சுற்றுலா ஈர்ப்பு மேம்பாடு)

அமைப்பு

- 8.1 அறிமுகம்
- 8.2 நோக்கங்கள்
- 8.3 சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்
- 8.4 சுற்றுலா ஈர்ப்பு வளர்ச்சியில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்
- 8.5 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 8.6 சுருக்கம்
- 8.7 முக்கிய சொற்கள்
- 8.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 8.9 மேலும் வாசிப்புகள்

8.1. அறிமுகம்

சுற்றுலாத்துறையில் ஈர்ப்புகள் ஒரு முக்கிய பகுதியாகும். அவர்கள் சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்க முனைவதால், அவை பெரும்பாலும் “சுற்றுலா தலங்கள்” என்று குறிப்பிடப்படுகின்றன. ஒரு இடத்திற்கு பார்வையாளர்களை ஈர்க்கும் இடங்கள், நபர்கள், நிகழ்வுகள் மற்றும் விஷயங்கள் என அவற்றைப் புரிந்து கொள்ள முடியும். சுற்றுலாத்துறையின் பரிணாமம் ஈர்ப்புகளின் வரலாற்றுடன் பிரிக்கமுடியாத வகையில் தொடர்புடையது. ஒரு சுற்றுலா அமைப்பு நிறுவப்பட்டு அதை ஒரு ஈர்ப்பின் நிலைக்கு உயர்த்தும்போது, அது ஒரு ஈர்ப்பாக மாறும்.

போக்குவரத்து, உறைவிடம் மற்றும் பயண சில்லறை விற்பனை அனைத்தும் இந்த அமைப்பில் ஒரு பங்கைக் கொண்டுள்ளன, ஏனெனில் பார்வையாளர்களின் இடங்களை பார்வையிடும் விருப்பத்தை அவை ஆதரிக்கின்றன.

இந்த பிரிவு சுற்றுலாத்துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகளை முன்னிலைப்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. இது சுற்றுலா வளர்ச்சியின் மாதிரிகள் பற்றியும் ஆழமாகப் பார்க்கும், மேலும் சுற்றுலா தலங்களின் வளர்ச்சியைப் பாதிக்கும் காரணிகளைப் பற்றி விவாதிக்கும்.

8.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- சுற்றுலாவின் வெவ்வேறு வகைகளை வரையறுத்து அடையாளம் காணவும்
- பல தசாப்தங்களாக சுற்றுலா தலங்களை மேம்படுத்துவது பற்றி விவாதிக்கவும்
- சுற்றுலா தலங்களின் வளர்ச்சியை பாதிக்கும் காரணிகளை அடையாளம் காணவும்
- சுற்றுலா வளர்ச்சியின் பட்லர் மற்றும் ஹாக்கின்ஸின் மாதிரிகளை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
- சுற்றுலாவை வளர்ப்பதில் அரசு நிறுவனங்களின் பங்கு பற்றி விவாதிக்கவும்

8.3. சுற்றுலாவில் தொழில் வாய்ப்புகள்

சுற்றுலா ஒரு உலகளாவிய நிகழ்வாகக் கருதப்படுகிறது, மேலும் சுற்றுலா தலங்கள் கடந்த ஆண்டுகளில் தீவிரமாக வளர்ந்தன. சமகால உலகில் சுற்றுலா தலங்களின் பண்புகள் மாறிக்கொண்டே இருக்கின்றன. சுற்றுலாவின் பல்வேறு துறைகளில் புதுமைகளை ஏற்றுக்கொள்வது சுற்றுலா ஈர்ப்பு சந்தையில் வளர்ச்சிக்கு வழிவகுத்தது, இது சந்தையின் பல்வகைப்படுத்தலுக்கு வழிவகுத்தது. தளம், வடிவம், பாணி மற்றும் அளவு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் சுற்றுலா தலங்கள் மாறும்.

ஒரு அமெரிக்க பொருளாதார வல்லுனரான எச்.வி.சுல்லண்டின் கூற்றுப்படி, சுற்றுலா என்பது “ஒரு குறிப்பிட்ட நாடு அல்லது பிராந்தியத்திற்கு உள்ளேயும் வெளியேயும் வெளிநாட்டினரின் நுழைவு, தங்குமிடம் மற்றும் இயக்கம் ஆகியவற்றுடன் நேரடியாக தொடர்புடைய ஒரு பொருளாதார இயல்புடைய மொத்த செயல்பாடாகும்.

சுவிஸ் நிபுணரான ஹன்ஸிகர், சுற்றுலாவை “பயணம் மற்றும் அந்நியர்களின் தங்குமிடத்திலிருந்து எழும் உறவு மற்றும் நிகழ்வின்

மொத்தம்“ என்று வரையறுக்கிறார், தங்கியிருப்பது வெறுமனே ஒரு நிரந்தர வதிவிடத்தை நிறுவுவது அல்ல, ஊதியம் பெறும் செயலுடன் இணைக்கப்படவில்லை “.

சுற்றுலா வகைகள்

1997 ஆம் ஆண்டில், ஐக்கிய நாடுகள் சபை பின்வரும் மூன்று முக்கிய வகைகளில் சுற்றுலாவை வகைப்படுத்தியது:

1. உள்நாட்டு சுற்றுலா: உள்நாட்டு சுற்றுலா என வரையறுக்கப்பட்டுள்ள தங்கள் சொந்த நாட்டினுள் பயணம் செய்வது. இந்த வகை பயணத்தில் மிகவும் குறைவான முறைகள் கட்டாயமாகும்.
2. உள்வரும் சுற்றுலா: எளிமையான சொற்களில், ஒரு வெளிநாட்டவர் அல்லது குடியேறியவர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டிற்கு வருகை தரும் போது உள்வரும் சுற்றுலா ஏற்படுகிறது. உதாரணமாக, ஒரு ஆஸ்திரேலியர் இந்தியாவுக்கு வருகிறார்.
3. வெளிச்செல்லும் சுற்றுலா: இது ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டில் வசிப்பவர் மற்றொரு நாட்டைப் பார்வையிடுவதைக் குறிக்கிறது. உதாரணமாக, ஆஸ்திரேலியா செல்லும் இந்தியர்கள்.

சுற்றுலாத் துறையின் சில முக்கிய அம்சங்கள் பின்வருமாறு:

- சுற்றுலா எப்போதும் ஒரு தற்காலிக நிகழ்வு.
- சுற்றுலா ஒரு சுற்றுலா இடத்தில் ஒரு பார்வையாளர்.
- சுற்றுலா என்பது எந்தவொரு நாட்டினுள் அல்லது வெளியே ஒரு சுற்றுலாப் பயணிகளின் இயக்கம்.
- இது வீட்டுச் சூழலுக்கு வெளியில் இருந்து வரும் ஒரு இயக்கம்.
- சுற்றுலா என்பது பயணியின் விருப்பத்தால் தீர்மானிக்கப்படும் ஒரு இயக்கம்.
- சுற்றுலா எந்தவொரு நோக்கத்திற்காகவும் மேற்கொள்ளப்படலாம், ஆனால் வருவாய் ஈட்டுவதற்காக அல்ல.
- கால அவகாசம் இல்லை; சுற்றுலா ஒரு நாள் அல்லது தங்குவதற்கு ஒரு மாதம் கூட இருக்கலாம்.
- இது எப்போதும் இன்பம் மற்றும் பொழுதுபோக்கு தொடர்பான செயல்பாடுகளுக்கானது.

சுற்றுலா வளர்ச்சியை பாதிக்கும் சில முக்கிய காரணிகள்:

- இனிமையான வானிலை (உதாரணமாக, இந்தியாவில் மலைவாசஸ்தலங்கள்);

குறிப்பு

குறிப்பு

- கண்ணுக்கினிய அழகிகளுக்கு ஈர்ப்பு;
- ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்தின் வசதி;
- வரலாற்று மற்றும் கலாச்சார ஆர்வத்திற்கான ஈர்ப்பு;
- தங்க வேண்டிய இடங்கள் தொடர்பான வசதிகள்;
- தளர்வு;
- பொழுதுபோக்கு;
- சுகாதாரத்தைப் பொறுத்தவரை குணப்படுத்துதல்;
- சாகசத்திற்கான சாத்தியம்;
- ஷாப்பிங் வசதிகள்;
- நண்பர்கள் மற்றும் குடும்பங்களைப் பார்ப்பது; மற்றும்
- மத .: சமூக விழாக்களில் கலந்துகொள்வது.

சுற்றுலா தலங்கள் சுற்றுலாவின் 4யு களை பூர்த்தி செய்ய வேண்டும், அவை பின்வருமாறு:

- ஈர்ப்புகள்;
- அணுகல்;
- வசதிகள்; மற்றும்
- துணை சேவைகள்.

சுற்றுலா ஈர்ப்புகளின் வளர்ச்சி

முக்கியமாக இரண்டு காரணங்களுக்காக ஈர்ப்புகளின் வரலாற்று வளர்ச்சியை மீண்டும் உருவாக்குவது மிகவும் கடினம். முதலாவதாக, குறிப்பிட்ட தளங்களை “ஈர்ப்புகள்” என்று பெயரிடுவதற்கு எத்தனை பேர் சரியாகத் தேவைப்படுகிறார்கள் என்பதைத் தீர்மானிப்பது மிகவும் கடினம். உதாரணமாக, ரோமானிய ஆட்சியின் போது எகிப்திய பிரமிடுகள் மக்களிடையே பெரும் ஈர்ப்பாக இருந்தனவா என்பது உறுதியாகத் தெரியவில்லையா? இந்த நேரத்தில், சுற்றுலாப்பயணிகளாக இந்த தளங்களை யாராவது பார்வையிட்டார்களா? ஆண்டுதோறும் ஆயிரக்கணக்கான மக்கள் தளத்தைப் பார்வையிடும்போது ஒரு தளம் ஒரு ஈர்ப்பாக மாற்றப்படுகிறதா? தளம் எளிதில் அணுகக்கூடிய போக்குவரத்து வழிமுறையா? நவீன நாட்களில், பிரபலமான இடங்களை மில்லியன் கணக்கான சுற்றுலாப் பயணிகள் மற்றும் பிற மக்கள் பல்வேறு காரணங்களுக்காக பார்வையிடுகிறார்கள் (உதாரணமாக, பாரிஸில் லூவ்ரே அல்லது இந்தியாவின் தாஜ்மஹால் பார்வையாளர்களின் வருகை 8 மில்லியனை எட்டலாம்).

இரண்டாவது காரணம் ஒரு ஈர்ப்பைப் பார்வையிடும் நோக்கம் அல்லது நோக்கம். புனித நிர்மாணங்களில் பெரும்பாலானவை (உதாரணமாக, கதீட்ரல்கள், கோயில்கள் மற்றும் மசூதிகள்) சுற்றுலா தலங்கள் மற்றும் பக்தி மற்றும் வழிபாட்டு மையங்களாக இரட்டை பாத்திரத்தை நிறைவேற்றுகின்றன. மத காரணங்களுக்காக சுற்றுலாப் பயணிகளில் எத்தனை சதவீதம் பேர் இந்த தளங்களைப் பார்வையிடுகிறார்கள்,

கட்டிடக்கலைக்கு என்ன சதவீதம் என்று முடிவு செய்வது மிகவும் கடினம்.

ஏராளமான பழங்கால இடங்கள் மக்கள் மத்தியில் தொடர்ந்து பிரபலமாக உள்ளன. பண்டைய உலகின் ஒரு பயண ஆராய்ச்சியாளரின் கூற்றுப்படி, பயணிகளைப் பார்க்க அவர்களைத் தூண்டிய ஏராளமான இடங்கள் பொ.ச.மு 3000 முதல் கி.பி 600 வரையிலான காலகட்டத்தில் விழுகின்றன. பண்டைய எகிப்து நிச்சயமாக மத நோக்கங்களால் ஒரு பெரிய ஈர்ப்பாக இருந்தது. புதிய எகிப்து இராச்சியத்தின் போது (கிமு 1600-1200), கிசாவில் உள்ள ஸ்பிங்க்ஸ் மற்றும் பிரமிடுகளை உள்ளடக்கிய பல அற்புதமான கட்டுமானங்கள் நிச்சயமாக பண்டைய பயணிகளால் பார்வையிடப்பட்டன. கிரேக்கர்கள் மற்றும் ரோமானியர்களும் தொடர்ச்சியான பயணிகளாக இருந்தனர் மற்றும் அவர்களின் கட்டிடக்கலை அல்லது கலைப்பொருட்களுக்காக பிரபலமான தளங்களை பார்வையிட்டனர்.

பண்டைய கிரேக்கத்தில், அக்ரோபோலிஸில் பார்த்தீனான், டெல்பிக் ஆர்க்கிள் அல்லது ஒலிம்பியாவில் உள்ள அரங்கம் போன்ற கோயில்கள் பிரதான இடங்களாக இருந்தன. ஏழு அதிசயங்களின் முதல் கிரேக்க பதிவை சீடோனின் ஆன்டிபேட்டர் வழங்கினார்-இது ஒரு பழங்கால கிரேக்க கவிஞர் கிமு 2 ஆம் நூற்றாண்டின் இரண்டாம் பாதியில்.

பொது விழாக்கள் மற்றும் நிகழ்வுகளின் போது ரோமானிய நாட்காட்டி செழித்தது, இது ரோமானிய குடிமக்களை தேர் பந்தயங்கள், நாடக படைப்புகள் அல்லது கிளாடியேட்டர் போட்டிகளுக்காக பிரபலமான கொலோசியத்திற்கு ஈர்த்தது. கனிம அல்லது வெப்ப நீர்நிலைகளைச் சுற்றி குவிந்துள்ள கடலோர ரிசார்ட்ஸ் அல்லது சுகாதார ரிசார்ட்ஸ் உருவாவதையும் ரோமானிய பேரரசு உருவாக்கியது. உணவுப் பழக்கவழக்கங்கள் பண்டைய ரோமானியர்களை லுகரின் ஏரிக்கு சுவையான ஈல்கள் அல்லது ரோட்ஸிற்கான பயணங்களை ஒழுங்கமைக்க ஊக்குவித்தன.

மிதமான காலங்களில் மட்டுமே வரையறுக்கப்பட்ட இடங்கள் வளர்ந்தன. மத யாத்ரீகர்கள் ஜெருசலேம், ரோம், கேன்டர்பரி அல்லது சாண்டியாகோ டி காம்போஸ்டெலாவில் உள்ள புகழ்பெற்ற தேவாலயங்களை பார்வையிட்டனர். கிறிஸ்தவ பாதுகாப்புகளைத் தவிர, அரபு தீபகற்பத்திலும், பின்னர், முஸ்லிம் உலகம் முழுவதிலும் முக்கியமான புனித யாத்திரை தளங்கள் தோன்றின என்பதையும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். இன்று, மிகவும் பிரபலமான தளங்கள் மக்கா மற்றும் மதீனா (இப்போது சவுதி அரேபியாவில்). பார்வையாளர்களிடையே புகழ்பெற்ற ஷேக் சயீத் மசூதி ஐக்கிய அரபு எமிரேட்டில் உள்ள மிகப்பெரிய மசூதியாகும்.

மறுமலர்ச்சியின் போது, மத சார்பற்ற காரணங்களுக்காக பயணம் ஒப்பீட்டளவில் உயர்ந்த அளவில் மேற்கொள்ளப்பட்டது. மறுமலர்ச்சி

குறிப்பு

குறிப்பு

மக்கள் இயற்கை மற்றும் கலாச்சாரம் இரண்டிலும் அதிக அக்கறை கொண்டிருந்தனர். எலிசபெத் ஐயோஃப் இங்கிலாந்தின் (1558-1603) ஆட்சிக் காலத்தில், மக்கள் ஏற்கனவே பல்வேறு இடங்களுக்குச் சென்று கொண்டிருந்தனர். பின்னர், கிராண்ட் டூர் நிகழ்வு பிரிட்டிஷ் தீவுகளில் வேரூன்றியது. பிரபு, வம்சாவளியைச் சேர்ந்த ஆங்கிலேயர்கள் தங்கள் பழக்கவழக்கங்களைச் செம்மைப்படுத்துவதோடு, பிரான்ஸ், இத்தாலி, கிரீஸ் அல்லது ஆல்ப்ஸ் ஆகியவற்றின் கலாச்சாரம் மற்றும் புகழ் பெற்றவர்களுடன் தங்களை அறிமுகப்படுத்திக் கொள்ளும் நோக்கில் மேற்கொள்ளப்பட்ட கண்டத்திற்கான பயணங்கள் இவை. இந்த பயணங்களின் போது, அன்றைய இடங்களை, குறிப்பாக வரலாற்று தளங்கள், காட்சியகங்கள், தொகுப்புகள் அல்லது கட்டிடக்கலை படைப்புகளைப் பார்வையிட வேண்டியது அவசியம் என்று கருதப்பட்டது.

20 ஆம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தோடு நவீன ஒலிம்பிக் போட்டிகளின் அமைப்பு போன்ற நிகழ்வுகளின் அடிப்படையில் ஈர்ப்புகளின் வளர்ச்சி ஏற்பட்டது. ஃபோர்டு ஆட்டோமொபைல்களின் அசெம்பிளி லைன் உற்பத்தியால் இயக்கப்படும் மொத்த மோட்டார்மயமாக்கலின் வளர்ச்சி, மற்றும் பணம் செலுத்திய பொது விடுமுறைகள் மற்றும் விடுமுறை கொடுப்பனவுகளை அறிமுகப்படுத்துவதற்கான முதலாளிகளின் தேர்வு, உள்ளூர் சுற்றுலா தலங்களில் தளர்வு, சாகச மற்றும் பொழுதுபோக்குகளை வழங்கும் கவனத்தை வளர்ப்பதற்கு வழிவகுத்தது. நவீன விலங்கியல் தோட்டங்கள் மற்றும் சஃபாரி பூங்காக்கள், ஆப்பிரிக்காவில் மட்டுமல்ல, ஐரோப்பா அல்லது வடஅமெரிக்காவிலும் தோற்றமளிக்கும் கவர்ச்சியான இடங்கள் மற்றும் வனவிலங்குகளில் ஆர்வம். வார இறுதி பொழுதுபோக்கு மையங்கள் மலிவான, சுய கேட்டரிங் உறைவிடம் (எ.கா. முகாம் தளங்கள்), வெகுஜன கேட்டரிங், நீச்சல் குளங்கள், நடன அரங்குகள் மற்றும் விளையாட்டு வசதிகள் ஆகியவற்றை வழங்கின, இவை நகர்ப்புற ஒருங்கிணைப்புகளுக்கு அருகில் அமைந்திருந்தன. அத்தகைய மையம் பல ஆயிரம் பார்வையாளர்களைக் கவர்ந்தால், அது ஒரு சுற்றுலா தலமாக மாற்றப்பட்டது. ஓய்வு நேரம், இயக்கம் மற்றும் செலவு சக்தி ஆகியவற்றின் அதிகரிப்பால் வளர்ந்து வரும் இடங்களுக்கான சறுக்கல் தூண்டப்பட்டது. இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பிறகு, சுற்றுலா தலங்களில் ஒரு வகையான ஏற்றம் காணப்படுகிறது. பல முதலீட்டாளர்கள், சுற்றுலா அமைப்புகள், சுற்றுலா சங்கங்கள் மற்றும் உள்ளூர் அரசாங்கங்கள் கருப்பொருள் சுற்றுலா தலங்களை உருவாக்குவதற்கு ஆதரவளித்தன. டிஸ்னிலேண்டில் தீம் பூங்காக்களை உருவாக்க பொழுதுபோக்குத் துறை முடிவு செய்தது. பண்ணைகள், தொழிற்சாலைகள் மற்றும் சுரங்கங்கள் (பெரும்பாலும் அழிவின் வாசலில்) அவற்றின் வரலாற்று பாரம்பரிய மதிப்பின் அடிப்படையில் வெவ்வேறு இடங்களை உருவாக்குவதற்கு தங்களை அர்ப்பணித்தன. மகத்தான ஷாப்பிங் மையங்களின் தோற்றத்தால் இது கூடுதலாக இருந்தது; துறைமுகங்கள் சுற்றுலா தலங்களாக மாற்றப்பட்டன.

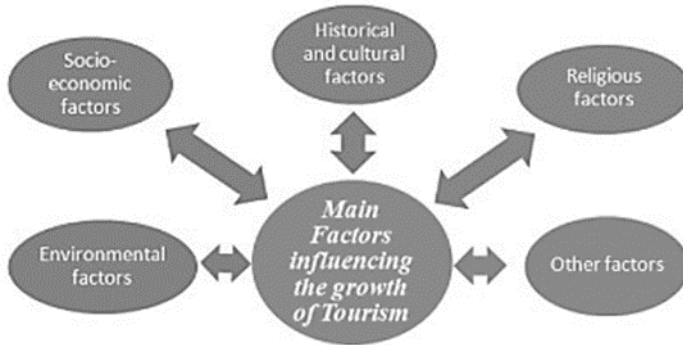
ஈர்ப்புகளின் வரலாற்று ரீதியாக விதிவிலக்கான வளர்ச்சிக்கான சில காரணங்கள் பின்வருமாறு:

- சமூகத்தின் செல்வத்தில் வளர்ச்சி;
- ஈடுசெய்யப்பட்ட விடுமுறை மற்றும் வார இறுதி வடிவத்தில் சிறந்த தரமான விடுமுறை நேரம்;
- தொழில்நுட்பத்தில் (இணையம், ஆன்லைன் வங்கி, மின்னஞ்சல், தேடுபொறி போன்றவை) மகத்தான முன்னேற்றம்;
- போக்குவரத்தின் முன்னேற்றம் காரணமாக அதிகரித்த இயக்கம்;
- ஊடகங்கள் / பத்திரிகைகளில் ஈர்ப்புகளை பிரபலப்படுத்துதல்;
- அரசாங்கங்கள், உள்ளூர் சமூகங்கள் மற்றும் பல்வேறு சுற்றுலா நிறுவனங்களால் மேற்கொள்ளப்படும் சுற்றுலா இடங்களின் முழுமையான சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் புகழ் மேம்பாடு; மற்றும்
- பல்வேறு சுற்றுலா கவலைகளால் விடுமுறை தொகுப்புகளின் முன்னேற்றம், பயணங்களின் ஆடம்பரத்தையும் சுலபத்தையும் ஒருங்கிணைத்தல், இது மிகவும் தொலைதூர இடங்களுடன் தொடர்புடையதாக இருந்தாலும் கூட.

சுற்றுலா தலங்களின் வளர்ச்சி சமூக மற்றும் தொழில்நுட்ப மாற்றங்கள் மற்றும் பார்வையாளர்களின் மாறுபட்ட தேவைகள் குறித்து கவனத்தை ஈர்க்கிறது. பயணிகள் தேவைகள் மற்றும் சுவைகளுடன் வேகத்தை நிலைநிறுத்த ஈர்ப்புகள் செய்யப்படுகின்றன, கண்டுபிடிக்கப்பட்டுள்ளன, உருவாக்கப்படுகின்றன அல்லது நிர்வகிக்கப்படுகின்றன என்பதை அலிட்டில் கணக்கெடுப்பு சித்தரிக்கிறது, அதே நேரத்தில் ஈர்ப்பு வளர்ச்சி தேசியத்திற்கு ஆர்வமாக உள்ளது ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டு சுற்றுலா பயணிகள், சுற்றுலா பகுதிகள் மற்றும் சுற்றுலாத் துறையின் சுற்றுலா வாரியங்கள்.

சுற்றுலா வளர்ச்சியை பாதிக்கும் முதன்மை காரணிகள்

படம் 8.1 சுற்றுலாவின் வளர்ச்சியை பாதிக்கும் பல்வேறு காரணிகளை சித்தரிக்கிறது.



படம் 8.1: சுற்றுலா வளர்ச்சியை பாதிக்கும் காரணிகள்

குறிப்பு

குறிப்பு

சுற்றுலாவின் விரிவாக்கம் மற்றும் வளர்ச்சியை பாதிக்கும் குறிப்பிடத்தக்க காரணிகள் பின்வருமாறு:

1. சுற்றுச்சூழல் காரணிகள்:

நான். ஒழுக்கமான காலநிலை:இந்தியாவில், மும்பைக்கு அருகிலுள்ள லோனாவாலா மற்றும் மகாபலேஷ்வர் போன்ற இடங்கள்; குலு மற்றும் மணாலி; ஷில்லாங்; காஷ்மீர்; மற்றும் டார்ஜிலிங் குளிர் மற்றும் இனிமையான காலநிலைக்கு அறியப்பட்ட சில பிரபலமான இடங்கள். வெப்பமண்டல சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கும் குளிர்ான காலநிலை கொண்ட பிற நாடுகள் சுவீட்சர்லாந்து மற்றும் சுவீடன்.

வை. அழகான இயற்கைக்காட்சி: சூரிய உதயம் மற்றும் சூரிய அஸ்தமனம், நீட்டிக்கப்பட்ட கடல் கடற்கரைகள், புதிய நீர் ஏரிகள், நீர்வீழ்ச்சிகள் போன்றவை பெரும்பாலும் ஏராளமான சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கின்றன.

2. சமூக பொருளாதார காரணிகள்: இந்த காரணிகள் பின்வருமாறு:

- அணுகல்;
- தங்குமிடம்;
- வசதிகள்
- துணை சேவைகள்.

3. வரலாற்று மற்றும் கலாச்சார காரணிகள்: வரலாற்று மற்றும் கலாச்சார முக்கியத்துவம் வாய்ந்த சில இடங்கள் ராஜஸ்தான் மற்றும் டெல்லியில் உள்ள கோட்டைகள்; பெருவில் நாஸ்கா கோடுகள் மற்றும் மச்சு பிச்சு; எகிப்தில் கிசாவின் பிரமிட்; சீனப்பெருஞ்சுவர்; மற்றும் இங்கிலாந்தில் ஸ்டோன்ஹெஞ்ச்.

4. மத காரணிகள்: மத முக்கியத்துவத்திற்கு பிரபலமான சில இடங்கள் இஸ்ரேலில் எருசலேம்; சவுதி அரேபியாவில் மக்கா மற்றும் மதீனா; மற்றும் திருப்பதி, புரி, வாரணாசி மற்றும் இந்தியாவில் அமிர்தசரஸ்.

5. பிற காரணிகள்: ரோஸ்வெல், நியூ மெக்ஸிகோ (அமெரிக்கா) இல் உள்ள யுஎஃப்.ஓ விபத்து தளம் போன்ற தளங்கள் உலகம் முழுவதிலுமிருந்து ஏராளமான சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கின்றன.

6. பழங்குடி கலாச்சாரம்: வடக்கு தாய்லாந்தின் சுலவேசி, மலைவாழ் பழங்குடியினரில் உள்ள டோராஜா இறுதி சடங்குகள் சுற்றுலாப் பயணிகளை அவர்களின் கலாச்சார முக்கியத்துவம் காரணமாக பிரபலமாக ஈர்க்கின்றன.

7. இயற்கை சூழலியல்: சுந்தர்பான்ஸ், இந்தியா போன்ற இடங்கள் (புலிகளுக்கு பிரபலமானது); பவளப்பாறைகளுக்கு ராஜா ஆம்பட் மற்றும்

அந்தமான் தீவுகள்; பிரேசில் அதன் மழைக்காடுகளுக்கு; மற்றும் ஓராங்குட்டான்களுக்கான போர்னியோ ∴ சுமத்ரா சுற்றுச்சூழல் சுற்றுலாவுக்கு பிரபலமானது.

8. மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட நினைவுச்சின்னங்கள்: சில எடுத்துக்காட்டுகள் ஈபிள் டவர், பாரிஸ்; தாஜ்மஹால், இந்தியா; கொலோசியம், ரோம்; மற்றும் சீனாவின் பெரிய சுவர், சீனா.

சுற்றுலா மேம்பாட்டு மாதிரிகள்

ஒரு சுற்றுலா மேம்பாட்டு மாதிரியானது பல வழிகாட்டுதல்களை உள்ளடக்கியது, இது நிலையான சுற்றுலா இடத்தை உருவாக்குவதற்கான செயல்முறையில் உதவுகிறது. இது சுற்றுலா தயாரிப்பு மேம்பாடு, நிகழ்வு அமைப்பு, சந்தைப்படுத்தல், பார்வையாளர் கண்காணிப்பு மற்றும் பிற பணிகளுக்கு உதவுகிறது.

சுற்றுலா பகுதி வாழ்க்கை சுழற்சியின் பட்லர் மாதிரி (1980)

பட்லர் மாடல் ஒரு இலக்குக்கான சுற்றுலா வளர்ச்சியின் கட்டங்களை ஆராய்கிறது. பட்லரின் கூற்றுப்படி, வளர்ச்சியின் ஐந்து நிலைகள் உள்ளன, அவை:

1. கண்டுபிடிப்பு: முதன்மை சுற்றுலா தலங்களை ஆராய்ந்து ஒரு சிறிய எண்ணிக்கையிலான மக்கள் இந்த பகுதிக்கு முதலில் வருகை தருகின்றனர். இந்த மக்கள் தங்கள் அனுபவங்களை மற்றவர்களுடன் பகிர்ந்து கொள்கிறார்கள். இப்பகுதியில் உள்ள மக்கள் சுற்றுலாவின் நன்மைகளை அனுபவித்து வருகிறார்கள், பார்வையாளர்களுக்கான தங்குமிடம் போன்ற இரண்டாம் சுற்றுலா சேவைகளை உருவாக்கத் தொடங்குகின்றனர்.

2. வளர்ச்சி / வளர்ச்சி: வளர்ச்சியின் இரண்டாம் கட்டத்தில், சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும் மற்றும் சுற்றுலாப் பருவம் உருவாகக்கூடும். பார்வையாளர்கள் வாய், ஊடகம் அல்லது வழிகாட்டி புத்தகங்கள் வழியாக இந்த இடத்தைப் பற்றி கேள்விப்பட்டிருக்கலாம். சுற்றுலா தலங்கள் ஒரு பெரிய பார்வையாளர்களுக்கு விற்பனை செய்யத் தொடங்கும், மேலும் மேம்பட்ட போக்குவரத்து (சாலைகள் மற்றும் விமான நிலையங்கள் போன்றவை) உட்பட இரண்டாம் நிலை சேவைகள் உருவாகும்.

3. வெற்றி: இந்த நிலையில், வெகுஜன சுற்றுலா அசல் பொருளாதாரத்தை மாற்றுகிறது; போக்குவரத்து, வழிகாட்டுதல், தங்குமிடம் மற்றும் உணவகங்கள் உள்ளிட்ட சுற்றுலா வசதிகள் முழுமையாக உருவாக்கப்பட்டு பயன்படுத்தப்படுகின்றன. உள்ளூர் கலாச்சாரம் பாதிக்கப்படலாம் மற்றும் எதிர்மறையான தாக்கங்கள்

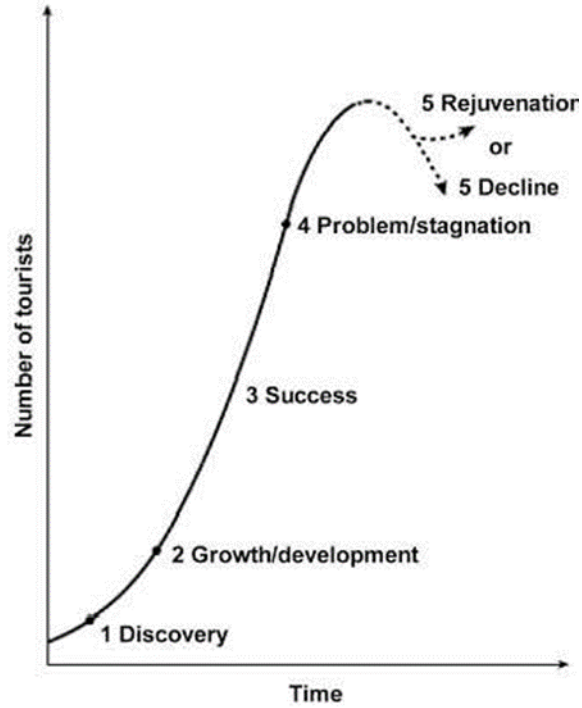
குறிப்பு

குறிப்பு

காணப்படலாம். சுற்றுலாப்பயணத்தால் பயனடையாத உள்ளூர் மக்களிடையே சில அதிருப்தி இருக்கலாம்.

4. **சிக்கல் / தேக்கம்:** இந்த கட்டத்தில், பார்வையாளர் எண்கள் உச்சத்தை எட்டுகின்றன அல்லது சுமந்து செல்லும் திறன் கொண்டவை. சுற்றுலா சமூக, பொருளாதார, சுற்றுச்சூழல் அல்லது அரசியல் பிரச்சினைகளை ஏற்படுத்தக்கூடும். இப்பகுதி இன்னும் பிரபலமாக இருந்தாலும், அது இனி நாகரீகமாக இல்லை, மேலும் பல சுற்றுலா பயணிகள் இப்போது புதிய இடங்களுக்கு அதிக ஆர்வம் காட்டுகின்றனர்.

5. **புத்துணர்ச்சி அல்லது சரிவு:** இந்த கடைசி கட்டத்தில், சுற்றுலாப் பயணிகள் மற்ற நாகரீகமான, பழுதடையாத இடங்களுக்குச் செல்வதால் இப்பகுதி குறைகிறது, அல்லது சுற்றுலா வளர்ச்சிக்கு புதிய, நிலையான அணுகுமுறைகளுடன் மறுபெயரிடுகிறது.



படம் 8.2: சுற்றுலா வளர்ச்சியின் பட்லர் மாதிரி

ஹாக்கின்ஸ் மாதிரி

இந்த மாதிரி சுற்றுலாவுக்கு மாறுபட்ட அணுகுமுறைகளை பிரதிபலிக்கிறது. சுற்றுலா வளர்ச்சி மற்றும் சுமந்து செல்லும் திறன் ஆகியவற்றைத் தொடும்போது, இந்த அணுகுமுறைகள் காலப்போக்கில் எவ்வாறு மேலும் எதிர்மறையாக மாற்றப்படும் என்பதையும் இது சித்தரிக்கிறது.

இந்த மாதிரியில் (படம் 8.3), பச்சை உள் வளையம் சுற்றுலாப் பயணிகளின் குறைந்த ∴ வாசல் அளவைக் குறிக்கிறது மற்றும் வெளிப்புறத்தின் விளிம்பில், மஞ்சள் வளையம் தீவிர சுமந்து செல்லும் திறனைக் குறிக்கிறது. வரைபடத்தில் வழங்கப்பட்ட பாதுகாப்பு மற்றும் பாதுகாப்பு, மனித கருத்து மற்றும் பல கலாச்சார தாக்கங்கள் போன்ற சில காரணிகளால் மஞ்சள் வளையத்தின் அளவு பாதிக்கப்படும். இந்த காரணிகள் அனைத்தும் நியாயமான முறையில் நிர்வகிக்கப்படும் போது, சுமந்து செல்லும் திறன் நிச்சயமாக அதிகரிக்கும்; இருப்பினும், அவை நியாயமான முறையில் நிர்வகிக்கப்படாவிட்டால், அது குறையும் ய ஒரு பகுதி தாங்கக்கூடிய, பொறுத்துக்கொள்ள அல்லது ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கையானது, இந்த காரணிகள் எவ்வாறு நிறைவேற்றப்படுகின்றன என்பதன் அடிப்படையில் வேறுபடுகின்றன.

சுற்றுலா முனையத்தின் போக்குவரத்து அளவை பாதிக்கும் பல்வேறு காரணிகள் பின்வருமாறு:

1. உள்கட்டமைப்பு: இதில் போக்குவரத்து திறன், கழிவுநீர் வழிமுறை மற்றும் நீர்வழங்கல் அமைப்புகள் ஆகியவை தங்குமிட வசதிகளுடன் அடங்கும்.
2. சமூக: உள்ளூர் நெறிமுறைகள், கட்டணங்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான வெல்.பேர்கள் ஆகியவற்றில் சுற்றுலாவின் செல்வாக்கு இதில் அடங்கும்.
3. பொருளாதாரம்: சுற்றுலாவில் இருந்து கிடைக்கும் வருவாய், வாழ்க்கைச் செலவு, சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு வழங்கப்படும் சேவைகளின் செலவுகள், சுற்றுலா தொடர்பான சேவைகளில் முதலீடு மற்றும் சுற்றுலாப் பயணிகள் மற்றும் குடியிருப்பாளர்களுக்கான வசதிகள் இதில் அடங்கும்.
4. சுற்றுச்சூழல்: தாவரங்கள் மற்றும் விலங்கினங்கள், மாசுபாட்டின் நிலை மற்றும் காட்சி நிலப்பரப்பு ஆகியவற்றின் விளைவுகள் இதில் அடங்கும்.
5. அரசியல்: சுற்றுலா / பார்வையாளர்கள் தொடர்பான விதிமுறைகள், விசாவின் கட்டுப்பாடுகள் மற்றும் சுற்றுலாவில் இருந்து வசூலிக்கப்படும் வரிகளை அரசு செலவு செய்வது ஆகியவை இதில் அடங்கும்.

சுற்றுலா வளர்ச்சியின் பல்வேறு தீர்மானிப்பவர்கள்

சுற்றுலாவுக்கான வெளிப்புற நிலைமைகளை உருவாக்கும் காரணிகள் மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய காரணிகளுக்கு இடையில் ஒரு வேறுபாட்டை நிறுவ முடியும், அவை சுற்றுலா நிகழ்வுகளுடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளன. முதல் குழுவில், சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி, அரசியல், பொருளாதார, சமூக-கலாச்சார மற்றும் தொழில்நுட்ப காரணிகளால் ஆன ஒரு குழு அடங்கும்.

கூடுதலாக, சுற்றுலாவில் நிகழும் விலகல்கள் (உள் நிலைமைகள்), புதிய போக்குகள், நாகரிகங்கள் மற்றும் நடத்தை வடிவங்கள் ஆகியவை சுற்றுலா ஈர்ப்பு சந்தைக்கு மாறுபட்ட முக்கியத்துவத்தைக் கொண்டுள்ளன. சுற்றுலா பயணிகளை ஈர்க்கும் சந்தையை பாதிக்கும் குறிப்பிடத்தக்க காரணிகளில் ஒன்று தொழில்நுட்பம் மற்றும் ஊடகங்களின் முன்னேற்றம் (இணையம் மற்றும் ஊடகம் இரண்டும்).

பின்வரும் காரணிகள் சுற்றுலா ஈர்ப்பின் முக்கிய தீர்மானங்களாக கருதப்படுகின்றன.



படம் 8.4: சுற்றுலா ஈர்ப்பு சந்தை நிர்ணயிப்பாளர்களின் மாதிரி. (ஆதாரம்: க்ருசெக் இசட், 2008)

• **அரசியல் காரணிகள்:** அரசியல் காரணிகளின் எடுத்துக்காட்டுகளில் ஐரோப்பாவில் பல்வேறு ஏற்ற தாழ்வுகள், கண்டங்களுக்குள் ஒருங்கிணைப்பு, வன்முறை மற்றும் பயணிகளின் பாதுகாப்பு தொடர்பான அபாயங்கள் ஆகியவை அடங்கும். இந்த காரணிகள் பாதிப்பில்லாத சுற்றுலா பகுதிகளில் எதிர்மறையான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. அரசியல் தாக்கத்தின் சிக்கல்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட நாட்டிற்கான சுற்றுலா போக்குவரத்தில் கணிசமான எதிர்மறையான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. சுற்றுலாப் பயணிகளின் பார்வைகளைப் பொறுத்தவரை, அரசியல் கொந்தளிப்பு அல்லது மோதல்கள் அல்லது இயற்கை பேரழிவுகளால் பாதிக்கப்பட்டுள்ள பல்வேறு இடங்கள், பாதுகாப்பான மற்றும் கவர்ச்சிகரமான சுற்றுலா தலங்களாக தங்கள் உறுதியான படத்தை இழக்கின்றன. இது தொடர்புடைய வருமானத்துடன் சுற்றுலாப் பயணிகளின் வருகையும் குறைகிறது. சுற்றுலா மேம்பாட்டு உத்திகள் இடைநிறுத்தப்பட்டுள்ளன அல்லது பிற்காலத்திற்கு ஒத்திவைக்கப்படுகின்றன (எ.கா. இஸ்ரேல், பாகிஸ்தான் மற்றும் சூடான்).

• **பொருளாதார காரணிகள்:** இந்த தீர்மானிப்பவருக்கு துபாயை ஒரு கண்கவர் எடுத்துக்காட்டு என்று கருதலாம். இந்த எமிரேட்டில் வசிப்பவர்கள் நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு, சுற்றுலாத்துறையில் சில வாய்ப்புகளை எதிர்பார்க்கிறார்கள். சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்ப்பதற்காக, உலகெங்கிலும் வியக்க வைப்பதற்கும், மயக்குவதற்கும் புதிய சுற்றுலா தலங்களை வடிவமைப்பதில் நாடு மூலதனமாக்கப்பட்ட பில்லியன்கள் (மிக உயரமான கட்டுமானங்கள், மிகவும் ஆடம்பரமான ஹோட்டல்கள், ஸ்கை துபாய் பனிச்சறுக்கு நிலையம், உள்ளங்கைகள் அல்லது உலக வரைபடங்கள் போன்ற இயற்கை அல்லாத தீவுகள் மற்றும் டெரகோட்டா இராணுவத்தின் இனப்பெருக்கம்). சுற்றுலா பயணிகள் ஈர்க்கும் டிக்கெட்டுகள் மற்றும் கேட்டரிங், தங்குமிடம், போக்குவரத்து, கலாச்சார மற்றும் பொழுதுபோக்கு சேவைகளை வழங்குவதன் மூலம் சுற்றுலா தலங்கள் லாபத்தை ஈட்டுகின்றன. சுற்றுலா நிறுவனங்கள் செலுத்தும் வரி உள்ளூர் வரவு செலவுத் திட்டங்களை நிரப்புகிறது. சுற்றுலா சேவைகளில் அபரிமிதமான வேலைவாய்ப்பு சந்தையை உருவாக்குகிறது.

• **சமூக-கலாச்சார காரணிகள்:** இந்த காரணிகளில் குடும்ப மாதிரிகள், வயதான சமூகங்கள், ஊனமுற்றோருடனான சவால் மற்றும் இயற்கையைப் பாதுகாத்தல் ஆகியவை அடங்கும். இந்த காரணிகள் சுற்றுச்சூழல் தேவைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்கும், ஊனமுற்றோர் மற்றும் முதியவர்களுக்கு அணுகுவதற்கும் ஈர்ப்புகளை உருவாக்குவதற்கும் மாற்றுவதற்கும் பெரும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.

• **தொழில்நுட்ப காரணிகள்:** இந்த காரணிகளில் மின்னணு தொடர்பு மற்றும் தொலைத்தொடர்பு, மெய்நிகர் ரியாலிட்டி, ஹோம் தியேட்டர்கள் மற்றும் கணினிகள் ஆகியவற்றில் முன்னேற்றம் அடங்கும். தற்போது மிகவும் உயரடுக்கு ஈர்ப்பு என்பது விண்வெளி விமானமாகும், இருப்பினும் வானத்தில் அதிக செலவு காரணமாக வாடிக்கையாளர்களின் எண்ணிக்கை குறைவாகவே உள்ளது. ஒருமுறை, எதிர்காலத்தில், பறக்கும் செலவுகள் தள்ளுபடி செய்யப்படுவதால், விண்வெளி சுற்றுலாவையும் நாம் நிச்சயமாக வெளிப்படுத்த முடியும்.

சுற்றுலாவின் சமீபத்திய எழுச்சி அதிக ஓய்வு நேரம், மனித இயக்கம் அதிகரித்தது மற்றும் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்தியது. இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பிறகு, சுற்றுலா தலங்களில் பலவிதமான வெடிப்புகள் காணப்படுகின்றன. முதலீட்டாளர்கள் மட்டுமல்லாமல், சுற்றுலா சங்கங்கள், தொடர்புடைய நிறுவனங்கள் மற்றும் உள்ளூர் அரசாங்கங்களும் கருப்பொருள் சுற்றுலா தலங்களை உருவாக்க உதவியுள்ளன. டிஸ்னிலேண்டின் மாதிரியாக தீம் பூங்காக்களை உருவாக்குவது ஓய்வுநேரத் தொழில் தீர்மானித்தது. பண்ணைகள், தொழிற்சாலைகள் மற்றும் சுரங்கங்கள் அவற்றின் தற்போதைய பாரம்பரியத்தின் வரலாற்று மதிப்பின் அடிப்படையில் பல்வேறு

குறிப்பு

புதுமையான இடங்களை நிர்மாணிப்பதில் ஈடுபட்டுள்ளன. ஏராளமான ஷாப்பிங் மால்கள் மற்றும் மெரினாக்கள் சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கும் இடங்களாக மாற்றப்பட்டுள்ளன.

20 ஆம் நூற்றாண்டின் கடைசி இருபது ஆண்டுகளில் பல்வேறு சுற்றுலா தலங்களின் அசாதாரண வளர்ச்சி காணப்பட்டது. பல நாடுகளில் இந்த காலகட்டத்தில் சுற்றுலா தலங்கள் இருமடங்காக அதிகரித்துள்ளன. சுற்றுலா தலங்களை மேம்படுத்துவது ஒரு நிகழ்வாக பேசுவது பாதுகாப்பானது; பயணிகள் ∴ சுற்றுலா பயணிகள் மற்றும் சுற்றுலா அமைப்பாளர்களின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக ஈர்ப்புகளுக்கான சந்தை வளர்ந்து வருகிறது. சுற்றுலாப் பயணிகளின் ஆசைகள் மற்றும் உணர்வுகளுக்கு ஏற்ப ஈர்ப்புகள் தொடர்ந்து உருவாக்கப்பட்டு, கண்டுபிடிக்கப்பட்டு நிர்வகிக்கப்படுகின்றன, அதே நேரத்தில் சுற்றுலாப் பயணிகள், சுற்றுலாப் பகுதிகள் மற்றும் முழு சுற்றுலாத் துறையையும் பெறும் நாடுகளின் மத்திய அரசு நிர்வாகங்களுக்கு ஈர்ப்பு மேம்பாடு ஆர்வமாக உள்ளது.

