வியாபாரச் சின்னம் உருவாக்கும் அடிமைப் பண்பாடு

Written by பி.இரயாகரன்
Tuesday, 10 October 2006 14:23 -

உலகமயமாதல் என்ற வர்த்தகப் பண்பாடு, பண்பாட்டு ரீதியான வியாபாரச் சின்ன ("மார்க்') அடையாளத்துடன் உலகை அடிமைப் படுத்துகின்றது. மனிதன் பொருட்களின் அடிமையாக இருந்த காலகட்டம் என்பதை கடந்து, பொருட்கள் மேல் பொறிக்கப்பட்ட வியாபாரச் சின்ன ("மார்க்') அடையாளங்கள் சார்ந்த மந்தைகளாகி விடும், புதிய சமூக அடிமைத்தனமே உலகமயமாதலின் நவீனப் பண்பாடாகி வருகின்றது. அதுவே நவீன கலையுமாகியுள்ளது. இதன் மூலம் வியாபாரச் சின்னம் ("மார்க்') சார்ந்த பன்னாட்டு, தேசங்கடந்த நிறுவனங்களை வீங்கி வெம்பவைக்கின்றன.

உதாரணமாக சிலவற்றை ஆராய்வோம். உலகில் உள்ள மக்கள் அனைவரும் தமது நிறுவனத்தில் மட்டும் உண்ணவும், தாம் போடுவதை மட்டும் உண்ண வேண்டும் என்று கருதும் மக்டொனால்ஸ், எப்படி சமூகத்துக்கு நஞ்சிடுகின்றது எனப் பார்ப்போம். 2003இல் 119 நாடுகளில் தனது வலைப் பின்னலை விரித்து இருந்தது. உலகெங்கும் 30,000 உணவகங்களை கொண்டிருந்தது. 4.7 கோடி பேர் நாளாந்தம் உணவு உட்கொள்ளும் ஒரு நிலை உருவாக்கியிருந்தனர். 2003இல் இதன் மூலமான மொத்த விற்பனை 1,714 கோடி டாலராக இருந்தது. இதன் மூலம் அவர்களுக்குக் கிடைத்த நிகர லாபம் 147 கோடி டாலராகும். 2002யை விடவும், விற்பனை 11.3 சதவீதத்தால் அதிகரித்தது. இவை அனைத்தையும் உணவிலும் ஒரு வியாபாரச் சின்னம் (மார்க்) என்ற அடையாளத்தை ஏற்படுத்தியே சாதிக்க முடிகின்றது. குழந்தைகளின் சிந்தனைத் திறனை விளம்பரம் மூலம் முடமாக்கியே, இது வக்கரிக்க முடிகின்றது. இது தலைமுறை ரீதியாக தன்னைப் பற்றிய பிரமையை உருவாக்குகின்றது. மந்தைகளைப் போல் போடுவதை உண்ணும் இப்பண்பாடு சார்ந்து, அடிமையாகவே மனிதர்கள் உருவாக்கப்படுகின்றனர். வளர்ப்பு மந்தைகள் பண்ணையில் எப்படி உண்கின்றனவோ, அப்படியே விதிவிலக்கின்றி அதேநிலையை மனிதனுக்கு உருவாக்கப் படுகின்றது. இது முதலில் மேல்மட்ட பணக்காரக் கும்பலுக்கு நடக்கின்றது என்றால், கீழ்மட்ட ஏழை மக்களுக்கு உதவிகள் என்ற பெயரில் மற்றொரு வகை உணவு போடப்படுகின்றது. விரைவில் இது முற்றாக மரபு ரீதியாக மாற்றப்பட்ட பண்ணை உணவாக மாறிவருகின்றது.

மந்தைத்தனம் கூட பண்பாட்டு ரீதியான அடிமைத்தனத்தின் பண்பாட்டுக்கு இசைவாகவே வளர்ச்சியுறுகின்றது. மேற்கில் இதன் விளைவை எடுப்பாகவே காணமுடியும். அமெரிக்காவில் விரைவு உணவகங்கள் (மக்டொனல், குவிக்) 5,500 பேருக்கு ஒன்றாகவுள்ளது. இதுவே பிரிட்டனில் 28,500 பேருக்கு ஒன்றாகவும், பிரான்சில் 48,000 பேருக்கு ஒன்றாகவும் உள்ளது. மக்களின் போர்க்குணாம்சத்துக்கு ஏற்ப இது காணப்படுகின்றது. மக்களின் விரிந்த சமூக பண்பாட்டு கூறுகள் சார்ந்த வாழ்வியல் போராட்டத்துடன் தான், தேசங்கடந்த பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் எதிர்நீச்சல் போடுகின்றன.

