

வணிக நடவடிக்கைகள்



இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்பதன் மூலம்

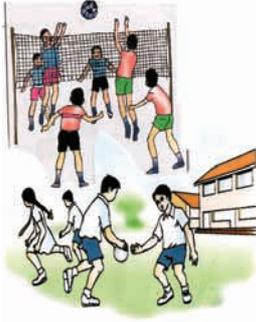
- ◆ பொருட்கள், சேவைகள் போன்றவற்றுக்கு பிரதேசத்தில் நிலவும் சந்தை வாய்ப்புக்களை அறிந்து கொள்வதற்காக தகவல்களை அறிந்துகொள்ளல்.
- ◆ சந்தை வாய்ப்புக்குப் பொருத்தமான வணிக அமைப்பொன்றினைத் தெரிவுசெய்துகொள்ளல்
- ◆ பிரதேசத்தின் வழங்குநரையும் வழங்கற் தொடரையும் (வழங்கற் சங்கிலி) அறிந்துகொள்ளல்
- ◆ விற்பனை மேம்படுத்தல் நடவடிக்கைகளை உரிய முறையில் ஒழுங்கமைத்துக்கொள்ளல்
- ◆ போட்டியிடத்தக்கதாக பொருட்களினதும் சேவைகளினதும் தரத்தைப் பேணுதல்
- ◆ வணிகமொன்றின் நிதிச் செயற்பாடுகளைக் கட்டுப்படுத்தல்
- ◆ உற்பத்தியொன்றின் நேர், நேரில் கிரயங்களை மதிப்பீடு செய்தல்
- ◆ வணிகத்தின் தரத்தை பேணியவாறு நுகர்வோரின் தேவைகளை நிறைவேற்றுதல் போன்ற விடயங்கள் தொடர்பான வணிக நடவடிக்கைகளுக்கான எதிர்பார்க்கப்பட்ட தேர்ச்சிகளைப் பெற்றுக் கொள்வது இலகுவாக அமையும்.

II பொருட்கள், சேவைகள் ஆகியவற்றுக்குப் பிரதேசத்தில் நிலவும் சந்தை வாய்ப்புக்களை அறிந்துகொள்வோம்.

சந்தைவாய்ப்பு

சந்தையில் காணப்படும் பொருட்கள், சேவைகளைக் கொள்வனவு செய்வதன் மூலம் நுகர்வோர் தமது தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் நிறைவேற்றிக் கொள்கின்றனர்.

சந்தையில் பல்வேறு வகைப்பட்ட பொருட்கள், சேவைகள் உள்ளன. எவ்வளவு தான் பொருட்கள் சேவைகள் இருந்தாலும் நுகர்வோரின் தேவைகளும் விருப்பங்களும் எண்ணற்றவையாகையால் எல்லா நுகர்வோரையும் திருப்திப்படுத்தக்கூடிய வகையில் வணிகரால் பொருட்கள், சேவைகளை வழங்க முடியாத நிலை ஏற்படும். இதனால் தேவைகள், விருப்பங்கள் நிறைவேற்றப்படாத நுகர்வோரும் காணப்படலாம். அவ்வாறான நிலையில் சந்தை இடைவெளியொன்று ஏற்படும். இந்த இடைவெளியை சந்தைவாய்ப்பு எனக் குறிப்பிடலாம்.



உரு 10.3 சந்தை வாய்ப்பு

உங்கள் பாடசாலையில் நடைபெறவுள்ள விளையாட்டுப் போட்டிக்கான பயிற்சி நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடும் போது பல மாணவர்கள் களைப்படைவர். அந்த சந்தர்ப்பத்தில் குளிர்மானப் பைக்கற் அல்லது பழச்சாறு போத்தல் ஒன்றையே நுகர்வதற்கு மாணவர்கள் விரும்புவர். ஆனால் பாடசாலைச் சிற்றுண்டிச்சாலை அல்லது பாடசாலைக் கூட்டுறவுச் சங்க விற்பனை நிலையம் அந்த மாணவர்களின் தேவையை நிறைவேற்ற முடியாத சந்தர்ப்பம் ஏற்படுகின்றது. குளிர்மானப் பைக்கற் அல்லது பழச்சாறு போத்தல் என்பவற்றுக்கான தேவை பாடசாலையில் விற்பனை நிலையத்திற்கு தேவை ஏற்படுகின்றது. அந்த சந்தர்ப்பத்தைப் பயன்படுத்தி விற்பனை நடாத்தும் ஐஸ்க்ரீம் வியாபாரியை படத்தில் காண்கிறீர்கள்.

சந்தையில் கேள்வி நிலவியபோதும் அதற்கான வழங்கல் இல்லாதிருக்குமானால் ஏற்படும் நிலையே சந்தை இடைவெளி அல்லது

சந்தைவாய்ப்பு என்பதை நீங்கள் விளங்கியிருப்பீர்கள். பழப்பான வியாபாரி, அச்சந்தை வாய்ப்பை இனங்கண்டு குளிப்பானப் பக்கற்றுக்களை அல்லது பழப்பானங்களை விற்பனை செய்து இலாபத்தை பெற்றுக்கொண்டார்.

செயற்பாடு 11:01

உங்கள் பாடசாலையில் தரம் 8இல் கல்வி பயிலும் ஐந்து மாணவர்களுடன் கலந்துரையாடி கீழ் உள்ள அட்டவணையைப் பூர்த்தி செய்யுங்கள்.

மாணவர்களால் பாடசாலைச் சிற்றுண்டிச்சாலையிலிருந்து விருப்பத்துடன் வாங்கப்படும் ஐந்து உணவு வகைகள்

இப்போது சிற்றுண்டிச்சாலையில் விற்பனைக்கு இல்லாத ஆனால் மாணவர் வாங்குவதற்கு விருப்பமான ஐந்து உணவு வகைகள்

1.

1.

2.

2.

3.

3.

4.

4.

5.

5.

இவ்வாறு நீங்கள் வாழும் பிரதேசத்தில் நுகர்வோரின் தேவைகளை நிறைவேற்ற முடியாத நிலை ஏற்படும்போது அங்கு சந்தைஇடைவெளி அல்லது சந்தைவாய்ப்பு உருவாகும்.

டீச்சர்...

பிரதேசத்தின் சந்தை வாய்ப்பு என்றால் என்ன டீச்சர்?





மாலதி, இப்போது கோதுமை மா, அரிசி ஆகியவற்றின் விலை அதிகம் என்று உமக்குத் தெரியுமா? இதனால் மக்களுக்கு இவற்றை வாங்கக் கூடிய வசதியில்லை. அன்றாட உணவுத்தேவையை நிறைவேற்றிக்கொள்வது எமது பிரதேச மக்களுக்கு மிகவும் சிரமமாக உள்ளது. கோதுமை மாவுக்கும் அரிசிக்கும் பதிலாக மாற்றீடு ஒன்று தேவைப்பட்டது. இப்பிரச்சினையை அறிந்த எமது பிரதேச இளம் முயற்சியாளர்கள் இதற்கான தீர்வொன்றைத் தேடினர்.

அது என்ன டீச்சர்?



பிரதேசத்திலுள்ள பலா மரங்களின் கீழ் வீணை விழுந்து கிடக்கின்ற பலா வித்துக்களை குறைந்த விலையில் கொள்வனவுசெய்து அவற்றிலிருந்து மா உற்பத்திசெய்து குறைந்த விலைக்கு மக்களுக்கு வழங்கினார்கள். இப்போது அந்த மாவையும் பயன்படுத்தி ரொட்டி, பிட்டு என்பன தயாரித்து போசணையுள்ள உணவை குறைந்த விலையில் மக்கள் பெறுகின்றார்கள். பலா வித்துக்களை சேகரித்து வழங்குகின்றவர்களுக்கு வருமானமும் கிடைக்கிறது. அவ்வாறான விடயங்களினால் பிரதேச தேவையின் நிமித்தம் சந்தை வாய்ப்பு ஏற்படுகிறது.

வணிகத்திற்கான எண்ணங்களை வெளிக் கொண்டு வரக்கூடிய வகையிலான சந்தை வாய்ப்புக்களைத் தேடியறிதல்

நுகர்வோரின் தேவைகள், விருப்பங்கள் பற்றி அறிந்து கொள்வதன் மூலம் வணிகத்திற்கான கருத்துக்களை இனங்கண்டுகொள்ளலாம். வணிகத்திற்கான கருத்துக்களைப் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய சிலமுறைகள் பின்வருமாறு:

1. சந்தை ஆய்வு

வினாக்கொத்து ஒன்றினை அடிப்படையாகக் கொண்டு சந்தை பற்றிய தகவல்களை அறிந்துகொள்ள முடியும். இவ்வினாக்கொத்தை எழுத்து மூலமோ, அல்லது தனிப்பட்ட சந்திப்புக்கள் மூலமோ அல்லது தொலைபேசி உரையாடல் மூலமோ அல்லது இலத்திரனியல் அஞ்சல் மூலமோ மேற்கொள்ளலாம். நோக்கத்திற்குப் பொருத்தமான வினாக்களை முன்வைத்தல் வேண்டும். நுகர்வோர் தொடர்பாக கீழ்வரும் விவரங்களைத் திரட்டிக்கொள்ளலாம்.

- ◆ வயதுப்பிரிவு
- ◆ பால் (ஆண் / பெண்)
- ◆ திருமணமானவரா / திருமணமாகாதவரா
- ◆ குடும்ப நிலைமை (குடும்ப அங்கத்தவர் விபரம்)
- ◆ சூழற் பின்னணி (வாழும்பிரதேசம், இனம், மதம், மொழி)
- ◆ வருமானம்
- ◆ தொழில்
- ◆ தேவைப்படும் பொருள் அல்லது சேவை.
- ◆ கொள்வனவு செய்யப்படும் காலம் (நாளாந்தம்,வாராந்தம்,மாதாந்தம்)
- ◆ கொள்வனவு செய்யும் முறை. (பணம் செலுத்தி, கடன் அடிப்படையில், தவணை அடிப்படையில்)
- ◆ சேவையொன்றினை வழங்கும்போது எதிர்பார்க்கப்படும் தரமும் தேவைப்படும் காலமும்.

சந்தைஆய்வின் மூலம் தகவல்களைப் பெற்றுக்கொள்வதற்குப் பின்பற்றப்படும் பல்வேறு முறைகள் பின்வரும் படங்கள் மூலம் காட்டப்படுகின்றன



உரு 11.2

தொலைபேசி உரையாடல் மூலம் தகவல்களைப்பெறல்.



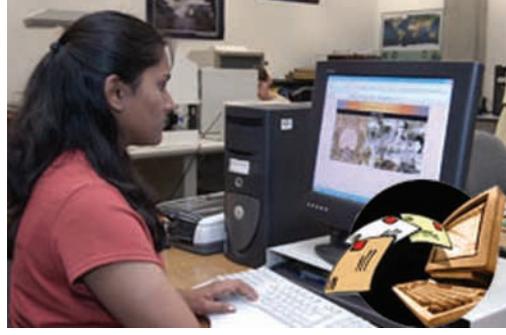
உரு 11.3

தனிப்பட்ட ரீதியில் சந்தித்து தகவல்களைப் பெறல்



உரு 11.4

வினாக்கொத்துக்களை வழங்குவதன் மூலம் தகவல்களைப் பெறல்



உரு 11.5

மின்னஞ்சல் மூலம் தகவல்களைப் பெறல்

இவ்வாறு பல முறைகளில் திரட்டிய தகவல்களைக் கொண்டு தேவையான பொருள், அதற்கு விலையிடும் முறை, வழங்கல் செய்ய வேண்டிய அளவு மற்றும் விற்பனைக் கொள்கை போன்ற விடயங்களைத் தீர்மானிப்பதன் மூலம் வணிக எண்ணங்களை உருவாக்கிக்கொள்ளலாம்.

2. சந்தை அவதானிப்பு

தம்மைச் சுற்றியுள்ளவற்றை அவதானிப்பதன் மூலம் சந்தையைப்பற்றிய ஆய்வைச் செய்ய முடியும். நுகர்வோர் சந்தையில் மேற்கொள்ளும் நடத்தையை அவர்களது உரையாடலில் இருந்து எவ்வளவு கேள்வி எவ்வகையான பொருட்களுக்கு உள்ளது என்பது தொடர்பாகத் தகவல்களைப் பெற்றுக்கொள்ள முடியும்.

வணிக எண்ணத்தினை வணிக வாய்ப்பாக்கிக் கொள்ளல்

“நாங்கள் இருவரும் சந்தை பற்றிய பல தகவல்களைத் திரட்டி சிறந்ததொரு வணிக எண்ணத்தினைப் பெற்றுக்கொண்டோம். ஆனால், அதனை ஒரு வணிக வாய்ப்பாக்கிக் கொள்வது எவ்வாறு என்று தான் புரியவில்லை. வணிக ஆலோசகரிடம் போகவேண்டும்.”

“சேர், எங்களிடம் சில வணிக எண்ணங்கள் உள்ளன. அவற்றை ஒரு வணிக வாய்ப்பாக்கிக் கொள்ள ஆலோசனை கூறுங்கள்.”



“அப்படியா? அதனை எடுத்த எடுப்பிலேயே கூறி விடமுடியாது. அதற்கு நிறைய விடயங்களை கவனத்தில் எடுத்து நோக்க வேண்டும்.”



