வணிகவியல் 12th Std பாடம் 13 சந்தை மற்றும் சந்தையிடுகையாளர்

1. சந்தையின் பொருள். சந்தை என்ற சொல் **"மார்கட்டஸ்"** என்ற இலத்தீன் சொல்லிலிருந்து பெறப்பட்டது. அதன் பொருள் வணிகம் நடைபெறும் இடத்தை குறிக்கிறது. பொருட்களை வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்வதற்கான ஒரு இடம் சந்தை ஆகும்.

2. சந்தையின் வரைவிலக்கணம்.

பைல் என்பவர் கூற்றுப்படி சந்தை என்பது வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் ஒருவருக்கொருவர் இணைந்து போட்டியிடும் இடம் அல்லது பகுதியை குறிப்பதாகும்.

கிளார்க் மற்றும் கிளார்க் ஆகியோரின் கருத்தின்படி சந்தை என்பது ஒரு மையப்பகுதி ஆகும். இதில் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளுக்கான உரிமையை மாற்றி வழங்குவதற்கு வழிவகுக்கும் சக்தியாக இயங்குகின்றது.

3. சந்தையின் இயல்புகள்.

1. வாங்குவதற்கும் விற்பதற்கும் ஏற்ற ஓர் இடம்.
2. .பரிமாற்றத்திற்காக வாங்குபவர் மற்றும் விற்பவர் இணைகின்றனர்.
3. பண்டங்களின் பரிமாற்றம் நடைபெறும்.
4. மனிதத்தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படும் ஒரு செயல் நடைபெறும்.
5. பொருட்களின் வர்த்தக தேவைகள் தீர்மானிக்கப்படும்

4. சந்தையின் வகைகள் Classification of Market.

1. புவியின் அடிப்படையில். On the Basis of Geographical Area.

A. குடும்ப சந்தை. Family Market. ஒரு குடும்பத்தின் உறுப்பினர்களிடையே பண்டங்கள் அல்லது பணிகள் பரிமாற்றிக்கொள்ளப்படும் சந்தை.

B. உள்ளுர் சந்தை. Local Market. 1. ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளுக்கான சந்தை. 2.வாங்குவோரும் விற்போரும் ஒரே ஊரைச் சேர்ந்தவர்கள். 3. குறுகிய தேவைகள் கொண்ட பொருட்களான பால், பழங்கள், மீன் காய்கறிகளுக்கான சந்தை.

C. தேசிய சந்தை National Market. ஒரு நாட்டின் பல்வேறு இடங்களிலும் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் கிடைக்கப்பெறும் வகையில் அமைந்த சந்தை.

D. பன்னாட்டு சந்தை அல்லது உலகளாவிய சந்தை. International / world market. பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் வர்த்தகம் உலகளவில் நடைபெற்றால் அது பன்னாட்டு சந்தை.

2.பண்டங்களின / பொருட்களின் அடிப்படையில். On the Basis of Commodities / Goods.

A. பண்டக சந்தை Commodity Market. உற்பத்திப் பொருட்கள் அல்லது நுகர்வுப் பொருட்கள் போன்றவைகளின் வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை நடைபெறும் சந்தை. இவை பின்வருமாறு வகைபடுத்தப்படும்.

i) உற்பத்திப் பொருள் மாற்று சந்தை Produce Exchange market. வளர்ச்சி அடைந்த தொழில் மையத்தில் அல்லது நகரத்தில் நடைபெறும் சந்தை. ஒரு குறிப்பிட்ட பொருள் மட்டுமே சந்தையிடப்படும். வாங்குபவர் மற்றும் விற்பவர்களுக்கிடையே ஒரு குறிப்பிட்ட கட்டுப்பாடுகள் இருக்கும். எடுத்துக்காட்டு. காபூரில் உள்ள கோதுமை மாற்றுசந்தை மற்றும் மும்பையில் உள்ள பருத்தி மாற்று சந்தை.

ii) தயாரிப்பு பொருள் மாற்று சந்தை Manufactured goods markets. தொழிற்சாலையில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்களுக்கான சந்தை.

iii) தூய உலோகச்(பொன்) சந்தை. Bullion Market. தங்கம் வெள்ளி போன்ற பொருட்களுக்கான சந்தை. நடைபெறும் இடங்கள்.மும்பை, கொல்கத்தா, கான்பூர்.