8.4 சுற்றுலா ஈர்ப்பு வளர்ச்சியில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகள்

நடப்பு ஆண்டுகளில் நாம் கவனித்தபடி, ஒரு கவர்ச்சியான மற்றும் செழிப்பான விடுமுறை இடத்தை உருவாக்கும் போது, சுற்றுலாப் பயணிகள் படிப்படியாக மிகவும் அதிநவீனமானவர்கள் மற்றும் ஒரு பிரம்மாண்டமான தனித்து நிற்கும் ஹோட்டலை விட அதிகமாக தேர்வு செய்கிறார்கள். பந்தயத்தை முன்னிறுத்தி, நீண்டகால திட்டங்கள் பொருளாதாரத் தேவையையும், சந்தைத் தேவையையும் தெளிவுற்ற முறையில் வடிவமைக்கப்பட்ட நோக்கம் மற்றும் பகுத்தறிவு கட்டங்களில் வழங்கக்கூடிய தொலைநோக்குடன் உறுதிப்படுத்த வேண்டும்.

தற்போதைய சூழ்நிலையைக் கவனியுங்கள், சுற்றுலா தலங்கள் அல்லது இலக்கு ஒருபோதும் சுற்றுலாப் பயணிகள் மட்டுமே பார்வையிட விரும்பும் இடமாக இருக்கக்கூடாது, ஆனால் சுற்றுலாப் பயணிகள் விரும்பும் இடமாக இருக்க வேண்டும். கட்டப்பட்ட தயாரிப்புக்கு அப்பால் தோன்றும் ஒரு வசதி நிலையை உருவாக்குவது என்பது ஒரு இலக்கு எவ்வாறு செழிக்க முடியும் என்பதாகும். இந்த வசதிகள் பின்வருவனவற்றைக் கொண்டுள்ளன:

- கட்டப்பட்ட ஈர்ப்புகள்: சானடோரியங்கள், கோல்ஃப் மற்றும் ரேஸ் படிப்புகள், நாட்டு கிளப்புகள், தீம் பூங்காக்கள் மற்றும் பிற தொடர்புடைய பொழுதுபோக்கு காரணிகள்;
- இயற்கை சொத்துக்கள்: அற்புதமான காட்சிகள், கானகம், நீர்நிலைகள், சின்னமான கட்டமைப்புகள் மற்றும் அடையாளங்கள்; மற்றும்

- மென்மையான நிரலாக்க: நிகழ்வுகள், செயல்பாடுகள் மற்றும் படிப்புகளின் தொடர்.

இந்தியாவில் சுற்றுலா வளர்ச்சி

1950 களில் இந்தியாவில் சுதந்திரத்திற்குப் பிந்தைய வளர்ச்சிக்கான சாத்தியமான கருவியாக சுற்றுலா ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது. சுற்றுலா விரிவாக்கத்தை ஐந்தாண்டு திட்டங்களின் தொடர்ச்சியாக அரசாங்கம் மேற்கொண்டது, 1966 ஆம் ஆண்டில் இந்தியாவை சுற்றுலா தலமாக உயர்த்துவதற்காக இந்திய சுற்றுலா மேம்பாட்டுக் கழகம் நிறுவப்பட்டது. 1980 களில் சுற்றுலா மேம்பாடு வேகத்தை அடைந்தது, சுற்றுலா தொடர்பான தேசிய கொள்கையை நிறுவுதல் மற்றும் சுற்றுலா திட்டங்களுக்கு நிதியளிப்பதற்காக சுற்றுலா நிதிக் கழகம் அமைக்கப்பட்டது. 1988 ஆம் ஆண்டில், சுற்றுலாவில் நிலையான வளர்ச்சியை அடைவதற்கான ஒரு விரிவான திட்டத்தை அரசாங்கம் உருவாக்கியது, அதைத் தொடர்ந்து 1992 ஆம் ஆண்டில் சுற்றுலாவுக்கான தேசிய செயல் திட்டம்.

சுற்றுலா மேம்பாட்டு முகவர்

இந்தியா சுற்றுலா மேம்பாட்டுக் கழகம் சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் ஆலோசனைப் பங்கை வகிப்பது மட்டுமல்லாமல், சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் ஊழியர்களுக்கான பயிற்சியையும் வழங்குகிறது, மேலும் சுற்றுப்பயணங்கள் ∴ பயணங்கள், ஹோட்டல்கள், போக்குவரத்து அமைப்புகள், கடமை இல்லாத கடைகள் மற்றும் உணவகங்களுடன் தொடர்புடைய பெரும்பாலான நிறுவனங்களை நிர்வகிக்கிறது. இந்திய சுற்றுலா மற்றும் பயண மேலாண்மை நிறுவனம், தேசிய நீர் விளையாட்டு நிறுவனம், மற்றும் இந்திய பனிச்சறுக்கு மற்றும் மலையேறுதல் நிறுவனம் போன்ற பணியகங்களுடன் சுற்றுலா அமைச்சகம் செயல்படுகிறது.

சுற்றுலா தலங்கள்: வட இந்தியா

இந்தியாவின் தலைநகரான டெல்லி, யமுனா நதிக்கு அருகில் அமைந்துள்ளது, ஏராளமான கலாச்சார இடங்கள், நேர்த்தியான ஷாப்பிங் மற்றும் சர்வதேச உணவு வகைகள் உள்ளன. “கோல்டன் முக்கோணம்” இந்த கோளத்திலும் அமைந்துள்ளது மற்றும் ஜெய்ப்பூர் நகரம் மற்றும் தாஜ்மஹால் புகழ்பெற்ற வரலாற்று ஆக்ரா ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. கவர்ச்சியை அதிகரிக்க, இந்த இடங்கள் பூர்வீகவாசிகள் மற்றும் வெளிநாட்டு பார்வையாளர்களை இலக்காகக் கொண்ட பரந்த அளவிலான தங்குமிடங்கள், சுற்றுப்பயணங்கள் மற்றும் பிற வசதிகளை வழங்குகின்றன, இது ஒப்பீட்டளவில் சிக்கலற்ற இந்த பிராந்தியத்தில் விடுமுறை திட்டத்தை வகுக்கிறது. ராஜஸ்தானில் உள்ள நகரங்கள் ஜோத்பூர் மற்றும் உதய்பூரை உள்ளடக்கியது, அமிர்தசரஸ் மற்றும் சண்டிகர் ஆகியவை பஞ்சாபில் அமைந்துள்ளன. மலையேற்றம்,

குறிப்பு

குறிப்பு

மலையேறுதல், ரா.:படிங் மற்றும் துடுப்பு போன்ற சாகச சுற்றுலாவுக்கு கவனம் செலுத்தும் இமயமலை மலைத்தொடரால் வட இந்தியா பாதுகாக்கப்படுகிறது. இவை பருவகால நடவடிக்கைகள், ஜூலை மற்றும் ஆகஸ்ட் மாதங்கள் உச்ச மாதங்களாக இருக்கின்றன.

சுற்றுலா தலங்கள்: தென்னிந்தியா

தென்னிந்தியாவின் மிகப்பெரிய மற்றும் வரலாற்று நகரங்களில் ஒன்றான சென்னை, ஏராளமான அரண்மனைகள், கோயில்கள் மற்றும் கோட்டைகளை வழங்குகிறது. பெங்களூரு அதன் லேசான காலநிலை மற்றும் கவர்ச்சிகரமான அரச அரண்மனைகளுக்கு நன்கு அறியப்பட்டிருக்கிறது, ஹைதராபாத் குவிமாடங்கள் மற்றும் மினாரெட்டுகளின் நகரமாகும், இது சுறுசுறுப்பான சந்தைகளுடன் குறுக்கிடப்படுகிறது. கேரள மாநிலம், தென்மேற்கு கடலோரப் பகுதியில், அமைதியான, பழுதடையாத கடற்கரைகள், அழகிய துறைமுகங்கள் மற்றும் கோவலம் போன்ற ரிசார்ட் நகரங்களை வழங்குகிறது. கடலோர உட்பங்கழிகள் பயணம் மற்றும் வனவிலங்குகளைப் பார்ப்பதற்கான ஒரு சிறந்த பகுதியாகும், மேலும் கொச்சிக்கு அருகிலுள்ள லட்சத்தீவின் பவளத் தீவுகள் டைவிங் மற்றும் ஸ்னோர்கெல்லிங்கிற்கான சிறந்த இடமாகும்.

சுற்றுலா தலங்கள்: மேற்கு இந்தியா

மும்பையின் கலாச்சார இடங்கள் நினைவுச்சின்னங்கள் மற்றும் அருங்காட்சியகங்கள், காலனித்துவ கோட்டைகள் மற்றும் மலைவாசஸ்தலங்களை உள்ளடக்கியது, ஆனால் மும்பை நகரமும் சிறந்த ஷாப்பிங் மற்றும் சாப்பாட்டை வழங்குகிறது. அரேபிய கடல் கடற்கரையோரம் தேங்காய் தோப்புகளால் சூழப்பட்ட சித்திர மீன்பிடி கிராமங்களால் வகைப்படுத்தப்படுகிறது, கோவா, மனோரி மற்றும் மாத் தீவு போன்ற சில வளர்ந்த கடற்கரை ரிசார்ட்டுகள் உள்ளன. குகை ஓவியங்கள் ∴ சிற்பங்களுக்காக மேற்கு இந்தியாவும் பிரபலமானது. பண்டைய சிற்பங்கள் மற்றும் பாறை ஓவியங்களை உள்ளடக்கிய அஜந்தா மற்றும் எல்லோரா குகைகளில் மிகச் சிறந்த குகை ஓவியங்கள் ∴ சிற்பங்கள் காணப்படுகின்றன.

சுற்றுலா தலங்கள்: கிழக்கு இந்தியா

கிழக்கு இந்தியா வங்காள விரிகுடாவில் அமைந்துள்ளது மற்றும் கொல்கத்தா அதன் முக்கிய நகரமாகும். மேற்கு வங்கத்தின் ஈர்ப்புகளில் கம்பீரமான அரண்மனைகள், கோட்டைகள், கோயில்கள், சந்தைகள் மற்றும் அருங்காட்சியகங்கள் உள்ளன. மேற்கு வங்காளத்தில் உள்ள டார்ஜிலிங் என்ற மலைவாசஸ்தலம் வரலாற்று மினியேச்சர் ரயிலை (டார்ஜிலிங் இமயமலை ரயில்வே) பெருமைப்படுத்துகிறது; இந்த பகுதி நாட்டின் முன்னணி கோல்.பி இடமாகும். தேயிலைத் தோட்டங்களுக்கு மிகவும் பிரபலமான அசாம் மாவட்டம், ஏராளமான வனவிலங்கு

பாதுகாப்புகள், ஆசிய யானை, வங்காள புலி மற்றும் இந்திய காண்டாமிருகம் போன்ற ஆபத்தான உயிரினங்களை கொண்டுள்ளது. காசிரங்கா மற்றும் மனஸ் தேசிய பூங்காக்கள் யுனெஸ்கோ உலக பாரம்பரிய தளங்கள். கடற்கரை இடங்களுக்கு அந்தமான் தீவுகள் அடங்கும்.

8.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. 1997 ஆம் ஆண்டில், ஐக்கிய நாடுகள் சபை சுற்றுலாவை பின்வரும் மூன்று முக்கிய வகைகளில் வகைப்படுத்தியது: உள்நாட்டு, உள்வரும் மற்றும் வெளிச்செல்லும் சுற்றுலா.

2. சுற்றுலா வளர்ச்சியை பாதிக்கும் சில முக்கிய காரணிகள்:

- இனிமையான வானிலை (உதாரணமாக, இந்தியாவில் மலைவாசஸ்தலங்கள்);
- கண்ணுக்கினிய அழகிகளுக்கு ஈர்ப்பு;
- ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்தின் வசதி;
- வரலாற்று மற்றும் கலாச்சார ஆர்வத்திற்கான ஈர்ப்பு;
- தங்க வேண்டிய இடங்கள் தொடர்பான வசதிகள்;
- தளர்வு;
- பொழுதுபோக்கு;
- சுகாதாரத்தைப் பொறுத்தவரை குணப்படுத்துதல்; மற்றும்
- சாகசத்திற்கான சாத்தியம்.

3. சுற்றுலா தலங்கள் சுற்றுலாவின் 4யு களை பூர்த்தி செய்ய வேண்டும், அவை பின்வருமாறு: ஈர்ப்புகள், அணுகல், வசதிகள் மற்றும் துணை சேவைகள்.

4. ஒரு சுற்றுலா மேம்பாட்டு மாதிரியானது பல வழிகாட்டுதல்களை உள்ளடக்கியது, இது ஒரு நிலையான சுற்றுலா இடத்தை உருவாக்குவதற்கான செயல்முறையில் உதவுகிறது. இது சுற்றுலா தயாரிப்பு மேம்பாடு, நிகழ்வு அமைப்பு, சந்தைப்படுத்தல், பார்வையாளர் கண்காணிப்பு மற்றும் பிற பணிகளுக்கு உதவுகிறது.

5. 1950 களில் இந்தியாவில் சுதந்திரத்திற்குப் பிந்தைய வளர்ச்சிக்கான சாத்தியமான கருவியாக சுற்றுலா ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது. சுற்றுலா விரிவாக்கத்தை ஐந்தாண்டு திட்டங்களின் தொடர்ச்சியாக அரசாங்கம் மேற்கொண்டது, 1966 ஆம் ஆண்டில் இந்தியாவை சுற்றுலா தலமாக உயர்த்துவதற்காக இந்திய சுற்றுலா மேம்பாட்டுக் கழகம் நிறுவப்பட்டது. 1980 களில் சுற்றுலா மேம்பாடு வேகத்தை அடைந்தது, சுற்றுலா தொடர்பான தேசிய கொள்கையை நிறுவுதல் மற்றும் சுற்றுலா திட்டங்களுக்கு நிதியளிப்பதற்காக சுற்றுலா நிதிக் கூட்டுத்தாபனம் அமைத்தல். 1988 ஆம் ஆண்டில், சுற்றுலாவில் நிலையான வளர்ச்சியை

குறிப்பு

அடைவதற்கான ஒரு விரிவான திட்டத்தை அரசாங்கம் உருவாக்கியது, அதைத் தொடர்ந்து 1992 ஆம் ஆண்டில் சுற்றுலாவுக்கான தேசிய செயல் திட்டம்.

6. இந்தியா சுற்றுலா மேம்பாட்டுக் கழகம் சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் ஆலோசனைப் பங்கை வகிப்பது மட்டுமல்லாமல், சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் ஊழியர்களுக்கான பயிற்சியையும் வழங்குகிறது, மேலும் சுற்றுப்பயணங்கள் ∴ பயணங்கள், ஹோட்டல்கள், போக்குவரத்து அமைப்புகள், னிலவசமில்லாத கடைகள் மற்றும் உணவகங்கள்.

8.6. சுருக்கம்

- சுற்றுலா ஒரு உலகளாவிய நிகழ்வாகக் கருதப்படுகிறது, மேலும் சுற்றுலா தலங்கள் கடந்த ஆண்டுகளில் தீவிரமாக வளர்ந்தன.
- சுற்றுலாவின் பல்வேறு துறைகளில் புதுமைகளை ஏற்றுக்கொள்வது சுற்றுலா ஈர்ப்பு சந்தையில் வளர்ச்சிக்கு வழிவகுத்தது, இது சந்தையின் பல்வகைப்படுத்தலுக்கு வழிவகுத்தது. சுற்றுலா தலங்கள் தளம், வடிவம், நடை மற்றும் அளவு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் மாறும்.
- 1997 ஆம் ஆண்டில், ஐக்கிய நாடுகள் சபை சுற்றுலாவை பின்வரும் மூன்று முக்கிய வகைகளில் வகைப்படுத்தியது: உள்நாட்டு, உள்வரும் மற்றும் வெளிச்செல்லும் சுற்றுலா.
- சுற்றுலா தலங்கள் சுற்றுலாவின் 4யு களை பூர்த்தி செய்ய வேண்டும், அவை பின்வருமாறு: ஈர்ப்புகள், அணுகல், வசதிகள் மற்றும் துணை சேவைகள்.
- ஏராளமான பழங்கால இடங்கள் மக்கள் மத்தியில் தொடர்ந்து பிரபலமாக உள்ளன. யுடெ இன் பயண ஆராய்ச்சியாளரின் கூற்றுப்படி 3000 முதல் பொ.ச. 600 வரையிலான காலகட்டத்தில் பயணிகளைப் பார்க்கத் தூண்டிய பல உலக ஈர்ப்புகள்.
- மிடிலேஜ்களின் போது மட்டுமே வரையறுக்கப்பட்ட இடங்கள் வளர்ந்தன. மத யாத்ரீகர்கள் ஜெருசலேம், ரோம், கேன்டர்பரி அல்லது சாண்டியாகோ டி காம்போஸ்டெலாவில் உள்ள புகழ்பெற்ற தேவாலயங்களை பார்வையிட்டனர்.
- மறுமலர்ச்சியின் போது, மத சார்பற்ற காரணங்களுக்காக பயணம் மேற்கொள்ளப்பட்டது ஒப்பீட்டு அடிப்படையில் உயர்ந்த அளவு.

குறிப்பு

- 20 ஆம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தோடு நவீன ஒலிம்பிக் போட்டிகளின் அமைப்பு போன்ற நிகழ்வுகளின் அடிப்படையில் ஈர்ப்புகளின் வளர்ச்சி ஏற்பட்டது.
- இரண்டாம் உலகப் போருக்குப் பிறகு, சுற்றுலா தலங்களில் ஒரு வகையான ஏற்றம் காணப்படுகிறது. பல முதலீட்டாளர்கள், சுற்றுலா அமைப்புகள், சுற்றுலா சங்கங்கள் மற்றும் உள்ளூர் அரசாங்கங்கள் கருப்பொருள் சுற்றுலா தலங்களை உருவாக்குவதற்கு ஆதரவளித்தன.
- 20 ஆம் நூற்றாண்டின் கடந்த இருபது ஆண்டுகளில் பல்வேறு சுற்றுலா தலங்களின் அசாதாரண வளர்ச்சியைக் கண்டிருக்கிறது. பல நாடுகளில் இந்த காலகட்டத்தில் சுற்றுலா தலங்கள் இருமடங்காக அதிகரித்துள்ளன.
- கவர்ச்சிகரமான மற்றும் செழிப்பான விடுமுறை நாட்களை உருவாக்கும்போது, சுற்றுலாப் பயணிகள் படிப்படியாக மிகவும் அதிநவீனமானவர்கள் மற்றும் ஒரு பிரம்மாண்டமான தனித்து நிற்கும் ஹோட்டலை விட அதிகமாக தேர்வு செய்கிறார்கள்.
- 1950 களில் இந்தியாவில் சுதந்திரத்திற்குப் பிந்தைய வளர்ச்சிக்கான சாத்தியமான கருவியாக சுற்றுலா ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது. சுற்றுலா விரிவாக்கத்தை ஐந்தாண்டு திட்டங்களின் தொடர்ச்சியாக அரசாங்கம் மேற்கொண்டது, 1966 ஆம் ஆண்டில் இந்தியாவை சுற்றுலா தலமாக உயர்த்துவதற்காக இந்திய சுற்றுலா மேம்பாட்டுக் கழகம் நிறுவப்பட்டது.
- 1980 களில் சுற்றுலா மேம்பாடு வேகத்தை அடைந்தது, சுற்றுலா தொடர்பான தேசிய கொள்கையை நிறுவுதல் மற்றும் சுற்றுலா திட்டங்களுக்கு நிதியளிப்பதற்காக சுற்றுலா நிதிக் கழகம் அமைக்கப்பட்டது.
- 1988 ஆம் ஆண்டில், சுற்றுலாவில் நிலையான வளர்ச்சியை அடைவதற்கான ஒரு விரிவான திட்டத்தை அரசாங்கம் உருவாக்கியது, அதைத் தொடர்ந்து 1992 ஆம் ஆண்டில் சுற்றுலாவுக்கான தேசிய செயல் திட்டம்.
- இந்திய சுற்றுலா மற்றும் பயண மேலாண்மை நிறுவனம், தேசிய நீர் விளையாட்டு நிறுவனம், மற்றும் இந்திய பனிச்சறுக்கு மற்றும் மலையேறுதல் நிறுவனம் போன்ற பணியகங்களுடன் அமைச்சகம் செயல்படுகிறது.

குறிப்பு

8.7. முக்கிய சொற்கள்

• துணை சேவைகள்: கட்டுப்பாட்டு பகுதிகளின் கடமைகள் கொடுக்கப்பட்ட ஜெனரேட்டர்களில் இருந்து நுகர்வோருக்கு மின்சாரம் கடத்தப்படுவதற்கும், ஒன்றோடொன்று இணைக்கப்பட்ட பரிமாற்ற அமைப்பின் நம்பகமான செயல்பாடுகளை பராமரிக்க அந்த கட்டுப்பாட்டு பகுதிகளுக்குள் பயன்பாடுகளை கடத்துவதற்கும் தேவையான சேவைகள் இவை.

• சுற்றுச்சூழல் சுற்றுலா: இது பொதுவாக தாவரங்கள், விலங்கினங்கள் மற்றும் கலாச்சார பாரம்பரியங்கள் முதன்மையாக ஈர்க்கும் இடங்களுக்கு பயணிப்பதை உள்ளடக்குகிறது. சுற்றுச்சூழல் சுற்றுலா என்பது சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு சுற்றுச்சூழலில் மனிதர்கள் ஏற்படுத்தும் தாக்கத்தைப் பற்றிய நுண்ணறிவை வழங்குவதற்கும், நமது இயற்கை வாழ்விடங்களைப் பற்றி அதிக பாராட்டுகளை வளர்ப்பதற்கும் நோக்கமாக உள்ளது.

8.8. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. இடைக்காலத்தில் சுற்றுலாவுக்கு முக்கிய காரணம் என்ன?
2. சுற்றுலா பகுதி வாழ்க்கை சுழற்சியின் பட்லர் மாதலின் ஐந்து நிலைகள் யாவை?
3. ஹாக்கின்ஸின் மாதிரியின்படி சுற்றுலா முனையத்தின் போக்குவரத்து அளவை பாதிக்கும் காரணிகள் யாவை?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. 20 ஆம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் சுற்றுலா எவ்வாறு வளர்ந்தது என்பது பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. பட்லரின் மாதிரி சுற்றுலா பகுதி வாழ்க்கை சுழற்சியை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
3. சுற்றுலாத் துறையில் தொழில் முனைவோர் வாய்ப்புகளை ஆராயுங்கள்.
4. சுற்றுலா ஈர்ப்பின் வளர்ச்சியை தீர்மானிக்கும் பல்வேறு காரணிகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
5. சுற்றுலா தலங்களை மேம்படுத்துவதில் அரசாங்கத்தின் பங்கு பற்றி விவாதிக்கவும்.

8.9. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எ.பி ட்ரக்கர், புதுமை மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
- பிலிப் கோட்வர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.

அலகு - 9

நிதி ஆதாரங்கள் - துணிகர வெற்றியை நிர்ணயிப்பவர்கள்

அமைப்பு

- 9.1 அறிமுகம்
- 9.2 நோக்கங்கள்
- 9.3 நிதி ஆதாரங்கள்
- 9.4 தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தீர்மானங்கள், பூங்காக்கள், ரிசார்ட்ஸ், ஹோட்டல் மற்றும் டீர் ஆபரேட்டர்களின் வழக்கு ஆய்வுகள்

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

Self-Instructional
Material

- 9.5 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
9.6 சுருக்கம்
9.7 முக்கிய சொற்கள்
9.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
9.9 மேலும் வாசிப்புகள்

9.1. அறிமுகம்

நிதி என்பது பண மேலாண்மை என வரையறுக்கப்படலாம் மற்றும் முதலீடு, கடன் வாங்குதல், கடன் வழங்குதல், பட்ஜெட், சேமிப்பு மற்றும் முன்கணிப்பு போன்ற செயல்களை உள்ளடக்கியது. இன்று ஒவ்வொரு வணிக அமைப்பினதும் இதயத்தில் உள்ளது, நீங்கள் ஒன்றைத் தொடங்க விரும்புகிறீர்களா, ஏற்கனவே உள்ள ஒன்றை விரிவுபடுத்த வேண்டுமா, கூடுதல் உபகரணங்களைச் சேர்க்க வேண்டுமா அல்லது புதிய தயாரிப்புகளை உருவாக்க விரும்புகிறீர்களா. இன்றைய போட்டிச் சந்தைகளில், நிறுவனங்கள் தங்கள் செயல்பாடுகள் சீராக இயங்குவதற்காக கணிசமான தொகையை செலவிடுகின்றன. நிதி என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் மிக முக்கியமான அம்சங்களில் ஒன்றாகும் என்பதில் சந்தேகமில்லை. பெரிய தொகை, நிலையான பணப்புழக்கம் மற்றும் தொடர்ச்சியான பரிவர்த்தனைகள், மேலே உள்ள அனைத்தையும் நிர்வகித்தல் மற்றும் கண்காணித்தல் அவசியம். உண்மையில், நிதி நிர்வாகம் முடிவெடுப்பதில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது. எதைச் செலவழிக்க வேண்டும், எங்கு செலவிட வேண்டும், எப்போது செலவிட வேண்டும் என்பதை தீர்மானிக்க நிதி மேலாண்மை உதவுகிறது. இது நிறுவனத்தின் நிதி நிலைமை பற்றிய தெளிவான படத்தையும், பணம் எவ்வாறு கையாளப்படுகிறது என்பதற்கான முறியையும் வழங்குகிறது. இந்த அலகு, ஒவ்வொரு மூலத்துடன் தொடர்புடைய நன்மை தீமைகளை பகுப்பாய்வு செய்யும் போது, பல்வேறு நிதி ஆதாரங்களை ஆராய்வீர்கள்.

9.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- வணிகத்தில் நிதி ஆதாரங்களின் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
- பல்வேறு வெளிப்புற மற்றும் உள் நிதி ஆதாரங்களை அடையாளம் காணவும்
- ஒவ்வொரு நிதி ஆதாரத்துடன் தொடர்புடைய நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் ஆகியவற்றை ஆராயுங்கள்

- சுற்றுலா அடிப்படையிலான திட்டம் மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய செயல்முறைகளின் வழக்கு ஆய்வு பகுப்பாய்வு செய்யவும்

9.3. நிதி ஆதாரங்கள்

பொதுவாக, திட்டங்கள் அவற்றின் விநியோகிக்கப்படாத இலாபங்களை இருப்புக்களாக குவிக்கின்றன. இந்த இருப்புக்கள் விரிவாக்கம் அல்லது பல்வகைப்படுத்தல் காலங்களில் அவற்றின் நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான திட்டங்களின் உள் மூலங்கள். சில வருட செயல்பாட்டிற்குப் பிறகு தக்க லாபம் ஒரு நிறுவனத்தால் பயன்படுத்தப்படலாம் வாந நிறுவனம் லாபம் ஈட்டத் தொடங்கும் போது (அதேசமயம், நிறுவனங்கள் வழக்கமாக முதல் ஆண்டில் கூட உடைந்து பின்னர் லாபம் ஈட்டுகின்றன). ஒரு வணிகமானது அதன் அனைத்து செலவுகளையும் செலுத்த போதுமான இலாபங்களுடன் வெற்றிகரமான வர்த்தக ஆண்டைக் கொண்டிருந்தால், அந்த இலாபத்தின் ஒரு பகுதியை அதன் எதிர்கால பரிவர்த்தனைகளுக்கு நிதியளிக்க பயன்படுத்தலாம். நீண்ட கால நிதிக்காக திரட்டப்பட்ட இருப்புக்களைப் பயன்படுத்துவது எந்தவொரு திட்டத்திற்கும் சிறந்த கொள்கையாகும், ஏனெனில் மூலதனச் செலவு கிட்டத்தட்ட பூஜ்ஜியமாகும், மேலும் சொத்துக்களில் அடமானங்கள் தேவையில்லை. செலவினங்களைக் குறைத்தல் மற்றும் சொத்துக்களின் விற்பனை ஆகியவை நிறுவனத்தின் நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய உதவும் உள் ஆதாரங்களாகும்.

இருப்பினும், நிதி தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய இருப்பு எப்போதும் போதாது. சில நேரங்களில், இருப்புக்கள் தீர்ந்துவிட்டன. எனவே திட்டங்கள் மூலதன செலவில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தக்கூடும் என்றாலும், வெளிப்புற நிதி ஆதாரங்களைத் தட்ட வேண்டும். இப்போதெல்லாம், திட்டங்களின் நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கு பல நிதி ஆதாரங்கள் உள்ளன. நிதி ஆதாரங்கள் பரவலாக உள் மூலங்கள் மற்றும் வெளி ஆதாரங்களாக வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளன.

1. நிதி அல்லது உள் பட்ஜெட்டில் இருந்து வாங்குவதற்கான உள் ஆதாரங்கள்

உள் நிதி ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்துவது உள் நிதி அறிக்கையிலிருந்து வாங்குதல் என்று அழைக்கப்படுகிறது. இருப்பினும், எளிதான வகை நிதி ஒட்டுமொத்த நீர்த்தேக்கங்கள் போன்ற உள் நிதிகளைப் பயன்படுத்துகிறது. முதலீட்டை பின்வருவனவற்றுடன் ஒப்பிடுவது வழக்கம்:

- நிறுவனத்தின் கடனை அடைப்பதற்கு ரிசர்வ் நிதியை ஒதுக்குதல்; மற்றும்

குறிப்பு

- நிதிகளுக்கான அழைப்புகளை எதிர்ப்பது, அழைப்புகளை எண்ணுவது (தாவரத் திறனை வளர்ப்பதற்கான அழைப்புகள் போன்றவை).

ஆரம்ப மதிப்பீட்டின் போது மட்டுமே, வெளிப்புற ஆதாரங்களையும், முன்மொழியப்பட்ட முதலீட்டின் மதிப்பின் மூத்த நிர்வாகத்தையும் சமாதானப்படுத்துவதற்காக, உள் மூலங்களின் ஒரு பகுதியை எப்போதுமே திட்டத்தில் செலவழிக்க வேண்டியது அவசியம். உள் மூலங்கள் பின்வருமாறு:

பணி மூலதனத்தைக் கட்டுப்படுத்துதல்

மூலப்பொருள், முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் கடனாளிகள் போன்ற தற்போதைய சொத்துக்களில் முதலீடு செய்யப்படும் பணம் மூலதனமாகும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், வணிக \therefore திட்டம் \therefore நிறுவனத்தின் அன்றாட நடவடிக்கைகளுக்குத் தேவையான பணம் செயல்பாட்டு மூலதனம் என்று அழைக்கப்படுகிறது. தொழில்முனைவோர் அன்றாட நடவடிக்கைகளுக்கான தேவைகளை விவேகத்துடன் தீர்ப்பதன் மூலம் பணி மூலதனத்தின் மீது ஒரு கட்டுப்பாட்டை வைத்திருக்க முடியும். இது அவர் \therefore அவள் அனுபவத்துடன் கற்றுக்கொள்கிறது, எனவே தொழில் நிறுவப்பட்ட சிறிது நேரத்திற்குப் பிறகு தொழில்முனைவோர் இந்த முறையைப் பயன்படுத்த முடியும். செலவினங்களைக் குறைத்தல், வெளியேற்றங்களை தாமதப்படுத்துதல் மற்றும் வரத்துகளை விரைவுபடுத்துதல் ஆகியவை பணி மூலதனத்தைக் கட்டுப்படுத்த அவ்வப்போது பயன்படுத்தப்படும் சில நுட்பங்கள்.

சொத்துக்களின் விற்பனை

ஒரு வணிகமானது வாகனங்கள், இயந்திரங்கள், தளபாடங்கள் மற்றும் பொருத்துதல்கள் மற்றும் சொத்து போன்ற சொத்துக்களை விற்பனை செய்வதன் மூலம் புதிய நடவடிக்கைகளுக்கு நிதியளிக்கலாம் அல்லது கடன்களை அடைக்க முடியும். இது அடிக்கடி குறுகிய கால நிதி ஆதாரமாக செயல்படுகிறது (எடுத்துக்காட்டாக, கடன்களை அடைப்பதற்காக விற்கப்படும் வாகனம்); இருப்பினும், விற்கப்படும் சொத்துகளுக்கு அதிக மதிப்பு இருந்தால் (எடுத்துக்காட்டாக, கட்டிடம் அல்லது நிலம்), நீண்ட கால நிதி கூட அதை வழங்க முடியும். ஒரு வணிகத்தின் சொத்துக்கள் பயன்படுத்தப்பட வேண்டுமானால், “விற்பனை மற்றும் குத்தகைக்குத் திருப்புதல்” என்ற விருப்பம் பரிசீலிக்கப்படலாம், அதன் கீழ் சொத்துக்கள் விற்கப்பட்டு பின்னர் வாடகைக்கு எடுத்து சொத்துகளின் புதிய உரிமையாளரிடமிருந்து பணியமர்த்தப்படுகின்றன. இது நீண்ட காலத்திற்கு அதிக பணம் செலுத்துவதை உள்ளடக்கியது, ஆனால் பூட்டப்பட்ட பணத்தை குறுகிய காலத்திற்குள் இந்த நிதி மூலம் விடுவிக்க முடியும்.

உரிமையாளரின் சேமிப்பு

உரிமையாளரின் தனிப்பட்ட சேமிப்பு வேறு எந்த வகையான வணிகத்தையும் விட ஒரே வர்த்தகர்கள் மற்றும் கூட்டு நிறுவனங்களுக்கு அதிகம் பொருந்தும். உரிமையாளர்கள் சில நேரங்களில் தங்கள் சொந்த பணத்தின் ஒரு பகுதியை வணிகத்தில் மூலதனமாக முதலீடு செய்ய விரும்பலாம். உரிமையாளர்களின் தனிப்பட்ட சேமிப்பு முதலீடு நிறுவனத்தின் குறுகிய அல்லது நீண்ட கால தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதாக இருக்கலாம். உரிமையாளரின் சேமிப்பு கிடைக்கும் அளவு முதலீடு செய்யப்பட்ட தொகை மற்றும் அவரது சேமிப்புகளை தனிநபர் எடுக்கும் முடிவுகளைப் பொறுத்தது.

பங்குகளை குறைத்தல்

நிதி திரட்டுவதற்கு ஒரு வணிகம் பயன்படுத்தக்கூடிய சொத்துக்களில் ஒன்று பங்கு, இது விற்கப்படாத முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள், அரை முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் வணிகத்தின் மூலப்பொருளைக் கொண்டுள்ளது. சந்தை தேவையில் எதிர்பாராத உயர்வு ஏற்பட்டால் பயன்படுத்தக்கூடிய சில பங்குகள் பொதுவாக ஒரு வணிகத்தால் நடத்தப்படுகின்றன. பங்கு நிலைகள் மந்தநிலை அல்லது பொருளாதார மந்தநிலையின் போது உயரும் போக்கைக் கொண்டுள்ளன, ஏனெனில் விற்பனை செய்யப்படாததன் விளைவாக பொருட்கள் குவிந்து கிடக்கின்றன. இது பொதுவாக ஏராளமான நிதிகளை வழங்காது - ஒரு வணிகத்தில் மிகப்பெரிய கையிருப்புகள் தயாரிப்புக்கான தேவை இல்லாததைக் குறிக்கின்றன, இதனால் பங்குகளை குறைப்பது கடினம். இது குறுகிய கால நிதி ஆதாரமாக சிலரால் பார்க்கப்படுகிறது.

வர்த்தக கடன்

ஒரு வணிகத்தில், அவற்றைக் கைப்பற்றுவதற்கு முன்பு விஷயங்கள் பொதுவாக செலுத்தப்படுவதில்லை. மாறாக, உள்ளீடுகள் ∴ பொருட்களுக்கு ஆர்டர்கள் வைக்கப்படுகின்றன மற்றும் பொருட்கள் கிடைத்த பிறகு கட்டணம் செலுத்தப்படுகிறது. சப்ளையருடன் நல்ல உறவை வளர்ப்பதற்கு இது வணிகத்திற்கு உதவுவதால், நல்ல நேரத்தில் (ஒரு மாதத்திற்குள்) பணம் செலுத்துவது நல்லது. இருப்புநிலைக் குறிப்பில், இந்த நிதி ஆதாரம் வர்த்தகக் கடனாக அதன் தோற்றத்தை உருவாக்குகிறது. சில எதிர்கால காலத்திற்கு பணம் செலுத்துவதைத் தள்ளிவைக்கும் இத்தகைய நுட்பம் ஒரு வகை மிகக் குறுகிய கால கடன் மற்றும் பண-சுழற்சி சிக்கல்களைத் தீர்க்க உதவுகிறது.

2. நிதி வெளிப்புற ஆதாரங்கள்

பின்வருபவை நிதி வெளிப்புற ஆதாரங்கள்:

விளம்பரதாரர்கள் பங்களிப்பு

இது ஒரு திட்டத்திற்கான முதல் வெளிப்புற நிதி ஆதாரமாகும். திட்டத்தின் தொடக்க செலவுகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக விளம்பரதாரர் தனது மூலதனத்தின் பங்கை விதை மூலதனமாக நிறுவனத்திற்குள் கொண்டு வருகிறார். நிதி நிறுவனங்கள், முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் கடன் வழங்குநர்கள் முதலீடு அல்லது கடன் வழங்குவது குறித்து முடிவெடுப்பதற்கு முன்பு, திட்டத்தில் விளம்பரதாரர்களின் பங்களிப்பை அறிய விரும்புகிறார்கள். ஒரு திட்டத்திற்கு அரசாங்கத்திடமிருந்து மானியங்கள் மற்றும் மானியங்கள் போன்ற சில சந்தர்ப்பங்களில் விளம்பரதாரரின் பங்களிப்பு தேவைப்படுகிறது.

ஈக்விட்டி நிதி

கூட்டு பங்கு நிறுவனங்களில், மூலதன கட்டமைப்பில் நிதி வகைகளில் பங்கு நிதி ஒன்றாகும். ஈக்விட்டி ஃபைனான்ஸ் என்றால் பங்குகள் வெளியீட்டால் மூலதனத்தை உயர்த்துவது. திட்ட ஊக்குவிப்பாளர்களின் சார்பாக முதலீட்டை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துவதன் மூலம் இது மூலதன கட்டமைப்பின் முக்கிய உறுப்பு ஆகும், மேலும் பொதுவாக தனிப்பட்ட முதலீட்டாளர்கள், திட்டத்திற்கு நிதியுதவி செய்வதன் மூலம் திட்ட மேம்பாட்டில் ஈடுபடும் நிறுவனங்கள், உபகரணங்கள் மற்றும் இயந்திரங்களை தயாரித்தல் மற்றும் நிறுவன முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து வருகிறது. எரிசக்தி முதலீட்டு நிதிகள் திட்டத்தில் அல்லது காப்பீட்டு நிறுவனங்களில் ஒருவித மூலதன பங்குகளை வைத்திருக்கும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

பங்கு கடனில் இருந்து வேறுபடுகிறது. திட்டத்தில் ஈட்டப்பட்ட இலாபங்கள் ஈக்விட்டி மூலம் பெறப்படுகின்றன. திட்டத்தின் செயல்திறனை அடிப்படையாகக் கொண்டு, ஈக்விட்டிக்கு லாபத்தின் பங்கு பாதிக்கப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு திட்டம் சிறப்பாகச் செயல்பட்டால், கணிசமான ஈக்விட்டி செலுத்துதல் இருக்கலாம், ஆனால் செயல்திறன் அல்லது திவால்நிலை ஆகியவற்றில், வங்கிகள் மற்றும் பிற உரிமைகோரல்கள் முதலில் செலுத்தப்படுகின்றன, அப்போதுதான் பங்கு முதலீட்டாளர்களுக்கு பணம் செலுத்தப்படுகிறது. எனவே, அதிக அளவு ஆபத்து ஈக்விட்டியுடன் தொடர்புடையது, ஆனால் அதே நேரத்தில், அதிக வருமானத்தை இழப்பீடாக ஈட்ட முடியும்.

கடன் வழங்குநர்கள் பொதுவாக இந்த திட்டத்தை ஈக்விட்டி ஃபண்ட் மூலம் ஓரளவுக்கு நிதியளிக்க வேண்டும் என்று எதிர்பார்க்கிறார்கள். நன்கு புரிந்து கொள்ளப்பட்ட மற்றும் ஒப்பீட்டளவில் குறைந்த அளவிலான அபாயத்தைக் கொண்ட ஒரு திட்டத்தின் விஷயத்தில், ஈக்விட்டி பங்கு 30 சதவிகிதம் குறைவாக இருக்கலாம், அதேசமயம் ஒரு திட்டத்தில் அனைத்தையும் நன்கு புரிந்து கொள்ளாதது மற்றும் அதன் விளைவாக அதிக அளவு ஆபத்து உள்ளது, தேவைப்படும் பங்கு பங்கு திட்டத்தின் மொத்த செலவில் 50 சதவீதத்திற்கும் அதிகமாக

இருக்கும். ஈக்விட்டி கடன் வாங்குபவர்கள் திட்டத்தின் பங்கு முதலீட்டை மூன்றாம் தரப்பு மூலதன உள்ளீடுகளாக (எடுத்துக்காட்டாக, மூலதன மானியங்கள் மற்றும் பண மானியங்கள் வடிவில்) அல்லது நேரடி மூலதன முதலீடாக கருதுகின்றனர். ஈக்விட்டி நிதியின் கடன் வழங்குநர்கள் ஈக்விட்டி கடன் வாங்குபவர்கள் தங்கள் பங்கில் ஒரு பங்கு பங்குகளை எடுக்க வேண்டும் என்று கோருகிறார்கள் (தங்கள் பங்குதாரர்களுக்கு தங்கள் உறுதிப்பாட்டை வளர்ப்பதற்காக). பொது நடைமுறையில்,

கடன் பத்திரங்கள்

கடன் பத்திரங்கள் என்பது நிறுவனத்தின் முத்திரையின் கீழ் வழங்கப்படும் கடன் ஒப்பந்தங்களின் சான்றிதழ்கள் மற்றும் கடன்தொகை முதிர்ச்சியடையும் போது கடன் தொகையை வைத்திருப்பவருக்கு அசல் தொகையையும் ஒரு நிலையான வருமானத்தையும் (அது வட்டி விகிதத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது) செலுத்தும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், கடன் பத்திரங்கள் என்பது நீண்ட கால கடனின் ஒரு வடிவமாகும், இது பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனங்கள் ஒரு பெரிய தொகையை எடுத்து பல வருட காலத்திற்குள் திருப்பிச் செலுத்தக்கூடும். இயல்பான நடைமுறை என்பது ஆஸ்பெஷலிஸ்ட் நிதி நிறுவனத்திடமிருந்து டோபரோவெதெம் ஆகும். அவை “கடனாளியின் சம்பாதிக்கும் சக்தியால் மட்டுமே பாதுகாக்கப்பட்ட கடன், எந்தவொரு குறிப்பிட்ட சொத்தின் மீதான உரிமையாளரால் அல்ல.”

கடன் பத்திரங்கள் என்பது நீண்ட கால கடனின் கருவியாகும், அவை பெரிய நிறுவனங்களும் அரசாங்கங்களும் நிதியைப் பெறுவதற்குப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. வேறுபடுவதைத் தவிர பத்திரமயமாக்கல் நிலைமைகள், அவை பிணைப்புகளுக்கு மிகவும் ஒத்தவை. சில சொத்துக்களில் உறுதிமொழிகள் அல்லது உரிமையாளர்கள் இல்லாததால் கடன் பத்திரங்கள் பொதுவாக பாதுகாப்பற்றவை. இருப்பினும், மற்றபடி அடகு வைக்கப்படாத அனைத்து பண்புகளாலும் அவை பாதுகாக்கப்படுகின்றன. நிறுவனம் திவாலாகிவிட்டால், கடன் பத்திரதாரர்கள் பொது கடன் வழங்குநர்களுக்கு இணையாக நடத்தப்படுவார்கள். கடன் பத்திரங்களைப் பொறுத்தவரை, வழங்குபவர் சில சொத்துக்களை எந்தவொரு சமையுமின்றி வைத்திருப்பதன் நன்மையைப் பெறுகிறார், இதனால் அவை பின்னர் நிதி ஆதாரமாகப் பயன்படுத்தப்படலாம். அடிபென்ச்சர் வைத்திருப்பவர் வழக்கமாக அவர் வைத்திருக்கும் கடன் பத்திரங்களை சுதந்திரமாக மாற்ற முடியும். கடன் பத்திரதாரர்களுக்கு வாக்களிக்கும் உரிமை வழங்கப்படுவதில்லை, மேலும் அவர்கள் பெறும் வட்டி இலாபத்திற்கு எதிராக வசூலிக்கப்படுகிறது.

கடன் நிதி

இது உகந்த மூலதன கட்டமைப்பை உருவாக்க முக்கியமாக தேவைப்படும் நிதி வகைகளில் ஒன்றாகும். கடன் நிதி என்பது வணிக வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள் மற்றும் பணக்காரர்களிடமிருந்து நிலையான வட்டி விகிதத்தில் குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு கடன் வாங்குதல். கடன் நிதி என்பது பொதுவாக பழமைவாத வணிக வங்கி கடனைக் குறிக்கிறது. சில சூழ்நிலைகளில், ஒரு திட்டம் நிறுவன முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து கடன் பெறலாம், அதாவது காப்பீட்டு நிறுவனங்கள். கடன் நிதி கடன் வாங்குபவர்களால் ஒரு வட்டி (அல்லது கடனின் செலவு) செலுத்தப்படுகிறது மற்றும் அசல் தொகை கடன் காலத்தின் முடிவில் அவர்களால் திருப்பிச் செலுத்தப்படுகிறது. முன்கூட்டியே தீர்மானிக்கப்பட்ட வட்டி வீதமானது கடன் நிதியத்தின் கடன் வழங்குநர்களால் வசூலிக்கப்படுகிறது, இது வங்கியின் நிலையான வங்கிகளுக்கு இடையேயான கடன் விகிதத்தில் “வட்டி அளவு” சேர்ப்பதன் மூலம் அமைக்கப்படுகிறது. வங்கியின் வருமானத்தின் பிரதிநிதி அல்லது முதலீட்டில் கிடைக்கும் வருமானம் “அடிப்படை புள்ளிகளில்” வட்டி வரம்பை வெளிப்படுத்துவது இயல்பான நடைமுறை. பெரும்பாலான நாடுகள் இப்போது கடனுக்கான வட்டி செலுத்துதல்களை வரி விலக்கு செலவின ஆதாரமாகக் கருதுகின்றன, அதனால்தான் கடன் பங்குகளை விட “குறைந்த விலை” என்று கருதப்படுகிறது.

