

உள்ளக விருத்திக்கான திறன்கள்

E-Tourism

1. அறிமுகம்

e-Tourism என்றால் என்ன?

நல்ல கேள்வி!

இதோ சில கல்லூரிகளின் விளக்கங்கள். ஆனால் இந்த பாடநெறியூடாக, நீங்கள் உங்களது சொந்த விளக்கங்கள் மற்றும் தெளிவூட்டல்கள் மூலம் இலங்கையில் உங்கள் பகுதியில் இதனை எவ்வாறு பயன்படுத்துவது என்ற முடிவிற்கு வரலாம்.

e-Tourism என்பது...

1. போக்குவரத்து மற்றும் சுற்றுலாத்துறையில் **பகுப்பாய்வு, வடிவமைப்பு, செயல்படுத்தல் மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்பம் பயன்பாடு மற்றும் இலத்திரனியல் வர்த்தகத்தினூடான தீர்வுகள்** ஆகும்; அத்துடன் குறிப்பிட்ட பொருளாதார செயல்முறைகள், சந்தை கட்டமைப்புகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் சார்ந்த முகாமைத்துவம் தொடர்பானதாகும்.
2. **சுற்றுலா நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிகத்தை நடத்தும் விதம்** மற்றும் குறிப்பாக, நிறுவனங்கள் தங்கள் சுற்றுலா தயாரிப்புக்களை இணையதள (Online) சந்தையில் விநியோகிக்கும் விதம்
3. சுற்றுலாத்துறையில் **தகவல் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்பத்தின்** பயன்பாடு, இதில் சுற்றுலா, போக்குவரத்து, விருந்தோம்பல் மற்றும் கேட்டரிங் துறையில் தகவல் தொடர்பாடல் துறையில் அனைத்து செயல்முறைகளையும் இலத்திரனியல்மயமாக்கல் மற்றும் பெறுமதி சேர்க்கும் ஒரு படிமுறையாகும்.

விளக்கத்தினை பெற்றுக்கொண்டீர்களா? 😊

இல்லையா?

கவலைப்பட வேண்டாம். அதனால்தான் நீங்கள் இங்கே இருக்கிறீர்கள். நாங்கள் ஒன்றாகக் கற்றுக்கொள்ளப் போகிறோம். இந்த பாடத்திட்டத்தின் முடிவில் e-Tourismத்தின் மதிப்பையும் எந்த சுற்றுலா வணிகத்திற்கும் அதை எவ்வாறு பயன்படுத்துவது என்பதையும் நீங்கள் புரிந்து கொள்ள முடியும்.

இப்பொழுது, நீங்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய மிக முக்கிய விடயங்கள்;

e-tourism என்பதில் 'e' என்பது '**எலட்ரோனிக் (electronic)**' என்பதைக் குறிக்கிறது. மின் புத்தகம் (e-book) அல்லது மின்னஞ்சலில் (email) செய்வதற்கு ஒப்பானது.

'e' என்ற பகுதி தற்கால மற்றும் எதிர்கால சுற்றுலாத்துறைக்கு நவீன **தீர்வுகளைக்** கொண்டுவருகிறது.

சுற்றுலா என்பது ஒரு துறையாகும். எனவே இது **வணிகத்தை** குறிப்பிடுகின்றது. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை அதன்மூலம் பணத்தை சம்பாதித்தல் மற்றும் வாழ்வாதாரத்தை அமைத்துக்கொள்ளுதல் ஆகும்.

உலகளாவிய சுற்றுலாத் துறை

நாம் உலகளாவிய சுற்றுலாவின் பங்கு மற்றும் பண்புகளின் சுருக்கமான வரலாறு மற்றும் கண்ணோட்டத்துடன் ஆரம்பிக்கலாம்.

ஏன்?

சுற்றுலாவின் சிறப்பியல்புகளைப் பற்றி நன்கு புரிந்துகொள்வதானது, சுற்றுலாத்துறையில் அதிக மூலோபாய வணிக முடிவெடுக்க உதவும்.

சுற்றுலாவின் தோற்றம்

ஒரு சிறிய உயரடுக்கிற்கு ஒதுக்கப்பட்ட அனுபவத்திலிருந்து ஓய்வு நேர நோக்கங்களுக்காக பயணம் செய்வது பலரால் இரசிக்கப்படும் ஒன்றாக மாறியுள்ளது. வரலாற்று ரீதியாக, பயணிக்கும் திறன் பிரபுநிதித்துவம் மற்றும் உயர் வகுப்புகளுக்கு ஒதுக்கப்பட்டது. பண்டைய ரோமானிய காலம் முதல் 17 ஆம் நூற்றாண்டு வரை, உயர் நிலை இளைஞர்கள் ஐரோப்பா முழுவதும் ஒரு "பாரிய சுற்றுலா" செல்ல ஊக்குவிக்கப்பட்டனர். இடைக்காலத்தில், பல சமூகங்கள் மத யாத்திரை செய்வதை ஊக்குவித்தன, இது சாசரின் கேண்டர்பரி கதைகள் மற்றும் பிற இலக்கியங்களில் பிரதிபலிக்கிறது.

Hospitality ஹோஸ்பிடலிட்டி (விருந்தோம்பல்) என்ற வார்த்தை *Tourism டூரிசம் (சுற்றுலா)* என்ற வார்த்தையின் பயன்பாட்டிற்கு முன்னதாகவே இருந்தது, 14 ஆம் நூற்றாண்டில் முதன்முதலில் லத்தீன் மருத்துவமனைகளில் இருந்து தோன்றியது, இது *guest (விருந்தினர்)*, *host (புரவலன்)* மற்றும் *Foreigner (வெளிநாட்டவர்)* என்ற வார்த்தைகளை உள்ளடக்கியது.

Tourist டூரிஸ்ட் (சுற்றுலாப் பயணிகள்) என்ற சொல் பின்னர் தோன்றியது மற்றும் லத்தீன் வார்த்தையான *tornus டொர்னஸிலிருந்து* வந்தது - இது ஒரு வட்டத்தை உருவாக்குவதற்கான ஒரு கருவி. எனவே, *Tourism டூரிசம் (சுற்றுலா)* மற்றும் *Tourist டூரிஸ்ட் (சுற்றுலாப் பயணிகள்)* என்பன வீட்டை விட்டுச் சுற்றி வந்து வீடு திரும்பும் நடவடிக்கைகளைக் குறிக்கின்றனர்.

சுற்றுலா வணிகம்

Cox & Kings (காக்ஸ் & கிங்ஸ்), முதலில் அறியப்பட்ட பயண நிறுவனம், Richard Cox (ரிச்சர்ட் காக்ஸ்) பிரிட்டிஷ் ரோயல் ஆயுதப்படைகளின் அதிகாரப்பூர்வ பயண முகவராக 1758 ஆம் ஆண்டு ஆனபோது நிறுவப்பட்டது. ஏறக்குறைய 100 ஆண்டுகளுக்குப் பிறகு, ஜூன் 1841 இல், Thomas Cook (தாமஸ் குக்) முதல் பொழுதுபோக்கு பயண நிறுவனத்தைத் திறந்தார், இது பிரித்தானியர்களுக்கு உலகைப் பார்த்து மற்றும் நிதான இயக்கத்தில் பங்கேற்பதன் மூலம் அவர்களின் வாழ்க்கையை மேம்படுத்த உதவும் வகையில் வடிவமைக்கப்பட்டது. 1845 ஆம் ஆண்டில், அவர் தனது முதல் வணிக தொகுப்பு சுற்றுப்பயணத்தை நடத்தினார், செலவு குறைந்த புகையிரத பற்றுச்சீட்டுகள் மற்றும் அச்சிடப்பட்ட வழிகாட்டியுடன்.

(துரதிர்ஷ்டவசமாக, 2019 இல், Thomas Cook (தாமஸ் குக்) திடீரென மரணித்துவிட, நூறாயிரக்கணக்கான ஸ்டான்டர்ட் தொகுப்பு சுற்றுலாப் பயணிகள் சிக்கித் தவித்தார்கள்.)

புகையிரத பயணத்தின் தொடர்ச்சியான புகழ் மற்றும் போக்குவரத்து துறையின் தோற்றம் சுற்றுலா வளர்ச்சியில் கூடுதலான ஊக்குவிப்பை வழங்கியது. உண்மையில், கார்ல் பென்ஸின் மனைவி 1886 இல் மேற்கொண்ட ஒரு நீண்ட பயணமானது கார் பயணத்தில் ஆர்வத்தைத் தூண்டியது மற்றும் அவரது வளர்ந்து வரும் கார் நிறுவனத்தை விளம்பரப்படுத்த உதவியது, அது ஒரு நாள் மெர்சிடீஸ் பென்ஸ் ஆகிவிடும்!

1952 இல் லண்டனில் இருந்து கொழும்புக்கு முதல் வணிக விமானப் பயணத்துடன் முன்னேற்றமடைந்தது. (ஆம், நவீன சுற்றுலாத்துறையின் தொடக்கத்தில் இலங்கை ஜெட்யுக்கத்தின் விடியலைப் போன்று விரைவுகதியில் இருந்தது.)

2000 ஆம் ஆண்டு முதல், இணையதள பயன்பாடானது புரட்சிகரமான, பயண சேவைகளின் அதிகரிப்பினால் சுற்றுலாத்துறை ஒரு பெரிய தொழில்நுட்ப மாற்றத்தைக் கண்டது. ஒன்லைன் மூலமான பயண முன்பதிவுகள் அதிவேகமாக வளர்ந்து வருகின்றன, மேலும் 2014 ஆம் ஆண்டளவில் உலகளாவிய தலைவரான எக்ஸ்பீடியாவானது, ஹோட்டல்ஸ்.காம், ஹாட்டவையர் குரூப், ட்ரிவாகோ மற்றும் எக்ஸ்பீடியா க்ரூஸ்ஷிப் சென்டர்கள்(கப்பல் தளங்கள்) போன்ற தர நாமங்களை விரிவுபடுத்தி, \$ 4.7 மில்லியனுக்கும் அதிகமான வருவாயைப் பெறுகிறது (எக்ஸ்பீடியா இன்க்., 2013).

சுற்றுலாத்துறையின் கூறுகள்

சுற்றுலாத்துறையில் ஐந்து முக்கிய கூறுகள் உள்ளன, அதன் அடிப்படையிலேயே சுற்றுலா இடமும் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. சுருக்கமாக கூறுவதாயின், அவை அனைத்தும் ஆரம்பத்தில் எழுத்துடன் A தொடங்கும். ☺

சுற்றுலாத்துறையின் 5 அங்கங்கள்:

ஈர்ப்புத்தன்மை: ஒரு காந்தம் போல, ஒரு சுற்றுலாப் பயணியை அதனை நோக்கி இழுக்கின்றது. இலங்கையில், அது கடற்கரைகள், வரலாற்று நினைவுச்சின்னங்கள், வணக்கஸ்தலங்கள், சமவெளி காட்சிகள், தனித்துவமான புகையிரத பயணங்கள் ஆக இருக்கலாம்...

அணுகல்: ஈர்க்கும் இடத்திற்கு எப்படி செல்வது: ஒரு இடம் மனதை எவ்வளவு கொள்ளைக்கொண்டாலும் அல்லது தனித்துவமானதாக இருந்தாலும், பயணிக்கு அங்கு செல்ல முடியாவிட்டால், அது ஒரு சுற்றுலா தளமல்ல.

தங்குமிடம்: சுற்றுலா இடத்திற்கு செல்லும் வழியில் அல்லது தங்குவதற்கு இடம்.

வசதிகள்: பயணத்தின் போது நமக்குத் தேவைப்படும் மற்ற அனைத்து சேவைகள் - உணவு, குடிநீர், கழிவறை போன்ற பயண வாழ்க்கையை மிகவும் வசதியாக மாற்றும் பல விடயங்கள்.

செயற்பாடுகள்: கவர்ச்சிகரமான இடத்தில் செய்ய வேண்டிய அனைத்தும், அலைச்சலுக்கு போன்ற சுறுசுறுப்பான அல்லது திறந்தவெளிக்குளியல் போன்ற சுறுசுறுப்பற்ற நடவடிக்கைகளாகும். அவ்வாறே, இயற்கையில் நடைபயிற்சி செய்வது சுறுசுறுப்பானதாக இருக்குமிடத்து இயற்கைப் பூங்காக்களில் விளையாடுவதானது சுறுசுறுப்பற்றதாக காணப்படுகின்றது...

இவை அனைத்தும் வெளிப்படையாகத் தெரிகின்றல்லவா? ☺

உங்களது சுற்றுலா வணிகத்தை நீங்கள் வளர்க்கும்போது, இந்த 5A அங்கங்களை எப்போதும் உங்கள் மனதில் நினைவுப்படுத்திக் கொள்ளுங்கள்:

நீங்கள் ஒரு செயற்பாட்டை வழங்கும்போது, உங்களது சந்தைப்படுத்தலில் உள்ளூரில் உள்ள ஈர்ப்புத்தன்மை மிக்க இடங்கள் பற்றிய தகவல்களையும், எப்படி அங்கு செல்வது, எங்கு தங்குவது, என்னென்ன வசதிகள் உள்ளன என்ற தகவல்களையும் வழங்கவும். அதேபோல, நீங்கள் ஒரு சிறிய விருந்தினர் விடுதியாக இருந்தால், சாத்தியமான விருந்தினர்களுக்கு உள்ளூரில் உள்ள அனைத்து ஈர்ப்புத்தன்மை மிக்க இடங்கள் மற்றும் செயற்பாடுகள் பற்றி மேலும் தெரியப்படுத்தினால், அவர்கள் உங்களது தங்குமிடத்தில் அதிக நேரத்தை களித்திட விரும்புவார்கள்.

சுற்றுலாத்துறையின் அம்சங்கள்

பெரும்பாலான சுற்றுலா வணிகங்கள் சில முக்கிய பண்புகளைப் பகிர்ந்து கொள்கின்றன. சிலர் ஒரு அம்சத்தை மற்றொன்றை விட அதிகமாக வலியுறுத்துகின்றார்கள், ஆனால் அவர்கள் அனைவரும் சுற்றுலா அனுபவங்களை உருவாக்குவதிலும், சுற்றுலா பயணிகளை மகிழ்விக்கும் இடங்கள் மற்றும் சேவைகளிலும் தங்கள் பங்கை வகிக்கின்றார்கள் - எனவே பணம் செலுத்துவதில் மகிழ்ச்சி அடைகின்றார்கள்.

உங்களது சுற்றுலா வணிகத்தையும் அதன் சந்தைப்படுத்தலையும் திட்டமிடும்போது நினைவில் கொள்ள வேண்டிய சில முக்கியமான பண்புகள் இங்கே உள்ளன - பல வணிகங்களை விட சுற்றுலா வணிகத்தை மிகவும் சிக்கலான (மற்றும் சுவாரஸ்யமான ☺) அம்சமாக மாற்றுபவை.

அசையாநிலை: இது நீங்கள் தொடக்கூடிய பொருள் அல்ல

நாங்கள் 'சுற்றுலாப் பொருட்களை' குறிப்பிடுகிறோம் என்றாலும், சுற்றுலா என்பது பாரம்பரிய அர்த்தத்தில் ஒரு தயாரிப்பு அல்ல: நீங்கள் அதை பிடிக்கவோ அல்லது வைத்திருக்கவோ முடியாது.

நாம் உண்மையில் விற்பது *அனுபவங்களாகும்*.

இந்த எண்ணக்கருவானது, உங்கள் சுற்றுலா வணிக சந்தைகள் சுற்றுப்பயணம் செய்யும் வழிகளில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தக்கூடும். ஏன்? காரணம் எங்கு செல்வது என்பது பற்றி மக்கள் தங்கள் முடிவுகளை எடுப்பார்கள். அவர்கள் அங்கு இருக்கும்போது என்ன அனுபவங்களைப் பெற விரும்புகிறார்கள்? அவர்கள் எப்படி உணர் விரும்புகிறார்கள்? (வியாபாரக் குறியிடல் குறித்த எங்கள் e-Content (மின்னியல்) -உள்ளடக்கம்) பாடத்திட்டத்தில் இதைப் பற்றி இன்னும் விரிவாகப் பார்ப்போம்.)

அழியக்கூடிய தன்மை: அதனை வைத்திருக்க முடியாது

காலியான ஹோட்டல் அறை, முன்பதிவு செய்யப்படாத அலைமிதவைப் பலகை (surfboard), விற்கப்படாத நாள் சுற்றுப்பயணம்: இவை அனைத்தும் ஒரு சேவை வழங்குநருக்கு பணம் சம்பாதிப்பதற்கான வாய்ப்புகளை இழக்க வைக்கின்றது. ஆம், நீங்கள் மீண்டும் நாளை முயற்சி செய்யலாம், ஆனால் நீங்கள் இன்று இழந்த வருமானத்தை திரும்பப் பெற முடியாது.

