www.tnschoolbooks.in

தமிழ்நாடு அரசு

மேல்நிலை இரண்டாம் ஆண்டு

வணிகவியல்

தமிழ்நாடு அரசு விலையில்லாப் பாடநூல் வழங்கும் திட்டத்தின் கீழ் வெளியிடப்பட்டது

பள்ளிக் கல்வித்துறை

தீண்டாமை மனிதநேயமற்ற செயலும் பெருங்குற்றமும் ஆகும்

Introduction.indd_new.indd 1 19/12/2022 14:52:11

www.tnschoolbooks.in

தமிழ்நாடு அரசு

முதல்பதிப்பு – *2019*

திருத்திய பதிப்பு – *2020, 2021, 2022, 2023*

மறுபதிப்பு – *2024*

(புதிய பாடத்திட்டத்தின் கீழ் வெளியிடப்பட்ட நூல்)

விற்பனைக்கு அன்று

பாடநூல் உருவாக்கமும் தொகுப்பும்

மாநிலக் கல்வியியல் ஆராய்ச்சி மற்றும் பயிற்சி நிறுவனம்

© SCERT 2019

நூல் அச்சாக்கம்

தமிழ்நாடு பாடநூல் மற்றும் கல்வியியல் பணிகள் கழகம்

www.textbooksonline.tn.nic.in

Introduction.indd_new.indd 2 14/12/2023 15:31:38

அன்பார்ந்த மாணவர்களே !

எதிர்காலத்தில் உங்களை திறமையானதோர் மற்றும் நுண்ணறிவு கொண்ட நபராக மாற்ற வல்லமை தரும் புதையலுக்கு நிகரான அருமையான புத்தகம் ஒன்று உங்கள் கைகளில் தவழ்ந்து கொண்டு இருக்கிறது. அதை நீங்கள் முதலில் நம்ப வேண்டும் மற்றும் அதன் மூலம் வணிகவியலில் முழுமையான அறிவைப் பெற்று பன்முகத் திறமைசாலியாக உங்களை மேம்படுத்திக் கொள்ள இயலும்.

இந்தப் புத்தகத்தில் புதைந்துள்ள பல்வேறு மதிப்புமிக்க மற்றும் பயனுள்ள கருத்தாழமிக்க பகுதிகளை நன்கு புரிந்து கொள்ள எப்படி இந்தப் புத்தகத்தை பயன்படுத்த வேண்டும் என்பதை நீங்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும். இப்புத்தகத்தின் அலகுகள், அத்தியாயங்கள் மற்றும் அவற்றில் அடங்கியுள்ள கருத்துகள் யாவும் கற்றலின் பொழுது திறன் மேம்படும் அளவிற்கான ஆலோசனைகள் தரப்பட்டுள்ளன.

இப்புத்தகம் பத்து அலகுகளாகவும் முப்பத்து மூன்று அத்தியாயங்களாகவும் பல பகுதிகளாகப் பிரிக்கப்பட்டு இருந்தாலும் இது மாணவர் நோக்கில் மட்டுமே எழுதப்பட்டுள்ளது. மிகச் சிறந்த கற்றல் அனுபவத்தைப் பெறுவதற்கான உங்கள் முயற்சிக்கு "புத்தகத்தைப் பயன்படுத்துவது எப்படி?" என்று கீழ்க்கண்டவாறு விவரிக்கப்பட்டுள்ளது.

புத்தகத்தைப் பயன்படுத்துவது எப்படி?

அலகுகள்

புத்தகத்தின் பல்வேறு அத்தியாயங்களைத் தனித்தனியே சில முக்கிய தலைப்புகளின் கீழ் பாடப்பகுதிகளாக இவ்வலகுகள் கொண்டு இருப்பதால் வணிகவியல் கல்வியின் குறிப்பிட்ட அறிவு சார்ந்த பகுதிகளை நீங்கள் புரிந்து கொள்ள இயலும். இதுதான் கற்றலின் வழக்கமான வழி ஆகும். உதாரணமாக அலகு ஒன்றில், மூன்று அத்தியாயங்கள் உள்ளன; அவை வணிகவியல் கல்வியின் அடிப்படை மற்றும் துவக்கப் பகுதிகளாக உள்ளன. அதுபோலவே பிற அலகுகள் உங்களுக்கு பதினொன்றாம் வகுப்பிற்குத் தேவையான குறிப்பிட்ட அறிவு சார்ந்த பகுதிகளை வெவ்வேறு அலகுகளில் பல தலைப்புகளின் கீழ் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன. அதில் எதனை தவிர்த்தாலும், நீங்கள் அறிவின் தொடர்ச்சியை இழக்க நேரிடும்.

அத்தியாயங்கள்

இன்றைய வணிகவியல் கல்வியின் உரைநடை மற்றும் செயல்முறை விளக்கத்தினை ஓர் உண்மையான புதையலாக பெற்றுக் கொள்ள விரும்பும் எவரும் இப்புத்தகத்தின் அனைத்து அத்தியாயங்களையும் (முப்பத்து மூன்று) முழுமையாகப் படிக்க வேண்டும். வணிகவியலின் அடிப்படைகளையும், மூலக்கூறுகளையும் கற்றுக்கொள்ள விரும்பும் எந்த ஒரு மாணவரும் இப்பாடங்களைத் தங்கள் தகுதி மேம்பாடு அடையச் செய்யும் மாத்திரைகளாக எண்ணி விழுங்க வேண்டும். பாடங்களால் விளையும் நன்மைகளையும் உண்மையான அறிவினையும் இழக்காமல் இருக்க எந்தப் பாடத்தையும் ஒதுக்கக் கூடாது என அறிவுறுத்தப்படுகின்றது.

சிறு தலைப்புகள்

இத்தலைப்புகள் உங்களின் கற்றல் முறை சீராக ஒழுங்குபடுத்தப்படுவதற்கும் ஒன்றன் பின் ஒன்றாக அடுக்கப்பட்ட பாணியில் தகவல்களின் தெளிவு மற்றும் உண்மைத் தன்மையை பிரிதிபலிக்கும் வண்ணமாக பல்வேறு அத்தியாயங்களில் நினைவில் நிறுத்தக்கூடிய பகுதிகளாகக் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. ஆகவே ஒரு அத்தியாயத்தின் பாடப்பகுதியை நீங்கள் கற்பதற்கு அதே அத்தியாயத்தின் "சிறு தலைப்புகள்" அடிப்படையாக விளங்குகின்றன என்றால் அது மிகையாகாது. இதுவே கற்றலின் மிக எளிய முறையாகும்.

இப்பகுதியானது பொதுவாகப் பல்வேறு அத்தியாயங்களில் சிறு துளிகளாகத் தரப்பட்டுள்ள வணிகவியல் தொடர்புடைய நிகழ்கால மற்றும் இறந்த கால நிகழ்வுத் துளிகளாகும். இவை அத்தியாயம் தொடர்புடையதாக இருப்பதால் அநேகமாக எல்லா அத்தியாயங்களிலும் கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

வெற்றிக் கதை

வாழ்வில் சாதாரண நிலையிலிருந்து எடுகோளாக சொல்லக்கூடிய நிலைக்கு உயர்ந்த நிறுவனங்கள் அல்லது நிஜமனிதர்கள் வளர்ந்த வரலாற்றுச் சுருக்கத்தை இப்பகுதி குறிப்பிடுகின்றது. நீங்கள் இத்தகைய உதாரணங்களைப் பின்பற்றி உங்கள் எதிர்கால இலட்சியங்களை அடைவதற்காக இவ்வுண்மைக் கதைகளைப் புரிந்து கொண்டு வாழ்க்கையில் வெற்றி அடைய வேண்டும்.

சூழ்நிலை ஆய்வு

பல்வேறு அத்தியாயங்களில் உள்ள பாடப்பகுதிகளில் உள்ள உட்கூறுகளைப்பற்றிய செயல்பாட்டு அறிவைச் சோதிப்பதற்காக இப்பகுதி சிந்தித்து விடை அளிக்கும் நோக்கில் ஆய்வின் அடிப்படையில் சூழ்நிலைக்கு ஏற்றவாறு தொடர்புடைய விடைகளைத் தரும் வண்ணம் உங்களைத் தயார் செய்வதற்காக உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. இதன் மூலம் நீங்கள் செய்முறை அறிவையும் பயன்பாட்டு அறிவையும் ஒருங்கே பெற இயலும்.

திட்டச் செயல்

ஒவ்வொரு அத்தியாயத்திலும் தெரிந்தெடுக்கப்பட்ட பகுதிகளில் வீட்டுப் பாடமாகவோ அல்லது வகுப்புப் பாடமாகவோ உங்களுக்குப் பயிற்சியளிக்கும் பகுதியே திட்டச் செயல் என்பதாகும். உலகளாவிய நிலையில் பல்வகைத் தொழிலமைப்புகள் பற்றிய செயல்முறை விளக்கமானது வணிகவியல் கல்வியில் தரப்பட வேண்டியுள்ளது. ஒரு குறிப்பிட்ட தொழில் நிறுவனம் தொடர்புடைய பிரச்சினைக்குத் தீர்வு காணும் வகையில் இந்த திட்டச் செயல் தரப்படுவதால் அவை உங்கள் எதிர்கால முன்னேற்றத்திற்கும் பயன்படுவனவாக அமையும்.

சுய சிந்தனைக்கு

உங்கள் மேலான புரிதலுக்கு துணை செய்வதற்காக இப்பகுதி அனைத்து அத்தியாயங்களிலும் ஒரு பயனுள்ள பகுதியாகத் தரப்பட்டுள்ளது. இவற்றின் மூலம் சில முக்கிய கலைச் சொற்களின் பொருளை நினைவு கூறுவதற்கோ அல்லது அவற்றின் பயன்பாட்டினை மறுமுறை நினைவு கூறுவதற்கோ "சுய சிந்தனைக்கு" பகுதி தேவைப்படுகின்றது. இது உங்கள் பாடப்பகுதியினைப் புரிந்து கொள்வதற்கு மட்டுமல்லாமல் சுயதொழில் துவங்குவதற்கான வாய்ப்பினைத் தருகின்றது.

மேலும் அறிவதற்கு

இப்பகுதி தரப்பட்டுள்ளதன் நோக்கமாவது மாணவர்கள் பெற வேண்டிய வணிகவியல் தொடர்புடைய கோட்பாடுகள் கருத்துக்கள் பற்றி வீட்டுப்பாடமாக அல்லது மேற்படிப்பில் கவனம் கொள்ளும் வகையில் இணையதளம் அல்லது குறிப்பு நுல்கள் வாயிலாக அறிந்து கொள்ளும் பகுதியே "மேலும் அறிவதற்கு" ஆகும்.

Introduction.indd_new.indd 4 19/12/2022 14:52:13

கலைச் சொற்கள்

ஒரு குறிப்பிட்ட அத்தியாயத்தில் தெரிந்தெடுக்கப்பட்ட முக்கிய கருத்துக்கள் பற்றி மாணவர்கள் முழுமையாக அறிந்து கொள்வதற்காக உருவாக்கப்பட்ட பகுதியே கலைச் சொற்கள் ஆகும். கற்றலின் பொழுது தரப்பட்டுள்ள கருத்துக்கள் பற்றி தெளிவாகவும் அவசியமானதாகவும் கருதப்படும் விவரங்களை மாணவர்கள் எளிதில் நினைவு கூறத்தக்க வகையில் உள்ள பகுதியே இதுவாகும்.

பயிற்சி

குறு விடை, சிறு விடை மற்றும் பெரு விடை வினாக்கள் பகுதியானது உங்கள் திறமையை அளவிடும் கருவிகளுக்கானது என்பது உங்களுக்குத் தெரியுமா? சில குறிப்பிட்ட மதிப்பீட்டு முறைகளாக கொடுக்கப்பட்டவை சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு, கோடிட்ட இடங்களை நிரப்பு, பல தேர்வு வினாக்கள் ஆகியவை ஆகும். அதிக மதிப்பெண்கள் பெறுவது உங்கள் உயரிய அறிவு நிலையைக் காட்டுவதாகும்.மேற்படிப்புக்கு ஏதுவாக இருப்பதால் மேற்கூறிய அனைத்தையும் தேர்வுக்கு முன்னதாகவே நீங்கள் தயார் செய்து கொள்ள வழி ஏற்படுத்தப்பட்டுள்ளது. **வருமுன் காப்பது நல்லது** என்பதற்கு இணங்க நீங்கள் உங்கள் ஆசிரியர் கூறுவதற்கு முன்னதாகவே உங்கள் விடைகளைக் கண்டுபிடிக்க முயற்சி செய்யலாம்.

இணைய தளக் குறியீடு

இது ஒரு கவனத்தை ஈர்க்கும் பகுதியாகும். இதன் மூலம் உரைநடைக் கல்விதனை இணைய தளத்தின் மூலம் ஒரு கைபேசியின் வாயிலாக நடைமுறை வணிகம் பற்றி கொடுக்கப்பட்டுள்ள குறு சொற்பொழிவுகள் மற்றும் செயல்விளக்கம் மூலமாக அறிவுசார் நிபுணர்களைக் கொண்டு தரப்படுவதாகும். ஆனால், இது பெரும்பாலும் வீட்டுப்பாடமாக அல்லது ஓய்வு நேர கற்றல் மூலமாக அல்லது ஆசிரியர்களின் கவன ஈர்ப்புச் செயலாக இதனை மேற்கொள்ள வேண்டும்.

சொற்களஞ்சியம்

உங்கள் அறிவு வளர்ச்சிக்குத் தேவையான முக்கியப் பகுதியாகவும் புத்தகத்தில் உள்ள மிக முக்கிய கருப்பொருட்களின் தொகுப்பாகவும் இப்பகுதி உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. மேலும், உங்களின் நினைவாற்றலை மேம்படுத்தவும் நினைவு கூறலுக்கு ஏதுவாகவும் பல்வேறு முக்கிய கலைச் சொற்களின் தொகுப்பாகப் புத்தகமெங்கும் காணப்படும் முக்கியக் கருத்துக்களை வரிசைப்படுத்தி தமிழ்–ஆங்கிலமாக வழங்கப்பட்டுள்ள பகுதி இதுவாகும்.

ஆகவே, நன்மாணாக்கர்களே!

முழுமையான வெற்றிக்கு கடும் உழைப்பு ஒன்றே வழிகோலும் என்பதை நாங்கள் நினைவுப்படுத்தும் வேளையில் உங்களின் வெற்றிக்காகவும் பொருள் அறிந்த கற்றலுக்காகவும் எங்கள் நல்வாழ்த்துக்களைத் தெரிவித்துக் கொள்கிறோம்.

ஆசிரியர் குழுமம்.

"வணிகவியல்" கல்வியின் செயல் எல்லை

"வணிகவியல்" என்ற படிப்பு அறிவுசார் உலகெங்கும் பயன்படக்கூடிய ஒரு படிப்பு. இப்படிப்பை பயின்றவர்கட்கு இந்தியாவில் மட்டுமல்லாமல் உலகெங்கும் ஏராளமான வேலை வாய்ப்புகள் காத்துக்கிடக்கின்றது. மேல்நிலைப் பள்ளியில் வணிகவியல் படிப்பை முடித்த மாணவர்களுக்கு எப்படிப்பட்ட வாய்ப்புகள் எல்லாம் அரங்கேற உள்ளது என்பதைக் கீழ்க் குறிப்பிடப்பட்ட படம் விளக்குகிறது.

கல்வி வாய்ப்புகள்

கல்லூரிகளில் நேராக சேர்ந்தோ அல்லது அஞ்சல் வழியிலோ கீழ்க் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள இளங்கலை பட்டப் படிப்புகளைப் படிக்கலாம்.	தொழில் படிப்புகள்	கல்லூரி மற்றும் பல்கலைக்கழகங்களில் நேரடியாக சேர்ந்தோ அல்லது அஞ்சல் வழியிலோபகுதி நேரப்படிப்பாகவோ கீழ்க் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள மேல்பட்ட படிப்புகளை மாணவர்கள் படிக்கலாம்.	பட்டப்படிப்புக்குப் பிறகு சிறப்புத் தொழில் படிப்புகள்	முதுகலைபட்டப் படிப்பு முடித்த பின் கீழ்க் குறிப்பிட்ட படிப்புகளை மேற்கொள்ளலாம்
• இளங்கலை வணிகவியல் (B.Com.) • இளங்கலை வணிகவியல் (B.Com.,Hons) • இளங்கலை வணிகவியல் (கணக்கியல் மற்றும் நிதியியல்) • இளங்கலை வணிகவியல் (கணினி பயன்பாடு) • இளங்கலை வணிகவியல் (வங்கி மேலாண்மை) • இளங்கலை நிர்வாகவியல் • இளங்கலை வங்கி நிர்வாகம் • முதுகலை வணிகவியல் (5 ஆண்டு ஒருங்கிணைந்த படிப்பு) • இதர பட்டயப் படிப்புகள் (Diploma)	• சாசனக் கணக்கர் பட்டயப் படிப்பு (CA) • சாசன மேலாண் கணக்கர் (CMA) • நிறுமச் செயலர் பட்டயப் படிப்பு (ACS) • இளங்கலை சட்ட படிப்பு (5 ஆண்டுகால ஒருங்கிணைந்த படிப்பு) (B.L) • இளங்கலை வணிகவியல் (சட்டம்) (LLB) (5 ஆண்டுகால ஒருங்கிணைந்த படிப்பு) • மேலாண்மை கணக்கர் பட்டய படிப்பு (இங்கிலாந்து) • சான்றளிக்கப்பட்ட பட்டய கணக்கர் படிப்பு (இங்கிலாந்து) • சான்றிதழ் பெற்ற பொது கணக்கர் (அமெரிக்கா)	• முதுகலை வணிகவியல் (M.Com.,) • முதுகலை வணிகவியல் (கணக்கியல் மற்றும் நிதியியல்) • முதுகலை வணிகவியல் (பன்னாட்டு வணிகம் மற்றும் வங்கியியல்) • முதுகலை வணிகவியல் (கணினி பயன்பாடு) • முதுகலை வணிகவியல் (கூட்டுறவு மேலாண்மை) • முதுகலை தொழில் நிர்வாகம் (M.B.A) • முதுகலை தொழில் நிர்வாகம் (நிதியியல்) • முதுகலை தொழில் நிர்வாகம் (சந்தையிடல்) • முதுகலை தொழில் நிர்வாகம் (மனிதவள மேலாண்மை) • முதுகலை தொழில் நிர்வாகம் (விளம்பரம் மற்றும் விற்பான்மை) • முதுகலை தொழில் நிர்வாகம் (மருத்துவமனை மேலாண்மை) • முதுகலை மனிதவள மேலாண்மை (MHRM) • முதுகலை தொழிலாளர் மேலாண்மை (MLM)	• சாசனக் கணக்கர் (CA) • சாசன மேலாண் கணக்கர் (ICMA) • நிறுமச் செயலர் படிப்பு (ACS) • இளங்கலை சட்டம் (LLB) • மத்திய பணியாளர் தேர்வாணையம் (UPSC) • இந்திய ஆட்சிப் பணி (IAS) • இந்திய காவல் பணி (IPS) • இந்திய அயல்நாட்டுப் பணி (IFS) • இந்திய வருவாய் பணி (IRS) • இந்திய கணக்கியல் மற்றும் தணிக்கையியல் பணி (IA & AS)	• வணிகவியல் முதுகலை ஆய்வியல் நிறைஞர் படிப்பு (M.Phil.) • முனைவர் பட்டப் படிப்பு (Ph.D.,) • ஆய்வியல் அறிஞர் (D.Litt) • பல்கலை மான்யக் குழு நடத்தும் கல்லூரி ஆசிரியர் தகுதித் தேர்வு (NET) • மாநில அரசு நடத்தும் ஆசிரியர் தகுதித் தேர்வு (SET) • இளங்கலை கல்வியியல் பட்டப் படிப்பு (B.Ed.,) • முதுகலை கல்வியியல் பட்டப் படிப்பு (M.Ed.,) • பிற முதுகலை பட்டயப் படிப்புகள் (PG Diploma)

வேலை வாய்ப்புகள்

அ. தமிழகம் முழுவதும் உள்ள மாவட்டத் தலைநகரங்களிலுள்ள மாவட்டத் தொழில் மையங்கள் மூலம் எண்ணற்ற சுயவேலைவாய்ப்புப் பயிற்சிகள் தரப்படுகின்றன. இதனை 12ஆம் வகுப்பு தேர்ச்சித் தகுதியோடு பெறுவது நல்லது.

ஆ. முறையான பட்டப்படிப்பை பெற்ற பின்பு வணிகவியல் பட்டதாரிகள் தொழில் முனைய விழையின் வங்கிகளையோ அல்லது நிதி நிறுவனங்களையோ நாடி நிதி பெற்று சொந்தமாக தொழில் தொடங்கலாம்.

இ. மேல்நிலை வணிகவியல் படித்த பின்பு, இளங்கலை வணிகவியல் பட்டம் பெற்ற பின்பு, தமிழ்நாடு அரசுப் பணியாளர் தேர்வாணையம் நடத்தும் பணியாளர் தொகுதி I, II, III மற்றும் IV என்ற பதவிகளுக்கான தேர்வு எழுதி அரசுப்பணிகளுக்குச் செல்லும் வாய்ப்புகளும் உள்ளது.

ஈ. வணிகவியல் பட்டதாரிகள் வரி ஆலோசகர்களாகவோ அல்லது சரக்கு மற்றும் சேவை வரி ஆலோசகர்களாகவோ தாமாக தொழில் செய்ய முடியும்.

Introduction.indd_new.indd 6 19/12/2022 14:52:13

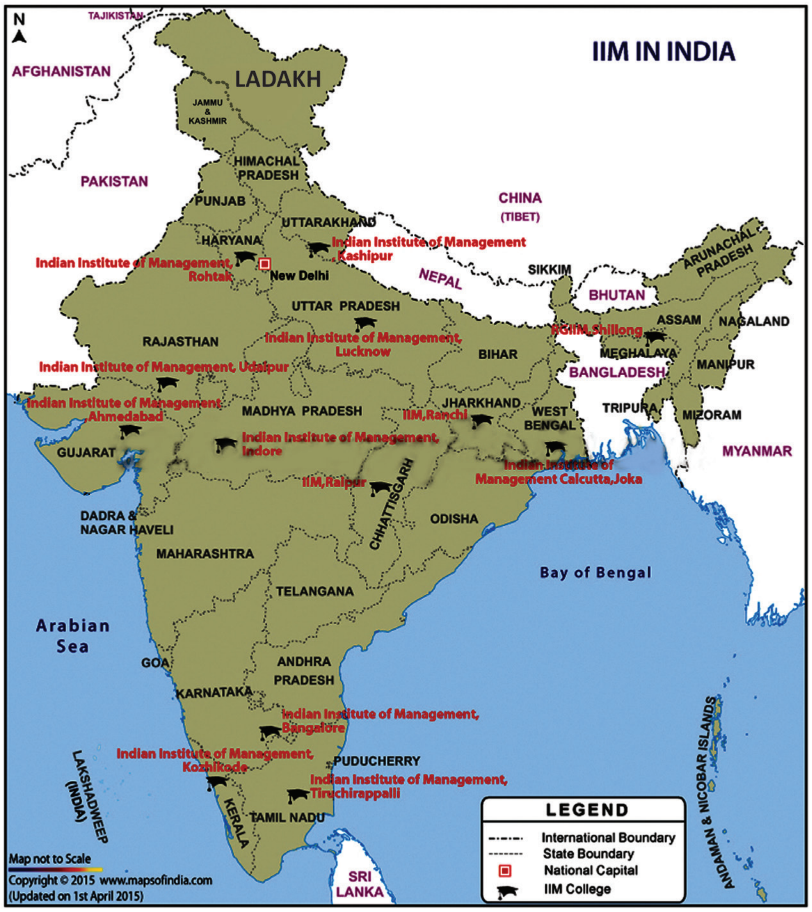
வெளிநாட்டு வாய்ப்பு

வணிகவியல் மாணவர்களுக்கு உலகளவில் கீழ்க் கண்ட சிறப்பான வாய்ப்புகள் உள்ளன.

1. முன்னேறிய நாடுகளான அமெரிக்கா, இங்கிலாந்து, ஆஸ்திரேலியா, கனடா போன்ற நாடுகளில் தொழில் நிர்வாகப் படிப்பினைத் தொடரலாம்.
2. கணினி படிப்பில் ' Tally ' என்ற மென் படிப்பை பயின்ற வணிகவியல் பட்டதாரிகள் தொழில் நிறுமங்களில் கணக்கர் பணிக்குப் பணி அமர்த்தப்படலாம்.
3. முதுகலைப் பட்டம் பெற்ற வணிகவியல் பட்டதாரிகள் முனைவர் பட்டப் படிப்பை இந்தியாவில் உள்ள பல்கலைக் கழகங்களிலோ அல்லது வெளிநாட்டில் உள்ள பல்கலைக் கழகங்களிலோ கல்வி உதவித் தொகையுடன் தொடரலாம்.
4. முதுகலை வணிகவியல் பட்டம் பெற்ற பட்டதாரிகள் கல்வியியல் இளங்கலை மற்றும் முதுகலைப் பட்டம் பெற்று மேல்நிலைப் பள்ளிகளில் முதுநிலைப் பட்டதாரி ஆசிரியராகப் பணி பெறலாம்.
5. நல்ல செயல் திட்டங்களைத் தீட்டி அதனைக் கொண்டு வணிகவியல் பட்டப் படிப்பு படித்தவர்கள் ஏற்றுமதி வணிகத்தில் ஈடுபடலாம்.
6. பல நாடுகளில் உள்ள தேசிய அரசின் உரிய சான்றிதழ் பெற்று வணிகவியல் பட்டம் பெற்றவர்கள் அங்கீகரிக்கப்பட்ட அந்நிய செலாவணி வணிகர்களாக செயல்படலாம்.
7. தேவையான தகுதிகளைப் பெற்ற வணிகவியல் பட்டதாரிகள் வங்கித் தேர்வாணையம் நடத்தும் பல்வேறு வங்கி ஊழியர் தேர்வு எழுதி வங்கிப் பணிகளில் சேரலாம்.
8. வணிகவியல் பட்டதாரிகள் மேலாண்மை ஆலோசகராகவோ, ஏற்றுமதி, இறக்குமதி ஆலோசகராகவோ, சரக்கு அகற்றீட்டு முகவராகவோ, பங்கு வணிகராகவோ, ஊக வணிகராகவோ, முதலீட்டு ஆலோசகராகவோ, காப்பீட்டு ஆலோசகராகவோ, விளம்பர முகமை நடத்துபவராகவோ, வியாபார நிறுமங்களில் செயலர்களாகவோ, நிதி ஆலோசகராகவோ, வரி ஆலோசகராகவோ, கருவூல மேலாளராகவோ, மற்றும் பல்வேறு குழுக்களில் ஆலோசகராகவோ செயல்படலாம்.

ஆராய்ச்சி வாய்ப்புள்ள பாடங்கள்

- சந்தையியல்
- மேலாண்மையியல்
- நிதியியல்
- மனிதவள மேலாண்மை
- தொழில் முனைவு
- சில்லறை வர்த்தகம்
- தொடர் அளிப்பு மேலாண்மை
- இடப்பெயற் மேலாண்மை
- நிதிசார் சேவைகள்
- நிதிச் சந்தையியல்
- சேவை நிறுவனங்கள்
- பன்னாட்டுத் தொழில்
- அமைப்புசார் நடத்தை
- மின்னணு சந்தையியல்
- வரியியல்



Institute of Chartered Accountants Of India

www.tnschoolbooks.in

அலகு	பாடம் எண்	பாடத்தலைப்பு	ப. எண்	மாதம்
அலகு – I மேலாண்மைச் செயல்முறைகள்	1	**மேலாண்மைச் செயல்முறைகள்** 1.01 மேலாண்மையின் அடிப்படைக் கருத்து 1.02 மேலாண்மையின் வரைவிலக்கணங்கள் 1.03 மேலாண்மை Vs நிர்வாகம் 1.04 மேலாண்மைச் செயல்முறைகள் 1.05 அறிவியல் பூர்வமான மேலாண்மையின் கோட்பாடுகள் 1.06 நவீன மேலாண்மையின் கோட்பாடுகள் 1.07 மேற்பார்வை வீச்செல்லை	1	ஜூன்
	2	**மேலாண்மை செயல்பாடுகள்** 2.01 முக்கிய செயல்பாடுகள் 2.02 துணை செயல்பாடுகள்	11	ஜூன்
	3	**குறியிலக்கு மேலாண்மை மற்றும் விதிவிலக்கு மேலாண்மை** 3.01 குறியிலக்கு மேலாண்மை பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 3.02 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் குறிக்கோள்கள் 3.03 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் இயல்புகள் 3.04 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறை 3.05 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் நன்மைகள் 3.06 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் குறைபாடுகள் 3.07 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் பொருள் 3.08 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறை 3.09 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் நன்மைகள் 3.10 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் குறைபாடுகள்	16	ஜூன்
அலகு – II நிதிச் சந்தை –I	4	**நிதிச் சந்தை – ஓர் அறிமுகம்** 4.01 நிதிச் சந்தையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 4.02 இந்திய நிதி சந்தையின் எல்லை 4.03 நிதிச் சந்தையின் வகைகள் 4.04 நிதிச் சந்தையின் பங்கு 4.05 நிதிச் சந்தையின் பணிகள் 4.06 புதிய வெளியிடுகள் சந்தை Vs இரண்டாம் நிலை சந்தை	22	ஜூன்
	5	**மூலதனச் சந்தை** 5.01 பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 5.02 மூலதனச் சந்தையின் சிறப்பியல்புகள் 5.03 மூலதனச் சந்தையின் வகைகள் 5.04 மூலதனச் சந்தையின் பணிகள் மற்றும் முக்கியத்துவம் 5.05 இந்தியா மூலதனச் சந்தை – தோற்றம் மற்றும் வளர்ச்சி 5.06 புதிய நிதி நிறுவனங்கள்	27	ஜூலை
	6	**பணச் சந்தை** 6.01 பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 6.02 சிறப்பியல்புகள் 6.03 பணச் சந்தை மற்றும் மூலதனச்சந்தைக்கிடையே உள்ள வேறுபாடுகள் 6.04 பணச் சந்தையின் பங்கேற்பாளர்கள் 6.05 பணச் சந்தை ஆவணங்கள் 6.05.01 கருவூல இரசீதுகள் 6.05.02 வைப்புச் சான்றிதழ் 6.05.03 வணிக இரசீதுகள் 6.05.04 அரசு அல்லது தங்க முனை பத்திரங்கள் சந்தை.	34	ஜூலை

Introduction.indd_new.indd 8 19/12/2022 14:52:15

அலகு – III நிதிச் சந்தை –II	7	**பங்கு மாற்றகம்** 7.01 பங்கு மாற்றகத்தின் – தோற்றம், பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 7.02 பங்குச் மாற்றகத்தின் பணிகள் 7.03 பங்கு மாற்றகத்தின் இயல்புகள் 7.04 இந்தியாவில் பங்குச்சந்தையின் பயன்கள் மற்றும் குறைபாடுகள் 7.05 இந்தியாவில் பங்குச்சந்தை 7.06 ஊக வணிகர்களின் வகைகள் 7.07 பங்கு பரிவர்த்தனை மற்றும் பண்டங்கள் பரிமாற்றத்திற்கான வேறுபாடு 7.08 பங்கு சந்தையில் தற்போதைய வளர்ச்சி	43	ஜூலை
	8	**இந்தியப் பத்திர மற்றும் மாற்றகங்களின் வாரியம் (செபி)** 8.01 செபி அறிமுகம் 8.02 செபியின் நோக்கங்கள் 8.03 செபியின் பணிகள் 8.04 செபியின் அதிகாரங்கள் 8.05 புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள் 8.06 புறத்தோற்றமற்ற பத்திர வர்த்தகத்தின் நன்மைகள்	58	ஜூலை
அலகு – IV மனித வள மேலாண்மை	9	**மனித வள மேம்பாட்டின் அடிப்படைகள்** 9.01 மனித வளத்தின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 9.02 மனித வளத்தின் சிறப்பியல்புகள் 9.03 மனித வளத்தின் முக்கியத்துவம் 9.04 மனித வள மேலாண்மையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 9.05 மனித வள மேலாண்மையின் சிறப்பியல்புகள் 9.06 மனித வள மேலாண்மையின் முக்கியத்துவம் 9.07 மனித வள மேலாண்மையின் பணிகள்	67	ஆகஸ்ட்
	10	**ஆட்சேர்ப்பு முறைகள்** 10.01 ஆட்சேர்ப்பின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 10.02 ஆட்சேர்ப்பு படிநிலைகள் / செயல்முறைகள் 10.03 ஆட்சேர்ப்பு மூலங்கள் / ஆட்சேர்ப்பு வழிமுறைகள் 10.04 ஆட்சேர்ப்பில் சமீபகால போக்குகள்	73	ஆகஸ்ட்
	11	**பணியாளர் தேர்ந்தெடுத்தல்** 11.01 தேர்ந்தெடுத்தலின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 11.02 தேர்ந்தெடுத்தல் நடைமுறைகளை தீர்மானிக்கும் காரணிகள் 11.03 தேர்வின் முக்கியத்துவம் 11.04 தேர்ந்தெடுத்தல் மற்றும் ஆட்சேர்ப்பிற்கு இடையேயான வேறுபாடுகள் 11.05 பணியமர்த்தல் 11.06 பணியமர்த்தல் முக்கியத்துவம் 11.07 பணியமர்த்தலின் கோட்பாடுகள்	78	ஆகஸ்ட்
	12	**பணியாளர் பயிற்சி முறை** 12.01 பயிற்சியின் நோக்கம் 12.02 பயிற்சி திட்ட வடிவத்தின் படிகள் 12.03 பயிற்சியின் முறைகள் 12.04 பணிவழி பயிற்சி மற்றும் பணிவழியற்ற பயிற்சி இடையேயான வேறுபாடு 12.05 பயிற்சியின் நன்மைகள்	88	ஆகஸ்ட்

Introduction.indd_new.indd 9 19/12/2022 14:52:15

அலகு – V சந்தையிடுகையின் அடிப்படை கூறுகள்	13	**சந்தை மற்றும் சந்தையிடுகையாளர்** *13.01* சந்தை என்பதன் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் *13.02* சந்தையின் தேவைகள் *13.03* சந்தையின் வகைகள் *13.04* சந்தையிடுகையாளர் பொருள் மற்றும் வரைஇலக்கணம் *13.05* எந்தெந்த பொருட்களைச் சந்தையிடலாம் *13.06* சந்தையிடுகையாளரின் பங்கு *13.07* சந்தையிடுகையாளரின் பணிகள்	99	**செப்டம்பர்**
	14	**சந்தையிடுகை மற்றும் சந்தையிடுகையின் கலவை** *14.01* சந்தையிடுகை அறிமுகம் *14.02* சந்தையிடுகையின் பரிணாம வளர்ச்சி *14.03* சந்தையியல் கருத்து *14.04* சந்தையிடுகையின் வரையிலக்கணம் *14.05* சந்தையிடுகையின் நோக்கங்கள் *14.06* சந்தையிடுகையின் முக்கியத்துவம் *14.07* சமுதாயத்தில் தனிநிறுவனத்திற்கு சந்தையியலின் முக்கியத்துவம் *14.08* சந்தையிடுகை கலவையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் *14.09* சந்தையிடுகை கலவையின் கூறுகள் *14.10* மரபு வழி மற்றும் நவீன சந்தையிடுகை கலவை நவீன வழிமுறை	107	**செப்டம்பர்**
	15	**சந்தையிடுதல் நவீன போக்கு** *15.01* சந்தையிடுதலின் நவீன போக்கு *15.01* (*i*) மின்னணு வர்த்தகம் *15.01* (*ii*) மின் தொழில் *15.01* (*iii*) மின் வணிகத்திற்கும் மின் வியாபாரத்திற்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் *15.02* மின் சந்தையிடுகை, மின்னணு சந்தையிடுகை *15.02.* (*i*) மின்னணு சந்தையிடுகை / வரைவிலக்கணம் *15.02.* (*ii*) மின் சந்தைபடுத்தலின் நோக்கங்கள் *15.02.* (*iii*) மின் சந்தைப்படுத்துதலின் நன்மைகள் *15.02.* (*iv*) மின் சந்தைப்படுத்துதலின் தீமைகள் *15.02.* (*v*) மின்சந்தைபடுத்தலுக்கும் பாரம்பரிய சந்தைபடுத்தலுக்கும் உள்ள வேறுபாடு *15.03* வலைத்தள சந்தையிடல் *15.04* பசுமை சந்தைபடுத்தல் *15.05* சமூக சந்தைபடுத்தல் *15.06* கிராமப்புற சந்தைபடுத்தல் *15.07* சேவை சந்தையிடுதல் *15.08* பண்டகச்சந்தை *15.09* தனியிடச் சந்தையிடுதல் *15.10* வைரல் சந்தையிடுதல் *15.11* மறைமுக சந்தையிடுதல் *15.12* கொரில்லா சந்தையிடுதல் *15.13* பல்நோக்கு அளவு சந்தையிடுதல் *15.14* பரிந்துரை சந்தையிடுதல் *15.15* உள்ளடக்க சந்தையிடுதல்	115	**செப்டம்பர்**

Introduction.indd_new.indd 10 19/12/2022 14:52:15

அலகு – VI நுகர்வோர் பாதுகாப்பு	16	**நுகர்வோரியல்** 16.01 நுகர்வோர் 16.02 நுகர்வோர் சுரண்டப்படல் 16.03 நுகர்வோரியல் மற்றும் நுகர்வோரியலின் தேவை 16.04 நுகர்வோரியலின் முக்கியத்துவம். 16.05 நுகர்வோரியலின் தோற்றம், பரிணாமம் மற்றும் வளர்ச்சி 16.06 நுகர்வோர் பாதுகாப்பு 16.07 நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் தேவை 16.08 நுகர்வோர் சட்டங்கள் 16.09 நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986 16.10 வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு வாங்குவோர்விழித்திரு கோட்பாடு 16.11 விற்பனையாளர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு தத்துவம்	124	**செப்டம்பர்**
	17	**நுகர்வோரின் உரிமைகள், கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள்** 17.01 நுகர்வோரின் உரிமைகள் 17.02 நுகர்வோரின் கடமைகள் 17.03 நுகர்வோரின் பொறுப்புகள்	137	**செப்டம்பர்**
	18	**குறை தீர்ப்பு செயல்முறை** 18.01 குறை தீர்ப்பு செயல் முறை மற்றும் தேவை 18.02 நுகர்வோர் மன்றம் 18.03 மூன்று அடுக்கு நீதிமன்றங்கள் 18.04 மாவட்ட மன்றம் 18.05 மாநில நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது மாநில ஆணையம். 18.06 தேசிய நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது தேசிய ஆணையம் 18.07 நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தும் தன்னார்வ நிறுவனங்கள் வாணிபச் சூழல்	144	**அக்டோபர்**
அலகு – VII வாணிபச் சூழல்	19	**சுற்றுச் சூழல் காரணிகள்** 19.01 வணிகச்சூழலின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் 19.02 வணிகச்சூழலின் வகைகள் 19.02.01 உட்புறச்சூழல் 19.02.02 வெளிப்புறச் சூழல் 19.02.03 நுண்ணியச் சூழல் 19.02.04 பரந்தச் சூழல் 19.03 வணிகத்தின் எதிர்காலச் சூழல் 19.04 பெருநிறுவன ஆளுகை 19.05 சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி.	152	**அக்டோபர்**
	20	**தாராளமயமாக்கல், தனியார்மயமாக்கல், உலகமயமாக்கல்** 20.01 புதிய பொருளாதார கொள்கையின் கோணங்கள் 20.02 தாராளமயமாக்குதலின் பொருள் மற்றும் வடிவங்கள் 20.03 தாராளமயமாக்குதலின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள் 20.04 தாராளமயமாக்குதலின் தாக்கம் 20.05 தனியார்மயமாக்குதலின் பொருள் மற்றும் படிவங்கள் 20.06 தனியார்மயமாக்குதலின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள் 20.07 தனியார்மயமாக்குதலின் தாக்கம் 20.08 உலகமயமாக்குதலின் பொருள் மற்றும் வடிவங்கள் 20.09 உலக மயமாக்குதலின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள் 20.10 உலக மயமாக்குதலின் தாக்கம் 20.11 எல்பிஜி (LPG) சிறப்பம்சங்கள்	162	**அக்டோபர்**

அலகு – VIII சரக்கு விற்பனைச் சட்டம் 1930 மற்றும் மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டம் 1881	21	**சரக்கு விற்பனைச்சட்டம் 1930** *21.01* விற்பனை ஒப்பந்தம் உருவாக்கம் *21.02* விற்பனை மற்றும் விற்பனை உடன்பாட்டிற்குமுள்ள வேறுபாடுகள் *21.03* சரக்கின் வகைகள் *21.04* உரிமை மாற்றம் *21.05* நிபந்தனைகள் மற்றும் நம்புறுதிகள் *21.06* விலைபெறா வணிகரின் உரிமைகள்	170	**அக்டோபர்**
	22	**மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் 1881** *22.01* மாற்றுமுறை ஆவணம் பொருள், சிறப்பு இயல்புகள்,அனுமானங்கள் *22.02* மாற்றுமுறைத்தன்மை மற்றும் உரிமைமாற்றம் *22.03* மாற்றுச்சீட்டு, காசோலை, கடனுறுதிச்சீட்டு – ஒப்பீடுகள் *22.04* காசோலை கீறிவிடுதல் *22.05* மேலெழுதுதல்	184	**அக்டோபர்**
அலகு – IX தொழில் முனைவு மேம்பாடு	23	**தொழில் முனைவுக்கான அடிப்படைக்கூறுகள்** *23.01* தொழில் முனைவு: பொருள், கருத்து மற்றும் இலக்கணம் *23.02* தொழில் முனைபவரின் சிறப்பியல்பு *23.03* தொழில் முனைவின் முக்கியத்துவம் *23.04* தொழில் முனைவோர், அக செயல் முனைவோர் மற்றும் மேலாளர் – ஒப்பீடு *23.05* மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் *23.06* தொழில் முனைவோரின் பணிகள்	198	**நவம்பர்**
	24	**தொழில் முனைவோர்களின் வகைகள்** *24.01* தொழில் முனைவோர்களின் வகைகள் *24.02* பணிசார் வகைப்பாடு *24.03* தொழில் சார் வகைப்பாடு *24.04* தொழில்நுட்பம் சார் வகைப்பாடு *24.05* செயல் ஊக்கம் சார்வகைப்பாடு *24.06* மேம்பாட்டு நிலையை ஒட்டிய வகைப்பாடு *24.07* செயல்படும் இடம்சார் வகைப்பாடு *24.08* உரிமை அடிப்படையான வகைப்பாடு	214	**நவம்பர்**
	25	**தொழில் முனைவோருக்கான அரசின் திட்டங்கள்** *25.01* தொழில் முனைவை மேம்படுத்துதல் மற்றும் புதுமை புனைதலுக்கான இந்தியாவின் முயற்சிகள் *25.02* பிற குறிப்பிட்ட தொழில் முனைவுத்திட்டங்கள் *25.03* தொழில் முனைவோர் துறையை மேம்படுத்துவதில் உள்ள படி நிலைகள் *25.04* தமிழக அரசின் தொழில் முனைவோருக்காக திட்டங்கள்	222	**நவம்பர்**

www.tnschoolbooks.in

	26	**நிறுமச் சட்டம், 2013** *26.01* இந்திய நிறுமச் சட்டத்தின் வரலாறும் பரிணாமும் *26.02* நிறுமங்கள் சட்டம் 2013 *26.03* நிறுமத்தின் பொருள் மற்றும் இலக்கணம் *26.04* நிறுமத்தை உருவாக்குதல் *26,05* தோற்றுவிப்பாளர் *26.06* உருவாக்கம் (அ) பதிவு செய்தல் *26.07* பங்கு மற்றும் பங்கு முதல் *26.08* பங்குகளை வெளியீடுதல் *26.09* பங்குச் சான்றிதழ் *26.10* பங்கு மற்றும் பங்குத் தொகுதியும் *26.11* கடன் பத்திரம் *26.12* கடன் பத்திரங்களுக்கும் பங்குகளுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்	231	**நவம்பர்**
அலகு – X நிறுமச் சட்டம் மற்றும் செயலர் நடைமுறைகள்	27	**நிறும மேலாண்மை** *27.00* அறிமுகம் *27.01* பொருள் மற்றும் இயக்குனரின் வரையறை *27.02* ஒரு நிறுமத்தின் முக்கிய அதிகாரம் உள்ள நபர்கள் (அ) முதன்மை மேலாண்மைப் பணியாளர்கள் *27.03* இயக்குநர்கள் குழு *27.04* நிறுவனங்கள் சட்டம் 2013 இன் படி இயக்குனர்கள் வகைகள் *27.05* இயக்குநர்களின் எண்ணிக்கை *27.06* சட்ட நிலை / இயக்குனர் நிலை *27.07* இயக்குநர்கள் நியமனம் தொடர்பான பொது விதிகள் *27.08* இயக்குநர் தகுதிகள் *27.09* இயக்குனர் தகுதியற்றவர்கள் *27. 10* இயக்குனர் அகற்றுதல் *27.11* இயக்குனரின் ஊதியம் *27.12* இயக்குனர்களின் அதிகாரங்கள் *27.13* இயக்குநர் உரிமைகள் *27.14* இயக்குனர் கடமைகளை *27.15* இயக்குனர் பொறுப்புகள் *27.16* இயக்குனர்களின் பதிவேடு அல்லது இயக்குனர்கள் மற்றும் நிர்வாகத்தில் முக்கிய மேலாண்மை நபர்களின் பதிவேடு விதி 17 ன் படி *27.17* மேலாளர் Vs இயக்குனர் *27.18* நிர்வாக இயக்குனர் Vs முழு நேர இயக்குனர்	243	**டிசம்பர்**
	28	**நிறுமச்செயலர்** *28.01* நிறுமச் செயலர் *28.02* நிறுமச் செயலரின் தகுதிகள் *28.02.01* சட்ட தகுதிகள் *28.02.02* பிற தகுதிகள் *28.03* நிறும செயலர் நியமனம் *28.04* நிறுமச் செயலரின் பணிகள் மற்றும் கடமைகள் *28.04.01* சட்டபூர்வமான பணிகள் *28.04.02* சட்ட பூர்வமற்ற பிற பணிகள் *28.05* நிறுமச் செயலரின் அதிகாரம் மற்றும் உரிமைகள்	259	**டிசம்பர்**

Introduction.indd_new.indd 13 19/12/2022 14:52:16

www.tnschoolbooks.in

		28.06 நிறும செயலரை நீக்குதல் *28.07* நிறுமக் கூட்டங்கள் *28.08* நிறுமக் கூட்டங்களின் வகைகள் *28.08.01* பங்குதாரர்கள் கூட்டங்கள் *28.08.02* இயக்குநர் அவைக் கூட்டங்கள் *28.08.03* சிறப்புக் கூட்டங்கள் *28.09* தீர்மானம் *28.09.01* தீர்மானத்தின் வகைகள் *28.10* வாக்கெடுப்பு *28.10.01* வாக்கெடுப்பு நடைமுறைகள் *28.10.02* வாக்களிப்பின் வகைகள்		

9LE8N
மின்னூல்

GO4NF
மதிப்பீடு

Introduction.indd_new.indd 14 19/12/2022 14:52:16

அலகு 1

மேலாண்மைச் செயல்முறைகள்
MANAGEMENT PROCESS

1
அத்தியாயம்

மேலாண்மைத் தத்துவங்கள்
PRINCIPLES OF MANAGEMENT

எப்பொருள் யார்யார்வாய்க் கேட்பினும் அப்பொருள்
மெய்ப்பொருள் காண்ப தறிவு.

–குறள் 423

பொருள் : எப்பொருளை யார் யார் இடம் கேட்டாலும் (கேட்டவாறே கொள்ளாமல்) அப் பொருளின் மெய்யானப் பொருளைக் காண்பதே அறிவாகும்.

FCXOY

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- மேலாண்மையின் அடிப்படைக் கருத்து
- மேலாண்மையின் வரைவிலக்கணம்
- மேலாண்மை கலையா? அறிவியலா?
- மேலாண்மை Vs நிர்வாகம்
- மேலாண்மைச் செயல்முறைகள்
- அறிவியல் பூர்வமான மேலாண்மையின் கோட்பாடுகள்
- மேற்பார்வை வீச்செல்லை

ஆகியவற்றைப் பற்றி புரிந்து கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

1.01 மேலாண்மையின் அடிப்படைக் கருத்து
1.02 மேலாண்மையின் வரைவிலக்கணங்கள்
1.03 மேலாண்மை Vs நிர்வாகம்
1.04 மேலாண்மைச் செயல்முறைகள்
1.05 அறிவியல் பூர்வமான மேலாண்மையின் கோட்பாடுகள்
1.06 நவீன மேலாண்மையின் கோட்பாடுகள்
1.07 மேற்பார்வை வீச்செல்லை:

நமது அன்றாட வாழ்க்கையில் மேலாண்மை என்பது மிக, மிக முக்கியத்துவம் வாய்ந்த பகுதியாகும். நடைமுறையில் நமது அனைத்து முயற்சிகளிலும் செயல்பாடுகளிலும் மேலாண்மையின் பங்கு உள்ளது. நாம் விளையாட்டுத் திடலில் இருந்தாலும், நூலகத்தில் இருந்தாலும், வகுப்றையில் இருந்தாலும், விடுதியில் இருந்தாலும் அல்லது எங்கு இருந்தாலும் நமது பல்வேறு செயல்களை திட்டமிட்டு அவற்றை முறையாக நடைமுறைப்படுத்தி நோக்கங்களை நிறைவேற்றி விரும்பத்தக்க இலக்குகளை எட்டுவதில் மேலாண்மையின் பங்கு அளப்பரியது. எனவே மேலாண்மை என்பது மற்றவர்களின் முயற்சி மற்றும் ஒத்துழைப்புடன் நோக்கங்களை எய்தும் ஒரு கலையாகும். தொழிலமைப்பின் இலக்குகளை வெற்றிகரமாக எய்துவதற்கும், வியாபாரத்தின் எதிர்காலத்தை தீர்மானிப்பதற்கும் மேலாண்மை செயல்முறைகள் உதவுகின்றது. ஒரு நிறுவனத்தின் வெற்றியை அல்லது ஒரு தனி மனிதனின் வெற்றியை அவர்களின் பணிகளும், கடமைகளும், பொறுப்புகளுமே தீர்மானிக்கிறது. உலகின் எப்பகுதியிலும் நிறுவன அமைப்பின் வாழ்வில் மேலாண்மையே அனைத்தையும் விட மிக முக்கியமானதாகும். இது ஒரு உலகளாவிய கருத்தாகும்.

1.01 மேலாண்மையின் அடிப்படைக் கருத்து

மேலாண்மையின் அடிப்படைக் கருத்துக்களை அவற்றின் தொன்றுதொட்ட இயல்புகள் மூலமாக அறிந்து கொள்ள இயலும்.

12th Commerce Tamil Unit 1.indd 1 19/12/2022 14:42:14

1. அறிவின் தொகுப்பு (Body of Knowledge)

தற்போது மேலாண்மை உயர்தனிச்சிறப்பு வாய்ந்த மேலாண்மைக் கோட்பாடு மற்றும் தத்துவத்தை உருவாக்கியுள்ளது. மேலாண்மை இலக்கியம் அனைத்து நாடுகளிலும் வளர்ச்சி பெற்றிருக்கின்றது. வணிக உலகம் அல்லது அரசுத்துறை அல்லது தனியார் துறை போன்றவற்றின் வேலை வாய்ப்பு உலகில் வெற்றிகரமாக நுழைவதற்கு சிறந்த கடவுச்சீட்டு(Passport) போன்றது மேலாண்மை ஆகும்.

2. மேலாண்மைக் கருவிகள் (Management Tools)

கணக்கியல், வணிகச் சட்டங்கள், உளவியல், புள்ளியியல், பொருளியல், தரவு செயலாக்கம் என மேலாண்மையின் கிளைகள் பல்கிப் பெருகி விரிவடைந்துள்ளது. இந்த மேலாண்மை சிறப்புத் தொழிலின் கிளைகள் மேலாண்மை அறிவியலின் நடைமுறைப் பயன்பாட்டை மேலும் மேம்படுத்தி இருக்கிறது.

3. தனிப் பாடப்பிரிவு (Separate Discipline)

பல்வேறு பல்கலைக் கழகங்களும், உயர்கல்வி நிறுவனங்களும் மேலாண்மைக் கல்வியை தனிப்பாடப்பிரிவாக அங்கீகரித்திருக்கின்றன. 1951 ல் இருந்து வணிக மேலாண்மை மற்றும் நிர்வாகப் பாடத்தில் முதுகலைப் பட்டங்களை வழங்கும் தனிப்பட்ட சிறப்பு மேலாண்மைக் கல்வி நிறுவனங்கள் தோன்றி வளர்ந்திருக்கின்றன.

ஏற்றுமதி மேலாண்மை, ஆள்சார் மேலாண்மை, உற்பத்தி மேலாண்மை, சந்தை மேலாண்மை, நிதி மேலாண்மை போன்ற மேலாண்மையின் பல்வேறு பகுதிகளில் கருத்தரங்கம், சிறப்புப் பாடப் பிரிவுகள், பயிற்சித் திட்டங்கள் போன்றவற்றின் மூலம் மேலாண்மை நவீனமயமானதாகவும், பிரபலமடைந்தும் வருகின்றது.

4. சிறப்பீடுபாடு (Specialisation)

வணிகத்தின் ஒவ்வொரு செயல்பாட்டுப் பகுதியையும் சீரிய முறையில் மேலாண்மை செய்து வணிகத்தை சிறப்பாக நிர்வகிக்க உயர் கல்வித் தகுதியும், முறையான பயிற்சியும் பெற்ற, உரிய முன்னனுபவமுள்ளவர்களை தேர்ந்தெடுத்து பணியமர்த்த வேண்டும் என்ற மனப்பாங்கு தற்போது வளர்ந்து வருகின்றது. மேலாண்மை சார்ந்த வல்லுநர்கள் மற்றும் மேலாண்மை சிறப்புத் தொழிலாளர்களுக்கு சாதகமான, அவர்களுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கும் மனப்பாங்கு தற்போது அதிகரித்து வருகின்றது.

5. நடத்தை விதி (Code of Conduct)

நுகர்வோர்கள், ஊழியர்கள், பொதுமக்கள் அல்லது சமுதாயம் போன்றவற்றிற்கு வணிக மேலாண்மை ஆற்ற வேண்டிய சமூகப் பொறுப்புணர்வுகளை அறிவூட்டப்பட்ட வணிகர்கள் அங்கீகரித்திருக்கின்றனர். பொது கழகங்களுக்கு தற்போது சமூக மனசாட்சியும், விழிப்புணர்வும் உள்ளது. நுகர்வோர் சார்ந்த சந்தைப்படுத்தல் கருத்தாக்கம் என்பது பெரு நிறுவன நடத்தை விதியினை பிரதிபலிப்பதாகும். நுகர்வோர் இயக்கங்களின் அழுத்தம், தொழிற்சங்க வாதம், பொது மக்கள் கருத்து மற்றும் சட்டம் ஆகியவை அறம் சார்ந்த விதிகளை தோற்றுவிக்க மேலாண்மையை வலுவாகத் தூண்டுகின்றது. "வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை" என்ற கோட்பாடு சந்தையில் நீண்ட காலம் நீடிக்காது. தற்போது வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை என்ற கோட்பாட்டிற்கு பதிலாக "விற்பவர் ஜாக்கிரதை" என்ற கோட்பாடு சந்தை நடைமுறைகளை தீர்மானிக்கின்றது.

6. பணி ரீதியானதொரு அமைப்பு (Professional Association)

பல்வேறு நாடுகளில் மேலாண்மைப் பிரிவுகளில் அறிவுப் பரவலாக்கம் ஏற்படவும், மேலாண்மை சிறப்புத் தொழில் குறித்த பொதுமக்கள் மனதில் ஒரு சிறந்த தோற்றத்தை உருவாக்கவும் வணிக மேலாண்மை சங்கங்கள் நடவடிக்கை மேற்கொண்டுள்ளதை நாம் காண முடிகின்றது.

1.02 மேலாண்மையின் வரைவிலக்கணம்

"நிறுவனத்தின் பணியாளர், வளங்களையும் கொண்டு தகுந்த திட்டங்கள் மூலமாகவும், ஒழுங்கமைப்பு மூலமாகவும், உரிய ஊக்குவிப்பு மூலமாகவும், தகுந்த கட்டுப்பாட்டின் படியும் அந்நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை அறுதியிட்டு அவற்றை அடைய விழையும் ஒரு தனிப்பட்ட செயல்பாங்கே மேலாண்மையாகும்."

இச்செயல்முறைகளில், மாறிக்கொண்டே இருக்கும் வணிகச் சூழலில் நிறுவனத்துடனும், அமைப்பின் பணியாளர்களுடனும் வேலை செய்யப்படுகின்றது.

1. **"மேலாண்மை என்பது முன்கணிப்பு செய்தல், திட்டமிடல், ஒழுங்கமைப்பது, கட்டளையிடுவது, ஒருங்கிணைப்பது, கட்டுப்படுத்துவது" – ஹென்றி ஃபோயல்**

இவ்வரைவிலக்கணம் மேலாண்மை என்பது என்ன என விளக்காமல், ஒரு மேலாளர் என்ன செய்ய வேண்டும் என்பதை விளக்குகிறது.

2. **"மேலாண்மை என்பது பன்னோக்கு செயல், அது வியாபாரத்தை மேலாண்மை செய்கின்றது. மேலாளரை மேலாண்மை செய்கிறது. மேலும் பணியாளரையும், பணியினையும் மேலாண்மை செய்கிறது" – பீட்டர். எப். டிரக்கர்.**

பீட்டர் டிரக்கர் தனது வரைவிலக்கணத்தில் மேலாண்மையின் மூன்று பணிகளை வலியுறுத்துகிறார்.

அவைகளாவன:

(i) வணிகத்தை மேலாண்மை செய்தல்
(ii) மேலாளரை மேலாண்மை செய்தல்
(iii) பணியாளர்களையும், பணியையும் மேலாண்மை செய்தல்

12th Commerce Tamil Unit 1.indd 2 19/12/2022 14:42:14

இதில் ஏதேனும் ஒன்று விடுபட்டாலும், எவ்வித செயலையும் மேலாண்மை செய்ய இயலாது, மேலும் வணிக நிறுவனத்தையோ அல்லது தொழில் சமூகத்தையோ நிர்வகிக்க இயலாது. பீட்டர் டிரக்கர் என்பவர் கூற்றுப்படி ஒரு மேலாளர் மேற்கூறிய மூன்றையும் திறமையாக சமன் செய்து, ஒருங்கிணைத்து செயல்பட வேண்டும்.

எனவே ஒவ்வொரு வணிகத்திலும் அதன் மேலாளர் சூழ்நிலைக்கேற்ப மாற்றிக் கொள்ளும் தன்மை கொண்டவராகவும், வியாபாரத்திற்கு உயிர் கொடுப்பவராகவும் செயல்படுகிறார்கள். திறம்பட்ட, செம்மையான மேலாண்மை இல்லாமல், மனித வளங்களையும், பொருட்களையும், நிதி வளங்களையும், திறமையாக ஒதுக்கீடு செய்யவும் மற்றும் முழுமையாகப் பயன்படுத்தவும் இயலாது.

மேலாண்மை கலையா அல்லது அறிவியலா?

மேலாண்மை என்பது அதன் இயல்பின் அடிப்படையில் ஒரு செயலை செய்வதற்கான கலையா அல்லது ஒரு செயலைப் பெறுவதற்கான அறிவியலா என்ற விவாதம் நடந்து கொண்டேதான் இருக்கிறது. பின்வருவன மேலாண்மையின் இயல்பை அறிவதற்கு உபயோகமாக இருக்கலாம்.

மேலாண்மை என்பது ஒரு நுட்பமான அறிவியலாகும். ஏனெனில் அறிவியலில் கொள்கைகளை அல்லது தத்துவங்களை ஒரு ஆய்வகத்தில் பரிசோதித்து அவற்றை மிகச் சரியாகவும், நுட்பமாகவும் நிரூபிக்கலாம் அல்லது நிரூபிக்க இயலாமல் போகலாம். உதாரணமாக ஒரு தாவரவியல் ஆய்வகத்தில் தாவர இலைகளில் விஷச்சத்து உள்ளதா அல்லது இல்லையா என நிரூபிக்க முடியும். அது போலவே மனித வளம், இயந்திரம், பணம், கச்சாப் பொருட்கள் ஆகியவற்றை ஒருங்கிணைத்து வியாபார நிறுவனத்தின் இலக்குகளை அடையச் செய்வதன் மூலம் மேலாண்மைக் கொள்கைகளை பரிசோதிக்க முடியும். மேலாண்மைக் கொள்கைகள் அடிப்படையில் மாறும் சூழ்நிலைக்கேற்ப மாறுபடும் தன்மையை கொண்டுள்ளதால் அவற்றை மிகச் சரியாக நிரூபிக்கவோ அல்லது நிரூபிக்க இயலாமலோ போகலாம். ஏனெனில் சூழ்நிலைக்கேற்ப மாறும் சுற்றுச் சூழல், கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைச் சிக்கல்கள் ஆகியவற்றை ஒன்றோடு ஒன்று ஒருங்கிணைக்க வேண்டியுள்ளது. ஆகவே மேலாண்மையை துல்லியமில்லாத அறிவியல் என விவரிக்கலாம்.

நிர்வாகம் ஒரு கலை என்று அனைவரும் நம்புகின்றனர், அது முழுவதுமாக ஒரு கலை அல்ல. ஏனெனில் கலை என்பதன் கருத்தாக்கம் அன்றாட வாழ்வில் திறன்களை தெரிந்து கொள்வது மற்றும் அத்திறன்களை நடைமுறை வாழ்க்கையில் பயன்படுத்துவது ஆகும். எந்த ஒரு சூழ்நிலையிலும், எவர் முன்னிலையிலும் ஒரு கொத்தனார் அல்லது தச்சர் அல்லது ஒரு பழுது நீக்குபவர் அல்லது ஒரு இசை கலைஞர் போன்றோர் தாம் கற்ற கலைகளை நடைமுறையில் நிறைவேற்றம் செய்யும் திறனை கொண்டுள்ளதை குறிக்கிறது. மேலாளர் என்பவர் அவர் என்ன பணிக்காக நியமிக்கப்படுகின்றாரோ அதற்குத் தேவையான தனித்திறன்களைப் பெற்றவராக இருக்க வேண்டும். ஆனால் அந்த திறன் என்பது நபருக்கு நபர், நாட்டுக்கு நாடு, மாறுபடக் கூடியது. திரு.பண்டிட் ஜவஹர்லால் நேரு அவர்களது நிர்வாகத் திறமையையும், மேலாண்மைத் திறனையும் அவரது மற்றொரு வடிவமான அவரது மகளான திருமதி. இந்திரகாந்தி அவர்களின் அத்திறன்களோடு ஒப்பிட்டு பார்க்க இயலாது. எனவே மேலாண்மை என்பது செயல்களை அவரவர் பாணியில் நிறைவேற்றும் ஒரு கலையாகும்.

மேலாண்மையில் மேலாளரின் முடிவெடுக்கும் திறன் மேலாண்மைக் கலையை பிரதிபலிக்கின்றது. கணினி மயமாக்கப்பட்ட பொருளாதாரத்தில் கூட தீர்மானிக்கும் திறன் மற்றும் கற்பனைத் திறன் மிக அவசியம். முடிவெடுக்கும் திறனில் ஒரு சிறப்புத்திறன் மேலாளருக்குப் பதிலி ஆகாது.

"முறைப்படுத்தப்பட்ட, வகைப்படுத்தப்பட்ட சிறப்பறிவு, சொற்களஞ்சியம் மற்றும் கோட்பாடுகள் நடைமுறை தரக்குறியீடுகள் மற்றும் நன்னெறி விதிகள் மூலமாக அங்கீகரிக்கப்பட்ட அமைப்பு மூலமாக திட்டமிடல் ஒழுங்கமைத்தல், வழிநடத்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்தல் போன்றவற்றில் சிறப்புத்திறன் கொண்ட ஒரு தொழில்முறை மேலாளர் மற்றவர் முயற்சியின் மூலம் செயல்படுகின்றார்." – லூயிஸ் A. ஆலன்

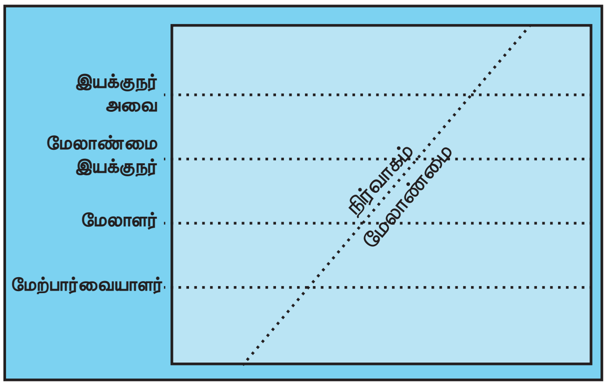
நிறைவாக மேலாண்மை என்பது ஒரு கலையும் அல்ல, அறிவியலும் அல்ல, இரண்டின் தொகுப்பாகும். ஆனால் அறிவியல் பூர்வமாக மேலாண்மைக் கோட்பாடுகளையும், மேலாண்மைத் திறன்களைகளையும் வெளிப்படுத்தி போட்டி நிறைந்த தொழில் வணிக உலகில் நிறுவனத்தின் இலக்குகளை இயன்றவரை நிறைவேற்றுதல் ஆகும்.

1.03 மேலாண்மை Vs நிர்வாகம்

மேலாண்மை மற்றும் நிர்வாகம் குறித்து கற்கும் போது, இவ்விரண்டுக்குமிடையேயான வேறுபாடுகளை புரிந்து கொள்ள வேண்டும். ஏனெனில் வளர்ந்து வரும் உலக வர்த்தகத்தில் இவ்விரண்டும் ஒன்று போல பயன்படுத்தப்படுகிறது. அதாவது பல நாடுகளில் அரசுகள் அல்லது வணிக நிறுவனங்களின் தோற்றுவிப்பாளர்களால் வணிக முயற்சிகளில் கொள்கை முடிவுகளை எடுப்பதைக் குறிக்கும். மேலாண்மை என்பது திட்டங்கள் மற்றும்

www.tnschoolbooks.in

செயல்களோடு தொடர்புடையது. ஆனால் நிர்வாகம் என்பது கொள்கைகளை வடிவமைப்பது மற்றும் இலக்குகளை நிர்ணயிப்பதுடன் தொடர்புடையது. ஒரு நிறுவனத்தின் மேலாண்மைப் பணியை ஏற்பவர் மேலாளர். நிர்வாகி என்பவர் நிறுவனத்தை நிர்வகிக்கப் பொறுப்பாகிறார். மேலாண்மை செய்பவர்களையும் அவர்களது பணிகளிலும் மேலாண்மை கவனம் செலுத்துகின்றது



நிர்வாகம் என்பது வணிக முடிவெடுத்தலைக் குறிக்கின்றது. மேலாண்மை என்பது அந்நிறுவனத்தின் பணியாளர்களைக் கொண்டு அவ்வணிக முடிவுகளை நிறைவேற்றம் செய்வதைக் குறிக்கின்றது. முதன்மைச் செயல் அதிகாரி / மேலாண்மை இயக்குநர், அடங்கிய இயக்குநரவையை நிர்வாகம் என அழைக்கப்படலாம். அது போல உற்பத்தி, சந்தையிடல், நிதி, கணக்கியல், விநியோகம், ஆராய்ச்சி மற்றும் அபிவிருத்தி போன்ற பல்வேறு பிரிவுகளை மேலாண்மை என்று அழைக்கப்படலாம்.

கோட்பாட்டளவில் இரண்டு பதங்களும் வேறுபட்டவை. நடைமுறையில் இவ்விரண்டும் ஒன்றாக இருப்பதை நீங்கள் உணர்வீர்கள். ஒரு மேலாளர் நிர்வாக மற்றும் பணி சார்ந்த செயல்பாடுகள் என இரண்டையும் மேற்கொள்வதை நீங்கள் காணலாம். உயர் மட்டத்தில் பணியாற்றும் மேலாளர்கள் நிர்வாகத்தின் ஒரு பகுதியாக இருப்பினும் நடுத்தர மட்டத்தில் அல்லது கீழ்மட்டத்தில் பணிபுரியும் மேலாளர்கள் மேலாண்மையின் பிரதிநிதிகளாக செயல்படுகின்றனர். இதன் மூலம் நிர்வாகம் மேலாண்மையை விட உயர்ந்தது என முடிவு செய்யலாம்.

1.04 மேலாண்மைச் செயல்முறைகள்

மேலாண்மையின் பொருள் என்பது ஒரு செயல் முறையாக அடையாளம் காணப்பட வேண்டும். ஒரு செயல்முறை என்பது தனது உயர் அலுவலரால் வழங்கப்பட்ட பணியினை ஒரு நபர் தனது தனிப்பட்ட கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகளின் வாயிலாக செய்து முடிப்பதாகும்.

ஒரு செயல்முறை என்பது தொடர்ந்து நடைபெறும் தன்மை மற்றும் மீண்டும் மீண்டும் நடைபெறும் தன்மையை உள்ளடக்கியது. நாம் மேலாண்மையில் திட்டமிடல், செயல்படுத்தல், கட்டுப்படுத்தல் ஆகியவற்றில் சுழற்சி முறையை கொண்டிருக்கிறோம். ஒரு செயல்முறை என்பது மேலாண்மையின் மாறும் தன்மையினை குறிக்கின்றது.

வணிக நிறுவனத்தின் வாழ்வில் மாற்றம் என்பது நிலையானது. மேலாண்மை என்பது மாற்றத்தின் மேலாண்மை ஆகும். இறுதியாக மேலாண்மை என்பது மனித வளத்தை மேலாண்மை செய்வதன்மூலம் பணியாளர்களின் குழு உழைப்பு, பணியாளர்களின் ஒத்துழைப்பு மற்றும் பணியாளர்களின் செயல்பாட்டை ஒருங்கிணைப்பதோடு தொடர்புடைய சமூக செயல் முறையே மேலாண்மை எனப்படுகின்றது.

மேலாண்மைச் செயல்முறைக்கு இரட்டை நோக்கங்கள் உள்ளன

(1) அதிகபட்ச உற்பத்தித் திறன் அல்லது இலாபம் ஈட்டும் தன்மை

(2) அதிகபட்ச மனித நலவாழ்வு அல்லது மன நிறைவு

மேலாண்மைச் செயல்முறைகள் ஐந்து பகுதிகளாக உள்ளது. முதலாவதாக வளங்களை ஒருங்கிணைத்தல், இரண்டாவதாக ஒருங்கிணைத்தலை அடைவதற்காக மேலாண்மைச் செயல்பாடுகளை நிறைவேற்றுதல், மூன்றாவதாக மேலாண்மைச் செயல்முறையின் குறிக்கோள் அல்லது நோக்கத்தை உருவாக்குவது, அதாவது அது மேலாண்மைச் செயல்பாடு நோக்கத்தைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். நான்காவதாக மேலாண்மை என்பது ஒரு சமூக வழிமுறையாகும். ஐந்தாவது அதன் சுழற்சி தன்மை ஆகும்.

1. மேலாண்மை என்பது ஒருங்கிணைத்தல் (Management is Co-Ordination)

ஒரு மேலாளர் என்பவர் அந்நிறுவனத்தின் மனிதவளம், இயந்திரங்கள், பொருட்கள் மற்றும் பணம் ஆகிய நான்கு வளங்களையும் அதன் செயல்பாடுகளையும் திறம்பட ஒருங்கிணைக்க வேண்டும்.

2. மேலாண்மை ஒரு செயல்முறை (Management is a Process)

ஒரு மேலாளர் திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், பணியமர்த்தல், இயக்குவித்தல் (அல்லது தலைமையேற்றல் மற்றும் செயலூக்கமளித்தல்) மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் ஆகியவற்றின் மூலம் வளங்களை திறம்பட ஒருங்கிணைத்தல் செய்கிறார்.

3. மேலாண்மை என்பது ஒரு திட்டமிட்ட செயல்முறை (Management is a Purposive Process)

மேலாண்மை என்பது முன்கூட்டியே திட்டமிட்ட நோக்கங்களையும் குறிக்கோள்களையும் அடைவதற்காக இயக்கப்படுகின்றது. ஒரு குறிக்கோள் இல்லாமல் நாம் எந்த இடத்தையும் அடைய முடியாது அல்லது சேர வேண்டிய இடத்தினை அடைவதற்கான வழியை

12th Commerce Tamil Unit 1.indd 4 19/12/2022 14:42:15

பின்பற்ற முடியாது. அதாவது மேலாண்மையும், நிறுவனமும் ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்தை கொண்டிருக்க வேண்டும்.

4. மேலாண்மை என்பது ஒரு சமூக செயல்பாடாகும் (Management is a Social Process)

இது மற்றவர்கள் மூலம் குறிப்பிட்ட பொருளை பெறுவதற்கான கலை ஆகும்.

5. மேலாண்மைஎன்பதுஒருசுழற்சியானசெயல்முறை (Management is a Cyclical Process)

மேலாண்மை திட்டமிடல் – செயல்பாடு – கட்டுப்படுத்தல் – மறுதிட்டமிடல் ஆகிய சுழற்சியை பிரதிபலிக்கின்றது. அதாவது திட்டமிடப்பட்ட இலக்கை அடைவதற்கான ஒரு தற்போதைய செயல்முறை ஆகும்.

1.05 அறிவியல் பூர்வ மேலாண்மைக் கோட்பாடுகள் (Principles of Scientific Management)

கடந்த நூற்றாண்டில் நிறுவனங்கள் ஏற்கனவே மேலாண்மையை கையாள வேண்டியிருந்தது. 1900 களின் முற்பகுதியில் உற்பத்தி தொழிற்சாலைகள் போன்ற பெரு நிறுவனங்களை மேலாண்மை செய்ய வேண்டியிருந்தது. அத்தருணத்தில் ஒரு சில மேலாண்மைக் கருவிகள், மாதிரிகள் மற்றும் முறைகள் மட்டுமே கிடைக்கப்பெற்றன. இச்சூழ்நிலையில் திரு.பிரடெரிக் வின்ஸ்லோ டேலர் (F.W.டேலர்) இங்கிலாந்து நிலக்கரி சுரங்கத்தில் பணியாற்றிய ஆப்பிரிக்க மற்றும் தென்அமெரிக்க அடிமைகள் மூலம் சோதனை செய்து அறிவியல் பூர்வ அணுகுமுறையைக்

மேலாண்மைக்கும் மற்றும் நிர்வாகத்திற்கும் உள்ள வேறுபாடு

ஒப்பீட்டின் அடிப்படை	மேலாண்மை	நிர்வாகம்
பொருள்	மேலாண்மை என்பது மற்றவர்களின் முயற்சி மற்றும் ஒத்துழைப்புடன் நோக்கங்களை எய்தும் ஒரு கலையாகும்.	ஒரு குழுவால் ஒரு நிறுவனத்தை நிர்வகிப்பதற்கான செயல்முறையே நிர்வாகம் என்று அழைக்கப்படுகின்றது.
அதிகாரம்	மத்திய மற்றும் கீழ்மட்ட அளவில்	உயர் மட்ட அளவில்
பங்கு	நிறைவேற்றம்	முடிவெடுத்தல்
தொடர்பு தன்மை	கொள்கைகளை செயல்படுத்தல்	கொள்கைகளை உருவாக்குதல்
செயல்பாட்டு பரப்பு	நிர்வாகத்தின் கீழ் செயல்படுகிறது	நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள் மீது முழுக் கட்டுப்பாடு
பொருத்தம்	வணிக நிறுவனங்கள் போன்ற இலாபம் ஈட்டுவதை நோக்கமாகக் கொண்ட நிறுவனங்களுக்கு ஏற்றது.	அரசு அலுவலகங்கள், இராணுவம், மன்றங்கள், வணிக நிறுவனங்கள் மருத்துவமனைகள், சமய மற்றும் கல்வி நிறுவனங்களுக்கு ஏற்றது
முடிவுகள்	பணியை யார் செய்வது? அதனை எப்படி செய்வது?	என்ன செய்ய வேண்டும் அதனை எப்பொழுது செய்ய வேண்டும்
செயல்	திட்டங்களையும், கொள்கைகளையும் செயல்படுத்தல்	திட்டங்கள் தீட்டுதல், கொள்கைகளைக் கட்டமைத்தல் மற்றும் இலக்குகளை நிர்ணயித்தல்
கவனம் செலுத்துதல்	மேலாண்மைப் பணி	வரையறுக்கப்பட்ட வளங்களை முடிந்த வரையில் ஒதுக்கீடு செய்தல்
முக்கிய நபர்	மேலாளர்	நிர்வாகி
பிரதிநிதி	ஊதியத்திற்காகப் பணிபுரியும் பணியாளர்கள்	தனது முதலீட்டின் மூலம் ஆதாயம் பெறும் உரிமையாளர்கள்
பணி	நிர்வாகம் மற்றும் ஆளுமை	சட்டம் மற்றும் தீர்மானித்தல்

கொண்டு வந்தார். அவரது நோக்கம் நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த உற்பத்தி திறனை அடைவதற்காக பணிபுரியுமிடத்தில் முழுமையான ஒற்றுமையை தோற்றுவிப்பதாக இருந்தது.

திரு.டெய்லர் அவர்களால் முன்வைக்கப்பட்ட அறிவியல் பூர்வ மேலாண்மையின் கோட்பாடுகள்.

1. அறிவியல், கட்டை விரல் விதி அல்ல
2. இணக்கம், சச்சரவின்மை
3. மனப்புரட்சி
4. தனிமனிதத் தத்துவம் அல்ல , ஒத்துழைப்பு
5. ஒவ்வொருவருக்கும் அவரவரது திறமைக்கும் செழிப்புக்குமான வளர்ச்சி

இவற்றை பின்வருமாறு விவரிக்கலாம்.

1. அறிவியல், கட்டைவிரல் விதி அல்ல (Science, Not Rule of Thumb)

நிறுவனத்தின் திறனை உயர்த்துவதற்காக "கட்டை விரல் விதி முறை"க்கு பதிலாக அறிவியல் பூர்வ வேலைப் பகுப்பாய்வு மூலம் வளர்ச்சியடைந்த முறைகள் பயன்படுத்தப்பட வேண்டும்.

கட்டை விரல் விதி என்பது மேலாளர் தனது தனிப்பட்ட தீர்ப்புகள் அடிப்படையில் எடுக்கப்படும் முடிவு ஆகும். டேலரின் கருத்துப்படி, இரும்புத் தகடுகளை பாக்ஸ் கார்களில் ஏற்றுவது போன்ற சாதாரண சிறிய உற்பத்தி நடவடிக்கைகளைக் கூட அறிவியல் பூர்வமாக திட்டமிட இயலும். இது மனித திறனையும், நேரத்தையும் சேமிக்க உதவும். காரணங்கள், விளைவுகள், இவற்றிற்கிடையே உறவுகளை அறிவியல் அடிப்படையிலான விசாரணை மூலம் முடிவுகள் எடுக்கப்பட வேண்டும்.

ஒரு வேலை அறிவியல் பூர்வ பகுப்பாய்வின் மூலம் தெறிவு செய்யப்பட்ட சிறந்த வழி மூலம் நிறைவேற்றப்பட வேண்டும். உள்ளுணர்வு மூலமோ அல்லது பரிசோதித்துப் பார்த்து அதன் மூலம் வெற்றி அடைவதன் மூலமோ அல்ல. ஒரு வேலையை ஒரு குறிப்பிட்ட பணியாளருக்கு ஒதுக்கீடு செய்யும் போது அவ்வேலையை மிகச் சிறந்த வழியில் நிறைவேற்றம் செய்யப்படவும், அவ் வேலைக்கான தரக்குறியீடுகளை நிர்ணயிக்கவும் ஒவ்வொரு கூறுகளும், அதற்கு தேவையான காலமும் மிக நுணுக்கமாக கூர்ந்தாய்வு செய்யப்பட்டு பரிசோதனை செய்யப்படுகின்றது.

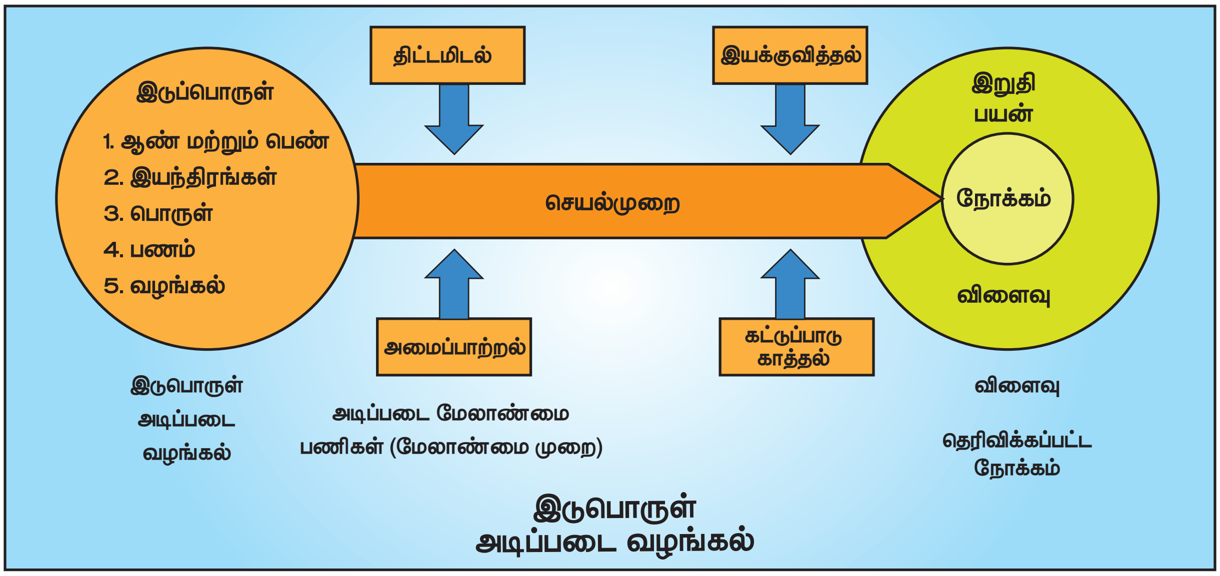
2. இணக்கம், சச்சரவின்மை (Harmony, Not Discord)

மேலாண்மைக்கும், பணியாளர்களுக்கும் மிகச்சிறந்த ஒற்றுமை இருக்க வேண்டுமென்பதை டேலர் வலியுறுத்துகிறார். மேலாண்மைக்கும், பணியாளருக்கும் இடையே முரண்பாடு ஏற்படும் போது அதன் மூலம் மேலாண்மையோ அல்லது பணியாளர்களோ ஆதாயம் அடைந்துவிடக்கூடாது. மேலாண்மையும், பணியாளர்களும் மற்றவரின் முக்கியத்துவத்தை உணர வேண்டும். இந்த நிலையை அடைய மேலாண்மைக்கும் பணியாளருக்கும் முழுமையான மனப்புரட்சியை டேலர் முன் மொழிகிறார்.

நிர்வாகம், பணியாளர்கள் இவ்விருவருக்கும் மற்றவர் மீதான மனப்பாங்கும், கண்ணோட்டமும் முழுமையாக மாற வேண்டும். ஒவ்வொரு முதலாளியும் தனது செழிப்பை தனது பணியாளர்களின் செழிப்பு மூலமே அடைய எய்த முடியும் என்பதை எப்போதும் மனதில் இருத்த வேண்டும். இது

அ. இலாப உபரியை பணியாளர்களோடு பகிர்ந்து கொள்ளல்
ஆ. பணியாளர்களுக்கு பயிற்சி அளித்தல்
இ. வேலைப் பகிர்வு
ஈ. ஒற்றுமை உணர்வு
உ. நேர்மறை மனநிலை
ஊ. ஒழுங்குணர்வு
எ. நேர்மை

போன்றவற்றின் மூலமே சாத்தியம். நிர்வாகம் தனது தொழில் கிடைத்த உபரியான இலாபத்தை தனது பணியாளர்களுடன் பகிர்ந்து கொள்ள எப்போதும் தயாராக இருக்க வேண்டும். அதுபோல பணியாளர்களும் தனது நிறுவனத்தின் இலக்குகளை வெற்றிகரமாக அடைய தனது முழு ஒத்துழைப்பையும், கடின உழைப்பையும்



நல்க எப்போதும் தயாராக இருக்க வேண்டும். பரஸ்பர நம்பிக்கை மற்றும் சரியான புரிதலுடன் கூடிய குழுச் செயல்பாடு உழைக்க வேண்டியதன் முக்கியத்துவத்தை சரியாக புரிந்து கொள்ள உதவும். நிர்வாகமும், பணியாளர்களும் ஒருவருக்கொருவர் பரஸ்பர உறவுடன் ஒரே குடும்பத்தின் பகுதியாக இருக்க வேண்டும், என்பதையும் உணர இக்கோட்பாடு தேவைப்படுகின்றது. நிர்வாகமும், பணியாளர்களும் ஒருவரோடு ஒருவர் இணைந்து செயல்பட உருவாக்க உதவுகின்றது.

உதாரணமாக பெரும்பாலான ஜப்பானிய நிறுமங்களில் மரபு வழி மேலாண்மை முறை நடைமுறையில் இருப்பதால் நிர்வாகத்திற்கும், பணியாளர்களுக்குமிடையே முழுமையாக வெளிப்படைத்தன்மை காணப்படுகின்றது. பொதுவாகவே பணியாளர்கள் வேலை நிறுத்தம் செய்தாலும் கருப்புப்பட்டை அணிந்து பணிக்கு சென்று தங்களது கோரிக்கைகளை வலியுறுத்துவதுடன் சாதாரண நேரங்களில் செய்யும் பணியைக் காட்டிலும் கூடுதலான நேரம் பணிபுரிந்து அதன் மூலம் நிர்வாகத்தினை கவர்ந்திழுத்து அதன் மூலம் தொழில் நிறுவனத்தின் இலக்குகளை எட்டி அதன் மூலம் தங்களது கோரிக்கைகளையும் வலியுறுத்துகின்றனர்.

3. மனப்புரட்சி (Mental Revolution)

மனப்புரட்சியின் நுட்பம் என்பது நிர்வாகம் மற்றும் பணியாளர்கள் ஒவ்வொருவருக்கும் மற்றவரைப் பற்றிய மனோபாவத்தில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துகின்றது. இவ்விருவரும் மற்றவரின் முக்கியத்துவத்தை உணர்ந்து முழு ஒத்துழைப்புடன் பணியாற்ற வேண்டும். நிர்வாகம் மற்றும் பணியாளர்கள் இவ்விருவருக்கும் வணிக நிறுவனத்தின் இலாபத்தை அதிகரிப்பதே நோக்கமாக இருக்க வேண்டும். இதற்காக பணியாளர்கள் தங்களின் முழு முயற்சியை வழங்க வேண்டும். அதே வேளையில் நிர்வாகம் தான் ஈட்டிய லாபத்தின் ஒரு பகுதியை பணியாளர்களுக்கு பகிர்ந்தளிக்க வேண்டும். இதுவே நிர்வாகம் மற்றும் தொழிலாளர்கள் கண்ணோட்டத்தில் ஏற்படும் முழுமையான மாற்றம் ஆகும். மனப்புரட்சி என்பது இதனையே குறிக்கிறது. தொழிலாளர்களுக்கும் நிர்வாகத்திற்கும் இடையே ஒருமித்த உணர்வு இருக்க வேண்டும்.

4. தனி மனிதத்துவமல்ல, ஒத்துழைப்பு (Cooperation, Not Individualism)

இக்கோட்பாடு, சச்சரவு இன்றி ஒற்றுமை என்ற கோட்பாட்டின் விரிவாக்கம் ஆகும். இக்கோட்பாடு தொழிலாளர் மற்றும் நிர்வாகத்தின் பரஸ்பர ஒத்துழைப்பின் மீது அழுத்தத்தை ஏற்படுத்துகின்றது. ஒத்துழைப்பு, பரஸ்பர நம்பிக்கை, நல்லெண்ண உணர்வு ஆகியவை மேலாளர் மற்றும் தொழிலாளர் ஆகிய இருவரிடமும் மேலோங்கி இருக்க வேண்டும். இதன் உள்நோக்கம் என்பது அகப் போட்டிகளை ஒத்துழைப்பாக மாற்றுவது ஆகும். நிர்வாகம் மற்றும் தொழிலாளர்கள் இவ்விருவரும் ஒவ்வொருவரின் முக்கியத்துவத்தை உணர வேண்டும். தொழிலாளர்கள் நிர்வாகத்தின் ஒரு பகுதியாக கருதப்பட வேண்டும். மேலாண்மையில் முடிவெடுக்கும் செயல்முறையில் தொழிலாளர்களையும் பங்கேற்கச் செய்ய வேண்டும். நிர்வாகம் தொழிலாளர்களின் ஆக்கபூர்வமான ஆலோசனை வரவேற்க வேண்டும். அப்பயனுள்ள ஆலோசனைகள் உற்பத்திச் செலவை குறைப்பது, அல்லது உற்பத்தியின் அளவை அதிகரிப்பது போன்ற விளைவுகளை ஏற்படுத்துமாயின் அவ்வாலோசனைகளுக்கு உரிய சன்மானம் அளிக்கலாம். அதே நேரத்தில் தொழிலாளர்கள் வேலை நிறுத்தத்தில் ஈடுபடல் அல்லது தேவையற்ற கோரிக்கைகளை வலியுறுத்துவது போன்றவற்றில் ஈடுபடக்கூடாது. தொழிலாளர்களை வணிக நிறுவனத்தின் ஒருங்கிணைந்த ஒரு பகுதியாக கருதப்பட்டு நடத்தப்பட வேண்டும். மேலும் வணிக நிறுவனத்தின் மிக முக்கிய முடிவுகளை எடுக்கும் போது தவறாமல் தொழிலாளர்களுடன் கலந்து ஆலோசிக்க வேண்டும். நிர்வாகம் மற்றும் தொழிலாளர்கள் ஆகிய இருவருமே வணிக நிறுவனத்தின் இரண்டு முக்கியத் தூண்களாகக் கருதப்பட வேண்டும். இவர்களில் ஏதேனும் ஒரு தரப்பினர் மட்டுமே தங்களது முயற்சியின் மூலம் வணிக நிறுவனத்தின் பொதுவான இலக்குகளை வெற்றிகரமாக அடைந்து விடமுடியும் என்ற மனநிலையைத் தவிர்த்து விட வேண்டும். நிர்வாகம் மற்றும் தொழிலாளர்களிடையே முறையான வேலைப்பகிர்வும், பொறுப்புப் பகிர்வும் இருக்க வேண்டும் என்பதையே டெய்லரும் வலியுறுத்துகிறார். நிர்வாகம் தொழிலாளர்களுக்கு எப்போதும் வழிகாட்டியாக இருந்து ஊக்குவிக்க வேண்டும்.

5. ஒவ்வொரு நபரும் அவரது மிகச்சிறந்த திறனுடனும் மற்றும் செழிப்புடனும் வளர்ச்சியடைதல் (Development of each and every person to his or her greatest efficiency and prosperity)

எந்த ஒரு தொழிலமைப்பின் திறனும் அதன் தொழிலாளர்களின் திறமைகளையும் திறன்களையுமே பெருமளவு சார்ந்துள்ளது. விஞ்ஞான அணுகுமுறை மூலம் உருவாக்கப்பட்ட சிறந்த உற்பத்தி முறைகளை அறிந்து கொள்ள தொழிலாளர்களுக்கு உரிய பயிற்சி அளித்தல் மிக அவசியத் தேவையாகும். சிறந்த உற்பத்தி திறனை எட்டுவதற்கு சிறந்த ஊழியர்களை தேர்வு செய்வதிலிருந்து நடவடிக்கைகளை துவக்க வேண்டும். திறமையான, செயல்திறமிக்க வகையில் அறிவியல் பூர்வ முறையில் உரிய பணியாளர்களை தேர்வு செய்ய வேண்டும். தொழிலாளர்களின் உடல்தகுதி, மன மற்றும் அறிவுத்திறன் அடிப்படையில் அவர்களுக்கு உரிய பணியினை ஒதுக்க வேண்டும். தொழில் நிறுவனம் அதிக இலாபம் ஈட்ட திறமையான தொழிலாளர்கள் திறம்பட உற்பத்திப் பணிகளை மேற்கொள்வார்கள். இது தொழில் நிறுவனம் மற்றும் தொழிலாளர்கள் தத்தமது திறனையும் செழிப்பையும் அடைவதற்கு உதவிப் புரிகின்றது.

திரு.டேலரின் அறிவியல் பூர்வ மேலாண்மைத் தத்துவங்கள் பரந்த அளவில் நடைமுறைப்படுத்தப்பட்டு அதன் விளைவாக தொழிலாளர்கள் மற்றும் நிர்வாகம்

ஆகிய இரண்டுக்குமிடையே மிகப்பெரிய ஒத்துழைப்பு ஏற்பட்டிருப்பதை இன்று நாம் காண முடிகின்றது. இன்று **டேலரியல்** கோட்பாடுகள் முழுமையாக உரிய முறையில் நடைமுறைப்படுத்தப்படா விட்டாலும் மேலாண்மை நடைமுறைகளின் முன்னேற்றத்திற்கு அறிவியல் பூர்வ மேலாண்மை மிக முக்கிய பங்காற்றி இருக்கின்றது. இது திட்டமிட்ட தேர்வு மற்றும் பயிற்சி நடைமுறைகளை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. இது பணியிடத்தின் திறனை கற்றுக் கொள்ளவும், திட்டமிட்ட நிறுவன வடிவமைப்பு யோசனையை ஊக்குவிக்கவும் வழியினை வழங்குகின்றது.

1.06 நவீன மேலாண்மையின் கோட்பாடுகள் (Principles of Modern Management)

நவீன மேலாண்மையின் தந்தை எனப் போற்றப்படும் திரு.ஹென்றி போயல் ஒவ்வொரு மேலாளரும் நிறுவனத்தின் வெற்றிக்காக நடைமுறைப்படுத்த வேண்டிய 14 பிரதான கோட்பாடுகளை வரையறுத்திருக்கிறார். அவைகளாவன.

1. வேலைப் பகிர்வு (Division of Work)

இக்கோட்பாட்டின்படி தொழிலமைப்பின் மொத்தப்பணிச் சுமையும் சிறிய பணிகளாகப் பகிர்வு செய்ய வேண்டும். தொழிலாளர் ஒவ்வொரு தொழிலாளியின் திறமைக்கேற்ப பணி ஒதுக்கீடு செய்யப்பட்டு அப்பணியில் அத்தொழிலாளி சிறப்பீடுபாடும் நிபுணத்துவமும் அடையும் வண்ணம் தொழில் முறை வளர்ச்சியையும் பணிச்சூழலையும் உருவாக்க வேண்டும். இதன் மூலம் உற்பத்தி அதிகரிப்பதுடன் தொழிலாளியின் உழைப்புச் செயல் திறன் அதிகரித்து நிபுணத்துவத்திற்கு வழி வகுக்கும்.

2. அதிகாரமும், பொறுப்பும் (Authority and Responsibility)

இக்கோட்பாடு தங்களது கட்டளையின் மூலம் விளைந்த விளைவுகளுக்கு பொறுப்பேற்றுக் கொள்ளுதலைக் குறிக்கின்றது. அதிகாரம் என்பது ஒரு அலுவலர் தன் கீழ்பணியாளர்களுக்கு ஆணையிடும் உரிமையைக் குறிக்கின்றது. பொறுப்பு என்பது அவ்வாணையினை நிறைவேற்றம் கடமையைக் குறிக்கின்றது.

3. ஒழுங்குமுறை (Discipline)

இது கீழ்ப்படிதல், மற்றவர்களிடம் முறைப்படி நடத்துதல், அதிகாரத்தை மதித்தல் போன்றவை ஆகும். இவ்வொழுங்கு நிறுவனம் செம்மையாக நடைபெற இன்றியமையாததாகும்.

4. கட்டளையொருமை (Unity of Command)

ஒவ்வொரு கீழ்ப்பணியாளரும் ஒரே ஒரு மேலதிகாரியிடமிருந்து மட்டுமே கட்டளைகளைப் பெற வேண்டும். அவருக்கு மட்டுமே கட்டுப்பட்டவராக இருக்க வேண்டும். அவ்வாறன்றி ஒரு கீழ்ப்பணியாளர் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட உயர் அதிகாரியிடம் உயர் ஆணைகளைப் பெற்றுச்செயல்பட வேண்டியிருந்தால் அது குழப்பத்தையும் முரண்பாடுகளையும் உருவாக்கி விடும்.

5. ஒரு முனை இயக்கம் (Unity of Direction)

அனைத்துத் தொடர்புடைய நடவடிக்கைகளையும் ஒரே குழுவில் வைக்க வேண்டும். அக்குழுவிற்கு ஒரே செயல் திட்டம் இருக்க வேண்டும். மற்றும் அவர்கள் ஒரே மேலாளரின் கீழ்பணியாற்ற வேண்டும். ஒரே நோக்கத்தினைக் கொண்ட பல்வேறு நடவடிக்கைகளுக்கு ஒரே செயல்திட்டம் இல்லாமல் இருக்குமாயின் அந்நோக்கம் நிறைவேறாமல் போகலாம்.

6. பொது நலனுக்காக தனி நலம் புறக்கணிக்கப்படல் வேண்டும்

நிர்வாகம் தனிப்பட்ட ஆதாயங்களை ஒதுக்கி வைத்துவிட்டு நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை மட்டுமே முன் நிறுத்த வேண்டும். எனவே தனிப்பட்ட நபர்களின் தனிநலனை விட தொழில் நிறுவனத்தின் நோக்கமே அனைத்தையும் விட மேம்பட்டிருக்க வேண்டும்.

7. ஊதியம் (Remuneration)

ஊதியம் என்பது பணியாளர்களின் பணிக்கு கொடுக்கப்படும் விலையாகும். பணியாளருக்கு கொடுக்கப்படும் ஊதியமே தொழிலாளர்களை ஊக்குவிக்கும் முதன்மையான ஊக்குவிப்பவனாக இருந்து உற்பத்தியை அதிகரிப்பதால் அவர்களுக்கு போதுமான ஊதியம் வழங்கப்பட வேண்டும். ஊதியத்தின் அளவு மற்றும் ஊதிய வழிமுறைகள் நியாயமானதாகவும், சரியானதாகவும் அவர்களின் முயற்சிக்கு ஏற்றதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

8. மையப்படுத்தலின் தரம் (The Degree of Centralization)

தொழில் நிறுவனத்தின் அளவைப் பொறுத்து மைய நிர்வாகத்தின் அதிகாரம் செலுத்தும் நிலை இருக்க வேண்டும். முடிவெடுக்கும் அதிகாரம் நிர்வாகத்தின் உயர்மட்டத்தில் குவிந்து கிடப்பதையே மையப்படுத்தல் வெளிப்படுத்துகின்றது.

9. ஆணையுரிமை வரிசை / தரவரிசைத் தொடர் (Line of Authority/Scalar Chain)

ஆணையுரிமையின் வரிசை உயர்மட்ட அலுவலரிடமிருந்து கீழ்மட்டத்தில் உள்ள பணியாளர் வரை படிப்படியாக கீழ்நோக்கி வருவதை குறிக்கும். உயர் மட்டத்திலிருந்து கீழ்மட்டம் வரை அனைத்து மேலாளர்களையும் அனைத்து மட்டங்களிலும் இணைப்பதன் மூலம் அதிகாரப்பூர்வமான தெளிவான ஒரு ஆணையுரிமை வரிசை இருக்க வேண்டும் என்பதை இக்கோட்பாடு விளக்குகின்றது.

10. ஆணைகள் (Order)

அங்கீகரிக்கப்பட்ட செயல் முறைகள் வாயிலாக நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளை சமூக ஆணைகள் உறுதிப்படுத்த வேண்டும். ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள் நடைமுறைப்படுத்த வேண்டும். பணியிடத்தில் பாதுகாப்பையும் உற்பத்தித் திறனையும் பொருள் ஆணைகள் உறுதிப்படுத்த வேண்டும். ஆணைகள் என்பது ஏற்றுக் கொள்ளக் கூடியதாகும். நிறும விதிமுறைகளுக்கு உட்பட்டதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

11. நேர்மை நெறி (Equity)

இக்கோட்பாட்டின் படி பணியாளர்கள் அன்புடன் நடத்தப்பட வேண்டும் மற்றும் பணியிடத்தில் நீதிமுறை உறுதிப்படுத்தப்பட வேண்டும். மேலாளர்கள் எல்லாப் பணியாளர்களையும் எவ்வித வேறுபாடுமின்றி நியாயமாக பாகுபாடின்றி ஒரே நிலையில் சமமாகப் பாவித்து நடத்தப்பட வேண்டும். அனைத்துப் பணியாளர்கள் மீதும் சமமான கவனம் செலுத்தப்பட வேண்டும்.

12. பணியாளர்களின் காலவரையறையின் நிலைத்தன்மை (Stability of Tenure of Personnel)

இக்கோட்பாட்டின்படி ஒரு தொழில் நிறுவனம் செம்மையாக இயங்க வேண்டுமெனில் பணியாளர்கள் (குறிப்பாக மேலாண்மைப் பணியாளர்கள்) அடிக்கடி நியமனம் பெறுவதும் வேலையை துறந்துவிட்டுச் செல்வதும் நிகழக் கூடாது.

13. தன் முயற்சித் திறன் (Initiative)

பணியாளர்களின் தன் முயற்சித்திறனை ஊக்குவிப்பதன் மூலம் தொழில் நிறுவனத்தை பலப்படுத்தவும் புதிய வழிமுறைகளை அறிமுகப்படுத்தவும் முடியும். தொழிலாளர்களுக்கு திட்டம் தீட்டவும் அத்திட்டத்தை செயல்படுத்தவும் தன்னுரிமை அளிப்பதன் மூலம் நிறுவனத்தின் திறனை உயர்த்த வழி ஏற்படுகின்றது. புதிய மற்றும் சிறந்த கருத்துக்களை தொழிலாளரிடமிருந்து பெற முடிகின்றது. இதன் மூலம் தொழிலாளர்களை தொழில் நிறுவனத்தின் பணிகளில் மிகுந்த ஆர்வமுடன் பங்கேற்கச் செய்ய முடியும்.

14. குழு பிணைப்புணர்ச்சி / குழு ஒற்றுமை

இக்கோட்பாட்டின்படி மேலாளர்கள் பணியிடத்தில் தனித்தனியாகவும் சமூகமாகவும் பணியாளர்களுக்கு இடையில் ஒற்றுமையை வளர்ப்பதை உறுதிப்படுத்த வேண்டும். ஒருவரை ஒருவர் புரிந்து கொள்வதற்கும், ஒருவர் மீது ஒருவருக்கு நம்பிக்கை ஏற்படும் சூழலை உருவாக்குவதற்கும் இது உதவும். குழு ஒற்றுமை உணர்வு குறித்த பணியை குறித்த காலநேரத்திற்குள் செய்து முடிக்க உதவுகிறது.

1.07 மேலாண்மையின் வீச்செல்லை:

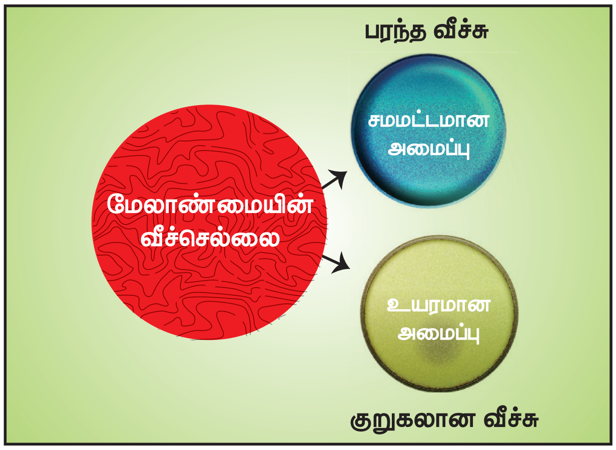
ஒரு உயர் அலுவலரால் திறமையாக மேலாண்மை செய்யப்படும் கீழ்ப்பணியாளர்களின் எண்ணிக்கையை மேலாண்மையின் வீச்செல்லையை குறிக்கின்றது. மேலாண்மையின் பரப்பளவு என்பது மேலாளரின் கீழ் நேரடியாகப் பணியாற்றும் கீழ்பணியாளர்களின் அளவு ஆகும்.

மேலாண்மையின் பரப்பு என்பது இரண்டுடன் தொடர்புடையது:

1. தனிப்பட்ட மேலாளர்களின் பணியில் உள்ள மனோபாவத்தில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றது.
2. தொழில் நிறுவனத்தின் கட்டமைப்பை தீர்மானிக்கின்றது. மேலாண்மையின் பரப்பு என்பது நிர்வாகக் கட்டமைப்பின் கிடைமட்ட நிலைகளோடு தொடர்புடையது.

மேலாண்மையின் வீச்செல்லையானது பரந்த மற்றும் குறுகிய தன்மை உடையது. பரந்த அளவுள்ள மேலாண்மைப் பரப்பில் குறைவான அதிகாரப் படிநிலை மட்டங்கள் இருக்கும். தொழிலமைப்பின் அடிப்படைக்கட்டமைப்பு என்பது பெயரளவில் இருக்கும். அது போலவே குறுகிய மேலாண்மைப் பரப்பில் அதிகாரப் படிநிலை மட்டங்கள் மிகுந்து இருக்கும். அமைப்பின் கூட்டமைப்பு உயரமாக இருக்கும்.

1. இரண்டு நிறுவனக் கட்டமைப்புகளும் தத்தமது நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகளைக் கொண்டு இருக்கின்றது. எனினும் உயரமான நிறுவனக் கட்டமைப்பு என்பது சவால்களை சுமத்துகின்றது.
2. குறுகிய பரப்பில் கீழ்ப்பணியாளர்களின் எண்ணிக்கை மிகவும் குறைவாக உள்ளதால், அதிகமான மேலாளர்களை நியமனம் செய்ய வேண்டி உள்ளது. இதனால் அவர்களுக்கு அதிக ஊதியம் வழங்க வேண்டிய நிலையில் இது அதிகம் செலவு பிடிக்கும் நிலையாகக் கருதப்படுகின்றது.
3. அதிகாரப் படிநிலை மட்டங்கள் மிகுந்து இருந்தால் தகவல் தொடர்பு பெருமளவு பாதிக்கப்படும். தகவல்கள் அது சென்றடைய வேண்டிய நிலைக்குச் செல்ல மிகுந்த காலதாமதம் ஏற்பட்டு, அதனைச் செயல்படுத்துவதிலும் மிகுந்த கால தாமதம் ஏற்படுகின்றது.
4. உயர்மட்ட நிர்வாகத்திலிருந்து மேற்பார்வைகள் நெடுந்தொலைவு விலகி இருப்பதால் ஒருங்கிணைத்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்தல் இல்லாமல் போய்விடுகின்றது



இந்த கட்டமைப்பை பயன்படுத்துவதன் மூலம் குறுக்குத் தொடர்பு வசதிகள் எளிதாகின்றது. மேற்பார்வை பணியாளர்கள் உயர்மட்ட நிர்வாகத்தை தொடர்பு கொள்வது எளிதாகின்றது. பணி உயர்வு வாய்ப்புகள் அதிகரித்து பல்வேறு வேலை நிலைகள் கிடைக்கும் தன்மை உள்ளது.

சமமட்டமான அமைப்புக் கட்டமைப்பில் பரப்பளவு அதிகமாக உள்ளதால் மேலாளருக்கும் கீழ்ப்பணியாளர்களுக்கும் இடையிலான மேற்பார்வைத் தொடர்பு சிக்கலாகின்றது. மேலாளர்களுக்கு தன் கீழ்

12th Commerce Tamil Unit 1.indd 9 19/12/2022 14:42:15

பணியாற்றும் பெரும் எண்ணிக்கையிலான கீழ்ப்பணியாளர்களை நிர்வகிப்பது மிகவும் சிரமமாகின்றது. ஒரே நேரத்தில் அனைத்து கீழ்ப்பணியாளர்களின் பணித்திறனையும் கவனிக்க இயலாது.

எப்படி இருப்பினும் பரந்த மேலாண்மைப் வீச்செல்லையில் மேலாளர்களின் எண்ணிக்கை குறைக்கப்பட்டு அதிகாரப் படிநிலை மட்டங்கள் குறைவதுடன் உயர் அலுவலர்களுக்கு வழங்கப்படும் ஊதியமும் சேமிக்கப்படுகின்றது. இதன் மூலம் கண்டிப்பான மேற்பார்வை தளர்ந்து கீழ்ப்பணியாளர்கள் தாங்கள் தளர்த்தப்பட்ட பணிச்சூழலில் பணி புரிவதாக உணர்கிறார்கள். இதன் மூலம் சுதந்திரமான சுற்றுச் சூழலில் உற்சாகத்துடன் பணிபுரியும் மனநிலையை வளர்க்கின்றது.

கலைச்சொற்கள்

மேலாண்மை	மேற்பார்வை வீச்செல்லை
நிர்வாகம்	அதிகார சங்கிலி

சுயசிந்தனைக்கு

1. நீ உன்னை ஒரு நிறுவனத்தின் மேலாளராகப் பாவித்துக் கொண்டு அந்நிறுவனத்தில் நீ மேலாளராக இருந்து நீ ஆற்ற வேண்டிய பணிகளை பட்டியலிடுக.
2. பணியாளர்கள் காலந்தவறாமையை பின்பற்ற வேண்டியது குறித்த புதிய கொள்கை ஒன்றை உருவாக்குக.

எதிர்கால கற்றல்

1. ஒரு பள்ளியின் மேலாண்மை மற்றும் நிர்வாகத்தில் ஏற்படும் மாற்றம் பள்ளியை கல்லூரியாக வளர்ச்சியடையச் செய்யும்.
2. வாழ்க்கைச் சமநிலையை உருவாக்க மேலாண்மைச் செயல்முறைகளை புகுத்துவது.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

மாபெரும் இந்திய மேலாண்மைச் சிந்தனையாளர்கள்

– நிர்மல்யா குமார், விரிவுரையாளர், லண்டன் பிசினெஸ் ஸ்கூல்

– விஜய் கோவிந்தராஜன், பேராசிரியர், டக் ஸ்கூல் ஆப் பிசினெஸ் (எ) டாட் மௌத் கல்லூரி, நியுஹாம்ப்ரியம்

– பங்கஜ் கிமாவட், பேராசிரியர், IBSE மேலாண்மைப் பள்ளி, ஸ்பெயின்

– http:://www.indiatoday.in

பயிற்சி

0AH29

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. **மேலாண்மை என்பது ____________ ன் செயல் ஆகும்.**
   அ) மேலாளர் ஆ) கீழ்ப்பணியாளர்
   இ) மேற்பார்வையாளர் ஈ) உயரதிகாரி
2. **மேலாண்மை என்பது ஒரு ____________**
   அ) கலை ஆ) அறிவியல்
   இ) கலை மற்றும் அறிவியல் ஈ) கலை அல்லது அறிவியல்
3. **அறிவியல் பூர்வ மேலாண்மை கோட்பாட்டை உருவாக்கி வளர்த்தவர்**
   அ) ஃபோயல் ஆ) டேலர்
   இ) மேயோ ஈ) ஜேக்கப்
4. **வேலையை பல்வேறு சிறு பணிகளாக பிரிப்பதை ____________ என்பர்.**
   அ) ஒழுங்கு ஆ) பயன்பாடு
   இ) வேலைப்பகிர்வு ஈ) சமத்துவம்
5. **பரந்த அளவு வீச்செல்லையில் அதிகாரப்படி நிலை மட்டங்களின் அளவு ____________**
   அ) அதிகம் ஆ) குறைவு
   இ) பன்மடங்கு ஈ) கூடுதல்

விடைகள் :

1	அ	2	இ	3	ஆ	4	இ	5	ஆ

II. குறு வினாக்கள்:

1. மேலாண்மை என்றால் என்ன?
2. மேலாண்மைக் கருவிகளைப் பட்டியலிடுக.
3. அதிகாரம் என்பதன் பொருள் தருக.
4. மேற்பார்வை வீச்செல்லை என்பதன் பொருள் யாது?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. மேலாண்மை வரைவிலக்கணம் தருக.
2. மேலாண்மையை நிர்வாகத்திலிருந்து வேறுபடுத்துக. (ஏதேனும் 3)
3. டெய்லரின் மேலாண்மைத் தத்துவங்கள் யாவை?
4. மேலாண்மையின் வீச்செல்லையை தீர்மானிப்பவை எவை?

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. மேலாண்மையின் அடிப்படைக் கருத்துக்களை விவரி. (ஏதேனும் 5)
2. நவீன மேலாண்மைக் கோட்பாடுகளை விவரி. (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்:

Management – Koontz O'Donnel
Principles of management – S S Chatterjee
Management – Rustom S Davor.

www.tnschoolbooks.in

மேலாண்மைச் செயல்முறைகள்
MANAGEMENT PROCESS

அலகு 1

2

அத்தியாயம்

மேலாண்மை செயல்பாடுகள்
FUNCTIONS OF MANAGEMENT

இதனை இதனால் இவன்முடிக்கும் என்றாய்ந்து
அதனை அவன்கண் விடல்.

–குறள் 517

பொருள் : இந்தச் செயலை இக்கருவியால் இன்னவன் செய்துமுடிப்பான் என்று ஆராய்ந்த பிறகே அத் தொழிலை அவனிடம் ஒப்படைக்க வேண்டும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- மேலாண்மையின் பல்வேறு செயல்பாடுகளைப் புரிந்து கொள்ள இயலும்
- மேலாண்மை பணிகளின் முக்கியத்துவம் பற்றி புரிந்து கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

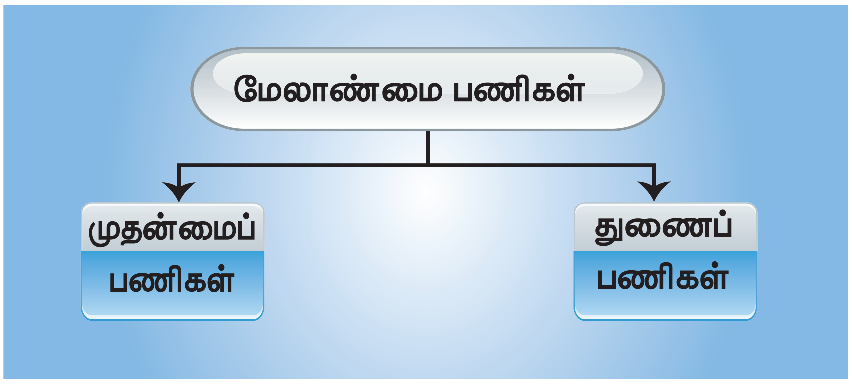
2.01 முதன்மைப் பணிகள்

2.02 துணைப் பணிகள்

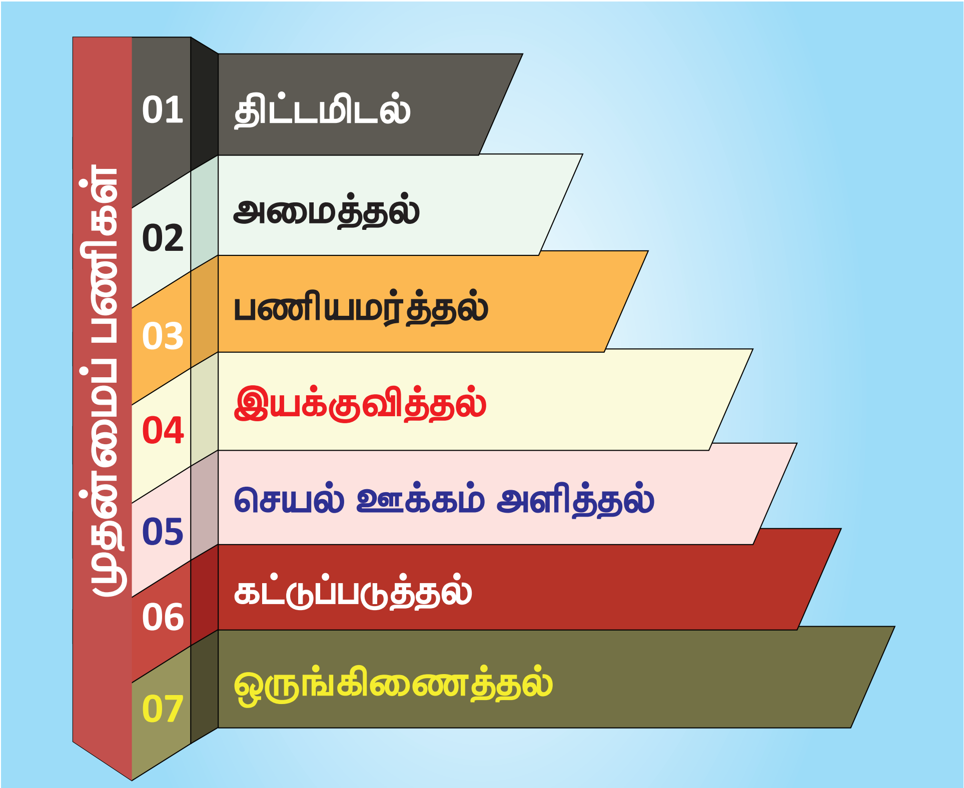
மேலாண்மை பணிகள்

மேலாண்மை பணிகள் நேர திட்டவட்டம், நிறுவனத்தின் திட்டவட்டம், மற்றும் நாட்டின் திட்டவட்டம் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. 18 ஆம் நூற்றாண்டின் மேலாண்மை பணிகள் 19 ஆம் நூற்றாண்டின் மற்றும் அதனைத் தொடர்ந்த 20 ஆம் நூற்றாண்டின் மேலாண்மை பணிகளை விட வேறுபட்டது. 20 ஆம் நூற்றாண்டு மற்றும் அதற்கு பின்னர் நடைமுறையில் உள்ள மேலாண்மை பணிகளை விளக்குவதற்கான முயற்சியாக இந்த அத்தியாயம் இருக்கும்.

மேலாண்மை பணிகளை மேலாண்மையின் செயல்முறை என்றும் அழைக்கலாம். இந்த செயல்முறை நோக்கங்களை அடைவதற்காக 24 மணிநேரமும் இடை நில்லாதுசெயல்பட்டு,மிகஉயர்ந்தஇடத்தைஅடைவதற்காக மீண்டும் மீண்டும் செயல்படும் முறையாகும். மேலாண்மை பணிகளை இரண்டு பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம்.



12th Commerce Tamil Unit 1.indd 11 19/12/2022 14:42:16



அவை 1. முதன்மைப் பணிகள் மற்றும் 2. துணைப் பணிகள் ஆகும். மேலாண்மையின் அனைத்து பணிகளும் சுருக்கமாக கீழே விவாதிக்கப்படுகின்றன.

2.01 முதன்மைப் பணிகள்

திட்டமிடுதல், அமைத்தல், பணியமர்த்தல், இயக்குதல், செயலூக்கமளித்தல், கட்டுப்படுத்துதல் மற்றும் ஒருங்கிணைத்தல் ஆகியவை மேலாண்மையின் முக்கிய செயல்பாடுகள் ஆகும்.

1. திட்டமிடுதல் (Planning)

'செயல்படுவதற்கு முன் நீங்கள் சிந்தியுங்கள்' அல்லது 'ஆழம் தெரியாமல் காலை விடாதீர்கள்' என்பன பாரம்பரிய பழமொழிகளில் சில. இது திட்டமிடுதலுக்கு ஒரு அடிப்படையினை அல்லது தர்க்க முறையினை வழங்குகிறது. திட்டமிடுதல் என்பது மேலாண்மையின் செயல்பாடுகளில் முதன்மையானது ஆகும். திட்டமிடுதல் இல்லாமல் எந்த ஒரு காரியமும் செய்ய முடியாது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு புத்தகத்தை எழுதுவது என்பது திட்டமிடுதலில் தொடங்குகிறது. சுருக்கமாக, திட்டமிடுதல் என்பது முன்கூட்டியே முடிவெடுப்பதைக் குறிக்கிறது. திட்டமிடுதல் என்பது வருங்கால தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்கான ஒரு ஆக்கபூர்வமான மதிப்பீடு ஆகும். தற்போதைய நடவடிக்கைகளை நிர்ணயித்த இலக்கிற்கேற்ப சரிசெய்து கொள்ள முடியும். என்ன செய்யப்பட வேண்டும்?, எங்கே?, எப்படி?, யார் அதை செய்ய வேண்டும்? என்பனவற்றை தீர்மானித்த பிறகு தனிநபர் அல்லது குழுவின் திட்டமிடுதல் இருக்க வேண்டும்.

2. அமைத்தல் (Organising)

பணியாளர்களுக்கு பணிகளை ஒப்படைவு செய்வதும் அப்பணிகளை நிறைவேற்றுவதற்கு போதிய அதிகாரங்களை வழங்குவதும் மேலும் அதனால் ஏற்படும் விளைவுகளுக்கு பணியாளரே பொறுப்பேற்க செய்வதும் அமைத்தல் பணி எனப்படுகிறது.

3. பணியமர்த்தல் (Staffing)

பணியமர்த்தல் என்பது பணியாளர்களைத் தேர்வு செய்தல் மற்றும் திறமையான பணியாளர்களுக்கு பணியிடமளித்தல் செயல்பாடுகளை பணியமர்த்தல் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியுள்ளது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், பொருத்தமான நபர்களை பொருத்தமான வேலைக்கு அமர்த்தும் செயலைக் குறிப்பதாகும். பணிக்கு பொருத்தமான நபர்களை தேர்ந்தெடுப்பது, தேவையான நபர்களுக்கு பயிற்சி அளிப்பது, சிறந்த நபர்களுக்கு பதவி உயர்வு அளிப்பது, பழைய நபர்களுக்கு ஓய்வு அளிப்பது, அனைத்து நபர்களின் செயல்திறன்களை மதிப்பீடு செய்வது மற்றும் பணியாளர்களுக்கு போதுமான ஊதியம் வழங்குவது ஆகியன பணிக்கமர்த்துதலில் அடங்கியுள்ளது. எந்தவொரு நிறுவனத்தின் வெற்றியும் பணிக்கமர்த்துதல் பணியின் வெற்றிகரமான செயல்திறன்களைச் சார்ந்தே இருக்கும்.

4. இயக்குவித்தல் (Directing)

தற்போதைய இலக்குகளை சாதிக்கும் பொருட்டு தொடர்ச்சியான அடிப்படையில் செயலூக்கமளித்தல், முன்னணியிலிருத்தல், வழிகாட்டுதல், மற்றும் கீழ்நிலைப் பணியாளர்களுடன் தொடர்புபடுத்துதல் போன்றன

இயக்குதலைக் குறிக்கிறது. அமைப்பின் இலக்குகளை நிறைவேற்றுவதற்கு பணியாளர்களை இயக்கும் பொருட்டு சுற்றறிக்கைகள், அறிவுறுத்தல்கள் கையேடுகள், செய்திமடல்கள், அறிவிப்பு பலகைகள், கூட்டம், பங்கேற்பு இயக்கம் ஆகியவற்றின் மூலமாக பணியாளர்களுக்கு தேவையான அனைத்து விபரங்களுக்கும் உரிய தகவல் தெரிவிக்கப்படுகிறது.

5. செயலூக்கமளித்தல் (Motivating)

செயலூக்கமளித்தல் மூலமே நிறுவனத்தின் நோக்கங்களை அடைய முடியும். ஒரு பணியை விரைவாக செய்து முடிப்பதையும், பணியாளர்களின் பணியின் மீதான விருப்பத்தை வளர்ப்பதையும் செயலூக்கமளித்தல் என்ற சொல் உள்ளடக்கியுள்ளது. செயலூக்கமளித்தல் ஒரு வளமிக்க தலைமையின் கீழ் செய்யப்பட வேண்டும். பணிபுரிய சாதகமான பணிச் சூழல், நியாயமான முறையில் நடத்தப்படல், பணம் சார்ந்த மற்றும் பணம் சாராத ஊக்குவிப்புகள், திறம்பட்ட தகவல் தொடர்பு மற்றும் பண்பான அனுகுமுறை ஆகியவற்றையே பணியிடத்தில் பணியாளர்கள் எதிர்பார்க்கிறார்கள்.

6. கட்டுப்படுத்துதல் (Controlling)

ஊக்க ஊதிய உயர்வு மற்றும் பதவி உயர்வு அளிக்கும் முடிவுகளை எடுப்பதற்கும் பணியாளர்களின் செயல்திறனை மதிப்பிடுவதற்கும் கட்டுப்படுத்துதல் செயல்பாடு பயன்படுகிறது. குறைந்த செயல்திறன் உடையவர்களை அடையாளம் காண்பதற்கும் குறைதீர் பயிற்சிகளை அவர்களுக்கு வழங்குவதற்கும் கட்டுப்பாட்டு செயல்பாடு உதவுகிறது. முன்கூட்டியே நிர்ணயிக்கப்பட்ட தர அலகுகளுடன் உண்மையான செயல்திறனை எது ஒப்பீடு செய்ய உதவி புரிகிறதோ?, அது கட்டுப்படுத்தும் செயல்பாடு ஆகும்.

7. ஒருங்கிணைத்தல் (Co–ordination)

ஒரு நிறுவனம் தனது குறிக்கோளை அடைவதற்கு பல்வேறு திறன்கள் கொண்ட பணியாளர்களை ஒருங்கிணைப்பது ஒருங்கிணைத்தல் எனப்படுகிறது. நிறுவனத்தின் ஒவ்வொரு மேலாண்மை பணிகளிலும் ஒருங்கிணைத்தல் பணி உள்ளடங்கியுள்ளது. உதாரணமாக: (i) திட்டமிடுதல் மற்றும் ஒருங்கிணைப்பு, (ii) ஒழுங்கமைத்தல் மற்றும் ஒருங்கிணைப்பு, (iii) பணிக்கமர்த்துதல் மற்றும் ஒருங்கிணைப்பு, (iv) இயக்குதல் மற்றும் ஒருங்கிணைப்பு, (v) செயலூக்கமளித்தல் மற்றும் ஒருங்கிணைப்பு (iv) கட்டுப்படுத்துதல் மற்றும் ஒருங்கிணைப்பு.

அனைத்து செயல்களும் ஒழுங்குபடுத்தும் செயல்பாடுகளின் கீழ் குழு வாரியாகவோ அல்லது பிரிவு வாரியாகவோ பிரிக்கப்படுகின்றன. இப்போது, இத்தகைய குழுவான செயல்பாடுகள் ஒரு நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்களை நிறைவேற்றுவதில் ஒருங்கிணைக்கப்படுகின்றன. ஒருங்கிணைப்பு இடர்பாட்டின் அளவு நிறுவன அமைப்பின் அளவைச் சார்ந்திருக்கும். நிறுவன அமைப்பின் அளவு அதிகரிக்கப்படும் போது ஒருங்கிணைத்தல் பணியினது இடர்பாட்டின் அளவும் அதிகரிக்கும்.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

"Passing the buck, the buck stops here" - "இதற்கு காரணம் நானல்ல"

தனது குற்றங்களை அல்லது பொறுப்புகளை (சிலவற்றிற்காக) மற்றொரு நபருக்கோ, குழுவிற்கோ அல்லது பொருளுக்கோ மாற்றுதல் அல்லது மறு ஒப்படைப்பு செய்தலைக் குறிப்பது. கொடுத்த பணியை முடிக்காமல் இருந்து கொண்டு காரணம் கூறுவது.

2.02 துணைப் பணிகள்

புதுமைப்படுத்துதல், பிரதிநிதித்துவம், முடிவெடுத்தல் மற்றும் தகவல் தொடர்பு ஆகியவை மேலாண்மையின் துணை செயல்பாடுகளாகும்.

1. புதுமைப்படுத்துதல் (Innovation)

வியாபார உலகில் செய்யப்படும் மாற்றங்களை எதிர்கொள்ள ஊழியர்களையும் அமைப்பையும் தயார் நிலைப்படுத்தும் செயல்பாடு புதுமைப்படுத்துதல் என்பதைக் குறிக்கிறது. வியாபாரத்தில் தொடர்ச்சியான மாற்றங்கள் செய்யப்படுகின்றன. நுகர்வோர்கள் புதுமைப்படுத்துதல் மூலம் திருப்தி அடைகின்றனர். புதிய பொருளை மேம்படுத்துதல், புதிய உற்பத்திகள், உற்பத்தியில் புதிய தொழில்நுட்பங்கள், புதியமுறையில் கட்டுமம் செய்தல், ஒரு புதிய வடிவமைப்பிலான தயாரிப்பு மற்றும் செலவு குறைப்பு போன்றவற்றை புதுமைப்படுத்துதல் உள்ளடக்கியுள்ளது.

2. பிரதிநிதித்துவம் (Representation)

ஒரு மேலாளர் ஒரு நிறுவனத்தின் பிரதிநிதியாக செயல்பட வேண்டும். வாடிக்கையாளர்கள், பொருட்கள் மற்றும் சேவையை அளிப்பவர்கள், அரசாங்க அதிகாரிகள், வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள், தொழிற்சங்கங்கள் மற்றும் இதைப் போன்றவர்களுடன் மேலாளர் தொடர்புடன் இருக்க வேண்டும். மற்றவர்களுடனும் நல்ல உறவு வைத்திருக்க வேண்டியது ஒவ்வொரு மேலாளரின் கடமையாகும்.

3. முடிவெடுத்தல் (Decision–making)

ஒரு அமைப்பின் ஒவ்வொரு பணியாளரும் பல்வேறு எண்ணிக்கையிலான முடிவுகளை ஒவ்வொரு நாளும் எடுக்கின்றனர். ஒரு அமைப்பு இலகுவாக செயல்படுவதற்கு முடிவெடுத்தல் உதவுகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 1.indd 13 19/12/2022 14:42:16

4. தகவல் தொடர்பு (Communication)

தொடர்பு என்பது மனித எண்ணங்களை, கண்ணோட்டங்களை அல்லது கருத்துக்களை ஒரு நபர் மற்றொரு நபருக்கு பரிமாற்றம் செய்வதைக் குறிக்கிறது. என்ன வேலை செய்யப்பட வேண்டும்?, அது எங்கே செய்யப்பட வேண்டும்?, அது எவ்வாறு செய்யப்பட வேண்டும்?, அது எப்போது செய்யப்பட வேண்டும்? என்பது பற்றி தொழிலாளர்களுக்கு தெரிவிக்கப்பட வேண்டும். வேலையை ஒழுங்குபடுத்துவதற்கும் நடவடிக்கைகளை ஒருங்கிணைப்பதற்கும் தொடர்பு உதவுகிறது.

மேலாண்மைத் துறையில் உள்ள அறிஞர்கள் தங்கள் சொந்த கருத்திற்கேற்ப மேலாண்மையின் செயல்பாடுகளை வகைப்படுத்தியுள்ளனர். அறிஞர்களில் சிலர் மேலாண்மை செயல்பாடுகளில் சில செயல்பாடுகளைக் கூடுதலாகச் சேர்த்துள்ளார்கள், சில செயல்பாடுகளை நீக்கி குறைத்துள்ளார்கள்.

கலைச்சொற்கள்

செயலூக்கமளித்தல்	கட்டுப்பாடு காத்தல்
ஒருங்கிணைத்தல்	புதுமைப்புகுத்தல்
முடிவெடுத்தல்	மாற்றம்.

நமது சிந்தனைக்கு

1. திட்டமிடுதல் இல்லாத நிலையில் செலவுகளைக் கூடுதலாக்கும் அடிப்படைக் காரணிகளைச் சோதிக்க.
2. வேலையினை வேகப்படுத்தக் கூடிய வலைப்பின்னல் தொடர்பு ஒன்று உருவாக்குக.

மேலும் அறிவதற்கு

1. அடுத்த தலைமுறையினருக்குத் தேவைப்படும் நிதி மற்றும் நிதி சார்பற்ற செயலூக்கமளிப்பவர்களைக் கண்டறிக.
2. எதிர்கால அமைப்புகளின் கழிவுப்பொருட்களை குறைந்தபட்ச அளவாக்க என்ன வகையான கட்டுப்பாட்டு முறைகளைத் திட்டமிட்டுக் கையாள முடியும்?

www.tnschoolbooks.in

உங்களுக்கு தெரியுமா?

அடுத்த தலைமுறை தொழிலாளர்களுக்கு செயலூக்கமளிப்பவர்கள்

(ஆதாரம்: www.forbes.com)

- நெகிழ்ச்சித் தன்மையுடன் கூடிய அட்டவணை
- வருடாந்திர செயல்திறன் மீள்பார்வைத் தவிர்ப்பு
- தொழில்நுட்ப மையம் சார்ந்த பணியிடத்தை தழுவியிருப்பது
- தனி நபருக்கான நேரடி தொடர்புத் திட்டம்
- அதிக கட்டமைப்பு மற்றும் இயக்குதல் எதிர்பார்ப்பை வழங்குவது
- முறையான கல்வியை மறுபரிசீலனை செய்வது
- தொழில் வளர்ச்சிக்காக ஒரு திட்டம் வைத்திருப்பது
- தெளிவான எதிர்பார்ப்புகளை அமைப்பது
- அடுத்த தலைமுறையினரை மதிப்புடையவர்களாக உணரச் செய்வது
- வெளிப்படைத்தன்மையுடன் இருப்பது

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. மேலாண்மையின் செயல்பாடுகளில் முதன்மையானது எது?

(அ) புதுமைப்படுத்துதல் (ஆ) கட்டுப்படுத்துதல்
(இ) திட்டமிடுதல் (ஈ) முடிவெடுத்தல்

2. பின்வருவனவற்றுள் எது முக்கிய பணிகள் அல்ல?

(அ) முடிவெடுத்தல் (ஆ) திட்டமிடுதல்
(இ) ஒழுங்கமைத்தல் (ஈ) பணியமர்த்துதல்

3. ________ல் நிர்வாக செயல்பாடுகளும் உள்ளடங்கியுள்ளது

(அ) ஒருங்கிணைத்தல் (ஆ) கட்டுப்படுத்துதல்
(இ) பணியமர்த்துதல் (ஈ) ஒழுங்கமைத்தல்

4. பின்வருவனவற்றுள் எது ஒப்பீடு செய்ய உதவுகிறது?

(அ) திட்டமிடுதல் (ஆ) ஒழுங்கமைத்தல்
(இ) பணியமர்த்துதல் (ஈ) கட்டுப்படுத்துதல்

5. ________ன் உதவியுடன் இலக்குகள் அடையப்படுகின்றன.

(அ) செயலூக்கமளித்தல் (ஆ) கட்டுப்படுத்துதல்
(இ) திட்டமிடுதல் (ஈ) பணியமர்த்துதல்

விடைகள்:

1	இ	2	அ	3	அ	4	ஈ	5	அ

II. குறு வினாக்கள்:

1. திட்டமிடுதல் என்றால் என்ன?
2. செயலூக்கமளித்தல் என்பதன் பொருள் தருக.
3. மேலாண்மையின் துணைப் பணிகளை பட்டியலிடுக.
4. திட்டமிடுதலுக்கு பயன்படுத்தப்படும் பாராம்பரிய பழமொழி என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. மேலாண்மையின் முதன்மைப் பணிகளை பட்டியலிடுக.
2. பணியமர்த்தலின் முக்கியத்துவம் பற்றி கூறுக?
3. நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் ஊழியர்களுக்கு முக்கியத் தகவல்கள் எவ்வாறு தெரிவிக்கப்படும்?

IV. பெரு வினாக்கள்

1. மேலாண்மையின் பல்வேறு பணிகளை விளக்குக. (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்:

1. Gupta. C. B, 2006, "Management Theory and Practice", Reprint. ed., Sultan Chand & Sons Pvt. Ltd., New Delhi–110 002.
2. Gupta R. N. and others, 2009, "Principles of Management," Reprint.ed, S. Chand & Company Pvt. Ltd., New Delhi–110 055.
3. Ramasamy. T, 2007, "Principles of Management," Reprint. ed., Himalaya Publishing House Private Limited, Mumbai–400 004.
4. https://en.wikipedia.org/wiki/Management_by_exception

12th Commerce Tamil Unit 1.indd 15 19/12/2022 14:42:16

மேலாண்மைச் செயல்முறைகள்
MANAGEMENT PROCESS

அலகு 1

3 அத்தியாயம்

குறியிலக்கு மேலாண்மை (MBO) மற்றும் விதிவிலக்கு மேலாண்மை (MBE)

செயற்கை அறிந்தக் கடைத்தும் உலகத்து
இயற்கை அறிந்து செயல்.

–குறள் 637

பொருள் : நூலறிவால் செயலைச் செய்யும் வகைகளைச் அறிந்த போதிலும் உலகத்தின் இயற்கையை அறிந்து அதனோடு பொருந்துமாறு செய்யவேண்டும்.

RTQ9U

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- குறியிலக்கு மேலாண்மை மற்றும் விதிவிலக்கு மேலாண்மை ஆகியவற்றின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணத்தைப் புரிந்து கொள்ள இயலும்.
- குறியிலக்கு மேலாண்மைத் தத்துவங்களைப் புரிந்து கொள்ள இயலும்.
- விதிவிலக்கு மேலாண்மைத் தத்துவங்கள் ஆகியவற்றை புரிந்து கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

3.01 குறியிலக்கு மேலாண்மை பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
3.02 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் குறிக்கோள்கள்
3.03 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் இயல்புகள்
3.04 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறை
3.05 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் நன்மைகள்
3.06 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் குறைபாடுகள்
3.07 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் பொருள்
3.08 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறை
3.09 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் நன்மைகள்
3.10 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் குறைபாடுகள்

3.01 குறியிலக்கு மேலாண்மை (Management By Objectives – MBO) பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்

ஒரு அமைப்பில் உள்ள ஒவ்வொரு உறுப்பினரும் திறம்பட மற்றும் சுய ஈடுபாட்டுடன் பங்கு வகிக்கும் ஒரு நிர்வாக முறையே குறியிலக்கு மேலாண்மை (MBO) ஆகும். இந்த முறை தனிப்பட்ட நபரின் திறமை மற்றும் பொறுப்புணர்விற்கு முழு வடிவம் கொடுக்கிறது. குறியிலக்கு மேலாண்மையானது, நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்களுடன் ஒரு தனிநபரின் குறிக்கோள்களை ஒன்றிணைத்துச் செல்கிறது.

குறியிலக்கு மேலாண்மையானது ஜார்ஜ் ஒடியோர்ன் என்பவரால் அமெரிக்காவில் பிரபலப்படுத்தப்பட்டது. அவரது கூற்றின்படி, "குறியிலக்கு மேலாண்மை என்பது ஒரு நிர்வாக முறையாகும். ஒரு நிறுவனத்தின் உயர்நிலையில் மற்றும் கீழ்நிலையில் உள்ள மேலாளர்கள் கூட்டாக இணைந்து, அதன் பொதுவான குறிக்கோள்களை அடையாளம் கண்டு, எதிர்பார்க்கும் முடிவின் அடிப்படையில், ஒவ்வொரு நபரின் முக்கிய செயல் பகுதியையும் பொறுப்புணர்வையும் அளவிட்டு, செயல் பகுதியின் உறுப்பினர்கள் ஒவ்வொருவரின் பங்களிப்பையும் மதிப்பிடுவது ஆகும்".

பேராசிரியர். ரெட்டின் என்பவர் குறியிலக்கு மேலாண்மையை "மேலாண்மையின் நிலைப்பாடுகளுக்கு ஏற்ற தரநிலைகளை நிறுவுதல் மற்றும் அளவிடக்கூடிய காலக்கோடு இலக்குகள் கொண்ட கால இடைவெளியை செங்குத்தாகவும் கிடைமட்டமாகவும், எதிர்கால திட்டமிடலுடன் இணைத்துக்கொள்ளும் கால இடைவெளியைகுறிக்கிறது" என வரையறுக்கிறார்.

3.02 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் குறிக்கோள்கள் (Objectives of MBO)

குறியிலக்கு மேலாண்மையின் முதன்மையான குறிக்கோள்கள்

1. அளவிடுதல் மற்றும் செயல்திறன்களை மதிப்பிடுதல்.
2. அமைப்பின் குறிக்கோள்களுடன் தனிப்பட்ட செயல்திறனைத் தொடர்புபடுத்துதல்.
3. நிறைவேற்றக்கூடிய வேலை மற்றும் எதிர்பார்ப்புகள் இரண்டையும் தெளிவுபடுத்துதல்.
4. கீழ்நிலைப் பணியாளர்களின் திறனை அதிகரித்தல் மற்றும் வளர்ச்சியடையச் செய்தல்.
5. உயர்நிலைப் பணியாளர்கள் மற்றும் கீழ்நிலைப் பணியாளர்களுக்கு இடையே தகவல் தொடர்புகளை அதிகரித்தல்.
6. சம்பளம் மற்றும் பதவி உயர்வுகள் பற்றிய அடிப்படை சேவைகளை நியாயமாக வழங்குதல்.
7. கீழ்நிலைப் பணியாளர்களின் ஊக்கத்தை மேலும் தூண்டிவிடுதல்.
8. அமைப்பின் கட்டுப்பாட்டு மற்றும் ஒருங்கிணைப்புக்கான ஒரு கருவியாக சேவை செய்தல்.

3.03 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் இயல்புகள் (Features of MBO)

1. அமைப்பு மற்றும் தனிநபர்களின் குறிக்கோள்களை ஒருங்கிணைக்க நிர்வாகத்தால் ஒரு முயற்சி மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இது திறமையான மேலாண்மைக்கு வழிவகுக்கிறது.
2. குறுகிய கால இலக்குகளுடன் நிறுவனத்தின் நீண்டகால இலக்குகளை இணைக்க குறியிலக்கு மேலாண்மை முயற்சி செய்கிறது.
3. சமுதாய குறிக்கோள்களுடன் அமைப்பின் குறிக்கோள்களை தொடர்புபடுத்த முயற்சி செய்கிறது.
4. குறியிலக்கு மேலாண்மை இலக்குகளை மட்டும் அடையச்செய்வதல்ல, திறமையான செயல்திறனையும் அடையச் செய்கிறது.
5. இது இலக்குகளை சீர்படுத்துவதற்கும், மாற்றுவதற்கும் மற்றும் மேம்படுத்துவதற்கும் நிலையான கவனத்தினை செலுத்துகிறது. இது அனுபவத்தின் அடிப்படையில் அணுகுமுறைகளை மாற்றி இலக்கை அடையச் செய்கிறது.
6. இது அனைத்து நிலைகளிலும் இலக்குகளை அடைவதற்கான அமைப்பின் திறனை அதிகரிக்கச் செய்கிறது.
7. குறியிலக்கு மேலாண்மை மூலம் ஊழியர்களுக்கு அதிகபட்ச ஊக்கம் மற்றும் திருப்தி கிடைக்கச் செய்கிறது.
8. இலக்கு அமைக்கும் செயல்பாட்டில் ஊழியர்களின் பங்களிப்பை அங்கீகரிக்கிறது.
9. நோக்கத்தைமாற்ற,அதிகாரத்துடன் இருப்பவர்களுடன் ஆலோசனைகள் செய்கிறது.
10. நம்பிக்கை, நல்லெண்ணம், மற்றும் விருப்பத்திற்கு ஏற்ப செயல்படுவதற்குரிய ஒரு சூழலை ஊக்குவிக்கிறது.

3.04 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறை (Process of MBO)

அமைப்பு மற்றும் தனிநபர்களின் குறிக்கோள்களை சமநிலைப்படுத்தும் வகையில் குறியிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறை வகைப்படுத்தப்படுகிறது. குறியிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறை கீழே விவரிக்கப்பட்டுள்ளது.

1. அமைப்பின் குறிக்கோள்களை வரையறுத்தல் (Defining Organisational Objectives)

தொடக்கத்தில், ஒரு அமைப்பின் உயர்நிலை ஊழியர்களால் அமைப்பின் குறிக்கோள்கள் கட்டமைக்கப்படுகின்றன. பின்னர், அது கீழ்நோக்கி நகர்கிறது. ஏன் தொழில் தொடங்கப்பட்டது மற்றும் அதன் வெளிப்பாடுகள் என்ன? என்பது பற்றி கூறுவது அமைப்பின் குறிக்கோள்களை வரையறுத்தல் ஆகும். முதலாவதாக, நீண்ட காலக் குறிக்கோள்கள் கட்டமைக்கப்படுகிறது. பிறகு, குறுகிய கால குறிக்கோள்களைக் கட்டமைத்து நீண்டகால குறிக்கோள்களை அடைவதற்கான சாத்தியக்கூறுகளை கணக்கில் எடுத்துக் கொள்கிறது.

