

தேடல்

வணிகச் சஞ்சிகை

மலர்-04

இதழ்-01



ISSN: 2682-7328



வர்த்தகத்துறை
வணிக முகாமைத்துவ பீடம்
கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம், இலங்கை.

ஆசிரியர் குழுவிடமிருந்து

கிழக்கு பல்கலைக்கழக வர்த்தக
முகாமைத்துவ பீட, வர்த்தகத்துறையினால்
தேடல் எனும் இச்செய்தியேடு கடந்த
பதினைந்து வருடங்களாக வெளியிடப்பட்டு
வருகின்றது. பல்வேறு வேலைப்பழுவிற்கு
மத்தியிலும் எமது துறை
விரிவுரையாளர்களின் பெரும் ஒத்துழைப்புடன்
ஓர் வணிகச்சஞ்சிகையாக மாற்றம்பெற்றபின்
தற்பொழுது நான்காவது மலரின் முதலாவது
இதழை வெளியிடுவதில் நாம் மிகவும்
மகிழ்ச்சி அடைகின்றோம்.

இவ்வெளியீட்டினூடாக உயர்தர வகுப்பு
வணிகத்துறை மாணவர்களின் கல்வி
வளர்ச்சிக்கு பங்களிப்பதே எமது
நோக்கமாகும். இவ்விதழில் எமது
விரிவுரையாளர்களால் எழுதப்பட்ட வணிகம்
மற்றும் நடைமுறை விடயங்கள் தொடர்பான
கட்டுரைகள் இடம்பெற்றுள்ளன. எதிர்வரும்
அடுத்த வெளியீடுகளிலும் இவ்வாறான
கட்டுரைகளும் வணிகச் செய்திகளும்
வெளிவரும் என்பதை மகிழ்ச்சியுடன்
தெரிவித்துக்கொள்கிறோம். மேலும் எமது
முயற்சிக்கு உங்களது மிகுந்த
ஆதரவுகளையும் நாம் தொடர்ந்து
எதிர்பார்க்கின்றோம்.

ஆலோசனைக் குழு

திரு ரெ உதயகுமார்
(சிரேஸ்ட விரிவுரையாளர் - தரம் 1)
கலாநிதி சு பாலேந்திரன்
(சிரேஸ்ட விரிவுரையாளர் - தரம் 1)
திருமதி சு சிறிதரன்
(சிரேஸ்ட விரிவுரையாளர் - தரம் 1)
திரு த பரந்தாமன்
(சிரேஸ்ட விரிவுரையாளர் - தரம் 1)
கலாநிதி ந இராஜேஸ்வரன்
(சிரேஸ்ட விரிவுரையாளர் - தரம் 1)

வெளியீடு

வர்த்தகத்துறை,
வர்த்தக முகாமைத்துவ பீடம்,
கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம்,
இலங்கை.

தொடர்புகள்

பதிப்பாசிரியர்
திரு தே டினைஷ்
(தகுதிகாண் விரிவுரையாளர்)
வர்த்தகத்துறை,
வர்த்தக முகாமைத்துவ பீடம்,
கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம்,
இலங்கை.

உள்ளடக்கம்

01	இலங்கை கணக்கீட்டு நியமம் - LKAS 10: அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் ஏற்படும் நிகழ்வுகள் - திரு ஞானசேகரம் சதாகரன்	01 – 08
02	கோவிட் - 19 காலத்தில் இலத்திரனியல் வணிகத்தின் (E- Commerce) முக்கியத்துவம் - திருமதி. பிரிந்திகா குகதாஸ்	09 – 11
03	பசுமைச்சந்தைப்படுத்தலுடன் இணைந்த சந்தைப்படுத்தல் கலவை மாறிகள் (Green-Marketing Mix) - திரு சிவகுமரன் ஹரிஷாந்தன்	12 – 18
04	“நிதித் தொழில்நுட்பம்” – சவாலாகும் புத்தாக்கம் மற்றும் நிதி இடைநிலையின் எதிர்காலம் - செல்வி சிவலிங்கம் நேருஜா	19 – 24
05	தொழில் வெற்றிக்கான மாதிரி (Career Success Model) - செல்வி வீரப்பன் நெரஞ்சனி	25 – 28
06	இலங்கையின் வரி முறைமை (Tax System of Sri Lanka) - செல்வி. சந்திரன் பேபிஜாலினி	29 – 40

இலங்கை கணக்கீட்டு நியமம் - LKAS 10

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் ஏற்படும் நிகழ்வுகள்

திரு ஞானசேகரம் சதாகரன் (உதவி விரிவுரையாளர்)

வர்த்தகத்துறை, வர்த்தக முகாமைத்துவ பீடம், கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம், இலங்கை.

1. நோக்கம்

இந்த நியமத்தின் நோக்கம்:

- அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான நிகழ்வுகளுக்காக எப்போது ஒரு நிறுவனம் தன் நிதிக்கூற்றுக்களில் செம்மையாக்கம் செய்யப்பட வேண்டுமென்பதனையும்; அத்துடன்
- ஒரு நிறுவனம் நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்க அனுமதிக்கப்பட்ட திகதி மற்றும் அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான நிகழ்வுகள் பற்றி கொடுக்கவேண்டிய வெளிக்காட்டல்களையும் நிர்ணயிப்பதாகும்.

2. நோக்கெல்லை

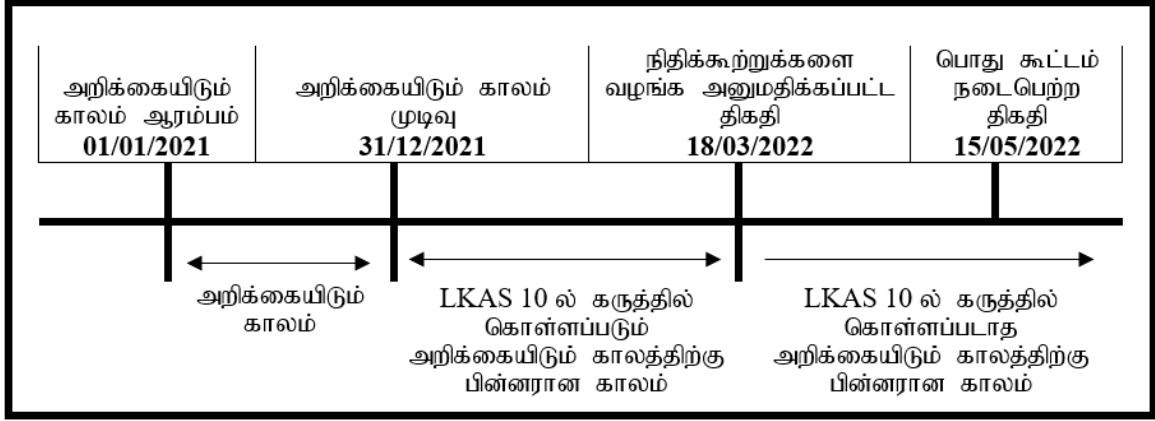
இந்த நியமமானது, அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான நிகழ்வுகள் பற்றிய கணக்கீடு மற்றும் வெளிப்படுத்தல்கள் ஆகியவற்றிற்கு பிரயோகிக்கப்படும்.

3. வரைவிலக்கணங்கள்

அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னரான நிகழ்வுகள் என்பது நிதி அறிக்கையிடும் காலமுடிவிற்கும் நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்க அனுமதிக்கப்பட்ட திகதிக்கும் இடையில் ஏற்படும் சாதகமானதும் பாதகமானதுமான நிகழ்வுகளாகும்.

இங்கு நிதி அறிக்கையிடும் காலமுடிவுத்திகதியானது பொதுவாக 31.03.20xx அல்லது 31.12.20xx ஆக காணப்படும். நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்க அனுமதிக்கப்படும் திகதியானது பொதுவாக நிறுவனத்தின் இயக்குனர் சபையானது நிதிக்கூற்றுக்களை பிரசுரிப்பதற்கு ஒப்பமிடும் திகதியாக காணப்படும் (வரைபடம் 1இனை பார்க்க).

நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்க அனுமதிக்கப்படும் திகதி மற்றும் அது தொடர்பான வழிமுறையானது, முகாமைக் கட்டமைப்பு, சட்டரீதியான தேவைப்பாடுகள் மற்றும் நிதிக்கூற்றுக்களை தயாரித்தல் மற்றும் பூரணப்படுத்தல் ஆகியவை சம்பந்தமாக பின்பற்றப்படும் விதிமுறைகள் என்பனவற்றைப் பொறுத்து வேறுபடும்.



வரைபடம் 1: அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னரான காலவரைபு

அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னரான நிகழ்வுகளை இருவகையான நிகழ்வுகளாக வகைப்படுத்தலாம்:

- 1) அறிக்கையிடும் கால முடிவில் உள்ள நிலைமை சம்பந்தமான சான்றுகளை வழங்குபவை. (அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னர் **செம்மைப்படுத்தப்பட வேண்டியவை**)

அதாவது அறிக்கையிடும் காலப்பகுதிக்குரிய செம்மைப்படுத்தப்படவேண்டிய கொடுக்கல் வாங்கல் மற்றும் நிகழ்வுகள் தொடர்பான சான்றுகள் அறிக்கையிடும் நிதியாண்டு கால முடிவிற்குள் கிடைக்கப்பெறாமல் அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னர் கிடைக்கப்பெறும் போது குறித்த சான்றின் அடிப்படையில் நிதிக்கூற்றுக்களில் ஏற்பிசைவு அல்லது பதிவு செய்யப்பட்ட தொகைகளை செம்மைப்படுத்தல் வேண்டும்.

- 2) அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னர் ஏற்பட்ட நிலைமையைக் குறிப்பிடுபவை. (அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னர் **செம்மைப்படுத்தப்படாதவை**)

அதாவது ஏற்பிசைவு செய்யப்பட்ட அறிக்கையிடும் காலப்பகுதிக்குரிய கொடுக்கல் வாங்கல் மற்றும் நிகழ்வுகள் தொடர்பான தகவல்களைப் பிரதிபலிக்காத அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னர் ஏற்பட்ட நிலைமைகள் நிதிக்கூற்றுக்களில் செம்மைப்படுத்தப்படமாட்டாது.

நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்க அனுமதிக்கப்பட்ட திகதியை இனங்காணல்

சில நேரங்களில் நிதிக்கூற்றுக்களை வெளியிட்ட பின் அவைகளை நிறுவனத்தின் பங்குதாரர்களுக்கு அனுமதிக்காக வழங்க வேண்டும் என்ற தேவைப்பாட்டை அந்த நிறுவனம் கொண்டு இருக்கலாம். எவ்வாறாயினும் அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னரான நிகழ்வுகளானது நிதி அறிக்கையிடும் காலமுடிவிற்கும் பணிப்பாளர் சபையால் நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்க அனுமதிக்கப்பட்ட திகதிக்கும் இடையில் ஏற்படும் நிகழ்வுகளே தவிர நிதிக்கூற்றுக்களை பங்குதாரர்கள் அனுமதித்ததிகதி கருத்தில் கொள்ளப்படமாட்டாது.

உதாரணம்:

ஓர் உரிமம் 20X1 டிசெம்பர் 31 இல் முடிவடைந்த வருடத்திற்கான வரைவு நிதிக்கூற்றுக்களை 20X2 பெப்ரவரி 28 இல் பூரணப்படுத்தியது. 20X2 மார்ச் 18 இல் பணிப்பாளர் சபை நிதிக்கூற்றுக்களை மீளாய்வு செய்து வழங்குவதற்கு அதிகாரமளித்தது. 20X2 ஏப்ரல் 1 இல் நிதிக்கூற்றுக்கள் பங்குதாரர்களுக்கும் ஏனையோருக்கும் கிடைக்கப்பெற்றன. பங்குதாரர்கள் 20X2 மே 15 இல் நடைபெற்ற தமது ஆண்டுக் கூட்டத்தில் நிதிக்கூற்றுக்களை அங்கீகரித்தார்கள். அனுமதிக்கப்பட்ட நிதிக்கூற்றுக்கள் 20X12 மே 17 இல் நெறிபடுத்தும் அமைப்பிற்கு கோப்பிட வழங்கப்பட்டது.

இதில் நிதிக்கூற்றுக்கள் வெளியிடப்படுவதற்காக அங்கீகரிக்கப்பட்ட திகதி 20X2 மார்ச் 18 ஆகும். (பணிப்பாளர் சபையினால் வழங்குவதற்காக அங்கீகரிக்கப்பட்ட திகதி)

சில வேளைகளில் உரிமத்தினுடைய முகாமைத்துவம் அதன் நிதிக்கூற்றுக்களை அங்கீகரிப்பதற்காக மேற்பார்வை சபை ஒன்றுக்கு (செயலாட்சியற்ற நிர்வாகிகளை மாத்திரம் உள்ளடக்கியது) வழங்கும்படி கோரப்படும். அவ்வாறான வேளைகளில் எப்போது முகாமைத்துவம் மேற்பார்வை சபைக்கு நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்க அனுமதிக்கின்றதோ அத்திகதியே நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்க அனுமதித்த திகதியாக கருதப்படும்.

உதாரணம்:

20X2 மார்ச் 18 ஆந் திகதியில் ஓர் உரிமத்தின் முகாமைத்துவம் அதன் நிதிக்கூற்றுக்களை அதன் மேற்பார்வை சபைக்கு வெளியிட அதிகாரமளிக்கின்றது. இந்த மேற்பார்வை சபை செயலாட்சியற்ற நிர்வாகிகளை மாத்திரமே உள்ளடக்கியிருப்பதுடன் ஊழியர்களின் பிரதிநிதிகள் மற்றும் வெளியே அக்கறையுடையவர்களையும் உள்ளடக்கலாம். மேற்பார்வை சபை 20X2 மார்ச் 26 இல் நிதிக்கூற்றுக்களை அங்கீகரிக்கின்றது. இந்த நிதிக்கூற்றுக்கள் பங்குதாரர்களுக்கும் மற்றும் ஏனையோருக்கும் 20X2 ஏப்ரல் 01 இல் கிடைக்கப்படுகின்றன. பங்குதாரர்கள் நிதிக்கூற்றுக்களை 20X2 மே 15 ஆந் திகதி பொது கூட்டத்தில் அங்கீகரித்து பின்னர் 20X2 மே 17 இல் ஒழுங்குவிதிச்சபையிடம் கோவைப்படுத்தப்பட்டது.

இதில் நிதிக்கூற்றுக்கள் வெளியிடுவதற்காக 20X2 மார்ச் 18 இல் அதிகாரமளிக்கப்பட்டது. (மேற்பார்வை சபையிற்கு வழங்குவதற்காக முகாமையினால் அதிகாரமளிக்கப்பட்ட திகதி)

4. ஏற்பிசைவும் அளவீடும்

ஏற்பிசைவும் அளவீடும் என்பதனுடாக ஓர் உரிமம் நிதிக்கூற்றுக்களில் அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னரான நிகழ்வுகளை எவ்வாறான சந்தர்ப்பங்களில் செம்மைப்படுத்தப்பட வேண்டும் என்பதை விளக்குகின்றது.

அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னரான செம்மைப்படுத்தப்பட வேண்டிய நிகழ்வுகள்

ஓர் உரிமம் நிதிக்கூற்றுக்களில் ஏற்பிசைவு அல்லது பதிவு செய்யப்பட்ட தொகைகளை அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னரான செம்மைப்படுத்த வேண்டிய நிகழ்வுகளை பிரதிபலிக்கக்கூடியதாக செம்மைப்படுத்தல் வேண்டும்.

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான செம்மைப்படுத்த வேண்டிய நிகழ்வுகளுக்கான உதாரணங்கள் பின்வருமாறு:

- 1) அறிக்கையிடும் திகதியில் ஓர் உரிமத்திற்கு ஒரு கடப்பாடு உள்ளதை உறுதிப்படுத்தும்படியான அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான ஒரு சட்டமன்ற வழக்கொன்றின் தீர்வு கிடைத்தல்.

உதாரணம்: LKAS 37 நிகழ்த்தக்கப்பொறுப்பு மற்றும் நிகழ்த்தக்கச்சொத்துக்கள் என்ற நியமத்தின்படி இச்சட்ட நடவடிக்கை சம்பந்தமாக முன்னர் ஏற்பிசைவு செய்யப்பட்டிருப்பின் குறித்த ஏற்பாட்டை உரிமம் செம்மை செய்யும் அல்லது புதிய ஏற்பாடு ஒன்றை ஏற்பிசைவு செய்யும்.

- 2) அறிக்கையிடும் கால முடிவில் ஒரு சொத்து சேதமிழப்பிற்கு உள்ளாகியிருந்தமைக்கான அல்லது அந்தச் சொத்திற்காக முன்னரே ஏற்பிசைவு செய்யப்பட்டிருந்த சேதமிழப்பு நட்டத்தொகை செம்மை செய்யப்பட வேண்டியமைக்கான தகவல்கள் அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் கிடைக்கப்பெற்றிருப்பின், உதாரணமாக:

- i. ஒரு வாடிக்கையாளரின் வங்குரோத்து நிலையானது அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் ஏற்பட்டால், அவ்வாறான நிகழ்வு அறிக்கையிடும் கால முடிவில் ஒரு வியாபார வருமதியாளர் சம்பந்தமான நட்டம் இருந்ததை உறுதிப்படுத்துகின்றது. ஆகவே முன்கொணரும் வியாபார வருமதியாளர் தொகையை செம்மையாக்க வேண்டியது உரிமத்திற்கு அவசியமாகின்றது.
- ii. அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின் விற்பனை செய்யப்படும் தொக்குகள் அறிக்கையிடும் கால முடிவில் அவைகளின் நிகர தேறக்கூடிய பெறுமதியை சான்று செய்வதாக அமையலாம் ஆகவே தொக்குகளின் நிகர தேறக்கூடிய பெறுமதியானது குறைவாக காணப்படும் போது அறிக்கையிடும் கால

முடிவிலுள்ள தொக்குகளின் பெறுமதியை செம்மையாக்க வேண்டியது உரிமத்திற்கு அவசியமாகின்றது.