பருவகாலத்திற்குரியது: இது எல்லா நேரத்திற்கும் பொருந்தாது

இது மேலே தெளிவாக உள்ளது: வானிலை அல்லது அலைச்சறுக்கு சரியாக இல்லாதவிடத்து பல இடங்களில் சுற்றுலாப் பயணிகளின் எண்ணிக்கை குறையும். பருவகால வணிகம் குறையும்போது ஊழியர்களின் எண்ணிக்கையை குறைப்பது போன்ற விளைவுகளுக்கு பருவகாலம் வழிவகுக்கின்றது. ஆனால், அது நன்கு நிர்வகிக்கப்படும் போது, நிலைமை தலைகீழாக உள்ளது: சுற்றுலாப் பயணிகள் இல்லாத போது உங்கள் சொந்த வணிக மேம்பாடுகளை நீங்கள் திட்டமிடலாம். ஒருவேளை நீங்கள் உங்கள் சொந்த விடுமுறையை எடுத்துக் கொள்ளலாம், பருவகாலத்தில் நீங்கள் போதுமான பணம் சம்பாதித்தீர்கள் என்று வைத்துக்கொள்வோம். ☺

ஒன்றுக்கொன்று சார்ந்திருத்தல்: நாம் அனைவரும் ஒன்றாக இருக்கின்றோம்

அனைத்தையும் உள்ளடக்கிய நிறுவனம் மற்றும் சுற்றுப்பயண தொகுப்புகளும் கூட நிறைய வெளிப்புற நிறுவனங்களை நம்பியுள்ளது. போக்குவரத்து, பயணம், தூரம், ஈர்ப்புத்தன்மை, மற்றும் விடுதி போன்ற சேவை வழங்கும் நிறுவனங்கள் சுற்றுலாத்துறையை சாத்தியமாக்க ஒன்றாக வேலை செய்கின்றன. சுற்றுலாத்துறையை இலாபகரமான தொழிலாக மாற்ற அவர்கள் அனைவரும் ஒருவரை ஒருவர் சார்ந்திருக்கின்றார்கள். உதாரணமாக, மிகப்பெரிய ஹோட்டல்கள் மற்றும் மிகச்சிறிய வீட்டை வாடகைக்கு வழங்குவோர் என அனைவரும் விருந்தினர்களை அழைத்து வர போக்குவரத்து வழங்குநர்களை (விமான நிறுவனங்கள் மற்றும் முச்சக்கர வண்டி சாரதிகள்) சார்ந்துள்ளார்கள்.

பன்முகத்தன்மை: ஒரே மாதிரியானது ஆனால் வேறுபட்டது

ஒரு ஹோட்டல் அறை என்பது ஒரு ஹோட்டல் அறை, இல்லையா? சுருக்கமாக கூறினால், ஒரு அறை என்பது ஒரு அறை, ஆனால் ஒரு ஹோட்டல் அல்லது விருந்தினர் விடுதியானது, விற்பனை மற்றும் அறையை நிரப்புவதற்காக ஒரு தனித்துவமான சேவை அல்லது சலுகையை வழங்கி. ஒரு போட்டி விளிம்பைப் பெற வித்தியாசமாக செயற்பட முயற்சி செய்யலாம், அல்லது (உங்கள் வணிகத்தின் தனித்துவமான விற்பனை புள்ளியைக் கண்டறிந்து, மின்னியல்- உள்ளடக்கப் (இ-உள்ளடக்க) படிப்பில் உங்கள் வியாபாரக் குறியிடல் ஆளுமையை வரையறுப்பதன் முக்கியத்துவத்தை நாங்கள் பார்ப்போம்.)

சாராம்சம்

- அனைத்து சுற்றுலாவும் சில முக்கியமான பண்புகளைப் பகிர்ந்து கொள்கின்றது:
 - உருவமற்ற தன்மை: சுற்றுலாவை உங்கள் கையில் வைத்திருக்க முடியாது. ஒரு தயாரிப்பு என்று நாம் அழைப்பது உண்மையில் ஒரு அனுபவமாகும்.
 - அழிந்துபோகும் தன்மை: விற்கப்படாத அலைச்சலுக்கு பாடம் பணம் சம்பாதிப்பதற்கான ஒரு இழந்த வாய்ப்பு.
 - பருவகாலம்: மாறிவரும் பருவங்களுடன் வாடிக்கையாளர்கள் எங்காவது அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ செல்வதாக இருக்கலாம்.
 - ஒருவருக்கொருவர் சார்ந்திருத்தல்: அனைத்து வகையான சுயாதீன நிறுவனங்களும் சுற்றுலாப் பயணிகளின் அனுபவத்தை மறக்க முடியாததாக மாற்றுவதற்கு ஒருவருக்கொருவர் சார்ந்துள்ளது.
 - பன்முகத்தன்மை: வாடிக்கையாளர்களுக்கு பல்வேறு அனுபவங்களை வழங்குவதற்காக சுற்றுலாத்துறை பல விடயங்களை கலக்க முயற்சிக்கின்றது

சுற்றுலாத்துறையின் தாக்கங்கள்

நன்றி: [Christine Roy](#) (கிறிஸ்டின் ரோய்)

சுற்றுலாத்துறையின் தாக்கங்களை மூன்று முக்கிய வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்:

- பொருளாதாரம்
- சமூகம்
- சுற்றுச்சூழல்

பொருளாதார தாக்கங்கள்

ஐக்கிய நாடுகளின் உலக சுற்றுலா அமைப்பின் படி, (UNWTO) 2011 இல் முதல் முறையாக சர்வதேச சுற்றுலா வருமானமானது 1 டிரில்லியன் அமெரிக்க டொலர்களை தாண்டியது. இது 2008 ஆம் ஆண்டின் உலகளாவிய பொருளாதார நெருக்கடியைக் கருத்தில் கொண்டு வழங்கப்பட்ட மிகவும் முக்கியமான செய்தியாகும், மேலும் சுற்றுலாப் பயணத்தின் பெருக்கமானது தள்ளாடும் பொருளாதாரங்களைக் கட்டியெழுப்ப உதவும் ஒரு கருவியாகக் காணப்பட்டது.

சுற்றுலா என்பது எல்லா இடங்களிலும் வளர்ந்து வரும் ஒரு துறையாகும். ஆகஸ்ட் 2014 இல் அதன் செலவீன குறிகாட்டியில், உலகளாவிய பயணிகளின் வருகையானது முந்தைய ஆண்டை விட நடப்பாண்டின் முதல் பாதியில் 22 மில்லியனிலிருந்து 517 மில்லியனாக அதிகரித்துள்ளதாக UNWTO (UNWTO, 2014a) சுட்டிக்காட்டியுள்ளது.

இலங்கையில், நாட்டின் பொருளாதாரத்திற்கு சுற்றுலாத்துறையானது கணிசமான பங்களிப்பினை வழங்கி வருகின்றது: இது 2017 ஆம் ஆண்டில் மூன்றாவது பெரிய அந்நிய செலாவணி வருவாயாக இருந்தது, இதற்கு முன்னதாக தொழிலாளர் அனுப்பும் வெளிநாட்டு பணம், ஆடைகள் மற்றும் ஆடைத்தொழிற்சாலை மூலமான வருமானம் மட்டுமே இருந்தது. சுற்றுலாத் துறையில் இருந்து அந்நிய செலாவணி வருவாயானது, கடந்த ஆண்டில் பதிவு செய்யப்பட்ட 14.2% உடன் ஒப்பிடும்போது மொத்த அந்நியச் செலாவணி வருவாயில் 14.8% ஆக அதிகரித்துள்ளது.

2017 இற்கான அதிகாரப்பூர்வ சுற்றுலா வருமதிகள், 2016 இல் ரூ.512,593 மில்லியன் இலிருந்து ரூ. 598,356 மில்லியனாக 16.7% வளர்ச்சி வீதத்தை எட்டியுள்ளது.

அமெரிக்க டொலர்களைப் பொறுத்தவரை, மொத்த சுற்றுலா வருவாய் US\$ 3,924.9 மில்லியனாக மதிப்பிடப்பட்டுள்ளது, கடந்த ஆண்டில் US \$ 3,518.5 மில்லியனுடன் ஒப்பிடும்போது, இது 11.5% வீதமாக அதிகரித்துள்ளது.

நாள் ஒன்றுக்கான தனிநபர் சுற்றுலா வருமதிகள் US\$ 170.1 ஆக இருந்தது, இது 2016 இல் US \$ 168.2 உடன் ஒப்பிடும்போது 1.1% வீத அதிகரிப்பைக் காட்டுகின்றது.

நிச்சயமாக, 2019இன் புள்ளிவிவரங்களை வெளியிடப்படும் போது, உயிர்த்த ஞாயிறு தாக்குதலின் காரணமாக கடுமையாக குறைக்கப்பட்ட மதிப்பீடுகளை காட்டியது. ஆனால் சுற்றுலாப் பயணிகளின் திடீர் இழப்பானது, சுற்றுலாவின் நன்மை பயக்கும் ஏராளமான பொருளாதார நன்மைகளைப் பற்றி தெளிவுபடுத்தியுள்ளது.

சமூக தாக்கங்கள்

சுற்றுலா வளர்ச்சியின் பொருளாதார நன்மைகளுக்கு மேலதிகமாக, நேர்மறையான சமூக தாக்கங்கள் பின்வருமாறு:

- **வசதிகளின்** அதிகரிப்பு (உ+ம். பூங்காக்கள், உட்கட்டமைப்பு மற்றும் பொழுதுபோக்கு வசதிகள்),
- **கலை மற்றும் கைவினைப்பொருட்களில்** முதலீடு
- **உள்ளூர் கலாச்சாரத்தின்** கொண்டாட்டம்

சுற்றுலாத்துறையானது உள்ளன்போடு அபிவிருத்தி செய்யப்படும்போது, குடியிருப்பாளர்களின் நேர்மறையான வாழ்க்கைத் தரத்திற்கு பங்களிக்க முடியும்.

இருப்பினும், சுற்றுலாவின் எதிர்மறை சமூக தாக்கங்கள் பின்வருமாறு:

- **உள்ளூர் கலாச்சாரத்தின் அடையாளம்** மற்றும் மதிப்புகளின் மீதான மாற்றம் அல்லது இழப்பு
- **கலாச்சார மோதல்கள்**
- சமூக அழுத்தத்திற்கான பௌதீக காரணங்கள் (வளங்களுக்கான தேவை அதிகரித்துள்ளமை)
- **நெறிமுறை சிக்கல்கள்** (பாலியல் சுற்றுலாவின் அதிகரிப்பு அல்லது குழந்தை தொழிலாளர்கள் உழைப்புச் சுரண்டல் போன்றவை)

உள்ளூர் சுற்றுலாப் பொருளாதாரத்திற்குள்ளே உள்ள அனைத்து நிறுவனங்களும் வரையறுக்கப்பட்ட எதிர்மறை சமூக தாக்கங்களை விட குறிப்பிடத்தக்க சாத்தியமான பொருளாதார நன்மைகள் இருப்பதை உறுதி செய்ய வேண்டும்.

சுற்றுச்சூழல் தாக்கங்கள்

சுற்றுலாவானது, அது செயற்படும் இயற்கை சூழலை நம்பியிருப்பதால் பெரும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றது. உலகின் பல பகுதிகள் மற்றும் பூங்காக்கள் என பாதுகாக்கப்பட்டு இருந்தாலும், சுற்றுலா வளர்ச்சியில் கடுமையான எதிர்மறையான தாக்கங்களை ஏற்படுத்தும். அவையாவன:

- **இயற்கை வளங்கள்** குறைதல் (நீர், காடுகள், முதலியன)
- **மாசுறுதல்** (காற்று மாசுப்படுதல், சத்தம், கழிவுநீர், கழிவு மற்றும் குப்பை)
- **பௌதீக** பாதிப்புகள் (கட்டுமான நடவடிக்கைகள், மெரினா வளர்ச்சி, மிதித்தல், பல்லுயிர் இழப்பு)

சுற்றுலாவின் சுற்றுச்சூழல் பாதிப்புகள் உள்ளூர் பகுதிகளுக்கு வெளியே சென்று உலகளாவிய சுற்றுச்சூழல் அமைப்பில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும். உதாரணமாக அதிகரித்த விமானப் பயணமானது, இது காலநிலை மாற்றத்திற்கு பெரும் பங்களிப்பினை வகிக்கும்.

இலங்கை சுற்றுலாத்துறைக்கு வழிகாட்டும் கொள்கைகள்

சுற்றுலாவின் நேர்மறையான தாக்கங்களை அதிகரிக்க மற்றும் சுற்றுலாவுடன் தொடர்புடைய எதிர்மறையான பாதிப்புகளை குறைக்க, இலங்கை சுற்றுலா தந்திரோபாய திட்டம் 2017-2020 ([Sri Lankan Tourism Strategic Plan 2017-2020](#)) பின்வரும் வழிகாட்டும் கொள்கைகளை வரையறுத்துக் காட்டுகின்றது:

1. இலங்கைக்கு சுற்றுலாவின் பயன்களைக் கைப்பற்றுதல்

இலங்கையின் பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சி மற்றும் பல்வகைப்படுத்தலுக்கு சுற்றுலாத்துறை குறிப்பிடத்தக்க பங்களிப்பை அளிக்கின்றது. இது பொருளாதாரத்தின் முக்கிய தூணாகவும், அரசு முடிவெடுப்பதில் முன்னுரிமை மிக்கதாகவும் கருதப்பட வேண்டும். பொதுத்துறையால் அபிவிருத்தி செய்யப்பட்ட, சுற்றுலாத்துறையின் வளர்ச்சியில் தனியார் துறை முன்னிலை வகிக்க வேண்டும்.

2. பொருளாதார பங்கேற்பின் மக்கள்மயமாக்கல்

நிகர அந்நிய செலாவணி வருமானத்தை அதிகரிப்பதன் மூலமும், நாடு முழுவதும் வளர்ச்சியை பரப்புவதன் மூலமும், இலங்கையர்களுக்கு இலாபகரமான வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குவதன் மூலமும் சுற்றுலாத்துறையானது, இலங்கையின் பொருளாதாரத்திற்கு உகந்த பொருளாதார நன்மையை ஏற்படுத்த வேண்டும். சுற்றுலா வளர்ச்சி மதிப்புச் சங்கிலியைத் தூண்டி முன்னோக்கி செல்ல வேண்டும் மற்றும் சாத்தியமான, நீண்ட கால பொருளாதார நடவடிக்கைகளை உறுதி செய்ய வேண்டும், அனைத்து பங்குதாரர்களுக்கும் நியாயமான முறையில் விநியோகிக்கப்படும் சமூக-பொருளாதார நன்மைகளை வழங்க வேண்டும்.

3. சொத்துக்களைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் உலகத்தரம் வாய்ந்த சொத்து முகாமைத்துவம்

சுற்றுலா வளர்ச்சியானது இலங்கையின் இயற்கை சூழல் மற்றும் அதன் வரலாற்று, சமூக மற்றும் கலாச்சார பாரம்பரியத்தை பாதுகாத்தல் மற்றும் மேம்படுத்துதல், மேலும் தீங்கு விளைவிக்கும் விளைவுகளை தவிர்க்க வேண்டும். இது சுற்றுச்சூழல் வளங்களை உகந்த முறையில் பயன்படுத்த வேண்டும் - அத்தியாவசிய சுற்றுச்சூழல் செயல்முறைகளை பராமரித்தலின் மூலம் இயற்கை பல்லுயிரியலைப் பாதுகாக்க உதவுகின்றது.

4. உள்ளூர் சமூக ஈடுபாடு

சுற்றுலாத்துறையானது சமூகங்களின் சமூக-கலாச்சார நம்பகத்தன்மையை மதிக்க வேண்டும், அவர்களின் கட்டியெழுப்பப்பட்ட மற்றும் வாழும் கலாச்சார பாரம்பரியம் மற்றும் பாரம்பரிய மதிப்புகளை பாதுகாக்க வேண்டும், மேலும் கலாச்சார புரிந்துணர்வு மற்றும் சகிப்புத்தன்மைக்கு பங்களிக்க வேண்டும். சுற்றுலா வளர்ச்சியானது உள்ளூர் சமூகங்களை உண்மையான, முழுமையான திறனில் ஈடுபடுத்த வேண்டும். பிராந்திய மற்றும் உள்ளூர் அரசாங்கம் உட்பட வலுவான அரசியல் தலைமைத்துவத்துடன், அனைத்து தொடர்புடைய பங்குதாரர்களின் தகவலறிந்த, பரந்த பங்கேற்பை ஊக்குவிக்க வேண்டும் மற்றும் ஒருமித்த கருத்தை உருவாக்க வேண்டும்.

