

சிறு குறு நிறுவனங்கள் விரைவில் டிஜிட்டல் டிரான்ஸ்ஃபர்மேஷனுக்கு தயாராக வேண்டும்... ஏன்?

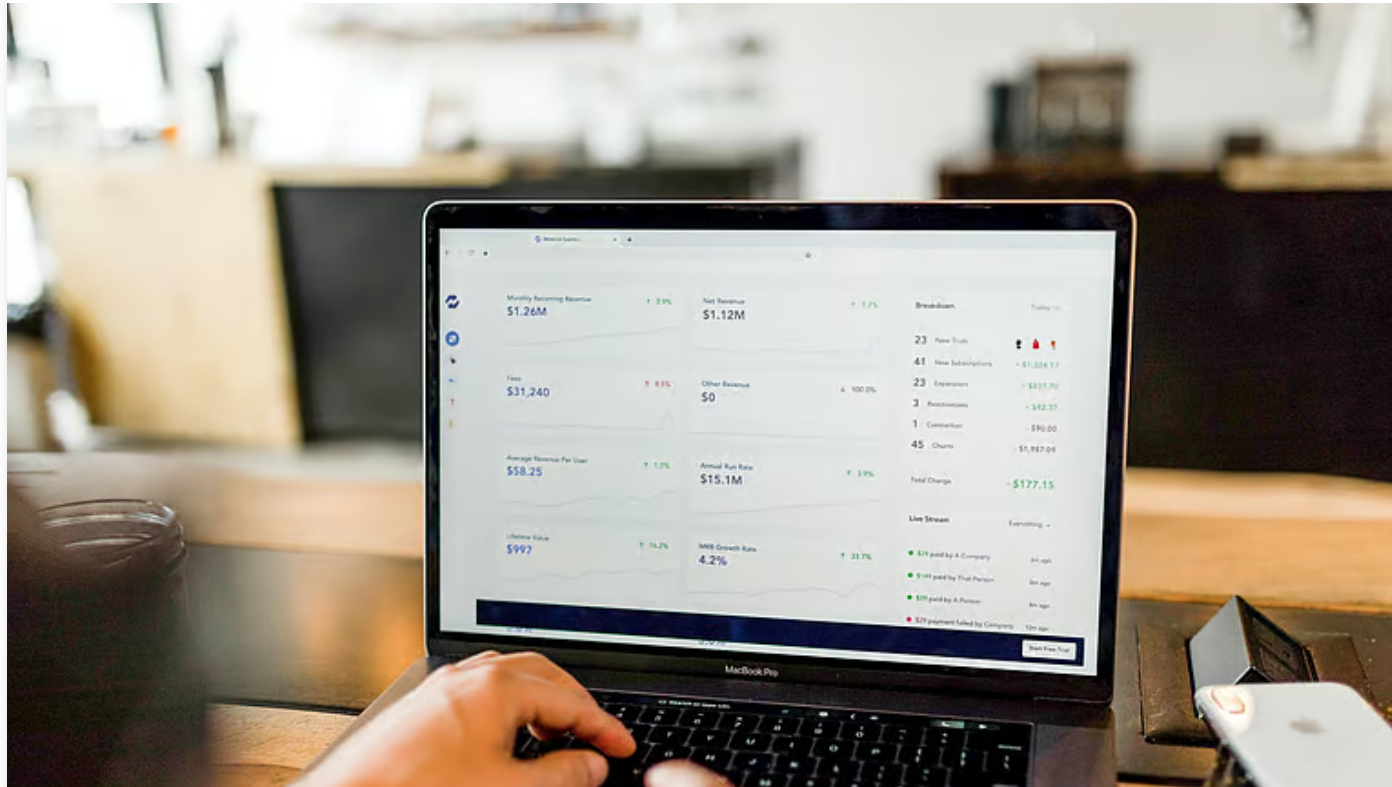
Guest Contributor

3 Min Read

ஆன்லைன் ஷாப்பிங்கில் மக்கள் ஆர்வம் காட்டத் தொடங்கி இருக்கும் இந்த நேரத்தில் டிஜிட்டல் முறைக்கு மாறுவது மட்டுமே போட்டியைச் சமாளிக்கவும், தொழிலைத் தொடர்ந்து நடத்தவும், அடுத்த கட்டத்துக்கு நகர்த்தவும் வழிவகை செய்யும்.