அதற்கான விடயங்கள் கீழே தரப்பட்டுள்ளன

- * உங்கள் வணிகச் செயற்பாடுகள் நுகர்வோரின் தேவைகளை நிறைவேற்றக் கூடியவையாக இருக்க வேண்டும். அவ்வாறில்லையெனில் கேள்வி ஏற்படாது.
- * நீங்கள் மேற்கொள்ளப்போகும் வணிக நடவடிக்கைக்குரிய திறமையும் அனுபவமும் நுட்ப அறிவும் இருத்தல் அவசியம்.
- * தேவையான வளங்களை இலகுவாகப் பெற்றுக்கொள்ளக்கூடியதாக இருத்தல் வேண்டும்.
- * சந்தையிலுள்ள போட்டித் தன்மையை எதிர்வுகொள்ளும் ஆற்றலும் இருக்க வேண்டும். இதற்காகப் பொருளின் தரம், அளவு, பொதியிடல், குறியிடல் போன்றவற்றைப் பயன்படுத்திக்கொள்ளலாம்.
- * ஆரம்பிக்கவுள்ள வணிகத்தின் மூலம் அனுகூலங்களைப் பெறுவது முக்கிய ஒரு விடயமாக இருக்கும்.
- * கொள்வனவாளரை கவர்ந்துகொள்வதற்கு உங்கள் பொருளில் அல்லது சேவையில் ஏதாவது சிறப்பம்சம் காணப்படுதல் அவசியம்

பிரதேச சந்தைவாய்ப்புக்களின் நவீன போக்குகளை அறிந்துகொள்வோம்

தற்காலத்தில் எமது நாட்டின் எல்லாப் பிரதேசங்களும் தொழில்நுட்ப மாற்றங்களுக்கு உட்பட்டுக்கொண்டிருக்கின்றன. இத்தொழினுட்ப முன்னேற்றம் புதிய வணிக வாய்ப்புக்களை ஏற்படுத்துவதில் கூடிய செல்வாக்கினைச் செலுத்துகின்றது. தொழினுட்ப மாற்றத்தின் காரணமாக மக்களது வாழ்க்கைக் கோலங்கள் வியக்கத்தக்களவில் மாற்றமடைந்துள்ளன.

இணையம் மூலம் பல்வேறு தகவல்களைப் பெற்று வழங்குநர்கள் உருவாகின்றனர். தொடர்பாடல் தொழினுட்ப முன்னேற்றத்தால் நவீன வணிக வாய்ப்புகள் பல உருவாகி முன்னேற்றம் அடைந்துள்ளன.

- * தொலைபேசி, கையடக்கத்தொலைபேசி, தொலைக்காட்சி, செய்மதி, பொறியியந்திரங்கள், வாகனங்கள், கணினி, டிஜிட்டல்கமரா போன்றவை தொடர்பான உற்பத்தி வணிகச் செயற்பாடுகள்

- * இவற்றுக்கான உதிரிப்பாகங்கள், வன்பொருள், மென்பொருள் தொடர்பான உற்பத்தி வணிகச் செயற்பாடுகள்
- * இவை தொடர்பான சேவை வழங்கல்கள் (மின்அஞ்சல், இணையம், தொலைபேசி, கையடக்கத்தொலைபேசி, தொலைக்காட்சி) போன்றன இவற்றுக்கான சில உதாரணங்களாகும்.

சனத்தொகை வளர்ச்சி வீதம், வயது வேறுபாடு, பால்வேறுபாடு, கல்வித் தகைமை, சூழலினால் சமூக கலாசாரத்தில் ஏற்பட்டுள்ள மாற்றங்கள் என்பன வணிகத்தில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளன. சனத்தொகை அதிகரிக்கும் பொழுது உணவு, உடை, இருப்பிடம், கல்வி மற்றும் மருந்துவம் போன்ற தேவைகள் அதிகரிக்கும். இவற்றுக்கான பொருட்கள் சேவைகளின் பயன்பாடு அதிகரிக்கும். இதனால் உற்பத்தி அதிகரிப்பதால் நாட்டின் வளங்களில் பற்றாக்குறை ஏற்படலாம். உற்பத்தியாளர் தமது வளங்களை மீதப்படுத்துமொரு உத்தியாக தொழினுட்பத்தைப் பயன்படுத்துவர்.

அண்மைக் காலந்தொட்டு நகரமயமாக்கல் இடம்பெறுவதால் சந்தை வாய்ப்புக்களும் விரிவடைகின்றன. நகரப்பிரதேசங்களுக்கு மக்கள் இடம் பெயர்வதாலும் கிராமப்பகுதிகளுக்கு நகர்ப்புற நாகரிகங்கள் புகுவதாலும் அதற்கேற்ப தேவைகளும் விருப்பங்களும் மாற்றமடைகின்றன. இவை நவீன வணிக வாய்ப்புக்களை உருவாக்குவதற்கு செல்வாக்கைச் செலுத்தியுள்ள பிரதான காரணிகளாகும். அவ்வாறான வாய்ப்புக்களுக்கான உதாரணங்கள் சிலவருமாறு:

- * கைத்தொழிற் துறையில் ஏற்பட்ட முன்னேற்றம் காரணமாக பெண்கள் தொழிலில் ஈடுபடும் வீதம் அதிகரித்துள்ளதால் உடனடி உணவுகளுக்கும் தயாரிக்கப்பட்ட உணவுகளுக்குமான கேள்வி அதிகரித்தல்.
- * விரைவாகவும் இலகுவாகவும் வேலை செய்யக் கூடிய உபகரணங்களின் கேள்வி அதிகரித்தல். உ-ம்:- சலவை இயந்திரம், வாயு அடுப்பு
- * நவீன முறையிலான ஆடை அணிகள், பாதணிகள், கைப்பைகள் ஆகியவற்றுக்கான கேள்வி அதிகரித்தல்.
- * பெண்கள் வேலைகளுக்குச் செல்வதால் குழந்தைகள் பராமரிப்பு நிலையங்களுக்கான கேள்வி அதிகரித்தல்.
- * எப்போதும் இளமையாகவே இருக்க விரும்புவோர் ஊட்டச்சத்துணவுகளும் மருந்துகளும், மரக்கறிகள், பழங்கள், உடலழகை மெருகூட்டும் பொருட்கள் என்பவற்றை அதிகமாக நுகர்வதால் அவற்றின் கேள்வி அதிகரித்தல்.
- * இன்று மக்களிடம் உடலுழைப்புக் குறைந்து காணப்படுவதால் பெரும்பாலானோருக்கு நீரிழிவு நோய், உயர் குருதியழுக்கம், கொழுப்பு அதிகரித்தல் போன்ற நோய்கள் கூடுதலாக காணப்படுவதனால் அவற்றுக்குப் பொருத்தமான உணவு, மருந்துப் பொருட்கள், மற்றும் சிறுநீர், இரத்தப் பரிசோதனை நிலையங்கள், உடற்பயிற்சி உபகரணங்கள் ஆகியவற்றுக்கான கேள்வி அதிகரித்தல்.

- * தொழிலில் ஈடுபடுவோர் தமக்குக் கிடைக்கும் ஓய்வு நேரங்களில், வானொலி தொலைக்காட்சி என்பவற்றுடன் இறுவட்டு (CD) இலக்க ஒளித்தோற்ற வட்டு (DVD) போன்றவற்றை கேட்கவும், பார்க்கவும் விரும்புவதால் அவற்றுக்கான கேள்வி அதிகரித்தல்.
- * முன்னரைவிட தற்போது மக்களது வருமானம் அதிகரித்துள்ளதால் கொள்வனவுச் சக்தியும் அதிகரித்து அதனால் பல்வேறு தேவைகள் ஏற்பட்டு கேள்விகளும் அதிகரிக்க வணிக வாய்ப்புக்கள் உருவாகின்றன.

வணிக அமைப்புக்கள்

நீங்கள் வாழும் பிரதேசத்தைச் சற்று அவதானியுங்கள். அங்கு உங்களது தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் நிறைவேற்றுவதற்காகத் தொழிற்படுகின்ற புடைவை வியாபார நிலையங்கள் விற்பனை நிலையங்கள், மரக்கறி விற்பனை நிலையங்கள், சில்லறை வியாபார நிலையங்கள், நடைபாதையோர விற்பனை நிலையங்கள் கடைகள் போன்ற சிறு வணிக முயற்சிகளும் உணவகம், சிறப்பு அங்காடிகள், தொழிற்சாலைகள், பெரிய களஞ்சியசாலைகள், போக்குவரத்து நிறுவனங்கள், வங்கிகள், காப்புறுதி நிறுவனங்கள் போன்ற பேரளவு வணிக முயற்சிகளையும் கொண்டிருப்பதை அவதானித்திருப்பீர்கள்.

பிரதேசத்தின் தேவைகளை நிறைவேற்றும் இவ்வாறான வணிக முயற்சிகள் மூலம் நிறைவேற்றப்படுகின்ற தொழிற்பாடுகளுக்கேற்ப அவற்றை உற்பத்தி, வியாபாரம், சேவை, நிதி என நான்கு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம் என நீங்கள் தரம் 7இல் கற்றிருப்பீர்கள். இது எந்த வகையைச் சேர்ந்த வணிகமாக இருந்தாலும் அதனை ஆரம்பித்து நடாத்திச் செல்வது தனிப்பட்ட நபர் அல்லது ஒரு குழுவினர்கள் மூலமே ஆகும். இவ்வாறு “முயற்சியொன்றை நடாத்த தனிநபர் ஒருவரோ, குழுவொன்றோ உருவாக்குவது வணிக அமைப்பு” எனக் குறிப்பிடலாம்.

மனித தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் நிறைவேற்றுவதற்காக வணிக அமைப்புக்கள் உருவாகின்றன. பல்வேறு தரப்பினர் இவ்வணிக முயற்சிகளுக்காக மூலதனமும் வேறு வளங்களையும் இட்டு நேரடியாகத் தொடர்புபடுகின்றனர். இவர்கள் உரிமையாளர் என அழைக்கப்படுவர். அவர்களின் உரிமைத்துவத்தின் அடிப்படையில் வணிக அமைப்புக்களை பின்வருமாறு இரு துறைகளாகப் பிரித்து நோக்கலாம்.

வணிக அமைப்புக்கள்

தனியார் துறை

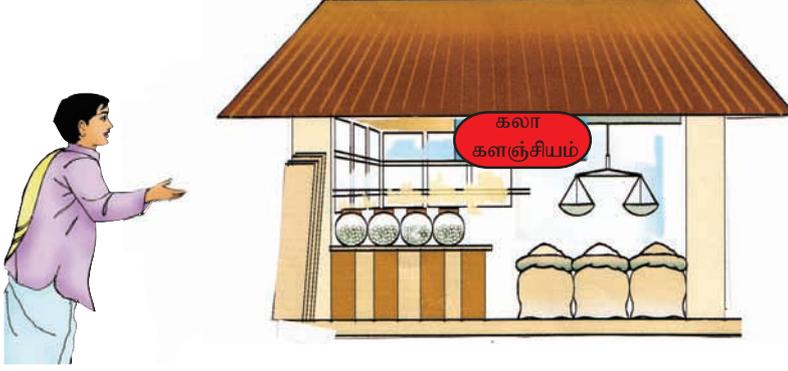
- ◆ தனியுடைமை வணிகம்
- ◆ பங்குடமை வணிகம்
- ◆ வரையறுக்கப்பட்ட கம்பனி
- ◆ கூட்டுறவு வணிகம்

அரசு துறை

- ◆ திணைக்களம்
- ◆ அரசு கூட்டுத்தாபனம்
- ◆ அரசு கம்பனி
- ◆ உள்ளூராட்சி மன்றங்களின் வணிக முயற்சி

வணிகங்களின் அளவின் அடிப்படையில் அவற்றை சிற்றளவு, நடுத்தளவு, பேரளவு எனப் பிரிக்கலாம். தனியார்துறை வணிக அமைப்புகளில் தனியுடைமை வணிகம், பங்குடைமை வணிகம் சிற்றளவான முயற்சியாளர்களுக்கு மிகவும் பொருத்தமானதாக காணப்படுவதால் அவை பற்றிக் கூடுதலாக தரம் 8 இல் கற்போம்.

தனியுடைமை வணிகம்



தனியொருவரினால் மூலதனம் இடப்பட்டு இலாபத்தை தனியொருவர் அனுபவிக்கும் வணிகம் **தனியுடைமை வணிகம்** எனப்படும்.

உங்கள் நாளாந்த தேவைகளை நிறைவேற்றுகின்ற இத்தனியுடைமை வணிகம் உலகத்தில் மிக பிரசித்தி பெற்ற வணிகவகையாகும். தனியுடைமை ஒருவரின் வணிக நிறுவனமொன்றையே மேலுள்ள படம் காட்டுகிறது.