- 3) அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு முன் கொள்முதல் செய்யப்பட்ட சொத்தின் கிரயம் அல்லது விற்பனை செய்யப்பட்ட சொத்தின் மூலம் பெற்ற தொகை ஆகியவற்றை அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின் தீர்மானித்தல்.
- 4) அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னரான நிகழ்வுகளின் காரணமாக அறிக்கையிடும் கால முடிவில் இலாப பகிர்வு அல்லது உபகார்க்கொடுப்பனவு செய்யவேண்டியமைக்கான தற்போதைய சட்டக்கடப்பாட்டினை அல்லது ஏற்படுத்தப்பட்ட கடப்பாட்டினை உரிமம் கொண்டிருக்கும் பொழுது அத்தகைய இலாப பகிர்வு அல்லது உபகார்க்கொடுப்பனவு ஆகியவற்றை அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின் தீர்மானித்தல். (LKAS 19 – ஊழியர் பயன்களின் பிரகாரம்)
- 5) மோசடி அல்லது தவறுகள் கண்டுபிடிக்கப்பட்டு அதன்மூலம் நிதிக்கூற்றுக்கள் தவறானவையாக காணப்பட்டால்.

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான செம்மைப்படுத்தப்படாத நிகழ்வுகள்

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான செம்மையாக்கப்படாத நிகழ்வுகளை பிரதிபலிப்பதற்காக ஓர் உரிமம் நிதிக்கூற்றுக்களில் ஏற்பிசைவு அல்லது பதிவு செய்யப்பட்ட தொகைகளை செம்மையாக்கம் செய்யக்கூடாது.

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான செம்மையாக்கப்படாத நிகழ்வுகளுக்கான உதாரணங்கள் பின்வருமாறு:

- 1) அறிக்கையிடும் கால முடிவிற்கும் நிதிக்கூற்றுக்களை பிரசுரிப்பதற்காக அல்லது வெளிகொணரப்படுவதற்காக அங்கீகரிக்கப்பட்ட திகதிக்கும் இடையில் ஏற்படும் முதலீடுகளின் சந்தை விலை வீழ்ச்சியை அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் செம்மையாக்கம் செய்யவேண்டியதில்லை. சந்தை விலையில் வீழ்ச்சி அறிக்கையிடும் கால முடிவில் முதலீடுகளின் நிலைமையுடன் சாதாரணமாக தொடர்பற்றதாக இருப்பினும் அது பின்னர் ஏற்பட்ட சூழ்நிலையினை பிரதிபலிக்கின்றது. ஆகவே மேலதிக வெளிப்படுத்தல்களை முன்வைக்கவேண்டிய தேவை ஏற்படலாம்.
- 2) அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின் உரிமமானது உரிமையாண்மைப்பத்திரம் (LKAS 32 நிதிச் சாதனங்கள் முன்னிலைப்படுத்தலின் பிரகாரம்) வைத்திருப்பவர்களுக்கு பொருத்தமான முறையில் அனுமதிக்கப்பட்டு பங்கு இலாபத்தினை பிரகடனப்படுத்தியிருப்பினும் பங்கு இலாபக்கொடுப்பனவை அறிக்கையிடும் கால முடிவில் ஒரு பொறுப்பாக ஏற்பிசைவு செய்யப்படாது.

இதற்கான காரணம் யாதெனில் அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின் பங்கு இலாபத்தினை பிரகடனப்படுத்தியதால் நிறுவனத்திற்கு அறிக்கையிடும் கால முடிவில் பங்குலாபம் வழங்கவேண்டிய பொறுப்பு காணப்படவில்லை. அவ்வாறான பங்கிலாபங்கள் LKAS 1- நிதிக்கூற்றுக்களை முன்வைத்தல் என்ற நியமத்தின் பிரகாரம் சிறு குறிப்புக்களாக வெளிப்படுத்தல் செய்யப்படும்.

5. தொடர்ந்து இயங்கும் தன்மை

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் முகாமைத்துவம் உரிமத்தை கலைக்க எண்ணினால் அல்லது வியாபாரத்தை நிறுத்த எண்ணினால் அல்லது மாற்று வழியற்ற நிலையில் அவ்வாறு செய்ய வேண்டியிருப்பின், ஓர் உரிமம் நிதிக்கூற்றுக்களை தொடர்ந்து இயங்கும் அடிப்படையில் தயாரிக்கக்கூடாது.

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் செயற்பாட்டு விளைவுகளில் மற்றும் நிதியியல் நிலமையில் வீழ்ச்சி ஏற்படின், அது தொடர்ந்து இயங்கும் கோட்பாட்டுக்கு பொருத்தமற்றதாக அமையும் பொழுது அதன் தாக்கம் விபரீதமானதால் இந்நியமம் ஏற்பிசைவு செய்யப்பட்ட தொகைகளைச் செம்மையாக்கம் செய்வதற்கு பதிலாக, கணக்கீட்டு முறையில் அடிப்படை மாற்றங்களைத் தேவைப்படுத்தும்.

6. வெளிப்படுத்தல்கள்

இந்நியமத்தின் பிரகாரம், ஓர் உரிமம் நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்குவதற்கு அங்கீகரித்த திகதி, அறிக்கையிடும் கால முடிவில் நிலவிய நிலைப்பாடுகள், அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான செம்மையாக்கப்படா நிகழ்வுகள் என்பன தொடர்பாக வெளிப்படுத்தல் வேண்டும்.

வழங்குவதற்கு அங்கீகரித்த திகதி

ஓர் உரிமம் நிதிக்கூற்றுக்கள் வழங்குவதற்கு அங்கீகரிக்கப்பட்ட திகதியையும் அங்கீகாரம் யாரால் வழங்கப்பட்டது என்பதையும் வெளிப்படுத்தல் வேண்டும். உரிமத்தின் உரிமையாளர்கள் அல்லது ஏனையோர் நிதிக்கூற்றுக்களை வழங்கியபின் மாற்றம் ஏற்படுத்தும் அதிகாரத்தைக்கொண்டிருந்தால், உரிமம் அந்த விடயத்தையும் வெளிப்படுத்தல் வேண்டும்.

நிதிக்கூற்றுக்கள் வழங்குவதற்கு அங்கீகரிக்கப்பட்ட திகதியை நிதிக்கூற்றுக்களை பாவிப்பவர்கள் அறிந்திருக்க வேண்டியது முக்கியமானதாகும். இதற்கான காரணம் நிதிக்கூற்றுக்கள் குறிப்பிட்ட அந்த அங்கீகரிக்கப்பட்ட திகதிக்கு பின்னரான நிகழ்வுகளை பிரதிபலிப்பதில்லை என்பதற்காகும்.

அறிக்கையிடும் கால முடிவில் நிலவிய நிலைப்பாடுகளின் வெளிக்காட்டலை இற்றைப்படுத்தல்

ஓர் உரிமம் அறிக்கையிடும் கால முடிவில் உள்ளதான நிலைமைகள் பற்றிய தகவல்களை அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் கிடைக்கப்பெற்றால் பெற்ற புதிய தகவல்களின் அடிப்படையில், நிலைமைகள் தொடர்பான வெளிப்படுத்தல்களை இற்றைப்படுத்தல் வேண்டும்.

அதாவது சில சந்தர்ப்பங்களில் ஓர் உரிமம் அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் பெற்ற தகவல்கள் நிதிக்கூற்றுக்களில் ஏற்பிசைவு செய்யப்பட்ட தொகைகளை பாதிக்காவிட்டாலும் அத்தகவல்களை பிரதிபலிக்கும் வகையில் நிதிக்கூற்றுக்களின் வெளிப்படுத்தல்களை காலத்திற்கு ஒத்தப்படி சரி செய்ய வேண்டியது அவசியமாகிறது.

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான செம்மையாக்கப்படா நிகழ்வுகள்

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான செம்மைப்படுத்தப்படாத நிகழ்வுகள் பொருண்மையானதாக இருப்பின், நிதிக்கூற்றுக்களின் அடிப்படையில் பொருளியல் சார்பான தீர்மானங்களை பாவனையாளர்கள் எடுப்பதில் அவைகளின் வெளிப்படுத்தாமை செல்வாக்கு செலுத்தலாம். அதன் பிரகாரம் ஓர் உரிமம் அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான செம்மைப்படுத்தப்படாத பொருண்மையான நிகழ்வுகள் தொடர்பாக பின்வருவனவற்றை வெளிப்படுத்தும்:

- 1) நிகழ்வின் தன்மை; மற்றும்
- 2) அந்நிகழ்வினால் ஏற்படும் நிதித்தாக்கத்தின் மதிப்பீடு அல்லது அவ்வாறான மதிப்பீடு தயாரிக்க முடியாதென்பதற்கான ஒரு கூற்று.

அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான செம்மையாக்கப்படாத ஆனால் பொதுவாக வெளிப்படுத்தல் செய்ய வேண்டி ஏற்படும் நிகழ்வுகளுக்கு உதாரணம்:

- 1) அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான ஒரு பாரிய வணிக இணைப்பு (SLFRS 3 வணிக இணைப்புக்கள் குறிப்பிடும்படியான வெளிப்படுத்தல்களைத் தேவைப்படுத்தும்) அல்லது ஒரு பாரிய கீழ்நிலை உரிமத்தின் விற்பனை.
- 2) ஒரு தொழிற்பாட்டினை முடிவிற்குக் கொண்டுவரும் திட்டத்தை அறிவித்தல்.
- 3) பாரிய சொத்துக்கள் கொள்வனவு, சொத்துக்களின் விற்பனைகள் அல்லது பிரதான சொத்துக்கள் அரசினால் சுவீகரிக்கப்படல்.
- 4) அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் முக்கிய உற்பத்தி பொறி தீயினால் அழிப்பு.
- 5) பாரிய மீளமைப்பு அறிவித்தல் அல்லது அமுலாக்கத்தை ஆரம்பித்தல்.
- 6) ஓர் உரிமத்திடம் அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னரான பெரிய பங்கு ஊடுசெயல்கள்.
- 7) அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் சொத்துக்களின் விலைகளில் அல்லது வெளிநாட்டு நாணய பரிவர்த்தனை விகிதத்தில் வழக்கத்திற்கு மாறாக பாரிய மாற்றங்கள்.

- 8) அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் அறிவிக்கப்பட்டதும் அல்லது சட்டமாக்கப்பட்ட வரிவிகிதங்களில் அல்லது வரிச்சட்டங்களில் மாற்றங்கள்.
- 9) குறிப்பிடும்படியான கடப்பாடுகள் அல்லது நிகழ்த்தக்க பொறுப்புக்கள். உதாரணமாக குறிப்பிடக்கூடிய உத்தரவாதம் வழங்குதல்.
- 10) அறிக்கையிடும் காலத்திற்குப் பின்னர் இடம்பெற்ற நிகழ்வுகளின் நிமித்தம் உருவாகிய பாரிய சட்ட நடவடிக்கைகள்.

அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னான நிகழ்வுகள்		
	சீராக்கப்படும் நிகழ்வுகள்	சீராக்கப்படாத நிகழ்வுகள்
நிபந்தனைகள்:	அறிக்கையிடும் கால முடிவில் உள்ள நிலைமை சம்பந்தமான சான்றுகளை வழங்குபவை	அறிக்கையிடும் காலத்திற்கு பின்னர் ஏற்பட்ட நிலைமையைக் குறிப்பிடுபவை
செய்யப்பட வேண்டியவை:	நிதிக்கூற்றுக்களில் ஏற்பிசைவு அல்லது பதிவு செய்யப்பட்ட தொகைகளை செம்மைப்படுத்தல் வேண்டும்.	பொருண்மையான நிகழ்வுகள் தொடர்பாக அதன் தன்மை மற்றும் தாக்கம் என்பனவற்றை வெளிப்படுத்தல் வேண்டும்.
உதாரணம்:	<ul style="list-style-type: none"> • ஒரு சட்டமன்ற வழக்கொன்றின் தீர்வு கிடைத்தல். • ஒரு வாடிக்கையாளர் வங்குரோத்து நிலையை அடைதல். • மோசடி அல்லது தவறுகள் 	<ul style="list-style-type: none"> • முதலீடுகளின் சந்தை விலை வீழ்ச்சி. • பாரிய சொத்துக்கள் கொள்வனவு • ஒரு தொழிற்பாட்டினை முடிவிற்குக் கொண்டுவரும் திட்டத்தை அறிவித்தல்.

உசாத்துணைகள்

Accounting & Auditing Standards Committees (2018). *Sri Lanka Accounting Standard LKAS 10 Events after the Reporting Period.*

Teachers Instruction Manual - Grade13 (2018). Educational Publications Department.

The Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (2020), *Business Level I BLI - Financial Accounting (Tamil)* (1st ed.). Colombo, Sri Lanka: Author.

கோவிட் - 19 காலத்தில் இலத்திரனியல் வணிகத்தின் (E- Commerce) முக்கியத்துவம்

திருமதி. பிரிந்திகா குகதாஸ் (உதவி விரிவுரையாளர்)

பொருளியல்துறை, வர்த்தக முகாமைத்துவ பீடம், கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம், இலங்கை.

உலகின் டிஜிட்டல் மாற்றத்தினால் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை இலத்திரனியல் வணிகம் மூலம் ஒரே கிளிக்கில் கொள்வனவு செய்யலாம். இலத்திரனியல் வணிகம் என்பது பொதுவாக ஒரு மெய்நிகர் சந்தை இடத்தில் இணையத்தில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை என்பதாகும். இது உலகெங்கிலும் உள்ள பலருக்கு அன்றாட நடவடிக்கைகளை மிகவும் எளிதாக்குவதோடு பல வணிகங்களுக்கு பல்வேறு வருமானங்கள் மற்றும் வணிக வாய்ப்புகளையும் வழங்குகிறது.

இலத்திரனியல் வணிகமானது வணிகத்திற்கு வணிகம் (B2B), வணிகத்திலிருந்து நுகர்வோர் (B2C), நுகர்வோருக்கு நுகர்வோர் (C2C), மற்றும் நுகர்வோரிலிருந்து வணிகம் (C2B) போன்ற அடிப்படைகளில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இலத்திரனியல் வணிகத்தின் பிரபலம் ஒரு புதிய கதை அல்ல. அமேசான், வால்மார்ட், அலிபாபா மற்றும் பிற பெரிய வீரர்கள் கடந்த சில ஆண்டுகளில் வேகமாக விரிவடைந்து வருகின்றனர். இருப்பினும், கோவிட்-19 தொற்றுநோயானது, நிகழ்நிலையில் பொருட்களை வாங்குவதற்கான வசதியின் வளர்ச்சியை துரிதப்படுத்தியுள்ளது.

மார்ச் 2020 இல், உலகின் பெரும்பாலான பகுதிகள் பூட்டப்பட்டதால், பல வணிகங்கள் தற்காலிகமாக மூடப்பட்டன. நாடுகள் படிப்படியாக கட்டுப்பாடுகளை தளர்த்துகின்றன, ஆனால் எதிர்காலம் இன்னும் நிச்சயமற்றது. மீண்டும் திறக்கப்படும் வணிகங்கள் கூட சமூக விலகல், முகக்கவசங்கள் அணிதல் மற்றும் ஒரே நேரத்தில் எத்தனை வாடிக்கையாளர்கள் ஒரு இடத்திற்குள் நுழையலாம் என்பதற்கான வரையறைகளை அமுல்படுத்தும் கட்டுப்பாடுகளைக் கொண்டுள்ளன. முன்னர் போன்று நேரடியாக பொருட்கள் சேவைகளை வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை தற்காலத்தில் கடினமாக அல்லது பயமாக இருப்பதனால் மக்கள் அதிகளவில் நிகழ்நிலையில் பொருட்களை வாங்குவதற்கு விரும்புகின்றனர். வாடிக்கையாளர்கள் ஏற்கனவே அமேசான் மற்றும் பிற நிகழ்நிலை சில்லறை விற்பனையாளர்களை திறந்த கரங்களுடன் ஏற்றுக்கொண்டது இந்த மாற்றத்தை கணிசமாக எளிதாக்கியது.

2020 ஆம் ஆண்டை விட 2021 இல் நிகழ்நிலை வீதமானது அதிகரித்துள்ளது. தனிமைப்படுத்தலானது பிந்தைய உலகில் இந்தப் போக்கு தொடரும் வாய்ப்புகள் அதிகம் காணப்படுவதால் சில்லறை வணிகங்கள் முழுமையாக மீண்டும் திறக்கப்பட்டாலும் நிகழ்நிலையில் பொருட்களை வாங்குவதன் நன்மைகள் மறைந்துவிடப் போவதில்லை. இலத்திரனியல் வணிக முயற்சிகளைத் தொடங்க அல்லது இரட்டிப்பாக்க இதுதான் சிறந்த நேரம் என்பதை இவை அனைத்தும் சுட்டிக்காட்டுகின்றன.