Published: 07 Dec 2020 6 PM

Updated: 07 Dec 2020 6 PM



Billing (Photo by Austin Distel on Unsplash)

லேட்டஸ்ட் செய்திகள்

1 Karnataka: 'ரூ.14 கோடியில் புதிய கட்டடம்' - படித்த அரசுப் பள்ளியை புதுப்பித்துக் கொடுத்த



2 தங்கம், வைரம் இல்லை, ஆனால்... உலகின் மதிப்புமிக்க பொருளைத் தரும் மரங்கள்; இவ்வளவு



3 லஞ்சம் கொடுத்து ரூ.3000 கோடி கடன் வாங்கி மோசடி; அனில் அம்பானி அலுவலகம் உட்பட 35



4 141 கல்லூரிகளுக்கு நோட்டீஸ்? - 'குளறுபடியான அறிவிப்புகள்; ஏமாற்றும் செயல்' - அண்ணா



அறிவியல் வெகுவாக வளர்ச்சி அடைந்துள்ள இன்றைய சூழலில், தொழில்நுட்பம் இல்லாமல் இயங்க முடியாது என்ற நிலைக்கு நாம் தள்ளப்பட்டிருக்கிறோம்.

நமது அன்றாட வாழ்வில் ஒவ்வொரு செயலிலும் தொழில்நுட்பம் பின்னிப் பிணைந்துள்ளது. தொழில்நுட்பம் கண்டுள்ள வியத்தகு வளர்ச்சியால் இன்று நம்மால் இருக்கும் இடத்தில் இருந்தபடியே விரும்பியதைக் காணவும் பெறவும் முடிகிறது.

தற்போது அமெரிக்கா போன்ற வளர்ந்த நாடுகள், இந்தியா போன்ற வளரும் நாடுகளில் பெருமளவு முதலீடு செய்து வருகின்றன. இதனால் உருவாகியுள்ள போட்டியை எதிர்கொள்ள இங்குள்ள சிறு நிறுவனங்கள் தங்களை ஆன்லைன் முறைகளில் இணைத்துக் கொள்வது அவசியமாகிறது. இதுவே டிஜிட்டல் டிரான்ஸ்ஃபர்மேஷன் என்று அழைக்கப்படுகிறது. இதைச் சற்று விரிவாக இங்கு காண்போம்.

உண்மையில் டிஜிட்டல் டிரான்ஸ்ஃபர்மேஷன் என்பது எளிதானதே. அதைச் செயல்படுத்த முதலில் கீழ்க்கண்ட மூன்று வினாக்களுக்கான விடையை அறிந்துகொள்ள வேண்டும் :

1. டிஜிட்டல் டிரான்ஸ்ஃபர்மேஷன் என்றால் என்ன?
2. டிஜிட்டல் டிரான்ஸ்ஃபர்மேஷன் ஏன் தேவைப்படுகிறது?
3. எவ்வாறு டிஜிட்டலுக்கு மாறுவது?

முதலில் டிஜிட்டல் என்றால் என்ன என்பது பற்றிய புரிதல் வேண்டும். ஒருவர் ஒரு செயலைச் செய்வதற்குத் தேவைப்படும் உழைப்பு, திறமை, கற்றலுக்கான நேரம் இவை மூன்றையும் மிகக் குறைந்த அளவே பயன்படுத்தி, நவீன தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் சேவைகள் உதவியுடன் அச்செயலை வெற்றிகரமாகச் செய்ய முடிந்தால் அதுவே டிஜிட்டல் முறை ஆகும்.

