டீனேஜ் பெண்ணின் கர்ப்பம் முதலில் கடைக்காரனுக்கு தெரிந்ததெப்படி ?

Written by தமிழரங்கம்
Wednesday, 15 August 2012 16:29 - Last Updated Tuesday, 21 August 2012 09:44

தனியார் துப்பறியும் நிறுவனங்களைக் கேள்விப்பட்டிருக்கிறீர்களா? இந்தியாவில் இருக்கும் மேட்டுக்குடியினர் தமது வாரிசுகளின் மண உறவு, கள்ள உறவு குறித்த உண்மைகளைக் கண்டுபிடிப்பதற்கு இவர்களைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். அமெரிக்காவில் அதற்கும் மேலே போய் 'ஒரு மனிதன் என்ன பொருள் வாங்குகிறான்' என்று கண்டுபிடிப்பதற்குக் கூட ஆள் வைத்து அறிந்து கொள்கிறார்கள். அதாவது எல்லா பேரங்காடிகளையும் நடத்தும் நிறுவனங்களுக்கு இத்தகைய புலனாய்வுப் புலிகள்தான் முக்கியமானவர்கள்.

அமெரிக்காவில் இருக்கும் டார்கெட் எனும் சங்கிலித்தொடர் பல்பொருள் அங்காடியில் நுழையும் அந்த மனிதர் கடையின் மேலாளரைப் பார்த்து "என் மகள் இப்பொழுது ஹைஸ்கூல் தான் படிக்கிறாள். அவளுக்கு ஏன் கர்ப்பமுற்றோர்களுக்கு உதவும் பொருட்கள் மீதான சலுகைக் கூப்பன்களை அஞ்சலில் அனுப்பியுள்ளீர்கள்?" என்று கோபமாகக் கேட்கிறார். மேலாளர் "ஏதாவது தவறு நடந்திருக்கலாம்" என மன்னிப்புக் கேட்டுக் கொண்டார்.

"நுகரும்-கழியும்"
சூப்பர்மார்க்கெட்
பன்றி

இரண்டு நாள் கழித்து அதே நபர் மீண்டும் கடைக்குள் வருகிறார். கடையின் மேலாளரிடம் சென்று தன் மகள் உண்மையில் கர்ப்பமுற்றிருப்பதாகவும், ஒரு வழியாக அவள் காதலன் திருமணத்திற்குச் சம்மதித்து விட்டதாகவும் கூறி, அவளுக்குச் சில பொருட்களை வாங்க வந்திருக்கிறேன் என்கிறார். மீண்டும் அவர் வீட்டிற்கு டார்கெட்டிலிருந்து கூப்பன்கள் வரத் துவங்குகின்றது.

மேலே நீங்கள் படித்தது ஒரு உண்மைச் செய்தி. மகள் கர்ப்பமுற்றாள் என்பது அப்பனுக்கும் தெரியாது, ஆண்டவனுக்கும் தெரியாது எனும் போது ஒரு கடைக்காரனுக்கு மட்டும் தெரிந்தது எப்படி? இது வெறும் மாயவித்தை அல்லது எதேச்சையானது என்றால் அடிக்க வந்து விடுவார்கள் டார்கெட் நிறுவன மார்க்கெட்டிங் பிரிவினர். இப்படித் தங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் வீட்டில் யாராவது கர்ப்பமாக இருக்கிறார்களா என்பதைக் கண்டுபிடிக்க பல இலட்சம் ரூபாய்களை மாதச் சம்பளமாகக்

1 / 4

டீனேஜ் பெண்ணின் கர்ப்பம் முதலில் கடைக்காரனுக்கு தெரிந்ததெப்படி ?

Written by தமிழரங்கம்
Wednesday, 15 August 2012 16:29 - Last Updated Tuesday, 21 August 2012 09:44

கொடுத்து தேர்ந்த புள்ளியியல் நிபுணர்களையும், உளவியல் மருத்துவர்களையும் புலனாய்வுப் பணிக்கு அமர்த்தியிருக்கிறது டார்கெட்.