தற்காலத்தில் வாடிக்கையாளர்கள் அதிகமாக நிகழ்நிலையில் பொருட்களை கொள்வனவு செய்வதற்கான சில காரணங்கள்

- **புதிய நிகழ்நிலையில் பொருட்களை வாங்கும் பழக்கம்:** பகல் அல்லது இரவு எந்த நேரத்திலும் பொருட்களை கொள்வனவு செய்யும் திறன், தனிமைப்படுத்தப்பட்டதால் மக்கள் பொருட்களை வாங்கும் முறை மாறிவிட்டது. அதிகமானோர் நிகழ்நிலையில் பொருட்களை கொள்வனவு செய்வதை மிகவும் இலகுவானதாகவும், வசதியானதாகவும் உணர்கின்றனர்.
- **கோவிட்-19 சர்வதேச பரவல்:** கொரோனா தொற்று பயம் இலகுவில் மறைந்துவிடப் போவதில்லை. தனிமைப்படுத்தல் முடிவடைந்தாலும், நிச்சயமாக, கடைகள் திறக்கும் போது வாடிக்கையாளர்கள் அதிகமாக வெளியே வர முற்படுவார்கள். இதனால் மக்கள் எச்சரிக்கையாக இருப்பார்கள், மேலும் பலர் தங்கள் வீடுகளிலிருந்து பாதுகாப்பாக நிகழ்நிலையில் பொருட்களை கொள்வனவு செய்ய விரும்புகிறார்கள்.
- **மொபைல் சாதனங்களின் விரைவான வளர்ச்சி:** மொபைல் சாதனங்களின் விரைவான வளர்ச்சியானது மக்கள் அதிகமாக நிகழ்நிலையில் உலாவுவதால் பொருட்களை கொள்வனவு செய்வதை முன்பை விட எளிதாக்குகிறது. வாடிக்கையாளர்கள் எல்லா நேரங்களிலும் தங்கள் கையில் அல்லது பாக்கெட்டில் இருக்கும் சாதனத்திலிருந்து ஒரு கையால் பொருட்களுக்கான கட்டளை செய்யலாம்.
- **சமூக வலைத்தளங்களின் பயன்பாடு அதிகரிப்பு:** சமூக வலைத்தளங்களானது வாடிக்கையாளர்களுடன் இணைவதற்கும், நிகழ்நிலை மற்றும் அகல்நிலையில் பொருட்களை வாங்குவதற்கும் இடையே உள்ள இடைவெளியைக் குறைப்பதற்கும் சிறந்த வாய்ப்பை வழங்குகிறது. அத்தோடு, சமூக ஊடக விளம்பரங்கள் மற்றும் பிற சமூக வலைத்தளங்களில் விளம்பரம் செய்வது மக்கள் நிகழ்நிலையில் பொருட்கள் வாங்குவதை அதிகரிக்கின்றது. மற்றும், நினைவூட்டல் மின்னஞ்சல்களைப் பெறுவதற்கான சாத்தியம் கிடைத்தல். சில நேரங்களில், இந்த நினைவூட்டல் மின்னஞ்சல்களில் சலுகை அல்லது தள்ளுபடி குறியீடு இருக்கும்.
- **பல்வேறு பொருட் தெரிவுகள் காணப்படல்:** பொருட்களை வாங்குவதற்கு முன் மதிப்புரைகளைப் படித்தல் மற்றும் தயாரிப்புகளை ஒப்பிடக்கூடியதாக இருத்தல், பௌதீக ரீதியிலான கடைகளில் சில பொருட்கள் பற்றாக்குறையாகிவிட்டாலும், நிகழ்நிலையில் இலகுவாக பொருட்களை கொள்வனவு செய்வதற்கான சந்தர்ப்பங்கள் காணப்படுதல்.

சௌகரியம், பரந்த தேர்வு மற்றும் சேமிப்பு ஆகியவை ஆரம்பத்திலிருந்தே நிகழ்நிலையில் பொருட்களை வாங்குவதை தூண்டின. இலத்திரனியல் வணிகத்தின் நன்மைகள் இன்னும் பிரபலமாகவும் போட்டித்தன்மையுடனும் இருப்பதால் இது அதிவேகமாக தொடரும்.

உசாத்துணைகள்

HRCCU (2021), Pros & Cons of Online Shopping, Retrieved from, <https://www.hrccu.org/blog/benefits-online-shopping/>

Jennifer McAdams (2021). The Growing Importance of Ecommerce During COVID-19 & Benefits of Online Selling, Retrieved from, <https://www.progress.com/blogs/the-growing-importance-of-ecommerce-in-a-post-covid-19-world>

பசுமைச்சந்தைப்படுத்தலுடன் இணைந்த சந்தைப்படுத்தல் கலவை மாறிகள் (Green-Marketing Mix)

திரு சிவகுமரன் ஹரிஷாந்தன் (உதவி விரிவுரையாளர்)
முகாமைத்துவத்துறை, வர்த்தக முகாமைத்துவ பீடம், கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம்,
இலங்கை.

1. பசுமைச்சந்தைப்படுத்தல் (Green Marketing)

உலகலாவிய ரீதியில் இன்று நாம் எடுத்து நோக்குவமேயானால் பிரதானமாக உற்பத்தி, கைத்தொழில்துறை மற்றும் சேவைத்துறைகளில் பின்பற்றப்படும் சூழலுக்கு ஒவ்வாத நடைமுறைகளின் விளைவாக நாம் வாழும் இந்த சூழல் ஆனது பல்வேறுபட்ட சவால்களுக்கு முகம் கொடுக்க வேண்டியதாக உள்ளது. உதாரணமாக



உற்பத்திகளில் பயன்படுத்தப்படும் பிளாஸ்டிக் பாவனை, நச்சு புகை வெளியேற்றம், சக்திகளின் வீண்விரயங்கள் போன்றவற்றினால் நாமும் நமது எதிர்கால சந்ததியும் சூழல் மாசடைவு, புவி வெப்பமடைதல், வளப்பற்றாகுறை போன்ற பிரச்சனைகளுக்கு முகம் கொடுக்க வேண்டிய நிலைக்கு தள்ளப்பட்டுள்ளோம். இதன் தார்பரியத்தை அறிந்த வணிகங்கள் இன்று சூழலுக்கும் சமூகத்திற்கும் பாதிப்பு ஏற்படாவண்ணம் தங்களது வணிக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளும் முயற்சிகளில் ஈடுபட்டுள்ளனர். இப் பசுமை வணிகப்புரட்சியின் ஓர் அங்கமாகவே இந்த பசுமைச்சந்தைப்படுத்தல் காணப்படுகின்றது.

சந்தைப்படுத்தலின் பிரதான கலவை மாறிகளுக்கு செல்லும் முன் பசுமைச்சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய ஓர் தெளிவினை பெற்றுக்கொள்வது மிகவும் அவசியமாகும். பசுமை மற்றும் சூழல்நேயம் போன்ற சொற்பதங்கள் தற்காலத்தில் பலரும் அறிந்த ஓர் விடயமாக காணப்பட்டாலும் இவ் பசுமையானது வணிகத்தின் சந்தைப்படுத்தல் உபாயங்களில் பிரயோகிக்கப்படுவது என்பது அனைவருக்கும் ஓர் ஆச்சரியத்தை தருவதாகவே உள்ளது. தற்கால சந்தைப்படுத்தலானது வெறுமனே விற்பனையை அதிகரித்து இலாபங்களை மாத்திரம் உழைப்பதை இலக்காக கொள்ளாமல் மாறாக நீண்டகால சமூகத்தின் ஒட்டுமொத்த நலனை ஏற்படுத்தும் வகையில் வாடிக்கையாளர்களின் தேவை விருப்பங்களை சூழலுக்கு தீங்கு விளைவிக்காத வகையில் உற்பத்தி நடைமுறைகளை பின்பற்றி உற்பத்தி செய்யப்படும் பசுமை சார் உற்பத்திபொருட்களை வாடிக்கையாளரிடம் கொண்டு சேர்ப்பதில் அதிக கவனத்தை செலுத்துகிறது.

பசுமைச்சந்தைப்படுத்தல் நெறிமுறைகளானவை சுற்றுப்புறச்சூழலுக்கு தீங்கு விளைவிக்கும் பொருட்களை தவிர்த்து சூழலுக்கு நேசமான சிறந்த பொருட்களை பயன்படுத்தி நுகர்வோரின் தேவை விருப்பங்களை திருப்திப்படுத்துகின்றன.

2. சந்தைப்படுத்தல் கலவை மாறிகள் (Marketing Mix)

சந்தைப்படுத்தல் கலவை என்பது ஓர் நிறுவனம் தனது இலக்கு சந்தையினுள் அதன் சந்தைப்படுத்தல் நோக்கத்தினை அடைந்து கொள்வதற்காக பயன்படுத்தப்படும் மாறிகளின் தொகுதியாகும். இம் மாறிகளானவை 4Ps எனவும் அதிகமாக குறிப்பிடப்படும். அவையாவன:

- உற்பத்திப்பொருள் (Product)
- விலை (Price)
- இடம் (Place)
- மேம்படுத்தல் (Promotion)

ஒவ்வொரு வணிகமும் தங்களது வணிக வெற்றியினை உறுதிப்படுத்தி கொள்ள மேற்குறிப்பிட்ட சந்தைப்படுத்தல் கலவை மாறிகளில் அவர்களது கவனத்தை செலுத்தி உபாய முறைகளை பின்பற்றி வாடிக்கையாளர்களின் தேவை விருப்பங்களை நிறைவு செய்துகொள்ளவேண்டும். ஓர் நிறுவனம் இவ் சந்தைப்படுத்தல் கலவை மாறிகளை கருத்தில் கொள்கின்ற பொழுது அதன் வாடிக்கையாளர்களுக்கு சரியான பொருளினை, சரியான நேரத்தில், சரியான விலையில், சரியான இடத்தில் வழங்க முடிகின்றது.

2.1 பசுமைச்சந்தைப்படுத்தல் கலவை மாறிகள் (Green Marketing Mix)

பாரம்பரிய சந்தைப்படுத்தல் (Traditional Marketing) நடைமுறைகளில் இருந்து பசுமை சந்தைப்படுத்தலை வேறுபடுத்தும் முக்கிய காரணிகளாக நுகர்வோரின் சூழல்சார் அக்கறை, சுற்றுச்சூழலுக்கு தீங்கு விளைவிக்காத வாழ்க்கை முறைகள் மற்றும் நிலையான நுகர்வு பழக்கம் மற்றும் எதிர்கால சந்ததியினரை நோக்கிய தூரநோக்கு என்பன காணப்படுகின்றன. இவ்வாறான பசுமை நுகர்வோர்களின் (Green Consumer) தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் அவர்களின் கொள்வனவு நடத்தைகளையும் புரிந்துகொண்டு வணிக நிறுவனங்கள் தங்களது வணிக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்வதன் மூலம் சமூகத்திற்கும் சூழலுக்கும் ஓர் பாரிய பங்களிப்பினை ஆற்ற முடிகிறது.

பசுமைப்படுத்தல் என்பது குறுங்காலத்தில் அடைவது என்பது சற்று கடினமானதாக காணப்பட்டாலும் நீண்ட காலத்தில் நிலைபேறான பசுமைப்புரட்சியை அடையும் நோக்கில் இன்று ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அவர்களது பிரதான சந்தைப்படுத்தல் மாறிகளில் பசுமையினை பின்பற்ற தொடங்கியுள்ளனர். பசுமையுடன் இணைந்த பிரதான சந்தைப்படுத்தல் கலவை மாறிகளை பற்றி பின்வருமாறு நோக்கலாம்.

2.2 உற்பத்திப்பொருள் (Product)

உற்பத்திப்பொருள் என்பது வாடிக்கையாளர்களின் தேவை விருப்பங்களினை நிறைவேற்றிக்கொள்வதற்காக சந்தைக்கு முன்வைக்கப்படும் எந்த ஒரு பொருள் அல்லது சேவை ஆகும். அனைத்து சந்தைப்படுத்தல் கருமங்களும் உற்பத்தி பொருளில் இருந்தே ஆரம்பமாகின்றது. இது பெளதிக ரீதியில் தொட்டு உணரக்கூடிய பொருள் ஒன்றாக இருக்கலாம் அல்லது தொட்டு உணரமுடியாத சேவை ஒன்றாகவே எண்ணங்கள், இடங்கள் மற்றும் ஆளுமைகளாகவும் இருக்கலாம்.

சந்தைப்படுத்துனர்கள் (Marketers) ஒவ்வொருவரும் அவர்கள் உற்பத்தி செய்யும் உற்பத்தி பொருட்களின் தன்மை மற்றும் தரம் போட்டியாளர்களிடம் இருந்து வேறுபடும் இயல்பு பற்றிய தெளிவானதொரு புரிதலை கொண்டிருக்கவேண்டும். தற்காலத்தின் அதிகரித்த போட்டி காரணமாக ஒவ்வொரு நிறுவனமும் சந்தைக்கு அளிக்கப்படும் உற்பத்தி பொருட்களினை போட்டியாளர்களிடம் இருந்து வேறுபடுத்தி இலக்கு வாடிக்கையாளனை கவர பல்வேறுபட்ட தந்திரோபாய வழிமுறைகளை (Strategies) பின்பற்றுகின்றன. இவ்வாறு உற்பத்தி பொருள் சார்பாக வணிகங்கள் கவனம் செலுத்தும் சில உற்பத்தி பொருள் மாறிகள் பின்வருமாறு,

- உற்பத்தி பொருளின் தரம் (Product Quality)
- உற்பத்தி பொருளின் வடிவமைப்பு (Product Design)
- பொதியமைத்தல் (Packaging)
- வியாபாரக்குறி (Brand)
- உற்பத்தி பொருளின் பண்புகள் (Product Features)

இவ்வாறு நவீன தொழில்நுட்பங்கள் மூலமும் போட்டிச்சுழலை வெற்றிகொள்ளும் நோக்கில் வணிகங்களால் பின்பற்றப்படும் சில உற்பத்தி நடைமுறைகள் மூலமும் சூழலுக்கு தீங்கான காபன் கழிவுகள், புகைகள் மற்றும் நச்சு தன்மையான இரசாயனங்கள் வெளியேறுவதோடு சூழலுக்கும் வெளியிடப்படும் அதிக வெப்பம் காரணமாக சூழலின் சமநிலை பாதிக்கப்படுகிறது.



2.2.1 பசுமை உற்பத்திப்பொருள் (Green Product)

பசுமை உற்பத்திப்பொருட்கள் பொதுவாக சுற்றுச்சூழலுக்கு தீங்குவிளைவிக்காத உற்பத்தி செயல்முறைகள் மூலம் உருவாக்கப்படுகின்றன. அதே நேரத்தில் சூழலியல் கண்ணோட்டத்தில், பச்சை பொருட்கள் குறைந்த நச்சுத்தன்மை கொண்டவையாக காணப்படுகின்றன.

பசுமை உற்பத்திபொருட்களின் தயாரிப்பு என்கின்ற பொழுது பின்வரும் விடயங்கள் முக்கியமாக உற்பத்தி முறையில் கவனத்தில் கொள்ளப்படகின்றன: மீள்சுழற்சி (Recycle), பிளாஸ்டிக் பொதியமைத்தல் கட்டுப்பாடுகள், மீள்பயன்பாடு (Re-use), நச்சுத்தன்மையற்ற உற்பத்தி பொருளின் பயன்பாடு ஆயுளை மேம்படுத்துதல், சூழல் நேய பொதியமைத்தல் (Eco-Friendly Packaging) உற்பத்தி அகற்றல் மற்றும் கழிவு முகாமைத்துவம் (Waste Management).

இன்றும் நாம் நடைமுறையில் பல்வேறுபட்ட பசுமை உற்பத்திகளை காணக்கூடியதாக உள்ளது. உதாரணங்களாக:

- மின் வலுவை குறைந்த அளவில் நுகரக்கூடிய குளிர்சாதன பெட்டிகள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளன.
- பொலித்தீன் பைகளை தவிர்த்து இன்று பல்வேறுபட்ட வணிகங்கள் பொலித்தின் அற்ற பைகளை பயன்படுத்துகின்றன.
- வங்கிகளில் வங்கிக்கணக்கு புத்தகங்களின் பயன்பாட்டை தவிர்ப்பதற்காக இலத்திரனியல் கூற்றுகள் (E-Statements) மென்பிரதியாக கணக்காளர்களின் மின்னஞ்சலுக்கு அனுப்பப்படுவதோடு அனைத்து கொடுக்கல் வாங்கல்களும் இணையத்தினுடாக மேற்கொள்ள வாடிக்கையாளர்களை ஊக்குவித்தல் (Online Banking).
- பல்வேறுபட்ட பொருட்களில் பிளாஸ்டிக் பாவனைகள் கட்டுப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. Eg: Anchor Newdale Yogurt போன்றவற்றில் சிறிய கரண்டிகள் என்பன பிளாஸ்டிக்கை தவிர்த்து தடிமனமான மட்டைகளில் தயாரிக்கப்படுகின்றன.