உதாரணமாக, ஒரு கால் டாக்சி டிரைவர், வழியை அறியாத போதும், மற்றொருவரின் உதவியை நாடாமல் கூகுள் மேப்பைக் (Google Map) கொண்டு

5

போட்டியிலிருந்து விலகிய போஸ் வெங்கட்.. பின்னணியில் நடந்தது என்ன? டிவி நடிகர் சங்கத்



விகடனின் கிளாசிக் படைப்புகள் இப்போது ஆடியோ புத்தகங்களாக!



வீரயுக நாயகன் வேள்பாரி

சு. வெங்கடேசன்



இறையுதிர் காடு

இந்திரா செளந்தர்ராஜன்



ரெண்டாம் ஆட்டம்

லக்ஷ்மி சரவணகுமார்



ஆரோக்கியம் ஒரு பிளேட்

அருண்குமார் மருத்துவர்





இலக்கை அடைவதையும், ஒருவர்
வீட்டிலிருந்தபடியே விரும்பியதை பிறர்
உதவி இன்றி ஆன்லைனில் ஆர்டர் செய்து
பெறுவதையும் கூறலாம்.

ஏன் டிஜிட்டல் டிரான்ஸ்பர்மேஷன் தேவை ?

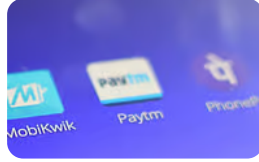
இதற்கு உதாரணமாக வங்கிகளை எடுத்துக் கொள்வோம். 20 ஆண்டுகளுக்கு முன்பு கம்ப்யூட்டர் உபயோகிப்பதற்கு வங்கி ஊழியர்களுக்கு சிறப்புப் பயிற்சி வழங்கப்பட்டது. பயிற்சி பெற்றவர்கள் மட்டுமே கம்ப்யூட்டரை உபயோகிக்க அறிந்திருந்தார்கள். இன்று நெட் பேங்கிங் (Net Banking) வசதி வந்த பிறகு வாடிக்கையாளர்கள் வீட்டிலிருந்தபடியே வங்கிகள் வழங்கும் அனைத்துச் சேவைகளையும் பெறமுடிகிறது.



Rupees

Photo by rupixen.com on Unsplash

Also Read



கொரோனா அச்சம்: பணப் பரிவர்த்தனையைத் தவிர்த்து டிஜிட்டல் பேமன்ட் பக்கம் ஒதுங்கும் மக்கள்!

20 ஆண்டுகளில் நடைபெற்ற ஒவ்வொரு நடவடிக்கையையும் (Each and every transaction) நொடிப்பொழுதில் வாடிக்கையாளர் அறிந்துகொள்ள முடிகிறது. டிஜிட்டல் முறைக்கு வங்கிகள் மாறியதாலேயே இது சாத்தியமாகியுள்ளது. ஆனால், சிறு வணிகத்தைப் பொறுத்தவரை அதன் உரிமையாளரைக் கேட்காமல் எந்தத் தகவலும் பெற முடியாது. பொறுப்புகள் அனைத்தையும் ஒருவரே சுமக்க வேண்டியுள்ளது. இதனால் சரக்கிருப்பு (Stock in hand), காலாவதித் தேதி (Expiry date) அறியாதிருத்தல் போன்ற நடைமுறைச் சிக்கல்களால் நஷ்டம் (Loss) ஏற்படுகிறது. உரிமையாளர் டிஜிட்டல் முறையில் பொருள்களை அட்டவணைப்படுத்துவதால் அவற்றைக் கண்காணிப்பதற்கும் நஷ்டத்தைத் தவிர்ப்பதற்கும் எளிதாக இருக்கும்.

எவ்வாறு டிஜிட்டலுக்கு மாறுவது?