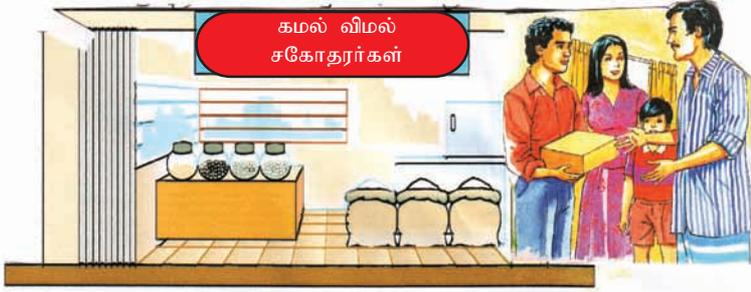
தனியுடைமை வணிக நிறுவனத்தின் பண்புகளாவன

- ★ ஆரம்பித்தல் இலகுவாகும்.
- ★ உரிமை தனியொருவரையே சாரும்.
- ★ குறைந்த மூலதனத்துடன் ஆரம்பிக்கலாம்.
- ★ சட்டக் கட்டுப்பாடுகள் குறைவு.
- ★ இலாபத்தை தனியொருவர் அனுபவிக்கலாம்.
- ★ சொந்த அர்ப்பணிப்பின் மூலம் வணிகத்தை முன்னேற்றலாம்.
- ★ பொறுப்பானது வரையறையற்றதாக காணப்படல். (அதாவது வணிகக் கடன்களைச் செலுத்துவதற்கு உரிமையாளரினால் வணிகத்திற்கு விடப்பட்ட மூலதனத்தை விட கூடுதலாக இருக்கும் பொழுது தமது சொந்தச் சொத்துக்களை விற்றேனும் அக்கடன்களை தீர்த்தல் வேண்டும்)
- ★ நிலைத்திருக்கும் தன்மை குறைந்தது (உரிமையாளர் நோய்வாய்ப்பட்டாலோ அல்லது இறந்தாலோ இவ்வணிகத்தினை மூடவேண்டிய நிலை ஏற்படலாம்)

தனியுடைமை வணிகவமைப்புக்கு பொருத்தமான முயற்சிகள்

வணிக முயற்சிக்கு இடக்கூடிய மூலதனம் குறைந்ததாகவும் உதவிகளை பெற்றுக்கொள்வதற்கான வாய்ப்புகள் குறைவாகவும் உள்ளபோது தனியுடைமை வணிகத்தினைத் தெரிவுசெய்வது பொருத்தமானதாகும். உங்கள் பிரதேசத்தில் அல்லது கிராமத்தில் காணப்படும் சில்லறை வணிக நிறுவனம், சிற்றுண்டிச் சாலை, உணவகம், மரக்கறி வியாபார நிலையம் பழ விற்பனை நிலையம் போன்றன கூடுதலா தனியுடைமை வணிக அமைப்புக்களாகவே காணப்படுகின்றன.

பங்குடமை வணிகம்



இருவர் அல்லது அதற்கு மேற்பட்டோர் (2 தொடக்கம் 20) ஒன்று சேர்ந்து இலாபம் ஈட்டும் நோக்குடன் அமைத்துக்கொள்கின்ற வணிகமே பங்குடமை வணிகமாகும்.

மேலுள்ள படம் சகோதரர் இருவராகிய கமல், விமல் ஆகியோரின் பங்குடமை வணிகமாகும். அவர்கள் இருவரும் நீண்டகால அனுபவம் பெற்ற பங்காளர்கள் ஆவர். அவர்களிருவரும் மேற்குறிப்பிட்ட படத்தில் வலது பக்கத்தில் வணிக நடவடிக்கையொன்று சம்பந்தமாகக் கலந்துரையாடிக் கொண்டு இருக்கின்றனர். இப்போது நாம் பங்குடமை வணிகம் பற்றி அவர்களிடம் கேட்டு அறிந்துகொள்வோம்.

பங்குடமை வணிக நிறுவனத்தின் பண்புகளாவன

- * மூலதனம் பங்காளரால் இடப்படும்.
- * ஆரம்பித்தல் இலகு.
- * சட்ட ரீதியான கட்டுப்பாடுகள் குறைவு
- * இலாபம் அல்லது நட்டம் பங்காளரிடம் பகிரப்படல்.
- * பங்காளர்கள் ஒன்றுசேர்ந்து தீர்மானம் எடுத்தல்.
- * பொறுப்பானது பங்காளரிடையே வரையறையற்றதாகக் காணப்படல்.
- * பங்காளர் பலர் தொடர்புபடுவதால் மூலதனம் அதிமாகக் காணப்படல்
- * நுட்பங்களும், முகாமைத்துவமும் தனியுடைமை வணிகத்தை விட அதிகமாகும்.
- * நிலைத்திருக்கும் தன்மை குறைந்தது. (பங்காளரின் மரணம், நீக்கிக்கொள்ளுதல், விலகுதல் போன்றவை வணிகத்தினை முடிவுக்கு கொண்டுவரும்.)

பங்குடமை வணிகவமைப்புக்கு பொருத்தமான முயற்சிகள்

சிற்றளவு, நடுத்தரளவு வணிக முயற்சிகளுக்கு இது பொருத்தமானதாகும். சில்லறை வணிக நிறுவனங்கள், மோட்டார் வாகன விற்பனை நிலையம், ஆதன விற்பனை நிலையங்கள், மருத்துவத் தொழில், கணக்கியல் தொழில் போன்றவற்றில் ஈடுபட்டுள்ள வணிகங்கள் பங்குடமை வணிகங்களாக தொழிற்படுகின்றதை உமது பிரதேசத்தில் அவதானிக்கலாம்.

வரையறுக்கப்பட்ட கம்பனி



வரையறுக்கப்பட்ட சூழல் நட்புக் கம்பனி

குறிப்பிட்ட நபர்கள் ஒன்றுசேர்ந்து இலாபம் ஈட்டும் நோக்குடன் கம்பனிச் சட்டத்தின்கீழ் பதிவுசெய்து நடாத்தப்படுகின்ற வணிகமாகும்.

மேலே காணப்படுவது வரையறுக்கப்பட்ட சூழல் நட்புக் கம்பனியாகும். அக்கம்பனியானது கழிவாக ஒதுக்கப்படும் பிளாத்திக்குப் பொருட்களை மீள்உற்பத்தி செய்து மீண்டும் பல்வேறு உற்பத்திகளைச் செய்து சந்தைக்கு அறிமுகப்படுத்துகிறது.

சூழல் நேயக் கம்பனியின் முகாமைத்துவ நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடும் பணிப்பாளரின் படம் வலது பக்கத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளது. அப்பணிப்பாளர் இக்கம்பனி பற்றித் தனது கருத்துக்களை வெளியிடுகிறார்.

கம்பனி வணிக நிறுவனத்தின் பண்புகளாவன

- * பதிவு செய்தல் கட்டாயமானது
- * சட்டரீதியான தாக்கம் அதிகம்
- * பல தனிநபர்கள் ஒன்று சேர்ந்து இணையும் பெரும் நோக்குடன் கம்பனிக்கு சட்டத்தினடிப்படையில் நடத்திச் செல்லும் வணிக அமைப்பைச் சார்ந்ததொன்றாகும்.
- * பங்குகளை மக்களுக்கு விற்பனை செய்வதன் மூலம் தேவையான மூலதனமாக திரட்டப்படுகிறது.
- * வணிகத்தின் நிர்வாக முகாமைத்துவ நடவடிக்கைகள் இயக்குநர் சபை மூலம் மேற்கொள்ளப்படும். இதனால் சிறந்த முகாமையாளர் குழுவொன்றின் மூலம் வணிக முயற்சியை முன்னேற்றலாம்.

- * இலாபம் அல்லது நட்டம் பங்குதாரர்களிடையே பங்குலாப அடிப்படையில் பகிரப்படும்.
- * பொறுப்பானது கொள்வனவு செய்த பங்கின் அளவிற்கு வரையறுக்கப்படும்.
- * நிலைத்திருக்கும் தன்மை கூடியது.

கம்பனி வணிகவமைப்புக்குப் பொருத்தமான முயற்சிகள்

அதிகளவிலான பங்குதாரர்களிடமிருந்து மூலதனம் திரட்டப்படுவதால் பேரளவு வணிக முயற்சியொன்றை ஆரம்பிக்கும் போது இவ்வணிக முயற்சியைத் தெரிவு செய்துகொள்ளல் பொருத்தமானது. சிறந்த முகாமையாளர்கள் ஈடுபடுவதால் இவ்வணிக முயற்சியை சிறந்த முறையில் மேற்கொள்ளக் கூடியதாக உள்ளது.

கூட்டுறவு வணிகம்



மக்களது பொருளாதார தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய அங்கத்தவர்கள் சிலர் ஒன்று சேர்ந்து அதற்கான மூலதனத்தை இட்டு ஆரம்பிக்கும் வணிக அமைப்பு கூட்டுறவு வணிகம் ஆகும்.

மேலுள்ள படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளது வவுனியா பிரதேசத்தின் கிராம வாசிகள் சிலரினது தேவைகளின் அடிப்படையில் ஆரம்பிக்கப்பட்ட பலநோக்குக் கூட்டுறவுச் சங்கமாகும். அக்கூட்டுறவுச் சங்கத்தை ஆரம்பிப்பதற்குச் செயற்பட்ட அங்கத்தவர்கள் சிலரை மேலுள்ள படத்தில் காணலாம். அவர்கள் தமது கிராமத்தின் தேவைகளை நிறைவேற்றிக்கொள்வதற்காக இக்கூட்டுறவு சங்கத்தை மிகவும் சிறந்த முறையில் கொண்டு நடாத்துவதாக குறிப்பிட்டனர். அவர்கள் கூட்டுறவு வணிகம் பற்றிக் குறிப்பிட்ட கருத்துக்களாவன.

கூட்டுறவு வணிக நிறுவனத்தின் பண்புகளாவன

- * தமது பிரதேசத்தின் தனிநபர்கள் குழுவினது தேவையின் அடிப்படையில் வணிக எண்ணங்கள் தோன்றும் பொழுது பணத்தையிட்டு தமது

பொருளாதார வளத்தை உச்சப்படுத்துவதற்குப் பொருத்தமான வணிக அமைப்பொன்றாகும்.

- * சுயாதீனமான அமைப்பொன்றாகும்.
- * அங்கத்தவர்களின் அங்கத்துவப் பணம் மூலதனமாக திரட்டப்படுகின்றது.
- * பொறுப்புக்கள் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது.
- * முகாமைத்துவ நடவடிக்கைகள் இயக்குநர் சபையின் மூலம் நடாத்தப்படுகிறது.
- * பதிவு செய்தல் கட்டாயமானது
- * சட்டக் கட்டுப்பாடுகள் அதிகம்
- * வணிக நடவடிக்கைகள் சம்பந்தமான கணக்கு வைத்தலும் கணக்காய்வும் கட்டாயமாகும்.
- * ஜனநாயகம், சுதந்திரத்தன்மை, ஒத்துழைப்பு ஆகிய பண்புகளைக் காணலாம்.

கூட்டுறவு வணிகவமைப்புக்குப் பொருத்தமான முயற்சிகள்

தேவைப்படும் சந்தர்ப்பங்களுக்கேற்ப கிராமிய மட்டத்தில் ஆரம்பிக்கப்படுகின்ற கூட்டுறவுச் சங்கங்களை உங்கள் பிரதேசத்தில் கண்டுகொள்ளலாம்.

உ- ம: பலநோக்குக் கூட்டுறவு சங்கத்தின் பிரதேச சில்லறைக் கிளை விற்பனை நிலையங்கள் விவசாய உற்பத்திகளைக் கொள்வனவும் விற்பனையும் செய்யும் கூட்டுறவுச் சங்க விற்பனை நிலையங்கள் கடன் வழங்கும் கூட்டுறவுச் சங்கம்.

முறைசாரா வணிக அமைப்புக்கள்

உரிமையாளர் தனது சுயவிருப்பப்படி முறையான பதிவுசெய்தலோ, கணக்குவைப்போ, இலாப கணிப்போ இன்றி நடாத்தும் சிறு வணிகங்கள் முறைசாரா வணிகங்கள் எனப்படும்.



முறைசார் வணிக அமைப்புக்கள் எமது பிரதேசத்தில் காணப்படுவது போன்று முறைசாரா வணிக அமைப்புக்களையும் எமது பிரதேசத்தில் கண்டுகொள்ளலாம்.

உதாரணம் : ரேந்தை பின்னுதல், கயிறு திரித்தல், முகமூடி தயாரித்தல், செதுக்கல் வேலை, வட்டிக்குப் பணம் கொடுத்தல்.

மேலுள்ள படத்தை அவதானிக்கவும். கிராமியப் பிரதேசத்தில் தமது ஆற்றலைப் பயன்படுத்தி உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில் ஈடுபட்டுள்ள சில தொழிலாளர்கள் படத்தில் காட்டப்பட்டுள்ளனர். இதைத் தவிர பண்டிகைக் காலங்களில் மட்டும் தற்காலிகக் விற்பனை நிலையங்கள் அமைத்து வணிகத்தை நடாத்தி பண்டிகை முடிவடைந்ததும் அவை மூடப்படுவதை நீங்கள் கண்டிருப்பீர்கள். இவர்களும் முறைசாரா வணிகர்களே.

அவர்கள் தமது வணிகத்தினைப் பதிவுசெய்வதற்கு அல்லது கணக்கு வைத்தல் அல்லது இலாபத்தை முறையாகக் கணக்கிடுவதற்கு பழக்கப்பட்டவர்களல்லர். தமது எண்ணத்தின் அடிப்படையிலே எல்லா நடவடிக்கைகளையும் மேற்கொள்வர். இதனால் இவ்வகை வணிகங்கள் முறைசாரா வணிகங்களாகும்.