2.3 விலை (Price)

விலை என்பது நுகர்வோனால் குறித்த ஒரு பொருளுக்கோ அல்லது சேவைக்கோ செலுத்தப்படுகின்ற பெறுமதி அல்லது செலவு ஆகும். விலையிடல் உபாயங்கள் கூட வாடிக்கையாளர்களின் பொருள் பற்றிய எண்ணங்களில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றது. அதாவது அதிகூடிய விலையினை உடைய பொருட்களானவை தரத்தில் சிறந்தவையாக காணப்படலாம் எனும் மனநிலை வாடிக்கையாளர் மத்தியில் ஏற்படுகின்றது. விலை என்ற மாறியினை பற்றி சிந்திக்கின்ற பொழுது சந்தைப்படுத்துனர்கள் பின்வரும் விலை உபாய மாறிகள் மூலம் தங்களது இலக்கு வாடிக்கையாளர்களை தக்கவைத்து கொள்கின்றனர்.

- விலையிடல் முறைமைகள் (Pricing Methods)
- கழிவுகள் (Discounts)
- கடன் நிபந்தனைகள்
- கொடுப்பனவு முறைமைகள்

- மேலதிக கொடுப்பனவுகள்
- கொடுப்பனவு காலம்

2.3.1 பசுமை விலை (Green Price)

பசுமை விலை என்பது நுகர்வோர் பசுமையான உற்பத்தி பொருட்களுக்காக செலுத்த தயாராக இருக்கும் விலை ஆகும். பசுமை உற்பத்திகளுக்கான உற்பத்தி செலவுகள் அதிகமாக இருப்பதனால் இவ் பசுமை விலையானது ஏனைய விலைகளுடன் ஒப்பிடும் பொழுது சற்று அதிகமாகக் காணப்படுகின்றது. அண்மைய ஆய்வுகளின் படி இன்றைய வாடிக்கையாளர்கள் தாம் நுகரும் பொருட்களானது தங்களுக்கும் தங்கள் சுற்றுப்புற சூழலுக்கும் தாக்கமில்லாத தரமான பொருட்களாக இருக்கும் பட்சத்தில் அதிக விலையினை கொடுத்து பொருட்களை வாங்குவதற்கும் தயாராக உள்ளனர்.

2.4 இடம் (Place)

இடம் என்பது உற்பத்தி பொருள் ஒன்றின் உரிமை உற்பத்தியாளரிடம் இருந்து நுகர்வோனுக்கு மாற்றப்படுகின்ற பௌதீக தன்மை வாய்ந்த மற்றும் விநியோக வழிமுறைகள் ஆகும். நிறுவனம் இடத்தைப் பற்றிய முடிவுகளை எடுக்கும்போது, அவர்கள் ஒரு பொருளை எங்கு விற்க வேண்டும் மற்றும் எப்படி அவர்களின் உற்பத்தி பொருளை சந்தைக்கு வழங்குவது என்பதை தீர்மானிக்க முயற்சிக்கிறார்கள். எப்போதும் வணிக நிர்வாகிகளின் குறிக்கோள் தமது உற்பத்தி பொருட்களினை வாங்குவதற்கு அதிக வாய்ப்புள்ள நுகர்வோர் முன்னிலையில் முன் வைக்க வேண்டும் என்பதாகும்.

சரியான இடத்தினை தெரிவு செய்கின்ற பொழுது அது வாடிக்கையாளருக்கு எளிதில் அணுகக்கூடியதாக இருக்க வேண்டும். உதாரணமாக, உங்களது வணிகம் அல்லது விற்பனை நிலையம் வாடிக்கையாளரால் எளிதில் கண்டுபிடிக்கக்கூடிய இடத்தில் அமைந்திருக்க வேண்டும். அதேநேரத்தில் உங்கள் தயாரிப்பை சந்தைப்படுத்த நீங்கள் ஒரு இணையதளத்தை வைத்திருந்தால், அது எளிதில் வாடிக்கையாளர்களினால் அடையக்கூடியதாகவும் கையாளக்கூடியதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

2.4.1 பசுமை இடம் (Green Place)

மேற்குறிப்பிட்டவாறு நிறுவனத்தின் உற்பத்தி பொருட்களை வாடிக்கையாளரிடம் கொண்டு சேர்க்கும் விநியோக முறைமைகள் அல்லது இடமானது சூழலுக்கு நட்புறவான வகையில் அமைந்திருப்பது பசுமை இடம் எனலாம். இங்கு விநியோக முறைமைகளானது சூழலுக்கு இழக்கப்படும் காபன் வெளியீட்டை குறைக்கும் நோக்கில் சூழலுக்கு நேயமான விநியோக முறைகளை பயன்படுத்தி மேற்கொள்ளப்படுகிறது. உதாரணமாக இடைநடுவர்கள் மூலம் பொருட்களானது வாடிக்கையாளர்களுக்கு விநியோகம் செய்யப்படுகையில் மீள்சுழற்சிக்கான ஆயத்தங்கள் இடைநடுவர்கள் மூலம் மேற்கொள்ளப்படவேண்டும்.

இதனால் வாடிக்கையாளர்கள் மீள்சுழற்சிக்குரிய பொருட்களை பயன்பாட்டு முடிவில் மீண்டும் இடைநடுவர்களிடம் வழங்கப்படுவதனால் பொருளாதார நன்மையை பெறுவதோடு சூழல் பாதிப்பினையும் குறைத்து கொள்ளலாம்.

2.5 மேம்படுத்தல் (Promotion)

மேம்படுத்தல் என்பது வணிக நிறுவனங்கள் தமது இலக்கு வாடிக்கையாளர்களின் கவனத்தினை ஈர்க்கும் நோக்கிலும் விற்பனையை அதிகரிக்கும் நோக்கிலும் பயன்படுத்தப்படும் உபாய முறைமைகளாகும். இந்த மேம்படுத்தலின் முதல் நோக்கு வாடிக்கையாளருக்கு தங்களது பொருட்கள் பற்றிய விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தலும் இரண்டாவது வாடிக்கையாளர்களை குறித்த உற்பத்தி பொருளை கொள்வனவு செய்ய தூண்டலும் ஆகும். தற்காலத்தில் வணிகங்களால் பயன்படுத்தப்படும் மேம்படுத்தல் உபாயமுறைகள்

- விளம்பரப்படுத்தல் (Advertising)
- விற்பனை மேம்படுத்தல் (Sales Promotion)
- தனியாள் விற்பனை (Direct Sales)
- பொதுமக்கள் தொடர்பு (Public Relationship)
- சமூக ஊடக சந்தைப்படுத்தல் (Social Media Marketing)

வணிகங்களானது இவ் மேம்படுத்தல் கலவைகளை பயன்படுத்தும் போது பல்வேறுபட்ட முறைகளில் சூழலுக்கு தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. உதாரணங்கள் சில:

- அதிகளவிலான பிளாஸ்டிக் பொதியமைத்தல்கள் பயன்பாட்டில் காணப்படுவதனால் இவ் பிளாஸ்டிக் கழிவுகளானது சுற்றுப்புறச்சூழலுடன் கலந்து பல்வேறுபட்ட அசௌகரியங்களை ஏற்படுத்துகின்றன.
- வணிக நிறுவனங்கள் தங்களது விளம்பரப்படுத்தல் நோக்கங்களுக்காக சுவரொட்டிகள் மற்றும் துண்டுபிரசுரங்களை பயன்படுத்துவதனால் அதிகளவில் கடதாசி பயன்பாட்டினால் வீண்விரயங்களும் காபன் பயன்பாடும் ஏற்படுகின்றது.
- சூழலுக்கு தீங்கு விளைவிக்கக்கூடிய பொருட்கள் சேவைகளை விளம்பரப்படுத்தல் மற்றும் ஏனைய மேம்படுத்தல் நடவடிக்கைகளினால் மக்கள் மத்தியில் அப்பொருட்களின் பயன்பாடு அதிகரித்து சூழலுக்கும் சமூகத்திற்கும் பாதகமான விளைவுகள் ஏற்படல்.

ஆகவே மேற்குறிப்பிடப்பட்ட காரணங்களால் வணிகங்களானது தங்களது மேம்படுத்தல் நடவடிக்கைகளில் சுற்றுப்புறச்சூழலுக்கு நன்மை விளைவிக்கக்கூடிய பசுமை மேம்படுத்தல் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கின்றன.

2.5.1 பசுமை மேம்படுத்தல் (Green Promotion)

பசுமை மேம்படுத்தல் என்பது நிலைபேறான கொள்கைகள் (Sustainable Policies), சுற்றுப்புற சூழலுக்கு உகந்த செயற்பாடுகள், பசுமைசார் பொதியமைத்தல் (Green Packaging) போன்ற சூழல் நலத்தில் கவனம் செலுத்தும் மேம்படுத்தல் நடவடிக்கைகள் ஆகும். பசுமை மேம்படுத்தல் மூலம் வணிகங்களானது சூழலுக்கு தீங்கு விளைவிக்காத வகையில் பசுமையான மேம்படுத்தல் உபாயங்களை பயன்படுத்துவதன் மூலம் அதன் இலக்கு வாடிக்கையாளருக்கு சூழல் பற்றிய புரிந்தணர்வையும் குறித்த நிறுவனம் சூழல் சார்பாக கொண்டுள்ள அக்கறையினையும் வெளிப்படுத்துகின்றது.

உதாரணமாக பசுமை விளம்பரப்படுத்தல்களானவை பின்வரும் வழிமுறைகளின் மூலம் மேற்கொள்ளப்படலாம்.

- இது உற்பத்தி பொருள், சேவை மற்றும் சுற்றுச்சூழலுக்கு இடையே உள்ள தொடர்பைக் காட்டலாம்.
- நிறுவனத்தின் உற்பத்தி பொருள் சேவையை முன்னிலைப்படுத்தியோ அல்லது இல்லாமலோ பசுமையான வாழ்க்கை முறைகளை தொடர்புபடுத்தி காட்டலாம்.
- நிறுவனத்தின் நிலையான சுற்றுச்சூழல் தொடர்பான பொறுப்பை வெளிப்படுத்துவதாக அமையலாம்.

உசாத்துணைகள்

Rahmawati, R., & Hadiwidjojo, D. (2014). Green marketing mix as strategy to improve competitive advantage in real estate developer companies. *International Journal of Business And Management Invention*, 3(11).

Sohail, M. S. (2017). Green marketing strategies: how do they influence consumer-based brand equity?. *Journal for Global Business Advancement*, 10(3), 229-243.

“நிதித் தொழில்நுட்பம்” – சவாலாகும் புத்தாக்கம் மற்றும் நிதி இடைநிலையின் எதிர்காலம்

செல்வி சிவலிங்கம் நேருஜா (உதவி விரிவுரையாளர்)
முகாமைத்துவத்துறை, வர்த்தக முகாமைத்துவ பீடம், கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம்,
இலங்கை.

புரட்சிகர தொழில்நுட்பம் சார்ந்த நிதிச் சேவைகளின் வருகையுடன், உலகம் முழுவதும் உள்ள பல்வேறு வணிக நிறுவனங்களின் நிதிச் சேவைகளுக்கான வளர்ந்து வரும் தேவையைச் சமாளிக்க முழு நிதித் துறையும் தன்னைத்தானே புதுப்பித்துக் கொள்ளத் தொடங்கியது. வரைவிலக்கணப்படி, “நிதி தொழில்நுட்பம் (FinTech) என்பது நிதி கண்டுபிடிப்புகளை உருவாக்கும் செயல்முறையின் ஒரு பகுதியாகும், இது கோட்பாட்டளவில் ஆபத்தானது ஆனால் மதிப்புமிக்கது” (Thakor, 2012).



சர்வதேச தீர்வுக்கான வங்கியின் நிதி நிலைத்தன்மை வாரியத்தின் Financial Stability Board of the Bank for International Settlement (BIS) (2017) அறிக்கையின்படி, Fintech என்பது “தொழில்நுட்ப-இயக்கப்பட்ட நிதி கண்டுபிடிப்பு ஆகும்”.

இது நிதிச் சந்தைகள் மற்றும் நிறுவனங்கள் மீது தாக்கத்தை ஏற்படுத்தக்கூடிய மற்றும் நிதிச் சேவைகளை வழங்கக்கூடிய புதிய வணிக மாதிரிகள், பயன்பாடுகள், செயல்முறைகள் அல்லது தயாரிப்புகளை விளைவிக்கலாம்.

இந்த வரையறைகளைப் பயன்படுத்தி, ஆராய்ச்சியாளர்கள் நான்கு வகைகளின் கீழ் Fintech தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை விளக்கியுள்ளனர் (Pilkington, 2016). அதாவது:

- (i) கடன் வைப்பு மற்றும் மூலதன உயர்வு சேவைகள்
- (ii) கொடுப்பனவுகள், தீர்வுகள் மற்றும் தீர்வுகள் சேவைகள்
- (iii) முதலீட்டு முகாமைத்துவ சேவைகள் மற்றும்
- (iv) காப்புறுதி

Fintech தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் வழக்கமான நிதி நிறுவனங்கள் மற்றும் நிதி அமைப்பிலிருந்து விலக்கப்பட்ட சமூகங்களுக்கான கதவைத் திறக்கின்றன. எவ்வாறாயினும், இது வாடிக்கையாளர்களை பாரம்பரிய நிதி இடைத்தரகு நிறுவனங்களில் இருந்து விலக்குவதனாலும் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களையும் நிறுவனங்களையும் அவர்களின் தற்போதைய நிதி உறவுகளிலிருந்து விலக்குவதனாலும், இந்த கண்டுபிடிப்புகள் பாரம்பரிய

நிதி இடைத்தரகர் சேவைகளுக்கு இடையூறுகளை ஏற்படுத்துவதாக விமர்சகர்களால் வாதிடப்படுகின்றது. Bluetooth Low Energy, QR codes, and near-field communications போன்ற புதிய தொழில்நுட்பங்கள் எளிதான செயற்பாடுகளை மேம்படுத்துவதனாலும் வங்கிப் பரிவர்த்தனைகளின் செலவைக் குறைப்பதனாலும் சந்தையில் பாரம்பரிய தலைமையாளர்களை சவாலுக்குட்படுத்துகின்றது.

பாரம்பரிய வங்கிகள் மீதான நம்பிக்கையை இழத்தல், கடன் சேவை கொடுப்பனவுகளின் அதிகரிப்பு காரணமாக சிறிய அளவிலான தொழில்களின் கடன் சுமை அதிகரித்தல், நிதி நெருக்கடிக்குப் பிறகு கடுமையான நிதி மற்றும் வங்கி விதிமுறைகள் என்பன Fintech சேவைகளின் பெரிய அளவிலான தொழில் முயற்சிகளின் உருவாக்கத்தை ஆதரித்தன. மேலும், உலகளாவிய மூலதனச் சந்தையின் வளர்ச்சி, நன்கு நிறுவப்பட்ட தொழில்நுட்ப உள்கட்டமைப்பு ஆகியவை Fintech சேவைகளுக்கான தேவையைத் தூண்டுகின்றன.

Fintech சமூகங்கள் மத்தியில் நிதி உள்ளடக்கத்தை மேம்படுத்துவதற்கான ஒரு முக்கியமான சேவையாகவும் அறியப்படுகிறது. Fintech துறைகள் பல வழிகளில் நிதி உள்ளடக்கத்தை மேம்படுத்துகின்றன. அவையாவன,

- பெறுமதிச் சங்கிலியைப் பிரித்தல் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நேரடியாக நிதி தயாரிப்புகளை வழங்குதல்
- புதிய தளங்களைத் திறப்பது மற்றும் ஏற்கனவே உள்ள தயாரிப்புகளின் வாடிக்கையாளர் தளத்தை மூலதனமாக்குதல்
- டிஜிட்டல் தரவு சேகரிப்பு மூலம் இடர் மதிப்பீடுகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் பிரிவுகளை அடையாளம் காணல் மற்றும் மனிதனை மையமாகக் கொண்ட தயாரிப்பு வடிவமைப்புகள் போன்றவை.

Fintech சேவைகள் புதிய தொழில்நுட்பத்தின் உதவியுடன் மேம்பட்ட நிதி சேவைகளை வழங்குவதன் மூலம் பாரம்பரிய நிதி நிறுவனங்களுடன் போட்டியிடுகின்றன. Fintech இல் தொழில்நுட்ப உபகரணங்கள் கிடைக்கக்கூடியதாக இருக்கும் போது, அவை பாரம்பரிய சேவைகளை விட வேகமாக நிதி பரிவர்த்தனைகளை செய்கின்றன. Fintech சேவைத் தொழில்கள் குறைவான ஒழுங்குமுறை சூழலில் செயற்படுவதால், அவர்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளை தொடர்ந்து மேம்படுத்தி, வாடிக்கையாளர்களுக்கு/பயனர்களுக்கு ஏற்றதாக மாற்ற முடியும். தொடர்ச்சியான முன்னேற்றம் காரணமாக, அவர்கள் குறைந்த செலவில் தங்கள் சேவைகளை செய்ய முடியும். Fintech சேவைகளில், மொபைல் மற்றும் நிகழ்நிலைக் கட்டணங்கள்/பரிமாற்ற சேவைகள் தற்போது பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் சேவைகளாக மாறியுள்ளன.