5. பாரம்பரியத்தில் வேரூன்றிய மறக்கமுடியாத அனுபவங்கள்

அனைத்து சுற்றுலா சேவைகள் மற்றும் செயற்பாடுகள் பார்வையாளர்களை மையமாகக் கொண்டதாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் இலங்கையின் சுற்றுச்சூழல், மத, சமூக மற்றும் கலாச்சார பாரம்பரியத்தில் வேரூன்ற வேண்டும். அவர்கள் உயர் மட்ட பார்வையாளர் திருப்தியை வழங்க வேண்டும் மற்றும் அர்த்தமுள்ள பார்வையாளர் அனுபவத்தை உறுதி செய்ய வேண்டும், கற்றல் வாய்ப்புகளை வழங்க வேண்டும் மற்றும் சிறந்த சுற்றுலா நடைமுறைகள் பற்றி விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

6. இலக்கினை சந்தைப்படுத்தலுக்கான பொறுப்புணர்வு

நாட்டின் தனித்துவமான சூழல், மரபுகள் மற்றும் ஈர்ப்புத்தன்மைகளை முன்னிலைப்படுத்தி இலங்கை பொறுப்புணர்வுடன் சந்தைப்படுத்த வேண்டும். நாடு மற்றும் சுற்றுலாத்துறை பற்றிய நீண்டகால தவறான எண்ணங்களை அகற்றுவதற்கான முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட வேண்டும்.

7. அனைவருக்குமான அக்கறை மற்றும் பாதுகாப்பு

அனைத்து பார்வையாளர்கள், முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் சமூகங்கள் மற்றும் விலங்குகளுக்கும் அக்கறை மற்றும் பாதுகாப்பான சூழல் உறுதி செய்யப்பட வேண்டும்.

சாராம்சம்

- சுற்றுலாத் தாக்கங்களை மூன்று முக்கிய வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்:
 - பொருளாதாரம்
 - சமூகம்
 - சுற்றுச்சூழல்
- இலங்கை சுற்றுலாவின் வழிகாட்டும் கொள்கைகளின் மூலம் எதிர்மறையான தாக்கங்கள் மட்டுப்படுத்தப்பட்டு நேர்மறையான தாக்கங்களை அதிகரிக்கலாம்:

1. இலங்கைக்கு சுற்றுலாவின் பயன்களைக் கைப்பற்றுதல்
 2. பொருளாதார பங்கேற்பின் மக்கள்மயமாக்கல்
 3. சொத்துக்களைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் உலகத்தரம் வாய்ந்த சொத்து முகாமைத்துவம்
 4. உள்ளூர் சமூக ஈடுபாடு
 5. பாரம்பரியத்தில் வேரூன்றிய மறக்கமுடியாத அனுபவங்கள்
 6. இலக்கினை சந்தைப்படுத்தலுக்கான பொறுப்புணர்வு
 7. அனைவருக்குமான அக்கறை மற்றும் பாதுகாப்பு
-

சுற்றுலா வகைகள்

எல்லா சுற்றுலாப் பயணிகளும் ஒரே மாதிரியாக இருப்பதில்லை. அது வெளிப்படையானது. எனவே அவர்களை கொஞ்சம் நன்றாக தெரிந்து கொள்வோம்.

இந்த பாடத்தில் சுற்றுலாவின் பல்வேறு வகைகள், நோக்கங்கள் மற்றும் வடிவங்களைப் பார்ப்போம்.

இது ஏன் முக்கியம்? ஏனெனில் தொடர்ந்து வரும் பாடங்களில், உங்களது குறிப்பிட்ட சுற்றுலா வணிகத்திற்கு அவர்களை ஈர்க்கும் வகையில், இவற்றின் குறிப்பிட்ட துணைக்குழுக்களை நீங்கள் குறிவைப்பீர்கள்.

ஐக்கிய நாடுகளின் உலக சுற்றுலா அமைப்பு (UNWTO) சுற்றுலாப் பயணிகளை மூன்று வழிகளில் வகைப்படுத்துகிறது:

உள்நாட்டு

குறித்த நாட்டின் குடியிருப்பாளர்கள் அந்த நாட்டிற்குள் மட்டுமே பயணம் செய்கிறார்கள். இலங்கையில், இது சுய-ஒட்டுநர் சுற்றுலா பயணிகள் அல்லது புகையிரதத்தில் வருபவர்களைக் குறிக்கும்.

இந்த வகை சுற்றுலாப் பயணிகளின் நன்மைகள் என்னவென்றால், அவர்கள் பொதுவாக உள்ளூர் மொழிகளைப் புரிந்துகொள்வது, உள்ளூர் உணவை அனுபவிப்பது மற்றும் போதுமான அளவு தன்னிறைவு பெறுவது. கூடுதலாக, அவர்கள் ஒரு வருட காலப்பகுதியில் அளவிடும்போது, பொருளாதாரத்திற்கு இன்னும் பல மொத்த சுற்றுலா இரவுகளைச் சேர்க்கலாம்.

எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக மிகப்பெரிய நன்மை: அவர்கள் தொடர்ச்சியான பார்வையாளர்களாகவும், மீண்டும் மீண்டும் வணிகத்தை வழங்கவும் வாய்ப்புள்ளது. ஒரு விசுவாசமான உள்நாட்டு சுற்றுலாப் பயணி மிகவும் மதிப்புமிக்கவர்.

உள்வருபவர்கள்

குறித்த நாட்டில் பயணம் செய்யும் குடியிருப்பாளர்கள். இலங்கையில், அவர்கள் விமானம் அல்லது படகு மூலம் நாட்டிற்கு வந்திருப்பார்கள்.

இந்த வகை சுற்றுலாப் பயணிகளின் நன்மைகள் என்னவென்றால், அவர்கள் அடிக்கடி அனுபவிக்கிறார்கள் மற்றும் உள்ளூர் மக்கள் சாதாரணமாக எடுத்துக்கொள்ளும் பொருட்களுக்கு பணம் கொடுக்கத் தயாராக இருக்கிறார்கள் மற்றும் பெரும்பாலும் அதிக நிதி ஆதாரங்களை அணுகலாம், ஆனால் அவர்களுக்கு தேவைகளும் எதிர்பார்ப்புகளும் உள்ளன, அவை இலங்கை சுற்றுலா வணிகங்களுக்கு அறிமுகமில்லாததாக இருக்கலாம்.

வெளிச்செல்பவர்கள்

ஒரு நாட்டில் வசிப்பவர்கள் மற்றொரு நாட்டிற்கு பயணம் செய்கிறார்கள். இலங்கை, இது மற்ற நாடுகளுக்கு பயணம் செய்யும் இலங்கை மக்களை குறிக்கிறது.

ஆனால் அவர்கள் முதலில் பயணிப்பதற்கான காரணம் என்ன?

வருகையின் நோக்கம்

இலங்கை சுற்றுலா அதிகாரசபையின் வருடாந்த புள்ளிவிவர அறிக்கையில், குடிவரவு மற்றும் குடியகல்வு திணைக்களம் இலங்கைக்கு சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கான ஒன்பது வெவ்வேறு நோக்கங்களுக்காக அறிக்கை செய்கின்றது:

- மகிழ்ச்சி
- நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களைப் பார்ப்பதற்கான வருகை
- வணிகம்
- MICE (கூட்டங்கள், ஊக்கத்தொகை, மாநாடுகள், கண்காட்சிகள்)
- விளையாட்டு
- ஆரோக்கியம்
- அதிகாரப்பூர்வம்
- கல்வி

உங்கள் சுற்றுலா வணிகத்தை சுற்றுலா பயணிகளுக்கு திறம்பட சந்தைப்படுத்த போகின்றீர்கள் என்றால், அவர்கள் யார், அவர்கள் ஏன் இங்கு இருக்கிறார்கள் என்பதை நீங்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். அவர்களுக்கு என்ன வேண்டும் என்று உங்களுக்குத் தெரிந்தால் மட்டுமே அவர்கள் விரும்புவதை நீங்கள் வழங்க முடியும், இல்லையா?

எனவே இலங்கையில் உள்வரும் சுற்றுலாவைப் பற்றி சற்று ஆராய்ந்து புரிந்துகொள்வோம்:

2017 ஆம் ஆண்டில் நாட்டிற்கு வருகை தந்த சுற்றுலாப் பயணிகளில் 82.4% தொகையினர் **மகிழ்வுற** வந்திருப்பதை மேலே உள்ள அட்டவணை காட்டுகிறது-அதாவது விடுமுறை, பொழுதுபோக்கு, சுற்றுப்பயணம் போன்றவற்றுக்காக. 11.3% சுற்றுலா பயணிகள் **நண்பர்களையும் உறவினர்களையும் பார்க்கவும்** மற்றும் **வணிகப்பயணம்** தொடர்பாக (3.3 %) தொகையினர் வந்திருந்த அதேவேளை **MICE** (கூட்டங்கள், ஊக்கத்தொகை, மாநாடுகள், கண்காட்சிகள்) (1.3%) தொகையினரும். **விளையாட்டு** மற்றும் **சுகாதார** நோக்கங்களுக்காக இலங்கைக்கு வந்த சுற்றுலாப் பயணிகளின் விகிதம் முறையே 0.8% மற்றும் 0.5% ஆகும். 0.3% சுற்றுலா பயணிகள் **உத்தியோகபூர்வ** நோக்கங்களுக்காக வருவதாகவும், கிட்டத்தட்ட 0.1% **கல்வி** நோக்கங்களுக்காக வருகை தருவதாகவும் தெரிவித்தனர்.

மொத்த மகிழ்வான பயணிகளில், அதிக சுற்றுலாப் பயணிகள் மேற்கு ஐரோப்பாவிலிருந்து 32.4% மற்றும் தெற்காசியாவிலிருந்து 23% மற்றும் கிழக்கு ஆசியாவிலிருந்து 22.7% வருகை தந்தனர். கிழக்கு ஐரோப்பா, மத்திய கிழக்கு மற்றும் ஆஸ்திரேலியாவிலிருந்து வரும் சுற்றுலாப் பயணிகளின் விகிதம் முறையே 8.8%, 5.1% மற்றும் 3.4% ஆகும்.

வணிகப் பயணிகளின் மிகப்பெரிய விகிதம் தெற்காசியா (59.9%) மற்றும் கிழக்கு ஆசியா (20.8%) மற்றும் மேற்கு ஐரோப்பாவிலும் (11.7%) ஆகும். நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களைப் பார்வையிடுவதற்காக வந்திருந்தவர்களின் பதிவு செய்யப்பட்ட மிக உயர்ந்த விகிதம் மேற்கு ஐரோப்பாவிலிருந்து (38.3%) தெற்காசியா (20.9%) மற்றும் வட அமெரிக்கா (16.9%) ஆகும்.

முக்கிய சுற்றுலா ஆதார சந்தையான இந்தியா, 2017 இல் 300,000 க்கும் மேற்பட்ட சுற்றுலாப் பயணிகளை இலங்கைக்கு உருவாக்கியது, இது சந்தைப்படுத்தலுடன் ஒப்பிடுகையில் 17.09% மகிழ்வுறவும், 16.48% நண்பர்களையும் உறவினர்களையும் பார்க்கவும், 48.4% வணிகம் தொடர்பான பயணம் மற்றும் MICE க்காகவும் 27.4%, அந்தந்த நோக்கங்களுக்காக வந்த மொத்த பயணிகளின் வீதாசாரமாகும்.

சுற்றுலாவின் வடிவங்கள்

இடங்கள் அல்லது செயற்பாடுகளின் அடிப்படையில் நீங்கள் சுற்றுலா வகைகளை வகைப்படுத்தலாம். உதாரணமாக, இலங்கையில் நிறைய பேர் **கடற்கரையில் விடுமுறையை** விரும்புகிறார்கள் என்பது எங்களுக்கு நன்றாகவே தெரியும். ஆனால் சிலர் சூரியன் மற்றும் உப்பு என்பன தங்கள் தோலில்படுவதை தவிர்க்க நினைக்கிறார்கள். மசாஜ் மற்றும் எண்ணெயுடன் கூடிய நிழல் மற்றும் அழகான சூழல்களில் அவர்கள் **நல்-வாழ்வு விடுமுறைகளை** விரும்பலாம். மற்ற வெளிப்புற வகைகள் அனைத்தும் **சாகச விடுமுறையை நோக்கி** ஈர்க்கப்படுகின்றன, அது அவர்கள் காணக்கூடிய மிகப்பெரிய அலைச்சலுக்காக அல்லது தொலைதூர மலைகளாக இருக்கலாம்.

இலங்கையில் சுற்றுலாப் பயணிகளுக்கு நிறைய வாய்ப்புகள் உள்ளன: மேற்கூறியவற்றைத் தவிர, **கலாச்சார** மற்றும் **வரலாற்று சுற்றுலா**, **வனவிலங்கு மற்றும் விளையாட்டு காட்சி**, **மத யாத்திரைகளும்** உள்ளன...

பின்னர், நிச்சயமாக, நாங்கள் விவாதித்த பல்வேறு வகையான சுற்றுலாக்களில் ஒவ்வொன்றிலும் துணைக்குழுக்கள் உள்ளன. உதாரணமாக, ஒரு வெளிப்புற சாகசமானது, **சுற்றுச்சூழல் சுற்றுலாவை** உள்ளடக்கியது, அங்கு மக்கள் இயற்கையை ஒரு நிலையான வழியில் அனுபவிக்க அனுமதிக்கும் அனுபவங்களைத் தேடுகின்றார்கள். சில சுற்றுலாப் பயணிகள் இயற்கைப் பூங்காக்களில் வேலை செய்வதற்கும் மற்றும் விலங்குகளுக்கு இடையில் பாதுகாக்க இருப்பதற்கும் பணம் செலுத்துகின்றனர், உதாரணமாக ஆமைகள் சரணாலயங்களில் வேலை செய்து விடுமுறையை செலவிட விரும்புவோர் ...

பட்டியல் கிட்டத்தட்ட முடிவற்றது – விக்கிபீடியாவின் ([Wikipedia's long list of entries](#)) நீண்ட உள்ளீடுகளின் பட்டியலில் 75 க்கும் மேற்பட்ட பல்வேறு வகையான சுற்றுலாப் பக்கங்கள் உள்ளன!

சாராம்சம்

சுற்றுலாவில் 3 வகைகள் உள்ளன:

- உள்நாட்டு (குறித்த நாட்டின் குடியிருப்பாளர்கள் அந்த நாட்டிற்குள் மட்டுமே பயணம் செய்கிறார்கள்)
- உள்வருபவர்கள் (கொடுக்கப்பட்ட நாட்டில் பயணம் செய்யும் குடியிருப்பாளர்கள்)
- வெளிச்செல்பவர்கள் (ஒரு நாட்டில் வசிப்பவர்கள் மற்றொரு நாட்டில் பயணம் செய்கிறார்கள்)

சுற்றுலாவின் 9 **நோக்கங்களாவன:**

- மகிழ்ச்சி
- நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களைப் பார்ப்பதற்கான வருகை
- வணிகம்
- MICE (கூட்டங்கள், ஊக்கத்தொகை, மாநாடுகள், கண்காட்சிகள்)
- விளையாட்டு
- ஆரோக்கியம்
- அதிகாரப்பூர்வம்
- கல்வி

சுற்றுலாவில் பல்வேறு **வடிவங்கள்** உள்ளன. அவற்றில் இலங்கையில் மிகவும் பிரபலமானவை:

- கடற்கரை
- சாகசம்
- நல்-வாழ்வு
- கலாச்சாரம்
- மதம்
- வனவிலங்கு

சுற்றுலா தொடர்பான சொற்களஞ்சியம்

நாம் மேலும் தொடர்ந்து செல்வதற்கு முன், நாம் அனைவரும் ஒரே பக்கத்தில் இருக்கும்படியான விடயங்களை வரையறுப்போம். வெளிநாட்டினரால் புரிந்து கொள்ளப்படாத சுற்றுலாச் சொற்களுக்கு இலங்கையில் சில உள்நாட்டு வரையறைகள் உள்ளன என்பதை உணர வேண்டியது அவசியம். 'ஹோட்டல்' என்பது மிகவும் பொதுவான உதாரணம், ஆனால் இன்னும் பல உள்ளன. உங்கள் இலக்கு சந்தை செய்யும் விடயங்களுக்கு நீங்கள் அதே விதிமுறைகளைப் பயன்படுத்தினால் தவறான தகவல் மற்றும் விரக்தியைத் தவிர்க்கலாம்.

பின்வரும் வரையறைகள் பொதுவாக இலங்கை சுற்றுலா அபிவிருத்தி சபை (SLTDA) மற்றும் ஐக்கிய நாடுகள் உலக சுற்றுலா அமைப்பு (UNWTO) ஆகியவற்றால் பயன்படுத்தப்படுகிறது:

சுற்றுலா

தனிப்பட்ட அல்லது வணிக/தொழில்முறை நோக்கங்களுக்காக மக்கள் தங்கள் வழக்கமான சூழலுக்கு வெளியே உள்ள நாடுகளுக்கு அல்லது இடங்களுக்கு நகர்வதானது ஒரு சமூக, கலாச்சார மற்றும் பொருளாதார நிகழ்வாகும். இந்த மக்கள் விருந்தினர்கள் என்று அழைக்கப்படுகிறார்கள் (இது சுற்றுலா பயணிகள் அல்லது சுற்றுலாப்பயணிகளாக இருக்கலாம்; குடியிருப்பாளர்கள் அல்லது குடியிருப்பாளர்கள் அல்லாதவர்கள்) மற்றும் சுற்றுலா அவர்களின் செயற்பாடுகளுடன் தொடர்புடையது, அவற்றில் சில சுற்றுலா செலவினங்களைக் குறிக்கிறது

இந்த வரையறையைப் பயன்படுத்தி, சுற்றுலா என்பது பல நோக்கங்களுக்கான (வணிகம் அல்லது மகிழ்ச்சி) மக்களின் இயக்கம் என்பதை நாம் காணலாம்.

