



வணிக ஒளி

இதழ்-06

2008



வணிக மாணவர் மற்றும்
யாழ் வைத்தீஸ்வராக் கல்லூரி

**COMMERCE
STUDENT'S UNION
J/VAIDYESWARA COLLEGE**



**வணிக ஒளி
2008
இதழ் 06**

வணிக மாணவர் மன்றம்
யா/ வைத்தீஸ்வராக் கல்லூரி
யாழ்ப்பாணம்.

இதழாசிரியர் :

ஏசுக்வி உ. உதயலாகிஷ்

பல்நாரிழை உடன்படிக்கை (Multi Fiber Arrangement - MFA) யானது காலாவதியான பின்னர், இலங்கையின் ஆடைக் கைத்தொழில் (Garment Industry) எதிர்நோக்கும் சவால்கள்

Mr. S. S. Uthayakumar
Senior Lecturer,
Department of Economics,
University of Jaffna.

சுதந்திர இலங்கையில் குறிப்பாக 1977இன் பின்னரான திறந்த பொருளாதார காலகட்டத்தில் இலங்கைப் பொருளாதாரத்தில், ஏற்றுமதி, உள்நாட்டு உற்பத்தி மற்றும் தொழில் வாய்ப்பு என்பவற்றில் முக்கிய இடம் வகித்து வருகின்ற ஒரு துறையாக ஆடைக்கைத்தொழில் துறை முன்னணி வகித்து வருகின்றது. இருப்பினும் 2005 ஜனவரி முதலாம் நாளிலிருந்து பல்நாரிழை உடன்படிக்கை (Multi Fiber Arrangement - MFA) முற்றாகக் காலாவதியாகிவிட்ட நிலையில் இலங்கையின் ஆடைக் கைத்தொழில் (Sri Lankan Garment Industry) பல சவால்களை எதிர்நோக்கி வருகின்றமை எதிர்காலத்தில் மேலும் பல சவால்களை எதிர்நோக்க உள்ளமையும் பொருளாதாரத் திட்டமிடலாளர்களால் நன்கு கவனத்தில் கொள்ளப்பட்டு பொருத்தமான தீர்வு வழிமுறைகளை முன்வைக்கவேண்டிய காலகட்டத்தில் இலங்கைப் பொருளாதாரம் தற்போது தள்ளப்பட்டுள்ளமையும் குறிப்பிடத்தக்கது.

இலங்கையின் ஆடை ஏற்றுமதிகள் தற்போது அமெரிக்க மற்றும் ஐரோப்பிய ஒன்றிய நாடுகள் என்ற இரு பெரிய உலக சந்தைகளில் நன்கு செறிவாக்கப்பட்டுள்ளன. இது வியாபார ஆபத்தின் நியதிகளில் அதிகளவு தங்கியிருக்கும் நிலையை ஏற்படுத்துவதாக உள்ளது. இக் கைத்தொழில் இவ்விரு பூகோளப் பிரதேசங்களில் தங்கியிருக்கும் தற்போதுள்ள நிலையைக் குறைக்கும் வேளையில் ஏற்றுமதி அளவுகளை அதிகரிப்பதற்காகப் புதிய சந்தைகளை நோக்கிப் பன்முகப்படுத்துவதற்கு முயல வேண்டும்.

1974ஆம் ஆண்டிலிருந்து நடைமுறையில் உள்ள கோட்டா முறையானது றுவமு உடன்படிக்கையின் கீழ் 2005 ஜனவரி 1ம் திகதியிலிருந்து முற்றாக நீக்கப்பட்டுவிட்டது. இப்பொழுது கோட்டா விலக்கப்பட்ட வர்த்தகம் உருவாகியுள்ளது. பூகோள வர்த்தக முறையில் இது குறிப்பிடத்தக்கதும் பரந்தளவிலானதுமான மாற்றங்களையும் கொண்டுவந்துள்ளது. விசேடமாக விலை அடிப்படையில் போட்டியிடுகின்ற தயாரிப்பு நியம ஆடைகளுக்கான உத்தரவாதச் சந்தைகளின் முடிவின் காரணமாக தீவிர போட்டியுள்ள பூகோளச் சந்தையின் அதன் சந்தைப் பங்குக்காக இக்கைத்தொழில் போட்டியிடவேண்டி இருந்தபோதும் 2004 டிசம்பர் இறுதிப் பகுதியில் உள்ளதன் காரணமாக 2005 முற்பகுதியில் ஐரோப்பிய ஒன்றிய நாடுகள் மனிதாபிமான அடிப்படையில் தொடர்ந்தும் இலங்கையில் இருந்து ஆடைகளை கொள்வனவு செய்வதற்கான உடன்பாட்டுக்கு வந்தம ஓரளவு தற்காலிக நிவாரணமாக உள்ளமை குறிப்பிடத்தக்கது. இருப்பினும் தொடர்ந்து இந்த சலுகையை எதிர்பார்த்திருக்க முடியாது.