இதே போல் மற்றொரு நிறுவனமான கே.எப்.சி. (KFC) 1954இல் தொடங்கப் பெற்றது. இது 2004இல் 83 நாடுகளில் 10,300 கிளையுடன் இயங்கியது. கோழிகளை வக்கிரமாகவே வெட்டிக் கிழித்து கொன்று உண்ணும் பண்பாடு உருவாக்கப்படுகின்றது. மனித இனத்தையே இந்த உணவுதான் சிறந்தது என்று உண்ண வைத்து அடிமைப்படுத்தும்

1 / 4

வியாபாரச் சின்னம் உருவாக்கும் அடிமைப் பண்பாடு

Written by பி.இரயாகரன்
Tuesday, 10 October 2006 14:23 -

பண்பாடுகள் மூலம் சுரண்டிக் கிடைத்த ஒரு பகுதியை, மனிதனின் ஆன்ம விடுதலைக்காக செபிப்பதாகக் கூறும் வத்திக்கானுக்கு பல கோடி டாலரை 2004இல் தானமாக வழங்கினர். வத்திகான், கே.எப்.சி தொழில் முன்னேற செபித்ததுடன், அந்த உணவை உண்ண மக்களை செபிக்க கோருகின்றனர். மனித அடிமைத்தனத்தைப் பண்பாட்டு ரீதியாகவே, பெரும் தேசங்கடந்த பன்னாட்டு நிறுவனங்களுக்கு, அடிபணியக் கோருவதாக உலகமயமாதல் உள்ளது.

இதே போன்றே 2003இல் கொக்கோகோலா விற்பனை 2104 கோடி டாலராகியது. 2002யை விடவும், மக்களின் அடிமைப் பண்பாடு உலகமயமானதால் 2003இல் 8 சதவீத விற்பனை அதிகரித்து காணப்பட்டது. நிகர லாபம் 435 கோடி டாலராகியது. இலாப வீதம் 2002யை விடவும் 43 சதவீதம் அதிகமாகியது. குளிர்பானம் மீதான அடிமைப் பாண்பாடு மூலம் மனித உழைப்பு கடுமையாக்கப்பட்டதையும், உழைப்புச் சக்திகள் அதிகம் சுரண்டப்பட்டதையும் இது எடுத்துக்காட்டுகின்றது. இந்த லாப வீதம், உற்பத்தி செய்த தொழிலாளர் படையில் இருந்து 2800 பேரை வேலையை விட்டுத் துரத்தி அடித்தது. அதாவது கொக்கோகோலா உற்பத்தியில் ஈடுபட்ட 56,000 தொழிலாளர்களில் ஐந்து சதவீதம் பேரை வேலை நீக்கியது. 2003இல் உலகில் 11,020 கோடி லிட்டர் கொக்கோகோலா என்ற சமூக நஞ்சை விற்பனை செய்துள்ளது. தேசிய குடிபானங்கள் பலவற்றை ஏப்பமிட்டதுடன், பல உற்பத்திகளை அழித்தொழித்தது. பல லட்சம் தொழிலாளர்களின் தேசிய வாழ்வை உறிஞ்சி, அவர்களின் இரத்தத்தைக் கொண்டு தனது குளிர்பானத்துக்குச் சிவப்புக் கலரிட்டது. மனிதனின் அடிமைப் பண்பாடு கொக்கோகோலா என்ற குடிபானம் மூலம் இப்படித்தான் ஆட்டம் போட்டது, ஆட்டம் போடுகின்றது.

தேசிய உற்பத்திகளை அழிக்கும் அதே தளத்தில், உற்பத்திகள் மீதான விற்பனை உரிமையை மனித சமூகத்திடம் இருந்து பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் பறித்துவிடுகின்றது. ஒரு மனிதன் தனது உற்பத்தியையே, தான் விற்பனை செய்ய முடியாத வகையில் சமூக உருவாக்கம் கட்டமைக்கப்படுகின்றது. விளம்பரம் என்ற துறை முழுமையாக தனிமனிதன் வாழ்வியலுக்கு அப்பாலான ஒன்றாகி விட்டது. அது அவனையே அடிமைப்படுத்தி விடுகின்றது. கற்பனைத் தளத்தில் விளம்பரம் மனித அடிமைத்தனத்தை உருவாக்கி, நனவுபூர்வமாக்குகின்றது. இதன் மூலம் விற்பனை உரிமை பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் உரிமையாகி விடுகின்றது. உதாரணமாக உலகின் மிகப்பெரியதும், பொருட்களை விற்கும் உரிமையைக் கொண்ட வால்மார்ட் (ஙிச்டூ Mச்ணூt குதணீஞுணூ Mச்ணூடுஞுt) அமெரிக்காவில் மட்டும் 3,300 கடைகளையும், உலகில் 1,000 கடைகளையும் கொண்டிருந்தது.