Fintech தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள் வங்கிகளின் கொடுப்பனவுகள் மற்றும் தீர்ப்பனவு செயற்பாட்டை முந்துகின்றனவா என்பது மற்றுமொரு கேள்விக்குறியாக உள்ளது. இந்த வகையில் தொகுதி சங்கிலி (Block chain) மற்றும் குறியீட்டு பணம் (crypto currencies)

என்பன வணிக நடைமுறைகளில் சவால்மிக்க விளைவுகளை ஏற்படுத்தும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

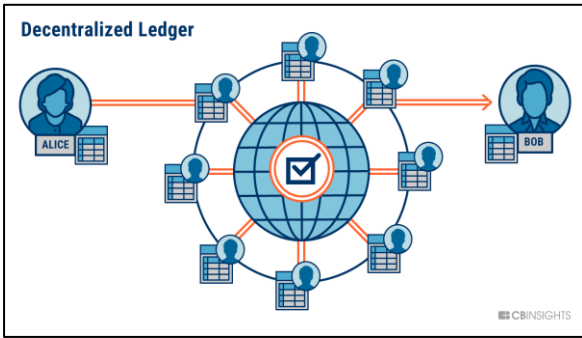
தொகுதி சங்கிலி (Blockchain)

தொகுதிச் சங்கிலி (Blockchain) என்பது தனி நபர்கள் கொடுக்கல் வாங்கல் பாதிப்புகளை பகிர்ந்து கொள்ள அனுமதிக்கும் வகையிலான எண்ணியல் பேரேட்டு (digital ledger) முறையைப் பயன்படுத்தும் கணக்குப்பதிவியலின் ஓர் பொது நிலை வடிவம் ஆகும்.

தொகுதிச் சங்கிலியானது தகவல்களைப் பதிவுசெய்து ஒரு வலையமைப்பிலுள்ள தனிநபர்கள் அவற்றை பகிர்ந்து கொள்ளக்கூடிய வகையிலான ஊழல் செய்ய முடியாத பகிரப்பட்ட பேரேட்டு வகை ஆகும்.

இது இணையத் தொழில்நுட்பத்தை பயன்படுத்தி தனிநபர்களிடையே இடம்பெறும் கொடுக்கல் வாங்கல்களின் உறுதி செய்வதற்கும் பதிவு செய்வதற்குமான ஏட்டுப் பதிவியல் முறையின் பொதுநிலை வடிவம் ஆகும்.

தொகுதிச் சங்கிலியின் பொதுநிலை வடிவம் காரணமாக வலையமைப்பில் காணப்படும் பங்குபற்றுனர்களால் உள்ளீடு செய்யப்பட்ட கொடுக்கல் வாங்கல்களை ஒவ்வொரு தனிநபரும் பார்வையிட முடியும். இதன் கருத்தானது பங்குபற்றுபவர்கள் திகதி, நேரம், கொடுக்கல் வாங்கல்களில் பெறுமதி, தொடர்புபட்ட தனிநபர்கள், முதலிய விடயங்களை பார்வையிடுவதன் மூலம் நிகழ்வுகள் தொடர்பான பகிரப்பட்ட பதிவு ஒன்றினை உருவாக்கிக் கொள்வர்.



கொடுக்கல் வாங்கல்கள் தொடர்பான வெளிப்படை தன்மையை அதிகரித்துக் கொள்வதற்காக, தொகுதிச் சங்கிலியானது பரந்துபட்ட தொழிற்சாலைகளில் சவால்மிக்க பாரிய தாக்கத்தினை ஏற்படுத்தும் என எதிர்வுகூறப்பட்டுள்ளது.

தொகுதிச் சங்கிலியின் பாரியளவிலான பயன்பாடானது கணக்காளர்கள் மற்றும் கணக்காய்வாளர்கள்

உள்ளடங்கலான நிறுவனங்கள் தமது சேவை பெறுவோரினால் மேற்கொள்ளப்பட்ட கொடுக்கல் வாங்கல்களை நிதிக்கூற்றுக்கள் தயாரிக்கும்போது அல்லது கணக்காய்வு செய்யும்போது மிக இலகுவாக உறுதி செய்து கொள்ள அனுமதிக்கும்.

தொகுதிச் சங்கிலியின் பயன்பாடானது கணக்காளர்களைப் பொறுத்தவரையில் நமது எதிர்கால சேவை பெறுனர்களுடைய கொடுக்கல் வாங்கல் வரலாறு தொடர்பான பின்னணிகளை, மிக முக்கியமாக பணத் தூயதாக்கல் செய்யும் முறைகள் தொடர்பாக உறுதிசெய்துகொள்ள உதவும். தொகுதிச் சங்கிலியானது மேலும் நிதி வழங்குனர்கள் கடன் வழங்க உள்ள தமது எதிர்கால சேவை பெறுனர்கள் தொடர்பாக மிகவும் கூடுதலாக தகவல் அளிக்கப்பட்ட தீர்மானங்களை கொள்ளக்கூடிய வகையில் பயன்மிக்கதாகும்.

குறியீட்டு நாணயம் (Cryptocurrencies)

குறியீட்டு நாணயம் என்பது இணைய வழியில் கொடுக்கல் வாங்கல்களை மேற்கொள்வதற்கு வசதி அளிக்கும் இணைய தொழில்நுட்பத்தை பயன்படுத்தும் எண்ணியல் நாணயம் ஆகும்.

குறியீட்டு பணம் என்பது பௌதிக வடிவில் காணப்படாத எண்ணியல் நாணய வடிவங்கள் ஆகும். இன்றைய காலகட்டத்தில் 1,600க்கும் மேற்பட்ட வேறுபட்ட குறியீட்டுப் பணங்கள் காணப்படுவதுடன் (ஜூன் 2018 இல் உள்ளவாறு) புதிய வகையிலான குறியீட்டுப் பணங்கள் தற்போது உருவாகி வருகின்றன.

குறியீட்டுப் பணத்தின் ஒரு பிரதான இயல்பானது விஞ்ஞானத்தின் குறியீடுகளைப் பயன்படுத்தி உருவாக்கப்படுவதாகும். குறியீட்டுப் பண முறைமையானது குற்றம் புரிபவர்களால் மோசடி செய்யப்பட முடியாத வகையில் எண்ணியல் பரிபாடை குறியீடுகளை பயன்படுத்துகின்றன.

பாரம்பரிய நாணயங்களை மத்திய வங்கி கட்டுப்படுத்துவது போல குறியீட்டுப் பணத்தை கட்டுப்படுத்த முடியாமையினால் பாரம்பரிய வங்கி முறைமையில் குறியீட்டு பணமானது சவால்மிக்க விளைவினை ஏற்படுத்தும். இந்த கட்டுப்பாடற்ற தன்மை காரணமாக அவை உலகம் முழுவதும் வர்த்தகம் செய்யப்பட்டு பரிமாறப்படுவதனால், குறியீட்டுப் பணத்தின் பெறுமதியில் பாரிய தளம்பல்களை ஏற்படுத்தியுள்ளது.

இணையவழியில் பொருட்கள் சேவைகளை கொள்வனவு செய்வதற்காக கொடுப்பனவு செய்யப்படும் (அல்லது கொடுப்பனவாக பெற்றுக்கொள்ளப்படும்) பாரம்பரிய நாணயங்களைப் போலவே குறியீட்டுப் பணமும் தொழிற்படுகின்றது. குறியீட்டு நாணயங்களைப் பயன்படுத்தி மேற்கொள்ளப்படும் கொடுக்கல் வாங்கல்கள் மேலே குறிப்பிடப்பட்ட தொகுதிச் சங்கிலி தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தி பகிரப்பட்ட பேரேட்டின் மூலம் மேற்கொள்ளப்பட்ட கொடுக்கல் வாங்கல்கள் யாவும் பங்குபற்றுபவர்களிடையே உறுதி செய்யப்படுவதற்கு உதவி செய்கின்றது.



அதிகரித்த எண்ணிக்கையிலான வணிகங்கள் குறிப்பிட்ட கொடுப்பனவுகளில் குறியீட்டுப் பணம் மூலம் கொடுப்பனவுகளை ஏற்றுக்கொள்ள ஆரம்பித்து இருப்பதன் காரணமாகக் குறியீட்டுப் பணமானது பாரம்பரிய கொடுப்பனவு முறைகள் மீது சவால்மிக்க விளைவுகளை ஏற்படுத்தும். குறியீட்டுப் பணத்தின் பயன்பாடு படிப்படியாக பொதுவாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டு வருவதனால், குறியீட்டுப் பணக் கொடுப்பனவுகளை ஏற்றுக்கொள்ளும் வகையில் தமது தகவல் தொழில்நுட்ப உட்கட்டமைப்புக்களை விருத்தி செய்து வரும் நிறுவனங்கள் மீது இது பலமான தாக்கத்தினை ஏற்படுத்தும்.

இலங்கையில் நிதித் தொழில்நுட்பம் (Sri Lankan Scenario)

உலகின் ஏனைய நாடுகள் மற்றும் பிராந்திய சக நாடுகளுடன் ஒப்பிடுகையில், இலங்கையில் Fintech சேவைகளின் பயன்பாடு திருப்திகரமானதாக இல்லை. இது இன்னும் ஆரம்ப நிலையிலேயே உள்ளது.

“குறிப்பாக பணமற்ற சமுதாயத்தை நோக்கிய நகர்வில், இலங்கையின் நிலைமை இன்னும் பின்தங்கிய நிலையிலேயே உள்ளது”

கடனட்டை மற்றும் வரவட்டைகளின் தாக்கத்தை கருத்தில் கொள்ளும்போது, அதிக எண்ணிக்கையிலான அட்டைகள் வழங்கப்பட்டு பல ஆண்டுகளாக புழக்கத்தில் இருந்தாலும், அவை அதிக முன்னேற்றம் அடையத் தவறியுள்ளன (De Silva, 2019). தொலைத்தொடர்பு நிறுவனங்கள் மற்றும் வங்கிகளால் இயக்கப்படும் மொபைல் வால்கள் (Mobile Wallets) கூட பணமில்லா பரிவர்த்தனை அளவையும் கணிசமாக அதிகரித்ததை அவதானிக்க முடியாதுள்ளது. உண்மை என்னவென்றால், இலங்கையில் நடைபெறும் அனைத்து சில்லறை பரிவர்த்தனைகளில் 95 சதவீதம் இன்னும் பண அடிப்படையிலேயே மேற்கொள்ளப்படுகின்றது. பொதுவாக, இலங்கையில் வங்கி முறை தொழிநுட்பமயமாக்கப்பட்டுள்ளதுடன் பெரும்பாலோர் இணைய வங்கி வசதிகளையும் கொண்டுள்ளனர். இருப்பினும், மிகச் சில வங்கிகளை நடமாடும் வங்கி சேவைகள் மற்றும் தொடர்புடைய பயன்பாடுகளை ஏற்றுக்கொள்கின்றன.

இருப்பினும், PayPal, WeChat போன்ற பியர்-டு-பியர் கட்டண தளங்கள் (peer-to-peer payment platforms) இலங்கையில் பாரிய அளவில் இயங்குவதைக் காணக்கூடியதாக இல்லை. சமீபத்தில், லங்கா கிளியர் லிமிடெட் (Lanka Clear Ltd.) குறைந்த பண அடிப்படையிலான சமுதாயத்தை ஊக்குவிக்கும் நோக்கத்துடன், "JustPay" என்ற செயலியை அறிமுகப்படுத்துவதாக அறிவித்தது. அவர்கள் வலியுறுத்தியபடி, “JustPay” முறைமைக்கு



நுகர்வோரின் கைகளில் ஸ்மார்ட் கையடக்கத் தொலைபேசி மட்டுமே தேவை. ஏனைய உட்கட்டமைப்புகளில் எவ்வித முதலீடுகளும் தேவையில்லை. மேலும், வாடிக்கையாளரின் பணம் அவரது வங்கிக் கணக்கில் வரவு வைக்கப்பட்டுள்ளதா என்பதை வணிகர்

இங்கு தெரிந்து கொள்ள வேண்டும் என்று அவர்கள் வலியுறுத்தியுள்ளனர். அதனைக் குறிக்கும் வகையில் அவர் தனது கையடக்கத் தொலைபேசிக்கு குறுஞ்செய்தி (SMS) ஒன்றைப் பெறுவார். Fintech தழுவல்களை ஊக்குவிப்பதற்காக Fintech குழு மற்றும் சாண்ட்பாக்ஸ் (Sand Box) குழுவை நியமிப்பதில் இலங்கை மத்திய வங்கியும் ஆதரவை வழங்குகிறது. குறிப்பாக, மத்திய வங்கியால் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட “ஒழுங்குமுறை சாண்ட்பாக்ஸ்” (Regulatory Sandbox) இந்த Fintech சேவைகளை கட்டுப்படுத்தப்பட்ட

கூழலில் எளிதாக்குவதையும் அதன் மூலம் அந்த சேவைகளுடன் தொடர்புடைய அபாயங்களைக் குறைப்பதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

எனவே, எதிர்வரும் காலங்களில் இலங்கையிலும் Fintech சேவைகள் அதிகம் பயன்படுத்தப்படும் என எதிர்பார்க்கப்படுகின்றது.

உசாத்துணைகள்

Dharmadasa, P. D. C. S. (2021). “Fintech Services” and the Future of Financial Intermediation: A Review. *Economic Research*, 8(2), 21-38. DOI: <http://doi.org/10.4038/sljer.v8i2.135>

Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (2020), *Business Level II BL8 - Digital Business Strategy Volume I – (Tamil)* (1st ed.), Colombo, Sri Lanka: Author.

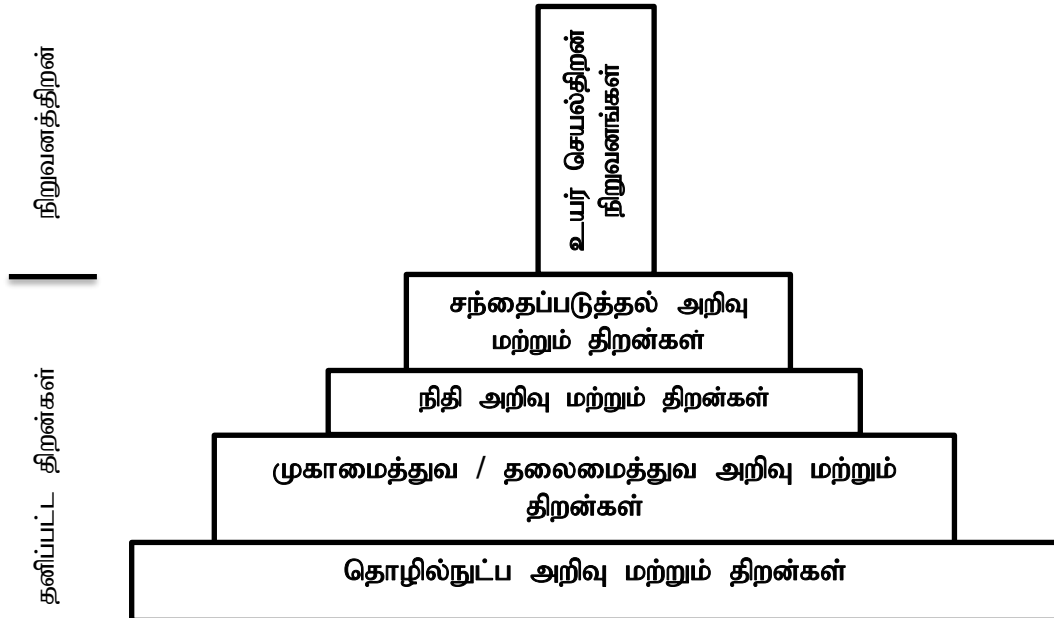
தொழில் வெற்றிக்கான மாதிரி (Career Success Model)

செல்வி வீரப்பன் நெரஞ்சனி (உதவி விரிவுரையாளர்)

பொருளியல்துறை, வர்த்தக முகாமைத்துவ பீடம், கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம், இலங்கை.

எந்தவொரு முகாமையாளரும் வெற்றிகரமான வணிக தொழிலை மேற்கொள்ள சில திறன்கள் மற்றும் திறமைகள் தேவைப்படுகிறது. இவற்றில் முன்றைப் பற்றி ஸ்டீபன் ஆர். கோவி (Stephen R. Covey) தனது புத்தகமான “மிகவும் வினைத்திறனுள்ள நபர்களின் ஏழு பழக்கங்கள்” (The seven Habits of Highly Effective People) (1989) இல் குறிப்பிட்டுள்ளார். அவர் **திறன்** என்பது, “எப்படி செய்வது” என்றும், **அறிவு** என்பது, “என்ன செய்வது” என்றும், **நடத்தை** என்பது, “செய்தல் வேண்டும்” என்றும் வரைவிலக்கணப்படுத்துகிறார். இந்த மூன்று திறமைகளின் பயன்பாடானது ஒரு முகாமையாளர் எவ்வளவு வெற்றிகரமாக இருக்க முடியும் என்பதை தீர்மானிக்கின்றது.

வரைபடம் 1.1 இல் தொழில் வெற்றிக்கான மாதிரியின் நான்கு தனிப்பட்ட திறன்களும் ஒரு நிறுவனத் திறனும் அடையாளப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. முகாமையாளர்கள் நிறுவனத்துடன் வளர்வும் முன்னேறவும் அத்திறன்கள் உதவுகின்றன. முகாமையாளர்கள் தொடர்ந்து வளர்வதும் கற்றுக்கொள்வதும் முக்கியமானதாகும். மேலும் இது அவர்களின் அறிவு மற்றும் திறன்களை விரிவுபடுத்தும் புதிய பகுதிகளை உள்ளடக்கியுள்ளது.