சந்தைவாய்ப்பொன்றுக்குப் பொருத்தமான வணிக அமைப்பொன்றைத் தெரிவு செய்தல்

நுகர்வோர் தேவைகளை நிறைவேற்றுவதற்காகச் சந்தையினுள் பல்வேறு வணிக அமைப்புக்கள் ஈடுபட்டிருப்பதை நீங்கள் அறிந்துள்ளீர்கள். இப்போது நாம் தேடி அறிந்துகொள்ள வேண்டியது யாதெனில் சந்தை வாய்ப்பொன்றிக்கான பொருத்தமான வணிக அமைப்பொன்றினை எவ்வாறு தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும் என்பதேயாகும்.

பல்வேறு காரணிகள் அடிப்படையில் பொருத்தமான வணிக அமைப்பொன்றினைத் தெரிவுசெய்துகொள்ளப்படும் அவையாவன

- * வணிகத்தின் அளவு (சிற்றளவான, நடுத்தரமான, பேரளவான)
- * வணிகத்தின் தன்மை (பொருளுற்பத்தி, சேவை வழங்கல், நிதி நடவடிக்கை, வியாபார நடவடிக்கை)
- * ஈடுபடுத்தக் கூடிய மூலதனத்தின் அளவு
- * வணிகம் நிலைத்திருக்குமென எதிர்பார்க்கும் காலம்
- * சட்டக் கட்டுப்பாடுகளின் தேவை
- * இருக்கக்கூடிய பொறுப்புக்களின் அளவும் தன்மையும்
- * தேவைப்படும் முகாமைத்துவத்தின் அளவு
- * தனிப்பட்ட விருப்பு வெறுப்புகள்

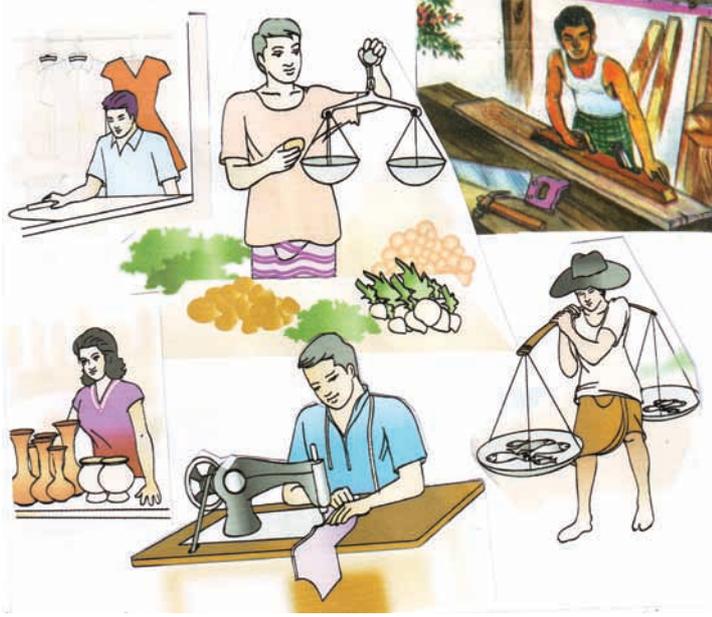
மேலே தரப்பட்ட காரணிகளின் பங்களிப்புக்கேற்ப முறைசாரா அமைப்புக்களான சிறுவணிகங்களாக அல்லது முறைசார்ந்த தனியுடமை பங்குடமை போன்ற சிறு வியாபார அமைப்புக்களா அல்லது பாரிய அளவு வியாபாரங்களான கம்பனி போன்ற அமைப்புக்களையா ஆரம்பிப்பதென தீர்மானிக்க முடியும்.

செயற்பாடு 11.2

உங்கள் பிரதேசத்தின் மனிதத் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் நிறைவேற்றுவதற்காகச் செயற்படுகின்ற 10 வணிக அமைப்புக்களைத் தெரிவு செய்து, அதனை அடிப்படையாகக் கொண்டு கீழ்வரும் அட்டவணையை பூரணப்படுத்துக.

தொடர் இலக்கம்	வணிகத்தின் பெயர்	அளவின் அடிப்படையில் சிறு, நடுத்தர, பேரளவான	எவ்வாறான தன்மையுடைய வணிகஅமைப்பு என்பது	முறைசார்/ முறைசாரா என்பது

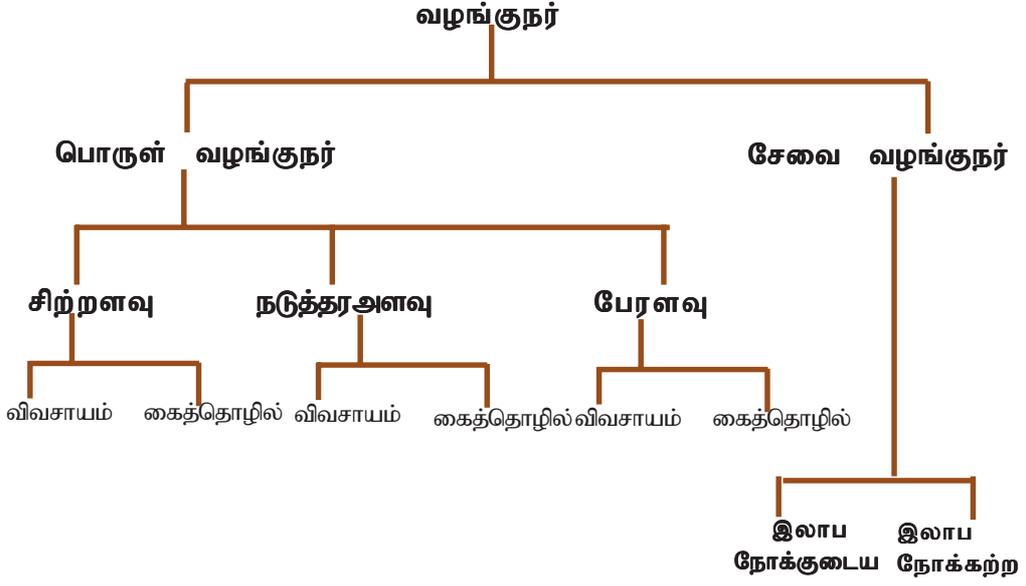
வழங்குநரும், வழங்கல் தொடரும்



சந்தைக்குப் பொருட்கள், சேவைகள் ஆகியவற்றை பல்வேறு விலைகளில் வேறுபட்ட அளவுகளில் வழங்குபவர்களையே வழங்குநர்கள் என்கின்றோம். மேலுள்ள படத்தை நோக்கவும். இதில் காட்டப்படுபவர்கள் எமது தேவைகளை நிறைவேற்றும் வழங்குநர்கள் ஆவர்.

முயற்சியாளர்களின் ஆக்கத்திறன்களின் அடிப்படையில் உருவாகின்ற எண்ணங்களுக்கேற்ப சூழல்வாய்ப்புக்களை பயன்படுத்திக்கொள்வதன் மூலம் பொருட்கள், சேவைகள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றது. அவற்றினை உற்பத்தி செய்வது எமது தேவைகள் விருப்பங்களுக்கு ஏற்றவாறு சந்தைக்கு வழங்குவதற்கே ஆகும். இவர்களும் வழங்குனர்களே ஆவர். எமது பிரதேச மக்களுக்குத் தேவையான அரிசி, சீனி, தேயிலை, கோதுமை மா, மரக்கறி, மீன், தேங்காய் எண்ணெய், தானிய வகைகள், மருந்து வகைகள், விளையாட்டுப் பொருட்கள், ஆடையணிகள், மட்பாண்ட வகைகள், தூரிகை வகைகள் போன்ற பல்வேறு பொருட்களை பிரதேச வழங்குநர்கள் சந்தைக்கு வழங்குகின்றனர்.

இவ்வழங்குநர்கள் விலை அதிகரிக்கும் போது அதிகளவு பொருட்களை வழங்குவதும் விலை குறையும் போது குறைந்தளவு பொருட்களை வழங்குவதுமான இயல்பைக் கொண்டுள்ளனர். எவ்வாறாயினும் நியாயமான வழங்குநர்கள் தமது நன்மதிப்பைப் பேணிக்கொள்ளும் வகையில் தரமற்ற பொருட்களை வழங்குவதற்கு முயற்சிக்க மாட்டார்கள். வழங்குநர்களை பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்.



பொருட்களினதும் சேவைகளினதும் வழங்குதலில் பிரதேச வளம், காலநிலை மாற்றம், உற்பத்தி நுட்ப முறைகளில் ஏற்படுகின்ற மாற்றங்கள், நவீன கண்டுபிடிப்புக்கள், தொழில் நுட்பம், நவீன இயந்திர உபகரணங்களின் பாவனை, வளங்கள் கூடிக் குறைதல், அரசின் வரிக்கொள்கை, சலுகைக்கடன் கொள்கை போன்ற எல்லாக் காரணிகளும் தாக்கம் செலுத்துகின்றன. பிரதேசத்தத்துக்குப் பிரதேசம் காலத்துக்குக் காலம் நுகர்வோரின் தேவைகளும் விருப்பங்களும் மாற்றமடையும்போது வழங்கல்களும் வழங்குநர்களும் மாற்றம் அடையலாம்.

சிறந்த வழங்குநர் ஒருவருக்கான தகைமைகள்

- * பிரதேசத்தில் வளங்களைப் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய தன்மை.
- * மூலதனம் இடக்கூடிய ஆற்றல்
- * குறிப்பிட்ட வணிகம் பற்றிய அறிவு
- * பயிற்சி
- * ஈடுபாடு
- * சமூகத்தின்களும் அனுபவங்களும்
- * போட்டியுடன் முன்னேறி வரும் வணிக உலகிற்கு பொருத்தமான நவீன தொழினுட்பங்களைப் பயன்படுத்தி வாடிக்கையாளர்களைக் கவர்ந்து கொள்ளக் கூடிய ஆற்றல்
- * வளங்களை வினைத்திறனாகப் பயன்படுத்திக்கொள்ளக் கூடிய ஆற்றல்.

இத்தகைமைகளில் சில அனைத்துத் தகைமைகளும் காணப்படுமாயின் நீண்டகாலம் நிலைத்து இருக்கக் கூடிய வழங்குநராகச் செயற்பட முடியும்.

வழங்கல் தொடர் (வழங்கல் சங்கிலி)

ஏதாவது உள்ளீட்டின் அளவினால் அல்லது முதலீட்டினால் பல்வேறு மட்டங்களில் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய பல்வேறு முடிவுப் பொருட்களே வழங்கல் தொடர் என அழைக்கப்படுகிறது. கீழே காட்டப்பட்டுள்ள படமானது வளமான ஒரு தென்னந் தோப்பாகும். அதனை நன்கு அவதானிக்கவும். அதன் மூலம் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடியவை உற்பத்திசெய்யக் கூடியவை எவை எனச் சிந்திக்கவும்.

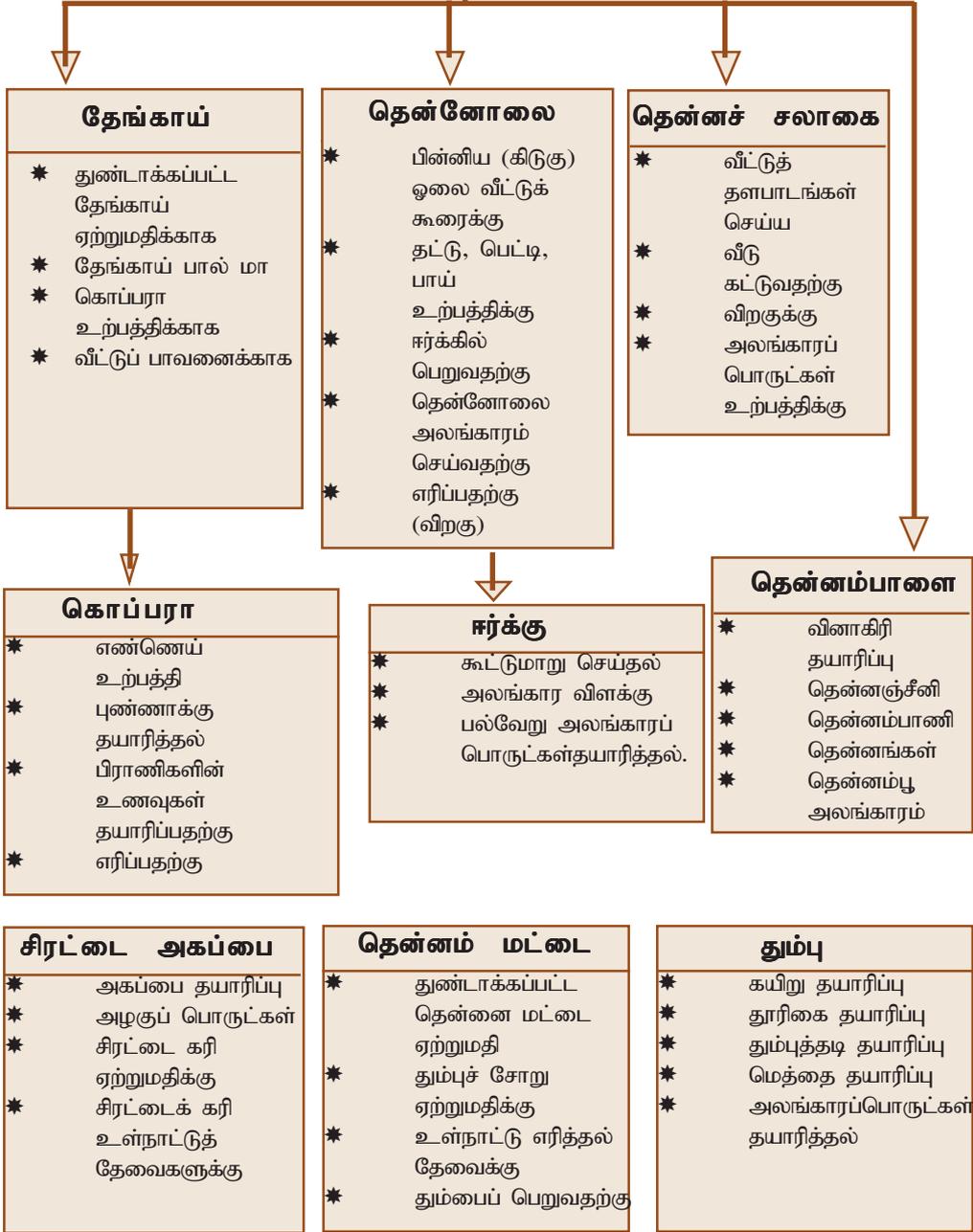


உரு 11.6
தென்னந்தோப்பு

இத்தென்னந்தோப்பு பல்வேறு உற்பத்திகளை மேற்கொள்ள உதவக்கூடிய ஒரு வளமாகும். இப்போது நாம் தென்னந்தோப்பு ஒன்றின் மூலம் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடியவற்றிலிருந்து வழங்கல் தொடர் பற்றி தேடி அறிவோம்.

