

பகுதி - I

அதிக மதிப்பெண்கள்
12

கற்கும் காலம்
25 மணிகள்

வர்த்தகம் ஒரு முன்னுரை

நாம் அனைவரும் நம்மைச் சுற்றி எங்கும் ஒரு வர்த்தகச் சூழல் நிலவுவதைக் காண்கிறோம். இது சமூகத்தின் தேவையுள்ள பகுதியாக உள்ளது. மிக பரந்து விரிந்த வியாபாரச் செயல்பாட்டு தொடர்பு மூலம் நமது தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்திட எண்ணற்ற பல பொருட்களையும், சேவைகளையும் பெறுகிறோம். வர்த்தக உலகத்தைக் குறித்தும், அதன் முக்கியத்துவத்தைக் கண்டறியவும் அதன் நோக்கங்களையும், பல்வேறு வகையிலான வர்த்தகச் செயல்பாடுகளைப் புரிந்து கொள்ளவும், மின் வணிகவியல் போன்ற புதிய முன்னேற்றங்களைப் புரிந்து கொண்டு பாராட்டவும் இத்துறையில் ஈடுபட்டுள்ளோரின் பொறுப்புகளை அறிந்து கொள்ளவும், கற்போர் அனைவருக்கும் இக்கிளையகம் உதவிடும்.



வர்த்தகத்தின் இயல்பும், எல்லையும்

பகுதி - I

வர்த்தகம் ஒரு முன்னுரை



குறிப்புகள்

நம்மைச் சுற்றி வாழும் பெரும்பாலான மக்கள் பல்வேறு வேலைகளில் ஈடுபட்டிருப்பதைக் காண்கின்றோம். ஆசிரியர்கள் பள்ளிகளில் பாடம் கற்பிக்கின்றனர்; விவசாயிகள் வயல்களில் வேலை செய்கின்றனர்; தொழிலாளிகள் தொழிற்சாலைகளில் வேலை செய்கின்றனர்; ஓட்டுநர்கள் வண்டிகளை ஓட்டுகின்றனர்; கடைக்காரர்கள் பொருட்களை விற்கின்றனர்; மருத்துவர்கள் நோயாளிகளுக்கு சிகிச்சை அளிக்கின்றனர்; இதுபோல பல செயல்பாடுகளைக் காண்கின்றோம். இந்த வகையில் பகல் முழுவதும் மட்டுமல்ல, சிலர் சமயம் இரவு நேரங்களிலும்கூட ஆண்டு முழுவதும் பலர் பல வேலையில் ஈடுபட்டுள்ளனர். நாம் ஏன் நாளெல்லாம் இவ்வாறு ஓடியாடி வேலை செய்ய வேண்டும் என்ற கேள்வி எழுகிறது அல்லவா? இதற்கு விடையானது நமது தேவையைப் பூர்த்தி செய்து கொள்வதற்குதான் இது என்பதாகும். இவ்வாறு ஈடுபடுவதன் மூலம் நமக்குள்ள பல கடமைகளை ஆற்றி அல்லது பொருள் ஈட்டி நாம் பொருட்களையும் சேவைகளையும் விலைக்கு வாங்கிக் கொள்ள முடிகிறது.

நமது அடிப்படைத் தேவைகளை நிறைவேற்றுவதற்கு நாம் ஈடுபட்டிருக்கும் பல்வேறு செயல்பாடுகளைப் பற்றி இப்பாடத்தில் நாம் அதிகமாகத் தெரிந்து கொள்வோம். மனிதர்கள் ஈடுபடும் 'வர்த்தகம்' என்ற செயல்பாட்டைக் குறித்தும் மிக விரிவாகத் தெரிந்து கொள்வோம்.



நோக்கங்கள்

இந்தப் பாடத்தைப் படித்த பின்பு

- ▶ மனிதர்களின் செயல்பாடுகள் என்பதை வரையறுக்கவும்,
- ▶ பொருளாதாரம் சார்ந்த, பொருளாதாரம் சாராத செயல்பாடுகளை வேறுபடுத்தவும்,
- ▶ வர்த்தகம் என்ற சொல்லை வரையறுக்கவும்,
- ▶ வர்த்தகத்தின் பல்வேறு பண்புகளைக் கண்டறியவும்,
- ▶ வர்த்தகத்தின் நோக்கத்தை விவரிக்கவும்,
- ▶ வர்த்தகத்தின் சமூகப் பொறுப்புகளை விளக்கவும்,
- ▶ மாசுபடிதலின் வகைகள், காரணங்கள், விளைவுகள் போன்ற கருத்துகளை விளக்கவும். சூழ்நிலை மாசுபடுதலில் வர்த்தகத்தின் பங்கை விளக்கவும் உங்களால் முடியும்

பகுதி - I

வர்த்தகம் ஒரு முன்னுரை



குறிப்புகள்

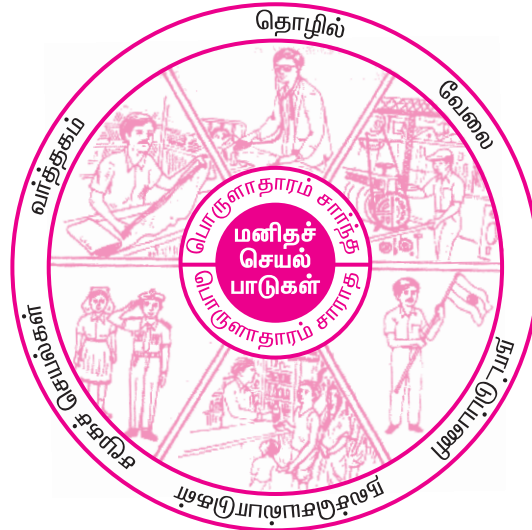
1.1 மனிதரின் செயல்பாடுகள்

மனிதர்களாகிய நாம் எடுத்துச் செய்திடும் செயல்பாடுகள் அனைத்தும் மனிதச் செயல்பாடுகள் (human activities) என அழைக்கப்படுகிறது. இத்தகைய செயல்பாடுகளை இரண்டு பிரிவாகப் பிரிக்கலாம்.

(I) பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள்

(II) பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகள்

(i) **பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள்:** 'பணம்' சம்பாதிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டு செய்யப்படும் செயல்பாடுகள் பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள் ஆகும். எடுத்துக்காட்டாக விவசாயிகள் விற்பனைக்காக பயிர் வளர்ப்பது, தொழிற்சாலை அல்லது அலுவலகத்தில் வேலை செய்து கூலி அல்லது ஊதியம் பெறுவது, ஒரு வியாபாரம் செய்பவர் பொருட்களையும், சேவைகளையும் வாங்கி விற்று லாபம் சம்பாதிப்பது போன்ற செயல்பாடுகள் பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள் ஆகும்.



படம் 1.1 மனிதரின் செயல்பாடுகள்

(ii) **பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகள்:** பணம் ஈட்டுவதை நோக்கமாகக் கொள்ளாது மனத்திருப்திக்காக ஈடுபடும் செயல்பாடுகள் பொருளாதாரம் இல்லாத செயல்பாடுகளாகும். இத்தகைய செயல்பாடுகள் சமூகக் கடமைக்காகவும், உடல் நலம் பேணுவதற்கும் பொழுதுபோக்கிற்கும் செய்யப் படுகின்றன. வழிபாட்டுக் கூடங்களுக்கு மக்கள் செல்லல், வெள்ளம் பூகம்பத்தில் பாதிக்கப்பட்டவர்களுக்கு நிவாரணம் வழங்குதல், விளையாட்டுகளில் பங்கேற்பது, தோட்டம் போடுதல், வானொலி கேட்டல், தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளை கண்டு களித்தல் போன்றவை பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகள் ஆகும்.

பொருளாதாரச் செயல்பாடுகளுக்கும் பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகளுக்குமுள்ள வேறுபாடுகள்

கூறுகள்	பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள்	பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகள்
1. நோக்கம்	லாபமீட்டல் நோக்கு	சமூக, உளவியல் நோக்கு
2. விளைவு	செல்வம் ஈட்டுவதும் சொத்துக்கள் சேர்ப்பதும்	மனத்திருப்தியும், மகிழ்ச்சியும்
3. எதிர்பார்ப்பு	லாபம் அல்லது மாத ஊதியத்தை மக்கள் எதிர்பார்க்கின்றனர்	லாபத்தையோ மாத வருமானத்தையோ மக்கள் எதிர்பார்ப்பதில்லை
4. முக்கியத்துவம்	அரிய பொருளாதார வளங்களான நிலம், உழைப்பு, மூலதனம் போன்றவைகளை பயன்படுத்துவதால் அறிவு பூர்வமான முறையில் இவை வழி நடத்தப்படுகிறது	மனவெழுச்சி, உணர்வு காரணங்களால் வழி நடத்தப்படுகிறது. பொருளாதார முக்கியத்துவம் எதுவும் இதில் கிடையாது



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.1

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.
 1. தனது மருத்துவமனையில் நோயாளிகளுக்கு மருத்துவம் அளிக்கும் மருத்துவர் ஒருவர் பொருளாதாரம் சார்ந்த செயல்பாட்டில் ஈடுபடுகிறார்.
 2. தனது குழந்தைகளுக்கு துணிகள் தைத்துக் கொடுக்கும் தாய் பொருளாதாரச் செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ளார்.
 3. கோவிலுக்கு வெளியே பிச்சைக்காரர்களுக்கு உணவு விநியோகம் செய்வது பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடு ஆகும்.
 4. தேசிய அணியில் சச்சின் டெண்டுல்கர் கிரிக்கெட் விளையாடுவது பொருளாதாரம் சாராத செயல்பாடு ஆகும்.
- II. கீழ்க்கண்டவைகளில் எவை பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள் அல்லது பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகள் என்பதைக் குறிப்பிடுக.
 - (i) நண்பர்களோடு கால்பந்து விளையாடுவது
 - (ii) ஒரு பள்ளியில் ஆசிரியர் பாடம் கற்பிப்பது
 - (iii) உடல் நலம் குன்றிய ஒரு உறவினரை சென்று பார்ப்பது
 - (iv) வானொலி கேட்பது
 - (v) உள்ளூர் சந்தையில் பழங்கள் காய்கறிகள் விற்பது
 - (vi) குடும்பத்தினருக்கு வீட்டில் உணவு தயார் செய்வது
 - (vii) ஒரு அலுவலகத்தில் வேலை செய்வது

1.2 பொருளாதாரச் செயல்பாடுகளின் வகைகள்

பணம் சம்பாதிப்பதற்காகவே பொருளாதாரச் செயல்பாடுகளில் மக்கள் ஈடுபடுகின்றனர் என்பதை அனைவரும் அறிவோம். மக்கள் அத்தகைய செயல்பாடுகளில் தொடர்ந்து ஈடுபட்டு தங்கள் வாழ்க்கைத் தொழிலைச் செய்து கொண்டிருக்கிறார்கள்.



குறிப்புகள்

மக்கள் ஈடுபடும் வாழ்க்கைத் தொழிலை (Occupation) மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

(i) **வர்த்தகம் (Business):** பொருட்களையும், சேவைகளையும் உற்பத்தி செய்து பணத்தை ஈட்டுவதற்காக விற்பனை செய்வதை வர்த்தகம் எனலாம். லாபம் ஈட்டும் நோக்கத்திற்காகவே இது தொடர்ந்து செய்யப்படுகிறது. சுரங்கம், உற்பத்தி செய்தல், வியாபாரம், போக்குவரத்து, கிடங்கிடுதல், வங்கி, காப்பீடு போன்றவை வர்த்தகச் செயல்பாடுகளுக்கு எடுத்துக் காட்டுகளாகும்.



படம் 1.2 வர்த்தகம்

(ii) **தொழில் (Profession):** நாம் எல்லாத்துறையிலும் வல்லவராக இருக்க முடியாது. எனவே நமக்குத் தேவைப்படும் போது அத்துறையில் சிறந்து விளங்கும் ஒருவரின் சேவைகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்கிறோம். எடுத்துக்காட்டாக நமக்கு சிகிச்சை அளிப்பதற்கு மருத்துவர்களின் சேவைகளையும் சட்ட உதவி பெற வழக்குரைஞர்களின் சேவைகளையும் பெற்றுக் கொள்கிறோம்.



படம் 1.3 தொழில்

இத்தகையோர் தத்தம் தொழிலில் ஈடுபடுகின்றனர். ஆகவே தொழில் என்பது (Profession) அதைச் செய்வதற்குரிய சிறப்பான கல்வி அறிவும் தேவையான பயிற்சியும் பெற்று செய்யும் சேவையாகும். இதன் முக்கிய நோக்கம் சேவை வழங்குவதாகும். ஒவ்வொரு தொழிலையும் அதற்குரிய தொழில் அமைப்பு ஒன்று ஒழுங்கு முறைப்படுத்துகிறது. இத்தகைய தொழில் அமைப்புகள் தத்தம் தொழிலுக்குரிய நடத்தை விதிகளை வகுத்துள்ளன.

(iii) **வேலை (Employment):** ஒருவர் சம்பளம் அல்லது கூலி பெறுவதற்கு இன்னொருவருக்கு தொடர்ச்சியாக செய்வது வேலையாகும். அரசு ஊழியர்கள், நிறுவன அதிகாரிகள், வங்கி அலுவலர்கள், தொழிற்சாலைத் தொழிலாளர்கள் போன்றவர்கள் வேலை செய்பவர்கள் ஆவார்கள். செய்ய வேண்டிய வேலை, வேலை நேரம், சம்பளம்/ கூலி விவரம் மற்றும் பிற வசதிகள் குறித்து சில நிபந்தனைகளும் குறிப்புரைகளும் இதில் இருக்கும். வேலையை அளிக்கும் முதலாளி இந்த நிபந்தனைகளைத் தீர்மானிக்கிறார். வேலை தேடிவரும் நபர் இந்த நிபந்தனைகளுக்கு சம்மதித்தால் வேலையில் சேரலாம். வேலை செய்பவருக்கு நிர்ணயம் செய்யப்பட்ட ஊதியம் அல்லது கூலி வழங்கப்படுகிறது.



படம் 1.4 வேலை

வியாபாரம், தொழில், வேலை இவைகளுக்கிடையேயுள்ள வேறுபாடுகள்

கூறுகள்	வர்த்தகம்	தொழில்	வேலை
1. வேலையின் இயல்பு	வாடிக்கையாளர் களுக்கு பணத்தை பெற்றுக் கொண்டு பொருட்களையும் சேவைகளையும் வழங்குவது	முறைப்படுத்தப்பட்ட வேலைக்கு கட்டணத்தைப் பெற்றுக் கொண்டு சிறப்பான தொழில் சேவைகளை வழங்குதல்	முதலாளியின் ஆணைகளுக்கு ஏற்ப வரம்பு எதுவுமில்லாது வேலை செய்வது
2. தகுதி	குறைந்தபட்ச கல்வித் தகுதி கிடையாது.	குறிப்பிட்ட துறையில் கல்வியும், பயிற்சியும் அவசியம்.	சிறப்பான அறிவு வேண்டும். ஆனால் எல்லாத் துறைக்கு இதுவும் தேவையில்லை.
3. முதலீடு	வியாபாரத்தின் இயல்பு, அளவு மற்றும் நிலைக் கேற்ப முதலீடு செய்ய வேண்டும்.	நிறுவுவதற்கு குறைந்த முதலீடு போதுமானது.	முதலீடு எதுவும் தேவையில்லை.
4. செயலூக்கம் (Motivation)	பொருட்களையும், சேவைகளையும் வாடிக்கையாளர் களுக்கு வழங்கி லாபம் ஈட்டுதல்	வழங்கும் சேவை களுக்கு குறிப்பிட்ட கட்டணம் பெறுதல்	நிலையான ஊதியம் அல்லது கூலி
5. ஆபத்தை எதிர் நோக்கல் (Risk)	நஷ்டம் ஏற்படும் ஆபத்து உண்டு. லாபம் வருவதில் நிச்சயத் தன்மை கிடையாது	நிரந்தர வருமானம் உண்டு. வேலையை சரிவரச் செய்யத் தவறினால் பொறுப் பேற்க நேரிடும்	வழக்கமான குறிப்பிட்ட ஊதியம் அல்லது கூலி. ஆபத்து கிடையாது
6. நடத்தை நெறி	நடத்தை நெறிமுறை எதுவும் கிடையாது	மிக உயர்ந்த தொழில் தரத்தை நிலைப்படுத்த கடுமையான நடத்தை நெறிமுறைகள் உண்டு	வேலை ஒப்பந்தத் திற்கான குறிப்புகளும், நிபந்தகளும் உண்டு

பகுதி - I

வர்த்தகம் ஒரு முன்னுரை



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.2

- I. பொருத்தமான சொற்களைக் கொண்டு காலியிடத்தைப் பூர்த்தி செய்க
 - (i) ஒருவர் தொடர்ந்து ஈடுபடும் பொருளாதாரச் செயல்பாடு அவரது ----- ஆகும்.
 - (ii) ஒரு தொழில் வல்லுநருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட துறையில் ----- பயிற்சியும் தேவையாகும்.



குறிப்புகள்

- (iii) பிறருக்கு வேலை செய்து குறிப்பிட்ட வருமானம் பெறுவது ----- எனப்படும்.
- (iv) தொழில் அமைப்புகள் அதில் ஈடுபடும் எல்லா தொழில் வல்லுநர்களுக்கும் உரிய ----- உருவாக்கி முறைப்படுத்துகிறது.
- (v) வேலைக்குரிய குறிப்புகளையும், நிபந்தனைகளையும் ----- தீர்மானிக்கிறார்.

II. கலம் 'அ'வில் உள்ள குறிப்புரைகளை கலம் 'ஆ'வோடு பொருத்துக

கலம் 'அ'

கலம் 'ஆ'

- | | |
|-----------------------------------|--------------------|
| (i) வியாபாரத்தின் முக்கிய நோக்கம் | அ) சிறப்புத் திறன் |
| (ii) தொழிலின் முக்கிய நோக்கம் | ஆ) லாபமீட்டுவது |
| (iii) தொழிலின் இன்றியமையாத தேவை | இ) தொழில் |
| (iv) சார்ட்டு அக்கவுண்ட்ட் வேலை | ஈ) சேவை வழங்குவது |

1.3 வர்த்தகம் என்பதன் பொருள்

சந்தையில் பல வகைப் பொருட்கள் இருப்பதைக் காண்கிறோம். அவைகள் தேவைப்படும் போதெல்லாம் நாம் சென்று வாங்கிக் கொள்கிறோம். இந்தப் பொருட்கள் எவ்வாறு சந்தைக்கு வந்து சேருகின்றன? இவைகளை உற்பத்தி செய்வது யார்? இவற்றைச் சந்தைக்கு யார் கொண்டு வருகிறார்? இப்பொருட்கள் அனைத்தும் குறிப்பிட்ட இடங்களில் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. பிறகு சிலர் அவற்றை உற்பத்தியாகும் இடத்திலிருந்து விநியோகம் செய்யும் இடத்திற்கு கொண்டு வருகின்றனர். அதன் பிறகே அவற்றை வாங்கி நமது தேவைக்குப் பயன்படுத்திக்கொள்ள முடிகிறது.

பொருட்களையும் பயணிகளையும் கொண்டு செல்வது, வங்கிச் சேவை, காப்பீடு, விளம்பரம், மின்சாரம் வழங்கல், தொலைபேசி போன்ற செயல்பாடுகளில் ஈடுபட்டுள்ள சிலரை நீங்கள் பார்க்கிறீர்கள். இவைகள் அனைத்தும் சேவைச் செயல்பாடுகளாகும். தங்கள் வாழ்வுக்கு வருமானம் ஈட்ட இச்சேவைகளை அவர்கள் செய்கின்றனர்.

உற்பத்தி செய்தல், விநியோகித்தல், பொருட்களையும், சேவைகளையும் விற்பதும் வாங்குவதும் ஆகிய அனைத்திற்கும் பணம் சம்பாதிப்பது நோக்கமாகவுள்ளது. மேலும் தொடர்ச்சியாகவும் இவை நடக்கின்றன. உற்பத்தி செய்தல், விநியோகித்தல், பொருட்களையும், சேவைகளையும் வாங்குவதும், விற்கலும் மூலமாக லாபம் ஈட்டுவதற்காக தொடர்ச்சியாக மனிதன் ஈடுபடும் செயல்பாட்டை வர்த்தகம் என்று கூறலாம்.



படம் 1.5 வர்த்தகம்



குறிப்புகள்

“லாபமீட்டும் நோக்கத்துடன் செய்யப்படும் பொருட்களையும் சேவைகளையும் தொடர்ச்சியாக உற்பத்தி செய்தல் அல்லது விற்பதற்கு வாங்குதல், மாற்றுதல், பரிவர்த்தனை செய்தல் போன்றவை அடங்கிய ஒரு செயல்பாடு வர்த்தகம்” என்று வரையறை செய்யலாம்.

1.4 வர்த்தகத்தின் பண்புக்கூறுகள்

வர்த்தகத்தின் முக்கியமான பண்புக்கூறுகளாவன:

- (i) **பொருட்களையும், சேவைகளையும் கையாள்கிறது:** வர்த்தகத்தில் ஈடுபடுவோர் பொருட்களையும், சேவைகளையும் உற்பத்தி செய்து விநியோகிக்கின்றனர். பொருட்கள், ரொட்டி, வெண்ணெய், பால், டீத்தூள் போன்ற நுகர்வுப் பொருட்களாகவோ அல்லது தொழிற்சாலை, இயந்திரம், தளவாடப் பொருட்கள் போன்று மூலதனப் பொருட்களாகவோ இருக்கலாம். போக்குவரத்து, வங்கி, காப்பீடு, கிடங்கிடுதல் போன்ற சேவைகளாகவும் இருக்கலாம்.
- (ii) **பொருட்களையும், சேவைகளையும் விற்பனை செய்தல் அல்லது மாற்றிக் கொள்ளல்:** ஒருவர் தனது சொந்த பயன்பாட்டிற்கோ அல்லது இன்னொருவருக்கு அன்பளிப்பாகக் கொடுப்பதற்காகவோ ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்தாலோ அல்லது வாங்கினாலோ அவர் வியாபாரத்தில் ஈடுபடவில்லை. ஆனால் அவர் எவருக்கேனும் விற்கும் பொருட்டு பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும்போது அல்லது வாங்கும்போது அவர் வர்த்தகத்தில் ஈடுபடுகிறார் எனப் பொருளாகும். ஆகவே உற்பத்தி செய்யப்பட்ட அல்லது வாங்கப்பட்ட பொருட்கள் வர்த்தகத்தில் பணத்திற்காகவோ அல்லது பொருட்களுக்காகவோ மாற்றம் செய்யப்படுகிறது. விற்பனை அல்லது பொருட்களின் பண்டமாற்றம் இல்லாத செயல்பாடுகளை வர்த்தகம் எனக் கருத முடியாது.
- (iii) **தொடர்ந்து பொருட்களையும் சேவைகளையும் மாற்றிக் கொள்வது:** உற்பத்தி செய்வதோ அல்லது வாங்கல் விற்றல் செயல்பாடுகளோ தொடர்ச்சியாக நடைபெற வேண்டும். பொதுவாக ஒரு தடவை மட்டும் கொடுக்கல் வாங்கல் செய்வது வர்த்தகம் ஆகாது. எடுத்துக்காட்டாக ராஜ் என்பவர் அரி என்பவருக்கு தனது பழைய காரை விற்கும்போது அவர் வர்த்தகத்தில் ஈடுபடுகிறார் என்று கருத முடியாது. ஆனால் அவர் தொடர்ச்சியாக கார்களை வாங்கி விற்பனை செய்யும் தொழிலில் ஈடுபடும்போது வர்த்தகத்தில் ஈடுபடுகிறார் என்று கருதப்படுகிறது.
- (iv) **முதலீடு செய்வது:** ஒவ்வொரு வர்த்தகச் செயல்பாட்டிற்கும் நிலம், வேலையாட்கள் அல்லது மூலதனச் செலவுக்கு முதலீடு செய்ய கொஞ்சம் பணம் போன்றவை தேவைப்படும். பொருட்களையும், சேவைகளையும் உற்பத்தி செய்து நுகர்வுக்கு விநியோகம் செய்திட இவ்வளங்கள் பயன்படுகின்றன.
- (v) **லாபம் சம்பாதிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டிருத்தல்:** லாபம் சம்பாதிப்பதை முக்கியமாக நோக்கமாகக் கொண்டு வர்த்தகச் செயல்பாடுகள் அனைத்தும் செய்யப்படுகின்றன. லாபம் இல்லாது எந்த வியாபாரத்தையும் அதிக காலத்திற்கு தொடர்ந்து நடத்த முடியாது. வர்த்தகம் வளர்வதற்கும், விரிவடைதற்கும் லாபமீட்டுவது மிகவும் அவசியமாகும்.



குறிப்புகள்

(vi) ஆபத்தை எதிர்நோக்குவதும் நிச்சயமற்ற வருவாயும்: ஒவ்வொரு வர்த்தகச் செயல்பாடும் லாபமீட்டுவதை அடிப்படையாகக் கொண்டது என்பதை அனைவரும் அறிவோம். பல்வேறு வளங்களை முதலீடு செய்யும் ஒரு வர்த்தகர் நல்ல வருவாயை எதிர்நோக்குகிறார். ஆனால் அவரது சிறந்த உழைப்பிற்குப் பிறகும், அதிலிருந்து கிடைக்கும் பலன் நிச்சயமற்றதாகவே இருக்கிறது. சில சமயங்களில் லாபமடைந்து மகிழ்கிறார். சில நேரங்களில் பெருந்த நஷ்டமும் ஏற்பட்டுவிடும். எதிர்காலத்தை யுகித்தறிய முடியாததால் இவ்வாறு நிகழ்கிறது. வர்த்தகரால் தனது வருவாயைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகளை முழுவதும் கட்டுப்படுத்த முடியாது.

1.3 வர்த்தகத்தின் பரிணாமம்

நமது இந்திய நாடு மிகுந்த வளமையான கலாச்சாரம், பாரம்பரியம் கொண்டது என்பதை நாம் அறிவோம். ஆனால் நமது இந்திய நாடு பொருளாதாரத்திலும் வர்த்தகத்திலும் மிக வளர்ந்த நாடாக முன்னர் விளங்கியது என்பதை பலரும் அறியாதிருக்கின்றனர். அகழ்வாய்வுகள், எழுத்து வடிவிலான ஆவணங்கள், இலக்கியக் குறிப்புகள் வாயிலாக நமது நாட்டின் பொருளாதாரச் செல்வவளம் காரணமாகவே அயல்நாடுகள் நம் மீது படையெடுத்தன என்பதை அறிகிறோம். வேளாண்மையோடு கூட நாட்டுக்குள்ளேயும் வெளியேயும் வர்த்தகத்திலும், வியாபாரத்திலும் மிகச் சிறந்ததாக இந்திய நாகரீகம் விளங்கியது. வர்த்தக உலகில் பல்வேறு துறைகளில் நம் நாடு மிக அதிகமான பங்கு வகித்துள்ளது. அக்காலத்தில் பிற நாடுகளோடு ஒப்பிடுகையில், இந்திய வர்த்தகம் தனித்தன்மை கொண்டதாகவும், புதுமையானதாகவும், தொடர்ந்து வளர்ந்து வந்ததாகவும் தர உயர்வு கொண்டதாகவும் இருந்தது.

முற்காலத்தில் இந்திய பொருளாதாரம் வேளாண்மையை முற்றிலும் அடிப்படையாகக் கொண்டிருந்தது. மக்கள் தங்கள் சொந்தப் பயன்பாட்டிற்குத் தேவையானவற்றை உற்பத்தி செய்து வந்தனர். அவற்றை விற்பதற்கோ அல்லது மாற்றி கொள்வதற்கோ அவசியமில்லாதிருந்தது. காலப்போக்கில் மக்களின் தேவைகளும், உற்பத்தியும் அதிகரித்தன. மக்கள் அன்றாடத் தேவைக்கான பல்வேறு ஆடம்பரப் பொருட்களையும் உற்பத்திச் செய்யத் தொடங்கினர். தங்களுக்குத் தேவையான அனைத்தையும் உற்பத்தி செய்வதற்கான நேரமும் திறனும் அவர்களுக்கு இல்லை. இருப்பினும் அவர்களது தத்தம் திறமை வளர்ச்சியின் உதவியால் உற்பத்தி செய்த கூடுதலான பொருட்களை தங்களுக்குத் தேவைப்படும் பிற பொருள்களுக்கு பண்டமாற்றம் செய்து கொள்ளும் முறை உருவானது. இதுதான் வர்த்தகத்தின் தொடக்கமாகும்.

விடுதலைக்குப் பின்னர் நமது இந்திய நாடு வர்த்தகத்திலும், வணிகத்திலும் மிக அதிகமான வளர்ச்சி அடைந்துள்ளது. நமது பயன்பாட்டிற்குத் தேவைப்படும் அனைத்துப் பொருட்களையும் உள்நாட்டில் உற்பத்தி செய்து கொள்ளும் வகையில் தொழில் வளர்ச்சியில் பலம் வாய்ந்ததாக நமது நாடு விளங்குகிறது. முற்காலத்தில் நமது நாட்டில் இத்துறைகளில் வளர்ச்சியும், முன்னேற்றமும் இல்லாதிருந்தது என்பது பொருளல்ல. ஒவ்வொரு இந்தியனும், பெருமை கொள்ளுமளவுக்கு வணிகத்திலும் வியாபாரத்திலும் சிறந்து விளங்கிய பாரம்பரியத்தை நம் நாடு கொண்டிருந்தது. கி.மு. 5000க்கு முன்னரே வணிக வர்த்தகத் துறைகளில் தனது பயணத்தை இந்தியா தொடங்கி விட்டது. இந்தியாவில் திட்டமிடப்பட்டு



குறிப்புகள்

உருவாக்கிய நகரங்கள் இருந்துள்ளன என்பதற்கு வரலாற்று சான்றுகள் பல உள்ளன. இந்தியத் துணிமணிகள், நகைகள், வாசனைத் திரவியங்கள் உலகெங்குமுள்ள மக்களால் மிகவும் பாராட்டப்பட்டது. வர்த்தகத்திற்கு பன்னெடுங் காலமாக நாணயங்களை இந்திய வர்த்தகர்கள் பயன்படுத்தியுள்ளனர். வர்த்தகர்கள், கைவேலை நிபுணர்கள், உற்பத்தியாளர்கள் போன்றோரின் நலனைப் பேணிக் காக்க பல அமைப்புகள் இருந்தன. இவை இந்தியாவில் சிறந்து விளங்கிய வணிக வியாபார வளர்ச்சிக்கு சான்றாக விளங்குகின்றன. உள்நாட்டிலிருந்த பலமான வர்த்தகப் போக்குவரத்து அமைப்பு மட்டுமன்றி அரேபியா, மத்திய, தென்கிழக்கு ஆசியா நாடுகளோடு இந்தியாவுக்கு வர்த்தகத் தொடர்பும் இருந்தது. செம்பு மற்றும் தாமிரத்திலான சிலைகள், பாத்திரங்கள், ஆபரணங்கள், அழகுப்படுத்தும் பொருட்கள் போன்றவைகளை உற்பத்தி செய்யும் தொழிலில் நமது நாடு ஈடுபட்டிருந்தது. நமது நாடு ஏராளமான பொருட்களை ஏற்றுமதியும், பிற நாடுகளிலிருந்து இறக்குமதியும் செய்தது. பிற்காலத்தில் நம் நாட்டில் ஆங்கிலேய ஆட்சியை உருவாக்கிய பிரிட்டிஷ்காரர்கள் முதன்முதலில் இங்கு வர்த்தகம் செய்வதற்காகவே வந்தனர்.

வணிக வர்த்தக உலகில் பல வழிகளில் இந்திய நாடு பங்களித்துள்ளது. நவீன காலத்தில் அனைவரும் பயன்படுத்தும் எண்கள் முறை (Numerical System) நம் நாட்டில் முதலில் தோன்றியதாகும். கூட்டுக் குடும்ப முறை வர்த்தகத்தில் வேலையை பலர் பிரித்து செய்தல் போன்ற வழக்கங்கள் இந்தியாவில் தோன்றியவையாகும். வாடிக்கையாளர்களை மையப்படுத்தி வியாபாரம் செய்வது என்பது இந்திய வர்த்தகத்தில் இன்றியமையா அங்கமாக இருந்து வந்துள்ளது. வளர்ச்சிக்கு உதவிடும் வணிகத்திலும் வர்த்தகத்திலும் இந்திய நாட்டிற்கு ஒரு வளமையான பாரம்பரியம் உண்டு என்று கூறலாம்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.3

- I. ராகுல் என்ற கடைக்காரர் வியாபாரம் என்ற பெயரில் பல செயல்பாடுகளில் ஈடுபடுகிறார். அவற்றை ஆய்வு செய்து அதை வியாபாரம் என்று ஏற்றுக் கொள்கிறீர்களா அல்லது இல்லையா என்று கூறவும்.
 - ஒவ்வொரு கூற்றையும் ஒத்துக் கொள்கிறேன் அல்லது மறுக்கிறேன் என்று கூறவும்.
 - (i) ராகுல் தனது கடையில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு ரொட்டியை விற்கிறார்.
 - (ii) தனது இளைய சகோதரருக்கு அன்பளிப்பு அளிக்க பேனா ஒன்று வாங்கினார்.
 - (iii) தனது பழைய தொலைக்காட்சியை பக்கத்து வீட்டுக்காரருக்கு ரூ.3000/-க்கு விற்கார்.
 - (iv) தனது வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்பதற்கு கோழிப் பண்ணையிலிருந்து முட்டைகளை வாங்கினார்.
 - (v) ரூ. 10 விலையுள்ள பால் பாக்கெட்டுகளை வாங்கி தனது வாடிக்கையாளர்களுக்கு ரூ.12க்கு விற்கார்.
 - (vi) தனது குடும்ப பயன்பாட்டிற்கு ரூ.30க்கு காய்கறிகள் வாங்கினார்.
 - (vii) தனது கடையிலிருந்து பிஸ்கட் பாக்கெட்டுகளை ஏழைக் குழந்தைகளுக்கு இலவசமாகக் கொடுத்தார்.



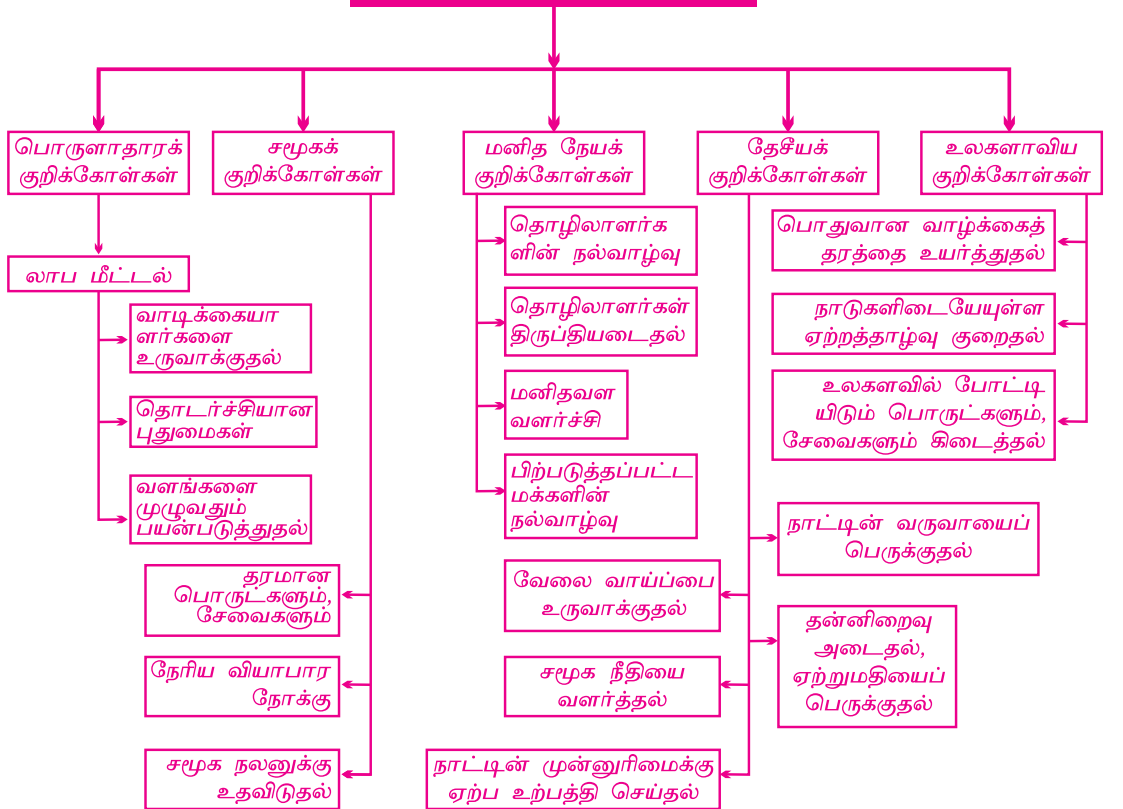
குறிப்புகள்

- II. வர்த்தகம் குறித்து சில கூற்றுக்கள் கீழே வழங்கப்பட்டுள்ளன. சில சரியானவை சில தவறானவை. ஒவ்வொன்றும் சரியா தவறா எனக் குறிப்பிடவும்.
- வர்த்தகம் பொருட்களையும் சேவைகளை மட்டும் குறிப்பதால் அதற்கு தேச ஒருமைப்பாடு குறித்த பங்கு எதுவும் கிடையாது.
 - மக்களின் வாழ்க்கை தரம் உயர வர்த்தகம் பங்களிப்பது கிடையாது.
 - தொழிந்துறை ஆராய்ச்சி புதியதும் புதுமையானதுமான பொருட்களை உருவாக்குவதற்கு செய்யப்படுகிறது.
 - வெளிநாட்டிலிருந்து பொருட்களை இறக்குமதி செய்திட வர்த்தகம் அனுமதிப்பதில்லை.
 - வேலை வாய்ப்பை உருவாக்குவதன் மூலம் ஏழ்மையைக் குறைத்திட வர்த்தகம் உதவுகின்றது.
 - உலக வர்த்தகக் காட்சிகளிலும், கண்காட்சிகளிலும் பொருட்களை பார்வைக்கு வைத்து விற்பனை செய்வதன் மூலம் நாடு பற்றிய நேர்மறையான எண்ணத்தை வர்த்தகம் உருவாக்குகிறது.

1.6 வர்த்தக நோக்கங்களின் வகைப்பாடு

அனைத்து வர்த்தகச் செயல்பாடுகளும் சில குறிக்கோள்களுக்காக நடைபெறுகின்றன. வர்த்தகத்தின் நோக்கங்களை கீழ்க்கண்டவாறு வகைப்படுத்தலாம். வர்த்தகத்தின் நோக்கங்கள்:

வர்த்தகத்தின் நோக்கங்கள்





குறிப்புகள்

1.6.1 பொருளாதாரக் குறிக்கோள்கள்

வர்த்தகத்தின் நோக்கம் என்பது லாபம் ஈட்டுவதும், லாபமீட்டுவதற்காக வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்குவதும், புதுமைகளை தொடர்ச்சியாக உருவாக்குவதும், இருக்கும் வளங்களை முழுவதும் பயன்படுத்துவதும் ஆகும்.

லாபம் சம்பாதித்தல்

அதிக போட்டியுள்ள வர்த்தக உலகில் லாபம் இல்லாவிட்டால் நிலைத்திருக்க முடியாது என்பதால் லாபம் பெறுவதுதான் வர்த்தகத்தின் உயிர் நாடியாகும். வர்த்தக அமைப்பு ஒன்றை துவக்குவதே லாபம் சம்பாதிக்கும் நோக்கத்திற்காகத் தான். வர்த்தகர்கள் அவர்களது வாழ்வை நடத்துவதற்கு மட்டுமல்லாது பெற்ற லாபத்தை தொடர்ந்து முதலீடு செய்து வர்த்தகத்தைப் பெருக்குவதற்கும் பெறும் லாபம் உதவுகின்றது.

இந்த முக்கியமான லாப நோக்கத்தை அடைவதற்கு வர்த்தகத்தில் இன்னும் பிற குறிக்கோள்களையும் அது கொண்டிருக்க வேண்டும். அவையாவன :

(i) வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்குவது:

பொருட்களையும் சேவைகளையும் வாங்கிக் கொள்வதற்கு வாடிக்கையாளர்கள் இல்லையெனில் ஒரு வர்த்தக அமைப்பு தொடர்ந்து நிலைத்திருக்க முடியாது. தகுந்த விலையில் தரமான பொருட்களையும், சேவைகளையும் அளித்தால்தான், ஒரு வர்த்தகர் லாபம் ஈட்ட முடியும். இதற்கு தன்னிடம் இருக்கும் பொருட்களுக்கும், வரும் புதிய பொருட்களுக்கும் அதிகமான வாடிக்கையாளர்களை கவர்ந்திட வேண்டும். இதை பல்வேறு வியாபார யுக்திகள் மூலம் செய்திடலாம்.

(ii) தொடர்ச்சியாகப் புதுமைகளைப் புகுத்துதல்

வர்த்தகம் தொடர்ந்து மாறிக் கொண்டிருக்கும் இயல்பு கொண்டது. சூழலுக்கு ஏற்ப தன்னை மாற்றிக்கொள்ளும் வர்த்தக அமைப்பு மட்டுமே வெற்றியைத் தொடர்ந்து பெற முடியும். புதுமைகள் என்றால் மாற்றங்கள் என்பது பொருளாகும். இவை உற்பத்திப் பொருட்களிலும், உற்பத்தி முறையிலும், பொருட்களை வழங்குவதிலும் முன்னேற்றத்தை கொண்டு வருகின்றன. உற்பத்திச் செலவைக் குறைத்து விற்பனையை அதிகப்படுத்துவது வியாபாரிக்கு அதிக லாபத்தை அளிக்கிறது. கைத்தறிிகள் இருந்த இடத்தில் விசைத்தறிிகள் பயன்படுத்துவதும், கலப்பைக்குப் பதில் பண்ணையில் டிராக்டரைப் பயன்படுத்துவதும் புதுமையின் சில விளைவுகளேயாகும்.

(iii) இருக்கும் வளங்களை முழுவதும் பயன்படுத்துதல்

எந்தவொரு வியாபாரத்தையும் துவங்கி நடத்த போதுமான மூலதனம் தேவை என்பதை அனைவரும் அறிவோம். இயந்திரங்கள் வாங்கவும், மூலப்பொருட்கள் வாங்கவும், வேலையாட்களை அமர்த்தவும், அன்றாடச் செலவுகளுக்கும் மூலதனம் தேவைப்படுகிறது. ஆகவே பல்வேறு வளங்களான மனிதவளம், மூலப்பொருள் பண வளம், இயந்திரங்கள் போன்றவை வர்த்தகச் செயல்பாட்டிற்குத் தேவைப் படுகின்றன. திறன் வாய்ந்த வேலையாட்களை பணியமர்த்துவது, இயந்திரங்களை முழுவதுமாகப் பயன்படுத்துவது, மூலப்பொருட்கள் வீணாகுவதை குறைத்தல் போன்ற செயல்பாடுகளால் இந்நோக்கத்தை அடையலாம்.



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.4

வர்த்தகத்தின் பொருளாதார நோக்கங்கள் குறித்த சில கூற்றுக்கள் கீழே தரப்பட்டுள்ளன. சில கூற்றுக்கள் சரியானதாகும். சில கூற்றுக்கள் தவறானதாகும். சரியான கூற்றுக்களை கண்டறியவும்.

- பொருட்களுக்கான தேவையை மக்களிடம் உருவாக்குவதுதான் வர்த்தகத்தின் முக்கியமான குறிக்கோளாகும்.
- வர்த்தகத்தில் முதலீடு செய்த பணத்திற்கு ஏற்ற லாபத்தை வியாபாரி ஈட்டுவார் என்று எதிர்பார்க்கிறோம்.
- வர்த்தகர் எப்போதும் மூலப்பொருட்களை முழுவதையும் பயன்படுத்த வேண்டும் என்பது அவசியமில்லை.
- தனது வியாபாரத்தில் கிடைக்கும் லாபம் முழுவதும் வர்த்தகர் தனது சொந்த வாழ்வுக்கு பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம்.
- வேலை வாய்ப்பை உருவாக்குவது வர்த்தகத்தின் முக்கியமான பொருளாதார நோக்கமாகும்.

1.6.8 சமூகக் குறிக்கோள்கள்

வர்த்தகத்தின் சமூக நோக்கங்கள் என்பவை சமூகத்தின் நன்மைக்காக அடைய வேண்டிய குறிக்கோள்களாகும். வர்த்தகத்தின் எந்தவொரு செயல்பாடும் சமூகத்திற்கு துன்பம் விளைவிக்கக் கூடியதாக இருக்கக்கூடாது. தரம் மிகுந்த பொருட்களையும் சேவைகளையும் உற்பத்தி செய்து சரியான நேரத்தில் சரியான விலையில் வழங்குவதுதான் வர்த்தகத்தின் சமூகக் குறிக்கோளாக இருத்தல் வேண்டும்.

(i) தரமான பொருட்களையும் சேவைகளையும் உற்பத்தி செய்து வழங்குதல்.

சமூகத்தின் பல்வேறு வளங்களை வர்த்தகம் எடுத்துப்பயன்படுத்துவதால் சமூகம் அதனிடமிருந்து தரமான பொருட்களையும் சேவைகளையும் எதிர்பார்க்கிறது. தரமான பொருட்களை உற்பத்தி செய்து சரியான நேரத்தில் சரியான விலையில் மக்களுக்கு வழங்குவதுதான் வர்த்தகத்தின் நோக்கமாகும். சமூகத்திற்கு வழங்கும் பொருட்களின், சேவைகளின் தரத்திற்கு ஏற்ப விலையைப் பெற்றக்கொள்ள வேண்டும்.

(ii) நாணயமுள்ள வியாபார நடைமுறையைப் பின்பற்றுதல்

பதுக்கி வைத்தல், கள்ளச்சந்தை, கூடுதல் விலை வைத்து விற்றல் போன்றவை சமூகத்தில் விரும்பத்தகாத செயல்பாடுகளாகும். மேலும் திசை திருப்பிடும் தவறான விளம்பரங்கள் பொருட்களின் தரத்தைப் பற்றிய பொய்யான கருத்தை உருவாக்கு கின்றன. அத்தியாவசியப் பொருட்களின் செயற்கையான பற்றாக்குறையை உருவாக்குவதும் அல்லது அதிக லாபம் சம்பாதிப்பதற்கு விலையை கூட்டி வைப்பதும் கூடாது. இத்தகைய தீயச்செயல்கள் கெட்ட பெயரை பெற்றுத் தருவதோடு கூட சட்டத்தின் கீழ் தண்டனையையும் பெற்று தந்துவிடும். வாடிக்கை யாளர்களின் நலனுக்கும், சமூகத்தின் நலனுக்கும் உகந்த நேர்மையான வியாபார நடைமுறைகளை பின்பற்றல் வர்த்தகத்தின் குறிக்கோளாக இருத்தல் வேண்டும்.



குறிப்புகள்

(iii) சமூகத்தின் பொதுவான நலனுக்கு உதவிடுதல்

வர்த்தகம் அமைப்புகள் சமூகத்தின் பொது நலனுக்கும் மேம்பாட்டிற்கும் பணி செய்ய வேண்டும். தரமான கல்வியளித்திட பள்ளிகளையும், கல்லூரிகளையும் நடத்துதல், மக்களின் வாழ்வாதாரத்திற்கு தொழிற் பயிற்சி மையங்கள் துவக்குதல், மருத்துவ சேவையளித்திட மருத்துவமனைகள் உருவாக்குதல், பொதுமக்களுக்கு பூங்காக்கள், விளையாட்டு மைதானங்கள் போன்ற பொழுதுபோக்கு வசதிகளை உருவாக்குதல் போன்ற செயல்பாடுகளில் வர்த்தக நிறுவனங்கள் ஈடுபட்டால் இக்குறிக்கோள் நிறைவேறும். திறமை கொண்ட மாணவர்களுக்கு மேற்படிப்பிற்கான கட்டணத்தை வர்த்தக அமைப்புகள் கல்வி உதவியாக அளிக்கலாம்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.5

சமூகக் குறிக்கோள்கள் குறித்த கீழ்க்காணும் கூற்றுக்களில் எவை சரி அல்லது தவறு என்று கூறவும்.

- எது வியாபாரத்திற்கு நல்லதோ அதுவே சமூகத்திற்கும் நல்லதாக இருக்கும் என்ற கருத்தின் அடிப்படையில் வர்த்தகத்தின் சமூகக் குறிக்கோள் அமைந்துள்ளது.
- நுகர்வோருக்குத் தரமுள்ள பொருட்களை உற்பத்தி செய்து வழங்குவதுதான் வர்த்தகத்தின் சமூகக் குறிக்கோளாகும்.
- பொருளுக்கான தேவையை உருவாக்குவது வர்த்தகத்தின் சமூகக் குறிக்கோளில் ஒன்றாகும்.
- விளையாட்டுக் கூடத்தை உருவாக்குவது, வர்த்தகத்தின் பொருளாதாரக் குறிக்கோளாகும்.
- பதுக்கி வைத்தலும், கள்ளச்சந்தையும் வியாபாரத்தில் விரும்பத்தக்கவைகளாகும்.

1.6.3 மனிதநேயக் குறிக்கோள்கள்

தொழிலாளர்கள் மட்டுமன்றி ஊனமுற்றவர்கள், முறையான கல்வி, பயிற்சி இல்லாதவர்களின் நல்வாழ்வுக்கும், எதிர்பார்ப்புகளுக்கும் வழிவகை செய்யும் குறிக்கோள்கள்தாம் வர்த்தகத்தின் மனிதநேயக் குறிக்கோள்களாகும். தொழிலாளர்களின் பொருளாதார நல்வாழ்வு, உளவியல் திருப்தி, மனிதவள மேம்பாடு போன்றவை வர்த்தகத்தின் மனிதநேய குறிக்கோள்களில் அடங்கும்.

(i) தொழிலாளர்களின் பொருளாதார நலம்

வர்த்தகத்தில் தொழிலாளர்களுக்கு நியாயமான ஊதியம், ஊக்கத்தொகை, வருங்கால வைப்பு நிதி, ஓய்வூதியம், மருத்துவ வசதி, வீட்டு வசதி போன்றவை வழங்கப்பட வேண்டும். இதன் காரணமாக அவர்கள் வேலையில் அதிக திருப்தியுடன் தொழில் உயர பங்களிப்பார்கள்.

(ii) தொழிலாளர்கள் சமூக உளவியல் ரீதியாக திருப்தியடைதல்

தொழிலாளர்களை சமூக உளவியல் ரீதியாக திருப்தி அடைய வைப்பது வர்த்தக அமைப்புகளின் கடமையாகும்.

வேலையை விரும்பத்தக்கதாகவும், சவால் நிறைந்ததாகவும் அமைப்பது, சரியான வேலையான பொருத்தமான இடத்தில் பணி அமர்த்துவது, வேலைச் சோர்வை

பகுதி - I

வர்த்தகம் ஒரு முன்னுரை



குறிப்புகள்

குறைத்திடல் போன்ற நடவடிக்கைகளால் இது சாத்தியமாகும். தொழிலாளர்களின் புகார்களுக்கு உடனடியாக கவனம் செலுத்துதலும், முடிவு எடுக்கும் தருணங்களில் அவர்களின் ஆலோசனைகளையும் பரிசீலனை செய்தல் அவசியமாகும். தொழிலாளர்கள் மகிழ்ச்சியோடு பூரண திருப்தியாக இருந்தால்தான் அவர்கள் தங்கள் முழு முயற்சியையும் வேலையில் சிறப்பாகச் செலுத்துவார்கள்.

(iii) மனிதவளம் வளர்ச்சியடைதல்

தொழிலாளர்களும் எல்லா மனிதர்களைப் போலவே தங்கள் வேலையில் உயர்வு பெற்று, வளர விரும்புவார்கள். அவர்கள் வளர்ச்சிக்கு முறையான பயிற்சியும், முன்னேற்றமும் அவசியமாகும். வேலையாட்கள் திறன்களையும், ஆற்றல்களையும், செயல்பாடுகளையும் பெற்றிருந்தால்தான் அந்தத் தொழில் மேலோங்கும். தங்கள் தொழிலாளர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்கவும், வளர்ச்சி பெறுவதற்கும் தகுந்த திட்டங்களை வர்த்தக அமைப்பு ஏற்பாடு செய்வது மிக அவசியமாகும்.

(iv) சமூக பொருளாதாரத்தில் பிற்படுத்தப்பட்ட மக்களின் நல்வாழ்வு

சமூகத்தின் பிரிக்க முடியாத அங்கமாக வர்த்தக அமைப்புகள் விளங்குவதால், அவை பிற்படுத்தப்பட்ட, உடல் ஊனமுற்ற, மனநலம் குன்றிய மக்களுக்கு உதவிட வேண்டும். பல வழிகளில் அவை இவற்றைச் செய்திடலாம். எடுத்துக்காட்டாக அப்பகுதியிலுள்ள பிற்படுத்தப்பட்ட மக்களின் பொருள் சம்பாதிக்கும் தகுதியை உயர்த்திட தகுந்த தொழிற் பயிற்சித் திட்டங்களை ஏற்பாடு செய்யலாம். வர்த்தக அமைப்புகள் தகுதி வாய்ந்த மாணவர்களின் மேம்பாட்டிற்கு கல்வி உதவித்தொகை வழங்கி, உதவி செய்து ஊக்குவிக்கலாம்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.6

வர்த்தகத்தின் மனிதநேய குறிக்கோள்கள் குறித்த கூற்றுக்கள் சில கீழே கொடுக்கப் பட்டுள்ளன. அவைகள் சரியா தவறா என்று கூறவும்.

- (i) வேலையாட்கள் வேலையில் ஆர்வத்தோடு ஈடுபட்டுச் செய்ய அவர்களுக்கு சரியான ஊதியத்தை வர்த்தகர்கள் வழங்க வேண்டும்.
- (ii) தொழிலாளிகளின் சமூக உளவியல் தேவைகளை நிறைவேற்றிட வர்த்தக அமைப்புகள் வழிவகுக்க வேண்டும்.
- (iii) தங்களது அமைப்பில் வேலை செய்யும் ஊனமுற்றவர்களுக்கு மட்டுமே வர்த்தகர்கள் உதவிடல் வேண்டும்.
- (iv) முக்கியமான முடிவுகள் எடுக்கும்போது வர்த்தக அமைப்புகள் தங்கள் தொழிலாளர்கள் தரும் ஆலோசனைகளை புறக்கணித்து விடலாம்.
- (v) சமூகத்திலுள்ள உடல் ஊனமுற்றவர்களுக்கு உதவுதல் வர்த்தகத்தின் பொருளாதார குறிக்கோளில் ஒன்றாகும்.

1.6.4. தேசியக் குறிக்கோள்கள்

தேசியப் பொருளாதாரத்தில் ஒரு முக்கியமான அங்கமாக விளங்குவதால் ஒவ்வொரு வர்த்தக அமைப்பும் நாட்டின் திட்டங்களையும், எதிர்பார்ப்புகளையும் தனது குறிக்கோள்களாக கொண்டிருத்தல் வேண்டும். வர்த்தகத்தின் தேசிய குறிக்கோள்களாவன :



குறிப்புகள்

(i) வேலை வாய்ப்பை உருவாக்குவது

மக்களுக்கு பயனுள்ள வேலைவாய்ப்புகளை உருவாக்குவது வர்த்தகத்தின் முக்கியமான தேசியக் குறிக்கோள்களில் ஒன்றாகும். புதிய வர்த்தக அமைப்புகளை உருவாக்குதல், சந்தைகளை விரிவாக்குதல், விநியோக வழிகளை விரிவாக்குதல் போன்ற செயல்பாடுகள் மூலம் இக்குறிக்கோளை அடையலாம்.

(ii) சமூக நீதியை வளர்த்தல்

ஒரு பொறுப்பணர்வுள்ள குடிமகன் என்ற முறையில் வர்த்தகர் தன்னிடமுள்ள ஒவ்வொருவருக்கும் சமமான வாய்ப்புகளை வழங்க வேண்டும். அனைத்து தொழிலாளர்களுக்கும் வேலை செய்வதற்கும் வளர்ச்சி அடையவும், சமமான வாய்ப்புகளை அளித்தல் வேண்டும். இந்தக் குறிக்கோள்களை அடைவதற்கு சமூகத்தின் நலிவடைந்த பிற்படுத்தப்பட்ட பிரிவினருக்கு சிறப்புக் கவனம் செலுத்த வேண்டும்.

(iii) நாட்டின் முன்னுரிமைக்கேற்ப உற்பத்தி செய்தல்

அரசின் திட்டங்களிலும் கொள்கைகளிலும் தரப்பட்டுள்ள முன்னுரிமைக்கேற்ப வர்த்தக அமைப்புகள் பொருட்களை தயார் செய்து வழங்கல் வேண்டும். அத்தியாவசியமான பொருட்களை குறைவான விலையில் உற்பத்தி செய்து வழங்குவது நாட்டிலுள்ள வர்த்தக அமைப்புகளின் தேசியக் குறிக்கோள்களில் ஒன்றாகும்.

(iv) நாட்டின் வருவாய் அதிகரிக்க உதவுதல்

தொழில் செய்பவர்கள் நேர்மையாகவும், ஒழுங்காகவும் தங்களது வரிப்பணத்தையும், தவணைகளையும் அரசுக்கு செலுத்திட வேண்டும். இதனால் அரசின் வருவாய் அதிகரித்து அதை நாட்டின் வளர்ச்சிக்குப் பயன்படுத்த முடியும்.

(v) தன்னிறைவு அடைதலும் ஏற்றுமதியை பெருக்குவதும்

நாடு தன்னிறைவு அடைய வேண்டுமெனில் வர்த்தக அமைப்புகள் இறக்குமதி செய்வதை குறைத்திடல் அவசியமாகும். மேலும் ஒவ்வொரு வர்த்தக அமைப்பும் ஏற்றுமதியை அதிகரித்து அந்நிய செலாவணி இருப்பை கூட்டுவதற்கு முயல் வேண்டும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.7

பொருத்தமான சொற்களால் காலியிடத்தை நிரப்புக

- அத்தியாவசியப் பொருட்களை குறைந்த விலையில் உற்பத்தி செய்து வழங்குவது வர்த்தகத்தின் _____ குறிக்கோளாகும்.
(சமூக, தேசிய, மனிதநேய)
- நாடு தன்னிறைவு பெருகுவதற்கு வர்த்தக அமைப்புகள் _____ உயர்த்துவதை குறிக்கோளாகக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.
(ஏற்றுமதியை, இறக்குமதியை, விலையை)
- வர்த்தக அமைப்புகள் வரிகளை நேர்மையாகவும் _____ செலுத்த வேண்டும். (எப்போதாவது, அடிக்கடி, ஒழுங்காகச்)



குறிப்புகள்

(iv) தொழில் அமைப்புகள் தங்கள் அனைத்து _____ சமமான வாய்ப்புகளை வழங்கிட வேண்டும்.

(உரிமையாளர்களுக்கு, தொழிலாளர்களுக்கு, பொருள் வழங்குபவர்களுக்கு)

1.6.5 உலகளாவிய குறிக்கோள்கள்

முன்னர் நமது இந்திய நாடு பிற நாடுகளோடு கட்டுப்பாடுள்ள வர்த்தக உறவு கொண்டிருந்தது. பொருட்களையும், சேவைகளையும் ஏற்றுமதி இறக்குமதி செய்வதில் மிக இறுக்கமான கொள்கை கடைப்பிடிக்கப்பட்டது. ஆனால் இன்றைய தாராளமயமான பொருளாதார ஏற்றுமதி-இறக்குமதி கொள்கைகள் காரணமாக வெளிநாட்டு முதலீட்டுக்கு இருந்த கட்டுப்பாடுகள் நீக்கப்பட்டுள்ளன. இறக்குமதியாகும் பொருட்களுக்கான சுங்கவரி அதிகமாகக் குறைக்கப்பட்டுள்ளது. இந்த மாற்றத்தினால் சந்தையில் போட்டி அதிகரித்துள்ளது. இன்றைய உலகமயமாதல் விளைவாக அனைத்து உலகமே ஒரே சந்தையாக மாறியுள்ளது. ஒரு நாட்டில் உற்பத்தியாகும் பொருட்கள் உடனடியாக பிற நாட்டில் கிடைக்கின்றன. ஆகவே உலகச் சந்தையில் நிலவும் போட்டியை எதிர்கொள்ள ஒவ்வொரு வர்த்தக அமைப்பும் சில குறிக்கோள்களை மனதில் கொள்ள வேண்டும். இதைத்தான் உலகளாவிய குறிக்கோள்கள் என்கிறோம். அவற்றை நாம் அறிந்து கொள்வோம்.

(i) பொதுவான வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துதல்

நாட்டு எல்லைகளுக்கு அப்பாலும் வர்த்தகச் செயல்பாடுகள் வளர்ந்து வருவதால் உலகம் முழுவதும் தரமான பொருட்கள் சரியான விலையில் கிடைக்கின்றன. ஒரு நாட்டு மக்கள் பிற நாட்டு மக்கள் பயன்படுத்திக் கொண்டுள்ள பொருட்களைப் பயன்படுத்தத் தொடங்கியுள்ளனர். இதனால் மக்களின் பொதுவான வாழ்க்கைத்தரம் உயருகின்றது.

(ii) நாடுகளுக்கிடையேயுள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகள் குறைதல்

செல்வந்த, ஏழை நாடுகளுக்கிடையேயுள்ள ஏற்றத்தாழ்வுகளை குறைக்க உதவும் வகையில் வர்த்தக அமைப்புகள் தங்கள் செயல்பாட்டை விரிவுபடுத்த வேண்டும். வளர்ந்த மற்றும் வளரும் நாடுகளில் பண முதலீடு செய்வதன் மூலம் இது சாத்தியமாகும். இது தொழில் மற்றும் பொருளாதார வளர்ச்சியை வேகப்படுத்தும்.

(iii) உலகளவில் போட்டிப் போடக்கூடிய பொருட்களையும் சேவைகளையும் கிடைக்கச் செய்தல்

உலகளவில் போட்டிப் போடக்கூடிய, வெளிநாட்டு சந்தைகளில் அதிகம் தேவைப்படும் பொருட்களையும், சேவைகளையும் வர்த்தக அமைப்பு உற்பத்தி செய்ய வேண்டும். ஏற்றுமதி செய்யும் நாடு பற்றிய மதிப்பை உயர்த்திடவும், அதிகமான அந்நிய செலாவணியைச் சம்பாதிக்கவும் இது உதவிடும்.

1.7 வர்த்தகத்தின் சமூகப் பொறுப்பு

லாபம் அடையும் நோக்கத்தில் மக்கள் வர்த்தகத்தில் ஈடுபடுகின்றனர் என்று நாம் அறிவோம். இருப்பினும் லாபம் அடைவது மட்டும்தான் வர்த்தகத்தின் ஒரே நோக்கமல்ல. சமூகத்தின் ஒரு அங்கமாக அது இருப்பதால் அது பல சமூகக்



குறிப்புகள்

குறிக்கோள்களையும் கொண்டுள்ளது. அதை நம்பியிருப்பவர்கள் மற்றும் அதை வைத்து வாழ்க்கை நடத்துபவர்களாக உள்ள முதலாளிகள், முதலீட்டாளர்கள், தொழிலாளர்கள், நுகர்வோர்கள் போன்ற அனைவரின் நலனையும் பேணுகிறது.

எனவே ஒவ்வொரு வர்த்தக முயற்சியும் ஏதாவது ஒரு வகையில் அவர்களது நன்மைக்கு உதவ வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக ஒவ்வொரு வர்த்தக முயற்சியும் திருப்தியான விகிதத்தில் முதலீட்டாளர்களுக்குப் பயனை அளிக்கவும், தொழிலாளர்களுக்கு நல்ல ஊதியம், பாதுகாப்பு, சிறந்த பணி நிலை அளிக்கவும், வாடிக்கையாளர்களுக்கு தரமுள்ள பொருட்களை நியாயமான விலையில் வழங்கவும், சுற்றுச்சூழலை பராமரிக்கவும் வேண்டும்.

இருப்பினும் வர்த்தகத்தின் சமூகப் பொறுப்பைக் குறித்து நாம் சிந்திக்கும்போது இரண்டு அம்சங்களை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும். முதலாவது வர்த்தக முயற்சி என்பது தர்மம் செய்வது அல்ல. ஏதாவது ஒரு வர்த்தக அமைப்பு சிறிதளவு பணத்தை மருத்துவமனை, ஆலயம் அல்லது பள்ளி கல்லூரிகளுக்கு நன்கொடையாகத் தரும்போது அதன் சமூகப் பொறுப்பை நிறைவேற்றுகிறது என்று கருதக்கூடாது. ஏனெனில் தர்மம் செய்வது என்பது மட்டுமே பொறுப்பை நிறைவேற்றுவது ஆகாது. இரண்டாவதாக அத்தகைய செயல் ஒருவருக்கு நல்லதாகவும் பிறருக்கு தீயதாகவும் அமையாது பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு வியாபாரி கடத்தலில் ஈடுபட்டு அல்லது வாடிக்கையாளர்களை ஏமாற்றி ஏராளமான பணம் சேர்த்துவிட்டு பிறகு ஏழை நோயாளிகள் குறைந்த கட்டணத்தில் சிகிச்சை பெற மருத்துவமனை நடத்துவதை சமூகப் பொறுப்புணர்வு எனக் கருதி ஏற்றுக்கொள்ள முடியாது. சமூகப் பொறுப்புணர்ச்சி என்பது ஒரு வர்த்தகர், தனது எந்தவொரு வர்த்தகச் செயல்பாடு மூலமாகவும் சமூகத்திற்கு எந்தவொரு தீங்கையும் விளைவிக்காது இருப்பதுதான்.

எனவே லாபம் அடைவதற்காக கள்ளச்சந்தை, பதுக்கல், கலப்படம் செய்தல், வரி ஏய்ப்பு செய்தல், வாடிக்கையாளர்களை ஏமாற்றுதல் போன்ற தீயச்செயல்களில் வர்த்தகர்கள் ஈடுபடுவதை சமூகப் பொறுப்புணர்ச்சி என்ற கருத்துரு ஆதரிப்பது இல்லை. இதற்குப் பதிலாக வர்த்தகத்தை திறமையுடன் நிர்வகித்தல், தொழிலாளர்களுக்கு சிறந்த வேலை, வாழ்க்கை சூழல்களை அளித்தல், சிறந்த பொருட்களை விற்றல், விற்ற பின் தொடர் சேவை வழங்கல், மாசுபடுதலை கட்டுப்படுத்தல், இயற்கை வளங்களைப் பாதுகாத்தல் போன்ற செயல்பாடுகள் மூலமாக லாபம் அடைவதுதான் வர்த்தக அமைப்பின் சமூகப் பொறுப்புணர்ச்சி ஆகும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.8

காலியிடத்தை பொருத்தமான சொற்களைக் கொண்டு நிரப்புக

- ஒவ்வொரு வர்த்தகமும் _____ நடைபெறுகிறது.
- வர்த்தகத்தின் சமூகப் பொறுப்புணர்ச்சி என்பது சமூக நலனுக்காக செய்யப்படும் வர்த்தக உரிமைகளையும் _____ குறிக்கும்.
- _____ குறைந்த பொருட்களை உயர் விலையில் வாடிக்கையாளர்களுக்குக் கொடுத்து முதலீட்டாளர்களுக்கு நல்ல ஈவை அளிப்பது என்பது சமூகப் பொறுப்புணர்ச்சி நிறைவேற்றுவது இல்லை.
- அரசின் நடவடிக்கைகளைத் தவிர்ப்பதற்காக வர்த்தக அமைப்புகள் _____ தங்கள் கடமைகளைச் செய்ய வேண்டும்.



குறிப்புகள்

- (v) பொதுமக்கள் ஒரு வர்த்தக நிறுவனத்தின் மேல் வைத்துள்ள _____ பொறுத்து அதன் வருவாய் அமைந்திடும்.
- (vi) இன்று _____ காரணமாக மொத்த உலகமே ஒரே பெரிய சந்தையாக மாறிவிட்டது.
- (vii) ஒரு வர்த்தகர் தனது வர்த்தகச் செயல்பாடு காரணமாக சமூகத்துக்கு தீங்கு விளைவிக்கும் எந்தச் செயலையும் செய்யக்கூடாது என்பது _____ ஆகும்.
- (viii) வர்த்தகர்கள் தீயச்செயல்களான கள்ளச்சந்தை, பதுக்கல், கலப்பம் செய்தல், வரி ஏய்ப்பு செய்தல், லாபம் சம்பாதிக்க வாடிக்கையாளர்களை ஏமாற்றுதல் போன்றவற்றில் ஈடுபட சமூகப் பொறுப்புணர்ச்சி _____ வேண்டும்.

1.8 பல்வேறு நலப்பிரிவினர் குறித்த பொறுப்புகள் (வர்த்தகத்தின் கடமைகள்)

வர்த்தகம் ஆற்ற வேண்டிய சமூகப் பொறுப்புணர்ச்சியின் பொருளையும், முக்கியத்துவத்தையும் அறிந்து கொண்டபின் அதனுடன் இடைபடும் பல்வேறு பிரிவினருக்கு அது ஆற்ற வேண்டிய கடமைகளையும் அறிந்து கொள்ளல் அவசியமாகும். உரிமையாளர்கள், முதலீட்டாளர்கள், தொழிலாளிகள், பொருள் வழங்குபவர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், போட்டியாளர்கள், அரசாங்கம், சமூகம் போன்றவைகளோடு வர்த்தகம் தொடர்பு கொண்டுள்ளது. இவைகளை நலப்பிரிவினர் என்று அழைக்கலாம் (Interest Group) ஏனென்றால் ஒவ்வொரு வர்த்தகச் செயல்பாடும் இந்தப் பிரிவினரை நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ பாதிக்கிறது.

உரிமையாளர்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்கள் குறித்த அதன் பொறுப்புகள்

(i) உரிமையாளர்கள் குறித்த முக்கியமான பொறுப்புகளாவன

- அ) வர்த்தகத்தைத் திறம்பட நடத்துவது.
- ஆ) மூலதனத்தையும் பிற வளங்களையும் முறையாகப் பயன்படுத்துதல்.
- இ) மூலதனத்தை பெருக்குவதும், அதன் மதிப்பை அதிகரிக்கச் செய்தல்.
- ஈ) செய்த முதலீட்டுக்கு ஒழுங்காக முறையான வருவாய் அளித்தல்.
- உ) அவர்களது முதலீட்டுக்கு பாதுகாப்பு உறுதி செய்தல்.
- ஊ) அசல் பணத்தை காலத்தில் திரும்பச் செலுத்துதல்.

(ii) கடன் கொடுத்தவர் குறித்த பொறுப்புணர்வு

- அ) சரியான நேரத்தில் பணம் கொடுத்தல்.
- ஆ) பெற்ற கடனுக்கு பாதுகாப்பை உறுதி அளித்தல்.
- இ) பிறர் பின்பற்றும் வர்த்தக விதிமுறைகளை பின்பற்றுதல்.

(iii) தொழிலாளர் குறித்த பொறுப்புணர்வு

- அ) சரியான நேரத்தில் ஒழுங்கான கூலியும் சம்பளமும் கொடுப்பது.
- ஆ) முறையான பணிச் சூழல்களும் நல வசதிகளும்.
- இ) சிறப்பான பணி உயர்வு வாய்ப்புகள்.



குறிப்புகள்

- ஈ) வேலை உத்தரவாதம் மற்றும் வைப்புநிதி, குழுக் காப்பீடு, ஓய்வூதியம், பணி ஓய்வு பயன்கள் போன்ற சமூக உத்தரவாதம் அளித்தல்.
- உ) வீட்டு வசதி, போக்குவரத்து வசதி, உணவக வசதி, குழந்தைகள் காப்பகம் போன்ற சிறந்த வாழ்வுக்கான சூழல்
- ஊ) சரியான நேரத்தில் பயிற்சி அளித்தலும் முன்னேற்றமும்

(iv) மூலப்பொருள் வழங்குபவர்கள் குறித்த பொறுப்புணர்வு

- அ) பொருட்கள் வாங்குவதற்கு தொடர்ச்சியாக ஆணை வழங்கல்.
- ஆ) நேர்மையான நிபந்தனைகளின் அடிப்படையில் செய்தல்.
- இ) ஓரளவு ஏற்படைய காலத்திற்கு கடன் வசதி பெறுதல்.
- ஈ) செலுத்த வேண்டிய பணத்தை உரிய நேரத்தில் செலுத்துதல்.

(v) வாடிக்கையாளர் குறித்த பொறுப்புணர்வு

- அ) வாடிக்கையாளர்களின் தேவையைப் பூர்த்தி செய்யும் வகையில் பொருட்களும் சேவைகளும் இருத்தல் வேண்டும்.
- ஆ) பொருட்களும் சேவைகளும் தரம் வாய்ந்ததாக இருத்தல் வேண்டும்.
- இ) பொருட்களையும் சேவைகளையும் தொடர்ந்து வழங்க வேண்டும்.
- ஈ) பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் வாங்கிக் கொள்ளக்கூடிய சரியான நியாயமான விலையில் இருத்தல் வேண்டும்.
- உ) வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருட்களின் சிறப்புகளையும், குறைகளையும் கூறுவதோடு கூட அவற்றை பயன்படுத்தும் வழிமுறைகளையும் தெரிவிப்பதும்; விற்பனைக்கு பின் முறையான சேவை அளித்தலும்.
- ஊ) வாடிக்கையாளர்களின் குறைகள் ஏதேனும் இருப்பின் உடனடியாக தீர்த்து வைப்பது.
- எ) எடையைக் குறைத்து பொருளை வழங்கல், கலப்படம் செய்தல் போன்ற முறையற்ற வழிகளைத் தவிர்த்தல்.

(vi) போட்டியாளர்கள் குறித்த பொறுப்புணர்வு

கீழ்க்கண்ட செயல்களில் ஈடுபடக்கூடாது.

- அ) விநியோகிப்பவர்களுக்கும் முகவர்களுக்கும் மிக அதிகமான விற்பனை கமிஷன் கொடுப்பது.
- ஆ) வாடிக்கையாளர்களுக்கு அதிக தள்ளுபடி மற்றும் இலவச மாதிரிகள் அளித்தல்.
- இ) தவறான தெளிவில்லாத விளம்பரங்கள் மூலமாக போட்டியாளர்கள் பெயரைக் கெடுப்பது.

(vii) அரசாங்கம் குறித்த பொறுப்புணர்வு

வர்த்தகத்தின் அரசாங்கம் குறித்த பல்வேறு பொறுப்புகளாவன

- அ) அரசாங்கத்தின் வழிகாட்டுதலின்படி வர்த்தக அமைப்புகளை உருவாக்குதல்.



- ஆ) கட்டணம், ஆயத்தீர்வை, வரிகள் போன்றவற்றை முறையாகவும் நேர்மையாகவும் செலுத்துவது.
- இ) ஏகபோக குறுகிய நோக்கமுள்ள வியாபார நடைமுறைகளில் ஈடுபடாதிருத்தல்.
- ஈ) அரசு அறிவித்துள்ள மாசுக்கட்டுப்பாட்டு விதிகளைப் பின்பற்றுதல்.
- உ) லஞ்சம் கொடுத்தல் மற்றும் பிற சட்ட விரோத செயல்பாடுகளின் மூலம் ஊழலில் ஈடுபடாதிருத்தல்.

(viii) சமூகம் குறித்த பொறுப்புணர்வு

தனி மனிதர்கள், குழுக்கள், நிறுவனங்கள், குடும்பங்கள் போன்றவை அடங்கியது தான் சமூகம் ஆகும். இவையே சமூகத்தின் உறுப்பினர்கள் ஆகும். இவை ஒன்றோடு ஒன்று தொடர்பு கொண்டுள்ளன. தமது அனைத்துச் செயல்பாடுகளையும் செய்து முடிக்க ஒன்றையொன்று இவை சார்ந்துள்ளன. இவைகளுக்குள் நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ தொடர்பு உள்ளது. வர்த்தகமும் ஒரு சமூகத்தின் அங்கமாக இருப்பதால் அதன் பிற உறுப்பினர்களோடு உறவு கொண்டுள்ளது. எனவே அதற்கு சமூகம் குறித்த பொறுப்புகள் உண்டு. அவையாவன :

- அ) சமூகத்தில் நலிந்த, பிற்பட்ட பிரிவினருக்கு உதவி செய்தல்.
- ஆ) சமூக கலாச்சார மதிப்பீடுகளை பாதுகாத்து வளர்த்தல்.
- இ) வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குதல்.
- ஈ) சுற்றுப்புறத்தைப் பாதுகாத்தல்.
- உ) இயற்கை வளங்களையும் வனவிலங்குகளையும் பாதுகாத்தல்.
- ஊ) விளையாட்டு மற்றும் கலாச்சாரத்தை வளர்த்தல்.
- எ) கல்வி, மருத்துவக்கல்வி, தொழில்நுட்பம் போன்ற துறைகளில் ஆய்வுகள் மேற்கொள்வதற்கு உதவுதல்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.9

பல்வேறு பிரிவினர்களின் வர்த்தகம் குறித்த பொறுப்புகள் கீழே தரப்பட்டுள்ளன. அவைகளில் எந்தப் பொறுப்புகள் எந்தப் பிரிவினருக்குத் தொடர்பு உள்ளது என்று கூறவும்.

- சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு.
- வீட்டுவசதி, போக்குவரத்து, உணவகம், குழந்தை காப்பகம் போன்ற நல்வாழ்வு சூழல்கள்.
- விளையாட்டு மற்றும் கலாச்சாரத்தை ஆதரித்தல்.
- சிறப்பான வேலை முன்னேற்றத்திற்கு வாய்ப்பு.
- பொருட்களையும், சேவைகளையும் தொடர்ந்து வழங்கல்.
- சிறந்த வேலைச் சூழல்களும் நல்வாழ்வு வசதிகளும்.
- நியாயமான வாங்கக்கூடிய விலையில் பொருட்களையும் சேவைகளையும் அளிப்பது.
- விற்பனைக்குப் பின் உடனுக்குடன் சேவையளித்தல்,
- இயற்கை வளங்களையும் வனவிலங்குகளையும் பாதுகாத்தல்.



1.9 சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதலும் அதில் வர்த்தகத்தின் பங்கும்

சமூகத்தைப் பாதுகாப்பதற்கு சுற்றுச்சூழலைக் காக்க வேண்டியது அவசியமாகும். எனவே ஒவ்வொரு வர்த்தக அமைப்பும் சுற்றுச்சூழலை அழிக்காது பாதுகாக்க வேண்டிய நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள வேண்டும். பல்வேறு வகையான சுற்றுச்சூழல் மாசு பற்றியும் அதில் வர்த்தகத்தின் பங்கு குறித்தும் நாம் அறிந்து கொள்வோம். உயிர் உள்ளவைகளுக்கும் மற்றும் உயிரற்றவை களுக்கும் தீய விளைவுகளை ஏற்படுத்தும் பல பொருள்களால் சுற்றுச்சூழல் பாழாவதை தான் சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதல் என்கிறோம்.

சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதல் மூன்று வகைப்படும்.

1. காற்று மாசுபடுதல்.
2. நீர் மாசுபடுதல்.
3. நிலம் மாசுபடுதல்.

1. காற்று மாசுபடுதல்

நாம் சுவாசிக்கும் காற்றில் பல வாயுக்களும், தூசி, துகள்கள் போன்றவைகளும் உள்ளன. காற்றில் தேவையற்றவைகளை வடிகட்டிக் கொள்ளவும், நாம் உயிர் வாழத் தேவையானதை உள்வாங்கிக் கொள்ளவும் நமது உடலியல் அமைப்பு உதவுகிறது. இயற்கை அமைப்புகளான காடுகளுக்கும், ஆறுகளுக்கும் இது பொருந்தும். மக்களுக்கும் இயற்கைக்கும் அழிவை உண்டு பண்ணும் தேவையற்ற வாயுக்கள், துகள், பொருட்கள் காற்றில் கலந்து இருப்பதற்கு காற்று மாசுபடுதல் என்று பெயராகும்.



படம் 1.6 காற்று மாசு படுதல்

காற்று மாசுபடுதலுக்கான காரணங்கள்

காற்று எவ்வாறு மாசுபடுகிறது என்பதை அறிந்து கொள்வோம். காற்று மாசுபடுவதற்கான பொதுவான சில காரணங்களாவன :



குறிப்புகள்

- அ) வாகனங்களிலிருந்து வெளிவரும் புகை.
ஆ) தொழிற்சாலைகளிலிருந்து வெளிவரும் புகை, தூசி, வேதியியல் பொருட்கள்.
இ) அணு உலைகள் வெளியிடும் வாயுக்களும் தூசியும்.
ஈ) எண்ணெய் சுத்திகரிப்பு ஆலைகள், காடுகளிலுள்ள மரங்களையும் செடிகளையும் எரித்தல், கரியை எரித்தல் காரணமாக வெளிவரும் புகை.

காற்று மாசுபடுதலினால் ஏற்படும் பாதிப்புகள்

நமது சுற்றுச்சூழல் மீதும் நம் மீதும் ஏராளமான விளைவுகளை காற்று மாசுபடுதல் ஏற்படுத்துகிறது. அவற்றில் சிலவற்றை கீழே காணலாம்.

- ▶ தேவையற்ற வாயுக்கள் காற்றில் கலந்திருப்பதால் மனிதர்களுக்கும், விலங்குகளுக்கும், பறவைகளுக்கும் கொடிய உடல்நலப் பிரச்சனைகள் உருவாகிறது. ஆஸ்துமா, இருமல், ஜலதோஷம், பார்வைக்குறைவு, கேட்கும் திறன் இழப்பு, தோல் நோய்கள் போன்றவை ஏற்படுகின்றன. இது மரபியல் சீர்கேடுகளையும் ஏற்படுத்துகிறது. காலப்போக்கில் இப்பிரச்சனை அதிகமாகும்போது மரணத்தையும் ஏற்படுத்துகிறது.
- ▶ குளிர்காலத்தில் புகையும், தூசியும் பனியோடு சேர்ந்து புகைமூட்டம் உண்டாகிறது. இதனால், இயல்பான பார்வைத் தூரம் குறைகிறது. கண்களும் சுவாசக் குழாயும் எரிச்சல் அடைகிறது.
- ▶ நமது பூமியைச் சுற்றியுள்ள வளி மண்டலத்தில் பாதுகாப்பு வளையமாக 'ஓசோன்' படலம் அமைந்துள்ளது. இது சூரியனிலிருந்து வரும் தீமை விளைவிக்கும் புறஊதாக் கதிர்களை தடுத்து நம்மை பாதுகாக்கிறது. காற்று மாசுபடும்போது இப்படலத்தில் சேதம் ஏற்பட்டு விடுகிறது. இதனால் மரபணு மாறுதல், மரபணு குறைபாடுகள், தோல் புற்றுநோய் போன்றவை ஏற்படுகிறது.
- ▶ காற்று மாசுபடுவதால் பூமியின் உஷ்ணநிலை கூடுகிறது. சூரியனிலிருந்து பூமிக்கு வரும் வெப்பம் அதிகரிக்கிறது. வான்வெளியில் அதிகமான அளவில் கார்பன் டை ஆக்ஸைடு, மீத்தேன் நைட்ரஸ் ஆக்ஸைடு போன்ற வாயுக்கள் இருப்பதால் சூரியனிலிருந்து பூமிக்கு வரும் வெப்பம் கதிர்வீச்சு மூலம் வான்வெளிக்கு திரும்பச் செல்வது கிடையாது.
- ▶ காற்று மாசுபடுதல் காரணமாக அமில மழை ஏற்படுகிறது. இதனால் அதிகமான அளவில் கந்தக டை ஆக்ஸைடு, நைட்ரஜன் ஆக்ஸைடு போன்ற நச்சு வாயுக்கள் மழையில் கலந்து வருகிறது. இதனால் பயிர்களுக்கம், மரங்களுக்கும், கடல்வாழ் உயிரினங்களுக்கும், கட்டிடங்களுக்கும், நினைவுச் சின்னங்களுக்கும் மிகுந்த சேதம் ஏற்படுகிறது.

சுற்றுச்சூழல் கூடுதலான சத்தம் காரணமாகவும் மாசுபடுகிறது. இதற்கு 'ஒலி மாசுபடுதல்' என்று பெயராகும். சத்தம் என்பது எரிச்சல் உண்டுபண்ணும் தேவையற்ற ஒலியாகும். நவீன இயந்திரங்கள், உபகரணங்கள், ரயில் இன்ஜின், ஒலிபெருக்கிகள், ஜெனரேட்டர்கள், ஆகாய விமானங்கள், வாகனங்கள், இயந்திரங்கள், தொலைபேசிக் கருவிகள், தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள் போன்றவைகளால் இது ஏற்படுகிறது. முதலில் ஒலிமாசுபடுதல் கருத்துப் பரிமாற்றத்தைத் தடை செய்கிறது. ஆனால் தொடர்ந்து ஒலி மாசுபடுதலுக்கு ஆளாகும்போது கேட்கும் திறன் இழப்பு, தலைவலி, எரிச்சல், இரத்தக் கொதிப்பு, நரம்பியல் உளவியல் கோளாறுகள் போன்றவை ஏற்படுகின்றன.



2. நீர் மாசுபடுதல்

டெல்லி நகரில் உள்ள யமுனை ஆற்றைப் பார்த்திருக்கிறீர்களா? கங்கை ஆற்றை சுத்தப்படுத்தும் திட்டம் குறித்து கேள்விப்பட்டிருக்கிறீர்களா? எந்த அளவு மோசமாக நமது ஆறுகள் மாசுபட்டுள்ளது என்பதை இந்த இரண்டு கேள்விகளும் நினைவுபடுத்துகின்றன. தேவையற்ற தீங்கு விளைவிக்கும் பொருட்கள் தண்ணீரில் கலந்து அசுத்தமாகி, அதனை பயன்படுத்த தகுதியற்றதாகுவது தான் நீர் மாசுபடுதல் என அழைக்கப்படுகிறது.



படம் 1.7 நீர் மாசுபடுதல்

நீர் மாசுபடுதலுக்கான காரணங்கள்

நீர் மாசுபடுதலுக்கான பல்வேறு காரணங்களாவன :

- அ) ஆறுகளிலும், கால்வாய்களிலும் மனிதக் கழிவுகள் சென்று கலப்பது.
- ஆ) முறையில்லாத சுகாதார முறையும், கழிவுநீர் அகற்றல் முறையும்.
- இ) பல தொழிற்சாலைகள் கழிவுகளையும் கசிவுகளையும் ஆற்றிலும் கால்வாய்களிலும் விட்டு விடுவது.
- ஈ) விவசாயத்திற்குப் பயன்படுத்தும் வேதியியல் பொருட்களும், உரங்களும் நீரோடைகளிலும் ஆறுகளிலும் சென்று சேருவது.
- உ) குப்பை, இறந்த உடல்கள் மற்றும் பூஜைக்குப் பயன்படுத்தும் பொருட்கள் அனைத்தையும் மக்கள் குடியிருப்புகளுக்கு அருகாமையில் உள்ள நீர் நிலையில் போட்டு விடுதல்.

நீர் மாசுபடுதலால் ஏற்படும் விளைவுகள்

- அ) டைபாய்டு, மஞ்சள் காமாலை, காலரா, வயிற்றுப்போக்கு போன்ற நோய்களை உண்டாக்கி மனிதர்களுக்கும், விலங்குகளுக்கும், பறவைகளுக்கும் சுகாதாரக் கேடுகளை ஏற்படுத்துகிறது.
- ஆ) பல நீர்வாழ் உயிரினங்களின் உயிருக்கு இது அச்சுறுத்தலாக இருக்கிறது.
- இ) ஆறுகள், கால்வாய்கள், நிலத்தடி நீர் போன்றவை மாசுபடுவதால் குடிநீர் பற்றாக்குறை ஏற்படுகிறது.



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.10

- I. பொருத்தமான சொற்கள் கொண்டு காலியிடத்தை நிரப்பவும்
- நமது செயல்பாடுகள் பிறருக்கு இருக்கக்கூடாது.
 - மக்களின் விரும்பத்தக்க செயல்களும் நடத்தையும் சமூகத்தில்
 - வர்த்தக நியமங்கள் பொருட்களை விற்பனை செய்ய அனுமதிக்காது.
 - சமூக நியமங்கள் சமூகப் பொறுப்புக்கு விளங்குகிறது.
 - அரசுக்கு நேர்மையாகவும் ஒழுங்காகவும் வரி செலுத்துவதற்கு வழிநடத்துவது ஆகும்.

II. பொருத்துக

- | கலம் 'அ' | கலம் 'ஆ' |
|------------------------------|---|
| (i) சுற்றுப்புறம் மாசுபடுதல் | அ) புகை, தூசி, பனி சேர்ந்த கலவை |
| (ii) காற்று மாசுபடுதல் | ஆ) ஒலி மாசுபடுதலுக்கு காரணம் |
| (iii) நீர் மாசுபடுதல் | இ) சுற்றுவெளியில் உள்ள தேவையற்ற பொருட்களால் ஏற்படும் பிரச்சனை |
| (iv) பனிமூட்டம் | ஈ) காற்றில் உள்ள வாயுக்கள் மற்றும் தூசுப் பொருட்களுக்கிடையேயுள்ள சமநிலையின்மை |
| (v) ஆகாய விமானங்கள் | உ) தீமை மிகுந்த பொருட்கள் நீரில் கலந்து பாழாவது |

3. நிலம் மாசுபடுதல்

பயனற்ற, தேவையில்லாத நச்சுத்தன்மையுள்ள பொருட்களை நிலத்தில் போட்டு நாம் பயன்படுத்தும் மண்ணின் தரத்தைக் குறைத்து விடுவதை நிலம் மாசுபடுதல் என்கிறோம். நிலம் பற்றிய அக்கரை மனிதர்களுக்கு இல்லாது இருப்பதால்தான் நமது நிலம் மாசுபடுகிறது.



படம் 1.8 நிலம் மாசுபடுதல்



குறிப்புகள்

நிலம் மாசுபடுதலுக்கான காரணங்கள்

நிலம் மாசுபடுதலுக்கான முக்கியமான காரணங்களை அறிவோம்.

- அ) பயிர்த் தொழிலில் தேவைக்கதிகமாக உரங்கள், வேதியியல் பொருட்கள், பூச்சிக்கொல்லிகள் போன்றவற்றைப் பயன்படுத்துதல்.
- ஆ) தொழிற்சாலைகள், சுரங்கங்கள், குவாரிகள் போன்றவைகளின் திடக்கழிவுகளை நிலத்தில் கொட்டுதல்.
- இ) சாலையமைத்தல், கட்டிடங்கள் போன்றவற்றிலிருந்து வரும் திடக்கழிவுகளை நிலத்தில் கொட்டுதல்
- ஈ) தொழிற்சாலைகளிலிருந்து வரும் நீர் உறிஞ்சிக்கொள்ள முடியாத கசிவுப் பொருட்கள்.
- உ) மக்காத பிளாஸ்டிக் பைகளை அதிகம் பயன்படுத்துவது.
- ஊ) வீடுகள், உணவகங்கள், மருத்துவமனைகள், தொழிற்சாலைகளிலிருந்து நிலத்தில் கொட்டப்படும் மக்காத கழிவுப்பொருட்கள். இதில் எரியக்கூடிய பிளாஸ்டிக், துணிகள், மரச்சாமான்களும் எரியாத உலோகம், கண்ணாடி, பீங்கான், சிமெண்ட் போன்றவை அடங்கும்.

நிலம் மாசுபடுதலினால் ஏற்படும் விளைவுகள்

நிலம் மாசுபடுதலினால் கீழ்க்கண்ட தீய விளைவுகள் ஏற்படுகின்றன.

- அ) விவசாய நிலத்தின் பரப்பைக் குறைக்கின்றது.
- ஆ) உணவு ஆதாரங்களை பாழாக்குவதால் சுகாதாரக் கேடுகள் ஏற்படுகின்றன.
- இ) நிலப்பரப்பை சேதப்படுத்தி பாழாக்கி விடுகிறது.
- ஈ) இதனால் நீர் மற்றும் காற்றும் மாசுபடுகிறது.

1.10 சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதலில் வர்த்தகத்தின் பங்கு

நாம் இதுகாறும் சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதல் குறித்து கற்றறிந்ததிலிருந்து ஒரு கருத்து மிகத் தெளிவாகப் புலனாகிறது. அதாவது அனைத்து வகை மாசுபடுதல்களான காற்று, ஒலி, நீர், நிலம் மாசுபடுதல்களில் பெரும்பங்கு வகிப்பது வர்த்தக அமைப்புகள்தாம். கீழ்க்கண்ட வகைகளில் அவை மாசுபடுதலுக்கு காரணமாகின்றன.

- அ) உற்பத்தித் தொழிற்சாலைகள் வாயுக்களையும் புகையையும் வெளிவிடுவது
- ஆ) ஒலி மாசுபடுதலுக்குக் காரணமாகவுள்ள இயந்திரங்களையும், வாகனங்களையும் பயன்படுத்துதல்.
- இ) தொழிற்சாலைகள் நிறுவுவதற்காக காட்டு நிலங்களை கையகப்படுத்தி காடுகளை அழித்தல்.
- ஈ) நகரமயமாதலும் தொழில் வளர்ச்சி மிகுதியாதலும்.
- உ) ஆறுகளிலும் கால்வாய்களிலும் கழிவுகளையும் கசிவுகளையும் கொட்டுவது.
- ஊ) திறந்த வெளியில் திடக்கழிவுகளைக் கொட்டுதல்.
- எ) சுரங்கங்களும், குவாரிகளும்.

பகுதி - I

வர்த்தகம் ஒரு முன்னுரை



குறிப்புகள்

ஏ) போக்குவரத்து வாகனங்களின் அதிகப் பயன்பாடு.

வர்த்தக அமைப்புகள் மூன்று வழிகளில் சுற்றுப்புறம் மாசுபடுதலைக் கட்டுப்படுத்த உதவிடலாம். **தவிர்ப்பு நடவடிக்கை, தீர்வு நடவடிக்கை, விழிப்புணர்வு நடவடிக்கை.**

தவிர்த்தல் வழி

சுற்றுப்புறத்துக்கு மேலும் சேதம் ஏற்படாதவாறு அனைத்து தவிர்ப்பு நடவடிக்கைகளையும் மேற்கொள்ள வேண்டும் என்பதே தவிர்த்தல் வழியாகும். இதற்கு மாசுபடுதலைக் கட்டுப்படுத்த அரசு வகித்துள்ள ஒழுங்கு விதிகளை வர்த்தக நிறுவனங்களை முறையாகப் பின்பற்ற வேண்டும். மனிதர்களால் மேலும் சுற்றுப்புறச்சூழல் பாழாவதைத் தடுக்க முக்கியமான பணியாற்ற வர்த்தகர்கள் முன்வர வேண்டும்.

நிவர்த்தி வழி

சுற்றுப்புறச் சூழலுக்கு ஏற்கனவே ஏற்பட்டுள்ள சேதத்தை வர்த்தக அமைப்புகள் சரிசெய்வதுதான் நிவர்த்தி வழியாகும். மேலும் தடுப்பு நடவடிக்கைகள் எதுவும் எடுக்க முடியாத நிலையில் கூடவே நிவர்த்தி நடவடிக்கைகளை எடுத்திட வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக தொழிற்சாலை பகுதியில் சுற்று மாசுபடுதலைக் குறைப்பதற்கு மரங்களை நடுவது (காடு வளர்க்கும் திட்டம்) சிறந்ததாகும்.

விழிப்புணர்வு வழி

தொழிலாளர்கள் உட்பட்ட அனைத்து பொதுமக்களும் சுற்றுப்புறச் சூழல் மாசுபடுதலின் காரணங்களையும் பின்விளைவுகளையும் குறித்து விழிப்புணர்வு பெற்று சுற்றுச்சூழல் சேதம் அடையாதபடி தாமதமே முன்வந்து முயற்சி மேற்கொள்வதே விழிப்புணர்வு வழியாகும். எடுத்துக்காட்டாக வர்த்தக அமைப்புகள் பொதுமக்களுக்கு விழிப்புணர்வுத் திட்டத்தை மேற்கொள்ளலாம். தற்போது பல வர்த்தக நிறுவனங்கள், பெருநகரங்களிலும் நகரங்களிலுமுள்ள பூங்காக்கள், தோட்டங்கள் போன்றவைகளை உருவாக்கும் பொறுப்பையும் பராமரிக்கும் பொறுப்பையும் ஏற்றுக்கொள்கின்றன. இச்செயல்கள் அவர்களது சுற்றுச்சூழல் குறித்த அக்கரையைக் காட்டுகின்றது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 1.11

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகளில் எவை சரி அல்லது தவறு என்று கூறவும்
 - (i) தேவைக்கதிகமாக உரங்கள் வேதிப்பொருட்கள், பூச்சிக்கொல்லிகள் ஆகியவற்றைப் பயன்படுத்தவது காற்று மாசுபடுதலை ஏற்படுத்துகிறது.
 - (ii) மிக அதிகமாக பிளாஸ்டிக் பைகளைப் பயன்படுத்துவதால் நிலம் மாசுபடுகிறது.
 - (iii) தொழிற்சாலை பகுதிகளுக்கு அருகில் மரம் செடிகள் வளர்ப்பதால் நீர் மாசுபடுதல் குறைகிறது.
 - (iv) நிலம் மாசுபடுவதால் நமது நாட்டில் விவசாய நிலத்தின் பரப்பளவை அதிகரிக்கிறது.
 - (v) சுற்றுப்புறச் சூழல் மாசுபடுதலுக்கான காரணங்களையும், விளைவுகளையும் குறித்து வர்த்தக நிறுவனங்கள் பொதுமக்களுக்கு விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்துதல் வேண்டும்.



II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. கீழ்க்கண்டவைகளில் எது பொருளாதாரம் சாராத செயல்பாடு ஆகும்.
 - அ) வாடிக்கையாளருக்கு ரொட்டியை விற்றல்.
 - ஆ) பக்கத்து வீட்டுக்காரருக்கு பழைய தொலைக்காட்சியை விற்றல்.
 - இ) நண்பருக்கு பேனாவை அன்பளிப்பாக அளித்தல்.
 - ஈ) விற்பனை செய்திட புத்தகங்கள் விலைக்கு வாங்குவது.
2. கீழ்க்கண்டவைகளில் எது தொழில் செய்வது அல்ல?
 - அ) வர்த்தகம் செய்தல்.
 - ஆ) உத்தியோகம் செய்தல்.
 - இ) சம்பளத்திற்கு வேலை செய்தல்.
 - ஈ) காலையில் நடைப்பயிற்சிக்கு செல்லுதல்.
3. கீழ்க்கண்டவைகளில் எது வர்த்தக அமைப்பின் பண்பியல்பு அல்ல?
 - அ) பொருட்களை வாங்கி விற்பது.
 - ஆ) தந்தை மகனுக்கப் பாடம் கற்பித்தல்.
 - இ) ஆபத்தை எதிர்நோக்கலும், வருவாய் நிச்சயமின்மையும்.
 - ஈ) லாபம் சம்பாதிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டிருத்தல்.
4. வர்த்தகத்தின் பொருளாதார குறிக்கோள்களில் சேராதது.
 - அ) வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்குவது.
 - ஆ) தொடர்ந்து புதுமை புகுத்தல்.
 - இ) வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குவது.
 - ஈ) வளங்களை முழுவதும் பயன்படுத்துதல்.
5. வர்த்தகத்தின் சமூகக் குறிக்கோள்களில் அடங்கியது.
 - அ) சமூகத்தின் பொதுவான நிலத்திற்கு பங்களித்தல்.
 - ஆ) பொருளாதார வளங்களை முழுவதும் பயன்படுத்துதல்.
 - இ) வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்குதல்.
 - ஈ) லாபம் ஈட்டுதல்.



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ மனிதர்கள் எடுத்துச் செய்திடும் செயல்பாடுகள் அனைத்தும் மனிதச் செயல்பாடுகள் என அழைக்கப்படுகின்றன. இவை இரண்டு வகைப்படும். பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள் மற்றும் பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகள். பணம் சம்பாதிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டு செய்யப் படுபவை பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள் என அழைக்கப்படுகின்றன. சமூகப் பயன்பாடு மற்றும் உளவியல் காரணங்களுக்காக நடத்தப்படும் செயல்பாடுகள் பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகள் எனப்படும்.
- ▶ ஒருவர் தனது பிழைப்பிற்காக சம்பாதிப்பதற்கு தொடர்ந்து ஈடுபடும் பொருளாதாரச் செயல்பாடுகளை வாழ்க்கைக்கான வேலை (occupation) என்கிறோம். இது மூன்று வகைப்படும். (i) தொழில் (Profession), (ii) சம்பளத்திற்கு வேலை செய்தல் (Employment), (iii) வர்த்தகம் செய்தல் (Business)



குறிப்புகள்

- ▶ தொழில் செய்வதற்கு சிறப்பான கல்வியறிவும் பயிற்சியும் தேவையாகும். தொழில் அமைப்புகள் வகுத்துள்ள நடத்தை விதிகளை தொழில் செய்பவர் பின்பற்ற வேண்டும். ஒவ்வொரு தொழிலின் முக்கியமான நோக்கம் சேவை அளிப்பதாகும்.
- ▶ சம்பளத்திற்கு வேலை என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட வருமானத்திற்காக ஒருவர் இன்னொருவருக்கு தொடர்ந்து வேலை செய்வதாகும். வேலை அளிப்பவர் சொல்லும் வேலை நிபந்தனைகளைப் பின்பற்றிட வேண்டும்.
- ▶ வர்த்தகம் என்பது லாபம் ஈட்டுவதற்காக விற்பனைக்கும், மாற்றிக் கொள்ளவும் பரிமாற்றம் செய்யவும், பொருட்களையும் சேவைகளையும் கையாளும் செயல்பாடு ஆகும். லாபம் அடைவதை நோக்கமாகக் கொண்டிருப்பதால் பண முதலீடு செய்ய வேண்டியிருக்கும். ஆனால் இது ஆபத்து உள்ளதாகவும், வருமானம் நிச்சயமில்லாததாகவும் இருக்கும்.
- ▶ வர்த்தக நிறுவனமானது ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் அது அடைய நிர்ணயிக்கும் ஒன்றுதான், அதன் வர்த்தகக் குறிக்கோள் என அழைக்கப் படுகிறது.
- ▶ வர்த்தகக் குறிக்கோள்களின் வகைகள்
 - சமூகக் குறிக்கோள்கள்
 - பொருளாதாரக் குறிக்கோள்கள்
 - மனிதநேயக் குறிக்கோள்கள்
 - தேசியக் குறிக்கோள்கள்
 - உலகக் குறிக்கோள்கள்
- ▶ சமூகத்தின் நலத்தை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ள வர்த்தக அமைப்பின் கடமைகளும், பொறுப்புகளும் வர்த்தகத்தின் சமூகப் பொறுப்புணர்வு ஆகும்.
- ▶ வர்த்தகர் தனது சமூகப் பொறுப்புகளை சரியாக புரிந்துகொள்ள வேண்டும். ஏனெனில் அது மக்களிடையே வர்த்தகம் குறித்த நல்லெண்ணத்தை உருவாக்குகிறது. அது வர்த்தக அமைப்பு நீண்டநாள் நிலைத்திருக்கவும், வளர்ச்சியடையவும் வழிகோலுகிறது.
- ▶ உற்பத்தித் திறனோடு தொடர்பு கொண்ட தொழிலாளர்களின் மனத்திருப்திக்கு வழிவகுக்கிறது.
- ▶ நுகர்வோர்கள் தங்கள் உரிமைகளைப் பற்றி விழிப்புணர்வு உள்ளவர்களாக மாறி இருக்கின்றனர்.
- ▶ ஒவ்வொரு வர்த்தக அமைப்பும் சமூகத்தின் அங்கமாகும். சமூகத்தின் ஒவ்வொரு பிரிவினருக்கும் வர்த்தகம் பொறுப்புள்ளதாக இருக்க வேண்டும். இவற்றை பல நலப்பிரிவுகள் என்கிறோம். இந்த நலப் பிரிவுகளில் உரிமையாளர்கள், முதலீட்டாளர்கள், தொழிலாளிகள், பொருள் வழங்குபவர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், போட்டியாளர்கள், அசராங்கம் மற்றும் சமூகம் போன்றவை அடங்கும்.
- ▶ சமூக நியமங்கள் என்பது சமூகத்தின் சிறந்த நலனுக்கான விரும்பத்தக்க நல்ல வகையில் வர்த்தகம் நடத்துவதாகும்.

- ▶ சுற்றுக்கொள்ளக்கூடிய நல்ல வர்த்தக நடைமுறைகளை செய்திடும் வழிகளையும் போக்கையும் வர்த்தக நெறிமுறைகள் சுட்டிக்காட்டுகிறது.
- ▶ சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதல் என்பது உயிருள்ளவைகள் உயிரற்ற பொருட்கள் மேல் தீய விளைவுகளை ஏற்படுத்தும் பொருட்களால் சுற்றுச்சூழல் பாழாகுதல் ஆகும்.
- ▶ சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதல் மூன்று வகைப்படும்.
 - காற்று மாசுபடுதல்
 - நீர் மாசுபடுதல்
 - நிலம் மாசுபடுதல்
- ▶ ஒவ்வொரு வர்த்தக அமைப்பும் சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதலைக் கட்டுப்படுத்த மூன்று வழிகளில் பங்காற்ற முடியும்.

தவிர்த்தல் வழி, நிவர்த்தி வழி, விழிப்புணர்வு வழி



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. பொருளாதார, பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகளுக்கு இரண்டு எடுத்துக்காட்டுகள் தரவும்.
2. கீழ்க்கண்ட அடிப்படையில் பொருளாதார மற்றும் பொருளாதாரமில்லாத செயல்பாடுகளுக்கு இடையேயுள்ள வேறுபாடுகளைக் கூறவும்.
 - (i) நோக்கம்
 - (ii) விளைவு
3. வாழ்வுக்கான வேலை (Occupation) என்பதன் பொருள் யாது?
4. சம்பளத்திற்கு செய்யும் வேலையின் இரண்டு பண்பியல்புகளை விளக்குக.
5. தொழிலின் பண்பியல்புகள் இரண்டினை விளக்குக.
6. “வர்த்தகம்” என்ற சொல்லின் வரையறையைக் கூறுக.
7. தச்சு வேலையில் ஈடுபட்டுள்ள ஒருவரை தொழிலில் ஈடுபட்டுள்ளார் என்று ஏன் கூறுகிறோம்?
8. தனது சொந்தப் பயன்பாட்டிற்கு செருப்புகள் தயார் செய்து கொள்ளும் ஒரு தோல் தொழிலாளி வர்த்தகத்தில் ஈடுபடவில்லை என்கிறோம். ஏன்?
9. வர்த்தகத்தின் தலையாய பண்பியல்புகளை விளக்குக.
10. வர்த்தகம் என்பதன் பொருள் யாது? அதன் ஏதேனும் இரண்டு இயல்புகளை விளக்குக.
11. தொழில் (Profession) செய்வதிலிருந்து வர்த்தகம் எவ்வாறு மாறுபட்டது? 60 சொற்களில் விடையளிக்கவும்.
12. வர்த்தகச் செயல்பாடுகளின் வகைகளை எடுத்துக்காட்டுகளோடு விளக்கவும்.
13. மக்கள் பொதுவாக ஈடுபடும் மூன்று வகை வேலைகளை விளக்கமாகக் கூறவும்.
14. கொடுக்கல், வாங்கல் தொடர்ச்சியாக நடைபெறாவிட்டால் அந்தச் செயல்பாட்டை வர்த்தகம் என்று அழைக்க முடியாது. இக்கூற்றை ஏற்றுக்கொள்வாயா? உங்கள் விடைக்கு ஆதாரமான காரணங்களைக் கூறவும்.
15. லாபம் கிடைப்பதில் நிச்சயத்தன்மை இல்லாதிருப்பினும் ஒரு வர்த்தகர் ஏன் வர்த்தகத்தில் முதலீடு செய்ய விரும்புகிறார்?



குறிப்புகள்

16. லாபம் ஈட்டுவதுதான் வர்த்தகத்தின் முக்கிய நோக்கமாகும் - விளக்குக.
17. வர்த்தகத்தின் பொருளாதாரக் குறிக்கோள்களை விளக்குக.
18. வர்த்தகத்தின் சமூகக் குறிக்கோள்களை விளக்குக.
19. வர்த்தகத்தின் தேசியக் குறிக்கோள்களின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.
20. வர்த்தகத்தின் மனிதநேயக் குறிக்கோள்களை வரிசையாகக் கூறி விளக்கவும்.
21. வர்த்தகத்தின் உலகளாவிய குறிக்கோள்களை விளக்குக.
22. வர்த்தகத்தின் சமூகப் பொறுப்புகள் என்றால் என்ன?
23. வர்த்தக அமைப்புகளோடு அன்றாட செயல்பாடுகளில் தொடர்பு கொண்டு இடைபடும் நலப்பிரிவினர்களை பட்டியலிடவும்.
24. வர்த்தக அமைப்பு ஏன் சமூகத்துக்கு பொறுப்புள்ளதாக இருக்க வேண்டும்?
25. வாடிக்கையாளர்களிடம் வர்த்தக அமைப்புகளுக்குள்ள பொறுப்புகளை கூறவும்.
26. வர்த்தக அமைப்பானது எந்த வழிகளில் அரசாங்கத்திற்கு பொறுப்புள்ளதாக இருக்க வேண்டும்?
27. சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதல் - வரையறை தருக. சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதல் வகைகளைக் கூறவும்.
28. காற்று மாசுபடுதலுக்கான பல்வேறு காரணங்களை விளக்குக.
29. காற்று மாசுபடுதலினால் ஏற்படும் மூன்று விளைவுகளைக் கூறவும்.
30. நீர் மாசுபடுதலினால் ஏற்படும் விளைவுகள் யாவை?
31. வர்த்தக அமைப்பு எவ்வாறு சுற்றுச்சூழலை மாசுபடுத்துகிறது? ஏதேனும் ஐந்து கருத்துகளைக் கூறுக.
32. சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதலை தடுப்பதில் வர்த்தக அமைப்பின் பங்கை விளக்குக.
33. ஆங்கிலேயர் ஆட்சியின்போது இந்திய வர்த்தகத்தைப் பாதித்த முக்கிய நிகழ்வுகளை வரிசைப்படுத்திக் கூறவும்.
34. வர்த்தக உலகத்திற்கு இந்தியா சிறப்பான பங்காற்றியுள்ளது. இக்கூற்றுக்கு ஆதரவாக ஏதேனும் நான்கு பங்கினை விளக்குக.



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.1

- I (i) சரி (ii) தவறு (iii) சரி
(iv) சரி (v) தவறு
- II (i) பொருளாதாரமில்லாதது (ii) பொருளாதாரமுள்ளது
(iii) பொருளாதாரமில்லாதது (iv) பொருளாதாரமில்லாதது
(v) பொருளாதாரமுள்ளது (vi) பொருளாதாரமில்லாதது
(vii) பொருளாதாரமுள்ளது

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.2

- I (i) வாழ்க்கைத் தொழில்
(ii) சிறப்பான கல்வி அறிவும்
(iii) வேலை

- (iv) நடத்தை நெறிமுறைகள்
- (v) வேலை கொடுப்பவர்

II (i) ஆ (ii) ஈ (iii) அ (iv) இ

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.3

- I (i) ஏற்றுக்கொள்கிறேன்
- (ii) மறுக்கிறேன்
- (iii) மறுக்கிறேன்
- (iv) ஏற்றுக்கொள்கிறேன்
- (v) ஏற்றுக்கொள்கிறேன்
- (vi) மறுக்கிறேன்
- (vii) மறுக்கிறேன்

II (i) தவறு (ii) தவறு (iii) சரி (iv) தவறு (v) சரி (vi) சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.4

(i) தவறு (ii) சரி (iii) தவறு (iv) தவறு (v) சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.5

(i) தவறு (ii) சரி (iii) தவறு (iv) தவறு (v) தவறு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.6

(i) சரி (ii) சரி (iii) தவறு (iv) தவறு (v) தவறு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.7

- (i) சமூக
- (ii) ஏற்றுமதியை
- (iii) ஒழுங்காக
- (iv) தொழிலாளர்களுக்கு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.8

- (i) சமூகத்தில்
- (ii) பொறுப்புகளையும்
- (iii) தரம் குறைந்த
- (iv) தாமாக முன்வந்து
- (v) பார்வையை
- (vi) உலகமயமாதல்
- (vii) சமூகப் பொறுப்புணர்வு
- (viii) தடுத்திட

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.9

1.9 சமூகம் i, iii, ix
 தொழிலாளர்கள் ii, iv, vi
 வாடிக்கையாளர்கள் v, vii, viii

பகுதி - I

வர்த்தகம் ஒரு முன்னுரை



குறிப்புகள்

பகுதி - I

வர்த்தகம் ஒரு முன்னுரை



குறிப்புகள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.10

- I (i) தீங்கு தருவதாக
(ii) பாராட்டப்படுகின்றன
(iii) கலப்படப் பொருட்களை
(iv) அடிப்படையாக
(v) வர்த்தக நெறிமுறைகள்

- II. (i) இ (ii) ஈ (iii) உ (iv) அ (v) ஆ

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 1.11

- I. (i) தவறு (ii) சரி (iii) தவறு (iv) தவறு (v) சரி
II. (i) இ (ii) ஈ (iii) ஆ (iv) இ (v) அ

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- ❑ வேலை செய்யும் பத்து பேரைச் சந்தித்து அவர்கள் தங்கள் வாழ்விற்காக என்ன வேலை செய்கிறார்கள் என்பதைக் கேட்டறியவும். அவற்றை வர்த்தகம், தொழில், சம்பளத்திற்கான வேலை என்ற தலைப்பில் வகைப்படுத்தவும்.
- ❑ ஒரு கடைக்காரரையோ அல்லது வர்த்தகரையோ சந்தித்து அவரிடமிருந்து கீழ்க்கண்ட தகவல்களைக் கேட்டறியவும்.
அவர் கையாளும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் எவை? நிலம், வேலை செய்பவர்கள், மூலதனம் போன்றவற்றிற்கு செய்த முதலீடு லாபம் சம்பாதிப்பதற்கு அவர்கள் எதிர்நோக்கும் ஆபத்துகள் நிச்சயமற்ற நிலை
- ❑ புத்தகங்கள், பத்திரிகைகள், நாளிதழ்களிலிருந்து தற்போது இந்தியாவிலிருந்து ஏற்றுமதியாகும் முக்கியமான பொருட்களையும், இறக்குமதியாகும் பொருட்களையும் கண்டறியவும். இவற்றிற்கு பயன்படும் ஐந்து துறைமுகங்களைத் தெரிந்து கொள்ளவும்.
- ❑ உங்கள் பகுதியிலுள்ள கடைக்காரர் அல்லது வர்த்தகரிடமிருந்து வியாபாரம் செய்வதற்கான அவர்களது குறிக்கோள்களைக் கண்டறியவும். அவற்றை நீங்கள் பாடத்தில் கற்றறிந்த பல வகையான குறிக்கோள்களின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தவும்.
- ❑ சமூகத்தின் நலத்திற்காக உங்கள் பகுதியிலுள்ள கடைக்காரர்கள் ஆற்ற வேண்டிய இரண்டு கடமைகளைக் கண்டறியவும்.
- ❑ உங்கள் சுற்றுப்புறம் மாசுபட்டுள்ளதா? விடை ஆம் எனில் அத்தகைய மாசுபடுதலுக்கான காரணங்களை பட்டியலிடவும். சுற்றுச்சூழல் மாசுபடுதலை தவிர்க்க நீங்கள் பரிந்துரைக்கும் செயல்கள்.



வாழ்க்கை நடத்துவதற்கு தனிநபர் அல்லது குழுவினர் ஈடுபடும் ஒருங்கிணைந்த முயற்சியே வர்த்தகம் எனப்படும். 'வர்த்தகம்' என்ற சொல்லிற்கு பலர் பல்வேறு வழிகளில் வரைவிலக்கணம் தந்துள்ளனர். ஊர்விக் மற்றும் ஹன்ட் ஆகியோரின் கூற்றுப்படி "சமுதாய மக்களுக்குத் தேவையானதும் பணம் கொடுத்து வாங்க சம்மதிக்கும் பொருட்களையும் சேவைகளையும் உருவாக்கி, பகிர்ந்தளிப்பு செய்வது அல்லது வழங்குவதில் ஈடுபடும் அமைப்பு" வர்த்தகம் எனப்படும்.

வர்த்தகம் என்பது பொருளைத் தயாரிப்பதில் அல்லது வாங்குவதில் மேற்கொள்ளும் முயற்சிகள் மற்றும் ஈடுபடும் பரிமாற்ற செயல்கள் ஆகியவற்றின் மூலமாக பொருட்களை விற்று, லாபத்தை அடையும் நோக்கம் நிறைந்த பணி ஆகும். வர்த்தகம் என்பது அனைத்து லாபம் ஈட்டும் நடவடிக்கைகளையும் பொருளாதார அமைப்பிற்குத் தேவையான பொருட்களையும் அல்லது சேவைகளையும் வழங்கும் நிறுவனங்களையும் குறிக்கும்.



நோக்கங்கள்

இந்தப் பாடம் படித்து முடிந்த பின் நீங்கள் கீழ்க்கண்டவைகளைப் புரிந்து கொள்ள இயலும்.

- ▶ வர்த்தகச் செயல்பாடுகளின் வகைப்பாடு
- ▶ தொழிலும் அதன் வகைகளும்
- ▶ வணிகம் - வர்த்தகம் அதன் துணைப் பிரிவுகள்
- ▶ மின் வணிகம் - வரையறுத்தல்
- ▶ மின் வணிகத்தின் பிரிவுகளை விளக்குதல்
- ▶ மின் வணிகத்தின் நன்மைகளை விவாதித்தல்

2.1 வர்த்தகச் செயல்பாடுகளின் வகைப்பாடு

உற்பத்திச் செயல்பாடுகள் அனைத்திற்கும் அடிப்படை காரணமாக விளங்குவது மனிதனின் எண்ணற்ற விருப்பங்களும், அவற்றை பூர்த்தி செய்ய வேண்டிய தேவையுமாகும். மனிதரின் தேவைகள் மிக அதிகமானவையும் சிக்கலானவைகளும்

பகுதி - I

வர்த்தகம் -
முன்னுரை

குறிப்புகள்

உள்ளன. மனிதனின் அடிப்படைத் தேவைகளான உணவு, உடை, உறைவிடம் ஆகிய மூன்றாக இருந்தபோதிலும் நாம் பல பொருட்களை பணம் கொடுத்து வாங்குகிறோம். (எ.கா.) பற்பசை மற்றும் சோப்பு போன்றவற்றை நீ பயன்படுத்துகிறாய், ரொட்டியை நீ சாப்பிடுகிறாய், தொலைக்காட்சி பார்க்கிறாய், ஆடைகளை நீ அணிந்து கொள்கிறாய்.

இவை எவ்வாறு உனக்கு கிடைக்கிறது என்று எப்போதாவது எண்ணிப் பார்த்திருக்கிறாயா? ஒவ்வொரு பொருளுக்கும் பின்னே ஒரு நீண்ட செயலமைப்பு உள்ளது. உற்பத்தியாளர் நுகர்வோருக்காக பொருட்களை உற்பத்தி செய்கிறார். நுகர்வோருக்கு இப்பொருட்களை விநியோகம் செய்ய ஒரு உற்பத்தியாளர், இடைநிலையர்கள், மொத்த வியாபாரி, சில்லறை வியாபாரி போன்றவர்களின் உதவியைப் பெறுகிறார்.

வர்த்தகச் செயல்பாடுகள் இரண்டு பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன. அவை (i) தொழில் (Industry) (ii) வணிகம் (Commerce).

தொழில் என்பது பொருட்களையும் சரக்குகளையும் உற்பத்தி செய்வதாகும். வணிகம் என்பது இவற்றை விநியோகிப்பதாகும்.

2.2 தொழில்

வர்த்தக செயல்பாட்டின் உற்பத்திப் பகுதி தொழில் எனப்படும். பொருட்களை வளர்த்தல், தயார் செய்தல் செம்மைப்படுத்தல் அல்லது உற்பத்தி செய்தல் போன்றவை தொடர்புள்ள வர்த்தகச் செயல்பாடு இதுவாகும்.

இந்தப் பொருட்கள் நுகர்வுப் பொருட்கள் மற்றும் மூலதனப் பொருட்கள் என இரண்டு வகைப்படும். நுகர்வோரால் இறுதியில் பயன்படுத்தப்படும் பொருட்கள் நுகர்வுப் பொருட்கள் எனப்படும். (எ.கா) உணவு தானியங்கள், ஆடைகள், அழகு சாதனப் பொருட்கள். உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்கள், பிற பல தொழில்களுக்கு மூலப்பொருளாக அமையுமானால் அது மூலதனப் பொருட்கள் எனப்படும். (எ.கா) அறைகலன், இயந்திரங்கள், உதிரி பாகங்கள்.

தொழில் வளர்ச்சியைப் பொருத்தே வியாபாரமும் வணிகமும் வளர்ச்சி அடைகின்றன. இது சந்தைக்கு பொருட்கள் வழங்குவதாகும். தொழில் என்பது வர்த்தக செயல்பாடாகும். இது பின்வருவனவற்றுடன் தொடர்புடையது.

- (i) பூமியிலிருந்து தோண்டி எடுக்கப்படும் பொருட்கள் (எ.கா) நிலக்கரி, இரும்புதாது, பெட்ரோல் போன்றவை (பிரித்தெடுக்கும் தொழில்)
- (ii) மூலப்பொருட்களை முடிவுப் பயன்பாட்டு பொருட்களாக மாற்றக்கூடிய தொழில். (எ.கா) சோப்புகள், ரொட்டிகள், மின்விசிறிகள், இயந்திரங்கள், சிமெண்ட் போன்றவை (உற்பத்தி தொழில்)



படம் 2.1
தொழிற்சாலை



குறிப்புகள்

(iii) கட்டுமான செயல்பாடுகள் (எ.கா) கட்டிடங்கள் கட்டுவது, பாலம் கட்டுதல், சாலைகள் அமைத்தல், அணை கட்டுதல் (கட்டுமானத் தொழில்)

எனவே பிரித்தெடுத்தல், உற்பத்தி செய்தல், கட்டுமானம் செய்தல், ஆடைகள் நெய்தல் போன்ற பல்வேறு செயல்பாடுகள் அனைத்தும் தொழில் என்ற சொல்லில் அடங்கும். மற்றுமொரு பொருளில் கூறுவோமானால் ஒரு குறிப்பிட்ட வகை பொருளைத் தயார் செய்யும் வகையில் சிறப்புத் தன்மை வாய்ந்த தொழிற்சாலைகளின் பிரிவுதான் தொழில் ஆகும். (எ.கா.) பருத்தி ஆடைகள் உற்பத்தி செய்யும் அனைத்து ஆலைகளையும் சேர்த்து “பருத்தி ஆடைகள் தொழில்” என்று கூறலாம். அனைத்து சிமெண்ட் உற்பத்தி செய்யும் ஆலைகளையும் சேர்த்து “சிமெண்ட் தொழில்” என்று கூறலாம்.

2.3 தொழிலின் வகைப்பாடு / பிரிவுகள்

தொழிலில் பல வகை உள்ளன. அவற்றைக் கீழே காணலாம்.

(i) **அடிப்படைத் தொழில்:** இயற்கையின் உதவியோடு பொருட்களை உற்பத்தி செய்வது, அடிப்படை தொழில் எனப்படும். இது இயற்கையோடு ஒன்றிணைந்த தொழில். இதற்கு குறைவான மனித முயற்சி போதுமானது. (எ.கா.) விவசாயம், பண்ணை வளர்த்தல், காடு வளர்த்தல், மீன் பிடித்தல், தோட்டக்கலை போன்றவை.



படம் 2.2

விவசாயப்பண்ணை

(ii) **மரபுத் தொழில்:** விற்பனை செய்யும் நோக்கோடு சில வகை தாவரங்களும், மிருகங்களும் வளர்க்கப்படுகின்றன. இவை மரபியல் தொழில் எனப்படுகின்றன. இதன் முக்கிய நோக்கம் இவற்றின் விற்பனை மூலம் ஈட்டுவதே ஆகும். (எ.கா) செடி வளர்ப்பு, மாடு வளர்ப்பு, கோழிப்பண்ணை, மாடு இனப்பெருக்கம் போன்றவை.



படம் 2.3

மரபுத் தொழில்

(iii) **பிரித்தெடுக்கும் தொழில்:** மண், காற்று, தண்ணீர் முதலியவற்றில் இருந்து மூலப் பொருட்களை பிரித்தெடுப்பது, பிரித்தெடுக்கும் தொழில் எனப்படும்.

பொதுவாக இத்தொழிற்சாலையின் பொருட்கள் சுத்தம் செய்யப்படாத நிலையில் பெறப்பட்டு, முடிவுப் பொருட்களை தயாரிக்கும் உற்பத்தி தொழிற் சாலைகள் மற்றும் கட்டுமானத் தொழிற்சாலைகளால்



படம் 2.4

சுரங்கத் தொழில்

பகுதி - I

வர்த்தகம் -
முன்னுரை

குறிப்புகள்

பயன்டுத்தப்படுகிறது. (எ.கா.) சுரங்கத் தொழிற்சாலை, நிலக்கரி தாதுப்பொருள், எண்ணெய் தொழிற்சாலை, இரும்புத்தாது, காடுகளிலிருந்து கிடைக்கும் தேக்கு, ரப்பர் போன்றவை.

(iv) **உற்பத்தி தொழில்:** மனித ஆற்றல் மற்றும் இயந்திரங்களின் உதவியோடு கச்சாப் பொருட்களை முடிவுற்ற பொருட்களாக மாற்றக்கூடியது உற்பத்தி தொழில் எனப்படும். இந்த முடிவுப் பொருட்கள் நுகர்வுப் பொருட்களாகவோ அல்லது மூலதனப் பொருட்களாகவோ இருக்கலாம். (எ.கா.) ஆடைகள், ரசாயனப் பொருட்கள், சர்க்கரை ஆலை, காகித ஆலை போன்றவை.

படம் 2.5
உற்பத்தித் தொழில்

(v) **கட்டுமானத் தொழில்:** கட்டிடங்கள், பாலங்கள், சாலைகள், அணைகள், கால்வாய்கள் முதலானவற்றைக் கட்டும் தொழில் கட்டுமானத் தொழில் எனப்படும். இது மற்ற தொழிற்சாலைகளிலிருந்து வேறுபட்டது. ஏனெனில் மற்ற தொழிற்சாலைகளில் பொருட்கள் ஓரிடத்தில் உற்பத்தி செய்து மற்ற இடங்களுக்கு கொண்டு செல்லப்படுகிறது. ஆனால் கட்டுமான தொழிலில் பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதும் விற்பனை செய்வதும் ஒரே இடத்தில் நடைபெறுகிறது.



படம் 2.6 கட்டுமானம்

(vi) **சேவை தொழில்:** நவீன காலத்தில் இந்த சேவைப் பிரிவு தொழில் நாட்டு வளர்ச்சியில் மிக முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. எனவே, இது சேவை தொழில் என அழைக்கப்படுகிறது. ஓட்டல் தொழில், சுற்றுலா, பொழுது போக்கு போன்றவை சேவை தொழிலில் அடங்கும்.

படம் 2.7
சேவைத் தொழில்

2.4 வணிகம்

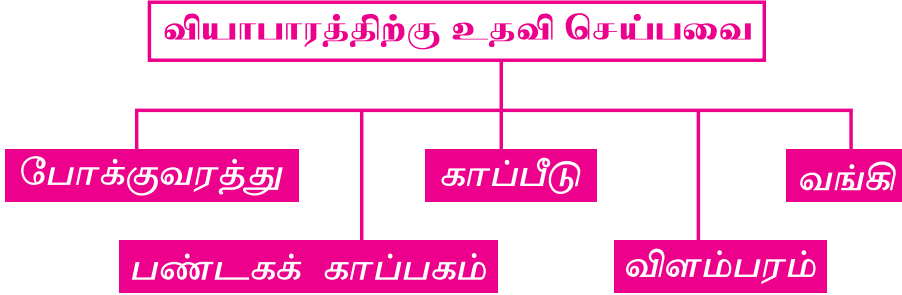
பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதில் தொடர்புடையது தொழில் அமைப்பாகும். தேவைப்படுவோர்க்கு அப்பொருட்களை கொண்டு சேர்ப்பதில் தொடர்புடையது வணிகம். பொருட்களை விநியோகம் செய்வதில் முக்கிய தொடர்புடையது வணிகம். பொருட்களை தடையின்றி விநியோகம் செய்ய உதவும் அனைத்து நடைமுறைப் பணிகளையும் குறிப்பதே வணிகமாகும். எனவே வணிகம் என்பது 'வியாபாரம்' மற்றும் அதன் 'துணைப் பணிகளை' உள்ளடக்கியது.

2.5 வியாபாரம்

வியாபாரம் என்பது பொருட்களை வாங்குவதையும் விற்பதையும் குறிக்கிறது. எனவே, யார் பொருட்களை வாங்கி விற்கிறாரோ அவர் 'வியாபாரி' எனப்படுகிறார். உற்பத்தியாளருக்கும் நுகர்வோருக்குமிடையே இடையாளாக இருப்பவர் வியாபாரி ஆகும். வியாபாரம் என்பது மொத்த வியாபாரம் அல்லது சில்லறை வியாபாரமாக இருக்கலாம்.

மொத்த வியாபாரி பொருட்களை அதிக அளவில் உற்பத்தியாளரிடம் இருந்து வாங்கி, சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு குறைந்த அளவில் விற்பனை செய்கிறார். சில்லறை வியாபாரி என்பவர் மொத்த வியாபாரியிடம் இருந்து அல்லது சில நேரங்களில் உற்பத்தியாளர்களிடம் இருந்தும் நேரிடையாக பொருட்களை வாங்கி நுகர்வோருக்கு சிறிய அளவில் விற்பனை செய்கிறார்.

2.6 வியாபாரத்திற்கு உதவி செய்பவை



உற்பத்தி செய்த இடத்திலிருந்து பொருட்களை நுகர்வோருக்கு கொண்டு செல்லும் பணியில் உதவிடும் அனைத்து செயல்பாடுகளும் வியாபாரத்தின் துணைப் பணிகளாகும். அவை ஐந்து பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன. அவையாவன: (i) போக்குவரத்து (ii) பண்டக காப்பகம் (iii) காப்பீடு (iv) விளம்பரம் (v) வங்கி இவற்றைப் பற்றி சுருக்கமாக கீழே காணலாம்.

போக்குவரத்து : அனைத்து பொருட்களையும் உற்பத்தி செய்த இடத்தில் அல்லது அதன் அருகிலேயே விற்பனை செய்வது என்பது இயலாத செயல். எனவே பொருட்கள் அவை தேவைப்படும் இடங்களுக்கு கொண்டு செல்லப்படுகின்றன. மக்களையும் பொருட்களையும் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்குக் கொண்டு செல்லும் சாதனமே போக்குவரத்து எனப்படும்.

போக்குவரத்து மூன்று வகைப்படும்.

- (i) நில வழி போக்குவரத்து - சாலை, ரயில்
- (ii) வான் வழி போக்குவரத்து - வான ஊர்தி
- (iii) நீர் வழி போக்குவரத்து - படகு, கப்பல்

பண்டக காப்பகம்: இக்காலத்தில் பேரளவு உற்பத்திக்கு மிகவும் இன்றியமை யாதது பண்டக காப்பகம் ஆகும். பொருட்கள் உற்பத்தி செய்த நேரத்திலிருந்து, விற்பனை செய்யப்படும் வரை அவற்றை பாதுகாப்பாக வைப்பதற்கு பண்டக காப்பகம் தேவை. பண்டக காப்பகங்கள் 'கிடங்குகள்' என்றும் அழைக்கப் படுகின்றன.



பகுதி - I

வர்த்தகம் -
முன்னுரை

குறிப்புகள்

காப்பீடு: பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும்போது அல்லது ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு கொண்டு செல்லும்போது ஏற்படும் விபத்தினாலும், தீப்பிடித்தல், திருட்டு போன்ற காரணங்களாலும் பொருட்கள் சேதமடைகின்றன. இதுபோன்ற இடர்களில் இருந்து வியாபாரிகள் தங்களைப் பாதுகாத்துக் கொள்ளுதல் வேண்டும். இவ்வகை இடர்பாட்டில் இருந்து வியாபாரிகள் தங்களை பாதுகாத்துக் கொள்ள காப்பீட்டுக் கழகங்கள் உதவுகின்றன. அவை இடர்பாட்டினால் ஏற்படும் நஷ்டத்தை ஈடுசெய்கின்றன. இதற்காக ஒவ்வொரு வியாபார அமைப்பும் 'காப்பீட்டு திட்டாவணம்' எடுக்கின்றன. அதற்கு கால முறைப்படி முனைமம் (Premium) செலுத்தப்பட வேண்டும்.

விளம்பரம்: ஒரு பொருளை சந்தையிடுகையில் அதன் விற்பனையை மேம்படுத்த உதவுவது விளம்பரம் ஆகும். உற்பத்தியாளர் விளம்பரம் மூலம் நுகர்வோருக்கு பொருளைப் பற்றி முழுத் தகவல்களையும் அளித்து, பொருளை வாங்க தேவையான விருப்பத்தை அவர்களிடம் உருவாக்குகிறார். விளம்பரம் பல்வேறு வழிகளில் செய்யப்படுகிறது. இது உள் விளம்பரம் (Indoor Adverstiment) அல்லது புற விளம்பரமாக இருக்கலாம். விளம்பரத் தகவல்களை மக்களிடத்தில் அவர்களின் இருப்பிடத்திற்கே கொண்டு செல்வது உள் விளம்பரம் எனப்படும். (எ.கா) செய்தித்தாள், வானொலி, தொலைக்காட்சி போன்றவை. மக்கள் தங்கள் வீட்டை விட்டு வெளியே செல்லும் நேரங்களில் அவர்களுக்கு தகவல் தரும் சாதனமாக உள்ளவை புற விளம்பரங்கள் என்கிறோம். (எ.கா) திரைப்பட விளம்பரங்கள், சுவரொட்டிகள், முக்கிய இடங்களில் வைக்கப்படும் விளம்பர பலகைகள் போன்றவை.

வங்கியியல்: இன்றைய நாளில் வங்கிகளின்றி வியாபாரத்தை நாம் நினைத்துக்கூட பார்க்க முடியாது. ஒரு வியாபாரத்தை துவங்க அல்லது அதை தடையின்றி சுலபமாக நடத்த நமக்குத் தேவை பணம். வங்கிகள் பணத்தை அளிக்கின்றன. “பொதுமக்களிடமிருந்து வைப்புகளைப் பெற்று, அவற்றை கேட்ட உடனேயோ அல்லது வேறு வழியிலோ திருப்பித் தரக்கூடியதாகவும் மற்றும் அப்பணத்தை தேவைப்படுவோர்க்கு கடனாக அளிக்கும் ஓர் அமைப்பே” வங்கி எனப்படும். வியாபார நடவடிக்கைக்குத் தேவையான பல்வேறு சேவைகளையும் வங்கிகள் அளிக்கின்றன.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 2.1

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

- தொழிற்சாலையுடன் தொடர்புடையது _____ (உற்பத்தி / பகிர்வு).
- வணிகம் இதனுடன் தொடர்புடையது _____ (உற்பத்தி / பகிர்வு).
- அதிக அளவில் பொருட்களை வாங்கி விற்கும் நபர் _____ (மொத்த வியாபாரி / சில்லறை வியாபாரி).
- ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு மக்களையும் பொருட்களையும் எடுத்துச் செல்லும் சாதனம் _____ (காப்பீடு / போக்குவரத்து)

II. “டால்மியா எண்ணெய் ஆலை” சுத்திகரிக்கப்பட்ட எண்ணெயை தயாரிக்கிறது. “ருசி எண்ணெய் டெப்போ” அந்த எண்ணெயை வாங்கி பல்வேறு சில்லறை விற்பனையாளர்களுக்கு விற்கிறது. திருமதி ப்ரீதி 2 கி. எண்ணெயை ‘பாலாஜி மளிகையிலிருந்து’ வாங்கினார். பின்வருவனவற்றின் பெயர் தருக.



	பெயர்
(a) உற்பத்தியாளர்	_____
(b) மொத்த வியாபாரி	_____
(c) சில்லறை வியாபாரி	_____
(d) நுகர்வோர்	_____

2.7 மின் வணிகத்தின் பொருள் மற்றும் வரையறை (E-Commerce)

செழிப்பாக வளர்ந்து வரும் தொழிலாக இன்று இணையம் (Internet) காணப்படுகிறது. தொழில்நுட்பம் வேகமாக வளர்ச்சியடையும் காரணத்தால் மக்கள் அனைவரும் கணிப்பொறியையும் இணையத்தையும் பயன்படுத்த ஆரம்பிக்கிறார்கள். அன்றாடத் தேவைக்கு இணையத்தைப் பயன்படுத்தக் கற்றுக் கொள்கிறார்கள். மின் வணிகம் இன்று முதலிடத்தைப் பிடித்து கோடிக்கணக்கான மக்கள் ஆன்லைன் மூலம் தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்களையும் சேவைகளையும் தேடிப்பெற உதவுகிறது. சுருங்கக் கூறின் மின் வணிகம்/மின்னணுவியல் வணிகம் என்பது இணையம் மூலம் பொருட்களையோ சேவைகளையோ வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்வதைக் குறிக்கிறது.

வியாபாரத்தில் எந்த முடிவும் எடுப்பதற்கு முன், நன்மைகளைக் கருத்தில் கொண்டு, ஒரு நிறுமம் ஈ வணிகத்தின் புதிய நுட்பங்களை அமுல்படுத்தி அதன் பயனை அடைய வேண்டும். எனவே முதல் படியாக நீங்கள் செய்ய விரும்பும் வியாபாரத்திற்கு மின் வணிக சிறப்பம்சம் தேவையா இல்லையா என்று முடிவு செய்ய வேண்டும்.

அடிப்படை	சாதாரண வியாபாரம்	மின்வணிகம்
(i) அமைப்பு	கடினம்	சுலபம்
(ii) நேரில் சந்தித்தல்	கட்டாயம் தேவை	தேவையில்லை
(iii) நிறுவுகைச் செலவு	அதிகம்	குறைவு
(iv) இயக்கச் செலவு	அதிகம். கொள்முதல் செலவு, சந்தையிடுகை செலவு பகிர்நாளிப்பு செலவு ஆகியவை.	குறைவு
(v) வியாபாரம் செய்திட நேரம் ஆகும்	அதிகம்	குறைவு. ஏனெனில் இணையம் மூலம் நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன.
(vi) ஒருவருக்கொருவர் தொடர்பு கொள்ளும் வாய்ப்பு	அதிகம்	குறைவு
(vii) வியாபாரச் சூழலின் நீளம்.	நீளமானது. ஏனெனில் பல்வேறு வியாபாரச் செயல்களுக்கிடையே சீரான உறவை ஏற்படுத்துகிறது.	குறுகிய காலம். ஏனெனில், ஒரே நேரத்தில் பல்வேறு வியாபார செயல்முறைகள் முடிந்து விடுகிறது.

பகுதி - I

வர்த்தகம் -
முன்னுரை

குறிப்புகள்

(viii) அரசு உதவி	குறைவு	அதிகம். ஏனெனில் தகவல் தொழில் நுட்பத்துறைக்கு அரசு முன்னுரிமை அளிக்கிறது.
(ix) உலக அளவில் சென்றடைதல்	குறைவு	அதிகம்

மின் வணிகம்/E-Commerce: மின் வணிகம் / எலக்ட்ரானிக் வணிகம் மின் வர்த்தகத்தின் துணைப் பிரிவாகும். இது கணிப்பொறி மூலம் பொருட்களையோ சேவையையோ வாங்குதல், விற்பனை செய்தல், பரிமாற்றிக் கொள்ளல் போன்ற செயல்களைச் செய்கிறது. கொடுக்கல், வாங்குதல் அல்லது விற்பனை நிபந்தனைகள் மின்னணு வழியாக நடைபெறுகின்றன.

மின்னணு வணிகம் மின்னியல் சாதனங்கள் மூலம் செய்திடும் பணம் கொடுக்கல், வாங்கல் என்று கூறலாம். இணையத்தின் மூலம் வணிகத்திற்கு கிடைத்த வெற்றியால் மின் வணிகத்தை உலகளாவிய வலை பின்னல் மூலம் (World Wide Web) ஆன்லைனில் சந்தையிடுதல் என்று கூறலாம். ஈ வணிகத்தை 4 பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை B2B, B2C, C2B, C2C ஆகியன.

2.8 மின்னணு வணிகத்தின் வகைகள்

மின்னணு வணிகத்தின் வகைகள் பின்வருமாறு:

B2B-வர்த்தகரிடமிருந்து வர்த்தகருக்கு (Business to Business) : வர்த்தக நிறுவனங்கள் பிற வர்த்தக நிறுவனங்களுடன் வியாபார தொடர்பு கொண்டுள்ளன-உற்பத்தி யாளர்கள் விநியோகிப்பாளர்களுடன்; மொத்த வியாபாரி சில்லறை வியாபாரியுடன்; இங்கு பொருட்களின் விலை, விற்பனை அளவின் அடிப்படையில் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. விலையை பேரம் பேசிக் கொள்ள முடியும்.

B2C வர்த்தகரிடமிருந்து நுகர்வோர் (Business to Consumer): வியாபார அமைப்புகள் பொதுமக்களுக்கு ஷாப்பிங் கார்ட் சாப்ட்வேர் (Shopping Cart Software)ஐ பயன்படுத்தி விலைப்பட்டியல் மூலம் விற்பனை செய்கின்றன. வாங்கும் அளவைப் பொறுத்து பொருளின் விலையிலும் நுகர்வோர்வரையும் அமைத்துக் கொள்கிறது.

மின் வணிகத்தின் வகைகள்

	வர்த்தகம்	வாடிக்கையாளர்
வர்த்தகர்	B2B	C2B
வாடிக்கை	B2C	C2C

C2B நுகர்வோரிடமிருந்து-வர்த்தகருக்கு (Consumer to Business): ஒரு நுகர்வோர் திட்டப்பட்டியலுடன் திட்டங்கம் தயாரித்து ஆன்லைன் வழியாக அனுப்பினால் சில மணி நேரத்தில் நுகர்வோரின் தேவைகள் மற்றும் ஏல விலை போன்றவை நிறுமங்களால் மதிப்பீடு செய்யப்படும். நுகர்வோர் ஏல விலையை மதிப்பீடு செய்து தனக்குத் தேவையான நிறுமங்களை தேர்ந்தெடுக்கலாம்.



குறிப்புகள்

உலகெங்குமுள்ள நுகர்வோர்களை ஓரிடத்தில் சந்திக்கும் தளத்தை அமைத்து செயல்பாடுகளை மேற்கொள்ள உதவுகிறது.

C2C நுகர்வோரிடமிருந்து-நுகர்வோருக்கு (Consumer to Consumer): பல அமைப்புகள் ஆன்லைன் மூலம் இலவச விளம்பரங்கள், ஏலம் போன்றவை அளித்து அவற்றின் மூலம் தனிநபர் பொருட்களை வாங்கி விற்க உதவி செய்து ஆன்லைன் மூலம் பணம் செலுத்த உதவுகின்றன. தற்போது மக்கள் எளிதாக பணத்தை அனுப்பவோ பெறவோ முடிகிறது. இதற்கு 1995 முதல் நுகர்வோர்களுக்கிடையே செயல்பாடுகளுக்கு மின்னியல் வழி ஏலம் (e bay's auction) ஓர் சிறந்த எடுத்துக்காட்டாகும்.

நிறுமங்கள் இணையதள வலைத்தளம் மூலமாக தனது பணியாளர்களுக்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை அளிக்க தனியான வலைத்தளம் (வணிகம்-பணியாளர்) செயல்படுகிறது.

பொருட்களை வாங்குவது முதல் வரி செலுத்துவது வரையிலும், வியாபார நிறுவனங்களைப் பதிவு செய்யவும், உரிமங்களைப் புதுப்பிக்கவும் அரசுடன் மேற்கொள்ளும் நடவடிக்கைகளில் ஈ வணிகத்தின் பிற வடிவமைப்புகள் பயன்படுகின்றன. அவற்றுள் சில வருமாறு :

G2G	(Government to Government)
G2E	(Government to Employee)
G2B	(Government to Business)
B2G	(Business to Government)
G2C	(Government to Citizen)
C2G	(Citizen to Government)

2.9 மின்வணிகத்தின் நன்மைகள்

வியாபார நடவடிக்கைகளை மின்னணு வாயிலாகச் செய்ய மிகப் பரந்த வாய்ப்பு உள்ளது என்பதை நீ அறிந்து கொண்டிருப்பாய். மின் வணிகம் மொத்த வியாபாரத்திற்கும் சில்லரை வியாபாரத்திற்கும் பொருந்தும். உலகின் பல்வேறு பகுதிகளில் உள்ள வியாபார நிலையங்களில், இருபத்து நான்கு மணி நேரமும், இணையம் வழியாக வாங்குதலும், விற்பனை செய்தலும் நடைபெறுகிறது. மின் வணிகத்தின் நன்மைகளை இங்கே காணலாம்.

(i) **பரந்த விருப்பத் தேர்வு:** நன்கு வளர்ச்சி பெற்றுள்ள கணிப்பொறி வலைதளம் மூலமாக இன்று நாட்டளவிலும் உலகளவிலும் பல வியாபார நிறுவனங்கள் செயல்படுகின்றன. எனவே நுகர்வோர் தனக்குத் தேவையான பொருட்களை, சேவைகளை பரவலாக தேர்வு செய்ய முடிகிறது. வியாபாரிகளுக்கும் அவர்களது பொருட்களுக்கும் அல்லது சேவைகளுக்கு மிக பரவலான சந்தை கிடைக்கிறது.

(ii) **நுகர்வோர் சேவை அதிகரித்தல்:** பொருட்களையும் சேவைகளையும் வழங்குபவர்கள் நுகர்வோருக்கு பொருட்களை அளிக்கும் முன்பும், அளித்த பின்னும் பல்வேறு சேவைகளை ஆற்ற முடிகிறது. பொருள்கள் பற்றிய தகவல்கள், பயன்படுத்தும் முறை, பொருட்களின் நன்மைகள், அவற்றின் தரம் போன்ற பல்வேறு நுகர்வோரின் கேள்விகளுக்கு சிறப்பாக பதில் அளிக்க முடிகிறது.

பகுதி - I

வர்த்தகம் -
முன்னுரை

குறிப்புகள்

- (iii) **நுகர்வோர் தேவைக்கு உடனடி பதில்:** சந்தையில் பொருட்களை வாங்கி விற்கும் நேரத்தை காட்டிலும் மின் வணிகம் மூலம் விற்பனை பரிவர்த்தனை குறைவான நேரத்தில் விரைவாக முடிகிறது. இதற்குக் காரணம் தயாரிப்பாளர்கள் வழங்கல் வழிமுறைகளை குறைத்து நேரிடையாகப் பொருட்களை நுகர்வோருக்கு வழங்குகிறார்கள்.
- (iv) **பண சேமிப்பு மற்றும் விலைக் குறைப்பு:** மின் வணிகம் மூலமாக செய்யும் வியாபார நடவடிக்கைகளில் பணத்தை சேமிக்க முடிகிறது. கடைகளில் பொருட்களை காட்சிக்கு வைக்க தேவையில்லை. அதே போல் அதிக அளவு பொருட்களை கிடங்குகளில் தேக்கி வைக்க வேண்டியதில்லை. வியாபாரத்தைச் செய்யத் தேவையான ஊழியர்களின் எண்ணிக்கையும் குறைவு. எனவே நிர்வாகச் செலவும் குறைகிறது. இதனால் வாடிக்கையாளர்களால் குறைந்த விலையில் பொருட்களைப் பெற முடிகிறது.
- (v) **சந்தை தகவல்:** இணையம் மூலமாக கிடைக்கும் சந்தைத் தகவல்கள் நுகர்வோரின் தேவையை வியாபார நிறுவனங்கள் அறிந்து கொண்டு, அதற்கேற்றவாறு பொருட்களையும், சேவைகளை உற்பத்தி செய்ய, உற்பத்தியாளர்களுக்கு உதவுகின்றன.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 2.2

சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

- (a) தாவரங்கள் வளர்ப்பில் ஈடுபட்டுள்ள தொழில் அமைப்பினை _____ என அழைக்கலாம்.
 (அ) கட்டுமானத் தொழில் (ஆ) தயாரிப்புத் தொழில்
 (இ) பிரித்தெடுக்கும் தொழில் (ஈ) மரபுத் தொழில்
- (b) கட்டிடங்கள், சாலைகள், பாலங்கள் போன்றவற்றை கட்டும் தொழில் அமைப்பு _____.
 (அ) கட்டுமானத் தொழில் (ஆ) தயாரிப்புத் தொழில்
 (இ) பிரித்தெடுக்கும் தொழில் (ஈ) மரபுத் தொழில்
- (c) மின் வணிகம் என்பது பொருட்களையையோ சேவையையோ வாங்கி விற்பது _____ மூலமாக வாங்கி விற்பதாகும்.
 (அ) மின்னணு (ஆ) நேரிடையாக
 (இ) அஞ்சல் அலுவலகம் (ஈ) தொலைக்காட்சி வழியாக
- (d) வியாபாரத்தில் உதவியாய் இருப்பது
 (அ) வங்கியியல் (ஆ) உற்பத்தி செய்தல்
 (இ) வாங்குதல் (ஈ) விற்பனை செய்தல்
- (e) மின் வணிகத்தின் சேராதது _____.
 (அ) A2A (ஆ) B2B
 (இ) B2C (ஈ) G2G



குறிப்புகள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ லாபம் ஈட்ட வேண்டும் என்ற நோக்குடன் செய்யும் யாதொரு செயலும் வர்த்தகம் எனப்படும். வர்த்தகத்தில் ஈடுபடும் நபர் வர்த்தகர் எனப்படுகிறார். வர்த்தகச் செயல்பாடுகள் இரண்டு வகைப்படும். அவை தொழில் மற்றும் வணிகம். பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் பணியில் ஈடுபடுவது தொழில். உற்பத்தியில் செய்த பொருட்களையையும் சரக்குகளையும் விநியோகம் செய்யும் பணியைச் செய்வது வணிகம்.
- ▶ வணிகம் (Commerce) என்பது மிகப் பரந்த எல்லையுடையது. இது வழக்கமாக வியாபாரம் மற்றும் அதனைச் சார்ந்த பிற துணைப் பணிகளைக் கொண்டது. வியாபாரம் என்பது பொருட்களை வாங்குவதும், விற்பதுமான பணியைக் குறிக்கிறது. வியாபாரத்திற்கு உதவி செய்ய போக்குவரத்து, பண்டக காப்பகம், காப்பீடு, வங்கியியல், விளம்பரம் போன்ற பிற உதவி செயல்பாடுகள் தேவை. இவையே வியாபாரத்தின் துணைப் பணிகள் எனப்படும்.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. வர்த்தகம் என்றால் என்ன? வர்த்தக நடவடிக்கைகளின் வகைகளை விவரி.
2. மின்வணிகத்தை வரையறு. அதன் நன்மைகளை விவரி.
3. தொழில் என்றால் என்ன? தொழிலின் வகைகளை விளக்குக.
4. மின்வணிகத்தின் வகைகளை விவரி.
5. நீ ஒரு வியாபாரியாக இருந்தால், உன் தினசரி வியாபார நடவடிக்கைகளுக்காக நீ பயன்படுத்தும் பல்வேறு வியாபார துணைப் பணிகள் யாவை? விவரி.