சுற்றுலாப்பயணிகள்

வணிகம் அல்லது ஓய்வு அல்லது பிற காரணங்களுக்காக, குறைந்தது 24 மணிநேரம் தனது வீட்டிலிருந்து குறைந்தபட்சம் 80 கி.மீ தூரத்தை கடந்து பயணிக்கும் ஒருவர்.

நாம் ஏற்கனவே பார்த்தபடி, சுற்றுலா பயணிகள் கீழுள்ளவாறு இருக்க முடியும்:

- உள்நாட்டு (குறித்த நாட்டின் குடியிருப்பாளர்கள் அந்த நாட்டிற்குள் மட்டுமே பயணம் செய்கிறார்கள்)
- உள்வருபவர்கள் (கொடுக்கப்பட்ட நாட்டில் பயணம் செய்யும் குடியிருப்பாளர்கள்)
- வெளிச்செல்பவர்கள் (ஒரு நாட்டில் வசிப்பவர்கள் மற்றொரு நாட்டில் பயணம் செய்கிறார்கள்)

விருந்தினர்

ஒரு விருந்தினர் என்பது ஒரு முழு நேர மாணவராக அல்லது ஒரு குடியிருப்பு நிறுவனத்தால் வேலைக்கு அமர்த்தப்பட்ட அல்லது பயணம் செய்வதைத் தவிர வேறு எந்த முக்கிய நோக்கத்திற்காகவும் (வணிகம், ஓய்வு அல்லது பிற தனிப்பட்ட நோக்கத்திற்காக) ஒரு வருடத்திற்குள், அவரது வழக்கமான சூழலுக்கு வெளியே ஒரு முக்கிய இடத்திற்கு பயணம் செய்யும் பயணி ஆகும். ஒரு பார்வையாளர் (உள்நாட்டு, உள்வரும் அல்லது வெளிச்செல்லும்) ஒரு சுற்றுலாப் பயணியாக வகைப்படுத்தப்படுகின்றார், அவள்/அவருடைய பயணத்தில் ஒரு இரவில் தங்குவதும் அடங்கும்.

சர்வதேச விருந்தினர்

ஒரு சர்வதேச பயணி குறித்த நாட்டைப் பொறுத்தவரை சர்வதேச விருந்தினராக தகுதி பெறுகிறார்:

- அவர்/அவள் சுற்றுலா பயணத்தில், மற்றும்
- அவர்/அவள் குறித்த நாட்டில் பயணம் செய்யும் ஒரு குடியிருப்பாளர் அல்லது அதற்கு வெளியே பயணம் செய்யும் ஒரு குடியிருப்பாளர்.

மேலும் தெளிவுபடுத்த, இலங்கை சுற்றுலா அபிவிருத்தி சபை (SLTDA) பின்வருவனவற்றை 'சர்வதேச விருந்தினர்' வரையறையிலிருந்து விலக்களிக்கின்றது:

- தங்களுக்கு ஆதாயமான தொழிலில் ஈடுபடுத்தல், முழுநேர படிப்பு அல்லது தங்கியிருக்கும் காலத்தைப் பொருட்படுத்தாமல் இலங்கையில் வசிப்பிடத்தை நிறுவுதல் போன்ற ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்துடன் வருகை தரும் அனைத்து நபர்களும்.
- இராஜதந்திர பணியாளர்கள்.
- கப்பல்கள் மற்றும் விமானக் குழுவினர் ஒரு இரவு அல்லது அதற்கு மேல் தங்கியிருந்தாலும் கூட.
- தற்காலிக குடியேறியவர்கள் மற்றும் மூன்று வயதுக்குட்பட்ட குழந்தைகள்.

உல்லாசப்பயணிகள்

இலங்கை சுற்றுலாப் புள்ளிவிபரங்களின்படி, சுற்றுலாப் பயணிகள் கப்பல் துறைமுகத்தில் இருக்கும்போது, பார்வையிடல், கொள்வனவு போன்றவற்றிற்காக கடல் பயணங்களில் பயணிப்பவர்கள். **அவர்கள் இலங்கைக்குள் இரவைக் கழிப்பதில்லை.**

சுற்றுலா பயணிகளின் வருகை

ஒரே பயணத்தின் போது அல்லது வெவ்வேறு பயணங்களின் போது நாட்டிற்குள் வரும் ஒரு சுற்றுலாப் பயணியின் **ஒவ்வொரு வருகையும் (அல்லது நுழைவு)** ஒரு 'சுற்றுலா வருகை' என்று கணக்கிடப்படுகின்றது, வருகையானது (அல்லது நுழைவு) நாட்டிற்குள் குறைந்தது ஒரு இரவில் நீடிக்கும்.

சுற்றுலாப்பயணிகள் இரவு

எந்த வகையான நிலையான தங்குமிடத்திலும் ஒரு சுற்றுலாப் பயணி **இலங்கையில் கழித்த இரவு.**

விருந்தினர் இரவு

வெளிநாட்டு விருந்தினர்களால், SLTDA ஆல் அங்கீகரிக்கப்பட்ட ஒரு ஹோட்டல், ஓய்வகம் அல்லது விருந்தினர் விடுதியில் கழித்த ஒரு இரவு பொழுதினை குறிக்கின்றது.

விருந்தோம்பல்

மக்கள் தாம் வரவேற்கப்பட்டமை மற்றும் இதமாகவும் மேலும் மகிழ்ச்சியாகவும் உணர உதவுவதாகும்.

விருந்தோம்பல் துறை

விருந்தோம்பல் துறை என நாங்கள் தங்குமிடம் மற்றும் உணவு மற்றும் பான சேவைகள் துறைகளை ஒன்றாக குறிப்பிடுகிறோம்.

சுற்றுலாத் துறையின் துணைக்கூறுகளாவன பின்வருமாறு:

- வீட்டை விட்டு பயணிக்கும் மக்களுக்கு ஒரே இரவில் **தங்குமிடம்**, மற்றும்,
- Options for people **dining** outside their home மக்கள் தங்கள் வீட்டிற்கு வெளியே **உணவருந்துவதற்கான** தெரிவுகள்

தங்குமிட வகைகள்

இலங்கையின் உள்நாட்டு மக்கள் ஒரு சில தங்குமிட வகைகளுக்கான வரையறைகளை உருவாக்கியுள்ளனர், அவற்றில் பெரும்பாலானவை சர்வதேச சுற்றுலாப் பயணிகளின் புரிதல்களுக்கு ஏற்றவை இல்லை. வெவ்வேறு நபர்கள், குழுக்கள் மற்றும் வலைத்தளங்கள் வெவ்வேறு வரையறைகளைக் கொண்டிருந்தாலும், உங்களது இலக்கு சந்தையால் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் வரையறைகளை நீங்கள் பின்பற்றுவது மிகவும் முக்கியமாகும்.

ஹோட்டல்

ஏறக்குறைய அனைத்து சர்வதேச பயணிகளும் ஹோட்டல் என்றால் என்ன என்பதை, பல அறைகளைக் கொண்ட தங்குமிடம் மற்றும் ஒருவேளை உணவை வழங்கும் இடம் என தெளிவற்ற முறையில் ஒத்துக்கொள்கின்றார்கள்.

இலங்கையின் பல சாலையோர அடையாளங்களில் காணப்படும் வார்த்தையானது மிகவும் வித்தியாசமானது, இல்லையா?

மறுபுறம், இலங்கை அரசாங்கம் ஒரு ஹோட்டல் (விடுதி) என விவரிக்கப்படும் ஒரு தங்குமிட ஸ்தாபனத்திற்கான குறைந்தபட்ச தேவைகள் பற்றிய மிக விரிவான மற்றும் குறிப்பிட்ட விளக்கங்களை சுற்றறிக்கையில் வெளியிட்டுள்ளது:

- ஹோட்டலில் குறைந்தபட்சம் **10 படுக்கையறைகளுடனான இணைந்த குளியலறைகள்** இருக்க வேண்டும்.
- ஹோட்டலுக்கு ஒரு **தனி சேவை நுழைவாயில்** இருக்க வேண்டும்.

- போதுமான அளவு நல்ல தரமான தண்ணீர் இருக்க வேண்டும்.
- தரை தளம் உட்பட மூன்று மாடிகளுக்கு மேல் உள்ள ஹோட்டல் அல்லது கட்டிடத்தில் விருந்தினர்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய போதுமான **விருந்தினர் மின்தூக்கி/கள்(லிஃப்ட்/கள்)** இருக்க வேண்டும்.
- **படுக்கையறையின் அளவு** (இணைக்கப்பட்ட மேல்மாடம் மற்றும் கழிப்பறை தவிர) பின்வருமாறு:
 - ஐந்து-, நான்கு- மற்றும் மூன்று-நட்சத்திர வகைகளுக்கு: குறைந்தபட்சம் 22 ச. மீ.
 - இரண்டு மற்றும் ஒரு நட்சத்திர வகைகளுக்கு: குறைந்தபட்சம் 17 ச. மீ
 - அறையின் அகலம் 3.0 மீட்டருக்கும் குறைவாக இருக்கக்கூடாது. (இணைக்கப்பட்ட மேல்மாடம் மற்றும் கழிப்பறை தவிர).
- படுக்கையறையின் பிரதான நுழைவு கதவு இழுக்கப்படும் போது தானாகவே பூட்டப்பட வேண்டும்.
- அவசரமாக வெளியேறும் பாதையைக் குறிக்கும் கட்டிடத்தின் திட்டம் நுழைவு கதவின் உள் மேற்பரப்பில் முக்கியமாக காட்டப்படும்.
- ஒவ்வொரு குளியலறையும் குறைந்தது 3.7 சதுர மீட்டர் இருக்க வேண்டும்.
- குளியலறையில் இருந்து பழைய காற்றை திறம்பட அகற்ற இயற்கை அல்லது இயந்திர வழிமுறைகள் வைக்கப்பட வேண்டும்
- மென்மையான மற்றும் திறமையான விருந்தினர் சேவைக்காக சூடான மற்றும் குளிர்ந்த நீருடன் போதுமான எண்ணிக்கையிலான விசாலமான வீட்டு பராமரிப்பு சேவை வழங்கப்பட வேண்டும்.
- இந்த வசதிகளை வழங்க இட நெருக்கடி கொண்ட ஹோட்டல்கள் தொடர்புடைய செயற்பாடுகளைச் செய்ய படுக்கையறைகளுக்கு அருகில் மாற்று ஏற்பாடுகளைச் செய்ய வேண்டும்.
- குடியிருப்பு விருந்தினர்களுக்கான **உணவக வசதி** இருக்க வேண்டும்.
- a-la-carte உணவு நிரல் (மெனு) இருக்க வேண்டும்.

குறிப்பிட்ட சந்தை தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய வெளிவந்த மூன்று வகையான ஹோட்டல்களை இப்போது உற்று நோக்கலாம்: பட்ஜெட் ஹோட்டல்கள், பூட்டிக் ஹோட்டல்கள் மற்றும் உல்லாச விடுதிகள்.

பட்ஜெட் ஹோட்டல்கள்: ஏனெனில் இது வரம்புக்குட்பட்ட வரவு செலவுத் திட்டங்களைக் கொண்ட மக்களை இலக்காகக் கொண்டது - அதாவது அவர்கள் ஒரு இரவுக்குக் குறைவானத் தொகையை கொடுக்க விரும்புகின்றார்கள் - இவை குறைந்த அளவு உணவு மற்றும் பான வசதிகளுடன் அடிப்படை சேவைகளை வழங்குகின்றன.

பூட்டிக் ஹோட்டல்கள்: பூட்டிக் ஹோட்டல்களை வரையறுக்க இலங்கைக்கு தொழில் தரங்கள் இல்லை, ஆனால் இந்த ஹோட்டல்கள் பொதுவாக சில பொதுவான அம்சங்களைப் பகிர்ந்து கொள்கின்றன. இவற்றில் குறைவான அறைகள் மற்றும் ஒரு தனித்துவமான வடிவமைப்பு பாணி மற்றும் உள்ளக உணவு மற்றும் பான தெரிவுகள் ஆகியவை அடங்கும். ஹோட்டலின் அளவின் பிரதிபலிப்பாக, ஒரு பூட்டிக் ஹோட்டல் பொதுவாக நெருக்கமானது மற்றும் பாரம்பரிய, ஆடம்பரமான, நகைச்சுவையான அல்லது இசையுடன் எளிதில் அடையாளம் காணக்கூடிய சூழ்நிலையைக் கொண்டுள்ளது.

உல்லாச விடுதிகள்: ஒரு உல்லாச விடுதி என்பது ஒரு முழுநேர சேவையுடனான ஹோட்டல் ஆகும், இது பல்வேறு பொழுதுபோக்கு வசதிகள் மற்றும் இதர வசதிகளை வழங்குகின்றது.. ஒரு உல்லாச விடுதி பொதுவாக விருந்தினர் அனுபவத்தின் முதன்மை வழங்குநர் மற்றும் பொதுவாக ஒரு பலதரப்பட்ட வசதி அல்லது ஈர்ப்பைக் கொண்டிருக்கும். இலங்கையின் பலதரப்பட்ட வசதிகளுக்கு உதாரணமாக கடற்கரை மற்றும் கடல், கிராமப்புறங்கள் அல்லது ஸ்பா மற்றும் ஆரோக்கியம் ஆகியவற்றை குறிப்பிடலாம்.

துணை விடுதி

ஹோட்டல் தங்குமிடத்திற்கு மேலதிகமாக, அரசாங்கத்தின் சுற்றறிக்கை தரத்திற்கு இணங்க, இலங்கையின் சுற்றுலா இரவுகளில் பாதி (2017 இல் 49.66%) எண்ணற்ற வடிவங்களில், பல்வேறு விதமாக விவரிக்கப்பட்டது:

- பூட்டிக் வில்லாக்கள்
- விருந்தினர் இல்லங்கள்
- ஓய்வு இல்லங்கள்
- தங்குமிடங்கள்
- சுற்றுலா பங்களாக்கள்
- வாடகைக்கு விடப்பட்ட சுற்றுலா வீடுகள்
- வாடகை விடப்பட்ட சுற்றுலா குடியிருப்புகள்
- பாரம்பரிய பங்களாக்கள்/வீடுகள்

2017 ஆம் ஆண்டில் இந்த வகை தங்குமிடங்களின் எண்ணிக்கை 6,204,126 ஆக அதிகரித்துள்ளது, இது 2016 ஆம் ஆண்டில் 5,404,602 இரவுகளுடன் ஒப்பிடும்போது 14.8% அதிகரிப்பைக் காட்டுகின்றது.

துணை நிறுவனங்கள்

இலங்கை சுற்றுலா அபிவிருத்தி சபை (SLTDA)

சர்வதேச பார்வையாளர்களுக்கான முன்னணி இடமாக இலங்கையை நிறுவுதல், நிலைநிறுத்துதல் மற்றும் அபிவிருத்தி செய்தல். SLTDA முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் சமூகங்களுக்கு ஆதரவளிக்கும் வகையில், நிலையான முறையில், அதன் சுற்றுலா வாய்ப்பை விரிவுபடுத்துவதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் இலங்கையின் இயற்கையான திறனைத் ஊக்குவிப்பதற்கு பொறுப்பான அதிகாரப்பூர்வ நிறுவனமாகும்.

இலங்கை சுற்றுலா மற்றும் ஹோட்டல் முகாமைத்துவ நிறுவனம் (SLITHM)

இலங்கை அரசாங்கத்தால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட ஒரே ஒரு முதன்மைக் கல்வி நிறுவனமாகும், இது 1964 ஆம் ஆண்டு அரசாங்கத்தால் நிறுவப்பட்டது. SLITHM சுற்றுலா வளர்ச்சி மற்றும் கிறிஸ்தவ மத விவகார அமைச்சினால் நிர்வகிக்கப்படுகின்றது. மேலும், நாடளாவிய ரீதியில் மாணவர்களுக்கு வசதியாக, மாகாண பாடசாலைகள் அனுராதபுரம், பண்டாரவளை, பல்லேகெல்ல, கொக்கல, இரத்தினபுரி, குருநாகல் மற்றும் பாசிக்குடா ஆகிய இடங்களில் அமைக்கப்பட்டுள்ளன.