2. ஒவ்வொரு பிரிவின் இலக்குகள் (Goals of Each Section)

ஒவ்வொரு பிரிவின் குறிக்கோள்களும், துறை அல்லது பிரிவுக்கான குறிக்கோள்களும், அமைப்பின் ஒட்டுமொத்த குறிக்கோள்களின் அடிப்படையில் கட்டமைக்கப்படுகிறது. மேலும் எந்த வகையான குறிக்கோள்களையும் அடைவதற்குரிய காலமும் நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது. இலக்குகள் அல்லது குறிக்கோள்கள் அர்த்தமுள்ள முறையில் வெளிப்படுத்தப்படுகிறது.

3. முக்கிய முடிவு பகுதிகள் (Fixing Key Result Areas)

அமைப்பின் குறிக்கோள்களின் அடிப்படையில் முக்கிய முடிவுப் பகுதிகள் நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன. முக்கிய முடிவுகள் பகுதிகள் (Key Result Areas – KRA) முன்னுரிமை அடிப்படையில் அமைக்கப்படுகிறது. முக்கிய முடிவுப் பகுதிகள் ஒரு அமைப்பின் வலிமையை குறிக்கிறது. இலாபம், சந்தை நிலவரம், புதிய கண்டுபிடிப்புகள் போன்றவை முக்கிய முடிவுப் பகுதிகளுக்கு உதாரணங்களாகும்.

4. கீழ்நிலை ஊழியர்களின் குறிக்கோள்களை அல்லது இலக்குகளை நிர்ணயித்தல் (Setting Subordinate Objectives or Targets)

ஒவ்வொரு கீழ்நிலை ஊழியர்களின் குறிக்கோள்களும் அல்லது தனிப்பட்ட குறிக்கோள்களும் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. இது விரும்பத்தக்க, குறைந்த அளவு எண்ணிக்கை அலகுகளான குறிக்கோள்களாக நிர்ணயிக்கப்படுகிறது. ஒரு திறந்த மற்றும் வெளிப்படையான விவாதம் உயர்நிலை ஊழியர்கள்

மற்றும்அவர்களுடையகீழ்நிலைஊழியர்களுக்கிடையே கட்டாயம் இருக்க வேண்டும். கீழ்நிலை ஊழியர்களுக்கு ஒரு வாய்ப்பை வழங்குவதன் மூலம் தங்களுக்கான தரநிலைகளைத் தக்கவைத்துக் கொள்ள அவர்கள் தூண்டப்படுகிறார்கள். கீழ்நிலை ஊழியர்கள் அவ்வாறு மேலும் செய்ய அனுமதிக்கப்பட்டால், அவர்கள் உயர் தரநிலைகளை அமைக்கவும் மேலும் அவர்களது சாதனைக்கான வாய்ப்புகளும் அதிகமாகும். இவ்வாறாக, கீழ்நிலை ஊழியர்களின் குறிக்கோள்கள் அல்லது இலக்குகள் நிர்ணயிக்கப்படுகின்றன.

5. குறிக்கோள்களுடன் வளங்களைப் ஒப்புநோக்குதல் (Matching Resources with Objectives)

கிடைக்கக்கூடிய வளங்களின் அடிப்படையில் குறிக்கோள்கள் கட்டமைக்கப்படுகின்றன. சில வளங்கள் (தொழில்நுட்ப ஊழியர்கள் அல்லது மூலப்பொருள் பற்றாக்குறை) போதுமானதாக இல்லை என்றால், அமைப்பின் குறிக்கோள்கள் அதற்கேற்றபடி மாற்றங்கள் செய்யப்படவேண்டும். எனவே, குறிக்கோள்களுக்குத் தேவையான பொருந்தக்கூடிய வளங்கள் இருக்க வேண்டும். அடுத்து, கிடைக்கக்கூடிய வளங்களை ஒழுங்காக ஒதுக்கீடு செய்து பயன்படுத்தப்பட வேண்டும்.

6. காலவாரியான மறுஆய்வுக் கூட்டம் கூட்டுதல் (Periodical Review Meetings)

உயர்நிலை ஊழியர்கள் மற்றும் கீழ்நிலை ஊழியர்கள் சந்திக்கும் வகையில் காலவாரியான கூட்டங்களை நடத்த வேண்டும், அக்கூட்டங்களில் குறிக்கோள்களை நிறைவேற்றுவதில் உள்ள முன்னேற்றத்தைப் பற்றி விவாதிக்கப்பட வேண்டும். நிர்ணயிக்கப்பட்ட நிலையான தரநிலைகளின் முன்னேற்றத்திற்கேற்ப சிறிதளவு மாற்றப்படலாம். ஆனால் அடிப்படை வடிவமைப்பு மாற்றப்படக் கூடாது. காலவாரியான மறு ஆய்வு கூட்டங்கள் குறிக்கோள்களை அடைவதற்கான நிர்ணயிக்கப்பட்ட காலத்தில் நடைபெற வேண்டும்.

7. செயல்பாடுகளை மதிப்பீடு செய்தல் (Appraisal of Activities)

குறிக்கோள்களை அடைவதற்கு நிர்ணயிக்கப்பட்ட கால முடிவில், உயர்நிலை ஊழியர்கள் மற்றும் கீழ்நிலை ஊழியர்களுக்கு இடையே கலந்துரையாடல் நடைபெற வேண்டும். இந்த கலந்துரையாடல் கீழ்நிலை ஊழியர்களின் செயல்பாடு சம்பந்தப்பட்ட, குறிப்பிட்ட தரத்திற்கு எதிரான செயல்திறனுடன் தொடர்புடையதாக இருக்க வேண்டும். உயர்நிலை ஊழியர்கள் சரிசெய்வதற்கான நடவடிக்கையினை எடுக்க வேண்டும். உயர்நிலை ஊழியர்கள் குறிக்கோள்களை அடைவதில் உள்ள தோல்விக்கான காரணங்களை அடையாளம் காண வேண்டும். கீழ்நிலை ஊழியர்கள் எதிர்கொள்ளும் பிரச்சினைகளை அடையாளம் கண்டு, அத்தகைய பிரச்சினைகளை சமாளிக்கக்கூடிய உரிய நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ள வேண்டும்.

8. குறிக்கோள்களை மறுஆய்வு செய்தல் (Reappraisal of Objectives)

அமைப்பு என்பது மாறும் உலகத்தின் ஒரு பகுதியாகும். குறுகிய காலத்தில் நிறைய மாற்றங்கள் நடைபெறுகிறது. நவீன வியாபார அமைப்பின் வாழ்வு மற்றும் வளர்ச்சியானது பெரும்பாலும் மாறிவரும் நிலைமைகளை நிலைநிறுத்துவதைச் சார்ந்துள்ளது. எனவே, உயர் மேலாண்மை நிர்வாகி மாறும் சூழ்நிலைக்கு ஏற்ப குறிக்கோள்களை கட்டமைக்க நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்களை மறுமதிப்பீடு செய்ய வேண்டும்.

3.05 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் நன்மைகள் (Advantages of MBO)

குறியிலக்கு மேலாண்மையின் நன்மைகள் பின்வருமாறு விளக்கப்பட்டுள்ளன:

1. குறியிலக்கு மேலாண்மையின் கீழ், மேலாளர்கள் மேலாண்மையின் பல்வேறு மட்டங்களில் உள்ள குறிக்கோள்களை அமைப்பதில் ஈடுபட்டுள்ளனர், இந்த செயல்திட்டம் அவர்களது கடின உழைப்பை உறுதி செய்து சாதனை படைக்கச் செய்கிறது.
2. குறியிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறை மேலாளர்களுக்கு, ஒட்டு மொத்த அமைப்பில் தங்களது பங்கைப் புரிந்து கொள்ள உதவுகிறது.
3. திட்டமிடலுக்கான தேவையையும் மற்றும் திட்டமிடலுக்கான பாராட்டுதலையும் மேலாளர் அங்கீகரிக்கச் செய்கிறது.
4. குறியிலக்கு மேலாண்மை பங்கேற்பு மேலாண்மைக்கு ஒரு அடித்தளத்தை வழங்குகிறது. மேலும் கீழ்நிலை ஊழியர்களையும் இலக்கினை அடைவதற்கு ஈடுபடச் செய்கிறது.
5. ஒருதுறைமற்றொருதுறையின்வேலையில்குறுக்கிடும் நோக்கில் ஈடுபடாது. வேறு வகையில் கூறுவதானால், ஒவ்வொரு துறையின் குறிக்கோள்களும் ஒட்டுமொத்த அமைப்பின் குறிக்கோள்களோடு ஒத்துப்போகும் வகையில் இருக்க வேண்டும்.
6. குறியிலக்கு மேலாண்மை உதவியுடன் செயல்திறன் முறையாக மதிப்பீடு செய்யப்படுகிறது.
7. குறியிலக்கு மேலாண்மை செயல்திறன் அளவுகோல்களை வழங்குகிறது. இது சரியான நடவடிக்கை எடுக்க உதவுகிறது.
8. குறியிலக்கு மேலாண்மை உதவியால் அதிகாரப் பகிர்வு எளிதாகச் செய்யப்படுகிறது.
9. குறியிலக்கு மேலாண்மை தொழிலாளர்களின் வேலையைச் செறிவூட்டுவதன் மூலம் தொழிலாளர்களை உற்சாகப்படுத்துவதோடு, வேலையினை அர்த்தமுள்ளதாகவும் உருவாக்குகிறது.
10. ஒரு தொழிலாளியின் பொறுப்பு குறியிலக்கு மேலாண்மை மூலம் நிர்ணயிக்கப்படுகின்றது.
11. மேலாண்மை நிர்வாகத்தால் மிக விரைவில் முடிவுகள் எடுக்கப்படுகிறது. காரணம், ஒவ்வொரு தொழிலாளியும் முடிவு எடுக்க வேண்டிய நோக்கத்தினை அறிந்தவராக இருப்பார்கள், முடிவை எதிர்ப்பவர்களாக இருப்பதில்லை.

3.06 குறியிலக்கு மேலாண்மையின் குறைபாடுகள் (Disadvantages of MBO)

குறியிலக்கு மேலாண்மையின் குறைபாடுகள் குறியிலக்கு மேலாண்மையினை பயன்படுத்தும் முறையின் காரணமாக எழுகிறது. அவை கீழே விவரிக்கப்பட்டுள்ளது.

1. பெரும்பாலான செயல் நிர்வாகிகள் குறியிலக்கு மேலாண்மை எவ்வாறு செயல்படுகிறது? என்பது பற்றி அறிந்திருப்பதில்லை. குறியிலக்கு மேலாண்மை என்றால் என்ன? ஏன் குறியிலக்கு மேலாண்மை தேவை? பங்கேற்பாளர்கள் குறியிலக்கு மேலாண்மை மூலம் எப்படி நன்மை அடைய முடியும்? போன்ற கருத்துகளில் குறியிலக்கு மேலாண்மை தனது தத்துவத்தை விளக்குவதில் தோல்வி அடைந்து விடுகிறது.
2. குறியிலக்கு மேலாண்மை என்பது அதிக நேரத்தை எடுத்துக்கொள்ளும் ஒரு முறையாகும். மூத்த ஊழியர்களின் மூலம் குறியிலக்கு மேலாண்மையை கட்டமைக்க அதிக நேரம் தேவைப்படுகிறது. மேலும் அதிக செலவு மற்றும் அதிகமான காகித வேலை தேவைப்படுகிறது.
3. குறியிலக்கு மேலாண்மை குறுகிய கால குறிக்கோள்களைமட்டுமேவலியுறுத்துகிறது,நீண்டகால குறிக்கோள்களை கருத்தில் கொள்வதில்லை.
4. கீழ்நிலை ஊழியர்களின் நிலை தகுந்த குறிக்கோள் அமைப்பிற்கு அவசியமாகிறது. ஆனால், குறியிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறையில் இது சாத்தியம் இல்லை.
5. குறியிலக்கு மேலாண்மை திடமான ஒன்றாகும். சூழ்நிலைகளுக்கு ஏற்றவாறு மாற்றப்பட வேண்டிய குறிக்கோள்கள் மாற்றியமைக்கப்பட வேண்டும். அவ்வாறு அதை செய்யவில்லை என்றால், திட்டமிட்ட முடிவுகளைப் பெற முடியாது.

3.07 விதிவிலக்கு மேலாண்மை (Management By Exception – MBE)

விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் பொருள்

விதிவிலக்கு மேலாண்மை நிர்வாக கட்டுப்பாட்டின் ஒரு முக்கியக் கொள்கையாக பாரம்பரிய எழுத்தாளர்களால் பரிந்துரைக்கப்பட்ட மேலாண்மையாகும். நம்பிக்கையை அடிப்படையாகக் கொண்டு எல்லாவற்றையும் கட்டுப்படுத்துவதற்கான ஒரு முயற்சியாகும், முடிவுகளை எதுவும் கட்டுப்படுத்துவதில்லை. விதிவிலக்கு மேலாண்மை என்பது நெறிமுறையிலிருந்து விலகிப்போகும் நிகழ்வுகளை அடையாளம் காண்பதற்கும், கையாளுவதற்கும் கவனம் செலுத்துகின்ற வணிக நிர்வாகத்தின் ஒரு பாணியாகும்.

உதாரணமாக, உற்பத்தி மேலாளர் தர கட்டுப்பாட்டு தூங்களை நிறுவுகிறார், அதில் 100 அலகுகளுக்கு 5–குறைபாடுகள் அனுமதிக்கப்படுகின்றன. குறைபாடுகளின் எண்ணிக்கை 5–ஐ விடக் குறைவாக இருக்கும் வரை, மேற்பார்வையாளர்கள் / முன்னோடிகள் (கீழ்நிலை ஊழியர்கள்) பிரச்சினையை கையாள்வார்கள். 5–அலகுகளுக்கு அதிகமான குறைபாடுகள் ஏற்படின், இந்த விவகாரம் உற்பத்தி மேலாளருக்குத் தெரிவிக்கப்பட வேண்டும்.

விதிவிலக்கு மேலாண்மை (MBE) பொது வணிகப் பயன்பாடு மற்றும் வணிக நுண்ணறிவுப் பயன்பாடு இரண்டையும் கொண்டது. பொது வணிக விதிவிலக்குகள் ஒரு வணிக செயல்பாட்டு நெறிமுறை நடத்தையிலிருந்து விலகியுள்ளதைக் குறிக்கும். இதனைப் பொதுவாக மனித தலையீட்டினால் ஒரு தனித்துவமான விதத்தில் அக்கறை கொள்வது தேவையாகிறது. செயல்முறை விலகல், உள்கட்டமைப்பு அல்லது இணைப்பு சிக்கல்கள், வெளிப்புற விலகல், மோசமான தரம் சார்ந்த வணிக விதிகள், தவறான தரவு, முதலியன விதிவிலக்கிற்கான காரணங்களாக இதில் அடங்கும்.

3.08 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் செயல்முறை (Process of MBE)

முதன்மையாக, எதிர்பார்ப்பு அல்லது மதிப்பிடப்பட்ட முடிவுகளுடன் குறிக்கோள்கள் அல்லது நெறிமுறைகளை அமைப்பது அவசியமாகிறது. இந்த நிகழ்ச்சிகள் மதிப்பீடு செய்யப்பட்டு உண்மையான செயல்திறனுடன் சமமாக ஒப்பிடப்படுகின்றன. அடுத்து, விலகல் பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகிறது. முதுநிலை மேலாளர்கள் ஒரு சிறிய அல்லது எந்த விலகலும் இல்லாத போது, எந்த நடவடிக்கையும் எடுக்கத் தேவையில்லை அவர்கள் மற்ற விசயங்களில் கவனம் செலுத்தலாம். உண்மையான செயல்திறன்கள் கணிசமாக விலகிவிட்டால், "ஒரு விதிவிலக்கு ஏற்பட்டுவிட்டது" என்ற பிரச்சினையை முதுநிலை மேலாளர்களுக்குத் தெரிவிக்கப்பட வேண்டியது அவசியமாகிறது. இந்த "விதிவிலக்கு" உடனடியாக தீர்க்கப்பட வேண்டும் என்பதே இறுதியான நோக்கமாகும்.

3.09 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் நன்மைகள் (Advantages of MBE)

விதிவிலக்கு மேலாண்மை பின்வரும் நன்மைகளை வழங்குகிறது.

1. இது மேலாளர்களின் நேரத்தை சேமிக்கிறது ஏனெனில் அவர்கள் விதிவிலக்கான செயல்களை மட்டுமே கையாளுவார்கள். வழக்கமான பிரச்சினைகள், கீழ்நிலை ஊழியர்களின் வசம் விடப்படுகின்றன.
2. இது முக்கிய பிரச்சினைகளை நிர்வகிப்பதில் கவனங்களைச் செலுத்துகிறது. இதன் முடிவாக, நிர்வாக திறமைகள் மற்றும் ஆற்றல்கள் சிறப்பாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது.
3. இது அதிகாரப் பகிர்வினை எளிமையாக்குகிறது. மேல் நிர்வாகம் பெருந் திட்ட முடிவுகளில் கவனம் செலுத்துகிறது மற்றும் செயல்திறன் முடிவுகள் கீழ்நிலை நிர்வாகத்திற்கு விடப்படுகின்றன. அங்கு கட்டுப்பாட்டு வீச்செல்லையை அதிகரிக்கச் செய்கிறது. இது கீழ்நிலை ஊழியர்களை ஊக்குவித்து வளர்ச்சியடைய வழிவகுக்கிறது.
4. இது முக்கியமல்லாத தகவலில் இருந்து முக்கியமான தகவலைப் பிரிக்கும் ஒரு தொழில் நுட்பமாகும். இது கடந்தகால வரலாற்றை ஆய்வு செய்வதற்கும், விலகலை அடையாளம் காண்பதற்கான ஆய்வு தொடர்பான வணிகத் தகவல்களை மதிப்பீடு செய்வதற்கும் மேலாளர்களைத் தூண்டுகிறது. போக்குகளின் அறிவு, வரலாறு மற்றும் கிடைக்கக்கூடிய வணிகத் தகவல்கள் இங்கே சிறப்பாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது.
5. முக்கியமான சிக்கல்களைக் கண்டறிவதன் மூலம் வாய்ப்புகளையும் அச்சுறுத்தல்களையும் மேலாண்மை எச்சரிக்கையாக வைத்திருக்க விதிவிலக்கு மேலாண்மை உதவுகிறது. இதனால் முன்கூட்டியே தகவல் தெரிவிக்காத மற்றும் அவசரமான நடவடிக்கைகளைத் தவிர்க்க முடியும்.
6. விதிவிலக்கு மேலாண்மை முடிவுகளை நிர்ணயிக்கும் சிறந்த அளவுகோலாக விளங்குகிறது. இது குறிக்கோள் செயல்திறன் மதிப்பீட்டில் பயனுள்ளதாக உள்ளது.

3.10 விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் குறைபாடுகள் (Disadvantages of MBE)

i. விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் முக்கிய குறைபாடு என்னவென்றால், உண்மையில் மேலாளர்கள் மட்டுமே மிக முக்கியமான முடிவுகளை எடுக்கும் அதிகாரத்தைக் கொண்டுள்ளனர். இது கீழ்நிலை ஊழியர்களுக்கான உற்சாகத்தை குறைக்கச் செய்கிறது.

ii. மேலும், இது பிரச்சினைகளை மேலாளர்களுக்குத் தெரிவிக்க கால நேரம் எடுத்துக் கொள்கிறது. இயல்பான நடைமுறைகளில் இருந்து விலகிச் செல்லும் ஊழியர்களை நிர்வகிப்பது கடினமாகும். ஏனெனில் சிக்கல்களைக் கருத்தில் கொண்டு நிர்வகிக்கப்படுவதோடு வழக்கமான வரையறுக்கப்பட்ட வேலைக் கடமைகளுடன் தோல்வியின் புகாருக்குக் காரணமானவர்களைக் கண்டறிந்து இறுதியாக வேலை நீக்கம் செய்கிறது / வேலையை விட்டு நிறுத்திவைக்கிறது.

கலைச்சொற்கள்

இணைக்கப்படுத்துதல் மதிப்பீடு நிறுத்தப்படுவது

நமது சிந்தனைக்கு

1. மேலாண்மையின் பல்வேறு செயல்பாடுகள் விதிவிலக்கு மேலாண்மைக்கு எவ்வாறு உதவுகிறது என்பது பற்றி கலந்துரையாடுதல்.
2. குறியிலக்கு மேலாண்மை மற்றும் விதிவிலக்கு மேலாண்மையானது மேலாண்மைக்குத் தேவை என்பது பற்றி உங்கள் சொந்தக் கருத்துக்களை விவரிக்கவும்.
3. குறியிலக்கு மேலாண்மை மற்றும் விதிவிலக்கு மேலாண்மை பற்றி உங்கள் சொந்த செயல்திட்டத்தை சில எடுத்துக்காட்டுகளுடன் உருவாக்கவும்.

www.tnschoolbooks.in

சூழ்நிலை ஆய்வு

1. நிறுவனம் ஒவ்வொரு ஆண்டும் 30 சதவிகிதம் இறுதி இலாபம் ஈட்டுகிறது, ஆனால் கடந்த மூன்று ஆண்டுகளாக ஊழியர்களின் சம்பளத்தை அதிகரிக்கவில்லை. ஊழியர்கள் நிறுவனத்திற்கு எதிராக காலவரையற்ற வேலை நிறுத்தத்தை நடத்துகின்றனர். நீங்கள் தான் நிறுவனத்தின் மேலாளர் என வைத்துக் கொள்வோம். குறியிலக்கு மேலாண்மை அல்லது விதிவிலக்கு மேலாண்மையை பயன்படுத்தி எவ்வாறு பிரச்சினையை தீர்ப்பீர்கள்?

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு.

1. ___________ முறை தனிப்பட்ட வலிமை மற்றும் பொறுப்பிற்கு முழு வடிவம் கொடுக்கிறது.
   (அ) குறியிலக்கு மேலாண்மை
   (ஆ) விதிவிலக்கு மேலாண்மை
   (இ) முதுகலை வணிக மேலாண்மை
   (ஈ) முதுகலை வணிக நிர்வாகம்

2. குறியிலக்கு மேலாண்மை செயற்முறையின் முதல் நிலை எது?
   (அ) முக்கிய முடிவு பகுதியை நிர்ணயிப்பது
   (ஆ) நடவடிக்கைகளை மதிப்பீடு செய்வது
   (இ) குறிக்கோள்களுடன் வளங்களைப் பொருத்துவது
   (ஈ) அமைப்பின் குறிக்கோள்களை வரையறுப்பது

3. முக்கியமான சிக்கல்களைக் கண்டறிவதன் மூலம், வாய்ப்புகளையும் அச்சுறுத்தல்களையும் மேலாண்மை எச்சரிக்கையாக வைத்திருக்க ___________ உதவுகிறது.
   (அ) முதுகலை வணிக நிர்வாகம்
   (ஆ) விதிவிலக்கு மேலாண்மை
   (இ) முதுகலை வணிக மேலாண்மை
   (ஈ) குறியிலக்கு மேலாண்மை

4. ___________ உதவியால் அதிகாரப் பகிர்வு எளிதாகச் செய்யப்படுகிறது.
   (அ) முதுகலை வணிக மேலாண்மை (MBM)
   (ஆ) விதிவிலக்கு மேலாண்மை (MBE)
   (இ) குறியிலக்கு மேலாண்மை (MBO)
   (ஈ) முதுகலை வணிக நிர்வாகம் (MBA)

5. குறியிலக்கு மேலாண்மையானது ___________ என்பவரால் அமெரிக்காவில் பிரபலப்படுத்தப்பட்டது.
   (அ) பேராசிரியர் ரெட்டின்
   (ஆ) ஜார்ஜ் ஓடியோர்ன்
   (இ) ஹென்றி பயோல்
   (ஈ) எப்.டபிள்யு டெய்லர்

விடைகள்:

1	அ	2	ஈ	3	ஆ	4	இ	5	ஆ

II. குறு வினாக்கள்:

1. குறியிலக்கு மேலாண்மையின் குறிக்கோள்கள் என்ன?
2. விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் பொருளை எடுத்துக்கூறுக.
3. குறியிலக்கு மேலாண்மையின் ஏதேனும் இரண்டு நன்மைகளைக் குறிப்பிடுக.
4. முக்கிய முடிவுப் பகுதிகள் (KRA) என்பது என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. குறியிலக்கு மேலாண்மையின் இயல்புகளை எழுதுக.
2. விதிவிலக்கு மேலாண்மையில் உள்ள செயல்முறைகள் என்ன?
3. குறியிலக்கு மேலாண்மையின் ஏதேனும் மூன்று செயல்முறைகளைப் பட்டியலிடுக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. குறியிலக்கு மேலாண்மையின் முக்கிய நன்மைகள் யாவை? (ஏதேனும் 5)
2. விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் நன்மைகள் என்ன? (ஏதேனும் 5)
3. விதிவிலக்கு மேலாண்மையின் குறைபாடுகள் பற்றி விவரி.

குறிப்பு நூல்கள்:

1. Gupta. C. B, 2006, "Management Theory and Practice", Reprint. ed., Sultan Chand & Sons Pvt. Ltd., New Delhi–110 002.
2. Gupta R. N. and others, 2009, "Principles of Management," Reprint.ed, S. Chand & Company Pvt. Ltd., New Delhi–110 055.
3. Ramasamy. T, 2007, "Principles of Management," Reprint. ed., Himalaya Publishing House Private Limited, Mumbai–400 004.
4. https://en.wikipedia.org/wiki/Management_by_exception

12th Commerce Tamil Unit 1.indd 21 19/12/2022 14:42:17

நிதிச் சந்தை - I
FINANCIAL MARKETS - I

அலகு 2

4
அத்தியாயம்

நிதிச் சந்தை – ஓர் அறிமுகம்
INTRODUCTION TO FINANCIAL MARKETS

வாரி பெருக்கி வளம்படுத்து உற்றவை
ஆராய்வான் செய்க வினை.

–குறள் 512

பொருள் :

பொருள் வரும் வழிகளைப் பெருக்கச் செய்து, அவற்றால் வளத்தை உண்டாக்கி, வரும் இடையூறுகளைஆராய்ந்து நீக்க வல்லவனே செயல் செய்ய வேண்டும்.

BFX9V

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- நிதிச் சந்தையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணத்தை புரிந்து கொள்ள முடியும்
- நிதிச் சந்தையின் வகைகளை பற்றி அறிய முடியும்
- நிதிச் சந்தையின் சிறப்பியல்புகளை அறிந்து கொள்ள முடியும்
- நிதிச் சந்தையின் பரப்பு அறிய இயலும்
- நிதிச் சந்தையின் முக்கியத்துவம் மற்றும் பணிகளை உணர முடியும்
- புதிய வெளியீடு சந்தை மற்றும் இரண்டாம் நிலச்சந்தை

ஆகியவற்றை புரிந்து கொள்ள இயலும்.

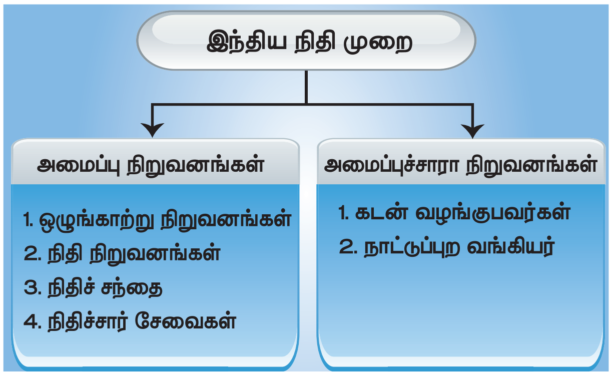
அத்தியாயம் சுருக்கம்

4.01 நிதிச் சந்தையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
4.02 இந்திய நிதி சந்தையின் எல்லை
4.03 நிதிச் சந்தைகளின் வகைகள்
4.04 நிதிச் சந்தையின் பங்கு
4.05 நிதிச் சந்தையின் பணிகள்
4.06 புதிய வெளியிடுகள் சந்தை Vs இரண்டாம் நிலை சந்தை

வணிக நிறுவனங்களுக்கு தாங்கள் விரும்பிய திட்டத்தை மேற்கொள்ள பெரியளவில் நிதி தேவைப்படுகிறது. இந்த நிதிகளின் குவிப்பு ஒரு நியாயமான காலகட்டத்தில் அவற்றின் திறனை மீறி இருக்கலாம். மக்களுக்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்க அரசாங்கங்களுக்கு நிதி தேவை.நிதிச் சந்தை வணிக நிறுவனங்களுக்கும் அரசாங்கங்களுக்கும் வெவ்வேறு கருவிகளை வழங்குவதன் மூலமும் விற்பனை செய்வதன் மூலமும் தேவையான நிதி திரட்ட உதவுகிறது. நிதிச் சந்தை முதலீட்டாளர்களுக்கு உபரி நிதிகளை முதலீடு செய்வதற்கும் வருமானத்தை ஈட்டுவதற்கும் உதவுகிறது. நிதிச் சந்தையின் உதவியுடன், அனைத்து வகையான வணிக, அரசு மற்றும் நிதி நிறுவனங்கள் குறுகிய கால நிதி மற்றும் நீண்ட கால நிதி ஆகிய இரண்டின் அடிப்படையில் நிதி உதவியைப் பெறலாம்.

இதனைப் பற்றி விரிவாக அறிந்துக் கொள்வதற்கு முன்னர் இந்திய நிதி சந்தையை பற்றிய அறிந்துக் கொள்வோம். இந்திய நிதி அமைப்பை அமைப்பு நிறுவனங்கள் மற்றும் அமைப்புச்சாரா நிறுவனங்கள் என வகைப்படுத்தலாம். அமைப்பு நிறுவனங்கள் கட்டுப்பாட்டாளர்கள், நிதி நிறுவனங்கள், நிதிச் சந்தைகள் மற்றும் நிதிச் சேவைகளைக் கொண்டுள்ளது. அமைப்புசாரா நிறுவனங்களில்கடன் வழங்குபவர்கள், நாட்டுப்புற வங்கியர் போன்றவர்கள் உள்ளனர். இந்திய நிதி முறை நிதி அளிப்பவர்களிடமிருந்து பயனர்களுக்கு நிதி வர உதவுகிறது. பின்வரும் வரைபடம் இந்திய நிதி முறையை விளக்குகிறது.

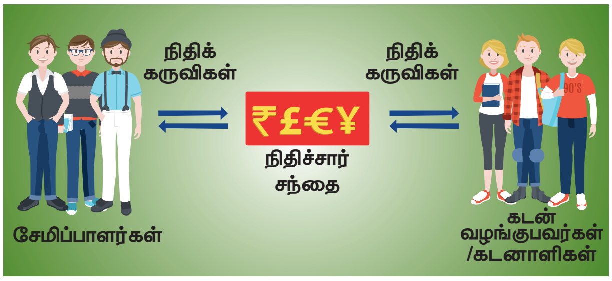
www.tnschoolbooks.in



4.01 நிதிச் சந்தையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் (Meaning and Definition of Financial Market)

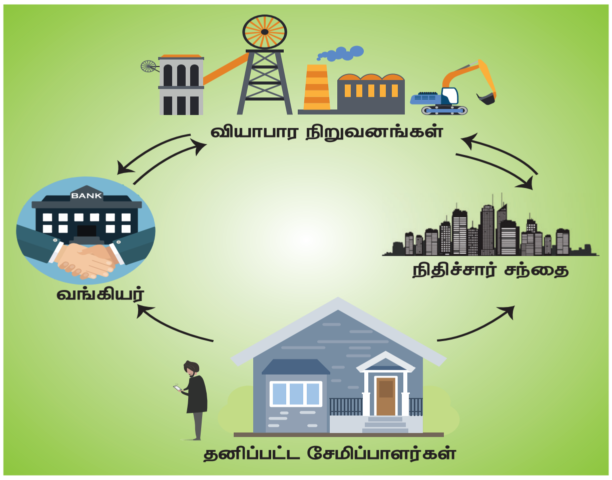
எந்த ஒரு சந்தையில் நிதி கோருதல்கள், சொத்துக்கள் மற்றும் பத்திரங்கள் போன்ற நிதிக் கருவிகள் வியாபாரம் செய்யப்படுகின்றதோ அதுவே 'நிதிச் சந்தை' எனப்படுகிறது.

நிதி அளிப்பவர்களிடம் உள்ள உபரி நிதியை நிதிதேவை உள்ளவரின் நிதிப்பற்றாக்குறையை நோக்கி கடன் நிதியை எடுத்து செல்வது நிதிச் சந்தை எனவும் கூறலாம்.



வரைவிலக்கணம்:

ப்ரிகாம் யூஜின் எஃப் அவர்களின் கருத்துப்படி, "பணத்தை கடன் வாங்க விரும்பும் மக்களும் அமைப்புகளும் உபரிநிதி உள்ளவர்களுடன் ஒன்றிணைக்கப்படும் இடம் நிதிச்சந்தை என்று அழைக்கப்படுகிறது."



பின்வரும் வரைபடத்தில் உள்ளது போல் நிதிச்சந்தை என்பது வீட்டு சேமிப்பாளர்களிடமிருந்து வணிக நிறுவனங்களுக்கு அல்லது நிதி நிறுவனங்களுக்கு நிதிச் சொத்துக்களை தோற்றுவித்தல் மற்றும் பரிமாற்றம் செய்யும் ஒரு சந்தை ஆகும்

4.02 இந்திய நிதி சந்தையின் எல்லை (Scope of Indian Financial Markets)

நிதிச் சந்தை தனிநபர்களுக்கு, விவசாய துறைகளுக்கு, தொழிற்துறைகளுக்கு, சேவை துறைகளுக்கு, நிதி நிறுவனங்களான வங்கிகள், காப்பீட்டு துறைகள், சேம நல காப்பு நிதிகள் மற்றும் அரசுக்கு நிதி உதவிகளை வழங்குகிறது. மேற்குறிப்பிட்ட அமைப்புகள் தேவையான நிதியை நிதிச் சந்தையின் உதவியுடன் குறித்த நேரத்தில் பெறுகின்றனர். நிதிச் சந்தையின் மூலம் குறுகிய கால மற்றும் நீண்ட கால நிதி உதவியினை நிறுவனங்கள் பெறுகின்றன. இது ஒட்டு மொத்த பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கு வழி வகுக்கிறது.

4.03 நிதிச் சந்தைகளின் வகைகள் (Types of Financial Markets)

நிதிச் சந்தைகளை பல்வேறு வழிகளில் பிரிக்கலாம். அவைகள் பின்வருமாறு;–

அ. நிதி கோருதல் வகையின் அடிப்படையில் (On the Basis of Type of Financial Claim)

i. **கடன் சந்தை (Debt Market)** – கடன் கருவிகளை வர்த்தகம் செய்வதற்கான நிதிச் சந்தை கடன் சந்தை ஆகும். அரசு பத்திரங்கள் (அ) பிணையங்கள், நிறும கடனீட்டு பத்திரங்கள் போன்றன.

ii. **நேர்மை பங்குச் சந்தை (Equity Market)** – நிறுமப் நேர்மை பங்குகளின் வணிகத்திற்கான நிதிச் சந்தை நேர்மை பங்குச் சந்தை ஆகும்.

ஆ. நிதி கோருதலின் முதிர்வு அடிப்படையில் (On the Basis of Maturity of Financial Claim)

i. **பணச் சந்தை (Money Market)** – குறுகிய கால,(ஓராண்டு அல்லது அதற்கு குறைவாக) நிதி கோருதலுக்கான நிதிச் சந்தை பணச் சந்தை ஆகும். எ.கா. கருவூலச் சீட்டுகள்,வணிகத் தாட்கள், வைப்புச் சான்றிதழ்கள் ஆகியன.

ii. **மூலதனச் சந்தை (Capital Market)** – நீண்ட கால (ஓராண்டுக்கு மேல்) நிதி கோருதலுக்கான சந்தை மூலதன சந்தை ஆகும். எ.கா. பங்குகள், கடனீட்டுப் பத்திரங்கள் போன்றவை.

இ. நிதி கோருதலின் வெளியீட்டுக் கால அடிப்படையில் (On the Basis of Time of Issue of Financial Claim)

i. **முதல் நிலைச் சந்தை (Primary Market)** – முதன்முதலில் புதியதாக பத்திரங்களை வெளியிடும் சந்தை முதல் நிலைச் சந்தை எனப்படுகிறது. இதில் பணம் முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து நேரடியாக நிறுமங்களுக்குச் செல்கிறது.

12th Commerce Tamil Unit 2.indd 23 19/12/2022 14:43:38

ii. **இரண்டாம் நிலைச் சந்தை** (Secondary Market) – ஏற்கனவே வெளியீடு செய்யப்பட்ட பங்குகளுக்கான சந்தை இரண்டாம் நிலைச் சந்தை ஆகும்.

இரண்டாம் நிலைச் சந்தையில் பங்கு மாற்றகம் ஒரு முக்கியமான நிறுவனம் ஆகும்.

ஈ. நிதி கோருதலின் வழங்கலின் கால அடிப்படையில் (On the Basis of Timing of Delivery of Financial Claim)

i. **ரொக்கம் (அ) உடனடிச் சந்தை** (Cash/Spot Market) – ஆவணங்களை வழங்கலும் ரொக்கம் பெறுதலும் உடனடியாக நடைபெறும் சந்தை உடனடிச் சந்தை ஆகும். அதாவது தீர்வு உடனடியாக நடைபெறுகிறது.

ii. **முன்னோக்கிய (அ) எதிர்கால சந்தை** (Forward or Futures Market) – சொத்து வழங்கலும் ரொக்கம் செலுத்தலும் முன்னரே தீர்மானிக்கப்பட்டு எதிர்காலத்தில் நடைபெறும் சந்தை எதிர்கால சந்தை ஆகும். பின்னொரு நாளில் பொருட்களை கைமாற்றிக் கொள்வதற்காக இன்றே விலையை முடிவு செய்து கொள்ளும் சந்தை ஆகும்.

உ. நிதிச் சந்தை அமைப்பின் அடிப்படையில் (On the Basis of the Organizational Structure of the Financial Market)

i. **பரிமாற்றக வர்த்தகச் சந்தை** (Exchange Traded Market) – ஒரே மாதிரியான ஒழுங்கு நடைமுறைகளை கொண்ட பங்கு மாற்றகம் பரிமாற்றக வர்த்தக சந்தை எனப்படுகிறது. இது ஒரு மையப்படுத்தப்பட்ட அமைப்பு.

ii. **எதிர்ச் சந்தை** (Over the Counter Market) – வழக்கமான நடைமுறைகளைக் கொண்டு பங்கு மாற்றகத்தில் வெளியில் நடைபெறும் சந்தை எதிர்ச் சந்தை எனப்படுகிறது. இது ஒரு மையப்படுத்தப்படாத அமைப்பு.

மேலே சொல்லப்பட்ட வகைகள் நிலையானதல்ல. ஒரு சந்தை ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட வகைகளில் இடம் பெறலாம்.

4.04 நிதிச் சந்தையின் பங்கு (Role of Financial Market)

ஒரு பொருளாதாரத்தின் துரித வளர்ச்சியின் முக்கிய தேவைகளில் ஒன்று சுறுசுறுப்பான மற்றும் செழிப்பான நிதிச்சந்தை ஆகும். ஒரு நிதிச் சந்தை பின்வரும் வழிகளில் ஒரு நாட்டின் பொருளதாரத்திற்கு உதவி செய்வதால் ஒரு அது மிகப்பெரும் பயனாக திகழ்கிறது.

அ. சேமிப்பை பெருக்குதல் (Savings Mobilization)

சேமிப்பாளர்கள் (அ) தனிநபர்கள், வணிக நிறுவனங்கள், பொதுத்துறை நிறுவனங்கள், மற்றும் அரசு போன்றவர்களிடமிருந்து நிதிகளை பெறுவதில் நிதிச் சந்தை ஒரு முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

ஆ. முதலீடுகள் (Investment)

நிதி முதலீடுகளை வசூலிப்பதிலும் அவற்றை தேவை உள்ளவர்களுக்கு வழங்குவதிலும் நிதிச் சந்தை முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது.

இ. தேசிய வளர்ச்சி (National Growth)

நிதிப் பற்றாக்குறை உள்ள நிறுவனங்களுக்கு தடங்கலின்றி பிற நிறுவனங்களில் உள்ள உபரி நிதிகளை பெற்று தருவதன் மூலம் ஒரு தேசத்தின் வளர்ச்சியில் நிதிச் சந்தை ஒரு முக்கிய பங்கு வகுக்கிறது. நிதி ஆக்க பூர்வமான நோக்கில் பயன்படுத்த வழிவகை செய்கிறது. இது ஒட்டுமொத்த பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கிறது.

ஈ. தொழில்முனைவோர் வளர்ச்சி (Enterpreneurship Growth)

தேவையான நிதி வளங்களை தொழில் முனைவோர்களுக்கு கிடைக்க செய்வதன் மூலம் நிறுவனம் மேம்பாட்டில் நிதிச் சந்தை ஒரு முக்கியப்பங்கு வகிக்கிறது.

உ. தொழிற்துறை மேம்பாடு (Industrial Development)

நிதிச் சந்தையின் பல்வேறு கூறுகள் ஒரு நாட்டின் தொழிற்துறையின் துரித வளர்ச்சி மற்றும் பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கு உதவி புரிகிறது. இதன் மூலம் சமுதாயத்தின் வாழ்க்கை தரம் மற்றும் நல்வாழ்வை உயர்த்துகிறது.

4.05 நிதிச் சந்தையின் பணிகள் (Funtions of Financial Markets)

ஒரு நிதிச் சந்தை பின்வரும் பணிகளை வழங்குகிறது.

I இடைநிலையர் பணிகள் (Intermediary Funtions)

நிதிச் சந்தையின் இடைநிலையர் பணிகள் பின்வருமாறு

அ) **வள ஆதாரங்களின் பரிமாற்றம்** (Transfer of Resources) – நிதிச் சந்தைகள் பொருளதார மூலவளங்களை கடன் தருபவர்களிடமிருந்து கடன் பெறுபவர்களுக்கு மாற்ற உதவி புரிகின்றது.

ஆ) **வருவாயை அதிகரித்தல்** (Enhancing Income) – நிதிச் சந்தைகள் கடன் வழங்குபவர்கள் அவர்களின் உபரி நிதியை முதலீடு செய்வதன் மூலம் வட்டி/பங்காதாயம் ஈட்ட அனுமதிகின்றது. இது வருமானம் மற்றும் தேசிய வருமானத்தை அதிகரிக்க பங்களிப்பை வழங்குகிறது.

இ) **ஆக்க பூர்வ பயன்பாடு** (Production Usage) – நிதிச் சந்தை பெற்ற கடன் நிதியை ஆக்க பூர்வமான முறையில் பயன்படுத்த அனுமதிக்கின்றது. இது வருமானம் மற்றும் தேசிய மொத்த உற்பத்தி அதிகரிக்கிறது.

ஈ) **மூலதன உருவாக்கம்** (Capital Formation) – நிதிச் சந்தைகள் புதிய சேமிப்பு ஓட்டம் மூலம் ஒரு நாட்டின் மூலதன உருவாக்கத்திற்கு உதவி புரிய வழிவகை செய்கிறது.

உ) **விலை நிர்ணயம்** (Price Determination) – **வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பவர்கள்** கலந்துரையாடுதல் மூலம் நிதி சார்ந்த சொத்துக்களின் விலையை நிர்ணயம் செய்ய நிதிச் சந்தை அனுமதிக்கின்றது. விலை கண்டுபிடிப்பு செயல்முறை மூலம் தேவை மற்றும் அளிப்பு அடிப்படையில் பொருளாதாரத்தில் நிதிகளை பங்கீடு செய்வதற்கு நிதிச் சந்தை சைகை வழங்குகிறது.

ஊ) **விற்பனை வழிமுறைகள்** (Sale Mechanism) – நிதிச் சந்தைகள், முதலீட்டாளர்கள் நிதிச் சொத்துக்களை விற்பனை செய்வதற்கு வழிமுறைகளை வழங்குகிறது. இதன்மூலம் அச்சொத்துக்கள் சந்தையிடுதல் மற்றும் நீர்மைத் தன்மைகளுக்கு பலன் வழங்குகிறது.

எ) **தகவல்கள்** (Information) – நிதிச் சந்தையில் பங்கேற்பாளர்களின் நடவடிக்கைகள் சந்தையின் பல்வேறு பகுதிகளில் தகவல்களை உற்பத்தி செய்ய மற்றும் பரவலாக்க வழி வகுக்கிறது. அதனால் தான் நிதிச் சொத்துக்களின் பரிவர்த்தனை செரிவு குறைகிறது.

II. நிதிச் சார்ந்த பணிகள் (Financial Functions)

நிதிச் சந்தையின் நிதி சார்ந்த பணிகள் பின்வருவனவற்றை உள்ளடக்கியுள்ளது;–

அ) கடன் வாங்குபவர்களுக்கு நிதியை வழங்குகிறது, இதன் மூலம் அவர்கள் தங்களின் முதலீட்டு திட்டங்களை செயல்படுத்த முடிகிறது.

ஆ) கடன் வழங்குபவர்கள் சொத்துக்களை ஈட்ட வழிவகை செய்கிறது. இதன் மூலம் அவர்கள் சொத்துக்களை உற்பத்தி சார்ந்த துணிகர முயற்சி மூலம் சொத்துக்களை மேம்படுத்தி செல்வம் ஈட்ட முடிகிறது.

இ) சந்தையில் நீர்மைத் தன்மையை வழங்குகிறது. இதன் மூலம் நிதியை வணிகம் செய்ய உதவுகிறது.

4.06 புதிய வெளியிடுகள் சந்தை Vs இரண்டாம் நிலை சந்தை (New Issue Market (NIM) Vs. Secondary Market)

நிதிச் சொத்துக்களின் வகைகள்

நிதிச் சொத்துக்கள் பல்வேறு சூழ்நிலைகளில் பல்வேறு வகைகளாக வகுக்கப்பட்டுள்ளது. அவற்றில் ஒன்று:

- சந்தைப்படுத்தப்படும் சொத்துக்கள்
- சந்தைப்படுத்தப்படா சொத்துக்கள்

சந்தைப்படுத்தப்படும் சொத்துக்கள்

அதிகப்படியான தடைகள் இன்றி ஒரு நபரிடமிருந்து மற்றொரு நபருக்கு எளிதாக மாற்றப்படும் சொத்துக்கள் சந்தை படுத்தப்படும் சொத்துக்கள் எனப்படும். உதாரணம்: பட்டியலிடப்பட்ட நிறுமத்தின் பங்குகள், அரசு பத்திரங்கள், பொது துறை நிறுவனங்களின் பிணையங்கள் முதலின.

சந்தைப் படுத்தபடா சொத்துக்கள்

எளிதில் மாற்ற முடியாத சொத்துக்கள், இவ்வகையில் வரும். உதாரணம்: வங்கி வைப்புகள், சேமநலகாப்பு நிதிகள், ஓய்வூதியம் நிதிகள், தேசிய சேமிப்பு பத்திரங்கள், காப்பீடுகள் முதலியன.

வரிசை எண்	ஒப்பீட்டு அடிப்படை (Basis for Comparison)	புதிய வெளியீடுகள் சந்தை (New Issue Market)	இரண்டாம் நிலை சந்தை (Secondary Market)
1.	**பொருள்**	புதிய பங்குகளுக்கான சந்தை முதல் நிலை சந்தை எனப்படும்	முன்னர் வெளியிட்ட ஈடுகளை வணிகம் செய்யும் இடம் இரண்டாம் நிலை சந்தை எனப்படும்.
2.	**கொள்முதலின் வகைகள்**	நேரடி	மறைமுகம்
3.	**நிதி**	புதிய நிறுவனங்கள் மற்றும் இயங்கி கொண்டு இருக்கும் நிறுமங்களின் விரிவாக்கம் மற்றும் பல்வகை படுத்துதல் போன்றவற்றிற்கு நிதி வழங்குகிறது.	நிறுமங்களுக்கு நிதி வழங்குவதில்லை,
4.	**ஒரு பத்திர எத்தனை முறை விற்க முடியும்?**	ஒரே ஒரு முறை	பல முறை
5.	**வாங்குதல் மற்றும் விற்றல்**	நிறுமங்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்களுக்கு இடையே	முதலீட்டாளர்களுக்கு இடையே
6.	**பங்குகளை விற்பதன் மீதான ஆதாயம் பெறும் நபர்**	நிறுமம்	முதலீட்டாளர்கள்
7.	**இடைநிலையர்**	ஒப்புறுதியாளர்கள்	தரகர்கள்
8.	**விலை**	நிலையான விலை	தேவை மற்றும் அளிப்பை பொறுத்து மாறும்
9.	**அமைப்பு வேறுபாடு**	குறிப்பிட்ட புவியியல் இடம் இல்லை	இதற்கு புற அமைப்பு உள்ளது.

www.tnschoolbooks.in

உங்களுக்கு தெரியுமா?

நிதிச் சொத்துக்கள்

எந்தவொரு நிதி நடவடிக்கையிலும் நிதிச் சொத்துக்களின் உருவாக்கம் அல்லது பரிமாற்றம் இருக்கும். இருப்பினும் நிதிமுறையின் அடிப்படை பொருள் நிதிச் சொத்துக்கள் ஆகும். ஒரு நிதிச் சொத்து என்பது உற்பத்தி (அ) நுகர்வு (அ) மேலும் சொத்துக்களை உருவாக்குதல் போன்றவற்றிற்காக பயன்படுத்துவது ஆகும். உதாரணமாக: சமநிலைப் பங்குகளை வாங்குவது எதிர்காலத்தில் வருமானம் ஈட்டும் என்பதால் இப்பங்குகள் நிதிச் சொத்துக்கள் ஆகும்.

இச்சுழலில் நிதிச் சொத்துக்கள் மற்றும் நிதிச் சாரா சொத்துக்களுக்கு இடையே உள்ள வேற்றுமைகளை தெரிந்து கொள்வது அவசியம், நிதிச் சொத்துக்களை போன்று இல்லாமல் புற அமைப்பு சொத்துக்கள்/ நிதிச் சாரா சொத்துக்கள். மேலும் பொருட்களை உற்பத்தி செய்யவும் அல்லது வருமானம் ஈட்டவும் பயன்படுவதில்லை.

உதாரணத்திற்கு X நிலம் மற்றும் கட்டிடம் (அ) தங்கம் மற்றும் வெள்ளி வாங்குதல் இவைகள் கூடுதல் உற்பத்திக்கு பயன்படுத்த முடியாத்தால் புற அமைப்பு சொத்துக்கள் எனப்படுகின்றன. பல புற அமைப்பு சொத்துக்கள் நுகர்வுக்காக மட்டுமே பயன்படுகின்றன.

முதலீடுகளின் நோக்கம் சொத்துக்களின் இயல்பை முடிவு செய்கிறது என்பது சுவாரஸ்மானது. உதாரணமாக, குடியிருப்புக்காக ஒரு கட்டிடம் வாங்கப்பட்டால், அது புற அமைப்பு சொத்தாக மாறுகிறது. அதுவே வாடகைக்கு விடும் நோக்கில் வாங்கப்பட்டால், அது ஒரு நிதிச் சந்தை சொத்தாக மாறுகிறது.

கலைச்சொற்கள்

நிதிச்சார் சந்தை	கடன் சந்தை
நேர்மைப் பங்குகள் சந்தை	புதிய வெளியீடு சந்தை

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. நிதிச் சந்தை வணிக நிறுவனங்களுக்கு———— உதவுகிறது
   அ) நிதிகளை திரட்டுவதற்கு
   ஆ) பணியாட்களை தேர்வு செய்வதற்கு
   இ) விற்பனையை அதிகரிப்பதற்கு
   ஈ) நிதித் தேவையை குறைப்பதற்கு

2. மூலதனச் சந்தை என்பது ———— க்கான ஒரு சந்தை ஆகும்
   அ) குறுகிய கால நிதி   ஆ) நடுத்தர கால நிதி
   இ) நீண்ட கால நிதி   ஈ) மேற்கூறிய அனைத்தும்

3. முதல் நிலைச் சந்தை ———— எனவும் அழைக்கப்படுகிறது
   அ) இரண்டாம் நிலைச் சந்தை   ஆ) பணச் சந்தை
   இ) புதிய வெளியீடுகளுக்கான சந்தை   ஈ) மறைமுக சந்தை

4. உடனடிச் சந்தை என்பது நிதிக் கருவிகளை விநியோகம் செய்வதும் மற்றும் ரொக்கம் செலுத்துவதும் ———— நடைபெறும் ஒரு சந்தை ஆகும்
   அ) உடனடியாக   ஆ) எதிர்காலத்தில்
   இ) நிலையானது   ஈ) ஒரு மாத்த்திற்கு பின்னர்

5. ஒரு இரண்டாம் நிலைச் சந்தையில் ஒரு பத்திரம் எத்தனை முறை விற்கப்படலாம்
   அ) ஒரே ஒரு முறை   ஆ) இரண்டு முறை
   இ) மூன்று முறை   ஈ) பல முறை

விடைகள் :

1	அ	2	இ	3	இ	4	அ	5	ஈ

II. குறு வினாக்கள்:

1. அமைப்பு நிறுவனங்களின் கூறுகள் யாவை?
2. உடனடிச் சந்தை என்றால் என்ன?
3. கடன் சந்தை என்றால் என்ன?
4. இரண்டாம் நிலைச் சந்தையில் விலை எவ்வாறு நிர்ணயிக்கப்படுகிறது?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. நிதிச் சந்தையின் பொருள் தருக.
2. இரண்டாம் நிலைச்சந்தை – சிறு குறிப்பு வரைக.
3. இந்தியாவில் நிதிச் சந்தையின் வரை எல்லையை விளக்குக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. முதல் நிலைச் சந்தை மற்றும் இரண்டாம் நிலைச் சந்தைக்கும் இடையேயான வேறுபாடுகளை விளக்குக. (ஏதேனும் 5)
2. பல்வேறு வகையான நிதிச் சந்தைகளை விவரிக்க. (ஏதேனும் 5)
3. நிதிச் சந்தையின் பங்கினை விவரிக்கவும்.

12th Commerce Tamil Unit 2.indd 26   19/12/2022 14:43:38

அலகு 2

நிதிச் சந்தை - I
FINANCIAL MARKETS - I

5
அத்தியாயம்

மூலதனச் சந்தை
CAPITAL MARKET

முதலிலார்க ஊதிய மில்லை மதலையாஞ்
சார்பிலார்க் கில்லை நிலை.

–குறள் 449

பொருள் : முதல் இல்லாத வணிகர்க்கு அதனால் வரும் ஊதியம் இல்லை, அதுபோல் தம்மைத் தாங்கிக் காப்பாற்றும் துணை இல்லாதவர்க்கு நிலைபேறு இல்லை.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- மூலதனச் சந்தையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணங்களை புரிந்து கொள்ள
- மூலதனச் சந்தையின் சிறப்பியல்களை விவரிக்க
- மூலதன சந்தையின் பணிகளை கற்க
- இந்திய மூலதனச் சந்தையின் தோற்றம் மற்றும் வளர்ச்சியை தெரிந்து கொள்ள
- புதிய நிதி நிறுவனங்களின்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

5.01 பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
5.02 மூலதனச் சந்தையின் சிறப்பியல்புகள்
5.03 மூலதனச் சந்தையின் வகைகள்
5.04 மூலதனச் சந்தையின் பணிகள் மற்றும்முக்கியத்துவம்
5.05 இந்தியா மூலதன சந்தை – தோற்றம் மற்றும் வளர்ச்சி
5.06 புதிய நிதி நிறுவனங்கள்

நீண்ட கால நிதிகளான கடன் மற்றும் சமநிலைப் பங்கு முதல் ஆகிய இரண்டினையும் திரட்டுவதற்கும் முதலீடு செய்வதற்கும் வழிவகை செய்யும் வசதிகள் மற்றும் நிறுவனம் சார்ந்த ஏற்பாடுகளை குறிக்கும் ஒரு சொற்றொடரே மூலதனச் சந்தையாகும். இது சமுதாயத்தில் சேமிப்புகளை சேகரித்து அவற்றை தொழில், வணிகம், வாணிபம் போன்றவற்றின் அபிவிருத்திக்கென உற்பத்தி சார்ந்த முதலீடுகளுக்கு அளிப்பதை உள்ளடக்கியுள்ளது. இது அச்சேமிப்புகளை மிகவும் ஆக்கப் பூர்வமான வகையில் பயன்படுத்துவதன் மூலம் பொருளாதார வளர்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டிற்கு வழி வகுக்கிறது. மூலதனச் சந்தை வளர்ச்சி வங்கிகள், வணிக வங்கிகள் மற்றும் பங்கு மாற்றகங்களை உள்ளடக்கியுள்ளது. எங்கு நியாயமான செலவில் நிதி கிடைக்கப் பெறுகின்றதோ அதுவே ஒரு சீரிய மூலதனச் சந்தையாகும். ஒரு சிறந்த முறையில் செயலாற்றும் மூலதன சந்தையால் பொருளாதார மேம்பாடு எளிதாக்கப்படுகிறது.

5.01 பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் (Meaning and Definition)

மூலதனச் சந்தை என்பது நிதி பத்திரங்களான பிணையங்கள் மற்றும் பங்குகளின் வர்த்தகத்தில் ஈடுபடும் வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பவர்கள் கூடும் ஒரு சந்தை ஆகும். தனிநபர் மற்றும் நிறுவனங்கள் போன்ற பங்கேற்பாளர்களால் வாங்குதல் மற்றும் விற்றல் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. ஒரு நாட்டின் நிதி அமைப்பில்

மூலதனச் சந்தை ஒரு முக்கிய மையமாக உள்ளது. மூலதனச் சந்தை என்பது "வணிக நிறுவனங்களுக்கு தேவையான நீண்டகால மூலதனத்தைக் கடனாகப் பெறுதல் மற்றும் அளித்தலுக்கான ஒரு சந்தை என வரையறுக்கப்படுகிறது. மூலதன சந்தை ஒரு சிறந்த புற நிதி ஆதாரத்தை வழங்குகிறது. இது நடுத்தர மற்றும் நீண்டகால நிதிகளை கடனாக அளிப்பதற்கும் பெறுவதற்கும் வழிவகை செய்யும் அனைத்து விதமான வசதிகளையும், நிறுவனம் சார்ந்த ஏற்பாடுகளையும் குறிக்கிறது. மற்ற சந்தையை போல, மூலதனச் சந்தை நிதியுள்ளவர்களையும் (கடன் வழங்குபவர்கள்) நிதித்தேவை உள்ளவர்களையும் (கடன்பெறுபவர்கள்) ஒன்றாக இணைக்கும் ஓர் பாலமாகச் செயல்படுகின்றது.

பங்கு மாற்றகம்

அருண் கே.தத்தா அவர்களின் கூற்றுப்படி மூலதனச் சந்தை என்பது –"பல்வேறு வகையான மூலதன ஆதாயங்களின் தேவை மற்றும் அளிப்பிற்கு இடையே தோற்றுவிக்கப்பட்ட இணைப்புகளுடன் நிறுவன முதலீடுகள் மற்றும் செயல்பாடுகளின் ஒரு கலவையே" என வரையறுக்கப்படுகிறது.

5.02 மூலதனச் சந்தையின் சிறப்பியல்புகள் (Characteristics of Capital Market)

மூலதனச் சந்தையின் சிறப்பியல்புகள் பின்வருமாறு

(i) பத்திரங்களின் சந்தை (Securities Market)

பங்குகள், கடனுறுதிப் பத்திரங்கள் போன்ற பத்திரங்கள் மூலதனச் சந்தையில் கையாளப்படுவதால் இது பத்திரங்களின் சந்தை என அழைக்கப்படுகிறது.

(ii) விலை (Price)

பத்திரங்களின் விலை மூலதனச் சந்தையில் பத்திரங்களின் தேவை மற்றும் அளிப்பை பொறுத்து தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

(iii) பங்கேற்பாளர்கள் (Participants)

மூலதனச் சந்தையின் ஈடுபடுபவர்கள் தனிநபர்கள், நிறுமங்கள், அரசு வங்கிகள், மற்றும் இதர நிதி நிறுவனங்கள் போன்றவர்கள் ஆவார்.

(iv) இட அமைவு (Location)

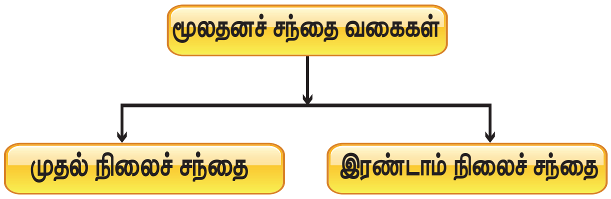
மூலதனச் சந்தைக்கான இடம் ஒரு குறிப்பிட்ட எல்லைக்குட்பட்டதில்லை என்றாலும் பங்கு மாற்றகம் போன்ற நன்கு தெரிந்த இடமாக இருத்தல் வேண்டும்.

(v) நிதிசார்ந்த சொத்துக்களின் சந்தை (Market for Financial Assets)

மூலதனச் சந்தை நீண்டகால நிதி சார்ந்த சொத்துக்களுக்கான ஒரு மேடையை வழங்குகிறது.

5.03 மூலதனச சந்தையின் வகைகள் (Kinds of Capital market)

மூலதனச் சந்தை பின்வரும் வரைபடத்தின் படி முதல் நிலைச் சந்தை மற்றும் இரண்டாம் நிலைச் சந்தை என இரு பிரிவுகளாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளது.



அ. முதல்நிலைச் சந்தை (Primary Market)

முதல்நிலைச் சந்தை என்பது புதிய வெளியீடுகளுக்கான ஒரு சந்தை ஆகும். ஆகையால் இது புதிய வெளியீடுகள் சந்தை எனவும் அழைக்கப்படுகிறது. முதல் நிலைச் சந்தை பொது மக்களுக்கு முதன்முதலில் வெளியிடும் பத்திரங்களை கையாளுகிறது. முதல் நிலை சந்தையில் கடனாளிகள் நீண்டகால நிதிக்காக புதிய நிதி பத்திரங்களை மாற்றம் செய்து கொள்கின்றனர்.

ஒரு முதல் நிலைச் சந்தையில் ஒரு நிறுமம் பின்வரும் மூன்று வழிகளில் முலதனத்தை திரட்டிப் கொள்ளலாம். அவைகள்:

(i) பொது வெளியீடு (Public Issue)

புதிய நிறுமத்தால் பொதுமக்களுக்கு பத்திரங்கள் விற்பனை செய்வதன் மூலம் மூலதனம் திரட்டப்படுவது பொது வெளியீடு ஆகும். இது மிகவும் பொதுவான முறையாகும்.

(ii) உரிமை வெளியீடு (Rights Issue)

ஏற்கனவே இயங்கி கொண்டிருக்கும் நிறுமம் கூடுதல் முதலை திரட்ட விரும்பும் போது முன்னுரிமை அடிப்படையில் தனது பங்குதாரர்களுக்கு முதலில் பங்குகளை முன்மொழிகிறது. இதுவே உரிமை வெளியீடு எனப்படும்.

(iii) தனியார் வெளியீட்டு (Private Placement)

ஒரு சிறு குழு முதலீட்டாளர்களுக்கு பத்திரங்களை தனிப்பட்டமுறையில் விற்பனைசெய்யும் முறை தனியார் வெளியீட்டு முறை எனப்படும்.

ஆ. இரண்டாம் நிலை சந்தை (Secondary Market)

ஏற்கனவே வெளியீடு செய்யப்பட்ட பத்திரங்களுக்கான சந்தை இரண்டாம் நிலைச் சந்தை என வரையறுக்கப்படுகிறது. ஏற்கனவே முதல் நிலைச் சந்தையில் வெளியீடு செய்யப்பட்ட பத்திரங்கள் இங்கு வணிகம் செய்யப்படுகின்றன. முதல் நிலைச் சந்தையின் வெளியீடுகளை பின்பற்றும் முதலீட்டாளர்களுக்கு இடையே வணிகம் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இது பங்கு மாற்றகம் மற்றும் உடனடி மாற்றகம் ஆகிய இரண்டையும் உள்ளடக்கியுள்ளது.

5.04 மூலதனச் சந்தையின் பணிகள் (Functions of Capital Market)

மூலதன உருவாக்கத்திற்கு மூலதனச் சந்தை மிகவும் முக்கியமாக கருதப்படுகின்றது, ஒரு விரைவான பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கு போதுமான மூலதன உருவாக்கம் அவசியமாக உள்ளது. பொருளாதார மேம்பாட்டில் மூலதனச் சந்தையின் முக்கியத்துவம் பின்வருமாறு விளக்கப்பட்டுள்ளது:–

(i) சேமிப்பு மற்றும் மூலதன உருவாக்கம் (Savings and Capital Formation)

மூலதனச் சந்தையில் பல்வேறு வகையான பத்திரங்கள் பல்வேறு துறையைச் சார்ந்து மக்களிடமிருந்து (தனிநபர், நிறுமங்கள், அரசு முதலியன) சேமிப்பை திரட்டுவதற்கு உதவி செய்கின்றது, பத்திரங்கள் முதலீடு செய்யும் மக்களுக்கு நிச்சயமான ஊக்கத் தொகையாக பங்கு மாற்றகத்தின் இரட்டை சிறப்பியல்புகளான நியாயமான வருவாய் மற்றும் நீர்மைத் தன்மை கிடைக்கிறது. இது நாட்டில் மூலதன உருவாக்கத்தை அதிகப்படுத்துகிறது.

(ii) நிலையான மூலதனம் (Permanent Capital)

மூலதனச் சந்தை / பங்கு மாற்றகம் நிறுமங்கள் நிலை மூலதனத்தை திரட்டுவதற்கு உதவிபுரிகிறது. முதலீட்டாளர்கள் நிலையான காலத்திற்கு தங்களுடைய நிதிகளை அளிக்க முடியாது. ஆனால் நிறுமங்களுக்கு நிலையாக நிதி தேவைப்படுகிறது. பங்கு மாற்றகம் முதலீட்டாளர்கள் தங்களுடைய பத்திரங்களை வாங்க அல்லது விற்க வாய்ப்பு அளிப்பதன் மூலமாகவும், அதே சமயம் நிறுமங்களின் நிலையான மூலதனம் பாதிக்காத வகையிலும் இருக்க உதவி செய்கிறது.

(iii) தொழிற்துறை வளர்ச்சி (Industrial Growth)

தொழில் துறையின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு மூலவளங்களை மாற்றுவதன் மூலம் பங்குமாற்றகம் ஒரு மைய சந்தையாக உள்ளது. இது போன்ற நிறுவனங்கள் உற்பத்தி வழிகளில் முதலீடு செய்ய மக்களை ஊக்குவிக்கின்றது. எனவே, இது நிறும பத்திரங்களில் முதலீட்டிற்கான நிதிகளை திரட்டுவதன் மூலம் தொழிற்துறை வளர்ச்சி மற்றும் பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கு வழி வகுக்கிறது.

(iv) உடனடி மற்றும் தொடர்ச்சியான சந்தை (Ready and Continuous Market)

பங்கு மாற்றகம் வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பவர்கள் பத்திரங்களை வாங்க மற்றும் விற்பதற்கு ஒரு வசதியான மையத்தை வழங்குகிறது. எளிய சந்தையிடுதல் பத்திரங்களில் முதலீடு செய்வது மற்ற சொத்துக்களுடன் ஒப்பிடும் பொழுது அதிக நீர்மைத் தன்மையை உருவாக்குகிறது.

(v) செயல் திறனுக்கு நம்பகமான வழிகாட்டி (Reliable Guide to Performance)

மூலதனச் சந்தை நிறுமங்களின் செயல்திறன் மற்றும் நிதி நிலைக்கு ஒரு நம்பகமான வழிகாட்டியாக சேவைபுரிகிறது.

(vi) நிதிமுதலீட்டிற்கான வழிகாட்டுதல் (Proper Channelization of Funds)

பத்திரங்களின் நடப்பு சந்தை விலை மற்றும் அதன் வருவாய் போன்ற விவரங்கள் அளிப்பதன் மூலம் பொதுமக்கள் தங்கள் நிதியை ஒரு குறிப்பிட்ட நிறுமத்தில் முதலீடு செய்ய வழிகாட்டும் காரணியாக மூலதனச் சந்தை உள்ளது. இது பொது நலனுக்காக நிதியை திறன்பட பயன்படுத்துவதை உறுதி செய்கிறது.

(vii) பல்வேறு சேவைகளை வழங்குதல் (Provision of Variety of Services)

மூலதனச் சந்தையில் செயல்படும் நிதி நிறுவனங்கள் தொழில் முனைவோருக்கு நீண்ட கால மற்றும் நடுத்தர கால கடன்களை வழங்குதல், ஒப்புறுதி வழங்குதல், நிறுமங்களை தோற்றுவித்தலில் உதவி செய்தல், நேர்மை பங்கு முதலில் பங்கேற்றல், நிபுணர்களின் அறிவுரைகளை வழங்குதல் போன்ற பல்வேறு சேவைகளை வழங்குகிறது.

(viii) பின்தங்கிய பகுதிகளை மேம்படுத்துதல் (Development of Backward Areas)

மூலதனச் சந்தை பின்தங்கிய பகுதிகளின் திட்டங்களுக்கு நிதி உதவி வழங்குகிறது. இது பின் தங்கிய பகுதிகளின் பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கு உதவி செய்கிறது. பின்தங்கிய மற்றும் கிராமப்புற பகுதிகளின் மேம்பாட்டு திட்டங்களுக்கு நீண்ட கால நிதியையும் வழங்குகிறது.

(ix) அயல்நாட்டு மூலதனம் (Foreign Capital)

மூலதனச் சந்தை அயல்நாட்டு மூலதனத்தை திரட்ட உதவி புரிகிறது, இந்திய நிறுமங்களின் பத்திரங்கள் மற்றும் இதர பத்திரங்கள் மூலம் அயல்நாடுகளின் மூலதன நிதியை திரட்ட வழிவகை செய்கிறது. அரசு, தாராள மயமாக்கல் மூலம் அந்நிய முதலீடுகளை திரட்டுகிறது. இது அந்நிய முதலீட்டை மட்டும் கொணராமல் பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கு தேவையான அந்நிய தொழில் நுட்பங்களையும் நம் நாட்டிற்கு கொண்டு வருகிறது.

(x) எளிய நீர்மைத் தன்மை (Easy Liquidity)

இரண்டாம் நிலைச் சந்தையின் துணைக் கொண்டு முதலீட்டாளர்கள் தங்களின் பத்திரங்களை விற்று நீர்மை ரொக்கமாக மாற்ற வழிவகை செய்கிறது. முதலீட்டாளர்கள் அவர்களது தேவையின் பொழுது வைப்புகளை எடுக்க வணிக வங்கிகள் அனுமதிக்கின்றன.

5.05 இந்திய மூலதன சந்தை – தோற்றம் மற்றும் வளர்ச்சி Indian (Capital Market – Evolution & Growth)

1947 முதல் 1973 வரையிலான காலத்தை மூலதன சந்தையின் கட்டமைப்புக்கான வளர்ச்சிக் காலம் என்று கூறலாம். இக்காலகட்டத்தில் மேம்பாட்டு நிதி நிறுவனங்களான IFCI, ICICI, IDBI, UTI, SFCs மற்றும் SIDCs போன்றவை உருவாக்கப்பட்டன. இந்நிதி நிறுவனங்கள் மூலதன சந்தையை பலப்படுத்த மிகவும் உறுதுணையாக இருந்தன.

1980 லிருந்து 1992 வரையிலான காலத்தில், முதன்மை சந்தை (Primary Market) க்கு தேவையான வளங்களை சேகரிக்க, கடனீட்டுப் பத்திரம் மிகவும் சக்திவாய்ந்த ஆவணமாக செயல்பட்டது. பொதுத்துறை பத்திரங்கள் வெளியிடப்பட்டதோடு, பல பங்குச் சந்தைகளும் உருவானது. இரண்டாம் நிலைச்சந்தை அபரிமிதமான வளர்ச்சி அடைந்தது.

முதன்மை சந்தை மற்றும் இரண்டாம் நிலைச்சந்தையினை ஒழுங்குபடுத்தும் அமைப்பாக SEBI உருவானது, மேலும் சிறு முதலீட்டாளர்களுக்கும் பாதுகாப்பு வழங்கியது. புது நிதி சேவையான கடன் மதிப்பீடு (Credit rating) அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

இரண்டாம் நிலைச்சந்தையின் வேலைகளை மறு சீரமைப்பு மற்றும் மதிப்பீடு செய்து ஆலோசனை வழங்க பல குழுக்கள் உருவாக்கப்பட்டன. அக்குழுக்கள் பங்குச்சந்தைகளை ஒழுங்குப்படுத்தும் மற்றும் மேலாண்மை செய்யும் குழு, முதன்மை சந்தையின் வளர்ச்சிக்காக வேலை செய்யும் குழு, புது பங்குச் சந்தையை உருவாக்கம் குழு, மற்றும் பொதுத்துறை பத்திரங்கள் மற்றும் பரஸ்பரநிதி ஆகியவற்றை வர்த்தகம் செய்யும் குழு ஆகும்.

5.06 புதிய நிதி நிறுவனங்கள் (New Financial Institutions)

தொழிற்சாலைகளின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக புதிய நிதி நிறுவனங்கள் உருவாக்கப்பட்டு கடன் அளிக்கப்பட்டது. அந்நிறுவனங்களைப் பற்றி சுருக்கமாக கீழே காணலாம்.

i) துணிகர நிதி நிறுவனம் (Venture Fund Institutions)

துணிகர மூலதன நிதி என்பது சாதாரண நிதியில் ஒரு பகுதி ஆகும். இது புதிய திட்டம் மற்றும் கண்டுபிடிப்பிற்கு நிதி வழங்குவதற்காக உருவாக்கப்பட்டதாகும். துணிகர மூலதனம் என்பது தொழில்நுட்ப திட்டங்களை வணிகமயமாக்குவதற்கு தேவையான நிதியினை அளிக்கிறது. பல நிதி நிறுவனங்கள், துணிகர மூலதன நிதி முலமே உச்சநிலையை அடைந்துள்ளது. அவை ICICI ன் துணிகர மூலதனம் IDBI ன் துணிகர நிதி, SIDBI ன் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி, இந்திய கட்டமைப்பு நிறுவனம் (TDICT) மற்றும் பல.

ii) பரஸ்பர நிதி (Mutual Fund)

சிறு முதலீட்டாளர்களின் சேமிப்புகளை பெரிய முதலீடாக மாற்றும் நிதி நிறுவனங்களையே பரஸ்பர நிதி நிறுவனங்கள் என்கிறோம். பரஸ்பர நிதி நிறுவனம் பங்குதார்களிடமிருந்து பெற்ற நிதியினை முதலீடு செய்வது அந்த முதலீடிலிருந்து பெற்ற பலனை பங்குதாரர்களுக்கு அளிக்கிறது.

நிதி நிறுவனங்களான LIC, UTI மற்றும் வணிக வங்கிகள் SBI மற்றும் கனரா வங்கி போன்றவை பரஸ்பர நிதி வணிகத்தில் ஈடுபடுகின்றன. அதிக பலன், நெகிழ்வு தன்மை, பாதுகாப்பு மற்ற வரியிலிருந்து பாதுகாப்பு போன்ற நன்மைகள் பரஸ்பர நிதி முலம் முதலீட்டாளருக்கு கிடைக்கிறது.

iii) ஏட்டுக் கடன் தரகு முகமை நிறுவனங்கள் (Factoring Institutions)

விற்பனைமூலம் பெற வேண்டிய பெறுதல்களின் அடிப்படையில் நிதி நிறுவனங்கள் செய்யும் நிதி ஏற்பாடே ஏட்டுக்கடன் தரகு முகமை

ஆகும். ஏட்டுக்கடன் தரகு முகமை அதனுடைய வாடிக்கையாளர்களுக்காக ஏட்டுக்கடன்களை வசூலிக்கும். இந்தியாவில் செயல்படும் சில நிறுவனங்களாவன, SBI, மற்றும் வணிக சேவைகள் என்பது SBI ன் துணை நிறுவனம் ஆகும் மற்றும் கான்பேங்க் ஃபேக்டரிக் லிமிடெட் என்பது, கனரா வங்கியின் துணை நிறுவனம் ஆகும்.

iv) இந்திய உடனடிப் பங்கு மாற்றகம் (Over the Counter Exchange of India (OTCEI))

பங்குகளை இந்தியா முழுவதும் மின்னணு முலம் வியாபாரம் செய்யும் நோக்கத்தோடு முதன்மை நிதி நிறுவனங்களால் உருவாக்கப்பட்டதே OTCEI என்பதாகும். இதன் மூலம் முதலீட்டாளர் மற்றும் நிறுமத்திற்கு சில பிரச்சனைகள் இருந்த போதும் வெளிப்படைத் தன்மை, விரைவான முடிவு, நெகிழ்வு தன்மை ஆகிய நன்மைகளையும் அளிக்கிறது.

v) இந்திய தேசியப் பங்கு மாற்றகம் லிமிடெட் (National Stock Exchange of India Limited [NSEI])

பங்குச் சந்தையின் மாதிரியாக NSEI என்பது 1992 ம் ஆண்டு உருவாக்கப்பட்டது. இச்சந்தையின் நோக்கமானது மின்னணு பங்குகளை இந்தியா முழுவதும் அமைத்துக் கொடுப்பதாகும். இந்நிறுவனம் திறமையான மற்றும் வெளிப்படைத்தன்மை கொண்ட பங்கு வியாபாரத்தையே எதிர்பார்க்கிறது.

vi) தேசிய தீர்வக மற்றும் களஞ்சிய அமைப்பு (National Clearance and Depository System)

பங்கில்லா வணிக முறையின் கீழ் பத்திரங்களின் தீர்வுகள் அனைத்தும் பதிவேட்டின் முலமே நடைபெறுகிறது. பங்கில்லா வணிக முறையில் கீழ்கண்ட மூன்று பகுதிகள் உள்ளடங்கியுள்ளது.

அ) தேசிய வணிக ஒப்பீடு மற்றும் அறிக்கை முறையானது பத்திரச்சந்தையின் வரையறை மற்றும் கட்டளைகளை விளக்குகிறது.

ஆ) தீர்வு தேதியன்று தரகர்களின் நிகர ரொக்கம் மற்றும் பங்கு பொறுப்புகளை முடிவு செய்வதையே தேசிய தீர்வக அமைப்பு குறிக்கோளாக கொண்டுள்ளது.

இ) எந்த ஒரு பத்திரமும் மாற்றப்படாமல் மின்னணு மூலம் பதிவுகள் செய்யப்பட்டு பங்கு உரிமையை மாற்றுவதையே தேசிய களஞ்சிய அமைப்பு செய்கிறது.

vii) தேசிய பத்திரங்கள் களஞ்சியம் லிமிடெட் (National Securities Depositories Limited)

காகிதமில்லா மற்றும் காகிதமாற்று பங்குகளை கொண்டுவருவதற்காக 1996 ம் ஆண்டு NSDLல் உருவாக்கப்பட்டது. இரண்டாம் நிலைச் சந்தையில், வியாபாரத்திற்கு பின் ஏற்படும் சிக்கல்களை தீர்க்கவும் NSDL ல் உருவாக்கப்பட்டது.

viii) இந்திய பங்கு வைப்பு கழகம் லிமிடெட் (Stock Holding Corporation of India Limited)

SHCIL ல் நோக்கமானது பங்குச் சந்தை நடவடிக்கையில், மத்திய பத்திர வைப்பாக செயல்படுவதே ஆகும். இக்கழகம் தேசிய அளவிலான நிர்வாக சீர்திருத்த பணிகளையும் செய்கிறது.

அந்நிய செலாவணி சந்தை

அந்நிய செலாவணி சந்தை அந்நிய செலாவணி வர்த்தகத்திற்கு உதவி புரிகிறது. இது உலகிலேயே மிகப்பெரிய மற்றும் அதிக நீர்மைத் தன்மை கொண்ட ஒரு சந்தை ஆகும். சராசரியாக ஒரு நாளில் 5 டிரில்லியன் டாலர்களுக்கு மேல் வர்த்தகம் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. அனைத்து நாடுகளின் நாணயங்களையும் உள்ளடக்கியுள்ளது மற்றும் எந்த ஒரு தனிநபர், நிறுமம் அல்லது நாடு இதில் பங்கேற்க முடியும்.

I. பண்டகச் சந்தை

வழங்கப்படும் புற கொள்முதல்களை அதிகப்படியாக கடந்து செல்லும் நிதி பரிவர்த்தனைகள் கொண்ட 50 முக்கிய பண்டக சந்தைகளுக்கு இடையே முதல்நிலை பொருட்களை வர்த்தகம் செய்வதை பண்டக சந்தை மேலாண்மை செய்கிறது. பண்டகச் சந்தை பொதுவாக இரண்டு துணை பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

- கடின பண்டக சந்தை (Hard Commodities Market)
- மென்பண்டக சந்தை (Soft Commodities Market)

கடின பண்டக சந்தை (Hard Commodities Market)

கடின பொருட்கள் என்பவை பொதுவாக தோண்டி எடுக்கப்படும் மூலப்பொருட்கள். உதாரணம்: தங்கம், எண்ணெய், ரப்பர், இரும்பு மற்றும் தாது.

12th Commerce Tamil Unit 2.indd 31 19/12/2022 14:43:40

மென்பண்டக சந்தை (Soft Commodities Market)

மென் பண்டகம் என்பது பொதுவாக விவசாயம் சார்ந்த முதல் நிலைப் பொருட்கள் ஆகும். உதாரணம்: கோதுமை, பருத்தி, சர்க்கரை மற்றும் குளம்பி/காபி

உங்களுக்கு தெரியுமா?

தங்கமுலாம் முனை சந்தை (Gilt–Edged Marked) என்பது அரசு பத்திரங்கள் எனவும் அறியப்படுகிறது. இது அரசு மற்றும் பகுதி அரசு பத்திரங்களுக்கான சந்தை ஆகும். இச்சந்தையில் வர்த்தகம் செய்யப்படும் பத்திரங்களின் ஒரு முக்கியமான சிறப்பியல்பு என்னவென்றால் அவைகள் மதிப்பில் நிலைத்தன்மை கொண்டவைகளாகவும் மற்றும் வங்கிகளால் அதிகம் தேடப்படுபவைகளாகவும் உள்ளன.

- முதலீடுகள் மீது உத்தரவாத வருமானம்
- பத்திரங்களில் ஊக வாணிபம் இல்லை
- நிறுவனம் சார்ந்த முதலீட்டாளர்கள் அவர்களின் நிதியில் ஒரு பகுதியை இவ்வகை பத்திரங்களில் முதலீடு செய்ய சட்டத்தால் கட்டாயப்படுத்தபடுகிறார்கள்.
- LIC, GIC, PFs மற்றும் வணிக வங்கிகளால் ஆதிக்கம் செலுத்தப்படுகிறது.
- அதிக அளவு பரிவர்த்தனைகள் ஒவ்வொரு பரிவர்த்தனையும் மாற்றுவதற்கான தேவையை உருவாக்குகிறது.

II. வருவிக்கப்பட்ட சந்தை (Derivatives market)

நிதி இடர்பாடுகளை கட்டுப்படுத்த உதவி செய்யும் பின்கொடுப்பு ஒப்பந்தம் மற்றும் விருப்ப பேரம் போன்ற நிதி கருவிகளை வர்த்தகம் செய்வதில் வருவிக்கப்பட்ட சந்தை உதவி புரிகிறது. பத்திரங்கள், பிணையங்கள், பண்டகம், நாணயங்கள் அல்லது அடமானங்கள் போன்ற பல்வேறு சொத்துக்களின் மதிப்பின் அடிப்படையில் கருவிகளின் மதிப்பு வருவிக்கப்படுகிறது.

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. **மூலதன சந்தை ——— ஐ வழங்குவதில்லை**

   அ) குறுகிய கால நிதி ஆ) கடனுறுதி பத்திரங்கள்

   இ) சமநிலை நிதி ஈ) நீண்ட கால நிதி

2. **NSEI தோற்றுவிக்கப்பட்ட ஆண்டு**

   அ) 1990 ஆ) 1992

   இ) 1998 ஈ) 1997

3. **முதல் நிலைச் சந்தை என்பது பத்திரங்களை/ பிணையங்களை ——— முறை வியாபாரம் செய்யும் ஒரு சந்தை ஆகும்.**

   அ) முதன் முறை ஆ) இரண்டாம் முறை

   இ) மூன்றாம் முறை ஈ) பலமுறை

4. **மூலதனச் சந்தையின் பங்கேற்பாளர்——— ஆவர்.**

   அ) தனிநபர் ஆ) நிறுமங்கள்

   இ) நிதி நிறுவனங்கள் ஈ) மேலே உள்ள அனைத்தும்

5. **பங்குகளை இந்தியா முழுவதும் மின்னணு மூலம் வியாபாரம் செய்யும் நோக்கத்தோடு முதன்மை நிதி நிறுவனங்களால் உருவாக்கப்பட்டதே ——— ஆகும்.**

   அ) இந்திய உடனடி பங்கு மாற்றகம்

   ஆ) ஏட்டுக்கடன்

   இ) பரஸ்பர நிதி

   ஈ) துணிகர முதல்

விடைகள் :

1	அ	2	ஆ	3	அ	4	ஈ	5	அ

II. குறு வினாக்கள்:

1. மூலதனச் சந்தை என்றால் என்ன?
2. OTCEI – சிறு குறிப்பு வரைக.
3. மூலதனச் சந்தையின் பங்கேற்பாளர்கள் யார்?
4. மூலதனச் சந்தையில் விலை எவ்வாறு நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. மூலதனச் சந்தையின் பல்வேறு வகைகள் என்ன? விளக்குக. (ஏதேனும் 3)
2. மூலதனச் சந்தையின் ஏதேனும் இரண்டு பணிகளை விளக்குக.
3. ஏட்டுக்கடன் மற்றும் துணிகர முதல் வழங்கு நிறுமங்களை பற்றி விளக்குக.

IV. பெருவினாக்கள்:

1. மூலதனச் சந்தையின் சிறப்பியல்புகளை விவாதிக்க.
2. மூலதனச் சந்தையின் பல்வேறு பணிகளை விளக்குக. (ஏதேனும் 5)
3. நிதிச் சந்தையின் பல்வேறு வகையான புதிய நிறுவனங்களை விளக்குக. (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்:

1. Dr.SUNDAR,K 2017, Business Organisation, Vijay Nicole Imprints Pvt Ltd., Chennai.
2. Dr.S.GURUSAMY 2012, Financial Markets and Institutions
3. Ranganatham.M et.al.,(2006). "Investment Analysis and Portfolio Management", ISBN 978-81-7758-229-1, Dorling Kindersley(India) Pvt.Ltd., licensees of Pearson Education in South Asia.
4. BhallaV.K, (2013), "Investment Management Security Analysis and Portfolio Management", S. Chand & Company Pvt. Ltd., Ram Nagar, New Delhi.
5. www.economictimes.indiatimes.com/ definition/ capital-market
6. www.shodhganga.inflibnet.ac.in/ bitstream/10603/33042/11/ 11_chapter%201.pdf
7. https://dollarsandsense.sg/10-biggest- stock-exchanges-world-heres-much- theyve-gained-2017/

www.tnschoolbooks.in

அலகு 2

நிதிச் சந்தை - I
FINANCIAL MARKETS - I

6

அத்தியாயம்

பணச் சந்தை
MONEY MARKET

சிறப்புஈனும் செல்வமும் ஈனும் அறத்தினூஉங்கு
ஆக்கம் எவனோ உயிர்க்கு.

–குறள் 31

பொருள் :

அறம் சிறப்பையும் அளிக்கும்: செல்வத்தையும் அளிக்கும்: ஆகையால் உயிர்க்கு அத்தகைய அறத்தை விட நன்மையானது வேறு யாது?

DCYM4

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- பணச் சந்தை பற்றி புரிந்து கொள்ள இயலும்.
- மூலதன சந்தை மற்றும் பணம் சந்தை இடையே உள்ள வேறுபாடுகளைப் புரிந்து கொள்ள இயலும்.
- பணச் சந்தை ஆவணங்களை பற்றி புரிந்து கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

6.01 பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
6.02 நோக்கம் மற்றும் சிறப்பியல்புகள்
6.03 பணச் சந்தை மற்றும் மூலதனச் சந்தைக்கிடையே உள்ள வேறுபாடுகள்
6.04 பணச் சந்தையின் பங்கேற்பாளர்கள்
6.05 பணச் சந்தை ஆவணங்கள்
  6.05.01 கருவூல இரசீதுகள்
  6.05.02 வைப்புச் சான்றிதழ்
  6.05.03 வணிக இரசீதுகள்
  6.05.04 அரசு அல்லது தங்க முனை பத்திரங்கள் சந்தை.

பணச் சந்தை

பணச் சந்தை என்பது முற்றிலும் குறுகிய கால நிதிகளுக்கான ஒரு சந்தையாகும். இச்சந்தையில் ஒரு ஆண்டிற்கும் மேற்படாத காலத்தில் முதிர்ச்சியடையும் நிதிச்சொத்துக்களும் மற்றும் பத்திரங்களும் கையாளப்படுகின்றன.

6.01 பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்

பணச் சந்தை என்பது நிதிச் சந்தைகளின் உட்பிரிவாகும். இச்சந்தையில் ஒரு ஆண்டுக்குள் காலவரையாகும் நிதிப்பத்திரங்கள் மாற்றம் செய்யப்படுகிறது. எ.கா: கருவூலச் சீட்டுகள், வணிக இரசீதுகள், வைப்பு சான்றிதழ்கள் மற்றும் அரசு பத்திரங்கள் போன்றவை.

குரோத்தரின்கூற்றுப்படி, பணச்சந்தை என்பது "பல்வேறு அமைப்புகள் மற்றும் நிறுவனங்கள் பணத்திற்கு நிகரான பல்வேறு ஆவணங்களை கையாளும் மொத்த அமைப்பிற்கான கூட்டுப் பெயராகும்".

இந்திய ரிசர்வ் வங்கி, "குறுகிய கால நிதி சொத்துக்களுக்கான சந்தையே பண சந்தையாகும். மேலும் முதன்மை சந்தையில் புதிய ஆதாரங்களுக்கான பணப் பரிமாற்றத்தை எளிதாக்குகிறது. இரண்டாம் நிலை சந்தையில் ஏற்கனவே வழங்கப்பட்ட நிதி கோரிக்கைகளுக்கும் நிதி அளிக்கிறது" என்று வரைவிலக்கணம் வழங்குகிறது

12th Commerce Tamil Unit 2.indd 34 19/12/2022 14:43:40

6.02 நோக்கங்கள் மற்றும் சிறப்பியல்புகள் (Objectives and Characteristics)

ஒரு நன்கு வளர்ந்த பணச் சந்தை கீழ்க்கண்ட நோக்கங்களைக் கொண்டு சேவை புரிகிறது.

1. குறுகிய கால உபரி மற்றும் பற்றாக்குறையைத் தீர்த்து ஒரு சமநிலை முறையை வழங்குதல்.
2. மத்திய வங்கியின் தலையீடானது நிறுவனத்தின் பணப்புழக்கத்தை பாதிக்கும் மைய புள்ளியை வழங்குதல்.
3. குறுகிய கால பணத்தை பயன்படுத்தும் பயனாளர்களுக்கு அவர்களின் தேவைகளை நிறைவேற்ற நியாயமான விலையில் உரிய பயன்பாட்டை வழங்குதல்

சிறப்பியல்புகள் (Characteristics)

1. குறுகிய கால நிதிகள் (Short–term Funds)

முற்றிலும் குறுகிய கால நிதிகள் அல்லது பணத்திற்கு நிகரான நிதி சொத்துக்களுக்கான ஒரு சந்தை இதுவாகும்.

2. முதிர்வு காலம் (Maturity Pwweriod)

இச்சந்தையில் ஒரு வருடத்திற்கு குறைவான முதிர்வு காலம் கொண்ட நிதி சொத்துக்கள் மட்டுமே பயன்படுத்தப்படுகிறது.

3. பணமாக மாற்றுவது (Conversion of cash)

உடனடியாக பணமாக மாற்றியமைக்கக்கூடிய நிதிச் சொத்துக்கள் மட்டுமே இச்சந்தையில் இழப்பு இல்லாமல் குறைந்தபட்ச பரிவர்த்தனை செலவில் பரிமாற்றம் செய்யப்படுகிறது.

4. முறையான இடமில்லை (No Formal place)

பொதுவாக பரிவர்த்தனைகள் தொலைபேசி அதாவது வாய்மொழி தொடர்பு மூலமாக நடைபெறுகின்றன. சம்பந்தப்பட்ட ஆவணங்கள் மற்றும் எழுதப்பட்ட தகவல்தொடர்புகளை பின்னர் பரிமாறிக்கொள்ளலாம். மூலதனச் சந்தையில்உள்ளது போல் பங்குச்சந்தையில் ஒரு முறையான இடமில்லை.

5. துணை சந்தைகள் (Sub–markets)

இது ஒரு ஒற்றைத் தன்மையுள்ள சந்தை அல்ல. இது தனித்தனி சிறப்புடைய பல துணைச்சந்தைகளின் தொகுப்பாகும். எ.கா: அழைப்பு பணச்சந்தை, ஏற்புச்சந்தை மற்றும் மாற்றுமுறை ஆவண சந்தைகள்.

6. சந்தையின் பங்கு (Role of Market)

மத்திய வங்கி, வணிக வங்கிகள், வங்கிகள் அல்லாத நிதி நிறுவனங்கள், தள்ளுபடியகம் மற்றும் ஏற்பகங்கள், பணச் சந்தையின் கூறுகளாகும். வணிக வங்கிகள் பொதுவாக பங்குச் சந்தையில் மேலாதிக்க இடத்தினைக் கொண்டுள்ளது.

7. மிகவும் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட வங்கி முறை (Highly Organized Banking System)

வணிக வங்கிகள் பணச்சந்தைகளின் முழு நரம்பு மையமாக இருக்கின்றன. குறுகிய கால நிதிகளை வழங்குகின்ற முதன்மை அளிப்பாளராகவும் வணிக வங்கிகள் உள்ளன. பணச்சந்தையின் பல்வேறு பிரிவுகளுக்கும் மைய வங்கிக்கும் உள்ள இணைப்பாக வணிக வங்கிகள் செயல்படுகின்றன.

8. இரண்டாம் நிலை சந்தையின் தேவை (Existence of Secondary Market)

இச்சந்தையில் பயன்படுத்தப்படும் நிதிச்சொத்து ஆவணங்களுக்கு ஒரு சிறப்பான இரண்டாம் நிலை சந்தை தேவைப்படுகிறது.

9. நிதித் தேவை மற்றும் வழங்கல் (Demand and supply of Funds)

குறுகிய கால நிதிக்கான தேவை மற்றும் அளிப்பும் அதிகமாக இருக்க வேண்டும். உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டு வர்த்தகத்தில் பெருமளவில் குறுகிய கால நிதி ஆவணங்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

10. மொத்த விற்பனைச் சந்தை (Wholesale market)

இது ஒரு மொத்த விற்பனைச் சந்தையாகும். இச்சந்தையில் அதிகளவில் வர்த்தகம் செய்யப்படும் நிதிச்சொத்துக்களின் மதிப்பு அதிகளவில் இருக்கும்.

11. நெகிழ்வுத் தன்மை (Flexibility)

இச்சந்தை குறித்த ஒழுங்குமுறை கட்டமைப்பில் அதிக அளவு நெகிழ்வுத் தன்மை இருப்பதால், நிலையான முயற்சி புதிய ஆவணங்களை அறிமுகப்படுத்துவதில் செய்யப்படுகிறது.

12. மைய வங்கியின் முன்னிலை (Presence of a Central Bank)

மைய வங்கி ரொக்க இருப்பு விகிதம் வைத்துக் கொண்டு ஆவணங்களை தள்ளுபடி செய்வதன் மூலம் தேவையான நிதி வசதிகளை ஏற்படுத்தி தருகின்றன. இது ஒரு திறந்த சந்தையாக இருந்தபோதிலும் மந்த நிலை சந்தையில் உள்ள உபரியான ரொக்க இருப்பை பெற்று விறுவிறுப்பான சந்தை காலத்தில் கூடுதலான நிதியை அளிக்கிறது..

6.03 பணச் சந்தை மற்றும் மூலதனச்சந்தைக்கிடையே உள்ள வேறுபாடுகள்

பணச் சந்தைக்கும் முதலீட்டு சந்தைக்கும் இடையிலான வேறுபாடுகள் பின்வரும் அட்டவணையில் சுருக்கமாக குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது.

வரிசை எண்	தன்மைகள்	பணச்சந்தை	மூலதனச்சந்தை
1	நிதியின் காலம்	இச்சந்தை ஒரு வருட காலத்திற்கும் மிகாமல் நடக்கும் குறுகியகால நிதிகளுக்கான சந்தையாகும்.	இச்சந்தை ஒரு வருட காலத்திற்கும் மேலான நீண்ட கால நிதிகளுக்கான சந்தையாகும்.
2	நிதி வழங்கல்	தொழில் வணிகத்தின் நடைமுறை செயல்பாடுகளுக்குரிய மூலதனத் தேவைகளுக்கான மற்றும் அரசின் குறுகிய கால தேவைகளுக்கான நிதியை இச்சந்தை அளிக்கிறது.	தொழில் மற்றும் வணிகத்தின் நிலைமுதல்தேவைகளுக்கான மற்றும் அரசின் நீண்ட காலத் தேவைகளுக்கான நிதியை இச்சந்தை அளிக்கிறது.
3	வணிக ஆவணங்கள்	வணிக இரசீதுகள் போன்ற ஆவணங்களுடன் தொடர்புடையது. (மாற்றுமுறை ஆவணங்கள், கருவூலச்சீட்டு, வணிகத் தாள் போன்றவை)	பங்குகள், கடனீட்டுப் பத்திரங்கள், அரசு பத்திரங்கள் போன்ற ஆவணங்களுடன் தொடர்புடையது.
4	பண மதிப்பு	பணச் சந்தையில் ஒவ்வொரு நிதி ஆவணமும் பெரிய மதிப்பிலனவை. ஒரு கருவூல சீட்டின் மதிப்பு குறைந்தபட்சம் ரூ.25000 ஆகும். ஒரு வைப்புத் தொகை அல்லது வணிகத் தாளின் மதிப்பு குறைந்த பட்சம் 5 இலட்சம் ஆகும்	மூலதனச் சந்தையில் கையாளப்படும் ஒவ்வொரு ஆவணமும் சிறிய மதிப்பிலானவை. ஒவ்வொரு பங்கின் மதிப்பு ரூபாய் 10 ஆகும். ஒவ்வொரு கடனீட்டு பத்திரத்தின் மதிப்பு ரூபாய் 100 ஆகும்.
5	பெரிய நிறுவனங்களின் பங்கு	மைய வங்கியும் வணிக வங்கிகளும் பணச் சந்தையில் பெரும் பங்காற்றும் நிறுவனங்களாகும்	மேம்பாட்டுவங்கிகளும்,காப்பீட்டு நிறுவனங்களும் மூலதனச் சந்தையில் முக்கிய பங்காற்றுகின்றன.
6	பரிவர்த்தனை நடைபெறும் இடம்	பரிவர்த்தனைகள் பெரும்பாலும் தொலைபேசி வழியாகவே நடைபெறுகின்றன. இதற்கு முறையான இடம் ஏதுமில்லை.	பரிவர்த்தனைகள் ஒரு முறையான இடத்தில் இடம் பெறுகின்றன. உதாரணம்: பங்கு பரிமாற்றகம்.
7	பங்கேற்பாளர்கள்	வணிக நடவடிக்கைகள் இடைத் தரகர்கள் இன்றி மேற்கொள்ளப் படுகின்றன. அதாவது வங்கியாளர்கள், இந்திய ரிசர்வ் வங்கி மற்றும் அரசு.	வணிக நடவடிக்கைகள் அங்கீகரிக்கப்பட்ட முகவர்கள் மூலமே மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. அதாவது இடைத்தரகர்கள், முதலீட்டாளர்கள், வணிக வங்கியர்கள், ஒப்புறுதியாளர்கள் மற்றும் வணிக வங்கிகள்.
8	ஒப்பந்தத்தில் ஈடுபடும் ஆவணங்களின் எண்ணிக்கை	1) வங்கிகளுக்கிடையிலான அழைப்பு பணம் 2)14 நாட்கள் வரையிலான அறிவிப்பு பணம் 3) மூன்று மாதங்கள் வரையிலான குறுகிய கால வைப்புகள் 4) 91 நாட்கள் கருவூலச்சீட்டு 5) 182 நாட்கள் கருவூலச்சீட்டு 6) வணிகத் தாள்கள் போன்ற ஆவணங்கள் பணச் சந்தையில் வர்த்தகம் செய்யப்படுகின்றன.	பங்குகள் மற்றும் கடனீட்டு பத்திரங்கள் போன்ற சில ஆவணங்கள் மட்டும் மூலதனச் சந்தையில் வர்த்தகம் செய்யப் படுகின்றன.

12th Commerce Tamil Unit 2.indd 36 19/12/2022 14:43:41

9	**நிதி கோரிக்கைகள்**	நிதி கோரிக்கைகள், சொத்துக்கள் மற்றும் பத்திரங்கள் பணச் சந்தை வர்த்தகத்தில் ஈடுபடுத்தப்படுகின்றன.	கடன் பத்திரங்களும் பங்குகளும் மூலதனச் சந்தை வர்த்தகத்தில் ஈடுபடுத்தப்படுகின்றன.
10	**இடர் அளவு**	கடன் மற்றும் சந்தை ஆபத்து குறைந்தளவு உள்ளது.	கடன் மற்றும் சந்தை ஆபத்து அதிகளவு உள்ளது.
11	**நீர்மைத்தன்மை**	அதிக அளவு நீர்மைத் தன்மை கொண்டது	மூலதனச் சந்தை குறைந்தளவு நீர்மைத்தன்மை கொண்டது.
12	**விலை மதிப்பு தெரிந்து கொள்ளுதல்**	பணச் சந்தையில் விலை மதிப்பு குறித்த வெளிப்படைத் தன்மை ஏதுமில்லை.	மூலதனச் சந்தையில் விலை மதிப்பு குறித்த வெளிப்படைத்தன்மை உள்ளது
13	**ஒழுங்குபடுத்தும் அமைப்பு**	மைய வங்கி பணச்சந்தையை கட்டுப்படுத்துகிறது	மைய வங்கி தவிர செபி போன்ற தனித்த ஒழுங்குபடுத்தும் அமைப்புகள் கட்டுப்படுத்துகிறது.
14	**ஒப்புறுதியளித்தல்**	ஒப்புறுதி அளித்தல் முதன்மைப் பணி அல்ல.	ஒப்புறுதி அளித்தல் முதன்மைப்பணி ஆகும்.
15	**ஆதிக்க நிறுவனங்கள்**	வணிக வங்கிகள் ஆதிக்கம் செலுத்தும் நிறுவனங்களாகும்,	வங்கி அல்லாத நிதி நிறுவனங்கள் மற்றும் தனிச்சிறப்பு நிதி நிறுவனங்கள் ஆதிக்கம் செலுத்தும் நிறுவனங்களாகும்.

6.04 பணச் சந்தையில் பங்கேற்பாளர்கள் : (PARTICIPANTS IN MONEY MARKET)

பணச் சந்தையின் நடைமுறையில் பல பங்கேற்பாளர்கள் உள்ளனர். பங்கேற்பாளர்கள் இச்சந்தையின் ஆவணங்களான கருவூல இரசீதுகள், வணிக இரசீதுகள், வணிகத் தாள்கள் போன்ற ஆவணங்களைக் கையாளுகின்றனர்.

1. பல்வேறு நாடுகளின் அரசாங்கங்கள்
2. பல்வேறு நாடுகளின் மைய வங்கிகள்
3. தனியார் மற்றும் பொதுத்துறை வங்கிகள்
4. பரஸ்பர நிதி நிறுவனங்கள்
5. காப்பீட்டு நிறுவனங்கள்
6. வங்கி அல்லாத நிதி நிறுவனங்கள்
7. இந்திய ரிசர்வ் வங்கி மற்றும் பாரத ஸ்டேட் வங்கி
8. வணிக வங்கிகள்
9. மாநில அரசுகள்
10. பொதுமக்கள்

6.05 பணச் சந்தை ஆவணங்கள் (MONEY MARKET INSTRUMENTS)

பணச் சந்தையில் பல்வேறு விதமான நிதி ஆவணங்கள் கிடைக்கின்றன. இந்தியாவில் 1986 வரை சில ஆவணங்கள் மட்டுமே கிடைத்தன. அவை பின்வருமாறு:

i. கருவூல சந்தையில் கிடைக்கும் கருவூல சீட்டுகள்.

ii. அழைப்பு கடன் சந்தையில் கிடைக்கும் குறுகியகால அறிவிப்பு மற்றும் அழைப்பு பணம்.

iii. இரசீது சந்தையில் கிடைக்கும் வணிக இரசீதுகள் மற்றும் உறுதிமொழி பத்திரங்கள்.

தற்பொழுது மேற்குறிப்பிட்டவைகளுடன் கூடுதலாக பின்வரும் ஆவணங்கள் கிடைக்கப்பெறுகின்றன.

i. வணிகத் தாள்கள் (Commercial Papers)

ii. வைப்பு இரசீதுகள் (Certificate of Deposits)

iii. வங்கிகளுக்கு இடையிலான பங்கேற்பு சான்றிதழ்கள் (Inter–Bank Participation Certificates)

iv. (ரெப்போ – Repo) மீள் வாங்கல் வீத ஆவணங்கள்

இந்த ஆவணங்களின் சிறப்புகள் பற்றி இந்த அத்தியாயத்தில் சுருக்கமாகப் பார்க்கலாம்.

www.tnschoolbooks.in

கருவூல ரசீது சந்தை (TREASURY BILL MARKET)

கருவூல ரசீதுகளை வாங்கும் மற்றும் விற்கும் சந்தைக்கு கருவூல ரசீது சந்தை என்று பெயர்.

6.05.01 கருவூல இரசீதுகள் (TREASURY BILLS)

அரசாங்கத்தால் வெளியிடப்பட்ட கருவூல இரசீதுகள் தற்போது மிகவும் பிரபலமாக உள்ளது மற்றும் அதிகளவு நீர்மைத்தன்மை கொண்ட ஆவணங்களாகும். கருவூல இரசீதுகள் என்பது குறிப்பிட்ட காலக்கெடுவுடன் கூடிய கடன உறுதி பத்திரமாகும். அரசாங்கம் கருவூல இரசீதின் தொகையை அதன் தவணை காலத்திற்குள் திருப்பி செலுத்தப்பட்டு விடும் என்ற உறுதிமொழியை அளிக்கிறது. அதன் காலம் ஒரு வருடத்திற்கு மேல் இருக்காது.

பொதுவான இயல்புகள் (GENERAL FEATURES)

கருவூல இரசீது பின்வரும் பொதுவான இயல்புகளை உடையது. அவை பின்வருமாறு

1. வெளியிடுபவர்
2. நிதி இரசீது
3. நீர்மைத் தன்மை
4. முக்கிய ஆதாரம்
5. பண மேலாண்மை

கருவூல இரசீதுகளின் வகைகள் (TYPES OF TREASURY BILLS)

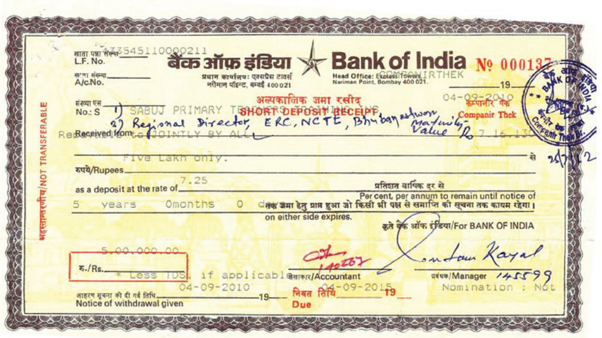
மத்திய அரசு தனது குறுகியகால நிதித் தேவைகளை நிறைவேற்ற பொது மக்களுக்கும் மற்ற பிற நிதி நிறுவனங்களுக்கும் கருவூல இரசீதுகளை வெளியிடுகிறது. இந்த இரசீதுகள் எவ்வித நிபந்தனையுமின்றி எந்த நேரத்திலும் எளிமையாக வாங்கவும் விற்கவும் கூடிய வகையில் கிடைக்கப்பெறுகின்றன. மேலும் இவை இரண்டாம் நிலை சந்தையிலும் வர்த்தகம் செய்யப்படுகின்றன.

கால வரையறை அடிப்படையில் இந்த இரசீதுகள் மூன்று வகைகளாக பிரிக்கப்படுகின்றன. அவை பின்வருமாறு.

1) 91 நாட்கள் கருவூல இரசீதுகள்
2) 182 நாட்கள் கருவூல இரசீதுகள்
3) 364 நாட்கள் கருவூல இரசீதுகள்

91 நாட்கள் கருவூல ரசீதுகள் ஒரு நிலையான 4 சதவீத தள்ளுபடி விகிதத்தில் ஏலத்தின் மூலம் வெளியிடப்படுகின்றன. இந்திய ரிசர்வ் வங்கி 91 நாட்கள் மற்றும் 182 நாட்கள் கருவூல இரசீதுகளை ஒரு வாரம் முழுவதும் வடிகட்டும் அடிப்படையில் வெளியிடப்படுகிறது. 364 நாட்கள் கருவூல இரசீதுகள் எவ்வித நிலையான விகிதமும் கொண்டு செயல்படுவதில்லை. இந்த தள்ளுபடி விகிதம் அதிகார அமைப்பின் இசைவினை பெற்று பங்கேற்பாளர்களுக்கு ஏலத்தில் தெரிவிக்கப்படுகிறது. இத்தகைய விகிதத்தையே தள்ளுபடி விகிதம் என்று குறிப்பிடப்படுகிறது.

6.05.02 வைப்புச் சான்றிதழ் (CERTIFICATE OF DEPOSITS)



வைப்புச்சான்றிதழ் மாதிரி

வைப்பு சான்றிதழ் வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களால் வழங்கப்படும் குறுகிய கால வைப்பு ஆவணங்களாகும். இவற்றை வங்கிகளும் நிதி நிறுவனங்களும் தங்களது நிதி ஆதாரங்களை உயர்த்திக் கொள்வதற்காக வெளியிடுகின்றன. வைப்புச் சான்றிதழ் கடன் உறுதிப் பத்திர வடிவத்தில் பயன்பாட்டில் வழங்கப்படுகிறது. இவை எளிதில் மாற்றக் கூடிய இயல்புடையதாகவும் விரைவாக சந்தைப்படுத்தக் கூடியதாகவும் குறிப்பிட்ட முகமதிப்பு மற்றும் முதிர்வுத் தொகை ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்கும். இந்த வைப்புச் சான்றிதழ்கள் ஒரு நபரிடம் இருந்து மற்றொரு நபருக்கு மாற்றக்கூடிய தன்மையுடையது. மாற்றக்கூடிய தன்மை உடையதால் இது மாற்றுமுறை ஆவண வைப்புச் சான்றிதழ் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது

வெளியீட்டாளர்கள் (ISSUERS)

வணிக வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள் போன்றவை வைப்புச் சான்றிதழ் வெளியிடும் வெளியீட்டாளர்கள் ஆவார்கள்.

சந்தாதாரர்கள் (SUBSCRIBERS)

வைப்புச் சான்றிதழ் சந்தா தனிநபர்கள், கழகங்கள், அறக்கட்டளைகள், சங்கங்கள் மற்றும் வெளிநாட்டு வாழ் இந்தியர்கள் மூலம் சந்தா கிடைக்கப் பெறுகிறது. இது ஒரு கால வைப்புக்கான உரிமை ஆவணமாகும். இது ஒரு கொணர்பவர் சான்றிதழ் மற்றும் சந்தையில் மாற்றிக்கொள்ளும் தன்மை உடைய ஆவணமாகும்.

வைப்புச் சான்றிதழின் இயல்புகள் (FEATURES OF CERTIFICATE OF DEPOSIT)

1. கால வைப்புக்கான உரிமை ஆவணம் ஆகும்.
2. பிணையமற்ற மாற்றுமுறை ஆவணங்கள் ஆகும்.
3. மேல் எழுதுதல் மூலம்எளிதில் மாற்றி வழங்கும் தன்மை உடையது.
4. முகமதிப்பிலிருந்து வட்டத்தில் வெளியிடுதல்.
5. சலுகை நாட்கள் இல்லாமல் குறிப்பிட்ட தேதியில் திரும்பச் செலுத்தக் கூடியது.

12th Commerce Tamil Unit 2.indd 38 19/12/2022 14:43:41

6.05.03 வ ணி க இ ர சீ து க ள் (COMMERCIAL BILLS)

வணிக இரசீது என்பது குறுகியகால தேவைகளுக்காக பணத்தை திரட்ட ஒரு வணிக அமைப்பின் மூலம் வெளியிடப்படும் மாற்றுமுறை ஆவணமாகும். இந்த இரசீதுகள் 30 நாட்கள், 60 நாட்கள் மற்றும் 90 நாட்கள் முதிர்வு தன்மை கொண்டவை. பொருட்களின் விற்பனையாளர்கள் மூலம் பொருட்களை வாங்குபவர் மீது எழுதி தயாரிக்கப்படும் ஒரு ஆவணமே வணிக இரசீது ஆகும். இந்த வணிக இரசீது சுய நீர்மை தன்மை இயல்பு, இரு நபர்களுக்கிடையிலான பரிமாற்றம், நடவடிக்கையின் சரியான தேதியை தெரிந்து கொள்ளும் தன்மை, நடவடிக்கை குறித்த வெளிப்படைத் தன்மை போன்ற நன்மைகளைக் கொண்டது

வணிக ரசீதின் இயல்புகள் (FEATURES)

வணிக இரசீதின் முக்கிய இயல்புகள் பின்வருமாறு:

1. வரைவாளர் (DRAWER)
2. ஏற்றுக்கொள்பவர் (ACCEPTOR)
3. செலுத்தப்பெறுநர் (PAYEE)
4. வட்டம் செய்பவர் (DISCOUNTER)
5. மேல் எழுதுபவர் (ENDORSER)
6. மதிப்பீடு (ASSESSMENT)
7. முதிர்வு (MATURITY)
8. கடன் தர மதிப்பீடு (CREDIT RATING)

வணிக இரசீதின் வகைகள் (TYPES OF COMMERCIAL BILLS)

அ. பயன்பாட்டு இரசீதுகள் DEMAND BILLS

தேவை இரசீது என்பது பணம் செலுத்துவதற்கான தேதி எதுவும் குறிப்பிடப்படாத இரசீது ஆகும். எனவே தேவை இரசீது என்பது அந்த இரசீதை வைத்திருப்பவர் தனக்கு எப்பொழுது பணம் தேவைப்படுகிறதோ அப்போது அந்த இரசீதுக்கு பணம் பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

ஆ. தூய்மை இரசீதுகள் மற்றும் ஆவண இரசீதுகள் CLEAN BILLS AND DOCUMENTARY BILLS

பொருட்களின் உரிமை ஆவணம் மூலம் இணைக்கப்பட்ட இரசீதுகள் ஆவண இரசீதுகள் என்று அழைக்கப்படுகிறது. எந்த ஒரு ஆவணமும் எழுதி இணைக்கப்படாத இரசீதுகள் தூய்மை இரசீதுகள் ஆகும். எ.கா: தொடர்வண்டி இரசீது மற்றும் சரக்குந்து இரசீது.

இ. உள்நாடு மற்றும் அயல்நாட்டு இரசீதுகள் INLAND BILLS AND FOREIGN BILLS

இந்தியாவில் குடியிருக்கும் ஒரு நபருக்கு இந்தியாவில் எழுதப்பட்ட மற்றும் செலுத்தவேண்டிய இரசீதுகள் ஆகியவற்றை உள்நாட்டு இரசீதுகள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. அயல்நாட்டு இரசீதுகள் என்பது இந்தியாவிற்கு வெளியே எழுதப்பட்டு இந்தியாவிலோ அல்லது அயல்நாட்டிலோ செலுத்தப்படும் இரசீதுகளை அயல்நாட்டு இரசீதுகள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன.

ஈ. தனித்துவமான இரசீதுகள் INDIGENEOUS BILLS

தனித்துவமான இரசீதுகள் என்பது வரைதல் மற்றும் ஏற்றுக் கொள்ளல் உள்ளூர் வழக்கப்படி அல்லது வர்த்தகப் பயன்பாட்டின் மூலம் நிர்வகிக்கப்படுவதைக் குறிக்கிறது.

உ. இருப்பிட இரசீதுகள் ACCOMMODATION BILLS

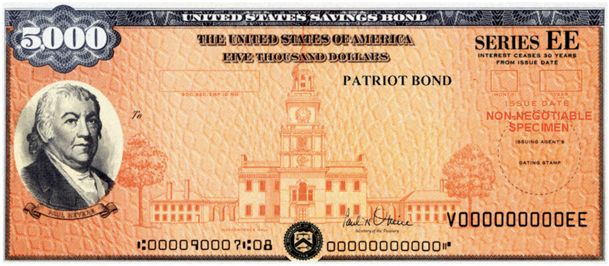
உண்மையான வியாபார நடவடிக்கைகள் அல்லாமல் உருவாக்கப்படும் இரசீதுகளை இருப்பிட இரசீதுகள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன.

6.05.04 அரசு அல்லது தங்க முனை பத்திரங்கள் சந்தை (GOVERNMENT OR GILT–EDGED SECURITIES MARKET)

அரசு அல்லது தங்கமுனை பத்திரங்களை வாங்கவும் விற்கவும் கூடிய ஒரு சந்தைக்கு 'அரசு பத்திரங்கள் சந்தை' என்று பெயர்.

அரசு அல்லது தங்க முனை பத்திரங்கள் (GOVERNMENT OR GILT– EDGED SECURITIES)

முதிர்வு அடைந்த பத்திரங்களை மீட்பதற்காகவும், முதிர்வடையாத பத்திரங்களை திருப்பிச் செலுத்தி மீட்பதற்காகவும் மற்றும் ரொக்க நிதிகளுக்காகவும் அதாவதுபுதியரொக்கவளங்களைஉயர்த்துவதற்காகவும் அரசுப் பத்திரங்கள் வெளியிடப்படுகின்றது.



அரசு தங்க முனை பத்திரங்கள் மாதிரி

அரசு அல்லது தங்க முனை பத்திரங்களின் சிறப்பியல்புகள் (CHARACTERISTICS OF GOVERNMENT OR GILT– EDGED SECURITIES)

இந்திய பணச் சந்தையில் அரசு பத்திரங்கள் முக்கிய பங்காற்றுகின்றன. அரசு பத்திரங்களின் இயல்புகளை விரிவாக பின்வருமாறு பார்க்கலாம்.

1. முகமைகள் (AGENCIES)

மத்திய அரசு, மாநில அரசுகள், அரசாங்க அமைப்புக்கு இணையான அமைப்புகள் போன்ற அதாவது உள்ளூர் அரசு அமைப்புகள் உதாரணமாக நகராட்சிகள், மாநகராட்சிகள், துறைமுகங்கள் போன்ற தன்னாட்சி அமைப்புகள், மற்றும் பிற அமைப்புகள் போன்ற முகவர்களின் மூலம் அரசு பத்திரங்கள் வெளியிடப்படுகின்றன.

2. இந்திய ரிசர்வ் வங்கியின் சிறப்பு பணி (RBI SPECIAL ROLE)

இந்திய ரிசர்வ் வங்கி அரசு பத்திரங்கள் வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்வதில் முக்கிய பங்காற்றுகிறது. குறிப்பாக பண மேலாண்மையில் சிறப்பாக செயல்படுகிறது.

3. பத்திரங்களின் இயல்பு (NATURE OF SECURITIES)

அரசு பத்திரங்கள் உத்தரவாதமாக வட்டி வழங்குவதால் அதில் முதலீடு செய்வது பாதுகாப்பானதாகவும் மேலும் அரசே முதன்மை தொகையை திரும்ப செலுத்துவதால் முற்றிலும் பாதுகாப்பு தன்மை கொண்டதாகவும் இருக்கிறது.

4. பணப் புழக்க விபரம் (LIQUIDITY PROFILE)

தங்க முனை பத்திரங்கள் பல வகை நீர்மை தன்மை கொண்டவை. அதன்படி மத்திய அரசால் வழங்கப்பட்ட பத்திரங்கள் அதிக நீர்மை தன்மை கொண்டதால் அதன் பணப்புழக்கமும் அதிகமாக இருக்கும்.

5. வரிவிலக்கு (TAX REBATE)

முதலீட்டாளர்களுக்கு பரந்த அளவில் வரிவிலக்கு அளிப்பது இந்த அரசு பத்திரங்களின் முக்கிய அம்சமாக விளங்குகின்றது. இந்த பத்திரங்கள் இந்த நன்மைக்காகவே மிகவும் பிரபலமானதாக உள்ளது.

6. சந்தை (MARKET)

அரசு பத்திரங்களில் ஒவ்வொரு விற்பனை மற்றும் கொள்முதலுக்கு தனித்தனியாக பேச்சுவார்த்தை நடத்தப்படுகிறது, தங்க முனை பத்திரங்கள் ஒரு எதிரெதிர் அல்லது இணையான சந்தையாகும். இந்தியாவில் முதன்மை மற்றும் இரண்டாம் நிலை சந்தை ஆகிய இரண்டு சந்தைகளிலும் அரசு பத்திரங்கள் சந்தைப்படுத்தப்படுகிறது.

7. படிவங்கள் (FORMS)

பங்கு சான்றிதழ்கள், உறுதிமொழி சீட்டுகள் மற்றும் கொணர்பவர் பத்திரங்கள் போன்ற வடிவங்களில் மத்திய அரசு மற்றும் மாநில அரசுகள் வழங்கும் பத்திரங்கள் இருக்கும்.

8. பங்கேற்பாளர்கள் (PARTICIPANTS)

அரசு பத்திர சந்தையில் அரசுத்துறை வைத்துள்ள வளங்களைப் பரிமாற்றம் செய்வதில் ஒருங்கிணைந்த பங்கேற்பாளர்களாக மத்திய அரசு மற்றும் மாநில அரசுகள் உள்ளன.

9. வர்த்தகம் (TRADING)

அரசாங்க பத்திரங்களுக்கு இரண்டாம் நிலை சந்தை, குறுகிய, சிறிய மற்றும் குறைவான செயல்திறன் கொண்டது என்றாலும் பங்குச் சந்தைகளில் அரசாங்க பத்திரங்களை விற்பனை செய்வதிலும் வாங்குவதிலும் வங்கிகள் மற்றும் பெருநிறுவனங்கள் ஈடுபடுகின்றன.

10. வெளியீட்டு இயந்திரம் (ISSUE MECHANISM)

இந்திய ரிசர்வ் வங்கியின் கீழுள்ள பொது கடன் அலுவலகம் (PUBLIC DEBT OFFICE) அரசு பத்திரங்களை வெளியிடுகிறது.

11. அரசு பத்திர வெளியீடு தொடக்கம் (ISSUE OPENING)

அரசு பத்திர வெளியீடு தொடங்கிடும் சில நாட்களுக்கு முன்பே பத்திரங்களின் தன்மைகள் பற்றி அறிவிப்பு வெளியிடப்படுகிறது.

12. சீர்மை படுத்துதல் (GROOMING GRADUAL)

இந்திய ரிசர்வ் வங்கியால் பங்கு பரிவர்த்தனைகளின் மூலம் முதிர்ச்சி அடைந்த பத்திரங்களை கையகப்படுத்துதல் மற்றும் மீட்பை எளிதாக்கும் வகையில் செய்யும் நடவடிக்கைக்கு 'சீர்மை படுத்துதல்' என அழைக்கப்படுகிறது.

13. மாற்றம் (SWITCHING)

ஒரு பத்திரத்தை வாங்குவதற்காக மற்றொரு பத்திரத்தை விற்பனை செய்ய கொண்டு செல்லும் நடவடிக்கையின் ஒரு பகுதியாக இரண்டாம் நிலை சந்தையில் இந்திய ரிசர்வ் வங்கி மேற்கொண்ட அதன் திறந்த சந்தை செயல்பாடு 'மாறுதல்' என்று அழைக்கப்படுகிறது.

14.ஏலம் விடுதல் (AUCTIONING)

வர்த்தகர்கள் ஒருவர் ஒருவரோடு போட்டியிடும் முறையில் பத்திரங்களை அதிகபட்ச விலைக்கு விற்க மேற்கொள்ளப்படும் ஒரு வர்த்தக முறையே 'ஏலம் விடுதல்' என அழைக்கப்படுகின்றது.

கலைச்சொற்கள்

கருவூல இரசீதுகள்	வணிக இரசீதுகள்
வணிகத் தாள்கள்	அரசு பத்திரங்கள்
பணச்சந்தை	முதலீட்டுச் சந்தை
வைப்பு சான்றிதழ்கள்	ஏலம் விடுதல்

www.tnschoolbooks.in

உங்களுக்கு தெரியுமா?

இலண்டன் பணச்சந்தை உலகின் பழமையான மிகவும் வளர்ந்த மற்றும் முன்னணி பணச்சந்தை ஆகும்.

இலண்டன் பணச் சந்தைக்கு அடுத்தபடியாக இரண்டாவது நன்கு வளர்ந்த பணச் சந்தையாக நியூயார்க் பணச் சந்தை உள்ளது.

எதிர்கால கற்றல்

பணச் சந்தை முதலீட்டில் பணம் முதலீடு செய்வது எப்படி?

பணச்சந்தை நிதிகள் பற்றிய தகவல்களை சேகரித்தல்

பணச் சந்தை பற்றி கற்றுக் கொள்ளுதல்

பணச் சந்தை நிதிகளின் இலக்கை புரிந்து கொள்ளுதல்

பணச்சந்தை நிதிகளின் குறைபாடுகளைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளுதல்

பணச் சந்தை நிதிகளில் முதலீடு செய்தல்

பல்வேறு வகையான பணச்சந்தை நிதிகளை புரிந்துகொள்ளுதல்

பணச்சந்தை நிதிகளின் நோக்கம் பற்றி புரிந்து கொள்ளுதல் முந்தையவற்றுடன் ஒப்பிட்டுப் பார்த்தல்

பணச்சந்தை நிதிகளை வாங்குதல் மற்றும் கண்காணித்தல்

நமது சிந்தனைக்கு

நீங்கள் பணத்தை சம்பாதித்தால் பின்வரும் எந்த முதலீட்டுத் திட்டத்தை விரும்புவீர்கள்? ஏன்? காரணம் கூறுங்கள்?

1. பரஸ்பர நிதியங்கள் (MUTUAL FUNDS)
2. பங்குகள் (SHARES)
3. கடன் பத்திரங்கள் (DEBENTURES)
4. கருவூல இரசீது (TREASURY BILL)
5. வணிக இரசீது (COMMERCIAL BILL)
6. வைப்பு சான்றிதழ்கள் (CERTIFICATE OF DEPOSITS)

பயிற்சி

I சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. அழைப்பு பணச் சந்தையில் முதலீடு செய்யும் பணத்திற்கு __________ உடன் அதிக நீர்மத் தன்மையை வழங்குகிறது.

அ) குறைந்த இலாபத்தன்மை

ஆ) உயர் இலாபத்தன்மை

இ) வரையறுக்கப்பட்ட இலாபத் தன்மை

ஈ) நடுத்தர இலாபத் தன்மை

2. பணச் சந்தையில் முக்கிய பங்காற்றும் அமைப்பு _________

அ) வணிக வங்கி　　ஆ) இந்திய ரிசர்வ் வங்கி

இ) பாரத ஸ்டேட் வங்கி　　ஈ) மைய வங்கி

3. குறுகிய கால நிதி ஆதாரங்களை ஏற்படுத்துவதற்காக பணச்சந்தையில் நிறும அமைப்புகள் வெளியிடும் கடன் ஆவணங்கள் _______ என்று அழைக்கப்படுகிறது.

அ) கருவூல இரசீதுகள்

ஆ) வணிகத் தாள்

இ) வைப்புச் சான்றிதழ்

ஈ) அரசுப் பத்திரங்கள்

4. வணிக மாற்றுச்சீட்டுகளை வாங்குவதற்கும் விற்பதற்குமான சந்தையை __________ என்று அழைக்கலாம்.

அ) வணிகத்தாள் சந்தை

ஆ) கருவூல இரசீது சந்தை

இ) வணிக இரசீது சந்தை

ஈ) மூலதனச் சந்தை

5. சந்தைப்படுத்தக் கூடிய உரிமையியலான ஆவணம், காலமுறை வைப்பாக ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு எனக் குறிப்பிடப்படும் ஆவணத்தை __________ என்று குறிப்பிடுகிறோம்.

அ) கருவூல இரசீது　　ஆ) வைப்புச் சான்றிதழ்

இ) வணிக இரசீது　　இ) அரசுப் பத்திரங்கள்

விடைகள் :

1	அ	2	அ	3	ஆ	4	இ	5	ஆ

www.tnschoolbooks.in

II. குறு வினாக்கள்:

1. வைப்புச் சான்றிதழ் சந்தை என்றால் என்ன?
2. அரசுப் பத்திரங்கள் சந்தை என்றால் என்ன?
3. ஏலமிடுதல் என்பதன் பொருள் யாது?
4. மாற்றம் என்பதன் பொருள் யாது?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. கருவூல இரசீதின் பொது இயல்புகள் யாவை? (ஏதேனும் 3)
2. பணச்சந்தையில் ஈடுபடும் பங்கேற்பாளர்கள் யாவர்? (ஏதேனும் 3)
3. கருவூல இரசீதின் வகைகளை விவரி. (ஏதேனும் 3)
4. வணிக இரசீதின் வகைகளை விவரி. (ஏதேனும் 3)

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. பணச்சந்தை மற்றும் மூலதனச்சந்தை இரண்டிற்கும் இடையிலான வேறுபாடுகளை விவரி. (ஏதேனும் 5)
2. பணச்சந்தையின் சிறப்பியல்புகளை விவரி. (ஏதேனும் 5)
3. அரசுப் பத்திரங்களின் இயல்புகளை விவரி. (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்:

1. Financial Markets and Services – E.Gordon and Natarajan,
2. Investment Management Security Analysis and Portfolio Management – Dr. L Natarajan,
3. Financial Services (Indian Financial System) – Prof. B. Santhanam, Financial Marketing – Dr. Gurusamy

12th Commerce Tamil Unit 2.indd 42 19/12/2022 14:43:42

www.tnschoolbooks.in

அலகு 3

நிதிச் சந்தை - II
FINANCIAL MARKETS - II

7
அத்தியாயம்

பங்கு மாற்றகம்
STOCK EXCHANGE

பொருளென்னும் பொய்யா விளக்கம் இருளறுக்கும்
எண்ணிய தேயத்துச் சென்று.

–குறள் 753

பொருள் : பொருள் என்று சொல்லப்படுகின்ற நந்தா விளக்கு, நினைத்த இடத்திற்குச் சென்று உள்ள இடையூற்றைக் கெடுக்கும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- பங்கு மாற்றகத்தின் தோற்றம், பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- பங்கு மாற்றகத்தின் செயல்பாடுகள் மற்றும் தன்மைகள்
- பங்கு மாற்றகத்தின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள்
- இந்தியாவில் பங்கு மாற்றகங்கள்
- பங்கு மாற்றகங்களில் ஈடுபடும் வணிகர்கள்
- ஊக வணிகர்களின் வகைகள்
- பங்கு பரிவர்த்தனை மற்றும் பண்டங்கள் பரிமாற்றத்திற்கான வேறுபாடு
- பங்கு மாற்றகத்தின் சமீபத்திய வளர்ச்சி

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

7.01 பங்கு மாற்றகம் – தோற்றம், பொருள், வரைவிலக்கணம்

7.02 பங்குச் மாற்றகத்தின் பணிகள்

7.03 பங்கு மாற்றகத்தின் இயல்புகள்

7.04 இந்தியாவில் பங்குச்சந்தையின் பயன்கள் மற்றும் குறைபாடுகள்

7.05 இந்தியாவில் பங்குச்சந்தை

7.06 ஊக வணிகர்களின் வகைகள்

7.07 பங்கு பரிவர்த்தனை மற்றும் பண்டங்கள் பரிமாற்றத்திற்கான வேறுபாடு

7.08 பங்கு சந்தையில் தற்போதைய வளர்ச்சி

பங்கு சந்தைகள் தேசிய வர்த்தகத்தின் வளர்ச்சி, விரிவாக்கம் மற்றும் தேசிய அளவிலான பங்களிப்புகளை வழங்குகின்றன மேலும் தேசியப் பொருளாதாரம் மற்றும் மக்கள் நலன்களுக்கான நன்மை மற்றும் நல்வாழ்வு ஆகியவற்றிற்கு ஒன்றிணைந்த மற்றும் மூலதன ஓட்டங்களை கொண்ட ஒரு சிறந்த வழியாக பங்குச்சந்தைகள் விளங்குகின்றன. நாட்டின் அனைத்து

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 43 19/12/2022 14:45:00

பெரு நிறுவனங்களுடனும் தகவல் தொடர்பின் மூலம் பங்குச் சந்தைகள் இணைகின்றன. இதனால் பங்குச்சந்தைகள் பணப்புழக்கங்கள் மற்றும் நிதிச் சொத்துக்களின் பரிமாற்றத்தை உறுதிப்படுத்துகின்றன. பங்கு மாற்றகங்கள் மற்றும் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சந்தைகள் முதலீட்டாளர்களுக்கு சுதந்திரமாக பங்குகளை வாங்கவும் மற்றும் விற்கவும் தேவையான களத்தை வழங்குகிறது. அதிக எண்ணிக்கையிலான பங்கு விற்போரும், வாங்குவோரும் பங்கு வர்த்தகத்தில் ஈடுபடுவதால், முறையான ஒரு போட்டிச் சூழலை இச்சந்தை ஏற்படுத்துகிறது. மேலும், பங்கு பரிவர்த்தனைகள் ஏல சந்தை வாயிலாகவும் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இதில் பங்கு மாற்றக உறுப்பினர்கள் பங்கு பெறலாம்.

பங்கு விலைத் தொடர்ச்சியை உறுதிப்படுத்துகிறது மற்றும் பணப்புழக்கத்தின் தொடர்ச்சியை உறுதிப்படுத்துகிறது. புதிய பரிமாற்றங்களுக்கான ஒரு காலநிலையை உருவாக்கும் பொறுப்பை பங்குச் சந்தை திறம்படச் செயல்படுத்துகிறது. பங்குச்சந்தையின் திறமையான பணிகள் மூலம் முதன்மை சந்தையில் புதிய வெளியீடுகளுக்கான வளர்ச்சி தன்மையை அதிகரிக்கிறது. மேலும் இரண்டாம் நிலை சந்தையில் ஏற்கனவே புழக்கத்தில் உள்ள பங்குகளின் நடவடிக்கைகளில் ஆரோக்கியமான போட்டியை ஏற்படுத்துவதால் முதலீட்டாளர்களுக்கு இது ஊக்கமளிப்பதாகவும் அவர்களின் முதலீடுகள் பாதுகாப்பானதாகவும் இருக்கச் செய்கிறது. முதலீட்டு விசாரணைகளை அதிகரிக்கச் செய்வதால் இதன்மூலம் வளங்களை வளர்ப்பதற்கான பணியை தொழில் முயற்சிகள் நவீன முறையில் எளிதாக்குகின்றன. பங்குச் சந்தைகளில் பங்குகளுக்கான நல்ல செயல்திறன் மற்றும் மேற்பார்வை அளிக்கிறது.

7.01 பங்கு மாற்றகம் – தோற்றம், பொருள், வரைவிலக்கணம்

தோற்றம்

ஆம்ஸ்டர்டாம் பங்குச் சந்தை உலகின் மிகப் பழைய பங்கு பரிவர்த்தனை நிலையமாக கருதப்படுகிறது. இது 1602 ஆம் ஆண்டில் டச்சு ஈஸ்ட் இந்தியா நிறுவனம் Verenigde Oost–Indische Compagnie 'VOC' என்று அழைக்கப்பட்டது. பின்னர் அது "ஆம்ஸ்டர்டாம் போர்ஸ்" (Amsterdam Bourse) என்று மறுபடியும் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது. இந்தியாவில் முதல் பங்கு பரிவர்த்தனை "தி நேஷனல் பங்குகள் மற்றும் பங்கு தரகர்கள் சங்கம்" (The Native Shares and Stock Brokers Association) ஆகும். இது 1957 ஆம் ஆண்டு ஆகஸ்ட் 31 ஆம் தேதி, இந்திய பங்குச் சந்தை ஒப்பந்தத்தின் (ஒழுங்குமுறை) சட்டம், 1956 இன் கீழ் அங்கீகரிக்கப்பட்டது. இது தி பம்பாய் பங்குச் சந்தையாக (The Bombay Stock Exchange) ஆக மாறியது

பொருள்

பங்குச் மாற்றகம் (பங்கு சந்தை அல்லது பத்திரச் சந்தை என்றும் அழைக்கப்படுகிறது) மூலதன சந்தையின் முக்கிய கூறுகளில்ஒன்றாகும்.பங்குச்சந்தைஎன்பதுதொழில்துறை மற்றும் நிதியப் பாதுகாப்பின் கொள்முதல் மற்றும் விற்பனைக்கான ஒரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சந்தை. சில விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளின் படி பத்திரங்களில் வர்த்தகம் திட்டமிட்ட முறையில் நடத்தப்படும் ஒரு வசதியான இடமாகும். இது பல்வேறு செயல்பாடுகளை செய்கிறது. மற்றும் முதலீட்டாளர்களுக்கு கடன் நிறுவனங்கள் வழங்கும் பயனுள்ள சேவைகளை வழங்குகிறது. இது ஒரு முதலீட்டு இடைத்தரகர் ஆகும். ஒரு நாட்டின் பொருளாதார மற்றும் தொழில்துறை வளர்ச்சிக்கு உதவுகிறது.

பங்குச் சந்தை என்பது பெருநிறுவன மற்றும் பிற பத்திரங்களை வாங்குவதற்கும் விற்பனை செய்வதற்கும் ஒரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சந்தையாகும்.இங்கே, பத்திரங்கள் சில நன்கு வரையறுக்கப்பட்ட விதிகள் மற்றும்கட்டுப்பாடுகள்படி வாங்கப்பட்டுவிற்கப்படுகின்றன. இது பல்வேறு பத்திரங்களில் பரிமாற்றங்களுக்கான ஒரு வசதியான மற்றும் பாதுகாக்கப்பட்ட நெறிமுறை அல்லது தளத்தை வழங்குகிறது. அத்தகைய பங்கு பத்திரங்களில் பொது நிறுவனங்களால் வெளியிடப்பட்ட பத்திரங்கள் மற்றும் பங்குச் சந்தைகளில் பட்டியலிடப்பட்டுள்ள பத்திரங்கள் மற்றும் அரசாங்கங்கள், பொது நிறுவனங்கள் மற்றும் துறைமுக நம்பக அமைப்புகளால் வழங்கப்பட்ட பத்திரங்கள் மற்றும் கடனீட்டுப் பத்திரங்கள் ஆகியவை அடங்கும்.

சுதந்திர சந்தைப் பொருளாதாரத்தில் பெருநிறுவன துறையின் மென்மையான மற்றும் ஒழுங்கற்ற செயல்பாட்டிற்கான பங்கு பரிமாற்றங்கள் அவசியமாகும். ஊக வணிகத்திற்காக அல்லது சூதாட்டங்களுக்கான ஒரு இடமாக பங்குச் சந்தை மாற்றப்படக் கூடாது. இது பாதுகாப்பான மற்றும் இலாபகரமான முதலீட்டிற்கான

ஒரு இடமாக செயல்பட வேண்டும், இதற்காக, பங்குச் சந்தைகளில் பணியாற்றுவதில் திறமையான கட்டுப்பாடு தேவை. இத்தகைய கட்டுபாடுகள் அதிகமான ஊக வணிகங்கள், மோசடி மற்றும் பிற விரும்பத்தகாத மற்றும் சமூக விரோத நடவடிக்கைகளுக்கு இந்த தளத்தை தவறாக பயன்படுத்துவதை தவிர்க்கும்.

இலண்டன் பங்குச் சந்தை (London Stock Exchange) என்பது உலகின் மிகவும் பிரபலமான பங்குச் சந்தை ஆகும். பாம்பே பங்குச் சந்தை (Bombay Stock Exchange). இந்தியாவின் பழமையான பங்குச் சந்தை. இதேபோன்ற பங்கு பரிமாற்றகங்கள் உலகின் பிற பகுதிகளில் உள்ளன அவையாவன, (டோக்கியோ ஸ்டாக் எக்ஸ்சேஞ்ச் (Tokyo Stock Exchange), பேங்க்காகோ பங்குச் சந்தை (Bankgaco Stock Exchange), சிங்கப்பூர் பங்குச் சந்தை (Singapore Stock Exchange), துபாய் பங்குச் சந்தை (Dubai Stock Exchange), நியூயார்க் பங்குச் சந்தை (Newyork Stock Exchange)).

வரைவிலக்கணம்

ஹஸ்பண்ட் மற்றும் டோகேர்ரி ஆகியோரின் கருத்துப்படி, "பங்குச் சந்தை மாற்றங்கள் தனிப்பட்ட முறையில் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சந்தைகள் பத்திரங்களில் வர்த்தகத்தை எளிதாக்கும்".

"பத்திரங்கள் ஒப்பந்தச் (ஒழுங்காற்றுச்) சட்டம் 1956–படி பங்கு மாற்றகம் என்பது பங்குப் பத்திரங்களை வாங்குதல் அல்லது விற்பனை செய்தல், அவற்றைச் சீர்படுத்துதல், கட்டுப்படுத்துதல் போன்ற நோக்கங்களுக்காக அமைக்கப்பட்ட பதிவு பெற்ற அல்லது பதிவு பெறாத அமைப்பு சங்கம் அல்லது தனி நபரிகளின் அமைப்பாகும்".

7.02 பங்கு மாற்றகத்தின் பணிகள்:

ஒரு பங்குச் சந்தையின் பல்வேறு செயல்பாடுகளை கீழே விளக்கப்பட்டுள்ளன.

1. உடனடி மற்றும் தொடர்ச்சியான சந்தை (Ready and Continous Market)

பங்கு பரிவர்த்தனை சந்தை உண்மையில், ஏற்கனவே இருக்கும் பத்திரங்களுக்கான ஒரு சந்தை. ஒரு முதலீட்டாளர் தனது பத்திரங்களை விற்க விரும்பினால், அவர் எளிதில் விரைவாக பங்குச் சந்தைகளில் அவற்றை விற்பனைச் செய்யலாம்.வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், அவர் தனது பங்குகளை பணமாக மாற்றலாம், அதேபோல் அவர் தன் பணத்தை பத்திரங்களில் மாற்றலாம். பத்திரங்களின் இந்த எளிமையான விற்பனைத்திறன் அவர்களின் பணப்புழக்கத்தை அதிகரிக்கிறது (பத்திரங்களை எளிதாகவும் விரைவாகவும் மாற்றுவது) மற்றும் இதன் விளைவாக அவர்களுடைய மதிப்பை அதிகரிக்கிறது.

2. பத்திரங்கள் சரியான மதிப்பீடு (Correct Evaluation of Securities)

பத்திரங்கள் வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்யப்படும் விலைகள் பதிவு செய்யப்பட்டு பொதுமக்களுக்கு வழங்கப்படுகின்றன.இந்த விலைகள் "சந்தை மேற்கோள்கள்" என்று அழைக்கப்படுகின்றன. இந்த மேற்கோள்களின் அடிப்படையில் ஒருவர் பத்திரங்களின் மதிப்பை எளிதாக மதிப்பீடு செய்யலாம். கடனளிப்பவர் கடனாக வழங்கப்படும் பாதுகாப்பு மதிப்பை எளிதில் மதிப்பீடு செய்யலாம்.

3. முதலீட்டாளர்களுக்கு பாதுகாப்பு (Protection to Investors)

ஒரு பங்கு பரிவர்த்தனையில் அனைத்து ஒப்பந்தங்களும் நன்கு வரையறுக்கப்பட்ட விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளுக்கு ஏற்ப உள்ளன. உதாரணமாக, தங்கள் சேவைகளுக்கான அதிகமான கமிஷன்களை புரோக்கர்கள் வசூலிக்க முடியாது.எந்த தவறான பாதிப்பும் கடுமையாக தண்டிக்கப்படும்.இதனால் பங்குச் சந்தை பரிவர்த்தனைகளின் கொள்முதல் மற்றும் விற்பனையில் நியாயமான அளவீடு மற்றும் நியாயமான நடவடிக்கைகளை வழங்குகிறது.

4.மூலதனத்தை சரியான முறையில் வழிப்படுத்துதல் (Proper Chanalisation of Capital)

மக்கள் நல்ல லாபத்தை ஈட்டக்கூடிய அத்தகைய நிறுவனங்களின் பங்குகளில் முதலீடு செய்ய விரும்புகிறார்கள். தனிநபர்களின் சேமிப்பு ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் நல்ல லாபத்தை அறிவிக்கும் நிறுவனங்களுக்கு உறுதியளிக்கிறது.ஆனால் பங்குச் சந்தைகளுக்கு, இந்த சேமிப்புக்கள் இலாபமற்ற அலகுகள் பங்குகள் மீது வீணடிக்கப்படக்கூடும்.