B. மூலதனச் சந்தை. Capital Market. நீண்டகால நிதிகளான கடன் மற்றும் பங்கு முதலைத் திரட்டுவதற்கான சந்தை. பங்குகள், கடனீட்டுப்பத்திரங்கள் கையாளப்படும். மூலதனச் சந்தை மூன்று வகைப்படும்.

i) பணச் சந்தை. குறுகிய கால நிதிகளுக்கான சந்தை.நிதிச் சொத்துக்கள்,மற்றும் பத்திரங்கள் கையாளப்படும்.பத்திரங்களின் முதிர்வுக் காலம் ஓர் ஆண்டு.

ii) அந்நிய செலாவணிச் சந்தை Foreign Exchange Market. வெளி நாட்டு நாணயங்கள் வாங்கி விற்கப்படும் சந்தை. ஏற்றுமதியாளர்கள் மற்றும் இறக்குமதியாளர்கள் தங்களது நாணயங்களை வெளி நாட்டு நாணயங்களாக மாற்ற வகை செய்யும் சந்தை.

iii) பங்குச் சந்தை Stock Market. பங்குகள் மற்றும் கடனீட்டுப்பத்திரங்களின் வர்த்தகம் நடைபெறும் சந்தை. பாதுகாப்பு சந்தை என அழைக்கப்படும். மும்பை பங்குச் சந்தை கொல்கத்தா பங்குச் சந்தை,போன்றவை.

3.பொருளாதாரத்தின் அடிப்படையில் On the Basis of Economics.

i) முறையான (செம்மையான) சந்தை .ஒரே இயல்பான தன்மை கொண்ட பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் ஒரே விதமான விலையில் வர்த்தகம் செய்யப்படும்.

முறையான (செம்மையான) சந்தையின் நிபந்தனைகள்.

வாங்குபர் மற்றும் விற்பவரின் எண்ணிக்கை அதிகம்.

பொருட்களின் விலை சந்தை முழுவதும் ஒரே சீராக இருக்கும்.
வாங்குவோர்,விற்போரின் சந்தை அறிவு தெளிவாக இருக்கும்.
பொருட்கள் தங்கு தடையின்றி கிடைக்கும்.

ii) முறையற்ற அல்லது செம்மையற்ற சந்தை. பல்வகைப் பொருட்கள் மற்றும் பல்வேறு விலைகளைக் கொண்ட சந்தை.

முறையற்ற அல்லது செம்மையற்ற சந்தை இயல்புகள்

பொருட்களின் ஒத்த தன்மை இன்மை
விலையில் ஏற்றத் தாழ்வு
தகவல் தொடர்பில் குறைபாடு
பொருட்கள் கொண்டு செல்வதில் தடை

4. **நடவடிக்கைகளின் அடிப்படையில் On the Basis of Transaction**

i) களச்சந்தை. Spot Market. பொருள் விநியோகம் மற்றும் உரிமை மாற்றம் உடனடியாக நடைபெறும் சந்தை.

ii) எதிர்காலச் சந்தை. Future Market. பொருள் விநியோகம் உடனடியாக நடைபெறும். தொகை எதிர்காலத்தில் செலுத்தப்படும்.

5. **ஒழுங்குமுறை அடிப்படையில் On the basis of Regulation**.

i) ஒழுங்கு முறைச் சந்தை Regulated Market. அரசின் சட்டதிட்டங்களுக்கு உட்பட்டு நடைபெறும் சந்தை ஒழுங்குமுறைச் சந்தை .உதாரணம். மும்பை, கொல்கத்தா, மற்றும் சென்னை பங்குச்சந்தை.

ii) ஒழுங்கு முறையற்ற சந்தை. Unregulated Market. பொருட்களின் தேவை மற்றும் அளிப்பு அடிப்படையில் சந்தை செயல்பாடுகள் நடைபெறும். அரசின் கட்டுப்பாடுகள் கிடையாது. தேவை மற்றும் அளிப்பு அடிப்படையில் விலை நிர்ணயம் ஏற்படும்.

6. **காலத்தின் அடிப்படையில் On the Basis of Time.**

i). மிக குறுகிய கால சந்தை Very short Period Market. விரைவில் கெட்டுப் போகும் தன்மை உடைய பொருட்களான பால், முட்டை, காய், கனிகள், விற்பனை நடைபெறும் சந்தை.

ii) குறுகிய காலச் சந்தை Short Period Market. வாரம் அல்லது மாதம் ஒரு முறை பொருட்களின் பரிமாற்றம் நடைபெறும் சந்தை.

iii) நீண்ட காலச் சந்தை.Long Period Market. நீண்ட காலத்திற்கு பயன்படக்கூடிய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் கையாளப்படும் சந்தை.