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 2.1

- I. (a) உற்பத்தி (b) பகிர்வு
(c) மொத்த வியாபாரி (d) போக்குவரத்து
- II. (a) டால்மியா எண்ணெய் ஆலை (b) ருசி எண்ணெய் டெப்போ
(c) பாலாஜி மளிகை (d) திருமதி. ப்ரீதி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 2.2

- (a) ஈ (b) அ (c) அ
(d) அ (e) அ

உங்களுக்கான செயல்பாடு

நீங்கள் வாழுமிடத்திற்கு அருகாமையில் நடைபெறும் ஐந்து வர்த்தகச் செயல்பாடுகளைக் கண்டறியவும். தொழில் என்ற தலைப்பின் கீழ் அவற்றை அடிப்படைத் தொழில், இரண்டாம் நிலைத் தொழில், கடைநிலைத் தொழில் என்ற வகையில் பிரித்துக் கூறவும்.

பகுதி - II

அதிக மதிப்பெண்கள்
15

கற்கும் காலம்
35 மணிகள்

வர்த்தக அமைப்பின் வகைகள்

வர்த்தக அமைப்புகள் அதன் அளவு, நிர்வாகத் தேவைகள் அடிப்படையில் வரையறையுள்ள நிர்வாக கட்டமைப்பைக் கொண்டுள்ளன. இக்கட்டகத்தைப் படித்தறிந்த பின்பு கற்பவர் வர்த்தக அமைப்புகளின் பல வகைகளான தனி ஆள் வர்த்தகம், கூட்டாண்மை நிறுவனங்கள், இந்துக் கூட்டுக் குடும்ப அமைப்புகள், கூட்டுறவு அமைப்புகள், கூட்டுப் பங்கு நிறுவனங்கள் போன்றவை குறித்து தெரிந்து கொள்ளலாம்.

3. தனியாள் வணிகம், கூட்டாண்மை மற்றும் இந்துக் கூட்டுக் குடும்பம்
4. கூட்டுறவு சங்கங்களும் கூட்டுப் பங்கு நிறுவனங்களும்.

3

தனியாள் வணிகம், கூட்டாண்மை மற்றும் இந்து கூட்டுக் குடும்பம்

பகுதி - II

வர்த்தக அமைப்பின் வகைகள்



குறிப்புகள்

நாம் சந்தைக்குச் சென்று நமது அன்றாடத் தேவைக்குரிய பொருட்களை வாங்குகிறோம். நாம் பல வகை கடைகளை அங்கு பார்க்கிறோம், அவற்றுள் சில சிறியவை, சில பெரியவை. சாலை ஓரங்களில் சிலர் காய்கறிகள், பருப்பு வகைகள், அரிசி, வேர்க்கடலை, செய்தித்தாள் போன்றவற்றை விற்பதையும் நாம் காண்கிறோம். நடைபாதையில் செருப்பு தைப்பவர் செருப்புகளை பழுது பார்ப்பதை நாம் பார்க்கிறோம். இதுபோன்ற கடைகளை உனது பகுதியிலும் நீ தினமும் பார்த்திருப்பாய். இத்தொழில்கள் எவ்வாறு நடைபெறுகின்றன? என்பதை அறிந்து கொள்ள முயற்சித்திருக்கிறாயா? இத்தொழில்களுக்கு யார் உரிமையாளர்? எந்த தொழிலாக இருந்தாலும், உரிமையாளர் என்ன செய்கிறார்? வியாபாரத்தை துவங்க உரிமையாளர் முதலீடு செய்கிறார் அவரே வியாபார முடிவுகளை எடுக்கிறார்; அவரே வியாபாரத்தின் அன்றாட வேலைகளை கவனிக்கிறார்; லாப நட்டங்களுக்கு பொறுப்பேற்கிறார் என்று நீ கூறலாம். ஆம். நீ கூறுவது சரியே. உரிமையாளர் மேற்கூறிய அனைத்தையும் செய்கிறார். இன்னும் சொல்வதானால், சில தொழில்களில் தனி ஒரு நபரே இந்த அனைத்து செயல்களையும் செய்கிறார். இதனை தனிநபர் வணிகம் என்று கூறலாம். இன்னும் சில வர்த்தகங்களில் நபர்கள் இணைந்து, குழுவாக செயல்பட்டு, லாப நட்டங்களை பகிர்ந்து கொள்கின்றனர். இவ்வகை தொழில்களை கூட்டாண்மை என்று கூறலாம். வேறு சில வகை தொழில்கள் இந்து கூட்டுக் குடும்ப உறுப்பினர்களால் நடத்தப்படுகிறது. இங்கு வம்சாவழி சொத்தில் உறுப்பினர்கள் பங்கேற்கிறார்கள். இது இந்து கூட்டு குடும்ப அமைப்பு எனப்படுகிறது.

இப்பாடத்தில் பல்வேறு வகையான வர்த்தக அமைப்புகளைப் பற்றி நாம் தெரிந்து கொள்ளலாம்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தை படித்தறிந்த பின்பு நீங்கள்

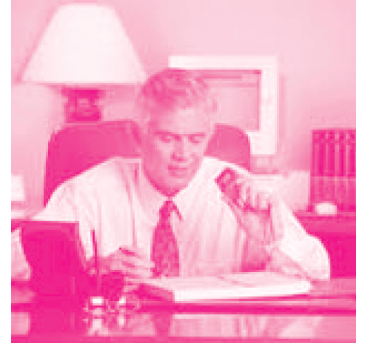
- ▶ தனி ஆள் வணிகத்தின் பொருளை விளக்கவும்,
- ▶ தனி ஆள் வணிகத்தின் பண்பு நலன்களைக் கூறவும்,
- ▶ தனி ஆள் வணிகத்தின் நன்மைகளை விளக்கவும்,
- ▶ கூட்டாண்மையின் பொருளைப் புரிந்து கொள்ளவும்,
- ▶ கூட்டாண்மையின் சிறப்புக் கூறுகளைக் கண்டறியவும்,



- ▶ கூட்டாண்மையின் நன்மைகளையும், குறைகளையும் கூறவும்,
- ▶ வரையறு கூட்டாண்மையைப் பற்றி விளக்கவும்,
- ▶ இந்து கூட்டுக் குடும்பத்தின் பொருள், சிறப்புக் கூறுகள், நன்மைகள், தீமைகள் போன்றவற்றை விளக்கவும் இயலும்.

3.1 தனியாள் வணிகம்: பொருள்

தனியாள் வணிகம் என்பது ஒரே ஒரு நபர் ஏற்று நடத்தும் வணிகம் ஆகும். தனிநபரால் உருவாக்கப்பட்டு, மேலாண்மை செய்து, கட்டுப்படுத்தும் ஓர் அமைப்பு தனியாள் வணிகம் எனப்படும். யார் தொழிலை உருவாக்கி, ஏற்று நடத்துகிறாரோ அவரே “தனியாள் வணிகர்” அல்லது “தனியாள் உரிமையாளர்” என்றழைக்கப்படுகிறார். லாபம் ஈட்ட வேண்டும் என்ற நோக்குடன் தனியாள் வணிகர், தொழிலை சிறப்பாக அமைத்து மேலாண்மை செய்து கட்டுப்படுத்துகிறார்.



படம் 3.1
தனியாள் வணிகம்

3.2 தனியாள் வணிக அமைப்பின் இயல்புகள்

- (i) **எளிதாக அமைத்தல்:** தனியாள் வணிகத்தை அமைப்பது மிகவும் எளிது. சட்டச் சிக்கல் ஏதுமின்றி தனியாள் வணிகத்தைத் துவங்குவது மிகவும் சுலபம்.
- (ii) **தனிநபர் உரிமை:** தனிநபரால் நடத்தக் கூடிய வியாபார அமைப்பு தனியாள் வணிக அமைப்பாகும். அவரே தொழிலில் உள்ள சொத்துக்களுக்கு உரிமையாளர், தொழிலில் ஏற்படும் இடர்களுக்கு அவரே பொறுப்பேற்க வேண்டும். அவருடைய இறப்பு அல்லது அவரது விருப்பம் தனியாள் வணிகத்தை ஒரு முடிவுக்கு கொண்டு வரும்.
- (iii) **இலாப நட்ட பகிர்வு இல்லை:** தனியாள் வணிகத்திலிருந்து கிடைக்கும் முழு லாபமும் தனியாள் வணிகரையே சாரும். அதே போல் நட்டம் ஏற்பட்டால் அதையும் அவரே முழுவதும் ஏற்க வேண்டும். வியாபாரத்தில் ஏற்படும் லாப நட்டத்தில் தனியாள் வணிகரை தவிர வேறு யாரும் பங்கேற்பதில்லை.
- (iv) **தனிநபர் மூலதனம்:** தனியாள் வணிகத்திற்குத் தேவையான மூலதனத் தொகை முழுவதையும் தனியாள் வணிகரே முதலீடு செய்கிறார். தன் சொந்த சேமிப்பிலிருந்தோ, நண்பர்கள், உறவினர்கள், வங்கிகள் அல்லது பிற நிதி நிறுவனங்களிடமோ கடன் பெற்றும் முதலீடு செய்கிறார்.
- (v) **தனிநபர் கட்டுப்பாடு:** உரிமையாளரே தனி ஆள் வணிகத் தொழிலை கட்டுப்படுத்துகிறார். தனியாள் வணிகரே தொழிலை நடத்தத் தேவையான முடிவுகளை எடுக்கிறார்.
- (vi) **வரையறாப் பொறுப்பு:** தனியாள் வணிகரின் பொறுப்பு வரையறாப் பொறுப்பு ஆகும். தொழிலில் நட்டம் ஏற்பட்டால் தொழிலில் உள்ள சொத்துகள் மட்டுமின்றி தன் சொந்த சொத்துக்களையும், தனியாள் வணிகர், கடனை அடைக்க இழக்க நேரிடும்.



குறிப்புகள்

3.3 தனியாள் வணிக அமைப்பின் நன்மைகள்

- (i) **தோற்றுவித்தலும் கலைத்தலும் எனிது:** தனியாள் வணிக அமைப்பைத் தோற்றுவிப்பது மிகவும் எனிது. குறைந்த மூலதனத்துடன் ஒருவர் இத்தொழிலை ஆரம்பிக்கலாம். சட்ட நியமங்கள் மிகவும் குறைவு. இதைக் கலைப்பதும் மிக எனிது. தனியாள் வணிகர் தான் விரும்பியபோது தன் வணிக அமைப்பை எவ்வித சட்ட சிக்கலும் இல்லாமல் தோற்றுவிக்கவும் கலைக்கவும் முடியும்.
- (ii) **நேரடி இயல்புக்கம் (Direct Motivation):** லாபம் ஈட்டுவது முழுவதும் தனி வணிகரையே சாரும். அதேபோல் நட்டம் முழுவதையும் அவரே ஏற்க வேண்டும். எனவே அவரது கடின உழைப்பிற்கும் பலனுக்கும் நேரடித் தொடர்பு உள்ளது. தனி வணிகர் கடினமாக உழைத்தால் அதிக லாபம் ஈட்ட முடியும். இது அவரை கடினமாக உழைக்கத் தூண்டுகிறது.
- (iii) **விரைவான முடிவு மற்றும் துரிதமான செயல்:** தனியாள் வணிகத்தில் முடிவெடுப்பது தனி வணிகர் ஒருவரே. வேறு யாரிடமும் அவர் கலந்து ஆலோசனை செய்வதில்லை. எனவே அவரால் விரைவாக முடிவெடுத்து துரிதமாக செயல்பட முடிகிறது.
- (iv) **சிறந்த கட்டுப்பாடு:** தனி வணிகத்தில் வியாபார நடவடிக்கைகள் யாவும் தனி வணிகரால் சிறப்பாக, முழுமையாக கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. அவரே திட்டம் தீட்டுபவர், அவரே ஆலோசகர். அவர் ஒவ்வொரு செயலையும் ஒருங்கிணைத்து கட்டுப்படுத்துகிறார். அவருடைய செயல்பாடுகளை வேறு யாருக்கும் தெரிவிக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை.
- (v) **வியாபார ரகசியம் காத்தல்:** தனி ஆள் வணிகத்தில், அதன் உரிமையாளர் தொழில் பற்றிய திட்டங்கள், மேலாண்மை, கட்டுப்பாடு முதலியவற்றை ரகசியமாகப் பாதுகாக்க முடியும். தனக்குத் தெரிந்த விபரங்களை யாரிடமும் அவர் தெரிவிக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை.
- (vi) **வாடிக்கையாளரிடம் நெருங்கிய உறவு:** தனியாள் வணிகர் தன் பணியாளர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களிடம் ஒரு நல்ல, நெருங்கிய உறவு கொள்கிறார். வாடிக்கையாளரின் விருப்பு, வெறுப்புகள், ரசனைகள் போன்றவற்றை நேரடித் தொடர்பின் மூலம் தனி வணிகர் அறிந்து கொள்கிறார். பணியாளர்களிடம் நெருங்கிய உறவு கொள்வதால் வியாபாரத்தை சுமுகமாக நடத்த முடிகிறது.
- (vii) **சுய வேலைவாய்ப்பு:** தனியாள் வணிக அமைப்பு மக்களுக்கு சுய வேலைவாய்ப்பை அளிக்கிறது. இது உரிமையாளருக்கு வேலை அளிப்பது மட்டுமின்றி மற்றவர்களுக்கும் வேலை வாய்ப்பை உருவாக்கித் தருகிறது. பல்வேறு கடைகளில் உரிமையாளருக்கு உதவியாக பொருட்களை வாடிக்கையாளருக்கு விற்பதில் பல ஊழியர்கள் உதவி செய்வதை நீ கவனித்திருப்பாய். எனவே தனியாள் வணிகம் வறுமையை குறைக்கவும், நாட்டில் வேலையில்லா திண்டாட்டத்தைப் போக்கவும் செய்கிறது.

தனியாள் வணிக அமைப்பின் குறைகள்:

மேற்கூறிய நன்மைகளால் தனியாள் வணிகமே மிகச்சிறந்த வர்த்தக அமைப்பாக விளங்குகிறது. ஆனால் எல்லா வகை அமைப்பிலும் சில குறைபாடுகள் காணப்படுகின்றன. அதில் தனியாள் வணிகமும் விதிவிலக்கல்ல.

பகுதி - II

வர்த்தக
அமைப்பின்
வகைகள்



குறிப்புகள்

தனியாள் வணிகம், கூட்டாண்மை மற்றும் இந்து கூட்டுக்குடும்பம்

- (i) **குறைவான முதல்:** தனியாள் வணிகத்தில் தொழிலுக்குத் தேவையான முதல் தொகை முழுவதையும் உரிமையாளரே அளிக்க வேண்டும். அதிக அளவு முதல் தொகையை ஒரு தனிநபர் அளிப்பது மிகக் கடினம். உரிமையாளரின் சொந்த நிதி மற்றும் கடன் தொகை போன்றவை சில நேரங்களில் வியாபார வளர்ச்சிக்கும் விரிவாக்கத்திற்கும் போதுமானதாக இராது.
- (ii) **நீடிக்கும் நிலை குறைவு:** தொழிலின் நிலைத்த தன்மை உரிமையாளரைப் பொருத்தே அமைகிறது. உரிமையாளரின் விருப்பமின்மை அல்லது அவரது இறப்பு ஒரு தொழிலை ஒரு முடிவுக்கு கொண்டு வருகிறது.
- (iii) **சிறு அளவுள்ளது:** தனி ஆள் வணிகத்தில் அளவுக்கு மேல் தொழிலை விரிவுபடுத்த முடியாது. குறிப்பிட்ட அளவுக்கு மேல் தொழில் வளர்ச்சி பெற்றால் தனி வணிகர் ஒருவரால் தொழிலை கண்காணித்து மேலாண்மை செய்வது இயலாது.
- (iv) **மேலாண்மைத் திறன் குறைவு:** மேலாண்மையின் அனைத்து பிரிவுகளிலும் ஒரு தனிநபர் சிறப்பு தேர்ச்சி பெற முடியாது. ஒரு தனிநபர் நிர்வாகம், திட்டமிடல் போன்ற துறைகளில் சிறப்புத் தன்மை பெற்றவராக இருக்கலாம். ஆனால் அவரால் சந்தையிடுதல் பணியினை சரிவர செய்ய இயலாமல் போகலாம்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 3.1

கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக:

- (a) வியாபார வளர்ச்சிக்குத் தேவையான _____ தனி வணிகரால் அளிக்க இயலாது போகலாம்.
- (b) தனி ஆள் வணிகத்தின் ஆயுட்காலம் _____ வாழ்வைப் பொருத்தே அமைகிறது.
- (c) உரிமையாளரின் குறைவான நிதி ஆதாரம் மற்றும் திறமை காரணமாக தனியாள் வியாபாரத்தில் சிறந்த _____ இராது.
- (d) இந்த வர்த்தகம் _____ திறன் தேவைப்படும் எளிமையான தொழிலுக்கு ஏற்றது.
- (e) தனியாள் வணிகம் வாடிக்கையாளரின் தேவைகளைச் சிறப்பாக பூர்த்தி செய்கிறது. இங்கு பொருளுக்கான சந்தையின் அளவு _____ மற்றும் _____ காணப் படுகிறது.

3.5 கூட்டாண்மை: பொருள்

தனியாள் வணிக அமைப்பில் சில குறைபாடுகள் காணப்படுகின்றன என்பதை நீ அறிவாய். இங்கு முதலீடு மற்றும் மேலாண்மைத் திறமை குறைவாகக் காணப்படுகிறது. ஒரு அளவுக்கு மேல் இத்தொழிலை விரிவுப்படுத்த முடியாது. இக்குறைபாடுகளைக் களைவதற்கு கூட்டாண்மைத் தொழில் உருவானது. கூட்டாண்மை என்றால் என்ன என்று நாம் முதலில் அறிந்து கொள்வோம்.



படம் 3.2
கூட்டாண்மை



உனது வசிப்பிடப் பகுதியில் நீ ஒரு உணவகம் அமைக்க விரும்புகிறாய் என வைத்துக்கொள். உனக்குப் பல பொருட்கள் தேவைப்படும். தொழிலை ஆரம்பிக்க தேவையான முதலீட்டை உன்னால் ஏற்பாடு செய்ய முடியாமல் போகலாம். தனியாகவும் தொழிலைச் செய்ய முடியாது என நீ எண்ணலாம். உன் நண்பர்களிடம் பேசி, உணவகத்தை ஆரம்பிக்க தேவையான முதல் தொகையை அனைவரும் அளிக்கும்படி கோரலாம். எனவே நீங்கள் அனைவரும் ஒன்றாக இணைந்து, உரிமையாளர்களாய் லாப நட்டங்களில் பங்கேற்கலாம். இதையே நாம் கூட்டாண்மை என்கிறோம்.

“இருவரோ அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்களோ இணைந்து ஒரு வர்த்தக அமைப்பைத் தொடங்கி தொழிலின் லாபத்தை பங்கிட்டுக் கொள்ள அவர்களுக்கிடையே உள்ள உறவு” கூட்டாண்மை எனப்படும். ஒவ்வொரு நபரையும் ஒட்டுமொத்தமாக “கூட்டாளி” என்றும் அனைவரையும் ஒட்டுமொத்தமாக “நிறுவனம்” (Firm) என்றும் கூறலாம். எந்தப் பெயரில் கூட்டாண்மை தொழில் நடத்தப்படுகிறதோ அப்பெயர் “நிறுவனப் பெயர்” என்று அழைக்கப்படுகிறது.

(எ.கா) கல்தான் சந்த்-கோ, ராம்லால்-கோ, குப்தா-கோ போன்றவை.

இந்திய கூட்டாண்மைச் சட்டம் 1932 பிரிவு 4 கூட்டாண்மைக்கு விதிகள் அளித்துள்ளது. “எல்லோருமோ அல்லது எல்லோர் சார்பாக அவர்களின் ஒருவரோ நடத்தும் தொழிலின் லாபத்தை பங்கிட்டுக் கொள்ள ஒப்புக் கொண்டவர்களிடையே நிலவும் உறவு” ஆகும் என்று இச்சட்டப்பிரிவு கூட்டாண்மை என்பதை வரையறை செய்கிறது.

3.6 கூட்டாண்மை வர்த்தக அமைப்பின் இயல்புகள்

நாம் கூட்டாண்மையின் வர்த்தக அமைப்பின் இயல்புகளைக் காணலாம்.

(i) **இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்கள்:** கூட்டாண்மை தொழிலைத் துவங்க குறைந்தது 2 நபர்கள் தேவை. ஆனால் அதிகபட்ச உறுப்பினர் எண்ணிக்கை வங்கித் தொழிலாயின் பத்தும், பிற தொழிலாயின் இருபதும் ஆகும்.

(ii) **ஒப்பந்தம்:** நீ மற்றவர்களுடன் இணைந்து ஒரு கூட்டாண்மை தொழிலை துவங்கும்போது முதலாவதாக உங்களுக்குள் ஓர் உடன்பாடு இருக்க வேண்டும்.

உடன்பாட்டின் உள்ளடக்கம்:

- ❖ ஒவ்வொரு கூட்டாளியும் இட்ட முதல் தொகை
- ❖ லாப நட்ட பகிர்வு விகிதம்
- ❖ கூட்டாளிக்கு வழங்க வேண்டிய ஊதியம் மற்றும் கழிவு
- ❖ கூட்டாண்மையின் கால அளவு
- ❖ கூட்டாண்மையின் பெயர், அனைத்து கூட்டாளிகளின் பெயர் மற்றும் முகவரி
- ❖ கூட்டாளிகளின் உரிமைகள், கடமைகள்
- ❖ தொழில் புரியும் இடம் மற்றும் தொழிலின் தன்மை
- ❖ வியாபாரத்தை நடத்தத் தேவையான இதர விவரங்கள்



- (iii) **சட்டத்திற்கு உட்பட்ட தொழில்:** கூட்டாண்மைத் தொழில் நாட்டின் சட்டத்திற்கு உட்பட்டதாக இருக்க வேண்டும். கள்ளக்கடத்தல் செய்தல், பதுக்கல் போன்றவை சட்டத்தின் பார்வையில் கூட்டாண்மை தொழில் அல்ல. அவை சட்டத்திற்கு புறம்பானதாகும்.
- (iv) **லாபத்தைப் பங்கிடுதல்:** கூட்டாண்மையின் முக்கிய நோக்கம் தொழிலில் ஏற்படும் லாப நட்டங்களை கூட்டாளிகள் ஒப்புக் கொண்ட விகிதப்படி பிரித்துக் கொள்வதே ஆகும். ஒப்பந்தம் ஏதும் இல்லையெனில் லாப நட்டங்களை கூட்டாளிகள் அனைவரும் சமமாகப் பங்கிட்டுக் கொள்ள வேண்டும்.
- (v) **வரையறாப் பொறுப்பு:** தனி ஆள் வணிகரைப் போலவே, கூட்டாளிகளின் பொறுப்பும் வரையறாப் பொறுப்பாகும். தொழிலில் ஏற்பட்ட கடனைத் தீர்க்க போதுமான சொத்துக்கள் இல்லையெனில் கூட்டாளிகள் தங்கள் சொந்த சொத்துகளிலிருந்து கூட்டாண்மையின் கடன்களை அடைக்க வேண்டும்.
- (vi) **விருப்பப் பதிவு:** நீ உனது கூட்டாண்மைத் தொழிலை பதிவு செய்வது என்பது கட்டாயமாக்கப்படவில்லை. ஆனால் உன் தொழிலை நீ பதிவு செய்யாவிடில் சில நன்மைகளை இழக்க நேரிடலாம். கூட்டாண்மையைப் பதிவு செய்யாமையின் பாதிப்புகளாவன:
- ❖ மூன்றாமவர் மீது எந்த உரிமையியல் நீதிமன்றத்திலும் பதிவு பெறாத நிறுவனம் தனக்குச் சேர வேண்டிய பாக்கிப் பணத்தை பெற எவ்வழக்கையும் தொடர முடியாது.
 - ❖ கூட்டாளிகளுக்கிடையே ஏதேனும் தகராறு ஏற்பட்டால், அதை தீர்க்க நீதிமன்றத்தை அணுக முடியாது.
 - ❖ மற்றவர்களிடமிருந்து பெற வேண்டிய தொகை அல்லது பிறர்க்கு கொடுக்க வேண்டிய தொகையினை சரி செய்வதற்கு நீதிமன்றத்தை அணுக முடியாது.
- (vii) **முதல்வர் முகவர் உறவு (Principal-Agent Relationship):** கூட்டாளிகள் அனைவரும் கூட்டு உரிமையாளர்கள். மேலாண்மையில் பங்கேற்க அனைவருக்கும் சம உரிமை உண்டு. தொழிலுக்காக செயல்படும் உரிமை அனைத்துக் கூட்டாளிகளுக்கும் உண்டு. ஒரு கூட்டாளி மற்றவர்களுடன் தொழில் நடவடிக்கைகளுக்காக ஈடுபடும்போது அந்த நபர் முகவராகிறார். பிற கூட்டாளிகள் அனைவரும் முதல்வராகிறார்கள். எனவே கூட்டாண்மையில் முதல்வர் முகவர் உறவு கடைப்பிடிக்கப்படுகிறது.
- (viii) **வியாபாரம் நீடிப்பு:** ஒரு கூட்டாளியின் இறப்பு, மனநிலை பாதிப்பு, நொடிப்பு நிலை போன்றவை கூட்டாண்மையை ஒரு முடிவுக்கு கொண்டு வரும். கூட்டாளிகளின் விருப்பம் முறிந்தால் கூட்டாண்மை கலைக்கப்படும். எந்த நேரத்திலும் கூட்டாளிகள் தங்கள் உறவை முறித்துக் கொள்ள முடிவெடுக்கலாம்.



குறிப்புகள்

3.7 கூட்டாண்மை தொழிலமைப்பின் நன்மைகள்

கூட்டாண்மை தொழிலின் நன்மைகள் கீழே தரப்பட்டுள்ளன.

- (i) **எளிதில் அமைத்தல்:** தனி ஆள் வணிகத்தைப் போலவே கூட்டாண்மையை சட்டச் சிக்கல் ஏதுமின்றி எளிதில் அமைக்கலாம். கூட்டாண்மையை பதிவு செய்ய வேண்டும் என்று கட்டாயம் இல்லை. கூட்டாண்மை நிறுவனத்தை துவங்க, ஒரு உடன்பாடு எழுத்து வடிவிலோ அல்லது பேச்சு அளவிலோ இருந்தால் போதுமானது.
- (ii) **அதிக நிதி ஆதாரங்கள்:** இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட கூட்டாளிகள் இணைந்து கூட்டாண்மையைத் துவங்குவதால் தனிநபர் வணிகத்தை விட அதிக அளவு முதல் திரட்ட முடிகிறது. தனி வணிகத்தைவிட கூட்டாளிகள் அதிக நிதி ஆதாரங்களை வழங்க முடிகிறது. வியாபாரத்திற்காக அதிக முதல், அதிக முயற்சி மற்றும் அதிக நேரம் அளிக்க கூட்டாளிகளால் முடிகிறது.
- (iii) **சமூக முடிவுகள்:** கூட்டாளிகள் அனைவரும் நிறுவனத்தின் உரிமையாளர்கள். மேலாண்மையில் பங்கேற்க அனைத்து கூட்டாளிகளுக்கும் உரிமை உண்டு. ஏதேனும் பிரச்சனைகள் ஏற்பட்டால் அனைவரும் கலந்து ஆலோசித்து பிரச்சனைகளுக்குத் தீர்வு காணலாம். அனைத்து கூட்டாளிகளும் முடிவு எடுக்கையில் கலந்து கொள்வதால் அவசரத்தில் தவறான முடிவுகள் எடுப்பது தவிர்க்கப்படுகிறது.
- (iv) **நட்டத்திலும் பங்கேற்பு:** வியாபார இடர்களை அனைத்துக் கூட்டாளிகளும் பகிர்ந்து கொள்கின்றனர். (எ.கா.) தொழிலில் மூன்று கூட்டாளிகள் உள்ளனர். தொழிலில் ரூ.12,000 நட்டம் ஏற்பட்டுள்ளது எனில் அனைத்து கூட்டாளிகளும் தலா ரூ.4,000 என நட்டத்தில் பங்கேற்க வேண்டும்.

3.8 கூட்டாண்மை தொழிலமைப்பின் குறைகள்

பல நன்மைகளை மேலே நாம் கண்டபோதிலும் கூட்டாண்மை நிறுவனத்தில் சில குறைகளும் உள்ளன. அவையாவன:

- (i) **வரையறாப் பொறுப்பு:** கூட்டாண்மையில் ஏற்படும் நட்டத்திற்கு கூட்டாளிகள் அனைவரும் கூட்டாகவும், தனித்தனியாகவும் பொறுப்பேற்கிறார்கள். கூட்டாளிகள் அனைவரும் பொறுப்புகளைப் பகிர்ந்து கொள்ளலாம். அல்லது ஒரு கூட்டாளி மட்டும் தனது சொந்த சொத்தில் இருந்து கூட்டாண்மைக் கடனைத் தீர்க்கும்படி கேட்டுக் கொள்ளலாம்.
- (ii) **உறுதியற்ற ஆயுள்:** கூட்டாண்மை நிறுவனத்திற்கு கூட்டாளிகளிடம் இருந்து தனித்து இயங்கும் தன்மை கிடையாது. கூட்டாளிகளின் இறப்பு, நொடிப்பு நிலை, திறமையின்மை, ஓய்வு போன்றவை கூட்டாண்மையை முடிவுக்கு கொண்டு வரும். கூட்டாண்மையைக் கலைக்கக்கோரி எந்த கூட்டாளியும் எந்த நேரத்திலும் அறிக்கை அனுப்பலாம்.
- (iii) **வரையறு முதல்:** கூட்டாண்மையில் அதிகபட்சம் 20 உறுப்பினர்கள் மட்டுமே இருப்பதால், அவர்கள் இடும் முதல் தொகையும் வரையறுக்கப் பட்டதாய் இருக்கும். மிகப்பெரிய அளவு வியாபாரத்தினை கூட்டாண்மை மூலம் செய்ய இயலாது.



- (iv) **உரிமை மாற்றத் தடை:** மற்ற கூட்டாளிகளின் இசைவின்றி ஒரு கூட்டாளி தனது உரிமையை வெளிநபருக்கு மாற்றிக் கொடுக்கக்கூடாது. இது கூட்டாண்மையிலிருந்து விலக விருப்பம் உள்ள அல்லது தனது பங்கினை மாற்றி/விற்க விரும்பும் கூட்டாளிகளுக்கு சிரமம் கொடுக்கிறது.

3.9 வரையறுத்த பொறுப்புக் கூட்டாண்மை (Limited Liability Partnership)

கூட்டாண்மையில் உள்ள உறுப்பினர்களுக்கு வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்புகளை (Limited Liability) அளித்து கூட்டாண்மையின் அமைப்பை உருவாக்குவதற்குரிய வாய்ப்பை அளித்து, தொழில்முறை நிபுணத்துவமும், தொழில் முனைவையும் ஏற்படுத்திக் கொடுத்து நெகிழ்வுத்தன்மையுள் புதுமைகளைப் புகுத்தும் திறன்மிகு நிர்வாகத்தை வழங்கும் கூட்டாண்மை வரையறுத்த பொறுப்பு மேலாண்மை எனப்படுகிறது.

- (1) இந்திய பொருளாதாரம் நன்கு வளர்ந்து வரும் சூழலில், இந்தியத் தொழில் முனைவோர்களின் தகுதியும் மற்றும் நமது தொழில்நுட்பமும், அறிவுத்திறமையும் உலகெங்கும் அங்கீகரிக்கப்படுகிறது. இந்நேரத்தில் தொழில் முனைவும், அறிவுத்திறன், மூலதனம் செய்தல் போன்ற மூன்றும் இணைந்து இந்திய பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு உதவிடும் வாய்ப்பு உள்ளது. எனவே தொழில் நிறுவனங்கள் வழக்கமான வரையறா தனி நபர் பொறுப்புள்ள மரபு வழி கூட்டாண்மைக்கு மாற்றாக சட்டப்படி இயங்கும் வரையறு பொறுப்பு கூட்டாண்மையை அமைத்திடுவதற்கான தேவை எழுந்துள்ளது. இதன் மூலம் தொழில் அறிவுத் திறமையும், தொழில் முனைவு முயற்சியும் இணைந்து, அமைக்கப்பட்டு நெகிழ்வுடனும், புதுமையாகவும், திறன்படவும் செயல்பட முடியும்.
- (2) வரையறு பொறுப்பு கூட்டாண்மை (LLP) அதன் உறுப்பினர்களுக்கு வரையறுத்த பொறுப்பு என்ற வாய்ப்பை அளிக்கும் ஒரு மாற்று தொழில் அமைப்பு ஆகும். ஆனால், பரஸ்பரம் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்ட ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் தங்கள் நிறுவன உள் அமைப்பை உருவாக்கிக் கொள்ளும் நெகிழ்வுத் தன்மையை உறுப்பினர்களுக்கு அளிக்கிறது. தொழில் முனைவோர்களும், தொழில் அறிவுத்திறன் கொண்டோரும், எத்தகைய சேவை வழங்கும் நிறுவனங்களும் அல்லது அறிவியல் தொழில்நுட்பத் துறையில் ஈடுபட்டோரும் தத்தம் தேவைகளுக்குப் பொருத்தமான வியாபார அமைப்புகளை உருவாக்கிட வரையறை பொறுப்பு கூட்டாண்மை (LLP) வழிகோலுகின்றது. இதன் அமைப்பிலும் நடைமுறையிலுள்ள நெகிழ்வுத் தன்மை காரணமாக இது சிறிய தொழில் முனைவோருக்கும் துணிகர முதலீடு (Venture Capital) அமைப்புகள் முதலீடு செய்வதற்கு ஏற்றதாகும்.
- (3) இதன் இன்றைய அவசியத்தை உணர்ந்த நடுவண் அரசு 2008 ஆண்டு வரையறை பொறுப்பு கூட்டாண்மைச் சட்டம் என்ற சட்டத்தை நிறைவேற்றியது. அதற்கு குடியரசுத் தலைவரின் ஒப்புதல் 2009 ஜனவரி திங்கள் ஏழாம் தேதி பெறப்பட்டுள்ளது.



2008 ஆம் ஆண்டு வரையறு பொறுப்பு கூட்டாண்மைச் சட்டத்தின் முக்கியமான அம்சங்களாவன.

- (i) வரையறு பொறுப்பு கூட்டாண்மை என்பது கூட்டாளிகளிடமிருந்து பிரிந்துள்ள அமைப்பாகவும், சட்ட அமைப்பாகவும் இருக்கும். லாப மீட்டும் வர்த்தகத்தை நடத்த இணையும் இரண்டுக்கு மேற்பட்ட நபர்கள் அந்நிறுவன ஆவணத்திற்கான கூட்டாளிகளாக தங்கள் பெயரை பதிவு செய்து வரையறு பொறுப்பு கூட்டாண்மையை பதிவு செய்து கொள்ளலாம். இந்த வரையறு பொறுப்புக் கூட்டாண்மைக்கு நீண்ட வாரிசு தொடர்நிலையும் இருக்கும்.
- (ii) வரையறு பொறுப்பு கூட்டாண்மை என்பது அதன் மொத்த சொத்துக்களையும் பொறுப்பாக்கும் சட்ட அமைப்பு ஆகும். கூட்டாளிகளின் பொறுப்பு அவர்கள் செய்து கொண்ட ஒப்பந்த பங்கை கட்டுப்படுத்தும். அது அசையும் சொத்து அல்லது அசையா சொத்து அல்லது அசையும் சொத்து முழுமையும் கட்டுப்படுத்தும். எந்தவொரு கூட்டாளியும் பிற கூட்டாளிகளின் தன்னிச்சையான அல்லது அதிகாரமில்லாத செயல்களுக்கும், தவறான நடத்தைக்கும் பொறுப்பாக மாட்டார். வரையறு பொறுப்பு கூட்டாண்மையின் பொறுப்புகளும், பணம் கொடுப்பவர்களை ஏமாற்றி மோசடி செய்யும் நோக்கத்தில் ஈடுபடும் கூட்டாளிகள் தான் முழு பொறுப்பை ஏற்க நேரிடும்.
- (iii) ஒவ்வொரு வரையறு பொறுப்பு கூட்டாண்மையில் குறைந்தபட்சம் இரண்டு கூட்டாளிகள் இருத்தல் வேண்டும். குறைந்தபட்சம் இருவர் பதவி வகிக்கும் கூட்டாளிகளாக இருத்தல் வேண்டும். அவற்றில் குறைந்தபட்சம் ஒருவர் இந்தியக் குடிமகனாக இருத்தல் வேண்டும். பதவி வகிக்கும் கூட்டாளிகளின் உரிமைகளும் பொறுப்புகளும் இச்சட்டத்தில் தெரிவிக்கப்பட்டுள்ளது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 3.2

கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

1. கூட்டாண்மையைப் பதிவு செய்தல் என்பது _____
(கட்டாயம்/கட்டாயமன்று)
2. கூட்டாண்மை நிறுவனம் _____
(நெகிழ்வு தன்மை/கடினத் தன்மை) கொண்ட வியாபார அமைப்பு.
3. கூட்டாண்மைத் தொழிலில் வியாபார இடர் அனைத்தும் கூட்டாளிகளால் _____
(பகிர்ந்து கொள்ளப்படுகிறது / பகிர்ந்து கொள்ளப்படுவதில்லை)
4. கூட்டாண்மை என்பது ஒரு _____ (குழு/தனிநபர்) முயற்சி.
5. LLP வரையறு கூட்டாண்மை சட்டம் உருவாக்கப்பட்ட ஆண்டு _____
(2008/2010)

பகுதி - II

வர்த்தக
அமைப்பின்
வகைகள்



குறிப்புகள்

3.10 இந்து கூட்டுக்குடும்பம் - பொருள்

இந்து கூட்டுக் குடும்ப உறுப்பினர்களால் அமைக்கப்பட்ட தொழில் இந்து கூட்டுக் குடும்ப வணிகம் ஆகும். இது பிரிக்கப்படாத இந்து குடும்பம் (Hindu Undivided Family) என்றழைக்கப்படுகிறது. இது இந்து சட்டத்தின்படி நடத்தப்படுகிறது. இவ்வகை தொழிலில் குடும்ப சொத்தில் வாரிசு உரிமை உள்ள நபர்களால் நடத்தப்படுகிறது. ஆண் வாரிசுகள் மட்டுமே வம்சாவழி சொத்தில் உரிமையுள்ளவர்கள். வம்சாவழி சொத்தில் பங்கேற்கும் உரிமை ஒவ்வொரு உறுப்பினருக்கும் அவருடைய தந்தை, தாத்தா போன்றவர்களிடமிருந்து வருகிறது. மூன்று தலைமுறையைச் சேர்ந்த நபர்கள் இச்சொத்தில் உரிமை உள்ளவர்கள். இந்து கூட்டுக் குடும்ப தொழிலை நடத்த ஆண் வாரிசுகளுக்கு மட்டுமே உரிமை உண்டு. அவர்கள் “இணை வாரிசுதாரர்கள்” (coparceners) என்று அழைக்கப்படுகிறார்கள். குடும்ப தலைமை உறுப்பினருக்கு “கர்த்தா” (Karta) என்று பெயர்.



படம் 3.3

இந்து கூட்டுக்குடும்பம்

3.11 இந்து கூட்டுக்குடும்ப அமைப்பின் இயல்புகள்

- (i) **பிறப்பின் மூலம் உறுப்புமை:** இக்குடும்பத்தில் பிறப்பதன் மூலம் ஆண் வாரிசுகள் மட்டும் இந்து கூட்டுக் குடும்ப தொழிலில் உறுப்பினராகிறார்கள். இங்கு உறுப்பினர்களுக்குள் எந்த ஒப்பந்தமும் ஏற்படுவதில்லை.
- (ii) **மேலாண்மை:** ‘கர்த்தா’ என்றழைக்கப்படும் குடும்ப தலைமை உறுப்பினரால் இந்த அமைப்பு மேலாண்மை செய்யப்படுகிறது.
- (iv) **பொறுப்பு:** குடும்ப தலைமை உறுப்பினர் பொறுப்பு வரையறாப் பொறுப்பாகும். தொழில் கடன்களை தீர்க்க தன் சொந்த சொத்துகளையும் அவர் இழக்க நேரிடும். மற்ற கூட்டு அவரது வாரிசுதாரர்களின் பொறுப்பு கூட்டுக் குடும்ப சொத்தில் உள்ள பங்கு அளவிற்கு வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது.
- (v) **அதிகபட்ச உறுப்பினர்கள் அளவு இல்லை:** இந்து கூட்டுக் குடும்ப தொழிலில் உறுப்பினர்களாக எத்தனை நபர் வேண்டுமானாலும் இருக்கலாம். ஆனால் மூன்று தலைமுறையைச் சேர்ந்தவர்கள் மட்டுமே உறுப்பினராகலாம்.
- (vi) **இளவர் உறுப்பினர்:** ஓர் ஆண் வாரிசு (Minor) அக்குடும்பத்தில் பிறந்த உடன் “கூட்டு வாரிசுதாரர்” ஆக மாறிவிடுகிறார். இளவர் உறுப்பினராக வதற்கு தடையில்லை.
- (vii) **இறப்பினால் பாதிக்கப்படுவதில்லை:** இந்து கூட்டுக் குடும்பத் தொழில் தொடர்ந்து செயல்படக் கூடியது. ‘கர்த்தா’ மற்றும் ‘கூட்டு வாரிசுதாரர்’களின் இறப்பு இதனை பாதிப்பதில்லை. கர்த்தா இறந்து விட்டால் அவருக்குப் பின் உள்ள மூத்த ஆண் உறுப்பினர் கர்த்தாவாகி விடுவார். அனைத்து உறுப்பினர்களும் இந்த கூட்டுக் குடும்ப தொழிலில் இருந்து விலக விரும்பி, உறுப்பினரின்மையை அறிவிப்பு செய்தால் அத்துடன் இந்த தொழில் கலைக்கப்படும்.



3.12 இந்து கூட்டுக்குடும்ப வியாபாரத்தின் நன்மைகள்

- (i) பொருளாதாரப் பாதுகாப்பு, உறுப்பினர்களுக்கு அந்தஸ்து: இந்து கூட்டுக் குடும்ப தொழில் அதன் உறுப்பினர்களுக்கு பாதுகாப்பை அளிக்கிறது. வம்சாவழி சொத்தில் அவர்களுக்கு நிதி உடைமை உள்ளது. சமுதாயத்தில் அவர்களுக்கு ஓர் அந்தஸ்தையும் இது வழங்குகிறது.
- (ii) நீடித்த தன்மை: இந்த தொழில் தொடர்ந்து செயல்படக் கூடியது. உறுப்பினர்கள் மற்றும் கர்த்தாவின் இறப்பு, மனநிலை பாதிப்பு போன்றவற்றால் இந்த அமைப்பு கலைக்கப்படுவதில்லை. “உறுப்பினர்கள் அனைவரும் சேர்ந்து இத்தொழிலை கலைக்க வேண்டும்” என்று எண்ணாதிருக்கும் வரை இது தொடர்ந்து செயல்படக்கூடியது.
- (iii) குடும்பப் பெருமை: குடும்ப உறுப்பினர்கள் கவனமாகவும், நேர்மையாகவும், மிகுந்த அர்ப்பணிப்புடன் பணிகளை விரும்பி செய்கிறார்கள். ஏனெனில் இந்த பணிகள் அனைத்தும் குடும்ப நற்பெயரைச் சார்ந்துள்ளது. இந்த அமைப்பு ஒரு பொருளாதார அமைப்பு மட்டுமின்றி இது ஒரு குடும்ப கௌரவம் சார்ந்த அமைப்பாகும்.

3.13 இந்து கூட்டுக்குடும்ப அமைப்பின் குறைபாடுகள்

- (i) வரையறாப் பொறுப்பு: கர்த்தா மட்டுமே குடும்ப கடன்கள் முழுவதற்கும் பொறுப்பேற்கிறார். வியாபாரக் கடன்களை தீர்க்க தொழிலில் உள்ள சொத்துகள் போதுமானதாக இல்லாவிடில் சொந்த சொத்துகளையும் இழக்க நேரிடும்.
- (ii) வரையறு முதல்: கர்த்தா முதல் தொகையை அதிகமாக திரட்ட இயலாது. அவருடைய சொந்த நிதி, தொழில் விரிவாக்கத்திற்கு போதுமானதாக இராது. இது வியாபார வளர்ச்சியைப் பாதிக்கும்.
- (iii) திறமையற்ற கர்த்தா: தலைமை உறுப்பினர் திறமையின்றி இருந்தால் அவர் எடுக்கும் வியாபார முடிவுகள் வியாபாரத்தைப் பாதிக்கும்.

இந்து கூட்டுக் குடும்ப வியாபார அமைப்பின் இயல்பான பொருளாதார விரிவாக்கத்திற்கு இது ஏற்ற அமைப்பாகும். பொருளாதார பாதுகாப்பையும், கௌரவத்தையும் தனது உறுப்பினர்களுக்கு அளிக்கிறது. இந்திய வர்த்தகத்தில் இது முக்கிய அங்கம் வகிக்கிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 3.3

I. கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக.

1. இ.கூ.கு (HUF) என்பதன் விரிவு _____.
2. _____ தலைமுறைகள் இணைந்து வம்சாவழி சொத்தில் பங்கேற்கின்றனர்.
3. இந்து கூட்டுக் குடும்ப உறுப்பினர்கள் _____ என அழைக்கப்படுகின்றனர்
4. இந்து கூட்டுக் குடும்ப தலைமை உறுப்பினர் _____ என்று அழைக்கப்படுகிறார்.
5. _____ வரையறாப் பொறுப்பு உண்டு.



II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுத்து எழுதுக.

1. ஹிமான்ஷி என்பவர் தனி வணிகத் தொழில் நடத்தி வந்தார். தொழிலில் நடடம் ஏற்பட்டதால் அதை கலைக்க முடிவு செய்தார். கலைக்கும் நாளன்று தொழிலில் உள்ள சொத்துகளின் மதிப்பு ரூ.5 லட்சம், பொறுப்புகளின் மதிப்பு ரூ.10 லட்சம் (கடனீந்தோர்). ஹிமான்ஷியின் சொந்த சொத்துகளின் மதிப்பு ரூ.6 லட்சம். வியாபாரத்தை கலைக்கும்போது கடனீந்தார் பெறும் தொகை எவ்வளவு என நீ நினைக்கிறாய்?
 - (அ) ரூ.5 லட்சம்
 - (ஆ) ரூ.10 லட்சம்
 - (இ) ரூ.7 லட்சம்
 - (ஈ) ரூ.11 லட்சம்
2. பின்வரும் குறைபாடுகளில் எது தனியாள் வணிகத்திற்கு தொடர்பில்லாதது?
 - (அ) வரையறு முதல்
 - (ஆ) தொடர்ச்சியின்மை
 - (இ) வரையறா அளவு
 - (ஈ) மேலாண்மை திறமையின்மை
3. கூட்டாண்மை நிறுவனங்களை ஒழுங்குபடுத்தும் இந்திய கூட்டாண்மை சட்டம் இயற்றப்பட்ட ஆண்டு?
 - (அ) 1932
 - (ஆ) 1956
 - (இ) 2008
 - (ஈ) 1912
4. இந்து கூட்டுக் குடும்பத்தின் இயல்புகளில் பின்வருவனவற்றுள் எது சேராது?
 - (அ) பிறப்பின் மூலம் உறுப்புமை
 - (ஆ) கர்த்தாவின் வரையறா பொறுப்பு
 - (இ) இறப்பினால் பாதிக்கப்படுவதில்லை
 - (ஈ) குடும்பத்தின் இளைய உறுப்பினர் கர்த்தா ஆவார்
5. இந்து கூட்டுக் குடும்ப உறுப்பினர்கள் ----- என அழைக்கப்படுகிறார்கள்.
 - (அ) கூட்டாளிகள்
 - (ஆ) உறுப்பினர்கள்
 - (இ) கூட்டு வாரிசுதாரர்கள்
 - (ஈ) உரிமையாளர்கள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ தனியாள் வணிகம் என்பது தனி ஒரு நபரால் உருவாக்கப்பட்டு, மேலாண்மை செய்யப்பட்டு, கட்டுப்படுத்தப்படும் ஒரு வியாபார அமைப்பாகும்.
- ▶ தனியாள் வணிக அமைப்பு ஒரே ஒரு உரிமையாளரைக் கொண்டது. அவரே தொழிலைக் கட்டுப்படுத்துகிறார். அவரின் பொறுப்பு வரையறாப் பொறுப்பு. லாபநட்டங்களை அவரே ஏற்றுக்கொண்டு, தொழிலுக்குத்



- தேவையான நிதியினை அவர் முதலீடு செய்கிறார். தனக்குத் தேவையான முதல் தொகையை உறவினர், நண்பர்கள், வங்கி, பிற நிதி நிறுவனங்களில் கடன் பெற்று முதலீடு செய்கிறார். சட்டச் சிக்கல் ஏதுமின்றி தொழிலைத் தொடங்குவதும் கலைப்பதும் எளிது.
- ▶ தனியாள் வணிகத்தை தோற்றுவிப்பதும், கலைப்பதும் எளிது. இந்த வியாபாரத்தில் முடிவெடுப்பது எளிது; சிறந்த கட்டுப்பாடு; ரகசியம் காக்கப்படுகிறது.
 - ▶ இருவரோ அல்லது அதற்கு மேற்பட்டோரோ நடத்தும் தொழிலின் லாபத்தை பகிர்ந்து கொள்ள ஒப்புக் கொண்டவர்கள் இடையே நிலவும் உறவு கூட்டாண்மை எனப்படும்.
 - ▶ வரையறு பொறுப்பு கூட்டாண்மை வரையறையுள்ள பொறுப்பை அளிக்கிறது. கூட்டாண்மையானது பரஸ்பரம் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்ட ஒப்பந்தத்தின் பேரில் நடப்பதால் அவர்களது உள் செயல்பாடுகளை அவர்கள் விருப்பப்படி அமைத்துக் கொள்ளும் நெகிழ்வுத் தன்மை கொண்டதாக உள்ளது.
 - ▶ கூட்டாண்மை தொழிலில் ஈடுபடும் நபர்கள் “கூட்டாளிகள்” என்றும் அனைவரையும் ஒட்டுமொத்தமாக “நிறுவனம்” என்றும் அழைக்கிறோம். எந்தப் பெயரில் தொழில் நடத்தப்படுகிறதோ அது “நிறுவனப் பெயர்” ஆகும்.
 - ▶ இந்த கூட்டுக் குடும்பம் என்பது இந்து மதத்தைச் சேர்ந்த கூட்டுக் குடும்ப உறுப்பினர்களால் உருவாக்கப்படும் வியாபார அமைப்பாகும்.
 - ▶ இந்து கூட்டுக் குடும்ப தொழிலை நடத்தும் உரிமை ஆண் வாரிசுகளுக்கு மட்டுமே உண்டு. அவர்கள் “கூட்டு வாரிசுதாரர்கள்” என்று அழைக்கப்படுகிறார்கள்.
 - ▶ குடும்பத் தலைமை உறுப்பினர் “கர்த்தா” எனப்படுகிறார்.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. தனியாள் வணிக அமைப்பை வரையறு.
2. தனியாள் வணிக அமைப்பு என்றால் என்ன?
3. தனியாள் வணிகம் நிலைத்த தன்மை உடையதா? உன் பதிலை நியாயப்படுத்து.
4. தனியாள் வணிக அமைப்பு வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குகிறது. எவ்வாறு என விவரி.
5. வங்கித் தொழில் மற்றும் பிற தொழில்களில் அதிகபட்ச உறுப்பினர்களின் (கூட்டாளிகள்) எண்ணிக்கை யாது?
6. கூட்டாண்மை - வரையறை தருக.
7. கூட்டாண்மை அமைப்பின் ஏதேனும் சிறப்பு கூறுகள் தருக.
8. இந்து கூட்டுக் குடும்பம் - வரையறு.
9. இந்து கூட்டுக் குடும்பத்தின் சிறப்பியல்புகள் யாவை?
10. வரையறை பொறுப்பு கூட்டாண்மையின் (LLP) சிறப்புக் கூறுகள் யாவை?



குறிப்புகள்



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 3.1

- | | |
|--------------------------------|-----------------|
| (i) முதல் | (ii) உரிமையாளர் |
| (iii) மேலாண்மை | (iv) மனித |
| (v) முதல் சிறிய உள்ளூர் அளவில் | |

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 3.2

- | | |
|---------------------------------|-----------------------|
| (i) கட்டாயமில்லை | (ii) நெகிழ்ச்சி தன்மை |
| (iii) பகிர்ந்து கொள்ளப்படுகிறது | (iv) குழு |
| (v) 2008 | |

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 3.3

- | | |
|---------------------------------------|--------------|
| I. (i) இந்து கூட்டுக் குடும்பம் | (ii) மூன்று |
| (iii) கூட்டு வாரிசுதாரர்கள் | (iv) கர்த்தா |
| (v) கர்த்தா | |
| II. (i) ஆ (ii) இ (iii) அ (iv) ஈ (v) இ | |

உங்களுக்கான செயல்பாடு

உங்கள் பகுதியில் காணப்படும் வர்த்தக அமைப்புகளைக் கண்டறியவும் அவை தனி ஆள் வணிகமா, கூட்டாண்மை வணிகமா அல்லது இந்து கூட்டுக் குடும்ப வணிகமா என தெரிந்து கொள்ளவும். அவைகளுக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடுகளைக் குறிப்பிடவும்.



கூட்டுறவு சங்கங்களும் கூட்டுப்பங்கு நிறுமங்களும்

பகுதி - II

வர்த்தக
அமைப்பின்
வகைகள்



குறிப்புகள்

சென்ற பாடத்தில் நாம் தனியாள் வணிகம், கூட்டாண்மை போன்ற வர்த்தக அமைப்புகளைப் பற்றி அறிந்து கொண்டோம். ஆனால் சில அமைப்புகள் லாபம் ஈட்டுவதை மட்டுமே முதன்மை நோக்கமாகக் கொண்டு செயல்படாமல் சேவை செய்வதையும் குறிக்கோளாகக் கொண்டுள்ளன. சந்தையில் நிலைத்த தன்மை பெற லாபம் ஈட்டுதல் அவசியமாக இருந்தபோதிலும், அவர்களின் முக்கிய குறிக்கோள் லாபம் ஈட்டி வளர்ச்சியடைய வேண்டும் என்பதல்ல. நாம் டாட்டா ஸ்டீல், ரிலையன்ஸ் இண்டஸ்ட்ரீஸ், கோல் இந்தியா (Coal India), ரிலையன்ஸ் பவர், DLF, ரான்பாக்சி (Ranbaxy) போன்ற அமைப்புகளைப் பற்றி கேள்விப்பட்டிருப்போம். இவற்றின் உரிமையாளர் யார்? அவர்கள் என்ன செய்கிறார்கள்? நிறுமத்தின் அளவு என்ன? இந்த நிறுமங்களின் நிதி நடவடிக்கைகளின் அளவு என்ன? போன்ற பல்வேறு வினாக்கள் நம் மனதில் உருவாகின்றன? அவற்றைப் பற்றி விரிவாக இங்கே காணலாம்.



நோக்கங்கள்

- ▶ கூட்டுறவு சங்கங்களின் பொருள் விளக்கம்.
- ▶ கூட்டுறவு சங்கங்களின் சிறப்புக் கூறுகள்.
- ▶ கூட்டுறவு சங்கங்களின் வகைகள்.
- ▶ கூட்டுறவு சங்கங்களின் நன்மைகள், குறைபாடுகள்.
- ▶ கூட்டுப் பங்கு நிறுமத்தின் வரைவிலக்கணம்.
- ▶ கூட்டுப் பங்கு நிறுமத்தின் சிறப்புக் கூறுகள்.
- ▶ கூட்டுப் பங்கு நிறும வகைகள்.
- ▶ கூட்டுப் பங்கு நிறுமத்தின் நன்மைகள், குறைபாடுகள்.
- ▶ பன்னாட்டு நிறுமங்கள் – பொருள் விளக்கம்.

4.1 கூட்டுறவு சங்கம் – பொருள்

தொழிற் புரட்சியினால் ஏற்பட்ட பொருளாதார, சமுதாய ஏற்றத் தாழ்வுகளின் விளைவாக உருவான அமைப்பே கூட்டுறவு சங்கங்களாகும். அமெரிக்கா, ஜப்பான் போன்ற முதலாளித்துவ நாடுகளிலும் சமதர்ம நாடுகளிலும் கூட்டுறவு சங்கங்கள் முக்கியத்துவம் பெற்று விளங்குகின்றன.



கூட்டுறவு என்ற சொல் கோ-ஆப்ரரி (Co-operari) என்றும் இலத்தீன் சொல்லில் இருந்து பிறந்தது. இதன் பொருள் இணைந்து பணியாற்றுதல் (work together) என்பதாகும். “யார் ஒருவர், பொதுவான பொருளாதார நோக்கத்திற்காக, மற்றவருடன் இணைந்து பணியாற்ற விரும்பி ஒரு சங்கத்தை உருவாக்குகிறாரோ” அந்த சங்கம் கூட்டுறவு சங்கம் என அழைக்கப்படுகிறது. உறுப்பினர்கள் தங்கள் பொருளாதார நலனைப் பெருக்கிக் கொள்வதற்காக தன்னிச்சையாக சேரும் சங்கம் இது. இதன் முக்கிய கோட்பாடு ‘தனக்குத் தானே உதவி மற்றும் பரஸ்பர உதவி என்பதாகும். ஈட்ட வேண்டும் என்ற நோக்கத்திற்காக மட்டும் யாரும் இந்த சங்கத்தில் சேர்வதில்லை. மக்கள் ஒரு குழுவாக இணைந்து, தங்களின் சொந்த வளங்களை இணைத்து, அவற்றை நல்வழியில் பயன்படுத்தி பொதுவான பலனைப் பெற முயல்கின்றனர்.



படம் 4.1
கூட்டுறவு சொசைட்டி

வரையறை:

கூட்டுறவு சங்கம் என்பது “உறுப்பினர்களின் பொருளாதார நலனைப் பெருக்கிக் கொள்வதற்காக, சமத்துவ அடிப்படையில் மக்கள் தாமாகவே ஒன்றுபடும் அமைப்பு” ஆகும்.

(உ.ம்) ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியில் உள்ள சில மாணவர்கள் ஒன்றாக இணைந்து பல்வேறு வகுப்புகளுக்குத் தேவையான புத்தகங்களை வழங்கும் பணியில் ஈடுபட்டு ஒரு சங்கத்தை அமைக்கின்றனர் என வைத்துக் கொள்வோம். அவர்கள் புத்தக பதிப்பாளர்களிடம் நேரிடையாகச் சென்று, புத்தகங்களை வாங்கி, மாணவர்களுக்கு குறைந்த விலையில் விற்கலாம். ஏனெனில் அவர்கள் பதிப்பாளரிடம் நேரிடையாகப் புத்தகங்களை வாங்குவதால் இடைநிலையருக்கு கிடைக்கும் லாபம் தவிர்க்கப்படுகிறது. ஒரு நுகர்வோர் தனியாக பதிப்பாளரிடம் சென்று குறைந்த விலையில் புத்தகத்தை வாங்க முடியும் என்று நீ நினைக்கிறாயா? இல்லை. இது பலரின் ஒருங்கிணைந்த முயற்சியால் மட்டுமே முடியும்.

4.2 கூட்டுறவு சங்கங்களின் சிறப்பு இயல்புகள்

கூட்டுறவு சங்கங்கள் மற்ற வியாபார அமைப்புகளில் இருந்து வேறுபட்டது. நாம் இங்கே இதன் சிறப்பம்சங்களைக் காணலாம்.

1. **தன்னிச்சையான சங்கம்:** பல நபர்கள் தாமாக முன்வந்து சேரும் சங்கமே கூட்டுறவு சங்கமாகும். ஒரு நபர் எப்போது வேண்டுமானாலும் இச்சங்கத்தில் சேரலாம். அதுபோலவே விரும்பும்போது அவர் இதிலிருந்து விலகிக் கொள்ளலாம்.
2. **அனைவரும் உறுப்பினராகலாம்:** பொதுவான பொருளாதார நோக்கமுள்ள எவரும் இந்த அமைப்பில் உறுப்பினராக சேரலாம். சாதி, சமயம், பாலினம், மதம் பாகுபாடுகள் ஏதுமின்றி எவரும் உறுப்பினராகலாம்.



3. **தனியான சட்ட அமைப்பு:** ஒவ்வொரு கூட்டுறவு சங்கமும் கூட்டுறவு சங்க சட்டம் 1912-ன் படியே அல்லது மாநில அரசின் சங்க விதிகளின் படியே கட்டாயம் பதிவு செய்ய வேண்டும். அவ்வாறு பதிவு செய்தவுடன் இது தனி சட்ட அமைப்பாக (Separate legal entity) தனித்து செயல்படுகிறது.
4. **நிதி ஆதாரம்:** கூட்டுறவு சங்கத்தின் முதல் பங்குகளாகப் பிரிக்கப்பட்டு உறுப்பினர்களிடமிருந்து திரட்டப்படுகிறது. இருப்பினும், இது பதிவு செய்த பின், கடன் மற்றும் மானியங்களை அரசிடமிருந்து எளிதில் பெறுகிறது.
5. **சேவை நோக்கம்:** கூட்டுறவு அமைப்பின் முதன்மை நோக்கம் சேவை புரிவது; இருப்பினும் இதன் இரண்டாம் நோக்கம் சரியான நியாயமான லாபம் ஈட்டுதலாகும்.
6. **ஓட்டுரிமை:** ஒரு உறுப்பினர் மூலதனத் தொகையாக எவ்வளவு பங்குகள் வாங்கி இருந்தாலும் அவருக்கு ஒரு வாக்கு மட்டுமே உண்டு. (ஒருவருக்கு ஒரு வாக்கு)

4.3 கூட்டுறவு சங்கங்களின் வகைகள்

கூட்டுறவு சங்கங்கள் சேவை செய்யும் அடிப்படையில் பிரிக்கப்படுகின்றன. அவற்றைக் கீழே காணலாம்.

1. **நுகர்வோர் கூட்டுறவு சங்கங்கள்:** நுகர்வோர் பயன்படுத்தும் பொருட்களை நியாயமான விலையில் வழங்குவதற்காகவும் நுகர்வோரின் நலனைப் பாதுகாப்பதற்காகவும் ஏற்படுத்தப்பட்ட சங்கங்கள் நுகர்வோர் கூட்டுறவு சங்கங்களாகும். இந்த சங்கங்கள் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நேரிடையாக சரக்குகளை வாங்குவதால் இடைநிலையர்கள் தவிர்க்கப்படுகின்றனர். (எ.கா.) கேந்திரிய பந்தர் (Kendriya Bhandar), அபனா பஜார் (Apana Bazar), மற்றும் சூப்பர் பஜார் (Super Bazar) போன்றவை.
2. **உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவு சங்கங்கள்:** சிறு உற்பத்தியாளர்களின் நலனைப் பாதுகாப்பதற்காக இவ்வகை சங்கங்கள் ஏற்படுத்தப்பட்டு, அவர்களுடைய உற்பத்திக்குத் தேவையான மூலப்பொருட்கள், கருவிகள், இயந்திரங்கள், அறைகலன்கள் போன்றவைகளை அளிக்க இந்த சங்கங்கள் உதவுகின்றன. (எ.கா.) கோ ஆப்டெக்ஸ் போன்ற கைத்தறி உற்பத்தியாளர் சங்கம், பயனிகா (Bayanika), ஹரியானா (Hariyana Handloom) கைத்தறி போன்றவை.
3. **கூட்டுறவு விற்பனை சங்கம்:** சந்தையில் தனியே தனது பொருட்களை விற்பனை செய்ய இயலாத சிறு உற்பத்தியாளர்களுக்காக ஏற்படுத்தப்பட்ட சங்கமே கூட்டுறவு விற்பனை சங்கமாகும். உறுப்பினர்கள் தயாரித்த பொருட்களை சந்தையில் நல்ல விலைக்கு விற்பனை செய்யும் பொறுப்பினை இந்த சங்கம் ஏற்றுக் கொள்கிறது. (எ.கா.) அமுல் (AMUL) பால் பொருட்களை விற்பனை செய்யும் குஜராத் கூட்டுறவு பால் சந்தையிடுதல் சங்கம் (Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation)
4. **சிக்கன மற்றும் கடன் கூட்டுறவு சங்கங்கள்:** இந்த சங்கங்கள் உறுப்பினர்களுக்கு நிதி உதவி அளிப்பதற்காக உருவானவை. உறுப்பினர்களிடமிருந்து வைப்புகளை (deposits) பெற்று, அவர்களுக்கு தேவைப்படும்போது நியாயமான வட்டிக்கு கடன் வழங்குகிறது கிராம கூட்டுறவு சேவை சங்கம், நகர கூட்டுறவு சேவை வங்கி போன்றவை இதற்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.



5. கூட்டுறவு குழு வீட்டுவசதி சங்கம்: உறுப்பினர்களுக்கு வீடுகளை அளிக்க இந்த சங்கங்கள் ஏற்படுத்தப்பட்டன. இவை நிலத்தை வாங்கி அதில் வீடுகளை அல்லது அடுக்கமாடி கட்டிடங்களை கட்டி உறுப்பினர்களுக்கு அவற்றை அளிக்கிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 4.1

கோடிட்ட இடங்களை நிரப்புக

1. கூட்டுறவு சங்கம் என்பது தங்கள் _____ நலனைப் பெருக்கிக் கொள்ள மக்கள் _____ ஒன்றுபடும் அமைப்பாகும்.
2. கூட்டுறவு சங்கத்தின் முக்கிய குறிக்கோள் உறுப்பினர்களுக்கு _____ செய்வதாகும்.
3. கூட்டுறவு சங்கம் தனது உறுப்பினர்களிடமிருந்து வேறுபட்டு தனி _____ செயல்படுகிறது.
4. கூட்டுறவு சங்கத்தின் கோட்பாடு 'தனக்குத்தானே உதவி' மற்றும் _____.
5. நுகர்வோர் கூட்டுறவு சங்கத்தில் பொருட்களை விநியோகிப்பதில் _____ தவிர்க்கப்படுகின்றனர்.
6. அப்னா பஜார் மற்றும் கேந்திரிய பந்தர் போன்றவை _____ கூட்டுறவு சங்கத்திற்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

4.4 கூட்டுறவு சங்கத்தின் நன்மைகள்

பின்வருவன கூட்டுறவு சங்கத்தின் நன்மைகளாகும்

1. **தானாக முன் வந்து சேரும் சங்கம்:** முதலாளித்துவம் மற்றும் சமதர்ம சமுதாயம் ஆகிய இரண்டு பொருளாதார அமைப்புகளிலும் வளரக் கூடிய தன்னிச்சையாக உருவான அமைப்பே இந்த கூட்டுறவு சங்கமாகும்.
2. **மக்களாட்சி கட்டுப்பாடு:** கூட்டுறவு சங்கம் மக்களாட்சி முறையில் மேலாண்மை செய்து கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. இச்சங்கம் "ஒரு நபர் ஒரு வாக்கு" என்ற கோட்பாட்டின் அடிப்படையில் அமைந்தது.
3. **உறுப்பினராவதற்கு தடையில்லா வாய்ப்பு:** பொதுநலன் விரும்பும் எவரும் இந்த சங்கத்தில் உறுப்பினராகலாம். தகுதி உள்ள நபர் எப்போது வேண்டுமானாலும் சங்கத்தில் சேரலாம். அதே போல் விரும்பியபோது விலகலாம்.
4. **இடைநிலையரின் லாபம் தவிர்க்கப்படுதல்:** உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து பொருட்கள் நேரிடையாக வாங்கப்படுவதால் இடைநிலையர்களைச் சேரும் லாபம் தவிர்க்கப்படுகிறது.
5. **வரையறு பொறுப்பு:** கூட்டுறவு சங்கத்தில் உறுப்பினர்களின் பொறுப்பு அவர்கள் அளித்த முதல் தொகை அளவு மட்டுமே. தனி ஆள் வணிகம் கூட்டாண்மை போன்று இல்லாமல், சங்கத்தின் நடத்திற்கு உறுப்பினர்களின் சொந்த சொத்துக்கள் பாதிக்கப்படுவதில்லை.
6. **நீடித்த ஆயுள்:** கூட்டுறவு சங்கம் நிலைத்த தன்மை உடையது; பல காலம் நிலையாக இயங்கக் கூடியது; உறுப்பினர்களின் மரணம், நொடிப்பு நிலை (insolvency) பித்துநிலை (lunacy) போன்றவற்றால் இந்த சங்கம் பாதிக்கப்படுவதில்லை.



குறிப்புகள்

4.5 கூட்டுறவு சங்கத்தின் குறைபாடுகள்

பல நன்மைகள் இருப்பினும் கூட்டுறவு சங்கம் பல குறைபாடுகளையும் கொண்டுள்ளது. அவையாவன:

1. **தக்க தூண்டுகோல் இல்லை:** இச்சங்கம் லாப நோக்கமின்றி செயல்படுவதால் உறுப்பினர்கள், பணிகளை முழு ஈடுபாட்டுடனும் செய்வதில்லை.
2. **வரையறு முதல்:** கூட்டுறவு சங்கங்கள் தன் உறுப்பினர்களிடமிருந்து பெறும் முதல் தொகை குறைவானது. ஏனெனில் குறைந்த வளங்கள் உள்ள குறிப்பிட்ட சமூக பிரிவினரால் இது உருவாக்கப்பட்டுள்ளது.
3. **மேலாண்மை சிக்கல்கள்:** கூட்டுறவு சங்கத்தின் மேலாண்மை போட்டியின்றி திறமையின்றி காணப்படுகிறது. ஏனெனில் பணியார்களுக்கு குறைந்த ஊதியமே அளிக்கப்படுகிறது.
4. **பணி ஈடுபாடு இன்மை:** கூட்டுறவு சங்கத்தின் வெற்றி, உறுப்பினர்களின் நேர்மையைப் பொறுத்தே அமைகிறது. இதை அவர்களிடம் திணிக்கவோ உறுதியாகப் பெறவோ முடிவதில்லை.
5. **ஒற்றுமை இன்மை:** பரஸ்பரம் ஒற்றுமையுடன் உறுப்பினர்கள் இருக்க வேண்டும் என்ற நோக்கத்திற்காக உருவானது தான் கூட்டுறவு சங்கம். ஆனால் உறுப்பினர்களிடையே ஏற்படும் மாற்றுக் கருத்துகள், வேறுபாடுகள், தன்னலம் காரணமாக பிளவுகள் உருவாகின்றன.

சுயநல மனப்பான்மை கொண்ட உறுப்பினர்கள் சில நேரங்களில் இச்சங்கத்தை ஒரு முடிவுக்கு கொண்டு வந்து விடுகிறார்கள்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 4.2

கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா? தவறா? என்று கூறவும்.

1. தகுதியுள்ள எந்த நபரும் கூட்டுறவு சங்கத்தில் எந்த நேரத்திலும் உறுப்பினராகலாம்.
2. உறுப்பினர்களின் பொறுப்பு வரையறு பொறுப்பாகும்.
3. இது உறுப்பினர்களிடமிருந்து தனித்து செயல்படுவதால் நீண்ட காலம் நிலைத்து செயல்படுகிறது.
4. இச்சங்கம் ஒரே ஒரு நபரால் மேலாண்மை செய்யப்படுகிறது.
5. கூட்டுறவு சங்கங்கள் லாபம் ஈட்டுவதை விட சேவை செய்வதற்காகவே உருவாக்கப்பட்டவை.
6. திறமையான மேலாளர்கள் கூட்டுறவு சங்கத்தில் பணியாற்ற விரும்புவதில்லை. அதற்குக் காரணம் அவர்களுக்குப் போதிய ஊதியம் அளிக்கப்படுவதில்லை.
7. கூட்டுறவு சங்கத்தின் வெற்றி அதன் உறுப்பினர்களின் நேர்மையைப் பொருத்தே அமைகிறது. அதை அவர்களிடம் திணிக்க இயலாது.

4.6 கூட்டுப்பங்கு நிறுவனம் - பொருள்

இந்தியாவில் உள்ள நிறுவனங்கள் 'இந்திய நிறுவனச் சட்டம்' 1956-ன் படி ஒழுங்குபடுத்தப்படுகிறது. இந்த சட்டத்தின்படி, நிறுவனம் என்பது "இச்சட்ட விதிமுறைகளின் படி, உருவாக்கப்பட்டு பதிவு செய்யப்பட்ட அமைப்பு" ஆகும்.



படம் 4.2 கூட்டுப்பங்கு நிறுவனம்

நிறுவனம் என்பது சட்டத்தால் உருவாக்கப்பட்ட தனியான சட்டப் பாதுகாப்புள்ள செயற்கை நபர். வழிவழியாக தொடரக்கூடிய நீண்ட ஆயுட்காலம் கொண்டது; பொது முத்திரை கொண்டு செயல்படுவது. நிறுவனத்தின் முதல் பல அலகுகளாகப் பிரிக்கப்பட்டிருக்கும். அதற்கு பங்கு என்று பெயர். எவரொருவர் நிறுவனத்தின் பங்குகளை வைத்திருக்கிறாரோ அவரே பங்குநர் என அழைக்கப்படுகிறார்.

4.7 நிறுவனத்தின் இயல்புகள்

1. **செயற்கையான சட்டப்பூர்வமான நபர்:** நிறுவனம் சட்டம் உருவாக்கிய நபர்; சட்டம் வகுத்துள்ள விதிகளின்படி இது ஏற்படுத்தப்படுகிறது. ஒரு மனிதனைப் போலவே, ஒரு நிறுவனமும் பிறந்து, வளர்ந்து உறவுகளை ஏற்படுத்திக் கொண்டு மடிந்து விடுகிறது. ஆனால் இது ஒரு செயற்கையான நபர்; இதன் பிறப்பு, உருவாக்கம், இறப்பு இவை அனைத்தும் சட்டத்தால் ஒழுங்குபடுத்தப்படுகிறது.
2. **தனியான சட்ட அமைப்பு:** தன் உறுப்பினர்களிடமிருந்து வேறுபட்டு, தன்னிச்சையாக செயல்படும் தனிநபர் தன்மையை நிறுவனம் பெற்றுள்ளது. சொத்துக்களை அதன் பெயரிலேயே வாங்கவும் விற்கவும் உரிமை பெற்றுள்ளது; வியாபார, தொழில் ஒப்பந்தங்களில் ஈடுபட முடிகிறது. அதன் பெயரிலேயே வழக்கு தொடுக்கவும், வழக்கு தொடுக்கப்படவும் முடியும்.
3. **நீடித்த ஆயுள்:** உறுப்பினர்கள் மற்றும் இயக்குனர்களின் இறப்பு, நொடிப்பு நிலை (insolvency), பித்துநிலை (lunacy) போன்றவற்றால் நிறுவன வாழ்வு பாதிக்கப்படுவதில்லை. இது நீடித்த ஆயுள் உடையது.
4. **வரையறு பொறுப்பு:** உறுப்பினர்களின் பொறுப்பு வரையறுக்கப்பட்டது; உறுப்பினர் ஒப்புறுதி (guarantee) அளித்த அளவு மட்டுமே பொறுப்பேற்கிறார்கள்.
5. **பொது முத்திரை:** நிறுவனம் ஒரு செயற்கை நபராக அங்கீகரித்திருப்பினும் இதனால் ஒப்பந்தங்களில் கையொப்பம் இட முடியாது. எனவே இது பொது முத்திரையைப் பயன்படுத்துகிறது.



6. பங்குகளின் மாற்றியல்பு: பொது நிறுமத்தைப் பொறுத்தவரை பங்குகளை எளிதில் மாற்றிக் கொள்ளலாம். பங்கு மாற்றங்கள் மூலம் பங்குகளை யார் வேண்டுமாயினும் வாங்கலாம், விற்கலாம்.

7. உரிமையும் மேலாண்மையும் பிரிக்கப்படல்: ஒரு பொது நிறுமம் அளவில்லா உறுப்பினர்களை பெற்றுள்ளதால் அனைவரும் மேலாண்மையில் பங்குபெற முடியாது. எனவே நிறுமத்தின் மேலாண்மையானது பங்குநர்களால் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட இயக்குனர் குழுவிடம் (Board of Directors) ஒப்படைக்கப்பட்டுள்ளது. எனவே நிறுமத்தின் உரிமையானது அதன் நிர்வாகத்திடம் இருந்து பிரிந்து காணப்படுகிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 4.3

கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா? தவறா? எனக் கூறுக.

1. கூட்டுப் பங்கு நிறுமத்தை தோற்றுவிக்க சட்ட சடங்குகள் அதிகம்.
2. பொது நிறுமத்தின் பங்குகளை எளிதில் மாற்றலாம்.
3. கூட்டுப்பங்கு நிறுமத்தில் உறுப்பினர்களின் பொறுப்பு வரையறாப் பொறுப்பாகும்.
4. ஒரு கூட்டுப்பங்கு நிறுமம் தன் பெயரில் சொத்துக்களை வாங்க முடியாது.

4.8 நிறுமங்களின் வகைகள்

உரிமையின் அடிப்படையில் நிறுமங்கள் நான்கு வகையாகப் பிரிக்கப்படுகின்றன. தனி வரையறு நிறுமம் (Private Limited Company), பொது வரையறு நிறுமம் (Public Limited Company), அரசு நிறுமம் மற்றும் பன்னாட்டு நிறுமங்கள்.

தனி வரையறு நிறுமம்

ஒரு தனி வரையறு நிறுமத்தின் செலுத்தப்பட்ட மூலதனமானது ரூ.1 லட்சத்திற்கு குறைவில்லாமலும், அதற்கு மேற்பட்டு இருக்கலாம் என இந்திய நிறுமச் சட்டம் 1956 கூறுகிறது. செயல்முறை விதிகளின் படி இது கீழ்க்கண்ட சிறப்புகளைப் பெற்றுள்ளது.

- (a) உறுப்பினர்கள் அவர்களுடைய பங்குகளை மாற்றுவதை தடை செய்துள்ளது.
- (b) இதன் அதிகபட்ச உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கை ஐம்பது பேர் மட்டுமே இருக்க வேண்டும். குறைந்த அளவு உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கை 2 பேர்.
- (c) பொதுமக்களிடம் பங்குகளை வாங்கும்படி தகவலறிக்கை வெளியிடுவது தடை செய்யப்பட்டுள்ளது.
- (d) உறுப்பினர்கள், இயக்குனர்கள் மற்றும் அவர்களின் உறவினர்கள் தவிர மற்ற நபர்களிடம் வைப்புத் தொகை பெறுவது தடை செய்யப்பட்டுள்ளது.



பொது வரையறு நிறுவனம்

இந்திய நிறுவனச் சட்டம் 1956-ன்படி “தனி நிறுவனம் அல்லாத ஒரு நிறுவனம்” பொது நிறுவனம் எனப்படும். இது பின்வரும் சிறப்பம்சங்களைப் பெற்றுள்ளது.

- அதன் பங்குகளை எளிதில் மாற்றலாம்.
- குறைந்த அளவு மூலதனம் ரூ.5 லட்சம் அல்லது அதற்கு மேல் இருக்கலாம்.
- உறுப்பினர்களின் பொறுப்பு வரையறு பொறுப்பாகும்.
- குறைந்த அளவு உறுப்பினரின் எண்ணிக்கை 7. அதிகபட்சம் எவ்வளவு பங்குகளை நிறுவனம் வெளியிடுகிறதோ அவ்வளவு பேர் இருக்கலாம். வரையறை இல்லை.

4.9 தனி வரையறு நிறுவனத்திற்கும் பொது வரையறு நிறுவனத்திற்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்

- தனி நிறுவனத்தைத் தோற்றுவிக்க குறைந்தது 2 பேர் தேவை. ஆனால் பொது நிறுவனத்தின் குறைந்த அளவு உறுப்பினரின் எண்ணிக்கை ஏழு.
- தனி நிறுவனத்தின் குறைந்த அளவு மூலதனம் ரூ.1 லட்சம். ஆனால் பொது நிறுவனத்தின் குறைந்தபட்ச மூலதனம் ரூ.5 லட்சம்.
- தனி நிறுவனத்தின் அதிகபட்ச உறுப்பினர் 50 நபரை மிகக்கூடாது. பொது நிறுவனத்தின் அதிகபட்ச உறுப்பினருக்கு வரையறை இல்லை.
- தனி நிறுவனத்தில் பங்குகளை மாற்றிக் கொடுக்கும் உரிமை தடை செய்யப்பட்டுள்ளது. ஆனால் பொது நிறுவனத்தில் பங்குகளை எளிதில் மாற்றவர்களுக்கு மாற்றிக் கொடுக்கலாம்.
- தனி நிறுவனம் தகவலறிக்கை (Prospectus) வெளியிட முடியாது. பொது நிறுவனம் தனது பங்குகளை அல்லது கடனீட்டுப் பத்திரங்களை (Debentures) வாங்கும்படி பொதுமக்களை அழைக்க, தகவலறிக்கை வெளியிடலாம்.
- தனி நிறுவனத்தின் குறைந்த அளவு இயக்குனர் 2 பேர். ஆனால் பொது நிறுவனத்திற்கு குறைந்தது மூன்று இயக்குனர்கள் தேவை.
- கூட்டுறவாக்க சான்றிதழ் பெற்றவுடன் (Certificate of incorporation) தனி நிறுவனம் தொழில் தொடங்கலாம். ஆனால் பொது நிறுவனம் “தொழில் தொடங்க சான்றிதழ்” (Certificate of commence of business) என்ற சான்றிதழை கூடுதலாக நிறுவனங்களுக்கான பதிவாளரிடம் இருந்து (Registrar of Companies) பெற்ற பிறகே தொழில் தொடங்கலாம்.
- சட்டமுறைக் கூட்டத்தை (statutory meeting) தனி நிறுவனம் கூட்டத் தேவையில்லை. ஆனால் பொது நிறுவனம் சட்டமுறை கூட்டத்தை கூட்ட வேண்டும் மற்றும் சட்டமுறை அறிக்கையை பதிவாளரிடம் தாக்கல் செய்ய வேண்டும்.
- தனி நிறுவனத்தின் குறைவெண் (Quorum) 2. ஆனால் பொது நிறுவனத்திற்கு ஐந்து அவசியமாகும்.



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 4.4

கோடிட்ட இடத்தை தகுந்த சொற்களால் நிரப்புக :

1. தனி நிறுமத்தில் குறைந்தது _____ உறுப்பினர்கள் தேவை.
2. _____ நிறுமத்தில் பங்குகளை ஒரு உறுப்பினரிடமிருந்து மற்றவர்களுக்கு மாற்ற முடியாது.
3. ஹிந்துஸ்தான் மெஷன் டீல்ஸ் ஒரு _____ நிறுமம்.
4. தனி நிறுமத்தை துவங்க குறைந்த அளவு மூலதனமாக ரூ. _____ தேவை.

4.10 கூட்டுப்பங்கு நிறுமத்தின் நன்மைகள்

கூட்டுப்பங்கு நிறும அமைப்பு மற்ற வகை வியாபார அமைப்புகளை விட பல்வேறு நன்மைகளைப் பெற்றுள்ளது. அவற்றில் சிலவற்றைக் கீழே காணலாம்.

1. **வரையறு பொறுப்பு:** பங்குநர்கள் தாங்கள் வைத்துள்ள பங்குகள் மீது முகமதிப்பிற்கான தொகையினளவிற்கே பொறுப்பேற்கிறார்கள்.
2. **அதிக நிதி ஆதாரங்கள்:** கூட்டுப்பங்கு நிறும அமைப்பில் அதிக அளவு முதல் திரட்ட முடிகிறது. நிறுமத்தின் பங்குமுதல் சிறு சிறு அலகுகளாகப் பிரிக்கப்பட்டு ஒவ்வொரு அலகும் பங்கு எனப்படுகிறது. சிறு முதலீட்டாளர்கள் (மக்கள்) எளிதில் நிறும பங்குகளை வாங்க முடிகிறது.
3. **தொடர்ச்சி:** நிறுமம் தடையற்ற வர்த்தக ஆயுட்காலம் கொண்டது, நிறும உறுப்பினர்கள் இறப்பினும் அல்லது விட்டுச்சென்று விட்டாலும் தொடர்ந்து செயல்படும்.
4. **பங்குகளின் மாற்றியல்பு:** மற்ற உறுப்பினர்களின் இசைவின்றி பங்குநர்கள் தம் பங்கினை யாருக்கு வேண்டுமானாலும் மாற்றித் தரலாம்.
5. **பகிர்ந்தளிக்கப்பட்ட இடர்:** நிறுமத்தில் ஏற்படும் நட்டம் என்ற இடர் அதிக எண்ணிக்கையுள்ள உறுப்பினர்களால் பரவலாகிறது.
6. **சமுதாய நன்மைகள்:** நிறும அமைப்பு, சமுதாய மக்களின் சேமிப்புக்கு வழிகாட்டியாகவும், தொழில்களில் அவற்றை முதலீடு செய்யவும் உதவியாக உள்ளது.

4.11 கூட்டுப்பங்கு நிறுமத்தின் குறைபாடுகள்

1. **தோற்றுவித்தல் கடினம்:** கூட்டுநிறுமத்தை தோற்றுவிக்க ஆகும் செலவு அதிகம். இதை தோற்றுவிப்பது மிகவும் கடினமானது. நிறுமப் பதிவாளரிடம் பல்வேறு ஆவணங்களைத் தயாரித்து தாக்கல் செய்ய வேண்டியுள்ளது.
2. **அதிகமான அரசு கட்டுப்பாடு:** நிறுமத்தின் அன்றாட அலுவல்களில் கூட பல சட்டச் சடங்குகளைப் பின்பற்ற வேண்டியுள்ளது. குறிப்பிட்ட கால அறிக்கைகள், தணிக்கை, கணக்கு அறிக்கை வெளியீடு போன்றவை இங்கு கட்டாயமாக்கப்பட்டுள்ளது.
3. **ஒரு சிலர் கையில் நிர்வாகம்:** நிறும மேலாண்மை மக்களாட்சி தத்துவத்தில் இயங்குவதாகக் கூறினாலும் உண்மையில் ஒரு சிலர் கைகளில் சிக்கியுள்ளது.



4. **தாமதமாக முடிவெடுத்தல்:** மேலாண்மையின் பல்வேறு படிகள் முடிவெடுப்பதை காலம் தாழ்த்துகிறது. கூட்டங்களை அறிவித்து கூட்டுவதும், தீர்மானங்களை எடுப்பதற்கும், அதிக நேரம் வீணாகிறது.
5. **ரகசியம் காவாமை:** நிறுவன சட்டம் 1956-ன்படி (உறுப்பினர்களிடம்) பலதரப்பட்ட தகவல்களை கட்டாயம் தெரிவிக்க வேண்டும். இதன் காரணமாக ரகசியங்கள் பாதுகாக்கப்படுவதில்லை.

4.12 கூட்டுப்பங்கு நிறுவன அமைப்பின் ஏற்புடைமை

பெரிய வர்த்தக நிறுவனங்களுக்கு கூட்டு பங்கு நிறுவன அமைப்பே சிறந்தது. பேரளவு உற்பத்தி செயல்களுக்குத் தேவையான அதிக அளவு மூலதனத் தொகையை இந்நிறுவனங்களால் திரட்ட முடியும். இயந்திர உற்பத்தி, தகவல் தொழில்நுட்பம், இரும்பு எஃகு தொழில், அலுமினியம், உரங்கள், மருந்து தயாரித்தல் போன்ற தொழில்களுக்கு கூட்டுப்பங்கு நிறுவன அமைப்பே சிறந்தது.

4.13 அரசு நிறுவனம்

1956ஆம் ஆண்டு நிறுவனச் சட்டத்தின்படி செலுத்திய பங்கு முதலில் 51% விழுக்காடு பங்குகளை மத்திய அரசோ, மாநில அரசோ அல்லது இரண்டும் இணைந்தோ பெற்றிருந்தால் அது அரசு நிறுவனம் எனப்படும். அரசு நிறுவனங்களின் கணக்குத் தணிக்கை கம்ட்ரோலர் அண்டு ஆடிட்டர் ஜெனரால் ஆப் இந்தியா (Comptroller and auditor general of India) அவர்களால் மேற்கொள்ளப்பட்டு, பாராளுமன்றத்தில் சமர்ப்பிக்கப்படுகிறது.



படம் 4.3 அரசு நிறுவனம்

அரசு நிறுவனத்திற்கு எடுத்துக்காட்டுகள் (இந்துஸ்தான் மெஷன் டீல்ஸ்) கோல் இந்தியா (Coal India), SAIL, NTPC, MTNL, ONGC போன்றவை.

அரசு நிறுவனத்தின் பிற சிறப்பம்சங்கள் பின் வருமாறு :

1. இது தனியான சட்ட அமைப்பு கொண்டது.
2. இதன் முழு பங்கு முதலும் அல்லது குறைந்தது 51 விழுக்காடு பங்கு முதலை அரசு பெற்றுள்ளது.
3. அனைத்து இயக்குனர்களை அல்லது பெரும்பான்மை இயக்குநர்களை நிறுவனமே நியமனம் செய்யும்.
4. இதன் பணியாளர்கள் அரசு ஊழியர்கள் அல்லர்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 4.5

கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக :

1. கூட்டுப் பங்கு நிறுமத்தில் உறுப்பினர்களின் பொறுப்பு, தான் வைத்திருக்கும் பங்குகளின் _____ அளவு கொண்டது.
2. கூட்டுப் பங்கு நிறுமம் என்ற வியாபார அமைப்பு _____ நிர்வகிக்கப் படுகின்றது.
3. ஒரு கூட்டு பங்கு நிறுமத்தை தோற்றுவிக்கு ஆகும் செலவு மிக _____ ஆகும்.
4. இந்திய எண்ணெய் நிறுவனம் மற்றும் ONGC இவை _____ க்கு எடுத்துக் காட்டாகும்.
5. நிறுமத்தின் நட்டம் என்னும் இடர் பல _____ பரவலாக்கப்படுகிறது.



குறிப்புகள்

4.14 பன்னாட்டு நிறுமங்கள் : பொருள்

பன்னாட்டு நிறுமங்கள் என்பது “எந்த நாட்டில் அது உருவாக்கப்பட்டதோ, அதை விட கூடுதலாக பல நாடுகளில் வர்த்தகத்தை நடத்தும் அமைப்பு” (MNC) ஆகும். இவ்வகை நிறுமங்கள் பல நாடுகளில் பொருட்களை உற்பத்தி செய்து பல்வேறு நாடுகளில் விற்பனை செய்கின்றன. இந்தியாவில் உள்ள பன்னாட்டு நிறுமங்களைப் பற்றி நீ கேள்விப்பட்டிருப்பாய். அவையாவன பிலிப்ஸ், ஹூண்டாய், ஜெனரல் மோட்டார்ஸ், கோகோ-கோலா, நெஸ்ட்லே, சோனி, மெக்டொனால்ட்ஸ், சிட்டி வங்கி, பெப்சி உணவு, கேட்பரி போன்றவை.



படம் 4.4 பன்னாட்டு நிறுமம்

பன்னாட்டு நிறுமங்கள் பல நாட்டு எல்லைகளைக் கடந்து பேரளவு உற்பத்தி செய்து, விநியோகம் செய்து அதிக வருவாய் ஈட்டுவதால் இவை பல நன்மைகளைப் பெற்றுள்ளன.

4.15 பன்னாட்டு நிறுமங்களின் நன்மைகள்

1. அன்னிய முதலீடு: பின்தங்கிய நாடுகள் பொருளாதார வளர்ச்சி பெற பன்னாட்டு நிறுமங்களின் அன்னிய முதலீடு பெரிதும் உதவி புரிகின்றது.



2. **வேலைவாய்ப்பு அளித்தல்:** பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் தொழிற்சாலை மற்றும் வர்த்தக வளர்ச்சி நடவடிக்கைகளால் அதிக வேலைவாய்ப்புகள் ஏற்படுத்தப்பட்டு இவை செயல்படும் நாடுகளில் உள்ள மக்களின் வாழ்க்கைத் தரம் உயர வழியுள்ளது.
3. **அதிநவீன தொழில்நுட்பத்தின் பயன்:** போதுமான நிதி ஆதாரம் இருப்பதால் பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சி நடவடிக்கைகளில் ஈடுபட்டு புதிய உற்பத்தி முறைகளை கையாள்வதால் தரமான பொருட்களை அதிக அளவில் உற்பத்தி செய்ய முடிகிறது. மற்ற நாடுகளும் இந்த தொழில்நுட்பங்களை பயன்படுத்த ஆரம்பிக்கின்றன.
4. **துணை நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி:** பன்னாட்டு நிறுவன செயல்பாடுகள் காரணமாக அவை செயல்படும் நாடுகளில் பல்வேறு துணை தொழில் அமைப்புகள் தோற்றுவிக்கப்பட்டு பொருட்களை மற்றும் சேவைகளையும் உற்பத்தி செய்கின்றன.
5. **அதிக ஏற்றுமதியும் மற்றும் அன்னிய செலாவணி வருவதும்:** பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் செயல்படும் நாடுகளில் பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு பிற நாடுகளுக்கு ஏற்றுமதி செய்யப்படுகின்றன. இவ்வாறு பெறப்படும் அன்னிய செலவாணி முழுவதும் அந்நாட்டு “அந்நிய செலாவணி இருப்பை அதிகரிக்க உதவி செய்கிறது.
6. **ஆரோக்கியமான போட்டி:** திறமையான உற்பத்தி முறையின் காரணமாக தரமான பொருட்களைத் தயாரிப்பதால் உள்ளூர் உற்பத்தியாளர்களும் சந்தையில் நிலைத்திருப்பதற்காக தங்கள் செயல்திறனை உயர்த்திக் கொள்ள தூண்டுதலாக உள்ளது.

4.16 பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் குறைபாடுகள்

பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் குறைபாடுகள் கீழே தரப்பட்டுள்ளன.

1. **அனுமதி அளித்த நாடுகளின் நலனில் குறைந்த அக்கறை:** பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் அதிக லாபம் கிடைக்கக்கூடிய தொழில்களில் மட்டுமே நிதியினை முதலீடு செய்கின்றன. அனுமதித்த நாட்டின் பின்தங்கிய பகுதிகளில் அடிப்படை தொழில்கள் மற்றும் சேவைகளை மக்களுக்கு வழங்க இவை முன்வருவதில்லை.
2. **உள்ளூர் தொழிலமைப்புகளின் எதிர்மறை விளைவுகள்:** பன்னாட்டு நிறுவனங்கள், தோன்றிய நாடுகளில் தொழில்நுட்ப திறன் மற்றும் பேரளவு செயல்திட்டங்கள் காரணமாக சந்தையில் தனக்கென தனியாக இடத்தை ஆக்கிரமிப்பு செய்வதுடன் முற்றுரிமைக்கும் வழிவகுக்கிறது. இதனால் பல உள்ளூர் தொழில் அமைப்புகள் மூடும் நிலைக்குத் தள்ளப்படுகின்றன.
3. **பாரம்பரியம் மாறுவது:** பன்னாட்டு நிறுவனங்களால் தயாரிக்கப்படும் நுகர்வோர் பொருட்கள் அவை உருவான நாட்டில் உள்ளூர் பாரம்பரியத்திற்கு ஏற்புடையதாக இருப்பதில்லை. இதனால் மக்களின் நுகர்வு பழக்க வழக்கங்கள், உணவு, உடை, அந்நாட்டுப் பாரம்பரியத்தில் இருந்து மாறத் தொடங்குகின்றன.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 4.6

I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா? தவறா? எனக் கூறுக.

1. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் வளர்ந்து வரும் நாடுகளின் பொருளாதார வளர்ச்சியைக் குறைக்கிறது.
2. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் அவை அமைந்துள்ள நாட்டிற்கு அன்னிய செலாவணியை ஈட்டித் தர உதவுகின்றன.
3. பன்னாட்டு நிறுவனங்களின் விளைவாக உள்ளூர் உற்பத்தியாளர்களின் செயல்திறன் உயர்கின்றது.
4. பொதுவாக பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் அதிக லாபம் கிடைக்கக்கூடிய தொழில்களில் மட்டுமே முதலீடு செய்கின்றன.
5. பன்னாட்டு நிறுவனங்கள், அவை தோன்றிய நாடுகளில் உள்ள சந்தையின் மீது ஆதிக்கம் செலுத்துவதில்லை.

II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுத்து எழுதுக:

1. கூட்டுறவு சங்கங்களுக்கு பின்வரும் இயல்பு கிடையாது.
(அ) உறுப்பினராவதற்கு தடையில்லா வாய்ப்பு
(ஆ) தனியான சட்ட அமைப்பு
(இ) லாபம் ஈட்டும் நோக்கம்
(ஈ) வாக்களிக்கும் உரிமை
2. பின்வருவனவற்றுள் எது நுகர்வோர் கூட்டுறவு சங்கத்திற்கு எடுத்துக்காட்டு அல்ல.
(அ) அப்னா பஜார் (ஆ) கேந்திரிய பஜார்
(இ) சூப்பர் பஜார் (ஈ) நரைன் குரூப் ஹவுசிங் சொசைட்டி
3. கூட்டுறவு சங்க உறுப்பினரின் பொறுப்பு
(அ) வரையறு பொறுப்பு (ஆ) வரையறாப் பொறுப்பு
(இ) கூட்டுப் பொறுப்பு (ஈ) கூட்டு மற்றும் பல பொறுப்பு
4. கூட்டுறவு சங்கத்தின் வெற்றி இதை சார்ந்துள்ளது.
(அ) உறுப்பினர்களின் நானயம் (ஆ) மைய அரசு
(இ) மாநில அரசு (ஈ) உள்ளூர் அரசு
5. ஒரு தனி வரையறு நிறுவனத்தில் முதல் தொகை அளிக்கப்படுவது
(அ) மைய அரசால்
(ஆ) பொதுமக்கள் மற்றும் அரசால்
(இ) அதன் உறுப்பினர்களால்
(ஈ) பொதுமக்களுக்கு பங்குகளை வெளியிடுவது மூலமாக



குறிப்புகள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ உறுப்பினர்கள் தங்களது பொதுவான தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யவும், சமுதாயத்தில் நலிவடைந்த மக்களின் பொருளாதார தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யவும் பரஸ்பர உதவிக்கும் மக்கள் தன்னிச்சையாக சேரும் அமைப்பே கூட்டுறவு சங்கமாகும்.



- ▶ கூட்டுறவு சங்கத்தின் சிறப்புக் கூறுகள்:
 1. தன்னிச்சையான சங்கம்
 2. உறுப்பினராவதற்குத் தடையில்லா வாய்ப்பு
 3. தனியான சட்ட அமைப்பு கொண்டது.
 4. நிதி ஆதாரம்
 5. சேவை நோக்கம்
 6. ஓட்டுரிமை
- ▶ 1912 ஆம் ஆண்டு இந்திய கூட்டுறவு சங்க சட்டத்தின் படி கூட்டுறவு சங்கம் தோற்றுவிக்கப் படுகிறது. குறைந்த அளவு உறுப்பினர்கள் 10 பேர். இச்சங்கத்தைப் பதிவு செய்ய, சங்க விதிமுறைகள் அடங்கிய விண்ணப்பப் படிவத்தினை கூட்டுறவு சங்க பதிவாளரிடம் தாக்கல் செய்ய வேண்டும்.
- ▶ கூட்டுறவு சங்கங்களின் வகைகள்:
 1. நுகர்வோர் கூட்டுறவு சங்கங்கள்
 2. உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவு சங்கங்கள்
 3. கூட்டுறவு விற்பனை சங்கங்கள்
 4. கடன் மற்றும் சிக்கன கூட்டுறவு சங்கங்கள்
 5. கூட்டுறவு வீட்டு வசதிச் சங்கங்கள்
- ▶ கூட்டுறவு சங்கங்களின் நன்மைகள்: தன்னிச்சையான அமைப்பு, மக்களாட்சி கட்டுப்பாடு, உறுப்பினராவதற்கு தடையில்லா வாய்ப்பு, இடைநிலையர்கள் ஈட்டும் லாபம் தவிர்க்கப்படுதல், வரையறு பொறுப்பு, நீடித்த ஆயுள்.
- ▶ கூட்டுறவு சங்கங்களின் குறைபாடுகள்: குறிக்கோள் இன்றி செயல்படுதல், வரையறு முதல், மேலாண்மை சிக்கல்கள், பணி ஈடுபாடு இன்மை, ஒற்றுமையின்மை.
- ▶ நிறுமம் என்பது சட்டத்தால் உருவாக்கப்பட்ட செயற்கை நபர்; தனி ஆளும் தன்மையுடையது; வழிவழியாகத் தொடரக்கூடிய நீண்ட ஆயுட்காலம் கொண்டது; பொது முத்திரை கொண்டு செயல்படுவது; இந்திய நிறுமச் சட்டம் 1956-ன்படி கூட்டுப் பங்கு நிறுமங்கள் ஒழுங்குபடுத்தப்படுகின்றன.
- ▶ கூட்டுப்பங்கு நிறுமத்தின் சிறப்புக் கூறுகள்: செயற்கையான சட்டநபர், தனிநபர் தன்மை, நீடித்த ஆயுள், உறுப்பினர்களின் வரையறு பொறுப்பு, பொது முத்திரை, பங்குகளின் மாற்றியல்பு, உரிமையும் மேலாண்மையும் பிரிக்கப்படல்.
- ▶ நிறும வகைகள்: தனி வரையறு நிறுமங்கள்; பொது வரையறு நிறுமங்கள்; அரசு நிறுமங்கள்; பன்னாட்டு நிறுமங்கள்.
- ▶ கூட்டுப்பங்கு நிறுமத்தின் நன்மைகள்: வரையறு பொறுப்பு அதிக நிதி ஆதாரம்; பங்குகளின் மாற்றியல்பு; பகிர்ந்தளிக்கப்பட்ட இடர்; சமுதாயப் பலன்கள்.
- ▶ கூட்டுப்பங்கு நிறுமத்தின் தீமைகள்: தோற்றுவித்தல் கடினம்; அரசு கட்டுப்பாடு அதிகம்; சிலர் கையில் அதிகாரம், முடிவெடுப்பதில் காலதாமதம், இரகசியம் கிடையாது.

- ▶ **அரசு நிறுவனம்:** ஒரு நிறுவனத்தின் செலுத்தப்பட்ட பங்கு முதலில் 51%க்கு அதிகமான பங்குகளை மைய அரசோ மாநில அரசுகளோ பெற்றிருந்தால் அது அரசு நிறுவனம் எனப்படும்.
- ▶ **பன்னாட்டு நிறுவனம்:** பன்னாட்டு நிறுவனம் என்பது அது அமைந்துள்ள ஒரு நாட்டில் மட்டுமின்றி பல்வேறு நாடுகளில் வியாபாரத்தை செய்து வருவதாகும்.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. கூட்டுறவு சங்கம் என்பதன் பொருள்.
2. நுகர்வோர் கூட்டுறவு சங்கத்தில் மேற்கொள்ளப்படும் செயல்பாடுகள் யாவை?
3. நுகர்வோர் கூட்டுறவு மற்றும் உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவு சங்கங்களுக்கு இரண்டு எடுத்துக்காட்டுகள் தருக.
4. சிக்கன மற்றும் கடன் சங்கம் என்றால் என்ன?
5. கூட்டுறவு சங்க உறுப்பினர்களிடையே ஏற்படும் குழப்பங்களுக்கும் ஊக்க உணர்வின்மைக்கும் காரணங்கள் யாவை?
6. உற்பத்தியாளர் கூட்டுறவு சங்கத்திற்கும், கூட்டுறவு விற்பனை சங்கத்திற்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை?
7. கூட்டுப்பங்கு நிறுவனம் என்றால் என்ன?
8. கூட்டுப்பங்கு நிறுவனத்தின் நன்மைகள் யாவை?
9. பன்னாட்டு நிறுவனம் - பொருள் தருக.
10. கூட்டுப் பங்கு நிறுவனத்தின் ஏதேனும் நான்கு இயல்புகளைக் கூறுக.
11. தனி வரையறு நிறுவனத்தின் பண்புகள் யாவை? இது பொது வரையறை நிறுவனத்திலிருந்து எவ்வாறு வேறுபடுகிறது.
12. பொது வரையறு நிறுவனத்திற்கும் தனி வரையறு நிறுவனத்திற்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை?
13. கூட்டுப்பங்கு நிறுவனத்தின் நன்மைகளை விவரி.
14. கூட்டுப்பங்கு நிறுவனத்தின் குறைபாடுகள் யாவை?
15. பன்னாட்டு நிறுவனங்களுக்கு ஐந்து எடுத்துக்காட்டுகள் தருக.



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 4.1

1. பொருளாதார, தாமாகவே
2. சேவை
3. சட்ட அமைப்பாக
4. பரஸ்பர உதவி
5. இடைநிலையர்கள்
6. நுகர்வோர்

பகுதி - II

வர்த்தக
அமைப்பின்
வகைகள்



குறிப்புகள்

கூட்டுறவு சங்கங்களும் கூட்டுப்பங்கு நிறுமங்களும்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 4.2

1. சரி
2. சரி
3. சரி
4. தவறு
5. சரி
6. சரி
7. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 4.3

1. சரி
2. சரி
3. தவறு
4. தவறு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 4.4

1. இரண்டு
2. தனி வரையறு
3. அரசு நிறுமம்
4. ஒரு லட்சம்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 4.5

1. முகமதிப்பு
2. இயக்குனரவையால்
3. அதிகம்
4. இந்திய பன்னாட்டு நிறுமங்கள்
5. உறுப்பினர்களால்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 4.6

- I
1. தவறு
 2. சரி
 3. சரி
 4. சரி
 5. தவறு
- II
- (i) இ (ii) ஈ
- (iii) அ (iv) அ
- (v) இ

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- உங்கள் பகுதியிலுள்ள கூட்டுறவு சங்கத்தைக் கண்டறிந்து அதன் செயல்பாடுகளை அதன் உறுப்பினர்கள் எண்ணிக்கை, அது எதிர்கொள்ளும் பிரச்சனைகள் போன்றவற்றைக் கேட்டுத் தெரிந்து கொள்ளவும்.

பகுதி - III

அதிக மதிப்பெண்கள்
25

கற்கும் காலம்
45 மணிகள்

சேவைகள்

இன்றைய வர்த்தகவுலகு சிக்கல் நிறைந்ததாகவும் உணர்வு பூர்வமானதாகவும் மாறியுள்ளது. போக்குவரத்து, பண்டகக் காப்பகங்கள், தகவல் தொடர்பு, அஞ்சல் துறை, வங்கியியல், காப்பீடு, வர்த்தகச் செயல் அயலாக்கம் போன்ற பல்வேறு சேவைச் செயல்பாடுகளைப் பொறுத்து வர்த்தகத்தின் வெற்றி அமைந்துள்ளது. வர்த்தகம் சுமுகமாக நடைபெற இவை உதவிபுரிந்து வர்த்தக வலைத்தளச் செயல்பாடுகள் உலகெங்கும் வளர்ந்து பெருகிட முடிகிறது. இக்கிளையகம் இத்தகைய சேவைச் செயல்பாடுகளை விளக்கிக் கூறுகின்றது.

5. போக்குவரத்துச் சேவைகள்
6. பண்டகக் காப்பகம்
7. தகவல் தொடர்பு சேவைகள்
8. அஞ்சல் சேவையும் தூதஞ்சல் சேவையும்
9. வங்கியியல்
10. காப்பீட்டுச் சேவைகள்
11. அயலாக்கம்



குறிப்புகள்

5

போக்குவரத்துச் சேவைகள்

நாம் நம் வாழ்வில் பலதரப்பட்ட பொருட்களைப் பயன்படுத்துகிறோம். இவற்றில் பல, நம் வசிப்பிடங்களை விட்டு வெகு தொலைவில் தயாரிக்கப் படுகின்றன. இவற்றை நமக்கு அருகில் எவ்வாறு பெறுகிறோம்? இவை ரயில், சாலை, நீர் மற்றும் வான்வழி போக்குவரத்தின் மூலம் அனைத்து இடங்களுக்கும் கொண்டு செல்லப்படுகின்றன. டெம்போ, டிரக், மாட்டு வண்டி போன்றவை, மூலப்பொருட்களையோ தயார் செய்த பொருட்களையோ ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரிடத்திற்கு கொண்டு செல்வதை நீ பார்த்திருப்பாய். அதைப் போலவே விமானம், ரயில், பேருந்து, கார், இருசக்கர வாகனங்கள், சைக்கிள் போன்றவற்றில் மக்கள் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொர் இடத்திற்குப் பயணம் செய்வதையும் நீ பார்த்திருப்பாய்.

பொருட்களையும், நபர்களையும் இடம் விட்டு இடம் கொண்டு செய்தல் வியாபாரத்திற்கு மிகவும் இன்றியமையாதது. இதனால் தான் மூலப்பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யும் இடங்களுக்கு கிடைக்கின்றன. உற்பத்தியான பொருட்கள் விற்பனை செய்யும் இடத்தில் அல்லது நுகர்வுக்கான இடத்தில் கிடைக்கின்றன. வேலைக்கான மனித சக்தியும் இடம் விட்டு இடம் மாறிச் செல்கிறது.

இந்தப் பாடத்தில் பொருட்களும் வேலையாட்களும், இடம்விட்டு இடம் மாறிச் செல்வது எங்கனம் என்பதைக் காணலாம்.



நோக்கங்கள்

இப்பகுதியில் நீங்கள் கற்றறிய இருப்பவை.

- ▶▶ போக்குவரத்து என்பதன் பொருள் கூறுதல்
- ▶▶ போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவத்தைக் கண்டறிதல்.
- ▶▶ பல்வேறு போக்குவரத்து முறைகளை இனம் காணுதல்.
- ▶▶ பல்வேறு போக்குவரத்து சாதனங்களின் நன்மை தீமைகளை விளக்குதல்



குறிப்புகள்

5.1 போக்குவரத்து என்பதன் பொருள்

போக்குவரத்து என்பது பொருட்களையும் மற்றும் ஆட்களையும் இடம் விட்டு இடம் நகரச் செய்வது ஆகும். வர்த்தகத்தின் துணைப் பணியாக இது விளங்குகிறது. மூலப்பொருட்களை உற்பத்தி செய்யுமிடத்திற்கும் முடிவுற்ற பொருட்களை இறுதி நுகர்வுக்கு எடுத்துச் சென்று வர்த்தகம் மற்றும் தொழிற்சாலைக்கும் இது துணை புரிகிறது.

5.2 போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவம்

போக்குவரத்து தொலைதூரத் தடையை நீக்குகிறது. இதனால்தான் ஓரிடத்தில் தயாரான பொருட்கள் பல்வேறு இடங்களில் உடனடியாக கிடைக்கின்றன. மற்றும் மக்களும் உலகம் முழுவதும் சென்று வருகின்றனர். போக்குவரத்தின்றி நாமும், வியாபார நிறுவனங்களும் ஒரு அடி கூட முன்னோக்கி வைக்க இயலாது. பின்வருவன போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவங்களாகும்.

- (i) உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது தயாரிப்பாளர்களுக்கு மூலப்பொருள்கள் கிடைத்திட உதவுகிறது: மூலப்பொருட்களை, அவை கிடைக்கும் இடங்களிலிருந்து பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் இடம் அல்லது பாதி முடிவுற்ற பொருட்களாக மாற்றும் இடத்திற்கு கொண்டு செல்ல போக்குவரத்து மிகவும் அவசியமானது.
- (ii) வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருட்கள் கிடைக்கச் செய்கின்றது: உற்பத்தி செய்த பொருட்களை பல்வேறு இடங்களுக்கு வேகமாகவும், எளிதாகவும் கொண்டு செல்ல போக்குவரத்து துணைபுரிகிறது. எனவே நாட்டின் பல்வேறு பகுதிகளில் பரவியுள்ள நுகர்வோர்களுக்கு வெகுதொலைவில் உற்பத்தி செய்த பொருட்கள் எளிதில் கிடைத்திட போக்குவரத்து உதவுகின்றது.
- (iii) வாழ்க்கைத் தரம் உயர உதவுகிறது: பல்வேறு விலையில் பலதரப்பட்ட பொருட்களை பயன்படுத்த போக்குவரத்து மக்களுக்கு கொண்டு செல்கிறது. இதனால், அவர்களின் வாழ்க்கைத்தரம் உயர்கிறது.
- (iv) குறைந்த விலையில் அதிக அளவு உற்பத்திக்கு வகை செய்கிறது: நமது வாழிட அருகில் பேரளவில் பொருட்களை உற்பத்தி செய்ய இயலாது என்பது நாம் அறிந்ததே. ஏனெனில் அடிப்படை தேவைகளான நிலம் போன்றவை எல்லா இடங்களிலும் கிடைப்பதில்லை. ஆனால், உற்பத்தி செய்யும் இடத்திற்கே பொருட்களையும் ஆட்களையும் கொண்டு செல்ல போக்குவரத்து உதவுவதால் அதிக அளவு உற்பத்தி செய்ய முடிகிறது. இவ்வாறு கூடுதலான அளவில் உற்பத்தி செய்வதால் பொருட்களின் உற்பத்திச் செலவு குறைகிறது.
- (v) இயற்கை சீற்றங்கள் மற்றும் அவசர காலங்களில் உதவுவதல்: நாட்டில் போர் ஏற்படும்போதும் அல்லது உள்நாட்டு கலவரங்கள் ஏற்படும் நேரங்களிலும், போர்க்கால அடிப்படையில் உதவி செய்ய வீரர்களை ஏற்றிச் செல்லவும், தேவைப்படுவோர்க்கு, தேவைப்படும் பொருட்களை அளிக்கவும் போக்குவரத்து உதவுகிறது.



குறிப்புகள்

(vi) வேலைவாய்ப்பை உருவாக்க உதவுகிறது: ஓட்டுநர், நடத்துனர், விமான ஓட்டி (Pilot), கப்பல் மாலுமிகள் மற்றும் கப்பல் தலைவர் (Captain) போன்ற பல்வேறு பணிகளுக்கு போக்குவரத்து வேலை வாய்ப்பளிக்கிறது. போக்குவரத்து சாதனங்களைத் தயாரிக்கும் தொழிற்சாலைகளிலும், உதிரி பாகங்கள் தயாரிப்பிலும் பல்வேறு வேலை வாய்ப்புகளை போக்குவரத்து அளிக்கிறது. வாகனங்களை பழுது பார்த்தல், பராமரித்தல் சேவை போன்றவற்றிற்காக பல்வேறு இடங்களில் சேவை மையங்கள் (service centres) துவங்குவதிலும் மக்கள் ஈடுபடுகின்றனர்.

(vii) வேலையாட்கள் இடம்பெயரச் உதவுகிறது: வேலையாட்கள் இடம்மாறிச் செல்ல போக்குவரத்து உதவுகிறது. நம் நாட்டு மக்கள் வெளிநாடுகளுக்குச் சென்று அங்குள்ள பல்வேறு நிறுவனங்களிலும் தொழிற்சாலைகளிலும் பணிபுரிவதை நீ அறிந்திருப்பாய். வெளிநாட்டவரும் இந்தியாவிற்கு வேலை தேடி வருகின்றனர். இந்தியாவிற்குள்ளும், மக்கள் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு பணி நிமித்தம் செல்கின்றனர். அதைப் போலவே, பணியாளர்கள் அனைவரும் எப்போதும் தொழிற்சாலைக்கு அருகிலேயே வசிக்க முடியாது. பல தொழிற்சாலைகள் தம் சொந்த போக்குவரத்து வாகனங்கள் மூலம் பணியாளர்களை அவர்கள் வசிப்பிடங்களிலிருந்து தொழிற்சாலைக்கு ஏற்றி வருகின்றன.

(viii) நாடுகளை இணைக்க வழிவகுக்கிறது: போக்குவரத்து மக்களையும், பொருட்களையும் ஓர் நாட்டிலிருந்து மற்றொரு நாட்டிற்கு கொண்டு செல்கிறது. பல்வேறு நாடுகளில் உள்ள கலாச்சாரம், எண்ணங்கள், மக்களின் பழக்க வழக்கங்கள் போன்றவற்றை பரிமாறிக் கொள்ள போக்குவரத்து பெரிதும் உதவுகிறது. இதனால் மக்களிடையே பிற நாடுகளைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளும் விழிப்புணர்வு ஏற்படுகிறது. இதன் மூலம் பன்னாட்டு சகோதரத்துவ உணர்வு பெருக வகை செய்கிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 5.1

கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா? தவறா? எனக் கூறுக

1. போக்குவரத்து என்பது ஒரு வர்த்தகத்தின் துணைப்பிரிவு ஆகும்.
2. மக்களின் வாழ்க்கைத்தரம் உயர போக்குவரத்து உதவுவதில்லை.
3. போக்குவரத்தினால் பல்வேறு நாடுகளுக்கிடையே உள்ள கலாச்சாரம் பரிமாற்றமடைகிறது.
4. போக்குவரத்து வேலைவாய்ப்பு அளிப்பதில்லை
5. பணியாளர்களை இடம்பெயரச் செய்ய போக்குவரத்து துணைபுரிகிறது.

5.3 போக்குவரத்தின் வழிகளும் முறைகளும்

நிலம், நீர், ஆகாயம் மூலமாக போக்குவரத்து நடைபெறுகிறது. இவை போக்குவரத்து வழிகள். (Mode of Transport) ஆகும்.

நிலத்தில் நாம் பொருட்களைக் கொண்டு செல்ல டிரக், டிராக்டர்கள் போன்றவற்றைப் பயன்படுத்துகிறோம். பயணிகளைச் சுமந்து செல்ல ரயில், பஸ், கார் போன்றவற்றைப் பயன்படுத்துகிறோம். ஆகாய விமானம் மற்றும்



குறிப்புகள்

ஹெலிகாப்டர் மூலமாக பொருட்களையும் பயணிகளையும் வான்வழியில் கொண்டு செல்கிறோம். கப்பல், படகு, விசைப்படகுகள் மூலமாக மக்களையும் பொருட்களையும் கடல் வழியில் கொண்டு செல்கிறோம். இவை அனைத்தும் போக்குவரத்து வாகனங்கள் எனப்படும். போக்குவரத்து முறைகள் மூன்று வகைப்படும். அவை,

1. நிலவழிப் போக்குவரத்து
2. நீர்வழிப் போக்குவரத்து
3. வான்வழிப் போக்குவரத்து

5.4 நிலவழிப் போக்குவரத்து

நிலப் போக்குவரத்து என்பது சரக்குகளையும், பயணிகளையும் தரை வழியில் எடுத்துச் செல்வதாகும். இது சாலை, ரயில், கயிறு (Rope) மற்றும் குழாய்கள் (Pipes) போன்றவற்றின் மூலம் நடைபெறுகிறது. எனவே நில வழிப் போக்குவரத்து மேலும் 1) சாலைப் போக்குவரத்து 2) ரயில் போக்குவரத்து 3) கயிறு போக்குவரத்து (Rope way) மற்றும் குழாய் போக்குவரத்து (Pipeline) என நான்கு வகைப்படும். அவற்றைப் பற்றி விரிவாகக் கீழே காணலாம்.

5.5 சாலைப்போக்குவரத்து

ஓரிடத்தை மற்றோர் இடத்துடன் இணைப்பது சாலைகள் ஆகும். நீ உன் கிராமத்திலும் நகரத்திலும் மற்றும் பெரிய நகரங்களிலும் பல சாலைகளைப் பார்த்திருப்பாய். அவை எல்லாம் ஒன்று போல் இருப்பதில்லை. சில மண்ணால் ஆனவை. சில சிமெண்ட் மூலம் போடப்பட்டவை மற்றும் சில தார் சாலைகள். மாட்டு வண்டிகள், சைக்கிள்கள், மோட்டார் வாகனங்கள், பஸ், கார் போன்ற பல்வேறு வாகனங்கள் சாலை மீது செல்வதை நீ பார்த்திருப்பாய். இவையே பல்வேறு வகையான போக்குவரத்து சாதனங்களாகும். போக்குவரத்து வாகனங்கள் மூன்று வகைப்படும்.

- (i) மனிதனால் இயக்கப்படுபவை
- (ii) விலங்கினால் இயக்கப்படுபவை
- (iii) இயந்திர மோட்டார்களினால் இயக்கப்படுபவை

ஆட்கள் தங்கள் தலை மீது அல்லது முதுகில் சுமந்து கொண்டோ அல்லது சைக்கிள், தள்ளுவண்டி போன்றவற்றில் பொருட்களை வைத்துக் கொண்டோ இடம் விட்டு இடம் செல்வதை நீ பார்த்திருப்பாய்.



(i) மனிதன் இழுப்பது



(ii) விலங்கு இழுப்பது



(iii) மோட்டார் வாகனம்

படம் 5.1 சாலைப் போக்குவரத்து



குறிப்புகள்

குறைவான தூரத்திற்குச் செல்ல மக்கள் மிதிவண்டிகளையோ அல்லது ரிக்ஷா போன்றவற்றையோ பயன்படுத்துகின்றனர். விலங்குகளால் இழுக்கப்படும் வாகனங்கள் (மாட்டு வண்டி, ஓட்டகம், குதிரை, கழுதை) கிராமப் பகுதியில் பயிர்களையும், வைக்கோலையும் மற்றும் சில நேரங்களில் மக்களையும் ஏற்றிச் செல்ல பயன்படுவதைக் காண்கிறோம். ஆண்டு முழுவதும் பனியால் சூழப்பட்ட இடங்களில் நாய் வண்டிகள் (sledge) மூலம் பொருட்களையும் மக்களையும் ஏற்றிச் செல்கின்றன.

மனிதனால் இயக்கப்படும் வாகனங்கள் மற்றும் விலங்குகளால் இயக்கப்படும் வாகனங்களையும் காட்டிலும் மோட்டார் இயந்திரத்தால் இயக்கப்படும் வாகனங்கள் தற்போது மிக அதிகமாகக் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இதற்குக் காரணம் அவற்றின் அதிக வேகமும், அதிக சுமக்கும் திறனும் ஆகும். நாட்டின் மூலைமுடுக்குகளில் உள்ள அனைத்து சாலைகளிலும் மோட்டார் போக்குவரத்து பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஆட்டோ, ஸ்கூட்டர், வேன், பஸ், டெம்போ, டிரக் போன்றவை பயணிகளையும், சரக்குகளையும் கொண்டு செல்லப் பயன்படும் மோட்டார் போக்குவரத்து சாதனங்களாகும்.

கல்கத்தாவில் நகரின் பல்வேறு இடங்களுக்கு பயணிகளை ஏற்றிச் செல்ல “டிராம்” வண்டி பயன்படுகிறது.

5.6 சாலைப்போக்குவரத்தின் நன்மைகள்

- மற்ற போக்குவரத்து முறைகளைக் காட்டிலும் இது செலவு குறைவானது.
- குறைவான தூரங்களுக்கு அழுகிப் போகக்கூடிய பொருட்களை விரைவாகக் கொண்டு செல்ல இது மிகவும் ஏற்றது.
- இது ஒரு நெகிழ்வுத் தன்மை கொண்ட போக்குவரத்து. ஏனெனில் எந்த இடத்தில் வேண்டுமானாலும் பொருட்களை ஏற்றலாம், இறக்கலாம். வீட்டு வாசல் வரை இப்போக்குவரத்து செல்கிறது.
- மற்ற போக்குவரத்து சாதனங்கள் செல்ல முடியாத இடங்களுக்குக்கூட இப்போக்குவரத்து பொருட்களையும், மக்களையும் ஏற்றிச் செல்கிறது. (எ.கா. : மலைப்பகுதி)

5.7 சாலைப்போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள்

- நெடுந்தொலைவுகளுக்குப் பொருட்களை ஏற்றிச் செல்ல மோட்டார் போக்குவரத்து உகந்ததல்ல. ஏனெனில் இதன் சுமக்கும் கொள்ளளவு மிகவும் குறைவு.
- எடை கூடுதலான பொருட்களையும், அதிக அளவு பொருட்களையும் சாலை போக்குவரத்து மூலம் ஏற்றிச் செல்வதற்குச் செலவு அதிகமாகும்.
- புயல், மழை, நிலச்சரிவு போன்ற பாதகமான காலநிலையில் சாலைப் போக்குவரத்து பாதிக்கப்படுகிறது.

5.8 ரயில் போக்குவரத்து

இருப்புப் பாதை வழியே ரயில்கள் மூலம் சரக்குகளையும், பயணிகளையும் ஏற்றிச் செல்லும் போக்குவரத்து ரயில் போக்குவரத்து எனப்படும். நம் நாட்டில் தரை வழிப் போக்குவரத்தில் இது முக்கிய இடம் பெற்றுள்ளது. மேலும், நெடுந்



குறிப்புகள்

தொலைவிற்கு பயணிகளையும் சரக்குகளையும் ஏற்றிச் செல்ல மிகவும் நம்பகமான போக்குவரத்து சாதனமாகும்.



படம் 5.2 இரயில் போக்குவரத்து

நீண்ட தொலைவு செல்வது மட்டுமின்றி உள்ளூர் ரயில்கள் பயணிகளை உள்ளூரில் பல்வேறு இடங்களுக்கு ஏற்றிச் செல்கின்றன. பெரிய நகரங்களில் மெட்ரோரயில்கள் இயக்கப்படுகின்றன. நாட்டின் மலைப்பாங்கான இடங்களைத் தவிர மற்ற எல்லா இடங்களிலும் ரயில் போக்குவரத்து காணப்படுகிறது. இந்தியாவில் இரண்டு வகையான ரயில்கள் உள்ளன. ஒன்று பயணிகள் ரயில், மற்றொன்று சரக்கு ரயில். பயணிகள் ரயில் அதிக அளவு பயணிகளையும், குறிப்பிட்ட அளவு சரக்குகளையும் ஏற்றிச் செல்லும். சரக்கு ரயில் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு சரக்குகளை மட்டுமே ஏற்றிச் செல்லும். இந்த ரயில்கள் எஞ்சின் மூலம் இயக்கப்படுகின்றன. நீராவி, டீசல் மற்றும் மின்சாரத்தைப் பயன்படுத்தி இவை இயக்கப்படுகின்றன. நாம் அடுத்ததாக இப்போக்குவரத்தின் நன்மை தீமைகளைக் காணலாம்.

5.9 ரயில் போக்குவரத்தின் நன்மைகள்

- இது நெடுந்தொலைவு பயணம் செய்வதற்கு உகந்த போக்குவரத்து சாதனம்.
- இது சாலை போக்குவரத்தை விட விரைவாகச் செல்லக்கூடியது.
- அதிக பளுவும், பருமனும் கொண்ட பொருட்களை அதிக அளவில் நெடுந்தூரம் கொண்டுசெல்வதற்கு ஏற்ற போக்குவரத்து இதுவாகும்.
- புயல், மழை, நிலச்சரிவு பணி போன்ற பாதகமான வானிலையால் இது பெரிதளவு பாதிக்கப்படுவதில்லை.

5.10 ரயில் போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள்

- பொருட்களையும் பயணிகளையும் குறைந்த தூரத்திலுள்ள இடங்களுக்குக் கொண்டு செல்ல செலவு அதிகமாகிறது.
- நாட்டின் மூலை முடுக்குப் பகுதிகளில் இது செயல்படுவதில்லை.
- இது குறித்த கால அட்டவணைப்படி இது செயல்படுகிறது. மற்றும் எல்லா இடத்திலும் பொருட்களை ஏற்றவோ இறக்கவோ முடியாத நெகிழ்வுத் தன்மையற்ற போக்குவரத்து சாதனம்.
- விபத்து ஏற்படும் காலங்களில் இப்போக்குவரத்தால் பெருந்த உயிர்ச்சேதமும் பொருட்சேதமும் ஏற்படும்.

5.11 குழாய்ப் போக்குவரத்து

நவீன காலத்தில், குழாய்கள் பல்வேறு தேவைகளுக்குப் பயன்படுகின்றன. குழாய்கள் மூலம் வீடுகளுக்கும் வர்த்தக இடங்களுக்கும் குடிநீர் அளிக்கப்படுகிறது. பெட்ரோல் மற்றும் இயற்கை வாயு போன்றவை ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்குக் கொண்டு செல்ல குழாய்கள் பெரிதளவு உதவுகின்றன.



படம் 5.3 குழாய் வழிப்போக்குவரத்து

இப்பொருட்களை செல்ல சாலை மற்றும் ரயில் போக்குவரத்தைக் கொண்டு காட்டிலும் இப்போக்குவரத்து மிகவும் சிக்கனமானது. அதிக அளவு பொருட்களை இதன் வழியே அனுப்பலாம். ஆனால் இதை அமைக்கவும், பராமரிக்கவும் அதிக முதல் தேவைப்படுகிறது.

5.12 கயிறுவழிப் போக்குவரத்து

கயிறுவழிப் போக்குவரத்து சாதனம் மலைப்பகுதியில் இரண்டு இடங்களை இணைக்கவும் பள்ளத்தாக்கு மற்றும் நதிகளைக் கடக்கவும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. மலைப்பகுதிகளில் கயிறுடன் இணைக்கப்பட்ட சக்கரங்களில் பொருத்தப்பட்ட டிராலிகள் பயணிகளையும் மற்றும் சரக்குகளையும் குறிப்பாக கட்டிடம் கட்ட தேவையான பொருட்களையும் உணவுப் பொருட்களையும் கொண்டு செல்ல பயன்படுகிறது.



படம் 5.4 கயிறுவழிப் போக்குவரத்து



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

எடுத்துக்காட்டாக குஜராத்தில் உள்ள “உரான் கடோலா ஜகதம்பா” (Uran Khatola Jagdamba) என்ற புகழ்பெற்ற ஆலயத்தில் கயிற்று வழி போக்குவரத்து மூலம் ஒரே நேரத்தில் ஐம்பது பக்தர்களை ஏற்றிச் செல்ல முடியும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 5.2

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா? தவறா? எனக் கூறுக
 - (i) போக்குவரத்து என்பது சரக்குகளை மட்டும் ஏற்றிச் செல்லும்; மக்களை அல்ல.
 - (ii) போக்குவரத்து தூர இடைவெளி என்ற தடையை நீக்குகிறது.
 - (iii) குழாய்ப் போக்குவரத்து ஒரு நிலப்போக்குவரத்து அல்ல.
 - (iv) பாதகமான காலநிலையினால் சாலைப் போக்குவரத்து பாதிக்கப்படுவதில்லை.
 - (v) பளு அதிகமுள்ள மற்றும் பேரளவு சரக்குகளை ஏற்றிச் செல்ல ரயில் போக்குவரத்து உகந்தது.
- II. பொருத்துக.

(i) தள்ளுவண்டி	(அ) பள்ளத்தாக்கு பகுதிகளில் செல்லப் பயன்படுகிறது.
(ii) கயிறு வழி	(ஆ) பளு அதிகமுள்ள, பேரளவு சரக்குகளை ஏற்றிச் செல்ல உகந்த போக்குவரத்து
(iii) ஸ்லெட்ஜ்	(இ) வாயு மற்றும் திரவ பொருட்களை எடுத்துச் செல்ல உகந்த போக்குவரத்து.
(iv) ரயில்	(ஈ) மனிதனால் இழுத்துச் செல்லப்படும் போக்குவரத்து சாதனம்
(v) குழாய்கள்	(உ) நாய்கள் இழுப்பதற்குப் பயன்படுகின்றன.

5.13 நீர்வழிப் போக்குவரத்து

படகுகள், விசைப் படகுகள், கப்பல்கள், லாஞ்ச்கள் (launches) மூலமாக நீர்வழிகளில் பொருட்களையும், பயணிகளையும் ஏற்றிச் செல்லும் போக்குவரத்தே நீர்வழிப் போக்குவரத்து ஆகும். இவ்வகை போக்குவரத்து மூலம் நாட்டுக்குள்ளேயும் மற்றும் நாட்டுக்கு வெளியேயும் பொருட்களையும் பயணிகளையும் ஏற்றிச் செல்லலாம். நாட்டுக்குள்ளே நதிகள் மற்றும் கால்வாய்களில் படகுகள், லாஞ்ச்கள் மூலம் பொருட்களை ஏற்றிச் செல்லும் போக்குவரத்து உள்நாட்டு நீர்வழிகள் (Inland water transport) எனப்படும். பல்வேறு போக்குவரத்து வாகனங்களைப் பயன்படுத்தி கடல் வழியில் பொருட்களையும் பயணிகளையும் கொண்டு செல்லப் பயன்படுவது கடல் போக்குவரத்து (Ocean transport) ஆகும். இவ்விரு வகை போக்குவரத்தையும் பற்றி நாம் மேலும் அறிந்து கொள்ளலாம்.

5.14 உள்நாட்டு நீர்வழிப் போக்குவரத்து

உள்நாட்டு நீர்வழிப் போக்குவரத்து என்பது படகுகள், லாஞ்ச்கள் விசைப் படகுகள் மூலம் நதிகள் மற்றும் கால்வாய் வழிகளில் பொருட்களையும் பயணி

களையும் ஏற்றிச் செல்வதாகும். இந்த வழித்தடங்கள் உள்நாட்டு நீர்வழிப் போக்கு வரத்து எனப்படும். இவை உள்நாட்டு வணிகத்திற்கு தேவையான பொருட்களை ஏற்றிச் செல்ல பயன்படுகிறது. நம் நாட்டில் நீர்வழியில் பயணிகள் போக்குவரத்து அதிகம் கிடையாது. சில மாநிலங்களில் மட்டுமே இவை காணப்படுகின்றன. (எ.கா.) மேற்கு வங்காளம், ஆந்திரபிரதேசம், தமிழ்நாடு, அஸ்ஸாம் முதலியன.



குறிப்புகள்

5.15 கடல் போக்குவரத்து

கடல் போக்குவரத்து என்பது பொருட்களையும், பயணிகளையும் கப்பல் மூலமாக, கடல் மற்றும் பெருங்கடல் நீர்வழிகளில் கொண்டு செல்வதாகும். பன்னாட்டு வணிகத் திற்கு இப்போக்குவரத்து இன்றிமையாத பங்கு வகிக்கிறது. கடலோரப் பகுதிகளுக்கு சரக்குகளையும், பயணிகளையும் ஏற்றிச் செல்லவும் இது பயன்படுகிறது. ஆழ்கடல் போக்கு வரத்து குறிப்பிட்ட வழித்தடங்களைக் கொண்டு செயல்படுகிறது; உலக மெங்கும் பல்வேறு நாடுகளை இவை இணைக்கின்றன. கடல் போக்குவரத்து இரண்டு வகைப்படும்.



படம் 5.5 கடல் போக்குவரத்து

(i) **உள்நாட்டுக் கப்பல் போக்குவரத்து:** இப்போக்குவரத்தில், கப்பல்கள் ஒரு நாட்டிலுள்ள பல பல்வேறு துறைமுகங்களுக்குச் செல்கின்றன. உள்ளாட்டு வணிகத்திற்கு இப்போக்குவரத்து பெரிதும் உதவுவதுடன் பயணிகளையும், நாட்டிற்குள் பல இடங்களுக்கு கொண்டு செல்லப் பயன்படுகிறது. கடலால் அல்லது பெருங்கடலால் பிரிக்கப்பட்ட பல்வேறு நாடுகளுக்கிடையே கப்பல் மூலம் இப்போக்குவரத்து நடைபெறுகின்றது. இது பன்னாட்டு வணிகத்தை பெருக்கவும், வளர்ச்சியடையச் செய்யவும் உறுதுணையாக உள்ளது. இப்போக்குவரத்து அதிக எடையுள்ள இயந்திரங்களையும், பெரிய பொருட்களையும் ஏற்றிச் செல்ல சிக்கனமானதாகும்.

(ii) **அயல் நாட்டு கப்பல் போக்குவரத்து:** அயல்நாட்டு கப்பல் போக்குவரத்து அனைத்து நாடுகளிலும் குறிப்பிட்ட வழித்தடங்களை இணைத்துச் செல்லக்கூடியவை. பல்வேறு வகையான கப்பல்கள் இப்போக்குவரத்தில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

(அ) லைனர் (Liner) என்று சொல்லக்கூடிய பயணிகள் அல்லது சரக்குக் கப்பல்கள் குறித்த தடத்தில், குறித்த துறைமுகங்களில், குறித்த கால அட்டவணைப்படி நின்று



படம் 5.6 வெளி நாட்டுக் கப்பல்



குறிப்புகள்

செல்லும் கப்பல்களாகும். இவை குறிப்பிட்ட கப்பல் நிறுவனங்களுக்குச் சொந்தமானவை.

(ஆ) டிராம்ப் (Tramp) என்று சொல்லக்கூடிய சரக்குக் கப்பல் நிலையான தடம், கால அட்டவணையைப் பின்பற்றுவதில்லை. போதுமான அளவு சரக்குகள் கிடைக்கும்போது மட்டுமே இவை பயணம் மேற்கொள்ளும்.

5.16 நீர்வழிப் போக்குவரத்தின் நன்மைகள்

- இது அதிக அளவு பொருட்களையும் எடை மிகுந்த பொருட்களையும் ஏற்றிச் செல்ல சிக்கனமான போக்குவரத்தாகும்.
- இது விபத்து இல்லாத பாதுகாப்பான போக்குவரத்தாகும்.
- பாதை அமைக்கும் செலவும், பராமரிக்கும் செலவும் இல்லை. ஏனெனில் இப்போக்குவரத்து வழி இயற்கை அளித்த கொடையாகும்.
- பன்னாட்டு வணிகத்திற்கு இப்போக்குவரத்து மிகவும் உறுதுணையாக உள்ளது.

5.17 நீர்வழிப் போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள்

- நதிகள் மற்றும் கால்வாய்களின் ஆழம் வேறுபட்டு காணப்படுவதால் இவற்றில் இயக்கப்படும் பல்வேறு போக்குவரத்து சாதனங்களின் இயக்கங்கள் பாதிக்கப்படுகின்றன.
- இது வேகம் குறைந்த போக்குவரத்து. எனவே இது விரைவில் அழுகும் பொருட்களை அனுப்பிட ஏற்ற போக்குவரத்து அல்ல.
- கால நிலைகளால் இது பாதிக்கப்படும்.
- கப்பல் கட்டவும், பராமரிக்கவும் அதிகமான முதலீடு தேவை.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 5.3

- கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா? தவறா? எனக் கூறுக
 - உள்நாட்டு நீர்வழி போக்குவரத்து கடல் மற்றும் ஆழ்கடலில் நடைபெறுகிறது.
 - நீர்வழிப் போக்குவரத்து மிகவும் வேகமாகச் செல்லக்கூடிய போக்குவரத்தாகும்.
 - நீர்வழிப் போக்குவரத்து பன்னாட்டு வணிகத்திற்கு உதவியாக உள்ளது.
 - அண்டை நாடுகளுக்கு அயல்நாட்டு கப்பல் போக்குவரத்து செல்லக்கூடியது.
 - பாதகமான கால நிலைகளால் நீர்வழிப் போக்குவரத்து பாதிக்கப்படுவதில்லை.
- கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக.
 - _____ என்ற சரக்குக் கப்பல் வழக்கமான பயணத்தை மேற்கொள்ளாத கப்பலாகும்.
 - உள்நாட்டு நீர்வழிகள் பெரும்பாலும் _____ வணிகத்திற்கு பயன்படுகின்றன.
 - குறித்த தடத்தில், குறித்த கால அட்டவணையின்படி செல்லக்கூடிய கப்பல்கள் _____ எனப்படும்.

4. ஆழ்கடல் கப்பல் போக்குவரத்து _____ வணிகத்திற்கு உறுதுணையாக உள்ளது.
5. நீர் போக்குவரத்தில் கப்பல்களை வாங்கவும், பராமரிக்கவும் _____ முதலீடு தேவை.

5.18 வான்வழிப் போக்குவரத்து

இது அதிவிரைவான போக்குவரத் தாகும். பயணிகள் விமானம், சரக்கு விமானம், ஹெலிகாப்டர் போன்ற பல்வேறு விமானங்கள் மூலம் சரக்குகளையும், பயணிகளையும் இது ஏற்றிச் செல்கிறது. இது பயணிகளை மட்டுமின்றி எடை குறைவான, விலையுயர்ந்த பொருட்களையும் ஏற்றிச் செல்லும். குன்றுகள் மலைப் பகுதிகளில் மற்ற வகை போக்குவரத்து செல்ல முடியாத சூழலில் இப்போக்குவரத்து அவ்விடங்களுக்குச் செல்லும். பூகம்பம், வெள்ளம் போன்ற இயற்கை சீற்றங்கள் ஏற்பட்டாலும் இது பயணிகளையும், சரக்குகளையும் ஏற்றிச் செல்லும். போர்க் காலங்களில் வீரர்களையும், போர்க்கருவிகளையும் ஏற்றிச் செல்வதற்கு உகந்த போக்குவரத்து இதுவாகும்.



படம் 5.7
வான வழிப் போக்குவரத்து

வான்வழிப் போக்குவரத்து (1) உள்நாட்டு வான்வழிப் போக்குவரத்து (2) பன்னாட்டு வான்வழிப் போக்குவரத்து என இரண்டு வகைப்படும். ஒரு நாட்டினுக்குள் பல்வேறு இடங்களுக்குச் செல்ல உள்நாட்டு வான்வழிப் போக்குவரத்து பயன்படுகிறது. பல நாடுகளுக்கு சரக்கையும், பயணிகளையும் ஏற்றிச் செல்ல பன்னாட்டு வான்வழிப் போக்குவரத்து உதவுகிறது. அனைத்து நாடுகளையும் இணைத்து ஒரு குறிப்பிட்ட வழித்தடத்தில் பன்னாட்டு வான்வழி போக்குவரத்து நடக்கிறது.

5.19 வான்வழிப் போக்குவரத்தின் நன்மைகள்

- (i) இது அதிவிரைவாகச் செல்லக்கூடிய போக்குவரத்து.
- (ii) இது மற்ற போக்குவரத்து செல்ல முடியாத சிரமமான இடங்களுக்கு மக்களையும், பொருட்களையும் ஏற்றிச் செல்லக் கூடியது.
- (iii) இது இயற்கை சீற்றங்கள் ஏற்படும் காலங்களில் பயன்படுத்துவதற்கு உகந்த போக்குவரத்து.
- (iv) நாட்டு பாதுகாப்பிற்கும் இப்போக்குவரத்து உறுதுணையாக உள்ளது.





குறிப்புகள்

5.20 வான்வழிப் போக்குவரத்தின் குறைபாடுகள்

- இது அதிக செலவுள்ள போக்குவரத்து ஆகும்.
- எடை அதிகமுள்ள மற்றும் பேரளவு சுமைகளை கொண்டு செல்ல இப்போக்குவரத்து உகந்ததல்ல.
- சாதகமற்ற வானிலை போன்ற காரணத்தால் இது பாதிக்கப்படுகிறது.
- குறைந்த தொலைவுகளுக்கு இப்போக்குவரத்து ஏற்றதல்ல.
- இதில் விபத்து ஏற்பட்டால் உயிர்சேதமும் பொருட்சேதமும் அதிகமாகக் ஏற்படுகிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 5.4

- கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா? தவறா? எனக் கூறுக.
 - மிக விரைவாகச் செல்லக்கூடிய போக்குவரத்து வான்வழிப் போக்குவரத்தாகும்.
 - சாதகமற்ற வானிலையால் வான்வழிப் போக்குவரத்து பாதிக்கப்படுவதில்லை.
 - குறைந்த தொலைவுகளுக்கு வான்வழிப் போக்குவரத்து ஏற்றதல்ல.
 - பன்னாட்டு பயணத்திற்கு ஹெலிகாப்டர்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.
 - நாட்டுப் பாதுகாப்பிற்கு வான்வழிப் போக்குவரத்து எந்த உதவியும் புரிவதில்லை.
- சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுத்த எழுதுக.
 - குன்றுகள் மற்றும் மலைப் பகுதிகளுக்கு ஏற்ற போக்குவரத்து
 - ரயில் போக்குவரத்து
 - சாலைப் போக்குவரத்து
 - வான்வழிப் போக்குவரத்து
 - நீர் போக்குவரத்து
 - போக்குவரத்து நிறுமங்கள் போக்குவரத்து வசதிகளை செய்து கொடுப்பது
 - தொழில் அமைப்பு
 - ஒரு வர்த்தகம்
 - வர்த்தகத்தின் துணைப்பிரிவு
 - மேற்சொன்ன எதுவும் இல்லை
 - ஒரு நாட்டிற்குள் வெகு தொலைதூரங்களுக்கு எடை அதிகமுள்ள பொருட்களை ஏற்றிச் செல்ல பின்வருவனவற்றுள் எது பொருத்தமான போக்குவரத்து?
 - ரயில் போக்குவரத்து
 - சாலைப் போக்குவரத்து
 - வான் வழிப் போக்குவரத்து
 - நீர் வழிப் போக்குவரத்து

4. குறிப்பிட்ட நேரத்தில் குறிப்பிட்ட வழித்தடங்களில் செல்லும் கப்பல் ----- என அழைக்கப்படுகிறது.
 (அ) சரக்குக் கப்பல் (Cargo)
 (ஆ) முறைவழியற்ற கப்பல் (Charter)
 (இ) முறைவழிக் கப்பல் (Liners) (ஈ) உள்நாட்டு கப்பல்
5. பின்வருவனவற்றில் எது நீர் போக்குவரத்தின் நன்மை அல்ல?
 (அ) இது பளு அதிகமுள்ள பொருட்களை ஏற்றிச் செல்ல உகந்தது.
 (ஆ) பாதகமான காலநிலைகளால் பாதிக்கப்படுகிறது.
 (இ) பன்னாட்டு வணிகத்திற்கு உதவுகிறது.
 (ஈ) விபத்துகள் ஏற்படும் காலங்களில் ஒரு பாதுகாப்பான போக்குவரத்து இது.



குறிப்புகள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ போக்குவரத்து என்பது பொருட்களையும் நபர்களையும் ஓரிடத்திலிருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு பல்வேறு வாகனங்களின் மூலம் ஏற்றிச் செல்வதாகும்.
- ▶ போக்குவரத்தின் முக்கியத்துவங்கள் பின்வருமாறு
 - (i) தயாரிப்பாளர்கள் மற்றும் உற்பத்தியாளர்களுக்கு மூலப்பொருள்களை அளிக்க உதவுகிறது.
 - (ii) நுகர்வோர்களுக்கு பொருட்களை அளிக்க உதவுகிறது.
 - (iii) வாழ்க்கைத் தரம் உயர உதவுகிறது.
 - (iv) குறைந்த செலவில் பேரளவு உற்பத்திக்கு வகை செய்கிறது.
 - (v) இயற்கை சீற்றங்கள் மற்றும் விபத்து, அவசரக் காலங்களில் உதவுகிறது.
 - (vi) வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குகிறது.
 - (vii) தொழிலாளர்கள் இடம்பெயர வகை செய்கிறது.
 - (viii) நாடுகளை இணைக்க உறுதுணை புரிகிறது.
- ▶ பின்வருவன பல்வேறு வகையான போக்குவரத்தாகும்.

வகை	நிலப் போக்குவரத்து	நீர் வழிப் போக்குவரத்து	வான்வழிப் போக்குவரத்து
பிரிவுகள்	சாலை போக்குவரத்து ரயில் போக்குவரத்து குழாய் வழி போக்குவரத்து கயிறு வழி போக்குவரத்து	உள்நாட்டு நீர் போக்குவரத்து ஆழ்கடல் போக்குவரத்து	உள்நாட்டு வான்வழிப் போக்குவரத்து பன்னாட்டு போக்குவரத்து



குறிப்புகள்

▶ நிலப் போக்குவரத்தின் பல்வேறு சாதனங்கள் வருமாறு

மனிதனால் இயக்கப் படுபவை	விலங்குகளால் இயக்கப் படுபவை	மோட்டார் மூலம் இயங்குபவை	ரயில் போக்கு வரத்து	குழாய் போக்கு வரத்து	கயிறு வழி போக்கு வரத்து
மனிதன் தலை மீது/முதுகில் சுமந்த செல்லக் கூடியவை மனிதனால் இழுக்கக்கூடிய தள்ளுவண்டி சைக்கிள் ரிக்ஷா	விலங்குகளால் இழுக்கக்கூடிய வண்டிகள் ஸ்லெட்ஜ் வண்டி	ஸ்கூட்டர் பைக் ஆட்டோ கார் வேன் பஸ் டிரக்	பயணிகள் ரயில் சரக்கு ரயில்	குழாய்கள்	கயிறுகள்

▶ நீர் வழிப் போக்குவரத்தின் பல்வேறு சாதனங்கள் வருமாறு

வகை	உள்நாட்டு நீர் வழிகள்	பன்னாட்டு/ஆழ்கடல் போக்குவரத்து
பிரிவு	படகுகள், விசைப்படகுகள், லாஞ்சுகள்	கப்பல்கள், தொட்டிக் கப்பல்கள், நீர்மூழ்கிக் கப்பல்கள்

▶ வான்வழிப் போக்குவரத்தின் பல்வேறு சாதனங்கள் வருமாறு

வகை	உள்நாட்டு வான் வழி போக்குவரத்து	பன்னாட்டு/வான்வழிப் போக்குவரத்து
பிரிவு	விமானங்கள், ஹெலிகாப்டர்கள்	விமானங்கள்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. போக்குவரத்து என்றால் என்ன? அதன் முக்கியத்துவத்தை விவரி.
2. போக்குவரத்தின் வகைகளைக் கூறுக.
3. நிலப்போக்குவரத்தின் பல்வேறு வகைகளைக் கூறுக.
4. ரயில் போக்குவரத்தின் நன்மை தீமைகளை விவரி.
5. சாலைப் போக்குவரத்தின் பல்வேறு வகைகளை விவரி.
6. சாலைப் போக்குவரத்தின் நன்மை தீமைகளை விவரி.
7. நீர்வழிப் போக்குவரத்தின் பிரிவுகளை வகைப்படுத்து.
8. நீர்வழிப் போக்குவரத்தின் நன்மை தீமைகள் யாவை?
9. உள்நாட்டு கப்பல் போக்குவரத்திற்கும் ஆழ்கடல் கப்பல் போக்குவரத்திற்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை?

10. முறைவழிக் கப்பலையும் முறைவழியற்ற கப்பலையும் வேறுபடுத்துக.
11. வான்வழிப் போக்குவரத்தின் நன்மை தீமைகளை விவரி.
12. சரியான/பொருத்தமான போக்குவரத்தினை தேர்ந்தெடுப்பதில் உள்ள பல்வேறு காரணிகள் யாவை?
13. குழாய் போக்குவரத்து எவ்வகைப் பொருட்களுக்கு ஏற்றது? ஏன்?