கடன் நிதியத்தில், திட்டத்தில் கடன் வழங்குபவர் எந்தப் பங்கையும் கொண்டிருக்கவில்லை, எனவே அவருக்கு “தலைகீழ்” சாத்தியங்கள் எதுவும் கிடைக்கவில்லை. திட்ட பகிர்வுக்கு அவர் கருதப்படவில்லை என்பதே இதன் பொருள். “தலைகீழாக” இருப்பதால், ஒரு திட்டம் சிறப்பாக செயல்பட்டால், லாபமும் பங்கு முதலீட்டாளர்களுக்கான பணமும் அதிகரிக்கும். கடன் நிதியத்தில், கடன் வழங்குபவர் தனது கடனுக்கு ஒரு நிலையான வட்டித் தொகையைப் பெறுகிறார், மேலும் திட்டத்தின் செயல்திறன் எவ்வளவு சிறப்பாக இருந்தாலும், அவர்கள் ஒருபோதும் அசல் திருப்பிச் செலுத்துதலுக்கும் வட்டிக்கும் அப்பால் எதையும் பெற மாட்டார்கள். இருப்பினும், திட்டம் சிறப்பாக செயல்படவில்லை என்றால், திட்டத்திற்கு நீட்டிக்கப்பட்ட கடனில் 100 சதவீதம் இழப்பை சந்திக்கும் அபாயத்தை கடன் வழங்குபவர் கொண்டுள்ளது. கடன் வழங்குநர்கள் தங்கள் வருமானத்தை அதிகரிப்பதற்கான வாய்ப்புகள் மிகக் குறைவு அல்லது வாய்ப்புகள் இல்லை. எனவே,

பத்திரங்கள்

பத்திரங்கள் ஒரு வகை கடன். ஒரு திட்டத்தின் நீண்டகால நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக அவை பொதுவாக வழங்கப்படுகின்றன; இதன் பொருள் பத்திரங்கள் நிலையான திருப்பிச் செலுத்தும் அட்டவணைகள் மற்றும் வட்டி விகிதங்களைக் கொண்ட

நீண்ட கால கடமைகளாகும். அரசாங்கங்கள், நிறுவனங்கள் அல்லது நிறுவனங்கள் பத்திரங்களை வட்டி தாங்கும் கருவியாக வெளியிட்டு மூலதன நிதியை திரட்டுவதற்காக முதலீட்டாளர்களுக்கு விற்கின்றன. அவை பொதுவாக பொது பத்திர சந்தைகளில் வெளியிடப்படுகின்றன மற்றும் விற்கப்படுகின்றன, இருப்பினும் அவற்றில் அதிக எண்ணிக்கையானது இப்போது நிறுவன முதலீட்டாளர்களுக்கு நேரடியாக “தனியார் வேலை வாய்ப்பு” என்று அழைக்கப்படும் ஒரு செயல்முறையின் மூலம் விற்கப்படுகிறது.

சில தனியார் சிக்கல்கள் மற்றும் பொது பத்திரங்களுக்கு மதிப்பீடுகளை வழங்க கடன் மதிப்பீட்டு முகவர் பொறுப்பு. அவை மாறுபட்ட பெயரிடல்களைப் பயன்படுத்துகின்றன, பொதுவாக யுய்யு அல்லது யுய்யு பத்திர மதிப்பீட்டில் முதலீட்டு தரமாகவும் 100- மிக மோசமானதாகவும் இருக்கும். முதலீட்டு தர கடன் மதிப்பீட்டை அடைய முடிந்தவரை, பத்திர சிக்கல்கள் வங்கி கடனை விட சில நன்மைகள் உள்ளன. இவற்றில் ஒன்று என்னவென்றால், அவை நீண்ட கால நிதி ஆதாரங்களாக செயல்படக்கூடும், சில சமயங்களில், சிறந்த வணிகச் சொற்களைக் கூட அனுபவிக்கக்கூடும், ஆனால் அவை வங்கி நிதியுதவியைக் காட்டிலும் குறைவான நெகிழ்வுத்தன்மையைக் கொண்டிருக்கின்றன. கூடுதலாக, அபிவிருத்தி செய்வதில் மேற்கொள்ளப்படும் திட்டங்கள் அல்லது கருதப்படுபவை ஆபத்தான நாடுகள், ஹோஸ்ட் நாட்டின் முதலீட்டு மதிப்பீடு கடன் மதிப்பீட்டை பாதிக்கிறது.

மானியங்கள்

ஒரு மானியம் என்பது ஏற்றுமதியாளர்களுக்கு அல்லது மூலதனச் செலவுகளை ஈடுசெய்வதற்காக வழங்கப்படும் நிதி திரும்பப் பெற முடியாத ஆதாரமாகும். திட்டங்களை அபிவிருத்தி செய்வதில் ஆர்வமுள்ள அரசாங்கங்களும் உள்ளாட்சி அமைப்புகளும், இருப்பிட காரணி காரணமாகவும், சமச்சீர் பிராந்திய வளர்ச்சியின் பொறுப்பை நிறைவேற்றுவதன் மூலமாகவும், மானியங்கள் மூலம் நிச்சயமற்ற வருமானத்துடன் அதிக அளவிலான ஆபத்தை ஏற்படுத்தும் திட்டங்களை பரிசீலிக்க டெவலப்பர்களை வற்புறுத்துகின்றன. முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் வணிக கடன் வழங்குநர்களின் அபாயத்தைக் குறைப்பதற்காக அல்லது அதிகரிக்கும் மூலதனச் செலவுகளை ஈடுகட்ட மானியங்களைப் பயன்படுத்த முடியும். சந்தை சக்திகள் சிதைக்கப்படாத மற்றும் அவை திரும்பப் பெறப்படுவதால் சந்தை வீழ்ச்சியடையாத வகையில், மானிய திட்டங்களை எச்சரிக்கையுடன் செயல்படுத்துவது அவசியம். வழக்கமாக, கடன் வழங்குநர்கள் ஒரு திட்டத்தின் மொத்த ஈக்விட்டி தேவையில் 30 முதல் 50 சதவீதம் வரை மானியங்கள் மூலம் ஏற்றுக்கொள்கிறார்கள்.

அரசாங்கத்தின் மானியங்கள் வழக்கமாக குறிப்பிட்ட திட்டங்களுக்கு வழங்கப்படுகின்றன, அவை சுற்றுச்சூழலுக்கு ஏதேனும் ஒரு வகையில்

குறிப்பு

பயனளிக்கும் அல்லது பராமரிக்க உதவுகின்றன அல்லது பின்தங்கிய சிறுபான்மை பிரிவுகளுக்கு உதவுகின்றன அல்லது பின்தங்கிய பிரிவுகளை மீளருவாக்கம் செய்வதற்கு பங்களிப்பு செய்கின்றன. ஒரு நபர் உடல் ரீதியாகவோ அல்லது அவர்களின் பின்னணி காரணமாகவோ எந்த வகையிலும் பின்தங்கியிருந்தால், அந்த குறிப்பிட்ட திட்டத்திற்கான பணத்தை வழங்குவதற்காக தொண்டு சங்கங்கள் மற்றும் இதுபோன்ற பிற நிறுவனங்கள் கோரப்படலாம்.

மானியங்களின் நன்மைகள் பின்வருமாறு:

- பின்தங்கிய சிறுபான்மையினரால் மேற்கொள்ளப்படும் முயற்சிகளுக்கு அல்லது சுற்றுச்சூழலுக்கோ அல்லது சமூகத்துக்கோ ஒரு தீவிர பங்களிப்பை வழங்கும் திட்டங்களுக்கு போதுமான மானியப் பணம் கிடைக்கிறது.
- எதுவும் தொழில்முனைவோரால் திருப்பிச் செலுத்தப்படவில்லை. மானியங்களின் தீமைகள்:
- ஒரு தொடக்க திட்டத்திற்கு தேவையான அனைத்து பணத்தையும் தொழில் முனைவோர் திரட்ட முடியாமல் போகலாம் என்பதன் விளைவாக, குறிப்பிட்ட முயற்சிகளுக்கு மானியங்களை வழங்குவதே வழக்கமான நடைமுறை.
- சில சரங்கள் எப்போதும் இணைக்கப்பட்டுள்ளன. தொழில்முனைவோர் பணத்தை சில பொருட்களுக்கு மட்டுமே செலவிடுகிறார்கள் என்ற அடிப்படையில் பெறுகிறார்கள்.
- பல வணிகங்கள் மானிய பணத்திற்கு தகுதி பெறவில்லை.

காரணி சேவைகள்

காரணி சேவைகள் என்பது ஒரு திட்டத்தின் பணி மூலதன தேவைகளை வழங்க குறுகிய கால நிதி ஆதாரங்கள். காரணியாலான சேவைகள் திட்ட ஊக்குவிப்பாளரை கடனாளர்களிடமிருந்து தாமதத்தின் பதற்றத்திலிருந்து விடுவிப்பதோடு, கடன் வழங்குநரின் கட்டணக் கோரிக்கையை பூர்த்தி செய்வதிலிருந்தும் விடுவிக்கின்றன. கடன் வசூல் செயல்முறையை கையாளுவதற்கு திட்ட ஊக்குவிப்பாளர்களிடமிருந்து பெயரளவு தொகையை வசூலிப்பதன் மூலம் ஒரு காரணி நிறுவனம் சேவைகளை வழங்குகிறது. கடனின் மதிப்பில் பெரும்பாலானவை முதலில் வணிகத்திற்கு செலுத்தப்படுகின்றன, அதைத் தொடர்ந்து கடனாளியிடமிருந்து பணம் சேகரிக்கப்படுகிறது.

வங்கிகள்

சிறிய, துணை, சிறிய அளவிலான துறைகளுக்கான செயல்பாட்டு மூலதனம் போன்ற குறுகிய கால நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான மிக முக்கியமான நிதி ஆதாரங்களில் வங்கிகள் ஒன்றாகும். ஒரு குறுகிய கால கடனைப் பெறுவதற்கு, தொழில்முனைவோர் முதலில் வங்கிக் கிளையைப் பார்வையிட

வேண்டும், அவை தொடர்ச்சியான உறவைக் கொண்டுள்ளன, ஏனெனில் வங்கியாளர் அவர்களின் தேவைகளை எளிதில் மதிப்பிட்டு வணிக செயல்பாடு பற்றி ஒரு யோசனையைப் பெற முடியும். எனவே, அவர்கள் சரியான நேரத்தில் கடனைப் பெறலாம். சாதாரண நடவடிக்கைகளின் ஒரு பகுதியாக இருக்கும் பிரதான முதலீடுகளைப் பொருத்தவரை, வங்கி ஏற்கனவே அவற்றைப் பற்றி அறிந்திருக்கும், மேலும் தொழில்முனைவோருக்குத் தேவையான முதலீட்டு வகைகளையும் கூட கையாளக்கூடும். உதாரணமாக, அதிக அளவிலான அபாயத்தைக் கொண்டிருக்கும், அல்லது பெரும் தொகை அல்லது புதிய தொழில்நுட்பங்களை உள்ளடக்கிய அசாதாரண திட்டங்களின் விஷயத்தில், வங்கி இன்னும் தொழில்முனைவோருக்கு உதவக்கூடிய நிலையில் இருக்கலாம், அதன் சொந்த கிளை அமைப்பு மூலம் செயல்படுவது அல்லது பிற நிதி நிறுவனங்கள் அணுகும்போது தொழில்முனைவோருடன் ஒத்துழைத்தல். பல நிகழ்வுகளில், எளிய தொழில்நுட்ப மற்றும் நிதி மதிப்பீடுகள் மட்டுமே தேவைப்படுகின்றன. கடனுக்கான தொழில்முனைவோருக்கு விதிக்கப்படும் வட்டி விகிதம் கடனின் வகை மற்றும் அளவு, கடன் வாங்குபவரின் நிதி வலிமை, கடனுடன் தொடர்புடைய அபாயத்தின் அளவு மற்றும் பிரதம மத்திய வங்கி விகிதங்கள் ஆகியவற்றைப் பொறுத்தது.

காப்பீடு மற்றும் உத்தரவாதங்கள்

காப்பீடு மற்றும் கடன் உத்தரவாதங்கள் நிதியுதவியின் அடிப்படை கூறுகள். ஒரு திட்டத்திற்கு நிதியளிப்பதை இறுதி செய்வதற்கு முன்னர் முழு காப்பீட்டு தொகுப்புகளை வைப்பது பொதுவான நடைமுறையாகும். வெளிநாட்டு பணி மற்றும் தொழில்நுட்ப தலையீடு சம்பந்தப்பட்ட திட்டப்பணிகளைப் பொறுத்தவரை, காப்பீட்டானது தொழில்நுட்பக் காப்பீட்டை திருப்திப்படுத்தும் நிலையில் இருக்க வேண்டும், இது தொழில்நுட்பத்தின் செயல்திறனுக்கும், ஏற்றுமதி காப்பீட்டிற்கும் குறிப்பிட்ட அபாயங்களைக் கையாளும். பிற நாடுகளில் வணிகத்தில்.

ஏற்றுமதி காப்பீட்டாளர்கள் வழக்கமாக வெளிநாட்டு வணிகத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக ஏற்றுமதி கிரெடிட் ஏஜென்சிகள் (ஈ.சி.ஏக்கள்) மற்றும் தனியார் துறையில் தங்கள் சகாக்களுடன் பலவிதமான பொருத்தமான காப்பீட்டு அட்டைகளை வழங்குகிறார்கள். கடன் உத்தரவாதங்கள் தீவிர முக்கியத்துவத்தைக் கொண்டுள்ளன, குறிப்பாக திட்ட நிதியுதவிக்கு. ஈ.சி.ஏக்கள் கடன்களுக்கான காப்பீட்டுத் தொகையை வழங்குகின்றன, மேலும் ஏற்றுமதியாளருக்கு கடனிலிருந்து செலுத்த உத்தரவாதம் அளிக்கின்றன, மேலும் வணிக அல்லது அரசியல் அபாயங்கள் காரணமாக இயல்புநிலை ஏற்பட்டால் வங்கியின் கடன் மதிப்பை உத்தரவாதம் செய்கின்றன. ஒரு திட்டத்திற்கான கடனை நீட்டிக்க வேண்டுமானால் கடன் உத்தரவாதங்கள் வங்கிகளால் அத்தியாவசிய முன்நிபந்தனைகளாக கருதப்படுகின்றன.

புதிய தலைமுறை தொழில்நுட்பங்களுக்கு (புதுப்பிக்கத்தக்க தொழில்நுட்பம்) தொழில்நுட்ப காப்பீடு மிக முக்கியமானது. தொழில்நுட்ப வல்லுநர்களைக் கையாளும் போது கடன் வழங்குநர்கள் எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டும், குறிப்பாக பழைய தொழில்நுட்பங்களின் இன்டிகேசோ: ப்னோவெல்டெக்னாலஜிஸ்நெர்வெப்ளிகேஷன். தொழில்நுட்ப அபாயத்தை ஈடுசெய்ய, பத்திரங்கள் அல்லது செயல்திறன் உத்தரவாதங்கள் உற்பத்தியாளர்களால் அடிக்கடி வழங்கப்படுகின்றன. உற்பத்தியாளர் ஒரு பெரிய கடன் பெறக்கூடிய அமைப்பாக இல்லாதிருந்தால், வங்கி உத்தரவாதங்கள் அல்லது வணிக காப்பீட்டுக் கொள்கைகளிலிருந்து கூடுதல் ஆதரவு தேவைப்படலாம்.

9.4 தோ்ந்தெடுக்கப்பட்ட தீம் பூங்காக்கள், ரிசார்ட்ஸ், ஹோட்டல் மற்றும் டூர் ஆபரேட்டர்களின் வழக்கு ஆய்வுகள்

தென்னாப்பிரிக்காவின் டூர் ஆபரேட்டரான “தி ஜர்னி” குறித்த வழக்கு ஆய்வு பின்வருமாறு.

பயணம்

ஜர்னி என்பது தென்னாப்பிரிக்காவைச் சேர்ந்த ஒரு சுற்றுலா நிறுவனமாகும். இந்த நிறுவனம் முக்கியமாக சுற்றுலா ஆலோசனை மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் துறையில் உள்ளது.

இந்த நிறுவனம் சுற்றுலா இலக்கு மேலாண்மை, திட்டமிடல் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவற்றில் நிபுணத்துவம் பெற்றது. அவர்களின் நிபுணத்துவம், அனுபவம், அறிவு மற்றும் படைப்பாற்றல் ஆகியவற்றின் உதவியுடன் சுற்றுலா தலங்களுக்கு அவர்களின் பெரும்பாலான வாய்ப்புகளை உருவாக்க இது உதவுகிறது. 2005 ஆம் ஆண்டு முதல், தி ஜர்னி முப்பதுக்கும் மேற்பட்ட பல்வேறு இடங்களில் 100 பணிகளை ஏற்பாடு செய்துள்ளது. இந்த நிகழ்வுகள் தனியாக அல்லது பிற வணிக கூட்டாளர்களுடன் ஈடுபாட்டுடன் ஏற்பாடு செய்யப்பட்டுள்ளன. வாடிக்கையாளர்கள் சர்வதேச முகவர் (ஐக்கிய நாடுகளின் உலக சுற்றுலா அமைப்பு, ஐக்கிய நாடுகளின் மேம்பாட்டுத் திட்டம், சர்வதேச அபிவிருத்திக்கான யுனைடெட் ஸ்டேட்ஸ் ஏஜென்சி, ஐரோப்பிய ஒன்றியம், சர்வதேச மேம்பாட்டுத் துறை மற்றும் உலக வங்கி போன்றவை), பிராந்திய சுற்றுலா தொடர்பான நிறுவனங்கள், தேசிய சுற்றுலா அமைச்சகங்கள், உள்ளூர் நகராட்சிகள் மற்றும் தனியார் ஆபரேட்டர்கள்.

இந்தியாவில் தீம் அடிப்படையிலான சுற்றுலா சுற்றுகளின் ஒருங்கிணைந்த மேம்பாட்டிற்காக சுற்றுலா அமைச்சின் சுதேஷ் தரிசன திட்டத்தின் (மத்திய துறை திட்டம்) ஒரு பகுதியாக இந்தியாவில் நான்கு மதிப்புமிக்க சுற்றுலா தளங்களுக்கான விரிவாக்க திட்டங்களை

குறிப்பு

வடிவமைப்பதில் இந்த பயணம் டெலாய்ட் இந்தியா மற்றும் கட்டிடக் கலைஞர்கள் ஹபீஸுடன் இணைந்து பணியாற்றியது. தளங்கள் அஜந்தா குகைகள், மகாராஷ்டிரா; எல்லோரா குகைகள், மகாராஷ்டிரா; கொல்வா கடற்கரை, கோவா; மற்றும் அம்பர் கோட்டை, ராஜஸ்தான். அவர்களின் சங்கம் சமகால விவகாரங்களை மதிப்பிடுவதற்கான ஒரு முழுமையான ஆய்வை நிறைவேற்றியது, மேலே கூறப்பட்ட ஒவ்வொரு இடத்திற்கும் இடைவெளி பகுப்பாய்வு நடத்தியது, ஒரு விரிவான திட்ட அறிக்கையை (மேம்பாட்டுத் திட்டம்) சொற்களில் வைத்து, இந்தச் சின்னமான சுற்றுலா இடங்களை அபிவிருத்தி செய்வதற்கு ஒரு திட்ட நிதியளிப்பு கொள்கலனை பரிந்துரைத்தது.

ஆரம்ப கட்டத்தில், நிறுவனம் வெளிநாட்டு மற்றும் நாடு தழுவிய சுற்றுலா சூழ்நிலைகள் குறித்து விரிவான ஆய்வை நடத்தியது; ஒவ்வொரு இடத்திலும் சேவைகளிலும் வளங்கள் மற்றும் உள்கட்டமைப்புகளின் பட்டியலை ஒன்றாகக் கொண்டுவந்தது; இடைவெளி மதிப்பீட்டை நடத்தியது; அரசு மற்றும் தனியார் பங்குதாரர்களால் தற்போதுள்ள மற்றும் முன்மொழியப்பட்ட திட்ட முன்மொழிவுகளை மதிப்பாய்வு செய்தது; அவர்களின் யதார்த்தவாதம், சாதனைகளின் சிரமமின்மை, பொறுப்புக் கூறும் கட்சிகள், புரிந்துகொள்ள வேண்டிய காலம் மற்றும் புள்ளிகள் மீதான தாக்கம் ஆகியவற்றைப் பொறுத்து திட்டமிடப்பட்ட பங்கேற்பை பகுப்பாய்வு செய்தது; மற்றும் சுற்றுலாவின் தேவைக்கான திறனை மதிப்பீடு செய்தல் மற்றும் கூடுதல் போக்குவரத்தை வரைய மற்றும் நிர்வகிக்க வசதிகள் மற்றும் சேவைகளை மேம்படுத்த \therefore அதிகரிக்க அல்லது மேம்படுத்துவதற்கான வாய்ப்புகள். இந்த கட்டத்தில், நிறுவனம் பங்குதாரர்களுடன் பல்வேறு சந்திப்புகளை நடத்தியதுடன், ஒப்பிடக்கூடிய தேசிய மற்றும் சர்வதேச தளங்களுடன் ஒவ்வொரு இடத்தையும் மதிப்பீடு செய்தது.

இரண்டாவது கட்டத்தில், நிறுவனம் தற்போதுள்ள மற்றும் நாவல் சுற்றுலா திட்டங்களை சுட்டிக்காட்டியது, இதில் வளர்ச்சி \therefore வளர்ச்சிக்கான திட்டங்கள் அடங்கியுள்ளன மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய கூறுகளுடன் தொடர்புடைய திட்டங்களை அடையாளம் கண்டுள்ளன, பல்வேறு அம்சங்களைக் கடந்து சென்றன (எ.கா., இருப்பிடத்தை மதிப்பீடு செய்தல், திட்டமிடல் தயாரிப்பு, தனிப்பட்ட திட்டம் தொடர்பான அளவுருக்களை அடையாளம் காண்பது மற்றும் முதலீட்டின் அளவை மதிப்பீடு செய்தல்). அதன்பிறகு, அபிவிருத்தித் திட்டம் (வரைவு) சம்பந்தப்பட்ட பங்குதாரர்களுடன் கலந்துரையாடப்பட்டு அவர்களின் கருத்துகள் மற்றும் முன்மொழிவுகளில் பகுப்பாய்வு மற்றும் இடத்தைப் பெறுகிறது.

முடிவில், நிறுவனம் பங்குதாரர்களின் கருத்துக்களின் அடிப்படையில் வளர்ச்சித் திட்டங்களை முடித்தது, பகுப்பாய்வு செலவுகள் மற்றும் திட்டங்களுடன் தொடர்புடைய கட்டங்களை முன்வைத்தது, குறுகிய கால, நடுத்தர மற்றும் நீண்ட கால திட்டங்களை ஒன்றாக இணைத்தது -

இதில் சாத்தியக்கூறு ஆய்வு அடங்கும் ஒரு வெற்றிகரமான திட்ட நிறைவு (இருக்கும் மற்றும் புதிய திட்டங்கள்) - மற்றும் தளங்களை நிர்வகிக்க பொருத்தமான நிறுவன ஏற்பாடுகளை பரிந்துரைக்கின்றன.

9.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. திட்ட இருப்புக்கள் விரிவாக்கம் அல்லது பல்வகைப்படுத்தல் காலங்களில் அவற்றின் நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான திட்டங்களின் உள் மூலங்கள். சில வருட செயல்பாட்டிற்குப் பிறகு தக்க லாபம் ஒரு நிறுவனத்தால் பயன்படுத்தப்படலாம் வாந நிறுவனம் லாபம் ஈட்டத் தொடங்கும் போது (அதேசமயம், நிறுவனங்கள் வழக்கமாக முதல் ஆண்டில் கூட உடைந்து பின்னர் லாபம் ஈடுகின்றன).

2. ஈக்விட்டி: பைனான்ஸ் என்றால் மூலதன பைஷேர்ஸ் சிக்கலை உயர்த்துவது. திட்ட ஊக்குவிப்பாளர்களின் சார்பாக முதலீட்டை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துவதன் மூலம் இது மூலதன கட்டமைப்பின் முக்கிய உறுப்பு ஆகும், மேலும் இது பொதுவாக தனிப்பட்ட முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து வருகிறது, திட்டத்தை நிதியளித்தல், உபகரணங்கள் மற்றும் இயந்திரங்களை தயாரித்தல் மற்றும் எரிசக்தி முதலீட்டு நிதிகள் போன்ற நிறுவன முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து திட்ட மேம்பாட்டில் ஈடுபடும் நிறுவனம், திட்டத்தில் அல்லது காப்பீட்டு நிறுவனங்களில் ஒருவித மூலதன பங்குகளை எதிர்பார்க்கிறது.

3. கடன் பத்திரங்கள் என்பது நிறுவனத்தின் முத்திரையின் கீழ் வழங்கப்படும் கடன் ஒப்பந்தங்களின் சான்றிதழ்கள் மற்றும் கடன்தொகை முதிர்ச்சியடையும் போது கடன் தொகையை வைத்திருப்பவருக்கு அசல் தொகையையும் ஒரு நிலையான வருமானத்தையும் (அது வட்டி விகிதத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது) செலுத்தும்.

4. ஒரு மானியம் என்பது ஏற்றுமதியாளர்களுக்கு அல்லது மூலதனச் செலவுகளை ஈடுசெய்வதற்காக வழங்கப்படும் நிதி திரும்பப் பெற முடியாத ஆதாரமாகும்.

5. காரணி சேவைகள் என்பது ஒரு திட்டத்தின் பணி மூலதன தேவைகளை வழங்க குறுகிய கால நிதி ஆதாரங்கள். காரணியாலான சேவைகள் திட்ட ஊக்குவிப்பாளரை கடனாளர்களிடமிருந்து தாமதத்தின் பதற்றத்திலிருந்து விடுவிப்பதோடு, கடன் வழங்குநரின் கட்டணக் கோரிக்கையை பூர்த்தி செய்வதிலிருந்தும் விடுவிக்கின்றன.

6. தளங்கள் மகாராஷ்டிராவின் அஜந்தா குகைகள்; எல்லோரா குகைகள், மகாராஷ்டிரா; கொல்வா கடற்கரை, கோவா; மற்றும் அம்பர் கோட்டை, ராஜஸ்தான்.

7. சுதேஷ் தரிசனத் திட்டத்துடனான ஜர்னியின் தொடர்பு சமகால விவகாரங்களை மதிப்பிடுவதற்கான ஒரு முழுமையான ஆய்வை நிறைவேற்றியது, மேலே கூறப்பட்ட ஒவ்வொரு இடத்திற்கும் இடைவெளி பகுப்பாய்வு நடத்தியது, ஒரு விரிவான திட்ட அறிக்கையை (மேம்பாட்டுத் திட்டம்) வார்த்தைகளில் வைத்து ஒரு திட்டத்தை பரிந்துரைத்தது இந்த சின்னமான சுற்றுலா இடங்களை மேம்படுத்துவதற்கான நிதிக் கொள்கலன்.

9.6. சுருக்கம்

- திட்டங்கள் அவற்றின் விநியோகிக்கப்படாத இலாபங்களை இருப்புக்களாக குவிகின்றன. இந்த இருப்புக்கள் விரிவாக்கம் அல்லது பல்வகைப்படுத்தல் காலங்களில் அவற்றின் நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான திட்டங்களின் உள் மூலங்கள்.
- நீண்ட கால நிதிக்காக திரட்டப்பட்ட இருப்புக்களைப் பயன்படுத்துவது எந்தவொரு திட்டத்திற்கும் சிறந்த கொள்கையாகும், ஏனெனில் மூலதனச் செலவு கிட்டத்தட்ட பூஜ்ஜியமாகும், மேலும் சொத்துக்களில் அடமானங்கள் தேவையில்லை.
- நிதி ஆதாரங்கள் உள் மூலங்கள் மற்றும் வெளி மூலங்களாக வகைப்படுத்தப்படுகின்றன.
- உள் நிதி ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்துவது உள் நிதி அறிக்கையிலிருந்து வாங்குதல் என்று அழைக்கப்படுகிறது. இருப்பினும், எளிதான வகை நிதி ஒட்டுமொத்த நீர்த்தேக்கங்கள் போன்ற உள் நிதிகளைப் பயன்படுத்துகிறது.
- உள் மூலங்களில் பணி மூலதனத்தைக் கட்டுப்படுத்துதல், சொத்துக்களின் விற்பனை, உரிமையாளரின் சேமிப்பு, பங்குகளைக் குறைத்தல் மற்றும் வர்த்தக கடன் ஆகியவை அடங்கும்.
- நிதியத்தின் வெளிப்புற ஆதாரங்களில் விளம்பரதாரர்கள் பங்களிப்பு, பங்கு நிதி, கடன் பத்திரங்கள், கடன் நிதி, பத்திரங்கள், மானியங்கள், காரணியாலான சேவைகள், வங்கிகள், மற்றும் காப்பீடு மற்றும் உத்தரவாதங்கள்.
- மூலப்பொருள், முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் கடனாளிகள் போன்ற தற்போதைய சொத்துக்களில் முதலீடு செய்யப்படும் பணம் மூலதனமாகும்.

குறிப்பு

- தொழில்முனைவோர் அன்றாட நடவடிக்கைகளுக்கான தேவைகளை விவேகத்துடன் தீர்ப்பதன் மூலம் பணி மூலதனத்தின் மீது ஒரு கட்டுப்பாட்டை வைத்திருக்க முடியும்.
- ஒரு வணிகத்தின் சொத்துக்கள் பயன்படுத்தப்பட வேண்டுமானால், “விற்பனை மற்றும் குத்தகைக்குத் திருப்புதல்” என்ற விருப்பம் பரிசீலிக்கப்படலாம், அதன் கீழ் சொத்துக்கள் விற்கப்பட்டு பின்னர் வாடகைக்கு எடுத்து சொத்துகளின் புதிய உரிமையாளரிடமிருந்து பணியமர்த்தப்படுகின்றன.
- உரிமையாளரின் தனிப்பட்ட சேமிப்பு வேறு எந்த வகையான வணிகத்தையும் விட ஒரே வர்த்தகர்கள் மற்றும் கூட்டு நிறுவனங்களுக்கு அதிகம் பொருந்தும்.
- நிதி திரட்டுவதற்கு ஒரு வணிகம் பயன்படுத்தக்கூடிய சொத்துக்களில் ஒன்று பங்கு, இது விற்கப்படாத முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள், அரை முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் வணிகத்தின் மூலப்பொருளைக் கொண்டுள்ளது. சந்தை தேவையில் எதிர்பாராத உயர்வு ஏற்பட்டால் பயன்படுத்தக்கூடிய சில பங்குகள் பொதுவாக ஒரு வணிகத்தால் நடத்தப்படுகின்றன.
- ஒரு வணிகத்தில், அவற்றைக் கைப்பற்றுவதற்கு முன்பு விஷயங்கள் பொதுவாக செலுத்தப்படுவதில்லை.
- சில எதிர்கால காலத்திற்கு பணம் செலுத்துவதைத் தள்ளிவைக்கும் இத்தகைய நுட்பம் ஒரு வகை மிகக் குறுகிய கால கடன் மற்றும் பண-சுழற்சி சிக்கல்களைத் தீர்க்க உதவுகிறது.
- ஈக்விட்டி.பைனான்ஸ் என்றால் மூலதன பைஷேர்ஸ் சிக்கலை உயர்த்துவது. திட்ட ஊக்குவிப்பாளர்களின் சார்பாக முதலீட்டை பிரதிநிதித்துவப்படுத்துவதன் மூலம் இது மூலதன கட்டமைப்பின் முக்கிய உறுப்பு ஆகும், மேலும் பொதுவாக தனிப்பட்ட முதலீட்டாளர்கள், திட்டத்திற்கு நிதியுதவி செய்வதன் மூலம் திட்ட மேம்பாட்டில் ஈடுபடும் நிறுவனங்கள், உபகரணங்கள் மற்றும் இயந்திரங்கள் தயாரித்தல் மற்றும் நிறுவன முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து வருகிறது எரிசக்தி முதலீட்டு நிதிகள் திட்டத்தில் அல்லது காப்பீட்டு நிறுவனங்களில் ஒருவித மூலதன பங்குகளை வைத்திருக்கும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.
- கடனளிப்பு என்பது நீண்ட கால கடனின் ஒரு வடிவமாகும், இது பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனங்கள் ஒரு பெரிய தொகையை எடுத்து பல ஆண்டுகளில் திருப்பிச் செலுத்தக்கூடும். ஒரு சிறப்பு நிதி நிறுவனத்திடமிருந்து கடன் வாங்குவது வழக்கமான நடைமுறை.

குறிப்பு

- கடன் நிதி என்பது வணிக வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள் மற்றும் பணக் கடன் வழங்குநர்களிடமிருந்து ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு நிலையான வட்டி விகிதத்தில் கடன் வாங்குதல். கடன் நிதி என்பது பொதுவாக பழமைவாத வணிக வங்கி கடனைக் குறிக்கிறது.
- கடன் நிதியத்தில், திட்டத்தில் கடன் வழங்குபவர் எந்தப் பங்கையும் கொண்டிருக்கவில்லை, எனவே அவருக்கு “தலைகீழ்” சாத்தியங்கள் எதுவும் கிடைக்கவில்லை.
- பத்திரங்கள் ஒரு வகை கடன். ஒரு திட்டத்தின் நீண்டகால நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக அவை பொதுவாக வழங்கப்படுகின்றன; இதன் பொருள் பத்திரங்கள் நிலையான திருப்பிச் செலுத்தும் அட்டவணைகள் மற்றும் வட்டி விகிதங்களைக் கொண்ட நீண்ட கால கடமைகளாகும்.
- ஒரு மானியம் என்பது ஏற்றுமதியாளர்களுக்கு அல்லது மூலதனச் செலவுகளை ஈடுசெய்வதற்காக வழங்கப்படும் நிதி திரும்பப் பெற முடியாத ஆதாரமாகும்.
- அரசாங்க மானியங்கள் வழக்கமாக குறிப்பிட்ட திட்டங்களுக்கு வழங்கப்படுகின்றன, அவை பயனடைகின்றன அல்லது பராமரிக்க உதவுகின்றன சூழல் ஏதோவொரு வகையில் அல்லது பின்தங்கிய சிறுபான்மை பிரிவுகளுக்கு உதவுதல் அல்லது பின்தங்கிய பிரிவுகளை மீளுருவாக்கம் செய்வதற்கு பங்களிப்பு செய்யுங்கள்.
- தொழில்முனைவோரின் விளைவாக, குறிப்பிட்ட முயற்சிகளுக்கு மானியங்களை வழங்குவதே வழக்கமான நடைமுறை தொடக்கத் திட்டத்திற்குத் தேவையான எல்லா பணத்தையும் திரட்ட முடியாது.
- காரணி சேவைகள் என்பது ஒரு திட்டத்தின் பணி மூலதன தேவைகளை வழங்க குறுகிய கால நிதி ஆதாரங்கள். காரணியாலான சேவைகள் திட்ட ஊக்குவிப்பாளரை கடனாளர்களிடமிருந்து தாமதத்தின் பதற்றத்திலிருந்து விடுவிப்பதோடு, கடன் வழங்குநரின் கட்டணக் கோரிக்கையை பூர்த்தி செய்வதிலிருந்தும் விடுவிக்கின்றன.
- சிறிய, துணை, சிறிய அளவிலான துறைகளுக்கான செயல்பாட்டு மூலதனம் போன்ற குறுகிய கால நிதித் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான மிக முக்கியமான நிதி ஆதாரங்களில் வங்கிகள் ஒன்றாகும்.
- கடனுக்கான தொழில்முனைவோருக்கு விதிக்கப்படும் வட்டி விகிதம் கடனின் வகை மற்றும் அளவு, கடன் வாங்குபவரின் நிதி வலிமை, கடனுடன் தொடர்புடைய ஆபத்து நிலை மற்றும் பிரதான மத்திய வங்கி விகிதங்கள் ஆகியவற்றைப் பொறுத்தது.

குறிப்பு

- காப்பீடு மற்றும் கடன் உத்தரவாதங்கள் நிதியுதவியின் அடிப்படை கூறுகள்.

- ஜர்னி என்பது சவுத்ஆஃப்ரிக்காவைச் சேர்ந்த ஒரு சுற்றுலா நிறுவனமாகும். இந்த நிறுவனம் முக்கியமாக சுற்றுலா ஆலோசனை மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் துறையில் உள்ளது.

- இந்த நிறுவனம் சுற்றுலா இலக்கு மேலாண்மை, திட்டமிடல் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவற்றில் நிபுணத்துவம் பெற்றது. அவர்களின் நிபுணத்துவம், அனுபவம், அறிவு மற்றும் படைப்பாற்றல் ஆகியவற்றின் உதவியுடன் சுற்றுலா தலங்களுக்கு அவர்களின் பெரும்பாலான வாய்ப்புகளை உருவாக்க இது உதவுகிறது.

- இந்தியாவில் தீம் அடிப்படையிலான சுற்றுலா சுற்றுகளின் ஒருங்கிணைந்த மேம்பாட்டிற்காக சுற்றுலா அமைச்சின் சுதேஷ் தரிசன திட்டத்தின் (மத்திய துறை திட்டம்) ஒரு பகுதியாக இந்தியாவில் நான்கு மதிப்புமிக்க சுற்றுலா தளங்களுக்கான விரிவாக்க திட்டங்களை வடிவமைப்பதில் இந்த பயணம் டெலாய்ட் இந்தியா மற்றும் கட்டிடக் கலைஞர்கள் ஹபீஸுடன் இணைந்து பணியாற்றியது. தளங்கள் மகாராஷ்டிராவின் அஜந்தா குகைகள்; எல்லோரா குகைகள், மகாராஷ்டிரா; கொல்வா கடற்கரை, கோவா; மற்றும் அம்பர் கோட்டை, ராஜஸ்தான்.

9.7. முக்கிய சொற்கள்

- பிரேக்வேன் பாயிண்ட்: பொருளாதாரம், வணிகம் மற்றும் குறிப்பாக கணக்கியல் கணக்கியல் ஆகியவற்றில் இடைவெளி-சம புள்ளி என்பது மொத்த செலவு மற்றும் மொத்த வருவாய் சமமாக இருக்கும் புள்ளியாகும், அதாவது “கூட”. உற்பத்தியுடன் தொடர்புடைய மொத்த நிலையான செலவுகளை ஒரு தனி அலகுக்கான வருவாயால் வகுப்பதன் மூலம் இது தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

- குத்தகை: இது ஒரு சொத்தை விற்கும் நிறுவனம் அதே சொத்தை வாங்குபவரிடமிருந்து குத்தகைக்கு விடக்கூடிய ஒரு ஏற்பாடாகும். ஏற்பாட்டின் விவரங்கள், குத்தகை செலுத்துதல் மற்றும் குத்தகை காலம் போன்றவை சொத்து விற்கப்பட்ட உடனேயே செய்யப்படுகின்றன.

- விதை பணம்: விதை நிதி அல்லது விதை மூலதனம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது ஒரு பத்திரப் பத்திரமாகும், இதில் ஒரு முதலீட்டாளர் ஒரு தொடக்க நிறுவனத்தில் மூலதனத்தை ஒரு பங்கு பங்கு அல்லது நிறுவனத்தில் மாற்றத்தக்க நோட்டு பங்குகளுக்கு ஈடாக முதலீடு செய்கிறார்.

- கூட்டு பங்கு நிறுவனம்:இது ஒரு வணிக நிறுவனம், அதில் நிறுவனத்தின் பங்குகளின் பங்குகளை பங்குதாரர்கள் வாங்கலாம் மற்றும் விற்கலாம். ஒவ்வொரு பங்குதாரரும் நிறுவனத்தின் பங்குகளை விகிதாச்சாரத்தில் வைத்திருக்கிறார்கள், இது அவர்களின் பங்குகளுக்கு சான்றாகும்.
- பங்கு:கடன்கள் அல்லது அவற்றுடன் இணைக்கப்பட்டுள்ள பிற கடன்களைக் கொண்டிருக்கும் சொத்துக்களின் உரிமை இது; சொத்துக்கள் அனைத்தும் கலைக்கப்பட்டு நிறுவனத்தின் அனைத்து கடன்களும் செலுத்தப்பட்டால் நிறுவனத்தின் பங்குதாரர்களுக்கு திருப்பித் தரப்படும் மதிப்பை இது குறிக்கிறது.
- முதலீட்டுக்கான வருவாய் (சுழுஐ):இது ஒரு முதலீட்டின் செயல்திறன் அல்லது இலாபத்தை மதிப்பிடுவதற்கு அல்லது பல்வேறு முதலீடுகளின் செயல்திறனை ஒப்பிட்டுப் பார்க்க பயன்படுத்தப்படும் செயல்திறன் நடவடிக்கையாகும். முதலீட்டின் செலவினத்துடன் ஒப்பிடும்போது, ஒரு குறிப்பிட்ட முதலீட்டின் வருவாயின் அளவை நேரடியாக அளவிட சுழுஐ முயற்சிக்கிறது.

9.8. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. நிறுவனங்கள் மூலதனத்தை எவ்வாறு நிர்வகிக்கின்றன?
2. விற்பனை மற்றும் குத்தகைக்கு என்ன நன்மை?
3. பங்கு கடனில் இருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது?
4. கடன் பத்திரத்தின் முக்கிய அம்சங்கள் யாவை?
5. “கடன் நிதி” என்ற வார்த்தையால் நீங்கள் என்ன புரிந்துகொள்கிறீர்கள்?
6. தனியார் வேலைவாய்ப்பு என்றால் என்ன?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. வெளிப்புற நிதி ஆதாரங்களின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பகுப்பாய்வு செய்யவா?
2. கடன் நிதியத்தின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. பத்திர நிதியளிப்பின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் ஆகியவற்றை ஒப்பிடுக.
4. சுற்றுலா அமைச்சின் சுதேஷ் தரிசன திட்டத்தின் கீழ் இந்த பயணம் மேற்கொண்ட வேலைகளின் வெவ்வேறு கட்டங்களை மதிப்பீடு செய்யுங்கள்.

9.9. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எ.பி. ட்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
- பிலிப் கோடலர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.

அலகு - 10

சுற்றுலாவில் தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு

அமைப்பு

- | | |
|------|--|
| 10.1 | அறிமுகம் |
| 10.2 | நோக்கங்கள் |
| 10.3 | தொழில்முனைவோரை வளர்ப்பதற்கான திட்டங்கள் |
| 10.4 | தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரம் |
| 10.5 | உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள் |
| 10.6 | சுருக்கம் |
| 10.7 | முக்கிய சொற்கள் |

- 10.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
10.9 மேலும் வாசிப்புகள்

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

10.1. அறிமுகம்

ஒரு தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டம் (ஈடிபி) ஒரு நபரின் தொழில் முனைவோர் திறன்களை வளர்க்க உதவுகிறது. ஒரு வணிகத்தை வெற்றிகரமாக நடத்துவதற்குத் தேவையான அத்தியாவசிய திறன்களை வளர்ப்பதே இந்த திட்டத்தின் நோக்கமாகும். இந்த பிரிவில், நுணு களைப் பற்றி விரிவாக விவாதிப்போம். தொழில்முனைவோர் கலாச்சாரம் குறித்து விவாதிக்க இந்த பிரிவு செல்லும். தொழில்முனைவோர் கலாச்சாரத்தை உறுதியான மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட பொருள்கள் மற்றும் அருவமான கருத்துகளின் கலவையாக வரையறுக்கலாம். இது பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சிக்கு உதவக்கூடிய பார்வை, விதிமுறைகள் மற்றும் பண்புகளை குறிப்பிடுகிறது. தொழில்முனைவோர் கலாச்சாரம் நிறுவனத்திற்கு நன்மை பயக்கும், ஏனெனில் இது புதுமை மூலம் வரையறுக்கப்பட்ட வளங்களை நீதித்துறை பயன்படுத்த உதவுகிறது. இந்த கலாச்சாரம் மாற்ற முகவர்களாகக் கருதப்படும் தொழில்முனைவோரின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது. தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தை ஏற்றுக்கொள்வதை உறுதிப்படுத்த,

10.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- ஈடிபிகளின் தேவை மற்றும் பங்கு பற்றி விவாதிக்கவும்
- ஒரு ஈ.டி.பியின் குறிக்கோள்கள், இலக்கு குழுக்கள் மற்றும் பயிற்சிக்கு முந்தைய பணிகளை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
- தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தை வரையறுக்கவும்
- தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தின் பல்வேறு அம்சங்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
- வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் நிறுவன கலாச்சாரத்தின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்

10.3. தொழில்முனைவோரை வளர்ப்பதற்கான திட்டங்கள்

எந்தவொரு நாட்டிலும் தொழில்துறை நடவடிக்கைகளின் உயர் மட்டத்தை தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சியால் அடைய முடியும், இது ஒட்டுமொத்த பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கிறது. தொழில் முனைவோர் பிறக்கவில்லை என்று ஆய்வுகள் தெரிவிக்கின்றன. தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சி என்பது தொடர்ச்சியான செயல்; இது வணிகத்தை

Self-Instructional
Material

அமைப்பதற்கான இலக்கை அடைய தங்களை ஊக்குவிக்க சாத்தியமான தொழில்முனைவோருக்கு உதவுகிறது மற்றும் நிச்சயமற்ற மற்றும் ஆபத்தான சூழ்நிலைகளை சமாளிக்க புரிந்துணர்வை வழங்குகிறது, குறிப்பாக வணிக நிறுவனங்களில். தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சியின் செயல்முறை, நிறுவனங்களின் வளர்ச்சிக்கு பயிற்சி, கல்வி, மறுசீரமைப்பு மற்றும் சில உகந்த மற்றும் ஆரோக்கியமான சூழலில் கவனம் செலுத்துகிறது. இந்தியாவின் கலப்பு பொருளாதார அமைப்பு அரசு மற்றும் தனியார் நிறுவனங்களை ஊக்குவிக்கிறது. எந்தவொரு தேசத்தின் தொழில்முனைவோர் திறனும் பொருளாதார வளர்ச்சி விகிதத்திற்கு எல்லா வித்தியாசங்களையும் ஏற்படுத்துகிறது. இந்திய அரசாங்கம் தனது தொழில்துறை கொள்கையை 1956 இல் அறிவித்தது; இது இந்தியாவின் அனைத்து அடுத்தடுத்த தொழில்துறை கொள்கைகளுக்கும் அடிப்படை தொழில்துறை கொள்கையாக இருந்தது. அந்தக் கொள்கையின்படி, சிறிய அளவிலான தொழில்துறை துறை மற்றும் வணிகம் தனியார் தொழில்முனைவோருக்கு வழங்கப்பட்டன. சிறிய அளவிலான தொழில்முனைவோர் என்பது தொழில்முனைவோருக்கான துவக்கமாகும். சிறு தொழில் துறையின் விரைவான வளர்ச்சி முக்கியமாக தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சியால் சாத்தியமாகும் என்பது உண்மைதான்.

தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் (ஈடிபிக்கள்) ஒரு நபரின் தொழில் முனைவோர் நோக்கத்தை வலுப்படுத்துவதற்கும் நிறைவேற்றுவதற்கும் உதவுவதற்கும் அவர்களின் தொழில் முனைவோர் பங்கை திறம்பட ஆற்றுவதற்கான தேவையான திறன்களையும் திறன்களையும் பெறுவதற்கும் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன. ஆண்டு முழுவதும் ஒரு அமைப்பை திறம்பட இயக்குவது ஒரு கலை; இருப்பினும், இது ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு அருளால் அல்லது மற்றவர்களின் தயவால் வர முடியாது. நிறுவன கோரிக்கைகளும் தேவைகளும் அவ்வப்போது மாறுகின்றன. ஒரு தொழில்முனைவோர் இவற்றை முன்கூட்டியே எதிர்பார்க்க வேண்டும் மற்றும் நிறுவனத்தின் தற்போதைய வளங்களைப் பயன்படுத்தும்போது சவால்களை திறமையாக எதிர்கொள்ள முடியும். ஒரு தொழில்முனைவோர் மனிதவளம், இயந்திரங்கள், நிர்வாகம், நிலையான மற்றும் பணி மூலதனம் ஆகிய துறைகளில் நிறுவன மாறும் கோரிக்கைகள் குறித்த அறிவைப் பெற வேண்டும். மேலாண்மை, பொருள் மேலாண்மை போன்றவை, நிறுவனத்தைப் படிப்பதன் மூலம் அல்லது சிறப்பு தனிப்பட்ட வழிகாட்டுதல் அல்லது பயிற்சி மூலம். நோக்கங்கள், உந்துதல் முறை, நடத்தை மற்றும் தொழில் முனைவோர் மதிப்பு ஆகியவற்றில் அவற்றின் தாக்கம் பற்றிய புரிதலை ஊக்குவிப்பது அவசியம். ஒரு நுணு இன் வெற்றி திட்டத்தின் வடிவமைப்பு மற்றும் அமைப்பு மற்றும் ஒரு தகுதிவாய்ந்த மற்றும் அர்ப்பணிப்புள்ள பயிற்சியாளரைப் பொறுத்தது.

பொதுவாக, ஒரு ஈடிபியின் வடிவமைப்பு பின்வரும் மூன்று அடுக்கு அணுகுமுறையை பரவலாகக் கருதுகிறது:

1. தொழில்துறை வாய்ப்புகள், திட்ட திட்டமிடல் மற்றும் மேம்பாடு குறித்த வழிகாட்டுதல்;
2. விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகள், ஊக்கத்தொகை மற்றும் வசதிகள் அரசு வழங்குதல் மற்றும் நிர்வாக மற்றும் செயல்பாட்டு திறன்களை மேம்படுத்துதல்; மற்றும்
3. தொழில் முனைவோர் பண்புகள் மற்றும் நடத்தைகளை கூர்மைப்படுத்துதல், மற்றும் சாதனை ஊக்கத்தை உருவாக்குதல்.

பல்வேறு நுட்பங்களையும் அணுகுமுறைகளையும் பயன்படுத்துவதன் மூலம் ஈடிபியின் வடிவமைப்பு நோக்கங்களை அடைய முடியும். திட்டங்கள் மற்றும் பயிற்சி முறைகளின் கட்டமைப்பிற்கு குறிப்பிட்ட இலக்கு குழுக்கள் மற்றும் இலக்கு பகுதிகளைக் கருத்தில் கொள்வது அவசியம். வருங்கால தொழில்முனைவோரைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கான வழிமுறைகள் மற்றும் பயிற்சிக்குப் பிறகு ஆதரவு சேவைகள் நுணிகளின் வெற்றியில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.

நுணீ இன் மற்றொரு முக்கியமான உறுப்பு மனித காரணி. இது தனிநபரின் அணுகுமுறை, ஆசை மற்றும் உந்துதல், சுற்றுச்சூழல் மாற்றங்கள் மற்றும் வாய்ப்புகளை உணரும் திறன் மற்றும் ஒரு தொழில்முனைவோர் எதிர்கொள்ளக் கூடிய பிரச்சினையைத் தீர்ப்பதற்கான அவர்களின் திறனைக் குறிக்கிறது. ஈடிபி என்பது சாத்தியமான தொழில்முனைவோர் அல்லது தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் திறன்களையும் அறிவையும் மேம்படுத்துவதற்கான பயிற்சியாகும்.

ஈடிபி இன் நோக்கங்கள்

கிராமப்புறங்களில் சிறு மற்றும் நடுத்தர தொழில்களை மேம்படுத்துவதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் ஒரு முயற்சியாக, தொழில்துறை மேம்பாட்டுத் துறையின் (டிஐபி) கீழ் தொழில்துறை சேவை நிறுவனம் (ஐஎஸ்ஐ), பொருளாதார வளர்ச்சியைத் தூண்டும் அரசாங்கத்தின் கொள்கைகளுக்கு பொருள் கொடுக்க ஈடிபியைத் தொடங்கியுள்ளது, தொழில்களை கிராமப்புறங்களுக்கு விநியோகித்தல் மற்றும் உள்ளூர் மூலப்பொருட்களை பதப்படுத்துவதை ஊக்குவித்தல். ஐடிபி தொழில்துறை மேம்பாட்டுக் கொள்கையின் ஒரு பகுதியாகக் கருதப்பட்டது, இது ஐந்தாண்டு தேசிய பொருளாதார மற்றும் சமூக மேம்பாட்டுத் திட்டத்தில் வெளிப்படுத்தப்பட்டது. பின்வரும் நோக்கங்களை அடைவதன் மூலம் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கான ஒரு வாகனமாக தாய்லாந்தின் கிராமப்புறங்களில் தொழில் முனைவோர் நடவடிக்கைகளை உருவாக்க இந்த திட்டம் முயன்றது:

குறிப்பு

- சாத்தியமான தொழில்முனைவோர்களிடையே சுயதொழில் செய்வதை ஊக்குவிக்கும் சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியை ஊக்குவித்தல்
- கிராமப்புறங்களில், புதிய முயற்சிகளைத் தூண்டுவதற்கும், சிறு மற்றும் நடுத்தர தொழில்களின் தற்போதைய நடவடிக்கைகளை விரிவுபடுத்துவதற்கும் வடிவமைக்கப்பட்ட சிறப்புத் திட்டங்களை வழங்க
- உள்ளூர் நுகர்வு மற்றும் ஏற்றுமதிக்கான உள்நாட்டு மூலப்பொருட்களை பதப்படுத்துவதில் வேலைவாய்ப்பு மற்றும் சுய வேலைவாய்ப்பு வாய்ப்புகளை உருவாக்குதல்
- சாத்தியமான தொழில்முனைவோருக்கான தொழில்முனைவோர் வாய்ப்புகளை மேம்படுத்துதல் மற்றும் இருக்கும் தொழில்முனைவோருக்கான நிர்வாக திறன்களை மேம்படுத்துதல்

இந்தியாவில், தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டிற்கான ஒரு சிறந்த பயிற்சித் திட்டம் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தொழில்முனைவோருக்கு உதவ முடியும் என்பதை ஜே.நு.எ.டி.ஆல் அமைக்கப்பட்ட ஏற்றுமதி குழு ஏற்றுக்கொண்டது:

- அவர்களின் தொழில் முனைவோர் தரம் ∴ உந்துதலை வளர்த்துக் கொள்ளுங்கள்;
- சிறு தொழில் மற்றும் சிறு வணிகம் தொடர்பான சூழலை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்;
- திட்டம் ∴ தயாரிப்பு தேர்ந்தெடுக்கவும்;
- திட்டத்தை உருவாக்குதல்;
- ஒரு சிறிய நிறுவனத்தை அமைப்பதற்கான செயல்முறை மற்றும் நடைமுறைகளைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்;
- உதவி ∴ ஆதரவு தேவையின் மூலத்தை அறிந்து செல்வாக்கு செலுத்துங்கள் நிறுவனத்தைத் தொடங்குங்கள்;
- அடிப்படை மேலாண்மை திறன்களைப் பெறுங்கள்;
- ஒரு தொழில்முனைவோராக இருப்பதன் நன்மை தீமைகளை அறிந்து கொள்ளுங்கள்; மற்றும்
- தேவையான சமூகப் பொறுப்பை அறிந்து பாராட்டுங்கள்.

இலக்கு குழு

ஈடிபியின் பங்கேற்பாளர்களை முறையாக அடையாளம் காண்பது மற்றும் தேர்ந்தெடுப்பது ஈடிபியின் வெற்றியை மேம்படுத்துவதற்கான ஒரு கருவியாகக் கருதப்படுகிறது. வழக்கமாக ஈடிபி தேர்வுத் திட்டம் மிகவும் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது, ஈடிபிக்கான சேர்க்கை சிறந்த 25-30 விண்ணப்பதாரர்களுக்கு மட்டுமே வரையறுக்கப்படுகிறது, அவர்கள் சாத்தியமான தொழில்முனைவோரின் பண்புகள் அல்லது குணங்களை செயலாக்குவார்கள் என்று கருதப்படுகிறது. தேர்வு செயல்முறை

பொதுவாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டதாகக் கருதப்படும் தொழில் முனைவோர் பண்புகளை அடிப்படையாகக் கொண்டது. நுணுக்கான விண்ணப்பதாரர் பூர்த்தி செய்ய வேண்டிய பொதுவான மற்றும் முதன்மை தேவைகள் பின்வருமாறு:

- விண்ணப்பதாரரின் மக்கள்தொகை மற்றும் சமூக-கலாச்சார தரவு (வயது, கல்வி பின்னணி, வேலை மற்றும் வணிக அனுபவம், வணிக செயல்பாட்டின் வகை, நிதி ஆதாரங்கள், பங்கு பங்கேற்பு மற்றும் தொழிலாளர் தீவிரம்) போன்ற தொழில்முனைவோரின் வாழ்க்கை வரலாற்று காரணிகளை அவதானித்தல் தொழில் முனைவோர் பங்கு;
- ஈ.டி.பி-யில் கலந்து கொள்வதற்கான விண்ணப்பதாரரின் ஊக்கக் காரணிகளின் மதிப்பீடு, அதாவது வணிகத்திற்கு வெளிப்பாடு, உடன்பிறப்பு நிலை, வணிகத்திற்குச் செல்வதற்கான காரணம், தொழில்முனைவோருக்கு ஊக்கம் மற்றும் ஆதரவின் ஆதாரம், திட்டங்களின் ஒருமைப்பாடு, நம்பகத்தன்மை மற்றும் சகிப்புத்தன்மை; மற்றும்
- தொழில்முனைவோரின் பண்புக்கூறுகளான இடர் எடுப்பது, சாதனைக்கான தேவை மற்றும் பிற தொடர்புடைய பண்புகள் போன்றவற்றில் தொழில்முனைவோரின் உளவியல் வலிமையின் பகுப்பாய்வு மற்றும் மதிப்பீடு.

இலக்கு குழுவைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய மற்றொரு முக்கியமான காரணி ஈடிபியின் போக்கிற்கும் பங்கேற்பாளரின் தேவைகளுக்கும் இடையிலான தொடர்பு. உதாரணமாக, ஈடிபி பாடநெறி ஒரு செயல்முறையிலிருந்து மற்றொரு செயல்முறைக்கு இயந்திரங்களை உகந்த முறையில் பயன்படுத்துவதில் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த நுணுக்கப் பொறுத்தவரை, இலக்கு குழு அச்சிடும் அலகுகளைத் தொடங்க விரும்பும் ஆர்வலர்கள்.

மையத்தின் தேர்வு

ஒரு ஈடிபி ஒரு வசதியான இடத்தில் ஏற்பாடு செய்யப்பட வேண்டும் மற்றும் சிறந்த போக்குவரத்து வசதியைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். மைய தேர்வு செயல்முறை ஈடிபியின் வெற்றியை பாதிக்கும் மிக முக்கியமான கூறுகளில் ஒன்றாகும். மையத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் பின்வரும் காரணிகள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன:

- சுற்றுச்சூழல் காரணிகளான புவியியல் காரணிகள், வானிலை, சட்டம் ஒழுங்கு முறை, பயண நேரம் மற்றும் போக்குவரத்து வசதிகள் (சாலை மற்றும் ரயில் இணைப்பு போன்றவை);
- கட்டிடத்தின் அடுக்கு பகுதி, பார்க்கிங் வசதி, மின்சாரம், நீர், இணையம் மற்றும் பிற தேவையான தொழில்நுட்பம் மற்றும் வசதிகள் ஒரு ஈடிபி ஏற்பாடு செய்வதற்கு அவசியமானவை;

- மையத்திற்கு அருகில் போர்டிங் மற்றும் தங்குமிடம் கிடைக்கும்;
- மையத்தில் தொலைபேசி மற்றும் தொலைநகல் வசதி; மற்றும்
- புகைப்பட நகல் வசதி மையத்தில் அல்லது மையத்திற்கு அருகில்.

முன் பயிற்சி வேலை

தொழில்முனைவோரின் ஊக்குவிப்பு மற்றும் வளர்ச்சியில் ஒரு ஒருங்கிணைந்த அணுகுமுறையாக, தற்போதுள்ள சமூக-பொருளாதார அறிக்கைகள் மற்றும் அரசாங்க கொள்கை வழிகாட்டுதல்களிலிருந்து பகுதியைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் இருந்து பயிற்சிக்கு முந்தைய பணி தொடங்குகிறது. தற்போதுள்ள தொழில், இயற்கை வளங்கள், மூலப்பொருள், மனிதவளம் மற்றும் சந்தை சாத்தியக்கூறுகள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் புதிய மற்றும் விரிவாக்கப்பட்ட தொழில்களுக்கான வாய்ப்புகளை அடையாளம் காண இப்பகுதியில் தொழில்நுட்ப-பொருளாதார ஆய்வு நடத்தப்படுகிறது.

- ஒருங்கிணைப்பாளர் பயிற்சியின் நோக்கங்களை புரிந்து கொள்ள வேண்டும். எந்தவொரு பயிற்சியின் பொதுவான நோக்கங்கள் பின்வருமாறு:
- தொழில், தயாரிப்பு மற்றும் உற்பத்தி முறைகள் பற்றிய அடிப்படை அறிவை அறிவுறுத்த
- புதிய தொழில்முனைவோர் மற்றும் தொழிலாளர்களின் தேவையான திறன்களை வளர்ப்பது
- கருத்து, நுட்பங்கள் மற்றும் தகவல்களுக்கு வெளிப்படுவதன் மூலம் தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் தற்போதைய நிலையில் மிகவும் திறம்பட செயல்பட உதவுவது
- தொழில்முனைவோரை நேரடியாகவோ மறைமுகமாகவோ பாதிக்கும் சமீபத்திய முன்னேற்றங்களுக்கு அவற்றை வெளிப்படுத்துதல்
- வாடிக்கையாளர் கல்வியை தெரிவிக்க
- பொருட்களின் சந்தைப்படுத்தல் குறித்த அறிவை வழங்க

பயிற்சிக்கு முந்தைய திட்டத்தின் அடுத்த முக்கியமான படி, பயிற்சிக்கான பொருத்தமான முறைகளைத் தேர்ந்தெடுப்பது.

சில பயிற்சி முறைகள் பின்வருமாறு:

- தனிப்பட்ட வழிமுறை: அசிங்கிள் தனிநபர் பயிற்சிக்காக தேர்ந்தெடுக்கப்படுகிறார், அங்கு ஒரு சிக்கலான திறன் ஒரு நபருக்கு கற்பிக்கப்பட வேண்டும்
- குழு வழிமுறை: ஒத்த வகை வேலைகளைக் கொண்ட தனிநபர்களின் குழுவுக்கு பொதுவான வழிமுறைகள் பொருந்தும்

- விரிவுரை முறை: பயிற்றுவிப்பாளர் கோட்பாட்டில் கற்பவர்கள் பின்பற்ற வேண்டிய நடைமுறையைத் தொடர்புகொள்கிறார்
- ஆர்ப்பாட்டம் முறை: பயிற்றுவிப்பாளர் ஒரு சிறந்த புரிதலுக்கான வேலையின் செயல்திறனை நடைமுறையில் காட்டுகிறது
- மாநாடு: துறையில் உள்ள வல்லுநர்கள் தங்கள் கருத்துக்களைப் பகிர்ந்துகொண்டு கற்பவர்களின் கவனத்திற்குக் கொண்டு வருகிறார்கள்

பயிற்சி முறைகளைத் தேர்ந்தெடுத்து வளர்த்த பிறகு, கவனம் தேவையான வசதிகளுக்கு மாற்றப்படுகிறது. ஒரு ஈடிபி மையத்தின் முழு உள்கட்டமைப்பு மதிப்பாய்வு செய்யப்பட வேண்டும். ஈ.டி.பி நிரல் அட்டவணை மற்றும் பாடநெறி அமைப்பு ஆகியவற்றுடன் பாடநெறித் தகவலும் தயாராக இருக்க வேண்டும். பங்கேற்பாளர்கள் மற்றும் பயிற்சியாளர்களுக்கு ஈடிபி அட்டவணை குறித்து முன்கூட்டியே தெரிவிக்கப்பட வேண்டும், மேலும் அவர்களின் உறுதிப்படுத்தல் எடுக்கப்பட வேண்டும். பங்கேற்பாளர்கள் மற்றும் பயிற்சியாளர்களுக்கு தங்குமிடம் மற்றும் போக்குவரத்து ஏற்பாடுகள் செய்யப்பட வேண்டும். ஈடிபி நிரல் சான்றிதழ்கள் மற்றும் பிற அச்சிடும் பொருட்கள் தயார் செய்யப்பட வேண்டும். தொழில்முனைவோருக்கு நிதி, ஆலை மற்றும் இயந்திர நிலங்கள், ஆயத்தக் கொட்டகைகள், மின்சாரம், மூலப்பொருட்கள் மற்றும் இறுதியாக தொழில் தொடர்பான தகவல்களை ஏற்பாடு செய்வதில் பல்வேறு உதவிகளும் ஆதரவும் தேவை.

10.4. தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரம்

மனித சமூகங்களை விலங்குக் குழுக்களிலிருந்து வேறுபடுத்துவதற்கு கலாச்சாரம் உதவுகிறது. அக்ரூப்பின் கலாச்சாரத்தை குழுவின் தனிநபர்கள் பகிர்ந்து கொள்ளும் பழக்கவழக்கங்கள், யோசனைகள் மற்றும் அணுகுமுறைகள் என விவரிக்கலாம். இந்த பழக்கவழக்கங்கள், கருத்துக்கள் மற்றும் அணுகுமுறைகள் ஒரு கற்றல் செயல்முறையின் மூலம் ஒரு தலைமுறையிலிருந்து இன்னொரு தலைமுறைக்கு பரவுகின்றன, உயிரியல் பரம்பரை மூலம் அல்ல. கலாச்சாரம் பின்வரும் இரண்டு கூறுகளை உள்ளடக்கியது:

1. பொருள் கலாச்சாரம்: இதில் ஆட்டோமொபைல், தொலைக்காட்சி மற்றும் தொலைபேசி போன்ற பொருள் சார்ந்த விஷயங்கள் உள்ளன.
2. பொருள் அல்லாத கலாச்சாரம்: இது மொழி, நம்பிக்கைகள், இசை மற்றும் மதிப்புகள் போன்ற காரணிகளைக் கொண்டுள்ளது.

குறிப்பு

மெக்லெலாண்டின் சுற்றுப்படி, “கலாச்சாரம் அதன் பரந்த வரையறையில், மனித நடவடிக்கையின் மொத்த திறனாய்வின் ஒரு பகுதியைக் குறிக்கிறது, இது சமூக ரீதியாகவும், மரபணு ரீதியாகவும் பரவுகிறது.”

எட்வர்ட் பர்னெட் டெய்லர் ஒரு நாகரிகத்தின் கலாச்சாரத்தை “சிக்கலான முழுமையானது, இதில் அறிவு, நம்பிக்கை, கலை, ஒழுக்கம், சட்டம், விருப்பம் மற்றும் பிற திறன்கள் மற்றும் சமூகத்தின் உறுப்பினராக மனிதனால் பெறப்பட்ட பழக்கவழக்கங்கள் ஆகியவை அடங்கும்” என்று வரையறுத்தார்.

பிரான்சிஸ் மெரில் கருத்துப்படி, “கலாச்சாரம்:

- சமூக தொடர்புகளின் பண்புரீதியான மனித தயாரிப்பு;
- உயிரியல் மற்றும் சமூக தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான சமூக ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய வடிவங்களை வழங்குகிறது;
- ஒட்டுமொத்தமானது, ஏனென்றால் அது ஒரு குறிப்பிட்ட சமூகத்தில் தலைமுறையிலிருந்து தலைமுறைக்குக் கொடுக்கப்படுகிறது;
- அதன் குறியீட்டு தரம் காரணமாக மனிதர்களுக்கு அர்த்தமுள்ளதாக இருக்கிறது;
- ஒரு குறிப்பிட்ட சமுதாயத்தில் ஒவ்வொரு நபரும் தனது ∴ அவள் வளர்ச்சியின் போது கற்றுக்கொள்ளப்படுவார்;
- ஆளுமையின் அடிப்படை தீர்மானிப்பவர்; மற்றும்
- தொடர்ந்து செயல்படும் சமூகத்தின் மீது அதன் இருப்பைப் பொறுத்தது, ஆனால் எந்தவொரு தனிநபரிடமிருந்தும் அல்லது குழுவிலிருந்தும் சுயாதீனமாக உள்ளது.

தொழில்முனைவோர் கலாச்சாரத்தை உறுதியான மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட பொருள்கள் மற்றும் அருவமான கருத்துகளின் கலவையாக வரையறுக்கலாம். உறுதியான மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட பொருட்களின் எடுத்துக்காட்டுகளில் வாகனங்கள், ஆடை, தளபாடங்கள், கட்டிடங்கள் மற்றும் கருவிகள் அடங்கும். மறுபுறம், சட்டங்கள், ஒழுக்கங்கள் மற்றும் அறிவு ஆகியவை அருவமான கருத்துகளுக்கு எடுத்துக்காட்டுகள்.

தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரம் பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சிக்கு உதவக்கூடிய பார்வை, விதிமுறைகள் மற்றும் பண்புகளை குறிப்பிடுகிறது. கிராபிக்ஸ் மற்றும் மனித குணாதிசயங்களின் அடிப்படையில், தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தை பல்வேறு வகையான துணை கலாச்சாரங்களாக பிரிக்கலாம், அவை:

- தொழில் தர்மம்
- அமைப்பின் கலாச்சாரம்
- மொத்த தர கலாச்சாரம் (TQC)

- வணிக கலாச்சாரம்

இந்த வகைகளில் ஒவ்வொன்றையும் விரிவாக விவாதிப்போம்.

1. தொழில் தர்மம்

“வணிக நெறிமுறைகள்” என்ற சொல் வெவ்வேறு நபர்களுக்கு வெவ்வேறு பொருளைக் கொண்டுள்ளது, ஆனால் பொதுவாக அதன் நோக்கம் வணிகத்தில் எது சரி எது தவறு என்பதை தீர்மானிப்பதாகும். வாலஸ் மற்றும் பெக்கலின் கூற்றுப்படி, “அடிப்படை மாற்றத்தின் போது வணிக நெறிமுறைகளில் கவனம் அவசியம், ஏனெனில் அந்த நேரத்தில் தீவிரமாக எடுத்துக் கொள்ளப்படாத தார்மீக மதிப்புகள் கடுமையாக கேள்விக்குள்ளாக்கப்படுகின்றன”. வணிக நெறிமுறைகள் என்பது இயற்கையில் தெளிவற்ற அந்த வணிக சிக்கல்களைக் கையாளும் முறையாகும். வணிக நெறிமுறைகளின் நன்மைகள் பின்வருமாறு:

- வணிக நெறிமுறைகள் திட்டங்கள் முடிவெடுப்பதில் தலைவர்களுக்கு வழிகாட்டுகின்றன, இதனால் அவர்கள் எப்போதும் சரியான முடிவுகளை எடுப்பார்கள்.
- வணிக நெறிமுறைகள் “விடுபடுதல்” என்ற குற்றச் செயல்களைத் தவிர்க்க உதவுகின்றன, மேலும் அவை அபராதங்களைக் குறைக்க உதவுகின்றன. நெறிமுறை சிக்கல்களின் மீறலைக் கண்டறிய நெறிமுறைகள் உதவுகின்றன மற்றும் அமைப்பால் செய்யப்படும் மீறல்களை சரிசெய்ய உதவுகின்றன.
- வணிக மேலாண்மை நெறிமுறைகள் தர மேலாண்மை, மூலோபாய மேலாண்மை மற்றும் பன்முகத்தன்மை மேலாண்மை ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடைய மதிப்புகளை அடையாளம் காணவும் நிர்வகிக்கவும் உதவுகின்றன. இந்த மதிப்புகளை நிர்வகிக்க, நெறிமுறை நிர்வகிகள் மதிப்புகளைப் பதிவுசெய்கின்றன, கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகளை உருவாக்குகின்றன, பின்னர் இந்த கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகள் குறித்து ஊழியர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்கின்றன.
- ஒரு நிறுவனத்தின் வலுவான மற்றும் நேர்மறையான பொது உருவத்தை உருவாக்க வணிக நெறிமுறைகள் உதவுகின்றன.
- வணிக நெறிமுறைகள் நிறுவனத்தின் கலாச்சாரத்தை பலப்படுத்துகின்றன. நெறிமுறை மதிப்புகள் நிறுவனங்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு இடையிலான உறவை மேம்படுத்துகின்றன. இது அதன் தயாரிப்பின் தரத்தையும் தரத்தையும் சீரானதாக மாற்றுவதன் மூலம் நிறுவனத்தை பலப்படுத்துகிறது.
- வணிக நெறிமுறைகள் சமூகத்தில் அரசு நிறுவனங்கள், தொழிற்சங்கங்கள் மற்றும் சட்டங்கள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளை நிறுவுவதன் மூலம் சமூகத்தை மேம்படுத்த உதவுகின்றன.

குறிப்பு

2. நிறுவன கலாச்சாரம்

ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் அதன் சொந்த கலாச்சாரம் உள்ளது, இது தெளிவற்றது மற்றும் பொருள், திசைகள் மற்றும் செயலின் அடிப்படையை வழங்குகிறது. ஸ்கெயினின் கூற்றுப்படி, “அடிப்படை அனுமானங்கள் மற்றும் நம்பிக்கைகளின் ஆழமான நிலை: குழுவின் வெளிப்புற சூழலில் உயிர்வாழ்வதற்கான பிரச்சினைகள் மற்றும் உள் ஒருங்கிணைப்பின் சிக்கல்களுக்கு கற்ற பதில்கள்; ஒரு நிறுவனத்தின் நினைவாளர்களால் பகிரப்படுகின்றன; அவை அறியாமலே செயல்படுகின்றன; அது தன்னைப் பற்றியும் அதன் சூழலைப் பற்றியும் ஒரு நிறுவனத்தின் பார்வையில் ஒரு அடிப்படை “வழங்கப்பட்ட-வழங்கப்பட்ட” பாணியில் வரையறுக்கப்படுகிறது. மூலோபாயவாதிகள் இருக்கும் கலாச்சாரத்தை சரியான முறையில் அடையாளம் கண்டு, மூலோபாய நோக்கங்களை அடைய தேவையான கலாச்சார பண்புகளுக்கு எதிராக மதிப்பீடு செய்தால் ஒரு நிறுவனத்தில் உற்பத்தி கலாச்சார மாற்றம் ஏற்படுகிறது. “

ஒரு நிறுவன கலாச்சாரத்தை சுற்றுச்சூழலை விளக்குவதற்கும் எதிர்வினையாற்றுவதற்கும் ஒரு வடிப்பானாகப் பயன்படுத்தலாம். முழுமையற்ற கோட்பாடு அணுகுமுறை தொடர்ந்து மாறிவரும் நிறுவன கலாச்சாரத்தில் கவனம் செலுத்துகிறது. மாறிவரும் நிறுவன கலாச்சாரம் நிறுவனத்திற்குள் உள்ள தனிநபர்களின் நடத்தையை பாதிக்கிறது, இதனால் நிறுவன கட்டமைப்பை சீர்குலைக்கிறது. ஒரு நிறுவன கலாச்சாரம் உயர் செயல்திறன், தரம், ஈடுபாடு, திறந்த தன்மை, தொடர்பு சுதந்திரம் மற்றும் பரஸ்பர நம்பிக்கையை ஆதரித்தால் நல்லது என்று கூறப்படுகிறது. அமைப்பு.

நிறுவன கலாச்சாரம் என்பது நிறுவனத்தின் முகவர்களுக்கும் சுற்றுச்சூழலுக்கும் இடையிலான தொடர்புகளின் விளைவாகும். தொடர்புகள் வெளிப்படையானவை அல்லது மறைமுகமானவை. நிறுவன கலாச்சாரத்தை மாற்றுவது என்பது பல்வேறு தொடர்புகளை மாற்றுவதாகும். நிர்வாகத்திற்கான கிளாசிக்கல் அணுகுமுறை கலாச்சாரத்தில் உள்ள முக்கிய நம்பிக்கைகளில் கவனம் செலுத்துவதற்கு பதிலாக நிறுவன கட்டமைப்பை மாற்றுவதை வலியுறுத்துகிறது. கிளாசிக்கல் அணுகுமுறை நிறுவனத்தின் தற்போதைய கலாச்சாரத்தை அடையாளம் காண உதவுகிறது மற்றும் அமைப்பின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப நிறுவன கலாச்சாரத்தை மாற்றியமைக்கிறது.

ஒரு அமைப்பின் கலாச்சாரம் என்பது அமைப்பின் உறுப்பினர்களின் மதிப்புகள் மற்றும் நம்பிக்கைகளின் ஒருங்கிணைப்பாகும். ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் ஒரு தனித்துவமான கலாச்சாரம் உள்ளது, இது நிறுவனத்தின் வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது. சந்தை, பங்குதாரர்கள், தலைமை பாணி, தொழில்நுட்பம் மற்றும் சப்ளையர்கள் போன்ற பல

உள் மற்றும் வெளிப்புற காரணிகளால் நிறுவன கலாச்சாரம் பாதிக்கப்படுகிறது.

பல்வேறு வகையான அமைப்பு கலாச்சாரங்கள் உள்ளன, அவை பின்வருமாறு:

- சக்தி கலாச்சாரம்: இது ஒழுங்கமைப்பிற்கான முக்கியமான முடிவுகளை எடுக்கும் ஒன்று அல்லது சிறிய எண்ணிக்கையிலான நபர்களின் ஆதிக்கத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டது. இந்த கலாச்சாரம் பொதுவாக ஒரு சிறு வணிகத்தில் அல்லது ஒரு பெரிய வணிகத்தின் ஒரு பகுதியில் காணப்படுகிறது.
- பங்கு கலாச்சாரம்: இது ஒரு பெரிய படிநிலை அமைப்புகளில் காணப்படுகிறது, அதில் ஒரு நபரின் பாத்திரங்கள் அல்லது வேலைகள் தெளிவாக வரையறுக்கப்படுகின்றன.
- பணி கலாச்சாரம்: பணியை முடிக்க அணிகள் அல்லது குழுக்கள் உருவாகும்போது இந்த கலாச்சாரம் நிலவுகிறது.
- நபர் கலாச்சாரம்: தனிநபர்கள் தங்கள் கருத்துக்களை வெளிப்படுத்த சுதந்திரமாக இருக்கும்போது இது மிகவும் தனித்துவமான கலாச்சார வடிவமாகும். அப்பர்சன் கலாச்சாரம் ஒரு தளர்வான அமைப்பில் மட்டுமே உள்ளது.

3. மொத்த தர கலாச்சாரம் (TQC)

வுருண என்பது நிறுவனத்திற்குள் உள்ள தனிநபர்கள் மற்றும் குழுக்களின் நடத்தையை கட்டுப்படுத்தும் விதிமுறைகள், நம்பிக்கைகள் மற்றும் மதிப்புகளின் தொகை என வரையறுக்கப்படுகிறது. வுருண நிறுவனம் மற்றும் ஊழியர்கள், பணி மற்றும் பணியாளர்கள் மற்றும் பணியாளர்கள் மற்றும் பணியாளர்களிடையே நிகழும் முயற்சிகளின் எண்ணிக்கையை ஒருங்கிணைப்பதற்கான ஒரு முறையை வழங்குகிறது. இந்த முயற்சிகள் அனைத்தையும் ஒருங்கிணைப்பதன் பின்னணியில் உள்ள முக்கிய நோக்கம் தயாரிப்புக்கான மொத்த தரத்தை உறுதி செய்வதாகும். பணி வாழ்க்கையின் தரம், பணியாளர் திருப்தி மற்றும் வாடிக்கையாளர் திருப்தி ஆகியவற்றை மேம்படுத்துவதில் வுருண மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

4. வணிக கலாச்சாரம்

ஒரு வணிக அலகு கலாச்சாரம் ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தில் உள்ள தனிநபர்கள் மற்றும் குழுக்களின் நடத்தையை கட்டுப்படுத்தும் நம்பிக்கைகள், விதிமுறைகள் மற்றும் மதிப்புகளின் கலவையாக விவரிக்கப்படலாம். ஒரு வணிக அலகுக்குள் ஆரோக்கியமான உழைக்கும் கலாச்சாரத்தை உறுதிப்படுத்த, அமைப்பு அதன் அனைத்து துறைகளிலும் உயர் மதிப்புகள் மற்றும் தரங்களை பராமரிக்க வேண்டும்.

குறிப்பு

10.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. இந்திய அரசு 1956 இல் தனது தொழில்துறை கொள்கையை அறிவித்தது; இது இந்தியாவின் அனைத்து அடுத்தடுத்த தொழில்துறை கொள்கைகளுக்கும் அடிப்படை தொழில்துறை கொள்கையாக இருந்தது. அந்தக் கொள்கையிலிருந்து, சிறிய அளவிலான தொழில்துறை துறை மற்றும் வணிகம் தனியார் தொழில்முனைவோருக்கு வழங்கப்பட்டன.
2. நுணு கள் ஒரு நபரின் தொழில் முனைவோர் நோக்கத்தை வலுப்படுத்துவதற்கும் நிறைவேற்றுவதற்கும் மற்றும் அவர்களின் தொழில் முனைவோர் பங்கை திறம்பட ஆற்றுவதற்கு தேவையான திறன்களையும் திறன்களையும் பெறுவதற்கும் உதவும் வகையில் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன.
3. தொழில்முனைவோர் கலாச்சாரத்தை உறுதியான மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட பொருள்கள் மற்றும் அருவமான கருத்துகளின் கலவையாக வரையறுக்கலாம். உறுதியான மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட பொருட்களின் எடுத்துக்காட்டுகளில் ஆட்டோமொபைல்கள், ஆடை, தளபாடங்கள், கட்டிடங்கள் மற்றும் கருவிகள். மறுபுறம், சட்டங்கள், ஒழுக்கங்கள் மற்றும் அறிவு ஆகியவை அருவமான கருத்துகளுக்கு எடுத்துக்காட்டுகள்.
4. கிராபிக்ஸ் மற்றும் மனித குணாதிசயங்களின் அடிப்படையில், தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தை பல்வேறு வகையான துணை கலாச்சாரங்களாக பிரிக்கலாம், அவை பின்வருமாறு:
 - தொழில் தர்மம்;
 - அமைப்பின் கலாச்சாரம்;
 - TQC மற்றும்
 - வணிக கலாச்சாரம்.
5. TQC என்பது நிறுவனத்திற்குள் உள்ள தனிநபர்கள் மற்றும் குழுக்களின் நடத்தையை கட்டுப்படுத்தும் விதிமுறைகள், நம்பிக்கைகள் மற்றும் மதிப்புகளின் தொகை என வரையறுக்கப்படுகிறது. இடையில் நிகழும் முயற்சிகளின் எண்ணிக்கையை ஒருங்கிணைப்பதற்கான ஒரு முறையை வகுக்க வழங்குகிறது அமைப்பு மற்றும் ஊழியர்கள், பணி மற்றும் பணியாளர்கள் மற்றும் ஊழியர்கள் மற்றும் பணியாளர்கள்.

10.6. சுருக்கம்

- தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சி என்பது தொடர்ச்சியான செயல்; இது வணிகத்தை அமைப்பதற்கான இலக்கை அடைய தங்களை ஊக்குவிக்க சாத்தியமான தொழில்முனைவோருக்கு உதவுகிறது மற்றும் நிச்சயமற்ற மற்றும் ஆபத்தான சூழ்நிலைகளை சமாளிக்க புரிந்துணர்வை வழங்குகிறது, குறிப்பாக வணிக நிறுவனங்களில்.

குறிப்பு

- தொழில் முனைவோர் வளர்ச்சியின் செயல்முறை, நிறுவனங்களின் வளர்ச்சிக்கு பயிற்சி, கல்வி, மறுசீரமைப்பு மற்றும் சில உகந்த மற்றும் ஆரோக்கியமான சூழலில் கவனம் செலுத்துகிறது.
- இந்திய அரசு 1956 இல் தனது தொழில்துறை கொள்கையை அறிவித்தது; இது இந்தியாவின் அனைத்து அடுத்தடுத்த தொழில்துறை கொள்கைகளுக்கும் அடிப்படை தொழில்துறை கொள்கையாக இருந்தது. அந்தக் கொள்கையின்படி, சிறிய அளவிலான தொழில்துறை துறை மற்றும் வணிகம் தனியார் தொழில்முனைவோருக்கு வழங்கப்பட்டன.
- ஈடிபிக்கள் ஒரு நபரின் தொழில் முனைவோர் நோக்கத்தை வலுப்படுத்துவதற்கும் நிறைவேற்றுவதற்கும் மற்றும் அவர்களின் தொழில் முனைவோர் பங்கை திறம்பட ஆற்றுவதற்கு தேவையான திறன்களையும் திறன்களையும் பெறுவதற்கும் உதவும் வகையில் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளன.
- ஒரு ஈடிபி இன் வெற்றி திட்டத்தின் வடிவமைப்பு மற்றும் அமைப்பு மற்றும் ஒரு தகுதிவாய்ந்த மற்றும் அர்ப்பணிப்புள்ள பயிற்சியாளரைப் பொறுத்தது.
- பல்வேறு நுட்பங்களையும் அணுகுமுறைகளையும் பயன்படுத்துவதன் மூலம் ஈடிபியின் வடிவமைப்பு நோக்கங்களை அடைய முடியும். திட்டங்கள் மற்றும் பயிற்சி முறைகளின் கட்டமைப்பிற்கு குறிப்பிட்ட இலக்கு குழுக்கள் மற்றும் இலக்கு பகுதிகளைக் கருத்தில் கொள்வது அவசியம்.
- பயிற்சியின் பின்னர் வருங்கால தொழில்முனைவோரைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கான வழிமுறைகளும், ஆதரவு சேவைகளும் ஈடிபிக்களின் வெற்றியில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.
- ஈடிபியின் பங்கேற்பாளர்களை முறையாக அடையாளம் காண்பது மற்றும் தேர்ந்தெடுப்பது ஈடிபியின் வெற்றியை மேம்படுத்துவதற்கான ஒரு கருவியாகக் கருதப்படுகிறது. வழக்கமாக ஈடிபி தேர்வுத் திட்டம் மிகவும் வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது, ஈடிபிக்கான சேர்க்கை சிறந்த 25-30 விண்ணப்பதாரர்களுக்கு மட்டுமே வரையறுக்கப்படுகிறது, அவர்கள் சாத்தியமான தொழில்முனைவோரின் பண்புகள் அல்லது குணங்களை செயலாக்குவார்கள் என்று கருதப்படுகிறது.
- இலக்கு குழுவைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய மற்றொரு முக்கியமான காரணி ஈடிபியின் போக்கிற்கும் பங்கேற்பாளரின் தேவைகளுக்கும் இடையிலான தொடர்பு.
- ஒரு ஈடிபி ஒரு வசதியான இடத்தில் ஏற்பாடு செய்யப்பட வேண்டும் மற்றும் சிறந்த போக்குவரத்து வசதியைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். மையத் தேர்வு செயல்முறை ஒரு ஈடிபியின் வெற்றியைப் பாதிக்கும் மிக முக்கியமான கூறுகளில் ஒன்றாகும்.

குறிப்பு

- தொழில்முனைவோரின் ஊக்குவிப்பு மற்றும் வளர்ச்சியில் ஒரு ஒருங்கிணைந்த அணுகுமுறையாக, தற்போதுள்ள சமூக-பொருளாதார அறிக்கைகள் மற்றும் அரசாங்க கொள்கை வழிகாட்டுதல்களிலிருந்து பகுதியைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் இருந்து பயிற்சிக்கு முந்தைய பணி தொடங்குகிறது.
- தொழில்முனைவோர் கலாச்சாரத்தை உறுதியான மனிதனால் உருவாக்கப்பட்ட பொருள்கள் மற்றும் அருவமான கருத்துகளின் கலவையாக வரையறுக்கலாம். இது பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சிக்கு உதவக்கூடிய பார்வை, விதிமுறைகள் மற்றும் பண்புகளை குறிப்பிடுகிறது.
- கிராபிக்ஸ் மற்றும் மனித குணாதிசயங்களின் அடிப்படையில், தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தை பல்வேறு வகையான துணை கலாச்சாரங்களாக பிரிக்கலாம்: வணிக நெறிமுறைகள், அமைப்பின் கலாச்சாரம், வுளுஊ மற்றும் வணிக கலாச்சாரம்.
- “வணிக நெறிமுறைகள்” என்ற சொல் வெவ்வேறு நபர்களுக்கு வெவ்வேறு பொருளைக் கொண்டுள்ளது, ஆனால் பொதுவாக அதன் நோக்கம் வணிகத்தில் எது சரி எது தவறு என்பதை தீர்மானிப்பதாகும். வணிக நெறிமுறைகள் திட்டங்கள் முடிவெடுப்பதில் தலைவர்களுக்கு வழிகாட்டுகின்றன, இதனால் அவர்கள் எப்போதும் சரியான முடிவுகளை எடுப்பார்கள்.
- இது ஒரு நிறுவனத்தின் வலுவான மற்றும் நேர்மறையான பொது உருவத்தை உருவாக்க உதவுகிறது.
- நெறிமுறைகள் நிறுவனத்தின் கலாச்சாரத்தை பலப்படுத்துகின்றன. நெறிமுறை மதிப்புகள் நிறுவனங்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு இடையிலான உறவை மேம்படுத்துகின்றன. இது அதன் தயாரிப்பின் தரத்தையும் தரத்தையும் சீரானதாக மாற்றுவதன் மூலம் நிறுவனத்தை பலப்படுத்துகிறது.
- நிறுவன கலாச்சாரம் என்பது நிறுவனத்தின் முகவர்களுக்கும் சுற்றுச்சூழலுக்கும் இடையிலான தொடர்புகளின் விளைவாகும். தொடர்புகள் வெளிப்படையானவை அல்லது மறைமுகமானவை.
- ஒரு அமைப்பின் கலாச்சாரம் என்பது அமைப்பின் உறுப்பினர்களின் மதிப்புகள் மற்றும் நம்பிக்கைகளின் ஒருங்கிணைப்பாகும். ஒவ்வொரு நிறுவனத்திற்கும் ஒரு தனித்துவமான கலாச்சாரம் உள்ளது, இது நிறுவனத்தின் வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது. சந்தை, பங்குதாரர்கள், தலைமை பாணி, தொழில்நுட்பம் மற்றும் சப்ளையர்கள் போன்ற பல உள் மற்றும் வெளிப்புற காரணிகளால் நிறுவன கலாச்சாரம் பாதிக்கப்படுகிறது.
- பல்வேறு வகையான நிறுவன கலாச்சாரங்கள் உள்ளன: சக்தி கலாச்சாரம், பங்கு கலாச்சாரம், பணி கலாச்சாரம் மற்றும் நபர் கலாச்சாரம்.
- TQC என்பது நிறுவனத்திற்குள் உள்ள தனிநபர்கள் மற்றும் குழுக்களின் நடத்தையை கட்டுப்படுத்தும் விதிமுறைகள்,

நம்பிக்கைகள் மற்றும் மதிப்புகளின் தொகை என வரையறுக்கப்படுகிறது.

- ஒரு வணிக அலகு கலாச்சாரம் ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தில் உள்ள தனிநபர்கள் மற்றும் குழுக்களின் நடத்தையை கட்டுப்படுத்தும் நம்பிக்கைகள், விதிமுறைகள் மற்றும் மதிப்புகளின் கலவையாக விவரிக்கப்படலாம்.

10.7. முக்கிய சொற்கள்

- சிறிய அளவிலான தொழில்முனைவு: ஒரு சிறு வணிகம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது ஒரு குறிப்பிட்ட எண்ணிக்கையிலான ஊழியர்களால் குறிக்கப்பட்டுள்ளது மற்றும் வரையறுக்கப்பட்ட ஓட்டம் மற்றும் பொருட்கள்.
- செயல்பாட்டு மூலதன மேலாண்மை: இது ஒரு நிறுவனம் அதன் தற்போதைய சொத்துக்கள் மற்றும் கடன்களை சிறந்த முறையில் பயன்படுத்துவதன் மூலம் திறம்பட செயல்படுவதை உறுதி செய்வதற்காக வடிவமைக்கப்பட்ட வணிக உத்தி ஆகும்.
- வணிக நெறிமுறைகள்: சமகால நிறுவன தரநிலைகள், கொள்கைகள், மதிப்புகள் மற்றும் வணிக அமைப்பில் ஒரு நபரின் செயல்கள் மற்றும் நடத்தைகளை நிர்வகிக்கும் விதிமுறைகளை குறிக்கிறது.
- கலாச்சாரம்: இது ஒரு குடைச்சொல், இது மனித சமூகங்களில் காணப்படும் சமூக நடத்தை மற்றும் விதிமுறைகளையும், அத்துடன் இந்த குழுக்களில் உள்ள தனிநபர்களின் அறிவு, நம்பிக்கைகள், கலைகள், சட்டங்கள், பழக்கவழக்கங்கள், திறன்கள் மற்றும் பழக்கவழக்கங்களையும் உள்ளடக்கியது.

10.8. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. ஈடிபியின் மூன்று அடுக்கு அணுகுமுறை என்ன?
2. ஒரு நுணுக்காக ஒரு விண்ணப்பதாரர் பூர்த்தி செய்ய வேண்டிய பொதுவான மற்றும் முதன்மை தேவைகளை பட்டியலிடுங்கள்?
3. கலாச்சாரத்தால் நீங்கள் என்ன புரிந்துகொள்கிறீர்கள்?
4. தரக் கட்டுப்பாட்டை நிர்வகிக்க வணிக நெறிமுறைகள் எவ்வாறு உதவுகின்றன?
5. ஒரு வணிகத்தில் TQC ஐ கற்பிப்பது ஏன் முக்கியம்?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. ஈடிபிக்களின் தேவையைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் நிறுவன கலாச்சாரத்தின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தின் பல்வேறு அம்சங்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
4. ஒரு வணிகத்தில் நெறிமுறைகளின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
5. ஒரு நிறுவனத்தில் நிறுவன கலாச்சாரத்தின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

10.9. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எ.பி. ப்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
- பிலிப் கோடலர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.