வர்த்தகத் தடைகளின் பூகோள ரீதியான அபிவிருத்தியம் மற்றும் பிராந்திய விருப்புரிமை வர்த்தக உடன்படிக்கைகளும் இலங்கையின் ஆடைக்கைத்தொழிலுக்குக் கூடுதலான அச்சுறுத்தல்களாகும். சமத்துவமான ஒரு அந்தஸ்தைப் பெறுவதற்கு விளைவுத்திறனுடன் ஆதரவைத் திரட்டுவதன் மூலம் இதற்கு போதுமானளவு பரிகாரம் காணப்படவேண்டும்.

பூகோள ஆடைக் கைத்தொழிலில் விலை ஒரு முக்கிய காரணியாக தொடர்ந்து இருந்து வருகின்றது. குறைந்த உழிய உற்பத்தித்திறன் மற்றும் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றம் போதியளவு இன்மை

காரணமாக எந்தளவிற்கு இலங்கை போட்டித்தன்மை உடையதாக இருக்கவேண்டுமோ அந்த நிலையை அது அடையவில்லை. சீனாவில் ஊழியர் செலவு மிகக் குறைவாகவும், உள்ளூரில் மூலப் பொருட்கள் பெறக்கூடியதாக இருப்பதாலும் விரைவான தொழில்நுட்ப முன்னேற்றம் கண்டு வருவதால் மலிவான ஆடைகளை உற்பத்தி செய்ய முடிகின்றது. விலைப் போட்டித் தன்மையுடைய நாடுகளில் ஊழிய உற்பத்தித்திறன் வீதங்கள் கிட்டத்தட்ட 65% - 75% சதவீதத்துக்குமிடையில் உள்ளன. இலங்கையில் தற்போதுள்ள 35% - 45% வீதங்களுடன் ஒப்பிடுகையில் இது குறிப்பிடத்தக்களவு உயர்வாக உள்ளது.

அமெரிக்கா மற்றும் ஐரோப்பிய ஒன்றியத்துக்கு புகோள ரீதியில் அண்மையிலுள்ள நாடுகளில் தயாரிப்புக் காலப்பகுதி கிட்டத்தட்ட 30 - 60 நாட்களாக உள்ளன. இதேவேளை இலங்கையில் தயாரிப்புக் காலப்பகுதி சராசரி 90 நாட்களாக உள்ளன. இதற்கான காரணம் ஆடைத் தயாரிப்புகளுக்கான மூலப் பொருட்கள் இறக்குமதி செய்யப்படவேண்டிய தேவை இருப்பதனாலாகும்.

ஆடைக் கைத்தொழிலின் வளர்ச்சி பலமான வர்த்தகம் பெயரிடும் செயற்பாடுகளால் தூண்டப்பட வேண்டும். உலகமெங்கிலும் உள்ள பல தயாரிப்பாளர்களால் நுகர்வோரின் அடிப்படை எதிர்பார்ப்புக்கான விலை, தரம் மற்றும் வேகம் ஆகியவற்றை வழங்கக்கூடியதாக உள்ளது. ஆகையால் இலங்கை அதிகரித்த சேவைகளின் ஏற்பாடு மூலமாக போட்டியிலிருந்து அதனை வேறுபடுத்திக் காண்பிக்க வேண்டும். ஒரு முழுமையான சேவையானது மூலப்பொருள் அடித்தளம், மேன்மையான உற்பத்திப் பொருள் அபிவிருத்தி, வினைத்திறனுடைய தயாரிப்பு ஆற்றல், தந்திரோபாய வினைத்திறன் ஆகியவற்றைக்கொண்டிருப்பதுடன் சந்தைப்படுத்தல், வடிவமைப்பு அல்லது சட்ட ரீதியான அறிவு என்ற வகையில் கொள்வனவாளருக்கு உதவி வழங்குவதாகவும் இருக்கவேண்டும். எனவே இலங்கையின் ஆடைக் கைத்தொழிலுக்கென உத்தேசிக்கப்பட்ட “மாதிரியானது” (Model) “முழுமையான சேவையினைக்” கொண்ட ஒன்றாக உள்ளது.