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 5.1

- | | | | | |
|--------|---------|--------|---------|--------|
| 1. சரி | 2. தவறு | 3. சரி | 4. தவறு | 5. சரி |
|--------|---------|--------|---------|--------|

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 5.2

- | | | | | |
|------------|--------|---------|---------|--------|
| I. 1. தவறு | 2. சரி | 3. தவறு | 4. தவறு | 5. சரி |
| II. 1. ஈ | 2. அ | 3. உ | 4. ஆ | 5. இ |

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 5.3

- | | | | | |
|---------------------------|--------------------------------|--------|---------|-----------|
| I. 1. தவறு | 2. தவறு | 3. சரி | 4. சரி | 5. தவறு |
| II. 1. முறைவழியற்ற கப்பல் | 2. உள்நாட்டு/உள்நூர் வியாபாரம் | | | |
| 3. முறைவழி கப்பல் | 4. பன்னாட்டு | | | 5. பேரளவு |
| I. 1. சரி | 2. தவறு | 3. சரி | 4. தவறு | 5. தவறு |
| II. 1. ஆ | 2. இ | 3. அ | 4. இ | 5. ஆ |

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- ❑ உங்கள் வாழுமிடம் அருகில் காணப்படும் பல்வேறு போக்குவரத்து முறைகளை அறிந்து கொண்டு அவற்றின் நன்மைகளையும், குறைபாடுகளையும் பட்டியலிடுக.
- ❑ உங்கள் பகுதியிலுள்ள சந்தைக்குச் சென்று அங்குள்ள வர்த்தகர் பயன்படுத்தும் போக்குவரத்து முறையையும் அதற்கான காரணத்தையும் கண்டறியவும்.
- ❑ உங்கள் வீட்டார் பல்வேறு சூழலில் பயன்படுத்தும் போக்குவரத்து முறைகளைப் பட்டியலிடுக.





பண்டகக் காப்பகம்

நம் அன்றாடம் பல்வேறு உணவு வகைகளை உட்கொள்கிறோம். நம்மில் சிலர் அரிசி உணவை உட்கொள்வர். சிலர் சப்பாத்தி அல்லது ரொட்டியை உணவாகக் கொள்வர். இவ்வகை உணவுகளைத் தயாரிக்கத் தேவையான நெல் மற்றும் கோதுமை போன்றவை எங்கிருந்து வருகின்றன? என நீ நினைத்துப் பார்த்திருக்கிறாயா? இவ்வகை உணவு தானியங்கள் ஆண்டு முழுவதும் உற்பத்தியாகவில்லை என்பதை நாம் அறிவோம். ஆனால் தினமும் சாப்பிட அவை நமக்குத் தேவை. எனவே எவ்வாறு விவசாயிகளால் தொடர்ந்து நமக்கு இந்த தானியங்களை அளிக்க முடிகிறது? அவர்கள் உணவு தானியங்களை சரியான இடத்தில் சேகரித்து வைத்து தேவைப்படும்போது அளிக்கிறார்கள் என்பதை நீ சிந்திக்கிறாய் அல்லவா. ஆம். நீ நினைப்பது சரி. சில இடங்களில், குறிப்பிட்ட காலங்களில் மட்டுமே உணவு தானியங்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுவதால் அவற்றை முறையாகச் சேமித்து வைக்க வேண்டிய தேவை ஏற்படுகிறது. நம் வீடுகளில்கூட நம் சொந்த உபயோகத்திற்காக நாம் குறிப்பிட்ட அளவு சேர்த்து வைக்கிறோம். ஆனால் இப்பொருட்கள் அதிக அளவிலும் முறையாகவும் சேமிக்க சில இடங்கள் உள்ளன. அவற்றைப் பற்றி நாம் விரிவாகக் காணலாம்.



நோக்கங்கள்

இப்பகுதியில் நீங்கள் கற்றறிய இருப்பவை.

- ▶▶ பண்டகக் காப்பகம் - பொருள் விளக்குதல்.
- ▶▶ பண்டகக் காப்பகத்தின் தேவையை உணர்தல்.
- ▶▶ பண்டகக் காப்பின் வகைகள் அறிதல்.
- ▶▶ பண்டகக் காப்புகளின் சிறப்பம்சங்களை விளக்குதல்.
- ▶▶ பண்டகக் காப்புகளின் பணிகளை விளக்குதல்.
- ▶▶ பண்டகக் காப்புகளின் நன்மைகளைப் பட்டியலிடுதல்

6.1 பண்டகக் காப்பகம் என்பதன் பொருள்

நமக்கு அன்றாட வாழ்வில் பல்வேறு வகையான பொருட்கள் தேவைப் படுகின்றன. நாம் இவற்றில் சில பொருட்களை அதிக அளவில் வாங்கி வீட்டில் சேமித்து வைத்திருப்போம். அதைப் போல, தயாரிப்பாளருக்கு, ஆண்டு முழுவதும்



குறிப்புகள்

உற்பத்தி தடைபடாமல் இருக்க மூலப்பொருட்கள் தேவை. சில வகை மூலப்பொருள்கள் எல்லா நேரங்களிலும் கிடைக்காமல் போகலாம். உதாரணமாக ஓர் சர்க்கரை ஆலையை எடுத்துக் கொள்வோம். இதற்கு மூலப் பொருளாக கரும்பு தேவைப்படுகிறது. ஓர் ஆண்டில் குறிப்பிட்ட பருவத்தில் மட்டுமே கரும்பு விளைகிறது என்பது நீ அறிந்ததே. ஆனால் சர்க்கரை உற்பத்தி ஆண்டு முழுவதும் நடைபெறுவதால் கரும்பை ஆண்டு முழுவதும் தொடர்ச்சியாக அளிக்க வேண்டிய கட்டாயம் ஏற்படுகிறது. ஆனால் எப்படி அது முடியும்? இங்கு போதுமான அளவு கரும்பினை சேமித்து பாதுகாத்து வைக்க வேண்டியது அவசியம். அதே போல் சர்க்கரையை உற்பத்தி செய்த பிறகு அதனை விற்பனை செய்ய சில காலம் ஆகும். அது வரை சர்க்கரையையும் பாதுகாப்பாக வைக்க வேண்டும். எனவே மூலப்பொருளையும் முடிவுப் பொருளையும் பாதுகாப்பாக வைக்க வேண்டியது அவசியமாகிறது.



படம் 6.1 பண்டகக் காப்பகத்தில் பொருட்கள்

தேக்கி வைத்தல் (Storage) என்பது, பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும்/வாங்கும் நேரத்தில் இருந்து அவை விற்பனை/பயன்படுத்தும் காலம் வரை முறையாக பாதுகாப்பதாகும். இது மிகப்பெரிய அளவிலும் முறைப்படியும் செய்யும் இச்செயலை “பண்டகசாலையிடுதல்” அல்லது “பண்டகக் காப்பிடுதல்” (Warehousing) என்கிறோம்.

எந்த இடத்தில் பொருட்கள் பாதுகாக்கப்படுகின்றனவோ அந்த இடம் “பண்டக சாலை” (Warehouse) என அழைக்கப்படுகிறது. பண்டகசாலையின் காவலராக இருப்பவர் “பண்டகசாலைக் காப்பாளர்” (Warehouse keeper) என அழைக்கப்படுகிறார்.

பண்டக சாலையிடுதல் என்பது பொருட்களை அதிக அளவில் முறையாகவும், வரிசையாகவும் அடுக்கி வைத்து பாதுகாத்து, தேவை ஏற்படும்போது அளிக்கும் செயல் ஆகும். பண்டக சாலையிடுதல் என்பது பொருட்களை வாங்கிய / உற்பத்தி செய்த நேரத்திலிருந்து விற்பனை / பயன்படுத்தும் காலம் வரை பெரிய அளவில் தேக்கி வைத்து பாதுகாத்தலாகும்.

பண்டக சாலையிடுதல் என்பது வர்த்தகத்தின் மிக முக்கியமான ‘துணைப் பணியாகும்’. உற்பத்திக்கும் விற்பனைக்கும் இடையே ஒரு இணைப்புப் பாலமாக பண்டக சாலை இருப்பதால் இது ‘காலத் தடையை’ நீக்கும் காரணியாக விளங்குகிறது.

6.2 பண்டகக் காப்பிடுதலின் தேவைகள்

- (i) **பருவகால உற்பத்தி:** விவசாய விளைபொருட்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட பருவத்தில்தான் அறுவடை செய்யப்படுகின்றன என்பது நீ அறிந்ததே. ஆயினும் அதன் பயன்பாடு மற்றும் நுகர்வு ஆண்டு முழுவதும் உள்ளது. எனவே இப்பொருட்களை, தேவைப்படும் நேரத்தில் தேவைப்படுவோருக்கு வழங்கிட முறையான தேக்கி வைக்கும் இடம் அல்லது பண்டக சாலை அவசியம்.



குறிப்புகள்

- (ii) **பருவகாலத் தேவை:** சில பொருட்கள் குறிப்பிட்ட பருவகாலங்களில் மட்டுமே தேவைப்படுகின்றன. (எ.கா.) கம்பளி ஆடைகள் குளிர் காலங்களிலும், குடைகள் மழைக்காலங்களிலும் தேவை. ஆனால் இவற்றின் உற்பத்தி ஆண்டு முழுவதும் நடைபெறுகிறது. எனவே இவ்வகைப் பொருட்கள் நுகர்வுக்குத் தேவைப்படும் பொழுதும், வாங்க விரும்பும்போதும் கிடைக்க வேண்டுமெனில் இவை கட்டாயமாக முன்கூட்டியே பாதுகாப்பாக பண்டகசாலையில் சேகரித்து வைக்கப்படல் வேண்டும்.
- (iii) **பேளரவு உற்பத்தி:** தற்போது உற்பத்தியானது தற்போதைய தேவை மட்டுமின்றி எதிர்காலத் தேவைக்கும் ஏற்றாற்போல் செய்யப்படுகிறது. தயாரிப்பாளர்கள் பொருட்களை அதிக அளவு உற்பத்தி செய்து, பேளரவு உற்பத்தியால் ஏற்படும் நன்மைகளைப் பெறுகின்றனர்; குறிப்பாக பேளரவு உற்பத்தி மிகவும் சிக்கனமானது. அவ்வாறு உற்பத்தி செய்யப்பட்ட அதிக அளவு பொருள்கள் விற்பனை செய்து முடிக்கும் வரை காப்பிடங்களில் வைக்கப்பட்டு பாதுகாக்கப் படுகின்றன.
- (iv) **விரைவான வழங்கல்:** தொழிற்சாலைப் பொருட்கள் மற்றும் விவசாயப் பொருட்கள் ஒரு சில இடங்களில் மட்டுமே தயாரிக்கப் படுகின்றன. ஆனால் இவை நாடு முழுவதும் உள்ள எல்லா இடங்களுக்கும் தேவைப்படுகின்றன. எனவே இவை நுகர்வுக்கு அருகாமையில் உள்ள இடத்தில் சேகரித்து வைத்தால் தான் காலதாமதமின்றி நுகர்வோருக்குத் தேவைப்படும் பொழுது உடனே வழங்க முடியும்.
- (v) **தொடர் உற்பத்தி:** தொழிற்சாலைகளில் பொருட்கள் தொடர்ச்சியாக உற்பத்தி செய்ய வேண்டுமெனில் மூலப்பொருட்களின் அளிப்பு போதுமானதாக இருக்க வேண்டும். எனவே காப்பகங்களில் தேவையான அளவு மூலப்பொருள்களை சேமித்து / சேர்த்து வைத்தல் அவசியமாகும்.
- (vi) **விலையை நிலைப்படுத்துதல்:** சந்தையில் பொருள்களின் மீது நியாயமான அளவு விலையினை பராமரிக்க வேண்டுமெனில் போதுமான அளவு சரக்கினை பண்டக காப்பகங்களில் சேர்த்து வைப்பது அவசியம். பொருட்கள் அளிப்பில் பற்றாக்குறை ஏற்பட்டால் அது சந்தையில் அவற்றின் விலையினை அதிகப்படுத்தும். அளவுக்கு அதிகமான உற்பத்தியும் அளிப்பும் கூட விலை வீழ்ச்சிக்கு காரணமாக அமைந்துவிடும். எனவே பொருள்களின் அளிப்பில் சமநிலையை நிலைநிறுத்த காப்பகங்கள் தேவை. இவை பொருட்களின் விலையை நிலைப்படுத்துகின்றன.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 6.1

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா? தவறா? எனக் கூறுக.
1. பண்டகக் காப்பிடுதல் காலத் தடையை நீக்குகிறது.
 2. பண்டகக் காப்பிடுதல் வர்த்தகத்தின் மிக முக்கியமான துணைப்பணி அல்ல.
 3. பண்டகக் காப்பிடுதல் நோக்கமே என்பது மிகுதியாக உள்ள பொருட்களை பற்றாக்குறை ஏற்படும் காலங்களில் நுகர்வுக்கு அளிப்பதே ஆகும்.
 4. பண்டகக் காப்பிடுதல் என்பது பருவகால பொருட்களை சேர்த்து வைக்க அல்ல.

5. பண்டகக் காப்பிடுதல் என்பது அதிக அளவு வியாபாரத்திற்கு ஏற்றதல்ல.
6. பண்டகக் காப்பிடுதல் தொழிற்சாலைகளில் பொருட்களை தொடர்ந்து உற்பத்தி செய்ய உதவுகிறது.

6.3 பண்டகசாலையின் வகைகள்

பண்டகசாலை இடுதல், பல்வேறு வகையான பொருட்களை சேர்த்து பாதுகாப்பாக வைப்பதற்குப் பயனுள்ளதாக இருக்கிறது என்பதை நீ அறிவாய். இத்தேவையை பூர்த்தி செய்ய பல்வேறு வகையான காப்பகங்கள் உள்ளன; அவற்றைக் கீழே காண்போம்.

- (i) தனியார் பண்டகசாலைகள்
- (ii) பொது பண்டகசாலைகள்
- (iii) அரசு பண்டகசாலைகள்
- (iv) பிணையகாப்பு பண்டகசாலைகள்
- (v) கூட்டுறவு பண்டகசாலைகள்

(i) தனியார் பண்டகசாலைகள்: தயாரிப்பாளர்கள் அல்லது உற்பத்தியாளர்கள் தங்களது சொந்த சரக்குகளையும், பொருட்களையும் பாதுகாக்க தாங்களே உருவாக்கி, நிர்வாகம் செய்யும் பண்டக சாலைகள் தனியார் பண்டக சாலைகள் எனப்படும். இவ்வகை பண்டக சாலைகள் விவசாயிகளால் வயல்களுக்கு அருகிலும், மொத்த வியாபாரி மற்றும் சில்லறை வியாபாரிகளால் வியாபார மையங்களுக்கு அருகிலும்; உற்பத்தியாளர்களால் தங்கள் தொழிற்சாலைக்கு அருகாமையிலும் அமைக்கப்படுகின்றன. சேமித்து வைக்கும் பொருள்களின் தன்மைக்கேற்றவாறு பண்டக சாலையின் கட்டமைப்பும் வசதிகளும் காணப்படுகின்றன.

(ii) பொதுப் பண்டகசாலைகள்: பொதுமக்களின் பொருட்களை பாதுகாப்பதற்காக உருவான பண்டகசாலைகள் பொதுப் பண்டகசாலைகள் எனப்படும். இவ்வகை பண்டகசாலையில் யார் வேண்டுமானாலும் அவர் பொருளை வைக்கலாம். இதற்கு வாடகை செலுத்த வேண்டும். ஒரு தனிநபர் அல்லது கூட்டாண்மை நிறுவனம் அல்லது ஒரு நிறுவனம் இதை சொந்தமாக அமைக்கலாம். இதை ஆரம்பிக்க அரசிடம் உரிமம் பெற வேண்டும். இவ்வகைப் பண்டகசாலைகளின் செயல்பாடுகள் மற்றும் பணிகளை அரசு ஒழுங்குபடுத்துகிறது. இவ்வகை பண்டகசாலைகளைப் பெரும்பாலும் உற்பத்தி யாளர்கள், மொத்த வியாபாரிகளை, ஏற்றுமதியாளர்கள், இறக்குமதியாளர்கள் அரசு முகமைகள் போன்றவை பயன்படுத்துகிறார்கள்.

(iii) அரசுப் பண்டகசாலைகள்: இந்த வகை பண்டக சாலைகள் மைய அரசு அல்லது மாநில அரசுகள் அல்லது பொதுத்துறை அமைப்புகள் அல்லது உள்ளூர் அதிகாரிகளால் உருவாக்கப்பட்டு, நிர்வகிக்கப்பட்டு, கட்டுப்படுத்தப்படுபவை. இவற்றை அரசு அமைப்புகளும் தனியார் நிறுவனங்களும் தத்தம் பொருட்களைப் பாதுகாக்க பயன்படுத்துகின்றன. அரசு பண்டக சாலைகளை பராமரிக்கும் சில அரசு அமைப்புகளாவன:

1. மத்திய பண்டகக் காப்பகக் கழகம்
2. மாநில பண்டகக் காப்பகக் கழகம்
3. இந்திய உணவுக் கழகம்





குறிப்புகள்

- (iv) **பிணையக்காப்பு பண்டகசாலைகள்:** இவ்வகை பண்டகசாலைகள் அரசு மற்றும் தனியார் அமைப்புகளில் உருவாக்கப்பட்டு, நிர்வகிக்கப்பட்டு, கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. தனியார் பிணையக் காப்பு பண்டக சாலைகள் அரசிடம் இருந்து உரிமை பெற வேண்டும். இறக்குமதி செய்யப்பட்ட சரக்குகள் சுங்கவரி கட்டும் வரை இவ்வகை பண்டகக் காப்பகத்தில் வைக்கப்படுகின்றன. உரிய சுங்கவரி கட்டிய பிறகுதான் பண்டகசாலையில் இருந்து சரக்குகள் எடுத்துச் செல்ல அனுமதிக்கப்படும். சுங்கவரி கட்டும் வரை சரக்குகளை வெளியே எடுக்க முடியாது. இவ்வகை பண்டகசாலைகள் துறைமுகங்களுக்கு அருகில் சுங்க அதிகாரிகளின் நேரடிக் கண்காணிப்பில் இயங்குகின்றன.
- (v) **கூட்டுறவு பண்டகசாலை:** இவ்வகை பண்டகசாலைகள் கூட்டுறவு சங்கங்களால் உருவாக்கப்பட்டு, நிர்வகிக்கப்பட்டு, கட்டுப்படுத்தப்படுகின்றன. இச்சங்கத்தின் உறுப்பினர்களுக்கு மிகக் குறைந்த செலவில் பண்டக சாலை வசதிகளை இவை செய்து கொடுக்கின்றன.

6.4 சிறந்த பண்டகசாலைகளின் சிறப்புக்கூறுகள்

பல்வேறு வகையான பண்டகசாலைகளைப் பற்றி மேலே நீ கற்றுக் கொண்டாய். இவ்வகை காப்பகங்களில் பொருட்களை பாதுகாப்பாகவும், முறையான நிலையிலும் வைக்க தேவையான ஏற்பாடுகள் செய்யப்படுகின்றன. ஒரு பண்டக சாலை சிறந்த பண்டகசாலை என பெயர் பெறவேண்டுமெனில் அது சில சிறப்பம்சங்களையும் பெற்றிருக்க வேண்டும். அவை பின் வருமாறு:

- (i) பண்டகசாலைகள், நெடுஞ்சாலைகள், ரயில் நிலையங்கள், விமான நிலையங்கள், துறைமுகங்கள் போன்றவற்றிற்கு அருகாமையில் அமைந்திருக்க வேண்டும். அவ்வாறு அமைந்தால் சரக்குகளை ஏற்றுவதும் இறக்குவதும் எளிது.



படம் 6.2 பண்டகக் காப்பகம்



குறிப்புகள்

- (ii) சரக்குகளை ஏற்றி இறக்க இயந்திரங்கள் அங்கு இருக்க வேண்டும். இது சரக்குகளைக் கையாள்வதில் ஏற்படும் சேதம் மற்றும் செலவுகளைக் குறைக்கிறது.
- (iii) சரக்குகளை ஒழுங்கான வரிசையில் வைக்க போதுமான இடவசதி பண்டக சாலையின் உள்ளே இருக்க வேண்டும்.
- (iv) அழுகும் பொருட்களான பழங்கள், காய்கறிகள், முட்டை, வெண்ணை போன்ற பொருட்களை பாதுகாக்கும் குளிர்சாதன வசதி அவசியம் இருக்க வேண்டும்.
- (v) சூரியஒளி, காற்று, மழை, தூசு, ஈரப்பதம், பூச்சிகள் போன்றவற்றிலிருந்து சரக்குகளைப் பாதுகாக்கத் தேவையான ஏற்பாடுகள் செய்யப்பட்டிருக்க வேண்டும்.
- (vi) பண்டகசாலை வளாகத்தின் உள்ளே போதுமான வாகன நிறுத்துமிடம் இருக்க வேண்டும். சரக்குகளை சுலபமாகவும், விரைவாகவும் ஏற்றி இறக்க இவ்வசதி தேவை.
- (vii) சரக்குகள் திருடு போவதைத் தடுக்க இருபத்து நான்கு மணி நேரமும் பாதுகாப்பு ஏற்பாடுகள் செய்யப்பட வேண்டும்.
- (viii) தீயிலிருந்து பொருட்களைப் பாதுகாக்க பண்டக சாலை கட்டிடத்தில் தீயணைப்புக் கருவிகள் பொருத்தப்பட்டிருக்க வேண்டும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 6.1

கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக

1. _____ பண்டகசாலைகளை இந்திய உணவுக் கழகம் பராமரிக்கின்றது. (அரசு, தனியார், பிணையப் பண்டக சாலை)
2. வியாபாரிகள் தங்கள் சொந்த சரக்குகளை சேர்த்து வைக்க பயன்படும் பண்டக சாலைகள் _____ பண்டகசாலைகள் எனப்படும். (பிணையம், பொது, தனி)
3. _____ பண்டகசாலையை உருவாக்க அரசின் உரிமம் பெறத் தேவை இல்லை. (பிணையம், தனி, பொது)
4. _____ க்கு மிக அருகில் பிணையப் பண்டகசாலைகள் காணப்படுகின்றன. (தொழிற்சாலை பகுதிகள், துறைமுகங்கள், வணிக வளாகங்கள்)

6.5 பண்டகசாலையின் பணிகள்

பண்டகசாலைகள் பொருட்களை முறையாகவும் வரிசையாகவும் பாதுகாக்கின்றன என்பதை நீ கற்றுக் கொண்டாய். அவை சரக்குகளை வெப்பம், காற்று, புயல், ஈரப்பதம் போன்றவற்றிலிருந்து பாதுகாக்கின்றன. சரக்குகள் வீணாவதாலும், சேதமடைவதாலும் ஏற்படும் நட்டத்திலிருந்து பாதுகாக்கிறது. இதுவே பண்டக சாலையின் மிக முக்கியப் பணியாகும். இது மட்டுமின்றி வேறு சில பணிகளையும் பண்டகசாலை மேற்கொள்கிறது. அவையாவன :



குறிப்புகள்

- (i) **பொருட்களை தேக்கி வைத்தல்:** பண்டகக் காப்பகங் களின் முதன்மைப் பணி, அதிக அளவில் பொருட்களை இருப்பில் வைத்தலாகும். இங்கு பொருட்கள், உற்பத்தி செய்த நேரத்திலிருந்து பயன்பாடு அல்லது நுகர்வு வரை வைப்பு வைத்துப் பாதுகாக்கப்படுகின்றன.
- (ii) **பொருட்களை பாதுகாத்தல்:** ஒரு பண்டக சாலை அங்குள்ள பொருட்களை வெப்பம், தூசு, காற்று, ஈரப்பதம் போன்றவற்றால் ஏற்படும் இழப்பு மற்றும் நட்டத்திலிருந்து பாதுகாக்கிறது. பல பொருட்களின் தன்மைக்கு ஏற்றவாறு சிறப்பு தவிர்ப்பு ஏற்பாடுகள் செய்யப்பட்டுள்ளன. இங்கு பொருட்கள் பாழாகிக் கெட்டுப் போவதிலிருந்து பாதுகாக்கப்படுவதால் சரக்குகளை கையாள்வதில் உள்ள சேதம் தவிர்க்கப்படுகிறது.
- (iii) **இடர்பாடுகளை ஏற்றல்:**



படம் 6.3

பண்டகக் காப்பகத்தில் பொருட்கள் பாதுகாக்கப்படுதல்

பண்டகசாலைக் காப்பாளரிடம் பொருள்களை பாதுகாக்க அளித்த பின், முழு பொறுப்பும் அவரையே சாரும். பொருட்கள் பண்டக சாலையினுள் இருக்கும் வரை எவ்வகை இழப்போ, சேதமோ ஏற்பட்டாலும் அது பண்டக சாலை காப்பாளரையே சாரும். நல்ல நிலையில் பொருட்களைத் திருப்பி அளிக்க வேண்டிய அவசியம் உள்ளதால் திருட்டு, சேதம் போன்றவற்றால் ஏற்படும் நட்டத்திற்கும் பண்டகக்காப்பகம் பொறுப்பேற்கிறது. எனவே எந்த வகையிலும் பொருட்களுக்கு நட்டம் ஏற்படாவண்ணம் பண்டக சாலைகள் தடுப்பு முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகள் ஏற்பாடுகளைச் செய்கின்றன.

- (iv) **நிதி உதவி:** பண்டகசாலையினுள் சரக்குகள் வைத்த பின் பண்டக காப்பாளரால் உரிமையாளருக்கு ஒரு ரசீது வழங்கப்படுகிறது. இது பொருளின் உரிமையை உறுதிப்படுத்தும் ஆவணமாகும். சில நேரங்களில் “பண்டகக் காப்பக சான்றாணை” என்ற ஒரு ரசீதையும் உரிமையாளருக்கு வழங்குகிறார்கள். இதை மேலெழுதி மற்றவருக்குக் கொடுப்பதன் மூலம் சுலபமாக உரிமை மாற்றம் செய்யலாம். இந்த சான்றாணையைக் கொண்டு வங்கி மற்றும் பிற நிதி நிறுவனங்களில் கடனும் பெறலாம். சில நேரங்களில் பண்டகசாலைகளே குறுகிய காலக் கடன்களை உரிமையாளருக்கு அளிக்கிறது.



குறிப்புகள்

- (v) **மேம்படுத்துதல்:** சில வகைப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்த நிலையிலேயே பயன்படுத்த முடியாது. அவற்றை தகுதியான நிலைக்கு கொண்டு வந்த பின் தான் பயன்படுத்த / நுகர முடியும். (எ.கா.) நெலை சுத்தம் செய்தல், மரம் போன்ற பொருட்களின் தரம் உயரச் செய்தல், பழங்களை பழுக்க வைத்தல் போன்ற பணிகளை உரிமையாளரின் வேண்டுகோளுக்கிணங்க பண்டகசாலைகள் செய்து தருகின்றன.
- (vi) **வகைப்படுத்துதலும் வியாபார குறியீடுதலும்:** வியாபாரிகளின் வேண்டுகோளுக்கிணங்க, பண்டக சாலைகள் வகைப் படுத்துதல் மற்றும் வியாபாரக் குறியீடுதல் போன்ற பணிகளை உற்பத்தி யாளர்கள், மொத்த வியாபாரி, இறக்குமதியாளர்கள் சார்பாக செய்து கொடுக்கின்றன. பொருட்களை விற்பதற்கும், கையாள்வதற்கும் ஏற்றவாறு கலக்குதல், கூடுதல் பொருட்களைச் சேர்த்தல், மூட்டைக் கட்டுதல் போன்ற பணிகளையும் செய்கின்றன.
- (vii) **போக்குவரத்து:** அதிக அளவு பொருட்களை பண்டக காப்பகங்களில் வைக்கும் உரிமையாளருக்கு போக்குவரத்து வசதியை சில பண்டக சாலைகள் செய்து கொடுக்கின்றன. உரிமையாளர்களின் வேண்டுகோளுக்கிணங்க இது பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் இடத்திலிருந்து எடுத்து வந்து, பாதுகாத்து, விற்பனை செய்யும் இடத்திற்கே அனுப்பி வைக்கிறது.

6.6 பண்டகசாலையிடுதலின் நன்மைகள்

- (i) **பொருட்களைப் பாதுகாத்தல்:** ஒரு வியாபாரி உடனடியாக விற்பனை செய்ய முடியாத உபரி பொருட்களை சேகரித்து வைக்க பண்டக காப்பகங்கள் உதவுகின்றன. பண்டக காப்பகம் பொருட்களைப் பாதுகாத்து, பத்திரப்படுத்தி, சேதம் ஏற்படுவதிலிருந்து காப்பாற்றுகிறது. பொருட்கள் ஆவியாதல், சேதமடைதல், உடைதல், தரம் குறைந்து போவது போன்றவை மூலம் ஏற்படும் நட்டத்தைக் குறைக்கிறது. பண்டக காப்பகங்கள் நவீன தொழில்நுட்ப வசதிகளைப் பின்பற்றுவதால் இயன்ற வரை நட்ட மேற்படுவதில் இருந்து பொருட்களைப் பாதுகாக்கின்றன.
- (ii) **தொடர்ச்சியாக சரக்குகளை அளித்தல்:** அரிசி, கோதுமை போன்ற பொருட்கள் குறிப்பிட்ட பருவத்தில் மட்டுமே உற்பத்தியாகின்றன. ஆனால் இதன் பயன்பாடு ஆண்டு முழுவதும் காணப்படுகின்றன. பண்டக சாலையிடுதல் மூலமாக ஆண்டு முழுவதும் பருவகால விளைபொருட்களை தொடர்ச்சியாக வழங்கிட உதவுகின்றன.
- (iii) **தொடர் உற்பத்தி:** பண்டக சாலை, உற்பத்தி தொடர்ந்து மேற்கொள்ள உற்பத்தியாளர்களுக்கு உதவுகிறது. பருவகால மூலப்பொருள்களை தங்கு தடையின்றி வழங்கி இதனால் முடிவுப் பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய உதவி புரிகிறது.
- (iv) **வசதியான இடவமைப்பு:** பொதுவாக பண்டக சாலை கள் சரக்குகளை ஏற்றி இறக்க வசதியாக சாலைகள், ரயில், நீர்வழி போக்குவரத்துகளுக்கு அருகில் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. இவ்வாறு வசதியான இடத்தில் அமைக்கப்படுவதால் போக்குவரத்து செலவு குறைகிறது.



குறிப்புகள்

- (v) ஏற்றி இறக்குதல் / கையாளல் எனினு: நவீன பண்டக சாலைகள் இயந்திரங்களைப் பயன்படுத்தி சரக்குகளை ஏற்றி, இறக்கின்றன. இவ்வாறு இயந்திரங்களைப் பயன்படுத்துவதால் ஏற்ற, இறக்கச் செலவுகள் குறைகின்றன. பொருட்களை கையாள்வதில் ஏற்படும் சேதமும் தவிர்க்கப் படுகிறது.
- (vi) சிறு வியாபாரிகளுக்கு உதவுதல்: சொந்தமான பண்டக சாலையை அமைக்க பேரளவு முதலீடு தேவைப் படுவதால் சிறு வியாபாரிகளால் இப்பண்டக சாலையை ஏற்படுத்த முடியாது. இந்நிலையில், நியாயமான வாடகையை செலுத்தி, மூலப்பொருள் மற்றும் முடிவுப் பொருட்களை பாதுகாக்க பொது பண்டகசாலைகள் உதவுகின்றன.
- (vii) வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குதல்: நாடு முழுவதும் திறன் பயிற்சி பெற்ற, திறன் பயிற்சி இல்லாத பணியாளர்களுக்கு பண்டகசாலைகள் நல்ல வேலை வாய்ப்பளிக்கின்றன. மக்கள் தங்கள் வாழ்வாதாரங்களை உயர்த்த இவ்வேலை உதவுகின்றது.
- (viii) பொருள்களை விற்பனை செய்ய உதவுதல்: பொருட்களை விற்பனை செய்யத் தேவையான ஏற்பாடுகள் அதாவது பார்வையிடுதல், சிப்பம் கட்டுதல், பெயர் மற்றும் முத்திரை பதித்தல், பெயர் ஒட்டுதல் போன்ற பல்வேறு பணிகளை பண்டகக் காப்பகத்திலேயே செய்யலாம். பண்டகசாலை காப்பாளர் சான்றாணையை சரக்கு வாங்குபவருக்கு மாற்றம் செய்து கொடுப்பது மூலமாக சரக்கின் உரிமை மாற்றம் (விற்பனை) எனினுகிறது.
- (ix) நிதி வசதி கிடைத்தல்: பண்டகசாலை சான்றாணையைப் பிணையமாக வைத்து வங்கிகள், பிற நிதி நிறுவனங்களில் சுலபமாகக் கடன் பெறலாம். சில பண்டக சாலைகள் தம்மிடம் வைக்கப் பட்ட பொருட்களை பிணையமாகக் கொண்டு தாமே உரிமையாளர்களுக்கு கடன் வசதி அளிக்கின்றன.
- (x) நட்ட இடர் குறைதல்: பண்டகசாலைகளில் வைக்கப்பட்ட பொருட்கள் காவல் காக்கப்பட்டு பாதுகாக்கப்படுகின்றன. பண்டகசாலைகளில் களவு போவதைத் தடுக்க காவலர்கள் நியமிக்கப் படுகின்றனர்; பூச்சிகளில் இருந்து பொருட்களை பாதுகாக்க பூச்சிக்கொல்லி மருந்துகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன; அழுகக்கூடிய பொருட்களுக்கு குளிர் சாதன வசதி அளித்தல் போன்ற பல்வேறு வசதிகளைப் பண்டக சாலைகள் செய்கின்றன. தீ விபத்தை தவிர்க்க தீ தடுப்பு உபகரணங்கள் உடனடி நிலையில் தயாராக வைக்கப்படுகின்றன. பொருட்கள் ஏதேனும் நட்டம் அடைந்தால், இழப்பினை ஈடுசெய்ய காப்பீடு செய்யப்படுகின்றது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 6.3

I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா? தவறா? எனக் கூறுக.

1. பண்டகசாலையின் முதன்மைப் பணி பொருள்களை சேமித்து வைத்தலாகும்.
2. பண்டகசாலையில் பொருட்களுக்கு நட்டம் ஏற்பட்டால் அதை பண்டக சாலை உரிமையாளர் ஏற்றுக் கொள்வதில்லை.
3. பண்டகசாலை உரிமையாளர் சான்றாணை வங்கிகளில் கடன் பெற பிணையமாகப் பயன்படுத்தலாம்.
4. பண்டகசாலைகள் தொடர்ந்து பொருட்களை உற்பத்தி செய்யவும் அவற்றை தொடர்ந்து அளிக்கவும் உதவுகின்றன.
பண்டகசாலையிடுதல் எவ்வித வேலை வாய்ப்புகளையும் உருவாக்குவதில்லை.

II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. பின்வருவனவற்றில் பண்டக காப்பீடுதலுக்கு எது தேவையில்லை?
 - (அ) சரக்குகளின் உடனடி அளிப்பு
 - (ஆ) பருவகால உற்பத்தி
 - (இ) பேரளவு உற்பத்தி
 - (ஈ) குறைந்த அளவு உற்பத்தி
2. பின்வருவனவற்றில் எது விமான நிலையங்கள் மற்றும் துறைமுகங்களுக்கு அருகில் காணப்படும் பண்டக சாலை
 - (அ) அரசு பண்டகசாலைகள்
 - (ஆ) பிணையக்காப்பு பண்டகசாலைகள்
 - (இ) பொதுப் பண்டகசாலைகள்
 - (ஈ) கூட்டுறவு பண்டகசாலைகள்
3. தமது சொந்த சரக்குகளை பாதுகாக்க உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் வியாபாரிகள் சொந்தமாக உருவாக்கி நிர்வாகம் செய்யும் பண்டகசாலைகள் ---- எனப்படும்.
 - (அ) அரசு பண்டகசாலைகள்
 - (ஆ) தனியார் பண்டகசாலைகள்
 - (இ) பொது பண்டகசாலைகள்
 - (ஈ) கூட்டுறவு பண்டகசாலைகள்
4. பின்வருவனவற்றில் எது பண்டகசாலையின் பணி அல்ல.
 - (அ) இடர்பாடுகளை ஏற்றல்
 - (ஆ) நிதி வசதி அளித்தல்
 - (இ) நுகர்வோருக்கு போக்குவரத்து வசதி அளித்தல்
 - (ஈ) பொருட்களை பாதுகாத்தல்
5. பின்வருவனவற்றில் எது பண்டகசாலையின் நன்மை அல்ல.
 - (அ) சிறு வியாபாரிகளுக்கு ஏற்றது
 - (ஆ) சாதகமான வசதியான இடங்களில் அமைக்கப்படுதல்
 - (இ) வேலைவாய்ப்பு வசதிகளை உருவாக்குவதில்லை
 - (ஈ) நிதி உதவி உடனடியாகவும் எளிதாகவும் கிடைக்கிறது



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ பண்டகக் காப்பிடுதல் என்பது பொருட்களை பேரளவு உற்பத்தி செய்தது முதல் விற்பனை செய்யும் வரை அவற்றை முறையாகவும், வரிசையாகவும் சேமித்து வைத்து 'காலத் தடையை'ப் போக்க உதவுகிறது. இது வர்த்தகத்தின் முக்கியமான துணைப் பிரிவு ஆகும்.
- ▶ பண்டகக் காப்பகங்களின் தேவைக்கான காரணங்கள்:
 1. பொருட்களின் பருவகால உற்பத்தி
 2. பருவகாலத் தேவை
 3. பேரளவு உற்பத்தி
 4. விரைவான வழங்கல்
 5. தொடர் உற்பத்தி
 6. விலை நிரந்தரம்
- ▶ பண்டகசாலைகளின் வகைகள்:
 1. தனியார் பண்டகசாலைகள்
 2. பொதுப் பண்டகசாலைகள்
 3. அரசு பண்டகசாலைகள்
 4. பிணையக்காப்பு பண்டகசாலைகள்
 5. கூட்டுறவு பண்டகசாலைகள்
- ▶ சிறந்த பண்டக சாலையின் சிறப்பம்சங்கள்:
 1. வசதியான இடஅமைப்பு
 2. சரக்குகளைக் கையாள இயந்திர வசதிகள்
 3. சரக்குகளை சேமித்து வைக்கப் போதுமான இடவசதி
 4. அழகும் பொருள்களுக்கு குளிர்சாதன வசதி
 5. சூரிய ஒளி, மழை, காற்று, தூசு, ஈரப்பதம் போன்றவற்றிலிருந்து பொருட்களைப் பாதுகாத்தல்
 6. வாகனங்களை நிறுத்தப் போதுமான வாகன நிறுத்த வசதிகள்
 7. இருபத்து நான்கு மணி நேரமும் பாதுகாப்பு
 8. தீ தடுப்பு உபகரணங்கள் தயார் நிலையில் வைக்கப்படுதல்
- ▶ பண்டக சாலைகளின் பணிகள்:
 1. பொருட்களைச் சேமித்து வைத்தல்
 2. பொருட்களைப் பாதுகாத்தல்
 3. இடர்பாடுகளை ஏற்றல்
 4. நிதி வசதி அளித்தல்
 5. தரப்படுத்துதல் மற்றும் குறியிடுதல்
 6. போக்குவரத்து வசதி அளித்தல்

▶ பண்டக சாலையின் நன்மைகள்:

1. பொருட்களைப் பாதுகாத்தல்
2. பொருட்களை வழக்கமாக அளித்தல்
3. உற்பத்தி தொடர்ச்சி
4. சாதகமான இட அமைப்பு
5. கையாள்வதில் எளிமை
6. வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குதல்
7. சிறு வியாபாரிகளுக்கு உதவுதல்
8. பொருள்களை விற்பனை செய்ய உதவுதல்
9. நிதி வசதி அளித்தல்
10. நட்ட இடர் குறைத்தல்



குறிப்புகள்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. பண்டகசாலையிடுதல் என்றால் என்ன?
2. பண்டகசாலையிடுதலின் தேவைகள் யாவை?
3. ஒரு சிறந்த பண்டகசாலையின் சிறப்பு அம்சங்களில் ஏதேனும் ஆறினை விவரி.
4. பண்டகசாலைகளின் வகைகளை எழுதி அவற்றை விவரி.
5. பொதுப் பண்டகசாலைக்கும் தனியார் பண்டகசாலைக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் யாது?
6. பண்டகசாலைகளின் பணிகளை விவரி.
7. பொதுப் பண்டகசாலை என்றால் என்ன? பொதுப் பண்டகசாலையின் சிறப்புக் கூறுகளில் ஏதேனும் மூன்றினைக் கூறுக.
8. பண்டகசாலைகளால் வியாபாரிகளுக்கு ஏற்படும் நன்மைகளை விவரி.
9. பிணையக் காப்பு பண்டகசாலைகள் எவ்வாறு இறக்குமதியாளர்களுக்கு உதவியாக உள்ளது?
10. பண்டகசாலையிடுதல் வர்த்தகத்தின் முக்கியமான துணைப் பிரிவாகும். இக்கூற்றை சுமார் 60 வார்த்தைகளில் விளக்குக.



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 6.1

1. சரி
2. தவறு
3. சரி
4. தவறு
5. தவறு
6. சரி



குறிப்புகள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 6.2

1. அரசு
2. தனியார்
3. தனியார்
4. துறைமுகங்கள்
5. பிணையக் காப்பு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 6.3

- I. 1. சரி
2. தவறு
3. சரி
4. சரி
5. தவறு
- II. 1. ஈ
2. இ
3. ஆ
4. இ
5. இ

உங்களுக்கான செயல்பாடு

- ஒரு விற்பனையகத்திற்கும் பண்டகக்காப்பகத்திற்கும் உள்ள வேறுபாடுகளைப் பட்டியலிடுக.



தகவல்தொடர்புச் சேவைகள்



குறிப்புகள்

மனிதர்கள் ஒரு சமூகவிலங்கு என்பதை நாம் அனைவரும் அறிவோம். அவர்கள் தனியாக வாழ முடியாது. சமூக உறுப்பினர் என்ற முறையில் அவர் பிறரைச் சார்ந்துதான் இருக்க வேண்டியுள்ளது. பல்வேறு வகைகளில் பிறரிடமிருந்து உதவிபெற வேண்டியுள்ளது. ஆனால் ஒவ்வொருவரின் தேவை என்ன என்பதை எவ்வாறு தெரிந்து கொள்வது என்பதுதான் கேள்வியாகும். பிறருக்கு நமது உணர்வுகள், எண்ணங்கள், கருத்துகள், தேவைகள், அனுபவங்கள் போன்றவற்றை அவர்கள் புரிந்துகொள்ளும் வண்ணம், நாம் தெரியப்படுத்த வேண்டியுள்ளது. வியாபாரத்திலும் இதேபோல் தான் நிகழுகிறது. வாடிக்கையாளர்களுக்கும் அரசுக்கும் உரியாளர்களுக்கும் பணியாளர்களுக்கும் தகவல் அளிக்கவும், அவர்களிடமிருந்து தகவல்களைப் பெறவும் வேண்டியுள்ளது. இப்பாடத்தில் மக்கள் தங்கள் உணர்வுகளையும், எண்ணங்களையும், கருத்துகளையும், செய்திகளையும் எவ்வாறு தெரியப்படுத்துகிறார்கள் என்பதை அறிந்து கொள்வோம்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தைக் கற்றறிந்த பின்பு

- ▶▶ தகவல்தொடர்பு (communication) என்றால் என்ன என்பதை வரையறுக்கவும்
- ▶▶ தகவல்தொடர்புச் செயல்பாட்டின் கூறுகளைக் கூறவும்
- ▶▶ வியாபாரத்தில் தகவல்தொடர்பின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்
- ▶▶ தகவல்தொடர்பு வகைகளைக் கண்டறியவும்
- ▶▶ பலவகை தகவல்தொடர்பு வழிமுறைகளை விவரிக்கவும்
- ▶▶ தகவல்தொடர்பில் ஏற்படும் தடைகளை விளக்கவும் உங்களால் இயலும்.

7.1 தகவல்தொடர்பு என்பதன் பொருள்

பல்வேறு காரணங்களுக்காக நமது வீட்டு உறுப்பினர்களிடத்திலும், நண்பர்களிடத்திலும், உறவினர்களிடத்திலும் நாம் அன்றாடம் பேசுகிறோம். பல்வேறு நேரங்களில் நமது நண்பர்களிடமிருந்தும், உறவினர்களிடம் இருந்தும் கடிதங்கள் பெறுகிறோம். பல வேளைகளில் அவசரச் செய்திகளைக் கூறுவதற்கு தொலைபேசியில் தொடர்பு கொள்கிறோம். இத்தகைய செயல்பாடுகளின் உதவியால் நாம் தகவல்களை பிறரோடு பகிர்ந்து கொள்கிறோம்.



குறிப்புகள்

இதேபோலவே மற்றவர்களும் தங்கள் அனுபவங்களை உங்களோடு பகிர்ந்து கொள்கிறார்கள். ஒரு அலுவலக அதிகாரி தனது உதவியாளரை அழைக்க அழைப்பு மணியை அடிப்படையும், சாலையில் வாகன ஓட்டிகள் சிவப்பு விளக்கை பார்த்தவுடன் வாகனத்தை நிறுத்தி, பின்னர் பச்சை விளக்கு எரியும்போது பயணத்தை தொடர்வதையும் நீங்கள் பார்த்திருப்பீர்கள். பள்ளிகளில் மணி அடித்த உடன் காலை வழிபாட்டுக் கூட்டத்திற்கு மாணவர்கள் கூடுகின்றனர்.

இத்தகைய முறைகளால் பேச்சின்றியும், எழுத்தின்றியும் சில செய்திகளை தெரிவிக்கவும், புரிந்து கொள்ளவும் முடிகிறது. இரண்டு அல்லது அதற்கும் கூடுதலானவர்கள் தகவல் களையும், கருத்துக்களையும், அனுபவங்களையும் பகிர்ந்து கொள்வதும் அல்லது பரிமாற்றம் செய்து கொள்வதுமான செயல்பாடுகள் தான் தகவல்தொடர்பு என அழைக்கப்படுகிறது.

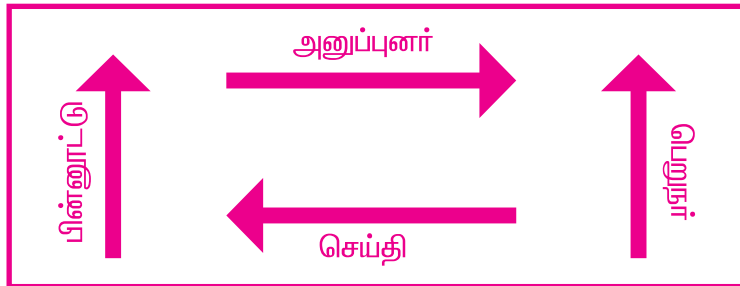
தகவல்தொடர்பு என்ற செயல்பாட்டை கீழ்க்கண்டவாறு வரையறை செய்யலாம்.

“இரண்டு அல்லது அதற்கும் கூடுதலானவர்களுக்கு இடையே பேச்சு, எழுத்து, சைகைகள் அல்லது குறியீடுகள் வழியாக தகவல்களைப் பரிமாறிக் கொள்ளும் செயல்பாடு தகவல்தொடர்பாகும்.”

தகவல்தொடர்பு செயல்பாட்டில் ஆட்களுக்கிடையே பரிமாற்றம் செய்யப்படும் செய்தி ஒன்று எப்போதும் இருந்திடும். தகவல்தொடர்பில் இருவர் இருப்பர். ஒருவர் செய்தியை அனுப்பும் ‘அனுப்புனர்’, அடுத்தவர் அதைப் ‘பெறுநர்’. இச்செயலில் பெறுநர் செய்தியைப் பெற்று புரிந்துகொண்டு, பதில் அளித்தால் தகவல்தொடர்புச் செயல்பாடு முடிவுக்கு வரும். சிவப்பு விளக்கு குறியீடு வண்டிகள் நிற்பதற்கான செய்தியைத் தெரிவிக்கிறது. சிவப்பு விளக்கைப் பார்த்தவுடன் வாகன ஓட்டிகள் வண்டியை நிறுத்துவது, பின்னூட்டு அல்லது துலங்கல் (feed back or response) ஆகும். இந்த பின்னூட்டு எவ்வடிவு உடையதாகவும் இருக்கலாம். உங்கள் நண்பரோடு பேசிக் கொண்டிருக்கும்போது தலையை ஆட்டிக் கொண்டே கேட்டுக் கொண்டிருப்பதும் பின்னூட்டு ஆகும். தகவல்தொடர்பில் உள்ள செய்தி, அனுப்புநர், பெறுநர் ஆகியவற்றோடு பின்னூட்டும் மிக முக்கியமானதொரு கூறாகவுள்ளது.



படம்



படம்

எனவே தகவல்தொடர்பில் கீழ்க்கண்ட கூறுகள் உள்ளன.

அனுப்புநர் - செய்தியை அனுப்புவர். உருவாகுமிடம் என்று அழைக்கப் படுகிறது.

பெறுநர் - செய்தியை பெறுபவர்.

செய்தி - தகவல்தொடர்பில் உள்ள செய்தி. இதில் உள்ள தகவல்கள், கருத்துகள், உணர்வுகள் அல்லது எண்ணங்கள் அடங்கும்.

பின்னூட்டு (Feed back) - பெறுநரின் துலங்கல் அல்லது மறுவினை அல்லது அனுப்புநருக்கு செய்திக்கு பதில் அளிப்பது.

பெறுநருக்கு செய்தியை அனுப்புவதற்கும், பெறுநரிடம் இருந்து பின்னூட்டு பெறுவதற்கும் நமக்கு ஊடகம் ஒன்று தேவையாகும். இதற்கு தகவல்தொடர்பு வழிமுறை அல்லது ஊடகம் எனப் பெயராகும். இவ்வூடகம் செய்தியை பெறுநருக்கு கொண்டு சென்று அவரிடம் இருந்து பின்னூட்டு பெற்று வருகிறது.



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 7.1

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.
 - (i) நபர்களுக்கிடையே தகவல், கருத்துக்கள், அனுபவங்களை பகிர்ந்து கொள்வதும் பரிமாறிக் கொள்வதும் தகவல்தொடர்பாகும்.
 - (ii) தகவல்தொடர்புச் செயல்பாட்டில் ஒரு செய்தி ஒன்று இருக்கும் என்று என்பது எப்போதும் இல்லை.
 - (iii) பின்னூட்டு என்பது தகவல்தொடர்புச் செயல்பாட்டில் உள்ள கூறுகளில் ஒன்றாகும்.
 - (iv) சாலைப் போக்குவரத்து காவல் அலுவலர் சைகை காட்டும் செயல்பாட்டில் செய்தி அனுப்புனர் ஆகும்.
- II. தகுந்த சொற்களால் காலியிடத்தை நிரப்புக
 - (i) செய்தியை அனுப்பும் நபர் _____ என்று அழைக்கப்படுகிறார்.
 - (ii) செய்தியைப் பெற்ற பின்பு பெறுநரின் துலங்கல் _____ எனக் அழைக்கப்படுகிறது.
 - (iii) செய்தியை பெறும் நபர் _____ என அழைக்கப்படுகிறார்.
 - (iv) தகவல்தொடர்பின்போது _____, _____ போன்றவை பொருளாக இருக்கும்.
 - (v) எந்த ஒரு செய்திக்குமான பின்னூட்டு எப்போதும் _____ நோக்கிச் செல்கிறது.

7.2 தகவல்தொடர்பின் முக்கியத்துவம்

1. நடப்பு உண்மைகள், புள்ளி விவரங்கள், கருத்துக்கள் போன்றவற்றை வெளிப்படுத்தப் பயன்படுகிறது.
2. ஒரு நிறுவனத்தில் அதன் பணிகளை ஒருங்கிணைக்கவும், பல்வேறு பிரிவுகளையும் பணியாளர்களையும் ஒருங்கிணைப்பு செய்திடவும், பணியாளர்களை ஆர்வமுட்டுவதற்கும் பயன்படுகிறது.



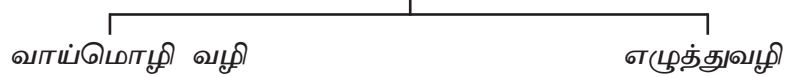
குறிப்புகள்

3. நிறுவனத்திற்கும், அதற்கு பொருள் வழங்குபவர்களுக்கும், வாடிக்கையாளர்களுக்கும் இடையே தேவைப்படும் அவசியமான தொடர்பை அளித்திட வழிவகை செய்கிறது.
4. தகவல்தொடர்பானது வியாபாரம் திறம்பட நடப்பதற்கும், பொதுமக்கள் இடையே அதுகுறித்த நல்லெண்ணத்தை உருவாக்கவும் உதவுகிறது.
5. தகவல்தொடர்பு மக்களுக்கு அறிவு புகட்டவும், அவர்கள் அறிவை விரிவாக்குவதற்கும், கண்ணோட்டத்தைப் பெரிதாக்குவதற்கும் பயன்படுகிறது.
6. மொழிப் பரிமாற்றத்திலும், நேரடி தொடர்பிலும் ஏற்படும் தடைகளை நீக்க உதவுகிறது.
7. புதிய கண்டுபிடிப்புகளையும், புதிய நுட்பங்களையும், புதிய பொருட்களையும் மக்கள் தெரிந்து கொள்ள உதவுகின்றது.
8. தகவல்தொடர்பு உதவியுடன் பிறர் செய்த சாதனைகளை அதிகம் அதிகமான மக்கள் தெரிந்து கொண்டு அவற்றைப் பயன்படுத்த முடிகிறது.

7.3 தகவல்தொடர்பின் வகைகள்

நாம் ஒருவரிடம் பேசும்போதோ அல்லது கடிதம் எழுதும்போதோ தகவல் தொடர்பு நடக்கிறது. அத்தகைய தொடர்புக்கு மொழி மிக அவசியமாகும். சொற்களின் துணைகொண்டு தகவல்தொடர்பு கொள்வது வாய்வழி/சொல்வழி தகவல் தொடர்பாகும். பேச்சு வழியாக தகவல்தொடர்பு கொள்வது வாய்வழி தகவல் தொடர்பாகும். இது விரிவுரைகள், கூட்டங்கள், குழு கலந்துரையாடல்கள், மாநாடுகள், தொலைபேசி உரையாடல்கள், வானொலி செய்திகள் போன்றவைகளின் வடிவில் இருக்கும். எழுத்தால் தகவல்தொடர்பு கொள்ளும் போது கடிதங்கள், குறிப்பாணைகள், சுற்றறிக்கைகள், அறிவிப்புகள், அறிக்கைகள், விளக்க நூல்கள், பத்திரிகைகள், கையேடுகள் போன்றவற்றின் மூலமாக செய்தி தெரிவிக்கப் படுகிறது.

தகவல்தொடர்பு வகைகள்



எழுத்துவழி தகவல்தொடர்பு காட்சியாகவோ அல்லது சைகை மூலமாகவோ அமையும். சில நேரங்களில் சில பாடங்களையும், வரைபடங்களையும், குறியீடுகளையும், படங்களையும் பார்க்கும்போது சில செய்திகளைத் தெரிந்து கொள்கிறோம். இவைகள் அனைத்தும் எழுத்து வடிவிலுள்ள காட்சி வழி தகவல் தொடர்பாகும். எடுத்துக்காட்டாக போக்குவரத்துக் காவல்அதிகாரிகாட்டும் நிறுத்தக்குறியும், ஆசிரியர் ஒருவர் விலங்குகளின் படத்தை மாணவர்களுக்குக் காட்டுவதும் காட்சி வழி தகவல் தொடர்பாகும்.

மணியடித்தல், ஊதுதல், அழைப்பு மணி, வாகன ஒலிப்பான்கள் போன்றவைகள் உதவியாலும் நமது தகவல் செய்தியை தெரிவிக்க முடியும். இத்தகைய வழியில் ஒலி எழுப்பி செய்தியை தெரிவிப்பது கேட்டல் வழித் தகவல் தொடர்பாகும். எடுத்துக்காட்டாக பள்ளிகளிலும், கல்லூரிகளிலும் பயன்படுத்தப்படும் மணி ஆசிரியர்களும், மாணவர்களும் பாட வேளைகளின் துவக்கத்தையும், முடிவையும் தெரிந்து கொள்ள உதவுகிறது. தொழிற்சாலையில் பயன்படுத்தப்படும் சங்கொலி பணியாட்களின் ஷிப்ட் மாற்றத்தை உணர்த்திட உதவுகிறது.

நமது உடல் அங்கங்களின் உதவியாலும், உடல் வழி உணர்த்துதலாலும் தொடர்பு கொள்வது சைகை வழி தகவல்தொடர்பாகும். நாட்டுக் கொடிக்கு வணக்கம் சொல்லுவது, நாட்டுப்பண் பாடும்போது உடல் அசைவின்றி நிற்பது, பல நேரங்களில் நாம் கைகளை அசைப்பது, தலையை அசைப்பது, முகத்தில் கோபத்தைக் காட்டுவது போன்றவை சைகை வழி தகவல்தொடர்புக்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 7.2

- I. பொருத்தமான சொற்களால் காலியிடத்தை நிரப்புக
 - (i) எழுத்து வழியாக உதவி கொண்டு தகவல்தொடர்பு செய்வது _____ என அழைக்கப்படுகிறது.
 - (ii) வாய்வழி சொற்களால் தகவல்தொடர்பு கொள்வது _____ ஆகும்.
 - (iii) உடல் அங்கங்களின் உதவியால் தகவல்தொடர்பு கொள்வது _____ என அழைக்கப்படுகிறது.
 - (iv) சித்திரங்கள், குறியீடுகள், வரைபடங்கள் ஆகியவற்றின் உதவியால் தகவல் தொடர்பு செய்வது _____ என அழைக்கப்படுகிறது.
- II. கீழ்க்கண்ட செயல்பாடுகளில் மொழிவழி தகவல்தொடர்புக்கு (V) என்று மொழியற்ற தகவல்தொடர்புக்கு (NV) என்று குறிப்பிடவும்.
 - (i) ஒருவர் கடிதத்தைப் படிப்பது
 - (ii) மாணவரை கோபத்தோடு ஆசிரியர் பார்ப்பது
 - (iii) தேசியக்கொடிக்கு வணக்கம் செலுத்துவது
 - (iv) கடைக்காரரிடம் பேசுவது
 - (v) அமைதியாகத் தலையாட்டுவது

7.4 தகவல்தொடர்பு கொள்ளும் வழிகள்

நாம் பல்வேறு வழிகளில் ஒருவடொருவர் தகவல்தொடர்பு கொள்கிறோம். இவற்றிற்குத் தகவல்தொடர்பு வழிகள் எனப் பெயராகும். முகம் முகமாக, நேருக்கு நேர் தொடர்புகொள்ளும்போது உடலின் பல அங்கங்களைப் பயன்படுத்துகிறோம். அல்லது பிறரோடு நேரடியாக பேசி வெளிப்படுத்துகிறோம். நேருக்கு நேர் தகவல் தொடர்பு சாத்தியப்படாதபோது பிற வழிகளில் நமது செய்தியை தெரியப்படுத்துகிறோம். எடுத்துக்காட்டாக எழுத்து வழி செய்தியை கடிதம் மூலமாக எழுதியும், தொலைபேசி வழியாகப் பேசியும், நவீன சாதனங்களான கணினிப்பொறிகள், பேக்ஸ் இயந்திரங்கள் உதவியுடனும் நமது செய்திகளைத் தெரியப்படுத்துகிறோம். எந்த நோக்கத்திற்காக, தகவல்தொடர்பு கொள்கிறோமோ அதைப் பொறுத்து அதன் வழிமுறைகள் அமைகின்றன.

எடுத்துக்காட்டாக அவசரமாகச் செய்தியை அனுப்ப தொலைபேசியைப் பயன்படுத்துகிறோம். எழுத்து வடிவிலான ஆவணம் தேவைப்படும் முக்கியமான செயலுக்கு கடிதத்தையும், பேக்ஸ் சாதனத்தையும் பயன்படுத்துகிறோம். நமது தேவைக்கும் விருப்பத்திற்கும் ஏற்ற தகவல்தொடர்பு வழிமுறைகளை தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்ள பரவலான வாய்ப்பை இன்றைய நவீன தொழில்நுட்பம் அளித்துள்ளது. வியாபாரத்தில் பயன்படுத்தப்படும் முக்கியமான தகவல் தொடர்பு வழிமுறைகளை நாம் அறிந்து கொள்ளலாம்.



குறிப்புகள்

கடிதங்கள்: கடிதங்கள் எழுத்து வழியிலான தகவல்தொடர்பு ஆகும். தனிப்பட்ட நபர்களோ அல்லது நிறுவனங்களோ இவற்றை அனுப்பவும், பெற்றுக் கொள்ளவும் எளிதில் முடியும். எழுத்து வழியிலான செய்தி அடங்கிய கடிதங்களை உரியவர்களுக்கு அஞ்சல் அலுவலகம் அல்லது தனியார் தூதஞ்சல் (Private Courier) உதவியுடன் அனுப்பலாம்.



படம் 7.1
கடிதம் எழுதுதல்

நேருக்குநேர் தொடர்புக்கும் அல்லது பிற தொடர்பு முறைகளுக்கும் வாய்ப்பு இல்லாத நேரத்தில் இம்முறை பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

தகவல் தொடர்பு ஆவணத்தை இதனால் பத்திரப்படுத்தி வைத்துக்கொள்ள முடியும். இந்த வகை தொடர்புக்கு ஆகும் செலவு மிகக் குறைவேயாகும்.

தந்தி அனுப்புதல்: தற்போது இம்முறை நடைமுறையில் இல்லை. அஞ்சல் துறையின் தந்தி அலுவலகத்தில் எழுத்து வழியாக வாசகங்கள் அடங்கிய செய்திகள் தந்தி மூலம் அனுப்பப்படும்.

This Form must accompany any inquiry made respecting this Telegram.

POST OFFICE TELEGRAPHS. Office Stamp.

If the Receiver of an Instant Telegram desires the necessary, he may have it registered on payment of 1/2d. Special enquiries paid for the transmission of 1/2d. See also for being reduced to 1/2d. and 1/2d. if it is found that there was any emergency, the amount paid for registration will be refunded.

Special conditions are applicable to the reception of Foreign Telegrams.

Handed in on _____ Office of Origin and Service Instructions. Charge _____ in per _____ Station. _____

LPOOL N RL 27 4/21 = _____ 4 57

SECRETARY GENERAL POST OFFICE LBN =

UNDERWRITERS HAVE MESSAGE FROM NEWYORK THAT VIRGINIAN IS STANDING BY TITANIC AND THAT THERE IS NO DANGER OF LOSS OF LIFE = 15MAY .+

படம் 7.2 தந்தி அனுப்புதல்

தொலைபேசிகள்: வாய்வழி தகவல் தொடர்புக்கு மிக அதிகமாகப் பயன்படுவது தொலைபேசியாகும். வர்த்தக அமைப்புக்கு உள்ளேயும், வெளியேயும் தகவல்தொடர்பு கொள்ளப்பயன்படுகிறது. தொலைதூர தொடர்புக்கு எஸ்.டி.டி.யும் (STD) அகில உலகத் தொடர்புக்கு ஐ.எஸ்.டி.யும் (ISD) உதவுகின்றன. அரசு மற்றும் தனியார் நிறுவனங்கள் தொலைபேசி சேவைகளை வழங்குகின்றன. நபர்களுக்கிடையே உடனடித் தகவல் தொடர்புக்கு மிகவும் விரும்பப்படும் சாதனம் தொலைபேசி ஆகும். வியாபார நிறுவனங்களிலும், அரசு மற்றும் தனியார் நிறுவனங்களிலும் உள்ளேயும், வெளியேயும் தகவல்தொடர்பு கொள்ள வசதியாக தனியார் தானியங்கி கிளை இணைப்பகம் (PABX) அமைக்கப்படுகிறது.



குறிப்புகள்

படம் 7.3 தொலைபேசி

தற்போது அலைபேசிகள் (Mobile phones) உடனடியாக செய்தி பெற்று கொள்ள வசதியாக இருப்பதால் மிகவும் அதிகமாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்தில் இருந்து பேசுவதற்கு உதவிய தொலைபேசியிலிருந்து ஏற்பட்ட முன்னேற்றம் இதுவாகும். சிறு செய்திச் சேவை (Short Messaging Services) பல்ஊடக செய்திச் சேவைகள் (Multimedia messaging services MMS) போன்ற நவீன சிறப்பு இயல்புகளைக் கொண்டதாகவும் இது இருக்கிறது. இவற்றின் உதவியால் வரி வடிவ செய்திகளை பிறருக்கு அனுப்பலாம். எம்.டி.என்.எல் (MTNL), பி.எஸ்.என்.எல். (BSNL), ஏர்டெல், ஐடியா, ஹட்ச், ரிலையன்ஸ், டாட்டா போன்ற அலைபேசி சேவை வழங்கும் நிறுவனங்கள் சி.டி.எம்.ஏ. (CDMA) மற்றும் ஜீஎஸ்எம் (GSM - Global system for mobile communication) போன்ற தகவல் தொழில் நுட்பத்தால் செயல்படுகின்றன.

தொலையச்சு (Telex) : இவை தொலையச்சுப் கருவியின் உதவியால் அச்சு வடிவில் தகவல் தொடர்பு கொள்ளப்படுகிறது. தொலையச்சுப் பொறிகள் (Teleprinters) பல்வேறு இடங்களில் அமைக்கப்பட்டு அவையனைத்தும் மைய இணைப்பகத்தோடு இணைக்கப்படும். ஒவ்வொரு இயந்திரத்தோடும் ஒரு விசைப் பலகை (Keyboard) இணைக்கப்பட்டிருக்கும். இந்த விசைப் பலகையின் உதவியால் ஒரு இடத்திலிருந்து தட்டச்சு செய்யும்போது அடுத்த பிறிதொரு முனையில் தட்டச்சு செய்யப்படுகிறது. இதன் உதவியால் உடனடியாக தகவல் அனுப்ப முடிகிறது.



படம் 7.4 தொலையச்சுக் கருவி

உருவ நேர் வடிவம் அனுப்புதல்: (Fax or Facsimile) உருவ நேர் வடிவ இயந்திரம் என்பது உடனடியாக தகவல் அனுப்பிட உதவும் மின்னணு சாதனமாகும். கையால் காகிதத்தில் எழுதப்பட்ட ஆவணக் கடிதம், படம், வரைபடம், விளக்க படம்



குறிப்புகள்

(diagram, graphs) போன்றவைகளை அனுப்பலாம். இந்த இயந்திரம் ஒரு ஆவணத்தின் அச்ச நகலை தொலைபேசிக் கம்பியின் வழியாக இன்னொரு உருவ நேர் வடிவ இயந்திரத்திற்கு அனுப்புகின்றது. அனுப்ப வேண்டிய செய்தி அல்லது வரைபடம் உள்ள ஆவணத்தை இவ்வியந்திரத்தில் வைத்து இன்னொரு முனையின் தொலைபேசி எண்ணைக் குறித்துக் கொடுக்க வேண்டும். அம்முனையிலுள்ள நேர் உருவ வடிவ இயந்திரம் அவ்வுருவத்தின் நேர் வடிவை உடனடியாக அச்சிட்டுத் தரும். வியாபாரத்தில் எழுதப்பட்ட தகவல்களை அனுப்பிட இது மிக அதிகமாகப் பயன்படுகிறது. மிக எளிதாக இருப்பது, எழுதப்பட்ட அல்லது அச்சிடப்பட்ட தகவல்களை உடனடியாக அனுப்பிட முடிவது இதன் முக்கியமான சிறப்பாகும். ஒரு குறிப்பிட்ட அளவில் உள்ள ஆவணங்களை மட்டும் தான் அனுப்ப முடியும் என்பதுதான் இதன் ஒரே குறைபாடாகும். மேலும் வழக்கமாக இவ்வியந்திரத்தின் உதவியால் அனுப்பப்பட்ட ஆவணத்தின் அச்ச நகல் ஒன்று அஞ்சல் வழியாக அனுப்பி வைக்கப்படுகிறது.



படம் 7.5 பேக்ஸ் இயந்திரம்

பொதுவாக இவ்வியந்திரத்தின் உதவியால் பெறப்பட்ட ஆவணத்தை உடனடியாக ஒளிநகல் எடுத்து பத்திரப்படுத்தி கொள்ள வேண்டும். ஏனென்றால் இவ்வியந்திரத்தில் அச்சடிக்கப் பயன்படும் அச்சமை சிறிது காலத்தில் அழிந்து போய்விடும்.

மின்னஞ்சல்: இ-மெயில் என்று அனைவராலும் அழைக்கப்படும் மின்னஞ்சல் நவீன தகவல்தொடர்பு முறையாகும். தகவல்களை அனுப்புவதற்கும், பெறுவதற்கும் இம்முறையில் மின்னணுவியல் முறைகள் பயன்படுகின்றன. தனிநபர்கள் இணைய தளத்தின் உதவியால் இணையதள சேவை வழங்குநர் (ISP) ஒருவரின் உதவியால் மின்னஞ்சல் கணக்கு ஒன்று துவக்கிக் கொள்ளலாம். பின்னர் செய்திகள், படங்கள், கேட்கக்கூடியவைகள் ஆகியவற்றை தங்கள் கணிப்பொறி வழியாக பிற மின்னஞ்சல் கணக்கு வைத்துள்ள பிற தனிநபர்களுக்கு அனுப்பலாம். அடுத்த முனையில் உள்ளவர் கணிப்பொறி உதவியால் தனது மின்னஞ்சல் பெட்டியைத் திறந்து பார்க்கும்போது தனக்கு வந்துள்ள மின்னஞ்சலை படித்து அறிந்து கொள்ளலாம். தகவல் கண்டும் கேட்கக்கூடிய வடிவிலும் அனுப்பப்படுகிறது. இந்த செயல்பாடு மிக வேகமாக நடைபெறுகிறது. பயன்பாட்டாளர்கள் மிக அதிக அளவில் இணைய தளத்தை பயன்படுத்துவதால் இதன் புகழும் பயனும் மிகவும் அதிகரித்து வருகிறது.



படம் 7.6 மின்னஞ்சல் தொடர்பு



குறிப்புகள்

குரல் அஞ்சல் (Voice mail): தொலைபேசி அழைப்புகளை பெற்றுக்கொள்ளவும், பதில் கூறுவதற்கும் பயன்படும் கணிப்பொறி சார்ந்த அமைப்பு இதுவாகும். கணிப்பொறியில் தொலைபேசி வழி செய்திகள் பதிவு செய்யப்பட்டு, கணிப்பொறியில் நினைவில் சேர்த்து வைக்கப்படுகிறது. அதற்கு தேவைப்படும் விடையை அளித்து, வேண்டும் தகவல்களைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். தனிநபர்கள் கூட குரல் அஞ்சலில் தங்கள் செய்திகளை பதிவு செய்து கொள்ளலாம். தேவைப்படும் பயன் பாட்டாளர்கள் தங்களுக்கு தேவையான நேரத்தில் தகவல்களைப் பெற்று பயன் படுத்திக் கொள்ளலாம். நோய்டாவில் உள்ள தேசிய திறந்த நிலைப் பள்ளியின் தலைமை அலுவலகத்திலிருந்து அமைக்கப்பட்டுள்ள உரையாடும் குரல் அஞ்சல் அமைப்பின் உதவியால் மாணவர்கள் சேர்க்கை, தேர்வு, தேர்வு முடிவுகள் குறித்த தகவல்களைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். நீங்கள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ள இரண்டு தொலைபேசி எண்கள் 0120-4626909 அல்லது 0120-4626910 ஏதேனும் ஒன்றில் தொடர்பு கொண்டு குரல் அஞ்சல் உதவியால் தேவையான தகவல்களைப் பெறலாம்.



படம் 7.7 குரல் அஞ்சல்

தொலைபேசி வழி கூட்டுரையாடல் (Teleconference): பொதுவான பிரச்சனைகள் குறித்து மக்கள் ஆலோசனை செய்வதும், கலந்து பேசுவதையும் கூட்டுரையாடல் (conference) என்று அழைக்கிறோம். மக்கள் ஒன்றாக அமர்ந்து நேருக்குநேர் பேசிக் கொள்கிறார்கள். ஆனால் தொலைபேசி வழி கூட்டுரையாடலில் மக்கள் ஒன்றாகக்கூடி அமர்ந்து கொள்ளாமலே ஒருவருக்கொருவர் உரையாடிக் கொள்வர். மக்கள் குரலைக் கேட்டுக் கொண்டே இன்னொரு இடத்தில் உள்ளவரின் படத்தைப் பார்த்துக் கொண்டே கேட்கப்படும்



குறிப்புகள்

வினாக்களுக்கு வெளிநாடுகளிலிருந்தும் பதில் அளிக்க முடியும். இதற்கு நவீன மின்னணு சாதனங்களான தொலைபேசி, கணிப்பொறிகள், தொலைக்காட்சி போன்றவை தேவையாகும். ஒவ்வொரு தொலைபேசி வழி கூட்டுரையாடலில் மொத்த தகவல் பரிமாற்றத்திற்கும் வழி ஏற்படுத்தித் தருவதற்கு ஒரு மையக் கட்டுப்பாட்டு நிலையம் தேவைப்படும். தொலைவழி கூட்டுரையாடல்கள் இரண்டு வகைப்படும்.

(i) கேட்டல் நிலை கூட்டுரையாடல் (Audio - conferencing)

(ii) காட்சி நிலை கூட்டுரையாடல் (Video - conferencing)

இவைகளைப் பற்றி மேலும் தெரிந்து கொள்வோம்.

கேள்விவழி தொலை உரையாடல்: பல்வேறு இடங்களில் உள்ள பங்கேற்பாளர்கள் பிறரது குரலை மட்டும் கேட்டு உடன் பதிலளிக்கும் அமைப்பு இருவழி கேள்வி தொலையாடல் ஆகும். மக்கள் வானொலி அல்லது தொலைபேசி வழியாக குரலைக் கேட்பர். தொலைபேசி வழியாக தங்கள் வினாக்களைக் கேட்பர்.



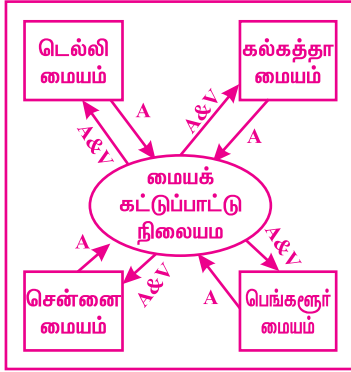
படம் 7.9 கேள்வி வழி தொலை உரையாடல்

காட்சிவழி தொலை உரையாடல்: குரலைக் கேட்பதோடு கூட பங்கேற்பாளர்கள் தங்கள் படத்தைப் பேசும்போது பார்க்கவும் செய்யலாம். இதற்கு காட்சி வழி தொலை உரையாடல் எனப் பெயராகும். காட்சிவழி தொலை உரையாடல் இரண்டு வகைப்படும்.

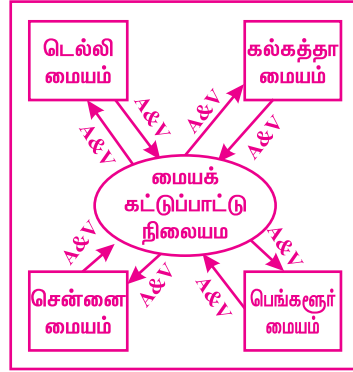
(i) ஒருவழி காட்சியும் இரண்டு வழி கேள்வியும் (One way video and two way audio): இந்த அமைப்பில் பங்கேற்பாளர்கள் குரலைக் கேட்பதோடு கூட படிப்பிடிப்பு நிலையத்தில் அமர்ந்துள்ள பங்கேற்பாளர்களின் படத்தையும் காணலாம். காண்பவர்கள் தொலைபேசியின் உதவியால் நிலையத்தோடு தொடர்பில் இருக்கலாம். நிலையத்தில் இருப்பவர்களும் பங்கேற்பாளர்களின் குரலைக் கேட்க இயலும்.



படம் 7.8 காட்சிநிலைக் கூட்டுரையாடல்



ஒரு வழிக்காட்சியும் இரு வழிக்கேள்வியும்



இரு வழிக்காட்சியும் வழிக்கேள்வியும்

படம்

(ii) இருவழி கேள்வியும் காட்சியும் (Both way audio and video): இதில் இருமுனையில் உள்ள பங்கேற்பாளர்கள், அதாவது நிலையத்தில் இருப்பவர்களும், பார்வையாளர்களும் ஒவ்வொருவருடைய குரலைக் கேட்கவும் தங்கள் திரையில் காணவும் முடியும்.

7.5 தகவல் தொடர்பில் ஏற்படும் தடைகள்

தகவல் தொடர்பு ஊடுருவிப் பரவும் செயல்பாடாக இருப்பினும் நடைமுறையில் பெரும்பாலும் நடைமுறையில் திருப்தியளிப்பதாக இல்லை. கருத்துகளும், தகவல்களும் பரிமாற்றம் செய்யும்போது பல தடைகள் இடைமறிக்கின்றன. சிறப்பான தகவல் பரிமாற்றத்திற்கு குறிக்கிடும் தடைகள் கீழே விவரமாக விளக்கப்பட்டுள்ளது.

1. குறைபாடுடன் தெரிவிக்கப்படும் செய்தி: சரியாக தேர்ந்தெடுக்காத சொற்களாலும், சரியான பொருளைத் தராத சொற்றொடர்களாலும் அடிக்கடி செய்திகள் தெரிவிக்கப்படுகின்றன. தொடர்பில்லாதிருத்தல். குறைபாடுள்ள சொற்களைப் பயன்படுத்துதல், பொருத்தமற்ற மொழிநடை போன்றவை காணப்படுகின்றது. தெளிவும், துல்லியமும் இல்லாது இருப்பதும், தேவையற்ற விளக்கங்களும், மிகுதியான பிழைகளும், தவறான புரிந்துகொள்ளுதலுக்கும் காரணமாக அமைகிறது. பெரும்பாலும் தகவல் மொழி மாற்றத்தில் தவறு ஏற்படுவதால் செய்தி பொருத்தமற்றதாக மாறி விடுகிறது. ஒவ்வொருவரும் தங்களது கல்வியறிவு, உணர்தல், பின்னணி காரணமாக ஒரே சொற்கள் அல்லது குறியீடுகளுக்கு வேறு வேறு விதமாக பொருள் தருவதால் அதன் மொழி அல்லது பொருள் குறித்த பிரச்சனை ஏற்பட்டு விடுகிறது. ஒவ்வொரு நிறுவன மேலாளரும் பிறரது மனநிலையைப் புரிந்து கொள்ளும் வகையில் தங்கள் பார்வையை விசாலமாக்கிக் கொண்டால் மொழித் தடை ஏற்படுவதை தகவல் பரிமாற்றத்தில் தடுக்கலாம்.

2. வடிகட்டல் (Screening or Filtering): ஒரே செய்தியைத் தொடர்ந்து அனுப்புவதால் வடிகட்டல் காரணமாக அதன் துல்லியம் குறைந்து போகலாம். செய்தியை பெறுபவர் அதை வடிகட்டுவதோடு கூட பெறுபவருக்கு சாதகமாக உள்ள தகவலை மட்டும் அனுப்ப முயலுகிறார். இவ்வாறு முன்னதாகவே செய்தியை மதிப்பீடு செய்வது அதன் பொருளைச் சிதைந்து போகச் செய்து விடுகின்றது. சில மேலாளர்கள் சோம்பேறித்தனம் காரணமாகவோ அல்லது இது



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

அனைவருக்கும் தெரிந்த செய்தி என்று நினைத்துக் கொண்டு தகவல் அனுப்பாது இருக்கின்றனர். மேலாளர் தனது கீழ் பணியாளர்களிடம் ஒத்துழைப்புள்ள உறவு கொண்டவராக இருத்தல் வேண்டும். வடிகட்டலை தவிர்ப்பதற்காக அவர்களது எண்ணங்களை கேட்டுப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

3. கவனக்குறைவு: சில சமயம் தகவல் அறிவிப்பையும், செய்தித் குறிப்பையும், தீர்மான அறிக்கைகளையும், அறிக்கைகளையும் மக்கள் படிக்காது இருந்து விடுகின்றனர். கேட்கும் தகவலையும் கவனத்துடன் கேட்பதில்லை. கீழ் பணியாளர்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டிய முக்கியத்துவம் இல்லை என்றும் நம்புகின்றனர். முடிவெடுப்பதில் ஏற்படும் பிழைகள் தகவல் பரிமாற்றத்தை செயலிழக்கச் செய்கின்றது. மேலதிகாரிகள் பெரும்பாலும் எதையும் கவனித்துக் கேட்காத பழக்கம் கொண்டவர்கள். குறைவான வசதி வாய்ப்புகள் அல்லது அனுப்புவதில் ஏற்படும் தாமதம் காரணமாக தகவல் தொடர்பு செய்வதில் குறைவான விருப்பம் உள்ளவர்களாக இருக்கின்றனர்.

4. தெளிவுபடுத்தப்படாத யூகங்கள்: பெறப்படும் செய்தி காரணமாக ஏற்படும் யூகங்கள் தெளிவுபடுத்தப்படாத போது செய்தியை அனுப்புவருக்கும் பெறுபவருக்கும் இடையே தவறான புரிதலை ஏற்படுத்துகிறது. எடுத்துக்காட்டாக வாடிக்கையாளர் ஒருவர் தான் குறிப்பிட்ட வியாபாரியின் தொழிற்சாலைக்கு வருவதாகத் தகவல் கொடுப்பார். மேலும் தனக்கு வாகன வசதி, தங்குமிட வசதி, உணவு வசதி போன்றவைகளை ஏற்பாடு செய்திடுவார் என்று யூகித்துக் கொள்வார். ஆனால் வியாபாரி அந்த வாடிக்கையாளர் ஒரு திருமணத்திற்குத் தற்செயலாக வருவதாகவும் அப்படியே அவரது தொழிற்சாலையை பார்வையிட இருக்கிறார் என்றும் நினைத்துக் கொள்வார். இத்தகைய தெளிவுபடுத்தப்படாத யூகங்கள் உறவைக் கெடுத்து விடுகின்றது.

5. மாற்றத்திற்கு எதிர்ப்பு நிலை: மனிதர்கள் தங்களின் அன்றாட வாழ்வின் நடைமுறைகளில் குழப்பத்தை விரும்பாது புதிய கருத்துகளை பொதுவாக எதிர்க்கின்றனர். இருக்கும் நிலையிலேயே தாம் தொடர்ந்து இருக்க விரும்புகின்றனர். தங்களது தற்போதைய எண்ணத்தை உறுதிப்படுத்தும் தகவலைப் பெற்றுக் கொள்ளவும், அதற்கு மாறாக உள்ளத்தை தவிர்க்கவும் விரும்புகின்றனர். தொழிலாளிகளைப் பாதிக்கும் மாற்றத்தை உள்ளடங்கிய தகவலை அவர்கள் மிக கவனத்தோடு எடுத்துக் கொள்வது கிடையாது. மாற்றங்கள் பல்வேறு மக்களை பலவிதத்தில் பாதிக்கின்றது. செய்தியின் முழு பொருளையும் சிந்தித்து அறிய ஒருவருக்கு கால அவகாசம் தேவைப்படும். மேலாளர் தேவையான கால அவகாசமும், உதவியையும் தொழிலாளிகட்கு அளித்து மாற்றத்திற்கு அவர்கள் தங்களை ஆயத்தப் படுத்தி கொள்ள உதவிடல் வேண்டும்.

6. பரஸ்பர நம்பிக்கையின்மை (Mutual Distrust): உயரதிகாரிக்கும் கீழ் பணியாளர்களுக்கும் இடையே நம்பிக்கையின்மையும், புரிதல் குறைவும் இருந்தால் சிறப்பான தகவல் பரிமாற்றம் நடைபெறாது. காரணமில்லாது முடிவெடுப்பதும், முரணான தீர்மானங்களும் கீழ் பணியாளர்களின் செயல்பாட்டை தாமதப்படுத்தி விடும். திறந்தமனமும், பிற கண்ணோட்டத்தில் செயல்களைக் காணுவதும் இல்லாது போகும்போது மக்கள் ஒரு செயல்பாட்டை பலவிதமாக புரிந்து கொள்கின்றனர். நிர்வாகமானது பணியாளர் கருத்துகளுக்கும் மதிப்பளிக்கும் வகையில் பரஸ்பர நல்லெண்ணத்தையும் நம்பிக்கையையும் உருவாக்குதல் அவசியமாகும்.

7. பதவியும் நிலையும்: கீழ் அலுவலர் தகவல்களை மேலதிகாரிகளிடம் உள்ள பயம் காரணமாக வெளியிடத் தயங்குவார். இது மேலதிகாரியை தவறாக

வழிநடத்திடும் அல்லது சுயகௌரவம் காரணமாக அவர்களுக்கு தெரியாத தகவல்களை கேட்டுத் தெரிந்து கொள்ளத் தயங்குவார்கள். எனவே மேலதிகாரிகள் தேவையான எல்லாத் தகவல்களையும் தாங்களே வைத்திருக்க வேண்டும். இதனால் கீழ்நிலை அலுவலர்களைச் சார்ந்திருக்கத் தேவையில்லை. நிறுவனம் முழுவதும் சுதந்திரமான சிறப்பான இருவழி தகவல் பரிமாற்றத்தை ஏற்படுத்தினால் பதவி நிலை காரணமாக ஏற்படும் தடை தகவல் பரிமாற்றத்தில் நீங்கிவிடும்.

8. சிக்கலான நிறுவன அமைப்பு: பல நிலைகளில் மேற்பார்வை செய்தலும் சிறப்பு நிலை பணியாளர்களை பணியமர்த்தலும், நீண்ட சங்கிலித் தொடரில் ஆணை வழங்கும் பழக்கமும் கொண்ட நிறுவன அமைப்பு முறை சிறப்பான தகவல் பரிமாற்றத்திற்கு தடையாக அமையும். தகவல் பரிமாற்றம் பல்வேறு மேற்பார்வை நிலையில் நின்றுபோய் விடும். தொழிலாளர்களுக்கும், உயர் நிர்வாகத்திற்கும் இடையே இடைவெளி இருப்பது தடையற்ற வேகமான தகவல் பரிமாற்றத்தை குறைத்துவிடும். நிர்வாகமானது இத்தடையை அகற்றுவதற்கேற்ற நிறுவன அமைப்பை மாற்றிட வேண்டும்.



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 7.3

I. பொருத்துக

கலம் அ	கலம் ஆ
அ. தந்தி	(i) இணையதளம் மூலமாக அஞ்சல்களை அனுப்புவதும் பெறுவதும்
ஆ. கைபேசிகள்	(ii) அச்சிடப்பட்ட ஆவணத்தை உடனே அனுப்புவது
இ. பேக்ஸ்	(iii) சிறிய செய்தி சேவை (SMS)
ஈ. குரல் அஞ்சல்	(iv) பயன்படுத்தப்பட்ட சொற்களுக்கு ஏற்றவாறு கட்டணம்
உ. மின்னஞ்சல்	(v) உள்ளே வரும் வெளியே செல்லும் தொலைபேசி அழைப்புகளை கணினி மூலம் அமைத்தல்

II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

- (i) பயன்படுத்தப்படும் சொற்களுக்கேற்ப கட்டணம் செலுத்தக்கூடிய தகவல் அனுப்பும் முறையானது

(அ) கைபேசிகள் (Mobiles)	(ஆ) டெலக்ஸ் (Telex)
(இ) தந்திகள் (Telegram)	(ஈ) பேஜர்கள் (Paggers)
- (ii) கீழ்க்கண்டவைகளில் எது காட்சி வழி தகவல்தொடர்புக்கு எடுத்துக்காட்டாகும்

(அ) தேசிய கொடிவணக்கம் செய்திடும் ஒருவர்
(ஆ) கடிதத்தை படிக்கும் ஒருவர்
(இ) பள்ளியில் மணியடிக்கும் பள்ளிப் பணியாளர்
(ஈ) நிறுத்தக்குறி காட்டும் போக்குவரத்துக் காவலர்
- (iii) கீழ்க்கண்டவைகளில் எது தகவல் தொடர்பின் கூறாக அமையாது?

(அ) அனுப்புநர்	(ஆ) பெறுநர்
(இ) செய்தி	
(ஈ) அனுப்புபவரை தவிர பிறருக்கு பின்னூட்டு வழங்குவது	



குறிப்புகள்

- (iv) படங்கள், குறியீடுகள், படங்கள் உதவியுடன் தகவல் பரிமாற்றம் செய்வது
 (அ) சொல் வழி தகவல்தொடர்பு
 (ஆ) வாய்வழி தகவல்தொடர்பு
 (இ) காட்சி வழி தகவல்தொடர்பு
 (ஈ) எழுத்து வழி தகவல்தொடர்பு
- (v) சிறிய செய்திகளை அனுப்புவதற்கு கீழ்க்கண்டவைகளில் எது பயன்படுத்தப் படுகிறது
 (அ) பேக்ஸ் (ஆ) தந்தி
 (இ) குரல் அஞ்சல் (ஈ) மின்னஞ்சல்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ உண்மைச் செய்திகள், கருத்துக்கள், எண்ணங்கள், பேச்சு வழியாக தகவல் அளிப்பது, வாசகங்கள் சைகைகள், குறியீடுகள் ஆகியன ஆட்களுக்கிடையே பரிமாறிக் கொள்வது தகவல் தொடர்பு என்பதாகும்.
- ▶ தகவல்தொடர்பு செயல்பாட்டில் அனுப்புநர், பெறுபவர், செய்தி, பின்னீடு போன்ற நான்கு கூறுகள் உண்டு.
- ▶ தகவல்தொடர்பு சொல் வழியாகவும் சொல் இல்லாமலும் நடைபெறும்.
- ▶ சொல்லில்லாத தகவல்தொடர்பு காட்சி, கேள்வி அல்லது சைகை மூலமாக நடைபெறும்.
- ▶ நமது செய்தியை பல்வேறு வழிகளில் வெளிப்படுத்தலாம். அவற்றிற்கு தகவல் தொடர்பு சாதனங்கள் என பெயராகும்.
- ▶ கடிதங்கள், தொலைபேசிகள், டெலக்ஸ், பேக்ஸ், மின்னஞ்சல், பேஜர்கள், தொலைதூர உரையாடல்கள் போன்றவை வாயிலாக தூரத்திலுள்ள இடங்களுக்கு செய்திகளை அனுப்புகிறோம்.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. இருபது சொற்களில் 'தகவல்தொடர்பு' என்பதை வரையறுக்கவும்.
2. தகவல்தொடர்பு செயல்பாட்டின் கூறுகளைக் கூறுக.
3. வர்த்தகத்தகவல் தொடர்பு என்றால் என்ன?
4. "தகவல்தொடர்புக்கு சிறந்த முறை கடிதங்கள் ஆகும்" இக்கூற்றை நீங்கள் ஒத்துக்கொள்கிறீர்களா? காரணம் கூறுக.
5. இரண்டு வாக்கியங்களில் 'குரல் அஞ்சல்' என்பதை பற்றிய சிறுகுறிப்பு வழங்கவும்.
6. சொல்வழி தகவல்தொடர்பு என்பதை விளக்கவும்.
7. வர்த்தகத்தில் தகவல்தொடர்பின் முக்கியத்துவத்தில் ஏதேனும் நான்கினைக் கூறுக.
8. வாய்வழித் தகவல்தொடர்பில் தொலைபேசியானது மிக அதிகம் பயன்படுவதாகும். இதை ஏற்றுக்கொள்கிறீர்களா? காரணங்கள் கூறுக.
9. சொல்வழி, சொற்கள் இல்லாத தகவல் தொடர்புகளுக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடுகளைக் கூறவும்.
10. ஒரு வரைபடத்தின் உதவியால் தகவல் தொடர்பு செயல்பாட்டினை விளக்குக.

11. தகவல் தொடர்பு என்பதன் பொருளையும் அதன் செயல்பாட்டையும் விளக்கவும்.
12. சொல் இல்லாத தகவல் தொடர்பின் வகைகளை விளக்குக.
13. எழுத்து வழி செய்தியை மிக வேகமாக அனுப்புவதற்கான முறை மின்னஞ்சல் ஆகும். விளக்குக.
14. நீங்கள் ஒரு ஏற்றுமதியாளர். அமெரிக்காவிலுள்ள இறக்குமதியாளருக்க விலைப் புள்ளியின் நகலை அனுப்ப வேண்டியுள்ளது. எந்த வகை தகவல் தொடர்பைப் பயன்படுத்துவீர்கள். ஏன்?



குறிப்புகள்



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 7.1

- I (i) சரி (ii) தவறு (iii) சரி (iv) சரி
 II (i) அனுப்புனர் (ii) பின்னூட்டு (iii) பெறுநர்
 (iv) நடப்பு உண்மைகளும் கருத்துகளும் எண்ணங்களும் (v) அனுப்புரை

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 7.2

- I. (i) சொல்வழி தகவல் தொடர்பு (ii) வாய்வழித் தகவல் தொடர்பு
 (iii) சைகைவழி தகவல் தொடர்பு (iv) காட்சிவழி தகவல் தொடர்பு
 II (i) V (ii) NV (iii) NV (iv) V (v) NV

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 7.3

- I (அ) (iv) (ஆ) (iii) (இ) (ii) (ஈ) (v) (உ) (i)
 II (i) இ (ii) ஈ (iii) ஈ (iv) இ (v) ஆ
 (vi) சரி (vii) சரி

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- உங்கள் பகுதியில் நீங்கள் காணும் தகவல்தொடர்பு வழிமுறைகளைப் பட்டியலிடுக. ஏதேனும் ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுத்து அதற்கு ஏற்படும் செலவு, அதனால் விளையும் பயன்கள் போன்றவற்றைக் கண்டறியவும்.



குறிப்புகள்

8

அஞ்சல் சேவையும் தூதஞ்சல் சேவையும்

இந்தப் பாடத்தைப் படித்துப் புரிந்து கொள்வதில் உங்களுக்கு ஏதேனும் சிரமம் இருக்கிறதா? இதுகாறும் படித்த பாடங்களை புரிந்துகொள்ள முடிந்ததா? இல்லையெனில் தேசிய திறந்த நிலைப் பள்ளிக்கு உங்களது குறிப்பிட்ட சந்தேகத்தை தயவு செய்து எழுதுங்கள். அது உங்கள் பிரச்சனைக்கு தீர்வு காண கட்டாயம் உதவிடும். முந்தைய பாடத்தில் தகவல்தொடர்பு வழிமுறைகளைப் படித்து அறிந்து கொண்டீர்கள். ஏதேனும் ஒரு வழியில் எங்களோடு நீங்கள் தொடர்பு கொள்ளலாம். அந்தப் பாடத்தில் கடிதங்கள்தாம் மிகப்பொதுவான வசதியான எழுத்து வழி தொடர்பு முறை என்பதைத் தெரிந்து கொண்டீர்கள். நீங்கள் எழுதும் கடிதம் ஒன்று எங்ஙனம் எங்களை வந்து சேருகிறது, யார் அதைக் கொண்டு வந்து சேர்க்கிறார்கள் என்று தெரியுமா? அஞ்சல் அலுவலகம் அல்லது தனியார் தூதஞ்சல் சேவை அதைச் செய்கிறது. அது அனுப்புநருக்கும், பெறுநருக்குமிடையே இடையாளாக இருந்து செயல்படுகிறது. அனுப்புநர் தனது கடிதத்தை அஞ்சல் அலுவலகத்தில் அளிக்கிறார். அதைத் தொடர்ந்து அஞ்சல் அலுவலகம் குறிப்பிட்ட பெறுநருக்கு அந்தக் கடிதத்தை கொண்டு சேர்த்திட தேவையான அனைத்து வழிமுறைகளையும் செய்கிறது. இதோடு கூட அஞ்சல் அலுவலகம் மேலும் சில சிறப்பான சேவைகளையும் வழங்குகிறது. இப்பாடத்தில் அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் பல்வேறு சேவைகளைக் குறித்துப் படித்தறிவோம்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தை நீங்கள் படித்து முடித்த பின்பு

- ▶▶ அஞ்சல் சேவை என்பதன் பொருளையும், இயல்பையும் விளக்கவும்.
- ▶▶ அஞ்சல் அலுவலகமும் தனியார் அஞ்சல் வழங்குநர்களும் (Private Courier Service) அளிக்கும் பல்வேறு சேவைகளைக் கூறவும்.
- ▶▶ அஞ்சலகச் சேவைகளின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்கவும்.
- ▶▶ தனியார் தூதஞ்சல் சேவை வழங்குநரின் பங்கை கண்டறியவும். உங்களால் இயலும்.

8.1 அஞ்சலகச் சேவைகள் என்பதன் பொருள்

அஞ்சல் அலுவலகத்திற்கு நீங்கள் சென்றிருப்பீர்கள். அங்கே சென்று என்ன செய்கிறீர்கள்? நீங்கள் அஞ்சல் வில்லைகள் வாங்கியிருப்பீர்கள் அல்லது கடிதம் அனுப்பியிருப்பீர்கள். சில சமயங்களின் பணவிடை அனுப்புதல் அல்லது பாரச்சல் அனுப்புதல் அல்லது அஞ்சலகச் சேமிப்புத் திட்டத்தில் 'பணம் செலுத்துதல்' போன்ற செயல்களில் ஈடுபட்டிருப்பீர்கள். பொதுமக்கள் நலனுக்காக கடிதங்களையும், பாரச்சலையும் கொண்டு செல்வது, பணத்தை அனுப்புவது / வைப்புப் பணத்தை ஏற்றுக் கொள்வது போன்ற பல்வேறு சேவைகளில் அஞ்சல் அலுவலகம் ஈடுபடுகின்றது. இச்சேவைகள் அனைத்தையும் அஞ்சலகச் சேவைகள் என அழைக்கலாம்.



भारतीय डाक



குறிப்புகள்

8.2 அஞ்சலகச் சேவைகளின் இயல்புகள்

எழுத்து வடிவிலான செய்தியை அனுப்புவதற்காகவே அஞ்சல் சேவைகள் முதலில் தோன்றின. முற்காலத்திலும் எழுத்து வடிவிலான செய்திகளை பரிமாறிக் கொள்ளும் பழக்கம் இருந்தது. அப்போது ஓட்டக்காரர்கள் (runners) என அழைக்கப் படுபவர்கள் ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு செய்திகளை எடுத்துச் சென்று அளித்தனர். பயிற்சி அளிக்கப்பட்ட புறாக்கள் கூட ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு கடிதங்களைக் கொண்டு சென்றன. தற்போதுள்ள அஞ்சல் சேவை அமைப்பு சாலைகளும், ரயில் வழியும், போக்குவரத்து முறையாக மாறிய பிறகு ஏற்பட்டதாகும். இந்தியாவில் 1837 வரை அஞ்சல் சேவை என்பது அரசு அலுவலகச் செய்தியை அனுப்புவதற்கு மட்டுமே பயன்பட்டது. 1837 ஆம் ஆண்டுக்கு பிறகுதான் பொதுமக்களுக்கும் இச்சேவை அளிக்கப்பட்டது. காலப்போக்கில் அஞ்சல், பணம் அனுப்புவது, பாரச்சல்கள் அனுப்புவது, வங்கிச் சேவை, காப்பீடு செய்தல் போன்ற பிற சேவைகளையும் அஞ்சல் அலுவலகங்கள் அளிக்கின்றன.

தனது சேவைகளை மிகவும் விரிவாக்கிக் கொண்டு பல்வேறு செயல்களை அஞ்சல் அலுவலகங்கள் செய்து வருவதை நீங்கள் அறிவீர்கள். இத்தகைய அஞ்சல் சேவைகளின் இயல்பைக் காணுவோம். நாடு முழுவதும் உள்ள அஞ்சல் அலுவலகங்கள் இந்திய அரசால் நிர்வகிக்கப்படுகின்றன. சாதாரண மனிதனும் பயன்படுத்தும் அளவுக்கு இங்கு சேவைக் கட்டணம் மிகக் குறைவாகும். அஞ்சல் சேவைகளை தனியார் தூதஞ்சல் நிறுவனங்களான புளு டார்ட், பிளேஸ் பிளேஸ், டிஎச்எல் போன்றவையும் வழங்குகின்றன. அஞ்சல் சேவையானது எழுத்து வழி தகவல் தெரிவிப்புக்கு மிகவும் நம்பகத் தன்மையுள்ள வழிமுறையாகும். தூர இடங்களில் இடங்களில் உள்ளவர்களுக்கு பணவிடை (money order) பணத்தை அனுப்புவதற்கு ஏற்ற நம்பிக்கையான முறையாகப் பயன்படுகிறது. விலையுயர்ந்த பொருட்களை அனுப்புவதற்கும் ஏற்ற பொதுவான வழிமுறையாகவும் விளங்குகிறது. அஞ்சல் அலுவலகங்கள் அனைவரும் எளிதில் அணுகக் கூடிய வகையில் நாடு முழுவதும் பரந்த வலையமைப்பாக இருப்பதால் அவை அளிக்கும் வங்கிச் சேவைகள் மிக அதிகமான கிராமப்புற, நகர்ப்புற மக்களைக் கவர்ந்துள்ளது. நமது தேவைக்கும் சௌகரியத்திற்கு ஏற்பவும் பயன்படுத்திக்கொள்ளும் பல விருப்பத் தேர்வுகளை அஞ்சல் அலுவலகங்கள் அளிப்பதுதான் அதன் மிக பயனுள்ள சிறப்பம்சமாகும்.



குறிப்புகள்

எடுத்துக்காட்டாக கடிதம் எழுத வேண்டுமெனில் நாம் அஞ்சல் அட்டையையோ, உள்நாட்டு அஞ்சல் கடிதத்தையோ, அஞ்சல் உறையையோ பயன்படுத்தலாம்.

8.3 அஞ்சல் அலுவலகங்கள் வழங்கும் சேவைகள் (அஞ்சலகச் சேவைகளின் வகைகள்)

கடிதங்கள், பார்சல்கள், சிப்பங்கள் (packets) போன்றவற்றை சேகரிப்பது, பிரிப்பது, விநியோகிப்பது போன்ற சேவைகளை இந்திய அஞ்சல்துறை வழங்குகின்றது. மேலும் பொதுமக்களுக்கும், வர்த்தக அமைப்புகளுக்கும் பிற பலவகையான சேவைகளையும் அஞ்சல் அலுவலகங்கள் வழங்குகின்றன. கீழ்க்கண்ட தலைப்புகளில் அந்த சேவைகளைக் கண்டறியலாம்.

- (i) அஞ்சல் சேவைகள்
- (ii) பணம் 'செலுத்தும் சேவைகள்'
- (iii) வங்கிச் சேவைகள்
- (iv) காப்பீட்டுச் சேவைகள்
- (v) பிற சேவைகள்

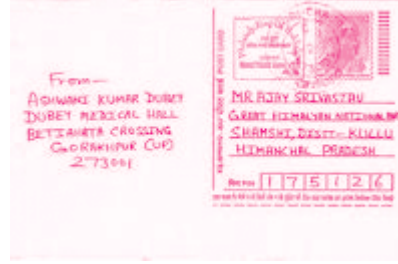
8.4 அஞ்சல் சேவைகள்

பல்வேறு சந்தர்ப்பங்களில் உங்கள் நண்பர்களுக்கும் உறவினர்களுக்கும் கடிதங்கள் நீங்கள் அனுப்புகிறீர்கள். அதைப் போலவே தேசிய திறந்த நிலைப் பள்ளி (NIOS)க்கு உங்கள் பிரச்சனைகளை எழுதித் தெரிவிக்கிறீர்கள். பண்டிகைக் காலங்களில் நண்பர்களுக்கு வாழ்த்துகளும், வெகுமதிகளையும் அனுப்புகிறீர்கள். இத்தகைய வேளைகளில் உங்களது செய்தியை அனுப்புவதும், உங்களுக்குரிய செய்தியை கொண்டு வந்து சேர்க்கும் சேவையைத்தான் அஞ்சல் சேவை என அழைக்கிறோம். கடிதங்களையும், பார்சல்களையும் அனுப்புநர்களிடம் இருந்து பெற்று பெறுநர்களிடம் சென்று வழங்குவதுதான் அஞ்சல் அலுவலகம் ஆற்றும் முதன்மையான அஞ்சல் சேவையாகும். இந்திய அஞ்சல் சேவையானது உள்நாட்டு வெளிநாட்டு அஞ்சல் அனுப்பும் வேலையைச் செய்கின்றது. அஞ்சல் அனுப்புநரும், பெறுநரும் உள்நாட்டுக்குள்ளேயே இருந்தால் அதற்கு உள்நாட்டு அஞ்சல் ஆகும். ஆனால் அனுப்புநரும், பெறுநரும் பல்வேறு நாடுகளில் இருந்தால் அது அனைத்துலக அஞ்சல் ஆகும்.

எழுத்து வழியாக செய்தி அனுப்புவதற்கு அனுப்புநர் ஒரு அஞ்சல் அட்டையையோ, உள்நாட்டு கடிதத்தையோ, அஞ்சல் உறையையோ பயன்படுத்தலாம். ஒரு பொருளை கட்டாகவோ, பார்சலாகவோ அனுப்புவதற்குக் கனத்த உறையைப் பயன்படுத்தலாம். அஞ்சல் அலுவலகம் மூலமாக அஞ்சல் அனுப்பும் பல்வேறு வழிகளைக் காணலாம்.

- (i) **அஞ்சல் அட்டை:** எழுத்துவழி தகவல் தொடர்புக்கு மிக விலை மலிவான வழி அஞ்சல் அட்டையாகும். அதன் இரண்டு பக்கங்களிலும் நமது செய்தியை எழுதி அனுப்பலாம். பெறுநர் முகவரியை எழுதுவதற்கு ஒரு குறிப்பிட்ட இடம் உண்டு. அஞ்சல் அலுவலங்களில் இரண்டு வகை அஞ்சல் அட்டைகள் கிடைக்கின்றன. ஒன்று சாதாரண அஞ்சல் அட்டையாகும். அடுத்தது 'போட்டி அஞ்சல் அட்டை' (competition post card) ஆகும். சாதாரண அஞ்சல் அட்டையை கடிதம் எழுதவும், வானொலி, தொலைக்

காட்சி, நாளிதழ்கள், பத்திரிகைகளில் அறிவிக்கப்படும் போட்டிகளுக்கு விடை அனுப்பவும் பயன்படுத்துகிறோம். இரண்டும் ஒரே அளவுள்ளதாக இருப்பினும் வண்ணமும் விலையும் மாறுபட்டிருக்கும்.



படம் 8.1

அஞ்சல் அட்டை

அஞ்சல் அட்டையை பயன்படுத்தும்போது எப்பக்கத்திலாவது செய்தியை அச்சிட்டாலோ அல்லது படங்களை வரைந்தாலோ அதற்கு கூடுதல் அஞ்சல் கட்டணம் செலுத்த வேண்டும் என்பதை நினைவில் கொள்ள வேண்டும். இந்த அட்டைக்கு அச்சிட்ட அஞ்சல் அட்டை எனப் பெயராகும். அஞ்சல் அட்டை அளவில் உள்ள வாழ்த்து அட்டையில் படமோ அல்லது செய்தியோ அச்சிடப்பட்டிருப்பதைக் கண்டிருப்பீர்கள். இது அச்சிடப்பட்ட அஞ்சல் அட்டையாகும்.

அஞ்சல் அலுவலகங்களில் பதில் அஞ்சல் அட்டைகளும் (Reply Post Card) இருக்கின்றன. இவைகளைப் பயன்படுத்தும்போது பெறுநரிடம் இருந்து பதில் கடிதத்தையும் பெற முடியும். உண்மையில் அது ஒட்டிக் கொண்டிருக்கும் இரண்டு அஞ்சல் அட்டைகளாகும். அனுப்புநர் தனது முகவரியையும் பதில் அஞ்சல் அட்டையில் எழுதி சேர்த்து அனுப்புவார். பெறுபவர் அவரது அட்டையைப் பிரித்து எடுத்துக் கொண்டு தனது பதிலை பதில் அஞ்சல் அட்டையில் எழுதி அனுப்புவார்.

(ii) **உள்நாட்டுக் கடிதம்:** அஞ்சல் அட்டையைப் போலவே எழுத்து வடிவில் செய்திகளை அனுப்பிட உள்நாட்டுக் கடிதத்தைப் பயன்படுத்தலாம். உள்நாட்டுக் கடிதங்கள் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் விற்பனை செய்யப்படுகிறது. இதை நாட்டுக்குள் செய்திகளை அனுப்பிட அனைவரும் பயன்படுத்துகின்றனர். அஞ்சல் அட்டை போல அல்லாமல் எழுதிய கடிதப் பகுதியை மடித்து ஒட்டி அனுப்ப வேண்டும். கடிதத்தை பெறுபவர் மற்றும் அனுப்புநர் முகவரி மட்டும் வெளியில் தெரியும். இதன் காரணமாக செய்தியின் ரகசியம் காக்கப்படுகிறது. இருப்பினும் உள்நாட்டுக் கடிதத்தில் இணைப்பு எதையும் வைத்து அனுப்ப முடியாது. உள்நாட்டுக் கடிதம் போலவே அமைந்துள்ள சிறப்பு வகை கடிதம் ஒன்று வெளிநாடுகளுக்கு செய்தி அனுப்பப் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இதற்கு ஏரோகிராம் (aerogram) எனப் பெயராகும்.



படம் 8.2

உள்நாட்டுக் கடிதம்

(iii) **அஞ்சல் உறை:** செய்திகளை அஞ்சல் அட்டையிலும் உள்நாட்டு கடிதத்திலும் எழுதி அனுப்பலாம் என்பதை அறிந்து கொண்டீர்கள். ஆனால் அஞ்சல் அட்டைகள் இரகசியமான செய்தியை அனுப்பப் பயன்படாது. மந்தணமான ரகசியம் காக்கப்பட்டாலும், உள்நாட்டு கடிதத்தோடு இணைப்பு எதையும் சேர்த்து அனுப்பிட முடியாது. நீங்கள் உங்கள்

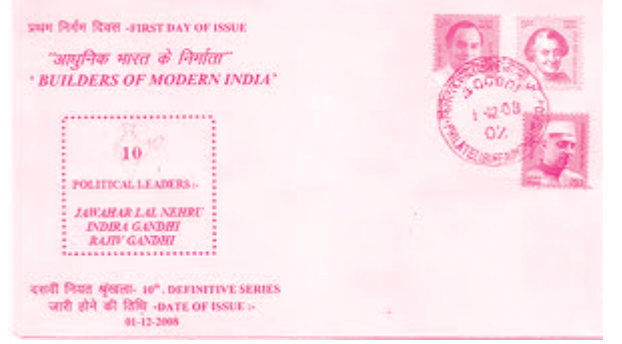


குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

வேலைக்கான விண்ணப் பத்தை அல்லது கல்வித் தகுதி விவரங்களை ஏதேனும் ஒரு நிறுவனத்திற்கு அனுப்பிட நினைக்கலாம். அஞ்சல் மூலமாக அனுப்பிட முடியுமா? ஆம். இதை அனுப்பிட அஞ்சல் உறையோ அல்லது அஞ்சல் வில்லைகளை ஒட்டப்பட்ட சாதாரண உறையையோ தேவைப்படும். இது சிறிய அளவுள்ள ஒரு பக்கம் திறந்துள்ள காகித உறையாகும். இதற்குள் இணைப்புகளை வைத்து உறையை மூடி ஒட்டிவிட்டு பெறுநருக்கு அஞ்சல் செய்திடலாம்.



படம் 8.3 அஞ்சல் உறை

அஞ்சல் உறைகள் அனைத்து அஞ்சல் நிலையங்களிலும் விலைக்குக் கிடைக்கின்றன. அரசு தனியார் மற்றும் வர்த்தக நிறுவனங்களால் கடிதங்களையும், ஆவணங்களையும் அனுப்பிடுவதற்கு இவைகள் பயன்படுகின்றன. கடிதங்கள் மட்டுமின்றி குறைந்த எடையுள்ள புகைப்படங்கள், வாழ்த்து அட்டைகள் போன்றவற்றையும் உறையில் வைத்து அனுப்பிடலாம். அஞ்சல் அலுவலகத்தில் சாதாரண அஞ்சல் உறை மற்றும் பதிவு அஞ்சல் உறை போன்றவை கிடைக்கின்றன. இவ்வறைகளில் வைக்கப்படும் இணைப்புகளின் எடை குறிப்பிட்ட அளவை விட அதிகமாயிருப்பின் கூடுதலான அஞ்சல் வில்லைகளை ஒட்டி வேண்டும். நீங்கள் அனுப்பும் இணைப்புகளின் அளவு அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் அஞ்சல் உறையைவிட பெரிதாக இருப்பின் கடையில் பெரிய உறையை வாங்கி இணைப்பை வைத்து அதன் எடைக்கேற்ப அஞ்சல் வில்லைகளை ஒட்டி அனுப்பிடலாம். மேலும் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கிடைக்கும் உறையைத்தான் நீங்கள் பயன்படுத்த வேண்டும் என்பதில்லை.

(iv) **பார்சல் அஞ்சல் (Parcel Post):** வேறு ஊரிலுள்ள உங்கள் நண்பர் ஒருவருக்கு ஒரு புத்தகத்தை அனுப்ப வேண்டுமெனில் அதை அஞ்சல் வழியாக அனுப்ப முடியுமா? ஆம். அஞ்சல் அலுவலகத்தின் பார்சல் சேவை மூலமாக அனுப்பிட முடியும். அது எப்படி என் அறிந்து கொள்வோம். பொருட்களை சிப்பமாகக் கட்டி அனுப்பும் முறைக்கு பார்சல் அஞ்சல் அல்லது சிப்பம் அஞ்சல் என்பது பெயராகும். இது நம்பத்தகுந்த சிக்கனமான அனுப்புதல் சேவையை அளிக்கிறது. பார்சல் அஞ்சல் சேவையின் மூலம் குறிப்பிட்ட அளவு எடையுள்ள பார்சல்களை நாட்டின் எல்லாப் பகுதிகளுக்கும் பிற நாடுகளுக்கும் அனுப்பிடலாம். அஞ்சல் கட்டணம் பார்சலின் எடைக்கேற்ப மாறுபடும்.



படம் 8.4 பார்சல் அஞ்சல்

பார்சல்களை நாட்டின் எல்லாப் பகுதிகளுக்கும் பிற நாடுகளுக்கும் அனுப்பிடலாம். அஞ்சல் கட்டணம் பார்சலின் எடைக்கேற்ப மாறுபடும்.

உள்நாட்டு, வெளி நாட்டு பார்சல் அஞ்சலுக்கு தனித்தனியான கட்டணம் செலுத்த வேண்டும்.

- (v) **நூல் அஞ்சல்:** அச்சிடப்பட்ட பொருட்களையும், புத்தகங்களையும், பத்திரிகைகளையும், வாழ்த்துக் கடிதங்களையும் நூல் அஞ்சல் மூலமாக அனுப்பிடலாம். நூல் அஞ்சலுக்கு புத்தகங்கள் ஆவணங்கள் அடங்கிய உறைகளை மூடிவிட்டு ஒட்டாது அனுப்பிடல் வேண்டும். உரையின் மேல் 'நூல் அஞ்சல்' என்று குறிப்பிட்டு அனுப்ப வேண்டும். நூல் அஞ்சலுக்கான அஞ்சல் கட்டணம் ஒட்டப்பட்ட உறைகளுக்கான கட்டணத்தைவிட குறைவாகும்.



படம் 8.5 நூல் அஞ்சல்



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 8.1

- I. தகுந்த சொற்கள் கொண்டு காலியிடத்தை நிரப்புக
 - (i) எழுத்துவழி செய்தியை _____ அனுப்பிட ஏரோகிராம் பயன்படுகிறது.
 - (ii) சாதாரண அஞ்சல் அட்டைக்கும், போட்டி அஞ்சல் அட்டைக்கும் _____ வேறுபாடு உண்டு.
 - (iii) உள்நாட்டு பார்சல்களின் அஞ்சல் கட்டணம் அவற்றின் _____ பொறுத்து மாறும்.
 - (iv) நூல் அஞ்சலுக்கான கட்டணம் மூடப்பட்ட உறைகளுக்கான கட்டணத்தைவிட _____ ஆகும்.
 - (v) அனுப்புவர் ஏதேனும் _____ செய்தியை அனுப்பிட விரும்பும்போது அஞ்சல் அட்டையைவிட உள்நாட்டு கடிதத்தை பயன்படுத்தலாம்.

8.5 பணம்செலுத்தும் சேவைகள்

நீங்கள் உங்கள் வீடு அமைந்துள்ள ஊரிலிருந்து தூர இடத்தில் வசிக்கிறீர்கள் என்றால் உங்கள் வீட்டிற்கு பணம் ஏதேனும் அனுப்ப வேண்டியிருக்கலாம். அப்பணத்தை நீங்கள் அஞ்சல் அலுவலக பணம் செலுத்தும் சேவையைப் பயன்படுத்தி அனுப்பிடலாம். நாம் ஒரு இடத்திலிருந்து வேறு இடத்திற்கும், வெளிநாட்டிற்கும் பணம் அனுப்புவதற்காக பணவிடையையும் (money order) அஞ்சல் ஆணை வசதியையும் (postal order) பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். இப்போது நாம் பணவிடை, அஞ்சல் ஆணை ஆகிய இரண்டையும் பற்றி விரிவாகக் காணலாம்.

- (அ) **பணவிடை:** அஞ்சல் அலுவலகத்தின் சேவை மூலம் பணம் அனுப்பிடலாம். பணவிடை என்பது ஒரு அஞ்சல் அலுவலகம் இன்னொரு அஞ்சல் அலுவலகத்திற்கு ஒரு குறிப்பிட்ட நபருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை கொடுக்கச் சொல்லி அனுப்பும் ஆணையாகும். நீங்கள் எவருக்கேனும்



குறிப்புகள்

பணம் அனுப்ப நினைத்தால் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கிடைக்கும் பணவிடை விண்ணப்பத்தை கட்டணம் செலுத்தி வாங்கி நிரப்ப வேண்டும். நிரப்பப்பட்ட விண்ணப்பத்தை பணத்தோடுகூட அஞ்சல் அலுவலகத்தில் தரவேண்டும். ஒரு தனி பணவிடையில் ரூ.5000/- வரை அதிகப்பட்சமாக அனுப்பிடலாம். பணவிடை விண்ணப்பத்தில் இருக்கும் ஒரு சிறு காலியிடத்தில் ஏதேனும் சுருக்கமான செய்தியை பணம் பெறுபவருக்கு அனுப்பலாம். நிரப்பப்பட்ட விண்ணப்பம் எங்கு பணம் வழங்கப்பட வேண்டுமோ அந்த அஞ்சல் அலுவலகத்தைப் போய் சேரும். தபால்காரர் அதைக் கொண்டு சென்று விலாசதாரரிடம் கையொப்பம் பெற்றுக் கொண்டு பணத்தைக் கொடுப்பார். இந்தச் சேவைக்கு அஞ்சல் அலுவலகம் ஒரு குறிப்பிட்ட கட்டணத்தை பணம் அனுப்புவரிடமிருந்து பெற்றுக் கொள்ளும். சாதாரண பணவிடை, தந்தி பணவிடை, வான்வழி பணவிடை (satellite money order), துரித அஞ்சல் பணவிடை போன்ற பல சேவைகளை வாடிக்கையாளர் வசதிக்காக அஞ்சல் அலுவலகம் அளிக்கிறது. வர்த்தகர்களின் வசதிக்காக நிறுவன பணவிடைச் சேவையையும் (corporate money order) அளிக்கிறது.

படம் 8.6

(ஆ) அஞ்சல் ஆணை: பணவிடை வழிபோலவே இந்திய அஞ்சல் ஆணை வழியாகவும் பணத்தை நாம் அனுப்ப முடியும். ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு பணத்தை அனுப்பிட இது சுலபமான முறையாகும். தேர்வுக் கட்டணம் செலுத்துவதற்கும், வேலைக்கு விண்ணப்பம் போடுவதற்கும் இது பயன்படுகிறது. ரூ.1, ரூ.2, ரூ.5, ரூ.7, ரூ.10, ரூ.20, ரூ.100 ஆகிய பல மதிப்புகளில் அஞ்சல் ஆணைகள் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கிடைக்கின்றன. உண்டான கட்டணத்தைச் செலுத்தி அஞ்சல் ஆணையை வாங்கி பெறுபவரின் பெயரையும், அதை பணமாக்க வேண்டிய அஞ்சல் அலுவலகத்தின் பெயரையும் குறிப்பிட்டு பெறுபவருக்கு அனுப்ப வேண்டும். பெறுபவர் அதைப் பெற்று, அதில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள அஞ்சல் அலுவலகத்தில் அதைக் கொடுத்து பணம் பெற்றுக் கொள்ளலாம். சரியான நபருக்குத் தொகை சென்று அடைவதற்கு நாம் அஞ்சல் ஆணையின் இடது மேல் பக்கத்தில் காசோலையைப் போல் இரண்டு கோடிட்டு அனுப்பலாம். கோடிட்டு அனுப்புவதன் நோக்கம் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் அல்லது வங்கியில் கணக்கு வைத்திருப்பவர் மட்டுமே அத்தொகையைப் பெற்றுக் கொள்ள முடியும்.

படம் 8.7 அஞ்சல் ஆணை

8.6 அஞ்சலக வங்கிச்சேவைகள்

வங்கிகள் எவ்வாறு பணத்தைக் கையாளுகின்றன என்பதை நீங்கள் அறிவீர்கள். ஒரு வங்கி பொதுமக்களிடம் இருந்து வைப்புப் பணத்தை பெற்றும், தேவையானவர்களுக்கு கடன் மற்றும் முன்பணம் ஆகியவற்றை அளிக்கிறது. வங்கியானது வைப்புப் பணத்தைப் பெற்று கடன் அளிப்பதோடு கூட வாடிக்கையாளரின் விலை மதிப்புள்ள பொருட்களுக்கு பாதுகாப்பு வசதி, ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு பணத்தை அனுப்புதல், தேவையான வர்த்தகத் தகவல்கள் வழங்கல் போன்ற சேவைகளையும் செய்கின்றது. அஞ்சல் அலுவலகங்களும் வைப்புப் பணம் பெறுதல், வைப்பைத் திரும்ப வழங்குதல் போன்ற சில சேவைகளில் ஈடுபடுகின்றன. ஆகவே இத்தகைய சேவைகள்தான் அஞ்சல் அலுவலகம் அளிக்கும் வங்கிச் சேவைகள் ஆகும். இச்சேவையின் ஏராளமான திட்டங்கள் மூலம் அது மக்களைச் சேமிக்கத் தூண்டி உற்சாகப்படுத்துகின்றது. நாம் அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் முக்கியமான சேமிப்புத் திட்டங்களைக் குறித்து அறியலாம்.



குறிப்புகள்

(i) அஞ்சல் அலுவலக சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கு

இதன் மூலம் கணக்கு நாம் நமது சேமிப்பு பணத்தை செலுத்தி பின்னர் தேவைப்படும்போது பெற்றுக் கொள்ளலாம். ஒரு தனிநபர் குறைந்தபட்சம் ரூ.50 செலுத்தி அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கணக்கு ஒன்றைத் துவக்கிக் கொள்ளலாம். நாம் இதில் அதிகபட்சம் ரூ. 1 லட்சம் வரை பணம் கட்டிடலாம். பணமெடுக்கும் துண்டுச்சீட்டு அல்லது காசோலையைப் பயன்படுத்தி பணத்தை எடுத்துக் கொள்ளலாம். நாம் இட்ட தொகைக்கு அஞ்சல் அலுவலகம் வட்டி அளிக்கிறது. இதற்கு வருமானவரி விலக்கு முழுவதும் உண்டு.

(ii) 5-ஆண்டு அஞ்சல் அலுவலக தொடர் வைப்புத் திட்டம்

தொடர் வைப்புக் கணக்கு ஒன்று குறைந்தபட்சம் ரூ.10-ம் அல்லது அதன் ரூ.5/-க்குரிய அளவு கூடுதல் மதிப்புக்கும் தொடங்கலாம். உயர்ந்தபட்ச வரம்பு எதுவும் கிடையாது. ஒவ்வொரு மாதமும் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகை என்று செலுத்தப்படுகிறது. ஓராண்டு முடிந்த பின்பு செலுத்திய தொகையில் 50% விழுக்காடு பணத்தை கடனாகவும், 5 ஆண்டுகளில் ஒரேயொரு முறை பெற்றுக் கொள்ளலாம். ஒரே நபர் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட வைப்புக் கணக்குகளைத் துவக்கிக் கொள்ளலாம். 5 வருடங்கள் கழித்து முதிர்ச்சி அடையும்போது ரூ.10 செலுத்திய கணக்குக்கு ரூ.728.90-ஐ திரும்ப வழங்குகின்றது. இந்தக் கணக்கை அடுத்த ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு ஒவ்வொரு ஆண்டாக தொடர்ந்து நீடித்தும் கொள்ளலாம்.

(iii) அஞ்சல் அலுவலக கால வைப்புக் கணக்கு

எந்த ஒரு தனிநபரும் குறைந்தபட்ச இருப்பு ரூ.200-ம் உயர்ந்தபட்ச வரம்பு எதுவுமின்றி அஞ்சலகத்தில் கணக்கு ஒன்றைத் தொடங்கலாம். வைப்பு செய்பவர் மொத்த தொகையையும் செலுத்தி விட்டு ஓராண்டு, இரண்டாண்டு, மூன்றாண்டு அல்லது ஐந்து ஆண்டுகள் கழித்து முதிர்வுத் தொகையைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். இத்தொகைக்கான வட்டி காலாண்டுக்கொருமுறை கணக்கிடப்பட்டு ஒவ்வொரு



குறிப்புகள்

ஆண்டும் வழங்கப்படுகிறது. இக்கணக்கை தொண்டு நிறுவனங்களும் தொடங்கலாம். வைப்புத் தொகைக்கும் அதற்குரிய வட்டிக்கும் வருமானவரி விலக்கு உண்டு.

(iv) அஞ்சல் அலுவலகம் மாதாந்திர வருமானத் திட்டம்

இத்திட்டத்தின் கீழ் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை ஆறு ஆண்டுகளுக்கு வைப்பு செய்து மாதாமாதம் வட்டித் தொகையைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். ஒரு தனிநபர் கணக்கில் குறைந்தபட்சம் ரூ.1500-ம் அதிகபட்சம் ரூ.4.5 லட்சமும், கூட்டுநபர் கணக்கில் ரூ.9 லட்சமும் வைப்பு செய்யலாம். வைப்பு செய்யும் பணத்திற்கு மாதாந்திர வட்டித் தொகை பெறுவதோடு கூட வைப்பு முதிர்ச்சி நேரத்தில் 5% போனஸ் தொகையும் பெற்றுக் கொள்ளலாம். வட்டிக்கும் போனஸ் தொகைக்கும் வருமானவரி விலக்கு உண்டு. இக்கணக்கு ஓய்வூதியம் அல்லது ஊழியர்களுக்கும் அல்லது மாதாமாதம் ஓய்வூதியம் அல்லது ஊதியம் போன்ற பணம் வேண்டும் என்று நினைப்பவர்களுக்கும் பொறுத்தமானதாகும்.

(v) 6 ஆண்டு சேமிப்பு பத்திரத் திட்டம் (VIII வெளியீடு)

தேசிய சேமிப்புப் பத்திரங்களை

- வயது வந்தவர் தனக்கோ அல்லது இளம் வயதினருக்கோ அல்லது இளம் வயதினரோ
- இரண்டு வயது வந்தவர் கூட்டாகவோ
- ஒரு தொண்டு நிறுவனமோ அஞ்சல் அலுவலகத்திலிருந்து பெற்றுக் கொள்ளலாம். குறைந்தபட்ச வைப்பு ரூ.100 ஆகும். அதிகபட்ச பணவரம்பு எதுவும் கிடையாது. இச்சான்றிதழ்கள் ரூ.100, ரூ.500, ரூ.1000, ரூ.5000, ரூ.10000 மதிப்புகளில் கிடைக்கின்றன. அரையாண்டுக்கொருமுறை வட்டி கணக்கிடப்பட்டு வைப்பு முதிர்ச்சி காலத்தில் திரும்ப அளிக்கப்படுகின்றது. ஆறாண்டு முடிவில் இச்சான்றிதழ்களை அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கொடுத்து வட்டியோடு சேர்த்துப் பெற்றுக்கொள்ளலாம்.

இதில் கிடைக்கும் வட்டி மறு முதலீடு என கருதப்படுவதால் வரித் தள்ளுபடிக்கு உட்பட்டது. இந்த வைப்புத் திட்டம் வருமானவரி செலுத்துபவர் மத்தியில் மிக பிரபல்யமாக உள்ளது.

(vi) 15 ஆண்டு பொது வருங்கால வைப்பு நிதிக் கணக்கு

தனிநபர்கள் தங்கள் பெயரிலோ அல்லது இளம் வயதினர் பெயரிலோ இந்தக் கணக்கைத் துவக்கலாம். இந்தக் கணக்கில் குறைந்தபட்சம் ஆண்டுக்கு ஒரு முறையாவது பணம் செலுத்த வேண்டிய அவசியமாகும். கணக்கு வைத்திருப்பவர் ஆண்டுக்கு அதிகபட்சமாக ரூ.70,000-ஐ மொத்தமாகவோ அல்லது அதிகபட்சமாக 12 தவணைகளிலோ செலுத்தலாம். ஒவ்வொரு ஆண்டும் குறைந்தபட்சம் ரூ.500 தொகையானது செலுத்த வேண்டும். ஒவ்வொரு வைப்பும் ரூ.100-இன் மடங்காக இருத்தல் அவசியமாகும். அதாவது நீங்கள் செலுத்தும் வைப்பானது ரூ.1250, ரூ.3785 என்று இராமல் ரூ.1200, ரூ.3700 என்று இருத்தல் வேண்டும். மூன்று

ஆண்டுக்கு பிறகு கடன் வசதியும், ஏழாண்டுக்கு பிறகு தொகையைத் திரும்பப் பெறும் வசதியும் உண்டு. வைப்புத் தொகைக்கு வருமானவரி கணக்கு தள்ளுபடியும், பெறும் வட்டித் தொகைக்கு முழு வருமானவரி விலக்கும் உண்டு.

(vii) கிசான் விகாஸ் பத்திரத் திட்டம்

இத்திட்டத்தில் செலுத்தப்பட்ட குறிப்பிட்டத் தொகை குறிப்பிட்ட காலக்கெடுவில் இரட்டிப்பாகிறது.

- (i) வயது வந்தவர் தனது பெயரிலோ அல்லது இளவயதினர் பெயரிலோ.
- (ii) இருவர் கூட்டாகவோ அல்லது
- (iii) தொண்டு அமைப்புகளோ கிசான் விகாஸ் பத்திரத்தில் பணத்தை செலுத்தலாம். இப்பத்திரங்கள் ரூ.100, ரூ.500, ரூ.1000, ரூ.5000, ரூ.10000 என்ற மதிப்புகளில் அஞ்சல் அலுவலகத்திலும் ரூ.50,000 மதிப்புள்ள பத்திரம் தலைமை அஞ்சல் அலுவலகத்திலும் கிடைக்கின்றன. முதலீடு செய்வதற்கு உச்சவரம்புத் தொகை கிடையாது. முதிர்ச்சி காலத்திற்கு முன்னர் முதலீட்டை திரும்பப் பெறலாம். ஆனால் கட்டாய இருப்புநிலைக் காலத்திற்கு முன்னர் தொகையைத் திரும்ப பெற முடியாது.

(viii) முதிய குடிமக்கள் சேமிப்புத் திட்டம்

இத்திட்டத்தின் கீழ் ஒருவர் ஒரு தடவையில் ரூ.1000 மடங்காகவும், ரூ.15,00,000க்கு மிகாமலும் பணத்தைச் செலுத்த வேண்டும். முதிர்வு காலம் 5 ஆண்டுகள் ஆகும். தனியாகவோ, கணவர் அல்லது மனைவியுடன் இணைந்தோ கணக்கு துவக்கிக் கொள்ளலாம். வயது 60-க்கு அதிகமாக இருக்க வேண்டும். கட்டிய பணத்திற்கு வட்டித் தொகை 31 மார்ச், 30 ஜூன், 31 டிசம்பர் நாட்களில் முதல் முறையாகவும் பின்னர் தொடர்ந்த ஆண்டுகளில் 31 மார்ச், 30 ஜூன், 30 செப்டம்பர், 31 டிசம்பர் நாட்களிலும் கிடைக்கும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 8.1

- I. தகுந்த சொற்களைக் கொண்டு காலியிடத்தை நிரப்புக
 - (i) அஞ்சலக பொது வருங்கால வைப்பு நிதியில் ஓராண்டுக்கு செலுத்தக்கூடிய அதிகபட்சத் தொகை ரூ. _____ ஆகும்.
 - (ii) ஒரு பணவிடை விண்ணப்பத்தில் ரூ. _____ அதிகபட்சமாக அனுப்பலாம்.
 - (iii) சரியான நபருக்கு பணம் தருவதற்காக அஞ்சல் ஆணையை _____ அனுப்ப வேண்டும்.
 - (iv) பொது வருங்கால வைப்புநிதி திட்டத்தில் _____ ஆண்டு முடிவில் கடன் வசதி உண்டு.
 - (v) _____ ஆண்டுகள் முடிந்த பின்பு ஒரு தேசிய சேமிப்புச் சான்றிதழை பணமாக்கிக் கொள்ளலாம்.



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

8.7 காப்பீட்டுத் திட்டங்கள்

அஞ்சல் அனுப்புதல், பணம் செலுத்துதல் போன்றவையோடு கூட அஞ்சலகங்கள் தனிநபர்களுக்கு ஆயுள் காப்பீட்டு வசதியையும் அளிக்கிறது. காப்பீடு என்றால் என்ன? இரண்டு பேருக்கு இடையே ஒப்பந்தம் செய்து கொண்டு ஒருவருக்கு சேதமோ அல்லது இழப்போ ஏற்பட்டால் அவருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை அளிப்பதாகும். அந்த நிகழ்வின்போது பணத்தைக் கொடுக்கச் சம்மதிப்பவர் காப்பீடு செய்பவர் (Insurer) என்றும் மற்றொருவர் காப்புறுதி பெறுவர் (assured) ஆகும். ஒப்பந்தத்தின்படி காப்புறுதி பெறுபவர் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு (பிரிமியத் தொகை) மொத்தமாகவோ அல்லது தவணைகளிலோ காப்பீடு செய்பவருக்கு செலுத்துவர். இடையில் அக்காலத்தில் ஏதேனும் நிகழ்ந்து விட்டால் காப்பீடு பெறுபவருக்கு ஏற்படும் இழப்புக்கு காப்பீடு செய்பவர் அவருக்கு அல்லது அவர் குடும்பத்தினருக்கு காப்பீட்டுத் தொகையை அளிக்க சம்மதிப்பார். அஞ்சல் அலுவலகங்களில் இரண்டு வகை ஆயுள் காப்புறுதித் திட்டங்கள் உள்ளன.

- (i) அஞ்சலக ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டம்
- (ii) கிராமப்புற அஞ்சலக ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டம்.

(i) அஞ்சலக ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டம்

முதலில் அஞ்சல் துறை ஊழியர்களுக்குத்தான் அஞ்சலக-ஆயுள் காப்பீட்டு திட்டம் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது. காலப்போக்கில் இத்திட்டமானது மத்திய மாநில அரசுகள், பொதுத்துறை நிறுவனங்கள், பல்கலைக் கழகங்கள், நிதி நிறுவனங்கள் போன்றவற்றில் பணிபுரியும் ஊழியர்களுக்கும் விரிவாக்கப்பட்டது.

ஒரு குறிப்பிட்ட தொகைக்கு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு காப்பீடு செய்து கொள்ள அனுமதிக்கிறது. காப்பீடு செய்பவர் இறந்தாலோ அல்லது குறிப்பிட்ட கால முடிவுக்குப் பின்னரோ ஒரு குறிப்பிட்ட தொகை வழங்கப்படுகிறது.

(ii) கிராமிய அஞ்சலக ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டம்

அஞ்சலக ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டம் போலவே அஞ்சல் அலுவலகங்கள் காப்பீட்டு வசதியை கிராமப்புறத்தில் வாழும் மக்களுக்கும், எளிய பிரிவு மக்களுக்கும் அளிக்கிறது. இதற்கு கிராமப்புற அஞ்சலக ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டம் எனப் பெயராகும். இத்திட்டத்தின் கீழ் காப்பீடு செய்பவர் குறைந்த பிரிமியத் தொகை செலுத்தி காப்பீட்டு வசதி பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

8.8 பிற அஞ்சலகச் சேவைகள்

இதுகாறும் நீங்கள் அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் அஞ்சல், பணம் செலுத்தல், வங்கி, காப்பீட்டுச் சேவைகளைக் குறித்து விபரமாக அறிந்து கொண்டீர்கள். அச்சேவைகள் போலவே வேறு பலதரப்பட்ட சேவைகளையும் அஞ்சல் அலுவலகம் அளிக்கின்றது.

(i) தபால் ஸ்டாம்புகள் விற்றல்

தபால் ஸ்டாம்புகளோடு கூட ரெவின்யூ ஸ்டாம்புகள், பங்கு மாற்றல் ஸ்டாம்புகள் வேலை வாய்ப்பு ஸ்டாம்புகள் போன்றவைகளும் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. ஐந்து ஆயிரம் ரூபாய்க்கு மேல்



குறிப்புகள்

எவருக்கேனும் பணம் கொடுக்கும்போது பணம் பெறுபவரிடமிருந்து ஒப்பம் பெறுவதற்கு ரெவன்யூ ஸ்டாம்பு பயன்படுத்தப்படுகிறது. பங்குகளை இன்னொருவர் பெயரில் மாற்றுவதற்கு பங்கு மாற்றல் ஸ்டாம்புகள் பயன்படுத்தப்படுகிறது. வேலை வாய்ப்பு ஸ்டாம்புகள் ஆட்களை தேர்ந்தெடுக்கும் நிறுவனத்திற்கு தேர்வு கட்டணமாகச் செலுத்திடப் பயன்படுகின்றன.

(ii) விண்ணப்பங்கள் விற்பனை செய்தல்

பாஸ்போர்ட் விண்ணப்பங்கள், யூனியன் பப்ளிக் சர்வீஸ் கமிஷன் விண்ணப்பங்கள், பணியாளர் தேர்வாணைய விண்ணப்பங்கள் மற்றும் தேசிய அளவு போட்டித் தேர்வு விண்ணப்பங்கள் போன்றவைகளை விற்பனை செய்யும் வேலையையும் அஞ்சல் அலுவலகம் செய்கிறது.

(iii) கட்டணம் செலுத்துதல்

நுகர்வோரிடம் இருந்து தொலைபேசி, மின்சாரம், தண்ணீர் போன்றவற்றிற்கான கட்டணங்களை அஞ்சல் அலுவலகம் வசூல் செய்கிறது.

(iv) ஓய்வூதியம் வழங்குதல்

ஓய்வூதியதாரர்களுக்கு இந்திய அரசு அஞ்சல் அலுவலகம் வழியாக ஓய்வூதியம் வழங்குவதற்கு தேவையான ஏற்பாடுகளைச் செய்துள்ளது. இராணுவம், ரெயில்வே, நிலக்கரி சுரங்கங்கள், தொலைபேசித் துறையைச் சேர்ந்த ஓய்வூதியதாரர்கள் தங்கள் வீட்டுக்கு அருகாமையில் உள்ள அஞ்சல் அலுவலகத்திலிருந்து ஓய்வூதியம் பெறும் வசதி பெற்றுக் கொள்ளலாம். வயது மிகுந்த குடிமக்களுக்கான ஓய்வூதியத்தை அளிக்கும் பணியையும் அஞ்சல் அலுவலகங்கள் செய்கின்றன. சமூகநலத்துறை அமைச்சகமும், மாநில அரசுகளும் இத்தகைய வயது முதியோர் ஓய்வூதியம் அளிக்கின்றன.

(v) அஞ்சலகக் கடைகள்

அஞ்சல் எழுது பொருட்கள், வாழ்த்து அட்டைகள், வெகுமதி பொருட்கள் போன்றவற்றை வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்பனை செய்யும் சிறிய சில்லறை விற்பனை கடைகளை அஞ்சலகக்கடைகள் என்கிறோம். அஞ்சல் அலுவலக வளாகத்திற்குள்ளேயே இக்கடைகள் அமைந்துள்ளன.

(vi) அஞ்சல் தலை சேகரிப்பு

சிறப்பு நினைவு அஞ்சல் ஸ்டாம்புகளும், அஞ்சல் உறைகளும் நாட்டின் மதிப்புமிக்க இயற்கை கலாச்சார பாரம்பரியத்தை வெளிப்படுத்தும் வண்ணம் வெளியிடப்படுகின்றன. மிக முக்கியமான நாட்டு, உலக நிகழ்வுகள், புகழ்பெற்ற பெருமக்கள், நிறுவனங்கள் போன்றவற்றை சிறப்புச் செய்யும் பொருட்டு சிறப்பு அஞ்சல் தலைகளும், சிறப்பு அஞ்சல் உறைகளும் வெளியிடப்படுகின்றன. இத்தகைய ஸ்டாம்புகள் அஞ்சல் தலை சேமிப்பு உலகில் மிகவும் சிறப்பான இடத்தைப் பெற்றுள்ளன.

(vii) கிராமின் சன்சார் சேவாக் திட்டம்

ஓவ்வொரு இல்லத்திற்கும் தொலைபேசி வசதி வழங்கும் பொருட்டு கிராமின் சன்சார் சேவாக் திட்டம் துவக்கப்பட்டுள்ளது. இது அஞ்சல் துறையும்



தொலைபேசித் துறையும் சேர்ந்து செய்யும் கூட்டு முயற்சியாகும். இத்திட்டத்தின் கீழ் அஞ்சலகளை வீடு வீடாகக் கொண்டு செல்லும் தபால்காரர்கள் கைபேசிகளையும் எடுத்துச் செல்வார்கள். குறிப்பிட்ட கட்டணத்தை செலுத்தி மக்கள் இந்த கைபேசியைப் பயன்படுத்தலாம். இவ்வசதி நாட்டின் கிராமப் பகுதிகளில் கிடைக்கிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 8.3

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா? தவறா? என்று கூறவும்
 - (i) 52 வயது நிரம்பிய அரசு ஊழியர் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் ஆயுள் காப்பீடு செய்து கொள்ளலாம்.
 - (ii) ரூ. 600-க்கான பணக் கொடுக்கல் வாங்கல் ரசீதுக்கு ரெவின்யூ ஸ்டாம்பு ஒட்டத் தேவையில்லை.
 - (iii) அஞ்சலகக் கடையில் ஆயத்த ஆடைகள் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன.
 - (iv) சமூகத்தின் நலிவடைந்த பிரிவினரின் நன்மைக்காக அஞ்சல் அலுவலகங்கள் கிராமப்புற அஞ்சல் ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டத்தை அளிக்கிறது.
 - (v) கிராமின் சன்சார் சேவாக் திட்டம் கிராமப்புறங்களில் மட்டும் அமுல்படுத்தப் படுகிறது.

8.9 சிறப்பு அஞ்சல் சேவைகள்

மக்களின் நலனுக்காக அஞ்சல் அலுவலகங்கள் பயனுள்ள பல அஞ்சல் சேவைகளை வழங்குகின்றன. விரைவான அஞ்சல் அனுப்புதல், அஞ்சல் சரியாகச் சென்று சேருவது, வழியில் அஞ்சல் தவறி விட்டாலோ அல்லது சிதைந்து விட்டாலோ இழப்பீடு அளிப்பது போன்றவை இதில் அடங்கும். நீங்கள் கூடுதல் கட்டணம் செலுத்தி மேற்கண்ட வசதிகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். இத்தகைய சேவைகளைக் குறித்து விவரமாக கற்றறிந்து கொள்ளலாம்.

(i) அஞ்சல் அனுப்புகைச் சான்றிதழ்

சாதாரண கடிதங்களை அஞ்சல் செய்யும்போது அஞ்சல் அலுவலகங்கள் ரசீது எதுவும் நமக்கு அளிக்காது. காரணம் நாம் அவற்றை நமக்கு அருகாமையிலுள்ள அஞ்சல் பெட்டியில் போட்டு விட்டு வருகிறோம். இருப்பினும் அஞ்சல் அனுப்புநர் அவர் கடிதம் அனுப்பியதற்கு ஏதேனும் சான்று பெற விரும்புவார் என்றால் அதற்குரிய சான்றிதழை ஒரு குறிப்பிட்ட கட்டணம் செலுத்திப் பெற்றுக் கொள்ளலாம். இதற்கு அஞ்சல் அனுப்புதல் சான்றிதழ் (Certificate of Posting) எனப் பெயராகும். இதைப் பெறுவதற்கு ஒரு தாளில் அனுப்புநர், பெறுநர் விலாசத்தை எழுதி அதற்குரிய தபால் கட்டண ஸ்டாம்பும் ஒட்டி கடிதத்தோடு சேர்த்துக் கொடுத்தால் அஞ்சலகத்தில் அத்தாளில் அஞ்சலக முத்திரை போட்டு அதைத் திரும்பத் தந்து விடுவார்கள். நீங்கள் கடிதம் அனுப்பியதற்கு இதைச் சான்றாக வைத்துக் கொள்ளலாம். அக்கடிதத்தின் மேல் “அனுப்புகை சான்றிதழ் உடன்” (Under certificate of Posting) என்று குறிப்பிட மறந்துவிடக்கூடாது.

தபால் அனுப்பியது குறித்து எங்காவது தாவா ஏற்பட்டால் அஞ்சல் அனுப்பி யதற்கான சான்றாகக் காட்டுவதற்கு இதைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம்.



குறிப்புகள்

(ii) பதிவு அஞ்சல்

சில நேரங்களில் நாம் அனுப்பும்போது கடிதம் குறிப்பிட்ட முகவரிக்காரரைத் தான் சென்று சேர வேண்டும் அல்லது திரும்ப நமக்கே வந்துவிட வேண்டும் என நினைக்கலாம். இத்தகைய சூழலில் அஞ்சல் அலுவலகம், அஞ்சல்களை அனுப்புவதற்கு பதிவு அஞ்சல் வசதியை அளிக்கிறது. இத்தகைய அஞ்சல்களை அதற்குரிய கூடுதல் அஞ்சல் கட்டணத்துடன் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கொடுக்க வேண்டும். அதைப் பெற்றுக் கொண்டு அனுப்புநருக்கு ஒப்புக்கைச் சீட்டு ஒன்று அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும். இது நாம் அஞ்சல் அனுப்பியுள்ளோம் என்பதற்கு சான்றாகும். உங்களது முழு முகவரியையும் அக்கடிதத்தில் குறிப்பிடாவிட்டால் இக்கடிதத்தை அஞ்சல் அலுவலகம் பெற்றுக் கொள்ளாது. சாதாரண அஞ்சலிலிருந்து எல்லா பதிவு அஞ்சல்களையும் வேறுபடுத்திட எல்லா பதிவு அஞ்சல் கடிதங்கள் மீதும் 'பதிவு அஞ்சல்' என்று குறிக்கப்படுகிறது.

உங்கள் கடிதம் முகவரிதாரருக்கு சென்று சேர்ந்ததா என்று உறுதி செய்திட விரும்புவீர்கள் அல்லவா? இதற்கு அஞ்சல் அலுவலகம் கூடுதல் வசதி ஒன்றையும் அளிக்கிறது. பதிவு அஞ்சல் முகவரிதாரருக்கு கொடுக்கும்போது அஞ்சலக ஆவணங்களில் ஒப்பம் பெறப்படுகிறது. ஆனால் அதை அஞ்சல் அனுப்புநருக்கு தெரிவிப்பதில்லை. ஆனால் அவருக்கு அதற்குரிய அறிவிப்பு தேவை என நினைத்தால் "ஒப்புதல் குறித்த அட்டை" ஒன்றை பதிவு அஞ்சலோடு இணைத்து அனுப்பலாம். பதிவு அஞ்சலைக் கொடுத்து விட்டு முகவரிதாரரின் கையொப்பம் ஒப்புக்கை அட்டையில் பெற்று அஞ்சல் அனுப்புநருக்கு அனுப்பப்படுகின்றது. ஒப்புக்கைக் குறிப்பு அட்டை எல்லா அஞ்சல் அலுவலகங்களிலும் குறிப்பிட்ட கட்டணத்திற்கு கிடைக்கின்றது. அனுப்புநர் அந்த அட்டை ஒன்றை வாங்கி அவரது முழு முகவரியையும் எழுதி பதிவு அஞ்சலுடன் சேர்த்து நூலால் இணைத்து அவ்வரையின் மேல் "பதிவு அஞ்சல் ஒப்புதல் சான்றுடன்" (Registered post with A.D) என்று குறிக்க வேண்டும்.

(iii) காப்பீடு செய்யப்பட்ட அஞ்சல்

அனுப்பப்படும் அஞ்சல் வழியில் சேதமாகி அல்லது தொலைந்து போனால் அனுப்புநருக்கு இழப்பு ஏற்படலாம். வழியில் ஏற்படும் சேதாரம் / இழப்புக்கு அஞ்சல் அலுவலகத்தைப் பொறுப்பேற்க செய்வதா? சாதாரண அஞ்சல், பதிவு அஞ்சல்கள், பார்சல்கள் போன்றவைகளில் ஏற்படும் சேதம் அல்லது இழப்புக்கு அஞ்சல் அலுவலகத்தை பொறுப்பாக்க முடியாது. இருப்பினும் அனுப்புநர் அனுப்பும் கடிதம் அல்லது பார்சலுக்கு காப்பீடு செய்து அனுப்பினால் ஏற்படும் சேதம், இழப்புக்கு அஞ்சல் அலுவலகம் ஈட்டுத் தொகை வழங்கும். விலை மதிப்புள்ள பொருட்களை ஒரு குறிப்பிட்ட தொகைக்கு காப்பீடு செய்து அனுப்பும் அஞ்சல் சேவைக்கு காப்பீடு செய்யப்பட்ட அஞ்சல் எனப் பெயராகும். அஞ்சல் எந்தத் தொகைக்கு காப்பீடு செய்யப்பட்டுள்ளதோ அதற்குரிய பிரிமியத்தை அஞ்சல் அலுவலகத்தில் செலுத்திட வேண்டும். இங்கு அஞ்சல் அலுவலகம் காப்பீடு அளிப்பவராகவும், காப்பீடு செய்யப்பட்ட தொகைக்கு சேதம் அல்லது இழப்புக்கு பொறுப்பு ஏற்பதாகவும் இருக்கிறது. பதிவு அஞ்சல்களை மட்டும் தான் காப்பீட்டு அஞ்சலில் அனுப்ப முடியும். உங்கள் அஞ்சல் அல்லது பார்சல் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கோரப்பட்டுள்ளவாறு சரியாக கட்டப்பட்டு சிப்பமிடப் பட்டிருந்தால் மட்டுமே அது ஏற்றுக்கொள்ளப்படும் என்பதை நினைவில் கொள்ள வேண்டும்.