5. மூலதன உருவாக்கத்திற்கான உதவி (Aid to Capital formation)

பங்குச் சந்தை பரிமாற்றம் பல்வேறு தொழில்துறை பத்திரங்கள் மற்றும் அவற்றின் விலைகள் மற்றும் அவர்களின் கொள்முதல் மற்றும் விற்பனைக்கு வழங்கிய வசதிகள் ஆகியவற்றை மக்களுக்கு தெரிவித்து, முதலீடு செய்ய தூண்டுகிறது. பங்கு பரிமாற்றகங்கள், ஒரு நிலையான மூலதனத்தை தொழில்துறையில் உறுதிப்படுத்துகின்றன மற்றும் தொழில்துறை வளர்ச்சிக்கு உதவுகின்றன.

6. ஊக வணிகத்திற்கான வசதிகள் (Facilities for Speculation)

ஊகவணிகம் என்பது பங்கு பரிவர்த்தனை நடவடிக்கைகளின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும். ஊக வணிகத்தின் விளைவாக, பத்திரங்களின் தேவை மற்றும் வழங்கல் சமமாகிறது. இதேபோல், விலை நகருவுகள் சுமூகமாக அளிக்கப்படுகின்றன.

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 45 19/12/2022 14:45:01

7. பருவகால பத்திரங்கள் (Seasoning of Securities)

புதிய நிறுவனங்கள் பங்குகள் வெளியிடும் பொழுது, ஊக வணிகர்கள் மற்றும் பொறுப்புறுதியாளர்கள் தற்காலிக கால வணிகத்தில் ஈடுபடுகின்றனர். புதிய வெளியீடுகளை சந்தை ஈர்க்க தயாராகும் பொழுது அவர்களுக்கு அவைகள் சந்தையை திறந்து விடுகின்றன.

8. தொழில் தகவலுக்கான தீர்வகம் (Clearing House of Business Information)

பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்கள், மூலதன மேலாண்மை, பங்காதாயம் விளம்பல் மற்றும் நிதி அறிக்கைகள், வருடாந்திர அறிக்கைகள் தொடர்பான முக்கிய தகவல்களை பங்கு மாற்றகத்திறக்கு சமர்ப்பிக்க வேண்டும். ஒவ்வொரு ஆண்டும் நிறுவனங்களின் நிதி நிலைப்பாட்டை விவரிக்கும் புத்தகங்கள் அவர்களால் வெளியிடப்படுகிறது. மேலும் பொதுமக்கள் முதலீடு தொடர்பான முக்கிய முடிவு எடுப்பதற்கு முக்கியமான தகவல்களை வழங்குகிறது.

7.03 பங்கு மாற்றகத்தின் இயல்புகள்:

பங்குச் சந்தையின் பல்வேறு குணாதிசயங்கள் கீழே விளக்கப்பட்டுள்ளன.

1. பத்திரங்களுக்கான சந்தை (Market for Securities)

பங்கு பரிவர்த்தனை என்பது ஒரு சந்தை, இங்கு பெருநிறுவனங்கள், அரசு மற்றும் அரசுக்கு இணையான நிறுவனங்கள் ஆகியவற்றின் பத்திரங்கள் வாங்கப்பட்டு விற்பனை செய்யப்படுகின்றன.

2. மறுவிற்பனை பத்திரங்களுக்கான சந்தை (Deals in Second Hand Securities)

நிறுவனங்களால் ஏற்கனவே வெளியிடப்பட்ட பங்குகள், கடனீட்டு பத்திரங்கள் மற்றும் பத்திரங்கள் விற்பனையில் இது ஈடுபடுகிறது. சுருங்கக்கூறின் இது ஏற்கனவே வெளியிடப்பட்ட அல்லது மறுவிற்பனை பத்திரங்களைக் கையாளுகிறது. எனவே இது இரண்டாம் நிலை சந்தை என்று அழைக்கப்படுகிறது.

3. பத்திர வர்த்தகத்தை ஒழுங்குபடுத்துதல் (Regulates Trade in Securities)

பங்கு மாற்றகம் அதன் சொந்த கணக்கில் எந்தப் பத்திரங்களையும் வாங்குவதோ விற்பதோ இல்லை. பத்திர வர்த்தகத்தில் ஈடுபட்டிருக்கும் பங்கு மாற்றக உறுப்பினர்கள் மற்றும் தரகர்கள் ஆகியோர் பத்திரங்களை வர்த்தகம் செய்வதற்கு தேவையான உள்கட்டமைப்பு மற்றும் வசதிகளை அது வழங்குகிறது. சுதந்திரமான மற்றும் வெளிப்படையான வர்த்தகத்தை உறுதி செய்வதற்காக வர்த்தக நடவடிக்கைகளை பங்கு மாற்றகம் ஒழுங்குபடுத்துகிறது.

4. பட்டியலிடப்பட்ட பத்திரங்களில் மட்டும் வணிக நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ள அனுமதியளித்தல் (Allows Dealings only in Listed Securities)

உண்மையில் பங்கு மாற்றகம் அலுவல் பட்டியலில் இடம் பெற்றிருக்கும் பத்திரங்களை மட்டுமே வாங்கி விற்க அனுமதிக்கிறது. பங்கு பரிவர்த்தனைகளின் பட்டியலில் காணப்படாத பத்திரங்கள் பட்டியலிடப்படாத பத்திரங்கள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன.அத்தகைய பட்டியலிடப்படாத பத்திரங்கள் பங்குச் சந்தையில் வர்த்தகம் செய்ய முடியாது.

5. உறுப்பினர்களால் மட்டும் மேற்கொள்ளப்படும் நடவடிக்கைகள் (Transactions Effected only through Members)

பங்கு மாற்றகத்தில் மேற்கொள்ளப்படும் அனைத்து வகை பத்திர நடவடிக்கைகளும் அதன் அங்கீகரிக்கப்பட்ட தரகர்கள் மற்றும் உறுப்பினர்கள் மூலமாக மட்டுமே செயல்படுத்தப்படுகின்றன. பங்குச் சந்தையில் வெளிநபர்கள் அல்லது நேரடி முதலீட்டாளர்கள் பங்கு வர்த்தக நடவடிக்கைகளில் ஈடுபட அனுமதியில்லை. பங்குச் சந்தையில் முதலீட்டாளர்கள் பங்குகளை வாங்க அல்லது விற்க அங்கீகரிக்கப்பட்ட தரகர்களை மட்டுமே நாடவேண்டும்.

6. தனிநபர்களின் அமைப்பு (Association of Persons)

ஒரு பங்குச் மாற்றகம் என்பது தனிநபர்களின் அல்லது குழுக்களின் பதிவு செய்யப்பட்ட அல்லது பதிவு செய்யப்படாத அமைப்பாக இருக்கலாம்.

7. மத்திய அரசின் அங்கீகாரம் (Recognition from Central Government)

பங்குச் மாற்றகம் என்பது ஒழுங்குமுறைப்படுத்தப்பட்ட சந்தையாகும். அரசின் அங்கீகாரம் இதற்கு தேவைப்படுகிறது.

8. விதிகளின்படி செயல்படுதல் (Working as per Rules)

பங்குச் சந்தையில் பங்குகளை வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்தல் ஆகியவை பங்கு மாற்றகம் மற்றும் SEBI வழிகாட்டுதலின் படி அவை கொண்டுள்ள விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளால் நிர்வகிக்கப்படுகின்றன. எந்த சூழலிலும் விதிகள் மற்றும் வழிகாட்டுதல்களிலிருந்து எந்தவொரு விலகலும் அனுமதிக்கப்படவில்லை.

9. குறிப்பிட்ட இடம் (Specific Location)

அங்கீகரிக்கப்பட்ட தரகர்கள் பங்குச் சந்தைக்கு தினசரி வருகை தந்து ஒன்றுகூடி வணிக நடவடிக்கைகள் ஈடுபடும் ஒரு குறிப்பிட்ட சந்தை பகுதிதான் பங்கு மாற்றகங்கள் எனப்படுகிறது. இது வர்த்தக வட்டம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. மின்னணு பலகைகளில் வெவ்வேறு வணிக பத்திரங்களின் விலைகள் காண்பிக்கப்படுகின்றன. பங்குச் சந்தைகளின் வேலை நேரம் முடிந்தவுடன் சந்தை மூடப்படுகிறது. அனைத்து செயல்களும் கணினிகள் மற்றும் மின்னணு முறைமைகள் மூலம் நடத்தப்படுகின்றன.

10. நிதி அளவீடுகள் (Financial Barometers)

பங்குச் சந்தைகள் நிதி அளவீடுகளாகவும் மற்றும் இந்திய தேசிய பொருளாதாரத்தின் அடையாளமாகவும் இருக்கிறது.

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 46 19/12/2022 14:45:01

7.04 இந்தியாவில் பங்குச்சந்தையின் பயன்கள் மற்றும் குறைபாடுகள்

பங்குமாற்றகத்தின் பயன்கள் சமூகம் சார்ந்த பயன்கள், நிறுவனம் சார்ந்த பயன்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்கள் சார்ந்த பயன்கள் என வகைப்படுத்தப்படுகின்றன.

அ. சமுதாயத்திற்கான பயன்கள்

i. பொருளாதார வளர்ச்சி (Economic Development)

உற்பத்தித் தேவைகளுக்காக நிலையான சேமிப்புகளை உறுதிப்படுத்துவதன் மூலம் பொருளாதார வளர்ச்சியை இது துரிதப்படுத்துகிறது.

ii. நிதி திரட்டல் தளம் (Fund Raising Platform)

இது நன்கு நிர்வகிக்கப்பட்ட, லாபத்தை உருவாக்கும் நிறுவனங்கள் அவ்வப்போது புதிய பங்குகளின் மூலம் வரம்பற்ற நிதியை திரட்ட உதவுகிறது.

iii. வளங்களை மாற்றுதல் (Tools to Divert Resources)

வளங்களை சிறந்த முறையில் பயன்படுத்தி, நிறுவனத்தை செம்மையாக இயக்குவதற்கு வளங்கள் பகிர்ந்தளிக்கப்படுகின்றன.

iv. மூலதன உருவாக்கம் (Capital Formation)

இது மூலதன உருவாக்கத்தை ஊக்கப்படுத்துகிறது.

v. அரசாங்கத்திற்கான நிதி திரட்டல் (Fund Raiser for Government)

நிதி பங்குச் சந்தை ஆனது பத்திரங்களின் மீதான விற்பனை மூலம் திட்டங்களை மேற்கொள்வதற்கு நிதி திரட்ட உதவுகிறது. இதனால் பங்கு பரிவர்த்தனை பொது கடன் உயர்த்துவதற்கான ஒரு தளமாக உள்ளது.

ஆ. நிறுவனத்திற்கான பயன்கள்

i. நிறுவனத்தின் மீதான நன்மதிப்பு அல்லது புகழ் உயருதல் (Enhances Goodwill or Reputation)

பங்கு மாற்றகங்களில் பதிவு செய்யப்பட்ட நிறுவனங்கள் அதிகப்படியான நற்பெயரையும், கடன் பெறும் தன்மையையும் பெற்றுள்ளது.

ii. விரிவான சந்தை (Wide market)

பங்குகளுக்கு விரிவான சந்தை தயாராக உள்ளது.

iii. பெரும் நிதி திரட்டப்படுதல் (Rises huge funds)

பங்குகள் மற்றும் கடனீட்டுப் பத்திரங்களின் மூலம் பங்குச் சந்தை எளிதில் பெரிய நிதியைப் பெருக்க முடியும்.

iv. பேரம் பேசும் வலிமையை அதிகரிக்கிறது (Increases bargaining strength)

கூடுதல் விரிவாக்கம், இணைப்பு அல்லது ஒருங்கிணைத்தல் ஆகியவற்றின் காரணமாக அதிக பேரம் பேசும் சக்தி பெற்று நிறுவனங்களின் பங்குகளின் விற்பனை எண்ணிக்கையை அதிகரிக்கிறது.

இ. முதலீட்டாளர்களுக்கான பயன்கள்

i. நீர்மைத்தன்மை (Liquidity)

பங்கு மாற்றகம் முதலீட்டாளர்கள் தங்களது பங்குகளை விரைவாக பணமாக மாற்றுவதற்கு உதவுகிறது, இதனால் அவரது முதலீடுகளின் பணப்புழக்கம் அதிகரிக்கிறது.

ii. பாதுகாப்பு இணை மதிப்பு சேர்க்கை (Additing collateral value of securities)

வங்கிகளில் கடன் பெறும் பொழுது பங்கு பத்திரங்களுக்கு பங்கு பரிமாற்ற நிலையங்களில் வழங்கப்படும் பாதுகாப்பு மதிப்பு சேர்க்கப்படுகிறது.

iii. முதலீட்டாளர் பாதுகாப்பு (Investor Protection)

பங்குச் சந்தை பரிவர்த்தனைகள், முதலீட்டாளர்களின் வட்டி மற்றும் அதன் விதிமுறைகள்ஆகியவற்றை கடுமையாக நடைமுறைப்படுத்துவதன் மூலம் நியாயமான ஒப்பந்தத்தை உறுதிப்படுத்துகிறது.

iv. பங்கு பத்திரங்களின் உண்மையான மதிப்பை மதிப்பீடு செய்தல் (Assessing real worth of security)

ஒரு முதலீட்டாளர் தன்னிடம் உள்ள பத்திரங்களின்உண்மையான மதிப்பை தினசரி பத்திரிகைகள் மற்றும் வலைதளங்களின் உதவியுடன் சந்தையில் எளிதாக மதிப்பீடு செய்யலாம்.

v. பத்திரங்களின் வியாபாரத்திற்கான கருவி (Mechanism to trade security)

பங்கு மாற்றகம், பட்டியலிடப்பட்ட பங்குகளை ஒரு சில நிமிடங்களிலேயே விற்பனை செய்வதற்கான முறைகளையும் மற்றும் வாங்குவதற்கான நடைமுறைகளையும் கொண்டுள்ளது.

பங்கு மாற்றகங்களின் குறைபாடுகள் : (Limitations of Stock Exchange)

பங்கு மாற்றகங்களின் குறைபாடுகளை பின்வருமாறு கூறலாம்.

i. பங்கு பரிவர்த்தனையின் சீரான மற்றும் கட்டுப்பாடு இல்லாதது.

ii. பங்குச் சந்தைகளின் உறுப்பினர் மீது கட்டுப்பாடு இல்லாதது.

iii. ஆரோக்கியமற்ற ஊகத்தை கட்டுப்படுத்துவதில் தோல்வி.

iv. ஒரு இடத்தில் ஒன்றுக்கும் மேற்பட்ட கட்டணம் வசூலிக்க அனுமதிக்கிறது.

v. பங்கு பரிவர்த்தனையின் விளிம்பு தேவைகள் அல்லது உற்பத்திச் சந்தைகளின் விஷயத்தில் வலியுறுத்துவதில்லை.

vi. பங்கு மாற்றகங்களில் பங்குகளை பட்டியலிட சரியான ஒழுங்குமுறைகள் இல்லை.

7.05 இந்தியாவில் பங்குச்சந்தை

நாட்டில் 24 பங்கு பரிவர்த்தனை நிலையங்கள் உள்ளன. அவற்றில் 21 பங்குப்பரிவர்த்தனை நிலையங்கள் இயல்பாகவே பிராந்திய அமைப்பில் உள்ளன. மூன்று பங்குப்பரிவர்த்தனை நிலையங்கள் சீர்திருத்த முறையிலும் அதாவது, தேசிய பங்குச் சந்தை(NSE), இந்திய உடனடிப் பங்கு மாற்றகம் (OTCEI) என்றும் மற்றும் ஒருங்கிணைந்தஇந்திய பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்

(ISE) என்றும் உள்ளது. நாடு முழுவதும் மும்பையை தலைமையிடமாகக் கொண்டு ஒருங்கிணைந்த இந்திய பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட் மூலம் 15 பிராந்திய பங்குப்பரிவர்த்தனை நிலையங்களை ISE ஊக்குவிக்கிறது. நாட்டில் உள்ள பங்கு பரிமாற்றங்கள் உறுப்பினர்–தரகர் என்ற தன்மையை அடிப்படையாகக் கொண்டவை.

இந்தியாவில் பங்கு மாற்று நிலையங்கள்
(23 அங்கீகரிக்கப்பட்ட பங்கு மாற்று நிலையங்கள்)

தற்போது உள்ள. என்எஸ்இ, ஓ.டி.இ.சி.ஐ., ஐ.எஸ்.இ., மற்றும் பிராந்திய பங்குச் சந்தைகளில் பெரும்பகுதியானவை தானியங்கு மற்றும் நவீன வசதிகளை வழங்க திரை சார்ந்த வர்த்தக அமைப்புமுறையை (SBTS) ஏற்றவையாகும். நாடு முழுவதும் முதலீட்டாளர்களுக்கு அணுகல் மூலம், நேர்மையான மற்றும் வெளிப்படையான முறையில் வர்த்தகம் செய்ய முடிகிறது

உலகின் முதல் 10 பங்கு சந்தைகள்.

2017 ஆம் ஆண்டு ஜனவரி 31 ஆம் தேதியன்று, உலகின் பத்து மிகப்பெரிய பங்கு சந்தைகளில் பட்டியலிடப்பட்ட பத்திரங்களின் மூலதனச் சந்தை பின்வருமாறு:

i. **நியூ யார்க் பங்குச் சந்தை –** நியூ யார்க் நகரத்தில் அமைந்துள்ளது;

பட்டியலிடப்பட்டசந்தை மூலதனம். $19.223 டிரில்லியன்

ii. NASDAQ – "நேஷனல் அசோசியேசன் ஆப் செக்யூரிட்டீஸ் டீலர்கள் ஆட்டோமேட்டட் கொட்டேஷன்" குறுகிய,இந்த மின்னனு பங்கு சந்தை நியூயார்க் நகரத்தில் அமைந்துள்ளது; சந்தையில் பட்டியலிடப்பட்டமுதலாக்க மதிப்பு $ 6.831 டிரில்லியன்.

iii. **லண்டன் பங்குச் சந்தை** இங்கிலாந்தில் உள்ள லண்டனில் இருக்கிறது, பட்டியலிடப்பட்ட சந்தையில் முதலாக்க மதிப்பு $ 6.187 டிரில்லியன் ஆகும்.

இந்தியாவிலுள்ள பல்வேறு பங்குச் சந்தைகளின் பெயர்கள் பின்வருமாறு:

i. தி பாம்பே பங்குச்சந்தை
ii. அகமதாபாத் பங்குச் சந்தை சங்கம் லிமிடெட்
iii. பெங்களூரு பங்கு சந்தை லிமிடெட்
iv. புவனேஷ்வர் பங்குச் சந்தை.
v. கல்கத்தா பங்கு பரிவர்த்தனை சங்கம் லிமிடெட்.
vi. கொச்சி பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
vii. தில்லி பங்குச் சந்தை சங்கம் லிமிடெட்
viii. குவாஹாட்டி பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
ix. ஹைதராபாத் பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
x. ஜெய்ப்பூர் பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
xi. கனரா பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
xii. லூதியானா பங்குச் சந்தை சங்கம் லிமிடெட்
xiii. சென்னை பங்கு சந்தை லிமிடெட்
xiv. மத்தியப் பிரதேசம் பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
xv. மகாத் பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
xvi. மங்களூர் பங்கு சந்தை லிமிடெட்
xvii. புனே பங்குச் சந்தை லிமிடெட்
xviii. சௌராஷ்டிரா kutch பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
XIX. வதோதரா பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
XX. கோயம்புத்தூர் பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
XXI. மீரட் பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்
xxii. தி ஓவர் தி கண்ட்ரர் எக்ஸ்சேஞ்ச் ஆஃப் இந்தியா (ஓடிசிஐஐ).
XXIII. இந்தியாவின் தேசிய பங்கு சந்தை (என்எஸ்இ) லிமிடெட்
XXIV. இந்தியாவின் ஒருங்கிணைந்த பங்கு பரிவர்த்தனை லிமிடெட்

iv. **டோக்கியோ பங்குச் சந்தை –** டோக்கியோவில் அமைந்துள்ள ஜப்பான் நகரத்தில் உள்ளது. இது ஜப்பான் எக்ஸ்சேஞ்ச் குழு என அழைக்கப்படும், பட்டியலிடப்பட்ட சந்தையில் மூலதன அழைப்பு $ 4.485 டிரில்லியன் ஆகும்.

v. **ஷாங்காய் பங்குச் சந்தை –** ஷாங்காய், சீனாவில் அமைந்துள்ளது. பட்டியலிடப்பட்ட சந்தையில்முதலாக்க மதிப்பு $ 3.986 டிரில்லியன் ஆகும்

vi. **யூ ரோநெக்ஸ்ட் –** ஐரோப்பா முழுவதும் அமைந்துள்ளது (பிரான்ஸ், போர்ச்சுகல், நெதர்லாந்து, பெல்ஜியம்);பட்டியலிடப்பட்ட சந்தை மூலதன மதிப்பு $ 3.321 டிரில்லியன். ஆகும்.

vii. **ஹாங்காங் பங்குச் சந்தை –** ஹாங்காங், ஹாங்காங்கில் அமைந்துள்ளது. பட்டியலிடப்பட்டசந்தை மூலதனம் $ 3.325 டிரில்லியன் ஆகும்.

viii. **சென்சென் பங்குச் சந்தை –** ஷென்சென், சீனாவில் அமைந்துள்ளது; பட்டியலிடப்பட்ட சந்தையில் முதலாக்க மதிப்பு $ 2.285 டிரில்லியன் ஆகும்.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

துணைத் தரகர் (Remisers)

இவர் பங்கு மாற்றகத்தின் உறுப்பினரின் முகவராகச் செயல்படுவார்.தன்னை அமர்த்திய முதல்வருக்கு (Principal) அதாவது உறுப்பினருக்கு வியாபாரத்தைப் பெற்றுத் தந்து அதற்காகக் கழிவு பெறுவார்.

அதிகாரமளிக்கப்பட்ட எழுத்தர் (Authorized Clerks)

இவர் பங்கு மாற்றகத்தின் உறுப்பினராக இருப்பரால் தனக்குப் பணியாளராக அமர்த்தப்பட்டவராவார்.இவர்கள் தங்களுடைய பணியாண்மையரின் (employer) சார்பாகப் பங்கு மாற்றகத்தின் தளத்தில் (Floor) தொழில் செய்வதற்கு உரிமை அளிக்கப்பட்டுள்ளனர்.இவர்கள் சம்பளமும் கழிவும் பெறுவர்.

தரகர்கள் (Brokers)

தரகர்கள், கழிவு முகவர் ஆவர்.பத்திரங்களை வாங்குபவர்களுக்கும் விற்பவர்களுக்குமிடையே இடைநிலையாளர்களாகத் தரகர்கள் செயல்படுகின்றனர்.இவர்கள் தனக்காகப் பத்திரங்களை வாங்கி விற்பதில்லை.தரகர்கள் பத்திரங்களை வாங்குபவர்களையும் விற்பனை செய்கின்ற தன்வணிகர்களையும் ஒன்றாக இணைத்து பேரம் முடிவடைய உதவுகின்றனர். இவ்வுதவிக்காக இருதரப்பினரிடமிருந்தும் கழிவு (Commission) பெறுவர்.தரகர்கள் பத்திரங்களின் விலைப் போக்கினை (trend) மதிப்பிடுவதில் வல்லுநர்களாக இருப்பர்.தங்களுடைய வாடிக்கையாளர் ஆதாயம் பெறுவதற்கு அறிவுரையளிப்பர்.பொதுமக்களிடமிருந்து முதலீடு செய்வதற்கான ஆணையைப் பெற்றுத் தன்வணிகர்கள் மூலமாக அவற்றைச் செயல்படுத்துவர்.அதற்காக குறிப்பிட்ட கழிவினைப் பெறுவர்.

தன் வணிகர்கள் (Jobbers)

இவ்வணிகர்கள், பங்குத் தொகுதிகள், கடன் பத்திரங்கள் ஆகியவற்றை வாங்கி விற்கும் தனிப்பட்ட வியாபாரிகள் ஆவர்.இவர்கள் தமக்காகப் பங்கு வியாபாரத்தில் ஈடுபடுவர்.வாங்கிய விலைக்கும் விற்ற விலைக்கும் உள்ள வேறுபாடே இவர்கட்கு கிடைக்கும் ஆதாயமாகும்.இவ்வணிகர்கள் நேரடியாக உறுப்பினரல்லாதவர்களுடன் வியாபாரம் செய்ய முடியாது.இவர்கள் எந்தக் கழிவும் பெற இயலாது.இந்தியாவில் இவர்கள் தாராவணிவாலா (Tarawaniwala) என்றழைக்கப்படுகிறார்கள்.

ix. TMX **குழு** – கனடிய பங்குச் சந்தை, கனடாவில் டொராண்டோ நகரில் அமைந்துள்ளது; சந்தை மூலதனத்தில் $ 1.939 டிரில்லியன் ஆகும்.

x. **மும்பை பங்கு சந்தை** – இந்தியாவில் மும்பையில் அமைந்துள்ளது; சந்தையில்முதலாக்க மதிப்பு $ 1.682 டிரில்லியன் ஆகும்.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

ஊகவணிகர்கள்(Speculation)

குறிப்பிடத்தக்க வருவாய்கள் எதிர்பார்ப்பில், அதிக இடர்பாடு கொண்ட சம்பந்தப்பட்ட நிதி கருவிகளை வர்த்தகம் செய்வது என்பது ஊக வணிகம் ஆகும். சந்தையில் அதிகப்பட்ச இறக்கங்கள் இருந்து அதை பயன்படுத்தி கொள்ள வேண்டும் என்பதே இவர்களின் நோக்கம்.

சூதாட்டம் (Gambling)

நிகழ்வுகளை அடிப்படையாகக் கொண்டது.இது சட்டத்திற்கு புறம்பான ஒன்றாகும்.இதனால் பொருளாதாரத்திற்கு எவ்வித நன்மையும் ஏற்படுவதில்லை.சூதாட்டக்காரர்கள் இதில் உள்ள ஆபத்தினால் ஏற்படும் நட்டத்தை கண்மூடித்தனமான மற்றும் கவனக் குறைவான எதிர்பார்ப்பின் அடிப்படையில் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர்.

7.06 ஊகவணிகர்களின் வகைகள் (Types of Speculators)

இந்தியாவில் பங்கு மாற்றகங்களில் நான்கு வகையான ஊக வணிகர்கள் செயல்படுகின்றனர். அவர்கள் காளை, கரடி, கலைமான், முட வாத்து என்று அழைக்கப்படுகின்றனர்.ஊக வணிகர்கள், அவர்களுடைய செயல்களைக் கொண்டு மிருகங்களின் பெயரால் அழைக்கப்படுகின்றனர்.அவருக்குத் தெரிந்தெடுக்கப்பட்டுள்ள பெயர் மிருகத்தின் நடத்தையை அடிப்படையாகக் கொண்டிருக்கிறது.

காளை (Bull)

பத்திரங்கள் எதிர்காலத்தில் விலையேற்றம் பெறும் என்று எதிர்பார்க்கின்ற ஊக வணிகர் காளை அல்லது தெஜிவாலா (Tejiwala) என்றழைக்கப்படுகிறார். இவர்

www.tnschoolbooks.in

எதிர்காலத்தில் அதிக விலையில் பத்திரங்களை விற்க இயலும் என்ற எண்ணத்தில் தற்போது பத்திரங்களை வாங்க முனைகிறார். ஒரு காளை தன்னுடைய கொம்புகளால் எதிரிகளை உயரே அல்லது மேல் நோக்கி தூக்கி எறிவது போன்று, இந்த வகை ஊகவணிகர் பிணையப் பத்திரங்களின் விலையை உயரச் செய்யும் நோக்கோடு செயல்படுவதால் காளை எனப் பெயரை பெற்றுள்ளார். இவர் எல்லாம் நன்மைக்காகவே நடைபெறும் (Optimism) என்ற மனப்பாங்கு கொண்டவர்.

கரடி (Bear)

கரடி அல்லது மண்டிவாலா (Mandiwala) என்றழைக்கப்படும் ஊக வணிகர், எதிர்காலத்தில் குறிப்பிட்ட பத்திரங்களின் விலைகள் வீழ்ச்சி அடையும் என்று எண்ணுபவர்.அப்பங்குகளைத் தற்போது விற்று பின்னர் அவைகளைக் குறைந்த விலையில் வாங்கும் எண்ணத்தில் செயல்படுவார்.இவ்வகை ஊக வணிகர், பங்குகளைப் பின்னர் குறைந்த விலையில் வாங்க முடியும் என்ற எண்ணத்தில் தான் கொண்டிராத பங்குகளைத் தற்போது அதிக விலையில் விற்பனை செய்வார்.ஒரு கரடி, பொதுவாகத் தன்னுடைய எதிரியைத் தரையில் தள்ளி அழுத்துகிறது.அதேபோல ஒரு கரடி ஊகவணிகரும், பங்குச் சந்தையில் பங்குகளின் விலையைக் கீழே தள்ளுவதற்கு வேண்டிய நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகிறார்.ஒரு கரடி ஊக வணிகர் எதிலும் பின்னோக்கிய மனப்பாங்கு (Pessimism) கொண்டவர்.

கலைமான் (Stag)

கலை மான் ஊக வணிகர் முன்னெச்சரிக்கை உடையவர்.இவர் ஒரு நிறுமத்தின் பங்குகள் முனைமத்தில் (at premium) விற்கப்படும் என்று அறிந்தவுடன், புதிய விடுப்புகளில் பங்கு கோரி விண்ணப்பம் செய்வார்.தனக்கு பங்குகள் ஒதுக்கப்பட்டால் அவற்றை முனைமம் பெற்றுக்கொண்டு விற்று விடுவார். எந்த நிறுமங்களின் பங்கு வெளியீடு பொதுமக்களால் விரும்பப்படுகிறது, முனைமத்துடன் விற்கப்படக்கூடிய வாய்ப்பு உள்ளது என்பதை அறிந்து அந்நிறுமங்களை தேர்வு செய்வார்.ஒதுக்கீட்டுப் பணம் (Allotment money) கட்ட அழைப்பு வருமுன்னரே பங்குகளை இவ்வகை ஊக வணிகர் விற்றுவிடுவார்.இவர் 'முனைம வேட்டையாளர்' என்று அழைக்கப்படுகிறார்.

முடவாத்து (Lame Duck)

தற்போதைய, தம் நடவடிக்கைகளில் உள்ள இடர்பாடுகளைத் தீர்ப்பதில் போராடிக் கொண்டிருக்கின்ற ஒரு கரடி ஊக வணிகரே முட வாத்து என்று அழைக்கப்படுகிறார்.கரடி ஊக வணிகர் பின்னர் கொடுப்பதற்காகத் (Delivery) தற்போது பத்திரங்களை விற்பார். ஆனால் குறிப்பிட்ட நாளில் பங்குகளை வைத்துள்ள எவரும் அதை விற்க விரும்பாததால் எந்த விலையிலும் வாங்குவதற்கு எந்த ஒரு பங்கும் கிடைக்காமல் மூலையில் முடக்கப்பட்ட (Cornered) நிலையில் இருப்பார். மேலும் பங்குகளை இவரிடமிருந்து வாங்குவதற்கு ஒப்பந்தம் செய்தவரும் ஒப்பந்தத்தின் தீர்வைத் தள்ளி வைக்க விரும்பாததால் இவ்வகை ஊக வணிகர் போராட வேண்டியதாகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 50 19/12/2022 14:45:02

7.07 பங்கு பரிவர்த்தனைக்கும் பண்டமாற்று பரிவர்த்தனைக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள். (Stock Exchange Vs. Commodity Exchange)

பண்ட மாற்று பரிவர்த்தனை மற்றும் பங்கு பரிமாற்றத்திற்கான முக்கிய வேறுபாடு ஒரு பண்டமாற்ற பரிமாற்றம் என்பது பண்டமாற்ற சந்தைகளில் வர்த்தகம் செய்யப்படும் இடத்தில் பொருட்களை பரிமாற்றம் செய்வதாகும். பங்கு பரிமாற்றம் என்பது பங்கு தரகர்கள் மற்றும் முதலீட்டாளர்கள் பங்குகள் மற்றும் இதர பத்திரங்கள் வாங்குதல் அல்லது விற்றல் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளும் இடமாகும். இரண்டு வகையான பரிமாற்றங்களும் பொருட்கள் அல்லது நிதியியல் கருவிகளின் தேவை மற்றும் வழங்கலை தீர்மானிக்கிறது. வணிக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளவும், விற்போரும் வாங்குவோரும் சந்தித்துக் கொள்ளவும் தேவையான வியாபார தளவசதிகளை பங்கு மாற்றகங்கள் ஏற்படுத்தி தர வேண்டும். வளர்ந்து வரும் வாடிக்கையாளர் பிரிவை கவரும் வகையில் தேவையான வாய்ப்புகளை பங்கு மாற்றம் / பொருட்கள் மாற்றம் அதிகப்படுத்த சந்தையில் வேண்டும்.

வ. எண்	சிறப்பியல்புகள்	பங்கு பரிவர்த்தனை	பண்டமாற்று பரிவர்த்தனை
1.	பொருள்	பங்கு மாற்றகம் (பங்கு சந்தை அல்லது பத்திரச் சந்தை என்றும் அழைக்கப்படுகிறது) மூலதன சந்தையின் ஒரு முக்கிய அங்கமாக உள்ளது. பங்குச் சந்தை என்பது தொழில்துறை மற்றும் நிதியப் பாதுகாப்பின் கொள்முதல் மற்றும் விற்பனைக்கான ஒரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சந்தை. சில விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளின் படி பத்திரங்களில் வர்த்தகத்தை சரியான முறையில் நடத்தும் வசதியான இடம் என்று கூறலாம்.	ஒரு பண்டமாற்று பரிமாற்றம் என்பது பண்டங்கள் வர்த்தகம் செய்யப்படும் பரிமாற்றமாகும். பாரம்பரிய பொருட்கள் பின்வரும் பிரிவுகளில் வருகின்றன. கால்நடைகள் (எ.கா. தங்கம், வெள்ளி, தாமிரம்) எரிசக்தி (எ.கா. கச்சா எண்ணெய், இயற்கை எரிவாயு) வேளாண்மை (எ.கா. அரிசி, கோதுமை, கொக்கோ) கால்நடைகள் மற்றும் இறைச்சி (எ.கா. கால்நடைகள், பதம் செய்யப்பட்ட இறைச்சிகள்)
2.	பணிகள்	எளிதான சந்தைப்படுத்துதலை வழங்குதல்	பத்திரங்களுக்கு தேவை ஏற்படுத்துதல் அல்லது பத்திரங்களுக்கு விலைக் காப்பீடுசேவைகள் மற்றும் நீர்மை தன்மை ஏற்படுத்துதல்.
3.	நோக்கம்	பொருள் மூலதன உருவாக்கம் மற்றும் மூலதன ஆதாரங்களை சிறந்த முறையில் பயன்படுத்துதல் ஆகியவற்றை எளிதாக்குகிறது	ஆபத்து குறைப்பு மூலம் பொருட்கள் விற்பனையை அதிகரிக்க உதவுகிறது
4.	பங்கேற்பாளர்கள்	முதலீட்டாளர்கள் மற்றும் ஊக வணிகர்கள்	தயாரிப்பாளர்கள், முகவர்கள், நிறுவனங்களின் வியாபாரிகள் மற்றும் ஊகவணிகர்கள்
5.	ஒப்பந்தங்களின் காலம்	ரொக்கம், உடனடி வழங்கல் மற்றும் பதினைந்து நாட்களுக்கான ஒப்பந்த கணக்கு	எதிர்கால சந்தை ஒப்பந்தகளுக்கான 2 அல்லது 3 மாதங்கள் கால செலுத்துகை மற்றும் உடனடி பண ஒப்பந்தங்கள்
6.	ஆவணங்கள் வர்த்தகம்	பங்குகள்,பத்திரங்கள் மற்றும் அரசாங்க பத்திரங்கள் போன்ற தொழில்துறை பத்திரங்கள் பங்கு பரிவர்த்தனை நிலையத்தில் சந்தைபடுத்தப்படுகிறது.	அதிக அளவு வர்த்தகம், விலை நிச்சயமற்ற மற்றும் கட்டுப்பாடற்ற வழங்கல் கொண்ட நீடித்த, தரம் வாய்ந்த பொருட்கள் மட்டுமே பொருட்கள் பரிவர்த்தனை நிலையத்தில் சந்தைப்படுத்தப்படுகிறது.
7.	ஊக வணிகம்	ஒரு பரந்த, தயாராக, நீர்மை மற்றும் தொடர்ச்சியான பத்திரங்கள் விற்பனையை உறுதிப்படுத்துகின்றன.	ஊக வணிகம் என்பது விலை இடர்பாட்டின் ஈர்ப்பு உத்தேசத்தை உறுதி செய்கிறது.
8.	முன் ஒப்பந்தம்	பத்திரங்கள் முழுமையாக தரநிலையாக்கப்படுவதால் முன்னோக்கு ஒப்பந்தங்கள் எளிமைப்படுத்தப்படுகின்றன.	எதிர்கால ஒப்பந்தத்தை எளிதாக்குவதற்கு தரநிலை வகுப்புகளுக்கு நியமங்கள் இருக்க வேண்டும்.

9.	ஒருமுனைப்படுத்துதல்	விற்பனையாளர் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்ட பத்திரங்களை வழங்க வேண்டுமெனில் ஒருமுனைப்படுத்துதல் எளிதாகும்.	விற்பனையாளர் தரமான அல்லது பிறர் வழங்கக்கூடிய பொருட்கள் வழங்குவதில் ஒருமுனைப்படுத்துதல் கடினமான ஒன்றாகும்.
10.	விலை புள்ளி	முன்னோக்கிய ஒப்பந்தங்களைப் பொறுத்தவரை ஒருமுனை புள்ளிகள் மட்டுமே சாத்தியமாகும்.	எதிர்கால ஒப்பந்தங்களுக்கான பலமுனை புள்ளிகள் சாத்தியமாகும்.

7.08 பங்கு சந்தையில் தற்போதைய வளர்ச்சி

அரசாங்கத்தால் தொடங்கப்பட்ட தாராளமயமாக்கல் செயல்முறை காரணமாக இந்தியாவில் பங்குச் சந்தை கட்டமைப்பின் பரந்த மாற்றத்திற்கு உட்பட்டுள்ளது. இந்திய பங்குச்சந்தையின் தற்போதைய கட்டமைப்பில் பல புதிய கட்டமைப்புகள் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன. இந்திய பங்குச் சந்தை அமைப்பில் இந்த கட்டமைப்புகள் பற்றிய ஒரு சுருக்கமான விளக்கம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது:

தேசிய பங்குச் சந்தை அமைப்பு (NSMS) (National Stock Market Systems)

தேசிய பங்குச் சந்தை அமைப்பு "ஸ்ரீ.எம்.ஜே.பெர்வானி தலைமையில் (பிரபலமாக பெர்வானி குழு) உயர் அதிகாரம் கொண்ட அமைப்பினால் ஏற்படுத்தப்பட்டது. தற்போது இந்தியாவில் உள்ள தேசிய பங்குச் சந்தைகள் பின்வருமாறு உள்ளன:

1. இந்தியாவின் தேசிய பங்கு சந்தை (National Stock Exchange of India Ltd)
2. இந்திய பங்கு வைப்பு குழு லிமிடெட் (Stock Holding and Depository System Ltd)
3. தேசிய தீர்வைமற்றும் வைப்பு முறை (National Clearing and Depository System)
4. இந்திய பங்கு பத்திரங்கள் விற்பனை கழகம் (Securities Trading Corportion of India)
5. தேசிய பத்திர வைப்பகங்கள் வரையறுக்கப்பட்டது (National Securities Depositary Limited)

1. இந்தியாவின் தேசிய பங்கு சந்தை (National Stock Exchange of India Limited (NSE))

தேசிய பங்குச்சந்தை நவம்பர், 1992 இல் அமைக்கப்பட்டது. தேசிய அளவில் திரை சார்ந்து இணைய வழியாக ஆணை பெறும் வியாபார அமைப்பாகும். இந்த அமைப்பு செயற்கை கோள் இணைப்பு மூலம் நாடு முழுவதும் பரவியுள்ள உறுப்பினர்களிடையேவியாபாரம் செய்கிறது. இந்தியாவில் கணினி தகவல் தொடர்பின் மூலம் பங்குகளை பரிந்துரைக்கப்பட்ட விலையில் கொள்முதல் மற்றும் விற்பனை செய்வதற்கான உறுப்பினரின் ஆணைகள் மத்திய கணினி மூலம் ஒருவருக்கொருவர் மற்றும் உடனடியாக வர்த்தக உறுப்பினர் தொடர்பை ஏற்படுத்துகிறது.

தேசிய பங்குச்சந்தை இரண்டு பிரிவுகளைக் கொண்டுள்ளது. அதாவது,கடன் பிரிவு மற்றும் மூலதன பிரிவு. அது வெளிப்படையான, திரை சார்ந்த அடிப்படையிலான மற்றும் பயனர் நட்புக்குஉலகளாவிய தரநிலைகளின் வர்த்தகம் செய்ய இயலுகிறது. இது இந்தியாவில் பங்கு வர்த்தக புரட்சியை ஏற்படுத்தியுள்ளது.

2. இந்திய பங்கு வைப்பு கழகம் வரையறுக்கப்பட்டது (Stock Holding Corporation of India Limited (SHCIL))

இந்திய பங்கு வைப்பு கழகம் வரையறுக்கப்பட்டது தோற்றுவிக்கப்பட்டதன் நோக்கமே பங்குகள் விற்பனையை விரைவுபடுத்தவும், தீர்வைகள் மற்றும் அது தொடர்பான சேவைகளை விரைவாக செய்து முடிப்பதற்காகவும் ஏற்படுத்தப்பட்டது. இந்த அமைப்பு 1986ல் ஏற்படுத்தப்பட்டது. செபியுடன் பதிவு செய்து கொண்ட முதல் வைப்பு அமைப்பாகும்.அது மட்டும் அல்லாமல் தேசிய பத்திரங்கள் வைப்பு முகவராகவும் செயல்படுகிறது.இந்த அமைப்பு 1988லிருந்து தனது பணிகளை செய்து வருகிறது.இதன் தலைமையகம் மும்பையாகும்.கொல்கத்தா, டெல்லி மற்றும் சென்னையில் இதன் கிளை அமைப்புகள் செயல்படுகின்றன.

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 52 19/12/2022 14:45:03

3. தேசிய தீர்வைகள் மற்றும் வைப்பு அமைப்பு (National Clearance and Depository System) (NCDS)

பங்கு மாற்றங்கள் அமைப்பு மற்றும் தீர்வைகள் முகமை அமைப்புகளின் அதிகளவு பணிச்சுமை காரணமாக ஏற்படும் தவறுகளை சரிசெய்வதற்காகவும் விரைவாக பிரச்சனைகளை தீர்ப்பதற்காகவும் ஏற்படுத்தப்பட்டதே இந்த அமைப்பாகும். போலியான உத்தரவாதம், கடன் இடர், மோசமான வழங்கல்கள், மிகவும் காலத்தாமதமான வழங்கல்கள் ஆகியவையே பிரச்சனைகள் ஏற்படுவதற்கான காரணங்களாகும்.

4. இந்திய பத்திரங்கள் வர்த்தக கழகம் (Securities Trading Corporation of India (STCL))

1956 ஆம் ஆண்டு இந்திய நிறுமச்சட்ட விதிகளின்படி 1994 ஆம் ஆண்டு மே மாதம் இந்திய ரிசர்வ் வங்கியால் இந்த அமைப்பு தோற்றுவிக்கப்பட்டது.இந்த அமைப்பை தோற்றுவிப்பதில் பொதுத்துறை வங்கிகளும் மற்றும் அகில இந்திய நிதி நிறுவனங்களும் தங்களை ஈடுபடுத்திக் கொண்டன. பொதுத்துறை நிறுவனங்கள் இரண்டாம் நிலை சந்தையில் அரசுப் பத்திரங்கள் மற்றும் நிறுவன பத்திரங்களை விற்பனை செயல்திறனை விரைவுபடுத்துவதற்காக இந்த அமைப்பு தோற்றுவிக்கப்பட்டது.இந்த அமைப்பின் அங்கீகரிக்கப்பட்ட மற்றும் செலுத்தப்பட்ட மூலதனமாக ரூ.500 கோடி உள்ளது.அதில் 50.18 சதவீதம் இந்திய ரிசர்வ் வங்கியால் வழங்கப்பட்டது.1997 ஆம் ஆண்டு டிசம்பர் மாதம் இந்திய ரிசர்வ் வங்கி பேங்க் ஆப் இந்தியாவிற்கு ஆதரவாகவும், நிறுவனத்தின் மற்ற பங்குதாரர்களுக்காகவும் தனது சாதாரண பங்குகளை அகற்றிக்கொண்டது.

5. தேசிய பத்திர வைப்பகங்கள் வரையறுக்கப்பட்டது (National Securities Depository Ltd (NSDL))

இந்தியாவில் 1996 ஆம் ஆண்டு ஆகஸ்ட் மாதம் வைப்புச்சட்டத்தை இயற்றி இந்த அமைப்பை தோற்றுவித்தது.நவீன காலத்திற்கேற்றவாறு காகிதமில்லாமல் பத்திரங்கள் தீர்வை செய்வதன் மூலம் புதிய சகாப்தத்தை தோற்றுவித்துள்ளது.1996 ஆம் ஆண்டு நவம்பர் 8 ஆம் நாள் இந்தியாவில் தேசிய பத்திர வைப்பகங்கள் அமைப்பு தொடங்கப்பட்டது.1996 ஆம் ஆண்டு டிசம்பர் மாதம் 26 ஆம் நாள் காகிதமில்லா பத்திரங்கள் விற்பனையை தேசிய பங்கு பரிமாற்றகம் (NSE) தொடங்கியது.1997 ஆம் ஆண்டு டிசம்பர் 29 ஆம் நாள் முதல் காகிதமில்லா பங்கு பரிவர்த்தனையை பம்பாய் பங்குச் சந்தை தொடங்கியது.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

நிப்டி (NIFTY 50)

இந்த நிப்டி என்ற வார்த்தை இரண்டு வார்த்தைகளில் இருந்து தோன்றியது. நேஷனல் (National) மற்றும் பிப்டி (FIFTY) என்ற வார்த்தைகளை அடிப்படையாகக் கொண்டது.இந்தியாவின் அனைத்து பிரிவுகளிலும் திறம்பட செயலாற்றும் 50 முக்கிய நிறுவனங்களின் பங்குகளின் வணிகத்தை குறிப்பதாகும். தேசிய பங்கு சந்தையின் (NSE) மிக முக்கிய பங்குகளின் வணிகத்தை பிரதிபலிப்பதால் நாட்டின் அனைத்து துறைகளின் நிறுவனப் பங்குகளும் வளர்ச்சியை குறிப்பிடுவதாக அமைகிறது.

நாட்டின் அனைத்து துறை பங்குகளும் மும்பை பங்குச் சந்தை (BSE) மற்றும் தேசிய பங்குச் சந்தை (NSE) ஆகியவற்றின் வழியாக மட்டுமே வணிகம் செய்ய இயலும்.நாட்டின் மற்ற பங்குச் சந்தைகளும் கல்கத்தா பங்குச் சந்தையை போலவே உள்ளன. ஆனால் அவை பிரபலமல்ல. நிப்டி அமைப்பு நாட்டின் பல்வேறு தரப்பட்ட 24 பிரிவுகளில் உள்ள 50 தொழில் நிறுவனங்களின் பங்குகளை உள்ளடக்கியதாகும். மாறுபட்ட பிரிவுகளின் முக்கிய பங்குகள் செயல்பாட்டை அடிப்படையாகக் கொண்டு நிப்டி கணக்கிடப்படுகிறது.சில பரஸ்பர நிதி நிறுவனங்கள் நிப்டியின் செயல்திறன் எவ்வாறு உள்ளதோ அதன் அடிப்படையிலேயே பரஸ்பர நிதியங்களின் செயல்பாடும் இருக்கும்.தேசிய பங்குச் சந்தையில் ஃபியுச்சர்ஸ் மற்றும் ஆப்சன்ஸ் வசதிகள் இருப்பதால் நிப்டி ஒரு குறிப்பிடத்தக்க அம்சமாக விளங்குகிறது. நிப்டி கணக்கீடுகளை செய்ய நிறுவனங்களின் அளவையொட்டி சந்தை மூலதனமயமாக்குதல் முறையை பயன்படுத்துகின்றன.பெரிய அளவில் உள்ளவை அதிக முக்கியத்துவம் பெறுகின்றன.

www.tnschoolbooks.in

உங்களுக்கு தெரியுமா?

சென்செக்ஸ் (SENSEX)

சென்செக்ஸ் என்பது BSE (Bombay Stock Exchange) அமைப்பின் பங்குக் குறியீடாகும்.சென்செக்ஸ் குறியீட்டில் கணக்கிட 30 பங்குகளை பட்டியலிடுகின்றன. பட்டியலிடப்பட்ட பங்குகளை மும்பை பங்குச்சந்தை சென்செக்ஸில் கணக்கிட முடிவுசெய்யப்படுகின்றன. சென்செக்ஸ் கணக்கிடுவதற்கு பட்டியலிடப்பட்ட பங்குகளின் அளவுகோல்கள் மற்றும் BSEன் மொத்த பங்குகளின் அளவையும் கணக்கில் எடுத்துக் கொள்ளப்படுகிறது. மேற்கூறிய காரணிகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு மும்பை பங்குச்சந்தை 30 பங்குகள் கொண்ட ஒரு கட்டமைப்பை கொண்டு முறையாக கணக்கிடப்படுவதையே சென்செக்ஸ் என்று அழைக்கப்படுகிறது. சென்செக்ஸ் என்பது முக்கிய குறியீடாகும்.தற்பொழுது ஒவ்வொரு பங்கும் அதன் முக்கியத்துவத்தின் அடிப்படையில் ஒதுக்கீடு செய்யப்படுகிறது.மேலும் இத்தன்மை காலப்போக்கில் மாறக்கூடியதாகும்.எனவே இப்போது பங்குகள் சாதாரணமாக மும்பை பங்குச்சந்தையில் ஒவ்வொரு நாளும் வணிகம் செய்யப்படுகின்றன.பங்குகளின் விலை கோரிக்கை மற்றும் வழங்கல் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் நிர்ணயிக்கப்படுகிறது.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

எதிர்கால சந்தை(Future Market)

எதிர்கால சந்தை என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட எதிர்கால தேதியில் விநியோகிப்பதற்கான பொருட்கள் மற்றும் எதிர்கால ஒப்பந்தங்களை வாங்குவதற்கும் விற்பனை செய்வதற்குமான ஒரு ஏலசந்தையாகும். எதிர்கால சந்தைக்கு உதாரணமாக நியுயார்க் வர்த்தக பரிமாற்றகம், கன்சாஸ் நகர வர்த்தக குழு, சிகாகோ வர்த்தக பரிமாற்றம், சிகாகோ விருப்பத்தேர்வு மாற்றகம் மற்றும் மின்னிபாலிஸ் தானியங்கள் பரிமாற்றகம் முதலியனவாகும். இச்சந்தைகளில் முந்தைய காலத்தில் கை சமிக்ஞைகளால் நடத்தப்பட்டது.21 ஆம் நூற்றாண்டில் பெரும்பாலான சந்தைகளில் எதிர்காலப் பரிமாற்றங்கள் பெரும்பாலும் மின்னணு சந்தையாக மாற்றம் பெற்றுள்ளது.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

இந்திய பங்குச் சந்தைகளின் நேரம் (Stock Trading Timings in India)

இந்தியாவில் இரண்டு பெரிய முக்கிய பங்குச் சந்தைகள் உள்ளன.ஒன்று பம்பாய் பங்குச் சந்தை (BSE).இரண்டாவதாக தேசிய பங்குச் சந்தை (NSE).எப்படியாகிலும் பம்பாய் பங்குச் சந்தையும் மற்றும் தேசிய பங்குச் சந்தையும் ஒன்றேயாகும்.முதலாவதாக நாம் தெரிந்து கொள்ள வேண்டியது என்னவென்றால் இந்தியாவில் பங்குச்சந்தைகள் சனி மற்றும் ஞாயிற்றுக்கிழமைகளில் மூடப்படும்.மேலும் தேசிய விடுமுறை நாட்களிலும் பங்குச்சந்தைகள் மூடப்படும். சாதாரண பங்குகளுக்கான வர்த்தக நேரமாக காலை 9.15 மணி முதல் பிற்பகல் 3.30 வரை இருக்கும்.

பொருட்கள் சந்தைக்கான (MCX) வர்த்தக நேரம் காலை 10 முதல் 11.30 வரை மற்றும் திங்கள் முதல் வெள்ளிவரை ஆகும்.

விவசாய பொருட்களுக்கான சந்தை (NCDEX) திங்கள் முதல் வெள்ளி வரை காலை 10 மணி முதல் 5 மணிவரை.மேலும் சந்தையின் வியாபார நேரத்தின் போது உணவு இடைவேளையோ அல்லது தேநீர் இடைவேளையோ இல்லை.இந்திய பங்குச் சந்தைகளின் நேரம் மூன்று பிரிவுகளாக பிரிக்கப்பட்டு உள்ளன.

1. சாதாரண அமர்வு (தொடர் அமர்வு என்றும் அழைக்கப்படுகிறது)
2. முன் தொடக்க அமர்வு
3. பிந்தைய திறப்பு அமர்வு

உங்களுக்கு தெரியுமா?

விருப்ப சந்தை (Options Market)

விற்போர் மற்றும் வாங்குவோர் இடையே மனமொத்து உருவாகும் விருப்ப அடிப்படையிலான உடன்படிக்கையினை 'தெரிவு' எனலாம். இது கட்டாயமானதல்ல. இதன் மூலமே இருவரும் வணிக கருவிகளாக கருதப்படும் பிணையங்கள், செலவாணி வர்த்தக நிதி (ETF)கள் மற்றும் குறியீட்டு நிதிகள் ஆகியவற்றை ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு விற்கவோ அல்லது வாங்கவோ முடியும். இந்த சந்தையினையே நாம் 'தெரிவுச் சந்தை' என்கிறோம். தெரிவு இருவகைப்படும். அவையாவன, அழைப்புத் தெரிவு மற்றும் இடுகைத் தெரிவு என்பனவாகும். எதிர்வரும் காலத்தில் நிதிக் கருவிகளை முதலீட்டாளர் வாங்க மேற்கொள்ளும் நடவடிக்கைகளைத் தான் நாம் அழைப்புத் தெரிவு என்கிறோம். மாறாக, இடுகைத் தெரிவு எனப்படுவது யாதெனில், துவக்க தெரிவு ஒப்பந்தத்தில் ஒப்புக் கொள்ளப்பட்டபடி பங்குகளை விற்பதற்கு உடன்படும் நடவடிக்கைகளை இடுகைத் தெரிவு எனலாம்.

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 54 19/12/2022 14:45:03

லெவரேஜ் (Leverage)

பங்கு விலைகளின் மாற்றங்களிலிருந்து பங்குகளின் முழுமையான விலையை செலுத்துவதன் மூலம் லாபம் கிடைக்கலாம். பங்குகளை வாங்குவதன் மூலம் அதனை கட்டுப்பாட்டில் வைத்திருப்பதையே லெவரேஜ் என்று அழைக்கப்படுகிறது.

ஏற்படுத்துதல் (Hedging)

பங்குகளின் விலைகளில் ஏற்படும் மாற்றத்திலிருந்து முதலீட்டாளர்களை பாதுகாப்பதாகும்.பங்குகளை ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கான முன்தீர்மானிக்கப்பட்ட விலையில் பங்குகள் வாங்கவோ விற்கவோ அனுமதிக்க செய்யலாம்.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

தலால் தெரு (Dalal street)

தலால் தெரு என்பது இந்தியாவில் மும்பையின் மையப்பகுதியில் உள்ள தெருவாகும்.இங்கு இந்தியாவின் புகழ்பெற்ற பெரிய பங்குச் சந்தையான பம்பாய் பங்குச் சந்தை (BSE) மற்றும் பிற மதிப்பு மிக்க நிதி நிறுவனங்களும் உள்ளன.1874 ஆம் ஆண்டு இந்த தெருவிற்கு பம்பாய் பங்குச் சந்தை இடம்பெயர்ந்த பிறகே இந்தப்பெயர் ஏற்பட்டது.இதுவே இந்திய அரசால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட முதல் பங்குச் சந்தையாகும். தலால் என்ற வார்த்தைக்கு மராத்தி மொழியில் தரகர் அல்லது இடைத்தரகர் என்று அழைக்கப்படுகிறார். இன்று அமெரிக்காவின் வால்தெரு (Wall street) போன்று இந்திய நிதிப்பிரிவை வழிநடத்துவது போன்று ஆகியுள்ளது.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

லம்பார்டு தெரு (Lombard street)

இலண்டன் நகரின் லம்பார்டு தெரு இலண்டன் நகரத்தின் வணிகம், வங்கி, காப்பீட்டுத் தொழில் மற்றும் இடைக்கால நீட்சியாக குறிப்பிட்டளவு தொடர்பு ஏற்படுத்தியுள்ளது. இந்த தெருவின் மொத்த நீளம் 260 மீட்டராகும். நியுயார்க் நகரத்தின் வால் தெரு (Wall street) போன்று உள்ளது.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

வால் தெரு (Wall street)

வால் தெரு நியுயார்க் நகரத்தின் லோயர் மன்ஹாட்டனில் நியுயார்க் பங்குச் சந்தையின் உண்மையான இல்லமாக இருக்கிறது.அமெரிக்க தரகு மற்றும் முதலீட்டு வங்கிகளின் வரலாற்று சிறப்புமிக்க தலைமையமாக உள்ளது. வால் தெரு என்பது நிதி மற்றும் முதலீட்டுச் குழுவின் ஒருங்கிணைந்த பெயராக உள்ளது.

www.tnschoolbooks.in

கலைச்சொற்கள்

பங்கு பரிமாற்றகம்	பொருட்கள் பரிமாற்றகம்
மறுபெயரிடப்பட்டது	தரகர்கள்
தன் வணிகர்கள்	தீர்வகம்
முதலீட்டாளர்கள்	ஊக வணிகர்கள்
நம்பிக்கையுள்ளவர்கள்	நம்பிக்கையற்றவர்கள்

நமது சிந்தனைக்கு

1. உனது ஊருக்கு அருகாமையில் உள்ள நிதிச்சந்தை/பங்குச் சந்தையுடன் தொடர்புடைய முதலீட்டாளர் அல்லது பங்குத் தரகர் ஆகியோரில் இரண்டு நபர்களை அடையாளம் காணவும். அவர்களுடன் கலந்துரையாடி (i) எவ்வாறு பங்கு பத்திரங்கள் விற்பனை செய்யப்படுகிறது மற்றும் வாங்கப்படுகிறது (ii) எந்த பிரபலமான ஆவணங்கள் சந்தையில் அதிகம் விற்பனை செய்யப்படுகிறது (iii) தற்போதைய செபி / அரசு வழிகாட்டுதல்கள் எவ்வாறு நடவடிக்கைகளை பாதிக்கிறது என்று கலந்துரையாடி தெரிந்து கொள்ளவும்.

2. தினசரி நாளிதழ்களின் வணிகப்பகுதி அல்லது வணிக தினசரிகளின் பிரதிகளை தினசரி படித்து வரவும். முக்கிய பங்குச் சந்தைகளில் பங்குகள் விலைப்பற்றி தெரிந்து கொள்ளவும்.ஐந்து நிறுவனப் பங்குகளின் விலையை தேர்வு செய்து மூன்று வாரக் காலத்திற்கு அதன் விலைகளை பதிவு செய்து வரவும்.அந்த பங்குகளின் விலை மாற்றங்களை கவனித்து வரவும்.அந்த விலை மாற்றத்தினால் பொருளாதார, அரசியல் மற்றும் சமூகத்தின் சூழல்களின் ஏற்படும் பாதிப்புகளை அறிந்து கொள்ளவும்.மேலும் தொலைக்காட்சியிலிருந்தும் பங்கு விலைகளை பற்றிய தகவல்களை தெரிந்து கொள்ளலாம்.

எதிர்கால கற்றலுக்கு

பம்பாய் பங்குச் சந்தையின் இணையதளத்தை பார்த்து வரவும்.www.bseindia.com மற்றும் பயனுள்ள தகவல்களை அதில் தேடவும்.பங்குச் சந்தையில் எவ்வாறு முதலீடு செய்ய வேண்டும் என்ற தகவல்களை உனது வகுப்பு தோழர்களுடன் கலந்துரையாடவும்.உனது ஆசிரியருடன் கலந்துரையாடி உனது தேடல்கள் குறித்து அறிக்கை தயாரிக்கவும்.

சூழ்நிலை ஆய்வு

திரு.ராஜும் அஜய் என்பவரும் நல்ல நண்பர்களாவர். ராஜ் கடவுள் நம்பிக்கை உள்ளவர். அதேபோல் அஜய் ஆர்வமிக்க நபராவர். நடைமுறையோடு ஒத்துப்போக வேண்டும் என்று கூறுபவர். அவர்களுக்கிடையிலான உரையாடலை பார்ப்போம்.

ராஜ் : ஹாய் அஜய்! என்ன செய்து கொண்டிருக்கிறாய்?

அஜய் :ஹாய்! நான் தினசரி நாளிதழின் நிதிச்சந்தை பகுதியை படித்துக் கொண்டிருக்கிறேன். அதில் பங்குகள் விலை பற்றி உபயோகமான தகவல்கள் ஏராளமாக உள்ளன.

ராஜ் :பங்குகள் என்பது மிகப்பெரிய சூதாட்டம்.

அஜய் : இல்லை. அது உண்மை இல்லை. அதனை நன்கு புரிந்துக் கொள்ள வேண்டும்.

ராஜ் : உண்மையை சொல்ல வேண்டுமெனில் நான் இந்த மூலதனச் சந்தை அனைத்தும் சூதாட்ட விளையாட்டு என்று எண்ணுகிறேன். மற்றும் இதில் எந்தப் பயன்பாடும் இல்லை என்று நினைக்கிறேன்.

அஜய் :இல்லை, நீங்கள் தீவிரமாக தவறாக நினைக்கிறீர்கள். நீங்கள் மூலதனச்சந்தையின் முக்கியத்துவத்தைப் பற்றி அறிய முயலவில்லை.தனிமனிதருக்கும் மற்றும் பொருளாதாரத்திற்கும் இது எவ்வாறு தேவை என்பதை நான் உங்களுக்கு விளக்கமாக கூறுகிறேன்.

நீங்கள் அஜய் இடத்தில் இருந்து மேற்கொண்டு இந்த உரையாடலை தொடருங்கள்.

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 56 19/12/2022 14:45:04

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. __________ இதுவே உலகின் பழமையான பங்குச் சந்தையாகும்.
   - அ) இலண்டன் பங்குச் சந்தை
   - ஆ) பம்பாய் பங்குச் சந்தை
   - இ) தேசிய பங்குச் சந்தை
   - ஈ) ஆம்ஸ்டர்டான் பங்குச் சந்தை
2. நாட்டில் __________ பங்குச் சந்தைகள் உள்ளன.
   - அ) 21 ஆ) 24
   - இ) 20 ஈ) 25
3. தன் வணிகர் பங்குச்சந்தையில் ஈடுபடுவது
   - அ) அவர்களின் வாடிக்கையாளர்களுக்காக
   - ஆ) தனது சொந்த நடவடிக்கைகளுக்காக
   - இ) மற்ற தரகர்களுக்காக
   - ஈ) மற்ற உறுப்பினர்களுக்காக
4. நம்பிக்கையற்ற ஊகவணிகர்கள் என்பவர்
   - அ) மான் ஆ) கரடி
   - இ) காளை ஈ) வாத்து
5. நம்பிக்கையுள்ள வணிகர் என்பவர்
   - அ) காளை ஆ) கரடி
   - இ) மான் ஈ) வாத்து

விடைகள் :

1	ஈ	2	ஆ	3	ஆ	4	ஆ	5	அ

II. குறு வினாக்கள்:

1. பங்குச் சந்தை என்றால் என்ன?
2. இந்தியாவில் உள்ள ஏதேனும் 5 பங்குச்சந்தைகளை பற்றி எழுதுக.
3. துணைத் தரகர் என்றால் என்ன?
4. தரகர் என்று யாரை அழைக்கப்படுகிறார்கள்?
5. ஊக வணிகர்களின் வகைகள் யாவை?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. பங்குச் சந்தையின் குறைபாடுகளை விவரி? (ஏதேனும் 3)
2. காளை மற்றும் கரடி – விளக்குக.
3. மான் மற்றும் முடவாத்து – விளக்குக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. பங்குச் சந்தை பணிகளை விவரி? (ஏதேனும் 5)
2. பங்குச் சந்தை தன்மைகளை விவரி. (ஏதேனும் 5)
3. பங்கு பரிவர்த்தனைக்கும் பண்ட மாற்றுப் பரிவர்த்தனைக்கும் உள்ள வேறுபாடுகளைத் தருக

குறிப்பு நூல்கள்:

1. Dr.SUNDAR,K 2017, Business Organisation, Vijay Nicole Imprints Pvt Ltd.,Chennai.
2. Dr.S.GURUSAMY 2012, Financial Markets and Institutions
3. https://dollarsandsense.sg/10-biggest-stock-exchanges-world-heres-much-theyve-gained-2017/

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 57 19/12/2022 14:45:04

அலகு 3

நிதிச் சந்தை - II
FINANCIAL MARKETS - II

8
அத்தியாயம்

இந்தியப் பத்திர மற்றும் மாற்றகங்களின் வாரியம் (SEBI)

அறன்ஈனும் இன்பமும் ஈனும் திறனறிந்து
தீதின்றி வந்த பொருள்.

– குறள் 754

பொருள் : சேர்க்கும் திறம் அறிந்து தீமை ஒன்றும் இல்லாமல், சேர்க்கப் பட்டுவந்த பொருள் ஒருவனுக்கு அறத்தையும் கொடுக்கும் இன்பத்தையும் கொடுக்கும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- செபியின் (SEBI) பொருள் மற்றும் தோற்றம்நோக்கங்கள், அம்சங்கள், பணிகள் மற்றும் செபியின் அதிகாரங்கள்
- புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள் உருவாக்கம்
- புறத்தோற்றமற்ற பத்திரக் கணக்கு
- புறத்தோற்றமற்ற பத்திரக் கணக்கின் செயல்பாடுகள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

8.01 செபி (SEBI) அறிமுகம்
8.02 செபியின் நோக்கங்கள்
8.03 செபியின் பணிகள்
8.04 செபியின் அதிகாரங்கள்
8.05 புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள்
8.06 புறத்தோற்றமற்ற பத்திர வர்த்தகத்தின் நன்மைகள்

8.01 செபி (SEBI) அறிமுகம்

இந்தியப் பத்திர மாற்றக வாரியம் (செபி) முதன் முதலில் 1988 ஆம் ஆண்டில் பத்திரங்கள், சந்தைப்பத்திரங்களை ஒழுங்குபடுத்தும் ஒரு சட்டபூர்வமற்ற அமைப்பாக நிறுவப்பட்டது.

1992 ஆம் ஆண்டு மே மாதம் 12 ஆம் தேதி இந்திய அரசாங்கத்தால் சுயமாக இயங்கக்கூடிய ஒரு அமைப்பு உருவாக்கப்பட்டது, மேலும் 1992 ஆம் ஆண்டு இந்திய பாராளுமன்றத்தால் செபியின் சட்டம் 1992 உடன் நிறைவேற்றப்பட்ட சட்டரீதியான அதிகாரங்களை வழங்கியது.

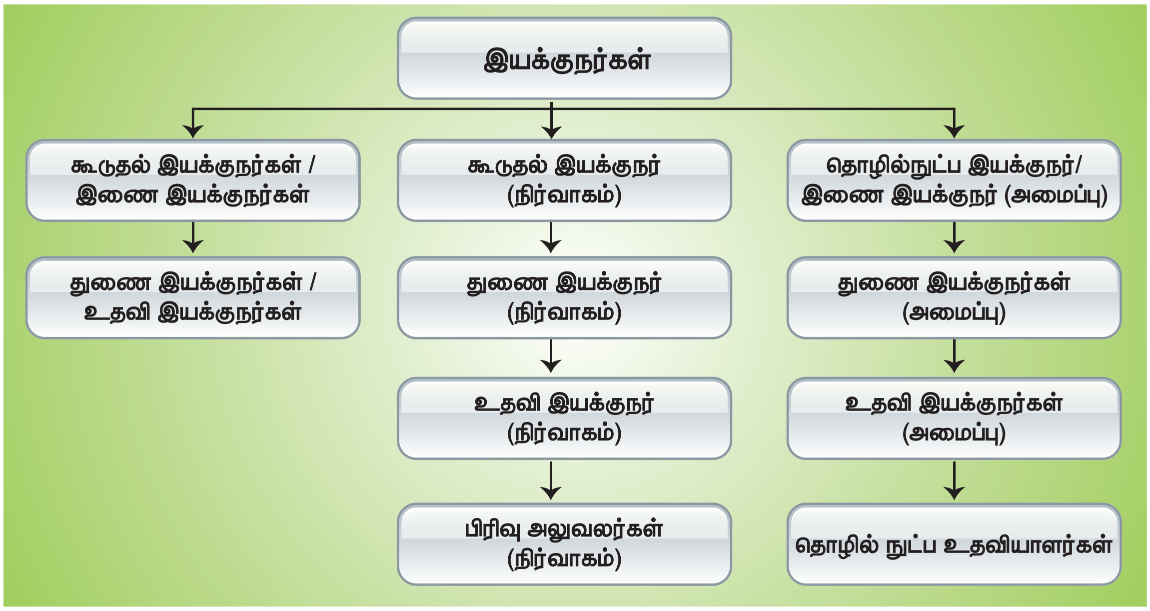
மும்பையில் உள்ள பாந்திராகுர்லா வளாகத்தின் வணிக மாவட்டத்தில் செபியின் தலைமையகம் உள்ளது,

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 58 19/12/2022 14:45:04

மேலும் புதுதில்லி, கொல்கத்தா, சென்னை மற்றும் அஹமதாபாத்தில் வடக்கு, கிழக்கு, தெற்கு மற்றும் மேற்கு பிராந்திய அலுவலகங்கள் உள்ளன.

ஆரம்பத்தில் செபி ஒரு சட்ட பூர்வமான அதிகாரமற்ற அமைப்பாக இருந்தது. இருப்பினும், 1992 ஆம்ஆண்டில், செபி, இந்தியாவின் பத்திரங்கள் மற்றும் பரிவர்த்தனை வாரியம், 1992 திருத்தத்தின் மூலம் இந்திய அரசாங்கத்தால் கூடுதல் சட்டப்பூர்வ அதிகாரத்தை பெற்றது.

செபி அதன் உறுப்பினர்களால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது, இதில் பின்வருவன அடங்கும்:



உங்களுக்கு தெரியுமா?

நமது மூலதன சந்தையை ஒழுங்குப்படுத்தவும் மற்றும் கட்டுப்படுத்தவும் இந்தியாவில் உருவாக்கப்பட்ட உயர் அமைப்பு இந்தியப் பத்திர மற்றும் மாற்றங்களின் வாரியம் (செபி) ஆகும். இது இந்திய அரசால் 1988 ல் உருவாக்கப்பட்டது. ஆனால் 1992 ஆம் ஆண்டில் சட்டமுறை அதிகாரம் பெற்றது.

1.பரஸ்பர நிதியகத்தின் செயல்பாட்டை கண்காணித்தல்

2. சட்டத்திற்கு புறம்பாக செயல்படும் நிறுவனங்களை தடை செய்தல்

3. முதலீட்டாளர்கள் நலன்களை பாதுகாப்பதில் சிறந்த பங்களிப்பை வழங்குதல்

4. பங்கு மாற்றகத்தின் பணிகளை ஒழுங்குப்படுத்துதல்

5. தணிக்கை மற்றும் ஆய்வுகளை நடத்துதல்

6. உள்வழி வணிகத்தை தடுத்தல்

8.02 செபியின் நோக்கங்கள் (Objectives of SEBI)

பங்குச் சந்தைக்கான பல்வேறு நோக்கங்கள் கீழே விளக்கப்பட்டுள்ளன.

1. பங்கு பரிவர்த்தனைகளின் ஒழுங்குமுறை: Regulation of Stock Exchange

செபியின் முதல் நோக்கம் பங்குச் சந்தைகளை ஒழுங்குபடுத்துவதாகும், எனவே அங்கு செயல்படும் எல்லா தரப்பினருக்கும் திறமையான சேவைகள் வழங்கப்படலாம்.

2. முதலீட்டாளர்களுக்கு பாதுகாப்பு: Protection to Investors

முதலீட்டாளர்கள் இல்லாத நிலையில் மூலதனசந்தை அர்த்தமற்றதாகும். எனவே, முதலீட்டாளர்களின் நலன்களைப் பாதுகாப்பது முக்கியம்.

முதலீட்டாளர்களின் நலன்களைப் பாதுகாத்தல் என்பது நிறுவனங்கள் தவறான தகவல்களை தகவலறிக்கையில் வழங்கியிருக்கும் பொழுது மற்றும் வழங்கல் மற்றும் செலுத்துதல் அபாயத்திலிருந்து அவர்களை காப்பதாகும். எனவே, செபியின் முதன்மை நோக்கம் முதலீட்டாளர்களுக்கு பாதுகாப்பு வழங்குவதாகும்.

3. உள்வழிவியாபாரத்தை சரிபார்த்தல்: Checking the insider Trading

நிறுவனத்தின் சில ரகசிய தகவலை அணுகும் மற்றும் இந்த ரகசிய தகவலைப் பயன்படுத்த விரும்பும் நபர்களான இயக்குனர்கள், தோற்றுவிப்பாளர்கள் மற்றும் பிறநபர்களால் மேற்கொள்ளப்படும் பங்கு பரிவர்த்தனை நடவடிக்கைகள் உள்வழிவியாபாரம் எனப்படுகிறது. இது பொது முதலீட்டாளர்களின் நலன்களை பாதிக்கிறது மற்றும் இந்த போக்கினை சோதிப்பது மிகவும் அவசியம். செபியின் வாயிலாக உள்வழி வியாபாரத்தை சரி பார்க்க பல நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்பட்டுள்ளன.

4. தரகர்கள் மீதான கட்டுப்பாடு: (Control over brokers)

மூலதனச்சந்தையை கட்டுப்படுத்த, தரகர்கள் மற்றும் பிற இடைநிலையர்களின் நடவடிக்கைகளை மேற்பார்வையிடுவது கண்காணிக்க வேண்டியது அவசியம். அவர்களது நடவடிக்கைகளை ஒழுங்குபடுத்த, செபியினை நிறுவுவது அவசியமாகிறது.

8.03 செபியின் பணிகள் (Functions of SEBI

இந்தியப் பங்குச்சந்தையில் முதலீட்டாளர்களின் நலன்களைப் பாதுகாக்கும் வகையில் இந்தியப் பத்திர மற்றும் மாற்றகங்களின் வாரியம் (அடிக்கடி சுருக்கமாக SEBI என்று அழைக்கப்படுகிறது) உள்ளது. செபி, சட்டமன்ற, நீதிமன்ற மற்றும் நிர்வாகி போல மூன்று முக்கிய செயல்பாடுகளை செய்கிறது.

இது விதிமுறைகளை வகுப்பது, விசாரணை மற்றும் புலனாய்வு நடவடிக்கைகளை நடத்துவது மற்றும் ஆணைகள் மற்றும் தீர்வுகளை இயற்றுகிறது.

i. போதுமான கல்வி மற்றும் வழிகாட்டல் மூலம் முதலீட்டாளர்களின் நலன்களை பாதுகாக்கிறது. செபி, விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகளைச் ஏற்படுத்தி அதனை சந்தை பரிமாற்றகங்கள், ஒப்புறுதியாளர்கள் மற்றும் வணிக வங்கியாளர்கள், போன்ற நிதி இடைத்தரகர்களை பின்தொடர வைக்கிறது. இது முதலீட்டாளர்களிடமிருந்து பெற்ற புகார்களை கவனித்துக் கொள்கிறது. கூடுதலாக, சிறிய முதலீட்டாளர்களை பாதுகாப்பதோடு நிதிச்சந்தை தொடர்பான தகவல்கள், மற்றும் அறிவிப்புகள், சிறுபுத்தகங்களை இது வெளியிடுகிறது.

ii. பங்கு சந்தைகளில் வியாபாரத்தை ஒழுங்குபடுத்துகிறது மற்றும் கட்டுப்படுத்துகிறது. தரகர்கள் மற்றும் துணைதரகர்கள் ஆகியோர் நிதிச்சந்தையில் பதிவு செய்வது கட்டாயமாக்கப்பட்டுள்ளது, மேலும் அவர்கள் கடைபிடிக்க வேண்டிய விதிமுறைகளையும், ஒழுங்குமுறைகளையும் செபி வகுத்துள்ளது.

iii. பங்குபரிவர்த்தனை விசாரணைகள், இடைத்தரகர்கள் மற்றும் தன்னியக்க ஒழுங்குபடுத்தும் அமைப்புகளை ஆய்வுசெய்தல்மற்றும்தேவையான நடவடிக்கைகளை செபி எடுக்கிறது. பங்குச்சந்தைகளின் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட இடைத்தரகர்கள் வாயிலாக இப்பணிகள் மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

iv. பத்திரங்களில் உள்வழிவர்த்தகத்தை தடை செய்கிறது.

v. பங்கு சந்தைகளில் செயல்படும் இடைத்தரகர்களால் மேற்கொள்ளப்படும் நிதி மோசடி மற்றும் நியாயமற்ற முறைகளை தடைசெய்கிறது.

vi. பங்குதரகர்கள், துணைதரகர்கள், பங்குபரிமாற்றமுகவர்கள், வங்கியாளர்கள், அறங்காவலர்கள், பதிவாளர்கள், வணிகவங்கியாளர்கள், கீழ்நிலைப் பணியாளர்கள், போர்ட் ஃபோலியோ மேலாளர்கள், முதலீட்டு ஆலோசகர்கள் மற்றும் எந்தவொரு விதத்திலும் பத்திரங்கள் சந்தையுடன் தொடர்பு படுத்தக்கூடிய பல்வேறு இடைத்தரகர்கள் ஆகியோரின் பதிவு மற்றும் செயல்பாடுகளை கட்டுப்படுத்துகிறது.

vii. மூலதன வெளியீட்டில் ஈடுபட்டிருக்கும் தொழில் நிறுவனங்களுக்கு செபி வழிகாட்டுதல்கள் மற்றும் வழிமுறைகளை வெளியீடுகிறது. ஆரம்ப பொது வெளியீடு, பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களின் பிரச்சினை போன்றவைகளுக்கு செபி தனித்தனியான வழிகாட்டுதல்களை வழங்குகிறது. இது ஆராய்ச்சி நடத்துகிறது மற்றும் அனைத்து பயனாளிகளுக்கும் பயனுள்ள தகவல்களை வெளியிடுகிறது.

viii. முதலீட்டாளர்களின் நலன்களை பாதுகாப்பதற்கான ஒருவழியாக நிறுவன ஒருங்கிணைப்பு மற்றும்

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 60 19/12/2022 14:45:05

கையகப்படுத்துதல்களை செபி ஒழுங்குபடுத்துகிறது. இதற்காக, செபி இணைப்பு மற்றும் கையகப்படுத்துதல் ஆகியவைகள் சிறிய முதலீட்டாளர்களை பாதிக்க கூடாது என்ற நோக்கத்துடன் பொருத்தமான வழிமுறைகளை வெளியிட்டுள்ளது.

ix. பரஸ்பரநிதியங்கள் போன்ற கூட்டு முதலீட்டுத் திட்டங்களின் செயல்பாட்டை பதிவு செய்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் பணிகளை மேற்கொள்ளுகிறது. பரஸ்பரநிதிகள் பின்பற்ற வேண்டிய ஒழுங்குமுறைகளையும் வழிகாட்டுதல்களையும் செபி உருவாக்கியுள்ளது. பயனுள்ள மேற்பார்வை கொண்டிருத்தல் நியாயமற்ற மற்றும் முதலீட்டாளர் எதிர்ப்பு நடவடிக்கைகளை தவிர்ப்பது இதன் முக்கிய நோக்கமாகும்.

x. இடைத்தரகர்களின் சுய ஒழுங்குமுறை அமைப்பை ஊக்குவித்தலில் இது விரிவான சட்ட அதிகாரங்களை கொண்டுள்ளது. சுயகட்டுப்பாடு என்பது புற ஒழுங்குமுறைக்கு சிறந்தது என்று கருதப்படுகிறது. இடைநிலையர்கள் தொழிற் சங்கங்களை உருவாக்கவும் அவர்களது உறுப்பினர்களுக்கு ஏற்படும் தீங்கான செயல்களை கட்டுப்படுத்தவும் நிதி இடைத்தரகர்களை ஊக்கப்படுத்துவது செபியின் செயல்பாடாகும். முதலீட்டாளர்களின் பாதுகாப்பிற்காக தேவைப்படும் போது அதன் அதிகாரங்களைப் பயன்படுத்த வகை செய்கிறது.

xi. மூலதனச் சந்தையை மேம்படுத்துவதற்கான அணுகுமுறையை வளர்த்துக் கொள்வதற்காக படிகளை மேற்கொள்கிறது.

xii. நிதி இடைத்தரகர்களுக்கு பொருத்தமான பயிற்சி அளித்தல். பங்குச் சந்தையில் ஆரோக்கியமான சூழலுக்கு மிகவும் முக்கியமானது, மேலும் முதலீட்டாளர்களின் பாதுகாப்பையும் உறுதி செய்கிறது.

xiii. சட்டத்தின் நோக்கத்தை நிறைவேற்றுவதற்கான கட்டணம் வசூலித்தல் அல்லது சட்டத்தின் நோக்கம் நிறைவேற்றுவதற்கான வேறு எந்த வகை கட்டணம் வசூலித்தலும் இதில் அடங்கும்.

xiv. இந்திய மத்திய அரசாங்கத்தால் வழங்கப்படும் செயல்பாடுகளை செயல்படுத்துதல்.

8.04 செபியின் அதிகாரங்கள் (Powers of SEBI)

இந்தியப் பத்திர மற்றும் மாற்றங்கள் வாரியத்தின் பல்வேறு அதிகாரங்கள் கீழே விளக்கப்பட்டுள்ளன.

1. பங்குச்சந்தைகள் மற்றும் இடைத்தரகர்கள் தொடர்பான அதிகாரங்கள் (Powers Relating to Stock Exchanges & Intermediaries)

பத்திர வணிகத்தை மேற்கொள்ளும் பங்கு மாற்றகங்கள் மற்றும் இடைத்தரகர்களிடம் செபி பரந்த அதிகாரங்களைக் கொண்டுள்ளது. ஆய்வு மற்றும் கூர்ந்தாய்வு மற்றும் பிறநோக்கத்திற்காக வணிக பரிவர்த்தனைகளில் பங்குச்சந்தை மற்றும் இடைத்தரகர்களிடமிருந்து தகவலை கேட்கலாம்.

2. நாணய அபராதங்களை விதிக்கும் அதிகாரம் Power to Impose Monetory Penalties

மூலதனசந்தை இடைத்தரகர்கள் மற்றும் பிற பங்கேற்பாளர்கள் மீது வரம்பு மீறல்களுக்கு நாணய அபராதங்களை சுமத்துவதற்கு செபி அதிகாரத்திற்கு உட்பட்டுள்ளது. இது ஒரு குறுகிய காலத்திற்கு அவர்களின் பதிவை தற்காலிகமாக நிறுத்தி வைக்கலாம்.

3. பணியிடங்களில் செயல்பாடுகளை தொடங்குவதற்கான அதிகாரம் ஒதுக்கப்பட்டுள்ளது Power to Initiate Actions in Functions Assigned

செபி ஒதுக்கப்பட்டுள்ள பணிகள் குறித்து நடவடிக்கைகளை ஆரம்பிக்க ஒரு அதிகாரம் உண்டு. உதாரணமாக, இது பல்வேறு இடைத்தரகர்களுக்கு வழிகாட்டுதல்களை வழங்கலாம் அல்லது முதலீட்டாளர்களின் நலன்களைப் பாதுகாப்பதற்கான குறிப்பிட்ட விதிகளை அறிமுகப்படுத்தலாம்.

4. பத்திரங்களில் உள்வழி வர்த்தகத்தை ஒழுங்குபடுத்துவதற்கான அதிகாரம் Power to Regulate Insider Trading

உள்வழி வர்த்தகத்தை ஒழுங்குபடுத்தும் அதிகாரம் அல்லது வணிக வங்கியாளர்களின் பணிகளை ஒழுங்குபடுத்தும் அதிகாரங்களை செபி கொண்டுள்ளது.

5. பத்திரங்கள் ஒப்பந்த சட்டத்தின் கீழ் உள்ள அதிகாரங்கள்Powers Under Securities Contracts Act

பங்குச்சந்தை திறம்பட ஒழுங்குபடுத்த நிதி அமைச்சகம் பத்திரங்கள் ஒப்பந்தங்கள் (ஒழுங்குவிதிகள்) சட்டத்தின் கீழ் பல்வேறு அதிகாரங்களை செபிக்கு 13 செப்டம்பர், 1994 அன்று ஒரு அறிவித்தல் மூலம் வழங்கியுள்ளது. ஒவ்வொரு பங்குச்சந்தையிலும் ஆளும் குழுவில் மூன்று உறுப்பினர்களை நியமிக்க நிதி அமைச்சகம் செபிக்கும் அதிகாரம் அளிக்கிறது.

6. பங்குச்சந்தை வணிகத்தை ஒழுங்குப்படுத்தும் அதிகாரம்Power to Regulate Business of Stock Exchanges

பத்திரச் சந்தை மற்றும் பரஸ்பரநிதியுடன் தொடர்புடைய இடைநிலையர்கள், மோசடியான மற்றும் முறையற்ற வியாபார செயல்பாடுகள் மற்றும் நிறுவனங்கள் ஒருங்கிணைப்பு போன்றவற்றை ஒழுங்குபடுத்தும் அதிகாரங்களை செபி கொண்டுள்ளது.

8.05 புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள் (Dematerialization DEMAT)

புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள் உருவாக்கம் என்பது நிறுவன பதிவாளரால் காகித வடிவிலான பங்குச் சான்றிதழை அழித்து புறத்தோற்றமில்லாத வகையில் பத்திரங்களாக மாற்றல் என்பதாகும். பின்னர் அதற்குத் சமமான எண்ணிக்கையிலான பத்திரங்கள் வைப்புத்தாரால் முதலீட்டுதாரர்களின் கணக்கில் வரவு வைக்கப்படும்.

www.tnschoolbooks.in

முதலீட்டாளர்களின் வேண்டுகோளின் பேரில் புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்களாக உருமாற்றம் செய்யப்படுகிறது. முதலீட்டாளர்கள் முதலில் வைப்பக பங்கேற்பாளர்களுடன் (Depository Participant) கணக்கை தொடங்க வேண்டும். பின்னர் முதலீட்டாளரால் செய்யப்பட்ட கொள்முதல் அவரது கணக்கில் வரவு வைக்கப்படும் மற்றும் விற்பனையானது அவரது கணக்கில் பற்று வைக்கப்படும். பத்திரங்களின் காகித வடிவத்திற்கு மாற்றுப் பொருளாக இருப்பதால் அவை ஏற்படுகின்றன. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதனால் அவை வேறுபட்ட அம்சங்களைக் கொண்டிருக்கவில்லை. அவை எந்த தனித்துவமான எண்களையும் கொண்டிருக்கவில்லை. ஒரு குறிப்பிட்ட பாதுகாப்புப் பத்திரங்கள் அனைத்தும் ஒரே மாதிரியாகவும் ஒன்றுக்கொன்று மாற்றாகவும் இருக்கும். 1996 ஆம் ஆண்டில் டிசம்பர் மாதம் தேசிய பங்குச் சந்தை (NSE) முதன்முதலாக புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள் வர்த்தகத்தை தொடங்கியது. அங்கு ரிலையன்ஸ் நிறுவனம் முதன்முதலாக 100 பங்குகளை புறத்தோற்றமற்ற வடிவ பத்திரங்கள் விற்பனையில் ஈடுபட்டது. 1997 டிசம்பர் மாதம் மும்பை பங்குச் சந்தை புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள் வர்த்தகத்தை தொடங்கியது.

8.06 புறத்தோற்றமற்ற பத்திரத்தின் நன்மைகள் (Benefits of Dematerialization)

i. இழப்பு, திருட்டு, மோசடி மற்றும் சேதம் போன்ற பங்குச் சான்றிதழ்களைப்பற்றிய அபாயங்கள் புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்களினால் முழுமையாக நீக்கப்படுகின்றன.

ii. காகிதப் பரிவர்த்தனைகளை விட புறத்தோற்றமற்ற பத்திர வர்த்தகம் விரைவான பரிவர்த்தனைகள் மற்றும் வர்த்தகத்தில் அதிக செயல்திறன் ஆகியவற்றை வழங்குகிறது. பங்கு கணக்குகள் தானாக நிகழ்நிலைப் படுத்தப்படுகிறது.

iii. தரகர்களின் வருகை தேவையில்லாமலேயே எந்த இடத்திலும் கணிணியில் வர்த்தகம் செய்ய முடியும் என்பதால் வர்த்தகம் என்பது மிகவும் வசதியாகி விட்டது.

iv. நிறுவனங்களின் ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் பங்குகள் இணைப்பு மூலம் உருவாக்கப்படும் பங்குகள் புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்களாக முதலீட்டாளர்களின் கணக்கில் வரவு வைக்கப்படும்.

v. எல்லா பரிவர்த்தனைகளும் வைப்பக பங்குதாரர்கள் மூலமாக நடக்கும் போது ஒரு வர்த்தகர் தனித்தனியாக ஒவ்வொரு நிறுவனத்துடனும் தொடர்பு கொள்ள தேவையில்லை.

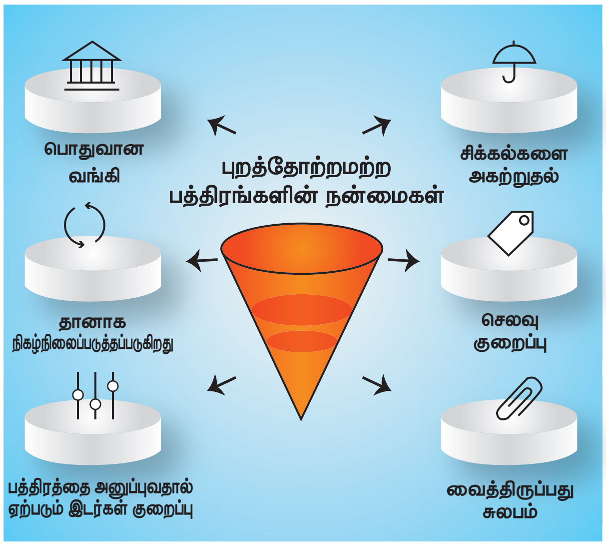
vi. பத்திரங்களை பரிமாற்றுவதற்காக முத்திரைத்தாள் கட்டண கடமை அவசியமில்லை. இதனால் கணிசமான அளவிற்கு பரிவர்த்தனை செலவைக் குறைக்கிறது.

vii. ஒரு குறிப்பிட்ட கணக்கில் பங்கு மற்றும் கடனீட்டு பத்திரங்கள் இரண்டையும் வைத்திருக்க சில வங்கிகள் அனுமதிக்கின்றன.

viii. வங்கிகள் அனைத்து நடைமுறைகளிலும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு உதவுவதற்காக அர்ப்பணிப்பு மற்றும் நன்கு பயிற்றுவிக்கப்பட்ட வாடிக்கையாளர் சேவையாளர்களை வைத்துள்ளனர்.

ix. புறத்தோற்றமற்ற கணக்கு வைத்திருப்பவர் பங்குகளை எந்த அளவு வாங்கவும் மற்றும் விற்கவும் முடியும். இருப்பினும் காகித வடிவிலான பத்திரங்கள் வைத்திருப்பவர் மேற்கொள்ளும் பரிவர்த்தனைகளின் எண்ணிக்கையில் வரம்பு உண்டு.

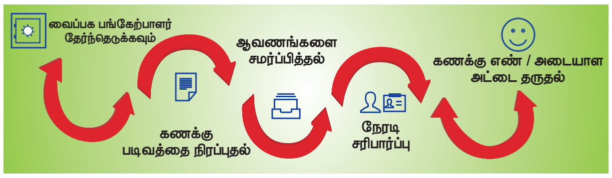
x. புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள் வைத்திருப்பவர் அதன் மீது கடன் பெற முடியும்.



புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கு என்றால் என்ன? (What is Demat Account?)

புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கு என்பது ஒருவர் மின்னணு அல்லது புறத்தோற்றமற்ற வடிவத்தில் வாங்கக்கூடிய அனைத்து பங்குகளையும் குறிக்கிறது. அடிப்படையில் புறத்தோற்றமற்ற பங்குகள் எந்த வங்கியின் கணக்கில் பணமாக வைக்கப்பட்டுள்ளது என்பதைக் குறிக்கிறது. புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கு சாதாரண வங்கிக் கணக்கைப் போலவே பங்குகள், பத்திரங்கள், அரசாங்கப் பத்திரங்கள், பரஸ்பர நிதிகள் மற்றும் பரிமாற்ற வர்த்தக நிதிகள் போன்றவைகளை ஒரு புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்காக வைத்துள்ளது.

புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கை எப்படி தொடங்க வேண்டும்? (How to open a Demat Account?)



12th Commerce Tamil Unit 3.indd 62 19/12/2022 14:45:05

i. புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கை தொடங்க விண்ணப்ப மற்றும் அதனுடன் தேவையான ஆவண நகல்களையும் இணைத்து அத்துடன் பாஸ்போர்ட் அளவு புகைப்படத்தை சமர்ப்பிக்க வேண்டும். மேலும் நிரந்தர கணக்கு எண் அட்டை வைத்திருக்க வேண்டும். மேலும் சரிபார்ப்பதற்கு அசல் ஆவணங்கள் எடுத்துச் செல்ல வேண்டும்.

ii. வாடிக்கையாளர்கள் விதிகள் மற்றும் ஒழுங்கு விதிகளின் உடன்படிக்கைகள் மற்றும் அது தொடர்பானவற்றை வழங்க வேண்டும்.

iii. செயல்முறையின் போது வைப்பக பங்கேற்பாளர் அமைப்பின் பிரதிநிதி சரிபார்ப்பு மேற்கொள்ளப்படும் நபரை தொடர்பு கொண்டு படிவத்தில் வழங்கப்பட்ட விவரங்களை கேட்டு சரிபார்ப்பர்.

iv. விண்ணப்பம் செயல்படுத்தப்பட்டவுடன் வைப்பக பங்கேற்பாளர் அமைப்பு வாடிக்கையாளருக்கு ஒரு கணக்கு எண் அல்லது வாடிக்கையாளர் இணையதள முகவரியை வழங்கும். இணையதளத்தில் புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கை அணுக இந்த விவரங்களைப் பயன்படுத்தலாம்.

v. ஒருபுறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கு வைத்திருப்பவர் கணக்கை பராமரிப்பு மற்றும் பரிவர்த்தனைக் கட்டணத்திற்காக விதிக்கப்படும் வருடாந்திர பராமரிப்பு கட்டணம் போன்ற சில கட்டணங்களை செலுத்த வேண்டும். இந்த சேவைக் கட்டணம் ஒவ்வொரு சேவை வழங்குநரிடமிருந்தும் வேறுபடுகிறது. சில வைப்பக பங்கேற்பாளர்கள் ஒரே மாதிரியான கட்டணம் வசூலிக்கும் போது மற்றவர்கள் பரிவர்த்தனை மதிப்பிற்கேற்ப வசூலிக்கிறார்கள். இந்த பரிவர்த்தனைக் கட்டணம் நடவடிக்கையின் வகைகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு (வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்தல்) வேறுபடுகிறது. மேலும் வைப்பக பங்கேற்பாளர்கள் (DP) பங்குகளை காகித வடிவத்திலிருந்து மின்னணு வடிவத்திற்கு மாற்றுவதற்கு கூடுதல் கட்டணம் வசூலிக்கப்படுகிறது.

6. குறைந்த பட்ச பங்குகள் : புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கு துவங்க குறைந்தபட்ச இருப்பு பராமரிக்கப்பட வேண்டியது தேவையில்லை. பங்குகள் இல்லாமலும் ஒரு புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கை துவங்கலாம்.

புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கிற்கு தேவையான ஆவணங்கள் யாவை? (What are the documents required for a Demat Account?)

பாஸ்போர்ட் அளவு புகைப்படம் மற்றும் கணக்கு துவக்க படிவத்துடன் அடையாள மற்றும் முகவரி சான்றுகளை சமர்ப்பிக்க வேண்டும். ஆவணங்களின் நகல் பிரதியை மட்டுமே சமர்ப்பிக்க வேண்டியது அவசியம். ஆனால் சரிபார்ப்புக்கு மூலச் சான்றிதழ்கள் தேவைப்படுகின்றன.

அடையாள அட்டைச் சான்று (Proof of identity;)

நிரந்தர கணக்கு எண் (PAN card), வாக்காளர் அட்டை (Voter's ID), ஓட்டுநர் உரிமம் (Driving license), வங்கி செல்லேடு (Bank Pass book), வருமான வரி படிவங்கள் (Income Tax returns), மிண்கட்டண ரசீது (Electricity Bill), தொலைபேசி கட்டண ரசீது (Telephone Bill), மத்திய மற்றும் மாநில அரசுத் துறைகள் வழங்கிய புகைப்படம் ஒட்டிய அடையாளச் சான்றிதழ்கள், சட்டரீதியான அல்லது ஒழுங்குமுறை ஆவணங்கள், பொதுத்துறை நிறுவனங்கள் (Public Sector undertakings), வணிக வங்கிகள் (Commercial Banks), பொது நிதி நிறுவனங்கள் (Public Financial Institutions), பல்கலைக்கழகங்களுடன் இணைவு பெற்ற கல்லூரிகள் (College Affiliated to universities), அல்லது இந்திய பட்டயக் கணக்காளர்கள் சங்கம் (ICAI), இந்திய அடக்கவிலை கணக்காளர்கள் சங்கம் (ICWAI), நிறுமச் செயலாளர்கள் சங்கம் (ICSI), பார்கவுன்சில் போன்ற தொழில் அமைப்புகள் வழங்கிய புகைப்படம் ஒட்டிய அடையாளச் சான்றிதழ்கள் ஆகியவை ஆகும்.

முகவரிச் சான்று ஆதாரம் (Proof of Address;)

குடும்ப அட்டை (Ration card), கடவுச் சீட்டு (Pass port), வாக்காளர் அடையாள அட்டை, ஓட்டுநர் உரிமம், வங்கி செல் புத்தகம் அல்லது வங்கி அறிக்கை, மின்கட்டண ரசீது, தொலைபேசி கட்டண ரசீது, விடுப்பு மற்றும் உரிமம் தொடர்பான விற்பனை ஒப்பந்தம், உயர்நீதி மன்றம் மற்றும் உச்சநீதி மன்றத்தின் சுய அறிவிப்பு, மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகளின் துறைகள் வழங்கிய முகவரிச் சான்று, சட்டப்பூர்வமான மற்றும் ஒழுங்குமுறை ஆவணங்கள், பொதுத்துறை நிறுவனங்கள், வணிக வங்கிகள், பொதுத்துறை நிதி நிறுவனங்கள், பல்கலைக் கழகங்களுடன் இணைவு பெற்ற கல்லூரிகள், இந்திய பட்டயக் கணக்காளர்கள் சங்கம், இந்திய அடக்கவிலை கணக்காளர்கள் சங்கம், இந்திய நிறுமச் செயலாளர்கள் சங்கம் மற்றும் பார்கவுன்சில் ஆகிய தொழில்முறை அமைப்புகள் வழங்கிய முகவரிச் சான்று ஆகியவை.

நிரந்தர கணக்கு எண் என்பது நேரடி வரிகள் வாரியம் அதாவது வருமான வரித்துறையினால் வழங்கப்படும் 10 இலக்க எண்ணெழுத்து அடையாள புகைப்பட அட்டையாகும். இது ஒரு அடையாள ஆதாரமாக செயல்படுகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 63 19/12/2022 14:45:05

Internal Ref. No. ________________ 1

STATE BANK OF INDIA

Reference Sr. No.

Branch Code
Branch Name
Pl. Open Demat A/C

Br. Manager

Branch Seal

Application Form for Opening a Demat Account
Individual ☐ NRI ☐ Foreign National

Please fill all the details in BLOCK LETTERS in English	Br. Code	Year	Sr. No.
Application No.	Ref. No.		
Date	Account No. 1 3 0 1 9 3 0 0		

(To be filled by the Depository Participant/Br.)

I/We request you to open a Demat Account in my / our name/s as per the following details :

Sole / First Holder's Details

First Name			
Middle Name			
Father / Husband Name			
Title	Mr. Mrs. Ms. Other	Suffix	
Correspondence Address			
City		State	
Country		PIN	
Telephone No.		Fax No.	
PAN / GIR No.			
IT Circle Ward / District		Mobile No.	
E-mail ID			
MAPIN Code			

Join Holders - Second Holder's Details

First Name			
Middle Name			
Last Name			
Father / Husband Name			
Title	Mr. Mrs. Ms. Other	Suffix	
PAN / GIR no.			
IT Circle Ward / District		Mobile No.	
Date of Birth			
E-mail ID			
MAPIN Code			

Join Holders - Third Holder's Details

First name			
Middle Name			
Last Name			
Father / Husband Name			
Title	Mr. Mrs. Ms. Other	Suffix	
PAN / GIR No.			
IT Circle Ward / District		Mobile No.	
Date of Birth			
E-mail ID			
MAPIN Code			

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 64 19/12/2022 14:45:05

சூழல் ஆய்வு

1. ஐஸ்வர்யாவின் தந்தை ஒரு பெரிய சிமெண்ட் நிறுவனத்தின் பங்குகளை அவளுக்கு பரிசாக வழங்கினார். அப்பத்திரங்கள் காகித வடிவில் இருந்தன. அவர் ஏற்கனவே ஒரு வங்கிக்கணக்கு வைத்திருந்தார். அவர் வேறு எந்தவிதமான பத்திரங்களும் வைத்திருக்கவில்லை. கௌசிகா அப்பங்குகளை விற்பனை செய்வதற்காக ஒரு பதிவு பெற்ற தரகரை அணுகினார். அதற்கான என்னென்ன விவரங்களை அவர் தரகரிடம் வழங்க வேண்டும்?

2. தங்கம் வங்கியின் தலைவர் திரு.குமார் ஆவார். வங்கி நல்ல இலாபம் சம்பாதித்தது. வங்கி வழக்கமாக பங்காதயம் செலுத்துவதால் பங்குதாரர்கள் மகிழ்ச்சியடைந்தனர். சந்தையில் பங்குகளின் விலை சீராக அதிகரித்து வருகிறது. இச்சூழ்நிலையில் டிரினிடி வங்கியை எடுத்துக் கொள்வதாக அறிவித்தது. தங்கம் வங்கியின் பங்கு விலை அதிகரிக்கும் என திரு.குமார் அறிந்திருந்தார். வங்கியின் தலைவராக இருப்பதால் அவர் பங்குகளை வாங்க அனுமதிக்கவில்லை. தனது பணக்கார நண்பர்களில் ஒருவரான திரு.பிரபு என்பவரை தனது வங்கியின் பங்குகளில் ரூ.5 கோடியை முதலீடு செய்யும்படி கேட்டுக் கொண்டார். எதிர்பார்த்தப்படி பங்கு விலைகள் 40% உயர்ந்துள்ளன. பிரபுவின் பங்குகளில் சந்தை விலையான ரூ.7 கோடியை அடைந்தது. அவர் 2 கோடி ரூபாய் இலாபம் சம்பாதித்தார். அவர் திரு.குமார்க்கு ரூ.1 கோடி வழங்கினார். வழக்கமான பரிசோதனையிலும் சம்பந்தப்பட்ட தரகர்கள் மூலம் விசாரித்தது செபி அமைப்பு. இதன் ஒழுங்கற்ற நிலையை கண்டறிந்தது. திரு. குமார்க்கு கடுமையான தண்டனையை விதித்தது. மேற்கூறிய பத்தியில் இருந்து மேற்கோள் செய்வதன் மூலம் செபியின் இந்த இரண்டு செயல்பாடுகளை அடையாளம் காணவும் மற்றும் குறிப்பிடவும்.

நமது சிந்தனைக்கு

1. முதலீட்டாளர்களின் நலன்களை பாதுகாக்க செபி மேற்கொண்ட பல்வேறு நடவடிக்கைகளின் தகவல்களை சேகரித்தல்.

2. உங்களுடைய நகரத்தில் வர்த்தக முனையத்தில் மாணவர்களின் குழுவை பத்திரங்கள் பற்றிய தகவல் பெறவும் மற்றும் ஒரு அறிக்கையையும் தயார் செய்யுங்கள்.

3. முதலீட்டாளர் பாதுகாப்புக்காக SEBI நடவடிக்கை பற்றிய தகவல்களை சேகரித்தல்.

நமது சிந்தனைக்கு

1. இந்திய பங்குச் சந்தையை சீர்படுத்துவதில் SEBI பங்கு பற்றிய அறிக்கையை தயாரிக்கவும். www.sebi.gov.in என்ற இணையதளத்தில் இதுபற்றிய தகவல்களை பெறலாம். பங்குச் சந்தையில் முதலீட்டாளர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க வேறு ஏதாவது செய்ய வேண்டும் என்று நீங்கள் நினைக்கிறீர்களா?

2. முதலீட்டாளர்களின் குறைகளை நிவர்த்தி செய்தல்:

(i) பங்கு பரிவர்த்தனை பற்றிய பங்கு முதலீட்டாளர் புகார்களை விரைவாக சரிசெய்ய முதலீட்டாளர் குறைகளை நிவர்த்தி செய்யும் அமைப்புகளை செபி அமைத்துள்ளது.

(ii) முதலீட்டாளர்களால் செய்யப்படும் புகார்களை பதிவு செய்வதற்கான நோக்கத்திற்காக, தரகர்கள், துணைத் தரகர்கள், வைப்பகங்கள் மற்றும் பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களின் மீதும் செய்யப்படும் புகார்களை பதிவு செய்ய சிறப்பு மின்னஞ்சல் முகவரியை செபி ஏற்படுத்தியுள்ளது.

(iii) பங்கு வெளியீடு நடவடிக்கைகளிலிருந்து எழும் முதலீட்டாளர் குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்கு செபி ஒரு வழிமுறையை அமைத்துள்ளது.

(iv) செபி அதன் மும்பை, புதுதில்லி சென்னை, கொல்கத்தா மற்றும் அஹமதாபாத் போன்ற நகரங்களில் உள்ள அனைத்து அலுவலகங்களிலும் அலுவலக நாட்களிலும் அதன் சேவைகளை வழங்குகிறது. முதலீட்டாளர்கள் அதிகாரிகளைச் சந்தித்து வழங்குநர்களுக்கு எதிராக இருக்கும் குறைகளைச் சமாளிக்க வழிகாட்டுதலைப் பெறலாம். முதலீட்டாளர்கள் குறிப்பிட்ட வேலைநாட்களில் செபியின் உயர் அதிகாரிகளைச் சந்திக்க முடியும். முதலீட்டாளர்கள் தங்கள் புகார்களை செபி யுடன் சமர்ப்பிக்கலாம்.

(v) முதலீட்டாளர்கள் தங்களது புகார்களை செபி யுடன் investorcomplaints@sebi.gov.in என்ற மின்னஞ்சல் முகவரியில் புகார் தெரிவிக்கலாம்.

(vi) முதலீட்டாளர்கள் ஏதேனும் உதவியைப் பெற செபியினை asksebi@sebi.gov.in என்ற மின்னஞ்சல் முகவரியில் செய்தியை அனுப்பலாம்.

கலைச்சொற்கள்

புறத்தோற்றமற்ற பத்திரம்

பத்திரங்கள் வைப்புத்தாரர்

முதலீட்டாளர்கள்

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 65 19/12/2022 14:45:06

www.tnschoolbooks.in

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. இந்தியாவில் இந்திய பத்திரங்கள் மற்றும் பரிமாற்ற வாரியம் (SEBI) தோற்றுவிக்கப்பட்ட ஆண்டு __________

   அ) 1988　　ஆ) 1992
   இ) 1995　　ஈ) 1998

2. செபியின் தலைமையகம் ________ ஆகும்.

   அ) கல்கத்தா　　ஆ) மும்பை
   இ) சென்னை　　ஈ) தில்லி

3. கூட்டு முதலீட்டு திட்டங்களின் செயல்பாட்டை பதிவு செய்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் _________ எனப்படுகிறது.

   அ) பரஸ்பர நிதிகள்
   ஆ) பட்டியல்
   இ) மறுபுறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள்
   ஈ) புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள்

4. ஒவ்வொரு பங்குச்சந்தையின் ஆட்சிக் குழுவில் _________ உறுப்பினர்களை நியமிக்கும் பொருட்டு நிதி அமைச்சகம் செபியிடம் அதிகாரம் அளிக்கிறது.

   அ) 5　　ஆ) 3
   இ) 6　　ஈ) 7

5. தேசிய பங்குச் சந்தையில் புறத்தோற்றமற்ற பத்திர வர்த்தகம் தொடங்கிய ஆண்டு ______ ஆகும்.

   அ) ஜனவரி 1996　　ஆ) ஜீன் 1998
   இ) டிசம்பர் 1996　　ஈ) டிசம்பர் 1998

விடைகள் :

1	அ	2	ஆ	3	அ	4	ஆ	5	இ

II. குறு வினாக்கள்:

1. செபி பற்றிய சிறுகுறிப்பு வரைக.
2. செபியின் இரண்டு நோக்கங்களை எழுதுக.
3. செபியின் தலைமையகம் பற்றி குறிப்பிடுக.
4. பல்வேறு அடையாள ஆதாரங்கள் யாவை?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. புறத்தோற்றமற்ற பத்திரங்கள் என்றால் என்ன?
2. புறத்தோற்றமற்ற பத்திர கணக்கிற்கு தேவைப்படும் ஆவணங்களை கூறுக.
3. செபி அமைப்பின் கட்டமைப்புகளை வரைக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. செபியின் பணிகளை விவரி. (ஏதேனும் 5)
2. செபியின் அதிகாரங்களை விவரி. (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்:

1. Dr.Sundar, K 2017, Business Organisation
2. Dr.S.GURUSAMY 2012, Financial Markets and Institutions.

12th Commerce Tamil Unit 3.indd 66　　19/12/2022 14:45:06

மனித வள மேலாண்மை
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

அலகு 4

9 அத்தியாயம்

மனித வள மேம்பாட்டின் அடிப்படைகள்
FUNDAMENTALS OF HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

கருமம் சிதையாமல் கண்ணோட வல்லார்க்கு
உரிமை உடைத்திவ் வுலகு.

–குறள் 578

பொருள் : தம் தம் கடமையாகிய தொழில் கெடாமல் கண்ணோட்டம் உடையவராக இருக்க வல்லவர்க்கு இவ்வுலகம் உரிமை உடையது.

கற்றல் நோக்கங்கள்

மாணவர்கள் புரிந்து கொள்ள உதவுவதற்கு

- மனித வளத்தின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- மனித வளத்தின் சிறப்பியல்புகள்
- மனித வளத்தின் முக்கியத்துவம்
- மனித வள மேலாண்மையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- மனித வள மேலாண்மையின் அம்சங்கள்
- மனித வள மேலாண்மையின் முக்கியத்துவம்
- மனிதவளமேலாண்மையின்பணிகள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

9.01 மனிதவளத்தின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
9.02 மனிதவளத்தின் சிறப்பியல்புகள்
9.03 மனிதவளத்தின் முக்கியத்துவம்
9.04 மனிதவள மேலாண்மையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
9.05 மனித வள மேலாண்மையின் சிறப்பியல்புகள்
9.06 மனிதவள மேலாண்மையின் முக்கியத்துவம்
9.07 மனிதவளமேலாண்மையின் பணிகள்

எந்தவொரு அமைப்பிற்கும் மனித வளமானது மிகவும் முக்கியமானது. நிறுவனங்களின் வெற்றி, வளர்ச்சி மற்றும் முன்னேற்றம் ஆகியவை, அவர்கள் கொண்டுள்ள பணியின் தரத்தை சார்ந்துள்ளது. மனித வளத்தின் மூலம் மட்டுமே ஒரு நிறுவனத்தில் உள்ள மற்ற அனைத்து வளங்களையும் ஒருங்கிணைத்து செயல்திறன் மிக்க மற்றும் ஆற்றல் வாய்ந்த ஒரு நிறுவனத்தை ஏற்படுத்தி வழிநடத்திச் செல்ல முடியும். சமீப காலமாக மனித வளத்தின் முக்கியத்துவம் அதிகரித்துக் கொண்டே இருக்கிறது ஏனென்றால் வளர்ந்து வரும் உலக வர்த்தகத்தின் தேவை தனித்திறன் கொண்ட தொழிலாளர்களை சார்ந்து இருக்கிறது.

09.01 மனித வளத்தின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் (Meaning and Definition of Human Resource)

உலகமயமாக்கல், தாராளமயமாக்கல் மற்றும் தனியார்மயமாக்கல் கொள்கையின் வருகையால் தகவல் தொடர்பு, தகவல் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தில் ஏற்பட்ட அபரித வளர்ச்சியின் மூலம் மனித வளம் உயர்மட்ட புதுமைகள் மற்றும் படைப்பாற்றல்களை தன்னகத்தே கொண்டுள்ளது. தற்போதைய சூழ்நிலையில், நிறுவனங்களில் ஆட்சேர்த்தல் தேர்ந்தெடுத்தல் மற்றும் உயர்தரமான மனித வளத்தை பயன்படுத்தாத வரை அவற்றின் நிலைத்தன்மை என்பது ஒரு கேள்விக் குறியாகவே இருக்கும். தனிப்பட்ட மற்றும் நிறுவன குறிக்கோள்களை அடைவதற்கு குறிப்பிடத்தக்க சொத்து என அழைக்கப்படும் மனித வளத்தை அதற்கான இடத்தில் வைத்து மதிப்பளிக்க வேண்டும். ஒரு நிறுவனத்தின் மனித வளமாக கருதப்படும் பணியாளர்களே அந்நிறுவனத்தின் வெற்றிக்கும் அதன் நீடித்த வாழ்விற்கும் இன்றிமையாத காரணியாக விளங்குகின்றனர்.

பீட்டர்.எப்.ட்ரக்கர் அவர்களின் கூற்றின்படி "மனிதன் அவனுக்கு கிடைக்கும் எல்லா வளங்களையும் கொண்டு வளர்ச்சி மற்றும் மேம்பாடு அடைய முடியும்".

மேற்கண்ட வரைவிலக்கணத்தின்படி அனைத்து மனிதர்களையும் மனித வளங்களாக கருத முடியாது என்பது தெள்ளத் தெளிவாக தெரிகிறது. தனிப்பட்ட மற்றும் நிறுவன குறிக்கோள்களை அடைவதற்கு எவர் ஒருவர் திறமை, தனித்திறன், அறிவு, தகுதிகள், போட்டித்திறன் மற்றும் செயல்திறன் பெற்றிருக்கிறாரோ அவரே மனித வளமாக கருதப்படுகிறார்.

09.02 மனித வளத்தின் சிறப்பியல்புகள் (Characteristics of Human Resources)

மனித வளங்களின் தனிப்பட்ட, குறிப்பிடத்தக்க மற்றும் வித்தியாசமான அம்சங்கள் பின்வருமாறு:

i. உற்பத்தி செய்யும் ஒரே காரணியாக மனித வளம் திகழ்கிறது.

ii. பிற அனைத்து வளங்களையும் மனித வளம் உருவாக்குகிறது.

iii. பணியமர்த்தப்பட்ட பணியாளர்களை கொண்டதே தவிர மனித வளம் என்பது பணியாளர் அல்ல.

iv. மனித வளமானது கண்டுபிடிப்பு மற்றும் படைப்பாற்றல் ஆகியவற்றை வெளிப்படுத்துகிறது.

v. மனித வளங்கள் தனியாக சிந்திக்கவும், செயல்படவும், பகுப்பாய்வு செய்யவும், மற்றும் விளக்கவும் முடியும்.

vi. மனித வளங்கள் உணர்ச்சிபூர்வமானவை.

vii. நிதியுடன் அல்லது நிதியில்லாமலும் மனித வளங்கள் ஊக்குவிக்கப்படலாம்.

viii. மனித வளங்களின் நடத்தைகளை ஊகிக்கமுடியாது.

ix. மனித வளங்களால் உண்டாகும் மதிப்பு மற்றும் பாராட்டுகள் நீண்ட காலத்திற்கு கிடைக்கிறது

x. மனித வளங்கள் நகரும் தன்மை கொண்டது

xi. மனித வளமானது ஒரு குழுவாக செயல்படலாம்.

09.03 மனித வளத்தின் முக்கியத்துவம் (Significance of Human Resources)

பின்வரும் ஆதாரங்களின் காரணமாக மனித வளம் முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக இருக்கிறது:

i. மனித வளத்தின் மூலமாக மட்டுமே மற்ற அனைத்து வளங்களும் திறம்பட பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

ii. ஒரு நிறுவனத்தின் நிலையான வளர்ச்சி முக்கிய வளமான மனித வளத்தை சார்ந்துள்ளது.

iii. தொழில்துறை உறவுகள் மனித வளத்தை சார்ந்துள்ளது.

iv. மனித வளங்கள் மூலமாக மட்டுமே மனித உறவுகள் சாத்தியமாகிறது.

v. மனித வளமானது பிற அனைத்து உற்பத்தி காரணிகளையும் நிர்வகிக்கிறது.

vi. பயிற்சி மற்றும் அபிவிருத்தி திட்டங்களின் மூலம் மனித வளங்களின் திறனை மேம்படுத்த முடியும்.

vii. மேலாண்மையின் அனைத்து மட்டங்களிலும் மனித வளத்தைப் பயன்படுத்த முடியும்.

viii. மனித வளங்கள் சட்டப்பூர்வ கட்டமைப்பினால் நன்கு பாதுகாக்கப்படுகின்றன.

09.04 மனித வள மேலாண்மையின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் (Meaning and Definition of Human Resource Management)

மனித வளத்தை நிர்வகிக்கும் மேலாண்மையின் கிளையே மனித வள மேலாண்மை என அழைக்கப்படுகிறது. தனிப்பட்ட மற்றும் நிறுவன குறிக்கோள்களை அடையும் பொருட்டு மனித வளங்கள் கூர்தீட்டப்பட்டு நிர்வகிக்கப்பட வேண்டும். சுருங்ககூறின், நிறுவனம் தமது இலக்குகளை நிறைவேற்றுவதற்கு வெவ்வேறு மட்டங்களைச் / பிரிவுகளைச் சார்ந்த மனிதர்களைக் கையாள்வதாகும். இதில் நிறுவனம் மற்றும் ஒட்டுமொத்த பணியாளர்களின் முன்னேற்றம் அடங்கியுள்ளது.

மனிதவள மேலாண்மை என்பது ஒரு நிறுவனத்தில் ஆட்களை பணியமர்த்தல், ஊக்குவித்தல் மற்றும் நிர்வகித்தல் தொடர்பான மேலாண்மை பணியை செய்வதாகும்.

ஈ.எஃ.ப்.எல். ப்ரெச் அவர்களின் வார்த்தைகளில் மனிதவள மேலாண்மை என்பது "நிர்வாக செயல்பாட்டின் ஒரு பகுதியாகும். மேலும் அவை ஒரு நிறுவனத்தின் மனிதக் கூறுகளை முதன்மையாக கருத்தில்கொண்டுள்ளது".

09.05 மனித வள மேலாண்மையின் சிறப்பியல்புகள் (Features of HRM)

மனித வள மேலாண்மை பண்புகள் பின்வருமாறு:

i. **உலகளவில் பொருத்தமானது:** (Universally relevant) மனித வள மேலாண்மை உலகளவில் பொருந்தக்கூடியதாக உள்ளது. நிறுவனஅமைப்பின் தன்மையைப் பொறுத்து இதனின் அணுகுமுறை மற்றும் தோற்ற வடிவம் மாறுபடுகிறது. மேலும் இவை அனைத்து மட்டங்களிலும் பொருந்தும் சரியான வகையில் உள்ளது.

ii. **இலக்கு சம்பந்தமானது:** (Goal oriented) ஒரு நிறுவனத்தில் உள்ள மனித வளத்தை சிறந்த முறையில் பயன்படுத்துவதன் மூலம் அந்நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்களை அடையவது சாத்தியமாகிறது.

iii. **திட்டமிட்ட அணுகுமுறை:** (A Systematic approach) ஒரு நிறுவனத்தில் மனித வளத்தால் நிகழ்த்தப்படும் பணிகளை நிர்வகிப்பதில் ஒரு முறையான அணுகுமுறையை மனித வள மேலாண்மை வலியுறுத்துகிறது. மேலாண்மை பணிகள் மற்றும் செயல்பாட்டு பணிகள் என இரண்டு விதமான பணிகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன.

iv. **அனைத்திலும் பரவலானது:** (It is all pervasive) திறன்மிக்க மேலாண்மை எங்கு இருக்கிறதோ அங்கெல்லாம் மனித வளம் இருக்கிறது. குறிப்பாக செயல்பாட்டு பகுதியில் கிடைக்ககூடிய மனித வளம் முக்கியமானதாகும்.

v. **தொடர்ச்சியான செயல்பாடு:** (It is a continuous process) மனித வளத்தின் மூலம் ஒரு நிறுவனம் நீண்ட காலம் இயங்கி கொண்டிருந்தால் அந்நிறுவனத்தில் மனித வளம் நிர்வகிப்பது தொடர்பான செயல்பாடுகளும் தொடர்ந்து நீடித்த நிலையில் இருக்கும்.

vi. **மாறும் செயல்பாடு:** (It is a dynamic activity) மனித வள மேலாண்மை மற்ற உற்பத்தி காரணிகளைப் போல அல்ல, ஏனெனில் அவைகள் உணர்வுகள் மற்றும் உணர்ச்சிகளை கொண்டுள்ளன. மேலும் அவற்றை கவனமாகவும், விடாமுயற்சியுடனும் கையாளுவதின் மூலம் அதன் பயன்பாட்டை அதிகரிக்க முடிகிறது.

vii. **ஒருங்கிணைந்த கருவி:** (It is an integrative tool) மனித வளத்தை நிர்வகிப்பதற்கு முக்கியமானதாக கருதப்படுவது கிடைக்கக்கூடிய பணியாளர்களை ஊக்குவித்தல், பங்கேற்கச் செய்தல் மற்றும் ஒருங்கிணைத்தலாகும்.

viii. **வளர்ச்சியின் மீதான கவனம்:** (Focuses on development) மனித வள மேலாண்மை, பயிற்சி மற்றும் மேம்பாட்டு திட்டங்களின் மூலம் மனிதவள மேம்பாடு குறித்து கவனம் செலுத்துகிறது. கிடைக்கப்பெற்ற மனித வளங்களை திறம்பட பயன்படுத்தி பயிற்சிகளை அதிகரிப்பதன் வாயிலாக மனித திறன்கள் பட்டை தீட்டப்படுகின்றன.

ix. **மனித வள மேலாண்மை அறிவியல் மற்றும் கலை ஆகிய இரண்டுமாக இருத்தல்:** (Human resource management is both science as well as art) இது சோதனைகள் மற்றும் உற்றுநோக்கல் அடிப்படையிலும் அத்துடன் திறம்பட மனித வளத்தை கையாள்வதின் அடிப்படையிலும் இவை அறிவியல் மற்றும் கலை ஆகிய இரண்டுமாக கருதப்படுகிறது.

x. **துறைகளுக்கிடையிலான இணைப்பு:** (It is interdisciplinary) மனித வளம் மேலாண்மை சமூகவியல், உளவியல், பொருளாதாரம் போன்ற பல்வேறு துறைகளின் கருத்தாக்கங்களைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் துறைகளுக்கிடையே இணைப்பினை ஏற்படுத்துகிறது.

xi. **கண்ணுக்குப் புலப்படாதது:** (It is intangible) மனித வள மேலாண்மை என்பது ஒரு கண்ணுக்கு புலனாகாத செயல்பாடு. இது முடிவுகளால் மட்டுமே அளவிட முடியும்.

09.06 மனித வள மேலாண்மையின் முக்கியத்துவம் (Significance of Human Resource Management)

மனித வள மேலாண்மையின் பங்கு யுக்தி என்பது பெறுதல் செயல்நிலை, பயிற்சி செய்தல், மதிப்பீடு செய்தல், பணியாளர்களை ஈடுசெய்தல் மற்றும் தொழிலாளர் உறவு, உடல்நலம், பாதுகாப்பு மற்றும் தொலைநோக்கு சம்பந்தமான கவனிப்பு ஆகியவைகள் ஆகும்.

மனித வள மேலாண்மையின் முக்கியத்துவ த்துவத்தின் பல்வேறு காரணிகள் பின்வருமாறு:

i. **மனித சக்தி தேவைகளை அடையாளம் காணுதல்:** (To identify manpower needs) ஒரு நிறுவனத்தில் மனிதவள தேவைகளைத் தீர்மானிப்பது என்பது மிகவும் முக்கியமான ஒரு முதலீட்டு முறையாகும். செலவுகளை மேம்படுத்த, நிறுவனத்திற்கு தேவைப்படும் நபர்களின் எண்ணிக்கையை துல்லியமாக அடையாளம் காணப்பட வேண்டும்.

ii. **மாற்றங்களை இணைத்துக்கொள்ளல்:** (To incorporate change) மாற்றம் என்பது எந்த அமைப்பிலும் நிலையானது மற்றும் இந்த மாற்றத்தை நிறுவனத்தில் திறன்பட அறிமுகப்படுத்த மனித வள மேலாண்மை ஒரு முகவராக செயல்பட வேண்டும்.

iii. **மனித சக்தியின் சரியான தேவையை உறுதி செய்தல்:** (To ensure the correct requirement of manpower) மனிதவள மேலாண்மையின் மூலமாக நிறுவனத்தில் எந்த நேரத்திலும் பணியாளர்கள் பற்றாக்குறை அல்லது உபரி ஏற்படாதவாறு பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.

iv. **சரியான வேலைக்கு சரியான நபரை தேர்ந்தெடுத்தல்:** (To select right man for right job) சரியான வேலைக்கு சரியான தகுதியுடைய நபர்களை மனிதவள மேலாண்மை உறுதிப்படுத்துவதால், நிறுவனத்தில் குறைதகுதி அல்லது மிகைதகுதி உடைய பணியாளர்கள் இல்லாத நிலை ஏற்படுகிறது.

v. **திறன் மற்றும் அறிவை மேம்படுத்துதல்:** (To update the skill and knowledge) பணியாளர் திறன் மற்றும் அறிவு மேம்பாடு செயல்பாடுகளை நிர்வகிப்பதில் மனிதவள மேலாண்மையின் பங்கு முக்கியத்துவம் வாய்ந்தாக இருப்பதோடு மட்டுமில்லாமல் பயிற்சி மற்றும் வளர்ச்சித் திட்டங்கள் மூலம் இன்று வரை இருக்கும் தொழில் சார்ந்த அறிவை பணியாளர்களுக்கு வழங்குகிறது.

vi. **பணியாளர்களின் செயல்திறனை மதிப்பிடுதல்:** (To appraise the performance of employees) மனித வள மேலாண்மை நடவடிக்கைகள் மூலம் குறிப்பிட்ட கால இடைவெளிகளில் பணியாளர்களின் செயல்திறன்களை மதிப்பீடு செய்வதால் நன்கு பணிபுரிவோரின் திறனை அதிகரிக்கவும், மெதுவாக பணிபுரிவோர்களை ஊக்கமளிக்கவும் முடிகிறது. பணியாளர்கள் தங்களின் செயல்திறன் நிலையை அறிய இது உதவுகிறது.

vii. **போட்டி நன்மைகளை மேம்படுத்துதல்:** (To improve competitive advantage) நிறுவனங்கள் தகுதிவாய்ந்த மற்றும் போட்டிச் சூழலை எதிர்கொள்ளும் பணியாளர்களை கொண்டிருந்தால் மட்டுமே உலகலாளவிய போட்டிச் சந்தையின் நன்மையை உண்மையில் பெற முடியும். சிறந்த செயல்திறன் கொண்ட பணியாளர்கள் நிறுவனத்தின் துரித வேக வளர்ச்சியை அதிகப்படுத்துவார்கள்.

viii. **சிறந்த பணியாளர்களுக்கு ஊக்கத் தொகை மற்றும் மேலூதியம் வழங்க:** (To provide incentives and bonus to best performers) சிறந்த பணியாளர்களை அங்கீகரிப்பதிலும் மற்றும் அவர்களின் பணியை பாராட்டி சிறப்பிக்கும் வகையில் அவர்களுக்கு மேலூதியம் மற்றும் ஊக்கத்தொகை வழங்குவதிலும் மனிதவள மேலாண்மையின் பங்கு இருக்கிறது. இந்த ஊக்கத்தொகை நிதிசார்ந்து அல்லது நிதிசாராமல் இருக்கலாம்.

ix. **பணியாளர் அர்ப்பணிப்பை தீர்மானித்தல்:** (To determine employee commitment) மனிதவள மேலாண்மை நேர்காணல் அல்லது வினாத்தொகுப்பு வாயிலாக பணியாளர்களுக்கு அவர்களின் பணி அர்ப்பணிப்பு நிலையை தீர்மானிக்கிறது. பணியாளர்களின் அதிகப்படியான அர்ப்பணிப்பு நிலை நிறுவனத்தின் வெற்றிக்கு வழிவகுக்கிறது. இதற்கென ஏற்படுத்தப்பட்ட கொள்கைகள் மூலமாக இப்பணி மேற்கொள்ளப்படலாம்.

x. **சமூகமயமாக்க வலியுறுத்தல்:** (To emphasise socialisation) மனிதர்கள் சமூக விலங்குகளாக இருக்கிறார்கள், மேலும் நிறுவனத்தில் அதிகபட்சமாக பங்களிப்பு செய்வதற்கு ஒத்த வயதுடையோர், துணைநிலையில் உள்ளோர் மற்றும் மேலாளர்களுடன் நல்ல உறவு வைத்திருப்பதன் மூலம் அவர்கள் வேலை செய்யும் இடத்தில் வசதியாக இருப்பதை உறுதி செய்ய வேண்டும்.

xi. **சாதகமான பணியாளர் மனப்பான்மையை வளர்ப்பதற்கு:** (To promote favourable employee attitude) மேலாண்மையை பற்றி பணியாளர்களின் மனப்பான்மை சாதகமாக இருக்கும் வகையில் நிறுவனங்கள் ஒரு நல்ல பணிச் சூழலை உருவாக்க விரும்புகிறது. நிறுவனங்களில் சச்சரவுகளுக்கான தீர்வு மையம், ஆலோசனை மையம் மற்றும் குறைதீர்க்கும் மையம் போன்றவற்றை ஏற்படுத்துவதன் மூலமாக இச்சூழலை அடையலாம்.

12th Commerce Tamil Unit 4.indd 70 19/12/2022 14:45:53

xii. **கூட்டு பிரதிநிதித்துவ வாய்ப்புகளை வழங்க: (To provide scope for collective bargaining)** பணியாளர்கள் தங்களது பிரச்சனைகளுக்கு கூட்டு பிரதிநிதித்துவ அடிப்படையில் தீர்வு காண தொழிற்சங்கங்களை உருவாக்க மனிதவள மேலாண்மை பணியாளர்களை ஊக்குவிக்கிறது.

9.07 மனித வள மேலாண்மையின் பணிகள் (Functions of Human Resource Management)

மனித வள மேலாண்மையின் பணிகளை பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்

1. **மேலாண்மைப் பணிகள்:** திட்டமிடுதல், அமைத்தல், இயக்குவித்தல், கட்டுப்படுத்துதல்.
2. **இயக்கப் பணிகள்:** திரட்டுதல், அபிவிருத்தி, இழப்பீடு, தக்க வைத்தல், ஒருங்கிணைத்தல், நிர்வகிப்பு.

மேலாண்மைப் பணிகள் (Managerial Functions)

i. **திட்டமிடுதல்:** என்ன செய்ய வேண்டும், எப்படி செய்ய வேண்டும், யார் செய்ய வேண்டும் என்பதை முன்கூட்டியே தீர்மானிப்பது திட்டமிடுதல் எனப்படுகிறது. நாம் எங்கே இருக்கிறோம், நாம் எங்கு செல்ல வேண்டும் என்பதற்கு இடையில் உள்ளஇடைவெளியை இணைக்கும் பாலமாக இருக்கிறது. இதுமுறையான வணிக செயல்பாட்டிற்கு உதவுகிறது. உறுதியான நோக்கங்கள், கொள்கைகள், நடைமுறைகள், விதிகள், உத்திகள், செயல் திட்டங்கள் மற்றும் வரவு செலவு திட்டம் ஆகியவற்றில் இது ஈடுபடுகிறது. சரியான எண்ணிக்கையில் தொழில் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளும் பணியாளர்களின் நிர்வகிப்பு மற்றும் சரியான நேரத்தில் பணியாளர் கொள்கைகள் வகுக்கப்படுதலை இது உறுதி செய்கிறது.

ii. **அமைத்தல்:** பணியாளர்களிடையே வேலைப் பகிர்வினை ஏற்படுத்துவது அமைப்பாகும். இது ஒவ்வொரு பணியாளர்களுக்கும் அவர்களுக்குரிய கடமைகள், தேவைபடும் அதிகார ஒப்படைவு மற்றும் பொறுப்புகளை ஏற்கும் வகையில் பொறுப்புடைமையை வழங்குகிறது.

iii. **இயக்குவித்தல்:** பணியாளர்கள் தங்களது பணியினை சிறப்பாக செய்து முடிக்க அவர்களுக்கு ஆணைகளும் குறிப்புகளும் வழங்குவதோடு வழிகாட்டுதல், ஊக்கமூட்டுதல் மற்றும் மேற்பார்வை செய்தல் போன்றவற்றில் இது ஈடுபடுகிறது. இவை நேர ஆற்றல் மற்றும் பணம் போன்றவற்றில் ஏற்படும் வீண் விரையங்களை குறைப்பதன் மூலம் நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்களை வெகு விரைவில் அடைகிறது.

iv. **கட்டுப்படுத்துதல்:** திட்டமிட்டப்படி பணிகளை பணியாளர்கள் செய்கிறார்களா என்பதை அறிய உண்மையான செயல்பாட்டை தர வரையளவு செய்யப்பட்ட செயல் அளவுடன் ஒப்பிட்டு வேறுபாட்டிற்கான காரணங்களை கண்டறிந்து களைவது கட்டுப்படுத்தலாகும். கட்டுப்பாட்டில் பின்வருபவைகள் அடங்கியுள்ளன. அவையாவன: வரையளவு நிர்ணயித்தல், நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளைக் கணக்கிடுதல், உண்மையான செயல்பாடுகளை தர வரையளவு செய்யப்பட்ட செயலபாடுகளுடன் ஒப்பிட்டுப் பார்த்தல், வேற்றுமைகள் இருப்பின் அதற்கான காரணங்களை கண்டறிந்து அவற்றைக் களைவதற்கான உரிய நடவடிக்கைகள் எடுத்தல். கண்காணிப்பு, மேற்பார்வை, அறிக்கைகள், பதிவுகள் மற்றும் தணிக்கை மூலமே இது சாத்தியமானது.

செயல் பணிகள்: (Operating Functions)

i. **திரட்டுதல்:** வேலை பகுப்பாய்வு, மனித வள திட்டமிடல், ஆட்சேர்ப்பு, தேர்வு, வேலை வாய்ப்பு, பணிமாற்றம் மற்றும் பதவி உயர்வு ஆகியவற்றின் மூலம் மனித வளத்தை ஈர்க்கும் செயலை குறிக்கிறது.

ii. **வளர்ச்சி:** செயல்திறன் மதிப்பிடுதல், பயிற்சி, செயலதிகாரி வளர்ச்சி, தொழில் திட்டமிடல் மற்றும் வளர்ச்சி, நிறுவன வளர்ச்சி ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது அபிவிருத்தியாகும்.

iii. **ஊதியம்:** இது வேலை மதிப்பீடு, ஊதியம் மற்றும் சம்பள நிர்வாகம், ஊக்கத்தொகை, மேலூதியம், விளிம்பு நலன்கள் மற்றும் சமூக பாதுகாப்புத் திட்டங்கள் ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளது

iv. **ஊழியர்களை தக்கவைத்துக்கொள்ளுதல்:** சுகாதார மற்றும் பாதுகாப்பு, நலன், சமூக பாதுகாப்பு, வேலை திருப்தி மற்றும் வேலையினால் ஏற்படும் வாழ்க்கைத் தரத்தின் மூலம் இது சாத்தியமாகிறது.

v. **ஒருங்கிணைத்தல்:** தனிப்பட்ட விருப்பிற்கும், நிறுவன விருப்பிற்கும் இடையே நல்லிணக்கத்தை ஏற்படுத்தும் நோக்கில் உள்ள செயல்பாடுகளை இச்சொல் குறிக்கிறது

vi. **பராமரிப்பு:** பணியாளர் திருப்தியுடன் பணியாற்ற, பணியாளர் வேலையை விட்டு செல்வதை குறைத்தல், மனித வளத்தை கணக்கில் கொள்ளல், தணிக்கை மற்றும் ஆராய்ச்சி மேற்கொள்வதன் மூலம் பணியாளர்களை பராமரிப்பதை இச்சொல் குறிக்கிறது.

கலைச்சொற்கள்

மனித வளம்	பணித்திறன்	மேலாண்மை
பயிற்சி	வளர்ச்சி	பங்களிப்பு
அமைப்பு	சுழற்சி	முரண்பாடு

எதிர்கால கற்றலுக்கு

i. தரம் உத்தரவாதத்தின் மூலம் பணியின் தரத்தை உறுதிப்படுத்துதல்.
ii. வேலை திருப்தியை மேம்படுத்த இரண்டு மேலாண்மை நுட்பங்களை விவரியுங்கள்
iii. மனித வள திட்டமிடல் அட்டவணை தயாரிக்க
iv. மனித வள தேவைகளை முன்கணிப்பிதற்கான வழிகளை ஆராயுங்கள்.
v. மனித வள மேலாண்மை மற்றும் அதன் விளைவுகளின் குறைபாடுகளை மதிப்பீடு செய்தல்.

நமது சிந்தனைக்கு

i. மனித வள மேலாண்மைக்கும் மனித வள மேம்பாட்டிற்கும் இடையில் உள்ள வேறுபடுகாகளை வகைப்படுத்தி காட்டுக.
ii. மாற்று மேலாண்மை பாதிப்புக் குறித்து பகுத்தாய்வு செய்க.
iii. மோதல்மேலாண்மையில்உள்ளபிரச்சனைகளை தீர்ப்பதற்கான வழிகளை எழுதுங்கள்.
iv. தொழிற்சங்கங்களின் செயல்பாட்டின் மீது கட்டுப்பாட்டைக் கொண்டிருக்கும் திட்ட வழிகளை எழுதுங்கள்.
v. போட்டி வரைபடமிடுதல் செயல்முறையை தெளிவாக குறிப்பிடவும்.

பயிற்சி

I சரியான விடையை தேர்ந்தெடுத்து எழுதவும்:

1. **மனித வளம் என்பது ஒரு _____________ சொத்து.**

(அ) கண்ணுக்கு புலனாகும்

(ஆ) கண்ணுக்கு புலனாகா

(இ) நிலையான

(ஈ)நடப்பு.

2. **மனித வள மேலாண்மை என்பது ___________ மற்றும் ___________ஆகும்.**

(அ) அறிவியல் மற்றும் கலை

(ஆ) கோட்பாடு மற்றும் நடைமுறை

(இ) வரலாறு மற்றும் புவியியல்

(ஈ) மேலே குறிப்பிடப்பட்ட எதுவும் இல்லை.

3. **திட்டமிடல் என்பது ___________ செயல்பாடு ஆகும்.**

(அ) தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட

(ஆ) பரவலான / ஊடுருவலான

(இ) அ மற்றும் ஆ இரண்டும்

(ஈ) மேலே உள்ள எதுவும் இல்லை.

4. **மனித வள மேலாண்மை ___________ உறவினை நிர்ணயிக்கிறது.**

(அ) அக, புற

(ஆ) முதலாளி, தொழிலாளி

(இ) உரிமையாளர், வேலைக்காரன்

(ஈ) முதல்வர், முகவர்.

5. **பணியாளர் சுழற்சி வீதம் என்பது நிறுவனத்தில் பணியாளர்களின் நிலை ___________ பொழுது ஏற்படுகிறது.**

(அ) நிறுவனத்திற்குள் உள்ளே வரும்

(ஆ) நிறுவனத்தை விட்டு வெளியே செல்லும்

(இ) சம்பளம் பிரச்சனையின்

(ஈ) மேலே குறிப்பிடப்பட்ட எதுவும் இல்லை.

விடைகள்:

1	ஆ	2	அ	3	ஆ	4	ஆ	5	ஆ

II. குறு வினாக்கள்:

1. மனித வள மேலாண்மை என்றால் என்ன?
2. மனித வள மேலாண்மையின் இயல்புகளில் ஏதேனும் இரண்டு கூறுக.
3. மனித வளத்தின் சிறப்பியல்புகளில் ஏதேனும் இரண்டை குறிப்பிடுக.
4. மனிதவள மேலாண்மையின் மேலாண்மை பணிகள் என்னென்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. மனித வள மேலாண்மையின் வரைவிலக்கணம் தருக.
2. மனித வளங்களின் இயல்புகள் யாவை? (ஏதேனும் 3)
3. மனித வளத்தின் முக்கியத்துவம் என்ன? (ஏதேனும் 3)

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. மனித வளத்தின் சிறப்பியல்புகளை விளக்குக. (ஏதேனும் 5)
2. மனித வள மேலாண்மையின் முக்கியத்துவத்தை விளக்குக.(ஏதேனும் 5)
3. மனித வள மேலாண்மையின் செயல் பணிகளை விவரி..

அலகு
4

மனித வள மேலாண்மை
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

10
அத்தியாயம்

ஆட்சேர்ப்பு முறைகள்
RECRUITMENT METHODS

இதனை இதனால் இவன்முடிக்கும் என்றாய்ந்து
அதனை அவன்கண் விடல்.

–குறள் 517

பொருள் : இந்தச் செயலை இக்கருவியால் இன்னவன் செய்துமுடிப்பான் என்று ஆராய்ந்த பிறகே அத் தொழிலை அவனிடம் ஒப்படைக்க வேண்டும்.

7UGF1

கற்றல் நோக்கங்கள்

மாணவர்கள் புரிந்து கொள்ள உதவுவதற்கு

- ஆட்சேர்ப்பின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- ஆட்சேர்ப்பு செயல்முறை
- ஆட்சேர்ப்பு மூலங்கள் / ஆட்சேர்ப்பு வழிமுறைகள்
- ஆட்சேர்ப்பில் சமீபகால போக்குகள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

10.01 ஆட்சேர்ப்பின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
10.02 ஆட்சேர்ப்பு படிநிலைகள் / செயல்முறைகள்
10.03 ஆட்சேர்ப்பு மூலங்கள் / ஆட்சேர்ப்பு வழிமுறைகள்
10.04 ஆட்சேர்ப்பில் சமீபகால போக்குகள்

10.01 ஆட்சேர்ப்பின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்

ஒரு நிறுவனத்தில் உள்ள பல்வேறு பணியிடங்களுக்கு பொருத்தமான நபர்களைக் தேர்ந்தெடுக்கும் பணி செயல்முறை ஆட்சேர்ப்பு எனப்படுகிறது . இது ஒரு நிறுவனத்தில் வேலைக்கு விண்ணப்பிக்க தகுதியான நபர்களைக் கவர்ந்திழுக்கும் செயல் ஆகும். இது வேலை வழங்குபவர் மற்றும் வேலை தேடுபவர் இடையே ஒரு இணைப்பு பாலமாக செயல்படுகிறது. இது வேலை தேடும் தகுதியான நபர்களை வேலைக்கு விண்ணப்பிக்க ஊக்குவிக்கிறது. பின்னர் பெறப்பட்ட விண்ணப்பங்களை நிறுவனம் கூர்ந்தாய்வு செய்து அதிலிருந்து பொருத்தமான நபர்கள் தெரிவு செய்யப்பட்டு தேர்ந்தெடுக்கப்படுகிறார்கள். ஆட்சேர்ப்புக்கான வரைவிலக்கணங்கள் சில பின்வருமாறு.

எட்வின் பி பிலிப்போ அவர்களின் கூற்றுப்படி "நிறுவன காலியிடங்களுக்கு திறன் வாய்ந்த வேலையாட்களை தேடி தூண்டுவதும் மற்றும் அவர்களை நிறுவனங்களில் வேலைக்கு விண்ணப்பிக்க ஊக்குவிப்பதும் ஆட்சேர்ப்பு செயல்முறை எனப்படுகிறது."