சுற்றுலாத் துறை மற்றும் வணிக யோசனைகள்

குறிப்பு

அமைப்பு

- 11.1. அறிமுகம்
- 11.2. நோக்கங்கள்
- 11.3. சுற்றுலாத் துறையில் வணிக ஆலோசனைகள்
- 11.4. வணிக உத்திகள்
 - 11.4.1 வாடிக்கையாளர்களைப் புரிந்துகொள்வது மற்றும் போட்டியை பகுப்பாய்வு செய்தல்
- 11.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 11.6. சுருக்கம்
- 11.7. முக்கிய சொற்கள்
- 11.8. சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 11.9. மேலும் வாசிப்புகள்

11.1. அறிமுகம்

சுற்றுலாத் துறை விரைவான விகிதத்தில் வளர்ந்து வருகிறது, மேலும் அதிகமான மக்கள் அதனுடன் தொடர்பு கொண்டுள்ளனர். சுற்றுலாத்துறையை உயர்த்த உதவுவதற்கும் அரசாங்கம் முயற்சிக்கிறது, ஏனெனில் இது அரசாங்கத்திற்கு வருவாயைப் பெறுவது மட்டுமல்லாமல், உலகமயமாக்கப்பட்ட சூழலில் இந்தியாவின் நேர்மறையான பிம்பத்தை வைக்க உதவுகிறது, மேலும் அதிகமான மக்கள் இந்தியாவை தங்கள் சுற்றுலாத் தலமாக தேர்வு செய்ய வழிவகுக்கிறது. மேலும், இது வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குகிறது, இதன் மூலம் தேசிய கட்டிடம் மற்றும் தேசத்தின் முன்னேற்றத்திற்கு உதவுகிறது. சுற்றுலாத் துறையை வளர்ப்பதற்கான இந்த முயற்சிகளில், தொழில்முனைவோருக்கு தொழில்முனைவோர் திறனும் மனநிலையும் களத்தில் மேலும் முன்னேற்றத்திற்கு வழிவகுக்கும் என்பதால் பெரும் பங்கு வகிக்கிறது. இந்த பிரிவில், சுற்றுலாத் துறை தொடர்பான வணிக யோசனைகளைப் பார்ப்போம்.

குறிப்பு

11.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- சுற்றுலாத் துறை வழங்கும் ஏராளமான வணிக வாய்ப்புகளை அடையாளம் காணவும்
- சுற்றுலாத் துறையில் ஒரு வெற்றிகரமான முயற்சியை நடத்துவதற்கு தேவையான பல்வேறு வணிக உத்திகளை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
- இலக்கு போட்டித்திறன் பற்றிய கருத்து மற்றும் சுற்றுலாத் துறையில் அதன் தாக்கம் குறித்து விவாதிக்கவும்

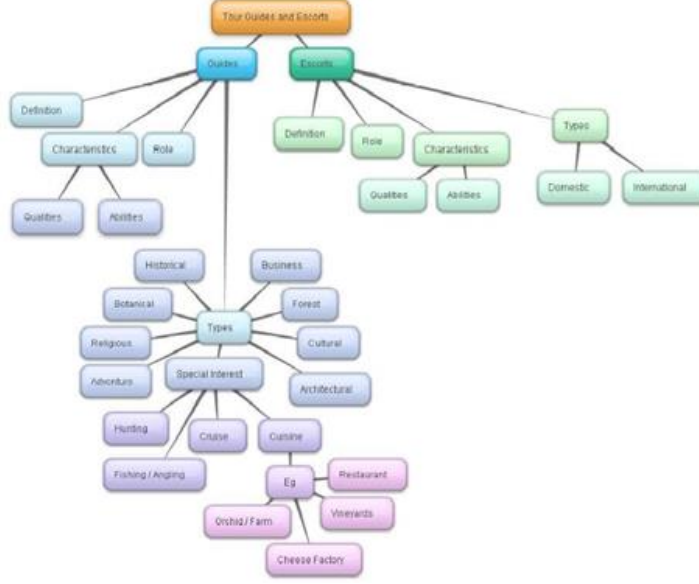
11.3. சுற்றுலாத் துறையில் வணிக ஆலோசனைகள்

சுற்றுலா என்பது பல்வேறு நாடுகளின் முக்கிய பொருளாதார இயந்திரங்களில் ஒன்றாகும். உலக சுற்றுலா மற்றும் சுற்றுலா கவுன்சிலின் கூற்றுப்படி, சுற்றுலா 2018 ஆம் ஆண்டில் ரூ .16.91 லட்சம் கோடி (240 பில்லியன் அமெரிக்க டாலர்) அல்லது இந்தியாவின் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் 9.2 சதவீதத்தை ஈட்டியது மற்றும் 42.673 பில்லியன் வேலைகளை ஆதரித்தது,

8.1 அதன் மொத்த வேலைவாய்ப்பில் ஒரு சதவீதம். இந்தத் துறை 2028 ஆம் ஆண்டில் (மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் 9.9 சதவீதம்) 6.9 சதவீதம் அதிகரித்து ரூ .32.05 லட்சம் கோடியாக (450 பில்லியன் அமெரிக்க டாலராக) வளரும் என்று கணிக்கப்பட்டுள்ளது. சிறந்த மற்றும் உடனடி சேவை வழங்கல் முறைக்குத் தேவையான தகுதிவாய்ந்த ஊழியர்களை அல்லது நிலையான பணியாளர்களை தொழில்துறையால் நியமிக்க முடிந்தால் மட்டுமே சுற்றுலா வளர முடியும்.

சுற்றுலாத் துறைகள் தங்கும் விடுதி, உணவு மற்றும் பான நிறுவனங்கள், போக்குவரத்து சேவைகள், பயண முகவர் நிலையங்கள், சுற்றுலா செயல்பாட்டு நிறுவனங்கள், இயற்கை மற்றும் கலாச்சார ஈர்ப்பு தளங்கள் போன்ற பல்வேறு துறைகளில் பல்வகைப்பட்ட வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குகின்றன. இந்தத் தொழில் சிறு அளவிலான வணிகங்களுக்கும் பல்வேறு வாய்ப்புகளை வழங்குகிறது. இந்த வாய்ப்புகளை விரிவாக விவாதிப்போம்.

சுற்றுலா தலங்களில் சிறு வணிகங்களுக்கான யோசனைகள்.



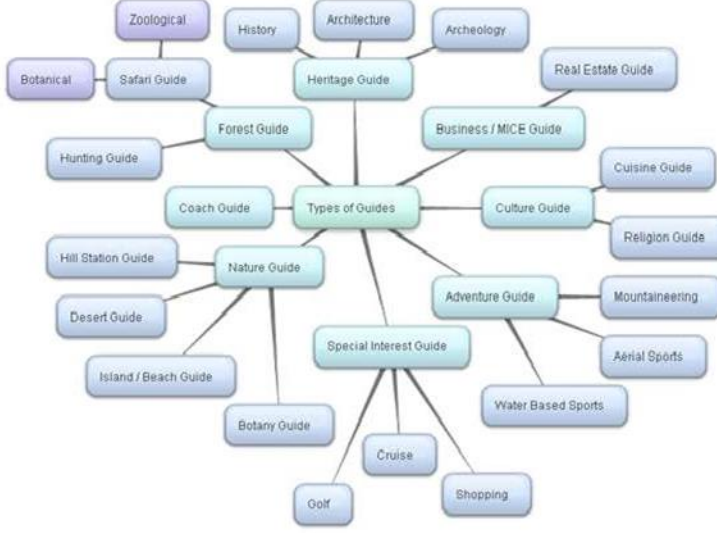
படம் 11.1: ஓர் வழிகாட்டிகள் மற்றும் எஸ்கார்ட்ஸின் வகைகள்

சுற்றுலா தலங்கள் ஒரு தனித்துவமான இடமாகும், இது வழக்கமாக வருடத்தின் ஒரு குறிப்பிட்ட பருவத்தில் அல்லது ஆண்டு முழுவதும் சுற்றுலா பயணிகள் கூடும். உதாரணமாக, தாஜ்மஹால் காரணமாக ஆக்ரா ஆண்டு முழுவதும் ஒரு சுற்றுலாத் தலமாக உள்ளது, அதேசமயம் ஜெய்ப்பூர் மற்றும் கோவா ஆகியவை பருவகால மாற்றங்களால் சுற்றுலாப் பருவங்களைக் கொண்டுள்ளன (பருவகால சுற்றுலாப் பயணிகளும் கூட). பொதுவாக ஒரு சுற்றுலா தலத்தில், பெரும்பாலான மக்கள் வேலைகள் அல்லது வணிகங்கள் அல்லது சுற்றுலா தொடர்பான நடவடிக்கைகளில் ஈடுபட்டுள்ளனர்; எனவே, இந்த இலக்குகளில் பொதுவாக பல வகையான சிறு வணிக யோசனைகள் உள்ளன, அவை உடனடி வடிவத்தை எடுக்கலாம் மற்றும் வெற்றியைப் பெறலாம். சுற்றுலா தலங்களில் பிரபலமான வணிக யோசனைகள் பின்வருமாறு:

- **உறைவிடம் அல்லது ஹோட்டல் வணிகங்கள்**
 - ஒரு கடற்கரை ஹோட்டலைத் திறக்கவும்.
 - விமான நிலைய ஹோட்டல் கட்டவும்.
 - பிற ஹோட்டல்களைக் கட்டி வாடகைக்கு விடுங்கள்.
 - விடுதிகளை கட்டி வாடகைக்கு விடுங்கள்.
 - உங்கள் சொந்த குடியிருப்புகளை வாடகைக்கு விடுங்கள்.
 - ஒரு சுற்றுலா நகரத்திற்கான பிற உறைவிடம் வணிகங்கள்.

குறிப்பு

- **போக்குவரத்து**
 - விண்கலம் சேவைகளை வழங்குதல்.
 - ஒரு வாடகை கார் நிறுவனத்தைத் தொடங்கவும்.
 - பைக் வாடகை நிறுவனத்தைத் திறக்கவும்.
- **சில்லறை கடைகள்**
 - பரிசுக் கடையை இயக்குங்கள்.
 - ஒரு சர்ப் கடையைத் தொடங்கவும்.
 - வாடகைக் கடை மூலம் வாடகைக்கு விடுங்கள்.
 - ஒரு துணிக்கடையைத் திறக்கவும்.
 - கைவினைத் தொழிலைத் தொடங்கவும்.
- **உணவு & பானங்கள்**
 - கடல் உணவு உணவகத்தைத் திறக்கவும்.
 - ஒரு இன உணவகத்தை இயக்குங்கள்.
 - புதிய பழங்கள் மார்ட்டைத் திறக்கவும்.
 - ஒரு ஐஸ்கிரீம் வியாபாரத்துடன் குளிர்ச்சியுங்கள்.
 - ஒரு சுற்றுலா நகரத்திற்கான பிற உணவு மற்றும் பான வணிகங்கள்.
- **சேவை வணிகங்கள்**
 - படகு சுத்தம் செய்யும் தொழிலை நடத்துங்கள்.
 - வெளிப்புற துப்புரவு வணிகத்தை வழங்கவும்.
 - சுற்றுலா வழிகாட்டியாகுங்கள்.
 - ஒரு பயண நிறுவனத்தைத் தொடங்கவும்.
 - பெற்றோர் உதவி நிறுவனத்தைத் தொடங்கவும்.
 - ஒரு விளக்கம் ∴. மொழிபெயர்ப்பு சேவையைத் தொடங்கவும்.
 - ஒரு தனியார் துணை வணிகத்தைத் தொடங்கவும்.
 - இலக்கு திருமண சேவையைத் தொடங்கவும்.
 - புகைப்பட சாவடி வணிகத்தைத் திறக்கவும்.



படம் 11.2 சுற்றுலா வழிகாட்டிகளின் வகைகள்

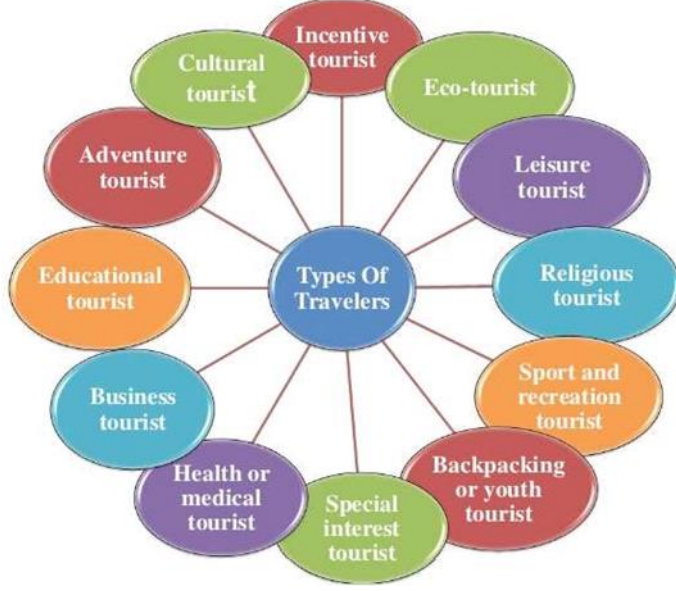
- செயல்பாடுகள் ரு பொழுதுபோக்கு
 - ஒரு பயண சேவையில் மிதக்கவும்.
 - உடற்பயிற்சி மையத்தைத் திறக்கவும்.
 - பறவை .∴ விலங்கு வழிகாட்டி பயணத்தைத் தொடங்கவும்.
 - நீர் பூங்காவைத் திறக்கவும்.
 - ஒரு மினி கோல்ஃப் மைதானத்தை உருவாக்குங்கள்.
 - நீர்வீழ்ச்சி மையத்தைத் தொடங்கவும்.
 - யோகா மையத்தைத் திறக்கவும்.
 - நீராவி குளியல் மையத்தைத் திறக்கவும்.
 - மீன்பிடி சுற்றுப்பயணங்களை ஏற்பாடு செய்யுங்கள்.

சுற்றுலாப் பயணிகளைப் புரிந்துகொள்வது

நாம் ஒவ்வொருவருக்கும் வாழ்க்கையில் வெவ்வேறு விருப்பத்தேர்வுகள் உள்ளன, நாங்கள் ஒரு சுற்றுலாத் தலத்தைத் தேர்ந்தெடுக்கும்போது. சில கடற்கரைகளை விரும்பலாம், சில மலைகள் விரும்பலாம்; சில தனிமைப்படுத்தல்கள், சிலர் ஒரு மையத்தின் சலசலப்பை அனுபவிக்கிறார்கள்; சிலர் இயற்கையின் அமைதியை அனுபவிக்கிறார்கள், சிலர் சாகச விளையாட்டுகளை விரும்புகிறார்கள், சிலர் இன உணவை விரும்பலாம், சிலர் தங்கள் சொந்த உணவுகளை விரும்புகிறார்கள்; சிலர் பாரம்பரிய இடங்களை விரும்பலாம், சிலர் நகரங்களை விரும்புகிறார்கள்; சிலர் வெவ்வேறு கலாச்சாரங்களை அறிய விரும்புகிறார்கள்-அவற்றின் உணவு, உடை, திருவிழாக்கள் போன்றவை, மற்றவர்கள் மிகவும் ஆன்மீக நோக்குடைய பயணிகளாக இருக்கலாம்.

குறிப்பு

இவ்வாறு, வெவ்வேறு சுற்றுலாப் பயணிகள் ஒரு சுற்றுலாத் தலத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு வெவ்வேறு காரணங்கள் உள்ளன.



படம் 11.3 பயணிகளின் வகைகள்

11.4. வணிக உத்திகள்

ஒரு குறிப்பிட்ட சுற்றுலா முயற்சிக்கு பல சந்தைப்படுத்தல் உத்திகள் செயல்படுத்தப்படலாம், இது அந்த குறிப்பிட்ட இடத்தின் பொதுவான விழிப்புணர்வை அதிகரிக்க உதவுகிறது மற்றும் தளத்தை பார்வையிடும் நபர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க உதவுகிறது. இந்த வணிக உத்திகளை விரிவாக விவாதிப்போம்.

1. தனித்துவமான விற்பனை புள்ளிகளை வரையறுத்தல்

விவாதத்திற்குரிய வகையில், இலக்கு சந்தைப்படுத்துதலில் ஈடுபடும் எந்தவொரு அமைப்பிற்கும் மிக முக்கியமான படி, இலக்கை விதிவிலக்காக மாற்றுவதை தெளிவாக விவரிக்க நேரம் ஒதுக்குவது. பார்வையாளர்களைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான தனித்துவமான செயல்பாடுகள் அல்லது தனித்துவமான இயற்கை அம்சங்கள் (மலைகள், கடற்கரைகள், இயற்கை அல்லது எரிமலைகள் போன்றவை) போன்ற ஒரு இலக்கு தனித்து நிற்கக்கூடிய பல வழிகள் உள்ளன. உதாரணமாக, ஜெய்ப்பூர், ஜோத்பூர் மற்றும் ஆக்ரா ஆகியவை வரலாற்று மற்றும் பாரம்பரிய மதிப்பிற்கான இடங்களாக வெற்றிபெறுகின்றன; விளையாட்டு இடங்களாக மணாலி மற்றும் ஆலி; கோவா மற்றும் கேரளா கடற்கரை இடங்களாக; பூரி அல்லது போத்கயா மத இடங்களாக; சிம்லா மற்றும் முசு ழர ரி அல்லது டார்ஜிலிங் இயற்கை அழகு இடங்களாக. கலாச்சாரம், பாரம்பரியம், இயற்கை காட்சிகள், விளையாட்டு நடவடிக்கைகள் போன்றவை தனித்துவமான விற்பனை

புள்ளிகள் (யுஎஸ்பி) ஆகும், அவை அந்த இடத்திற்கு சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்க இலக்கு சந்தைப்படுத்துதலில் வலியுறுத்தப்பட வேண்டும்.

2. இலக்கு பார்வையாளர்கள் மற்றும் சந்தையை வரையறுக்கவும்

ஒரு இலக்கை யாருக்கும் விற்பனை செய்யலாம்; ஒவ்வொரு இடத்திற்கும் அதன் சாத்தியமான சுற்றுலாப் பயணிகள் உள்ளனர், அவர்கள் சந்தைப்படுத்தல் வெற்றிகரமாக இருக்க இலக்கு வைக்கப்பட வேண்டும். ஒவ்வொரு நபரும் தங்கள் வயது, மத விருப்பம், கலாச்சார அமைப்பு, பாலினம், வர்க்க பின்னணி போன்றவற்றுடன் சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களை அடையாளம் காண்பதில் குறிப்பிடத்தக்கவர்கள், மேலும் சந்தைப்படுத்தல் எங்கு செய்யப்பட வேண்டும், எப்படி செய்ய வேண்டும் என்பதை இது தீர்மானிக்கிறது. உதாரணமாக, ஒரு இலக்கு இளைஞர்களை ஈர்க்கக்கூடும், மற்றொன்று பெரியவர்களுக்கு அல்லது இயற்கை ஆர்வலர்களுக்கு கவர்ச்சியாகத் தோன்றலாம். சிலர் வெளிப்புற விளையாட்டு நடவடிக்கைகளை விரும்பலாம், சிலர் கடற்கரையில் ஓய்வெடுக்க விரும்புகிறார்கள். பொது சுற்றுலா பயணிகள், வணிக பயணிகள் மற்றும் மாணவர்கள், குடும்ப சுற்றுலா பயணிகள் போன்ற பல குழுக்களும் உள்ளன.

3. பகுப்பாய்வுகளுக்கான தரவைப் பயன்படுத்துங்கள்

இலக்கு சந்தைப்படுத்தல் நிறுவனங்கள் பல நோக்கங்களுக்காக ஏராளமான தரவைப் பெறலாம் மற்றும் பயன்படுத்தலாம். உதாரணமாக, உங்கள் பார்வையாளர்கள், அவர்கள் யார், அவர்கள் எங்கிருந்து வந்தார்கள், அவர்களின் வருகையின் நோக்கம் என்ன என்பதைக் கண்டறிய புழமபடந யுடெலவவஉள போன்ற கருவிகளைப் பயன்படுத்த நிறுவனத்தின் வலைத்தளம் உங்களை அனுமதிக்கும்.

ஆஃப்லைனில், சராசரி வயது, உங்கள் இலக்கு ஆண்கள் அல்லது பெண்களை அதிகம் ஈர்க்கிறதா, அவர்கள் பயன்படுத்தும் போக்குவரத்து முறை போன்ற தகவல்களைப் பெறலாம். நீங்கள் போதுமான தரவைச் சேகரித்தவுடன், நீங்கள் அடைய சிறந்த நபர்களையும், அவர்களை அடைய சிறந்த வழிகளையும், தள்ளுவதற்கான சிறந்த செய்திகளையும் அடையாளம் காண அதை பகுப்பாய்வு செய்யலாம்.

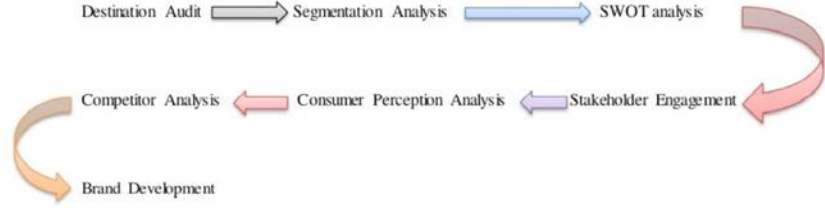
4. உங்கள் இலக்கை முத்திரை குத்துங்கள்

பிராண்டிங் என்பது வணிகங்களால் எளிதில் அடையாளம் காணக்கூடிய ஒரு முறையாகும். பிராண்டிங்கின் பார்வையில் லோகோக்கள், வண்ணத் திட்டங்கள் மற்றும் பிற வடிவமைப்புக் கொள்கைகள், அத்துடன் முழக்கங்கள் அல்லது திட்டவட்டமான சொற்களின் தொடர்ச்சியான பயன்பாடு ஆகியவை அடங்கும். இறுதியில், பிராண்டிங் என்பது

குறிப்பு

அடையாளம் காணக்கூடியது மற்றும் மற்றவர்களிடமிருந்து தனித்து நிற்பது.

குறிப்பு



படம் 11.4 இலக்கு வர்த்தக செயல்முறை

இந்த கொள்கையை நேர்மையாகவும் எளிதாகவும் ஒரு இலக்குக்கு பயன்படுத்தலாம். வெளிப்படையான வண்ணத் திட்டத்தைக் கொண்டு வர முயற்சிக்கவும், இலக்கைப் பற்றி ஏதேனும் பேசும் ஒரு கோஷம் பயன்படுத்தவும், சமூக ஊடகங்களில் மக்கள் பயன்படுத்த ஹாஷ் குறிச்சொற்களை உருவாக்கவும், உங்கள் விளம்பரச் செய்தியுடன் முடிந்தவரை நம்பகத்தன்மையுடன் இருக்கவும் முயற்சிக்கவும், இதனால் மக்கள் அறிமுகம் பெறுவார்கள் அது.

பரிந்துரைக்கப்பட்ட சில ஹேஷ்டேக்குகள் பின்வருமாறு:

- வேடிக்கை
- லவ்
- பொழுதுபோக்கு பூங்கா
- ஈர்ப்பு
- வாழ்க்கை
- புகைப்படம்
- விடுமுறை
- இன்ஸ்டாகூட்
- தெம்பர்க்ஸ்
- டிஸ்னி
- குடும்பம்
- பொழுதுபோக்கு
- குடும்பம்
- விண்டேஜ்

இன்ஸ்டாகிராம், ட்விட்டர், பேஸ்புக் மற்றும் டம்ப்ளரில் பிரபலமான முதல் பத்து ஈர்ப்புகள் ஹேஷ்டேக்குகள் பின்வருமாறு:

- இடங்கள் (45 சதவீதம்)
- பயணம் (10 சதவீதம்)
- ரைடுகள் (6 சதவீதம்)
- இயற்கை (6 சதவீதம்)

- புகைப்படம் (5 சதவீதம்)
- தெம்பார்க் (5 சதவீதம்)
- சுற்றுலா (5 சதவீதம்)
- சாதனை (4 சதவீதம்)
- சுற்றுலா (4 சதவீதம்)
- இடமாற்றம் (4 சதவீதம்)

5. அனைத்து பங்குதாரர்களையும் ஈடுபடுத்துங்கள்

வணிகங்களுக்கு பல்வேறு பங்குதாரர்கள் இருப்பது இயல்பு; வணிகத்தின் நீடித்த தன்மை மற்றும் நீண்டகால இலாபத்தன்மை பங்குதாரர்களின் கவலைகள் எவ்வளவு சிறப்பாக கவனிக்கப்படுகின்றன என்பதைப் பொறுத்தது. அது முடிந்ததும், பங்குதாரர்கள் வணிக முன்மொழிவை தங்கள் ஆர்வமாகக் கருதுகின்றனர், இது நம்பிக்கையை வளர்ப்பதில் செல்கிறது. ஒவ்வொரு பங்குதாரருக்கும் பணிகள் ஒதுக்கப்படுகின்றன என்பதும் குறிப்பிடத்தக்கது, இதனால் பொறுப்புகள் சரி செய்யப்படுகின்றன. சுற்றுலாத் துறையைப் பொறுத்தவரையில், ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்தின் பல்வேறு பங்குதாரர்களில் அரசு மற்றும் பிற அதிகாரிகள், ஹோட்டல்கள், உணவகங்கள், வணிக வளாகங்கள் மற்றும் இடங்கள், பயண முகவர்கள், டீர் ஆபரேட்டர்கள் மற்றும் உள்ளூர் சமூகங்கள் அடங்கும். சுற்றுலா வணிகத்தை வளர்ப்பதில் இந்த அனைத்து பங்குதாரர்களின் கவலைகள் மிக முக்கியமானவை. பிராண்டையும் சுற்றுலா தலத்தையும் மேம்படுத்த,

6. ஒரு அற்புதமான இலக்கு வலைத்தளத்தை உருவாக்கவும்

இந்த நாட்களில் நம்மில் பெரும்பாலோர் ஒரு இடத்தைப் பற்றி கேள்விப்பட்டதால் அதைப் பார்ப்பதில்லை, ஆனால் எங்கும் செல்வதற்கு முன்பு நாங்கள் வழக்கமாக வலைத்தளங்களைப் பார்வையிட்டு அந்த இடத்தைப் பற்றிய வலைப்பதிவுகளைப் படித்து அந்த குறிப்பிட்ட இடத்திற்குச் செல்வது மதிப்புள்ளதா என்று பார்க்கிறோம். எனவே, படங்கள், வீடியோக்கள், உள்ளடக்கம் மற்றும் மெய்நிகர் ரியாலிட்டி சுற்றுப்பயணங்களுடன் அந்த இலக்கு மற்றும் வணிகத்தின் விற்பனை புள்ளிகளைக் கூறும் வலைத்தளத்தை உருவாக்க வேண்டிய அவசியம் உள்ளது. வருங்கால வாங்குபவர் இலக்கைப் பார்வையிட முடிவு செய்வதற்கு முன்னர் இலக்கு குறித்த கருத்தைப் பெற இது உதவுகிறது. மேலும், வலைத்தளமானது கையடக்க சாதனங்களில், குறிப்பாக மொபைல் போன்களில் திறக்கப்படும்போது ஈர்க்கக்கூடிய வகையில் வடிவமைக்கப்பட வேண்டும்.

7. தேடுபொறி உகப்பாக்கம்

தேடுபொறி உகப்பாக்கம் என்பது எந்தவொரு வணிகமும் வெற்றிகரமாக இருக்க இந்த நாட்களில் பெரும்பாலான வணிகர்களால் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு அளவுகோலாகும். ஒரு இலக்கு மற்றும் ஏதேனும்

ஒரு குறிப்பிட்ட சுற்றுலா வணிகத்தின் விஷயத்தில், தேடுபொறி உகப்பாக்கம் ஒரு திறமையான மற்றும் திறமையான முறையில் பயன்படுத்தப்படுவது அவசியம், இதனால் ஒருவர் அதிகபட்ச கவனத்தைப் பெற முடியும். ஒரு விரிவான தேடுபொறி உகப்பாக்கம் உத்தி என்பது முக்கிய வார்த்தைகளை ஆராய்ச்சி செய்வது, அந்தச் சொற்களுக்கு ஏற்ப உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குவது மற்றும் இழுவைப் பெற புத்திசாலித்தனமாக வைப்பது ஆகியவை அடங்கும்.

8. அனுபவம் சந்தைப்படுத்தல்

ஒரு சுற்றுலாப் பயணி ஒரு இடத்தைப் பார்வையிடும்போது, அவர்கள் வழக்கமாக ஒரு அனுபவத்தைப் பெறுவார்கள், இது வணிகத்திலிருந்து வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து ஒரு கருத்தைப் பெற முயற்சிக்க வேண்டும்; இந்த கருத்தை வணிகத்தின் வலைப்பக்கத்தில் அல்லது வணிகத்தை மேம்படுத்துவதற்கும் விற்பனை செய்வதற்கும் உருவாக்கப்பட்ட பயன்பாடுகளில் காண்பிக்க முடியும். இந்த வாடிக்கையாளர் மதிப்புரைகளை நிறுவனங்கள் சொல்வதை விட மிகவும் சுவாரஸ்யமான முறையில் நம்பும் போக்கு பொது மக்களுக்கு உள்ளது. இது ஒரு வகையான வாய்மொழி ஊக்குவிப்பு மற்றும் இலக்கு மற்றும் வணிகத்தை சந்தைப்படுத்த புத்திசாலித்தனமாக பயன்படுத்தலாம்.

9. வீடியோ மற்றும் மெய்நிகர் ரியாலிட்டி சந்தைப்படுத்தல்

வீடியோ மார்க்கெட்டிங் மற்றும் மெய்நிகர் ரியாலிட்டி மார்க்கெட்டிங் இரண்டும் ஒரு இலக்கை அதிகரிக்க ஒரு நீட்டிக்கப்பட்ட செயல்முறையாக இருக்க வேண்டும். பேஸ்புக், ட்விட்டர், இன்ஸ்டாகிராம் மற்றும் யூடியூப் போன்ற பல்வேறு தளங்களில் வீடியோக்கள் சுமுகமாக பகிரப்படுகின்றன, இது மார்க்கெட்டிங் மிகவும் பயனுள்ள ஊடகமாக மாறும், குறிப்பாக இடத்தை சந்தைப்படுத்த வேண்டிய இடங்கள் இருந்தால். அவை உள்ளூர் மதிப்புகளை அங்கீகரிக்கின்றன மற்றும் குறிப்பிட்ட இடங்களில் மக்களை ஆர்வமாக்குகின்றன.

10. சமூக ஊடக உத்திகள்

சமூக ஊடகங்கள் எந்தவொரு பொருளையும் சந்தைப்படுத்துவதற்கான மிக சக்திவாய்ந்த வழிமுறையாகும், மேலும் இது சந்தை இடங்களுக்கு விவேகமான முறையில் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். சமூக ஊடகங்கள் உலகளாவிய ரீதியில் உள்ளன, இது சரியான உள்ளடக்கத்தின் மூலம் ஒரு குறிப்பிட்ட இலக்கை சந்தைப்படுத்துவதை எளிதாக்குகிறது.

11. செல்வாக்குடன் வேலை செய்யுங்கள்

இன்ஸ்டாகிராம், ட்விட்டர், யூடியூப், பேஸ்புக் அல்லது அவர்களின் சொந்த வலைப்பதிவு போன்ற தளங்களில் நிறுவப்பட்ட பின்தொடர்புள்ள நபர்கள் செல்வாக்கு செலுத்துபவர்களாக இருக்கிறார்கள், இதனால் ஒரு இலக்கு மற்றும் அதன் முக்கிய அம்சங்களை உயர்த்துவதற்கும் ஒரு

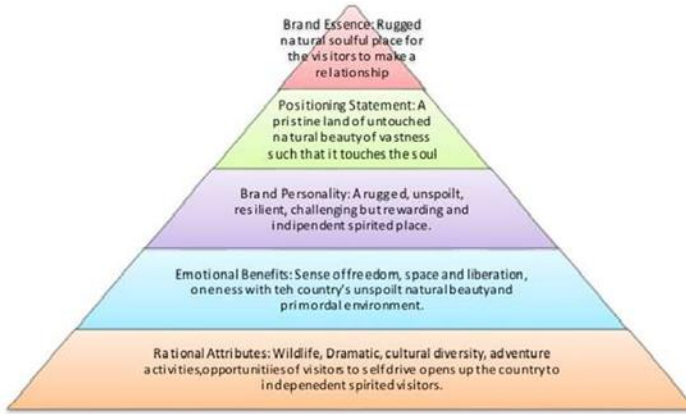
இலக்கை சந்தைப்படுத்துவதற்கும் பயனுள்ள மற்றும் திறமையான முறையில் பயன்படுத்தலாம்.

12. பயண வலைத்தளங்களில் உங்கள் இலக்கை ஊக்குவிக்கவும்

ஆயமநஆலவுசனி, புழடைழைழ, ஊடநயசவசனி, வுசனியுனளைழச மற்றும் பல போன்ற பல்வேறு பயண வலைத்தளங்களும் ஒரு இலக்கை சந்தைப்படுத்துவதற்கான சக்திவாய்ந்த வழியில் பயன்படுத்தப்படலாம்.

13. ஆ.பலைன் விளம்பர உத்திகள்

உங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களைப் பற்றியும், அவர்கள் எதைத் தேடுகிறார்கள், அவர்கள் எங்கிருந்து வருகிறார்கள் என்பதையும் அறிந்தவுடன், அவர்கள் பயணிக்க வாய்ப்புள்ளபோது நீங்கள் அடையாளம் காணவும் முடியும். உதாரணமாக, சில இடங்கள் கோடை மாதங்களில் பார்வையாளர்களை ஈர்க்கின்றன (சிம்லா, மணாலி, டாஜிலிங் போன்ற மலைவாசஸ்தலங்கள்), மற்றவர்கள் குளிர்காலத்தில் (ராஜஸ்தான் மற்றும் தென்னிந்தியா) மக்களை ஈர்க்கின்றன. சிலர் கிறிஸ்துமஸ் அல்லது விடுமுறை நாட்களில் அதிக முறையீடு செய்யலாம். இது ஒரு விரிவான ஆ.பலைன் விளம்பர மூலோபாயத்தை உருவாக்குவதை எளிதாக்குகிறது. நீங்கள் பயன்படுத்தக்கூடிய சில ஆ.பலைன் முறைகளில் தொலைக்காட்சி விளம்பரம், வானொலி விளம்பரம் மற்றும் செய்தித்தாள்கள் மற்றும் பத்திரிகைகளுக்குள் விளம்பரம் ஆகியவை அடங்கும்.



படம் 11.5 பிராண்ட் டெவலப்மெண்ட் பிரமிட்

11.4.1 வாடிக்கையாளர்களைப் புரிந்துகொள்வது மற்றும் போட்டியை பகுப்பாய்வு செய்தல்

இன்று, ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனம் அல்லது குழுவின் ஏகபோகம் இருக்கும் எந்தத் துறையும் கிட்டத்தட்ட இல்லை. ஒவ்வொரு கணமும் சில புதிய வீரர்கள் சந்தையில் நுழைய முயற்சிக்கிறார்கள் மற்றும்

குறிப்பு

சந்தையில் தனக்கென ஒரு இடத்தைப் பெற முயற்சிக்கிறார்கள். ஒரு புதிய வீரர் நுழையும் போது, அது இருக்கும் வீரர்களின் பங்கில் சாப்பிடுகிறது, எனவே எல்லா நேரங்களிலும், எல்லா வீரர்களும் பொதுவாக போட்டிச் சந்தையைப் பற்றி மிகவும் விழிப்புடன் இருப்பார்கள்; தற்போதுள்ள வீரர்கள் பிராண்ட் மேம்பாடு மற்றும் பராமரிப்பில் ஈடுபட்டுள்ளனர், ஏனெனில் இது வணிகத்திற்கு மிகவும் முக்கியமானது.

1990 களின் முற்பகுதியிலிருந்து உற்பத்தி மற்றும் தொடர்புடைய துறைகளில் போட்டித்திறன் என்பது ஒரு ஆய்வுப் பொருளாக உள்ளது. இருப்பினும், சமீபத்தில் சில ஆராய்ச்சியாளர்கள் சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் போட்டித்தன்மையை கருத்தியல் ரீதியாகவும் அனுபவ ரீதியாகவும் மதிப்பிடத் தொடங்கியுள்ளனர்.

இலக்கு போட்டி

சுற்றுலா தலங்களின் போட்டித்திறன் பிரச்சினை பெருகிய முறையில் முக்கியமானது, குறிப்பாக சுற்றுலாவை அதிகம் நம்பியுள்ள நாடுகளுக்கும் பிராந்தியங்களுக்கும் (கூரூச்சர்ன் ரூ சுகியார்டோ, 2005). சாத்தியமான சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கவும் திருப்திப்படுத்தவும் முடிந்தால், போட்டித்திறன் என்பது போட்டியாக கருதப்படலாம். இலக்கு தேர்வு விமான நிறுவனங்கள், டூர் ஆபரேட்டர்கள், ஹோட்டல்கள் மற்றும் பிற சுற்றுலா சேவைகளுக்கு இடையிலான நிறுவன போட்டியை தீர்மானிக்கிறது (ரிச்சி ரூ க்ரூச், 2000).

இலக்கு போட்டித்தன்மையின் கருத்து

பல்வேறு ஆராய்ச்சியாளர்கள் இலக்கு போட்டித்தன்மையை பின்வருமாறு வரையறுத்துள்ளனர்:

- “இலக்கை வசிப்பவர்களுக்கு உயர் வாழ்க்கைத் தரத்தை வழங்குவதற்கான ஒரு இலக்கு
- “போட்டியாளர்களுடன் ஒப்பிடும்போது சந்தை நிலையை பராமரிக்கும் போது அதன் வளங்களைத் தக்கவைக்கும் மதிப்பு கூட்டப்பட்ட தயாரிப்புகளை உருவாக்கி ஒருங்கிணைப்பதற்கான இலக்கு திறன்“ (ஹாசன், 2000, பக். 239);
- “ஒரு இலக்கு அதன் சந்தை நிலையை நிலைநிறுத்துவதற்கும், பகிர்ந்து கொள்வதற்கும் ∴ அல்லது காலப்போக்கில் அவற்றை மேம்படுத்துவதற்கும் உள்ள திறன்“ (டி“ஹவுட்செர், 2000, பக். 23);
- பார்வையாளர்களின் எண்ணிக்கை, சந்தைப் பங்கு, சுற்றுலா செலவினம், வேலைவாய்ப்பு, சுற்றுலாத் துறையால் சேர்க்கப்பட்ட மதிப்பு, அத்துடன் “கலாச்சாரம் மற்றும் பாரம்பரியத்தின் செழுமை,” “சுற்றுலா அனுபவத்தின் தரம்,” போன்ற அகநிலை அளவிடப்பட்ட மாறிகள் போன்ற

புறநிலைரீதியாக அளவிடப்பட்ட மாறிகள் அடங்கும். . “ (ஹீத், 2003, பக். 9);

- “நீண்ட காலத்திற்கு மிகவும் போட்டி நிறைந்த இலக்கு என்னவென்றால், அதன் குடியிருப்பாளர்களுக்கு நல்வாழ்வை உருவாக்குகிறது” (பஹார் ரூ கோசக், 2007, பக். 62);

ஹோட்டல் துறையில் போட்டித்திறன்

வழக்கமாக, முக்கிய இடங்களுக்கு ஹோட்டல் துறையின் பெரிய வீரர்கள் உள்ளனர், மேலும் போட்டிகள் பெரும்பாலும் மிகவும் கடினமானவை. உதாரணமாக, வரலாற்று நகரமான ஜெய்ப்பூர், ஒரு பெரிய பாரம்பரிய மதிப்பைக் கொண்டுள்ளது, பல்வேறு வகையான வாடிக்கையாளர்களைப் பூர்த்தி செய்யும் பல்வேறு வடிவங்கள் மற்றும் அளவுகள் கொண்ட 1500 க்கும் மேற்பட்ட ஹோட்டல்களைக் கொண்டுள்ளது. பல்வேறு வழிகளில் வாடிக்கையாளர்களை ஈர்ப்பதற்காக ஹோட்டல்களில் பெரும் போட்டி நிலவுகிறது, அவற்றில் ஒன்று ஆன்லைன் தளங்களில் போட்டி விலை நிர்ணயம் ஆகும், இது உடனடியாக மக்களை ஈர்க்கிறது. ஆனால் சேவைகள், புவியியல் இருப்பிடம் மற்றும் வாடிக்கையாளர் மதிப்பீடுகள் போன்ற பிற அம்சங்களும் ஹோட்டல் துறையின் போட்டித்திறன் பிரதிபலிக்கும் மிக முக்கியமான வழிகள்.

ஹோட்டல் உற்பத்தித்திறன்

ஹோட்டல் ஆபரேட்டர்களுக்கு செயல்திறன், செயல்திறன், தரம், முன்கணிப்பு மற்றும் ஹோட்டல் துறையின் பிற செயல்திறன் பரிமாணங்களை உள்ளடக்கியது என்பதால் உற்பத்தித்திறன் எப்போதும் முன்னுரிமை அளிக்கிறது. லவ்லாக் அண்ட் யங் (1979) சேவை நிறுவனங்கள் அவற்றின் உற்பத்தித்திறனை நான்கு வழிகளில் பின்பற்றலாம் என்று கருதுகின்றன:

1. சிறந்த ஆட்சேர்ப்பு அல்லது விரிவான பயிற்சி மூலம் தொழிலாளர் சக்தியை மேம்படுத்துதல்;
2. மிகவும் திறமையான மூலதன உபகரணங்களில் முதலீடு செய்தல்;
3. தானியங்கு அமைப்புகள், அதாவது தொழில்நுட்பம் மற்றும் தொழில்நுட்ப சாதனங்களுடன் படைப்புகளை மாற்றுவது; மற்றும்
4. சேவை செயல்முறைக்கு உதவ நுகர்வோரை நியமித்தல்.

11.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் தங்குமிடம், உணவு மற்றும் பான நிறுவனங்கள், போக்குவரத்து சேவைகள், பயண

குறிப்பு

முகவர், சுற்றுலா செயல்பாட்டு நிறுவனங்கள், இயற்கை மற்றும் கலாச்சார ஈர்ப்பு தளங்கள் போன்ற பல்வேறு துறைகளில் பன்முகப்படுத்தப்பட்ட வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குகிறது.

2. சுற்றுலாப் பயணிகள் வழக்கமாக அவர்களின் பல்வேறு காரணிகளின் அடிப்படையில் தங்கள் இடங்களைத் தேர்வு செய்கிறார்கள், அவற்றில் நிதி கிடைப்பது, அவர்கள் மேற்கொள்ளும் நடவடிக்கைகள் மற்றும் செய்ய வேண்டிய பல விஷயங்கள், செல்ல வேண்டிய இடத்தின் சூழல், தளத்தின் மத முக்கியத்துவம் மற்றும் தளத்தின் கலாச்சார முக்கியத்துவம் ஆகியவை அடங்கும்.
3. கலாச்சாரம், பாரம்பரியம், இயற்கை காட்சிகள், விளையாட்டு நடவடிக்கைகள் போன்றவை தனித்துவமான விற்பனை புள்ளிகளாகும், அவை சுற்றுலா பயணிகளை அந்த இடத்திற்கு ஈர்க்க இலக்கு சந்தைப்படுத்துதலில் வலியுறுத்தப்பட வேண்டும்.
4. பிராண்டிங் என்பது வணிகங்களால் எளிதில் அடையாளம் காணக்கூடிய ஒரு முறையாகும். கருத்துபிராண்டிங்கில் லோகோக்கள், வண்ணத் திட்டங்கள் மற்றும் பிற வடிவமைப்புக் கொள்கைகள், அத்துடன் முடிக்கங்கள் அல்லது திட்டவட்டமான சொற்களின் தொடர்ச்சியான பயன்பாடு ஆகியவை அடங்கும்.
5. MakeMyTrip, Goibibo, Cleartrip, TripAdvisor மற்றும் பல போன்ற பல்வேறு பயண வலைத்தளங்களும் ஒரு இலக்கை சந்தைப்படுத்துவதற்கான சக்திவாய்ந்த வழியில் பயன்படுத்தப்படலாம்.