குறிப்புகள்

(iv) தூரித அஞ்சல்

தூரித அஞ்சல் சேவையானது 1-8-1986 முதல் நாடு முழுவதும் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. சில வேளைகளில் அவசரம் காரணமாகவோ அல்லது காலதாமதம் இன்றியோ நமது அஞ்சல் முகவரிதாரருக்கு சென்று சேர வேண்டும் என்று விரும்புவோம். இதற்கு கால வரையறையோடு கூடிய உறுதியான அஞ்சல் வழங்குதல் சேவையை “தூரித அஞ்சல் சேவைகள்” மூலமாக அஞ்சல் அலுவலகம் நமக்கு வழங்குகின்றது. அச்சேவையின் மூலமாக நமது கடிதங்கள், ஆவணங்கள், பார்சல்கள் குறிப்பிட்ட கால அளவுக்குள் மிக தூரிதமாக சென்று சேருகின்றன. இவ்வசதி குறிப்பிட்ட அஞ்சல் அலுவலகங்களில் மட்டும் உள்ளது. அஞ்சல் அலுவலகம் சாதாரண அஞ்சலைக் காட்டிலும் கூடுதலான கட்டணத்தை தூரித அஞ்சலுக்கு வசூலிக்கிறது. இக்கட்டணம் இடத்தின் தூரத்திற்கேற்ப மாறுபடும். சில குறிப்பிட்ட தூரித அஞ்சல் மையங்களில் இச்சேவை 24 மணி நேரமும் கிடைக்கின்றது. வழக்கமான அடிப்படையில் அதிக எண்ணிக்கையில் தூரித அஞ்சல் அனுப்புபவர்களின் இருப்பிடத்திற்கே வந்தும் தூரித அஞ்சல்களை அஞ்சல் அலுவலகம் பெற்றுக் கொள்கிறது.

(v) பெறும்வரையில் அஞ்சல் வைத்திருத்தல்

சரியான முகவரி தெரியாத ஒருவருக்கு அஞ்சல் அனுப்ப வேண்டிய தேவை ஏற்படும்போது நீங்கள் அவர் வாழும் பகுதி அஞ்சல் அதிகாரிக்கு அனுப்பலாம். இந்த கடிதங்களுக்கு “பெறும்வரை வைத்திருக்கும் அஞ்சல்” (Post - Restante) எனப் பெயராகும். அத்தகைய கடிதங்களை ‘Post Restante’ எனக் குறிப்பிட்டு அல்லது அஞ்சல் அலுவலர் பொறுப்பு (C/o Post Master) எனக் குறிப்பிட்டு அனுப்ப வேண்டும். இக்குறிப்பீடோடு இக்கடிதம் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் வைக்கப் பட்டிருக்கும். முகவரிதாரர் அஞ்சல் அலுவலரை வந்து கேட்கும் பெற்றுச் செல்வார். அதிகபட்சமாக 14 நாட்கள் வைக்கப்பட்டிருக்கும். அதற்குப் பின்னர் கடிதம் அனுப்பியவருக்கோ அல்லது திரும்புதல் கடித அலுவலகத்திற்கு அனுப்பப்படும். ஓர் ஊரில் பயணத்தில் உள்ள குறிப்பான விலாசம் அளிக்க இயலாத சுற்றுலாப் பயணி, பயணிக்கும் விற்பனையாளர் அல்லது புது இடத்தில் நிரந்தர முகவரி தேடிக் கொண்டிருப்பவர் போன்றவர்கள் இச்சேவையைப் பயன்படுத்தலாம்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 8.4

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா தவறா என்று கூறவும்
 - (i) அனைத்து அஞ்சல் அலுவலகங்களிலும் தூரித அஞ்சல் சேவை உண்டு.
 - (ii) பதிவு அஞ்சலை மட்டும்தான் காப்பீட்டு அஞ்சலாக அனுப்ப முடியும்.
 - (iii) விலாசதாரர் வந்து கேட்கும் வரை வைத்திருக்கும் அஞ்சலை அஞ்சல் அலுவலகத்தில் 1 வாரம் மட்டும் வைத்திருப்பார்கள்.
 - (iv) காப்பீட்டு அஞ்சல் சேவைக்கு இரண்டு அஞ்சல் அலுவலக இடங்களுக்குள்ள தூரத்திற்கேற்ப கூடுதல் கட்டணம் உண்டு.
 - (v) ஒப்புக்கைச் சான்றிதழ் அஞ்சல் வழியில் தொலைந்து போனால் அனுப்பியவர் இழப்பீடு பெற முடியாது.

8.10 அஞ்சல் சென்று சேருவது

அஞ்சல் அலுவலகம் கடிதங்களையும், பார்சல்களையும் கவுண்டர் மூலமாகவோ அல்லது அஞ்சல் பெட்டி வழியாகவோ சேகரிக்கிறது. மக்கள் தங்கள் வசதிக்கேற்ப இப்பெட்டிகளில் அஞ்சலைப் போட்டுச் செல்கின்றனர். தினமும் ஒன்று அல்லது இரண்டு முறை அலுவலக நேரங்களில் பெட்டிகளிலிருந்து அஞ்சல்கள் சேகரிக்கப்படுகின்றன. இத்தகைய அஞ்சல் பெட்டிகளை மக்கள் பயன்பாட்டிற்காக அஞ்சல் அலுவலகம் முன்னரும் பிற பொது இடங்களிலும் இருப்பதை நீங்கள் காணலாம். சில இடங்களில் சிகப்பு, பச்சை, நீலம், மஞ்சள் நிறம் பெட்டிகளைக் காணலாம். ஏன் இத்தனை நிறங்களில் பெட்டிகள்? காரணம் அறிந்து கொள்ளலாம்.

- சிகப்பு பெட்டிகள் உள்ளூர் அஞ்சல் அல்லாத பிற அஞ்சல்களுக்கு.
- பச்சைநிறப் பெட்டிகள் உள்ளூர் அஞ்சல்கள் மட்டும்.
- நீலநிறப் பெட்டிகள் மெட்ரோ நகரங்களுக்குச் செல்லும் அஞ்சல்களைச் சேகரிக்க மட்டும்.
- மஞ்சள் நிறப் பெட்டிகள் மாநில தலைநகர்களுக்குச் செல்லும் அஞ்சல்களைச் சேகரிக்க.

எளிதில் அஞ்சல்களைப் பிரித்து அனுப்பிட இத்திட்டம் பயனளிக்கிறது. அஞ்சல் அலுவலகத்தில் உங்கள் கடிதத்தை கொடுத்த பின்பு அல்லது அஞ்சல் பெட்டியில் போட்ட பின்பு என்ன நடக்கின்றது என்பதைக் காணலாம்.

- அக்கடிதங்களை அஞ்சல் அலுவலகம் சேகரிக்கிறது.
- அதன் மீது ஓட்டப்பட்டுள்ள ஸ்டாம்புகளை சரிபார்த்து அதன் மீது முத்திரையிடப்படுகிறது.
- கடிதங்கள் சென்று சேரும் இடங்களின் அடிப்படையில் தனித்தனிக் கட்டுகளாகப் போடப்படுகிறது.
- அவற்றை பெற வேண்டிய வெளி அஞ்சல் அலுவலகங்களுக்கு அக்கட்டுகள் அனுப்பப்படுகின்றன.
- அங்கு இருப்பிட வாரியாக கடிதங்கள் பிரிக்கப்படுகின்றன.
- இறுதியாக தபால்காரர் குறிப்பிட்ட முகவரிக்குச் சென்று அவற்றை பட்டுவாடா செய்கிறார்.
- தபால்கள் அல்லது கட்டுகள் எங்ஙனம் ஒரு அஞ்சல் அலுவலகத்திலிருந்து இன்னொன்றுக்குச் செல்கிறது என்று நீங்கள் நினைக்கலாம். அதையும் தெரிந்து கொள்ளலாம். குறைந்த தூர இடங்களுக்கு அஞ்சல் பைகள் மோட்டார் சைக்கிள், ஆட்டோ ரிக்ஷா, சைக்கிள் மூலமாக கொண்டு செல்லப்படுகின்றன. அதிக தூர இடங்களுக்கு மிக வசதியான முறை இரயில் ஆகும். நமது நாட்டில் இரயில்வே அஞ்சல் சேவையானது அஞ்சல்களை அனுப்பவும் பெறவும் வழி செய்கின்றது. நாடு முழுவதும் உள்ள பெரிய ரயில் நிலையங்களில் ஆர்.எம்.எஸ். (RMS Office) அலுவலகங்களை பார்த்திருப்பீர்கள்.
- இரயில்வே, மோட்டார் வாகனம், சைக்கிள் போன்றவை மூலம் செல்லும் அஞ்சலுக்கு “தரை வழி அஞ்சல்” (Surface Mail) எனப் பெயராகும்.



குறிப்புகள்



- சாலை வழியாகவும், ரயில் வழியாகவும் அனுப்புவதோடு கூட இந்திய அஞ்சல் துறை விமானப் போக்குவரத்து வசதி உள்ள இடங்களுக்கு விமானம் மூலமும் அஞ்சல்களை அனுப்புகின்றது. வெளிநாட்டு அஞ்சல்கள் அனைத்தும் வான் வழியாகச் செல்கின்றன. வெளிநாட்டுக்கு வான்வழிப் போக்குவரத்து மூலமாகச் செல்லும் அஞ்சலுக்கு ஏர்மெயில் எனப் பெயராகும்.

8.11 அஞ்சல் சேவைக்கான கட்டணம்

அஞ்சல் அட்டை அல்லது உள்நாட்டுக் கடிதம் ஒரே கட்டணத்தில் நாடு முழுவதும் பயணித்து செல்கிறது எவ்வாறு என்று நினைப்பீர்கள்? உள்நாட்டுக்குள் எல்லா வகை அஞ்சல்களுக்கும் (துரித அஞ்சல் தவிர) ஒரே கட்டணம்தான் உள்ளது. அஞ்சல் கட்டணம் அதன் எடைக்கேற்ப மாறுபடுகிறது. வெளிநாட்டு அஞ்சலிலும் துரித அஞ்சலிலும் கட்டணம் அஞ்சலின் எடை மற்றும் செல்லும் தூரம் அடிப்படையில் மாறுபடுகிறது. அஞ்சல் அனுப்புவதற்கான கட்டணத்தை ஸ்டாம்புகளின் மூலம் செலுத்த வேண்டும். அஞ்சல் அலுவலகத்தில் அவற்றை பணம் கொடுத்து வாங்கி அஞ்சலின் மீது ஒட்டி வேண்டும். அஞ்சல் சேவையை பெறுவதற்கு கட்டணம் செலுத்துவதற்கு இது மட்டுமே ஒரே வழி என்பதில்லை. அதற்குரிய பிற வழிகளையும் அறிந்து கொள்ளலாம்.

(i) அஞ்சல் ஸ்டாம்புகள்

அஞ்சல் உறைகளையும், பார்சல்களையும் அனுப்பும்போது அஞ்சலகத்தில் ஸ்டாம்புகளை வாங்கி ஒட்டி பின்னர் அஞ்சல் பெட்டியில் போடுவதோ அல்லது அஞ்சல் அலுவலக கவுண்டர்களில் கொடுக்கவோ செய்யலாம். ஆனால் அஞ்சல் அட்டைகள், அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கிடைக்கும் உள்நாட்டுக் கடிதங்கள், அஞ்சல் உறைகள் மேல் ஸ்டாம்புகள் ஒட்ட வேண்டாம். அவற்றின் மீது ஸ்டாம்புகளே அச்சிடப்பட்டிருப்பதைக் கண்டிருப்பீர்கள். இந்த ஸ்டாம்புகள் கடிதங்களின் குறைந்தபட்ச எடைக்கு மட்டுந்தான் பொருந்தும். கடிதங்கள் அல்லது பார்சல்களின் எடை கூடுதலாகும் போது கூடுதல் அஞ்சல் கட்டணத்திற்கு ஸ்டாம்புகள் ஒட்ட வேண்டும்.

(ii) முத்திரை பொறி அஞ்சல் கட்டணம் (Franked Postage)

தினசரி நூற்றுக்கணக்கான கடிதங்கள் அனுப்பும் அலுவலகங்களில் அஞ்சல் கட்டண முத்திரை பொறியை அஞ்சல் அலுவலகம் கொடுக்கிறது. இந்த இயந்திரம் பல பண மதிப்புகளில் முத்திரைப் பொறியை அச்சிடும். இதற்கு முத்திரைப் பொறி அஞ்சல் கட்டணம் எனப் பெயராகும். கடிதங்கள் இவ்வியந்திரங்களுக்கு செலுத்தப்பட்டு தேவையான பண மதிப்பில் அஞ்சல் கட்டண முத்திரை அச்சிடப்படுகிறது. இவ்வியந்திரம் செங்கல் சிவப்பு நிறத்தில் கட்டண முத்திரையை அச்சிடும். அஞ்சல் அலுவலகத்தின் உரிமம் பெற்று இந்த இயந்திரங்களை வாடகைக்கு வாங்கிக் கொள்ளலாம். உரிமம் பெற்றவர் செலுத்தும் தொகைக்கு இவ்வியந்திரம் அமைக்கப்பட்டு அவருக்குத் தரப்படும். செலுத்தப்பட்ட தொகை மதிப்புக்கு முத்திரை அச்சடித்த பின் இவ்வியந்திரம் அச்சிடுவதை நிறுத்திவிடும். உடனே அஞ்சல் அலுவலகத்தில் மீண்டும் தேவையான பணத்தைச் செலுத்தி மீண்டும் அதை புதுப்பித்துக் கொள்ள வேண்டும்.

(iii) ஸ்டாம்புகள் இல்லாத அஞ்சல் கட்டணம்

சில கடிதங்களில் அஞ்சல் ஸ்டாம்புகள் ஒட்டாது வருவதைப் பார்த்திருப்பீர்கள். இவை எவ்வாறு உங்களுக்கு வருகின்றன? சில வகையான அஞ்சல்களை அனுப்புவதற்கு முன்பே அனுப்புநர் கட்டணம் செலுத்தி விடுவார். அல்லது பெற்ற பின்பு கடிதம் வாங்குபவர் செலுத்துவார். எடுத்துக்காட்டாக நாளிதழ்களும், பத்திரிகைகளும் அதை அனுப்புநர் அதை அனுப்புவதற்கு முன்னர் செலுத்தி விடுவார். அதேபோல் வர்த்தக பதில் கடித அட்டை (Business reply card) விலாச தாரர் பெற்றுக் கொள்ளும்போது அதற்குரிய கட்டணத்தைச் செலுத்துகிறார். பார்வையற்றோருக்கான பிரெயில் புத்தகங்களை கட்டணமின்றி அனுப்பிடலாம்.



குறிப்புகள்

(iv) கணினி அச்சிட்ட சீட்டு

சில அரசு அலுவலகங்களில் தற்போது கணினி அச்சிட்ட சீட்டு ஒட்டப் படுகிறது. தனியாக அஞ்சல் ஸ்டாம்புகள் ஒட்ட வேண்டியதில்லை. அச்சீட்டில் செலுத்தப்பட்ட கட்டணம், நாள், நேரம் அச்சிடப்பட்டிருக்கும். இவ்வசதி பதிவு அஞ்சல், தூரித அஞ்சல் போன்றவற்றிற்கு உண்டு. சாதாரண கடிதங்களுக்குக் கிடையாது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 8.5

I. கலம் 'அ'வில் கொடுக்கப்பட்டவைகளை கலம் 'ஆ'வில் கொடுக்கப்பட்டவைகளோடு பொருத்துக

- | கலம் அ | கலம் ஆ |
|------------------------------------|---|
| அ. பச்சைநிற அஞ்சல் பெட்டி | (i) கடிதம் அனுப்பியவருக்கு திரும்ப அனுப்புதல் |
| ஆ. அஞ்சல் முத்திரை பொறி | (ii) அனுப்புவர் அஞ்சல் கட்டணம் செலுத்த மாட்டார் |
| இ. குறைந்த தொகையில் அஞ்சல் கட்டணம் | (iii) குறைவான கட்டணத்திற்கு இரண்டு மடங்கு வசூல் செய்தல் |
| ஈ. வர்த்தக பதில் அஞ்சல் அட்டை | (iv) உள்ளூர் அஞ்சல்கள் |
| உ. பெறுபவரின் தவறான முகவரி | (v) அஞ்சல் கட்டண முத்திரையை அச்சிடுதல் |

8.12 அஞ்சல் அலுவலகங்கள் வர்த்தகச் செயல்பாடுகளுக்கு எவ்வாறு உதவுகின்றன?

பல வழிகளில் அஞ்சல்களைக் கொண்டு சேர்ப்பதோடு கூட அஞ்சல் அலுவலகங்கள் வர்த்தக நிறுவனங்களுக்கு சிறப்பான பல சேவைகளையும் வழங்குகின்றன.

- விலை மதிப்பை பெறும் அஞ்சல் (VPP) மூலம் பொருட்களை விற்பனை செய்திட வழிவகை செய்தல்.



குறிப்புகள்

- எந்தவித முன்பணம் செலுத்துதல் இன்றி “வர்த்தக பதில் அஞ்சல்” (Business reply post) மூலம் வாடிக்கையார்களுக்கு கடிதங்களை அனுப்புவது.
- அஞ்சல் ஊடகம் வழியாக உற்பத்திப் பொருட்கள் பற்றிய விளம்பரம் செய்தல்.
- துரித அஞ்சல் மூலம் நம்பகத்தன்மையுள்ள கால கெடுவுக்குள் பார்சல்களை அனுப்பும் சேவை.
- வர்த்தக அஞ்சல் சேவை மூலம் பல்வேறு சேவைகளை வழங்குதல்.
- நிறுவன பணவிடை (Corporate money order) மூலம் பெரிய தொகைப் பணத்தை அனுப்பிட அனுமதித்தல்.
- தபால் பையும் தபால் பெட்டியும் (Post bag and Post box) அளித்து அஞ்சல்களை பெற்றுக் கொள்ள சிறப்பான ஏற்பாடுகள் செய்தல்.

(i) விலை மதிப்பைப் பெறும் அஞ்சல் (Value payable Post)

உள்ளூர் கடையில் கிடைக்காத ஏதேனும் பொருளை நாம் வாங்கிட நினைப்போம். அப்போது தூரத்தில் உள்ள ஒரு வியாபாரியிடம் அப்பொருளை அனுப்பி வைக்கச் சொல்வோம். இதற்கு அஞ்சல் அலுவலகம் அளிக்கும் விலை மதிப்பைப் பெறும் அஞ்சல் முறையை அவ்வியாபாரி பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். இச்சேவை மூலம் முறையாக சிப்பமிடப்பட்ட பொருளை விற்பவரிடமிருந்து அஞ்சல் அலுவலகம் பெற்று, வாங்குபவரிடம் கொண்டு செல்கிறது. அவரிடம் அதற்குரிய தொகையைப் பெற்றுக் கொண்டு அப்பொருளைக் கொடுக்கிறது. அப்பணத்தை பொருளை விற்பவருக்கு அஞ்சல் அலுவலகம் பின்னர் அனுப்பி வைக்கிறது.

(ii) வர்த்தக பதில் அஞ்சல் (Business Reply Post)

ஒவ்வொரு வியாபாரத்தின் சந்தைப்படுத்துதலின் முக்கியமான நோக்கம் வாடிக்கையார்களை உருவாக்குவது தான் என்பதை அனைவரும் அறிவோம். இந்த நோக்கத்தை அடைவதற்கு வாடிக்கையாளரின் கருத்தை தெரிந்து கொள்ள அவரை நாடும்போது அவரது பதில் உடனடியாகத் தேவைப்படும். இதற்கு அஞ்சல் அலுவலகம் அவர்களது பதில் கடிதத்தை முன் கட்டணம் எதுவுமின்றி அனுப்பிட அனுமதிக்கிறது. அஞ்சல் அலுவலகம் கடிதத்தினைப் பெறும் முகவரிதாரரிடம் இருந்து பின்னர் கட்டணத்தைப் பெற்றுக் கொள்ளும். இவ்வசதியைப் பெற்றுக் கொள்ள வர்த்தகர் குறிப்பிட்ட கட்டணத்தை கட்டி அஞ்சல் அலுவலகத்தில் உரிமம் பெற்றுக் கொள்ளலாம். அந்த உரிம எண் அஞ்சல் அட்டை அல்லது உறை மீது அச்சிடப்பட வேண்டும். மேலும் “வர்த்தகப் பதில் அஞ்சல் அட்டை / உறை. அனுப்புபவர் கட்டணம் எதுவும் செலுத்த வேண்டியதில்லை. இந்தியாவில் அஞ்சலிடப்பட்டால் “அஞ்சல் கட்டணம் கிடையாது” என்ற வாசகம் இதன் மேல் அச்சிடப்பட வேண்டும். மேலும் இவ்வஞ்சலைப் பெறுபவரின் முகவரி / உறை அட்டையின் மீது அச்சிடப்பட்டிருக்கும்.

(iii) அஞ்சல் ஊடகம் (Media Post)

இச்சேவையின் கீழ் அஞ்சல்துறை அஞ்சல் அட்டை, உள்நாட்டுக் கடிதம், ஏரோகிராம் மற்றும் பிற அஞ்சல் எழுதுபொருள்கள் மீது தனியார் மற்றும் அரசு

நிறுவனங்களைப் பற்றிய விளம்பரங்கள் செய்ய அனுமதிக்கிறது. பொதுமக்களுக்கான விழிப்புணர்வுச் செய்திகளும் அஞ்சல் எழுது பொருட்கள் மீது அச்சிடப்படும்.

(iv) துரித அஞ்சல்

நம்பகத்தன்மையுள்ள, வேகமான, சிக்கனமான பார்சல் அனுப்பும் சேவைகளை அஞ்சல்துறை வர்த்தக நிறுவனங்களுக்கும் வர்த்தகர்களுக்கும் துரித அஞ்சல் மூலமாக வழங்குகின்றது. 35 கிலோ வரை எடையுள்ள பார்சல்களை காலக்கெடு உள்ள சேவை மூலம் வீட்டு வாசலில் சென்று வழங்குகின்றது.

(v) வர்த்தக அஞ்சல்

வர்த்தக அஞ்சல் சேவையின் மூலம் அஞ்சல் அலுவலகங்கள் வர்த்தக நிறுவன வாடிக்கையாளர்களுக்கு அஞ்சல் செய்வதற்கு தேவையான செயல்பாடுகளில் உதவுகின்றது. அனுப்புபவரின் வாசலுக்குச் சென்று கடிதங்களைப் பெறுவது, உறைகளில் பொருட்களைப் போட்டுக் கொடுத்தல், அஞ்சல்களை ஒட்டுதல், விலாசம் ஒட்டுதல், அஞ்சல் முத்திரை ஒட்டுதல் போன்ற அஞ்சல் செய்வதற்கு முந்தைய செயல்பாடுகளில் உதவுகின்றது.

(vi) நிறுவன பணவிடை

தனிநபர்களைப் போலவே வர்த்தக நிறுவனங்களும் பணவிடை மூலம் பணத்தை அனுப்பலாம். அவர்களுக்கு இதற்கு அஞ்சல் அலுவலகம் நிறுவன பணவிடை சேவையை அளிக்கிறது. இதன் மூலம் வர்த்தக நிறுவனம் ரூ. 1 கோடி வரை நாட்டின் எந்தப் பகுதிக்கும் அனுப்பிடலாம். தொலைகோள் தொடர்பில் இருக்கும் அஞ்சல் அலுவலகங்களில் இவ்வசதி உள்ளது.

(vii) அஞ்சல் பெட்டியும் அஞ்சல் பையும்

விலாசதாரர் வீட்டு வாசலில் வந்து தபால்காரர் பலவிதமான அஞ்சல்களை கொடுக்கிறார். இதோடு கூட பதிவு செய்யப்படாத கடிதங்களைக் கொடுப்பதற்கு அஞ்சல் பெட்டி மற்றும் அஞ்சல் பை வசதிகளை அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்குகின்றது. இவ்வசதியின் மூலம் ஒரு குறிப்பிட்ட எண்ணுடன் கூடிய பெட்டி அல்லது பை ஒன்று குறிப்பிட்ட கட்டணத்தின் பேரில் அஞ்சல் அலுவலகத்தில் வழங்கப்படுகின்றது. அஞ்சல் அலுவலகம் அந்தப் பெட்டிக்கு உரிய எண்ணிற்கு வந்து சேரும் அனைத்து அஞ்சல்களையும் தனியாக வைத்திருக்கும். விலாசதாரர் அந்தக் கடிதங்களைத் தங்கள் வசதிக்கேற்ப சேகரித்துக் கொள்ளலாம். பெட்டியாக இருந்தால் முகவரிதாரர் தனக்கு ஒதுக்கப்பட்ட பெட்டியைத் திறந்து கடிதங்களைச் சேகரிப்பார். பையாக இருந்தால் அஞ்சல் போடப்பட்டிருக்கும் பையைப் பெற்று தங்கள் அலுவலகத்திற்கு சுமந்து சென்று அவிழ்த்து எடுத்துக் கொள்ளலாம். எந்த நிறுவனமோ அல்லது நபரோ அத்தகைய ஒரு பெட்டியை அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கட்டணத்திற்கு பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

- தங்களுக்கு வரும் அஞ்சலை தவறில்லால் பெற்றுக்கொள்ள நினைக்கும் நிறுவனங்கள்
- அதிக எண்ணிக்கையில் அஞ்சல் பெறுபவர்கள்
- அஞ்சல் ஆணை வியாபாரம்



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

- சொந்தமான விலாசம் இல்லாதவர்கள்
- தங்கள் முகவரி மற்றும் பெயரை வெளியிட விரும்பாதவர்கள் இவ்வசதியைப் பயன்படுத்துகிறார்கள்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 8.6

- I. பொருத்தமான சொற்களைக் கொண்டு காலியிடத்தை நிரப்புக
 - (i) அஞ்சல் அலுவலகம் _____ மூலமாக அனுப்புவதற்கு அஞ்சல் முன்னுள்ள சேவைகளை வர்த்தக நிறுவனங்களுக்கு அளிக்கிறது.
 - (ii) பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் குறித்த விளம்பரங்களை அஞ்சல் அலுவலகத்தின் _____ வழியாக செய்யலாம்.
 - (iii) வர்த்தக _____ அஞ்சல் கடிதத்தை அனுப்புவவர் அஞ்சல் கட்டணம் எதுவும் செலுத்த வேண்டியதில்லை.
 - (iv) நிறுவனப் பணவிடை சேவை மூலம் ரூ. _____ வரை பணத்தை அனுப்பிடலாம்.
 - (v) பெறுபவரின் அடையாளத்தை வெளியில் தெரிவிக்காமல் இருக்க _____ மூலமாக அஞ்சல்களைப் பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

8.13 அஞ்சல் சேவைகளின் முக்கியத்துவம்

பொதுவான முறையில் பொதுமக்களுக்கும், குறிப்பான வழியில் வர்த்தகத்திற்கும் அஞ்சல் சேவைகள் உதவியாயிருக்கின்றன. கீழ்க்கண்ட வகைகளில் அஞ்சல் சேவை முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாகும்.

1. குறைந்த செலவில் தகவல் தொடர்பு

பிற தகவல் தொடர்பு முறைகளைக் காட்டிலும் குறைவான விலையில் அஞ்சல் சேவைகள் கிடைக்கின்றன. அஞ்சல் சேவைகள் உதவியுடன் நாளிதழ்களும் பத்திரிகைகளும் நாட்டின் மூலைமுடுக்குகளிலுமுள்ள பெருவாரியான வாசகர்களைச் சென்றடைகின்றன. சலுகைக் கட்டணத்தில் பத்திரிகைகளும், நாளிதழ்களும் அனுப்பப்படுவதால் இது சாத்தியமாகிறது.

2. சேமிப்பை வளர்க்க உதவுதல்

சாதாரண வருவாய் உள்ள மக்களும், அஞ்சல் அலுவலகத்தின் சிறு சேமிப்புத் திட்டங்களில் சேர்ந்து அவர்கள் சேமிப்பதற்கு உற்சாகம் ஊட்டுகிறது. அஞ்சல் அலுவலகத்தில் சேமிப்பதால் வருமானவரிச் சலுகைகள் கிடைக்கின்றன. எடுத்துக்காட்டு, சிறு சேமிப்பு சான்றிதழ்கள், பொது பிராவிடண்ட் நிதியில் சேமிப்பது. அஞ்சல் அலுவலகத்தில் சேமிப்பு செய்பவர்களுக்கு பரிசுகளும் அளிக்கப்படுகிறது.



குறிப்புகள்

3. குறைந்த கட்டணத்தில் பணம் அனுப்புவது

பணம் அனுப்புவது அஞ்சல் அலுவலகத்தின் பணவிடைச் சேவையின் மூலம் நடைபெறுகிறது. அவசரமாக பணம் அனுப்ப வேண்டுமெனில் தந்திப் பணவிடை மூலம் அனுப்பிடலாம். அஞ்சல் ஆணை (Postal Order) இன்னொரு வகை பணம் அனுப்பும் முறையாகும்.

4. வர்த்தகத்தைப் பெருக்குவது

நாட்டுக்கு உள்ளேயும், வெளியேயும் வர்த்தகத்தைப் பெருக்குவதற்கும், வளர்ப்பதற்கும் அஞ்சலகச் சேவைகள் உதவி செய்கின்றன. கடிதத் தொடர்பு மூலமாக வர்த்தகத் தேவைகள் கேட்கப்பட்டு முடிவு செய்யப்படுகிறது. ஆணை அளிப்பது, சரக்குகள் அனுப்புதல் குறித்த தெரிவிப்பு, வரவுக்கான நினைவூட்டல் கடிதம் போன்றவை அஞ்சல் வழியாக நடைபெறுகின்றன. விலை மதிப்புள்ள ஆவணங்களை அடங்கிய பதிவு அஞ்சல்கள் காப்பீடு செய்வது அனுப்புவதால் வழியில் ஏற்படும் இழப்பை சரிசெய்ய முடியும். அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகமானது அஞ்சல் மற்றும் பார்சல் சேவைகளின் மூலம் நடைபெறுகிறது.

5. தொலைதூரக் கல்விக்கு உதவி செய்கிறது

திறந்த நிலைப் பள்ளிகள், திறந்தநிலைப் பல்கலைக் கழகங்கள் மற்றும் பிற தொலைதூர அஞ்சல் வழிக்கல்வி அளிக்கும் நிறுவனங்கள் கற்போருக்கான புத்தகங்களை அஞ்சல் வழியாக அனுப்புகின்றன. மேலும் அவை கற்போருடன் அஞ்சல் வழியாகத்தான் தொடர்பு கொள்கின்றன. இதனால் தொலைதூரங்களில் வசிக்கும் கற்போர்கள் வழக்கமான வகுப்புகளுக்குச் செல்லாமல் பாடங்களைக் கற்றுப் பயனைப் பெறுகின்றனர்.

8.14 தனியார் தூதஞ்சல் சேவைகள்

பொதுமக்களுக்கு அஞ்சல் சேவைகளை சில தனியார் அமைப்புகளும் அளிக்கின்றன. அவைகள் கடிதங்கள், பார்சல்களைப் பெற்று விலாசதாரர்களுக்கு அவர்களின் இடத்திற்குச் சென்று தருகின்றன.



படம் 8.8 தனியார் தூதஞ்சல்



குறிப்புகள்

தனியார் தூதஞ்சல் நடத்துவோர் கடிதங்கள், பார்சல்கள், கட்டுக்கள் போன்றவற்றை மிக விரைவாகச் சேகரித்து விரைவாகச் சென்று சேர்க்கின்றன. தூதஞ்சல் மூலம் அனுப்புவதற்கு அஞ்சல் கட்டண முத்திரைகள் எதுவும் ஒட்ட வேண்டியதில்லை. தனியார் தூதஞ்சல் நிறுவனத்தார் அஞ்சல் அலுவலகத்தைக் காட்டிலும் கூடுதலான கட்டணத்தை வசூலிக்கின்றனர். மேலும் கட்டணம் ஒரே மாதிரியாகவும் இராது. பெரிய ஊர்களிலும், பெருநகரங் களிலும் தனியார் தூதஞ்சல் தற்போது மிக அதிகமாக உள்ளது.

தனியார் தூதஞ்சல் சேவையின் முக்கியக் கூறுகள்

- மிக வேகமான தகவல் தொடர்பு முறையாகும்.
- உள்நாட்டு, வெளிநாட்டு தகவல் தொடர்புக்குரிய வசதிகள் கொண்டுள்ளது.
- தங்கம் மற்றும் நகைகள் தவிர எல்லாவித பொருட்களையும் அனுப்பிடலாம்.
- இரயில் வழி, சாலை வழி, ஆகாய வழி, போக்குவரத்து மூலம் பொருட்களை அனுப்புவதற்கு பயன்படுத்துவதோடு கூட சில நிறுவனங்கள் தொலைபேசி, டெலக்ஸ், பேக்ஸ் போன்ற வழிகளிலும் செய்திகள் அனுப்ப பயன் படுத்துகின்றன.
- பாதுகாப்பாக குறித்த காலத்தில் பொருட்களைச் சென்று சேர்த்திடுவதற்கு முழு பொறுப்பு எடுத்துக் கொள்கின்றன.
- அனுப்புநர்களின் வாசலில் பொருட்களைச் சேகரித்து பெறுநர்களிடம் சென்று வழங்குகின்றன.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 8.7

- கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா? தவறா? என்று கூறவும்
 - அஞ்சல் குறியீட்டு எண் (Pin) வசதி கடிதங்களை எளிதாக பிரித்திட உதவுகிறது.
 - அஞ்சல் துறை இந்திய அரசின் நிதி அமைச்சகத்தின் கீழ் செயல்படுகிறது.
 - அஞ்சல் அலுவலகம் தொலைதூரக் கல்விக்கு உதவுவதில்லை.
 - காசோலைகளையும் விலையுயர்ந்த ஆவணங்களையும் அஞ்சல் மூலம் மக்கள் அனுப்ப முடியும்.
 - தனியார் தூதஞ்சலில் பார்சல்களை அனுப்ப முடியாது.
- சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்
 - கீழ்க்கண்டவைகளில் எது அஞ்சல் சேவைகளின் வகையில் சேராது
 - தபால் சேவை
 - வங்கிச் சேவை
 - பணம் செலுத்தும் சேவை
 - பாதுகாப்பகம் (Locker)

- (ii) கீழ்க்கண்டவைகளில் எந்த வகை காப்பீட்டு பாலிசியை அஞ்சல் அலுவலகம் அளிக்கிறது
- (அ) என்டோமெண்ட் பாலிசி
(ஆ) முழு ஆயுள் பாலிசி
(இ) கிராமப்புற அஞ்சல் ஆயுள் காப்பீடு பாலிசி
(ஈ) கூட்டு ஆயுள் பாலிசி
- (iii) கீழ்க்கண்டவைகளில் எது அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் பணம் செலுத்தும் சேவையாகும்
- (அ) ஓய்வூதியம் வழங்குதல்
(ஆ) பில் கட்டணம் செலுத்துதல்
(இ) பணவிடை
(ஈ) அஞ்சல் அலுவலக மாதாந்திர வருமானத் திட்டம்
- (iv) கீழ்க்கண்டவைகளில் எது அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் சிறப்பான சேவைகளில் சேராதது
- (அ) பதிவு அஞ்சல்
(ஆ) ஸ்டாம்புகள் விற்றல்
(இ) துரித அஞ்சல்
(ஈ) காப்பீடு செய்யப்பட்ட அஞ்சல்
- (v) கீழ்க்கண்டவைகளில் எது தனியார் தூதஞ்சல் சேவையில் சேரும்
- (அ) தபால் பை மற்றும் தபால் பெட்டி
(ஆ) வர்த்தக அஞ்சல்
(இ) ஓவர்நைட் எக்ஸ்பிரஸ்
(ஈ) விலை மதிப்பைப் பெறும் அஞ்சல்



குறிப்புகள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் பல்வேறு சேவைகளுக்கு அஞ்சல் சேவை எனப் பெயராகும். கடிதங்களையும் பார்க்கல்களையும் அனுப்புவது, பணம் அனுப்பிட உதவுவது, வைப்புப் பணத்தை ஏற்றுக் கொள்வது, ஆயுள் காப்பீடு செய்வது போன்றவை இதில் அடங்கும்.
- ▶ அனுப்புவரிடம் இருந்து கடிதங்களையும், பார்க்கல்களையும் பெற்று பெறுநரிடம் கொண்டு சேர்ப்பது தபால் சேவையாகும் (Mail Service). அஞ்சல் அட்டைகள், உறை, உள்நாட்டுக் கடிதம், பார்கல் அஞ்சல், நூல் அஞ்சல் போன்றவை மூலம் அஞ்சல் அலுவலகம் தபால் சேவைகளை வழங்குகிறது.
- ▶ தபால் சேவைகளான சான்றொப்பம் உள்ள அஞ்சல், பதிவு அஞ்சல், காப்பீடு செய்யப்பட்ட அஞ்சல், துரித அஞ்சல், கடிதங்களை வைத்திருந்து அளித்தல் போன்ற சிறப்புச் சேவைகளையும் அது வழங்குகின்றது.



குறிப்புகள்

- ▶ அஞ்சல் அலுவலகத்தின் பணம் அனுப்பும் வசதியைப் பயன்படுத்தி பணத்தை ஓரிடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு அனுப்பிடலாம். பணவிடை, அஞ்சல் ஆணை வசதிகளைப் பயன்படுத்தி மக்கள் தூர இடங்களுக்கு தங்கள் பணத்தை அனுப்பிட முடியும்.
- ▶ அஞ்சல் அலுவலகச் சேமிப்புக் கணக்கு, 5 ஆண்டு அஞ்சலகச் தொடர் சேமிப்புத் திட்டம், அஞ்சலக மாதாந்திர வருவாய்த் திட்டம், ஆறாண்டு தேசிய சேமிப்பு சான்றிதழ் (VIII வெளியீடு) திட்டம், 15 ஆண்டுகள் பொது வருங்கால வைப்பு நிதித் திட்டம் (PDF), கிசான் விகாஸ் பத்திரம் போன்ற திட்டங்கள் வாயிலாக மக்களிடம் சேமிக்கும் பழக்கத்தை வளர்த்திட அஞ்சலகம் உதவுகிறது.
- ▶ அஞ்சல் அலுவலகத்தின் அஞ்சலக ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டம், கிராமப்புற அஞ்சலக ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டம் இவற்றின் உதவியால் தனியொருவரின் ஆயுளை காப்பீடு செய்து கொள்ள முடிகிறது.
- ▶ விலை மதிப்பைப் பெறும் அஞ்சல் (VPP), வர்த்தக பதில் அஞ்சல், அஞ்சல் ஊடகம், தூரித அஞ்சல், வர்த்தக அஞ்சல், நிறுவன பணவிடை (Corporate money order) அஞ்சல் பை அல்லது அஞ்சல் பெட்டி வசதி போன்றவைகள் மூலம் வர்த்தகப் பரிமாற்றங்கள் வளர்ச்சியடைய அஞ்சல் அலுவலகம் உதவி புரிகிறது.
- ▶ அஞ்சல் சேவையின் முக்கியத்துவம் - குறைந்த செலவில் தகவல் தொடர்பு வழங்குகிறது; சேமிப்பை வளர்க்கிறது; குறைந்த கட்டணத்தில் பணம் அனுப்பிட உதவுகிறது; வர்த்தக வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது; தொலைதூரக் கல்விக்கு உறுதுணையாக உள்ளது.
- ▶ தங்களது சொந்த கிளைகள் உதவியுடன் நாடும் முழுவதும் அஞ்சல் சேவையை தனியார் தூதஞ்சல்காரர்கள் அளிக்கின்றனர். கடிதங்களையும், பாரச்சல்களையும் சேகரிப்பதிலும், சென்று சேர்ப்பதிலும் தூரித சேவைகளை அளிக்கின்றனர்.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. அஞ்சல் துறையின் குறியீட்டை உங்கள் நோட்டுப் புத்தகத்தில் வரையவும்.
2. உள்நாட்டு அஞ்சலுக்கும், வெளிநாட்டு அஞ்சலுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகளைக் கூறுக.
3. கிராமின் சன்சார் சேவக் திட்டம் என்றால் என்ன?
4. 15 ஆண்டுகள் பொது வருங்கால வைப்புநிதி திட்டத்தின் சிறப்பியல்புகளைக் கூறுக.
5. அஞ்சல் சேவையில் பின் எண் (PIN) எந்த நோக்கத்திற்காக உள்ளது?
6. விலை மதிப்பைப் பெறும் அஞ்சல் மற்றும் வர்த்தக அஞ்சல் இரண்டுக்கும் உள்ள வேறுபாடு யாது?
7. எத்தகைய நிறத்தில் அஞ்சல் பெட்டிகள் வைக்கப்பட்டுள்ளன? அவற்றின் சிறப்புப் பயன்பாடுகளைக் கூறுக.
8. அஞ்சல் அலுவலகத்தில் கிடைக்கும் பல வகையான அஞ்சல் அட்டைகளைக் கூறுக.

9. பணவிடைக்கும், அஞ்சல் ஆணைக்குமுள்ள வேறுபாடுகளைக் கூறுக.
10. அஞ்சல் அலுவலகத்தில் உள்ள பல்வேறு ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்டங்களை விவரிக்கவும்.
11. தனியார் தூதஞ்சல் சேவையின் இயல்புகளைக் கூறவும்.
12. அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் அஞ்சல் பையின் பயன்பாட்டை விளக்குக.
13. அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் பணம் அனுப்பும் சேவைகளை விளக்குக.
14. அஞ்சல் சேவை என்றால் என்ன? அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் ஏதேனும் இரண்டு சேவைகளை விளக்குக.
15. அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் சேமிப்புத் திட்டங்களில் ஏதேனும் நான்கினை விளக்குக.
16. வர்த்தகச் செயல்பாடுகளுக்கு அஞ்சல் சேவை எவ்வாறு உதவுகிறது?



குறிப்புகள்



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 8.1

- | | |
|---------------|------------------------------|
| (i) வெளிநாடு | (ii) நிறத்திலும், விலையிலும் |
| (iii) எடையைப் | (iv) குறைவு |
| (v) ரகசியமான | |

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 8.2

- | | | | | |
|----------------|----------------|----------------|-------------|---------|
| (i) ரூ. 70,000 | (ii) ரூ. 5,000 | (iii) கோடிட்டு | (iv) மூன்று | (v) ஆறு |
|----------------|----------------|----------------|-------------|---------|

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 8.3

- | | | | | |
|----------|-----------|------------|----------|---------|
| (i) தவறு | (ii) தவறு | (iii) தவறு | (iv) சரி | (v) சரி |
|----------|-----------|------------|----------|---------|

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 8.4

- | | | | | |
|----------|----------|------------|-----------|---------|
| (i) தவறு | (ii) சரி | (iii) தவறு | (iv) தவறு | (v) சரி |
|----------|----------|------------|-----------|---------|

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 8.5

- | | | | | |
|-------|--------|---------|--------|-------|
| (i) ஈ | (ii) உ | (iii) இ | (iv) ஆ | (v) அ |
|-------|--------|---------|--------|-------|

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 8.6

- | | |
|------------------------------------|-------------------|
| (i) வர்த்தக அஞ்சல் | (ii) அஞ்சல் ஊடகம் |
| (iii) பதில் | (iv) ரூ.1 கோடி |
| (v) அஞ்சல் பை அல்லது அஞ்சல் பெட்டி | |

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 8.7

- | | | |
|------------|-----------|----------|
| I (i) சரி | (ii) தவறு | |
| (iii) தவறு | (iv) சரி | (v) தவறு |
| II (i) ஈ | (ii) இ | |
| (iii) இ | (iv) ஆ | (v) இ |



குறிப்புகள்

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- அருகாமையிலுள்ள அஞ்சல் அலுவலகம் சென்று உறைகளுக்கான கட்டணம், பதிவு அஞ்சல் கட்டணம், பணவிடைக் கட்டணம், அஞ்சல் ஆணைக் கட்டணம், போட்டி அஞ்சல் அட்டையின் விலை, சான்றொப்ப முறை, கடிதத்திற்கான கட்டணம் போன்றவைகளைக் கேட்டறியவும்.
- அருகாமையிலுள்ள அஞ்சல் அலுவலகம் சென்று தேசிய சேமிப்புச் சான்றிதழ், கிசான் விகாஸ் பத்திரம் போன்றவைகளின் பயன்களைக் கேட்டறியவும்.

உங்கள் கவனத்திற்கு ஒரு குறிப்பு

இப்பாடப் பகுதியில் தரப்பட்டுள்ள அனைத்து அஞ்சல் அலுவலகச் சேவைகளும், திட்டங்களும் 2011 ஆண்டில் உள்ளவையாகும். தற்போதைய தகவல்களைப் பெற விரும்புவோர் அருகாமையிலுள்ள அஞ்சல் அலுவலகம் சென்று தெரிந்து கொள்ளவும்.



வங்கியியல்

நகரத்தின் தெருக்களில் நடந்து செல்லும்போது சில கட்டிடங்கள் மீது 'கனரா வங்கி', 'பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கி', 'பாரத ஸ்டேட் வங்கி', 'யுனைடெட் கமர்சியல் வங்கி' போன்ற பெயர்ப் பலகைகளைப் பார்த்திருப்பாய். இப்பெயர்கள் எதைக் குறிக்கின்றன? இதைப் பற்றி தெரிந்து கொள்ள நீ முயற்சி செய்திருக்கிறாயா? இதுபோன்ற கட்டிடங்களுக்குள் நீ சென்றால் ஒரு வியாபார அலுவலகம் செயல்படுவது போன்று உனக்குத் தோன்றும். கவுண்டர்களுக்கு பின்னே / அமர்ந்திருக்கும் பணியாளர்கள் தன் முன்னே நின்று கொண்டு இருக்கும் பார்வையாளர்களிடம் உரையாடிக் கொண்டிருப்பதையும் நீ பார்க்கலாம். ஒரு கவுண்டரில் சிலர் பணத்தை வைப்பிடுவதையும் (Deposit) மற்றொரு கவுண்டரில் சிலர் பணத்தை பெறுவதையும் நீ காணலாம். இதுபோன்ற கவுண்டர்களுக்கு பின் பல மேசை நாற்காலிகளில் அமர்ந்து அலுவலர்கள் பணியாற்றுவதையும் நீ காணலாம். அலுவலகத்தின் ஒரு பக்கத்தில் சிறிய, தடுக்கப்பட்ட ஒரு அறையில் மேலாளர் அமர்ந்து கொண்டு தன் முன்னே உள்ள மேசை மீதுள்ள தாள்களையும் கோப்புகளையும் பார்ப்பதை நீ காணலாம். இந்த அலுவலகமே "வங்கி" எனப்படும்.

வங்கி மற்றும் அதன் செயல்பாடுகள் பற்றி விரிவாக இப்பாடத்தில் நாம் அறிந்து கொள்ளலாம்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தினை படித்த பிறகு உன்னால் பின்வருவனவற்றைப் புரிந்து கொள்ள முடியும்.

- ▶ வங்கி - பொருள் அறிதல்.
- ▶ வங்கியின் பணியினை விளக்குதல்.
- ▶ பல்வேறு வகையான வங்கிகளைத் தெரிந்து கொள்ளுதல்.
- ▶ வணிக வங்கிகளின் பணிகளை விளக்குதல்.



குறிப்புகள்

9.1 வங்கி என்பதன் பொருள்

பொது மக்களிடமிருந்து வைப்புகளை ஏற்று, வட்டி அளித்து, காசோலைகளுக்கு பணம் அளித்து, கடன் அனுமதித்து, நிதி நடவடிக்கைகளில் இடைநிலையராக இருந்து, வாடிக்கையாளர்களுக்கு பிற நிதி சேவைகளைச் செய்ய, அரசால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட நிறுவனமே வங்கி எனப்படும். மக்கள் தங்கள் அன்றாடத் தேவைகளான உணவு, உடை, குழந்தைகளின் கல்வி, வீட்டுச் செலவு போன்றவைகளுக்காக பணம் ஈட்டுகின்றனர் என்பதை நீ அறிவாய். திருமணம், குழந்தைகளின் உயர்கல்வி, வீடு கட்டுதல் மற்றும் சமுதாய விழாக்கள் போன்ற எதிர்காலச் செலவுகளுக்கும் தற்போது உள்ள வருமானத்தில் குறிப்பிட்ட அளவு பணத்தை சேர்த்து வைத்தல் அவசியம். சேமித்த பணம் வயது முதிர்வு காலத்திலும், உடல் நலம் இல்லாத நேரத்திலும் நமக்கு உதவும். ஏனெனில் இந்தச் சூழலில் நம்மால் உழைத்து பணம் ஈட்ட முடியாது.

பழங்காலத்தில் கூட பணத்தைச் சேமித்து வைக்க வேண்டியதன் அவசியத்தை மக்கள் உணர்ந்திருந்தனர். தங்கள் வீட்டிலேயே அவர்கள் பணத்தை பாதுகாத்து வந்தனர். இப்பழக்கத்தினால் தேவை ஏற்படும்போது சேமித்த பணத்தினை எடுத்து பயன்படுத்தினார்கள். ஆனால் இப்படி சேமிப்பது திருட்டு, கொள்ளை, விபத்து போன்றவற்றால் ஆபத்து ஏற்படக்கூடியது. எனவே மக்களுக்கு தங்கள் பணத்தை பாதுகாக்கவும், தேவை ஏற்படும்போது அப்பணத்தை பயன்படுத்தவும் ஓர் இடம் தேவை. மக்களின் சேமிப்பு வைப்புகளைப் பாதுகாக்கவும், கேட்டவுடன் திரும்ப அளிக்கவும் சிறந்த இடம் “வங்கி” ஆகும். மக்கள் தங்கள் வியாபாரத்திற்கும், பிற தேவைகளுக்கும் வங்கியிலிருந்து குறைந்த வட்டிக்கு கடன் பெற முடியும். எனவே வங்கி என்பது வைப்புகளைப் பெற்று, கடன் நடவடிக்கைகளுக்காக பணத்தை வழங்கவும் ஏற்படுத்தப்பட்ட ஒரு நிறுவனம் ஆகும்.

“வங்கி என்பது பணத்தை வைப்புகளாகப் (Deposit) பெற்றுக்கொண்டு, தேவை ஏற்படும்போது அதை எடுத்துக் கொள்ள உதவிடும் சட்டபூர்வமான நிறுவனமாகும். இது தனிநபருக்கும், வியாபார நிறுவனங்களுக்கும் கடன் வசதியும் அளிக்கிறது”.

வங்கிகள் மேலும் பல பயனுள்ள சேவைகளை ஆற்றுகின்றன. உண்டியல்களை வசூல் செய்தல், வெளிநாட்டு உண்டியல்களுக்குப் பணம் அளித்தல், நகைகள் மற்றும் விலையுயர்ந்த பொருட்களை தங்கள் பாதுகாப்பில் வைத்தல், வியாபாரத்தின் நம்பகத்தன்மைக்குச் சான்றளித்தல் போன்ற சேவைகள் இதில் அடங்கும். வங்கிகள் பொதுமக்கள் மற்றும் வியாபார நிறுவனங்களிடம் வைப்புகளைப் பெறுகின்றன. யார் ஒருவர் எதிர்காலத்திற்காக பணத்தை சேமிக்கிறாரோ அவர் தனது சேமிப்பிற்காக வங்கியைப் பயன்படுத்தலாம். வியாபாரிகள் விற்பனை மூலம் கிடைக்கும் வருவாயிலிருந்து செலவுகளைச்



படம் 9.1
வங்கிச் சின்னங்கள்

செய்கின்றனர். தங்கள் விற்பனை மூலம் பெற்ற வருவாயை பாதுகாப்பாக வங்கியில் சேமிக்கலாம். சேமிப்பாளர்களுக்கு வங்கிகள் இரண்டு உத்தரவாதங்கள் அளிக்கின்றனர்.

1. சேமிப்புக்குப் பாதுகாப்பு

2. சேமிப்புப் பணத்தை தேவை ஏற்படும்போது எடுத்துக் கொள்வது.

சேமிப்பு தொகைக்கு வங்கி வட்டி அளிக்கிறது. அது சேமிப்பு தொகையுடன் சேர்க்கப்படுகிறது. இது சேமிப்பாளர்களுக்கு சிறந்த ஊக்கத் தொகையாக உள்ளது. இது பொதுமக்களிடையே சேமிக்கும் பழக்கத்தைத் தூண்டுகிறது. இச்சேமிப்பின் அடிப்படையில் வங்கிகள் விவசாயிகளுக்கும், வியாபாரிகளுக்கும், உற்பத்தி செய்வதற்காக தயாரிப்பாளர்களுக்கும் பல்வேறு கடன்களையும், முன்பணத்தினையும் அளிக்கின்றன. நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கும், மக்களின் சிறப்பான வாழ்விற்கும் இது பெரிதும் உதவுகிறது. வங்கிகள், தாங்கள் வழங்கும் கடனுக்கு வட்டி வசூலிக்கின்றன. சேமிப்பு வைப்புகள் மீது வங்கி வழங்கும் வட்டியை விட கடன் மீது வங்கி பெறும் வட்டி வீதம் அதிகமாக இருக்கும். வங்கி ஆற்றும் பிற சேவைகளுக்கு கட்டணங்கள் வசூலிக்கப்படுகின்றன. இவ்வாறு வங்கிகள் பெறும் வட்டி, கட்டணங்கள் போன்றவை அவை வழங்கும் வட்டியைக் காட்டிலும் கூடுதலாக இருப்பதால் அந்த கூடுதல் தொகையே வங்கிகளின் வருமானமாக உள்ளது. அதைக் கொண்டு வங்கிகள் தன் நிர்வாக செலவினை மேற்கொள்கின்றன. வங்கிகள் செய்யும் செயல்களுக்கு “வங்கி நடவடிக்கைகள்” என்று பெயர். “வங்கியியல் என்ற செயல்பாட்டில் சேமிப்பினை பெறுதல், கடன் வழங்குதல், பணத்தை முதலீடு செய்தல் போன்றவை அடங்கியுள்ளன”. எனவே வங்கியியல் என்பது வியாபாரத்தின் மிக முக்கியமான துணைப் பணியாகும். இவை பொருட்களை மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்ய பணம் வழங்குவது மட்டுமின்றி வாங்குபவர்களுக்கும் விற்பவர்களுக்குமிடையே பரிமாற்ற நடவடிக்கைகளையும் மேற்கொள்கின்றன. நம் நாட்டில் வங்கி நடவடிக்கைகளை வழிமுறைப்படுத்த தனியே சட்டங்கள் உள்ளன என்பதை நீ அறிந்திருப்பாய். வங்கியில் பணத்தை சேமித்தல் மற்றும் பணத்தை தேவைப்படும்போது எடுத்தல் ஆகியவை சட்டத்திற்கு உட்பட்ட பரிவர்த்தனைகளாகும். வங்கிகள் அரசின் கட்டுப்பாட்டில் செயல்படுகின்றன. எனவே இவை மக்களின் நம்பிக்கையையும், நல்லெண்ணத்தையும் பெற்றுள்ளன. மக்களின் நம்பிக்கையின்றி வங்கிகள் நீடித்திருக்க இயலாது.

9.2 வங்கிகளுக்கும் வட்டிக்கு கடன்கொடுப்போர்க்கும் இடையேயுள்ள வேறுபாடுகள்

வங்கிகள் கடன் வாங்குபவர்களுக்கு கடன் அளிப்பதுடன் அதற்கான வட்டியையும் வசூலிப்பதால் வங்கிகள் கடன் வழங்குவோரைப் போல் இருப்பதாக நீ நினைக்கலாம். ஆனால் அது உண்மையல்ல. வங்கிகள் கடன் வழங்குவோரைக் காட்டிலும் வேறுபட்டது. ஒரு வங்கி இரண்டு முக்கியமான பணிகளைச் செய்கிறது. 1. சேமிப்பு வைப்புகளை ஏற்றல் 2. அதன் அடிப்படையில் பணத்தை கடனாக வழங்குதல். ஆனால் கடன் வழங்குவோர் தன் சொந்த சொத்திலிருந்து பணத்தை கடனாக வழங்குபவர். பிறரிடம் அவர்கள் சேமிப்பு வைப்புகளைப் பெறுவதில்லை. வங்கிக்கும் கடன் வழங்குவோருக்குமிடையே உள்ள வேறுபாடுகள் பின்வருமாறு:



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

அடிப்படை	வங்கிகள்	கடன் வழங்குவோர்
1. தன்மை	வங்கிகள் அரசால் ஏற்படுத்தப்பட்ட முறையான அமைப்புகளாகும்.	கடன் வழங்குவோர் தனிநபர்கள் ஆவர்.
2. செயல்	வங்கிகள் சேமிப்பு, வைப்புகளைப் பெற்று, கடன் வழங்குகின்றன	கடன் வழங்குவோர் எந்த சேமிப்பு வைப்புகளையும் ஏற்றுக் கொள்வதில்லை.
3. வாடிக்கையாளர்கள்	பொதுவாக மக்கள் தேவையையும், குறிப்பாக வியாபாரிகளின் தேவையையும் வங்கி பூர்த்தி செய்கிறது.	விவசாயிகள் மற்றும் ஏழை மக்களின் தேவையையே கடன் வழங்குவோர் பூர்த்தி செய்கின்றனர்.
4. பாதுகாப்பு	வங்கிகள், அசையும் சொத்துக்கள் மற்றும் தனிநபரின் உத்திரவாதத்தின் அடிப்படையில் கடன் வழங்குகின்றன.	கடன் வழங்குவோர் நிலம், நகை, ஆபரணங்கள் போன்றவற்றை அடமானமாகப் பெற்று கடன் வழங்குவர்.
5. கடன் திரும்ப பெறும் வழி	கடன் தொகையை திரும்ப பெறும் வழிமுறைகள் நெகிழ்ச்சி தன்மை உடையன. (Flexible)	கடன் தொகையை திரும்ப பெறும் முறைகள் கடினமாகவும் நெகிழ்ச்சியற்றும் காணப்படுகின்றன.
6. வட்டி வீதம்	வங்கிகள் வசூலிக்கும் வட்டி வீதம் ரிசர்வ் வங்கியால் ஒழுங்குப்படுத்தப்படும்.	வட்டி வீதம் கடன் வழங்குவோரால் தீர்மானிக்கப்படுகிறது. இது அதிகமாக உள்ளது.

வங்கியியலின் பங்கு

வங்கிகள் வியாபாரத்திற்கு நிதி உதவி செய்கின்றன. எனவே இவை நாட்டு முன்னேற்றத்திற்கு முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. வங்கிகளின் பங்கினை நாம் இங்கே காணலாம்.

- வங்கி மக்களிடையே சேமிப்பு பழக்கத்தைத் தூண்டுகிறது. அதன் மூலம் உற்பத்திப் பணிகளுக்கு நிதி உதவி செய்கிறது.
- பண வருவாய் அதிகமாகவுள்ள மக்களுக்கும், வியாபாரத்திற்காக பணத் தேவை உடையவர்களுக்குமிடையே வங்கி ஒரு இடைநிலையராகச் செயல்படுகிறது.
- வியாபார நடவடிக்கைகளில் ரூபாய் நோட்டுகளைப் (Currency) பெறுவதற்குப் பதிலாக காசோலைகளைப் பெறுதல் மற்றும் வழங்குதல் போன்றவற்றிற்கு இது வகை செய்கிறது.

- வியாபாரிகளுக்கு குறுகியகால மற்றும் நீண்டகாலத் தேவைகளுக்காக கடன் மற்றும் முன் பணம் வழங்குகிறது.
- இது ஏற்றுமதி இறக்குமதி பரிவர்த்தனைகளை வளர்த்திட உதவுகிறது.
- இது விவசாயிகள், சிறுதொழில் நிறுவனங்கள், சுயதொழில் செய்யும் மக்கள் மற்றும் பெரிய வியாபார அமைப்புகளுக்கு கடன் வழங்குவதன் மூலம் நாட்டின் பொருளாதார முன்னேற்றம் சமநிலைப்பட உதவியாக இது இருக்கிறது.
- இது மக்களின் வாழ்க்கைத்தரம் உயர உதவி செய்கிறது. நுகர்வோரின் நீண்ட கால அழியாப் பொருட்கள், வீடுகள், வாகனங்கள் போன்றவற்றை வாங்க மக்களுக்குக் கடன் உதவி செய்கிறது.



குறிப்புகள்



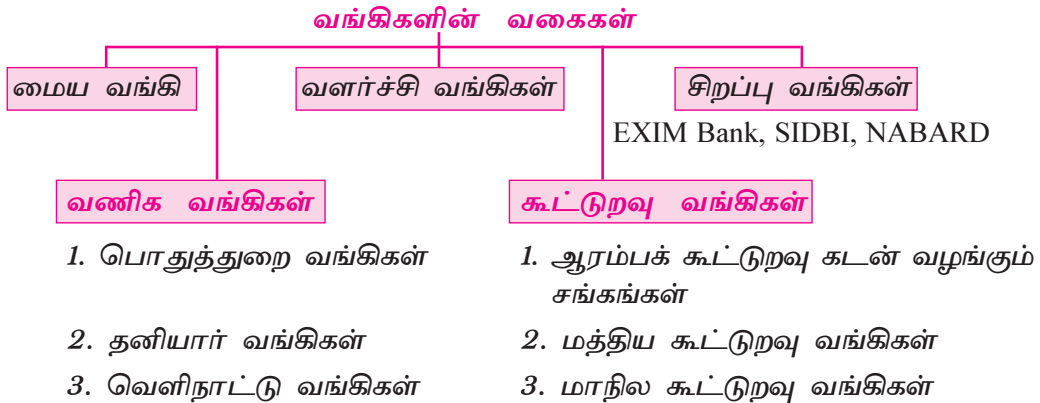
இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 9.1

I. கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக:

1. வங்கி மக்களிடம் சேமிப்பு வைப்புகளைப் பெறுகிறது மற்றும் பல்வேறு தேவைகளுக்காக யாருக்குப் பணம் தேவைப்படுகிறதோ அவர்களுக்கு பணத்தை _____ ஆக வழங்குகிறது.
2. உபரிப்பணம் அதிகமாக உள்ளவர்களுக்கும் பணத்தினை கடனாக பெறுவோர்க்கும் இடையே _____ ஆக வங்கி செயல்படுகிறது.
3. வங்கி, வியாபார நடவடிக்கைகளுக்கு உதவுவதால் இது _____ ன் மிக முக்கிய துணைப் பணியாகும்.
4. ரூபாய் நோட்டுகளுக்குப் பதிலாக _____ மூலம் வங்கிகள் பணம் கொடுக்கின்றன.
5. _____ என்பவர் தமது சொந்த சேமிப்பிலிருந்து கடன் வழங்குகிறார் மற்றும் பிறரிடம் இவர் சேமிப்பு வைப்புகளைப் பெறுவதில்லை

9.3 வங்கிகளின் வகைகள்

விவசாயம், வியாபாரம், சிறப்புத் தொழில் (Profession) போன்றவற்றில் ஈடுபட்டுள்ள பல்வேறு வகையான மக்களின் நிதி தேவைகளை மேற்கொள்ள நம் நாட்டில் பல்வேறு வகையான வங்கிகள் செயல்படுகின்றன. பணிகளின் அடிப்படையில் வங்கி அமைப்புகள் பின்வருமாறு பிரிக்கப்படுகின்றன.





குறிப்புகள்

(அ) மைய வங்கி

ஒரு வங்கி, நாட்டின் வங்கி அமைப்பு முறையினை வழிநடத்தி ஒழுங்குப்படுத்தும் நிறுவனமாக செயல்பட்டால் அதுவே மைய வங்கி எனப்படும். இந்த வங்கி பொதுமக்களுடன் எவ்வித நடவடிக்கையிலும் நேரடியாக ஈடுபடுவதில்லை. இந்த வங்கி அரசின் வங்கியாகச் செயல்படுகிறது, பிற வங்கிகளிடம் சேமிப்பு வைப்புத் தொகை பெற்று அதனை பராமரிக்கிறது, பிற வங்கிகளுக்குத் தேவை ஏற்பட்டால் முன் பணம் வழங்குகிறது. மற்ற வங்கிகள் ஏதேனும் பிரச்சனைகளை சந்திக்க நேரிட்டால் மைய வங்கி அதற்கான தீர்வு காண வழிமுறைகளை விளக்குகிறது. எனவே இது வங்கிகளுக்கெல்லாம் தலைமை வங்கியாகத் திகழ்கிறது. இந்தியாவின் மையவங்கி “இந்திய ரிசர்வ் வங்கி” ஆகும்.



மைய வங்கி, அரசின் பல்வேறு துறைகளின் வரவு செலவினங்களை உள்ளடக்கிய மற்றும் கடன் திட்டங்களுக்கும் வங்கிகளின் வைப்புத் தொகை மற்றும் கடன் போன்றவற்றின் வட்டி வீதங்களை முடிவு செய்வதிலும் அரசின் சிறந்த ஆலோசகராகச் செயல்படுகிறது. அன்னிய செலாவணி பரிமாற்ற விலையையும் இது தீர்மானிக்கிறது. ரூபாய் நோட்டுக்களை அச்சிட்டு வெளியிடுவதும் பல்வேறு முறைகளில் அவற்றை நாட்டில் புழக்கத்தில் விடுவதை வழிநடத்துதலும் இவ்வங்கியின் மிக முக்கிய பணியாகும். மைய வங்கி தவிர வேறு எந்த வங்கியும் ரூபாய் நோட்டுகளை அச்சிட்டு வெளியிட முடியாது.

(ஆ) வணிக வங்கிகள்

வாடிக்கையாளரிடம் சேமிப்பு வைப்புகளைப் பெற்று அவர்களுக்குத் தேவைப்படும்போது கடன் மற்றும் முன்பணம் வழங்கும் வங்கி அமைப்பே வணிக வங்கிகளாகும். குறுகியகால கடன் மட்டுமின்றி மத்திய கால, நீண்டகால கடன்களை வியாபார நிறுவனங்களுக்கு வழங்குகிறது. தற்போது சில வணிக வங்கிகள் தனிநபர்களுக்கு நீண்டகால வீட்டுக் கடன்களையும் வழங்குகின்றன.

வணிக வங்கிகளின் வகைகள்:

(i) பொதுத்துறை வங்கிகள்:



இவ்வங்கிகளின் பெருபான்மை பங்குமுதலை இந்திய அரசோ அல்லது ரிசர்வ் வங்கியோ வைத்திருக்கும் (எ.கா) இந்திய ஸ்டேட் வங்கி, கார்ப்பரேஷன் வங்கி, பேங்க் ஆப் பரோடா, பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கி, கனரா வங்கி, பேங்க் ஆப் இந்தியா, ஓரியண்டல் பேங்க் ஆப் காமர்ஸ் போன்றவை.

(ii) **தனியார் துறை வங்கிகள்:** இவ்வகை தனியார்துறை வங்கிகளின் பெரும்பான்மை பங்கு முதல் தொகை தனிநபர்கள் வசம் இருக்கும். இவ்வகை வங்கிகள் வரையறு நிறுமமாகப் பதிவு செய்யப்படும். (எ.கா) ஜம்மு-காஷ்மீர் வங்கி, ICICI வங்கி, டெவலப்மெண்ட் கிரிடட் வங்கி, லார்ட் கிருஷ்ணா வங்கி, பாரத் ஓவர்சீஸ் வங்கி, ING வைசியா வங்கி போன்றவை.



(iii) **அயல்நாட்டு வங்கிகள்:** இவ்வகை வங்கிகள் பதிவு செய்யப்பட்டு அதன் தலைமையகம் வெளிநாட்டில் இருக்கும். ஆனால் அதன் கிளைகள் நம் நாட்டில் செயல்படும். நம் நாட்டில் செயல்படும் அயல்நாட்டு வங்கிகளாவன: ஹாங்காங் மற்றும் ஷங்கை வங்கி (HSBC) சிட்டி வங்கி, அமெரிக்கன் எக்ஸ்பிரஸ் வங்கி, ஸ்டேண்டட் சார்ட்டட் வங்கி, கிரிண்ட்லேய்ஸ் வங்கி போன்றவை.



(இ) வளர்ச்சி வங்கிகள்

வியாபார நிறுவனங்களுக்கு இயந்திரங்கள் மற்றும் அறைகலன்கள் வாங்கவும், புதிய தொழில்நுட்பங்களைப் பயன்படுத்தவும், தொழிலை விரிவுபடுத்தவும், நவீனப்படுத்தவும், மத்தியகால மற்றும் நீண்டகால கடன்கள் அடிக்கடி தேவைப் படுகின்றன. இவ்வகை நிதி உதவிகளை வளர்ச்சி வங்கிகள் செய்து கொடுக்கின்றன. பொதுத்துறை வங்கிகளில் 19 நாட்டுடமையாக்கப்பட்ட வங்கிகளும், இந்திய ஸ்டேட் வங்கி மற்றும் அதன் 7 துணை வங்கிகளும், நிறுமங்கள் வெளியிட்ட பங்குகளில் குறை ஒப்பம் (Under subscription) ஏற்படின் அவ்வகை



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

பங்குகளை வாங்கி வளர்ச்சித் திட்டங்களை இவ்வகை வங்கிகள் மேற்கொள்கின்றன. (எ.கா) IFCI மற்றும் SFCS/(Industrial Finance Corporation of India) & (State financial corporation)

(ஈ) கூட்டுறவு வங்கிகள்

கூட்டுறவு வங்கிகள் அதன் உறுப்பினர்களுக்குச் சொந்தமானவை. அவர்களே இவ்வங்கிகளின் உரிமையாளர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் ஆவர். பொதுவான நோக்கம் கொண்ட உள்ளூரைச் சேர்ந்த மக்களால் இவ்வகை வங்கிகள் துவக்கப்படுகின்றன. இவ்வங்கிகள் தங்கள் உறுப்பினர்களுக்கு பல்வேறு வகையான வங்கி மற்றும் நிதிச் சேவைகளைச் செய்து கொடுக்கின்றன.

மக்கள் தங்களின் பொதுவான நோக்கத்திற்காக ஒன்றுபட்டு உருவாக்கும் அமைப்புதான் கூட்டுறவு சங்கமாகும். இது கூட்டுறவுச் சங்க சட்டத்தின்படி ஒழுங்குப்படுத்தப்படுகிறது. எந்த கூட்டுறவு சங்கம் வங்கிப் பணிகளில் ஈடுபடுகிறதோ அது “கூட்டுறவு வங்கி” எனப்படுகிறது. வங்கிச் சேவையை துவக்கும் முன்பே இவ்வகை வங்கிகள், இந்திய ரிசர்வ் வங்கியிடம் உரிமம்பெற வேண்டும். இது கூட்டுறவுச் சங்க பதிவாளரின் (Registrar) மேற்பார்வையில் செயல்படுகிறது. வங்கி பணியைப் பொருத்தவரை இது இந்திய ரிசர்வ் வங்கியின் வழிகாட்டுதல்களைப் பின்பற்ற வேண்டும்.

கூட்டுறவு வங்கிகளின் வகைகள்

நம் நாட்டில் மூன்று வகையான கூட்டுறவு வங்கிகள் செயல்படுகின்றன. அவை 1. ஆரம்ப கடன் சங்கங்கள் 2. மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகள் 3. மாநில கூட்டுறவு வங்கிகள். இவை கிராமம், மாவட்டம் மற்றும் மாநில அளவில் அமைக்கப்படுகின்றன.

1. **ஆரம்ப கூட்டுறவு கடன் சங்கங்கள்:** இச்சங்கம் கிராம அளவில் தொடங்கப்பட்டு ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியில் வசிக்கும், கடன் பெறும் மற்றும் கடன் பெறாத உறுப்பினர்களால் உருவாக்கப்படுகிறது. இந்த சங்கத்தின் செயல்பாடுகள் மிகச்சிறிய அளவில் உள்ளன. அப்போதுதான் இதன் உறுப்பினர்கள் ஒருவரை ஒருவர் நன்கு தெரிந்து வைத்திருப்பர். அவர்களால் மற்ற உறுப்பினர்கள் ஏதேனும் மோசடி போன்ற செயல்பாடுகளில் ஈடுபடுவதை தடுக்க முடியும்.
2. **மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகள்:** இந்த வங்கிகள் மாவட்ட அளவில் செயல்படுகின்றன. ஒரு குறிப்பிட்ட மாவட்டத்தில் உள்ள பல ஆரம்ப கூட்டுறவு கடன் சங்கங்கள் இதில் உறுப்பினராகச் செயல்படுகின்றன. இந்த வங்கிகள் தங்கள் சங்க உறுப்பினர்களுக்கு கடன் உதவி செய்கின்றன. ஆரம்பக் கூட்டுறவு கடன் சங்கங்களுக்கும் மாநில கூட்டுறவு வங்கிகளுக்கும் இடையே ஓர் இணைப்புப் பாலமாக செயல்படுகின்றன.
3. **மாநில கூட்டுறவு வங்கிகள்:** நாட்டில் அனைத்து மாநிலங்களிலும் உள்ள கூட்டுறவு சங்கங்களுக்கு உச்ச வங்கியாக செயல்படுகின்றன. இவை நிதியினை பெருக்குவதற்கும், பல்வேறு துறைகளுக்கு இடையே வழங்கல் வழியினை முறைப்படுத்தவும் உதவுகிறது. இந்த வங்கிகளில் இருந்து மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகள், ஆரம்பக் கூட்டுறவு கடன் சங்கங்கள் வழியாக தனிநபர்களுக்கு கடன் வசதி அளிக்கப்படுகிறது.

சிறப்பு வங்கிகள்

(EXIM) ஏற்றுமதி-இறக்குமதி வங்கிகள், (SIDBI) சிறு தொழில் வளர்ச்சி வங்கிகள், (NABARD) தேசிய விவசாய வங்கி போன்றவை இவ்வகை வங்கிகளுக்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும். இவை ஒரு குறிப்பிட்ட துறை அல்லது செயல்களில் குறிப்பிட்டு செயல்படுவதால் 'சிறப்பு வங்கிகள்' என்று அழைக்கப் படுகின்றன. அவைப் பற்றி இங்கு காணலாம்.

(i) ஏற்றுமதி இறக்குமதி வங்கிகள்: வெளி

நாடுகளுக்குப் பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்யும் தொழிலை நீங்கள் செய்ய விரும்பினால் அல்லது வெளிநாட்டிலிருந்து பொருட்களை இறக்குமதி செய்து நம் நாட்டில் விற்பனை செய்ய விரும்பினாலும் இந்த வங்கி உங்களுக்கு ஏற்ற உதவிகளைச் செய்யும். ஏற்றுமதியாளர்களுக்கும்



இறக்குமதியாளர்களுக்கும் இவ்வங்கி கடன் உதவி செய்கிறது; பன்னாட்டு சந்தை விவரங்களை அளிக்கிறது; ஏற்றுமதி செய்ய அல்லது இறக்குமதி செய்ய ஏற்ற சந்தர்ப்பங்கள் பற்றி வழிகாட்டுதலாக இருக்கிறது; இத்துறையில் உள்ள ஆபத்துக்கள் போட்டிகள் போன்றவற்றையும் விளக்குகிறது.

(ii) இந்திய சிறுதொழில் வளர்ச்சி வங்கிகள்: சிறு வியாபாரம் அல்லது

சிறு தொழிற்சாலையை உருவாக்க நீங்கள் விரும்பினால் அதற்குத் தேவையான கடன் வசதிகளை எளிதாக இவ்வங்கி செய்து தருகிறது. சிறுதொழில் அமைப்புகளை நவீனப்படுத்தவும் புதிய தொழில்நுட்பங்களைப் பயன்படுத்தவும் சந்தை நடவடிக்கைகளுக்கும் இவ்வங்கிகள் உதவுகின்றன. இவ்வகை வங்கிகளின் முக்கிய நோக்கமே சிறுதொழில் அமைப்புகளை வளர்ச்சி அடையச் செய்ய நிதி உதவி செய்வதே ஆகும்.



(iii) தேசிய விவசாய கிராம வளர்ச்சி வங்கி: இவ்வங்கி கிராமங்களில் விவசாயத்திற்கு நிதி உதவி செய்வதில் மைய வங்கியாக செயல்படுகிறது. விவசாயம், கைத்தறி, நெசவு, மீன் பிடித்தல் போன்ற தொழில்களில் ஈடுபடும் எந்த ஒரு தனிநபருக்கும் இவ்வங்கி குறுகியகால மற்றும் நீண்டகால கடன்களை வட்டார கிராம வங்கிகள் மூலமாக வழங்குகிறது. இவ்வங்கி கிராமப்புறங்களில் கூட்டுறவுக் கடன், விவசாயக் கடன், சிறுதொழில் கடன், கைத்தொழில் மற்றும் அதனுடன் தொடர்புடைய தொழில்களுக்குக் கடனுதவி செய்கிறது.



**NATIONAL BANK FOR AGRICULTURE
AND RURAL DEVELOPMENT**



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 9.2

பின்வரும் சொற்றொடர்களிலிருந்து அவை எவ்வகை வங்கியினை குறிக்கிறது என்று கூறு:

1. இந்த வணிகவங்கியின் பெரும்பான்மை பங்குமுதல் தனிநபர்களிடம் உள்ளது.
2. வெளிநாடுகளுக்கு பொருட்களை ஏற்றுமதி செய்ய வழிவிட்டுதல் மற்றும் உதவும் வங்கி.
3. தங்களின் பொதுவான நோக்கத்திற்காக பெரும்பான்மை மக்களால் உருவாக்கப் பட்ட வங்கி.
4. ரூபாய் நோட்டுகளை வெளியிடும் வங்கி.
5. இந்த வணிக வங்கியின் பெரும்பான்மை பங்கு மூலதனம் அரசிடம் காணப்படும்.

9.4 வணிக வங்கிகளின் பணிகள்

வணிக வங்கிகளின் பணிகள் இரண்டு வகைப்படும். அவை

(i) முதன்மைப் பணிகள் (ii) துணைப் பணிகள்

(A) முதன்மைப் பணிகள்

இவை அனைத்து வங்கிகளால் கட்டாயம் செய்ய வேண்டிய பணிகளாகும். எந்த அமைப்பு இந்த முதன்மைப் பணிகளைச் செய்கிறதோ அவையே வங்கிகள் என அழைக்கப்படும்.

வணிக வங்கிகளின் முதன்மைப் பணிகள் வருமாறு:

1. வைப்புகளை ஏற்றல்
2. கடன் மற்றும் முன்பணம் வழங்குதல்

(i) கடன்

(ii) முன்பணம் - அ. ரொக்க கடன்

- ஆ. மேல்வரைப் பற்று

- இ. உண்டியல்களைக் கழிவு செய்தல்

1. வைப்புகளை ஏற்றல்: பொதுமக்களிடமிருந்து வணிக வங்கிகள் வைப்புகளைப் பெறுகின்றன. உபரி வருமானமும் சேமிப்பும் உள்ள மக்கள் வங்கிகளில் வைப்புகளைத் துவக்குகின்றனர். பல்வேறு வகையான வைப்புகளுக்கு ஏற்றவாறு வங்கி அதற்கு வட்டி வழங்குகிறது. மக்கள் தங்கள் சேமிப்பிற்கு வட்டியும் கிடைப்பதால் வங்கியில் சேமிக்க அவர்களைத் தூண்டுகிறது. வங்கியில் பணத்தை வைப்பதால் பணம் பாதுகாப்பாக இருக்கிறது.

2. கடன் மற்றும் முன்பணம் வழங்குதல்: கடன் மற்றும் முன்பணம் வழங்குவது வங்கியின் இரண்டாவது பணியாகும். வங்கி சேமிப்பு வைப்புகளுக்கு கொடுக்கும் வட்டியை விட அதிக வட்டி, தான் வழங்கும் கடன் மற்றும் முன்பணம் மீது வசூலிக்கிறது. கடன் பெறும் காலம், திருப்பி செலுத்தும் முறை, தேவை இவற்றிற்கேற்ப வட்டி வீதம் மாறுபடும்.

(i) **கடன்கள்:** ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு மட்டுமே கடன் வழங்கப்படுகிறது. பொதுவாக வணிக வங்கிகள் குறுகியகால கடன்களை மட்டுமே வழங்குகிறது. ஆனால் பருவகால கடன் (Term Loan) ஓர் ஆண்டுக்கு மேலும் வழங்கப்படுகிறது. கடன் வாங்குபவருக்குக் கடன் தொகை முழுவதும் ஒரே முழுத் தொகையாக (Lump Sum) அல்லது தவணையாக வழங்கப்படும். இக்கடன் அனைத்தும் சில சொத்துகளை அடக்காக பெற்ற பின்னர் வழங்கப்படுகிறது. பெற்ற கடனைப் பல தவணைகளாக அல்லது ஒரே முழுத் தொகையாக திருப்பிச் செலுத்தலாம்.

(ii) **முன்பணம்:** வங்கியில் வழங்கப்படும் கடன் முன்பணம் எனப்படும். ஆனால், கடனுக்கும் முன்பணத்திற்கும் வேறுபாடு உண்டு. கடன்கள் நீண்ட காலத்திற்கும் வழங்கப்படலாம். ஆனால் முன்பணம் என்பது குறுகிய காலத்திற்கு மட்டுமே வழங்கப்படும். வியாபாரத்தின் அன்றாடத் தேவைகளை பூர்த்தி செய்யவே முன்பணம் வழங்கப்படுகிறது. முன்பணம் மீது வசூலிக்கப்படும் வட்டி வங்கிக்கு வங்கி மாறுபடும்.



குறிப்புகள்

முன்பணம் வகைகள்

வங்கிகள் ரொக்கக் கடன், மேல்வரைப்பற்று, உண்டியல்களைக் கழிவு செய்தல் போன்ற வழிகளில் குறுகியகால கடன் வசதிகளைச் செய்து கொடுக்கிறது. அவற்றைப் பற்றி கீழே காணலாம்.

(i) **ரொக்கக் கடன்:** இவ்வகை ஏற்பாட்டில் வங்கி தனது வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வரை பணம் கடன் பெற அனுமதிக்கிறது. இந்த கடன் தொகை வாடிக்கையாளரின் கணக்கில் வரவு வைக்கப்படும். இப்பணத்தை தேவைப்படும் போது வாடிக்கையாளர் எடுத்துக் கொள்ளலாம். அவர் எடுத்த தொகைக்கு மட்டுமே வட்டி வசூலிக்கப்படும். வாடிக்கையாளருடன் வங்கி மேற்கொண்ட சட்ட திட்டங்களுக்கு உட்பட்டு இந்த முன்பணம் வழங்கப்படுகிறது.

(ii) **மேல்வரைப்பற்று (Over Draft):** இதுவும் வங்கியால் வழங்கப்படும் கடனாகும். நடப்பு கணக்கு (Current Account) வைத்திருப்போர் தங்கள் கணக்கில் உள்ள பணத்திற்கு மேல் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வரை பணத்தை மிகைப்பற்றாக எடுத்துக் கொள்வதற்கான ஒரு உடன்பாடுதான் மேல்வரைப்பற்று எனப்படும். இது ஒரு தற்காலிக ஏற்பாடு ஆகும். மிகைப்பற்று ஒரு குறுகிய காலத்திற்கு மட்டுமே சொத்தை அடக்காகப் பெற்றோ அல்லது பெறாமலோ வழங்கப்படுகிறது.

(iii) **உண்டியல்களைக் கழிவு செய்தல்:** வங்கி வாடிக்கையாளர்களின் உண்டியல்களைக் கழிவு செய்து குறுகிய கால கடன்களை வழங்குகிறது. உண்டியல்களின் தொகையிலிருந்து கழிவுகளைக் கழித்தப் பின் வரும் நிகர தொகை, வாடிக்கையாளர்களின் கணக்கில் வரவு வைக்கப்படும். வாடிக்கையாளர் உண்டியல்கள் முதிர்ச்சி பெறும் காலம் வரை காத்திருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. அதற்கு முன்பே உண்டியல்களை வைத்து வங்கியில் கடன் பெறலாம். உண்டியல்கள் மறுப்பு ஏற்படும்போது (Dishonour) வங்கி, உண்டியல் தொகையுடன் செலவுத் தொகையையும் சேர்த்து வாடிக்கையாளரிடம் வசூலிக்கிறது.



குறிப்புகள்

(B) துணைப் பணிகள்

வைப்புகளைப் பெறுதல், கடன் வழங்குதல் போன்ற பணிகள் மட்டுமின்றி மேலும் சில பணிகளை வங்கிகள் செய்கின்றன. அவை வருமாறு :

- (i) நாணய உறுதிக் கடிதம், பயணிகள் காசோலை போன்றவற்றை வழங்குதல்.
- (ii) விலை உயர்ந்த பொருட்களையும் ஆபரணங்களையும் பாதுகாக்க பாதுகாப்புப் பெட்டக வசதி செய்து கொடுத்தல்.
- (iii) அன்னியச் செலாவணி பரிமாற்றத்தில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு உதவுதல்
- (iv) காசோலை, வரைவோலை, அளிப்பு ஆணை போன்றவற்றின் மூலமாக பணத்தை ஒருவர் கணக்கிலிருந்து மற்றவருக்கு அல்லது ஒரு கிளையிலிருந்து மற்றொரு கிளைக்கு அல்லது வங்கியிலிருந்து மற்றொரு வங்கிக்கு மாற்றிக் கொடுக்கிறது.
- (v) வாடிக்கையாளர் வாங்கும் பொருட்கள், இயந்திரங்கள், ஊர்திகள் போன்றவைகளுக்கு செலுத்த வேண்டிய பணத்திற்கு உத்தரவாதம் அளிப்பது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 9.1

கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா? தவறா?

1. கடன் மற்றும் முன்பணம் இவை இரண்டுமே வங்கியரால் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நீண்ட காலத்திற்கு வழங்கப்படுகிறது.
2. வங்கி, வாடிக்கையாளர்களின் ஆபரணங்கள் மற்றும் முக்கிய ஆவணங்களைப் பாதுகாத்து தருகின்றது.
3. வங்கி, மாணவர்களின் உயர் கல்விக்காக நியாயமான வட்டி விகிதத்தில் கடன் அளிக்கின்றது.
4. வங்கி, உண்டியல்களை இலவசமாக கழிவு செய்கின்றது.
5. மேல்வரைப் பற்றின் மூலமாக ஒரு வாடிக்கையாளர் தமது வங்கிக் கணக்கில் இருக்கும் தொகையை விட கூடுதலாக எடுக்கலாம்.

9.5 மைய வங்கி

1934ஆம் ஆண்டு இந்திய ரிசர்வ் வங்கி சட்டத்தின் படி நமது இந்திய ரிசர்வ் வங்கி ஏப்ரல் 1, 1935-ல் துவங்கப்பட்டது. இதன் மைய அலுவலகம் முதலில் கல்கத்தாவிலும் பிறகு நிரந்தரமாக 1937-ல் மும்பையிலும் நிறுவப்பட்டது.

இந்த வங்கியின் ஆளுனர் / கவர்னர் மைய அலுவலகத்திலிருந்தே திட்டங்களை உருவாக்குகின்றார். துவக்கத்தில் இந்த வங்கி தனியார் வசம் இருந்தபோதிலும் 1949-ல் நாட்டுடைமை செய்யப்பட்ட பின் நமது இந்திய அரசுக்கு சொந்தமாக முழுவதும் மாறிவிட்டது. பிற வங்கிகளை மேற்பார்வை செய்வது நெறிமுறை வழங்குவது இந்த வங்கியின் முதன்மை பணியாகும். மேலும் மைய வாரியத்திற்கு (Central Board) அதன் உள் விவகாரங்களில் ஆலோசனை வழங்குகிறது. கூட்டுறவு வங்கிகள், உள்நாட்டு வங்கிகளின் (Indegenious Banks) பொருளாதார நலனை பாதுகாக்க உதவுகிறது. அவ்வப்போது மைய வாரியம் தெரிவிக்கும் பணிகளையும் செய்து முடிக்கிறது.



குறிப்புகள்

9.6 வங்கி சேமிப்புக் கணக்கு

வங்கிகள் பொதுமக்களிடமிருந்து வைப்புகளை பெற்றுக் கொண்டு வியாபாரிகளுக்கும், பொதுமக்களுக்கும் கடன் வழங்குகிறது என்பதை நீங்கள் அறிந்து கொண்டீர்கள். பொதுவாக, மக்களின் சேமிப்பு பணமே வங்கியில் வைப்பாக இடப்படுகிறது. செல்வம் ஈட்டி தொடர்ச்சியான வருமானம் பெற்று தன் அன்றாட செலவுகள் நீங்கலாக எதிர்கால தேவைக்காக பணத்தை சேமித்து வைத்துக் கொள்ள விரும்புகிறார்கள், அவர்களே வங்கியில் வைப்பு இடுகிறார்கள். குடும்பத்தில் நோய் காரணமாக மருத்துவ செலவு, திருமணச் செலவு, குழந்தைகளின் உயர் கல்வி, மத விழாக்களை கொண்டாடுதல் போன்ற நிகழ்வுகளுக்கு பணம் எதிர்காலத்தில் தேவைப்படுகிறது. இதுபோன்ற நமது எதிர்கால தேவைகளுக்காக சேர்த்து வைத்த பணத்தை வீட்டிலேயே வைத்துக் கொள்ளலாமா? அது பாதுகாப்பானதா? இல்லை-அது வீணாக களவு போகலாம். மேலும், அவ்வாறு வீட்டிலேயே இருக்கும் பணம் வீணாக இருக்கும். எனவே மக்கள் தங்கள் சேமிப்பை பாதுகாப்பான, அதற்கு வட்டி ஈட்டி தருகின்ற ஒரு அமைப்பில் இட்டு வைக்க விரும்புகிறார்கள். அதுவே வங்கி எனப்படும்.

இப்பாடத்தில் வைப்புகளின் வகைகளையும் அவை எவ்வாறு வங்கியில் துவங்கப்படுகிறது என்பதையும் காணலாம்.

9.7 வங்கி வைப்புகளின் வகைகள்

பல்வேறு மக்களுக்கு பல வகையான சேமிப்புக் கணக்குகளை வங்கி துவக்குகிறது. சிலர் தொடர்ந்து சேமிக்க இயலாமல் போகிறது. எப்பொழுது அவர்களுக்கு கூடுதல் வருமானம் கிடைக்கின்றதோ அப்போது வங்கியில் சேமிப்பர். இப்பணம் வங்கியில் பாதுகாப்பாக, எதிர்கால தேவைக்காக சேமிக்கப்படுகிறது. சிலர் வங்கியில் நீண்டகாலம் வட்டி பெறும் நோக்கோடு பணத்தை இட்டு வைக்கின்றனர்; அல்லது அடுக்குமாடி குடியிருப்பு வாங்க சேமிக்கின்றனர். வயது முதிர்ச்சி காலத்தில் மருத்துவச் செலவுகளுக்கு பணம் உதவ, வைப்பு தேவைப்படுகின்றது. வியாபாரிகள் விற்பனை செய்து பெற்ற வருமானத்திலிருந்து வங்கியின் சேமிப்பு கணக்கில் இட்டு வைத்து அதை வியாபார அவசிய செலவுகளுக்கு திரும்ப எடுத்துக் கொள்கிறார்கள். எனவே வங்கி பல்வேறு வகையான வங்கி கணக்குகளை மக்களின் தேவைக்கு ஏற்றவாறு துவக்க வசதி செய்து கொடுக்கிறது.

வைப்புகளின் வகைகள் பின்வருமாறு :

- அ. சேமிப்புக் கணக்கு
- ஆ. நடப்பு வைப்புக் கணக்கு
- இ. நிலை வைப்பு (அ) கால வைப்புக் கணக்கு
- ஈ. தொடர் வைப்புக் கணக்கு

அ. சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கு

ஒரு மனிதனுக்கு வரையறுத்த வருமானமும் எதிர்கால தேவைக்காக பணத்தை சேமித்து வைக்க வேண்டிய விருப்பமும் இருந்தால் அவர் சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கை தொடங்குவதே சிறந்தது. குறைந்த அளவு ஆரம்பத் தொகையுடன்



குறிப்புகள்

இக்கணக்கு துவங்கப்படுகிறது. இத்தொகை வங்கிக்கு வங்கி வேறுபடுகிறது. இக்கணக்கில் எப்பொழுது வேண்டுமானாலும் பணத்தை செலுத்தலாம். ஏடிஎம் (ATM) அட்டை, காசோலை (Cheque), பணம் எடுக்கும் படிவம் (Withdrawal slip) மூலமாக இக்கணக்கில் இருந்து பணம் எடுக்கலாம். இக்கணக்கிலிருக்கும் இருப்பு தொகைக்கு வட்டி வழங்கப்படுகிறது. இந்த வட்டி வீதம் அனைத்து வங்கிகளிலும் ஒன்றுபோல் இருப்பது இல்லை. வங்கிக்கு வங்கி மாறுபடுகின்றது. வங்கியால் குறிப்பிடப்பட்ட தொகை குறைந்த அளவு இருப்பாக (Minimum Balance) கணக்கில் இருக்க வேண்டும்.

நடப்பு வைப்புக் கணக்கு

பெரிய வியாபாரிகள், நிறுமங்கள், மருத்துவமனைகள், கல்லூரிகள், பள்ளிகள் போன்ற அமைப்புகள் தங்கள் செலவுகளை வங்கிக் கணக்கு மூலமாகவே செய்கின்றனர். சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கில் பணம் எடுக்கும் தவணைகள் வரைமுறைப் படுத்தப் பட்டதால் இக்கணக்கு அவர்களுக்கு ஏற்றதல்ல. பலமுறை பணத்தை எடுக்க அவர்களுக்கு ஒரு கணக்கு தேவை. அதுவே நடப்பு வைப்பு கணக்கு. சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கை போலவே இக்கணக்கை துவக்கு வதற்கும் குறைந்த அளவு பணம் தேவை. இக்கணக்கில் உள்ள இருப்பு தொகைக்கு வட்டி கிடையாது. வாடிக்கையாளர் ஒரு குறிப்பிட்ட பணத்தை நடைமுறை கட்டணமாகச் செலுத்த வேண்டியுள்ளது.

நடப்பு கணக்கு வைத்திருப்போரின் வசதிக்காக, அவர்கள் கணக்கில் உள்ள பணத்திற்கும் மேல் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வரை பணத்தை “மிகை பற்றாக” எடுத்துக்கொள்ளலாம். இதுவே மேல்வரைபற்று (Over Draft) என்று அழைக்கப்படுகிறது. வங்கியுடன் வாடிக்கையாளர் மேற்கொண்ட ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் சில முக்கியமான வியாபாரிகளுக்கு மட்டுமே மேல் வரைப்பற்று அனுமதிக்கப்படுகிறது.

நிலை வைப்பு கணக்கு (அ) கால வைப்பு கணக்கு

பல நேரங்களில் மக்கள் நீண்டகாலத்திற்கு பணத்தை சேமித்து வைக்க விரும்புகிறார்கள். சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கில் அப்பணத்தை இட்டு வைத்தால் அதற்கு குறைந்த அளவு வட்டி மட்டுமே பெற முடியும். அதிக அளவு வட்டி பெற அப்பணத்தை நிலை வைப்பு கணக்கில் இட்டு வைக்கலாம்.

ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு, ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை இக்கணக்கில் இட்டு வைக்கலாம். கால அளவு 15 நாட்கள் முதல் 3 ஆண்டுகள் வரை அனுமதிக்கப்படுகிறது. இக்காலங்களில் இந்த வைப்பில் இட்டு வைத்த தொகையை திரும்ப எடுக்க இயலாது. இருப்பினும் விரும்பினால் இத்தொகையினை முதிர்வு பெறும் காலம் முன்பேயும் திரும்பப் பெறலாம். அதற்கு குறைந்த அளவு வட்டி மட்டுமே பெற முடியும். நிலை வைப்பிற்கான பணத்தை பெற்ற பின் வங்கி அதற்கான நிலை வைப்பு ரசீது வைப்பாளருக்கு வழங்குகிறது. அவர் இதனைப் பிணையமாக வைத்து கடன் பெறலாம். இந்த வைப்பின் மீதான வட்டியினை குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் பெற்றுக் கொள்ளலாம். காலக்கெடு முடிந்ததும் வைப்பைத் திரும்பப் பெறலாம். அல்லது புதுப்பித்துக் கொள்ளலாம். வங்கிகள் இவ்வைப்பின் உத்தரவாதத்தின்பேரில் கடனும் வழங்குகின்றன.



குறிப்புகள்

தொடர் வைப்பு கணக்கு

ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு தொடர்ந்து சேமிக்க இயலும் மக்களால் இக்கணக்கு துவங்கப்படுகிறது. இதற்கு நல்ல வட்டியும் கிடைக்கிறது. இவ்வகை கணக்கில் வாடிக்கையாளர் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு, ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை ஒவ்வொரு மாதமும் தொடர்ந்து இட்டு வைக்கிறார். குறிப்பிட்ட காலகெடு முடிந்த பின் அவர் இட்டு வைத்த பணத்துடன் அதற்கான வட்டியையும் சேர்த்து திரும்ப பெறுகிறார். வாடிக்கையாளர்களுக்கு காலக்கெடுவிற்கு முன் பணம் தேவைப்பட்டால் அவர் பணத்தை செலுத்திய காலம் வரை வட்டியுடன் திரும்பப் பெறலாம். இக்கணக்கை தனிநபர் மற்றும் இளவர் (Minor) தங்கள் பாதுகாப்பாளருடன் சேர்ந்து ஆரம்பிக்கலாம். இக்கணக்கிற்கு சேமிப்பு கணக்கினை விட வட்டி அதிகம். ஆனால் நிலை வைப்பு கணக்கின் வட்டியை விடக் குறைவு.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 9.4

I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா? தவறா?

1. சேமிப்புக் கணக்கில் உள்ள வைப்புத் தொகை தற்போதைய மற்றும் எதிர்காலத் தேவைக்கு பயன்படுகிறது.
2. நிலை வைப்பு கணக்கில் ஒவ்வொரு மாதமும் இட்டு வைக்க ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு பணம் தேவை.
3. தொடர் வைப்புக்கு கிடைக்கும் வட்டி சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கை விட கூடுதலானது.
4. நடப்பு வைப்பு கணக்கை வியாபாரிகள் மட்டுமே தொடங்க முடியும். கல்வி நிறுவனங்களால் தொடங்க முடியாது.
5. வீடு கட்டும் சேமிப்பு வைப்புக் கணக்கு என்பது தொடர் வைப்பு கணக்கு என்பதன் ஒரு வகை ஆகும்.
6. நிலை வைப்பின் மீதான வட்டி வீதம் அது சேமிக்கப்படும் கால அளவை பொருத்து மாறுபடும்.
7. சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கில் உள்ள பணத்தை அக்கணக்கு வைத்திருப்பவர் மட்டுமே எடுக்க முடியும்.
8. நடப்பு கணக்கின் இருப்பு தொகைக்கு வங்கி வட்டி அளிப்பதில்லை.

II. கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக:

1. _____ அளவு தொகையுடன் சேமிப்பு வைப்பு கணக்கு தொடங்கப்படுகிறது.
2. சேமிப்பு வங்கி கணக்கின் வட்டி விகிதத்தை விட, நிலை வைப்பு கணக்கிற்கு கிடைக்கும் வட்டி _____ .
3. _____ வைப்பு கணக்கிற்கு மட்டுமே மேல்வரைபற்று வசதி உள்ளது.
4. நடப்பு கணக்கில் உள்ள தொகையை _____ மூலம் எடுக்கலாம்.
5. தொடர் வைப்பில் உள்ள வட்டி விகிதம் நிலை வைப்பு கணக்கிற்கு வழங்கும் வட்டியை விட _____ .



குறிப்புகள்

9.8 சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கு தொடங்குவது எங்ஙனம்

ஒரு வணிக வங்கியில் சேமிப்பு கணக்கு துவக்குவதற்கு முதலில் உன்னால் எவ்வளவு தொகையை இட்டு வைக்க முடியும் என முடிவு செய். அருகில் உள்ள வங்கிக்கு சென்று சேமிப்பு வங்கி துவங்க குறைந்த அளவு தொகை எவ்வளவு என்பதை அறிந்து கொள். அந்த தொகையையோ அல்லது அதற்கு மேலுமோ நீ செலுத்தலாம். எந்த வங்கிக்கு சென்றாலும் “உங்கள் உதவிக்கு அணுகவும்” என்கிற விசாரணைக் கவுண்டரை காணலாம். அங்கு சென்று சேமிப்பு கணக்கு தொடங்குவதற்கான விண்ணப்பத்தைப் பெறலாம். அதற்கு எந்தவிதமான கட்டணமும் கிடையாது. நீ செய்ய வேண்டிய வழிமுறைகள்.

(i) விண்ணப்ப படிவத்தை பூர்த்தி செய்தல்

- அ. விண்ணப்பதாரரின் பெயர்
- ஆ. அவரது தொழில்
- இ. வீட்டு முகவரி
- ஈ. விண்ணப்பதாரரின் கையொப்பம்
- உ. விண்ணப்பதாரரை அறிமுகப்படுத்தும் நபரின் பெயர், முகவரி, வங்கிக் கணக்கு எண் மற்றும் கையொப்பம்

மேலும் வங்கியின் சட்ட திட்டங்களுக்கு உட்பட்டு நடப்பேன் என்கிற உறுதி மொழியையும் நீ அளிக்க வேண்டும். விண்ணப்ப படிவத்தின் இறுதியில் நீ கையொப்பம் இட வேண்டும். (சில வங்கிகளில் விண்ணப்பத்துடன் விண்ணப்பதாரரின் இரண்டு பாஸ்போர்ட் புகைப்படம் (Passport Photos) இணைக்கப்பட வேண்டும்.

(ii) முறையான அறிமுகம்

வங்கிக்கு நன்கு தெரிந்த ஒரு நபரால் விண்ணப்பதாரர் அறிமுகப்படுத்தப்பட வேண்டும் என ஒவ்வொரு வங்கியும் எதிர்பார்க்கிறது. அந்த வங்கியில் கணக்கு வைத்திருப்பவரால் அறிமுகப்படுத்துவதே சிறந்தது. சில வங்கிகள் கடவுச்சீட்டு (Passport), ஓட்டுநர் உரிமம் போன்றவற்றின் நகல்களை கணக்கு துவங்க ஏற்றுக்கொள்கிறது. இந்த சூழ்நிலையில் தனிநபர் அறிமுகம் தேவையில்லை. தேவையற்ற நபர் வங்கிக் கணக்கு துவங்குவதை தடுப்பதற்காகவே அறிமுகம் தேவைப்படுகிறது.

(iii) மாதிரி கையொப்பம்

விண்ணப்பதாரர் தனது மாதிரி கையொப்பத்தினை விண்ணப்ப படிவத்தில் அதற்கென உள்ள இடத்தில் இட வேண்டும். தனிப்பட்ட ஒரு அட்டையிலும் விண்ணப்பதாரரின் புகைப்படம் ஒட்டப்பட்டு, அதில் அவருடைய பெயரும் வங்கிக் கணக்கு எண்ணும் எழுதப்பட்டு அவருடைய கையொப்பமும் இடப்பட வேண்டும்.

மேற்கூறிய வழிமுறைகளை பின்பற்றியபின் இந்த விண்ணப்ப படிவம் முறைப்படி உள்ளதா என அதற்கென உள்ள அதிகாரி சரிபார்க்கிறார். பணம் செலுத்து சீட்டு (Pay-in-slip) வழியாக கவுண்டரில் செலுத்தப்பட வேண்டும். அதன்பின் வங்கி கணக்கு எண் ஒதுக்கீடு செய்யப்பட்டு விண்ணப்பப்படிவத்திலும், தனிப்பட்ட அட்டையிலும் எழுதப்படும். ஆரம்பத்தில் செலுத்திய தொகைக்கு வங்கிக் கணக்குப்



குறிப்புகள்

புத்தகம் அளிக்கப்படும். எதிர்காலத்தில் நாம் செலுத்தும் தொகையும், எடுக்கும் தொகையும் வங்கிக் கணக்குப் புத்தகத்தில் பதியப்படும். பணத்தை செலுத்த அல்லது எடுக்க உனக்கு காசோலை தேவைப்பட்டால் காசோலை புத்தகம் வழங்கப்படும். காசோலை (Cheque) என்பது உனது கணக்கில் இருக்கும் பணத்தை குறிப்பிட்ட ஒருவருக்கு தரச்சொல்லி வங்கிக்கு தெரிவிக்கும் ஆணைக்கான படிவமாகும்.

9.9 சேமிப்பு வங்கி கணக்கு பயன்படுத்தும் முறை

வங்கி கணக்கு துவக்கிய பின் அதை எவ்வாறு பயன்படுத்த வேண்டும் என நீங்கள் அறிந்து கொள்ள வேண்டும். அதற்கு பின்வரும் வழிமுறைகளை பின்பற்ற வேண்டும்.

(i) வங்கிக் கணக்கில் சேமித்தல்

உனது வங்கிக் கணக்கில் எவ்வாறு பணத்தை இட்டு வைப்பாய்? வங்கிக் கணக்கு துவங்கும்போது நீ ஏற்கனவே பணம் செலுத்து சீட்டு மூலமாக ஆரம்ப தொகையை இட்டு வைத்தாய். இது வங்கியால் அளிக்கப்பட்ட ஒரு அச்சிடப்பட்ட படிவம் ஆகும். இது இரண்டு பாகங்களைக் கொண்டது. வலது கைப்புறம் உள்ள பகுதி “Foil” என்றும், இடதுகைப்புறம் உள்ள பகுதி “Counter Foil” என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. பணமாகவோ, காசோலை மூலமாகவோ வங்கியில் பணத்தை செலுத்தும் போது இப்படிவம் பூர்த்தி செய்யப்படுகின்றது.

உனது வங்கிக் கணக்கில் நீ பணத்தை இட்டு வைக்கிறாய் என வைத்துக் கொள்வோம். அதற்கு பணம் செலுத்த சீட்டில் உள்ள நாள், உனது பெயர், நீ சேமிக்கும் தொகை (எண்ணாலும், எழுத்தாலும்) எழுதப்பட வேண்டும். வங்கிக் கணக்கு எண் மற்றும் கையொப்பம், முகவரி பூர்த்தி செய்யப்பட வேண்டும். இப்படிவத்தில் பண விவரம் என்ற பகுதியில் நீ பணம் செலுத்தும் முறையினை (ரூபாய் 5, 10, 20, 50, 100- எவ்வளவு) குறிப்பிட்டு மொத்தம் எவ்வளவு செலுத்துகின்றாய் என தெளிவுபடுத்த வேண்டும். வங்கியில் பணம் பெறும் கவுண்டரில் இந்த சீட்டைச் செலுத்த வேண்டும். இதை பெற்றுக் கொண்ட அதிகாரி வலதுகைப் புறமிருந்த FOILஐ தன்னிடம் வைத்துக் கொண்டு இடதுகைப் புறமுள்ள Counter Foil-ல் வங்கி முத்திரை பதித்து கையொப்பமிட்டு உன்னிடம் திருப்பித் தருவார்.

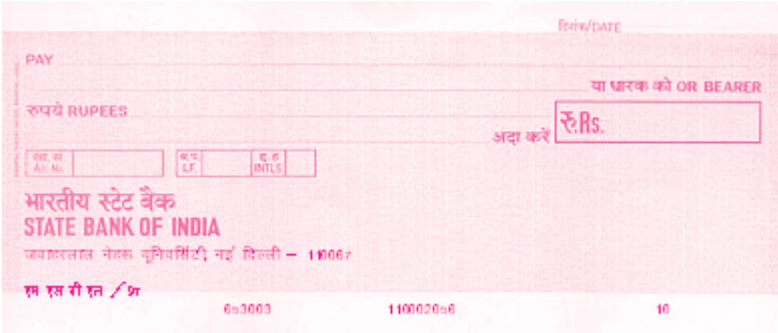
State Bank of India ACCOUNT NO. 371716355590 BRANCH 201 FOR THE ORDER OF R. RAJESH K.R. AMOUNT (IN WORDS) FIVE HUNDRED ONLY PARTICULARS No. R. 500 The amount Rs. 500- 12- S.B.O. CASH OFFICER / PAYING OFFICER		State Bank of India SINGAPORE/COLOMBO/ACCOUNT PAY-SLIP NOTE: Please use separate slips for depositing Cash and Cheques, drafts etc. 201 PARTICULARS No. R. 500 INSTALMENT FOR ACCOUNT NUMBER 371716355590 (Name) R. RAJESH K.R. AMOUNT (IN WORDS) FIVE HUNDRED RUPEES No. 500- S.B.O. CASH OFFICER / PAYING OFFICER / TELLER / PARTITION NO. / BANK (Full & Short) / DEPOSITED BY (Signature) Name of the Member Phone	
---	--	--	--

படம் பணம் செலுத்துச்சீட்டு

பணத்திற்குப் பதிலாக உன் அலுவலகத்தில் இருந்து ஊதியமாக பெற்ற காசோலையினையும் நீ உன் வங்கிக் கணக்கில் செலுத்தலாம். காசோலை எந்த வங்கியிடம் இருந்து பெறப்பட்டதோ, அந்த வங்கிக்குத்தான் செல்ல வேண்டும் என்பதில்லை. உனது வங்கியிலேயே அந்தக்காசோலையை அளித்து பணத்தை

சரி பார்க்கப்பட்டு பின்னர் எடுப்பு தொகையானது வங்கி ஏட்டில் பதிவு செய்யப்படுகிறது. நாம் எடுக்கும் தொகை ரூபாய் ஐந்தாயிரத்திற்கு மிகாமல் இருந்தால் உடனடியாக கவுண்டரிலேயே வழங்கப்படும். அதிகத் தொகையாக இருந்தால், பணத்திற்கான வில்லை (Token) வழங்குவார்கள். பணம் செலுத்தும் கவுண்டரில் இந்த வில்லையைத் திரும்பப் பெற்றுக் கொண்டு பணம் கொடுப்பார்கள்.

(ஆ) காசோலை: சேமிப்பு வங்கி கணக்கிலிருந்து காசோலை மூலமாகவும் உனது பணத்தை எடுக்கலாம். பிற நபர்களுக்கு பணம் வழங்க இந்த காசோலையை நாம் பயன்படுத்தலாம். காசோலையை பெற்ற நபர் தனது வங்கியில் செலுத்தி பணம் பெறலாம். அல்லது தனது வங்கிக் கணக்கிலேயே பணம் செலுத்தும்படி வங்கிக்கு கட்டளை இடலாம். மேலே கூறிய வழிமுறைகளின் படியே காசோலை மீது பணம் வழங்கப்படுகிறது. மீதி உள்ள இருப்பு தொகைக்கு வட்டி முறையாக அளிக்கப்பட்டு வங்கி ஏடுகளிலும் கணக்கு பதியப்படுகிறது.



மாதிரிக் காசோலை

(இ) தானியங்கி பணம் வழங்கும் அட்டை: வாடிக்கையாளர்கள் தமது வங்கிக் கணக்கிலிருந்து பணத்தை எளிதாக எடுப்பதற்கு வங்கிகள் ஏடிஎம் அட்டையினை அளிக்கின்றன. இந்த அட்டையை பயன்படுத்தி தானியங்கி பணம் வழங்கும் இயந்திரத்தின் மூலமாக சேமிப்பு கணக்கு மற்றும் நடப்பு கணக்கிலிருந்து பணத்தை எடுக்கலாம். இது ஒரு காந்தப்புலன் அட்டையாகும். குறிப்பிட்ட இரகசிய எண்ணை பயன்படுத்துவதன் மூலம் பணம் பெற முடிகிறது.

பணம் வழங்கும் கவுண்டர்

சேமிப்பு கணக்கிலிருந்து பணத்தை விரைவாக எடுக்க வங்கிகள் பணம் வழங்கு விரைவு கவுண்டர்களை துவக்கி உள்ளனர். அவை இரண்டு வகைப்படும்.

1. காசாளர் உள்ள கவுண்டர் (Manual teller counter)
2. தானியங்கி காசாளர் கவுண்டர் (Automatic teller counter)

ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு வரை சேமிப்பு வைப்பு கணக்கில் இருந்து பணத்தை எடுக்க வங்கிகளில் வங்கியரால் பணம் வழங்கும் பிரிவு உள்ளது. இந்த கவுண்டர்களில் பணம் எடுக்கும் படிவம் மற்றும் காசோலைகள் பெறப்பட்டு, வங்கிக் கணக்கில் உள்ள இருப்பு மற்றும் வாடிக்கையாளரின் கையொப்பம் சரிபார்க்கப்பட்ட பின்பு பணம் வழங்கப்படுகின்றது.



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

தானியங்கி பணம் வழங்கும் பிரிவுகளில் ஏடிஎம் (ATM) மூலமாக 24 மணி நேரமும் தங்கு தடையின்றி பணம் வழங்கப்படுகின்றது. இங்கு வங்கிக் கணக்கில் உள்ள இருப்பு தொகையை சரி பார்க்கவோ, வாடிக்கையாளரின் கையொப்பத்தை ஒப்பிட்டு பார்க்கவோ வங்கி அலுவலர் பணி அமர்த்தப்படுவதில்லை.

ஒரு வங்கி, ஏடிஎம் இயந்திரத்தை நிறுவிய பின் ரகசிய எண் கொண்ட காந்தப்புலன் அட்டையை ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளர்களுக்கும் வழங்குகிறது. இந்த இரகசிய எண்ணிற்கு தனி குறியீட்டு எண் PIN (Personal Identification Number) என்று பெயர். இந்த அட்டையின் மூலமாக பணத்தை வங்கிக் கணக்கில் செலுத்தவோ எடுக்கவோ முடியும்.

ஏடிஎம் இயந்திரத்தில் இந்த அட்டையை செலுத்தியவுடன் நமது ரகசிய எண்ணை அது கேட்கும். நாம் ரகசிய எண்ணை பதிவு செய்து பணத்தை எடுக்கவோ செலுத்தவோ முடியும்.



படம்
பணம் வழங்கும்
கவுண்டர்



ஏடிஎம் அட்டைகள்

பணத்தை நம் வங்கிக் கணக்கில் செலுத்துவதற்கு ஏடிஎம் மையத்தில் ஒரு சிறப்பு உரை காணப்படும். அதற்குள் பணத்தை வைத்து ஒட்டி தேவையான சீலை வைத்து விவரங்களை எழுதி இயந்திரத்தில் உள்ள “Deposit” பட்டனை அழுத்துவதன் மூலம் இயந்திரம் அதனுள் உரையை சென்று சேர்க்கிறது. வங்கி அலுவலர்கள் குறித்த கால இடைவெளியில் இதுபோன்ற உரைகளை சேகரித்து அவரவர் வங்கிக் கணக்கில் தொகையை வரவு வைப்பர். இதுபோன்றே பணத்தை எடுப்பதற்கு (Withdrawal) பட்டனை அழுத்தி நாம் எடுக்கும் தொகையை குறிப்பிட்டு பட்டனை அழுத்தினால் சிறிது நேரத்தில் உரிய தொகை, பணம் வெளிவரும் வழியே கிடைக்கும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 9.5

1. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா? தவறா? என்று கூறவும்.
 1. சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கை துவக்க பணம் செலுத்து சீட்டு தேவைப்படுகிறது.
 2. தமது சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கிலிருந்து பணத்தை எடுக்க காசோலையை பயன்படுத்திய நபரால் பணம் எடுக்கும் சீட்டைப் பயன்படுத்த முடியாது.
 3. சேமிப்பு கணக்கு வைத்திருக்கும் ஒரு நபர் புதிதாக கணக்கு துவங்கும் மற்றொரு நபரை அறிமுகப்படுத்த முடியாது.

4. தனது வங்கிக் கணக்கில் பணத்தை செலுத்த (அ) எடுக்க கணக்கு வைத்திருப்பவர் கட்டாயம் கணக்குப் புத்தகத்தை அளிக்க வேண்டும்.
5. சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கை துவக்க தேவையான விண்ணப்ப படிவம் இலவசமாக வழங்கப்படுகிறது.
6. மூன்றாம் நபருக்கு காசோலை மூலம் பணம் வழங்கும்போது அவருடைய பெயர் காசோலையில் கட்டாயம் இடம்பெற வேண்டும்.
7. வங்கி கணக்கு வைத்திருப்பவரின் வேண்டுகோளுக்கிணங்க காசோலை புத்தகம் வங்கியால் வழங்கப்படுகின்றது.
8. சேமிப்பு வங்கி கணக்கை துவக்கியவுடன் வங்கி, சேமிப்பு வங்கி கணக்குப் புத்தகத்தை அளிக்கிறது.

II. கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக :

1. பணம் செலுத்து சீட்டில் உள்ள ஒரு பகுதி (Counter Foil) _____ க்கு திருப்பி அளிக்கப் படுகிறது.
2. பணம் செலுத்து சீட்டில் வலப்பக்க பகுதிக்கு _____ என்று பெயர்.
3. பணம் செலுத்து வீட்டின் _____ பகுதியில் காசோலை இணைக்கப்பட்டு வங்கி அலுவலரிடம் வழங்கப்படுகிறது.
4. காசோலை மீதான பணத்தை செலுத்துவதற்கு முன்பாக அவருடைய கையொப்பம் _____ ஒப்பிட்டு சரிபார்க்கப்படுகிறது.
5. வங்கியில் கணக்கு வைத்திருப்போருக்கு தம் பணத்தை விரைவாகப் பெற _____ உதவுகிறது.
6. சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கில் பணத்தை செலுத்த _____ கவுண்டர்கள் உள்ளன.



குறிப்புகள்

9.10 மின்னணு வங்கி (E-Banking)

மின்னணு வங்கி என்பது கணினி மூலமாக கணக்கு வைத்திருப்போருக்கு அதிக அளவிலான சேவையை வங்கிகள் அளிக்கின்றது. நிதி நிறுவனங்கள், வாடிக்கையாளர்கள், தனிநபர் ஆகியோரின் கணக்குகளை பராமரிக்கவும், வியாபார நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளவும், நிதி சம்பந்தமான செய்திகளை பெறவும், தனியாரால் அமைக்கப்பட்ட அல்லது அரசால் நிறுவப்பட்ட இணையத்தையும் (Internet) உள்ளடக்கிய ஒரு செயல்பாடே மின்னணு வங்கி எனப்படும். தகவல் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தில் ஏற்பட்ட அதிநவீன முன்னேற்றத்தின் காரணமாக கணினி மூலம் வங்கி சேவைகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன.

தற்போது வங்கிகளின் பல்வேறு கிளைகளில் கணினி மூலம் வங்கிப் பரிவர்த்தனைகளை நீ பார்த்திருப்போம். உனது வங்கிக் கணக்கில் உள்ள இருப்பினை கணினி மூலம் நீ பார்க்கலாம். தற்போது பல வங்கிகளில் அலுவலர்களால் பணம் கொடுப்பதற்குப் பதிலாக தானியங்கி பண இயந்திரம் (ATM) பயன்படுகின்றன.

கணினி மற்றும் இதர மின்னணு தகவல் தொடர்பு சாதனங்கள் மூலமாக வங்கி நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்பட்டால் அதற்கு மின் வங்கி (Electronic Banking) என்று பெயர். இந்திய வங்கிகளின் நவீனகால மாற்றங்கள் பின்வருமாறு:



குறிப்புகள்

தானியங்கி பணம் வழங்கும் இயந்திரம்

வங்கிகள் செயல்பாடு இல்லாத நேரத்திலும் இந்த இயந்திரம் வாடிக்கையாளரின் வங்கி நடவடிக்கைகளை (வாடிக்கையாளரின் இருப்பு, எடுப்பு தொகை, பண பரிமாற்றம்) தெரிவிக்க வங்கி அலுவலகத்திலோ (அ) வேறு இடங்களிலோ நிறுவப்பட்டு இருக்கும். தற்போது இந்தியாவில் பல்வேறு வங்கிகள் தமது தானியங்கி பண வழங்கும் இயந்திரங்களைப் பல்வேறு இடங்களில் நிறுவியுள்ளன. வாடிக்கையாளர்கள் தமக்கு தேவைப்படும் நேரத்தில் இந்த இயந்திரத்தின் மூலமாக பணத்தை எடுக்கவோ அல்லது செலுத்தவோ முடியும்.

பற்று அட்டை

வாடிக்கையாளரின் வங்கிக் கணக்கில் உள்ள தொகையை உடனடியாக மின்னணு மூலம் பார்த்துக்கொள்ள இந்த அட்டை பயன்படுகிறது. நடப்பு கணக்கு மற்றும் சேமிப்பு கணக்கு வைத்திருக்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு வங்கி இந்த அட்டையினை வழங்குகிறது. இந்த அட்டையை பயன்படுத்தி வாடிக்கையாளர்கள் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பெற்றுக்கொள்ள பணத்திற்கு மாற்றாக இந்த அட்டை பயன்படுகிறது. இந்த அட்டை மூலமாக செலுத்தப்படும் பணம் வாடிக்கையாளரின் வங்கிக் கணக்கில் தானாகவே பற்று வைக்கப்படும்.



பற்று அட்டை

கடன் அட்டை

குறிப்பிட்ட அளவு பணம் கடனாகப் பெற வங்கியால் வழங்கப்படும் அட்டையே கடன் அட்டை எனப்படும். இதற்கு வட்டி வசூலிக்கப்படும்; குறுகிய கால கடனாக மட்டுமே இது பயன்படுத்தப்படும். வாடிக்கையாளரின் கடன் திரும்ப செலுத்தும் திறனுக்கு ஏற்றவாறு கடன் அளவு முன்பே தீர்மானிக்கப்பட்டு வரையறுக்கப்படுகிறது. அந்த அளவுக்கு மேல் வாடிக்கையாளரால் அட்டையைப் பயன்படுத்தி கடன் பெற முடியாது. பற்று அட்டை போலவே, கடன் அட்டை மூலமாக பொருட்களை வாங்கலாம். வாடிக்கையாளர் செல்லும் இடங்களுக்கு எல்லாம் பணம் எடுத்துச் செல்ல தேவையில்லை. இந்த அட்டையை பயன்படுத்தும் நபர்களுக்கு வங்கி பணத்தை திரும்பி செலுத்த ஒரு குறிப்பிட்ட கால அளவு வழங்குகிறது. குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் செலுத்தாவிடில் வட்டி வசூலிக்கும்.



கடன் அட்டை



குறிப்புகள்

இணையவலை வங்கிச் சேவை

இணையங்கள் மூலமாக வங்கி மகத்தான ஒரு சேவையை அளிக்கின்றது. மின்னணுவியல் மூலம் வங்கி கணக்குகளை பரிவர்த்தனை செய்ய இணையம் ஒரு மையமாகத் திகழ்கின்றது. வங்கிச் சேவைகள் அனைத்தும் இணையத் தொடர்பு மூலம் கணினி வழியே செயல்படுத்தப்படுகிறது. கடன் அட்டை பயன்பாடுகள் யாவும் இணைய வங்கியியலின் ஒரு பகுதியாகும். இணைய வழி வங்கி சேவை மூலமாக நமது வங்கிக் கணக்கில் உள்ள இருப்பை சரி பார்ப்பது மட்டும் இல்லாமல் நிலை வைப்பு கணக்கு துவங்கவும், பண பரிமாற்றம் செய்யவும், மின்சார கட்டணம், தொலைபேசி கட்டணம், அலைபேசி கட்டணம் மற்றும் காப்பீட்டு, சொத்து வரி கட்டணங்களை செலுத்தவும் இணைய வலைச் சேவை விரிவாக்கம் செய்யப்பட்டுள்ளது. ஒரே சமயத்தில் பல்வேறு வங்கிகளில் உள்ள நமது கணக்குகளை கணினியின் திரையில் பார்க்க இயலும்.



இணைய வலை வங்கி

எனவே பண பரிமாற்றம், பணம் செலுத்துதல், வீட்டுக்கடன் விண்ணப்பங்களை அளித்தல் போன்ற செயல்களை இணையம் மூலம் செய்வதை இணைய வலை வங்கியியல் (Net Banking) என்று கூறுகின்றோம்.

வீட்டிலிருந்தபடியே இணையம் மூலமாக வங்கி செயல்பாடுகளை நடத்தி இணைய வலை வங்கியியல் உதவுகிறது. இணைய வலை கணினி தொடர்பு வழியாக கணக்கு பரிமாற்றம், இருப்பு விசாரணை, கட்டணங்களை செலுத்துதல், பணம் செலுத்துவதை நிறுத்தும் ஆணைகள், கடன் அட்டை பெறுதல் போன்ற நடவடிக்கைகளை வாடிக்கையாளர்கள் பெறலாம். எந்த இடத்திலும் இரவு பகல் எந்த நேரத்திலும் கணக்கு விவரங்களை இதன் மூலம் அறியலாம். இதற்கு வாடிக்கையாளர் வங்கியின் இணையதளம் மூலமாக தங்கள் அனைத்து விவரங்களையும் பதிவு செய்து கொண்டு அதற்குண்டான ரகசிய எண் மூலம் தெரிந்து கொள்ளலாம்.

தொலைபேசி வங்கியியல்

வாடிக்கையாளர் தங்கள் கணக்குகளின் விவரங்களை அலைபேசி அல்லது தொலைபேசியின் மூலம் அறிந்து கொள்ள 24 மணி நேரமும் இயங்கக்கூடிய வங்கியால் நிறுவப்பட்ட அமைப்பே தொலைபேசி வங்கியியல் எனப்படும்.



குறிப்புகள்



தொலைபேசி வங்கியியல்

வாய்மொழி உத்தரவின்பேரில் கணக்குகள் பரிமாற்றம், கடன் பெறுதல் போன்ற நடவடிக்கைகள் தொலைபேசி மூலமாகவே மேற்கொள்ளப்படுகின்றது. மேலும் நிலை வைப்பு கணக்க துவங்கவும், வரை ஓலை (D.D) பெறவும், பண பரிவர்த்தனை செய்யவும், உண்டியல்களை வசூல் செய்யவும் மற்றும் காசோலை புத்தகங்களை பெறவும் தொலைபேசி மூலமாக வாடிக்கையாளர் வங்கிக்கு தெரிவிக்கலாம். தற்போது அதிகமானவர்கள் அலைபேசியை பயன்படுத்துவதால் இச்சேவை அலைபேசி மூலமாகவும் அளிக்கப்படுகிறது. இச்சேவையில் வாடிக்கையாளர் வங்கியிடமிருந்து குறுந்செய்தித் தகவல்களை (SMS) பெறுகிறார். அதுபோல் கணக்காளர்களும் வங்கிக்கு குறுந்செய்திகளை அனுப்பி தங்கள் அன்றாட வங்கி சேவைகளை பூர்த்தி செய்து கொள்கின்றனர்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 9.6

I. பொருத்துக.

- | கலம் அ | கலம் ஆ |
|--|-------------------------|
| 1. நாம் பணத்தை எடுத்துச்செல்லாமல் நம் வங்கிக் கணக்கிலிருந்து செலுத்த உதவும் வங்கிச் சேவை | (அ) ATM |
| 2. ஒரு நாளில் 24 மணி நேரமும் பணத்தை வைப்பு செய்ய அல்லது எடுக்க உதவும் வங்கிச் சேவை | (ஆ) அலைபேசி வங்கியியல் |
| 3. நாம் வங்கியியல் பரிவர்த்தனைகளை செய்ய இணையவலை வழியாக பெறும் சேவை | (இ) கடன் அட்டை |
| 4. நம் அலைபேசி மூலம் நம் வங்கிக் கணக்கின் இருப்பை அறிந்து கொள்ள உதவும் சேவை | (ஈ) பற்று அட்டை |
| 5. வங்கியில் கடன் பேரில் பொருட்களை வாங்குவதற்கு பணம் செலுத்த மேற்கொள்ளும் சேவை | (உ) இணைய வலை வங்கி சேவை |

II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுத்து எழுதுக.

1. பின்வருவனவற்றுள் எது மைய வங்கியின் பணி அல்ல?
 - (அ) நாட்டின் வங்கி அமைப்பு முழுவதையும் மேற்பார்வை செய்து வழி நடத்துகிறது.
 - (ஆ) அரசின் வங்கியாக செயல்படுகிறது.
 - (இ) பொது மக்களுடன் தொடர்பு கொள்கிறது,
 - (ஈ) மற்ற அனைத்து வங்கிகளின் வைப்பு கணக்குகளைப் பராமரிக்கிறது.
2. பின்வருவனவற்றுள் எது வணிக வங்கி அல்ல?
 - (அ) பாரத ஸ்டேட் வங்கி
 - (ஆ) இந்திய ரிசர்வ் வங்கி
 - (இ) ICICI வங்கி
 - (ஈ) பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கி
3. பின்வருவனவற்றுள் எது வணிக வங்கிகள் வழங்கும் முன்பண வகையினைச் சார்ந்தது அல்ல?
 - (அ) ரொக்க கடன்
 - (ஆ) மேல்வரை பற்று
 - (இ) வர்த்தக விபரங்களை சேகரித்து அளித்தல்
 - (ஈ) உண்டியல்களைக் கழிவு செய்தல்
4. நிலைவைப்பு கணக்கு வசதிகளைப் பெறுபவர்.
 - (அ) வியாபாரி
 - (ஆ) சம்பளம் பெறும் மக்கள்
 - (இ) நீண்ட காலம் பணத்தை சேமிக்க விரும்பும் மக்கள்
 - (ஈ) யார் மாதா மாதம் வட்டி பெற விரும்புகிறார்களோ அவர்கள்
5. பின்வருவனவற்றுள் எது வங்கியிலிருந்து பணத்தை எடுக்க பயன்படும் ஆவணம் அல்ல.
 - (அ) காசோலை
 - (ஆ) பணம் எடுக்கும் படிவம்
 - (இ) சுய அடையாள அட்டை
 - (ஈ) ATM அட்டை



குறிப்புகள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ வங்கி என்பது பொது மக்களிடம் வைப்புகளை பெற்றுக் கொள்ளவும் தேவைப்படும் மக்களுக்கு கடன் வழங்கவும் உள்ள ஒரு அமைப்பாகும்.
- ▶ வங்கியியல் வியாபாரத்தின் முக்கியமான துணைப் பணியாகும்.
- ▶ வங்கிகள், சேமிப்பு பழக்கத்தினை தூண்டுவதுடன் பணத்தினை இட்டு வைப்பவர்களுக்கும் கடன் வாங்குவோர்களுக்கும் இடையே இடைநிலையராகச் செயல்படுகின்றன.
- ▶ இவை கடன் நடவடிக்கைகள், ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதிக்கு வசதியளித்தல், நாட்டு வளர்ச்சிக்கு உதவுதல், மக்களின் வாழ்க்கை தரம் உயர்தல் போன்ற செயல்பாடுகளுக்கு உதவுகின்றன.
- ▶ **வங்கிகளின் வகைகள்:**
மைய வங்கி (இந்திய ரிசர்வ் வங்கி), அரசின் வங்கியாக செயல்படுவதுடன், நாட்டில் ரூபாய் நோட்டுகளையும் வெளியிடுகிறது. இது வங்கிகளுக்கு வங்கியாகச் செயல்படுகிறது.



குறிப்புகள்

- ▶ வணிக வங்கிகள், குறுகிய கால மற்றும் மத்திய கால கடன்களை அளித்து அதற்கு வட்டியும் வசூலிக்கின்றன. இவை மூன்று வகைப்படும் பொது உடமை வங்கிகள், தனியார் வங்கிகள் மற்றும் வெளிநாட்டு வங்கிகள்.
- ▶ தொழில் வளர்ச்சி வங்கிகள் வியாபாரத்திற்காக மத்திய கால மற்றும் நீண்டகால கடன்களை வழங்குகின்றன.
- ▶ கூட்டுறவு வங்கிகள் உறுப்பினர்களின் பொதுவான நலன்களைப் பாதுகாக்க உருவாக்கப்படுகின்றன. இந்தியாவில் ஆரம்பக் கூட்டுறவு சங்கங்கள், (கிராம அளவில்) மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகள் (மாவட்ட அளவில்) மற்றும் மாநில கூட்டுறவு வங்கிகள் (மாநில அளவில்) உள்ளன.
- ▶ ஏற்றுமதி இறக்குமதி வங்கி ஏற்றுமதியாளர்களுக்கும் இறக்குமதியாளர்களுக்கும் வழிகாட்டுதலையும் உதவியையும் செய்கிறது.
- ▶ தேசிய விவசாய கிராம வளர்ச்சி வங்கி விவசாயத்திற்கும் இதர கிராம நடவடிக்கைகளுக்கும் நிதியுதவி செய்கிறது.
- ▶ வணிக வங்கிகளின் பணிகள்: முதன்மைப் பணிகளாவன: வைப்புகளை ஏற்றல், கடன் வழங்குதல், முன்பணம், ரொக்கக்கடன், மேல்வரைப்பற்று மற்றும் உண்டியல்களைக் கழிவு செய்தல்.
- ▶ துணைப் பணிகளாவன: கடன் உறுதிக் கடிதம் அளித்தல், விலையுயர்ந்த பொருட்களைப் பாதுகாத்தல், நுகர்வோர் நிதியுதவி அளித்தல், கல்விக்கடன் போன்றவை.
- ▶ வங்கி வைப்புகள் பல்வேறு மக்களுக்கு பல வழிகளில் உதவுகின்றன. மக்கள் தங்களின் தேவைக்கும் வசதிக்கும் ஏற்றபடி பல்வேறு வகையான வைப்புகளைத் துவங்க வங்கி வகை செய்கிறது. அவை: சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கு, நடப்பு வைப்பு கணக்கு, நிலை வைப்பு கணக்கு, தொடர் வைப்பு கணக்கு.
- ▶ தொடர் வைப்பு கணக்கில் பலவகை உள்ளன. அவை வீட்டு நல கணக்கு (Home Safe Account), மொத்தமான சிகிச்சை வைப்பு கணக்கு (Cumulative-cum-sickness Deposit Account), வீடு கட்டும் வைப்பு கணக்கு போன்றவை.
- ▶ வணிக வங்கியில் ஒரு சேமிப்பு வைப்பு கணக்கு துவங்க, நீ பின்வரும் நிலைகளை செய்ய வேண்டும்: விண்ணப்ப படிவத்தினை பூர்த்தி செய்தல், முறையான அறிமுகம், மாதிரி கையொப்பம்.
- ▶ மின்னணுவியல் வங்கி: தகவல் தொழில் நுட்ப வளர்ச்சி காரணமாக வங்கிகள் மின்னணுவியல் மூலமாக கடன் அட்டை, பற்று அட்டை, ATM போன்ற சேவைகளைச் அளிக்கிறது.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. 'வங்கி' வரையறை கூறுக.
2. வங்கியியல் என்றால் என்ன?
3. கீழ்க்காணும் ஒவ்வொன்றுக்கும் இரண்டு உதாரணம் தருக.
 - (அ) தனியார் வணிகவங்கிகள்.
 - (ஆ) இந்தியாவில் உள்ள வெளிநாட்டு வங்கிகள்.

4. வங்கியின் வாடிக்கையாளர்களுக்கான கடன் அட்டை என்ன வசதியினை செய்து தருகிறது?
5. வளர்ச்சி வங்கி செய்யும் பணி என்ன?
6. வங்கியியலின் பங்கினை 100 வரிகளில் விளக்குக.
7. ரொக்க கடன் என்றால் என்ன?
8. மைய வங்கி என்றால் என்ன?
9. (அ) EXIM வங்கி, (ஆ) NABARD வங்கி ஆகியவற்றின் பணிகள் யாவை?
10. வணிக வங்கியின் ஏதேனும் நான்கு துணைப்பணிகளைக் கூறுக.
11. வணிக வங்கியின் முதன்மைப்பணிகளை விவரி.
12. பல்வேறு வகையான வணிக வங்கிகளை எடுத்துக்காட்டுடன் விளக்குக.
13. வங்கிக்கும் கடன் வழங்குவோர்க்கும் இடையே உள்ள வேறுபாட்டினை கீழ்க்கண்ட தலைப்புகளில் விவரி. (அ) தன்மை, (ஆ) பாதுகாப்பு, (இ) செயல், (ஈ) வாடிக்கையாளர்கள்.
14. வணிக வங்கியின் பணிகளை விவரி.
15. வங்கியியலில் ஏற்பட்டுள்ள நவீன வளர்ச்சியினை, அதனால் வாடிக்கையாளர்களுக்கு கிடைக்கும் வசதிகளைக் குறிப்பிட்டு விளக்குக.
16. கூட்டுறவு வங்கி என்றால் என்ன? இந்தியாவில் உள்ள கூட்டுறவு வங்கிகளின் வகைகளை விளக்குக.
17. வங்கியில் சேமிப்பு வைப்பு கணக்கு துவங்கும் முறையினை விளக்குக.
18. சேமிப்பு வைப்பு கணக்கில் பணம் செலுத்தும் முறையினைக் கூறுக.
19. உனது சேமிப்பு வைப்பு கணக்கில் ஒரு காசோலையைச் செலுத்த என்ன முறையினை நீ பின்பற்றுவாய்?
20. சேமிப்பு வைப்பு கணக்கினை செயல்படுத்த பணம் எடுக்கும் படிவம் எவ்வாறு உதவியாக உள்ளது என விளக்குக?
21. சேமிப்பு வைப்பு கணக்கு துவங்கும் போது, விண்ணப்ப படிவத்தை பூர்த்தி செய்ய என்ன விவரங்களை அளிக்க வேண்டும்?
22. உனது சேமிப்பு வைப்பு கணக்கில் இருந்து நீ எவ்வாறு பணத்தை எடுப்பாய் எனக் கூறுக?
23. சேமிப்பு வைப்பு கணக்கில் பணம் செலுத்துச்சீட்டு மூலமாக அல்லது காசோலை மூலமாக செலுத்துவதன் பயனைச் சுருக்கமாக விவரி.
24. பணம் செலுத்து சீட்டு என்றால் என்ன? அதன் பயன்களைக் கூறுக.
25. உனது சேமிப்பு வங்கி கணக்கில் உள்ள இருப்புத் தொகையைக் காட்டிலும் கூடுதலாக உன்னால் பணம் எடுக்க முடியுமா? உன் பதிலுக்கு ஆதாரமான காரணம் தருக.
26. தானியங்கி பண இயந்திரம் (ATM) என்றால் என்ன? இது எவ்வாறு வங்கியின் வாடிக்கையாளர்களுக்கு உதவுகிறது?
27. சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கு துவங்கும்போது, வங்கி நன்கு அறிந்த ஒரு நபரால் விண்ணப்பதாரர் அறிமுகப்படுத்தப்பட வேண்டியது ஏன்?
28. சேமிப்பு வங்கிக் கணக்கில் இருந்து பல்வேறு வகைகளில் பணம் எடுக்கும் முறைகள் யாவை?



குறிப்புகள்



பதில்கள்



குறிப்புகள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 9.1

1. கடன்
2. இடைநிலையர்
3. தொழில்
4. காசோலை
5. கடன் வழங்குவோர்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 9.2

1. தனியார் துறை வங்கி
2. ஏற்றுமதி இறக்குமதி வங்கி
3. கூட்டுறவு வங்கி
4. மைய வங்கி
5. பொதுத்துறை வங்கி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 9.3

1. தவறு
2. சரி
3. சரி
4. தவறு
5. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 9.4

- I. 1. சரி
2. தவறு
3. சரி
4. தவறு
5. சரி
6. சரி
7. தவறு
8. சரி
- II. 1. குறைந்த அளவு
2. அதிக அளவு
3. நடப்பு கணக்கு
4. காசோலை
5. அதிகம்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 9.5

- I. 1. சரி
2. சரி
3. தவறு
4. தவறு
5. சரி
6. சரி
7. சரி
8. சரி
- II. 1. வைப்பாளர்
2. சீட்டு (foil)
3. சீட்டு (foil)
4. மாதிரி கையொப்பம்
5. எடுத்தல்
6. வங்கி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 9.6

- I. 1. (ஈ)
2. (அ)
3. (உ)
4. (ஆ)
5. (இ)
- II. 1. (இ)
2. (ஆ)
3. (இ)
4. (ஆ)
5. (இ)

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

□ உங்கள் பகுதியில் உள்ள வங்கிகளை பட்டியலிட்டு அவைகளின் செயல்களின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தவும்.

- ▶ உங்கள் வீட்டுக்கு அருகாமையில் உள்ள வங்கி ஒன்றுக்குச் சென்று பணம் செலுத்துச் சீட்டு ஒன்றைப் பெற்று கற்பனையான எண்கள் கொண்டு நிரப்பிடவும்.
- ▶ சேமிப்பு வங்கி, தொடர் வைப்பு, நிலையான வைப்புக் கணக்குகளுக்கு அளிக்கப்படும் வட்டி வீதம் எவ்வளவு? என்ற தகவல்களைக் கேட்டுப் பெறவும்.



காப்பீட்டுச் சேவைகள்



குறிப்புகள்

சந்தையில் பல கடைகளை நீங்கள் பார்த்திருப்பீர்கள். இக்கடைகளில் விற்பனைக்காக பல பொருட்கள் வைக்கப்பட்டு இருக்கும். பொருட்களை தயாரிக்கும் தொழிற்சாலைகளைக்கூட உங்களில் சிலர் பார்த்திருக்கலாம். இரயில், கப்பல், லாரி போன்ற போக்குவரத்து சாதனங்கள் மூலம் பொருட்களை ஓரிடத்தில் இருந்து மற்றோர் இடத்திற்கு எடுத்து செல்வதை அறிந்திருப்பீர்கள். இவற்றை கொண்டு செல்லும் வழியில் நட்ட இடர் ஏற்படலாம். உதாரணமாக விற்பனைக்காக அதிக செலவு செய்து பொருட்களை வாங்கி கடைகளில் அடுக்கி வைத்திருக்கும்போது, அப்பொருட்கள் விற்பனைக்கு முன்னதாகவே சேதம் அடையலாம். தீ, விபத்து, இயற்கை சீற்றங்கள், திருட்டு போன்ற காரணங்களினால் சரக்குகள் சேதம் அடையலாம். அதே போன்று தொழிற்சாலைகளில் உற்பத்தி செய்யும் எந்திரங்கள் பழுது அடைந்தால் அவை பெருத்த நட்டத்தை ஏற்படுத்தும். போக்குவரத்தின்போது விபத்து காரணமாகவும் பொருட்கள் சேதமடையலாம். இதுபோன்ற சூழ்நிலைகளில் வியாபாரிகள் மிகப்பெருத்த இழப்பை சந்திக்க நேரிடுகிறது. வியாபாரியின் சொத்துகள், சரக்குகள் சேதம் அடைவது மட்டுமின்றி நோய் மற்றும் விபத்து காரணமாக அவரது வாழ்வில் எந்த நேரத்திலும் இன்னல்கள் ஏற்படலாம்.

இந்த இடர்களைத் தவிர்க்க முடியுமா? அல்லது குறைக்க முடியுமா? இதுபோன்ற இடர்களிலிருந்து பாதுகாப்பு அளிக்க ஏதேனும் அமைப்புகள் உள்ளனவா? இது பற்றி இப்பாடத்தில் விவரமாகக் காணலாம்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தினைப் படித்த பிறகு உன்னால் பின்வருவன குறித்து புரிந்து கொள்ள இயலும்.

- ▶ வியாபார இடர்களின் தன்மையை விளக்குவது.
- ▶ காப்பீடு - வரையறையளித்தல்
- ▶ காப்பீட்டின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குவது.
- ▶ காப்பீட்டின் பல்வேறு வகைகளைக் கண்டறிவது.
- ▶ ஆயுள் காப்பீடு, தீக்காப்பீடு, கடல் காப்பீடு மற்றும் பிற காப்பீடுகளின் சிறப்புக் கூறுகளை விவரிப்பது.
- ▶ காப்பீட்டு ஒப்பந்தம் தொடர்புள்ள கோட்பாடுகளைக் கூறுவது.



குறிப்புகள்

10.1 வியாபார இடர்களின் இயல்பு

ஒரு வியாபார நடவடிக்கையில் உன்னை நீ முழுமையாக ஈடுபடுத்திக் கொண்டால் உனது முக்கிய நோக்கமே லாபம் ஈட்டுவதாகும். ஒவ்வொரு வியாபாரத்திற்கும் இது முக்கியமான நோக்கமாகும். ஏனெனில் லாபம் இல்லையெனில் போட்ட உனது முதல் தொகை குறைய ஆரம்பிக்கும். இறுதியில் நட்டத்தில் முடிவடையும். எனவே, உன்னால் முடிந்த வரை வியாபாரத்தை திறமையாக மேலாண்மை செய்து அதிக லாபம் பெற முயற்சி செய்வாய். சில நேரங்களில் உனது பொருட்களின் விற்பனை குறைய ஆரம்பிக்கலாம். இது உனக்கான எச்சரிக்கை அறிகுறியாகும். நீ இதற்கான காரணத்தை கண்டறிய முயல வேண்டும். காரணத்தைக் கண்டறிந்துவிட்டால் நீ இதற்கான தீர்வு காணலாம். உதாரணமாக சந்தை நிலவரத்தில் ஏற்பட்ட மாற்றம் காரணமாக உனக்கு நட்டம் ஏற்படலாம். அல்லது உனது போட்டியாளர்கள் சந்தையில் பொருட்களின் விலையை குறைத்து விற்பனை செய்வதனால் உனக்கு நட்டம் ஏற்படலாம். சரக்குகளை போக்குவரத்து சாதனங்கள் மூலம் கொண்டு செல்லும் வழியில் ஆபத்துகள் ஏற்படலாம்; கிடங்குகளில் தீ விபத்து ஏற்படலாம். தொழிற்சாலையில் பணியாளர்கள் வேலை நிறுத்தம் செய்யலாம். இதுபோன்ற நிகழ்வுகள் எதிர்பாராமல் நடைபெறலாம். இவற்றில் சில இழப்புகளை நீ உனது கட்டுப்பாட்டுக்குள் கொண்டு வரலாம். இடர்பாடு என்பது பல காரணங்களால் பொருட்களுக்கு ஏற்படும் நட்டம் அல்லது இழப்பு ஆகும். இதை வியாபாரியால் முழுவதுமாக கட்டுப்படுத்த இயலாது.

அனைத்து வியாபார நடவடிக்கைகளும் எதிர்பாராத நிகழ்வுகளைக் கொண்டது. எனவே, நட்டம் அல்லது இழப்பு ஏற்படுகிறது. தகுந்த நேரத்தில் முன்னேற்பாடுடன் நடந்து கொண்டால் இவற்றில் சில நட்டங்களை தவிர்க்கலாம். ஆனால், சில நட்டங்களையும் இழப்புகளையும் தனி ஒரு வியாபாரியால் அல்லது மற்ற கூட்டாளிகளுடன் பங்கிட்டு பொறுப்பேற்க வேண்டும்.

நட்டம் அல்லது இழப்பு இரண்டு பெரும் பிரிவாக பிரிக்கப்படுகிறது. (1) எதிர்பாராத நிகழ்வுகள், (2) இடர் (Risks)

எதிர்பாராத நிகழ்வுகளை முன்கூட்டி அறிய முடியாது

ஆனால் கடந்த கால அனுபவங்களின் வாயிலாக பல்வேறு இடர்களை எதிர்பார்க்கலாம். தகுந்த முன்னேற்பாடுகளை செய்வதன் மூலம் தொழிற்சாலை மற்றும் கிடங்குகளில் தீ விபத்தை தவிர்க்கலாம். விழிப்புணர்வுடன் இருந்தால் விலை வீழ்ச்சி காரணமாக ஏற்படும் நட்டத்தை குறைக்கலாம். விபத்து, திருட்டு போன்றவற்றால் ஏற்படும் இழப்பிலிருந்தும் நம்மை பாதுகாத்துக் கொள்ளலாம்.

மற்றுமொரு சூழலை நாம் எடுத்துக் கொள்வோம். அனைத்து மக்களும் வயது முதிர்ந்த காலத்தில் தம்மால் வேலை செய்ய இயலாது என எண்ணி எதிர்கால தேவை பற்றி சிந்திக்கின்றனர். இது எதிர்பாராத நிகழ்வு அல்ல. வயது முதிர்வு காரணமாக உடல்நலம் குறைவு ஏற்படலாம். அதே போன்று மனித வாழ்வில் எப்பொழுது வேண்டுமானாலும் மரணம் ஏற்படலாம்.

வியாபார நிறுவனங்களில் மேலும் பல இடர்கள் காணப்படுகின்றன. பொருட்களை இடம் விட்டு இடம் கொண்டு செல்லும்போது விபத்துகள் ஏற்பட்டு பொருட்கள் சேதமடையலாம், இரயில்கள் தடம் புரளலாம். பாலங்கள் இடிந்து விழலாம். இயந்திர கோளாறு காரணமாக விமானம் விழுந்து நொறுங்கலாம்.

ஒரு நகரத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு பொருட்களைக் கொண்டு செல்லும்போது லாரியில் திருட்டு நடைபெறலாம். துறைமுகத்தில் இருந்து கப்பலில் பொருட்களை ஏற்றும்போதோ, இறக்கும்போதோ சரக்குகள் சேதமடையலாம்.

இத்தகைய சேதங்களையும் அல்லது இழப்பையும் எவராலும் ஈடுசெய்ய முடியுமா? காப்பீடு உதவியுடன் இவற்றை ஈடுசெய்யலாம் என்பதைக் கீழே காணலாம்.

இடர்களின் வகைகள்

- யூகிக்க முடிந்த இடர்கள் (Speculative Risk) : வியாபார இடர்களின் சிலவற்றை ஒரு வியாபாரியால் தீர்மானிக்க முடியும். (எ.கா.) மக்களின் ரசனை மாற்றம், அரசு திட்டங்களின் மாற்றம் போன்றவை.
- உண்மையான இடர் (Pure Risk) : இழப்புக்கான வாய்ப்பை யூகிக்க முடியும்.
- சொத்து இடர் (Property Risk) : பொருட்கள் / சொத்துகளுக்கு இடர்கள் இழப்பு ஏற்படல்
- தொழில்/பணியாளர் இடர் (Personnel Risk) : பணியாளர்களின் உயிர் மற்றும் நலத்திற்கு ஏற்படும் இழப்பு
- நிதி இடர் (Financial Risk) : வியாபாரத்தின் நிதி நடவடிக்கைகளைச் சார்ந்த இழப்பு
- சந்தை இடர் (Marketing Risk) : பொருட்களை சந்தை இடுகையில் ஏற்படும் இடர்கள் சார்ந்தது



குறிப்புகள்

10.2 காப்பீடு என்பதன் பொருள்

நட்டம் மற்றும் சேதம் காரணமாக ஏற்படும் இழப்புகளை காப்பீடு தருனருக்கு (INSURER) மாற்றம் செய்யும் ஒப்பந்தமே காப்பீடு. இதற்கு காப்பீடு பெறுநர் (INSURED) காலமுறைப்படி முனைமம் (PREMIUM) செலுத்த வேண்டும். எந்த நபருடைய இடர் காப்பீடு தருனருக்கு மாற்றம் செய்யப்படுகிறதோ அந்த நபர் காப்பீடு பெறுநர் எனப்படுகிறார். காப்பீடு தருனர் என்பது நட்டம் அல்லது சேதத்தை பங்கிட்டுக்கொள்ள ஒப்புக்கொள்ளும் ஓர் அமைப்பு ஆகும். பொதுவாக இது காப்பீட்டு நிறுமத்தைக் குறிக்கிறது.





குறிப்புகள்

காப்பீடு என்பது காப்பீடு தருனருக்கும் காப்பீடு பெறுனருக்கும் ஏற்படும் ஒப்பந்தமாகும். இறப்பு, வயது முதிர்வு, வியாபார நட்டம் போன்ற காரணங்களால் காப்பீடு பெறுநருக்கு ஏற்படும் நட்டத்தை ஈடு செய்ய தருநர் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை தருவதாக உடன்படும் ஒரு ஒப்பந்தமாகும்.