இலங்கை சுற்றுலா முகாமைத்துவ பணியகம் (SLTPB)

இலங்கையின் சுற்றுலா மற்றும் சுற்றுலாத்துறை தொடர்பான அனைத்து சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விளம்பர நடவடிக்கைகளையும் கையாளும் பொறுப்புள்ள அரச அமைப்பு ஆகும். இந்த பணியகத்தில் இலங்கை சுற்றுலா ஹோட்டல்கள் சங்கம், உள்வரும் சுற்றுலா செயற்பாட்டாளர்கள் சங்கம், சுற்றுலாத்துறையில் சிறிய மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்களின் சங்கம் போன்றவற்றின் பிரதிநிதிகள் உள்ளனர்.

SLTPB யின் முக்கிய நோக்கங்களாக, இலங்கை சுற்றுலா அபிவிருத்தி சபை, இலங்கை மாநாட்டு பணியகம் மற்றும் இலங்கை ஹோட்டல் முகாமைத்துவம் ஆகியவற்றுடன் இணைந்து சுற்றுலா அபிவிருத்தித் திட்டத்தின் படி குறிப்பிடப்பட்டுள்ள தரமான ஒரு சுற்றுலா மற்றும் பயண இடமாக இலங்கையை நேரடியாகவும் மறைமுகமாகவும் சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் ஊக்குவித்தல் ஆகும். மற்றும் அனைத்து பயண மற்றும் சுற்றுலா பங்குதாரர்களுடன். இந்த முயற்சிகள் இலங்கையை தெற்காசிய பிராந்தியங்களுக்கு ஒரு நுழைவாயிலாக ஊக்குவிப்பதையும், இலங்கை சுற்றுலா முகாமைத்துவம் மற்றும் பிராந்தியத்தின் அபிவிருத்தியை அறியச் செய்வதையும் கொண்டுள்ளன.

தகவல் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்பத்திற்கான அறிமுகம்

இந்த பாடம் இணைய கட்டமைப்பின். கிளவுட் எதிர் உள்ளக சேமிப்பு, மற்றும் ஒன்லைன் எதிர் ஓஃப்லைன் கருவிகள் தொடர்பான ஒரு கண்ணோட்டத்தை உங்களுக்கு வழங்கும்.

இப்பாட முடிவில், உங்களால்

- அடிப்படை இணைய கட்டமைப்பைப் புரிந்து கொள்ள முடியும்.
- உங்கள் சுற்றுலா வணிகத்தில் தகவல் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்பத்தின் சாத்தியமான பங்கை (களை) அடையாளம் காண முடியும்.

இணையம் என்றால் என்ன?

இணையம், சில நேரங்களில் "நெட்" அல்லது "உலகளாவிய வலை (www)" என்று அழைக்கப்படுகின்றது, இது உலகளாவிய கணினி வலையமைப்புகள் ஆகும் - வலையமைப்புகளின் வலையமைப்பு, இதில் எந்த ஒரு கணினியிலும் பயனர்கள் அனுமதி இருந்தால், எந்த ஒரு தகவலையும் பெறலாம் மற்றும் சில நேரங்களில் மற்ற கணினிகளின் பயனர்களுடன் நேரடியாக பேசலாம்.

இணையம் எப்படி தொடங்கியது அல்லது யாருக்குச் சொந்தமானது என்று நீங்கள் எப்போதாவது சிந்தித்திருக்கின்றீர்களா? பின்வரும் காணொளியைப் பார்ப்போம்:

(இந்த காணொளி கான் அகடமியால் வழங்கப்பட்ட பல சிறந்த ஆதாரங்களில் ஒன்றாகும், இலாப நோக்கமற்றது "இலவச, உலகத்தரம் வாய்ந்த கல்வியை" வழங்குவதில் கவனம் செலுத்துகின்றது. இது நிச்சயமாக அவர்களின் தளத்தை பக்கக்குறி (புக்மார்க்) செய்து மீண்டும் மீண்டும் வருவது சிறப்பிற்குரியது.)

கலைச்சொல்

சில அடிப்படை சொற்களை நாம் புரிந்து கொள்ள வேண்டும்:

ஐசிடி என்பது **தகவல் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்பத்தைக்** குறிக்கும் சுருக்கமாகும். டிஜிட்டல் வடிவில் மின்னணு முறையில் தகவல்களைச் சேமித்து, மீட்டெடுக்கும், கையாளும், கடத்தும் அல்லது பெறும் எந்தவொரு தயாரிப்பும் ஐசிடியில் உள்ளடங்கும். உதாரணமாக, தனிப்பட்ட கணினிகள், டிஜிட்டல் தொலைக்காட்சி, மின்னஞ்சல் மற்றும் கையடக்க தொலைபேசிகள் என்பனவாகும்.

உள்ளக சேமிப்பு (லோக்கல் ஸ்டோரேஜ்) மற்றும் கணித்தல். உங்கள் சொந்த கணினியில் தரவைச் சேமித்து அல்லது நிரல்களை இயக்கும்போது அனைத்து தகவல்களும் உங்கள் சொந்த கணினியில் உள்ள வந்தட்டில் வைக்கப்படும்.

கிளவுட் கம்ப்யூட்டிங் என்பது உங்கள் கணினியில் வந்தட்டிற்கு பதிலாக டேட்டா மற்றும் அப்ளிகேஷன்களை இணையத்தில் சேமித்து அணுகுவதாகும். தரவு இன்னும் கணினிகளில் சேமிக்கப்படுகின்றது, ஆனால் இவை சக்திவாய்ந்த மற்றும் நன்கு பாதுகாக்கப்பட்ட வலை சேவையகங்கள் ஆகும்.

இதேபோல், **ஓஃப்லைன்** பயன்பாடுகள் உங்கள் சொந்த கணினியில் (உள்ளக சேமிப்பு) நிறுவப்பட்ட நிரல்கள் அல்லது மென்பொருளாகும் மற்றும் இணைய இணைப்பு இல்லாமல் பயன்படுத்தலாம்.

மறுபுறம், **ஓன்லைன்** பயன்பாடுகள் இணையத்தில் வழங்கப்படுகின்றன, அவை உங்கள் உள்ளக கணினியில் நிறுவப்படவில்லை, ஆனால் அவை கிளவுட் இலிருந்து அணுகப்படுகின்றன. ஓன்லைன் திட்டங்களின் தீமை என்னவென்றால், நீங்கள் இணையத்துடன் இணைக்கப்பட வேண்டும், நன்மைகளாவன:

- உங்கள் கணினியில் இடம் பிடிக்காது,
- ஓஃப்லைன் பயன்பாடுகள் எளிதில் காலாவதியாகும் போது, புதுப்பித்த நிலையில் வைக்கப்படுகின்றன,
- பொதுவாக ஓஃப்லைன் பயன்பாடுகளை விட மலிவானது,
- எந்த சாதனத்திலிருந்தும் அணுகலாம் எ.கா. உங்கள் கையடக்க தொலைபேசிகள் அல்லது டேப்லெட்,
- பொதுவாக தகவல்களைச் சேமிப்பது பாதுகாப்பானவை; உங்கள் சொந்த கணினிக்கு ஏதாவது நேர்ந்தால், நீங்கள் தகவலை இழப்பீர்கள், அதே நேரத்தில் ஓன்லைன் விண்ணப்பங்கள் பாதுகாப்பாக வைக்கப்படும்.

கிளவுட் சேவைகளைப் பயன்படுத்த மேலும் மேலும் பயன்பாடுகள் (அப்ளிகேஷன்) மாறி வருகின்றன. கடந்த காலத்தில் அனைத்து பயன்பாடுகளும் (அப்ளிகேஷன்) உங்கள் சொந்த கணினியில் சேமித்து வைக்கப்பட்டன, ஆனால் இப்போது ஜிமெயில், அவுட்லூக், கூகுள் டிரைவ் மற்றும் மைக்ரோசாஃப்ட் ஒபிஸ் போன்ற பயன்பாடுகள் ஒன்லைனில் கிடைக்கின்றன.

இதேபோல், உங்கள் கணினியின் காப்புப்பிரதிகள் வெளிப்புற வன்தட்டு போன்ற இயற்பியல் வன்பொருளைப் பயன்படுத்தி செய்யப்படலாம், ஆனால் இப்போது எளிதாக சுயமாக இயங்கி கிளவுட் சேவையில் காப்புப்பிரதி சேமிக்கப்படும். உதாரணம்: [iCloud](#) அல்லது [Dropbox](#).

சாராம்சம்

- இணையம் என்பது நம்பமுடியாதளவு சுயாதீனமான, சொந்தமான, இணைக்கப்பட்ட வலையமைப்புக்களால் ஆனது.
- கிளவுட் அல்லது ஒன்லைன் பயன்பாடுகள் இணையத்தில் வழங்கப்படுகின்றன.
- பயனர்கள் கணினிகளை நம்புவதை விட சக்திவாய்ந்த வலை சேவையகங்களில் அவற்றை வைக்க முடியும் என்பதால் கிளவுட் பயன்பாடுகளின் அதிகரிப்பு உள்ளது.

தகவல் சேமிப்பு மற்றும் மீட்டெடுப்பதற்கான அடிப்படை தொழில்நுட்ப கருவிகள்

இந்த பாடத்தில், நாம் பின்வருவனவற்றைப் பற்றி பார்க்க போகின்றோம்:

- ஆவண உருவாக்கம், பெயரிடுதல் மற்றும் ஆவணஉறை அமைப்பு பற்றி சிறந்த பயிற்சி
- பொதுவான கோப்பு வடிவங்கள் மற்றும் பயன்கள்
- 3-2-1 காப்பு கோட்பாடுகள்

இந்த பாடத்தின் முடிவில் உங்களால்:

- மின்னணு ஆவண சேமிப்பு மற்றும் மீட்டெடுப்பின் கொள்கைகளைப் புரிந்து கொள்ள முடியும்
 - ஒரு அடிப்படை ஆவண வரிசைமுறையை அமைக்க முடியும்
 - படிநிலையில் புதிய பெயருடன் இணைப்பைச் சேமிக்க முடியும்
-

ஆவணங்களுடன் வேலை செய்தல்

உங்கள் கணினியில் ஆவணம் செய்யும் முறையை நிர்வகிப்பது உங்கள் வணிகத்தை நிர்வகிப்பதில் ஒரு முக்கிய அம்சமாகும். பெரும்பாலான சுற்றுலா வணிகங்கள் 'காகித வேலைகளின்' சுமை கொண்டிருக்கும் - மேலும் இவை உங்கள் கணினியில் திறமையான முறையில் சேமிக்கப்பட வேண்டும்:

- நீங்கள் தேடுவதைக் கண்டுபிடிப்பது எளிது.
- நீங்கள் இல்லையென்றால் ஆவணத்தை அணுக வேண்டிய மற்றவர்களுக்கு இது அர்த்தமுள்ளதாக இருக்கின்றது.
- ஆவண உள்ளடக்கம் என்ன என்பதை ஆவண பெயர் ஒரு பார்வையில் சொல்கிறது.

ஒழுங்கான மற்றும் திறமையான ஆவணம் செய்யும் முறையை எவ்வாறு பராமரிப்பது என்பது பற்றிய சில பரிந்துரைகள் இங்கே:

ஆவணத்தை உடனடியாக பெயரிட்டு சேமிக்கவும்

ஒரு ஆவணத்தை தாக்கல் செய்ய சிறந்த நேரம் நீங்கள் முதலில் அதை உருவாக்கும்போதாகும். எனவே உங்கள் ஆவணத்தை தாக்கல் செய்ய "Save As" குறியீட்டைப் பயன்படுத்தி பழகங்கள், அதற்குப் பெயரிடுங்கள், நீங்கள் தொடங்குவதற்கு முன்பே சரியான இடத்தில் வைக்கவும்.

கோப்புறைகளைப் பயன்படுத்தவும்

விலைப்பட்டியல், விலைமனு, வங்கி அறிக்கைகள், விலைப்பற்றுச்சீட்டு மற்றும் புகைப்படங்கள் போன்ற பல்வேறு வகையான மின்னணு கோப்புகளை நீங்கள் சேமிக்க வேண்டும். ஒவ்வொரு வகை ஆவணமும் அதன் சொந்த கோப்புறையில், முன்னுரிமை அகரவரிசையில் பிரிக்கப்பட வேண்டும், எனவே நீங்கள் **எனது ஆவணங்கள் (My Documents)** கோப்பகத்தில் பின்வரும் கோப்புறைகளை வைத்திருக்கலாம்:

/Bank /வங்கி

/Invoices /விலைப்பட்டியல்

/Photos /புகைப்படங்கள்

/Salaries /சம்பளம்

/Vehicles/வாகனங்கள்

Etc /ஏனையவை

உங்களது வணிகக் கோப்புகளிலிருந்து உங்கள் தனிப்பட்ட கோப்புகளைத் தனித்தனியாக வைத்திருப்பது சிறந்தது, எனவே அந்த ஆவணங்களுக்கு ஒரு 'தனிப்பட்ட' கோப்புறையைச் சேர்க்கவும்.

அந்த கோப்புறைகளை மேலும் துணை கோப்புறைகளாக பிரிக்கலாம். ஆண்டிற்கு ஏற்ப தொகுப்பு விலைப்பட்டியல்:

/விலைப்பட்டியல்/2019

விளக்கமான கோப்பு பெயர்களைப் பயன்படுத்தவும்

ஒரே பெயரில் பல கோப்புகளை வைத்திருப்பதை விட, நீங்கள் தேடுவதை விரைவாக கண்டுபிடிக்க முடியாமல், உங்கள் கோப்புகளுக்கு பெயரிடுவதற்கு ஒரு ஒழுங்கான இன்னும் விளக்கமான வழியைப் பற்றி சிந்தித்து, சீராக இருங்கள். உதாரணமாக, விலைப்பட்டியல் பெயரிடுவதை நீங்கள் கருத்தில் கொள்ளக்கூடிய ஒரு வழி இங்கே: subject_date_name

/invoice_190915_silva

/invoice_190902_patel

/invoice_190831_jones

இந்த வழியில், விலைப்பட்டியல் தானாகவே திகதியின்படி வரிசைப்படுத்தப்படும், மேலும் ஒவ்வொன்றையும் திறக்க வேண்டிய அவசியமின்றி ஒரு வாடிக்கையாளர் விலைப்பட்டியலை நாங்கள் விரைவாகக் காணலாம். 31 ஆகஸ்ட் 2019 முதல் திரு பட்டேலின் விலைப்பட்டியல் அல்லது விலைப்பட்டியலை நீங்கள் விரைவாகக் கண்டுபிடிக்க வேண்டும் என்றால், அவற்றைக் கண்டுபிடிப்பது எளிது.

பொதுவான கோப்பு வடிவங்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள்

நூற்றுக்கணக்கான வெவ்வேறு வகையான டிஜிட்டல் கோப்புகள் உள்ளன, அவற்றின் கோப்பு நீட்டிப்புகளால் வேறுபடுகின்றன - கோப்பு பெயரின் முடிவில் 3 அல்லது 4 எழுத்துக்கள். மிகவும் பொதுவான சிலவற்றைப் பார்ப்போம்:

.doc or .docx - Microsoft Word என்பது எழுத்து அடிப்படையிலான ஆவணங்களுக்குப் பயன்படுத்தப்படுகின்றது

.xls or .xlsx - Microsoft Excel என்பது எண் அடிப்படையிலான ஆவணங்களுக்குப் பயன்படுத்தப்படும் ஒரு விரிதாள் பயன்பாடு ஆகும்

.pps or .ppt - Microsoft PowerPoint விளக்கக்காட்சிகள் அல்லது ஸ்லைட் காட்சிகளுக்கு பயன்படுத்தப்படுகின்றது

.jpg, .jpeg, .png or .tiff or .gif - புகைப்படம், படம் அல்லது கிராஃபிக் கோப்புகள்

.exe - Windows இயங்கக்கூடிய கோப்பு பயன்பாடுகளை நிறுவ பயன்படுகின்றது

.pdf - பக்க வடிவமைப்பிற்கான நல்ல படத் தரம் மற்றும் நல்ல அச்சு/ஸ்கேன் தரத்தைப் பிடிக்கின்றது

.zip or .tar - சுருக்கப்பட்ட கோப்புகள் பெரிய கோப்புகள் அல்லது கோப்புறைகளை மாற்றுவதற்கு பயனுள்ளதாக இருக்கும்

காப்புப்பிரதிகள்

ஒரு மென்பொருள் செயலிழப்பு காரணமாக உங்கள் தரவை இழப்பது அல்லது ஏதாவது ஒரு வகையில் உங்கள் கணினியை இழப்பது பேரழிவை ஏற்படுத்தும் மற்றும் உங்கள் வணிகத்திற்கு உண்மையான பின்னடைவாக இருக்கலாம். இதனால்தான் காப்புப்பிரதிகள் முக்கியமானதாகும்.