ஆட்சேர்ப்புக்கான காரணங்கள்:

காலிப்பணியிடங்கள் ஏன் எழுகிறது என்பதற்கு பல்வேறு காரணங்கள் உள்ளன. அவையாவன:

i. பணியாளரின் ஓய்வு
ii. பணியாளரின் இறப்பு
iii. பணியாளரின் வேலை துறப்பு
iv. பணியாளரின் தகுதியிழப்பு
v. பணியாளரின் பதவி நீக்கம்

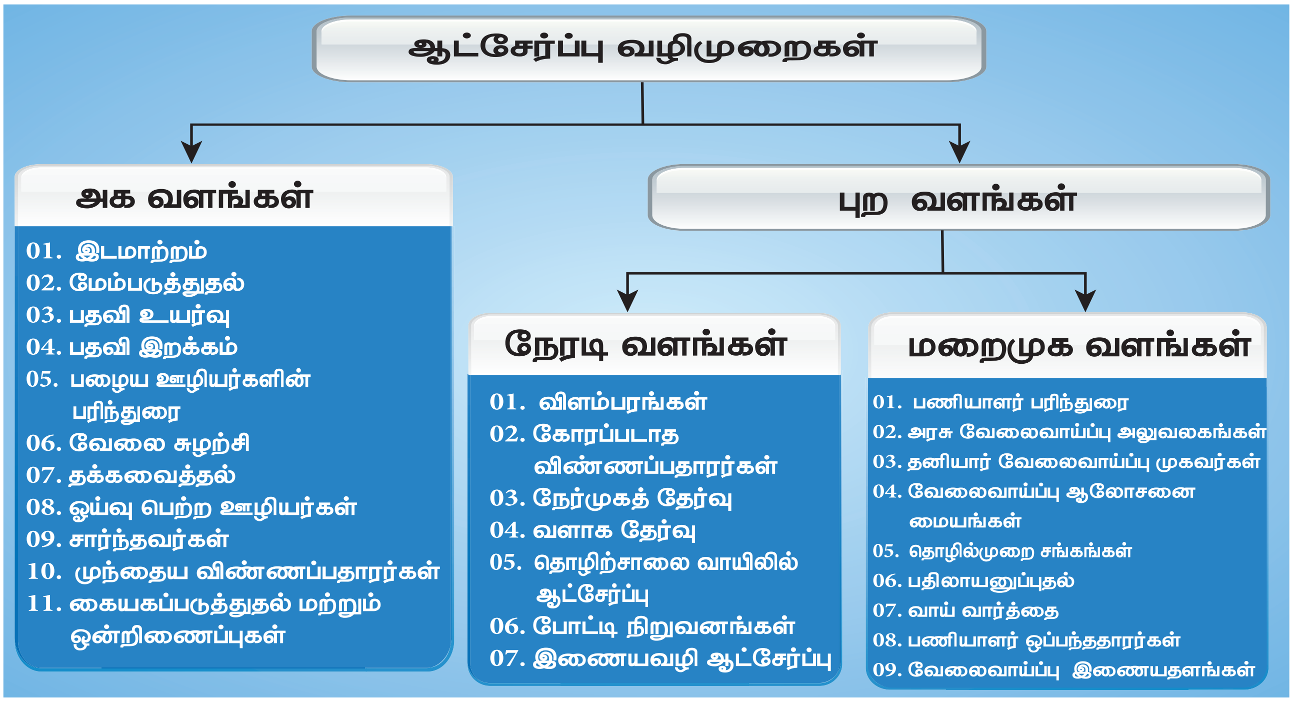
10.02 ஆட்சேர்ப்பின் படிநிலைகள் (Recruitment Process)

ஆட்சேர்ப்பின் படிநிலைகள் பின்வருமாறு:

i. ஆட்சேர்ப்பு திட்டமிடல்
ii. காலிப்பணியிடங்களை தீர்மானித்தல்
iii. வளங்களை கண்டறிதல்
iv. விளம்பரம் குறித்த தகவலை உருவாக்குதல்
v. பொருத்தமான விளம்பரம் முறையை தேர்ந்தெடுத்தல்
vi. தேர்வு செயல்பாட்டிற்கு வழிவகுத்தல்
vii. மதிப்பீடு மற்றும் கட்டுப்பாடு

www.tnschoolbooks.in

10.03 ஆட்சேர்ப்பு வளங்கள் / ஆட்சேர்ப்பு வழிமுறைகள்



ஒரு நிறுவனம் தமக்கு தேவையான பணியாளார்களை தேர்ந்தெடுக்க இரண்டு வழிகள் உள்ளன. அவையாவன (i) அக வளங்கள் மற்றும் (ii) புற வளங்கள். புற வளங்களை மேலும் நேரடி மற்றும் மறைமுக வளங்கள் என இரண்டு வகைப்படுத்தலாம்.

அக வளங்கள்: இடமாற்றம், மேம்படுத்துதல், பதவி உயர்வு, பதவி இறக்கம், பழைய ஊழியர்களின் பரிந்துரை, வேலை சுழற்சி, ஓய்வு பெற்ற ஊழியர்கள், சார்ந்தவர்கள், முந்தைய விண்ணப்பதாரர்கள், கையகப்படுத்துதல் மற்றும் சேர்க்கை.

புற வளங்கள் (External Sources):

i. **நேரடி வளங்கள் –** விளம்பரங்கள், பரிந்துரையல்லாத விண்ணப்பதாரர்கள், நேர்முகத் தேர்வு, வளாக தேர்வு, தொழிற்சாலை வாயிலில் ஆட்சேர்ப்பு, போட்டி நிறுவனங்கள் மற்றும் இணையவழி ஆட்சேர்ப்பு.

ii. **மறைமுக வளங்கள் –** பணியாளர் பரிந்துரை, அரசு / பொது வேலைவாய்ப்பு அலுவலகங்கள், வேலைவாய்ப்பு முகவர்கள், வேலைவாய்ப்பு ஆலோசனை மையங்கள், தொழில்முறை சங்கங்கள், பதிலாயனுப்புதல், வாய் வார்த்தை, பணியாளர் ஒப்பந்ததாரர்கள், வேலைவாய்ப்பு இணையதளங்கள், புறத்திறனீட்டல், மற்றும் புறம்பான வேட்டை.

i. அக வளங்கள் (Internal Sources):

பின்வருபவைகள் ஆட்சேர்ப்பின் அக வளங்களாகும்.

i. **இடமாற்றம் (Transfer):** ஒரு துறையில் இருக்கும் உபரி பணியாளர்களை பற்றாக்குறை உள்ள மற்ற துறைகளுக்கு பணி மாற்றம் செய்வதன் மூலம் காலிபணியிடங்களுக்கு தேவையான பணியாளர்களை எளிமையான வழியில் நிரப்பலாம்.

12th Commerce Tamil Unit 4.indd 74 19/12/2022 14:45:54

ii. **மேம்படுத்துதல் (Upgrading):** பணியாளர்கள் கீழ்மட்ட நிலையிலிருந்து மேல்மட்ட நிலை நோக்கி செல்ல செயல்திறன் மதிப்பீட்டு முறை உதவுகிறது.

iii. **பதவி உயர்வு (Promotion):** பணிமூப்பு மற்றும் தகுதியின் அடிப்படையில் பணியாளர்கள் நிறுவன அமைப்பின் படிநிலையில் உள்ள கீழ்மட்ட நிலையிலிருந்து மேல்மட்ட நிலைக்கு சென்று பணி புரிய வாய்ப்பு அளிக்கப்படுகிறது.

iv. **பதவி இறக்கம் (Demotion):** பணியில் தொடர்ந்து குறைவான செயல்திறனை வெளிப்படுத்தும் பணியாளர், செயல்திறனின் முக்கியத்துவத்தை உணரும் வகையில் அவரை மேல்நிலை பணியிலிருந்து கீழ்நிலை பணிக்கு மாற்றிவிடுவது பதவி இறக்கம் எனப்படுகிறது.

v. **பழைய ஊழியர்களின் பரிந்துரை (Recommendation by existing Employees):** பழைய பணியாளர்களை திருப்திப்படுத்த அவர்களது உறவினர்கள் அல்லது நண்பர்களை வேலைக்கு அமர்த்தலாம்.

vi. **வேலை சுழற்சி (Job rotation):** சுழற்சி முறையில் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட வேலைகளில் ஈடுபடுவது எப்படி என்பதை ஒவ்வொரு பணியாளரும் அறிந்திருக்க வேண்டும். இவ்வாறு அறிந்திருந்தால், இதனை ஒரு அக வளமாகக் கொண்டு பணியாளர்கள் அனைத்து விதமான பணிகளை மேற்கொள்ள இயலும்.

vii. **தக்கவைத்தல் (Retention):** மேலாண்மை விருப்பப்படி, வயது முதிர்வு ஓய்வு பிறகும் ஓய்வூதியம் பெறும் பணியாளர்களை நிறுவன தேவைக்கேற்ப பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம்.

viii. **ஓய்வு பெற்ற ஊழியர்கள் (Retired employees):** போதிய தகுதி மற்றும் அனுபவம் கொண்ட ஓய்வு பெற்ற பணியாளர்களைகொண்டு நிறுவனத்தில் உள்ள காலிபணியிடங்களை நிரப்பிக் கொள்ளலாம்.

ix. **சார்ந்தவர்கள் (Dependants):** இறந்த பணியாளருக்கு பதிலாக அவருடைய சட்ட வாரிசு அல்லது அவரை சார்ந்த ஒருவருக்கு வேலையில் வாய்ப்பு வழங்கப்படலாம்.

x. **முந்தைய விண்ணப்பதாரர்கள் (Previous applicants):** கடந்த காலத்தில் விளம்பரபடுத்தப்பட்ட பணிகளுக்கு விண்ணப்பித்த ஆனால் தேர்ந்தெடுக்கப்படாத விண்ணப்பதாரர்களின் பெயர்களை தரவு தளத்திலிருந்து எடுத்து தேவைப்படும் நேரத்தில் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம்.

xi. **கையகப்படுத்துதல் மற்றும் ஒன்றிணைப்புகள் (Acquisitions and Mergers):** ஒரு நிறுவனம் மற்றொரு நிறுவனத்தை வாங்கும்பொழுது அல்லது தன்னுடன் இணைத்துக் கொளளும்பொழுது அங்குள்ள பணியாளர்களை பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம்.

ii. புற வளங்கள்:

அ. நேரடி வளங்கள் :

i. **விளம்பரங்கள் (Advertisements):** விண்ணப்பதாரர்கள் விண்ணப்பிக்க ஏதுவாக நிறுவனத்தின் உரிமையாளர் வேலையின் தன்மை, காலியிடத்தின் தன்மை, தேவைப்படும் தகுதி மற்றும் அனுபவம், வழங்கப்படும் சம்பளம், விண்ணப்பிக்கும் முறை, விண்ணப்பிக்க வேண்டிய காலக்கெடு ஆகியவற்றைக் குறிப்பிட்டு தினசரி பத்திரிக்கைகள், இதழ்கள் மற்றும் பிற ஊடகங்கள் வழியாக விளம்பரம் செய்யலாம்.

ii. **கோரப்படாத விண்ணப்பதாரர்கள் (Unsolicited applicants):** நிறுவனங்கள் காலிபணியிடங்கள் குறித்து எவ்வித அறிவிப்பும் செய்யாத நிலையில் வேலை தேடுவோர் தன்னிச்சையாக வேலை வேண்டி விண்ணப்பித்த விண்ணப்பங்களை தேவைப்படும் நேரத்தில் நிறுவனம் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். இவர்கள் வேறு நிறுவனங்களில் பணி புரியலாம் அல்லது தேடுவோராக இருக்கலாம்.

iii. **நேர்முகத் தேர்வு (Walkins):** வேலை தேடி நிறுவனத்திற்கு நேரடியாக வருபவர்களை நேர்முக தேர்வின் மூலமாகவும் பணியமர்த்த முடியும்

iv. **வளாக தேர்வு (Campus Recruitment):** கல்வி நிறுவனங்களுக்கு நேரடியாக சென்று நல்ல கல்வித் தகுதியுடைய விண்ணப்பதாரர்களை வளாகத் தேர்வின் மூலம் தேர்ந்தெடுக்கலாம்.

v. **தொழிற்சாலை வாயிலில் ஆட்சேர்ப்பு (Recruitment at Factory gate):** பொதுவாக சாதாரண அல்லது தற்காலிக திறனற்ற ஊழியர்கள் இந்த வழியின் மூலம் ஆட்சேர்ப்பு செய்யப்படுகின்றனர்.

vi. **போட்டி நிறுவனங்கள் (Rival firms):** உயர் ஊதியம் மற்றும் அதிக பலன்கள் வழங்குவதன் மூலம் போட்டி நிறுவனங்களில்உள்ளதிறமையானபணியாளர்களை தம்முடைய நிறுவனத்தில் பணியாற்ற ஈர்க்கும் செயல் பணியாளர் வேட்டை என அழைக்கப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டு விற்பனை பிரதிநிதிகள் பட்டய கணக்காளர்கள் மேலாளர்கள் ஆகியோர்.

vii. **இணையவழி ஆட்சேர்ப்பு (e–Recruitment):** தொழில்நுட்பம் மற்றும் தகவல் தொடர்பில் ஏற்பட்டுள்ள முன்னேற்றத்தின் காரணமாக நிறுவனங்கள் தாங்கள் எதிர்பார்க்கும் தகுதியுடைய பணியாளர்களை உலகளவில் இணையத்தின் வாயிலாக பெற முடிகிறது. இது ஆட்சேர்ப்புக்கான தவிர்க்க முடியாத புற வள ஆதாரமாகிவிட்டது.

ஆ. மறைமுக வளங்கள்:

i. **பணியாளர் பரிந்துரை (Employee referral):** தற்போது இருக்கும் காலியிடங்களுக்கு பொருத்தமான நபர்களை நிறுவனத்தில்இருக்கும்ஊழியர்கள்பரிந்துரைக்கலாம். அந்நபர்கள் அவர்களின் உறவினர்களாகவோ அல்லது தெரிந்த நபர்களாகவோ இருக்கலாம். பணியாளரின்

நம்பகத்தன்மையின் அடிப்படையில், பரிந்துரைகள் பரிசீலிக்கப்பட வேண்டும்.

ii. **அரசு / பொது வேலைவாய்ப்பு அலுவலகங்கள் (Government/Public Employment Exchanges):** இவைகள் ஆட்சேர்ப்பு செய்வதற்கு வசதியாக நாடு முழுவதும் அரசாங்கத்தால் ஏற்படுத்தப்பட்ட ஆட்சேர்ப்பு நிறுவனங்கள் ஆகும். தரவுத் தளத்தின் மூலம் தேவையான தகவல்களைத் தந்து வேலை வழங்குவோர்க்கும், வேலை தேடுவோர்க்கும் இடையில் உள்ள இடைவெளியை இணைக்கும் ஒரு பாலமாக செயல்படுகிறது.

iii. **தனியார் வேலைவாய்ப்பு முகவர்கள் (Private Employment Agencies):** உரிமையைத் தவிர மற்றப்படி அரசு வேலை வாய்ப்பு அலுவலகங்கள் போன்றே இதுவும் செயல்படுகிறது. உரிய மற்றும் தேவையான தகவல்களைத் தந்து வேலை வழங்குவோரையும், வேலை தேடுவோரையும் இணைக்கிறது.

iv. **வேலைவாய்ப்பு ஆலோசனை மையங்கள் (Employment Consultancies):** இந்த வகையான நிறுவனங்கள் பண அடிப்படையில் வாடிக்கையாளர் நிறுவனங்களின் சார்பாக ஆட்சேர்ப்பு பணியினை மேற்கொள்கிறது. வழக்கமாக இந்த வகையான நிறுவனங்கள், நிர்வாகிகள் மற்றும் உயர்மட்ட பணியாளர்கள் தொடர்பான தரவுகளை வழங்கி தாங்கள் அளிக்கும் சேவைக்கு ஆலோசனைக் கட்டணங்கள் வசூலிக்கின்றனர். மேலும் இது ஒரு புறத்திறனீட்டல் ஆட்சேர்ப்பு செயல்முறை என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

v. **தொழில்முறை சங்கங்கள் (Professional Associations):** அதிக திறமை மற்றும் தொழில்நுட்ப அறிவுள்ள சரியான நபரை தேடும் நிறுவனங்கள், சிறப்புத் தொழில் சங்கங்களான பட்டய கணக்குகள் நிறுவனம், இந்திய மருத்துவ சங்கம், பயிற்சி மற்றும் மேம்பாட்டு நிறுவனம், பொறியியல் சங்கம் மற்றும் இந்தியா மேலாண்மை சங்கம் போன்றவற்றை அணுகலாம்.

vi. **பதிலாயனுப்புதல் (Deputation):** ஏற்கனவே ஒரு நிறுவனத்தில் பணியில் இருப்பவரை குறுகிய கால தீர்விற்கு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு குறிப்பிட்ட பணியை மேற்கொள்ள பதிலாய் நிலையில் நியமித்துக் கொள்ளலாம்.

vii. **வாய் வார்த்தை (Word of mouth):** வேலை வாய்ப்பு பற்றிய தகவல்களை தங்களுக்கு தெரிந்த நபர்களுக்கு பகிரும் நன்மதிப்புள்ள நபர்களிடமிருந்து வேலை தேடுவோர் தொடர்பான தகவல்களை பெற்றுக் கொள்ளலாம்.

viii. **பணியாளர் ஒப்பந்ததாரர்கள் (Labour Contractors):** நிறுவனங்கள் ஒப்பந்தக்காரர்கள் மூலம் திறமையற்ற மற்றும் கைத்தொழிலாளர்களை நியமிக்கின்றன.

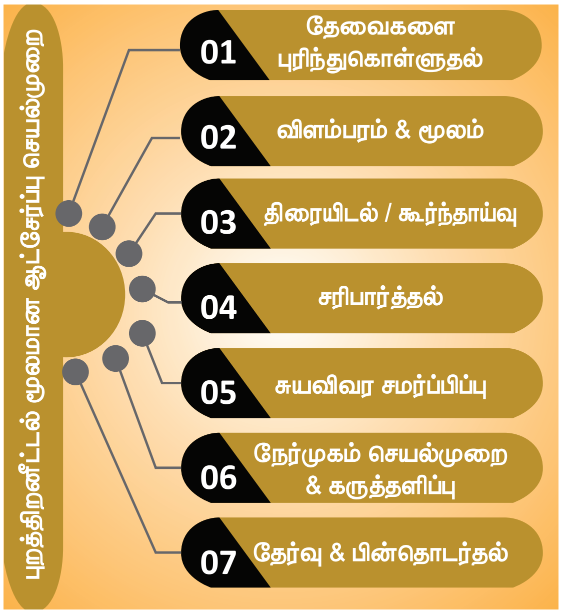
ix. **வேலைவாய்ப்பு இணையதளங்கள் (Job Portals):** நிறுவனங்கள் வேலைவாய்ப்பு இணையதளங்களைப் பயன்படுத்தி தாங்கள் எதிர்பார்க்கும் தகுதியுடைய பணியாளர்களை தேர்வு செய்து காலியிடங்களை பூர்த்தி செய்யலாம்.

10.04 ஆட்சேர்ப்பில் சமீபகால போக்குகள்

நிறுவனங்கள் மூலம் ஆட்சேர்ப்பு செய்வதற்கான சமீபத்திய முறைகள் பின்வருமாறு:

1. **புறத்திறனீட்டல் (Outsourcing)** – ஆட்சேர்ப்பு பணியினை மேற்கொள்ள சேவைக் கட்டணம் வழங்கும் நிறுவனங்களின் விண்ணப்பங்களை கூர்ந்தாய்வு செய்து சரியான பணிக்கு சரியான நபரை தேர்தெடுத்து கொடுக்கும் பணியினை புறத்திறனீட்டல் நிறுவனங்கள் செய்கின்றன.

புறத்திறனீட்டல் மூலமான ஆட்சேர்ப்பு செயல்முறை



2. **புறம்பான திறன் மற்றும் ஆற்றல் கொண்ட நபரை வேட்டையாடுவது (Poaching)** – நிறுவனங்கள் தங்களது சொந்த பணியாளர்களுக்கு பயிற்சிகள் மற்றும் மேம்பாடுகள் வழங்குவதற்கு பதிலாக போட்டி நிறுவனங்களில் உள்ள பணியாளர்களுக்கு நிதி மற்றும் நிதிசாராத சலுகைகளை கூடுதலாக வழங்கி அப்பணியாளர்களை கவர்ந்து பணியில் அமர்த்துகிறது. இது கவர்தல் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. அல்லது திறமையானவர்களை வேட்டையாடுதல் எனப்படுகிறது

கலைச்சொற்கள்

ஆள்தேர்வு	நேர்முகம்	தேர்வுகள்
திரட்டுதல்	பயிற்சி	அபிவிருத்தி
தொழில்	கோரப்படாத	திறன் வேட்டை

www.tnschoolbooks.in

எதிர்கால கற்றலுக்கு

i. வலைதளங்களில் நான்கு அல்லது ஐந்து வேலைவாய்ப்பு இணையதளங்களை அடையாளம் காண மாணவர்களைக் கேட்கலாம்
ii. தயாரிப்பு மேலாளர் ஆட்சேர்ப்பிற்கான ஒரு விளம்பரம் எழுதுதல்.
iii. எம்மாதிரியான ஆட்சேர்ப்பு பணியினை புறத்திறனீட்டல் வாயிலாக மேற்கொள்ளலாம் என்பது பற்றி எழுதுதல்
iv. நடுத்தர மற்றும் உயர்மட்ட ஊழியர்களுக்கான பயிற்சியின் பொருத்தமான வழிமுறைகளை பரிந்துரை செய்க.
v. நேரம் மற்றும் பணத்தை சேமிக்கும் வகையில் எதிர்காலஆட்சேர்ப்பு முறைகளை திட்டமிடுக.

நமது சிந்தனைக்கு

i. இணையதளம் மூலம் ஆட்சேர்ப்பிற்கான புதிய வழிகளை வடிவமைத்தல்.
ii. பணிவாழ்க்கை சமநிலையை ஊக்குவிப்பதில் மனிதவளத் துறை பங்கை மேம்படுத்துதல்.
iii. வேலைவாய்ப்பு அலுவலகங்க ளில் பதிவுசெய்வதற்கான செயல்முறையை எளிதாக்குதல்.
iv. புதிய வேலைகள் மற்றும் புதிய வேலை வாய்ப்புகள் இடையேயான தேடலின் நேர இடைவெளியை குறைத்தல்.
v. பொது மற்றும் தனியார் துறை இரண்டிலும் வேலை வாய்ப்புகளை மேம்படுத்துவதற்கான கொள்கைகளை உருவாக்குதல்.

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு

1. ஆட்சேர்ப்பு என்பது ___________ அடையாளம் காண்பதற்கான செயல்முறை ஆகும்.

(அ) சரியான வேலைக்கு சரியான நபர்
(ஆ) நன்கு செயலாக்குபவர்
(இ) சரியான நபர்
(ஈ) மேலே குறிப்பிடப்பட்ட எதுவும் இல்லை.

2. ஆட்சேர்ப்பு என்பது ___________ மற்றும் ___________க்கு இடையே பாலமாக இருக்குகிறது.

(அ) வேலை தேடுபவர் மற்றும் வேலை வழங்குநர்
(ஆ) வேலை தேடுபவர் மற்றும் முகவர்
(இ) வேலை வழங்குநர் மற்றும் உரிமையாளர்
(ஈ) உரிமையாளர் மற்றும் வேலைக்காரன்.

3. விளம்பரம் என்பது ஒரு ___________ ஆட்சேர்ப்பு வளமாகும்.

(அ) அக வளங்கள் (ஆ) புற வளங்கள்
(இ) முகவர் (ஈ) புறத்திறனீட்டல்

4. பணி மாற்றம் என்பது ஒரு ___________ ஆட்சேர்ப்பு வளமாகும்.

(அ) அக வள
(ஆ) புற வள
(இ) புறத்திறனீட்டல்
(ஈ) மேலே குறிப்பிடப்பட்ட எதுவும் இல்லை.

5. இணைய வழி ஆட்சேர்ப்பு என்பது ___________ மூலமே சாத்தியம்.

(அ) கணினி (ஆ) இணையம்
(இ) அகன்றவரிசை (ஈ) 4 ஜி

விடைகள்:

1	அ	2	அ	3	ஆ	4	அ	5	ஆ

II. குறு வினாக்கள்:

1. ஆட்சேர்ப்பின் பொருள் தருக.
2. பதவி உயர்வு என்றால் என்ன?
3. அக வள ஆட்சேர்ப்பின் ஏதேனும் இரண்டை கூறுக.
4. ஆட்சேர்ப்பு முறையில் வேட்டையாடுதல் என்றால் என்ன?

III சிறு வினாக்கள்:

1. ஆட்சேர்ப்பு முறையில் கோரப்படாத விண்ணப்பங்கள் என்றால் என்ன?
2. வேலைவாய்ப்பு இணையதளங்கள் என்றால் என்ன?
3. ஆட்சேர்ப்புச் செயல்பாட்டில் உள்ள புறத்திறனீட்டல் படிநிலைகளை கூறுக.

IV பெரு வினாக்கள்:

1. ஆட்சேர்ப்பு முறையில் உள்ள அகவளங்களை விளக்குக.(ஏதேனும் 5)
2. ஆட்சேர்ப்பு முறையில் உள்ள புறவளங்களை விளக்குக. (ஏதேனும் 5)
3. ஆட்சேர்ப்பு முறையில் உள்ள சமீபகால போக்குகளை விளக்குக.

12th Commerce Tamil Unit 4.indd 77 19/12/2022 14:45:55

அலகு 4

மனித வள மேலாண்மை
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

11
அத்தியாயம்

பணியாளர் தேர்ந்தெடுத்தல்
EMPLOYEE SELECTION PROCESS

வினைக்குரிமை நாடிய பின்றை அவனை
அதற்குரிய னாகச் செயல்.

குறள் 518

பொருள் : ஒருவன் ஒரு தொழிலைச் செய்வதற்கு உரியவனாக இருப்பதை ஆராய்ந்த பிறகு அவனைத் அத் தொழிலுக்கு உரியவனாகும்படிச் செய்ய வேண்டும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

மாணவர்கள் புரிந்து கொள்ள உதவுவதற்கு
இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின் மாணவர்களால்

- தேர்ந்தெடுத்தலின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்.
- தேர்ந்தெடுத்தலின் செயல் முறைக்கான நிலையான படிநிலைகள்.
- தேர்ந்தெடுத்தல் செயல் முறையினை பாதிக்கும் காரணிகள்
- தேர்ந்தெடுத்தலின் முக்கியத்துவம்
- தேர்ந்தெடுத்தலும் ஆள்சேர்ப்புக்கும் இடையேயான வேறுபாடுகள்
- பணியமர்த்தலின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- பணியமர்த்தலின் முக்கியத்துவம்
- பணியமர்த்தல் கோட்பாடுகள்

ஆகியவற்றைத் தெரிந்து கொள்ள இயலும்

அத்தியாயம் சுருக்கம்

11.01 தேர்ந்தெடுத்தலின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
11.02 பணியாளர் தேர்வு முறையின் நிலைகள்
11.03 தேர்ந்தெடுத்தல் நடைமுறைகளை தீர்மானிக்கும் காரணிகள்
11.04 பணித்தேர்வின் முக்கியத்துவம்
11.05 தேர்ந்தெடுத்தல் மற்றும் ஆட்சேர்ப்பிற்கு இடையேயான வேறுபாடுகள்
11.06 பணியமர்த்தல்
11.07 பணியமர்த்தல் முக்கியத்துவம்
11.08 பணியமர்த்தலின் கோட்பாடுகள்

11.01 தேர்ந்தெடுத்தலின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்

பணியாளர் தேர்வு என்பது மிக எளியது முதல் மிக சிக்கலான நடைமுறைகளை உள்ளடக்கியது. அனைத்து அமைப்புகளாலும் ஒரு மனதாக ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்ட தேர்வுமுறை என்பது இதில் இல்லை. இது பணியின் தன்மை மற்றும் அமைப்பு வகையை சார்ந்துள்ளது. இது ஒவ்வொரு அமைப்புகளுக்கேற்ப பின்பற்றப்படுகிறது.

பணியாளர் தேர்வு நடைமுறை விண்ணப்பம், விண்ணப்ப பரிசீலனை, தேர்வு, நேர்காணல், குறிப்பு சரிபார்த்தல், உடல் பரிசோதனை, பொருத்தமான அதிகாரியின் ஒப்புதல் மற்றும் தெரிவு செய்யப்பட்டவரின்

12th Commerce Tamil Unit 4.indd 78 19/12/2022 14:45:55

அறிமுகப் பயிற்சி போன்ற பல்வேறு நிலைகளை உள்ளடக்கியது. ஆனால் இவ்வனைத்து நிலைகளும் அனைத்து பணியாளர் தேர்விலும் இருக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை. குறிப்பிட்ட பணிக்கு சரியான நபரை தேர்வு செய்வதே பணியாளர் தேர்வின் நோக்கமாதலால் அதற்கு தேவையான நிலைகளை மட்டும் பின்பற்றினால் போதுமானது. அனைத்து நிலைகளையும் பின்பற்ற வேண்டும் என்ற அவசியம் ஏதுமில்லை.

தேர்வு என்பது பணிநாடுவோரை வேறுபடுத்திப் பார்த்து ஆய்ந்தறிந்து சரியான நபரை உரிய பணிக்கு அடையாளம் கண்டு அப்பணிக்கு அவரை வெற்றிகரமாக பணியமர்த்தும் நிலை ஆகும். தேர்வு என்பது விண்ணப்பதாரர்களை வகைப்படுத்தி பணிக்கு மிகவும் பொருத்தமானவரை தேர்ந்தெடுப்பதே ஆகும்.

டேவிட் மற்றும் ராபின்ஸ் ஆகியோரின் கூற்றுப்படி 'தேர்வு என்பது எந்த ஒரு விண்ணப்பதாரர் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டால் வெற்றிகரமாக பணிபுரிவார் என தீர்மானிக்கும் ஒரு நிர்வாகரீதியிலான முடிவெடுக்கும் நிலையே" என்கிறார்.

11.02 பணியாளர் தேர்வு முறையின் நிலைகள்

ஒரு விரிவான தேர்வு நடைமுறை மேற்கண்ட படத்தில் குறிப்பிட்ட பல்வேறு படிநிலைகளைக் கொண்டது.

01. (அ) நிரப்பப்படாத விண்ணப்பம் (Application Blank)

பெரும்பாலான பொதுத்துறை நிறுவனங்கள், அமைச்சகங்கள், தேர்வு வாரியங்கள், தேர்வு குழுக்கள் மற்றும் தனியார் துறை நிறுவனங்கள் பணி விண்ணப்பங்களை அவர்களே அச்சிட்டு அளிப்பர் அல்லது அவர்களின் வலை தளங்களில் இருந்து பதிவிறக்கம் செய்து கொள்ளலாம். சில நேரங்களில் நேர்காணல் வளாகத்தில் பணி அளிப்பவரால் வழங்கப்பட்ட படிவங்களை பணி நாடுபவரிடம் வழங்கி அவர் குறித்த முழுமையான தகவல்கள் பெறப்படும். தேர்வு செய்பவரால் வழங்கப்படும் நிரப்பப்படாத விண்ணப்பம் மூலம் விண்ணப்பதாரரின் குடும்ப பின்னணி, கல்வி தகுதி, கல்வியில் தனித்தன்மை, சம்மந்தப்பட்ட பணி தொடர்பு, நிபுணத்துவம், இணை பாடத்திட்ட நடவடிக்கைகள் போன்ற தகவல்களை முழுமையாகப் பெறலாம்.

02. (ஆ) விண்ணப்ப பரிசீலனை (Scrutinizing the Applications)

பெறப்பட்ட விண்ணப்பங்களின் எண்ணிக்கை மிகுதியாக உள்ள போது விண்ணப்பித்த அனைவரையும் நேர்காணலுக்கு அழைத்து என்பது நடைமுறையில் கடினமானது, அச்சூழலில் தேர்வு குழு வயது, பணி அனுபவ காலம், கல்வி தகுதி, மதிப்பெண், உயர் கல்வி தகுதி, சாதி, பணி நிபுணத்துவம், பணி தொடர்பு போன்ற சில காரணிகள் அடிப்படையில் சிறுபட்டியல் தயாரித்து அவர்களை மட்டும் நேர்காணல் செய்யலாம். இது தேவையற்ற பணிச்சுமை மற்றும் தேர்வு செலவை வெகுவாக குறைக்க உதவும்.

03. (இ) தேர்வு சோதனை (Selection Test)

விண்ணப்பதாரர் பணிக்கு தேவையான கல்வித் தகுதி மற்றும் அறிவினை பெற்றவரா என உறுதிபடுத்திக் கொள்ள பல்வேறு தேர்வு சோதனை நடத்தப்படுகிறது.

அ) திறன் தேர்வு (Ability Test)

இச்சோதனை விண்ணப்பதாரரின் பொது அறிவுத்திறன், பிரச்சனைகளை தீர்க்கும் திறன், குறிப்பிட்ட துறையில் அவருக்குள்ள அறிவு, பகுத்தறிவும் திறன், நுண்ணறிவு போன்ற திறன்களை சோதிக்க பயன்படுகிறது. இச்சோதனை குறிப்பிட்ட பணிக்கு ஏற்ற பொருத்தமான நபரை தேர்ந்தெடுக்கப் பயன்படுகிறது.

1. உளவியல் தேர்வு (Aptitude test)

மனோபாவச் சோதனை என்பது குறிப்பிட்ட பணிக்கு விண்ணப்பதாரர் எந்த அளவிற்கு பொருத்தமானவர் என்பதை அளவிட உதவுகிறது. இச்சோதனை பணியாளரின் பன்முகத் திறன்களை அளவிடவும் பணியாளரின் எதிர்கால செயல்திறனை முன்கணிக்கவும் பயன்படுகிறது. இச்சோதனை பின்வரும் திறன்களை அளவிட உதவுகிறது.

i) எண் திறன் தேர்வு (Numerical Reasoning Test)

இச்சோதனை பணியாளரின் எண் திறன் மற்றும் கணித திறனை அளவிட உதவுகிறது. மேலும் எண்ணியல் தகவல்களிலிருந்து முடிவெடுக்கும் திறனை பணியாளர் எந்த அளவிற்கு பெற்றிருக்கிறார் என்பதைச் சோதிக்கிறது.

ii) வாய்மொழி திறன் தேர்வு (Verbal Reasoning Test)

இச்சோதனை எழுத்துப்பூர்வ ஆவணங்களை படித்து புரிந்து கொள்ளுதல் மற்றும் அதன் அடிப்படையில் தீர்மானங்களை எடுப்பது போன்ற திறன்கள் பணியாளரிடம் உள்ளதா என தீர்மானிக்க உதவும் சோதனையாகும்.

iii) காரணமறிதல் திறன் தேர்வு (Inductive Reasoning Test)

இச்சோதனை சிக்கல்களுக்கு தீர்வு காணும் திறன் மற்றும் தர்க்க ரீதியாக பகுப்பாய்வு செய்யும் திறனை அளவிடும் உளவியல் ரீதியான தேர்வாகும். அனைத்து சூழலிலும், பழக்கமில்லாத பணி மற்றும் பழக்கமில்லாத மனிதர்கள் மத்தியிலும் திறன் பட பணிபுரியும் தூண்டல் அல்லது உத்வேகம் பணியாளரிடம் உள்ளதா என சோதித்தறியும் சோதனையே தூண்டல் காரணமறிதல் சோதனையாகும்.

iv) பொறியியல் திறன் தேர்வு (Mechanical Reasoning Test)

இச்சோதனை பொறியியல் துறை பணிக்கு விண்ணப்பித்தவரின் பொறியியல் கருத்துக்களை நடைமுறையில் பயன்படுத்தும் திறனை அளவிட உதவுகிறது.

v) விளக்க வரைபட தேர்வு (Diagrammatic Reasoning Test)

இச்சோதனை விண்ணப்பித்தவரின் வரைபட புரிதல், வடிவங்களின் புரிதல் மற்றும் வரைபடங்களில் இருந்து தீர்மானங்கள் எடுக்கும் திறன் போன்ற சோதனை தொடர்பானது ஆகும்.

vi) உணருதல் திறன் தேர்வு (Spatial Reasoning Test)

இச்சோதனை விண்ணப்பதாரரின் உருவங்கள், நிழற்படங்கள் மற்றும் அவற்றைத் தொடர்பு படுத்தும் முறைகளைக் கண்டுபிடித்தல் போன்றவற்றைக் கையாளுதல் மற்றும் ஞாபகப்படுத்திப் பார்த்தல் போன்ற திறன்களை அளவிடுகிறது.

vii) சூழ்நிலைக்கேற்ற தீர்வு காணும் ஆற்றல் தேர்வு (Situational Judgment Test)

இக்கட்டான சூழ்நிலைகளில் மி கவும் விரும்பத்தக்க முடிவுகளை மேற்கொள்ளும் முடிவெடுக்கும் திறன் விண்ணப்பதாரரிடம் உள்ளதா என அறிய இச்சோதனை செய்யப்படுகிறது.

viii) மனக்கணிதத் திறன் ஆய்வுத் தேர்வு (Mental Arithmetic Test)

கூட்டல், கழித்தல், பெருக்கல், வகுத்தல் போன்ற அடிப்படைக் கணக்கியல் திறன்களையும் விண்ணப்பதாரரின் கணக்கீடு செய்யும் வேகத்தையும் அளவிட இச்சோதனை பயன்படுகிறது.

ix) சொல் அகராதி ஆய்வுத் தேர்வு (Vocabulary Test)

பணியாளரின் மொழியியல் திறன், ஆங்கிலத்தில் சரளத்தன்மை எண்ணங்களுக்கு இடையேயான ஒற்றுமைகளை அங்கீகரிக்கும் திறன், பணிக்கு தேவையான மொழியை கையாளுதில் விண்ணப்பதாரருக்கு எந்த அளவிற்கு உள்ளது என்பதை அளவிட இச்சோதனை நடத்தப்படுவதாகும்.

x) எண் தொடர் ஆய்வுத் தேர்வு (Number Sequence Test)

எண் தொடர் போக்கை பகுத்தறிதல் மற்றும் எண் தொடரில் இடையே விடுபட்ட எண்ணை அறிவதுமே இச் சோதனையாகும்.

2. சாதனை ஆய்வுத் தேர்வு (Achievement Test)

இது குறிப்பிட்ட துறையில் விண்ணப்பதாரரின் அடைவுத் திறனை அளவிடும் சோதனையாகும். கல்வி நிறுவனங்களில் வழக்கமாக நடத்தப்படும் தேர்வுகள் இச்சோதனை முறையைச் சார்ந்ததே. இதனை அறிவுத் திறன் சோதனை எனவும் அழைக்கலாம். கற்றல் அனுபவத்திற்கு முன்னும், கற்றல் அனுபவத்தின் போதும், அ தன் பிறகும் நடத்தப்படுகிறது. பணிகுறித்த சிறப்பறிவில் விண்ணப்பதாரரின் தேர்ச்சி தன்மையை அறிய இச்சோதனை நடத்தப்படுகிறது.

அ) ஓட்டுனர் பணிக்கு விண்ணப்பித்தவரை வாகனம் ஓட்டிக்காட்டச் சொல்லுதல்.

ஆ) இசைப்பள்ளி மாணவரை இசைக்கச் சொல்லி கேட்டல்.

இ) ஆசிரியர் பணிக்கானவரை பாடம் நடத்திக் காட்டச் சொல்லி சோதித்தல்.

3. நுண்ணறிவுத் திறன் தேர்வு (Intelligence Test)

நுண்ணறிவுத் திறன் சோதனை என்பது ஒருவகை உளவியல் ரீதியிலான சோதனை ஆகும். இது மூளையின் சிந்திக்கும் ஆற்றல், மனத்திறன், நுண்ணறிவு (I.Q) போன்றவற்றை சோதிக்க பயன்படும். நுண்ணறிவு எண் என்ற அளவீட்டால் இது அளவிடப்படுகிறது. அந்நபரின் அறிவார்ந்த திறனை சோதிப்பது இதன் முதன்மை நோக்கமாகும்.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

மன வயது மற்றும் கால வயது கொண்டு நுண்ணறிவு எண் கீழ்க்காணும் சூத்திரத்தால் கணக்கிடப்படுகிறது.

$$\text{நுண்ணறிவு எண்} = \frac{\text{மன வயது}}{\text{கால வயது}} \times 100$$

மன வயது: ஒரு குறிப்பிட்ட வயது உடைய சராசரி மனிதனின் திறனுடன் ஒரு மனிதனின் சிந்திக்கும் திறனை ஒப்பீடு செய்வது அவருடைய மன வயது எனப்படுகிறது.

உதாரணம்: சராசரி நுண்ணறிவு (IQ) = 100

10 வயதுடைய ஒருவரின் மனநிலை வயது 13 ஆக இருந்தால் அவரை நுண்ணறிவுத்திறன் 130 ஆகும் அதாவது அவரின் அறிவு சராசரிக்கும் மேல் இருக்கிறது என்பதாகும்.

4. முடிவெடுக்கும் திறன் ஆய்வுத் தேர்வு (Judgment Test)

இச்சோதனை விண்ணப்பதாரரின் சூழ்நிலைக்கேற்ப முடிவெடுக்கும் திறன் மற்றும் காரணப்படுத்தும் திறன் போன்றவற்றை சோதிக்க பயன்படுகிறது.

ஆ) ஆளுமை ஆய்வுத் தேர்வு (Personality Test)

இச்சோதனை விண்ணபதாரரின் அறிவுத்திறன் சாராத பிற திறன்களான மனோநிலை, ஆர்வம், உணர்வு ரீதியான பிரதிபலிப்பு, உணர்ச்சிகளை கட்டுப்படுத்தல், உறுதித்தன்மை போன்ற திறன்களை சோதிக்க பயன்படுகிறது. இதில் சரியான விடை, தவறான விடை என்று எதுவுமில்லை. இது கீழ்க்காணும் சோதனைகளை உள்ளடக்கியது.

1. ஆர்வ ஆய்வுத் தேர்வு (Interest Test)

இச்சோதனை தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டவரின் ஆர்வம் எத்துறையில் மிகுதியாக உள்ளது என்பதை அறிந்து அத்துறையில் அவருக்கு மிகுந்த ஆர்வமுள்ள பணியை அவருக்கு ஒதுக்க பயன்படுத்தப்படுகிறது.

2. ஆளுமைத்திறன் ஆய்வுத் தேர்வு (Personality Inventory Test)

மனிதர்களை நிர்வகித்து ஆளும் திறன், அதிகாரம் செலுத்தும் திறன், தன்னம்பிக்கை போன்ற ஆளுமைத் திறன்கள் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டவரிடம் எந்த அளவுக்கு உள்ளது என்பதை இச்சோதனை மூலம் கண்டறியப்படுகிறது.

3. செயல் திறன் ஆய்வுத் தேர்வு (Projective Test / Thematic Appreciation Test)

செயலாற்றும் வேகத்தினை அளவிட இச்சோதனை பயன்படுகிறது.

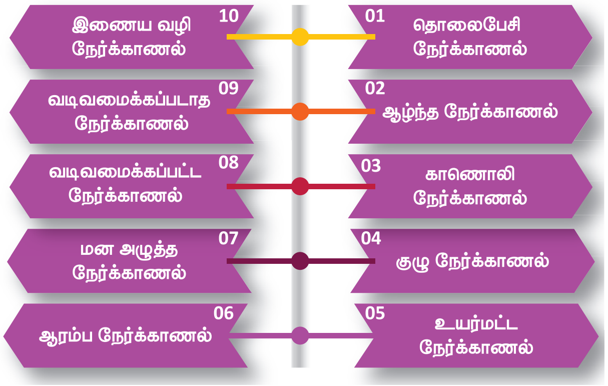
4. உளவியல் ஆய்வுத் தேர்வு (Attitude Test)

இச்சோதனை விண்ணப்பதாரரது சக மனிதர்கள், சூழ்நிலைகள், செயல்பாடுகள் மற்றும் அவை சார்ந்த மனநிலையை அளவிடுவதாகும். உதாரணமாக ஒழுங்குணர்வு கற்றல், மதிப்புக் கற்றல், சமூக பொறுப்புணர்வு கற்றல் ஆகியவை விண்ணப்பதாரரது மனோநிலையை சோதிக்கப் பயன்படுகிறது.

02. நேர்காணல் (Interview)

தேர்வு நடவடிக்கையில் அடுத்த நிலை நேர்காணல் ஆகும். இது 'வயர்' எனும் பிரெஞ்ச் வார்த்தையிலிருந்து வந்ததாகும். இதன் பொருள் 'மற்றவரைக் காணல்' என்பதாகும். ஸ்காட் என்பவரது கூற்றுப்படி நேர்காணல் என்பது 'இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்களுக்கு இடையே நிகழும் குறிப்பிட்ட நோக்கிற்கான கருத்துப் பரிமாற்றம், வினாக்களுக்கு விடை பகர்தல் மற்றும் தகவல் தொடர்பாகும்'. தேர்ந்தெடுப்பவர் மற்றும் தேர்ந்தெடுக்கப் படுபவர் இருவரும் முகத்திற்கு முகம் பார்த்து அறிந்து உரையாடுவரை குறிக்கிறது. நேர்காணல் பல வகைப்படும்.

முறைகள்



01) ஆரம்ப நேர்காணல் (Preliminary Interview)

விண்ணப்பதாரர்களின் குறிப்பிட்ட பணிக்கான பொருத்தப்பாட்டை அறிய ஆரம்ப நேர்காணல் நடத்தப்படுகிறது. இது ஆரம்ப கட்டத்திலேயே தேவையற்ற விண்ணப்பதாரரை, அதாவது பணிக்கான அடிப்படை தகுதிகள் அற்ற விண்ணப்பதாரரை நீக்க நடத்தப்படுகிறது. இது நேரம், பணிச்சுமை மற்றும் செலவை கட்டுப்படுத்த உதவுகிறது.

02) வடிவமைக்கப்பட்ட நேர்காணல் (Structured–Interview)

இது முன் கூட்டியே திட்டமிட்டு நடத்தப்படுகிறது. நேர்காணலில் கேட்கப்பட வேண்டிய கேள்விகள் முன் கூட்டியே தயாரிக்கப்பட்டு அதன் அடிப்படையில் நடத்தப்படுவது. நேர்காணலில் விண்ணப்பதாரர் பெற்ற மதிப்பெண்கள் அடிப்படையில் தரவரிசைப்படுத்தப் படுகிறார்கள்.

12th Commerce Tamil Unit 4.indd 81 19/12/2022 14:45:57

03) வடிவமைக்கபடாத நேர்காணல் (Unstructured Interview)

இது கட்டமைக்கப்பட்ட நேர்காணலுக்கு நேர்மாறானது. சுதந்திரமான மற்றும் வெளிப்படையான பரஸ்பர கருத்துப் பரிமாற்றம் இருக்கும் வகையில் நேர்காணல் சூழல் இருக்க வேண்டும். இங்கு எதுவும் முன்கூட்டி திட்டமிடப்படுவதில்லை. நேர்காணலில் அப்போதிருக்கும் சூழல், மனநிலை போன்றவற்றின் அடிப்படையில் கேள்விகள் அமையும். கேள்விகள் முன்கூட்டி திட்டமிடப்படுவதில்லை.

04) ஆழ்ந்த நேர்காணல் (Indepth Interview)

இதில் நேர்காணல் செய்யப்படுபவரின் துறை தொடர்பான ஆழமான, பரந்த அளவிலான அறிவு சோதனை செய்யப்படுகிறது. அவர் துறையில் அவர் எந்த அளவு நிபுணத்துவம் மற்றும் நடைமுறை அறிவைப் பெற்றுள்ளார் என அறிய இத்தகைய நேர்காணல் செய்யப்படுகிறது.

05) உயர்மட்ட குழு நேர்காணல் (Panel Interview)

விண்ணப்பதாரரிடம் பலர் அடங்கிய ஒரு குழு நேர்காணல் செய்தால் அது உயர்மட்ட குழு நேர்காணல் ஆகும். பொதுவாக தலைமை பொறுப்பேற்பவர், சம்பந்தப்பட்ட துறையின் நிபுணர்கள், உளவியல் நிபுணர்கள், சிறுபான்மையினரின் பிரதிநிதிகள் இக்குழுவில் இடம் பெற்றிருப்பர். ஒவ்வொருவரும் கேள்விகளைக் கேட்ட பதில் பெற்று அதற்குரிய மதிப்பெண்களை வழங்குவார்கள். இறுதியாக அனைவர் வழங்கிய மதிப்பெண்கள் மொத்தமிடப்பட்டு அம்மொத்த மதிப்பெண் அடிப்படையில் விண்ணப்பதாரர்கள் வரிசைப்படுத்தப்படுவார்கள். இத்தகைய நேர்காணலில் ஒவ்வொரு விண்ணப்பதாரரும் தனித்தனியே ஒரு உயர்மட்ட குழுவின் முன் அமர்ந்து அவர்கள் கேட்கும் கேள்விகளுக்கு விடையளிப்பர், உயர் பதவிகளுக்கான நேர்காணல் இவ்வகையில் அமைக்கப்படுகிறது. இம்முறை ஒரு சார்பற்ற, நடுநிலையான நேர்காணல் தேர்வு முறையை உறுதிப்படுத்துகிறது மற்றும் பணியாளர் தேர்வில் நம்பகத் தன்மையை ஏற்படுத்துகிறது.

06) மன அழுத்த நேர்காணல் (Stress Interview)

இவ்வகையான நேர்காணலில் விண்ணப்பதாரரிடம் வேண்டும் என்றே மன அழுத்தம் தரும் வகையினை கேள்விகள் கேட்கப்படும், உணர்ச்சிகளை கட்டுப்படுத்துதல் மற்றும் மன அழுத்தத்தை சமாளிக்கும் திறனை சோதிக்க இத்தகைய நேர்காணல் நடத்தப்படுகிறது. மன அழுத்த சூழ்நிலையில் விண்ணப்பதாரர் எவ்வாறு எதிர்வினையாற்றுகிறார், பதிலளிக்கிறார் என்பதை உற்று நோக்கி அப்பணிக்கு அவரின் பொருத்தப்பாடு சோதிக்கப்படுகிறது. பெரும்பாலும் விற்பனைப் பிரதிநிதிகள் பாதுகாப்பு மற்றும் சட்ட அமலாக்கம் போன்ற துறைகளில் பணியமர்த்தப்படுபவர்களுக்கு இவ்வகையான நேர்காணல் நடத்தப்படுகிறது.

07) தொலைபேசி நேர்காணல் (Telephone Interview)

இம்முறையில் விண்ணப்பதாரர் தொலைவு காரணமாக நேர்காணல் நடக்கும் இடத்திற்கு நேரில் வர இயலாத போது இவ்வகையான தொடக்க நிலை நேர்காணல் நடத்தப்படுகிறது. இதில் விண்ணப்பித்தவர்களின் விவரங்களை தொலைபேசி வழியாகவே அறியப்பட்டு தேவையற்றவர்கள் ஆரம்ப நிலையிலேயே நீக்கப்படுகின்றனர்.

08) இணைய வழி நேர்காணல் (Online Interview)

தகவல் தொடர்புத் துறையில் ஏற்பட்ட பிரமிக்கத்தக்க தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியின் விளைவாக இன்று வலைதளத்தின் மூலம் நேர்காணல் நடைபெறுகிறது. இது ஒரு வகையான காணொளிக்காட்சி நேர்காணல், விண்ணப்பதாரர்களிடம் நேரடியாக காணொளிக்காட்சி உரையாடல்; மூலம் நேர்காணல் செய்யப்படுகிறது. இதன் மூலம் பணம், நேரம், உழைப்பு மிச்சப்படுத்தப்படுகிறது.

09) குழு நேர்காணல் (Group Interview)

விண்ணப்பதாரர்களின் எண்ணிக்கை மிக அதிகமாக உள்ள நேரத்தில், ஒரே சமயத்தில் பலரிடம் ஒரே கேள்வி கேட்டு அதில் சரியாக பதில் அளிப்பவரை தேர்ந்தெடுக்கும் நடவடிக்கை சுலபமானதாக இருக்கும். ஒரே சமயத்தில் பலரை நேர்காணல் செய்வதே குழு நேர்காணல் ஆகும். இது நேரத்தைச் சேமிக்கிறது. 5 நபர்களிடம் 5 மணி நேரம் செலவிட்டு நேர்காணல் செய்வதைக் காட்டிலும் அவர்களை ஒரே குழுவாக அமர்த்தி ஒரே மணி நேரத்தில் நேர்காணலை முடித்திட இயலும். சில நேரங்களில் ஒரு குறிப்பிட்ட தலைப்பினை அளித்து அவர்களை அதன்மீது குழு விவாதம் நடத்தச் சொல்லி கோரலாம்.

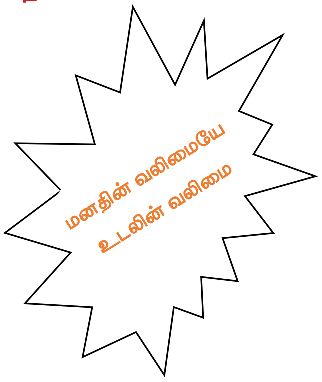
10) காணொலி கலந்துரையாடல் வழி நேர்காணல் (Video Conferencing Interview)

இது ஒரு வகையான காணொளிக்காட்சி நேர்காணல், விண்ணப்பதாரர்களிடம் நேரடி காணொளிக்காட்சி உரையாடல் மூலம் நேர்காணல் செய்யப்படுகிறது. பல்வேறு புவியியல் நிலப்பரப்பில் வெவ்வேறு இடங்களில் உள்ளவர்கள் நிறுமத்தை காணொளி வாயிலாகத் தொடர்பு கொள்கின்றனர். இவ்வகையான நேர்காணல் முறையில் இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட முனைகளில் இருந்து காணொளி மூலம் நேர்காணல் செய்யப்படுகிறது. மேசைக் கணினி, வீட்டுக் கணினி, தொடுதிரை அலைபேசி அல்லது கையடக்கக் கணினி போன்றவற்றின் மூலம் நேர்காணல் நடத்தப்படுகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 4.indd 82 19/12/2022 14:45:57

> உங்களுக்கு தெரியுமா?
>
> **நேர்முகத் தேர்வில் கேட்கப்படும் 10 முக்கியமான கேள்விகள்**
>
> 1. உங்களைப் பற்றி சொல்லுங்கள்?
> 2. நீங்கள் பணியாற்றுவதற்கு இந்த நிறுவனத்தை தேர்வு செய்தது ஏன்?
> 3. இந்தப் பதவியைப் பெற நீங்கள் ஏன் ஆர்வமாக இருக்கிறீர்கள்?
> 4. நாங்கள் ஏன் உங்களை தேர்வு செய்ய வேண்டும்?
> 5. உங்களின் மிகச்சிறந்த பலம் என்ன?
> 6. நீங்கள் தோல்வியடைந்த காலங்கள் பற்றி சொல்லுங்கள்?
> 7. நீங்கள் எதிர்பார்க்கும் சம்பளம் என்ன?
> 8. உங்களின் ஐந்தாண்டு திட்டம் என்னவாக இருக்கிறது?
> 9. என்ன காரணத்திற்காக தற்போது உள்ள பணியில் இருந்து விலகி இங்கு வருகிறீர்கள்?
> 10. நீங்கள் என்னிடம் கேட்க ஏதாவது கேள்வி இருக்கிறதா?

03. (அ) உடல் தகுதி சார் தேர்வு / மருத்துவ பரிசோதனை



பரிசோதனை செய்வது பணியாளர் தேர்ந்தெடுத்தல் நடைமுறையில் பயன்படுத்தப்படும் கடைசி நுட்பம் ஆகும். தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறையில் மிகவும் மதிப்பிக்க நடவடிக்கை இது ஏனெனில் உடல் சுகாதாரமற்ற நபரால் முழுத்திறமையுடன் பணி செய்ய இயலாது மற்றும் அவரை நம்பி முதலீடு செய்யப்பட்ட முதல் தொகை வீணாகும். மருத்துவ ரீதியாக நல்ல உடல் தகுதித் திறனற்றவர்களால் தங்களது வேலையை திறம்படச் செய்ய இயலாது. இதனை வேறு வார்த்தைகளில் கூறினால் மருத்துவ பரிசோதனை குறிப்பிட்ட வேலையை செய்யத் தேவையான விண்ணப்பத்தாரரின் திறனை அது தீர்மானிக்கும்.

மருத்துவ பரிசோதனையின் முக்கிய நோக்கம்

1. சம்பந்தப்பட்ட வேலைக்கான உடல் தகுதி உடையவரா என அறிய.
2. புதிதாகத் தேர்ந்தெடுக்கும் பணிநாடுநருக்கு இருக்கும் தொற்று நோய்களிலிருந்து வியாபார நிறுவனத்தில் ஏற்கனவே பணியாற்றும் பணியாளர்களின் உடல் நலனை பாதுகாக்க.
3. பணியாளரை பணியமர்த்திய பின் ஏற்படும் அபரிமிதமான மருத்துவ சிகிச்சைக்கான செலவுகளை தடுக்க.

03. (ஆ) தேர்வுசெய்யப்பட்டவர் குறித்த தகவல் வினவில் (reference check)

விண்ணப்பத்தாரரின் உண்மைத் தன்மை மற்றும் நம்பகத்தன்மையும் கண்டறிய குறிப்புச் சோதனை மேற்கொள்ளப்படுகிறது. விண்ணப்பத்தாரரின் நன்னடத்தை, ஒழுங்குணர்வு, பண்பு நலன்களை அறிவதற்கு அவருடன் தொடர்புடைய நபர்களின் பெயர்களை பட்டியலிடப்பட்டவற்றிலிருந்து விண்ணப்பத்தாரரின் விவரங்கள் கேட்கப் பெற்று அதன் அடிப்படையில் தேர்வுக் குழுவினர் பணியாளர்களை தேர்ந்தெடுக்கின்றனர். பணியாளரை தேர்வு செய்யும் நிறுவனமே இதற்கென தனித்த படிவங்களை வழங்கலாம் அல்லது குறிப்புரை அளிப்பவரையே விண்ணப்பதாரரின் நன்னடத்தை, பண்புநலன்கள், மனோநிலை, நடத்தை மற்றும் மதிப்புத் தன்மை குறித்த விவரங்களை விளக்கமாக எழுத்துப்பூர்வமாக அளிக்கக் கோரலாம். அவர்கள் தரும் குறிப்புகள் மற்றும் சிபாரிசுகள் அடிப்படையில் தேர்வு செய்பவர்கள் முடிவெடுக்கின்றனர்.

04. உயர் மட்டமேலாண்மையின் ஒப்புதல் (Approval by Higher Authority)

தேர்வுக்குழு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட விண்ணப்பத்தாரரின் பெயர்களுடன் காத்திருப்போரின் பட்டியலையும் சேர்த்து தேர்வுக்குழு தலைவருக்கும், மனித வள இயக்குநருக்கும் மற்றும் முதன்மை செயல் அதிகாரிக்கும் ஒப்புதலுக்காக அனுப்பி வைக்கப்படும் பட்டியல் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டவுடன் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட விண்ணப்பதாரர்கள் இறுதி நேர்காணலுக்கு அழைக்கப்படுவார்.

05. இறுதி நிலை தேர்ந்தெடுத்தல் (Final Selection)

தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறையில் பல்வேறு நிலைகளை வெற்றிகரமாககடந்தவிண்ணப்பத்தாரர் இறுதிநேர்காணலுக்கு அழைக்கப்படுவர். அவர்களுக்கு நிறுவனத்தின் விதிகள் மற்றும் ஒழுங்கு முறைகள் நிறுவனத்தின் கலாச்சாரம், தனித் தொடர்பு முறை, ஆடை அணிவதற்கான விதிமுறை, பணி வழங்குபவரின் எதிர்பார்ப்புகள், பணிசார்ந்த மேம்பாட்டிற்கான வாய்ப்புகள் மற்றும் வசதிகளை வழங்குதல் போன்றவற்றை பற்றி சுருக்கமாகச் சொல்ல வேண்டும். இறுதியாக இறுதிநிலை நேர்காணலில் பங்கேற்போருக்கு தங்களுக்கு ஏற்பட்ட சந்தேகங்களுக்கு தெளிவு பெறவும், தங்களது சொந்த கோரிக்கைகளை எடுத்துரைக்கவும் சுதந்திரம் வழங்க வேண்டும்.

06. பணி ஒப்பந்தம் (Contract of Employment) இறுதியான தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறை முடிந்தபிறகு சில ஆவணங்களில் நிறுவனமும் மற்றும் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட பணியாளர்களும் கையொப்பம் இட வேண்டும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. வேலைவாய்ப்பு ஒப்பந்தத்தை

தயாரிப்பது அவசியமாகும். ஒப்பந்தத்தில் எழுதப்படக்கூடிய விவரங்கள் ஒவ்வொரு பணிக்கும் தகுந்தாற்போல் வேறுபடும், அதாவது 1. பணியின் தலைப்பு, 2. கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள், 3. சம்பளம் மற்றும் படிகள், சம்பள உயர்வு, 4. வேலை நேரம், 5. பணியில் சேர்ந்த தேதி மற்றும் பணிக் காலத்தை கணக்கிடுவதற்கான அடிப்படை, 6. பணி விதிகள், 7. குறைதீர் நடைமுறைகள், 8. ஒழுங்குமுறை நடைமுறை, 9. உரிமைகள் தொடர்பான சிறப்பு விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகள் முதலியன

11.03 பணியாளர் தேர்ந்தெடுத்தல் நடைமுறைகளை தீர்மானிக்கும் காரணிகள்

பணியாளர்கள் தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறையை தீர்மானிக்கும் காரணிகள் கீழே பட்டியலிடப்பட்டுள்ளன.

1. பணியின் தன்மை (Nature of post)

பணியாளர் தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறை ஒவ்வொரு ஆட்சேர்ப்பு முறைக்கும் வேறுபடுகிறது. உதாரணமாக ஒரு வங்கியின் முதன்மை அதிகாரியின் தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறை, இந்தியக் காவல் பணி அதிகாரியை தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறையிலிருந்து வேறுபடுகிறது.

2. விண்ணப்பதாரர்களின் எண்ணிக்கை (Number of Candidates)

தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறை விளம்பரத்தின் அடிப்படையில் வேலைக்கு விண்ணப்பித்தோரின் எண்ணிக்கையை பொறுத்தது. உதாரணமாக எழுத்தர் வகை பணி மற்றும் பிற உடல்வகை பணிகளுக்கு அதிக எண்ணிக்கையில் விண்ணப்பிக்கலாம். எனவே சுருக்கமான பட்டியல் தயார் செய்யப்படவேண்டும். அதிகமான நபர்கள் விண்ணப்பித்திருந்தால் தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறை நீளமானதாக இருக்கும். குறைவான நபர்களே விண்ணப்பித்திருப்பின் தேர்வு நடைமுறை மிகவும் குறுகியதானதாகவே இருக்கும்.

3. தேர்;ந்தெடுத்தல் கொள்கை (Selection Policy)

தேர்ந்தெடுத்தல் கொள்கையும் தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறையும் ஒன்றோடொன்று நெருங்கிய தொடர்பு உடையவை. உதாரணமாக சில நிறுவனங்கள் தேர்வு நடைமுறையில் அதிகமான படிநிலைகளைப் புகுத்தி மிகச் சரியான நபர்களை அடையாளம் காணுகின்றனர். சில நிறுவனங்கள் நேரடியாக நேர்காணல் மூலம் தேர்ந்தெடுத்தல் நடைமுறைகளைப் பின்பற்றி தேர்வு நடைமுறைகளைச் சுருக்கிவிடுகின்றனர்.

4. செலவு காரணி திட்டம் (Cost Factor)

நீண்ட தேர்வு செயல்முறை அதிக செலவினை ஏற்படுத்தும், எனவே அதிக உயர் செலவினங்களை செய்யமுடியாத நிறுவனங்கள் தேர்ந்தெடுத்தல் நடைமுறையினை குறைக்க செய்கின்றன. அதே நேரத்தில் நல்ல நிதிநிலையில் உள்ள நிறுவனங்கள் நீண்ட தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறையினை கையாளுகின்றன.

5. கல்வித்தகுதி, அனுபவம் மற்றும் வெளிப்பாடு நிலை (Level of Educational Qualification and Experience)

தேர்ந்தெடுத்தல், செயல்முறை வேலைக்கு தேவையான கல்வித்தகுதி பணி அனுபவம் மற்றும் வெளிப்பாடு நிலையினை சார்ந்தது. உதாரணமாக நிதி அதிகாரி, பொருளாளர், சட்ட ஆலோசகர், வடிவமைப்பாளர், கட்டிட கலை நிபுணர், தலைமை நிர்வாக அதிகாரி, விஞ்ஞானி, தலைவர், போன்ற இப்பதவிகளுக்கு விண்ணப்பிப்பவர்கள் குறைந்த அளவே இருப்பார்கள்;. இதற்கான தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறைகள் உயர் கல்வித்தகுதி, பணி முன் அனுபவம் மற்றும் சான்றுகளை மட்டுமே கருத்தில் கொள்ளப்படுவதால் தேர்;ந்தெடுத்தல் செயல்முறை எளிதாக இருக்கும்.

11.04 பணித்தேர்வின் முக்கியத்துவம்

1. நல்ல திறமை (Good Talent)

சிறந்த தேர்ந்தெடுத்தல் முறை பல்வேறு நடவடிக்கைகளில் திறம் வாய்ந்த நபர்களை தேர்வு செய்ய வகை செய்கிறது. இது நிறுவனத்தின் உற்பத்திதிறன் மேம்படவும் இலாபம் அதிகரிக்கவும் வழி செய்கிறது.

2. சிறந்த திறன் (Better Efficiency)

குறிப்பிட்ட வேலைக்கு சரியான நபரை தேர்ந்தெடுத்ததன் காரணமாக அவர்கள் சிறந்த முறையில் பணியாற்றி நிறுவனத்தின் இலக்குகளை எளிதில் அடைய முடிகிறது. இதனால் நிறுவனத்தின் ஒட்டு மொத்த திறன் உயருகிறது.

3. குறைக்கப்பட்ட பயிற்சி மற்றும் வளர்ச்சிக்கான செலவு (Reduced Cost of Training and Development)

தகுதிவாய்ந்த தனி நபர், தகுதிவாய்ந்த அதிகாரத்தை பெற்றுள்ளதால் ஊழியரின் சிறந்த தேர்வு நிச்சயமாக பயிற்சி செலவுகளை குறைக்கும். சரியான பதவிக்கு மிகச் சரியான நபரை தேர்வு செய்வதன் மூலம் அவர்கள் பணி நுட்பங்களை எளிதாகவும் விரைவாகவும் புரிந்து கொள்ள முடியும். நிறுவனத்தில் பணிபுரியும் பல்வேறு நபர்களுக்கு அவரவரின் தேவைக்கேற்ப பல்வேறு பயிற்சி திட்டங்களை உருவாக்க முடியும். இதனால் பயிற்சி நேரம் மற்றும் செலவு குறைகிறது.

4. குறைக்கப்பட்ட பணிசுழற்சி (Reduced Turnover)

விண்ணப்பதாரர்களின் சரியான தேர்வு குறைவான தொழிலாளர் சுழற்சியை நோக்கி செல்கிறது. நிறுவனம் குறைந்த ஆட்சேர்ப்பு செலவின் மூலம் பயனடையலாம்.

5. வேலையை தூண்டுதல் (Job Motivation)

சரியான நபரை சரியான வேலைக்குத் தேர்ந்தெடுப்பதன் மூலம் அவர்கள் திறம்படப் பணியாற்ற

ஊக்குவிக்கப்படுகிறார்கள். பணியாளர்கள் தங்களது திறமை முழுமையாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது என உணர்கிறார்கள். அதனால் பணியாளர்கள் தங்களது பணியில் சிறப்புக் கவனம் செலுத்துகிறார்கள்.

6. பிற நன்மைகள் (Other Benefits)

விண்ணப்பத்தாரர்கள் முறையான தேர்வு செய்வதால் பணிக்கு வராத நிலை குறைக்கப்படுகிறது. அவர்கள் தங்கள் வேலையில் அதிக கவனம் செலுத்துகிறார்கள். மேலும் பாதுகாப்பு முன்னெச்சரிக்கைகளை முழுமையாகப் பின்பற்றுவதால் பணியிடத்தில் நிகழும் விபத்துகள் முழுமையாகக் குறைக்கப்படுகின்றது.

11.05 தேர்ந்தெடுத்தல் மற்றும் ஆட்சேர்ப்பிற்கு இடையேயான வேறுபாடுகள்

மனிதவள மேலாண்மையில் தேர்ந்தெடுத்தல் மற்றும் ஆட்சேர்ப்பு இரண்டுமே முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. இவை இரண்டும் ஒரு நாணயத்தின் இருபக்கங்களைப் போன்றவை. இவை இரண்டிற்கும் இடையேயான வேறுபாடுகளை பின்வரும் அட்டவணையின் மூலம் காணலாம்.

11.06 பணியமர்த்தல்

ஒரு விண்ணப்பதாரர் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட பின்னர் பணியமர்த்தல் என்பது ஒரு முக்கியமான மனித வள செயல்பாடு ஆகும். அவர் அல்லது அவள் குறிப்பிட்ட வேலையில் பணியமர்த்தப்பட வேண்டும். உண்மையில், சரியான நபரை சரியான முறையில் சரியான வேலையில் அமர்த்துவது ஆகும். பணியமர்த்தல் என்பது புதிய பணியாளர்களை பணியில் நியமித்தல், பதவி உயர்வு, பணியிட மாறுதல் அல்லது ஏற்கனவே உள்ள பணியாளரை பதவி இறக்கம் செய்தல் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

சரியான நபருக்கு சரியாயன வேலைவாய்ப்பை அளிக்கும் செயல்முறையே பணியமர்த்தல் என்று அழைக்கப்படுகிறது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், பணியமர்த்தல் என்பது தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட நபருக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட வேலையை வழங்குவதற்கான செயல்முறையாகும்.

டேல் யோடரின் கூற்றுப்படி, பணியமர்த்தல் என்பது 'முடிவு செய்யப்பட்ட பணியை ஏற்றுக்கொண்;ட விண்ணப்பதாரருக்கு செய்ய வேண்டிய பணியினை ஒதுக்குவதாகும்"

11.07 பணியமர்த்தல் முக்கியத்துவம்

பணியமர்த்தல் முக்கியத்துவம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது

i) இது ஊழியர் ஒழுங்குணர்வை மேம்படுத்துகிறது
ii) பணியாளர் சுழற்சி குறைப்பதில் இது உதவுகிறது.
iii) இது மோதல் விகிதங்கள் அல்லது விரும்பப்படாத நிகழ்வுகளை குறைக்க உதவுகிறது
iv) இது பணியாளர்களுக்கும் வேலைக்கும் இடையில் பொருத்தமற்றவைகளை தவிர்க்கிறது.
v) இது நிறுவனத்தில் முன்னரே தீர்மானிக்கப்பட்ட நோக்கங்களின்படி வேலை செய்ய பணியாளர்களுக்கு உதவுகிறது.
vi) இது ஒரு குறிப்பிட்ட தரவரிசை மற்றும் பொறுப்புகளை ஒரு தனிநபருக்கு ஒதுக்குவதாகும்.
vii) குறுகிய கால ஊழியர்கள் பற்றாக்குறையைத் தவிர்க்க உதவுகிறது.

11.08 பணியமர்த்தலின் கோட்பாடுகள்

ஒரு ஊழியர் நியமனம் செய்யும்போது பின்வரும் கொள்கைகள் பின்பற்றப்படுகின்றன.

1. முதலில் வேலை, அடுத்து மனிதர் (Job First, Man Next)

பணியின் தேவைக்கேற்ப பணியாளர் வேலையில் அமர்த்தப்பட வேண்டும். வேலைக்கு தேவைப்படும் விண்ணப்பதாரர் மற்றும் அவரது தகுதியில் எவ்விதமான சமரசமும் இருக்கக்கூடாது. 'முதலில் வேலை அடுத்து மனிதர்" என்பது வேலைவாய்ப்பு கொள்கைகளாக இருக்க வேண்டும்.

2. வேலை வாய்ப்பு (Job Offer)

புதிய ஊழியர்க்கு தகுதிக்கு அதிகமான அல்லது குறைவான வேலை வழங்கப்படக்கூடாது. தகுதியை அடிப்படையாகக் கொண்டு மனிதர்களுக்கு வேலை வழங்கப்பட வேண்டும்.

3. விதிமுறைகள் மற்றும் நிபந்தனைகள் (Terms and conditions)

பணி தொடர்பாக பணியிடத்தில் நிலவும் விதிமுறைகள் மற்றும் கலாச்சாரம் ஆகியவற்றை பணியாளர் பரவலாகத் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

4. அபராதங்கள் பற்றிய விழிப்புணர்வு (Aware about the Penalties)

ஊழியர் தவறு செய்தாலோ அல்லது அவரால் ஏதேனும் இழப்பு ஏற்பட்டாலோ அதன் காரணமாக அவருக்கு வழங்கப்படும் தண்டனை மற்றும் அபராதம் குறித்த விழிப்புணர்வினை அவர் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

5. விசுவாசம் மற்றும் ஒத்துழைப்பு (Loyalty and Co-operation)

பணியாளர்களுக்கு பணியமர்த்தும் போது அவருக்குள் விசுவாசம் மற்றும் ஒத்துழைப்பு உணர்வினை வளர்க்கும் முயற்சியினை மேற்கொள்ள வேண்டும். அதன் மூலம் அவர் வேலை மற்றும் நிறுவனம் குறித்த அவரது பொறுப்புகளை சிறப்பாக உணர்ந்து கொள்ள இயலும்.

பணியமர்த்தல் என்பது எளிதான செயல்முறை அல்ல. குறிப்பிட்ட பணி மற்றும் பணிச் சூழ்நிலையில் புதிதாகப்

www.tnschoolbooks.in

வ. எண்	ஒப்பிடுவதற்கான அடிப்படை	ஆட்சேர்ப்பு	தேர்ந்தெடுத்தல்
1.	பொருள்	பணியாளர்களைத் தேடும் மற்றும் அவர்களை வேலைக்கு விண்ணப்பிக்கத் தூண்டும் நடவடிக்கையே ஆட்சேர்ப்பு ஆகும்.	பொருத்தமான வேலைக்கு பொருத்தமான விண்ணப்பத்தாரரை தேர்ந்தெடுத்து பணி வழங்குதல் பணியமர்த்தல் ஆகும்.
2.	அணுகுமுறை	ஆட்சேர்ப்பு என்பது நேர்மறையான ஓர் செயல்முறை	தேர்ந்தெடுத்தல் என்பது எதிர்மறையான ஓர் அணுகுமுறை
3.	நோக்கம்	காலியாக உள்ள பதவிக்கு விண்ணப்பிப்பதற்கு அதிக எண்ணிக்கையிலான விண்ணப்பத்தாரரை அழைப்பது	மிகவும் பொருத்தமான விண்ணப்பத்தாரரை தேர்ந்தெடுப்பது மற்றும் மீதமுள்ளவர்களை நீக்குவது
4.	வரிசை	முதல்படி	இரண்டாம்படி
5.	முறை	சிக்கனமான முறை	செலவு மிகுதியான முறை
6.	ஒப்பந்த உறவு	இது ஒப்பந்த அடிப்படையிலான உறவை உருவாக்குவதில்லை காலிப்பணியிடம் பற்றிய தகவல் தொடர்பை உள்ளடக்கியது.	இது முதலாளி மற்றும் ஊழியர்களுக்கிடையே ஒப்பந்த அடிப்படையிலான உறவை உருவாக்குகிறது
7.	செயல்முறை	ஆட்சேர்ப்பு செயல்முறைகள் மிகவும் எளிதானது	தேர்தெடுத்தல் செயல்முறை மிகவும் சிரமம் மற்றும் சிக்கலானது
8.	காலம்	காலிப்பணியிடத்தை அடையாளம் காட்டுவது மற்றும் அதனை விளம்பரப் படுத்துவதை உள்ளடக்கியது. ஆகவே குறைவான காலம் போதுமானது.	ஒவ்வொரு பணியாளரையும் தேர்ந்தெடுக்க பல்வேறு வகையான பரிசோதனை மற்றும் நேர்காணல் உள்ளடங்கி இருப்பதால் அதிக காலம் தேவைப்படுகிறது.

பணியமர்த்தப்படும் பணியாளர் புகழ்பெறுவார் என எதிர்பார்க்க இயலாது. அது அவருக்கு மிகக் கடினமானதாகும். இந்த காரணத்திற்காக, ஊழியர் வழக்கமாக ஒரு ஆண்டு முதல் இரண்டு ஆண்டுகள் வரையிலான ஒரு பரிசோதனை. சோதனை காலத்தில் பணியமர்த்தப்படுகிறார். சோதனைக் காலம் முடிந்தபின், பணியாளர் ஒரு சிறந்த செயல்திறனைக் காண்பித்தால், அவரவர் நிறுவனத்தின் ஒரு நிலையான ஊழியராக பணி உறுதி செய்யப்படுவார்.

எதிர்கால கற்றலுக்கு

1. தமிழ்நாட்டில் அரசு வேலை வாய்ப்பு முறைகளை தெரிந்து கொள்ளுங்கள்
2. பல்வேறு வகையான வேலை தொடர்பான வேலை விண்ணப்பம் சேகரிப்பு.
3. திறமையான மற்றும் திறமையற்ற தொழிலாளர்கள் பற்றி மாணவர் அறிந்திருக்க வேண்டும்.
4. வேலை விண்ணப்பத்தை விண்ணப்பிக்கவும், நிரப்பவும் மாணவர்கள் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்.

நமது சிந்தனைக்கு

1. உங்கள் விண்ணப்பமும் விண்ணப்பமும் எவ்வாறு தயாரிக்கப்படும்
2. ஏதேனும் 5 தேர்வு பேட்டி கேள்வி தருக.
3. மாணவர்கள் முகத்துக்கு முகம் நேர்காணல் வினா தயாரிக்கவும்
4. தேர்ந்தெடுத்த செயல்முறையின் அடையாளம் காண்க.
5. மாணவர் அருகிலுள்ள அமைப்பைச் சந்தித்து, தேர்வு நேர்காணலைக் கவனிக்க

கலைச்சொற்கள்

விண்ணப்பம்	வெறுமை	கட்டமைக்கப்பட்ட
வருவாய்	இடஅமர்வு	வேலைவாய்ப்பு
விசுவாசம்	தேர்ந்தெடுத்தல்	மதிப்பீடு
இடமாற்றம்	திறனறிதல்	அணுகுமுறை

www.tnschoolbooks.in

பயிற்சி

I.சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. ஆட்சேர்ப்பு மற்றும் தேர்ந்தெடுத்தல் செயல்முறையின் இலக்கு ________.

அ) சரியான நபர்கள்
ஆ) சரியான நேரத்தில்
இ) சரியான செயல்களை செய்வதற்கு
ஈ) மேலே உள்ள அனைத்தும்

2. தேர்வு பொதுவாக ஒரு ________ செயலாக கருதப்படுகிறது.

அ) நேர்மறை ஆ) எதிர்மறை
இ) இயற்கை ஈ) இவை எதுவும் இல்லை

3. பணியாளர்களை தேர்ந்தெடுப்பதில் பின்வருவனவற்றில் எவை பல்வேறு பண்புகளை அளவிட பயன்படுகிறது?

அ) உடல் பரிசோதனை
ஆ) உளவியல் சோதனை
இ) திறனாய்வு சோதனை
ஈ) நிபுணத்துவம் சோதனைகள்

4. பொருத்தமற்ற விண்ணப்பதாரரை நீக்குவதற்கான செயல்முறை ________ அழைக்கப்படுகிறது.

அ) தேர்வு ஆ) ஆட்சேர்ப்பு
இ) நேர்காணல் ஈ) தூண்டுதல்

5. முதலில் வேலை, அடுத்தது மனிதர் என்பது ஒரு ________ கோட்பாடு

அ) சோதனை ஆ) நேர்காணல்
இ) பயிற்சி ஈ) பணியமர்த்தல்

விடைகள் :

1	ஈ	2.	ஆ	3	ஆ	4	அ	5	ஈ

II. குறு வினாக்கள்:

1. தேர்ந்தெடுத்தல் என்றால் என்ன?
2. நேர்காணல் என்றால் என்ன?
3. நுண்ணறிவுத்திறன் சோதனை என்றால் என்ன?
4. பணியமர்த்தல் என்றால் என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. மன அழுத்த நேர்காணல் என்றால் என்ன?
2. கட்டமைக்கப்பட்ட நேர்காணல் என்றால் என்ன?
3. தேர்வுச் சோதனையின் வகைகள் யாவை?
4. அடைவுச் சோதனை குறித்து நீவீர் அறிவது யாது

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. பல்வேறு வகையான சோதனைகள் சுருக்கமாக விளக்குக. (ஏதேனும் 5)
2. பணியாளர்களை தேர்ந்தெடுப்பதற்கான முக்கியமான நேர்காணலின் வகைகளை விளக்குக? (ஏதேனும் 5)
3. ஆட்சேர்ப்பு முறைக்கும் தேர்ந்தேடுத்தலுக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகளை விவரி. (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்

1. Aswathappa. K. Human Resource management. McGraw Hill Education(media) private Ltd., New Delhi 2013.
2. Balaji C.D Human Resource Management, Margham Publications , Chennai, 2018.
3. Sharma R.K and Shashi K.Gupta Business Organisation and management, Kalyani Publications New Delhi, 2011.
4. Varma M.M and Aggarwal Personnel Management and Industrial Relations Manu Rastogi , New Delhi, 2005.
5. WebSources. www.mgtstudyguide.com, www.mbakno1, www.learnbywatch.com
6. Bhattacharyya D.K. Human Resource Development, Himalaya Publishing House,Girgaon, Mumbai, 2012.
7. Sundar K. and Srinivasan J. Elements of Organisational Behaviour, Vijai Nicole Imprints Private Limited , Chennai, 2015.

12th Commerce Tamil Unit 4.indd 87 19/12/2022 14:45:58

மனித வள மேலாண்மை
HUMAN RESOURCE MANAGEMENT

அலகு 4

12

அத்தியாயம்

பணியாளர் பயிற்சி முறை
EMPLOYEE TRAINING METHOD

அன்பறிவு தேற்றம் அவாவின்மை இந்நான்கும்
நன்குடையான் கட்டே தெளிவு.

– குறள் 513

பொருள் : அன்பு, அறிவு, ஐயமில்லாமல் தெளியும் ஆற்றல், அவா இல்லாமை ஆகிய இந் நான்கு பண்புகளையும் நிலையாக உடையவனைத் தெளியலாம்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

மாணவர்கள் புரிந்து கொள்ள உதவுவதற்கு

- பயிற்சியின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- பயிற்சியின் நோக்கம் மற்றும் தேவை
- பயிற்சியின் படிநிலையினை திட்டமிடல்
- பயிற்சியின் முறைகள்
- பணிவழி மற்றும் பணிவழியற்ற பயிற்சி இவற்றிற்கு இடையேயான வேறுபாடுகள்
- பயிற்சியின் நன்மைகள் ஆகியவற்றைப் புரிந்து கொள்ள முடியும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

12.01 பயிற்சியின் நோக்கம் அல்லது பயிற்சி தேவை.

12.02 பயிற்சி திட்ட வடிவத்தின் படிகள்

12.03 பயிற்சியின் முறைகள்

12.03 (1) பணிவழி பயிற்சி முறை

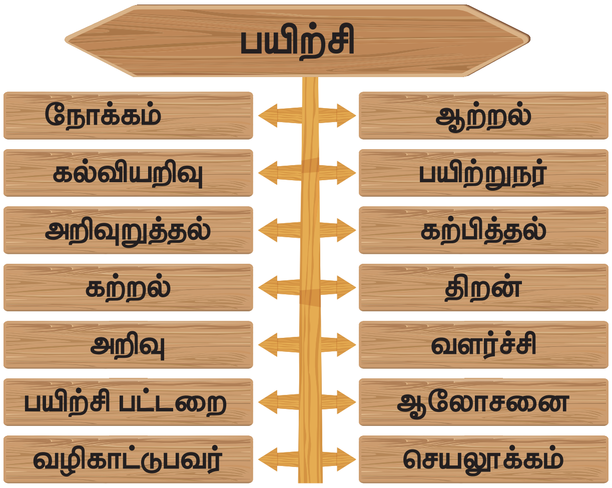
12.03 (2) பணிவழியற்ற பயிற்சி முறை

12.04 பணிவழி பயிற்சி மற்றும் பணிவழியற்ற பயிற்சி இடையேயான வேறுபாடு

12.05 பயிற்சியின் நன்மைகள்

பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்

ஒவ்வொரு அமைப்பிற்கும் பணிகளை சிறப்பான முறையில் செய்திட பயிற்சி அளிக்கப்பட்ட நபர்கள் தேவையான ஒன்றாகும். தகுந்த பணிக்கு தகுதியான நபர்களை விஞ்ஞான தொழில் நுணுக்க முறையில் தேர்வு செய்யப்பட்ட பிறகு நிர்வாகத்தின் அடுத்த கட்ட பணி சரியான பயிற்சிக்கு ஏற்பாடு செய்தல் வேண்டும். சில பணியாளர்கள் ஏற்கனவே வேலைகளைப்பற்றிய முந்தைய அறிவைப் பெற்றிருகின்றனர், மற்றவர்களுக்கு வேலைகள் முற்றிலும் புதியதாக இருக்கலாம். இருவகையான பணியாளர்களுக்கும் வேலையைப் பற்றித் தெரிந்துக் கொள்ள பல்வேறு வகையான பயிற்சி தேவை.



பயிற்சி என்பது புதிய திறமையை அதிகரிப்பது, சிக்கலை தீர்ப்பதற்கான நுணுக்கத்தினை அறிவது மற்றும் தொழில் நுட்ப அறிவு ஆகியவற்றை மேம்படுத்தும் செயல் ஆகும். பயிற்சி என்பது அவர்களின் நடத்தை வழிகாட்டி விதிகள் மற்றும் விதிமுறைகள் பற்றிய விழிப்புணர்வை தருகிறது.

பயிற்சி அளித்தல் என்பது கற்பித்தல் மற்றும் கற்றல் நடவடிக்கைகள் மூலம் பணியாளர்களுக்கு தேவையான அறிவுத்திறன், திறமை மற்றும் மனப்பாங்கு ஆகியவைகளை அளிப்பதன் மூலம் நிறுவனத்தின் முதன்மை நோக்கத்தினை அடைவதாகும்.

எட்வின் பிக் பியுப்போ கூற்றுப்படி, 'பயிற்சிக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட வேலையை செய்வதற்கு ஊழியரின் அறிவு மற்றும் திறன்களை அதிகரிப்பது"

12.01 பயிற்சியின் நோக்கம் அல்லது பயிற்சி அவசியம்

பயிற்சியின் நோக்கம் பின்வருமாளு விளக்கப்படுகிறது,

i. பணியின் தரத்தினை உயர்த்துகிறது (Improved Quality of Work)

பணியில் கவனம் செலுத்துவதுடன் பயிற்சி ஒரு குறிப்பிட்ட பணியாளரின் திறனை மேம்படுத்துகிறது. இது பணியாளரின் பணி தரத்தினை அதிகரிக்க வகை செய்கிறது.

ii. பணியாளரின் வளர்ச்சியை மேம்படுத்துதல் (Enhance Employee Growth)

பயிற்சிப் பெற்ற ஊழியர்கள் தங்கள் வேலையில் திறன் மிக்கவர்கள் ஊழியர்களின் செயல்திறன் மேம்பாட்டில் புதிய திறன்களை ஊக்குவிப்பது பயிற்சி ஆகும்.

iii. வழக்கொழிவுயை தடுக்கிறது (Prevention of Obsolence)

சமீபத்திய தொழில் நுட்பங்கள் மற்றும் நுட்பங்களைப் பற்றிய கூடுதல் அறிவைக் கற்றுக் கொள்ள பயிற்சி உதவுகிறது. பணியாளர் தற்கால தொழில் நுட்பம் மற்றும் போக்குடன் புதுப்பிக்கப்படுகிறார். பயிற்சியின் முக்கிய நோக்கம் பழையனவற்றை போக்குதல் ஆகும்.

iv. புதிய பணியாளர்களுக்கு விழிப்பூட்டல் (Enlightening New Recruits)

பயிற்சியின் மூலம் புதிய பணியாளர்கள், வேலைமுறைமை, நுட்பங்கள், அறிக்கைகள், பணியில் பயன்படுத்தப்படும் கருவிகள் மற்றும் உபகரணங்களை பயிற்சி நிறுவனத்தின் உதவியுடன் வேலை செய்யும் கலாச்சாரம் போன்றவற்றை கற்றுக் கொள்ளலாம்.

v. மேம்படுத்தப்பட்ட பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகள் (Improved Safety Measures)

வேலையில் ஈடுபடும்போது பணியினால் ஏற்படும் பாதிப்புகள் மற்றும் பாதுகாப்பு நடவடிக்கை குறித்த விழிப்புணர்வுவினை முறையான பயிற்சியின் மூலம் பெறுகின்றனர். இது வேலை இடத்தில் பணி பாதுகாப்பினை மேம்படுத்த மற்றும் விபத்துக்கள் தவிர்க்க உதவுகிறது.

vi. ஊழியர்களை ஊக்குவித்தல் (Motivating Employees)

ஒரு பணியாளர் தன் பதவி திட்டமிடுதலுக்கு ஏற்ப தொடர்ந்து தன் மேம்பாட்டிற்காக தன் பணி பாதையில் முன்னேறி செல்ல அவசியமாகிறது. மேலும் பயிற்சியானது அவர்களுக்கு செயலூக்கம் அளிப்பதோடு மட்டுமல்லாமல் நிர்வாகத்தின் மீதான அக்கறையையும் மறு உணர்வையும் ஊட்டுகிறது.

vii. அதிக உற்பத்தித்திறன் மற்றும் இலாபங்கள் (Higher Productivity and Profits)

சிறந்த பயிற்சியளிக்கப்பட்ட ஊழியர்களின்பங்களிப்பு மேலும் திறன்களையும் உத்திகளையும் அளித்து வேலையினை கச்சிதமாகவும், விரைவாகவும் முடிப்பதற்கு பயிற்சி முறை உதவுகிறது.

viii. செலவு குறைப்பு (Cost Reduction)

பயிற்சியளிக்கப்பட்ட ஊழியர்கள் வளங்களை திறமையான முறையில் பயன்படுத்தலாம். வள ஆதாரங்களை வீணடிக்க எந்த வாய்ப்புகளும் இல்லை. எல்லா வசதிகளும் உகந்த அளவில் பயன்படுத்தப் படுகின்றன.இது செலவு குறைக்க வழி வகுக்கிறது.

ix. குறைந்த மேற்பார்வை (Reduced Supervision)

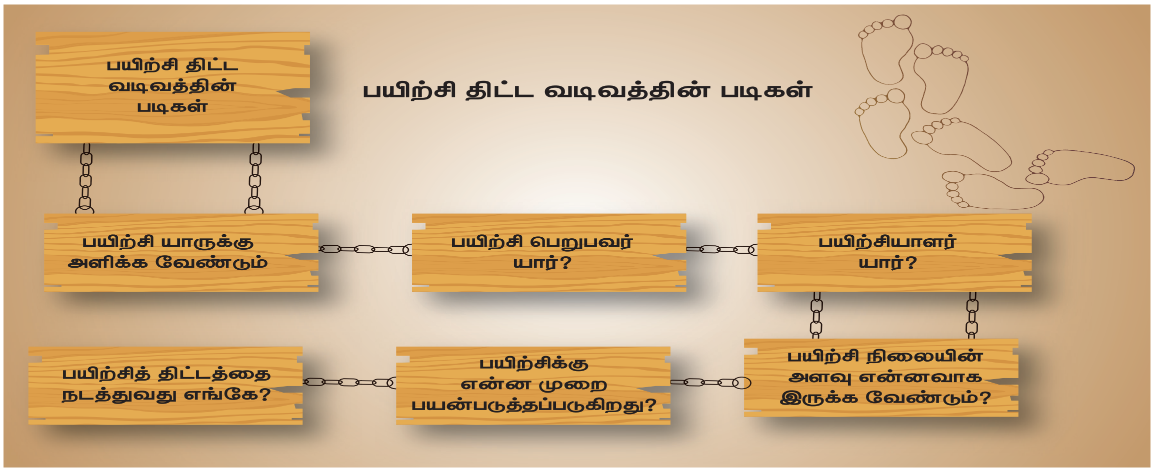
பயிற்சி அளிக்கப்பட்ட ஊழியர்கள் தங்கள் பணியை செய்வதற்கு தேவையான அனைத்து தெளிவு நிலைப் பெற்றியிருப்பதால் குறைவான மேற்பார்வை போதுமானது.

x. சிறந்த ஒத்திசைவு (Better Adaptability)

ஊழியர்கள் புதிய தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் புதிய மாற்றங்களை தொடர்பயிற்சியின் மூலம் தங்களை மாற்றிக் கொள்ள முடிகிறது.

12.02 பயிற்சி திட்ட வடிவத்தின் படிகள்

அறிவு, திறமை, மற்றும் மனோபாவத்தில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தக் கூடிய ஒரு திட்டமிடப்பட்ட நடவடிக்கையே பயிற்சியாகும்.ஒவ்வொரு பயிற்சி திட்டமிடுதலும் பின்வரும் முக்கிய செயல்பாடுகளை கொண்டன.



1. பயிற்சி யாருக்கு அளிக்க வேண்டும்?

பயிற்சி அளிக்கும் துறை முதன்முதலில் யாருக்கு பயிற்சி அளிக்க வேண்டுமோ அப்பணியாளர்கள் தேர்வு செய்து பயிற்சி அளிக்கப்பட வேண்டும் வேறு விதமாகக் கூறினால் அது செயல்பாட்டு அளவிலான ஊழியர்கள் அல்லது மேற்பார்வை அளவிலான ஊழியர்கள் அல்லது நிர்வாகிகள் நிலைக்கு தேவைப்படுகிறதா என்பதை அடையாளம் காண வேண்டும்.

2. பயிற்சி பெறுபவர் யார்?

ஒரு வேலையின் திறனை கற்றுக்கொள்ளும் நபரே பயிறிசி பெறுபவர் ஆவர். பயிற்சி பெறுவர் மனிதவள மேலாண்மை அல்லது மேற்பார்வையாளரின் பரிந்துறையின் அடிப்படையிலும் தன் சுய ஆர்வத்தின் அடிப்படையில் பயிற்சிக்கு தேர்வு செய்யபடுகிறார்.

3. பயிற்சியாளர் யார்?

பணியாளருக்குத்திறன்களை போதித்து பணியை சிறப்பாக செய்ய தயார் செய்யும் ஒரு நபர் பயிற்றுவிப்பாளர் ஆவார். பயிற்றுவிப்பவர் என்பவர் பயிற்சியாளர், ஆசிரியர் வழிகாட்டல், ஆலோசகர், ஆலோசகர் கையேடு, குரு, மேலாளர், கையாளுநர், ஆசிரியர் மற்றும் கல்வியாளர் போன்றோர்.

4. பயிற்சிக்கு என்ன முறை பயன்படுத்தப்படுகிறது?

பயிற்சி முறையில் பல்வேறு முறைகள் உள்ளன. எனவே நிறுவனங்கள் தங்களுக்கு பொருத்தமான முறையை முடிவு செய்ய வேண்டும்.

5. பயிற்சி நிலையின் அளவு என்னவாக இருக்க வேண்டும்?

பயிற்சியின் அளவை பயிற்சித்திணைகளம் வழங்க வேண்டும் பணியாளர்களுக்கு பொதுவாக அறிமுகப்பயிற்சி புதிய பணியாளர்களுக்கு வேலையின் பல்வேறு தன்மைகளைப் பற்றிய விழிப்புணர்வை அளிக்கிறது.இடை நிலை ஊழியாக்ளுக்கு திறன் மேம்பாட்டு பயிற்சியும் மேல்நிலை பணியாளர்களுக்கு செயல்பாட்டு செயல்திறன் மேம்படுத்துவதற்கு உயர்மட்ட பயிற்சி அளிக்கப்படுகிறது.

6. பயிற்சித் திட்டத்தை நடத்துவது எங்கே?

பயிற்சிக்கான காலம் மற்றும் பயிற்சிக்கான வசதி மற்றும் காரணிகளின் அடிப்படையில் பயிற்சி திட்ட வடிவம் நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது.

12.03 பயிற்சியின் முறைகள்

பணியாளர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்க பல்வேறு முறைகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. பயிற்சி முறைகள் ஒரு அமைப்பிற்கும், மற்றொரு அமைப்பிற்கும் இடையே மாறுபடுகின்றன. ஒரு பயிற்சி முறையினை தேர்ந்தெடுப்பதற்கு முன்பு பல்வேறு காரணங்களை கருத்தில் கொள்ள வேண்டும். அவைகளாவன, திறன் தேவை, திறமைக்கான தேவை, பணியாளர்களின் கல்வித்தகுதி செலவு மற்றும் கிடைக்கக்கூடிய காலம் தேவையான ஆழ்ந்த அறிவு, போன்றவை நடைமுறையில் நிறுவனங்கள கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்; பின்வரும் படத்தில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள இரண்டு வகையான பயிற்சி முறைகளை கையாளுகின்றன.

> எனது தொழிலாளர்கள் தான் என்னுடைய மிக முக்கிய சொத்தாவார்கள். மாலையில் அவர்கள் வீடு திரும்பினால் என் நிறுவனம் முழுமையாக மதிப்பிழப்பதாக அறிகிறேன்–அமெரிக்க (ருளுயு) மென்பொருள் உற்பத்தியின் மையத்தின் முக்கியமான கோடீஸ்வரர்கள் ஒருவர்.

www.tnschoolbooks.in

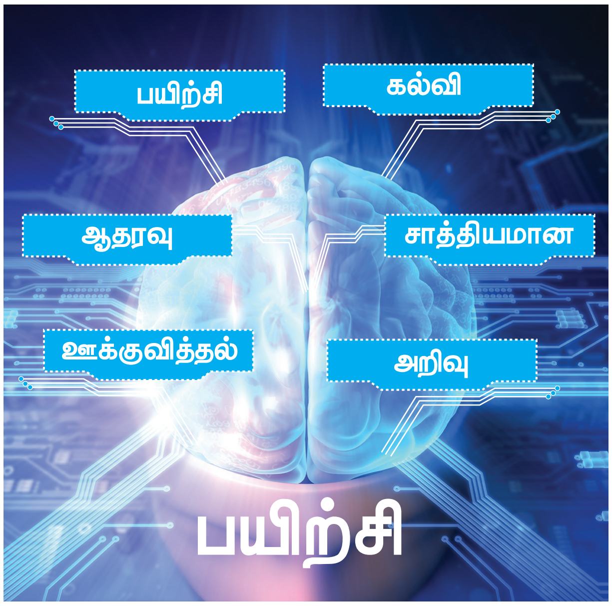
12.03.1 பணிவழி பயிற்சி முறைகள் On the Job Training

பணிவழி பயிற்சி என்பது பணி செய்யும் இடத்திலேயே பணியாளர்களுக்கு அங்குள்ள மேற்பார்வையாளரால் (அ) முன் அனுபவம் பெற்றவரால் பணி சார்ந்த போதனை அளிக்கப்படுகிறது. இதனை வேறுவிதமாகவும் கூறலாம். அதாவது பணியாளர் பணி சார்ந்த விவரங்களை பணிச்சூழல் மூலம் கற்கிறார். 'செய்து கற்றல் மற்றும் சம்பாதிக்கும் போது கற்றல் என்ற அடிப்படை கோட்பாட்டினை கொண்டது. பணிவழி பயிற்சி ஒப்பீட்டளவில் குறுகிய காலத்தில் கற்றுக் கொள்ளக்கூடிய திறன்களை இறக்குமதி செய்வதற்கு ஏற்றது. பின்வருவன பணிவழி பயிற்சி முறைகளாகும்.

(i) பயிற்சியளிப்பு (Coaching Method)

பயிற்சியளிப்பு பயிற்சி முறையில் மேலதிகாரிகள் (அ) வழிகாட்டிகள் புதிய பணியாளர்களுக்கு பணிக்குத் தேவையான அறிவு மற்றும் திறவை வழங்குகின்றனர். இம்முறையில் மேலதிகாரிகள் தான் ஒரு பயிற்சியாளர், வழிகாட்டி கற்பிப்பவர் போல செயல்படுகிறார். இம்முறையின் கீழ் மேலதிகாரிகள் புதிய பணியாளர்கள் செய்யும் தவறுகளை சுட்டி காட்டி அவற்றை களைவதற்கான அறிவுரைகளையும் வழங்கவேண்டும். பணியாளர்கள் தங்களுக்கு ஏற்படும் சந்தேகங்களை பணி இடத்திலேயே நிவர்த்தி செய்ய இயலும்.

12th Commerce Tamil Unit 4.indd 91 19/12/2022 14:46:21

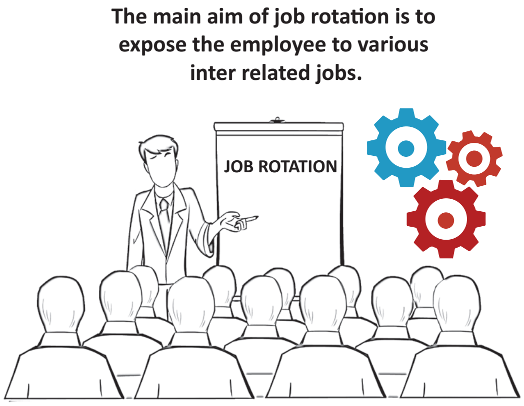


(ii) வழிகாட்டுதல் பயிற்சிமுறை (Mentoring method)

வழிகாட்டுதல் பயிற்சி முறையில் ஒரு பணியாளர் தங்களின் அறிவு மற்றும் அனுபவத்தை பகிர்ந்து கொள்ளும் செயல்முறை ஆகும். இந்த பயிற்சியின் முக்கியத்துவம் பயிற்சியின் மனோபாவத்தின் வளர்ச்சியில் உள்ளது. இது பெரும்பாலும் நிர்வாக ஊழியர்களுக்காக பயன்படுத்தப் படுகிறது. வழிகாட்டல் எப்போதும் மூத்த நபர்களால்; செய்யப்படுகிறது அது ஒன்றுக்கு ஒன்று தொடர்பு உள்ளது.

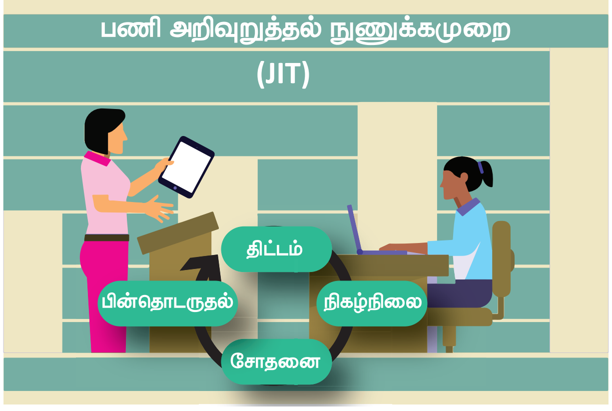
(iii) பணி சுழற்சி அல்லது வேலை சுழற்சி முறை (Job Rotation Method)

இம்முறையில் பயிற்சி பெறும் ஒரு பணியாளர் ஒரே வேலையை செய்து கொண்டிருக்காமல் ஒரு குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் ஒரு வேலையிலிருந்து மற்றொரு வேலைக்கு மாற்றப்படுகிறார். அதாவது ஒரு வேலையிலிருந்து மற்றொரு வேலைக்கோ (அ) ஒரு துறையிலிருந்து மற்றொரு துறைக்கோ குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு பிறகு மாற்றப்படுபவர் இதனால் பணியாளரால் பலதரப்பட்ட பணி அனுபவங்களை அறிந்து கொள்ள முடிகிறது.



(iv) பணி அறிவுறுத்தல் நுணுக்கமுறை Job Instruction Techniques (JIT) Method)

இந்த முறையில், ஒரு பயிற்சியாளராக பணிபுரிபவர் தனது வேலையை மற்றும் அதன் நோக்கத்தை எவ்வாறு செய்வது என்பது குறித்து ஒரு ஊழியருக்கு சில அறிவுறுத்தல்களை அளிக்கிறார்.



(v) தொழில் பழகுநர் பயிற்சிமுறை (Apprenticeship Training Method)

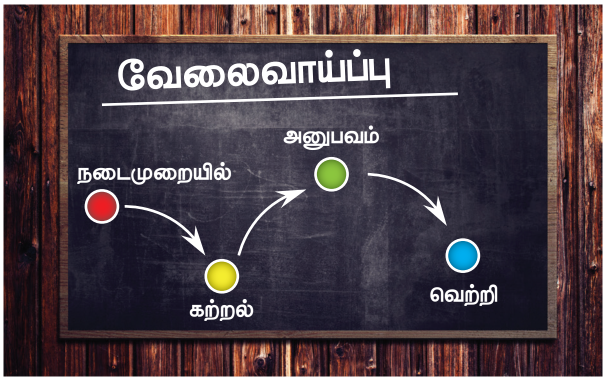
பயிற்றுவிப்பாளர் அல்லது பயிற்சியாளர் பயிற்றுவிப்பாளராகவோ உயர்ந்த அல்லது மூத்த தொழிலாளியிடமிருந்து வேலை அறிவையும், திறமையையும் கற்றுக் கொள்கிறார். பொதுவாக மெக்கானிக்ஸ், எலெக்ட்ரிசிஸ், கைத்தொழில்கள், வெல்டர்ஸ், ஃபிட்டர் போன்ற தொழில்நுட்ப பயிற்சியாளர்களுக்கு பயிற்சிக்கான பயிற்சியளிப்பு வழங்கப்படுகிறது. இந்த பயிற்சி திட்டத்தின் இந்த காலம் ஒன்று முதல் ஐந்து ஆண்டுகள் வரையிலானது பயிற்சியின் போது பயிற்சியாளர் உதவித்தொகை பெறுகிறார்.

(vi) குழு ஒதுக்கீடுமுறை (Committee Assignment)

ஒரு குறிப்பிட்ட விவகாரத்தை விசாரிப்பதற்கு ஊழியர் ஒருவரை நியமிக்கப்படும் போது அவர்கள் மற்ற உறுப்பினர்களுக்கும் குழு உறுப்பினர்களுக்கும் நெருக்கமாக பணியாற்ற முடியும் அவர்கள் முடிவெடுப்பதில் ஈடுபடுவதன் மூலமும் பங்கு பெறுவதன் மூலமும் அதிக அறிவைப் பெறுகிறார்கள்.

(vii) ஆய்வின் கீழ் பயிற்சிமுறை (Understudy/ Internship Training Method)

மேலாளர் அல்லது இயக்குநர்; போல எண்ணி ஒரு மேலதிகாரி தன் கீழ் பணியாளருக்கு பயிற்சி அளிக்கிறார். தினசரி பிரச்சனைகளைக் கையாளுவதில் பங்கேற்பதன் மூலம் அனுபவமும, உற்றுநோக்குதல் செய்தலையும்; கீழ்படிபவர்கள் கற்றுக் கொள்ளலாம். முழு பொறுப்புகளையும் கடமைகளையும் ஏற்றுக் கொள்வதற்கு கீழ்நிலை பணியாளர்களை தயார் செய்வது, ஆய்வின் கீழ் பயிற்சிமுறையாகும்.



12.03.2 பணி வழியற்ற பயிற்சி முறைகள் (Off the Job Training)

பணிவழியற்ற பயிற்சி முறை என்பது தொழிலாளர்கள் ஊழியர்களிடம் உண்மையான பணிநிலையத்திலிருந்து வேலை பாடம் கற்றுக் கொள்வதற்கான பயிற்சி முறையாகும். வேறு வார்த்தைகளில் சொல்வதானால், உங்களுடைய சாதாரண வேலைப்பாடுகளிலிருந்து பயிற்சி மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

மேலும் பணிவழியற்ற பயிற்சி என்பது குறிப்பிட்ட வேலை இடத்திற்கு அருகே இருக்கும் பயிற்சி நோக்கத்திற்காக குறிப்பாக ஒதுக்கப்பட்ட இடம் இதில் தொழிலாளர்கள் திறன்களைக் கற்றுக் கொள்ள வேண்டும் மற்றும் தேவையான கருவிகள் மற்றும் உத்திகளைக் கொண்டு பெற வேண்டும். இப்பணிவழியற்ற பயிற்சியின் பல்வேறு முறைகள் பின்வரும் பத்திகளில் விவரிக்கப்பட்டுள்ளது.

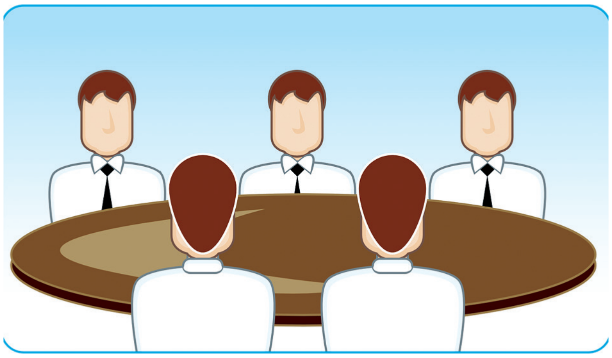
(i) விரிவுரை முறை (Lecture Method)

இந்த முறையின் கீழ் பயிற்றுவிப்பாளர்கள் கருத்துக்கள், கோட்பாடுகள் மற்றும் அறிவுரைகளைப் பயன்படுத்துதல் ஆகியவற்றைப் பற்றி கல்வி கற்கின்றனர். கல்லூரிகள், பல்கலைகழகங்கள், ஆலோசனை மையங்கள், நிறுவனங்கள், உற்பத்தி நிறுவனங்கள், சங்கங்கள் முதலியவற்றிலிருந்து பயிற்சியாளர்கள் தேர்வு செய்யப் படுகிறார்கள். பயிற்சியாளரின் பேச்சுத் திறமையாலும் மற்றும் காணல் கேட்டல் உபகரணங்களாலும் பயிற்சி அளிக்கின்றனர்.

(ii) குழு கலந்துரையாடல் முறை (Group Discussion Method)

மக்கள் குழு பங்கேற்க மற்றும் குறிப்பிட்ட பொருள் அல்லது ஒரு தலைப்பை விவாதிக்க இந்த முறையின் கீழ் பங்கேற்பாளர்கள் பல்வேறு குழுக்களாக பிரிக்கப்படுகிறார்கள். ஒவ்வொரு குழுவிற்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட பிரச்சனையை விவாதிக்கும். ஒவ்வொரு குழுவும் தங்கள் குழுவுடன் ஆழமான விவாதத்திற்கு பிறகு தீர்வை தயார் செய்ய வேண்டும்.

உறுப்பினர்கள் இறுதியாக குழுத்தலைவர் பார்வையாளர்களுக்கு தீர்வு வழங்க வேண்டும். விவாதிக்கப்படும் மற்ற குழுக்களால் என்ன விவாதிக்கப்பட்டன. மாறுபட்ட பார்வை புள்ளிகளைக் கேட்ட பிறகு, நடுவர் இறுதி தீர்வு வழங்குவார்.



(iii) சூழ்நிலை ஆய்வு முறை (Case Study Method)

ஒரு குறிப்பிட்ட சூழ்நிலையில் தீர்வினை கண்டுபிடிக்க பயிற்சி பெறுபவர்களின் ஆர்வத்தினை தூண்டுகிறது. அவர்களால் தங்களுடைய கருத்தியல் அறிவினையும், செய்முறை அறிவினையும், பயன்படுத்தி பிரச்சனைகளுக்கு தீர்வினை அளிக்கின்றனர். இம்முறையில் பிரச்சனைகளுக்கு ஒரே தீர்வினை மட்டும் அளிக்காமல் பயிற்சி பெறுபவர்களின் பல்வேறு கோணத்தில் மாறுபட்டு அமையும். சுருக்கமாக சொன்னால் சூழ்நிலை ஆய்வுமுறை பங்கேற்பாளர்களின் அறிவை பயன்படுத்தும் முறையாகும்.

(iv) பங்கேற்று நடித்தல் முறை (Role Play Method)

பயிற்றுவிப்பாளர்கள் இந்த முறையில் பதவியின் சூழ்நிலையை அல்லது பதவியில் நியமிக்கப்பட்ட பாத்திரத்தை விளக்குவார். அவர்கள் எந்த ஒத்திகையும் இல்லாமல் ஒதுக்கப்படும் பாத்திரங்கள் செயல்பட வேண்டும். முன் தயாரிக்கப்பட்ட உரையாடல்கள் எதுவும் இல்லை. எனவே அவர்கள் எந்த வகையிலும் பங்கேற்காமல் பங்கு வகிக்க வேண்டும். உதாரணமாக வாடிக்கையாளர் மற்றும் விற்பனையாளர், மேலாண்மை மற்றும் தொழிற்சங்க தலைவர், போர்மேன் மற்றும் தொழிலாளி ஆகியவற்றின் பங்கு பயிற்சி அமர்வுகளில் விளையாடலாம். விளையாடிய பங்களிப்பை கவனித்த பிறகு நடுவர் நியமிக்கப்பட்டட்ட பாத்திரங்களுக்கு அவரது கருத்துக்களை அளிக்கிறார்.

(v) கருத்தரங்கு மாநாட்டு முறை (Seminar/Conference Method)

இம்முறையில் பயிற்சியாளர்களுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட தலைப்பினை பயிற்றுநர்கள் ஒதுக்கீடு செய்வார். அவ்வாறு ஒதுக்கீடு பெற்ற தலைப்பினை விரைவுரை முறையிலோ அல்லது ஒலிஒளிக் காட்சி உதவிகள் மூலமாகவோ தெளிவுபடுத்த வேண்டும். அவ்வாறு சமர்ப்பிக்கும் தலைப்பின் கருத்தில் ஏற்படும் சந்தேகங்களை பயிற்சி அளிப்பவருக்கு பயிற்சி பெறுபவர் விளக்க வேண்டும். இறுதியாக பயிற்சி அளிப்பவரின் அனுபவ அறிவு மற்றும் பயிற்சி பெறுபவரின் விளக்கத்தையும் சேர்த்து தெளிவாக விவரிப்பார்.

(vi) புலம் பயணம் முறை (Field Trip Method)

வழக்கமாக பணிபுரியும் இடத்தை விட்டுவிட்டு வேறு ஒரு இடத்திற்கு பணியாளர்கள் குழுவாக சேர்ந்து பயணித்து, சென்ற இடத்தில் இருக்கும் தொழில் வல்லுநர்களிடம் விளக்கம் கேட்டு தங்களது திறனை வளர்த்துக் கொள்வதே புலப்பயணம் முறை சார்ந்த பயிற்சி எனப்படும்.

www.tnschoolbooks.in

(vii) பணியிடத்தை ஒத்தஇடத்தில் பயிற்சி முறை (Vestibule Training Method)

பயிற்சி நோக்கத்திற்காக செயற்கையாக உருவாக்கப்படும் உண்மையான வேலை சூழலைப் போல ஊழியர்களுக்கு பயிற்சியளிக்கும் முறை தொழிற்சாலைக்குள் பயிற்சி முறை எனப்படுகிறது. இந்த வகையான பயிற்சி அளிப்பதன் மூலமாக தொழிற்சாலையில் உள்ள இயந்திரங்களுக்கு எவ்வித சேதாரமும் இழப்பும் ஏற்படாமல் தவிர்க்க முடியும். ஓட்டுனர்கள்;, விமானிகள்;, விண்வெளி விஞ்ஞானிகள் போன்றோருக்கு இப்பயிற்சி வழங்கப்படுகிறது.

(viii) மின்னணு கற்றல் முறை (E–learning Method)

மின்னணு கற்றல் முறை என்பது பாரம்பரிய பயிற்சி வகுப்பறையில் அல்லது அலுவலகத்தில் தொழில்நுட்ப செயல்முறையை பயன்படுத்துவதாகும்.

அலுவலகம் மின்னணு கற்றல் கூட பெரும்பாலும் இணையவழி கற்றல் அல்லது வலை பக்க அடிப்படையிலான பயிற்சியை குறிக்கிறது.

கல்வி வளங்கள் அபிவிருத்தி விநியோகம் மற்றும் விரிவாக்கத்திற்கான இணைய மற்றும் தொடர்புடைய தொழில்நுட்பங்களின் பயன்பாடு வலைதளம்

அடிப்படையிலான பயிற்சியானது எங்கும் எந்த நேரத்திலும் இணையத் தளத்தில் கடந்து செல்ல முடியும்.

(ix) செயல்விளக்க பயிற்சி முறை (Demonstration Training Method)

இந்த முறை ஏதாவது வேலையை எப்படி செய்வது என்பது பற்றிய ஒரு காட்சி ஆகும். உதாரணங்களையோ, சோதனையோ பயன்படுத்துவதன் மூலம் தெளிவான அல்லது தெளிவுபடுத்துவதன் மூலமோ அல்லது ஆதாரத்தாலோ காண்பித்தல் ஒரு உதாரணமாக பயிற்சியாளர் எப்படி பயிற்சி செய்யலாம் அல்லது எவ்வாறு வேலை செய்வது என்பதைக் காட்டுகிறது.

(x) திட்டமிடப்பட்ட அறிவுறுத்தல் முறை (Programmed Instruction Method)

இது ஒரு கணினி சார்ந்த பயிற்சி ஆகும். இதில் நினைவாற்றல் சேமித்து வைக்கப்படுகிறது. இது திறமையான மற்றும் சிறந்த கற்றல் முறையை பங்கேற்பாளர்களுக்கு வழங்குகிறது. பயிற்சியின் அடுத்த நிலைக்கு செல்ல பங்கேற்பாளர்கள் சரியான பதிலை கொடுக்க வேண்டும். இந்த முறை பயிற்சியின் வேகம் மற்றும் திறன் ஆகியவற்றை பயிற்றுவிக்கிறது. மறந்துவிட்டால், பயிற்சி தோல்வியுற்றால், தகவல் மறந்து விடக்கூடாது என எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. அவர்கள் கற்றறிருந்த தகவல்களை அவர்கள் மீண்டும் அசல் தகவல்களுக்கு திரும்பி செல்லவேண்டும். திட்டமிட்ட அறிவுறுத்தல்கள் அச்சிடப்பட்ட படிவமாகும். அதாவது புத்தகம், அட்டவணை, ஊடுருவும் காணொளி, மற்றும் பிற வடிவங்கள் ஆகும்.

மேலே கூறப்பட்டுள்ள பயிற்சி முறைகளை தவிர பல்வகையான மேம்பட்ட முறைகளை உயர்நிலை படிப்பில் மாணவர்களுக்கு கற்பிக்கப்படும்.

12th Commerce Tamil Unit 4.indd 95 19/12/2022 14:46:24

12.04 பணிவழி பயிற்சி மற்றும் பணிவழியற்ற பயிற்சி இடையேயான வேறுபாடு

இரண்டு வகையான பயிற்சி முறைகளுக்கு இடையேயான பெரும்பான்மையான வேறுபாடுகள் பின்வரும் அட்டவணையில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.

வ. எண்.	ஒப்பிடுவதற்கான அடிப்படை	பணிவழி பயிற்சி	பணிவழியற்ற பயிற்சி
1.	விளக்கம்	பணியாளர் உண்மையான வேலை சூழலில் வேலையை புரிந்து கொள்கிறார்.	பணியாளர் பணிச் சூழலுக்கு வெளியே பயிற்சியை பெறுகிறார்.
2.	செலவு	செலவு குறைவான முறை	செலவு அதிகமான முறை அதாவது தனிதனிப் பயிற்சி அறைகள் தனித்திறன் பெற்றவர்கள்,வளங்கள் மற்றும் காணொளி போன்ற வளங்கள் தேவைப்படுகிறது.
3.	இடம்	வேலை இடத்திலேயே பயிற்சி அளிக்கப்படுகிறது	வேலை இடத்திற்கு வெளியே பயிற்சி அளிக்கப்படுகிறது
4.	பொருத்தம்	உற்பத்தி செய்யும் அமைப்புகளுக்கு பொருத்தமான முறை	உற்பத்தி அமைப்புகளுக்கு பொருத்தமற்ற முறை, இது மேலாண்மை செய்யும நிறுவனங்களுக்கு பொருத்தமான முறை
5.	அணுகுமுறை	நடைமுறை அணுகுமுறை	கோட்பாடு அணுகுமுறை
6.	கோட்பாடு	நிறைவேற்றல் மூலம் கற்றல்	அறிவைப் பெறுவதன் மூலம் கற்றல்
7.	கற்றல்	அறிவைப் பெறுவதன் மூலம் கற்றல்	அனுபவத்தின் மூலம் கற்றல்
8.	தொடர்பு	பயிற்சி மிகவும், பொருத்தமானது மற்றும் நடைமுறையில் ஒவ்வொரு நாளுக்கும் தேவையான தேவைகளை கையாளுதல்	ஒரே நேரத்தில் பணியாளர்களின் குழுக்களுடன் மிக எளிதாக தொடர்பை ஏற்படுத்த முடியும்.
9.	பணி பாதிப்பு	எந்திரங்களின் சத்தம் மூலம் பணிவழி பயிற்சியில் பணி திசை திரும்பக்கூடிய வாய்ப்பு அதிகம்	பணி இடங்களுக்கு வெளியே பயிற்சி அளிக்கப்படுவதால் பயிற்சி திசை திருப்பலுக்கு வாய்ப்பில்லை.
10.	முறைகள்	பயிற்சி அமைப்பு, பணிச்சுழற்சி, பணி அறிவுறுத்தல், தொழிற் பயிற்சி குழுச் செயல்கள் பணி அறிவுறுத்தல், நுணுக்கம், ஆய்வுகள் கீழ் பயிற்சி முதலியன	விரிவுரைமுறை, குழு கலந்துரையாடல் முறை,சூழ்நிலை ஆய்வுமுறை, கருத்தரங்கு முறை, பங்கு

12.05 பயிற்சியின் நன்மைகள் (Benefits of Training)

(i) நிறுமத்திற்க்கு கிடைக்கும் நன்மைகள்

i) இது ஊழியர்களின் திறமையை அதிகரிக்கிறது மற்றும் உற்பத்தி திறன் மற்றும் இலாபத்தை மேம்படுத்துகிறது.

ii) இது மூலப்பொருள் சேதத்தினையும் மற்றும் செயலற்ற நேரத்தினையும் குறைக்கிறது.

iii) இது சமீபத்திய போக்குகளுக்கு ஊழியர்களை மாற்ற உதவுகிறது.

iv) இது மேற்பார்வைக்கான நேரத்தை குறைக்கிறது.

v) பயிற்சிமுறை பணியிடத்தில் விபத்துக்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் அதன் விளைவான இழப்பீட்டு தொகை ஆகியவற்றை இது குறைக்கிறது.

vi) பயிற்சி பணியாளர்களின் சுழற்சியைக் குறைக்கிறது.

vii) சிறந்த பயிற்சியின் மூலம் தொழிற்சங்க மற்றும் மேலாண்மை உறவை மேம்படுத்த முடியும்.

(ii) ஊழியர்களுக்கு கிடைக்கும் நன்மைகள்

i) பணியாளர்களின் தனித்திறன் மற்றும் அறிவுத்திறனை மேம்படுத்துகிறது.

ii) குறுகிய காலத்தில் அவர்கள் பணியுயர்வு மற்றும் பண மேம்பாட்டிற்கு உதவுகிறது.

iii) தொழிலாளர் உற்பத்தித் திறனை அதிகரிக்கிறது.

iv) தோழிலாளரின் மனத்திண்மையை ஒழுங்குணர்வு தனை மேம்படுத்துகிறது

v) அதிக ஊதியம் மற்றும் வெகுமதிகளுக்கு வழிகோலுகிறது

vi) பயிற்சி பணியாளர்களிடையே பணி பற்றிய நல்ல மனப்பாங்கினையும், நம்பகத் தன்மையையும் ஏற்படுத்துகிறது.

vii) ஆபத்தான பணிகளில் பணியாளர்களுக்கு பாதுகாப்பான நடைமுறைகளை உற்றுநோக்க வகை செய்கிறது.

(iii) வாடிக்கையாளருக்கு கிடைக்கும் நன்மைகள்

i) வாடிக்கையாளர்கள் சிறந்த தரமான பொருள்கள் சேவையினை பெறமுடிகிறது

ii) வாடிக்கையாளர்கள் புதுமையான அல்லது மதிப்பு கூட்டப்பட்ட அல்லது சிறப்பியல்புடைய பொருள்களை பெறுகின்றனர்.

கலைச்சொற்கள்

தொழிற்சாலைக்குள்	வழிகாட்டுதல்
பணி அறிவுறுத்தல்	புலப்பயணம்
செயல்முறை	மின்னணு கற்றல்,
பணிவழி பயிற்சி	பணிவழியற்ற பயிற்சி

சூழ்நிலை ஆய்வு

லட்சுமி என்பவர் அரவிந்த் ஆடை தயாரிப்பு நிறுவனத்தின் மேலாண்மை இயக்குனராக இருக்கிறார். அவளுடைய நிறுவனம் ஆடை தயாரித்தல் மற்றும் விற்பனையில் இந்திய சந்தையிலும், அயல்நாட்டு சந்தையிலும் சிறந்த இடத்தை தக்க வைத்திருக்கிறது. லட்சுமி அவளுடைய நிறுவனத்திற்கு புதிய எந்திரத்தினை வாங்குவதற்கு திட்டமிடுகிறார், ஆகையால் அவள் முதலாவதாக நிறுவனத்தின் தொழிலாளர்களுக்கு புதிய எந்திரம் பற்றிய பயிற்சியினை அளிக்க விரும்புகிறார்.

(i) எந்த வகையான பயிற்சி திட்டத்தினை தொழிலாளர்களுக்கு அளிக்க வேண்டி இருக்கிறது. மற்றும்

(ii) பயிற்சி திட்டத்தினால் என்ன நன்மைகள் தொழிலாளர்கள் பெற இயலும்

உங்களுக்கு தெரியுமா?

பிரதான மந்திரம் கௌஷல் விகாஸ் யோஜனா இந்திய அரசாங்கத்தால் ஒரு தனிப்பட்ட முன்முயற்சியாகும். இது 24 லட்சம் இந்திய இளைஞர்களுக்கு அர்த்தமுள்ள தொழில்நுட்பம், திறமை அடிப்படையிலான பயிற்சியளிப்பை வழங்குகிறது. இத்திட்டத்தின் கீழ் பயிற்சியும், மதிப்பீடும் செய்யப்பட்டு வெற்றிகரமாக பூர்த்தி செய்;பவர்களுக்கு நிதியுதவி மற்றும் அரசாங்க சான்றிதழ் வழங்கப்படுகிறது. இது எதிர்காலத்திற்கான ஒரு நல்ல வேலை வாய்ப்பிற்கு உதவும் வகையில் இருக்கிறது. ஜஊயு இன்போடெக் பிரைவேட் லிமிடெட் பின்வரும் பல்வேறு துறைகளில் திறன் சார்ந்த அடிப்படைப் பயிற்சிகளை அளிக்கிறது.

- ✓ விவசாயம்
- ✓ ஆடைகள் மற்றும் அலங்காரப் பொருள்கள்
- ✓ தோல் பொருள்கள்
- ✓ ஊடகங்கள் மற்றும் பொழுதுபோக்கு
- ✓ கைவினைப் பொருள்கள்
- ✓ தொலைதொடர்பு மற்றும் பிற.

"வெற்றிக்கு 80 சதவிகித மனோபாவமும் 20 சதவிகித திறனும் தேவை"

பயிற்சி

48EHQ

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. பணிவழியற்ற பயிற்சி எங்கு அளிக்கப்படுகிறது?

(அ) வகுப்பறையில்

(ஆ) வேலையில்லா நாட்களில்

(இ) தொழிற்சாலைக்கு வெளியே

(ஈ) விளையாட்டு மைதானத்தில்

2. சிறந்த வேலை செயல்திறனை உறுதிப்படுத்துவதற்காக பணியாளர்களின் திறன் நிலைகளை எது மேம்படுத்துகிறது?

(அ). பயிற்சி (ஆ). தேர்ந்தெடுப்பு

(இ). ஆட்சேர்ப்பு (ஈ). செயல்திறன் மதிப்பீடு

3. பயிற்சி பெறுபவர் உயர் அதிகாரி அல்லது மூத்த தொழிலாளர்கள் மூலம் பயிற்சியை பெறும் முறை?

(அ) தொழிற்சாலைக்குள் பயிற்சி முறை

(ஆ) புதுப்பிக்கும் பயிற்சி முறை

(இ) பங்கேற்று நடித்தல் முறை

(ஈ) தொழில் பழகுநர் பயிற்சி முறை

4. -------- ஊழியர்களின் திறமை குறைபாடுகளைத் தடுக்க உதவுகிறது.

(அ) பயிற்சி (ஆ) வேலை பகுப்பாய்வு \

(இ) தேர்வு (ஈ) ஆட்சேர்ப்பு

5. பயிற்சி முறைகளை -------- மற்றும் -------- பயிற்சி என வகைப்படுத்தலாம்.

(அ) வேலை சுழற்சி மற்றும் வேலை செறிவூட்டல்

(ஆ) பணிவழி மற்றும் பணிவழியற்ற பயிற்சி

(இ) வேலை பகுப்பாய்வு மற்றும் வேலை வடிவமைப்பு

(ஈ) உடல் மற்றும் மனம்

விடைகள் :

1	இ	2.	அ	3	ஈ	4	அ	5	ஆ

II. குறு வினாக்கள்:

1. பயிற்சி முறை என்றால் என்ன?
2. வழிகாட்டுதல் பயிற்சி முறை என்றால் என்ன?
3. பங்கேற்று நடித்தல் முறை என்றால் என்ன?
4. மின்னணு கற்றல் முறை பற்றி கூறுக.

III. சிறு வினாக்கள்:

1. பணியிடத்தை ஒத்தயிடத்தில் பயிற்சி முறை என்றால் என்ன?
2. பணிவழி பயிற்சி பற்றி நீ அறிவது யாது?
3. பயிற்சி திட்டத்தில் பல்வேறு படிகளை எழுதுக
4. பயிற்சி அளிப்பவர் மற்றும் பயிற்சி பெறுபவர் பற்றி சிறு குறிப்பு எழுதுக

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. பயிற்சியின் பல்வேறு முறைகளை விவரி? (ஏதேனும் 5)
2. பணிவழி பயிற்சிக்கும், பணிவழியற்ற பயிற்சி முறைக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை? (ஏதேனும் 5)
3. பயிற்சியின் நன்மைகளை விளக்குக ? (தலைப்புக்கு இரண்டு விளக்கம்)

குறிப்பு நூல்கள்

1. J. R. Hinrichs, “Personal Training". Hand Book of Industrial / Organizational Psychology, Rand \McNally, Chicago, 1976, P.856.
2. Randall S. Schwerr, et. 91. effective personal Management Third Edition, West publishing, New York, 1989 P.389
3. B.R. Virmani and Premila Seth, Evaluating management. Training and Development, Vision Books, New Delhi 1985, P.170
4. K. Aswathappa ‘HRM’ Text and Cases, Mcgraw Hill Education (India) Private Limited New Delhi. 2013 p.278 & 288
5. Dr. Sundar and Dr. J. Srinivasan, Elements of OrganisationalBehaviour 2015, Vijai Nicole Imprints Private Limited , Chennai

அலகு 5 சந்தையிடுகையின் அடிப்படை கூறுகள்
ELEMENTS OF MARKETING

அத்தியாயம் 13 சந்தை மற்றும் சந்தையிடுகையாளர்
CONCEPT OF MARKET AND MARKETER

செய்வினை செய்வான் செயன்முறை அவ்வினை
உள்ளறிவான் உள்ளம் கொளல்.

–குறள் 677

பொருள் : செயலைச் செய்கின்றவன் செய்ய வேண்டிய முறை, அச் செயலின் உண்மையான இயல்பை அறிந்தவனுடையக் கருத்தைத் தான் ஏற்றுக் கொள்ளவதாகும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- சந்தை மற்றும் சந்தையிடுகையாளரின் பொருள் மற்றும் வரைஇலக்கணம்
- சந்தையின் தேவைகளை தெரிந்து கொள்ளல்
- சந்தையின் வகைகள் பற்றி புரிந்து கொள்ள இயலும்.
- சந்தையிடுகை செல்வதற்கு எதுவானவைகள் பற்றி அறிந்துகொள்ள இயலும்.
- சந்தையிடுகையாளரின் பங்குகள் மற்றும் பணிகள் பற்றி தெரிந்துகொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

13.01 சந்தை என்பதன் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்

13.02 சந்தையின் தேவைகள்

13.03. சந்தையின் வகைகள்

13.04. சந்தையிடுகையாளர் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்

13.05. எந்தெந்த பொருட்களைச் சந்தையிடலாம்

13.06 சந்தையிடுகையாளரின் பங்கு

13.07. சந்தையிடுகையாளரின் பணிகள்

13.01 சந்தை என்பதன் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்

சந்தையின் பொருள்

சந்தை என்ற சொல் "மார்கட்டஸ்" என்ற லத்தீன் சொல்லிருந்து பெறப்பட்டது. மேலும் வணிகம் நடைபெறும் இடத்தை குறிக்கிறது. அதாவது சந்தையின் பொதுவான பயன்பாடானது பொருட்களை வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்வதற்கான ஒரு இடமாக திகழ்கிறது.

சந்தையின் வரைவிலக்கணம் (Definition)

சந்தையின் வரையிலக்கணம் பற்றி பல்வேறு அறிஞர்கள் பலவாறு விவரித்துள்ளனர் அவற்றுள் சில முக்கியமானவற்றை கீழ்காணலாம்.

- பைல் என்பவரின் கூற்றுப்படி "சந்தை என்பது வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் ஒருவருக்கொருவர் இணைந்து போட்டியிடும் இடம் அல்லது பகுதியை குறிப்பதாகும்".

- கிளார்க் மற்றும் கிளார்க் ஆகியோரின் கருத்தின் படி "சந்தை" என்பது ஒரு மையப்பகுதி ஆகும். இதில் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளுக்கான உரிமையை மாற்றி வழங்குவதற்கு வழிவகுக்கும் சக்தியாக இயங்குகின்றது.

மேற்கண்ட வரைவிலக்கணங்களை கீழ் கண்டவாறு பொருள் கொள்ளலாம்

12th Commerce Tamil Unit 5.indd 99 19/12/2022 14:46:58

www.tnschoolbooks.in

i. வாங்குவதற்கும் மற்றும் விற்பதற்கும் ஏற்ற ஓர் இடம்

ii. பரிமாற்றத்திற்காக வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் ஒன்றிணைகின்றனர்.

iii. பண்டங்களின் பரிமாற்றம் நடைபெறும் ஒரு அமைப்பு.

iv. மனித தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்கு பொருட்கள் வாங்குவது மற்றும் விற்பனை மேற்கொள்வதற்கான ஒரு செயல்.

v. பொருட்களின் வர்த்தக தேவைகளின் செயல்பாட்டுக்கான ஒரு பகுதி.

13.02 சந்தையின் தேவைகள் (Need for Market)

i. பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை பரிமாற்றம் செய்ய வழிவகுக்கிறது.

ii. விலைக் கொள்கை மூலம் தேவை மற்றும் அளிப்பை சரிசெய்கிறது.

iii. சமுதாயத்தின் வாழ்க்கை தரத்தை உயர்த்த வழிவகை செய்கிறது.

iv. வாழ்க்கையின் புதிய முறையை அறிமுகப்படுத்துகிறது.

v. பொருள் மேம்பாடு மூலம் சந்தை பகுப்பை மேம்படுத்துகிறது.

13.03. சந்தையின் வகைகள் (Classification of Market)

பல்வேறு அணுகுமுறையின் அடிப்படையில் சந்தையை பகுதிகள், பொருட்களின் இயல்பு மற்றும் பொருளாதார பார்வை, பரிமாற்றம், ஒழுங்குமுறை, காலம், அளவு மற்றும் முக்கியத்துவம் போன்றவற்றின் அடிப்படையில் கீழ்காணும் வரைபடத்தில் உள்ளவாறு வகைப்படுத்தலாம்.

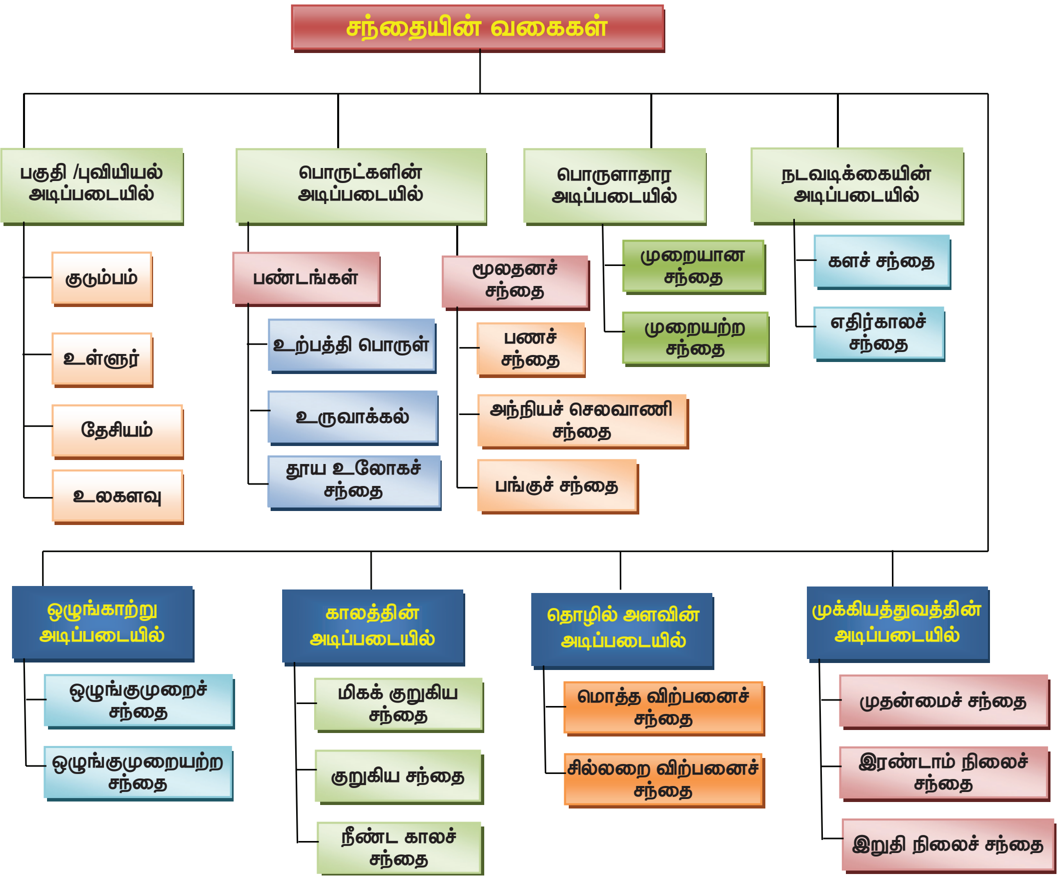
I. புவியியல் அடிப்படையில் (On the Basis of Geographical Area)

(அ). குடும்ப சந்தை (Family Market)

ஒரு குடும்பத்தில் அல்லது குடும்பத்தின் நெருங்கிய உறுப்பினர்களிடையே பண்டங்களையோ அல்லது பணிகளையோ பரிமாறிக்கொள்ளப்படும் வகையில் உள்ள சந்தையை குடும்ப சந்தை என அழைக்கப்படுகிறது

(ஆ). உள்ளூர் சந்தை (Local Market)

உள்ளூரிலேயே வாங்குவோரும், விற்போரும் பங்கேற்கும் வகையில் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருட்களுக்காக உள்ள ஒரு சந்தையை உள்ளூர் சந்தை என்று அழைக்கப்படுகிறது. இத்தகைய சந்தை ஒரு **கிராமமாகவோ அல்லது நகரமாகவோ இருக்கலாம்.** இத்தகைய சந்தையில் எளிதில் அழுகக்கூடிய பொருட்களாகிய பால், பழங்கள், மீன், காய் மற்றும் கனிகள் போன்றவை அடங்கும் இத்தகைய பொருட்களுக்கான தேவை மிக குறுகிய ஒன்றாகும்.



12th Commerce Tamil Unit 5.indd 100 19/12/2022 14:47:00

பூ சந்தை

ஆட்டுச் சந்தை

கால்நடை சந்தை

குதிரைச் சந்தை

(இ) தேசிய சந்தை (National Market)

இத்தகைய சந்தையில் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் ஒரு நாட்டின் பல்வேறு மூலை முடுக்குகளிலும் கிடைக்கப்பெறும் வகையில் அமையப் பெற்ற சந்தையை தேசிய சந்தை எனலாம். மேலும் இன்றைய காலகட்டத்தில் இத்தகைய சந்தைகள் போக்குவரத்து வசதி மற்றும் துரித தகவல் தொடர்பு மூலம் இந்தியாவில் மேலும் விரிவுபடுத்தி அனைத்து பொருட்கள் கிடைக்கவும் வழிவகை செய்கிறது.

(ஈ). பன்னாட்டு சந்தை அல்லது உலகளாவிய சந்தை (International / World Market)

பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை பன்னாட்டு அளவில் சந்தையிடுகை செய்வதனை பன்னாட்டு சந்தை அல்லது உலகளாவிய சந்தை என அழைக்கப்படுகிறது. வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் இரண்டு அல்லது இரண்டுக்கு மேற்பட்ட நாடுகளுக்கிடையே சந்தையிடுகையில் ஈடுபடுவர்.

II. பண்டகங்களின்/ பொருட்களின் அடிப்படையில் (On the Basis of Commodities / Goods)

(அ). பண்டக சந்தை (Commodity Market)

இத்தகைய சந்தையில் உற்பத்தி பொருட்கள் அல்லது நுகர்வு பொருட்கள் போன்றவை வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இத்தகைய சந்தை கீழ்கண்டவாறு பகுக்கப்படுகிறது.

(i). உற்பத்தி பொருள் மாற்று சந்தை Produce Exchange Market

இத்தகைய சந்தையானது ஒரு குறிப்பிட்ட வளர்ச்சி அடைந்த தொழில் மையத்திலோ அல்லது நகரத்திலோ மேற்கொள்ளப்படுகிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட பொருள் மட்டுமே இங்கு சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது. வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் இடையே ஒரு குறிப்பிட்ட கட்டுப்பாடுகள் வகுத்துக்கொள்ளப்படுகிறது (எ.கா) காபூரில் உள்ள கோதுமை மாற்று சந்தை மற்றும் மும்பையில் உள்ள பருத்தி மாற்று சந்தை.

(ii). தயாரிப்பு பொருள் மாற்று சந்தை Manufactured goods markets

தொழிற்சாலை சார்ந்த உற்பத்தி பொருட்கள் இவ்வகை சந்தையில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. எ.கா. தோல், இயந்திர சாதன பொருட்கள். கான்பூரில் உள்ள தோல்சார்ந்த பொருட்கள் உற்பத்தி மற்றும் மும்பையில் உள்ள சிறு அளவிலான பொருட்கள் மாற்று சந்தை இதற்கு உதாரணமாக கூறலாம்.

(iii). தூய உலோகச் (பொன்) சந்தை Buillion Market

இத்தகைய சந்தையானது தங்கம் மற்றும் வெள்ளி போன்ற பொருட்கள் வாங்குதல் மற்றும விற்பனை செய்வதை குறிக்கிறது. மும்பை, கொல்கொத்தா, கான்பூர் மற்றும் பிற இடங்களில் செயல்படும் சந்தையை இதற்கு உதாரணமாக சொல்லப்படுகிறது.

(ஆ). மூலதன சந்தை (Capital market)

இன்றைய கால சூழ்நிலையில் ஒவ்வொரு நிலையிலும் நிதியின் தேவை அதிகரித்து வருகிறது. இத்தகைய தேவையை மூலதன சந்தை அவ்வப்போது நிவர்த்தி செய்கிறது. இத்தகைய மூலதன சந்தை மூன்று வகைப்படும் அவை பின்வருமாறு

(i). பணச் சந்தை Money Market

இத்தகைய சந்தையில் குறுகிய காலப் பத்திரங்கள் பரிமாற்றப்படுகிறது. மேலும் இவ்வகை சந்தையின் மூலம் வியாபார நிறுவாக வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்களுக்கு தேவையான குறுகிய பணத்தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படுகிறது.

(ii). அந்நிய செலவாணி சந்தை Foreign Exchange Market

இது ஒரு சர்வதேச சந்தையாகும், இந்த வகை சந்தைகள் அந்நிய நாட்டு நாணயங்களை வாங்கல் மற்றும் விற்றல் நடவடிக்கையை மேற்கொள்கிறது இவ்வகை சந்தையானது ஏற்றுமதியாளர் மற்றும் இறக்குமதியாளர்கள் தங்களது நாணயங்களை வெளிநாட்டு நாணயங்களாக மாற்றிக் கொள்வதற்கும் வழிவகை செய்கிறது.