காப்பீடு என்பது கூட்டுறவு என்பதின் தத்துவத்தின் அடிப்படையில் அமைந்தது. ஒரு சிலரின் நட்டம் பலரால் பகிர்ந்து கொள்ளப்படுகிறது. இக்கூட்டு முயற்சி காப்பீடு தருனராகிய காப்பீட்டு நிறுமத்தால் உருவாக்கப்படுகிறது. இதற்காக காப்பீடு பெறுனர் முனைமம் செலுத்த வேண்டும். இடரிலிருந்து தன்னை காத்துக்கொள்ள பல நபர்களாலும் இக்காப்பீட்டு எடுக்கப்படுகிறது. ஆனால், ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் இடர் எனும் நட்டம் ஒரு சிலருக்கே ஏற்படுகிறது. அவர்களுக்கு ஏற்பட்ட நட்டத்தொகையை காப்பீடு நிறுமம் ஈடு செய்கிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 10.1

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா? தவறா? என்று கூறவும்.
 1. மனித உயிருக்கோ அல்லது பொருட்களுக்கோ ஏற்படும் சேதம் எனப்படும் நட்டமே இடர் எனப்படும்.
 2. மக்களின் ரசனை மாற்றம் என்பது பணியாளர் இடர் ஆகும்.
 3. எதிர்பாராத நிகழ்வுகள் காரணமாக காப்பீடு செய்யப்பட்ட பொருட்களுக்கு சேதம் ஏற்பட்டால் அதை வியாபாரிகள்தான் ஈடு செய்ய வேண்டும்.
 4. சில இடர்களை முன்னெச்சரிக்கை மூலமாக தவிர்க்கலாம். (எ.கா) உற்பத்தி இயந்திரங்கள் முடங்குதல் / பழுதடைதல்.
 5. நட்டத்தை பகிர்ந்துகொள்ள உடன்படும் தகுதிவாய்ந்த நபருடன் ஒப்பந்தம் மேற்கொள்ளுவது காப்பீடு என்பதாகும்.
 6. காப்பீடு பெறுநர் தருநருக்கு அளிக்கும் தொகை முனைமம் எனப்படும்.

10.3 காப்பீட்டின் முக்கியத்துவம்

காப்பீட்டின் முக்கியத்துவத்தை கண்டுணர்ந்து கொள்ளுவதற்கு முன் அதனால் ஏற்படும் நன்மைகளை அறிந்துகொள்ள வேண்டும். சேதம் அல்லது நட்டம் காரணமாக வியாபார, தனி மனிதனின் இடரை ஈடு செய்ய மேற்கொள்ளும் ஒப்பந்தமே காப்பீடு என அறிந்து கொண்டோம். இதனால் காப்பீடு பெறுநருக்கு பாதுகாப்பு உணர்வு ஏற்படுகிறது. மக்கள் காலமுறைப்படி தன் வருமானத்தில் இருந்து முனைமத்தை செலுத்தி தாங்கள் ஓய்வு பெறும் பொழுதோ அல்லது தங்கள் இறப்பின்பொழுதோ தங்கள் குடும்பம் ஒரு பாதுகாப்பை பெற வேண்டும் என்ற உறுதியை அவர்கள் எதிர்பார்க்கின்றனர். அதுபோன்றே வியாபாரிகளும் வியாபாரத்தில் ஏற்படும் இழப்பு மற்றும் / அல்லது நட்டத்தை ஈடு செய்ய முனைமம் செலுத்துகின்றனர்.

உள்நாட்டு சந்தையிலும் வெளிநாட்டு சந்தையிலும் பொருட்களை பேரளவு உற்பத்தி மற்றும் விநியோகத்திற்கும் காப்பீடு முக்கிய அங்கம் வகிக்கிறது. வியாபார மற்றும் உற்பத்தி நிறுவனங்களுக்கு இது பேருதவியாக இருக்கிறது. ஏனெனில் இந்த நிறுவனங்களின் சொத்துக்கள், மூலப்பொருட்கள், சரக்குகள், முடிவுற்ற

பொருட்கள் இவற்றின் மீதான முதலீட்டுத் தொகை ஒரு பாதுகாப்பைப் பெறுகின்றது. ஏனெனில் எதிர்காலத்தில் ஏற்படும் நட்டம் காப்பீடு நிறுவனத்தால் ஈடு செய்யப்படும் என்ற உறுதியை அவர்கள் பெறுகிறார்கள்.

தேசியப் பொருளாதார நோக்கில் காணும்போது காப்பீடு தனிநபர்களுக்கு இடையே சேமிப்பு பழக்கத்தினை காப்பீட்டு நிறுவனங்களில் முனைமம் செலுத்துவதன் மூலம் ஏற்படுத்துகிறது. இம்முனைமைத் தொகை அரசு மற்றும் பெரிய நிறுவனங்களின் பத்திரங்களில் முதலீடு செய்யப்படுகிறது.

அடுத்து தனிநபர்கள் தன் ஆயுளை, வயது முதிர்வு மற்றும் இறப்பு காரணமாக ஏற்படும் இடரிலிருந்து, பாதுகாக்க தங்கள் தற்போதைய வருமானத்தில் ஒரு பகுதியினைச் சேமிக்கின்றனர்.

காப்பீடு மக்களுக்கு வேலைவாய்ப்பையும் அளிக்கிறது. நாட்டின் பல்வேறு இடங்களில் உள்ள காப்பீட்டு நிறுவன அலுவலகங்களில் பலர் பணிபுரிகின்றனர். பலர் இந்நிறுவனங்களில் முகவர்களாக (Agent) பணியாற்றி சம்பாதித்துத் தங்கள் வாழ்வை நடத்துகின்றனர்.



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 10.2

- I. கோடிட்ட இடத்தினை தகுந்த சொற்களைக் கொண்டு நிரப்புக
 1. காப்பீடு என்பதில் சிலருக்கு ஏற்படும் _____ பலரால் பகிர்ந்து கொள்ளப்படுகிறது. (நட்டம், செலவு)
 2. காப்பீடு செய்வதால் வணிக சமூகத்தினர்கள் _____ உணர்கின்றனர் (பாதுகாப்பாக, பாதுகாப்பில்லாது)
 3. காப்பீட்டு கழகங்கள் தங்கள் நிதியினை பொது கழகங்கள் மற்றும் அரசிடம் _____ ஆக முதலீடு செய்கின்றன. (கடன், பத்திரங்கள்)
 4. வர்த்தகம் மற்றும் _____ க்கு காப்பீடு உதவியாக உள்ளது. (வியாபாரம், தொழிற்சாலை)

10.4 காப்பீட்டின் வகைகள்

காப்பீடு நான்கு வகைப்படும். அவையாவன :

- (i) ஆயுள் காப்பீடு
- (ii) தீக்காப்பீடு
- (iii) கப்பல் காப்பீடு
- (iv) இதர காப்பீடுகள் : கொள்ளை காப்பீடு, மோட்டார் வாகன காப்பீடு போன்றவை.

சமீப காலத்திற்கு முன்பு வரை ஆயுள் காப்பீட்டுக் கழகம் மற்றும் பொது காப்பீட்டுக் கழகங்கள் மட்டுமே இந்தியாவில் ஆயுள் மற்றும் பொது காப்பீடு செய்யும் ஒரே அமைப்புகளாகச் செயல்பட்டு வந்தன. ஆனால் தற்போது பல தனியார் நிறுவனங்களும் இத்துறையில் செயல்படத் துவங்கி உள்ளன. காப்பீட்டின் வகைகளை கீழே விரிவாகக் காணலாம்.



குறிப்புகள்

(i) ஆயுள் காப்பீடு

ஒருவரின் மரணம் அல்லது குறிப்பிட்ட கால முதிர்வுக்குப் பின் காப்பீட்டுறுதி தருநர் திட்டாவணத் தொகையைக் கொடுக்க பொறுப்பேற்கும் ஒப்பந்தமே ஆயுள் காப்பீடு எனப்படும்.

இதற்கு, காப்பீடு பெறுனர் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை முனைமமாக, மொத்தமாகவோ, தவணை முறையிலோ (அதாவது ஆண்டுக்கொருமுறை), காலாண்டு அல்லது அரையாண்டுக்கு ஒரு முறை அல்லது மாதா மாதம்) செலுத்த வேண்டும். இங்கு இடர் ஏற்படுவது என்பது உறுதி. எனவே ஆயுள் காப்பீட்டை “ஆயுள் காப்பீட்டுறுதி” (Life Assurance) என்றும் கூறலாம். எழுத்து வடிவில் அமைந்த இந்த ஒப்பந்தமே ஆயுள் காப்பீட்டு திட்டாவணம் (Life insurance policy) எனப்படும். மனித வாழ்வில் இறப்போ அல்லது குறித்த வயதை அடைவதோ நிச்சயமாக நடைபெறக் கூடியது. அப்போது காப்பீடு பெறுனர் அல்லது அவருடைய வாரிசு தாரர்கள் காப்பீட்டுத் தொகையினைப் பெற்றுக் கொள்கிறார்கள்.

வேலை அளிப்பவர் மற்றும் வியாபாரிகள் தங்கள் பணியாளர்கள் அனைவருக்கும் சேர்த்து குழு காப்பீட்டுத் திட்டாவணம் (Group insurance) எடுக்கலாம். இவ்வாறு செய்வது பணியாளர்களிடையே நேர்மை உணர்வையும், பாதுகாப்பையும் ஏற்படுத்தும். ஆயுள் காப்பீட்டுறுதி இரண்டு வகைப்படும். அவை:

(அ) முழு ஆயுள் திட்டாவணம்

(ஆ) குறித்த வயது திட்டாவணம்

காப்பீடு பெறுநர் அவருடைய ஆயுள் முழுமைக்குமாக எடுக்கும் திட்டாவணம், முழு ஆயுள் திட்டாவணம் எனப்படும். காப்பீட்டு பெறுநர் இறந்த பின்னரே அவருடைய வாரிசுதாரர்களுக்கு காப்பீட்டுத் தொகை வழங்கப்படும்.

குறித்த வயது திட்டாவணத்தில், பெறுநரின் இறப்பு அல்லது திட்டாவண முதிர்வு காலம் இதில் எது முன்னதாக நிகழ்கின்றதோ அப்போது திட்டாவணம் முதிர்ச்சியடையும். இதற்கு முனைமத்தொகை திட்டாவண முதிர்ச்சி காலம் வரை செலுத்தப்பட வேண்டும்.

(ii) தீக்காப்பீடு

தீக்காப்பீட்டு ஒப்பந்தம் என்பது காப்பீட்டு தருநர், பெறுநரிடமிருந்து முனைமம் பெற்றுக் கொண்டு, தீயினால் அவருடைய சொத்துக்கு ஏற்படும் இழப்பை ஈடு செய்ய ஒப்புக்கொள்வதாகும். தீக்காப்பீடு ஓர் ஈட்டுறுதி ஒப்பந்தமாகும். அதாவது காப்பீட்டு பெறுநர் நட்டத் தொகை அல்லது காப்பீட்டு திட்டாவணத் தொகை இதில் எது குறைவோ அதை மட்டுமே பெற முடியும். தீக்காப்பீட்டால் ஏற்படும் நட்டத்தை ஈடுசெய்ய இரண்டு நிபந்தனைகள் உள்ளன.

(i) தீ விபத்து என்பது உண்மையிலேயே நடைபெற்று இருக்க வேண்டும்.

(ii) தீ ஏற்பட்டதன் காரணம் விபத்தாக இருக்க வேண்டுமே தவிர வேண்டும் என்றே செய்ததாக இருக்கக்கூடாது.

இங்கு ஈட்டுறுதி கோட்பாடு பின்பற்றப்படுகிறது. அதாவது தீயினால் ஏற்பட்ட உண்மையான நட்டத்தை மட்டுமே காப்பீடு பெறுநர் பெற முடியும். எச்சூழலிலும் காப்பீடு பெறுநர் உண்மை நட்டத்திற்கு கூடுதலாக லாபம் எதுவும் பெற முடியாது. உதாரணமாக ஒரு நபர் சில குறிப்பிட்ட பொருட்களின் மீது ரூ.20,000/-க்கு



குறிப்புகள்

தீக்காப்பீடு எடுத்துள்ளார் எனக் கொள்வோம். தீயினால் ரூபாய் 15,000/- மதிப்புள்ள பொருட்கள் அழிந்துபோய் இருந்தால், காப்பீடு பெறுனர் காப்பீட்டுக் கழகத்திலிருந்து ரூபாய் 15,000/- மட்டுமே பெற முடியும். (காப்பீட்டுத் தொகையாகிய ரூ.20,000/- பெற முடியாது.

(iii) கடல் சார்ந்த காப்பீடு

கடல் காப்பீட்டின் கீழ் காப்பீடு தருநர் கடல் பயணத்தை தழுவி எழும் இழப்புகளுக்கு ஈட்டுறுதி அளிக்க ஒப்புக்கொள்கிறார். கடல் பயணத்தின்போது ஏற்படும் விபத்துகளால் கப்பலோ அல்லது அது கொண்டு வரும், கொண்டு செல்லும் பொருட்களுக்கு சேதம் ஏற்படும்போதும் காப்பீடு தருநர் நடத்ததை ஈடு செய்யும் ஒப்பந்தமாகும். பொருட்களை கப்பலில் ஏற்றிச் செல்ல சத்தம் (FREIGHT) தரப்படும். கப்பல் முழுவதும் வாடகைக்கு எடுத்துக் கொண்டால் வாடகை தரவேண்டும். பொருட்களை சேர்க்க வேண்டிய இடத்தில் சேர்க்கா விட்டால் சத்தத்தை கப்பல் உரிமையாளர் இழக்க நேரிடும். இவ்வகை சந்தர்ப்பங்களில் காப்பீடு தருநர் பெறுநருக்கு காப்பீடு சத்தத்தை ஈடு செய்கிறார். கடல் சீற்றங்களால் ஏற்படும் சேதங்களான கப்பல்கள் ஒன்றோடுஒன்று மோதுதல், திசை மாறுதல், கப்பல் மூழ்குதல் போன்ற விபரீதங்களினால் கப்பல் உரிமையாளர்களுக்கு காப்பீடு தருநர் நடத்ததை ஈடு செய்கிறார். (HULL INSURANCE) அனைத்து கடல்சார் காப்பீடும் ஈட்டுறுதி கோட்பாட்டின் கீழ் இடம்பெறுகின்றன. கடல்சார் காப்பீட்டு திட்டாவண வகைகள் பின்வருமாறு :

அ. காலத் திட்டாவணங்கள்

இக்காப்பீடு ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு எடுக்கப்படும், பொதுவாக ஒரு ஆண்டுக்கு மட்டுமே எடுக்கப்படுகிறது. இக்காப்பீடு கடல்சார் காப்பீட்டிற்கும் பொருள்சார் காப்பீட்டிற்கும் ஏற்றது.

ஆ. கடல் பயணத் திட்டாவணங்கள்

இந்த திட்டாவணத்தின்படி ஒரு குறிப்பிட்ட கடல் பயணத்திற்காக மட்டுமே காப்பீடு எடுக்க முடியும். பொருள்சார் காப்பீட்டிற்கு இந்த திட்டாவணம் ஏற்றது.

இ. கலப்புத் திட்டாவணம்

ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கும் மற்றும் ஒரு குறிப்பிட்ட கடல் பயணத்திற்கும் காப்பீடு எடுத்தால் அது கலப்பு திட்டாவணம் ஆகும்.

(எ.கா) மும்பையிலிருந்து கொழும்பு வரை மேற்கொள்ளும் கடல் பயணத்திற்கு 6 மாத காலத்திற்கு ஒரு திட்ட ஆவணம் எடுத்தால் அது கலப்பு திட்டாவணம் ஆகும்.

ஈ. மிதக்கும் திட்டாவணம்

இத்திட்டாவணத்தில் ஒரு மொத்தத் தொகைக்கு சரக்குகளுக்கான காப்புறுதி எடுக்கப்படுகிறது. பொருட்களை கப்பலில் அனுப்பும்போது அதன் மதிப்பைக் குறிப்பிட்டு அதற்குரிய தொகையை காப்பீட்டு நிறுவனம் கழித்துக்கொள்ளும். அந்தத் தொகை தீரும் வரை கப்பலில் பொருட்களை அனுப்புவதைத் தொடரலாம்.

தீ, கடல் மற்றும் ஆயுள் காப்பீட்டிற்கு உள்ள வேறுபாடுகள்



குறிப்புகள்

எண் அடிப்படை	தீக்காப்பீடு	கடல் காப்பீடு	ஆயுள் காப்பீடு
1. நட்டஈடு	காப்பீடு செய்யப்பட்ட தொகை அல்லது இழப்பு இதில் எது குறைவானதோ நட்ட ஈடாகும்.	பொருட்களின் விலையும் 10-15% லாப வீதமும் இழப்பீடாக இருக்கும்	எந்த இழப்பும் நட்ட ஈடாக இராது குறிப்பிட்ட பணம் ஈடாகக் கிடைக்கும்
2. காப்பீடு பெறுநலன்	காப்பீட்டு பாலிசி எடுக்கும் போதும் இழப்பு ஏற்படும். மேலும் காப்பீடு பெறுநலன் இருக்க வேண்டும்.	இழப்பு ஏற்படும் போது காப்பீடு பெறுநலன் இருக்க வேண்டும்.	பாலிசி எடுக்கும் போது காப்பீடு பெறுநலன் இருக்க வேண்டும்.
3. பாலிசியை பிறருக்கு மாற்றுவது	காப்பீட்டு நிறுவன அனுமதியின்றி மாற்ற முடியாது	காப்பீட்டு நிறுவன அனுமதியின்றி மாற்றிட முடியாது	மாற்றிடவே முடியாது
4. காப்பீட்டு இடரின் தன்மை	நிச்சயமில்லாதது	நிச்சயமில்லாதது	நிச்சயமானது ஆனால் எப்போது என்பது நிச்சய மில்லாதது
5. பாலிசியின் காலம்	பொதுவாக ஓராண்டு பாலிசி	பொதுவாக ஓராண்டு பாலிசி எடுக்கப்படுகிறது	நீண்ட காலத்திற்கு பாலிசி
6. முனைமம் (Premium)	காப்பீடு செய்யப்பட்ட தொகையைப் பொறுத்து அதிகமான தொகைக்கு அதிக முனைமம்	ஏற்படும் ஆபத்துக்கு ஏற்ப அமையும்	காப்பீடு செய்பவரின் வயதைப்பொறுத்துப் பாலிசியின் நிபந்தனைக்கு ஏற்ப மாறிடும்.
7. நோக்கம்	தீயினால் ஏற்படும் இழப்பை ஈடுகட்டிட	கடலில் ஏற்படும் இழப்பைச் சரி செய்ய	பாதுகாப்பும் சேமிப்பும்
8. சரண் செய்து (Surrender) மீளப் பெறுதல்	காலாவதி காலத்திற்குமுன் திரும்பப் பெற முடியாது	காலாவதி காலத்திற்கு முன் திரும்பப் பெற முடியாது	முதிர்வு அடையும் முன்னர் திரும்பப் பெறலாம்

பிற வகைக் காப்பீடுகள்

தீ, கடல் மற்றும் ஆயுள் காப்பீடு தவிர, பொது காப்பீட்டு நிறுவனங்கள், வேறு பல்வேறு வகையான காப்பீடுகளையும் வழங்குகின்றன. அவற்றில் சில பின்வருமாறு:

(அ) மோட்டார் வாகனக் காப்பீடு: மோட்டார் சைக்கிள், கார், வேன், ஸ்கூட்டர், பேருந்து, சிற்றூந்து போன்ற அனைத்து வகை மோட்டார் வாகனங்களும் இக்காப்பீட்டின் மூலம் காப்பீடு செய்யப்படுகிறது. திருட்டு, விபத்து, காயம், இறப்பு போன்ற அனைத்து வகை இடர்களும் இங்கு காப்பீடு செய்யப்படுகிறது. மோட்டார் வாகன சட்டப்படி மூன்றாம் நபர் விபத்து காப்பீடு கட்டாயப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.



குறிப்புகள்

(ஆ) கொள்ளைக் காப்பீடு

கொள்ளை மற்றும் கடையடைப்பால் ஏற்படும் நட்டத்தை ஈடுசெய்யும் காப்பீடு இது. சரக்குகளை கொள்ளையடித்தல் மற்றும் வீட்டை உடைத்து திருடுதல் போன்ற இடர்களை இத்திட்டாவணம் காப்பீடு செய்கிறது.

(இ) விசுவாசக் காப்பீடு

பணம் மற்றும் சரக்குகளை பணியாளர்கள் திருடுதல், மோசடி மற்றும் நேர்மையற்ற பணியாளர்கள் கையாடல் செய்தல் போன்ற நிகழ்வுகளினால் ஏற்படும் இழப்பை இத்திட்டாவணம் ஈடுசெய்கிறது. பணியாளர்கள் விசுவாச உத்திரவாத பத்திரத்தில் (Fidelity guarantee bond) கையொப்பமிட வேண்டும்.

(ஈ) தனியார் விபத்து மற்றும் உடல்நலக்குறைவு காப்பீட்டுத் திட்டாவணம் : இறப்பு மற்றும் சில சூழ்நிலைகளில் உடல் ஊனமடைதல் போன்ற இடர்களை இத்திட்டாவணம் மூலம் காப்பீடு செய்யலாம்.

(உ) பொறுப்புக் காப்பீடு

மற்றவர்களின் இறப்பு மற்றும் காயம் ஏற்படுவதை பொறுப்பு ஏற்றுக் கொள்பவர்களின் இடரை இத்திட்டாவணம் ஈடுசெய்கிறது. இது இரண்டு வகைப்படும்.

(i) பணியாளர் பொறுப்பு: பணியாளர்களின் பாதுகாப்பினை பணியாளர் சட்டப்படி பொறுப்பேற்றுக் கொள்வதை இது காப்பீடு செய்கிறது.

(ii) பொது பொறுப்பு: இது வியாபார நிறுவனங்களுக்கு வருகை புரியும் பொதுமக்கள் மீது எடுக்கப்படும் காப்பீடு ஆகும்.

(ஊ) சொத்துக் காப்பீடு

வியாபாரிகளும், தனிநபர்களும் தங்கள் சொத்துக்களை விபத்து, தீ, வெள்ளம், நில அதிர்வு போன்றவற்றிலிருந்து பாதுகாக்க இக்காப்பீடு எடுக்கப்படுகிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 10.1

I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா, தவறா என்று கூறவும்.

1. கடல்சார் காப்பீடு ஒரு சாதாரண ஒப்பந்தம் ஆனால் ஆயுள் காப்பீடு ஒரு ஈட்டுறுதி ஒப்பந்தமாகும்.
2. தீயால் ஏற்படும் இழப்பை ஈடுசெய்வது தீக்காப்பீடு, இங்கு தீக்கான காரணம் தேவையற்றது.
3. கடல் சீற்றத்தால் ஏற்படும் இழப்பை ஈடுசெய்யும் காப்பீட்டின் மூலம் ஒரு கப்பலை காப்பீடு செய்யலாம்.
4. குறித்த வயது திட்டாவணத்தில் காப்பீடு பெறுநர் தன் ஆயுள் முழுவதும் முனைமம் செலுத்த வேண்டும்.
5. ஆயுள் காப்பீட்டில் முனைமத்தை ஆண்டுத் தவணையாகவோ மொத்தமாகவோ செலுத்தலாம்.



6. கடல் காப்பீட்டில், காலத்திட்டாவணம் கடல்சார் காப்பீட்டிற்கு (Marine Insurance) பயன்படுகிறது.
7. வியாபார உரிமையாளர்களுக்கு விசுவாசக் காப்பீடு கட்டாயமல்ல.
8. ஈட்டுறுதி ஒப்பந்தத்தின் முக்கிய நோக்கம் எச்சுழலிலும் ஒருவர் உண்மை நட்டத்திற்குக் கூடுதலாக எதையும் பெற்றுவிட முடியாது.

10.5 காப்பீட்டின் கோட்பாடுகள்

காப்பீடு தருநருக்கும் காப்பீடு பெறுநருக்கும் இடையே காப்பீடு எடுக்கும்போது பின்வரும் கோட்பாடுகள் பின்பற்றப்பட வேண்டும்.

(i) மிக்க நம்பிக்கை

காப்பீடு ஒப்பந்தம் பரஸ்பரம் நம்பிக்கை உள்ள நேர்மையான ஒப்பந்தமாகும். காப்பீடு பெறுநர் மற்றும் தருநர் இருவரும் அனைத்து உண்மைத் தகவல்களையும் ஒருவருக்கொருவர் வெளிப்படுத்த வேண்டும். காப்பீடு பெறுநரால் அளிக்கப்படும் தவறான தகவல், வேண்டுமென்றே மறைக்கப்படுதல், மோசடி செய்யும் எண்ணத்துடன் தவறான ஆதாரங்கள் அளித்தல் போன்ற காரணங்களால் காப்பீடு பெறுநர் ஒப்பந்தத்தில் உள்ள அனைத்து பொறுப்புகளில் இருந்தும் விடுபட்டு விடுவார். (எ.கா.) ஒருவர் ஆயுள் காப்பீடு எடுக்கும்போது, தான் ஏதேனும் உயிர்க்கொல்லி நோயினால் பாதிக்கப்பட்டு இருந்து, அந்த உண்மையை காப்பீடு நிறுமத்திடம் மறைத்து, காப்பீடு எடுத்தால், பிறகு அந்த நோயால் அவர் இறந்து விட்டால், காப்பீடு நிறுமம் எந்த நட்டஈட்டுத் தொகையும் வழங்காது.

(ii) காப்பீடு பெறுநலன்

காப்பீடு பெறுநலன் காப்பீடு ஒப்பந்தத்திற்கு அவசியமாகும். காப்பீடு பெறுநலன் என்பது குறிப்பிட்ட நிதி சார்ந்த உறுதி ஆகும். ஒருவருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட சொத்து இருப்பதால் பயனும் அச்சொத்து அழிவதால் பாதிப்பு அடைந்தால் அவருக்கு அச்சொத்தின் மீது காப்பீடு பெறுநலன் உள்ளது. இது ஆயுள் காப்பீட்டிற்கும் பொருந்தும். ஆயுள் காப்பீட்டில் ஒருவருக்கு காப்பீடு எடுக்கும்போது காப்பீடு பெறுநலன் இருக்க வேண்டும். (எ.கா.) ஒருவர் தன் மனைவி பெயரில் காப்பீடு திட்டாவணம் எடுக்கிறார் என்று கொள்வோம். இங்கு அவருக்கு தன் மனைவி பேரில் காப்பீடு எடுக்கிறார். பின்பு அவரை விவாகரத்து செய்துவிட்டாலும் அது காப்பீட்டு பாலிசியை பாதிக்காது. ஏனென்றால் காப்பீடு ஒப்பந்தம் செய்யும்போது அந்த மனிதனுக்கு தனது மனைவியின் ஆயுளில் காப்பீட்டு பெறுநலன் இருந்தது என்பது ஆகும்.

கடல்சார் காப்பீட்டில் நட்டம் ஏற்படும்போது காப்பீடு பெறுநலன் இருக்க வேண்டும். ஆனால் தீ காப்பீட்டில், காப்பீடு பெறுநலன் ஒப்பந்தம் ஏற்படும் போதும், நட்டம் ஏற்படும்போதும் இருக்க வேண்டும்.



குறிப்புகள்

(iii) ஈட்டுறுதி

ஈட்டுறுதி என்பது ஒருவர் ஒரு குறிப்பிட்ட நிகழ்வு (நட்டம்) ஏற்படும் முன்னர் எந்த நிலையில் இருந்தாரோ அதே நிலைக்கு நட்டமடைந்த பின்பும், அவரை கொணர்வதே ஆகும். இக்கோட்பாடு தீக்காப்பீட்டிற்கும், கடல்சார் காப்பீட்டிற்கும் மட்டுமே பொருந்தும். ஆயுள் காப்பீட்டுக்கு இது பொருந்தாது. ஏனெனில் மனித வாழ்வை ஈடுசெய்ய இயலாது. இக்கோட்பாடானது காப்பீடு பெறுநர், காப்பீட்டின் மூலம் லாபம் எவையும் பெறக்கூடாது என்பதே ஆகும். ஒரு நட்டம் ஏற்படும்போது உண்மை நட்டம் அல்லது காப்பீட்டுத் தொகை இவற்றில் எது குறைவோ அதுவே நட்ட ஈடாக வழங்கப்படும்.

(iv) பகிர்ந்தளித்தல்

காப்பீடு பெறுநர் தன் சொத்தின் மீது ஒன்றிற்கு மேற்பட்ட காப்பீடு தருநரிடம் காப்பீடு செய்திருந்தால் காப்பீட்டு பெறுநருக்கு ஏற்படும் இழப்பினை அனைத்து காப்பீட்டு தருநர்களும், ஒப்பந்த தொகைக்கு ஏற்றவாறு, விகிதாச்சார அடிப்படையில் பகிர்ந்து அளிப்பர்.

(v) பகர உரிமை

காப்பீட்டில் பகர உரிமை என்பது காப்பீடு பெறுநர் தனக்கு ஏற்பட்ட இடரை காப்பீடு தருநர் ஈடு செய்தவுடன், இடர் தொடர்பான அனைத்து உரிமைகளையும், தருநருக்கு மாற்றிக் கொடுக்க வேண்டும். (எ.கா.) ரூ.20,000 மதிப்புள்ள ஒரு பகுதி சரக்கு மட்டும் தீயினால் சேதமடைந்துள்ளது எனக் கொள்வோம். காப்பீடு நிறுவனம், பெறுநருக்கு நட்டத்தை ஈடுசெய்த பின் பாதி சேதமடைந்த சரக்குகளை எடுத்துக் கொள்வார். அதை அவர் சந்தையில் விற்க முடியும்.

(vi) மட்டுப்படுத்துதல்

காப்பீடு பெறுநர் விபத்து ஏற்படும்போது தன்னால் இயன்றவரை காப்பீடு செய்த சொத்தினை பாதுகாக்கத் தேவையான நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டு தன் சொத்தினை பாதுகாக்க தவறக்கூடாது என்பதே இக்கோட்பாட்டின் முக்கிய நோக்கமாகும். காப்பீடு செய்யப்பட்ட பொருள் காப்பீடு இல்லாதிருப்பின் எந்த அளவு காப்பீடு செய்திருப்பவர் முனைப்பாக செயல்பட்டிருப்பாரோ அந்த அளவு செயல்பட வேண்டும் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது.

(vii) அண்மைக் காரணம்

இக்கோட்பாட்டின்படி காப்பீடு பெறுநர் இடர்பாடு காரணமாக நட்டம் ஏற்பட்டிருந்தால் மட்டுமே நட்டஈடு பெற முடியும். இந்த இடர்பாடு இழப்பு அண்மை காரணத்தால் ஏற்பட்டிருக்க வேண்டும். அவ்வாறு இருந்தால் மட்டுமே காப்பீடு நிறுமம் நட்ட ஈடு வழங்கும். (எ.கா) ஆரஞ்சு பழங்கள் ஏற்றப்பட்ட ஒரு கப்பல் விபத்து காரணமாக ஏற்படும் நட்டத்தை ஈடுசெய்ய காப்பீடு எடுக்கப் படுகிறது. கப்பல் துறைமுகத்திற்கு பத்திரமாக வந்து சேர்ந்து விட்டது. ஆனால் கப்பலிலிருந்து ஆரஞ்சு பழங்களை இறக்க காலதாமதம் ஏற்பட்டு விடுகிறது.



குறிப்புகள்

இதனால் பழங்கள் வீணாகிவிட்டன. இங்கு காப்பீடு நிறுவனம் நட்டஈடு என எத்தொகையும் வழங்காது. ஏனெனில் பழங்கள் வீணாவதற்கான அண்மைக் காரணம் காலதாமதமே தவிர விபத்து அல்ல.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 10.4

I. கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக

1. காப்பீடு பெறுநலன் காப்பீடு பெறுநருக்கும் தருநருக்கம் இடையே -----ஐ சார்ந்துள்ளது.
2. ஆயுள் காப்பீட்டில், ஒருவர் ----- மேற்கொள்ளும்போது காப்பீடு பெறுநலன் இருத்தல் அவசியம்.
3. எச்சுழலிலும் காப்பீட்டு பெறுநர் லாபம் அடைந்துவிடக் கூடாது என்பதே ----- கோட்பாட்டின் முக்கிய நோக்கமாகும்.
4. இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட காப்பீட்டு தருநர்களிடம் காப்பீடு செய்யப்படும்போது, ஒரு தருநர் ஈட்டுத்தொகை முழுவதையும் அளித்து விட்டால், மற்ற தருநர்கள் அந்த ஈட்டுத் தொகையை ----- அடிப்படையில் பகிர்ந்துகொள்ள வேண்டும்.



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ நம்மால் கட்டுப்படுத்த முடியாத சில காரணங்களால், நமக்கு ஏற்படும் நட்டம் அல்லது சேதம் 'இடர்' எனப்படும். இவ்வாறு எதிர்பாராத நிகழ்வுகளால் ஏற்படும் இடரை அனைத்து வர்த்தக அமைப்புகளும் சந்திக்க நேரிடும்.
- ▶ காப்பீடு' உதவியுடன் நட்டம் அல்லது சேதம் காரணமாக ஏற்படும் இடரை காப்பீடு பெறுநர் காப்பீட்டு தருநருக்கு மாற்றலாம். இதற்கு அவர் முனைமம் (Premium) செலுத்த வேண்டும்.
- ▶ காப்பீடு பெறுநருக்கும் காப்பீடு தருநருக்கும் இடையே ஏற்படும் ஓர் ஒப்பந்தமே காப்பீடு ஆகும். காப்பீடு தருநர் முனைமத் தொகையை பெற்றுக் கொண்டு, இடர் அல்லது நட்டம் ஏற்பட்டால் குறிப்பிட்ட தொகையை அளிப்பதாக ஒப்புதல் தருகிறார். (எ.கா.) காப்பீடு பெறுநர் வயது முதிர்வு அடையும்போது அல்லது இடர் காரணமாக ஏற்படும் உண்மையான நட்டம் காரணமாக தருநர் குறிப்பிட்ட தொகையை அளிப்பார்.
- ▶ காப்பீட்டின் முக்கியத்துவம்: பல நபர்களுக்கு ஏற்படும் இழப்பு அல்லது நட்டத்தை பங்கிட்டுக் கொள்வதே காப்பீடு ஆகும். உள்நாட்டு சந்தை மற்றும் பன்னாட்டு சந்தையிலும், சரக்குகளை பேரளவு உற்பத்தி செய்தல் மற்றும் வழங்குதல் போன்ற வியாபார நடவடிக்கைகளில் காப்பீடு மிக முக்கிய அங்கம் வகிக்கிறது. வர்த்தகத்திற்கும் தொழிற்சாலைகளுக்கும் இது மிகவும் உதவியாக உள்ளது. பாலிசிதாரர்களிடம் பெறும் முனைமத் தொகையை ஒவ்வொரு காப்பீட்டு கழகமும் பல பத்திரங்களில் முதலீடு செய்வதால்

நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்குப் பேருதவியாக உள்ளது. பல மக்களுக்கு காப்பீடு நிறுவனங்கள் வேலைவாய்ப்பை அளிக்கிறது.

▶ வகைகள்: காப்பீடு 4 முக்கிய வகைகளாகப் பிரிக்கப்படுகிறது.

ஆயுள் காப்பீடு: முழு ஆயுள் திட்டாவணம், குறித்த வயது திட்டாவணம்
தீக்காப்பீடு: காலத் திட்டாவணம்

கடல் காப்பீடு: கடற்பயணத் திட்டாவணம், காலத் திட்டாவணம் / கலப்பு திட்டாவணம்

▶ இதர காப்பீட்டு வகைகள்: வாகனக் காப்பீடு, கொள்ளைக் காப்பீடு, விசுவாசக் காப்பீடு, தனியார் விபத்து மற்றும் உடல்நலக் குறைவு காப்பீடு, பொறுப்புக் காப்பீடு, சொத்துக் காப்பீடு.



குறிப்புகள்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. வியாபார இடர் என்றால் என்ன?
2. காப்பீடு - வரையறு
3. ஏன் காப்பீடு முக்கியமானது? ஏதேனும் இரண்டு காரணங்கள் தருக.
4. குறித்த வயது திட்டாவணம் என்றால் என்ன?
5. கடல் பயண திட்டாவணம் என்பது யாது?
6. கடல்சார் காப்பீடு (Hull Insurance) என்றால் என்ன?
7. வர்த்தகம் மற்றும் தொழிற்சாலைக்கு காப்பீடு எவ்வாறு முக்கிய உதவியாக உள்ளது?
8. முழு ஆயுள் திட்டாவணத்திற்கும் குறித்த வயது திட்டாவணத்திற்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை? ஏன் ஆயுள் காப்பீடு - காப்பீட்டுறுதி என அழைக்கப்படுகிறது?
9. மோட்டார் வாகனக் காப்பீடு, விசுவாசக் காப்பீடு இவற்றில் எவ்வகையான இடர்கள் ஏற்கப்படுகின்றன?
10. கடல்சார் காப்பீடு எந்த நோக்கத்திற்காக எடுக்கப்படுகிறது? இறக்குமதியாளர்களும், ஏற்றுமதியாளர்களும் உதவும் வகையில் உள்ள பல்வேறு வகையான கடல் காப்பீட்டு திட்டாவணங்களை விவரி.
11. கேன்சர் நோயால் பாதிக்கப்பட்ட ஒருவர் காப்பீடு எடுக்கும்போது இது பற்றிய உண்மையைத் தருநருக்கு தெரிவிக்கவில்லை. இவர் எக்கோட்பாட்டை மீறி நடந்து கொண்டார் என்பதை 50 வார்த்தைகளில் விவரி.
12. 1) ஆயுள் காப்பீடு
2) தீக்காப்பீடு
3) கடல் காப்பீடு - இவற்றில் எப்போது காப்பீடு பெறுநலன் இருத்தல் வேண்டும்.



பதில்கள்



குறிப்புகள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 10.1

1. சரி 2. தவறு 3. தவறு 4. சரி 5. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 10.2

1. நட்டம் 2. பாதுகாப்பாக 3. பத்திரங்கள் 4. தொழிற்சாலை

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 10.3

1. தவறு 2. சரி 3. சரி 4. தவறு
5. சரி 6. சரி 7. சரி 8. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 10.4

1. பரஸ்பரம் / நம்பிக்கை மற்றும் நேர்மை 2. ஒப்பந்தம்
3. ஈட்டுறுதி 4. விகிதாசாரம்

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- ❑ மாணவர்கள் தங்கள் பகுதியிலுள்ள கடைக்காரர்களைச் சந்தித்து அவர்கள் செய்துள்ள தீக்காப்பீடு குறித்து கேட்டறியவும்.
- ❑ மாணவர்கள் தங்கள் பக்கத்து வீட்டிலுள்ளவர்கள் செய்துள்ள ஆயுள் காப்பீடு முழு ஆயுள் திட்டாவணமா அல்லது குறித்த வயது திட்டாவணமா என்று தெரிந்து கொள்ளவும்.



குறிப்புகள்

அயலாக்கம்

ஒரு நிறுவனம் தனது பணியாளர்கள் செய்யக்கூடிய வேலை, செயல்பாடு அல்லது பணியை இன்னொருவரைக் கொண்டு ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் ஒப்பந்தத்தின் மூலம் செய்து முடித்திடச் செய்வது அயலாக்கம் (outsourcing) எனப்படும். ஒரு நிறுவனத்தில் வேலை செய்யும் பெண் செயலாளர் மகப்பேறு விடுப்பில் செல்லும் போது தற்காலிகமாக இன்னொருவரை பணியமர்த்துவது அயலாக்கம் அல்ல. பிறரால் செய்யப்படும் அயலாக்க



வேலை நிறுவன இருப்பிடத்திற்கு உள்ளேயோ அல்லது வெளியேயோ நடைபெறலாம். வெளிநாடுகளிலிருந்து கடல் கடந்து வரும் இத்தகைய வேலைகள் இந்தியா, சீனா போன்ற நாடுகளில் பெருவாரியாக நடைபெற்று வருவதை நீங்கள் கேள்விப்பட்டிருப்பீர்கள். இதற்கு கரை கடந்த அயலாக்கம் (Off store Outsourcing) எனப் பெயர். தற்சமயம் அதிகமாக செயல்பட்டு வரும் தொலைபேசி அழைப்பு மையங்கள் (Call Centres) தொழில்நுட்ப உதவி மையங்கள், கணினி நிரலாக்கம் போன்றவை இவ்வகைக்கு சில எடுத்துக் காட்டுகளாகும். வேலைகளும், பணிகளும் சிறப்பு மையமாகத் மாறியதிலிருந்து இருந்து அயலாக்கம் துவங்கி விட்டது எனலாம். வெளியிலிருந்து கிடைக்கும் சிறப்பான அயலாக்கத் தீர்வுகள் பணிச்செயல் அயலாக்கத்தின் தேவையை மேலும் அதிகப்படுத்தி உள்ளது. இவ்வகையில் நிறுவனங்கள் தமது சம்பளப் பட்டியலை உருவாக்குவது போன்ற வேலையை வெளியிலுள்ள சேவை அளிப்பவரைக் கொண்டு ஒப்பந்த அடிப்படையில் செய்து முடிக்கின்றன. வழக்கமாக ஒரு நிறுவனம் தனது செலவீனத்தை குறைத்து லாபத்தைப் பெருக்கி பங்குச் சந்தையில் தன்னிடத்தை நிலைநிறுத்த இத்தகைய செயல்களில் ஈடுபடுகின்றன. இப்பாடப் பகுதியில் வணிகச் செயல் அயலாக்கம் (BPO) அறிவுச் செயல் அயலாக்கம் (Knowledge Process Outsourcing) என்பதன் விளக்கம், முக்கியத்துவம் குறித்து நீங்கள் கற்றுக்கொள்ள விருக்கிறீர்கள்.



குறிப்புகள்



நோக்கங்கள்

இப்பாடப் பகுதியை படித்தறிந்த பின்பு நீங்கள்

- ▶ வணிகச்செயல் அயலாக்கம் என்பதை விளக்கவும்.
- ▶ அறிவுச்செயல் அயலாக்கம் என்பதை விளக்கவும்.
- ▶ இவ்விரண்டின் முக்கியத்துவத்தை விவரித்துச் சொல்வதற்கும்.
- ▶ இவ்விரண்டிற்கு இடையேயுள்ள வேறுபாடுகளைக் கண்டறியவும் முடியும்.

11.1 வணிகச்செயல் அயலாக்கம் என்பதன் பொருள்

ஒரு நிறுவனம் தனது உள் அமைப்புக்குள்ளே செய்யக்கூடிய வேலையை முடிக்கும் பொறுப்பை பிறிதொருவரிடம் அளித்து செய்து முடிப்பது வணிகச் செயல் அயலாக்கம் எனப்படும். ஒரு காப்புறுதி நிறுவனம் ஈட்டுத் தொகை சரிபார்ப்பது; ஒரு வங்கி கடன் தேவை விண்ணப்பங்களை வெளியாரைக் கொண்டு மீளாய்வு செய்வது இவ்வினத்திற்கான சில எடுத்துக்காட்டுகளாகும். அழைப்பு மையங்கள் மற்றும் சம்பளப் பட்டியல் அயலாக்கம் போன்றவையும் பொதுவாகக் காணப்படும் அயலாக்க நடைமுறைகளாகும்.

இத்தகைய அயலாக்க நடைமுறைகளின் மூலம் நிறுவனங்கள் தமது வேலையை மூன்றாம் நபரிடம் அளித்து முடிக்கச் செய்து செலவீனத்தை மிச்சப்படுத்துகின்றன. அயலாக்க நிறுவனங்களும் பலதிறப்பட்ட இத்தகைய பணிகளை பலருக்கு செய்வதன் மூலம் தங்கள் வேலைவாய்ப்புகளை அதிகப்படுத்திக் கொள்கின்றன. மேலும் பல்வேறு நாடுகளின் மாறுபட்ட தொழிலாளர் ஊதிய நிலை காரணமாக செலவுச்சேமிப்பு உண்டாகிறது.

வணிகச் செயல் அயலாக்கம் இரண்டு வகைப்படும். (i) பின் அலுவலக அயலாக்கம் (Back Office Outsourcing) பட்டியல், கொள்முதல் செய்வது போன்ற வணிகச் செயல்பாடுகள் இவ்வகையைச் சேர்ந்தவை. (ii) முன் அலுவலக அயலாக்கம் (Front Office Outsourcing) விற்பனை செய்வது, தொழில்நுட்ப உதவி செய்வது போன்ற வாடிக்கையாளர் தொடர்பான சேவைகள் இதில் அடங்கும். வணிக



நோக்கங்களை அடையும் வகையில் திறமையாக செலவீனக் குறைப்பை ஏற்படுத்துவதற்குரிய நுட்பமான, சக்தி வாய்ந்த, நெகிழ்வுத் தன்மையுள்ள வாய்ப்புகளை இவை உருவாக்கித் தருகின்றன. சுருங்கக்கூறின் வணிகச்செயல் அயலாக்கம் என்பது ஒரு நிறுவனம் தனது வர்த்தகச் செயல்பாடுகளில் சிலவற்றை இன்னொருவரிடம் கட்டணத்திற்காக செய்து முடிக்கும் பொறுப்பை அளிப்பது என்பதாகும். இதன் காரணமாக அந்நிறுவனங்கள் தம் செயல்பாட்டு செலவீனங்களை பெருமளவில் குறைத்து அதிக லாபமீட்ட முடிகிறது.



குறிப்புகள்

அயலாக்க நிறுவனங்கள் (BPOs) தங்களிடம் வரும் நிறுவனங்களின் வாடிக்கையாளர்களை சிறப்பாகத் திருப்தி செய்ய உதவுகின்றன. இதனால் அந்நிறுவனங்கள் தங்கள் வாடிக்கையாளரைத் தக்க வைத்து உற்பத்தி உயர்வுக்கும் திறன்பட போட்டியை எதிர்கொள்வதற்கும், இதன் காரணமாக லாபத்தை அதிகரிக்கச் செய்யவும் முடிகிறது. பல வகையான வேலைகளை அயலாக்கம் செய்திடலாம். அழைப்பு / உதவி மையங்கள்; மருத்துவ படியெடுத்தல் (Medical Transcription), பட்டியலிடல், சம்பளப் பட்டியல் உருவாக்கம், தரவுப்பதிவு (Data Entry), தகவல் தொழில்நுட்பச் சேவைகள், மனிதவள செயல்பாடுகள் போன்றவை சில எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

தகவல் தொழில்நுட்ப அமைப்புகளோடு அயலாக்க தொழிலகங்கள் நெருக்கமாக இணைந்து செயல்படுவதால், இது தகவல் தொழில்நுட்பமளிக்கும் சேவை (Information Technology Services-ITES) எனவும் அழைக்கப்படுகின்றது. ஆனால் வணிகச்செயல் அயலாக்கம் தகவல் தொழில்நுட்பச் சேவைகளை மட்டுமே அளிக்கும் என்பதில்லை.

வணிகச்செயல் அயலாக்கம் என்பதை மிக எளிதாக வரையறுக்கலாம். நிறுவனத்தின் மிகவும் முக்கியமற்ற வணிகச் செயல்கள் அல்லது அச்செயல்களின் ஒரு பகுதி வேலைகள் அதோடு தொடர்புடைய நபர்கள், தொடர்புடைய அமைப்புகளை பொறுப்பில் பிரிதொரு அமைப்பு எடுத்துக்கொள்வதாகும். இதன் காரணமாக சேவைத்தரம் உயர்வதற்கும், செலவீனத்தை சேமிப்பதற்கும் வழிகோலப்படுகிறது. திறன் வளர்ச்சி, உடனடி நடவடிக்கை மேற்கொள்ளுதல், நிறுவனத்திற்கென்ற ஒரு அடையாளம் உருவாக்குதல் (Branding), வாடிக்கையாளர் நல்லுறவு, நிறுவனம் சிறப்படைதல் போன்றவைகளை நோக்கிய உந்து சக்தியாக அயலாக்கம் ஒரு நிறுவனத்திற்குப் பயன் அளிக்கிறது.

11.2 வணிகச்செயல் அயலாக்கத்தின் பயன்கள்

பெரு நிறுவனங்களின் நிர்வாகிகளை அன்றாட மேலாண்மை பொறுப்புகளில் இருந்து விடுவித்து அவசியமான செயல்களில் அவர்கள் கவனம் செலுத்த உதவிடுவது அயலாக்கத்தின் மிக முக்கியமான நோக்கமாகும். நிறுவனச் செயல் ஒன்று வெற்றிகரமாக அயலாக்கம் செய்யப்படும் போது, வருவாயை அதிகரிக்க சிந்திப்பது, புதிய திட்டங்களை உருவாக்குவது, வாடிக்கையாளரை கண்ணோக்கல் போன்ற செயல்களுக்கு அதிக நேரம் அவர்களால் செலவிட முடிகிறது. நிறுவனங்கள் தங்கள் பின் அலுவலக நடைமுறைகளை மூன்றாம் உலக நாடுகளில் செய்து முடிப்பதால் கீழ்க்கண்ட பயன்கள் ஏற்படுகிறது.

1. **செலவைக் குறைப்பு செய்வது:** அன்றாடச் செயல்களில் முன்னேற்றம், மறுநிர்மாண கட்டமைப்பு செய்தல் (Re-engineering), நிர்வாகச் செலவு மற்றும் பிற செலவீனத்தைக் குறைக்க தகவல் தொழில்நுட்பத்தைப் பயன் படுத்துதல் - போன்ற நடவடிக்கைகளால் செலவு குறைகிறது.
2. **நிறுவனத்தின் பிரதான தொழிலில் கவனம் செலுத்துதல்:** தம் பின் அலுவலக நடைமுறைகள் (Back office operation) அனைத்தும் அயலாக்கத்தின் உதவியால் மேற்கொள்ளப்படுவதால் நிறுமங்கள் அதிகமான நேரத்தை பிரதானமான தொழிலுக்கு செலவிட முடிகிறது.



குறிப்புகள்

3. **வெளியே கிடைக்கும் நிபுணத்துவத்தை பெற்றுக் கொள்வது:** நிறுமங்கள் தாமே பணியாளரை நியமனம் செய்து பயிற்சி அளிப்பதைத் தவிர்க்க முடிகிறது. தேவையான துறைக்கான நிபுணத்துவத்தைப் பெறுவதற்கான வழிகாட்டுதலை, திறன்களையும் அயலாக்க நிறுவனங்கள் அவர்களுக்கு வழங்குகின்றன.
4. **தொடர்ந்து மாறிவரும் வாடிக்கையாளர் தேவையைச் சந்திப்பது:** மாறிவரும் வாடிக்கையாளரின் தேவையைப் பூர்த்தி செய்வதற்குரிய நெகிழ்வுத் தன்மையுள்ள, அளவிட்டு அறியக்கூடிய சேவைகள் பலவற்றை பெரும்பாலான அயலாக்கம் அளிப்பவர்கள் நிறுவன நிர்வாகத்திற்கு வழங்குகின்றனர். புதிய நிறுமங்களைக் கையகப்படுத்தல், கூட்டு முயற்சியில் நிறுமங்களைத் துவக்குதல் போன்ற செயல்களிலும் உதவி புரிகின்றனர்.
5. **வருமானத்தை அதிகரிக்கச் செய்தல்:** நிறுமங்கள் முக்கியமற்ற செயல்களை அயலாக்கம் செய்வதன் மூலம் விற்பனையை அதிகப்படுத்துவதற்கும், சந்தையில் தங்கள் பங்கை அதிகப்படுத்தவும், புதிய பொருட்களை உருவாக்குவதற்கும், புதிய சந்தைகளைக் கண்டறியவும், வாடிக்கையாளர் சேவையையும், திருப்தியையும் அதிகப்படுத்தவும் முடிகிறது.

11.3 அறிவுச்செயல் அயலாக்கம் (Knowledge Process Outsourcing) என்பதன் பொருள்

இந்தியாவில் வேகமாக வளர்ந்து வரும் புதிய அணுகுமுறையில் ஒன்று அறிவுச் செயல் அயலாக்கம் என்பதாகும். வணிகச்செயல் அயலாக்கம் தனது செயல்பாட்டில் பெற்றுள்ள அடுத்த உயர்நிலை வளர்ச்சி இதுவாகும். அடிப்படையான பின்அலுவலக செயல்பாடுகளிலும், வாடிக்கையாளர் பராமரிப்பு சேவையையும் இதுகாறும் அளித்து வந்த அயலாக்க நிறுவனங்கள் தமது பணி நிலையை உயர்த்தி வருகின்றன. வழக்கமான வணிகச்செயல் அயலாக்கத்தின் முனைப்பு செயல்பாட்டு நிபுணத்துவம் ஆகும். ஆனால், அறிவுச் செயல் அயலாக்கத்தின் முனைப்பு அறிவு நிபுணத்துவம் (Knowledge Expertise) ஆகும்.

அறிவுச்செயல் அயலாக்கம் (KPO) அறிவார்ந்த வணிகச்செயல்பாடுகளை நிறுவனத்திற்கு வெளியிலிருந்து கொண்டு வருகிறது. இதன் மூலம் சிறப்பான கள நிபுணத்துவம் நிறுமங்களுக்குக் கிடைக்கிறது. செயல்பாட்டு நிபுணத்துவத்தோடு வணிக நிபுணத்துவத்தையும் அளிப்பதால் நிறுவனத்தின் மதிப்பு கூடுகிறது.

KPO என்பது BPO என்பதிலிருந்து ஒரு படி வளர்ச்சி என்று கருதப்படுகிறது. சிறப்பான பயனளிப்பதாலும் எதிர்கால வாய்ப்பு காரணமாகவும் BPO அமைப்புகள் KPO அமைப்புகளாக மாறி வருகின்றன. இவை இரண்டுக்கும் ஒரு எழுத்து மாத்திரம் தான் வேறுபாடு என்று நினைத்திடல் கூடாது. அறிவுச் செயல் என்பது அதிகக் கூடுதலான மதிப்புள்ள செயல்களின் சங்கிலித் தொடராகும். அங்கே நோக்கங்கள் நிறைவேறுவதற்குள்ள வணிகச் செயல் அயலாக்க அமைப்புகள் அறிவுச்செயல்





திறன்கள், களம் சார்ந்த அறிவு, அங்குள்ள மக்களின் பணி அனுபவம் போன்ற காரணிகளாக அமைந்திருக்கின்றன. இத்தகைய செயல்பாடு வெளியிலிருந்து செய்து பெறும்போது புது வணிகச் செயல் உருவாகிறது. இதைத்தான் அறிவுச் செயல் அயலாக்கம் என்கிறோம். மதிப்பீடு, முதலீட்டு ஆய்வு காப்புரிமை கோருதல் (patent filing), சட்டம், காப்பீடு போன்ற சேவைகளுக்கு இந்த அயலாக்கம் பயன்படுகிறது. சிறப்புமிகு களநிபுணத்துவம் தேவைப்படும் அறிவுச்செறிவு நிறைந்த வணிகச் செயல்களை வெளியில் இருந்து தருவிப்பது அறிவுச்செயல் அயலாக்கம் ஆகும்.

வெளியிலுள்ள உள்ள நிறுவனத்திற்கோ அல்லது அந்த நிறுவனத்திற்குள்ளேயே உள்ள பிற ஒரு பிரிவுக்கோ ஒரு உயர்நிலை வேலையை அளிப்பது அறிவுச் செயல் அயலாக்கம் ஆகும். அதிகமான கீழ்நிலை வணிக அயலாக்க வேலைகள் நிறுவனத்தின் பிரதானமில்லாத திறன்களை வழங்குகின்றன. இதைச் செய்வதற்கு அடிப்படை ஆங்கில மொழிப்புலமை, அடிப்படை கணினித் திறன் போதுமானது. இதை ஒப்பிடுகையில் அறிவுச்செயல் அயலாக்க வேலைகள் நிறுவனத்தின் அடிப்படைத் திறன்களோடு ஒன்றிணைந்தவை. இவ்வேலைகள் அதிக சிக்கல்கள் கொண்டவை. இதைச் செய்வதற்கு மிக உயர்ந்த படிப்புத் தகுதியோ அல்லது சான்றிதழ் பயிற்சியோ மிக அவசியமாகும். கணக்கு வைப்பு (Accounting), சந்தை மற்றும் சட்ட ஆய்வு, வலைதளம் உருவாக்குதல், கருத்து உருவாக்கம் (content creation) போன்றவை இதற்கு சில எடுத்துக்காட்டுகளாகும். பணியாளர்களின் ஊதியம் குறைவாகவுள்ள நாடுகளில் தங்களின் குறைந்த நிதி வளத்திற்கு அதிகமாக வேலைகளைச் செய்து பெற்றிட KPO மற்றும் BPO கரைகடந்த நாடுகளில் அதிகமாக நடைபெறுகின்றன. நமது நாடு அந்நிய செலவாணியை அதிகம் ஈட்டி-இத்தொழிலை பெருக்கி வருகிறது.

11.4 அறிவுச்செயல் அயலாக்கத்தின் பயன்கள்

- 1. மீள் பொறியியக்கத்தை (Re Engineering) வேகப்படுத்துதலால் பயன்கள்:** உற்பத்தி விலை, சேவை, தரம் மற்றும் உற்பத்தி வேகம் போன்ற செயல்திறன்கள் குறித்த முக்கியமான அளவீடுகளில் உயர்வு காண்பதுதான் மீள்பொறியியக்கத்தின் நோக்கமாகும். திறனை அதிகப்படுத்த நினைக்கும் போது அதிக முதலீடு செய்வது என்ற சிக்கல் தோன்றுகிறது. முக்கியமில்லாத நிறுவன உள்செயல்பாடுகள் தொடர்ந்து பின்னிலை வகிக்கும்போது, நிறுவனத்தில் குறைந்த உற்பத்தியும், குறைந்த இயக்குத் திறனும் ஏற்படுகிறது. எனவே திறன்வாய்ந்த சேவைவழங்குநரிடம் முக்கியமில்லாத காரியங்களை அயலாக்கம் செய்வதன் மூலம் ஒரு நிறுவனம் மீள் பொறியியக்கம் செய்வது மூலமாக ஏற்படும் பயன்களைப் பெற முடியும்.
- 2. உயர்நிலைத் திறமைகளைப் பெற்றிடல்:** தொழில்நுட்பம், மனிதவளம், வழிமுறைகள் போன்றவற்றில் நல்லதிறன் வாய்ந்த சேவைவழங்குநர்கள் பெருத்த முதலீடு செய்கின்றனர். இதே போன்ற சவால்கள் உள்ள பல வாடிக்கையாளர்களோடு வேலை செய்வதால் இவர்களுக்கு நல்ல நிபுணத்துவமும் கிடைக்கிறது. சிறப்புத் தன்மையும் நிபுணத்துவமும் சேர்ந்திருப்பதால் வாடிக்கையாளர்களுக்குப் பயன் ஏற்படுகிறது. இதனால் நிறுவனங்கள் தொழில்நுட்பத்தை பெறுவதிலும், பயிற்சியிலும் ஏற்படும் செலவீனத்தை குறைத்திட உதவுகின்றன.



குறிப்புகள்

3. **பணம் வந்து சேருவது:** அயலாக்கத்தின் போது நிறுமங்கள் சேவை வழங்குபவர்களுக்கு சில தனது சொத்துக்களை மாற்றித் தருகின்றன. அவ்வேலை தொடர்புள்ள உபகரணங்கள், வாகனங்கள், வசதிகள், அனுமதி ஆவணங்கள் இதில் அடங்கும். இவை இவற்றின் புத்தக மதிப்பு விலைக்கு அவர்களுக்கு விற்கப்படுகிறது. இதன் மூலம் நிறுமத்திற்கு பணம் வந்து சேருகிறது.
4. **உள்ள வளங்களை முழுவதும் பயன்படுத்துவது:** ஒவ்வொரு நிறுமத்திலும் வளங்கள் ஓரளவிலே உள்ளன. அயலாக்கம் செய்யும்போது நிறுமமானது முக்கியமில்லாத வேலைகளிலுள்ள மனிதவளத்தை வாடிக்கையாளரின் முக்கியமான தேவையைப் பூர்த்தி செய்யத் திருப்பி விடுகிறது. நிறுமங்கள் இதனால் ஏற்படும் வேலைத் திறனை அதிகமான மதிப்புள்ள செயல்பாடுகளை செய்யப்பயன்படுத்துகின்றன. இதனால் நிறுமத்திற்குள்ளே உள்ள செயல்பாடுகளில் மட்டும் தனது சக்தியை செலவழித்துக் கொண்டிருந்தவர்கள் தங்களது கவனத்தை வெளியேயுள்ள வாடிக்கையாளரை நோக்கித் திருப்ப முடிகிறது.
5. **சிக்கலான பிரச்சனைகளுக்குத் தீர்வு:** முக்கியமான தொழில்நுட்பத் திறன்கள் தேவைப்படும் செயல்பாடுகளைச் செய்துமுடிப்பதில் உள்ள பிரச்சனைகளைத் தீர்ப்பதற்கான ஒரு வழி அயலாக்கம் ஆகும். அதனால் நிறுமம் தனது மேலாண்மை பொறுப்பை புறக்கணிக்கிறது என்று பொருளல்ல. இருப்பினும் நிறுவனம் தனது சிக்கலான பிரச்சனைகள் எவை, தேவைகள் எவை என்பதை அவசியம் புரிந்துகொள்ள வேண்டும். அப்போதுதான் வெளியிலுள்ள சேவை வழங்குநரிடம் தனது தேவையைத் தெரியப்படுத்த இயலும்.
6. **பிரதான தொழிலில் கவனம் செலுத்துவது:** வெளியேயுள்ள வல்லுநரிடம் தனது பிரதானமில்லாத செயல்களைக் கொடுத்து செய்ய சொல்வதால் நிறுமம் தனது முக்கியமான தொழிலில் முழுக்கவனம் செலுத்த முடிகிறது. மேற்கூறிய முக்கியமற்ற செயல்களில் சக்தி விரயமாவது தடுக்கப்படுவதால் நிறுமம் தங்களது வாடிக்கையாளரின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய அனைத்து வளங்களையும் பயன்படுத்த முடிகிறது.
7. **நிதி ஆதாரத்தை சிறப்பாக பயன்படுத்தல்:** நிறுமத்திற்குள்ளேயே முதலீட்டுப் பணத்திற்கு அதிகமான தேவைகள், போட்டிகள் இருக்கும். நிறுமத்தின் நிர்வாகம் முதலீட்டுப் பணத்தை எங்கே முதலீடு செய்வது என்ற திகைப்பில் இருக்கும். நிறுமத்தின் முக்கிய பிரிவு ஒன்று தனது பிரதானமான பொருள் உற்பத்திக்கோ அல்லது சேவைக்கோ முதலீடு எதிர்நோக்கும் போது, பிரதானமில்லாத பகுதியில் பண முதலீட்டை செய்வது கடினமாகத் தெரியும். இந்த வகையில் நிறுவனத்தின் பிரதான மில்லாத செயல்பாடுகளில் முதலீடு செய்வதைக் குறைத்திட அயலாக்கம் உதவுகிறது. இத்தகைய பகுதியில் முதலீடு செய்வதில் ஏற்படும் வருவாய் குறைவைத் தடுப்பதன் மூலம் நிறுவனத்தின் நிதி நிலை உயர வாய்ப்புள்ளது.
8. **விலைக் குறைப்பு:** தானே அனைத்தையும் செய்ய முனையும் நிறுமங்களுக்கு உயர் ஆராய்ச்சி, வளர்ச்சி, விற்பனை, வளர்ச்சிச் செலவீனங்கள் உண்டாகின்றது. இச்செலவீனங்களை இறுதியில் வாடிக்கையாளர் தலையில் சுமத்த வேண்டியுள்ளது. குறைந்த விலையில் சேவை வழங்குநர்கள் சேவை

வழங்க முடியுமென்பதால் நிறுமங்கள் தங்களது உற்பத்தி விலையை குறைக்க முடிகிறது. உற்பத்தியில் பிற நிறுமங்களோடு போட்டியிட முடிகிறது.

9. ஆபத்து குறைகிறது: நிறுமங்கள் முதலீடு செய்வதில் பெரிய ஆபத்துகளும் உள்ளடக்கி உள்ளது. சந்தை, நிலவும் போட்டி, நிதிநிலை, அரசின் விதிமுறைகள், தொழில்நுட்பம் போன்றவை மாறிக் கொண்டேயிருக்கின்றன. மேலும் இத்தகைய மாற்றங்களை சமாளித்து நிற்பது இடர் நிறைந்தது. மேலும் அடுத்த தலைமுறைக்கும் குறிப்பிடத்தக்க முதலீடு செய்ய வேண்டியுள்ளது. இருப்பினும் அயலாக்கம் வழங்குநர்கள் அவர்களது பல வாடிக்கையாளர் நிறுவனங்களுக்காக முதலீடு செய்வதால் தனியொரு நிறுவனம் மட்டும் முதலீடு செய்வதில் எதிர்கொள்ளும் அபாயம் வெகுவாகக் குறைகிறது.



குறிப்புகள்

11.5 அறிவுச்செயல் அயலாக்கம் (KPO) & வணிகச்செயல் அயலாக்கம் (BPO) இவற்றின் வேறுபாடுகள்

இவ்விரண்டும் ஒன்றுக்கொன்று முற்றிலும் மாறுபட்டவையாகும். (KPO)வுக்கு களஅறிவில் அதிகமான நிபுணத்துவம் அவசியம். இங்குள்ளவர்கள் அதிகத் திறன் வாய்ந்தவர்கள்; வணிக நிபுணர்கள்; மிக நுட்பமான வேலை செய்யத் தெரிந்த அனுபவமிக்கவர்கள். ஆனால் BPO மையங்களுக்கு அவைகளின் அளவு, எண்ணிக்கை, திறமைகள் முக்கியமான கூறுகளாகும். இவற்றிற்கு உழைப்பாளிகளும், சிறிது திறன் குறைந்த தொழிலாளர்களும் போதுமானதாகும். ஆனால் வழக்கறிஞர்கள், மருத்துவர்கள், வர்த்தக மேலாண்மை (MBA) பட்டம் படித்தவர்கள், திறன் வாய்ந்த பொறியாளர்கள் போன்றவர்கள் KPO பணிக்கு மிக அவசியமானவர்கள். ஊதிய முறைகளிலும் இரண்டுக்கும் வேறுபாடுகள் உண்டு. KPO-வில் பணியாற்றுபவர்கள் BPO-வில் பணிபுரிபவர்களை விட அதிகம் ஊதியம் பெறுகின்றனர். காரணம் அவர்கள் பொறியாளர்களாகவும், மருத்துவர்களாகவும், CA பட்டம் பெற்றவர்களாகவும், வழக்கறிஞர்கள் போன்றவர்களாகவும் இருக்கின்றனர். BPO-வில் வாடிக்கையாளர் நலம் காத்தல், குரல் வழியாக தொழில்நுட்ப உதவி அளித்தல், தொலைபேசி வழியாக விற்பனை செய்தல் போன்ற செயல்பாடுகள் நடக்கின்றன. ஆனால் KPO நுட்பமான கருத்து வழங்குதல், சட்டப் பிரச்சனைகள், வியாபாரம் மற்றும் சந்தை ஆராய்ச்சி போன்றவற்றிற்கு சிக்கலான தீர்வுகள் வழங்கப்படுதல் போன்ற சேவையை அளிக்கிறது.

BPO-வில் வேலை செய்பவர்களுக்கு பயன்படுத்தல், வணிகச் செயல்களை புரிந்துகொள்ளல் போன்ற திறன்கள் தேவை. BPO பணியாளர்கள் மிக அதிகம் படித்தவர்கள் அல்ல. அவர்கள் நன்கு தெளிவாக கருத்தை தெரிவிப்பவராக இருத்தல் போதுமானது. ஆனால் KPO பணியாளர்கள் மிகச்சிறப்பு வாய்ந்த கல்வித் தகுதிகள் கொண்ட திறன்வாய்ந்த நிபுணர்களாக இருப்பர்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 11.1

I. காலியிடத்தை நிரப்புக.

- எந்தவொரு பொருளையும் வெளியிலிருந்து அயலாக்கம் செய்வது எனினால் அந்த பொருளுக்கு _____ உண்டு.



குறிப்புகள்

2. பிற்தொரு இடத்தில் தங்கள் வேலை செய்து முடிக்கச் செய்யும் செயலுக்கு _____ என்று பெயர்.
3. ஒரு நிறுமத்தின் ஆவணத்தை காகிதத்திலிருந்து மின்னியல் ஆவணமாக மாற்றுவதற்கு பெயர் _____.
4. வணிகச்செயல் அயலாக்கம் இரண்டு வகைப்படும். அவை _____ , _____ .

II. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா, தவறா என்று கூறவும்

1. பின் அலுவலக செயல்பாடுகளில் BPO பணியாளர்கள் வாடிக்கையாளரோடு அவசியம் தொடர்பு கொண்டு பேசுகின்றனர்.
2. பின் அலுவலக செயல்முறைகளில் அழைப்பு மைய செயல்பாடுகளை விட தொடர்பு கொண்டு உரையாடுவது அதிகம்.
3. அனைத்து அழைப்பு மையங்களில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு தகவல்களையும், கணக்கு விவரங்களையும் அளிக்கின்றனர்.
4. நிறுவனங்கள் தங்களின் நுட்பமான மிக அவசியமான செயல்பாடுகளை அயலாக்கம் மூலம் பெறுகின்றன.
5. உற்பத்தியை அதிகப்படுத்துவதும் தொழிலின் துல்லியமும் தான் அயலாக்கத்தின் முக்கிய காரணமாகும்.

III. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு

1. கீழ் கொடுக்கப்பட்டவைகளில் எது அறிவுச் செயல் அயலாக்கத்தின் பயன்பாடு அல்ல?
 - (அ) உள்ள வளங்களை முழுவதும் பயன்படுத்துதல்
 - (ஆ) பலதரப்பட்ட பிரச்சனைகளுக்கு தீர்வு காண்பது
 - (இ) பிரதான தொழிலில் கவனம் செலுத்துவது
 - (ஈ) பலதரப்பட்ட பிரச்சனைகளுக்கு தீர்வு காண்பது
2. அறிவுச் செயல் அயலாக்கம் (KPO) என்பதன் முழு வடிவம்
 - (அ) Knowledge Process Outsourcing
 - (ஆ) Know Process Outsourcing
 - (இ) Knowledge Pure Outsourcing
 - (ஈ) Knowledge Process Outsourcing
3. ஒரு பொருளை அயலாக்கத்தின் மூலம் உருவாக்கும்போது கீழ்க்கண்டவைகளில் எது கடினமாகக் காணப்படுகிறது.

(அ) உருவம்	(ஆ) அளவு
(இ) வெளித்தோற்றம்	(ஈ) மதிப்பு



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ வணிகச் செயல் அயலாக்கம் என்பது, சம்பளப் பட்டியல் தயார் செய்வது போன்ற சில குறிப்பிட்ட வணிகச் சேவைகளை ஒரு மூன்றாம் நபரிடம் ஒப்பந்தத்தின் பேரில் செய்து பெறுவது ஆகும். பொதுவாக ஒரு நிறுமமானது வர்த்தகவுலகில் தங்கள் இடத்தை நிலைநிறுத்துவதற்கு அவசியமில்லாத செயல்பாடுகளை வெளியில் கொடுத்து முடித்து நிதிச்

சிக்கனம் செய்ய இது பயன்படுகிறது. இதன் பயன்களாவன: செலவு குறைப்பு, முக்கிய தொழிலில் கவனம் செலுத்துதல், வெளியில் கிடைக்கும் நிபுணத்துவத்தை பயன்படுத்திக் கொள்வது.

- ▶ அறிவுச்செயல் அயலாக்கம் என்பது நிறுவனச் செயல்பாடுகளுக்குத் தேவையான மிக நுட்பமான அறிவுத் திறன்களையும், களஅனுபவங்களையும் வெளியிலிருந்து கொணர்ந்து நிறுவனத்திற்கு செயல் அனுபவத்தை விட உயர் மதிப்பையும், நிபுணத்துவத்தையும் அளிப்பதாகும். இதன் பயன்களாவன: மீள் பொறியியக்கத்தை வேகப்படுத்துதல், உயர்நிலைத் திறன்களை அடைவது, சிக்கலான பிரச்சனைகளுக்குத் தீர்வு காணுதல், பிரதான தொழிலில் கவனம் செலுத்துதல், நீண்டகாலத் தேவைக்கு நிதியிருப்பை உண்டு பண்ணுதல்.
- ▶ இவ்விரண்டுக்கும் உள்ள முக்கியமான வேறுபாடு என்னவென்றால், BPO உழைப்பையும், திறன் நிலை குறைந்த பணியாளர்கள் கொண்டது. KPO-க்கு சட்ட வல்லுனர்கள், மருத்துவர்கள், MBA படித்தவர்கள், திறனுள்ள பொறியாளர்கள் தேவைப்படும்.



குறிப்புகள்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. அயலாக்கம் என்பது பற்றி நீ அறிந்ததை எழுதுக.
2. வணிகச்செயல் அயலாக்கம் - வரையறுக்க. அதன் பயன்கள் யாவை?
3. அறிவுச்செயல் அயலாக்கம் என்பதன் பொருள் என்ன? அதன் பயன்கள் யாவை?
4. வணிகச்செயல் அயலாக்கம் மற்றும் அறிவுச்செயல் அயலாக்கம் ஆகிய இரண்டுக்குமுள்ள வேறுபாடுகளைக் கூறுக.



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 11.1

- I. 1. உருவம், அளவு, வெளித்தோற்றம்
2. கரை கடந்த அயலாக்கம்
3. தரவு ஏற்றம்
4. பின் அலுவலக மற்றும் முன் அலுவலக அயலாக்கம்
- II. 1. தவறு 2. தவறு 3. சரி 4. தவறு 5. சரி
- III. 1. ஈ 2. அ 3. ஈ

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- உங்களுக்கு அருகாமையிலுள்ள BPO மற்றும் KPO மையத்திற்குச் சென்று அவற்றின் பல்வேறு செயல்பாடுகளைக் கண்டறியவும்.
- ஒரு நிறுமத்திற்குச் சென்று அங்கே அயலாக்கம் செய்து பெறுபவை எவை என்பதைக் கண்டறியவும்.

பகுதி - IV

அதிக மதிப்பெண்கள்
12

கற்கும் காலம்
25 மணிகள்

வாங்குதல், விற்றல் மற்றும் விநியோகித்தல்

இன்றைய வர்த்தக உலகில் அதிக அளவிலான உற்பத்தி காரணமாக திறன் வாய்ந்த விற்பனையும், விநியோகித்தலும் மிக அவசியமானவைகளாகி விட்டன. தற்போதைய நவீன தொழில்நுட்பம் விற்றல், விநியோகித்தல் செயல்பாடுகளில் இம்மாற்றம் மிகவும் புரட்சிகரமான மாறுதல்களை உருவாக்கியுள்ளது. இன்றைய வர்த்தக உலகத்தை உலகச்சந்தையாக மாற்றியுள்ளது. தற்சமயம் ஒரு நாட்டில் உற்பத்தியாகும் பொருட்களும் சேவைகளும் பிற நாடுகளில் உடனடியாக கிடைக்கின்றன. விளம்பர முறைகள், விற்பனை அதிகரிப்பு முறைகள் உதவி கொண்டு நவீன விற்பனை உலகில் விற்றல், வாங்குதல் மற்றும் விநியோகித்தல் செயல்கள் நடைபெறுவது குறித்து இந்தப் பகுதியில் மாணவர்கள் கற்றறிந்து கொள்ளலாம்.

12. வாங்குவதும் விற்பதும்
13. விநியோகித்தல் வழிமுறைகள்
14. சில்லறை வர்த்தகம்
15. விளம்பரம் செய்தல்
16. விற்பனை உயர்த்துவதும் நேரடி விற்பனையும்



வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

வாங்குவதும் விற்றலும்

அன்றாட வாழ்வில் உங்கள் தேவையையும் விருப்பத்தையும் நிறைவேற்ற பல பொருட்கள் தேவை. எடுத்துக்காட்டாக, உங்களது காலைச் சாப்பாட்டிற்கு ரொட்டியும், பாலும் தேவை. உடைகள், சைக்கிள், மருந்து போன்றவையும் தேவைப்படுகிறது. இவற்றை எவ்வாறு பெறுகிறீர்கள்? இவைகளெல்லாம் கடையில் விற்பனைக்குக் கிடைக்கிறது. உங்களுக்கு தேவைப்படும் போதெல்லாம் இவற்றை கடையில் வாங்கிக்கொள்ளலாம். இதேபோல் தொழிலுக்குத் தேவையான மூலப்பொருட்கள், இயந்திரங்கள் போன்றவற்றையும் நிலம், கட்டிடம், மரச்சாமான்கள், எழுது பொருட்கள், கணினி போன்றவற்றையும் வியாபார நிறுவனங்கள் வாங்கிக் கொள்கின்றன. வியாபார நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்தி செய்யும் பொருட்களையும், சேவைகளையும் விற்கின்றன. ஆகவே வாங்குவதும் விற்பதுமான இரண்டு முக்கிய செயல்பாடுகள் நம்மைச் சுற்றி எப்போதும் நடந்து கொண்டிருக்கின்றன. இவற்றைப் பற்றி இப்பாடத்தில் அறிந்து கொள்வோம்.



நோக்கங்கள்

- இப்பாடத்தினைப் படித்து முடித்த நீங்கள்
- ▶ வாங்குதல், விற்றல் ஆகியவற்றின் வரையறையைக் கூற முடியும்.
- ▶ வியாபாரத்தில் விற்பனை என்பதை விளக்க முடியும்.
- ▶ வாங்குதல் விற்றலின் பல்வேறு வழிகளை விவரிக்க முடியும்.
- ▶ விற்பனை முறைகளையும் அதற்கு பயன்படும் ஆவணங்களையும் விளக்க முடியும்.

12.1 வாங்குதல், விற்றல் ஆகியவற்றின் பொருள்

ஒருவர் பணத்தை செலுத்தி சில பொருட்களை தனக்கு சொந்தமாகப் பெறுவதும், இன்னொருவரிடமிருந்து சொத்துக்களை தனது பெயருக்கு மாற்றிக் கொள்வதும் வாங்குவது ஆகும். இதே போல் சில பொருட்களின் அல்லது சொத்துக்களின் உடைமையை விலைக்கு ஒரு நபரிடம் (விற்பவர்) இருந்து மற்றொருவருக்கு (வாங்குபவர்) மாற்றப்படுவது விற்றல் செயல்பாடாகும்.

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

ஆகவே விற்பதும் வாங்குவதும் ஒன்றாக நடக்கிறது. விற்றல் நடைபெறும்போது வாங்குவது நடைபெறும். வாங்கும் போது விற்றல் நடைபெறுகிறது. ஆகையால் அடிப்படையில் ஒவ்வொரு விற்றல் வாங்குதலின் போது இரண்டு பேர் இருப்பர். முதலாவதாக விற்பனை செய்பவர், விற்பவர்; இரண்டாவது அதை வாங்கிக் கொள்பவர், வாங்குபவர்.



ஒரு எடுத்துக்காட்டு காண்போம். இரமேஷ் என்பவர் உங்கள் பகுதியிலுள்ள கடைக்காரர். நகரத்திற்குச் சென்று பணம் கொடுத்து மொத்த விற்பனையாளரிடமிருந்து ஆயத்த ஆடைகளை வாங்கி வருகிறார். இச்செயலில் மொத்த விற்பனை செய்பவர் விற்பவர் ஆகிறார். இரமேஷ் வாங்குபவராக இருக்கிறார். இரமேஷ் இவ்வுடைகளை தனது கடைக்கு கொண்டு வந்த பின்பு நீங்கள் அவர் கடைக்குச் செல்கிறீர்கள். அவரிடம் ஒரு சட்டையை அதன் விலைக்கான பணத்தைக் கொடுத்து வாங்குகிறீர்கள். இப்போது நீங்கள் வாங்குபவர். இரமேஷ் விற்பவராக இருக்கிறார்.



ஆகவே ஒவ்வொரு விற்றல் வாங்கலில் வாங்குபவர் பணத்தை தனது பயனுக்கான பொருளையோ சேவையையோ பெறுவதற்கு பணத்தை விற்பவர்களுக்குக் கொடுக்கிறார். விற்பவர் பணத்தைப் பெற்றுக் கொள்கிறார். அதன் பின் அந்தப் பொருள் அல்லது சேவை மீது உள்ள அவர் தனது உரிமையை வாங்கியவருக்கு விட்டுத்தருகிறார்.

வாங்குவதும் விற்பதுவும் என்பதன் விளக்கம்

பிறர் பயன்பாட்டுக்கு பொருட்களையும், சேவைகளையும் வியாபாரிகள் தயார் செய்கின்றனர் என்பதை நீங்கள் அறிவீர்கள். மக்கள் இப்பொருட்களையோ அல்லது சேவைகளையோ விலை கொடுத்து வாங்குகிறார்கள். இதன் மூலம் வியாபாரி பணம் சம்பாதிக்கிறார். இப்பணம் அந்தப் பொருளையையோ, சேவையையோ உற்பத்தி செய்ய ஆகும் தொகையை விட அதிகமாக இருக்கும். இதன் காரணமாக வியாபாரத்தில் லாபம் கிடைக்கிறது. லாபம் என்பது வியாபாரி அவர் செய்த தொழில் முயற்சிக்குக் கிடைத்த வெகுமதி ஆகும். இது அவர் முதலீடு செய்த தொகைக்கு கிடைத்த வருமானமும் ஆகும். எனவே வர்த்தக நிறுவனங்கள் தாங்கள் உற்பத்தி செய்த பொருட்களையும் சேவைகளையும் விற்பனை செய்ய வேண்டியது மிக அவசியமாகும். வியாபாரம் தொடர்ந்து நடைபெறவும், நாளடைவில் வளர்ச்சியடையவும் பொருட்கள் விற்பனையாவது மிக அவசியம். வாங்குபவர் எந்த ஒரு பொருளையும் வாங்குமுன்னர் கீழ்க்கண்ட காரியங்களைக் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். (i) அவரது தேவைகள் (ii) பொருள் / சேவையின் பண்புகள் (iii) பொருட்கள் வாங்கக்கூடிய விலையில் இருப்பது (iv) சமூக கலாசாரக் கூறுகள்.

விற்பதற்குப் பொருட்களையோ சேவைகளையோ உற்பத்தி செய்யும் முன்னர் கீழ்க்கண்ட மேலும் சில குறிப்புகளை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

- அ) மக்களின் தேவையைக் கண்டறிந்து தீர்மானிப்பதும் அதற்கேற்ப அந்தப் பொருள் அல்லது சேவையை உருவமைப்பது.
- ஆ) வாடிக்கையாளர்களுக்கு அவர்கள் வாங்கும் பொருளில் திருப்தி கிடைக்க வேண்டும். எனவே பொருளை அல்லது சேவையை தொடர்ந்து சிறப்பாக்க முன்னேற்றமடையச் செய்து கொண்டிருப்பது அவசியமாகும்.
- இ) பொருள் அல்லது சேவை வாடிக்கையாளருக்கு எளிதில் கிடைக்கும்படி செய்தல் வேண்டும்.
- ஈ) வாடிக்கையாளர் வாங்கக்கூடிய விலையில் அப்பொருள் அல்லது சேவை இருக்க வேண்டும்.
- உ) விற்பனைக்கு முன்னரும் பின்னரும் அப்பொருள் அல்லது சேவையின் பயன்பாடுகளை வாடிக்கையாளர்கள் அறிந்திருக்கச் செய்தல் அவசியமானது.

மேற்கூறிய செயல்பாடுகள் அனைத்தும் தான் ஒரு நிறுவனத்தின் சந்தையிடல் செயல்கள் ஆகும். விற்றல் செயல் என்பது சந்தையிடல் செயலில் ஒரு பகுதியாக இருந்தாலும் அது சந்தையிடல் செயலிலிருந்து ஒரு மாறுபட்ட செயலாகவுள்ளது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 12.1

பொருத்தமான சொற்கள் கொண்டு காலியிடங்களை நிரப்புக.

1. விற்பதும் _____ ஒன்றாக நடைபெறுகிறது. (சந்தையும், வாங்குவதும், கடையும்)
2. ஒவ்வொரு விற்றல் வாங்குதலில் _____ விற்பவருக்குப் பணம் கொடுக்கிறார். (கடைக்காரர், வாங்குபவர், உற்பத்தியாளர்)
3. வியாபாரி _____ சம்பாதிக்கிறார். ஏனென்றால் மக்கள் பணம் கொடுத்து பொருளையையோ அல்லது சேவையையோ வாங்குகின்றார். (லாபம், பணம், உபரி)
4. வாடிக்கையாளர் வாங்க முடியக்கூடிய விலையில் பொருட்களைத் தருவது _____ செயல் ஆகும். (விற்றல், சந்தையிடல், விநியோகித்தல்)
5. பொருட்களும், சேவைகளும் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோரிடம் சென்று சேர்வதற்கான அனைத்துச் செயல்பாடுகளும் _____ ஆகும். (விநியோகித்தல், போக்குவரத்து, விற்றல்)

12.2 ரொக்கத்திற்கும் கடனுக்கும் விற்பதும் வாங்குவதும்

ரொக்கத்திற்கோ அல்லது கடனுக்கோ விற்பதும் வாங்குவதும் நடைபெறும். வாங்குபவர் வாங்கும் பொருளை பெறும்போதே அதற்குரிய விலையைச் செலுத்தி விடுவது ரொக்கத்திற்கு வாங்குதலாகும். பொருளை வாங்கி எடுத்துக்கொள்ளும் போது தொகையை செலுத்த முடியாமல் போய், 15 நாட்களில் அல்லது 30 நாட்களில் விலைக்கான பணத்தைத் தருவதாக விற்பவரிடம் வேண்டிக் கொண்டு அதை அவர் ஏற்றுக்கொள்வது கடனுக்கு வாங்குவது ஆகும்.

இன்றைய போட்டிச் சூழலில் விற்பவர் பணத்திற்கு மட்டும் விற்பது இயலாத தொன்றாகும். கடனுக்குப் பொருளை விற்கும்போது வாங்குபவரின் நாணயத் தன்மையையும், திரும்பக் கொடுக்கும் ஆற்றலையும் விற்பவர் உறுதி செய்து கொள்ளல் அவசியமாகும்.

வாங்குதல்,
விற்கல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

12.3 பொருளை வாங்கும் வழிமுறைகள்

இதுகாறும் விற்பது வாங்குவது குறித்து அறிந்து கொண்டோம். இப்போது பொருட்களை வாங்கும் போது பின்பற்றப்படும் பல வழிமுறைகளைக் காண்போம். நேரடியாகப் பார்த்தும், பொருளின் மாதிரியைப் பார்த்தும் அல்லது அப்பொருளின் விலைக் குறிப்பைப் பார்த்தும் அல்லது அப்பொருளின் கம்பெனி பெயரின் முத்திரையை வைத்தும் பொருட்கள் வாங்கப்படுகின்றன.

(i) பார்த்து ஆய்வு செய்து வாங்குதல்

ஒரு சட்டையையோ, ஒரு பேனாவையோ அல்லது கொஞ்சம் காய்கறிகள் வாங்குவதற்கு விரும்புகிறீர்கள் என வைத்துக் கொள்வோம். நீங்கள் என்ன செய்வீர்கள்? பக்கத்தில் உள்ள கடைக்குச் செல்கிறீர்கள். அங்கு சட்டையையோ, பேனாவையோ அல்லது காய்கறிகளையோ சரிபார்க்கிறீர்கள். இவ்வாறு ஒரு பொருளை வாங்கும் முறைக்கு ஆய்வு செய்து வாங்குதல் எனப் பெயராகும். வாங்குபவர் விற்பவரிடம் நேரடியாகச் செல்கிறார். வாங்க வேண்டிய பொருட்களை சரியா என்று ஆய்வு செய்கிறார். இத்தகைய பழக்கம் பெரும்பாலும் சில்லறையில் வாங்கும்போது நடக்கிறது.

(ii) மாதிரியை அல்லது வடிவத்தைப் பார்த்து வாங்குவது

பொருட்களை மொத்தமாக வாங்க நினைக்கும்போது வாங்க விழையும் மொத்த பொருட்கள் அனைத்தையும் ஆய்வு செய்யவியலாது. அதன் மாதிரி அல்லது வடிவத்தைப் பார்த்து வாங்குவதற்குத் தீர்மானிக்கிறோம். மூலப் பொருட்களின் அல்லது உணவுப் பொருட்களின் ஒரு சிறு அளவுதான் மாதிரி (sample). மாதிரி போலத் தான் மொத்தப் பொருளும் அமைந்திருக்கும். அது பொதுவாக மொத்த பொருளின் தரத்தைக் காட்டுவதாக இருக்கிறது. ஆடைகள் மற்றும் கயிறு மெத்தை போன்ற பொருட்களின் உருவ மாதிரி தான் வடிவம் (pattern) எனப்படும். அது வண்ணம், தோற்றம் போன்றவற்றையும், அதற்குரிய எண்ணையும் கொண்டுள்ளது. அந்த எண்ணைக் குறிப்பிட்டு அதை வாங்குவதற்கான ஆணையை அளிக்கலாம். வடிவத்தில் இருப்பது போலத் தான் மொத்தமாக தரப்படும் பொருட்களின் தரம் இருக்கும் என்பதற்கு வாங்குபவரும் விற்பவரும் சம்மதம் தெரிவிக்கின்றனர் என்பது பொருளாகும்.

(iii) விளக்கக் குறிப்பு அல்லது வியாபாரக்குறியை (brand) வைத்து வாங்குதல்

சில வேளைகளில் வாங்க நினைப்பவருக்கு அப்பொருளின் மாதிரியை காட்ட இயலாது போய்விடும். எடுத்துக்காட்டாக மரச்சாமான்கள் தயார் செய்பவர் வாங்க முனைப்பவருக்கு மாதிரியைக் கொண்டு சென்று காட்ட முடியாது. எனவே விற்பனைக்குள்ள பொருட்களின் விவரம், விலை அடங்கிய பட்டியல் (catalogue) ஒன்றைக் கொண்டு செல்வார். சில பொருட்கள் குறிப்பிட்ட தரமானதாகவும், குறிப்பிட்ட விலை கொண்டதாகவும் இருக்கும். அவைகளுக்குப் பெயர் அல்லது எண் அளிக்கப்படுகிறது. சில நேரங்களில் அதன் பெயர்கள் புகழ்பெற்ற வியாபாரக் குறியீடுகளாக மாறிவிடுகின்றன. கோத்ரெஜ், ஸ்டோர்வெல், சர்ப், தாரா, லைபாய், பெவிகால், பெப்சோடெண்ட் போன்றவை இதற்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும். இவ்வேளைகளில் வாங்குபவர் வாங்குவதற்கு அதன் குறியீட்டு பெயரை கூறினால் போதுமானது.

12.4 விற்கும் முறைகள்

எதையும் வாங்குவதற்கு முன்னர், அவைகளை நாம் எப்படிப் பெறுவது, பணம் செலுத்துவது என்பதை உறுதியாக சொல்ல முடியாது. மின்சார சாமான்கள், பொருட்கள் விற்கும் கடைக்கு போகும்போது கடைக்காரர் நாம் வாங்கும் ஒவ்வொரு பொருளின் விலையை உடனடியாக செலுத்தும்படி சொல்வார். ஒரு பொருளின் விலை மிக அதிகமாக இருக்கும்போது வாங்குபவர் எல்லாத் தொகையையும் உடனடியாக செலுத்த முடியாது. இவ்வேளைகளில் விற்பவர் கொஞ்சம் பணத்தை முதலில் செலுத்தி விடவும். மீதத்தை மாதத் தவணைகளில் செலுத்தவும் அனுமதிப்பார். தெருக்களில் சில வேளைகளில் சில பொருட்களை ஏலத்தில் விற்கும் விளம்பரத் தட்டிகளை கண்டிருக்கலாம். சில வேளைகளில் மாநில அரசு, சில பொருட்களை வழங்குவதற்கு வணிகர்களிடமிருந்து ஒப்பந்தப் புள்ளிகளை வரவேற்கின்றன. மேற்கூறியவைகள் விற்பதிலுள்ள பல்வேறு முறைகள் ஆகும். அவற்றை குறித்து விவரமாக விவாதிக்கலாம்.

வாங்குதல்,
விற்கல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

(i) வாடகைத் தவணை முறையில் விலைக்கு வாங்குவது (Hire Purchase)

வாடகைத் தவணை முறையில் விற்பது வாங்கிய ஒரு பொருளின் விலையை தவணை முறையில் செலுத்த வாய்ப்பளிக்கிறது. அனைத்துத் தவணைகளையும் செலுத்தும் வரை பெற்றபொருட்கள் வாடகைக்கு இருப்பது என்பது பொருளாகும். விளக்கமாகக் கூறினால், பொருட்கள் வாங்குபவரிடம் வந்து சேர்ந்து விட்டாலும் அவற்றின் உரிமை விற்பவர் வசம்தான் உள்ளது. வாடிக்கையாளர் பணம் செலுத்துவது அப்பொருளின் வாடகையாகத்தான் கருதப்படும். வாடிக்கை யாளர் தவணைப்பணத்தை செலுத்தத் தவறினால், விற்பவர் அப்பொருளை திரும்பக் கொடுக்கும்படி கோரலாம். பணத்தைக் கட்டத் தவறியதற்கு நஷ்ட ஈடு கோரலாம். தவணைக் காலத்தில் வாடிக்கையாளர் மொத்தப் பணத்தையும் செலுத்தி விட்டு அப்பொருளை உரிமையாக்கிக் கொள்ளலாம். கார், மோட்டார் சைக்கிள், டெலிவிஷன், இயந்திரங்கள் போன்ற விலையுயர்ந்த நீடித்துப் பயன்படும் பொருட்களை மக்கள் தவணை முறையில் வாங்குகின்றனர்.

(ii) தவணையில் பணம் செலுத்துவதற்கு விற்பனை செய்தல் (Instalment Payment)

பொருட்கள் விற்கப்பட்டு பணத்தைத் தவணையில் செலுத்த ஒப்புக்கொள்ளும் போது அதற்கு காலக்கெடுவுள்ள தவணை விற்பனைத் திட்டம் எனப்பெயராகும். இதில் ஒருவேளை ஏதேனும் தவணைகளை செலுத்துவதில் நிறுத்தம் ஏற்பட்டால் விற்பவர் பொருட்களை திரும்ப பெற முடியாது போய், அப்பொருளின் உரிமை பொருளை வாங்கி முதல் தவணையைச் செலுத்திய வாங்குபவருக்கு உரிமை மாறி விடுகிறது. அப்போது விற்பவர் வாங்குபவர் மீது நீதிமன்றத்தில் வழக்குத் தொடர்ந்து பணத்தைப் பெற வழி செய்து கொள்ளலாம்.

(iii) ஒப்புதல் அடிப்படையில் விற்பனை

ஒப்புதல் அடிப்படையில் விற்பனை நிபந்தனைக்குட்பட்ட விற்பனையாகும். இவ்வகை விற்பனையில் விலைத் தொகை பெற்ற பிறகு பொருட்கள் வாங்குபவரிடம் அளிக்கப்படுகிறது. ஆனால் பொருள் அவருடைய தேவைக்கு சரியில்லாத நிலையில் இருந்தால் வாங்குபவர் வாங்கிய பொருளை முழுவது மாகவோ அல்லது

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

வாங்குதலும் விற்பனையும்

அதன் ஒரு பகுதியையே திரும்பக் கொடுத்துவிட்டு குறிப்பிட்ட காலத்துக்குள்ளே கொடுத்தப் பணத்தை திரும்பக் கோரலாம். அந்தக் குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் வாங்குபவர் எதையும் குறிப்பிட்ட காலத்துக்குள் தெரிவிக்காது இருந்தால் பொருள் விற்கப்பட்டதாகவே கருதப்படும். சில சமயம் ஒரு சிறு மாறுதலோடும் இவ்வகை விற்பனை நடைபெறுகிறது. வாங்குபவர் ஒப்புதல் தந்து உடன் பணத்தைத் தர வேண்டும் அல்லது பொருட்களைத் திரும்ப அனுப்பிவிட வேண்டும் என்ற ஒப்புதல் அடிப்படையில் பொருட்கள் வழங்கப்படுகிறது.

(iv) ஒப்பந்தப்புள்ளி வழியாக விற்பது

பெரிய நிறுவனங்களிலும், அரசுத் துறைகளிலும் பொருட்களை வாங்கும் போது இம்முறை விற்பனை காணப்படுகிறது. இம்முறையில் பொருட்களின் அளவும், அதற்குரிய பணமும் மிக அதிகமாக இருக்கும்.

ஒப்பந்தப்புள்ளி என்பது சரக்குகள்/பொருட்களை குறிப்பிட்ட நிபந்தனைகளின் அடிப்படையில் விற்பனையில் வழங்க ஒப்புதல் அளிப்பதாகும். போட்டிப் போட்டு நல்ல விலையில் சாதகமான வகையில் விற்பனை செய்வதை தேர்ந்தெடுப்பதற்கு வாங்குபவரால் இம்முறை பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஒப்பந்தப் புள்ளிகளை வேண்டும் விளம்பரங்கள் முக்கியமான நாளிதழ்களில் வெளியிடப்படுகின்றன. இந்த விளம்பரங்களைப் படித்து விட்டு விருப்பமுள்ள நபர்கள், விண்ணப்பிக்க உதவியாக ஒப்பந்த விண்ணப்பங்களும் குறிப்புகளும் வழங்கப்படுகின்றன. ஒப்பந்ததாரர்கள் ஒப்பந்தப்புள்ளியோடு சிறிய முன்வைப்புத் தொகையையும் ஈட்டுத் தொகையாக செலுத்த வேண்டும். இதன் மூலம் விண்ணப்பிப்பவர்களின் அக்கரையுடைமையை உறுதி செய்து கொள்ள முடியும். ஒப்பந்தப் புள்ளிகள் சீலிட்ட உறையில் பெறப்படுகின்றன. அப்போதுதான் நபர்கள் அளித்த நிபந்தனைகளும், தொகை மதிப்பும் ரகசியமாய் இருக்கும். முறையான அதிகாரம் பெற்றவர் முன்னிலையில் உறைகள் பிரிக்கப்பட்டு சாதகமான ஒப்பந்தப்புள்ளி ஏற்றுக்கொள்ளப்படுகிறது. ஏற்றுக்கொண்ட ஒப்பந்தக்காரரோடு விற்பனைக்கான முறையான ஒப்பந்த ஆவணம் செய்து கொள்ளப்படுகிறது.

(v) ஏல விற்பனை

சில பொருட்களை பகிரங்கமாக குறிப்பிட்ட நாளில் குறிப்பிட்ட நேரத்தில் விற்கும்போது மக்கள் ஏலம் கேட்பார்கள். அதிக விலை கேட்பவர்களுக்கு அப்பொருள் விற்கப்படும். ஏல விற்பனையின் போது பொருள்கள் காட்சியில் இருக்கும். எந்த விலைக்குக் கீழே விற்க முடியாதோ அந்த விலை குறிக்கப் பட்டிருக்கும். விற்பவரால் தீர்மானிக்கப்பட்டுள்ள குறைந்தபட்ச விலை

के आई ओ सी एल लिमिटेड
(INCORPORATED IN INDIA)
KIOCL LIMITED
(Formerly KUPREMUH IRON ORE COMPANY LIMITED)
(A Government of India Enterprise)
Regd. Office: 1 Block, Gurgaon, Haryana - 122 004, India. Website: www.kiocltd.com
AN ISO 9001, 14001 & OHSAS 18001 COMPANY

No.: KIOCLMTLS/e-auction/2011-12 Date: 12.10.2011

Notice inviting tender for appointment of service provider for sale of scraps through e-auction

KIOCL Limited, a 100% Export Oriented Unit with Mini-Ratna Status under Ministry of Steel, Govt. of India, invites sealed tenders in duplicate in two bid system from interested parties for appointment of service provider for sale of scraps through e-auction. Please visit our website : www.kiocltd.com and Govt. Tender Portal NIC : <http://tenders.gov.in/department.asp?id=215> for tender document along with terms & conditions and subsequent amendments to NIT terms, if any. Last date for receipt of sealed tender 14.00 hrs. (IST) on 14.11.2011.

Adtl. General Manager (Materials)

ஒப்பந்தப் புள்ளி விளம்பரம்



ஏல விற்பனை

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

சிலசமயம் இருக்கும். சில நேரங்களில் எந்தத் தொகையில் இருந்து ஏலத்தைத் துவங்க வேண்டும் என்றும் நிர்ணயிக்கப்பட்டிருக்கும். இந்த விலைக்குக் குறைந்து அந்தப் பொருளை விற்கவியலாது என்பதற்கான விலை குறைந்தபட்ச விலை என்பதாகும். வாங்க விழைபவர் கூறும் ஏலம் அவர் அளிக்க விரும்பும் தொகையாகும். அது எல்லோரையும் விட அதிகமாக இருந்தால் அது அதிகபட்ச ஏலமாக கருதி ஏற்றுக்கொள்ளப்படும். ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டு விட்டால் ஏலம் கேட்டவர் மறுப்புத் தெரிவிக்க முடியாது. பணத்தைச் செலுத்தி விட்டு பொருளை வாங்க வேண்டும். இருப்பினும் அதிக ஏலம் கேட்பவருக்குத்தான் பொருளை விற்க வேண்டும் என்பதில்லை என்ற உரிமை விற்பவருக்கு உண்டு. தற்போது இணையம் வழியாகவும் பொருட்கள் ஏலம் மூலம் விற்பனை செய்யப்படுகிறது.

(vi) தள்ளுபடி விற்பனை

மிகப்பெரிய தள்ளுபடி விற்பனை, 70% வரை தள்ளுபடி விற்பனை, கோடைகால விற்பனை, வருடாந்திர விற்பனை என்பது போன்ற விளம்பரங்களை பார்த்திருப்பீர்கள். அதிக இருப்பையும், பழைய இருப்பையும் விற்று முடிப்பதற்கு இத்தகைய விற்பனை பொதுவாக நடைபெறுகிறது. தங்களது பொருள் இருப்பை விற்று முடிப்பதற்கு சில வியாபாரிகள் அவ்வப்போது இத்தகைய விற்பனையை நடத்துகின்றனர். பெரும்பாலும் இத்தகைய விற்பனை செய்பவர்கள் அதிக விலை தள்ளுபடி அளிக்கின்றனர்.

காலக்கெடுவுள்ள தவணைமுறைக்கும் வாடகைத்தவணைமுறை விற்பனைக்குமுள்ள வேறுபாடுகள்

	காலக்கெடுவுள்ள தவணை முறை	வாடகைத் தவணை முறை விற்பனை
1.	இது அடிப்படையில் விற்பனைக் கான ஒப்பந்தம் ஆகும்.	இது பொருட்களை வாடகைக்கு ஒப்பந்தம் செய்து கொள்வது.
2.	ஒப்பந்தம் செய்து கொண்ட உடனே பொருளின் உடைமை வாங்குபவரைச் சென்று சேர்க்கிறது.	இந்தப் பொருளின் உடைமை விற்பவரிடம் இருக்கிறது. வாடிக்கையாளர் பொருட்களை வாங்குவதற்கு தனது விருப்பத்தை தெரிவிக்கிறார்.
3.	பணம் செலுத்தும்போது பொருட்களை திரும்ப எடுத்துக் கொள்ள முடியாது. மீதம் உள்ள தவணைகளுக்காக விற்பவர் வழக்கு தொடர முடியும்.	பணம் கட்டத் தவறும்போது விற்பவர் மீதமுள்ள தவணைக்காக பொருளையும் திரும்ப எடுத்துக் கொள்ள முடியும். முழுப்பணம் செலுத்தியபிறகு தான் வாங்கியவருக்கு பொருள் உடைமையாகிறது.

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 12.2

கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்களைப் படித்து சரியான தவறான என்று கூறவும்

1. சில விற்பனையில் பொருளுக்கு முன் குறிக்கப்பட்ட நிர்ணய விலை இருந்தாலும் அதிகமான ஏலம் கேட்பவருக்கு பொருட்கள் விற்கப்படுகின்றன.
2. தவணை முறையில் வாங்குபவர் எந்த நிலையிலும் பொருட்களை திரும்பக் கொடுக்கலாம்.
3. ஒப்புதல் அடிப்படையில் விற்கப்படும் பொருட்களுக்கான தொகை முன்னதாகவே செலுத்தப்பட்டுவிடுகிறது.
4. ஒப்பந்தப்புள்ளி அளிப்பதில் உண்மை அக்கரையை உறுதி செய்வதற்குத் தான் முன்வைப்புத் தொகை கோரப்படுகிறது.
5. தள்ளுபடி விற்பனை மழைக்காலத்திற்கு பின்பு நடைபெறும் விலைக்குறைவு விற்பனையாகும்.

12.5 விலைத்தொகையைச் செலுத்தும் வழிகள்

ஒரு விற்பனை நடைபெறும்போது வாங்குபவர் ஒரு விலையைத் தந்து பொருட்களை வாங்க உறுதி தருகிறார். விற்பவர் அவ்வறுதியை ஏற்றுக் கொள்கிறார். அல்லது விற்பவர் ஒரு விலைக்கு அப்பொருட்களை விற்க சம்மதம் தெரிவிக்கிறார். வாங்குபவர் அதை ஏற்றுக்கொள்கிறார். இப்போது பொருட்களுக்கான விலைப் பணத்தை உடனடியாகவோ அல்லது பின்னரோ செலுத்தலாம். காலம் பிந்தி பணம் கொடுப்பது, தவணைகளிலோ அல்லது கடனில் அளிக்க ஒப்புக்கொண்ட நாளாக்குள் முழுவதும் செலுத்த வேண்டியதாகவோ இது இருக்கும்.

(i) உடனடியாக விலைப்பணத்தைக் கொடுப்பது

இம்முறையில் வாங்குபவர் பொருட்களை விற்பவருக்கு ரொக்கப் பணமாக உடனடியாக கொடுத்து விடுவார். விற்பவரின் விருப்பத்திற்கேற்ப வாங்குபவர் காசோலையாகவோ, டிராப்டாகவோ, கிரிடிட் கார்டு மூலமாகவோ, டெபிட் கார்டு மூலமாகவும் பணத்தைச் செலுத்துவார். தெரிவிக்கப்பட்ட அல்லது மறைவான உடன்பாடு எதுவும் இல்லாதபட்சத்தில் வாங்குபவர் காசோலை மூலமாக விற்பனைப் பணத்தை பெற வேண்டுமென்பதில்லை. சிறிய தொகைக்காக நடைபெறும் சிறு விற்பனைகளில் இவ்வழக்கம் பின்பற்றப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக அன்றாடம் தேவைகளான மளிகைச் சாமான்கள், காய்கறிகள், ஆயத்த ஆடைகள், குறைந்த விலையுள்ள நுகர்வோர் பொருட்கள் போன்றவை உடனடி ரொக்கத்திற்கு விற்கப்படுகின்றன.

(ii) காலக்கெடுவுள்ள தவணை முறை

“உடனே வாங்கவும்; பின்னர் செலுத்தவும்” என்ற வழக்கமாக அறியப்படும் விற்பனையில் வாங்குபவர் பொருளை வாங்கும்போது ஒரு சிறு தொகையைச் செலுத்தி விட்டு பொருளை எடுத்துக் செல்கிறார். ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் மீதமுள்ள பணம் தவணை முறையில் செலுத்தப்படுகிறது. தவணைப் பணம் என்பது மாதம் அல்லது காலாண்டுக் கெடு முறையில் விற்பவருக்குச் செலுத்தப் படுவதாகும். செலுத்தாத நிலுவை பணத்திற்கும் அதற்குரிய வட்டியும் சேர்ந்ததாக



மொத்த தவணைப் பணம் இருக்கும். நிலுவைப் பணத்திற்கான வட்டித் தொகை தவணைகளைச் செலுத்தச் செலுத்த குறைந்து கொண்டிருக்கும் சில வேளைகளில் விற்பவர் வட்டியில்லாத தவணைகளில் பொருட்களை வழங்குவார். வாங்குபவர் அதாவது தவணையைச் செலுத்தத் தவறும்போது செலுத்தாத தொகைக்கு சட்ட உதவியை நாடலாம். ஒரு எடுத்துக்காட்டு காண்போம். வினோத் என்பவர் வண்ணத் தொலைக்காட்சி பெட்டி வாங்க பக்கத்தில் உள்ள கடைக்குச் செல்கிறார். அதன் விலை ரூ.20,000. தவணை விற்பனைத் திட்டத்தில் விலையின் 10% தொகையை உடனடியாக செலுத்தி விட்டு மீதமுள்ள தொகையை 10 மாதத் தவணைகளில் வட்டியில்லாது செலுத்த வேண்டும். எனவே ரூ.2000ஐ உடனடியாகவும், மீதமுள்ளத் தொகையை மாதம் ரூ.1800/- வீதம் 10 மாதங்களில் செலுத்த வேண்டியுள்ளது. வினோத் தவணைப் பணத்தைச் செலுத்த தவறினார். கடைக்காரர் நீதிமன்றத்தில் அவர் மீது வழக்குத் தொடரலாம். குறைந்த காலம் உழைக்கும் பொருட்களும், சீக்கிரம் தேய்மானம், பழுது ஏற்படும் பொருட்களும் இம்முறையில் பொதுவாக விற்கப்படுகிறது.

(iii) கடன்கால முடிவில் தள்ளுபடி செய்யப்படும் விற்பனைப்பணம்

பற்றுக்கு பொருள் விற்கப்படும் போது விலைத் தொகையை ஒப்புக்கொண்ட காலத்திற்குள் (எ.கா. 3 மாதங்கள்) வாங்குபவர் செலுத்த வேண்டியிருக்கும். அந்தக் காலத்திற்கு முன்னரே அவர் தொகையை செலுத்த நேரிட்டால் விற்பவர் சிறப்புத் தள்ளுபடியாக அறிவித்து எவ்வளவு கழிக்கப்படும் என்பதை விலை விவரப் பட்டியலில் தெரிவிப்பார்.

12.6 விற்பனை வழிமுறைகள்

பொதுவாக சந்தையில் நாம் ஒவ்வொரு கடையாகச் சென்று விலையை விசாரித்து, பொருட்களின் தரத்தை ஒப்பிட்டு, பின்னர் நமக்குப் பிடித்த பொருளை வாங்கத் தீர்மானிக்கிறோம். உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் வியாபாரிகளின் இருப்பிடங்கள் பல்வேறு இடங்களில் அமைந்திருக்கும்போது அங்கே சென்று வாங்குவது கடினமாகி விடும். விற்பவரும் வாங்குபவரும் கொடுக்கல், வாங்குதல் முடியுமுன்னர் பல நிலைகளைக் கடக்க வேண்டியுள்ளது. நாட்டில் நடைபெறும் பொருட்களின் விற்றல் வாங்குதலில் உள்ள பல்வேறு நிலைகளை இப்பகுதியில் காணலாம். நுகர்வோர் என்ற முறையிலும், விற்பனையாளர் என்ற நிலையிலும் ஒவ்வொருவருக்கும் இது பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

பொருட்களை விற்பதற்குரிய விற்பனை வழக்கமுறை கீழ்க்கண்ட படிகளைக் கொண்டது.

(i) பொருளைவாங்க விரும்புவரிடமிருந்து வரும் விசாரணை

நல்ல சரியான விலையில், தரமான பொருட்களை வைத்துள்ள நல்ல வியாபாரிக்கு அப்பொருளை வாங்க நினைப்பவரிடமிருந்து விசாரணை வரும்போது விற்பனை என்ற செயல் தொடங்குகிறது. நாளேடுகளில் விளம்பரம், சந்தைச்செய்திகள், விலைப்பட்டியல் போன்றவற்றின் அடிப்படையில் இந்த விசாரணை வரும். பொருளை வழங்குபவரைக் கண்டறியும் பொருட்டு விற்பவரிடமிருந்தும் அல்லது உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நேரடியாக தகவல்களை



குறிப்புகள்

பெறுவதற்கு விசாரணை பயன்படுகிறது. இதற்கு வழக்கமாக பெரிய நிறுவனங்களில் அச்சிடப்பட்ட விசாரணைப் படிவம் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

(ii) வாங்குவதற்கு விருப்பம் தெரிவிப்பவர்களுக்கு விலை புள்ளி வழங்குதல்

வாங்க ஆர்வந்தெரிவித்தவருக்கு விற்பவர் தேவையான தகவல்களை விலை புள்ளியாக அளிக்கிறார். இதிலுள்ள விற்பனைத் தகவல்கள், நிபந்தனைகள், விலை போன்றவை பற்றி மேலும் பேரம் செய்வதற்கு வாய்ப்பு உண்டு. இதற்கு விற்பவர்கள் அச்சடிக்கப்பட்ட விலைப் புள்ளிகளையும் பயன்படுத்துகின்றனர்.

(iii) வாங்குபவரிடமிருந்து ஆணை பெறுதல்

விலைப்புள்ளியில் வழங்கப்பட்டுள்ள குறிப்புகளும் நிபந்தனைகளும் வாங்குபவருக்கு ஏற்புடையதாக இருக்கும்போது, அப்பொருளை வழங்க வேண்டி ஆணை தருகிறார். இவ்வாணைப் படிவங்களும் விற்பவரால் அச்சிட்டு வைக்கப்பட்டிருக்கும்.

(iv) வழங்கல் ஆணையை நிறைவேற்றுவது

வழங்கல் ஆணையை பெறப்பட்டவுடன் வியாபாரி அதற்கு ஒப்புக்கை அளிக்கிறார். தனது சம்மதத்தை தெரிவிக்கிறார். உடனடியாக ஆணை நிறைவேற்றப்படும்போது சம்மதம் தெரிவிக்க அவசியமிராது. பெறப்பட்ட ஆணை நாளுடன் கூடிய நிறுவன முத்திரையிடப்பட்டு, குறிப்பு எண் வழங்கப்பட்டு பெறப்பட்ட ஆணை ரிஜிஸ்டரில் பதிவு செய்யப்படும். புதிய வாடிக்கையாளரிடமிருந்து இவ்வாணை பெறப்பட்டால் அவரின் நிதி நிலையையும் நாணயத்தன்மை குறித்தும் விற்பவர் கேட்டு தெரிந்து கொள்ளலாம். பொருளைக் கேட்பவருடைய பணம் செலுத்தும் பண்பைக் குறித்து திருப்தியேற்பட்டால் பொருட்களை விற்பதற்கு முடிவெடுப்பார். அப்படியில்லை யென்றால் தன்னால் அந்த ஆணையையேற்று பொருட்களை அனுப்பவியலாது என வருத்தக் கடிதம் அனுப்பி விடலாம். இருப்பில் ஆணை பெறப்பட்ட பொருட்கள் இல்லையென்றால் அது உற்பத்தி செய்யும் காலத்தை வைத்து பொருளை அனுப்பும் தேதியை தீர்மானிக்கலாம். இவ்வாணையின் நகல் ஒன்று உற்பத்திப் பிரிவுக்கு எந்த தேதியில் பொருளை அனுப்ப வேண்டும் என்ற குறிப்போடு அனுப்பி வைக்கப்படுகிறது.

(v) விற்பனை விவரப் பட்டியல் தயார் செய்தல் (Invoicing)

விற்பனை விவரப் பட்டியலில் பரிவர்த்தனையின் விவரங்களும் வாங்குபவரிடமிருந்து விற்பவருக்கு சேர வேண்டிய தொகை குறித்த விவரங்கள் அடங்கியிருக்கும். வாங்குபவருக்கு பொருளோடு இடப்பட்டியலும் சேர்த்து அனுப்பப்படும். அதன் ஒரு நகலை விற்பவர் வைத்திருப்பார். உற்பத்திப் பிரிவு அல்லது பண்டக சாலைக்கும், கணக்குப் பிரிவுக்கும் நகல்கள் அனுப்பப்படுகின்றன.

(vi) வாடிக்கையாளரின் கணக்கு துவக்குதல்

கணக்குப் பிரிவுக்கு விற்பனை விவரப் பட்டியல் சென்றடைந்தவுடன் அவ்வாடிக்கையாளர் பெயரில் கணக்குப் பதிவேட்டில் கணக்கு தொடங்கப்படுகிறது. விற்ப பொருட்களின் விவரப் பட்டியலில் உள்ள விவரங்கள்,



குறிப்புகள்

அனுமதிக்கப்பட்ட பற்று, அவர் செலுத்திய பணம் பற்றி கணக்குப் பதிவேட்டில் பதிவு செய்து வைக்கப்படுகிறது. ஏற்கனவே அவர் பெயரில் கணக்கு இருக்குமாயின் தேவையான பதிவு செய்யப்படுகிறது.

(vii) பொருட்களை அனுப்புதல்

பொருளை அனுப்புவதற்கு பண்டகசாலைக்கோ அல்லது உற்பத்திப் பிரிவுக்கோ விற்பனை விவரப்பட்டியலின் நகல் தேவைப்படும். அனுப்ப வேண்டிய பொருட்கள் பார்சல் பிரிவுக்கு தரப்பட்டு அங்கு ஆணைக்கு ஏற்ப பொருட்கள் இருக்கின்றனவா என்று இறுதி சரிபார்த்தல் நடைபெறுகிறது. பொருட்கள் மேல்சீட்டு ஒட்டப்பட்டு வெளியனுப்பும் பிரிவுக்கு தரப்படுகிறது. பொருட்கள் வாங்குபவருக்கு அனுப்பி வைக்கும்போது அனுப்புதல் குறிப்புச் சீட்டும் வாங்குபவருக்கு அனுப்பப்படுகிறது. இதற்கு அறிவுரைக் குறிப்பு (Letter of advice) அல்லது அறிவுரைக் கடிதம் எனப் பெயர். இதில் அனுப்பப் பட்டுள்ள பொருளின் முழு விவரங்களும், அதை வாங்குபவர் எவ்வாறு அவர் இருக்குமிடத்தில் பெற்றுக் கொள்ளலாம் என்ற குறிப்பும் இருக்கிறது. பொருட்கள் ரயில் அல்லது சாலைப் போக்குவரத்து மூலம் அனுப்பி வைக்கப்படும்போது போக்குவரத்து அமைப்பிலிருந்து பெறப்பட்ட ரசீது அனுப்புதல் குறிப்புச் சீட்டுடன் இணைத்து அனுப்பப்படுகிறது.

(viii) பொருட்களை வாங்குபவரிடம் சேர்ப்பது

ரயில்வே ரசீது அல்லது போக்குவரத்து ரசீதுவை விற்பவரிடமிருந்து பெற்ற பின்பு, வாங்குபவர் ரயில் அல்லது போக்குவரத்து அலுவலகத்துக்குச் சென்று பொருட்களை எடுத்துக் கொள்கிறார். பொருட்களைப் பெறும்போது வாங்குபவரோ அல்லது அவரது முகவரோ பொருட்களை முழுவதும் சரிபார்த்துக் கொள்ள வேண்டும். பொருட்கள் பாழ்பட்டிருந்தால் போக்குவரத்து நிர்வாகத்திற்கு தெரியப்படுத்த வேண்டும். அதற்கான ஈட்டுத் தொகையை உடனே கோருதல் வேண்டும்.

(ix) பணத்தைப் பெறுதலும் கணக்கை முடிதலும்

விற்ற பொருட்களுக்கான பணத்தைப் பெறுவது கடைசி படியாகும். ஏற்கனவே ஒத்துக்கொண்ட நிபந்தனைகளின்படி தொகை அளிக்கப்படுகிறது. உள்நாட்டு வியாபாரத்தில் தொகை மணியார்டர், காசோலை, டிராப்ட், மாற்றும் உண்டி, பிரம்மிசரி நோட் மூலமாக செலுத்தப்படுகிறது. வழக்கமான வாடிக்கையாளராக இருப்பின் நிலுவைத் தொகை மொத்தமாக எடுத்துக்கொள்ளப்பட்டு ஒழுங்கான கால இடைவெளியில் செலுத்துகிறார். முழுத்தொகை வந்து சேர்ந்தவுடன் விற்ற கணக்கு முடிக்கப்படுகிறது. பெற்ற தொகைக்கு சரியான ஒப்புக்கை அளிக்கப்படுகிறது. சில வேளைகளில் விற்பவர் கால இடைவெளியில் முறையான கணக்கு அறிக்கையை (Statement of Account) அனுப்பி வைக்கிறார். அதில் கீழ்க்கண்ட விவரங்கள் உள்ளன.

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

- அ) விற்பனை நாள்
- ஆ) விற்கப்பட்ட பொருளின் தொகை
- இ) வாங்குபவரிடமிருந்து பெறப்பட்ட தொகை
- ஈ) வாங்கியவர் இன்னும் அளிக்க வேண்டிய தொகை

இப்போது பொருட்களை விற்பதிலுள்ள பல படிநிலைகளை முழுவதும் அறிந்திருப்பீர்கள்.

(x) பிழைகளைச் சரிசெய்து கொள்ளுதல்

நீங்கள் இதுகாறும் பொருட்களைப் பற்றிய விசாரணையில் தொடங்கி கணக்கு முடிக்கும் வரையுள்ள விற்பனையின் படிநிலைகளை அறிந்து கொண்டீர்கள். பொருளை அனுப்பும்போது, விலை விவரப்பட்டியலை தயார் செய்யும்போது சில பிழைகள் ஏற்பட்டு விடலாம். இப்பிழைகளை பற்றுச் சீட்டு வரவுக் குறிப்புச் சீட்டு உதவியுடன் சரிசெய்து கொள்ளலாம். இவை இரண்டையும் பற்றி விவரமாகக் காணலாம்.

பற்றுச் சீட்டு: இது வாங்குபவரின் கணக்கில் பற்று வைக்கப்படும் தொகையைத் தெரிவிக்கும்.

வரவுச் சீட்டு: இது வாங்குபவரின் கணக்கில் வரவு வைக்கப்படும் தொகையைக் குறிக்கும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 12.3

I. பொருத்துக

- | வரிசை A | வரிசை B |
|--------------------------------|--|
| 1. விலைப்புள்ளி | (அ) இப்போது வாங்கி பின்னர் செலுத்துதல் |
| 2. விலை விவரப்பட்டியல் | (ஆ) விற்பனைக்கான பூர்த்தி விவரங்களும், நிபந்தனைகளும் |
| 3. காலந்தாழ்ந்த தவணைத் திட்டம் | (இ) வாங்குபவருடன் ஏற்பட்ட பரிவர்த்தனை விவரம் |
| 4. நிறுத்தப்பட்ட செலுத்து தொகை | (ஈ) கொடுத்த ஆணை நிறைவேற்றாமை |
| 5. வருத்தக் கடிதம் | (உ) விற்பவரால் பெறப்பட்ட வேண்டிய தொகை |

II. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா தவறா என்று கூறவும்

1. வாடிக்கையாளரின் கணக்கில் அவர் செலுத்திய தொகை பற்றிய விவரக் குறிப்பு பராமரிக்கப்படுகிறது.
2. அனுப்புகைச் சீட்டு என்பதற்கு இன்னொரு பெயர் அறிவுரைக் கடிதம் (Letter of Advice) ஆகும்.
3. போக்குவரத்தில் அனுப்பப்பட்ட பொருட்கள் சிதைந்து காணப்பட்டால் போக்குவரத்து நிர்வாகத்திடமிருந்து வாங்குபவர் நஷ்டஈடு உடனே கோரல் வேண்டும்.

4. பற்றுச் சீட்டு என்பது வாங்குபவருக்கு கடன் கொடுத்த கணக்கில் அதிகம் என்பதாக பிழை இருக்கும் போது விற்பவர் கோருகிறார்.
5. வரவுச் சீட்டு என்பது வாங்குபவர் கணக்கில் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகை பற்று வைக்கப்பட்டுள்ளது என்று விற்பவர் தெரிவிப்பது.

III. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. ஒருவர் மிக அதிக அளவில் பொருட்களை வாங்க விரும்பும்போது அதற்கேற்ற சிறந்த வாங்குதல் முறையானது _____ .
 - (அ) ஆய்வு செய்து வாங்குதல்
 - (ஆ) மாதிரியை பார்த்து வாங்குதல்
 - (இ) விளக்கக் குறிப்பைப் பார்த்து வாங்குதல்
 - (ஈ) அருகிலுள்ள சில்லரை வர்த்தகரிடமிருந்து வாங்குதல்
2. வாங்குதல் என்பதன் பொருள் _____ .
 - (அ) விற்பவர் பொருளின் உரிமையை வாங்குபவருக்கு மாற்றித் தருதல்
 - (ஆ) ஒருவர் இன்னொருவரிடமிருந்து பொருட்களை தன்னிடத்தில் பெற்றுக் கொள்வது.
 - (இ) நண்பரிடமிருந்து சிறிது காலம் பயன்படுத்துவதற்காக பொருட்களை பெற்றுக் கொள்வது.
 - (ஈ) சரக்குகள் / பொருட்களை அதன் உரிமையாளரிடமிருந்து வாடகைக்கு எடுத்துக் கொள்வது.
3. எதையும் வாங்குவதற்கு முன்னர் வாங்குபவர் கருத்தில்கொள்ளத் தேவையில்லாத ஒன்று _____
 - (அ) பயன்படுத்திய பிற வாங்குபவர்களைக் கண்டறிதல்
 - (ஆ) சரக்கு / பொருளின் சிறப்பியல்புகள்
 - (இ) அதற்குரிய விலை
 - (ஈ) அருகிலுள்ளவர் பயன்படுத்தும் பொருட்களின் சிறப்பியல்புகள்
4. கீழ்க்கண்டவைகளில் 'எது விற்பனை முறை அல்ல'?
 - (அ) ரொக்கத்திற்கு விற்றல்
 - (ஆ) வாடகைத் தவணை முறையில் விற்றல்
 - (இ) கடனுக்கு விற்றல்
 - (ஈ) தவணை முறையில் பணம்செலுத்த விற்றல்
5. கீழ்க்கண்டவைகளில் எது விற்பனை முறையின் படிநிலை அல்ல?
 - (அ) வாங்க விரும்புவர் விசாரணை செய்வது
 - (ஆ) வாங்குபவரிடமிருந்து ஆணை வருவது
 - (இ) வாங்குபவருக்குப் பொருளை அனுப்பி வைத்தல்
 - (ஈ) விற்பவர் பற்றுச் சீட்டு தயார் செய்வது

பகுதி - IV

வாங்குதல், விற்றல் மற்றும் விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

வாங்குதல்,
விற்பல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ வாங்குவது என்ற செயல் என்பது ஒரு நபர் பணத்தைச் செலுத்தி இன்னொருவரிடமிருந்து பொருட்களையோ, சொத்துகளையோ தனது பெயருக்கு மாற்றிக் கொள்வது ஆகும். விற்பனை என்பது ரொக்கத்திற்கோ அல்லது கடனுக்கோ ஒரு நபரிடமிருந்து இன்னொருவருக்கு பொருட்களோ அல்லது சொத்துகளோ மாற்றப்படுவது ஆகும். வாங்குவதும் விற்பதும் எப்போதும் ஒன்றாகவே நடைபெறுகிறது.
- ▶ விற்பல் என்ற வர்த்தகச் செயலில் பொருட்களும் சேவைகளும் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோரிடம் சென்று சேரும் வரையிலுள்ள அனைத்து செயல்பாடுகளும் உள் அடங்கியுள்ளன.
- ▶ நேரடியாக ஆய்வு செய்தோ அல்லது மாதிரியை கண்டு அதன் அடிப்படையில் அல்லது விளக்கக் குறிப்பு அல்லது அப்பொருளின் முத்திரையின் அடிப்படையிலோ பொருட்கள் வாங்கப்படுகின்றன. வாடகை தவணை முறை, தள்ளி வைக்கப்பட்ட தவணைத்திட்ட விற்பனை, ஒப்புதலின் பேரில் விற்பனை, ஒப்பந்தப் புள்ளி வழியாக விற்பனை, ஏல விற்பனை, தள்ளுபடி விற்பனை போன்றவை விற்பனை வழிமுறைகளாகும். வாங்கிய பொருளுக்கான விலைத்தொகை உடனடியாகவோ, தள்ளி வைக்கப்பட்டுள்ள தவணை முறையிலோ, பற்றுக்கால இறுதி வரை தள்ளி வைக்கப்பட்டுள்ள தவணை முறையிலோ தொகை செலுத்தப்படுகிறது.
- ▶ பொருளைக் குறித்து விசாரித்தல், விலைப்புள்ளி அளித்தல், ஆணை பெறுதல், ஆணையை நிறைவேற்றல், விற்பனை விவரப் பட்டியல் தயார் செய்தல், வாடிக்கையாளர் பெயரில் கணக்கு துவங்கல், பொருளை அனுப்புதல், பொருளைப் பெற்றுக் கொள்ளல், கடைசியில் கணக்கை முடித்தல் போன்ற செயல்பாடுகள் விற்பனை நடைமுறையில் நடக்கின்றன. பொருளை அனுப்பும்போதும், விற்பனை விவரப் பட்டியல் தயார் செய்யும் போது ஏற்படும் பிழைகள் பற்றுச்சீட்டு அல்லது வரவு சீட்டு மூலமாக சரிசெய்யப்படுகிறது.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. 'வாங்கல்' என்பதன் பொருள் யாது?
2. ஒரு பொருளை விற்பனை செய்யும்போது நடைபெறும் செயல்பாடுகளைக் கூறுக.
3. 'ஏல விற்பனை' என்றால் என்ன?
4. 'தள்ளி வைக்கப்பட்டுள்ள தவணைத் திட்டம்' என்ற பணம் செலுத்தும் முறையை விவரி.
5. பொருட்களை அனுப்புவதிலும், விற்பனை விவரப்பட்டியல் தயார் செய்யும் போதும் ஏற்படும் தவறுகள் எவ்வாறு சரிசெய்யப்படுகின்றன?
6. காலக்கெடுவுள்ள தவணைத் திட்டம், வாடகை தவணைத் திட்டம் ஆகியவை களுக்கிடையேயுள்ள வேறுபாடுகளை விவரி.
7. வாங்கிய பொருளுக்கான தொகையை செலுத்தும் பல்வேறு முறைகள் யாவை? அவற்றை விவரிக்க.

8. ஒப்பந்தப் புள்ளி மூலமாக விற்கும் முறையை விவரி.
9. ஒரு பொருளை வாங்குவதற்குரிய பல்வேறு வழிமுறைகளை விவரிக்க.
10. ஒரு பொருளை விற்பதற்கு கையாளப்படும் பல்வேறு வழிமுறைகளை விளக்கவும்.
11. ஒரு பொருளை விற்பதற்கு தேவைப்படும் வழிமுறையைக் கூறவும்.
12. வழக்கமான விற்றலின்போது வாங்கல் ஆணை பெறப்பட்டவுடன் அதை நிறைவேற்ற தேவைப்படும் படிநிலைகள் யாவை?

வாங்குதல், விற்றல் மற்றும் விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 12.1

- | | | |
|---------------|--------------------|----------|
| 1. வாங்குவது | 2. வாங்குபவர் | 3. லாபம் |
| 4. சந்தையிடல் | 5. விற்பனை செய்வது | |

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 12.2

- | | | | | |
|---------|--------|---------|--------|---------|
| 1. தவறு | 2. சரி | 3. தவறு | 4. சரி | 5. தவறு |
|---------|--------|---------|--------|---------|

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 12.3

- | | | | | |
|-------------|--------|--------|---------|--------|
| I. 1. ஆ | 2. இ | 3. அ | 4. உ | 5. ஈ |
| II. 1. தவறு | 2. சரி | 3. சரி | 4. தவறு | 5. சரி |
| III. 1. ஆ | 2. அ | 3. ஈ | 4. ஆ | 5. ஈ |

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- செய்தித்தாள்களில் வெளிவரும் ஒப்பந்தப்புள்ளி பற்றிய விளம்பரங்களை சேகரித்து அதில் காணப்படும் தகவல்களைப் படித்து அறியவும்.
- உங்கள் நண்பரோ அல்லது உறவினரோ ஏதேனும் அலுவலகத்தில் பணிபுரிபவராக இருந்தால் அலுவலகத்திற்குத் தேவைப்படும் மரச்சாமான்கள், எழுதுபொருள்கள், கணிப்பொறி போன்றவை எவ்வாறு வாங்கப்படுகிறது என்பதைக் கேட்டுத் தெரிந்து கொள்ளவும்.



விநியோகம் செய்யும் வழிகள்

உங்கள் கையில் உள்ள இந்த கற்றல் கட்டகம் நோய்தா (உத்திரபிரதேசம்) என்ற இடத்தில் உள்ள தேசிய திறந்தநிலைப் பள்ளியின் தலைமையகத்தில் தயார் செய்யப்படுகிறது என்பதை அறிவீர்கள். அது உங்கள் கைக்கு எவ்வாறு வந்து சேர்ந்தது? உங்களது கற்றல் மையத்திலிருந்து நீங்கள் பெற்றீர்களா? அல்லது புத்தக் கடையிலிருந்து வாங்கினீர்களா? உங்கள் கற்றல் மையத்திலிருந்து பெற்றிருப்பதாக இருந்தால் உங்களது கற்றல் மையத்திற்கு இது எவ்வாறு வந்து சேர்ந்தது? இப்புத்தகத்தை வெளியிட்ட பிறகு தேசியப் பள்ளி நீங்கள் பயிலும் கல்வி மையத்திற்கு அனுப்புகிறது. நீங்கள் அங்கிருந்து பெற்றுக்கொள்கிறீர்கள். இதே போல் நமது புத்தகங்கள் சந்தையிலுள்ள புத்தகக்கடைக்காரர்கள் நேரடியாக தேசிய அலுவலகத்தில் இருந்து பெற்றுக் கொள்கிறார்கள். பின்பு உங்களுக்கு புத்தக் கடைக்காரர்கள் இவற்றை விற்பனை செய்கின்றனர்.

இவ்வாறாக தேசிய அலுவலகம் தயார் செய்யும் இப்புத்தகங்கள் உங்களது மையத்திலிருந்து அல்லது புத்தகக் கடைக்காரரிடமிருந்து உங்களை வந்து சேருகின்றன. இதே போல் நாம் அன்றாடம் பயன்படுத்தும் பெரும்பாலான பொருட்களும், சேவைகளும் உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது தயார் செய்பவர்களிடமிருந்தும், சில நபர்கள் மூலமாக கிடைக்கின்றன. இப்பாடத்தில் நீங்கள் உங்களுக்குத் தேவையான பொருட்களும் சேவைகளும் எவ்வாறு உங்களை வந்து சேருகின்றன என்பதை கற்றுக்கொள்ளவிருக்கிறீர்கள்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தைப் படித்த பின்பு

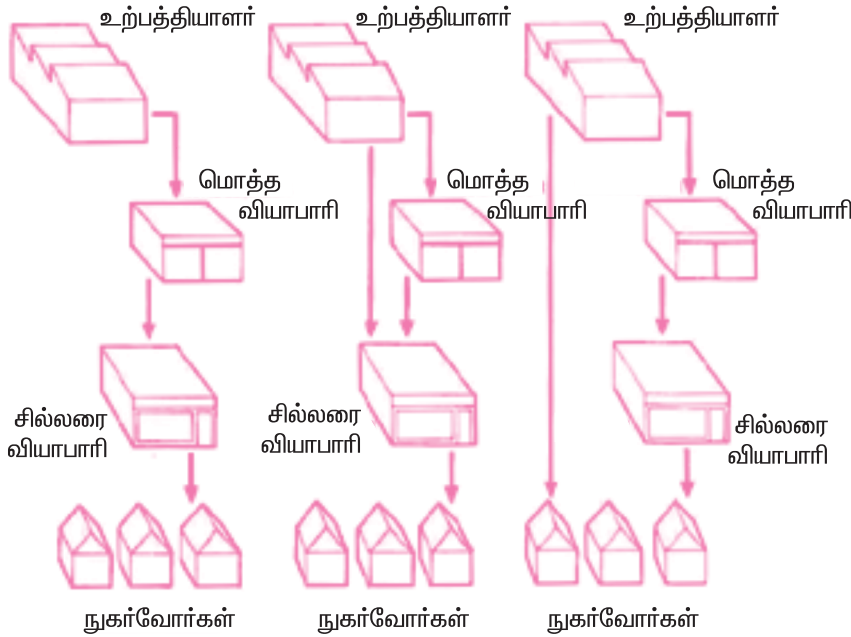
- ▶ விநியோக வழிகள் என்பதன் பொருளையும்;
- ▶ பல்வேறு விநியோக வழிகளை கண்டறியவும்;
- ▶ மொத்த மற்றும் சில்லறை வியாபாரிகளின் செயல்பாடுகளை விவரிக்கவும்;
- ▶ மொத்த விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கிடையே உள்ள வேறுபாடுகளை அறியவும் உங்களால் இயலும்.

13.1 விநியோக வழிகள் என்பதன் பொருள்

தொலைதூரத்திலுள்ள நுகர்வோர்களுக்கு பொருட்களை வழங்குவதுதான் வர்த்தகத்தின் முக்கிய நோக்கமாகும். பொருட்களும், சேவைகளும் உற்பத்தி செய்பவரிடமிருந்து நுகர்வோரைச் சென்று சேருமுன் பல தனிநபர்களைக் கடந்து செல்ல வேண்டியுள்ளது. எடுத்துக்காட்டாக, ஸ்ரீநகரில் வாழும் ஒரு விவசாயிக்கு ஆப்பிள் தோட்டம் உள்ளது. ஆப்பிள்கள் நன்கு வளர்ந்தவுடன் அவற்றை டெல்லியிலுள்ள ஒரு முகவருக்கு விற்கிறார். அவர் பெட்டிகளில் அடைத்து டெல்லி பழச் சந்தையிலுள்ள மொத்த வியாபாரிக்கு விற்கிறார். சில்லறை வியாபாரிகள் குறைந்த அளவில் மொத்த வியாபாரிகளிடமிருந்து வாங்குகின்றனர். அவர்கள் நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்கிறார்கள்.

இறுதியாக நமக்குத் தேவையானவற்றை கடைக்காரரிடமிருந்து விலைக்கு வாங்குகிறோம். ஸ்ரீநகரிலுள்ள உற்பத்தியாளரிடமிருந்து ஆப்பிள்கள் நுகர்வோரைச் சேருமுன் பல கைமாறி வந்து சேருகிறது. முகவர்கள், மொத்த வியாபாரி, சில்லறை வியாபாரி ஆகியோர் இவர்களாவர். இம்மூவரையும் இடையாட்கள் என அழைக்கிறோம்.

இடையிலுள்ளோர் ஒரு பக்கத்திலுள்ள உற்பத்தியாளரையும், மறுபக்கத்திலுள்ள நுகர்வோரையும் இணைக்கும் சங்கிலிகள் ஆவர். இவர்கள் வாங்குவது, விற்பது, கிடங்கில் வைப்பது போன்ற பல செயல்களைச் செய்கின்றனர். இந்த இடை வியாபாரிகள் தான் பொருட்களை விநியோகம் செய்யும் வழிகளை உருவாக்குகின்றனர். எனவே உற்பத்தி செய்பவரிடமிருந்து கடைசியிலுள்ள நுகர்வோரைச் சென்று சேரும் பாதை தான் விநியோக வழி எனப்படும். கீழ்க்கண்ட படத்தில் அது விளக்கப்பட்டுள்ளது.



படம் 13.1



வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்

13.2 விநியோகவழிகளின் வகைகள்

பொதுவாக பொருட்களும், சேவைகளும் நுகர்வோர் பயன்பாட்டிற்கு வந்து சேரும் முன் பல கைகளைக் கடந்து வருகிறது. சில சமயம் உற்பத்தியாளர்கள் இடையாட்கள் உதவியின்றி நேரடியாக நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்வதுமுண்டு. இதற்கு நேரடி வழி எனப் பெயர். விநியோக வழிகள் இரு வகைப்படும். நேரடி வழி அடுத்தது மறைமுக வழி.

நேரடி வழியில் உற்பத்தியாளரும், நுகர்வோரும் இருக்கின்றனர். மறைமுகவழி விநியோகம் பல வகைப்படும். அவையாவன :

- (i) உற்பத்தியாளர் → முகவர் → மொத்த வியாபாரி → சில்லறை வியாபாரி → நுகர்வோர்
- (ii) உற்பத்தியாளர் → மொத்த வியாபாரி → சில்லறை வியாபாரி → நுகர்வோர்
- (iii) உற்பத்தியாளர் → முகவர் → நுகர்வோர்
- (iv) உற்பத்தியாளர் → மொத்த வியாபாரி → நுகர்வோர்
- (v) உற்பத்தியாளர் → சில்லறை வியாபாரி → நுகர்வோர்

பொதுவான விநியோக வழிகள்

(i) **நேர்வழி:** இவ்வழியில் உற்பத்தி செய்பவர்கள் பொருட்களையும், சேவைகளையும் நேரடியாக நுகர்வோருக்கு விற்கின்றனர். உற்பத்தியாளருக்கும் நுகர்வோர்களுக்கும் இடையே நடுவில் எவரும் கிடையாது. உற்பத்தி செய்பவர்கள் விற்பனை செய்பவர்களின் உதவியால் நுகர்வோர்களின் வீடு வீடாகச் சென்று விற்கின்றனர் அல்லது தங்கள் நிறுவனத்தின் நேரடி விற்பனை மையத்தின் மூலமாகவும் விற்கின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக, பாட்டா இந்தியா நிறுவனம், இந்துஸ்தான் பெட்ரோலிய நிறுவனம், லிபர்டி காலணி நிறுவனம் போன்றவை தங்களது சில்லறை விற்பனைக் கடைகளின் உதவியால் தங்களது பொருட்களை நுகர்வோர்களுக்கு நேரடியாக விற்கின்றனர். வங்கிகள், ஆலோசனை நிறுவனங்கள், தொலைபேசி நிறுவனங்கள், போக்குவரத்து சேவை நிறுவனங்கள் நேரடியாக சேவை வழங்கும் முறைக்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.

உற்பத்தியாளர் → நுகர்வோர்

(ii) **மறைமுக வழி:** அதிக அளவில் பொருட்களை உற்பத்தியாளர் தயார் செய்யும்போது தங்களது பொருட்கள் அனைத்தையும் நேரடியாக நுகர்வோருக்கு விற்பது இயலாது ஆகவே அவர் பொருட்களை இடையாட்களுக்கு விற்கிறார். இத்தகைய இடையாட்கள் மொத்த வியாபாரிகளுக்கு அல்லது சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு விற்கிறார். மொத்த வியாபாரி உற்பத்தியாளரிடமிருந்து அதிக அளவில் பொருட்களை வாங்குகிறார். சில்லறை வியாபாரி என்பவர் மொத்த வியாபாரியிடமிருந்தோ, உற்பத்தியாளரிடமிருந்தோ பொருட்களை வாங்கி நுகர்வோர்களின் தேவைக்கேற்ப இறுதியில் விற்பனை செய்கிறார். விநியோகம் செய்வதில் பல இடையாட்களை ஈடுபடுத்துவது மறைமுக விநியோக முறையுமாகும். முக்கியமான மறைமுக விநியோக வழிகளை கீழே காணலாம்.

உற்பத்தியாளர் → சில்லறை வியாபாரி → நுகர்வோர்

பொருட்களை பயன்படுத்தும் நுகர்வோர்களுக்கு வழங்குவதில் இவ்வழி பொதுவாகக் காணப்படுகிறது.

உணவு தானியங்கள், மசாலாப் பொருட்கள், பாத்திரங்கள், சிறிய அளவிலான பொருட்கள் போன்ற பொருட்கள் மொத்த வியாபாரி மூலமாக விற்கப்படுகிறது.

இவ்வழி முறையில் உற்பத்தியாளர்கள் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு விற்கின்றனர். அவர்கள் இறுதியில் நுகர்வோர்களுக்கு அவற்றை விற்கின்றனர். இவ்வழி கீழ்க்கண்டவாறு பயன்படுகிறது.

வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

உற்பத்தியாளர் → மொத்த வியாபாரி → சில்லறை வியாபாரி → நுகர்வோர்

- பொருட்கள் தினசரி சந்தை தேவைக்கு பயன்படும்போது. எடுத்துக்காட்டு ரொட்டி, பிஸ்கட் போன்றவை.
- சில்லறை வியாபாரியே மிகப் பெரியவராக இருந்து மிக அதிக அளவில் வாங்கி பின் சிறு அளவில் நுகர்வோர்களுக்கு நேரடியாக விற்பனை செய்வது. பல்பொருள் அங்காடிகள், சூப்பர் 'பஜார் கடைகள்' இவ்வழியைச் சேர்ந்தவைகளாகும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 13.1

கோடிட்ட இடத்தை நிரப்புக:

- உற்பத்தியாளரிடமிருந்து கடைசியில் நுகர்வோருக்குப் பொருட்கள் சென்று சேரும் பாதை _____ என அழைக்கப்படுகிறது.
- மொத்த வியாபாரிக்கும், இறுதியான நுகர்வோருக்குமிடையே உள்ள சில்லறை வியாபாரி _____ செயல்படுகிறார்.
- பொருட்கள் இடையாட்கள் வழியாக விற்கப்படும் போது அதை _____ விநியோக வழி என்கிறோம்.
- இடையாட்கள் உதவியின்றி பொருட்களை நேரடியாக நுகர்வோர்களுக்கு விற்பனை _____ வழி விநியோகம் என்கிறோம்.
- நேர்வழியில் உற்பத்தியாளர்கள் விற்பனையாளர்களைக் கொண்டு வீடு வீடாகச் சென்று பொருட்களை நுகர்வோருக்கு விற்கின்றனர்; தங்களது சொந்த _____ மூலமாகவும் விற்கின்றனர்.

13.3 மொத்தவியாபாரிகளும், சில்லறைவியாபாரிகளும்

மொத்த வியாபாரிகளும், சில்லறை வியாபாரிகளும் பொருட்கள் உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நுகர்வோர்களைச் சென்று சேருவதற்கு உதவிடும் முக்கியமான இடையாட்களாக உள்ளனர். மிக விவரமாக அவர்களது செயல்பாடுகளைக் காணலாம்.

13.1.1 மொத்தவியாபாரிகள்

விநியோக வழியில் மொத்த வியாபாரிகள் முக்கியமான இடையாட்களாக இருந்து பொருட்களை மிக அதிக அளவில் கையாள்கின்றனர். உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து மொத்தமாக வாங்கி, சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு குறைந்தஅளவில் விற்பனை செய்கின்றனர். சில சமயம் பொருட்களின் அளவு



குறிப்புகள்

அதிகமாக இருக்கும்போது அவற்றை நுகர்வோர்களுக்கு நேரடியாகவும் விற்பனை செய்கின்றன. இவர்கள் இரும்பு, ஸ்டீல், துணி, பேப்பர், மின்சார சாதனங்கள் போன்ற சில குறிப்பிட்ட பொருட்களையும், சில குறிப்பிட்ட ரகத்தையும் விற்பனை செய்கின்றனர். இவர்கள் செயல்படும் விதத்தைக் கண்டறியலாம்.

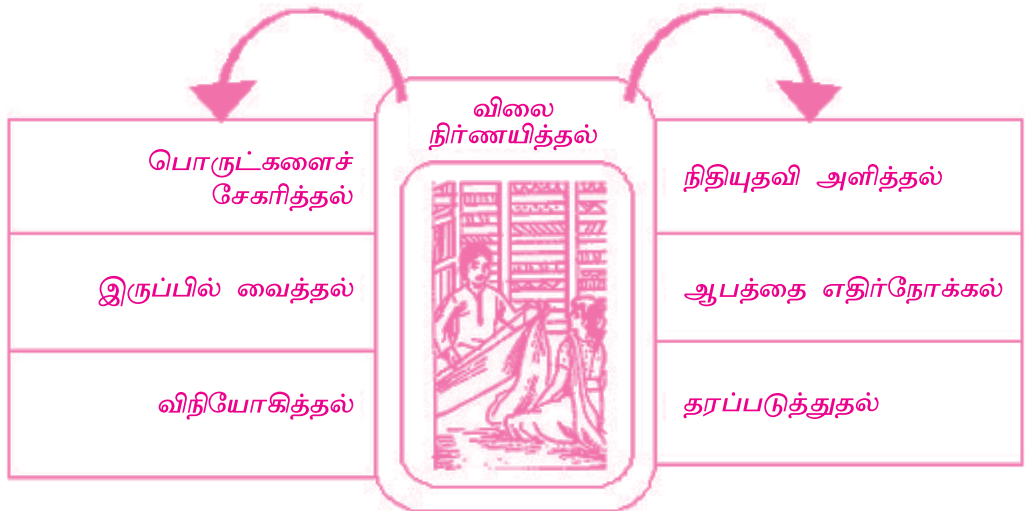
மொத்தவியாபாரிகளின் பண்புக் கூறுகள்

- மொத்த வியாபாரிகள் பொருட்களை உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் தயார் செய்பவர்களிடமிருந்து நேரடியாக வாங்குகின்றனர்.
- அதிக அளவில் பொருட்களை வாங்கி இருப்பில் வைத்து குறைந்த அளவில் விற்கின்றனர்.
- ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளின் பல ரகங்களை விற்பனை செய்கின்றனர். காகித மொத்த விற்பனையாளர் ஒருவர் எல்லா ரக பேப்பர், அட்டைகள் போன்றவைகளை விற்பனைக்கு வைத்திருக்க வேண்டும்.
- வியாபாரத்தில் முதலீடு செய்வதற்கு அதிக மூலதனம் மொத்த வியாபாரிகளுக்குத் தேவைப்படும்.
- சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு கடன் வசதி அளிக்கின்றனர்.
- பொருட்களின் உற்பத்தியாளர்களுக்கும் தயார் செய்பவர்களுக்கும் நிதியுதவி அளிக்கின்றனர்.
- நகரம் அல்லது பெருநகரங்களில் சந்தைப் பகுதியில் ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்தில் இருந்து வியாபாரம் செய்கின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக, நீங்கள் ஒரு பகுதியில் துணி வியாபாரிகளையும், புத்தக வெளியீட்டாளர்கள் விற்பனை செய்பவர்களை இன்னொரு பகுதியிலும் காணலாம்.

மொத்தவியாபாரிகளின் செயல்பாடுகள்

இதுகாறும் மொத்த வியாபாரிகள் என்பதன் பொருள் அவர்களது பண்புக் கூறுகளைக் கண்டுணர்ந்தோம். இனி அவர்களது செயல்பாடுகளைத் தெரிந்து கொள்வோம்.

மொத்த வியாபாரியின் செயல்கள்



படம் 13.2

வாங்குதல், விற்றல் மற்றும் விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

ஒரு மொத்த வியாபாரி வழக்கமாக கீழ்க்கண்ட செயல்பாடுகளில் ஈடுபடுகிறார்.

(அ) பொருட்களைச் சேகரிப்பது: ஒரு மொத்த வியாபாரி உற்பத்தியாளர் அல்லது தயார் செய்பவரிடமிருந்து அதிகமான அளவில் பொருட்களை தருவிக்கிறார்.

(ஆ) பொருட்களை இருப்பில் வைத்திருப்பது: ஒரு மொத்த வியாபாரி பொருட்களை தருவித்து பாதுகாப்பான பண்டகக்காப்பகத்தில் அவை விற்கப்படும் வரை இருப்பில் வைத்திருக்கிறார். பழங்கள், காய்கறிகள் போன்ற அழகும் பொருட்களை குளிர்நட்டப்பட்ட பண்டக சாலையில் வைக்கப் படுகின்றன.