**தென்னந்தோப்பில் இருந்து பெற்றுக்கொள்ளப்படுகின்ற
வழங்கல் தொடர்**

தென்னந்தோப்பு



செயற்பாடு 11.3



உங்கள் பிரதேசத்தின் இளம்முயற்சியாளர்கள் இருவர் பாதணிகளை உற்பத்தி செய்யும் தொழிற்சாலை ஒன்றை ஆரம்பித்துள்ளனர். இத் தொழிற்சாலை உற்பத்திகள் சம்பந்தமான வழங்கல் தொடரை நீங்கள் விரும்பும் விதத்தில் படம் மூலம் வரைந்து காட்டவும்.

செயற்பாடு 11.4



தைக்கப்பட்ட ஆடைகளை வெளிநாட்டுக்கு அனுப்புவதற்காக உங்கள் பிரதேசத்தில் ஆடைகள் உற்பத்தித் தொழிற்சாலை ஒன்று ஆரம்பிக் கப்பட்டுள்ளது. கிழமைதோறும் துண்டுத் துணிகளை (வெட்டி எடுக்கப்பட்ட பின்னர் மிகுதியாக உள்ள துணி) விற்பனை செய்வதற்காக விற்பனை நிலையமொன்று இத்தொழிற்சாலையின் அருகில் நிறுவப்பட்டுள்ளது.

1. மேலே கூறப்பட்டுள்ள தொழிற்சாலையில் தொழில் புரியும் ஆண், பெண் தொழிலாளர்களுக்கு அவசியமான அல்லது தேவையானவற்றை நிவர்த்தி செய்யக் கூடிய வழங்குநர்களின் பெயர்களை இயன்றளவில் குறிப்பிட்டு ஒரு பட்டியலொன்றைத் தயாரிக்கவும்.
2. துணித் துண்டுகளைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் செய்யக் கூடிய பல்வேறு உற்பத்திகள் சம்பந்தமான வழங்கல் தொடரைக் கட்டியெழுப்பவும்.

12. விற்பனையை மேம்படுத்துவதற்கான நடவடிக்கைகளை உரிய முறையில் ஒழுங்குபடுத்தல்

குறுகிய காலத்துக்குள் பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்யத் தூண்டுவதே விற்பனை மேம்படுத்தலாகும்.

உற்பத்தியாளர்கள் தமது உற்பத்திப் பொருள்களை சந்தைக்கு அறிமுகப்படுத்திய பின் அடுத்த இலக்காக அமைவது விற்பனையை அதிகரிக்கச் செய்வதாகும். விற்பனையை அதிகரிக்கச் செய்வது இலாபத்தை அதிகரிக்கச் செய்யும். பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்வதற்காக நுகர்வோரைக் கவரும் விதத்தில் பல்வேறு வகையான உத்திகள் கையாளப்படும். இதற்காக வணிகர்கள்

பல்வேறு நுட்ப முறைகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர். இந்நுட்பமுறைகளை மேற்கொள்வதன் காரணமாக நுகர்வோரின் கேள்வியை குறுகிய காலத்துக்குள் அதிகரிக்க முடியும்.

விற்பனை மேம்படுத்தல் நுட்ப முறைகள்

நுகர்வோரின் கேள்வியைக் குறுகிய காலத்துக்குள் அதிகரிக்கச் செய்வதற்காக வணிகர்கள் பின்பற்றும் சில நுட்ப முறைகள் கீழ்வருமாறு

1. மலிவு விற்பனை

பொருட்களைக் குறிக்கப்பட்ட விலையில் இருந்து குறிப்பிட்ட ஒரு வீதத்தைக் கழிவு கொடுத்து விற்பனை செய்வதே மலிவு விற்பனையாகும். கையிருப்பு அதிகமாகக் காணப்படும் போதும் நுகர்வோரின் கேள்வி கூடுதலாகக் காணப்படும் பண்டிகைக் காலங்களிலும் இவ்விற்பனை முறை மேற்கொள்ளப்படுவதைக் காணக்கூடியதாக உள்ளது.

உதாரணம்: நத்தார்ப் பண்டிகை மலிவு விற்பனை
புதுவருடத்திற்கான மலிவு விற்பனை



2. பரிசில்கள் வழங்கல்

ஒரு பொருளைக் கொள்வனவு செய்தால் அதற்காக மற்றொரு பொருளை இலவசமாக வழங்குதல். இலவசமாகப் பொருட்களை வழங்குதல் குறுகிய காலத்துக்குள் அப்பொருட்களுக்கான நுகர்வோரின் கேள்வி அதிகரிக்கும்.



3. அதிஷ்ட இலாபச்சீட்டு வழங்கல்

பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்வோருக்கு அதிஷ்ட இலாபச் சீட்டொன்றை வழங்கி சீட்டிழுப்பை நடாத்தி பரிசாகக் குறிக்கப்பட்டுள்ள பணம் அல்லது வெளிநாட்டுச் சுற்றுப் பயணத்திற்கான பயணச் சீட்டு அல்லது வேறு பொருட்களை வழங்குதலாகும். இதன் காரணமாக நுகர்வோர் குறிப்பிட்ட பொருட்களைக் கூடுதலாகக் கொள்வனவு செய்யத் தூண்டப்படுகின்றனர்.



4. விசேட விலை குறைப்பு

வழங்கப்படும் குறிப்பிட்ட கால எல்லைக்குள் கொள்வனவு செய்யப்படும் பொருட்களுக்கு விலையைக் குறைத்து அறவிடுவதும் ஒரு உத்தியாகும். இதன் காரணமாக நுகர்வோர் பொருட்களை விரைவாகக் கொள்வனவு செய்யவோ அல்லது அதிகமாகக் கொள்வனவு செய்யவோ தூண்டப்படுவார்.



5. விற்பனைப் பொருட்காட்சி

பிரதேச ரீதியாக நடாத்தப்படும் பொருட்காட்சிகளில் தமது பொருள்களைக் காட்சிப்படுத்தி நுகர்வோர்க்கு பொருள்கள் சம்பந்தமான விபரங்களைக் கூறியும் தொட்டுணர்ந்து அவற்றின் தரங்களை அறிந்துகொள்வதற்குச் சந்தர்ப்பம் அளித்தும் தமது பொருட்களுக்கான நுகர்வோர் கூட்டத்தை அதிகரிக்கச் செய்ய முடியும் இங்கு தமது பொருட்களுக்காக ஒதுக்கப்பட்ட விற்பனைக் கூடாரமொன்றைத் தெரிவு செய்ய முடியும்.



6. போட்டிகளை ஒழுங்கு செய்தல்

குறுகிய காலத்துக்குள் விற்பனையை அதிகரிக்கச் செய்வதற்காக பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்யும் நுகர்வோரைத் தொடர்புபடுத்தி பல்வேறு வகையான போட்டிகளை நடாத்துவது இதன் மூலம் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. பொருட்களின் மேலுறைகளை அல்லது அதன் ஏதாவது பகுதிகளை சேகரிப்பதன் மூலம் இப்போட்டியில் கலந்து கொள்ள முடியும். இதற்காக நுகர்வோர் மேலுறைகளை அல்லது அதன் பகுதிகளைப் பெற்றுக்கொள்வதற்காக குறிப்பிட்ட பொருட்களை அதிகமாகக் கொள்வனவு செய்வர். இதனால் குறுங்காலத்தில் விற்பனை அதிகரிக்கும்.

7. விளம்பரம்

ஏதேனுமொரு பொருளை அல்லது சேவையை கொள்வனவு செய்வதற்கு நுகர்வோரைத் தூண்டுவதற்காக வியாபாரிகளினால் பெருமளவில் பயன்படுத்தப்படும் தொடர்பாடல் ஊடகமே விளம்பரம் ஆகும். பத்திரிகை, வானொலி, இணையம், விளம்பரப்பலகைகள், சுவரொட்டிகள், தொலைக்காட்சி, துண்டுப்பிரசாரம், சஞ்சிகை ஆகியன இதற்கெனப் பயன்படுத்தப்படும்.

வியாபாரிகள் தமது விற்பனையை அதிகரிப்பதற்காக பல்வேறு விடயங்களை நுகர்வோருக்குத் தெரியப்படுத்த வேண்டிய அவசியம் ஏற்படுகிறது. அவையாவன:

- ◆ புதிய பொருளின் தன்மை பற்றி அறிவுறுத்துதல்.
- ◆ அப்பொருளிலிருந்து பெற்றுக் கொள்ளக்கூடிய அனுகூலங்கள் பற்றி அறிவுறுத்துதல்.
- ◆ பொருளின் தொழிற்படுதன்மை பற்றி அறிவுறுத்துதல்.
- ◆ பொருளின் வியாபாரச் சின்னத்தை அறிமுகஞ் செய்தல்
- ◆ பொருளைக் கொள்வனவு செய்யக்கூடிய இடம்பற்றி அறிவுறுத்துதல்

மேற்கூறப்பட்ட விடயங்களை அறிவுறுத்துவதன் மூலம் பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்ய நுகர்வோர் தூண்டப்படுகின்றனர். பொருட்களுக்கான விளம்பரத்தை மேற்கொள்ள அதிக பணச்செலவு ஏற்படும். ஆகவே இங்கு நுகர்வோரை இனங்கண்ட பின்னரே பொருத்தமான விளம்பர ஊடகத்தை வியாபாரி தெரிவு செய்ய வேண்டும். இதன்போது கவனத்திற்கொள்ள வேண்டிய விடயங்களாவன:

- ◆ கவர்ச்சியையும், கவன ஈர்ப்பையும் கொண்டிருத்தல்.
 - ◆ மிகக் குறைந்த செலவினம்
 - ◆ நுகர்வோரால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டதும் அவர்களால் பயன்படுத்தப்படுவதுமான ஊடகமாக இருத்தல்.
- விளம்பரமானது வினைத்திறனான சந்தைப்படுத்தல், மேம்பாட்டு ஊடகமாகும் என்பதை வணிகர்கள் ஏற்றுக் கொண்டுள்ளனர்.

மேற்குறிப்பிட்டவாறு விற்பனை மேம்படுத்தல் நுட்ப முறைகள் பல காணப்பட்டாலும் தனது உற்பத்திக்கும், தனது நிதிச் சக்திக்கும் பொருத்தமான நுட்பமுறையொன்றைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு தேவையான அறிவுள்ளவராக இருத்தல் அவசியம். குறைந்த செலவில் கூடிய நுகர்வோரைக் கவரக் கூடிய நுட்ப முறையொன்றைப் பொருத்தமான விற்பனை மேம்படுத்தல் முறையெனக் குறிப்பிடலாம்.

செயற்பாடு 12.1



நீங்கள் வானொலி, தொலைக்காட்சி, பத்திரிகை ஆகிய மூலங்களிலிருந்து அறிந்துகொள்ளும் விளம்பர அறிவித்தல்களை சேகரிக்கவும்.

1. இலக்காகக் கொள்ளப்பட்ட நுகர்வோர் தொகுதியினரின் அடிப்படையில் அவற்றை வேறுப்படுத்திக் காட்டவும்.
2. விளம்பர கையேடு ஒன்றைத் தயாரிக்கவும்.

செயற்திட்டமொன்றின் மூலம் செயல்முறைக் கற்றலில் ஈடுபடுவோம்.

நீங்கள் இதுவரையில் பொருட்கள் சேவைகளுக்கு, உங்கள் பிரதேசத்தில் காணப்படும் சந்தைச் சந்தர்ப்பங்களை தேடி ஆய்வு செய்வதற்குரிய தசவல்களைப் பற்றியே கற்றீர்கள். இது தொடர்பாக உங்கள் அறிவு, திறன் மனப்பாங்குகள் என்பவற்றை மேம்படுத்திக்கொள்வதற்குரிய இன்னும் பல விடயங்கள் இருக்கின்றன. நீங்கள் இக் கருமங்களை மிகவும் வினைத்திறனாக அடைந்துகொள்வதற்கு செயன் முறைக் கற்றலில் ஈடுபட வேண்டும். பின்வருவன அவ்வாறான சந்தர்ப்பமொன்றிற்குரிய செயற்திட்டமொன்றாகும்.