(iii). பங்கு சந்தை Stock Market

இந்த வகை சந்தையில், பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்கள் போன்றவற்றை வாங்கல் மற்றும் விற்றல் நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. மேலும் இச்சந்தையை பத்திரச் சந்தை எனவும் அழைக்கப்படுகிறது. இவ்வகை சந்தைக்கு உதாரணம் மும்பை பங்கு சந்தை, கொல்கத்தா பங்கு சந்தை மற்றும் சென்னை பங்கு சந்தை போன்றவையாகும்.

III. பொருளாதாரத்தின் அடிப்படையில் (On the Basis of Economics)

(அ) முறையான (செம்மையான) சந்தை

இவ்வகை சந்தையில் ஒரே இயல்பான தன்மைகொண்ட பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை ஒரே விதமான விலையின் அடிப்படையில் கையாளப்படுகிறது. இந்த சந்தை கீழ்காணும் நிபந்தனைகளை கொண்டுள்ளது.

i. அதிக எண்ணிக்கை உள்ள வாங்குவோர் மற்றும் விற்போரை கொண்டுள்ளது.

ii. பொருட்களின் விலை சந்தை முழுவதும் ஒரே சீராக இருத்தல்.

iii. வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் சந்தையை பற்றி தெளிவாக அறிந்திருத்தல்.

iv. பொருட்கள் தங்கு தடையின்றி ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு செல்வதற்கு வழிவகை செய்கிறது.

(ஆ) முறையற்ற அல்லது செம்மையற்ற சந்தை (Imperfect Market)

இவ்வகை சந்தை பல்வகை பொருட்கள் மற்றும் பல்வேறு விலைகளை கொண்டுள்ளது. ஒரே தன்மை மற்றும் விலைகொண்ட பொருட்கள் இச்சந்தையில் மேற்கொள்ளப்பட மாட்டாது. கீழ்கண்ட செயல்பாடுகளின் அடிப்படையில் இத்தகைய சந்தை செயல்படுகிறது. அவற்றை காணலாம்.

i. பொருட்கள் ஒத்த தன்மை இன்மை

ii. விலையில் ஏற்ற தாழ்வு

iii. தகவல் தொடர்பில் குறைபாடு

iv. ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு பொருட்களை கொண்டு செல்வதில் உள்ள தடைகள்.

IV. நடவடிக்கைகளின் அடிப்படையில் (On the Basis of Transaction)

(அ)உடனடிச்சந்தை (Spot Market)

பொருளுக்கான விற்பனை நடவடிக்கை முடிவடைந்த அதே நேரத்தில் அப்பொருள் விநியோகம் செய்வது மட்டுமன்றி உடன் உரிமை மாற்றமும் செய்யப்படுகிறது.

(ஆ) எதிர்கால சந்தை (Future Market)

இத்தகைய சந்தையில் பொருட்கள் விநியோகம் செய்த பிறகு அதற்கான தொகை எதிர்வரும் காலங்களில் வழங்குவதாக ஒப்பந்தம் மேற்கொண்டு அதன் அடிப்படையில் நடைபெறும் சந்தையை எதிர்கால சந்தை எனலாம்.

V. ஒழுங்குமுறை அடிப்படையில் (On the basis of Regulation)

(அ) ஒழுங்குமுறை சந்தை (Regulated Market)

அரசின் சட்டம் மற்றும் விதிகளுக்கு உட்பட்டு சந்தை நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. மேலும் இதன் செயல்பாடுகள் அனைத்தும் சட்டமுறைப்படி கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. உதாரணமாக மும்பை, கொல்கொத்தா மற்றும் சென்னை பங்கு சந்தைகள்.

(ஆ) ஒழுங்குமுறையற்ற சந்தை (Unregulated Market)

இவ்வகை சந்தையானது அரசின் சட்ட விதிகளால் கட்டுப்படுத்துவது அல்ல. சந்தையின் செயல்பாடுகள் பொருட்களின் தேவை மற்றும் அளிப்பின் அடிப்படையில் நிகழ்கிறது. மேலும் இது ஒரு கட்டுபாடற்ற சந்தையாகும். இத்தகைய சந்தையில் விலையின் அளவு கட்டுப்பாடற்றது. மேலும் பொருட்களின் தேவை மற்றும் அளிப்பே விலையை நிர்ணயம் செய்கிறது.

VI. காலத்தின் அடிப்படையில் (On the Basis of Time)

(அ) மிக குறுகிய கால சந்தை (Very short period Market)

இவ்வகை சந்தையில் மிக குறுகிய காலத்தில் பயன்படுத்த தக்க பொருட்கள் மட்டுமே கையாளப்படுகிறது. அதாவது அழுகக்கூடிய தன்மை உடைய பொருட்களான, பால், முட்டை, காய் மற்றும் கனிகள் போன்றவைகள். இத்தகைய சந்தையானது கிராமபுரங்களில் இன்றளவும் நடைபெறுகிறது. மேலும் தேவையின் அடிப்படையில் விலை நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது.

(ஆ) குறுகிய கால சந்தை (Short Period Market)

இத்தகைய சந்தையில் ஒரு சில பொருட்கள் இச்சந்தையில் தேவையை சமாளிப்பதற்கு அளிப்பின் அளவு சரிசெய்யப்படுகிறது. தேவை அளிப்பை விட அதிகமானது. மேலும் இவ்வகை சந்தையானது வாரத்திற்கு ஒரு முறையோ அல்லது மாதத்திற்கு ஒரு முறையோ செயல்படும்.

(இ) நீண்டகால சந்தை (Long Period Market)

நீடித்து உழைக்க கூடிய பொருட்களை கையாளத்தக்க வகையில் உள்ள சந்தையை இது குறிக்கிறது. இத்தகைய சந்தையில் நீண்ட காலத்திற்கு பயன்படுத்த ஏதுவாக உள்ள நுகர்வு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் மட்டும் சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது.

VII. தொழில் அளவின் அடிப்படையில் (On the basis of volume of Business)

(அ) மொத்த விற்பனை சந்தை Whole sale market

இவ்வகை சந்தையில் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நேரடியாக பொருட்களை மொத்தமாக கொள்முதல் செய்து சில்லறை விற்பனையாளரிடம் மொத்தமாக விற்பனை செய்வதே மொத்த விற்பனை சந்தை எனப்படும். இத்தகைய சந்தையில் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை நேரடியாக நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்யப்படுவது அல்ல.

(ஆ) சில்லறை விற்பனை சந்தை Retail Market

மொத்த விற்பனையாளரிடமிருந்து மொத்தமாக பொருட்களை கொள்முதல் செய்து அவற்றை நுகர்வோர், மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நேரடியாக சிறு சிறு அளவில் தேவைக்கு ஏற்ப விற்பனை செய்யப்படுகிறது.

VIII. முக்கியத்துத்தின் அடிப்படையில் (On the Basis of Importance)

(அ) முதன்மை சந்தை (Primary Market)

வேளாண் விளை பொருட்கள் மட்டுமே இத்தகைய சந்தையில் வாங்குவது மற்றும் விற்பனை நடவடிக்கை மேற்கொள்ளப்படுகிறது. மேலும் வேளாண் விளைபொருட்கள் மொத்த விற்பனையாளர் மற்றும் நுகர்வோர்களுக்கு நேரடியாக விற்பனை செய்யப்படுகிறது. இந்தவகை சந்தைகள் பெரும்பாலும் கிராமபுரங்களில் மட்டுமே நடைபெறுகிறது.

(ஆ) இரண்டாம் நிலை சந்தை (Secondary Market)

இவ்வகை சந்தையில் முற்றுப்பெறாத தயாரிப்பு பொருட்கள் மட்டுமே சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது. முடிவுற்ற பொருட்கள் வாங்குவது மற்றும் விற்பனை செய்வது அல்ல. மேலும் இவ்வகை சந்தையில் மற்ற சந்தைகளிலிருந்து பொருட்கள் வந்து சேருவதோடு மட்டுமன்றி பொருட்களின் பரிமாற்றம் பொதுவாக மொத்த விற்பனையாளர் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர் மத்தியில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

(இ) முனையச் சந்தை (Terminal Market)

இத்தகைய சந்தையில் முடிவுற்ற பொருட்கள் மட்டுமே சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது. மேலும் நுகர்வோரின் இறுதிநிலை பயன்பாட்டின் தேவைக்கு மட்டுமே மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

13.04. சந்தையிடுகையாளர் பொருள் மற்றும் வரைஇலக்கணம்

சந்தையிடுகையாளர் பொருள்

1. பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை யார் ஒருவர் குறிப்பாக விற்பனைக்கான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கின்றாரோ அவரே சந்தையிடுகையாளர் என அழைக்கப்படுகிறார்.

2. யார் ஒருவர் தன்னை சந்தையிடுகை பணியில் முழுமையாக ஈடுபடுத்திக் கொள்கின்றாரோ அவரே சந்தையிடுகையாளர் எனவும் அழைக்கப்படுகிறார்.

கிராமச் சந்தை

நகரச் சந்தை

உள்ளூர் சந்தை

சில்லறை வியாபாரச் சந்தை

மொத்த வியாபாரச் சந்தை

3. எவர் ஒருவர் பண்டங்கள் மற்றும பணிகளுக்காக பணத்தை மாற்று மதிப்பாக உருவாக்குகின்றாரோ அவரே சந்தையிடுகையாளர் எனவும் அழைக்கப்படுகிறார்.

சந்தையிடுகையாளரின் வரைஇலக்கணம்

தொழில் அகராதியின் கூற்றுப்படி "யார் ஒருவர் ஒரு குறிப்பிட்ட நுகர்வோருக்கான பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் தேவைகளை அறிந்து பூர்த்தி செய்வதோடு மட்டுமல்லாமல் நிறுவனங்கள் சார்பாக பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை சந்தையிடுகை செய்கிறாரோ அவரே சந்தையிடுகையாளர் "ஆவார்".

- Business Dictionary

13.05. எந்தெந்த பொருட்களைச் சந்தையிடலாம் What can be Marketed?

நுகர்வோர் மற்றும் தொழிலுக்கான பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை உருவாக்கி அவற்றை மேம்படுத்தி கொண்டு சேர்க்கும் செயல் கடுமையான ஒன்றாகும் மேலும் சந்தையிடுகை பத்து வகையான தலைப்புகளில் கையாளப்படுகிறது. அதாவது பண்டங்கள், பணிகள், அனுபவங்கள், நிகழ்வுகள், நபர்கள், இடம், கடமைகள் அமைப்பும் தகவல் தொடர்புகள் மற்றும் கருத்துக்கள் போன்றவைகள் இதில் அடங்கும் அவற்றை கீழ்கண்டவாறு காணலாம்.

i. பண்டங்கள்/பொருட்கள் (Goods)

அனைத்து நாடுகளாலும் உற்பத்தி செய்து சந்தையிடுகை செய்ய தக்க வகையில் பயன்படுத்தும் பொருட்கள் இதில் அடங்கும் எ.கா. குளிர்சாதனப் பொருட்கள், தொலைகாட்சி சாதனங்கள் மற்றும் இயந்திர சாதனங்கள் போன்றவையாகும்.

ii. பணிகள்/சேவைகள் (Services)

இன்றைய பொருளாதார முன்னேற்றத்தின் அடிப்படையில் சேவை செயல்களும் நடவடிக்கைகளும் சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது. குறிப்பாக விமான பணி, உணவு விடுதிகள், வாடகை கார் நிறுவனங்கள், முடிதிருத்துபவர்கள், அழகுகலை நிபுணர்கள் போன்றவை இதில் அடங்கும். மேலும் தொழில் பண்பட்டவர்களான கணக்கர், வங்கியர், வழக்கறிஞர்கள், பொறியாளர்கள், பேராசிரியர்கள் மற்றும் மருத்துவர்கள் போன்றவர்களாவார்கள்.

iii. அனுவபங்கள் (Experiences)

பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை பற்றி முன் அனுபவம் பெற்ற குழு மூலம் ஒரு நிறுமம் தனக்கென ஒரு தனி இடத்தை உருவாக்கி அதன் அடிப்படையில் சந்தையிடுகை செய்வது. உதாரணமாக வர்த்தகப் பொருட்காட்சி சென்று வருதல் மற்றும் எவரெஸ்டு மலை ஏறுதல் போன்றவைகள் இதில் அடங்கும்.

iv. நிகழ்வுகள் (Events)

காலம் மற்றும் நேரத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு இவ்வகை சந்தை மேம்படுத்தப்படுகிறது. அதாவது பொருட்காட்சி, கலைநிகழ்ச்சிகள், ஆசிய அளவிலான விளையாட்டு போட்டிகள் மற்றும் உலக அளவிலான விளையாட்டு போட்டிகள் போன்றவை இதில் அடங்கும்.

v. நபர்கள் (Persons)

இன்றைய தொழிலில் பிரபலங்கள் மூலம் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை சந்தையிடுகை செய்வது ஒரு வாடிக்கையாக உள்ளது. அதாவது சினிமா நட்சத்திரங்கள், விளையாட்டு வீரர்கள், இசைக்கலைஞர்கள், மற்றும் புகழ்பெற்ற நபர்களால் ஒரு நிறுவனத்தின் வாணிபக்குறிகளின் ஒப்புதல் அளித்து அதன் மூலம் விற்பனை செய்யப்படுகிறது.

vi. இடம் (Place)

புதிய குடியிருப்புகள், நிறுமத்தின் தலைமையகம், தொழிற்சாலை, பொழுதுபோக்கு அம்சங்கள், சுற்றுலா வசதி, வணிக வாய்ப்புகள், மற்றும் பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கான சிறப்பு அம்சங்கள் பற்றி எடுத்துரைத்து அதன் அடிப்படையில் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் குறித்து வாங்க தூண்டுவது இத்தகைய சந்தையிடுகையில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

vii. உடமைகள் (Properties)

கண்ணுக்கு புலப்படாத உரிமை மாற்றத்தை இதன் அடிப்படையில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. அதாவது நிலம், மனை மற்றும் கட்டிடம் அல்லது நிதி சார்ந்த உடமைகளாகிய பங்கு மற்றும் பத்திரங்கள் போன்றவை அதன் அடிப்டையில் வாங்கி, விற்பனை செய்யப்படுகிறது.

viii. அமைப்பு (Organisation)

ஒரு அமைப்பு பொது மக்கள் மத்தியில் தனக்கென நிரந்தரமான ஒரு இடத்தை தக்கவைத்துக் கொள்வதற்காக சில செயல்பாடுகளை மேற்கொண்டு அதன் மூலம் தனது பொருட்களை சந்தையிடுகை செய்கிறது. பல்கலைக்கழகம் உருவாக்குவது, அருங்காட்சியகம் ஏற்படுத்துவது மேலும் லாப நோக்கமின்றி சந்தையில் மக்கள் மத்தியில் தனக்கென நற்பெயரை உருவாக்கி கொள்வதன் மூலம் சந்தையில் போட்டியை சமாளிக்க வழிவகை செய்யப்படுகிறது.

ix. தகவல் (Information)

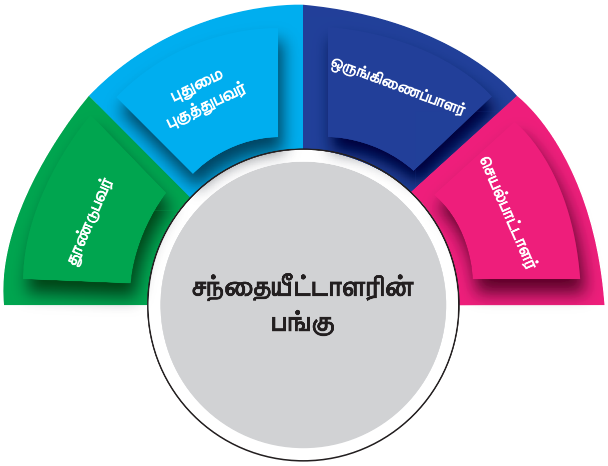
இன்று தகவலும் சந்தைப்படுத்தக்கூடிய மிக மதிப்பு வாய்ந்த ஒரு பொருளாக கருதப்படுகின்றது. மேலும் பள்ளி மற்றும் கல்லூரிகள் போன்றவை தங்கள் நிறுவனம் குறித்து மாணவர்கள் மற்றும் பெற்றோர்களுக்கு தகவல்கள் தயாரித்து அவ்வப்போது தெரிவிக்கிறது. உதாரணமாக கலைக்களஞ்சியம், இதழ்கள் மற்றும் செய்தித்தாள் மூலம் தகவல்களை அளித்து வருகின்றன.

x. கருத்துக்கள் (Ideas)

ஒவ்வொரு சந்தையும் தனக்கென ஒரு கருத்துக்களை உள்ளடக்கியுள்ளது " "சமுதாய நோக்குடைய சந்தையிடுகையாளர்கள் எப்போதும் கருத்துக்கள் மேம்படுத்துவதில் முனைப்புடன் இருந்து வருகின்றனர்.

13.06 சந்தையிடுகையாளரின் பங்கு (Role of a Marketer)

சந்தையிடுகையாளர் பின்வரும் நான்கு விதமான பங்குகளை மேற்கொள்கிறார் அவைகள் பின் வருமாறு



i. தூண்டுபவர் (Instigator)

சந்தையின் மேம்பாடு கருதி அவ்வப்போது சந்தையிடுகையின் வாய்ப்புகள் மற்றும் சந்தையில் ஏற்படும் மாற்றங்களை உன்னிப்பாக கூர்ந்து கவனித்து அதற்கு ஏற்றவாறு சந்தையிடுகலவையில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தி ஒரு புதிய கோணத்தை சந்தையிடுகையாளர் ஏற்படுத்துகிறார்.

ii. புதுமைபுகுத்துநர் (Innovator)

சந்தையிடுகையாளர் தனது பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை சந்தையில் தனக்கென ஒரு இடத்தை ஏற்படுத்துவதற்கு நடைமுறையில் இருந்து வரும் பொருட்களின் இயல்பை அதிகரித்தல் மதிப்பை கூட்டுதல். விலையில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துதல், பொருள்கொண்டு சேர்க்கும் முறை, தொழில் முறையில் மாற்றம் மற்றும் உற்பத்தி முறையில் மாற்றம் போன்றவற்றை செய்து வருகிறார்.

iii. ஒருங்கிணைப்பாளர் (Integrator)

பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் பற்றி நுகர்வோர் மற்றும் வாழ்க்கையாளரின் மத்தியல் கருத்துக்களை பெற்றும் அதன் அடிப்படையில் அமைப்பின் ஒருங்கிணைப்பு பணியினை மேற்கொள்கிறார்.

(iv) செயல்பாட்டாளர் (Implementer)

அமைப்பின் பல்வேறு பணிகளின் உதவியோடு பொருட்களை சந்தையிடுகை செய்வதற்கான வாய்ப்புகளை ஏற்படுத்தும் மாற்றங்களை உருவாக்குகிறார்.

13.07. சந்தையிடுகையாளரின் பணிகள் (Functions of Marketer)

சந்தையிடுகையாளர் கீழ்கண்ட பல்வேறு பணிகளை மேற்கொள்கிறார் அவைகள் பின்வருமாறு.

i. சந்தை பற்றிய தகவல்களை சேகரித்து அதனை ஆராய்தல்

ii. சந்தை திட்டமிடுதல்

iii. பொருட்களை வடிவமைத்தல் மற்றும் மேம்படுத்துதல்.

iv. பொருட்களை வகைப்படுத்துதல் மற்றும் தரப்படுத்தல்.

v. கட்டுமானம் செய்தல் மற்றும் பெயரிடல்

vi. வர்த்தக குறியீடு செய்தல்.

vii. வாடிக்கையாளர் சேவை தொடர்பான ஆதரவு அளித்தல்.

viii. பொருளுக்கான விலை நிர்ணயம் செய்தல்.

ix. விற்பனை அளவினை மேம்படுத்துதல்

x. வழங்கல் வழியினை ஏற்படுத்துதல்

xi. போக்குவரத்து நடவடிக்கைகளை கையாளுதல்

xii. பொருட்களை சேமித்தல் மற்றும்

பண்டகாப்பு செய்தல் போன்ற அனைத்து பணிகளையும் சந்தையிடுகையாளர் செய்து வருகின்றார்.

கலைச்சொற்கள்

சந்தை	சந்தையிடுகையாளர்
தூண்டுபவர்	புதுமைபுகுத்துநர்
ஒருங்கிணைப்பாளர்	செயல்பாட்டாளர்

உங்களுக்கு தெரியுமா?

i. தமிழ்நாட்டில் ஆத்தூர் என்னும் ஊரில் உள்ள ஆட்டு சந்தை.

ii. தமிழ்நாட்டில் ஒசூரில் உள்ள அன்றாட பூ சந்தை பற்றி.

எதிர்கால கற்றலுக்கு

i. பொருட்கள் அடிப்படையில் இயங்கும் ஏதேனும் இரண்டு வகை சந்தைகளை குறிப்பிடு.

ii. காலத்தின் அடிப்படையில் செயல்படும் ஏதேனும் இரண்டு வகை சந்தைகளை குறிப்பிடு

நமது சிந்தனைக்கு

கூட்டுறவு சந்தை, உழவர் சந்தை

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை பணத்தின் அடிப்படையில் மாற்றம் செய்பவர் எவ்வாறு அழைக்கப்படுகிறார்.

அ) விற்பனையாளர் ஆ) சந்தையிடுகையாளர்

இ) வாடிக்கையாளர் ஈ) மேலாளர்

2. சந்தையிடுகையில் சந்தையிடுகையாளர் முதலில் தெரிந்து கொள்ள விரும்புவது.

அ) வாடிக்கையாளரின் தகுதி

ஆ) பொருளின் தரம்

இ) வாடிக்கையாளரின் பின்புலம்

ஈ) வாடிக்கையாளரின் தேவைகள்

3. உடனடிச் சந்தை எதன் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தப்படுகிறது.

அ) பொருட்கள் ஆ)பரிவர்த்தனை

இ) ஒழுங்குமுறை ஈ) காலம்

4. கீழ்கண்டவற்றுள் எது பங்குகள் மற்றும் பத்திரங்களை வாங்கி, விற்கும் நடவடிக்கையை மேற்கொள்கிறது.

அ) பங்கு சந்தை ஆ) தயாரிப்பு பொருள் சந்தை

இ) உள்ளுர் சந்தை ஈ) குடும்ப சந்தை

5. பங்கு பரிவர்த்தனை சந்தை இவ்வாறு அழைக்கப்படுகிறது.

அ) களச்சந்தை ஆ) உள்ளுர் சந்தை

இ) பத்திரங்களின் சந்தை ஈ) தேசிய சந்தை

விடைகள்

1	ஆ	2	ஈ	3	ஆ	4	அ	5	இ

II. குறு வினாக்கள்

1. சந்தை என்றால் என்ன?
2. சந்தையிடுகையாளர் வரைவிலக்கணம் தருக.
3. ஒழுங்குமுறை சந்தை என்றால் என்ன?
4. களச் சந்தை என்றால் என்ன?
5. பண்டகச் சந்தை என்றால் என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. சந்தையில் என்னென்ன பொருட்களை சந்தையிட முடியும் என்பதை தெரிவிக்கவும். (ஏதேனும் 3)
2. சந்தையிடுகையாளரின் பங்களிப்பு எவையேனும் மூன்றினை குறிப்பிடுக.
3. காலத்தின் அடிப்படையில் சந்தையினை எப்படி வகைப்படுத்துவாய்?

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. சந்தை எவ்வாறு வகைப்படுத்தப்படுகிறது? விவரி. (ஏதேனும் 5)
2. பொருளாதார அடிப்படையில் சந்தைகள் எவ்வாறு வகைப்படுத்தப்படுகிறது?

குறிப்பு நூல்கள்

1. Pillai, R.S.N., and Bagavathi, Modern Marketing, S. Chand & Company Lt., New Delhi, 2010.
2. Pillip Kotler, Principles of Marketing, Prentice Hall of Indian (P) Ltd., New Delhi, 2002.
3. www.youarticlelibrary.com/marketing/market-definition-and-classification-of-markets/48772.
4. K Sundar Elements of Marketing Vijai nicole

அலகு 5

சந்தையிடுகையின் அடிப்படை கூறுகள்
ELEMENTS OF MARKETING

அத்தியாயம் 14

சந்தையிடுகை மற்றும் சந்தையிடுகையின் கலவை
MARKETING AND MARKETING MIX

பொருள்கருவி காலம் வினையிடனொடு ஐந்தும்
இருள்தீர எண்ணிச் செயல்.

குறள் 675

பொருள் : வேண்டிய பொருள், ஏற்றக்கருவி, தக்க காலம், மேற்கொண்ட தொழில், உரிய இடம் ஆகிய ஐந்தினையும் மயக்கம் தீர எண்ணிச் செய்ய வேண்டும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- சந்தையியல் அறிமுகம்
- சந்தையிடுகையின் நிலை மற்றும் பரிணாம வளர்ச்சி பற்றி அறிதல்
- சந்தையிடுகையின் பொருள் மற்றும் இலக்கணம் பற்றி ஆய்தல்
- சந்தையிடுகையின் நோக்கங்களை அறிதல்.
- சமுதாயத்திற்கு சந்தையிடுகையின் முக்கியத்துவம் பற்றி அறிதல்.
- சந்தையிடுகை ஒரு தனிமனிதருக்கு மற்றும் நிறுவனங்களுக்கு எவ்வாறு முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாக உள்ளது என்பது தெரிந்துகொள்ளல்.
- சந்தையிடுகையின் பணிகள் பற்றி அறிதல்.
- சந்தையிடுகை கலவையின் பொருள் மற்றும் இலக்கணம் பற்றி அறிந்து கொளல்.
- சந்தையிடுகை கலவையின் கூறுகள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

14.01 சந்தையிடுகை அறிமுகம்
14.02. சந்தையிடுகையில் பரிணாம வளர்ச்சி
14.03. சந்தையியல் கருத்து
14.04. சந்தையிடுகையின் நோக்கங்கள்
14.05. சந்தையிடுகையின் முக்கியத்துவம்
14.06. சமுதாயத்தில் தனிநிறுவனத்திற்கு சந்தையியலின் முக்கியத்துவம்
14.07 சந்தையிடுகையின் பணிகள்
14.08. சந்தையிடுகை கலவையின் பொருள் மற்றும் வரையிலக்கணம்
14.09. சந்தையிடுகை கலவையின் கூறுகள்
14.10. மரபு வழி மற்றும் நவீன சந்தையிடுகை கலவை நவீன வழி முறை

14.01 சந்தையிடுகைஅறிமுகம்(Marketing)

சந்தையிடுகை ஒரு தொழில் சார்ந்த பணியாகும். மனித தேவை மற்றும் விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்யும் அனைத்து நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கும் ஓர் செயலாகும். பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை உற்பத்தியாளரிடமிருந்து இறுதி பயன்பாட்டு நுகர்வோர் வரை கொண்டு சேர்க்கும் நடவடிக்கைகளுக்கு வசதியை ஏற்படுத்தும் ஓர் நடவடிக்கை சந்தையிடுகையாகும். விற்பனை என்பது பொருட்களை விலையின் அடிப்படையில் வாங்குவோரிடம் வழங்குவது ஆகும். மேலும் விற்பனையை காட்டிலும் சந்தையிடுகை மேலானது.

சந்தையிடுகை செயலானது புரட்சியை காட்டிலும் பரிணாம வளர்ச்சிக்கு மேலான ஒன்றாகும். சந்தையிடுகை என்பதற்கு ஒரு வார்த்தையில் விடையளிக்க இயலாது. சுருக்கமாக கீழ்கண்டவாறு தெரிந்துகொள்ளலாம். "சந்தையிடுகை என்பது சந்தையிடுகையாளர் என்ன செய்கின்றாரோ அதுவேயாகும்" இதன் பொருள் குறித்து அறிந்துகொள்வதில் சில குறைபாடுகள் உள்ளன. அவரது சந்தையிடுகை பரிணாமமானது இமயமலை போன்று

12th Commerce Tamil Unit 5.indd 107 19/12/2022 14:47:05

www.tnschoolbooks.in

பழமையான ஒன்றாகும். மேலும் இது ஒரு மிக பழமைவாய்ந்த தொழிலாகவும் இருந்து வருகின்றது.

சந்தையிடுகை உண்மையிலேயே ஒரு பண்டையகால கலையாகும். சந்தை என்பதற்கு பல்வேறு அறிஞர்கள் பலவாறு இலக்கணம் தந்துள்ளனர். பாரம்பரிய இலக்கணப்படி பொருட்கள் எங்கு தேவைப்படுகிறதோ அங்கு அவற்றை ஏற்படுத்தி தருவதேயாகும். இந்த கருத்து பிற்காலத்தில் மருவி மனிதர்களின் தேவையை பூர்த்தி செய்வதற்கான மாற்று என மாறியுள்ளது. பல்வேறு அறிஞர்கள் அவர்களின் எண்ணப்படி சரியான இலக்கணத்தை வகுக்க முயன்றுள்ளனர். அவற்றுள் சில மிக பரந்த ஒன்றாகவும், மற்றவர்களின் இலக்கணம் மிக குறுகியதாகவும் இருந்து வந்துள்ளது. சிலரது பழமையான கருத்தின்படி பொருட்களை முதலில் உற்பத்தி செய்து பின்பு வாடிக்கையாளர்களை அடையாளம் காணல், மேலும் மற்றவர்களின் நவீன பார்வையில் முதலில் வாடிக்கையாளர்களின் தேவை மற்றும் மன நிறைவு ஆகியவற்றை அடையாளம் கண்டு அதன் பிறகு பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் உற்பத்தி செய்வது தொடர்பாக திட்டமிடலின் அவசியத்தை வலியுறுத்தியது. எந்த ஒரு பொருளுக்கும் அதற்கென உரிய தோற்றம், வளர்ச்சி, மற்றும் மேம்பாடு இருந்த போதிலும் சந்தையிடுகையின் பரிணாமம் பற்றி சுருக்கமாக கீழே காணலாம்.

14.02 சந்தையிடுகையில் பரிணாம வளர்ச்சி – (Evolution of Marketing)

i. பண்டமாற்று முறை – (Barter Systems)

பண்டங்களுக்கு இணையாக பண்டங்களை மட்டுமே மாற்றிக் கொண்டார்கள், குறிப்பாக, பணம் இதில் இடம்பெறவில்லை.

ii. உற்பத்தி சார்ந்த (Production Orientation)

நுகர்வோரின் விருப்பங்களுக்கு மாறாக லாப நோக்கத்தோடு அதிக அளவில் உற்பத்திக்கு மட்டுமே முக்கியத்துவம் அளிக்கப்பட்டது. மேலும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு சிறிய அளவிலான முக்கியத்துவமே இக்காலக்கட்டத்தில் வழங்கப்பட்டது.

iii. விற்பனை சார்ந்த (Sales Orientation)

இன்றைய பொருளாதார நிலை வாழ்க்கையின் மாற்றத்திற்கு ஒரு முன் உதாரணமாக திகழ்கிறது. விற்பனையே ஒரு அதிக ஆதிக்கம் செலுத்தும் காரணியாக கருதப்படுகிறது. மேலும் நுகர்வோரின் தேவையை திருப்திபடுத்தும் வகையில் எந்த ஒரு முயற்சியும் மேற்கொள்ளப்படவில்லை.

iv. சந்தையிடுகை சார்ந்த (Marketing Orientation)

வாடிக்கையாளர்களின் முக்கியத்துவம் உணரப்பட்டது ஆனால் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்களை விற்று தீர்ப்பதில் மட்டுமே. அதிக போட்டி இருந்து வந்துள்ளது. மேலும், தனியாள் விற்பனை மற்றும் அதிக அளவினை விற்பனை மேம்பாடு, போன்றவற்றை விற்பனை கருவிகளாக பயன்படுத்தப்பட்டது.

v. நுகர்வோர் சார்ந்த (Consumer Orientation)

இந்த நிலையில் மட்டுமே மேம்படுத்தப்பட்ட பொருட்கள் சந்தைக்கு கொண்டு வரப்பட்டது மேலும் அவைகள் நுகர்வோருக்கு மனநிறைவு ஏற்படுத்தும் வகையில் சுவை, விருப்பங்கள் மற்றும் எதிர்பார்ப்புகள் போன்றவைகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கப்பட்டது.

vi. மேலாண்மை சார்ந்த (Management Orientation)

சந்தையிடுகை ஒரு மேலாண்மை பணியினை மேற்கொள்கிறது அதாவது இன்றைய நுகர்வோரின் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளுக்கான தேவையை பூர்த்தி செய்யும் வகையில் திட்டமிடல், பொருள் மேம்பாடு செய்தல் மற்றும் வினியோகம் செய்தல் போன்றவற்றை ஒருங்கிணைக்கும் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கின்றன.

14.04 சந்தையிடுகையின் வரையிலக்கணம் (Definition of Marketing)

"சந்தையிடுகை என்பது மக்கள் மற்றும் அவர்களின் நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கி பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு கொண்டு சேர்ப்பதையே சந்தையிடுகை ஆகும் என்கிறார்.

–அமெரிக்கா சந்தையிடுகை கழகம்

14.03. சந்தையியல் கருத்து (Marketing Concept)

Marketing Concepts சந்தையிடுகை கருத்து	
	என்ன விற்பனை செய்ய இயலும்? என்ன விற்பனை செய்ய இயலும் என்பதை முடிவு செய், ஆனால் எதை நீ உற்பத்தி செய்தாயோ, அதை விற்பனை செய்ய முயற்சிக்காதே. **முதலில் பொருட்களை உற்பத்தி செய்யலாமா?** இல்லை, முதலில் வாடிக்கையாளரை உருவாக்கு, அதன் பிறகு பொருட்களை உருவாக்கு. **எனது பொருட்கள் மீது அன்பு செலுத்தலாமா?** இல்லை, உனது வாடிக்கையாளர் மீது அன்பு செலுத்து ஆனால் பொருட்களின் மீது அல்ல. **சந்தையில் யார் மேம்பட்டவர்?** நுகர்வோரே மேம்பட்டவர் அவர்கள் மன்னர் போன்றவர்கள். **யார் எனது முடிவினை வடிவமைப்பவர்?** வாடிக்கையாளரின் முன்னுரிமையே உனது முடிவினை வடிவமைக்கும்.

12th Commerce Tamil Unit 5.indd 108 19/12/2022 14:47:05

14.05. சந்தையிடுகையின் நோக்கங்கள் (Objective of Marketing)

பாகர் மற்றும் ஆன்சென் அவர்களின் கூற்றுப்படி, "சந்தையிடுகையின் அனைத்து இறுதி நிலை செயல்பாடுகளும் மனித தேவையின் மனநிறைவை சார்ந்தே உள்ளது" என கூறுகிறார்.

கீழ்கண்டவைகள் சந்தையிடுகையின் நோக்கங்களாக உள்ளன அவைகள்.

i. நவீன சந்தையிடுகை கொள்கையானது அறிவு திறத்தை பயன்படுத்த உதவுகிறது.

ii. சந்தையிடுகை துறையில் மேம்பாட்டை ஏற்படுத்துகிறது.

iii. கொள்கை வழிகாட்டல் மேம்பாடு மற்றும் நல்லதொரு பயனுள்ள முடிவினை செயல்படுத்துகிறது.

iv. சந்தையிடுகை தொடர்புள்ள பிரச்சினைகளுக்கு நல்ல தீர்வு காண வழிவகை செய்கிறது.

v. சந்தையிடுகை தொடர்பான பிரச்சினை குறித்து மேலும் தகவல்களை கண்டு உணருகிறது.

vi. தற்போது நடைமுறையில் உள்ள சந்தையிடுகை பணிகளில் குறைபாடுகள் ஏதேனும் இருப்பின் அவற்றை மறு ஆய்வு செய்கிறது.

vii. முன்னேற்ற செயல் குறித்து சரியான நடிவடிக்கை மேற்கொள்கிறது.

14.06. சந்தையிடுகையின் முக்கியத்துவம் (Importance of Marketing)

(அ) சமுதாயத்திற்கு (To the society)

i. சந்தையிடுகையானது உற்பத்தியாளர் மற்றும் நுகர்வோரை இணைக்கும் ஒரு தொடர் சங்கலியாக செயல்படுகிறது.

ii. சந்தையிடுகை மக்களின் வாழ்க்கை தரத்தை உயர்த்த உதவிபுரிகிறது.

iii. சந்தையிடுகை நாட்டின் வருமானத்தை உயர்த்த வழிவகை செய்கிறது.

iv. சந்தையிடுகை வேலை வாய்ப்புக்களை அதிகரிக்க உதவுகிறது.

v. சந்தையிடுகை நவீன சாகுபடி உற்பத்திக்கு வழிவகை செய்கிறது.

vi. சந்தையிடுகையானது பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் உபரியாக உள்ள பகுதியிலிருந்து பற்றாக்குறை உள்ள பகுதிகளுக்கு சிறந்த போக்குவரத்தின் மூலம் கொண்டு சென்று ஏற்றத்தாழ்வு நிலையை சரி செய்கிறது.

vii. பின்தங்கிய மற்றும் வளர்ந்துவரும் நாட்டின் பொருளாதார உறுதித் தன்மை மற்றும் விரைந்து மேம்பாடு அடைய வழிவகை செய்கிறது.

viii. சந்தையிடுகையானது உடமைகள், அமைப்பு, காலம் மற்றும் நேரம் போன்றவற்றை முறையாக பயன்படுத்தவதற்கு உதவிபுரிகிறது.

ix. சந்தையிடுகை தேவையற்ற செலவினை குறைத்து நேரடியாக சமுதாயத்திற்கு பயன்படும் வகையில் செயல்படுகிறது.

x. பண்டங்களின் மதிப்பை உயர்த்துவதோடு, உரிமை மாற்றம் மேற்கொண்டு, நுகர்வின் காலம் மற்றும் நேரத்திலும் மாற்றம் செய்கிறது.

(ஆ) தனி நிறுமத்திற்கு முக்கியத்துவம் (To the individual firm)

i. அமைப்பின் வருமானத்தை அதிகரிக்க செய்கிறது.

ii. அமைப்பின் சந்தையிடுகை பிரிவானது மேலாண்மை உற்பத்தி சார்ந்த அனைத்து வகையான தீர்மானங்களை மேற்கொள்வதற்கு வள ஆதாரமாக விளங்குகிறது.

iii. சந்தையிடுகை மற்றும் புத்தாக்கம் ஆகிய இரண்டும் அனைத்து தொழிலுக்கும் அடிப்படை பணியாக விளங்குவதோடு ஒரு சக்திவாய்ந்ததாகவும் செயல்படுகிறது.

iv. தொழில் மேம்பாடு அடைய வழிவகை செய்வதோடு மக்களுக்கு வேலைவாய்ப்பினை ஏற்படுத்துகிறது.

14.07 சந்தையிடுகையின் பணிகள் (Functions of Marketing)

சந்தையிடுகை பணிகள் சில முக்கியமானவற்றை கீழ்கண்டவாறு, காணலாம்,

உற்பத்தியாளரிடமிருந்து இறுதி பயன்பாட்டு நுகர்வோர் வரை பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை கொண்டு சேர்க்கும் பல்வேறு நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கியுள்ளது. சந்தையிடுகையின் பணிகள் குறித்து பல்வேறு வல்லுநர்கள் பலவாறு விவரித்துள்ளனர்.

G.B. கிலஸ் என்பவர் சந்தையிடுகை பணியினை ஏழு பிரிவாக விவரித்துள்ளார் அவையாவன:

i. சந்தையிடுகை ஆராய்ச்சி,

ii. சந்தையிடுகை திட்டமிடல்

iii. பொருள் மேம்பாடு

iv. விற்பனை மேம்பாடு மற்றும் விளம்பரம்

v. விற்பனை மற்றும் வினியோகம்

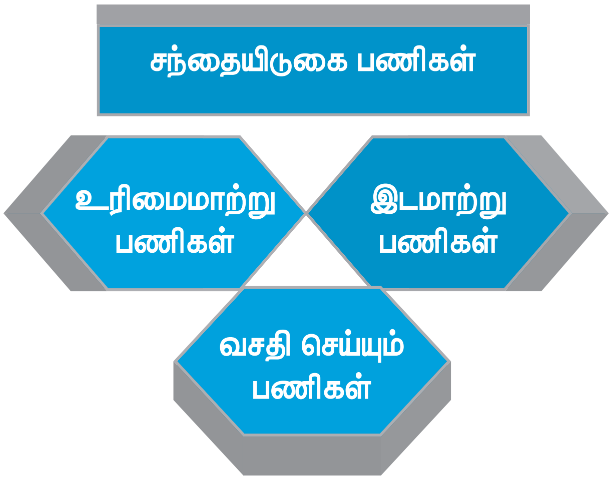
vi. விற்பனைக்கு பின் சேவை மற்றும்

vii. பொதுமக்கள் தொடர்பு போன்றவைகளாகும்.

12th Commerce Tamil Unit 5.indd 109 19/12/2022 14:47:05

கிளார்க் மற்றும் கிளார்க் போன்ற பேராசிரியர்கள் சந்தையிடுகை பணியினை மூன்று பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தி உள்ளார்கள் அவைகள்.

1. உரிமை மாற்று பணிகள்,
2. இடமாற்றுப் பணிகள் மற்றும்
3. வசதி செய்யும் பணிகள் அல்லது துறைப்பணிகள்.



உரிமை மாற்றுப் பணிகள் (Functions of Exchange)

உரிமை மாற்று பணி என்பது பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் மதிப்பை பணத்தின் அடிப்படையில் மாற்றுவதை குறிக்கிறது. இத்தகைய உரிமைமாற்று பணிகளை மேலும் இரண்டு வகையாக பிரிக்கலாம்.

(அ) வாங்குதல் மற்றும் ஒன்று சேர்தல்

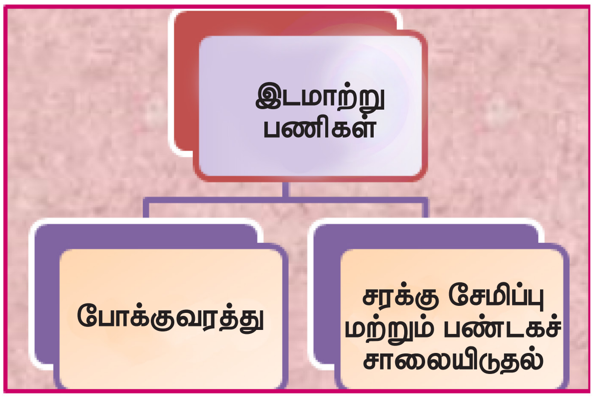
(ஆ) விற்பனை.

இடமாற்று பணிகள் (Functions of Physical supply)

இவ்வகை பணிகள் இரண்டு முக்கிய பணிகளை மேற்கொண்டுள்ளது.

i. போக்குவரத்து

ii. சரக்கு சேமிப்பு மற்றும் பண்டகச் சாலையிடுதல்



i. போக்குவரத்து (Transport)

சந்தையிடுகை நடவடிக்கைகளுக்கு போக்குவரத்து இன்றியமையாத ஒரு பணியாக உள்ளது. போக்குவரத்தின் மூலமே பொருட்கள் உற்பத்தி மையத்திலிருந்து நுகர்விடங்களுக்கு கொண்டு வரப்படுகின்றன. போக்குவரத்தில் ஏற்பட்டுள்ள தீவிர மேம்பாட்டின் காரணமாகவே தற்பொழுது பேரளவு உற்பத்தி சாத்தியமாகி உள்ளது. போக்குவரத்தானது பொருளுக்கு இடப் பயன்பாட்டை அளிக்கின்றது. பொருட்களை ஓரிடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு எடுத்து செல்வதற்கு நிலம், நீர், காற்று போன்றன முதன்மைப் போக்குவரத்து வழிகளாக உள்ளன எனலாம்.

ii. சரக்கு சேமிப்பு மற்றும் பண்டக சாலையிடுதல் (Storage and Warehousing)

(அ) சரக்கு சேமிப்பு

சரக்கு சேமிப்பு என்பது சந்தைப்படுத்தல் செயல்முறையின் மற்றொரு செயல்பாடாகும், மேலும் அவை உற்பத்தி செய்யப்பட்ட நேரம் முதல் அவை பயன்படுத்தும் நேரம் வரை பொருட்களை வைத்திருத்தல் மற்றும் பாதுகாத்தல் ஆகியவை அடங்கும். பொதுவாக, பொருட்களின் உற்பத்திக்கும் நுகர்வுக்கும் இடையே நேர இடைவெளி உள்ளது. எனவே, பொருட்களை நுகர்வோருக்குக் கிடைக்கும்படி சேமித்து வைக்க வேண்டிய அவசியம் உள்ளது.

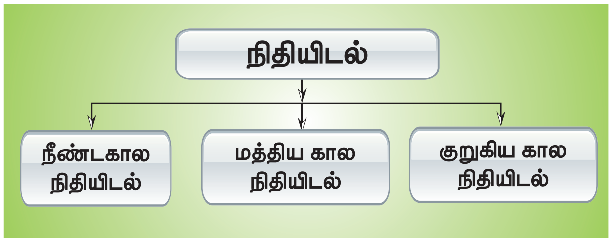
(ஆ) பண்டகசாலை

பண்டகசாலை என்பது ஆண்டு முழுவதும் பொருட்களை சேமித்து, தேவைப்படும் போது அவற்றை விடுவிப்பதன் மூலம் நேர பயன்பாட்டை உருவாக்குகின்றன. பொருட்களை சேமிக்க பல வகையான பண்டகசாலைகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

வசதிப்பணிகள் அல்லது துணைப்பணிகள் (Facilitating Functions)

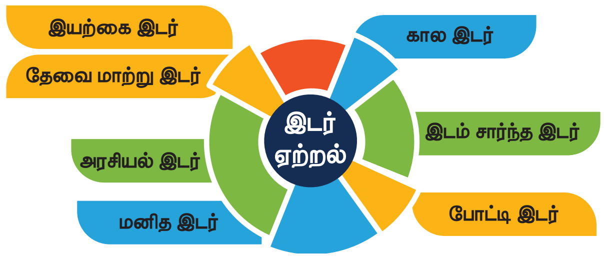
பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு கொண்டு செல்வதற்கு உதவி புரியும் பணியையே துணைப்பணிகள் என்று அழைக்கப்படுகிறது. மேலும் இத்தகைய பணிகள் நேரடியாக பண்டங்களை மாற்றம் செய்வது அல்ல இவைகள் கீழ்கண்டவாறு காணலாம்.

i. நிதியிடல் Financing



அ. நீண்ட கால நிதியிடல்
ஆ. மத்திய கால நிதியிடல்
இ. குறுகிய கால நிதியிடல்

ii. இடல் ஏற்றல் Risk Bearing



அ. கால இடர்பாடு
ஆ. இடம் சார்ந்த இடர்பாடு
இ. போட்டி இடர்பாடு
ஈ. தேவை மாற்று இடர்பாடு
உ. இயற்கை சார்ந்த இடர்பாடு
ஊ. மனித தொடர்பான இடர்பாடு
எ. அரசியல் சார்ந்த இடர்பாடு

iii. சந்தை தகவல் (Market Information)

கிளார்க் மற்றும் கிளார்க் என்பவரின் கூற்றுப்படி சந்தை தகவல் என்பது பொருட்கள் சந்தையிடுவது தொடர்பாக உள்ள உண்மைகள், எதிர்பார்ப்புகள், எண்ணங்கள் மற்றும் அனைத்து இதர தகவல்களை உள்ளடக்கியது ஆகும்.

iv. தரப்படுத்துதல் (Standardization)

தரப்படுத்துதல் என்பது பொருட்களை இயல்பான தரத்தின் அடிப்படையில் பிரித்து அமைப்பது ஆகும். பொருட்கள் தரப்படுத்துவதில் பல காரணிகள் தீர்மானிக்கின்றன. அதாவது பொருளின் அளவு, வண்ணம், சுவை மற்றும் அதன் தோற்றம் போன்றவையாகும்.

v. வகைப்படுத்துதல் (Grading)

நிர்ணயம் செய்யப்பட்ட தர அலகுகளின் அடிப்படையில், பொருட்களை பல வகைகளாகப் பாகுபாடு செய்தலையே வகைப்படுத்துதல் எனப்படும்.

vi. பெயரிடல் (Branding)

போட்டி பொருட்களிலிருந்து வேறுபடுத்தி காண்பதற்க்கு ஒரு பெயரோ அல்லது வணிக குறியோ இடப்படுகிறது இதனையே பெயரிடல் எனப்படும்.

vii. கட்டுமம் (Packing)

பொருட்கள் விற்பனை செய்வதற்கு முன்னர் எளிதில் கையாளுவதற்கு ஏற்றவாறு உறையிடுவதையே கட்டுமம் எனப்படுகிறது. மேலும் பொருட்களை பாதுகாக்கும் வகையில் எந்தவித பாதிப்பும் இல்லாமல் மேற்கொள்ளல் அதாவது பொருட்கள் உடைதல், வீணாகுதல், கசிவு ஏற்படுதல் மற்றும் சேதம் ஏற்படுதல் போன்றவற்றிலிருந்து பாதுகாப்பதற்காக கட்டுமம் செய்யப்படுகிறது.

viii. விலையிடல் (Pricing)

விலை நிர்ணயம் செய்வது தொடர்பாக முடிவெடுப்பது வணிகர்களின் ஒரு முக்கிய பணியாகும். இத்தகைய முடிவானது அமைப்பின் வெற்றி அல்லது தோல்வி நிர்ணயிப்பதில் அதிக அளவு சார்ந்து உள்ளது. மேலும், அனைத்து காரணிகளையும் கருத்தில் கொண்டு விலை நிர்ணயம் தொடர்பான முடிவு மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

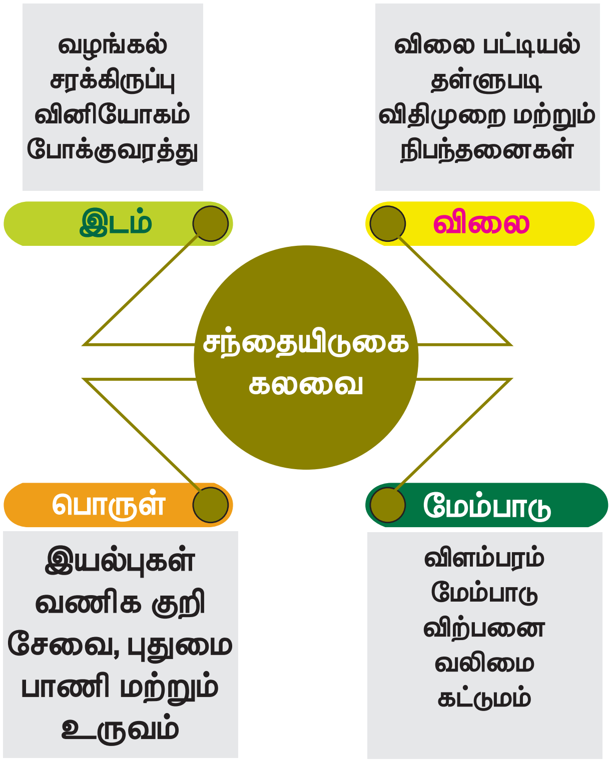
14.08. சந்தையிடுகை கலவையின் வரையிலக்கணம் (Definition of Marketing mix)

"சந்தையிடுகை கலவை நான்கு கூறுகளை கொண்டுள்ளது. அவையாவன, பொருள் கூறுகள், விலை கூறுகள், விற்பனை மேம்பாட்டு கூறுகள் மற்றும் இட கூறுகள் ஆகும்".

திரு. ஜெரோம் மெக்கார்த்தி

சுருங்கக்கூறின், சந்தையிடுகை கலவை மூலம் நிறுவனம் தனது நுகர்வோர்களை குறிவைத்து அதன் மூலம் லாபம் ஈட்டுவதே ஆகும். இத்தகைய சந்தையிடுகையின் செயல்பாடுகள் நான்கு வகை கலவை பொருட்களை கொண்டுள்ளது. அதாவது பொருட்கலவை, விலை கலவை, இடக் கலவை, மற்றும் மேம்பாட்டு கலவை போன்றவையாகும்.

14.09. சந்தையிடுகை கலவையின் கூறுகள் (Elements of Marketing Mix)



மேற்கண்ட நான்கு வகை கூறுகளை கீழ்கண்டவாறு விரிவாக காணலாம்.

i. பொருள் (Product)

பொருள் சந்தையில் ஒரு முக்கிய கூறு ஆகும். பொருள் இல்லையெனில் எந்த ஒரு சந்தையும் இயங்க இயலாது. என்று கூறுகின்ற அளவிற்கு பொருள் முக்கிய இடம் பெறுகிறது.

ii. விலை (Price)

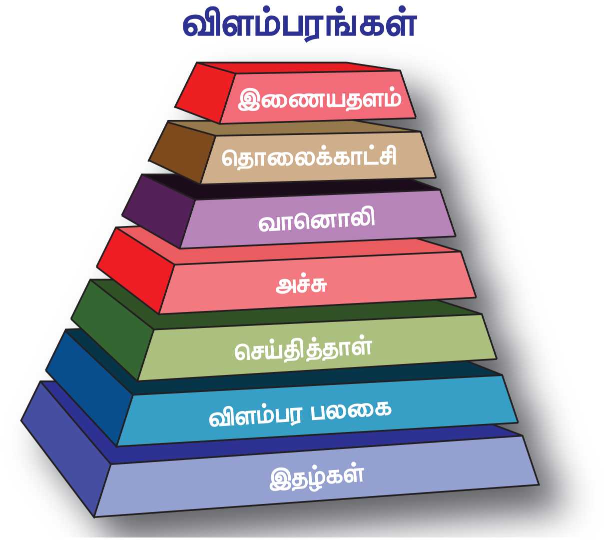
பிலிப்கோட்லர் அவர்களின் கருத்துப்படி "விலை என்பது பண்டங்கள் மற்றும் பணியின் மாற்று மதிப்பு ஆக பெறப்படும் ஒன்றாகும்" அல்லது நுகர்வோர்கள் நலன் கருதி பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளுக்கு இணையான மதிப்பை மாற்றிக் கொள்ள தக்க ஒன்றுதான் விலை என்கிறார்".

iii. இடம் (Place)

ஒரு பொருள் என்னதான் தரம் வாய்ந்தவையாகவும், விலையில் சாதகத்தன்மை மற்றும் சிறந்த மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகள் இருந்தபோதிலும். உற்பத்தி இடத்திலிருந்து நுகர்வு இடம் வரை பொருட்களை சரியான முறையில் மற்றும் சரியான நேரத்தில் கொண்டு செல்லவில்லை எனில் அனைத்தும் பயன் அற்றதாகும். எனவே சரியான நேரத்தில் சரியான இடத்திற்கு கொண்டு செல்வதற்கு இடம் ஒரு முக்கியப் பங்கு வகிக்கிறது.

iv. விற்பனை மேம்பாடு/விளம்பரம் (Promotion)

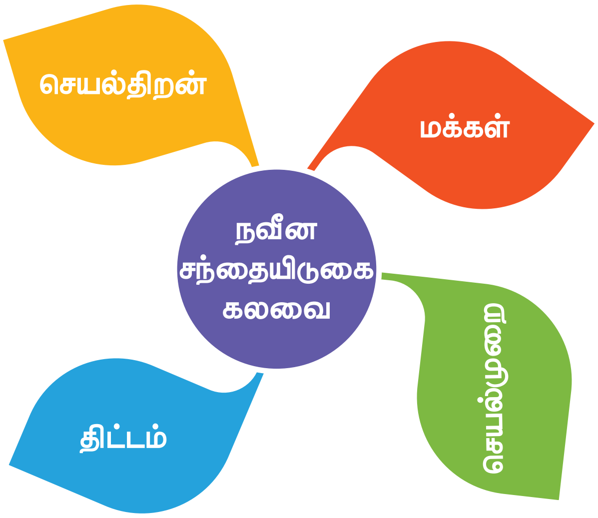
சந்தையில் ஒரு பொருள் என்ன தான் தரமுடையதாக இருந்தாலும் மேலும் விலையில் சாதக நிலை இருந்தாலும் நுகர்வோர் மத்தியில் பொருளின் சிறப்பு இயல்புகள் மற்றும் பயன்பாடு குறித்து தெரியப்படுத்தாத நிலையில் அப்பொருள் நிர்ணயித்த வெற்றியை ஒரு போதும் அடைய இயலாது. எனவே மேம்பாட்டு நடவடிக்கைகள் மிகவும் அவசியமான ஒன்றாகும். மேம்பாட்டு நடவடிக்கையில் விளம்பரம் அதிக பங்கு வகிக்கிறது அவற்றை கீழ்கண்டவாறு காணலாம்.



விளம்பர சாதனங்கள்

14.10 சந்தையிடுகை கலவையின் நவீன வழி முறை (Tradition Marketing mix and Modern Marketing mix)

மேற்கண்டவற்றை 4Ps என அழைக்கப்படுகின்றன சந்தையிடுகையில் இத்தகைய நான்கு வகை கூறுகளை அடிப்படையாக கொண்டு முடிவெடுக்கப்டுகிறது. மேலும் ஒவ்வொரு தொழில் உரிமையாளரும். நான்கு கூறுகளை மையப்படுத்தி செயல்படுவது மிக அவசியமான ஒன்றாகும்.



கலைச்சொற்கள்

உத்திரவாதம்	மேலாதிக்கம்
வாய்ப்பு	அழுகும் தன்மை
முடிவுற்ற	உபரி
தீர்மானித்தல்	நுகர்வு தனித்தன்மை
தரம்படுத்தல்	இன்றியமையாமை

உங்களுக்கு தெரியுமா?

i. காரைக்குடியில் உள்ள விறகுக்கான வாரசந்தை பற்றி.

ii .தமிழ்நாட்டில் அந்தியூரில் வருடத்திற்கு ஒரு முறை நடைபெறும் குதிரை சந்தை பற்றி.

நமது சிந்தனைக்கு

i.சந்தையிடுகையில் மனிதர்கள் மூலம் ஏற்படும் இரண்டு இடர்களை குறிப்பிடுக.

ii. சந்தையிடுகையில் இயற்கை பேரிடர் மூலம் ஏற்படும் இரண்டு இடர்களை குறிப்பிடுக.

எதிர்கால கற்றல்

i. சில பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் கொண்டு உனது வகுப்பில் ஒரு மாதிரி சந்தையிடுகையை செயல்படுத்துக.

ii. சந்தையின் வெற்றி மற்றும் தோல்வி குறித்து ஒரு நல்ல சந்தையிடுகையாளர் மற்றும் பேச்சாளரை. அழைத்து ஒரு சொற்பொழிவுக்கு ஏற்பாடு செய்க.

பயிற்சி

AQJX3

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. சந்தையிடுகை முறையின் ஆரம்ப நிலை ____________

அ) முற்றுரிமை முறை ஆ) பணத்திற்கு மாற்றுதல்

இ) பண்டமாற்று முறை ஈ) தற்சார்பு உற்பத்தி

2. சந்தையில் உயர் நிலையில் இருப்பவர் யார்?

அ) வாடிக்கையாளர்

ஆ) விற்பனையாளர்

இ) மொத்த விற்பனையாளர்

ஈ) சில்லறை விற்பனையாளர்.

3. கீழ்கொடுக்கப்பட்டுள்ள கூறுகளில் சந்தையிடுகை கலவைக்கு தொடர்பு இல்லாத ஒரு கூறு எது?

அ) இடக் கூறு ஆ) பொருள் கூறு

இ) திட்டக்கூறு ஈ) விலை கூறு

4. சந்தையிடுகை கலவை என்பது சந்தையிடுகை திட்டமிடல் மூலம் நிறுவனத்தின் குறிக்கோள் ____________ தேவை மற்றும் மன நிறைவு மூலம் லாபம் பெறுகிறது.

அ) மொத்தவிற்பனையாளர்

ஆ) சில்லறை விற்பனையாளர்

இ) நுகர்வோர்

ஈ) விற்பனையாளர்

5. கீழ்கண்டவற்றுள் கண்ணுக்கு புலப்படாத பொருள் எது?

அ) கல்வி ஆ) கைபேசி

இ) ஆடைகள் ஈ) வாகனங்கள்

விடைகள்

1	இ	2	அ	3	இ	4	இ	5	அ

II. குறு வினாக்கள்:

1. சந்தையிடுதல் என்றால் என்ன?
2. சந்தையிடுகை கலவையின் வரைவிலக்கணம் தருக்
3. தரப்படுத்துதல் என்றால் என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. சந்தையிடுகையின் நோக்கங்கள் யாவை?
2. சந்தையிடுகையின் கருத்துக்களை விவரிக்கவும்.
3. சந்தையிடுகை கலவை என்பது பற்றி நீவீர் அறிவது யாது? ஏதேனும் இரண்டு கூறுக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. சந்தையிடுகையின் பரிணாம வளர்ச்சி பற்றி விவரி. (ஏதேனும் 5)
2. சந்தையிடுகை கலவையின் கூறுகளை குறிப்பிடுக.

குறிப்பு நூல்கள்

1. Pillai, R.S.N., and Bagavathi, Modern Marketing, Principles and Practices
2. Philip Kotler, Principles of Marketing.
3. www.yourarticlelibrary.com/marketing/evolution–of–marketing–concept–with–diagram/48793

சந்தையிடுகையின் அடிப்படை கூறுகள்
ELEMENTS OF MARKETING

அலகு 5

15
அத்தியாயம்

சந்தையிடுதல் நவீன போக்கு
RECENT TRENDS IN MARKETING

ஞாலம் கருதினுங் கைகூடுங் காலம்
கருதி இடத்தாற் செயின்.

குறள் 484

பொருள்: (செயலை முடிப்பதற்கு ஏற்ற) காலத்தை அறிந்து இடத்தோடு பொருந்துமாறு செய்தால், உலகமே வேண்டும் எனக் கருதினாலும் கைகூடும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- மின்னணு வணிகம் நோக்கம், மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- சந்தையிடுகை வரைவிலக்கணம் நோக்கம், நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள்
- பசுமை, சமூக மற்றும் பதுங்கியிருந்து [மறைமுக] சந்தைப்படுத்தல்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

15.01 சந்தையிடுதலின் நவீன போக்கு
15.02 மின் சந்தையிடுகை, மின்னணு சந்தையிடுகை
15.03 வலைத்தளம் கடை
15.04 பசுமை சந்தைப்படுத்தல்
15.05 சமூக சந்தைப்படுத்தல்
15.06 ஊரக சந்தைப்படுத்துதல்
15.07 சேவை சந்தையிடுதல்
15.08 பண்டகச்சந்தை
15.09 தனியிடச்சந்தை
15.10 வைரல் [பரவும்] சந்தையிடுதல்
15.11 பதுங்கியிருந்து [மறைமுக] [அம்புஷ்] சந்தையிடுதல்
15.12 கொரில்லா சந்தையிடுதல்
15.13 பல்நோக்கு அளவு மட்டம் லேட்டி லைவல் சந்தையிடுதல்
15.14 பரிந்துரை சந்தையிடுதல்
15.15 உள்ளடக்க சந்தையிடுதல்

15.01 சந்தையிடுதலின் நவீன போக்கு (Recent Trends in Marketing)

தகவல் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியாலும், நவீன போக்குவரத்து வசதியாலும், தாராளமயமாக்கத்தாலும், மக்கள் உலகெங்கிலும் எளிதாக பயணிப்பதாலும், வணிக வாய்ப்புகள் நாடுகளின் எல்லைகளை தாண்டி பரவலாக்கப்பட்டுள்ளது. மேலும் இன்றைய வாடிக்கையாளர்கள் உலகளாவிய சர்வதேச அளவில் பொருள்களை வாக்கும் சக்தியை பெற்றுள்ளனர். இன்றைய வாணிக சூழலில் சந்தையாளர்கள்

நுகர்வோரின் தேவையைபூர்த்திசெய்யசிறந்தசரக்கையும் பணியையும் மிக விரைவாக வழங்க வேண்டியுள்ளது. இன்றைய சந்தையாளர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட பரிவர்த்தனை சிந்தனையிலிருந்து வாடிக்கையாளரிடம் வாழ்நாள் முழுவதும் தொடர்கொள்ளும் வகையில் பரிவர்த்தனை அமைத்துக்கொள்ளும் சந்தை சிந்தனைக்கு மாறியுள்ளனர். இதனால் சந்தையாளர்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அதிக சலுகைளை வழங்கி குறைந்த விலையை வசூலித்து வாடிக்கையாளர்களை கவர்ந்து அவர்களிடையேயான உறவை வாழ்நாள்வரை நீட்டிக்கொள்ள முயற்சிக்கின்றனர். சந்தையாளர்கள் மேலும் மனநிறைவை பெற பல வகையான உத்திகளை கையாண்டு வருகின்றன. வலைத்தளங்ளை பயன்படுத்துவர்களின் எண்ணிக்கை அதிகரித்து கொண்டே இருக்கின்ற இக்காலக்கட்டத்தில் பலவகையான உபகரணங்கலான கணிணி, மடிகணிணி, வரைப்பட்டிகை, நவீன தொழில்நுட்ப அலைபேசி மற்றும் பல்வேறு சமுக வளைத்தளத்தின் உதவியால் வாடிக்கையாளர்களின் எல்லை விரிவாக்கப்பட்ட மட்டுமில்லாமல் வியாபார நடவடிக்கைகளை மிக எளிதாக மேற்கொள்ளவும் சாத்தியமாகிறது.

(i) மின்னணு வர்த்தகம் (எ) மின் வர்த்தகம் (Electronic Commerce) (E–Commerce)

வணிகத்தின் ஒரு பகுதி வியாபாரம் என்பது நன்கு அறிந்த ஒன்று. வணிகத்தில் சரக்கு மற்றும் சேவை பரிவர்த்தனையுடன் தொடர்புடைய அனைத்து செயல்பாடுகளையும் வியாபாரம் என்ற சொல் குறிக்கும். பண்டகம் மற்றும் சேவைகள் பரிவர்த்தனையில் நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ தொடர்புடைய அனைத்து நடவடிக்கைகளும் மின்னணு வலைத்தளத்தின் வழியாக மேற்கொள்ளுவதை மின்னணு வணிகம் அல்லது மின் வர்த்தகம் என்றழைக்கப்படுகிறது. நுகர்வோரின் தேவைகளை திருப்திப்படுத்துவன் மூலமாக இலாபம் மற்றும் செல்வத்தை ஈட்டும் நோக்கில் உற்பத்தி அல்லது கொள்முதல் மற்றும் சொய்த பொருட்களை விற்பனை செய்வது வணிகம் எனப்படுகிறது.

(ii) மின் தொழில் (E–Business)

இலாபம் ஈட்டி செல்வத்தை பெருக்கும் நோக்கத்திலும் மனித தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும் நோக்கிலும் தொடர்ந்து பொருள்களை உற்பத்தி அல்லது கொள்முதல் செய்து விற்பனை செய்யும் முயற்சியே வணிகம் ஆகும். வணிகத்தை, இணையம் மின்வலைதளம், மின்னணு இணையம், வளைத்தளம், அக இணையம் அல்லது சில இணைவுகள் மூலமாக வியாபாரம் செய்வதை மின் வணிகம் என்கிறோம் சுருக்கமாக கூறினால் அனைத்து வியாபார நடவடிக்கைகளையும் மின் வலைத்தளத்தின் வழியாக மேற்கொள்வதை மின் வணிகம் எனலாம்.

(iii) மின் வணிகத்திற்கும் மின் வியாபாரத்திற்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் (E–Commerce VS E–Business)

மின் வணிகம் என்பது மின் வளைத்தளத்தின் வழியாக பொருள்கள் மற்றும் சேவைகளையும் பெறுவதையும் அளிப்பதையும் குறிக்கும். ஆனால். மின் வியாபாரம் என்பது பொருள் / சேவைகளை பெறுவது அளிப்பது மட்டுமின்றி அதற்கும் அப்பாற்பட்ட வழங்கள் வழி மேலாண்மை, வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை, மின் வழி ஆணைகள் பெற்று நெறிப்படுத்தல், போன்ற பரந்தளவு வியாபார வழிமுறைகளையும் உள்ளடக்கியது ஆகும். மின் வியாபாரம் மற்றும் மின் வணிகம் பெரும்பாலும், ஒரே மாதிரியான பொருளின் கையாளப்படுகிறது.

15.02 மின் சந்தையிடுகை, மின்னணு சந்தையிடுகை (E–Marketing)

பொருள்களையும் சேவைகளையும மி'ன் இணையம் மற்றும் தொலைத் தொடர்பு மின்னணு சாதனங்கள் மூலம் விற்பனை செய்வதை மின்னணு சந்தையிடுகை எனலாம். சுருக்கமாக கூறினால் இலக்கு வாடிக்கையாளர்களை அறிந்து அவர்களின் தேவைகளை பூர்த்திசெய்ய பல்வேறு சந்தை தொழில்நுட்பங்களையும் மின் இணையம் வழியாக மேற்கொள்வதை மின் சந்தையிடுகை எனலாம்.

விளம்பரப்படுத்துதல், வினியோகம், சந்தை ஆராய்ச்சி, வழங்க வழி லோண்மை, வாடிக்கையாளர்களின் தேவை மற்றும் விருப்பத்தை அறிந்துக்கொள்ளுதல் போன்ற பல்வேறு சந்தையிடுகை தொடர்பான செயல்பாடுகளை மின்னணு இணையத்தின் வழியாக மேற்கொள்ளும்வதை மின்சந்தையிடுகை எனலாம். மின் இணைய சந்தையிடுகையை, வலைதள சந்தையிடுகை, இணையவழி சந்தையிடுகை, தொழில்நுட்ப சந்தையிடுகைஒன்றுக்குஒன்றுதொடர்புடையவைகளாக ஒரே பொருளில் கையாளப்படுகிறது.

(i) மின்னணு சந்தையிடுகை – வரைவிலக்கணம் (E–Marketing – Definition)

"ஜூடி ஸ்ட்ராஸின்" கூற்றுப்படி சிறந்த இட பகிர்வு, தகவல் தொழில் நுட்ப, பொருள் வேறுப்படுத்தும் மற்றும் நிலைப்படுத்தும் உத்திகளை மிக பரவலாக பயன்படுத்துவதன் வழியாக நுகர்வோரின் மதிப்பை அதிகரிப்பது மட்டுமல்லாமல், பொருள் மற்றும் சேவைகளின் விலையை தீர்மானிப்பது, வினியோகிப்பது, விற்பனை மேம்பாடு, தனிநபர், மற்றும் நிறுவன நுகர்வோரின் நோக்கத்தை நிறைவேற்றும் வகையில் பரிமாற்றத்தை திட்டமிட்டு உருவாக்குதல் போன்றவற்றிற்கு மின் இணையத்தை மிக சீரிய முறையில் சிறப்பாக செயல்படுத்துவதை மின்னணு சந்தையிடுகையை குறிக்கும்".

மின் இணையம், மின்னஞ்சல், வயர்லெஸ் ஊடகம், மின்வலையமைப்பு, மற்றும் மின்னணு வாடிக்கையாளர் மேலாண்மை முறை போன்ற டிஜிட்டல் தொழில்நுட்பங்களை பயன்படுத்தி சந்தைப்படுத்தலின் நோக்கங்களை அடைவதை மின் மார்க்கெட்டிங் (அ) மின் சந்தைப்படுத்துதலை குறிக்கும்.

(ii) மின் சந்தைப்படுத்தலின் நோக்கங்கள் (Objectives of E–Marketing)

மின் சந்தைப்படுத்தலின் முக்கிய நோக்கங்கள் பின்வருமாறு.

1. சந்தையின் பங்கை மேலும் விரிவாக்கம் செய்தல்
2. வழங்கீடு மற்றும் விற்பனை மேம்பாட்டு செலவுகளை குறைத்தல்
3. பொருள் குறித்த அதிக விழிப்புணர்வை எர்படுத்துதல்
4. தகவல் தளத்தை பலப்படுத்துதல்.

(iii) மின்சந்தைப்படுத்துதலின் நன்மைகள் (Advantages of E–Marketing)

1. அனைத்து நேரத்திலும் சந்தை: மின் சந்தை வாரத்தின் 7 நாட்களிலும் 24 மணிநேரத்திலும் (24x7) பயனாளிகளுக்க்கு சந்தை வசதியை அளிக்கிறது. இதனால் நுகர்வோர் எந்த இடத்திலிருந்தும் எந்த நேரத்திலும் பொருள்களை/ சேவைகளையும் பெறவும் அளிக்கவும் முடியும்.
2. நேரடி தொடர்பு;தயாரிப்பாளருக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையே நேரடி ஏற்படுவதால் செலவுகள் குறைக்கப்படுகிறது. இதனால் மலிவான விலையில் பொருட்களை இணைய சந்தையிடுகையின் வாயிலாக நுகர்வோர்கள் வாங்க இயலுகிறது.
3. தேவையை பெறுதல்: நுகர்வோர் தங்களுக்கு தேவைப்டும் எத்தகைய பொருள்களையும் மற்றும் சேவைகளையும் மின் சந்தையில் பல்வேறு தளங்கள் / வலை பக்கங்கள் மூலம் பெறலாம்.

(iv) மின் சந்தைப்படுத்துலில் தீமைகள் (Disadvantages of E–Marketing)

1. அதிக செலவு: மின் சந்தைப்படுத்துதலில் விளம்பரம் செய்யவும், வணிக தளம் அமைக்கவும், பெரிய அளவில் செலவிட வேண்டும். வலைத்தள வடிவமைப்பு, மென்பொருள், நுண்பொருள், வணிகதளம் பராமபரிப்பு, வினியோக செலவு போன்றவற்றிற்கு அதிக அளவில் முதலீடு செய்ய வேண்டியுள்ளது.
2. சிறிய நிறுவனத்திற்கு பொருந்தாது: மிக தொலைவில் உள்ள வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருள்/ சேவைகளை வழங்க சிறிய நிறுவனங்களுக்கு மின் சந்தைப்படுத்தல் பொருந்தாது.
3. தகவல்களை புதுப்பித்தல் : இன்றைய சூழலில் வாடிக்கையாளர்களின் எண்ணிக்கை தொடர்ந்து அதிகரித்துக் கொண்டிருக்கிறது. இதற்கு ஏற்ப நிறுவனங்கள் இணைய தளத்தில் போதிய விவரங்களை புதுப்பிக்கின்றன. தகவல்களை அவ்வப்பொழுது புதுப்பிப்பது மிகவும் கடினமான ஒன்றாகும்.
4. பாதுகாப்பு இல்லாமை: பெரும்பாலும், நுகர்வோர் தங்களது கடன் அட்டையை பயன்படுத்தி மின் இணையம் மூலம் பொருகளை / சேவையை பெற தயங்குகின்றனர். தங்களது கடன் அட்டையின் இரகசிய குறியீட்டு எண்கள் தவறாக பயன்படுத்தி பலவகையான மோசடிகளை செய்ய மின் இணைய சந்தைப்படுத்துதலின் அதிக வாய்ப்பு இருப்பதாக நுகர்வோர் அஞ்சுகின்றனர்.

(v) மின்சந்தைப்படுத்தலுக்கும் பாரம்பரிய சந்தைப்படுத்தலுக்கு உள்ள வேறுபாடு (E–Market v/s Traditional Market)

மின் சந்தைப்படுத்துதல் E–Marketing	பாரம்பரிய சந்தைப்படுத்துதல் Traditional Marketing
பொருள்கள் / சேவைகளை மிக விரைவாக குறைந்த செலவில் மேம்படுத்த முடியும்	இம்முறையில் மிக தாமதமாகவும் அதிக செலவிலும் மட்டும் பொருள், சேவையை மேம்படுத்த முடியும்.
உலக அளவில் மிக விரைவில் மிக எளிதாக பொருள்களை மேம்படுத்தி சந்தையிட முடியும்	இம்முறையில் அவ்வளவு எளிதாக உலகளவில் பொருள்களை மேம்படுத்த முடியாது காலமும் செலவும் அதிகமாகும்.
வணிக நிறுவனங்கள் மிக குறைந்தளவு மனித வளத்துடன் தொழிலை விரிவுப்படுத்தலாம்.	இம்முறையில் தொழிலை விரிவுப்படுத்த அதிக மனித வளம் தேவைப்படுகிறது.
இம்முறையில் ஆண்டு முழுவதும் வார 7 நாட்கள் 24 மணி நேரமும் குறைந்த மனித சக்தியுடன் சந்தையிட முடியும்.	இம்முறையில் ஆண்டு முழுவதும் 7 நாட்களிலும 24 மணி நேரமும் சந்தையிடுவது இயலாத காரியம்.

15.03 வலைத்தள சந்தையிடல் (E–Tailing)

வலைத்தள கடை அல்லது மெய்நிகர் கடையின் மூலம் இறுதி நுகர்வோருக்கு மின் இணையம் வழியாக பொருள் அல்லது சேவைகளை பராமரித்தல் செய்வதை வலைதள கடை என்கிறோம். பாரம்பரிய கடையில் பொருள்களை கவர்ச்சிகராமாக பார்வைக்கு வைப்பதைபோல் வலைதளத்திலும் பொருள்களின் அட்டைப் படங்களை வாடிக்கையாளர்களை கவர்ந்திருக்கும் வகையில் காட்சிப்படுத்தப்படுகிறது.

பொருள்களின் தன்மைகளையும் அதன் பயன்களையும் விளங்கும் வகையில் காட்சிப்படுத்தி பலவயைான சலுகைகளை அளித்து வாடிக்கையாளர்களை கவர்ந்திழுத்து வாங்க தூண்டும் வகையில் பொருள்களை வலைத்தளங்களின் காட்சிப்படுத்தப்படுகின்றன. வளைத்தலங்களின் கூறப்பட்டுள்ள வகையில் வாடிக்கையாளர்கள் கடன் அட்டை அல்லது பிற முறைகளில் பணம் செலுத்தி பொருள்களை வாங்கலாம். வாடிக்கையாளர்கள் கொரியர் சேவையின் மூலம் அவர்களின் விருப்பமான முகவரியில் பொருள்களை பெற்றக்கொள்ளலாம்.

வலைத்தளக்கடை ஒரு நுகர்வோருக்கும் வணிக கடைக்கும் நேரடி வணிக முறையாகும் மின் வர்த்தக கடையை ஆன்லைன் கடை எனவும் அழைக்கலாம்.

15.04 பசுமை சந்தைப்படுத்தல் (Green Marketing)

சுற்று சூழலுக்கு எவ்வித தீங்கு விளைவிக்காமல் சுற்றுப்புற சூழலைக்கு பாதுகாப்பாக சந்தைப்படுத்துவதை பசுமை சந்தைப்படுத்துதல் எனலாம். நுகர்வோர்களின் தேவை மற்றும் விருப்பத்தை நிறைவேற்றும் வகையில் பொருள்கள் மற்றும் சேவைகளை உருவாக்கி, மேம்படுத்தி, தரமான, செயல் திறன்மிக்க பொருள்களை, மலிவு விலையில் பொருள்களை சுற்று சூழலுக்கு எவ்வித பாதிப்பும் ஏற்படுத்தாத வகையில் உற்பத்தி செய்து சந்தைப்படுத்துவதை பசுமை சந்தைப்படுத்தல் எனலாம். உலக வெப்பமயமாக்கள், மக்காத கழிவுகளின் தீங்குகள், ஆபத்தான விளைவுகளை உருவாக்கும் மாசுபடுத்துதல் போன்றவை பற்றிய விழிப்புணர்வுடன் கூடிய சுற்றுப்புற பாதிப்பில்லாத சந்தைப்படுத்தலை குறிக்கும். பசுமை சந்தைப்படுத்தல், சுற்றுச்சூழல் சந்தைப்படுத்தல், சுழல் நட்பு சந்தைப்படுத்தல் என பல்வேறு வேறுபட்ட பெயர்களில் அழைக்கப்படுகின்றன. இன்றைய காலத்தில் சுற்றுப்புற சூழலை பாதிக்கும் நிறுவனங்கள் சூழலை பாதுக்காக்கும் நிறுவனங்கள் எவை என நுகர்வோர்கள் அடையாளம் காண தொடங்கியுள்ளனர்.

15.05 சமூக சந்தைப்படுத்தல் (Social Marketing)

சந்தைப்படுத்தலில் ஒரு புதிய அனுமான அறிமுகம்தான் சமூக சந்தைப்படுத்தல் ஆகும். சமூக நலனை உறுதிப்படுத்தும் வகையில் சமூகத்தின் குறிப்பிட்ட பழக்கவழங்கங்களையும் நோக்கங்களையும் வெளிப்படுத்தும் வகையில் பொருள்களை சந்தைப்படுத்தும் முறையை சமூக சந்தைப்படுத்தல் எனலாம்.

பொது இடங்களில் புகைபிடிக்க கூடாது, குறிப்பிட்ட வேக வரம்பிற்குள் காரை ஓட்டுங்கள், சீட் பெல்ட்டை அணியுங்கள், தலைக்கவசம் அணியுங்கள் போன்ற பலவாசகத்துடன் பொருள்களை சந்தைப்படுத்துதல் போன்றவை சமூக சந்தைப்படுத்துவதற்கு எடுத்துக்காட்டாக கூறலாம். சமூக சந்தைப்படுத்துதலின் முக்கிய நோக்கம் சமூக நலனை பாதுகாப்பதோ ஆகும், புகையிலை, மதுபொருள்களை பயன்படுத்தல், சுற்றுப்புறம் மாசுப்படுத்துதல், வரதட்சணை, பெண் குழந்தை பாதுகாப்பு, சாலை பாதுகாப்பு மற்றும் நெழிலி (பிளாஸ்டிக்) பைகள் உபயோகம் போன்றவற்றிற்கு எதிர்க்கும் நோக்கத்திலும். சமூகம் விரும்பத்தக்க மற்றும், உடல் நலனை பாதுகாக்கும் பொருள்களை சந்தையிடுவதை சமூக சந்தைப்படுத்துதலை குறிக்கும். சமூகத்திற்கு தீங்கு விளைவிக்கும் அல்லது பாதிக்கும் காரணிகளை நீக்கி தரமான வாழ்க்கை தரத்தை உயர்த்தவும் இச் சந்தைப்படுத்துதலின் முக்கிய நோக்கமாகும்.

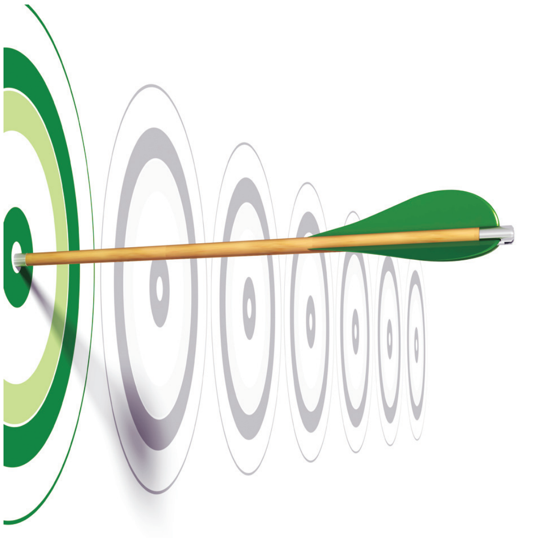
15.06 கிராமப்புற சந்தைப்படுத்துதல் (Rural Marketing)

கிராமப்புற நுகர்வோர்களின் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் நிறைவேற்றி அவர்களின் மனநிறைவை பெறும் வகையில் கிராமப்புற நுகர்வோர்களுக்கு தேவைப்டும் பொருள்கள் மற்றும் சேவைகளை உருவாக்கி, விலையை நிர்ணயித்து, விற்பனை மேம்பாடுகளை செய்து பகிர்ந்தளிக்கும் செயல்முறைகளின் தொகுப்பே கிராமப்புற சந்தையிடுதல் ஆகும். கிராமப்புற சந்தையிடுதலின் முக்கிய நோக்கமே அதிகளவில் பயன்படுத்தாமலுள்ள கிராமப்புற வளங்களையும், மேம்பாடுகளையும், உள் கட்டமைப்புகளையும் வெளிக்கொண்டுவருவதோ ஆகும். பொருள்களை உற்பத்தி செய்ய அல்லது நுகர்வு செய்ய தேவையான பல்வேறு உள்ளீட்டு பொருள்களும், நகர்புற நுகர்வோருக்கு தேவையான பொருள்களை வெளியீடு செய்வதும் கிரமப்புற சந்தையின் பணியாகும்.

விவசாய உள்ளீட்டுப் பொருள்கள் மற்றும் விரைவு நுகர்வு பொருள்களான சோப்பு, அழகு சாதனப் பொருள்கள், ஆடைகள், துணிமணிகள் மற்றும் பல பொருள்களை நகர்புறத்திலிருந்து கிராமப் புறத்துக்குள் வரும் பொருள்களில் அடங்கும். விவசாய விளைபொருள்களான அரிசி, கோதுமை, சக்கரை, பருத்தி போன்ற பொருள்கள் கிராமப்புறத்திலிருந்து நகர்புறத்திற்குள் வரும் பொருள்களின் அடங்கும். சிலவகையான பொருள்கள் கிராமபுற எல்லைக்குள் உற்பத்தியாகி அங்கேயே நுகரப்படுவதும் உண்டு. எனவே கிராமபுற சந்தையிடுகை இருவழி சந்தையிடுகை வகையை சார்ந்தது.

15.07 சேவை சந்தையிடுதல் Service Marketing

இது சந்தையிடுதலின் ஓர் சிறப்பு பிரிவு ஆகும். இது ஒரு சேவை அல்லது பயனை ஒருவர் மற்றவருக்கு அளிப்பதை குறிக்கும். சேவை என்பது கண்ணுக்கு புலப்படாத ஒன்றாகும். சேவை சந்தையிடுதல் என்பது, தகவல்தொழில் நுட்பம், வங்கிக் காப்பீடு, சுகாதாரம், சுற்றுலா, சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு, பழுதுபார்ப்பு போன்ற சேவைப்பொருள்களை பரிவர்த்தனை செய்துக் கொள்ளுவதை குறிக்கும்.



15.08 பண்டகச்சந்தை

இச்சந்தையிடுதல் முறையில் சந்தையிடும் பொருள்கள் பெரும்பாலும் காண முடியாதவையாகும் சேவை அளிப்பவரிடமிருந்து பிரிக்க முடியாதவனவையாக இருக்கும். சேவை அளிப்பவர் எவ்வித இடைத்தரகர்ளும் இல்லாமல் நேரடியாக பெறுபவருக்கு அளிக்கப்படும். சேவைப் பொருள்கள் விரைவில் அழியக்கூடிய நிலைத்ததன்மையற்றதாக இருக்கும். சேவையின் தன்மை சேவை அளிப்பவரின் மனநிலையைப் பொறுத்து மாறிக் கோண்டே இருக்கும். இந்த சந்தையில் வினியோகிக்கும் சேவைப் பொருள்களை சந்தையிட பல்வேறு உத்திகள் கையாளப்படுகிறது.

15.09 தனியிடச்சந்தை (Niche Marketing)

போட்டியாளர்களால் அடையாளம் காணப்படாத ஒரு வரையறுக்கப்பட்ட வகுப்பு/பிரிவு மக்களை அடையாளம் கண்டு அந்த வாடிக்கையாளரின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய தேவையான அனைத்து சந்தையிடுதல் முயற்சிகளை செய்வதே தனியிடச்சந்தை (Niche Marketing) குறிக்கும். ஒரு பெரிய குளத்தில் ஒரு சிறிய மீனாக இருப்பதற்கு பதிலாக ஒரு சிறிய குளத்தில் ஒரு பெரிய மீனாக இருப்பது போல, ஒரு குறிப்பிட்ட வரையறுக்கப்பட்ட வாடிக்கையாளரின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும் சந்தையை இவ்வாறு அழைக்கிறோம். அனைத்து வசதிகளுடன் உரிய திரையரங்குகள் (இதன் டிக்கெட் விலை மற்ற திரையரங்கை போல் அல்லாமல் 5 அல்லது 6 மடங்கு அதிகமாக இருக்கும்).

ஸ்டார் போர்ட்ஸ், ஈஎஸ்பின், ஸ்டார் கிரிகெட் போன்ற விளையாட்டு சேனல்கள் வெறும் விளையாட்டு வெறும் விளையாட்டு நிகழ்வுகளுக்கு மட்டும் உருவானவை. இவை விளையாட்டு ஆர்வர்களின் தேவையை மட்டும் பூர்த்தி செய்கின்றன.

15.10 வைரல் [பரவும்] சந்தையிடுதல் (Viral Marketing)

சந்தையிடுதலின் மற்றொரு உத்திதான் வைரல் [பரப்பு] சந்தையிடுதல். இம்முயையில் ஒரு நபர் சந்தை (அ) பொருள்பற்றிய விவரங்களை மற்றவருக்கு அனுப்புவார். அச்செய்தி தொற்றுக்கிருமி பரவுவதைப்போல் ஒருவரிடமிருந்து பல நபர்களுக்கு மிகவிரைவாக பரவி ஒரு பொருள் அல்லது பிராண்டுக்காண விற்பனை அதிகரிக்கும் வகையில் சந்தையிடும் முறையை வைரல் [பரப்பு] சந்தையிடுதல் என்கிறோம். செய்தி அளிப்பவர் (Messenger) மற்றும் சந்தையின் சூழல் ஆகியவை தவிர்க்க முடியாத முக்கிய காரணியாக இருந்து தொலைதூரத்தில் பரவியுள்ள வாடிக்கையாளருக்கு செய்தி அனுப்பப்படுகிறது. மைக்ரோசாப்ட் நிறுவனத்திற்கு சொந்தமான ஹாட்மெயில் நிறுவனம் ஆரம்பத்தில் விளம்பரத்தின் மூலம் செய்திகளை பரப்பும் சேவையை தொடங்கியது. சமீபகாலத்தில், நகரும் திரைப்படத்தை, ஆச்சரியமான அல்லது கண்கவர் வீடியோக்களை யூடியுப்பில் உருவாக்கி, முகநூல், டிவிட்டர் மற்றும் இதரமுறைகள் மூலம் பரப்புவதை சிறந்த எடுத்துக்காட்டாக கூறலாம்.

15.11. பதுங்கியிருந்து [மறைமுக] [அம்புஷ்] சந்தையிடுதல் (Ambush Marketing)

சந்தையிடுதல் முறையில் புதிய நுட்பமாக, அம்புஷ் (பதுங்கியிருந்து) சந்தையிடுதலை கூறலாம். இம்முறையில் ஒரு நிகழ்ச்சிக்கு எவ்வித நிதியுதவியும் செய்யாமல் வாடிக்கையாளரின் மனதில் பதியும் வகையில் விளம்பரத்தாரர்களுடன் இணைந்து தங்களுடைய பொருளுக்கும் இரகசிய வழியில் விளம்பரப்படுத்திக் கொள்ளும் நுட்பத்தை அம்புஷ் (பதுங்கியிருந்து) சந்தையிடுதல் என்கிறோம். சுருக்க கூறின் மாற்று வழியில் ஒரு பொருள் அல்லது பிராண்டுக்கான சிறப்பை உருவாக்குவதை அம்புஷ் சந்தையிடுதல் எனலாம். எடுத்துக்காட்டாக எக்ஸ் என்பவர் ஒரு கால் பந்து போட்டிக்கு நிதியுதவி செய்து போட்டியை நடத்துகிறார் அப்பொழுது கூட்டததில் ஒய் நிறுவனத்தின் அடையாள சின்னம் பதித்த மேல் சட்டையை அணிந்துக் கொண்டு பலர் அமர்ந்திருப்பதை அடிக்கடி கேமராமூலம் காட்டப்படுவதன் வழியாக ஒய் நிறுவனம் தனது பொருளை விளம்பரப் படுத்திக்கொள்கிறது. இந்த நிகழ்ச்சிக்கு ஒய் நிறுவனம் எவ்வித நிதியுதவியும் செய்யவில்லை. இவ்வாறு மறைமுகமாக விளம்பரபடுத்தி பொருள் அல்லது சேவைக்கான விற்பனையை அதிகரித்துக் கொள்வதை அம்புஷ்(பதுங்கியிருந்து) சந்தையிடுதல் என்கிறோம். இம்முறை சந்தையிடுதலின் மூலம் மிக பெரிய நிறுவனங்கள் பல முக்கிய நிகழ்வுகளில் தங்களது விற்பனையை பெருக்கி கொள்கின்றன.

15.12 கொரில்லா சந்தையிடுதல் (Guerrilla Marketing)

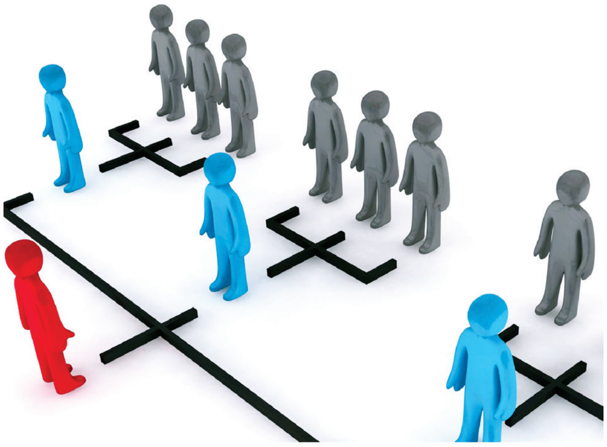
வரவு, செலவு திட்டத்தில் சந்தையிடுவதற்காக அதிகளவு நிதியை ஒதுக்குவதைவிட நேரம், ஆற்றல் மற்றும் கற்பனையின் மூலம் வழக்கத்திற்கு மாறான முறையை கையாண்டு வாடிக்கையாளரின் கவனத்தை ஈர்த்து பொருள் அல்லது சேவைப்பற்றிய தகவல்களை அளித்து விற்பனையை பெருக்கும் முறையை கொரில்லா சந்தையிடுதல் என்கிறோம். பொது மக்கள் அதிகமாக கூடும் இடங்களான, சந்தை, பெரிய விற்பனை கூடங்கள், பூங்கா மற்றும் கடற்கரை போன்ற இடங்களில் திடீர் என குறிப்பிட்ட நிறுவனத்தின் அடைளாம் கொண்ட ஆடையை அணிந்தக்கொண்டு தோன்றி வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஆச்சரியத்தை அளித்து பிரமிக்க செய்து (அ) ஒரு பொருளின் தர அடையாளத்தை அவர்களின் மனதில் பதிய செய்யும் முறையை கொரில்லா சந்தையிடுதல் எனலாம். விற்பனையை அதிகரிக்கும், பெரிய அளவில் விளம்பரம் தர இயலாத சிறியளவு, நிறுவனங்களுக்கு இம்முறை விளம்பர உத்தி மிகவும் ஏற்றது.

15.13 பல்நோக்கு அளவு சந்தையிடுதல் (Multilevel Marketing)

இவ்வகை சந்தையிடுதல் ஒரு நேரடி சந்தையிடுதல் வகையை சார்ந்தது. இம்முறையில் ஒரு மொத்த வியாபாரி அல்லது விநியோகஸ்த்தரை நிறுவனம் முதலில் நிர்ணயிக்கும் பின்னர் விநியோகஸ்தர்கள் அவர்களின் கீழ் பல விநியோகஸ்தர்களை நிர்ணயிப்பர் இவ்வாறு ஒவ்வொரு விநியோகஸ்தர்களும் அவர்களின் கீழ் பல விநியோகஸ்தர்களை அமர்த்தி விற்பனையை பெருக்கும் முறையையே பல்நோக்குளவு [மல்ட்டி] சந்தையிடுதல் என்கிறோம். இவ்வாறு அமர்த்தப்படுவார்கள் கீழ்நிலையர் அல்லது கீழ்நிலை விநியோகஸ்தர்கள் என அழைக்கப்படுகின்றனர்.

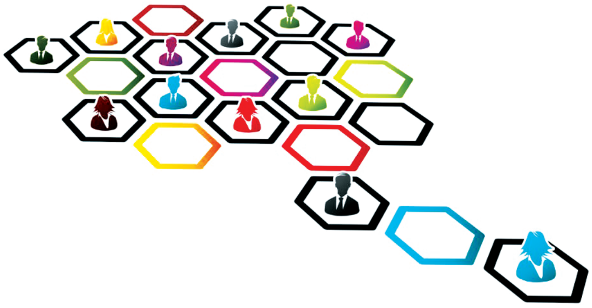
இம்முறையில் ஒவ்வொரு விற்பனையாளர்களும் தாங்கள் செய்த விற்பனைக்கு மட்டுமில்லாமல் அவர்களின் கீழ் பணியாற்றும் விற்பனையாளர்கள் செய்யும் விற்பனைக்கும் சேர்த்து விற்பனை கழிவை பெறுவார்கள். இம்முறையில் விற்பனையாளர்கள் சொல் வழி அல்லது வாய் வழி தொடர்பு அல்லது உறவு வழி பரிந்துரையின் மூலம் பொருட்களை சந்தையிடுதலைக் குறிக்கிறது. இவ்வழியில் விற்பனையாளர் அல்லது விநியோகஸ்தர்கள் மட்டும் விற்பனை செய்யாமல் அவர்களுடன் இணைத்து மற்றவர்களையும் விற்பனை செய்ய தூண்டுவார்கள்.

இம்முறை சந்தையிடுதலுக்கு சிறந்த எடுத்துக்காட்டாக டப்பர்வேர் மற்றும் ஆம்வே நிறுவனங்களில் விற்பனைமுறையை கூறலாம். A என்பவர் B க்கு விற்பனை செய்கிறார் B என்பவனால் Cக்கு விற்பனை செய்கிறார். C, Dக்கும D,Eக்கும் விற்பனை செய்கிறார் இவ்வாறு செய்யப்படும் அனைத்து விற்பனையில் Aவுக்கு விற்பனை கழிவு உண்டு.



15.14 பரிந்துரை சந்தையிடுதல் (Referral Marketing)

வழக்கமாக பொருள்களை பற்றி விளம்பரம் செய்யாமல் ஒரு நிறுவனத்திற்குரிய ஏற்கனவோ உள்ள வாடிக்கையாளர்கள் மூலம் பொருள்களின் தன்மை மற்று சிறப்பை பற்றி மற்றவர்களுக்கு பரிந்துரை செய்ய தூண்டி விற்பனை அதிகரிக்கும் முறையை பரிந்துரை சந்தையிடுதல் எனலாம். ஒரு பொருள் (அ) சேவையைப் பற்றி ஒருவர் மற்றவருக்கு பரிந்துரை செய்வதை பரிந்துரை சந்தையிடுதல் என்கிறோம்.



15.15 உள்ளடக்க சந்தையிடுதல் (Content Marketing)

இம்முறையில் பொருள்கள் (அ) சேவைகளை விற்பனை செய்யாமல் அதனைப்பற்றிய செய்தி தகவல்களை நுகர்வோருக்கு தெரிவிக்கும் கலையை உள்ளடக்க சந்தையிடுதல் என்கிறோம். இவ்வாறு பொருள்/சேவை பற்றிய தகவல்களை அளிக்கும் நிறுவனத்தை குறுக்கீடுயில்லா சந்தையிடுதல் எனவும் அழைக்கப்படுகிறது. பொருள்/சேவைப்பற்றிய ஆர்வத்தை தூண்டும் வகையிலும் பொருள்கள் மீதான விசுவாசத்தை அதிகரிக்கும் வகையில் இலக்கு வாடிக்கையாளரிடம் பொருள் பற்றிய தகவல்களை முன்நிலைப்படுத்தும் முறையை உள்ளடக்க அல்லது திருப்தியடைந்த சந்தையிடுதல் என்கிறோம்.

கலைச்சொற்கள்

மின்னணு விற்பனை	வலைத்தள கடை
பசுமை சந்தைப்படுத்தல்	சமூக சந்தைப்படுத்தல்
கிராமப்புற சந்தைப்படுத்துதல்	சேவை சந்தையிடுதல்
பரவும் சந்தையிடுதல்	பதுங்கியிருந்து சந்தை
கொரில்லா சந்தையிடுதல்	பரிந்துரை சந்தையிடுதல்

சுய சிந்தனைக்கு (பசுமை செயல்முறைகள்) (Green Practices)

1. குடும்ப உறுப்பினர்கள், நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களை மீண்டும் மீண்டும் பயன்படுத்தும் ஏதுவாக கண்ணாடி மக், அலுமினியம் மற்றும் எவர்சில்வர் மக்குகளை பயன்படுத்த வலியுறுத்துங்கள். ஒரு முறை பயன்படுத்தி விட்டு விட்டெறியும் பொருட்களை பயன்படுத்தக் கூடாது என அறிவுறுத்துங்கள்.
2. சுற்றுச் சூழலுக்கு பாதிப்பு செய்யாத அல்லது குறைந்தளவு பாதிக்கும் பொருட்களை பயன்படுத்துங்கள்.
3. மீண்டும் மீண்டும் இங்க் ஊற்றி எழுதக் கூடிய பேனாக்களை பயன்படுத்துங்கள்.
4. பேப்பர்களை இரண்டு பக்கத்திலும் அச்சிடுவதன் மூலம் பேப்பர் உபயோகிப்பதை குறைத்தல்.
5. வீடு மற்றும் ஆள் இல்லாத நேரம் மற்றும் இடத்தில் மின்விளக்கு, மின்விசிறியை நிறுத்தி வைத்தல் மேலும் CFL மற்றும் LED விளக்குகளை பயன்படுத்துதல் மூலம் மின்சாரத்தை குறைத்தல்.

பள்ளி வளாகத்தில் நீர் பயன்பாட்டு அளவை குறைக்கும் முறைகள்

சொட்டு நீர் பாசனமுறையை பயன்படுத்தல், கழிவறை மற்றும் கை கழிவும் இடங்களில் சிறு துளைகள் மூலம் நீர் தூறல் தெளிப்பான்களை பொருத்து நீர் உபயோகத்தை குறைக்கலாம்

பூமிக்கு எவ்வித தீங்கும் விளைவிக்காமல் தோழமையுடன் கூடிய சுத்தமான டீசல், பயன்படுத்தி இயக்கும் வாகனங்களை டொயோட்டா மற்றும் வோக்ஸ்வான், மெர்சிடிஸ் பென்ஸ் நிறுவனங்கள் விற்பனை செய்து வருகின்றன.

பயிற்சி

9P7H8

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. இணையம் மூலம் பொருட்கள் (அ) சேவைகளை விற்பனை செய்யும் முறையை என்கிறோம்.

அ) பசுமை சந்தையிடுதல் ஆ) மின் சந்தையிடுதல்

இ) சமூக சந்தையிடுதல் ஈ) மெட்டா சந்தையிடுதல்

2. இணையத்திற்கு நுழைவு வாயில் என்பது

அ) போர்டல் ஆ) சிபியு

இ) மோடம் ஈ) வெப்நராங்

3. சமூக சந்தைப்படுத்துதல் என்பது _________ யுடன் தொடர்புடையது

அ) சமூகம் ஆ) சமூக வகுப்பு

இ) சமூகமாற்றம் ஈ) சமூக தீமை

4. சமூக ஊடக சந்தைப்படுத்துதலை சிறப்பாக செயல்படுத்துவது _________ மாற்றுவிகிதத்தை அதிகரிக்கும்.

அ) வாடிக்கையாளரிலிருந்து வாங்குபவராக

ஆ) சில்லறை வியாபாரிலிருந்து வாடிக்கையாளராக

இ) வாங்குபவரிலிருந்து மற்று ஒரு வாங்குபராக

ஈ) சந்தையாளருக்கு நேரடி தொடர்பு

5. தூய சில்லறை விற்பனையாளர் _________ என அழைக்கப்படுவர்

அ) சந்தை உருவாக்குநர்கள்

ஆ) நடவடிக்கை தரகர்கள்

இ) வியாபாரிகள்

ஈ) முகவர்கள்

விடைகள் :

1	ஆ	2	இ	3	ஆ	4	அ	5	ஆ

II. குறு வினாக்கள்:

1. சேவை சந்தையிடுதல் என்றால் என்ன?
2. பசுமை சந்தையிடுதல் என்றால் என்ன?
3. மறைமுக சந்தையிடுதல் என்றால் என்ன?
4. சமூக சந்தையிடுகை என்றால் என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. மின் சந்தையிடுதலின் நன்மைகளை விவரி.
2. மின் சந்தையிடுதலின் நோக்கங்கள் யாவை? (ஏதேனும் 3)
3. தனியிடச்சந்தை பற்றி விளக்குக.

IV. பெருவினாக்கள்:

1. பாரம்பரிய சந்தையிடுகை எவ்வாறு மின்சந்தையிலிருந்து வேறுபடுகிறது – விளக்குக.
2. நவீன சந்தையிடுதலில் ஏதேனும் இரண்டு முறைகளை விளக்குக..

குறிப்பு நூல்கள்

1. Essentials of Marketing –Dr.K.Sundar – Vijay Nicole publication

2. Modern Marketing Principles and Practices– by Pillai R.S.N. and Bagavathi – S.Chand publication.

அலகு 6

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு
CONSUMER PROTECTION

16
அத்தியாயம்

நுகர்வோரியல்
CONSUMERISM

அழக்கொண்ட எல்லாம் அழப்போம் இழப்பினும்
பிற்பயக்கும் நற்பா லவை.

–குறள் 659

ERU78

பொருள் :

பிறர் வருந்துமாறு செய்து பெற்ற பொருள் எல்லாம் பெற்றவன் வருந்துமாறு செய்து போய்விடும், நல்வழியில் வந்தவை இழக்கப்பட்டாலும் பிறகு பயன் தரும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- நுகர்வோர் சுரண்டப்படல்
- நுகர்வோரியலின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் .
- நுகர்வோர் இயக்கங்களின் பரிணாம வளர்ச்சி
- நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986 ஆகியவற்றை அறிந்து கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

16.01. நுகர்வோர்
16.02. நுகர்வோர் சுரண்டப்படல்
16.03. நுகர்வோரியல் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
16.04. நுகர்வோரியலின் முக்கியத்துவம்.
16.05. நுகர்வோரியலின் தோற்றம், பரிணாமம் மற்றும் வளர்ச்சி
16.06. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு
16.07. நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் தேவை
16.08. நுகர்வோர் சட்டங்கள்
16.09. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986
16.10. வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு வாங்குவோர்விழித்திரு கோட்பாடு
16.11. விற்பனையாளர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு தத்துவம்

தொழிற்புரட்சிக்கு முந்தைய காலங்களில் சமுதாய மக்களின் வாழ்வியல் அமைப்பு வெளித் தொடர்பு இன்மையின் காரணமாக அவர்களின் தேவை மிகக் குறைவாகவே இருந்தது. பெரும்பாண்மையான மக்கள் கிராமப்புறங்களிலேயே வசித்து வந்தனர், அவர்களுக்குத் தேவையான பொருட்களின் கணிசமான பகுதியை விவசாயிகள் உற்பத்தி செய்தனர். வணிகம் சிறிய அளவிலேயே நடைபெற்றுவந்தது. விவசாயத்தில் உற்பத்தி செய்ய முடியாத பொருட்களை மட்டுமே உற்பத்தியாளர்கள் உற்பத்தி செய்தனர். நாடு தொழில்மயமாக்கப்பட்டபோது, சமுதாயம் பன்முகப்படுத்தப்பட்டபோது மேம்படுத்தப்பட்ட தொழில் நுட்பத்தின் மூலம் மூலப்பொருட்கள் தங்களது இயல்புகளை மாற்றிக் கொண்டன. புதிய பொருட்கள் தோற்றம் பெற்றன. நுகர்வோரின் வியாபாரச் சார்புத் தன்மை அதிகரித்தது. நுகர்வோர் சார்புத்தன்மை மற்றும் வணிகப் பொறுப்புணர்வு ஆகியவை இரண்டும் ஒரு நாணயத்தின் இருபக்கங்களைப் போன்றது. உற்பத்தியாளர், நுகர்வோர் மற்றும் அரசாங்கம் ஆகியவை வணிகத்தின் மூன்று முக்கியக் கூறுகள் ஆகும். வணிக உலகில் அதிக சுரண்டலுக்கு உள்ளாவது நுகர்வோர்கள் ஆவர். இந்த அத்தியாயம் நுகர்வோர் சுரண்டப்படுவது பற்றியும், நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குறித்தும் விவரிக்கிறது.

16.01. நுகர்வோர்

உற்பத்தியாளரிடமிருந்து அல்லது விற்பனையாளரிடமிருந்து பொருட்களை வாங்குவோர் அல்லது பிறரால் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு, விற்கப்படும் பொருட்களை பயன்படுத்துபவரே நுகர்வோர் ஆவார். வங்கிகள் போக்குவரத்து நிறுவனங்கள், காப்பீட்டு

12th Commerce Tamil Unit 6.indd 124 19/12/2022 14:47:37

www.tnschoolbooks.in

நிறுவனங்கள் போன்றவை வழங்கும் சேவைகளை ஏற்பவரும் நுகர்வோர் என்றே அழைக்கப்படுகிறார். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதனால் காற்று, நீர், நிலம் போன்றவற்றால் தோற்றுவிக்கப்பட்ட அல்லது நிறுவனங்களால் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்களை வாங்குவோர் மற்றும் அரசு அல்லது நிறுவனங்கள், மருத்துவமனைகள், கல்வி நிறுவனங்களால் வழங்கப்படும் சேவைகளை பயன்படுத்தும் தனிநபரே நுகர்வோர் ஆவார்.

இந்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986ன் படி நுகர்வோர் என்பதன் பொருள்.

முழுமையாக அல்லது பகுதியாக மறு பயன் செலுத்தி பொருட்களை அல்லது சேவைகளை வாங்கும் நபர் நுகர்வோர் என அழைக்கப்படுகிறார்.

மறுவிற்பனை செய்வதற்கோ அல்லது வணிக நோக்கத்திற்காகவோ பொருட்களை வாங்குபவர் நுகர்வோராகக் கருதப்படமாட்டார். ஆயினும் சுயவேலைவாய்ப்பின் மூலம் தனது வாழ்வாதாரத்திற்கு பொருள் ஈட்டும் நோக்கிற்காக மட்டுமே ஒரு நபர் பொருட்களை வாங்கி இருந்தால் அவர் நுகர்வோராகக் கருதப்படுவார்.

கருத்தியல் அடிப்படையில் அனைத்து வணிக நிறுவனங்களும் நுகர்வோர் திருப்தியையே தங்களின் முதன்மை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. நுகர்வோரே வணிக உலகின் மன்னராகக் கருதப்படுகிறார். நுகர்வோருக்குச் சேவைகளை அளித்து அவர்களை திருப்திப்படுத்துவதையே வணிகர்கள் தங்களின் முதன்மை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளனர். சுதந்திரமான பொருளாதாரத்தில் நுகர்வோர் மையப்புள்ளியாகத் திகழ்ந்தாலும், அவர்களின் தகுதியை எப்பொழுதும் நுகர்வோர்கள் பெறுவதில்லை. உண்மையில் நுகர்வோர் பலவழிகளிலும் ஏமாற்றப்பட்டு சுரண்டப்படுகிறார்கள். நடைமுறை உலக வாழ்வில் நுகர்வோர் இந்திய இறையாண்மையின்படி சுதந்திரமாக இல்லாமல் அடிமை என்ற நிலையிலேயே உள்ளனர்.

நுகர்வோர் தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பெற்று அதன் மூலம் தங்களது தேவைகளை நிறைவேற்றிக் கொள்வதே நுகர்வோரின் இயல்பான, சட்டப்பூர்வமான ஆர்வம் மற்றும் எதிர்பார்ப்பாக உள்ளது. நுகர்வோர் நலன் அல்லது நுகர்வோர் நலவாழ்வு இதன்மூலமே அமையும். ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளரும் தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் அவற்றின் தரம், அளவு, விலை, உரிய காலத்தில் கிடைக்கும் தன்மை போன்றவை குறித்த உண்மையான சரியான தகவல்களை அறிய முடியாத கவலை அவர்கள் உயிர்பிரிந்து மண்ணோடு மண்ணாகப் போகும் வரை தீர்க்கப்படாமலே போகிறது.

16.02. நுகர்வோர் சுரண்டப்படுதல்

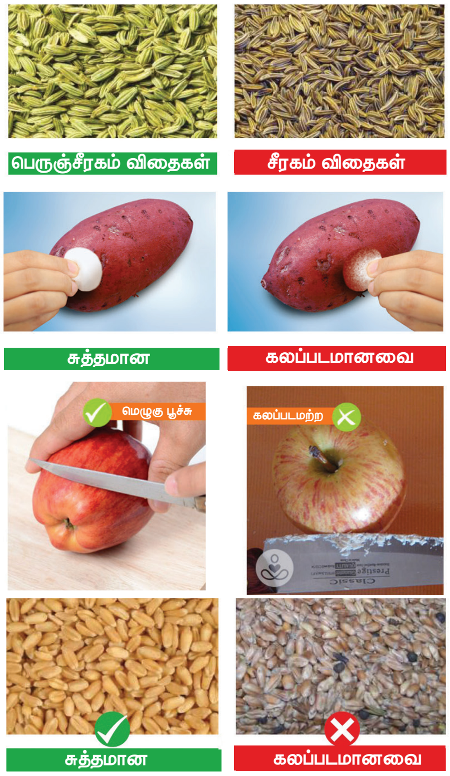
நுகர்வோர் பின்வரும் பல வழிகளில் சுரண்டப்படுகிறார்கள்.

1. அதிக விலைக்கு விற்றல் (Selling at Higher Price)

விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சேவைகளை அளிப்பவர்கள் தாங்கள் வழங்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு அதன் தரத்திற்கு ஈடான விலையைக் காட்டிலும் கூடுதலான விலையை அளிப்பதற்கு பல்வேறு தருணங்களில் நிர்ப்பந்திக்கப்படுகிறார்கள். பொருட்களை விற்பனை செய்பவர்களிடம் போதுமான அளவு சரக்கிருப்பு இருந்த போதிலும் பொருள்களின் விலையை அதிகரித்து கொள்ளை லாபம் ஈட்டும் நோக்கில் செயற்கையான பற்றாக்குறையை உருவாக்கி அதன் மூலம் பொருட்களை அதிக விலைக்கு விற்பனை செய்கின்றனர். இதன் விளைவாக நுகர்வோர் தங்களுக்குத் தேவையான பொருட்களை கள்ள சந்தையில் கூடுதலான விலை கொடுத்து வாங்க வேண்டிய கட்டாயத்திற்க்கு தள்ளப்படுகிறார்கள்.

2.கலப்படம் (Adulteration)

கலப்படம் என்பது உணவுப்பொருட்களில் விரும்பத்தகாத பதிலிப்பொருட்களைச் சேர்ப்பதாகும். கலப்படப் பொருட்களை வாங்கிப் பயன்படுத்தும் நுகர்வோருக்கு உடல்ரீதியாகவும், பணரீதியாகவும் கடுமையான இழப்புகள் ஏற்படுகிறது. ஒரு சாதாரணமான, நியாயமான, விவேகமுள்ள வணிகர் தனது வணிகத்தின் மூலம் நியாயமான இலாபத்தை நேர்மையான முறையில் ஈட்ட விரும்புவார். ஆனால் கொள்ளை லாபம் ஈட்டவேண்டும் என்ற பேராசை பிடித்த வணிகர் பொருட்களில் கலப்படம் செய்து அதன்மூலம் தனது நோக்கத்தை நிறைவேற்றிக் கொள்கிறார். பொதுவாக உணவுப் பொருட்களில் கலப்படம் என்பது சாதாரணமாக எங்கும் காணப்படும் நடைமுறையாகிவிட்டது. கலப்படம் நுகர்வோரது உடல்நலத்தை பெரிதும் பாதிப்பதால் அது ஒரு மன்னிக்க முடியாத குற்றமாகும்.



12th Commerce Tamil Unit 6.indd 125 19/12/2022 14:47:37

எடுத்துக்காட்டுகள்

1. பாலின் அடர்தன்மை மற்றும் வெளிர்நிறம் அதிகரிப்பதற்காக சோப்பு, சுண்ணாம்பு, யூரியா, காஸ்டிக்சோடா மற்றும் பல்வேறு வேதிப்பொருட்கள் சேர்க்கப்படுகின்றன.
2. உணவு தானியங்களில் சிறிய கற்கள் சேர்க்கப்படுகின்றன.
3. தேங்காய் எண்ணெயில் பாமாயில் கலக்கப்படுகின்றது.
4. தேனின் அளவை அதிகரிப்பதற்காக தண்ணீர் மற்றும் சர்க்கரை சேர்க்கப்படுகின்றது.
5. அரிசிமாவு மற்றும் கோதுமை மாவுகளில் ஸ்டார்ச் சேர்க்கப்படுகின்றது.
6. காபிப்பொடியுடன் புளி விதையின் பொடி (புளியங் கொட்டை) சேர்க்கப்படுகிறது.
7. மஞ்சள்தூள் போன்ற மசலாக்களுடன் மெத்தனால் சேர்க்கப்படுகின்றது.
8. கருப்பு மிளகுடன் பப்பாளி விதை கலக்கப்படுகின்றது.
9. மிளகாய்ப்பொடியுடன் செங்கல்பொடி கலக்கப்படுகின்றது.

3. போலியான பொருட்கள் (Duplicate or Spurious goods)

மக்கள் மத்தியில் பிரபலமடைந்த வணிகக் குறியுடைய பொருட்களுக்கு அதே போன்ற போலியான பொருட்கள் சட்டவிரோதமாகத் தயாரிக்கப்பட்டு மோசடியாக விற்பனை செய்யப்பட்டுவருகின்றது. தானியங்கி (ஆட்டோமொபைல்) வாகன உதிரிபாகங்கள், பிளேடுகள், கைக்கடிகாரங்கள், பேனாக்கள், வானொலிப்பெட்டிகள், மருத்துவ மருந்துப் பொருட்கள், நகைகள், துணிகள் மற்றும் ரூபாய் நோட்டுக்கள் கூட கள்ளத்தனமாக, போலியாகத் தயாரிக்கப்பட்டு இமயம் முதல் குமரி வரை எங்கும் நீக்கமற தாராளமாக விற்பனை செய்யப்பட்டு வருகின்றது. அசல் எது? போலி எது? என இனம்காண இயலாத நிலையிலேயே இன்றளவும் நுகர்வோர் இருந்து வருகின்றனர். எனவே தரம் குறைந்த போலிப் பொருட்களுக்கு கூட அசல் பொருட்களின் விலையை பெற்றுக் கொண்டு நுகர்வோரை சுரண்டுகின்றனர்.

4. செயற்கையான பற்றாக்குறை (Artificial Scarcity)

சில சூழ்நிலைகளில் வணிகர்கள் தங்களின் வணிக நிறுவனங்களின் சரக்குகளை இருப்பு வைக்கும் இடங்களில் போதுமான அல்லது தேவைக்கு அதிகமான அளவு சரக்குகளை இருப்பு வைத்திருந்தாலும் கூட தங்கள் கடைகளின் முகப்பில் இருப்பு இல்லை எனும் பெயர்ப்பலகையை வைக்கின்றனர். பெட்ரோல் விற்பனை நிலையங்கள் போன்றவற்றில் இந்நிலையை காண முடியும். இத்தகைய சூழ்நிலைகளில் நுகர்வோர் தங்களின் தவிர்க்க இயலாத தேவையின் அடிப்படையில் அப்பொருட்களை அதிக விலை கொடுத்து வாங்க வேண்டிய நிர்ப்பந்தத்திற்கு ஆளாக்கப்படுகிறார்கள். இதன் மூலம் வணிகர்கள் நேர்மையற்ற முறையில் பெருலாபம் ஈட்டுகின்றனர். திரையரங்குகளில் அரங்கம் நிறைவு (House Full)எனும் பெயரப்பலகை மாட்டப்பட்ட பின்னும் கள்ளச்சந்தையில் அதிக விலைக்கு தாராளமாக அனுமதி சீட்டுக்கள் (Tickets) கிடைக்கின்றன.

5. தரக்குறைவு (Sub-standard)

கட்டுமானம் செய்து முத்திரையிடப்பட்ட கொள்கலன்களை திறந்தால் அதில் அடைக்கப்பட்டுள்ள பொருட்கள் தரம் குறைந்ததாகவும், கெட்டுப்போனதாகவும், நிகர எடை கொல்கலனில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளதை விட குறைவாக இருப்பதையும் காணமுடிகிறது. நுகர்வோர் தாம் வாங்கிய குறைபாடுடைய அல்லது சேதமடைந்த பொருட்களை கொடுத்துவிட்டு புதிய பொருட்களை மாற்றிக்கொள்ள முயற்சிக்கும் போது நுகர்வோர் தமது கவனக்குறைவாலேயே அத்தகைய நிலை ஏற்பட்டதாக குற்றம் சாட்டப்படுகின்றனர். நுகர்வோர் தங்களின் தலைவிதி என்று கருதும் நிலைக்கு தள்ளப்பட்டு விடுகிறார்கள் பொருட்களை கடைகளில் விற்கும் போது விற்பனையாளர் அதற்குரிய இரசீது கொடுப்பது இல்லை. நுகர்வோரும் இரசீது கேட்டுப் பெறுவது தமது உரிமை என்று உணர்வதில்லை. இதன் காரணமாகவே நுகர்வோர் தாம் வாங்கிய தரக்குறைவான பொருட்களை மாற்றிக்கொள்ள இயலாத, புகார் அளிக்க இயலாத நிலைக்குத் தள்ளப்படுகிறார்கள். பல விற்பனையாளர்கள் பொருட்கள் விற்கும் போதே அதற்கான இடாப்பில் விற்பனை செய்த பொருட்கள் மீண்டும் திரும்ப பெற்றுக் கொள்ள இயலாது என்ற வாசகம் இடம் பெற்றுள்ளதை காணமுடிகிறது. இதன் முலம் ஏமாற்றக்கூடிய நுகர்வோர்கள் எளிதாக சட்டப்படியே ஏமாற்றப்படுகிறார்கள்.

6. இடர்பாடு கொண்ட பொருட்கள் (Product Risk)

பொருட்களின் தயாரிப்பாளர்கள், தங்களின் தயாரிப்பு பொருட்களை நுகர்வோர் பயன்படுத்தும் போது அவர்களின் உயிருக்கும், உடைமைக்கும் ஊறு விளைவிக்காமல் பொருட்களைமுன்னெச்சரிக்கையுடன்எவ்வாறுபாதுகாப்புடன் பயன்படுத்த வேண்டும் என்ற முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகளை நுகர்வோரிடம் முன் வைக்க வேண்டும். இத்தகைய முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகள் இல்லாமல் நுகர்வோர் அத்தகைய அபாயகரமான பொருட்களை கையாளும் போது விபத்து ஏற்படுத்தும் வாய்ப்புகள் மிக அதிகம்

7. உத்தரவாதம் மற்றும் சேவைகள் (Warranty and Services)

நீடித்துழைக்கும் வசதிப் பொருட்களான தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகள், சலவை இயந்திரங்கள், குளிர்சாதனப் பெட்டிகள், மகிழ்வுந்துகள், இருசக்கர வாகனங்கள் மற்றும் குளிரூட்டிகள் போன்றவற்றிற்கு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு உத்திரவாதம் வழங்கப்பட்டு அக்காலம் வரை இலவச சேவை வழங்குவதாக

உறுதியளிக்கின்றனர். ஆனால் உண்மையில் உத்தரவாத காலத்தில் கூட இலவச சேவைகள் மறுக்கப்படுகின்றது. தயாரிப்பாளர்கள் தாங்கள் வழங்கும் குறுகிய உத்தரவாதக்காலத்தில் குறிப்பிட்ட சில பொருட்கள் அல்லது பாகங்கள் உறுதியாக சேதமடையாது என்று கருதும் பொருட்கள் மற்றும் பாகங்களுக்கு மட்டுமே இலவச நுகர்வோர் சேவை வழங்கப்படும் என்று உத்தரவாதம் அளிக்கிறார்கள். விற்கப்படும் பொருட்களின் பல உதிரிபாகங்களுக்கு உத்தரவாதம் வழங்குவதில்லை. இதன் காரணமாக நுகர்வோர் மீது பழுதுபார்ப்புச் செலவு என்ற பெயரில் கட்டணங்கள் திணிக்கப்படுகின்றது. சில சூழ்நிலைகளில் உத்தரவாதம் அளிக்கப்பட்ட பாகங்களுக்கு உத்தரவாத காலத்திலேயே பழுது ஏற்படின் அது நுகர்வோர் கவனக் குறைவால் விதிமுறைகளின் படி பயன்படுத்தப்படவில்லை என்று காரணம் கூறி இலவச சேவை மறுக்கப்படுகின்றது,

8. தகுதியற்ற பொருட்கள் (Unsuitability of Products)

பொருளின் தரம், நீடித்த உழைப்பு, பொருத்தப்பாடு ஆகியவை பொருட்களின் தகுதி என்ற வகையின் கீழ் வரலாம். தயாரிப்பாளர்கள் தங்களின் தயாரிப்பு பொருட்களை விளம்பரம் செய்யும் போது அதில் தெரிவிக்கும் அம்சங்களை விளம்பரம் செய்யப்படும் பொருட்கள் கட்டாயம் உள்ளடக்கி இருக்கவேண்டும். ஆனால் நடைமுறையில் அவ்வாறு இல்லை. மனித நுகர்வுக்கு பொருத்தமற்ற பொருட்கள் சந்தையில் விற்பனை செய்யப்படுகின்றது. உடையாது என்று சான்றளிக்கப்பட்ட பொருட்கள் உபயோகப்படுத்தும் காலத்தில் உடைந்து விடுகின்றது. கசியாது என்று சான்றளிக்கப்பட்ட மேல் அட்டை கொண்டுள்ள பேட்டரிகள் கசிகின்றன. இது போன்ற அனைத்து நிகழ்வுகளிலும் நுகர்வோர் பாதிப்படைகின்றனர். உற்பத்தியாளர்களும், தயாரிப்பாளர்களும் சட்டத்தில் காணப்படும் ஓட்டைகள் வழியே எளிதில் தப்பித்து விடுகின்றனர்.

9. பொய் விளம்பரங்கள் (False Advertisements)

விளம்பரத்தின் முக்கிய நோக்கம் நுகர்வோர் மற்றும் பொருளை பயன்படுத்துபவர்களுக்கு பொருள் அல்லது சேவை குறித்ததகவல்களைஅளிப்பதேஆகும்.ஆனால்நடைமுறையில் விளம்பரங்களில் பொருள் குறித்த தகவல்கள் மிகச்சிறிய அளவிலேயே வெளிப்படுத்தப்படுகின்றது. விளம்பரங்கள் பொருளின் தரம், விலை, உள்ளடக்கம், பயன்பாடு, உத்தரவாதம், செயல்திறன்குறித்ததவறானகருத்துக்களைபரப்பப்படுகின்றன. இவ்வகையான பொய் விளம்பரங்களை நம்பி பொருள்களை வாங்கும் நுகர்வோர் ஏமாற்றப்படுகிறார்கள்.

ஆகவே இதுபோன்ற நுகர்வோர் சுரண்டல்கள், நுகர்வோர் இன்னல்கள் போன்றவற்றின் வெளிப்பாடே நுகர்வோரியல் ஆகும். நுகர்வோரியலின் நோக்கம் வணிக பயங்கரவாதம் மற்றும் சுரண்டல் நடைமுறைகளில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்து பொருட்களின் விற்பனையாளர்களுக்கு எதிரான நுகர்வோரின் உரிமைகளையும், அதிகாரங்களையும் நிலைநாட்டுவதே நுகர்வோரியலின் முதன்மை நோக்கம் ஆகும்.

16.03. நுகர்வோரியல் மற்றும் அதன் தேவைகள்

நுகர்வோரியல் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்

நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கும் மற்றும் நுகர்வோருக்கு உதவும் வகையில் இருக்கும் சமூக உத்வேக செயல்பாடுகள் நுகர்வோரியல் ஆகும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறினால், நியாயமற்ற, நேர்மையற்ற வணிக நடைமுறைகளில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதற்கான ஒருங்கிணைந்த முயற்சியே நுகர்வோரியல் ஆகும். வாங்குபவருக்கும், விற்பவருக்கும் இடையேயான பரிமாற்றத்தில் சமநிலையை ஏற்படுத்துவதற்கான சமுதாய முயற்சியே நுகர்வோரியல் ஆகும். பொதுவாக வாங்குபவர்களைக் காட்டிலும் பொருட்களை விற்பவர்களே பலமிக்கவர்களாகக் காணப்படுகிறார்கள்.

நுகர்வோரியல் எனும் சொல் 1960 களின் தொடக்கத்தில் மேற்கத்திய வணிக சமுதாயத்தில்,குறிப்பாக அமெரிக்காவில் தோற்றம் பெற்றது. இது வாடிக்கையாளர்களின் நலனைப் பாதுகாப்பதற்கான சமூக உத்வேகம் ஆகும். நுகர்வோரை வணிக உலகின் நெருக்குதல்களிலிருந்து பாதுகாக்க நுகர்வோரைக் கொண்டே வடிவமைக்கப்பட்ட அமைப்பே நுகர்வோரியல் ஆகும்.

உற்பத்தியாளர்கள், விற்பனையாளர்கள் மற்றும் சேவை அளிப்பவர்கள் நுகர்வோருக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கின்றனர், ஒருவிதத்தில் நாம் அனைவரும் நுகர்வோர்களே. தனிநபர்கள், குடும்பங்கள் மற்றும் நிறுவனங்கள் எதுவாயினும் அனைவரும் ஒருவகையில் நுகர்வோர்களே. அவர்கள் ஒவ்வொரு நாளும் பல்வேறுவகையான பொருட்களையும் சேவைகளையும் பயன்படுத்துகின்றனர். மாணவர்கள் பாடப்புத்தகங்கள், நோட்டுப்புத்தகங்கள், பேனா மற்றும் பல்வேறு வகையான எழுதுபொருட்களை வாங்குகின்றனர். சில வேலைகளில் தாங்கள் வாங்கும் ஒரு குயர் நோட்டுப்புத்தகத்தில் 192 பக்கங்கள் இருப்பதில்லை. பென்சில்கள் நல்ல தரத்துடன் இருப்பதில்லை. நீங்கள் உரிய சரியான விலையை செலுத்தி பொருட்களை பெற்ற போதும் இத்தகைய காரணங்களால் நீங்கள் ஏமாற்றம் அடைவதில்லையா? அதிருப்தி அடைவதில்லையா? இதனால் ஒரு நுகர்வோர் என்பவர் மற்றவரால் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு, விற்பனை செய்யப்படும் பொருட்களை வாங்கி பயன்படுத்துபவர் ஆவார். சமதர்மம், பொதுவுடமை மற்றும் முதலாளித்துவம் போன்ற பல தத்துவங்களின் வரிசையில் 1960களின் மத்தியில் இணைந்த புதிய தத்துவம் மற்றும் சமூக இயக்கமே நுகர்வோர் இயல் ஆகும்.

"நுகர்வோரியல் என்பது விற்பனையாளர்களிடமிருந்து வாங்குபவர் தங்களது உரிமைகளையும், அதிகாரங்களையும் மேம்படுத்தும் முயற்சியாகும்"

– எல்.மெஸ்ஸி

16.04 நுகர்வோரியலின் முக்கியத்துவம்

1. நுகர்வோர்களிடம் விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்தி அவர்களை ஒருங்கிணைத்தல்.
2. நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளை எதிர்த்தல்.
3. சுரண்டல்களிலிருந்து பாதுகாத்தல்.
4. அரசின் கவனத்தை ஈர்த்தல்.
5. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு விதிகளை திறம்பட நடைமுறைப்படுத்தல்.
6. முழுமையான மற்றும் சமீபத்திய தகவல்களை தருதல்.
7. சமூகவிரோத நடவடிக்கைகளை எதிர்த்தல்.

16.05. நுகர்வோரியலின் தோற்றம், பரிணாமம், வளர்ச்சி

தோற்றம் (Origin)

இருபதாம் நூற்றாண்டின் தொடக்கத்தில் தொழில் மற்றும் பொருளாதாரம் ஏற்ற நிலையில் இருந்தது. எனவே இக்காலக்கட்டத்தில் பல்வேறு துறைகளில் மறுசீரமைப்பும் விரிவாக்கமும் காணப்பட்டது. தொழில் வளர்ச்சிக்கு மறுசீரமைப்பு மற்றும் விரிவாக்கத்தின் பெரும்பகுதியை விளம்பரமும் நுகர்வோரும் தீர்மானிக்கும் முக்கியக்காரணிகள் ஆனது. நுகர்வோர் சீராய்வு அமைப்புக்கள் விளம்பரத்தின் உண்மைத் தன்மை குறித்து குரல் கொடுத்தன. பொருட்களை வாங்கும் நுகர்வோர் பொருட்களை கூர்ந்து நோக்க ஆரம்பித்தனர். உழைக்கும் வர்க்கத்தினர் நல்ல பணிச்சூழல் வேண்டி குரல் கொடுத்தனர். தொழில் மற்றும் நுகர்வோர் திருப்திக்கு இடையே அமெரிக்கா ஒரு இணைப்பை ஏற்படுத்தியது. பொருள்,விலை,நுகர்வோர் திருப்தி ஆகியவற்றிற்கிடையே எழுந்த சிக்கல்களுக்கு தொழில் மறுசீரமைப்பு விடையளிக்கும் விதமாக அமைந்தது. தேசத்தின் பொருளாதாரம் மற்றும் கொள்கைக்கு நுகர்வோரே மையப்புள்ளி எனும் கோட்பாட்டை அங்கீகரிக்கும் விதமாக நுகர்வோர் அலை வீசத்தொடங்கியது. நிறுவனங்கள் மிக அதிகமான அளவிலான நுகர்வோர் இலக்குகளை நோக்கி முயற்சிக்கத் தொடங்கின.

இதன்தொடர்ச்சியாக அமெரிக்க குடிமக்கள் நல்ல தரமான பொருட்களை பெறவேண்டி போராட வேண்டியதன் அவசியத்தை உணரத்தொடங்கினர். தொழில் நிறுவனங்கள் தங்களின் தாங்கள் உற்பத்தி செய்யும் உணவு மற்றும் மற்ற பொருள்களுக்கு தரத்திற்கு உத்தரவாதம் அளித்து தங்களின் பொறுப்புணர்வை வெளிப்படுத்தின. நடுத்தர வர்க்கத்தை சேர்ந்த பெண்கள், தேசிய நுகர்வோர் அமைப்பு (NCL) போன்ற அமைப்புகளை தோற்றுவித்து ஆபத்தைவிளைவிக்கும் உணவு மற்றும் இதர பொருட்களின் நிலை ஆகியவற்றிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கப் போராடினர்.

முன்னேறிய நாடுகளில் பெரும்பான்மையான நுகர்வோர்கள் படிப்பறிவு பெற்றவர்களாகவும், பொருட்கள் குறித்த விவரங்களை அறிந்தவர்களாகவும் இருந்ததால் தங்களைப் பாதுகாத்துக் கொள்ளும் நிலையில் இருந்தனர். போதுமான உற்பத்தி, திறம்பட்ட பகிர்வு என்ற நிலையில் இருந்த மேற்கத்திய நாடுகளுடன் ஒப்பிடும்போது இந்தியாவின் நிலை முற்றிலும் மாறுபட்டிருந்தது. உற்பத்தியில் புதிய நுட்பங்களைப் பின்பற்றாமை, பற்றாக்குறை உற்பத்தி, கலப்படம், கள்ளச்சந்தை போன்றவை இந்தியாவில் காணப்பட்டது. இந்தியர்கள் தங்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய குறைந்த அளவில் செலவிடும் நிலையிலேயே இருந்தனர். வணிகத்தில் இலாப நோக்கம் மட்டுமே பிரதானமாக இருந்ததால் நியாயமான விலையில் பொருட்களை வழங்கவேண்டிய சமூகப் பொறுப்புணர்வு, தரமான பொருட்களையும் சேவைகளையும் வழங்குதல் போன்றவற்றில் தோல்வி ஏற்பட்டது சுருங்கக் கூறின், நுகர்வோர் நலன் மற்றும் பாதுகாப்பு போன்றவற்றை கருத்தில் கொள்ளாமல் கொள்ளை இலாபம் ஈட்டவேண்டும் எனும் கொடிய நோக்கோடு மட்டுமே வணிகர்கள் செயல்பட்டதால் விளைந்த நுகர்வோர் சுரண்டல் மற்றும் இன்னல்களின் வெளிப்பாடே நுகர்வோரியல் ஆகும். எது எப்படி இருப்பினும் நுகர்வோரே சந்தையின் மன்னர் (A consumer is a King of the Market) எனும் கருத்து பெயரளவில் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டாலும் உண்மையில் நுகர்வோரின் நிலை அவ்வாறில்லை கலப்படம், செயற்கைப் பற்றாக்குறை, அநியாயவிலை ஆகியவை இந்திய நுகர்வோரின் மாபெரும் பிரச்சனைகள் ஆகும்.

இந்தியா பல்வேறுபட்ட மதவழக்கங்கள், மொழிகள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கிய நாடு ஆகும். இந்தியர்களில் நான்கில் மூன்று பகுதி மக்கள் உழவுத்தொழில் செய்து கிராமப்புறங்களில் வசித்து வருகின்றனர். அவர்களின் வருமானத்தில் பெரிய ஏற்றத்தாழ்வுகள் காணப்படுகின்றன. பெரும்பான்மையானவர்கள் படிப்பறிவற்றவர்களாகவும், குறைவான வருமானம் கொண்டவர்களாகவும் உள்ளனர். இவ்வாறான மக்களை நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளில் இருந்து காக்க நுகர்வோரியல் தோன்றியது. நுகர்வோர்களின் நலனை பாதுகாக்கும் பாதுகாப்புச்சக்தியாகநுகர்வோரியல்ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது.

நுகர்வோரியலின் பரிணாமம் (Evolution of Consumerism)

விலை உயர்வு, பொருட்களின் மோசமான செயல் திறன், குறைந்த தரமுடைய சேவைகள், பொருள் பற்றாக்குறை, ஏமாற்று விளம்பரங்கள் மற்றும் பணவீக்கம் ஆகியவை இந்தியாவில் நுகர்வோரியலுக்கான காரணங்களாக அடையாளம் காணப்பட்டன. சட்டப்பூர்வமான நடவடிக்கைகள் மூலம் நுகர்வோரின் தேவையை பூர்த்தி செய்வது அரசின் கடமையாகும். பொருளாதார அதிருப்தி பணவீக்கத்தை உருவாக்குகின்றது. தங்கள் உரிமைகளை பாதுகாக்க செயல்திறன் மிக்க அமைப்பின் மூலம் தங்களது குறைகளை நிவர்த்திசெய்ய நுகர்வோரியல் நுகர்வோருக்கு அவசியமாகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 6.indd 128 19/12/2022 14:47:38

வளர்ச்சி (Growth)

நுகர்வோரியல் அல்லது நுகர்வோர் இயக்கம் என்பது நுகர்வோரின் இன்னல்கள் மற்றும் ஏமாற்றுதல்களின் வெளிப்பாடு ஆகும். நுகர்வோர் இயக்கம் வணிக பயங்கரவாதம் மற்றும் ஏமாற்று நடைமுறைகளில் இருந்து நுகர்வோரை பாதுகாக்கும் கேடயமாகும். பொருட்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்கள் மீது தங்களுக்குள்ள உரிமை மற்றும் அதிகாரத்தை நிலை நிறுத்துவதன் மூலம் தங்களின் நலனை பாதுகாப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டதாகும்.

திரு.ரால்ப் நாடர் அவர்கள் அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகளின் பெருநிறுமங்களின் முற்றுரிமை (சர்வாதீனம்) மற்றும் நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளை எதிர்த்து பல்வேறு போராட்டங்களை முன்னெடுத்தவர் ஆவார். திரு. ரால்ப் நாடர் அவர்கள் நுகர்வோர் இயக்கத்தின் தந்தை எனக் கருதப்படுகிறார். அவர் தொடக்கத்தில் பாதுகாப்பு மற்றும் சுற்றுச்சூழல் கட்டுப்பாட்டு விதிமுறைகளை மீறிச் செயல்பட்ட மோட்டார் வாகன (ஆட்டோமொபைல்) நிறுவனத்தினை எதிர்த்துப் போராடினார். ஆனால் இன்று அனைத்து நாடுகளிலும் நுகர்வோர் இயக்கங்கள் நன்கு வளர்ந்து வலுப்பெற்றுள்ளது. பிரிட்டன், ஸ்வீடன், நெதர்லாந்து டென்மார்க் மற்றும் கென்யாவில் கூட நுகர்வோர் சுரண்டலுக்கு எதிரான கடுமையான சட்டதிட்டங்கள் இயற்றப்பட்டு நுகர்வோர் நலன் பாதுகாக்கப்பட்டு வருகின்றது. ஐக்கிய நாடுகள் அவை நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குறித்த பொதுவான விதிமுறைகளை உருவாக்கியுள்ளது.

16.06 நுகர்வோர் பாதுகாப்பு

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு என்பது நுகர்வோருக்காக, அவர்களின் நோக்கங்களை அடைய வடிவமைக்கப்பட்ட சமூக நடவடிக்கைகளின் வடிவம் ஆகும். இது நுகர்வோர் சமுதாயம் நல்வாழ்வு பெறும் நோக்கோடு வடிவமைக்கப்பட்டதாகும். சுதந்திர சந்தைப் பொருளாதாரத்தில் நுகர்வோரே மன்னராக மதிக்கப்படுகின்றார். இதற்கு முன்னர் வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை – வாங்குபவர் கவனம் (Caveat Emptor – Let the Buyer Beware) என்றிருந்த அணுகுமுறை தற்போது விற்பனையாளர் ஜாக்கிரதை – விற்பனையாளர் கவனம் (Caveat venditor – Let the Seller Beware) என மாறியுள்ளது. இருந்தபோதிலும் வளர்ந்து வரும் போட்டி நிறைந்த சூழலில் சந்தையில் பொருட்களை உற்பத்தி செய்பவர்களும், சேவை அளிப்பவர்களும் தங்களது பங்கினைத் தக்கவைத்துக் கொள்ளும் முயற்சியில் குறைபாடுடைய மற்றும் பாதுகாப்பற்ற வழங்கல் முறை, ஏமாற்றுதல்மற்றும் நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளில் ஈடுபடுதல், கலப்படம், பொய்யான வாக்குறுதிகளை உள்ளடக்கிய விளம்பரங்கள், பதுக்கல், கள்ளச்சந்தை போன்ற நேர்மையற்ற வணிக நடைமுறைகளை மேற்கொள்ளலாம். இதன் விளைவாக நுகர்வோர் பாதுகாப்பற்ற பொருட்களை வாங்க வேண்டி இருக்கலாம். கலப்படம் காரணமாக பல்வேறு உடல்நலம் சார்ந்த இன்னல்களால் பாதிக்கப்படலாம். பதுக்கல் காரணமாக பொருட்களை அதிக விலைகொடுத்து வாங்க வேண்டி இருக்கலாம். மோசடியான வாக்குறுதிகள் அடங்கிய பொய் விளம்பரங்கள் மூலம் ஏமாற்றப்படலாம். இது போன்ற நிலையில் விற்பனையாளர்களின் தவறான செயல்களால் நுகர்வோர் பாதிக்கப்படாமல் இருக்க நுகர்வோருக்கு போதுமான பாதுகாப்பு வழங்கப்பட வேண்டியுள்ளது.

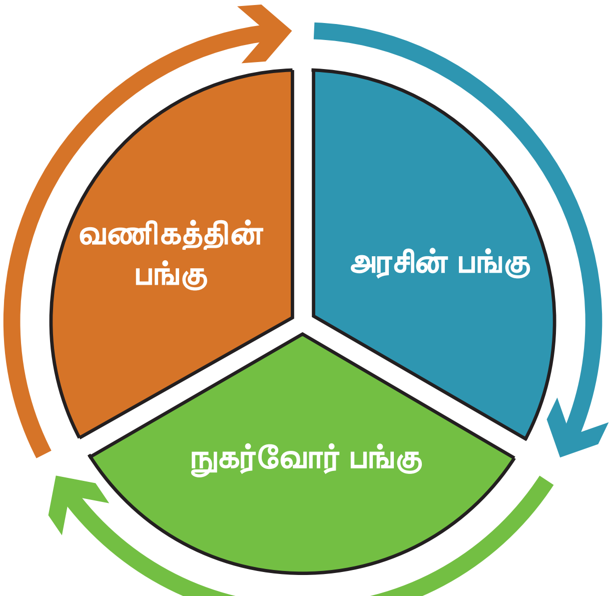
நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாப்பதில் தன்னார்வ நடவடிக்கை+++++கள் மற்றும் சட்டம் ஆகிய இரண்டும் முக்கிய கருவிகள் ஆகும். சுயக்கட்டுப்பாடு, நுகர்வோர் அமைப்புகள், நுகர்வோரை விழிப்புணர்வுடன் இருக்கச் செய்தல் மற்றும் அரசின் ஆதரவு ஆகியவை நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான வழிமுறைகள் ஆகும். இன்றைய நவீன உலகில் சுற்றுச் சூழல் பாதிப்புகள், தொழில் நுட்ப மாற்றங்கள், பெரு உற்பத்தி தொழில் நுட்பங்களை புகுத்துதல், பெருவளங்கள், மனித வளம் மற்றும் எரிச்சல் ஊட்டும் விளம்பரங்கள் போன்றவற்றின் காரணமாக பொருட்களின் உற்பத்தியாளர், விநியோகிப்பாளர் மற்றும் விற்பனையாளர்களின் ஏமாற்றுதல் மற்றும் அத்துமீறல் காரணமாக நுகர்வோர் பெருமளவில் பாதிக்கப்பட்டுள்ளனர். எனவே இத்தகைய தருணங்களில் நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் மேம்பாடு அடையச் செய்தல் என்பது மிகவும் முக்கியமானதாகக் கருதப்படுகிறது. அனைத்து வணிக நிறுவனங்களின் மிக முக்கிய நோக்கம் நுகர்வோர் திருப்தி மற்றும் நுகர்வோர் நலமே ஆகும். ஆனால் நடைமுறையில் நுகர்வோர் பாதுகாக்க நுகர்வோர் இயக்கங்களின் தேவை ஏற்படுகின்றது.