20042005இல் மொத்தமாக 5305 கடைகளைக் கொண்டிருந்தது. இது 20042005இல் மட்டும் புதிதாக 389 கடைகளை உருவாக்கியது. அதாவது நாளொன்றுக்கு குறைந்தது

2 / 4

வியாபாரச் சின்னம் உருவாக்கும் அடிமைப் பண்பாடு

Written by பி.இரயாகரன்
Tuesday, 10 October 2006 14:23 -

ஒரு கடையை புதிதாக திறக்கின்றது. இப்படி சமூகத்தின் மீது ஒரு ஆதிக்கத்தையே உருவாக்கி வருகின்றது. உலகளாவிய மிகப்பெரிய விற்பனை நிறுவனத்தில் தொழில் புரிவோர் எண்ணிக்கையோ 14 லட்சமாகும். இங்கு எந்தத் தொழிற்சங்கமும் வைத்திருக்க முடியாத வகையில் அடக்குமுறைக்கு உள்ளாகின்றது. 2004இல் இங்கு தொழில் புரியும் விற்பனையாளர்களின் சம்பளம் ஒரு மணித்தியளத்துக்கு 8.23 டாலராகக் குறைக்கப்பட்டுள்ளது. இது 2001இல் 13.86 டாலராக இருந்தது. இந்த நிறுவனத்தின் அடக்குமுறைக்கு எதிராகச் செய்யப்பட்ட மொத்த முறைப்பாடுகள் 20042005இல் 8000மாகும். இதுவே ஒரு நிறுவனத்துக்கு எதிராக உலகில் அதிக முறைப்பாடு செய்யப்பட்டுள்ளது குறிப்பிடத்தக்கது. உலகில் மொத்தமாக மூலதனத்தின் கொடூரங்களுக்கு எதிராக 20042005இல் 16 இலட்சம் முறைப்பாடுகள் செய்யப்பட்டுள்ளது.

கொடூரமான சுரண்டல் மூலம் அமெரிக்காவில் மட்டும் இதன் விற்பனையகம் 3468 உள்ளது. 2004இல் மட்டும் புதிதாக 270 கடைகளைத் திறந்தது. அமெரிக்காவின் மொத்த விற்பனையில் 8 சதவீதத்தைக் கட்டுப்படுத்தியது. சீனாவில் இருந்தான அமெரிக்கா இறக்குமதியில் இது 10 சதவீதத்தை கட்டுப்படுத்தியது. 20032004இல் மொத்த விற்பனை 25,630 கோடி டாலராகியது. இது அதற்கு முந்தைய ஆண்டை விட 11.6 சதவீதம் அதிகமாகும். அதே நேரம் நிகரலாபம் 900 கோடி டாலராகியது. இது முந்திய ஆண்டை விட 13.8 சதவீதம் அதிகமாகும். ஒருபுறம் உலக மக்களின் மேல் ஆக்கிரமிப்பையும், மறுபுறம் சொந்த தொழிலாளியை அதி உயர் விகித்தில் சுரண்டுவதன் மூலம் மிகப் பெரிய சூறையாடலையே நடத்துகின்றது. ஒரு பன்னாட்டு நிறுவனம் எப்படிக் கொழுக்கின்றது என்பதையும், சமூகச் சிதைவுகள் எப்படிக் கட்டமைக்கப்படுகின்றன என்பதையும் இது எடுத்துக் காட்டுகின்றது.

பொருள் வர்த்தகத்தில் உலகிலேயே முன்னணி தேசங்கடந்த பன்னாட்டு நிறுவனமான "வால்மார்ட்'டின் (ஙிச்டூட்ச்ணூt), லாபம் என்றுமில்லாத வீதத்தில் அதிகரித்துச் செல்லுகின்றது. இந்த வால்மார்ட் சூறையாடல் எப்படிப் பல்கிப் பெருகுகின்றது எனப் பார்ப்போம்.