11.6. சுருக்கம்

- சுற்றுலா என்பது பல்வேறு நாடுகளின் முக்கிய பொருளாதார இயந்திரங்களில் ஒன்றாகும். உலக சுற்றுலா மற்றும் சுற்றுலா கவுன்சிலின் கூற்றுப்படி, சுற்றுலா 2018 ஆம் ஆண்டில் ரூ .16.91 லட்சம் கோடி (240 பில்லியன் அமெரிக்க டாலர்) அல்லது இந்தியாவின் மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் 9.2 சதவீதத்தை ஈட்டியது மற்றும் 42.673 மில்லியன் வேலைகளை ஆதரித்தது, அதன் மொத்த வேலைவாய்ப்பில் 8.1 சதவீதம்.
- இது தங்குமிடம், உணவு மற்றும் பான நிறுவனங்கள், போக்குவரத்து சேவைகள், போன்ற பல்வேறு துறைகளில் பன்முகப்படுத்தப்பட்ட வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குகிறது. பயண முகவர் நிலையங்கள், சுற்றுலா செயல்பாட்டு நிறுவனங்கள், இயற்கை மற்றும் கலாச்சார இடங்கள் தளங்கள்.
- ஒரு குறிப்பிட்ட சுற்றுலா முயற்சிக்கு பல சந்தைப்படுத்தல் உத்திகள் செயல்படுத்தப்படலாம், இது அந்த குறிப்பிட்ட இடத்தின் பொதுவான விழிப்புணர்வை அதிகரிக்க உதவுகிறது

குறிப்பு

- மற்றும் தளத்தை பார்வையிடும் நபர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க உதவுகிறது.
- இலக்கு மார்க்கெட்டில் ஈடுபடும் எந்தவொரு நிறுவனத்திற்கும் மிக முக்கியமான ஒரு படி, இலக்கை விதிவிலக்கானது என்பதை தெளிவாக விவரிக்க நேரம் ஒதுக்குவது.
 - கலாச்சாரம், பாரம்பரியம், இயற்கை காட்சிகள், விளையாட்டு நடவடிக்கைகள் போன்றவை தனித்துவமான விற்பனை புள்ளிகள் (யுஎஸ்பி) ஆகும், அவை அந்த இடத்திற்கு சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்க இலக்கு சந்தைப்படுத்துதலில் வலியுறுத்தப்பட வேண்டும்.
 - இலக்கு சந்தைப்படுத்தல் நிறுவனங்கள் பல நோக்கங்களுக்காக ஏராளமான தரவைப் பெறலாம் மற்றும் பயன்படுத்தலாம்.
 - வெளிப்படையான வண்ணத் திட்டத்தைக் கொண்டு வர முயற்சிக்கவும், இலக்கைப் பற்றி ஏதேனும் பேசும் ஒரு கோஷம் பயன்படுத்தவும், சமூக ஊடகங்களில் மக்கள் பயன்படுத்த ஹாஷ் குறிச்சொற்களை உருவாக்கவும், உங்கள் விளம்பரச் செய்தியுடன் முடிந்தவரை நம்பகத்தன்மையுடன் இருக்கவும் முயற்சிக்கவும், இதனால் மக்கள் அறிமுகம் பெறுவார்கள் அது.
 - வணிகங்களுக்கு பல்வேறு பங்குதாரர்கள் இருப்பது இயல்பு; வணிகத்தின் நீடித்த தன்மை மற்றும் நீண்டகால இலாபத்தன்மை பங்குதாரர்களின் கவலைகள் எவ்வளவு சிறப்பாக கவனிக்கப்படுகின்றன என்பதைப் பொறுத்தது.
 - படங்கள், வீடியோக்கள், மற்றும் அந்த இடத்தின் விற்பனை புள்ளிகளையும் வணிகத்தையும் சொல்லும் வலைத்தளத்தை உருவாக்க வேண்டிய அவசியம் உள்ளது. உள்ளடக்கம் மற்றும் மெய்நிகர் ரியாலிட்டி சுற்றுப்பயணங்கள்.
 - ஒரு விரிவான தேடுபொறி உகப்பாக்கம் உத்தி என்பது முக்கிய வார்த்தைகளை ஆராய்ச்சி செய்வது, அந்தச் சொற்களுக்கு ஏற்ப உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குவது மற்றும் இழுவைப் பெற புத்திசாலித்தனமாக வைப்பது ஆகியவை அடங்கும்.
 - வீடியோ மார்க்கெட்டிங் மற்றும் மெய்நிகர் ரியாலிட்டி மார்க்கெட்டிங் இரண்டும் ஒரு இலக்கை அதிகரிக்க ஒரு நீட்டிக்கப்பட்ட செயல்முறையாக இருக்க வேண்டும். பேஸ்புக், ட்விட்டர், இன்ஸ்டாகிராம் மற்றும் யூடியூப் போன்ற பல்வேறு தளங்களில் வீடியோக்கள் சமூகமாக பகிரப்படுகின்றன, இது மிகவும் பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தல் ஊடகமாக மாறும், குறிப்பாக இடங்களை சந்தைப்படுத்த வேண்டிய இடங்கள் இருந்தால்.

- சமூக ஊடகங்கள் எந்தவொரு பொருளையும் சந்தைப்படுத்துவதற்கான மிக சக்திவாய்ந்த வழிமுறையாகும், மேலும் இது சந்தை இடங்களுக்கு விவேகமான முறையில் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும்
- ஆயமநஆலவுசனி, புழழைழைழ, ஊடநயசவசனி, வுசனியுனளைழச மற்றும் பல போன்ற பல்வேறு பயண வலைத்தளங்களும் ஒரு இலக்கை சந்தைப்படுத்துவதற்கான சக்திவாய்ந்த வழியில் பயன்படுத்தப்படலாம்.
- இன்று, ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனம் அல்லது குழுவின் ஏகபோகம் இருக்கும் எந்தத் துறையும் கிட்டத்தட்ட இல்லை. ஒவ்வொரு கணமும் சில புதிய வீரர்கள் சந்தையில் நுழைய முயற்சிக்கிறார்கள் மற்றும் சந்தையில் தனக்கென ஒரு இடத்தைப் பெற முயற்சிக்கிறார்கள்.
- 1990 களின் முற்பகுதியிலிருந்து உற்பத்தி மற்றும் தொடர்புடைய துறைகளில் போட்டித்திறன் என்பது ஒரு ஆய்வுப் பொருளாக உள்ளது. இருப்பினும், சமீபத்தில் சில ஆராய்ச்சியாளர்கள் சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் போட்டித்தன்மையை கருத்தியல் ரீதியாகவும் அனுபவ ரீதியாகவும் மதிப்பிடத் தொடங்கியுள்ளனர்.
- சுற்றுலா தலங்களின் போட்டித்திறன் பிரச்சினை பெருகிய முறையில் முக்கியமானது, குறிப்பாக நாடுகள் மற்றும் பிராந்தியங்களுக்கு சுற்றுலாவை நம்பியிருக்கும்
- சாத்தியமான சுற்றுலாப் பயணிகளை ஈர்க்கவும் திருப்திப்படுத்தவும் முடிந்தால் ஒரு இலக்கு போட்டியாக கருதப்படலாம்.
- வழக்கமாக, முக்கிய இடங்களுக்கு ஹோட்டல் துறையின் பெரிய வீரர்கள் உள்ளனர், மேலும் போட்டிகள் பெரும்பாலும் மிகவும் கடினமானவை.
- ஹோட்டல் ஆபரேட்டர்களுக்கு உற்பத்தித்திறன் எப்போதுமே ஒரு முன்னுரிமையாகும், ஏனெனில் இது ஹோட்டல் துறையின் செயல்திறன், செயல்திறன், தரம், முன்கணிப்பு மற்றும் பிற செயல்திறன் பரிமாணங்களை உள்ளடக்கியது.

11.7. முக்கிய சொற்கள்

- சுற்றுலா நகரங்கள்: சுற்றுலாப் பயணிகள் அல்லது பயணிகள் பெரும்பாலும் பொழுதுபோக்கு, ஓய்வு அல்லது வணிக நடவடிக்கைகளுக்குச் செல்லும் சில இடங்கள் இவை; இந்த நகரங்கள் பயணிகளுக்கு அன்றாட வாழ்க்கையின் சலசலப்பிலிருந்து சிறிது நேரத்தில் தப்பித்து கிராமப்புறங்களின் அமைதியை அனுபவிக்க ஏற்ற இடங்கள்.

- தனித்துவமான விற்பனை புள்ளி (யுஎஸ்பி): மார்க்கெட்டில், தனித்துவமான விற்பனை புள்ளி என்றும் அழைக்கப்படும் தனித்துவமான விற்பனை முன்மொழிவு அல்லது வணிக மாதிரி கேள்வியில் உள்ள தனித்துவமான மதிப்பு முன்மொழிவு என்பது ஒருவரின் சொந்த பிராண்ட் அல்லது தயாரிப்பு எவ்வாறு மேலானது என்பதை வாடிக்கையாளர்களுக்கு தெரிவிக்கும் சந்தைப்படுத்தல் உத்தி ஆகும். அதன் போட்டியாளர்கள்.
- இலக்கு பார்வையாளர்கள்: அட்டர்கெட் பார்வையாளர்கள் என்பது ஒரு வெளியீடு, விளம்பரம் அல்லது பிற செய்திகளின் நோக்கம் கொண்ட பார்வையாளர்கள் அல்லது வாசகர்கள்.
- பிராண்டிங்: லோகோ, வடிவமைப்பு, பணி அறிக்கை மற்றும் அனைத்து சந்தைப்படுத்தல் தகவல்தொடர்புகளிலும் ஒரு நிலையான தீம் போன்ற கூறுகளை இணைப்பதன் மூலம் வாடிக்கையாளரின் மனதில் ஒரு நிறுவனம், அதன் தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளின் வலுவான, நேர்மறையான உணர்வை உருவாக்கும் செயல்முறையாகும்.
- ஹேஸ்டேக்: இது ஒரு மெட்டாடேட்டா டேக் ஆகும், இது “சூ” என்ற ஹாஷ் சின்னத்தால் முன்னிலைப்படுத்தப்படுகிறது. ட்விட்டர் மற்றும் இன்ஸ்டாகிராம் போன்ற மைக்ரோ பிளாக்கிங் மற்றும் புகைப்பட பகிர்வு சேவைகளில் ஹேஷ்டேக்குகள் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன, இது ஒரு பொருள் அல்லது கருப்பொருளைப் பகிர்வதன் உள்ளடக்கத்தை குறுக்கு-குறிப்பிடுவதற்கு உதவும் பயனர் உருவாக்கிய குறிச்சொல்லாகும்.
- தேடுபொறி உகப்பாக்கம் (எஸ்சிஓ): இது ஒரு வலைத்தளத்திற்கு அல்லது தேடுபொறிகளிலிருந்து ஒரு வலைப்பக்கத்திற்கு வலைத்தள போக்குவரத்தின் தரம் மற்றும் அளவை மேம்படுத்தும் செயல்முறையாகும். எஸ்சிஓ நேரடி போக்குவரத்து அல்லது கட்டண போக்குவரத்தை விட செலுத்தப்படாத போக்குவரத்தை குறிவைக்கிறது.

11.8. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. இந்தியாவின் பொருளாதாரத்திற்கு சுற்றுலா எவ்வளவு பங்களிக்கிறது?
2. இலக்கு பார்வையாளர்களையும் இலக்கின் சந்தையையும் வரையறுப்பது ஏன் முக்கியம்?
3. சுற்றுலா தலத்தை முத்திரை குத்துவதன் மூலம் நீங்கள் என்ன புரிந்துகொள்கிறீர்கள்?

4. சுற்றுலாவில் வீடியோ மற்றும் மெய்நிகர் ரியாலிட்டி மார்க்கெட்டிங் முக்கியத்துவம் என்ன?
5. சுற்றுலா தலத்திற்கான சில ஆஃப்லைன் விளம்பர உத்திகள் யாவை?
6. இலக்கு போட்டித்திறன் என்றால் என்ன?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. சுற்றுலாத் துறை வழங்கும் பல்வேறு வணிக வாய்ப்புகளை அடையாளம் காணவும்.
2. ஒரு வணிகத்தில் பங்குதாரர்களைக் கொண்டிருப்பதன் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. வெற்றிகரமான வணிக முயற்சிகளில் பயன்படுத்தப்படும் பல்வேறு வணிக உத்திகளை ஆராயுங்கள்.
4. சுற்றுலாவில் தேடுபொறி உகப்பாக்கத்தின் வளர்ந்து வரும் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
5. சுற்றுலா மற்றும் விருந்தோம்பல் துறையில் போட்டித்தன்மையின் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.

11.9. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எஃப். ட்ரக்கர், புதுமை மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
- பிலிப் கோடலர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.

- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

அலகு - 12

வசதி மற்றும் வணிக திட்டம்

அமைப்பு

- 12.1 அறிமுகம்
- 12.2 நோக்கங்கள்
- 12.3 சாத்தியக்கூறு
- 12.4 வணிகத் திட்டத்தை எழுதுதல்
- 12.4.1 நிதி தேவைகள் மற்றும் நிதி ஆதாரங்கள்
- 12.5 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 12.6 சுருக்கம்
- 12.7 முக்கிய சொற்கள்
- 12.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 12.9 மேலும் வாசிப்புகள்

12.1. அறிமுகம்

கடந்த சில ஆண்டுகளில் திட்ட நிர்வாகத்தின் விரைவான வளர்ச்சியும் அங்கீகாரமும் சாத்தியமான ஆய்வுகளின் தேவையை எழுப்பியுள்ளன. எளிமையான சொற்களில், ஒரு சாத்தியமான ஆய்வாளர் ஒரு யோசனையின் நம்பகத்தன்மைக்கு ஒரு பகுப்பாய்வாக புரிந்து கொள்ளப்படலாம். ஒரு குறிப்பிட்ட வணிக யோசனை எவ்வளவு நம்பிக்கைக்குரியது என்பதை வணிகங்கள் தீர்மானிக்க இது உதவுகிறது. இந்த ஆய்வு ஒரு ஞாபகம் பகுப்பாய்வோடு நடத்தப்படலாம், இது வெளிப்புறமாக (சுற்றுச்சூழல்) அல்லது உள்நாட்டில் (வளங்கள்) இருக்கக்கூடிய பலங்கள், பலவீனங்கள், வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்களை ஆய்வு செய்கிறது. இந்த பிரிவில், சாத்தியக்கூறு ஆய்வை பாதிக்கும் பல்வேறு காரணிகள் மற்றும் சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் பல்வேறு கூறுகள் பற்றி விவாதிப்போம். வணிகத் திட்டத்தின் செயல்முறை மற்றும் கூறுகளையும் விரிவாக விவாதிப்போம்.

Self-Instructional
Material

குறிப்பு

துஷ்பிரயோகம் திட்டம் என்பது உங்கள் வணிகத்தின் எதிர்காலம் குறித்த எழுதப்பட்ட விளக்கமாகும்,

12.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- சாத்தியக்கூறு ஆய்வை பாதிக்கும் காரணிகளை அடையாளம் காணவும்
- சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் நோக்கங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- வணிகத் திட்டத்தை எழுதும் செயல்முறையை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்
- வணிகத் திட்டத்தின் பல்வேறு கூறுகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- தொழில்முனைவோருக்கான பல்வேறு நிதி ஆதாரங்களை அடையாளம் காணவும்

12.3. சாத்தியக்கூறு

ஒரு வணிக யோசனையின் சாத்தியக்கூறுகளை நாங்கள் முன்பே புத்தகத்தில் விவாதித்தோம். வணிக யோசனையின் நிதி சாத்தியக்கூறு குறித்து இங்கே விவாதிப்போம்.

நிதி சாத்தியத்தை நிறைவேற்றுவதற்கான தேவைகள் பின்வரும் காரணிகளின் அடிப்படையில் வேறுபடுகின்றன:

- ஒரு குறிப்பிட்ட திட்டத்தின் திட்டமிடப்பட்ட மூலதன செலவுகள்;
- மூலதனத்தின் கட்டமைப்பு மற்றும் நிதித் தேவை;
- திட்ட சிக்கலானது; மற்றும்
- முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் கடன் வழங்குநர்களுடன் தொடர்புடைய திட்டத்தின் ஆபத்து.

சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் அவசியத்தை தீர்மானிக்க, திட்ட உருவாக்குநர்கள் நிச்சயமாக கடன் வழங்குநர்கள் (வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள் போன்றவை) மற்றும் பங்கு நிதி முதலீட்டாளர்களைக் குறிக்க வேண்டும். இந்த ஆதாரங்கள் அவற்றின் சரியான விடாமுயற்சியின் குறைபாடற்ற வழிகாட்டுதல்களை நிச்சயமாக வழங்கும்.

சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் முக்கிய நோக்கங்கள் கீழே விவாதிக்கப்பட்டுள்ளன:

- மென்மையான செலவுகள் (வடிவமைத்தல், கட்டிடக்கலை, பொறியியல், நிதி மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பாதிப்புகளைப் படிப்பது தொடர்பானது) மற்றும் கடினமான செலவுகள் (கட்டுமானம்,

தளபாடங்கள் மற்றும் பிற உபகரணங்கள் பொருத்துதல் போன்றவை) அடங்கிய மொத்த வளர்ச்சி செலவுகளை மதிப்பிடுதல்;

- மூலதன அமைப்பு, கடன்-க்கு-ஈக்விட்டி விகிதம், கடன் சேவை பாதுகாப்பு விகிதம் மற்றும் செயல்பாட்டு மூலதன தேவைகள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் திட்டத்தின் நிதித் தேவைகளை வரையறுத்தல்;
- திட்டத்தின் பணப்புழக்கம், லாபம் (முக்கியமாக மொத்த இயக்க விளிம்புகள்) மற்றும் கடன் சேவையை பகுப்பாய்வு செய்தல்;
- ஒரு உணர்திறன் பகுப்பாய்வு செய்தல், பணப்புழக்கத்தை மதிப்பிடுதல் மற்றும் பல்வேறு சூழ்நிலைகளுக்கு எதிராக லாபம் ஈட்டுதல்; மற்றும்
- மீதமுள்ள மதிப்பின் மதிப்பீடு, உள் வருவாய் விகிதம் மற்றும் நிகர தற்போதைய மதிப்பு.

12.4. வணிகத் திட்டத்தை எழுதுதல்

ஒரு வணிகத் திட்டம் பொதுவாக பல்வேறு பரந்த கூறுகளாகப் பிரிக்கப்படுகிறது, அவற்றுள்:

- உள்ளடக்க அட்டவணை;
- நிர்வாக சுருக்கம்;
- மேலாண்மை மற்றும் செயல்பாடுகள் மற்றும் வணிகத்தின் கடந்தகால செயல்திறன் பற்றி (ஏற்கனவே வணிகத்தில் இருந்தால்);
- வணிகத் திட்டத்தின் சுருக்கமான அறிமுகம்;
- சாத்தியக்கூறு அறிக்கை (தொழில்நுட்ப, சந்தை மற்றும் நிதி);
- விகிதங்களின் விரிவான கணக்கீடுகள் மற்றும் பகுப்பாய்வு;
- முடிவுரை.

எனவே, நிர்வாகச் சுருக்கம் வணிகத் திட்டத்தின் கண்ணோட்டத்தை அளிப்பதை நீங்கள் காணலாம், அதில் திட்ட ஆவணத்தின் நோக்கம், பணியின் நோக்கம் மற்றும் முக்கிய கண்டுபிடிப்புகள் ஆகியவை அடங்கும். அடுத்த பிரிவு வழக்கமாக முறையே தற்போதுள்ள வணிகத்திற்கான நிர்வாகம் அல்லது விளம்பரதாரர்கள் மற்றும் புதிய தொடக்கமாகும். மிக முக்கியமான பிரிவு சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் விவரங்களுடன் தொடர்புடையது. சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் மூன்று முக்கியமான பகுதிகள் தொழில்நுட்ப சாத்தியக்கூறு, சந்தை சாத்தியக்கூறு மற்றும் நிதி சாத்தியக்கூறு. ஒரு வணிகம் அல்லது ஒரு

குறிப்பு

திட்டம் சுற்றுச்சூழல் அனுமதிகளுக்கு உட்பட்டால், சுற்றுச்சூழல் சாத்தியக்கூறுகளும் பொருத்தமானவை.

வாநகநயளடைவைவலளவரனலபநநெசயவநள நிதி எண்கள் மற்றும் நிதி-தகவல். இறுதி அவதானிப்புகள் மற்றும் முடிவுகளுக்கு முன்னர் அவை பல்வேறு வட்டி விகிதங்கள் மூலம் பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகின்றன. பகுப்பாய்வு மற்றும் முடிவு எந்தவொரு பங்குதாரரால் பரிசீலிக்க ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய வணிகத் திட்டத்திற்கான நோக்கத்துடன் வணிகத் திட்டத்தின் நிதி நம்பகத்தன்மையைக் காட்ட வேண்டும்.

வணிகத் திட்டத்தின் உள்ளடக்கங்கள்

வணிகத் திட்டத்தின் உள்ளடக்கங்களைப் பற்றிய சுருக்கமான விளக்கம் பின்வருமாறு கொடுக்கப்பட்டுள்ளது:

- துணிகர விளக்கம்: ஏற்கனவே உள்ள வணிகத்திற்கு, நிறுவப்பட்ட தேதி, குறிப்பிடத்தக்க மைல்கற்களைக் கொண்ட பயண நேரம், பணியாளர் தரவு, காலப்போக்கில் விற்பனை மற்றும் இலாப தரவு (வரலாறு மிக நீளமாக இருந்தால், தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட காலம், ஐந்து வருட தரவு போதுமானதாக இருக்கும்), அமைப்பு அமைப்பு போன்ற விவரங்கள் , இயக்க தத்துவம், பார்வை மற்றும் பணி அறிக்கைகள் மற்றும் காரணிகளை இயக்குவதற்கான விவரங்கள் முக்கியம்.
- உற்பத்தி திட்டம்: உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில், தொழில்நுட்பத்தின் விவரங்கள் மற்றும் அதன் தடைகள், வெற்றிக் காரணிகள், பிற வணிகங்கள், செயல்முறைகள், மனிதவளத் தேவை (திறமையான, அரை திறமையான மற்றும் திறமையற்ற) மற்றும் அவற்றின் கிடைக்கும் தன்மை ஆகியவற்றுடன் ஆதாரங்களுடன் ஆதரிக்கப்படும் தாவரத் திறனைப் பயன்படுத்துவது தொடர்பான யதார்த்தமான அனுமானங்கள், பொருள் ஆதாரங்கள் மற்றும் உற்பத்தியில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தக்கூடிய பல விவரங்கள் உற்பத்தித் திட்டத்தின் ஒரு முக்கிய பகுதியாக மாறும். இறுதியாக, அலகுகளில் ஆண்டு வாரியாக உற்பத்தித் திட்டம் மற்றும் ரூபாய் விதிமுறைகளை முன்வைக்க வேண்டும்.

சேவைகளைப் பொறுத்தவரை, ஒத்த தகவல்கள் ஆனால் வெவ்வேறு கூறுகளுடன் உற்பத்தித் திட்டத்தில் பொருத்தமானதாக இருக்கும். தேவையான உபகரணங்கள், பயிற்சி பெற்ற மனிதவள கிடைக்கும் தன்மை, அலுவலக இடம், தேவையான வன்பொருள் மற்றும் மென்பொருள், சேவைகளுக்கான தேவை மற்றும் பிற தகவல்களின் அடிப்படையில் சந்தைப்படுத்தல் அனுமானங்கள்

ஒரு சேவை நிறுவனத்திற்கான உற்பத்தித் திட்டத்தைத் தயாரிக்கப் பயன்படுகிறது. இந்த திட்டத்தை “சேவை திட்டம்” என்று மறுபெயரிடலாம்.

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

- செயல்பாட்டுத் திட்டம்:தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குவதில் வெற்றிபெற பல செயல்பாடுகளை மேற்கொள்ள வேண்டும். வணிக செயல்பாடு விவேகமான செயல்பாடுகளாக தெளிவாக பிரிக்கப்பட வேண்டும், மேலும் வளங்கள் கொடுக்கப்பட்டால் அந்த நடவடிக்கைகள் எவ்வாறு செய்யப்படும் என்பது குறித்த விவரங்கள் வழங்கப்பட வேண்டும். செயல்பாட்டுத் திட்டம் தோல்வியுற்றால், உற்பத்தித் திட்டமும் தானாகவே தோல்வியடையும்.
- சந்தைப்படுத்தல் திட்டம்:ஒரு வணிகத்திற்கு புவியியல் பகுதி அல்லது சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்கள் அல்லது நுகர்வோரின் புள்ளிவிவர விவரங்கள் அடிப்படையில் சந்தையை வரையறுக்க வேண்டும். சந்தை சாத்தியக்கூறு அறிக்கை வணிக வாய்ப்பின் நோக்கத்தை அடையாளம் காண உதவும், மேலும் அந்த கேள்விகளிலிருந்து, ஒரு தொழிலதிபர் வணிகத்தைச் செய்ய விரும்பும் சந்தையின் சரியான பகுதியை தீர்மானிக்க வேண்டும். ஊக்குவிப்பு திட்டம், விநியோக வலையமைப்பு மற்றும் பிற சந்தைப்படுத்தல் கொள்கைகள் வணிகத்தால் வழங்கப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான சாத்தியமான சந்தையை மதிப்பிடுவதில் பயனுள்ளதாக இருக்கும்.
- நிறுவன திட்டம்:ஒரு வலுவான நிறுவன ஆதரவு இல்லாத நிலையில், மிகவும் இலாபகரமான வணிகங்களும் அளவிட முடியாத அளவிற்கு தோல்வியடையும். உள் அல்லது வெளிப்புறமாக இருந்தாலும் வணிகம் மிகவும் ஆற்றல்மிக்க சூழலில் இயங்குகிறது. ஒரு வணிக அமைப்பு தற்போதைய வணிகத்தை அல்லது வணிகத்தின் எதிர்கால வாய்ப்புகளை பாதிக்கக்கூடிய மாறக்கூடிய வெளிப்புற மாறி குறித்த தகவல்களைப் பிடிக்கும் திறனை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும். சந்தையில் இருந்து எடுக்கப்பட்ட சமிக்ஞையை புரிந்துகொள்வதற்கும், அதற்கு சரியான நேரத்தில் பதிலளிப்பதற்கும் உள்ளகத் திறன், திட்டங்களை லாபகரமான செயலாக மாற்றுவதற்கு முக்கியமானதாகும்.
- அபாயங்களின் மதிப்பீடு:உற்பத்தி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் திட்டங்கள் பொதுவாக மிகவும் யதார்த்தமான சூழ்நிலையில் தயாரிக்கப்படுகின்றன. உண்மையான சூழ்நிலை எதிர்பார்த்ததை விட சிறந்தது எனில் (விற்பனை விலை அதிகமாக உள்ளது, விற்பனை தரம் அதிகமாக உள்ளது, செலவுகள் குறைவாக உள்ளன, மற்றவற்றுடன்), சாதகமான உபரி லாபம் உள்ளது. இருப்பினும், மதிப்பிடப்பட்ட

Self-Instructional
Material

குறிப்பு

அளவுக்கு விஷயங்கள் மாறாவிட்டால், திட்ட செலவு அதிகரிக்கும், மூலதன செலவு அதிகமாக இருக்கும், போதுமான மூலதனம் கிடைக்கவில்லை, விற்பனை விலை குறைவாக உள்ளது, விற்பனை அளவு குறைவாக உள்ளது, செலவுகள் அதிகம் மற்றும் திறமையானவர்கள் இல்லை கிடைக்கும். அபாயத்தின் தலைகீழ் வெகுமதி இல்லையென்றால், ஆபத்தின் கீழ் பக்க தாக்கத்தின் மதிப்பீடு மதிப்பீடு செய்யப்பட வேண்டும்.

- நிதி திட்டம்: வணிகத் திட்டத்தின் உள்ளடக்கங்கள் இப்போது நிதி எண்ணாக மாற்றப்பட்டுள்ளன. திட்டமிடப்பட்ட காலம், தேய்மான அட்டவணை, வட்டி செலுத்தும் அட்டவணை, பணி மூலதன அட்டவணை, வரிவிதிப்பு அட்டவணை, பணப்புழக்க அறிக்கைகள், பணி மூலதன நிதி அட்டவணை மற்றும் திரட்டப்பட வேண்டிய மற்றும் சேவை செய்ய வேண்டிய நிதிகளின் அட்டவணை ஆகியவற்றிற்கான நிதி அறிக்கைகள் வருமான அறிக்கைகள் மற்றும் இருப்புநிலைகள். நிதித் திட்டத்தில் நிதி விருப்பங்களின் மதிப்பீட்டில் பயனுள்ள பல விகிதங்களின் கணக்கீடும் அடங்கும். இது மூலதன செலவு, நிகர தற்போதைய மதிப்பு, உள் வருவாய் வீதம் ஆகியவற்றைக் கணக்கிடுகிறது, மேலும் சில சந்தர்ப்பங்களில் பணம் செலுத்தும் காலம் மற்றும் வருவாய் கணக்கு வீதம் போன்ற பிற தேவையான அம்சங்களும் நிதித் திட்டத்தில் வழங்கப்படுகின்றன.

12.4.1. நிதி தேவைகள் மற்றும் நிதி ஆதாரங்கள்

ஒரு தொழில்முனைவோர் முயற்சிக்கான பல்வேறு நிதி ஆதாரங்களை நாங்கள் முன்பே விவாதித்தோம். மிகச் சுருக்கமாக மறுபரிசீலனை செய்ய, ஒரு வணிக யோசனைக்கான நிதி ஆதாரங்கள்:

- தனிப்பட்ட முதலீடு அல்லது தனிப்பட்ட சேமிப்பு;
- துணிகர மூலதனம்;
- வணிக தேவதைகள்;
- அரசாங்க உதவி;
- வணிக வங்கி கடன்கள் மற்றும் ஓவர் டிராஃப்ட்;
- நிதி பூட்ஸ்-ராப்பிங்; மற்றும்
- வாங்குதல்கள்.

12.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. ஒரு திட்டத்தின் மொத்த வளர்ச்சி செலவினங்களின் மதிப்பீட்டில் மென்மையான செலவுகள் (வடிவமைத்தல், கட்டிடக்கலை, பொறியியல்,

நிதி மற்றும் சுற்றுச்சூழல் பாதிப்புகள் பற்றிய ஆய்வு) மற்றும் கடினமான செலவுகள் (கட்டுமானம், தளபாடங்கள் மற்றும் பிற உபகரணங்கள் பொருத்துதல் போன்றவை) அடங்கும்.

2. சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் நான்கு கூறுகள் பின்வருமாறு:

- திட்டத்தின் நிதி தேவைகளை வரையறுத்தல்
- திட்டத்தின் பணப்புழக்கத்தை பகுப்பாய்வு செய்தல்
- உணர்திறன் பகுப்பாய்வு செய்கிறது
- மதிப்பீடு மீதமுள்ள மதிப்பின்

3. வணிகத் திட்டத்தின் பல்வேறு கூறுகள்:

- உள்ளடக்க அட்டவணை;
 - நிர்வாக சுருக்கம்;
 - மேலாண்மை மற்றும் செயல்பாடுகள் மற்றும் வணிகத்தின் கடந்தகால செயல்திறன் பற்றி (ஏற்கனவே வணிகத்தில் இருந்தால்);
 - சுருக்கமான வணிகத் திட்டத்தை அறிமுகப்படுத்துதல்;
 - சாத்தியக்கூறு அறிக்கை (தொழில்நுட்ப, சந்தை மற்றும் நிதி);
 - விரிவானது விகிதங்களின் கணக்கீடுகள் மற்றும் பகுப்பாய்வு;
 - எழுடிவுரை.
5. சாத்தியக்கூறுகளின் மூன்று முக்கியமான பகுதிகள் தொழில்நுட்ப சாத்தியக்கூறு, சந்தை சாத்தியக்கூறு மற்றும் நிதி சாத்தியக்கூறு ஆகியவற்றை ஆய்வு செய்கின்றன.

12.6. சுருக்கம்

- மொத்த வளர்ச்சி செலவுகளை மதிப்பிடுவது, மூலதன கட்டமைப்பின் அடிப்படையில் திட்டத்தின் நிதித் தேவைகளை வரையறுத்தல், திட்டத்தின் பணப்புழக்கத்தை பகுப்பாய்வு செய்தல், உணர்திறன் பகுப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் மீதமுள்ள மதிப்பை மதிப்பிடுதல் போன்ற சாத்தியக்கூறுகளின் முக்கிய நோக்கங்கள்.
- ஒரு வணிகத் திட்டம் பொதுவாக பல்வேறு பரந்த கூறுகளாகப் பிரிக்கப்படுகிறது, அவற்றுள்: உள்ளடக்க அட்டவணை; நிர்வாக சுருக்கம்; மேலாண்மை மற்றும் செயல்பாடுகள் மற்றும் வணிகத்தின் கடந்தகால செயல்திறன் (ஏற்கனவே வணிகத்தில் இருந்தால்); வணிகத் திட்டத்தின் சுருக்கமான அறிமுகம்; சாத்தியக்கூறு அறிக்கை (தொழில்நுட்ப, சந்தை மற்றும் நிதி); விகிதங்களின் விரிவான கணக்கீடுகள் மற்றும் பகுப்பாய்வு; மற்றும் முடிவு.

குறிப்பு

குறிப்பு

- நிர்வாகச் சுருக்கம் வணிகத் திட்டத்தின் கண்ணோட்டத்தை அளிக்கிறது, இதில் திட்ட ஆவணத்தின் நோக்கம், பணியின் நோக்கம் மற்றும் முக்கிய கண்டுபிடிப்புகள் ஆகியவை அடங்கும்.
- வணிகத் திட்டத்தின் மிக முக்கியமான பிரிவு சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் விவரங்களுடன் தொடர்புடையது. சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் மூன்று முக்கியமான பகுதிகள் தொழில்நுட்ப சாத்தியக்கூறு, சந்தை சாத்தியக்கூறு மற்றும் நிதி சாத்தியக்கூறு. ஒரு வணிகம் அல்லது ஒரு திட்டம் சுற்றுச்சூழல் அனுமதிகளுக்கு உட்பட்டால், சுற்றுச்சூழல் சாத்தியக்கூறுகளும் பொருத்தமானவை.
- சாத்தியக்கூறு ஆய்வு நிதி எண்களையும் நிதி அல்லாத தகவல்களையும் உருவாக்குகிறது. இறுதி அவதானிப்புகள் மற்றும் முடிவுகள் எடுக்கப்படுவதற்கு முன்னர் பல்வேறு வட்டி விகிதங்கள் மூலம் அவை பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகின்றன.
- எந்தவொரு பங்குதாரரால் பரிசீலிக்க ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய வணிகத் திட்டத்திற்கான நோக்கத்துடன் பகுப்பாய்வு மற்றும் முடிவு வணிக திட்டத்தின் நிதி நம்பகத்தன்மையைக் காட்ட வேண்டும்.
- வணிக யோசனைக்கான நிதி ஆதாரங்களில் தனிப்பட்ட முதலீடு அல்லது தனிப்பட்ட சேமிப்பு ஆகியவை அடங்கும்; துணிகர மூலதனம்; வணிக தேவதைகள்; அரசாங்க உதவி; வணிக வங்கி கடன்கள் மற்றும் ஓவர் டிராஃப்ட்; நிதி பூட்ஸ்ட்ராப்பிங்; மற்றும் வாங்குதல்கள்.

12.7. முக்கிய சொற்கள்

- கடன்-க்கு-ஈக்விட்டி விகிதம்: இது ஒரு நிறுவனத்தின் சொத்துக்களுக்கு நிதியளிக்கப் பயன்படுத்தப்படும் பங்குதாரர்களின் சமத்துவம் மற்றும் கடனின் ஒப்பீட்டு விகிதத்தைக் குறிக்கும் நிதி விகிதமாகும். அந்நியச் செலாவணியுடன் நெருக்கமாக தொடர்புடையது, விகிதம் ஆபத்து, பற்சக்கர அல்லது அந்நியச் செலாவணி என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.
- ஈக்விட்டி முதலீட்டாளர்: அவர்கள் முதலீட்டாளர்கள் ஒரு நிறுவனத்தில் பணத்தை முதலீடு செய்கிறார்கள் நிறுவனத்தில் உரிமையின் பங்கு.
- கடன் சேவை பாதுகாப்பு விகிதம்: “கடன் பாதுகாப்பு விகிதம்” என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது வட்டி, அசல் மற்றும் குத்தகைக் கொடுப்பனவுகளுக்கான கடன் சேவைக்கு கிடைக்கும் இயக்க வருமானத்தின் விகிதம்; இது ஒரு கடன் அளவீடுகளை ஈடுகட்ட போதுமான பணத்தை உற்பத்தி

செய்யும் ஒரு நிறுவனத்தின் திறனை அளவிடுவதற்கு பயன்படுத்தப்படும் ஒரு பிரபலமான அளவுகோலாகும்.

- பணப்புழக்கம்: கடன் வழங்குநர்களுக்கு பணம் செலுத்துவதன் மூலம் நிறுவனம் பெறும் அல்லது கொடுக்கும் பணம் அல்லது பணத்திற்கு சமமான தொகை பணப்புழக்கம் என்று அழைக்கப்படுகிறது.
- உணர்திறன் பகுப்பாய்வு: ஒரு கணித மாதிரி அல்லது அமைப்பின் வெளியீட்டில் உள்ள நிச்சயமற்ற தன்மையை எவ்வாறு பிரித்து அதன் உள்ளீடுகளில் உள்ள நிச்சயமற்ற பல்வேறு ஆதாரங்களுக்கு ஒதுக்க முடியும் என்பதற்கான ஆய்வு இது.
- மீதமுள்ள மதிப்பு: ஒரு நிறுவனம் தனது சேவை வாழ்க்கையின் முடிவில் ஒரு சொத்துக்காக எதிர்பார்க்கும் தொகை, எதிர்பார்க்கப்படும் எந்தவொரு அகற்றும் செலவும் குறைவாகும். கணக்கியலில், மீதமுள்ள மதிப்பு என்பது ஒரு நிறுவனம் அதன் பயனுள்ள வாழ்க்கையின் முடிவில் ஒரு சொத்தை அப்புறப்படுத்தும்போது பெறக்கூடிய ஒரு மதிப்பிடப்பட்ட தொகை ஆகும்.

12.8. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. சாத்தியக்கூறுகளின் அடிப்படையில் நீங்கள் என்ன காரணிகளைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்?
2. வணிகத் திட்டத்தின் முக்கியத்துவம் ஏன்?
3. ஒரு வணிகத்தின் உற்பத்தித் திட்டத்தால் நீங்கள் என்ன புரிந்துகொள்கிறீர்கள்?
4. சந்தை சாத்தியக்கூறு அறிக்கை என்றால் என்ன?
5. தொழில்முனைவோருக்கு கிடைக்கக்கூடிய சில நிதி ஆதாரங்கள் யாவை?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. சாத்தியக்கூறு ஆய்வின் நோக்கங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. வணிகத் திட்டத்தின் பல்வேறு கூறுகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. வணிகத் திட்டத்தை எழுதுவதன் முக்கியத்துவத்தை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
4. வணிகத் திட்டத்தின் பல்வேறு கூறுகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

12.9. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எ.பி. ட்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
- பிலிப் கோடலர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.

அலகு - 13

வணிகத்தை உருவாக்குதல்

அமைப்பு

13.1 அறிமுகம்

13.2 நோக்கங்கள்

13.3 அமைப்பின் படிவங்கள்

13.3.1 தொடக்க வணிகத்திற்கான சட்டரீதியான பரிசீலனைகள்

13.4 ஸ்டார்ட்-அப்களுக்கான நெட்வொர்க்கிங் மற்றும் ஒத்துழைப்பு

13.4.1 நல்ல வணிக நடைமுறைகள்

- 13.5 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 13.6 சுருக்கம்
- 13.7 முக்கிய சொற்கள்
- 13.8 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 13.9 மேலும் வாசிப்புகள்

குறிப்பு

13.1. அறிமுகம்

வணிக அமைப்பு என்ற சொல் வணிகங்கள் எவ்வாறு கட்டமைக்கப்பட்டுள்ளன மற்றும் அவற்றின் கட்டமைப்பு ஹெல்ப்ஸ்டெம்மீட்டர் கோல்கள் எவ்வாறு வரையறுக்கப்படுகின்றன. ஒரு தொழில்முனைவோர் தனது நிறுவனம் குறித்து எடுக்கும் வணிகத் தேர்வு. வணிக அமைப்பின் வகை பல காரணிகளை பாதிக்கிறது, அவற்றில் பல நிறுவனம் எவ்வாறு வரி விதிக்கப்படுகிறது, அதனுடன் தொடர்புடைய சட்டப் பொறுப்புகள், செயல்பாட்டு செலவுகள் போன்றவற்றை தீர்மானிக்கிறது. இந்த அலகு வணிக நிறுவனங்களின் வகை மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய பொறுப்புகள் பற்றி விவாதிக்கும். இது ஒரு வெற்றிகரமான முயற்சியை நடத்த தேவையான கடவுளின் வணிக நடைமுறைகளையும் விவாதிக்கும்.

13.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

- வணிக நிறுவனங்களின் பல்வேறு வடிவங்களை அடையாளம் காணவும்
- வணிக அமைப்பின் ஒவ்வொரு வடிவத்துடன் தொடர்புடைய நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள் பற்றி விவாதிக்கவும்
- இந்தியாவில் ஒரு தொழில்முனைவோரைக் குறிப்பிடுவதற்கான சட்டபூர்வமான பரிசீலனைகளை ஆராயுங்கள்
- ஒரு வணிகத்திற்கான நெட்வொர்க்கிங் மற்றும் ஒத்துழைப்புகளின் முக்கியத்துவத்தைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்
- பல்வேறு நல்ல வணிக நடைமுறைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்

13.3. ஒழுங்குமுறை படிவங்கள்

வணிக நிறுவனங்களை கீழ்நோக்கி வகைப்படுத்தலாம்:

- ஒரே உரிமையாளர்

- கூட்டு
- பெருநிறுவன

குறிப்பு

கூட்டாண்மை வழக்கமான மற்றும் வரையறுக்கப்பட்டதாக இருக்கலாம்; நிறுவனங்கள் தனியார் அல்லது பொதுவாக இருக்கலாம். நிறுவனங்கள் இலாப நோக்கற்ற அல்லது இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்களாகவும் இருக்கலாம்.

வணிக அமைப்பின் ஒவ்வொரு வடிவங்களையும் சுருக்கமாகப் பார்ப்போம்.

ஒரே உரிமையாளர்

ஒரு தனியுரிமையை உருவாக்கி அதை இயக்குவதற்கு சட்ட செலவுகள் இல்லை. வணிகம் மற்றும் அதன் நிர்வாகத்தின் மீது உரிமையாளருக்கு முழு கட்டுப்பாடு உள்ளது. உரிமையாளரும் வணிகமும் தனித்தனியாக இல்லாததால், வணிக வருமானம் தனிப்பட்ட வருமானமாகக் கருதப்படுகிறது மற்றும் தனிநபர் வருமானமாக வரி விதிக்கப்படுகிறது, இது இரட்டை வரிவிதிப்பைத் தவிர்க்கிறது. வணிகத்தில் உரிமையாளருக்கு வரம்பற்ற பொறுப்பு உள்ளது; வணிகம் தோல்வியுற்றால், தனிப்பட்ட சொத்துக்களில் ஆபத்தை உருவாக்கும் வணிக பொறுப்புகளுக்கு அவர்கள் பொறுப்பாவார்கள். ஒரு தனியுரிம வணிகத்தின் வாழ்க்கை குறைவாகவே உள்ளது. ஒரே உரிமையாளர் வணிகமானது உரிமையாளரின் தனிப்பட்ட விவகாரம் மற்றும் சட்டரீதியான கட்டுப்பாடுகள் எதுவும் இல்லை என்பதால், இது நிதிகளுக்கான வரையறுக்கப்பட்ட அணுகலையும் கொண்டுள்ளது.

கூட்டு

நன்மைகள் மற்றும் தீமைகளைப் பொறுத்தவரை, கூட்டாண்மை என்பது தனியுரிம உரிமைகளிலிருந்து வேறுபட்டதல்ல, ஒரு கூட்டணியில் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட உரிமையாளர்கள் வளங்கள் மற்றும் பங்குகளைப் பொறுப்பேற்கிறார்கள். எழுத்துப்பூர்வ ஒப்பந்தம் தேவையில்லை என்றாலும், உருவாக்குவது மிகவும் எளிதானது; கூட்டாட்சியை பதிவு செய்வது விரும்பத்தக்கது (கட்டாயமில்லை என்றாலும்). கூட்டாண்மை வாழ்க்கை மேலும் மட்டுப்படுத்தப்படுகிறது, ஏனெனில் கூட்டாளர் ஓய்வு பெறுவது அல்லது ஒரு கூட்டாளியின் இறப்புடன் உடைகிறது.

வரையறுக்கப்பட்ட கூட்டாண்மை

ஒரு ஒப்பந்தத்தின் மூலம், ஒன்று அல்லது சில கூட்டாளர்களுக்கு மூலதனத்தின் பங்களிப்பின் அளவிற்கு (அல்லது ஒப்புக் கொள்ளப்பட்ட எந்தவொரு தொகைக்கும்) வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்பை வழங்க முடியும். நிபந்தனை என்னவென்றால், குறைந்தது ஒரு கூட்டாளருக்கு வரம்பற்ற பொறுப்பு இருக்க வேண்டும். வழக்கமாக, வரையறுக்கப்பட்ட கூட்டாளர்கள் “தூக்கம்” அல்லது “செயலற்ற” கூட்டாளர்களாக

உள்ளனர், அதாவது கூட்டாண்மை வணிகத்தை நிர்வகிப்பதில் அவர்கள் தீவிரமாக பங்கேற்க மாட்டார்கள்.

பெருநிறுவன

கூட்டாண்மைக்கு பதிலாக, நிறுவனச் சட்டம், 2013 இன் கீழ் நிறுவனத்தை பதிவு செய்வதன் மூலம் ஒரு நிறுவனத்தை உருவாக்க முடியும். ஒரு நிறுவனம் அதன் உரிமையாளர்களிடமிருந்து தனித்தனியான ஒரு சட்ட நிறுவனம், எனவே, நிறுவனத்தின் பொறுப்புகளுக்கு உரிமையாளர்கள் பொறுப்பல்ல. உரிமையாளர்கள் வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்பை அனுபவிக்கிறார்கள்; உறுப்பினர் வழங்கிய பங்கு மூலதனத்தின் அளவிற்கு மட்டுமே வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. ஒரு நிறுவனத்தை ஒரு நிறுவனமாக பதிவு செய்வதற்கான பதிவுக் கட்டணங்களுடன் தாக்கல் செய்ய ஒரு சட்ட செயல்முறை மற்றும் ஆவணங்கள் உள்ளன. மேலும், ஒரு நிறுவனம் பதிவுசெய்யப்பட்டவுடன், அது அவ்வப்போது பல சட்டத் தேவைகளுக்கு இணங்க வேண்டும். நிறுவனத்தின் உரிமையாளர்கள் “உறுப்பினர்கள்” அல்லது “பங்குதாரர்கள்” என்று அழைக்கப்படுகிறார்கள்.

தனியார் நிறுவனம்

உறுப்பினர்களின் (குறைந்தபட்ச இரண்டு மற்றும் அதிகபட்ச ஐம்பது) கட்டுப்பாட்டு வரம்புக்கு உட்பட்டு, குறைந்தபட்சம் 1 லட்சம் செலுத்தும் மூலதனத்திற்கு உட்பட்டு, அகோம்பனியை ஒரு தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனமாக பதிவு செய்யலாம். நிறுவனம் ஒரு தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனமாக பதிவுசெய்யப்பட்டால், உருவாக்கம் மற்றும் செயல்பாடுகளின் போது சட்டங்கள் குறைவாக இருக்கும்.

பொது நிறுவனம்

ஒரு தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனமான பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் குறைந்தபட்சம் 5 லட்சம் செலுத்தும் மூலதனத்தைக் கொண்டுள்ளது. குறைந்தபட்சம் ஏழு உறுப்பினர்களுடன் பொது நிறுவனத்தை உருவாக்க முடியும் மற்றும் உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கையில் அதிக வரம்பு இல்லை. பொது நிறுவனம் நிறுவனத்தின் பங்கு மூலதனம் அல்லது நிறுவனத்தின் பத்திரங்களில் சந்தா பெற பொதுமக்களுக்கு அழைப்பு விடுக்க முடியும். பொது நிறுவனங்கள் பொது நிறுவனத்தை உருவாக்குவதற்கு மிகவும் கடுமையான சட்டத் தேவைகளுக்கு உட்பட்டுள்ளன.