(இ) விநியோகித்தல்: ஒரு மொத்த வியாபாரி பல சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு பொருட்களை விற்பனை செய்கிறார். இவ்வாறாக பொருட்களை விநியோகிக்கும் வேலையும் நடைபெறுகிறது.

(ஈ) நிதியுதவி அளித்தல்: மொத்த வியாபாரி உற்பத்தியாளர்களுக்கும், தயாரிப்பாளர்களுக்கும் முன்பணம் அளித்து நிதியுதவி அளிக்கின்றார். சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு கடனுக்குப் பொருட்களை விற்பனை செய்கிறார். இவ்வாறாக இவ்விரு முனைகளிலும் நிதியுதவி செய்பவராக செயல்படுகிறார்.

(உ) ஆபத்தை எதிர்நோக்குவது: உற்பத்தியாளரிடமிருந்து மொத்த வியாபாரி முடிவுற்ற பொருட்களை வாங்குகின்றார். அவை விற்கப்படும் வரை பண்டக சாலையில் வைத்திருக்க வேண்டியுள்ளது. எனவே தேவைகளில் ஏற்படும் மாற்றம், விலை உயர்வு, பாழாகி விடுவது, அழிந்து போதல் போன்ற ஆபத்துகளை எதிர்கொள்ள வேண்டியுள்ளது.

(ஊ) தரமிடல் (Grading): அவரிடம் வந்து சேர்ந்த பொருட்கள் அனைத்தும் ஒரே தரமாக இராது என்பதால் அவற்றை தரவாரியாக வகைப்படுத்துகிறார். தரம், அளவு, எடை ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பொருட்களைத் தரமிடுகிறார். விற்பனை செய்ய வசதியாக அவற்றை கட்டி வைக்கும் வேலையும் உள்ளது. சில மொத்த வியாபாரிகள் அப்பொருட்களுக்கு பெயர் முத்திரையையும் அளிக்கின்றனர். அவர்கள் கையாளும் பொருட்களுக்கென்ற பிரத்தியேக முத்திரைப் பெயரையும் (brand name) அளிக்கின்றனர்.

விலை நிர்ணயம் செய்வது: பொருட்களின் இறுதி விலை மொத்த வியாபாரிகளால் நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது. தேவைக்கேற்ப பொருட்களை முறையாக வழங்கி அதன் விலை நிலையாக இருக்குமாறு பார்த்துக் கொள்கின்றனர். இவர்களே தாம் சந்தை நிலவரத்தையும், பொருட்களுக்கான தேவையையும் மக்களது ரசனைகளையும் குறித்த செல்வாக்கு உள்ளவர்களாக இருக்கிறார்கள். பொருட்கள் தேவை அதிகரிக்கும்போது அதை சமாளிக்கும் நடவடிக்கையையும் இவர்கள் மேற்கொள்கின்றனர்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 13.2

மொத்த வியாபாரிகளைப் பற்றிய கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா? தவறா? என்று எழுதவும்

1. அவர்கள் சில்லறை வியாபாரிகளிடமிருந்து பொருட்களை வாங்கி நுகர்வோர்களுக்கு விற்கின்றனர்.
2. அவர்கள் பொதுவாக உற்பத்தியாளர்களுக்கும் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கும் கடன் வசதி அளிக்கின்றனர்.



3. அவர்கள் அதிக அளவில் பொருட்களை சேகரித்து அவைகள் விற்கப்படும் வரை பாதுகாப்பாக வைக்கின்றனர்.
4. மொத்த வியாபாரிகளின் வியாபாரத்திற்கு குறைந்த மூலதனம் தேவைப்படும்.
5. நுகர்வோருக்கு அருகாமையில் பல்வேறு இடங்களில் தங்கள் தொழிலை அமைத்துக் கொள்கின்றனர்.
6. குறைந்த அளவில் பலவிதமான பொருட்களை விற்பனைக்காக வாங்கி வைக்கின்றனர்.

13.3.2 சில்லறை வியாபாரிகள்

மொத்த வியாபாரிகளிடமிருந்தோ அல்லது உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்தோ பொருட்களை வாங்கி நுகர்வோர்களுக்கு விற்பவர்கள் சில்லறை வியாபாரிகள் எனப்படுவார்கள். இவர்கள் பொதுவாக சில்லறை விற்பனைக் கடை மூலமாக செயல்படுகின்றனர். சிறிய அளவில் விற்பனை செய்கின்றனர். அன்றாடத் தேவைக்கான பல வகையான பொருட்களை விற்பனைக்கு வைத்துள்ளனர்.

சில்லறை வியாபாரிகளின் செயல்பாடுகள்

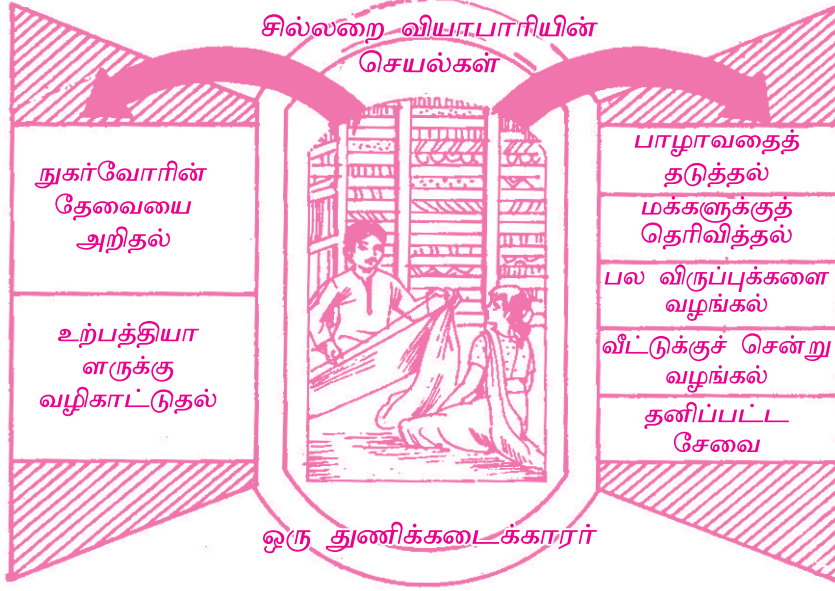
சில்லறை வியாபாரிகளின் பண்புகள் கூறுகளாவன

- (i) நுகர்வோர்களுடன் நேரடியான தொடர்பில் உள்ளவர்கள் சில்லறை வியாபாரிகள் ஆவர். நுகர்வோர்களின் தேவை அவர்களுக்குத் தெரியுமென்பதால் அதற்கேற்ற வகையில் பொருட்களை தங்கள் கடையில் வைத்துள்ளனர்.
- (ii) சில்லறை வியாபாரிகள் பொருட்களை மறுவிற்பனைக்கு அளிப்பதில்லை. நேரடியாக நுகர்வோர்களுக்கு விற்பனை செய்கின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக பழங்கள், துணிமணிகள், போனா, பென்சில் போன்றவற்றை உங்கள் பயன்பாட்டிற்காக வாங்குகின்றீர்கள். அவற்றை நீங்கள் வாங்கி விற்பதற்கல்ல.
- (iii) சில்லறை வியாபாரிகள் பொருட்களை குறைந்த அளவில் வாங்கி விற்பனை செய்கின்றனர். எனவே நுகர்வோர்கள் தங்களது தேவைக்கேற்ப அவ்வப்போது வந்து வாங்கிக் கொள்கின்றனர்.
- (iv) மொத்த வியாபாரிகளை ஒப்பிடும்போது சில்லறை வியாபாரிகளுக்குத் தங்கள் தொழிலைத் துவக்கி நடத்திட குறைந்த மூலதனம் போதுமானது.
- (v) சில்லறை வியாபாரிகள் பலவகைப் பொருட்களைக் கையாள்கின்றனர். எனவே அப்பொருட்களை வாங்கும் நுகர்வோர்களுக்கு அவர்கள் விருப்பத்திற்கேற்ப பல ரகங்களைக் காட்டுகின்றனர்.
- (vi) சில்லறை வியாபாரிகள் கடனுக்கு பொருட்களை வாங்கி ரொக்கத்திற்கு விற்பனை செய்கின்றனர்.
- (vii) தங்கள் கடைகளில் பொருட்களை அலங்காரம் செய்து வெளிப்படுத்தி காட்டுகின்றனர். நுகர்வோரின் கவனத்தை ஈர்க்க இவ்வாறு செய்யப் படுகிறது.

சில்லறை வியாபாரிகளின் செயல்பாடுகள்

மாறுபாடுள்ள ரசனைகளும், மனநிலைகளும் கொண்ட நுகர்வோர்களை எல்லா சில்லறை வியாபாரிகளும் கையாள வேண்டியுள்ளது. எனவே நுகர்வோர்களின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதிலும், அவர்களை இன்னும்

அதிகமாக பொருட்கள் வாங்குவதற்கு தூண்டுவதிலும் மிகச் சுறுசுறுப்பாகவும், முனைப்புடனும் அவர்கள் செயல்பட வேண்டும். பொருட்களை விநியோகம் செய்வதில் சில்லறை வியாபாரிகள் செயல்படும் விதத்தைக் கீழே காணலாம்.



படம் 13.3

- (i) **பொருட்களை வாங்குவதும், சேர்த்து வைத்தலும்:** பல மொத்த வியாபாரிகளிடமிருந்தும், உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்தும் சில்லறை வியாபாரிகள் பொருட்களை வாங்கி சேர்த்து வைக்கின்றனர். நுகர்வோர்கள் மிக விரும்பும் ரகத்தையோ, வகையையோ தேவைக்கேற்ப வைத்துள்ளனர்.
- (ii) **பொருட்களை கிடங்கியில் வைத்தல்:** நுகர்வோர்களின் தேவைக்கேற்ப தயாராக பொருட்களை வழங்கும் பொருட்டு அவற்றை இருப்பில் வைக்கின்றனர். தேவைப்படும்போது நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்யும் வகையில் அவ்வப்போது எடுத்துக் கொள்கின்றனர். எனவே நுகர்வோர் மொத்தமாக பொருட்கள் வாங்குவதையும், சேமித்து வைத்துக் கொள்வதையும் செய்ய வேண்டியதில்லை.
- (iii) **கடன் வசதி:** சில்லறை வியாபாரிகள் பொருட்களை ரொக்கத்திற்கு விற்பனை செய்தாலும், தங்களிடம் வழக்கமாக வரும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு கடனுக்கும் பொருட்களை விற்கின்றனர். மொத்தமாக பொருட்களை வாங்குவருக்கும் கடன் வசதி அளிக்கப்படுகிறது.
- (iv) **தனிப்பட்ட சேவைகள்:** தங்களிடமுள்ள பொருட்களின் தரம், பண்புக் கூறுகள், பயன்பாடுகள் பற்றிய நிபுணத்துவ ஆலோசனைகளை நுகர்வோர்களுக்கு வழங்கும் தனிப்பட்ட சேவையும் அளிக்கின்றனர். வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பு வெறுப்புகளைக் குறித்த ஆலோசனைகளை வழங்குகின்றனர். வாடிக்கையாளர்களின் வீட்டிற்குச் சென்று பொருட்களை கட்டணமின்றி பட்டுவாடா செய்கின்றனர். பொருட்கள் எப்போது தேவைப்படுகிறதோ அச்சமயம் பொருட்களை கொணர்ந்து விற்பதால்

வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

தங்களது கடையின் இருப்பிடத்தை சரியாக பயன்படுத்திக் கொள்கின்றனர்.

(v) **ஆபத்தை எதிர்நோக்குவது:** சில்லறை வியாபாரிகள் கீழ்க்கண்ட ஆபத்துகளை எதிர்நோக்க வேண்டியுள்ளது.

(அ) தீ விபத்து அல்லது பொருட்கள் திருடப்படுதல்

(ஆ) விற்காமல் இருப்பில் இருப்பதால் பொருட்களின் தரம் குறைந்து விடுதல்

(இ) வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பம், ரசனையும் மாறுவது

(vi) **பொருட்களைக் காட்சிக்கு வைத்தல்:** சில்லறை வியாபாரிகள் முறையாக, அனைவரையும் கவரும் வகையில் பொருட்களை காட்சிக்கு முன்வைக்க வேண்டும். இது வாடிக்கையாளர்களின் கவனத்தை ஈர்க்கவும், பொருட்களை விரைவில் விற்கவும் உதவும்.

(vii) **தகவல் அளித்தல்:** வாடிக்கையாளர்களின் குணம், ரசனைகள், விருப்பங்கள், தேவைகள் குறித்து மொத்த வியாபாரிகள் மூலமாக உற்பத்தியாளர்களுக்கு தகவல் அளிக்கின்றனர். சில்லரைக் கடைகள் சந்தை நிலவர ஆய்வுக்கு மிகப் பயனுள்ள களனாகப் பயன்படுகின்றன.

13.4 மொத்தவியாபாரிகள்

சில்லறை வியாபாரிகளுக்கிடையேயுள்ள வேறுபாடுகள்

மொத்த வியாபாரிகள் மற்றும் சில்லறை வியாபாரிகளைப் பற்றி தெரிந்து கொண்டீர்கள். இருவருமே தங்களது பணியிலும், செயல்பாடுகளிலும் வேறுபடுவதை அறிந்திருப்பீர்கள். அவர்களிடையே உள்ள வேறுபாடுகளாவன :

	மொத்த வியாபாரிகள்	சில்லறை வியாபாரிகள்
(i)	அதிகமான அளவில் பொருட்கள் வாங்குகின்றனர்	சிறு அளவில் பொருட்களை வாங்குகின்றனர்
(ii)	உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நேரடியாக வாங்குகின்றனர்	பொதுவாக மொத்த வியாபாரிகளிடமிருந்து வாங்குகின்றனர்.
(iii)	சில குறிப்பிட்ட வகைப் பொருட்களை கையாள்கின்றனர்	பல வகையான பொருட்களைக் கையாள்கின்றனர்.
(iv)	மறு விற்பனைக்காக பொருட்களை விற்கின்றனர்	மக்கள் பயன்பாட்டிற்காக விற்கின்றனர்
(v)	நுகர்வோருடன் நேரடி தொடர்பில்லை	நுகர்வோருடன் நேரடி தொடர்பு உண்டு
(vi)	கடையை அலங்கரிப்பதற்கு சிறப்புக் கவனம் இல்லை	வாடிக்கையாளரின் கவனத்தை ஈர்ப்பதற்கு சில்லறை வியாபாரிகள் கடையை அலங்கரிப்பதற்கு கவனம் செலுத்துகின்றனர்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 13.3

- I. கீழ்க்கண்ட வாக்கியங்களைப் படித்து அவை மொத்த வியாபாரிக்கு பொருந்துமெனில் (W) என்றும் சில்லறை வியாபாரிக்கு பொருந்துமாயின் (R) என்றும் குறியிடவும்.
- (a) குறைந்த அளவில் பொருட்களை விற்பது. ()
- (b) அதிக மூலதனம் தேவைப்படும். ()
- (c) மறு விற்பனைக்கு பொருட்களை விற்பது. ()
- (d) குறைந்த வகைப் பொருட்களைக் கையாள்வது. ()
- (e) நுகர்வோரோடு நேரடித் தொடர்பு உண்டு. ()
- II. கீழ்க்கண்ட வினாக்களுக்கு விடையளிக்கவும்
1. சில்லறை வியாபாரிகள் எதிர்நோக்கும் ஆபத்துகள் யாவை? அவற்றில் இரண்டினைக் குறிப்பிடவும்.
 2. உற்பத்தியாளர்கள் சில்லறை வியாபாரிகளிடமிருந்து எவ்வாறு பயன்கள் பெறுகின்றனர். அவர்களின் இரண்டு செயல்பாடுகளிலிருந்து விளையும் பயன்களைக் குறிப்பிடவும்.
 3. உங்கள் இருப்பிடத்திற்கு அருகில் இரண்டு அல்லது மூன்று கடைக்காரர்கள் மர பொருளை விற்பனை செய்கின்றனர் என்றால் நீங்கள் எந்தக் கடைக்காரரிடமிருந்து உங்கள் தேவைக்கு பொருட்களை வாங்குவீர்கள்?
- III. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.
1. நேரடி வழி என்பது
 - அ) உற்பத்தியாளர் → சில்லறை வியாபாரி உ நுகர்வோர்
 - ஆ) உற்பத்தியாளர் → நுகர்வோர்
 - இ) உற்பத்தியாளர் → மொத்த வியாபாரி உ நுகர்வோர்
 - ஈ) உற்பத்தியாளர் → முகவர் → நுகர்வோர்
 2. வியாபாரிக்கு அதிக அளவில் பொருட்களை விற்கும் வர்த்தகம் என்பது
 - (அ) வெளிநாட்டு வர்த்தகம்
 - (ஆ) மொத்த விற்பனை வர்த்தகம்
 - (இ) உள்நாட்டு வர்த்தகம்
 - (ஈ) சில்லறை வர்த்தகம்
 3. மொத்த விற்பனையாளர்..... இடையில் முக்கிய இணைப்பாக இருக்கிறார்
 - (அ) உற்பத்தியாளருக்கும் மொத்த வியாபாரிக்கும்
 - (ஆ) சில்லறை வியாபாரிக்கும் மொத்த வியாபாரிக்கும்
 - (இ) உற்பத்தியாளருக்கும் நுகர்வோருக்கும்
 - (ஈ) உற்பத்தியாளருக்கும் சில்லறை வியாபாரிக்கும்

பகுதி - IV

வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்



4. நுகர்வோரின் விருப்பங்களும் விருப்பமின்மைகளும் குறித்த தகவல் உடனுக்குடன் மொத்த வியாபாரிகளுக்கு..... செல்கிறது
 - (அ) விளம்பரத்தின் மூலமாக
 - (ஆ) செய்தித்தாள்கள் வழியாக
 - (இ) சில்லறை வியாபாரிகள் வழியாக
 - (ஈ) நுகர்வோர் வழியாக
5. மொத்த வியாபாரியின் முக்கியமான செயல்பாடு என்பது ஆகும்
 - (அ) உற்பத்திப் பொருட்களுக்கு விளம்பரம் செய்வது
 - (ஆ) குறைந்த விலையில் பொருட்களை விற்பது
 - (இ) பலவகைப் பொருட்களைக் கையாள்வது
 - (ஈ) உற்பத்தியாளரிடமிருந்து பொருளை வாங்கி சில்லறை வியாபாரிக்கு விற்பது



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு பொருட்கள் சென்று சேருவதை விநியோக வழிகள் என்கிறோம். உற்பத்தியாளர்கள் நுகர்வோர்களுக்கு நேரடியாக பொருட்களையோ, சேவைகளையோ விற்பனை செய்வதை நேரடி வழி (direct channel) என்கிறோம். இந்த விநியோகச் செயலில் பல இடையாட்கள் ஈடுபடுத்தப்படும் போது அதை மறைமுக வழி என்கிறோம்.
- ▶ விநியோக வழியில் பொருட்களை அதிக அளவில் கையாண்டு வழங்கும் இடையாட்கள் மொத்த வியாபாரிகள் ஆவர். அவர்கள் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு பொருட்களை விற்கின்றனர். சில வேளைகளில் நேரடியாகவும், நுகர்வோருக்கும் விற்கின்றனர். பொருட்களைச் சேகரித்தல், இருப்பில் வைத்தல், விநியோகித்தல், நிதியுதவி செய்தல், ஆபத்துகளை எதிர்நோக்குதல், வகைப்படுத்தல், விலை நிர்ணயம் செய்தல் போன்ற செயல்களில் மொத்த வியாபாரிகள் ஈடுபடுகின்றனர்.
- ▶ பொருட்களை மொத்த வியாபாரிகளிடமிருந்து வாங்கி நுகர்வோர்களுக்கு விற்பவர்கள் சில்லறை வியாபாரிகள் ஆவர். பொருட்களை வாங்குவது, சேர்ப்பது, இருப்பில் வைப்பது, கடனுக்குக் கொடுப்பது, தனிப்பட்ட சேவைகள் வழங்குவது, ஆபத்தைச் சந்திப்பது, பொருட்களை காட்சிப்படுத்தி வைத்தல், தகவல்கள் வழங்குவது போன்ற பல்வேறு செயல்களை இவர்கள் செய்கின்றனர்.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. விநியோக வழி என்பதன் பொருள் என்ன?
2. நேரடி வழி மூலம் விநியோகிக்கப்படும் சேவைகளில் நான்கினைக் குறிப்பிடுக.
3. உற்பத்தியாளரிடமிருந்து இறுதியில் நுகர்வோரைப் பொருட்கள் சென்று சேரும் பல்வேறு விநியோக வழிகளை விவரிக்கவும்.
4. மொத்த வியாபாரி-வரையறுக்க. விநியோக வழியில் எத்தகைய முக்கிய இணைப்பாக அவர்கள் செயல்படுகின்றனர்?
5. சில்லறை வியாபாரிகளின் பண்புக்கூறுகள் நான்கினைக் கூறுக.
6. பொருட்களை விநியோகிப்பதில் சில்லறை வியாபாரிகளின் பங்கை விளக்கிக் கூறவும்.
7. மொத்த வியாபாரிக்கும், சில்லறை வியாபாரிக்கும் இடையேயுள்ள வேறுபாடுகள் ஐந்தினை கூறுக.
8. மொத்த வியாபாரிகளின் செயல்பாடுகளை விவரிக்கவும்.

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 13.1

1. விநியோக வழி
2. இடையாள்
3. மறைமுக வழி
4. நேரடி வழி
5. சில்லறைக் கடைகள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 13.2

1. தவறு
2. சரி
3. சரி
4. தவறு
5. தவறு
6. தவறு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 13.3

I. (a) R (b) W (c) W (d) W (e) R

II. 1. எவையேனும் இரண்டு

(அ) தீ விபத்தில் அல்லது திருட்டால் பொருள்கள் இழப்பது

(ஆ) நீண்டநாள் விற்காமல் பொருளை வைத்திருந்தால் பொருட்களின் தரம் குறைந்து விடுதல்

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

விநியோகம் செய்யும் வழிகள்

- (இ) நாகரிகமும், நுகர்வோரின் ரசனையும் மாறிப்போவது
2. (அ) பொருட்களைச் சேகரித்து காட்சிக்கு வைத்து விற்பனை செய்ய உதவுவது
(ஆ) உற்பத்தியாளர்கள் சந்திக்க வேண்டிய ஆபத்துகளைத் தாங்கிக் கொள்வது
(இ) நுகர்வோரின் ரசனைகள், முன்னுரிமைகள் போன்றவற்றை பற்றிய தகவல்களை உற்பத்தியாளர்களுக்கு தெரிவிப்பது.
3. (அ) சரியான விலையில் பொருட்களை விற்கும்
(ஆ) விற்பனைக்குப் பின் நன்கு சேவை புரியும்
(இ) நமது ரசனைக்கும் முன்னுரிமைக்கும் ஏற்ற பலவகைப் பொருட்களை தருபவரிடம்
(ஈ) கடனுக்கு அளிக்கும், வீட்டில் வந்து பொருட்களைக் கொடுக்கும் கடையில் தான் பொருட்களை வாங்குவோம்.

- III. 1. ஆ
2. ஆ
3. இ
4. ஈ
5. ஈ

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- உங்கள் வீட்டிற்கு அருகாமையில் உள்ள கடை ஒன்றிற்குச் செல்லவும். அதன் செயல்பாடுகளைக் கூர்ந்து கவனித்து அது மொத்த வியாபாரமா அல்லது சில்லறை வியாபாரமா என்பதைக் கண்டறியவும்.



சில்லறை வர்த்தகம்

உங்களின் அன்றாட வாழ்க்கைக்கு பயன்படுத்த பலவகைப் பொருட்கள் தேவைப்படுகிறது. அருகில் உள்ள சந்தையில் அவைகள் கிடைக்கின்றனவா? கிடைக்கவில்லை யென்றால் அருகில் உள்ள நகரத்தில் அல்லது பெருநகரத்திலுள்ள சந்தைக்குச் சென்று அப்பொருட்களை வாங்குவீர்கள். இவையனைத்தும் ஏன் ஒரே கடையில் கிடைக்கவில்லை? ஏன் உங்கள் வீட்டு வாசலில் இவை கிடைப்பதில்லை? ஆம்! உங்கள் சௌகரியத்திற்கேற்ப பல்வகையான ரகத்தில் பொருட்களை வாங்கிக் கொள்வதற்கு வசதியாக சில கடைகள் உள்ளன. நீங்கள் விரும்பும் பொருட்களை உங்கள் வீட்டு வாசலில் பெற்று கொள்ளவும் முடியும். உங்களுக்கு வழிகாட்டவும், பொருட்களை எடுத்துத் தரவும், விற்பனையாளர் இல்லாத கடைகளில் கூட நீங்கள் பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ளலாம். ஆச்சர்யமாக இருக்கிறதா? தேவையில்லை. இவை எவ்வாறு நிகழ்கிறது என்பதை நாம் இப்பாடத்தில் அறிந்து கொள்வோம்.



நோக்கங்கள்

நீங்கள் இப்பாடத்தை படித்த பின்பு

- ▶ சில்லறை வர்த்தகம் என்பதன் பொருள் கூறவும்;
- ▶ சில்லறை வர்த்தகத்தின் பல வகைகளைக் கண்டறியவும்;
- ▶ பெரிய அளவில் நடைபெறுகின்ற சில்லறை வர்த்தகத்தின் பல்வகை அமைப்புகளை வரிசைப்படுத்தவும்;
- ▶ பெரிய அளவில் நடைபெறும் சில்லறை வர்த்தகத்தின் நன்மைகள், தீமைகளைக் கூறவும்;
- ▶ கடையில் பாதி சில்லறை வர்த்தகம் என்பதன் பொருளையும் அதன் பல வகைகளையும் விவரிக்கவும். இயலும்.

14.1 சில்லறை வர்த்தகம் என்பதன் பொருள்

நுகர்வோர்களுக்குப் பொருட்களை நேரடியாக விற்கும் சிறு கடைக்காரர்களை சில்லறை வியாபாரிகள் என அழைக்கிறோம். தள்ளுவண்டியில் விற்பவர்கள் தலையில் சுமந்து விற்பவர்கள், ஒரே விலையில் விற்பவர்கள், பெட்டிக்

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

கடைக்காரர்கள் போன்றவர்கள் எல்லாம் சில்லறை வியாபாரிகள். சில்லறை வியாபாரி பல இடையாட்கள் கொண்ட வர்த்தகச் சங்கிலியில் கடைசி இணைப்பாக விளங்குகிறார். மொத்த வியாபாரிக்கும், நுகர்வோருக்கும் இடையில் உள்ளவர் இவர். இவர் மொத்த வியாபாரியிடமிருந்து பொருட்களை வாங்கி நுகர்வோருக்கு சிறு அளவில் விற்பனை செய்கிறார். மொத்த வியாபாரியை விட குறைந்த மூலதனம் இவருக்குப் போதுமானது. பொதுவாக ரொக்கத்திற்குத் தான் பொருட்களை விற்கிறார். இவர் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை மட்டும் பிரதானமாக விற்பனை செய்வது கிடையாது. பல வகையான பொருட்களை தனது இருப்பில் வைத்து விற்பனை செய்கிறார். அவர் கடை அமைந்துள்ள அப்பகுதியில் மட்டும் அவரது செயல்பாடுகள் நடைபெறுகின்றன.

14.2 சில்லறை வர்த்தகத்தின் வகைகள்

முந்தைய பாடத்தில் சில்லறை வியாபாரிகளைப் பற்றி அறிந்து கொண்டீர்கள். உங்கள் வாழ்மிடத்திற்கு அருகில் உள்ள சிறிய கடைக்காரர்கள் மட்டும் தான் சில்லறை வியாபாரி என்று நீங்கள் நினைக்கலாம். ஆனால் தெருவில் கூவி விற்பவர், மற்றும் சாலையோக் கடைக்காரர் முதல் பேரங்காடி, பஸ்துறை அங்காடி, பல்வகைக் கடைகள் (Multiple Shops) வரை அனைவரும் நமது நாட்டில் சில்லறை வியாபாரம் செய்பவர்கள்தான். சில்லறை வியாபாரத்தை இரண்டு வகையாகப் பிரிக்கலாம்.

(அ) சிறிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம்

(ஆ) பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம்

சிறிய சில்லறை வர்த்தகம் என்பது குறைவான வகை, குறைவான அளவிலான பொருட்களை ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியில் இருந்து கொண்டு விற்பனை செய்வதாகும். இதற்கு குறைந்த மூலதனம் போதுமானது. குறைந்த எண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளர்கட்கு பொருட்கள் வழங்குகின்றது. ஆனால் பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகத்திற்குப் பெரிய மூலதனம் தேவை. இது அதிக அளவிலான பொருட்களைக் கையாள்கிறது. பேரங்காடிகள் (Super Bazzars) பஸ்துறை அங்காடிகள் (Departmental Stores) போன்றவை பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தக நிறுவனங்கள் ஆகும். இப்பாடப் பகுதியில் சில்லறை வர்த்தகத்தின் செயல்பாடுகள் பற்றி அறிய உள்ளோம்.

சிறிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம்

சிறிய அளவு சில்லறை வர்த்தகத்தில் ஈடுபடும் சில்லறை வியாபாரிகள் பல வகைகள் உண்டு. அவர்களை கீழ்க்கண்டவாறு வகைப்படுத்தலாம்.

- நடமாடும் சில்லறை வியாபாரம்
- நிரந்தர கடையில் சில்லறை வியாபாரம்

(i) நடமாடும் சில்லறை வியாபாரம்

இது சில்லறை வியாபாரிகள் நடந்து இடம் மாறிச் சென்று சில்லறை வியாபாரம் செய்வதாகும். இவர்கள் பலவகைப் பொருட்களை வாடிக்கையாளர்களுக்கு நேரடியாக விற்கின்றனர். பொருட்களை வைத்து விற்பதற்கு நிரந்தரக் கடை இவர்களுக்குக் கிடையாது. காலையில் செய்தித்தாள் விநியோகம் செய்பவர்,



குறிப்புகள்

வேர்க்கடலை விற்பது, வளையல், பொம்மை, ஐஸ்கிரீம் விற்பது, சைக்கிளில் வைத்து அரிசி விற்பது, மண்பாண்டங்கள் விற்பது, தரைவிரிப்புகள் விற்பது போன்றவற்றை நீங்கள் தெருவில் பார்த்திருப்பீர்கள். உங்கள் இருப்பிடத்திற்கு அருகில் உள்ள சாலையோரங்களிலும் இவர்களைப் பார்த்திருப்பீர்கள். நகரங்களிலும், பெருநகரங்களிலும் பலவகையான நடமாடும் சிறு வியாபாரிகளைக் காணலாம். பல சந்தைப் பகுதிகளில் குறிப்பிட்ட நாள்களில் மட்டுமே வந்து விற்பனை செய்யும் சிறு வியாபாரிகளும் உண்டு. கிராமங்களில் இத்தகைய வியாபார இடங்களை வாரச்சந்தை என்று அழைக்கின்றார்கள். நகரங்களிலும், பெருநகரங்களிலும் இவற்றை வாராந்திர பஜார்கள் என்று அழைக்கின்றனர். வீடு வீடாகச் சென்று பொருட்களை விற்பதும் நடமாடும் சில்லறை வியாபாரம் என்பதில் அடங்கும். பெரும்பாலான நேரங்களில் பொருட்களுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட விலை என்று இராது. பேரம்பேசி விலை நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது. பெரும்பாலும் இவ்வாறு விற்கப்படும் பொருட்கள் கம்பெனி முத்திரை எதுவும் இல்லாதவையாக இருக்கும்.

(ii) நிரந்தரக்கடையில் சில்லறை வியாபாரம்

கடை என்ற ஒரு நிரந்தர இடத்தில் இருந்து பொருட்களையும், சேவைகளையும் அளிக்கும் வியாபாரம் ஆகும். சந்தையிலோ, வியாபாரப் பகுதியிலோ, மக்கள் வாழிடங்களுக்கு அருகிலோ இக்கடைகள் அமைந்துள்ளன. இக்கடைகள் குறைந்த வகையிலான பொருட்களைக் கையாள்கின்றன. பொருட்கள் இருப்பில் வைக்கப்பட்டும், கடைகளில் பார்வைக்கு வைக்கப்பட்டும்மிருக்கும்.

விற்பனை செய்யப்படும் பொருட்கள் அடிப்படையில் இக்கடைகளை கீழ்க்கண்டவாறு வகைப்படுத்தலாம். அவையாவன :

- (அ) பொது அங்காடி அல்லது பல்பொருள் கடை
- (ஆ) ஒரு பொருள் அங்காடி
- (இ) சிறப்பு அங்காடி

(அ) பொது அங்காடிகள்: அல்லது பல்பொருள் கடைகள் இதன் பெயருக் கேற்றவாறு இக்கடைகள் பொதுவான பயன்பாட்டிற்குத் தேவைப்படும் பலவகைப் பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன. மக்களின் அன்றாட வாழ்வுக்குத் தேவையான பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன. குளியலறைச் சாமான்கள், பின்னல் ஆடைகள், பிஸ்கட்டுகள், தின்பண்டங்கள், வீட்டு மளிகைப் பொருட்கள், அலங்காரப் பொருட்கள், அன்பளிப்புப் பொருட்கள், எழுது பொருட்கள் போன்ற பொருட்களை இக்கடையில் காணலாம். சில்லறை வியாபாரிகள் ரொக்கத்திற்கு பொருட்களை நேரடியாக விற்பனை செய்கின்றனர். இருப்பினும் அவர்கள் நிரந்தர வாடிக்கையாளர்களுக்கு விலைத் தள்ளுபடியும், கடன் வசதியும் அளித்தும் கட்டண ஏதுமின்றி பொருட்களை அவர்களின் வீட்டிற்குச் சென்றும் கொடுக்கின்றனர்.



படம் 14.1
பொது அங்காடி

(ஆ) ஒரு பொருள் அங்காடி: இவ்வகைக் கடைகளில் ஒரு குறிப்பிட்ட வகைப் பொருட்கள் மட்டும் கிடைக்கிறது. மருந்துக் கடைகள், புத்தகக் கடைகள்,

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

சில்லறை வர்த்தகம்

பொம்மைக் கடைகள், ஆயத்த ஆடையகங்கள் போன்றவற்றைப் பார்த்திருப்பீர்கள். இவை களெல்லாம் ஒரு பொருள் அங்காடிகளாகும். ஒரு வகையைச் சேர்ந்த பல அளவிலான, பல வடிவமைப்பிலான, பல தரத்தில் பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன.



படம் 14.2
மருந்துக்கடை

(இ) பிரத்தியேக அங்காடிகள் (Speciality Shops): இக்கடைகள் ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தின் பொருட்களை மட்டும் விற்பனை செய்கின்றன. இங்கு ஒரு குறிப்பிட்ட வர்த்தக முத்திரையுள்ள (Brand) அல்லது குறிப்பிட்ட உற்பத்தியாளரின் அனைத்து ரகங்களையும் வைத்து விற்பனை செய்யப்படுகிறது. உட்கலண்ட் காலணிக் கடைகளில் அந்நிறுவனம் தயாரிக்கும் காலணி முதல் ஆடைகள் வரை அனைத்துப் பொருட்களும் விற்பனை செய்யப்படுவதைக் காணலாம்.



படம் 14.3
மகளிர் செருப்புக்கடை



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 14.1

I. பொருத்துக:

- | கலம் அ | கலம் ஆ |
|--------------------------------|---|
| (i) பேரங்காடி | (அ) ஒரே வர்த்தக முத்திரையுள்ள பொருட்கள் விற்பனை செய்வது |
| (ii) நடமாடும் சில்லறை வியாபாரி | (ஆ) ஒரே வகையைச் சேர்ந்த பொருளின் பல ரகங்களை விற்பனை செய்வது |
| (iii) பிரத்தியேக அங்காடி | (இ) பொது உபயோகத்திற்கான பல்வகைப் பொருட்கள் |
| (iv) பல பொருள் அங்காடி | (ஈ) பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம் |
| (v) ஒற்றைப் பொருள் அங்காடி | (உ) வண்டிகளில் வைத்து பொருட்கள் விற்பது |

14.3 பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம் - பொருள்

தினசரித் தேவைக்கான புதிய ஆடைகள், புதிய காலணிகள், சில அழகுசாதனப் பொருட்கள், எதையேனும் வாங்க நீங்கள் நினைப்பதாகக் கொள்ளலாம். ஆடை வாங்குவதற்கு ஒரு கடைக்கும், காலணி வாங்குவதற்கு இன்னொரு கடைக்கும் போவீர்கள். ஆகவே பலவகைப் பொருட்களை வாங்குவதென்றால் அதற்குரிய

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

கடைகளுக்கு செல்ல வேண்டியிருக்கும். உங்கள் விருப்பத்திற்கேற்ப பொருள் ஒரு கடையில் கிடைக்காமல் போகும். அப்போது வேறு கடைகளுக்கு சென்று பார்க்க விரும்புவீர்கள். சில நேரங்களில் கடைப் பகுதிகளில் ஏராளமான மக்கள் கூட்டம் காணப்படும். இவையாவும் உங்கள் அருகிலுள்ள சந்தைப் பகுதியில் நீங்கள் சந்திக்கும் சிரமங்கள் ஆகும்.

இத்தகைய பிரச்சனைகளுக்குத் தீர்வு காணும் பொருட்டு உங்கள் பகுதியிலுள்ள சிறு கடைகள் தவிர பிற கடைகளுக்குச் செல்ல விரும்புவோம். எடுத்துக்காட்டாக நமக்கு தேவைப்படும் பொருட்களை வாங்குவதற்கு பல கடைகளுக்கு ஏறி இறங்க நேரம் இல்லாதபோது, இவைகள் அனைத்தும் பல ரகங்களில் கிடைக்கும் ஒரு கடை எதுவும் உள்ளதா என்று நினைப்போம். அல்லது நமது வேலைப்பளு காரணமாக இப்பொருட்கள் அனைத்தும் வீட்டில் வந்து கிடைக்குமா என்று நினைப்போம். மேலும் ஒரு அதிகம் பேசப்படும் நிறுவனத்தின் தயாரிப்புப் பொருள் சரியான விலையில் அளிக்கும் கடை எதுவும் உள்ளதா என்று நினைப்போம்.

மேற்கண்ட வசதிகள் அனைத்தும் கொண்ட கடை எதுவும் உங்கள் பகுதி சந்தையில் உள்ளதா?

நகரங்களிலும் பெருநகரங்களிலும் இத்தகைய வசதிகள் கொண்ட சில்லறை விற்பனைக் கடைகள் காணப்படுகின்றன. இவை பல வகையான பொருட்களை ஒரே கூரையின் கீழ் வைத்து விற்பனை செய்கின்றன. இக்கடைகள் நகரின் மையப்பகுதியில் அமைந்து பெருஎண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளருக்கு பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன. சில கடைகளில் பல்வகைப் பொருட்களைக் காணலாம். சில கடைகளில் ஒரே தயாரிப்பாளரிடமிருந்து ஒரே வகை காலணிகள், சட்டைகள் போன்றவற்றைக் காணலாம். இக்கடைகள் அதிக அளவில் பொருட்களை வாங்கி தனிப்பட்ட வாடிக்கையாளர்களுக்கு சில்லறை வியாபாரிகள் போல் விற்பனை செய்கின்றன. சில சமயம் பெரிய உற்பத்தியாளர்கள் நாட்டின் பல்வேறு பகுதிகளில் தங்கள் கடைகளைத் திறந்து வைத்து தங்கள் உற்பத்திப் பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றனர்.

இப்போது உங்களுக்கு பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம் என்பதன் பொருள் விளங்கியிருக்கும்.

ஒரே வகை பொருள்களையோ அல்லது பல்வகைப் பொருட்களையோ ஒரே கூரையின் கீழ் வைத்து, மிக அதிக எண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்பனை செய்வதும், அவர்களின் வசதிக்கேற்ப விற்பனைக்கு வைத்திருப்பதுவும் பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம் எனப்படும்.

பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகத்தின் சிறப்புக் கூறுகள்

பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகத்தின் பொதுவான பண்புக் கூறுகள் கீழ்க்கண்டவைகளாகும்.

- அன்றாடத் தேவைக்கான பல வகைப் பொருட்களைக் கையாள்கின்றது. வாடிக்கையாளர்களின் வசதிக்கேற்ப இப்பொருள்கள் கிடைக்கச் செய்கின்றது.
- உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நேரடியாக அதிக அளவில் பொருட்களை வாங்குகின்றது. இதனால் பொருட்கள் விற்பனையில் இடையாட்கள் முற்றிலும் தவிர்க்கப்படுகின்றன.



- (iii) அதிக எண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளர்களுக்கு சேவைகள் அளிக்கிறது.
- (iv) இக்கடைகள் அல்லது பெருங்கடைகளின் அளவு பக்கத்திலுள்ள கடைகளை காட்டிலும் பெரியதாகக் காணப்படுகிறது.
- (v) இதைத் தொடங்குவதற்கும், நடத்துவதற்கும் அதிக மூலதனம் அவசியமானதாகும்.
- (vi) வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருட்களை ரொக்கத்திற்கு விற்பனை செய்கிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 14.2

பொருத்தமான சொற்களைக் கொண்டு காலியிடங்களைப் பூர்த்தி செய்யவும்

1. _____ அளவில் நுகர்வோர்களுக்கு பொருட்களையும், சரக்குகளையும் நேரடியாக விற்பனை செய்வது சில்லறை வர்த்தகம் ஆகும்.
2. தனது கடையில் வாடிக்கையாளர்களுக்க தேவைப்படும் மளிகைப் பொருட்களையும், பிற பொருட்களையும் விற்கும் கடைக்காரர் _____ வியாபாரம் செய்பவர் ஆவார்.
3. பெரிய கடைகளில் வைத்து ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட பொருட்களை வாடிக்கையாளருக்கு விற்பனை செய்வது _____ சில்லறை வர்த்தகம் என்றழைக்கப்படும்.
4. பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகத்தில் கடைகள் _____ இடங்களில் அமைந்துள்ளன. அவை _____ எண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளர்களுக்குப் பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன.
5. பெரிய _____ தங்கள் உற்பத்திப் பொருட்களை நேரடியாக வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்பனை செய்வதற்கு பெரிய அளவு சில்லறை விற்பனைக் கடைகள் திறக்கின்றன.

14.3 பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகத்தின் வகைகள்

நமது இந்திய நாட்டில் கீழ்க்கண்ட பெரிய அளவு சில்லறை வியாபார வகைகளைக் காண்கின்றோம்.

- (i) பல்பொருள் அங்காடிகள் (Departmental Store)
- (ii) சங்கிலித் தொடர் கடைகள் (Multiple Shop)
- (iii) பேரங்காடிகள் (Super Bazar)

இவைகளைப் பற்றி விவரமாகத் தெரிந்து கொள்வோம்.

14.4 பல்பொருள் அங்காடிகள்

ஒரே கட்டிடத்தில் வைத்து பலவகைப் பொருட்களை விற்பனை செய்யும் பெரிய சில்லறை விற்பனையகத்திற்கு பல்பொருள் அங்காடி எனப் பெயராகும். மொத்த கட்டிடமும் பல பிரிவுகளாகவும் பல விற்பனை (counters) முகப்புகளாகப் பிரிக்கப்படுகிறது. ஒவ்வொரு பிரிவிலும் எழுதுபொருட்கள், புத்தகங்கள், மின்னணு சாதனங்கள், ஆடைகள், நகைகள் போன்ற குறிப்பிட்ட பொருட்கள் இருக்கும். அனைத்து பிரிவுகளும் ஒரே நிர்வாகத்தின் கட்டுப்பாட்டில் அமைந்திருக்கும்.

உள்ளே நுழைந்தவுடன், ஒவ்வொரு பிரிவாகச் சென்று நீங்கள் பொருட்களை வாங்கலாம். வாடிக்கையாளர்கள் தங்களுக்கு வேண்டிய அனைத்தையும் வாங்குவதற்கு ஊக்கமளிப்பதற்காக இக்கடைகளில் உணவகங்கள், தொலைபேசி வசதி, தானியங்கி வங்கி இயந்திரம் (ATM) போன்ற வசதிகள் இருக்கின்றன.

இத்தகைய பலபொருள் அங்காடிகள் அமெரிக்காவிலும், ஐரோப்பாவிலும் மிக அதிகமாகக் காணப்படுகின்றன. நமது நாட்டில் இத்தகைய அங்காடிகளை பெரிய நகரங்களில் காணலாம். டெல்லியில் உள்ள எபோனி, ஷாப்பர்ஸ் ஷாப் கடைகள், சென்னையில் உள்ள ஸ்பென்சர்ஸ், பெங்களூரில் உள்ள கிட்ஸ் கெம்ப் போன்றவை இதற்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும்.



படம் 14.4
பல்பொருள் அங்காடி

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

பல்பொருள் அங்காடிகளின் சிறப்பியல்புகள்

பல்பொருள் அங்காடியின் சிறப்பியல்புகளைக் கண்டறிவோம் :

- (i) வாடிக்கையாளர்கள் பல்வேறு பகுதிகளிலிருந்து எளிதாக வந்து சௌகரியமாக பொருட்களை வாங்குவதற்கு வசதியாக நகரின் அல்லது பெருநகரின் பிரதான வர்த்தகப் பகுதியில் இக்கடைகள் அமைக்கப்படுகின்றன.
- (ii) இவ்வங்காடிகள், மிகப்பெரிய அளவிலானவை. பல பிரிவுகளாகவும் அல்லது சேவை முகப்புகளாகவும் (counters) பிரிக்கப்பட்டுள்ளது.
- (iii) ஒவ்வொரு பிரிவிலும் ஒரு வகைப்பொருள் விற்கப்படுகின்றது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு பிரிவில் மின்னணுவியல் சாதனங்களும் இன்னொன்றில் ஆயத்த ஆடைகள், மற்றொரு பிரிவில் உணவுப் பொருட்கள் அமைந்திருக்கும்.
- (iv) அனைத்துப் பிரிவுகளின் மேலாண்மையும், கட்டுப்பாடும் ஒன்றிணைந்து மையப்படுத்தப்பட்டிருக்கும்.
- (v) வாடிக்கையாளர்கள் மகிழ்ச்சியோடு பொருட்களை வாங்குவதற்குரிய வசதியுள்ளது. ஒரே கூரையின் கீழ் அனைத்துப் பொருட்களையும் வாங்கிக் கொள்ள முடிகிறது.
- (vi) அங்காடிகளுக்குள்ளேயே வாடிக்கையாளர்களுக்கு, சிற்றுண்டிச் சாலைகள், கழிப்பிட வசதி, தொலைபேசி வசதி, தானியங்கி வங்கி இயந்திரம் போன்ற வசதிகள் உள்ளன.
- (vii) கடன் அட்டை கொண்டு வாடிக்கையாளர்கள் பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ள அனுமதிக்கின்றனர்.
- (viii) இத்தகைய அங்காடிகள் வாடிக்கையாளரின் வீட்டு வாசலில் வந்து பொருளை ஒப்படைக்கும் வசதியும் அளிக்கின்றன.

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

பல்பொருள் அங்காடிகளின் பயன்களாவன :

- (i) **பொருட்களை வாங்குவதில் செலகரியம்:** ஒரே கூரையின் கீழ் பல்வகைப் பொருட்கள் இருப்பதால் பொருட்களை வாங்குவதற்கு ஒவ்வொரு கடையாக ஏறி இறங்க வேண்டிய சிரமம் கிடையாது. உங்களது நேரமும் சிரமமும் குறைகிறது. மேலும் வாடிக்கையாளரின் வசதிக்காக கழிப்பிட வசதி, உணவகம், ஓய்வறை, தொலைபேசி வசதி, தானியங்கி வங்கி இயந்திரம் போன்றவை ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ளன.
- (ii) **அவரவர் விருப்பத்திற்கேற்ப பொருட்கள் கிடைப்பது:** இக்கடைகளில் பல உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து பல வகையிலான பொருட்கள் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. எனவே ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளர் தத்தம் விருப்பத்திற்கேற்ப தேவையான பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ள வசதி உள்ளது.
- (iii) **அதிக அளவில் பொருட்களை வாங்குவதிலும், விற்பதிலுமுள்ள பணச் சிக்கனம்:** பல்பொருள் அங்காடிகள் அதிக அளவில் பொருட்களை வாங்குகின்றன. எனவே மொத்த வியாபாரிகளின் தலையீடு இல்லாமல் நேரடியாக உற்பத்தியாளரிடமிருந்து பொருட்களை வாங்குகின்றன. எனவே உற்பத்தியாளரிடமிருந்து விலைத் தள்ளுபடி வாய்ப்பைப் பெறுகின்றன. மேலும் அதிக அளவில் விற்பனை நடைபெறுவதால் வியாபாரச் செயல்முறைகளுக்கான செலவும் குறைகிறது.
- (iv) **பரஸ்பர விளம்பரங்கள்:** பல்பொருள் அங்காடிக்கு வரும்போது பல விற்பனைப் பிரிவுகளில் காணப்படும் காட்சிப் பொருள்கள் கருத்தை கவரக்கூடிய வையாக இருப்பதைக் காணலாம். எனவே இதை பார்த்துவிட்டு வாடிக்கையாளர்கள் தாங்கள் வாங்க நினைக்காத பொருட்களையும் வாங்க வாய்ப்பு ஏற்படுகிறது. எனவே ஒவ்வொரு பிரிவிலும் பிற பிரிவு பற்றிய விளம்பரம் காணப்படுகிறது.
- (v) **ஆற்றலுள்ள மேலாண்மை:** இத்தகைய அங்காடிகள் மிகப்பெரிய அளவில் உருவாக்கப்படுவதால், இவை தங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஆற்றலுள்ள, திறமையான பணியாளர்களைக் கொண்டு சிறப்பான சேவைகள் வழங்குகின்றன.

இவ்வளவு பயன்கள் அளித்தாலும், பல்பொருள் அங்காடிகளில் சில குறைபாடுகளும் உண்டு.

பல்பொருள் அங்காடியின் குறைபாடுகள்

பல்பொருள் அங்காடிகளின் குறைபாடுகளாவன :

- (i) **மிக அதிகமான முதலீடு:** பலவகைப் பொருட்களை இருப்பில் வைத்து விற்பதற்கு பெரிய இடம் தேவைப்படுவதால் பல்பொருள் அங்காடியை ஆரம்பித்து நிர்வகித்து, நடத்துவதற்கு அதிக முதலீடு தேவைப்படுகிறது.
- (ii) **வாழ்விடங்களிலிருந்து தூரமாய் இருப்பது:** வாழ்விடங்களிலிருந்து தொலைவான தூரத்தில் பல்பொருள் அங்காடிகள் இருப்பதால் வாடிக்கையாளர்கள் இக்கடைகளிலிருந்து பொருட்களை வாங்கிச் செல்வதில் சிரமப்படுகின்றனர். மேலும் அன்றாட பயன்பாட்டிற்குத் தேவையான பொருட்களை வாங்குவதற்கு தங்கள் இருப்பிடங்களுக்கு அருகாமையில் உள்ள சிறு கடைகளையே நாடுகின்றனர்.

(iii) **வியாபாரச் செயல்பாடுகளில் அதிகச் செலவு ஆகுதல்:** கட்டிட வாடகை அல்லது கட்டிட விலை போன்ற கடைக்கான கட்டிடச் செலவு, கட்டித்தை அழகுபடுத்துதல், வாடிக்கையாளரின் வசதிக்காக ஏற்படுத்தப்படும் பல வசதிகள் போன்றவை காரணமாக பல்பொருள் அங்காடியின் நடைமுறைச் செலவு கூடி விடுகிறது.

(iv) **அதிக விலை:** அதிக நடைமுறைச் செலவு, தரமான பொருட்கள் போன்றவை காரணமாக பல்பொருள் அங்காடியில் பொருட்கள் அதிகமான விலையில் விற்கப்படுகிறது.

(v) **தனிநபர் கவனம் குறைவு:** பல்பொருள் அங்காடிகளில் கடையின் சொந்தக்காரருக்கும் வாடிக்கையாளருக்கும் நேரடித் தொடர்பு கிடையாது. கடை ஊழியர்கள்தான் வாடிக்கையாளரிடம் உரையாடுகின்றனர். வாடிக்கையாளர்களின் ரசனைகள், தேவைகள், விருப்பு வெறுப்புகள் குறித்த நேரடித் தகவல் கடைக் சொந்தக்காரருக்குக் கிடைப்பதில்லை.

வாங்குதல், விற்கல் மற்றும் விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 14.3

பல்பொருள் அங்காடிகள் பற்றி கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ள கூற்றுகள் சரியா தவறா என்று கூறவும்:

1. பல பிரிவுகளில் / பல முகப்புகளில் பல பொருட்கள் விற்பனை செய்யப்படும் சில்லறை வியாபாரக் கடை பல்பொருள் அங்காடி என்று அழைக்கப்படுகிறது.
2. மின்னணு சாதனங்கள், ஆடைகள் போன்ற பல பிரிவுகளில் தனித்தனியாக அமைக்கப்பட்டிருப்பது நிர்வாக வசதிக்காகவே.
3. பல்வேறு பிரிவுகள் மூலமாக வாடிக்கையாளர்களுக்காகவும், கடையின் சொந்தக்காரருக்கும் நேரடித் தொடர்பு இருக்கிறது.
4. பொருட்களை விற்பனைக்கு வைத்திருப்பதைத் தவிர வாடிக்கையாளர்களுக்கு சில கூடுதலான சேவைகளையும் பல்பொருள் அங்காடிகள் வழங்குகின்றன.
5. அதிக எண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளர்களின் வசதியின் பொருட்டு இத்தகைய அங்காடிகள் குடியிருப்பு இடங்களுக்கு அருகில் அமைக்கப்படுகின்றன.
6. பராமரிப்புச் செய்யவும், நடத்திடவும், வாடிக்கையாளர்களுக்கு பல வசதிகள் செய்து தருவதாலும், கூடுதல் செலவுகள் ஆவதால் பல்பொருள் அங்காடிகள் அதிக விலையில் பொருள்களை விற்கின்றன.

14.5 பேரங்காடி (Super Bazar)

ஒரு வாரம் அல்லது ஒரு மாதத்திற்கு நமது வீட்டிற்குத் தேவையான பொருட்களை ஒரே தடவை சென்று வாங்கிக் கொள்வதற்குத் தகுந்த பெரிய சில்லறை விற்பனை அமைப்பு பேரங்காடி ஆகும். இவ்வகை பெரிய அளவு சில்லறை முறையைப் பற்றி மிக விவரமாகக் கண்டறிவோம்.

பேரங்காடி என்பதன் பொருள்

உணவுப் பொருட்கள், காய்கறிகள், பழங்கள், மளிகைச் சாமான்கள், நீடித்த நுகர்வுப் பொருட்கள் போன்றவற்றை ஒரே கூரையின் கீழ் வைத்து விற்பனை செய்யும் நுகர்வோர் கூட்டுறவு அங்காடி பேரங்காடி அல்லது சூப்பர் பஜார்



எனப்படும். அதன் உறுப்பினர்களுக்கும் பொதுமக்களுக்கும் அன்றாடத் தேவைக்கான பொருட்களை இடையாட்கள் எவருமின்றி சரியான விலையில் வழங்குவது இதன் நோக்கமாகும்.



படம் 14.5 பேரங்காடி

பேரங்காடியின் சிறப்பியல்புகள்

பேரங்காடியின் சிறப்பியல்புகளாவன :

- (i) இத்தகைய அங்காடிகள் கூட்டுறவு சொசைட்டி வழியாகத் துவக்கப் படுகின்றன.
- (ii) இவைகள் ஊரின் மையப்பகுதியில் அமைந்துள்ளன. இதன் கிளைகள் குடியிருப்பு பகுதிகளில் ஏற்படுத்தப்படுகின்றன. குடியிருப்பு பகுதிகளுக்குச் சென்று பொருட்களை விற்க சில பேரங்காடிகள் வேன்களில் நடமாடும் கடைகளையும் நடத்துகின்றன.
- (iii) இங்கு மிகத் தரமான பொருட்கள் மட்டும்தான் விற்பனைக்கு இருக்கிறது.
- (iv) பெரும்பாலும் இவ்வங்காடிகள், சுயசேவை முறையில் நடத்தப்படுகின்றன. திறந்த அலமாரிகளிலிருந்து உங்கள் விருப்பத்தின்படி எடுத்துக் கொண்டு காசாளர் இருப்பிடத்திற்குச் சென்று பணம் செலுத்த வேண்டும். சில அங்காடிகளில் பொருட்களைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் வாடிக்கையாளருக்கு உதவி செய்திட விற்பனையாளர்கள் பணியமர்த்தப்பட்டுள்ளனர்.
- (v) தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட கூட்டுறவு சொசைட்டி உறுப்பினர்களால் நிர்வாகம் செய்யப்படுகிறது.
- (vi) பேரங்காடிகள் உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது அரசு நிறுவனங்களிலிருந்து பொருட்களை மொத்தமாக வாங்குகின்றன. உறுப்பினர்களுக்கும் பொது மக்களுக்கும் குறைந்த லாபத்தை வைத்து சரியான விலையில் அவற்றை விற்கின்றன.
- (vii) பேரங்காடிகளில் பொருட்கள் ரொக்கத்திற்கு மட்டும் விற்கப்படுகிறது.
- (viii) இதற்குத் தேவையான மூலதனம் கூட்டுறவு சொசைட்டி உறுப்பினர்களால் வழங்கப்படுகிறது.

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

பேரங்காடியினால் ஏற்படும் பயன்கள்

பேரங்காடியினால் ஏற்படும் பயன்களாவன:

(i) பல்வகைப் பொருட்கள்:

பேரங்காடிகள் அன்றாட வீட்டுத் தேவைக்கான பல்வகைப் பொருட்களைக் கொண்டுள்ளது.

(ii) பொருட்களின் தரம்:

வாடிக்கையார்களுக்கு தரமான பொருட்களை வழங்குகின்றன. கலப்படம் மற்றும் போலியான பொருட்கள் இங்கு கிடையாது.

(iii) குறைந்த விலை:

மொத்தமாகப் பொருட்களை வாங்குவதாலும், இடையாட்கள் இல்லாததாலும் பொருட்கள் அனைத்தும் குறைந்த விலையில் கிடைக்கின்றன.

(iv) குறைவான நடைமுறைச் செலவு:

பெரும்பாலும் விற்பனையாட்கள், உதவிக்காரர்கள் எவரும் பணியமர்த்தப்படாததால் நடைமுறைச் செலவு குறைவாகவுள்ளது.

(v) உறுப்பினர்களுக்குள்ள பயன்கள்:

சொசைட்டி உறுப்பினர்கள் சலுகை விலையில் பொருட்களைப் பெறுகின்றனர். உபரியோ அல்லது லாபத்தொகை இருக்கும்போது பங்குதாரர்களுக்கு ஈட்டுத்தொகை பிரிந்தளிக்கப்படுகிறது.

(vi) தேர்ந்தெடுப்பதில் சுதந்திரம்:

வாடிக்கையாளர் பலவகைப் பொருட்கள் ஒரே இடத்தில் இருப்பதைக் காண்கிறார். எனவே பொருட்களை ஒப்பிட்டு பார்க்க வசதியாகவுள்ளது. உங்கள் விருப்பத்திற்கேற்ப பொருட்களை தேர்ந்தெடுக்க தேவையான கால அவகாசம் உண்டு.

(vii) அரசுக் கட்டுப்பாடு:

நமது இந்திய நாட்டில் பெரும்பாலான பேரங்காடிகள் மத்திய மாநில அரசுகளின் கட்டுப்பாட்டில் உள்ளன. விலை நிர்ணயம் செய்வதற்கும், பொருட்களை பதுக்கி வைத்து செயற்கையாக பற்றாக்குறை ஏற்படுத்துவதைத் தடுத்திடவும் இவை உதவுகின்றன.

பேரங்காடியின் குறைபாடுகள்

பேரங்காடியின் குறைபாடுகளாவன:

(i) அதிக மூலதனம்: பேரங்காடிகளை நடத்துவதற்கு அதிக பண மூலதனம் தேவைப்படுகிறது.

(ii) திறமையான நிர்வாகமின்மை: குறைவான நிதி ஆதாரமிருப்பதால் வலுவான நிர்வாகம் அமையாது போகிறது.

(iii) கடன் வசதியின்மை: வாடிக்கையாளர்களுக்கு ரொக்கத்திற்கு மட்டும் பொருட்கள் விற்கப்படுகின்றன. கடன் வசதி அவர்களுக்குக் கிடையாது.

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

14.6 பல்பொருள் அங்காடிகளுக்கும் பேரங்காடிகளுக்கும் உள்ள வேறுபாடு

அடிப்படை	பல்பொருள் அங்காடி	பேரங்காடி
உரிமையாளர்	தனிநபர்களுக்குச் சொந்தமானது	கூட்டுறவு சொசைட்டிக்குச் சொந்தம்
வசதிகள்	உணவகம், கழிப்பறை, தொலைபேசி போன்ற வசதிகள் வாடிக்கையார்களுக்கு உண்டு.	அத்தகைய வசதி வாடிக்கையாளர் - களுக்கு கிடையாது.
பொருட்களின் விலை	சந்தை விலையை விட கூடுதலாக இருக்கும்.	பல்பொருள் அங்காடியை விட விலை குறைவாக இருக்கும்.
கடன் வசதி	சில நேரங்களில் கடனுக்குப் பொருட்கள் விற்கப்படும்.	ரொக்கத்திற்கு மட்டும்தான் விற்கப்படும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 14.4

- I. பேரங்காடி குறித்த கீழ்க்கண்ட கூற்றுக்கள் சரியா/தவறா என்று கண்டறியவும். சரி என்றால் (W) என்றும் தவறு என்றால் (R) என்று எழுதவும்.
 1. பல்பொருள் அங்காடிகளைப் போல் பேரங்காடிகளும் ஒரு கட்டிடத்தில் வைத்து பலவகைப் பொருட்களை விற்பனை செய்கிறது.
 2. அவைகள் கூட்டுறவு சொசைட்டியாக உருவாக்கப்பட்டு அதன் மூலதனம் உறுப்பினர்களால் வழங்கப்படுகிறது.
 3. கூட்டுறவு சொசைட்டி உறுப்பினர்களின் வசதிக்காக பொருட்கள் கடனுக்கு விற்கப்படுகிறது.
 4. செயல்பாடுகளிலுள்ள குறைபாடுகள் காரணமாக பேரங்காடிகளில் திறன்மிகு மேலாளர்களை பணி நியமனம் செய்ய வசதியில்லை.
 5. குறைந்த விலையில் பொருட்கள் வழங்க வேண்டியிருப்பதால் தரங்குறைந்த பொருட்களை பேரங்காடிகள் வழங்குகின்றன.
- II. கீழ்க்கண்ட வாக்கியங்கள் குறிப்பிடும் பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தக வகை எது என கண்டறியவும்.
 1. பல்வேறு இடங்களிலுள்ள பல விற்பனை மையங்கள் வழியாக பொருட்களை விற்பது
 2. வெளியிலுள்ள சந்தை விலையை விட பொதுவாக பொருள்களின் விலை அதிகமாக உள்ளது
 3. வாடிக்கையார்கள் மொத்தமாகச் சேர்த்து நிர்வகிக்கும் கடைகள் இவை
 4. பொருட்களை விற்பனைக்கு வைத்திருப்பது கூட பிற வசதிகளையும் வாடிக்கையாளர்களுக்கே வழங்குகின்றன.
 5. ஒரே வகையான பொருட்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்கப்படுகின்றன.



III. பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம் குறித்த கீழ்க்கண்ட வாக்கியங்களிலுள்ள காலியிடத்தை பொருத்தமான சொற்களால் நிரப்புக.

1. நுகர்வோர்களுக்கு அதிக அளவில் _____ (உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து/இடையாட்களிடமிருந்து) வாங்கப்படுகிறது.
2. நுகர்வோருக்காக பெரும்பாலும் _____ (ஒரே கூரையின் கீழ்/பல கடைகளில்) பொருட்கள் வைக்கப்பட்டுள்ளன.
3. இது _____ (குறைவான/அதிகமான) வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருட்கள் விற்கின்றது.
4. பொருட்கள் _____ (ரொக்கத்திற்கு/கடனுக்கு) வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்கப்படுகின்றன.
5. உங்கள் அருகிலுள்ள சில்லறை அங்காடிகளுக்குத் தேவைப்படும் முதலீட்டை விட பெரிய அளவு சில்லறை அங்காடிகளுக்குத் தேவையான முதலீடு _____ (சரி சமமாகும்/மிக அதிகமாகும்)

14.7 கூட்டுக்கடைகள் அல்லது சங்கிலித் தொடர் கடைகள்

சென்ற பகுதியில் பல்பொருள் அங்காடியில் மொத்த வியாபாரமும் ஒரு கட்டிடத்தில் நடக்கிறது என்றும், அங்கு வாடிக்கையாளர்கள் கவரப்பட்டு வந்து செல்கின்றனர் என்றும் அறிந்தோம். இப்போது பெரிய உற்பத்தியாளர்கள் வாடிக்கையாளர்களின் வசதிக்காக ஆங்காங்கே நடத்தும் கூட்டுக் கடைகள் அல்லது சங்கிலித் தொடர் கடைகள் (Multiple Shops) பற்றிக் கண்டறியலாம். உங்கள் நகரில் அல்லது பெருநகரத்தில் ஒரே முத்திரைப் பெயர் கொண்ட ஒரே மாதிரியான பெயருள்ள பொருட்களை விற்பனை செய்யும் கடைகளை பார்த்திருப்பீர்கள் அல்லவா?

பாட்டா காலணிக் கடைகள், எச்.எம்.டி. கடிகாரக் கடைகள், மாக்டொனால்டு உணவகங்கள் போன்றவற்றைக் கண்டிருப்பீர்கள். இவைகள் கூட்டுக் கடைகள் (Multiple Shops) எனப்படும் இக்கடைகளில் ஒரே விலையில் ஒரே மாதிரியாக விற்பனை செய்யப்படுகிறது.



படம் 14.6

இவை மிகப்பெரிய உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது தயாரிப்பாளர்களுக்குச் சொந்தமானவை. நாட்டிலுள்ள ஒரு நகரின் பல்வேறு பகுதிகளிலோ அல்லது பல்வேறு நகரங்களிலோ பெருநகரங்களிலோ இவைகளைத் திறந்து வியாபாரம் செய்கின்றன. இதற்கு சங்கிலித் தொடர் கடைகள் எனவும் பெயர் உண்டு.



குறிப்புகள்

சங்கிலித் தொடர் கடைகளின் சிறப்பியல்புகள்

- இவ்வகைச் சில்லறை விற்பனை மையங்களின் சிறப்பியல்புகளைக் காணலாம்.
- வாடிக்கையாளர்களுக்கு அருகாமையில் பல்வேறு இடங்களில் ஒரே நிர்வாகத்தால் அல்லது உரிமையாளரால் இக்கடைகள் நடத்தப்படுகின்றன.
 - வாடிக்கையாளர்கள் எளிதில் கண்டறியும் வண்ணம் ஒரே மாதிரியான அமைப்புடனும் அலங்காரத்துடனும் அமைக்கப்படுகின்றன.
 - இக்கடைகள் காலணிகள், துணி, கடிகாரம், போக்குவரத்துச் சாமான்கள் போன்ற அன்றாடம் பயன்படுத்தும் பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன.
 - ஒரே மாதிரியான பொருளுக்கு ஒரே விலையாகக் காணப்படுகிறது. தலைமை அலுவலகம் விலையை நிர்ணயம் செய்கிறது. பேரம் பேசுவதற்கும், விலை ஏமாற்றம் செய்வதற்கும் இங்கு வாய்ப்பில்லை.
 - எல்லா சங்கிலித்தொடர் கடைகளும் தலைமை அலுவலகத்தால் நிர்வகிக்கப்பட்டு கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது.
 - சங்கிலித்தொடர் கடைகள் பொருட்களை ரொக்கத்திற்கு மட்டும் தான் விற்பனை செய்கின்றன.
 - பொருட்கள் தலைமை அலுவலகத்தால் தயாரிக்கப்படுகிறது. அல்லது கொள்முதல் செய்யப்படுகிறது. பின்பு விற்பனைக்காக கிளைகளுக்கு தலைமை அலுவலகத்தால் அனுப்பப்படுகிறது.

சங்கிலித்தொடர் கடைகளின் பயன்கள்

சங்கிலித்தொடர் கடைகளினால் வாங்குபவர்களுக்கும் விற்பவர்களுக்கும் கீழ்க்கண்ட பயன்கள் ஏற்படுகின்றன.

- எளிதில் கண்டறியலாம்:** சங்கிலித் தொடர் கடைகள் அனைத்தும் ஒரே மாதிரியாக அமைக்கப்படுகின்றன. கடையின் முகப்பு, காட்சி, அலங்காரம் ஒரே மாதிரியாக இருக்கும். இதனால் வாடிக்கையாளர்கள் இக்கடைகளை எளிதில் கண்டறிய முடியும்.
- இடையாட்கள் தவிர்க்கப்படுதல்:** பொதுவாக சங்கிலித்தொடர் கடைகள் பெரிய உற்பத்தியாளர்களுக்கு சொந்தமானவையாகும். எனவே விநியோக முறையில் இடையாட்கள் முற்றிலும் தவிர்க்கப்படுகின்றனர்.
- பெரிய அளவு என்பதால் பணம் மிச்சமாகுதல்:** பொருட்களின் மொத்தக் கொள்முதல் அல்லது மொத்த உற்பத்தியால் ஏற்படும் பயன்களை இவைகள் பெறுகின்றன. அனைத்துக்கும் பொதுவான விளம்பரம் செய்யப்பட்டு விடுவதால் தனி விளம்பரத்திற்குண்டான செலவு குறைவாக உள்ளது.
- குறைந்த விலை:** குறைந்த நடைமுறைச் செலவு மற்றும் விநியோகத்தில் இடையாள் தவிர்க்கப்படுதல் காரணமாக வாடிக்கையாளர்களுக்கு குறைந்த விலையில் பொருட்கள் கிடைக்கின்றன.
- வராத கடன் பிரச்சனை கிடையாது:** எல்லா விற்பனையும் ரொக்கத்திற்கு நடைபெறுவதால் வராத கடன் என்ற பிரச்சனைக்கு இடமே கிடையாது.
- மக்களின் நம்பிக்கை:** பொருட்களின் ஒரே மாதிரியான விலை காரணமாக வாடிக்கையாளரின் நம்பிக்கையை சம்பாதிக்கின்றனர். வாடிக்கையாளர்களும் குறையில்லாத தரமான பொருட்களை உற்பத்தி யாளர்களிடமிருந்து

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

பெற்றுக் கொள்கின்றனர். இக்கடைகளில் போலியான பொருட்கள் மற்றும் ஏமாற்றுதல் போன்றவைகளுக்கு வாய்ப்பு கிடையாது.

(vii) சந்தைப் பகுதி: முக்கியமான சந்தைப் பகுதியிலும், ஜன நெருக்கமுள்ள கடைப் பகுதிகளிலும் இக்கடைகள் அமைந்துள்ளன. எனவே இக்கடைகளிலிருந்து எளிதில் வாடிக்கையாளர்கள் பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ள இயலும்.

சங்கிலித்தொடர் கடைகளின் குறைபாடுகள்

மேற்கண்ட பயன்கள் இருந்தாலும் சங்கிலித்தொடர் கடைகளில் சில குறைபாடுகளும் காணப்படுகின்றன.

- (i) குறைவான விருப்ப வாய்ப்பு: பொருட்களின் குறைவான ரகத்தைத்தான் இக்கடைகள் வைத்து வியாபாரம் செய்கின்றன. எனவே இக்கடையில் உள்ள நிறுவன முத்திரையுள்ள பொருட்களுக்குள் வாடிக்கையாளரின் விருப்ப வாய்ப்பு குறைந்து விடுகிறது.
- (ii) கடன் வசதி கிடையாது: இக்கடைகளில் ரொக்கத்திற்கு மட்டும் பொருட்கள் விற்பனை செய்யப்படுவதால் கடன் வசதி கிடையாது.
- (iii) பேரம் பேச வாய்ப்பில்லை: தலைமை அலுவலகங்கள் பொருட்களின் விலையைத் தீர்மானிப்பதால் தனிக்கடைகள் விலையை தீர்மானிக்க முடியாது. எனவே பொருட்களை வாங்கும்போது வாடிக்கையாளர் விற்பனையாளரிடம் பேரம் எதுவும் செய்ய முடியாது.
- (iv) பணியாளர்களிடம் தன்முயற்சி குறைவு: கிளை மேலாளர்களால் இக்கடைகள் நிர்வகிக்கப்படுகின்றன. அவர்கள் தலைமை அலுவலகத்தின் வழிகாட்டுதல்களை தவறாது பின்பற்றுகிறார்கள். எனவே பெரும்பாலும் அவர்கள் தன்முயற்சி, தூண்டுதல் எதுவுமின்றியிருப்பதால் வாடிக்கையாளர்களைக் கவருவதற்கு சிறப்பான நாட்டம் கிடையாது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 14.5

கீழ்க்கண்ட வாக்கியங்களிலுள்ள காலியிடங்களை சங்கிலித் தொடர் கடைகள் பற்றிய பொருத்தமான சொற்களைக் கொண்டு நிரப்புக.

1. பெரிய உற்பத்தியாளர்களால் நடத்தப்பட்டு ஒரே மாதிரியான பொருட்களை _____ விலையில் விற்பனை செய்யும் நிறுவனங்களுக்கு சங்கிலித் தொடர் என பெயராகும்.
2. எளிதில் கண்டறிய வசதியாக சங்கிலித் தொடர் கடைகளுக்கு ஒரே மாதிரியான பெயர் பலகையும் _____ இருக்கும்.
3. எல்லா வியாபாரமும் ரொக்கத்திற்கு நடைபெறுவதால் _____ குறித்த ஆபத்து எதுவும் கிடையாது.
4. _____ தவிர்க்கப்படுவதால் வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருட்கள் குறைந்த விலையில் விற்கப்படுகின்றன.
5. சங்கிலித் தொடர் கடைகள் _____ நிர்வகிக்கப்படுவதால் கிளை மேலாளருக்கு வியாபாரம் குறித்த தன்முயற்சி (Initiative) குறைவு ஏற்பட்டு விடுகிறது.

பகுதி - IV

வாங்குதல், விற்கல் மற்றும் விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

6. வாடிக்கையாளர்கள் தரமான உண்மையான பொருட்களை சங்கிலித் தொடர் கடைகள் மூலம் பெறுவதால் பொருட்களின் மக்களின் _____ கூடுகிறது.
7. சங்கிலித் தொடர் கடைகள் தங்கள் கிளைகள் மூலமாக _____ ரக பொருட்களையே விற்பனை செய்கின்றன.
8. முக்கியமான சந்தைப் பகுதிகளிலும், கூட்டமுள்ள வணிக மையங்களிலும் இக்கடைகள் அமைந்திருப்பதால் மக்களுக்கு _____ உள்ளது.

பல்பொருள் அங்காடிகளுக்கும் சங்கிலித் தொடர் கடைகளுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்

பல்பொருள் அங்காடிகளும் சங்கிலித் தொடர் கடைகளும் பெரிய அளவு சில்லறை விற்பனை அமைப்புகள் என அறிவோம். இவைகளுக்கு இடையேயுள்ள வேறுபாடுகளைக் காணலாம்.

அடிப்படை	பல்பொருள் அங்காடி	சங்கிலித் தொடர் கடைகள்
1. அமைவிடம்	பல இடங்களில் காணப்படுகின்றன.	வாடிக்கையாளர்களுக்கு மிக அருகில் அமைந்துள்ளன
2. அலங்கரிப்பு	கடை உரிமையாளர்கள் சீருடை, கடை அலங்காரம் போன்றவற்றை தீர்மானிக்கின்றனர்.	தலைமை அலுவலகம் தீர்மானிக்கிறது
3. பொருட்களின் ரகங்கள்	பல உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து பெற்ற பல்வகையான பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன.	ஒரே உற்பத்தியாளரிடமிருந்து சில வகை பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன.
4. பொருட்களின் விலை	விலை அதிகமாக இருக்கும் மாறுபட்டும் இருக்கும்.	ஒரே விலையாக இருக்கும்
5. கடன் வசதி	சில நேரங்களில் வாடிக்கையாளருக்கு கடன் வசதி அளிக்கப்படுகிறது.	வாடிக்கையாளருக்கு கடன் வசதி கிடையாது.

14.8 வளாகக் கடைகள்

சமீப காலத்தில் நகரங்களில் காணப்படுகின்ற சில்லறை வர்த்தக நிலையங்கள் வளாகக் கடைகள் (Malls) ஆகும். பல வேறுவிதமான பொருட்களையும், சேவைகளையும் வாடிக்கையாளர்கள் பெறுவதோடு கூட பொழுதுபோக்கு வசதிகளும் உள்ளன. அவர்கள் அங்கே தங்கள் நேரத்தைக் கழிக்கலாம். தற்சமயம் திருமண வரவேற்பு விழாக்கள், பிறந்தநாள் விழாக்கள் கூட இங்கு நடைபெறுகின்றன. பல்வேறு பொருட்களையும், சேவைகளையும் அளிக்கும் ஓரிடமாக இது விளங்குகிறது.

வளாகக் கடைகள் என்பது வாடிக்கையாளர்களுக்கு பல்வேறு பொருட்களை விற்பனை செய்யும் கடைகள் உள்ள கட்டிடம் ஆகும். இக்கடைகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு மகிழ்ச்சியான வாங்குதல் அனுபவத்தை அளிக்கின்றன.



படம் 14.7 வளாகக்கடை

இங்கும் விற்பனைக்கான கடைகள் மட்டுமே இராது. நவீனக் கட்டிடக் கலை நுட்பத்தோடு அமைந்துள்ள பெரிய கடைகளும், அவைகளில் உலகப் பிரசித்திப்பெற்ற நிறுவனங்களின் பொருட்களும் காணப்படுகின்றன. ஆடைகள், மளிகைச் சாதனங்கள், பொம்மைகள், மின்னணு சாதனங்கள் போன்ற எவற்றிற்கும் இங்கு குறைவே இராது. தற்போது இத்தகைய வளாகக் கடைகள், பல்வேறு பொருட்களை இருப்பில் வைத்து புதுப்புது யுக்திகளைக் கொண்டு வாடிக்கையாளர்களுக்குப் பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன. மேலும் விற்பனையோடு கூட வாடிக்கையாளர்களுக்கு பிற கூடுதல் வசதிகளும் வழங்கப்படுகின்றன.

14.9 தொழிற்சாலையின் விற்பனை மையங்கள்

உற்பத்தியாளர்கள் பொதுமக்களுக்கு தங்கள் பொருட்களை நேரடியாக விற்பனை செய்யும் இடம் தொழிற்சாலை விற்பனை மையமாகும். வழக்கமாக இந்த விற்பனை மையமானது தொழிற்சாலையிலோ அல்லது சரக்கு கிடங்கிலோ இணைக்கப் பட்டிருக்கும். சில நேரங்களில் அப்பொருட்களின் உற்பத்தி முறையைக் கூட காணுவதற்கு அனுமதிப்பர். தொழிற்சாலை விற்பனை மையங்கள் நிறுவன முத்திரையுள்ள பொருட்களை இடையாட்கள் இல்லாத காரணத்தால் குறைந்த விலையில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்பனை செய்கின்றன. இம்மையங்கள் பொருட்கள் தரம் குறித்த நம்பிக்கை உத்தரவாதத்தையும், விலைக் குறைப்பையும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அளிக்கின்றன.

14.10 கடையில்லாத சில்லறை வர்த்தகம்

இதுகாறும் பல்பொருள் அங்காடிகள், சங்கிலித் தொடர் கடைகள், பேரங்காடிகள், நிறுவன விற்பனை மையங்கள் எவ்வாறு வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றன என்பதை அறிந்து கொண்டோம். மேற்கூறிய வகைகளிலெல்லாம் சந்தையிலுள்ள கடைக்குச் சென்று தேவைப்படும் பொருளை நீங்கள் வாங்கிக் கொள்வீர்கள். இவைகளுக்கு குறிப்பிட்ட வேலை நேரம் உண்டு. வாடிக்கையாளர்கள் அவ்வேளையில் வந்து வாங்கி செல்ல வேண்டும். உங்களுக்குத் தேவைப்படும் எல்லா பொருட்களையும் நாள் முழுவதும்

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

வாங்குதல்,
விற்பல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

நீங்கள் நினைத்த நேரத்தில் வாங்க முடியுமா? காலையில் 9 அல்லது 10 மணிக்கு கடைக்காரர் கடையைத் திறக்கும் வரை காத்திருக்க வேண்டுமா? மேலும் பொருட்கள் உங்கள் வீட்டு வாசலில் வந்து வழங்கப்படுமா?

ஆம்! தற்சமயம் இவைகளெல்லாம் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியின் காரணமாகவும், தொலைத் தொடர்பு வளர்ச்சியாலும் சாத்தியமாகியுள்ளது. இவ்வசாதிகள் எல்லாம் தேவையெனில் கீழ்க்கண்ட சில்லறை விற்பனை முறைகள் உங்களுக்கு உதவிடும். அவையாவன :

- (i) அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம்
- (ii) தொலைபேசி வழி வர்த்தகம்
- (iii) தானியங்கி விற்பனை இயந்திரம்
- (iv) இணை வழிய விற்பனை

மேற்கண்ட விற்பனை முறைகளைக் குறித்து விவரமாகக் காணலாம்.

அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம்

உங்களுக்குத் தேவையான நீடித்த பயனுள்ள பொருட்களை வாங்குவதற்கு குறிப்பிட்ட ஒரு கடைக்கு நேரடியாகச் சென்று கடைக்காரரிடமிருந்து தான் வாங்க வேண்டுமென்பதில்லை. கீழ்க்கண்ட படங்களைப் பாருங்கள்.



படம் 14.8 அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம்

ஒரு செய்தித்தாள் விளம்பரம் சில பொருட்கள் குறித்த ஒருவரின் கவனத்தைக் கவருகின்றது. அவர் கூப்பனை நிரப்பி விற்பனையாளருக்கு அதிலுள்ள விலாசத்திற்கு அனுப்பி வைக்கிறார். விற்பனையாளர் அவ்வாணையை ஏற்று பொருட்களை சிப்பமாக கட்டுகிறார். அப்பொருட்களை அஞ்சல் அலுவலகம் மூலம் அனுப்பி வைக்கிறார். வாங்குவதற்கு விருப்பம் தெரிவித்தவர் அதற்குரிய பணத்தை அஞ்சல் பட்டுவாடா செய்பவரிடம் கொடுத்துவிட்டு பொருளைப் பெற்றுக் கொள்கிறார். விற்பனையாளர் பின்னர் அஞ்சல் அலுவலகத்திலிருந்து அப்பணத்தை பெற்றுக் கொள்வார்.

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

இவ்விற்பனை அஞ்சல் வழியாக நடைபெறுகிறது. இதை அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம் என்கிறோம். இதற்கு அஞ்சல் வழி விற்பனை எனவும் பெயர் உண்டு. அஞ்சல் அலுவலகத்தின் உதவியால் உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது வியாபாரிகள் தங்களது வாடிக்கையாளர்களுக்கு நேரடியாக விற்பனை செய்யும் முறையாக இது விளங்குகிறது. நாளிதழ்கள், பத்திரிகைகள், தொலைக்காட்சி, புத்தகங்கள், விலைப் பட்டியல்கள் வழியாக இப்பொருளைப் பற்றி விற்பனையாளர் விளம்பரம் செய்கிறார். இந்த விளம்பரம் பொருட்களைப் பற்றிய விரிவான தகவல்களைக் கொண்டுள்ளது. இது வாடிக்கையாளரின் மனதைக் கவரும் வண்ணமாகவும் உள்ளது. விளம்பரத்தில் வாங்குவதற்கான ஒரு கூப்பனும் இருக்கும். இதை நிரப்பி அருகில் உள்ள ஆணை மையத்திற்கு வாடிக்கையாளர் அனுப்புவார். இவ்வாணையைப் பெற்றுக் கொண்டு அஞ்சல் ஆணை மையம் (Mail Order House) பொருட்களைக் கட்டி அஞ்சல் அலுவலகம் மூலமாக அனுப்பி வைக்கிறது. வாங்குபவரின் விலாசத்திற்குச் சென்று அஞ்சல் அலுவலகம் பொருளைக் கொடுத்துவிட்டு பணத்தைப் பெற்றுக் கொள்கிறது. பின்பு அப்பணத்தை விற்பனையாளருக்கு அல்லது பொருளை அனுப்பியவருக்குக் கொடுத்து விடுகிறது.

அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகத்தின் சிறப்பியல்புகள்

- மொத்த செயல்பாடும் அஞ்சல் வழியாக நடைபெறுகிறது.
- வாங்குபவரும், விற்பவரும் நேருக்கு நேர் சந்திக்காமல் வாங்குவதும் விற்பதும் நடைபெறுகிறது.
- விற்பனையாளர் பொருட்களைக் குறித்த விளக்கமான தகவல்களையும், பணம் செலுத்தும் முறையையும், விற்பனை முறைகளையும் செய்தித்தாள்கள், பத்திரிகைகள், கடிதங்கள், விலைப்பட்டியல் மூலமாகத் தெரிவிக்கிறார்.
- விற்பனையாளர் வாங்குபவரிடமிருந்து ஆணையை அஞ்சல் கடிதம் வழியாக பெறுகிறார்.
- விற்பனையாளர் பொருட்களைக் கட்டி பணம் செலுத்த வேண்டிய அஞ்சல் மூலமாக வாங்குபவருக்கு அனுப்பி வைக்கிறார்.
- விற்பனையாளர் பின்னர் பணத்தை அஞ்சல் அலுவலகத்திலிருந்து பெற்றுக் கொள்கிறார்.
- இச்செயல்பாட்டில் இடையாள் எவரும் கிடையாது.

அஞ்சல் வழியாக பொருட்களை வாங்கும் முறை குறித்து சிறிது அறிந்து கொண்டோம். எல்லா வகைப் பொருட்களையும் இம்முறையில் பெற்றுக் கொள்ள முடியும் என்று நினைக்கிறீர்கள்? அஞ்சல் வழி வர்த்தகத்திற்கு ஏற்ற பொருட்கள் எவை எனக் காணலாம்.

அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகத்திற்கு ஏற்ற பொருட்கள்

கீழ்க்கண்ட பண்புகள் கொண்ட பொருட்கள் இத்தகைய வர்த்தகத்திற்கு ஏற்றவை ஆகும்.

- குறைந்த இடத்தை ஆக்கிரமிக்கும் சிறிய எடை உள்ள பொருட்கள் இவ்வகை வர்த்தகத்திற்கு ஏற்றது. அதிக எடையான பொருட்களை இவ்வழியாக அனுப்பிடவியலாது.
- நீண்ட நாள் உழைக்கும் கெட்டுப் போகாத பொருட்கள்

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்

- (c) சந்தையில் அதிக தேவையுள்ள பொருட்கள்.
- (d) பொருளின் விலையை விட அனுப்பும் தபால் செலவு குறைவாக இருப்பது.
- (e) எளிதில் கையாளக்கூடிய பொருட்கள்.

அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகத்தின் பயன்கள்

இம்முறையில் கீழ்க்கண்ட பயன்கள் உண்டு.

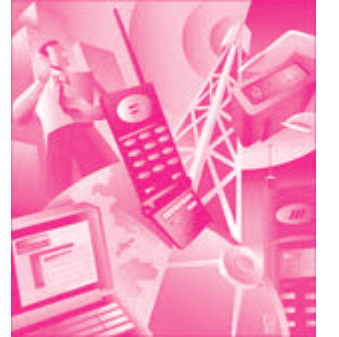
- (i) தாங்கள் இருக்குமிடத்திலிருந்து கொண்டே வாடிக்கையாளர்கள் பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ளலாம். நேரமும், வேலையும் வாடிக்கையாளருக்கு குறைகிறது.
- (ii) அதிகமான பொருட்களை இருப்பில் வைத்திருக்க வேண்டியதில்லை என்பதால் குறைந்த மூலதனம் கொண்டு அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகத்தை துவக்கலாம்.
- (iii) பொருளின் தரத்தைக் குறித்து வாடிக்கையாளருக்குத் திருப்தி இல்லையென்றால் பணத்தைத் திருப்பிப் பெற்றுக் கொள்ளலாம் என்ற உறுதியளிக்கப்படுகிறது. இது வாடிக்கையாளர்களின் மனதில் நம்பிக்கையை உருவாக்குகிறது.
- (iv) அஞ்சல் வழி வர்த்தகம் ரொக்கத்திற்கு மட்டும் செய்யப்படுகிறது. எனவே வராத கடன் என்ற பிரச்சனை கிடையாது.
- (v) இது அதிகமான வாடிக்கையாளருடன் பெரிய வர்த்தகச் சந்தையை உருவாக்குகிறது.

அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகத்தின் குறைபாடுகள்

- (i) வாடிக்கையாளர்களுக்கு கடன் வசதி கிடையாது.
- (ii) இம்முறை வர்த்தகம் படிப்பறிவு இல்லாதவர்களுக்கு பொருத்தமானது அல்ல.
- (iii) பணத்தை அளிக்குமுன்னர் பொருட்களை சரிபார்த்து வாங்குவதற்கு வாய்ப்புக் கிடையாது.
- (iv) வாங்குபவரின் இருப்பிடத்தில் அஞ்சல் சேவை அவசியம் இருக்க வேண்டும்.
- (v) இம்முறைக்கு மிக அதிகமான விளம்பரம் தேவைப்படுகிறது.

தொலைபேசி வழி விற்பனை

இன்று வர்த்தக தொடர்புக்கு தொலைபேசி மிகவும் இன்றியமையாத தொடர்பு சாதனமாக விளங்குகின்றது. உங்கள் பகுதியிலுள் வியாபாரி பொருட்களை வாங்குவதற்கு ஆணை அளிப்பதையும், வாடிக்கையாளரின் வீட்டிற்கு பொருளை அனுப்புவதற்கு ஆணை பெறுவதையும் பார்த்திருப்பீர்கள். உங்கள் பகுதியில் உள் சில குறிப்பிட்ட கடையில் இதைக் கண்டிருப்பீர்கள். எல்லா பரிவர்த்தனைகளையும் தொலைபேசி வழியாகச் செய்யும் பெரிய வர்த்தக நிறுவனங்கள் சில உண்டு. இவர்கள் பொருளை வாங்கக்கூடிய வாடிக்கையாளர்களைத் தொலைபேசியில் தொடர்பு கொண்டு பொருட்களை வாங்குவதற்கு தூண்டுகின்றனர். பல வேளைகளில் தொலைபேசி அல்லது மக்கள் தொடர்பு



சாதனம் வழியாக விளம்பரம் தருகின்றன. அப்பொருட்களின் சிறப்பியல்புகளை விளக்கி அவற்றின் செயல்பாடுகளை நேரடியாக நடத்திக் காட்டுகின்றன.

அதன் விலை, அப்பொருளின் குறியீட்டு எண், விற்பனையாளரின் தொலைபேசி எண், தொலைக்காட்சி திரையில் காட்டப்படும். வாடிக்கையாளர் தொலைபேசி எண்ணைத் தொடர்பு கொண்டு வாங்குவதற்குரிய ஆணையை அளிக்க வேண்டும். தேவைப்படும் இடத்தில் பணத்தைப் பெற்றுக் கொண்டு பொருட்களைத் தந்து விடுவார்கள். இதற்குத்தான் தொலைபேசி வழி வியாபாரம் என்று பெயராகும். ஆசியன் டெலி ஷாப்பி, டெலி பிராண்டுகள் போன்றவை நமது நாட்டில் நடைபெறும் தொலைபேசி வழி வியாபாரத்திற்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும். இனி இவற்றின் பயன்கள் எவையென்று கண்டறியலாம்.

- எழுத்து வடிவில் வாங்கும் ஆணை அனுப்ப வேண்டியதில்லை. இதனால் நேரம், பணம், உழைப்பு குறைவாக உள்ளது.
- சென்று பொருளை வாங்குவதற்கு நேரமில்லாத வேலைச்சமையுள்ள மக்கள் பொருட்களை வாங்குவதற்கு தகுந்த முறையாக இது விளங்குகிறது.
- விநியோகத்தில் இடையாளின் தலையீட்டை நீக்கி விடுகிறது.
- வாங்குபவர்கள் விற்பனை விதிமுறைகள், நிபந்தனைகள், பணம் செலுத்தும் முறை, கட்டியனுப்புவது குறித்து எல்லாத் தகவல்களையும் விற்பவரிடமிருந்து கேட்டுத் தெரிந்து கொள்ளலாம்.

தொலைபேசி வழி வியாபாரத்தின் குறைபாடுகள்

தொலைபேசி வழி வியாபாரத்தின் குறைபாடுகளாவன :

- தொலைபேசி வழியாக வாய்மொழியாகவே ஆணைகள் பெறப்படுவதால் நடைமுறை ஆவணங்கள் எதுவும் இல்லாது உள்ளது. எனவே விதிமுறைகள் நிபந்தனைகள் குறித்த தகராறு ஏற்படும்போது பிரச்சனையைத் தீர்ப்பது சிரமமாக உள்ளது.
- விற்பனைக்கு வழங்கப்படும் பொருட்களைப் பார்வையிட வசதியில்லை. எனவே ஏமாற்றுவது, நாணயமின்மை போன்றவை தவிர்க்க முடியாது போகிறது.
- வாடிக்கையாளரைக் கவருவதற்கு தவறான தகவல்களை விற்பவர் அளிப்பதற்கும் வாய்ப்புண்டு.
- வாங்குபவருக்கு கடன் வசதி கிடையாது.

தானியங்கி விற்பனை இயந்திரம் மூலம் பொருட்களை விற்பது

தானியங்கி விற்பனை இயந்திரம் மூலமாக பொருட்களை விற்பது மற்றுமொரு விற்பனை முறையாகும். வாடிக்கையாளர்கள் 24 மணி நேரமும் வாங்குவதற்கு இது வாய்ப்பளிக்கிறது. இத்தகைய இயந்திரங்கள் ரெயில் நிலையம், பஸ் நிலையம், ஜனநடமாட்டமுள்ள வர்த்தகப் பகுதியில் பெரும்பாலும் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. இந்த தானியங்கி இயந்திரத்தில் நாணயத்தையோ அல்லது டோக்கனையோ செலுத்தி குறிப்பிட்ட பொருட்களைப் பெற்றுக் கொள்ள



வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்



முடியும். சாக்லெட்டுகள், பால், ஐஸ்கிரீம், குடிக்கும் சூப், செய்தித்தாள்கள் போன்றவற்றை ஏராளமான வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்பதற்கு இத்தகைய இயந்திரங்கள் வெளிநாடுகளில் பயன்பாட்டில் உள்ளன. இந்தியாவில் இவை இன்னும் அதிகமாகக் காணப்படவில்லை.

தானியங்கி விற்பனை இயந்திரத்தின் பயன்கள்

- இந்த இயந்திரத்தை பயன்படுத்துவது மிக எளிது. படிப்பறிவு இல்லாதவர் கூட பயன்படுத்தலாம்.
- குறிப்பிட்ட தரமுள்ள, எடையுள்ள, விலையுள்ள பொருளை வாங்குபவர் பெற்றுக் கொள்கிறார்.
- விற்பனையாளர் செய்யும் தவறு மற்றும் பொருளை மாற்றுவது போன்றவற்றிற்கு வாய்ப்பு இல்லை.
- விற்பவரின் நேரம் உழைப்பு மிச்சமாகிறது.
- விளம்பரம் தேவையில்லை.
- மொத்த வியாபாரமும் ரொக்கத்திற்கு நடைபெறுவதால் வாங்குபவர் கடன் வைத்து விடுவார் என்ற பய உணர்வுக்கு இடமில்லை.

தானியங்கி விற்பனை இயந்திரத்தின் குறைபாடுகள்

- இயந்திரத்திற்கு செலவிடும் முதலீடு மிக அதிகமாக உள்ளது.
- இயந்திரத்தை அவ்வப்போது செப்பனிடவும், பராமரிக்கவும் வேண்டியுள்ளது.
- இயந்திரம் கொள்ளக்கூடிய இருப்பு குறைவாக இருப்பதால் அவ்வப்போது இயந்திரத்தை நிரப்பதல் செய்ய வேண்டியுள்ளது.
- இயந்திரங்களிலிருந்து நாணயங்கள் அல்லது டோக்கன்களை அவ்வப்போது சேகரித்து எடுக்க வேண்டியுள்ளது.

இணையகம் வழியாக வியாபாரம்

இணையக வழியாக வியாபாரம் அல்லது இணையக வியாபாரம் இணையகத்தின் (Internet) உதவியோடு நடைபெறும் சில்லறை வர்த்தகம் ஆகும். உற்பத்தியாளர்கள் தங்கள் வலைதளத்தில் (Website) பொருட்களைப் பற்றிய அனைத்து தகவல்கள், அவற்றின் அளவுகள், பயன்பாடுகள் போன்றவற்றை வழங்குகின்றனர். வாடிக்கையாளர் வலைதளத்தை பார்வையிட்டு தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்களைக் காணலாம். பொருட்களின் விலையை ஒப்பிட்டுப் பார்க்கலாம்.

விற்பனையாளருக்கு சில சிறப்பான அறிவுறுத்தல்களும் அளிக்கலாம். அவற்றிற்குரிய விலையை கடன் அட்டை மூலம் (Credit card) செலுத்தலாம். உங்களது ஆணையை பெற்றுக் கொண்டவுடன் விற்பனையாளர் அல்லது பொருள் வழங்குபவர் உங்கள் இருப்பிடத்திற்கு அஞ்சல் சேவை மூலமாக அல்லது கூரியர் மூலமாக பொருளை அனுப்புவார். நீங்கள் உங்கள் வீட்டில் இருந்தபடியே



உலகச் சந்தைக்குள் நுழைந்து உங்களுக்குப் பிடித்த தேவையான பொருளை வாங்கிக் கொள்ளலாம். இதற்கு உங்களுக்கு கணிப்பொறியும், இணையக வசதி மட்டுமே தேவையாகும். உங்கள் ஆணைகளை இணையக மையங்கள் (cyber cafe) உதவியுடனும் அனுப்பலாம். இத்தகைய சில்லறை வர்த்தகத்தை ஆன்லைன் வியாபாரம் (Online Shopping) எனவும் அழைப்பர். புத்தகங்கள், பத்திரிகைகள், சஞ்சிகைகள் மென்பொருட்கள் (Software) உடல்நலம் மற்றும் அழகு சாதனப் பொருட்கள் போன்றவற்றை விற்பதற்கு இது பொருத்தமான வழியாகும்.

வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்

இணையகவழி வியாபாரத்தின் பயன்கள்

- வீட்டிலிருந்து கொண்டே அகில உலக சந்தையில் பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ளலாம்.
- இது வாடிக்கையாளர்களின் நேரத்தையும் சிரமத்தையும் குறைக்கிறது.
- இது மிக வேகமாக நடைபெறும் சில்லறை வர்த்தகம் ஆகும்.
- விற்பவர்களுக்கு ஏராளமான இருப்பில் பொருட்களை வைத்துக் கொள்வது அவசியமில்லை. எனவே சிக்கனமாக இருக்கிறது.
- வெளிநாட்டு வர்த்தகத்திற்கு மிகவும் பயன்படுகிறது.

இணையகவழி வியாபாரத்தின் குறைபாடுகள்

- கணிப்பொறி பயன்பாட்டு அறிவு இல்லாதவர்களுக்கு இதனால் பயனில்லை.
- இதில் நேரடியாக பொருட்களை பார்வையிட வழியில்லை.
- கடன் அட்டை மூலம் பணத்தை செலுத்த வேண்டியிருப்பதால் இவ்வசதி சாதாரண மக்களுக்கு இராது.
- நேரடியாக சென்று பார்த்து வாங்கும் அனுபவம் இதில் கிடையாது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 14.6

- கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா தவறா என்று கூறவும்.
 - அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகத்தில் விற்பவர் விலைப்பட்டியல், பத்திரிகைகள், தொலைக்காட்சி போன்றவை வழியாக வாடிக்கையாளரை அணுகி தனது பொருளைப் பற்றிச் சொல்கிறார்.
 - அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம் தொலைபேசி, தொலைக்காட்சி போன்றவை வழியாக வெற்றிகரமாக நடத்தப்படுகிறது. இதற்கு அஞ்சல் அலுவலக சேவை தேவையில்லை.
 - நகைகள், பழங்கள், காய்கறிகள், உணவுத் தானியங்கள் போன்ற பொருட்களை வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்க அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம் பயன்படுகிறது.
 - தொலைபேசி வழி வியாபாரத்தினால் நேரமும் உழைப்பும் மிச்சமாகிறது. வாங்குவதற்குரிய ஆணையை தொலைபேசி மூலமாக வழங்கலாம்.
 - தொலைபேசி வழி வியாபாரத்தில் பொருட்களை பரிவர்த்தனை எளிதில் செய்ய முடியும்.
 - ஏமாற்றும் வாய்ப்பு, நாணயமின்மை, தொலைபேசி வழி வியாபாரத்தில் நடக்க வாய்ப்புண்டு. ஏனெனில் பொருளை வாங்குமுன்னர் அதைப் பார்வையிடும் வாய்ப்பு வாடிக்கையாளருக்குக் கிடையாது.



- II. பொருத்தமான சொற்களைக் கொண்டு காலியிடத்தை நிரப்புக
1. பக்லோ இரவோ எந்நேரமும் பொருட்களை வாங்குவதற்கு உதவும் முறை ஆகும்.
 2. தானியங்கி விற்பனை இயந்திரத்தில் செலுத்தி தேவைப்படும் பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ளலாம்.
 3. கடன் அட்டைகள் (Credit Cards) பொருட்களை மூலம் வாங்குவதற்குப் பயன்படுகிறது.
 4. உலகத்தின் எந்தப் பகுதியிலிருந்தும் புத்தகங்களையும் பத்திரிகைகளையும் வாங்குவதற்கு முறை மக்கள் தேர்ந்தெடுக்கும் சில்லறை விற்பனை முறையாகும்.
 5. பொருளைப் பற்றிய விளம்பரம் செய்வது என்ற முறையில் தேவைப்படாது.
 6. இணையக வழி வியாபாரத்தில் நேரமும் உழைப்பும் மிச்சமாகிறது.
 7. தானியங்கி விற்பனை இயந்திரத்தின் குறைபாடு யாதெனில் அதன் மிக அதிகமாகும்.
 8. வழியாகப் பொருட்களை வாங்குவதற்கு கணினி அறிவு தேவைப்படுகிறது.
- III. பொருத்தமான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்
1. விளம்பரத்தை முழுவதுமாக நம்பியிருக்கும் வர்த்தகம் _____ ஆகும்.
(அ) பல்பொருள் அங்காடிகள்
(ஆ) அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம்
(இ) கூட்டுறவு கடைகள்
(ஈ) சங்கிலித்தொடர் கடைகள்
 2. கீழ்க்கண்டவைகளில் எது ஒரே கூரையின் கீழ் ஒரே நிர்வாகத்தின் கீழ் பொருட்களை வைத்து விற்பனை செய்கிறது?
(அ) பல்பொருள் அங்காடிகள்
(ஆ) கூட்டுறவு கடைகள்
(இ) சங்கிலித்தொடர் கடைகள்
(ஈ) மேற்கண்டவைகளில் எதுவுமில்லை
 3. ஒரே கட்டிடத்தில் பலவிதமான கடைகள் அமைக்கப்பட்டிருக்கும் இடம் _____ என்று அழைக்கப்படுகிறது.
(அ) சங்கிலித்தொடர் கடைகள்
(ஆ) பல்பொருள் அங்காடிகள்
(இ) பேரங்காடி
(ஈ) மொத்த விற்பனைச் சந்தை
 4. _____ விற்பனையாளர் தேவையிராது.
(அ) தானியங்கி விற்பனை இயந்திரத்தில்
(ஆ) இணையக வழி வியாபாரத்தில்
(இ) பல்பொருள் அங்காடியில்
(ஈ) வளாகக் கடைகளில்

5. தொலைத் தொடர்பு வழி வர்த்தகம் _____ உதவியுடன் நடக்கிறது
- (அ) தொலைபேசியின்
 (ஆ) தொலைக்காட்சியின்
 (இ) நேரடியாக செய்வதின்
 (ஈ) மேற்கண்ட எவையுமில்லை

வாங்குதல்,
 விற்றல் மற்றும்
 விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ சில்லறைவியாபாரிகள் பொருட்களை மொத்தவியாபாரிகள் அல்லது உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து வாங்கி நுகர்வோர்களுக்கு விற்பனை செய்யும் இடையாட்களாவர். இவர்கள் பொருட்களை சிறிய அளவில் கையாள்கின்றனர்.
- ▶ பொருட்களை வாங்குவது, சேர்ப்பது, இருப்பில் வைப்பது, கடன் வசதி அளிப்பது, தனிப்பட்ட சேவைகள் வழங்குவது, ஆபத்தைச் சந்திப்பது, கடைகளிலும், காட்சி விற்பனையகங்களிலும் பொருட்களைக் காட்சிப் படுத்துவதும், உற்பத்தியாளர்களுக்கு சந்தைத் தகவல்களை அளிப்பது போன்ற பலவிதமான செயல்களைச் சில்லறை வர்த்தகர்கள் செய்கின்றனர்.
- ▶ சில்லறை வர்த்தகம் சிறிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம், பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம் என இரண்டு வகைப்படும்.
- ▶ சிறிய அளவு சில்லறை வர்த்தகத்தில் நடமாடும் சில்லறை வியாபாரம், குறிப்பிட்ட கடையில் சில்லறை வர்த்தகம் ஆகிய இரண்டும் இடம் பெறுகின்றன.
- ▶ பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகத்தில் பல்பொருள் அங்காடிகள், சங்கிலித் தொடர் கடைகள், பேரங்காடிகள் போன்ற அதிக அளவில் வியாபாரம் நடைபெறும் கடைகள் இடம்பெறுகின்றன.
- ▶ ஒரே கூரையின் கீழ் பெரிய கடையில் அமைக்கப்பட்டு வாடிக்கையாளரின் வசதிக்கேற்ப ஒரே ரகமான பொருட்களையோ அல்லது பலவிதமான பொருட்களையோ அதிக எண்ணிக்கையிலானவருக்கு விற்பனை செய்வது பெரிய அளவு சில்லறை விற்பனை முறையாகும். இதில் (i) பல்பொருள் அங்காடிகள் (ii) சங்கிலித் தொடர் கடைகள் (iii) பேரங்காடிகள் ஆகிய முக்கிய வகைகள் உண்டு.
- ▶ ஒரே கட்டிடத்தில் வைத்து பல பிரிவுகளை அல்லது பல முகப்புகளை (counters) அமைத்தோ அதிக எண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்பனை செய்யும் மிகப்பெரிய சில்லறை வர்த்தகம் பல்பொருள் அங்காடியாகும் (Departmental Store). பல வகையான பொருட்களை விற்பனை செய்வதோடு கூட உணவகம், தொலைபேசி, தானியங்கி, பணம் பெறும் இயந்திரம் போன்ற வசதிகளும் வாடிக்கையாளருக்குக் கிடைக்கிறது.
- ▶ சங்கிலித் தொடர் கடைகள் என்பது ஒரு நிறுவன பெயருள்ள ஒரே ரக பொருட்களை ஒரே விலை வைத்து விற்பனை செய்யும் கடைகள் ஆகும். எளிதில் கண்டறியும் வண்ணம் ஒரே மாதிரியாக அலங்கரிக்கப்பட்டிருக்கும். அவைகள் ஒரு மைய அலுவலகத்தால் நிருவகிக்கப்படுகின்றன.



குறிப்புகள்

- ▶ பேரங்காடி என்பது மிகப்பெரிய நுகர்வோர் கூட்டுறவு அமைப்பு நடத்தும் கடையாகும். அங்கே அன்றாடத் தேவைகளுக்கான பலவகைப் பொருட்கள் ஒரே கூரையின்கீழ் குறைவான விலையில் விற்கப்படுகின்றன. அவைகள் உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது அரசு அமைப்புகளிலிருந்து நேரடியாக மொத்தமாக வாங்கி தரமான பொருட்களை நுகர்வோர்களுக்கு வழங்குகின்றன.
- ▶ கடையில்லாத சில்லறை வர்த்தகத்தில் கீழ்க்கண்டவைகள் உள்ளன. (i) அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம் (ii) தொலைவழி வியாபாரம் (iii) தானியங்கி விற்பனை இயந்திரம் (iv) இணைய வழி வியாபாரம்.
- ▶ அஞ்சல் ஆணை வியாபாரம் என்பது உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது வர்த்தகர்களால் பொருட்கள் அஞ்சல் வழியாக விற்கப்படுவதாகும். விளம்பரங்கள் மூலமாக விற்பனையாளர்கள் வாடிக்கையாளரை சென்றடைகிறார்கள். அஞ்சல் வழியாக பொருள்கள் அனுப்பப்படுகின்றன. குறைந்த எடையுள்ள, எளிதில் கையாளக்கூடிய பாழாகாத பொருட்களை விற்பதற்கு இம்முறை பொருத்தமானது.
- ▶ தொலைத் தொடர்பு வியாபாரம் என்பது தொலைபேசி, தொலைக்காட்சி, விளம்பரம் வழியாக வாடிக்கையாளரை அணுகுகிறது. அப்பொருள் பற்றியும் அதன் பயனையும் தெரிவிக்கிறது. வாடிக்கையாளர் தொலைபேசி வழியாக விற்பனை ஆணையை அளிக்கிறார். இம்முறை விற்பனையானது வாங்குபவர்களின் நேரத்தையும் சிரமத்தையும் குறைத்து விடுகிறது.
- ▶ வாங்குபவர் பொருளை, நேரடியாகப் பார்க்க வாய்ப்பில்லாத காரணத்தால் ஏமாற்றம் செய்வதற்கும், நாணயமின்மைக்கும் இதில் வாய்ப்புண்டு.
- ▶ தானியங்கி விற்பனை இயந்திரம் வழியாக நாள் முழுவதும் பொருள்களை வாங்கிக் கொள்ளலாம். இந்த இயந்திரங்களை விற்பனையாளர்கள் பஸ் நிலையம், வணிக வளாகங்கள் போன்ற இடங்களில் வைக்கின்றனர். இந்த இயந்திரங்களில் நாணயங்களையோ அல்லது டோக்கன்களையோ செலுத்தி பொருட்களை வாடிக்கையாளர்கள் பெற்றுக் கொள்ளலாம்.
- ▶ இணைய வழி வியாபாரம் என்பது இணைய வலைதளங்கள் மூலம் பொருட்களைப் பற்றிய தகவல்களைப் பெற்று இணைய வழியாக விற்பனை ஆணை அனுப்புவது ஆகும். அஞ்சல் வழியாக அல்லது கூரியர் வழியாக பொருட்கள் வந்து சேருகின்றன. கடன் அட்டை வழியாக பணம் செலுத்தப்படுகிறது. இணைய வழி வர்த்தகத்தின் உதவியால் வீட்டில் உட்கார்ந்து கொண்டே உலகத்தின் எந்தப் பகுதியிலிருந்தும் பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ளலாம்.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. “பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம்” - வரையறுக்க
2. பல பொருள் அங்காடிகள், சங்கிலித் தொடர் அங்காடிகள் ஆகிய இரண்டு வகைக்கும் நமது நாட்டில் காணப்படும் இரண்டு எடுத்துக்காட்டுகள் கூறுக.
3. பேரங்காடி என்பதன் பொருள் என்ன?
4. அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகத்தின் மூலமாக விற்பனை செய்வதற்கு ஏற்ற நான்கு பொருட்களைக் கூறுக.

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

5. சங்கிலித்தொடர் அங்காடிகளால் வாங்குபவர்களுக்கும் விற்பவர்களுக்கும் ஏற்படும் பயன்களில் ஏதேனும் நான்கினைக் கூறுக.
6. சங்கிலித்தொடர் அங்காடிகளால் வாங்குபவர்களுக்கும் விற்பவர்களுக்கும் ஏற்படும் பலன்களில் ஏதேனும் நான்கினை விளக்கவும்.
7. பேரங்காடிகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு எவ்வாறு பயனளிக்கிறது என்பதை 60 சொற்களில் விளக்கவும்.
8. அஞ்சல் ஆணை வழியாக பொருட்களை வாங்கும் முறையை சுருக்கமாகக் கூறவும்.
9. பொருட்களை வாங்குவதற்கு தொலைபேசி வழி வியாபாரம் வசதியாக இருந்தாலும் இதை வாடிக்கையாளர்கள் அதிகமாக பயன்படுத்துவதில்லை. ஏன் என்று விளக்கவும்.
10. பல்பொருள் அங்காடிகளின் சிறப்பியல்புகளில் எவையேனும் ஆறினைக் குறிப்பிடுக.
11. பல்பொருள் அங்காடிகளுக்கும், சங்கிலித் தொடர் அங்காடிகளுக்குமுள்ள வேறுபாடுகளைக் கூறவும்.
12. பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம் செய்யும் அங்காடிகளின் பொதுவான இயல்புகளைப் பற்றி விவரிக்கவும்.
13. இணைய வழி வர்த்தகத்தின் மூலமாக வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஏற்படும் நன்மைகளையும், குறைகளையும் விளக்கவும்.
14. தானியங்கி விற்பனை இயந்திரம் உதவியுடன் பொருட்களை விற்பதனால் விற்பனை செய்பவருக்கும் வாங்குபவர்களுக்கு பல நன்மைகள் விளைகின்றன. விவாதிக்க.
15. இணைய வழி சில்லறை வர்த்தகம் என்றால் என்ன?
16. நிலையான கடையில் வைத்து நடைபெறும் சில்லறை வர்த்தகத்தின் பல்வேறு வகைகளை விளக்கவும்.



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 14.1

1. (இ) 2. (உ) 3. (அ) 4. (ஆ) 5. (ஈ)

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 14.2

1. சிறிய 2. சில்லறை 3. பெரிய அளவு
4. நகரின் மத்திய பகுதியில் பெரிய, அதிக 5. உற்பத்தியாளர்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 14.3

1. சரி 2. தவறு 3. தவறு 4. சரி
5. தவறு 6. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 14.4

- I. 1. சரி 2. சரி 3. தவறு 4. சரி 5. தவறு
- II. 1. சங்கிலித் தொடர் கடைகள் 2. பல்பொருள் அங்காடிகள்
3. பேரங்காடிகள் 4. பல்பொருள் அங்காடிகள்
5. சங்கிலித்தொடர் கடைகள்

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

- III. 1. உற்பத்தியாளரிடமிருந்து 2. ஒரே கூரையின் கீழ்
3. அதிகமான 4. ரொக்கத்திற்கு
5. மிக அதிகமாகும்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 14.5

1. ஒரே 2. அலங்கரிப்பு 3. வராத கடன்கள்
4. இடையாட்கள் 5. தலைமை அலுவலகத்தால் 6. நம்பிக்கை
7. குறைந்த 8. வசதியாக

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 14.6

- I. 1. சரி 2. தவறு 3. தவறு
4. சரி 5. தவறு 6. சரி
- II. 1. தானியங்கி விற்பனை இயந்திரம்
2. நாணயங்கள்/டோக்கன்கள்
3. இணையக வழி வர்த்தகத்தின்
4. இணையக வழி வர்த்தக
5. தானியங்கி விற்பனை இயந்திரத்தில்
6. வாடிக்கையாளரின்
7. விலை
8. இணையம்
- III. 1. ஆ 2. அ 3. ஆ 4. ஆ 5. அ

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

□ நாளிதழைப் படித்து அதில் காணப்படும் விளம்பரங்கள், குறிப்புகள் மூலமாக கீழ்க்கண்ட வர்த்தக அமைப்புகள் விற்பனை செய்யும் பொருட்கள் எவையென கண்டுணரவும்.

- பல்பொருள் அங்காடிகள்
- சங்கிலித்தொடர் அங்காடிகள்
- அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம்

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

15

விளம்பரம் செய்தல்

தேர்வில் வெற்றி பெற்ற பின்பு நீங்கள் உங்கள் பகுதியில் ஒரு வியாபாரம் தொடங்க நினைக்கிறீர்கள் என்றால் உங்களுக்கு போதுமான இடவசதியும், தேவையான நிதியும் தேவைப்படும். ஆனால் வாடிக்கையாளர்களுக்கு உங்களது வியாபாரம் குறித்து எவ்வாறு தெரியும்? அதைக் குறித்து மக்களுக்கு தெரியாவிட்டால் எவர் உங்களிடம் வருவார்கள்? இங்கு வியாபாரம் நடக்கிறது என்பதை மக்கள் அறிந்து கொள்ள என்ன செய்ய வேண்டும் என்று நினைக்கிறீர்கள். உண்மையில் வியாபாரத்தில் பொருட்களின் தரமும், சேவையின் தரமும் சிறப்பாக இருந்தால் அவை வாடிக்கையாளர்களைக் கவர்ந்திடும். உங்கள் வியாபாரம் எங்கு நடைபெறுகிறது என்றும் பொருட்களின் தரம், ரகம் குறித்தும் தொடர்ந்து மக்களுக்கு தெரியப்படுத்தினால்தான் வாடிக்கையாளர்களைத் தொடர்ச்சியாகப் பெற முடியும். ஒவ்வொரு வியாபாரியும் தனது விற்பனையை அதிகரிப்பதற்காக பொருட்களையும், சேவைகளையும் குறித்து வாடிக்கையாளர்களுக்கு விளம்பரப்படுத்த வேண்டியுள்ளது. இப்பாடத்தில் அச்செயல்பாடு குறித்து கற்றறியலாம்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தைக் கற்றறிந்த பின்பு உங்களுக்கு

- ▶ விளம்பரம் செய்தல் என்பதன் பொருளை விவரிக்கவும்.
- ▶ விளம்பரம் செய்தலின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்.
- ▶ பல்வேறு விளம்பரத் தொடர்பு சாதனங்களைக் கண்டறியவும்.
- ▶ ஒவ்வொரு வகை விளம்பர சாதனங்களின் பொருத்தபாட்டைக் குறிப்பிடவும். இயலும்.

15.1 விளம்பரம் செய்தல் என்பதன் பொருள்

செய்தித்தாளில் நடப்புச் செய்திகள், விளையாட்டு போன்றவற்றை மட்டும் நாம் படிப்பதில்லை. குளிர்சாதனப் பெட்டிகள், சைக்கிள்கள், தலைமுடி எண்ணெய்கள், போக்குவரத்து சாதனங்கள், கட்டிடம் கட்டுபவர்கள் போன்ற பலவற்றைக் குறித்த தகவல்களும், செய்திகளும் இடம்பெறுகின்றன. இத்தகவல் அப்பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் கிடைக்குமிடம், விலை, சிறப்பம்சங்கள்



போன்றவற்றை நமக்குத் தெரியப்படுத்துகின்றது. அத்தகைய பொருட்களோ அல்லது சேவைகளோ நமக்குத் தேவைப்படும் எனில் அவை கிடைக்கும்படித்தை கண்டறிந்து சென்று, தரத்தையும் பண்புகளையும் பார்த்து வாங்குவதற்கு இவ்விளம்பரம் உதவுகின்றது.



படம் 15.1 விளம்பரத்திற்கு பயன்படும் ஊடகங்கள்

எடுத்துக்காட்டாக வானொலியைக் கேட்கும்போது “அகரம் தலைமுடி எண்ணை” குறித்துத் தெரியவருகிறது. பிறகு தலையில் தேய்க்கும் எண்ணை வாங்கக் கடைக்குச் செல்லும்போது கடைக்காரரிடம் அந்தப் பெயருள்ள எண்ணையைப் பற்றி கேட்கிறோம். அதன் மணத்தை நுகர்ந்து, விலையைக் கேட்டறிந்து சரியாக இருக்குமென்றால் பயன்படுத்துவதற்கு வாங்கிக் கொள்கிறோம் அல்லவா! மேலும் சில எடுத்துக்காட்டுகளைக் கூறலாம். அடுக்குமாடி வீடுகளை விற்கும் கட்டுமானக்காரர், உற்பத்தியாளர் அறிமுகப்படுத்தியுள்ள புதிய பொருள் போன்ற பலவற்றை பற்றி கேட்கிறோம், படிக்கிறோம். எந்தவொரு பொருளை அல்லது சேவை குறித்து வாடிக்கையாளருக்கு விழிப்பை உண்டாக்கி, அதை வாங்குவதற்குத் தூண்டுவதுதான் இத்தகைய தகவல் அளிப்பதன் முக்கியமான நோக்கமாகும்.

எனவே உற்பத்தியாளரோ, வர்த்தகரோ, சேவை அளிப்பவரோ தங்களது விற்பனை அதிகப்படுத்துவதற்கும் வாடிக்கையாளர்களைக் கவருவதற்கும் இத்தகைய தகவல்களை அளிக்க விரும்புகின்றனர். இந்த செயல்பாடு விளம்பரம் செய்தல் என அழைக்கப்படுகிறது. இதில் உற்பத்தியாளர் அல்லது வர்த்தகர் அல்லது சேவை அளிப்பவர் விளம்பரம் செய்பவர் என்று அழைக்கப்படுகிறார். அளிக்கப்படும் தகவல் அல்லது செய்தி விளம்பரம் எனப்படுகிறது. தகவல் அளிக்கப்படும் செய்தித்தாள், பத்திரிகைகள், தட்டி விளம்பரங்கள், தொலைக்காட்சி போன்றவை விளம்பரத் தொடர்பு ஊடகங்கள் எனப்படும்.

“ஒரு குறிப்பிட்ட தொழில் முனைபவர் தனது கருத்துகள், பொருட்கள், சேவைகள் பற்றி ஒரு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட உபயம் கொண்டு தெரிவிப்பது விளம்பரம் ஆகும்”. இது அமெரிக்க வர்த்தகச்சங்கம் விளம்பரம் செய்தல் என்பதற்கு அளிக்கும் வரையறையாகும்.

விளம்பரம் செய்தல் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட தனியான மட்டும் குறிக்கோளாகக் கொண்டிருப்பதில்லை. எனவே இதை ஆட்களைக் கொண்டு நேரடியாக செய்வதில்லை. இரண்டாவதாக, விளம்பரத்தில் உற்பத்தியாளர் அல்லது தயாரிப்பாளர் தனது பெயரையும், முகவரியையும் தெரிவிக்கிறார். இதற்குண்டான மொத்த செலவையும் ஏற்றுக் கொள்கிறார். மூன்றாவதாக உற்பத்தியாளர் பொருள் அல்லது சேவையின் தரம், அமைப்பு, கட்டளவு (Packing), விலை போன்றவை குறித்த தகவலைத் தெரிவிக்கிறார்.

ஆகவே விளம்பரம் செய்தல் என்பது ஒரு பொருள், சேவை அல்லது கருத்து குறித்த முனைப்பான செய்தியை முன்வைப்பதாகும்.

விளம்பரம் செய்தலின் சிறப்பியல்புகள்

விளம்பரம் செய்தல் என்பதன் பொருள் மற்றும் வரையறையைத் தெரிந்து கொண்டோம். இனி அதன் சிறப்பியல்புகளைக் காணலாம்.

- (i) **ஆட்கள் நேரடியாகச் சந்தித்து செய்தியை அளிப்பதில்லை:** விளம்பரம் செய்தலில் வாடிக்கையாளரோடு நேரடியான முகத்துக்கு முகம் சந்திக்கும் தொடர்பு கிடையாது. இது எதிர்பார்க்கும் வாடிக்கையாளர்களை பொதுவான நோக்கமாகக் கொண்டது.
- (ii) **செலவு செய்து தெரிவிப்பது விளம்பரம் செய்தலாகும்:** நாளேடுகள், தட்டி விளம்பரங்கள், பத்திரிகைகள், வானொலி, தொலைக்காட்சி போன்ற பல்வேறு மக்கள் தொடர்பு ஊடகங்கள் வழியாக உற்பத்தியாளர்கள் தான் எதிர்நோக்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்குத் தெரிவிப்பதாகும். இந்த ஊடகத்தைப் பயன்படுத்த பணம் செலுத்துகிறார்.
- (iii) **பொருள், சேவை அல்லது கருத்தை முன்னிருத்துவது:** விளம்பரத்தில் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருள் சேவை அல்லது கருத்தைக் குறித்த செய்தி காணப்படும். அப்பொருளைப் பற்றி மக்களை அறியச் செய்து அதை வாங்குவதற்கு தூண்டுகிறது.
- (iv) **இச்செயலில் ஈடுபடுவோரின் பெயர் காணப்படும்:** விளம்பரம் செய்யும் உற்பத்தியாளர், வர்த்தகர் அல்லது சேவை அளிப்பவரைப்பற்றிய குறிப்பு எப்போதும் விளம்பரத்தில் காணப்படும்.
- (v) **மக்கள் தொடர்பு ஊடகங்கள் வழியாகத் தெரிவிப்பது:** விளம்பரம் என்பது எப்போதும் மக்கள் தொடர்பு ஊடகங்கள் வழியாகத் தெரிவிக்கப்படுவது. ஒரே ஒரு ஊடகமாக மட்டுமல்லாது பல வகை ஊடகங்கள் இதற்குப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

5.2 விளம்பரம் செய்தலின் நோக்கங்கள் அல்லது முக்கியத்துவம்

விளம்பரம் செய்தலின் தலையாய நோக்கம் வாடிக்கையாளர்களுக்கு செய்தியையும், தகவல்களையும் தெரிவிப்பது என்பதை அறிந்து கொண்டீர்கள். இச்செய்தி அல்லது தகவலை அளிப்பதால் விளம்பரம் விளம்பரதாரருக்குப் பயனளிக்கிறது. விளம்பரம் செய்வதன் பல்வேறு நோக்கங்களைக் காணலாம்.

- (i) **வாடிக்கையாளர்களுக்கு அறிவு புகட்டுவது:** தொலைக்காட்சியில் 'டாடா உப்பு' பற்றிய விளம்பரம் பார்த்திருப்பீர்கள். அதில் டாடா உப்பில் அயோடின் உள்ளதால் உடல்நலத்திற்கு சிறந்தது எனக் கூறப்படுகிறது. இவ்விளம்பரம் மூலம் அயோடின் உடல் நலத்திற்கு சிறந்தது என்றும் டாட்டா உப்பில் அயோடின் உள்ளது என்றும் அறிந்து கொள்கிறோம்.
- (ii) **புதிய பொருளுக்கு தேவையுணர்வை உருவாக்குவது:** எழுதுவதற்கு விலை குறைந்த சிறப்பான 'ஜெல் பேனா' சந்தையில் அறிமுகப்படுத்தப் பட்டுள்ளது என்ற செய்தியை செய்தித்தாளில் படித்திருப்பீர்கள். இக்குறிப்பிட்ட பேனாவை வாங்குவதற்கு இச்செய்தி தூண்டுகோலாக அமைகிறது. விளம்பரத்தின் மூலமாக பல மாணவர்கள் இதைக் கேட்டறிந்து

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

இப்பேனாவை வாங்குகின்றனர். இவ்வாறாக சந்தையில் அறிமுகமான ஒரு புதுப்பொருளுக்கான தேவை உருவாக்கப்படுகிறது.

(iii) **இருக்கும் வாடிக்கையாளர்களைத் தக்க வைத்துக் கொள்வது:** நிர்மா வாஷிங் பவுடர் பிரபல்யமான சோப்பு பவுடர் என்பது உங்களுக்கு நினைவிருக்கும். வில் பவுடர் என்ற பெயரில் ஒரு புது பவுடர் சந்தைக்கு வந்த பின்பு நிர்மாவின் விற்பனை குறையத் தொடங்கியது. அப்போது நிர்மா தயாரிப்பார்கள் அதன் தரத்தை அதிகரித்து பல ஊடகங்கள் வழியாக விளம்பரம் செய்தனர். இதைக் கண்ட நிர்மா வாடிக்கையாளர்கள் வில் பவுடருக்கு மாறாது தொடர்ந்து நிர்மாவை பயன்படுத்தினர். இவ்வாறாக நிர்மா நிறுவனம் தனது தேவையை வாடிக்கையாளரிடம் நிலைநிறுத்திக் கொண்டது. எனவே விளம்பரம் வழியாக புதிய தேவையை உருவாக்குவதோடு கூட ஏற்கனவேயுள்ள வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைத்துக்கொள்ள முடிகிறது.

(iv) **விற்பனையை அதிகப்படுத்துவது:** விளம்பரம் செய்தலால் தேவையுணர்வு உருவாக்கப்படுவதோடு கூட இருக்கும் வாடிக்கையாளர்களை தக்கவைக்கப் படுகின்றனர் என்பதை அறிந்தோம். இதன் காரணமாக தேவை அதிகரிப்பு ஏற்பட்டு அப்பொருளின் விற்பனை அதிகரிக்கிறது.

(v) **விற்பனையாளருக்கு உதவிடுதல்:** பெரும்பாலான விளம்பரங்களில் ஒரு பொருளின் சிறப்புகள் அதன் பண்புகள், பயன்கள் பற்றிய விவரமாக தெரிவிக்கப்படுகிறது. இதன் காரணமாக விற்பனையாளர் இப்பொருளைப் பற்றி வாடிக்கையாளருக்கு விளக்கம் அளிக்கவும் அவரை நம்ப வைக்கவும் வேண்டியதில்லை என்பதால் பொருளைச் சீக்கிரமாக விற்க முடிகிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 15.1

கீழ்க்கண்ட கூற்றுகளைப் படித்து சரியான அல்லது தவறான என்று கூறவும்

1. விளம்பரத்தின் வழியாக தொழில்முனைபவர் வாடிக்கையாளர்களை முகமுகமாகத் தொடர்பு கொள்கிறார்.
2. விளம்பரத்திற்குண்டாகும் செலவை தொழில்முனைபவர் ஏற்றுக் கொள்கிறார்.
3. பல பொருட்களையும் அவற்றின் பயன்களைக் குறித்து வாடிக்கையாளர்களுக்கு அறிவு புகட்டப்படுகிறது.
4. ஏற்கனவே பயனிலுள்ள மற்றும் புதிய பொருட்களின் விற்பனையை அதிகரிக்க விளம்பரம் உதவுகிறது.
5. வாடிக்கையாளருக்குப் பொருட்களைப்பற்றியும் சேவைகள் பற்றியும் தெரிவிப்பதற்கு விற்பனையாளருக்கு எந்தவிதத்திலும் விளம்பரம் உதவிடுவ தில்லை.

15.3 விளம்பரம்செய்தலில் ஈடுபடும் ஊடகங்கள்

நாளேடு, பத்திரிகை, சஞ்சிகைகள், வானொலி, தொலைக்காட்சி போன்ற ஊடகங்களின் வழியாக விளம்பரங்கள் செய்யப்படுகின்றன என அறிந்து கொண்டீர்கள். கீழ்க்கண்ட அட்டவணையில் நாம் பொதுவாக விளம்பரம் செய்யப் பயன்படுத்தும் ஊடகங்களைக் காணலாம்.

விளம்பர ஊடகங்கள்

அச்ச ஊடகம்	மின்னணுவியல் ஊடகம்	பிற ஊடகம்
1. செய்தித்தாள்கள்	1. வானொலி	1. தட்டி விளம்பரங்கள்
2. பத்திரிகைகள்	2. தொலைக்காட்சி	2. சுவரொட்டிகள்
	3. இணையம்	3. வாகன வழி விளம்பரம்

இவை குறித்து விளக்கமாகக் காணலாம்.

A. அச்ச ஊடகம்

வர்த்தகர்களால் பெரும்பாலும் விளம்பரம் செய்யப் பயன்படுத்தப்படும் ஊடகம் அச்ச ஊடகமாகும். செய்தி நாளிதழ்கள், பத்திரிகைகள், சஞ்சிகைகள் வழியாக விளம்பரம் செய்வது இவ்வகையில் அடங்கும். இதற்கு செய்தி ஊடகம் (Press media) எனவும் பெயர் உண்டு.

1. செய்தித்தாள்கள்: நீங்கள் செய்தித்தாள்களைப் படித்திருப்பீர்கள். நமது நாட்டில் ஆங்கில, இந்தி மற்றும் பிற மாநில மொழிகளில் செய்தித்தாள்கள் வெளியிடப் படுகின்றன. செய்திகள், கருத்துகள் மற்றும் அன்றாட நிகழ்வுகளுக்கு இவைதான் களனாக விளங்குகின்றன. மேலும் செய்தித்தாள்கள் பொதுவான விளம்பரம் செய்யும் ஊடகம் ஆகும். பல கோடி படிக்கும் மக்களை சென்று சேருவதற்காக செய்தித்தாள் வழியாக விளம்பரதாரர் தகவல்களைத் தெரியப்படுத்து கிறார்கள்.



செய்தித்தாள்

பயன்கள்

செய்தித்தாள் விளம்பரங்களின் பயன்களாவன:

- (i) செய்தித்தாள்களுக்கு மிக பரவலான வாசகர்கள் உண்டு. செய்தித்தாளில் வரும் ஒரேயொரு விளம்பரம் மூலம் மிக அதிகமான எண்ணிக்கையிலான மக்களுக்கு தகவல் சென்றிடும்.
- (ii) மிகப் பரவலாக பலரைச் சென்று சேருவதால் விளம்பரம் செய்தலினால் ஏற்படும் செலவு குறைவாகிறது.
- (iii) செய்தித்தாள்கள் பொதுவாக தினசரி வெளியீடுகளாக உள்ளன. எனவே ஒரே விளம்பரத்தை தொடர்ச்சியாக இடம்பெறச் செய்து வாசகர்களுக்கு தினம் நினைவூட்டப்படுகிறது.
- (iv) குறைந்த கால அவகாசத்தில் விளம்பரங்களை செய்தித்தாள்களில் இடம்பெறச் செய்யலாம். கடைசி நிமிடத்தில் கூட விளம்பர வாசகத்தில் மாறுதல் செய்ய முடியும். இதன் காரணமாக விளம்பரம் செய்தல் சிறிது நெகிழ்வுத் தன்மையுடையதாக உள்ளது.
- (v) நாட்டின் பல பகுதிகளிலிருந்து பல மொழிகளில் செய்தித்தாள்கள் வெளியிடப்படுகின்றன. உள்ளூர் அல்லது பிராந்திய மொழிகளில்

பகுதி - IV

வாங்குதல், விற்றல் மற்றும் விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்



விளம்பரம் செய்வதன் மூலம் விளம்பரம் செய்பவர்களுக்குத் தேவைப்படும் சந்தை, மக்கள் வாழும் பகுதி, வசிப்பவர்கள் குறித்த அதிகமான வாய்ப்பை ஏற்படுத்தித்தருகின்றது.

குறைபாடுகள்

செய்தித்தாளில் விளம்பரம் செய்வதில் கீழ்க்கண்ட சில குறைபாடுகள் உள்ளன.

- (i) வந்தவுடன் செய்தித்தாள்கள் வேகமாக படிக்கப்படுகின்றன. பிறகு வீட்டு மூலையில் போடப்படுகிறது. அடுத்த 24 மணி நேரத்தில் அடுத்த செய்தித்தாள் வந்து விடுகிறது. இதனால் ஒரு செய்தித்தாளின் வாழ்நாள் மிகச் சிறியதாகும்.
- (ii) பெரும்பாலும் செய்திகளுக்காகவே மக்கள் செய்தித்தாள்களை படிக்கின்றனர். விளம்பரத்திற்கு மிக குறைந்த கவனம் தான் கொடுக்கப்படுகிறது.
- (iii) படிப்பறிவு இல்லாதவர்களால் விளம்பரத்தைப் படிக்க முடியாது. இதனால் செய்தித்தாள் விளம்பரத்தால் அவர்களுக்குப் பலனில்லை.

2. சஞ்சிகைகள்: சஞ்சிகைகள் தொடர்ச்சியாக வரும் வெளியீடுகளாகும். வாராவாரம், மாதமிருமுறை, மாதா மாதம், இரண்டு மாதத்திற்கொருமுறை, காலாண்டு அல்லது ஆண்டுக்கொரு முறையோ சஞ்சிகைகள் வெளியிடப்படுகின்றன. அவுட்லுக், இந்தியா டுடே, பிரண்ட் லைன், யோஜனா, பெமினா போன்ற ஆங்கிலப் பத்திரிகைகளையும், கிரகஷோபா, நந்தன், சம்பக் போன்ற இந்தி பத்திரிகைகளையும் நீங்கள் பார்த்திருப்பீர்கள். இந்த பத்திரிகைகளுக்கு மிக அதிகமான வாசகர்கள் உண்டு. எனவே இப்பத்திரிகைகளில் செய்யப்படும் விளம்பரம் அதிகமான மக்களைச் சென்றடைகிறது.



படம் 15.3 சஞ்சிகைகள்

நன்மைகள்

- (i) பத்திரிகைகளின் ஆயுட்காலம் செய்தித்தாள்களை விட கூடுதலாகும். அதிக நாட்களுக்கு அவை பாதுகாக்கப்படுகிறது. தேவைப்படும் போதும், ஓய்வின் போதும் மீண்டும் மக்கள் அவற்றைப் படிக்கும் வாய்ப்புள்ளது.

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

- (ii) சில பத்திரிகைகளுக்கு குறிப்பிட்ட வாசகர்கள் உண்டு. எனவே விளம்பரம் செய்பவர்கள் அவர்களது குறிப்பிட்ட வாடிக்கையாளர்களைக் குறிவைத்து பொருத்தமான விளம்பரங்களை வெளியிட முடிகிறது. எடுத்துக்காட்டாக பெமினா என்ற பெண்கள் இதழில் ஆண்கள் பயன்படுத்தும் பொருட்கள் பற்றிய விளம்பரம் இடம்பெறாது. பெண்களுக்கான பொருட்கள், மற்றும் சேவைகள் பற்றிய விளம்பரம் இந்த பத்திரிகையில் இடம்பெறுகிறது.

குறைபாடுகள்

- பத்திரிகையில் விளம்பரம் செய்வதற்கு செலவு அதிகம் பிடிக்கும்
- செய்தித்தாள்களை ஒப்பிடும்போது பத்திரிகைகளின் மூலம் விளம்பரம் சென்றடையும் மக்களின் எண்ணிக்கை குறைவாகும்.
- முன்கூட்டியே விளம்பரச் செய்திகள் கொடுக்கப்பட்டு விடுவதால் அவற்றை கடைசி நிமிட மாற்றம் செய்ய வாய்ப்பில்லை.

B. மின்னணு ஊடகம்

இது தற்கால வியாபாரத்தில் மிகவும் அதிகம் பயன்படுத்தப்படும் விளம்பர வகையாகும். இதில் வானொலி, தொலைக்காட்சி, இணையம் ஆகியவை அடங்கும். இவை குறித்து விளக்கமாக அறியலாம்.

- வானொலி வழி விளம்பரம் செய்தல்:** நாம் அனைவரும் வானொலி கேட்கிறோம். அதில் பல்வேறு பொருட்களுக்கான விளம்பரத்தைக் கேட்டிருக்கிறோம்.

வானொலி நிகழ்ச்சிகளுக்கு இடையில் ஏற்படும் இடைவெளி நேரத்தில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் குறித்த விளம்பரம் செய்யப்படுகிறது. விளம்பரதாரர்கள் வழங்கும் சிறப்பு நிகழ்ச்சிகளின் இடையே விளம்பரம் இடம்பெறுகின்றது.



படம் 15.4

வானொலி விளம்பரம்

பயன்கள்

- தொடர்ச்சியாக மக்கள் இவற்றைக் கேட்பதால் விளம்பரத்தின் தாக்கம் அதிகமாகிறது.
- எழுதப் படிக்கத் தெரியாதவர்களும் கேட்டுப் பயன் பெறலாம்.
- செய்தித்தாள்கள் இல்லாத இடத்திலும் நாம் வானொலி கேட்கலாம். எடுத்துக்காட்டாக சாலையில் பயணம் செய்யும் போதும், வீட்டில் வேலை செய்யும் போதும் நாம் செய்தித்தாள் படிக்கவியலாது. ஆனால் வானொலி கேட்க முடியும்.

குறைபாடுகள்

- வழக்கமாக வானொலி கேட்பவர் தான் கேட்ட விளம்பரத்தை நினைவில் கொள்ள முடியும். எப்போதாவது கேட்பவர் கேட்ட விளம்பரச் செய்தியை மறந்திட வாய்ப்புண்டு.



- (ii) விளம்பரத்தில் வரும் செய்தி சரியாகச் சென்று சேராது. காரணம் உடனே அதை திரும்பக் கேட்கும் வாய்ப்பு கிடையாது.
- (iii) கண்ணால் காணும் தொலைக்காட்சியை ஒப்பிடும்போது காதால் கேட்கும் வானொலி குறைந்த தாக்கம் கொண்டது.

2. தொலைக்காட்சியில் விளம்பரம்

செய்தல்: தகவல் தொழில்நுட்பம்

மற்றும் மின்னணு ஊடகம் வளர்ச்சியில், விளம்பர ஊடகங்களில் தொலைக்காட்சி முதல் இடத்தைப் பிடித்துள்ளது. கண்ணையும், காதையும் ஈர்ப்பதால் தொலைக்காட்சி சக்தி வாய்ந்தது. பொருட்களைக் காட்ட முடியும். அதன் பலன்களை செய்து காட்ட முடியும். அதன் பயன்பாடுகளை தொலைக்காட்சியில் விளக்கிடலாம். வானொலி போன்றே நிகழ்ச்சி இடைவெளி நேரங்களில் விளம்பரம் காட்டப்படுகின்றன. விளம்பரதாரர் அளிக்கும் நிகழ்ச்சிகளிலும் விளம்பரங்கள் இடம்பெறுகின்றன.



படம் 15.5
தொலைக்காட்சி
விளம்பரம்

பயன்கள்

- (i) இதில் கேட்டலும், காட்சியும் இடம்பெறுவதால் அதிக திறனுள்ளதாகும்.
- (ii) கவர்ந்திழுத்திடும் வாசகங்கள், பாடல், நடனக் காட்சிகள், பிரசித்திபெற்ற ஆளுமைகள் பொருட்களைக் காட்டுவது போன்றவை இடம்பெறுவதால் தொலைக்காட்சியில் விளம்பரம் செய்தலில் நீண்டநாள் தாக்கம் ஏற்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக விளம்பரத்தில் நடிகர் அமீர்கான் “தாகம் தீர்க்கும் கோகோகோலா” என்று கூறியதையும், சச்சின் டெண்டுல்கரின் பெப்சி விளம்பரத்தையும் யார்தான் மறக்க முடியும்?
- (iii) ஏராளமான தொலைக்காட்சி சேனல்களும், நிகழ்ச்சிகளும் இருப்பதால் விளம்பரம் செய்பவர்களுக்கு தேவையான சேனலில் தேவையான நேரத்தை தேர்ந்தெடுக்கும் வாய்ப்பு கிடைக்கிறது.

பிராந்திய தொலைக்காட்சி சேனல்கள் வந்திருப்பதால், படிப்பறிவு இல்லாதவர்கள் கூட விளம்பரங்களைக் கண்டு, கேட்டு, புரிந்து கொள்ள முடிகிறது.

குறைபாடுகள்

- (i) தொலைக்காட்சி விளம்பரங்களைத் தயாரிப்பதற்கும் ஒளிபரப்புவதற்கும் அதிக செலவாகிறது.
- (ii) அநேகமாக ஒவ்வொரு உற்பத்தியாளரும் தங்கள் செய்தியை தொலைக்காட்சி விளம்பரம் மூலம் தெரிவிக்க முயற்சிப்பதால் பார்வையாளர்களிடம் இதன் பலன் குறைந்து வருகிறது. விளம்பர ஒளிபரப்பு நேரங்களில் பார்வையாளர்கள் சேனலை மாற்றி விடுகின்றனர்.

3. இணைய வழியாக விளம்பரம்

செய்தல்: இணையம் பற்றி கேள்விப் பட்டிருக்கிறீர்களா? உண்மையில் அதுதான் கடைசியாகத் தோன்றியுள்ள தொடர்பு கொள்ளும் மற்றும் தகவல் சேகரிக்கும் முறையாகும். இணையத் தொடர்பினோடு ஒரு கணிப்பொறி உங்களிடம் இருந்தால் நொடிப் பொழுதில் உலகம் முழுவதிலுமிருந்து தகவல்கள் கிடைக்கும். இணைய வழியாக எந்தவொரு உற்பத்தியாளரின் அல்லது சேவை அளிப்பவர்கள் வலைதளத்திற்குச் சென்று தகவல் பெறலாம். சில நேரங்களில் அவர்களின் வலைதள முகவரி கிடைக்காவிட்டால் தேடு இயந்திரங்கள் உதவியை நாடலாம். பெரும்பாலும் எல்லா தேடு இயந்திரங்களிலும், உற்பத்தியாளர்களும், சேவை அளிப்பவர்களும் தங்கள் பொருளைக் குறித்து விளம்பரம் செய்கின்றனர்.



படம் 15.6
வலைதள விளம்பரம்

பயன்கள்

- உலகெங்கிலுமிருந்தும் தகவல் அனைத்தும் வீட்டு வாசலில் வந்து கிடைக்கிறது.
- இணையத்தை உபயோகிப்பவர்கள் எந்நேரமும் தங்கள் தேவைக்கேற்ப விளம்பரத்தை பார்த்துக் கொள்ளலாம்.

குறைபாடுகள்

- கணிப்பொறியில்லாது இதைக் காண முடியாது.
- படிப்பறிவு இல்லாதவர்களுக்கும், இணையத்தை பயன்படுத்தத் தெரியாதவர்களுக்கும் இது பொருத்தமானதல்ல.

C. பிற ஊடகங்கள்

நாம் இதுகாறும் கண்ட ஊடகங்களில் பெரும்பாலும் நுகர்வோர்கள் வீட்டிலோ அறையிலோ இருந்து காணும் விளம்பரங்கள் ஆகும். இதற்கு வானொலி, செய்தித்தாள்கள் அல்லது சில பத்திரிகைகள் விதிவிலக்காகும். இந்த ஊடகங்களில் எல்லாம் நுகர்வோர் விளம்பரத்தைக் காண பணம் செலவழிக்க வேண்டியுள்ளது. இன்னும் சில ஊடகங்களுக்கு நுகர்வோர் எதுவும் செலவு செய்ய தேவையில்லை. வெளியில் சாலையில் செல்லும்போதோ விளம்பரத்தைக்காண முடியும். தட்டி விளம்பரங்கள், சுவரொட்டிகள், வாகன விளம்பரங்கள், அன்பளிப்புப் பொருட்கள் போன்றவை இந்த வகையைச் சேர்ந்ததாகும்.

- 1. தட்டி விளம்பரங்கள்:** நீங்கள் சாலையில் செல்லும்போது இரும்புச் சட்டத்தில் பொருத்தப்பட்டுள்ள தட்டி விளம்பரத்தைப் பார்த்திருப்பீர்கள். சுவர்களிலும் கட்டிட உச்சியிலும் கூட காணலாம். பொதுவாக



தட்டி விளம்பரம்

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

பலகையின் பல வண்ணத்தில் தீட்டப்பட்ட விளம்பரங்கள் ஆகவும் அல்லது மின்னணு உருவாக்கத்தில் இரவும் பகலும் காணும்படியாகவும் இருக்கும். எந்த இடத்தில் இந்த விளம்பர பலகைகள் அமைக்கப்படுகிறதோ அந்த இட உரிமையாளருக்கு விளம்பரம் செய்பவர் பணம் செலுத்தி விடுவார்.

2. சுவரொட்டிகள்: சுவரொட்டி விளம்பரங்கள் அச்சிடப்பட்டு சுவர்கள், கட்டிடங்கள், பாலங்கள் போன்ற இடங்களில் வாடிக்கையாளரை கவனத்தைக் கவருவதற்கு ஒட்டி வைக்கப்படுகிறது. நமது நாட்டில் திரையரங்குகளில் திரையிடப்படும் திரைப் படங்களுக்கான சுவர் விளம்பரங்களை எங்கும் காணலாம்.



சுவரொட்டி

3. வாகன விளம்பரங்கள்: பொது போக்குவரத்துக்கான பஸ்கள், ரெயில்கள் போன்றவற்றில் செய்யப்பட்டுள்ள விளம்பரங்களைக் கண்டிருப்பீர்கள். தட்டி விளம்பரங்களைப் போல அல்லது போக்குவரத்து வண்டிகளில் செய்யப்படும் விளம்பரம் இடம் விட்டு இடம்பெயர்ந்து சென்று அதிக எண்ணிக்கையிலான மக்களைச் சென்றடைகிறது.



வாகன விளம்பரம்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

I. பொருத்துக.

1. பேருந்தில் காணப்படும் பிர்லா அ) மின்னணு ஊடகம்
சிமிண்டிற்கான விளம்பரம்
2. இந்தியா டுடே பத்திரிகையில் ஆ) பிற ஊடகம்
காணப்படும் விளம்பரம்
3. தொலைக்காட்சியில் வரும் இ) அச்ச ஊடகம்
மேகி நூடுல்ஸ் விளம்பரம்

II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.

1. கீழ்க்கண்டவைகளில் எது விளம்பரம் செய்தலின் இயல்பு அல்ல?
(அ) நேராகச் சென்று செய்தியை அறிவிப்பது
(ஆ) செலவு செய்து அறிவித்தல்
(இ) முனைவரின் பெயர் அறிவிக்கப்படுகிறது
(ஈ) ஏதேனும் ஒரு ஊடக வழியாக தெரிவிக்கப்படுகிறது
2. அச்ச ஊடகத்தில் இடம் பெறாதது
(அ) செய்தித்தாள் ஆ) சஞ்சிகைகள்
(இ) இணையம் (ஈ) சுவரொட்டிகள்

3. மின்னணு ஊடக வகையில் இடம்பெறுவது
 - (அ) தட்டி விளம்பரங்கள்
 - (ஆ) வாகன விளம்பரங்கள்
 - (இ) இணையம்
 - (ஈ) சுவரொட்டிகள்
4. தொலைக்காட்சி வழியாக விளம்பரம் செய்தல் எப்போதும் பொருத்தமானது அல்ல. ஏனென்றால்
 - (அ) காட்சி மற்றும் கேட்டல் உண்டு
 - (ஆ) நேரடி அணுகல்
 - (இ) செலவு அதிகம்
 - (ஈ) எல்லோரிடமும் தொலைக்காட்சி கிடையாது
5. வானொலி விளம்பரத்தின் சிறப்பியல்புகளில் சேராது
 - (அ) காட்சி கிடையாது
 - (ஆ) தூர இடங்களைச் சேரும்
 - (இ) படிப்பறிவில்லாதவர்கள்
 - (ஈ) குறிப்பிட்ட பகுதி அல்லது குறிப்பிட்ட வாடிக்கையாளரை இலக்கு வைத்தல்



15.4 விளம்பர ஊடகங்களின் பொருத்தப்பாடு

உற்பத்திப் பொருளுக்கு ஏற்ற பொருத்தமான விளம்பர ஊடகத்தை விளம்பரம் செய்பவர்கள் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். இந்த நோக்கத்திற்காக அவர்கள் விளம்பரம் படுத்தப்போகும் பொருளின் அல்லது சேவையின் தன்மை, இலக்காகவுள்ள வாடிக்கையாளர்கள், விளம்பரத்திற்கு ஒதுக்கப்பட்டுள்ள தொகை, அந்த ஊடகத்தில் கிடைக்கும் இடம், நேரம் போன்றவற்றை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். நாம் விளம்பரம் செய்வதற்கு ஏற்ற ஊடகத்தின் பொருத்தப்பாடு குறித்து சுருக்கமாகக் காணலாம்.