கர்ப்பமானவர்களை ஏன் பல்பொருள் அங்காடி மார்கெட்டிங் பிரிவு கண்டுபிடிக்க வேண்டும்? ஒருவர் கர்ப்பமாக இருக்கிறார் என்று எப்படிக் கண்டுபிடிப்பார்கள்? இதைப் புரிந்து கொள்ள நாம் இன்னொரு நபரைச் சந்திக்க வேண்டும். அவர் ரிச்சர்ட்.

ரிச்சர்ட் ஒரு சாதாரண அரசு ஊழியர். ஆனால் சேமிப்பைப் பெரிதும் விரும்புபவர். தேவையற்ற பொருட்களை வாங்கிக் குவிக்க மாட்டார். கடன் அட்டையைக் கச்சிதமாகப் பயன்படுத்துவார். தனக்கு ஒரு குழந்தை வேண்டும் என்பதால் போதுமான அளவு சேமிப்பில் பணம் வைத்திருந்தார். அந்த நாளும் வந்தது; அவர் மனைவி கருவுற்றார். சில நாட்கள் கழித்து டார்கெட் அங்காடியில் இருந்து கருவுற்ற பெண்கள் மற்றும் குழந்தைகளுக்கான பொருட்கள் மீதான சலுகைக் கூப்பன்கள் அவருக்கு அஞ்சலில் வந்தன. சரி சலுகையில் தானே என்று கவரப்பட்டு கருவில் இருக்கும் குழந்தைக்காகவும், தன் மனைவியின் உடல் நலத்திற்காகவும் சில பொருட்களை வாங்கினார்.

சில நாட்கள் கழித்து பிற உபயோகிக்கும் பொருட்கள் மீதும் சலுகைக் கூப்பன்கள் வர ஆரம்பித்தன. முதலில் 50% கழிவு என வந்த கூப்பன்கள் மெல்ல 30, 20, 15 சதவீதம் எனக் குறையத் தொடங்கின. இதை ரிச்சர்ட் கவனித்தாலும், விலை குறைகிறது இலாபம் தானே என்று பார்த்தார். இன்னொரு பக்கம் அவர் மனைவி பல பொருட்கள் உபயோகமற்றிருப்பதாகவும் சுட்டிக் காட்டினார். ரிச்சர்ட் காதில் எதனையும் வாங்கவில்லை. தாம் எவ்வளவு புத்திசாலித்தனமாக மலிவு விலையில் பொருட்களை வாங்குகிறோம் என்பதில் அவர் அசாத்திய மேதை போல நினைத்திருந்தார்.

மெல்ல ரிச்சர்ட் அந்தக் கடையில் உறுப்பினர் ஆனார். அவர் அந்தக் கடையில் எது வாங்கினாலும் 5 சதவிகிதக் கழிவு என்றனர். ரிச்சர்ட் அலுவலகம் விட்டும் வரும் வழியில் அந்தக் கடைக்குச் சென்று ஏதாவது வாங்க ஆரம்பித்தார். அலுவலக நெருக்கடி, மன உளைச்சல், வீட்டில் சண்டை, நேரம் கடத்த வேண்டும் என்றாலும் அவர் டார்கெட்டில் நுழைந்து கடையைச் சுற்றி வர ஆரம்பித்தார். அது அவர் மனதை ஆசுவாசப்படுத்தியது. டார்கெட் உள்ளே நுழைந்தாலே ஒரு டாலருக்காவது ஏதாவது வாங்கி விடுவார். கடன் அட்டையில் கடன் அதிகமாகி விட்டது. இப்பொழுது ரிச்சர்ட் மனதளவில் அந்தக் கடைக்கு ஒரு அடிமையாகி விட்டார்.