3-2-1 காப்பு விதி

3-2-1 காப்புப்பிரதி விதி என்பது எந்தவொரு தோல்வி சூழ்நிலையிலும் உங்கள் தரவைப் பாதுகாப்பாக வைத்திருப்பதற்கான பொதுவான அணுகுமுறையின் எளிதில் நினைவில் கொள்ளக்கூடிய சுருக்கமாகும். விதி: உங்கள் தரவின் குறைந்தது **மூன்று (3) நகல்களை** வைத்து, **இரண்டு (2) காப்பு பிரதிகளை வெவ்வேறு சேமிப்பு ஊடகங்களில்** சேமிக்கவும், அவற்றில் **ஒன்று (1) ஓஃப்சைட்டில்** அமைந்துள்ளது.

கிளவுட் அடிப்படையிலான காப்பு தீர்வுகள் உங்கள் தரவை தானாகவே காப்புப் பிரதி எடுக்கும் மற்றும் அதை **ஓஃப்சைட்டில்** சேமிக்கவும் ஒரு சிறந்த வழியாகும். மற்ற இரண்டு பிரதிகள் உங்கள் வன்தட்டில் உள்ள அசல் தரவு மற்றும் வெளிப்புற வன்தட்டில் உள்ள தரவின் நகலாக இருக்கும்.

சாராம்சம்

- பெரும்பாலான சுற்றுலா வணிகங்களில் 'காகித வேலைகள்' அதிகமாக இருக்கும் - மேலும் இது உங்கள் கணினியில் மிகவும் திறமையான முறையில் சேமிக்கப்பட வேண்டும், இது உங்களுக்கோ அல்லது வேறு யாரோ கண்டுபிடிப்பது எளிது.
- உருவாக்கிய உடனேயே கோப்புகளை பெயரிட்டு சேமிக்கவும்.
- கிளவுட் அடிப்படையிலான காப்பு தீர்வுகள் உங்கள் தரவை தானாகவே காப்புப் பிரதி எடுக்கும் மற்றும் அதை **ஓஃப்சைட்டில்** சேமிக்கவும் ஒரு சிறந்த வழியாகும்.

தகவல்தொடர்புக்கான தொழில்நுட்ப கருவிகள்

இந்த பாடத்தில், நீங்கள் பின்வருவனவற்றை கற்றுக்கொள்வீர்கள்:

- தொழில்முறை மின்னஞ்சல் பயிற்சி
- செய்தியிடல் பயன்பாடுகளின் வாட்ஸ்அப் மற்றும் பேஸ்புக் உட்பட தொழில்முறை பயன்பாடு.

இந்த பாடத்தின் முடிவில், உங்களால்:

- சர்வதேச செய்தி பரிமாற்றத்தில் சிறந்த நடைமுறையைப் புரிந்து கொள்ள முடியும்
- இணைப்புகள் உடனான மின்னஞ்சல்களை அனுப்புதல் மற்றும் பதிலளித்தல்
- மின்னஞ்சல் கையொப்பத்தை அமைத்தல்
- செய்தி குழுக்களை உருவாக்குதல்

தொழில்முறை மின்னஞ்சல் பயிற்சி

நீங்கள் அனுப்பும் ஒவ்வொரு மின்னஞ்சலும் ஒரு நல்ல அபிப்பிராயத்தை ஏற்படுத்தக்கூடிய ஒரு வாய்ப்பாகும் ... மேலும் ஒரு கெட்ட மின்னஞ்சலானது, உங்கள் வியாபாரத்தில் பாதக விளைவுகளை ஏற்படுத்தும். உங்கள் வணிக மின்னஞ்சலுக்கான சில சரியான மின்னஞ்சல் அணுகுமுறைகளைப் பற்றி பார்ப்போம்:

To, Cc and Bcc

நீங்கள் நேரடியாக பேசும் எவருக்கும் உங்கள் மின்னஞ்சலை உரையாற்றுவதற்கு To புலத்தைப் பயன்படுத்தவும். Cc உங்கள் மின்னஞ்சலின் நகலை அனுப்புகின்றது மற்றும் உங்கள் மின்னஞ்சலைப் பற்றி மற்றவர்களுக்கு தெரிவிக்கப் பயன்படுகின்றது ஆனால் அவர்களிடமிருந்து எந்த பதிலும் தேவையில்லை.

Bcc புலம் வினைத்திறனாக பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். To அல்லது Cc மின்னஞ்சலைப் பெறுபவர்கள் நீங்கள் Bcc புலத்தில் உள்ள முகவரிக்கு அஞ்சலை அனுப்பியிருப்பதை பார்க்க முடியாது, எனவே இது அவர்களின் தனியுரிமை மீதான நோக்கமாக கருத்திற்கொள்ளலாம்.

Bcc புலத்தைப் பயன்படுத்துவதற்கான ஒரே ஒரு மற்றும் மிகச் சிறந்த காரணம் - நீங்கள் ஒருவருக்கொருவர் தெரியாத ஒரு குழுவிற்கு உங்கள் அஞ்சலை அனுப்பும்போது. அனைத்து முகவரிகளையும் To அல்லது Cc புலத்தில் வைப்பது தனியுரிமை சிக்கலை உருவாக்குகின்றது, ஏனெனில் நீங்கள் இந்த மின்னஞ்சல் முகவரிகளை சம்மதம் இல்லாமல் பகிர்ந்துகொள்வீர்கள். உதாரணமாக, நீங்கள் ஒரு பெரிய சுற்றுப்பயணக் குழுவிற்கு சுற்றுப்பயண விபரங்களை அனுப்பினால், நீங்கள் பல்வேறு மின்னஞ்சல் முகவரிகளுக்கு Bcc புலத்தைப் பயன்படுத்துவீர்கள். எனவே, மின்னஞ்சலைப் பெறுபவர்கள் அவர்கள் ஒரு குழுவின் பகுதியாக உரையாற்றப்பட்டதை அறிந்திருக்கின்றார்கள், ஆனால் மற்ற மின்னஞ்சல் முகவரிகளை அவர்கள் பார்க்க முடியாது. அது எவ்வாறு. [Here's how.](#)

தலைப்பிற்கு முக்கியத்துவம் கொடுங்கள்

ஒரு மின்னஞ்சல் வாசிக்கப்படுகின்றதா இல்லையா என்பதை ஒரு நல்ல பொருள் வரி பெரும்பாலும் தீர்மானிக்கின்றது. உங்கள் மின்னஞ்சல் என்ன என்பதைப் பிரதிபலிக்கும் தெளிவான, சுருக்கமான தலைப்பை எழுதுங்கள்.

ஒரு தலைப்பை எப்போதும் வெற்றாக விட்டு விடாதீர்கள், புதிய தலைப்பைப் பற்றி விவாதிக்கும்போது கொடுக்கப்பட்ட தலைப்புடன் மின்னஞ்சலுக்கு பதிலளிக்க வேண்டாம்; பொருத்தமான தலைப்புடன் புதிய மின்னஞ்சலைத் தொடங்கவும்.

சரியான வணக்கத்தைப் பயன்படுத்துங்கள்

"ஹாய்" மற்றும் "ஹே" ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்தி அனுப்பப்படும் தொடர்பாடல்கள் தொழில்நுட்பமான குறைபாட்டைத் தெரிவிக்கின்றன. " டியர்", "காலை வணக்கம்", "நல்ல நாள்", "வாழ்த்துக்கள்" அல்லது "வணக்கம்" போன்ற சொற்றொடர்களுடன் உங்கள் மின்னஞ்சலைத் தொடங்குங்கள். உ+ம். நல்ல நாள் திரு பட்டேல்.

விரைவாக பதிலளிக்கவும்

24 மணி நேரத்திற்குள் பதிலளிப்பது பொதுவான மரியாதை. யாரையாவது காத்திருக்க வைப்பது அநாகரிகமாக கருதப்படலாம் மற்றும் உங்களது வியாபாரத்திற்கு செலவாகும். நீங்கள் யாரையும் தற்செயலாக நீண்ட நேரம் காத்திருக்க வைத்திருந்தால் மன்னிப்பு கேளுங்கள். வணிகக் கேள்விகளுக்கு, விடுதி கோரிக்கைகள் போன்றவற்றிற்கு சில மணிநேரங்களுக்குள் பதிலளிப்பது முக்கியம், ஏனெனில் இது சாத்தியமான வாடிக்கையாளரைக் காட்டுகின்றது.

தொழில் ரீதியாக எழுதுங்கள்

வணிக மின்னஞ்சல் தனிப்பட்ட மின்னஞ்சலில் இருந்து மிகவும் வித்தியாசமானது, எனவே ஈமோஜிகள், சுருக்கெழுத்துகள் (LOL, OMG, BTW), "u" என்பதற்குப் பதிலாக "u" அல்லது பல ஆச்சரியங்கள் (!!!) போன்ற சுருக்கங்களைப் பயன்படுத்த வேண்டாம். நண்பர்களுக்கு மின்னஞ்சல் அனுப்பும் போது இவை பொருத்தமானதாக இருக்கலாம் ஆனால் உங்கள் வணிக மின்னஞ்சலுக்கு கண்டிப்பாக பொருந்தாது.

இணைப்புகளை சிறியதாக வைத்திருங்கள்

இது வரிசையில் உள்ளது என்பதை பெறுநரிடம் தெளிவுபடுத்தாமல், MB அளவுள்ள பெரிய இணைப்புகளை ஒருபோதும் அனுப்ப வேண்டாம். மிகப் பெரிய மின்னஞ்சல்களைப் பெறுவது அஞ்சல் பெட்டி சிக்கல்களை ஏற்படுத்தி, உங்களுக்கும் உங்கள் வணிகத்திற்கும் மோசமான அபிப்பிராயத்தை உருவாக்கும்.

நீங்கள் பல புகைப்படங்கள் அல்லது பிற பெரிய கோப்புகளை அனுப்ப வேண்டுமானால், [Dropbox](#) கோப்பு பகிர்வு (file -sharing) போன்ற செயலியில் பதிவேற்றவும் அல்லது அனுப்புவதற்கு முன் படங்களை ஸிப் கோப்பில் (ZIP file) சுருக்கவும். இது வெறுமனே மரியாதைக்குரியது.

உங்கள் கையொப்பத்தை நினைவில் கொள்ளுங்கள்

ஒவ்வொரு மின்னஞ்சலிலும் நீங்கள் யார், எப்படி உங்களைத் தொடர்புகொள்வது என்று பெறுநரிடம் தெரிவிக்கும் கையொப்பம் இருக்க வேண்டும். உங்கள் மின்னஞ்சல் கணக்கு அமைப்புகளில் உங்கள் கையொப்பத் தொகுதியை அமைக்கவும், அது ஒவ்வொரு மின்னஞ்சலின் முடிவிலும் தானாகவே தோன்றும். உங்கள் தொடர்பு விவரங்கள் அனைத்தையும் சேர்க்கவும் எனவே, பெறுநர் உங்கள் முகவரி, மின்னஞ்சல் அல்லது தொலைபேசி எண்ணைப் பார்க்க வேண்டிய ஏற்படாது. உங்கள் வலைத்தள URL அல்லது உங்கள் FaceBook அல்லது Instagram பெயர் போன்ற சமூக ஊடக குறிச்சொற்களையும் நீங்கள் சேர்க்கலாம்.

ஒரு நல்ல உதாரணம். [Gimmio](#)வில் உங்கள் சொந்தத்தை உருவாக்க முயற்சிக்கவும்.

செய்தி பயன்பாடுகளில் தொழில்முறை பயன்பாடு

பேஸ்புக் மெசஞ்சர் மற்றும் வாட்ஸ்அப் ஆகியவை உலகளவில் மிகவும் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் செய்தி பயன்பாடுகளாகும். இவை விரைவாகவும் மலிவாகவும் தொடர்புகொள்வதற்கான வழியை வழங்குகின்றன. இருப்பினும், இந்த வகையான தகவல்தொடர்புகள் அனைவருக்கும் வசதியாக இல்லை என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். எடுத்துக்காட்டாக, சில ஐரோப்பிய மற்றும் அமெரிக்க பயனர்கள் தங்கள் ஃபேஸ்புக்

சுயவிவரத்தைப் பகிர்வதில் சங்கடத்தை எதிர்நோக்கி உள்ளனர், எனவே மெசஞ்சரைப் பயன்படுத்த ஆர்வம் காட்டவில்லை.

வாட்ஸ்அப் மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும். பயண திசைகளை வழங்கும் போது மற்றும் மிகவும் பரவலாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட உடனடி செய்தி பயன்பாடு ஆகும்.

மின்னஞ்சல் அணுகுமுறைகளைப் போலவே, நண்பர்களுடன் நீங்கள் பயன்படுத்துவதை விட கண்ணியமான தகவல்தொடர்புகளைப் பயன்படுத்த நினைவில் கொள்ளுங்கள்; ஈமோஜிகள், சுருக்கெழுத்துக்கள் (LOL, OMG, BTW), "u" என்பதற்குப் பதிலாக "u" அல்லது பல ஆச்சரியங்கள் (!!!) போன்ற சுருக்கங்களைப் பயன்படுத்த வேண்டாம்.

வாடிக்கையாளர்கள் உங்களை தொடர்பு கொள்ள பயன்படுத்திய ஊடகத்தைப் பயன்படுத்தி தொடர்புகொள்வது ஒரு பொதுவான விதியாகும்: அவர்கள் உங்களை மின்னஞ்சல் மூலம் தொடர்பு கொண்டால், மின்னஞ்சல் மூலம் பதிலளிக்கவும், அதே நேரத்தில் அவர்கள் உங்களை மெசஞ்சர் மூலம் தொடர்பு கொண்டால் இந்த ஊடகத்தைப் பயன்படுத்தி பதிலளிக்கவும்.

சாராம்சம்

- உங்கள் வணிகத்தின் நல்ல அபிப்பிராயத்தை உருவாக்க சரியான மின்னஞ்சல் மற்றும் செய்தியிடல் அணுகுமுறை முக்கியம்.
- ஒருவருக்கொருவர் தெரியாத ஒரு குழுவிற்கு உங்கள் மின்னஞ்சலை அனுப்பும் போது மட்டுமே BCC மின்னஞ்சல் மூலம் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும். இது அவர்களின் மின்னஞ்சல் முகவரிகளைப் பகிர்வதைத் தவிர்க்கின்றது.
- வாடிக்கையாளர்கள் உங்களை தொடர்பு கொள்ள பயன்படுத்திய ஊடகத்தைப் பயன்படுத்தி தொடர்பு கொள்ளுங்கள்: அவர்கள் உங்களை மின்னஞ்சல் மூலம் தொடர்பு கொண்டால், மின்னஞ்சல் மூலம் பதிலளிக்கவும், அதே நேரத்தில் அவர்கள் உங்களை மெசஞ்சர் அல்லது வாட்ஸ்அப் மூலம் தொடர்பு கொண்டால் இந்த ஊடகங்களைப் பயன்படுத்தி பதிலளிக்கவும்.

தகவல் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்பம் மற்றும் பாதுகாப்பு

இந்த பாடத்தில் ICT உடன் தொடர்புடைய அபாயங்கள் மற்றும் அவற்றை எவ்வாறு தவிர்ப்பது அல்லது தணிப்பது என்பதைப் பற்றிய அறிமுகம் கிடைக்கும்.

இந்த பாடத்தின் முடிவில் உங்களால்:

- உண்மைக்கு எதிராக கற்பனை செய்யப்பட்ட ICT பாதுகாப்பு அபாயங்கள் மற்றும் அவற்றை எவ்வாறு குறைப்பது, கடனட்டை தகவல்களை கையாளுதல் என்பன தொடர்பான சுருக்கத்தினை பெற முடியும்.
- உங்கள் சுற்றுலா வணிகத்திற்கான தற்போதைய மற்றும் சாத்தியமான ICT பாதுகாப்பு அபாயங்களை அடையாளம் காண முடியும்.

பாதுகாப்பு

ஒன்லைனில் கொள்வனவு செய்த பிறகு மக்களின் வங்கி கணக்குகள் அழிக்கப்படுவது அல்லது தரவுகளை அழிக்கும் வைரஸ் தாக்குதல்கள் பற்றி பயமுறுத்தும் உண்மைக் கதைகளை நீங்கள் கேள்விப்பட்டிருப்பதால் இணையத்தில் வியாபாரம் செய்ய பயப்படுகின்றீர்களா? அல்லது இணையத்தை முடக்கி, எல்லாவற்றையும் இழக்க நேரிடும் என்று நீங்கள் கவலைப்படுகிறீர்களா?

இவை உண்மையான விபரங்கள், இன்னும் நாம் ஒன்லைனில் பொறுப்புடன் செயல்பட்டால் எமது பாதுகாப்பில் நம்பிக்கை வைக்கலாம். இந்த விபரங்களில் சிலவற்றைப் பார்ப்போம்:

நிதி அபாயங்கள்

உங்கள் பணப்பையை ஒரு பொது இடத்தில் வைக்காமல் இருப்பது போல், உங்கள் ஒன்லைன் வங்கி சுயவிபரத்தை கவனமாக கண்காணிக்க வேண்டும்.