உரிமையியல்

“உரிமையாக்குதல் என்பது ஒரு தொடர்ச்சியான உறவாகும், இதில் ஒரு உரிமையாளர் உரிமையாளருக்கு வணிகம் செய்ய உரிமம் பெற்ற சலுகையை வழங்குகிறார், மேலும் பணவியல் கருத்தில் ஈடாக ஏற்பாடு,

குறிப்பு

பயிற்சி, வணிகமயமாக்கல், சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் நிர்வகித்தல் ஆகியவற்றில் உதவி வழங்குகிறார். உரிமம் என்பது ஒரு வணிகத்தின் ஒரு வடிவமாகும், இதன் மூலம் ஒரு தயாரிப்பு, சேவை அல்லது முறையின் உரிமையாளர் (உரிமையாளர்) இணைந்த விநியோகஸ்தர்கள் (உரிமையாளர்கள்) மூலம் விநியோகத்தைப் பெறுகிறார். “

ஒரு உரிமையை வாங்குவது ஒரு உரிமையாளருக்கு பல நன்மைகளைத் தரக்கூடும். வழக்கமாக ஒரு உரிமையாளர் ஒரு சந்தை திறனைக் கவனித்தால் மட்டுமே, ஒரு தொழில்நுட்ப உரிமையை வழங்க முடியும், அதன்பிறகு நிதி நம்பகத்தன்மையை சரிபார்க்க முடியும். உரிமம் என்பது ஒரு உரிமையாளருக்கும் உரிமையாளருக்கும் இடையிலான ஒரு ஏற்பாடாகும், மேலும் ஒரு உரிமையாளர் வணிகத்தை நடத்தும் ஒரு வணிக அமைப்பின் மீது எந்தவிதமான தாக்கமும் இல்லை.

13.3.1 ஒரு தொடக்க வணிகத்திற்கான சட்டரீதியான பரிசீலனைகள்

வாடிக்கையாளர் திருப்தியை வழங்கும் தனித்துவமான தீர்வுகளை உருவாக்குவதில் கவனம் செலுத்தும் ஆர்வமுள்ள தொழில்முனைவோர்களால் பணக்கார தொடக்கங்கள் இயக்கப்படுகின்றன. ஒருவர் தங்கள் வணிகத்தையும் சந்தையையும் நிர்வகிக்கும் சமீபத்திய சட்டங்களைப் பற்றி அறிந்திருக்க வேண்டும். இந்தியாவில் தொடக்க மற்றும் தொழில்முனைவோர் அறிந்திருக்க வேண்டிய சில முக்கியமான சட்ட அடிப்படைகள் பின்வருமாறு:

1. வணிக அமைப்பு மற்றும் நிறுவனர்களின் ஒப்பந்தத்தை முறைப்படுத்துதல்

வணிகத்தின் தன்மை மற்றும் வகையைப் புரிந்துகொள்ள, நிறுவனர்கள் வணிகத்தை ஒரு வெளிப்படையான வணிக வகையாக (ஒரே உரிமையாளர், தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட, பொது வரையறுக்கப்பட்ட, கூட்டாண்மை அல்லது வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்பு கூட்டு) இணைக்க வேண்டும். குறுகிய கால மற்றும் நீண்ட கால வணிகத்தின் ஒட்டுமொத்த பார்வை மற்றும் குறிக்கோள்களுக்கு இது அவசியமாக இருக்கும் என்பதால் ஆரம்பத்தில் இந்த தெளிவு இருப்பது மிகவும் முக்கியம். ஒவ்வொரு வணிக வகையும் அதன் சொந்த சட்டத் தேவைகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளுடன் வருகிறது, மேலும் தொழில் முனைவோர் தங்கள் வணிகத்தை இணைப்பதற்கு முன்பு அவர்களுக்கு விதிவிலக்கான கவனம் செலுத்த வேண்டும்.

2. வணிக உரிமங்களுக்கு விண்ணப்பித்தல்

எந்தவொரு வியாபாரத்தையும் நடத்துவதற்கு உரிமங்கள் கட்டாயமாகும். வணிகத்தின் தன்மை மற்றும் அளவைப் பொறுத்து, இந்தியாவில் பல உரிமங்கள் பொருந்தும்.

3. வரிவிதிப்பு மற்றும் கணக்கியல் சட்டங்களைப் புரிந்துகொள்வது

வரி என்பது ஒவ்வொரு வணிகத்தின் ஒரு பகுதியாகும். மத்திய வரி, மாநில வரி மற்றும் சில வணிகங்களுக்கு பொருந்தக்கூடிய உள்ளூர் வரி போன்ற பல்வேறு வகையான வரிகள் உள்ளன. பல்வேறு வணிக மற்றும் இயக்கத் துறைகள் வெவ்வேறு வரிகளை ஈர்க்கின்றன, இதை முன்பே அறிந்து கொள்வது பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

சமீபத்தில், ஸ்டார்ட்-அப்களை மேம்படுத்துவதற்காக “ஸ்டார்ட்அப் இந்தியா” முயற்சியை இந்திய அரசு துவக்கியதுடன், ஸ்டார்ட் அப்கள் மற்றும் புதிய வணிகங்களுக்கு பல்வேறு விலக்குகள் மற்றும் வரி விடுமுறைகளையும் அறிமுகப்படுத்தியது.

4. தொழிலாளர் சட்டங்கள்

தொழிலாளர் சட்டங்களைப் பொறுத்தவரை, ஸ்டார்ட்-அப் இந்தியா முன்முயற்சியின் கீழ் பதிவுசெய்யப்பட்ட ஸ்டார்ட்-அப்கள் ஒழுங்காக இணைக்கப்பட்ட நாளிலிருந்து ஒரு வருடத்திற்குள் ஒரு சுய அறிவிப்பை (ஒன்பது தொழிலாளர் சட்டங்களுக்கு) நிறைவேற்ற முடியும் மற்றும் தொழிலாளர் பரிசோதனையிலிருந்து விலக்கு பெறலாம். இந்த திட்டத்தின் கீழ் பொருந்தும் ஒன்பது தொழிலாளர் சட்டங்கள் பின்வருமாறு:

- தொழில்துறை தகராறு சட்டம், 1947
- வர்த்தக பிரிவு சட்டம், 1926
- கட்டிடம் மற்றும் பிற கட்டுமானங்கள் தொழிலாளர்கள் (வேலைவாய்ப்பு மற்றும் சேவை நிபந்தனைகளை ஒழுங்குபடுத்துதல்) சட்டம், 1996
- தொழில்துறை வேலைவாய்ப்பு (நிலையான ஆணைகள்) சட்டம், 1946
- மாநிலங்களுக்கு இடையிலான புலம்பெயர்ந்த தொழிலாளர்கள் (வேலைவாய்ப்பு மற்றும் சேவை நிபந்தனைகளை ஒழுங்குபடுத்துதல்) சட்டம், 1979
- கிராச்சுட்டி செலுத்தும் சட்டம், 1972
- ஒப்பந்த தொழிலாளர் (ஒழுங்குமுறை மற்றும் ஒழிப்பு) சட்டம், 1970
- ஊழியர்களின் நிதி நிதி மற்றும் இதர ஏற்பாடுகள் சட்டம், 1952
- ஊழியர்களின் மாநில காப்பீட்டு சட்டம், 1948.

5. அறிவுசார் சொத்துக்களின் பாதுகாப்பை உறுதி செய்தல்

அறிவுசார் சொத்து என்பது இன்று பெரும்பாலான வணிகங்களுக்கு, குறிப்பாக தொழில்நுட்ப மைய வணிகங்களுக்கு மிக ரகசியமான சாஸ் ஆகும். குறியீடுகள், வழிமுறைகள் மற்றும் ஆராய்ச்சி முடிவுகள் ஆகியவை நிறுவனங்களுக்குச் சொந்தமான பொதுவான அறிவுசார் சொத்துக்கள். ஸ்டார்ட்-அப் இந்தியா முன்முயற்சியின் கீழ் “ஸ்டார்ட்அப்களுக்கான அறிவுசார் சொத்து பாதுகாப்பு திட்டம்” (எஸ்ஐபிபி) ஐ ஸ்டார்ட்-அப்கள் பயன்படுத்தலாம்.

6. பயனுள்ள ஒப்பந்த நிர்வாகத்தை உறுதி செய்தல்

எந்தவொரு வியாபாரத்தையும் நடத்துவதில் ஒப்பந்தங்கள் உள்ளன. வேலையின் சீரற்ற செயல்பாட்டை உறுதிசெய்வதற்கு ஒரு ஒப்பந்தம் கடமையாகும், மேலும் வேலையை நிறைவேற்றாத நிலையில் உதவியை உறுதி செய்வதற்கான வெற்றிகரமான வழிமுறையாகும். இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம், 1872 இன் படி, அனைத்து ஒப்பந்தங்களும் ஒப்பந்தத்திற்குத் தகுதியான கட்சிகளின் இலவச ஒப்புதலால் செய்யப்பட்டால், அவை சட்டபூர்வமான பொருளைக் கொண்டு சட்டபூர்வமாகக் கருத்தில் கொள்ளப்பட்டால், அவை வெற்றிடமாக வெளிப்படையாக அறிவிக்கப்படாவிட்டால் அவை ஒப்பந்தங்களாகும். தொடக்க நிறுவனங்கள் நன்மை பயக்கும் மற்றொரு முக்கியமான ஒப்பந்தம் என்.டி.ஏ. ஸ்டார்ட்-அப்கள் பெரும்பாலும் நெரிசலான சந்தையில் தடையற்ற போட்டியுடன் வளர்கின்றன, மேலும் அவை பெரும்பாலும் முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து ஊழியர்கள் முதல் வாடிக்கையாளர்கள் வரை பல நபர்களுடன் யோசனைகளைப் பற்றி விவாதிக்கின்றன. வணிகத்தின் வளர்ச்சிக்கு இது மிகவும் தேவைப்பட்டாலும், இது புதிய தொடக்கங்களை யோசனைகளின் திருட்டு மற்றும் பிற தனியுரிம வணிகத் தகவல்கள் போன்ற அபாயங்களுக்கு அம்பலப்படுத்துகிறது.

7. முறுக்கு பற்றிய விவரங்கள் டவுன் தி பிசினஸ்

ஒரு நிறுவனத்தை முடுவது எந்தவொரு தொழில்முனைவோருக்கும் கடினமான அழைப்பு. ஒரு தொடக்கத்தை மூடத் தேர்வுசெய்யும்போது, விற்பனையாளர்கள் முதல் ஊழியர்கள் வரை வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்கள் வரை அனைத்து பங்குதாரர்களும் முன்கூட்டியே தெரிவிக்கப்பட வேண்டும். வெளியேறும் அழுத்தத்தை அனைவருக்கும் இலவசமாக வழங்குவதற்காக முழு செயல்முறையும் சரியான முறையில் திட்டமிடப்பட்டு செயல்படுத்தப்பட வேண்டும்.

சட்டபூர்வமான பார்வையில், தொடக்கத்தை முடுவதற்கு அடிப்படையில் மூன்று வழிகள் உள்ளன:

1. (பாஸ்ட் ட்ராக் வெளியேறும் பயன்முறை
2. நீதிமன்றம் அல்லது தீர்ப்பாய பாதை

13.4 ஸ்டார்ட்-அப்களுக்கான நெட்வொர்க்கிங் மற்றும் ஒத்துழைப்பு

அனைத்து வெற்றிகரமான தொடக்க நிலைகளும் கவனம் செலுத்துகின்றன மற்றும் அர்த்தமுள்ள உறவுகளைத் தேர்வுசெய்கின்றன, இது நிச்சயமாக வெற்றிக்கான விரைவான மற்றும் நிலையான பாதையை



செயல்படுத்துகிறது. சில நபர்களுக்கு நெட்வொர்க்கிங் என்பது வணிக அட்டைகளை ஒப்படைப்பது மற்றும் வணிக நண்பர்களுடன் மதிய உணவுக்குச் செல்வது. இது ஒரு பகுதியாக இருக்கலாம்; இருப்பினும், இது முற்றிலும் முழுமையான கதை அல்ல. அதன் மையத்தில், நெட்வொர்க்கிங் என்பது உறவுகளை உருவாக்குவது பற்றியது. இது தனிநபர்களை அறிந்து கொள்வது, நம்புவது மற்றும் உங்களுடன் வணிகம் செய்ய விரும்புவது. இது ஆன்லைன் மற்றும் ஆஃப்லைன் சேனல்கள் வழியாக நிகழலாம். உண்மையில், இரண்டு சேனல்களும் நீங்கள் நினைப்பதை விட அதிகமாக இணைக்கப்பட்டுள்ளன. படம் 13.1 ஐசார்ட் விளக்குகிறது.

படம் 13.1 ஆன்லைன் மற்றும் ஆஃப்லைன் சந்தைப்படுத்தல் செயல்பாடுகளின் சீரமைப்பு

13.4.1 நல்ல வணிக நடைமுறைகள்

பின்வரும் பத்து முக்கியமான ஒழுக்கமான வணிக நடைமுறைகள் எந்தவொரு வணிகத்தின் அடித்தளமாக இருக்க வேண்டும்:

1. **சுயமதிப்பீடு:** உங்கள் பலம் மற்றும் பலவீனங்களை அங்கீகரிக்க தனிப்பட்ட தணிக்கை அல்லது சுய மதிப்பீட்டைத் தொடங்கவும். உங்கள் பலங்களுக்கு ஏற்றவாறு செயல்படுங்கள், உங்கள் பலவீனங்களை நிவர்த்தி செய்யுங்கள்.

குறிப்பு

2. **வலுவான அணி:** நீங்கள் சுயதொழில் செய்யும்போது, வடிவமைத்தல், உற்பத்தி செய்தல், விற்பனை செய்தல், வாடிக்கையாளர் பராமரிப்பு, நிதியளித்தல், மோசமான கடன்களைச் சேகரித்தல், புத்தகங்களை வைத்திருத்தல் போன்றவற்றுக்கு நீங்கள் பொறுப்புக் கூற வேண்டும். ஆகவே, தொழில் குறித்த நல்ல அறிவைக் கொண்டு உங்களைச் சூழ்ந்துகொள்வது அவசியம்.

3. **தயாரிப்பு மதிப்பீடு:** உங்கள் தயாரிப்பு வடிவமைப்பு மற்றும் உற்பத்தியில் ஒரு அசாதாரண தரம் வாய்ந்தது என்று நீங்கள் உறுதியாக நம்புகிறீர்களா? அதற்கு ஒரு சந்தை இருக்கிறது என்று நீங்கள் உறுதியாக நம்புகிறீர்களா? உங்கள் செலவுகளை பூர்த்தி செய்ய தேவையான கணக்கிடும் விலையை உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் செலுத்துவார்கள் என்று நீங்கள் நம்புகிறீர்களா?

4. **சந்தை மற்றும் போட்டியாளர்களைப் பற்றிய அறிவு:** ஒரு தொழில்முனைவோர் தங்கள் சந்தையைப் பற்றி அறிந்திருப்பது முக்கியம், ஏனெனில் இந்த அறிவு இல்லாமல் அவர்கள் சொன்ன சந்தைக்கான பாதையை வரைபடமாக்க முடியாது. உங்கள் இருப்பை உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு தெரிவிக்க நீங்கள் பயன்படுத்தும் விளம்பர வழிகளைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கும் சந்தை அறிவு அவசியம். உங்கள் போட்டியாளர்களைப் பற்றிய விரிவான அறிவை நீங்கள் வைத்திருப்பது மிக முக்கியம், ஏனெனில் இந்த அறிவு சந்தை என்னவென்பதை வேறுபடுத்துவதற்கும் சந்தையில் உள்ள இடைவெளிகளை அடையாளம் காண்பதற்கும் உங்களை மேம்படுத்துகிறது.

5. **வாய்ப்புகளை அங்கீகரிக்கும் திறன்:** ஒரு தொழில்முனைவோர் எப்போதுமே சந்தை மற்றும் போக்குகள் போன்றவற்றைப் படிப்பார், மேலும் ஒரு வாய்ப்பைப் பயன்படுத்த ஒரு உறுப்பு (திடமான தகவல்களுடன்) வெளியே செல்லலாம்.

6. **செலவு மற்றும் விலை நிர்ணயம்:** ஒரு வணிகத்தை நடத்துவதில் மிகவும் சிக்கலான இரண்டு பகுதிகள் இவை, அவை மிகவும் கவனமாக உரையாற்ற வேண்டும். இடைவெளி-சம புள்ளியை ஒருவர் புரிந்துகொள்வது அவசியம்.

7. **வர்த்தக மற்றும் காகித வேலைகளின் நல்ல விதிமுறைகள்:** உங்கள் “ஸ்டுடியோவை” விட்டு வெளியேறும் அனைத்தும் உங்களை

மிகவும் நம்பிக்கையுடன் ஊக்குவிக்கும் தரமாக இருக்க வேண்டும். தயாரிப்பு மிகச்சிறப்பாக தொகுக்கப்பட்டிருக்க வேண்டும், முத்திரை குத்தப்பட வேண்டும் மற்றும் விளம்பரப் பொருட்கள் இருக்க வேண்டும். உங்கள் விலைப்பட்டியல் தெளிவாகவும் துல்லியமாகவும் இருக்க வேண்டும், மேலும் உங்கள் வர்த்தக விதிமுறைகளை சுருக்கமாகக் காட்டுங்கள் - எப்படி, எப்போது பணம் செலுத்தப்படும் என்று நீங்கள் நம்புகிறீர்கள்; வண்டி - யார் அதை செலுத்துகிறார்கள்; உடைப்புகள் - யார் பொறுப்பு; மற்றும் தலைப்பு முன்பதிவு.

8. **தெளிவான பதிவுசெய்தல்:** புத்தகத்தை வைத்திருப்பதில் எந்த மர்மமும் இல்லை. இது வணிகத்தின் அன்றாட பரிவர்த்தனைகளை தாக்கல் செய்யும் முறையைத் தவிர வேறில்லை.

9. **வரி இணக்கம்:** வருவாய் ஆணையர்களிடம் வரிக்கு பதிவு செய்வது சட்டபூர்வமான கடமையாகும். வரிக்கு பதிவு செய்வது என்பது உங்கள் வணிகத்தின் ஆரம்ப கட்டங்களில் வரி செலுத்துவதை அர்த்தப்படுத்துவதில்லை. இது திருப்பிச் செலுத்தப்படலாம்-பல்வேறு சூழ்நிலைகள் செயல்பட வேண்டும்-உதாரணமாக, உங்கள் கைவினைத் தொழிலில் முதலீடு செய்வதால் இழப்பைச் செய்யும்போது உங்கள் வேலைக்கு நீங்கள் பணம் செலுத்துகிறீர்கள்.

10. **திட்டமிடல்:** ஒரு பயனுள்ள வணிகத்தின் ரகசியம் ஆரம்பத்தில் இருந்தே திட்டமிடுகிறது. திட்டமிடல் என்பது நல்ல தகவல்களின் அடிப்படையில் சரியான தேர்வுகளைச் செய்வது.



படம் 13.2 நல்ல வணிக நடைமுறைகள்

குறிப்பு

13.5. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. வணிக நிறுவனங்களை கீழ்நோக்கி வகைப்படுத்தலாம்:
 - ஒரே உரிமையாளர்;
 - கூட்டு; மற்றும்
 - பெருநிறுவன.
2. ஒரு நிறுவனம் அதன் உரிமையாளர்களிடமிருந்து பிரிக்கப்பட்ட ஒரு சட்ட நிறுவனம், எனவே, நிறுவனத்தின் பொறுப்புகளுக்கு உரிமையாளர்கள் பொறுப்பேற்க மாட்டார்கள். கூட்டாண்மைக்கு பதிலாக, நிறுவனச் சட்டம், 2013 இன் கீழ் நிறுவனத்தை பதிவு செய்வதன் மூலம் ஒரு நிறுவனத்தை உருவாக்க முடியும்.
3. குறியீடுகள், வழிமுறைகள் மற்றும் ஆராய்ச்சி முடிவுகள் ஆகியவை நிறுவனங்களுக்குச் சொந்தமான பொதுவான அறிவுசார் சொத்துக்கள். ஸ்டார்ட்-அப் இந்தியா முன்முயற்சியின் கீழ் “ஸ்டார்ட்அப்களுக்கான அறிவுசார் சொத்து பாதுகாப்பு திட்டம்” (எஸ்ஐபிபி) ஐ ஸ்டார்ட்-அப்கள் பயன்படுத்தலாம்.
4. இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம், 1872 இன் படி, அனைத்து ஒப்பந்தங்களும் ஒப்பந்தத்திற்குத் தகுதியான கட்சிகளின் இலவச ஒப்புதலால் செய்யப்பட்டால், அவை சட்டபூர்வமான பொருளைக் கொண்டு சட்டபூர்வமாகக் கருத்தில் கொள்ளப்பட்டால், அவை வெற்றிடமாக வெளிப்படையாக அறிவிக்கப்படாவிட்டால் அவை ஒப்பந்தங்களாகும்.
5. சட்டபூர்வமான பார்வையில், தொடக்கத்தை மூடுவதற்கு அடிப்படையில் மூன்று வழிகள் உள்ளன:
 - (நான்) .பாஸ்ட் ட்ராக் வெளியேறும் பயன்முறை
 - (வை) நீதிமன்றம் அல்லது தீர்ப்பாய பாதை
 - (வை) தன்னார்வ மூடல்
6. ஒரு தொழில்முனைவோர் தங்கள் சந்தையைப் பற்றி அறிந்திருப்பது முக்கியம், ஏனெனில் இந்த அறிவு இல்லாமல் அவர்கள் சொன்ன சந்தைக்கான பாதையை வரைபடமாக்க முடியாது. உங்கள் இருப்பை உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு தெரிவிக்க நீங்கள்

பயன்படுத்தும் விளம்பர வழிகளைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கும் சந்தை அறிவு அவசியம்.

7. சில நல்ல வணிக நடைமுறைகள் பின்வருமாறு:

- (i) தயாரிப்பு மதிப்பீடு
- (ii) வாய்ப்புகளை அங்கீகரிக்கும் திறன்
- (iii) வரி இணக்கம்

குறிப்பு

13.6. சுருக்கம்

- வணிக நிறுவனங்களை பரவலாக வகைப்படுத்தலாம்: ஒரே உரிமையாளர், கூட்டாண்மை மற்றும் கார்ப்பரேட்.
- கூட்டாண்மை வழக்கமான மற்றும் வரையறுக்கப்பட்டதாக இருக்கலாம்; நிறுவனங்கள் தனியார் அல்லது பொதுவாக இருக்கலாம். நிறுவனங்கள் இலாப நோக்கற்ற அல்லது இலாப நோக்கற்ற நிறுவனங்களாகவும் இருக்கலாம்.
- ஒரு தனியுரிமையை உருவாக்கி அதை இயக்குவதற்கு சட்ட செலவுகள் இல்லை. வணிகம் மற்றும் அதன் நிர்வாகத்தின் மீது உரிமையாளருக்கு முழு கட்டுப்பாடு உள்ளது.
- நன்மைகள் மற்றும் தீமைகளைப் பொறுத்தவரை, கூட்டாண்மைகள் ஒரே உரிமையாளர்களிடமிருந்து வேறுபட்டவை அல்ல, ஒரு கூட்டணியில் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட உரிமையாளர்கள் வளங்கள் மற்றும் பங்குகளைப் பொறுப்பேற்கிறார்கள்.
- கூட்டாண்மைக்கு பதிலாக, நிறுவனச் சட்டம், 2013 இன் கீழ் நிறுவனத்தை பதிவு செய்வதன் மூலம் ஒரு நிறுவனத்தை உருவாக்க முடியும். அகோம்பனி என்பது அதன் உரிமையாளர்களிடமிருந்து தனித்தனியான ஒரு சட்ட நிறுவனம், எனவே, நிறுவனத்தின் பொறுப்புகளுக்கு உரிமையாளர்கள் பொறுப்பல்ல.
- ஒரு நிறுவனத்தை ஒரு தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனமாக பதிவு செய்யலாம், இது உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கையின் ஒழுங்குமுறை வரம்புக்கு (குறைந்தபட்சம் இரண்டு மற்றும் அதிகபட்ச ஐம்பது) மற்றும் குறைந்தபட்சம் 1 லட்சம் செலுத்தும் மூலதனத்திற்கு உட்பட்டது.
- ஒரு பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் என்பது ஒரு தனியார் நிறுவனம் அல்ல, ஆனால் குறைந்தபட்சம் 5 லட்சம் செலுத்தும் மூலதனத்தைக் கொண்டுள்ளது. பொதுநிறுவனம் குறைந்தபட்சம் ஏழு உறுப்பினர்களுடன் உருவாக்கப்படலாம் மற்றும் உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கையில் அதிக வரம்பு இல்லை.
- உரிமையாக்குதல் என்பது ஒரு தொடர்ச்சியான உறவாகும், இதில் ஒரு உரிமையாளர் உரிமையாளருக்கு உரிமம் பெற்ற

குறிப்பு

சலுகையை வழங்குவார்பணவியல் கருத்தில் ஈடாக ஒழுங்கமைத்தல், பயிற்சி, விற்பனை செய்தல், சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் நிர்வகித்தல் ஆகியவற்றில் உதவி அளிக்கிறது.

- இந்தியாவில் தொடக்க மற்றும் தொழில்முனைவோர் அறிந்திருக்க வேண்டிய சில முக்கியமான சட்ட அடிப்படைகள்: வணிக கட்டமைப்பை முறைப்படுத்துதல் மற்றும் நிறுவனர்களின் ஒப்பந்தத்தை; வணிக உரிமங்களுக்கு விண்ணப்பித்தல்; வரிவிதிப்பு மற்றும் கணக்கியல் சட்டங்களைப் புரிந்துகொள்வது; தொழிலாளர் சட்டங்கள்; அறிவுசார் சொத்துக்களின் பாதுகாப்பை உறுதி செய்தல்; பயனுள்ள ஒப்பந்த நிர்வாகத்தை உறுதி செய்தல்; மற்றும் வணிகத்தை முறுக்குவது பற்றிய விவரங்கள்.
- அனைத்து வெற்றிகரமான தொடக்க நிலைகளும் கவனம் செலுத்துகின்றன மற்றும் அர்த்தமுள்ள உறவுகளைத் தேர்வுசெய்கின்றன, இது நிச்சயமாக வெற்றிக்கான விரைவான மற்றும் நிலையான பாதையை செயல்படுத்துகிறது
- அதன் மையத்தில், நெட்வொர்க்கிங் என்பது உறவுகளை உருவாக்குவது பற்றியது. இது தனிநபர்களை அறிந்து கொள்வது, நம்புவது மற்றும் உங்களுடன் வணிகம் செய்ய விரும்புவது.
- பின்வரும் பத்து முக்கியமான ஒழுக்கமான வணிக நடைமுறைகள் எந்தவொரு வணிகத்திற்கும் அடித்தளமாக இருக்க வேண்டும்: சுய மதிப்பீடு, வலுவான குழு, தயாரிப்பு மதிப்பீடு, சந்தை மற்றும் போட்டியாளர்களைப் பற்றிய அறிவு, வாய்ப்புகளை அங்கீகரிக்கும் திறன், செலவு மற்றும் விலை நிர்ணயம், வர்த்தகம் மற்றும் காகித வேலைகளின் நல்ல விதிமுறைகள், தெளிவான பதிவுசெய்தல், வரி இணக்கம் மற்றும் திட்டமிடல்.

13.7. முக்கிய சொற்கள்

- ஒரே உரிமையாளர்: ஒரே வர்த்தகர், தனிப்பட்ட தொழில்முனைவோர் அல்லது உரிமையாளர் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது ஒரு நபருக்குச் சொந்தமான மற்றும் நடத்தப்படும் ஒரு வகை நிறுவனமாகும், இதில் உரிமையாளருக்கும் வணிக நிறுவனத்திற்கும் எந்த சட்ட வேறுபாடும் இல்லை.
- கூட்டு: இது இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்களுக்கு இடையேயான வணிக நடவடிக்கைகளை மேற்பார்வையிடுவதற்கும் அதன் இலாபங்களையும் பொறுப்புகளையும் பகிர்ந்து கொள்வதற்கும் ஒரு ஏற்பாடாகும். ஒரு பொது கூட்டு நிறுவனத்தில், அனைத்து உறுப்பினர்களும் இலாபங்கள் மற்றும் பொறுப்புகள் இரண்டையும் பகிர்ந்து கொள்கிறார்கள்.
- கார்ப்பரேஷன்: இது ஒரு அமைப்பு-வழக்கமாக மக்கள் குழு அல்லது ஒரு நிறுவனம்-ஒரு ஒற்றை நிறுவனமாக செயல்பட

அரசால் அங்கீகரிக்கப்பட்டு, சில நோக்கங்களுக்காக சட்டத்தில் அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளது.

- இலாப நோக்கற்ற அமைப்பு: ஒரு வணிக நோக்கற்ற நிறுவனம், இலாப நோக்கற்ற அமைப்பு அல்லது இலாப நோக்கற்ற நிறுவனம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது ஒரு கூட்டு நிறுவனம், பொது அல்லது சமூக நலனுக்காக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டு இயக்கப்படும் ஒரு சட்ட நிறுவனம், இது ஒரு வணிகமாக செயல்படும் ஒரு நிறுவனத்திற்கு மாறாக. அதன் உரிமையாளர்களுக்கு ஒரு லாபம்.
- தனியார் லிமிடெட் நிறுவனம்: இது பொதுவில் பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனத்திற்கு மாறாக, நாட்டிலிருந்து நாட்டிற்கு சில வேறுபாடுகளுடன், பல அதிகார வரம்புகளில் பயன்படுத்தப்படும் “தனியார்” உரிமையில் எந்தவொரு வணிக நிறுவனமாகும்.
- பொதுஉடைமை நிறுவனம்: இது உறுப்பினர்களின் தன்னார்வ சங்கமாகும், எனவே இது ஒரு தனி சட்டப்பூர்வ இருப்பைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் அதன் உறுப்பினர்களின் பொறுப்பு குறைவாக உள்ளது; இந்த நிறுவனங்கள் பங்குச் சந்தையில் பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன, அங்கு அவற்றின் பங்கு ∴ பங்குகள் பொதுவில் வர்த்தகம் செய்யப்படுகின்றன.
- புத்தக பராமரிப்பு: இது ஒரு வணிக தொடர்பான நிதி பரிவர்த்தனைகள் மற்றும் தகவல்களின் அன்றாட அடிப்படையில் பதிவு செய்யப்படுகிறது.

13.8. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. தனியார் மற்றும் பொது நிறுவனங்களுக்கு இடையிலான முக்கிய வேறுபாடுகள் யாவை?
2. ஒரு உரிமையின் காரணமாக உள்ள நன்மைகளை பட்டியலிடுங்கள்.
3. வணிக அமைப்பு மற்றும் நிறுவனங்களின் ஒப்பந்தத்தை முறைப்படுத்துவது ஏன் முக்கியம்?
4. ஸ்டார்ட்-அப் இந்தியா முன்முயற்சியின் கீழ் பொருந்தக்கூடிய ஒன்பது தொழிலாளர் சட்டங்கள் யாவை?
5. ஒரு வணிகத்தில் பயனுள்ள ஒப்பந்த நிர்வாகத்தை உறுதிப்படுத்துவது ஏன் முக்கியம்?
6. நெட்வொர்க்கிங் மற்றும் வணிகங்களுக்கான ஒத்துழைப்பின் நன்மைகள் என்ன?

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. பல்வேறு வகையான வணிக நிறுவனங்களை அடையாளம் காணவும்.
2. உருவாக்கம் கட்டத்தின் சட்டபூர்வமானவை, பிற்கால கட்டங்களைக் கொண்ட சட்டபூர்வமானவை, வரி தாக்கங்கள், மூலதனத்திற்கான அணுகல், வணிகத்தின் மீதான கட்டுப்பாடு மற்றும் உரிமையாளர் (கள்) தனிப்பட்ட பொறுப்புகள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பல்வேறு வகையான வணிக நிறுவனங்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
3. இந்தியாவில் ஒரு தொழிலைத் தொடங்குவதற்கான சட்ட நடைமுறைகள் மற்றும் இணக்கங்களைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
4. பல்வேறு நல்ல வணிக நடைமுறைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

13.9. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.
- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- சுய அறிவுறுத்தல் பொருள் 207
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எஃப். ப்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
- பிலிப் கோடலர், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.

ஒரு சுற்றுலா நிறுவனத்தை அமைத்தல்

அமைப்பு

- 14.1 அறிமுகம்
- 14.2 நோக்கங்கள்
- 14.3 சுற்றுலா நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதற்கான படிக்கல், நடைமுறைகள், உரிமங்கள் மற்றும் பதிவு
- 14.4 உதவி சிறப்பு நிகழ்ச்சிகள்
- 14.5 இன்ட்ராபிரனியர்ஷிப்
- 14.6 உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்
- 14.7 சுருக்கம்
- 14.8 முக்கிய சொற்கள்
- 14.9 சுய மதிப்பீட்டு கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்
- 14.10 மேலும் வாசிப்புகள்

14.1. அறிமுகம்

ஒரு சுற்றுலா வணிகம், எளிமையான சொற்களில், சுற்றுலாப் பயணிகளின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதை மையமாகக் கொண்ட எந்தவொரு வணிகமாகவும் வரையறுக்கப்படுகிறது. சுற்றுலாவில் ஒரு வணிகத்தை நிறுவும்போது தேர்வு செய்ய பல வழிகள் உள்ளன. போக்குவரத்து சேவை, பயண முகவர், டூர் ஆபரேட்டர், இலக்கு மேலாண்மை நிறுவனம் மற்றும் வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணங்கள் மற்றும் சுற்றுலா வழிகாட்டிகள் ஆகியவை இதில் அடங்கும். இந்த பிரிவு ஒரு சுற்றுலா முயற்சியைத் தொடங்க தேவையான நடவடிக்கைகளைப் பற்றி விவாதிக்கிறது. தொழில்முனைவோருக்கு தங்கள் தொழில்களைத் தொடங்க உதவிகளை வழங்கும் பல்வேறு அரசாங்கத் திட்டங்களையும் இது விவாதிக்கும். இந்த அலகு இன்ட்ராபிரனியர்ஷிப்பின் கருத்து மற்றும் ஒரு வணிகத்தை நடத்துவதில் அதன் தாக்கங்களையும் பகுப்பாய்வு செய்யும்.

14.2. நோக்கங்கள்

இந்த அலகு வழியாகச் சென்ற பிறகு, நீங்கள் இதைச் செய்ய முடியும்:

குறிப்பு

- சுற்றுலா முயற்சியைத் தொடங்க தேவையான நடவடிக்கைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்
- சுற்றுலாத் துறையில் ஒரு வணிக முயற்சியைத் தொடங்குவதற்கான சட்ட அம்சங்களைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள்
- தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் வணிக முயற்சிகளில் உதவ பல்வேறு அரசு திட்டங்களை ஒப்பிடுக
- இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ் மற்றும் இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் என்ற கருத்தை புரிந்து கொள்ளுங்கள்

14.3 சுற்றுலா நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதற்கான படிகள், நடைமுறைகள், உரிமங்கள் மற்றும் பதிவு

ஒரு சுற்றுலா நிறுவனத்தைத் தொடங்க, ஒருவர் சில வழிமுறைகளைப் பின்பற்ற வேண்டும். படிகளைப் பற்றி விவாதிப்பதன் மூலம் ஆரம்பிக்கலாம்.

சுற்றுலா நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதற்கான படிகள்

1. நீங்கள் தொடங்குவதற்கு முன் / தரைவழி

- (i) நீங்களே ஒரு உறுதிப்பாட்டைச் செய்யுங்கள்.
- (ii) தேவைகளை சரிபார்க்கவும்.

2. உங்கள் சுற்றுப்பயணத்தை வடிவமைத்தல்

- (i) உங்கள் இலக்கு சந்தையைத் தேர்வுசெய்க.
- (ii) உங்கள் மதிப்பு முன்மொழிவை உருவாக்கவும்.
- (iii) உங்கள் தனித்துவமான விற்பனை புள்ளியை (யுஎஸ்பி) அடையாளம் காணவும்.
- (iv) சந்தைக்குச் செல்லும் ஒரு மூலோபாயத்தை உருவாக்குங்கள்.
- (v) உங்கள் விலையை நிர்ணயிக்கவும்.
- (vi) உங்களுக்கு தேவையான ஆதாரங்களை அடையாளம் காணவும்.
- (vii) சுற்றுப்பயணத்தை இயக்கும் ஒரு நாளை காட்சிப்படுத்தவும்.
- (viii) உங்களுக்கு உதவக்கூடிய நபர்களின் பட்டியலை உருவாக்கவும்.
- (ix) உங்கள் செலவுகளை மதிப்பிடுங்கள்.

3. வாட்டர்ஸை சோதித்தல்

- (i) உங்கள் சுற்றுப்பயணத்திற்கு ஒரு பெயரைத் தேர்வுசெய்க.

- (ii) நிறுவனத்தின் லோகோவை உருவாக்கவும்.
- (iii) சில புகைப்படங்கள் மற்றும் வீடியோக்களை எடுத்துக் கொள்ளுங்கள்.
- (iv) உங்கள் தொடக்க நேரம் மற்றும் வெளியீட்டு தேதியை முடிவு செய்யுங்கள்.
- (v) உங்கள் தொடர்பு விவரங்களை அமைக்கவும்.
- (vi) பேஸ்புக் பக்கத்தை உருவாக்கவும்.
- (vii) ஒரு அடிப்படை வலைத்தளத்தை உருவாக்கவும்.

4. நெட்வொர்க்கிங்

- (i) தொழில்துறையில் உள்ளவர்களுடன் பேசுங்கள்.
- (ii) செல்வாக்கு செலுத்துபவர்களைப் பின்தொடரவும்.
- (iii) நிகழ்வுகள் மற்றும் சந்திப்புகளில் ஈடுபடுங்கள்.

5. சட்ட அம்சங்கள்

- (i) உங்கள் வணிகத்தை பதிவு செய்யுங்கள்.
- (ii) வணிக வங்கி கணக்கைத் திறக்கவும்.
- (iii) டூர் ஆபரேட்டர் உரிமத்தைப் பெறுங்கள்.
- (iv) பொறுப்புக் காப்பீட்டை அமைக்கவும்.

6. வணிகத்திற்காக திற

- (i) ஆன்லைன் முன்பதிவுகளை எடுக்கத் தொடங்குங்கள்.
- (ii) ஆன்லைன் பயண முகவர் நிலையங்களுடன் (முடியு கள்) பதிவு செய்யுங்கள்.
- (iii) மறுஆய்வு தளங்களில் கிடைக்கும்.
- (iv) தொடர்புடைய சமூக ஊடக தளங்களுக்கு பதிவுபெறுக.
- (v) உங்கள் கதையைச் சொல்லுங்கள்.
- (vi) மின்னஞ்சல் மார்க்கெட்டிங் செய்யுங்கள்.
- (vii) விளம்பரம் செய்யுங்கள் (நீங்கள் அதை வாங்க முடிந்தால்).
- (viii) பகுப்பாய்வுகளை அமைக்கவும்.
- (ix) டெஸ்ட் ரன் செய்யுங்கள்.

7. மனித வளம் மற்றும் நிதி

- (i) சப்ளையர்களைக் கண்டறியவும் (மற்றும் நிதியுதவி).
- (ii) ஊழியர்களை நியமிக்கவும்.

குறிப்பு

8. தொடங்குதல் மற்றும் அப்பால்

- (i) அதை சிறப்பு ஆக்குங்கள்.
- (ii) உலகத்தரம் வாய்ந்த வாடிக்கையாளர் சேவையை வழங்குதல்.
- (iii) வளர்ச்சியை நிர்வகிக்கத் தொடங்குங்கள்.

9. முடிவுரை

நினைவில் கொள்ள வேண்டிய முக்கியமான விஷயங்கள்:

- (i) உங்கள் ஆராய்ச்சி செய்யுங்கள்.
- (ii) நீரைச் சோதித்துப் பாருங்கள், எனவே நீங்கள் முன் பணத்தை செலவிட வேண்டாம்.
- (iii) ஆரம்பத்தில் சந்தைப்படுத்தல் தொடங்கவும்.
- (iv) உங்களுக்கான சிறந்த சேனல்களை பகுப்பாய்வு செய்யுங்கள்.
- (v) சிறியதாகத் தொடங்குங்கள், விலையுயர்ந்த வளங்களை வாங்க வேண்டாம்.
- (vi) நீங்களே வேலையைச் செய்தபின் பணியமர்த்துங்கள்.
- (vii) உங்களுக்கும் உங்கள் மதிப்புகளுக்கும் உண்மையாக இருங்கள்.

இந்தியாவின் பிரதமர் இந்தியாவை சுற்றுலாவின் உலகளாவிய மையமாக மாற்றுவதன் முக்கியத்துவத்தை வலியுறுத்தினார், ஒவ்வொரு குடிமகனும் 2022 க்குள் இந்தியாவில் பதினைந்து சுற்றுலா தலங்களுக்கு செல்லுமாறு கேட்டுக்கொண்டார். இந்த நோக்கத்தில், பின்வரும் நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்பட உள்ளன:

1. **உள்நோக்கி கவனம் செலுத்துதல்:** உள்நாட்டு சுற்றுலாவை மையமாகக் கொண்ட ஒரு பிரச்சாரம், இந்தியர்களுக்கு நாடு என்ன வழங்குகிறது என்பதைக் காட்டுகிறது, இது இந்தத் துறைக்கான தொற்றுநோய்க்கு பிந்தைய திட்டமாக இருக்கலாம்.

2. **போக்குவரத்து உள்கட்டமைப்பை மேம்படுத்துதல்:** உதான் திட்டம் மிகப்பெரிய வெற்றியைப் பெற்றுள்ளது, இப்போது 100 சுற்றுலா சார்ந்த ரயில்களைத் தொடங்குவதற்கான முந்தைய திட்டங்களில் அரசாங்கம் கவனம் செலுத்த முடியும்.

மேலும், பரதம்லா மற்றும் சாகர்மாலா திட்டங்களை விரைவாக செயல்படுத்துவதன் மூலம் அணுகலை எளிதாக்க முடியும்.

மேலும், அந்தமான் நிக்கோபார் மற்றும் லட்சத்தீவு தீவுகளை மையமாகக் கொண்ட ஹோலிஸ்டிக் தீவு மேம்பாட்டுத் திட்டம், தீவுவாசிகளுக்கு

தானாகவே வேலைவாய்ப்புகளை உருவாக்கும் மற்றும் முக்கிய உள்கட்டமைப்பு திட்டங்கள் மூலம் இணைப்பை மேம்படுத்தும்.

3. பாரம்பரியத்தை பாதுகாத்தல்: அனைத்து பாரம்பரிய தளங்களின் பாதுகாப்பு மற்றும் மேம்பாடு அரசாங்க நிதியுதவி மூலமாகவோ அல்லது தன்னார்வ தொண்டு நிறுவனங்கள் ∴ கார்ப்பரேட் சமூக பொறுப்புணர்வு (சி.எஸ்.ஆர்) நடவடிக்கைகள் மூலமாகவோ மேற்கொள்ளப்பட வேண்டும்.

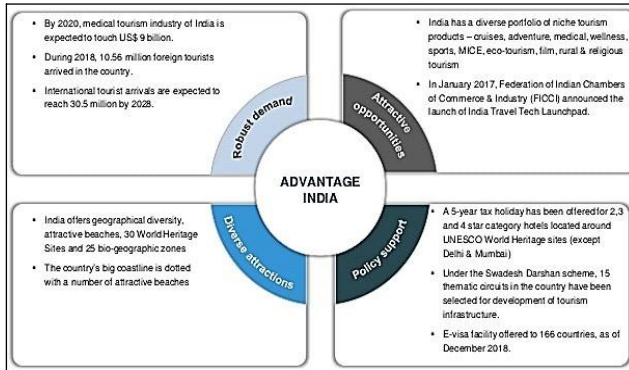
சுற்றுலா அமைச்சின் சுதேஷ் தரிசனம் மற்றும் யாத்திரை புத்துணர்ச்சி மற்றும் ஆன்மீக பாரம்பரிய மேம்பாட்டு இயக்கி (பிரசாட்) திட்டங்கள் தேசிய பாரம்பரிய தளங்களின் மேம்பாடு மற்றும் பராமரிப்பை ஏற்கனவே மேற்கொண்டு வருகின்றன.

இந்த திட்டத்தின் கீழ் அனுமதிக்கப்பட்ட திட்டங்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க வேண்டும் மற்றும் அவற்றின் செயல்பாட்டை துரிதப்படுத்த வேண்டும்.

4. திறன் மேம்பாடு: சுற்றுலாத் துறையை (தங்குமிடம், உணவு மற்றும் பொருள்) வழங்குவதற்காக சிறு நிறுவனங்களை அமைப்பதற்கு உள்ளூர் சமூகங்களை சுற்றுலா மூலம் இணைக்க வேண்டிய அவசியம் உள்ளது.

ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட துறையில் முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் ஆபரேட்டர்கள் உள்நாட்டில் பணியாளர்களை நியமிக்க ஊக்குவிக்கப்படுவதை உறுதி செய்வதன் மூலம் வேலை வாய்ப்புகளை விரிவுபடுத்த முடியும். இது சுற்றுச்சூழல் சுற்றுலாவுக்கு ஊக்கமளிக்கும்.

5. தொழில்நுட்பத்தை மேம்படுத்துதல்: முன்னோக்கி நகரும்போது, ஹோட்டல்களில் குறைந்தபட்ச உடல் ரீதியான தொடு புள்ளிகளை உருவாக்குவதில் தொழில்நுட்பம் குறிப்பிடத்தக்க பங்கைக் கொள்ளலாம், இது பாதுகாப்பான மற்றும் சுகாதாரமான சுற்றுலாவுக்கு மிகவும் தேவைப்படுகிறது.