அத்தியாவசியத்திற்கும், தேவைக்கும் வாங்கியது போய் கடைக்குள் நுழைந்து ஏதாவது வாங்கியே ஆக வேண்டுமென்ற அப்ளூயன்சா (Affluenza – நுகர்வுக் கலாச்சார மன

2 / 4

டீனேஜ் பெண்ணின் கர்ப்பம் முதலில் கடைக்காரனுக்கு தெரிந்ததெப்படி ?

Written by தமிழரங்கம்
Wednesday, 15 August 2012 16:29 - Last Updated Tuesday, 21 August 2012 09:44

நோய்) நோய்க்கு ஆளானார். இது ஏதோ ஒரு ரிச்சர்டுக்கு உள்ள நோய் என்று நினைத்து விடாதீர்கள். முழு அமெரிக்காவுக்கும் உள்ள நோய். இந்தியாவிலும் நடுத்தர வர்க்கத்திடம் பரவி வரும் நோயும் இதுவே.

இந்த நோயை 'தேர்ந்த விஞ்ஞானம்' என்கிறார்கள் டார்கெட் நிறுவனத்தினர். ஆனால் நாமோ இதைப் 'பகற்கொள்ளை, பொறுக்கித்தனம்' என்கிறோம்.

தனியார் பலர் நுழைந்தால் ஏற்படும் அவர்களுக்குள்ளான போட்டியினால் பொருட்கள் விலை குறையும் என்பது முதலாளித்துவ ஆதரவாளர்களின் வாதம். ஆனால் முதலாளித்துவமோ விலையைக் குறைத்து விற்று நட்டத்தை (குறைவான இலாபத்தை) ஏற்றுக்கொள்ளத் தயாராக இல்லை. அதனால், அதே விலைக்கு அனைத்தையும் வாங்கிக் குவிக்க வேண்டும் என்ற மனநிலையை வாடிக்கையாளர்களின் மத்தியில் உருவாக்குவது தான் அந்நிறுவனங்கள் இலாபத்தைக் குறையாமல் பெறுவதற்கான ஒரே வழி. குடிப்பழக்கம், புகைப் பழக்கம் மாதிரி வாங்கும் பழக்கம் என்பதை மக்களிடம் உருவாக்க வேண்டும். இதைத்தான் டார்கெட் உள்பட பல நிறுவனங்கள் செய்கின்றன.

உலக அளவில் சில்லறை வர்த்தகத்தில் ஈடுபடும் நிறுவனங்கள் கணித வல்லுநர்களையும், புள்ளியியல் நிபுணர்களையும் புலனாய்வுப் பணியில் அமர்த்தியிருப்பதன் இரகசியம் இதுதான். இவர்களின் வேலை, வாடிக்கையாளரை வேவு பார்த்து அவர்கள் என்ன வாங்குகிறார்கள், அவர்களை எப்படி வாங்க வைக்கலாம் என்று ஆய்வு செய்து, கடையில் எதையாவது வாங்கியே தீர வேண்டும் என்பதை வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரு பழக்கமாகவே மாற்ற வேண்டும்.

புதிதாக முளைத்திருக்கும் இந்தத் துறை, வாடிக்கையாளரின் கடன் அட்டை, வங்கிக் கணக்கு, செல்பேசி எண், முகவரி இவற்றை வைத்து தொடர்ந்து என்ன வாங்குகிறார்கள் என்று வேவு பார்க்கும். அவர்கள் பணத்தை உபயோகித்தால் நிறுவனமே முன் வந்து அவர்களுக்கு உறுப்பினர் அட்டை கொடுக்கும். அதை உபயோகித்தால் தள்ளுபடி கிடைக்கும் என்பார்கள். ஆனால் உண்மையில் வாடிக்கையாளர்களை வேவு பார்க்கத்தான் உறுப்பினர் அட்டையைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். நீங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை வாங்கினால், அதைச் சார்ந்த பிற பொருட்களின் மேல் தள்ளுபடி என போலி கூப்பன்கள் மூலம் உண்மை விலைக்கு தேவையற்ற பொருட்களை வாங்க வைக்க முயற்சிப்பார்கள்.