16.07 நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் தேவை

நுகர்வோரே வணிகத்தின் மன்னராகக் கருதப்பட்டாலும் அவர்கள் நலன்கள் ஏறத்தாழ புறக்கணிக்கப்படுகின்றன. பொருட்களின் பற்றாக்குறை கிடைத்ததை மட்டுமே பெற்றுக்கொள்ள வேண்டிய நிலைக்கு நுகர்வோரை தள்ளி விடுகின்றது.

பொருட்களின் தரம் விட்டுக் கொடுக்கப்படுகின்றது. உத்தரவாதம் அர்த்தமற்றதாகின்றது. நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் உடல்நலப் பாதிப்புகள் ஒரு போதும் கண்டுகொள்ளப்படுவதில்லை. வணிக நிறுவனங்களுக்கு கொள்ளை லாபமீட்டுதல் எனும் ஒற்றை நோக்கம் மட்டுமே மிக முக்கியமானதாக மாறி இருக்கின்றது. எனவே இத்தகைய சூழலில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மிகவும் அவசியமான ஒன்றாகும்.

வணிக நடவடிக்கைகளில் அரசு, வணிகம் மற்றும் நுகர்வோர் என மூன்றுதரப்பினர் இடம் பெற்றுள்ளனர். நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கு அவர்கள் என்ன பங்காற்ற வேண்டும் என்பதை இங்கே காணலாம்.



நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் வணிகத்தின் பங்கு (Role of Business)

நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாக்க வணிக நிறுவனங்கள் கீழ் கண்டவற்றை செய்ய வேண்டும்.

1. விலை உயர்வைத் தவிர்த்தல் (Avoidance of Price Hike)

வணிக நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிகத்தில் பொருட்களில் கடுமையான பற்றாக் குறை ஏற்படும் சூழலில் கூட பொருளுக்கான விலைகளை உயர்த்துவதை தவிர்க்க வேண்டும்.

2. பதுக்கலை தவிர்த்தல் (Avoidance of Hoarding)

வணிக நிறுவனங்கள் தங்கள் வணிகத்தில் இயல்பான போக்கினை அனுமதிக்க வேண்டும். நுகர்வோர் பாதிக்கப்படும் வகையில் பதுக்கல் மற்றும் கள்ளச்சந்தை நடவடிக்கைகள் மூலம் அதிக இலாபம் ஈட்டும் நடவடிக்கைகள் தவிர்க்கப்படல் வேண்டும்.

3. உயர் தரத்திற்கு உத்தரவாதம் அளித்தல் (Guarantees for Good Quality)

வணிக நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்திப் பொருட்களுக்கு பொய்யான உத்தரவாதங்களை அளிக்கக்கூடாது. அவைகள் தங்களது பொருட்களின் உயர் தரத்தினை உறுதிப்படுத்த வேண்டும்.

4. பொருட்கள் குறித்த தகவல்கள் அளித்தல் (Product Information)

வணிக நிறுவனங்கள் தங்களின் உற்பத்திப் பொருட்களின் தரம், அளவு மூலப்பொருட்கள் பயன்பாடு, பின் விளைவுகள், முன்னெச்சரிக்கை நடவடிக்கைகள், எடை, மாற்றிக் கொள்ளும் வசதி, பயன்படுத்தும் முறை ஆகியவை குறித்த மிகச்சரியான மற்றும் போதுமான தகவல்களை நுகர்வோருக்கு கட்டாயம் தரவேண்டும்.

5. விளம்பரங்களில் உண்மை (Truth in advertising)

வணிக நிறுவனங்கள் தங்களின் உற்பத்திப் பொருட்களுக்கு விளம்பரம் செய்யும் போது அவ்விளம்பரங்களில் பொய்யான, உண்மைக்குப் புறம்பான, மோசடியான தகவல்களை அளித்து நுகர்வோருக்கு தவறான வழிகாட்டக் கூடாது.

6. தீங்குகளிலிருந்து பாதுகாத்தல் (Protection from the Hazard)

வணிக நிறுவனங்கள் ஆபத்தான மற்றும் தீங்கு விளைவிக்கக்கூடிய பொருட்களை சந்தைப்படுத்தக்கூடாது. சந்தைப்படுத்தும் முன் தனது உற்பத்தி மற்றும் விற்பனைப் பொருட்களை முறையாகவும், முழுமையாகவும் பரிசோதித்துப் பார்க்க வேண்டும். உணவுப் பொருட்களைப் பொருத்தவரை கெட்டுப்போன மற்றும் சுகாதாரமற்ற உணவுப் பொருட்களை திரும்பப் பெற்றுக் கொள்ளவேண்டும்.

7. பணத்தை திருப்பிக் கொடுக்கும் உத்தரவாதம் (Money Refund Guarantee)

வணிக நிறுவனங்கள் தங்களின் உற்பத்திப் பொருட்களில் குறைபாடுகள் காணப்படின் அக்குறைபாடுடைய பொருட்களை திரும்பப் பெற்றுக் கொண்டு புதிய பொருட்களை வழங்க வேண்டும் அல்லது அவற்றிற்குரிய பணத்தை திருப்பித்தரவேண்டும். தங்களின் உற்பத்திப் பொருட்களைப் பயன்படுத்தியதால் நுகர்வோருக்கு விளைந்த காயம் மற்றும் தீங்குகளுக்கு உரிய செலவுகளையும், இழப்பீடுகளையும் வழங்க வேண்டும்.

8. நுகர்வோர் குறைபாடுகளைத் தீர்த்தல் (Consumer Grievances)

நுகர்வோரின் குறைகளுக்கு வணிக நிறுவனங்கள் தங்களது நுகர்வோர் குறைதீர்க்கும் பிரிவு மூலம் உடனடியாகவோ அல்லது குறிப்பிட்ட கால வரம்பிற்குள்ளோ தீர்வு காணப்படவேண்டும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் அரசின் பங்கு

நுகர்வோர்களில் பெரும்பான்மையோர் கல்வியறிவு பெற்றவர்களாக இருந்தாலும் அவர்கள் தங்களின் உரிமைகள் குறித்து அறியாதவர்களாகவும், அறிந்திருப்பினும் செயலற்றவர்களாகவுமே உள்ளனர். அரசு நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதில் தனது பங்கை உறுதிசெய்ய வேண்டும். மத்திய மாநில அரசுகள் நுகர்வோரைப் பாதுகாக்க நாடு முழுவதும் பல்வேறு சட்டங்களை இயற்றி உள்ளன. இது குறித்த கூடுதல் தகவல்கள் இப்பாடத்தின் இறுதியில் அமைந்துள்ள "நீங்கள் அறிவீர்களா" பகுதியில் கொடுக்கப்பட்டுள்ளது. நுகர்வோரைப் பாதுகாக்க பல்வேறு சட்டங்கள் இயற்றப்பட்டு, அவை நடைமுறைப்படுத்தப்பட்டபோதும் நுகர்வோர் இன்னும் அது குறித்து அறியாதவர்களாகவும், செயலற்றவர்களாகவும் உள்ளனர். வெறும் சட்டங்கள் மாத்திரமே அனைத்துப் பிரச்சனைகளுக்கும் தீர்வுகளை தந்துவிடாது. சட்டத்தை நடைமுறைப்படுத்துவோர் சட்டத்தை மீறுவோரை தண்டிப்பதை ஏட்டளவில் வைத்துக்கொண்டிருக்காமல் அச்சட்டங்களைப் பயன்படுத்தி கடுமையான தண்டனைகள் வழங்க வேண்டும்.

நுகர்வோரைப் பாதுகாப்பதில் நுகர்வோரின் பங்கு

நுகர்வோரால் மட்டுமே தங்களுக்கு எதிரான நேர்மையற்ற வணிக நடைமுறைகளுக்கு இறுதியாக முற்றுப் புள்ளிவைக்க முடியும். வணிக நிறுவனங்கள் விதிகளை மீறும் போது அரசாங்கம் சட்டங்களை ஏட்டளவில் வைத்துக் கொண்டு வேடிக்கை பார்த்துக்கொண்டு இருக்காமல் அவற்றைச் செயல்படுத்துவதில் சிறிதளவேனும் கவனம் செலுத்தி நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாக்க வேண்டும். இத்தகைய சூழலில் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வுடனும், நுகர்வோரை ஒன்றிணைத்து நுகர்வோர் இயக்கமாகச் செயல்பட்டு தங்களின் நலனைப் பாதுகாத்துக் கொள்ள வேண்டும். மேலும் அப்பாவி நுகர்வோர்களிடம் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டங்கள் பற்றி எடுத்துக்கூறி அவர்களிடையே விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

நுகர்வோர் நடவடிக்கை குழுக்களை செயல்படுத்துதல்

1. கிராம அளவில் நுகர்வோர் நடவடிக்கை குழுக்களை உருவாக்கி நுகர்வோரின் உரிமைகள் குறித்து கல்வி புகட்ட வேண்டும்.
2. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு முகமைகள் மூலம் நுகர்வோரின் குறைகள் மற்றும் புகார்கள் மீது உரிய விசாரணை செய்து அவற்றிற்கு உரிய தீர்வுகாண ஒரு அமைப்பை உருவாக்க வேண்டும்.
3. தொழில்துறை விதிகளின்படி வணிக நிறுவனங்களை ஒழுங்குபடுத்த வேண்டும்.
4. தன்னார்வ நுகர்வோர் குழுக்கள் ஊடகங்கள் வாயிலாக நுகர்வோர் சட்டங்கள் குறித்த தகவல்களை வழங்கி நுகர்வோருக்கு ஏற்படும் பாதிப்புகளுக்கு எதிரான கல்வியறிவு புகட்டப்பட வேண்டும்.
5. வணிகர்களின் தவறான வணிக நடவடிக்கைகளுக்கு எதிராக நுகர்வோர் இயக்கங்களை ஏற்படுத்துதல்.
6. நுகர்வோர் கூட்டுறவுகளைப் பலப்படுத்துதல்.
7. நுகர்வோர் குழுக்கள் பாராளுமன்ற மற்றும் சட்டமன்ற உறுப்பினர்களை அணுகி நுகர்வோரின் குறைகளை, பிரச்சனைகளை பாராளுமன்றம் மற்றும் சட்டமன்றங்களில் பேசி அரசின் கவனத்தை ஈர்க்கச் செய்தல்.
8. பொருட்களின் தரத்தைப் பரிசோதிக்க மாவட்டந்தோறும் பரிசோதனைக் கூடங்களை உருவாக்குதல்.
9. தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகள் ஊடகங்கள் மூலம் உற்பத்தியாளர் மற்றும் வணிகர்களின் தவறுகளை சுட்டிக்காட்டச் செய்தல்
10. நுகர்வோர் சட்டத்தை மீறிச் செயல்படுவோர் குறித்த புகார்களை சம்பந்தப்பட்ட சட்ட அமலாக்க அதிகாரிகளிடம் தெரிவித்து உரிய நடவடிக்கைகளை எடுக்கச் செய்தல்.

நுகர்வோர் நலன் பாதுகாப்பில் ஐக்கிய நாடுகள் சபையின் வழிகாட்டி நெறிமுறைகள்

ஐக்கிய நாடுகள் அவையின் பொதுச்சபை ஏப்ரல் 9, 1985 அன்று அதன் உறுப்பு நாடுகள் நுகர்வோர் நலன் பாதுகாப்பில் பின்பற்றப்பட வேண்டிய கொள்கைகள் மற்றும் சட்டங்கள் குறித்து வழிகாட்டி நெறிமுறைகளை உள்ளடக்கிய தீர்மானம் ஒன்றை நிறைவேற்றியது. அரசுகள் வலுவான நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் கொள்கைகளை உருவாக்கி, பராமரிக்க வேண்டும் என்பதற்கான வழிகாட்டி நெறிமுறைகளை வகுத்தளித்தது.

நுகர்வோர் நலன் பாதுகாப்பில் ஐக்கிய நாடுகள் சபையின் நோக்கங்கள்

i. நுகர்வோருக்குப் போதிய பாதுகாப்பினை வழங்குவதில் உறுப்பு நாடுகளுக்கு உதவுவது.

ii. நுகர்வோரின் தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களுக்கேற்ப உற்பத்தி மற்றும் விநியோக முறைகளை எளிதாக்குவது.

iii. நுகர்வோர் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்பவர்கள் மற்றும் விநியோகிப்பவர்களுக்கு உயர்ந்த நன்னெறி சார்ந்த நடத்தைகளை ஊக்குவிப்பது.

12th Commerce Tamil Unit 6.indd 131 19/12/2022 14:47:39

iv. நுகர்வோர் நலனை மோசமாகப் பாதிக்கும் வகையில் செயல்படும் தவறான வர்த்தக நடைமுறைகளை செயல்படுத்தும் வணிக நிறுவனங்களை எதிர்ப்பதில் உள்நாட்டளவிலும் மற்றும் பன்னாட்டளவிலும் உறுப்பு நாடுகளுக்கு உதவி புரிதல்.

v. சுதந்திரமான நுகர்வோர் குழுக்களை மேம்படுத்த உதவுதல்.

vi நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் சர்வதேசக் கூட்டுறவினை செயல்படுத்துதல்.

vii. நுகர்வோர்களுக்கு குறைந்த விலையில் பொருட்களை பெரிய அளவில் தேர்ந்தெடுத்து வாங்கும் வகையில் சந்தைகளை ஊக்குவித்தல்.

16.08. நுகர்வோர் சட்டங்கள்

i. **இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் 1872.** இச்சட்டம் மக்கள் ஒப்பந்தங்களுக்கு கட்டுப்பட்டு நடப்பதை உறுதி செய்கின்றது.

ii. **பொருட்கள் விற்பனைச் சட்டம் 1930.** இச்சட்டம் விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் வெளிப்படையான மற்றும் உட்கிடையான உத்தரவாதங்களை விற்பனையாளர்கள் செயல்படுத்த மறுப்பதிலிருந்து நுகர்வோர்களைப் பாதுகாக்கின்றது.

iii. **அத்தியாவசிய பொருட்கள் சட்டம் 1955.**அத்தியாவசியப் பொருட்களை விற்பனையாளர்கள் செயற்கையாக விலையேற்றம் செய்யும் நோக்குடன் பதுக்கிவைத்தல், செயற்கைப் பற்றாக் குறையை உருவாக்குதல், கள்ளச் சந்தையில் அதிக விலைக்கு விற்பனை செய்தல் போன்றவற்றை தடை செய்ய அத்தியாவசியப் பொருட்கள் சட்டம் 1955ல் உருவாக்கப்பட்டது.

iv. **வேளாண்பொருட்கள் தரப்படுத்துதல் மற்றும் விற்பனைச் சட்டம் 1937.** இச்சட்டம் வேளாண்மை உற்பத்திப் பொருட்களை நல்ல தரத்துடன் வழங்குவதை உறுதி செய்கின்றது.

v. **உணவுப் பொருட்கள் கலப்படத் தடைச்சட்டம் 1954.** இச்சட்டம் உணவுப் பொருட்களில் கலப்படம் செய்வதை பரிசோதித்து தரமான உணவுப் பொருட்களை வழங்குவதன் மூலம் நுகர்வோர் உடல் நலத்தை பாதுகாக்கின்றது.

vi. **எடை மற்றும் அளவுகள் சட்டம் 1976.** இச்சட்டம் எடை குறைவு மற்றும் அளவுக் குறைபாடுகளைப் போக்கி நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கிறது. இச்சட்டம் அளவியல் சட்டம் 2009 ஆக திருத்தியமைக்கப்பட்டது.

vii. **வணிகக் குறிகள் சட்டம் 1999.** இச்சட்டம் பொருட்களில் மோசடியான வணிகக்குறிகளிடுவதை தடை செய்கின்றது.

viii. **போட்டி சட்டம் 2002.** இச்சட்டம் ஆரோக்கியமற்ற வணிகப் போட்டிகளில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கின்றது.

ix. **இந்தியத் தர நிறுவனச் சட்டம் (சான்றுக் குறிகள்) 1952** (இந்தியத் தர நிறுவனம் தற்போது இந்தியத் தரக்குழு என்றழைக்கப்படுகின்றது). இச்சட்டம் உற்பத்திப் பொருட்கள் பெற்றிருக்க வேண்டிய குறைந்த பட்ச தரநிலைகளை பூர்த்தி செய்வதை உறுதி செய்கின்றது. நுகர்வோர்க்கு தரமான பொருட்கள் கிடைப்பதை உறுதி செய்கின்றது.

x. **மருத்துவப் பொருட்கள் மற்றும் மாயச் சிகிச்சைகள் (விளம்பரங்கள்) சட்டம், 1954.** இச்சட்டம் மாயச்சிகிச்சைகள் குறித்து விளம்பரப்படுத்துவதை தடை செய்கின்றது மற்றும் அதனால் விளைந்த தீங்குகளுக்கு தீர்வுகளைக் காண வகை செய்கிறது.

xi. **மருந்து மற்றும் அழகு சாதனப் பொருட்கள் சட்டம், 1940.** இச்சட்டம் இந்தியாவில் தரமான மற்றும் பாதுகாப்பான மருந்துப்பொருட்கள் மற்றும் அழகு சாதனப் பொருட்கள் விற்பனை செய்வதை உறுதி செய்கின்றது.

xii. **உணவுப் பாதுகாப்பு தரச்சட்டம் 2006.** இச்சட்டம் உணவுப் பொருட்களை பாதுகாப்பாக மற்றும் முழுமையான நிலையில் உற்பத்தி செய்வது பாதுகாப்பது மற்றும் விநியோகம் செய்வதை ஒழுங்கு படுத்துகின்றது.

xiii. **காற்று மாசுபடுதல் தடைச்சட்டம், 1981.** இச்சட்டம் இந்தியாவில் காற்று மாசடைவதை தடுத்து சுற்றுச் சூழலைப் பாதுகாக்கின்றது.

xiv. **பொது பொறுப்புக் காப்பீட்டுச் சட்டம், 1991.** ஊறுவிளைவிக்கும் பொருட்களை கையாளும் போது ஏற்படும் விபத்துக்களுக்கு உடனடி நிவாரணம் பெறுவதை இச்சட்டம் உறுதி செய்கின்றது.

xv. **போதைப் பொருட்கள் மற்றும் மனவியல் பொருட்கள் சட்டம், 1985.** இச்சட்டம் போதைப் பொருட்களை தயாரிப்பதை தடை செய்கின்றது.

16.09 நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 1986 (COPRA – Consumer Protection Act)

இன்றைய காலகட்டத்தில் நுகர்வோர்களின் குறைகளும், அதிருப்திகளும் பெருமளவு அதிகரித்திருக்கின்றது. நுகர்வோர் தங்களுக்கு ஏற்பட்ட இடர்பாடுகளுக்கு விரைவாக தீர்வு பெற்றிட எந்த ஒரு திறம்பட்ட நுட்பமும், அமைப்பு ரீதியான ஏற்பாடுகளும் இதுவரை வகுக்கப்படவில்லை. சிறப்பான நுகர்வோர் இயக்கங்கள் இல்லாமையால் நுகர்வோர்கள் தனிமைப்படுத்தப்பட்டு அவர்களின் நிலை மேலும் மோசமாக உள்ளன. பல்வேறு நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் குழுக்கள் மற்றும் நுகர்வோரின் தொடர் அழுத்தத்தின் காரணமாக மைய அரசு "நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் 1986" எனும் விரிவான சட்டத்தை இயற்றியது. இச்சட்டம்

12th Commerce Tamil Unit 6.indd 132 19/12/2022 14:47:39

15.04.1987 அன்று அமுலுக்கு வந்தது. இச்சட்டம் 1993ல் திருத்தியமைக்கப்பட்டது. இச்சட்டம் சுருக்கமாக "கோப்ரா" (COPRA) என்றழைக்கப்படுகிறது.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம் 1986 நுகர்வோர் நலன்களைப் பாதுகாத்து மேம்படுத்துகின்றது. இச்சட்டம் ஏமாற்று நோக்குடைய குறைபாடுடைய பொருட்கள், குறைபாடுடைய சேவைகள், நேர்மையற்ற வணிக நடைமுறைகள் மற்றும் பல்வேறு வகையான சுரண்டல்களிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாக்கின்றது. நுகர்வோர் சச்சரவுகளுக்கு இச்சட்டம் நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களை ஏற்படுத்தி அதன்மூலம் தீர்வுகண்டு நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாப்பதை முக்கிய நோக்கமாகக் கொண்டது. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் மிக முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது ஆகும். இது மிக சமீபமாக ஏற்படுத்தப்பட்டது ஆகும். இச்சட்டம் பொதுத்துறை, நிதி மற்றும் கூட்டுறவு நிறுவனங்களுக்குப் பொருந்தும். சமீபத்தில் மருத்துவ சேவைகளும் இதன் வரம்புகளுக்குள் கொண்டு வரப்பட்டுள்ளது. இச்சட்டம் அனைத்து பொருட்களுக்கும் சேவைகளுக்கும் பொருந்தும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986 நுகர்வோர்களுக்கு எந்தவித உரிமைகளையும் பொறுப்புக்களையும் உருவாக்கவில்லை மாறாக பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் விற்பனை செய்தல் தொடர்பான அனைத்து சச்சரவுகளையும் தீர்த்து வைக்கும் குழுக்களை ஏற்படுத்தியது. நுகர்வோர் கோரும் இழப்பீடானது குறைபாடுடைய பொருட்களையும், குறைபாடுடைய சேவைகளையும் ஏற்றதால் விளைந்த இழப்பிற்கான இழப்பீடாக இருக்கவேண்டும். இச்சட்டம் தேசிய குழுமம், மாநிலக் குழுமம் மற்றும் மாவட்டக் குழுமம் எனும் மூவடுக்கு நுகர்வோர் சச்சரவு தீர்வுக் குழுமத்தை ஏற்படுத்தியது. மேலும் இச்சட்டம் மாவட்ட மற்றும் மாநில அளவில், உயர்மட்ட அளவில் நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் குழுக்களை ஏற்படுத்தியது.

இந்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், 1986ன் சிறப்பியல்புகள்

இந்திய நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம், 1986ன் சிறப்பியல்புகள் பின் வருமாறு.

i. நுகர்வோர்களின் நலனுக்கு தீங்கு விளைவிக்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு எதிராக நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.

ii. உற்பத்தியாளர்கள் / விற்பனையாளர்களின் ஒப்பந்த மீறுகையில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.

iii. சிறந்த தரத்தில் நுகர்வோருக்கு பொருட்கள் கிடைத்தலை உறுதி செய்தல்.

iv. பொய்யான மற்றும் தவறான வழிகாட்டும் செய்திகளை வெளியிடும் விளம்பரங்களிலிருந்து நுகர்வோரை பேணிக்காத்தல்.

v. நுகர்வோர் வாங்கும் பொருட்களுக்கு சரியான விலை நிர்ணயம் செய்வதை உறுதிசெய்தல்.

vi. தங்கு தடையற்ற பொருட்கள் விநியோகத்தை உறுதிசெய்தல்.

vii. பொருட்கள் சரியான தரத்தில், சரியான அளவைகளில் கிடைப்பதை உறுதி செய்தல்.

viii. நேர்மையற்ற வணிகர்களின் நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.

ix. பல்வேறு வகையான மாசுபடல்களில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.

x. வணிகப் போட்டிகளினால் விளையும் தீய விளைவுகளில் இருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் முக்கியத்துவம்

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் விரிவான நிகழ்ச்சி நிரலை உள்ளடக்கியது. நுகர்வோருக்கு அவர்களது உரிமைகளையும் பொறுப்புகளையும் கற்பிப்பதை மட்டுமே நோக்கமாகக் கொள்ளாமல் நுகர்வோரின் இடர்பாடுகளுக்கு தீர்வு காண்பதை நோக்கமாகக் கொண்டது. இச்சட்டம், நுகர்வோர் நலனைப்பாதுகாக்க நீதித்துறை அமைப்பை உருவாக்கியது. இதன் மூலம் நுகர்வோர்களை ஒருங்கிணைத்து நுகர்வோர் அமைப்புகளை உருவாக்கி அதன்மூலம் நுகர்வோர் நலனை மேம்படுத்தியது. நுகர்வோர் பாதுகாப்பே வணிகத்தின் மிக முக்கியத்துவம் வாய்ந்த நோக்கமாகும்.

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம், 1986 ன் நோக்கங்கள்

பின்வருபவை நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் நோக்கங்கள் ஆகும்.

i. நுகர்வோரின் உயிருக்கும் உடமைக்கும் ஊறு விளைவிக்கும் பொருட்களை சந்தைப்படுத்துவதற்கு எதிராக நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.

ii. நுகர்வோர் வாங்கும் பொருட்களின் தரம் அளவு, சுத்தத்தன்மை, விலை மற்றும் தரநிலை குறித்த உண்மையான மற்றும் முழுமையான தகவல்களை நுகர்வோருக்கு அளித்தல்.

iii. வணிகர்களின் நியாயமற்ற வணிக நடைமுறைகளிலிருந்து நுகர்வோரைப் பாதுகாத்தல்.

iv. சுரண்டல் நடைமுறைகளுக்கு எதிராக தீர்வுகளை தேட நுகர்வோருக்கு அதிகாரமளித்தல்.

v. நுகர்வோர்களின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளை அறிந்து கொள்ளச் செய்தல்.

vi. நல்ல தரமான பொருட்களை சரியான விலைகளில் கிடைக்கச் செய்வதன் மூலம் அவர்களின் சிறந்த வாழ்க்கைத் தரத்தை உறுதிபடுத்துதல்.

vii. நுகர்வோர் தங்களது உரிமைகளை நிலைநாட்ட நுகர்வோர் குழுக்கள் மற்றும் பிற அதிகார அமைப்புகளை ஏற்படுத்துதல்.

16.10. வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை (Caveat Emptor)

வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை எனும் சொல் கேவியட் எம்ப்டர் எனும் இலத்தீன் மொழிச்சொல்லிலிருந்து பிறந்தது ஆகும். "உள்ளது உள்ளபடியே" என்ற சொற்றொடரைப்போன்று நுகர்வோர் வாங்கிய பொருட்கள் அவர்களின் எதிர்பார்ப்புகளை நிறைவேற்றவில்லை அல்லது குறைபாடுடையவை எனில் அத்தகு இடர்பாடுகளுக்கு வாங்குபவரே பொறுப்பேற்க வேண்டும். வேறு வகையில் கூறுவதானால், பொருட்களை வாங்கியவர் அப்பொருள் தனது எதிர்பார்ப்புகளை ஈடுசெய்யவில்லை எனில் அதற்கு பொருட்களை விற்றவர் எந்தவகையிலும் பொறுப்பாக மாட்டார். பொருட்களை வாங்கியவர் அதற்கு நிவாரணம் தேட இயலாது என நுகர்வோரை எச்சரிக்கை செய்யும் தத்துவமே "வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு" எனும் கோட்பாடாகும்.

"வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு" எனும் கோட்பாட்டின் உண்மையான பொருள் மற்றொருவரிடமிருந்து ஒரு பொருளை வாங்கும்போது வாங்குகின்ற பொருளின் தன்மையைப் பற்றி அவர் அறியாதவராக இருக்கக் கூடாது. வாங்குபவர் ஒரு பொருளினை வாங்குமுன் அப்பொருளினை முழுமையாக பரிசோதித்து அப்பொருள் பெற்றிருக்க வேண்டிய தன்மைகளை முழுமையாக பெற்றிருக்கிறது என்பதை உறுதி செய்து கொள்ள வேண்டும் என்பதை இக்கோட்பாடு உறுதிப்படுத்துகின்றது. எனினும் இக்கோட்பாடு எச்சூழ்நிலையிலும் பொருளை விற்பவரின் மோசடி நடவடிக்கைகளை அனுமதிப்பதாகாது.

16.11. விற்போர் ஜாக்கிரதை (Caveat Venditor)

"வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை அல்லது விழித்திரு" எனும் கோட்பாடு தொழிற்புரட்சிக்கு முன் நடைமுறையில் இருந்தது. பெரும்பாலான பொருட்களின் விற்பனை மற்றும் நில விற்பனை இம்முறையில் செய்யப்பட்டு வந்தது. ஆனால் இன்றைய தினத்தில் விற்பனையாளர்களுக்கு தாங்கள் விற்பனை செய்யும் பொருட்கள் மீது மிக அதிகப் பொறுப்பு உண்டு. இன்று அமெரிக்க ஐக்கிய நாடுகளில் பெரும்பான்மையான பொருட்கள் "விற்பனையாளர் எச்சரிக்கையுடன் இருக்க வேண்டும்" (Let the Buyer Beware) என்ற கோட்பாட்டின் அடிப்படையில் பொருட்கள் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. விற்பனையாளர்கள் தங்களது பொறுப்பிலிருந்து தப்பிக்க இயலாது. விளம்பரங்களில் "பொருட்கள் உள்ளது உள்ளபடி" என்ற அடிப்படையில் விற்பனை செய்யப்பட்டாலொழிய, பொருட்களை வாங்குபவருக்கு, அப்பொருளை வாங்குவதற்கான நோக்கத்தை அப்பொருள் நிறைவேற்றும் என்ற உத்தரவாதத்தின் அடிப்படையிலேயே விற்பனையாளர் அப்பொருளை விற்பனை செய்ய வேண்டும்.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

பள்ளிகளில் நுகர்வோர் மன்றங்களின் செயல்பாடுகள் யாவை?

பள்ளிகளில் நுகர்வோர் மன்றங்களின் செயல்பாட்டிற்கு பின்வரும் அடிப்படைக் கட்டமைப்புகள் பரிந்துரைக்கப்படுகின்றன.

i. ஒவ்வொரு மாதத்தின் முதல் வியாழக்கிழமை பள்ளிவேலை நேரத்திற்கு பிறகு ஒரு மணி நேரம் கூட்டங்கள் நடத்துதல் மற்றும் செயல் விளக்கமளித்தல் ஒவ்வொரு மாதமும் ஒரு தலைப்பு/செயல்பாடு அளித்து மாதிரி நாட்காட்டியைத் அட்டவணைப்படுத்தலாம்.

ii. தேசிய மற்றும் பன்னாட்டு அளவில் நுகர்வோர் குறித்த முக்கித்துவம் வாய்ந்த தினங்களை பள்ளிகள் / கல்லூரிகளில் கொண்டாடுதல்/ நுகர்வோர் மன்றங்கள் மூலம் சுவரொட்டிகள் சொற்பொழிவுகள் பேச்சுப்போட்டிகள் ஆகியவற்றை ஏற்பாடு செய்து நுகர்வோர் தொடர்பான தினங்களின் முக்கியத்துவத்தை மாணவர்கள் உணரச்செய்தல்.

iii. வருடத்திற்கு குறைந்த பட்சம் நான்கு நாட்களாவது உள்ளூர் சந்தைகளுக்குச் சென்று கள ஆய்வு செய்தல், அருகில் உள்ள நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களுக்குச் சென்று அங்கு நடைபெறும் நிகழ்ச்சிகளைக் காணல் மற்றும் பள்ளிப்பகுதிக்கு அருகாமையில் உள்ள வீடுகளுக்கு நேரில் சென்று நுகர்வோர் உரிமைகள், கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் குறித்து விழிப்புணர்வு பிரச்சாரம் செய்தல் போன்றவற்றை மேற்கொள்ளலாம். இயன்ற வரை உரிய முன்னனுமதி மற்றும் முன்னேற்பாடுகளுடன் சனிக்கிழமைகளில் மேற்கொள்ளலாம்.

iv. நுகர்வோர் மன்ற ஆசிரிய / மாணவ ஒருங்கிணைப்பாளர்கள் இந்நிகழ்வுகளை நிகழ்ச்சிக் குறிப்பாக (minute) உரிய முறையில் பதிவு செய்ய வேண்டும் அல்லது ஆவணப்படுத்த வேண்டும்.

நுகர்வோரியல் குறித்து காந்தியடிகள் கூற்று

"தான் விற்பனை செய்யும் பொருளின் விலையை எவ்வளவு உயர்த்தி விற்க முடியுமோ அவ்வளவு உயர்த்தி விற்கும் திருடன் ஒரு மனிதனா?"

–மகாத்மா காந்தியடிகள்

நமது சிந்தனைக்கு

மாணவர்கள் அருகாமையில் அமைந்துள்ள நுகர்வோர் நீதிமன்றங்களுக்கு களப்பயணம் சென்று அங்கு நிகழும் நிகழ்வுகளை கவனிக்கவும்.

எதிர்காலச் சிந்தனைக்கு

மாணவர்கள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குறித்து கூடுதல் விவரங்களை திரட்டுதல் இதற்காக மாணவர்கள் தங்கள் மாவட்ட ஆட்சித்தலைவர் மாவட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்புக் குழுத்தலைவர் மற்றும்தங்கள்பகுதியில்சிறப்பாகச்செயல்பட்டுவரும் தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகள் ஆகியோரைச் சந்தித்து நுகர்வோர் நலன்பாதுகாப்பதில் அவர்கள் மேற்கொள்ளும் அரிய பணிகள் குறித்த விவரங்களை சேகரிக்கலாம்.

சூழ்நிலை ஆய்வு

திரு.நரசிம்மச்சாரி அவர்கள் புகழ்பெற்ற நிறுவனம் ஒன்றின் தயாரிப்பான குளிர்பதனப் பெட்டி ஒன்றினை மிகவும் பிரபலமான விற்பனையகத்தில் ஏழு ஆண்டுகள் உத்தரவாதத்துடன் வாங்கினார். அவர் அக்குளிர்பதனப் பெட்டியினை தயாரிப்பாளர்கள் வழங்கிய அறிவுரைகளின்படியே பயன்படுத்தி வந்தார். இரண்டு ஆண்டுகள் நிறை பெற்ற நிலையில் அக்குளிர்பதனப்பெட்டி பழுதடைந்தது. இதனால் அதிர்ச்சியடைந்த அவர் பொருளை விற்பனை செய்த விற்பனையகத்தை அணுகி பொருள் பழுதடைந்த விவரத்தினை கூறி பழுதினை நீக்கித் தரக் கோரினார். ஆனால் பொருளை விற்பனை செய்தவர் ஏழு ஆண்டுகள் உத்தரவாதம் தரப்பட்ட போதிலும், உத்தரவாத காலத்திற்குள்ளேயே பழுதடைந்த போதிலும், இலவசமாக பழுது நீக்கி சரி செய்து தர மறுத்து விட்டார். திரு.நரசிம்மச்சாரி அவர்களுக்கு இப்பிரச்சனை குறித்து தாங்கள் கூற விரும்பும் ஆலோசனை யாது?

கலைச்சொற்கள்

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு	நுகர்வோரியல்
நுகர்வோர்	நுகர்வோர் இயக்கம்
வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை	விற்போர் ஜாக்கிரதை
நுகர்வோர் விழித்துக் கொள்க	நுகர்வோர் சுரண்டல்

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. "நுகர்வோரியல்" எனும் சொல் தோன்றிய ஆண்டு

அ. 1960 ஆ. 1957

இ.1954 ஈ. 1958

2. நுகர்வோர் இயக்கத்தின் தந்தை யார்?

அ. மகாத்மா காந்தி ஆ. ஜான் எப். கென்னடி

இ. ரால்ப் நேடர் ஈ. ஜவஹர்லால் நேரு

3. பொருட்கள் விற்பனைச் சட்டம் இயற்றப்பட்ட ஆண்டு

அ. 1962 ஆ.1972

இ.1930 ஈ.1985

4. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம் நடைமுறைக்கு வந்த நாள்

அ .01.01.1986 ஆ. 01.04.1986

இ.15.04.1987 ஈ.15.04.1990

5. நுகர்வோர் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள் குறித்து விழிப்புணர்வு ஏற்ப்படுத்த ஒவ்வொரு ஆண்டும் __________ நுகர்வோர் பாதுகாப்பு தினமாக அறிவிக்கப்பட்டுள்ளது.

அ. ஆகஸ்டு 15 ஆ. ஏப்ரல் 15

இ. மார்ச் 15 ஈ. செப்டம்பர் 15

விடைகள் :

1	அ	2	இ	3	இ	4	இ	5	இ

12th Commerce Tamil Unit 6.indd 135 19/12/2022 14:47:40

II. குறு வினாக்கள்:

1. நுகர்வோர் என்பவர் யார்?
2. கலப்படத்திற்கு இரண்டு எடுத்துக்காட்டுகள் தருக.
3. "வாங்குவோர் ஜாக்கிரதை" என்றால் என்ன?
4. "விற்பனையாளர் ஜாக்கிரதை" என்றால் என்ன?
5. சிறு குறிப்பு வரைக. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986.

III. சிறு வினாக்கள்:

1. நுகர்வோரியல் குறித்து இயற்றப்பட்ட முக்கியச்சட்டங்கள் யாவை? (ஏதேனும் 3)
2. செயற்கைப் பற்றாக்குறை என்றால் என்ன?
3. நுகர்வோரியலின் முக்கியத்துவம் பற்றி எழுதுக. (ஏதேனும் 3)

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. நுகர்வோர் எவ்வாறு சுரண்டப்படுகிறார்கள்? (ஏதேனும் 5)
2. நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் வணிகத்தின் பங்கினை விளக்குக? (ஏதேனும் 5)
3. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச்சட்டம், 1986ன் நோக்கங்கள் யாவை? (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்

1. Modern Marketing – S.A. Sherlekar
2. Modern Marketing – R.S. N. Pillai and Bagavathi.
3. Marketing Management – Dr. C.B.Gupta and Dr. N.Rajan Nair
4. Marketing management – S.A. Sherlaker
5. Marketing Management – R.S.N.Pillai and Bagavathi
6. Marketing–KSundar

அலகு 6

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு
CONSUMER PROTECTION

17
அத்தியாயம்

நுகர்வோரின் உரிமைகள், கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள்
RIGHTS, DUTIES & RESPONSIBILITIES OF CONSUMERS

சலத்தால் பொருள்செய்தே மார்த்தல் பசுமண்
கலத்துள்நீர் பெய்திரீஇ யற்று.

–குறள் 660

பொருள் :

வஞ்சனையான வழியால் பொருளைச்சேர்த்துக் காப்பாற்றுதல், பச்சை மண்கலத்தில் நீரை விட்டு அதைக் காப்பாற்றி வைத்தாற் போன்றது.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தை கற்றபின் மாணவர்களால்

- நுகர்வோரின் உரிமைகள்
- நுகர்வோரின் கடமைகள்
- நுகர்வோரின் பொறுப்புகள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

17.01 நுகர்வோரின் உரிமைகள்
17.02 நுகர்வோரின் கடமைகள்
17.03 நுகர்வோரின் பொறுப்புகள்

நவீன சந்தையியல் கருத்து நுகர்வோரை முக்கிய புள்ளியாக கருதுகிறது. நுகர்வோரைச் சுற்றியே வியாபாரச் சூழல் நிலவுகிறது. நுகர்வோரை திருப்தியடையச் செய்வதே வியாபாரத்தின் தலையாய நோக்கமாகும். நுகர்வோர் தனது சொந்த நலன்களைப் பாதகாக்கும் பொருட்டு முதலில் தங்கள் உரிமையை வாங்குவோர் அறிந்திருக்க வேண்டும். நுகர்வோரின் கடமைகள், பொறுப்புகள் மற்றும் நுகர்வோரின் உரிமைகளைப் பற்றியும் இப்பாடத்தில் விரிவாக பார்க்கலாம்.

நுகர்வோர் உரிமைகள்

நுகர்வோர் கடமைகள்

நுகர்வோர் பொறுப்புகள்

17.01 நுகர்வோர் உரிமைகள் (Consumer Rights)

வியாபார சுழற்சியில் நுகர்வோர்தான் முக்கிய புள்ளியாக கருதப்படுகிறார் என்று நவீன சந்தையியல் கருத்து அங்கீகாரம் வழங்குகிறது. நுகர்வோரின் தேவை மற்றும் விருப்பங்கள் குறித்தான திருப்தி வியாபாரத்தின் முதன்மையான மற்றும் தலையாய நோக்கமாகும். ஆனால், உண்மையில் நுகர்வோர் உணர்வது என்னவெனில் வியாபாரிகள் தரமற்ற பொருட்களை அடக்கவிலையைவிட அதிக விலைக்கு விற்பனை செய்வதாக எண்ணுகிறார்கள். நுகர்வோரின் விருப்பங்கள் மற்றும் தேவைகளை பாதுகாக்க வேண்டுமெனில் அவைகளை அவர்களுக்கான உரிமைகளை உணரவைப்பது மட்டுமே ஆகும்.

நுகர்வோர் உரிமை என்பதற்கு விளக்கமாக தரத்தின் மீதான பொருட்களைப் பற்றிய தகவல், இயல்பு, அளவு, தூய்மை, விலை, பொருட்கள் மற்றும் சேவை மீதான தரஅளவு ஆகியவை ஆகும். வியாபாரத்தில் மோசடியான செயல்களிலிருந்து நுகர்வோர் பாதுகாக்கப்பட வேண்டும். நுகர்வோர் தனது உரிமைகள் பற்றி உணர்ந்து கொள்ள வேண்டும். இந்தியாவில் நுகர்வோரின் உரிமைகள் பற்றி தெளிவாக சட்டத்தில் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. முக்கிய சட்டமாக 1986ஆம் ஆண்டு இயற்றப்பட்ட நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டமாகும். தனிநபர், நிறுவனம், இந்து கூட்டுக் குடும்ப நிறுவனம் மற்றும் கூட்டுப்பங்கு நிறுமம் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியதே இச்சட்டத்தின் முக்கிய அம்சமாகும்.

ஜான் F கென்னடி அவர்களின் கூற்றுப்படி நுகர்வோரின் உரிமைகள்

முன்னாள் அமெரிக்க ஜனாதிபதி திரு.ஜான் F கென்னடி அவர்கள், "அடிப்படையான நுகர்வோர் உரிமை என்பது, பாதுகாப்பில் உரிமை, தகவல் பெறும் உரிமை, தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை மற்றும் கேட்கும் உரிமை" என்று கூறுகிறார்.

நவீன சந்தையின் மன்னர்களாக நுகர்வோர்கள் கருதப்படுகிறார்கள். ஆனால், உண்மையில் அவ்வாறில்லை. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தில் நுகர்வோரின் பல்வேறு உரிமைகளாக உறுதியாக கூறப்பட்டுள்ளது. அவ்வுரிமைகளைப் பற்றி பின்வருமாறு விவாதிக்கலாம்.

i. உடல்நல பாதுகாப்பு உரிமை மற்றும் பாதுகாப்பிற்கான உரிமை (Right to Protection of Health and Rights of Safety)

சில தயாரிப்புப் பொருட்கள் நுகர்வோரின் உடல் நலம், சொத்துக்கள் மற்றும் வாழ்வு முறையில் அபாயத்தை ஏற்படுத்தக் கூடியதாக இருக்கலாம். அத்தயாரிப்புகள் நுகர்வோரின் நலனுக்கு தீங்கு விளைவிக்க கூடியதாக இருக்கலாம். சிறந்த உதாரணமாக உணவு சேர்க்கைகள், நிறமிகள், உணவுப்பாதுகாப்பு இரசாயனங்கள் ஆகியவை ஆகும். உடல்நலக் கோளாறுகள் மற்றும் ஆராக்கிய அபாயங்கள் எழும் வாய்ப்புகள் முற்றிலும் அழிக்கப்பட வேண்டும் அல்லது முற்றிலும் குறைக்கப்பட வேண்டும். உணவுகள் மற்றும் மருந்துகள் நுகர்வோரின் உயிரைக் காப்பாற்றுவதாகவும் உயிருக்கு பாதுகாப்பு அளிப்பதாகவும் இருக்க வேண்டும். இன்றைய சூழலில் தற்போதைய சட்டங்கள் பாதுகாப்பில்லாத பொருட்களை தயாரிப்பதோ அல்லது விற்பனை செய்வதோ கூடாது என்ற கடமை விற்பனையாளர்களுக்கும் மற்றும் உற்பத்தி செய்பவர்களுக்கும் உள்ளது.

ii. தகவல் பெறும் உரிமை (Right to be Informed)

பொருட்களை வாங்கும்பொழுது நுகர்வோர் அப்பொருட்களைப் பற்றிய அனைத்து விதமான தகவல்களையும் கேட்டுப் பெற வேண்டும். விளம்பரம் மற்றும் பெயரிடல் செயல்மூலம் பொருட்களைப் பற்றிய விவரம் அதன் கட்டுமம் மீது தெளிவாக வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டும். இதன் உட்பொருள் என்னவென்றால் பொருட்களை உற்பத்தி செய்பவரும் விநியோகிப்பவரும் அப்பொருட்களைப் பற்றிய தகவல்களை முழுமையாக வெளிப்படுத்த வேண்டும் என்று நுகர்வோர் எதிர்பார்க்கின்றனர். பொருட்களின் பெயர், அதன் கலவை, பயன்படுத்தும் அளவு, உற்பத்தி செய்த நாள், காலாவதியாகும் நாள், தயாரிப்பு பிரிவு எண், எச்சரிக்கை போன்ற விவரங்கள் கண்டிப்பாக அதன் கட்டுமம் மீது காணப்பட வேண்டும். மேலும், பொருட்களின் விலை, அதன் தயாரிப்பாளர் பெயர், வரியுடன் அல்லது வரியில்லாத விலை ஆகியவையும் தெளிவாக குறிப்பிடப்பட வேண்டும்.

iii. தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை (Right to Choose)

நவீன சந்தையியலின் தத்துவம் மற்றும் தலையாய நோக்கம் என்பது நுகர்வோரை திருப்தி செய்வது என்பதாகும். நுகர்வோரை உச்சபட்ச அளவில் திருப்திபடுத்துவதன் மூலம் ஒரு அறிவார்ந்த வியாபாரி அல்லது உற்பத்தியாளர் தனது இலாபத்தை அதிகப்படுத்திக்கொள்கிறார். நுகர்வோரை மனநிறைவு கொள்ள பரவலான பொருட்களின் தேர்வினை தருகிறார்கள். "தேர்வு" என்பது பரந்த வழிகளில் தரம், வியாபாரக் குறியீடு, நியாயமான விலை போன்றவற்றின் அடிப்படையில் பொருட்களை தேர்ந்தெடுப்பதாகும். சுருங்கக்கூறின் நுகர்வோர் பொருட்களை அதன் நிறம், தரம், வடிவமைப்பு மற்றும் அளவு ஆகியவற்றைக் கொண்டு விரும்பிய வழிகளில் தேர்ந்தெடுப்பதாகும்.

iv. கேட்கும் உரிமை (Right to be Heard)

நுகர்வோர் தனது அதிருப்தி மற்றும் கருத்து வேறுபாடுகளை முழுமனதுடன் வெளிப்படுத்துவதுடன் மற்றும் பதிவு செய்ய வேண்டும். வணிக நிறுவனங்கள் நுகர்வோரின் புகார்கள் மற்றும் குறைகளை திறந்த மனதுடனும் கருணை மனப்பான்மையுடனும் செவி மடுக்க வேண்டும். அனைத்து வணிக நிறுவனங்களும் நுகர்வோரின் குறைகளை கண்டறிய தனியான துறை அல்லது பகுதி அல்லது பிரிவை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

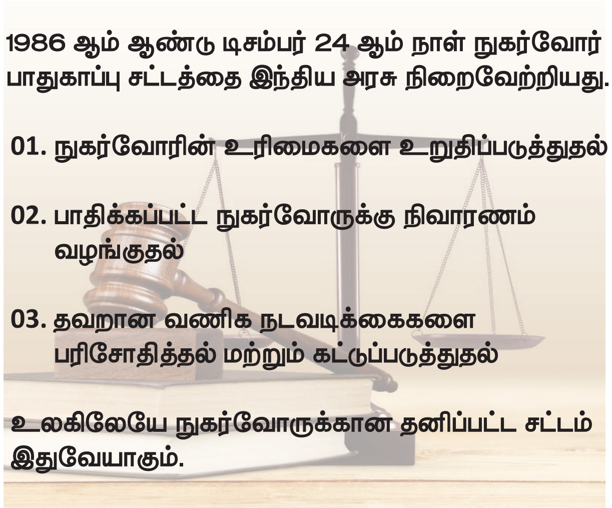
v. நிவாரணம் காணும் உரிமை (Right to seek Redressal)

இந்தச் செயல் முந்தைய நடவடிக்கைக்கு மேலே உள்ளது. புகார்களும் அதற்கான பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகளும் கேட்கப்பட வேண்டியவை அல்ல. ஆனால் பாதிக்கப்பட்டவர்களுக்கு உரிய காலத்திற்குள் இழப்பீடு வழங்கப்பட வேண்டும். நுகர்வோரின் புகார்கள் மற்றும் பாதிக்கப்பட்டவர்களின் கோரிக்கைகளை உடனடியாக சரிசெய்ய வேண்டும் குறைதீர்ப்பு செயலினால் நுகர்வோர் நம்பிக்கை அதிகரிக்கும் மற்றும் வாங்குபவர்களுக்கும் நியாயம் கிடைக்கும். ஒரு குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் உண்மையான கூற்றுகளுக்கு நியாயமான மற்றும் உறுதியான தீர்வு கிடைக்கும் என்ற நம்பிக்கையை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

vi. நுகர்வோர் கல்வி உரிமை (Right to Consumer Education)

நுகர்வோர் வாழ்நாள் முழுவதும் தன்னுடைய உரிமையைப் பற்றி அறிந்தவராக இருக்கிறார். நுகர்வோர் தன்னுடைய பொருட்கள் மீதான எதிர்பார்ப்பில் குறைபாடுகள் இருந்தால் தனக்கான உரிமையைப் பயன்படுத்தி அதற்கான நிவாரணத்தைப் பெறுவதில் முனைப்பாக இருக்க வேண்டும். பல நுகர்வோர் அமைப்புகள் மற்றும் சில சிறப்பு பெற்ற தொழில்கள் இந்த வகையில் நுகர்வோர் கல்வி வழங்குதல் சார்பாக பங்கெடுக்கின்றன.

இந்தியாவில் நுகர்வோரின் உரிமைகள்



1986 ஆம் ஆண்டு டிசம்பர் 24 ஆம் நாள் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தை இந்திய அரசு நிறைவேற்றியது.

01. நுகர்வோரின் உரிமைகளை உறுதிப்படுத்துதல்

02. பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோருக்கு நிவாரணம் வழங்குதல்

03. தவறான வணிக நடவடிக்கைகளை பரிசோதித்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல்

உலகிலேயே நுகர்வோருக்கான தனிப்பட்ட சட்டம் இதுவேயாகும்.

vii. வாழ்க்கைத் தர உரிமை (Right to Quality of Life)

வாழ்வின் தரம் என்பது சமுதாயத்தில் மக்கள் நலமாக இருப்பதைக் குறிக்கும் மற்றும் மக்கள் வாழும் சூழலின் தனிப்பட்ட மற்றும் நல்வாழ்வைக் குறிக்கிறது. நுகர்வோரியல் என்பது வாழ்க்கையின் மேம்பட்ட தரத்தைக் குறிக்கும். இதன் பொருள் யாதெனில் நுகர்வோரின் வாழ்க்கைத் தரத்தை பாதிக்கின்ற சுற்றுச்சூழல் பிரச்சினைகள் மற்றும் மக்கள் வாழும் சூழலில் ஏற்பட்ட மாற்றங்களையும் குறிக்கும். மாறாக கூறினால் காற்று மாசுபாடு, நீர் மாசுபாடு உணவு மாசுபாடு, ஒலி மாசுபாடு மற்றும் தொழில் மயமாக்கலால் அதிகமான மக்கள் வேலைவாய்ப்பிற்காக இடம்பெயர்தல் ஆகியவை ஆகும். இந்த சாமானிய மக்களின் சமூகச் செலவுகள் அவர்களின் சமூக நலன்களைவிட அதிகமாகும். மாற்றாக கூறவேண்டுமெனில் ஒவ்வொரு வகையான மாசுபாடும் சமூகத்தின் நலன்களை பாதிக்கின்ற வகையில் அமைகிறது.

வணிக நிறுவனங்கள் மனிதவர்க்கத்திற்கான சமூகப் பொறுப்புடன் உற்பத்தி மற்றும் வெளியீடு செய்யப்பட வேண்டும். உற்பத்தியாளர்கள் தவிர்க்க முடியாத கழிவுகள் மற்றும் சழிவுநீரை வெளியேற்றும் பொழுது சுற்றுப்புறச் சூழல் மற்றும் மனிதர்களை பாதிக்காத வண்ணம் இருக்க வேண்டும்.

viii. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு உரிமை (Right to Consumer Protection)

நுகர்வோர் தனது உரிமைகள் மற்றும் பரிவர்த்தனைகளுக்கு அவரிடம் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தி, அவரின் குறைகளுக்கு தீர்வு காண ஊடகத்தின் மூலம் விளம்பரப்படுத்த வேண்டும். நுகர்வோர் தனது வாழ்க்கை மற்றும் ஆரோக்கியத்திற்கு அபாயகரமான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு எதிராக பாதுகாத்துக்கொள்ள உரிமை உண்டு. தரக்குறைவான கூறுகளுடன் உற்பத்தி செய்யப்படும் அல்லது பாதுகாப்பு விதிமுறைகளுக்கு இணங்காத நுண்ணலைக் கருவிகளைப் பயன்படுத்துவதால் அதைப் பயன்படுத்தும் பயனாளிகள் கடுமையான உடல் ரீதியான தீங்கினை அவர்களுக்கு ஏற்படுத்தலாம். நுகர்வோர் தனது பட்டறிவுடன் ஐ.எஸ்.ஐ குறியீடு உள்ள மின்சார உபகரணங்களை பயன்படுத்த வேண்டும். இதனால் உற்பத்தியாளர்கள் தரமான பொருட்களை மட்டுமே தயாரிக்க வேண்டும் என்ற எண்ணத்தை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

ix. அடிப்படை தேவைகளுக்கான உரிமை (Right to Basic Needs)

ஒவ்வொரு நுகர்வோருக்கும் அடிப்படைத் தேவைகளான உணவு, உடை மற்றும் சுத்தமான நீர் மற்றும் ஆரோக்கியமான சூழலுக்கான அடிப்படைகளை பெறுவதற்கு உரிமை உண்டு. இது புதிதாக சேர்க்கப்பட்ட நுகர்வோர் உரிமையாகும். இவை மனித வாழ்க்கையின் தரத்தை மேம்படுத்துகிறது.

17.02 நுகர்வோரின் கடமைகள் (Duties of Consumer)

உரிமைகள் தவிர, நுகர்வோர் மீது சில கடமைகள் விதிக்கப்பட்டு உள்ளன. நுகர்வோர் தனது கடமைகளை உணர்ந்து கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோர் வாங்குவதை நேர்மையாக செய்ய வேண்டும் மற்றும் அவரது உரிமைகளை தவறாக பயன்படுத்தக்கூடாது. பின்வருவன நுகர்வோரின் கடமைகளுக்கு ஆதாரமாக உள்ளன.

i) தரமான பொருட்களை நியாயமான விலையில் வாங்குதல் (Buying Quality Products at Reasonable Price)

பொருட்களைப் பற்றிய முழுமையான அறிவுடன் அதன் விலை, தரம் மற்றும் அதன் அனைத்து விவரங்களையும் அந்த பொருளை வாங்குவதற்கு முன் தெரிந்து கொள்ள வேண்டியது நுகர்வோரின் முக்கிய பொறுப்பாகும். நுகர்வோர் ஒரு பொருளின் விலை பற்றி கடைகளிலும் முடிந்தால் அரசு விற்பனையகங்களிலும் விசாரித்து ஒரு முடிவுக்கு வரவேண்டும். நுகர்வோர் ஒரு பொருளைப் பற்றிய அறிவை தனது சொந்த அனுபவத்திலோ அல்லது அந்த பொருளை பயன்படுத்திய மற்றவர்களிடமோ அல்லது இணையதளம் மூலமாகவோ பெற்றிருக்க வேண்டும். எனவே ஒரு பொருளை வாங்கும்பொழுது நன்கு விசாரித்து வாங்குவதை கடமையாகக் கொள்ள வேண்டும்.

ii) பொருட்களின் எடையையும் அளைவையும் உறுதி செய்தல் (Ensure the weights and measurement before making purchases)

வியாபாரிகள் பெரும்பாலும் நியாயமற்ற எடைகள் மற்றும் மோசடி நடவடிக்கைகள் மூலம் நுகர்வோரை ஏமாற்றுகிறார்கள். நுகர்வோர் என்பவர் சரியான எடை மற்றும் சரியான அளவிலான பொருட்களை பெறுகிறோம் என்பதை உறுதி செய்து கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோர் ஒரு பொருளை வாங்கும்பொழுது அதன் உறையுடன் கூடியதான நிகர எடையாக வாங்கக் கூடாது. ஆகையால், நுகர்வோர் எப்பொழுதும் முன் எச்சரிக்கையாக பொருட்களை வாங்கும்பொழுது அதன் எடை மற்றும் அளவை கண்காணிக்க வேண்டும்.

iii) விவர அட்டையை கவனமாக படித்தல் (Reading the Label carefully)

பொருளின் மீது ஒட்டப்பட்டுள்ள விவர அட்டையை முழுமையாக படிக்க வேண்டியது நுகர்வோரின் கடமையாகும். பொருளின் விவரங்கள் முழுமையாகவும் சரியாகவும் மற்றும் உண்மையாகவும் இருக்க வேண்டும்.

iv) தவறான மற்றும் கவர்ச்சிகரமான விளம்பரங்கள் குறித்து எச்சரிக்கையுடன் இருத்தல் (Beware of false and attractive advertisements)

விற்பனையாளர்கள் பெரும்பாலும் பொருட்கள் மீதான கவர்ச்சிகரமான விளம்பரங்களை செய்கிறார்கள். எனவே, இத்தகைய மோசடி விளம்பரங்களால் தவறாக புரிந்து கொண்டு ஏமாறாமல் இருப்பதே நுகர்வோரின் தலையாய கடமையாகும்.

v) தவறான திட்டங்கள் (Misleading schemes)

பெரும்பாலும் விளம்பரங்கள் கவர்ச்சிகரமாகவும் உணர்ச்சிகரமாகவும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. அவைகள், ஏமாற்றும் வகையிலும் தவறாகவும் இருந்து நுகர்வோர்களை வழி நடத்தலாம். நுகர்வோர் எப்பொழுதும் கவர்ச்சிகரமான விளம்பரங்கள் மீது எச்சரிக்கையாகவும், தவறான விளம்பரங்களை தவிர்க்கவும் வேண்டும். தினந்தோறும் பொருட்களுக்கு சந்தையில் விற்பனையை அதிகரிக்க பரிசுப் பொருட்கள், தள்ளுபடி அல்லது இலவசப் பொருட்கள் வழங்குவதன் மூலம் நுகர்வோரை தூண்டிப் பொருட்களை வாங்க வைக்கிறார்கள். உதாரணமாக சோப்புடன் இலவச சீப்பு, சோப்பின் விலை மீதான தள்ளுபடி ஒரு பொருள் வாங்கினால் மற்றொன்று இலவசம் போன்ற விளம்பரங்கள். பெரும்பாலும் நுகர்வோர் சலுகைகளாலும் தள்ளுபடி போன்றவற்றாலும் மூர்க்கமாக இழுக்கப்படுகிறார்கள்.

இச்சூழ்நிலையில் நுகர்வோர்கள் ஒரு உண்மையை மறந்து விடக் கூடாது. அதாவது, நுகர்வோரிடமிருந்து விற்பனையாளர் ஏற்கனவே விலையை உயர்த்தி பொருட்களை விற்பனை செய்துவிட்டதினால், இலவச பொருட்கள் வழங்கினாலும் இத்திட்டத்தில் அப்பொருளின் விலையை திரும்ப பெற்றுவிட்டார். அதனால் நுகர்வோர் எப்பொழுதும் எச்சரிக்கை உணர்வுடன் இருக்க வேண்டும், இல்லையென்றால் இலவச பொருட்கள் மீதான பேராசையினால் தேவையில்லாத பொருட்களையும் வாங்கிவிட வாய்ப்புள்ளது.

vi) ரொக்க ரசீதை உறுதி செய்தல் (Ensuring the receipt of cash bill)

பொருட்களுக்கான இடாப்புடன் ரொக்க ரசீது உத்தரவாத அட்டை போன்றவற்றை பெறுவது நுகர்வோரின் சட்டப்படியான கடமையாகும். பொருட்களில் ஏற்படும் குறைபாடுகளை களைய குறைதீர்வகத்தில் முறையிட உத்தரவாத அட்டை உதவிடுகிறது. நேர்மையற்ற விற்பனையாளர்கள் இறுதியாக விலை குறைப்பு மூலமாக இடாப்பு ரசீது இல்லாமல், பொருட்களை விற்பனை செய்கிறார்கள். பெரும்பாலும் நுகர்வோர்கள் இந்த வழிகளில் இழுக்கப்படுகிறார்கள். இச்சூழலில் ரசீது இல்லாமல் வாங்கப்பட்ட பொருட்களில் ஏதேனும் குறைகள் ஏற்பட்டால் நுகர்வோர்கள் அக்குறைகளை களைய நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தை அணுக முடியாது. ஆகையால் பொருட்களை வாங்கியதற்கான ரொக்க ரசீதையும் உத்தரவாத அட்டையையும் கேட்டுப் பெறுவதே நுகர்வோரின் முக்கிய கடமையாகும்.

vii) புகழ்மிக்க கடைகளிலிருந்து பொருட்களை வாங்குதல் (Buying from Reputed Shops)

நுகர்வோருக்குச் சிறப்பானது எதுவெனில் புகழ்மிக்க கடைகளில் அல்லது அரசு கடைகளில் பொருட்களை வாங்குவது சிறந்தது என அறிவுறுத்தப்படுகிறது. உதாரணமாக, கூட்டுறவு கடைகள், சிறப்பங்காடிகள் மற்றும் பிற. உற்பத்தியாளர்கள், கடைக்காரர்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்கள் ஆகியோரின் மோசடிகளிலிருந்து தப்பிக்க மேற்காணும் சிறப்புக் கடைகளில் பொருட்களை வாங்குவதே சிறந்தது.

viii) கள்ளச் சந்தைகளில் ஒருபோதும் பொருட்களை கொள்முதல் செய்யாமை (Never Purchase from Black Market)

நுகர்வோர் பொறுப்பான குடிமகனாக அவரது கடமைகளை நிறைவேற்ற வேண்டும். தனது அதிகப்படியான தேவைகளுக்காக கள்ளச் சந்தையில் பொருட்களை வாங்குவதை எப்பொழுதும் தவிர்க்க வேண்டும். பற்றாக்குறை நேரத்தில் நுகர்வோர் பீதியுடன் பொருட்களை வாங்குவது கூடாது. அதுமட்டுமல்லாமல் பொருட்களை அதிகம் வாங்கி சேமித்து வைக்கக் கூடாது. இந்தச் செயலால் மற்றவர்களுக்கும் தேவைப்படுகின்ற அளவிற்கு அத்தியாவசிய பொருட்களை பாதுகாக்க முடியும்.

ix) தரமான பொருட்களை வாங்குதல் (Buying standardized products)

பெரும்பாலும் நுகர்வோர் குறைந்த விலையிலான பொருட்களை அதிகம் வாங்குகிறார்கள். ஆனால் அவைகள் நீடித்த மற்றும் பாதுகாப்பானவைகளாக இருப்பதில்லை. ஆகையால் நுகர்வோரின் கடமை என்னவென்றால் தரமான பொருட்களையே வாங்குதல் மற்றும் உள்ளதையே ஆராய்ந்து தரக்குறியீட்டுடன் வாங்குதல் பாதுகாப்பானதாகும்.

x) உற்பத்தியாளர்களின் அறிவுறுத்தல்களை பின்பற்றுதல் (Follow the Instructions of the Manufacturer)

நிறுவனம் வழங்கியுள்ள அறிவுறுத்தல்களின்படி நுகர்வோர்கள் பொருட்களை பயன்படுத்த வேண்டும். உதாரணமாக மருந்துப் பொருட்களை குளிர்சாதனப் பெட்டியில் வைத்து பயன்படுத்த வேண்டும் என்று குறிப்பிடப்பட்டிருந்தால் அதன்படி பின்பற்ற வேண்டும். இவ்வாறு முன் எச்சரிக்கையாக பாதுகாப்பதன் மூலம் மருந்து பொருட்களுக்கு எந்தவொரு சேதமோ மற்றும் தீங்கோ ஏற்படுவதிலிருந்து நுகர்வோர்கள் தங்களை பாதுகாத்துக் கொள்ளலாம்.

xi) நுகர்வோரின் உரிமைகள் பற்றிய அறிவு (Knowledge of Consumer Rights)

இன்றைய காலகட்டத்தில் விரைவாக இலாபம் ஈட்ட வேண்டும் என்ற நோக்கில் முடிந்தவரை கிடைக்கக்கூடிய பல வழிகளில் விற்பனையாளர்கள் நுகர்வோர்களை ஏமாற்றுவதை பார்க்க முடிகிறது. நுகர்வோர் தனது உரிமைகளை பற்றி எச்சரிக்கையுடன் இருப்பதே தலையாய கடமையாகும். ஒரு வியாபாரியினால் நுகர்வோர் ஏமாற்றப்படும்பொழுது அமைதியான பார்வையாளராக இல்லாமல் அவர் உடனடியாக ஒரு புகாரை வியாபாரியின் மீது நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் ஆதாரத்துடன் சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.

17.03 நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் (Consumer Responsibilities)

நுகர்வோர் தனது உரிமைகளை திறமையாக பாதுகாக்கவில்லையென்றால் தனது நோக்கத்தை அடைய முடியாது. தனது பொறுப்புகளை முழுமையாக புரிந்து கொள்ளவில்லையென்றால் நுகர்வோர் தனது நோக்கத்தை உரிய முறையில் அடைய இயலாது. நுகர்வோர் தனது பொறுப்பு என்னவென்பதை பொருட்களை வாங்கும்பொழுதும் பயன்படுத்தும்பொழுதும் மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை நுகரும்பொழுதும் எப்பொழுதும் நினைவில் கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோரின் உரிமைகளும் பொறுப்புகளும் ஒரு நாணயத்தின் இரு பக்கங்களாகும். நுகர்வோர் தனது உரிமைகளை அனுபவிப்பது குறிப்பிட்ட பொறுப்பாகக் கொள்ள வேண்டும். நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் பின்வரும் வகையில் பட்டியலிடப்படுகின்றன.

1. விற்பனை ஒப்பந்த சட்டத்தின் விதிகள் மற்றும் நிபந்தனைகள்படி பொருளுக்கான விலையை நுகர்வோர்கள் செலுத்த வேண்டும்.
2. பொருட்களை நுகர்வோரின் இருப்பிடத்தில் வழங்குமாறு விற்பனையாளரை கேட்டுக் கொள்வது அவரின் பொறுப்பாகும். நுகர்வோர் அப்பொருட்களை குறித்த நேரத்தில் பெற்றுக் கொள்வது அவரின் கடமையாகும்.
3. ஒப்பந்தச் சட்டத்தின்படி குறித்த நேரத்தில் பொருட்களை நுகர்வோர் பெற்றுக் கொள்ளவில்லையென்றால் அதனால் ஏற்படும் நட்டத்திற்கு அவரே பொறுப்பாவார்.
4. நுகர்வோர் பொருட்களை பெற்றுக் கொண்டு தாமதமாக விற்பனையாளருக்கு பணம் செலுத்தினாலோ அல்லது பொருட்களுக்கு சேதம் ஏற்படுத்திவிட்டாலோ அதற்கான நஷ்டஈடு தர வேண்டியது நுகர்வோரின் கடமையாகும்.
5. நுகர்வோர் தங்களிடமிருக்கும் பொருட்களை அதன் விதிமுறைகளின்படி மற்றும் முன்னெச்சரிக்கையுடன் அப்பொருட்களை பயன்படுத்த வேண்டும்.
6. நுகர்வோர் பொருட்கள் மீதான தனது தேவையை தெளிவாக விற்பனையாளரிடம் வெளிப்படுத்த வேண்டும்.
7. நுகர்வோர் பொருட்களை வாங்குவதற்கு முன்பாக கட்டாயம் பொருட்கள் மீதான விலை, தரம் மற்றும் அளவு ஆகிய தகவல்களை முழுமையாக பார்க்க வேண்டும்.
8. நுகர்வோர் பொருட்களை வாங்கும்பொழுது விற்பனையாளரிடமிருந்து பொருட்களுக்கான ரொக்க ரசீதை பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும். பொருட்களுக்கான உத்தரவாத காலத்தை அதன் உத்தரவாத அட்டையை பார்த்து தெரிந்து கொள்வதுடன் அதனை கேட்டு பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும். உத்தரவாத அட்டையில் விற்பனையாளரின் கடை முத்திரையையும் மற்றும் கையெழுத்தையும் பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும்.

9. நுகர்வோர் பொருட்களில் ஏதேனும் குறை ஏற்பட்டாலோ அல்லது சேவைக்குறைவு ஏற்பட்டாலோ நுகர்வோர் குறைதீர்வகத்தில் புகாரை சமர்ப்பிக்க வேண்டும்.

10. பொருட்களின் தரத்தில் நுகர்வோர் எவ்வித சமரசமும் செய்து கொள்ளக்கூடாது. நுகர்வோர் ISI, அக்மார்க், FPO போன்ற தரக்குறியீடு சான்றுகளை மற்றும் அடையாளக் குறியீடுகளை இருக்கிறதா என்று பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும.

11. விளம்பரங்கள் மூலம் பொருட்களின் தரம் மிகைப்படுத்தி காண்பிக்கப்பட்டால் அதை நுகர்வோர் ஏற்றுக் கொள்ளக்கூடாது. விளம்பரங்கள் மூலம் காண்பிக்கப்படும் அம்சங்களும் உண்மையான அம்சங்களும் வேறாக இருந்தால் அதுபற்றி விற்பனையாளரிடமோ அல்லது விளம்பரப்படுத்துவோரிடமோ அத்தகவலை தெரிவிக்க வேண்டும்.

12. நுகர்வோர் தனது உரிமைகளாக, பாதுகாப்பு, பொருட்கள் பற்றிய தகவல், தேர்ந்தெடுத்தல், குறைதீர்வகத்தில் தெரியப்படுத்துதல், பொருட்களைப் பற்றிய தகவல்களை கேட்டுப் பெறுதல் போன்றவை உள்ளது என்பதை கட்டாயம் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். மேற்காணும் உரிமைகள் மறுக்கப்பட்டால் 1986ஆம் ஆண்டு நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தின்படி குறைதீர்வகத்தில் உடனே முறையிட வேண்டும்.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

நுகர்வோர் பெயர்: திரு. சசிபூஷன், புதுடெல்லி

வங்கிக்கு எதிரான புகார்: பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கி

புதுடெல்லி, K.G. மார்க், ECE ஹவுஸ்ல் உள்ள பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கியில் சம்பளத்திற்காக கணக்கு வைத்துள்ளார். 2012, ஆகஸ்ட் 25ஆம் நாள் பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கி தானியங்கி பணம் வழங்கும் எந்திரம் (ATM) ஒன்றில் பணம் எடுக்கும் முயற்சி குறித்து புகார் எழுப்பப்பட்டது. இரகசிய குறியீட்டு எண்ணாக இரண்டு இலக்க எண்ணை பதிவு செய்தார். சில நிமிடங்கள் வரை அவர் ATM செயல்முறைகளுக்காக காத்திருந்தார். மீண்டும் அதன் செயல்முறைகளில் பணம் எடுக்க முயற்சித்தார். ஆனால் அதன் செயல்பாடுகள் நின்றுவிட்டன. பின்னர் அவரின் கணக்கிலிருந்து ரூ.15,000 எடுக்கப்பட்டதாக ரசீது வெளிவந்தது. அவர் உடனே வாடிக்கையாளர் சேவை மையத்தை அழைத்து புகார் பதிவு செய்தார். புகார் எண்ணையும் பெற்றுக் கொண்டார். 2012, ஆகஸ்ட் 31ஆம் நாள் வங்கி அவரின் புகாரை நிராகரித்ததாக குறுஞ்செய்தி (SMS) அனுப்பியது. அவரின் நடவடிக்கை வெற்றிகரமாக செயல்பட்டு பணம் பெற்றதாக குறுஞ்செய்தியில் தகவல் கூறப்பட்டிருந்தது.

பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கியின் ATM செயல்படவில்லை. வாடிக்கையாளர் முழுமையாக இரகசிய எண்ணை குறியீடு பதிவு செய்யவில்லை. அதனால் வங்கி மர்மமாக வாடிக்கையாளரின் கணக்கில் பணம் பெற்றுக் கொண்டதாக பற்று வைத்தது. இரண்டாவதாக வங்கி பரிவர்த்தனைகளின் காட்சிகளை காட்ட ஒப்புக்கொண்டு பின்னர் பின்வாங்கியது. இது ரிசர்வ் வங்கியின் விதிமுறைகளை அப்பட்டமாக மீறிய செயலாகும். வங்கியின் ATM ல் தோல்வியுற்ற பரிவர்த்தனைக்கு 7 நாட்களுக்குள் அதிகபட்சமாக பற்று வைப்பது மட்டுமல்லாமல் குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு பிறகும் பாதிக்கப்பட்ட வாடிக்கையாளருக்கு வங்கியால் நிவாரணம் வழங்காத காரணத்தினால் வங்கி செலுத்த வேண்டிய தொகைக்கும் மற்றும் அத்தொகை செலுத்தாத ஒவ்வொரு நாளுக்கும் ரூ.100 அபராதம் செலுத்துமாறு நுகர்வோர் மன்றத்தால் ஆணை வழங்கப்பட்டது.

கலைச்சொற்கள்

நுகர்வோர் உரிமைகள்	நுகர்வோர் கடமைகள்
பணக்குறிப்பானை	ரொக்க ரசீது
நுகர்வோர் பொறுப்புகள்	

நமது சிந்தனைக்கு

மாணவர்கள் தங்கள் பள்ளியின் நுகர்வோர் கவுன்சிலின் நடவடிக்கைகளை பார்வையிட வேண்டும்.

சூழ்நிலை ஆய்வு

திரு K.V. சந்திரன் அவர்கள் பிரபலமான TV கண்காட்சி கடையில் L.E.D. தொலைக்காட்சிப் பெட்டி ஒன்றை 5 வருட உத்தரவாதத்துடன் வாங்கி வீட்டில் பொருத்தினார். 18 மாதங்களுக்குப் பிறகு அத்தொலைக்காட்சியின் ஒலிபெருக்கியில் பிரச்சினை ஏற்பட்டது. திருமதி R. ஹேமலதா தொலைக்காட்சி விநியோகஸ்தரிடம் இதை பழுதுபார்ப்பு செய்யுமாறு வேண்டுகோள் விடுத்தார். ஆனால் விநியோகஸ்தர் பழுதுபார்க்க மறுத்தார். நீங்கள் திருமதி R. ஹேமலதாவிற்கு வழங்கும் ஆலோசனை என்ன?

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. நவீன சந்தையியலின் இறுதியான நோக்கம் _______________.

அ) அதிகமான இலாபம் ஆ) குறைவான இலாபம்

இ) நுகர்வோர் திருப்தி ஈ) சமுதாயத்திற்கு சேவை

2._______________ என்பவர் நவீன சந்தையியலின் மன்னர் ஆவார்.

அ) நுகர்வோர் ஆ) மொத்த வியாபாரி

இ) உற்பத்தியாளர் ஈ) சில்லறை வியாபாரி

3. நுகர்வோரின் உரிமைகள் அவர்கள் கொண்டுள்ள நிலையில் ____________ ஆகும்.

அ) அளவீடுகள் ஆ) விற்பனை அதிகப்படுத்துதல்

இ) பொறுப்புகள் ஈ) கடமைகள்

4. ஜான் எப் கென்னடி அவர்களின் கூற்றுப்படி பின்வருபவற்றில் நுகர்வோர் உரிமையல் இடம் பெறாதவை எது?

அ) பாதுகாப்பு உரிமை ஆ) தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை

இ) நுகரும் உரிமை ஈ) தெரிவிக்கும் உரிமை

5. நுகர்வோரின் பொறுப்பு என்பது அவர் பெற்றுள்ள _______________ ஆவணமே பொருட்களை வாங்கியதற்கான அடையாளமாகும்.

அ) ரொக்க ரசீது ஆ) உத்தரவாத அட்டை

இ) இடாப்பு ஈ) மேற்காணும் அனைத்தும்

விடைகள்

1	இ	2	அ	3	இ	4	இ	5	அ

II. குறு வினாக்கள்:

1. தகவல் பெறும் உரிமை (Right to be informed) பற்றி சிறு குறிப்பு வரைக.
2. ஜான் F கென்னடி கூறிய நுகர்வோர் உரிமைகள் யாவை?
3. வணிகத்தின் முதன்மை நோக்கங்கள் யாவை?

III. சிறு வினாக்கள்::

1. நிவாரணத்திற்கான உரிமைகள் பற்றி நீவிர் அறிந்தது என்ன?
2. ஆரோக்கியம் மற்றும் பாதுகாப்பு தொடர்பான பாதுகாப்பு உரிமைகள் பற்றி நீவிர் அறிவது என்ன?

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. நுகர்வோரின் கடமைகளை விளக்குக? (ஏதேனும் 5)
2. நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் யாவை? (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்:

1. Modern Marketing – S.A. Sherlekar
2. Modern Marketing – R.S. N. Pillai and Bagavathi.
3. Marketing Management – Dr. C.B.Gupta and Dr. N.Rajan Nair
4. Marketing management – S.A. Sherlaker
5. Marketing Management – R.S.N.Pillai and Bagavathi

அலகு
6

18
அத்தியாயம்

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு
CONSUMER PROTECTION

குறை தீர்ப்பு செயல்முறை
GRIEVANCE REDRESSAL MECHANISM

பிணியின்மை செல்வம் விளைவின்பம் ஏமம்
அணியென்ப நாட்டிவ் வைந்து.

–குறள் 738

பொருள் : நோயில்லாதிருத்தல், செல்வம், விளை பொருள், வளம், இன்பவாழ்வு, நல்ல காவல் இந்த ஐந்தும் நாட்டிற்கு அழகு என்று கூறுவர்.

QP4E3

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தை கற்றபின் மாணவர்களால்

- குறை தீர்ப்பு செயல்முறையை தெரிந்துகொள்ளுதல்
- மூன்று அடுக்கு நுகர்வோர் நீதிமன்றங்கள்
- நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு தன்னார்வ நிறுவனங்கள்.

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

18.01 குறை தீர்ப்பு செயல் முறை மற்றும் தேவை
18.02 நுகர்வோர் மன்றம்
18.03 மூன்று அடுக்கு நீதிமன்றங்கள்
18.04 மாவட்ட மன்றம்
18.05 மாநில நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது மாநில ஆணையம்.
18.06 தேசிய நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது தேசிய ஆணையம்
18.07 நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தும் தன்னார்வ நிறுவனங்கள்

18.01 குறை தீர்ப்பு செயல் முறை மற்றும் தேவை (Grievance and Need Redressal Mechanism)

நுகர்வோர் தங்கள் உரிமைகள் மற்றும் சலுகைகளைப் பற்றி அறியாமலேயே பொதுவாக சுரண்டப்படுகிறார்கள். இந்த நவீன உலகில், நுகர்வோர் வணிகத்தின் முக்கிய பகுதியாக உள்ளனர். அவர்கள் வெற்றியை அல்லது வியாபாரத்தின் முடிவுகளைத் தீர்மானிக்கிறார்கள். இருப்பினும் விற்பனையாளர்களிடமிருந்து பல வழிகளில் அவர்கள் சுரண்டப்படுகிறார்கள், ஏனெனில்; தயாரிப்புகளையும் சேவைகளையும் பற்றிய விழிப்புணர்வு இல்லை. வாடிக்கையாளர்களைக் காப்பாற்றுவதற்கு அரசாங்கம் தேவையான நடவடிக்கைகளை எடுக்கும் இந்த சூழலில் குறை தீர்ப்புச் செயல்முறை இந்தியாவில் முக்கியத்துவம் பெறுகிறது. இவ்வத்தியாயம் இதனை விளக்க முயற்சிக்கிறது.

மகாத்மா காந்தி (Mahatma Gandhi) வாடிக்கையாளரைப் பற்றி, கூறியதாவது

"ஒரு வாடிக்கையாளர் நம் வளாகத்தில் மிக முக்கியமான பார்வையாளர் ஆவார். அவர் நம்மை சார்ந்து இருக்கவில்லை. நாம் அவரைச் சார்ந்து இருக்கிறோம். அவர் நம் வேலையில் குறுக்கீடு அல்ல அவர் நோக்கம். அவர் நம்முடைய வியாபாரத்தின் வெளிப்பாடு அல்ல. அவர் அதில் ஒரு பகுதியாக இருக்கிறார். அவரைச் சேவிப்பதன் மூலம் நாம் அவருக்கு ஒரு உதவி செய்யவில்லை. அவ்வாறு செய்ய நமக்கு வாய்ப்பளித்ததன் மூலம் அவர் நமக்கு ஒரு உதவி செய்கிறார்"

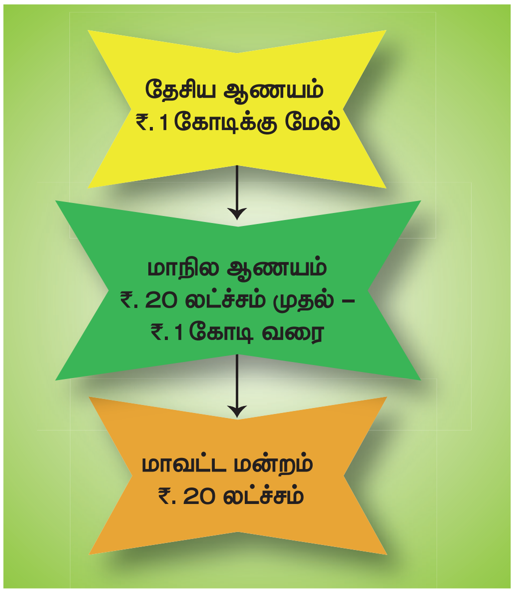
நவீன சந்தையலின் தத்துவத்தின் கீழ், நுகர்வோர் மன்னராக (அரசராக) இருக்க வேண்டும் மற்றும் வியபாரத்தில் நுகர்வோருக்கு; அதிகபட்ச திருப்தி வழங்க எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. ஆனால் உண்மையில், நுகர்வோர் தொடர்ந்து

சுரண்டப்படுகிறார்கள். இந்தியாவை எடுத்துக்கொண்டால் பல பொருட்களின் பற்றாக்குறை உள்ளது. சில நிறுவனங்கள் சந்தையில் ஏகபோக அதிகாரங்களை அனுபவிக்கின்றனர். நுகர்வோர் பெரும்பான்மையானவர்கள் தங்கள் உரிமைகளை அறிவதில் விழிப்புணர்வற்றவர்களாகவும் கல்வியறிவற்றவர்களாகவும் உள்ளனர். அவர்கள் ஏழைகளாக உள்ளனர், அவர்களிடையே ஒற்றுமை இல்லை. இந்த காரணங்களினால், நுகர்வோர் பெரும்பாலும் தங்கள் உரிமையை இழக்கின்றனர். தவறான விளம்பரங்கள், தரம் குறைந்த பொருட்கள், எடை குறைபாடு மற்றும் அளவீடு, அதிகப்படியான விலை ஆகியவற்றின் மூலம் பெரும்பாலும் அவர்கள் சுரண்டப்படுகின்றனர்.

18.02 நுகர்வோர் மன்றம் (Consumer Councils)

நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம், நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்த மத்திய, மாநில மற்றும் மாவட்ட அளவிலான நுகர்வோர்ப் பாதுகாப்பு மன்றத்தை நிறுவ வகை செய்துள்ளது. மன்றத்தின் தலையாய நோக்கம் நுகர்வோர் உரிமைகளை மேம்படுத்து மற்றும் பாதுகாப்பது ஆகும்.

18.03 மூன்று அடுக்கு நீதிமன்றங்கள் (Three Tier Courts or Quasi Judiciary)



18. 04 மாவட்ட மன்றம் (District Forum)

1986 ஆம் ஆண்டின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் மற்றும் அதன் பிரிவு 9 – ன் படி, ஒவ்வொரு மாவட்டத்திலும் ஒரு மாவட்ட மன்றத்தை உருவாக்கி மாவட்டத்தில் பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாக்க முடியும். மாநில அரசு தேவைப்பட்டால் ஒரு மாவட்டத்தில் ஒன்றுக்கும் மேற்பட்ட மாவட்ட மன்றங்களை உருவாக்க முடியும்.

ஒரு நுகர்வோர் தனது குறைவினை நுகர்வோர் மன்றத்தில் தாக்கல் செய்யலாம். மன்றத்தில் புகார் செய்யலாம். மத்திய அல்லது மாநில அரசு அல்லது நுகர்வோர் குழுவிற்கு புகார் செய்யலாம். எனவே, பாதிக்கப்பட்ட நபரால் மட்டுமே புகார் அளிக்கப்பட வேண்டும் என்று அவசியமில்லை. அவர் சார்பாக மற்றவர்களுக்கு புகார் கொடுக்க உரிமை உண்டு. மற்றவர்கள்

உறுப்பினர்கள் (Members)

1. மாவட்ட மன்றத்தின் தலைவராக மாவட்ட நீதிபதி ஒருவரை நியமிக்கலாம்.
2. கணக்கியல், தொழிற்துறை, பொது விவகாரங்கள் அல்லது நிர்வாகம் தொடர்பான பிரச்சினைகள் தொடர்பாக போதுமான அறிவு அல்லது அனுபவம் உள்ளவர்கள் அல்லது அவர்களது திறனை வெளிப்படுத்தக்கூடிய இரண்டு உறுப்பினர்கள், அந்த இது போன்ற இரண்டு உறுப்பினர்களில் ஒருவர் ஒரு பெண்ணாக இருக்க வேண்டும் என்று சட்டம் வலியுறுத்துகிறது.

அதிகார எல்லை (Jurisdiction)

மாவட்ட நீதிபதி அல்லது அதற்கு இணையாக நபர் அதன் தலைவராக நியமிக்கப்படுகிறார்.

மாவட்ட மன்றம் தன்னுடைய அதிகார எல்லைக்கு உட்பட்டு கோரிக்கைகளை மட்டும் தீர்வுக்கு ஏற்றுக் கொள்ளலாம். சரக்குகள் அல்லது சேவைகளின் மதிப்பு மற்றும் இழப்பீட்டுத் தொகை ₹ 20 லட்சத்திற்கும் மிகையாக நட்ட ஈடுகோரும் கோரிக்கைகளை மட்டும் மாவட்ட மன்றம் கையாள வேண்டும்.

அதிகாரம் (Powers)

மாவட்ட மன்றத்திற்கு முன் ஒவ்வொரு வழக்குகளும் இந்திய தண்டனைச் சட்டத்தின் பிரிவு 193 மற்றும் 228 ஆகியவற்றின் உட்பிரிவுகளுக்கு உட்பட்ட நீதிமன்ற நடவடிக்கைகளாக கருதப்படும், அந்த மாவட்ட மன்றங்கள் உரிமையியல் நீதி மன்றங்களாக கருதப்படும்.

புகாரின் மதிப்பு : ₹ 20 லட்சம் ரூபாய்க்குமேல் இருந்தால், மாநில ஆணையத்தில்தான் புகார் அளிக்கப்பட வேண்டும். மேலும் மாவட்ட மன்றம் நியாயமான வர்த்தக நடைமுறைகளில் குறைபாடுள்ள பொருட்களின் விற்பனைகள் அல்லது பொருட்களின் வினியோகம் அல்லது சேவைகளின் குறைபாட்டின் மதிப்பு ரூ.20 லட்சத்திற்கு மேலாகக் இருத்தல் கூடாது.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

தற்போது 620 க்கும் மேற்பட்ட மாவட்ட மன்றங்கள் மற்றும் 30 க்கும் மேற்பட்ட மாநில ஆணையம் செயல்பட்டு வருகிறது. தேசிய நுகர்வோர் குறை தீர்க்கும் ஆணையம் (NCDRC) என்ற அமைப்பு நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பின் தலைமையிடமாக செயல்படுகிறது. உச்சக்கட்டத்தில் புதுடெல்லியில் அமைந்துள்ளது.

நுகர்வோர் மன்றத்தின் நன்னடத்தை, அதிகார எல்லை

1. மாவட்ட நுகர்வோர் மன்றம் ₹ 20 இலட்சம் வரை வழங்கப்படும்,
2. மாநில ஆணைக்குழுக்கு ₹ 20 லட்சத்திற்கும் மேலான மதிப்பு மற்றும் ஒரு கோடி ரூபாய் மதிப்பு,
3. தேசிய ஆணையம், ஒரு கோடி ரூபாய் மதிப்பிலான மதிப்பாகும்.

மேல்முறையீட்டு மன்றம் (Appellate Forum)

மாவட்டக் கருத்துக்களம் மாநில ஆணையத்திற்கு அனுப்பிய உத்தரவுக்கு எதிராக முறையீடு செய்ய முடியும்.

18:05 மாநில நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது மாநில ஆணையம்

இந்த ஆணையம் மாநில அளவில் செயல்பட்டுவருகிறது. இந்த அமைப்பை நுகர்வோர் குறைப்பாட்டு தீர்பாணையம் என அழைக்கப்படுகிறது. சரக்கு மற்றும் சேவைகள் தொடர்பாக எழும் புகார்கள் இந்த தீர்பாணையத்தின் செயல் எல்லைக்குள் அடங்கும். விற்கப்பட்ட சரக்கில் ஏற்படும் பழுதுகள் மற்றும் தரக்குறைகள் மற்றும் நியாயமற்ற மற்றும் தடை செய்யும் வணிக நடைமுறைகளுக்கு (Unfair Restrictive Trade Practices). நோக்கத்திற்காக வணிக நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அமைப்பு ஆணையம் என்ற பெயரில் துவங்கப்பட்டு வெற்றிகரமாக செயல்பட்டுவருகிறது.

உறுப்பினர்கள் (Members)

1. உயர்நீதிமன்றத்தின் நீதிபதியாக சம்மந்தப்பட்ட மாநில அரசால் பதவி அமர்த்தப்பட்ட நபர் அந்த ஆணையத்தின் தலைவராக நியமிக்கப்படலாம்.
2. நீதி, நேர்மை, நாணயம் கொண்ட மற்றும் போதிய அறிவு மற்றும் அனுபவம் கொண்ட நார்களையோ அல்லது பொருளாதாரம் சட்டம், வணிகம் மற்றும் தொழில் நிர்வாகம் போன்ற துறைகளின் ஏற்பட்டும் சிக்கல்களைக் கையாளும் திறனை கொண்டவர்களையு நியமிக்கலாம்.

அதிகார எல்லை (Jurisdiction)

1. ₹ 20 லட்சத்திற்கு மேலாக ஆனால் ரூபாய் 1 கோடிக்குள்ளாக விற்கப்பட்ட சரக்குகள் மற்றும் சேவை தொடர்பாக எழும் குறை மனுக்களை விசாரிக்கும் அதிகாரம் மாநில ஆணையத்திற்கு வழங்கப்பட்டுள்ளது.
2. மாநில மன்றத்தின் தீர்ப்புகளுக்கு எதிராக மேல்முறையீடு செய்யப்பட்ட மனுக்களை விசாரித்து தீர்ப்பு வழங்கும் அதிகாரம் மாநில ஆணையத்திற்கு வழங்கப்பட்டுள்ளது.

அதிகாரம் (Powers)

1. மாநில மன்றம் விசாரித்த புகார்கள் அல்லது தன்வசம் விசாரணையில் உள்ள புகார்கள் தொடர்பான ஆவணங்களை கேட்டு பெற்று ஆழ்ந்த விசாரணை செய்து தீர்ப்பு வழங்கும் அதிகாரம் பெற்றுள்ளது.
2. கணக்குஏடுக்கள் ஆவணங்கள் மற்றும் பொருட்களை மாநில நுகர்வோர் தீர்பாணையம் தன்வசம்வைத்துக்கொள்ளவும்அல்லதுமேற்கூறிய இந்த ஆவணங்களை குறைதீர்ப்பு முகமத்தில் பணிபுரியும் அலுவலர்கள் பார்வைக்கோ அல்லது ஆய்வுக்கோ வழங்க அதிகாரம் பெற்றுள்ளது.
3. மேற்கூறிய முகமையின் அதிகாரிகளுக்கு சட்டத்தின் நோக்கத்திற்காக தேவைப்படும் தகவல்களை வழங்கும் அதிகாரம்.

மேல்முறையீட்டு மன்றம் (Applicate Forum)

1. மாநில நுகர்வோர் தீர்பாயம் மாவட்ட மன்றத்தின் தீர்ப்புகளை மாற்றியமைக்கவோ அல்லது கொடுத்த தீர்ப்பை உறுதி செய்தோ ஆணைய பிறப்பிக்க அதிகாரம் பெற்றுள்ளது.
2. மாநில நுகர்வோர் தீர்பாணையில் அறிவித்த தீர்ப்பை ஏற்றுகொள்ளாத நபர் தேசிய தீர்பாணையத்தில் தீர்ப்பு அளிக்கப்பட்ட நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்கு மேல்முறையீடு செய்யலாம்.

18:06 தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பு ஆணையம் அல்லது தேசிய ஆணையம் (National Consumer Disputes Reressel Commission)

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986 ன் கீழ் ஒரு பகுதி நீதிமன்றமாக 1988 ஆம் ஆண்டு ஏற்படுத்தப்பட்டது. இதன் தலைமையலுவலகம்

www.tnschoolbooks.in

புதுடெல்லியில் இயங்கி வருகிறது. இவ் தீர்ப்பாணையம் உச்சநீதிமன்றத்திலிருந்து ஓய்வு பெற்ற நீதிபதியை தலைவராக கொண்டு இயங்கி வருகிறது. இவ் அமைப்பு தேசிய தீர்பாணையம் என்றும் அழைக்கப்பட்டு வருகிறது.

உறுப்பினர் (Members)

தேசிய குறை தீர்ப்பு ஆணையம் அறிவிப்பின் மூலம் நிறுவப்பட்ட இவ்வமைப்பின்.

1. 5 உறுப்பினர்கள் இடம் பெற்றுள்ளனர்கள்.
2. அவர்களில் ஒருவர் நீதி துறையை சார்ந்தவராக இருக்க வேண்டும்.
3. ஏனைய நபர்கள் பிறதுறைகளில், அறிவு, ஆற்றல், அனுபவம் பெற்றவராக இருக்க வேண்டும்.
4. இவ்வமைப்பில் பெண் உறுப்பினர் இருக்க வேண்டும்.

அதிகார எல்லை (Jurisdiction)

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986 பிரிவு 21 ன் கீழ் குறிப்பிடபட்டுள்ள அதிகாரம் பெற்றுள்ளது.

1. ரூபாய் 1 கோடிக்கு மேலாக புகார் மனுக்களை விசாரித்தல்.
2. மேல் முறையீட்டின் மனுவினை விசாரித்தல் மற்றும் மாநில தீர்ப்பாணையம் அறிவித்த தீர்ப்பானையை மாற்றுதல்.
3. மாவட்ட மன்றம் மற்றும் மாநில தீர்ப்பாணையத்திடமிருந்து தேவையான ஆவணங்களை கேட்டு பெற்று, அதனடிப்படையில் உரிய ஆணைகள் பிறபித்தல்.

அதிகாரங்கள் (Powers)

1. தேசிய தீர்ப்பாணையம் புகார் மனுக்களை விசாரிக்கும் முறைகளில் ஒருமித்த செயல்முறைகளை பின்பற்ற தனது அதிகாரத்தை செலுத்துதல்.
2. ஒரு மனுதாரர் வழங்கிய ஆவண நகலை எதிர் மனுதாரருக்கு வழங்குவதில் உரிமை பெற்றது.
3. தேசிய ஆணையத்தால் விரைவாக ஆவணப் படிகளை வழங்கப்பட ஆணை பிறப்பித்தல்.
4. நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் நோக்கங்கள் சிறப்பாக செயல்படுத்தப்பட தனது அதிகாரங்களை பயன்படுத்துதல் ஆணையம் மற்றும் மாவட்ட மன்றங்களின் செயல்பாட்டை அவர்களின் தன்னிச்சையாக செயல்பட அவைகளின் அதிகாரத்தில் தலையிடாது இருத்தல்.

மேல்முறையீட்டு மன்றம் (Appellate Forum)

நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986 பிரிவு 23ன் கீழ் தேசிய தீர்பாணையம் கொடுத்த தீப்பிணை எதிர்த்து பாதிக்கப்பட்ட நபர் தீர்ப்பை பெற்ற 30 நாட்களுக்குள் நீதிமன்றத்தில் முறையீடு செய்யலாம்.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

உங்கள் புகாரை பதிவு செய்ய **1800-11-4000** அல்லது **14404** என்ற எண்களை அழைக்கவும்.

அரசாங்க விடுமுறை நாட்கள் தவிர மற்ற நாட்களில் காலை 9.30 மணி முதல் மாலை 5.30 மணி வரை ***8130009809*** என்ற எண்ணை அழைக்கவும் அல்லது குறுஞ்செய்தி அனுப்பவும்.

18.07 நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தும் தன்னார்வ நிறுவனங்கள் (Voluntary Organizations for Consumer Awareness)

பொருட்களை வாங்கி பயன்படுத்தும் ஒரு தனிநபரோ அல்லது ஒரு குடும்பமோ நுகர்வோராக இருக்கலாம். தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பு என்பது நுகர்வோரின் உரிமை மற்றும் நலனை பாதுகாத்திட ஏற்படுத்தப்பட்ட அமைப்பை குறிக்கும்.

நோக்கங்கள் (Objectives)

1. நுகர்வோர் விவகாரத் துறை என்ற அமைப்பை நுகர்வோர் நலநிதியை ஏற்படுத்தி அதனை நிர்வகித்து வருகிறது.
2. இந்த துறையுனுடைய தலையாய நோக்கம் இந்தியாவில் உள்ள நுகர்வோரை பாதுகாக்க இந்த துறை நுகர்வோர் குறித்த விழிப்புணர்வை அகிலந்திய அளவில் பல்வேறு அமைப்புகளின் உதவியுடன் பெருக்கி வருகிறது.
3. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு மற்றும் நலனை வலுப்படுத்துதல் மற்றும் நுகர்வோருக்கு வழிகாட்டுவது மற்றும் ஆலோசனை வழங்குவது மற்றும் குறைகளை தலையீடு செய்து தீர்ப்பது.
4. தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பு நுகர்வோர் நல நிதியிலிருந்து பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தரத்தை ஆய்வு செய்யும் செயல் திட்டங்களுக்கு நிதி உதவி செய்கிறது மற்றும் பொருட்களின் தர சோதனை குறித்து நடத்தப்பட்ட ஆய்வின் கண்டுபிடிப்புகளின் பொது மக்களுக்கு வெளியீட்டு, நுகர்வோருக்கு பலதரப்பட்ட பொருட்கள் குறித்து விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 6.indd 147 19/12/2022 14:47:42

5. தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகளின் தங்களின் செயல்பாடுகளை வெளிபடுத்த நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளுதல். அரசு குடிமக்களிடம் கொண்டுள்ள தொடர்பினை இணையதளம் மூலமாக வெளிப்படையாக அறிவித்தல்.

நுகர்வோர் விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தலும் மேம்படுத்தலும்

நுகர்வோர் தங்கள் உரிமையை அறிந்து கொள்ள அவர்களுக்கு விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தல் நுகர்வோர் அமைப்புகளின் தலையாய நோக்கமாகும். இந்த நோக்கத்தை அடைவதற்கு ஏய்துவதற்கு கீழ்குறிப்பிடபட்டுள்ள முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளன.

i. நுகர்வோர் குறித்த இதழ்கள், ஆராய்ச்சி நூல்கள், பிரசுரங்கள், கையேடுகள், துண்டுசீட்டுகள், ஆய்வு கட்டுரைகள் இவைகளை அச்சிட்டு வெளியீடுதல்.

ii. நுகர்வோர் விழிப்புணர்வுகுறித்து கருத்தரங்கங்கள் மாநாடுகள் மற்றும் பட்டறைகள் (Workshop) நடத்துதல்.

iii. நுகர்வோருக்கு அவர்கள் உரிமை குறித்து அறிவை புகட்டுதல்.

iv. பெண்களுக்கு நுகர்வோரியல் குறித்த (Consumerism) கல்வியை வழங்குதல்.

கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நடவடிக்கை மூலம் நுகர்வோரின் குறைத்தீர்ப்பு செயல்திறனை மேம்படுத்தப்படுகிறது.

i. பல்வேறு பொருட்கள் தரத்தை அறிய தேவைப்படும் செய்திகளை அறிவது. (Collecting Data on Different Products and Testing them)

பல்வேறு நிறுவனங்கள் உற்பத்தி செய்த பொருட்களை மாதிரிக்கு எடுத்துச்சென்று அவைகளை தரச்சோதனைக்கு உட்படுத்தி தரநிலைப்பாடுகளை பொதுமக்களுக்கு அறிவிப்பது. (Filling suit on behelf on consumers)

ii. நுகர்வோர் சார்பாக வழக்கு தொடுத்தல் (Filling suit of behalf of consumers)

இதன் மூலம் பொருட்களை வாங்கும் நுகர்வோர்கள் தாங்கள் வாங்க விழையும் பொருட்களில் உண்மையான தரத்தை அறிந்து தரமான பொருட்களை வாங்கமுடிகிறது.

iii. கலப்படத்தை தடுத்தல் (Organising protests against Adulteration)

நுகர்வோர்கள் தங்களின் புகார்கள் குறித்து எதிர்ப்பு ஏதும் தெரிவிக்காத நிலையில் தன்னார்வ நுகர்வோர் நிறுவனங்கள் அவர்களின் புகார்களை நுகர்வோர் நிதீமன்றத்தில் தாங்கள் செய்து பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோருக்கு பாதுகாப்பு வழங்குகிறது. இதன் மூலம் பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் தனது உரிமை போராட்டத்தில் தனிமையில்போராடவில்லை என்ற எண்ணத்தை ஏற்படுத்துகிறது அதாவது பல்வேறு நுகர்வோர் நலன் காக்கும் அமைப்புகள் தங்கள் பின்னனியில் இருப்பது மூலம் வலுவாக செயல்படமுடிகிறது.

iv. கல்வி நிறுவனங்களுக்கு உதவுதல் (Helping educational institutions)

நுகர்பொருள் கலப்படத்திற்கு எதிரான எதிர்ப்புகளை தெரிவிக்கும் போராட்டங்களை ஏற்பாடு செய்து நடத்துவது மற்றும் நுகர்வோர் நிறுவனங்கள் நுகர்வோர்களுக்கு இழைக்கப்படும் அநீதியான பதுக்கல், கலப்படம் கள்ளச்சந்தை மற்றும் குறைவான எடையில் பொருளை தருதல் போன்றவைகளுக்கு எதிராக நுகர்வோரை ஒன்று திரட்டி போராட்டம் நடத்துவது.

v. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு குழு அமைத்தல் (Promoting network of consumer association)

நுகர்வோர் நலஅமைப்புகள் அண்மைகாலங்களில் பெருகிவருகிறது பல்வேறு நுகர்வோர் அமைப்புகள் நாடுதழுவிய அளவில் நுகர்வோருக்கு சேவை ஆற்றி வருகின்றது இந்த அமைப்புகளை ஒன்றினைத்து தன்னார்வ நிறுவனங்கள் நுகர்வோர்கட்கு நற்பணி ஆற்றி வருகின்றன.

vi. அரசுக்கு ஆதரவு நல்குதல். (Extending Support to Government)

நுகர்வோர் அமைப்புகள் கலப்படம், பொருள் தட்டுப்பாட்டை உருவாக்கும் தரம் குறைந்த பொருட்ளை விற்பனை செய்து கள்ளச்சந்தை, பதுக்கல், போலிப் பொருட்களை விற்க போன்ற நுகர்வோர்க்கு எதிராக நடத்தப்படும் கேடுகளை அரசின் கவனத்திற்கு கொண்டுவருதல்.

புகார் மனு அளிப்பதற்கான செயல்முறைகள். (Procedures for Filling Complaint)

பொருட்களின் உள்ள குறைப்பாடுகள் தெளிவாக குறிப்பிட்டு பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் தனது புகார் மனுவை தயாரிப்பாளர் அல்லது விற்பனையாளர் அல்லது பொருளை விற்ற வணிகர்கள் இடம் தாக்கல் செய்யலாம். பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் வணிகர்களின் நியாயத்திற்கு புறம்பான விற்பனை நடவடிக்கைகளுக்கு எதிராகவோ அல்லது அவர்கள் ஈடுபட்ட தடைசெய்யப்பட்ட வணிக நடவடிக்கைகளுக்கு எதிராகவோ புகார் அளிக்கலாம். நுகர்வோர் நீதி மன்றத்தில் புகார் மனுவை தாக்கல் செய்யும் முன்பாக பொருள் தயாரித்த நிறுவனத்திற்கு அல்லது பொருள் விற்ற நிறுவனத்திற்க்கு சட்டப்படி அறிவிப்பை பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் அனுப்பபடவேண்டும்.

நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் புகார் அளிப்பதில் உள்ள படிநிலைகள்

1. நுகர்வோர் தனது பெயர், முகவரி, பொருள்வாங்கிய நாள் வாங்கிய பொருள் விவரம் குறித்து சட்டப்படி கொடுக்கப்பட வேண்டும் புகார் மனுவில் தெளிவாக குறிப்பிடபடவேண்டும்.
2. வாங்கிய பொருளில் உள்ள தரக்குறைப்பாடுகள் அல்லது அதிலிருந்து எழுந்த சிக்கல்களை தெளிவாக குறிப்பிட வேண்டும்.
3. புகாரின் பேரில் சமந்தப்பட்ட உற்பத்தி அல்லது விற்பனை நிறுவனம் இந்நாள்வரை எடுத்த தீர்வு நடவடிக்கைகளை விவரிக்க வேண்டும்.
4. சம்மந்தப்பட்ட நிறுவனத்திலிருந்து எதிர்பார்க்கப்படும் தீர்வு நடவடிக்கை.
5. சம்மந்தப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கு குறைகளை தீர்க்க அளிக்கப்பட்ட கால அவகாசம்.
6. சட்டபடி அளிக்கப்பட்ட அறிவிப்புக்கு சம்மந்தப்பட்ட உற்பத்தி அல்லது விற்பனை செய்த நிறுவனம் முறைபடி பதிலளிக்கப்படாமல் இருக்கும் நிலையில், வருங்காலத்தில் எடுக்கப்பட இருக்கம் சட்டநடவடிக்கைகள் குறித்த தெளிவான நிலைப்பாடு, புகார் மனுவில் இடம் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

யார் புகார் தெரிவிக்கலாம்? (Who can make Complaints)

1. 1986 நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தின் படி இலக்கணம் வகுக்கப்பட்ட நுகர்வோர் யாரேனும்.
2. பதிவு செய்யப்பட்ட தன்னார்வ நுகர்வோர் சங்கம்.
3. மத்திய அரசு
4. மாநில அரசு அல்லது யூனியன்பிரதேசம்.
5. பல நுகர்வோர் சார்பாக ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நுகர்வோர்.

எப்போது புகார் தொடுக்கலாம் (When the complaint can be made)

புகார் மனுக்களை எழுத்துப்பூர்வமாக கீழ் குறிப்பிடபட்டுள்ள சூழ்நிலையில் தரப்படவேண்டும்.

1. வியாபார நெறிமுறைக்கு புறம்பான நடவடிக்கைகளால் நுகர்வோருக்கு ஏற்பட்ட இழப்பு அல்லது சேதம் ஏற்படும்போது.
2. வாங்கிய பொருள் பழுதுபட்ட நிலை.
3. வழங்கப்பட்ட சேவையின் தரத்தில் உள்ள குறைபாடுகள்.
4. பொருளின் மீது குறியிடப்பட்டுள்ள விலையை விட மிகையான ஒரு விலையை நுகர்வோர் செலுத்தியிருந்தால் அல்லது சட்டப்படி நிர்ணயிக்கப்பட்ட விலையை விட கூடுதலான விலையை நுகர்வோர் செலுத்திருந்தால்.

5. சட்டத்திற்கு புறம்பான அல்லது பொதுமக்களின் நலனுக்கு அல்லது உயிருக்கு பாதிப்பு விளைவிக்கும் பொருட்களை விற்பனை செய்யும் நிலையில்

புகாரை எவ்வாறு பதிவு செய்வது (How to Register the Complaints)

கீழ் கண்ட முறையில் புகாரை பதிலு செய்யலாம்.

1. பொருள் அல்லது சேவையில் குறைபாடு ஏற்பட்ட தேதியிலிருந்து 2 வருடத்திற்குள் புகார் பதிவு செய்யலாம்.

2. முத்திரைதாளில் (Stamp paper) புகார் மனு அளிக்க வேண்டிய அவசியமில்லை.

3. புகார் அளிக்க விரும்பும் நபர் தனிப்பட்டமுறையிலோ அல்லதுமுகவரிமூலமாகவோஅல்லதுஅஞ்சல்வழியாகவோ குறைதீர்ப்பு அமைப்புக்கு புகாரை அளிக்கலாம்.

4. புகார் அளிக்க வழக்கறிஞர்களை ஈடுபடுத்த வேண்டிய அவசியமில்லை.

புகார் மனுவில் தரப்படவேண்டிய விவரங்கள்:

புகார் அளிப்பவரின் பெயர் முகவரி

1. புகார் அளிக்கும் எதிர்தரப்பினரின் பெயர் முகவரி
2. வாங்கிய பொருள் அல்லது பயன்படுத்திய சேவையின் நாள்
3. வாங்கிய பொருள் அல்லது சேவையின் மதிப்பு
4. வாங்கிய பொருள் அல்லது சேவையின் முழுவிவரம்
5. புகார் பற்றிய விவரம் அதாவது வணிக பழக்கங்களுக்கு புறம்பான செயல்பாடுகள் அல்லது பொருள் அல்லது சேவையில் உள்ள பழுதா அல்லது மிகையாக செலுத்தப்பட்ட விலையா என தெளிவாக குறிப்பிடப்பட்டிருக்கவேண்டும்.
6. வாங்கிய பொருள் அல்லது சேவை தொடர்பாக வழங்கப்பட்ட ரொக்கம் அல்லது கடன் இரசீது.

நுகர்வோருக்கு தரும் நிவாரணம் (Relief to the Consumers)

மாவட்ட மன்றம் அல்லது மாநில குறை தீர்பாணையம் கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள வடிவங்களில் தீர்வுகள் வழங்கலாம்.

1. வாங்கிய பொருளில் உள்ள பழுதை நீக்க பணித்தல்.
2. பழுது ஏற்பட்ட பொருளுக்கு மாற்றாக புதிய பொருளை தரகட்டளையிடுதல்.

www.tnschoolbooks.in

3. புகார் அளித்தவருக்கு வாங்கிய பொருள் அல்லது பயன்படுத்திய சேவை தொடர்பாக செலுத்தப்பட்ட விலையை திருப்பி தர கோருதல்.
4. நுகர்வோருக்கு ஏற்பட்ட பாதிப்புகள் அல்லது பண நட்டத்தை ஈடுசெய்ய ஆணையிடுதல்.
5. சேவையில் ஏற்படும் குறைபாடுகளை தீர்த்து வைத்தல்
6. வணிக நெறிமுறைகளுக்கு புறம்பான முறையில் செய்த நடவடிக்கைகளை கைவிட அறிவுறுத்தல்.
7. உடல் நலத்திற்கு ஊறுவிளைவிக்கும் அல்லது கேடு விளைவக்கும் பொருட்களை விற்பனை செய்வதிலிருந்து விலக்கி கொள்ள கட்டளையிடுதல்.
8. புகார்தாரர் செய்த செலவுகளை ஈடுசெய்ய கூறுதல்.

மேல்முறையீட்டு செய்யும் முறை (What is the appeal provison)

1. மாவட்ட நுகர்வோர் குறை தீர்ப்புமன்றம் வழங்கிய தீர்ப்பாணையை எதிர்த்து தீர்ப்பு வந்த நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்குள் மாநில நுகாவோர் குறைதீர்ப்பாணயத்தில் மேல்முறையீடு செய்யலாம்.
2. இவ்வாறு மாநில நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பாணயத்தின் தீர்பினை எதிர்த்து தீர்ப்புவந்த நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்கு தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர்ப்பாணையத்தில் முறையீடு செய்யலாம்.
3. தேசிய நுகர்வோர் குறை தீர்ப்பாணையம் வழங்கிய தீர்ப்பை எதிர்த்து 30 நாட்களுக்குள் உச்ச நீதிமன்றத்தில் மேல்முறையீடு செய்யலாம்.
4. மாநில தேசிய குறைதீர்ப்பு ஆணையத்தில் மேல்முறையீடு செய்ய கட்டணம் செலுத்த தேவையில்லை.
5. மேல்முறையீட்டு மனுக்கள் சமந்தப்பட்ட கீழ் நீதிமன்றங்கள் வழங்கிய தீர்ப்பாணையத்துடன் இணைத்து மேல்முறையீட்டுக்கு சமா;ப்பிக்கப்பட வேண்டும் மற்றபடி வழக்கை பதிவு செய்யும் நடைமுறையானது மேற்கூறிய அனைத்து நீதிமன்றங்களுக்கு பொதுவானதாக இருக்கிறது.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

நுகர்வோர் சங்கங்களின் சர்வதேச அமைப்பு (IOCU) முதன்முதலில் 1960 ஆம் ஆண்டு நிறுவப்பட்டது, எல்லை தாண்டிய பிரச்சாரங்களை உருவாக்கி அறிவைப் பகிர்ந்து கொள்ள விரும்பியது; இது 120 நாடுகளில் 250 க்கும் மேற்பட்ட உறுப்பினர் அமைப்புகளைக் கொண்டுள்ளது. லண்டன், இலத்தின் அமெரிக்கா, ஆசியா, பசிபிக், மத்திய கிழக்கு மற்றும் ஆப்ரிக்காவில் உள்ள பிராந்திய அதிகாரிகள், உறுப்பினர்களாக உள்ளனர் லண்டன், அதன் தலைமையகம்.

கலைச்சொற்கள்

குறைதீர்ப்பைக் குறைத்தல் பொறிநுட்பம்	மாவட்ட மன்றம்
நுகர்வோர் தன்னார்வ அமைப்பு	நுகர்வோர் நல நிதி
மூன்று அடுக்கு நீதிமன்ற	நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு

எதிர்கால கற்றல்

மாணவர்கள் "மாணவர்கள் நுகர்வோர் சங்கம்" உருவாக்கலாம் அதன்மூலம் தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகள்பற்றியவிழிப்புணர்வுஏற்படலாம்.பின்வரும் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு பற்றி பெற்றோர்களுக்கு விழிப்புணர்வுகளை ஊக்கப்படுத்தலாம்.

1. பொருளின் அதிகபட்ச விற்பனைவிலை
2. பொருளின் காலாவதியின் தேதி
3. தயாரிப்புகளின் தரம் (ஐ.எஸ்.ஐ, ஐஎஸ்ஓ மற்றும் ஆக்மார்க், முதலியன) பற்றிய விழிப்புணர்வு

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. தேசிய நுகர்வோர் குறைதீர் ஆணையத்தின் தலைவர் யார்?

அ) இந்திய உச்ச நீதிமன்றத்தின் சேவை அல்லது ஓய்வு பெற்ற நீதிபதி.

ஆ) பிரதம மந்திரி

இ) இந்தியத் தலைவர்

ஈ) மேலே குறிப்பிடப்பட்டவை அல்ல

2. மாநில நுகர்வோர் குறைதீர் ஆணையத்தின் தலைவர் யார்?

அ) உயர் நீதிமன்றத்தின் நீதிபதி

ஆ) முதலமைச்சர்

இ) நிதி மந்திரி

ஈ) மேலே குறிப்பிடப்பட்டவை அல்ல

3. மாவட்ட மன்றத்தின் தலைவர் யார்?

அ) மாவட்ட நீதிபதி

ஆ) உயர் நீதிமன்ற நீதிபதி

இ) உச்ச நீதிமன்ற நீதிபதி

ஈ) மேலே குறிப்பிடப்பட்ட எதுவும் இல்லை

4. **பொருட்களின் அல்லது சேவைகளின் மதிப்பு மற்றும் இழப்பீடுத் தொகை ஆகியவற்றிற்கு அதிகமாக இருந்தால் மாநில ஆணையத்திடம் புகார் தெரிவிக்கலாம்**

அ) ₹ 2 இலட்சத்திற்கு மிகையாக ஆனால் ரூ.5 இலட்சத்திற்கு மிகாமல்

ஆ) ₹ 20 இலட்சத்திற்கு மிகையாக ஆனால் ரூ.1 கோடிக்கு மிகாமல்

இ) ₹ 3 இலட்சத்திற்கு மிகையாக ஆனால் ரூ.5 இலட்சத்திற்கு மிகாமல்

ஈ) ₹ 4 இலட்சத்திற்கு மிகையாக ஆனால் ரூ.20 இலட்சத்திற்கு மிகாமல்

5. **நுகர்வோர் சங்கங்களின் சர்வதேச அமைப்பு (IOCU) முதன்முதலில் நிறுவப்பட்டது**

அ) 1960 ஆ) 1965 இ) 1967 ஈ) 1987

விடைகள் :

1	அ	2	அ	3	அ	4	ஆ	5	அ

II. குறு வினாக்கள்:

1. குறை தீர்ப்பு குறிப்பு வரைக.
2. தேசிய ஆணையத்தினைப் பற்றி விவரி.
3. மாநில ஆணையம் என்ற பதத்தை விவரிக்கவும்.
4. மாவட்ட மன்றம் பற்றி விளக்குக?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. தேசிய ஆணையத்தின் உறுப்பினர்கள் பற்றி விவரி?
2. மாநில ஆணையத்தின் உறுப்பினர்கள் யார்?
3. தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பு பற்றி விவரிக்கவும்.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்துவதில் தன்னார்வ நிறுவனங்களின் நோக்கம் யாது?
2. நுகர்வோர் நீதிமன்றத்தில் புகார் அளிக்கும்போது புகார் மனுவில் தரப்படும் விவரம் யாவை?

குறிப்பு நூல்கள்

1. Consumer Protection Law and Practice by Dr V.K.Agarwal, Universal Book Traders, Delhi.
2. Consumer Behaviour Dr L. Natarajan, Margham Publications, Chennai
3. Marketing Management Dr. R.L.Varshney and Dr S.L.Gupta, Sultan Chand&Sons, NewDelhi.
4. Marketing Management Text & Cases Dr.C.B.Gupta & Dr N. Rajan Nair Sultan Chand & Sons, New Delhi
5. Marketing Management R.S.N. Pillai & Bagavathi S.Chand & Company Pvt Limited, New Delhi

12th Commerce Tamil Unit 6.indd 151 19/12/2022 14:47:42

வாணிபச் சூழல்
BUSINESS ENVIRONMENT

அலகு 7

19

அத்தியாயம்

சுற்றுச்சூழல் காரணிகள்
ENVIRONMENTAL FACTORS

தெரிந்த இனத்தொடு தேர்ந்தெண்ணிச் செய்வார்க்கு
அரும்பொருள் யாதொன்றும் இல்.

–குறள் 462

பொருள் : ஆராய்ந்து சேர்ந்த இனத்துடன் (செயலைப்பற்றி) நன்றாகத் தேர்ந்து, தாமும் எண்ணிப்பார்த்துச் செய்கின்றவர்க்கு அறிய பொருள் ஒன்றும் இல்லை.

70QL5

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- வாணிபச்சூழலின் பொருள்பற்றிய
- உட்புற மற்றும் வெளிப்புற வாணிபச் சூழலின் வேறுபாடுகள்.
- வாணிபத்தை பாதிக்கும் கட்டுப்படுத்த கூடிய மற்றும் கட்டுப்படுத்த முடியாத காரணிகள்.
- பொருளாதார, சமூக கலாச்சார, அரசியல் மற்றும் சட்ட, புவி சார்ந்த மற்றும் தொழில்நுட்ப காரணிகள் எவ்வாறு வணிகத்தை பாதிக்கிறது.

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

19.01. வணிகச்சூழலின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
19.02. வணிகச்சூழலின் வகைகள்
19.02.01. உட்புறச்சூழல்
19.02.02. வெளிப்புறச் சூழல்
19.02.03. நுண்ணியச் சூழல்
19.02.04. பரந்தச் சூழல்
19.03. வணிகத்தின் எதிர்காலச் சூழல்
19.04. பெருநிறுவன ஆளுகை
19.05. சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி.

ஒரு வாணிகம் என்பது ஒட்டு மொத்த சமூக அமைப்பின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும். வணிகத்தைச் சுற்றியுள்ள அதே சமயம் வணிகத்தின் மீது ஆதிக்கம் செலுத்துகின்ற உட்புற மற்றும் வெளிப்புற காரணிகளின் தொகுப்பே வணிக சுற்றுச்சூழல் ஆகும். உண்மையில் வணிக நிறுவனமானது தனித்து இயங்க முடியாது. அது நாட்டின் சமூகம், அரசியல், பொருளாதாரம் மற்றும் சட்டத்துறைகளின் ஓர் பகுதியாகவும் விளங்குகின்றது. இவ்விசை வணிக நிறுவனங்களின் அனைத்து நடவடிக்கைகளுடன் நேரடித் தொடர்பு கொண்டவைகளாகும். இக்காரணிகள் அனைத்தும் நிறுவனத்தின் வெளிப்புறத்தோடு (External) தொடர்புடைவையாகும். எனவே, வணிக நிறுனங்களால் இவற்றில் எவ்வித மாறுதலையும் உண்டு பண்ண இயலாத, இவ்வெளிப்புறக் காரணிகளை வணிக நிறுவனங்களால் கட்டுப்படுத்த இயலாது. ஆயினும் வணிகக்கொள்கைகள், தந்திரங்கள் போன்றவற்றை வடிவமைக்கும் போது இவ்வித எதிர்மறைக் காரணிகளுக்கு தகுந்த முக்கியத்துவம் கொடுத்தல் வேண்டும்.

வணிக நிறுவனங்களின் கட்டுப்பாட்டிற்கு அப்பாற்பட்ட காரணிகள் மற்றும் சக்திகள் நிறுவன வர்த்தக சூழலின் செயல்பாடுகள் மற்றும் வளர்ச்சியில் குறிப்பிடத்தக்க செல்வாக்கை செலுத்துகிறது. வணிகத்தில் மாற்றம் என்பது இயற்கையாகவே மாறிக்கொண்டே இருக்கும். எனவே வணிகத்திற்கு தொடர்புடைய பலம், பலவீனங்கள், வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்கள் (SWOT analysis) ஆகியவற்றின் மூலம் சுற்றுசூழலை பகுப்பாய்வு செய்த பின்னர் மட்டுமே எந்த வியூக முடிவும் எடுக்க முடியும்.

12th Commerce Tamil Unit 7.indd 152 19/12/2022 14:48:11

கட்டுப்படுத்தக் கூடிய உட்புறச் சூழல், நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி அதன் பலம் மற்றும் பலவீனங்களை சார்ந்துள்ளது. அதே நேரத்தில் கட்டுப்படுத்த முடியாத வெளிப்புற சூழல் வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்கள் ஆகிய இரண்டு காரணிகளைச் சார்ந்துள்ளது. எனவே முக்கிய முடிவுகளை எடுப்பதற்கும் வெற்றியை உறுதி செய்வதற்கும் சூழலைப் புரிந்துகொள்வது அவசியமாகிறது.

19.01 வணிக சூழலின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் (Meaning and Definition of Business Environment)

பியார்ட் ஓ வீலரின் (Bayard O Wheeler) என்பவரின் கருத்துப்படி "நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழில் அமைப்புகளின் நடவடிக்கைகளை பாதிக்கும் அனைத்து பிற காரணிகளும் வணிக சூழல் ஆகும்."

எந்த ஒரு வணிக நிறுவனமும் வியூக முடிவுகள், கொள்கைகள், திட்டங்கள் ஆகியவற்றினை உருவாக்கி வெற்றி பெற வர்த்தகத்தை பாதிக்கும் சுற்று சூழல் காரணிகளையும் அவற்றில் ஏற்படும் மாற்றங்களையும் நன்கு புரிந்து கொள்ள வேண்டும். எனவே அச்சுறுத்தல்கள் மற்றும் வாய்ப்புகளை அடையாளம் காண வணிக சூழலை ஆய்வு செய்வது எந்தவொரு வணிகத்திற்கும் அவசியமாகும்.

வணிகச் சுற்றுச் சூழலின் முக்கியத்துவம் பின்வருமாறு

i. **யுத்திகளை வகுக்க மற்றும் எதிர்கால திட்டமிடுதலுக்கு உதவுகிறது:** சேகரிக்கப்பட்ட தகவல்களின் அடிப்படையில் சுற்றுச்சூழலை கண்காணிப்பதன் மூலம் முக்கியமான வணிக யுக்திகள் மற்றும் எதிர்காலத்திற்கான திட்டத்தை வடிவமைப்பதற்கான அடிப்படையாக அமைகிறது.

ii. **புதிய வாய்ப்புகளை கண்டறிய உதவுகிறது:** வணிகசுற்றுசூழலை ஆய்வு செய்வதன் மூலம் புதிய வணிக வாய்ப்புகளை கண்டறிய முடிகிறது. எடுத்துக்காட்டாக 1980களில் டாக்டர் ரெட்டி (Dr. Reddy) சுகாதார சேவையில் தரமான சேவையின் தேவைகளை அடையாளம் கண்டு, அப்போலோ மருத்துவ மனைகளை (Apollo Hospitals) ஆரம்பித்தார். அவர் பெருநிறுவன மருத்துவமனையில் (Corporate Hospital) முன்னோடியாக இருந்து இந்தியாவில் உலக தரம்வாய்ந்த மருத்துவ வசதிகளை தருவதில் முதன்மையானவராகத் திகழ்ந்தார்.

iii. **நுட்பமான வணிகச்சூழல் சோதனை:** வணிகத்தில் பாதிப்பை ஏற்படுத்தக்கூடிய அச்சுறுத்தல்களை அடையாளம் கண்டு அவற்றிலிருந்து வணிக நிறுவனங்கள் தங்களை காத்துக்கொள்ள சுற்றுச்சூழல் ஆய்வு உதவுகிறது.

iv. **மாற்றங்களை உருவாக்க உதவுகிறது:** சுற்று சூழலை முறையாக கண்காணிப்பு செய்வதன் மூலம் நிறுவனத்தைச் செயலூக்கம் மிக்கதாக மாற்றவும் விரைவாக முன்னேற்றத்தை உறுதி செய்யவும் உதவுகிறது.

v. **பொது மக்களிடம் நற்பெயர்:** சுற்றுச் சூழல் பகுப்பாய்வு அதன் வியாபாரத்தை மேம்படுத்த உதவுகிறது. மாறும் சுற்றுச்சூழலுக்கும் மக்களுடைய தேவைகளுக்கும் உடனடியாகவும், விரைவாகவும் பதிலளிப்பதன் மூலம் பொதுமக்களிடம் நற்பெயரினை அதிகரிக்கச் செய்கிறது. உதாரணமாக பெரிய அளவிலான சில்லறை விற்பனை கடைகளில் ஆதித்யா பிர்லாவின் மோர் (More) போன்றவை இப்போது வீட்டிற்கே சென்று விநியோகம் செய்கின்றன.

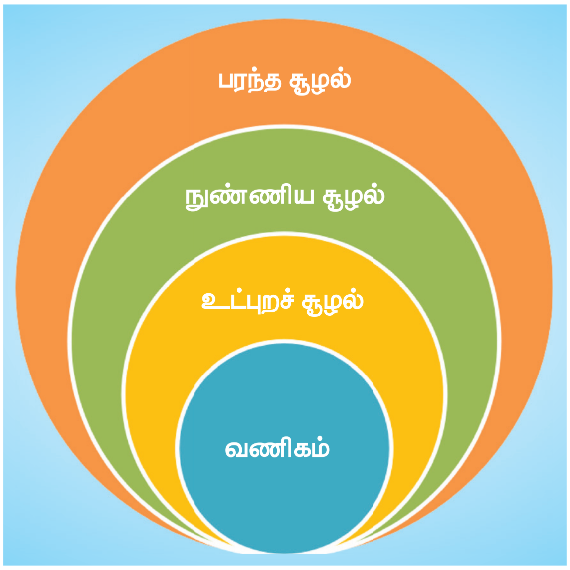
உதாரணமாக 50 ஆண்டுகள் திரைப்பட கேமரா தயாரிப்பில் முன்னோடியாக திகழ்ந்த ஜப்பானிய திரைப்பட கேமரா தயாரிப்பு நிறுவனான ஃப்யூஜி பிலிம்ஸ் (Fuji Films) டிஜிட்டல் கேமராக்களின் வருகையால் பெரிதும் பாதிக்கப்பட்டது. ஆனால் அவர்கள் அந்த அச்சுறுத்தலை உணர்ந்து தங்களின் உற்பத்தியில் புதிய மாற்றங்களை கொண்டுவந்து தங்கள் இடத்தினை மீண்டும் பெற்றனர்.

19.02 வணிகச் சூழலின் வகைகள்: (Types of Business Environment)

வணிக சூழலை பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்.

i. உட்புறச் சுற்று சூழல்

ii. வெளிப்புற சுற்று சூழல்

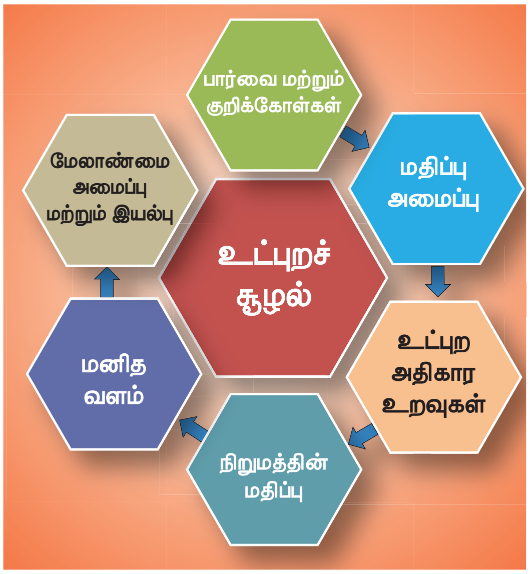


உட்புறச் சூழல் உட்புறச் சூழல் என்பது நிறுவனத்தின் உட்புறத்தோடு தொடர்புடைய காரணிகளாகும். எனவே இவற்றைக் கட்டுப்படுத்துதல், மாற்றி அமைத்தல் போன்றவற்றை நிறுவனங்கள் எளிதில் மேற்கொள்ள முடியும். எடுத்துக்காட்டாக கொள்கைகள் மற்றும் திட்டங்கள், நிறுவன கட்டமைப்பு, ஊழியர்கள், நிதி மற்றும் வளங்கள் போன்றவை ஆகும்.

வெளிப்புறச் சூழல் வெளிப்புறச் சூழல் என்பது வணிகத்துக்கு வெளியேயுள்ள காரணிகளை குறிக்கிறது. இவற்றில் எந்தவித மாறுதலையும், கட்டுபாட்டினையும் ஒரு வணிக நிறுவனத்தால் ஏற்படுத்த முடியாது எடுத்துக்காட்டாக. பொருளாதாரம், அரசியல் மற்றும் சமூக–கலாச்சார காரணிகள் போன்றவையாகும்.

19.02.01. உள்ளார்ந்த (or) உட்புறச் சூழல்

உட்புறச் சூழல் காரணிகள்



வணிக முடிவுகளை பாதிக்கும் முக்கிய உட்புறக் காரணிகள் பின்வருமாறு.

i. **மதிப்பு அமைப்பு:** வணிகத்தின் நிறுவனர் / உரிமையாளர்கள் மதிப்புகளில் ஏற்படும் பாதிப்புகள் மற்றும் வெளி நபர்களின் மதிப்பை பொறுத்தே நிறுவனத்தின் வெற்றி சார்ந்துள்ளது. பொருள் அளிப்பவர்கள் மற்றும் விநியோகஸ்தர்கள் போன்றவர்களின் அபிப்பிராயங்களை பொறுத்தே தொழில் மதிப்பீடு உள்ளது.

ii. **பார்வை மற்றும் குறிக்கோள்கள்:** வணிகத்தின் பார்வை மற்றும் குறிக்கோள்கள் அதன் செயற்பாடுகள் மற்றும் யுக்தி முடிவுகளை மேற்கொள்ள வழிகாட்டுகின்றன. உதாரணமாக "இந்தியாவின் சுவை அமுல்" குஜராத் கூட்டுறவு பால் விற்பனை கூட்டமைப்பு (Gujarat Co-operative Milk Marketing Federation – GCMMF) நமது விவசாயிகளுக்கு பொருளாதார ஒடுக்கு முறையிலிருந்து விடுவது அவற்றை செழிப்புடன் வழிநடத்துவதே எதிர்கால பார்வையாகும்.

> அமெரிக்க டேடிஸ் எஸ்பிஸ்பியர் இன்ஸ்டிடியூட் உலகின் மிகவும் சிறந்த நெறிமுறை நிறுவனங்களாக டாடா ஸ்டீல் மற்றும் விப்ரோ ஆகிய இரு இந்திய நிறுவனங்களை பெயரிடப்பட்டுள்ளது. இன்போசிஸ், முருகப்பா குழுமம், டி.வி.எஸ். குழுமம் நெறிமுறை தரநிலைகள் மற்றும் மதிப்புகளின் வலுவான கலாச்சாரம் கொண்டு நிறுவனங்களுக்கான உதாரணமாக திகழ்கின்றன.

iii. **மேலாண்மை அமைப்பு மற்றும் அதன் இயல்பு:** மேலாண்மை/ குழு கட்டமைப்பு மற்றும் செயல்பாட்டு நடைமுறை, நிர்வாகத்தின் தொழில்முறை நிலை, குழுவின் அமைப்பு போன்ற பல்வேறு காரணிகள் முடிவெடுப்பதில் பாதிப்பை ஏற்படுத்தும் காரணிகளாக உள்ளது. முடிவெடுப்பதின் உயர் அதிகாரம் மேலாண்மை குழுவிடம் உள்ளது. அமைப்பு, தொழில்முறை மற்றும் செயல்திறன் நடைமுறை அளவு போன்றவை நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

iv **உட்புற அதிகார உறவுகள்:** இது ஒரு நிறுவனத்தில் இருக்கும் அதிகார உறவுகளை குறிக்கிறது. பலவகை உறுப்பினர்கள், குழு உறுப்பினர்கள் மற்றும் தலைமை நிர்வாக அதிகாரிகளுக்கு இடையேயான உறவுகள் மற்றும் அதன் உரிமையாளர்கள். அதாவது பணியாளர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்கள் ஆகியோர் ஒரு நிறுவனம் எடுக்கும் முடிவிலும் அதனை செயல்படுத்துவதில் பாதிப்பை ஏற்படுத்தும் முக்கிய காரணிகளாக உள்ளன.

v. **மனிதவளம்:** ஒரு நிறுவனத்தின் வெற்றி அதன் மனிதவளத்தின் மீது மட்டுமே சார்ந்துள்ளது. எனவே, ஒரு நிறுவனத்தின் வெற்றிக்கு தரமான, திறன் படைத்த, திறமையான சரியான அணுகுமுறை மற்றும் மனித வளங்களின் உறுதிப்பாடு அவசியம் ஆகும்.

vi. **நிறுவனத்தின் மதிப்பு:** நிறுவனத்தின் மதிப்பு, புதிய தயாரிப்புகளை அறிமுகப்படுத்துதல், விநியோகிப்பதற்கான முகவர்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்களை தேர்ந்தெடுப்பது, பொருள் அளிப்பவர்களுடன் கூட்டு ஒப்பந்தங்களை உருவாக்குதல், உள்நாட்டு மற்றும் சர்வதேச சந்தையில் நிதி திரட்டுதல், விரிவாக்கம் செய்தல், புதிய சந்தையில் நுழைதல் மற்றும் பல.

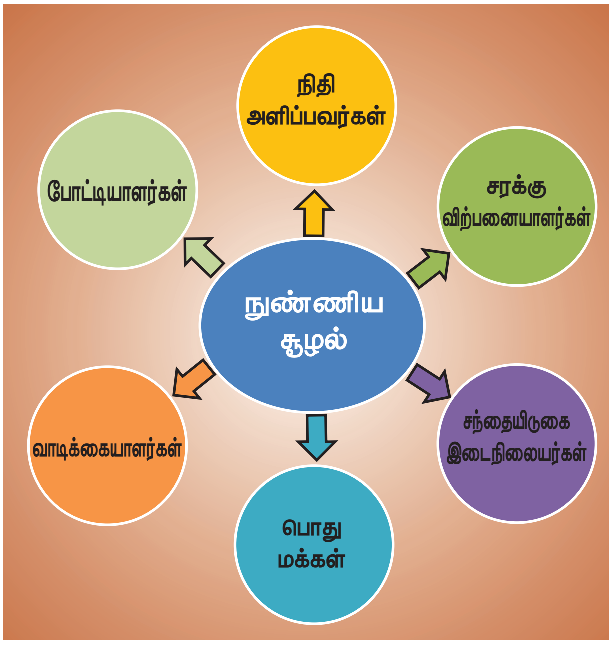
vii. **பிற காரணிகள்:** ஒரு நிறுவனத்தின் ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சி, அதன் நிதி நிலை மற்றும் மூலதன கட்டமைப்பின் வலிமை, சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் வழங்கல் வழிகளை, நிர்வகித்தல் மற்றும் மனித வளங்கள் ஆலை மற்றும் கட்டிட தொழில்நுட்பம் போன்றவை அந்நிறுவனத்தின் வெற்றியை பாதிக்கும் முக்கிய காரணிகள் ஆகும்.

19.02.02 வெளிப்புற சூழல்

வியாபாரத்திற்கு வெளியில் உள்ள அனைத்து காரணிகளும் வெளிப்புற சூழல் ஆகும். புறக்காரணிகளாக உள்ள சூழலை மேலும் நுண்ணிய சூழல் அல்லது பணிச்சூழல் மற்றும் பரந்த சூழல் அல்லது பொதுச்சூழல் என்று இருவகையாக பிரிக்கலாம்.

19.02.03 நுண்ணிய சூழல் (Micro environment)

நுண்ணிய சூழல் காரணிகள் (Micro Environment Factors)



வியாபாரத்தின் செயல் திறனை உடனடியாக பாதிக்கும் சுற்று சூழலாக இருக்கும் காரணிகளை இது குறிக்கிறது. இதில் பின்வருவன அடங்கும்.

i) **நிதி அளிப்பவர்கள்:** கடனீட்டுப் பத்திர தாரர்கள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்கள் வணிகம் சிறந்த முறையில் இயங்க முக்கிய பங்கினை வகிக்கிறார்கள். அவர்களின் நிதி திறன், கொள்கை உத்திகள் இடர் பற்றிய அணுகுமுறை மற்றும் நிதி சாரா அமைப்புகளின் பங்கு முக்கியமாக உள்ளது.

ii) **சரக்கு விற்பனையாளர்கள்:** எந்தவொரு அமைப்பிலும் மூலப்பொருட்கள் மற்றும் இதர உள்ளீடுகளின் வழங்குநர்கள் மிகவும் முக்கிய பங்குவகிக்கிறார்கள். விநியோகிப்பாளரிடமிருந்து பெறப்படும் பொருட்கள் உற்பத்திகளில் தொடர்ச்சியான செயல்பாட்டை செயல்படுத்துகிறது. அது சரக்கிருப்பு/ கையிருப்பு சரக்கை பராமரிப்பதற்கான செலவை குறைக்கிறது. நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்திக்கு தேவையான பொருட்களை பெறுவதற்கான ஒரே மூலமாக பெறாமல் ஒரு குழுவிடமிருந்து பெறுவதே சாலச்சிறந்தது. சரக்கு விற்பனையாளரின் முக்கியத்துவத்தை நிறுவனங்கள் உணர்ந்துள்ளதால் அவர்களுடன் நல்ல உறவை வளர்க்க மற்றும் பராமரிக்கவும் வேண்டும் என்று உணர்ந்துள்ளனர்.

iii) **சந்தையிடுகை இடைநிலையர்கள்:** உற்பத்தி பொருளை விற்பனை செய்யவும் நுகர்வோரிடம் கொண்டு சேர்ப்பதற்கும் விநியோகிப்பாளர்களின் உதவி தேவைப்படுகிறது. இவர்கள் நிறுவனத்தையும். நுகர்வோரையும் இணைக்கும் பாலமாக திகழ்கின்றனர். மொத்த விற்பனையாளர்கள் சில்லறை விற்பனையாளர்கள் மற்றும் முகவர்கள் பொருள்களை நுகர்வோரிடம் சேர்ப்பதை உறுதி செய்கின்றனர். போக்குவரத்து மற்றும் சேமிப்பு கிடங்குகள் சரக்குகளை பாதுகாப்பு இருப்பு வைக்க உதவுகின்றன. சந்தை ஆராய்ச்சி நிறுவனங்கள் நுகர்வோரின் தேவையை கண்டறிந்து விற்பனையை பெருக்கவும், விளம்பர நிறுவனங்கள் பொருள் மற்றும் சேவையின் விற்பனையை மேம்படுத்தவும், காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் சந்தையிடர்களை ஏற்கவும் மிகவும் உதவுகின்றனர்.

iv) **பொதுமக்கள்:** தொழிலில் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் பின்வரும் குழுக்கள் பொது மக்கள் எனப்படுகிறது. அவையாவன: ஊடகக் குழு, குடிமக்கள் செயல் குழு மற்றும் உள்ளூர் மக்கள் செயல் குழு. பொது மக்களிடம் ஒரு வியாபாரத்தை உருவாக்குவதற்கும் அல்லது அழிப்பதற்குமான திறமை உள்ளது.

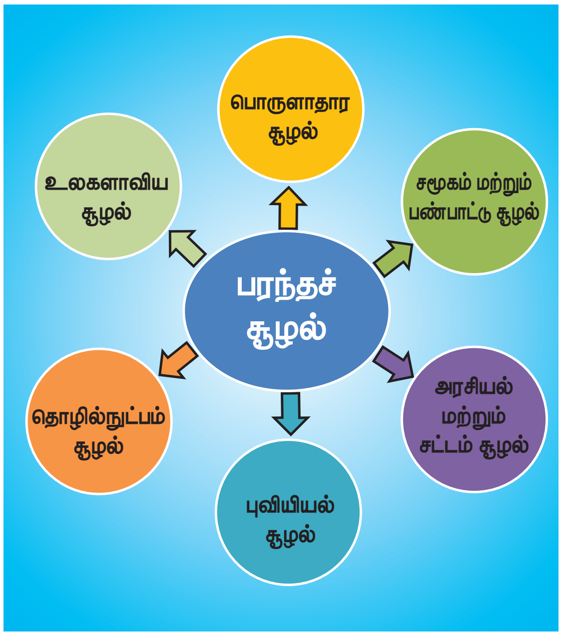
v) **வாடிக்கையாளர்கள்:** ஒவ்வொரு வியாபாரத்தின் நோக்கமும் அதன் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை நிறைவேற்றுவதாகும். வாடிக்கையாளரே வணிகத்தின் மன்னராக கருதப்படுகிறார் மற்றும் அவர்களை சுற்றியே வணிகம் உள்ளது. பல்வேறுபட்ட நுகர்வோரின் தேவையை புரிந்துகொள்ளுவது வணிகத்திற்கு மிகவும் அவசியமாகிறது. அதாவது தனிநபர்கள், சில்லறை விற்பனையாளர்கள், மொத்த விற்பனையாளர்கள், தொழிற்சாலைகள் மற்றும் அரசுத்துறை போன்ற பல்வேறு வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளைப் புரிந்துகொள்வது வணிகத்திற்கு அத்தியாவசியமாகிறது. வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையால் வாடிக்கையாளர்களுடன் சுமூக உறவைப்பேண முடிகிறது.

vi) **போட்டியாளர்கள்:** அனைத்து நிறுவனங்களும் எல்லா நிலைகளிலும் போட்டியை எதிர்கொள்ள வேண்டியுள்ளது. உள்ளூர், தேசிய மற்றும் உலகளாவிய அளவில் ஒரே மாதிரியான பொருள் உற்பத்தி அல்லது தயாரிப்புகள் இருப்பதால் நிறுவனங்கள் பல்வேறு நிலைகளில் போட்டியிட கூடிய நிலை ஏற்படுகிறது. எனவே வணிக நிறுவனங்கள் போட்டியாளரைப் புரிந்துகொண்டு போட்டியிடும் போக்கில் அவர்களின் தொழில் யுக்திகளை மாற்றவேண்டியது அவசியமாகிறது.