1. **செய்தித்தாள்கள்:** இவை பொதுமக்கள் பயன்படுத்தும் நுகர்வுப் பொருட்களை விளம்பரம் செய்ய ஏற்றவையாகும். புதுப்பொருளை அறிமுகப்படுத்தும் போது, செய்தித்தாளில் ஒரே இடத்தில் இடம்பிடித்து தொடர்ச்சியாக வரும் விளம்பரம் பொருத்தமானது. செய்தித்தாள்கள் தள்ளுபடி விற்பனை, பரிமாற்ற விற்பனை போன்ற விளம்பரங்களுக்கும் ஏற்றவை.
2. **சஞ்சிகைகள்:** வார, மாத இதழ்களை படிக்கும் குறிப்பிட்ட வாடிக்கையாளர்களை இலக்காகக் கொண்டுள்ள பொருட்களை விளம்பரம் செய்வதற்கு ஏற்றது இது. ஏதாவது புது புத்தகத்திற்கான விளம்பரத்தை “ரீடர்ஸ் டைஜட்” என்ற இதழில் வெளியிடலாம். ஏனெனில் இவ்விதழைப் படிக்கும் வாடிக்கையாளர் படிப்பதில் ஆர்வம் உள்ளவராக இருப்பார். வீட்டு அலங்காரப் பொருள் விற்பனர்கள், கட்டிக் கலைஞர்கள், வீட்டு கட்டுபவர்கள் இது சம்பந்தமான உருவாக்கம், அழகுக்கலை பற்றிய இதழ்களில் வெளியிடலாம். நுகர்வு பொருட்கள் குறித்த விளம்பரத்தை அதிகமாக விற்பனையாகும் இதழ்களில் இடம்பெறச் செய்யலாம்.



குறிப்புகள்

3. **வானொலி:** வானொலி பலவிதமான பொருட்களை விளம்பரம் செய்வதற்கு ஏற்றதாகும். இருப்பினும் விளம்பரம் ஒலிபரப்பாகும் நேரம் மிக முக்கியமானதாகும். எடுத்துக்காட்டாக விவசாயிகள் வயலில் வேலை முடித்து வந்த பின்பு வானொலி கேட்பார்கள். அந்நேரத்தில் விவசாயத்திற்கு தேவையான பொருட்களின் விளம்பரத்தையோ அல்லது விளம்பரதாரர் நிகழ்ச்சிகளையோ ஒலிபரப்பு செய்யலாம்.
4. **தொலைக்காட்சி:** விளம்பரம் செய்பவர்கள் தங்கள் பொருட்களை விளம்பரம் செய்வதற்கு சரியான சேனலையும், நிகழ்ச்சிகளையும் தேர்ந்தெடுப்பது அவசியமாகும். எடுத்துக்காட்டாக கார்ட்டூன் நெட்வொர்க் சேனலில் குழந்தைகள் பயன்படுத்தும் பொருட்களைப் பற்றிய விளம்பரம் செய்யலாம். அதேபோல் தொடர் நிகழ்ச்சிகள் அல்லது திரைப்பட ஒளிபரப்பு நடுவில் மக்கள் நுகர்வுப் பொருட்கள் குறித்த விளம்பரம் செய்யலாம். பொருட்களை இயக்கிக் காட்டி நுகர்வோர்களுக்கு விற்பனை விளம்பரம் செய்வதற்கு தொலைக்காட்சி ஊடகம் சிறந்ததாகும்.



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ விளம்பரம் செய்தல் என்பது ஒரு பொருள் அல்லது சேவை குறித்த அல்லது கருத்து குறித்து உற்பத்தியாளர், வர்த்தகர் அல்லது சேவை வழங்குபவர் வாடிக்கையாளர்களுக்காக தகவல் தெரிவிக்கும் அனைத்து செயல்பாடுகள் ஆகும்.
- ▶ விளம்பரம் செய்வதற்கு செலவு ஆகிறது. விளம்பரம் செய்யும் தயாரிப்பாளரோ, வர்த்தகரோ அல்லது சேவை அளிப்பவரோ அச்செலவை ஏற்றுக் கொள்வார்.
- ▶ பொருள், சேவை அல்லது கருத்து பற்றிய உள்ளடக்கச் செய்தியை விளம்பரம் என்றழைக்கிறோம்.
- ▶ ஒவ்வொரு விளம்பரத்திலும் அதைச் செய்யும் முகவரின் பெயர்க் குறிப்பு காணப்படும்.
- ▶ ஒரு பொருளின் அல்லது சேவையின் பயன்பாட்டை வாடிக்கையாளருக்கு விரிவாகக் கூறி அதை வாங்கத் தூண்டுவது தான் விளம்பரம் செய்தலின் அடிப்படை நோக்கமாகும்.
- ▶ ஒரு புதியதான பொருளுக்கு தேவையை உருவாக்குவதும், ஏற்கனவே உள்ள பொருளின் தேவையை நிலைப்படுத்துவதும், அதிகப்படுத்துவதும் விளம்பரச் செய்தலின் பயனாகும். இறுதியாக விற்பனையை அதிகரிக்க விளம்பரம் உதவுகின்றது.
- ▶ பல்வேறு ஊடகங்களில் விளம்பரம் செய்யப்படுகின்றன. செய்தித்தாள்களும், பத்திரிகைகளும் (அச்ச ஊடகம்) வானொலி, தொலைக்காட்சி, இணையம் (மின்னணு ஊடகம்) தட்டி விளம்பரங்கள், சுவரொட்டிகள், வாகன விளம்பரங்கள், அன்பளிப்பு விளம்பரங்கள் (பிற ஊடகம்) போன்ற ஒவ்வொரு ஊடகத்திலும் நிறைகளும் குறைகளும் உள்ளன. ஒவ்வொன்றும் சில குறிப்பிட்ட பொருட்களுக்கு விளம்பரம் செய்ய பொருத்தமானது ஆகும்.

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. விளம்பரம் செய்தல் என்பதன் பொருளைக் கூறுக. அதன் சிறப்பியல்புகளைக் கூறு.
2. எந்த விளம்பர ஊடகத்திற்கு கேட்டல்-காட்சித் தாக்கம் உள்ளது.
3. கண் பார்வையற்றோர் விரும்பும் விளம்பர ஊடகம் எது?
4. விளம்பரம் செய்தல் என்றால் என்ன? அதன் நோக்கங்கள் யாவை?
5. செய்தித்தாள்களில் விளம்பரம் செய்வதால் ஏற்படும் பயன்களும், குறைபாடுகளும் யாவை?
6. சஞ்சிகைகளில் விளம்பரம் செய்வதிலுள்ள பயன்களையும், குறைகளையும் விளக்கவும்.
7. வானொலி வழி விளம்பரம் என்றால் என்ன? அதன் பயன்களையும் குறைபாடுகளையும் கூறவும்.
8. விளம்பரம் செய்வதன் முக்கியத்துவத்தில் ஏதேனும் மூன்றினை விளக்கவும்.
9. வார, மாத இதழ்கள், தொலைக்காட்சி, தட்டி விளம்பரம் போன்றவற்றில் விளம்பரம் செய்வதற்கு ஏற்ற நான்கு பொருட்களைக் கூறுக.
10. விளம்பர ஊடகம் என்பதன் பொருள் என்ன? விளம்பரம் செய்ய பயன்படும் பல்வேறு மின்னணு ஊடகங்களைக் கூறவும்.
11. பணம் செலவு செய்யாமல் நாம் தகவல் பெற்றுக் கொள்ளுவதற்கேற்ற பல வகையான ஊடகங்களை விவரிக்கவும்.



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 15.1

- I. 1. தவறு 2. சரி 3. சரி 4. சரி 5. தவறு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 15.2

- I. 1. ஆ 2. இ 3. அ
- II. 1. அ 2. இ 3. இ 4. இ 5. அ

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- செய்தித்தாள்கள், தொலைக்காட்சி, வானொலி மற்றும் வார மாத இதழ்கள் மூலமாக விளம்பரம் செய்யப்படும் பொருட்கள் / சேவைகளைப் பட்டியலிடவும்.



சிறப்பு விற்பனையும் நேர்முக விற்பனையும்

நீங்கள் சோப்புக்கட்டி வாங்குவதற்கு கடைக்குச் செல்வதாக நினைத்துக் கொள்ளுங்கள். கடைக்காரர் நீங்கள் இரண்டு சோப்புக்கட்டிகள் வாங்கினால் ஒன்று இலவசமாகத் தரப்படும் என்கிறார். அதாவது இரண்டின் விலைக்கு மூன்று கிடைக்கும் என்கிறார். பணம் மிச்சமாவதால் அதை நீங்கள் வாங்குவதற்கு நினைக்கிறீர்கள் அல்லவா. மேலும் சோப்புக்கட்டிகள் நாம் வழக்கமாக பயன்படுத்தும் பொருளாகும். கூடுதலான இரண்டு சோப்புக்கட்டிகளை பின்னர் பயன்படுத்த வைத்துக் கொள்ளுகிறோம். இந்த அணுகுமுறை ஒரு பொருளின் விற்பனையை அதிகரிக்க உதவுகிறது. நாம் இதற்கு முந்தைய இரண்டு பாடங்களில் தெரிந்து கொண்ட விற்பனை முறையிலிருந்து இந்த முறை மாறுபட்டது. இந்த விற்பனை முறையைக் குறித்துக் காணுவோம்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தை படித்து முடித்த பின்பு.

- ▶▶ சிறப்பு விற்பனை என்பதன் பொருளை விளக்கவும்;
- ▶▶ சிறப்பு விற்பனையின் நோக்கங்களையும்;
- ▶▶ சிறப்பு விற்பனையில் பயன்படும் பல உபகரணங்களையும் விளக்கவும்;
- ▶▶ விற்பனையை அதிகரிக்கப் பயன்படும் ஒவ்வொரு கருவியின் செயல்பாடுகளைக் கண்டுணரவும்;
- ▶▶ வியாபாரத்தில் விற்பனையை அதிகரிப்பதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்;
- ▶▶ நேரடி விற்பனையின் பொருளைக் கூறவும்;
- ▶▶ நேரடி விற்பனையின் முக்கியக் கூறுகளை விளக்கவும்;
- ▶▶ நேரடி விற்பனையின் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்;
- ▶▶ வெற்றிகரமான விற்பனையாளரின் பண்புகூறுகளைக் கண்டறியவும். உங்களால் முடியும்.

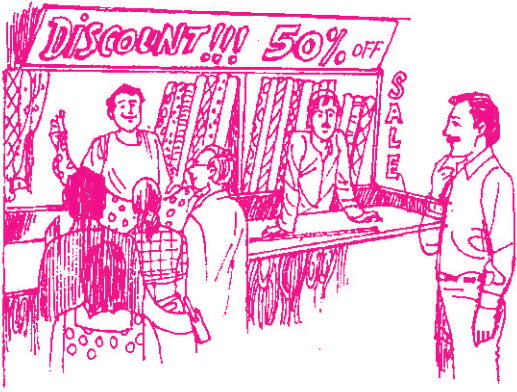
16.1 சிறப்பு விற்பனை என்பதன் பொருள்

தான் விற்பனை செய்யும் பொருளின் விற்பனையை அதிகரிக்கவே ஒவ்வொரு வியாபாரியும் விரும்புகிறார். அதன் பொருட்டு பல வழிகளினை அவர் கையாள்கிறார். “லட்சாதிபதியாயிருங்கள்”, “சிங்கப்பூருக்கு டிக்கெட் வெல்லுங்கள்”, “1 கிலோ பெட்டியில் 30% கூடுதல் பெறுங்கள்” போன்ற வாசகங்களை கேட்டிருப்பீர்கள். நாம் வாங்கும் பொருட்களுக்கு அன்பளிப்பாக மதிய உணவு பாத்திரம், பென்சில் பெட்டி, பேனா, ஷாம்பு பை போன்றவைகள் அளிக்கப்படுவதைப் பார்த்திருக்கிறோம்.

வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்



படம் 16.1 சிறப்பு விற்பனை

நம்மிடம் உள்ள பழைய தொலைக்காட்சியை கொடுத்து விட்டு புதிய மாடல் ஒன்றை குறைந்த விலையில் பெறும் பரிவர்த்தனை விற்பனையைப் பார்த்திருக்கிறோம். உங்களுக்கு அருகாமையில் உள்ள சந்தைக் கடைகளில் “குளிர்கால விற்பனை” “கோடைகால விற்பனை”, “வர்த்தக பொருட்காட்சிகள்”, “50% வரை விலைக் குறைப்பு” போன்ற அறிவிப்புகளைப் பார்த்திருப்பீர்கள். உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது வியாபாரிகளால் அளிக்கப்படும் இத்தகைய ஊக்கிகள் தங்கள் பொருட்களின் விற்பனையை அதிகப்படுத்துவதன் பொருட்டேயாகும். இலவச மாதிரிகள், அன்பளிப்புகள், தள்ளுபடி கூப்பன்கள், செய்துகாட்டல், கண்காட்சிகள், போட்டிகள் நடத்துவது போன்றவையாக இத்தகைய ஊக்கிகள் அமையும். இத்தகைய முயற்சிகள் வாடிக்கையாளர்களை மேலும் வாங்கிடத் தூண்டுகிறது. இதன் காரணமாக விற்பனையும் அதிகரிக்கிறது. இம்முறையில் பொருட்களை விற்கும் அணுகுமுறை “சிறப்பு விற்பனை” (Sales Promotion) என அழைக்கப்படுகிறது.

விளம்பரம் செய்தல் பற்றி முந்தைய பாடத்தில் கற்றறிந்தோம். விளம்பரம் செய்தலும் பொருட்களின் விற்பனையை அதிகரிக்க உதவுகிறது. இதே விளம்பரத்தின் உதவியால் சிறப்பு விற்பனையின் மூலம் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அளிக்கப்படவுள்ள ஊக்கிகளைப் பற்றித் தெரியப்படுத்தலாம். சிறப்பு விற்பனை குறைந்த காலத்திற்கு மட்டும் அளிக்கப்படவுள்ள விற்பனைத் திட்டத்தை அறிவித்து பல வழிகளில் விற்பனையை அதிகரிக்க உதவுகின்றது. இத்தகைய சலுகையை



வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஆண்டுதோறும் அளிக்க மாட்டார்கள். விழாக்காலங்கள், பருவகால முடிவு, ஆண்டு இறுதி மற்றும் சில சந்தர்ப்பங்களில் இத்தகைய விற்பனையை சந்தையில் காண்கிறோம்.

ஆகவே விளம்பரம் செய்தல் மற்றும் நேரடி விற்பனை தவிர்த்து ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளின் விற்பனையை அதிகரிக்க எடுக்கப்படும் எல்லாச் செயல்பாடுகளும் சிறப்பு விற்பனையில் அடங்கும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 16.1

I. கீழ்க்கண்ட வினாவுக்கு விடையை எழுதவும்.

1. சிறப்பு விற்பனை என்பதன் பொருள் எது?
2. சிறப்பு விற்பனைக்கு எவ்வாறு விளம்பரம் உதவ முடியும்?

16.2 சிறப்பு விற்பனையின் முக்கியத்துவம்

வர்த்தக உலகம் அதிக போட்டியுள்ள உலகாகும். அதில் பொருட்கள் நன்கு விற்பனையாகாவிட்டால் ஒரு வியாபாரம் நிலைக்காது. எனவே அனைத்து வியாபாரச் செயல்பாடுகளும் விற்பனையை அதிகரிக்கவே மேற்கொள்ளப்படுகிறது. தயாரிப்பாளர்கள் விளம்பரம் செய்வதற்கும், நேரடி விற்பனைக்கும் அதிகமாகச் செலவு செய்யலாம். இருப்பினும் பொருள் விற்பனையாகாது. எனவே பொருளை வாங்குவதற்கு வாடிக்கையாளர்களை கவர்ந்திழுத்திட சில ஊக்கிகள் வழங்கப்பட வேண்டும். எனவே எந்தவொரு பொருளின் விற்பனையை அதிகரித்திட சிறப்பு விற்பனை அவசியமானதொன்றாகும். உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் கண்ணோட்டத்தில் சிறப்பு விற்பனையின் முக்கியத்துவத்தை கீழே விவாதிக்கலாம்.

உற்பத்தியாளர்கள் கண்ணோட்டத்தில்

கீழ்க்கண்ட காரணங்களால் சிறப்பு விற்பனையானது உற்பத்தியாளர்களுக்கு அவசியமானதாகும்.

- (i) போட்டியுள்ள சந்தையில் விற்பனையை அதிகரிக்க இது உதவுகின்றது. இதன் மூலம் லாபம் அதிகரிக்க உதவுகிறது.
- (ii) வாங்கக் கூடிய வாடிக்கையாளர்களின் கவனத்தை ஈர்த்து புதிய பொருளை சந்தையில் அறிமுகப்படுத்த உதவுகிறது.
- (iii) புதிய பொருள் ஒன்றை அறிமுகம் செய்யும் போதும், வாடிக்கையாளரின் ரசனை மாறும் போதும், இருப்புப் பொருட்களை வேகமாக விற்று முடிக்கவும் சிறப்பு விற்பனை உதவுகின்றது.
- (iv) வாடிக்கையாளரைத் தக்க வைத்து விற்பனை அளவை நிலைப்படுத்துகிறது. போட்டிச் சூழலில் வாடிக்கையாளர் தனது மனதை மாற்றிக் கொள்ளவும். பிற பொருளை பயன்படுத்த முயற்சி செய்யவும் வாய்ப்புண்டு. எனவே வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைத்துக் கொள்ள சிறப்பு விற்பனையில் பல ஊக்கிகள் அளிக்கப்படுகின்றன.

வாடிக்கையாளர் கண்ணோட்டத்தில்

கீழ்க்கண்ட காரணங்களால் சிறப்பு விற்பனை வாடிக்கையாளர்களுக்கு முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது.

- வாடிக்கையாளர்களுக்கு குறைந்த விலையில் பொருட்கள் கிடைக்கிறது.
- பரிசுப் பொருட்களை அளிப்பதன் மூலமாகவும், பல ஊர்களுக்குச் செல்ல வாய்ப்பளிப்பதாலும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு பணப்பயன் கிடைக்கிறது.
- பல பொருட்களின் தரம், சிறப்பியல்புகள், பயன்கள் போன்ற அனைத்து தகவல்களையும் வாடிக்கையாளர்கள் பெறுகின்றனர்.
- பிடிக்காவிட்டால் பணத்தைத் திரும்ப பெறலாம் போன்ற திட்டத்தின் மூலம் பொருளின் தரம் குறித்த நம்பிக்கையை வாடிக்கையாளரிடம் உருவாக்க முடிகிறது.
- மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்திட உதவுகிறது. அவர்கள் பயன்படுத்தும் பழைய பொருட்களை பரிவர்த்தனை மூலம் கொடுத்து மாற்றி சந்தைக்குப் புதிதாக வந்துள்ள பொருட்களை வாங்கிக் கொள்ள முடிகிறது. அத்தகைய பொருட்களைப் பயன்படுத்துவதால் சமூகத்தில் அவர்களின் அந்தஸ்தை உயர்த்த முடிகிறது.

வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 16.2

- கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா தவறா என்று கூறவும்.
 - சிறப்பு விற்பனை விற்பனை அளவை உயர்த்த உதவாது.
 - சந்தையில் ஒரு புதிய பொருளை அறிமுகப்படுத்திட சிறப்பு விற்பனை உதவாது
 - சிறப்பு விற்பனையில் மூலமாக வாடிக்கையாளர் பொருளைக் குறைந்த விலையில் பெறுகிறார்
 - ஒரு பொருளைக் குறித்த தகவலைப் பெற்றுக் கொள்வதற்கு சிறப்பு விற்பனை உதவாது.
 - வாடிக்கையாளர்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்திக் கொள்வதற்கு சிறப்பு விற்பனை உதவுகின்றது.

16.3 சிறப்பு விற்பனைக்குப் பயன்படுத்தப்படும் யுக்திகள்

விற்பனையை அதிகரிக்க இலவச மாதிரிகள், அன்பளிப்பு, இலவசங்கள் போன்றவற்றை உற்பத்தியாளர்களும் தயாரிப்பாளர்களும் அளிக்கின்றனர். இவைகள் சிறப்பு விற்பனை முறைகள் அல்லது யுக்திகள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. சிறப்பு விற்பனையின் போது பொதுவாக கையாளப்படும் முறைகள் சிலவற்றைக் கீழே காணலாம்.

- இலவச மாதிரிகள்:** கடையில் பல்வேறு பொருட்கள் வாங்கும்போது இணைப்பாக ஷாம்பு, சலவைப் பவுடர், காபித்தூள் போன்றவற்றை வாங்கியிருப்பீர்கள். சில நேரங்களில் கடையில் எந்தப் பொருள் வாங்காவிட்டாலும் கடைக்காரர் இலவச மாதிரிகள் தருவதுண்டு. புதிதாக வந்துள்ள பொருளை பயன்படுத்தத் தூண்டுவதற்கும் அதன் மூலம்

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

சிறப்பு விற்பனையும் நேர்முக விற்பனையும்

வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்கவும் இவைகள் வழங்கப்படுகின்றன. சில வியாபாரிகள் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வாடிக்கையாளர்களுக்கு மாதிரிகள் வழங்கி பொருளை விளம்பரப்படுத்துகின்றன. மருந்துகளின் இலவச மாதிரிகள் மருந்துவர்களுக்கும், புத்தகங்களின் மாதிரிப் பதிப்புகள் ஆசிரியர்களுக்கும் வழங்கப்படுகின்றன.



(ii) இலவச இணைப்புகள் வழங்குதல் (Specimen Copies):

நெஸ்கபே பாட்டிலுடன் பால் பவுடரும், போர்ன்விடா பாக்கெட்டுடன் குவளையையும், 500 கிராம் பற்பசையுடன் பிரஷ் ஒன்றையும், ஒரு கிலோ பாக்கெட் வாங்கும்போது அத்துடன் 30% கூடுதலாக பொருள் தருவது போன்றவை இலவச இணைப்புகளுக்கு எடுத்துக்காட்டுகளாகும். ஒரு குறிப்பிட்ட ஒரு பொருளை வாங்குவதற்கு வாடிக்கையாளர்களைத் தூண்டுவதற்கு இவை பயன்படுகின்றன. ஏற்கெனவே அப்பொருளை வாங்கிக் கொண்டிருக்கும் வாடிக்கையாளர்களை உற்சாகப்படுத்தவும், வெகுமதி அளிப்பதற்கும் இவை உதவுகின்றன.



(iii) பரிவர்த்தனைத் திட்டங்கள்:

இருக்கும் பழைய பொருட்களை கொடுத்து விட்டு புதிய பொருளை அதன் அடக்க விலைக்கு குறைவாக வாங்கிக் கொள்வது பரிவர்த்தனையாகும். மேம்படுத்தப்பட்டுள்ள பொருளை நோக்கி வாடிக்கையாளரின் கவனத்தை திருப்பிட உதவுகிறது. “உங்கள் பழைய மிக்ஸியை கொடுத்துவிட்டு ரூ.500 மட்டும் செலுத்தி புதிய ஒன்றை பெற்றுக் கொள்ளுங்கள்”, “பழைய கருப்பு வெள்ளை தொலைக்காட்சியை கொடுத்துவிட்டு வண்ணத் தொலைக்காட்சி வாங்கிக் கொள்ளுங்கள்” போன்ற பரிவர்த்தனை விற்பனைத் திட்டங்கள் பிரபலமானவைகள் ஆகும்.



(iv) அடக்க விலையில் தள்ளுபடி செய்தல்:

இந்த திட்டத்தின் கீழ் பொருட்களின் உண்மை விலையை விட குறைவான விலையில் அவை விற்கப்படுகின்றன. லைப்பாய் சோப் வாங்கினால் ரூ.2 தள்ளுபடி, 250 கிராம் தாஜ்மகால் தேயிலைக்கு ரூ.15 தள்ளுபடி, குளிர்நட்டி வாங்கினால் ரூ.1000 தள்ளுபடி போன்றவை நாம் பொதுவாக கேள்விப்படும் தள்ளுபடித் திட்டங்களாகும். இவ்வகை திட்டம் பருவகால முடிவில் விற்பனையைக் கூட்டவும், சந்தையில் புதிய பொருளை அறிமுகப்படுத்துபோதும் நடைமுறைப்படுத்தப்படுகிறது.



(v) **பரிசுக் கூப்பன்கள்:** சில சமயம் தயாரிப்பாளர்கள் அளிக்கும் கூப்பன்கள் பொருள் அடங்கிய பொட்டலத்திற்குள் இருக்கும். அல்லது செய்தித்தாள் அல்லது பத்திரிகை விளம்பரத்தோடு அச்சிடப்பட்டிருக்கும். அல்லது அஞ்சலில் அனுப்பப்படும் அப்பொருளை வாங்கும்போது கடைக்காரரிடம் அவற்றை தரும்போது அவர் அப்பொருளுக்குரிய விலையில் தள்ளுபடி அளிக்கிறார். எடுத்துக்காட்டாக “இந்த கூப்பனைக் கொடுத்து 5 கிலோ அன்னபூரணா கோதுமை மாவுக்கு ரூ.15 தள்ளுபடி பெறலாம்” என்பது போன்ற விளம்பரத்தைப் பார்த்திருப்பீர்கள். இத்தகைய விலைக் குறைப்பு எதிர்நோக்கும் வாடிக்கையாளர்களின் கவனத்தை புதிய பொருள் அல்லது மேம்படுத்தப்பட்ட பொருளினால் ஈர்த்திடுவதற்குப் பயன்படுகிறது.



வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

(vi) **விற்பனை விழாக்களும் கண்காட்சிகளும்**

(Fairs and Exhibition): புதிய பொருட்களை செயல்படுத்தி விளக்கவும், அதன் பயன்பாடுகளை விளக்கவும் உள்ளூர், வட்டார, தேசிய, உலக அளவில் விற்பனை விழாக்களும், கண்காட்சிகளும் நடத்தப்படுகின்றன. பொருள்கள் காட்சிக்கு வைக்கப்பட்டு, செய்து காட்டப்பட்டு அது சிறிது விலைத் தள்ளுபடியில் விற்பனை செய்யப்படுகிறது. ஒவ்வொரு ஆண்டும் புதுடெல்லி பிரகதி மைதானத்தில் நவம்பர் 14 முதல் 27 வரை அகில உலக வர்த்தக கண்காட்சி நடைபெறுகிறது. இது விற்பனை அதிகரிக்கச் செய்யப்படும் கண்காட்சிக்கு நல்ல எடுத்துக்காட்டாகும்.



(vii) **விற்பனை வில்லைகள்:** சில குறிப்பிட்ட பொருட்களை வாங்கும்போது அப்பொருளோடு சேர்த்து “வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்பனை வில்லைகள் வழங்கப்படுகின்றது. வாடிக்கையாளர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் தேவையான வில்லைகளைச் சேகரித்தால் சில பரிசுகள்” அளிக்கப்படும். இதன் மூலம் தொடர்ச்சியாக அப்பொருளை வாங்கி தேவையான வில்லைகளைச் சேர்க்க வாடிக்கையாளர்கள் ஊக்கப்படுத்தப்படுகின்றனர்.

(viii) **சுரண்டிப் பார்த்து பரிசு பெறுதல்**

(Scratch and Win): இத்தகைய திட்டம் சில குறிப்பிட்ட பொருள்களை விற்பனை செய்யும்போது வாடிக்கையாளர்களை உற்சாகப்படுத்தப் பயன்படுகிறது. இம்முறையில் பொருள் அடங்கிய அட்டைப் பெட்டியின் மீது ஒரு பகுதி குறிக்கப் பட்டிருக்கும். அதைச் சுரண்டி பார்க்கும் போது அதில் தகவல் அறிவிப்பு காணப்படும். அதில் விலைத் தள்ளுபடி அல்லது விலைக் குறைப்பு அல்லது வெளியூர் சுற்றுலா பயணச் சலுகை போன்றவை இடம்பெற்றிருக்கும்.



வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

(ix) திருப்தியில்லை என்றால் பணம் திரும்ப

பெறலாம்: இந்தத் திட்டத்தின் கீழ் பொருளை வாங்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அப்பொருளை உபயோகித்த பின்பு திருப்தி இல்லையென்றால் முழுப்பணமும் திரும்பத் தரப்படும் என்று உறுதியளிக்கப்படுகிறது. இதன் காரணமாக அப்பொருளின் தரத்தின் மேல் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நம்பிக்கை ஏற்படுகிறது. இந்த யுக்தி சந்தையில் ஒரு பொருளை அறிமுகம் செய்யும்போது பயன்படுகிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 16.3

I. பொருத்துக

விற்பனையை அதிகப்படுத்த பயன்படுத்தும் திட்டங்கள் யுக்திகள் அவற்றின் நோக்கங்களோடு பொருத்துக.

திட்டங்கள் யுக்திகள்

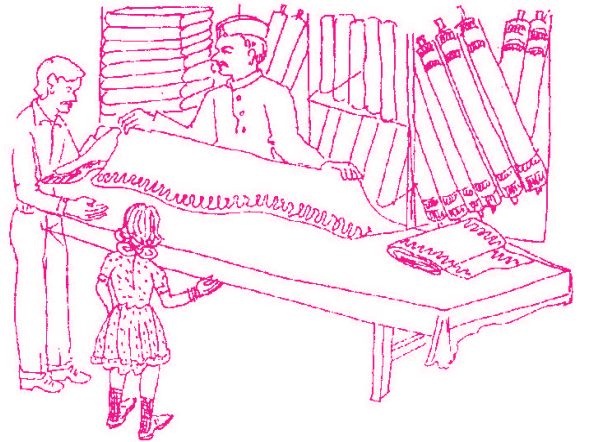
1. இலவச மாதிரிகள்
2. பரிவர்த்தனை திட்டம்
3. தள்ளுபடி விற்பனை
4. விற்பனை வில்லைகள்

நோக்கங்கள்

- (அ) தொடர்ந்து பொருளை வாங்குவதற்கு வாடிக்கையாளரைத் தூண்டுவதற்கு
- (ஆ) மேம்படுத்தப்பட்ட பொருளினால் கவனத்தை ஈர்த்தல்
- (இ) புதிய பொருள் ஒன்று அறிமுகப்படுத்தும்போது
- (ஈ) பருவம் முடிந்த பின்பு விற்பனையை அதிகப்படுத்துவதற்கு

16.4 நோடி விற்பனை

எதையாவது வாங்க விரும்பும்போது ஒரு குறிப்பிட்ட கடைக்குச் சென்று அதை வாங்குகிறோம். ஆனால் சில நேரங்களில் சில பொருட்களையும் சாமான்களையும் கொண்டு வந்து நமது இருப்பிடத்தில் வந்து விற்பனை செய்கின்றனர். எடுத்துக் காட்டாக, காய்கறிகளையோ, தானியங்களையோ தள்ளு வண்டியில் வைத்துக் கொண்டு வீடு வீடாக வந்து விற்பனை செய்வதை பார்த்திருப்பீர்கள். சேலைகள், தரை விரிப்புகள், மின்னணுவியல் சாதனங்கள்





குறிப்புகள்

போன்றவற்றையும் கொண்டு வருவதையும் பார்த்திருப்பீர்கள். பேருந்துகளிலும், உள்ளூர் இரயிலிலும் சில வியாபாரிகள் பேனா, பொம்மை, புத்தகங்கள், சீப்பு போன்றவற்றை விற்றுக் கொண்டு வருகின்றனர். பெரிய நகரங்களில் விற்பனையாளர்கள் வீடு வீடாக வந்து தண்ணீர் வடிகட்டிகள், காற்று சுத்தப்படுத்தி, துணிச்சலவை பவுடர்கள், கொசுவத்திகள் போன்றவற்றை விற்க வருகின்றனர். இப்பொருட்களை கடையில் வைத்து விற்பனை செய்வதிலிருந்து இது மாறுபட்டதாகத் தோன்றுகிறதல்லவா? இத்தகைய விற்பனை முறையைப் பற்றி கண்டறியலாம்.

16.5 நேரடி விற்பனை என்பதன் பொருள்

பொருட்களையும், சரக்குகளையும் உங்களுக்கு விற்பனை செய்பவர்கள் என்ன செய்கிறார்கள்? ஒரு குறிப்பிட்ட ரக பொருளைக் காட்டுகிறார்கள். அதன் இயல்புகளை விளக்குகிறார்கள். பின்பு தேவைப்பட்டால் அந்தப் பொருள் செயல்படும் விதத்தை இயக்கிக் காட்டுகின்றனர். அதன் விலையைக் கூறுகின்றனர். பின்பு அப்பொருளை உங்களை வாங்கச் சொல்லிக் கேட்டுக்கொள்கிறார்கள். சில நேரங்களில் உங்கள் விருப்பத்திற்கேற்ப தேவைப்படும் பொருளை பின்னர் கொண்டு வருவதாக உறுதி அளிக்கின்றனர். ஆக கொண்டு வந்த பொருளை காட்டி 'விவரித்து' வாங்க வைப்பதோடு கூட, எதிர்காலத்தில் அவைகளை வாங்குவதற்கும் தூண்டுகின்றனர். மேலும் நீங்கள் ஒரு பொருளை பற்றி தகவலைத் தெரிந்து கொண்டு, பார்த்து, நேரடியாக தொட்டுப் பார்த்து மதிப்பிட்டுக் கொள்ள முடிகிறது.

இத்தகைய வழியில் பொருட்களை விற்பனை செய்பவர் விற்பனையாளர் என்று அழைக்கப்படுகிறார். இந்த முறையில் விற்பனை செய்யும் யுக்தி நேரடி விற்பனை என்று அழைக்கப்படுகிறது. பொருளை வாங்க விழைபவர்களிடம் அப்பொருளை காண்பித்து, அதை வாங்குவதற்குத் தூண்டுவது நேரடி விற்பனையில் நடக்கிறது. இங்கே வாங்குபவரும் விற்பவரும் நேரடியாகப் பேசுவதும், அப்பொருளைக் கையால் தொட்டுப் பார்த்து அறிந்து கொள்ளும் செயலும் நடைபெறுகிறது. ஒருவரை பொருளை வாங்கச் செய்வது மட்டுமின்றி அவரை நிரந்தர வாடிக்கையாளராக மாற்றுவதும் இதன் நோக்கமாக அமைகிறது.

சில கடைகளில்கூட விற்பனையாளர்களைப் பணியமர்த்தி நேரடி விற்பனை மூலம் பொருட்களை விற்கச் சொல்லுவதைப் பார்த்திருப்பீர்கள். எடுத்துக்காட்டாக இத்தகைய விற்பனையாளர்களை நகைக்கடைகள், நுகர்வுப் பொருள், விற்பனைக் கடைகள், புடவைக் கடைகள் போன்ற இடங்களில் காணலாம். சில சேவை அளிப்பவர்கள் அவர்களது கடைகளில் நேரடி விற்பனையில் ஈடுபடுகின்றனர். எடுத்துக்காட்டாக தலைமுடி வெட்டுவதற்கு சிகை அலங்கார நிலையத்திற்கு செல்பவர்களுக்கு இலவச தலை மசாஜ் செய்யப்படுகிறது. நேரடி விற்பனையில் விற்பவர் வாடிக்கையாளரின் ரசனைகளையும், விருப்பங்களையும் தெரிந்து கொண்டு பொருட்களையும் சேவைகளையும், வாங்குவதற்கு அவரைக் கவர்ந்திழுக்கிறார். பொருட்களையும், சேவைகளையும் வாடிக்கையாளருக்கு முன்காட்டி அவற்றை அவர் வாங்குவதற்கு சம்மதிக்க வைத்தலும், தூண்டுவதும், நேரடி விற்பனையாகும். நேரடி விற்பனையைப் பற்றி தெரிந்து கொண்ட நாம் அதன் கூறுகளை அறிந்து கொள்ளலாம்.



குறிப்புகள்

16.6 நேரடி விற்பனையின் முக்கியக் கூறுகள்

நேரடி விற்பனையில் கீழ்க்காணும் உட்கூறுகள் உள்ளன.

- (i) **முகத்துக்கு முகம் சந்தித்துப் பேசுதல்:** நேரடி விற்பனையின் போது விற்பனையாளர் தாம் எதிர்நோக்கும் வாங்குபவரை முகத்துக்கு முகம் நேரில் சந்தித்துப் பேசுகிறார்.
- (ii) **தூண்டுதல்:** நேரடி விற்பனையில் பொருளை வாங்குவதற்கு எதிர்நோக்கும் வாடிக்கையாளரை தூண்டுதல் செய்வது அவசியம். எனவே விற்பனையாளரிடம் வாடிக்கையாளரைச் பேசி சம்மதிக்க வைக்கும் திறன் வேண்டும். அப்போதுதான் வாடிக்கையாளர்கள் மனதில் அப்பொருளைப் பயன்படுத்தும் ஆர்வத்தை உண்டுபண்ணவியலும்.
- (iii) **நெகிழ்வுத்தன்மை:** நேரடி விற்பனை அணுகுமுறை எப்போதும் நெகிழ்வு தன்மையுடையது. சில சமயங்களில் பொருளின் சிறப்பியல்புகளையும், பயன்களையும் விளக்கிக் கூற வேண்டியிருக்கும். சில சமயம் அப்பொருளை செயல்படச் செய்து காட்ட வேண்டியிருக்கும். வாடிக்கையாளர்கள் கேட்கின்ற ஏராளமான வினாக்களுக்கு பதில் கூற வேண்டியிருக்கும். வாடிக்கையாளர்களின் ஆர்வத்தையும் சூழலையும் கண்டுணர்ந்து விற்பனையாளரின் அணுகுமுறை உடனடியாக தீர்மானிக்கப்படுகிறது.
- (iv) **விற்பனையை அதிகரித்தல்:** மேலும் மேலும் அதிகமான வாடிக்கையாளர்களை பொருளைப் பயன்படுத்த வைப்பதன் மூலமாக விற்பனையை அதிகப்படுத்துவதுதான் நேரடி விற்பனையின் இறுதி நோக்கமாகும்.
- (v) **தகவல்கள் வழங்குவது:** பொருளின் சிறப்பியல்புகள், பயன்கள், பயன்படும் முறை குறித்த பல்வேறு தகவல்களை நேரடி விற்பனை முறை வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்குகின்றது. எனவே இது அவர்களுக்கு அறிவுபுகட்டும் ஒரு செயல்பாடாகும்.
- (vi) **பரஸ்பர பயன்:** இது ஒரு இருவழிச் செயல்பாடாகும். விற்பவரும் வாங்குபவரும் பயன் பெறுகின்றனர். பொருளைக் குறித்து வாடிக்கையாளர் திருப்தி அடையும் வேளையில் விற்பவர் லாபம் பெற்று மகிழ்கிறார்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 16.4

பொருத்தமான சொற்களைக் கொண்டு காலியிடத்தை நிரப்புக.

1. நேரடி விற்பனையில் பொருளை வாங்குவதற்கு _____ தூண்டும் செயல் நடைபெறுகிறது.
2. நேரடி விற்பனையின் இறுதி நோக்கம் _____ ஆகும்.
3. நேரடி விற்பனையின் மிக முக்கியமான கூறு _____ சந்தித்து பேசுவது ஆகும்.
4. வாடிக்கையாளர்களுக்கு நேரடி விற்பனையின் போது தகவல்களை வழங்குவது _____ செயல்பாடாகும்.

16.7 நேரடி விற்பனையின் முக்கியத்துவம்

விற்பனையை அதிகரிக்க உதவுவதால் நேரடி விற்பனை மிக முக்கியமானதாகும். மேலும் சில காரணங்களாலும் அதன் முக்கியத்துவம் மேலும் அதிகரிக்கிறது. உற்பத்தியாளர்களின் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் நோக்கில் நேரடி விற்பனையின் முக்கியத்துவத்தைக் குறித்து விவரிக்கலாம்.

உற்பத்தியாளரின் நோக்கில்:

- புதிய மற்றும் ஏற்கனவே உள்ள உற்பத்திப் பொருட்களுக்கு தேவையை உருவாக்குகிறது.
- புதிய வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்குகிறது. அதன் பயனாக அப்பொருளுக்குரிய சந்தையை விரிவாக்குகிறது.
- உற்பத்திப் பொருளை மேம்படுத்த உதவுகின்றது. நேரடியாக விற்கும்போது விற்பனையாளர் வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பம் மற்றும் தேவைகளைத் தெரிந்து கொண்டு உற்பத்தியாளர்களுக்கு பொருத்தமான ஆலோசனைகளை வழங்க முடிகிறது.

வாடிக்கையாளரின் நோக்கில்:

- சந்தையில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுள்ள புதிய பொருளைப் பற்றி வாடிக்கையாளர்கள் தெரிந்து கொள்ளும் வாய்ப்பை நேரடி விற்பனை அளிக்கிறது. இவ்வாறாக அவர்களுக்கு புதிய பொருளைப் பற்றி தெரிவித்து அதுகுறித்து அறிவு புகட்டுகிறது.
- நேரடி விற்பனை மூலமாகத்தான் வாடிக்கையாளர்கள் சந்தைக்கு வந்துள்ள புதிய பொருளின் பயனைத் தெரிந்து கொள்ள முடிகிறது. விற்பனையாளர்கள் ஆர்வமுள்ள வாங்குபவர்களுக்கு அப்பொருளைச் செயல்படுத்திக் காட்டி அதன் பயன்களையும், பயன்பாடுகளையும் விளக்குகின்றனர்.
- முகத்துக்கு முகம் தொடர்பு கொண்டு உரையாடுவதால் வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் தேவைகளுக்கும், ரசனைகளுக்கும் ஏற்ப பொருளைத் தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்ள முடிகிறது.
- அப்பொருளைப் பயன்படுத்தும்போது ஏற்படுகின்ற புகார்களையும், சிரமங்களையும் வாடிக்கையாளர்கள் உடன் தெரிவிக்கும் வாய்ப்பை பெறுவதால் உடனடித் தீர்வுக்கு வழி உள்ளது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 16.5

கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.

- விற்பவர்கள் தரும் ஆலோசனைகளின் அடிப்படையில் உற்பத்தியாளர்கள் தயாரிப்புப் பொருளை மேம்படுத்திட நேரடி விற்பனை உதவுகின்றது.
- விற்பனை செய்பவரிடம் பெறும் பொருளைக் குறித்த பிரச்சனைகளுக்கு வாடிக்கையாளர்களுக்கு உடனடி தீர்வு கிடையாது.
- ஏற்கனவே உள்ள பொருட்களுக்கு புதிய வாடிக்கையாளர்களை நேரடி விற்பனை உருவாக்குகிறது.

வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்



குறிப்புகள்

4. பொருளை சிறப்பாகப் பயன்படுத்த வைப்பது நேரடி விற்பனையின் விளைவு அல்ல.
5. வாடிக்கையாளர்கள் பொருளைக் குறித்த புகார்களை விற்பனையாளரிடம் தெரிவிக்கலாம்.

16.8 நேரடி விற்பனையில் ஈடுபடும் விற்பனையாளரின் பண்புக் கூறுகள்

நேரடி விற்பனை செய்பவர்களின் பண்புகளை வரிசைப்படுத்திச் சொல்வது கடினமானதொன்றாகும். காலத்துக்கு காலம், சூழலுக்கு சூழல் அவர்களின் பண்புக்கூறுகள் மாறிக் கொண்டிருக்கும். விற்பனையாளர் ஒரு சூழலில் ஆக்கமுடன் செயல்படுவார். பிறிதொரு சூழலில் தோல்வியடைந்து விடுவார். ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளுக்கு அவரது சில பண்புகள் ஏற்புடையதாக இருக்கும். இன்னொரு நிலையில் பொருத்தமற்றதாகி விடும். இருப்பினும் வாழ்க்கையில் வெற்றிகரமான விற்பனை செய்பவராக விளங்க சில பொதுவான பண்புக் கூறுகள் அவரிடம் இருக்க வேண்டும். அப்பண்புக் கூறுகள் கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன. அவைகளை விளக்கமாகக் காணலாம்.

- (i) **உடல் தகுதிகள்:** ஒரு விற்பனையாளருக்கு நல்ல தோற்றமும் கவர்ச்சியான உடலமைப்பும் இருத்தல் அவசியம். நல்ல உடல்நலத்துடன் இருக்க வேண்டும்.
- (ii) **உளப்பண்புகள்:** கற்பனை, முன் முயற்சி எடுத்தல், தன்னம்பிக்கை, துல்லியமான நினைவாற்றல், விழிப்புணர்வு போன்ற உளப்பண்புகள் கொண்டவராக விற்பனையாளர் இருத்தல் வேண்டும். வாடிக்கையாளரின் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் அவர் தெரிந்திருத்தல் வேண்டும்.

நேரடி விற்பனை செய்யும் விற்பனையாளரின் பண்புக் கூறுகள்



- (iii) **நேரிய நடத்தை:** ஒரு நல்ல விற்பனையாளருக்கு நேர்மையும், நாணயமும் அவசியமாகும். அவர் வாடிக்கையாளரின் நம்பிக்கையைப் பெற வேண்டும். அவர்களின் தேவைகளை புரிந்து கொண்டு அவற்றைத் திருப்திப்படுத்தும் வகையில் வழிகாட்டுதல் வழங்க வேண்டும். எஜமானருக்கும் வாடிக்கையாளருக்கும் அவர் உண்மையாக இருக்க வேண்டும்.
- (iv) **நிறுவனம் தயாரிக்கும் பொருள் பற்றிய முழு அறிவு:** தான் பிரதிநிதியாகவுள்ள நிறுவனத்தின் உற்பத்திப் பொருள் குறித்த முழு அறிவும் கொண்டவராக விற்பனையாளர் இருத்தல் வேண்டும். அப்பொருளின் இயல்புகள், அதை எப்படிப் பயன்படுத்துவது, எத்தகைய முன்னெச்சரிக்கை எடுக்க வேண்டும் என்பவை போன்ற அனைத்தையும் விளக்கி கூறத் தெரிய வேண்டும். அவரது நிறுவனத்தின் வியாபாரம் மற்றும் அதன் சேவை குறித்த பழைய செய்திகளையும் விளக்கத் தெரிந்திருக்க வேண்டும். போட்டி நிறுவனங்கள் தயாரிக்கும் பொருட்கள் பற்றிய முழு அறிவு கொண்டவ

ராகவும் இருத்தல் அவசியமானது. அப்போது தான் அவர் விற்பனை செய்யும் தனது பொருளின் மேன்மையை எடுத்துச் சொல்ல முடியும்.

(v) **நன்னடத்தை:** ஒரு விற்பனையாளர் கூட்டுறவுணர்வு சிந்தையுள்ளவராகவும், இனிய பண்புள்ளவராகவும் இருத்தல் அவசியம். அவரது நன்னடத்தை வாடிக்கையாளரின் நன்னம்பிக்கையை வென்றிட உதவும். வாடிக்கையாளர்கள் தேவையில்லாத அதிகமான கேள்விகளைக் கேட்கும் போதும் எரிச்சல் அடையக்கூடாது. அவர் யாரைச் சந்தித்து பேசுகிறாரோ அவர் அந்தப் பொருளை வாங்க வேண்டும் என்பது கட்டாயமல்ல. ஒவ்வொரு நிலையிலும் விற்பனையாளர் இன்முகத்துடன் இருத்தல் வேண்டும்.

(vi) **சம்மதிக்க வைக்கும் திறமை:** நல்லதொரு விற்பனையாளர் நன்கு உரையாட வேண்டும். அப்போது தான் வாடிக்கையாளரை உரையாடலில் தொடர்ந்திருக்க செய்ய முடியும். தனது கருத்துக்கு இணங்க வைத்து, அவரது உள்ளத்தில் அப்பொருளை வாங்கிப் பெற்றுக்கொள்ளும் ஆசையை உருவாக்க முடியும்.



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 16.6

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.
 1. நல்லதொரு விற்பனையாளருக்கு விற்கும் பொருளைப் பற்றிய அறிவு தேவையில்லை.
 2. கற்பனைத் திறன், தன் முயற்சி, விழிப்புணர்வு பண்புகள் கொண்டவராக விற்பனையாளர் இருத்தல் வேண்டும்.
 3. நல்லதொரு விற்பனையாளரை சமூகம் ஏற்றுக்கொள்ள வேண்டும் என்பது அவசியமில்லை.
 4. நல்லதொரு விற்பனையாளர் வாடிக்கையாளருக்கு மட்டும் விசுவாசமாக இருத்தல் வேண்டும். அவரது எஜமானரிடம் விசுவாசம் தேவையில்லை.
 5. கவர்ந்திடும் குரல், நல்தோற்றம், நல்ல உடல்நலம் போன்ற பண்புகள் நல்லதொரு விற்பனையாளரிடம் அமைந்திருக்க வேண்டியதில்லை.
- II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.
 1. உற்பத்தியாளரின் கண்ணோட்டத்தில் சிறப்பு விற்பனை முக்கியமானது. ஏனென்றால் அது
 - (அ) லாபத்தை அதிகப்படுத்துகிறது.
 - (ஆ) பொருட்களை குறைந்த விலையில் அளிக்கிறது.
 - (இ) தரத்தையும் சிறப்பியல்புகளையும் தெரிவிக்கிறது.
 - (ஈ) மக்களின் வாழ்க்கை தரத்தை உயர்த்துகிறது.
 2. வாடிக்கையாளரின் கண்ணோட்டத்தில் சிறப்பு விற்பனை முக்கியமானது. ஏனென்றால் அது
 - (அ) அது விற்பனையை அதிகரிக்க உதவுகிறது
 - (ஆ) அது விற்பனையை நிலைப்படுத்துகிறது
 - (இ) அது வாழ்க்கை தரத்தை உயர்த்த உதவுகிறது
 - (ஈ) அது லாபத்தை அதிகப்படுத்த உதவுகிறது

வாங்குதல்,
விற்றல் மற்றும்
விநியோகித்தல்



குறிப்புகள்

3. கீழ்க்கொடுக்கப்பட்டவைகளில் எது சிறப்பு விற்பனைக்கு பயன்படும் யுக்தி ஆகும்?
(அ) இலவச மாதிரி (ஆ) விளம்பரம் செய்தல்
(இ) தெரியப்படுத்துதல் (ஈ) நேரடி விற்பனை
4. நேரடி விற்பனை செய்தலின் இறுதி நோக்கமானது _____ ஆகும்.
(அ) வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துவது
(ஆ) மிகுந்த தரம் வாய்ந்த பொருட்களை வழங்குவது
(இ) வாடிக்கையாளரைத் திருப்திப்படுத்துவது
(ஈ) பொருட்களின் விற்பனையை அதிகப்படுத்துவது ஆகும்
5. நேரடி விற்பனை செய்தலின் முக்கிய கூறு _____ ஆகும்.
(அ) குறைந்த விலையில் பொருட்கள்
(ஆ) முகத்துக்கு முகம் சந்தித்துப் பேசுதல்
(இ) விற்பனையாளரின் உடல் தகுதி
(ஈ) விற்பனையாளரின் நன்னடத்தை



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ விளம்பரம் செய்தல், பொருளை நேரடியாக விற்பனை செய்தல் தவிர்ந்து விற்பனையை அதிகரிக்க எடுக்கப்படும் முன்னெடுப்புச் செயல்பாடுகள் அனைத்தும் சிறப்பு விற்பனையில் அடங்கும்.
- ▶ **சிறப்பு விற்பனையின் நோக்கங்களாவன:** புதிய உற்பத்திப் பொருளை அறிமுகம் செய்தல், புதிய வாடிக்கையாளரைக் கவர்ந்திடல், பழைய வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைத்திடல், அனைத்து பருவ காலத்திலும் விற்பனையை நிலைப்படுத்துதல் வியாபாரப் போட்டியை சமாளித்து எதிர்கொள்ளுதல்.
- ▶ **சிறப்பு விற்பனைக்குப் பயன்படுத்தப்படும் உபயங்கள் / யுக்திகளாவன:** இலவச மாதிரிகள், இலவசங்கள், பரிவர்த்தனைத் திட்டம், விலைத் தள்ளுபடி, பரிசு கூப்பன்கள், கண்காட்சிகளும், பொருட்காட்சிகளும், விற்பனை வில்லைகள், சுரண்டிப் பரிசு பெறுதல், பணம் திரும்பத் தரும் திட்டம்.
- ▶ **சிறப்பு விற்பனையின் முக்கியத்துவம்:**
உற்பத்தியாளர்களுக்கு: விற்பனை அளவை அதிகப்படுத்துவது, பொருளின் தர உயர்வு, புதிய பொருளை அறிமுகம் செய்தல், பழைய இருப்பை வேகமாக தள்ளி முடித்தாலும், விற்பனை அளவை சமப்படுத்துதல்.
வாடிக்கையாளர்களுக்கு: புதிய வாடிக்கையாளர்கள் உருவாக்குதல், குறைந்த விலையில் பொருட்கள் கிடைத்தல், சந்தையில் உள்ள வாடிக்கையாளர்களுக்கு பணச்சலுகைகள், புதிய பொருட்கள் பற்றி விழிப்புணர்வு உண்டாக்குதல், பொருளின் தர மேம்பாடு, புதிய பொருட்களை அறிமுகம் செய்திட உதவுதல், மேலும் வாடிக்கையாளரிடம் தரம் குறித்த நன்னம்பிக்கை உருவாக்கி வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்திடுதல்.
- ▶ வாடிக்கையாளர்களுக்கு உற்பத்திப் பொருளைக் காட்டி இணங்க வைத்து அப்பொருளையோ அல்லது சேவையையோ வாங்கிடச் செய்யும் செயல்தான் நேரடி விற்பனையாகும்.

- ▶ நேரடி விற்பனையின் முக்கிய கூறுகளாவன : முகத்துக்கு முகம் சந்தித்து பேசுதல், இணங்க வைத்தல், நெகிழ்வுத்தன்மை, விற்பனையை அதிகப்படுத்துதல், தகவல் வழங்குவது, பரஸ்பர பயன்பாடு.
- ▶ வாடிக்கையாளர் மற்றும் உற்பத்தியாளர் ஆகிய இருவர் நோக்கிலும் நேரடி விற்பனை முக்கியமானது.
- ▶ பல பண்புக் கூறுகள் ஒரு விற்பனையாரை வெற்றியாளராக மாற்றுகிறது. உடல் மற்றும் உளப் பண்புகள், நேரிய நடத்தை, நிறுவனத்தைப் பற்றியும், பொருளைப் பற்றியும் முழு அறிவு கொண்டிருத்தல், நல்லொழுக்கம், வாடிக்கையாளரை சம்மதிக்க வைத்தல் போன்ற பண்புகள் ஆகும்.

வாங்குதல், விற்பனை மற்றும் விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. சிறப்பு விற்பனை - வரையறை தருக.
2. உற்பத்தியாளரின் கண்ணோட்டத்தில் சிறப்பு விற்பனையின் முக்கியத்துவத்தைக் கூறுக
3. வாடிக்கையாளரின் கண்ணோட்டத்தில் சிறப்பு விற்பனையின் முக்கியத்துவத்தைக் கூறுக
4. சிறப்பு விற்பனைக்குப் பயன்படுத்தும் உபயங்களில் ஏதேனும் ஆறினை வரிசையிடு
5. சிறப்பு விற்பனை என்பதன் பொருள் யாது?
6. சிறப்பு விற்பனை யுக்திகள் இரண்டினை ஒரு எடுத்துக்காட்டு தந்து விளக்குக.
7. 'தள்ளுபடி விலை' மற்றும் இலவச மாதிரிகள் என்ற சிறப்பு விற்பனை யுக்திகளை விளக்குக
8. சிறப்பு விற்பனை, விற்பனையை அதிகரிக்க எவ்வாறு உதவுகிறது என்பதை விளக்குக.
9. ஒரு பற்பசை நிறுவனம் 500 கிராம் பற்பசை பெட்டியோடு 250 கிராம் பற்பசை இலவசமாக அளிக்கிறது. இந்த சிறப்பு விற்பனை யுக்தியின் பெயரைக் கூறுக. இந்தத் திட்டத்தின் சிறப்பு நோக்கம் யாது? இதைத் தவிர வேறு இரண்டு சிறப்பு விற்பனைத் திட்டத்தை விளக்குக
10. சிறப்பு விற்பனை என்பதன் வரையறையைக் கூறு. அதன் நோக்கங்கள் யாவை?
11. சிறப்பு விற்பனை என்பதை விளக்கிக் கூறவும். அதன் நோக்கங்கள் யாவை?
12. 'உற்பத்தியாளருக்கும், வாடிக்கையாளருக்கும் சிறப்பு விற்பனை முக்கியமானது. விளக்குக.
13. நேரடி விற்பனை என்பதன் பொருள் யாது?
14. நேரடி விற்பனையின் சிறப்பியல்புகள் யாவை?
15. வாடிக்கையாளர் கண்ணோட்டத்தில் நேரடி விற்பனையின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.
16. உற்பத்தியாளர்களின் கண்ணோட்டத்தில் நேரடி விற்பனையின் முக்கியத்துவத்தை விவரிக்கவும்.
17. நேரடி விற்பனையில் ஈடுபடும் விற்பனையாளரின் உடல் மற்றும் உளப்பண்புகளைக் கூறுக
18. நேரடி விற்பனையில் ஈடுபடும் விற்பனையாளரின் சமூகப் பண்புகளைக் கூறுக
19. நேரடி விற்பனையில் ஈடுபடும் விற்பனையாளரின் தொழில் சார்ந்த பண்புகளைக் கூறுக.
20. நேரடி விற்பனை வரையறை தருக. வாடிக்கையாளர் மற்றும் உற்பத்தியாளர்கள் கண்ணோட்டத்தில் அதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.

பகுதி - IV

வாங்குதல்,
விற்பனை மற்றும்
விநியோகத்தல்



குறிப்புகள்

சிறப்பு விற்பனையும் நேர்முக விற்பனையும்

21. நேரடி விற்பனை என்பதன் பொருள் யாது? நேரடி விற்பனையின் முக்கியக் கூறுகளை விளக்குக.
22. வெற்றிகரமான விற்பனையாளராகத் திகழ அவருக்கு தனிநபர் மற்றும் உள்பண்புகள் மட்டும் போதுமானது என்று கருதுகிறீர்களா? உங்களது பதிலுக்குரிய காரணங்களைக் கூறுக.
23. நேரடி விற்பனையில் ஈடுபட்டுள்ள விற்பனையாளரின் பல்வேறு தகுதிகளை விவரிக்கவும்.
24. ஒரு பொருள் சிறப்பானதாக இருந்துவிட்டால் அதை விற்கும் விற்பனையாளருக்கு எந்த தகுதியும் தேவையில்லை. இந்தக் கூற்றை ஏற்றுக் கொள்ளுகிறீர்களா? காரணங்களைக் கூறுக.



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 16.1

1. விளம்பரம் செய்தல் மற்றும் நேரடி விற்பனை தவிர்த்து ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளின் விற்பனையை அதிகரிக்க உதவும் அனைத்துச் செயல்பாடும் சிறப்பு விற்பனையாகும்.
2. சிறப்பு விற்பனைக்கு வழங்கப்படும் ஊக்கிகளைக் குறித்து எதிர்நோக்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு தெரியப்படுத்துவதற்கு விளம்பரம் உதவுகின்றது.

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 16.2

1. தவறு
2. தவறு
3. சரி
4. தவறு
5. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 16.3

1. இ
2. ஆ
3. அ
4. ஈ

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 16.4

1. வாடிக்கையாளரை
2. பொருட்களின் விற்பனையை அதிகப்படுத்த
3. முகத்துக்கு முகம்
4. அறிவு புகட்டும்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 16.5

1. சரி
2. தவறு
3. தவறு
4. தவறு
5. தவறு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 16.6

- I. 1. தவறு
2. சரி
3. தவறு
4. தவறு
5. தவறு
- II. 1. அ
2. இ
3. அ
4. ஈ
5. அ

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- ❑ அருகில் உள்ள சில்லறை விற்பனையாளரை சந்தித்து அவர்கள் எப்போது ஏன் இருப்புத் தீர்க்கும் சிறப்பு விற்பனை நடத்தவுள்ளார்கள் என்பதைக் கேட்டறியவும்.
- ❑ நாளிதழ்கள் மற்றும் பத்திரிகைகளில் வெளிவரும் உற்பத்தியாளர்கள் தரும் பல்வேறு சிறப்பு விற்பனைத் திட்டங்களைக் குறித்த தகவல்களைத் திரட்டவும்.
- ❑ பொருட்களையோ சேவைகளையோ நீங்கள் வாங்கும்போது விற்பனையாளரின் நடத்தைகளையும் பல்வேறு பண்புகளையும் கண்டறிந்து குறிக்கவும்.

பகுதி - V

அதிக மதிப்பெண்கள்
16

கற்கும் காலம்
35 மணிகள்

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு

ஒவ்வொரு வியாபாரத்தின் முக்கிய நோக்கம் நுகர்வோரைத் திருப்திப்படுத்துதலே ஆகும். இருப்பினும் நடைமுறையில் நுகர்வோர் பல்வேறு வழிகளில் வியாபாரிகளால் சுரண்டப்படுவது வழக்கமாகவே உள்ளது. நுகர்வோர் தனது உரிமைகளையும் பொறுப்புகளையும் பற்றிய விழிப்புணர்வு இல்லாது இருப்பதால்தான் இவ்வாறு நடைபெறுகிறது. இச்சூழலில் மாணவர்கள் நுகர்வோர் என்ற முறையில் தங்களது உரிமைகளையும் கடமைகளையும் புரிந்து கொள்ளவும், பல்வேறு சட்டங்களில் அவர்களுக்குள்ள பாதுகாப்பைத் தெரிந்து கொள்ளவும் இக்கற்றல் கட்டகம் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது.

17. நுகர்வோரின் உரிமைகளும் கடமைகளும்

18. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு



நுகர்வோரின் உரிமைகளும் கடமைகளும்

பகுதி - V

நுகர்வோர்
விழிப்புணர்வு



குறிப்புகள்

தாங்கள் செலுத்திய முழு விலைக்கு தரம் குறைந்த அல்லது கலப்படம் செய்யப்பட்ட பொருள் தரப்பட்டுள்ளது என்று பலர் புகார் சொல்வதை நாம் அடிக்கடி கேள்விப்படுகிறோம். பேருந்துகளிலும், ரெயிலிலும் முழுக்கட்டணம் செலுத்தி விட்டு சௌகரியமற்ற இருக்கையில் அமர்ந்து பயணம் செய்ய வேண்டியிருக்கிறது என்று சிலர் குறை சொல்வதைக் கேட்கிறோம். ஆகவே பல நேரங்களில் மக்கள் செலுத்திய பணத்திற்குள்ள மதிப்புக் கிடைக்காது உள்ளது. அவர்கள் பெற நினைக்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகட்கு அவர்கள் செலவு செய்யும் முழு பணத்திற்குரிய மதிப்பு பெறுவதற்கு உரிமை இல்லாது உள்ளது.

சில சமயங்களில் அவர்களுக்கு அளிக்கப்பட்ட தரம் குறைந்த பொருட்களுக்கும் சேவைகளுக்கும் மக்கள்தான் பொறுப்பாகிறார்கள். பல நேரங்களில் தாம் விரும்பும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் குறித்த மொத்த தகவல்களும் அவர்கள் தெரிந்து கொள்வதில்லை. சில சமயங்களில் பொருட்களின் சேவைகளின் தரத்தைக் குறித்து கவனம் செலுத்தாது அவற்றை வாங்கி வந்து விடுகின்றனர். தேவைப்படும் பொருட்களையும், சேவைகளையும் குறித்த முழு குறிப்புகளையும் முன்னரே வியபாரிகள் தரவேண்டியது அவர்கள் கடமையல்லவா? இப்பாடத்தில் நுகர்வோரின் உரிமைகளையும் கடமைகளையும் பற்றிய விவரங்களை கற்றறிவோம்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தை படித்த பின்பு

- ▶ நுகர்வோர் என்பதன் வரையறையைக் கூறவும்,
- ▶ பொருட்களையும் சேவைகளையும் நுகர்வோருக்கிடையே உள்ள வேறுபாடுகளைக் கூறவும்,
- ▶ நுகர்வோரியல் என்பதன் பொருளைக் கூறவும்,
- ▶ நுகர்வோரின் பல்வேறு உரிமைகளை விளக்கவும்,
- ▶ நுகர்வோரின் பல்வேறு கடமைகளைக் கூறவும் உங்களால் இயலும்.



குறிப்புகள்

17.1 நுகர்வோர் என்பவர் யார்?

சுருக்கமாகக் கூறின், பல்வேறு பொருட்களையும், சேவைகளையும் நுகர்பவர்தான் நுகர்வோர் எனப்படுகிறார். அரிசி, உப்பு, சர்க்கரை, பழங்கள் போன்ற நுகர்வுப் பொருட்களும், நீடித்துப் பயன்படும் பொருட்களாவன தொலைக்காட்சி, குளிர்சாதனப் பெட்டி, ரொட்டியை சூடுபடுத்தும் கருவி, மிக்ஸி, சைக்கிள் போன்றவையும் இப்பொருட்களில் அடங்கும். நாம் வாங்கிப் பயன்படுத்தும் மின்சாரம், தொலைபேசி, போக்குவரத்து சேவை, திரைப்படக் கூடங்கள் போன்றவை சேவைகளாகும்.

நுகர்வோர் என்பவர் பயன்படுத்தவதற்கு பொருட்களையும் சேவைகளையும் வாங்குபவர். எழுதுபொருள் போன்ற ஒரு பொருளை மொத்த வியாபாரியிடம் வாங்கும் சில்லறை வியாபாரி நுகர்வோர் அல்ல. அவர் ஒரு வியாபாரி. ஏனென்றால் மறுவிற்பனை செய்வதற்கு அதை வாங்குகிறார்.

பொருட்களை வாங்குபவர் அனைவரும் நுகர்வோர்களே என்றால் இல்லை. எழுதுவதற்கு ஒரு பயிற்சி நோட்டு நீங்கள் ஒரு வாங்குபவராகவும், நுகர்வோராகவும் இருக்கிறீர்கள். உங்கள் தந்தை உணவுப் பொருட்களை வாங்கும்போது குடும்பத்திலுள்ள அனைவரும் நுகர்வோர்களாக உள்ளனர். அவர் சலவைப் பவுடர் வாங்கும்போது அது குடும்பத்திலுள்ள அனைவராலும் அவை பயன்படுத்தப்படும். அல்லது சலவை வேலை செய்பவரால் பயன்படுத்தப்படும். எனவே தனது குடும்பத்தின் பயன்பாட்டிற்காகவோ அல்லது இன்னொருவருக்காக பொருளை வாங்குபவரும் நுகர்வோர் என்றே அழைக்கப்படுகிறார்.

தனக்கோ அல்லது தன்னைச் சார்ந்தவர் பயன்படுத்தவும், நுகரவும் பொருட்களையோ சேவைகளையோ வாங்குபவர் நுகர்வோர் ஆகும். பொருட்கள் என்பதில் அன்றாடப் பயன்பாட்டுப் பொருட்களும், நீடித்துப் பயன்படும் பொருட்களும் அடங்கும்.

போக்குவரத்து, மின்சாரம், திரைப்படக் காட்சிகள் போன்ற சேவைகளை செலவு செய்து பெறுகிறோம். நுகர்வோர் என்பதை பொருட்களையோ, சேவைகளையோ தேர்ந்தெடுத்து, பணம் கொடுத்து வாங்கி அவற்றை தனது தேவைக்கு பயன்படுத்துபவர் என்று வரையறை செய்யலாம்.

பொருட்களையும், சேவைகளையும் நுகர்வோர்களுக்கிடையேயுள்ள வேறுபாடு எது என்பதைக் காணலாம். வாடகைக் கார், ஆட்டோ ரிக்ஷா, அரசுப் பேருந்து, இரயில் பயணம் போன்ற போக்குவரத்துச் சேவைகளை நாம் பயன்படுத்துகிறோம். உங்களிடம் சைக்கிளோ அல்லது ஸ்கூட்டரோ அல்லது மோட்டர் சைக்கிளோ இருந்தால் அது பழுதுபடும்போது தகுந்த இடத்திற்கு கொண்டு சென்று சரி செய்கிறோம். பழுது பார்க்கும் சேவை செய்பவருக்கு பணம் தருகிறோம். இவ்வேளையில் நீங்கள் இத்தகைய சேவையை நுகர்பவராக இருக்கிறீர்கள். மின்சாரம், வீட்டிலும் அலுவலகத்திலும் பயன்படுத்தும் தொலைபேசி போன்றவைகளும் நாம் கட்டணம் செலுத்தி நுகர்வு செய்யும் சேவைகளாகும். திரைக்கூடத்தில் நாம் பொழுதுபோக்கிற்காகக் காணும் திரைப்படக் காட்சியும் சேவைக்கு நல்லதொரு எடுத்துக்காட்டாகும். நுகர்வுக்குரிய பொருட்களுக்கும் சேவைகளுக்கும்மிடையே உள்ள வேறுபாடு யாதெனில் பொருட்களை வாங்குமுன்னர் அதன் பயன்பாட்டையும், உறுதிப்பாட்டையும் முன்னதாகவே பரிசோதித்துக் கொள்ள முடியும்.



எடுத்துக்காட்டாக தொலைக்காட்சி பெட்டி ஒன்றை வாங்கும்போது அதன் செயல்பாடு, படத்தின் தரம், ஒலி போன்றவற்றை செய்துகாட்டச் சொல்லி தெரிந்து கொள்ளலாம். ஆனால் நமக்கு வழங்கும் மின்சார சேவையின் வோல்ட்டேஜ் எல்லா நேரமும் ஒரே சீராக இருக்குமா என்று அறிந்துகொள்ளவியலாது. உணவுப் பொருட்கள் சாப்பிட்டு பார்த்து வாங்கிக் கொள்ளலாம். பழங்களை வாங்கும்போது சரியாக பழுத்துள்ளதா என்று கண்டறிந்து கொள்ளலாம். ஆனால் வாடகைக்கார் ஓட்டுநர் விபத்து நடக்காமல் பார்த்துக் கொள்வாரா? அல்லது திரைக்காட்சியின் போது ஒலி, ஒளி சீராக இருக்குமா என்று முன்னரே அறிந்துகொள்ள முடியாது.

மேலும் நாம் வாங்கும் பொருட்களை உடனடியாக அல்லது சிறிது காலத்துக்குள்ளேயே பயன்படுத்தி விடுகிறோம். தானியங்களை வாரம் அல்லது மாதக்கணக்கில் சேமித்து வைக்கிறோம். குளிர்சாதனப் பெட்டியை தொடர்ந்து பராமரித்து பல ஆண்டுகள் பயன்படுத்துகிறோம். ஆனால் போக்குவரத்து சேவைகளையோ, மின்சார வசதிகளையோ, தொலைபேசி சேவைகளையோ அல்லது திரைப்படக் காட்சியையோ இவ்வாறு பயன்படுத்த இயலாது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 17.1

கீழ்க்கண்ட வினாக்களுக்கு ஆம் அல்லது இல்லை என்று விடையளிக்கவும்.

1. பொருட்களை வாங்குபவர் நுகர்வோராக இருக்கலாம் அல்லது இல்லாதும் இருக்கலாம். இது சரியா?
2. உணவை சாப்பிடுபவர் எவராக இருப்பினும், அதை வாங்கியவராகத்தான் இருக்க வேண்டும் என்று சொல்வது சரியா?
3. தனது பயன்பாட்டிற்கு ஒரு ஆயத்த சட்டையை வாங்கும் ஒரு கடைக்காரரை நுகர்வோர் என்று கூறலாமா?
4. ஒரு பொது நூலகத்தில் கட்டணம் செலுத்தி உறுப்பினராகி புத்தகங்களையும், பத்திரிகைகளையும் படிக்கிறேன். நான் சேவையை நுகர்பவரா?

17.2 நுகர்வோரியல் என்பதன் பொருள்

ஒரு நுகர்வோர் என்ற முறையில் அவ்வப்போது பொருட்களையும் சேவைகளையும் பயன்படுத்திக் கொண்டிருப்பீர்கள். சில கடைக்காரர்களால் பாதிக்கப்பட்ட அனுபவமும் உங்களில் சிலருக்கு இருக்கலாம். அவர்கள் பொருட்களுக்கும் சேவைகளுக்கு அதிகப் பணம் பெற்றிருக்கலாம் அல்லது தரக்குறைவானவைகளைத் தந்திருக்கலாம். தனியாளாக இருந்து இத்தகைய சுரண்டலை எதிர்த்து நிறுத்துவது கடினமாகும். நுகர்வோர் அனைவரும் விழிப்புணர்வுடன் இருந்து மொத்தமாக சேர்ந்து ஒன்றுபட்டு தவறுகளை எதிர்க்கும்போது இத்தகைய சுரண்டலைக் குறைக்க முடியும். நுகர்வோர் தங்களைத் தாமே பாதுகாத்துக்கொள்ள எடுக்கும் சுயமுயற்சிதான் நுகர்வோரியல் என்பதாகும்.

உற்பத்தியாளர்கள், வியாபாரிகள், கடைக்காரர்கள், சேவை வழங்குபவர்கள் தங்களது நுகர்வோரிடத்தில சரியாக நேர்மையாக நடந்து கொள்வதை உறுதிசெய்யும் ஒரு இயக்கத்திற்குத்தான் நுகர்வு கொள்கை வாதம் அல்லது நுகர்வோரியல் (Consumerism) என்பதாகும். தனியான நுகர்வோர் செயல்பாடுகள்,



நுகர்வோர் கூட்டுளவு அமைப்புகள் வாயிலாக சந்தையில் காணப்படும் தவறான வழக்கங்களுக்கு எதிராக விழிப்புணர்வை உருவாக்குவதும், அவர்களின் நலன்களை பாதுகாக்க வழிவகைகளைக் கண்டறிவதும் இந்த இயக்கத்தின் நோக்கமாகும்.

பொருட்களையும் சேவைகளையும் பயன்படுத்தும் நுகர்வோர்கள் தங்கள் உரிமைகளையும் கடமைகளையும் அறிந்திருந்தால்தான் இந்த இயக்கம் வெற்றியடையும். நாம் இப்போது நுகர்வோர்களின் பல்வேறு உரிமைகளையும் கடமைகளையும் குறித்து தெரிந்து கொள்வோம்.

1986-ம் ஆண்டு நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம்

இச்சட்டம் வேறு எந்த சட்டத்தையும் விட முழுமையான பாதுகாப்பை நுகர்வோருக்கு அளிக்கிறது. பல்வகையான தவறான வியாபார வழக்கங்களுக்கும் மற்றும் வங்கி, இன்சூரன்ஸ், நிதியமைப்பு, போக்குவரத்து, தொலைபேசி, மின்சாரம் வழங்குதல், வீட்டு வசதி, தங்குமிடங்கள், உணவகங்கள், பொழுதுபோக்கு போன்ற சேவைகளில் காணப்படும் குறைபாடுகளுக்கும் நுகர்வோர்கள் சட்டப்படியான தீர்வு காணலாம். தேசிய அளவிலும் மாநிலத்திலும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குழு அமைத்திட இச்சட்டம் வழிகோலுகிறது.

நுகர்வோரின் தாவாக்களை தீர்த்திட நீதிமன்ற அமைப்பினை உருவாக்கிட வழி செய்துள்ளது. நுகர்வோரின் தாவாக்களைத் தீர்த்து வைத்திட மாவட்ட அமைப்பு, மாநிலக் குழுமம், தேசியக் குழுமம் போன்றவை உள்ளன. இவைகளை நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் என்றும் அழைக்கின்றனர்.

17.3 நுகர்வோரின் உரிமைகள்

சந்தையில் காணப்படும் போட்டி, தவறாக வழி நடத்தும் விளம்பரங்கள், தரக்குறைவான பொருட்களும், சேவைகளும் கிடைப்பது போன்ற பல பிரச்சனைகளை நுகர்வோர்கள் தற்பொழுது சந்திக்க வேண்டியுள்ளது. எனவே தான் நுகர்வோர்களில் நலன்களை பாதுகாக்கும் பொறுப்பு குறித்து அரசும் பொது அமைப்புகளும் அதிக முயற்சி எடுத்து வருகின்றன. சுரண்டலிலிருந்தும், ஏமாறுவதிலிருந்தும் நுகர்வோர்கள் பாதுகாக்கப்பட வேண்டுமென்றால் அவர்களுக்கு சில உரிமைகள் வழங்கப்படல் அவசியமாகும். அப்போதுதான் பொருட்களை வழங்கும் வியாபாரிகளும், சேவை வழங்குபவர்களும் அவர்கள் வரும்போது ஜாக்கிரதையாக நடந்து கொள்வார்கள். எடுத்துக்காட்டாக, நுகர்வோர்களுக்கு அளிக்கப்பட்டுள்ள உரிமைகளில் ஒன்று பொருட்களை தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்வது. இந்த உரிமை தெரிந்திருந்தால், நீங்கள் பல்வேறு வகைகளைக் காட்டச் சொல்லி அதில் உங்களுக்குப் பிடித்ததை தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்ளலாம். சில சமயம் கடைக்காரர் அவருக்கு அதிக லாபம் கிடைக்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட ரகப்பொருளையோ உங்களுக்கு காட்டிக் கொண்டிருப்பார். அது சிறந்த தரம் இல்லாததாக இருக்கும். அல்லது சற்று விலை குறைந்ததாக இருக்கும். தேர்ந்தெடுக்கும் உங்கள் உரிமையை உணர்ந்திருந்தால் அடுத்ததொரு கடைக்குச் சென்று தேவையானதை வாங்கிக் கொள்ளலாம்.

1986ஆம் ஆண்டு நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தில் வழங்கப்பட்டுள்ள பல்வேறு நுகர்வோர் உரிமைகளை விவாதிக்கலாம்.

- (i) **பாதுகாப்பு உரிமை:** உடல் நலத்திற்கும், உயிருக்கும் தீங்கு விளைவிக்கும் பொருட்களை விற்பதிலிருந்து நுகர்வோர் பாதுகாக்கப்படுவதற்கு உரிமை

உள்ளது. இந்த உரிமையைத் தெரிந்து இருந்தால் காயம் ஏற்படுவதை தவிர்க்கவும் முன் நடவடிக்கைகள் எடுத்துக் கொள்ளவும் முடியும். முன்னெச்சரிக்கையாக இருந்தும் காயப்படும்போது கடைக்காரருக்கு எதிராக புகார் கூறவும், நஷ்டஈடு பெறவும் நுகர்வோருக்கு உரிமை உண்டு. எடுத்துக்காட்டாக விற்கப்படும் மருந்து தரக்குறைவாக இருப்பின் மருந்து கடை பொறுப்பேற்க நேரிடும். சமையல் எரிவாயு சிலிண்டர் வீட்டிற்கு வழங்கும்போது அதில் எதுவும் கசிவு இருக்கிறதா என்று சரிபார்க்க வேண்டும். அதன் பின் கசிவு ஏற்படுமானால் அதனால் தீ விபத்து ஏற்பட்டு எவருக்கும் காயம் அல்லது மரணம் ஏற்படும்போது அதை வழங்கியவர் நஷ்டஈடு தர வேண்டியிருக்கும்.



- (ii) **தகவலுக்கான உரிமை:** ஒரு பொருளை அல்லது சேவையை வாங்கும் முன்னர் முறையான தேர்வு செய்வதற்கேற்ற வகையில் அவை குறித்த அளவு, தரம், சுத்தத்தன்மை நிலை அல்லது வகை, விலை குறித்து தகவல்கள் பெறும் உரிமை நுகர்வோருக்கு உண்டு. மேலும் பயன்படுத்தும்போது ஏற்படும் இழப்பை அல்லது காயத்தை தவிர்ப்பதற்குரிய பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகளை நுகர்வோருக்கு தெரிவித்தல் அவசியமாகும். எடுத்துக்காட்டாக சமையல் எரிவாயு சிலிண்டரை வழங்குபவர் அடுப்பை பயன்படுத்தாதபோது ரெகுலேட்டரை மூடிவிட வேண்டும் என்று அறிவுரை வழங்க வேண்டும்.
- (iii) **தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை:** ஒரே வகையிலான பல பொருட்களிலிருந்து தனது விருப்பத்திற்கேற்ற பொருளைத் தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை ஒவ்வொரு நுகர்வோருக்கும் உள்ளது. கடைக்காரர்களும் வியாபாரிகளும் தரங்குறைந்த பொருட்களை வாங்கச் சொல்லி கட்டாயப்படுத்தும் யுக்திகளை அடிக்கடி கையாள்கின்றனர். சில நேரங்களில் தொலைக்காட்சி விளம்பரங்களைப் பார்த்து நுகர்வோர் ஏமாந்தும் விடுகின்றனர். நுகர்வோர் தங்கள் உரிமை குறித்த விழிப்புணர்வோடு இருந்தால் இத்தகைய சூழல்களைத் தவிர்க்கலாம்.
- (iv) **கருத்து கேட்கப்படும் உரிமை:** இவ்வரிமையை மூன்று விதமாக நோக்கலாம். நுகர்வோரின் நலன் பாதிக்கும் முடிவுகளையும் கொள்கைகளையும் அரசாங்கமும் பொதுத்துறை நிறுவனங்களும் எடுக்கும்போது நுகர்வோர்கள் கலந்தாலோசிக்கப் படல் வேண்டும் என்பதை இவ்வரிமை உறுதி செய்கிறது. மேலும் உற்பத்தி மற்றும் வியாபார முடிவுகளைக் குறித்த நுகர்வோரின் கருத்துகள் உற்பத்தியாளர்கள், கடைக்காரர்கள் மற்றும் விளம்பரதாரர்களால் கேட்கப்படல் வேண்டும். மூன்றாவதாக நுகர்வோர் புகார்களை கையாளும் நீதிமன்றங்களில் நடக்கும் சட்ட





குறிப்புகள்

நடவடிக்கைகளின்போது நுகர்வோரின் கருத்து கேட்கப்பட வேண்டும்.

(v) **தீர்வு தேடுவதற்கான உரிமை:** அதிகமான விலை வைப்பது, தரக்குறைவான பொருட்களை அல்லது பாதுகாப்பற்ற பொருட்களை விற்பது, சேவைகளில் வழங்குவதில் காலதாமதம் செய்தல் அல்லது குறையுள்ள அல்லது கலப்படம் செய்யப்பட்ட பொருட்களினால் ஏற்பட்ட இழப்பு அல்லது உடல் பாதிப்பு போன்ற நுகர்வோர் பாதிப்பு குறித்து அவர்கள் புகார் செய்து, அதற்கு சட்டப்பூர்வமான தீர்வுகள் தேடிக் கொள்ளும் உரிமை உள்ளது. குறையுள்ள பொருட்களை மாற்றிக் கொள்ளவும் அல்லது கடைக்காரரிடமிருந்து பணத்தை திரும்பிப் பெற்றுக் கொள்ளும் உரிமையும் உண்டு. இது சம்பந்தமாக நீதிமன்றத்தில் சட்டப்பூர்வமான தீர்வுகள் காணும் உரிமையும் இருக்கிறது. இந்த உரிமை காரணமாக தங்கள் புகாருக்கு தேவையான நடவடிக்கை எடுக்கப்படும் என்ற உறுதி உள்ளது. கடைக்காரர் மற்றும் உற்பத்தியாளர் தவறு காரணமாக ஏற்படும் இழப்பிற்கான உரிய நஷ்டஈடு பெற்றுக் கொள்ளும் உரிமையையும் இச்சட்டம் நுகர்வோருக்கு வழங்குகின்றது.

(vi) **நுகர்வோர் கல்விக்கான உரிமை:** சந்தையில் காணும் சீர்கேடுகள், நுகர்வோர் சுரண்டல் போன்றவைகளை தடுத்திடுவதற்கு நுகர்வோர் விழிப்புணர்வும், கல்வியும் அவசியம் தேவைப்படுகிறது. இந்த நோக்கத்திற்காக, நுகர்வோர் சங்கங்கள், கல்வி நிறுவனங்கள், அரசு கொள்கை உருவாக்குவோர் அனைவரும் கீழ்க்கண்டவை குறித்து நுகர்வோர்களுக்கு தகவலும் அறிவும் அளிக்க வேண்டும்.



(i) முறையற்ற வியாபார வழக்கங்களை தடுப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ள சட்ட விதிகள் (ii) நுகர்வோரை ஏமாற்றுவதற்கு எத்தகைய முறைகேடுகளில் நேர்மையற்ற வியாபாரிகள் ஈடுபடுகின்றனர். (iii) எவ்வாறு நுகர்வோர் தங்கள் நலனை பாதுகாக்க முடியும். (iv) புகார் அளிக்கும்போது நுகர்வோர்கள் பின்பற்ற வேண்டிய நடைமுறைகள்.

விளக்க அட்டைகள், பத்திரிகைகள், சுவரொட்டிகள் உதவியுடன் நுகர்வோருக்கு அறிவு புகட்டும் நடவடிக்கைகளை பல நுகர்வோர் அமைப்புகள் ஏற்கனவே எடுத்து வருகின்றன. இந்த வகையில் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளும் சிறப்பான பணியாற்றுகின்றன.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 17.2

I. கலம் 'அ'வில் உள்ள சொற்றொடர்களை கலம் 'ஆ'வோடு பொருத்துக.

கலம் அ

கலம் ஆ

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. கருத்து கேட்கப்படும் உரிமை | (a) நீதிமன்றத்தில் சட்ட நிவாரணம் கோருதல். |
| 2. பாதுகாப்பு உரிமை | (b) கொள்கை முடிவிற்கு நுகர்வோர்களை கலந்தாலோசித்தல். |
| 3. நுகர்வோர் கல்வி உரிமை | (c) சிறந்த தரமுள்ள பொருளைத் |



குறிப்புகள்

4. தீர்வு தேடுவதற்கான உரிமை (d) தேர்ந்தெடுத்தல்.
ஆபத்தான பொருட்களை
விற்பதிலிருந்து
பாதுகாப்பு
5. தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை (e) நுகர்வோர் பாதுகாப்புக்கான
பொருத்தமான சட்டங்கள் குறித்த
தகவல்கள்

II. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.

1. வாடிக்கையாளர்கள் தாங்களே பொருட்கள் தரத்தை அறிந்து கொள்ளும் வகையில் அவற்றின் தரத்தைப் பற்றி வியாபாரிகள் தகவல் அளிக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை.
2. தரக்குறைவான சேவைகளை வழங்கியதற்காக வாடிக்கையாளர்கள் அவர்களே தீர்வுகளைத் தேடிக்கொள்ள அனுமதிப்பது சேவை வழங்குநர்களின் பொறுப்பு அல்ல.
3. தகுந்த அமைப்பில் தங்கள் நலனை நிலை நாட்டுவதற்கு கருத்து கேட்கப்படும் உரிமை வழிகோலுகின்றது.
4. தங்கள் விருப்பத்தின்படி பொருளை தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை நுகர்வோருக்கு உண்டு. எனவே வியாபாரச் செயல்பாடுகள் நுகர்வோர் தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்ளும் உரிமையை அளிக்க வேண்டும்.

17.4 நுகர்வோரின் பொறுப்புகள்

“பொறுப்புகள் இல்லாத உரிமைகள் என்பது சாத்தியமல்ல” இது நாம் கேட்கும் பழமொழியாகும். நுகர்வோரின் உரிமைகளையும், அதன் நோக்கங்களையும் இதுகாறும் கற்றறிந்த பின்பு அந்த உரிமைகளை நிலைநாட்டும் பொறுப்பு அவர்களுக்கு தேவையா என்பதை அறிந்துகொள்ளவிருக்கிறோம். தங்களது உரிமைகள் கேட்கப்பட வேண்டுமெனில் நுகர்வோர்கள் தங்களது பிரச்சனைகளை முழுவதும் அறிந்து கொள்வதற்குரிய வாய்ப்புகளை பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும். தங்கள் புகார்களுக்கு நிவாரணம் தேடும் உரிமையைப் பயன்படுத்துவதற்கு நுகர்வோர் சரியான பொருட்களை சரியான விலையில் வாங்க வேண்டும். மேலும் காயம் அல்லது இழப்பு ஏற்படாவண்ணம் பொருட்களை பயன்படுத்தக் கற்றிருக்க வேண்டும். குறிப்பாகச் கூற வேண்டுமெனில், நுகர்வோர்களுக்கு கீழ்க்கண்ட சில கடமைகள் உண்டு.

- (i) **தனக்குத்தானே உதவி செய்து கொள்வது:** முடிந்தவரை தகவலுக்கும், தனது தேர்வுக்கும் நுகர்வோர் கடைக்காரரை சார்ந்து இருக்கக்கூடாது. நுகர்வோர் என்ற முறையில் ஏமாற்றப்படுவதிலிருந்து உங்களை காத்துக் கொள்ளத் தெரிந்திருக்க வேண்டும். மற்றவரை விட விவரம் தெரிந்த நுகர்வோர் ஒருவர் சிறப்பாக தனது நலனை பாதுகாத்து கொள்கிறார். காயம் அல்லது இழப்பு ஏற்பட்டு நிவர்த்தி தேடுவதைக் காட்டிலும் முன்னெச்சரிக்கையோடும், முன் ஆயத்தத்தோடும் இருப்பது தான் சாலச்சிறந்தது.
- (ii) **கொடுக்கல் வாங்கலுக்கான சான்று வைத்திருத்தல்:** ஒவ்வொரு நுகர்வோரும் தங்கள் பொருளை வாங்கியதற்கான சான்றையும், நீடித்து உழைக்கும் பொருள்களுக்கான ஆவணங்களையும் தவறாது பெற்று



பாதுகாப்பாக வைத்திருக்க வேண்டும். எடுத்துக்காட்டாக விலைக்கு வாங்கிய பொருளுக்குரிய பணம் செலுத்துச் சீட்டு (cash memo) தவறாது பெற்றுக்கொண்டு பாதுகாப்பாக வைத்திருக்க வேண்டும். பொருளிலுள்ள குறை குறித்து புகார் செய்வதற்கு வாங்கியதற்கான சான்றை வைத்துதான் பொருளை பழுது பார்ப்பதோ அல்லது மாற்றிக் கொள்வதோ இயலும். நீடித்து உழைக்கும் பொருட்களான தொலைக்காட்சி பெட்டி, குளிர்சாதனப் பெட்டி போன்றவைகளுக்கு கடைக்காரர்கள் தரும் காப்புறுதிச் சீட்டு (warranty card) பொருளை வாங்கிய பிறகு குறிப்பிட்ட காலம் வரை இலவசமாக பொருளைப் பழுதுபார்த்துக் கொள்ளவும், உதிரி பாகங்களை மாற்றிக் கொள்ளவும் உதவுகின்றது.

(iii) **முறையான ஈட்டுத்தொகை கோருதல்:** இழப்பு அல்லது பாதிப்புக்கு நஷ்டஈடு கோரும்போது நுகர்வோர்கள் தேவைக்கதிகமான உரிமைத் தொகையை கோரக்கூடாது என்பதும் அவர்களது பொறுப்பாகும். அடிக்கடி நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் நிவர்த்தி வேண்டி தங்கள் உரிமையைப் பயன்படுத்துகின்றனர். சரியான காரணமின்றி அதிகமான நஷ்டஈடு கோரும் நுகர்வோர் வழக்குகள் சில வருகின்றன. இது தவிர்க்கப்பட வேண்டிய பொறுப்பில்லாத செயல் ஆகும்.

(iv) **பொருட்களையும் சேவைகளையும் முறையாக பயன்படுத்துதல்:** சில நுகர்வோர் காப்புறுதிக் காலத்தில் பொருள் மாற்றி வழங்கப்படும் என்ற நினைப்பில் அவற்றை முரட்டுத்தனமாகக் கையாள்கின்றனர். இது சரியானதொரு செயல் ஆகாது. மேற்கூறப்பட்ட கடமைகள் தவிர கூடுதலான சில கடமைகள் சிலவும் உண்டு. உற்பத்தியாளர்கள், கடைக்காரர்கள், சேவை வழங்குநர்களுடன் மேற்கொண்ட ஒப்பந்தத்தைப் பின்பற்ற வேண்டும். கடனுக்கு பொருள் வாங்கியிருந்தால் சரியான காலத்தில் பணத்தைச் செலுத்த வேண்டும். மின்சார மீட்டர், தண்ணீர் மீட்டர் போன்றவற்றை மாற்றுவதோ, பஸ், ரெயில் இருக்கைகளை சேதமடையச் செய்வதோ கூடாது. தங்களது பொறுப்புகளைச் சரிவர நிறைவேற்றினால்தான் தங்களது உரிமையை நிலைநாட்ட முடியும் என்பதை எப்போதும் நுகர்வோர் நினைவில்கொள்ள வேண்டும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 17.3

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.
 1. தானே தனது நலனைப் பாதுகாத்துக் கொள்ள முயற்சி செய்பவர் தான் பொறுப்புள்ள நுகர்வோர் ஆவார்.
 2. பொருளின் தரத்தைப் பற்றிய தகவலுக்கு நுகர்வோர் கடைக்காரரை நம்பியிருக்கக்கூடாது.
 3. தேவையான முன்னெச்சரிக்கைக்குப் பின் ஏதேனும் பொருளை நான் வாங்கியிருந்தால், நான் குறை நிவர்த்தி தீர்வு காணும் உரிமையை பயன்படுத்த முடியாது.
 4. காப்புறுதிக் காலத்தில் வாங்கியப் பொருளைக் கவனமாகப் பயன்படுத்த தேவையில்லை.
 5. நுகர்வோர் என்ற முறையில் ஒரு மின்சார இஸ்திரி பெட்டியின் குறைபாட்டால் காயமேற்பட்டு மருத்துவ சிகிச்சைக்காக ரூ.5000/- செலவு



செய்துள்ளேன். இதற்கு நான் ரூ.50,000 நஷ்டஈடு கோருவதற்கு உரிமையுண்டு.

II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்

1. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் நடைமுறைக்கு வந்த ஆண்டு எது?
(அ) 1972 ஆ) 1982 இ) 1986 ஈ) 1995
2. 1986ஆம் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தில் வழங்கப்பட்டுள்ள நுகர்வோர் உரிமைகள் எத்தனையாகும்?
அ) 6 ஆ) 8 இ) 7 ஈ) 4
3. நுகர்வோர் பொறுப்பைச் சார்ந்தது
அ) பொருள், சேவையை முறையாக பயன்படுத்துவது
ஆ) கல்விக்கான உரிமை
இ) உரிமைக்காக கட்டாயம் சண்டையிடுவது
ஈ) அடிக்கடி நுகர்வோர் நீதிமன்றத்திற்கு செல்வது
4. நுகர்வோரியல் என்பது சார்ந்த இயக்கமாகும்
அ) அரசு ஆ) சமூகம்
இ) உற்பத்தியாளர்கள் ஈ) நுகர்வோர்கள்
5. நுகர்வோருக்குரிய இழப்பை அளிக்கும் உரிமை எது?
அ) தகவல் பெறும் உரிமை
ஆ) நிவர்த்தி பெறும் உரிமை
இ) கருத்து கேட்கப்படும் உரிமை
ஈ) தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ தனக்கோ அல்லது அவர் சார்பில் இன்னொருவரோ பயன்படுத்துவதற்கு அல்லது நுகர்வுக்கு பொருளையோ அல்லது சேவையை வாங்குபவர்தான் நுகர்வோர் என்பவர் ஆவார். பொருட்கள் என்பதில் நுகர்வுப் பொருட்களும், நீடித்துப் பயன்படும் பொருட்களும் அடங்கும். போக்குவரத்து, மின்சாரம், திரைப்படக் காட்சி போன்றவை செலவு செய்து பெறும் சேவைகளாகும்.
- ▶ நுகர்வோர்களுக்கு உற்பத்தியாளர்கள், வியாபாரிகள், கடைக்காரர்கள், சேவை வழங்குபவர்கள் போன்றோரின் உண்மையான நேர்மையான நடைமுறைச் செயல் பாட்டிற்கு உத்தரவாதம் அளிக்கத் தோன்றிய அமைப்பு நுகர்வோரியல் என்பதாகும்.
- ▶ **நுகர்வோரின் உரிமைகளாவன:**
(i) பாதுகாப்பு உரிமை, (ii) தகவலுக்கான உரிமை, (iii) தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை, (iv) கருத்து கேட்கப்படும் உரிமை, (v) தீர்வு தேடும் உரிமை, (vi) நுகர்வோர் கல்விக்கான உரிமை
- ▶ **நுகர்வோரின் பொறுப்புகளாவன:**
(i) தனக்குத் தானே உதவி செய்துகொள்ளும் கடமை, (ii) கொடுக்கல் வாங்கலுக்கான சான்று வைத்திருத்தல், (iii) முறையான உரிமை கோருதல், (iv) பொருட்களையும் சேவைகளையும் முறையாகப் பயன்படுத்துதல்.



குறிப்புகள்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. நுகர்வோர் - வரையறுக்கவும்.
2. பொருட்களையும் சேவைகளையும் நுகர்வோருக்கிடையேயுள்ள வேறுபாடுகளைக் கூறுக.
3. நுகர்வோரியல் என்பதை விளக்குக.
4. நுகர்வோர் கல்வி உரிமையின்படி நுகர்வோர் எத்தகைய கல்வியை பெற வேண்டும்?
5. நுகர்வோரின் பல்வேறு உரிமைகளை விவரிக்கவும்.
6. நுகர்வோர் என்பவர் யார்? அவரது கடமைகள் யாவை?
7. நீடித்த பொருட்களை வாங்கிய பிறகு பாதுகாப்பாக வைத்திருக்க வேண்டிய தொடர்புள்ள ஆவணங்கள் எவை?



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 17.1

- I. 1. ஆம் 2. இல்லை 3. ஆம் 4. ஆம் 5. ஆம்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 17.2

- I. 1. ஆ 2. ஈ 3. உ 4. அ 5. இ
II. 1. தவறு 2. தவறு 3. சரி 4. தவறு 5. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 17.3

- I. 1. சரி 2. சரி 3. தவறு 4. தவறு 5. தவறு
II. 1. இ 2. அ 3. அ 4. ஈ 5. ஆ

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- தினசரி வாழ்க்கையில் நீங்கள் பயன்படுத்தும் பொருட்களையும், சேவைகளையும் பட்டியலிடவும்.
- ஒரு நுகர்வோர் என்ற முறையில் பொருட்களையோ சேவைகளையும் பெறும்போது ஏதேனும் பிரச்சனைகளை சந்தித்ததுண்டா? உங்கள் நலனை காத்துக் கொள்ள மேற்கொண்ட செயல்பாடு யாது?



18

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு

முந்தைய பாடத்தில் நுகர்வோரின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகள் பற்றி கற்றுக் கொண்டீர்கள். நுகர்வோரியல் பற்றியும் படித்தீர்கள். இதன் நோக்கம் நுகர்வோர் தங்கள் பிரச்சனையும், உரிமைகளையும் உணர்ந்து தங்கள் இழப்புகள், வேதனைகளுக்கு தீர்வு காண உதவிடுவது என்று படித்தீர்கள். இப்பாடத்தில் நுகர்வோர் நலன் ஏன் பாதுகாக்கப்பட வேண்டும் என்பதையும் அவர்களை வியாபாரிகளின் நேர்மையற்ற செயல்பாடுகளில் இருந்து காக்கும் வழிகளையும் முறைகளையும் விவாதிக்க இருக்கிறோம்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தை படித்து முடித்த பின்னர்

- ▶ நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பதன் பொருளை விளக்கவும்,
- ▶ நுகர்வோர் சந்திக்கும் பல்வேறு பிரச்சனைக் கூறவும்,
- ▶ நுகர்வோர் தமது பாதுகாப்பின் தேவையை உணர்ந்து கொள்ளவும்,
- ▶ நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் ஈடுபட்டுள்ள அமைப்புகளைக் கண்டறியவும்,
- ▶ நுகர்வோர் பாதுகாப்பை நோக்கமாகக் கொண்ட சட்டத் தீர்வுகளைத் தெரிந்து கொள்ளவும்,
- ▶ நுகர்வோர் தாவாக்களை தீர்ப்பதற்காக அமைக்கப்பட்டுள்ள நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களின் அதிகார வரம்புகளை விவாதிக்கவும், உங்களால் இயலும்.

18.1 நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பதன் பொருள்

நுகர்வோருக்குள்ள பாதுகாப்பு உரிமை, தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை, தகவல் பெறும் உரிமை, கேட்கப்படும் உரிமை போன்ற அடிப்படை உரிமைகள் குறித்து உங்களுக்குத் தெரிந்து இருக்கும். ஆனால் பொருட்களைக் கடையில் வாங்கும்போது நமக்கு இவை நினைவுக்கு வருகிறதா? இல்லை என்பது தான் பதில். இவ்வுரிமைகளை நாம் தெரிந்து வைத்திருந்தாலும் வியாபாரிகள் நமது நிலையை சாதகமாகப் பயன்படுத்தி குறைபாடுள்ள அல்லது தீங்குள்ள அல்லது பாதுகாப்பு அற்ற காயம் ஏற்படுத்தும் பொருள்களை கொடுத்து விடுகிறார்கள்.



குறிப்புகள்

நீங்கள் சமையல் எண்ணை வாங்க கடைக்கு செல்கிறீர்கள் என வைத்துக் கொள்வோம். கடைக்காரர் அந்த எண்ணை மூடப்பட்ட தகர டப்பாவிலோ அல்லது உறையிலோ உள்ளது என்கிறார். அந்த எண்ணை கலப்படமற்றது, அதாவது அதில் தரம் குறைந்த தீங்கு விளைவிக்கும் எண்ணை கலப்படம் செய்யப்பட்டுள்ளதா என்பதை உறுதி செய்து கொள்ள விரும்புகிறீர்கள். கடைக்காரர் உறைமேல் எழுதப்பட்டுள்ள தயாரிப்பாளர் பெயரைக் காட்டி, அது மிகவும் பெயர் பெற்ற நிறுவனம், அது கலப்பட பொருளை வழங்காது என்று சொல்லுகிறார். ஆனால் அந்த எண்ணெயைப் பயன்படுத்திய பிறகு நோய்வாய்ப்படுகிறீர்கள். கடைக்காரரிடம் சென்று அந்த எண்ணெயை திரும்பத் தர முடியுமா? முடியாது. திறந்த டப்பாவில் மீதியுள்ள எண்ணெயை வாங்கமாட்டார். நீங்கள் நோய்வாய்ப்பட்டதற்கு இந்த எண்ணெய் காரணமல்ல என்றும் வேறு காரணம் என்றும் கூறுவார். ஆகவே அதிகபட்சமாக அடுத்து அதே பெயருள்ள எண்ணெயை வாங்க மாட்டீர்கள். ஆனால் அடுத்த தயாரிப்பாளரின் எண்ணெயில் இதே பிரச்சனை இராது என்ன உத்தரவாதம்?

இதேபோல் நாம் வாங்கிய மின்விசிறி அல்லது மின்சார சூடேற்றி அல்லது தொலைக்காட்சிப் பெட்டி பழுதுபட்டால் சரிசெய்து கொடுப்பார். ஆனால் குறை அப்படியே இருக்கும். அதற்கு என்ன செய்வது? மின்சார சூடேற்றி காயத்தை ஏற்படுத்தி விடும். இதற்கு தீர்வு உண்டா? கடைக்குக் கொண்டு சென்றால் அவர் நீங்கள் சரியான முன் ஜாக்கிரதையுடன் பயன்படுத்தவில்லை என்பார்.

நுகர்வோர் தனது உரிமையை அறிந்து வைத்திருந்தாலும், அது பயன்படாது போகும் பல சூழல்கள் உருவாகும். எனவே நுகர்வோருக்கு உரிய பாதுகாப்பு அளிக்கக் கூடிய நடவடிக்கைகள் அவசியம் தேவையாகும். நுகர்வோர்களை வியாபார ஏமாற்றங்களிலிருந்தும் கெடு செயல்களிலிருந்தும் பாதுகாக்க எடுக்கப்படும் தேவையான வழிகள் எல்லாம் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பதைக் குறிக்கும். அது நுகர்வோரியல் போன்ற ஒரு இயக்கமாகும். இது அவசியம் தேவையானதொன்றாகும். ஏனெனில் வியாபாரிகளின் நோக்கம் அதிக லாபம் மீட்டுவதாகவே இருக்கிறது.

நமது நாட்டில் மக்களுக்குப் பண இழப்பையும், உடல்நல கேட்டையும் உருவாக்கும் பல தீய வியாபார கெடுஞ்செயல்களைக் காணலாம்.

18.2 நுகர்வோர் எதிர்கொள்ளும் பிரச்சனைகள்

தீமை செய்திட அஞ்சாத வர்த்தகர்கள், கடைக்காரர்கள், உற்பத்தியாளர்கள், தயாரிப்பாளர்கள் மற்றும் சேவை வழங்குபவர்கள் போன்றோரால் பல்வேறு வழிகளில் நுகர்வோர்கள் ஏமாற்றப்படுகின்றனர். சிற்சில வேளைகளில் உங்கள் கவனத்துக்கு வந்த சில தீய வழக்கங்களைக் காணலாம்.

- 1. கலப்படம் செய்தல்:** விற்பனைக்குள்ள பொருளில் தரக்குறைவான பொருட்களை கலப்படம் செய்வது, தானியங்கள், மசாலாப் பொருட்கள், தேயிலை, சமையல் எண்ணெய், பெட்ரோல் போன்ற பொருட்களை விற்பனை செய்யும்போது இது நடக்கிறது. எடுத்துக்காட்டாக நல்லெண்ணெய்யில் விளக்கெண்ணெயைக் கலந்து விற்பது, மிளகோடு பப்பாளி விதைகளை கலப்பது, பெட்ரோலில் மண்ணெண்ணெய் கலந்து விற்பது, நெய்யில் வனஸ்பதியைக் கலப்பது, சில சமயம் உடல்நலக் குறைவை உண்டுபண்ணும் தரங்குறைந்த பொருட்களும் கலந்து விற்கப்படுகின்றன.



குறிப்புகள்

2. **தவறான பொருட்களை விற்பனை செய்வது:** உண்மையான பொருளுக்குப்பதில் விலை மதிப்பற்ற பொருட்களை விற்பனை செய்வது. இந்தச் செயலை மருந்துகள், மாத்திரைகள், உடல்நல பாதுகாப்புப் பொருட்கள் போன்றவற்றில் காண்கின்றோம். ஊசி மருந்துக்குப் பதில் தண்ணீர் நிரப்பப்பட்டதாகவும், குளுக்கோஸ் திரவத்திற்குப் பதில் டிஸ்ட்டிட்டு வாட்டர் நிரப்பி விற்கப்பட்டதாகவும் வழக்குகள் வந்துள்ளன.
3. **அளவு குறைவான எடைக் கற்களும், அளவுகோல்களும்:** இந்த வழக்கத்தில் சில வியாபாரிகள் பொருட்களை விற்பனை செய்யும் போது ஈடுபடுகின்றனர். எடை போட்டு விற்கப்படும் காய்கறிகள், தானியம், சர்க்கரை போன்றவையும், அளந்து விற்கப்படும் துணி வகைகளும் நாம் கேட்டு வாங்கிய எடை, அளவைவிட குறைவாக இருக்கிறது. 1 கிலோ, 500 கிராம், 250 கிராம் எடைக்கற்கள் குறைவாக இருப்பது, அளவுகோல்கள் குறைவான நீளஅளவு கொண்டிருப்பது போன்றவை காரணமாக வாங்குபவர்கள் ஏமாற்றப்படுகின்றனர். சில சமயம் அட்டைப் பெட்டிகளிலும் அதில் வெளியே போடப்பட்டுள்ள எடையைக்காட்டிலும் பொருள் குறைவாக இருக்கிறது. இதை எளிதில் சரிபார்க்க முடிவதில்லை. இனிப்புப் பண்டங்களை வாங்கும்போது 50 கிராம் முதல் 100 கிராம் எடையுள்ள அட்டைப்பெட்டியில் வைத்து சேர்த்து எடை போட்டு விற்பனை செய்யப்படுகிறது. அட்டைப்பெட்டிக்கு இனிப்புக்குண்டான விலையைக் கொடுத்து வாங்குகிறோம்.
4. **போலிகளை விற்பனை செய்வது:** பொருளின் பெயர், முத்திரை, உயர்ந்த ரகத்தைக் குறிப்பிடும். ஆனால் உள்ளே இருக்கும் பொருள் அதுவாக இராது. எடுத்துக்காட்டாக உள்ளூரிலே தயாராகும் தரம் குறைந்த பொருள் தரம் அதிகமான இறக்குமதி செய்யப்பட்ட பொருளின் விலையில் போலி முத்திரையுடன் விற்கப்படுகிறது. சலவை சோப், சலவை டெடர்ஜெண்ட் தூள், பல்புகள், சமையல் எண்ணெய், மருந்து வகைகள் போன்றவைகளை சிலர் தயார் செய்து புகழ்பெற்ற நிறுவனங்களின் தர முத்திரையுடன் விற்பனை செய்து விடுகிறார்கள்.
5. **பதுக்கலும், கள்ளச் சந்தையில் விற்பனை செய்தலும்:** இது நுகர்வோர் சந்திக்கும் இன்னுமொரு பிரச்சனையாகும். அத்தியாவசிய பொருள் வெளிச்சந்தையில் உடனடியாக கிடைக்காதிருந்து அதை கடைக்காரர் வேண்டுமென்றே மறைத்து வைத்திருப்பது பதுக்கலாகும். செயற்கையான தேவையை உருவாக்கி விலையை உயர்த்த நினைக்கிறார்கள். பதுக்கி வைக்கப்பட்ட பொருட்களை இரகசியமாக உயர்ந்த விலையில் விற்பது கள்ளச் சந்தையாகும். ஏதேனும் பொருள் குறைவாக இருக்கும்போது இத்தகைய தீச்செயல்களில் வியாபாரிகள் ஈடுபடுகின்றனர். சில காலத்திற்கு முன்னர் சில மாநிலங்களில் வெங்காயத்திற்கு தட்டுப்பாடு ஏற்பட்டு அவற்றை பதுக்கி வைத்திருந்தவர்கள் அதிக விலைக்கு விற்று லாபமீட்டினர் என்பதைக் கேள்விப்பட்டிருப்பீர்கள்.
6. **பொருட்களைச் சேர்த்து விற்பனை செய்தல்:** நீடித்து உழைக்கும் சில பொருட்களை வாங்குவதற்கு முன் நிபந்தனையாக வேறு சில பொருட்களை சேர்த்து வாங்க சில சமயம் நிர்பந்திக்கப்படுகிறது. அல்லது விற்பனைக்கு பின்னர் சேவை செய்வதற்கு ஓராண்டு சேவை கட்டணத்தை முன்னதாகக்



கட்ட சொல்வதுண்டு. சமையல் எரிவாயு தொடர்பு பெறுவதற்கு நிபந்தனையாக அவரிடமே அடுப்பு வாங்கச் சொல்லி வற்புறுத்துவதை கேள்விப்பட்டிருப்பீர்கள். மேலும் தொலைக்காட்சி பெட்டியை ஓராண்டு பராமரிப்பு சேவைக் கட்டணத்துடன் சில சமயம் விற்கிறார்கள்.

7. விலை மதிப்பற்ற பொருட்களை வெகுமதியாக வழங்குவது அல்லது நன்கொடை கூப்பனை வழங்கி அடுத்த விற்பனைக்கு தள்ளுபடி என்று கூறுவது போன்ற நுகர்வோரை கவரக்கூடிய வழக்கங்களில் சிலர் ஈடுபடுகின்றனர். பெரும்பாலும் பொருளின் விலையை உயர்த்திவிட்டுத்தான் வெகுமதிப் பொருட்கள் வழங்குகின்றனர். உண்மையில் பரிசு எதுவும் கொடுக்கும் உண்மையான எண்ணம் இல்லாமல் வாங்குபவர்களுக்கு போட்டியும், லாட்டரித் திட்டமும் இருப்பதாகக் கூறுவார்கள்.

8. திசை திருப்பும் விளம்பரங்கள் செய்வது என்பது நுகர்வோரை ஏமாற்றச் செய்யும் இன்னொரு உபயம். பொருளின் தரம், வகை, நிலை குறித்து தவறான தகவல்களைத் தருவதாகும். அல்லது அப்பொருளின் பயன்பாடு பற்றி பொய் தகவல் அளிப்பதாகும். ஒரு மருந்து கம்பெனி அது தயாரிக்கும் பாராசிட்டமல் என்று மருந்து ஆஸ்பிரின் போன்று பக்க விளைவுகள் இல்லாதது என்று விளம்பரம் செய்தது. ஆனால் அதைப் பயன்படுத்தினால் கல்லீரலில் பாதிப்பு உண்டு என்ற வல்லுநரின் அறிக்கையை மறைத்து விட்டது. இன்னொரு நிறுவனம் வெளிநாட்டு நிறுவனத்துடன் இணைந்து புதிய 150 சி.சி. ஸ்கூட்டர் தயார் செய்யப் போவதாக அறிவித்தது. ஆனால் உண்மையில் அத்தகைய உடன்பாடு செய்யப்படவேயில்லை. இன்னொரு நிறுவனம் பிலிப்ஸ் என்ற பெயரில் தொலைக்காட்சி பெட்டி தயார் செய்வதாகக் கூறியது. ஆனால் உண்மையில் பிலிப்ஸ் கம்பெனியின் முத்திரையைப் பயன்படுத்த அனுமதி எதுவும் பெறவில்லை. உண்மையில் இந்த நிறுவனத்திற்கு 'பிலிப்ஸ்' என்ற பெயரை அது தயாரிக்கும் ஆடியோ கருவிகளுக்கு மட்டும் தான் அனுமதி அளித்திருந்தது. இவ்வாறு தவறான பொய் விளம்பரம் அளிக்கப்படுகிறது.

9. தரம் குறைந்த பொருட்களை விற்பல்: அதாவது பாதுகாப்பு, தரம் இல்லாத பொருட்களை விற்பது. பிரஷர் குக்கர்கள், அடுப்புகள், உஷணப்படுத்திகள், டோஸ்டர்கள் போன்ற மின் உபகரணங்கள் சில சமயம் தகுந்த தரமில்லாது விற்பனை செய்யப்படுகிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 18.1

கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.

1. கலப்படம் என்பதற்கு விற்பனைக்கு வரும் பொருட்களில் விஷத்தன்மையுள்ள பொருட்களைச் சேர்ப்பது என்று மட்டும் கிடையாது.
2. இணைத்து விற்பது என்பது ஒரே விலைக்கு இரண்டு பொருட்களை விற்பது ஆகும்.
3. விளம்பரம் ஒன்றில் பொருளின் தரத்தைக் குறித்த பொய்யான விளக்கம் அளிப்பது திசை திருப்பும் விளம்பரம் ஆகும்.
4. கருப்பு சந்தை என்பது பொருட்களை நள்ளிரவில் விற்பது ஆகும்.
5. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பது நுகர்வோரின் நலனைப் பாதுகாப்பதற்கான இயக்கமாகும்.



குறிப்புகள்

18.3 நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான அவசியம்

முறையற்ற வியாபார செயல்முறை காரணமாக உதவியற்ற நிலைக்குத் தள்ளப்படும் நுகர்வோரின் நலனைக் காப்பதற்கான நடவடிக்கைகள் தேவைப்படுகிறது. குறைபாடுள்ள பொருட்கள், குறைந்த சேவைகள் காரணமாக ஏற்படும் நஷ்டம் அல்லது இழப்பு போன்றவைகளிலிருந்து தங்களைக் காத்துக் கொள்ளும் உரிமை நுகர்வோருக்கு இருக்கிறது என்பதில் ஐயமில்லை. இருப்பினும் அறியாமை மற்றும் விழிப்புணர்வு இன்மை காரணமாக நுகர்வோர் தங்கள் உரிமையைப் பயன்படுத்த முடிவதில்லை. எடுத்துக்காட்டாக நுகர்வோர் என்ற முறையில் நமக்கு தரமான நல்ல பொருளை தேர்ந்தெடுத்து வாங்கிக் கொள்ளும் உரிமை உள்ளது. ஆனால் திசை திருப்பும் விளம்பரங்களினால் கவரப்பட்டு தரக்குறைவான பொருட்களை நாம் வாங்க நேரிடுகிறது.

சில சமயங்களில் நம்மால் பொருட்களின் தரத்தைச் சோதித்தறியும் திறமை இல்லாதிருக்கிறது. ஏமாற்றும் வார்த்தைகளால் கடைக்காரர் நம்மை ஏமாற்றி விடுகிறார். மருந்து அட்டையில் அது காலாவதியாகும் தேதி அழிந்திருந்தால் கடைக்காரர் சொல்வதைக் கேட்டு வாங்கி விடுகிறோம். அம்மருந்து சரிவர நிவாரணம் அளிக்காதபோது மருத்துவரிடம் சென்று வேறு மருந்தினை எழுதித் தருமாறு கேட்கிறோம். ஆனால் நிவாரணம் பெறாததற்கு காலாவதியான மருந்தை உட்கொண்டது தான் என மறந்து போகிறோம்.

அடிக்கடி தவறான நம்பிக்கைகளின் அடிப்படையில் முடிவெடுத்து நாம் செயல்படுகிறோம். நம்மில் பலர் அதிக விலை என்றால் சிறந்த தரம் இருக்கும் என்று நம்புகிறோம். எனவே கடைக்காரர் நல்ல தரமான பொருள் என்று கூறினால் மிகுந்த விலை கொடுத்து வாங்கிட நாம் தயங்குவதில்லை. அடுத்ததாக வெளிநாட்டிலிருந்து இறக்குமதியான பொருள் என்றால் அவசியமாக தரம் நிறைந்ததாக இருக்கும் என பொதுவாக நினைத்துக் கொள்கிறோம். எனவே ஏதேனும் பொருள் வெளிநாடு ஒன்றில் தயார் செய்யப்பட்டது என அச்சிடப்பட்டிருந்தாலோ, அல்லது முத்திரை இருந்தாலோ அது தயாரான இடம் எது என்று சரிபார்க்காது அதிக விலை கொடுத்து வாங்குகிறோம்.

உருளைக்கிழங்கு சீவல் போன்று பாக்கெட்டுகளில் வைத்து விற்கப்படும் பதனிடப்பட்ட உணவுப் பொருட்கள் உடல்நலத்துக்கு உகந்தது அல்ல. ஆனால் மிகவும் ருசியாக இருப்பதால் இளம் சிறுவர்களும், சிறுமிகளும் விரும்பி வாங்கித் தின்கின்றனர். புகழ்பெற்ற திரைப்பட நடிகர்கள் அல்லது கிரிக்கெட் வீரர்கள் போன்றவர்கள் மென்பானங்களுக்காக விளம்பரத்தில் தோன்றுகின்றனர். அவர்கள் இதைக் குறித்து சொல்வது அவர்களது விசிறிகளது மனதைக் கவருகிறது. மென்பானங்களை அதிகம் குடிப்பது உடல் நலத்திற்கு கேடு உண்டாக்கும். வீட்டில் சர்க்கரை அல்லது உப்பு கலந்து அருந்தும் எலுமிச்சம்பழரசத்தை நாம் மறந்துபோய் விட்டோம்.

பொருள் தயாரிப்பவர்கள் பெரும்பாலும் அதன் தரமுத்திரை சான்றினை அட்டைப் பெட்டியில் போடுகின்றனர். இதே போல் வாங்கும் பொருளின் எடை குறைவாக இருக்குமெனில் அதை வாங்குவதற்கு முன்னர் எடையை சரிபார்ப்பது சிரமமாக உள்ளது. சில நேரங்களில் எடை இயந்திரங்கள் பழுதடைந்துள்ளது.

மேலும் பொருள்கள் குறையுள்ளதாக இருந்தாலோ அல்லது சேவைகள் சரியாக இல்லாதிருந்தாலோ நுகர்வோர் தங்களுக்குள்ள நிவர்த்திக் குறித்து அறியாது உள்ளனர்.



ஆகவே தவறான வியாபார பாதிப்புகளிலிருந்தும் இழப்பு மற்றும் உடல் நலத்திற்கு தீங்கு விளைவுக்கும் அபாய விளைவுகளிலிருந்தும் நுகர்வோரைக் காப்பதற்கு வழிமுறைகள் ஏன் தேவை என்பதை தற்போது நன்கு புரிந்து கொண்டிருப்பீர்கள்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 18.1

கொடுக்கப்பட்டுள்ள சொற்களிலிருந்து பொருத்தமான சொல்லைக் கொண்டு காலியிடத்தை நிரப்புக

1. எனது பக்கத்து வீட்டுக்காரர் மின்சார உபகரணங்களை வாங்குவதற்கு பக்கத்தில் உள்ள கடைக்குச் செல்கிறார். ஏனெனில் _____ அவரது அடிப்படைய உரிமையாகும். (விலையைச் சரிபார்ப்பது, தேர்ந்தெடுப்பது, தரத்தை சரிபார்ப்பது)
2. உடல் நலத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்கும் என்று அறியாது இளைஞர்கள் பாக்கெட்டுகளில் அடைத்து விற்கப்படும் பதனிடப்பட்ட உணவை வாங்கி உட்கொள்கின்றனர். ஏனெனில் அவர்கள் _____ உரிமையை அறியாதிருக்கிறார்கள். (கெட்ட உணவை தவிர்க்கும், பிறரிடமிருந்து அறிவுரை பெறும், தகவல் பெறும்)
3. சில நுகர்வோர்கள் பொருட்களுக்கு அதிக விலை கொடுத்து வாங்க விழைகின்றனர். ஏனெனில் _____ என்று நினைக்கின்றனர். (அவர்கள் பணக்காரர்கள் எனக் காட்டும், கடைக்காரர்கள் சரியான விலையில் தருகின்றனர், பொருட்கள் உயர்ந்த தரம் வாய்ந்தது)
4. நல்ல தரமுள்ள பொருள் எனத் தெரிவிக்கும் விளம்பரத்தைப் பார்த்து பொருளை வாங்கிய பின்னர் அது தரம் குறைந்தது எனக் கண்டுபிடிப்பது _____ விளம்பரத்திற்கு எடுத்துக்காட்டாகும். (நல்ல, பொய்யான, திசை திருப்பும்)

18.4 நுகர்வோர் பாதுகாப்புக்குப் பொறுப்பானவர்கள்

நுகர்வோர் நலனை பாதுகாப்பதற்கான வழிமுறைகளுக்கான தேவையை அறிந்து கொண்டீர்கள். அடுத்த கேள்வி யார் இந்த வழிமுறைகளை ஏற்படுத்துவது? நுகர்வோர்கள் இதைத் தனியாகச் செய்ய முடியுமா? அல்லது அரசாங்கத்தை நாட வேண்டுமா? வியாபாரி ஏதாவது செய்ய முடியுமா? உண்மையில் சீரிய நுகர்வோர் பாதுகாப்புக்கு கீழ்க்கண்ட மூன்று நபர்களும் இதற்கு பொறுப்பாவார்கள் (i) நுகர்வோர்கள், (ii) வியாபாரிகள், (iii) அரசாங்கம்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புக்கு இவர்கள் ஒவ்வொருவரும் செய்ய வேண்டியவைகளைக் காணலாம்.

(அ) தன் கையே தனக்குதவி. எனவே நுகர்வோர் கூடிய மட்டும் தாங்களே தங்கள் நலனைக் காத்துக் கொள்ள வேண்டும். அவர்களே சந்தையில் காணப்படும் தீய செயல்பாடுகளிலிருந்து தம்மைத் தாமே பாதுகாத்துக் கொள்ள வேண்டும். இதற்கு தங்கள் உரிமையைத் தெரிந்து கொண்டு, அவசியம் அதைப் பயன்படுத்த வேண்டும். அவர்கள் வியாபாரிகள் தரும் ஆலோசனையைச் சார்ந்து இருக்கக் கூடாது. நுகர்வோர்களுக்கு அறிந்து கொள்ளும் உரிமை உண்டு. அவர்கள் உரிமைக்குரல் கேட்கப்படும் உரிமையும் உண்டு. நுகர்வோர் சங்கங்கள், பிற தங்கள் அமைப்புகள் ஏற்பாடு

செய்யும் பயிற்சித் திட்டங்களில் பங்கேற்க வேண்டும். நுகர்வோர் உரிமைகள் குறித்தும் அவர்கள் தங்கள் நலனைப் பாதுகாத்துக் கொள்வது குறித்தும் உரையாற்றிட நுகர்வோரியல் செயல்வீரர்களை அழைக்க வேண்டும்.

(ஆ) **வியாபாரிகளின் பொறுப்புகள்:** உற்பத்தியாளர்கள், விநியோகிப்பவர்கள், கடைக்காரர்கள், மொத்த வியாபாரிகள், சில்லறை வியாபாரிகள் அனைவரும் தங்கள் நலன் சிறப்பாக அமைய நுகர்வோரின் உரிமைகளுக்கு முன்னுரிமை தர வேண்டும். அவர்கள் தரமான பொருட்களையும், சேவைகளையும் நியாயமான விலையில் அளித்திட வேண்டும். முறையற்ற தீய செயல்களைத் தவிர்த்திடுவதற்கு வர்த்தகர் சங்கங்கள், வர்த்தக தொழிற்சாலை அமைப்புகள், தங்கள் உறுப்பினர்கள் மேல் நுகர்வோர் அளிக்கும் புகார்களைப் பரிசீலித்து தவறான செயல்களில் ஈடுபடுவோர் மேல் தகுந்த நடவடிக்கை எடுக்க வேண்டும்.



குறிப்புகள்

(இ) **அரசின் பொறுப்பு:** சமூகத்தின் நலனுக்காக நுகர்வோருக்கு பாதுகாப்பு அளிப்பது அரசின் பொறுப்பாகும். நுகர்வோர் சங்கங்களின் வேண்டுகோள்களைப் பரிசீலித்து, பல சட்டங்களை இயற்றுவதும், நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாப்பதற்காக இருக்கும் விதிகளில் தேவையான மாற்றங்களைக் கொண்டு வருவதும் அவசியமாகும். மத்திய, மாநில அரசுகள் கொள்கைகளை உருவாக்கும்போது நுகர்வோர் குழுக்கள் அளிக்கும் வேண்டுகோள்களை இணைத்துக் கொள்ளல் வேண்டும். இந்த வகையில் அரசு நல்ல பல நடவடிக்கைகளை தொடர்ந்து மேற்கொண்டு வருகிறது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 18.3

கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.

1. நுகர்வோர் நலன் காக்க வியாபாரிகள் எதையும் செய்ய வேண்டியதில்லை.
2. நுகர்வோர் நலனை காப்பதற்கு அரசாங்கம் எதையும் செய்வதில்லை.
3. பிரச்சனைகள் குறித்து அரசு அமைப்புகளுக்கு தமது கருத்தைத் தெரிவிக்கும்படி நுகர்வோர் சங்கங்களுக்கு அழைப்பு கொடுக்க வேண்டும்.
4. நுகர்வோர் தங்கள் உரிமைகளை அறிந்திருப்பதோடு கூட நிலைநாட்டவும் தெரிந்திருக்க வேண்டும்.
5. உள்ளூர் நுகர்வோர் சங்கங்கள் ஏற்பாடு செய்யும் பயிற்சித் திட்டத்தில் நுகர்வோர்கள் பங்கெடுக்கக்கூடாது.

18.5 நுகர்வோருக்கான சட்டப் பாதுகாப்பு

நுகர்வோர் நலப்பாதுகாப்பிற்காக பல சட்டங்களை இந்திய அரசு இயற்றியுள்ளது. அவற்றைச் சுருக்கமாகக் காணலாம்.

(i) **1937ம் ஆண்டு விவசாயப் பொருட்கள் (வகைப்படுத்தலும் சந்தையிடலும்) சட்டம்:** இச்சட்டம் விவசாய உற்பத்திப் பொருட்களை வகைப்படுத்தவும், பொருட்கள் தரத்தை 'அக்மார்க்' முத்திரை கொண்டு தரச் சான்றிதழ் அளிக்கவும் வழிவகை செய்துள்ளது.



குறிப்புகள்

- (ii) **1951ஆம் ஆண்டு தொழிற்சாலைகள் (உருவாக்குதலும், முறைப்படுத்தலும்) சட்டம்:** இச்சட்டம் உற்பத்தி செய்யும் பொருட்களின் தயாரிப்பையும், விநியோகத்தையும் கட்டுப்பாடு செய்கின்றது. இச்சட்டத்தின்படி ஒரு பொருளின் உற்பத்தியளவு குறையும்போதும், அப்பொருளின் தரம் குறையும்போதும், அப்பொருளின் விலை காரணமின்றி உயரும் போதும், மத்திய அரசு விசாரணை செய்யும். உரிய விசாரணைக்குப் பின் அரசு நிலைமையை சரிசெய்திட உரிய வழிகாட்டுதல் வழங்கும். அரசின் வழிகாட்டுதல் பின்பற்றப்பட வில்லையென்றால் அரசே அந்நிறுவனத்தை ஏற்று நடத்திடும்.
- (iii) **1954 உணவு கலப்பட தடுப்புச் சட்டம்:** உணவுப் பொருட்களில் கலப்படம் செய்வதற்கு கடுமையான தண்டனையை இச்சட்டம் அளிக்கிறது. உடல் நலத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்கும், உயிருக்கு உலை வைக்கும் கலப்பட உணவுப் பொருட்களை விற்பவர்களுக்கு குறைந்தபட்சம் ரூபாய் 3000 மற்றும் ஆயுள் தண்டனை வரை அளிக்க இச்சட்டம் வழிவகை செய்கிறது. உணவு ஆய்வாளர்கள் நியமிக்கப்படுகின்றனர். அவர்களுக்கு உணவு மாதிரியை எடுத்து சோதனைக்கு அனுப்பும் அதிகாரம் உண்டு. கலப்பட உணவுப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்பவர்கள், இறக்குமதி செய்பவர்கள், இருப்பில் வைத்திருப்பவர்கள், விற்பவர்கள், விநியோகம் செய்பவர்கள் போன்றவர்கள் அபராதம் செலுத்த இச்சட்டம் வழிகோலுகிறது.
- (iv) **1955 இன்றியமையாப் பொருட்கள் சட்டம்:** இச்சட்டத்தின்படி மக்களின் நலனுக்காக எந்தப் பொருளையும் இன்றியமையாப் பொருள் என்று அரசு அறிவிக்கலாம். இவ்வாறாக அத்தகைய பொருட்களின் உற்பத்தி, வழங்கல் விநியோகம் யாவற்றையும் அரசு கட்டுப்படுத்த முடியும். கொள்ளை லாபமடிப்பவர்கள், பதுக்கல் பேர்வழிகள், கருப்புச் சந்தைக்காரர்கள் போன்ற சமூக விரோதிகளைத் தண்டிக்க இச்சட்டம் வழிவகை செய்கின்றது.
- (v) **1956 ஆம் ஆண்டு எடை மற்றும் அளவையை தரப்படுத்தும் சட்டம்:** இச்சட்டம் நாடு முழுவதும் ஒரே தரமான எடை மற்றும் அளவையியலை பயன்படுத்த வழிகோலுகின்றது. நீட்டலளவைக்கு 'மீட்டர்' என்ற அளவையும், நிறுத்தலளவைக்கு கிலோ கிராம் என்ற அடிப்படை அலகும் மட்டுமே பயன்படுத்திட வேண்டும். இச்சட்டம் அமலுக்கு வருமுன்னர் நாடு முழுவதும் பவுண்டு, சேர் என்ற நிறுத்தலளவைகளும், கெஜம், அடி, அங்குலம் போன்ற நீட்டலளவைகளும் பயன்படுத்தப்பட்டு வந்தன. இத்தகைய பல முறைகள் காரணமாக வியாபாரிகள் நுகர்வோர்களை ஏமாற்றி வந்தனர்.
- (vi) **1969ஆம் ஆண்டு ஏகபோகம் மற்றும் வியாபார நடைமுறைகளைக் கட்டுப்படுத்தும் தடுப்பு சட்டம்:** இச்சட்டத்தின் படியும், 1983 மற்றும் 1984 ஆண்டு இச்சட்டத்தில் கொண்டு வந்த திருத்தங்களின் படியும், நுகர்வோரும், நுகர்வோர் குழுக்களும் வியாபார நடைமுறையைக் கட்டுப்படுத்த முயற்சிக்கும் முறையற்ற வர்த்தக செயல்பாடுகளுக்கு எதிராக புகார்களை தெரிவிக்கும் உரிமையைப் பெறுகின்றனர். நுகர்வோர்களிடம் பெறப்படும் புகார்களை கவனிக்கவும், விசாரணை நடத்தும் அதிகாரம் கொண்ட சட்டக் குழுக்களை அரசு அமைத்துள்ளது. இச்சட்டக் குழுவிற்கு நுகர்வோருக்கும் ஏற்படும் நஷ்டத்திற்கும் உயிர் சேதத்திற்கும் தகுந்த நஷ்டஈடு வழங்க ஆணையிடும் அதிகாரம் உண்டு.



குறிப்புகள்

(vii) 1980ஆம் கள்ளச் சந்தை தடுப்பு மற்றும் அத்தியாவசிய பொருட்கள் பராமரிப்பு சட்டம்: கள்ளச் சந்தையில் ஈடுபடும் பதுக்கல் பேர்வழிகளைக் கைது செய்வதும், பொதுமக்களுக்கு அவசியமான பொருட்களின் வழங்கலை ஒழுங்குமுறைப்படுத்துவதும் இச்சட்டத்தின் முதன்மை நோக்கமாகும். கருப்புச் சந்தைப் பேர்வழிகளை அதிகபட்சமாக ஆறு மாதம் வரை சிறைக்கு அனுப்ப இச்சட்டம் வழிகோலுகிறது.

(viii) 1986ஆம் ஆண்டு இந்திய தர நிர்ணய அமைப்புச் சட்டம்: ஏற்கனவே இருந்த இந்திய தரநிர்ணய நிறுவனத்தை (ISI)மாற்றி இந்திய தரநிர்ணய அமைப்பை (The Bureau of Indian Standard) இச்சட்டம் அமைத்திட வழிவகை செய்துள்ளது. இதன் இரண்டு முக்கிய செயல்பாடுகளாவன : பொருட்களுக்கு தரநிர்ணயம் உருவாக்கி, உற்பத்தியாளர்கள் தயார் செய்யும் தரமான பொருள்களுக்கு தரஆய்வு செய்து தரச்சான்றுக் குறியீடு வழங்குதல், நுகர்வோர்களிடையே தரம் குறித்த விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்த நுகர்வோர் நலன்கள் பிரிவை உருவாக்குதல். தரச்சான்று முத்திரையுடன் விற்கப்படும் பொருட்கள் குறித்து பொதுமக்கள் புகார்கள் அளிப்பதற்கு மக்கள் குறை தீர்க்கும் பிரிவு ஒன்றும் இவ்வமைப்பில் செயல்படுகின்றது.

(ix) 1986ஆம் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம்: வேறு எந்த சட்டத்தைக் காட்டிலும் இச்சட்டம் நுகர்வோர் நலனை மிக விரிவாக பாதுகாக்க உதவுகிறது. தீய வர்த்தக வழக்கங்களுக்கு சட்ட நிவாரணம் அளிப்பதோடு கூட, வங்கிகள், இன்சூரன்ஸ், நிதி நிறுவனங்கள், போக்குவரத்து, தொலைபேசி, மின்சாரம் வழங்கல், வீட்டுவசதி, உணவகங்கள் மற்றும் தங்குமிடங்கள், பொழுதுபோக்கு கேளிக்கை போன்ற சேவைகளில் உள்ள குறைபாடுகளுக்கும் சட்ட நிவாரணம் பெறவும் இச்சட்டம் உதவுகின்றது. மத்திய மாநில அளவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில் உருவாக்கிட இச்சட்டம் வழிவகை செய்துள்ளது. நுகர்வோரிடமிருந்து பெறப்படும் புகார்களை தீர்த்து வைக்க இச்சட்டம் ஒரு நீதி பரிபாலன அமைப்பை (Semi Judicial System) உருவாக்கியுள்ளது. மாவட்டக் குழுக்கள், மாநில கமிஷன், தேசிய கமிஷன் போன்ற அமைப்புகளை உருவாக்கி நுகர்வோரின் குறைகள் தீர்க்கப்படுகின்றன. இவைகளை நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் என்றும் அழைக்கலாம்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 18.4

கீழ்க்கண்ட கூற்றுகளில் எவை சரி அல்லது தவறு என்று கூறவும்:

1. உணவு கலப்படத் தடுப்புச் சட்டம் உணவுப் பொருட்களில் கலப்படம் செய்பவர்களுக்கு கடுமையான தண்டனை அளிக்க வழிவகை செய்கிறது.
2. எடை மற்றும் அளவையியல் தரப்படுத்தும் சட்டமானது ஒரே தரமான எடைகளையும், அளவையையும் நாடெங்கும் செயல்படுத்துகிறது.
3. ஏகபோகம் மற்றும் கட்டுப்படுத்தும் வர்த்தக நடைமுறைகள் தடுப்பு சட்டத்தின் கீழ் உள்ள கமிஷனிடம் நுகர்வோர் சங்கங்கள் புகார்களை பதிவு செய்ய முடியாது. தனிப்பட்ட நுகர்வோர்கள் மட்டுமே புகார் அளிக்கலாம்.
4. இன்றியமையாப் பொருட்கள் சட்டம் சில பொருட்களின் உற்பத்தியையும், விநியோகத்தையும் கட்டுப்படுத்தி ஒழுங்கு செய்கிறது.



5. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் கீழ் மத்தியிலும் மாநிலத்திலும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்கள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன.
6. இந்திய தர நிர்ணய அமைப்பானது பொருட்களின் தரத்தை நிர்ணயித்து, உற்பத்தியாளர்கள் பயன்படுத்துவதற்கு தரச்சான்றிதழ் முத்திரையை அனுமதித்து வழங்குகிறது.
7. பொதுமக்கள் நலன் கருதி எந்தவொரு பொருளையும் அத்தியாவசிய பொருள் என்று அறிவிக்கும் உரிமை அரசுக்கு உண்டு.

18.6 நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களின் அதிகார வரம்புகள்

1986ஆம் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் கீழ் மாவட்ட, மாநில, தேசிய அளவில் நுகர்வோர் நீதிபரிபாலனம் செய்ய நீதிமன்றங்கள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. இவைகள் மாவட்ட அமைப்பு, மாநில நுகர்வோர் குறை தீர்க்கும் கமிஷன், தேசிய நிலை நுகர்வோர் குறை தீர்க்கும் கமிஷன் என அழைக்கப்படுகிறது. எந்தவொரு தனிப்பட்ட நுகர்வோரோ அல்லது நுகர்வோர் சங்கங்களோ எழுத்து வடிவில் தங்களது புகார்களை மாவட்ட, மாநில அல்லது தேசிய நிலை அமைப்புகளிடம் அவர்கள் கோரும் பொருட்களின் மதிப்பு மற்றும் நஷ்டஈடு அளவைப் பொறுத்து அளிக்கலாம்.

பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் மதிப்பும், கோரப்படும் நஷ்டஈட்டுத் தொகை ரூபாய் 20 லட்சத்திற்கு மேலாகவும், ரூ.1 கோடிக்குள்ளாக இருந்தால் அது மாநில கமிஷன் அதிகார எல்லைக்குள் இருக்கும். மாவட்டங்களிலிருந்து பெறப்படும் மேல்முறையீட்டு மனுக்களையும் மாநில கமிஷன் ஆய்வு செய்யும். தேசிய கமிஷனானது ரூ.1 கோடிக்கு கூடுதலான வேண்டுகளையும், புகார்களையும் விசாரிக்கும். மாநில கமிஷன்களின் தீர்ப்புகளுக்கு எதிரான மேல் முறையீடுகளையும் விசாரிக்கும் மேல்முறையீட்டு தீர்ப்பாயமாகவும் தேசிய கமிஷன் விளங்குகிறது. தேசிய கமிஷனரின் ஆணைக்கு எதிராக பாதிக்கப்பட்ட நபர் உச்சநீதிமன்றத்தில் மேல்முறையீடும் செய்யலாம்.

18.7 நுகர்வோர் குறைகளைத் தீர்க்கும் வழிமுறைகள்

முந்தைய பகுதியில் கூறப்பட்டவாறு தனிப்பட்ட நுகர்வோரோ அல்லது நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சங்கமோ புகார்களை பதிவு செய்ய வேண்டும். எந்த மாவட்டத்தில் நிவாரணத்திற்கான தீர்வு தேவைப்படுகிறதோ அல்லது பிரதிவாதி வசிக்கிறாரோ அந்த மாவட்ட அமைப்பிலோ அல்லது மாநில அரசு அல்லது மாவட்ட அமைப்பிலோ அல்லது மாநில அரசு அல்லது யூனியன் பிரதேச அரசு அறிவித்துள்ள மாநில கமிஷனிடமோ அல்லது புதுடெல்லியில் உள்ள தேசிய கமிஷனிடமோ புகார்கள் பதிவு செய்யப்பட வேண்டும்.

புகார்கள் அளிப்பதற்கு ஒரு குறிப்பிட்ட சிறிய கட்டணம் உண்டு. புகார்களை சம்மந்தப்பட்ட நபரோ அல்லது அவர் சார்பான நபரோ நேரடியாகவோ அஞ்சல் மூலமாகவோ பதிவு செய்யலாம். கீழ்க்கண்ட தகவல் அடங்கிய புகார்கள் ஐந்து நகல்களில் சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.

- (i) புகார் அளிப்பவரின் பெயர், விவரம் மற்றும் முகவரி
- (ii) புகாருக்கு காரணமானவரின் பெயர், விவரம் மற்றும் விலாசம்
- (iii) புகார் தொடர்பான உண்மைத் தகவல், எங்கே என்ன நடந்தது போன்ற விவரம்



குறிப்புகள்

(iv) புகாரில் தெரிவிக்கப்பட்டுள்ள குற்றச்சாட்டுக்கு ஆதாரமான ஆவணங்கள் (பணம் செலுத்திய ரசீது போன்றவை)

(v) புகார் அளிப்பவர் கோரும் நிவர்த்தி நடவடிக்கை பற்றிய விவரம்

புகார் கடிதத்தில் புகார் அளிப்பவராலோ அல்லது அவர்கள் சார்பான முகவரோ கையொப்பமிட வேண்டும். அதை மாநில அமைப்பு அல்லது மாநில கமிஷன் அல்லது தேசிய கமிஷன் தலைவருக்கு அனுப்ப வேண்டும். புகாருக்கான செயல் கடந்த இரண்டாண்டுக்குள் நடந்திருக்க வேண்டும். காலதாமதம் ஏதேனும் ஏற்பட்டால் அதற்கான காரணம் தெரிவிக்கப்பட்டு சம்பந்தப்பட்ட அமைப்பு / கமிஷன் அதை ஏற்றுக் கொண்டு அனுமதிக்க வேண்டியது அவசியமாகும்.

கூடிய மட்டிலும் புகார்கள் பெற்ற மூன்று மாதங்களில் ஆய்வு செய்து முடிக்க வேண்டும். பரிசோதனைச் சாலை ஆய்வு அல்லது பொருட்களைச் சோதித்தறிவது போன்றவை தேவைப்படும் புகார்களுக்கு ஐந்து மாதங்கள் வரை எடுத்துக் கொள்ளலாம்.

தெரிவிக்கப்பட்ட புகார், நுகர்வோர் வேண்டும் தீர்வு, வழக்கின் அடிப்படை உண்மைகள் போன்றவைகளின் அடிப்படையில் குறைதீர்க்கும் அமைப்போ அல்லது கமிஷனோ கீழ்க்கண்ட தீர்வுகளில் ஒன்றையோ அல்லது அதற்கு அதிகமாகவோ ஆணையிடும்.

(அ) பொருட்களில் / சேவைகளில் காணப்படும் குறையை நீக்கச் செய்தல்

(ஆ) குறைவுள்ள பொருளை மாற்றித் தருதல் அல்லது மீண்டும் சேவையை வழங்கச் செய்தல்

(இ) பொருளுக்கு வாங்கிய விலைப்பணத்தை திரும்பத் தருதல், அல்லது கூடுதலான சேவைக் கட்டணத்தை திரும்பத் தருதல்

(ஈ) ஏற்பட்ட இழப்பு அல்லது உடல் பாதிப்புக்கு நஷ்டஈடு வழங்குதல்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 18.5

I. காலியிடங்களைக் கொடுக்கப்பட்டுள்ள சொற்றொடர்களிலிருந்து பொருத்தமானதைத் தேர்ந்தெடுத்து நிரப்புக

1. மாவட்ட அமைப்பானது _____ க்கு குறைவான மதிப்புள்ள பொருட்கள் மற்றும் நஷ்டஈடு கோரும் புகார் மனுக்களை பரிசீலனை செய்யும். (௫5 லட்சம், ௫.20 லட்சம், ௫.1 கோடி)
2. மாவட்ட அமைப்பில் பெறப்படும் நுகர்வோர் புகாருக்கு அப்பொருளை சோதனைக்குட்படுத்த வேண்டியிருந்தால் அவ்வழக்கை _____ முடிக்க வேண்டும். (3 மாதங்களுக்குள், 4 மாதங்களுக்குள், 5 மாதங்களுக்குள்)
3. புகார்கள் தொடர்புள்ள பொருட்களின் மதிப்பு _____ ரூபாய்க்கு அதிகமாக இருக்கும்போது அவ்வழக்கு தேசியக்கமிஷனின் அதிகார எல்லைக்குட்பட்டது. (20 லட்சம், 50 லட்சம், 1 கோடி)
4. மாநிலக் கமிஷனின் தீர்ப்புக்கு எதிரான மேல் முறையீட்டை _____ முன் கொண்டு செல்ல வேண்டும். (உச்சநீதிமன்றம், உயர்நீதிமன்றம், தேசியக் கமிஷன்)
5. புகார்கள் தொடர்புள்ள பொருட்களின் மதிப்பு _____ குறைவாக இருக்கும்போது அவ்வழக்குகளை மாநில கமிஷன் தீர்த்து வைக்கும். (௫.20 லட்சத்துக்கு, ௫.50 லட்சத்துக்கு, ௫.1 கோடிக்கு)



- II. கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ள கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.
1. நுகர்வோர் புகாரை தனிப்பட்ட அந்த நுகர்வோர் மட்டுமே அளிக்க முடியும்.
 2. மாவட்ட அமைப்புக்கு முன் புகார் மனு அனுப்புவதற்கு கட்டணம் எதுவும் செலுத்த தேவையில்லை.
 3. நேரடியாகவோ அல்லது அஞ்சல் வழியாகவோ புகார்களை அளிக்கலாம்.
 4. புகாருக்கான செயல் நடந்து ஓராண்டுக்குள் புகாரை பதிவு செய்ய வேண்டும்.
 5. குறைபாடுள்ள தொலைபேசி சேவை பற்றிய புகார் அளிக்கும்போது, குறையைத் தீர்க்கவும், சேவையை மீள அளிக்கவும், கூடுதல் கட்டணத்தை திரும்பக் கேட்டும் அல்லது சரிசெய்து கொள்ளவும், அல்லது இழப்புக்கு நஷ்டஈடு கோரியோ நிவாரணம் கேட்கலாம்.
 6. அளிக்கும் புகாரில் சம்பந்தப்பட்ட நுகர்வோரோ அல்லது அவரது அதிகாரம் பெற்ற முகவரோ கையொப்பமிட வேண்டும்.

18.8 அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகளின் பங்கு (Non-Governmental Organisations)

லாப நோக்கமின்றி பொதுமக்களின் நலனுக்கு பாடுபடுவதைக் குறிக்கோளாக கொண்டு செயல்படுபவை அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகள் ஆகும். இவை தங்களுக்கென சட்டத்தையும் விதிமுறைகளையும் உருவாக்கிச் செயல்படும் தன்னார்வத்தொண்டு அமைப்புகளாகும். அரசின் தலையீடு எதுவும் இவற்றிற்குக் கிடையாது. நன்கொடைகளையும் ஒரு பகுதி அரசின் உதவியையும் கொண்டு இவை செயல் படுகின்றன. நுகர்வோர் பிரச்சனைகளைத் தீர்க்க உழைக்கும் அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகளை நுகர்வோர் சங்கங்கள் அல்லது நுகர்வோர் அமைப்புகள் என அழைக்கிறோம்.

கடந்த 20 ஆண்டுகளாக இத்தகைய அமைப்புகளின் பணிகளின் முக்கியத்துவம் அதிகமாகிக் கொண்டு வருகிறது. 80க்கு மேற்பட்ட இத்தகைய அமைப்புகள் இந்தியாவில் செயல்படுகின்றன. இத்தகைய அமைப்புகள் சொஸைட்டி பதிவு சட்டம் அல்லது கம்பெனிகள் சட்டம் அல்லது தர்ம பரிபாலன டிரஸ்டுகளின் கீழ் பதிவு செய்யப்படுகின்றன.

அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகள் நுகர்வோர் இயக்கம் சார்பாக பல்வேறு செயல்பாடுகளில் ஈடுபடுகின்றன. கீழ்க்கண்ட பல செயல்கள் அவற்றில் அடங்கும்.

- (i) நுகர்வோர் உரிமைகள் பற்றிய விழிப்புணர்வை உருவாக்குதலும் கருத்தரங்குகள், பணிமனைகள், பயிற்சித் திட்டங்கள் வழியாக நுகர்வோரின் பிரச்சனைகளையும், தீர்வுகளையும் குறித்து மக்களுக்கு அறிவுபடுத்துவது.
- (ii) நுகர்வோருக்கு சட்ட நிவாரணம் பெறுவதற்கான சட்ட உதவிகள் அளித்தல்
- (iii) நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் குழுக்கள் மற்றும் பிற சட்டப்பூர்வமான கழகங்களின் மூலமாக நுகர்வோரின் கருத்துக்களை முன்வைத்தல்.
- (iv) சந்தையில் வியாபாரத்தில் உள்ள நுகர்வுப் பொருட்களை தங்களது சோதனைக் கருவிகள் அல்லது சான்று பெற்ற பரிசோதனைச் சாலையின் உதவியுடன் ஒப்பிட்டு, அவற்றின் பயன்களைப் பற்றிய முடிவுகளை நுகர்வோர் நலன் கருதி வெளியிடுதல்.
- (v) நுகர்வோர் பிரச்சனைகள், சட்ட ரீதியான அறிக்கைகள் புதிதாகத் தோன்றிடும் நுகர்வோர் நலன் குறித்த செய்திகள் போன்றவற்றை தெரிவிக்க

சஞ்சிகைகளையும், பத்திரிகைகளையும் வெளியிடல். இத்தகைய பத்திரிகைகள் வியாபார நிறுவனங்களிடமிருந்து வரும் விளம்பரங்களை ஏற்றுக் கொள்ளாது.