இன்னொரு பக்கம் அவர்களின் முக்கிய கண்டுபிடிப்பு, குழந்தை பிறக்கப் போகும் வீட்டில் வாங்கும் பழக்கம் அதிகரிக்கும் என்பது. அதனால் மருத்துவமனை முதல் குழந்தைகள் பிறப்பு தகவல் மையம் வரை உள்ள தகவல்களைச் சேகரித்து, அந்தப்

3 / 4

டீனேஜ் பெண்ணின் கர்ப்பம் முதலில் கடைக்காரனுக்கு தெரிந்ததெப்படி ?

Written by தமிழரங்கம்
Wednesday, 15 August 2012 16:29 - Last Updated Tuesday, 21 August 2012 09:44

பெற்றோர்களுக்கும் போலியான தள்ளுபடி கூப்பன்களை அனுப்பி அவர்களை பொருட்கள் வாங்க வைப்பார்கள்.

குழந்தை பிறக்கும் வரை ஏன் காத்திருக்க வேண்டும், பெண்கள் வாங்கும் பொருட்களை ஆராய்ந்தாலே கர்ப்பிணிகள் குறிப்பிட்ட பொருட்களை வாங்குவார்கள் என்று தெரியும். ஒரு பெண் குறிப்பிட்ட ஒரு மாதத்தில் கிருமி நாசினி சோப், பஞ்சு, சில லோஷன்களை வாங்குகிறார்; அவரே 2 மாதம் கழித்து கிருமி நாசினி, இரும்புச் சத்து மாத்திரைகளை வாங்கினால் அவர் கர்ப்பமாக இருக்கிறார் என்று கணிக்கிறார்கள். கணிப்பு 90 சதவிகிதம் சரியாகவே இருக்கின்றது. அவ்வளவுதான், அவர்களைக் கண்காணித்து, தங்கள் வளையத்துக்குள் கொண்டு வந்து, மெல்ல வாங்கும் பழக்கத்திற்கு அடிமையாக்கி விடுவார்கள்.

தேவைக்குப் பொருட்கள் என்பதை ஒழித்து, நோக்கமற்று வாங்குவதையே பழக்கமாக உருவாக்க அந்த நிறுவனம் மனநல நிபுணர்களை வேலைக்கமர்த்தவும் தயங்கவில்லை. இன்னொரு புறம் விலைவாசி ஏறி விட்டிருக்கும் இந்த நாட்களில் தள்ளுபடி கூப்பனை உபயோகிக்க வேண்டும் என்று எந்த மனமும் சொல்லும். கட்டுப்படியாகாத விலை என்பதன் மறுபக்கம்தான் இந்தத் தள்ளுபடி மயக்கத்தைத் தோற்றுவிக்கும் கூப்பன்கள். ஆக விலை உயர்வினால் மட்டும் மக்கள் அவதிப்படவில்லை. விலை குறைவு போல தோற்றமளிக்கும் இந்த தள்ளுபடி போதையாலும் துன்பப்படுகிறார்கள்.

உங்களைத் திட்டமிட்டு அடிமையாக்குவது, அதைக் கலாச்சாரமாகத் திணிப்பது இன்றைய தனியார்மயத்தின் அடிப்படை விதி. நீங்கள் வாங்கியே ஆக வேண்டும். பணத்தை சேமிப்பதை விட அதைச் செலவழிக்க வேண்டும். மக்களைச் செலவழிக்கும் எந்திரங்களாக மாற்றி ரத்தத்தை உறிஞ்சுவதுதான் முதலாளிகளின் இன்றைய நிலை.

அமெரிக்க அரசு யார் தீவிரவாதிகள் என்பதற்காக மக்களை உளவு பார்க்கின்றது. அமெரிக்க முதலாளிகள் யார் கையில் பணம் இருக்கிறது என்று உளவு பார்க்கிறார்கள்.

- புதிய கலாச்சாரம், மே – 2012

4 / 4