எடுத்துகாட்டாக 2018ஆம் ஆண்டு தூத்துக்குடியில் உள்ள ஸ்டெர்லைட் காப்பர் தொழிற்சாலை சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்புக்குழுவினால் ஆர்பாட்டங்கள் நடத்தி மூடப்பட்டுள்ளது.

19.02.04 பரந்தச் சூழல் (Macro Environment)

பரந்தச் சூழல் காரணிகள் (Macro Environment Factors)



வணிகத்தின் வெற்றி, பரந்த சூழலுக்கு பொருந்தக்கூடிய தன்மையை சார்ந்து இருக்கிறது. ஏனென்றால் இவை கட்டுப்படுத்தமுடியாத காரணிகள் ஆகும். அவை வியாபாரத்திற்கான மகத்தான வாய்ப்புகளை வழங்குகின்றன. மேலும் வியாபாரத்திற்கு தீவிர அச்சுறுத்தல்களை ஏற்படுத்துகின்றன. பொது அல்லது பழைமையான சூழல்கள் பின்வருமாறு:

I. பொருளாதாரச் சூழல் (Economic environment):

ஒரு நாட்டில் வணிகம் என்பது பொருளாதார அமைப்பு முறையின் அடிப்படையில் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும். வணிக சுழற்சிகள் தவிர்க்க முடியாதவை. பரந்த சுற்றுசூழலின் பல காரணிகளிடையே தொடர்புடையவை. அவை பின்வருமாறு.

1) **வளர்ச்சிக்கட்டத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட பொருளாதாரத்தின் இயல்பு:** வளர்ந்த நாடுகள், வளரும் நாடுகள் மற்றும் வளர்ச்சியில் பின் தங்கிய நாடுகள் என நாட்டின் வளர்ச்சி மற்றும் தனிநபர் வருமானம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் உலகெங்கிலும் உள்ள நாடுகளை வகைப்படுத்தலாம். அமெரிக்கா, ஜப்பான், ஜெர்மனி, கனடா மற்றும் ஆஸ்திரேலியா போன்ற வளர்ச்சியடைந்த நாடுகள் பொருளாதாரத்தில் வலுவாகவும், தொழில்நுட்ப முன்னேற்றம், தொழில் அமைப்பில் முன்னேற்றம் மற்றும் உயர்தர வாழ்க்கைத் தரம் மற்றும் அதிக வருமானம் உடைய உயர் பொருளியல் அமைப்பைக் கொண்டுள்ளன. வளர்ந்து வரும் நாடுகள் பல தங்கள் நாட்டில் கணினி சார்ந்து இயங்கிவரும் தொழில்நுட்பங்களை வெற்றிகரமாக ஒருங்கிணைத்துள்ளன. இந்தியா, சீனா, பிரேசில் மற்றும் மெக்ஸிகோ போன்ற வளரும் நாடுகள் நடுத்தர வருவாய் பொருளாதாரங்களை கொண்டுள்ளன. மிதமான தொழிற்துறை வளர்ச்சி, வருமான பகிர்வின் ஏற்றத்தாழ்வு, அதிக மக்கள் தொகை, மிகக்குறைந்த வாழ்க்கைத் தரம் மற்றும் தொழில்நுட்பத்தை மெதுவாக ஏற்றுக்கொள்ளுதல் போன்றவை இந்நாடுகளின் பொதுவான தன்மைகளாக உள்ளன. பொருளாதாரத்தில் பின்தங்கிய நாடுகள் மிகவும் குறைந்த அளவிலான தொழில்நுட்ப தேர்ந்தெடுத்தல் மற்றும் மிகக் குறைவான வாழ்க்கைத் தரத்தை கொண்டவையாக இருக்கின்றன.

2) **பொருளாதார அமைப்பு முறையின் இயல்புகள்:** பொருளாதார அமைப்புகளை முதலாளித்துவ, சமதர்ம அல்லது சோசலிச மற்றும் கலப்பு பொருளாதார அமைப்புகள் என்று மூன்று பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம். முதலாளித்துவ பொருளாதார அமைப்பில் ஒரு நாட்டின் உற்பத்திக்கான அனைத்து காரணிகளையும் தனிநபர்களும், தனியார் நிறுவனங்களும் சொந்தமாக்கிகொள்ளவும், நிர்வகிக்கவும் பயன்படுத்தவும் அரசு அனுமதி வழங்குகிறது. சமதர்ம அல்லது சோசலிச பொருளாதார அமைப்பில் தனியார் துறை மீது கட்டுப்பாடுகள் நிறைய உள்ளது. கலப்பு பொருளாதாரத்தில் அரசு மற்றும் தனியார்துறை ஆகிய இரண்டின் பங்களிப்பும் இணைந்ததாக இருக்கும்.

3) **ஒரு தேசத்தின் பொருளாதார கொள்கைகள்:** நாணயக் கொள்கை, நிதிக்கொள்கை, ஏற்றுமதி இறக்குமதி கொள்கை, தொழில்துறைக் கொள்கை, வர்த்தக்கொள்கை, அந்நியச் செலாவணிக் கொள்கை ஆகியவை பொருளாதார சூழலின் பகுதியாக விளங்குகின்றன.

4) **பொருளாதார குறியீடுகள்:** மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி (GDP), மொத்த தேசிய உற்பத்தி (GNP), தேசிய வருமானம் (National Income), தனிநபர் வருமானம் (Per–capita Income), செலுத்துகை சமநிலை (Balance of Payments), சேமிப்பு விகிதம் மற்றும் முதலீடுகள் போன்றவை ஒரு தேசத்தின் பொருளாதார குறியீடுகள் இவை பொருளாதார சூழலின் ஒரு முக்கியமான பகுதியை உருவாக்கிறது.

5) **நிதிச் சந்தை அபிவிருத்தி:** நிதிச் சந்தை அபிவிருத்தி என்பது தொழில்துறை வளர்ச்சி, பணச்சந்தை, மூலதனச் சந்தை, பங்குச் சந்தை, பத்திரச்சந்தை மற்றும் சிறந்த வங்கியியல் அமைப்பு முறை போன்றவற்றின் சிறப்பான அபிவிருத்தி வெளிப்பாடாகும்..

6) **பொருளாதார கட்டமைப்பு:** பொருளாதார கட்டமைப்பு என்பது, மூலதன உருவாக்கம், முதலீட்டு முறை, வர்த்தக சமநிலை, தொழிலாளர் உழைப்பின் அளிப்பு மற்றும் தேசிய உற்பத்தியின் கட்டமைப்பு ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

II. சமூக – கலாச்சாரச் சூழல் (Socio-Cultural environment): வணிகம் சமூகத்தின் ஒரு அங்கமாகும் சமூக சூழலானது வணிகம் அமைந்துள்ள சமூகத்தின் மொத்தக் காரணிகளைக் குறிக்கிறது. சமுதாயத்தின் சமூக மற்றும் கலாச்சார சூழல் வணிகத்திணை பாதிக்கிறது. இது தனிநபர்களின் நடத்தை, குடும்பத்தின் பங்கு மற்றும் முக்கியத்துவம், பழக்க வழக்கங்கள், சமூக மதிப்புகள், மதம் மற்றும் மொழிகள், நெறிமுறை மதிப்புகள், கல்வி அறிவுநிலை மற்றும் மக்களின் சமூக மனப்பான்மை சமூக–கலாச்சாரச் சுற்றுசூழல் போன்றவற்றை உள்ளடக்கியுள்ளன. மேலும் பல சமூக – கலாச்சார சூழலின் காரணிகள் பின்வருமாறு.

1) சமூக நிறுவனங்கள் மற்றும் குழுக்கள்
2) சமுதாயத்தில் பரவலான குடும்ப கட்டமைப்பு
3) வணிகத்தில் திருமணத்தின் பங்கு
4) சமூகத்தின் சாதி அமைப்பு முறை
5) மக்களின் பழக்க வழக்கங்கள், நம்பிக்கைகள் மற்றும் சமூக மரியாதைகள்.
6) மக்கள் தொகையின் அளவு, அமைப்பு, கல்வியறிவு நிலை, விநியோகம் மற்றும் மக்கள் தொகை அடர்த்தி ஆகியவற்றை கொண்ட மக்கள் தொகைக் காரணிகள்.
7) மக்களின் வாழ்க்கை முறை மற்றும் அவர்களின் சுவை, விருப்பங்கள் மற்றும் முன்னுரிமைகள் போன்றவைகள் ஆகும்.

III. அரசியல் மற்றும் சட்ட சூழல் (Political and Legal environment): ஒரு வணிகத்தை நடத்துவதற்கு தேவையான கட்டமைப்பினை அரசியல் மற்றும் சட்டச் சூழலால் வழங்கப்படுகிறது. ஒரு வணிகத்தின் வெற்றி என்பது அரசியல் மற்றும் சட்ட மாற்றங்களுக்கு ஏற்ப மாற்றித் தக்கவைத்துக் கொள்வதற்கான அதன் திறனில் உள்ளது. சட்டம், நிர்வாகம் மற்றும் நீதித்துறை ஆகிய மூன்று காரணிகளும் வணிகத்தின் மீது ஆதிக்கம் செலுத்துவதோடு வணிகத்தை பாதிக்கவும் செய்கின்றன. சட்டம் மற்றும் அரசியல் சுற்றுச் சூழலின் முக்கிய கூறுகள் பின்வருமாறு.

1) அரசியல் ஸ்திரத்தன்மை என்பது, தேர்தல் அமைப்பு, சட்டம் மற்றும் ஒழுங்குநிலை, இராணுவம் மற்றும் காவல் படை, ஜனாதிபதி ஆட்சியை அமுல்படுத்துதல், உள்நாட்டு போர் போன்ற பல்வேறு குறிக்கோள்களை கொண்டுள்ளது.
2) அரசியல் அமைப்பு என்பது, அரசியல் கட்சிகள், அரசாங்கம், அதிகாரத்துவத்தின் அதிகாரம் மற்றும் பற்றாக்குறை, குடிமக்கள் மத்தியில் அரசியல் நகர்வின் நிலை, நிதி நிறுவனங்கள் மற்றும் அவர்களால் வழங்கப்படும் செல்வாக்கு அல்லது ஆதிக்கம் ஆகியவற்றின் நிதியியல் போன்றவற்றை குறிக்கிறது.
3) சர்வதேச அரங்கில் தலைவர்கள் மற்றும் நாட்டின் மதிப்பு போன்றவை.
4) வியாபாரத்தின் சட்ட கட்டமைப்பு மற்றும் அதன் நெகிழ்வுத்தன்மையின் அளவு போன்றவை.
5) நாட்டின் அரசியலமைப்பு
6) சுங்கவரி மற்றும் இலவச வர்த்தகம் குறித்த நாட்டின் வெறியுறவுக் கொள்கை போன்றவை.

IV. புவியியல் சார்ந்தச் சூழல் (Geo-physical environment): இயற்கை வளங்கள் மற்றும் கனிம வளங்கள் போன்றவை. வணிகத்தை தாங்கி நிற்கின்றன. அவை பின்வருமாறு

1) இயற்கை வளங்கள் அதாவது கனிமம் மற்றும் எண்ணெய் அமைப்பதற்கான மூலப்பொருட்களாகும்.
2) வானிலை மற்றும் காலநிலை, நிலைமைகளின் மாற்றம், நீர் மற்றும் பிற இயற்கை வளங்கள் கிடைப்பது விவசாயத்துறைக்கு அவசியமாகும்.
3) இடவமைப்பிற்கு ஏற்ப இடத்திற்கு இடம் தேவை மற்றும் நுகர்வு முறை வேறுபடலாம் இவை நிலப்பரப்பை தாக்கும் காரணிகளாகவும் இருக்கின்றன. எடுத்துக்காட்டாக. மலைப்பாங்கான பகுதிக்கு செல்ல நிலப்பரப்பில் பயன்படுத்தப்படும் போக்குவரத்தை மாற்றியமைக்கப்பட வேண்டும்.
4) சுற்றுச்சூழல் காரணிகள் தற்போது அதன் தாக்கத்தை அதிகரித்து வருகின்றன. ஏனெனில் உலகம் முழுவதிலும் உள்ள அரசாங்கங்கள் சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்பு மற்றும் மாசுப்பாட்டை தடுக்க மிக கடுமையான கொள்கைகளை உருவாக்குகின்றன. ஊட்டி மாநகராட்சியால் கொண்டு வரப்பட்ட நெகிழி பைகள் பயன்படுத்த தடை என்பதை உதாரணமாக கொள்ளலாம்.
5) சில தொழில்கள் புவியியல் அடிப்படை சூழல்களால் ஆதிக்கம் செலுத்தப்படுகிறது. உதாரணமாக தமிழ்நாட்டில் கோயம்புத்தூரில் உள்ள பருத்திநெசவுத் தொழில் துறையின் செறிவு உகந்த வானிலையின் காரணமாக ஏற்பட்டுள்ளது.
6) பொருட்களின் போக்குவரத்திற்கு இயற்கையான துறைமுகங்களும், துறைமுக வசதிகளும் கிடைக்கின்றன.

V. தொழில்நுட்பம் சார்ந்தச் சூழல் (Technological environment): கடந்த காலங்களில் தொழில் நுட்பத்தின் விரைவான வளர்ச்சி அனைத்து வியாபாரத்திலும் பெரும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளது. தகவல் தொழில்நுட்பம் மற்றும் தொலைத்தொடர்பின் வளர்ச்சி உலகளாவிய சந்தையை உருவாக்கியுள்ளது. எனவே போட்டியைத் தக்கவைத்துக்கொள்ள தொழில்நுட்பத்தை பயன்படுத்தி நுகர்வோரின் சிறப்புத்தேவைகளை சந்தை ஆராய்ச்சியின் மூலம் கண்டறியமுடிகிறது.

வாடிக்கையாளர்களின் மனநிறைவு வியாபாரத்திற்கு முக்கியமானது என்பதால், புதுமைகளை படைத்து வாடிக்கையாளர்களை கவர்தல் மூலம் வணிகத்தின் வாழ்வாதாரத்தை நிலைநாட்டக்கொள்ள முடியும். டிஜிட்டல் மற்றும் சமூக ஊடகங்களை விளம்பரத்திற்கான ஒரு தளமாகவும், தயாரிப்புகளை விளம்பரப்படுத்தவும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. வாடிக்கையாளரை நன்கு அறிந்துகொள்ள தகவல் ஆய்ந்தெடுத்தல் (Data mining) மற்றும் தகவல் பகுப்பாய்வு (Data analytics) பயன்படுத்தப்படுகின்றன. பொருட்களை நிர்வகிப்பதற்கு, உற்பத்தி செய்த பொருட்களை கிடங்குகளில் சேமித்து விநியோகிப்பதற்கும், பணம் பெறுவதற்கும் பயன்படுத்தப்படுகிறது. இந்த மாறும் சுற்றுச்சூழல் பின்வருவனவற்றை உள்ளடக்கியது.

1) நாடுகளில் கிடைக்கும் தொழில்நுட்பத்தின் நிலை.
2) தொழில்நுட்ப மாற்ற விகிதம்
3) போட்டியாளர்களால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட தொழில் நுட்பம்.
4) காலாவதியான தொழில்நுட்ப முறைகள்.

VI. உலகளாவிய சூழல் (Global environment):

தொழில்நுட்பத்தின் விரைவான வளர்ச்சியுடன் வர்த்தக எல்லைகள் வேகமாக மறைந்து. புதிய உலகளாவிய சந்தை வளர்ந்தவருகிறது, ஒரு வர்த்தகத்தை பாதிக்கும் சர்வதேச சுற்றுச்சூழலின் காரணிகள் பின்வருமாறு வெளிப்படுகின்றன.

1) மொழி மற்றும் கலாச்சாரத்தில் உள்ள வேறுபாடுகள்.
2) நாணயங்களில் உள்ள வேறுபாடுகள்.
3) நெறிமுறைகள் மற்றும் நடைமுறைகளில் உள்ள வேறுபாடுகள்.
4) மக்களுடைய விருப்பம் மற்றும் முன்னுரிமையில் உள்ள வேறுபாடுகள்.
5) இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதி தொடர்பான வரி அமைப்பு.
6) தொழில்நுட்பத்தை தேர்ந்தெடுக்கும் அளவில் உள்ள வேறுபாடுகள் போன்றவையாகும்.

19.03. வணிகத்தின் எதிர்காலச்சூழல் ஏற்ற இறக்கம், நிச்சயமற்றத் தன்மை, சிக்கலானத் தன்மை மற்றம் தெறிவற்றத் தன்மை (Volatility, uncertainty, complexity, and Ambiguity – VUCA)

விரைவான தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியின் காரணமாக வணிகத்தின் எதிர்கால சூழலை சுருக்கமாக ஏற்ற இறக்கம், நிச்சயமற்றத்தன்மை, சிக்கலானத் தன்மை மற்றும் தெளிவற்றத் தன்மை கொண்டவை என்று கூறலாம். 1980களின் பிற்பகுதியில் அமெரிக்க இராணுவத்தில் உருவானது. ஒவ்வொரு வியாபாரமும் யுக்தி முடிவுகளை எடுக்கவேண்டும். மாறிவரும் சூழல் நிலை, கணிக்க முடியாத பல்வேறு காரணிகள் வணிகத்தை பாதிக்கும் சக்திகளாக உருவெடுக்கிறது. மேலும் எந்தெந்த காரணிகள் எதிர்காலத்தில் வணிகத்தை பாதிக்கும் என்ற தெளிவற்ற நிலையும் வணிகத்தை பாதிப்படையச் செய்கின்றன. சுற்றுச்சூழல் முன் வைத்த சவால்களை எதிர்கொள்ள வேண்டியது ஒவ்வொரு வணிகத்திற்கும் முக்கியமான அம்சமாகும். நிச்சயமற்ற தன்மையை திட்டமிடுதல் மூலம் எதிர்கொள்ள தயாராக இருக்க வேண்டும். வியாபாரத்தை பாதிக்கும் சிக்கலான காரணிகளை புரிந்து கொள்ளவேண்டும். அத்துடன் அச்சிக்கல்களை தீர்க்க மாற்று நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள வேண்டும் ஏற்ற இறக்கம், நிச்சயமற்ற தன்மை, சிக்கலான தன்மை மற்றும் தெளிவற்ற தன்மை போன்ற சூழலில் ஒரு நிறுவனம் இந்த மாற்றத்தை எதிர்பார்த்து காத்திருக்க வேண்டும், எந்த வியாபாரத்தின் வெற்றிக்கும் தடையற்ற, நிச்சயமற்ற சூழல் போன்றவற்றுடன் ஒத்துபோகுதல் அவசியமாகிறது.

19.04 பெருநிறுவன ஆளுகை (Corporate Governance)

பெருநிறுவன ஆளுகை என்பது ஒரு நிறுவனத்தை நிர்வகிக்கும் விதிகள் மற்றும் கொள்கைகள் ஆகும். ஒரு நிறுவனத்தை நிர்வகித்து அதன் குறிக்கோளை அடைவதற்கான ஒரு வடிவமைப்பை இது வழங்குகிறது. இது உள்கட்டுப்பாட்டு செயல்திறன் அளவீடு மற்றும் பெருநிறுவனத்தை வெளிப்படுத்தல் ஆகியவற்றிற்கான வழிகாட்டுதல்களை வழங்குகிறது. நிறுவனத்தின் பங்குதாரர்கள், இயக்குனர்கள் மற்றும் மேலாண்மை ஆகியவற்றின் விதிகள் மற்றும் பொறுப்புகளை உருவாக்குகிறது. பெருநிறுவன நிர்வாகத்தில் நிர்வாக இயக்கனர்களின் பங்கு மிக முக்கியமானது. இது நிறுவனம் மற்றும் பணியாளர்கள், வாடிக்கையாளர்கள், பொருட்களை அளிப்பவர்கள் மற்றும் நிதியியல் வல்லுநர்கள் உள்ளிட்ட மற்றவர்களுக்கும் வழிகாட்டுதல்களை வழங்குகிறது. பெருநிறுவன ஆளுகை என்பது பயமின்மை, வெளிப்படைத்தன்மை, பொறுப்பு மற்றும் பொறுப்பு ஏற்பு (Accountability) போன்ற நான்கு தூண்களை அடிப்படையாக கொண்டது.

> இந்தியாவில் குமரமங்கலம் பிர்லா குழு 2000, நாராணயமூர்த்தி குழு 2003, ஆதி கோத்ரேஜ் குழு 2008, தற்போது உதய் கோட்டக் குழு ஆகியவை பெருநிறுவன ஆளுமைக்கான விரிவான கட்டமைப்பை வழங்கியுள்ளன. கம்பெனிச் சட்டம் 2013, செபி (SEBI) பட்டியல் விதிமுறைகள் மற்றும் ஒப்பந்த சட்டம் பிரிவு 49 போன்றவைகளின் அடிப்படையில், கலந்தாய்வின் மூலம் வெளிக்கொணரப்பட்டதாகும். இந்திய பெருநிறுவன ஆளுமை கட்டமைப்பில் பட்டியலிடப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கு பின் வருவன தேவைப்படுகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 7.indd 158 19/12/2022 14:48:13

தன்னிச்சையான இயக்குனர்கள் அவையில் (Independent directors)

i) குறைந்தபட்சம் மூன்றில் ஒரு பங்கு தன்னிச்சையான இயக்குனர்கள் இருக்க வேண்டும்.

ii) குறைந்தது ஒரு தன்னிச்சையான பெண் இயக்குநர் (Independen women director) இருக்க வேண்டும்.

iii) அனைத்து ஒப்பந்தங்களும், பணம் செலுத்தல்களும் சம்பந்தப்பட் நபர்களுக்கு வெளிப்படையாக இருத்தல் வேண்டும்.

iv) பொருளாதார நட்டஈடு சம்பந்தமாக விவரங்கள் வெளிப்படையானதாக இருக்கவேண்டும்.

v) தலைமைச் செயல்(CEO) மற்றும் தலைமை நிதி அதிகாரி (CFO) நிதிநிலை அறிக்கைகளில் சட்டபூர்வமான விதிமுறைகளை முறையாக கடைப்பிடிக்கின்றனவா என சரிபார்த்து கையெழுத்திட வேண்டும்.

ஒரு நிறுவனம் தனது செயலூக்கமான ஆட்சி விதிமுறைகளை பின்பற்றுவதால் அந்நிறுவனத்தின் மதிப்பை அதிகரிக்கிறது, முதலீட்டாளர்களின் நம்பிக்கையை அதிகரிக்கிறது, பங்குதாரர்கள் மற்றும் சமுதாயத்தின் நலன்களைப் பாதுகாக்கிறது. புதிய விதிமுறைகளை கம்பெனிச்சட்டம் 2013 உருவாக்கியதின் அடிப்படையில் நிறுவனங்களின் வெளிப்படைத்தன்மை அதிகரித்து சர்வதேச தரங்களுக்கு ஏற்ப இந்திய நிறுவனங்கள் தங்களின் தரத்தினை உயர்த்தியுள்ளன.

19.05. சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி (Goods and Services Tax (GST))

நாடு முழுவதும் சரக்குகள் மற்றும் சேவைகளில் மறைமுக வரியாக சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி விதிக்கப்பட்டுள்ளது. இது ஒரு விரிவான, பல கட்ட இலக்கு அடிப்படையிலான மதிப்பு கூட்டுவரியாகும்.

இந்த முறையின் கீழ் பொருந்தும் மூன்று வரிகள் உள்ளன அவையாவன

i) **CGST – மத்திய சரக்கு மற்றும் சேவை வரி (சி.ஜி.எஸ்.டி CGST):** மத்திய அரசால் உள்நாட்டில் விற்கப்படும் விற்பனையின் மீது வசூலிக்கப்படும் வரியாகும் ((எ.கா) தமிழ்நாட்டில் நடக்கும் பரிவர்த்தனை))

ii) **SGST – மாநில சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி (எஸ்.ஜி.எஸ்.டி SGST):** மாநில அரசால் உள்நாட்டில் விற்கப்படும் விற்பனையின் மீது வசூலிக்கப்படும் வரியாகும், (எ.கா. தமிழ்நாட்டிற்குள் நடக்கும் பரிவர்த்தனை).

iii) **IGST – ஒருங்கிணைந்த சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி (ஐ.ஜி.எஸ்.டி IGST):** மாநில அரசு விற்பனைக்கு மத்திய அரசால் வசூலிக்கப்படும் வரியாகும் (எ.கா. பஞ்சாபிலிருந்து தமிழ்நாட்டிற்கு).

சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரிக் (Goods and Services Tax council) என்பது, சரக்குகள் மற்றும் சேவை வரி தொடர்பான பிரச்சினைகள் தீர்ப்பது தொடர்பாக மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகளுக்கு பரிந்துரைகளை வழங்கும் ஒரு அரசியலமைப்பு ஆகும். சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரிக்குழுவின் தலைவராக நிதி மந்திரி. இதர உறுப்பினர்களாக மாநிலங்கள் வருவாய் அல்லது நிதி அமைச்சர்கள், அல்லது நிதி அமைச்சர் பொறுப்பு வகிப்பவர்கள் மற்றும் அனைத்து வரிகள் துறை அமைச்சர்கள் இருப்பார்கள்.

சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி குழு மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகளுக்கு பரிந்துரைகளை வழங்கும். அவை பின்வருமாறு,

அ) சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரிகளில் உட்படுத்தப்படக்கூடிய மத்திய, மாநிலங்கள் மற்றும் உள்ளூர் அமைப்புகளால் விதிக்கப்படும் வரி, செஸ் (CESSES) மற்றும் கூடுதல் கட்டணம்.

ஆ) சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி விலக்கு, மேல்வரி விலக்கு அளிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள்.

இ) மாதிரி பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் வரிச்சட்டங்கள் சேவைகள் வரியில் உள்நாட்டிற்கு கொடுக்கப்பட வேண்டிய, மூலதனத்தீர்வை, மாநிலங்களுக்கு இடையேயான விற்பனை மீது விதிக்கப்படும் வரி பங்கீடு அல்லது வணிக வரிசட்ட பிரிவு 269Aன் படி வழங்கப்படவேண்டிய மூலதனத் தீர்வை ஆகியவை ஆகும்.

ஈ) சரக்குகள் மற்றும சேவைகள் வரியிலிருந்து விலக்கு அளிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் விற்று முதல் நுழைவுத் திறனின் எல்லை வரம்பு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் வரிகளின் தரவரிசைகளின் தரவிகிதங்கள் உட்பட.

உ. பொருட்கள் சேவை வரிகளின் தரவரிசைகளின் தர விகிதங்கள் உட்பட.

ஊ. ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கான எந்த சிறப்பு வரி விகிதம் அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் உள்ள வரி விகிதங்கள், இயற்கை பேரழிவு அல்லது பேரழிவின் போது கூடுதல் வளங்களை உயர்த்த

எ. அருணாச்சல பிரதேசம், அசாம், ஜம்மு, காஷ்மீர், மணிப்பூர், மேகாலயா, மிசோரம், நாகாலாந்து, சிக்கிம், திரிபுரா, ஹிமாசல பிரதேசம் மற்றும் உத்தரகண்ட் போன்ற மாநிலங்களுக்கு சிறப்பு ஒதுக்கீடு மற்றும்

ஏ. சரக்குகள் மற்றும் சேவை வரி தொடர்பான வேறு எந்த விஷயங்களை, சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி குழு தீர்மானிக்கும்.

நோக்கம் (Purpose)

டாட்டா குழுவில் நாங்கள் சேவை செய்யும் சமூகங்களின் வாழ்க்கை தரத்தை மேம்படுத்துவதற்கு நாங்கள் கடமைப்பட்டுள்ளோம். நாங்கள் செயல்படுகின்ற வணிகத் துறைகளில் தலைமை

மற்றும் உலகளாவிய போட்டித்திறனைத் தூண்டுவதன் மூலம் இதைச் செய்வோம். நாங்கள் சம்பாதிப்பது என்னவென்றால் வாடிக்கையாளர்கள், ஊழியர்கள், பங்குதாரர்கள் மற்றும் சமூகம் ஆகியவற்றில் நம்பிக்கையை ஏற்படுத்துவது. நாங்கள் எங்கள் வணிகத்தை நடத்தும் முறையில்தான் தலைமைத்துவத்தின் பாரம்பரியத்தை பாதுகாப்பதில் உறுதியாக இருக்கிறோம்.

தன் மதிப்பு (Core values)

டாடா நிறுவனம் எப்பொழுதும் மதிப்புகளின் இயக்கப்படுகிறது. இந்த மதிப்புகள் டாடா நிறுவனங்களின் வளர்ச்சி மற்றும் வர்த்தகத்தை தொடர்ந்து இயக்குகின்றன. நாங்கள் செய்யும் வியாபாரத்தை ஆதரிக்கும் ஐந்து முக்கிய மதிப்புகள் பின்வருமாறு.

ஒருமைப்பாடு (Integrity): நேர்மையான, வெளிப்படையான மற்றும் ஒழுக்கமானதாக இருக்க வேண்டும். நாம் செய்யும் அனைத்தையும் பொதுமக்கள் கண்காணிப்பின் சோதனைக்கு உட்படுத்தப்பட வேண்டும்.

உயர்ந்ததரம் (Excellence): உயர்ந்ததரத்தை அடைவதைப் பற்றியும் எப்போதும் தகுதி வாய்ந்ததாக வளர வேண்டும் என்பதையும் நாம் உணர்ச்சிகரமாக உணர வேண்டும்.

ஒற்றுமை (Unity): எங்கள் முதலீடு மற்றும் கூட்டாளிகள், தொடர்ச்சியான கற்றல், மற்றும் நம்பிக்கை மற்றும் பரஸ்பர மரியாதை அடிப்படையில் அக்கறை மற்றும் கூட்டு உறவுகளை உருவாக்குதல்.

பொறுப்பு (Responsibility): நாம் நமது தொழில்களில் சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சமூக கொள்கைகளை ஒருங்கிணைப்போம். மக்கள் திரும்பி வருவதை உறுதி செய்வோம்.

முன்னோடியாகுதல் (Pioneering): தைரியமான மற்றும் சுறுசுறுப்பான, தைரியமாக சவால்களை எடுத்து, புதுமையான தீர்வுகளை உருவாக்க ஆழமான வாடிக்கையாளர் நுண்ணறிவைப் பயன்படுத்துவோம்.

தொலைநோக்கு பார்வை (Mission): நம்பிக்கையுடன் தலைமைத்துவத்தின் அடிப்படையில் பங்கேற்பாளர் மதிப்பு உருவாவதன் மூலம நாம் உலகளாவிய சேவையை வழங்குகின்ற சமூகங்களின் வாழ்க்கை தரத்தை மேம்படுத்துவோம்.

கலைச்சொற்கள்

நுண்ணிய சூழல்	பரந்தச் சூழல்
முதலாளித்துவ பொருளாதாரம்	சமதர்ம பொருளாதாரம்
கலப்பு பொருளாதாரம்	தன்மதிப்பு

எதிர்கால கற்றல் (For Future Learning)

1. இந்தியாவின் முதல் ஐந்து நிறுவனங்களின் தொலைநோக்கு பார்வை, குறிக்கோள் மற்றும் அவற்றின் உள் மதிப்பு.
2. ஒரு கைபேசியில் எவ்விதம் அதன் பழைய தொழில் நுட்பத்தில் உள்ள வானொலி, புகைப்படக்கருவி மற்றும் இசை அமைப்பு ஆகியவற்றை அகற்றுவது பற்றிய ஆய்வு செய்வாய்.

சூழல் ஆய்வு

டாக்டர் வர்கீஸ் குரியன் – இந்தியாவில் வெள்ளைப் புரட்சியின் முன்னோடி.

அமுல் பல்வேறு மக்களுக்கு வெவ்வேறுபட்ட விஷயங்களை தந்துள்ளது.

பால் உற்பத்தியாளருக்கு	அனுபவம் நிறைந்த ஒரு வாழ்க்கை.
நுகர்வோருக்கு	ஆரோக்கியமான பால் கொண்டிருப்பதற்கான உத்தரவாதம்.
ஒரு தாய்க்கு	குழந்தையின் ஊட்டச்சத்திற்கு நம்பகமான ஆதாரம்.
ஒரு நாட்டிற்கு	கிராம மேம்பாடு மற்றும் சுய தன்னம்பிக்கை.

சூழல் ஆய்வு

அப்பல்லோ மருத்துவமனை

எங்கள் தொலைநோக்கு பார்வை

அடுத்த கட்ட வளர்ச்சிக்கு அப்பல்லோவின் தொலை நோக்கு பார்வை என்னவென்றால் "நூறுகோடி மக்களின் வாழ்க்கையை காப்பாற்றவது" எங்கள் குறிக்கோள்.

எங்கள் குறிக்கோள் ஒவ்வொரு நபரின் உடல் நலத்தில் தரமான ஆரோக்கியத்தை கொண்டு வர வேண்டும். மனிதகுலத்தின் நன்மைக்காக கல்வி, ஆராய்ச்சி மற்றும் உடல் நலப் பராமரிப்பு ஆகியவற்றில் சிறந்து விளங்குவதற்கு நாம் கடமைப்பட்டுள்ளோம்.

டி.வி.எஸ் குழுமம் அதன் தோற்றத்தை ஒரு கிராமப்புற போக்குவரத்து சேவைக்கு அடையாளப்படுத்துகிறது, இது நிறுவப்பட்டது 1911 ஆம் அண்டு இந்தியாவில் தமிழ்நாட்டில் தொடங்கி இன்று புகழ்பெற்ற வணிக நிறுவனமாக திகழ்கிறது. நம்பிக்கை, மதிப்புகள், சேவை மற்றும் நெறிமுறைகள் அதன் முக்கிய கொள்கைகளுக்கு நேர்மையாகவும் மற்றும் விசவாசமாகவும் இருக்கிறது.

பயிற்சி

1R24V

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. VUCA______, _______, ______, ______.

அ) மதிப்பு நிச்சயமின்மை சிக்கலானது தெளிவில்லாதது

ஆ) மதிப்பு தவிர்க்க இயலாதது நிறும மற்றும் அதிகாரம்

இ) மாற்றம் கட்டுப்பாட்டிற்கு அப்பாற்பட்டது நிறுமம் ஏலம்

ஈ) மேற்கூறிய அனைத்தும்

2. ஜி.எஸ்.டி. என்பது_______, ______, ______.

அ) சரக்கு மற்றும் சமூக வரி

ஆ) சரக்கு மற்றும் சேவை வரி

இ) சரக்கு மற்றும் விற்பனை வரி

ஈ) சரக்கு மற்றும் ஊதியவரி

3. ஒரு நிறுவனத்திற்குள் உள்ள காரணிகள் ______ சூழல் ஆகும்.

அ) அக சிந்தனையாளர் ஆ) புற நோக்கியான்

இ) சக மனிதர்கள் ஈ) மேற்கூறிய அனைத்தும்

4. வணிகத்தின் பரந்த சூழல் ஒரு _______ காரணியாகும்

அ) கட்டுப்படுத்த முடியாது

ஆ) கட்டுப்பட்டிருக்குஉட்பட்டது

இ) சமாளிக்க கூடியது

ஈ) சமாளிக்க முடியாதது

5. இரண்டு முக்கிய வாணிபச் சூழல்கள்____மற்றும்____ ஆகும்.

அ) நேர்மறை மற்றும் எதிர்மறை

ஆ) உட்புறச் சூழல் மற்றும் வெளிப்புறச் சூழல்

இ) நல்லது மற்றும் கெட்டது

ஈ) அனுமதிக்கத்தக்கது மற்றும் அனுமதிக்கமுடியாதது

விடைகள் :

1	அ	2	ஆ	3	அ	4	அ	5	ஆ

II. குறு வினாக்கள்:

1. உட்புறச் சூழல் என்றால் என்ன?
2. பெருநிறுவன நிர்வாகத்தின் பொருள் என்ன?
3. சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி GST என்றால் என்ன?
4. VUCA–ஐ விரிவாக்கம் தருக.

III. சிறு வினாக்கள்:

1. அரசியல் சூழ்நிலை காரணிகள் யாவை? (ஏதேனும் 3)
2. வியாபாரத்தின் ஏதேனும் மூன்று உட்புறச்சூழல் காரணிகளை விளக்கு.
3. தொழில்நுட்ப சூழலை விளக்குக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. வியாபாரத்தின் பரந்தச் சூழலின் பங்கு பற்றி விவரி. (ஏதேனும் 5)
2. வியாபாரத்தின் நுண்ணிய சூழல் காரணிகளை விளக்கு. (ஏதேனும் 5)

வாணிபச் சூழல்
BUSINESS ENVIRONMENT

அலகு 7

20 அத்தியாயம்

தாராளமயமாக்கல், தனியார்மயமாக்கல், உலகமயமாக்கல்
LIBERALIZATION, PRIVATIZATION AND GLOBALIZATION

ஊருணி நீர்நிறைந் தற்றே உலகவாம்
பேரறி வாளன் திரு.

–குறள் 215

பொருள் : ஒப்புரவினால் உலகம் வாழுமாறு விரும்பும் பேரறிவாளியின் செல்வம், ஊரார் நீருண்ணும் குளம் நீரால் நிறைந்தாற் போன்றது.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- பொருள், அளவீடு, நன்மைகள், தீமைகள் மற்றும் தாராளமயமாக்குதலின் தாக்கம்
- பொருள், அளவீடு, நன்மைகள், தீமைகள் மற்றும் தனியார்மயமாக்குதலின் தாக்கம்.
- பொருள், அளவீடு, நன்மைகள், தீமைகள் மற்றும் உலகமயமாக்குதலின் தாக்கம்.
- எல்பிஜி (LPG) சிறப்பம்சங்கள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

20.01 புதிய பொருளாதார கொள்கையின் கோணங்கள்
20.02 தாராளமயமாக்குதலின் பொருள் மற்றும் உருவாக்கம்
20.03 தாராளமயமாக்குதலின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள்
20.04 தாராளமயமாக்குதலின் தாக்கம்
20.05 தனியார்மயமாக்குதலின் பொருள் மற்றும் உருவாக்கம்
20.06 தனியார்மயமாக்குதலின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள்
20.07 தனியார்மயமாக்குதலின் தாக்கம்
20.08 உலகமயமாக்குதலின் பொருள் மற்றும் வடிவங்கள்
20.09 உலக மயமாக்குதலின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள்
20.10 உலக மயமாக்குதலின் தாக்கம்
20.11 எல்பிஜி (LPG) சிறப்பம்சங்கள்

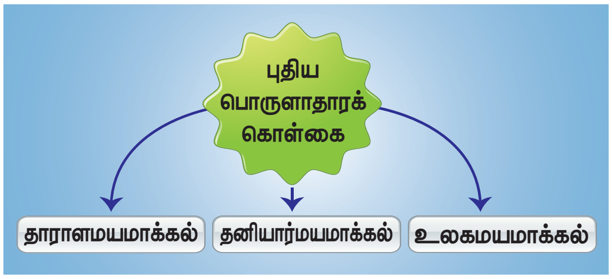
இந்தியா 1991 ஆம் ஆண்டு, பன்னாட்டு பண நிதியம் (IMF) என பிரபலமாக அறியப்பட்ட சர்வதேச மறு சீரமைப்பு மற்றும் மேம்பாட்டுக்கான சர்வதேச வங்கி (IBRD)ஐ அணுகிறது மேலும் வெளிநாட்டு கடன்களை திருப்பி செலுத்த $7 மில்லியனை அமெரிக்க டாலர்களை கடனாக பெற்றது. தனியார் துறை மீதான கட்டுப்பாடுகளை நீக்குதல் மற்றும் இந்தியாவிற்கும் மற்ற நாடுகளுக்கும் இடையில் வர்த்தக கட்டுப்பாட்டை அகற்றுவதன் மூலம் பொருளாதாரத்தை தாராளமயமாக்கல் என்பது இந்த நிறுவனங்களின் எதிர்பார்ப்பு ஆகும் .

உலக வங்கி மற்றும் சர்வ தேச நாணயநிதியத்தின் (IMF) நிலைமைகளுக்கு இந்தியா உட்பட்டு மற்றும் பல்வேறு பொருளாதார சீர்திருத்தங்கள் கொண்ட புதிய பொருளாதாரக் கொள்கையை (NEP) அறிவித்தது. இந்த புதிய பொருளாதார சீர்திருத்தங்கள் பொதுவாக எல்பிஜி (LPG) அல்லது தாராளமயமாக்கல், தனியார்மயமாக்கல் மற்றும் உலகமயமாக்கல் என்று அழைக்கப்படுகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 7.indd 162 19/12/2022 14:48:14

20.01 புதிய பொருளாதார கொள்கையின் கோணங்கள் (Dimensions of New Economic Policy)

புதிய பொருளாதாரக் கொள்கையின் மூன்று கோணங்கள் பின்வருமாறு



வணிகம் மற்றும் வரிவிதிப்புத் தொடர்பான பொது உடன்பாடுகள் குறித்து டங்கன் கொடுத்த வரைவுத் திட்டத்தின் அடிப்படையில் உலகில் உள்ள பல்வேறு நாடுகளின் செயல்படுத்தப்பட்ட புதிய பொருளாதார கொள்கைக்கு அடித்தளமாக விளங்கியது. ஆர்தர் டங்கன் (1932–2005) 22,000 பக்கங்கள் கொண்ட ஒரு வரைவு ஆவனத்தை உலக வர்த்தக அமைப்பிற்கு சமர்ப்பித்தார். அதன் அடிப்படையில் உலகத்திலுள்ள பல்வேறு நாடுகள் தங்களுக்குறிய புதிய பொருளாதாரக் கொள்கையை மாற்றியமைத்துக்கொண்டனர். 1991 ஆம் ஆண்டு இ'ந்தியாவில் செயல்படுத்தப்பட்ட புதிய பொருளாதாரக் கொள்கையின் டங்களின் வரைவுத் திட்டத்தை ஒட்டியே அமைந்தது.

20.02. தாராளமயமாக்குதலின் பொருள் மற்றும் உருவாக்கம் (Meaning and Forms of Liberalisation)

தாராளமயமாக்கல் என்பது வணிக நடைமுறையில் உள்ள சட்ட திட்டங்களை அல்லது விதிகளை பொருளாதாரத்தில், சந்தை நல்ல நிலையை அடைய அரசாங்கம் கட்டுப்பாடுகளை தளர்த்துவது ஆகும். அரசாங்கத்தின் கொள்கையான வரிவிதிப்பு, ஏற்றுமதி இறக்குமதி தீர்வைகள், மானியங்கள் மற்றும் பிறக்கட்டுப்பாடுகள், நாடுகளுக்கிடையே உள்ள சட்டத்திட்டங்களை தளர்த்தும் நடவடிக்கை ஆகும்.

தாராளமயமாக்குதலின் உருவாக்கம்

தாராளமயமாக்குதலின் மூலமான புதிய தொழிற்கொள்கை உரிமம் முறை அல்லது "உரிமம் ராஜ்" போன்றவற்றை அகற்றியது தாராளமயமாக்குதலின் படிவங்கள் (அல்லது) அமைப்புகள் (Forms of Liberalization) தாராளமயமாக்கல் தொடர்பாக அரசு பல நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டுள்ளது. இந்த நடவடிக்கைகளில் கீழ் கொடுக்கப்பட்டுள்ள

(அ) தாராள மயமாக்களுக்கான தொழில் உரிமம் (Liberalization for Industrial Licensing): இந்தியாவில் தொழில்துறை அமைக்க உரிமம் பெற வேண்டியது கட்டாயமாகும். தாராளமயமாக்கல் பின்னர் ஆறு தொழில்சாலைகளை தவிர்த்து அனைத்து தொழில்துறைகளும் உரிமத்தை பெறுவதிலிருந்து விடுவிக்கப்பட்டுள்ளது.

தாராளமயமாக்கல் சாராத ஆறு துறைகள் பின்வருமாறு மருந்து மற்றும் மருந்தாக்கியல் துறை அபயகரமான வேதிப்பொருள்கள், வெடிமருந்து பொருள்கள், புகையிலை பொருள்கள், மதுபான உற்பத்தி, பின்னணுத்துறை, வான் வழி போக்குவரத்துறை, பாதுகாப்புத்துறை தவிர தற்போது மருந்தாக்கியல் துறையை தவிர ஏனைய ஐந்து துறைகளும் கட்டாயமாக உரிமம் பெரும் வசதி நடைமுறையில் உள்ளன.

(ஆ) விரிவாக்கம் மற்றும் உற்பத்தி தொழில்துறைக்கான சுதந்திரம் (Freedom for Expansion and Production to Industries): தாராளமாக்கலுக்கு முன்பு அரசு முழுக்க முழுக்க பல பொருட்களுக்கு உச்ச வரம்பு உற்பத்தி அளவை நிர்ணயித்த தொழில் நிறுமங்களின் உற்பத்தி சுதந்திரத்திள் தலையிட்டது. ஆனால் தாரளமயமாக்கல் தத்துவத்தை செல்படுத்திய பின்பு தொழிலாளர்கள் தங்கள் விரும்பிய பொருட்களை விரும்பிய அளவு தயாரிக்கவோ அல்லது சந்தையின் தேவையை ஒட்டி பொருளை உற்பத்தி செய்ய சுதந்திரம் அளிக்கப்பட்டுள்ளது.

(இ) சிறு தொழிகளின் முதலீட்டின் உச்சவரம்பை அதிகரித்தல் (Increase in the investment limit of the small industries): சிறு தொழிகள் முதலீட்டின் அதிகப்பட்ட முதலீடாக ரூபாய் ஒரு கோடியாக உயர்த்தியது. இதன் மூலமாக சிறிய அளவிலான தொழில் நிறுவனங்கள் தங்கள் இயந்திரங்களை மேம்படுத்தவும் மற்றும் உற்பத்திதிறனை அதிகரிக்கவும் வாய்ப்பு பெற்றுள்ளது.

(ஈ) அந்நிய செலாவனி மறு சீரமைப்பு (Foreign Exchange Reforms): 1991–ல் பணம் செலுத்துதல் நெருக்கடியின் சமநிலையை தீர்க்க உடனடி நடவடிக்கைகாக அந்நிய நாணயங்களுக்கு எதிரான ரூபாயின் மதிப்பு குறைக்கப்பட்டது. இதனால் அந்நியசெலாவணி சந்தையில் இந்திய பொருளாதாரத்தை அதிகரிப்பதற்கு வழிவகை செய்யப்பட்டது.

(உ) ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதி நடவடிக்கையில் தாராளமயமாக்கம் (Liberalization of Export and Import Transactions): பொருட்கள், சேவைகள் மூலதனம், மனித வளங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்பம் போன்றவற்றில் ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதி நடவடிக்கையில் எளிதாக்கப்பட்டு உலக அளவில் வர்த்தகத்தை அதிகப்படுத்தியது.

20.03 தாராளமயமாக்களின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள் (Advantages of Libralisation)

நன்மைகள்

(அ) வெளி நாட்டு முதலீடுகள் அதிகரிப்பு: (Increase in Foreign Investment): ஒரு நாடு வணிகத்தை தாராளமயமாக்குதலின் மூலமாக அதிக அளவில் வெளிநாடுகளிலிருந்து கவர்ச்சிகரமான முதலீடுகளை பெறுமுடிகின்றது, அம்முதலீடுகள் மூலமாக உள்நாட்டில் மூலதனத்தை பெருக்குவதோடு அதன் பொருளாதாரத்தை பன்மடங்கு பெருக்குவதற்கு உதவுகிறது. உயிர் தொழில் நுட்பம், மேலாண்மைத்திறன் மற்றும் பன்னாட்டு தொழில் நிறுவனத்திலும் போன்றவையை பெற தாராளமயமாக்க உதவி வருகின்றது.

(ஆ) அந்நியசெலாவணி இருப்பு அதிகரிப்பு (Increase the Foreign Exchange Reserve): வெளி நாட்டு முதலீட்டிற்கு அந்நிய செலவாணிக்குமான கட்டுப்பாடுகளை தளர்த்தி மூலதனத்தை எளிதில் பெறுவதற்கு வழிவகை செய்துள்ளது.

(இ) நுகர்வு அதிகரிப்பு : (Increase in Consumption): தாராளமயமாக்களினால் ஒரு நாட்டில் பயன்பாட்டிற்கு அதிக அளவிலான பொருட்களை கிடைக்கவும் அதிக உற்பத்திக்கும் வழிவகை செய்கிறது.

(ஈ) விலைகட்டுப்பாடு : (Control Over Price): ஏற்றுமதி இறக்குமதி தீர்வைகளை நீக்குவதால் நுகர்வோருக்குகுறைந்த விலைக்கு பொருட்கள் கிடைக்க வாய்ப்பு ஏற்பட்டுள்ளது. இந்நிலையில் தாராளமயமாக்கலினால் இறக்குமதி நாடுகளுக்கு நன்மை விளைவிக்கிறது.

(உ) வெளி நாட்டில் பெறும் கடன்களை குறைக்கிறது (Reduction in external borrowings): தாராளமயமாக்களின் மூலம் வெளி நாட்டுக் கடன்களை ஈர்ப்பதன் மூலம் வெளிநாட்டு வர்த்தகக் கடன்களை வாங்கும் வாய்ப்பு குறைக்கிறது.

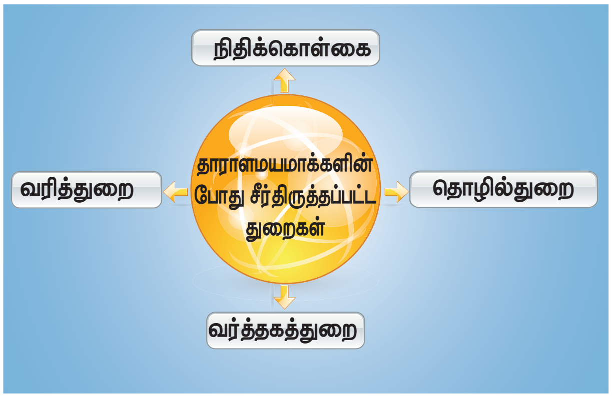
தாராளமயமாக்கலின் குறைப்பாடுகள் : (Disadvantages of Liberalisation)

(அ) வேலையின்மையை அதிகரித்தல் (Increase in Unemployment): வர்த்தக தாராளமயமாக்கல் பெரும்பாலும் பொருளாதாரத்தின் சமநிலைக்கு வழிவகுப்பதால் சிறு தொழிகளில் சில வளர்ந்தும் சில சிறு தொழில்களில் சரிவும் ஏற்படுகிறது இதனால் சில தொழிற்ச்சாலைகள் மூடுகின்ற நிலையால் வேலையில்லா நிலை உருவாகிறது.

(ஆ) உள்நாட்டு தொழில் அலகுகளின் இழப்பு (Loss to Domestic Units): தாராளமயமாக்கல் கோட்பாட்டில் குறைந்த நுழைவுக் கட்டுப்பாடுகளுடன் வெளிநாட்டு தொழில்கள் பல நாடுகளில் ஊடுருவ சாத்தியம் அதிகம் உள்ளது. இது உள்நாட்டு தொழில்களுக்கு அச்சுறுத்துவதுடன் மற்றும் போட்டியை தோற்று வித்து உள்நாட்டு தொழில் அடியோடு ஒழிக்கும் சதியாகவும் கருதப்படுகிறது.

(இ) அயல் நாடுகளை சார்ந்ததிருத்தலை பெருக்கும்: (Increased Dependence of Foreign Nation): வர்த்தக தாராளமயமாக்கல் என்பது பலம் பொருந்திய பன்னாட்டு நிறுவனங்களிலிருந்து அதிக போட்டிகளை எதிர்கொள்ளும் அது சந்தையை தன் கட்டுபாட்டிற்கு கீழ் கொண்டுவரும் நிலையை உருவாக்க நேரிடலாம்.

(ஈ) சமநிலையற்ற வளர்ச்சி: (Unbalanced Development): வர்த்தக தாராளமயமாக்கல் பல வளரும் நாடுகளின் பொருளாதாரத்துக்கு சேதம் விளைவிப்பதாக குற்றம் சாட்டப்படுகிறது. இது சுதந்திர வர்த்தகத்திற்கு எதிராக போட்டியை உருவாக்க வழி கோலுகிறது. தாராளமயமாக்கல் வளர்ச்சியடைந்த நாடுகளுக்கு மட்டும் அதிக பலனை விளைவித்து வருகிறது. குற்றம் சாட்டப்படுகிறது. இதனால் அயல் நாடுகளை சார்ந்திருக்கும் சூழ்நிலையை அதிகப்படுத்துகிறது.



20.04 தாராளமயமாக்கலின் தாக்கம்: (Impact of Liberalisation)

(அ) தாராளமயமாக்கலுக்குப் பிறகு உலக (GDP) மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில் இந்தியாவின் பங்களிப்பு (GDP) $1.3 டிரிலியனாக வளர்ச்சி அடைந்துள்ளது. அதனால் இந்தியா உலக பொருளாதாரத்தில் ஏழாவது இடத்தில் தக்கவைத்துள்ளது.

(ஆ) தாராளமயமாக்கல் அதிக அளவு பன்னாட்டு வணிகத்தை பெருக்கியதுடன் வெளிநாட்டு முதலீடுகளை அதிக அளவில் ஈர்த்திட உதவியது.

(இ) பல்வேறு பொருள்களுக்கான புதிய சந்தை வாய்ப்புகளின் உருவாக்கியதோடு நகர்புற மற்றும் கிராமபுற முன்னேற்றத்திற்கு உதவியது.

(ஈ) தொழில் விரிவாக்கத்திற்கு மிக எளியதாக வங்கிகளில் கடன் பெற வழிவகை செய்ய உதவியது.

(உ) அயல்நாட்டு வணிக ஒத்துழைப்பு Foreign Collaboration என்ற புதிய கொள்கை உருவானது.

(ஊ) ஏராளமான பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் உலகம் முழுவதும் பெருகியது அதுபோல இந்தியாவிலும் அலைகள் பெருகி வர வழிவகுத்தது.

20.05. தனியார்மயமாக்கலின் பொருள் மற்றும் உருவாக்கம் (Meaning and forms of Privatization)

தனியார்மயமாக்கல் என்றால் பொதுதுறை நிறுவனங்களின் உரிமைகளை தனியார் நிறுவனங்களுக்கு மாற்றி தரும் நிகழ்வு அல்லது கொள்கையை குறிப்பிடுவதாகும். சுருங்ககூறின் தனியார்மயமாக்கல் என்பது பொதுதுறைக்கு ஒதுக்கப்பட்ட தொழில்களை தனியார் துறைக்கு மாற்ற அனுமதி அளிப்பதாகும். இக்கொள்கையின் கீழ் பல பொதுத் துறை அலகுகள் (PSUs) தனியார் துறைக்கு விற்க்கப்பட்டன அரசியல் குறுக்கீடு காரணமாக நிர்வாக சீர்கேடு ஏற்பட்டது.

பொதுத்துறை மேலாளரின் தன்னிசையாக முடிவெடுக்க முடியாமல் முடங்கி போனதும் பொதுத்துறையின் உற்பத்தி திறன் நலிவடைந்தும், பொதுத்துறையில் நட்டம் பல மடங்கு பெரியதும் தனியார்மயமாக்கலுக்கு முக்கிய காரணங்களாகும்.

i) பாரத் அலுமினியம் கோ. லிமிடெட் (BALCO)

ii) இந்துஸ்தான் ஜிங் லிமிடெட் (HZL)

iii) இந்தியன் பெட்ரோ கெமிக்கல்ஸ் கார்ப்பரேஷன் லிமிடெட் (IPCL)

iv) மாருதி உத்யோக் லிமிடெட் (MUL)

v) மார்டன் புட் இன்டஸ்ரியல் லிமிடெட் (MFIL)

இந்தியன் ஸ்கூட்டர் லிமிடெட் என்பது தான் இந்தியாவின் முதல் தனியார் நிறுவனமாகும்.

தனியார் மயமாக்கலின் உருவாக்கம் (Forms of Privatization)

(அ) பொதுத்துறை எண்ணிக்கையை சுருக்குதல் (Contraction of Public Sectors): பொதுத்துறைக்கு ஒதுக்கப்பட்ட தொழிலின் எண்ணிக்கை 17 (1956 கொள்கைபடி)லிருந்து 8 ஆக குறைந்த தொழிற்சாலைகளில் பின்வரும் தொழில்கள் உள்ளடங்கும் ஆயுதங்கள் மற்றும் வெடி மருந்துகள் அணுசக்தி, நிலக்கரி, மற்றும் லிக்னெட் கணிம எண்ணெய்கள், சுரங்கங்கள், தாதுக்கள், தாமிரம், முன்னனி துத்தநாகம் முதலியன அணுசக்தி மற்றும் இரயில்வேக்கான கனிமப்பொட்கள்.

தற்போது அணுசக்தித்துறை, பாதுகாப்புத்துறை, தீர்ப்பு பாதைத்துறை மட்டுமே அரசின் முன்னுரிமைத்துறைகளாக செயல்பட்டு வருகின்றன. அதாவது பொதுத்துறையில் இயங்கிவருகின்றன.

(ஆ) பொதுத்துறையின் பங்குகளை தனியார்துறைக்கு விற்றல் (Sales of Shares of Public Sectors to the Private Sector): இந்திய அரசு பொதுத்துறை மற்றும் நிதி நிறுவனங்களின்; பங்குகளை தனியார்துறைக்கு விற்பனை செய்ய தொடங்கியது. இப்போது தனியார்துறையின் இந்த (PSUs) உரிமையை பெறும் பங்குகள் 2011 ஆண்டிற்கு பிறகு 45% லிருந்து 55% ஆக அதிகரித்துள்ளது.

(இ) புரிந்துணர்வு குறிப்பாணை (Memorandum of understanding): பொதுத்துறை நிறுவனங்களின் உற்பத்தித்திறன் மற்றும் செயல் திறனை உயா;த்துவதற்கு 1991–ல் புரிந்துணர்வு ஒப்பந்த முறை அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது. இவ்ஒப்பந்தம் பொதுத்துறை நிறுவனங்களுக்கும் நிர்வாகத்துறைக்கும் இடையே

உள்ள உறவை பலப்படுத்த பெரிதும் உதவியது. இவற்றின் தலையான நோக்கம் பொதுத்துறை நிறுவனங்களுக்கு ஆலோசனை வழங்குவதோடு அவற்றின் செயல்திறனை திறம்பட அளவிட்டு மேம்படுத்தியது.

(ஈ) பொதுத்துறை நிறுவனங்களின் முதலீடுகளை விலக்கிக்கொள்ளுதல் (Disinvestment in PSUs): தொடர்ந்து நட்டத்தில் இயங்கிக் கொண்டிருக்கும் பொதுத்துறைகளின் முதலீடுகளை தனியாருக்கு விற்கும் செயலை அரசு மேற்கொள்வது பொதுத்துறை நிறுவனங்களின் முதலீடுகளை விலக்கிக்கொள்ளுதல் எனப்படுகிறது. இதனால் பொது தொழிற்துறை நிறுவனங்களில் தனியார் துறை ஊடுருவ வழி ஏற்பட்டுள்ளது.

20.06 தனியார்மயமாக்கலின் நன்மைகள் (Advantages of Privatization)

நன்மைகள் (Advantages)

(அ) செயல்திறனை அதிகரித்தல்: (Increase in Efficiency): தனியார்துறை அதிக அளவில் திறனை மேம்படுத்தி இலாபத்தினை அதிகரிக்க தனியார் மயமாக்கல் தத்துவம் வழி செய்துவருகிறது. தனியார் நிறுவனங்கள் செலவினங்களை குறைத்து இலாபத்தினை மேம்படுத்தி தங்கள் செயல்பாட்டுதிறனை பன்மடங்கு பெருக்கிக்கொள்ள இக்கோட்பாடு வழிவகை செய்துள்ளது.

(ஆ) தொழில்சார் மேலாண்மை: (Professional Management): தனியார் நிறுவனங்களுடன் ஒப்பிட்டு பார்க்கும் போது அரசு நிர்வகிக்கும் நிறவனங்கள் நிர்வாக ரீதியாக சீரழிந்து காணப்படுகிறது. சர்வதேச அளவில் தனியார் நிறுவனங்கள் துணிகர மேலாண்மை முடிவுகள் எடுப்பதில் வலுவான அஸ்திவாரமாக அமைந்துள்ளது.

(இ) போட்டியை பெருக்குதல் (Increase in Competition): அரசுக்கு சொந்தமான நிறுவனங்களை தனியார்மயமாக்குவதால். பல நிறுவனங்கள் தங்களின் செயல்திறமை மேம்படுத்தி தங்களின் போட்டியிடும் சக்தியினை பெருக்கிக் கொள்ளமுடிகிறது.

(ஈ) அரசின் பொருளாதார சுமைகயை குறைத்தல் (Reduction in Economic Burden of Government): பல பொதுத்துறை நிறுவனங்களின் உரிமை, கட்டுப்பாடு மற்றும் மேலாண்மை தனியார்மயமாக்கபடுவதால் அரசாங்கத்தின் நிர்வாக சுமை மற்றும் பொறுப்புகளின் அளவு வெகுவாக குறைகிறது.

குறைபாடுகள் (Disadvantages)

(அ) பொதுநலனில் கவனமின்மை: (Lack of Welfare): தனியார் நிறுவனங்கள் பெரும்பான்மையானவை இலாபம் ஈட்டுவதையே தலையான நோக்கமாகக் கொண்டு செயல்படுவதால் ஏழைகளுக்கு இலவசகல்வி, இலவசமருத்துவ சிகிச்சை போன்ற பொது நலனின் ஈடுபடுவதில்லை.

(ஆ) அரசியல் நிர்பந்தம்: (Political Pressure): தனியார் நிறுவனங்கள் வழங்குவதில் தோல்வி அடைந்தால் அதில் பொதுத்துறை நுழைய எந்த அதிகாரமும் இல்லை மற்றும் அரசாங்கம் தனியார்நிறுவனங்களுக்கு எப்போதும் வாக்குறுதிகளை வழங்கும் நேரத்தையும் நிபுணத்துவத்தையும் தருவதை கொண்டிருக்கவில்லை.

(இ) பலவீனமான (அ) பொருளாதார நலிவடைந்த பிரிவுகளை புறகணிக்கிறது: (Ignores the Weaker Sections): தனியார்மயமாக்கல் என்பது செல்வந்தர்களை மேலும் மேலும் அவர்களை செல்வந்தர்களாக ஆக்கி அவர்களுக்கு நல்ல தரமான சேவைகளை வழங்க வழிவகை செய்வதாக உள்ளது. இதனால் நலிவற்ற பிரிவு மக்கள் தரமான பொது சேவைகளை பெறமுடியாமல் மேலும் நலிவு பெற்று சீரழியும் நிலையில் உள்ளதாக கூறப்படுகிறது.

20.07 தனியார்மயமாக்கலின் தாக்கம்: (Impact of Privatization)

(அ) நாட்டின் நிதிப்பற்றாக்குறை மற்றும் கடன் சுமைகளை குறைப்பதன் மூலம் நாட்டின் நிதி வளர்ச்சிக்கு பெரிய அளவில் பங்களிப்பு செய்து

(ஆ) பொதுத்துறை நிறுவனங்களின் செயல்திறனை பன் டமங்கு அதிகரித்தல்.

(இ) நுகர்வோர்களுக்கு சிறந்த பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குதல்.

(ஈ) வெளிநாட்டு நேரடி முதலீட்டை உருவாக்குதல். (FDI)

20.08 உலகமயமாக்கலின் பொருள் மற்றும் உருவாக்கம் (Meaning and Forms of Globalization)

ஒரு நாட்டின் உள்நாட்டு பொருளாதாரத்திற்குட்பட்ட வெளிநாட்டு முதலீடு, வர்த்தகம், உற்பத்தி மற்றும் நிதி ஆகியவற்றை உலகில் பிற பகுதிகளுடன் தொடர்பு ஏற்படுத்துதல், ஒருங்கிணைப்பு செய்வதையே உலகமயமாக்கல் என்கிறோம். சர்வதேச அளவில் ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரம் ஒருங்கிணைவதே உலகமயமாக்குதல் ஆகும்.

www.tnschoolbooks.in

உலகமயமாக்கலின்

உலகமயமாக்குதலினால் உலகின் பல பொருளாதாரம்ஒருங்கிணைக்கப்படுகிறது.உலகமயமாக்கல் தேசிய பொருளாதாரங்களுக்கு இடையில் உள்ள தடைகளை அகற்றுவது. நாடுகள் மத்தியில் இலவச மற்றும் ஒதுக்கீடுகளையும் குறைப்பது அல்லது அகற்றுவதுதான் உலகமயமாக்கல்.

உலகமயமாக்கலின் உருவாக்கம் (Forms of Globalization)

(அ) வெளிநாட்டு வர்த்தக கொள்கை: (Foreign Trade Policy): உலகலாவிய இந்திய வர்த்தகத்தை விரிவாக்க இந்தியா பல ஒப்பந்தங்களில் கையெழுத்திட்டுள்ளது. அவற்றில் சில TRIPS (வர்த்தக தொடர்புடைய அறிவுசார் சொத்து உரிமைகள்) GATS (General Agreement of Tariffs and Trade) சேவையில் வர்த்தகம் மீதான பொது ஒப்பந்தம் ஆகியவை அடங்கும்.

(ஆ) ஏற்றுமதி ஊக்குவிப்பு: (Export Promotion): உலகமயமாக்கல் தத்தம் பன்னாட்டு வணிகத்தின் மீது விதிக்கப்பட்டிருந்த தடைகளை அகற்றி உலகளாவிய அளவில் வணிகம் செய்யும் நடைமுறைகளை எளிதாக்குவது. இதனால் ஏற்றுமதி வியாபாரங்கள் கெருமளவில் ஊக்குவிக்கபடுகின்றது.

(இ) புலம் பெயரிந்தோர் வளங்களை மீட்டல் (Freedom to Repatriate): வெளிநாடுகளிலிருந்து சொந்தநாட்டுக்கு பணத்தை அனுப்பவோ அல்லது கொண்டுவரவோ உலகமயமாக்கல் உதவியது. உலகமயமாக்கல் மூலம் பல நாடுகளை ஒருங்கிணைப்பு செய்வது மிகவும் சுலபமாகிறது.

(ஈ) கட்டண குறைப்பு: (Reduction in Tariffs): இறக்குமதி ஏற்றுமதி வர்த்தகத்தின் மீது சுமத்தப்படும் தீர்வைகள் சுங்க கட்டணமும் குறைப்பதன் மூலம் பன்னாட்டு முதலீட்டார்களை இந்திய நாட்டிற்கு கவர்ந்திழுக்க முடிகிறது. அதாவது இந்தியாவில் வெளிநாட்டவர் முதலீடு செய்ய சாதகமான சூழ்நிலையை உருவாக்க முடியும்.

(உ) திறந்த போட்டிகளை ஊக்குவிக்கின்றது: (Encouraging open competition): உலக மயமாக்கல் தத்துவம் உள்நாட்டு மற்றும் பன்னாட்டு நிறுவனங்களிடையே ஒரு ஆரோக்கியமான போட்டியை உருவாக்குகிறது. உள்நாட்டு நிறுவனங்கள் பன்னாட்டில் தொழில் துவங்க இக்கோட்பாடு வழிவகை செய்கிறது. அதன் மூலம் சிறந்த போட்டியை ஏற்படுத்தி உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டு நிறுவனங்கள் வளர உதவி செய்கிறது.

20.09 உலகமயமாக்கலின் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள் (Advantages of Globalization)

நன்மைகள் (Advantages)

(அ) வெளிநாட்டு ஒத்துழைப்பை கூட்டுதல் : (Increase in Foreign Collaboration): உலகமயமாக்கல் உரிம உடன்படிக்கை மூலமாக இணை–வினை செயல்பாடுகள் இணைப்பு பதிப்புஉரிமை(Franchise)பெற்றபொருட்களைமாற்றியமைத்தல் போன்ற முக்கிய திட்டங்கள் பல்வேறு முறைகளால் உலகலாவிய வர்த்தகத்தை அதிகரிக்க செய்கிறது.

(ஆ) சந்தை விரிவாக்கம்: (Expansion of Market): வா;த்தகத்தின் அளவு மற்றும் செயல்பாடு உள்ளூரில் இருந்து தேசிய அளவிலும், தேசிய அளவிலிருந்து உலக அளவிலும் பெரிகிட உலக மயமாக்கல் கோட்பாடு வழிவகுக்கிறது.

(இ) தொழில் நுட்பவளர்ச்சி: (Technological Development): உலகமயமாக்கல் கோட்பாடு ஒரு நிறுவனம் வெளிநாட்டு சந்தையில் நுழைய வழி வகை செய்கிறது தொழில்நுட்பத்தை உலகமயமாக்கல் தத்துவத்தின் கீழ் பல நாடுகளுக்கு உரிமைத்தொகையினை பெற தருவிப்பதன் மூலம் பெற உதவுகிறது. உலகமயமாக்கலின் மூலமாக தொழில்நுட்பத்தை செயல்படுத்தினால் பெருமளவு உரிமைத் தொகை (Royalty) பெற வாய்ப்பு உருவாக்கப்படுகிறது. இவ்வாறு தொழிநுட்பத்தை விற்பதற்கு அல்லது தொழில்நுட்ப பரவலாக்க உலகமயமாக்கல் தத்துவம் உதவுகிறது.

(ஈ) கற்றோரின் புலம்பெயர்வை குறைத்தல்: (Reduction in Brain Drain): ஒரு நாட்டில் உள்ள படித்த மற்றும் திறமையான தொழிலாளர்களை இடம் பெயர இத்தத்துவம் வழிவகை செய்கிறது. உலகமயமாக்கல் உள் நாட்டிலும் வேலை வாய்ப்பை உருவாக்கி மனிதசக்தியை திறமையாக அந்நாட்டிற்குள்ளே பயன்படுத்த வழிவகை செய்கிறது

குறைபாடுகள் (Disadvantages)

(அ) உள் நாட்டு தொழில்கள் இழப்பு: (Loss of Domestic Industries): உள் நாட்டு பொருட்களின் உற்பத்தி தேவை வெகுவாக குறைந்து அதனால் தொழில்கள் அடிவாங்கும் சூழ்நிலை உருவாகலாம்.

(ஆ) சமநிலையற்ற தன்மை அதிகரித்தல்: (Increase in Inequalities): உலகமயமாக்கல் பணக்காரர்களுக்கும் ஏழைகளுக்கும் உள்ள இடைவெளியை அதிகரித்து கலவரங்கள் மற்றும் பேராட்டங்கள் ஏற்படலாம்.

(இ) வெளிநாட்டு நிறுவனங்களின் மேலாதிக்கம்: (Dominance of Foreign Institution): ஒரு நாட்டின் பொருளாதார ஆதிக்கம் உலகமயமாக்கல் கோட்பாட்டை அமல்படுத்துவதால் பிறநாடுகளுக்கு மாறுவதற்கு வாய்ப்புள்ளது. இது உள்நாட்டு இறையான்மைக்கு அச்சுருத்தலாக அமைய நேரிடலாம்.

12th Commerce Tamil Unit 7.indd 167 19/12/2022 14:48:15

20.10 உலகமயமாக்கலின் தாக்கம்: (Impact of Globalization)

(அ) குறைந்த இயக்கம் செலவுகளின் அடக்கம் மற்றும் புதிய மூல பொருட்கள் மற்றும் கூடுதல் சந்தை அனுகல் மூலம் பெரிய நிறுவனங்கள் போட்டி திறனை பெறுகின்றன.

(ஆ) பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் (MNC's) பொருட்களை தயாரிக்க வாங்க மற்றும் பொருட்களை விற்பனை செய்ய முடிகின்றது.

(இ) உலகமயமாக்கல் நுகர்வோர் பொருட்களின் சந்தையை வெகுவாக (ஏற்றத்துடன்) பெருக்கிட உதவும் வாய்ப்பை உருவாக்கலாம்.

(ஈ) வெளிநாட்டு நிறுவனங்களின் வருகை உள்நாட்டு பொருளாதார வளர்ச்சியையும் மற்றும் வேலைவாய்ப்புகளையும் உருவாக்க வழிவகுக்கிறது.

(உ) உலகமயமாக்கல் என்பது தொழில்நுட்ப முன்னேற்றம், உயர் உற்பத்தி நுட்பங்கள் மற்றும் தடையற்ற தொழில் விரிவாக்கம் போன்ற பல நன்மைகளை நல்கிட வழிவகுத்தது.

20.11. LPG யின் சிறப்பு அம்சங்கள் (Highlights of the LPG Policy)

தாராளமயமாக்குதல், தனியார்மயமாக்குதல் மற்றும் உலகமயமாக்குதல் என்பது பின்வரும் சிறப்பு கூறுகளை உள்ளடக்கியது.

(அ) புதிய வெளிநாட்டு வர்த்தக ஒப்பங்கள் அறிமுகம் செய்வது.

(ஆ) வெளிநாட்டு முதலீடுகள் (FDI&FII) கவர்ந்து இழுத்து நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்காக உதவியது.

(இ) முன்னுரிமை மற்றும் வணிகத்தடை நுட்பம் (MRTD) 1969 சட்டம் (திருத்தியமைக்கப்பட்டது).

(ஈ) கட்டுப்பாடுகள் அகற்றுதல் (Deregulation).

(உ) பன்னாட்டு வணிகத்தை மேம்படுத்த உதவிவருது.

(ஊ) பணவீக்கத்தை கட்டுப்படுத்துவதற்கான வழிமுறைகளை கையான உதவிவருவது.

(எ) வரிகளை மறுசீரமைப்பு செய்தல்.

(ஏ) உரிமம் வழங்கும் முறையை அகற்றிட வழிவகுத்து ரத்து செய்தல்.

உலகமயமாக்கல் மற்றும் தாராளமயமாக்கல் என்பது ஒரு நாணயத்தின் இரு பக்கங்கள் போன்றது. ஒன்றோடு ஒன்று பின்னி பிணைந்துது இக்கோட்பாடுகள் தடையற்ற வணிகத்தை பன்னாட்டு அளவில் உருவாக்கியது. நாடுகளுக்கிடையேயான நல்லுறவுகளை வலுப்படுத்தியது. பல பொருளாதாரத்தில் பின்தங்கி இருந்த நாடுகள் பொருளாதாரம் கலை, பண்பாடு, நாகரீகம், சமூக வளர்ச்சி போன்ற பல பரிமானங்களில் முன்னனிக்கு வரை இத்தத்துவம் வழிவகுத்தது என்றால் மிகையாகாது.

தாராளமயமாக்கல் மற்றும் உலக மயமாக்கல் 95 கோட்பாடுகள் பல நாடுகள் தங்களின் பொருளாதார மற்றும் அரசியல் ரீதியான தடைகளை உடைத்து எரிந்தது.

தாராளமயமாக்கல் மற்றும் உல மயமாக்கல் கோட்பாடுகள் இந்தியாவின் பொருளாதாரத்தை பல மடங்கு பொருளாதாரம் பன்னாட்டு அளவில் மதிக்கத்தக்க ஒரு பொருளாதாரமாக முயற்சி அடைந்துள்ளது.

தாராளமயமாக்கல் பொதுவாக வா;த்தகத்தில் இருந்த தடைகளை தகர்த்தியது. வழக்கமாக அரசாங்கம் அதன் சட்டதிட்டங்களை சமூக, பொருளாதார அல்லது அரசியல் விஷயங்களில் திணிக்கப்பட்டதில் இருந்து கட்டுப்பாடுகளை குறைந்தது.

கலைச்சொற்கள்

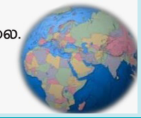
FDI, TRIPS, TRYSEM, GATS

உங்களுக்கு தெரியுமா?

1991–ல் இந்தியாவின் தாராளமயமாக்கல் கொள்கையினை முன்னால் இந்திய பிரதமர் டாக்டர் மன்மோகன் சிங் அவர்கள் இந்திய பொருளாதார சீர்சிருத்தங்களின் பிரதானியாக அறிமுகம் செய்து வைத்தார்.

LPGயை செயல்படுத்துவதற்கான காரணங்கள்

- அரசினுடைய செலவு மற்றும் பயன்பாடு அதனுடைய வருமானத்தைவிட மிதமிஞ்சி சென்று அரசினை அதிக கடன் சுமைக்கு உள்ளாக்கியது.
- வளங்களை திறன்குறைவான பயன்படுத்தி வந்தமை.
- உள்நாட்டு தொழில்களை அதிகமாக பாதுகாத்தது.
- தொழில் நிறுவனத்தை மற்றம் பொருளாதாரத்தையும் தவறாக நிர்வகித்தல்
- பொதுத்துறை தொழில் நிறுவனங்களின் நட்டம் பெருகிகொண்டே சென்ற நிலை.
- வெளிநாட்டிலிருந்து எஞ்சிய அளவில் கடன்பெற்றது.
- அன்னிய செலவாணி இருப்பு தரை தட்டியது.
- தொழிற்நுட்ப வளர்ச்சிக் குன்றிய நிலை.
- அன்னிய செலவானி இருப்பு அடிமட்ட நிலை.



பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. ___________ புதிய தொழிற்துறைக் கொள்கையின் விளைவாகும், இதனால் உரிமம் முறை அகற்றப்பட்டது.

   (அ) உலகமயமாக்கல்

   (ஆ) தனியார்மயமாக்கல்

   (இ) தாராளமயமாக்கல்

   (ஈ) இவற்றில் எதுவுமே இல்லை

2. பொதுத்துறைக்கு ஒதுக்கப்பட்ட தொழில்களை தனியார் துறைகள் துவங்க அனுமதிப்பது ________ ஆகும்.

   (அ) தாராளமயமாக்கல் (ஆ) தனியார்மயமாக்கல்

   (இ) உலகமயமாக்கல் (ஈ) பொது நிறுவனம்

3. ______________ உரிமைகள் சர்வதேச மட்டத்தில் வலுவான அஸ்திவாரத்தின் காரணமாக தைரியமான மேலாண்மை முடிவுகளை எடுக்கின்றன.

   (அ) தனியார் (ஆ) பொது

   (இ) கார்ப்பரேஷன் (ஈ) MNC இன்

4. ___________ பொருட்கள், சேவைகள், மூலதனம் மற்றும் உழைப்பு ஆகியவற்றை ஊக்குவிப்பதற்காக தேசிய பொருளாதாரங்களுக்கு இடையில் தடைகளை அகற்றுவதால் ஏற்படும் விளைவுகளாகும்.

   (அ) தனியார்மயமாக்கல் (ஆ) தாராளமயமாக்கல்

   (இ) உலகமயமாக்கல் (ஈ) வெளிநாட்டு வர்த்தகம்

5. புதிய பொருளாதாரக் கொள்கை ________ ஆண்டு அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

   (அ) 1980 (ஆ) 1991

   (இ) 2013 (ஈ) 2015

விடைகள் :

1	இ	2	ஆ	3	அ	4	இ	5	ஆ

II. குறு வினாக்கள்:

1. புதிய பொருளாதாரக் கொள்கைகளின் கிளைகள் எழுதுக.
2. தனியார்மயமாக்கல் என்றால் என்ன?
3. தாராளமயமாக்கலின் ஏதேனும் இரண்டு குறைபாடுகளை குறிப்பிடுக.
4. உலகமயமாக்கலின் ஏதேனும் இரண்டு நன்மையை எழுதுக.

III. சிறு வினாக்கள்:

1. தாராளமயமாக்கல் என்றால் என்ன?
2. உலகமயமாக்கலின் ஏதேனும் மூன்று தாக்கங்களை எழுதுக.
3. புதிய பொருளாதார கொள்கை பற்றி ஒரு சிறு குறிப்பு தருக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. தாராளமயமாக்கல் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள் பற்றி விளக்குக. (ஏதேனும் 5)
2. எல்பிஜி (LPG)யின் சிறப்பு அம்சங்கள் விளக்குக. (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்

www.gktoday.in

www.indiastudychannel.com

www.economicshelp.org

www.managementnote.com

அலகு 8

சரக்கு விற்பனைச் சட்டம் 1930 மற்றும் மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டம் 1881

21

அத்தியாயம்

சரக்கு விற்பனைச் சட்டம் 1930
THE SALE OF GOODS ACT 1930

அழிவதூஉம் ஆவதூஉம் ஆகி வழிபயக்கும்
ஊதியமும் சூழ்ந்து செயல்.

–குறள் 461

பொருள் : (ஒரு செயலைத் தொடங்குமுன்) அதனால் அழிவதையும் அழிந்த பின் ஆவதையும், பின்பு உண்டாகும் ஊதியத்தையும் ஆராய்ந்து செய்ய வேண்டும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- விற்பனை ஒப்பந்தம்
- விற்பனை மற்றும் விற்பனை உடன்பாட்டிற்கு உள்ள வேறுபாடு
- சரக்கின் வகைகள்
- உரிமை மாற்றம்
- நிபந்தனைகளும் நம்புறுதிகளும்
- விலைபெறா வணிகரின் உரிமைகள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

21.01 விற்பனை ஒப்பந்தம் உருவாக்கம்

21.02 விற்பனை மற்றும் விற்பனை உடன்பாட்டிற்கு உள்ள வேறுபாடுகள்

21.03 சரக்கின் வகைகள்

21.04 உரிமை மாற்றம்

21.05 நிபந்தனைகள் மற்றும் நம்புறுதிகள்

21.06 விலைபெறா வணிகரின் உரிமைகள்

சரக்கு விற்பனைச் சட்டம் ஒரு ஒப்பந்தச் சட்டத்தில் சிறப்பு ஒப்பந்தமாக விளங்குகிறது. இச்சட்டம் 1930 ஆம் ஆண்டு இயற்றப்பட்டது. இதற்கு முன்பாக இச்சட்டம் இந்திய ஒப்பந்தச்சட்டம் 1872, பிரிவு 7 ன் உட்பிரிவுகளில் விவாதிக்கப்பட்டது. இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் கொள்கைகள் அனைத்தும் எல்லாவகை சிறப்பு ஒப்பந்தத்திற்கும் பொருந்தும். எனவே சரக்கு விற்பனைச் சட்டத்தின் அடிப்படையும் ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் அடிப்படைக் கொள்கைகளை ஒட்டியதாகவே விளங்குகிறது.

21.01 விற்பனை ஒப்பந்தம் உருவாக்கம் (Formation of Contract of Sale)

சரக்கு விற்பனைச் சட்டம் (Contract of Sale of Goods)

சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தம் என்பது எந்த ஒப்பந்தத்தின் வாயிலாகப் பொருளை விற்பவர் வாங்குநருக்கு விலை என்ற மறுபயன் பெற்றுக்

கொண்டு பொருளின் மீதான உரிமையை மாற்றித் தருகிறாரோ அதுவே சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தமாகும். மாணவர்கள் விற்பனை என்றால் விற்பவர் பொருளின் மீதான உரிமையை மறுபயனுக்கு மாற்றித் தருகிறார் எனவும் கொள்முதல் என்றால் பொருளின் மீதான உரிமையை மறுபயன் ஈந்து வாங்குகின்றார் என முதலில் அறியவேண்டும். ஒரு நபரிடம் இருக்கும் பொருள் அவருக்குச் சொந்தமானது என்று உறுதியாகக் கூற முடியாது. உரிமை என்ற சொல் மிகவும் முக்கியமான ஒன்று. உண்மையான உரிமையைப் பெற்றவர் தான் உரிமை பெற்றப் பொருளை எப்படி வேண்டுமானாலும் அனுபவிக்கலாம். இந்த உலகத்தில் அதை அவர் எப்படி வேண்டுமானாலும் சட்டரீதியான நோக்கத்திற்கு பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம். சுருங்கக் கூறின் வாங்குதல் என்ற சொல் பொருளின் ஏகபோக உரிமையை பெறுவதையும் விற்றல் என்ற சொல் பொருளின் உரிமையை மாற்றித்தரும் செயலையும் குறிக்கும் எனப் புரிந்து கொள்ளவேண்டும்.

விற்பனைச் சட்டத்தின் அடிப்படைக் கூறுகள் (Essential Elements of a Contract of Sale)

ஒரு விற்பனை ஒப்பந்தச் சட்டத்திற்கு பின்வரும் கூறுகள் இன்றியமையாததாக கருதப்படுகிறது

(1) இருதரப்பினர் (Two Parties)

சரக்கு விற்பனைச் சட்டத்தில் இருதரப்பினர்கள் ஈடுபட்டுள்ளனர். அவர்களில் ஒருவர் வாங்குனர் இன்னொருவர் விற்பனையாளர். ஒரு தனி நபர் தனக்கே பொருளை எடுத்துக் கொள்வதை விற்பனை என்ற சொல் குறிக்காது. குறிப்பாகக் கூட்டாண்மை கலைக்கப்படும்போது, உபரிச் சொத்துக்களைக் கூட்டாளிகள் தங்களுக்குச் சேரவேண்டிய நிலுவைக்காக எடுத்துக் கொள்ளும்போது அந்த நடவடிக்கை விற்பனை ஆகாது. எனவே அதற்கு விற்பனை வரி கட்ட வேண்டியதில்லை. காரணம் கூட்டாளிகள் அனைவரும் இணை உரிமையாளர்கள். எனவே உரிமை படைத்தவன் தானே தனக்கு உரிமையை மாற்றிக் கொள்ளமுடியாது. நீதிமன்ற ஆணையை மதித்துச் சொத்தாட்சி அலுவலர் ஒரு நபரின் சொத்துக்களை ஏலம் விடும்போது பொருளின் உரிமையாளர் அவரது பொருளை ஏலத்தில் எடுக்கலாம்.

(2) பொருளின் மீதான உரிமை மாற்றம் (Transfer of Property)

விற்பனை என்று அழைக்க, விற்பவர் பொருளின் மீதான உரிமையை வாங்குபவருக்கு மறுபயன் பெற்றுக் கொண்டு மாற்றித் தரவேண்டும். பொருளின் உடைமையை மாற்றுவது என்ற செயல் விற்பனை ஆகாது.

(3) சரக்கு / பொருள் (Goods)

சரக்கு என்ற சொல் பணம், அசையாச் சொத்து, மற்றும் உரிமைகோர் (Actionable Claims) சரக்கில் அடங்காது. சரக்கு என்ற சொல்லில் பணம், அசையா சொத்துக்கள் மற்றும் உரிமைக்கோர் போன்றவை அடங்காது. மேலும் சரக்கில் அனைத்து அசையும் சொத்துகளான பங்குகள், பயிர்கள் மற்றும் கண்ணுக்குப் புலனாகாத இனங்களான நற்பெயர், காப்புரிமை, பதிப்புரிமை, வணிகக்குறிகள், வியாபார சூத்திரம், போன்றவைகளும் உள்அடங்கும்.

(4) விலை (Price)

பொருளின் விற்பனைக்கு மறுபயனே விலை ஆகும். பொருளைப் பொருளுக்கு மாற்றாக பரிமாற்றம் செய்துக் கொள்வது விலையாகாது. பொருளைப் பகுதியாக பொருளுக்கும் மீதப் பகுதியாக விலைக்குமே மாற்றிக் கொள்ளும்போது, விலைக்கு மாற்றிய பகுதி மட்டும் விற்பனை நடவடிக்கை ஆகும். அதாவது இந்த முழு நடவடிக்கையும் விற்பனை நடவடிக்கையாகாது.

(5) விற்பனை மற்றும் விற்பனை உடன்பாடு (Includes both 'Sale' and 'Agreement to Sell')

விற்பனை ஒப்பந்தம் என்ற சொல்லில் விற்பனையும் மற்றும் விற்பனை உடன்பாடும் உள்ளடங்கியது. பொருளின் உரிமையை உடனே மாற்றிவிடக் கூடிய நடவடிக்கைகள் விற்பனை என்றும், உரிமையை எதிர்காலத்தில் மாற்றும் நடவடிக்கைகளுக்கு விற்பனை உடன்பாட்டு நடவடிக்கைகள் எனவும் பொருள்படும்.

21.02 விற்பனை மற்றும் விற்பனை உடன்பாட்டிற்கும்உள்ள வேறுபாடுகள் (Difference between Sale and Agreement to Sell)

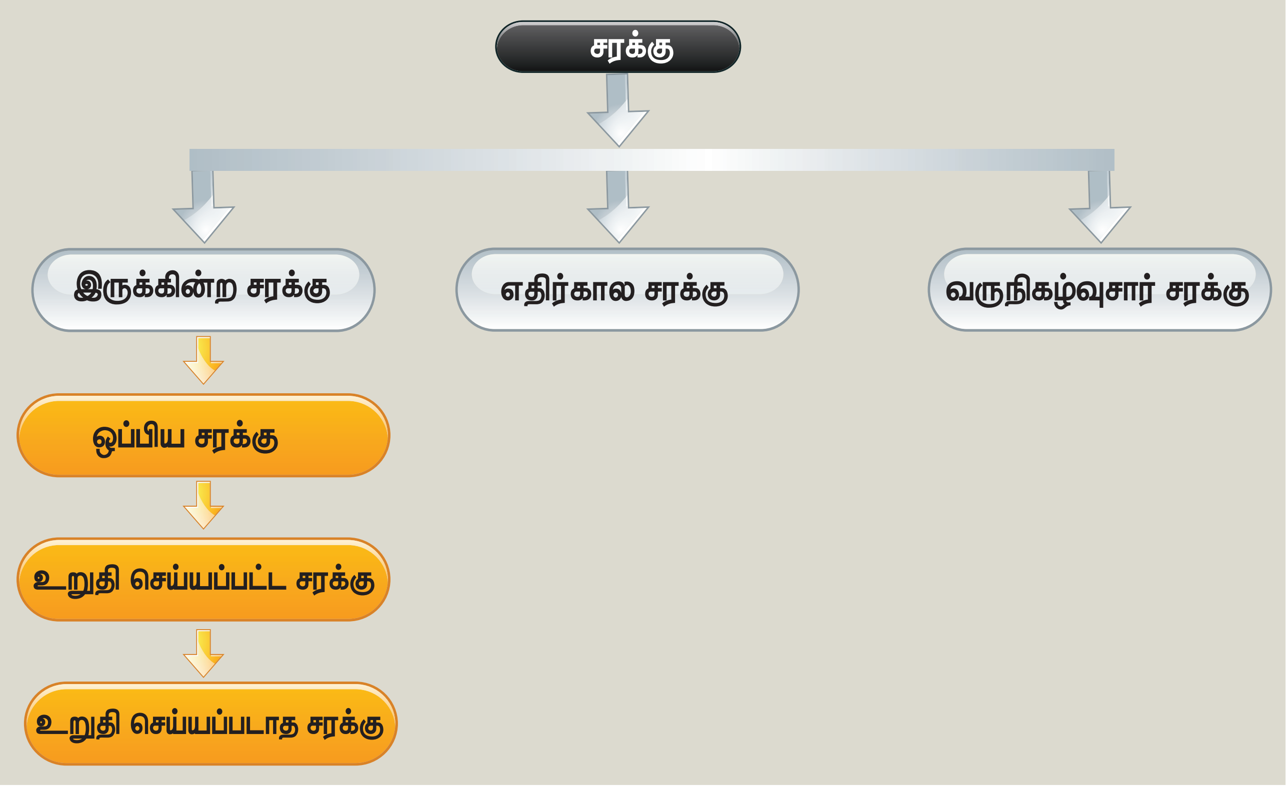
எண்	வேறுபாட்டு அடிப்படைகள்	விற்பனை	விற்பனை உடன்பாடு
1.	**உரிமை மாற்றம்**	விற்பனையில் பொருளின் உரிமை உடனடியாக மாறி விடுகிறது. விற்பனையாளர் உரிமை மாற்றிய உடன் உரிமையாளர் (Owner) என்ற தகுநிலையை இழக்கின்றார்.	விற்பனை உடன்பாட்டில் உரிமை விற்பனையரிடமிருந்து வாங்குனருக்கு எதிர்காலத்தில் மாறும் தன்மை கொண்டது.

2.	**நட்ட இடர்பாடு**	விற்கப்பட்ட பொருள் சேதமுற்றால் அதனால் ஏற்பட்ட நட்டம் வாங்குனரை சாரும். விற்கப்பட்ட சரக்கு விற்பனையாளரிடம் இருந்தாலும் கூட நட்டத்தை வாங்கியவர் தான் ஏற்கவேண்டும்.	விற்பனை உடன்பாட்டின் கீழ் விற்கப்பட்ட சரக்கு வாங்கியவர் கைவசம் இருந்தால் கூட சரக்குசேதமுற்றாலோஅல்லதுஅழிவுற்றாலோ விற்பனையாளர் தான் அந்நட்டத்தை ஏற்கவேண்டும்.
3.	**ஒப்பந்த மீறுகையின் விளைவுகள்**	விலையைத் செலுத்த வாங்குனர் மறுத்தால் சரக்கு விற்குனரிடமே இருந்தபோதிலும் கூட வாங்குனர் மீது விலைதரக்கோரி வழக்குத் தொடர முடியும்.	வாங்குனர் ஒப்பந்தத்தை மீறிச் செயல்படும்போது, விற்பவர் பொருளை வாங்குநரிடமிருந்து கைப்பற்றிக்கொள்ள முடியும் (Confiscation). மேலும் வாங்குனர் மீது ஒப்பந்த மீறுகைக்கு வழக்கு தொடரவும் முடியும்
4.	**ஒப்பந்தத்தின் தன்மை**	விற்பனை ஒப்பந்தம் நிறைவேறிய ஒப்பந்தமாகும். (Executed Contract) எனவே சரக்குரிமை உடனடியாக மாற்றப்படுகிறது.	விற்பனை உடன்பாடு நிறைவேற வேண்டிய ஒப்பந்தமாகும். (Executory Contract) உரிமைமாற்றம் எதிர்காலத்தில் நிகழவுள்ளது. எனவே இதனை நிறைவேறாத ஒப்பந்தம் எனவும் அழைக்கலாம்.
5.	**வாங்குநரின் நொடிப்பு**	விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் வாங்குனர் விலையைச் செலுத்தும் முன்னரே நொடிப்பு நிலையடைந்துவிடின், விற்பனை செய்த சரக்கு விற்றவரின் கைவசம் இருந்தாலும், விற்பவர் அச்சரக்கினைக் கலைப்பு அதிகாரியின் வசம் ஒப்படைக்க வேண்டும். அந்த விலைக்கான விகிதப்படி தொகையை மட்டுமே பெற விற்பனையாளருக்கு உரிமை உண்டு.	விற்பனை உடன்பாட்டில் அத்தகைய சூழ்நிலை இல்லை. விற்குநர், வாங்குனர் கைவசம் உள்ள சொத்தினை கலைப்பு அதிகாரிக்கு ஒப்படைக்க வேண்டியது இல்லை. காரணம் அச்சரக்கின் மீதான உரிமை இன்னமும் வாங்குனர்க்கு மாற்றப்படவில்லை.
6.	**விற்பனையாளரின் நொடிப்பு**	விற்றசரக்கை வாங்குனர் வசம் ஒப்படைக்கும் முன்னர் விற்குநர் நொடிப்பு நிலை அடைந்து விட்டால் வாங்குனர் கலைப்பு அதிகாரியிடமிருந்து அச்சொத்தினை பெற்றுக் கொள்ள உரிமை உள்ளது. காரணம் அச்சொத்தின் மீதான உரிமை வாங்குநருக்கு முன்னரே மாற்றப்பட்டுவிட்டது. அச்சரக்கு விற்றவருக்குச் சொந்தமில்லை.	விற்பனை உடன்பாட்டில் வாங்குனர் அப்படி செய்யமுடியாது. வாங்கியவர் பணமோ அல்லது முன்பணமோ செலுத்தியிருந்தால் கூட கலைப்பு அதிகாரியிடமிருந்து விகிதப்படி தொகையைப் பெறும் உரிமை மட்டுமே உண்டு.

21.03 சரக்கின் வகைகள் (Types of Goods)

சரக்கு என்ற சொல் எல்லா வகை அசையும் சொத்துக்கள், பணம், வழக்கு தொடரத் தக்க உரிமைகள் (Actionable Claim), அசையாச் சொத்து, நிலைவைப்பு ரசீது, பங்காதாய நிலுவை, ஆயுள் காப்பீட்டுத் திட்ட ஆவணம், நிலுவை வாடகை, கடன் வசூலுக்குத் தொடர்ந்த வழக்குரிமையும் போன்றவை சரக்கு என்ற சொல்லில் அடங்காது. மேலும் பங்குகள், பங்குத் தொகுப்புகள், முதிர்ந்த பயிர், புல், நிலத்துடன் கூடிய அறுவடை செய்யத் தக்க தாவரங்களும், நற்பெயர், பதிப்புரிமை (Copyright), வணிகக்குறிகள்

www.tnschoolbooks.in



(Trade Marks), காப்புரிமை (Patents), வாயுப்பொருள்கள் (Gas Products), மின்சக்தி (Electric Power) போன்றவையும் சரக்கு என்ற சொல்லில் அடங்கும்.

1. இருக்கின்ற சரக்கு (Existing Goods)

ஒப்பந்தம் செய்யும் போது விற்பனையாளரின் கைவசம் உள்ள சரக்கு இருக்கின்ற சரக்கு. விற்பனை செய்ய முகவரின் வசம் ஒப்படைக்கப்பட்ட சரக்கும் அல்லது அடமானம் பெற்றவர் விற்கும் அடமான சொத்தும் இருக்கின்ற சரக்கு என்ற பொருளில் உள்ளடக்கம் பெறும்.

இருக்கின்ற சரக்கு என்பது (Existing goods may be either)

- ஒப்பிய சரக்கு
- உறுதி செய்யப்பட்ட சரக்கு
- உறுதி செய்யப்படா சரக்கு. ஆக இருக்கலாம்.

(i) ஒப்பிய சரக்கு (Specific Goods)

விற்பனை ஒப்பந்தம் செய்யும் போது இனம் கண்டு ஒப்புக் கொள்ளப்பட்ட சரக்கு ஒப்பிய சரக்கு. அதாவது பல சரக்குகளில் இந்த சரக்குதான் வாங்கத் தேர்வு செய்கிறேன் என அடையாளம் காட்டப்பட்ட சரக்கு ஒப்பிய சரக்கு. உதாரணமாக பல சேலைகளை பார்த்து இந்த வண்ணமுள்ள சேலைதான் எனக்கு வேண்டும் என அடையாளம் காட்டப்பட்ட சரக்கு குறிப்பிட்ட சரக்கு ஆகும். சுருங்கக்கூறின் விற்பனை செய்வதற்கு முன்பு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட பொருள் குறிப்பிட்ட சரக்கு.

(ii) உறுதி செய்யப்பட்ட சரக்கு (Ascertained Goods)

ஒப்பிய சரக்கைப் போன்ற பொருள் உடையது தான் உறுதி செய்யப்பட்ட சரக்கு. அதாவது விற்பனை ஒப்பந்தம் செய்யப்பட்ட பின்பு இன்னதுதான் என்று உணரப்பட்ட சரக்கு உறுதி செய்யப்பட்ட சரக்கு.

(iii) உறுதி செய்யப்படாத சரக்கு Unascertained or Generic Goods

ஒப்பந்தம் செய்யும் முன்பாக இவைதான் என இனம் காணப்படாத சரக்கு அறுதியிடப்படாத சரக்கு. எடுத்துக்காட்டாக 'A' என்பவர் 'B' என்ற விற்பனையரிடம் கார் வாங்கச் செல்கிறார். இந்நிலையில் காட்சிமாடத்தில் (show room) வைக்கப்பட்டுள்ள பல வடிவங்களைப் பற்றிய தகவல்கள் தரப்படுகிறது. இந்நிலையில் எந்தக் கார் வாங்கப்பட உள்ளது எனத் தெரியாத நிலையில் வாங்க விழையும் நபருக்குக் காட்டப்பட்ட அனைத்து கார்களும் அறுதி செய்யப்படாத சரக்கு என்ற பொருளில் குறிப்பிடப்படுகிறது.

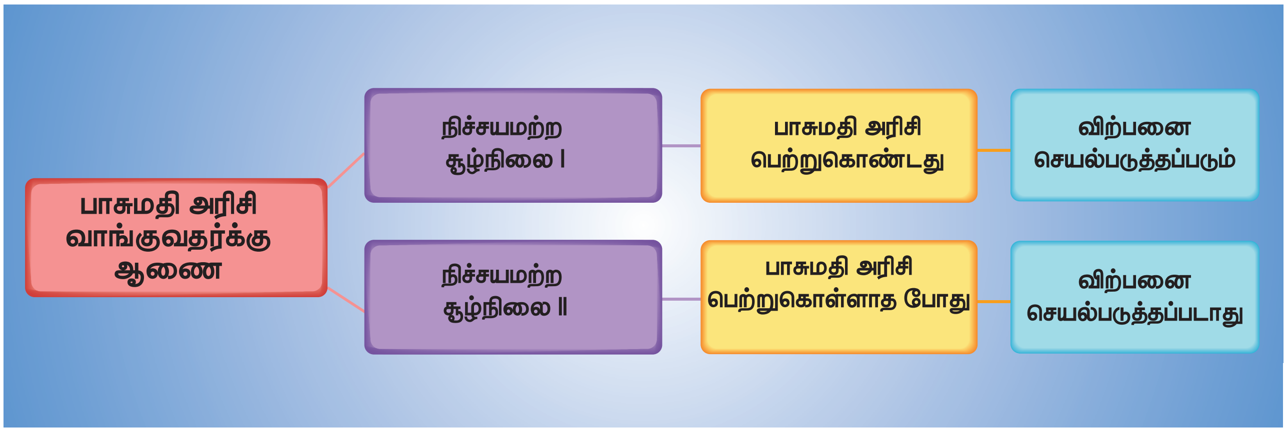
2 எதிர்கால சரக்கு (Future Goods)

ஒப்பந்தம் செய்யும்போது தன் கைவசம் இல்லாத ஆனால் எதிர்காலத்தில் உற்பத்தி செய்தோ, அல்லது பிறரிடமிருந்து ஒப்பந்தத்திற்கு பிறகு வாங்கியோ தரப்படும் சரக்கு எதிர்கால சரக்கு. எதிர்கால சரக்கு அறுதியிடப்படாத சரக்கு ஆகும். உதாரணமாக 'A' என்பவர் 'B' என்பவரிடம் 100 மூட்டை அரிசிக்கு அடுத்த மாதம் நடைபெறும் திருமண நிகழ்விற்கு அளிப்பதாக உடன்படுகிறார். இந்நிலையில் அரிசி என்ற பொருள் எதிர்கால சரக்கைக் குறிக்கும்.

3 வருநிகழ்வுசார் சரக்கு (Contingent Goods)

இது ஒருவகை எதிர்கால சரக்கு ஆகும், இது விற்பவர் கைவசம் வந்து சேர்வது எதிர்காலத்தில் நடக்கும் நிகழ்ச்சியைப் பொறுத்தது, உதாரணமாக 'A' என்பவர் 'B' என்பவரோடு ஒரு குறிப்பிட்ட ஓவியம் 'C' யிடமிருந்து கிடைத்தால் விற்பனை செய்கிறேன் என ஒப்பந்தத்தில் ஈடுபட்டால் அந்த ஓவியப் பொருள் வருநிகழ்வுசார் சரக்கு என்று பொருட்படும். அதேபோன்று ஒரு அரிசி வியாபாரி 10 மூட்டை பாசுமதி அரிசி பாகிஸ்தானில் கிடைத்தால் விற்கிறேன் என ஒப்பந்தத்தில் ஈடுபட்டால் பாசுமதி அரிசி வருநிகழ்வுசார் சரக்காகும். பாசுமதி அரிசி கிடைக்கலாம் அல்லது கிடைக்காமலும் போகலாம்.

வருநிகழ்சார் சரக்கு (பாசுமதி அரிசி)



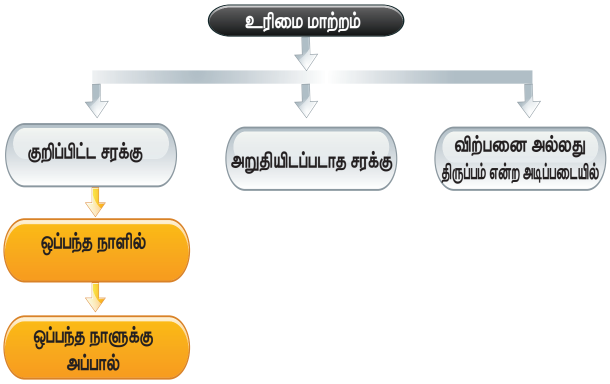
www.tnschoolbooks.in

21.04 உரிமை மாற்றம் (Transfer of Ownership)

ஒரு பொருளை ஒரு நபர் வைத்திருப்பதாலேயே அவர் உரிமையாளராக முடியாது. உடைமை வேறு உரிமை வேறு. உடைமை என்பது பொருளை வைத்திருக்கும் நிலையையும் உரிமை என்பது அப்பொருளை விரும்பியபடி கையாளும் உரிமையையும் குறிக்கும்.

உதாரணம் 'A' என்பவர் ஒரு கைக்கடிகாரத்தை வைத்துள்ளார் என கொள்வோம்.அவர் அதனை நண்பரிடமிருந்து இரவல் பெற்று வைத்திருக்கலாம் அல்லது திருடி வைத்திருக்கலாம் அல்லது கீழே கண்டு எடுத்து இருக்கலாம். மேற்கூறிய அனைத்து நிகழ்வுகளும் 'A' என்ற நபரை உரிமையாளர் என்ற நிலைக்கு வரவழைக்காது. எனவே எப்போது ஒரு பொருளின் மீதான உரிமை மாறுகின்றதோ அப்போதுதான் ஒரு நபர் உரிமையாளர் என்ற நிலையை எட்டுகிறார். இந்நிலையில் பொருளின் மீதான உரிமை மாறும் காலத்தைப் பற்றி விவாதிப்போம். பொருளை முன்பு விளக்கியபடி பிரித்துத் தனித்தனியே ஆய்வோம்.

உரிமை மாற்றம் (Passing of Property)



I. குறிப்பிட்ட சரக்கு (Specific Goods)

(i) ஒப்பந்த நாளில் (At the Time of Contract)

ஒப்பந்தம் செய்யப்படும்போது விற்கப்பட்ட சரக்கு ஒப்படைக்கத்தக்க ஆயத்த நிலையில் இருப்பின், விலை செலுத்தப்பட்ட பின் அல்லது கடன் விற்பனையாயின் பொருள் வாங்குபவரிடம் ஒப்படைக்கப்பட்ட பின் உரிமைமாற்றம் நிகழ்கிறது.

'B' என்பவர் ஒரு புத்தகக் கடையிலிருந்து சில புத்தகத்தை தேர்வுசெய்து அதற்கான விலையையும் நிர்ணயித்து விட்டார். ஆனால் அடுத்த நாள் அந்த புத்தகங்களைத் தன்னுடைய ஊழியர் மூலம் பெற்றுக் கொள்வதாக கூறி புத்தகக் கடையிலேயே கட்டுமத்தை விட்டுச்செல்கிறார். அன்றே புத்தகக்கடையில் தீவிபத்து ஏற்பட்டு புத்தகம் முழுவதும் சாம்பலாகிவிட்டது. இந்நிலையில் இந்த நட்டத்தை 'B' ஏற்கவேண்டும். காரணம் புத்தகம் ஒப்படைக்கத் தக்க நிலையில் தரப்பட்டது. விலை செலுத்தப்பட்ட அந்த நிமிடமே உரிமை 'B' யிடமிருந்து 'A' க்கு மாறிவிட்டது. உடைமைதான் 'B' வசம் இதில் நட்டத்தை "A" தான் ஏற்கவேண்டும் என்பது சட்ட விதி.

(ii) ஒப்பந்த நாளுக்கு அப்பால் (Beyond the Date of Contract)

(அ) ஒப்படைக்கத்தக்க நிலையில் இல்லாத சரக்கை பொறுத்த வரை (Goods not in a Deliverable Condition)

ஒப்படைக்கத்தக்க நிலையில் இல்லாத சரக்கைப் பொறுத்த மட்டில் விற்பவர் அதனை ஒப்படைக்கும் நிலைக்கு மாற்றியபின்தான் உரிமை மாற்றம் நடக்கும். அதாவது விற்பவர் அந்த சரக்கை வழங்க தக்கநிலைக்கு கொண்டுவர சில செயல்களை செய்ய வேண்டியிருப்பின் அதாவது வண்ணமிடுதல், தரக்கட்டுபாடு, நிறுத்தல் போன்ற இன்னபிற செயல்களை செய்ய வேண்டியிருப்பின் அத்தகைய செயல்களை செய்த பிறகு பொருளின் மீதான உரிமை மாறும்.

(ஆ) எடை போடுதல் அல்லது சோதனைக்கு உட்படுத்தல் மூலம் சரக்கின் விலை தீர்மானிக்க வேண்டி இருப்பின் (When the Price of Goods is to be Ascertained by Weighing or Testing or Doing Something)

விலையைத் தீர்மானிக்க சரக்கினை எடைபோட வேண்டியோ அல்லது ஏதேனும் செய்ய வேண்டியோ இருப்பின் அத்தகைய செயல் செய்யப்பட்டு, வாங்குனருக்கு அது குறித்துத் தெரிவிக்கப்படும் போதுதான் உரிமை மாறும்.

உதாரணமாக 'A' என்பவர் 'B' என்பவரிடம் நெற்களத்தில் உள்ள நெல்லை ஒரு கிலோ ரூ 10 என்ற விலையில் விற்பனை செய்ய ஒப்பந்தம் செய்கிறார். இந்நிலையில் 'A' என்பவர் கோதுமை களத்தில் உள்ள கோதுமையை நிறுத்து சாக்கில் அடைக்கவேண்டும். கோதுமையை எடைபோட்டு சாக்கில் கட்டிய பின்பே சரக்கின் மீதான உரிமை 'B' என்ற நபருக்குச் சட்டப்படி மாறும்.

12th Commerce Tamil Unit 8.indd 175 19/12/2022 14:48:46

www.tnschoolbooks.in

II. அறுதியிடப்படாத சரக்குகள் (Unascertained Goods)

அறுதியிடப்படாத சரக்குகள் என்பது விற்பனை ஒப்பந்த நாளில் அடையாளம் காணப்படாத சரக்கினைக் குறிக்கும். அப்படிப்பட்ட சரக்கின் மீதான உரிமை வாங்குனருக்கு கீழ்குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நிபந்தனைகளின் அடிப்படையில் மாற்றப்படும்.

(அ) பொருள்களை அறுதியிடும் போது (When the Goods are Ascertained)

வாங்குனர் தான் வாங்க வேண்டியப் பொருட்கள் எது என விற்பவரின் இதரப் பொருட்களிடமிருந்து அடையாளம் காட்டியவுடன் அந்தப் பொருட்களின் மீதான உரிமை மாறிவிடுகிறது.

(ஆ) விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் வாங்க விழையும் சரக்கினை ஒதுக்கிவிடுதல் (When the Goods are appropriated to the Contract)

ஒதுக்குவது என்பது வாங்குனர் அடையாளம் காட்டிய பொருளை, விற்பவர் தனது இதர பொருட்களிடமிருந்து தனியே ஒதுக்கி வைக்கும் செயலைக் குறிக்கிறது. சுருக்கமாக பிற பொருளிடமிருந்து வாங்குநரால் அடையாளம் காட்டப்பட்ட பொருளை தனியாகப் பிரித்தல் என்ற செயலைக் குறிக்கிறது. அவ்வாறு பிரித்த பிறகு பொருளின் உரிமை விற்பவரிடமிருந்து வாங்குபவருக்கு மாறி விடுகிறது.

சரக்கைப் பெட்டியிலோ அல்லது கோணியிலோ அல்லது சரக்கு பையிலோ வாங்குநரின் இசைவுடன் வைக்கும் போதுதான் சரக்குகள் அறுதியிடப்படுவதாகக் கருதப்படும். வாங்குநரின் இசைவின்றி விற்குநர் தனியாக ஒதுக்கிவைத்தால் அது எந்தப் பயனையும் தராது. உதாரணமாக 'A' என்பவர் 'B' என்பவரிடம் 100 புட்டிகள் கொண்ட100 கிலோ கடலை எண்ணெயை விற்க உடன்படுகிறார். 'B' தரும் புட்டிகளில் அது தரப்பட வேண்டும் என்பது உடன்பாடு. இந்நிலையில் 'B' ன் இசைவுடன் 100 புட்டிகளில் எண்ணெய் நிரப்பிய பின்பே எண்ணெய் 'B' க்குச் சொந்தமானதாக மாறும். மாறாக 100 கிலோ எண்ணெய் தனியாக எடுத்து வைக்கும் செயல் வாங்குபவருக்கு உரிமையை மாற்றித்தராது. 'B' தரும் புட்டிகளில் அதை அடைப்பதே சரியான ஒதுக்கிடாகும்.

(இ) எடுத்துச் செல்லுநரின் ஒப்படைப்பு (Delivery to the Carrier)

வாங்குநருக்கு சேர்ப்பிக்கும் நோக்குடன் சரக்கேற்றியிடம் விற்குநர் சரக்கை ஒப்படைக்கும்போது, ஒப்பந்தத்திற்கான சரக்கினை தனியாக எடுத்து வைத்து விட்டதாக கருதப்படுகிறது. அப்படி செய்யப்பட்டபின் விற்பவர் அப்படி ஒதுக்கி வைக்கப்பட்ட சரக்கினைப் பயன்படுத்தும் உரிமையை வைத்திருக்க கூடாது.

விற்பவர் வாங்குநர் பெயரில் இரயில் ரசீதோ அல்லது கப்பல் ரசீதோ எடுத்துவிட்ட பின்பு சரக்கினை விற்பவர்கள் விருப்பப்படி பயன்படுத்திக் கொள்ள முடியாது. சரக்கேற்றியிடம் ஒப்படைக்கப்பட்ட பின் உரிமை வாங்குநருக்கு மாறிவிடுகிறது.

III. விற்பனை அல்லது திருப்பம் என்ற அடிப்படையிலோ அல்லது ஏற்பிற்கு பின் விற்பனை என்ற அடிப்படையில் பொருளை அனுப்பி வைத்தல் Goods Sent 'On Approval' or 'On Sale or Return' Basis

ஒப்புதலுக்குப் பின் விற்பனை அல்லது திருப்பம் என்ற அடிப்படையில் வாங்குநருக்கு அனுப்பப்பட்ட சரக்கு அவரின் விருப்பத்திற்கேற்ப வைத்துக்கொள்ளவோ அல்லது திருப்பி அனுப்பவோ செய்யலாம்.

உரிமை மாற்றத்திற்கான விதி முறைகள் (Rules for Time of Transfer of Ownership)

Sl. No.	விதி Rule	மாறும் காலகட்டம் Point of Transfer	உதாரணம் Examples
1.	வாங்குநர் தன்னுடைய ஒப்புதலை தெரிவிக்கும்போது	ஒப்புதலை தெரிவித்த தருணத்திலேயே உரிமை மாறிவிடுகிறது.	'A' என்பவர் 'B' என்பவருக்கு தன்னுடைய இருச் சக்கர வாகனத்தை விற்க முன் மொழிந்து 2 நாட்கள் ஓட்டிப் பார்த்து விட்டு மனநிறைவு அடைந்தால் வாங்கிக் கொள்கிறேன் என்று கூறுகிறார். 'B' ஓட்டிப் பார்த்து 2 நாட்கள் கழித்து, ஒப்புதல் தெரிவிக்கப்பட்ட சூழ்நிலையில் ஒப்புதல் தந்த நேரத்திலிருந்து உரிமை 'A' என்பவருக்கு மாறி விடுகிறது.
2.	வாங்குனர் அச்சரக்கை ஏற்றுக்கொள்ளும் விதத்தில் பயன்படுத்தின்;	ஏற்கும் செயலை செய்யும் நேரத்திலிருந்து	'A' என்பவர் 'B' என்பருக்கு தன்னுடைய நகைகளை கொடுத்து போட்டுப் பார்த்து பிடித்திருந்தால் வாங்கிக் கொள்ளக் கூறுகிறார். 'B' ஒப்புதல் எதையும் 'A" விடம் தெரிவிக்காமல் நகையை அடகு வைத்துப் பணம் பெறுகிறார். இந்நிலையில் அடகு வைத்த அந்த நேரத்திலிருந்து உரிமை மாறுகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 8.indd 176 19/12/2022 14:48:46

3.	வாங்குனர் குறிப்பிட்ட கால கெடுவிற்குப் பின்பும் பொருளை திருப்பி தராமல் தாமே சரக்கை வைத்திருக்கும் போது		
(i)	காலகெடு வைத்திருக்கிற நிலையில்	கால கெடு முடிந்த மறுநிமிடமே.	'X' என்பவர் 'Y' என்பவருக்கு விற்பனை அல்லது திருப்பம் என்ற அடிப்படையில் பொருளை 7 நாள் கால கெடுவில் கொடுக்கிறார். ஒரு வாரம் முடிந்த பின்பும் 'Y' ஏதும் சொல்லவில்லை, 7 வது நாள் சரக்கு தீ விபத்தில் அழிகிறது. இந்நிலையில் 7 நாள் கால கெடு முடிந்த உடன் 'Y' க்கு உரிமை மாறிவிட்டதாக சட்டம் கூறுகிறது. எனவே அந்த நட்டத்தை 'Y' ஏற்க வேண்டும்.
(ii)	காலகெடு இல்லாத நிலையில்	நியாயமான காலம் முடிந்த பின்பு	'S' என்ற வரையறுக்கப்பட்ட நிறுமம் நகராட்சிக்கு ஒரு டிராக்டரை விற்க முன்மொழிந்து நகராட்சியிடம் ஒப்படைத்தது. டிராக்டர் குறித்து நகராட்சி திருப்தி அடைந்தால் வாங்கிக் கொள்வதாக கூறியது. சுமார் 2 மாதம் கழித்து நகராட்சி டிராக்டரை பிடிக்கவில்லை என்று தெரிவித்தது. இந்நிலையில் நகராட்சி அந்த டிராக்டரை திருப்பி அனுப்ப முடியாது. பிடித்தது அல்லது பிடிக்கவில்லை என்பதை 2 நாட்களில் தெரிவித்து இருக்க வேண்டும். அதுவே நியாயமான காலம் ஆகும்.

21.05 நிபந்தனைகள் மற்றும் நம்புறுதிகள் (Conditions and Warranties)

சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் உள்ள கட்டுபாடுகள் நிபந்தனையாகவோ அல்லது நம்புறுதிகளாகவோ இருக்கலாம்,

(i) **நிபந்தனைகள்:** 'A' என்பவர் 'B' என்பவரிடம் தனக்கு ஒரு லிட்டர் பெட்ரோலுக்கு 50 கிலோ மீட்டர் ஓடும் சிவப்பு நிற அமெசான் விசை உந்து (Bike) வாங்கித் தர வேண்டும் எனக் கூறினார். அப்போது 'B' ஒரு லிட்டருக்கு 55 கிலோ மீட்டர் மைலேஜ் தரும் அமெசான் பச்சை நிற விசை உந்து (Bike) வண்டியை வாங்கிக் கொடுத்தார். இந்த ஒப்பந்தத்தில் மைலேஜ் என்பது நிபந்தனை. அது நிறைவேற்றப்பட்டது. எனவே 'A' விசை உந்தை (Bike) வாங்காமல் பின்வாங்க முடியாது. ஒப்பந்தத்தை மீற முடியாது. ஆனால் பச்சை நிற விசை உந்தை (Bike) சிவப்பு நிறமாக மாற்றும் செலவை 'B' ஏற்கவேண்டும்.

(ii) **நம்புறுதிகள்:** ஒப்பந்தத்தில் ஒரு பொருளுக்குத் துணையாக உள்ள கூற்று நம்புறுதிகளாகும். நம்புறுதிகளை மீறுதல் நட்ட ஈடு தருவதற்கு வழிகோலும். மேற்கூறிய உதாரணத்தில் விசை உந்தின் (Bike) நிறம் என்பது நம்புறுதியைக் குறிக்கும். 'B' வாங்கி தந்த விசை உந்தின் (Bike) நிறம் பச்சை. எனவே 'A' விசை உந்தை (Bike) வாங்குவதிலிருந்து பின் வாங்க முடியாது. ஆனால் தான் கேட்ட சிவப்பு நிறத்துக்கு விசை உந்தை (Bike) மாற்றுவதற்கான செலவை 'B' ஏற்கவேண்டும்.

சுருக்கமாக ஒரு விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் எது நிபந்தனை எது நம்புறுதி என பட்டியல் போட்டுக் கூற முடியாது. இவை இரண்டும் ஒப்பந்தத்தைப் பொறுத்து மாறுபடும். முக்கியமாக வலியுறுத்தப்படுவது நிபந்தனை. சிறப்பாக விரும்புவது நம்புறுதி எனலாம்.

நிபந்தனைக்கும் நம்புறுதிக்கும் இடையேயுள்ள வேறுபாடுகள்

வெளிப்படை மற்றும் உட்கிடை நம்புறுதிகளும் மற்றும் நிபந்தனைகளும் (Express and Implied Conditions and Warranties)

விற்பனை ஒப்பந்தத்தின்போதே ஒப்பந்ததாரர்களால் ஒப்புக் கொள்ளப்படும் கூற்றுகள் வெளிப்படை நிபந்தனைகளாகவோ அல்லது நம்புறுதிகளாகவோ இருக்கலாம். ஆனால் ஒப்பந்தத்தில் இருப்பதாகச் சட்டம் கருதும் கூற்றுகள் – உட்கிடை நிபந்தனை என்றும் உட்கிடை நம்புறுதிகள் எனவும் அழைக்கப்படுகின்றன.

வரிசை எண்	வேறுபடுத்தும் கூறுகள்	நிபந்தனைகள் Conditions	நம்புறுதிகள் Warranties
1.	பொருள்	ஒப்பந்தத்தின் கருப்பொருளாகத் திகழ்வது.	நம்புறுதி ஒப்பந்தத்திற்குத் துணையாக இருக்கிறது.
2.	முக்கியத்துவம்	ஒப்பந்தத்தில் நிபந்தனையை மீறுவது ஒப்பந்தத்தை மீறுவதாகக் கொள்ளப்படுகிறது.	நம்புறுதியை மீறுவது ஒப்பந்தத்தினை மீறுவதற்கு ஒப்பாகாது.
3.	உரிமை மாற்றம்	நிபந்தனை நிறைவேற்றாமல் உரிமை மாற்றம் நிகழமுடியாது.	நம்புறுதியை நிறைவேற்றாமல் உரிமை மாற்றம் நிகழ முடியும்.
4.	பரிகாரம்/தீர்வு	நிபந்தனை மீறுவதனால் ஒப்பந்தத்தில் பாதிக்கப்பட்ட நபர் ஒப்பந்தத்தை நீக்கிக் கொள்வதுடன் நட்ட ஈடு கோரும் உரிமையைப் பெறுகிறார்.	நம்புறுதியை மீறுவதனால் ஒப்பந்தத்தில் பாதிக்கப்பட்டவர் நட்ட ஈடு கேட்கும் உரிமையை மட்டுமே பெற்றுள்ளார்.

உட்கிடை நிபந்தனைகள் (Implied Conditions)

1 உரிமை குறித்த நிபந்தனை (Conditions as to Title)

பொருளை விற்பவர் அந்தக் குறிப்பிட்டப் பொருளை விற்க உரிமை கொண்டவர். வாங்குபவர் பொருளை விற்பவர், அந்த பொருளை விற்பதற்கு உரிமையுள்ளவர் என்று கருதிக் கொள்ளலாம். உதாரணமாக 'D' என்பவரிடமிருந்து 'R' என்பவர் ஒரு மகிழூர்ந்து (motor car) வாங்கினார்.. இந்நிலையில் 'R' நான்கு மாதம் மகிழூர்ந்தை பயன்படுத்திய பின்பு 'Z' என்ற உண்மையான உரிமையாளர் 'R' யிடம் அது தனக்குச் சொந்தமான மகிழூர்ந்து என மெய்ப்பிக்கின்றார். இந்நிலையில் 'R' உண்மையான உரிமையருக்கு அந்தக் மகிழூர்ந்தை திருப்பிக் கொடுத்து விட்டு, தனக்கு பொருளை விற்ற 'D' மீது வழக்கு தொடுக்கலாம்.

2. விவரிப்பு குறித்த நிபந்தனை (Conditions as to Descriptions)

விவரிப்பு மூலம் விற்பனை செய்யப்பட்ட சரக்கு விவரித்தப்படியே இருக்கவேண்டும். உதாரணமாக 'A' என்பவர் 'B' என்பவருக்கு ஒரு இயந்திரத்தை ஒரு வருட கால பழையது என விவரித்து விற்கின்றார். அதை நம்பி 'B' வாங்குகிறார். பின்னர் 'B' அது மிகவும் பழைமையான இயந்திரம். சுமார் 5 ஆண்டு பழைமை கொண்டது என உணர்கிறார். இந்நிலையில் 'B' அந்த இயந்திரத்தை விவரித்தபடி இல்லை என்ற நிபந்தனையின்படி 'A' யிடம் திருப்பி தந்துவிடலாம். ஆனால் விவரிக்கப்பட்ட பொருளை/சரக்கினை சோதித்து உண்மை அறியும் வாய்ப்பில்லா நிலைமையில் மட்டுமே இந்த விதி பொருந்தும். அதாவது வாங்குபவர் வாங்க விரும்பும் பொருளின் உண்மை நிலையை சோதித்து அறியும் வாய்ப்பைப் பெற்றிருந்தால் அப்பொழுது இந்த விதி பொருந்தாது.

3. மாதிரி குறித்த நிபந்தனை (Sale by Sample)

மாதிரி காண்பித்து விற்கப்படும் சரக்கு உதாரணமாக தானியங்கள், துணிவகைகள், மருந்துகள், புத்தகங்கள், இனிப்புகள் போன்றவற்றை பொறுத்தவரை கீழ்க்குறிப்பிட்ட நிபந்தனைகளுக்கு உட்பட்டு வாங்குனர் பொருளை விற்பவருக்கு திருப்பிக் கொடுக்க முடியும்.

1. பெரும்பான்மை சரக்குகள் மாதிரி சரக்கின் தன்மையைப் பெற்றிருக்க வேண்டும்.
2. சரக்கினை மாதிரியுடன் ஒப்பிட்டுப் பார்க்கும் வாய்ப்பினை வாங்குனர் பெற்றிருக்கவேண்டும்.
3. விற்பனை செய்யமுடியாத குறைபாடு எதுவும் அந்தச் சரக்குக்கு இருக்கக் கூடாது.

4. தகுதி அல்லது தன்மை குறித்த நிபந்தனை (Conditions as to Quality or Fitness)

சரக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கிற்கு ஏற்ற தன்மையுடையதாகவோ அல்லது பொருந்தமானதாகவோ இருக்கவேண்டும் என்ற உட்கிடை நிபந்தனை ஏதும் இல்லை. ஆனால் கீழ்க்குறிப்பிடப்பட்டுள்ள சூழ்நிலையில் அவைகள் வாங்குவோரின் நோக்கத்தை நிறைவேற்றுவதாகவோ அல்லது அதற்குப் பொருந்தமானதாகவோ இருக்கவேண்டும்.

எந்தக் குறிப்பிட்ட நோக்கிற்கு இச்சரக்கினை வாங்குகிறேன் என்ற விவரத்தை வாங்குனர் விற்குநரிடம் தெரிவித்து இருப்பின்

விற்பவரின் திறமை மற்றும் தீர்ப்பை வாங்குனர் நம்புவதாக வெளிப்படுத்தி இருப்பின்

மற்றும் சரக்குகள் வழக்கமாக விற்கும் வகையைச் சார்ந்ததாக இருப்பின். உதாரணமாக 'A' என்பவர் 'B' என்பவரிடம் செயற்கை பற்களை வாங்கினார். ஆனால் வாங்கிய பற்கள் 'A' என்பவருக்கு பொருந்தவில்லை. இந்நிலையில் 'A' அந்தப் பற்களை 'B' க்கு திருப்பித்தந்துவிட உரிமை பெற்றவர்.

5. விற்கும் தகைமை குறித்த நிபந்தனை (Conditions as to Merchantability)

விவரிப்பின் அடிப்படையில் வாங்கப்பட்ட சரக்கை விற்பனையாளர் வழக்கமாக விற்பனை செய்து வரும் நிலையில், விற்ற சரக்கு விற்பதற்கு உகந்ததாக இருக்கவேண்டும். அதாவது விற்கப்படும் சரக்கு விற்பனை செய்த தகுதி படைத்தவராக இருக்க வேண்டும். உதாரணமாக நேரம் காட்டாத கடிகாரம், சரியாக எழுதாத பேனா, கிழிந்த துணி, புகை வரா புகையிலை போன்றவைகள் விற்பதற்கு அருகதை அற்ற சரக்குகள்.

6. உடல் ஆரோக்கியம் தொடர்பான நிபந்தனை (Condition as to Wholesomeness)

உண்ணக்கூடிய பொருட்களைப் பொறுத்தவரையில் அவைகள் விற்பதற்கு உகந்ததாக இருப்பதுடன் வாங்குபவரின் உடல் நலத்திற்கு எவ்விதக் கேடும் விளைவிக்காத பொருளாக இருக்கவேண்டும். உதாரணமாக 'F' என்பவர் 'A' என்பவரிடமிருந்து பால் வாங்கினார். பாலை அருந்திய 'F' ன் மனைவி நோய்வாய்ப்பட்டு இறந்து விட்டார். காரணம் பாலில் டைபாய்டு கிருமிகள் இருந்தன. 'F' தொடர்ந்த வழக்கில் நீதிமன்றம் 'A' க்கு நட்ட ஈடு தரப்பணித்தது.

7. வணிக வழக்கங்களை உணர்த்தும் உட்கிடை நிபந்தனைகள் (Condition Implied by Trade Usage)

பொருளின் தரம் மற்றும் தன்மைகள் தொடர்பான நிபந்தனைகளை, ஒரு குறிப்பிட்ட வணிக மரபுகளை, நிறைவேற்றும்படி நிர்ணயிக்கலாம். உதாரணமாக 'X' என்பவர் 'Y' என்பவருக்கு ஏலம் விடல் மூலம் சில மருந்து பொருட்களை விற்கிறார். ஏல விற்பனை வழக்கப்படி ஏலம் விடும் பொருளின் மீதான குறைபாடுகளை ஏலம் விடுபவர் பகிரங்கமாகக் கூற வேண்டியது வழக்கம். இந்நிலையில் 'X' தான் ஏலம் விடும் மருந்தினைப் பற்றிய குறைகளைக் கூறாமல் ஏல விற்பனை மூலம் 'Y' க்குப் பொருளை விற்றார். பின்னர் 'Y' அந்த மருந்துகள் பழுதானவை என்று அறிந்து திருப்பிக் கொடுக்கிறார். இந்நிலையில் 'Y', தான் கொடுத்த பணத்தை திரும்பப்பெற உரிமை உடையவர்.

உட்கிடை நம்புறுதிகள் (Implied Waranties)

(i) இடையூறற்ற உரிமை (Quiet Possession)

தான் வைத்திருக்கும் சரக்கைப் பிறர் இடையூறு இன்றி முழுமையாக அனுபவிக்க முடியும் என்ற நம்புறுதி உடன்பாட்டில் உண்டு. வேறு யாரேனும் தன்னை விட சிறந்த உரிமை இருப்பதாகக் கூறிக்கொண்டு பின்னர் சரக்கு உரிமைக்கு இடையூறு விளைவித்தால், விற்குநரிடம் வாங்குனர் நட்ட ஈடு பெறும் உரிமை பெற்றவர்.

உதாரணமாக x என்பவர் y என்பவருக்கு ஒரு வானொலி விற்றார். yம் அந்த வானொலிக்கு ரூ100 செலவு செய்து, அதனை அனுபவித்து வரும் வேளையில் z என்பவர் இந்த வானொலி அவருடையது என உரிமை கொண்டாடினார். அவர் அந்த வானொலியை தன்னிடமிருந்து x திருடிவிட்டு சென்றதாகக் கூறினார். இந்நிலையில் y அந்த வானொலியை z யிடம் கொடுத்து விட்டு x மீது வழக்கு தொடுத்து விற்பனை விலையையும் பழுதுபார்ப்பு செலவு செய்ததையும் பெறலாம். அதாவது தன்னுடைய இடையூறற்ற உரிமை பாதிக்கப்பட்டது என்ற அடிப்படையில் நட்ட ஈடு கேட்டுப் பெறமுடியும்.

(ii) வில்லங்கம் பற்றிய நம்புறுதி (Free from Any Encumbrance)

தான் வாங்கிய சரக்கு மூன்றாம் நபரின் பிணையத்திற்கு உட்பட்டதல்ல என்ற வில்லங்கம் பற்றிய நம்புறுதி விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் உண்டு,

உதாரணமாக x என்பவர் y என்பவரிடம் தன்னுடைய கைக் கடிகாரத்தை அடமானம் வைத்துக் கடன் பெற்றார். பின்னர் x யிடம் தனக்கு இந்த கைக்கடிகாரத்தை ஒருநாள் இரவல் கொடுக்க வேண்டினார். Yம் பரிதாப்பட்டுத் தருகிறார். இந்நிலையில் x இந்த கைக்கடிகாரத்தை z க்கு விற்கிறார். Zம் நல்ல நம்பிக்கையில் வாங்குகிறார். இந்நிலையில் y ஒருநாள் z என்ற நபரை அணுகி நடந்ததைக் கூறி கைக்கடிகாரத்தை திருப்பிக் கேட்டால், z அதனை yக்கு திருப்பித் தந்தாக வேண்டும். காரணம் கடிகாரத்தை வைத்துக் கடன் தந்த yக்கு வில்லங்கமற்ற உரிமை உண்டு. இந்நிலையில் z என்வர், x ன் மீது வழக்கு தொடுக்கலாம். விற்பனைத் தொகையையும் மற்றும் நட்ட ஈடும் பெறலாம். அதாவது வாங்கிய சரக்கில் எந்த வில்லங்கமும் இல்லை என நம்பும் உரிமை வாங்கியவருக்கு உண்டு.

(iii) அபாயமுள்ள பொருள் சார்ந்த நம்புறுதி (Warranty in the case of Dangerous Goods)

தான் விற்கும் பொருட்கள் அபாயமானவை அல்லது வாங்குநருக்கு அபாயத்தை விளைவிக்கும் என விற்பவர் அறிந்திருந்தால், வாங்குநரிடம் அதுகுறித்து எச்சரிக்கை

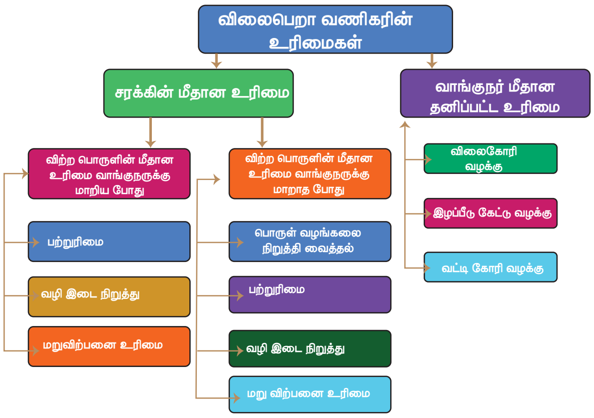
செய்யவேண்டும். இல்லையெனில் வாங்குனர்க்கு விற்கப்பட்ட பொருளால் ஏற்படும் விபத்திற்கு நட்ட ஈடு தர வேண்டும்.

உதாரணமாக 'A' என்பவர் பூச்சிக்கொல்லி மருந்து ஒன்றை 'C' க்கு விற்கிறார். அப்பொருள் மிகவும் அபாயகரமான பொருள், அதன் மூடி சரியில்லை என்ற விவரத்தை 'A' அறிந்திருந்த போதிலும் அதனை yன் கவனத்திற்குக் கொண்டுவரவில்லை. 'C' அந்தப் பொருளை திறக்க முயற்சித்தபோது பூச்சிக்கொல்லி மருந்து நேரடியாக 'C' ன் கண்ணை பதம் பார்க்க yன் கண் குருடானது. இந்நிலையில் 'C' தொடர்ந்த வழக்கில் 'A' பொருளை எப்படித் திறந்திருக்க வேண்டும் என அறிவுறுத்தத் தவறியதாக நீதிமன்றம் தீர்ப்பளித்து நட்ட ஈடு தரப்பணித்தது.

விலைசெலுத்தப் பெறா வணிகர் – பொருள் (Unpaid Seller – Meaning)

விற்ற பொருளின் விலை முழுவதும் செலுத்தப்படாவிட்டாலும் அல்லது விற்ற பொருளுக்காக வாங்குனர் கொடுத்த காசோலை அல்லது மாற்றுச்சீட்டு அவமதிக்கப்படும்போது விற்றவர் விலைபெறாத விற்குநராகக் கருதப்படுகிறார். ஆக விற்ற தொகையில் ஒரு பகுதியை மட்டும் பெற்றவர் கூட விலை செலுத்தப்படா விற்குநர்தான். விற்குநர் என்ற சொல்லில் சரக்கின் உரிமையாளர் மட்டுமின்றி அவரது முகவரையும் அல்லது காப்பீடு பெறுநரையும் குறிக்கும்.

21.06 விலைபெறா வணிகரின் உரிமைகள் Rights of an Unpaid Seller



விலை செலுத்தப் பெறா வணிகருக்கான உரிமைகள் (Rights of an Unpaid Seller)

I. (அ) சரக்கிற்கு எதிரான உரிமைகள் Against Goods

(i) விற்ற சரக்கின் உரிமையை வாங்குநருக்கு மாற்றப்பட்டிருக்கும்போது Where the property in the goods has passed to the buyer

அ. பற்றுரிமை (Right of Lien): விலை முழுவதையும் பெறும்வரை சரக்கைத் தன் வசம் வைத்துக்கொள்ளும் உரிமை விலை செலுத்தப்படா வணிகருக்கு உண்டு. இவ்வுரிமையைப் பெற கீழ்க்குறிப்பிட்டுள்ள நிபந்தனைகளை நிறைவேற்றவேண்டும்.

(i) சரக்கின் உடைமையை விற்றவர் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

(ii) கடன்பேரில் சரக்கை விற்றிருக்கக் கூடாது அல்லது கடனுக்கு விற்றிருப்பின் கடனின் தவணை காலம் முடிவடைந்து இருக்கவேண்டும்.

(iii) வாங்குனர் நொடிப்பு நிலை அடைந்திருக்க வேண்டும்.

சரக்குரிமை பத்திரத்தை விற்பவருக்கு மாற்றிக் கொடுத்திருந்தால்கூட பற்றுரிமை பாதிக்கப்படுவதில்லை. உதாரணமாக 'A' என்பவர் 'B' என்பவருக்கு 10 தொலைக்காட்சிப் பெட்டிகளை விற்றார். பொருட்கள் பொது சரக்கேற்றியிடம் சரக்கை அனுப்பும் வழியில் சென்று கொண்டு இருக்கிறது. விற்ற சரக்கிற்கான உரிமைப் பத்திரமும் தயாரிக்கப்பட்டு அனுப்பப்பட்டும் விட்டது. இந்நிலையில் வாங்குனர் 'B' நொடித்துவிட்டால் அந்தச் சரக்கை இடைமறித்து கைப்பற்றிக் கொள்ளும் உரிமை உண்டு.

விற்ற சரக்கின் ஒரு பகுதி வாங்குநருக்குச் சென்றுவிட்ட நிலையில் விற்பனையாளர் மீதமுள்ள அனுப்பாத சரக்கின் மீது பற்றுரிமை செலுத்தவேண்டும். ஆனால் சரக்கின் ஒரு பகுதியை ஒப்படைக்கும் பொழுது முழுச்சரக்கினையும் ஒப்படைக்க வேண்டும் என்று தன் விருப்பத்தை வாங்குனர் உணர்த்தியில்லாவிட்டால் விற்றவர் இப்பற்றுரிமையைச் செலுத்த முடியாது.

பற்றுரிமை இழப்பு (Right of Lien is Lost)

கீழ்க்குறிப்பிடபட்டுள்ள சூழ்நிலையில் விற்பனையர் பற்றுரிமையை இழக்கிறார்.

(அ) விற்றப் பொருளுக்காக விலையைத் தராத நிலையில் சரக்கைத் தான் நினைத்தபடி நிறுத்திவைக்கும் உரிமையை ஒப்பந்தம் போடும்போதே எடுத்துக்கொள்ள தவறும்போது, பற்றுரிமை இழக்கப்படுகிறது. உதாரணமாக 'x' என்பவர் 'y' என்ற வாங்குனர்க்குப் பொருளை விற்கிறார் ஆனால் x விற்பனையர் 'y' என்ற வாங்குநரின் பெயரில் இரயில் ரசீதை எடுக்கிறார். அதனை 'y'க்கும் அனுப்பிவிட்டார். இந்தச் சூழ்நிலையில் x என்ற விற்னையாளர் பொருளின் மீதான பற்றுரிமையைக் கொண்டிருக்க விரும்பவில்லை என்பதைக் காட்டுகிறது.

(ஆ) வாங்குநரோ அல்லது அவரின் முகவரோ பொருளின் உடமையை பெற்றுவிட்டால்.

(இ) பற்றுரிமை செய்ய உரிமையை விற்பவர் விட்டுக் கொடுத்திருந்தால்

(ஆ) போக்குவத்தில் இருக்கும் சரக்கை நிறுத்தும் உரிமை (Right of Stoppage in Transit)

சரக்கு விற்பவர் இடத்திலிருந்து வாங்குபவரின் இடத்திற்கு வழியில்சென்று கொண்டு இருக்கும்போது, அதை வழிமறித்துத் தன் கைவசம் கையகப்படுத்தும் உரிமை விலை பெறாத வணிகருக்கு உண்டு. அதற்கான நிபந்தனைகள். சரக்கு விற்பவரிடமோ அல்லது வாங்குனர் வசமோ இருக்கக் கூடாது. ஒரு மூன்றாவது நபரிடம் இருக்கவேண்டும். அதாவது பொது சரக்கேற்றியிடம் பொருளைச் சேர்க்கும் நோக்குடன் ஒப்படைக்கப்பட்டு வழியில் சென்று கொண்டிருக்கவேண்டும். வாங்குனர் நொடிப்பு நிலை அடைந்திருக்க வேண்டும்.

போக்குவத்தில் இருக்கும் சரக்கை நிறுத்தும் உரிமையை ரத்து செய்தல் Termination of Right of Stoppage

சரக்கு வழியில் சென்று கொண்டு இருக்கும்போது அதனை இடை மறித்துத் தடுக்கும் உரிமை கீழ்க்கண்ட சூழ்நிலையில் முடிவுக்கு வருகிறது.

(அ) சரக்கின் உடமையை வாங்குநரோ அல்லது அவரின்முகவருக்கோசரக்கேற்றிக்கொடுத்துவிடும்போது

(ஆ) பொருள் சேரவேண்டிய இடத்தில் சேர்ந்த பின்பு பொதுசரக்கேற்றி நிறுவனம் வாங்குனர் அல்லது அவரின் முகவருக்குப் பொருள் வந்து சேர்ந்துவிட்டது என்றும் அதனை எடுத்துச் செல்ல ஏற்பாடு செய்ய வேண்டும் என்ற தகவல் தெரிவித்த நிலையில்

(இ) மறுவிற்பனை உரிமை (Right of Resale)

விற்ற சரக்கினை மீண்டும் விற்கும் உரிமையைக் கீழ்க்கண்ட சூழ்நிலைகளில் விலைபெறா வணிகர் பெறுகிறார்.

(i) விற்கப்பட்ட சரக்கு அழியும் தருவாயில் இருப்பின்

(ii) பற்றுரிமை அல்லது வழிமறித்துக் கைப்பற்றிய சரக்கை மீண்டும் வேறு நபருக்கு விற்கும் தனது எண்ணத்தை வாங்குனர்க்கு தெரிவித்துப் பின்பும் வாங்குனர் அதற்கான விலையை செலுத்தாத போது

(iii) மறுவிற்பனை செய்யும் உரிமையைச் சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் கூறப்பட்டிருந்தால் வாங்குநருக்கு விற்பவர் அறிவிப்பு தரத் தேவையில்லை.

I. (ஆ). பொருளின் மீதான உரிமை வாங்குநருக்கு மாற்றப்படாத போது (Where the Property in the Goods does not pass to the Buyer)

விலைபெறாத வணிகர் பொருளின் உரிமையை மாற்றித் தராமல் தன் கைவசம் உள்ள பொருளை வாங்குநருக்கு அனுப்பாமல் பொருளை இருத்தி வைத்துக் கொள்ளலாம் அல்லது சென்று கொண்டு இருக்கும் பொருளை இடைமறித்து கையகப்படுத்தலாம்.