பிரச்சினைக்குரிய சந்தர்ப்பம்

தினந்தோறும் கொழும்பிலிருந்து வவுனியாவுக்கு நெடுந்தூரப் பயணத்தில் ஈடுபடும் பேருந்துகளின் சாரதிகள் வரக்காப்பொல எனும் நகரில் சிறிது ஓய்வுக்காகப் பேருந்தை நிறுத்துவதை வழக்கமாகக் கொண்டிருந்தனர். ஏதாவது உண்பதற்கு அல்லது பருகுவதற்குச் சிறிது நேரம் பயணிகளுக்கு சந்தர்ப்பம் கிடைக்கின்றது. க. பொ. த (சா.த) பரீட்சையில் சித்தியடையாத கமலினி, பாடசாலைக் கல்வியை முடித்து விட்டு வீட்டில் இருப்பவர்களை பயணிகள் தேநீர் அருந்துவதற்காக வருகின்ற இடமானது கமலினியின் மாமாவுக்கு சொந்தமான சிறுண்டிச்சாலை ஆகும். இது கமலினியின் வீட்டிற்கு அருகாமையில் அமைந்துள்ளதால் ஓய்வான எல்லா நேரங்களிலும் கமலினி தனது மாமாவுக்கு உதவும் நோக்குடன் அங்கு செல்வாள்.

பயணிகளின் கலந்துரையாடல்கள் மற்றும் அவர்களது நடத்தைகளை அவதானித்த கமலினி களைப்பினால் தாகத்திற்காக அவர்கள் தேநீர் அருந்துவதற்குப் பதிலாக பழங்களினால் செய்யப்படும் உணவை அல்லது பானத்தை விரும்புகின்றார்கள் என்பதை அறிந்து கொண்டாள். வரக்காப்பொல பிரதேசம் மாம்பழம், பப்பாசிப்பழம், அன்னாசிப்பழம், எலுமிச்சம்பழம், வாழைப்பழம் போன்ற பழங்கள் கூடுதலாக விளையும் பிரதேசமாக விளங்குகிறது என்பது அவளுக்குத் தெரியும். இந்த சந்தர்ப்பத்தைப் பயன்படுத்தி வணிகமொன்றை ஆரம்பித்து அதன் மூலம் அதிக இலாபத்தைத் தேடிக்கொள்ளலாம் என அவள் நினைத்தாள். கமலினியின் சகோதரனான குகன், தனது சகோதரியின் கருத்தை வரவேற்றான். காரணம் அவன் பாடசாலையில் கற்ற செயன்முறையும் தொழினுட்பத் திறன்கள் எனும் பாடத்தில் பெற்ற அனுபவங்களை தனது அக்காவின் வணிகத்திற்கு வழங்க முடியும் என்பதனாலாகும்.

கமலினி இலாபத்தை ஈட்டிக்கொள்வதற்காக அவளது வணிக எண்ணத்தை செயற்படுத்துவதற்குச் சிறந்த பொருத்தமான வணிகம் ஒன்றை எவ்வாறு ஆரம்பிக்கலாம்?

1. தீர்க்கும் வழிமுறைகள்

- ◆ பயணிகளின் தேவையை நிறைவேற்றுவதற்கு, அவர்களைத் திருப்திப்படுத்தக் கூடிய பல வகையான பழச்சாறு வகைகள் (மாம்பழம், அன்னாசி, பப்பாசி, தோடம்பழம், கொடி தோடை, எலுமிச்சம்பழம் மற்றும் பழச்சாறுக் கலவை)
- ◆ பழக்கலவை (பழச்சலாது)
- ◆ ஐஸ்பக்கற் (பழச்சுவையூட்டப்பட்ட)
- ◆ மிளகுத்தூள் மற்றும் உப்பு சேர்த்த மாங்காய்த் துண்டுகள்
- ◆ வெட்டிய அன்னாசி
- ◆ வாழைப்பழம்

2. வழிமுறைகளைச் செயற்படுத்துவதற்கான உபாயங்களைத் தேடிப் பெறும் முறைகள்

- ◆ சந்தை ஆய்வுகளில் ஈடுபட்டு தற்போது சந்தையில் காணப்படும் பழ உற்பத்திப் பொருட்களின் சுவை, நிறம், விலை, கேள்வி போன்றவற்றைத் தேடி அறிதல்.
- ◆ பல்வேறு உற்பத்தி வகைகளைச் செய்து பார்த்தல்.
- ◆ நுகர்வோரின் விருப்பிற்கேற்ப பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்.
 - ◆ சிறு பிள்ளைகளுக்கான பழக்கலவையுடனான ஐஸ் பைக்கற்றுக்கள்
 - ◆ வியாபார நிலையத்திற்குச் சமூகமளிப்பவர்களுக்குத் தேவைக்கேற்ப பழச்சாறு வழங்கல்
 - ◆ நடுத்தர வயதினருக்கும் பழக்கலவை (பழச்சலாது)
 - ◆ இளவயதினருக்கும் சிறுவர்களுக்கும் உப்பு, மிளகுத் தூள் கலந்த மாம்பழ அச்சாறு, அன்னாசி அச்சாறு
 - ◆ நுகர்வோருக்கான பழ விற்பனை நிலையம்

3. தற்போது நிலவும் வசதிகளின் அடிப்படையில் நோக்கத்தினை நிறைவேற்றிக்கொள்ள கூடிய வழிமுறைகள்

- ◆ கமலினியின் வீடு நகரத்தின் மத்தியில் அமைந்துள்ளதால் குறிப்பிட்ட நுகர்வோர் பிரிவினர் காணப்படுகின்றனர்.
- ◆ மாமாவின் தேநீர் சாலையின் மூலம் பெற்ற அனுபவம்
- ◆ இப்பிரதேசத்தில் எல்லாப் பழவகைகளையும் இலகுவாகப் பெற்றுக் கொள்ளக் கூடிதாக இருத்தல்
- ◆ தனது சகோதரன் செயன்முறைத் தொழினுட்பத் திறன்கள் எனும் பாடத்தைக் கற்றுள்ளதால் அவரது அனுபவத்தையும் அவ்வணிகத்திற்குப் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடியதாக இருத்தல்.

4. தகவல்களைத் திரட்டுதல்

- ◆ வணிகத்தை ஆரம்பித்தற்கு மூலதனத்தினைப் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய முறை மாமா மாதாந்தம் தரும் பணத்திலிருந்து சேமித்துக் கொண்ட பணத்தைத் தவிர, கடன் பணத் தொகையொன்றைப் பெற்றுக்கொள்வதற்கு தீர்மானிக்கப்பட்டால் கடன் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய வழிமுறைகள்
- ◆ வணிகமொன்றை ஆரம்பிக்கும்போது தெரிவு செய்யப்பட்ட வணிகம் தனியாக ஆரம்பித்துக் கொண்டு செல்வதா? தனது கையிலுள்ள மூலதனத்திற்கு ஏற்ப ஆரம்பத்திலேயே சிறியளவில் வணிகமொன்றை தொடங்குவதாயின் தனியுடைமை வணிகம் பற்றிய தகவல்களை அல்லது மாமாவையும் சகோதரனையும் இணைத்துக்கொண்டு பங்குடமை வணிகம் பற்றிய தகவல்களை அறிந்து கொள்ளல்.
- ◆ பழங்கள் உற்பத்தி சம்பந்தமான சந்தைசார் தகவல்கள் அவற்றின் விலை, அவற்றின் தரங்கள், நிறங்கள், சுவை, தயாரிக்கும் முறைகள், உற்பத்திச் செலவுகள், விநியோக முறைகள் உற்பத்திகள் நுகர்வோருக்கு வழங்குவதற்கான வசதிகள்.
- ◆ பலதரப்பட்ட பழ உணவுகளைத் தயாரித்து அவற்றின் மாதிரிகளை நுகர்வோருக்குக் கொடுப்பதன் மூலம் அவற்றைப் பற்றிய நுகர்வோர் கருத்துக்கள்.
- ◆ வணிகத்திற்கு உதவிகளைப் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய பல்வேறு கட்சியினரின் தகவல்களைப் பெற்றுக்கொள்ளல்.
உதாரணம்:- வழங்குநருக்கு ஆலோசனையைப் பெற்றுக் கொள்ளக் கூடியவர்கள், நிதிவழங்குநர்கள், சிறுமுயற்சியாளர்களுக்கு உதவிகள் வழங்குபவர்கள்.

5. தகவல்களை பதிவு செய்து கொள்ளல்

- ◆ மேலே குறிப்பிட்ட உற்பத்தி சம்பந்தமான தகவல்கள் அனைத்தையும் உரிய முறையில் கோவைப்படுத்தி வைத்தல்

6. வடிவமைப்புச் சுருக்கத்தை எழுதுதல்

- ◆ பயணிகளின் தேவைகளை நிறைவேற்றக் கூடிய வகையில் பொருத்தமான பழ உற்பத்தி வணிகமொன்றை ஆரம்பித்து வருமானம் ஈட்டிக் கொள்ளக் கூடிய வழிமுறைகளை ஏற்படுத்திக் கொள்ளல்.

7. விவரக்கூற்றைத் தயாரித்தல்

- ◆ நோக்கத்தை நிறைவேற்றிக்கொள்ளக்கூடிய வகையில் வருமானத்தை ஈட்டுதல்.
- ◆ பிரயாணிகளின் தேவைகளைத் திருப்தியாக நிறைவேற்றக் கூடிய முறையில் அவர்களுக்குக் நியாய விலையில் சுவையான பழ உணவையோ பானத்தையோ வழங்குதல் .
- ◆ பிரதேசத்திலுள்ள பழங்களை வழங்குநர்களுக்கு வருமானத்தைப் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய வழிவகைகளை ஏற்படுத்திக் கொடுத்து அவர்களின்

உற்பத்திகளுக்கான சந்தை வசதிகளையும் பெற்றுக்கொடுப்பதன் மூலம் அவர்களை ஊக்கப்படுத்தல்.

- ◆ இப்பிரதேச மக்களுக்கும் சுற்றாடலுக்கும் பாதிப்பு ஏற்படாதவாறு பாதுகாப்புடன் பழ உற்பத்திக் கழிவுகளை அகற்றுவதற்குப் பொருத்தமான முறைகளை மேற்கொள்ளல்.

8. கருத்துக்களையும் அதற்கான தீர்வுகளையும் காணல்

- ◆ பழ உணவுத் தயாரிப்புகளின் சில மாதிரிகளைத் எடுத்து அவற்றைக் குறிப்பிட்ட நுகர்வோர் குழு ஒன்றுக்கு பரிமாறச் செய்வதன் மூலம் அவை சம்பந்தமான அவர்களின் கருத்தைப் பெற்றுக்கொள்ளல்.
- ◆ அவர்களின் புதிய கருத்துக்களையும் எண்ணங்களையும் ஈடேற்றும் வகையில் உற்பத்தியை மேற்கொள்ள முயற்சித்தல்.
- ◆ இப்பழ உணவு உற்பத்தி சம்பந்தமான கருத்துக்களை ஒவ்வொரு வயதுப்பிரிவினரிடமிருந்தும் பெற்றுக்கொள்ளல்.
- ◆ ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்ட கருத்துக்களை உற்பத்தியின் போது நிறைவேற்றிக் கொள்ளக் கூடிய வகையில் அவற்றைக் கோவைப்படுத்தி வைத்துக்கொள்ளல்.

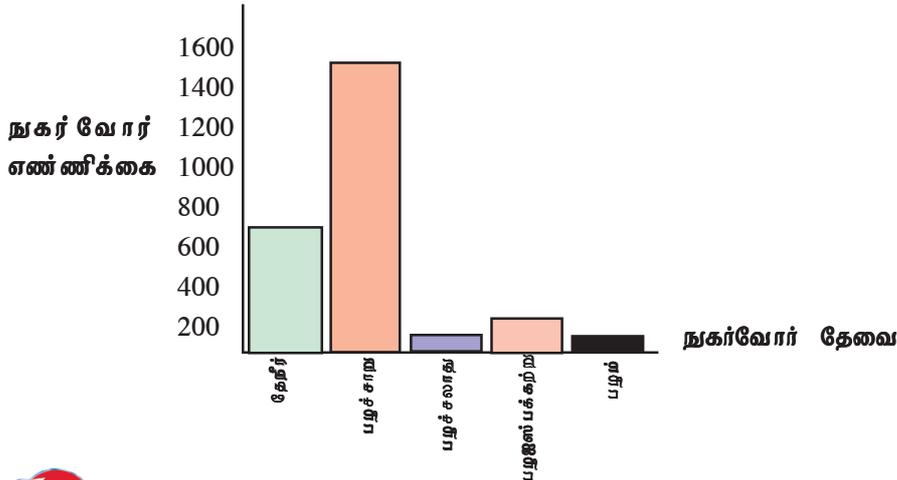
9. மாதிரிக் குறிப்புக்களும் வரை படங்களைத் தயாரித்தலும்

- ◆ ஒரு வாரத்தில் நுகர்வோர்கள் 2600 பேர் அளவில் இவ்விற்பனை நிலையத்திற்கு வருகை தருவதாக இருந்தால் அவர்களின் கேள்விற்கேற்ப செய்யப்படும் விநியோகத்தை ஆராய்ந்து அதனை வரைபின் மூலம் காட்டலாம்.