உங்கள் வங்கி **பயனர்பெயர்** மற்றும் **கடவுச்சொல்** இல்லாமல் ஹேக்கர்கள் உங்கள் வங்கிக் கணக்கை அணுக முடியாது. இதன் பொருள் என்னவென்றால், அவர்கள் யாராக இருந்தாலும், இந்த விவரங்களை யாருக்கும் கொடுக்க வேண்டாம். உங்கள் வங்கியில் இருந்து வரும் போல் நடித்து உங்கள் உள்நுழைவு விபரங்களைக் கேட்பது போன்ற **மோசடிகள்** - மின்னஞ்சல்களில் உள்ள எந்த இணைப்புகளையும் கிளிக் செய்யாதீர்கள் அல்லது உங்கள் எந்த விபரங்களையும் வழங்காதீர்கள். உங்கள் வங்கி அல்லது எந்த முறையான நிறுவனமும் உங்கள் பயனர்பெயர் அல்லது கடவுச்சொல்லை ஒருபோதும் கேட்காது.

மேலும், ட்ராக்கிங் (tracking) மென்பொருள் உங்கள் பயனர்பெயர் மற்றும் கடவுச்சொல்லைப் பதிவுசெய்யும் என்பதால், இணைய நிலையம் போன்ற பொது கணினியிலிருந்து உங்கள் வங்கிக் கணக்கை அணுகாதீர்கள். இந்த விபரங்களை பாதுகாப்பாக வைத்திருங்கள், உங்கள் வங்கி கணக்கு பாதுகாப்பாக இருக்க வேண்டும்.

ஒன்லைனில் கொள்வனவு செய்யும்போது உங்கள் கடனட்டை விபரங்களை உள்ளிடுமாறு கேட்கப்படுவீர்கள். நீங்கள் நம்பும் ஒரு பிராண்டிலிருந்து இது பாதுகாப்பான வலைத்தளம் என்று இருக்கும் வரை (அதில் ஒரு பூட்டு உள்ளது மற்றும் 'பாதுகாப்பானது' என்று கூறலாம்), நீங்கள் பாதுகாப்பாக இருக்க வேண்டும்.

உங்களுக்குத் தெரியாத உங்கள் வங்கிக் கணக்கிலிருந்து ஏதேனும் செலவீனங்கள் இருந்தால், உடனடியாக உங்கள் வங்கியைத் தொடர்பு கொள்ளுங்கள். பெரும்பாலான சந்தர்ப்பங்களில், அவர்கள் விசாரணை செய்வார்கள் மற்றும் பரிவர்த்தனை மோசடி என்று அவர்கள் கண்டால், அவர்கள் உங்களுக்குத் திருப்பித் தருவார்கள்.

கணினி வைரஸ்கள் மற்றும் தீங்குநிரல்

வைரஸ் என்பது ஒரு கணினி நிரலாகும், அது தன்னை நகலெடுத்து கணினியை பாதிக்கலாம். உள்ளக வலையமைப்புகள், இணையம் அல்லது யூ.எஸ்.பி டிரைவ் மூலம் வைரஸ்கள் பரவும்.

தீங்குநிரல் (Malware) என்பது நிரலாக்கமாகும், இது செயற்பாட்டை சீர்குலைக்க அல்லது அழிக்க, தகவல்களைச் சேகரிக்க அல்லது கணினி வளங்களுக்கான அணுகலைப் பெற வேண்டும். பல வைரஸ் தடுப்பு நிரல்கள் தீங்குநிரலைக் கண்டறிந்து அகற்றும் திறனைக் கொண்டிருக்கவில்லை, எனவே தீங்குநிரல் ஸ்கேனரைப் பயன்படுத்தவும்.

உங்கள் கணினி வைரஸ் அல்லது தீங்குநிரல் ஆல் பாதிக்கப்பட்டுள்ளதற்கான அறிகுறிகள் பின்வருமாறு:

- உங்கள் இயக்க முறைமையை மெதுவாக்குகின்றது.
- உங்கள் கணினியில் கிடைக்கும் நினைவகத்தின் திடீரென அளவு சுருங்குகின்றது.
- முக்கியமான கோப்புகள் சிதைந்துவிடுதல்.
- உங்கள் கணினித் திரை ஒற்றைப்பட படங்கள் அல்லது செய்திகளைக் காட்டத் தொடங்குகின்றது.
- உங்கள் கணினியில் விசித்திரமான கோப்புகள் அல்லது நிரல்களை நீங்கள் கவனிக்கின்றீர்கள்.
- இசை அல்லது பிற விசித்திரமான ஒலிகள் எந்த காரணமும் இல்லாமல் தொடங்குகின்றன.
- சில முக்கியமான கோப்புகள் மற்றும் நிரல்கள் கூட மறைந்துவிடும்
- முன்பு வேலை செய்த பயன்பாடுகள் மற்றும் நிரல்கள் திடீரென்று இல்லாமல் போகாதல்.
- உங்கள் இயக்க முறைமை எதிர்பாராத விதமாகவும் வழக்கமானதாகவும் திறக்கப்படாது அல்லது மூடப்படுதல்.

உங்களை எப்படி பாதுகாப்பது

உங்கள் கணினியைப் புதுப்பித்த நிலையில் வைத்திருங்கள்: அடோப் மற்றும் ஜாவா போன்ற புரோகிராம்களுக்கான அப்டேட்களைத் தவிர்த்து உங்கள் கணினியில் சுயமான

அப்டேட்களை இயக்குங்கள். இந்த புதுப்பிப்புகளில் பல கணினியில் பாதுகாப்பு துளைகளை நிரப்பும் பாதுகாப்பு இணைப்புகளை உள்ளடக்கியது.

உங்கள் இணைய உலாவியைத் தேர்வுசெய்யவும்: நீங்கள் Chrome, Firefox அல்லது Safari ஐ விரும்பினாலும், அவை அனைத்தும் Internet Explorer ஐ விட பாதுகாப்பாக இருக்கும். இன்டர்நெட் எக்ஸ்ப்ளோரரின் புதிய பதிப்புகள் கடந்த பதிப்புகளை விட மேம்பட்டதாக இருந்தாலும், நீங்கள் Chrome, Firefox அல்லது Safari மூலம் இன்னும் பாதுகாப்பாக இருக்கின்றீர்கள்.

உங்கள் கணினி காப்புப்பிரதியை எடுக்கவும்: உங்களிடம் தரமான காப்பு உத்தி இருந்தால், ஒரு வைரஸ் உங்களுக்கு அவ்வளவு பிரச்சனையாக இருக்காது. வைரஸை அகற்றுவதானது இயக்க முறைமைக்கு சேதத்தை ஏற்படுத்தும் நேரங்கள் உள்ளன, பின்னர் அவை மீண்டும் நிறுவப்பட வேண்டும். உங்கள் தரவு காப்புப்பிரதி எடுக்கப்பட்டிருந்தால், இது செயல்முறையை விரைவாகவும் மலிவாகவும் மாற்றும்.

வைரஸ் தடுப்பு அடிப்படைகள்: உங்கள் கணினியில் தரமான வைரஸ் தடுப்பு நிறுவப்பட்டிருப்பது முக்கியமாகும். வைரஸ் என்றால் என்ன என்பதற்கான புதுப்பித்த வரையறைகள் இருக்கும்போது மட்டுமே வைரஸ் எதிர்ப்பு பயன்பாடுகள் பயனுள்ளதாக இருக்கும். இந்த காரணத்திற்காக, உங்கள் வைரஸ் தடுப்பு நிரல் தானாகவே புதுப்பிக்கப்படுவதை உறுதி செய்யவும். தரமான வைரஸ் தடுப்பு திட்டங்கள் பணம் செலுத்த வேண்டியவை.

சந்தேகத்திற்கிடமான வலைத்தளங்களைத் தவிர்க்கவும்: இணைய தளத்தின் URL ஐ கவனிக்க மறக்காதீர்கள். உ+ம் microsoft.tisur.com என்பது microsoft.com அல்ல.

மின்னஞ்சல் இணைப்புகளில் கவனமாக இருங்கள்: வைரஸ்கள் பெரும்பாலும் இணைப்புகள் மூலம் பரவுகின்றன, இது உங்கள் மின்னஞ்சல் கணக்கு ஹேக் செய்யப்படலாம். ஹேக் செய்யப்பட்டவுடன், ஹேக்கர் சில நேரங்களில் தீங்கிழைக்கும் உள்ளடக்கத்தை முழு முகவரி புத்தகப் பட்டியலுக்கும் அனுப்புவார்கள். .Exe கோப்புகளில் குறிப்பாக கவனமாக இருங்கள் மற்றும் நீங்கள் எதிர்பார்க்காத அஞ்சல்களில் உள்ள இணைப்புகளைத் திறக்கவோ அல்லது கிளிக் செய்யவோ வேண்டாம்.

தீங்குநிரல் ஸ்கேனரைப் பயன்படுத்துங்கள்: தீங்குநிரல் ஸ்கேனர்கள் வைரஸ் தடுப்பு நிரல்களிலிருந்து வேறுபட்டவை. இவற்றை பயன்படுத்துதல் இலவசம். வைரஸ் தடுப்பு போல, வாரந்தோறும் ஸ்கேன் செய்ய திட்டமிட பரிந்துரைக்கப்படுகிறது.

நீங்கள் இந்த வழிகாட்டுதல்களைப் பின்பற்றினால், உங்கள் தரவை இழப்பதில் இருந்து நீங்கள் முடிந்தவரை பாதுகாக்கப்படுவீர்கள்.

கடவுச்சொற்கள்

உங்களுடைய கடவுச்சொற்கள், உங்கள் அனைத்து முக்கிய தகவல்களையும் திறப்பதற்கான திறவுகோல் ஆகும், எனவே அவற்றை பாதுகாப்பாக வைக்கவும்.

பாதுகாப்பற்ற கடவுச்சொற்களை ஹேக்கர்களால் கண்காணிக்க முடியும் என்பதால் அவை உங்கள் கணினியில் எளிய உரையில் சேமிக்கப்படக்கூடாது. அதற்கு பதிலாக 1 பாஸ்வேர்ட் [1Password](#) அல்லது லாஸ்ட்பாஸ் [LastPass](#) போன்ற கடவுச்சொல் பாதுகாப்பு பயன்பாட்டைப் பயன்படுத்தவும், இது உங்கள் முக்கிய தகவல்களை மைய, மறைகுறியாக்கப்பட்ட இடத்தில் சேமிக்க அனுமதிக்கின்றது.

வலுவான கடவுச்சொற்களை உருவாக்கவும்

கடவுச்சொற்களில் குறைந்தபட்சம் **11 எழுத்துக்கள்** இருப்பதை உறுதி செய்வது சிறந்தது, குறைந்தபட்சம் **ஒரு பெரிய எழுத்து** மற்றும் மீள்தன்மைக்கு **ஒரு எண்**. மேலே குறிப்பிட்டுள்ள கடவுச்சொல் பயன்பாடுகள், வலுவான கடவுச்சொற்களை வழங்குகின்றன, அவை நினைவில் வைக்கப்பட வேண்டியதில்லை.

எல்லா இடங்களிலும் ஒரே கடவுச்சொல்லைப் பயன்படுத்துகிறீர்களா? பல சேவைகளில் ஒரே கடவுச்சொல்லைப் பயன்படுத்துவது மிகவும் வசதியாக இருந்தாலும், இது உங்களை கடுமையான ஆபத்தில் ஆழ்த்தும். மற்ற சேவைகளில் கசிந்த தரவுத்தளங்களிலிருந்து ஹேக்கர்கள் மின்னஞ்சல் மற்றும் கடவுச்சொல் கலவையை முயற்சிப்பார்கள். உதாரணமாக, உங்கள் வங்கி கடவுச்சொல் உங்கள் பேஸ்புக் கடவுச்சொல்லைப் போலவே இருந்தால், ஒரு பேஸ்புக் ஹேக் உங்கள் வங்கி கணக்கும் ஹேக் செய்யப்படலாம்.

[LeakBase](#) மற்றும் [HaveIBeenPawnd](#) போன்ற சேவைகள் உங்கள் தரவு ஏதேனும் பாதுகாப்பு மீறல்களில் ஈடுபட்டுள்ளதா என்பதைச் சரிபார்க்க அனுமதிக்கின்றது. இந்த சேவைகளில் உங்கள் விபரங்களைக் கண்டால், உடனடியாக உங்கள் கடவுச்சொற்களை மாற்ற வேண்டும்.

ஆதாரம்:

<https://www.altitudeintegrations.com/7-tips-on-how-to-prevent-computer-viruses/>
<https://whatismyipaddress.com/avoid-viruses>
<https://www.techforme.com/5-easy-ways-to-keep-your-pc-virus-free/>

சாராம்சம்

- நாம் ஒன்லைனில் பொறுப்புடன் செயல்பட்டால் எமது பாதுகாப்பில் நம்பிக்கை வைக்கலாம்.

- உங்கள் வங்கி பயனர் பெயர் மற்றும் கடவுச்சொல் இல்லாமல் ஹேக்கர்கள் உங்கள் வங்கிக் கணக்கை அணுக முடியாது.
- வைரஸ்கள் மற்றும் தீங்குநிரலுக்கு எதிராக உங்கள் கணினிகள் மற்றும் வலையமைப்புகளைப் பாதுகாக்கவும்.
- உங்கள் அனைத்து ஒன்லைன் கணக்குகளுக்கும் வலுவான, தனித்துவமான கடவுச்சொற்களை உருவாக்கவும்.

தகவல் தொடர்பாடல் தொழில்நுட்பம் மற்றும் தனியுரிமை

இந்த பாடமானது:

- தனியுரிமை விபரங்கள் மற்றும் விவாதங்களின் கண்ணோட்டம் பற்றி தெளிவுப்படுத்தும்
- தனியுரிமை அமைப்புகள் மற்றும் வரம்புகள் பற்றிய அடிப்படையை விளக்கப்படுத்தும்
- வாடிக்கையாளர் தரவை சேமித்து பகிரும்போது வழக்கமான சிறந்த நடைமுறை கொள்கைகளை கொண்டது

இந்த பாடத்தின் முடிவில் உங்களால்:

- இந்த பாடத்தின் முடிவில் உங்களால்: ICT தனியுரிமை அபாயங்கள் மற்றும் அவற்றை எவ்வாறு தணிப்பது என்ற சுருக்கத்தினை பெற முடியும்
- உங்கள் சுற்றுலா வணிகத்திற்கான தற்போதைய மற்றும் சாத்தியமான ICT தனியுரிமை அபாயங்களை அடையாளம் காண முடியும்
- சுற்றுலாத் துறை உட்பட சிறந்த சர்வதேச தனியுரிமை நடைமுறையைப் புரிந்து கொள்ளுங்கள். ஒன்-லைன் மற்றும் ஓஃப்-லைன் விருந்தினர் தகவல்களைச் சேகரித்து சேமிப்பதற்கான நெறிமுறைப் பொறுப்புக்களை அடையாளம் காண முடியும்
- உங்கள் சுற்றுலா வணிகத்தில் தேவைப்படும் மாற்றங்களை அடையாளம் காண முடியும்

உங்கள் தனியுரிமை

ஒன்லைனில் தொடர்புகொள்வதன் மூலம், நீங்கள் உங்கள் தனியுரிமையை இழந்துவிடுவீர்கள் மற்றும் உங்கள் தனிப்பட்ட தகவல்கள் ஒன்லைனில் யாருக்கும் கிடைக்கும் என்ற கவலை உள்ளது.

இது ஒரு பயமுறுத்தும் சிந்தனையாக இருக்கலாம், ஆனால் நீங்கள் பொறுப்புடனும் சிறிது சிந்தனையுடனும் செயல்பட்டால், உங்கள் ஒன்லைன் இருப்பு பாதுகாப்பானது என்பதை நீங்கள் உறுதியாக நம்பலாம்.

குறிப்பாக 2019 ஆம் ஆண்டின் முற்பகுதியில் சர்வதேச GDPR தனியுரிமைக் கொள்கையை நடைமுறைப்படுத்தியதிலிருந்து, அனைத்து பொறுப்புள்ள ஒன்லைன் நிறுவனங்களும் **நீங்கள் வழங்கும் தரவின் தனியுரிமையை நீங்கள் கட்டுப்படுத்த முடிகிறதா என்பதை உறுதிப்படுத்த** நடவடிக்கை எடுத்துள்ளன. இதன் பொருள் நீங்கள் ஒரு தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்காக பதிவு செய்யும் போது, உங்களைப் பற்றிய எந்த பொருத்தமற்ற தகவலையும் கேட்க அவர்கள் அனுமதிக்கப்படுவதில்லை. மேலும், எந்த நேரத்திலும் உங்கள் தகவலை நீக்கும்படி அவர்களிடம் கேட்க உங்களுக்கு உரிமை உண்டு.