இலங்கையின் மூலப்பொருள் அடித்தளம் மேலும் அபிவிருத்தி செய்யப்படவேண்டும். தற்போது ஆடைக் கைத்தொழிலானது பின்னப்பட்ட ஆடைகள் மற்றும் துணி வகைகளை உள்ளடக்கிய அதன் மூலப்பொருட் தேவைகளின் 40% சதவீதத்திற்கும் அதிகமானவற்றை இறக்குமதி செய்கின்றது. துணி ஆலைகள், கழுவும் இயந்திரங்கள், நீர் சுத்திகரிப்பு இயந்திரங்கள் ஆகியவற்றைக் கொண்ட ஆடைக் கைத்தொழில் வலயங்களின் அபிவிருத்தியானது கொள்வனவாளருக்கு முழுமையான சேவை வழங்குவதை நோக்கி ஆடைக் கைத்தொழிலுக்கு உதவுவதாக உள்ளது.

புகோளச் சந்தைகளில் சாதகமற்ற விருத்திகள், ஐரோப்பிய ஒன்றியச் சந்தையில் நுகர்வோர் விலை குறித்து அதிக அக்கறை காட்டும் தன்மையினால் மேலும் வலுவடைந்தன. இதன்காரணமாக ஆசிய நாடுகளின் ஏற்றுமதியாளர்களிடமிருந்து அதிக கழிவை இறக்குமதியாளர்கள் கோருகின்ற நிலை ஏற்பட்டது. அதிக பெறுமதி சேர்க்கப்பட்ட ஆடைத்துறையில் மலேசியா, தாய்வான், கொரியா மற்றும் சிங்கப்பூர் போன்ற நாடுகள் தெற்காசிய நாடுகளின் பலமான போட்டியாளர்களாகத் தொடர்ந்திருந்தன.

ஆடைக் கைத்தொழில் தொடர்பாக கோலமும், வகையும் அண்மைக் காலங்களில் குறிப்பிடத்தக்களவு மாற்றத்துக்கு உட்பட்டன. ஓய்வான வாழ்க்கை முறையில் மக்கள் நாட்டம் கொள்வதால் கட்டமைப்பான ஆடைகளிலிருந்து Casual Items சார்ந்த உடைகளுக்கான மாற்றம், இக்கைத்தொழிலில் ஏற்பட்டது.

புகோளச் சந்தையில் இச்சூழல் மாற்றத்துடன் மேற்கு நாடுகளில் உள்ள இலாபச் சந்தைகளில் அதனது சந்தைப் பங்கினை இலங்கை அதிகரிக்க வேண்டியிருப்பதுடன் புதிய வகையான ஆடைகளைத் தயாரிக்க ஆரம்பிக்க வேண்டியுள்ளது. கூட்டிய பெறுமதி சேர்க்கப்பட்ட பொருட்களுக்கு நகர்ந்து நுகர்வோரின் பிரிவு மற்றும் நவீன உற்பத்தித் தொழில்நுட்பம் மீது அதிக கவனம் செலுத்தி இலாபச் சந்தைகளில் கேள்வியை இத்துறை கைப்பற்றவேண்டியுள்ளது.

குழந்தைகளின் ஆடைகள் மற்றும் சிறுவர்களின் ஆடைகளின் சந்தைப் பிரிவுகளில் அதிக சாத்தியவளம் உள்ளது. ஏனெனில் பெற்றோரும் உறவினர்களும் பெரும்பாலும் உயர்மட்ட விகைலளியே இதற்கைய ஆடைகளைத் தெரிவு செய்கின்றனர். இப்பொருட்களின் நுகர்வோரைக் கவரும் வகையில் நவீன வடிவமைப்புக்களுக்கு அதிக முக்கியத்துவம் வழங்கப்படவேண்டும். நல்லபிப்பிராயத்தை கட்டியெழுப்புவதற்கான பிரச்சாரங்களும் பலமான ஆதரவு தீர்டுதலும் கூடுதலான ஏற்றுமதிக்கட்டளைகளைப் பெறுவதற்கு அவசியமாகும். துணித் தெரிவு, விநியோக வேகம் மற்றும் போட்டியான விலைகள் ஆகியன வெளிநாட்டுக் கேள்வியைக் கவர்வதில் ஒரு முக்கிய பங்கினை வகிக்கின்றன.