படம் 14.1 இந்தியாவில் சுற்றுலா

குறிப்பு

சுற்றுலா அமைச்சகத்தால் அங்கீகரிக்கப்படுவதற்கான கட்டாய நிபந்தனைகள்

சுற்றுலா அமைச்சினால் அங்கீகாரம் வழங்க பின்வரும் பயண நிபந்தனைகளை பூர்த்தி செய்ய வேண்டும்:

1. அங்கீகாரம் \therefore புதுப்பித்தல் வழங்குவதற்கான விண்ணப்பம் பரிந்துரைக்கப்பட்ட படிவத்தில் இருக்க வேண்டும் மற்றும் தேவையான ஆவணங்களுடன் நகலில் சமர்ப்பிக்கப்படும்.
2. பயண முகவர் குறைந்தபட்ச ஊதியம் மூலதனம் அல்லது 3 லட்சம் (மூலதன வேலை), தணிக்கை செய்யப்பட்ட இருப்புநிலை \therefore பட்டய கணக்காளர் சான்றிதழால் முறையாக ஆதரிக்கப்பட வேண்டும்.
3. பயண நிறுவனத்தை சர்வதேச விமானப் போக்குவரத்து சங்கம் (ஐயுவு) அங்கீகரிக்க வேண்டும் அல்லது ஐயுவு உறுப்பினர் விமானங்களின் பொது விற்பனை முகவர் (புரூய) \therefore பயணிகள் விற்பனை முகவராக (ரூய) இருக்க வேண்டும்.
4. பயண நிறுவனம் விண்ணப்பிக்கும் தேதிக்கு ஒரு வருடத்திற்கு குறைந்தபட்சம் செயல்பட்டிருக்க வேண்டும்.
5. குறைந்தபட்ச அலுவலக இடம் இந்தியாவின் பிற பகுதிகளுக்கு குறைந்தபட்சம் 150 சதுர அடியும், கடல் மட்டத்திலிருந்து 1000 மீட்டருக்கு மேல் இருக்கும் மலைப்பாங்கான பகுதிகளுக்கு 100 சதுர அடியும் இருக்க வேண்டும். தவிர, அலுவலகம் சுத்தமாகவும் சுத்தமாகவும் அமைந்திருக்கலாம் மற்றும் தொலைபேசி, தொலைநகல் மற்றும் கணினி முன்பதிவு அமைப்பு போன்றவற்றைக் கொண்டிருக்கலாம். வரவேற்பு மற்றும் கழிப்பறை வசதிகளை எளிதில் அணுகுவதற்கு போதுமான இடம் இருக்க வேண்டும்.
6. பயண நிறுவனம் உரிமையாளர் அல்லது ஒரு முழுநேர உறுப்பினரின் பொறுப்பில் இருக்க வேண்டும், அவர் போதுமான பயிற்சி பெற்றவர், மற்றும் டிக்கெட், பயணம், போக்குவரத்து, தங்குமிட வசதிகள், நாணயம், சுங்க ஒழுங்குமுறைகள் மற்றும் சுற்றுலா மற்றும் பயண தொடர்பான சேவைகள் தொடர்பான விஷயங்களில் அனுபவம் பெற்றவர். இது தவிர, பயனுள்ள தகவல் தொடர்பு திறன் மற்றும் ஆங்கிலம் தவிர வெளிநாட்டு மொழிகளின் அறிவுக்கு அதிக முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்படலாம்.

குறைந்தபட்சம் நான்கு தகுதி வாய்ந்த ஊழியர்கள் இருக்க வேண்டும், அதில் குறைந்தபட்சம் ஒருவர் அங்கீகரிக்கப்பட்ட பல்கலைக்கழகம், ஐ.ஐ.டி.டி.எம் அல்லது ஏ.ஐ.சி.டி.இ ஒப்புதல் பெற்ற ஒரு நிறுவனத்தில் இருந்து சுற்றுலா மற்றும் பயண நிர்வாகத்தில் டிப்ளோமா \therefore பட்டம்

பெற்றிருக்க வேண்டும். நிறுவனத்தின் உரிமையாளர் தகுதிவாய்ந்த பணியாளர்களில் ஒருவராக சேர்க்கப்படுவார்.

விமான நிறுவனங்கள், கப்பல் போக்குவரத்து, போக்குவரத்து மற்றும் பி.ஆர் ஏஜென்சிகள், ஹோட்டல் மற்றும் பிற கார்ப்பரேட் அமைப்புகள் மற்றும் ஐஏடிஏ .∴ யுஎஃப்.டிஏ ஏஜென்சிகளுடன் மூன்று ஆண்டுகளாக பணியாற்றியவர்கள், மற்றும் அனுபவமிக்க அனுபவமுள்ள மற்ற இரண்டு பணியாளர்கள் மற்றும் கல்வித் தகுதிகள் தளர்த்தப்படலாம். சுற்றுலா அமைச்சின் அங்கீகரிக்கப்பட்ட பயண நிறுவனங்களுடன் இரண்டு வருட அனுபவம் உள்ளவர்களும். வடகிழக்கு பிராந்திய, தொலைதூர மற்றும் கிராமப்புறங்களில் அமைந்துள்ள ஏஜென்சிகளுக்கு, குறைந்தபட்சம் இரண்டு ஊழியர்கள் இருக்க வேண்டும், அதில் ஒருவர் தகுதிவாய்ந்த பணியாளராக இருக்க வேண்டும் அங்கீகரிக்கப்பட்ட பல்கலைக்கழகம், ஐ.ஐ.டி.டி.எம் அல்லது ஏ.ஐ.சி.டி.இ ஒப்புதல் பெற்ற ஒரு நிறுவனத்திலிருந்து சுற்றுலா மற்றும் பயண நிர்வாகத்தில் டிப்ளோமா .∴ பட்டம். நிறுவனத்தின் உரிமையாளர் தகுதிவாய்ந்த பணியாளர்களில் ஒருவராக சேர்க்கப்படுவார்.

7. பயண நிறுவனம் வருமான வரி மதிப்பீட்டாளராக இருக்க வேண்டும் மற்றும் நடப்பு மதிப்பீட்டு ஆண்டிற்கான வருமான வரி அறிக்கையை தாக்கல் செய்திருக்க வேண்டும்.
8. மறுப்பு: சுற்றுலா அமைச்சகம், இந்திய அரசு மற்றும் மாநில அரசுகளால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட மாநில அளவிலான வழிகாட்டிகளால் பயிற்சியளிக்கப்பட்ட மற்றும் உரிமம் பெற்ற தீர்வெலஜென்சிஷோல்ட்-லெஜிகல்-லெவல் வழிகாட்டிகள். இந்த விதிமுறையை அமல்படுத்துவது ராஜஸ்தான் மாண்புமிகு உயர்நீதிமன்றத்தின் ரிட் மனு எண் 5607:2004 மற்றும் பிற மாண்புமிகு நீதிமன்றங்களின் தீர்ப்புக்கு உட்பட்டது.
9. சுற்றுலாப் பயணிகள் தொடர்பான எந்தவொரு சேவையையும் அவுட்சோர்சிங் செய்ய, பயண முகவர் குறிப்பிட்ட செயல்பாட்டுத் துறையில் அங்கீகரிக்கப்பட்ட சிறப்பு நிறுவனங்களைப் பயன்படுத்தும்.

நிறுவனத்தை பதிவு செய்தல்

ஒரு சுற்றுலா நிறுவனத்தை பதிவு செய்வதில் உள்ள படிகள்:

1. உங்கள் நிறுவனத்திற்கு சாத்தியமான பெயர்களைத் தேர்வுசெய்க.
2. இயக்குநர் அடையாள எண் (டிஐஎன்) க்கு கார்ப்பரேட் விவகார அமைச்சகத்துடன் ஆன்லைனில் விண்ணப்பிக்கவும்.
3. டிஜிட்டல் கையொப்ப சான்றிதழ் (டி.எஸ்.சி) க்கு ஆன்லைனில் பதிவு செய்யுங்கள்.
4. உங்கள் பயன்பாட்டு பொருட்களை சேகரிக்கவும்.

குறிப்பு

5. முழுமையான மின்-படிவம் 1 ஏ.
6. நிறுவனத்தின் பெயருக்கு விண்ணப்பிக்க படிவம் 1யு ஆன்லைனில் கோப்பு.
7. சங்கத்தின் மெமோராண்டம் (ஆழயு) மற்றும் சங்கத்தின் கட்டுரைகள் (யுழயு) வரைவு.
8. ஆழயு மற்றும் யுழயு ஐ அச்சிடுக.
9. ஆழயு மற்றும் யுழயு அறிவிக்கப்படவில்லை.
10. பதிவு மற்றும் தாக்கல் கட்டணங்களை ஆன்லைனில் செலுத்துங்கள்.
11. உங்கள் விண்ணப்பத்தை தாக்கல் செய்ய தொடர்புடைய சுழல அலுவலகத்தைக் கண்டறியவும்.
12. உங்கள் பூர்த்தி செய்யப்பட்ட விண்ணப்ப ஆவணங்களை சேகரிக்கவும்.
13. உங்கள் விண்ணப்பத்தை சுழல உடன் தாக்கல் செய்யுங்கள்.
14. இணைத்தல் சான்றிதழை சேகரிக்கவும்.
15. வியாபாரம் செய்யத் தயார்.

14.4. உதவி சிறப்பு நிகழ்ச்சிகள்

தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் முயற்சிகளை நடத்துவதற்கு அரசாங்கம் பல்வேறு திட்டங்களை வழங்குகிறது. ஒவ்வொரு தொழில்முனைவோரும் அறிந்திருக்க வேண்டிய முதல் பத்து அரசு திட்டங்களைப் பற்றி விவாதிப்போம்:

1. தகவல் தொழில்நுட்ப ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான பெருக்கி மானியத் திட்டம் (எம்ஜிஎஸ்)

எலக்ட்ரானிக்ஸ் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்பத் துறையால் (ஊநவைலு) தொடங்கப்பட்டது, தகவல் தொழில்நுட்ப ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான பெருக்கல் மானியத் திட்டம் (எம்ஜிஎஸ்) “தயாரிப்புகள் மற்றும் தொகுப்புகளை மேம்படுத்துவதற்காக தொழில் மற்றும் கல்வியாளர்கள் ∴ ஆர் ரு டி நிறுவனங்களுக்கிடையில் ஒத்துழைப்பு ஆர் ரு டி” ஊக்குவித்தது.

இந்த தொடக்கத் திட்டம் 2020 மார்ச் 31 வரை செல்லுபடியாகும், மேலும் ஸ்டார்ட்-அப்கள், இன்குபேட்டர் ∴ அகாடெமியா ∴ எலக்ட்ரானிக்ஸ் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்ப களத்தில் ஈடுபட்டுள்ள முடுக்கிகள் ஆகியவற்றிற்காக 36 கோடி கார்பஸ் இருந்தது.

பொருந்தக்கூடிய தொழில்கள்: செயற்கை நுண்ணறிவு, தொழில்நுட்பம், வன்பொருள், விஷயங்களின் இணையம், தகவல் தொழில்நுட்ப சேவைகள், நிறுவன மென்பொருள் மற்றும் பகுப்பாய்வு

2. மாற்றியமைக்கப்பட்ட சிறப்பு ஊக்க தொகுப்பு திட்டம் (எம்-சிப்ஸ்)

மேம்பட்ட கம்ப்யூட்டிங் மேம்பாட்டு மையத்தின் (சி.டி.ஐ.சி) ஆதரவுடன் டீயான்ட் தொடங்கிய எம்-சிப்ஸ், “மின்னணு அமைப்பு வடிவமைப்பு மற்றும் உற்பத்தி (ஈ.எஸ்.டி.எம்) துறையில் பெரிய அளவிலான உற்பத்தியை ஊக்குவிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

தொடக்கத்திற்கான விரிவாக்கத்திற்கான நிதியைத் தவிர, எம்-சிப்ஸ் நாடு முழுவதும் அலுவலகங்கள், சிறப்பு மையங்களில் ஆராய்ச்சி மையங்களை நிறுவுவதில் 25 சதவீதம் வரை மானியத்தையும் வழங்கும்.

பொருந்தக்கூடிய தொழில்கள்: தகவல் தொழில்நுட்ப வன்பொருள், மருத்துவ தொழில்நுட்பம், சூரிய சக்தி, ஆட்டோமொபைல்கள், உடல்நலம், குறைக்கடத்திகள், செயலிகள் ∴ மின்னணுவியல், எல்.ஈ.டி, எல்.சி.டி, ஏவியோனிக்ஸ், தொழில்துறை மின்னணுவியல், நானோ-மின்னணுவியல், பயோடெக், மூலோபாய மின்னணு மற்றும் தொலைத் தொடர்பு

3. துணிகர மூலதன உதவி திட்டம்

சிறு விவசாயிகள் ஆக்ரி-பிசினஸ் கன்சோர்டியம் (எஸ்.எ.பி.ஐ.சி) 2012 இல் தொடங்கப்பட்ட இந்த சிறப்புத் திட்டம் விவசாயத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் வேளாண் வணிகத்தைத் தொடங்க உதவுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

எருகுடி நாற்பத்திரண்டு வங்கிகளுடன் ஒப்பந்தம் செய்துள்ளது, அவை விவசாயிகளுக்கு (தனிநபர்கள் ∴ குழுக்கள்), கூட்டாண்மை நிறுவனங்கள், சுய உதவிக்குழுக்கள், விவசாயம் தேர்ச்சி பெற்றவர்கள் ∴ பட்டதாரிகள், வேளாண் முன்கூட்டியே, தயாரிப்பாளர் குழுக்கள் மற்றும் நிறுவனங்களுக்கு வட்டி இல்லாத கடன்களை விநியோகிக்க உதவுகின்றன. . பொருந்தக்கூடிய தொழில்: வேளாண்மை

4. கடன் உத்தரவாதம்

இந்த தனித்துவமான அரசாங்கத் திட்டத்தை மைக்ரோ மற்றும் சிறு நிறுவனங்களுக்கான கடன் உத்தரவாத நிதி அறக்கட்டளை (சிஜிடிஎம்எஸ்இ) அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. சில்லறை விற்பனையாளர்கள், கல்வி நிறுவனங்கள், சுய உதவிக்குழுக்கள், விவசாயிகள் மற்றும் SME களுக்கு உதவுவதை இது நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

கடன் வழங்கல் முறையை மென்மையாக்குவதற்காக இந்த திட்டம் தொடங்கப்பட்டுள்ளது, ஏனெனில் 5 லட்சம் வரையிலான கடன்களுக்கு 85 சதவீதம் வரை உத்தரவாதம் வழங்கப்படுகிறது.

5. மூலப்பொருள் உதவி

தேசிய சிறு தொழில்கள் கழகத்தால் (என்.எஸ்.ஐ.சி) தொடங்கப்பட்ட மூலப்பொருள் உதவித் திட்டம் உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் எம்.எஸ்.எம்.இ.களுக்கு உள்நாட்டு மற்றும் இறக்குமதி செய்யப்பட்ட மூலப்பொருட்களை வாங்குவதற்கு உதவுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

உற்பத்தியாளர்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளின் தரத்தில் கவனம் செலுத்துவதற்கு இது உதவுகிறது, ஏனெனில் குறைந்த வட்டி கடன்கள் மற்றும் மூலப்பொருட்களைப் பெற நிதி உதவி பெற முடியும். பொருந்தக்கூடிய தொழில்கள்: உற்பத்தி மற்றும் எம்.எஸ்.எம்.இ.

6. உள்கட்டமைப்பு மேம்பாட்டு திட்டம்

தொடக்க நிறுவனங்கள் தங்கள் சொந்த அலுவலகங்களையும் உள்கட்டமைப்பையும் நிறுவ உதவும் வகையில் இந்த தனித்துவமான திட்டத்தை என்எஸ்ஐசி அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது.

இருப்பினும், மைக்ரோ, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களின் அமைச்சகத்தால் முன்னிலைப்படுத்தப்பட்ட ஸ்டார்ட்-அப்களின் அதிகாரப்பூர்வ வரையறையின் கீழ் வரும் நிறுவனங்கள் மட்டுமே இந்த மானியத்தைப் பெற முடியும்.

சாப்ட்வேர் டெக்னாலஜி பார்க்ஸ் ஆப் இந்தியா திட்டத்தில் பதிவு செய்யப்படாத ஸ்டார்ட்-அப்கள் இப்போது 467 சதுர அடி முதல் அலுவலக இடத்தைப் பெறலாம். முதல் 8657 சதுர அடி வரை. பூட்டுதல் காலம் இல்லை, இது அனைத்து தொழில்களுக்கும் பொருந்தும்.

7. MSME சந்தை மேம்பாட்டு உதவி

SME க்கள் மற்றும் சிறு சில்லறை விற்பனையாளர்கள் சர்வதேச வர்த்தக கண்காட்சிகள் மற்றும் கண்காட்சிகளில் அதிக கவனம் செலுத்த உதவும் வகையில் இந்த திட்டத்தை அபிவிருத்தி ஆணையர் அலுவலகம் (MSME) அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது.

கைத்தொழில் இயக்குநரகம் ∴ மாவட்ட கைத்தொழில் மையத்தில் பதிவுசெய்யப்பட்ட நிறுவனங்கள் விமானக் கட்டணங்கள் மற்றும் உலகெங்கிலும் உள்ள இத்தகைய கண்காட்சிகள் ∴ கண்காட்சிகளில் தங்கள் ஸ்டால்களை வைப்பதற்கான செலவில் 100 சதவீதம் வரை திருப்பிச் செலுத்தலாம்.

இந்த திட்டம் எந்தவொரு தொழிலுக்கும் குறிப்பிட்டதல்ல மற்றும் ஞாநுகள், சில்லறை விற்பனையாளர்கள் மற்றும் தொடக்க நபர்களுக்கு பொருந்தும்.

8. தொழில்நுட்ப மேம்பாட்டிற்கான கடன் இணைக்கப்பட்ட மூலதன மானியம்

அபிவிருத்தி ஆணையாளர் அலுவலகம் (எம்.எஸ்.எம்.இ) உற்பத்தியாளர்கள், எஸ்.எம்.இ மற்றும் விவசாய தொடக்க நிறுவனங்கள் தங்களது இருக்கும் இயந்திரங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்பங்களை மேம்படுத்த உதவுவதற்காக இந்த அரசு திட்டத்தை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது.

மாநில கைத்தொழில் இயக்குநரகத்தில் பதிவுசெய்யப்பட்ட ஏதேனும் ஞாநூ க்கள் தங்கள் இயந்திரங்களை, அதிநவீன தொழில்நுட்பத்துடன் கூடிய தாவரங்களை மேம்படுத்தியிருந்தால், அவர்கள் இந்த மானியத்திற்கு விண்ணப்பிக்கலாம், மேலும் அவர்களின் செலவுகளை ஈடுசெய்ய நிதி பெறலாம்.

பொருந்தக்கூடிய தொழில்கள்: காதி, கிராமம் அல்லது கொயர் தொழில், உற்பத்தி, சிறு அளவிலான தொழில், ஞாநூ கள்

9. அடல் அடைகாக்கும் மையங்கள் (AIC)

அடல் புதுமை மிஷன் தலைமையில், அடல் அடைகாக்கும் மையங்கள் (ஏ.ஐ.சி) இந்தியாவில் புதுமை மற்றும் தொழில்முனைவோரை மேம்படுத்துவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளன. அங்கீகரிக்கப்பட்ட தொடக்க நிறுவனங்கள் மூலதனம் மற்றும் செயல்பாட்டு செலவுகளை ஈடுசெய்ய அதிகபட்சம் ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு 10 கோடி வரை நிதி பெறலாம்.

பொருந்தக்கூடிய தொழில்கள்: யுஐ, யுசு .: ஏசு, ஆட்டோமொபைல்கள், தொலைத் தொடர்பு, உடல்நலம், வானூர்தி, விமான போக்குவரத்து, ரசாயனங்கள், நானோ தொழில்நுட்பம், செல்லப்பிராணிகள், விலங்குகள், தகவல் தொழில்நுட்பம், கணினிகள், வடிவமைப்பு, புதுப்பிக்க முடியாத ஆற்றல், சமூக தாக்கம், உணவு மற்றும் பல.

10. எம்.என்.ஆர்.இ மூலதன மானியத்திற்கு எதிரான பாலம் கடன்

இந்திய புதுப்பிக்கத்தக்க எரிசக்தி மேம்பாட்டு ஏஜென்சி (ஐ.ஆர்.இ.டி.ஏ) ஆல் தொடங்கப்பட்டது, எம்.என்.ஆர்.இ மூலதன மானியத்திற்கு எதிரான பாலம் கடன் உயிரியல்பு சக்தி மற்றும் சிறிய நீர் மின் திட்டங்கள் போன்ற புதுப்பிக்கத்தக்க எரிசக்தி யோசனைகளில் ஈடுபடும் தொடக்கங்களை ஊக்குவிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. திட்ட செலவில் 80 சதவீதம் வரை ஐ.ஆர்.இ.டி.ஏ நிதியுதவி அளிக்கும், மற்றும் ஒதுக்கப்பட்ட குறைந்தபட்ச நிதி 20 லட்சம் ஆகும்.

குறிப்பு

14.5. இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப்

நிறுவனங்களில் சில அனுபவங்களைப் பெற்ற பிறகு தங்கள் சொந்தத் தொழிலைத் தொடங்கும் நபர்கள் இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ். இந்த நபர்கள் தங்கள் சொந்த நிறுவனத்தைத் தொடங்குகிறார்கள், ஏனெனில் அவர்கள் வேலை செய்வதில் சுயாதீனமாக இருக்க விரும்புகிறார்கள் அல்லது தங்கள் திறனை தங்கள் மேலதிகாரிகள் ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை என்று அவர்கள் உணர்கிறார்கள். இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ் தொழில்முனைவோருக்கு மிகவும் ஒத்திருக்கிறது, தவிர அவர்கள் திறமையானவர்கள், அரை சுயாதீனமானவர்கள் மற்றும் புதுமையானவர்கள்.

கி.:போர்ட் பிஞ்சோட் ஐஐஐ இன் கூற்றுப்படி, “நிறுவனத்தின் விரிவாக்கத்திற்கான தயாரிப்புகள், யோசனைகள் அல்லது சேவைகள் எதுவாக இருந்தாலும் புதிதாக ஒன்றை உருவாக்குபவர்கள் இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ்.”

தேவை

நிறுவனத்தில் எந்தவிதமான கண்டுபிடிப்புகளையும் கட்டுப்படுத்த முடிவு செய்தால் அது எந்தவொரு நிறுவனத்திற்கும் நம்பமுடியாத அளவிற்கு சிக்கலாக இருக்கும். இந்தக் கொள்கையின் இரண்டு விளைவுகள் உள்ளன: நிறுவனம் அதன் வளர்ச்சியைக் குறைக்கும், மேலும் அது சந்தையில் அதன் போட்டியாளர்களுக்குப் பின்னால் விழும். இன்றைய உலகில் உள்ள சந்தைகள் மிகவும் போட்டித்தன்மையுடன் மாறியுள்ளன, மேலும் நிறுவனங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் தனித்துவமானவை என்பதை உறுதிப்படுத்துவது இன்றியமையாததாகிவிட்டது. இந்த புள்ளி வேறுபாடு புதிய தயாரிப்புகளைத் தொடங்குவது அல்லது தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் புதிய துணைப் பிரிவைத் தொடங்குவது போன்ற வடிவத்தில் இருக்கலாம்.மேலும் இந்த மாற்றம் நிறுவனத்தின் நீண்டகால வளர்ச்சியில் விளைவுகளை ஏற்படுத்தும். இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ் வளர்ச்சியை எளிதாக்குவது மட்டுமல்லாமல் புதுமைகளை அதிகரிப்பதும் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் நிறுவனங்களுக்கும் உதவுகிறது.

இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப்பின் மூன்று கூறுகள் உள்ளன: இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ், திட்டம் (ஒரு புதுமையான யோசனையின் வடிவத்தில்) மற்றும் வழிகாட்டி (பெரிய நிறுவனம், வளங்களை வழங்குவதன் மூலம் திட்டத்திற்கு உதவியாக செயல்படுகிறது). இந்த பன்முகத்தன்மை குழு அமைப்பின் முக்கிய செயல்பாட்டை உருவாக்குகிறது அல்லது நிறுவனத்திற்கு பயனளிக்கும் ஒரு புதிய நிறுவனத்தை உருவாக்குகிறது.

இன்ட்ராபிரீனியர் வகைகள்

இன்ட்ராபிரீனியர் வகையை வகைப்படுத்த பல்வேறு வழிகள் உள்ளன. ஒரு வகைப்பாடு படைப்பாளர்கள், செய்பவர்கள் மற்றும்

குறிப்பு

செயல்படுத்துபவர்களின் வடிவத்தில் உள்ளது. இது புதுமையின் மூன்று கட்டங்களாக புரிந்து கொள்ளப்படலாம்: முறையே கண்டுபிடிப்பு, அடைகாத்தல் மற்றும் செயல்படுத்தல். படைப்பாளிகள் புதுமையைத் தூண்டும் புதிய யோசனைகளை கருதுகின்றனர். செய்பவர்கள் கூறப்பட்ட பணிகளை நிறைவேற்றுவதில் கவனம் செலுத்துகிறார்கள், மேலும் பணி சரியான முறையில் மற்றும் செயல்திறனுடன் செயல்படுத்தப்படுவதை உறுதிசெய்வதில் செயல்படுத்துபவர்கள்.

இன்ட்ராபிரீனியர் வகைகளை வகைப்படுத்துவதற்கான மற்றொரு வழி, இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் வகைகளைப் பார்ப்பது. முதல் வகை கூடுதல் மதிப்பு. இந்த வகை இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் முயற்சி வளர்ச்சியில் கவனம் செலுத்துகிறது மற்றும் நிறுவனத்தின் ஏற்கனவே நிறுவப்பட்ட செயல்பாடுகளுக்கு மதிப்பு சேர்க்க உதவுகிறது. இரண்டாவது வகை ஸ்பின்-ஆஃப் ஆகும். இங்கே, இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் திட்டங்கள் ஒரு புதிய நிறுவனத்தை உருவாக்க வழிவகுக்கிறது மற்றும் செயல்பாடுகள் சம்பந்தப்படவில்லை என்றாலும், பெற்றோர் நிறுவனம் வளங்கள் அல்லது அறிவின் வடிவத்தில் உதவி அளிக்கிறது.

ஒரு இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப்பின் நோக்கம் மற்றும் அம்சங்கள்

- புதுமை வடிவத்தில் படைப்பாற்றலை மேம்படுத்துவதற்கு இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் உதவியாக இருக்கும். அபாயங்களை எடுத்துக்கொள்வதோடு, மேலும் பொறுப்புகளை ஏற்றுக்கொள்வதற்கு இன்ட்ராபிரீனியர்களை அலங்கரிப்பதில் இது பயனுள்ளதாக இருக்கும். இது பின்னர் திறமையான தலைவர்களின் எதிர்காலக் குழுவை உருவாக்க அமைப்புக்கு உதவும்.
- இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் தொழில் முனைவோர் திறனை வளர்ப்பதற்கும் தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தை ஏற்றுக்கொள்வதற்கும் வழிவகுத்தது.
- இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் திட்டங்கள் நிறுவனங்களுக்கு நன்மை பயக்கும், ஏனெனில் அவை செல்வத்தை உருவாக்கக்கூடும். இந்த திட்டங்கள் முதலீட்டில் நல்ல வருவாயை வழங்குகின்றன.
- பெரிய நிறுவனங்களின் நிதி ஆதரவு ஒரு குஷன் போல செயல்படுவதால், தொடக்கங்களுடன் ஒப்பிடுகையில் இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் திட்டங்களின் தோல்வி வாய்ப்புகள் மிகவும் குறைவு.
- வணிகத்தைப் பற்றிய அதிகரித்த அறிவு மற்றும் தொழில் முனைவோர் திறன்களின் வடிவத்தில் நிறுவனத்திற்குள் செயல்படும் இன்ட்ராபிரீனியரின் திறன்களை மேம்படுத்துகிறது.
- சந்தையில் இருந்து மூலதனத்தை திரட்டாமல் இன்ட்ராபிரீனியர்கள் தங்கள் திறன்களை அதிகரிக்கிறார்கள், இது மிகவும் கடினம். இந்த திட்டங்களில் மூலதன பங்களிப்பு

குறிப்பு

14.6. உங்கள் முன்னேற்ற கேள்விகளை சரிபார்க்க பதில்கள்

1. ஒரு வணிக முயற்சியைத் தொடங்குவதற்கான சட்ட அம்சங்கள் பின்வருவனவற்றை உள்ளடக்குகின்றன:
(நான்) உங்கள் வணிகத்தை பதிவு செய்யுங்கள்.
(வை) வணிக வங்கி கணக்கைத் திறக்கவும்.
(வை) டீர் ஆபரேட்டர் உரிமத்தைப் பெறுங்கள்.
(வை) பொறுப்புக் காப்பீட்டை அமைக்கவும்.
2. ஹோட்டல்களில் குறைந்தபட்ச உடல் தொடர்பு புள்ளிகளை உருவாக்குவதில் தொழில்நுட்பம் குறிப்பிடத்தக்க பங்கை வகிக்க முடியும், இது பாதுகாப்பான மற்றும் சுகாதாரமான சுற்றுலாவுக்கு மிகவும் தேவைப்படுகிறது.
3. சிறு விவசாயிகளின் வேளாண் வணிக கூட்டமைப்பு (ளகூயுஊ) 2012 இல் தொடங்கப்பட்டது, துணிகர மூலதன உதவித் திட்டம் விவசாயத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் வேளாண் வணிகத்தைத் தொடங்க உதவுவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.
4. மைக்ரோ, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களின் அமைச்சகத்தால் முன்னிலைப்படுத்தப்பட்ட ஸ்டார்ட்-அப்களின் அதிகாரப்பூர்வ வரையறையின் கீழ் வரும் நிறுவனங்கள் மட்டுமே இந்த மானியத்தைப் பெற முடியும்.
5. நிறுவனங்களில் சில அனுபவங்களைப் பெற்ற பிறகு தங்கள் சொந்தத் தொழிலைத் தொடங்கும் நபர்கள் இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ். இந்த நபர்கள் தங்கள் சொந்த நிறுவனத்தைத் தொடங்குகிறார்கள், ஏனெனில் அவர்கள் வேலை செய்வதில் சுயாதீனமாக இருக்க விரும்புகிறார்கள் அல்லது தங்கள் திறனை தங்கள் மேலதிகாரிகள் ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை என்று அவர்கள் உணர்கிறார்கள்.
6. இன்ட்ராபிரீனியர் வகையை வகைப்படுத்த பல்வேறு வழிகள் உள்ளன. ஒரு வகைப்பாடு படைப்பாளர்கள், செய்பவர்கள் மற்றும் செயல்படுத்துபவர்களின் வடிவத்தில் உள்ளது. இது புதுமையின் மூன்று கட்டங்களாக புரிந்து கொள்ளப்படலாம்: முறையே கண்டுபிடிப்பு, அடைகாத்தல் மற்றும் செயல்படுத்தல். இன்ட்ராபிரீனியர் வகைகளை வகைப்படுத்துவதற்கான மற்றொரு வழி, இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் வகைகளைப் பார்ப்பது. முதல் வகை கூடுதல் மதிப்பு. இந்த வகை இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் முயற்சி வளர்ச்சியில் கவனம் செலுத்துகிறது மற்றும் நிறுவனத்தின் ஏற்கனவே நிறுவப்பட்ட செயல்பாடுகளுக்கு மதிப்பு சேர்க்க உதவுகிறது.

14.7. சுருக்கம்

- ஒரு சுற்றுலா நிறுவனத்தைத் தொடங்க, ஒருவர் சில வழிமுறைகளைப் பின்பற்ற வேண்டும். இவற்றில் அடித்தளம் அமைப்பதும் அடங்கும்; உங்கள் சுற்றுப்பயணத்தை வடிவமைத்தல்; நீர்நிலைகளை சோதித்தல்; நெட்.வொர்க்கிங்; சட்ட அம்சங்கள்; வணிகத்திற்கான திறப்பு; மனித வளங்கள் மற்றும் நிதி; மற்றும் தொடங்குதல் மற்றும் அதற்கு அப்பால்.
- இந்தியாவின் பிரதமர் இந்தியாவை சுற்றுலாவின் உலகளாவிய மையமாக மாற்றுவதன் முக்கியத்துவத்தை வலியுறுத்தினார், ஒவ்வொரு குடிமகனும் 2022 க்குள் இந்தியாவில் பதினைந்து சுற்றுலா தலங்களுக்கு செல்லுமாறு வலியுறுத்தினார்.
- உதான் திட்டம் மிகப்பெரிய வெற்றியைப் பெற்றுள்ளது, இப்போது 100 சுற்றுலா சார்ந்த ரயில்களைத் தொடங்குவதற்கான முந்தைய திட்டங்களில் அரசாங்கம் கவனம் செலுத்த முடியும்.
- சுற்றுலா அமைச்சின் சுதேஷ் தரிசனம் மற்றும் யாத்திரை புத்துணர்ச்சி மற்றும் ஆன்மீக பாரம்பரிய மேம்பாட்டு இயக்கி (பிரசாட்) திட்டங்கள் தேசிய பாரம்பரிய தளங்களின் மேம்பாடு மற்றும் பராமரிப்பை ஏற்கனவே மேற்கொண்டு வருகின்றன.
- ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட துறையில் முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் ஆபரேட்டர்கள் உள்நாட்டில் பணியாளர்களை நியமிக்க ஊக்குவிக்கப்படுவதை உறுதி செய்வதன் மூலம் வேலை வாய்ப்புகளை விரிவுபடுத்த முடியும். இது சுற்றுச்சூழல் சுற்றுலாவுக்கு ஊக்கமளிக்கும்.
- முன்னோக்கி நகரும், ஹோட்டல்களில் குறைந்தபட்ச உடல் தொடர்பு புள்ளிகளை உருவாக்குவதில் தொழில்நுட்பம் குறிப்பிடத்தக்க பங்கைக் கொண்டுள்ளது, இது பாதுகாப்பான மற்றும் சுகாதாரமான சுற்றுலாவுக்கு மிகவும் தேவைப்படுகிறது.
- சுற்றுலா அமைச்சகத்திற்கு ஒரு பயண நிறுவனம் சில நிபந்தனைகளை அங்கீகரிக்க வேண்டும். இந்த நிபந்தனைகளில் குறைந்தபட்சம் 3 லட்சம் செலுத்தப்பட்ட மூலதனம் அடங்கும்; விண்ணப்ப தேதிக்கு குறைந்தபட்சம் ஒரு வருடம் செயல்படும் காலம்; இந்தியாவின் பிற பகுதிகளுக்கு 150 சதுர அடி மற்றும் கடல் மட்டத்திலிருந்து 1000 மீட்டருக்கு மேல் உள்ள மலைப்பாங்கான பகுதிகளுக்கு 100 சதுர அடி; மற்றும் தகுதிவாய்ந்த ஊழியர்கள்.
- தொழில்முனைவோருக்கு அவர்களின் முயற்சிகளை நடத்துவதற்கு அரசாங்கம் பல்வேறு திட்டங்களை வழங்குகிறது. இந்த திட்டங்களில் சில தகவல் தொழில்நுட்ப ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான பெருக்கல் மானியத்

சுற்றுலா
தொழில் முனைவு

குறிப்பு

Self-Instructional
Material

குறிப்பு

திட்டம் (எம்ஜிஎஸ்), மாற்றியமைக்கப்பட்ட சிறப்பு ஊக்கத் தொகுப்பு திட்டம், கடன் உத்தரவாதம், உள்கட்டமைப்பு மேம்பாடுதிட்டம் மற்றும் எம்எஸ்எம்இ சந்தை மேம்பாட்டு உதவி.

- நிறுவனங்களில் சில அனுபவங்களைப் பெற்ற பிறகு தங்கள் சொந்தத் தொழிலைத் தொடங்கும் நபர்கள் இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ். இந்த நபர்கள் தங்கள் சொந்த நிறுவனத்தைத் தொடங்குகிறார்கள், ஏனெனில் அவர்கள் வேலை செய்வதில் சுயாதீனமாக இருக்க விரும்புகிறார்கள் அல்லது தங்கள் திறனை தங்கள் மேலதிகாரிகள் ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை என்று அவர்கள் உணர்கிறார்கள்
- இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ் வளர்ச்சியை எளிதாக்குவது மட்டுமல்லாமல் புதுமைகளை அதிகரிப்பதும் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் நிறுவனங்களுக்கும் உதவுகிறது. இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ் நிறுவனம் தனது நிறுவனத்தில் உள்ள வற்றாத திறமைகளின் மூலம் ஈட்டுவதை உறுதி செய்கிறது.
- இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப்பின் மூன்று கூறுகள் உள்ளன: இன்ட்ராபிரீனியர்ஸ், திட்டம் (ஒரு புதுமையான யோசனையின் வடிவத்தில்) மற்றும் வழிகாட்டி (பெரிய நிறுவனம், வளங்களை வழங்குவதன் மூலம் திட்டத்திற்கு உதவியாக செயல்படுகிறது).
- இன்ட்ராபிரீனியர் வகையை வகைப்படுத்த பல்வேறு வழிகள் உள்ளன. ஒரு வகைப்பாடு படைப்பாளர்கள், செய்பவர்கள் மற்றும் செயல்படுத்துபவர்களின் வடிவத்தில் உள்ளது.
- படைப்பாளிகள் புதுமையைத் தூண்டும் புதிய யோசனைகளை கருதுகின்றனர். செய்பவர்கள் கூறப்பட்ட பணிகளை நிறைவேற்றுவதில் கவனம் செலுத்துகிறார்கள், மேலும் பணி சரியான முறையில் மற்றும் செயல்திறனுடன் செயல்படுத்தப்படுவதை உறுதிசெய்வதில் செயல்படுத்துபவர்கள்.
- இன்ட்ராபிரீனியர் வகைகளை வகைப்படுத்துவதற்கான மற்றொரு வழி, இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் வகைகளைப் பார்ப்பது. முதல் வகை கூடுதல் மதிப்பு. இந்த வகை இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் முயற்சி வளர்ச்சியில் கவனம் செலுத்துகிறது மற்றும் நிறுவனத்தின் ஏற்கனவே நிறுவப்பட்ட செயல்பாடுகளுக்கு மதிப்பு சேர்க்க உதவுகிறது
- இரண்டாவது வகை ஸ்பின்-ஆஃப் ஆகும். இங்கே, இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் திட்டங்கள் ஒரு புதிய நிறுவனத்தை உருவாக்க வழிவகுக்கிறது மற்றும் செயல்பாடுகள் சம்பந்தப்படவில்லை என்றாலும், பெற்றோர் நிறுவனம் வளங்கள் அல்லது அறிவின் வடிவத்தில் உதவி வழங்கலாம்.
- புதுமை வடிவத்தில் படைப்பாற்றலை மேம்படுத்துவதற்கு இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் உதவியாக இருக்கும். அபாயங்களை எடுத்துக்கொள்வதோடு, மேலும் பொறுப்புக்களை

ஏற்றுக்கொள்வதற்கு இன்ட்ராபிரீனர்களை அலங்கரிப்பதில் இது பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

- இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் திட்டங்கள் நிறுவனங்களுக்கு நன்மை பயக்கும், ஏனெனில் அவை செல்வத்தை உருவாக்கக்கூடும்.
- சந்தையில் இருந்து மூலதனத்தை திரட்டாமல் இன்ட்ராபிரீனியர்கள் தங்கள் திறமையை அதிகரிக்கிறார்கள், இது மிகவும் கடினம். இந்த திட்டங்களில் மூலதன பங்களிப்பு நிறுவனங்களிலிருந்து வருகிறது.

14.8. முக்கிய சொற்கள்

இலக்கு சந்தை:அட்டர்கெட் சந்தை என்பது ஒரு வணிகத்தின் சேவை கிடைக்கக்கூடிய சந்தையில் உள்ள வாடிக்கையாளர்களின் குழுவாகும், அதில் ஒரு வணிகமானது அதன் சந்தைப்படுத்தல் முயற்சிகள் மற்றும் வளங்களை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. ஒரு இலக்கு சந்தை என்பது ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கான மொத்த சந்தையின் துணைக்குழு ஆகும்.

• தனித்துவமான விற்பனை புள்ளி (யுஎஸ்பி): மார்க்கெட்டில், தனித்துவமான விற்பனையானது, தனித்துவமான விற்பனை புள்ளி அல்லது வணிக மாதிரி கேன்வாஸில் உள்ள தனித்துவமான மதிப்பு முன்மொழிவு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது, இது ஒருவரின் சொந்த பிராண்ட் அல்லது தயாரிப்பு அதன் போட்டியாளர்களை விட எவ்வாறு உயர்ந்தது என்பதை வாடிக்கையாளர்களுக்கு தெரிவிக்கும் சந்தைப்படுத்தல் உத்தி ஆகும்.

• பொறுப்பு காப்பீடு:இந்த கொள்கைகள் உடல்ரீதியான காயங்கள் மற்றும் அறியப்படாத நபர்களின் சொத்துக்களுக்கு சேதம் விளைவிப்பதால் எந்தவொரு உரிமைகோரல்களுக்கும் எதிராக காப்பீட்டாளரை உள்ளடக்குகின்றன. சம்பந்தப்பட்ட சட்ட செலவுகளை ஈடுசெய்வதைத் தவிர, காப்பீட்டாளர் செலுத்த சட்டப்பூர்வமாக பொறுப்பேற்க வேண்டிய கொடுப்பனவுகளுக்கு பாதுகாப்பு காப்பீடு வழங்குகிறது.

• கூட்டாண்மை சமூக பொறுப்பு: இது ஒரு வகையான சர்வதேச தனியார் வணிக சுய ஒழுங்குமுறை ஆகும், இது தன்னார்வ அல்லது நெறிமுறை சார்ந்த நடைமுறைகளில் ஈடுபடுவதன் மூலம் அல்லது ஆதரிப்பதன் மூலம் ஒரு பரோபகார, செயற்பாட்டாளர் அல்லது தொண்டு இயல்பின் சமூக இலக்குகளுக்கு பங்களிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

• சுற்றுச்சூழல் சுற்றுலா:சுற்றுச்சூழலைப் பாதுகாப்பதற்கும் உள்ளூர் மக்களின் நல்வாழ்வைத் தக்கவைத்துக்கொள்வதற்கும் பொறுப்புடன்

நடத்தப்படும் சுற்றுலாவை இது குறிக்கிறது. அதன் நன்மைகள் பின்வருமாறு: சுற்றுச்சூழல் விழிப்புணர்வை உருவாக்குதல், பாதுகாப்பிற்கான நேரடி நிதி நன்மைகளை வழங்குதல், நிதி நன்மைகளை வழங்குதல் மற்றும் உள்ளூர் மக்களுக்கு அதிகாரம் அளித்தல்.

• கட்டண மூலதனம்: பங்குகளின் பங்குகளுக்கு ஈடாக ஒரு நிறுவனம் பங்குதாரர்களிடமிருந்து பெற்ற பணத்தின் அளவு இது. ஒரு நிறுவனம் முதன்மை சந்தையில் அதன் பங்குகளை நேரடியாக முதலீட்டாளர்களுக்கு விற்கும்போது, வழக்கமாக ஆரம்ப பொது வழங்கல் (ஐபிஓ) மூலம் பணம் செலுத்தும் மூலதனம் உருவாக்கப்படுகிறது.

14.9. சுய உதவி கேள்விகள் மற்றும் பயிற்சிகள்

குறுகிய பதில் கேள்விகள்

1. இந்தியாவின் போக்குவரத்து உள்கட்டமைப்பை மேம்படுத்த என்ன நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்படுகின்றன?
2. சுற்றுலா அமைச்சகத்தால் ஒரு பயண நிறுவனம் அங்கீகரிக்கப்பட வேண்டிய கட்டாய நிபந்தனைகள் யாவை?
3. ஒரு சுற்றுலா நிறுவனத்தை பதிவு செய்வதற்கான படிகளை பட்டியலிடுங்கள்.
4. ஞஆநு களுக்கு உதவ சில அரசு திட்டங்கள் என்ன?
5. இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப்பின் பண்புகளை பட்டியலிடுங்கள்.

நீண்ட பதில் கேள்விகள்

1. சுற்றுலா முயற்சியைத் தொடங்க தேவையான நடவடிக்கைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
2. இந்தியாவை சுற்றுலாவின் உலகளாவிய மையமாக மாற்றுவதற்கான அத்தியாவசிய நடவடிக்கைகளைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.
3. தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டிற்காக இந்திய அரசு தொடங்கிய பல்வேறு திட்டங்களை அடையாளம் காணவா?
4. தொழில்முனைவோர் மற்றும் இன்ட்ராபிரீனியர்ஷிப் ஆகியவற்றுக்கு இடையிலான வேறுபாடுகளை முன்னிலைப்படுத்தவும்.

14.10. கூடுதல் வாசிப்புகள்

- மொஹந்தி, சங்கிரம் கேசரி. 2005. தொழில்முனைவோரின் அடிப்படைகள். புதுடெல்லி: இந்தியாவின் ப்ரெண்டிஸ் ஹால்.

- டோலிங்கர், மார்க் ஜே. 2003. தொழில் முனைவோர் உத்திகள் மற்றும் வளங்கள். நியூ ஜெர்சி: ப்ரெண்டிஸ் ஹால்
- கங்கா, எஸ்.எஸ். 2006. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: எஸ்.சந்த் பப்ளிஷிங்.
- விஜயரணி, கே.ஆர் 2011. இந்தியாவில் சிறிய அளவிலான தொழில்கள்: சிக்கல்கள் மற்றும் கொள்கை முயற்சிகள். புதுடெல்லி: புதிய நூற்றாண்டு வெளியீடுகள்.
- குமார், எஸ்.அனில். 2008. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு. புதுடெல்லி: புதிய வயது சர்வதேசம்.
- பீட்டர் எ.:பி. ட்ரக்கர், கண்டுபிடிப்பு மற்றும் தொழில்முனைவு.
- சார்லஸ் ஆர். கோல்ட்னர், ப்ரெண்ட் ரிச்சி, ஜே.ஆர்., சுற்றுலா: கோட்பாடுகள், நடைமுறைகள், தத்துவங்கள்.
- பிலிப் கோடல், முதலியன, விருந்தோம்பல் மற்றும் சுற்றுலாவுக்கான சந்தைப்படுத்தல், எட் .3.
- பீட்டர் மேசன், சுற்றுலா பாதிப்புகள், திட்டமிடல் மற்றும் மேலாண்மை.
- ராய் ஏ. குக், முதலியன, சுற்றுலா: பயணத்தின் வணிகம், எட் .2.
- டக்ளஸ் ராபர்ட் பிரவுன், உணவக மேலாளர்கள் கையேடு: நிதி ரீதியாக வெற்றிகரமான உணவு சேவை செயல்பாட்டை எவ்வாறு அமைப்பது, செயல்படுத்துவது மற்றும் நிர்வகிப்பது.