பேஸ்புக் மற்றும் இன்ஸ்டாகிராம் போன்ற சமூக ஊடகங்கள் மற்றவர்கள் உங்களைப் பற்றி தனிப்பட்ட முறையில் இடுகையிடவும், உங்களைப் படங்களில் குறிக்கவும் அனுமதிக்கின்றன. இருப்பினும், நீங்கள் **இயல்புநிலை தனியுரிமை அமைப்புகளை மாற்ற முடியும் என்பது உங்களுக்குத் தெரியுமா?** புகைப்படங்களில் டேக்கிங் செய்ய அனுமதிக்கலாமா வேண்டாமா என்பதை நீங்கள் முடிவு செய்யலாம், உங்கள் இடுகைகளை யார் பார்க்க முடியும் - குறிப்பிட்ட தொடர்புகள், அனைத்து நண்பர்கள் அல்லது யாரேனும். உங்கள் தனியுரிமையை எவ்வாறு பாதுகாப்பது என்பதை அறிய [Facebook's privacy settings and tools](#) அமைப்புகள் மற்றும் கருவிகளைப் பார்க்கவும்.

பேஸ்புக் தனியுரிமை மற்றும் பாதுகாப்பு அமைப்புகள்

பேஸ்புக் குறிப்பாக நிர்வாணம் மற்றும் பாலியல் உள்ளடக்கத்தில் அக்கறை கொண்டுள்ளது மற்றும் இது தானாகவே அகற்றப்படும். கூடுதலாக, நீங்கள் புண்படுத்தும் படங்களை எடுக்கும்படி அவர்களிடம் கேட்கலாம்.

முக்கியமாக, உங்கள் **பேஸ்புக் வணிகப் பக்கம் உங்கள் தனிப்பட்ட சுயவிவரத்திலிருந்து தனித்தனியாக வைக்கப்பட வேண்டும்**. பேஸ்புக் வணிகப் பக்கம், மக்கள் உங்கள் சுயவிவரத்தில் இடுகையிடலாமா அல்லது கருத்து தெரிவிக்கலாமா என்பதைத் தேர்வுசெய்ய உங்களை அனுமதிக்கின்றது, மேலும் உங்களுக்குப் பிடிக்காத கருத்துகளை நீக்க அனுமதிக்கின்றது.

உங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் தனியுரிமை

உங்கள் தனிப்பட்ட தகவலை நீங்கள் இரகசியமாக வைத்திருக்க விரும்புவது போல், **உங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் தரவுகளை கவனத்துடனும் பாதுகாப்பாகவும் வைக்க வேண்டும்**. முன்பதிவு செய்வதற்காக அவர்கள் உங்களுக்கு வழங்கும் தகவல்கள், பெயர்கள், மின்னஞ்சல் உள்ளிட்ட தொடர்பு விபரங்கள், வங்கி விபரங்கள் மற்றும் வேறு எந்த தனிப்பட்ட தகவலும் இரகசியமாக வைக்கப்பட வேண்டும்.

வாடிக்கையாளரின் அனுமதியின்றி அவர்களின் தகவல்களை அனுப்ப வேண்டாம்.
உங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் தகவலின் பொருத்தமான பயன்பாடு அது பெறப்பட்ட நோக்கத்திற்காக மட்டுமே பயன்படுத்தப்படும்போது. உதாரணமாக, ஒரு வாடிக்கையாளர் உங்கள் விருந்தினர் விடுதியில் புக் செய்தால், அவர்களின் தொடர்பு விபரங்களை சுற்றுலா செயற்பாட்டாளருக்கு அனுப்புவது சரியல்ல - அவர்கள் ஒரு சுற்றுப்பயணத்தை அனுபவிப்பார்கள் என்று நீங்கள் நம்பினாலும் கூட. அதற்கு பதிலாக, முதலில் அவர்களின் சம்மதத்தைக் கேளுங்கள் அல்லது உங்கள் வாடிக்கையாளருக்கு சுற்றுலா செயற்பாட்டாளரின் தொடர்பு விவரங்களை வழங்கவும்.

விருந்தினரின் தொடர்பு விபரங்களைப் பெறுவது தனிப்பட்ட அல்லது டேட்டிங் நோக்கங்களுக்காக அவற்றைப் பயன்படுத்த அனுமதிக்காது என்பதை உங்கள் ஒற்றை ஆண் சக ஊழியர்களுக்கு நினைவூட்டுங்கள் 😊.

தகவல் ஒன்லைனில் அல்லது ஓஃப்லைனில் (தொலைபேசியில் அல்லது நேரில்) வழங்கப்படுகிறதா என்பதைப் பொருட்படுத்தாமல், இந்தத் தகவல் மற்றவர்கள் அனுமதியின்றி அணுக முடியாத வகையில் வைக்கப்படுவது மிக முக்கியமாகும். ஒருவருக்கொருவர் தெரியாத ஒரு குழுவிற்கு மின்னஞ்சல் அனுப்பும்போது Bcc புலம் பயன்படுத்தப்படுவதற்கு இதுவும் ஒரு காரணமாகும்; ஒவ்வொரு நபரின் மின்னஞ்சல் முகவரியும் இரகசியமாக வைக்கப்படும்.

உங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் தனியுரிமையை நீங்கள் எவ்வளவு தீவிரமாக எடுத்துக்கொள்கின்றீர்கள்?

- உங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் கடனட்டைகளின் காகித நகல்களை யாராவது பார்க்கும்படி வைக்கின்றீர்களா?
- உங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் மின்னஞ்சல் முகவரிகளைப் பகிர்ந்து கொள்வீர்களா? (இந்த தகவல் தனிப்பட்டது மற்றும் பாதுகாக்கப்பட வேண்டும் என்பதை நீங்கள் உணர்ந்தீர்களா?)
- வாடிக்கையாளர் தரவை அணுகுவதற்கு அங்கீகரிக்கப்பட்ட நபர்களுடன் மட்டுமே உங்கள் கணினி கடவுச்சொல் பாதுகாக்கப்பட்டுள்ளதா?

சாராம்சம்

- நீங்கள் பொறுப்புடன் மற்றும் கொஞ்சம் சிந்தனையுடன் செயல்பட்டால், உங்கள் ஒன்லைன் இருப்பு பாதுகாப்பானது என்பதை நீங்கள் உறுதியாக நம்பலாம்.
- அனைத்து பொறுப்புள்ள ஒன்லைன் நிறுவனங்களும் நீங்கள் வழங்கும் தரவின் தனியுரிமையை உங்களால் கட்டுப்படுத்த முடிகிறதா என்பதை உறுதிப்படுத்த நடவடிக்கை எடுத்துள்ளன.
- ஃபேஸ்புக் போன்ற சமூக ஊடகங்களில் இயல்புநிலை தனியுரிமை அமைப்புகளை நீங்கள் மாற்றலாம்.
- வாடிக்கையாளரின் அனுமதியின்றி அவர்களின் தகவலை அனுப்ப வேண்டாம்.

உங்கள் மின்-சுற்றுலா செயல் திட்டம்

டிஜிட்டல் யுகத்தில் சுற்றுலா முகாமைத்துவம் என்ற இந்த பாடநெறிகளை ஒரு வழிகாட்டப்பட்ட சுற்றுப்பயணமாக கருதுங்கள். இது ஒரு சுற்றுப்பயணம், நீங்கள் மீண்டும் மீண்டும் வருகின்றீர்கள், ஒவ்வொரு முறையும் இயற்கை மாற்றங்களும் உங்கள் சக பயணிகளும் மாறும்போது சிறிய மாற்றங்களையும் மேம்பாடுகளையும் செய்கின்றீர்கள்.

வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், மின்-சுற்றுலா (e-Tourism) செயல் திட்டம்:

சுழற்சி - பருவங்களைப் போல, ஒன்றிலிருந்து இன்னொன்றிற்கு பாய்கின்றது. தொடக்கமும் முடிவும் இல்லை.

குறிக்கோள் - சூழ்நிலைகள் மற்றும் நிலைமைகள் மாறும்போது, நீங்கள் வழியில் சிறிய மாற்றங்களைச் செயல்படுத்துகிறீர்கள், மேலும் அவை திட்டத்தின் மூலம் நீங்கள் வளரும்போது அவை பெரிய மற்றும் பெரிய (நம்பிக்கைக்குரிய நேர்மறை!) விளைவுகளாகக் கலக்கின்றன.

கூறுகள்

டிஜிட்டல் வரம்பு பாடத்திட்டத்தில் இந்த சுற்றுலா முகாமைத்துவம் ஒவ்வொரு கூறுகளுக்கும் ஒரு முழுமையான பாடவிதானத்தை உள்ளடக்கியது. பின்வரும் வரிசையில் நீங்கள் எடுக்க பரிந்துரைக்கப்படுகின்றது:

மின்னியல்-சுற்றுலா

நாங்கள் ஏற்கனவே விவாதித்தபடி, சுற்றுலா மற்றும் சுற்றுலாத் துறையில் **தகவல் தொழில்நுட்ப பயன்பாடுகள் மற்றும் இலத்திரனியல் வர்த்தக தீர்வுகளின் பகுப்பாய்வு, வடிவமைப்பு, செயல்படுத்தல் மற்றும் பயன்பாடு** ஆகியவை மின்-சுற்றுலா ஆகும்.

மின்னியல்- உள்ளடக்கம்

மின்னியல்-உள்ளடக்கத்தை உள்ளீடுகளாக நினைத்துப் பாருங்கள். இது மா, எண்ணெய் மற்றும் தண்ணீர் போன்ற ஒரு ரொட்டியைச் செய்வது போன்றது: நீங்கள் சிறந்த தரமான பொருட்களுடன் தொடங்குகின்றீர்கள், பிறகு நீங்கள் கலக்கவும், உருட்டவும், சமைக்கவும் பரிமாறவும் வேலை செய்கின்றீர்கள்.

நாம் பார்க்கும் மின்னியல்-உள்ளடக்க பொருட்கள்:

- பெயர்
- லோகோ
- விளக்கம்
- படங்கள்

மற்றவர்களைப் போலவே நீங்கள் அதே உள்ளீடுகளைக் கலப்பீர்கள், ஆனால் உங்கள் தனித்துவமான நிரப்புதல் மற்றும் அதைச் சேர்ப்பதற்கான வழி ஆகியவை **உங்கள் தர குறியீட்டை நீங்கள் எவ்வாறு உருவாக்குகிறீர்கள், உருவாக்குகின்றீர்கள் மற்றும் நிர்வகிக்கின்றீர்கள்** என்பதன் அனைத்து பகுதிகளாகும்.

இலத்திரனியல் சந்தைப்படுத்தல் (இ-மார்க்கெட்டிங்)

இலத்திரனியல் சந்தைப்படுத்தல், டிஜிட்டல் சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் இணைய சந்தைப்படுத்தல் அனைத்தும் ஒன்றுடன் ஒன்று பகிர்ந்து கொள்கின்றன, ஆனால் ஒவ்வொன்றும் சற்று வித்தியாசமான அணுகுமுறைகளைப் பயன்படுத்துகின்றன. இணைய சந்தைப்படுத்தலை விட இலத்திரனியல்-சந்தைப்படுத்தல் மிகவும் உறவு சார்ந்ததாகும், இது பல சமயங்களில் தகவல்களின் ஒரு வழி விநியோகமாகும். இணையத்தின் ஆரம்ப நாட்களில், மக்கள் செய்தித்தாள்கள் மற்றும் பத்திரிகைகளில் விளம்பரம் போடுவதைப் போலவே பெரிய பெரிய பதாகை விளம்பரங்களையும் வலைத்தளங்களில் வைப்பார்கள்.

உங்களுடைய இலத்திரனியல் -சந்தைப்படுத்தல் உத்தி என்பது குறிப்பிட்ட பார்வையாளர்களை இலத்திரனியல் வழிகளில் (பேஸ்புக் போன்ற சமூக ஊடகங்கள்; வலைத்தளங்கள்; யூடியூப் போன்றவை) குறிவைத்து அவர்களுடன் உறவை வளர்த்துக் கொள்வதற்கான செயல்முறையாகும்.

இந்த உறவானது அடைவுமட்டம் மற்றும் ஈடுபாடு ஆகிய இரண்டினாலும் அளவிடப்படுகின்றது.

ஏனெனில் நீங்கள் ஒன்லைனில் செய்யும் அனைத்து சந்தைப்படுத்தல் அளவிடக்கூடியது- உங்கள் சந்தைப்படுத்தல் தகவல்களை எத்தனை பேர் படிக்கின்றார்கள், உங்கள் இணைப்புகளை எத்தனை பேர் கிளிக் செய்தார்கள், உங்கள் தகவலை எத்தனை பேர் பகிர்ந்துள்ளீர்கள் என்பதை எளிதாகக் கண்டறியலாம். இ- சந்தைப்படுத்தல் என்ன வேலை செய்கின்றது என்பதை நீங்கள் விரைவாகக் கற்றுக்கொள்கின்றீர்கள், மேலும் நீங்கள் அதைச் செய்கின்றீர்கள் போன்ற அதன் மறு செயல்பாட்டால் வகைப்படுத்தப்படுகின்றது.

மின்னியல்-விநியோகம்

ஒரு விநியோக முறைமை என்பது உங்கள் சேவைகள் உங்கள் வாடிக்கையாளருக்குச் செல்லும் ஒரு வழியாகும், மேலும் அவர்கள் அதற்கு எவ்வாறு பணம் செலுத்துகின்றார்கள். இது ஒரு நேரடி பரிவர்த்தனையாக இருக்கலாம் (உதாரணமாக, உங்கள் வலைத்தளம் மூலம்) அல்லது மூன்றாம் தரப்பு மறுவிற்பனையாளர்களை உள்ளடக்கியது.

நீங்கள் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட முறைமைகளைப் பயன்படுத்தியவுடன் - உதாரணமாக, உங்கள் வலைத்தளம் மற்றும் Booking.com மற்றும் Airbnb இரண்டும் - விடயங்கள் மிக விரைவாக சிக்கலாகலாம்.

இந்த விநியோக முறைமைகள் மற்றும் உங்கள் சரக்குகள் மற்றும் கட்டணங்களை நீங்கள் எவ்வாறு நிர்வகிக்கின்றீர்கள் என்பதைக் குறிக்க நாங்கள் பயன்படுத்தும் எல்லாவற்றையும் குறிப்பிடும் தலைப்பானது-இரு வெவ்வேறு முன்பதிவு முறைமைகள் மூலம் இரண்டு வெவ்வேறு வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரே அறையை நீங்கள் முன்பதிவு செய்யவில்லை என்பதை எவ்வாறு உறுதிப்படுத்துகின்றீர்கள் என்பதை குறிப்பிடுகின்றது .

மின்னியல்-செயற்பாடுகள்

ஹோட்டல் மற்றும் விருந்தினர் விடுதி செயற்பாட்டு முகாமையாளர்கள் தினசரி செயற்பாடுகளான சுமுகமான செயற்பாடுகள் மற்றும் அதிகபட்ச இலாபத்தை உறுதி செய்வதற்காக வீட்டு பராமரிப்பு, கேட்டரிங் மற்றும் முன் அலுவலகத்தின் ஒவ்வொரு அம்சத்தையும் மேற்பார்வை செய்தல் போன்றவற்றுக்கு பொறுப்பாக உள்ளனர்.

அந்த பாரம்பரிய செயற்பாட்டு தொழிற்பாடுகள் அனைத்தும் இன்னும் உள்ளன, ஆனால் மின்னியல்-செயற்பாடுகள் டிஜிட்டல் கருவிகளைப் பயன்படுத்தி செயல்திறன் மற்றும் துல்லியம் மற்றும் செலவுகளைக் குறைக்கவும் மற்றும் முன்பதிவு, வாடிக்கையாளர்களின் விலைப்பட்டியல்கள், கணக்கியல் மற்றும் கொடுப்பனவுகளை நிர்வகிப்பதன் மூலம் இலாபத்தை அதிகரிக்கவும் பயன்படுத்துகின்றன.

மின்னியல்-கௌரவம்

உங்கள் தனிப்பட்ட வாழ்க்கையைப் போலவே, உங்கள் நற்பெயரையும் மேம்படுத்த நீங்கள் வேலை செய்யலாம். தவறான தகவல்களின் அடிப்படையில் யாராவது உங்களைப் பற்றி கிசுகிசுக்கின்றார்கள் என்றால், அவர்களின் பார்வைகளை அல்லது கேட்பவர்களின் பார்வையை சரிசெய்ய வழிகள் உள்ளன.

மின்னியல்-கௌரவத்தில், விமர்சனங்களுக்கு பதிலளிப்பதற்கும் உங்கள் இரசிகர்களின் கருத்துக்களை முடிந்தவரை பரப்புவதற்கும் **ஒன்லைன் மறுஆய்வு கருவிகளைப் பயன்படுத்தி உங்கள் தரக்குறியீடு மற்றும் வணிகத்தைப் பற்றிய கருத்துக்களை நிர்வகிக்க நீங்கள் வேலை செய்யலாம்.**