அட்டவணைவினாடாக

1. தேநீர் அருந்த விரும்புவோர்	700
2. பழச்சாறு அருந்த விரும்புவோர்	1500
3. பழச் சலாது உண்ண விரும்புவோர்	100
4. பழஐஸ்பக்கட் உண்ண விரும்புவோர்	200
5. பழமாக உண்ண விரும்புவோர்	100

மேற்காட்டிய தரவுகளுக்கான சாதாரண வரைபு கீழேக் காட்டப்பட்டுள்ளது



10. மாதிரியொன்றைத் தயாரித்தல்

மாதிரித் தயாரிப்புக்கான பழச்சாறு, பழச்சலாது, பழக்கலவை, ஐஸ்பக்கற், பழப்பானப் போத்தல் தயாரித்தல்.



11. திட்டமிடல்

வணிக எண்ணம் தோன்றியது தொடக்கம் அதை செயற்படுத்தும் நாள் வரையில் பின்பற்றிய படிமுறைகளை ஒழுங்குமுறையில் பதிவு செய்தல் வேண்டும்.

செயற்றிட்டம்

தொலை	செயற்பாடு	காலம் (வாரங்களில்)					
		I	II	III	IV	V	VI
1	சந்தை சம்பந்தமான தகவல்களைத் தேடியறிதலும் தரவுகளைச் சேகரித்தலும்.	—					
2	பல்வேறு உற்பத்தி மாதிரிகளைத் தயாரித்தல்		—				
3	உற்பத்திகளை வனிகத்தை தொடங்குவதற்கான ஆரம்ப நடவடிக்கைகளைச் செய்து முடித்தல்				—		
4	வனிகத்தை ஆரம்பத்தில்					—	
5	இடையிடையே உற்பத்திகளை மதிப்பிடலும் அதன் தரங்களைப் பரிசீலனை செய்தலும் முன் வைத்தலும்.			—			—

12. கணிப்பீடு

- ◆ வணிகமொன்றினை ஆரம்பிப்பதற்குத் தேவையான சரியான முறைகள் பற்றிய செயற்பாடுகளை முன்மாதிரியாகக் காட்டுதல்
- ◆ நுகர்வோர் தேவைகளை நிறைவேற்றக் கூடிய தரமானதும் இலாபகரமானதுமான உணவுகளையும் பானங்களையும் பொருத்தமான உயர் தரத்தில் பழங்களிலிருந்து உற்பத்தி செய்தல் பற்றி தேடியறிதல்.

13. உற்பத்தி நடவடிக்கை ஒன்றின் நேர், நேரில் கிரயங்களை மதிப்பீடல்



பொருட்கள், சேவைகளினது சேர்க்கையே மேலே உள்ள படத்தின் காட்டப்படுகின்றது. இவை சமூகத்தின் பல விதமான தேவைகள், விருப்பங்களை நிவர்த்தி செய்து கொள்வதற்காக உற்பத்தி செய்யப்பட்டவையாகும். இப்பொருட்கள் சேவைகளை உற்பத்தி செய்வதற்குப் பல விதமான வளங்கள் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளன. வளங்களை வினைத்திறனுடன் பயன்படுத்தி தரமான பொருள்கள், சேவைகள் உற்பத்தி செய்வது உற்பத்தியாளர் ஒருவரின் முக்கியமான நோக்கமாகும். வளங்களைப் பயன்படுத்தி உற்பத்திகளை மேற்கொள்ளும் போது செலவொன்று ஏற்படுகின்றது . அதனடிப்படையில் பொருட்களின் விலை நிர்ணயிக்கப்படுகின்றது. செலவானது அதிகரிக்கும் போது அல்லது குறையும் போது பொருட்களின் விலையும் கூடிக் குறையும். என நீங்கள் 7ஆம் தரத்தில் கற்றுள்ளீர்கள்.

உற்பத்திக் கிரயம்

பொருள்கள் அல்லது சேவைகளை உற்பத்தி செய்யும் போது ஏற்படும் செலவை உற்பத்தியாளனே மீண்டும் அறவிட்டுக் கொள்ள முடியுமாயின் அச்செலவு உற்பத்திக் கிரயம் என அழைக்கப்படும்.

உற்பத்திக் கிரயத்தின் அடிப்படைகள்

இதை மூன்று பிரிவாகப் பிரிக்கலாம்.

1. மூலப் பொருள் கிரயம்
2. கூலிக்கிரயம்
3. பொது மேந்தலைக் கிரயம் (வேறு செலவுகள்)

பொருள்கள் அல்லது சேவைகள் உற்பத்தி செய்யப்படும் போது ஏற்படுகின்ற செலவில் கூடியளவு செலவு ஏற்படுவது மூலப்பொருளுக்கே ஆகும் என நாம் தரம் 6இல் கற்றுள்ளோம். மூலப்பொருள் கிரயம் போல உற்பத்தி நடவடிக்கையின் போது உழைப்பினை வழங்கும் நபர்களுக்கு கூலிக் கொடுப்பனவை வழங்குதல் வேண்டும். தரம் 7இல் மூலப்பொருள் கிரயம் மாத்திரமன்றி ஊழியக் கிரயம் ஆகிய இரண்டினையும் அடிப்படையாகக் கொண்டு நீங்கள் நிருமாணித்த உற்பத்திக்கான கிரயங்களை அறிந்து கொண்டதைப் பற்றி உங்களுக்கு நினைவில் இருக்கும். மூலப்பொருள் கிரயம், கூலிக் கிரயம் இவற்றை விட உற்பத்தி நடவடிக்கையின் காரணமாக பொதுவாக ஏற்படும் கிரயங்களும் காணப்படுகிறது. அது பொதுமேந்தலைக் கிரயம் என அழைக்கப்படுகின்றது. இப்பொதுமேந்தலைக் கிரயங்களாவன மின்சாரம், கட்டட வாடகை, வரிகள், காப்புறுதி, உபகரண பராமரிப்புச் செலவு போன்றன இவற்றுள் சிலவாகும். இவ்வாறு பொதுவாக ஏற்படுகின்ற கிரயமானது மொத்த உற்பத்தியினது செலவுடன் சேர்க்கப்படுகின்றது. இந்த அடிப்படைக் கிரயங்கள் மூன்றினையும் நேர், நேரில் கிரயங்கள் என மதிப்பிட முடியும். இப்பொழுது பின்வரும் படத்தினை அவதானிக்கவும்.

தச்சுத் தொழிலகம்.



இங்கு காணப்படுவர் தச்சுத் தொழிற்சாலையொன்றில் தளபாட உற்பத்தியில் ஈடுபட்டுள்ள தொழிலாளி ஒருவர் ஆவர். அவரது தொழிலகத்தில் பல்வேறு அளவிலான தளபாடங்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. இவற்றினை உற்பத்தி

செய்வதற்கு மூலப் பொருள்களாக பலகை, ஆணி போன்றன தேவைப்படுகின்றன. இப்பொருட்களைக் கொண்டு பல நுட்ப முறைகளைப் பயன்படுத்தி மேசையை உற்பத்தி செய்த தொழிலாளி செலவிட்ட உழைப்புக்கு கூலி வழங்கப்படல் வேண்டும். இங்கு மூலப்பொருட்கள், உழைப்பிற்கு பணத்தைச் செலவு செய்யாது மேசையை உற்பத்தி செய்ய முடியாது. இச்செலவினை உண்மையிலேயே ஏற்றுக் கொள்ளல் வேண்டும். மேசை ஒன்றினை உற்பத்தி செய்வதற்காக செலவழிக்கப்பட்ட மூலப்பொருட்களின் கிரயம் ரூ 2500/= மேசைக்காகத் தச்சுத் தொழிலாளருக்கு வழங்கப்படும் உழைப்புக்கான கூலி ரூ 1000/= இவ்விரு செலவுகளையும் ஒரு மேசை செய்வதற்குச் செலவாகின்ற கிரயம் என அறிந்து கொள்ளலாம்.

இதனடிப்படையில் மேற்குறிப்பிட்ட உதாரணத்தில் மேசைக்கான மூலப்பொருள் கிரயம் ரூ 2500/=, கூலிச் கிரயம் ரூ. 1000/= ஆகிய இரண்டையும் சேர்க்கும் போது கிடைக்கும் ரூ 3500/= மேசையின் நேர்க் கிரயமாகும். உற்பத்தி அலகுக்கான வேறுபடுத்தி இனம் காணக் கூடியக் கிரயம் என உங்களுக்கு விளங்கியிருக்கும்.

நேரில் கிரயம்

ஒவ்வொரு பொருளுக்கும் அல்லது சேவைக்கும் என வேறுபடுத்திக் கணக்கிட முடியாத செலவுகளே நேரில் கிரயம் என அழைக்கப்படுகிறது. இவை எல்லா உற்பத்திகளுக்குமாக பொதுவாக மேற்கொள்ளப்படுகின்ற செலவாகும். இவை தச்சுத் தொழிற்சாலைக் கட்டட உரிமையாளர்களுக்கு மாதாந்தம் செலுத்தப்படும் வாடகை, மின்சாரக் கட்டணம், உபகரணப் பராமரிப்புச் செலவு போன்றவைகளைக் குறிப்பிடலாம். இச்செலவுகள் ஒரு மேசை அல்லது கதிரையைச் செய்வதற்கு ஏற்பட்ட செலவுகள் எனக் கணிக்க முடியாது. நேரடியாகவே அச்செலவு பொருட்களுக்கான செலவுகள் எவ்வளவு என மதிப்பிட முடியாது. எனினும் நேரில் அச்செலவானது பொருளின் உற்பத்திக் கிரயத்தை போது சேர்த்துக் கொள்ளப்படுகிறது. இந்நேரில் கிரயமானது பொதுக் கிரயம் அல்லது தொழிற்சாலை மேந்தலைக் கிரயம் எனவும் அழைக்கப்படுகிறது.

நேர், நேரில் கிரயங்களை மதிப்பீடும் மாதிரி அமைப்பு பின்வருமாறு அமையும்

நேர்க் கிரயம் மூலப்பொருட்களுக்கு ஏற்பட்ட செலவு உழைப்புக்கான கூலி	XXXX	XXXX
	XXXX	
நேரில் கிரயம் (பொது மேற்தலைக்கிரயம்) மின்சாரக் கட்டணம் தொழிற்சாலை வாடகை இயந்திரப் பெறுமானத் தேய்வு உபகரண பராமரிப்புச் செலவு எரிபொருள், சக்தி செலவு	XXXX	XXXX
	XXXX	
	XXXX	
	XXX	
மொத்த உற்பத்திக் கிரயம்		XXXX

செயற்பாடு - 13.1

குருநாகல் பிரதேச செயலாளர் காரியாலயத்திற்கு அருகில் வசிக்கும் விமலா வாரத்திற்கு 250 மதிய போசன உணவுப் பொதிகளை காரியாலய ஊழியர்களுக்கு வழங்குகிறாள். அதற்காக அவள் செய்த செலவு விபரங்கள் பின்வருமாறு

ரூபா. சதம்

◆ சம்பா அரிசி 38 கிலோ கிராம் 60/= வீதம்	2280.00
◆ மீன் 15 கிலோ கிராம் 200/= வீதம்	3000.00
◆ இருவகையான மரக்கறி	800.00
◆ பலசரக்குச் செலவு	200.00
◆ உணவு பொதி செய்வதற்கான தாள்	200.00
◆ கடதாசி தாள் (பத்திரிகை)	170.00
◆ உணவு சமைப்பவர்க்கான சம்பளம்	1500.00
◆ எரிவாயு	1100.00
◆ மின்சாரம்	250.00
◆ வாடகை (வீடு)	500.00

விமலாவின் உணவுப் பொதி விநியோக வணிகத்தின் நேர்க்கிரயம், நேரில் கிரயம், மொத்த உற்பத்திக் கிரயம் ஆகியவற்றைக் கணிப்பிடுக. ஒரு உணவுப் பொதிக்காக ரூ10/= இலாபம் பெறப்படுமாயின் ஒரு உணவுப் பொதிக்கான விலையினை மதிப்பிடுக.

சேமிப்புக்காகப் பொருத்தமான முதலீட்டு வழிமுறையொன்றைத் தெரிவுசெய்துகொள்வோம்

இடர்களுக்குத் தயங்காது முகம் கொடுக்கும் வணிகன் இலாபத்தை ஈட்டிக் கொள்வான். வெற்றிகரமான வணிகர் ஒருவர் தனது மூலதனத்தைக் கொண்டு உற்பத்திகளை மேற்கொள்ளும்போது சிக்கனமாகவும், வினைத்திறனுடனும் உற்பத்திச் செலவைக் கட்டுப்படுத்திக் கொள்வதோடு இலாபத்தின் மூலம் சேமிக்கும் பணத்தை பொருத்தமான முதலீட்டு வழிமுறையொன்றில் இடுவார். சேமிப்பை தன்னிடமே வைத்துக் கொண்டால் அவை வளர்ச்சியடையாது. சேமிப்பை முதலீடு செய்ய வேண்டும். சேமிப்புக்கள் வளர்ச்சியடைவது அப்படியான பயனுள்ள முதலீடுகளைச் செய்வதனாலாகும். ஒரு வணிகருக்கு சேமிப்பு அல்லது முதலீட்டு முறையான திட்டத்தின் அடிப்படையில் மேற்கொள்வதன் மூலம் பெறக்கூடிய பயன்கள் அதிகம். அவையாவன

1. சேமிப்புக்கான வட்டி, இலாபம் கிடைக்கின்றது.
2. தனது பணத்திற்குப் பாதுகாப்புக் கிடைக்கின்றது.
3. வளர்ச்சியடையும் பணத்தைக் கொண்டு வணிகத்தை மேலும் முன்னேற்றமடையச் செய்யலாம்.