- (vi) அரசு அதிகாரிகள் நுகர்வோர் நலன் குறித்த எடுக்க உதவிடும் வகையில் ஆலோசனைகளையும், பரிந்துரைகளையும் அளித்தல்.
- (vii) பல வழக்குகளின் நுகர்வோர் நலனை நிலைநாட்டிட பொதுநல வழக்குகளை வெற்றிகரமாக தொடுத்து இவை வெற்றி கண்டுள்ளன. அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகள் நீதிமன்றங்களில் பொதுமக்கள் நலனைக் காக்க பல வழக்குகளைத் தொடுத்துள்ளன.



குறிப்புகள்



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 18.6

- I. கொடுக்கப்பட்டுள்ள கூற்றுகளில் எவை சரி அல்லது தவறு என்று கூறவும்.
1. அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகள் லாபநோக்கோடு செயல்படாதவை ஆகும்.
 2. அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகளை அரசு விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகள் கட்டுப்படுத்துகின்றது.
 3. நுகர்வோர் இயக்கமாகச் செயல்படும் அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகள் நுகர்வோருக்கு கல்வி அளிப்பதற்கு கருத்தரங்குகள், பணிமனைகள், பயிற்சிகள் போன்றவற்றை நடத்துகின்றன.
 4. அரசின் கொள்கைகளை உருவாக்குவதற்கு, நிர்வாக அமைப்புகள் மூலமாக தங்கள் கருத்தைச் சொல்லும் உரிமையை அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகள் பெற்றுள்ளன.
 5. சட்டத் திருத்தங்கள் செய்யும்போது நுகர்வோர் அமைப்புகளின் பரிந்துரைகளையும் பரிசீலனைக்கு அரசு எடுத்துக் கொள்கிறது.
- II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்
1. கீழ்க்கண்டவைகளில் எது நுகர்வோர் எதிர்கொள்ளும் பிரச்சனை அல்ல?
(அ) கலப்படம் செய்தல்
(ஆ) போலியான பொருட்களை விற்பனை செய்தல்
(இ) பதுக்கி வைத்தலும் கள்ளச் சந்தையும்
(ஈ) ஒரேயொரு தரத்தில் மட்டும் பொருட்கள் இருத்தல்
 2. நுகர்வோர் தங்கள் உரிமைகளை சரிவர பயன்படுத்த முடியாததற்குக் காரணம் _____ இல்லாதது ஆகும்.
(அ) விழிப்புணர்வும் அறிவும் (ஆ) பணம்
(இ) கல்வியறிவு (ஈ) தகவல் பெறுதல்
 3. BIS என்பது
(அ) Bureau of Industrial Standards
(ஆ) Bureau of Indian Standards
(இ) Bureau of Internal Standards
(ஈ) Bureau of Institutions Standards
 4. நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் சேராதது _____ ஆகும்.
(அ) மாவட்ட அமைப்பு (ஆ) மாநில கமிஷன்
(இ) தேசிய கமிஷன் (ஈ) உச்சநீதிமன்றம்



குறிப்புகள்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

5. மாவட்ட அமைப்புக்கு புகார் அளிக்கப்படும் பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் அல்லது இழப்புக்கோரும் தொகையின் மதிப்பு _____ அதிகமாக இருக்கக்கூடாது.

(அ) 10 லட்சம் ரூபாய்க்கு

(ஆ) 20 லட்சம் ரூபாய்க்கு

(இ) 1 லட்சம் ரூபாய்க்கு

(ஈ) 1 கோடி ரூபாய்க்கு

- ▶ நுகர்வோரை வியாபாரிகள் ஏமாற்றும் வேலைகளிலிருந்தும் கேடு செய்யும் செயல்களில் இருந்தும் பாதுகாக்க எடுக்கப்படும் வழிமுறைகள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பதைக் குறிக்கிறது.
- ▶ நுகர்வோர் சந்திக்கும் பிரச்சனைகளாவன:
 - கலப்படம் செய்தல்
 - தவறான பொருட்களை விற்பனை செய்தல்
 - அளவு குறைவான எடைக்கற்களும் அளவைகளும்
 - போலியானவைகளை விற்பனை
 - பதுக்கலும் கள்ளச் சந்தையில் விற்பனை செய்தலும்
 - பொருளைச் சேர்த்து விற்பனை செய்தல்
 - வெகுமதிகளை வழங்குதல்
 - திசை திருப்பும் விளம்பரங்கள் செய்தல்
 - தரம் குறைந்த பொருட்களை விற்பனை செய்தல்
- ▶ நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான அவசியம்: முறையற்ற வியாபாரச் செயல்பாடுகள் காரணமாக உதவியற்ற நிலைக்குத் தள்ளப்படும் நுகர்வோரின் நலனைப் பாதுகாப்பது.
- ▶ நுகர்வோர் நலன் பாதுகாப்பில் பொறுப்புடையவர்கள்
 - (i) நுகர்வோர்கள்
 - (ii) வியாபாரிகள்
 - (iii) அரசு
- ▶ நுகர்வோருக்கான சட்டப் பாதுகாப்பு
 - 1951 ஆம் ஆண்டு தொழிற்சாலைகள் (உருவாக்கலும், முறைப்படுத்தலும்) சட்டம்.
 - 1955 ஆம் ஆண்டு அத்தியாவசியப் பொருட்கள் சட்டம்.
 - 1954 உணவு கலப்படத் தடுப்புச் சட்டம்.
 - 1980 ஆம் ஆண்டு கள்ளச்சந்தை தடுப்பு மற்றும் அத்தியாவசிய பொருட்கள் பராமரிப்புச் சட்டம்.
 - 1986 ஆம் இந்திய தர நிர்ணயச் சட்டம்.
 - 1937 ஆண்டு விவசாயப் பொருட்கள் வகைப்படுத்தலும் சந்தையிடலும் சட்டம்.
 - 1956 ஆண்டு எடை மற்றும் அளவையை தரப்படுத்தும் சட்டம்.

- 1969 ஆம் ஆண்டு ஏகபோகம் மற்றும் வர்த்தக நடைமுறைகள் கட்டுப்படுத்தும் தடுப்புச் சட்டம்.
- 1986 நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம்
- ▶ நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான நீதி அமைப்புத் திட்டம்
- ▶ நுகர்வோர்களுக்கு அவர்கள் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் குறித்து விழிப்புணர்வை உருவாக்குவதும், சட்ட உதவி அளிப்பதும், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு கவுன்சில்களுக்கும், கொள்கை உருவாக்கும் அமைப்புகளுக்கும் நுகர்வோரின் பிரதிநிதியாகச் செயல்படுவதும் அரசு சார்பில்லாத அமைப்புகளின் பணியாகும்.



குறிப்புகள்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பதன் பொருள் யாது?
2. நுகர்வோர் நலன் ஏன் பாதுகாக்கப்பட வேண்டும்?
3. அன்றாட வாழ்வில் நுகர்வோர் சந்திக்கும் பிரச்சனைகளை விவரி.
4. நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கு பொறுப்பானவர்களைக் கூறுக. நுகர்வோர் நலனை பாதுகாப்பதில் அவர்களது பங்கை விளக்குக.
5. நுகர்வோர் நலன் பாதுகாப்பிற்காக அரசு இயற்றியுள்ள சட்டங்களை வரிசைப்படுத்துக.
6. நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் புகார் அளிக்கும்போது அளிக்கப்பட வேண்டிய தகவல்களைக் கூறுக.
7. நுகர்வோருக்குச் சாதகமாக நுகர்வோர் நீதிமன்றம் வழங்கக்கூடிய தீர்வு நடவடிக்கைகள் யாவை?
8. பல்வேறு நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களின் சட்ட அதிகார எல்லை வரம்புகள் யாவை?
9. நுகர்வோர் நலன் பாதுகாப்பதில் அரசு சாரா அமைப்புகளின் பங்கை விவரி.
10. நுகர்வோர் குறைதீர்க்க பின்பற்றப்படும் வழிமுறைகளை கூறுக.



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 18.1

1. சரி
2. தவறு
3. சரி
4. தவறு
5. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 18.2

1. தேர்ந்தெடுப்பது
2. தகவல் பெறும்
3. பொருட்கள் உயர்ந்த தரம் வாய்ந்தது
4. திசை திருப்பும்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 18.3

1. தவறு
2. தவறு
3. சரி
4. சரி
5. தவறு

பகுதி - V

நுகர்வோர்
விழிப்புணர்வு



குறிப்புகள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 18.4

- | | | | | |
|--------|---------|---------|--------|--------|
| 1. சரி | 2. தவறு | 3. தவறு | 4. சரி | 5. சரி |
| 6. சரி | 7. சரி | | | |

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 18.5

- | | | | |
|-----------------|------------------|-----------|---------|
| I. 1. 20 லட்சம் | 2. 5 மாதங்கள் | 3. 1 கோடி | |
| 4. தேசிய கமிஷன் | 5. 1 கோடி ரூபாய் | | |
| II. 1. தவறு | 2. சரி | 3. சரி | 4. தவறு |
| 5. சரி | 6. சரி | | |

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 18.6

- | | | | |
|-----------|---------|--------|--------|
| I. 1. சரி | 2. தவறு | 3. சரி | 4. சரி |
| 5. சரி | 6. சரி | | |
| II. 1. ஈ | 2. ஆ | 3. ஆ | 4. ஆ |

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- நுகர்வோர் பாதுகாப்பு தொடர்பாக அவ்வப்போது செய்தித்தாள்களிலும் பத்திரிகைகளிலும் வெளியிடப்பட்டுள்ள பல்வேறு தகவல்களைச் சேகரிக்கவும்.

பகுதி - VI

அதிக மதிப்பெண்கள்
12

கற்கும் காலம்
25 மணிகள்

வர்த்தகத்துறையில் வேலை வாய்ப்புகள்

நமது பிழைப்பிற்காக பணம் சம்பாதிக்க நாம் ஒவ்வொருவரும் ஏதாவது ஒரு வேலையைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டியுள்ளது. நாம் செய்யும் வேலை நமது வாழ்வின் ஒரு முக்கியமான அம்சமாகும். சுய வேலைவாய்ப்பு மற்றும் சம்பளத்திற்கான வேலைவாய்ப்பு மூலமாக ஏராளமான வேலைவாய்ப்புகள் வியாபாரத் துறையில் உள்ளன. நமது நாட்டின் வளர்ச்சிக்கும் வேலையில்லாத் திண்டாட்டத்தை போக்கவும் சுயவேலைவாய்ப்பு சிறந்த தீர்வாக அமைந்துள்ளது. இது சவால் நிறைந்ததாகவும், மகிழ்ச்சிகரமான அனுபவமுமாக உள்ளது. இத்தகைய கருத்தை விளக்குவதற்காகவும், கற்கும் நீங்கள் வேலைக்குச் செல்வதற்கு முன்னர் பல்வேறு வேலை வாய்ப்புகளையும், அவைகளுக்கான திறமைகளையும் அறிந்து கொள்ளும் பொருட்டு இக்கிளையகம் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது.

19. ஒரு வேலையைத் தேர்ந்தெடுத்தல்

20. தொழில் முனைவு



19

ஒரு வேலையைத் தேர்ந்தெடுத்தல் (Choosing a Career)

உங்களில் பலர் வியாபார நிறுவனத்தில் ஒரு வேலையைத் தேடிப்பெறவோ அல்லது சொந்தமாக வியாபாரம் ஒன்றை நடத்தவோ நினைக்கலாம். வாழ்க்கைத் தொழில் என்பது (career) வாழ்க்கை நடத்துவதற்கு வேலை செய்வது ஆகும். தேர்ந்தெடுத்தல் என்பது சரியான தீர்மானங்கள் எடுத்தல் ஆகும்.

வானொலியில் கேட்ட அல்லது தொலைக்காட்சியில் பார்த்த செய்தியின் அடிப்படையிலும், நாம் என்னவாக மாறலாம் என்று சிந்திக்கிறோம். வேலை வாய்ப்பு குறித்த விளம்பரங்களை நாளிதழ்களிலும், பத்திரிகைகளிலும் நீங்கள் படித்திருப்பீர்கள். அல்லது நீங்கள் என்ன தொழில் செய்ய வேண்டும் என்று பெற்றோர்களும், உறவினர்களும் அறிவுரை வழங்குவார்கள். நீங்கள் இவற்றை புரிந்து கொண்டதன் அடிப்படையில் நீங்கள் சுலபமாகச் செய்ய நினைக்கும் வேலையைத் தீர்மானிப்பீர்கள். உங்கள் எதிர்கால வேலையைக் குறித்த உங்களது திறமைகள், மனவிருப்பங்கள் போன்றவையையும் சிந்திப்பீர்கள். இதற்கு எத்தகைய வேலைவாய்ப்புகள் உள்ளன என்பது பற்றிய அறிவும், பல்வேறு வகையான வேலைக்குத் தேவைப்படும் திறன்கள் பற்றிய தெளிவும் மிகவும் அவசியமாகும்.

இந்தப் பாடத்தில் வாழ்வுக்கான ஒரு தொழிலைத் தேர்ந்தெடுத்தல் குறித்த கீழ்க்கண்ட பல்வேறு அம்சங்களைக் கற்றறிய இருக்கிறீர்கள். அவையாவன : வாழ்வுக்கான தொழில், கருத்து விளக்கம், அவசியம், பாதைகள் வேண்டும் திறன்கள்: இவைகள் நீங்கள் உங்கள் தொழிலை தெரிவு செய்து கொள்ளவும்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தைப் படித்த பின்பு உங்களுக்கு

- ▶ வாழ்வுக்கான தொழில் (Career) என்பதை விளக்கவும்;
- ▶ ஒரு தொழிலை தெரிவு செய்வதன் முக்கியத்துவத்தை உணரவும்;
- ▶ தொழில் துறையில் உள்ள பல்வேறு வேலை வாய்ப்புகளை கண்டறியவும்;
- ▶ சுயதொழில் செய்வதன் முக்கியத்துவத்தை விளக்கவும்;
- ▶ சுயதொழில் செய்வதற்கும் சம்பளத்திற்கு வேலை செய்வதற்கும் உள்ள வேறுபாடுகளை அறியவும்;



- ▶ பல்வேறு துறைகளில் பணியாற்ற தேவைப்படும் திறன்களை வரிசைப்படுத்தவும்;
- ▶ உங்களது திறன், ஆர்வம், நாட்டத்திற்கேற்ற தொழிலைக் கண்டறியவும் இயலும்.

19.1 'வாழ்வுக்கான தொழில்' என்பதன் கருத்து விளக்கம்

வாழ்வில் முன்னேற்றத்திற்கான மற்றும் உயர்வுக்கான வாய்ப்புகள் தரும் வேலைதான் தொழில் என்று சொல்லளவில் பொருள் ஆகும். ஒரு வேலையைத் தேர்ந்தெடுப்பது மட்டுமே முழுப்பொருளாகாது. ஒருவர் பணிக்காலத்தில் வகிக்கும் பல்வேறு பதவிகளையும் இது குறிக்கும். பரவலான கண்ணோட்டத்தில் தொழில் என்பது ஒருவர் வாழ்வின் முக்கியமான கூறாக விளங்குகிறது.

எடுத்துக்காட்டாக உங்களில் சிலர் அலுவலக உதவியாளராக வேலையில் சேர்ந்து சில ஆண்டுகளில் அலுவலகக் கண்காணிப்பாளராகவும் பின்னர் அலுவலக மேலாளராகவும் பதவி பெறலாம். வாழ்வுத் தொழில் என்பது ஒருவர் வாழ்நாள் முழுவதும் தனது பணியில் காணும் முன்னேற்றம் மற்றும் செயல்பாடுகள் என்றும் பொருள்படும். ஒருவர் வகிக்கும் பதவியை மட்டும் குறிப்பதோடு கூட அவர் வகித்த செய்த வேலைகள், பெற்ற பதவிகள், செய்து முடித்த வேலைகள் ஆகிய அனைத்தும் வாழ்வுத் தொழில் (career) என்பதில் அடங்கும். சில நாட்டு கலாச்சாரம் பொருளாதார அமைப்புப்படி வாழ்நாள் முழுவதும் ஒரே வேலையில் இருந்து கழித்தாலும் தற்சமயம் பணியாளர்கள் அடிக்கடி தங்கள் தொழிலை மாற்றிக் கொள்ளும் நிலைமை பரவலாகக் காணப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக ஒருவர் வழக்குரைஞர் தொழிலில் ஈடுபடும்போது அவர் வாழ்நாளில் பல்வேறு நிறுவனங்களில் பல்வேறு சட்டப் பிரிவுகளில் தனது வேலையைச் செய்ய நேரிடும்.

பல்வேறு நிலைகளில் ஒருவர் செய்யும் வேலை அவரது தொழில் பாதை என அழைக்கப்படுகிறது. அது அவரது வேலை வழக்கங்களையும், அன்றாட நடைமுறை வாழ்க்கையையும் தீர்மானிக்கிறது. அவர் வளர்த்துக் கொண்ட திறன்களுக்கேற்ப தனது பணிக்காலத்தின் போது அவர் பல நிலைகளை அடைகிறார்.

19.2 தொழிலைத் தேர்ந்தெடுப்பதன் முக்கியத்துவம்

வாழ்வின் ஒவ்வொரு நிலையிலும் திட்டமிடுதல் முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது. தேவையான கல்வித் தகுதியைப் பெற்ற பின்னர் எதிர்காலத்தில் மேற்கொள்ளவிருக்கும் தொழிலைத் திட்டமிடுவது இன்றைய போட்டிகள் நிறைந்த உலகில் மிக அவசியமாகும். தனக்கென ஒரு தொழிலைத் தேர்ந்தெடுப்பது ஒவ்வொருவர் வாழ்விலும் முக்கியமான நிலையாகும்.

தனக்கென ஒரு தொழிலை உருவாக்கி முன்னேறி வளர்வதற்கு அடிக்கல்லாக அமைவது நாம் எந்த தொழிலைத் தேர்ந்தெடுக்கிறோம் என்பதாகும். முன்னர் பெரும்பாலோர் படிப்பை முடித்து விட்டு பின்பு என்ன தொழில் செய்யலாம் என்பதைத் தீர்மானிப்பார்கள். ஆனால் இன்றைய தலைமுறை இளைஞர்கள் பள்ளிப்படிப்பை முடிப்பதற்கு முன்னரே அவர்கள் மேற்கொள்ள நினைக்கும் தொழிலைப் பற்றி சிந்திக்கின்றனர். வேறெதையும் விட ஒருவர் தேர்ந்தெடுக்கும்



தொழில் அவரது வாழ்வின் போக்கையே மாற்றி விடுகிறது. அதன் அடிப்படையில் வாழ்வின் பல பரிமாணங்களான நமது எண்ணங்கள், நம்பிக்கைகள், பழக்க வழக்கங்கள் போன்றவை உருவெடுக்கின்றன. பொல்லாத போட்டிகள் நிறைந்த உலகில் தொடக்க நிலையில் சரியான தொழிலைத் தேர்ந்தெடுப்பது மிக முக்கியமானதாகும். பல்வேறு தொழில் வாய்ப்புகளைப் பற்றிய தெளிவுடன் ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டிய கட்டாய நிலை ஒவ்வொருவருக்கும் ஏற்படுகிறது. இந்நிலையின் போது ஒரு தொழிலைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு முன்னர் ஒருவர் தன்னிடம் இருக்கும் திறன்களைக் கண்டறிகிறார். சவால்களும், போட்டியும் இன்றைய சமூகத்தின் ஒரு அங்கமாகவே மாறிவிட்டது. எனவே தொழிலுக்கான திட்டமிடல் என்ற ஒரே செயல்தான் நமது வாழ்விற்கு நம்மை வழிகாட்டக் கூடியதாகவும் உள்ளது. இவ்வாறு செய்தால் காரணமின்றி பின்னர் நமது வேலையை மாற்றிக் கொள்ளத் தேவையிராது.

வாழ்வுக்கான தொழிலைத் தேர்ந்தெடுக்கத் திட்டமிடல் என்பது நமது வாழ்வில் ஆற்றும் பெரிய செயல்களில் ஒன்றாகும். நமக்கு எல்லோருக்கும் சில விருப்பங்கள் உண்டு. எதிர்கால வாழ்வு நிலையாக அமையாக வேண்டும் என்று நாம் நினைக்கிறோம். இதற்குத் திட்டமிடும் போது நமது நேர்மறை எதிர்மறை பண்புகள்/ நமது ஆர்வம், நமது ஆக்கத்திறன் போன்றவை குறித்து நம்மை நாமே ஆய்வு செய்ய வேண்டும்.

ஒருவர் பத்தாம் வகுப்பு / பனிரெண்டாம் வகுப்பு முடிக்கும்போது அவரது தொழிலுக்கான திட்டமிடல் ஆரம்பமாகி விடுகிறது. அந்நிலைக்குப் பிறகு தனது திறன்களுக்கேற்றவாறு நல்ல வேலைவாய்ப்பை பெறவுதவும் பட்டத்தை பெற திட்டமிட வேண்டும். நமது எதிர்காலத்தை சிறப்பாக உருவாக்கவும், அமைக்கவும் திட்டமிடல் உதவுகின்றது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு வங்கியாளராக விரும்புகிறார் என்றால், அவர் வணிகவியலில் அல்லது வியாபார மேலாண்மையில் பட்டப்படிப்பு முடித்த பின்னர் ICWA அல்லது அல்லது CA நிதியியலில் MBA பட்டம் பெற வேண்டும் அல்லது வணிகவியலில் முதுகலைப் பட்டம் மற்றும் முனைவர் பட்டம் வரை படித்திட திட்டமிடலாம். நமது விருப்பங்களும் தேவைகளும் தொடர்ந்து மாறிக் கொண்டேயிருப்பதால் தொழிலுக்கான திட்டமிடலும் தொடர்ந்து நடைபெறும் செயலாகும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 19.1

கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்:

1. ஒருவர் தனது வாழ்நாள் முழுவதும் பணிக்காலத்தில் வகுக்கும் பல்வேறு பதவி நிலைகள் என்பது அவர் தொழில் (Career) ஆகும்.
2. ஒவ்வொருவர் வாழ்விலும் சரியான தொழிலைத் தேர்ந்தெடுப்பது மிக அவசியமாகும்.
3. இன்றைய தலைமுறையினருக்கு மிகக்குறைந்த தொழில் வாய்ப்புக்களே உள்ளன.
4. இளம்பிராயத்திலே தொழிலுக்கான திட்டமிடல் தேவையில்லை.
5. பல்வேறு தொழில் வாய்ப்புகளை தெரிந்து வைத்திருப்பது சரியான தொழிலைத் தேர்ந்தெடுக்க உதவிடுகிறது.



19.3 வியாபாரத்தில் வேலை வாய்ப்புகள்

எவரேனும் ஏதாவது தொழிலில் ஈடுபட்டிருந்தால் அவர் வேலையில் இருக்கிறார் என்பது பொருளாகும். அவர் செய்யும் வேலை அவருக்கு வாழ்விற்கான பணத்தைச் சம்பாதிக்க பொருளாதார ரீதியில் உதவுகின்றது. ஒருவர் இரண்டு வகையான வழிகளில் வேலையைத் தேர்ந்தெடுக்கலாம். அவையாவன

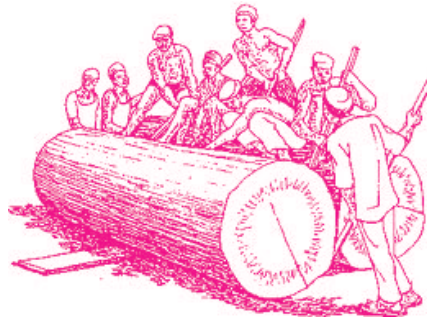
1. சம்பளம் பெறும் வேலை (Wage Employment)
2. சுய வேலைவாய்ப்பு (Self Employment)

சம்பளத்திற்கான வேலை பிறிதொருவருக்கு கூலி அல்லது சம்பளத்திற்காக வேலை செய்வதாகும். ஒருவர் அலுவலக உதவியாளராக பணியமர்த்தப்பட்டால் அலுவலகக் கண்காணிப்பாளர் செய்யச் சொல்லும் வேலைகளைச் செய்ய வேண்டும். அந்த வேலைக்கு அவருக்கு மாதச் சம்பளம் கிடைக்கிறது. இத்தகைய வேலையானது வேலை அளிப்பவருக்கும் வேலை செய்பவருக்கும் இடையே ஏற்படும் ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் அமைந்துள்ளது. வேலையாளர் முதலாளிக் காக வேலை செய்து, அவருக்கு இட்ட பணிகளைச் செய்து சம்பளம் பெற்றுக் கொள்வார். வேலை நேரத்தின்போது வேலையாளர் கண்காணிப்பாளருக்கு கீழ் வேலை செய்யவும். வேலை அளிப்பவரின் கட்டுப்பாட்டிலும் இருக்கவும் வேண்டும்.

ஆனால் சுயவேலை என்பது தனது வாழ்விற்கான பணத்தை சம்பாதிக்க ஏதாவது ஒரு பொருளாதாரச் செயல்பாட்டில் தனக்குத் தானே ஈடுபடுவதாகும். நாம் சம்பளத்திற்கான வேலை வாய்ப்புகள் குறித்து முதலில் சுருக்கமாகக் காணலாம்.

19.4 சம்பளத்திற்கான வேலை

அரசாங்கம், ரெயில்வே, வங்கிகள், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள், தொழிற்சாலைகள், வர்த்தக அமைப்புகள் மற்றும் பள்ளிகள், கல்லூரிகள், மருத்துவமனைகள் போன்றவற்றில் சம்பளத்திற்கு கான வேலை வாய்ப்புகளும் வழிகளும் அதிகம் உள்ளன. இதில் எழுத்தர் வேலை, தொழில் நுட்ப வேலைகள் மற்றும் கீழ் நிலையிலுள்ள பிற வேலைகளும் அடங்கும். அந்தந்த நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள், குறிக்கோள்களின் அடிப்படையில் வேலையின் இயல்பு அமைந்திடும். அரசுத்துறைகள், ரெயில்வே வங்கிகள், வர்த்தக அமைப்புகள், பள்ளிகள், மருத்துவமனைகள் போன்றவற்றில் அலுவலக வேலை பெரும்பாலும் எழுத்தர் வேலையாக இருக்கும்.



படம் 19.1

அதேபோல் உற்பத்தி நிறுவனங்களிலும் போக்குவரத்து நிறுவனங்களிலும் உள்ள தொழில் நுட்ப பணியாளர்களின் வேலை நிலமை அவர்கள் செயல்பாடுகளின் அடிப்படையில் அமைந்திடும். பத்தாம் வகுப்பு எனப்படும் இடைநிலைத் தேர்வில் தேறியவர்கள் எழுத்தர் வேலையிலோ அல்லது குறைந்த பட்சகல்வித்தகுதி, பத்தாம் வகுப்பாகவுள்ள ஆய்வக உதவியாளர் போன்ற வேலையில் சேரலாம். அவர்கள் தொழில் நிறுவனங்கள் (ஐடிஐ) பாலிடெக்னிக்குகள் மாநில வர்த்தகப் பயிற்சி நிறுவனங்கள் போன்றவற்றில் சேர்ந்து சிறப்பு பயிற்சி முடிந்த பின் தொழில் பட்டறைகளில் தொழில் நுட்ப பணியாளராக வேலை செய்யலாம். கணிப்பொறியை பயன்படுத்தும் திறன் பெற்றிருந்தால் கணிப்பொறியை இயக்குபவராக பணிசெய்யலாம்.



19.5 சுயதொழில் செய்தல் (Self-employment)

இதுகாறும் ஊதியம் பெறும் வேலையைத் தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்வது எங்ஙனம் என்பதைத் தெரிந்து கொண்டீர்கள். ஒரு வேலையை ஏற்றுக் கொண்டீர்கள் என்றால் உங்களது எஜமான் இட்ட வேலையைச் செய்து முடித்துவிட்டு உங்களது சம்பளம் அல்லது கூலியாக ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை பெற்றுக் கொள்ள வேண்டியிருக்கும். இவ்வாறு ஒரு வேலையை தேடிப் பெறுவதைக் காட்டிலும் உங்கள் வாழ்வை நடத்த நீங்கள் ஏதேனும் ஒரு வேலையைச் செய்யலாம். நீங்கள் ஒரு புத்தகக்கடை, மருந்துக்கடை அல்லது தையல் கடை போன்றவற்றை நடத்தலாம். இவ்வாறு ஒருவர் தானே பொருள் ஈட்டும் முயற்சியில் ஈடுபட்டு தானே அதை நிர்வகித்துக் கொண்டால் அதற்கு சுயதொழில் செய்தல் எனப் பெயராகும்.



படம் 19.2

ஒவ்வொரு ஊரிலும் நீங்கள் சிறுகடைகள், பழுதுபார்க்கும் கடைகள், சேவை அளிக்கும் அமைப்புகள் போன்றவற்றை பார்த்திருப்பீர்கள். இவைகள் தனியொரு வரால் நிர்வகிக்கப்படும். அவரது சொந்தமானவையாக இருக்கும். சில நேரங்களில் ஒன்றிரண்டு பேரை உதவியாளராக வைத்திருப்பார். மளிகைக் கடைகள், புத்தகக் கடைகள், மருந்துக் கடைகள், தையல் கடைகள், முடிதிருத்தும் நிலையங்கள், தொலைபேசி மையங்கள், அழகு நிலையங்கள், மின்சார உபகரணங்கள், சைக்கிள் கள் பழுதுபார்க்கும் கடைகள் போன்றவை சுயதொழில் செய்வதற்கான எடுத்துக் காட்டுகளாகும். இக்கடைக்காரர்கள் சேவை செய்வதன் மூலமாகவும் தங்கள் பிழைப்புக்கு பொருள் சம்பாதிக்கின்றனர். ஆனால் செலவை விட வருமானம் குறைவாகி இழப்பு ஏற்படும் அபாயத்தையும் அவர்கள் எதிர்நோக்க வேண்டியுள்ளது.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 19.2

தகுந்த பொருத்தமான சொற்களால் காலியிடத்தை நிரப்புக:

1. மக்கள் ஈடுபடும் தொழில் எப்போதும் _____ செயலுடன் தொடர்புள்ளது.
2. கீழ்நிலையில் அரசுத் துறையினர் _____ வேலைக்கு ஆட்களை பணியமர்த்துகின்றார்கள்.



3. கிடங்கு காப்பாளர் வேலைக்கு ஒருவருக்கு _____ ஆணை தயார் செய்யும் திறன் வேண்டும்.
4. பெரும்பாலான எழுத்தர் வேலைக்கு _____ கையாளத் தெரிந்திருத்தல் அவசியமாகும்.
5. _____ திறன் தொலைபேசி இயக்குபவருக்கு அவசியமாகும்.
6. _____ வேலை என்பது சம்பளம் அல்லது கூலிக்காக பிறிதொருவருக்கு பணி செய்வதாகும்.
7. ஒரு பொருளீட்டும் செயலில் ஈடுபட்டு தானே அதை நிர்வகித்துக் கொண்டால் அதன் பெயர் _____ ஆகும்.
8. தொழில்கூடப் பயிற்சி அல்லது அலுவலக செயலாளர் (Secretarial) பயிற்சி முடித்துவிட்டால் ஒருவர் _____ வேலையில் ஈடுபடலாம்.

19.6 சுயவேலைக்கும் சம்பளத்திற்கு வேலை செய்வதற்கும் இடையேயுள்ள வேறுபாடு

நீங்கள் இதுகாறும் சுயவேலை மற்றும் சம்பளத்திற்கு வேலை செய்வது குறித்து கற்றறிந்தீர்கள். இனி இவை இரண்டுக்கிடையேயுள்ள வேறுபாடுகளைக் காணலாம்.

பொருள்	சுயவேலை	சம்பளத்திற்கான வேலை
1 இயல்பு	தானாகவே / சொந்தமான தொழிலில் ஈடுபடுதல்	எஜமானர் குறிப்பிட்டுச் சொல்லும் வேலை செய்தல்.
2 நிலை அல்லது பதவி	இவர் தொழிலுக்கு சொந்தக்காரர். தானே முதலாளி	ஊழியர் என்ற நிலை
3 வருமானம்	நிலையில்லாத வருமானம். அவரது திறமையைப் பெறுத்தது,	நிலையான சம்பளம்/எஜமான் நினைத்தால் அதை அதிகரிப்பார்.
4 செய்யும் வேலை	வியாபார அளவை கூட்டி மேலும் வருமானம் பெறுவது நோக்கமாகும். வேலையின் இயல்பை முன்னரே தீர்மானிக்க முடியாது. மாறக்கூடியது.	எஜமான் குறிப்பிடும் தீர்மானிக்கப்பட்ட வேலையைச் செய்ய வேண்டும்.
5 ஆபத்தை எதிர் நோக்கல்	இழப்பை எதிர்நோக்க வேண்டும். சில நேரங்களில் வருமானம் குறையலாம்.	வேலையைத் தொடர்ந்து செய்யும் வரை ஆபத்து இல்லை.
6 வேலையில் சுதந்திரம்	இருக்கும் வாய்ப்புகளைப் பொறுத்து கடை உரிமையாளர் வியாபாரத்தை எப்படி நடத்துவது என தீர்மானிப்பார்.	வேலையிடத்தில் உள்ள விதிகள் நடைமுறைகளுக்கு ஏற்ப வேலை செய்ய வேண்டும்.

19.7 சுயவேலை செய்வதற்கேற்ற சிறப்பான பகுதிகள்

சுயவேலையின் பண்புகளைத் தெரிந்து கொண்ட உங்களுக்கு எந்த இடங்களில் அவற்றை தொடங்கி நடத்தலாம் என்று அறிய விரும்புவீர்கள். தொழிலுக்கான திட்டமிடும்போது நீங்கள் கீழ்க்கண்ட அமைப்புகளில் சுயதொழில் தொடங்கலாம்.

(i) **சிறிய சில்லறை வியாபாரம்:** ஒரே உரிமையாளராக இருந்து கொண்டு, ஒரிருவர் உதவியுடன் எளிதாக சிறிய வியாபாரத்தை தொடங்கி நடத்தலாம். அது மளிகைக்கடை, எழுதுபொருள் கடை அல்லது துணிக் கடையாக இருக்கலாம்.



(ii) **தனது திறனுக்கேற்ற சேவைகள் அளிப்பது:** சிறப்பான திறமைகளைக் கொண்டு வாடிக்கையாளர்களுக்கு சேவைகள் அளிப்பதை சுயதொழிலாகச் செய்யலாம். எடுத்துக்காட்டாக சைக்கிள், ஸ்கூட்டர், பழுதுபார்ப்பது, கடிகாரம் பழுது பார்ப்பது, துணி தைப்பது, முடிதிருத்தம் செய்தல் போன்ற தனிப்பட்ட சேவைகளை வாடிக்கையாளர்களுக்கு அளிக்கலாம்.



(iii) **தொழில் தகுதியின் அடிப்படையில் வேலையில் ஈடுபடுதல்:** தொழில் பயிற்சியும், பணி அனுபவமும் கொண்டவர்கள் சுயவேலையில் ஈடுபடலாம். எடுத்துக்காட்டாக மருத்துவர்கள், வழக்குரைஞர்கள், பதிவு பெற்ற கணக்காளர்கள், மருந்தாளுநர்கள், கட்டிடக் கலைஞர்கள் போன்றவர்கள் தங்களின் சிறப்பான பயிற்சி மற்றும் திறன்களின் அடிப்படையில் சுயதொழிலில் ஈடுபடுகின்றனர். இவர்கள் தங்களுக்கென்ற மருத்துவமனை, அலுவலகம் போன்றவற்றை ஏற்படுத்தி தங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்குச் சேவை அளிப்பதன் மூலம் தங்கள் தொழிலைச் செய்கின்றனர்.



(iv) **சிறிய அளவில் பண்ணைகள் துவக்குதல்:** கால்நடைப் பண்ணைகள், கோழிப் பண்ணைகள், மீன் பண்ணைகள், காய்கறித் தோட்டங்கள், பட்டுப் பூச்சி வளர்ப்பு போன்றவைகளைத் துவக்கி சுயதொழில் செய்வதற்கான வாய்ப்புகள் நமது நாட்டில் அதிகம் உண்டு.

(v) **கிராம குடிசைத் தொழில்கள்:** நூல் நூற்றல், நெசவு செய்தல், பின்னல் வேலை செய்தல், துணி தைத்தல் போன்ற செயல்பாடுகளில் ஈடுபட்டு சுயதொழில் செய்யும் வாய்ப்பும் உண்டு. பாரம்பரியமான குடும்பத் தொழில்களாகவும் செய்யலாம்.



பகுதி - VI

வர்த்தகத்துறையில்
வேலை
வாய்ப்புகள்



குறிப்புகள்



(vi) கலை மற்றும் கை வேலை: சில கைவேலைத் திறன் கலையில் பயிற்சி பெற்றவர்கள், தங்க நகை செய்தல், இரும்பு வேலை செய்தல், தச்சுத் தொழில் போன்ற சுயதொழிலில் ஈடுபடலாம்.



19.8 சம்பளத்திற்கான வேலையை விட சுயவேலையைத் தேர்ந்தெடுப்பது சிறந்தது

கீழ்க்கண்ட காரணங்களால் சம்பளத்திற்கான வேலையை விட சுயவேலை சிறந்ததாகும்.

- (அ) தனது திறமைகளை தனது லாபத்திற்கு பயன்படுத்தும் வாய்ப்புகளை சுயவேலை அளிக்கிறது. உங்களது நேரம் மற்றும் திறனை சுயவேலையில் லாபகரமாக பயன்படுத்தலாம்.
- (ஆ) ஏராளமான பொருள் முதலீடு மற்றும் வசதிகள் இல்லாதிருப்பினும் சுயதொழிலில் ஈடுபடலாம். எடுத்துக்காட்டாக மிகக் குறைந்த மூலதனத்தைக் கொண்டு பழுதுபார்க்கும் கடைகள் வைக்கலாம்.
- (இ) சுயவேலையில் ஒருவர் கற்றுக் கொள்கிறார். வேலை செய்யும்போதே ஏராளமானவற்றை கற்றுக் கொள்கிறார். ஏனென்றால் அவரது வியாபார செயல்பாடுகளின் மூலம் லாபம் அடைய எல்லா முடிவுகளையும் அவர் தானே எடுக்கிறார்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 19.3

கீழ்க்கண்ட கூற்றுகளில் எவை சரி அல்லது தவறு என்று கூறவும்:

1. சுயவேலை என்பது தானாக ஏதாவது ஒரு பொருளீட்டும் செயல்பாட்டில் ஈடுபடுவதாகும்.
2. சம்பளத்திற்கான வேலையில் வரும் ஊதியத்திற்கு அளவு கிடையாது.
3. பணத்திற்கு சேவை அளிப்பவர்க்கும் கொஞ்சம் நிதி முதலீடு செய்ய வேண்டியுள்ளது.
4. சுயதொழில் வியாபாரம் செய்பவர்களுக்கு நஷ்டத்தை எதிர்நோக்கும் அபாயம் உள்ளது.
5. நகைக்கடைக்காரர்களுக்குக் கீழ் வேலை செய்ய வேண்டியிருப்பதால் பொற்கொல்லர்கள் சுயதொழிலில் ஈடுபட முடியாது.

19.9 சுயதொழிலில் வெற்றிபெறத் தேவையான பண்புகள் கூறுகள்

பல்வேறு துறைகளிலுள்ள சுயதொழில் வாய்ப்புகளை தெரிந்து கொண்ட பின்னர், சம்பளத்திற்கு வேலை செய்வதை விட சுயதொழில் செய்வது சாலச்சிறந்தது என்ற உணர்ந்திருப்பீர்கள். ஆனால் அதில் வெற்றி பெறுவதற்குரிய

பண்புகளை நீங்கள் பெற்றிருந்தால்தான் சுயதொழிலைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். வெற்றிகரமாக சுயதொழிலைத் தொடங்கி நடத்திட தேவையான பண்புகள் கூறுகளை நாம் அறிந்து கொள்ளலாம்.

- (i) **அறிவுத் திறமைகள்:** சுயதொழில் செய்வதற்கு ஏற்ற பொருத்தமான துறையைத் தேர்ந்தெடுக்கும் திறமை அவசியமாகும். வியாபாரச் செயல்பாடுகளில் சரியான முடிவெடுக்கும் திறன் அவசியமாகும். பல வகை வாடிக்கையாளர்களைக் கையாளும் திறமை வேண்டும். பிரச்சனைகளையும், ஆபத்துகளையும் எதிர்நோக்கிச் சமாளிக்கும் அறிவும், ஆற்றலும் வேண்டும்.
- (ii) **விழிப்புணர்வும், தீர்க்கப் பார்வையும்:** சந்தையில் ஏற்படும் மாற்றங்களைத் தெரிந்து மாற்றங்களைச் செய்பவராக சுயவேலை செய்பவர் இருத்தல் வேண்டும். வாய்ப்புகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்ள மாற்றங்களை எதிர்நோக்கும் தீர்க்கப்பார்வை அவருக்கு வேண்டும். எதிர்காலத்தில் வரவிருக்கும் ஆபத்துகளையும் சந்திக்கத் தயாராக இருக்க வேண்டும்.
- (iii) **தன்னம்பிக்கை:** சுயவேலையில் உரிமையாளர் அனைத்து முடிவுகளையும் தானே எடுக்க வேண்டும். தன்னால் தனது பிரச்சனையைத் தீர்க்க முடியும் என்ற தன்னம்பிக்கை அவருக்கு வேண்டும். பொருளைக் கொடுப்பவர்கள், கடன் வாங்குபவர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், அரசு அதிகாரிகளைக் கையாளத் தெரிந்திருக்க வேண்டும்.
- (iv) **வியாபாரம் பற்றிய அறிவு:** சுயதொழில் வியாபாரம் செய்பவருக்கு அதுகுறித்த முழு அறிவும், நடத்தத் தேவையான தொழில்நுட்ப அறிவு, திறன்கள் போன்றவை மிக அவசியமானதாகும்.
- (v) **தேவையான சட்டத் திட்டங்களைத் தெரிந்து வைத்திருத்தல்:** சட்ட நிபுணராக இல்லாவிட்டாலும் அவரது சுயதொழில் சம்பந்தமான சட்ட திட்டங்களையும் அந்த இடத்தில் உள்ள சேவைச் செயல்பாடுகளையும் தெரிந்து வைத்திருக்க வேண்டும். இவற்றில் வர்த்தக அமைப்புச் சட்டம், விற்பனை வரி, சுங்க வரி, நகராட்சி சட்டங்கள், மாசு தடுப்பு சட்டம் போன்றவை அடங்கும்.
- (vi) **பிற தனிப்பட்ட பண்பு நிலன்கள்:** சுய தொழில் செய்பவர் நேர்மை, உண்மை, கடின உழைப்பு போன்ற பண்புகள் கொண்டவராக இருத்தல் வேண்டும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 13.4

- I. பொருத்தமான சொற்களைக் கொண்டு காலியிடங்களை நிரப்பவும்:
 1. சுயவேலையில் ஈடுபடுபவருக்கு _____ கண்டறியும் திறமை வேண்டும்.
 2. சுயவேலை செய்து வெற்றி பெற ஒருவருக்கு தனது திறமையில் _____ வேண்டும்.
 3. வியாபாரத்தின் உரிமையாளராக இருந்து வெற்றிபெற அவருக்கு அந்த வியாபாரம் குறித்த _____ தேவையாகும்.
 4. சுயவேலையில் ஈடுபடும் ஒருவருக்கு கணக்கியல் அறிவு _____ கண்டறிய உதவும்.
 5. தொழில் முனைவு என்பது _____ மற்றும் _____ தொடர்புடைய பாண்பாகும்.





6. _____ தொடர இயலாதவர்கள் பிழைப்புக்கு வருமானம் ஈட்ட
சுயதொழில் வாய்ப்புகளை அளிக்கிறது.
7. நீங்கள் தேர்ந்தெடுக்கும் தொழிலானது உங்களது _____ மற்றும் _____
அடிப்படையில் அமைதல் வேண்டும்.
8. நீங்கள் உங்களது பலங்கள் மற்றும் _____ குறித்து சிந்திக்கக் துவங்க
வேண்டும்.
9. எந்தவொரு வேலைக்கும் தேவையான _____ இல்லாவிட்டால் அந்த
வேலையைத் தேர்ந்தெடுக்கக்கூடாது.
10. இன்றைய நவீன உலகில் எல்லா வேலைகளுக்கும் வெளிப்படுத்தும் திறன்
_____ .

II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.

1. சம்பளத்திற்கான வேலை என்பது _____ .
(அ) சம்பளம் அல்லது கூலிக்கு பிறிதொருவருக்கு வேலை செய்வது.
(ஆ) வியாபாரம் செய்வது.
(இ) சொந்தமாக பொருளீட்டும் ஏதாவது செயலில் ஈடுபடுவது.
(ஈ) மேற்கூறிய எதுவுமில்லை.
2. சுயவேலை செய்வது என்றால் _____ .
(அ) முதலாளிக்கும் தொழிலாளிக்கும் இடையேயுள்ள ஒப்பந்தம்.
(ஆ) சம்பளம் அல்லது கூலிக்கு பிறிதொருவருக்கு வேலை செய்வது.
(இ) சொந்தமாக ஏதாவது பொருளீட்டும் செயலில் ஈடுபடுவது.
(ஈ) மேற்கூறிய எதுவுமில்லை.
3. சுயவேலை செய்வதற்கு கீழ்க்கண்டவைகளில் எது தேவையில்லை?
(அ) முறையான கல்வி.
(ஆ) விழிப்புணர்வும் தீர்க்கப் பார்வையும்.
(இ) வியாபாரத்தைக் குறித்த அறிவு.
(ஈ) தேவையான விதிகளைத் தெரிந்திருத்தல்.
4. தொழில் வேலை பாதை என்றால் _____ .
(அ) பல பணி பொறுப்புகளில் செய்யும் வேலை.
(ஆ) தொழிலுக்கு மேற்கொள்ளும் வழி.
(இ) தொழில் பட்டம் பெறுதல்.
(ஈ) வேலைக்கான பதவி பெறுதல்
5. வாழ்வுக்கான தொழிலைத் திட்டமிடுதலில் _____ சேரும்
(அ) சொந்த வியாபாரம் துவங்குவது.
(ஆ) செய்யவிருக்கும் வேலையின் நேர்மறை எதிர்மறைக் கூறுகளைச்
சிந்தித்தல்.
(இ) வேலையில் சேருவது.
(ஈ) வேலைக்கேற்றபடி மாற்றங்களைச் செய்தல்.



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ வாழ்வில் முன்னேற்றம் அல்லது உயர்வு பெறுவதற்கான வாய்ப்புகளை அளிக்கும் உத்தியோகத்தை வாழ்வுக்கான தொழில் என்கிறோம்.
- ▶ வாழ்வுக்கான தொழிலைப் பொறுத்தவரை இரண்டு மாற்றுகள் உள்ளன: சம்பளத்திற்கு வேலை செய்தல் மற்றும் சுயவேலைவாய்ப்பு.
- ▶ சம்பளத்திற்கு வேலை செய்தல் என்பது பிறிதொருவருக்கு கூலி அல்லது சம்பளத்திற்கு வேலை செய்தல் ஆகும். வாழ்வு நடத்தத் தேவைப்படும் பொருளீட்ட சொந்தமாக தானே ஏதேனும் செயலில் ஈடுபடுவது சுயவேலையாகும்.
- ▶ கீழ்நிலையில் எழுத்தர் வேலை அல்லது தொழில்நுட்ப வேலைகள் போன்றவை சம்பளத்திற்குச் செய்யும் வேலைகளாகும்.
- ▶ சிறிய அளவில் சில்லறை வியாபாரம் செய்தல், பணத்திற்கு சேவைகள் அளிப்பது, சிறிய அளவு பண்ணைகள் தொடங்குவது, கிராமம் மற்றும் குடிசைத் தொழில்கள், கலை மற்றும் கைத்தொழில் செய்தல் போன்றவை சுயதொழில் வாய்ப்புகளாகும்.
- ▶ சுயதொழிலை மேற்கொள்ளவிருக்கிறவர் அறிவுத்திறன், விழிப்புணர்வு மற்றும் தீர்க்கப்பார்வை, தன்னம்பிக்கை, வியாபாரம் பற்றிய அறிவு, விதிகளை தெரிந்து வைத்திருத்தல், கணக்கியல் அறிவு போன்ற திறன்கள் பெற்றிருக்க வேண்டும்.



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. சம்பளத்திற்கான வேலை மற்றும் சுயவேலை என்பதன் பொருள் என்ன?
2. வாழ்வுக்கான தொழில் (career) என்பதை வரையறு.
3. வாழ்வுக்கான தொழிலைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்குரிய முக்கியத்துவத்தை விவரி.
4. வியாபாரத் துறையில் சம்பளத்திற்கான வேலைவாய்ப்புகளைக் கூறுக.
5. தற்போதும் காணும் வேலையில்லாத நிலையில் சுயவேலையின் முக்கியத் துவத்தை விளக்குக.
6. பெரிய தொழிற்சாலைகளுக்கு சுயவேலை எவ்வாறு மாற்றாக விளங்குகிறது?
7. சுயவேலை செய்து வெற்றி பெறத் தேவையான நான்கு பண்புக் கூறுகளைக் கூறுக.
8. கணக்கர் வேலைக்கு தேவைப்படும் திறன்களை விவரி.
9. சுயவேலைக்கான தூண்டுதல் காரணிகளைக் (motivational factors) கண்டறியவும்.
10. சுயவேலைக்கும் சம்பளத்திற்கான வேலைக்குமுள்ள வேறுபாடுகளைக் கூறவும்.
11. ஒருவர் சுயதொழில் செய்யக்கூடிய வாய்ப்புள்ள களங்களை வரிசைப் படுத்தவும்.

வர்த்தகத்துறையில்
வேலை
வாய்ப்புகள்



குறிப்புகள்



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 19.1

1. சரி
2. சரி
3. தவறு
4. தவறு
5. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 19.2

1. பொருள் ஈட்டும்
2. எழுத்தர்
3. கொள்முதல்
4. அலுவலக இயந்திரங்களை
5. மொழித்திறன்
6. கூலி
7. சுயவேலை
8. தொழில்நுட்ப பணியாளர்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 19.3

1. சரி
2. சரி
3. தவறு
4. சரி
5. தவறு

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 19.4

- I. 1. சுயவேலை வாய்ப்புகளைக் கண்டறியும்
2. தன்னம்பிக்கை
3. அறிவு
4. லாப நஷ்டத்தை
5. புதியன செய்தலும் ஆக்கத் திறன்
6. உயர் கல்வியை
7. திறமைகள், நாட்டம், விருப்பங்கள்
8. பலகீனம்
9. ஆர்வம்
10. அவசியம்
- II. 1. அ
2. இ
3. அ
4. இ
5. ஆ

உங்களுக்கான செயல்பாடு

- வாராவாரம் வெளிவரும் “எம்ப்ளாய்மெண்ட் நியூஸ்” அல்லது வேறு ஏதாவது நாளிதழை எடுத்து உங்களது விருப்பம், திறமை மற்றும் நாட்டத்திற்கேற்ற வேலைவாய்ப்பைக் கண்டறியவும்.



தொழில்முனைவு

வாழ்க்கையை நடத்த அனைவரும் பொருளிட்ட வேண்டியது அவசியம் என்பதை நீங்கள் அறிவீர்கள். உங்கள் தந்தை, தாய், சகோதரர் மற்றும் பிற குடும்பத்தினர் ஏதாவது வேலை செய்து குடும்பத்தைக் காப்பாற்றி வருவார்கள். நீங்கள் உங்கள் வாழ்வுக்கு பொருளிட்ட என்ன செய்யத் திட்டமிடுவீர்கள்? ஏதாவது ஒரு நிறுவனத்தில் வேலையில் சேருவீர்களா? அல்லது நீங்களே சொந்தமாக வியாபாரம் துவங்க நினைக்கிறீர்களா? வியாபாரத்தை துவக்குவதிலும், நடத்துவதிலும் உள்ள இடர்களையும், பொறுப்புகளையும் ஏற்றுக் கொண்டு செயல்படுவதும், வியாபாரத்தைத் தொடங்குவதும், தொழில் முனைவு ஆகும். பள்ளியில் கற்பிக்கும் ஆசிரியர், தொழிற்சாலையில் வேலை செய்யும் தொழிலாளி, வங்கியில் வேலை செய்யும் எழுத்தர், வியாபார நிறுவனத்தில் பணியாற்றும் மேலாளர் போன்றோர் தங்கள் வாழ்வை நடத்திட வேலை செய்பவர்கள். இவர்கள் தங்கள் எஜமானர்கள் தரும் சம்பளத்தை அல்லது கூலியைப் பெற்றுக் கொள்கிறார்கள். இதற்கு சம்பளத்திற்கான வேலை என்பது பெயராகும். ஆனால் கடைக்காரர், தொழிற்சாலை உரிமையாளர், வியாபாரி, மருத்துவர் போன்றோர் தாங்களே சொந்தமாக நிறுவனத்தை நடத்தி பொருளீட்டுகின்றனர். இவர்கள் சுயவேலை செய்பவர்களுக்கு எடுத்துக்காட்டுகள். இருப்பினும் பல சுயவேலை செய்பவர்கள் தங்களுக்கு வேலையை உருவாக்கிக் கொள்வதோடு கூட பிறருக்கும் வேலையை உருவாக்கித் தருகிறார்கள். இவர்களைத் 'தொழில்முனைவோர்' என அழைக்கிறோம்.

இந்தப் பாடத்தில் தொழில்முனைவு பற்றி விளக்கமாகக் கற்றறியவிருக்கிறோம். அதன் விளக்கம், முக்கியத்துவம் மற்றும் செயல்பாடுகள் பற்றியும் அறிவோம். மேலும் தொழில்முனைவோருக்குரிய தகுதிப் பண்புகள், சிறிய தொழில் நிறுவனத்தை அமைப்பதற்குத் தேவையான திறமைகள் போன்றவற்றையும் அறிவோம். இது உங்கள் எதிர்காலத்திற்கு மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும்.



நோக்கங்கள்

இப்பாடத்தைப் படித்து முடித்த பின்னர், உங்களால்

- ▶ தொழில்முனைவு (Entrepreneurship) என்ற கருத்தை விளக்கவும்,
- ▶ தொழில்முனைவோராக (Entrepreneur) இருப்பதன் முக்கியத்துவத்தைக் கண்டறியவும்,



- ▶▶ வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோரின் சிறப்புப் பண்புகளை விளக்கவும்,
- ▶▶ தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகளைக் கண்டறியவும்,
- ▶▶ ஒரு சிறிய வர்த்தக நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதிலுள்ள பல்வேறு அம்சங்களையும் விளக்கவும், இயலும்.

20.1 தொழில்முனைவு என்பதன் பொருள்

தொழில்முனைவு என்பது தொழில் முனைவோராகச் செயல்படுவது ஆகும். புதுமைகளை மேற்கொள்பவரும், பொருள் முதலீடு செய்பவரும் வியாபாரத் திறமை கொண்டவருமாக இருந்து அப்புதுமைகளைக் கொண்டு பொருள் உற்பத்தி செய்ய முனைபவரே தொழில்முனைவோர் என்பவர் ஆவார். கிடைத்த வாய்ப்பைப் பயன்படுத்திக் கொண்டு ஒரு புதிய நிறுவனத்தைத் துவக்குவதாக அல்லது இருக்கும் நிறுவனத்திற்கு புத்துயிர் ஊட்டுவதாக இது அமைந்திருக்கும். தொழில்முனைவு என்பதன் பொருள் ஒரு புதிய தொழிலைத் தொடங்குவதே யாகும். புதியதை உருவாக்குவதற்கான திறமையும், விருப்பமும் அதை அமைப்பதும், அதை மேலாண்மை செய்வதும், இடர்பாடுகளைச் சமாளித்து லாபத்தை ஈட்டுவதும் இதில் அடங்கும்.



ஒரு தொழில்முனைவோர் ஆக்கத்திறனுள்ள சிந்தனையாளராக இருக்கிறார். இவர் இடர்பாடுகளை எதிர்நோக்கி பணத்தை முதலீடு செய்ய முன்வரும் புதுமைவாதி. இச்செயல்பாட்டினால் இவர் பலருக்கு வேலை அளிக்கிறார். பிரச்சனைகளுக்குத் தீர்வு காண்கின்றார். தமது தொழிலின் மதிப்பீடுகளை அதிகரிக்கச் செய்து புகழ் பெறுகிறார்.

தொழில்முனைவு என்பதில் ஒருவர் தொடர்ச்சியாக வளர்ச்சியும் சிறப்பு நிலையும் அடைவதற்காக செய்யும் அனைத்துச் செயல்களும் திறமைகளும் அடங்கியுள்ளன. ஒரு புதுமையான கருத்து, பொருள், உற்பத்தி அல்லது சேவை மூலமாக இது நடந்தேறுகிறது. இருப்பினும் தொழில்முனைவு என்பது கற்றுத் தெரிந்து கொள்ளக்கூடிய தொழில் தொடர்பான நோக்கங்கள் நிறைந்த செயல் தான். நாட்டில் பொருளாதார வளர்ச்சியில் தொழில் முனைவு என்பது ஒரு பெரிய தொழிலைத் துவக்குவது மட்டுமன்று. சிறிய அமைப்புகளை துவக்குவதும், சமமான முக்கியத்துவம் கொண்டதாகும். சொல்லப்போனால் சிறிய தொழில் அமைப்புகள் உதவியுடன்தான் பல வளர்ந்த மற்றும் வளரும் நாடுகளில் பொருளாதார வளர்ச்சியும், வளமும் அதிகமாக ஏற்பட்டுள்ளது.



20.2 தொழில்முனைவோராக இருப்பதன் முக்கியத்துவம்

பொருளாதார சமூக வளர்ச்சியில் தொழில்முனைவு மற்றும் தொழில்முனைவுக் கலாச்சாரத்தின் பங்கு பல சமயம் குறைவாகவே மதிப்பிடப்படுகிறது. தொழில்முனைவு என்பது உண்மையில் நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது என்றும், கருத்துக்களை, பொருளாதார வாய்ப்புக்களாக மாற்றிடுவதுதான் தொழில்முனைவின் மையப்பகுதி என்றும் அனைவராலும் உணரப்பட்டுள்ளது. தொழில்முனைவும் புதுமை எண்ணமும் கொண்டும், கிடைக்கும் வாய்ப்புகளைப் பயன்படுத்திக் கொண்டும், இடர்பாடுகளை எதிர்நோக்க விருப்பமும் கொண்டு செயலாக்கம் செய்பவர்களால் தான் வியக்கத்தக்க பொருளாதார வளர்ச்சி ஏற்பட்டுள்ளது. இது வரலாறு நமக்குக் கூறும் பாடமாகும். தொழில் முனைவோர் நடப்பிலுள்ள அறிவுலகில் புதிய தீர்வுகளைக் கூறி பிறரை ஏற்றுக்கொள்ளச் செய்கிறார்கள். சமகாலத்து எண்ணங்களுக்கும், செயல்களுக்கும் சவால் விடுகின்றனர். மற்றவர் கண்டறியத் தவறும் அல்லது மற்றவர் பிரச்சனைகள் அல்லது அச்சுறுத்தல் எனக் கருதுபவகையில் உள்ள வாய்ப்புகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்கிறார்கள். இதிலுள்ள இடர்பாடுகளை ஏற்றுக்கொள்கின்றனர். தொழில் முனைவு என்ற சொல்லின் வரையறை எதுவாக இருந்தாலும், இதில் மாற்றம், ஆக்கத்திறன், அறிவு வளம், புதுமை, நெகிழ்வுத்தன்மை போன்ற காரணிகள் உள்ளன. இவைகள்தான் வளர்ந்து வரும் உலகமயமான உலக பொருளாதாரத்திற்கு போட்டியை அதிகப்படுத்தும் களமாக விளங்குகின்றன. இதன் முக்கியத்துவம் பின்வருமாறு:

1. மக்களுக்கு வேலைவாய்ப்பை வழங்குகின்றது: எங்காவது வேலை கிடைக்காதவர்கள் அனைவரும் தொழில்முனைவில் ஈடுபடலாம் என கருதுகின்றனர். ஆனால் இன்று தொழிலைத் தொடங்கியவர்களில் பலருக்கு பிற பல வாய்ப்புகளும் இருந்திருக்கின்றன.

2. ஆராய்ச்சிக்கும் வளர்ச்சிக்கும் வழிகோலுகிறது: பெரும்பாலும் மூன்றில் இரண்டு பங்கு புதுமைகள் உலகில் தொழில்முனைவோரால் உருவாக்கப் படுகின்றன. இத்தகைய புதுமைகள் மலராவிட்டால் உலகம் வாழ்வதற்கு உதவாத வறண்ட இடமாகப் போய்விடும். சிறப்பான தரமான தொழில்நுட்பத்தால் புதுமைகள் எளிதாகச் செயல்களைச் செய்து முடித்திட வழிகண்டுபிடிக்கின்றன.

3. நாட்டிற்கும் தனிநபருக்கும் செல்வத்தை உருவாக்குகிறது: தொழில் முனைவில் ஈடுபட்டு வர்த்தக நிறுவனங்களை தொடங்குபவர்கள் வருமானத்தை ஈட்டுகின்றனர். அவர்கள் சேர்க்கும் செல்வம் நாட்டின் வளர்ச்சியில் முக்கியமான பங்கு வகிக்கிறது. தொழில்முனைவோர் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உருவாக்கிப் பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கு உதவுகிறார்கள். அவர்களின் கருத்துகள், எண்ணங்கள், கண்டுபிடிப்புகள் நாட்டிற்கு பேருதவியாக இருக்கின்றன.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 20.1

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.
 1. தொழில் முனைவோர்கள் எண்ணங்களை செயல் வடிவம் கொடுப்பதிலுள்ள இடர்பாடுகளை சந்திக்கின்றனர்.
 2. தொழில் முனைவோர்கள் சூதாட்டக்காரர்கள்.

வர்த்தகத்துறையில்
வேலை
வாய்ப்புகள்



குறிப்புகள்

3. ஒரு தொழில் முனைவோர் தொடர்ந்து சிறப்பு நிலையை அடைய முயற்சி செய்கிறார்.
4. தொழில் முனைவோர்கள் பிறக்கிறார்கள், உருவாக்கப்படுவதில்லை.
5. ஒரு தொழில் முனைவோர் பிறருக்கு வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குகின்றார்.
6. தொழில் முனைவோர் ஒரு சுதந்திரமான தனி மனிதர் ஆவார்.

20.3 வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோருக்குரிய பண்புகள்

வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோருக்குரிய பண்புகளைக் கீழே காணலாம். வெற்றிகரமாக ஒரு அமைப்பை நடத்திட பல இயல்புகள் தேவை. அவற்றுள் முக்கியமான பண்புகள் சிலவற்றைக் கீழே காணலாம்.

- (i) **தன்முயற்சி:** வர்த்தக உலகில் வாய்ப்புகள் வந்து போகின்றன. ஒரு தொழில் முனைவோர் செயல் வீரராக இருத்தல் வேண்டும். அவர் ஒரு செயலைத் துவக்குவதற்குரிய தன்முயற்சி எடுத்து கிடைக்கும் வாய்ப்பை பயன்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு சந்தர்ப்பத்தை நழுவவிட்டு விட்டால் அது மீண்டும் வராது. ஆகவே ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு தன்முயற்சி மிகவும் அவசியமாகும்.
- (ii) **ஆபத்தை எதிர்கொள்ள சம்மதிப்பது:** எந்தத் தொழிலிலும் ஏதாவது ஒரு இடர்பாடு உண்டு. அதாவது வர்த்தகர் வெற்றியடையலாம் அல்லது தோல்வியும் அடையலாம். இன்னும் சொல்லப்போனால் எல்லா தொழிலிலும் லாபம் கிடைக்கும் என்று சொல்ல முடியாது. இதனால் சிலர் தொழில் துவங்கத் தயங்குகின்றனர். இருப்பினும் ஒரு சிறந்த தொழில் முனைவோர் வியாபாரம் செய்வதிலுள்ள ஆபத்தை எதிர்கொண்டு வெற்றியடைவதற்கு எப்போதும் முன்வருகிறார்.
- (iii) **அனுபவத்திலிருந்து பாடம் கற்கும் திறன்:** தொழில்முனைவோர் தவறு செய்து விடலாம். செய்த தவறை தொடர்ந்து செய்து வந்தால் ஏராளமான நஷ்டம் ஆகிவிடும். ஆகவே செய்த தவறிலிருந்து பாடம் கற்றுக் கொள்ளும் திறமை ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு அவசியம் தேவையாகும்.
- (iv) **செயலூக்கம் (Motivation):** செயலூக்கம் வெற்றியின் திறவுகோலாகும். வாழ்வின் ஒவ்வொரு கணத்திலும் வெற்றிபெற இது அவசியமாகும். ஒன்றைச் செய்வதற்குரிய செயலூக்கம் இருந்துவிட்டால் அதை முடிக்கும் வரை தூக்கம் வராது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு கதை அல்லது புதினத்தை படிப்பதில் ஆர்வம் வந்துவிட்டால் நீங்கள் அதை முடிக்கும் வரை தூங்க மாட்டீர்கள். இந்தப் பண்பு ஒரு வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோருக்குத் அவசியம் தேவைப்படும்.
- (v) **முடிவெடுக்கும் திறன்:** தொழிலை நடத்திடும்போது பல முடிவுகளை ஒருவர் எடுத்திட வேண்டியிருக்கும். எனவே அவர் சரியான நேரத்தில் பொருத்தமான முடிவுகளை எடுக்கக்கூடிய திறமை கொண்டவராக இருத்தல் வேண்டும். சொல்லப்போனால் சரியான முடிவுகளை சரியான நேரத்தில் அவசியம் எடுக்க வேண்டும். இன்றையவுலகில் எல்லாம் வேகமாக நடக்கிறது. உரித்த காலத்தில் ஒரு தொழில்முனைவோருக்கு முடிவெடுக்கும் திறன் இல்லையென்றால் வாய்ப்புகளைத் தவற விட்டு நஷ்டமடைந்து போவார்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 20.2

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியாக தவறா என்று கூறவும்.
 1. ஒரு தொழில்முனைவோர் தொடர்ந்து தவறுகள் செய்து விட்டு அதிலிருந்து பாடம் கற்றுக்கொள்ள வேண்டும்.
 2. முடிவு எடுக்கும் திறன் இல்லாத ஒருவர் தொழில்முனைவோராக இருக்க முடியாது.
 3. தன்னம்பிக்கையின்மைதான் தொழில்முனைவோரின் வெற்றிக்கான இரகசியம் ஆகும்.
 4. ஒரு தொழில்முனைவோர் உரித்த காலத்தில் முடிவெடுக்கும் திறமை கொண்டவராக இருக்க வேண்டும்.

20.4 ஒரு தொழில்முனைவோரின் செயல்கள்

ஒரு தொழில்முனைவோரின் முக்கியமான செயல்கள் பின்வருவன:

- (i) **தொழில்முனைவுக்கான சந்தர்ப்பத்தைக் கண்டறிதல்:** வர்த்தக உலகில் பல வாய்ப்புகள் உள்ளன. இவை தொடர்ந்து மாறி வரக்கூடிய தேவையான உணவு, நாகரீகம், கல்வி போன்றவற்றை அடிப்படையாகக் கொண்டவை. சாதாரண மனிதர் ஒருவரால் இவ்வாய்ப்புகளை உணர முடியாது. ஆனால் ஒரு தொழில் முனைவோர் மற்றவர்களைக் காட்டிலும் மிக வேகமாக இவற்றை கண்டுணர்ந்து விடுகிறார். எனவே தொழில் முனைவோர் தனது கண்களையும் காதுகளையும் திறந்தே வைத்திருக்க வேண்டும். அவருக்கு கற்பனை வளம், ஆக்கத்திறன், புதுமையான நோக்கும் மிகவும் தேவையாகும்.
- (ii) **கருத்துகளுக்குச் செயல் வடிவம் கொடுப்பது:** தொழில் முனைவோர் தனது எண்ணங்களுக்கு செயல் வடிவம் கொடுக்கும் திறன் கொண்டவராக இருத்தல் வேண்டும். சந்தைக்குத் தேவைக்குப் பொருத்தமான கருத்துகள், பொருட்கள், நடைமுறைகள் குறித்த தகவலைத் திரட்ட வேண்டும். அவர் பெற்ற தகவல்களின் அடிப்படையில் குறிக்கோள்களை அடைய வழிகள் காண்பவராக இருத்தல் வேண்டும்.
- (iii) **சாத்தியக் கூறுகளை ஆய்வு செய்தல்:** அறிமுகப்படுத்த நினைத்துள்ள பொருள் அல்லது சேவைக்கு உள்ள வாய்ப்புகளைத் தெரிந்துகொள்ள தொழில் முனைவோர் ஆய்வு நடத்தி அதைக் கண்டறிகிறார். அவர் இடர்ப்பாடுகளை எதிர்நோக்குகின்றவராக இருக்கிறார். நிறுவனத்தை நடத்திட தேவையான உள்ளீடுகளின் (inputs) அளவு, தரம், விலை, கிடைக்குமிடம் குறித்து ஆய்வு செய்கிறார். இத்தகைய செயல்பாடுகளின் வடிவமைப்புதான் 'தொழில் திட்டம்' அல்லது 'திட்ட அறிக்கை' (Project Report) என அழைக்கப்படுகிறது.
- (iv) **வளங்களைத் திரட்டுதல்:** வெற்றிகரமாக ஒரு தொழில் நிறுவனத்தை நடத்திட நிதியாதாரம், இயந்திரங்கள், மூலப்பொருட்கள், மனிதவளம் போன்ற பல்வேறு வளங்கள் தேவை. இத்தகைய வளங்கள் எல்லாம் கிடைத்திட உறுதி செய்வது ஒரு தொழில் முனைவோரின் இன்றியமையாச் செயலாகும்.
- (v) **தொழில் அமைப்பினை துவக்குதல்:** தொழில் அமைப்பை ஆரம்பிக்கும் முன்னர் சில சட்ட நடைமுறைகளை நிறைவேற்ற வேண்டும். மேலும் அவர்



குறிப்புகள்

பொருத்தமான இடத்தைக் கண்டறிந்து, வளாகத்தை நிர்மாணித்து, இயந்திரங்களை செயல்பட வைக்க வேண்டும். மேலும் இது தொடர்புள்ள அனைத்து செயல்களையும் முடிக்க வேண்டும்.

(vi) **தொழில் அமைப்பை நிர்வகிப்பது:** தொழில்முனைவோரின் முக்கிய பணிகளில் ஒன்று அதை நடத்துவது. அவர் மனிதவளம், மூலப்பொருள், நிதியாதாரம் ஆகியவற்றை மேலாண்மை செய்து பொருட்களையும் சேவைகளையும் உற்பத்தி செய்ய வேண்டும். செய்த முதலீட்டுக்கு ஏற்ப லாபத்தை உறுதி செய்துவிட்டு உருவாக்கிய பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை சந்தையிடல் செய்ய வேண்டும். முறையாக நிர்வகிக்கப்படும் நிறுவனங்கள் மட்டுமே எதிர்பார்க்கும் முடிவுகளைத் தரும்.

(vii) **வளர்ச்சியும் முன்னேற்றமும்:** துவக்கப்பட்ட தொழில் அமைப்பு எதிர்பார்த்த முடிவுகளை அளித்து விட்டால் தொழில் முனைவோர் அதன் முறையான வளர்ச்சிக்கும் முன்னேற்றத்திற்கும் இன்னும் அதிக உயரமான குறிக்கோள்களைத் தேடிச் செல்ல வேண்டும். தொழில் முனைவோர் தனது குறிக்கோளை அடைந்தவுடன் திருப்திபடுவர் அல்ல. அவர் தொடர்ந்து சிறப்பு நிலையை அடைய முயற்சி எடுத்துக் கொண்டிருப்பவர் ஆவார்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 20.3

கீழ்க்கண்டவை பற்றி உங்கள் சொந்த நடையில் இரண்டு வாக்கியங்கள் எழுதவும்:

1. சாத்தியக்கூறை ஆய்வு செய்தல்.
2. வளங்களைத் திரட்டுவது

20.5 ஒரு சிறிய தொழில்நிறுவனத்தை உருவாக்குவது

நீங்கள் இதுகாறும் தொழில் முனைவு என்பது பற்றியும் வெற்றிகரமான தொழில் முனைவோரின் பண்புகளையும் அறிந்து கொண்டீர்கள். ஒரு வர்த்தக அமைப்பை துவக்கும்போது தொழில் முனைவோர் செய்ய வேண்டியதென்ன என்பதையும் அறிந்து கொண்டீர்கள். இத்தகைய பண்புகளும், நம்பிக்கையும் இருந்தால் நீங்கள் இச்செயல்பாடுகளில் ஈடுபடலாம். நீங்களும் சொந்தமாக ஒரு நிறுவனத்தை தொடங்கிட நினைக்கலாம். ஒரு சிறிய தொழில் அமைப்பினை துவங்குவதற்கு முன் அதற்குத் தேவையான காரணிகள் பற்றி அறிந்து கொள்வோம்.

(i) **யார் ஒரு சிறு தொழிலைத் தொடங்கலாம்:** எவரும் ஒரு சிறு வியாபார அமைப்பினை துவக்கிடலாம். அவர் ஆர்வமுள்ள தொழில் முனைவரோ அல்லது புதுமுகமோ, வியாபாரப் பின்னணி இருக்கிறதோ இல்லையோ, படித்தவரோ அல்லது படிக்காதவரோ கிராமப் பகுதியோ அல்லது நகரப் பகுதியோ எங்கும் எவரும் இதைத் தொடங்கலாம்.

(ii) **நிதியாதாரத்தை ஏற்பாடு செய்தல்:** தொழில்முனைவோர் தனக்கு தேவையான நிதி, எந்த நேரத்தில் அது தேவை, எவ்வளவு காலத்திற்கு தேவை போன்ற கருத்துகளை ஆய்வு செய்ய வேண்டும். இயந்திரங்கள், மூலப்பொருள் வாங்கவும், கட்டிடங்கள் கட்டவும், தொழிலாளருக்கு ஊதியம் கொடுக்கவும், அவருக்குப் பணம் தேவைப்படுகிறது. இயந்திரம் வாங்க, கட்டிடம் கட்ட, பொருட்கள் வாங்க, செலவு செய்யும் பணம்



நிரந்தர மூலதனம் (fixed capital) ஆகும். மூலப்பொருட்கள் வாங்க, கூலி மற்றும் சம்பளம் கொடுக்க, வாடகை கொடுக்க, தொலைபேசி மற்றும் மின்சாரக் கட்டணம் செலுத்த ஆகும் பணம் நடைமுறை மூலதனம் ஆகும். தொழில்முனைவோர் நிரந்தர மூலதனம் மற்றும் செயல்பாட்டு மூலதனம் இரண்டுக்கும் ஏற்பாடு செய்து கொள்ள வேண்டும். சொந்த முதலீடாகவோ, வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்களிலிருந்து கடனாகவோ நிதியாதாரத்தை பெற்றுக் கொள்ளலாம். பணத்தை நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களிடமிருந்து கடனாகவும் பெற்றுக் கொள்ளலாம்.



- (iii) **சரியான ரீதியில் தொழிலைத் தேர்ந்தெடுத்தல்:** எந்த வகை தொழிலைத் தொடங்குவது என்று தொழில் முனைவோர் நினைக்கும்போது தொழிலைத் தொடங்கும் செயல்பாடு ஆரம்பமாகி விடுகிறது. சந்தையில் நிலவும் தேவையைப் பொறுத்து தொழில் வாய்ப்புகளை யோசிக்கலாம். ஏற்கனவே இருக்கும் பொருளையோ அல்லது புது பொருளையோ உருவாக்கலாம். தொழிலில் கால் வைக்கும் முன்னர் தொழிலின் லாபம் மற்றும் தேவையான முதலீட்டு பணம் குறித்து உறுதி செய்து கொள்ள வேண்டும். லாபத்தையும், அதிலுள்ள இடர்களையும் கணக்கிட்ட பின்னர் தான் மேற்கொள்ளத் தகுந்த வகை தொழில் எது என்பதைத் தீர்மானிக்க வேண்டும்.
- (iv) **நிறுவன அமைப்பைத் தேர்ந்தெடுத்தல்:** முந்தைய பாடங்களில் பல வகை வர்த்தக நிறுவனங்களைப் பற்றித் தெரிந்து கொண்டீர்கள் அல்லவா? இப்போது உங்களுக்கு தகுந்த சிறந்த வகை அமைப்பைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். மொத்தமும் சொந்தத்திலோ அல்லது கூட்டாகவோ ஒரு சிறுதொழில் அமைப்பாக துவங்குவது ஏற்புடையதாகும்.
- (v) **தொழிலின் இருப்பிடம்:** தொழில் நடக்கும் இடத்தை தேர்வு செய்வதில் சிறப்புக் கவனம் தேவையாகும். தொழில் முனைவோர் சொந்த வளாகத்திலோ அல்லது வாடகை இடத்திலோ வியாபாரத்தைத் தொடங்கலாம். அது சந்தைப் பகுதியிலோ, வியாபார வளாகத்திலோ அல்லது தொழில் பேட்டையிலோ அமைக்கப்படலாம். இதனைத் தீர்மானிக்கும்போது, மூலப்பொருள் பெறுதல், சந்தைக்குள்ள தூரம், தொழிலாளர் கிடைப்பது, போக்குவரத்து வசதி, வங்கி வசதி, தகவல் தொடர்பு வசதிகள்



போன்ற அனைத்துக் காரணிகளையும் தொழில் முனைவோர் கருத்தில்கொள்ள வேண்டும். மூலப்பொருட்கள் கிடைக்குமிடத்திற்கு அருகிலும், ரெயில் மற்றும் சாலைப் போக்குவரத்து இணைப்பு வசதியுள்ள இடத்திலும் தொழிற்சாலைகள் அமைக்கப்பட வேண்டும். மக்கள் வாழும்புடங்களிலும் அல்லது சந்தைப் பகுதியிலும் சில்லறை வியாபாரம் தொடங்கலாம்.

- (vi) தேவையான தொழிலாளர்/வேலையாளர்/பணியாளர்கள் கிடைப்பது: தொழில் முனைவோர் தன்னந்தனியாக தொழிலை நடத்த முடியாது. தனக்கு உதவி செய்ய ஆட்களைப் பணியமர்த்த வேண்டும். திறனுள்ள மற்றும் பகுதி திறனுள்ள வேலையாட்களை உற்பத்தி வேலை செய்வதற்கு நியமிக்க வேண்டும். தொழிலைத்துவக்கு முன்னர் அவர் அங்கு நடைபெறும் செயல்பாடுகளுக்கு ஏற்ற சரியான பணியாளர்கள் அவருக்கு கிடைப்பார்களா என்பதையும் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்.



இப்பகுதிக்குரிய கேள்விகள் 20.4

- I. கீழ்க்கண்ட கூற்றுகள் சரியா அல்லது தவறா என்று கூறவும்.
 1. பணம் படைத்தவர்கள் மட்டுமே தொழிலைத் தொடங்க முடியும்.
 2. தனது சொந்த இடத்திலோ அல்லது வாடகை இடத்திலோ தொழில் முனைவோர் தொழிலைத் தொடங்கலாம்.
 3. தொழில்முனைவோர் வாடிக்கையாளர், வாழும் இடங்களில் இருந்து மிகத் தூரத்தில் தொழிலைத் துவக்க வேண்டும்.
 4. சிறு தொழில் தொடங்குவதற்கு அதிக அளவு நடைமுறை மூலதனம் தேவையில்லை.
 5. உற்பத்திப் பொருளைச் சந்தையிடுவதற்கு சிறப்பு விற்பனை யுத்திகளைப் பயன்படுத்த வேண்டும்.
- II. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடுக்கவும்.
 1. கீழ்க்கண்டவைகளில் எது தொழில் முனைவோரின் முக்கியத்துவம் அல்ல.
 - (அ) மக்களுக்கு வேலை அளிப்பது
 - (ஆ) ஆராய்ச்சி மற்றும் முன்னேற்றத்திற்கு உதவுவது
 - (இ) நாட்டிற்கு செல்வவளத்தை உருவாக்குவது
 - (ஈ) தன்னிறைவை உண்டு பண்ணுவது
 2. கீழ்க்கண்டவைகளில் தொழில்முனைவோரின் பண்பைச் சுட்டு காட்டவும்.
 - (அ) தன்முயற்சி
 - (ஆ) அனுபவமின்மை
 - (இ) தன்னம்பிக்கையின்மை
 - (ஈ) முடிவெடுக்கும் திறன் இன்மை
 3. கீழ்க்கண்டவைகளில் எது தொழில்முனைவோரின் செயல் அல்ல?
 - (அ) சாத்தியக்கூறுகளை அறிதல்
 - (ஆ) வளங்களைச் சேர்த்தல்
 - (இ) வளங்களைச் சேர்த்தல்
 - (ஈ) இருக்கிற தொழிலை மூடி விடுதல்

4. யார் ஒரு தொழிலைத் தொடங்கலாம்?
 - (அ) மிக அதிகமான கல்வி பெற்றவர்கள் மட்டும்
 - (ஆ) கல்வி பெறாதவர்கள் மட்டும்
 - (இ) செல்வந்தர்கள் மட்டும்
 - (ஈ) மேற்கூறிய யாராவது ஒருவர்
5. செய்யவிருக்கும் தொழிலைத் தேர்ந்தெடுக்கும் போது தொழில்முனைவோர் மனதில் கொள்ள வேண்டியது
 - (அ) லாபம் பெறுவது (ஆ) இருக்கும் இடர்பாடுகள்
 - (இ) லாபப் பணம் (ஈ) மேற்கூறிய மூன்றும்



நீங்கள் படித்து தெரிந்து கொண்டது

- ▶ தொழில்முனைவோர் தொழிலுக்குள்ள வாய்ப்புகளைக் கண்டறிந்து கொள்ளும் ஆக்கத்திறனும், புதுமை படைக்கும் திறன் உள்ளவர். ஆபத்தை எதிர்நோக்கி சமாளிக்கும் திறனுள்ளவர். தொழில் நடத்தத் தேவையான நாட்டம் கொண்டவர். இச்செயலில் தான் வேலை செய்வதோடு கூட மற்ற பிறருக்கும் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குகிறார்.
- ▶ புதுமை படைத்தல், செயல் திறன், ஆபத்தை எதிர்நோக்கல் போன்றவற்றினை துணையாய்க் கொண்டு தொடர்ந்து வளர்ச்சியையும், சிறப்பு நிலையையும் அடைய முற்படும் ஒருவரின் அனைத்து செயல்பாடுகளும், திறன்களும் தொழில்முனைவில் அடங்கும். தொழில் அமைப்பை தொடங்குவதற்கான உறுதிப்பாடும், தொழிலைத் தொடங்கி நடத்துவதற்கான திறன்களும் இன்றியமையாதவை. கடின உழைப்பு, ஆபத்தை சமாளித்தல் போன்றவை ஒரு வெற்றிகரமான தொழில் முனைவோரின் இன்றியமையாப் பண்புகளாகும்.
- ▶ வளர்ச்சிக்கும் பொருளாதார முன்னேற்றத்திற்கும் உதவுகின்ற காரணத்தால் தொழில் முனைவோர்கள் நாட்டுக்கு மிகவும் அவசியமானவர்கள்.
- ▶ ஒரு தொழில் முனைவோருக்கு கீழ்க்கண்ட பண்புகள் தேவை: தன்முயற்சி, ஆபத்தை எதிர்நோக்கி சமாளிக்கச் சம்மதிப்பது, அனுபவத்திலிருந்து கற்றுக் கொள்ளும் திறமை, சுயசெயலாக்கம், தன்னம்பிக்கை, கடின உழைப்பு, சரியான முடிவுகள் எடுக்கத் தெரிதல்.
- ▶ தொழில் முனைவோர் பல்வேறு தொழில் வாய்ப்புகளை கண்டறிகிறார்; இக்கருத்துகளுக்கு செயல் வடிம் கொடுக்கிறார்; வளங்களை ஏற்பாடு செய்து பெறுகிறார்; தொழில் அமைப்பை தொடங்குகிறார், தொடர்ந்து வளர முயற்சிக்கிறார்.
- ▶ கல்வியறிவு உள்ளவரோ அல்லது இல்லாதவரோ தொழில் பின்னணி உண்டோ இல்லையோ, நகர்ப்பகுதியோ அல்லது கிராமப் பகுதியோ எவரும் எங்கும் சிறுதொழில் ஒன்றைத் துவக்கலாம். மன உறுதியும் தன்னம்பிக்கையும் தான் தேவையானதாகும்.
- ▶ ஒரு சிறு தொழில் அமைப்பை தொடங்கி வெற்றிகரமாக நடத்த சந்தையில் தேவையுள்ள ஒரு பொருளையோ அல்லது பல பொருட்களையோ தயார் செய்யலாம்.

வர்த்தகத்துறையில்
வேலை
வாய்ப்புகள்



குறிப்புகள்



பயிற்சிக்கான கேள்விகள்

1. 'தொழில்முனைவு' என்ற கருத்தை விளக்கவும்
2. தொழில்முனைவோரின் பண்புகளில் ஏதேனும் மூன்றினைக் கூறுக.
3. தொழில்முனைவோரின் முக்கியத்துவம் யாது?
4. வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோரின் பண்புகளில் ஏதேனும் மூன்றினைக் கூறுக.
5. செயலூக்கம் வெற்றியின் திறவுகோல் என்பதை விளக்குக.
6. தொழில்முனைவோரின் பல்வேறு செயல்களை விவரி.
7. ஒரு பால் பேனா தொழிற்சாலையை நீ துவக்க நினைத்தால் என்ன காரணிகளைக் கவனத்தில் கொள்வாய்?



பதில்கள்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 20.1

- I. 1. சரி 2. தவறு 3. சரி
4. தவறு 5. சரி 6. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 20.2

- I. 1. தவறு 2. சரி 3. தவறு 4. சரி

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 20.3

நீங்களே விடையளிக்கவும்

கேள்விகளுக்கான பதில்கள் 20.4

- I. 1. தவறு 2. சரி 3. தவறு 4. தவறு 5. சரி
II. 1. (ஈ) 2. (அ) 3. (ஈ) 4. (ஈ) 5. (ஈ)

உங்களுக்கான செயல்பாடுகள்

- ❑ அருகாமையில் உள்ள ஒரு சிறு தொழில் நிறுவனத்திற்குச் சென்று அதன் செயல்பாட்டைக் கண்டறியவும்.
- ❑ உங்கள் இருப்பிடத்திற்கு அருகாமையிலுள்ள தொழில்முனைவோரை சந்தித்து அவரது வெற்றியின் ரகசியங்களைக் கேட்டறியவும்.

பகுதி - VII

அதிக மதிப்பெண்கள்
00

கற்கும் காலம்
30 மணிகள்

செய்முறை / செயல்திட்ட வேலை

திறந்த வெளிப்பள்ளியில் கற்கும் மாணவர்கள் சம்பளத்திற்கான வேலையிலோ அல்லது சுயவேலையிலோ சேர்ந்து பிற்காலத்தில் வேலை செய்ய வேண்டியிருக்கும். அவர்களுக்கு ஒதுக்கப்பட்ட பணியில் எத்தகைய திறமையுடன் செயல்படுகிறார்கள் என்பதைப் பொறுத்துத்தான் அவர்கள் வெற்றி அமைகின்றது. இக்கிளையகமானது அவர்களுக்குக் கொடுக்கப்பட்ட வேலைக்குரிய திறன்களை வளர்ப்பதற்காக உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. இதில் தனியாள் ஆய்வு முறை (Case Study Approach) பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளது. இந்தப் பகுதி தேர்வில் வினாத்தாளில் இடம்பெறாது.



குறிப்புகள்

21

செயல்திட்ட வேலை - வர்த்தகவியலில் செயல்முறை விழிப்புணர்வு

செயல்திட்ட வேலை வர்த்தகத்தின் பல்வேறு கூறுகளில் மாணவர்களுக்கு திறன்களை வளர்க்க உதவும். அது நடைமுறை வாழ்வில் பொருள் விளக்கம் அளித்திடும்.

திட்ட வேலைகள்

1. உங்களுக்கு அருகாமையில் வாழும் ஏதேனும் வேலை செய்து வாழ்வு நடத்திடும் ஐந்து பேரைச் சந்திக்கவும். அவர்களை வியாபாரம், தொழில் மற்றும் வேறு பணியில் உள்ளவர்கள் என்று வகைப்படுத்தவும். பெற்ற தகவல்களை கீழ்க்கண்ட வடிவத்தில் நிரப்புக.

வ. எண்	பெயர் மற்றும் அமைப்பின் பெயர்	வேலை செய்யும் பொருள்/சேவையின் பெயர்	வியாபாரம்/ தொழில்/வேலை
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

மேற்கண்ட மூன்று பொருளீட்டும் செயல்பாடுகள் (வியாபாரம் /தொழில் வேலை) கீழ்க்கண்டவாறு குறிப்புகளில் பதிவு செய்யவும்.

கருத்து	வியாபாரம்	தொழில்	வேலை
பொருள்			
கட்டுப்படுத்துவது			
நடத்தை விதிமுறைகள்			
நடைமுறைகள் நிபந்தனைகள்			
வருமானம்			
இடர்			



2. ஏதேனும் ஐந்து கடைக்காரர்களை அல்லது வியாபாரிகளைச் சந்தித்துப் பேசி கீழ்க்கண்ட தகவல்களைக் கேட்டறிந்து கொள்ளவும்.

(அ) அவர்கள் கையாளும் உற்பத்திப் பொருள்கள், சேவைகள்.

(ஆ) அவர்கள் செய்த மூலதனம், நிலம், வேலையாட்கள், முதலீடு.

(இ) லாபத்தைப் பெறுவதில் உள்ள இடர்ப்பாடுகளும் எதிர்பாராத சூழ்நிலைகளும்

நீங்கள் பெற்ற தகவல்களை கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

வ. எண்	அமைப்பின் பெயர் மற்றும் முகவரி	செய்யும் பொருள்/ சேவை	பயன்படுத்தும் வளங்கள்			சந்திக்கும் பிரச்சனைகள்
			நிலம்	பணியாளர் எண்ணிக்கை	மூலதனம் (ரூபாய்)	
1						
2						
3						
4						
5						

3. புத்தகங்கள், பத்திரிகைகள், நாளிதழ்களைப் படித்து இந்தியாவில் செய்யப் படும் ஏற்றுமதி/இறக்குமதி பொருட்கள் யாவை என்ற தகவல் சேகரிக்கவும். வெளிநாட்டில் வர்த்தகம் செய்ய பயன்படும் ஐந்து துறைமுகங்களைக் கண்டறியவும். கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பெற்ற தகவல்களை பதிவு செய்யவும்.

இறக்குமதி பொருட்கள்

வரிசை எண்	பொருளின் பெயர்	இறக்குமதி நிறுவனத்தின் பெயர்	எந்த நாட்டிலிருந்து இறக்குமதி	எந்த துறைமுகம் இறக்குமதிக்கு பயன்படுகிறது
1				
2				
3				
4				
5				

ஏற்றுமதி பொருட்கள்

வரிசை எண்	பொருளின் பெயர்	ஏற்றுமதி செய்யும் நிறுவனத்தின் பெயர்	எந்த நாட்டிற்கு ஏற்றுமதி செய்யப்படுகிறது	ஏற்றுமதிக்குப் பயன்படும் துறைமுகம்
1				
2				
3				
4				
5				

பகுதி - VII

செய்முறை /
செயல்திட்ட
வேலை



குறிப்புகள்

செயல்திட்ட வேலை :

4. உங்கள் பகுதியிலுள்ள சில கடைக்காரர்கள் அல்லது வியாபாரம் செய்பவர்களைச் சந்தித்து அவர்களின் வியாபார நோக்கங்கள் யாவை என்பதைக் கேட்கவும். நீங்கள் கற்றறிந்த நோக்கங்களின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தவும். அத்தகவல்களைக் கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

வரிசை எண்	தொழில் அமைப்பின் பெயரும் முகவரியும்	நோக்கம்	எத்தகை நோக்கம் பொருளாதாரம்/ மனிதவளம்/சமூகம்/ தேசியம்/உலகம்
1			
2			
3			
4			
5			

5. உங்கள் பகுதியில் நடைபெறும் ஏதேனும் ஐந்து தொழில் செயல்பாடுகளைக் கண்டறியவும். அவற்றை தொழிற்சாலை அல்லது வியாபாரம் என்று வகைப்படுத்தவும். அவை முதல் நிலை, இரண்டாம் நிலை அல்லது கடைநிலைத் தொழிலா என்று கண்டறியவும். அத்தகவலைக் கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

வரிசை எண்	தொழில் அமைப்பின் பெயர், முகவரி	நடைபெறும் வியாபாரம்	தொழிற்சாலை அல்லது வர்த்தகம்	தொழிற்சாலை வகை
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

6. உங்கள் பகுதியிலுள்ள ஏதேனும் ஐந்து கடைகளைக் கண்டறிந்து தகவல் திரட்டவும். தனிநபர்களுக்குச் சொந்தமான நான்கு வியாபார அமைப்புகளைக் கண்டறியவும். கடைக்காரரின் வியாபாரச் செயல்பாடுகளில் அவர் சந்திக்கும் பிரச்சனைகள் எவை என்பதனைக் கேட்டறியவும். பெற்ற தகவல்களைக் கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

வ. எண்	தொழில் அமைப்பின் பெயர், முகவரி	கடையில் உள்ள பொருட்கள்	கடை உரிமை தனியானது/ கூட்டு	தனி உரிமையாளர் வியாபாரத்தைப் பெருக்கும்போது சந்தித்த பிரச்சனைகள்
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

முடிவுரை: சொந்தமாக ஒருவராக வியாபாரம் செய்பவர் சந்தித்த பிரச்சனைகள்



குறிப்புகள்

7. அன்றாடம் பயன்படுத்தும் ஐந்து பொருட்களைச் (பாக்கெட் செய்யப் பட்டது) சேகரிக்கவும். அவற்றை தயார் செய்யும் நிறுவனங்களின் பெயரைக் கண்டறியவும். அது பொது நிறுவனமா அல்லது தனியார் நிறுவனமா என்று வகைப்படுத்தவும். அவற்றுள் எவை பன்னாட்டு நிறுவனங்கள்? திரட்டிய தகவல்களைக் கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

வ. எண்	பாக்கெட் செய்யப்பட்ட பொருளின் பெயர்	தயார் செய்த நிறுவனத்தின் பெயர்	வகை தனியார்/ பொது	பன்னாட்டு நிறுவனமா?
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

8. அருகிலுள்ள சந்தைப் பகுதிக்குச் செல்லவும். அதிலுள்ள ஐந்து வியாபாரிகளைச் சந்தித்து அவர்கள் பொருட்களைக் கொண்டு செல்லப் பயன்படுத்தும் போக்குவரத்து எவை என்று கேட்டறியவும். ஒவ்வொரு வகை போக்குவரத்தின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகளைக் கேட்டறியவும். பெற்ற தகவலை கீழ்க்காணும் படிவத்தில் பதியவும்.

வ. எண்	நிறுவனத்தின் பெயர்	விற்பனை செய்யும்	போக்குவரத்து வகை	நன்மைகள்	குறைபாடுகள்
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

9. ஆண்டு முழுவதும் உற்பத்தியாகி சில குறிப்பிட்ட பருவங்களில் பயன்படும் பொருட்கள் ஏதேனும் நான்கினைக் கண்டறியவும். சில குறிப்பிட்ட பருவங்களில் தயாராகி ஆண்டு முழுவதும் பயன்படும் நான்கு பொருட்களை கண்டறியவும். பெற்ற தகவல்களைக் கீழ்க்கண்ட அட்டவணையில் பதிவு செய்யவும்.

ஆண்டு முழுவதும் உற்பத்தியாகும் பொருட்களின் பட்டியல்

வ. எண்	பொருட்களின் பெயர்	உற்பத்தியாகும் மாதங்கள்	பயன்படுத்தப்படும் மாதங்கள்
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

பகுதி - VII

செய்முறை /
செயல்திட்ட
வேலை

குறிப்புகள்

**குறிப்பிட்ட பருவத்தில் உற்பத்தியாகி ஆண்டு முழுவதும்
பயன்படுத்தப்படும் பொருட்களின் பட்டியல்**

வ. எண்	பொருட்களின் பெயர்	உற்பத்தியாகும் மாதங்கள்	பயன்படுத்தப்படும் மாதங்கள்
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

இந்தப் பொருட்களுக்கான பண்டகக் காப்பகத்தின் தேவையும் அவசியமும் பற்றி விவாதிக்கவும்.

10. உங்கள் பகுதியில் தனி உரிமையாளராக இருந்து தொழில் செய்யும் ஐந்து பேரைக் கண்டறியவும். அவர்கள் கூட்டு உரிமை அமைப்பாக அதை மாற்றிட விரும்புகிறார்களா? எனக் கேட்டறியவும். உங்கள் அறிக்கையை கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும். தனது வர்த்தக அமைப்பை கூட்டாண்மை அமைப்பாக மாற்ற விரும்பும் தனி உரிமையாளர் பட்டியல்

வ. எண்	தனி உரிமையாளர் நடத்தும் நிறுவனத்தின் பெயர்	தனி உரிமையாளரின் பெயர்	கூட்டாண்மை -யாவதற்குரிய காரணங்கள்
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

**தனது வர்த்தக அமைப்பை கூட்டாண்மை அமைப்பாக மாற்றிட
விரும்பாத தனி உரிமையார் பட்டியல்**

வ. எண்	தனி உரிமையாளர் நடத்தும் நிறுவனத்தின் பெயர்	தனி உரிமையாளரின் பெயர்	கூட்டாண்மை விரும்பாததற்கு காரணங்கள்
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

11. உங்கள் பகுதியில் / கிராமத்திலுள்ள கூட்டுறவு சொசைட்டிகள் ஐந்திற்குச் செல்லவும். கீழ்க்கண்ட வினாக்களுக்கு விடை காணவும்.

(அ) சொசைட்டி ஆரம்பிப்பதற்கான நோக்கம் யாது?

(ஆ) அதன் உறுப்பினர்கள் யார்?

(இ) சொசைட்டியின் செயல்பாடுகள் யாவை?

(ஈ) செயல்பாடுகளில் இது சந்தித்த பிரச்சனைகள் ஏதேனும் உண்டா?



12. உங்கள் அறிக்கையை கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

வ. எண்	சொசைட்டி-யின் பெயர்	அதன் நோக்கங்கள்	உறுப்பினர்கள் எண்ணிக்கை	சொசைட்டியின் பிரதான செயல்-பாடுகள்	செயல்பாடு-களில் உள்ள பிரச்சனைகள்
1.					
2.					
3.					
4.					
5.					

12. உங்கள் பகுதியிலுள்ள வங்கிகளின் பட்டியல் தயார் செய்யவும். அவற்றின் செயல்பாடுகளின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தவும்.

உங்கள் அறிக்கையை கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும். வர்த்தக வங்கிகளின் பல்வேறு செயல்பாடுகளை விவாதிக்கவும்.

வ. எண்	வங்கியின் பெயர்	கிளை	முக்கிய செயல்பாடு	வங்கியின் வகைகள் (தேசியமயமானது, தனியார், கூட்டுறவு, கிராமிய வங்கி)
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

13. உங்கள் அருகாமையிலுள்ள வங்கிக்குச் சென்று அங்கு நாம் எத்தகைய கணக்குகளை துவக்கலாம் என்று கேட்டறியவும். பெற்ற தகவல்களைக் கீழ்க்கண்ட அட்டவணையில் நிரப்பவும்.

வ. எண்	கணக்கு வகை	கணக்குத் துவங்க தேவை படும் குறைந்த தொகை	வட்டி வீதம்	முதிர்ச்சி அடையும் காலம்	பொறுத்தப்பாடு
1.	சேமிப்புக் கணக்கு				
2.	நடப்புக் கணக்கு				
3.	தொடர் வைப்புக் கணக்கு				
4.	நிரந்தர வைப்புக் கணக்கு				
5.	பொது பிராவிடண்ட் நிதி				

14. உங்கள் பகுதியிலுள்ள வியாபாரிகளிடம் சென்று அவர்கள் எத்தகைய எதிர்பாராத நிகழ்வுகளுக்கு காப்பீடு செய்துள்ளார்கள் என்று கேட்டறியவும். குறைந்தது ஐந்து கடைக்காரர்களின் பெயர், முகவரி, அவர்கள் எடுத்துள்ள காப்பீடு பாலிசி, பாலிசியின் பெயர் போன்றவற்றைத் தெரிந்து கொள்ளவும். பெற்ற தகவல்களைக் கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் நிரப்பவும்.

பகுதி - VII

செய்முறை /
செயல்திட்ட
வேலை



குறிப்புகள்

செயல்திட்ட வேலை :

வ. எண்	வியாபாரியின் பெயர் மற்றும் முகவரி	காப்பீட்டின் கோப்பு	பாலிசியின் பெயர்	காப்பீட்டு நிறுவனத்தின் பெயர்
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

பல வகை காப்பீட்டு பாலிசிகளின் சிறப்பியல்புகளை தலைப்பு வாரியாக எழுதவும்.

15. நாளிதழைப் படித்து அதிலுள்ள செய்திக் குறிப்புகள் மற்றும் விளம்பரங்களைப் பார்த்து அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகத்தின் மூலம் விற்கப்படும் பொருட்களை கண்டுபிடிக்கவும். அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகத்தின் நிறைகளையும், குறைகளையும் அறியவும். கிடைத்தத் தகவல்களைக் கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

வ. எண்	விளம்பரதாரின் பெயரும் முகவரியும்	பொருளின் பெயர்	வகை	ஆணைதரும் முறை கடிதம் / தொலை பேசி / மின்னஞ்சல்
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

16. நீங்கள் அன்றாடம் பயன்படுத்தும் பொருட்கள்/சேவைகளின் பட்டியலைத் தயார் செய்யவும். நுகர்வோர் என்ற முறையில் அப்பொருட்களையும் சேவைகளையும் வாங்கும்போது சந்தித்த பிரச்சனைகள் உண்டா? நுகர்வோரின் உரிமைகளைக் கற்றறியவும். உங்களது அறிக்கையை கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

வ. எண்	பொருள்/ சேவையின் பெயர்	உற்பத்தியாளர்/ வழங்குநரின் பெயர்	சந்திக்கும் பிரச்சனைகள்	நுகர்வோரின் உரிமைகள்
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

17. வெளிநாட்டு நிறுவனங்களுக்கு கூட்டு வர்த்தக இணைப்பில் சேர்ந்துள்ள ஐந்து இந்திய நிறுவனங்களின் பட்டியலைத் தயார் செய்யவும். அத்தகைய கூட்டு முயற்சியால் ஏற்படும் லாபங்கள் எவை எனக் கண்டறியவும். உங்களது அறிக்கையை கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.



வ. எண்	இந்திய நிறுவனத்தின் பெயர்	வெளிநாட்டு நிறுவனத்தின் பெயர்	அந்த நாட்டின் பெயர்	பொருளின் பெயர்
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

கூட்டு வர்த்தக முயற்சியின் நிறைகளை தலைப்பு வாரியாக விளக்கவும்.

18. செய்தித்தாள்கள், பத்திரிகைகள் மற்றும்முள்ள வியாபாரத் தொடர்புள்ள வெளியீடுகளைப் படித்து சமூகப் பொறுப்பு நிறைந்த ஐந்து நிறுவனங்களைக் கண்டறியவும். சமூகப் பொறுப்புகள் இல்லாத ஐந்து நிறுவனங்களையும் கண்டறியவும். உங்கள் அறிக்கையை கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

சமூகப் பொறுப்புள்ள நிறுவனங்கள்

வ. எண்.	நிறுவனத்தின் பெயர்	நிறுவனத்தின் சமூகச் செயல்பாடு	சமூக பொறுப்புணர்வு -களின் பெயர்
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

சமூக பொறுப்புணர்வு இல்லாத நிறுவனங்கள்

வ. எண்.	நிறுவனத்தின் பெயர்	நிறுவனத்தின் சமூகப்பொறுப்புணர்வு இல்லாத செயல்பாடு	சமூக பொறுப்புணர்வுகளின் பெயர்
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

19. நாளிதழ்கள், பத்திரிகைகளில் காணப்படும் உற்பத்தியாளர்கள் வெளியிட்டுள்ள சிறப்பு விற்பனைத் திட்டங்களைச் சேகரிக்கவும். உங்கள் அறிக்கையைக் கீழ்க்கண்ட படிவத்தில் பதிவு செய்யவும்.

பகுதி - VII

செய்முறை /
செயல்திட்ட
வேலை

குறிப்புகள்

வ. எண்.	நிறுவனத்தின் பெயர்	பொருளின் பெயர் மற்றும் ரகம்	திட்டம்	சிறப்பு விற்பனைத் திட்டத்தின் பெயர்
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

20. கீழ்க்கண்ட நிதி வளங்களின் ஒப்பீட்டு கருத்துகளை கீழ்க்கண்ட அட்டவணையில் பதிவு செய்யவும்.

வ. எண்	ஒப்பீட்டுக்கான அடிப்படை	பங்குகள்	கடன் பத்திரம்	வங்கியின் கடன்	பொது மக்கள் பண வைப்பு
1.	எளிதில் கிடைப்பது				
2.	அதன் விலை				
3.	நிறுவனத்தின் அமைப்பு				
4.	கட்டுப்பாடு				
5.	நாணயம் குறித்த நம்பிக்கை				
6.	நெகிழ்வுத்தன்மை				
7.	வரிச்சலுகை				

கலைத்திட்டம் வர்த்தகவியல் (இடைநிலை வகுப்பு)

1. நோக்கம்

மிகப் பரந்து விரிந்துள்ள சிக்கலான வியாபாரச் சூழலில் வாழ்ந்து கொண்டிருக்கிறோம். நாம் ஏழையோ, செல்வந்தரோ, நம்மைச் சுற்றி காணப்படும் வர்த்தகச் செயல்பாடுகள் நமது அடிப்படைத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்து வாழ்வை எளிதாக்கியுள்ளது. வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்தியுள்ளன. பழங்காலத்து வியாபார வழக்கங்களையும் வகைகளையும் நினைவுகூர்ந்து அவற்றை இன்றைய நடைமுறைகளோடு ஒப்பிடலாம். அறிவியல் தொழில்நுட்ப முன்னேற்றம் காரணமாகவும், சிறப்பான தகவல் தொடர்புகள் காரணமாகவும் இன்றைய வர்த்தக செயல்பாடுகள் மிக வேகமாக மாறிக் கொண்டிருக்கின்றன. நவீன உற்பத்தி, விநியோக முறைகள் இன்றைய வர்த்தகஉலகை, உலகச் சந்தையாக மாற்றியுள்ளன. ஒரு நாட்டின் உற்பத்திப் பொருட்களும், சேவைகளும் பிறநாடுகளில் உடனே கிடைக்கின்றன. அறிவியல் சார்ந்த நிர்வாகம், தகவல் தொழில்நுட்பப் பயன்பாடு, உடனே கிடைக்கும் நிதியாதாரம், காப்பீடு போன்றவை குழப்பமான வியாபாரச் செயல்பாடுகளுக்கு மிகச் சிறந்த தீர்வுகளை அளித்துள்ளன.

எனவே தமது அன்றாட வாழ்க்கையைப் பாதிக்கும் தற்கால வர்த்தகச் சூழ்நிலையை தெரிந்து கொண்டு பங்கேற்க நமது மாணவர்களுக்கு உதவுவது காலத்தின் தேவையாகும். வர்த்தக உலகைக் குறித்த அடிப்படை அறிவைப் புகட்டுவதற்கு இடைநிலைக் கல்வியில் வர்த்தகவியல் பாடம் மிகவும் பயனுள்ளதாகவிருக்கும்.

2. நோக்கங்கள்

இடைநிலைக் கல்வியில் கற்போர் வர்த்தகவியல் பாடத்தை கற்பதற்கான நேரங்களாவன :

- (i) வர்த்தகச் செயல்பாடுகளின் இயல்பையும், நோக்கத்தையும், அளவற்ற சமூகப் பொறுப்பு களையும் புரிந்து கொள்ளுதல்.
- (ii) வர்த்தகச் செயல்பாடுகளை தொழில் மற்றும் வணிகம் என்று வகைப்படுத்தவும். அவை களுக்கு வியாபார அமைப்புகளை தீர்மானித்தல்.
- (iii) சேமிப்புக் கிடங்கில் வைத்தல், போக்குவரத்து, தகவல் பரிமாற்றம், அஞ்சல், வங்கிகள், காப்பீடு போன்றவற்றை வர்த்தகத்திற்கு பயன்படுத்துவதின் முக்கியத்துவத்தை புரிந்துணர்தல்.
- (iv) வர்த்தக உலகின் புது வரவுகளான மின்னியல் வங்கி, வணிகச் செயல் அயலாக்கம், அறிவுச் செயல் அயலாக்கம் போன்றவற்றை விளக்குதல்.
- (v) விநியோகம் செய்யும் வழிகளையும், பல்வேறு சில்லறை வர்த்தக வகைகளையும் விளக்குதல்.
- (vi) விளம்பரம் செய்தல், சிறப்பு விற்பனை, நேரடி விற்பனை போன்றவற்றின் தேவையையும், முக்கியத்துவத்தையும் விவாதித்தல்.
- (vii) நுகர்வோர் பாதுகாப்பு, நுகர்வோர் குறைகள் தீர்த்தலின் தேவையையும், முக்கியத்துவத்தையும் புரிந்து கொள்ளுதல்.
- (viii) சுயவேலை செய்தலின் முக்கியத்துவத்தையும், ஒரு தொழிலை ஏற்று நடத்துவதற்கான திறன்களையும் புரிந்து கொள்ளுதல்.
- (ix) தனியாள் ஆய்வு முறையைப் பயன்படுத்தி செயல்த் திட்ட வேலையைச் செய்யும் திறனை வளர்த்துக் கொள்ளல்.

3. பாடத் திட்டங்கள்

வர்த்தகவியல் பாடத்திட்டம் ஏழு கிளையகங்களாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளன.

கிளையகம்	தலைப்பு	மதிப்பெண்கள்	காலம் (மணிகள்)
1	வியாபாரம் - ஒரு அறிமுகம்	12	25
2	வர்த்தக அமைப்புகளின் வகைகள்	15	35
3	சேவைத்துறை	25	45
4	வாங்கல் விற்பல் மற்றும் விநியோகித்தல்	20	45
5	நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு	16	35
6	வர்த்தகத்தில் தொழில் வாய்ப்புகள்	12	25
7	செய்முறை/செயல்திட்ட வேலை	00	30
மொத்தம்		100	240 மணிகள்

4. மதிப்பீடு

இப்பாடத்தின் மதிப்பீட்டுத் திட்டத்தில் ஆசிரியர் வழியாக நடைபெறும் அகமதிப்பீட்டு செய்முறையுடன் கூடிய புறமதிப்பீட்டுத் தேர்வும் உண்டு. இரண்டு தடவையாக ஏப்ரல் மற்றும் அக்டோபர் மாதங்களில் இறுதி அல்லது புறமதிப்பீட்டுத் தேர்வுகள் நடைபெறுகிறது. அகமதிப்பீட்டு ஒப்படைப்புகள் கற்றலுக்கு உதவிடும் உபயமாகும். இது கற்போரின் முன்னேற்றத்தை அறிந்து கொள்ளவும், தேர்வுக்கு தயார் செய்யவும் உதவிடும். இம்மதிப்பெண்கள் மதிப்பெண் பட்டியலில் இடம்பெறும். ஆனால் பொதுத் தேர்வுக்கான ஒட்டுமொத்த கிரேடில் சேர்க்கப்பட மாட்டாது. பகுதி ஏழில் உள்ள செயல்திட்ட வேலை தேர்வின் ஒரு பகுதியாக இராது. ஆனால் வியாபாரச் செயல்பாடுகள் குறித்த செயல்முறை அறிவைக் கற்போர்கள் பெற்றிட உதவிடும். இந்த இரண்டு மதிப்பீட்டு யுக்திகளையும் தவிர ஒவ்வொரு பாடத்திலும் பாடப்பகுதி வினாக்களும் இறுதி வினாக்களும் ஏராளமாக வழங்கப்பட்டுள்ளன.

5. பாடங்களின் விளக்கவுரை

5.1 வர்த்தகம் ஓர் அறிமுகம் 12 மதிப்பெண்கள் 25 மணிகள்

நாம் வர்த்தகச் சூழலில் வாழ்கின்றோம். அது நமது வாழ்வின் தவிர்க்க முடியாத பகுதியாக உள்ளது. பரவலான வர்த்தக இணைப்புச் செயல்களின் உதவியால் இவை நமது தேவைகளை நிறைவேற்றுவதற்காக பொருட்களையும், சேவைகளையும் வழங்குகின்றன. வர்த்தக உலகைத் தெரிந்து கொள்ளவும், அதன் முக்கியத்துவம், நோக்கங்களைக் கண்டறியவும், பல்வேறு வர்த்தகச் செயல்பாடுகளையும், புதிய முன்னேற்றங்களான மின்னியல் வணிகம் (e-commerce) போன்றவைகளை புரிந்து கொள்ளவும், வர்த்தகத்தில் தொடர்புள்ள அனைத்து பங்குதாரர்களின் பொறுப்புகளை புரிந்து கொள்ளவும் இக்கிளையகம் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது.

5.1.1 வர்த்தகம் ஒரு அறிமுகம்

வர்த்தகத்தின் இயல்பும் நோக்கமும்

- மனிதனின் செயல்பாடுகள் : பொருளியல் மற்றும் பொருளியல் தொடர்பில்லாத செயல்பாடுகள்
- பொருளாதாரச் செயல்பாடுகள் : வியாபாரம், தொழில், வேலைக்குச் செல்வது
- வியாபாரம் : பொருள், பண்பியல்புகள்

- பரிணாமம், நோக்கங்கள், பொருளாதார சமூக, மானுட, தேசிய, உலக நோக்கங்கள்
- வர்த்தகத்தில் சமூகப் பொறுப்பு - கருத்து, தொடர்புள்ளோர் மேல் பொறுப்பு
- சுற்றுப்புறம் மாசுபடுதல் மற்றும் வர்த்தகத்தின் பங்கு

5.1.2 தொழில் மற்றும் வணிகம்

- வர்த்தகச் செயல்பாடுகளின் வகைப்பாடு - தொழில் மற்றும் வணிகம்
- தொழில் மற்றும் வகைகள்
- வணிகம் - வர்த்தகம் அதன் துணைப் பிரிவுகள்
- மின்னியல் வணிகம் - பொருள் மற்றும் பயன்கள்

5.2 வர்த்தக அமைப்பின் வகைகள் 15 மதிப்பெண்கள் 35 மணிகள்

அளவு, உரிமை, நிர்வாகத் தேவைகள் அடிப்படையில் வர்த்தக அமைப்புகளுக்கு குறிப்பான அமைப்புகள் உண்டு. இக்கிளையகத்தைப் படித்து முடித்த பின்னர் வியாபார நிறுவனங்களை ஏகபோக உரிமை, கூட்டு வியாபாரம், பிரியாத இந்துக் கூட்டுக் குடும்பம், கூட்டு பங்கு நிறுவனங்கள் போன்று வகைப்படுத்த முடியும்.

5.2.1 ஏகஉரிமை, கூட்டு வியாபாரம், பிரியாத இந்துக் கூட்டுக் குடும்பம்

- ஏக உரிமை வியாபாரம் - பொருள், பண்புகள், நிறைகள் மற்றும் குறைகள்
- கூட்டு வியாபாரம் - பொருள், பண்புகள்
- நிறைகள் மற்றும் குறைகள் - குறைவான சுமையுள்ள கூட்டு வியாபாரம்
- பிரியாத இந்துக் கூட்டுக் குடும்பம் - பொருள் பண்புகள் - நிறைகள் மற்றும் குறைகள்

5.2.2 கூட்டுறவு சொசைட்டிகள் மற்றும் கூட்டு பங்கு நிறுவனங்கள்

- கூட்டுறவு சொசைட்டி - பொருள் - வகைகள்
- பண்புகள், நிறைகள் மற்றும் குறைகள்
- கூட்டு பங்கு நிறுவனங்கள் - பொருள், பண்புகள், வகைகள் - பொதுத்துறை, தனியார்துறை, அரசு நிறுவனம், பன்னாட்டு கம்பெனி

5.3 சேவைத்துறை

25 மதிப்பெண்கள்

45 மணிகள்

இன்று வியாபாரம் சிக்கல் நிறைந்ததாகவும் நுட்பம் நிறைந்ததாகவும் மாறிவிட்டது. போக்குவரத்து, சேமிப்புக் கிடங்கு, தகவல் தொடர்பு, அஞ்சல், வங்கி, காப்பீடு, வணிகச் செயல் அயலாக்கம் போன்ற செயல்பாடுகள் கிடைப்பதைப் பொறுத்து இதன் வெற்றி அமைகிறது. இது வியாபாரம் வெற்றிகரமாக நடந்திட வழிகோலுகிறது. உலகம் முழுவதும் வியாபாரச் செயல்பாடுகளை வளர்த்திட உதவுகின்றது. சேவைச் செயல்பாடுகளை பற்றிய ஆழ்ந்த அறிவை வளர்த்திட இக்கட்டகம் உதவுகின்றது.

5.3.1 போக்குவரத்து சேவைகள்

- போக்குவரத்து - பொருள், முக்கியத்துவம்
- போக்குவரத்து வகைகள் - ரெயில், சாலை வழி, கடல்வழி, ஆகாய வழி - சிறப்பியல்புகள் நிறைகள் குறைகள்.

5.3.2 பண்டகக் காப்பகங்கள் வழங்கும் சேவைகள்

- பண்டகக் காப்பகம் என்பதன் பொருள் அவசியம்
- பண்டகக் காப்பகங்களின் வகைகள்

- ஒரு சிறந்த பண்டகக் காப்பகத்தின் பண்புகள்
- பண்டகக் காப்பகத்தின் செயல்பாடுகள்
- பண்டகக் காப்பகத்தின் பயன்கள்

5.3.3 தகவல் தொடர்புச் சேவைகள்

- பொருள் மற்றும் முக்கியத்துவம்
- வகைகள் மொழி சார்புள்ளது. மொழிச் சார்பில்லாதது.
- தகவல் பரப்பும் வழிகள்: கடிதம், தொலைபேசி, தந்தி, டெலிபிரிண்டர், தொலைதூர உரையாடல்கள் பேக்ஸ், இணையகம்
- தகவல் பரப்புக்குத் தடைகள்

5.3.4 அஞ்சல் சேவையும் தூதஞ்சல் சேவையும்

- அஞ்சல் சேவைகளின் பொருள் மற்றும் இயல்புகள்
- அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் சேவைகள்
- சிறப்பான அஞ்சல் சேவைகள்
- அஞ்சல் சேவைக்கு ஸ்டாம்புகள்
- அஞ்சல் சேவைகளின் முக்கியத்துவம்
- தனியார் நடத்தும் தூதஞ்சல் சேவைகள்

5.3.5 வங்கிச் சேவைகள்

- வங்கி என்பதன் பொருள், வங்கு
- வங்கிகளின் வகைகள்
- வர்த்தக வங்கியின் செயல்கள்
- மத்திய வங்கி
- வங்கி வைப்புக் கணக்குகள் - வகைகள்
- வங்கி சேமிப்பு கணக்கு துவக்குவதும் பயன்படுத்துவதும்
- மின்னியல் வங்கி (E-banking)

5.3.6 காப்பீடு

- வர்த்தகத்தில் ஆபத்துக்கள்
- காப்பீடு என்பதன் பொருள், முக்கியத்துவம்
- காப்பீடு வகைகள்-ஆயுள் பொது காப்பீடு, தீ, பொது, கப்பல் மற்றும் பிற வகைகள்
- காப்பீடு செய்வதன் நோக்கங்கள்

5.3.7 அயலாக்கம்

- வர்த்தகச் செயல் அயலாக்கம் (BPO)
- அறிவுச்செயல் செயல்பாடு அயலாக்கம் (KPO)

5.4 வாங்குதல், விற்றல் மற்றும் விநியோகித்தல் 20 மதிப்பெண்கள் 45 மணிகள்

இன்றைய வர்த்தக உலகில் அதிக உற்பத்தி காரணமாக சீரிய முறையில் விற்பனை செய்வதும், விநியோகம் செய்வதும் தேவைப்படுகிறது. நவீன தொழில்நுட்பம் விற்பனை மற்றும் விநியோக யுக்திகளில் புரட்சி செய்துள்ளது. தற்சமயம் ஒரு நாட்டில் உற்பத்தியாகும் பொருட்களும் சேவைகளும் பிற நாடுகளில் உடனடியாக கிடைக்கின்றன.

பொருட்களையும், சேவைகளையும் வாங்குவதும், விற்றலும், விநியோகித்தலும் குறித்து கற்போருக்கு புரிந்துணர்வை உருவாக்க இக்கிளையகம் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. இதற்கு பல்வேறு விளம்பர முறைகளும், சிறப்பு விற்பனை முறைகளும் பயன்படுகின்றன.

5.4.1 வாங்குவதும் விற்றலும்

- வாங்குவது விற்பது என்பதன் பொருள்.
- வகைகள் : ரொக்கம், பற்று
- வாங்குதல் விற்றல் செயல்பாட்டின்போது பயன்படுத்தப்படும் ஆவணங்கள் : விலைப்புள்ளி வழங்கல் ஆணை, பொருள் விலைப்பட்டியல், பணவரவுச் சீட்டு, பணம் செலுத்து சீட்டு
- பணம் செலுத்தும் முறைகள் : ரொக்கம் செலுத்துதல், நிறுத்தப்பட்ட தவணை முறைத் திட்டம், கடன் காலத்தில் கடைசியில் செலுத்தும் பணம்.

5.4.2 விநியோக வழிமுறைகள்

- விநியோக வழிகள் என்பதன் பொருள்
- நேர்முக, மறைமுக விநியோக வழிகள்
- விநியோகம் செய்வதில் மொத்த வியாபாரிகள் சில்லறை வியாபாரிகளின் பங்கு

5.4.3 சில்லறை வர்த்தகம்

- சில்லறை வர்த்தகம் வகைகள் - சிறிய அளவு மற்றும் பெரிய அளவு
- பெரிய அளவு சில்லறை வர்த்தகம் செய்யுமிடங்கள் டிபார்மெண்டல் ஸ்டோர், சூப்பர் பஜார், மல்டிபிள் ஷாப், மால்கள், நிறுவனங்களின் சில்லறை விற்பனைக் கடைகள்.
- கடையில்லாத சில்லறை வர்த்தகம்! அஞ்சல் ஆணை வர்த்தகம் - தொலைபேசி வழியாக வாங்குதல்- தானியங்கி விற்பனை இயந்திரம் - இணைய வழி விற்பனை

5.4.4 விளம்பரம் செய்தல்

- விளம்பரம் செய்தல் : பொருள் மற்றும் முக்கியத்துவம்
- விளம்பர ஊடகங்கள்

5.4.5 சிறப்பு விற்பனையும் நேரடி விற்பனையும் (Sales Promotion and Personal Selling)

- சிறப்பு விற்பனை : பொருள் மற்றும் முக்கியத்துவம்
- சிறப்பு விற்பனைக்கான உபாயங்கள்
- நேரடி விற்பனை பொருள் மற்றும் முக்கியத்துவம்
- சிறந்த விற்பனையாளரின் பண்புநலன்கள்

5.5 நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு

16 மதிப்பெண்கள்

35 மணிகள்

நுகர்வோரை திருப்தியடையச் செய்வதுதான் ஒவ்வொரு வியாபாரத்தின் முக்கிய நோக்கமாகும். இருப்பினும் நடைமுறையில் நுகர்வோர் பல்வேறு வழிகளில் வர்த்தகர்களால் சுரண்டப்படுகிறார்கள். சில சமயம் தரம் குறைந்த பொருட்கள் விற்கப்படுகின்றன அல்லது அதிக விலை வசூலிக்கப்படுகிறது. இத்தகைய நிகழ்வுகள் நுகர்வோர்கள் தங்கள் உரிமைகளையும் பொறுப்புகளையும் குறித்து விழிப்புணர்வு இல்லாது இருப்பதாலே நடக்கின்றன. இதன் பொருட்டு நுகர்வோரின் உரிமைகள், பொறுப்புகள் பற்றியும் பல்வேறு சட்டத்தின் கீழ் நுகர்வோருக்கு அளிக்கப்பட்டுள்ள பாதுகாப்பும் குறித்து கற்கும் மாணவர்களுக்கு நல்ல புரிதலை இக்கட்டகம் உருவாக்க உதவிடும்.

5.5.1 நுகர்வோர் - உரிமைகளும் கடமைகளும்

- நுகர்வோர் - பொருள்
- நுகர்வோரின் உரிமைகள்
- நுகர்வோரின் பொறுப்புகள்

5.5.2 நுகர்வோர் பாதுகாப்பு

- பொருள் மற்றும் அதன் தேவை
- நுகர்வோர்கள் சந்திக்கும் பிரச்சனைகள்
- நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் தொடர்புடையவர்கள்
- நுகர்வோர்களுக்குள் சட்டப் பாதுகாப்புகள்
- நுகர்வோர் அமைப்புகளும் குறைகள் தீர்க்கும் வழிகளும்

5.6 வர்த்தகத்தில் வேலை வாய்ப்புகள் 12 மதிப்பெண்கள்

25 மணிகள்

நமது வாழ்வை நடத்த பணம் ஈட்ட நாம் ஏதாவது காலகட்டத்தில் வேலையைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டியுள்ளது. இது நமது வாழ்வின் முக்கியமான பகுதியாகும். வர்த்தகத் துறை ஏராளமான சுயவேலை வாய்ப்புகளையும் ஊதியத்திற்கான வேலை வாய்ப்புகளையும் வழங்குகிறது. வேலையில்லாத திண்டாட்டத்தைப் போக்கவும், நாட்டின் முன்னேற்றத்திற்கும் சுயவேலை செய்வது சிறந்த தீர்வாகும். சுய வேலை சவால் நிறைந்ததும் மகிழ்ச்சி தரும் அனுபவமும் ஆகும். இதை நோக்கமாகக் கொண்டு பல்வேறு வேலை வாய்ப்புகளையும், வேலை உலகத்திற்கு செல்வதற்குத் தேவையான திறன்களை கற்போர்களிடம் தெரிவிப்பதற்காக இக்கட்டகம் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது.

5.6.1 வாழ்வுக்கான ஒரு தொழிலைத் தேர்ந்தெடுத்தல்

- வாழ்வுக்கான தொழில் என்பதன் பொருளும் முக்கியத்துவமும்
- வியாபாரத் துறையில் வேலைக்கான வாய்ப்புகள்
- சுயவேலையின் முக்கியத்துவம்
- தொழிலை எடுத்துச் செய்திட வேண்டிய திறன்கள்

5.6.2 தொழில் முனைவு

- பொருளும் முக்கியத்துவமும்
- வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோரின் பண்பு நலன்கள்
- தொழில்முனைவோரின் செயல்கள்
- சிறியதொரு தொழில் நிறுவனத்தைத் தொடங்குதல்

5.7 செய்முறை / செயல்திட்ட சேவை 00 மதிப்பெண்கள்

30 மணிகள்

கற்கும் மாணவர்கள் கடைசியில் சம்பளத்திற்கான வேலையிலோ அல்லது சுயவேலையிலோ சேர்ந்து பணியாற்ற வேண்டியிருக்கும். அவர்களுக்கு ஒதுக்கப்பட்ட பணியில் எவ்வளவு திறமையுடன் செயல்படுகிறார்களோ அதைப் பொறுத்து அவர்கள் வெற்றி அமைகிறது. இக்கிளையகமானது அவர்களுக்கு கொடுக்கப்பட்ட வேலைகளை செய்து நிறைவேற்றுவதற்குரிய திறன்களை வளர்க்கும் நோக்கத்துடன் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. இதில் தனியாள் ஆய்வு அணுகுமுறை (case study approach) பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

வர்த்தக உலகின் பல்வேறு கூறுகளை புரிந்து கொள்வதற்குரிய திறன்களை வளர்ப்பதற்கும், வாழ்வுக்கு பயன்படும் வகையிலும் செயல்திட்ட வேலை பயன்படும்.

மாதிரி வினாத்தாள் (வர்த்தகவியல்) இடைநிலைக் கல்வி

வர்த்தகவியல் பாடத்திட்டம் 2012-2013 ஆண்டு முதல் மாற்றப்பட்டுள்ளதை நீங்கள் அறிந்திருப்பீர்கள். இப்பாடத்திற்கு புதுப்பாடப் புத்தகம் தயாரிக்கப்பட்டுள்ளது. தேர்வுத் திட்டத்திலும் வினாத்தாள் அமைப்பிலும் சில மாற்றங்கள் செய்யப்பட்டுள்ளன. இப்பகுதியில் நீங்கள் வினாத்தாள் வடிவமைப்பு, மாதிரி வினாத்தாள், மதிப்பெண் வழங்கும் திட்டத்தையும் காணலாம். வினா வடிவமைப்பில் வினா வகைகள், வினாக்களின் எண்ணிக்கை, ஒவ்வொரு வினாவுக்கும் ஒதுக்கப்பட்டுள்ள மதிப்பெண்கள், புத்தகத்தின் ஒவ்வொரு கிளையகத்திற்கும் ஒதுக்கப்பட்டுள்ள மதிப்பெண்கள் போன்றவற்றையும் தெரிந்து கொள்ளலாம்.

மாதிரி வினாத்தாளில் காணப்படுவது போன்ற அதே எண்ணிக்கையில் அதே வினா வகையில் தான் இறுதித் தேர்வுக்கான வினாத்தாளும் அமைந்திடும். ஒவ்வொன்றும் 1 மதிப்பெண்கள் கொண்ட 10 பலவுள்ள தேர்வு வினாக்களும் (Multiple choice) ஒவ்வொன்றும் 3 மதிப்பெண்கள் கொண்ட 5 மிகச் சிறுவிடை வினாக்களும் ஒவ்வொன்றும் 4 மதிப்பெண்கள் கொண்ட சிறுவிடை வினாக்களும், 5 மதிப்பெண்கள் கொண்ட 5 நீண்ட விடை வினாக்களும், 6 மதிப்பெண்கள் கொண்ட 5 மிக நீண்டவிடை வினாக்களும் வினாத்தாளில் இடம்பெறும். இவ்வாறாக மொத்தம் 30 வினாக்களுக்கும் மொத்த மதிப்பெண்கள் 100 ஆகும்.

மாதிரி வினாத்தாளைத் தொடர்ந்து மதிப்பெண்கள் வழங்கும் திட்டம் தரப்பட்டுள்ளது. அதில் வினாக்களுக்கு எதிர்பார்க்கும் விடைக் குறிப்புகள் வழங்கப்பட்டுள்ளன. இது வினாக்களுக்கு விடையளிப்பது எப்படி என்பதை விளக்குவதற்காகக் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு வினாவுக்கான விடைக் குறிப்புகளையும் மதிப்பெண் பங்கிடு குறித்தும் அறிந்து கொள்ளலாம்.

தேர்வில் நல்ல மதிப்பெண்கள் பெற்று வெற்றி பெற மதிப்பெண் ஒதுக்கீட்டு முறை உங்களுக்கு உதவிடும் என நம்புகிறோம். வேறு ஏதேனும் ஐயங்கள் இருப்பின் நீங்கள் தேசிய திறந்தநிலை பள்ளியை தயக்கமின்றி அணுகலாம்.

மாதிரி வினாத்தாள்

பாடம்: வியாபாரவியல் கல்வி

மொத்த மதிப்பெண்கள்: 100

வகுப்பு: X

காலம் : 3 மணிகள்

1. கற்றல் குறிக்கோளுக்கான மதிப்பெண் ஒதுக்கீடு

நோக்கங்கள்	மதிப்பெண்கள்	மதிப்பெண் விழுக்காடு
அறிதல்	30	30
புரிதல்	50	50
பயன்படுத்தல்	20	20
மொத்தம்		100

2. வினா வகைகளுக்கான மதிப்பெண் ஒதுக்கீடு

வினா வகை	வினாக்களின் எண்ணிக்கை	ஒரு வினாவுக் குரிய மதிப்பெண்	மொத்த மதிப்பெண்கள்	விடையளிக்க எடுத்துக்கொள்ளும் காலம்
MCQ	10	1	10	10
குறுகிய வினா	5	3	15	25
சிறு வினா	5	4	20	30
பெரு வினா	5	5	25	50
மிகப்பெரு வினா	5	6	30	50
	30		100	165 + 15 = 180

3. பாடப் பகுதிகளுக்கான மதிப்பெண் ஒதுக்கீடு

	கிளையகம்	மதிப்பெண்கள்
1	வர்த்தகம் ஓர் முன்னுரை	12
2	வர்த்தக நிறுவனங்களின் வகைகள்	15
3	சேவைத் துறை	25
4	வாங்கல் விற்றல் விநியோகித்தல்	20
5	நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு	16
6	வர்த்தகத்தில் வேலை வாய்ப்புகள்	12
7	திட்டப்பணி	00
		100

மதிப்பெண் திட்டம்

வினா எண்	எதிர்பார்க்கும் விடைகள்	மதிப்பெண்கள்
1	ஈ	1
2	ஆ	1
3	இ	1
4	இ	1
5	ஆ	1
6	ஆ	1
7	ஆ	1
8	ஆ	1
9	ஆ	1
10	ஈ	1

11. வியாபாரம் சமூக பொறுப்புள்ளதாக இருத்தல் வேண்டும். ஏனென்றால் (கீழ்க்கண்டவைகளில் ஏதேனும் மூன்று சுருக்கமான கூற்றுக்கள் (1 × 3 = 3))
- (அ) பொதுமக்கள் கருத்து
 (ஆ) அரசின் சட்ட திட்டங்கள்
 (இ) நிலைத்திருத்தலும் வளர்ச்சியும்
 (ஈ) தொழிலாளர் மனநிறைவு
 (உ) நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு
12. அறிவுநூட்டப் தொழிலின் சிறப்பியல்புகள் (ஏதேனும் மூன்றை சுருக்கமாக விளக்குதல்)
- (அ) அது ஒரு பணி
 (ஆ) சிறப்பான கல்வி அறிவும் பயிற்சியும் தேவை
 (இ) சேவை அளிப்பது முக்கிய நோக்கமாகும்.
 (ஈ) தொழில் பணி அமைப்பால் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. (1 × 3 = 3)
13. கூட்டாண்மை நிறுவன அமைப்பின் பண்புகள் (ஏதேனும் மூன்று சுருக்கமான விளக்கத்துடன்) (1 × 3 = 3)
- (அ) இரண்டு அல்லது மூன்று எடுத்துக்காட்டுகள்
 (ஆ) ஒப்பந்த அடிப்படையில் தொடர்பு
 (இ) சட்டப்படியான வியாபாரம்
 (ஈ) லாபத்தை பங்கீடு செய்தல்
 (உ) வரையரையற்ற பொறுப்பு ஏற்பு
 (ஊ) முகவர் தொடர்புத் தத்துவம்
14. நேரில் பார்த்து வாங்குதல்: நீங்கள் ஒரு சட்டை அல்லது பேனா அல்லது கொஞ்சம் காய்கறி வாங்க நினைக்கிறீர்கள் என்றால் என்ன செய்வீர்கள்? அருகாமையில் உள்ள கடைக்குச் சென்று வாங்குவதற்கு முன்னர் சட்டையையோ, பேனாவையோ அல்லது காய்கறிகளையோ சரிபார்த்து வாங்குவீர்கள். இதுதான் நேரில் பார்த்து வாங்கும் பொதுவான வழக்கமாகும். அதாவது வாங்குபவர் விற்பவரிடம் நேரடியாகச் சென்று வாங்கத் திட்டமிட்டுள்ள பொருளை பார்த்துவிட்டு வாங்குகிறார். பொதுவாக சில்லறை வியாபாரத்தில் இது நடைபெறுகிறது.

மாதிரியைப் பார்த்து வாங்குவது: மொத்தமாக பொருட்களை வாங்கும்போது, அவை அனைத்தையும் ஆய்வு செய்வது இயலாத காரியமாகும். நாம் வாங்க நினைக்கும் பொருளின் மாதிரியைப் பார்க்கிறோம். மூலப்பொருட்கள், உணவுப் பொருட்கள் போன்றவற்றின் மாதிரி என்பது அதன் சிறு பகுதியாகும். அதேபோல மொத்தப் பொருளும் இருக்கும் என்பதும் கணக்காகும். மாதிரி போன்றே மொத்தப் பொருளின் தரம் இருக்கும் என்பது எதிர்பார்ப்பாகும். துணி, கயிறு, மெத்தைகள் போன்ற வழக்கமான உற்பத்திப் பொருட்களின் மாதிரி போன்று மொத்தமும் இருக்கும். அதுபோலவே வண்ணம், வடிவமைப்பு போன்றவையும் இருக்கும். சில சமயம் அதற்கு குறியீட்டு எண் வழங்கப்படுகிறது. வாங்குதல் ஆணை அளிக்கும்போது அந்த எண்ணை குறிப்பிடலாம். மாதிரி / காட்டப்பட்ட ரகம் போலவே மொத்த வழங்கு பொருளும் இருந்திடும் என்பதை வியாபாரத்தில் ஈடுபடும் இருவரும் பரஸ்பரம் ஒத்துக்கொள்கின்றனர். $(1\frac{1}{2} \times 2 = 3)$

15. அஞ்சல் அலுவலகம் வழங்கும் சேவைகள் (சுருக்கமான விளக்கம்)

(அ) காப்பீடு சேவை

(ஆ) பிற சேவைகள்

$(1\frac{1}{2} \times 2 = 3)$

16. கூட்டுப் பங்கு நிறுமம் என்பது சட்டத்தால் உருவாக்கப்பட்ட புனைவு நபர், இது சட்டத்தால் உருவாக்கப்பட்டதும் நிலையான தொடர்ச்சியும் பொது முத்திரையையும் கொண்டது. கூட்டு பங்கு நிறுமத்தின் பண்புகள் (ஏதேனும் 3 விளக்கத்துடன்)

(அ) சட்டபூர்வமான புனைவு நபர்

(ஆ) தனியான சட்டம் உள்ளது

(இ) வரையரையுள்ள பொறுப்பு

(ஈ) பொதுவான முத்திரை

$(1 + 3 = 4)$

17. (அ) காப்பீட்டுக்குரிய நலன்கள் : நிதி அல்லது பொருள் நலன் காப்பீடு செய்ததற்குரியவைகள்
(ஆ) காப்புரிமை: காப்பீடு செய்யப்படுவது எந்த நிகழ்வுக்கு எதிராக காப்பீடு செய்யப்பட்டுள்ளதோ அதன் மூலம் எந்த லாபம் அடைய அனுமதிக்கப்படாது. $(2 + 2 = 4)$

18. கூட்டுக் கடைகளின் பலன்கள் (ஏதேனும் இரண்டு சுருக்கமான விளக்கத்துடன்)

(அ) எளிதில் அடையாளம் காணுதல்

(ஆ) இடைத்தரகர் நீக்கம்

(இ) பெரிய அளவினால் பணம் மிச்சமாகுதல்

(ஈ) குறைந்த விலை

கூட்டுக்கடைகளின் குறைபாடுகள் (ஏதேனும் இரண்டு சுருக்கமான விளக்கத்துடன்)

(அ) குறைவான விருப்ப வாய்ப்பு

(ஆ) கடன் வசதி கிடையாது

(இ) பேரம் பேசுதல் கிடையாது

(ஈ) தன்முயற்சி குறைவு

$(1 \times 4 = 4)$

19. வாடிக்கையாளர்கள் எதிர்கொள்ளும் கேடான நடைமுறைகள் (ஏதேனும் நான்கு சுருக்கமான விளக்கத்துடன்)

(அ) கலப்படம் செய்தல்

(ஆ) தவறான பொருட்களை விற்பனை செய்வது

(இ) பொய்யான எடைக்கற்கள் அளவுகோல்களை பயன்படுத்தவது

(ஈ) போலிகளை விற்பனை செய்வது

(உ) பதுக்கலும் கள்ளச் சந்தையும்

(ஊ) இணைத்து விற்பனை செய்தல்

(எ) திசை திருப்பும் விளம்பரங்கள்

$(1 \times 4 = 4)$

20. சம்பளத்திற்கு வேலை செய்தலுக்கும் சுய வேலைக்குமுள்ள வேறுபாடுகள்

(1 × 4 = 4)

எண்	அடிப்படை	சுயவேலை	சம்பளத்திற்கான வேலை
1	இயல்பு செயல்பாடுகளில் ஈடுபடல்.	தனக்குச் சொந்தமான ஈடுபடல்.	முதலாளி தரும் செயல்பாடுகளில் ஈடுபடல்.
2	நிலை	உரிமையாளர் என்ற நிலை அவரே முதலாளி.	வேலையாளர் என்ற நிலை
3	வருமானம்	குறிப்பிட்ட வருமானம் இல்லை.	குறிப்பிட்ட வருமானம் முதலாளி தீர்மானித்தல் கூட்டலாம் அல்லது குறைக்கலாம்.
4	ஆபத்தை எதிர்நோக்கல்	சில நேரங்களில் நஷ்டம் ஏற்படலாம். வருமானம் குறையலாம்.	முதலாளி தொடர்ந்து இருக்கும் வரை வருமானத்திற்கு ஆபத்து இல்லை.

21. நாட்டின் பொருளாதாரத்தில் வங்கியின் பங்கு (ஏதேனும் ஐந்து குறிப்புகள்) (1 × 5 = 4)

- (அ) மக்களிடையே சேமிக்கும் வழக்கத்தை வளர்க்கிறது. சேமித்த பணம் பயனுள்ள வர்த்தகச் செயல்பாடுகளுக்குப் பயன்படுகிறது.
- (ஆ) உபரியாக பணம் வைத்திருப்பவர்களுக்கும் தேவைப்படுபவர்களுக்குமிடையே இணைப்பாளாக விளங்குகிறது.
- (இ) பணத்திற்குப் பதிலாக காசோலைகள் வழியாக பணம் பெறுவதையும், கொடுப்பதையும் எளிதாக்குகிறது.
- (ஈ) குறைந்த காலத்திற்கு வியாபாரிகளுக்குக் கடன் வசதியையும், முன்பணத்தையும் அளிக்கிறது.
- (உ) ஏற்றுமதி, இறக்குமதி பரிமாற்றத்திற்கு வழிகோலுகிறது.
- (ஊ) விவசாயிகளுக்குக் கடன் வழங்குவது, சிறுதொழில் நிறுவனங்கள், சுயதொழில் செய்வோர் போன்றோருக்கும் பெரிய தொழில் அமைப்புகளுக்கும் கடன் அளித்து நாட்டின் வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது.
- (எ) நுகர்வுப் பொருள்கள், வீடு, வாகனங்கள் வாங்குவதற்கு மக்களுக்கு கடன் வசதியளித்து வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்திட உதவுதல்.

22. நுட்பத் திறமையையும் நெகிழ்வுத் தன்மையுள்ள, வரையறையுள்ள புதுமையான திறனுள்ள மேலாண்மையுள்ள தொழில் முனைவுக்கு ஆவன செய்து, வரையறையுள்ள பொறுப்புகள் என்ற பயன்களை அளித்து அவர்களது உள் அமைப்பில் மாறுதல் உண்டாக்குவதற்கு அனுமதிக்கும் கூட்டாண்மை தொழில் தான் பொறுப்புள்ள கூட்டாண்மை ஆகும்.

2008 ஆம் ஆண்டு வரையறையுள்ள பொறுப்புள்ள கூட்டாண்மைச் சட்டத்தின் முக்கிய கூறுகள் ஆவன

- (அ) வரையறையுள்ள பொறுப்புள்ள கூட்டாண்மை என்பது ஒரு கார்ப்பரேட் அமைப்பாகும். அதன் கூட்டாளிகளிடையே சட்டப் பாதுகாப்பு மாறுபட்டது.
- (ஆ) இதிலுள்ள கூட்டாளிகளின் பரஸ்பரம் உரிமைகளும் கடமைகளும் செயல் ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் அமையும்.
- (இ) ஒவ்வொரு வரையறையுள்ள பொறுப்புள்ள கூட்டாண்மையில் குறைந்தது இரண்டு பங்காளிகள் இருப்பார்கள். குறைந்தது இருவர் அதிகாரபூர்வமான பங்காளிகள் இருப்பதற்கு அவர்களில் குறைந்தபட்சம் ஒருவராவது இந்தியக் குடிமகனாக இருத்தல் வேண்டும்.

(2 + 3 = 5)

23. வர்த்தகச் செயல் அயலாக்கம் என்பது ஒரு தனது உள் அமைப்பில் அல்லது சேவைகளில் செய்து முடிக்கக்கூடிய ஒரு பொறுப்பை பிற்தொரு நபரிடம் அளித்து முடிக்கச் செய்வது ஆகும்.
வர்த்தகச் செயல் அயலாக்கத்தின் பயன்கள் (ஏதேனும் மூன்று)
- (அ) செலவுக்குறைவு ஏற்படல்
(ஆ) நிறுமத்தின் முக்கிய தொழிலைக் கவனிக்க முடிதல்
(இ) வெளியுலக நிபுணத்துவம் பெறுதல்
(ஈ) தொடர்ந்து மாறிவரும் வாடிக்கையாளர் தேவைகளைச் சந்தித்தல்
(உ) வருவாயை அதிகப்படுத்தல் (2 + 3 = 5)
24. மொத்த வியாபாரிகளின் செயல்பாடுகள் (ஏதேனும் ஐந்து சுருக்கமான விளக்கத்துடன்)
- (அ) பொருளைச் சேகரித்தல்
(ஆ) பொருட்களை இருப்பில் வைத்தல்
(இ) விநியோகித்தல்
(ஈ) நிதியளித்தல்
(உ) ஆபத்தை சந்திப்பது
(ஊ) ரகம் பிரித்தல்
(எ) விலை நிர்ணயம் செய்தல் (1 × 5 = 5)
25. நுகர்வோர் பாதுகாப்புக்கு உதவிடும் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களின் அதிகார எல்லை வரம்புகள் 1986ஆம் ஆண்டு நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் கீழ் உருவாக்கப்பட்ட நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள் மாவட்ட, மாநில, தேசிய அளவில் உள்ளன. இவைகள் மாவட்டக்குழு, மாநில நுகர்வோர் குறைகள் தீர்க்கும் கமிஷன் (மாநில குழு) தேசிய நுகர்வோர் குறைகள் தீர்க்கும் கமிஷன் (தேசியக்குழு) ஆகும். எந்தவொரு நுகர்வோர் அல்லது நுகர்வோர் சங்கமோ பொருட்களின் விலை மதிப்பு அல்லது இழப்பீட்டுத் தொகை வேண்டுதல் தொகையைப் பொறுத்து இம்மூன்றில் ஒன்றில் எழுத்து வடிவத்தில் புகார் அளிக்கலாம்.
இத்தொகை ரூ. 20 லட்சத்திற்கு மிகாமல் இருந்தால் புகார் மாவட்டக் குழுவின் அதிகார ஆளுகைக்குள் வரும். மாநில கமிஷன் ரூ. 20 லட்சத்திற்கு அதிகமான ஆனால் ரூ. 1 கோடிக்கு குறைவான மதிப்புள்ள வழக்குகளை விசாரிக்கும் அதிகாரம் கொண்டது. மாவட்ட குழுவின் தீர்ப்பை எதிர்த்து மேல்முறையீட்டையும் மாநில கமிஷன் விசாரணை செய்யும்.
தேசியக் கமிஷன் ரூ. 1 கோடிக்கு அதிகமான ஈட்டுத்தொகை கோருதல்களையும், புகார்களையும் விசாரணை செய்யும். மேலும் மாவட்டக் குழுவின் தீர்ப்புக்கு எதிரான மேல்முறையீட்டு மனுக்களையும் விசாரணை செய்யும். பாதிக்கப்பட்டவர் தேசியக் கமிஷனின் தீர்ப்புக்கு எதிராக உச்சநீதிமன்றத்தில் மேல்முறையீடு செய்யலாம். (5)
26. லாபத்தை அதிகப்படுத்துவது மட்டும்தான் வியாபாரத்தின் ஒரே நோக்கமல்ல. இதற்கு வேறு பல குறிக்கோள்களும் உண்டு. அவையாவன (ஏதேனும் மூன்று சுருக்கமான விளக்கத்துடன்)
- (அ) வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்குவது
(ஆ) தொடர்ந்து புதுமை புகுத்துதல்
(இ) வளங்களை சிறந்த வகையில் பயன்படுத்தல்
(ஈ) தரமான பொருட்களையும், சேவைகளையும் உருவாக்குதல்
(உ) விநியோகித்தலும், பணியாட்களின் பொருளாதார மேம்பாடு (2 × 3 = 6)
27. சிறப்பான கருத்து பரிமாற்றத்திற்கு எதிரான பொதுவான தடைகள் (ஏதேனும் ஆறு கருத்துகள் சுருக்கமான விளக்கத்துடன்)
- (அ) குறையோடு கூறப்படும் செய்தி

(ஆ) இடைத் திரையிடல் அல்லது வடிகட்டுதல்

(இ) கவனக்குறைவு

(ஈ) உறுதிப்படுத்தப்படாத யுகம்

(உ) மாற்றத்திற்கு மறுப்பு

(ஊ) பரஸ்பரம் நம்பிக்கையின்மை

(எ) பதவியும் நிலையும்

(1 × 6 = 6)

28. நாளிதழ்கள், பத்திரிகைகள், வானொலி, தொலைக்காட்சி போன்ற ஊடகங்களில் பொறுத்தமானதைத் தேர்ந்தெடுத்தல். கீழ்க்கண்ட அம்சங்கள் கவனத்தில் கொள்ளப்பட வேண்டும்.

(அ) பொருள் அல்லது சேவைகளின் தன்மை

(ஆ) எதிர்நோக்கும் வாடிக்கையாளர்கள்

(இ) விளம்பரத்திற்கான செலவீனம்

(ஈ) இடமும் காலமும் கிடைப்பது

(1½ × 4 = 6)

29. நுகர்வோர்களின் பொறுப்புகள் (சுருக்கமான விளக்கத்துடன்)

(அ) தனக்குத்தானே உதவி செய்து கொள்ளும் பொறுப்பு

(ஆ) பரிவர்த்தனை செய்ததற்கான அத்தாட்சி

(இ) சரியான ஈட்டுத்தொகை கோரல்

(ஈ) வாங்கிய பொருட்களை / சேவைகளை முறையாகப் பயன்படுத்தல்

(1½ × 4 = 6)

30. தொழில் முனைவு என்பது ஒரு தொழில் முனைவோரின் செயலாகும். புதுமையை மேற்கொண்டு, நிதியை முதலீடு செய்து, வியாபார யுக்தியோடு புதுமைக் கருத்துகளை பொருளாதாரப் பலனாக மாற்றுவவரே தொழில்முனைவோர் எனப்படுபவர்.

வெற்றிகரமான தொழில் முனைவோரின் பண்பியல்புகள் (ஏதேனும் நான்கு சுருக்கமான விளக்கத்துடன்)

(அ) தன்முயற்சி எடுத்தல்

(ஆ) ஆபத்தை எதிர்கொள்ள சம்மதித்தல்

(இ) அனுபவத்திலிருந்து கற்றுக்கொள்ளும் திறமை

(ஈ) செயலாக்கம்

(உ) தன்னம்பிக்கை

(ஊ) முடிவெடுக்கும் திறமை

(2 + (1 × 4) = 6)