மிக எளிய முறையில் அனைவரும் பயன்படுத்தும் வண்ணம் ஒரு செயலியை பிரத்யேகமாகவும் உருவாக்கிக் கொள்ளலாம். அல்லது ஏற்கெனவே பயன்பாட்டில் இருக்கும் ஒரு செயலியை (app) மொபைல் போனில் டவுன்லோடு (download) செய்துகொண்டாலும் போதும். சிறிய பெட்டிக்கடை முதல் காய்கறிக்கடை, உணவகங்கள், மருந்தகங்கள், பேக்கரி என எந்த நிறுவனமானாலும் எந்தப் பாதிப்பும் ஏற்படாமல் தங்கள் தொழிலை திறம்பட செய்ய முடியும். உங்கள் தொழிலுக்கேற்ற சேவைகளைக் கண்டறிவது மட்டும்தான் பாக்கி.

உதாரணமாக உங்கள் கடைக்கு என பிரத்யேகமாக ஒரு செயலில் உருவாக்க வேண்டுமென்றால், அதற்கான நபர்களையும் நாடலாம். கடை முதலாளி அளிக்கும் விபரங்களின் அடிப்படையில் அவரது நிறுவனத்தின் பெயரிலேயே ஒரு பிரத்யேக செயலி (Special app) உருவாக்கப்பட்டு கூகுள் பிளே ஸ்டோரில் பதிவேற்றம் (Upload) செய்யப்படும். கடை உரிமையாளர் தன்னிடம் உள்ள பொருள்கள் (Products available), விலைப்பட்டியல் (Price), காலாவதியாகும் நாள் (Date expiry), சரக்கிருப்பு (Opening / Closing stock) போன்ற அனைத்து விபரங்களையும் அதில் பதிவு செய்துகொள்ளலாம். இந்தச் செயலியின் மூலம் வாடிக்கையாளரும் ஆன்லைனில் ஆர்டர் செய்ய முடியும். அதோடு ஹோம் டெலிவரி செய்யும் வசதியையும் இதில் ஏற்படுத்திக் கொள்ளலாம். இது ஏற்கெனவே உள்ள வாடிக்கையாளர்களைத் தக்கவைத்துக் கொள்ள உதவுவதோடு புதிய வாடிக்கையாளர்களையும் உருவாக்கும். ஆன்லைன் ஷாப்பிங்கில் மக்கள் ஆர்வம் காட்டத் தொடங்கி இருக்கும் இந்த நேரத்தில் டிஜிட்டல் முறைக்கு மாறுவது மட்டுமே போட்டியைச் சமாளிக்கவும், தொழிலைத் தொடர்ந்து நடத்தவும், அடுத்த கட்டத்துக்கு நகர்த்தவும் வழிவகை செய்யும்.



Google

கூகுள் | Google

Patrick Semansky

கவர்ச்சிகரமாகக் காட்சிப்படுத்தப்பட்டுள்ள (Attractively Displayed) பல்வகைப் பொருள்களில் தேவைக்கேற்ப தாமே தேர்வு (Choose) செய்வதையும் டிஜிட்டல் முறையில் கூகுள் பே, கிரெடிட் கார்டு போன்ற வசதிகளைப் பயன்படுத்தி பணம் செலுத்துவதையும், வீட்டில் இருந்தபடியே அனைத்தையும் பெறுவதையும் விரும்புகின்ற இன்றைய இளம் தலைமுறை வாடிக்கையாளர்களைத் தக்கவைத்துக்கொள்வதற்கு டிஜிட்டல் டிரான்ஸ்ஃபர்மேஷன் மிக மிக அவசியம் என்பதை உணரும் தொழில் முனைவோர்கள் சவால்களைச் சமாளித்து போட்டியைத் துச்சமாக்கி உச்சத்தை எட்டுவர் என்பதில் ஐயமில்லை.

- குமார் வேம்பு, CEO and Founder of GOFRUGAL

வி

இதில் மின்னூட்டம் இடுபவர்களின் கருத்துகள் அவரவர் தனிப்பட்ட கருத்து, விகடன் இதற்கு பொறுப்பேற்காது.