வரைபடம் 1: தொழில் வெற்றிக்கான மாதிரி

தொழில்நுட்ப திறன்கள்

இவை அன்றாட செயல்பாட்டு அறிவு மற்றும் தொழிலைச் செய்யத் தேவையான திறன்களை உள்ளடக்கியுள்ளது. உதாரணமாக விருந்தோம்பல் துறையினை எடுத்துக்கொண்டால் அங்கு நுழைவு நிலை முகாமையாளர்களைக் குறிப்பிடும் போது அப்பணியின் அதிகாரங்களை தெரிந்துகொண்டு அவர்களின் துறையை இயக்குவதற்கான அனைத்து பணிகளையும் பொறுப்புகளையும் செய்ய வேண்டும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. அதனால் அவர்கள் முதல் வருடத்தை கற்றுக்கொள்வதிலும், பணிகளை செய்வதிலும் செலவிடுகிறார்கள். தங்களுக்குப் பணியளிக்கும் அனைத்து ஊழியர்களின் வேலைப் பொறுப்புகளை அறிந்து அவற்றைச் செய்ய முடிவதும் இதில் அடங்கும். ஒரு துறையின் செயல்பாட்டுக்கான தொழில்நுட்ப அம்சங்களைப் புரிந்துகொள்வது அத்துறையின் வெற்றிக்கும் தனிப்பட்ட தொழில் வளர்ச்சிக்கான உறுதியான அடித்தளத்தை நிறுவுவதற்கும் அவசியமானதாக காணப்படுகிறது.

முகாமைத்துவ / தலைமைத்துவ திறன்கள்

இத்திறன்கள் ஒரு முகாமையாளருக்கு தொழிலைச் செய்யும் போது மற்றவர்களை நிர்வகிக்கும் வாய்ப்பை வழங்குகிறது. இதற்கு தேவையான அறிவு மற்றும் திறன்களில் ஏனைய முகாமையாளர்கள் மற்றும் மணிநேர ஊழியர்களுடன் பணிபுரிவது அடங்கும். இந்த நடவடிக்கையானது நிர்வகிப்பதில் இருந்து முன்னணிக்கு முன்னேறுவதை உள்ளடக்கியுள்ளது. இதன் போது ஏனைய ஊழியர்களின் வேலைச் செயற்பாட்டுக்காக முகாமையாளருக்கு ஊதியம் வழங்கப்படுகிறது. இது திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல் மற்றும் கட்டுப்பாடு ஆகியவற்றின் வழக்கமான நிர்வாகப் பொறுப்புகளுடன் ஊழியர்களை ஊக்குவித்தல், ஒன்றிணைத்தல், ஆதரித்தல் மற்றும் அங்கீகரித்தல் போன்ற தலைமைப்பொறுப்புகளுக்கு முன்னேறியுள்ளது. உண்மையில் ஒரு தலைவரின் ஆற்றல் என்பது அவரிடம் பணிபுரியும் நபர்களுக்கு அவர்கள் செய்யக்கூடிய சிறந்த வேலையைச் செய்ய கற்றுக்கொடுக்கும் மற்றும் ஊக்குவிக்கும் திறன் ஆகும்.

நிறுவன வளங்களை ஒதுக்கீடு செய்யும் பொறுப்பும் தலைவர்களுக்கு உண்டு. இதில் பொருத்தமான உற்பத்தி அல்லது இலாபகரமான பகுதிகளுக்கு நேரம், பணம், உழைப்பு மற்றும் எண்ணங்களை ஒதுக்குவது உள்ளடங்குகிறது. ஊழியர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களைத் தொடர்புக்கொண்டு திட்டங்கள் அல்லது வேலைப் பொறுப்புகளுக்கு முன்னுரிமை அளிப்பதன் மூலம் இதைச் செய்கிறார்கள்.

ஒரு நிறுவனத்திற்குள் உயர் பதவிகளுக்கு முன்னேற முயற்சிக்கும்போது தொழில்நுட்ப திறன்கள் மற்றும் முகாமைத்துவ அல்லது தலைமைத்துவ திறன்கள் இருந்தால் மட்டும் போதாது. மேலும், நிறுவனத்தின் அன்றாட நடவடிக்கைகளில் கணக்கியல் கருத்துகள் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் கருத்துகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கும் பயன்படுத்துவதற்கும் அறிவு மற்றும் திறன் தேவைப்படுகிறது.

நிதித் திறன்கள்

நிதி அறிவு மற்றும் திறன் என்பது எண்களைப் புரிந்துகொள்வதன் மூலம் தொடங்குகிறது. எண்கள் எதைக் குறிக்கின்றன என்பதைத் தொடர்புக்கொண்டு தொழில்நுட்பம் செய்யும் திறன் மூலம் வணிகத்தின் செயல்பாடுகளை மேம்படுத்த முடியும். குறிப்பாக, இது அனைத்து வகையான நிதி அறிக்கைகளிலும் உள்ள தகவல்களை அனைத்து மட்ட நிர்வாகத்துடனும் விளக்கி விவாதிக்கும் திறன் ஆகும். ஒரு முகாமையாளர் தனது துறையின் நிதி அம்சங்களை நிதி இயக்குநர் மற்றும் பொது முகாமையாளரிடம் விளக்கும் திறனுடன் இருத்தல் வேண்டும். வருமானங்கள் மற்றும் செலவுகளை விளக்குவது, வரவு செலவு கணக்குகள் மற்றும் உண்மையான முடிவுகளை முன்கூட்டி கணிக்கப்பட்ட முடிவுகளுடன் ஒப்பிடுவது மற்றும் செயல்பாடுகளை மேம்படுத்துவதற்கு மாற்றங்களைச் செய்வது ஆகியவை எந்தவொரு மேலாளரும் வைத்திருக்க வேண்டிய முக்கியமான நிதி திறன்கள் ஆகும்.

முகாமையாளர்கள் சான்றளிக்கப்பட்ட பொதுக் கணக்காளர்கள் அல்லது நிதி இயக்குநர்களாக இருக்க வேண்டியதில்லை. ஆனால் அவர்கள் தங்கள் துறையின் செயல்பாடுகள் மற்றும் நிதி செயல்திறனை மூத்த நிர்வாகத்துடன் புரிந்துகொண்டு புத்திசாலித்தனமாக விவாதிக்க கூடியவராக இருத்தல் வேண்டும்.

சந்தைப்படுத்தல் திறன்கள்

தொழில் வெற்றி மாதிரியின் அடுத்த படி விற்பனை மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் அறிவு மற்றும் திறன்களை வளர்ப்பதாகும். இது வாடிக்கையாளர்களையும் அவர்களின் எதிர்பார்ப்புகளையும் புரிந்துகொள்வதன் மூலம் தொடங்குகிறது. உதாரணமாக ஒரு உணவகம் அதன் போட்டியாளர்களை விட கூடிய நன்மதிப்பை உருவாக்க மற்றும் பராமரிக்க என்ன செய்கிறது? ஒரு வாடிக்கையாளர் ஒரு குறிப்பிட்ட விடுதியில் தங்க அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட உணவகத்தில் சாப்பிடுவதை ஏன் தேர்வு செய்கிறார்? இவ்வாறான வாடிக்கையாளரின் விருப்பத்தேர்வுகள், எதிர்பார்ப்புகள், கொள்வனவு முறைகள் மற்றும் நடத்தை முறைகளை அடையாளம் காண்பது சந்தைப்படுத்தல் துறையின் பொறுப்பாகும். இவ்வாறு அடையாளம் காணப்பட்ட தகவல்கள் பின்னர் வெவ்வேறு சந்தைப் பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தப்படுகின்றன. அதன் மூலம் உணவகமானது அது விரும்பும் சந்தைப் பிரிவுகளைத் தேர்ந்தெடுத்து வெற்றிகரமாக போட்டியிடலாம்.

உயர் செயல்திறன் நிறுவனங்கள்

ஒரு முகாமையாளர், தொழில்நுட்பம், முகமைத்துவம் அல்லது தலைமைத்துவம், நிதி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் ஆகிய இந்த நான்கு தனிப்பட்ட திறன்களில் அறிவும் ஆற்றலும் கொண்டவராக இருந்தால் அவர் ஒரு உயர் செயல்திறன் கொண்ட அமைப்பின் ஒரு பகுதியாக இருக்கும் வாய்ப்பினை பெறுகிறார். வலுவான தனிப்பட்ட திறன்கள் மற்றும் அறிவு மற்றும் சாதகமான (positive) மற்றும் செயலூக்க மனப்பான்மை கொண்ட ஒரு

முகாமையாளர் பின்னர் ஒரு நிறுவனத்தை உருவாக்கலாம் அல்லது அதில் ஒரு பகுதியாக இருக்க முடியும், அவ்வாறு உருவாக்கப்பட்ட நிறுவனமானது அதன் எதிர்பார்ப்புகளையும் இலக்குகளையும் பூர்த்தி செய்வது மட்டுமல்லாமல் அதனையும் மீறி செயற்படுகிறது. இது ஒரு முக்கியமான தொழில் இலக்காக காணப்படல் வேண்டும்.

உதாரணமாக ஒரு உணவகத்தில் உள்ள எந்தவொரு துறையின் இறுதி இலக்கும் சிறந்த செயல்திறன் மற்றும் முடிவுகளை அடைவதாகும். இச்செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ள அனைவரின் குழு முயற்சி, இந்த நான்கு பகுதிகளின் அறிவு மற்றும் திறமையின் அளவு எவ்வளவு அதிகமாக இருக்கிறதோ அதற்கேற்ப முகாமையாளர் தனது குழு அல்லது துறையின் செயல்திறனுக்கு அதிக பங்களிப்பை வழங்க முடியும். ஒரு முகாமையாளர் தனிப்பட்ட செயல்திறனின் சிறப்பை குழு செயல்திறனின் சிறப்பாக மாற்றினால் மட்டுமே அவர் உண்மையிலேயே சிறந்து விளங்க முடியும்.

தொழில் வெற்றி மாதிரியானது வணிகத்தில் வெற்றி பெறுவதற்கும் மூத்த நிர்வாகப் பதவிகளுக்கு முன்னேறுவதற்கும் தேவையான அறிவு, திறன்கள் மற்றும் திறன்களை கோடிட்டுக் காட்டுகிறது.

உசாத்துணைகள்

Covey, S. R. (1991). *The seven habits of highly effective people*. Provo, UT: Covey Leadership Center.

Hales, J. (2006). *Accounting and financial analysis in the hospitality industry*. Routledge.

இலங்கையின் வரி முறைமை (Tax System of Sri Lanka)

செல்வி. சந்திரன் பேபிஜாலினி (உதவி விரிவுரையாளர்)
வர்த்தகத்துறை, வர்த்தக முகாமைத்துவ பீடம், கிழக்குப் பல்கலைக்கழகம், இலங்கை.

01. அறிமுகம்

“IRD” என அழைக்கப்படும் உள்நாட்டு இறைவரித் திணைக்களமானது இலங்கை அரசாங்கத்தின் சார்பில் நாட்டிற்கு வருமானத்தை ஈட்டித்தருவதில் முக்கிய பங்கினை வகிக்கின்றது. உள்நாட்டு இறைவரித் திணைக்களமானது அரசாங்கத்தின் வருமானத்தில் 50% இற்கு விஞ்சிய தொகையை சேகரிப்பதில் தன் பங்கினை வழங்குகின்றது. எவ்வாறாயினும் கோவிட் - 19 பெருநோய் தொற்று காரணமாக 2019 ஆம் ஆண்டுடன் தொடர்புடைய வருமான வரி சேகரிப்பில் வீழ்ச்சி ஒன்று காணப்படுகின்றது.

உள்நாட்டு இறைவரித் திணைக்களமானது, வரி செலுத்தும் பொதுமக்களுக்கு, அர்ப்பணிப்புடன் செயற்படும் நன்றாக பயிற்றுவிக்கப்பட்ட ஆளணியினருடன், வரிசெலுத்துநர்களுக்கு உகந்த வரி நிருவாகத்தில் சிறந்த சேவையை வழங்கும் அதன் நோக்கினை அடைவதற்கு அர்ப்பணிப்புடன் செயற்படுகின்றது. திணைக்களமானது, 2020 ஆம் ஆண்டில் வருமான வரி, பெறுமதி சேர் வரி, மூலதன ஈட்டுகை வரி, பங்கு பரிவர்த்தனை விதிப்பனவு, குடியகல்வு வரி, முத்திரை தீர்வை மற்றும் பந்தயம் மற்றும் சூதாட்ட விதிப்பனவு போன்ற சில வரிகளை நிருவகிக்கின்றது. அந்த வகையில் உள்நாட்டு இறைவரித் திணைக்களத்தின் பிரதான செயற்பாடுகளாக:

- உள்நாட்டு இறைவரி ஆணையாளர் நாயகத்தின் ஆதிக்க எல்லையின் கீழுள்ள அனைத்து சட்டத்தினையும் நிருவகித்தல்.
- அரசாங்கத்தின் வரி வருமானத்தினை சேகரித்தல்
- நிதிக்கொள்கைகளை அமுல்படுத்துவதில் பின்னூட்டல்களை வழங்குதல் போன்றவற்றைக் குறிப்பிடலாம்.

இவ் வருடத்தில் உள்நாட்டு இறைவரித் திணைக்களத்தினால் நிருவகிக்கப்பட்ட வரிகள்

- ✓ வருமான வரி
- ✓ பெறுமதி சேர் வரி (நிதி சேவைகள் மீதான பெறுமதி சேர் வரி அடங்கலாக)
- ✓ பந்தய மற்றும் சூதாட்ட விதிப்பனவு
- ✓ முத்திரைத் தீர்வை
- ✓ பங்கு கொடுக்கல் வாங்கல் தீர்வை
- ✓ குடியகல்வு வரி

பின்வரும் வரிகள் ஆரம்பத்தில் விதிக்கப்பட்டு தற்பொழுது அவை நீக்கப்பட்டு இருப்பினும் உள்நாட்டு இறைவரித் திணைக்களம் அவற்றின் சேகரிப்பு பணியில் தொடர்ந்தும் ஈடுபட்டு வருகின்றது.

- ✓ தேசிய பாதுகாப்புத் தீர்வை
- ✓ பொருட்கள் சேவைகள் வரி
- ✓ புரள்வு வரி
- ✓ வாகன உரிமத் தீர்வை
- ✓ நிருமான கைத்தொழில் உத்தரவாத நிதித் தீர்வை
- ✓ பொருளாதார சேவைக்கட்டணம்
- ✓ தேசிய கட்டுமான வரி
- ✓ கடன் மீளக் கொடுப்பனவு தீர்வை

02. இலங்கையில் காணப்படும் பொதுவான வரி வகைகள்

2.1 வருமான வரி

வருமான வரியானது, 2021 ஆம் ஆண்டின் 10 ஆம் இலக்க உள்நாட்டு இறைவரி (திருத்தச்) சட்டத்தினால் திருத்தப்பட்ட 2017 ஆம் ஆண்டின் உள்நாட்டு இறைவரிச் சட்டத்தின் ஏற்பாடுகளின் அடிப்படையில் அறவீடு செய்யப்படுகின்றது. உள்நாட்டு இறைவரிச் சட்டமானது 2018 ஏப்ரல் 1 ஆம் திகதியன்று அல்லது அதன் பின்னர் ஆரம்பமாகும் ஒவ்வொரு வரி மதிப்பாண்டுக்கும் அத்தகைய ஆளுக்கு எழுகின்ற அல்லது எழுந்த ஒவ்வொரு ஆளின் அல்லது பங்குடமையின் இலாபங்கள் மற்றும் வருமானத்தின் மீது வருமான வரியினை அறவிடுவதற்கு, விதிப்பதற்கு மற்றும் சேகரிப்பதற்கான சட்ட அதிகாரத்தினை வழங்குகின்றது.

வருமான மூலங்கள்:

ஊழிய வருமானம்: வரி மதிப்பாண்டொன்றிற்கான ஊழியமொன்றிலிருந்தான ஆளொருவரின் வருமானங்கள் மற்றும் இலாபங்களின் கணிப்பீடு

வியாபார வருமானம்: குறித்த வரி மதிப்பாண்டொன்றிற்கான வியாபாரமொன்றிலிருந்தான ஆளொருவரின் வருமானமானது குறித்த ஆண்டில் நடாத்தப்படுகின்ற வியாபாரத்திலிருந்தான ஆளொருவரின் வருமானங்கள் மற்றும் இலாபங்களாகும்.

முதலீட்டு வருமானம்: குறித்த வரி மதிப்பாண்டொன்றிற்கான முதலீட்டிலிருந்தான ஆளொருவரின் வருமானமானது குறித்த ஆண்டில் மேற்கொள்ளப்படுகின்ற முதலீட்டிலிருந்தான ஆளொருவரின் வருமானங்கள் மற்றும் இலாபங்களாகும்.

ஏனைய வருமானம்: குறித்த வரி மதிப்பாண்டொன்றிற்கான ஏனைய மூலங்களிலிருந்தான ஆளொருவரின் வருமானம் என்பது, ஏதேனுமொரு வகையிலான ஏதேனுமொரு மூலத்திலிருந்தான ஆளொருவரின் வருமானம் மற்றும் இலாபத்தினைக் குறிப்பிடுகின்றது.