ஆண்டு மொத்த விற்பனை மொத்த நிகர லாபம்
1999-2000 16500 கோடி டாலர் 538 கோடி டாலர்
2000-2001 19130 கோடி டாலர் 629 கோடி டாலர்
2001-2002 21780 கோடி டாலர் 667 கோடி டாலர்
2002-2003 22960 கோடி டாலர் 800 கோடி டாலர்
2003-2004 25630 கோடி டாலர் 905 கோடி டாலர்
2004-2005 28520 கோடி டாலர் 1030 கோடி டாலர்

3 / 4

வியாபாரச் சின்னம் உருவாக்கும் அடிமைப் பண்பாடு

Written by பி.இரயாகரன்
Tuesday, 10 October 2006 14:23 -

மிகப்பெரிய பன்னாட்டு விற்பனையகங்கள் பூதாகரமாக வளர்ந்து வருவதையும், அவர்களின் மிகப்பெரிய கொள்ளைகளையும் இது எடுத்துக்காட்டுகின்றது. மனிதனின் உற்பத்தி உரிமையை மட்டுமல்ல, அதன் விற்பனை உரிமையையும் கூட, எதை நுகரவேண்டும் என்ற உரிமையையும் கூடத்தான் மறுக்கின்றது. இதன் மூலம் மனிதன் தனது சொந்த உற்பத்திகளைக் கூட, சொந்தமாக நுகரும் உரிமையை இல்லாது ஒழித்து விடுகின்றது. எங்கும் அராஜகமும், பொருட்களின் குவிப்பும் சந்தையை தேங்க வைக்கின்றது. இதன் மூலம் மனிதத் தேவைகள் மறுக்கப்படுகின்றன. இதன் மூலம் அடிமைப் பண்பாடுகளை சமூக மயமாக்கி கட்டமைக்கப்படுகின்றது.

இதன் மூலம் சிலருக்கு அடிமைச் சேவை செய்யும் உலகமாக, உலகம் மாற்றப்படுகின்றது. குவியும் செல்வம் தனிநபரின் தனிப்பட்ட சொத்தாக மாறும் போது, அந்த பணத்தின் சுழற்சியில் தான் மனிதயினம் வாழ வேண்டிய நிர்ப்பந்தம் உருவாகி விடுகின்றது. பணம் உள்ளவனுக்கு சேவை செய்து வாழும் ஒரு அடிமை உழைப்பு, உலகமயமாதலின் மிகப் பெரிய உற்பத்தித் துறையாகி விடுகின்றது. இந்த அடிமை உழைப்பின் மறுபெயர் தான் சேவைத்துறை. மற்றவனுக்கு சேவை செய்வதைக் குறித்து இந்த பெயர் உள்ளது. உதாரணமாக சாதி அமைப்பில் இதன் சிறப்பான எடுப்பான வகையில் அடிமைத்தனத்தின் சின்னங்கள் பொறிக்கப்பட்ட, மனித வரலாற்றிலும் இதை காணமுடியும். மனித இனம் சேவைத் துறை என்ற உள்ளடக்கத்தில், இன்று உற்பத்திகள் ஒரு அடிமை நிலைக்கு சரிந்து செல்லுகின்றது. மனித உழைப்பே இதற்குள் தங்கி வாழ நிர்ப்பந்தித்துள்ளது. இது சமூக உறவு சார்ந்த மனிதனின் இயற்கையான பரஸ்பர உறவு முறையை அழித்து, வர்த்தக உறவாக மாற்றிவிட்டது. இந்த வர்த்தகம் உலகிலேயே மிகப்பெரிதானதும், உழைப்பின் பெரும் பகுதியை உள்ளடக்கியதான ஒன்றாகிவிட்டது. இப்படி உருவான சேவைத்துறை வர்த்தகம் 1970இல் 1,34,750 கோடி இந்திய ரூபாவாக இருந்தது. இது 1985இல் 9,45,000 கோடி இந்தியா ரூபாவாக வளர்ச்சி பெற்றது. இன்று இதுவே பல மடங்காகி விட்டது. மற்றவனுக்குச் சேவை செய்யும் அடிமைநிலை, மனித உழைப்பில் தீர்க்கமான உற்பத்தித்துறையாகிவிட்டது.

எல்லாத் துறையிலும் உற்பத்தி மீதான அராஜகம் தலைவிரித்தாடுகின்றது. செல்வம் உள்ளவனுக்கு மட்டும் தான் உற்பத்தி. வர்த்தகத்தின் ஆன்மாக உள்ள இந்த விதி, செல்வம் இல்லாதவனின் உயிர்வாழும் உரிமையை மறுக்கின்றது. செல்வம் உள்ளவனின் நலன்களை பேணும் ஒரு சமூக அமைப்பு சார்ந்த நலனை பூர்த்தி செய்யும் எல்லையில்தான், தேசங்கடந்த பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் தனது உற்பத்திச் சந்தையையே நவீன நாகரீகத்தின் சின்னமாக பாறைசாற்றி உலகமயமாகின்றது.

4 / 4