7. **தொழில் அளவின் அடிப்படையில் On the Basis of Volume of Business**.

i) மொத்த விற்பனைச் சந்தை Whole sale market. உற்பத்தியாளரிடம் நேரிடையாக மொத்தமாகப் பொருட்கள் கொள்முதல் செய்யப்பட்டு பொருட்கள் சில்லறை வியாபாரிக்கு விற்பனை செய்யப்படும் சந்தை.

ii) சில்லறை விற்பனைச் சந்தை. Retail Market. நுகர்வோரின் தேவைக்கேற்ப பொருட்கள் சிறு அளவில் விற்பனை செய்யப்படும் சந்தை.சில்லறை வியாபாரி நுகர்வோருக்கு பொருட்களை விற்பனை செய்வது இச் சந்தையில் தான்.

8. **முக்கியத்துவத்தின் அடிப்படையில் . On the Basis of Importance**.

i) முதன்மைச் சந்தை Primary Market. வேளாண் விளை பொருட்கள் மட்டுமே சந்தையிடப்படும் சந்தைகள் முதன்மைச் சந்தைகள் எனப்படும்.

ii) இரண்டாம் நிலைச் சந்தை Secondary Market. முற்றுப் பெறாத தயாரிப்புப் பொருட்கள் மட்டுமே சந்தையிடப்படும் சந்தை இரண்டாம் நிலைச் சந்தை ஆகும்.

iii) இறுதிநிலைச் சந்தை .நுகர்வோரின் இறுதி நிலைப் பயன்பாட்டிற்கு பொருட்கள் விற்பனை செய்யப்படும் சந்தை இறுதிநிலைச் சந்தை ஆகும்.

5. சந்தையிடுகையாளர் பொருள். பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை விற்பனை செய்யும் நடவடிக்கைகளை செய்பவர். பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளுக்காக பணத்தை மாற்று மதிப்பாக உருவாக்குபவர்.

6. சந்தையிடுகையாளர் வரைவிலக்கணம். யார் ஒருவர் ஒரு குறிப்பிட்ட நுகர்வோருக்கான பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் தேவைகளை அறிந்து பூர்த்தி செய்வதோடு மட்டுமில்லாமல் நிறுவனங்கள் சார்பாக பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை சந்தையிடுகை செய்கிறாரோ அவரே சந்தையிடுகையாளர்.

7. எந்தெந்த பொருட்களைச் சந்தையிடலாம் ? what can be marketed?
சந்தையிடுகை எவ்வாறு மேற்கொள்ளப்படுகிறது ?

1. பண்டங்கள் / பொருட்கள் Goods அனைத்து நாடுகளாலும் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு சந்தையிடப்படும் பொருட்கள். எ.கா. குளிர்சாதனப் பொருட்கள், தொலைக்காட்சி சாதனங்கள், இயந்திர சாதனங்கள்.

2. பணிகள் / சேவைகள் Services பிறரின் சிறப்புத் தகுதி அல்லது திறன் மூலம் நுகர்வோர் பெறும் பயன்பாடுகளே பணிகள் அல்லது சேவைகள் ஆகும் .எ.கா. விமானப்பணி, அழகுகலை நிபுணர்கள், மருத்துவர்கள், பொறியாளர்கள் போன்றோரின் சேவைகள்.

3. அனுபவங்கள் Experiences. முன் அனுபவம் கொண்டுள்ள ஒரு குழு மூலம் நிறுமம் தனக்கான ஒரு இடத்தை உருவாக்கிக் கொள்வது. எடுத்துக்காட்டு . வர்த்தக பொருட்காட்சி.

4. நிகழ்வுகள். Events. காலம் மற்றும் நேரத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட சந்தை. எடுத்துக்காட்டு. பொருட்காட்சி, கலைநிகழ்ச்சிகள்.

5. நபர்கள் Persons. பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை பிரபலங்கள் மூலம் அறிமுகப்படுத்தி பிரபலம் அடையச்செய்வது. சினிமா நட்சத்திரங்கள், விளையாட்டு வீரர்கள், இசைக்கலைஞர்கள் போன்றோரை விளம்பரத்தில் தோன்றச்செய்து விற்பனையை மேம்படுத்துவது.