எவ்வாறாயினும், அமைய மற்றும் மீண்டெழாத தன்மையினைக் கொண்டதான இலாபங்களை உள்ளடக்காது.

2.2 உழைக்கும் போது செலுத்தும் வரி (PAYE TAX)

2006 ஆம் ஆண்டின் 10 ஆம் இலக்க உள்நாட்டு இறைவரிச் சட்டத்தின் 114 ஆம் அல்லது 2017 ஆம் ஆண்டின் 24 ஆம் இலக்க உள்நாட்டு இறைவரிச் சட்டத்தின் 83 ஆம் பிரிவின் நியதிகளின்படி (2018 ஏப்ரல் 1, இருந்து) தொழில் வழங்குனர்கள் உழைப்புதிய கொடுப்பனவு மேற்கொள்ளப்படும் வேளையில் ஊழியர்களின் ஊழிய வருமானத்தின் மீது வருமான வரியினைக் கழிப்பனவு செய்யுமாறு கேட்கப்படுகின்றனர்.

இந்நோக்கத்திற்காக, உள்நாட்டு இறைவரி ஆணையாளர் நாயகத்தினால் அத்தகைய வரிக் கழிப்பனவுகள் மேற்கொள்ளப்படுகையில் பயன்படுத்தப்பட வேண்டிய வரி அட்டவணைகள் குறித்துரைக்கப்பட்டுள்ளது. உழைப்புதியம் சம்பாதிக்கப்படுகின்ற வேளையில் செலுத்தப்படும் வரி என்பதால், இந்த முறைமையானது உழைக்கும் போது செலுத்தும் முறைமை (PAYE) என அழைக்கப்படுகின்றது.

2.3 பொருளாதார சேவைக் கட்டணம் (ESC)

சட்டம் ஏற்புடை ஒவ்வொரு நபரிடம் இருந்தும் ஒவ்வொரு பங்குடமையில் இருந்தும் 2020 ஜனவரி 1 ஆம் திகதிக்கு முன்னர் ஒவ்வொரு வரி மதிப்பீட்டாண்டினதும் ஒவ்வொரு காலாண்டுக்கும் பொருளாதார சேவைக் கட்டணமானது அறவிடப்பட்டது.

பொருளாதார சேவைக் கட்டணமானது, 2007 ஆம் ஆண்டின் 15 ஆம் இலக்க, 2008 ஆம் ஆண்டின் 11 ஆம் இலக்க, 2009 ஆம் ஆண்டின் 16 ஆம் இலக்க, 2011 ஆம் ஆண்டின் 11 ஆம் இலக்க, 2012 ஆம் ஆண்டின் 11 ஆம் இலக்க, 2013 ஆம் ஆண்டின் 06 ஆம் இலக்க, 2014 ஆம் ஆண்டின் 09 ஆம் இலக்க, 2015 ஆம் ஆண்டின் 13 ஆம் இலக்க, 2017 ஆம் ஆண்டின் 07 ஆம் இலக்க, 2018 ஆம் ஆண்டின் 33 ஆம் இலக்க மற்றும் 2020 ஆம் ஆண்டின் 04 ஆம் இலக்க பொருளாதார சேவை கட்டண திருத்தச் சட்டங்களினால் திருத்தப்பட்டவாறு 2006 ஆம் ஆண்டின் 13 ஆம் இலக்க பொருளாதார சேவைக் கட்டண சட்டத்தின் கீழ் 2006 ஏப்ரல் 01 ஆம் திகதியிலிருந்து நிருவகிக்கப்பட்டு வருகின்றது. இதற்கு முன்னதாக, இது 2004.04.01 இலிருந்து 2006.03.31 வரையில் 2004 ஆம் ஆண்டின் 11 ஆம் இலக்க மற்றும் 2005 ஆம் ஆண்டின் 11 ஆம் இலக்க நிதிச் சட்டங்களின் கீழ் நிருவகிக்கப்பட்டுள்ளது.

2016.01.01 இலிருந்து பயனுறுதியாகும் வகையில் உரிய புரள்வின் மீது பொறுப்பாகும் வரி வீதம் 0.5% ஆகும்.

2.4 பெறுமதி சேர் வரி (VAT)

2002 ஆம் ஆண்டின் 14 ஆம் இலக்க சட்டத்தினால் அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட பெறுமதி சேர் வரியானது (பெ. சே. வ) 2002 ஆகஸ்ட் முதலாம் திகதியிலிருந்து அமுலுக்கு வந்தது.

பெறுமதி சேர் வரியானது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் வரியை பதிலீட்டம் செய்ததுடன் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் நுகர்ச்சியின் மீதான வரியாகவும் காணப்படுகின்றது.

இது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உள்நாட்டு நுகர்வின் மீது விதிக்கப்படும் வரியாகும். இலங்கைக்கு இறக்குமதி செய்யப்படும் பொருட்கள் மற்றும் இலங்கையின் சட்ட ரீதியான எல்லைகளுக்குள் வழங்கப்படுகின்ற பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் என்பன இவ்வரி விடயத்திற்கு உள்ளாகின்றன. இது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் விநியோக சங்கிலியின் ஒவ்வொரு நிலையிலுமுள்ள அதிகரித்த பெறுமதியின் மீது விதிக்கப்படும் ஓர் பல்நிலை வரியாகும். இந்த வரியானது, இறுதி அல்லது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் இறுதி பயன்பாட்டாளரினால் பொறுப்பேற்கப்படுகின்றது. இது ஒரு மறைமுக வரியாகும். இறுதி பயன்பாட்டாளரினால் செலுத்தப்பட்ட தொகைக்கு சமமான தொகையினை அரசாங்கம் உற்பத்தி மற்றும் விநியோக சங்கிலியிலுள்ள அனைத்து இடைநிலை வழங்குனர்களினூடாக இறுதியில் பெற்றுக் கொள்ளும்.

பெறுமதி சேர் வரியானது குறித்த சில இறக்குமதிகள் மற்றும் பொருட்களின் சில்லறை மற்றும் மொத்த வழங்கலின் மீது விதிக்கப்படுவதில்லை. பெறுமதி சேர் வரியிலிருந்து விலக்களிப்புப் பெற்ற பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுமுள்ளன. பெறுமதி சேர் வரி வீதங்களாக நியம வீதம் 8%, பூஜ்ஜிய வீதம் காணப்படுகின்றன.

2.5 இலகூபடுத்தப்பட்ட பெறுமதி சேர் வரி முறைமை (SVAT)

2002 ஆம் ஆண்டின் 14 ஆம் இலக்க பெறுமதி சேர் வரிச் சட்டத்தின் பிரிவு 2(2) இன் நியதிகளின்படி, 2011 ஏப்பிரல் 1ம் திகதியிலிருந்து பயனுறுதியாகும் வகையில் இலகூபடுத்தப்பட்ட பெறுமதி சேர் வரி முறைமையானது அமுல்படுத்தப்பட்டு வருகின்றது. உள்நாட்டு இறைவரித் திணைக்களத்தினால் இலகூபடுத்தப்பட்ட பெறுமதி சேர் வரி முறைமைக்கான வழிகாட்டி விநியோகிக்கப்பட்டுள்ளது.

2.6 இலங்கை உல்லாசப் பயணிகளுக்கான பெறுமதிசேர் வரி மீளளிப்புத் திட்டம் (TVRS)

உல்லாசப் பயணிகளுக்கான பெறுமதிசேர் வரி மீளளிப்பு முறையானது, இலங்கைக்கு வரும் உல்லாசப் பயணிகள் பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்யும் போது அவர்களிடமிருந்து அறவிடப்படும் பெறுமதிசேர் வரியை மீளளிப்புச் செய்வதற்காக இலங்கை உள்நாட்டு இறைவரித் திணைக்களத்தினால் ஆரம்பிக்கப்பட்ட ஒரு திட்டமாகும்.

இந்த “உல்லாசப் பயணிகளுக்கான பெறுமதிசேர் வரி மீளளிப்புத் திட்டம்” (TVRS), 2002 ஆம் ஆண்டின் 14 ஆம் இலக்க பெறுமதிசேர் வரிச் சட்டத்தின் 58அ பிரிவின் ஏற்பாடுகளுக்கு இணங்கவும் அதன் அடிப்படையில் உள்நாட்டு இறைவரி ஆணையாளர் நாயகத்தினாலும் நிதி அமைச்சரினாலும் வெளியிடப்பட்ட வர்த்தமானி அறிவித்தல்களுக்கு இணங்கவும் 2018 செப்டம்பர் 11 ஆம் திகதியிலிருந்து நடைமுறைப்படுத்தப்படுகிறது.

2.7 நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (NBT)

நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரியானது 2019.12.01 ஆம் திகதிக்கு முன்னர் இச் சட்டம் ஏற்புடைய ஒவ்வொரு ஆளிடமிருந்தும் மற்றும் பங்குடமையிலிருந்தும் அறவிடப்பட்டது.

நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரியானது, 2009 ஆம் ஆண்டின் 32 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2011 ஆம் ஆண்டின் 10 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2012 ஆம் ஆண்டின் 9 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2013 ஆம் ஆண்டின் 11 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2014 ஆம் ஆண்டின் 10 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2015 ஆம் ஆண்டின் 12 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2016 ஆம் ஆண்டின் 22 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2017 ஆம் ஆண்டின் 13 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2018 ஆம் ஆண்டின் 20 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2019 ஆம் ஆண்டின் 20 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம், 2020 ஆம் ஆண்டின் 3 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரி (திருத்தச்) சட்டம் ஆகியவற்றினால் திருத்தப்பட்டவாறு 2009 ஆம் ஆண்டின் 9 ஆம் இலக்க நாட்டைக் கட்டியெழுப்பும் வரிச் சட்டத்தின் மூலம் 2009 பெப்ரவரி 1 இலிருந்து பயனுறுதியாகும் வகையில் விதிக்கப்படுகின்றது.

வரியுரித்தாகும் புரள்வு எல்லை (காலாண்டுக்கு)

ரூபா 3,000,000 - ஏதேனும் காலாண்டுக்கானது

ரூபா 25,000,000 - விற்பனைக்கான தயாரிப்பில் உள்நாட்டில் பெறப்படும் ஏதேனும் விவசாய உற்பத்தியினைப் பதப்படுத்துதல்

வரி வீதங்கள்

வரியுரித்தாகும் புரள்வின் மீது (மொத்த விற்பனை அல்லது சில்லறை விற்பனை தவிர்த்த) - 2%

பின்வரும் ஆட்களின், ஏதேனும் பொருளின் மொத்த அல்லது சில்லறை விற்பனையிலிருந்து வரியுரித்தாகும் புரள்வின் மீது

அ. எவரேனும் விநியோகஸ்தராயின், வரியுரித்தாகும் புரள்வின் நான்கில் மூன்று பகுதிக்கு இல்லை

ஆ. மொத்த அல்லது சில்லறை விற்பனையாளராயின் வரியுரித்தாகும் புரள்வின் அரைப்பகுதிக்கு இல்லை

இ. மேலே “அ” மற்றும் “ஆ” வில் குறிப்பிடப்பட்டோரின் மீது வரியுரித்தாகும் புரள்வு மீது - 2%

2.8 மூலதன ஈட்டுகை வரி (CGT)

2017 ஆம் ஆண்டின் 24 ஆம் இலக்க உள்நாட்டு இறைவரிச் சட்டமானது, 2018 ஏப்பிரல் 1 ஆம் திகதியிலிருந்து அமுலுக்குவரும் வகையில் முதலீட்டுச் சொத்துக்களின் தேறுகையிலிருந்து ஈட்டப்படுகின்ற இலாபத்தின் மீது மூலதன ஈட்டுகை வரியினை (CGT) அறிமுகப்படுத்துகின்றது. வருமானவரி நோக்கங்களுக்காக, மூலதன ஈட்டுகை வரியானது முதலீட்டு வருமானமாக ஈட்டப்படுகின்றதுடன் இது “அத்தியாயம் iv (பிரிவு 36-51) இன் கீழ் கணிப்பிடப்பட்டவாறு முதலீட்டுச் சொத்துக்களின் தேறுகையிலிருந்தான இலாப ஈட்டம்” என பிரிவு 7(2) இல் அறவீடு செய்யப்படுகின்றது.

மூலதன ஈட்ட வரி வீதம் - 10%

2.9 பந்தய மற்றும் சூதாட்ட விதிப்பனவு (B & GL)

விதிப்பனவுக்குரித்துடைய ஆட்கள்

- பந்தய பணம் கட்டும் வியாபாரம் அல்லது
- சூதாட்ட வியாபாரம்

சட்ட ரீதியாகவோ அல்லது சட்ட ரீதியற்ற முறையிலோ இலங்கையிலுள்ள பந்தய பணம் கட்டும் வியாபாரம் அல்லது சூதாட்ட வியாபாரத்தினைக் கொண்டு நடாத்துகின்ற எவரேனும் ஆள் சட்டத்தின் அட்டவணையில் விதித்துரைக்கப்பட்டவாறான உரிய வீதங்களில் வரி விதிப்புக்குள்ளாவார். அத்தகைய வியாபாரமானது குறித்த ஆளினால் வெவ்வேறு இடங்களில் நடாத்தப்படுமாயின், அத்தகைய வெவ்வேறு இடங்களுக்கும் தனித்தனியாக விதிப்பனவினை செலுத்துமாறு அவர் கோரப்படுவார். (வரி நோக்கங்களுக்காக அத்தகைய ஒவ்வொரு இடமும் தனித்தனியான வியாபாரமாக கருதப்படுகின்றது)

2.10 முத்திரைத் தீர்வை (SD)

முத்திரைத் தீர்வைக் கட்டளைச் சட்டம் இலங்கையில் 1909 ஆம் ஆண்டில் சட்டமாக்கப்பட்டது. அதன் பின்னர் 1982 ஆம் ஆண்டு சாதனங்கள் மற்றும் ஆதனங்கள் மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய அல்லது இடைநேர்விளைவானவற்றுக்கு முத்திரைத் தீர்வைக்கான விதிப்பனவினை அமுல்படுத்துவதற்காக முத்திரைத் தீர்வை சட்டத்தின் 43 ஆம் பிரிவு பாராளுமன்றத்தில் சட்டமாக்கப்பட்டது.

அசையா ஆதனங்கள் மற்றும் குறித்த சில ஆதனங்கள் மீதான முத்திரைத் தீர்வையானது அரசியலமைப்பின் 13 ஆவது திருத்தத்தின் மூலம் மாகாண சபைகளுக்கு உரித்தளிக்கப்பட்டன. அத்துடன் மத்திய அரசாங்கத்தினால் நிருவகிக்கப்படும் முத்திரைத் தீர்வைகள் 2002 மே 01 ஆந் திகதியிலிருந்து அமுலுக்குவரும் வகையில் இடைநிறுத்தப்பட்டது. அரசாங்கமானது, முத்திரைத் தீர்வையினை 2006 ஆம் ஆண்டின் 12

ஆம் இலக்க முத்திரை தீர்வை (விசேட ஏற்பாடுகள்) சட்டத்தினூடாக மீள-
அறிமுகப்படுத்தியதுடன், குறித்த பத்து ஆவணங்களுக்கு மட்டுமே
ஏற்புடையதாகக்கப்பட்டுள்ளது.

அவ்வாறு விதித்துரைக்கப்பட்ட ஆவணங்கள் பின்வருமாறு

- சத்தியக் கடதாசி
- காப்புறுதிக் கொள்கை
- பிரசித்த நொத்தாரிசு ஆக கடமையாற்றுவதற்கான ஆணைப்பத்திரம்
- வர்த்தகம், வியாபாரம், உயர்தொழில் அல்லது வாழ்க்கைத் தொழிலினை கொண்டு
நடத்துவதற்கான குறித்துரைக்கப்பட்ட காலப்பகுதியொன்றிற்கான உரிமம்
- கடன் அட்டையை பயன்படுத்தி மேற்கொள்ளப்பட்ட பரிவர்த்தனை காரணமாக,
குறிப்பிடப்பட்ட பணத் தொகைக்கான கொடுப்பனவுக்கு கடன் அட்டையை
வைத்திருப்பவரிடமிருந்தான கடன் கோரிக்கை, கேள்வி அல்லது கோரிக்கை
- ஓர் ஆதனத்தைப் பாதிக்கும் திட்டவட்டமான பணத்தொகையொன்றிற்கான
முறியொன்று அல்லது ஈடு
- வாக்குறுதிச் சீட்டு
- ஏதேனும் ஆதனமொன்றின் குத்தகை அல்லது வாடகை
- ஏதேனும் பணத்துக்காக அல்லது வேறு ஆதனத்திற்காக வழங்கப்பட்ட பற்றுச்சீட்டு
அல்லது பொறுப்பு விடுவிப்பொன்று.

2.11 நிருமாண கைத்தொழில் உத்தரவாத நிதிய விதிப்பனவு (CIGFL)

நிருமாண கைத்தொழில் உத்தரவாத நிதிய விதிப்பனவானது, 2005 ஆம் ஆண்டின் 5 ஆம் இலக்க நிதிச் சட்டத்தின் பகுதி III இல் முதன்மையாக அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

நிருமாண கைத்தொழில் உத்தரவாத நிதிய விதிப்பனவானது, விதித்துரைக்கப்பட்ட ஏற்புடைய வீதத்தில் இலங்கையில் அமுல்படுத்தப்பட்ட (2005 ஜனவரி 1 ஆம் திகதியன்று அல்லது அதன் பின்னர்) ஏதேனும் “நிருமாண ஒப்பந்தத்தின் பெறுமதி” இன் மீது ஏதேனும் “நிருமாண ஒப்பந்ததாரர்” அல்லது “உப ஒப்பந்ததாரர்” இனால் செலுத்தத்தக்கதாகும்.