வணிகர் ஒருவருக்கு பணத்தை முதலீடு செய்யக் கூடிய வழிகள் சில பின்வருமாறு

1. கடன் வழங்கல்
2. சொத்துக்களைக் கொள்வனவு செய்தல்.
3. வங்கிகளில் சேமிப்புக் கணக்கில் வைப்புச் செய்தல்.
4. கம்பனிகளின் பங்குகளைக் கொள்வனவு செய்தல்.

1. கடன் வழங்குதல்

எமது பிரதேசத்தில் நிதித் தேவைப்பாடு உள்ளவர்களுக்கு வட்டிக்கு கடன் வழங்க முடியும். இங்கு வட்டி வருமானம் அதிகமாயினும் இடர் அதிகமானதாகும். கடன் எடுப்பவர்கள் கடன் பணத்தைத் திருப்பிச் செலுத்தாது விட்டால் கடன் பணமும் வட்டி வருமானமும் இல்லாமல் போகும்.

2. சொத்துக்களைக் கொள்வனவு செய்தல்

காணிகளினதும், வீடுகளினதும் விலையானது அதிகரித்துச் செல்வதனால் ஒரு சிலர் தமது சேமிப்புப் பணத்தை அவற்றில் முதலீடு செய்ய ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். சொத்துக்களில் முதலீடு செய்வதனால் வட்டி வருமானமொன்று கிடைக்காவிடினும் கொள்வனவு செய்த விலையை விடக் கூடிய விலைக்கு விற்பனை செய்ய முடிந்தால் கூடுதலான இலாபம் கிடைக்கும். இயற்கைக் காரணிகளால் அதாவது மண்சரிவு, சுனாமி, சூறாவளி போன்றவற்றினால்

சொத்துக்களின் பெறுமதி குறைவடைகின்ற சந்தர்ப்பங்களும் காணப்படுவதால் நட்டம் அடையக்கூடிய சந்தர்ப்பங்களும் ஏற்படும்.

3. சேமிப்புக் கணக்குகளில் பணத்தை வைப்புச் செய்தல்

வணிக வங்கிகள் மட்டுமன்றி நிதி நிறுவனங்களில் கூட இன்று முதலீட்டு வாய்ப்புக்கள் அதிகம் காணப்படுகின்றன. சிறு முயற்சியாளர்களின் சேமிப்பினை அதிகரிக்கச் செய்வதற்காகப் பலவகையான சேமிப்பு வைப்புக் கணக்குகள் வங்கிகளில் காணப்படுகின்றன. அவற்றுக்குப் பல்வேறு விகிதாசாரங்களின் கீழ் வட்டி வருமானமும் அது தவிர கடன் பெற்றுக் கொள்ளக் கூடிய வசதிகளும் வழங்கப்படுகின்றன. இந்த முதலீடானது இடர் குறைந்தாலும் ஏனைய முதலீட்டு விதிமுறைகளோடு ஒப்பிடும் போது நன்மைகள் குறைவான ஒன்றாகும்.

4. சாதாரண பங்குகளில் முதலீடு செய்தல்

பொது மக்களுக்குப் பங்குகளை விநியோகம் செய்வதன் மூலம் கம்பனிகள் தமது வணிக நடவடிக்கைகளுக்குத் தேவையான மூலதனத்தினை திரட்டிக் கொள்ளும். இவ்வாறு கம்பனிகளால் வழங்கப்படும் பங்குகளைப் பொதுமக்கள் கொள்வனவு செய்யலாம். சாதாரண பங்குகளைக் கொள்வனவு செய்த ஒருவர் அக்கம்பனியின் உரிமையாளர் ஆவார். அவர் கம்பனியின் உரிமையாளராகவும் காணப்படுவதால் வணிக இடர்களையும் ஏற்றுக் கொள்ள வேண்டும். இவற்றுக்கு குறிப்பிட்ட பங்குலாப வீதம் காணப்படாவிட்டாலும் வணிக நடவடிக்கைகள் சிறந்த முறையில் காணப்படின பங்குலாபம் அதிகரிக்கும். பேரளவிலான கம்பனியொன்றின் பங்குகளை கொள்வனவு செய்வதன் மூலம் உரிமைத்துவப் பங்குதாரர் ஆவதனால் சிறந்த முறையில் தொழிற்பட முடியும். பங்குகளில் முதலீடு செய்வதால் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய பயன்கள் சில வருமாறு.

- * கம்பனி உழைக்கும் தேறிய வருமானத்தில் குறிப்பிட்ட ஒரு சதவீதத்தினை பங்குலாபமாகப் பெறல்.
- * பங்குகளைக் கொள்வனவு செய்த ஒருவர் அப்பங்கினைத் தாம் விரும்புகின்ற சந்தர்ப்பத்தில் வேறோருவருக்கு விற்பனை செய்ய முடியும். தான் கொள்வனவு செய்த விலையை விட கூடிய விலைக்கு விற்பனை செய்து கொள்ள முடியுமானால் மூலதன இலாபத்தை பெறலாம்.
- * கம்பனியில் பகிரப்படாத இலாபத்தை இயக்குனர் சபையின் தீர்மானத்தின் படி எந்த விதமான பணத்தினையும் அறவிட்டுக் கொள்ளாமல் சாதாரண பங்குதாரர்களுக்கு உபகாரப் பங்குகள் வழங்கப்படும்.
- * கம்பனியானது மேலும் புதிதாக பங்கை வழங்கும் போது முதலாவதாக சாதாரண பங்குதாரர்களுக்கே வழங்கப்படும். அது சந்தை விலையிலும் பார்க்க குறைந்த விலையில் வழங்கப்படும். இது உரித்து வழங்கல் என அழைக்கப்படும்.

14. வணிகத்தின் தரத்தைப் பேணியபடி நுகர்வோரின் தேவைகளை நிறைவேற்றுதல்

உச்ச வினைத்திறனுடன் தரமுடைய பொருட்களை உற்பத்தி செய்து நுகர்வோர்க்கு வழங்குவது உற்பத்தியாளர் ஒருவரின் பிரதான தொழிற்பாடாகும். நுகர்வோரின் தேவைகள், விருப்பங்களை அறிந்து கொண்டு சந்தைக்கு பொருட்கள், சேவைகளை வழங்குவதன் மூலம் பெற்றுக்கொள்ளக் கூடிய அனுகூலங்களில் சில பின்வருமாறு :

- * நுகர்வோன் திருப்தியடைதல்.
- * விற்பனை அதிகரித்தல்
- * அதிகளவு இலாபத்தைப் பெற்றுக் கொள்ளல்.
- * தொடர்ச்சியாகத் தன்னிடம் வருகின்ற நுகர்வோரின் எண்ணிக்கை அதிகரித்தல்.

நுகர்வோர் தேவையும் திருப்தியும்

இங்கு காணப்படுவது திருப்தியடைந்த ஒரு வாடிக்கையாளராகும். இவர் பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்ய முன்பு எதிர்பார்த்த பண்புகள் அனைத்தும் பொருளைப் பயன்படுத்திய போது பெற்றுக்கொண்டதால் திருப்தியடைந்து காணப்படுகின்றார்.

நுகர்வோர் தேவையின் அடிப்படையில் அவரை திருப்திப்படுத்துவது எனின் உற்பத்தியாளருக்குத் தமது பொருட்களில் பின்வரும் மாற்றங்களைச் செய்ய வேண்டிய நிலை ஏற்படும்.

- * வர்ணத்தினை மாற்றுதல்.
- * அளவுகளை மாற்றுதல்.
- * பொதியிடல் முறைகளில் மாற்றங்கள் செய்தல்.
- * வாடிக்கையாளர் தொகுதிகளுக்கேற்ப பொருட்களை மாற்றங்களை செய்து வழங்கல்.



1. வர்ணத்தினை மாற்றுதல்

வர்ணத்தினை மாற்றுதல் என்பது ஒரே வகையான பொருளினை வெவ்வேறு நுகர்வோர் தொகுதியினருக்காக வர்ணமிடலைக் குறிக்கின்றது. உ+ம்: குழந்தைகளின் பரிசுப் பொருட்கள் உற்பத்தியின் போது பெண் குழந்தைகளுக்கு இளம் சிவப்பு நிறத்தில் உடை, தலையணை, பாதணி, பால் போத்தல், நுளம்பு வலை போன்றன உற்பத்தி செய்து சந்தைக்கு விடல். ஆண்குழந்தைகளுக்காக இவ்வனைத்துப் பொருட் தொகுதியும் நீல நிறத்தில் வழங்குவதன் மூலம் நுகர்வோரின் தேவை, விருப்பம் நிறைவேற்றப்படுதல் மூலம் விற்பனையும் அதிகரிக்கும்.

2. அளவுகளை மாற்றுதல்

இலக்குச் சந்தையில் நுகர்வோரின் கொள்வனவுச் சக்திக்கு ஏற்ப கொள்வனவு செய்யக்கூடிய வகையில் பல்வேறு அளவுகளில் ஒரே பொருளினை விற்பனைசெய்தல்.

உதாரணம் : பால்மா மாதாந்த வேதனம் பெறுவோர்களுக்கும் அதிக வருமானம் பெறுவோர்க்கும் பால்மா 2 கிலோ, 1கிலோ, 400கிராம் எனவும் குறைந்த வருமானம் பெறுபவர்களுக்கு அல்லது நாளாந்த வேதனம் பெறுவோர்க்கு 100கிராம் அல்லது 200கிராம் எனவும் பால் மாப் பக்கற்றுக்களை விற்பனை செய்தல்.

3. பொதியிடல் முறைகளில் மாற்றங்களை செய்தல்

ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளர்களினதும் தேவைக்கேற்ப பொதியிடலும் மேற்கொள்ளப்படுகின்றது. உதாரணம் : தேயிலை உற்பத்தி

- * ஒரு கோப்பை தேநீர் மட்டும் தயாரித்துக் கொள்பவருக்கு தேநீர்க் கோப்பையினுள் இடக்கூடிய சிறிய பைக்கற்.
- * வீட்டுப் பெண்களுக்கு அலங்காரத்திற்குப் பயன்படும் பொருட்களை போத்தல்களில் பொதியிடல்.
- * சாதாரணமாக எல்லா நுகர்வோர் தொகுதியினரும் கொள்வனவு செய்யக்கூடிய வகையில் 50கிராம், 100கிராம், 200கிராம் பைக்கற்றுக்களில் அடைத்தல்.

4. பல்வேறு நுகர்வோர் தொகுதியினருக்கு ஏற்ப பொருட்கள், சேவைகளில் மாற்றம் செய்து வழங்கல்

பல்வேறு நுகர்வோர் தொகுதியினரின் தேவைகளை அறிந்து, அதற்கு ஏற்ப நுகர்வோரைத் திருப்திப் படுத்தக்கூடிய பொருட்கள், சேவைகளில் மாற்றம் செய்யப்படுவதை இது குறிக்கும். உ+ம் : இலங்கையிலுள்ள வணிக வங்கிகளில் சேமிப்புக்களை அதிகரித்துக் கொள்வதற்காக இவ் உபாயங்களை பயன்படுத்துவதைக் காணலாம்.

- * குழந்தைகளின் எதிர்கால பாதுகாப்பிற்காக சிசு உதான கணக்கு, இசுரு உதான கணக்கு, டிகிரி கணக்கு.
- * மேற்படிப்புக்களை கற்க விரும்புகின்ற இளைஞர் யுவதிகளுக்கான YES கணக்கு, 18+ கணக்கு

- * பெண்களுக்கான “வனிதா வாசனா கணக்கு”. (மகளிர் பொற் கணக்கு)
- * வெளிநாட்டில் வதியச் செல்லும் இலங்கையர்களுக்கான “வதியாதோர் வெளிநாட்டு நாணயக் கணக்கு”
- * புனித யாத்திரை செல்ல விரும்புவர்களுக்கான “புனித யாத்திரைக் கணக்கு”

மேற்கூறப்பட்ட ஒவ்வொரு நுகர்வோரின் தேவைகளையும் நிறைவேற்றுவதுடன் அவர்களைத் திருப்திப்படுத்துவதற்கு முயற்சிப்பதுடன் இலக்குச் சந்தையினை முழுமையாகக் கைப்பற்றிக் கொண்டு இலாபம் உழைப்பதே பிரதான நோக்கமாகும். நுகர்வோரின் தேவைகளை அறிந்து கொண்டு அவர்களைத் திருப்திப்படுத்துவதற்கு பேரளவிலான சந்தையொன்றில் நுழைவதினை விட சிறிய சந்தையொன்றினுள் விஷேட தேவைகளை நிறைவேற்றுவதன் மூலம் அதிக இலாபத்தினைப் பெற்றுக்கொள்ளலாம்.