6. இடம். Place. பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கான சிறப்பு அம்சங்கள் பற்றி எடுத்துரைத்து பண்டங்கள், மற்றும் பணிகளை வாங்கத் தூண்டுவது. (புதிய குடியிருப்புகள், நிறுமத்தின் தலைமையகம், பொழுது போக்கு அம்சங்கள், சுற்றுலா வசதி போன்றவற்றை எடுத்துரைப்பது)

7. உடைமைகள் Properties நீண்ட காலத்திற்கு பயன்தரக்கூடிய சொத்துக்களின் உடமை மற்றும் உரிமை மாற்றத்தை விளக்கி விற்பனை செய்வது. (நிலம் ,கட்டிடம், பங்குகள், பத்திரங்கள்.)

8.அமைப்பு Organisation. ஒரு நிறுமம் மக்கள் மத்தியில் நற்பெயரை உருவாக்கி அதன் மூலம் போட்டியை சமாளிப்பது. மக்கள் மத்தியில் நிரந்தர இடத்தை தக்க வைக்க சில செயல்களை மேற்கொள்வது .பல்கலைக்கழகம் அருங்காட்சியகம் உருவாக்குவது.

9.தகவல் Information. தகவலும் இன்று சந்தைப்படுத்தப்படுகிறது. பள்ளி, கல்லூரிகள் தங்கள் நிறுவனம் குறித்த தகவல்களை செய்தித்தாள்கள், இதழ்கள் மூலம் தெரிவிக்கின்றன.

10 கருத்துக்கள். Ideas. ஒவ்வொரு சந்தையும் தனக்கென ஒரு கருத்துக்களை உள்ளடக்கியது. சமுதாய நோக்குடைய சந்தையிடுகையாளர்கள் எப்போதும் கருத்துக்களை மேம்படுத்துவதில் முனைப்புடன் இருக்கின்றனர்.

8. சந்தையீட்டாளரின் பங்கு Role of a Marketer

1.தூண்டுபவர் 2.புதுமை புகுத்துபவர் 3. ஒருங்கிணைப்பாளர். 4.செயல்பாட்டாளர்.

1.தூண்டுபவர். Instigator. சந்தையில் ஏற்படும் மாற்றத்தைக் கவனித்து அதற்கேற்ப சந்தையில் தேவையான மாற்றத்தை ஏற்படுத்துவதால் தூண்டுபவர் எனப்படுகிறார்.

2.புதுமைபுகுத்துபவர். Innovator. சந்தையில் தனக்கென ஒரு இடத்தைப் பிடிக்க புதிய விஷயங்களைப் புகுத்துவது. விலையில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துவது, பொருட்களின் இயல்புகளை மாற்றுதல், தொழில் முறையில் மாற்றம், உற்பத்தி முறையில் மாற்றம் போன்றவைகளிச் செய்வது.

3.ஒருங்கிணைப்பாளர். Integrator. நுகர்வோர், மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் கருத்துக்களைக் கேட்டு அமைப்பின் ஒருங்கிணைப்பு பணியை மேற்கொள்கிறார்.

4.செயல்பாட்டாளர் Implementer. பொருட்களை சந்தையிடுகை செய்வதற்கான வாய்ப்புகளை ஏற்படுத்தும் மாற்றங்களை உருவாக்குகிறார்.

9. சந்தையிடுகையாளரின் பணிகள் Functions of Marketer.

1.சந்தை பற்றிய தகவல்களை சேகரித்து அதனை ஆராய்தல்.
2.சந்தை திட்டமிடுதல்
3.பொருட்களை வடிவமைத்தல், மற்றும் மேம்படுத்துதல்.
4.பொருட்களை வகைப்படுத்துதல் மற்றும் தரப்படுத்துதல்.
5.கட்டுமானம் செய்தல் மற்றும் பெயரிடல்
6.வர்த்தக குறியீடு செய்தல்.
7.வாடிக்கையாளர் சேவை தொடர்பான ஆதரவு அளித்தல்.
8.பொருட்களுக்கான விலை நிர்ணயம் செய்தல்
9.விற்பனை அளவினை மேம்படுத்துதல்.
10.வழங்கல் வழியினை ஏற்படுத்துதல்.
11.போக்குவரத்து நடவடிக்கைகளை கையாளுதல்.
12.பொருட்களை சேமித்தல் மற்றும் பண்டகக்காப்பு செய்தல் போன்ற அனைத்து பணிகளையும் செய்தல்.