எவ்வாறாயினும், 2011 ஜனவரி 1 ஆம் திகதியிலிருந்து மற்றும் அதன் பின்னர் மேற்கொள்ளப்படும் நிதி அமைச்சரினால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட விதித்துரைக்கப்பட்ட கருத்திட்டங்களின் அமுலாக்கத்திற்கான ஒப்பந்தங்கள் தொடர்பில் அவர்களின் ஒப்பந்த பெறுமதி மீது எவரேனும் நிருமாண ஒப்பந்ததாரரினால் இலங்கையில் மேற்கொள்ளப்படவுள்ளதும் மேற்கொள்ளப்பட்டதுமான ஏதேனும் நிருமாண ஒப்பந்தம் மீது நிருமாண கைத்தொழில் உத்தரவாத நிதிய விதிப்பனவு விதிக்கப்படுதலாகாது. (2011 ஆம் ஆண்டின் 15 ஆம் இலக்க நிதிச் சட்டத்தின் (திருத்த) பகுதி IV)

வீதங்கள்

ஒப்பந்த பெறுமதி

வீதங்கள்

ரூபா 15 மில்லியனுக்கும் குறைந்தவை	இல்லை
ரூபா 15 மில்லியனுக்கு குறையாததும் ரூபா 50 மில்லியனுக்கு குறைந்ததும்	0.25%
ரூபா 50 மில்லியனுக்கு குறையாததும் ரூபா 150 மில்லியனுக்கு குறைந்ததும்	0.5%
ரூபா 150 மில்லியன் அல்லது அதற்கு மேல்	1%

2.12 பங்குப் பரிமாற்ற விதிப்பனவு (STL)

2005 ஆம் ஆண்டின் 05 ஆம் இலக்க நிதிச் சட்டத்தின் மூலம் பங்குத் தொகுதி பரிமாற்றத்தில் இடம் பெறுகின்ற பங்குப் பரிமாற்றங்கள் மீது விதிப்பனவொன்றினை அறவிடும் நடைமுறையினை 2005.01.01 இலிருந்து வலுவுக்கு வரும் வகையில் சட்டமாக்கப்பட்டது. ஏற்புடைய வரி வீதமானது பங்கொன்றின் விற்பனைப் பெறுமதியில் விற்பனையாளரின் மீது 0.2 ஆகுமென்பதுடன் பங்கொன்றின் கொள்வனவுப் பெறுமதியின் வாங்குனரின் 0.2 ஆகும். இச்சட்டத்தின் கீழ் பெறப்படுகின்ற வருமானம், பங்குத் தொகுதி பரிமாற்றத்தில் இடம் பெறுகின்ற கொடுக்கல் வாங்கலினை அடிப்படையாகக் கொள்வதால் பங்குச் சந்தை கொடுக்கல் வாங்கல்களின் எண்ணிக்கைக்கமைவாக தளம்பலுறும். 2011.01.01ம் திகதியிலிருந்து இவ்வீதம் 0.3% ஆகும்.

03. 2020 ஆம் ஆண்டில் வருமான வரி தொடர்பான பிரதான கொள்கை மாற்றங்கள்

2020, ஏப்பிரல் 1 ஆம் திகதி செயல் வலுப்பெறும் வகையில் பிடித்துவைத்தல் வரி (பங்கிலாபம், வட்டி, கழிவு, கட்டணம், இயற்கை வள கொடுப்பனவு, வாடகை, உரிமைப்பணம், கட்டுப்பணம் அல்லது அவை போன்ற குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியிலான கொடுப்பனவுகள்) மற்றும் உழைக்கும் போதே செலுத்தும் வரி (உ.போ.செ.வ) என்பவற்றின் நீக்கம் மற்றும் முற்பண வருமான வரி (மு. வ. வ) மற்றும் முற்பண தனிப்பட்ட வருமான வரி (மு.த.வ.வ) என்பவற்றின் சேர்க்கை.

2020, ஜனவரி 1 அன்று அல்லது அதற்கு பின்னர், வதிவுள்ள மற்றும் வதிவற்ற தனிநபர்களுக்கு அதிகரிக்கப்பட்ட வரி அடுக்குகள் மற்றும் வரி வீதங்கள் பின்வருமாறு:

வரி மதிப்பீட்டாண்டிற்கான வரியிடற்பாலதான வருமானம்	செலுத்தப்படற்பாலதான வரி (%)
முதல் 3,000,000 ரூபா	6%
அடுத்த 3,000,000 ரூபா	12%
மிகுதி	18%

2020 ஜனவரி 1 அன்று அல்லது அதன் பின்னர், முடிவுறுத்தல் நன்மைகளின் (திரட்டிய ஓய்வூதியம், இறாப்பாற்றுகை பணிக்கொடை, பதவி அல்லது ஊழிய இழப்புக்கான நட்ட ஈடு மற்றும் ஊழியர் நம்பிக்கை நிதியத்திலிருந்து பெறப்பட்ட தொகை) வரி அடுக்குகள் அதிகரிக்கப்பட்டுள்ளதால் பிரயோகிக்கத்தக்க வரி வீதங்கள் பின் வருமாறு திருத்தப்பட்டுள்ளன:

மொத்த முடிவுறுத்தல் நன்மைகள்	செலுத்தப்படற்பாலதான வரி (%)
முதல் 10,000,000 ரூபா	0%
அடுத்த 10,000,000 ரூபா	6%
மிகுதி	12%

2020 ஜனவரி அன்று அல்லது அதற்கு பின்னர், பங்குடமையின் வரியிடற்பாலதான வருமானம் பின் வரும் வீதங்களில் வரியிடப்படுகின்றது.

வரி மதிப்பீட்டாண்டிற்கான வரியிடற்பாலதான வருமானம்	செலுத்தப்படற்பாலதான வரி (%)
முதல் 10,000,000 ரூபா	0%
மிகுதி	6%

2020 ஜனவரி 1 செயல்வலுப்பெறும் வகையில், வரி மதிப்பீட்டாண்டு ஒன்றிற்கு, ஒரு கம்பனியின் ஈட்டுகை மற்றும் இலாபங்களின் பகுதிகள் பின்வரும் வீதங்களில் வரியிடப்படுதல் வேண்டும்.

(அ) பந்தயம் மற்றும் சூதாட்டம், மதுபானம் மற்றும் புகையிலையைக் கொண்ட வியாபாரம் ஒன்றிலிருந்தான வருமானம் மற்றும் இலாபங்கள் வேறொரு வியாபாரத்தின் வெறுமனே இடைநேர்விளைவானதாகவுள்ள அத்தகைய வருமானம் மற்றும் இலாபம் நீங்கலான சிறிய மற்றும் நடுத்தர தொழில் முயற்சிகளின் ஈட்டுகைகள் மற்றும் இலாபங்கள் - 14%

(ஆ) வெளிநாட்டு நாணயத்தில் பொருட்கள் அல்லது வணிக சரக்குகளின் விற்பனைக்கான கொடுப்பனவுகள் பெறப்படுவதும் அதனை இலங்கைக்கு வங்கி ஒன்றினூடாக அனுப்பிவைக்கப்படுவதுமான, அத்தகைய விற்பனை வியாபாரத்தை நடாத்துவதிலிருந்தான ஈட்டுகைகள் மற்றும் இலாபங்கள் -14%

(இ) குறித்துரைக்கப்பட்ட பொறுப்பு முயற்சியின் ஈட்டுகைகள் மற்றும் இலாபங்கள் - 14%

(ஈ) கல்விச் சேவைகளை வழங்குவதிலிருந்தான ஈட்டுகைகள் மற்றும் இலாபங்கள் - 14%

(உ) சுற்றுலாத்துறையை மேம்படுத்துவதற்கான பொறுப்பு முயற்சியொன்றின் ஈட்டுகைகள் மற்றும் இலாபங்கள் - 14%

- (ஊ) நிருமான சேவைகளை வழங்குவதிலிருந்தான ஈட்டுகைகள் மற்றும் இலாபங்கள் - 14%
- (எ) கமத்தொழிலிருந்தான ஈட்டுகைகள் மற்றும் இலாபங்கள் - 14%
- (ஏ) சுகாதார பராமரிப்பு சேவைகளை வழங்குவதிலிருந்தான ஈட்டுகைகள் மற்றும் இலாபங்கள் - 14%
- (ஐ) வதிவுள்ள கம்பனியிலிருந்து பெறப்பட்ட பங்கிலாபங்களிலிருந்தான ஈட்டுகைகள் மற்றும் இலாபங்கள் - 14%
- (ஒ) 1978 ஆம் ஆண்டின் 4 ஆம் இலக்க முதலீட்டுச் சபை இலங்கைச் சட்டத்தினால் தோபிக்கப்பட்ட இலங்கை முதலீட்டுச் சபையுடன் பதிவுசெய்துள்ள, சுகாதார அமைச்சு, சுகாதார சேவைகள் திணைக்களம், இலங்கை இராணுவம், இலங்கை கடற்படை, இலங்கை விமானப்படை, இலங்கை காவற்துறை மற்றும் கோவிட் நிலையம் என்பவற்றுக்கு சுகாதார பாதுகாப்பு உபகரணங்கள் மற்றும் அதனுடன் ஒத்த பொருட்களை விநியோகிக்கும் ஏதேனும் ஏற்றுமதி கம்பனியோல் பெறப்பட்ட ஈட்டுகை மற்றும் இலாபங்கள் - 14%
- (ஓ) 2022 ஏப்பிரல் 1 ஆம் திகதி ஆரம்பித்து மூன்று வரிமதிப்பீட்டாண்டுகளுக்கு (2022/2023 முதல் 2024/2025 வரை) இலங்கை பத்திரங்கள் மற்றும் பரிவர்த்தனை ஆணைக்குழுவினால் அனுமதிபத்திரம் வழங்கப்பட்ட கொழும்பு பங்குபரிவர்த்தனையில் 2021 ஜனவரி 1 ஆம் திகதி அன்றோ அல்லது அதற்கு பின்னரோ, ஆனால் 2021 திசம்பர் 31 இற்கு முன்னர் தங்கள் பங்குகளை நிரலிட்டுள்ள எந்தவொரு கம்பனியினதும் ஈட்டங்கள் அல்லது இலாபங்கள் (முதலீட்டுச் சொத்துக்களின் தேறிப்பெறுகையிலிருந்தான ஈட்டங்கள் தவிர்த்து) - 14%

04. வரி விலக்களிப்புகள்

இலங்கை மத்திய வங்கியின் அனுமதியுடன் எந்தவொரு வர்த்தக வங்கி அல்லது சிறப்பு வங்கியில் எந்தவொரு நபரினால் அல்லது அவர் சார்பில் திறக்கப்பட்ட எந்தவொரு வெளிநாட்டு நாணய கணக்கிலும் வெளிநாட்டு நாணயத்தில் வைப்பிலிடப்பட்ட பணத்தில் 2020 ஜனவரி 1 அன்று அல்லது அதற்கு பின்னர், அவருக்கு திரட்டப்பட்ட அல்லது பெறப்பட்ட வட்டி.

2017 ஆம் ஆண்டின் 12 ஆம் இலக்க அந்நிய செலாவணிச் சட்டத்தின் 7 ஆம் பிரிவுடன் சேர்த்து வாசிக்கப்பட வேண்டிய 29 ஆம் பிரிவின் கீழ் அமைச்சரினால் வழங்கப்பட்ட ஏற்புடைய ஒழுங்குவிதிகளில் குறிப்பிட்டுள்ளவாறு, இலங்கையில் அதிகாரமளிக்கப்பட்ட வர்த்தகத்துடன் திறக்கப்பட்டு பராமரிக்கப்படும் “சிறப்பு வைப்பு கணக்கு” என தலைப்பிடப்பட்ட காலவைப்பு கணக்கிலிருந்து, 2020, ஏப்பிரல் 08 ஆம் திகதி அன்றோ அல்லது அதற்கு பின்னரோ அக்கணக்கிற்கு திரட்டப்பட்ட அல்லது பெறப்பட்ட வட்டி.

இன்னொரு வதிவுள்ள கம்பனியிலிருந்து பெறப்பட்ட பங்கிலாபங்களில் இருந்து வதிவுள்ள கம்பனி ஒன்றினால் பங்கிலாபங்கள் செலுத்தப்பட்டிருப்பின், 2020 ஜனவரி 1 அன்று அல்லது அதற்கு பின்னர் ஓர் வதிவுள்ள கம்பனியிலிருந்து பெறப்பட்ட அத்தகைய பங்கிலாபங்கள்

05. 2020 ஆம் ஆண்டில் பெறுமதி சேர் வரி தொடர்பில் பிரதான கொள்கை மாற்றங்கள்

- ✓ 2020.01.01 செயல்வலுப் பெறும் வகையில் பெறுமதி சேர் வரிக்கான பதிவு எல்லை காலாண்டிற்கு 3 மில்லியன் அல்லது வருடாந்தம் 12 மில்லியனிலிருந்து காலாண்டுக்கு 75 மில்லியன் அல்லது வருடாந்தம் 300 மில்லியனாக அதிகரிக்கப்பட்டுள்ளது.
- ✓ 2020.01.01 செயல்வலுப் பெறும் வகையில் பதிவு எல்லைக்குள் காணப்படாவிடினும், வரியிடற்பாலதான நடவடிக்கையை மேற்கொள்ளும் ஆளொருவரின் எழுத்துமூல கோரிக்கையின் மீது பெறுமதி சேர் வரிக்கான தன்னார்வ பதிவுக்கு அனுமதி வழங்கல்
- ✓ 2020.01.01 செயல்வலுப் பெறும் வகையில் தகவல் தொழில்நுட்பம் மற்றும் அதனுடன் ஒத்த சேவைகளுக்கு பெறுமதி சேர் வரியிலிருந்து விலக்களிப்பு.
- ✓ 2020.01.01 செயல்வலுப்பெறும் வகையில் இலங்கை சுற்றுலா அபிவிருத்தி அதிகார சபையுடன் பதிவு செய்துள்ள பயண முகவரினால், உள்ளூர் பயணங்களுக்கான சேவை வழங்கலில் விலக்களிப்பு
- ✓ 2020.01.01 செயல்வலுப்பெறும் வகையில் தேசிய கட்டுமோன வரி அகற்றுமை மற்றும் பெறுமதி சேர் வரி வீதங்களினால் குறிப்பிட்ட ஆடைகளின் உள்ளூர் விற்பனைக்கான பெறுமதி சேர் வரி வீதங்களில் குறைப்பு என்பவற்றுக்கு இணங்க ஏற்றுமதி சார்ந்த முதலீட்டுச் சபை கம்பனிகளில் துண்டு- அடிப்படையில் ரூபா 100 இலிருந்து ரூபா 25 ஆக குறைப்பு
- ✓ முன் மொழியப்பட்ட சட்டம் சட்டமாக்கப்படும் திகதி முதல் பெறுமதி சேர் வரிக்கு பதிவு செய்வதற்கான எல்லை அதிகரிக்கப்பட்டதும் மற்றும் தன்னார்வ பதிவை அறிமுகம் செய்துள்ளதற்கும் இணங்க, மொத்த மற்றும் சில்லறை வியாபாரத்துடன் தொடர்புடையவற்றுக்கு அறிமுகம் செய்யப்பட்ட பெறுமதி சேர் வரி உள்ளடக்கிய விநியோகத்தர்களாக பெறுமதி சேர் வரிக்கு பதிவு செய்யாத விநியோகத்தர்களினால் மேற்சகோள்ளப்பட்ட விநியோகங்களிற்கான ஏற்பாடுகளை அகற்றுதல்.

06. வரிகளின் அகற்றுமை

2020.01.01 செயல்வலுப்பெறும் வகையில் பொருளாதார சேவைக் கட்டணம் அகற்றப்பட்டது

2020.01.01 செயல்வலுப்பெறும் வகையில் கடன் மீளளிப்பு அறவீடு அகற்றப்பட்டது

07. இவ் வருடத்தில் சட்டமாக்கப்பட்ட சட்டங்கள்

தே.க.வ. தொடர்பில் புதிய திருத்தங்கள் இந்த வருடத்தில் அறிமுகம் செய்யப்பட்டன.

2020 ஆம் ஆண்டின் 03 ஆம் இலக்க தேச கட்டுமான வரி (திருத்தப்பட்ட) சட்டம்

2020 ஆம் ஆண்டின் 04 ஆம் இலக்க பொருளாதார சேவைக் கட்டணம் (திருத்தப்பட்ட) சட்டம்

2020 ஆம் ஆண்டின் 02 ஆம் நிதிச் (திருத்தப்பட்ட) சட்டம்

உசாத்துணைகள்

Inland Revenue Department - Sri Lanka, (2020). *Annual Performance Report*. Colombo.

Inland Revenue Department, Retrieved from

[http://www.ird.gov.lk/ta/Type%20of%20Taxes/SitePages/Nation%20Building%20Tax\(NBT\).aspx?menuid=1210](http://www.ird.gov.lk/ta/Type%20of%20Taxes/SitePages/Nation%20Building%20Tax(NBT).aspx?menuid=1210)