நுகர்வோர் கொள்வனவு செய்யும் தினத்துக்கு கிட்டியதாக கொள்வனவு செய்வதற்கான தீர்மானத்தை எடுத்தலையும் உற்பத்தி அபிவிருத்தியையும் சில்லறை வியாபாரிகள் நுகர்த்தியமையால் சிறு தொகைக்கான கட்டளைகளும் வருடத்திற்கான பொருட்டடியற் புரளவில் அதிக எண்ணிக்கையும் ஏற்பட்டன. குறுகிய கால அறிவித்தலுடன் பொருட்களை வழங்கவேண்டிய அதிகரித்த அமுத்தத்துக்கு சிறு வியாபாரிகள் உட்படுகின்றனர். ஒரு புதிய பொருளுக்கான கட்டளை கிடைத்ததிலிருந்து அதனை விநியோகிப்பதற்கான காலப்பகுதி கிட்டத்தட்ட 6 வாரங்களுக்கு குறைக்கப்பட்டுள்ளது. இப்புதிய தேவைகள் விநியோகச் சங்கிலி முகாமைத்துவத்தின் (SCM) துரித விளைவு (QR) என அநேகமாகக் குறிப்பிடப்படுகின்றன.

மேல்நாட்டு சில்லறை விற்பனைச் சந்தைகளில் ஏற்பட்ட கட்டமைப்பு மாற்றங்களின் விளைவாக கொள்வனவு செய்வோர் பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்வதற்கான வழிமுறைகளையும் காலத்தையும் மாற்றிக் கொண்டனர். பாரம்பரியமான பண்டிகைக் காலத்துக்கு முந்திய கட்டளைகள் கடைசி நேரக் கட்டளைகளினால் பதிலீடு செய்யப்பட்டன. அத்துடன் இக்கடைசி நேரக் கட்டளைகள் கூடுதலாகக் கிடைக்கின்றன. தற்போது ஆடை உற்பத்திப் பொருட்களின் விநியோகப் பாதீடுகள் 36% சதவீதமாக உள்ளன. 2005ஆம் ஆண்டளவில் ஆடைக் கைத்தொழிலின் பங்கு 50% சதவீதத்தை அடையுமென எதிர்பார்க்கப்பட்டிருந்தபோதும், கிட்டத்தட்ட 45% - 50% வீச்சுக்குள் காணப்பட்டது. அதுவது விநியோகச் சங்கிலி, முகாமைத்துவத்தின் (SCM) நடைமுறைப்படுத்தலுக்கான தற்போதுள்ள செயற்பாடுகள் வழிவகுக்குமெனில் கட்டளை வழங்கும் கோலங்களிலுள்ள இந்த மாற்றங்கள் இலங்கையின் ஆடைக் கைத்தொழிலுக்கு அதிகளவிலான சவால்களை ஏற்படுத்தவுள்ளன. பாரம்பரியமான கட்டளை வழங்கும் றை குடைவடைந்தமையானது இலங்கையில் ஒட்டுமொத்த தகுதியைக் குறைத்துவிடும். ஏனெனில் இலங்கையிலுள்ள ஆடைஏற்றுமதியாளர்களில் ஒரு சிலரே விநியோகச் சங்கிலி முகாமைத்துவ (SCM) தொழில்நுட்பத்தில் முதலீடு செய்துள்ளனர். தொழில் முயற்சி மூலவளத் திட்டமிடல் (ERP), நுகர்வோர் உறவு முகாமைத்துவம் (CRM) தொழில் நுட்பங்கள், விநியோகச் சங்கிலி முகாமைத்துவம் மற்றும் ஏனைய தொழில் நுட்பங்களுக்கிடையிலான (B2B) மென்பொருள் அபிவிருத்திகள் ஆகியவற்றுக்கு உரிய கவனம் செலுத்தப்படவேண்டும். ஆடைக் கைத்தொழிலானது அதன்கட்டளை வழங்கும் வேகத்தை விருத்தி செய் கோள அரங்கில் போட்டித் தன்மையுடையதாக இருப்பதற்கு அதன் பதிலீடு செய்யும் ஆற்றலையும் அதிகரிக்க வேண்டும்.

❖ ❖ ❖