வாங்குனர் மீது தனிப்பட்ட முறையில் வழக்கு தொடருதல்

i. விலையைக் கோரி வழக்கு தொடுத்தல் (Suit for Price): விற்கப்பட்ட சரக்கின் உரிமை வாங்குனர்க்கு மாற்றித் தந்த பிறகும் வாங்குனர் பொருளுக்கான விலையைத் தரத் தவறும்போது விற்பவர் அதற்கான விலையைப் பெற வழக்கு தொடுக்கலாம்.

ii. ஏற்காமையால் நட்ட ஈடு கேட்டு வழக்கு தொடருதல் (Suit for Damages for Non–acceptance): வாங்குனர் சரக்கைத் தவறுதலாக ஏற்கமறுத்தால் அதற்கான நட்ட ஈடு கேட்டு வழக்கு தொடரலாம்.

iii. உரிய காலத்திற்கு முன்பாக ஒப்பந்தத்தை மறுத்தற்காக வழக்கு (Suit for Cancellation of the Contract before the Due Date): சரக்கை ஒப்படைக்கும் நாளுக்கு முன்பாக வாங்குனர் ஒப்பந்தத்தை மறுத்துரைக்கும் போது விற்பவர் ஒப்படைவு நாள் வரை காத்திராமல், உடன் நட்ட ஈடு கேட்டு வழக்குத் தொடுக்கலாம் அல்லது ஒப்படைப்பு நாள் வரை காத்திருந்த பின் வழக்கு போடலாம்.

iv. வட்டி கேட்டு வழக்கு (Suit for Interest): விற்பனை விலையை தராதபோது அதற்கான வட்டி கேட்கும் உரிமையை விற்பனையாளர் விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் தெளிவாகக் குறிப்பிட்டு இருந்தால் விலை செலுத்த வேண்டிய நாளிலிருந்து வட்டியையும் சேர்த்து வசூலிக்க முடியும். அப்படி வட்டி வசூலிப்பது தொடர்பான சரக்குகள் ஏதும் இல்லாத நிலையில் வாங்குனர் குறிப்பிடும் நாளிலிருந்து மட்டுமே வட்டி வசூலிக்க முடியும்.

எதிர்கால கற்றல்

அ) கீழ்க்குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நடவடிக்கைகள் சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் கீழ் உள்ளடங்குமா எனக் கண்டறியவும்.

i. 'X'என்பவர் 'Y' என்பவருக்கு 100 பங்குகளை ரூ.10000 வீதம் விற்க உடன்படுகிறார்.

ii. 'X'என்பவர் 'Y'என்பவரிடம் 100 கிலோ, ஒரு கிலோ ரூ.20 வீதம் அரிசியைக் கொடுத்து 200 கிலோ கோதுமை கிலோ ஒன்றிற்கு ரூ. 20 வீதம் மாற்றிக் கொள்கிறார்.

iii. 'X'என்பவர் தன்னுடைய கட்டிடத்தை ரூ.100000 யக்கு விற்க உடன்படுகிறார்.

iv. 'X'என்பவர் தன்னுடைய எதிர்கால மனைவி 'Y'என்பவருக்கு அன்பு பாசம் அடிப்படையில் 100 சவரன் நகையை மாற்றுகிறார்.

v. 'X' என்பவர் 'Y'என்ற ஓவியரிடம் ஒரு அழகான ஓவியம் ஒன்றை வாங்க உடன்படுகிறார்.

vi. 'X'என்பவர் 'Y'என்ற தையல்காரரின் துணியைக் கொடுத்து அவருக்கு கோட்டு தைக்க கூறுகிறார். தையல்காரர் அவரே பொத்தான் மற்றும் புறணி பொருள் (lining material) போட்டு தைத்துக் கொடுப்பதாக உடன்படுகிறார்.

vii. 'X' என்பவர் 'Y' என்பவரிடம் ரூ.1000000 மதிப்புள்ள பொருளை அடகு வைக்கிறார்.

ஆ) பின்வருவனவற்றுள் விற்பனைக்கான விற்பனை ஒப்பந்தங்கள் அல்லது விற்க ஒப்பந்தம் உள்ளதா என்பதைக் கண்டறியவும்:

i. 'X' என்பவர் தனது பண்ணையில் பயிரிடப்பட்ட முழு நெல் பயிரையும் விற்பனை செய்வதற்கான ஒப்பந்தத்தில் கையெழுத்திட்டார்.

ii. ஒப்பந்தத்தின் போது குவிக்கப்பட்ட நிலக்கரி சாம்பலை விற்க ஒரு ரயில்வே நிர்வாகம் ஒப்புக்கொண்டது.

iii. 'X' என்பவர் ஒரு குறிப்பிட்ட கப்பலில் உள்ள சில பொருட்களை விற்பனை செய்வதற்கான ஒப்பந்தத்தில் கையெழுத்திட்டது.

iv. ஒரு ஓவியத்தை விற்பனை செய்வதற்கான ஒப்பந்தத்தில் 'Z' ஈடுபடுகிறார், அதன் தற்போதைய உரிமையாளர் 'Z' ஆவார்.

நமது சிந்தனைக்கு

இ) கீழே குறிப்பிட்டுள்ள நடவடிக்கைகளை ஆராய்ந்து விற்பனையில் விலைபெறா வணிகரா இல்லையா என்பதைக் கூறுக.

i. 'X'என்பவர் 'Y' என்பவருக்கு ரூ.10000 மதிப்புள்ள சரக்கினை விற்றார். 'Y' ரூ.9,900 தந்துவிட்டு ரூ.100 நிலுவை தராமல் விடுகிறார்.

ii. 'X'என்பவர் 'Y' என்பவருக்கு ரூ.10000 மதிப்புள்ள சரக்கினை விற்றார். 'Y', 'X' க்கு காசோலையை எழுதிக் கொடுத்தார். காசோலையை வசூலுக்குச் செலுத்திய 'X' அந்தக் காசோலை அவமதிக்கப்பட்டதாகத் தெரிவிக்கப்படுகிறார்.

iii. 'X' என்பவர் 'Y' என்பவருக்கு ரூ.10000 மதிப்புள்ள சரக்கினை ஒரு மாத கால தவணையில் சரக்கை கடனிற்கு விற்றார். இன்னும் அந்த தவணைக் காலம் முடியவில்லை.

iv. 'X'என்பவர் 'Y'என்பவருக்கு ரூ.10000 மதிப்புடைய சரக்கினை 1 மாத கால தவணையில் கடனில் சரக்கு விற்றார். 1 மாதம் முடிந்தும் இன்னும் சரக்கிற்கான பணம் தரப்படாமல் இருக்கிறது.

v. 'X' என்பவர் 'Y' என்பவருக்கு ரூ. 10,000 மதிப்புள்ள சரக்கை ஒரு மாத கால தவணையில் விற்றார். கடன் காலத்தில் மீது அடிப்படை நிபந்தனையை மீறிவிட்டார் என வழக்கு தொடர முடியுமா?

சூழ்நிலை ஆய்வு

i. 'X' என்பவர் சுடு தண்ணீர் ஊற்றி வைக்கும் குடுவை (Flask) தனக்கு தேவைப்படுகிறது என்ற விவரத்தை 'Y' என்ற வணிகரிடம் தெரிவித்தார். 'Y' என்பவர் வேதிப் பொருளில் வணிகம் செய்யும் வணிகர். சூடு நன்றாகத் தாங்கும் என்று ஒரு குடுவையை 'Y', 'X' க்கு கொடுக்கிறார். 'X' ன் மனைவி சுடு தண்ணீரை ஊற்ற, குடுவை வெடித்தது. X ன் மனைவி காயமுற்றாள். இந்நிலையில் 'X', 'Y' ன் மீது வழக்கு தொடுத்து நட்ட ஈடு பெற முடியுமா? காரணம் கூறுக.

ii. 'X' என்பவர் 'Y' என்ற மகிழூர்ந்து (car) வியாபாரியிடம் அடிக்கடி வெளியூர் உலா செல்ல உகந்த ஒரு நான்கு சக்கர வாகனத்தை பரிந்துரைக்கக் கூறினார். 'Y' ம் ஒரு வாகனத்தைப் பரிந்துரைந்தார். அதனை வாங்கிப் பயன்படுத்திய 'X' அது வெளியூர் உலா செல்ல ஏற்ற வாகனம் இல்லை என்பதை உணருகிறார். இந்நிலையில் 'X', 'Y' ன் மீது அடிப்படை நிபந்தனையை மீறிவிட்டார் என வழக்கு தொடர முடியுமா?

iii. 'X' என்பவர் y என்ற வியாபாரியிடம் நெகிழி (plastic) கவண் (Catapult) வாங்குகிறார். 'X' அதனை பயன்படுத்தி விளையாடியபோது அவரது கண் குருடானது. காரணம் நெகிழியில் (plastic) தயாரிக்கப்பட்ட அந்தக் கவண் மிகவும் தரம் தாழ்ந்த பொருளால் செய்யப்பட்டிருந்தது, இந்நிலையில் 'X', 'Y' ன் மீது வழக்கு தொடுத்து அவரைப் பொறுப்பாளி ஆக்க முடியுமா?

iv 'X' என்பவர் 'Y' ன் கோதுமை களத்திற்குச் சென்று அங்கு குவித்து வைக்கப்பட்டிருந்த கோதுமையில் 1000 கிலோ வாங்குவதாக உடன்பட்டார். ஒப்பந்தப்படி அடுத்த மாதம் முதல் நாளில் 1000 கிலோ ஒரு கிலோரூ.8 வீதம் வழங்கப்படவேண்டும். இந்நிலையில் ஒப்பந்தம் போட்ட அடுத்த நாள் கோதுமை குவியல் களத்தில் தீப்பிடித்து எரிந்து விட்டது. இந்நிலையில் 'X' என்பவர் எரிந்த 1000 கிலோ கோதுமைக்குப் பணம் செலுத்த வேண்டுமா? ஏன்?

v. 'X' என்பவர் 'Y' ன் கோதுமை களத்திற்குச் சென்று 100 கிலோ கோதுமை, கிலோ ரூ.8 வீதம் வாங்க உடன்பட்டார். கோதுமை 100 கிலோவும் நிறுக்கப்பட்டு கோணிப் பையில் அடைக்கப்பட்டு அனுப்புவதற்குத் தயாராக வைக்கப்பட்டிருக்கும் வேளையில் களத்தில் தீ பிடித்து எரிய 100 கிலோ எடை கொண்ட கோணிப்பை தீயில் அழிந்தது. இந்நிலையில் 'X' ஒப்பந்தப்படி பணம் தர வேண்டுமா. ஏன்?

vi. 'X' என்பவர் 'Y' என்பவரின் கோதுமை களத்திற்கு சென்று 100 கிலோ, கிலோ ஒன்றுக்கு ரூ.8 வீதம் வாங்க உடன்பட்டார். அந்த 100 கிலோவை எடைபோடுவதற்கு முன்பாகக் கோதுமை எரிந்துவிட்டது. இந்நிலையில் 'X' 100 கிலோ கோதுமைக்கு பணம் செலுத்த வேண்டுமா? ஏன்?

குறிப்பு: மேற்கூறிய சூழ்நிலை ஆய்வை ஆராய்ந்து விடையளிக்க. உரிமைமாற்றம் தொடர்பான சட்டப் பிரிவு 1 முதல் 3 வரை உள்ள உள்இடை நிபந்தனைகளும் நம்புறுதிகளையும் நன்றாக படித்துக் கொள்ளவும்.

கலைச்சொற்கள்

விற்பனை	பொருளின் மீதான உரிமை
சொத்து	நிபந்தனைகள்
நம்புறுதிகள்	நொடிப்புநிலை
வருநிகழ்வுசார்	உரிமை

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. சரக்கு விற்பனைச் சட்டம் இயற்றப்பட்ட ஆண்டு

அ. 1940 ஆ. 1997

இ. 1930 ஈ. 1960

2. சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தத்திற்கு எது முக்கிய உறுப்பாக இருக்கிறது?

அ. இருதரப்பினர் ஆ. சொத்துரிமை மாற்றம்

இ. விலை ஈ. அனைத்தும்

3. சரக்கு விற்பனைச் சட்டத்தில் எது சரக்கு என்ற பொருளில் உள்ளடங்காதது?

அ. சரக்கிருப்பு ஆ. வரவேண்டிய பங்காதாயம்

இ. பயிர் ஈ. தண்ணீர்

4. விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் யாருக்கு விற்பதற்கு உரிமை உண்டு?

அ. வாங்குனர் ஆ. விற்பவர்

இ. வாடகைக்கு எடுப்பவர் ஈ. அனுப்பப் பெற்றவர்

5. பொருளின் மீதான உரிமை என்பது

அ. பொருளின் உடைமை

ஆ. பொருளைப் பாதுகாத்தல்

இ. பொருளின் மீதான உரிமை பாத்தியம் வைத்திருப்பவர்

ஈ. இவற்றில் ஏதுமில்லை

விடைகள் :

1	இ	2	ஈ	3	ஆ	4	ஆ	5	இ

II. குறு வினாக்கள்:

1. சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தம் என்றால் என்ன?

2. சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படைக் கூறுகளைப் பட்டியலிடுக.

3.சரக்கு என்றால் என்ன?

4. வரு நிகழ்வு சார் சரக்கு என்றால் என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. தற்போதைய / இருக்கின்ற சரக்கு என்றால் என்ன?

2. பொருள் விற்பனை ஒப்பந்தம் உட்கிடை நிபந்தனைகள் மற்றும் நம்புறுதிகளை விவாதிக்க.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. விற்பனை ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படை கூறுகளைக் கூறி விளக்குக.

2. நிபந்தனை மற்றும் நம்புறுதிகளை வேறுபடுத்துக.

குறிப்பு நூல்கள்:

(i) N.D. Kapoor, Elements of Mercantile Law, Sultan Chand & Sons Pvt. Ltd., New Delhi, 2014

(ii) P.C. Tulsian& Bharat Tulsian, Business Law, S. Chand publishing, New Delhi 2014

(iii) Balachandran V & Thothadri S, Business Law, Vijay Nicole Imprints Pvt. Ltd., Chennai, 2009

அலகு 8

சரக்கு விற்பனைச் சட்டம் 1930 & மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டம் 1881

அத்தியாயம் 22

மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் 1881
THE NEGOTIABLE INSTRUMENTS ACT 1881

எனைத்தானும் நல்லவை கேட்க அனைத்தானும்
ஆன்ற பெருமை தரும்.

–குறள் 416

பொருள் :

எவ்வளவு சிறிதே ஆயினும் நல்லவற்றைக் கேட்டறிய வேண்டும், கேட்ட அந்த அளவிற்கு அவை நிறைந்த பெருமையைத் தரும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- மாற்றுமுறை ஆவணம்.
- பொருள், சிறப்பியல்புகள் மற்றும் எடுகோள்கள்
- மாற்றுச்சீட்டு காசோலை, கடனுறுதிச் சீட்டு ஒப்பிடு.
- காசோலை கீறிவிடல் – வகைகள் – மேலெழுதுதல் வகைகள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

22.01 மாற்றுமுறை ஆவணம் – பொருள், சிறப்பு இயல்புகள்,அனுமானங்கள்

22.02 மாற்றுமுறைத்தன்மை மற்றும் உரிமைமாற்றம்

22.03 மாற்றுச்சீட்டு, காசோலை, கடனுறுதிச்சீட்டு – ஒப்பீடுகள்

22.04 காசோலை கீறிவிடுதல்

22.05 மேலெழுதுதல்

மாற்றுமுறைமை என்பது மறுபயன் பெற்று ஆவணத்தை ஒருவர் மற்றொருவருக்கு மாற்றுவது. ஆவணம் என்ற சொல் எழுத்து வடிவிலான ஆவணத்தின் மூலம் ஒரு குறிப்பிட்ட நபருக்கு உரிமையை ஈட்டித் தரும் செயலாகும். மாற்றுமுறை ஆவணம் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட நபருக்கு குறிப்பிட்ட தொகையை உரிமை வழங்குவதும் மற்றும் மேலெழுதுதல் அல்லது கையில் கொடுப்பது மூலம் ஒரு நபரிடமிருந்து மற்றொரு நபருக்கு அதன் உரிமையை மாற்ற ஏதுவான ஆவணம் ஆகும். கைவசம் ஒப்படைப்பது அல்லது மேலெழுதப்படுவது

12th Commerce Tamil Unit 8.indd 184 19/12/2022 14:48:47

என்ற சொற்றொடர் இப்பாடத்தின் பின் பகுதிகளில் தெளிவாக விளக்கப்படுகிறது. மாற்றுமுறை ஆவணங்கள் தொடர்பான சட்ட நுணுக்கங்கள் மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் 1881–ல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. இச்சட்டம் வாக்குறுதித் தாள், மாற்றுச்சீட்டு மற்றும் காசோலை இவைகளை பற்றி இயம்புகிறது.

22.01 மாற்றுமுறையாவணம் – பொருள், சிறப்பு இயல்புகள், அனுமானங்கள் (Negotiable Instruments – Meaning, Characteristics, Assumptions)

கே.சி. வில்ஸ் என்பவரின் கருத்துப்படி "ஒருவர் நன்னம்பிக்கையில் மற்றும் மறுபயன் கருதி தான் யாரிடமிருந்து பெற்றாரோ அவரின் உரிமையில் பழுது இருந்தபோதிலும் எந்த முறையாவணத்தின் மீதான உரிமையை பெறுகிறாரோ அந்த ஆவணமே மாற்றுமுறை ஆவணம்" ஆகும்.

மாற்றுமுறையாவணத்தின் சிறப்பு இயல்புகள் (Characteristics of a Negotiable Instrument)

1. மாற்றித்தரும் தன்மை Transferability

கொணர்பவரின் ஆவணம் மாற்றுமுறையாவணமாக இருப்பின் சாதாரணமாக கொடுப்பதன் மூலமாகவோ அல்லது ஆணைக்கு தரவேண்டிய ஆவணமாக இருப்பின், மேலெழுதி தரும் மாத்திரத்தில் பெற்றவர் உரிமை பெறுகிறார்.

2. உரிமையாளரின் உரிமை பழுதற்றது (Title of the holder free from all defects)

மாற்றுமுறையாவணத்தை நன்னம்பிக்கையில் மறுபயனுக்கு பெற்றவர் மாற்றுமுறை ஆவணத்தின் மீது மிகச்சிறந்த உரிமையை பெறுகிறார். அதாவது மாற்றியவரின் உரிமையில் குறைபாடு இருப்பினும் மாற்றப்பெறுபவர் மிகச்சிறந்த உரிமையை பெறுகிறார். A என்பவர் 'B' என்பவருக்கு சரக்கை விற்கிறார். 'B' என்பவர் வாங்கிய சரக்கிற்கு மாற்றுச் சீட்டு எழுதி தருகிறார். பின்பு முதிர்வு நாளில் வாங்கிய சரக்கு பழுதாக இருந்தது என்ற காரணத்தினால் 'B' மாற்றுச் சீட்டிற்கு பணம் தர மறுக்கிறார். இதற்கிடையில் 'A' மாற்றுச் சீட்டை 'C' க்கு மாற்றி விடுகிறார். இந்நிலையில் மாற்றுச் சீட்டினை வைத்துள்ள 'C' ன் உரிமை தூய்மையானது. அவர் பெயர் முறைப்படி உடைமையர். எனவே அவர் மாற்றுச் சீட்டிற்காக பணத்தை, 'B'யிடம் கேட்டு பெற உரிமை உள்ளவர். 'A' ன் மோசடி அல்லது திருத்திக் கூறுதல் 'C'யினை பாதிக்காது.

3. மாற்றுப் பெற்றவரின் வழக்காடும் உரிமை (Right of the transferee to sue)

மாற்றுமுறையாவணத்தை மாற்றப்பெற்றவர் மாற்றுமுறை ஆவணத்தின் பெயரில் வசூலிக்க வேண்டிய கடனை வசூலிக்க தனது சொந்த பெயரில் வழக்கு தொடுக்க உரிமை பெற்றவர்; மாற்றுமுறை ஆவணம் மறுக்கப்பட்ட தகவலை கடனாளருக்கு வழங்காமலேயே வழக்கு தொடுக்க உரிமைப் பெற்றவர்.

மாற்றுமுறை ஆவணத்தின் எடுகோள்கள் (அ) அனுமானங்கள் (Presumptions to Negotiable Instrument)

மாற்றுமுறை ஆவணத்தின் எடுகோள்கள் அல்லது அனுமானங்கள் பின்வருமாறு:

I. ஒவ்வொரு மாற்றுமுறை ஆவணமும் மறுபயன் கருதி வரையப்பட்டது.

II. ஒவ்வொரு மாற்றுமுறை ஆவணத்தின் அனுமானமும் ஒப்புக்கொள்வதாகக் கருதப்படுகிறது.

III. அதில் குறிக்கப்பட்டிருக்கும் நாளில் அது எழுதப்பட்டது.

IV. அது நியாயமான காலத்திற்குள் முதிர்வுக்கு முன்பாக ஏற்கப்பட்டதாக கருதப்படுகிறது.

V. மாற்றுமுறையாவணம் அதன் முதிர்வு தேதிக்கு முன்பே மாற்றப்பட்டதாக கொள்ளப்படுகிறது.

VI. மாற்றுமுறையாவணம் காணாமல் போனாலும் முறைப்படி முத்திரை இடப்படுவதாக கருதப்படுகிறது.

VII. மாற்றுமுறை ஆவணத்தை வைத்துக் கொண்டு இருப்பவர் முறைப்படி உடைமை பெற்றவராக (Holder in Due Course) கருதப்படுகிறார்.

VIII. மாற்றுமுறையாவணத்தில் காணப்படும் அந்த வரிசைப்படி மாற்றுமுறை ஆவணத்தில் மேலெழுதப்பட்டது என கொக்கியிடப்படவேண்டும்.

22.02 மாற்றுமுறைத் தன்மை மற்றும் உரிமைமாற்றும் தன்மை (Negotiability and Assignability)

மாற்றுமுறைத் தன்மை (Negtiability)

ஒருவர் நன்னம்பிக்கையில் மற்றும் மறுபயன் கருதி தான் யாரிடமிருந்து பெற்றாரோ அவரின் உரிமையில் பழுது இருந்தபோதிலும் எந்த முறையாவணத்தின் மீதான உரிமையை பெறுகிறாரோ அந்த ஆவணமே மாற்றுமுறை ஆவணம் ஆகும்.

www.tnschoolbooks.in

உரிமைமாற்றும் தன்மை (Assignability)

உரிமைமாற்றம் என்ற சொல் மாற்றுமுறை ஆவணங்களான காசோலை, மாற்றுசீட்டு, வாக்குறுதித்தாள் போன்ற பத்திரங்கள் அல்லாத அசையும் மற்றும் அசையா சொத்தின் உரிமையை மற்றும் உடைமையை உரிமையாளர் வாங்குனர்க்கு மறுபயன் பெற்றுக்கொண்டோ அல்லது தானமாகவோ பிறருக்கு மாற்றித்தரும் செயலைக் குறிக்கும்.

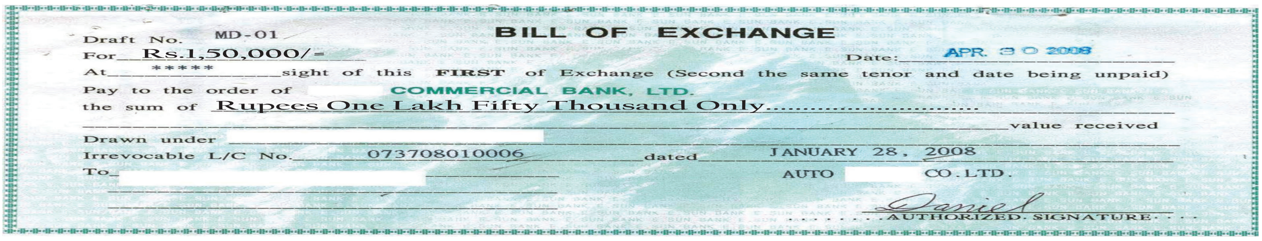
மாற்றுமுறைத் தன்மைக்கும் உரிமை மாற்றும் தன்மைக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள் (Difference between Negotiability and Assignability)

வ. எ	வேறுபாடுகள்	மாற்றுமுறைத் தன்மை	உரிமை மாற்றம்
1.	சட்ட முறை உரிமைமாற்றும்	ஆணை மாற்றுமுறை ஆவணத்தைப் பொறுத்தவரை உரிமையை மேலெழுதித் தருவதன் மூலமாகவோ அல்லது கொணர்பவர் மாற்றுச் சீட்டை பொறுத்தவரை அதனை வேறு ஒரு வகையில்ஒப்படைப்பதன்மூலமாகவோ உரிமை மாற்றம் செய்யமுடியும்.	உரிமை மாற்றும் சட்டத்தின் கீழ் வரையறுக்கப்பட்ட சடங்கு முறைப்படி உரிமை மாற்ற வேண்டும். அதாவது பதிவுசெய்தல், முத்திரை ஒட்டுதல், சாட்சி கையொப்பம் இடல், எழுத்து வடிவம் இருத்தல், போன்ற சட்ட சடங்குகள் நிறைவேற்றி உரிமைமாற்றம் செய்யவேண்டும்.
2.	அறிவிப்பு	மாற்றுமுறை ஆவணத்தைக் கொண்ட நபர் கடனாளியிடமிருந்து பணத்தை செலுத்தி கேட்க தேவையில்லை.	உரிமை மாற்றத்தில் உரிமைமாற்றம் பெற்றவர் கடனாளியிடமிருந்து தன்னிடம் கடன் தொகையை செலுத்த அறிவிக்கவேண்டும். உதாரணமாக ஏட்டுக் கடனை ஒரு நபர் வங்கிக்கு உரிமை மாற்றம் செய்து தரும்போது தன்னிடம் ஏட்டுக் கடனாளியை முதிர்வு நாளில் பணத்தை வங்கியில் கட்ட அறிவுறுத்த வேண்டும்.
3.	உரிமையின் தன்மை	உரிமைமாற்றத்தை மறுபயன் கொடுத்து நன் நம்பிக்கையுடன் ஆவணம் ஒன்றை பெறுபவரின்உரிமை,அதனைதன்னிடம் மாற்றி கொடுத்த நபரின் உரிமையை விட சிறந்த உரிமையாக கருதப்படுகிறது. மாற்றியவர் உரிமையில் குறைபாடு இருப்பினும் முறைப்படி உடைய நபரின் உரிமை மிகச் சிறந்த பழுதற்ற உரிமையாகக் கருதப்படுகிறது.	உரிமை மாற்றத்தை பொறுத்தவரை மாற்றுபவருக்கு எவ்வளவு உரிமை உள்ளதோ அதே அளவு உரிமை மாற்றப்பெறுபவருக்கும் மாறும். அதாவது மாற்றுபவரின் உரிமையில் குறைப்பாடு இருப்பின் மாற்றப்பெறுபவரரின் அதே அளவு குறைபாடுகளையும் அல்லது பழுதுள்ள உரிமையையும் பெறுகிறார்.
4.	மறுபயன்	மாற்றுமுறைத் தன்மையில் மறுபயன் இருப்பதாகக் கொள்ளப்படுகிறது.	உரிமைமாற்றம் பெற்றவர் மறுபயனை மெய்ப்பிக்க வேண்டும்.

22.03 மாற்றுச்சீட்டு, காசோலை, வாக்குறுதித் தாள் – ஒரு ஒப்பீடு (Bills of Exchange, Cheque, Promissory Note – Comparison)

மாற்றுச்சீட்டு வரைவிலக்கணம் (Bills of Exchange – Definition)

மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் 1881ல், பிரிவு 5ன் கீழ் ஆவணத்தை கொணர்பவருக்கோ அல்லது அதில் குறிப்பிட்டுள்ள ஒருவருக்கோ அல்லது அவரது ஆணைக்கோ ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை செலுத்துமாறு குறிப்பிட்ட ஒருவரை ஆணையிடும் எழுத்தாலாகிய, விடுப்பவரால் கையொப்பம் இடப்பட்ட நிபந்தனையற்ற ஆணை ஆவணமே மாற்றுச்சீட்டு என வரையறுக்கப்படுகிறது.


BILL OF EXCHANGE
Draft No. MD-01
For Rs.1,50,000/= Date: APR. 30 2008
At ***** sight of this FIRST of Exchange (Second the same tenor and date being unpaid)
Pay to the order of COMMERCIAL BANK, LTD.
the sum of Rupees One Lakh Fifty Thousand Only.......................... value received
Drawn under
Irrevocable L/C No. 073708010006 dated JANUARY 28, 2008
To
AUTO CO.LTD.
Daniel
AUTHORIZED. SIGNATURE

மாற்றுச்சீட்டின் சிறப்பியல்புகள் (Characteristics of a Bill of Exchange)

i. மாற்றுச்சீட்டு எழுத்து வடிவில் இருக்கவேண்டும்.

ii. மாற்றுச்சீட்டில் "கொடுக்க" என்ற கட்டளை இருக்கவேண்டும்.

iii. கட்டளை நிபந்தனையற்றதாக இருக்கவேண்டும்.

iv. மாற்றுச்சீட்டை விடுநர் அல்லது எழுதுபவர் கையொப்பம் இடவேண்டும்.

v. காலச்சீட்டாயின் (time bill) அதனை விடப் பெறுபவர் ஏற்பு செய்யவேண்டும்.

vi. மாற்றுச்சீட்டில் விடப்படும் கட்டளை, பணம் கொடுக்குமாறு பணிக்கின்ற கட்டளையாக இருக்கவேண்டும். அதாவது பணம் தவிர வேறு ஏதாவது பொருளையும் கொடுக்கவேண்டும் என்ற கட்டளை அதில் இருக்கக்கூடாது.

vii. தொகை இவ்வளவு தருக என்பதை திட்டவட்டமாக தெரிவிக்கவேண்டும்.

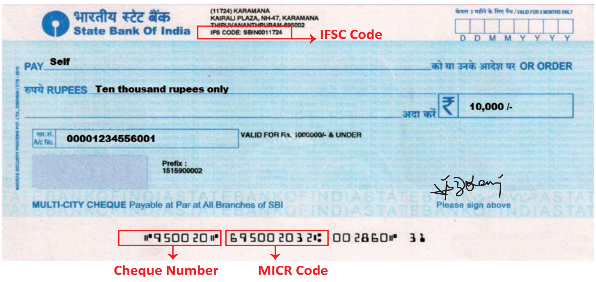
viii. பணம் யாருக்குச் செலுத்தப்பட வேண்டும் என்பதைத் தெளிவாக குறிப்பிடவேண்டும்.

ix. குறிப்பிடப்பட்டுள்ள தொகைக்கு வருவாய் தலை ஒட்டப்பட்டிருக்க வேண்டும்.

x. மாற்றுசீட்டுகள் மதிப்பை கேட்டவுடன் கொடுக்குமாறு எழுதமுடியும். இதனை குறிப்பிட்ட காலத்திற்குபின் பணம் செலுத்துமாறும் வழக்கமாக எழுதப்படுகிறது. ஆனால் கேட்டவுடன் இதை கொணர்பவருக்கு இதன் மதிப்பை செலுத்தும்படி எழுத முடியாது.

காசோலை – வரைவிலக்கணம் (Cheque – Definition)

மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டம் 1881ன் பிரிவு 6ன்படி வெளிப்படையாக கேட்டாலன்றி வேறு எப்போதும் பணம் தரக்கூடாது என வாடிக்கையளரால் வங்கியின் மீது எழுதப்படும் மாற்றுச்சீட்டே காசோலை எனப்படும்.



காசோலையின் இயல்புகள் (Features of a Cheque)

(i) காசோலை எழுத்து வடிவில் இருக்கவேண்டும் Instrument in Writings

காசோலை எழுத்து வடிவில் வரையப்பட்டு இருக்கவேண்டும். ஆனால் சட்டமோ அது பென்சிலால் கூட எழுத தடை விதிக்கவில்லை. என்றாலும் மோசடி செய்யும் வாய்ப்பைக் கருதி வங்கியாளர்கள் தாங்களே காசோலையை அச்சிட்டு தருகிறார்கள். அச்சிடப்பட்ட காசோலையைத் திருத்துவது கடினம். திருத்தினாலும் திருத்துபவரை எளிமையாக கண்டுப்பிடிக்க முடியும்.

(ii) நிபந்தனையற்ற ஆணை (Unconditional Orders)

காசோலையில் வாடிக்கையாளர் பணம் "கொடுக்க" என கட்டளை பிறப்பிக்க வேண்டும். தயவு செய்து என்ற வார்த்தை இருந்தாலும் காசோலை செல்லும். ஆனால் கட்டளை நிபந்தனைகள் அற்றதாக இருக்கவேண்டும். அதாவது வங்கியில் பணம் பெறுபவர் இன்னென்ன நிபந்தனை நிறைவேற்றினால் மட்டுமே வங்கி அந்த காசோலையில் பணம் கொடுக்கவேண்டும் என நிபந்தனையுடன் கூடிய கட்டளை இடக்கூடாது அல்லது இட முடியாது

(iii) குறிப்பிட்ட வங்கியர் மீது வரையப்படுதல் Drawn on a Specified Banker Only

காசோலையை ஒரு குறிப்பிட்ட வங்கியர் மீது மட்டுமே எழுதமுடியும். அதுவும் ஒரு வங்கியின் எந்தக் கிளையில் வாடிக்கையர் பணம் வைத்துள்ளாரோ சம்மந்தப்பட்ட கிளையில் பணம் கொடுக்குமாறு எழுதவேண்டும். மின்னணு மற்றும் ஒருங்கிணைந்த வங்கி முறை நடைமுறையில் இருக்கும் இந்நாளிலும் எந்த கிளையில் வேண்டுமென்றாலும் பணம் பெறமுடியும். ஆனால் ஆணையிடுவது ஒரு குறிப்பிட்ட வங்கியின் கிளையைதான் என்பதை நினைவில் கொள்ள வேண்டும்.

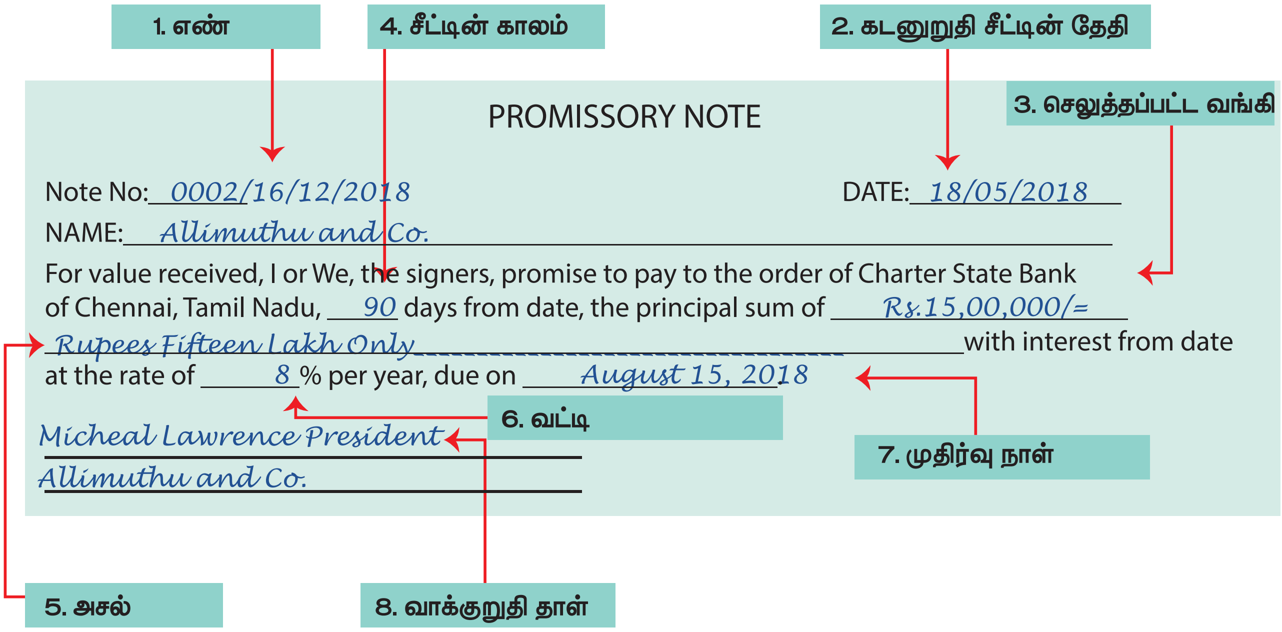
(iv) நிச்சயமான ஒரு தொகை A Certain Sum of Money Only

வங்கியரை ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை கொடுக்கும் படி ஆணை இடவேண்டும். குறிப்பிட்ட அளவு பிணையம் வெளியிட ஆணை பிறப்பிக்க முடியாது.

(v) பணம் பெறுபவரைத் திட்டவட்டமாக குறிப்பிட வேண்டும் Payee to be Certain

காசோலையை ஒரு குறிப்பிட்ட நபருக்கு அல்லது அவரது ஆணை பெற்றவருக்கு தரும்படி எழுதவேண்டும் அல்லது கொணர்பவர் காசோலை எனின் கொணர்பவருக்கு பணம் தருமாறு ஆணையிடலாம். குறிப்பிட்ட நபர் என்ற சொல்லில் கழகங்கள், உள்ளாட்சி அமைப்புகள், சங்கங்கள், நிறுமங்கள், நிறுமத்தின் பிரதிநிதிகள் போன்றவர்களுக்கு தருமாறும் ஆணையிடலாம்.

www.tnschoolbooks.in



(vi) கேட்டவுடன் தருமாறு எழுதப்படுவது Payee Always on Demand

காசோலையை கேட்டவுடன் தருமாறு எழுதப்பட வேண்டும். எப்போது தர வேண்டும் என்ற நாள் குறிப்பிடப்பட்டிருப்பின் கேட்டவுடன் கொடுக்க என்ற கட்டளை தேவையற்றது.

(vii) எழுதுபவர் கையொப்பம் Signed by the Drawer

எழுதுபவர் கையொப்பம் இடவேண்டும். வரைபவரின் கையொப்பம் அவர் ஒவ்வொருமுறை காசோலை விடப்படும் போதும், வங்கியருக்கு ஐயம் ஏற்படின் அவர் கணக்கு ஆரம்பித்தபொழுது கொடுத்திருக்கும் மாதிரி கையொப்பத்துடன் ஒப்பிட்டு பார்க்கப்படும்.

(viii) கேட்கும் போது செலுத்தப்பட வேண்டும் (Payable al–ways on demand)

ஒரு காசோலை எப்போதும் தேவைக்கேற்பவே செலுத்தப்படும். எழுதப்படுவோரின் வங்கியை செலுத்தும்படி கேட்கும்போது, அதன் கட்டணம் செலுத்துவதற்கான நேரம் குறிப்பிடப்படாதபோது, தேவையில்லாத சொற்கள் பயன்படுத்தக்கூடாது.

கடனுறுதிச் சீட்டு (Promissory Note)

மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் 1884 பிரிவு 4 ன் கீழ் படி கொணர்பவருக்கோ அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட நபரின் ஆணைப்படியோ ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை நிபந்தனையின்றி கொடுக்குமாறு எழுதப்பட்ட உறுதிமொழியை தாங்கிய மற்றும் வரைபவரின் கையொப்பம் இடப்பட்டு எழுதப்பட்ட ஆவணத்தை கடனுறுதிச் சீட்டு என வரையறுக்கின்றனர்.

கடனுறுதிச் சீட்டின் சிறப்பியல்புகள் (Characteristics of a Promissory Note)

1. இது எழுதப்பட்டிருக்க வேண்டும்.
2. பணம் செலுத்த நிபந்தனை அற்ற உறுதி மொழியை உள்ளடக்கி இருக்கவேண்டும்.
3. உறுதிமொழி நிபந்தனையற்றதாக இருக்க வேண்டும்.
4. வரைபவர் கையொப்பம் இட்டிருக்கவேண்டும்.
5. வரைபவரைப் பற்றிய விவரங்கள் தெளிவாக இருக்கவேண்டும்.
6. செலுத்தப்பட வேண்டிய தொகை குறிப்பிட்டிருக்கவேண்டும். பணம் பெறுபவர் பற்றிய குறிப்பு இருக்கவேண்டும்.
7. வருவாய்தலை ஒட்டப்பட்டு இருக்கவேண்டும்.
8. இதில் இரண்டு தரப்பினர் மட்டுமே இருப்பார்கள்.
9. (வரைபவர்–கடனாளி; பணம் கடனாளர்)
10. கடனுறுதிச் சீட்டை கொணர்பவருக்கு எப்போது கேட்டாலும் தருவதாக எழுதக்கூடாது.
11. வாக்குறுதி தருவது பணமாக இருக்கவேண்டும். வேறு எந்த பொருளையும் தருவதாக எழுதக்கூடாது.
12. இந்திய நாட்டில் செலாவணியில் தருவதாக எழுதவேண்டும்.
13. வங்கி நோட்டு கடனுறுதிச் சீட்டாகாது.

12th Commerce Tamil Unit 8.indd 188 19/12/2022 14:48:49

மாற்றுச் சீட்டு மற்றும் காசோலை வேறுபாடுகள் (Difference between a Bill of Exchange and a Cheque)

வ. எண்	வேறுபாடு	மாற்றுச் சீட்டு	காசோலை
1.	வரையப்படுவது	மாற்றுச் சீட்டு வங்கி உட்பட ஒரு குறிப்பிட்ட நபர் மீது வரையப்படுவது	ஒரு குறிப்பிட்ட வங்கியர் மீது வரையப்படுவது.
2.	செலுத்தப்படுவது	கேட்டவுடனோ அல்லது குறிப்பிட்ட காலமுதிர்வின் போதோ தருமாறு எழுதப்படுவது.	எப்போதும் கேட்டவுடனே பணம் கொடுக்குமாறு எழுதப்படுவது.
3.	செல்தன்மை	கேட்டவுடன் கொணர்பவருக்கு பணம் கொடு என எழுதப்படும். மாற்றுச்சீட்டு, ரிசர்வ் வங்கி சட்டம் பிரிவு 31ன் படி சட்டவிரோதமானது	ஆனால் கொண்டுவருபவருக்கு கேட்டவுடன் கொடு என எழுதப்படும் காசோலை செல்லும் தன்மை உடையது.
4.	ஏற்பு	கால மாற்றுச்சீட்டைப் பொறுத்தவரையில் அதை எழுதப்பெற்றவர் ஏற்கவேண்டும்.	காசோலையை ஏற்பு செய்திட தேவையில்லை.
5.	சலுகை நாள்	மாற்றுச்சீட்டின் முதிர்வு காலம் முடிந்த நாளிற்கு பின் பணம் தர மூன்று சலுகை நாட்கள் வழங்கப்படுகிறது.	காசோலைக்கு பணம் தர வங்கிக்கு சலுகை நாட்கள் தரப்படுவதில்லை.
6.	மறுப்பு அறிவிப்பு	மாற்றுச் சீட்டு மறுக்கப்படும்போது வரைந்தவர் முன்தரப்பினர்களுக்கு மறுப்பு அறிவிப்பு தரவேண்டும்.	காசோலைக்கு பணம் மறுக்கப்படாமல் என வரைந்தவர் முன்தரப்பினருக்கு மறுப்பு அறிவிப்பு தர வேண்டியதில்லை.
7.	படிகள்	அந்நிய மாற்றுச் சீட்டு மூன்று படிகள் தயாரிக்கப்படுகிறது.	காசோலைக்கு பணம் பெற படிகள் எடுக்க வேண்டிய அவசியமில்லை.
8.	வட்டம்	மாற்றுச்சீட்டை வட்டம் செய்து அதன் முதிர்வு நாளுக்கு முன் பணம் பெற முடியும்	காசோலையை வட்டம் செய்து வங்கி பணம் தருவதில்லை. கேட்ட பணத்தை சம்மந்தப்பட்ட வைப்பு கணக்கின் இருப்பிற்கு உட்பட்டு வங்கி பணம் தருகிறது. ஆனால் வசூலுக்கு செலுத்தப்படும் காசோலைகளை வட்டம் செய்து பணம் பெறமுடியும்.
9.	வருவாய்தலை	மாற்றுச்சீட்டில் வருவாய்தலை அதன் மதிப்பிற்க்கு ஏற்ப ஒட்ட வேண்டும்.	காசோலையில் வருவாய்தலை ஒட்டவேண்டியதில்லை.
10.	செலாவணி	மாற்றுச்சீட்டை எந்நாட்டு செலாவணியிலும் எழுதலாம்.	காசோலையை உள்நாட்டு செலாவணியில் மட்டுமே எழுதமுடியும்
11.	கீறல்	மாற்றுச்சீட்டினை கீறலிட முடியாது	காசோலையை கீறலிட முடியும்.
12.	பணம் மறுப்பு	மாற்றுச்சீட்டு அவமதிக்கப்படும் போது அதனை குறித்தல் (notice) அதாவது குறித்தல் அதிகாரியிடம் (notary notice) பதிவு செய்யவேண்டும்.	மறுக்கப்பட்ட காசோலையை பதிவு செய்யத் தேவையில்லை.
13.	பொறுப்பிலிருந்து விடுவிப்பு	மாற்றுச்சீட்டினை வைத்திருப்பவர் முறையாக மாற்றுச்சீட்டினை வரைபவரிடம் முன்னிலைப் படுத்தாதபோது வரைபவர் தன் பொறுப்பிலிருந்து விடுபடுகிறார். அதாவது பணம் தரும் பொறுப்பிலிருந்து விடுபடுகிறார்.	காலதாமதமாக காசோலையை முறைப்படி உடையவர் வங்கியில் சமர்ப்பித்தாலும் காசோலை வரைந்தவர் தன்னுடைய பொறுப்பிலிருந்த போதிலும் விடுவிக்கப்படுவதில்லை. மாறாக எழுதப்பட்ட வங்கியரின் தவறுதலால் உரிய நாளில் பணம் கொடுக்காமல் போனால் மட்டுமே வரைபவர் பொறுப்பிலிருந்து விடுவிக்கப்படுவார்.

காசோலை மற்றும் கடனுறுதிச் சீட்டு வேறுபாடுகள் (Distinction between a Cheque and Promissory note)

வ எண்	வேறுபாடுகளின் இயல்புகள்	காசோலை	கடனுறுதிச் சீட்டு
1.	ஆணை	வாடிக்கையர் குறிப்பிட்ட வங்கியின் மீது விடுக்கும் ஆணை காசோலை.	கடனுறுதிச் சீட்டின் கடனாளி தான் குறிப்பிட்ட காலத்தில் பணம் தருவதாக உறுதிமொழி ஏற்கிறார்.
2.	தரப்பினர்	காசோலையில் மூன்று தரப்பினர்கள் உள்ளனர். வரைபவர், வரையப்பெற்றவர், பணம் பெறுபவர்.	வாக்குறுதி தாளில் இரு தரப்பினர் மட்டுமே இருக்கின்றனர். வரைபவர் மற்றும் பணம் பெறுபவர்.
3.	வரைபவர்	கடனாளர் (வாடிக்கையாளர்) கடனாளி வங்கியின் மீது எழுதும் மாற்றுச்சீட்டு.	கடனாளி கடனுறுதிச் சீட்டை வரைகிறார்.
4.	ஆவணத்தில் உள்ளவர்களின் அடையாளம்	எழுதுபவரும், எழுதப்பெற்றவரும் ஒரே நபராக இருக்கலாம்.	எழுதுபவரும், எழுதப்பெற்றவரும் ஒரே நபராக இருக்கமுடியாது.
5.	செலுத்துகை	காசோலை எப்போதும் வாடிக்கையாளர் (கடனாளர்) கேட்கும்போது கடனாளி வங்கி திருப்பித்தரத்தக்கது.	கடனாளர் கேட்கும் போதோ அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட கால முதிர்வின்போதோ திருப்பி செலுத்தத்தக்கது.
6.	கீறல்	காசோலையை கீறலிடலாம்.	கடனுறுதிச் சீட்டை கீறலிட முடியாது.
7.	வருவாய் தலை	வருவாய் தலை ஒட்ட வேண்டியதில்லை.	வருவாய் தலை ஒட்டுதல் கட்டாயம்.
8.	வட்டஞ்செய்தல்	காசோலையை வட்டஞ் செய்ய முடியாது.	கடனுறுதிச் சீட்டை வட்டஞ் செய்யலாம்.
9.	சலுகைகாலம்	காசோலைக்கு பணம் தர வங்கிக்கு சலுகை காலம் கிடையாது.	கடனுறுதிச் சீட்டின் முதிர்வு நாளுக்கு பின் மூன்று நாட்களில் கடனாளி பணத்தை செலுத்த சலுகை காலம் உண்டு.
10.	கொணர்பவர்	காசோலை கொணர்பவருக்கு அல்லது அவரின் ஆணை பெற்றவருக்கு கொடுக்கும்படி எழுதலாம்.	கடனுறுதிச் சீட்டை கொணர்பவர் கேட்கும்போது தருமாறு எழுத முடியாது.

மாற்றுச்சீட்டு மற்றும் கடனுறுதிச் சீட்டு உள்ள வேறுபாடுகள் (Difference between Bill of exchange and Promissory Note)

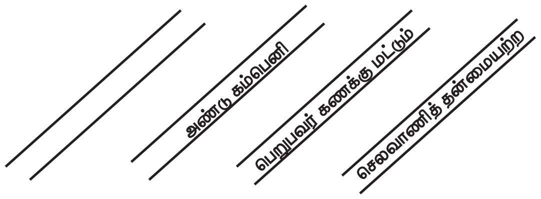
வ எண்	வேறுபாடுகளின் இயல்புகள்	மாற்றுச்சீட்டு	கடனுறுதிச் சீட்டு
1.	உறுதிமொழி தன்மை	மாற்றுச் சீட்டு ஒரு நிபந்தனையற்ற முறையாவணம்.	கடனுறுதிச் சீட்டு ஒரு நிபந்தனை அற்ற பணம் தருவதற்கான கடன் உறுதிமொழிப் பத்திரம்.
2.	தரப்பினர்	மாற்றுச் சீட்டில் மூன்று நபர்கள் இருப்பார்கள். வரைபவர், வரையப்பெற்றவர், பணம் பெறுபவர்.	கடனுறுதிச் சீட்டில் இரண்டு தரப்பினர் மட்டுமே இருப்பர். வரைபவர் மற்றும் பணம் பெறுபவர்.
3.	வரைபவர்	கடனாளர் மாற்றுச் சீட்டை வரைகிறார்	கடனாளி கடனுறுதிச் சீட்டை வரைகிறார்.
4.	தரப்பினர் அடையாளம்	எழுதுபவரும், பணம் பெறுபவரும் ஒரே நபராக இருக்கலாம்.	கடனுறுதிச் சீட்டை வரைபவரே பணம் பெறுபவராக இருக்க முடியாது.

12th Commerce Tamil Unit 8.indd 190 19/12/2022 14:48:49

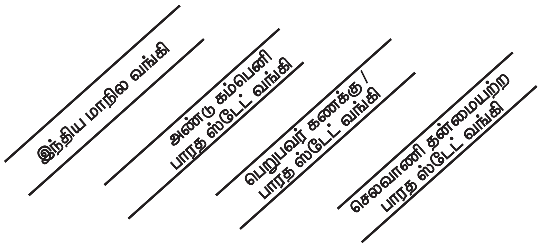
5.	பொறுப்பாக்கப்படும் வரிசை	மாற்றுச் சீட்டை எழுதியவரின் பொறுப்பு இரண்டாம் பட்சமானது. அதாவது மாற்றுச் சீட்டை ஏற்றவர் பணம் தராமல் மறுக்கும்போது மட்டுமே வரைபவரின் பொறுப்பு எழும்.	கடனுறுதிச் சீட்டை எழுதியவரின் பொறுப்பு முதன்மையானது.
6.	கொணர்பவர் பத்திரம்	மாற்றுச் சீட்டை கொணர்பவருக்கு கொடுக்கும்படி வரையலாம்.	கடனுறுதிச் சீட்டை கொணர்பவருக்கு தருவதாக வரையச் சட்டம் தடை செய்கிறது.
7.	ஏற்பு	மாற்றுச்சீட்டை எழுதப்பெற்றவரால் ஏற்கப்பட வேண்டும்.	கடனுறுதிச் சீட்டை கடனாளியே எழுதுவதால் அதனை ஏற்க அவசியமில்லை
8.	படிகள்	அயல்நாட்டு மாற்றுச் சீட்டுகள் மூன்று படிகளில் வரையப்படுகிறது.	கடனுறுதிச் சீட்டு ஒரு படியில் மட்டுமே எழுதப்படுகிறது.
9.	நிபந்தனைக்கு உட்படுதல்	மாற்றுச் சீட்டினை நிபந்தனைக்கு உட்படுத்தி எழுதலாம்.	கடனுறுதிச் சீட்டை அப்படி எழுதமுடியாது.
10.	அவமதிப்பு அறிவிப்பு	மாற்றுச் சீட்டுக்கு பணம் செலுத்த கடனாளி தவறும்போது முறைப்படி உடையவர் மேலெழுதியவர்களுக்கு அல்லது வரைந்தவருக்கு, மாற்றுச் சீட்டு அவமதிக்கப்பட்ட செய்தியை அறிவிக்கவேண்டும்.	கடனுறுதிச் சீட்டு மறுக்கப்பட்டால் அவமதிப்பு அறிவிப்பு தேவையில்லை.

22.04 காசோலை கீறலிடுதல் (Crossing of Cheques)

பொது கீறலிடல் மாதிரி



சிறப்பு மற்றும் தடையிடும் கீறலிடல் மாதிரி



ஒரு காசோலையின் இடதுபுற உச்சியில் இரண்டு சாய்ந்த இணைகோடுகளிட்டு அவற்றின் நடுவே அண்டு கம்பெனி அல்லது மாற்றுமுறைத்தன்மை என்ற சொற்களை எழுதுவது அல்லது எதுவும் எழுதாமல் சாய்கோடுகள் மட்டும் வரைவது கீறலிடல் என்று பெயர்.

கீறலிடுதல் (Crossing)

ஒரு காசோலையின் முன்புறம் இரண்டு சாய்ந்த இணைகோடுகளிட்டு அவற்றின் நடுவில் அண்டு கம்பெனி (and company or & Co) அல்லது மாற்றுமுறை தன்மை இல்லை (not negotiable) என்று சொற்களை எழுதுவது அல்லது ஒன்றும் எழுதாமல் வெறும் சாய்ந்த இணைகோடுகள் இரண்டு இடுவது கீறலிடல் எனப்படுகிறது.

கீறிலிடலின் வகைகள் (Types of Crossing)

1. பொதுக் கீறிவிடல்
2. சிறப்பு கீறிவிடல்

1. பொதுக் கீறலிடல் (General crossing)

1881ம் ஆண்டு இந்திய மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் பிரிவு 123 பின்வருமாறு பொதுக்கீறலிடலை வரையறை செய்கிறது. "இரு இணையான சாய்கோடுகளை மட்டுமோ அல்லது இரண்டு இணையான சாய் கோடுகளினிடையே அண்டு கம்பெனி என்னும் சொற்களையோ அல்லது அவற்றின் சுருக்கத்தையோ கொண்டுள்ள மாற்றுத்தன்மை அற்றது (Not Negoitable) என்ற சொல்லுடனோ அன்றித் தனித்தோ காசோலையில் சேர்த்தால் அச்சேர்க்கை கீறல் என்று கொள்ளப்படும். அக்காசோலை பொதுக் கீறலிடப்பட்டதாகக் கொள்ளப்படும்.

2. சிறப்புக் கீறலிடல் (Special Crossing)

வரைவிலக்கணம் : ஒரு வங்கியின் பெயரை செலாவணித் தன்மையற்றது என்று சொல்லுடனோ அல்லது தனித்தோ ஒரு காசோலையின் குறுக்கே சேர்த்தால் அது சிறப்புக்கீறல் எனப்படும். அக்காசோலை அந்த வங்கியரின் பெயரில் சிறப்புக் கீறலிடப்பட்டதாகக் கொள்ளப்படும் என்று 1881ம் ஆண்டு மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் பிரிவு 124 வரைவிலக்கணம் வகுக்கிறது.

பொதுக் கீறலிடலின் சிறப்பியல்புகள் (Significance of General Crossing)

பொதுக்கீறலிடலில் இரண்டு சாய்ந்த இணைக்கோடுகள் அவசியம் இருக்கவேண்டும். 'X' போன்ற குறிகள் கீறலாகாது. இணைக்கோடுகள் காசோலையின் முகப்பில் இடப்பட்டிருக்கவேண்டும். இணைக்கோடுகள் இடையே அண்டு கம்பெனி அல்லது அதன் சுருக்கம் அல்லது மாற்றுத்தன்மை அற்றது அல்லது பெறுபவர் கணக்கு போன்ற சொற்கள் இருக்கலாம். ஆனால் கோடுகள் இருக்கவேண்டிய அவசியம் இல்லை. காசோலையின் தொகையைப் பெறும் வங்கியின் பெயர் தெரியாத நிலையில் இச்சொற்கள் சேர்க்கப்படுகின்றன. பொதுக் கீறலிடப்பட்ட காசோலைக்கான பணத்தை ஒரு வங்கியின் வாயிலாகவே பெறமுடியும். செலுத்தும் வங்கியர் மற்றொரு வங்கியர் மூலமாகத்தான் பொதுக்கீறலிட்ட காசோலைக்கான பணத்தை வழங்குவார். பொதுக் கீறலிடப்பட்ட காசோலைக்கான பணத்தைப் பெறுவோர் (payee) நேரடியாகப் பெற முடியாது. இதனால் மோசடி தவிர்க்கப்படுகின்றது.

சிறப்புக்கீறலின் இயல்புகள் (Significance of Special Crossing)

காசோலையின் முகப்பில் எந்த வங்கியருக்குப் பணம் செலுத்த வேண்டும் என்று அவசியமாகக் குறிப்பிட வேண்டும். சிறப்புக் கீறலிற்கு இணைக்கோடுகள் இருக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை. சிறப்புக் கீறலிடலில் எந்த வங்கியரின் பெயர் காணப்படுகிறதோ, அவருக்கு மட்டுமே அக்காசோலையில் எழுதப்பட்ட தொகை செலுத்தப்படும்.

'**பெறுதற்குரியரின் கணக்கு**' (Account payee) என்ற சொற்களுடன் கீறலிடப்படும் காசோலையை வசூலிக்கும் வங்கியர், பெறுவதற்குரியவர் என்று காசோலையில் குறிப்பிட்டவருக்கே வசூலிக்க வேண்டும்.

சிறப்புக் கீறலிடலின் முக்கியத்துவம்

இக்கீறலிடல் காசோலையின் பாதுகாப்பை உயர்த்துகிறது. எந்த வங்கியில் ஒருவர் கணக்கு வைத்துள்ளாரோ அந்த வங்கியின் பெயர் கீறலிடலில் குறிக்கப்படுகிறது. ஆகவே மோசடியாகப் பணம் பெறுவது மிகக்கடினம்.

22.05 மேலெழுதுதல் (Endorsements)

மாற்றுமுறை ஆவணச்சட்டம் பிரிவு 15 மேலெழுத்து என்பதற்கு பின்வருமாறு இலக்கணம் தருகிறது.

"மாற்று முறையாவணத்தை எழுதியவர் அல்லது உடையவர் ஆவண மாற்று செய்ய வேண்டி, எழுதியவர் என்ற நிலையில் அதன் முன்புறமோ அல்லது பின்புறமோ அத்துடன் இணைக்கப்பட்ட ஒரு தாளிலோ கையொப்பம் இடுதலை மேலெழுதல் என்பர்.

சுருங்கக்கூறின், ஒரு முறையாவணத்தை எழுதியவரோ அல்லது உடையவரோ அதன் முகப்பில் அல்லது அந்த முறை ஆவணத்தின் பின்புறத்தின், அதன் மீதுள்ள உரிமை மாற்ற நோக்கத்திற்காக கையொப்பம் இடுதல் மேலெழுத்து எனப்படும்.

மாற்றுமுறையாவணத்தில் மேலெழுத்திட இடம் போதவில்லை என்றால், மேலும் மேலெழுத்துச் செய்ய ஒரு தாளைப் பயன்படுத்தலாம். அத்தாள் 'ஒட்டுத்தாள்' (Allonge) எனப்படும். ஆவணமாற்றம் செய்பவர் மேலெழுதுபவர் என்றும் (endorser), யாருக்காக முறையாவணம் மேலெழுதப்படுகிறதோ அவர் மேலெழுதப் பெறுநர் (endorsee) எனவும் அழைக்கப்பெறுகின்றனர்.

செல்தகு மேலெழுத்தின் இயல்புகள் (Requistes of valid endorsement)

ஆவணத்தின் முகப்பில் மேலெழுத வேண்டும். மையில் எழுதுவதே நல்லது;

i. பென்சிலால் அதை அழித்துத் திருத்த ஏதுவாகும். இதனால் மோசடி ஏதும் நடைபெறலாம்.

ii. மேலெழுதுபவர் தாம் இயல்பாக கையொப்பம் இடுவது போன்றே மேலெழுத வேண்டும். உதாரணமாக 'திரு.', 'அவர்கள்' போன்ற மரியாதை போன்ற மரியாதை மொழிகளை சேர்க்க கூடாது.

iii. மேலெழுத்தில் பெயர் எழுதப்பட்டபடியேதான் கையொப்பமும் இருக்கவேண்டும். பெயர் தவறாக எழுதியிருப்பின், கையெழுத்தும் அத்தவறான எழுத்துக் கொண்டதாக இருத்தல்வேண்டும்.

(உ.ம்) எழுதப்பட்டது ராமசாமி சரியான முறை இராமசாமி இருப்பினும், ராமசாமி என்றே கையெழுத்திட வேண்டும்.

iv. ஆவணத்தின் முழுமதிப்பிற்கும் மேலெழுதப்படல் வேண்டும். மதிப்பின் ஒரு பகுதிக்கு மேலெழுத்து செய்யப்பட்டிருப்பின் அது செல்லாது. ஆனால் ஆவணத்தின் தொகையில் ஒரு பகுதி முன்பே செலுத்தப்பட்டு இருப்பின், எஞ்சிய தொகைக்கு மேலெழுத்திடலாம்.

www.tnschoolbooks.in

v. எழுதப்படிக்கத் தெரியாதவர்கள் தமது இடக்கை பெருவிரல் குறி இட்டால் போதுமானது. அவர் இட்ட பெருவிரல் குறியை ஒருவர் சான்று கூறல்வேண்டும். உறுதி கூறுபவர் முழுமுகவரியைத் தெரிவித்தல் அவசியம்.

vi. மாற்றுமுறை ஆவணத்தில் மேலெழுத்திட போதிய இடம் இல்லையானால், ஒரு சிறு ஒட்டுத்தாளை ஆவணத்துடன் சேர்த்து அதில் மேலெழுத்து இடலாம்.

vii. மேலெழுத்து ஆவணத்தில் உள்ள வரிசைப்படி மேலெழுதப்பட்டதாக கொள்ளப்படுகிறது.

viii. பெரிய எழுத்தில் கையொப்பம் இடுவது முறையான மேலெழுத்து ஆகாது. (Signing in block letters).

ix. பணம் செலுத்துபவர்கள் பெயர்களில் சேர்க்கப்படும் முற்சேர்க்கை அல்லது பிற்சேர்க்கை ஒப்புதலில் தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

x. மேலேழுதுதல் மையினால் எழுதப்பட்டிருக்க வேண்டும்.

xi. பணம் செலுத்துபவர் ஒரு படிப்பறிவற்ற நபராக இருந்தால், அவர் செலுத்தும் காசோலையில் அல்லது மேலேழுதுதலில் தனது கட்டைவிரல் ரேகையினை இணைப்பதன் மூலம் அவர் அதை அங்கீகரிக்க முடியும். ஆனால் யாரேனும் ஒருவர் தனது முழு முகவரியையும் கொடுத்து அதனை உறுதிப்படுத்த வேண்டும்.

xii. ஒரு காசோலை அல்லது மேலேழுதுதலுக்கு ஒப்புதல் அளிக்க முறையாக அங்கீகாரம் பெற்ற ஒருவர், "சார்பாக" அல்லது "பதிலாக" போன்ற சொற்களைப் பயன்படுத்தி கையெழுத்திட வேண்டும்.

ஏன் மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டத்தின் கீழ் விடுமுறை அறிவிக்கப்படுகிறது?

மாற்றுமுறை ஆவணங்களின் முதிர்வு நாள் பொது விடுமுறை நாளில் முடிவடைந்தால், அந்த ஆவணங்களுக்கு அதற்கு முன் நாள் பணம் செலுத்தப்படும். திடீரென அரசு சில அசாதாரண சூழ்நிலைகளால் அதாவது தலைவர்களின் மரணம், இயற்கைச் சீற்றம், போன்ற நிகழ்வுகளை ஒட்டி அல்லது தேர்தலில் மக்கள் ஓட்டுபோட ஏதுவாக, விளையாட்டு போட்டிகள் துவக்க நாளை கொண்டாட மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டத்தின் கீழ் விடுமுறை அறிவிக்கின்றனர். சில சமயம் சிலர் நடத்தும் கடையடைப்பு போராட்டங்களினால் வன்முறை எழலாம் என அரசு கருதும் நேரத்தில் கூட இச்சட்டத்தின் கீழ் விடுமுறை அறிவிக்க வகை செய்யப்படுகிறது. இதனால் அன்றைய தினம் முதிர்வடையும் மாற்றுமுறை ஆவணங்களுக்கான பணம் அடுத்த நாளில் செலுத்தப்படும்.

MICR – காந்த மையினால் பொறிக்கப்பட்ட எழுத்துகளை கண்டறிதல்

MICR என்பது காசோலையில் உள்ள காந்த மையினால் பொறிக்கப்பட்டுள்ள எண்வரிசை மூலம் காசோலை அல்லது பத்திரங்களை பாகுபடுத்த அல்லது பிரித்தெடுக்க ஏதுவாகும் தொழில் நுட்பம். காசோலையின் அடியில் இது அச்சடிக்கப்பட்டு உள்ளது. இதில் வங்கியின் குறி, வங்கிக் கணக்கு எண், காசோலை எண் மற்றும் கட்டுப்பாடு சுட்டிக்காட்டி இவைகள் உள்ளடங்கிய இலக்காகும். MICR காசோலை அல்லது பத்திர தாள்களில் திருத்தம் செய்து, மோசடி செய்வதை கண்டறிய வங்கிக்கு உதவுகிறது. MICR இலக்க வரிசை அச்சடிக்கப்பட்ட மை காந்த தன்மை கொண்டது. போலியாக காசோலை அல்லது போலிப்பத்திரம் தயாரிப்பதை இம்முறை அகற்றுகிறது. இந்த காந்த மை போலிகளை கண்டறிய உதவுகிறது.

IFSC – குறியீடு

IFSC என்பது அகர மற்றும் எண் இலக்கங்கள் கொண்ட குறியீடு, இது மின்னணு மூலமாக நிதி மாற்றம் செய்ய உதவுகிறது. இந்த குறியீட்டின் மூலம் ஒவ்வொரு பணம் செலுத்தல் மற்றும் கணக்கை தீர்த்துக்கொள்ளும் செயலில் பங்குபெறும் வங்கியின் கிளைகளை அறிய உதவுகிறது. அதாவது நிகழ் நேர மொத்த தீர்வகம் (RTGS) மற்றும் தேசிய மின்னணு நிதி மாற்றுமுறை (NEFT) பங்கேற்கும் கிளைகளை அறிய உதவும் குறியீடாகும். கீழ் குறிப்பிட்டுள்ள இலக்கத்தில் முதல் நான்கு இலக்கம் குறிப்பிட்ட வங்கியின் அடையாள குறியீட்டைக் குறிக்கும். ஐந்தாவது இலக்கம் பூஜ்ஜியம். இது எதிர்கால உபயோகத்திற்கு ஒதுக்கப்பட்ட இலக்கம். 6 முதல் 11 வரை வங்கி கிளையின் அடையாளக் குறியீட்டை உணர்த்தும்.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
வங்கியின் அடையாள குறியீடு				0	வங்கி கிளையின் அடையாள குறியீடு					

12th Commerce Tamil Unit 8.indd 193 19/12/2022 14:48:49

மேலெழுத்தின் வகைகள் (Kinds of Endorsements)

மேலெழுத்தின் வகைகள்	பொருள்	மாதிரி
1. வெற்று மேலெழுத்து (Blank Endorsement)	மேலெழுதுபவர் மேலெழுத்து யாருக்ககாக செய்யப்படுகிறதோ அவர் பெயரைக் குறிப்பிடாமல் தமது கையொப்பத்தை மட்டும் இட்டு மற்றவரிடம் தந்து விடுதல் வெற்று மேலெழுத்தாகும். உதாரணமாக: பல்லவன் என்பவருக்கு ஒரு காசோலை வரையப்படுகிறது எனப் கொள்வோம். இக்காசோலையைப் பல்லவன், பாரி என்பவருக்கு மாற்றித்தர விழைகிறார் என்றால், பல்லவன் பாரியின் பெயரைக் குறிப்பிடாமல், தனது கையொப்பத்தை மட்டும் காசோலையின் பின்புறம் இடுவார். கீழ்க்குறிப்பிட்டபடி கையொப்பம் இருக்கும். இம்முறையில் செய்யப்படும் மேலெழுத்து ஆணைக் காசோலையை (order cheque) கொணர்வர் காசோலையாக மாற்றிவிடுகிறது. எனவே இவ்வாறு வெற்று மேலெழுத்திடப்பட்ட காசோலையை பெறுபவர் தானும் கையொப்பம் இடாமல் யாரிடம் வேண்டுமானாலும் மாற்றித் தரலாம் அல்லது வங்கியில் செலுத்திப் பணம் பெறலாம்.	(பல்லவன் கையொப்பம்)
2. சிறப்பு மேலெழுத்து (Special Endorsement)	மேலெழுதுபவர் ஒரு குறிப்பிட்ட நபருக்கோ அல்லது அவரது ஆணை பெற்றவருக்கோ செலுத்தும்படி கட்டளை எழுதித் தமது கையொப்பத்தை இடுதல் சிறப்பு மேலெழுத்து என் பெயர். முதல் வகையான உதாரணத்தில், பல்லவன் கீழ்க்குறிப்பிட்டவாறு எழுதித் தனது கையொப்பத்தை இட்டால் அது சிறப்பு மேலெழுத்து எனப்படுகிறது. ஒரு வெற்று மேலெழுத்தைச் சிறப்பு மேலெழுத்தாக மாற்றிக் கொள்ளலாம். வெற்று மேலெழுத்திடப்பட்ட ஆவணத்தை உடையவர் தனது கையொப்பத்தை இடாமல், தனக்கு அல்லது வேறு நபருக்குச் செலுத்த வேண்டும் என்று மேலெழுதுபவரின் கையொப்பத்திற்கு மேல் எழுதி, ஒரு வெற்று மேலெழுத்தைச் சிறப்பு மேலெழுத்தாக மாற்றிக் கொள்ளலாம்.	பாரிக்குச் செலுத்துக பல்லவன் (கையொப்பம்)
3. நிபந்தனைக்குட்பட்ட மேலெழுத்து (Conditional Endorsement)	மேலெழுதுபவர் பணம் பெற வேண்டிய மேலெழுதப்பட்டவரின் உரிமையை ஒரு நிபந்தனைக்கு உட்படுத்தவும் இயலும் காசோலை என்பது ஒரு நிபந்தனையற்ற ஆவணமாகும். எனினும் மேலெழுதுபவர், மேலெழுதப் பெறுநர் பணம் பெறும் உரிமையை ஒரு குறிப்பிட்ட நிகழ்ச்சி நடந்தால்தான் பெறமுடியும் என்று நிபந்தனை விதித்து மேலெழுத்திடல் 'நிபந்தனை மேலெழுத்து' எனப்படும், எடுத்துக்காட்டாக இங்கு பாரி 3 மாதத்திற்குள் திரும்பி வரவேண்டும் என்ற நிபந்தனை நிறைவேறினால்தான், அந்த ஆவணத்தின் மீது பணம் பெறும் உரிமை கொண்டவராவார்.	பாரி டெல்லியிலிருந்து 3 மாத காலத்திற்குள் திரும்பிவிட்டால் பணம் செலுத்துக". பல்லவன் (கையொப்பம்)
4. வரையறு மேலெழுத்து (Restrictive Endorsement)	மேலெழுத்து ஆவணத்தை மேலும் ஆவணமாற்றம் செய்யாமல் தவிர்க்க செய்யப்படும் மேலெழுத்து 'வரையறு மேலெழுத்து' எனப்படும். மாறனுக்கு மட்டும் செலுத்துக என்று குறிப்பிடுவதன் மூலம், மேலும் மேலெழுத்து செய்வது வரையறுக்கப்படுகின்றது.	எடுத்துக்காட்டு : (i) மாறனுக்கு மட்டும் செலுத்துக. (ii) என் உபயோகத்திற்காக மாறனுக்கு கொடுக்கவும். அருவி

5. பொறுப்பு தவிர் மேலெழுத்து (Sans recourse endorsement)	இந்திய மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டம் 52 ஆவது பிரிவின்படி "மேலெழுதுபவர் ஆவணத்தின் மீது எழுதப்படும் வெளிப்படையான வார்த்தைகளால் தனது பொறுப்பினைத் தவிர்த்துவிடுதலுக்க 'பொறுப்புதவிர் மேலெழுத்து' என்று பெயர். சாதாரணமாக, ஓர் மாற்றுச் சீட்டு அவமதிக்கப்பட்டால், மேலெழுதியவர் அவ்வாவணத்தில் உள்ள பிற நபர்கட்குப் பொறுப்பாவார். ஆனால் அவ்வாவணம் மறுக்கப்பட்டால், பிற நபர்கள் தன்னை நாடி அவ்வாவணம் பணத்தைச் செலுத்தக் கூறக் கூடாது என்று தனது பொறுப்பைத் தவிர்க்கும் மேலெழுத்தே இவ்வாறு அழைக்கப்படுகிறது.	"அண்ணாமலைக்கு அல்லது அவரது ஆணை பெற்றவருக்கு என் பொறுப்பு இல்லாமல் கொடுக்கவும்". இளவழகன் சுந்தருக்கு அவரது சொந்தப் பொறுப்பில் கொடுக்கவும்".
6. கடமைதவிர் மேலெழுத்து அல்லது உரிமைதவிர் மேலெழுத்து (Facultative Endorsement)	ஒரு ஆவணம் மதிப்பு மறுக்கப்படுமானால், அவ் ஆவணத்தை மேலெழுதியவரைப் பொறுப்பாக்க, அம்முறையாவணத்தை உடையவர், மதிப்பு மறுப்பு அறிவிப்பினைத் (Notice of dishonor) தரவேண்டியது அவரது கடமை ஆகும். இப்படிப்பட்ட ஒரு அறிவிப்பைப் பெறுவது மேலெழுதப்பட்டவரின் உரிமை ஆகும். இவ்வுரிமையை மேலெழுதியவர் வெளிப்படையாக விட்டுக் கொடுத்துவிடலாம்.	ஹேமகுமார் அவரது ஆணை பெற்றவருக்குக் கொடுக்கவும், அவமதிப்பு அறிவிப்பு தேவையில்லை". ஜெயா
7. பகுதி மேலெழுத்து (Partial Endorsement)	மாற்றுமுறை ஆவணத்தில் உள்ள மேலெழுத்து அதில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள தொகையில் ஒரு பகுதியை மட்டும் மாற்றுமாறு மேலெழுதப்பட்டால் அதற்கு பகுதி மேலெழுத்து எனப்படும். பகுதி மேலெழுத்து மாற்றுமுறைத் தன்மை இருப்பினும் ஒரு மாற்றுமுறை ஆவணத்தின் தொகையில் பகுதியை செலுத்தப்பட்டிருப்பின் மீதமுள்ள தொகைக்கு மேலெழுத்திட்டு மாற்றிக் கொள்ள முடியும்.	சஞ்சய் அல்லது அவரது ஆணை பெற்றவருக்கு எழுதப்பட்ட மாற்றுச்சீட்டின் தொகையான ரூ. 1000 தில் ரூ, 300 பகுதி செலுத்தப்பட்ட நிலையில், எஞ்சியுள்ள ரூ, 700 க்கு பகுதி மேலெழுத்து செய்து அதனை வேறு யாருக்கும் மாற்றித்தரலாம். இப்படி பகுதி செலுத்தப்பட்ட விவரத்தை அந்த மாற்றுச்சீட்டில் குறிப்பிடப்பட்டிருக்க வேண்டும். மாறாக ரூ. 1000 முழுவதும் செலுத்தப்படா இந்த மாற்றுமுறை ஆவணத்தை பகுதியான ரூ. 700 மட்டும் பகுதி மேலெழுதி பிறருக்கு மாற்றித்தர முடியாது.

கலைச்சொற்கள்

மாற்றுமுறைத் தன்மை	ஆவணம்	கீறலிடுதல்	உரிமைமாற்றம்	மாற்றுச்சீட்டு
மேலெழுதுதல்	வாக்குறுதித்தாள்	மதிப்பு மறுப்பு	காசோலை	கொணர்பவர்

www.tnschoolbooks.in

நமது சிந்தனைக்கு

I. கீழ் குறிப்பிட்டுள்ள ஆவணம் எத்தகையது என கண்டறிந்து காரணம் கூறுக,

(a) X அல்லது கொணர்பவருக்கு கொடுக்கும்படி எழுதிய மாற்றுச் சீட்டு

(b) சென்னையில் உள்ள வணிகர் மீது இலண்டனில் வரையப்பட்டு சென்னையில் ஏற்கப்பட்டு, சென்னையில் பணம் செலுத்துமாறு வரையப்பட்ட மாற்றுச்சீட்டு.

(c) இலண்டனில் உள்ள வணிகர் தில்லியில் உள்ள வணிகர் மீது மாற்றுச்சீட்டு எழுதி அங்கு ஏற்கப்பட்டு இலண்டனில் பணம் செலுத்தும்படி வரையப்பட்டது.

(d) ஆக்ராவில் உள்ள வணிகரின் மீது லண்டினில் வரையபட்டு தில்லியில் மேலெழுதப்பட்ட மாற்றுசீட்டு

(e) பஜாஜ் ஆட்டோ முகவர் பஜாஜ் ஆட்டோ நிறுமத்தின் மீது வரையும் மாற்றுச்சீட்டு.

(f) A என்பவர் Y என்ற நன்பணை கற்பனை மனிதரின் பெயரில் மாற்றுச்சீட்டு எழுதி அதை B என்பவருக்கு மேலெழுத்திடுகிறார்.

(g) X என்பவர் Y என்பவர் வெற்றுச் காசோலையை வழங்குகிறார் அல்லது தேதியிடப்படாத காசோலை தருகிறார்.

(h) X என்பவர் வருவாய் பில்லை ஒட்டப்பட்டு பெற்ற கடனுறுதிச்சீட்டு எழுதி அதனை தன்னுடைய மேசையில் வைத்து பூட்டி வைக்கிறார்.

II. கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள எது கடனுறுதிச் சீட்டு என்று கண்டுபிடிக்க?

(i) X என்பவர் தொலைபேசியில் ரூ.500 தருவதாக வாக்குறுதி அளிக்கிறார்.

(ii) நான் உன்னிடம் ரூ. 500 கடன் பட்டுள்ளேன்.

(iii) ரூ.500ம் மேலும் கொஞ்சம் செலவையும் சேர்த்து தருகிறேன்.

(iv) Z என்பவர் இறந்ததும் ரூ. 500 தருகிறேன்.

(v) நான் எனக்கு ரூ. 500 தருகிறேன்.

(vi) நான் Y க்கு ரூ.500 தருகிறேன் அடுத்த வாரம் என்னுடைய கருப்பு குதிரையை அவருக்கு கொடுக்கவும்.

கடனுறுதிச் சீட்டின் சிறப்பு இயல்புகளை அறிந்த பின் மேற்கூறிய கூற்றுகளைக் கடனுறுதிச் சீட்டிற்கு பொருத்தமா என கூறுக.

III. கீழ் குறிப்பிட்டுள்ள மேலெழுத்துகளை வகைப்படுத்துக. அதற்கான காரணங்களும் தருக.

(i) மாற்றுமுறை ஆவணத்தில் Bன் கையொப்பம் மட்டும் இருக்கிறது. (அதாவது யாருக்கு கொடுக்க வேண்டும் என்ற விவரமில்லை).

(ii) C க்கு கொடு.

(iii) C அல்லது அவரின் ஆணைக்கு கொடுக்க.

(iv) C க்கு மட்டுமே தருக,

(v) C க்கு Bன் கணக்கில் தருக.

(vi) மாற்றுச் சீட்டில் உள்ள நிலுவை தொகையை C அல்லது அவரது ஆணைக்கு தருக

(vii) C க்கு அல்லது அவரது ஆணைக்கு சரக்கு பத்திரமாக வந்த பிறகு தருக,

(viii) C க்கு தருக "என் பொறுப்பு இல்லாமல்"

(ix) C க்கு தருக அவமதிப்பு அறிவிப்பு தேவை இல்லை.

மேலும் அறிய

மாணவர்கள் யூடியுபில் மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டம் பற்றிய விவரங்களை கைபேசியில் திரையில் பார்த்து அறிக.

12th Commerce Tamil Unit 8.indd 196 19/12/2022 14:48:50

www.tnschoolbooks.in

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டம் எந்த ஆண்டு இயற்றப்பட்டது?
   அ. 1981 ஆ. 1881
   இ. 1994 ஈ. 1818
2. மாற்றுச்சீட்டில் ஈடுபட்டுள்ள தரப்பினர்கள் எத்தனை பேர்?
   அ. 2 ஆ. 6
   இ. 3 ஈ. 4
3. மாற்றுமுறை ஆவணச்ச ட்டம் 1881 பிரிவு 6 எதைப் பற்றி இயம்புகிறது?
   அ. கடனுறுதிச் சீட்டு ஆ. மாற்றுச் சீட்டு
   இ. காசோலை ஈ. மேற்கூறிய எதுவுமில்லை
4. எது கொணர்பவர் பத்திரமாக இருக்க முடியாது?
   அ. காசோலை ஆ. கடனுறுதிச்சீட்டு
   இ. மேற்கூறிய ஏதும் அல்ல ஈ. மாற்றுச் சீட்டு
5. எத்தனை மாதங்களுக்கு பின் காசோலை காலாவாதியாகிறது?
   அ. 3 மாதங்கள் ஆ. 5 மாதங்கள்
   இ. 4 மாதங்கள் ஈ. 1 மாதங்கள்

விடை :

1	ஆ	2	இ	3	இ	4	ஆ	5	அ

II. குறு வினாக்கள்:

1. மாற்றுமுறை ஆவணம் என்றால் என்ன?
2. கடனுறுதிச் சீட்டின் சிறப்பு இயல்புகளில் இரண்டினை குறிப்பிடுக.
3. காசோலை என்றால் என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. மாற்றுமுறை மற்றும் உரிமைமாற்றம் இவைகளை வேறுபடுத்துக. (ஏதேனும் 3)
2. மாற்றுச்சீட்டின் சிறப்பு இயல்புகளை கூறுக. (ஏதேனும் 3)
3. இரண்டு வகை கீறல்களின் வரைபடத்தை வரைக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. காசோலை மற்றும் மாற்றுச்சீட்டினை வேறுபடுத்துக. (ஏதேனும் 5)
2. காசோலையின் இயல்புகள் கூறி விளக்குக. (ஏதேனும் 5)
3. செல்தகு மேலெழுத்தின் அடிப்படைக் கூறுகளை கூறுக. (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்:

N.D. Kapoor, Elements of Mercantile Law, Sultan Chand & Sons Pvt. Ltd. New Delhi, 2014

P.C. Tulsian& Bharat Tulsian, Business Law, S. Chand publishing, New Delhi 2014

அலகு 9 தொழில் முனைவு மேம்பாடு
ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

23 அத்தியாயம் தொழில் முனைவுக்கான அடிப்படைக்கூறுகள்
ELEMENTS OF ENTREPRENEURSHIP

பொருள்கருவி காலம் வினையிடனொடு ஐந்தும்
இருள்தீர எண்ணிச் செயல்.

–குறள் 675

பொருள் : வேண்டிய பொருள், ஏற்றக்கருவி, தக்க காலம், மேற்கொண்ட தொழில், உரிய இடம் ஆகிய ஐந்தினையும் மயக்கம் தீர எண்ணிச் செய்ய வேண்டும்.

QRZ38

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- தொழில் முனைவின் கருத்து பொருள் மற்றும் இலக்கணம்
- தொழில் முனைவோரின் சிறப்பியல்பு
- தொழில் முனைவின் முக்கியத்துவம்
- தொழில் முனைவோர், அக செயல் முனைவோர் மற்றும் மேலாளர் – ஒப்பீடு
- மகளிர் தொழில் முனைவு வாய்ப்புகளும் சவால்களும்
- தொழில் முனைவோரின் பணிகள்
- தோற்றுவிப்பு பணிகள், மேலாண்பணிகள் மற்றும் வணிகப்பணிகள்b ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

23.01 தொழில் முனைவு: பொருள், கருத்து மற்றும் இலக்கணம்
23.02 தொழில் முனைபவரின் சிறப்பியல்புகள்
23.03 தொழில் முனைவின் முக்கியத்துவம்
23.04 தொழில் முனைவோர், அக செயல் முனைவோர் மற்றும் மேலாளர் – ஒப்பீடு
23.05 மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள்
23.06 தொழில் முனைவோரின் பணிகள்

தொழில் முனைவு என்ற சொல் ஒரு புதிய தொழில் வினையை மேற்கொள்வதைக் குறிக்கும். இச்சொல் ஊதியம் நாடி பணிசெய்வதைக் குறிக்காது. பெற்ற கல்வியை வைத்து தொழில் செய்வது தொழில் முனைவு என்பதிலிருந்து வேறுபட்டது. தொழில் முனைவு என்பது ஒரு அமைப்பை தோற்றுவிப்பதில் முடியும் செயலை குறிக்கிறது

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 198 19/12/2022 14:49:20

23.01 தொழில் முனைவு: பொருள், கருத்து மற்றும் இலக்கணம். (Entrepreneurship – Meaning, Concept and Definition)

பொருளின் உற்பத்தி காரணிகளான நிலம், உழைப்பு, மூலதனம் போன்றவற்றுடன் தொழில்–முனைவும் ஒரு முக்கிய காரணியாக விளங்குகிறது. இது போன்று ஒருநாட்டின் பொருளாதார முன்னேற்றத்திற்கு அச்சாணியாக விளங்கும் தொழில்முனைவை பல்வேறு நபர்கள் மேற்கொள்ளாமல் ஏதோ பணிதேடி சொற்ப வருமானத்திற்கு தன் வாழ்வையே செலவு செய்வது பலருக்கு வாடிக்கையானது மிகவும் மனம் வருந்தத் தக்கதாக உள்ளது. தன்னிச்சையாக தொழில் செய்வது நமது உழைப்புக்கேற்ப ஊதியம் ஈட்டுவது ஒரு தனிமனித சுதந்திரத்தின் வெளிப்பாடாகும். இது தவிர்த்து நிரந்தர வருமானத்திற்காக தனிமனித சுதந்திரத்தை அடகு வைப்பது வேதனைக்குரிய செயலாக விளங்குகிறது. சிலர் தொழில் முனைவு என்பதை ஏதோ பிறவியிலேயே ஒரு மனிதனுக்கு கடவுள் கொடுத்து அனுப்பும் ஆற்றல் என்றும் எல்லோருக்கும் அந்த ஆற்றல் வருவதில்லை என வாதம் செய்தும் பல தொழில் முதலாளிகளுக்கு அடிமைபட்டு வாழ்வை கழித்து செத்து மடிகின்றனர். இந்த வாதத்தை ஏற்று ஒரு நாடு பல்வேறு தொழில் முனைவோர்கள் பிறந்து தொழில் செய்து நாட்டின் பொருளாதாரத்தை முன்னேற்றும் வரை காத்துகிடக்க முடியாது. தொழில் முனைவின் அரும்பயனைப் பற்றி மக்கள் மனதில் ஒரு சாதகமான கருத்தை விதைக்க வேண்டும். தொழில் முனைவின் சிறப்பை உணரச் செய்து பல நபர்களை தொழில் முனைவிற்கு அழைக்க வேண்டிய காலம் கனிந்துள்ளது. தொழில் முனைவோன் என சொல்லடா பலருக்கு பணி கொடுத்து தலைநிமிர்ந்து நில்லடா என முழங்கி தொழில்முனைவிற்கு செல்வோம். அரசும் பல்வேறு நிறுவனங்களும் தொழில் முனைவை நம் நாட்டில் வளர்த்திட நாளொருபொழுதும் பொழுதொரு மேனியுமாக முயன்று அரும்பாடு பட்டு வருகின்றன. எனவே தொழில் முனைவு தத்துவத்தை பரப்பி மக்களை பணிசார் அடிமை மனப்பான்மையிலிருந்து விடுவித்து தொழில்முனைவோர் இயக்கத்தை உருவாக்கலாம்.

தொழில் முனைவு – பொருள் (Concept of Entrepreneur)

தொழில் முனைவு என்ற சொல் பிரஞ்சு மொழி சொல். அம்மொழியில் இன்னிசை கச்சேரியை அல்லது மனமகிழ் கேளிக்கை நிகழ்வுகளை நடத்துபவரை செயல் முனைவோர்கள் என அழைத்தனர். ஆக்ஸ்போர்டு அகராதி (1897) இன்னிசை கச்சேரி நடத்துபவரை செயல்முனைவோர் என பொருள்படுத்தின. ஆனால் 16ம் நூற்றாண்டில் செயல் முனைவோர் என்ற சொல் இராணுவ தாக்குதலில் முன்னின்று தாக்குதல் நடத்தும் நபரை குறிக்க பயன்படுத்தப்பட்டது. பதினேழாம் நூற்றாண்டில் பொறியியல் கட்டிடம் கட்டுதல் அதை பலப்படுத்தும் செயலில் இறங்கியவரை குறிப்பிட இச்சொல் பயன்படுத்தப்பட்டது. பதினெட்டாம் நூற்றாண்டின் துவக்கத்தில் தொழில்முனைதல் என்ற சொல்லை பொருளாதார துறையில் பயன்படுத்த துவக்கினர். அதைத் தொடர்ந்து இச்சொல் மிகவும் பிரபலமானது. இந்நிலையில் தொழில்முனைவு என்பது பற்றி பல அறிஞர்கள் மற்றும் வல்லுநர்கள் கருத்து தெரிவிக்க இச்சொல் பல்வேறு இதர கருத்து தோன்றுவதற்கு வித்தாக அமைந்தது என்றால் மிகையாகாது. அதனடிப்படையில் தொழில்முனைவோரை இடர் ஏற்பாளர், தொழில் அமைப்பாளர் அல்லது புதினம் புரிவோர் என பல பதங்களில் விவரிக்கின்றனர்.

(i) தொழில் முனைவோர் இடர் ஏற்பாளர் என்ற கருத்துரை (Entrepreneur as a Risk Bearer)

ரிச்சர்டு சேன்டில்யன் என்ற ஈரானிய அறிஞர் தொழில் முனைவோர் என்பவர் தான் துவங்கிய அல்லது முனைந்த தொழிலில் இயற்கையாக பின்னி பிணைந்துள்ள இடரை தாங்கும் இடர் தாங்கி என வருணிக்கின்றார். அவரின் கருத்துப்படி பொருளாதார காரணிகளான நிலம், உழைப்பு மற்றும் மூலதனம் போன்ற காரணிகளை தொழில் முனைவோர் ஒருங்கிணைந்து செயலில் இறங்குகிறார். அப்போது கிடைக்கும் வருமானம் உறுதியானது அல்லது திட்டவட்டமானது. ஆனால் தொழில் முனைவோரைப் பொறுத்தவரை, இவை மூன்றையும் ஒன்றாக கலந்து தயாரிக்கும் பொருளை சந்தையில் ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் விற்று தனக்கு இலாபம் பார்ப்பது நிச்சயமற்ற நிகழ்வாக உள்ளது. உற்பத்தி செய்த பொருளை சந்தையில் வாடிக்கையாளர்கள் அல்லது நுகர்வோர்கள் முழுமையாக வாங்கி விடுவார்கள் என அறுதியிட்டு கூறமுடியாது. எனவே இடரை முதுகில் சுமந்து வினையை துவக்கி நடத்தி வரும், உன்னதமான மனிதனே தொழில் முனைவோன் என ரிச்சர்டு சேன்டில்யன் கருதுகிறார். அவர் ஏற்கும் இடரை எவராலும் ஈடுசெய்ய முடியாது அல்லது அதற்கு ஊதியமிடலாகாது என முழங்குகிறார். இவரின் கூற்றுப்படி யாராலும் ஈடுசெய்ய முடியாத அல்லது ஊதியம் வழங்கமுடியாத இடரை தாங்கும் இடர்தாங்கி தொழில் முனைவோர் என உரைக்கிறார்.

(ii) தொழில் முனைவோன் ஒரு ஏற்பாட்டாளர் (அ) அமைப்பாளர் (Entrepreneur as an Organiser)

ஜின் பேப்டைஸ் என்ற அறிஞரின் பார்வையில் தொழில் முனைபவர் ஒரு அமைப்பாளராக தென்படுகிறார். அவர் ஒரு நிகழ்ச்சியை ஏற்பாடு செய்வது எவ்வளவு கடினமோ அவ்வளவு கடினமானது தொழில் முனைவது என்கிறார். தொழில் முனைவோர் நிலம், கட்டிடம், தொழில்நுட்பம், மூலதனம் பணியாளர்கள் மற்றும் பல்வேறு வசதிகளை ஒன்றிணைத்து தொழிலை படைப்பவன் என கருத்துரைக்கிறார். இந்த முயற்சியில் அவர் எதிர் கொள்ளும் தடைகள் எதிர்பாராத போக்குகள் மனத்துயரம் போன்றவற்றை சொல்லிமாளாது என்கிறார். எனவே தொழில் முனைபவர் ஓர் நல்ல அமைப்பாளர் என வறையருக்கிறார்.

(iii) தொழில் முனைபவர் ஒரு புதுமைபித்தன் (Entrepreneur as an Innovator)

1934ஆம் ஆண்டில் வாழ்ந்த ஹீம் பீட்டர் தொழில் முனைபவரை புதின படைப்பாளி என அழைத்தார். அவரின் கருத்துப்படி தொழில்முனைபவர் ஒரு படைப்பாளியாக சீரான முறையில் ஏதேனும் ஒரு புதுமையை புகுத்த வேண்டியது அவசியமாகிறது என்கிறார்.

i. பொருளில் புதிய தொழில் நுட்பத்தை புகுத்துவது

ii. புதிய இடங்களில் கச்சா பொருள்களை வாங்குவது

iii. இதுவரை இடம்பெறாத சந்தையில் நுழைவது

iv. முற்றுரிமையை ஏற்படுத்த அல்லது ஏற்படுத்தப்பட்ட முற்றுரிமையை தகர்க்க புதிய அமைப்பு முறையை கொணர்வது.

v. புதிய சிறப்புத்தன்மையை பொருளில் புதியதாக சேர்ப்பது

இவரின் கண்ணோட்டத்தில் புதுமை படைப்பவனே தொழில் முனைபவன் என்கிறார்.

மேற்குரிய மூன்று கருத்துகளிலிருந்து தொழில்முனைபவரை பல அறிஞர்கள் பல நிலைப்பாடுகளில் பார்க்கின்றனர். அதாவது இடர் தாங்கி, அமைப்பாளன் மற்றும் புதுமைபித்தன் என மேற்கூறிய அறிஞர்கள் கருத்துரைக்கின்றனர்.

வரைவிலக்கணம் (Definition)

J.A. ஹீம் பீட்டர் தொழில் முனைவோரை புதுமை படைப்பாளி என்கிறார். எவனொருவன் பலரும் செய்யாத ஒரு செயலை மேற்கொள்ள முன்வருகிறானோ அவனே புதுமை படைப்பாளி என்கிறார். தொழில் முனைவோர் என்பவர் ஒரு புதிய சேர்க்கையை கண்டறிபவர் அல்லது புதிய நிறுவனத்தை உருவாக்குபவர் என்கிறார்.

23.02 தொழில் முனைபவரின் சிறப்பியல்புகள் (Characteristics of Entrepreneur)

1. தொழில் துணிகர உணர்வு (Sprit of enterprise)

தொழில் முனைபவர் தான் மேற்கொண்ட தொழிலில் ஏற்படும் வரும் இடர்களை துணிவுடன் எதிர்கொள்ள வேண்டும். வினையை நடத்திவரும்போது ஏற்படும் இயற்கையான ஏமாற்றங்கள் அல்லது தோல்விகள் அவரின் ஆர்வத்தை சிதைக்கா வண்ணம் துணிவுடன் செயல்படுவோர் ஆவார்.

2. தன்னம்பிக்கை (Self confidence)

தன்னம்பிக்கை ஒரு மனிதனுக்கு அழகு ஏற்படுத்துகிறது. எதிர்மறை உணர்வுகளான அசௌகரியங்கள், ஏமாற்றங்கள், தோல்விகள் மற்றும் தொல்லைகள் தொழில் முனைபவரது மன உறுதியை குலைக்கக் கூடாது. எது நடந்தாலும் இந்த வினையை கைவிடேன், வெற்றி ஒன்றே இலக்கு என தொழில் முனைபவர் தொழில் வினையில் பயணிக்கவேண்டும்.

3. நெகிழ்வு தன்மை (Flexibility)

மாறும் சூழ்நிலைகட்கு ஏற்ப தொழில் முனைபவன் தன் முடிவை அல்லது நடவடிக்கைகளை மாற்றிக்கொள்ளும் நெகிழ்வு தன்மையை கடைப்பிடிக்கவேண்டும். நெகிழ்வு தன்மை அற்றவர்கள் தொழில் முனைவில் வெற்றி காண்பது இயலாத ஒன்றாகும்.

4. புதுமை புகுத்தல் (Innovation)

தொழில் முனைபவர் புதுமை படைப்பாளராக இருந்திட வேண்டும். ஏதேனும் ஒரு புதுமையைப் புகுத்தி சந்தையில் நிரந்தரமான இடத்தை பிடிக்கவேண்டும். புதுமை என்பது புத்தம்புதிய பொருளாகவோ, புதுமை பண்புகளை பொருளில் நுழைப்பதோ, புதிய சந்தையை உருவாக்குவதோ, புதிய கச்சா பொருளை கொண்டு பொருளை உற்பத்தி செய்வதோ, புதிய உற்பத்தி முறையை கையாள்வதோ மற்றும் புதிய நுட்பத்தை மேற்கொள்வது. ஆனால் புதுமை என்ற தன்மை இருக்க வேண்டும்.

5. வளத்தை திரட்டுபவர் (Resource Mobilisation)

தான் மேற்கொண்ட செயலை செயலாக்கிட தொழில் முனைபவர் புலனாகக்கூடிய மற்றும் புலனாகாத உட்பொருட்களையும் ஒன்றிணைப்பவர் ஆவார். தொழிலை துவக்கிட இடு பொருளை வாங்குதல், மனித வளத்தை திரட்டுதல், நிதியை புரட்டுதல், தொழில் நுட்பத்தை நிறுவுதல், போன்ற நடவடிக்கைகளை நாட்டின் மூலை முடுக்குகளுக்கு சென்று சேரும் வகையில் பொருளை உற்பத்தி செய்து சந்தையிடுகைக்கு கொண்டு சேர்க்கும் செயலை செய்பவர் ஆவார். சுருங்கக் கூறின் வளம் திரட்டுநர் ஆவார்.

6. கடின உழைப்பு (Hardwork)

தொழில் முனைபவர் தான் மேற்கொண்ட செயலியின் நோக்கத்தை அடைய அரும்பாடு படவேண்டும். தொல்லைகள், இடர்கள், அசௌகரியங்கள், இன்னல்கள் மற்றும் ஏமாற்றங்கள் என அவ்வப்போது ஏற்படும் இடர்களை தளராமல் மேற்கொள்ளுதல். தலைவிதியின் மீது பழிபோடுவதோ அல்லது பிறவற்றின் மீது பழி சுமத்தி சுகம் காண்பவராகவோ இருக்கக் கூடாது. தன்னம்பிக்கை மற்றும் முயற்சி உடையவராக இருத்தல் வேண்டும். என்ன இடையூறு வந்தாலும் அதனை போராடி வெல்பவராக இருத்தல் வேண்டும்.

7. தலைமையத்துவம் (Leadership)

தன்னுடன் வினையில் ஈடுபட்டு வரும் ஊழியர்களிடம் கனிவு, பரிவு மற்றும் நட்புடன் பழகவேண்டும். தொழில்முனைவோர் ஓர் முன்மாதிரியாக செயல்படவேண்டும். பிறர் சோர்வு

காணும்போது தனது கனிவான வார்த்தைகளால் அவர்களின் ஆர்வத்தை மீண்டும் எழச் செய்ய வேண்டும். சொல்வதை செய்தல்வேண்டும். செய்வதை சொல்லவேண்டும் என்ற உணர்வினை உடையவராக இருத்தல் வேண்டும்.

8. தொலைநோக்கு பார்வை (Foresight)

தொழில் முனைபவர் ஒரு நல்ல முன் கணிப்பாளராக இருத்தல் வேண்டும். தற்போதைய சூழ்நிலை எவ்வளவு காலம் தொடரும், எதிர்காலத்தில் என்னென்ன மாற்றங்கள் ஏற்படும் என முன்கூட்டியே சிந்திக்கவேண்டும். நுகர்வோர்களின் ஆதரவு பொருளாதார சூழ்நிலையின் மாற்றம், தொழில் நுட்ப மாற்றம் மற்றும் போட்டி சூழ்நிலை பற்றி சிந்திக்க வேண்டும். அதற்கு ஏற்றவாறு திட்டங்கள் (contingency plan) வகுக்கவேண்டும்.

9. பகுப்பாய்த் திறன் (Analytical ability)

தொழில் முனைபவர் பாரபட்சமின்றி விருப்பு வெறுப்புகளை தவிர்த்து சமநிலையில் முழு மனதுடன் மேற்கொள்ள வேண்டும். அவசர நிலையில் எடுக்கும் முடிவுகள் இலக்கை அடைய வழிவகுக்காது. எனவே எந்த ஒரு முடிவை மேற்கொண்டாலும் சம்மந்தப்பட்ட காரணிகளை சீர்தூக்கி பகுத்தாய்ந்து ஒரு தெள்ளிய முடிவை மேற்கொள்ள வேண்டும். எனவே ஓர் நல்ல பகுத்தறிபவராக தொழில்முனைவோர் இருத்தல் வேண்டும்.

10. முடிவு எடுக்கும் திறன் (Decision making)

எந்த தொழில் துவங்கலாம்; என்ன உற்பத்தி செய்வது; எங்கு தொழில் துவங்குவது, யாரை பதவியில் அமர்த்துவது; கையாலும் தொழில் நுட்பம், எந்த அளவு பொருட்களை உற்பத்தி செய்வது, எங்கே விற்பனை செய்வது, எவ்வாறு தரத்தை கூட்டுவது, போட்டியை எதிர்கொள்வது, விலை வைப்பது, நிர்ணயம் செய்தல் மற்றும், விளம்பரம் செய்வது போன்ற பல தரப்பட்ட முடிவுகளை நிதானமாக, மேற்கொள்ளுதல் மிகவும் சிறந்தது. விரைவான முடிவை சில அவசர சூழ்நிலைகளில் எடுக்கவேண்டி இருக்கலாம் ஆனால் விவேகமற்ற முடிவாக அது ஏற்படக்கூடாது. முடிவு எடுக்கும்போது பலதரப்பட்ட காரணிகளை சீர்தூக்கி அலசி ஆராய்ந்து மேற்கொள்ளல் வேண்டும்.

23.03 தொழில் முனைவின் முக்கியத்துவம் (Importance of Entrepreneurship)

தொழில் முனைவு ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சியில் பெறும் பங்கு வகிக்கின்றது. கீழ்குறிப்பிடப்பட்டுள்ள காரணிகள் தொழில் முனைவின் அவசியத்தை உணர்த்துகின்றன.

1. புதுமை படைத்தல் (Innovation)

தொழில் முனைவும் புதுமை புகுத்துதல் ஆகிய இரண்டும் மிகவும் நெருக்கமான ஒன்றாகும் தொழில் முனைவு இல்லையேல் புதுமைக்கு வழி இல்லை. புதுமை புகுத்துவதன் மூலம் தொழில் முனைவோர்கள் நாட்டின் மேம்பாட்டிற்கு பெரும் பங்கு வகுக்கின்றனர். புதுமை எந்த வடிவத்திலும் இருக்கலாம் – புதிய பொருள்; புதிய நுட்பமுறை, புதிய உற்பத்தி முறை, புதிய கச்சாப் பொருள், புதுமை மேற்கொள்வதன் மூலம் நடைமுறையில் இருக்கும் பொருட்களில் சேர்த்தல், புதிய பொருளை அறிமுகம் செய்தல், புதுமை படைத்தல் ஒரு நாட்டின் ஒட்டுமொத்த பொருளாதார உற்பத்தியை கூட்டுவதுடன், நாட்டு வருமானத்தையும் வெகுவாக உயர்த்துகிறது.

2. நாட்டின் மொத்த பொருள் உற்பத்திக்கு பங்களித்தல் (Contribution to GDP)

தொழில் முனைவு நாட்டின் ஒட்டுமொத்த பொருள் உற்பத்திக்கும் மற்றும் நாட்டின் மொத்த வருமானத்தை அதிகரிப்பதற்கும் அதிக பங்கு வகிக்கிறது. வளர்ந்த நாடுகளான அமெரிக்கா, ஜப்பான் மற்றும் ஜெர்மனி, போன்ற நாடுகள் தொழில் முனைவு மேம்பாட்டால் அன்நாட்டின் ஒட்டுமொத்த பொருள் உற்பத்தியிலும், தனிநபர் வருமான முன்னேற்றத்திற்கும் மற்றும் நாட்டின் தேசிய வருவாயை அதிகரிப்பதிலும் வெற்றி கண்டுள்ளன.

3. சீரான வட்டார வளர்ச்சி (Balanced Regional Development)

அரசு பல்வேறு சலுகைகள், வரிவிலக்குகள் மற்றும் மானியங்கள் அளிப்பதன் மூலம் நாட்டின் தொழில் ரீதியாக பின்தங்கிய பகுதிகளில் தொழில் வளர்ச்சி அடைந்து வருகின்றது. மேற்கண்ட சலுகைகளின் மூலம் பலர் பின்தங்கிய பகுதிகளில் தொழில் முனைவு செயலை மேற்கொள்கின்றனர். இதனால் தொழில் வளர்ச்சி ஏற்பட்டு, புவியியல் ரீதியான ஏற்ற இறக்கங்கள் சரி செய்யப்படுகின்றன. கிராமப்புற மக்கள், நகர்பறங்களை நோக்கி வேலை தேடி செல்லும் அவல நிலையை தவிர்த்திட வழிவகை செய்கின்றது.

4. ஏற்றுமதி முன்னேற்றம் (Export Promotion)

நாட்டின் ஏற்றுமதி வளர்ச்சிக்கு தொழில் முனைவு ஒரு கருவியாக விளங்குகிறது. ஏற்றுமதி வாய்ப்பு உள்ள பொருட்களை தயாரிக்க முன்வரும் தொழில் முனைவோர்க்கு சிறப்பு வசதிகள், சலுகைகள், மானியங்கள், வரிவிலக்குகள் போன்ற சலுகைகள் தருவதன் மூலமாக ஏற்றுமதி வாய்ப்புள்ள பொருட்களை உள்நாட்டில் தயாரிக்க வழிவகை உள்ளன. இதனால் உள்நாட்டின் அந்நிய செலாவணி இருப்பு அதிகரிக்க வழி வகுக்கிறது. இந்த சாதகமான அந்நிய செலாவணி

இருப்பின் மூலம் செலுத்து நிலை இருப்பில் ஏற்படும் ஏற்ற (Balance of payment) இறக்கத்தை சரிசெய்ய வழிவகுக்கிறது.

5. உள்ளார்ந்த வளப் பயன் பாடு (Full Utilisation of Latent Resources)

நாடு முழுவதும் தொழில் முனைவை அதிகரிப்பதின் மூலம் நாடு முழுவதும் பயன்படுத்தப்படாமல் உள்ள வளங்கள் பயன்பாட்டுக்கு உள்ளாகின்றன. நாடு முழுவதும் சிறு, குறு மற்றும் நடுத்தர தொழில்களை பரவலாக உருவாக்குவதன் மூலம் பலத்தரப்பட்ட வளங்கள், இயல் மற்றும் மனித வளங்களை முழுமையாக உற்பத்தியில் ஈடுபடுத்த முடிகிறது. ஒரு நாட்டில் தொழில் இன்மையால் அந்நாட்டு வளங்கள் பயனற்று விடுகிறது.

6. பொருளாதார சக்தி குவிதலை தவிர்த்தல் (Reduction of Concentration of Economic Power in Few hands)

சிறு, குறு மற்றும் நடுத்தர தொழிலை ஒரு நாட்டில் ஏற்படுத்துவதன் மூலம், அந்நாட்டு செல்வங்கள் ஒரு சிலரிடம் குவிந்து இருப்பதை தவிர்க்க முடிகிறது. பரவலான தொழில் வளர்ச்சியின் மூலம் பொருளாதார ஏற்ற தாழ்வுகள் களையப்படுகின்றன. இதனால் மக்களிடையே வருமானம் சீராக பகிரப்படுகிறது.

7. வாழ்க்கைத்தர உயர்ச்சி (Better Standard of Living)

நாடுமுழுவதும் தொழில் முனைவு ஏற்படுத்துவதற்கு உரிய ஆதரவு நடவடிக்கைகள் அதிகரிப்பதன் மூலம் பெருக்குவதனால் பல சிறு, குறு, நடுத்தர தொழில் உரிமையாளர்கள் பெருகி வருகின்றனர். அவர்களிடம் பணிபுரியும் ஏராளமான ஊழியர்கள் மற்றும் பணியாளர்கள் அவர்களின் உழைப்பிற்கு ஏற்ற ஊதியம் பெற்று வாழ்க்கைத்தரத்தினை மேம்படுத்திக் கொள்ள முயல்கின்றனர். இவர்கள் வாங்கும் ஆடம்பர மற்றும் அத்தியாவசிய பொருட்களால் நாட்டின் ஒட்டுமொத்த பொருள் உற்பத்தி பெருகி நாட்டின் வருமானம் உயர்ந்து, சேமிப்பு அதிகரித்து நாடுதழுவிய அளவில் வளர்ச்சி அடைகிறது என்றால் அது மிகையாகாது. எனவே தொழில் முனைவின் மூலம் வாழ்க்கை தரத்தை உயர்த்தி ஏற்றதாழ்வு அற்ற சமூகத்தை உருவாக்க வழிவகை செய்கிறது.

23.04 தொழில் முனைவோர், அக தொழில் அல்லது செயல் முனைவோர் மற்றும் மேலாளர் – ஒப்பீடு.

அகச்செயல் முனைவோர் (Intrapreneur)

அகத்தொழில் முனைவர் அல்லது செயல் முனைவோர் என்பவர் நிறுமத் தொழில் முனைவோரைப் போன்றே செயல்படுவர். அதாவது ஒரு தொழில் முனைவோர் ஆரம்பித்த தொழிலில் பணிபுரியும் ஒரு நபர் தனக்கு ஒதுக்கப்பட்டுள்ள செயல் திட்டத்தில் அல்லது தமக்கு வழங்கப்பட்ட பணியில் தனது ஆற்றலை பயன்படுத்தி தனது புதிய எண்ணங்களை நிறுவனத்தின் வளங்களைக் கொண்டு செயல்படுத்துபவர். அதாவது நிறுமத்தின் உட்புறம் புதிய பொருட்களையும் கருத்துகளையும் அறிமுகப்படுத்துவர். அதாவது நிறுமத்திற்குள் உள்புறம் செயல்முனைவோராக திகழ்கிறார்.

தொழில் முனைபவருக்கும் அகத்தொழில் முனைபவருக்கும் அல்லது அகச்செயல் முனைபவருக்கும் உள்ள வேறுபாடு:

அடிப்படை	தொழில் முனைபவர் Entrepreneur	அகத்தொழில் முனைபவர் Intrapreneur
சிந்தனை (Thinking)	தொழில் முனைபவர் ஒரு தடையற்ற சிந்தனைவாதி	அகத்தொழில் முனைபவர் தன்னிச்சையான சிந்தனைவாதி, ஆனால் ஒரு தொழில் நிறுமத்தின் உள் செயல்படுபவர்.
சார்புநிலை (Dependency)	தன்னிச்சையான நபர்	தொழில் முனைவோரை சார்ந்து (Dependency) இருப்பவர்.
நிதி திரட்டல் (Fund Mobilization)	தொழில் முனைவோர் தன் சொந்த முயற்சியில் தொழிலுக்கான நிதியை திரட்டவேண்டும்.	இவருக்கு நிதி திரட்டும் பொறுப்பு இல்லை. ஆனால் திரட்டிய நிதியை கையாளும் பொறுப்பு உள்ளது.
வெகுமதி (Reward)	தொழில்முனைவோர் தங்களின் இடர் ஏற்பு பணிக்காக இலாபம் என்ற வெகுமதியை பெறுகின்றனர்.	அகதொழில் முனைவோர்க்கு இலாபத்தில் பங்கு இல்லை. ஆனால் ஊதியம், ஊக்க ஊதியம் மற்றும் மேல்படிகள் பெற வாய்ப்பு உண்டு.

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 202 19/12/2022 14:49:21

இடர்ஏற்றல் (Risk Bearing)	தான் ஆரம்பித்த தொழிலின் இடரை ஏற்க வேண்டிய கட்டாயம் ஏற்படுகிறது.	இவர் தொழில் தொடர்பாக எழும் இடர்பாட்டில் பங்கு பெறுவதில்லை. தான் மேற்கொண்ட செயல் திட்டம் தோல்வி நிலைக்கு பொறுப்பு ஏற்பதில்லை.
தகுநிலை (Status)	தொழில் முனைபவர் உரிமையாளர் என்ற தகுநிலை படைத்தவர்.	அகத்தொழில் முனைவோர் உரிமையர் அல்ல; ஆனால் ஊழியர் தான் மேற்கொண்ட செயலுக்கு தன்னுடைய மேல் அதிகாரிக்கு பதில் சொல்ல கடமையுடையவர்.
செயல்பாடு (Operation)	தான் தொடங்கிய தொழிலின் புறத்தின் நின்று பெரும்பாலும் செயல்படும் நபர்.	முழு நிறுமத்திற்கு உட்பட்டு இயங்கும் நபர்.

தொழில் முனைபவருக்கும் மேலாளருக்கும் உள்ள வேறுபாடு:

அடிப்படை Basis of difference	தொழில் முனைபவர் Entrepreneur	மேலாளர் Manager
நோக்கு (Motive)	ஒரு அமைப்பினை தேர்ந்தெடுத்து தன்னுடைய வினையை துவக்குவது.	துவக்கிய வினையில் செவ்வனே பணியாற்றுவது இவரின் நோக்கு.
தகுநிலை (Status)	தொழில் முனைபவர் தான் துவங்கிய அமைப்பின் உரிமையாளர்.	மேலாளர் ஊதியம் பெறும் உழைப்பாளி.
இடர் ஏற்றல் (Risk Bearing)	தொழில் முனைபவர் தான் துவங்கிய வினையினால் ஏற்படும் இடர்கள் மற்றும் நிச்சயமற்ற தன்மையை தாங்குபவர்.	மேலாளர்கள் வினையின் இடரில் பங்கு பெறுவது இல்லை. மாறாக இடர் ஏற்படும்போது வேறு நிறுமத்திற்கு தாவி விடும் பருவகால நண்பர்கள்.
வெகுமதி (Rewards)	தொழில் முனைபவர் தன்னுடைய இடர் ஏற்பிற்கு வெகுமதியாக இலாபத்தை பெறுகின்றனர்.	மேலாளர்கள் இலாபத்தில் பங்கு பெறுவது இல்லை. ஊதியம் மேலூதியம், படிகள், ஊக்க ஊதியம் பெறுபவர்கள்.
ஆற்றல் (Skills)	தொழில் முனைபவர்கள் படைப்பாற்றல், உள்ளுணர்வு மற்றும் எதையாவது புதியதாக செய்ய வேண்டும் என்ற உந்துதல் பெற்றவர்கள்.	மேலாளர்கள் நல்ல கோட்பாட்டு அறிவும், மனித உறவு திறனும் பெற்றவர்களாக இருக்கவேண்டும்.

23.05 மகளிர் தொழில்முனைவோர்கள் (Women Entrepreneurs)

தொழில் முனையும் மகளிர்கள் அண்மைக் காலமாக மக்கள் மத்தியில் மிகவும் அறிமுகமானவர்களாக விளங்குகிறார்கள். பெண் தொழில் முனைவோர் தங்களுக்கான வேலை வாய்ப்பினைத் தாங்களே ஏற்படுத்திக் கொள்வதுடன், பிறருக்கும் வேலை வாய்ப்பை உருவாக்கி வருவது பெருமைக்குரிய செய்தியாகும். அமெரிக்க நாட்டு பெண் தொழில் முனைவோர்கள் அந்நாட்டின் பொருளாதார எழுச்சிக்கு அளப்பரிய பங்களிப்பை நல்கி வருகின்றனர். அமெரிக்காவில் பெண்கள் நடத்திவரும் தொழிலை ஆய்வு செய்து வரும் மையம் நடத்திய ஆய்வில் தெரியவரும் உண்மை என்னவென்றால் பெண் உரிமையாளர்களால் நடத்தப்பட்டு வரும் நிறுமங்கள் மற்றும் பெரும்பான்மை பெண் ஊழியர்களை கொண்ட நிறுமங்கள், 1997ம் ஆண்டில் 5.4 மில்லியனில் இருந்தது 2013ம் ஆண்டு இது 10 மில்லியன்களை தொட்டது. இன்று உள்ள புள்ளி விவரப்படி பொதுவாக அமெரிக்காவில் நடந்து வரும் தொழிலில் நான்கில் ஒரு பங்கு மகளிரால் நடத்தப்படும் அல்லது மகளிரால் பெருமளவில் இயக்கப்பட்டு வரும் நிறுமம் என்றால் மிகையாகாது. மேலும் அந்த ஆய்வு கூறுவது மேற்கூறப்பட்ட நிறுமங்கள் சுமார் 9.2 மில்லியன் நபர்களுக்கு வேலை வாய்ப்பை உருவாக்கித் தந்துள்ளது என தெரிவிக்கிறது. சுமார் 1.15 டிரில்லியன் அளவிற்கு சரக்கை விற்பனை செய்துள்ளது. இவ்வாறே வளர்ந்த நாடான கனடாவிலும் மூன்றில் ஒரு பங்கு நிறுமங்கள் மகளிருக்கு சொந்தமானதாகும். பிரான்ஸில் ஐந்தில் ஒரு பங்கு மகளிரால் நடத்தப்படும் நிறுவனம். சுவீடன் மற்றும் இங்கிலாந்திலும் அதிக அளவில் பெண்பாலார் சுயவேலையில் அமர்ந்திருப்பதாக ஆராய்ச்சிகள் தெரிவிக்கின்றன. பெண்கள் மேற்கூறிய வளர்ந்த நாடுகளில் சில்லறை வணிகம், சிற்றுண்டி சாலைகள், கல்வி நிறுவனங்கள், காப்பீட்டு தொழில்

மற்றும் உற்பத்தி தொழிலில் கூட ஈடுபட்டு வருவதாக ஆய்வுகள் தெரிவிக்கின்றன.

ஆனால் இந்தியாவில் பெண்களால் உரிமை ஏற்று நடத்தப்படுவதும் மற்றும் பெண்களை அதிகம் கொண்டிருக்கும் நிறுமங்கள் 5.2 விழுக்காடே எனலாம். இவர்கள் பெரும்பாலும் வேளாண்துறை, வேளாண் சார்புத் தொழில்கள். கைவினைப் பொருள் உற்பத்தி, கைத்தறி ஆடைகள் மற்றும் குடிசைத் தொழில்களில், ஈடுபட்டிருப்பதாக 2011ம் ஆண்டின் மக்கள் தொகை கணக்கெடுப்பு புள்ளி விவரங்கள் தெரிவிக்கின்றன. பொருளாதாரம் தாராளமயமாக்கப்பட்டபின் மகளிர் தொழில் முனைவு சூடு பிடித்துள்ளது. பெண்கள் பொருளாதார ரீதியாக விடுதலை அடைய அவர்களின் தொழில் முனைவு ஆற்றலையும் மற்றும் திறனையும் கூட்ட அரசும் மற்ற சார்பு நிறுவனங்களும் சிறப்பான கொள்கைகள் மற்றும் திட்டங்களை வகுத்து அதனடிப்படையில் பெண்களுக்கு தொழில் முனைவு செயலில் இறங்க தொழில் கல்வியும் மற்றும் பயிற்சியும் அளித்து வருகின்றன. இதனால் தற்போது மூன்றில் ஒரு பங்கு பொருளாதார தொழில்கள் மகளிர் வசம் உள்ளதென இந்தியாவில் நடத்தப்பட்ட ஆராய்ச்சிகள் தெரிவிக்கின்றன. தற்போது உள்ள இந்திய பொருளாதார சூழல் பெண் தொழில் முனைவோருக்கு ஆதரவாகவே உள்ளன. எனவே வருங்காலத்தில் மற்ற மேலை நாடுகளைப் போலவே இந்தியாவிலும் தொழில்களில் பெண் முதலாளிகள் மற்றும் பெண்களை அதிக எண்ணிக்கையில் கொண்டு இயங்கும் நிறுமங்கள் பல மடங்கு பெருகும் என எதிர்பார்க்கலாம். அதிகமான மகளிர் படித்து வரும் நிலையில் மற்றும் ஊடகங்கள் பெண் பாலினத்திற்கு அளித்து வரும் மகத்தான ஆதரவு, எப்போதும் உள்ள அரசினர் மற்றும் அரசு சாராத நிறுமங்களின் பேராதரவு, மகளிர் தொழில் முனைப்பிற்கு மிகவும் சாதகமான சூழலை உருவாக்கி வருகிறது என்பதில் ஐயமில்லை.

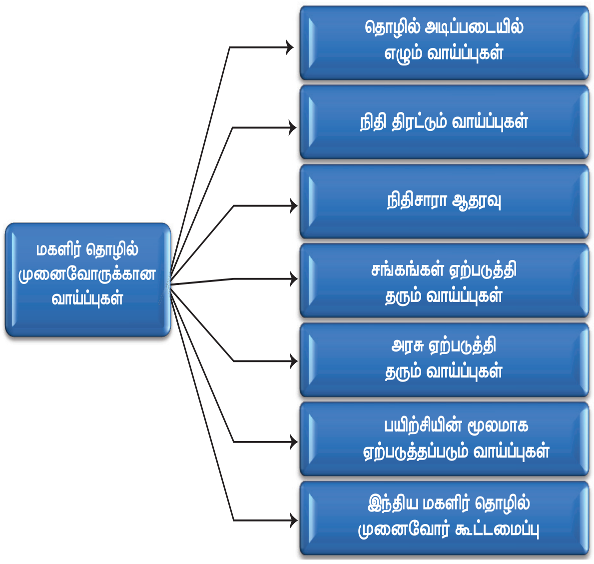
வரைவிலக்கணம்

ஹீம் பீட்டர், "புதினம் பேணும் அல்லது ஏற்கனவே கண்டுபிடிக்கப்பட்ட பொருளை முன்மாதிரியாக கொண்டு அதே பொருளை உற்பத்தி செய்து வரும் மகளிரே மகளிர் தொழில் முனைபவர்" என வரையறுக்கிறார்.

இந்திய அரசு, வணிக நிறுவனம் ஒன்றில் சாதாரண பங்கு மூலதனம் மற்றும் பணியில் மகளிரின் பங்கேற்பு அடிப்படையில் மகளிர் தொழில் முனைவோர்க்கு பின்வருமாறு இலக்கணம் வரைந்துள்ளது.

"நிறுவனத்தின் மூலதனத்தில் குறைந்த பட்சம் 51 விழுக்காடு நிதிசார்ந்த உரிமையும் உருவாக்கப்பட்ட பணியில் 51 விழுக்காட்டிற்கு குறையாதவற்றை மகளிருக்கு அளிக்கும் மகளிரால் உரிமை ஏற்று நடத்தப்படும் மற்றும் கட்டுப்படுத்தப்படும் ஒரு தொழில் வினை மகளிர் தொழில் முனைவு ஆகும்."

மகளிர் தொழில் முனைவோருக்கான வாய்ப்புகள் (Opportunities for Women Entrepreneurs)



I. தொழில் அடிப்படையில் எழும் வாய்ப்புகள் (Opportunities Based on Business)

மகளிர்கள் அவர்கள் சார்ந்துள்ள இடம் தேர்வு செய்யும் தொழில் முதலிடும் திறன் தொழில் மற்றும் தொழில் நுட்பம் சாரா ஆற்றல் மற்றும் திறன் இவைகளின் அடிப்படையில் ஏராளமாக தொழில் வாய்ப்பை பெற்றுள்ளனர். மகளிர் தொழில் முனைவோராக எண்ணி விட்டால் அவருக்கு ஏராளமான வாய்ப்பு கதவுகள் திறக்க காத்துக் கிடக்கின்றன. அவற்றில் சிலவற்றை பார்ப்போம்.

i. உற்பத்தி பிரிவில் (In the sphere of Manufacutring)

உற்பத்தி பிரிவில் பெண்கள் மெழுகுவர்த்தி செய்தல், அப்பளம் செய்தல், அகர்பத்திகள் செய்தல், பின்னலாடைகள் செய்தல், கைவினைப் பொருட்கள் செய்தல், ஆடை உற்பத்தி செய்தல், குளிர்பானங்கள் செய்தல், அச்சகம் நடத்துதல், இனிப்பு பொருட்கள் தயாரித்தல், ஊறுகாய் தயாரித்தல், கம்பள விரிப்புகள் தயாரித்தல் போன்ற தொழில்கள், மகளிருக்கு ஏற்றத் தொழில்களாக நிரூபிக்கப்பட்டுள்ளன.

ii. சேவை தொழில் பிரிவு (In the sphere of Service)

சேவை தொழில் பிரிவைப் பொறுத்தவரை, சிற்றுண்டி சாலை நடத்துதல், உணவு சமைத்து விற்பனை செய்தல், கல்விச்சாலை அமைத்தல், கணிணி மையம் துவங்குதல், உலர் வெளுப்பகம் அமைத்தல், தையல் வேலை செய்தல், ஒப்பனை கடைகள் நடத்துதல், குழந்தைகள் காப்பகம் நடத்துதல், மலர் நிலையங்கள், அழகு மையங்கள், நிகழ்வுகள் நடத்தி தரும் நிறுவனங்கள் நடத்துதல் போன்ற பல தொழில்கள் சேவை தொழில் பிரிவில் மகளிருக்கு அதிக வாய்ப்பை உருவாக்கித் தருகின்றன.

iii. வணிகப்பிரிவு (In the sphere of Commerce)

வணிகப்பிரிவை பொறுத்த மட்டில் அழகுப் பொருட்கள் வணிகம், நோய் அறியும் மையம் (Diognostic centre), பால் விநியோகம், இனிப்புக் கடைகள், மளிகைக் கடைகள், ஆடையகங்கள், காய்கறி வணிகம், பழச்சாறு நிலையங்கள், குளம்பியகங்கள், தேனீர் வணிகம், மருந்துக்களம், துணி விற்பனை, போன்ற பல முயற்சிகளை வணிகப்பிரிவில் மேற்கொள்ளலாம்.

iv. பெரிய தொழில் (In the sphere of Large Business)

அதிக கல்வியறிவு பெற்ற, தொழில் கல்வி பயின்ற மகளிர் பெரிய தொழிலான பல்நோக்கு மருத்துவமனை, நட்சத்திர விடுதிகள், தொழில்கல்வி பயிற்சி நிலையங்கள், தயாரிப்பு வினைகள், விளம்பர நிறுவனங்கள், திரைப்படம் தயாரிக்கும் நிறுவனங்கள், அழைப்பு மையங்கள், போன்ற பல பெரிய தொழில்களில் அவரவர் படிப்பிற்கு ஏற்ற வகையில் தொழில்வினை மேற்கொள்ளலாம்.

II. நிதி திரட்டும் வாய்ப்புகள் (Financial Opportunities)

பெண் தொழில்முனைவோர்களுக்கு இந்தியாவிலுள்ள அனைத்து வங்கிகளும் கச்சா பொருள் மற்றும் இயந்திரங்கள் வாங்குவதற்கு நுண் சிறு கடன்களை வழங்கி நிதி ஆதரவு நல்கி வருகிறது.

III. நிதிசாரா ஆதரவு (Non–Financial Support)

மகளிர் தொழில் முனைவோர்க்கு கீழ் குறிப்பிட்ட வகையில் நிதிசாரா ஆதரவு வழங்கப்படுகிறது.

(i) மகளிர் தொழில்களுக்கு ஏற்ற கொள்கைகள் மற்றும் சட்ட அமைப்புகளை நிறுவ உதவுகிறது.

(ii) நிதிசார் ஆலோசனை வழங்குவது.

(iii) தொழில் ஆலோசனை சேவை வழங்குவது.

(iv) சட்ட தடைகளை களைய உதவுவது.

(v) வியாபார தொடர்புகளை ஏற்படுத்த உதவுவது.

(vi) ஆராய்ச்சி நடவடிக்கைகளுக்கு உதவுவது.

(vii) இலாபம் ஈட்டும் திறனை கூட்ட ஆலோசனை தருவது.

(viii) பொருட்களை வடிவமைக்க யோசனை வழங்குவது.

(ix) குறைந்த வட்டியில் கடன் தருவது.

(x) பிணையமற்ற கடன் தருவது.

(xi) கடன் கோரும் விண்ணப்பங்களை உடனடியாக பைசல் செய்வது.

(xii) வாங்கிய கடனை திருப்பி வசூல் செய்வதில் நெகிழ்வுத் தன்மையுடன் நடந்து கொள்வது.

IV. சங்கங்கள் ஏற்படுத்தி தரும் வாய்ப்புகள் (Opportunities Created by Associations)

சுய உதவிக் குழுக்கள் இந்திய மகளிர் தொழில் முனைவோர் சம்மேளனம் (Federation of Indian women Entrepreneurs). சிறுதொழிலில் வளர்ச்சி அமைப்பு (SIDO) இந்திய வேளாண் மற்றும் ஊரக வளர்ச்சி வங்கி (NABARD), சுயதொழில் ஈடுபட்டுள்ள மகளிர் சங்கம், (SEWA), கர்நாடக மகளிர் தொழில் முனைவோர் சங்கம் (AWARE), பன்னாட்டு தொழில் முனைவு மற்றும் தொழில் முன்னேற்ற மையம். (The international Centre for entrepreneurship and career development). டை ஸ்ரீ சக்தி Tie sree Shakthi (TSS) தமிழ்நாடு மகளிர் வளர்ச்சி கழகம், மகளிர் தொழில் நிறுமங்களின் சந்தை அமைப்பு, (Marketing organisation of women entrepreneur) மகளிர் தொழில் முனைவு சங்கம், தமிழ்நாட்டு மகளிர் தொழில் முனைவோர் சங்கம். விவோ பை கூகுள் (Weow by google) போன்ற பல அமைப்புகள் மகளிர் தொழில் முனைவோர்களுக்கு நல்லாதரவை வழங்கிவருகின்றன.

மகளிர் நடத்தி வரும் நடுத்தர தொழில்களைப் பொறுத்த வரையில் கடன் பொறுப்பு திட்டத்தின் கீழ் மகளிரால் நடத்தப்படும் குறு மற்றும் சிறுத்தொழில்களுக்கு வழங்கப்படும் 80 விழுக்காடு பொறுப்புறுதி சலுகை மேற்கூறிய நடுத்தர தொழில்களுக்கு வழங்கப்படுகிறது.

V. அரசு ஏற்படுத்தி தரும் வாய்ப்புகள் (Opportunities Created by Government)

நடுவண் மற்றும் மாநில அரசுகள் மகளிர் தொழில் முனைவை பெருக்கிட பல்வேறு திட்டங்களை தீட்டி அவற்றை செயல்படுத்தி வருகின்றன. அவைகளாவன:

(i) மகளிர் நிறுமங்களுக்கான "Stand Up" இந்தியா திட்டம்.

(ii) மகளிருக்கான வணிகம் தொடர்பான தொழில் முனைவு உதவி மற்றும் வளர்ச்சி திட்டம் (Trade related entrepreneurs Assistance in development scheme)

(iii) மகிள கயறு திட்டம் (Mahile coir scheme).

(iv) மகிள E. hatt

(v) மகளிர் உதவி திட்டம்.

(vi) பிரதம மந்திரி ஊரகத்திட்டம்

(vii) இந்திய கிராம மகளிர் மற்றும் குழந்தைகள் வளர்ச்சி திட்டம்.

(viii) மகளிருக்கான முத்ரா யோஜனா திட்டம்.

(ix) யுத்யோகினி திட்டம்.

(x) ஊரக இளைஞர்களின் சுயதொழில் பயிற்சி திட்டம்.

VI. பயிற்சியின் மூலமாக ஏற்படுத்தப்படும் வாய்ப்புகள் (Opportunities Created through Training Programme)

நடுவண் அரசு தேசிய அளவில் இளைஞர்களின் ஆற்றலை பெருக்கிட கொள்கைகளை வகுத்தும் (skill development policy) மற்றும் அதன் கீழ் தேசிய ஆற்றல் செயல்திறன் மேம்பாடு நோக்கத்தை 2007 ம் ஆண்டு பிரகடனம் செய்தது. இத்திட்டத்தினால் தற்கால இளைஞர்களுக்கு தொழில் ஆற்றலை பெருக்கிடவும், தொழில் கல்விகளை புகட்டவும் மற்றும் தொழில் முனைவு உணர்வை ஊட்டவும் சிறப்பு பயிற்சிகள் தரப்பட்டு வருகின்றன. நடுவண் அரசு பல பயிற்சி திட்டங்களை கீழ் குறிப்பிட்டுள்ள முகமைகள் மூலமாக பயிற்சி திட்டங்களை செயல்படுத்தி வருகிறது.

i) மகளிருக்கான பயிற்சி மற்றும் சுயதொழில் ஆதரவு திட்டம் (STEP).

ii) ஊரகத்தில் உள்ள மகளிர் மற்றும் சிறார்களுக்கான வளர்ச்சி திட்டம் (DWCRA).

iii) சிறுதொழில் சேவை நிறுவனம்.

iv) மாநில நிதி கழகம்.

v) தேசிய சிறு தொழில் கழகம்.

vi) மாவட்ட தொழில் மையம்.

VII. இந்திய மகளிர் தொழில் முனைவோர் கூட்டமைப்பு (Consortium of Women Enterpreneurs in India)

இந்திய மகளிர் தொழில் முனைவோர் கூட்டமைப்பு 1996ம் ஆண்டு ஒரு அரசு சார்புடைய சங்கமாக (Civil Society) பதிவு செய்யப்பட்டது. இது ஒரு இலாப நோக்கமற்ற அமைப்பாக இந்திய அரசால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட அமைப்பு. இவ்வமைப்பு இந்திய தேசிய வாரியத்தின் உறுப்பினராக உள்ளது மற்றும் சிறு மற்றும் நடுத்தர தொழில் (MSME) அமைச்சகத்தின் உறுப்பினராகவும் செயல்பட்டுவருகிறது. இவ்வமைப்பு ஊரக வளர்ச்சி அமைச்சகத்துடன் இணைந்து பணியாற்றி வருகிறது. கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள பணிகளில் தன்னை முழுமையாக அர்ப்பணித்துக் கொண்டுள்ளது.

i. மகளிரால் ஆரம்பிக்கப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கு ஊன்றுகோலாக விளங்குகிறது.

ii. மகளிரின் பொருளாதார ரீதியான சக்தியை பெற்றிட உதவுகிறது.

iii. இயற்கை வளவசதியை பெற்றிட மகளிர் நிறுவனங்களுக்கு உதவுவது.

iv. மகளிரால் நடத்தப்படும் நிறுமங்கள் தயாரிக்கும் பொருட்களின் வடிவமைப்பு மற்றும் புதுப்பொருட்களை உருவாக்கும் முயற்சிக்கு ஆலோசனை தருவது.

v. மகளிர் நிறுமங்களுக்கு சந்தையிடுகை ஆதரவு, தரக்கட்டுபாட்டு ஆதரவு, தொழில்நுட்ப ஆதரவு இவைகளை தருவது.

vi. பல்வேறு மகளிர் தொழில்முனைவு தொடர்பான அரசுத் திட்டங்களை குறித்து மகளிருக்கு விழிப்புணர்வு ஏற்படுத்துவது.

vii. சுருங்கக் கூறின் மகளிர் நிறுமங்கட்கு தேவைப்படும் அனைத்து உதவிகளையும் நல்கும் ஒரு சிறந்த அமைப்பாகச் செயல்படுகிறது.

மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் எதிர்கொள்ளும் சவால்கள் (Challenges of Women Entrepreneurs)

மகளிர் தொழில் முனைவோர்கட்கு மேற்குறிப்பிட்டவாறு ஏராளமான வாய்ப்புகள் இருந்தபோதும், அவர்கள் எதிர்கொள்ளும் சவால்கள் ஏராளம் என பல ஆராய்ச்சிகள் வெளிப்படுத்தியுள்ளன. அவைகளில் சிலவற்றை கீழே விவாதிப்போம்.

1. நிதிப்பிரச்சனை (Problem of Finance)

மகளிர் தொழில் முனைவோர்களுக்கு தங்களின் தொழில் வினையில் ஏற்படும் நிதிப் பற்றாக்குறையை சமாளிப்பது மிகப்பெரிய சவாலாக விளங்குகிறது. தங்களின் பெயரில் சொத்துக்கள் இல்லாத மகளிர் உரிமையாளர்கள் பிணைக்கடன் பெறுவதில் பெரும் இன்னல்களுக்கு உட்படுத்தப்படுகிறார்கள். மேலும் நிதி நிறுவனங்களும் மகளிர் தொழில் முனைவோர்களின் தொழில் முனைவு திறமையில் போதிய நம்பிக்கை இல்லாமல், மகளிர் உரிமையரின் கடன் கோரிக்கைகளை கண்டு கொள்வதில்லை எனவும் மகளிர் கடன் பெறா வண்ணம் பல நிபந்தனைகள் விதித்து அவர்களை தொழில் முனைவிலிருந்து ஆர்வம் இழக்க செய்யும்படி நிதி நிறுவனங்களின் செயல்பாடுகள் இருப்பதாகவும் குற்றம் சாட்டப்படுகிறது. எனவே மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் தங்களின் சொந்த சேமிப்பையோ அல்லது உறவினர்கள் மற்றும் நண்பர்களிடமிருந்து கடன் பெற்று தொழிலை மேற்கொள்கிறார்கள். இதன் விளைவாக மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் தாங்கள் மேற்கொண்டுள்ள வினைகளை போதிய அளவில் விரிவாக்கம் செய்ய இயலாமல் தவிப்பதாக கூறப்படுகிறது.

2. இயக்கத்தடை (Limited Mobility)

மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் நமது நாட்டு கலாச்சாரப்படி அவர்கள் நடந்து கொள்ள வேண்டிய சூழலில் வீட்டு பொறுப்புகளையும் சுமக்க வேண்டியுள்ளது.

என்னதான் தொழில் உரிமையாளராக மகளிர் உயர்ந்தாலும் தாயாக, மனைவியாக, மகளாக, மருமகளாக, மாமியாராக, பாட்டியாக தன்னுடைய கடமைகளை தட்டிக்கழிக்க முடிவதில்லை. தொழிலை துவங்கிய பின் பல்வேறு காரணங்களுக்காக மகளிர் வெளியில் செல்ல முடிவதில்லை. உதாரணமாக பொருளை கொள்முதல் செய்வது தொடர்பாக, வங்கியில் கடன் பெறுவது தொடர்பாக, விற்பனை பொருட்டும் தரக்கட்டுப்பாட்டை மேற்கொள்ளவும், ஊழியர்களை மேற்பார்வை செய்யவும், பலதரப்பட்ட ஒப்புதல்களை அரசு மற்றும் பிற ஒழுங்காற்று நிறுமங்களிடமிருந்து (Regulatory Bodies) பெற்றிடவும் பயணிக்க வேண்டியுள்ளது. இப்படிப்பட்ட பயணம் ஆண்களுக்கு என்னமோ எளிது. ஆனால் வீட்டு வேலையும் தன் தோளில் ஏற்றி சுமந்து வரும் மகளிரால் எப்படி சதா வெளியில் சென்று பயணத்தில் இருக்கமுடியும். இதனால் அவர்கள் பிறரிடம் இந்த பயண வேலைகளை ஒப்படைக்க வேண்டியுள்ளது. எனவே ஆண் தொழில் முனைவோர்க்கு நிகராக மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் பயணத்தில் போட்டியிட விரும்புவதில்லை.

3. கல்வியறிவு இன்மை (Lack of Education)

ஏட்டறிவு இல்லா அல்லது குறைவாக படித்துள்ள மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் வியாபாரம் அல்லது தொழில் தொடர்பான கருத்துக்களை முழுவதாக புரிந்து கொள்ள முடியாதவராக உள்ளனர். உதாரணமாக கணக்கை பராமரித்தல், பணம் கொடுக்கல் வாங்கலை கணக்கு வைத்துக் கொள்ளுதல், பொருளை சந்தையிட தொழில்நுட்ப கருத்துக்களை உள்வாங்குதல் போன்ற பல தரப்பட்ட செய்திகளை தெளிவாக விளங்கிக் கொள்ள குறைவான படிப்பு அல்லது படிப்பறிவு இன்மை மிகப் பெரிய இடையூறாக இருக்கிறது.

4. ஆதரவு இன்மை (Lack of Support Network)

மகளிர் தொழில் முனைவோர் செம்மையாக தன் வினையை செயல்படுத்த பலதரப்பட்ட மக்களின் கனிவு, பரிவு மற்றும் ஆதரவு இவைகள் தேவைப்படுகின்றன. குறிப்பாக கணவன், பிள்ளைகள், பெற்றோர்கள், வாழ்க்கைப்பட்ட இடம், நண்பர்கள், அருகில் வசிப்பவர்கள் என பலரின் ஒத்துழைப்பு தேவைப்படுகிறது. மிகவும் குறிப்பாக மகளிர் தொழில் முனைபவர் உணர்வு ரீதியாக தொழிலில் துவண்டு கிடக்கும்போது அவர்களுக்கு உளவியல் ரீதியான ஆதரவும் மற்றும் கனிவான அதே சமயம் நம்பிக்கை கொடுக்கின்ற அறிவுரை வேண்டும். பல சமயங்களில் இப்படிப்பட்ட நெருக்கடிகள் தொழிலில் வரும்போது மேற்கூறிய ஆதரவு மையங்கள் தோள் கொடுக்க முன் வர வேண்டும். அந்த நேரங்களில் மகளிரை கேலி செய்யும் பேச்சு, சாபம், ஏளனம் ஆகியவை அவர்களின் நம்பிக்கையை தகர்க்கின்றது. குறிப்பாக ஆண் ஆதிக்க மனப்பான்மை கொண்ட நபர்களின் நடத்தை மற்றும் வார்த்தை வன்முறைகள் மகளிரின் தொழில் துணிவை மிகவும் பாதிக்கிறது.

5. கடும்போட்டி (Stiff Competition)

தாராளமயமான போட்டி உலகில் மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் பெரிய நடுத்தர தொழில்களிடமிருந்து கடுமையான போட்டியை எதிர் கொள்கின்றனர். போட்டியை வலுவாக எதிர்கொள்ள விளம்பரம் மற்றும் விற்பனை பெருக்க யுக்திகளை கையாள வேண்டியுள்ள சூழ்நிலையில் மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் ஈடுகொடுக்க முடியாமல் திணறுகின்றனர். காரணம் போதிய நிதி ஆதாரம் இல்லாததே ஆகும்.

6. உணர்ச்சி வயப்படல் (Sensitivity)

மகளிராக இருப்பவர்கள் இயற்கையாகவே உணர்ச்சி வயப்படக் கூடியவர்கள். உணர்ச்சி பொங்கி எழும்போது கோபப் படக்கூடியவர்கள். இப்படிப்பட்ட மனநிலை தொழிலில் சிக்கல் அல்லது சவால்கள் எழும்போது அமைதியாக, நிதானமாக, பொறுமையாக முடிவெடுக்க அவர்களை விடுவதில்லை. தொழில் பயணத்தால் அவ்வப்போது ஏற்படும் சங்கடங்கள், மனக்கசப்புகள், ஏமாற்றங்கள் சிறு தோல்விகள் மகளிர் தொழில் முனைவோரை ஆர்வம் இழக்கச் செய்கின்றன. இத்தகைய சூழல்கள் மகளிர் தொழில் முனைவரின் செயல்பாட்டை பெரிதும் பாதிக்கின்றன.

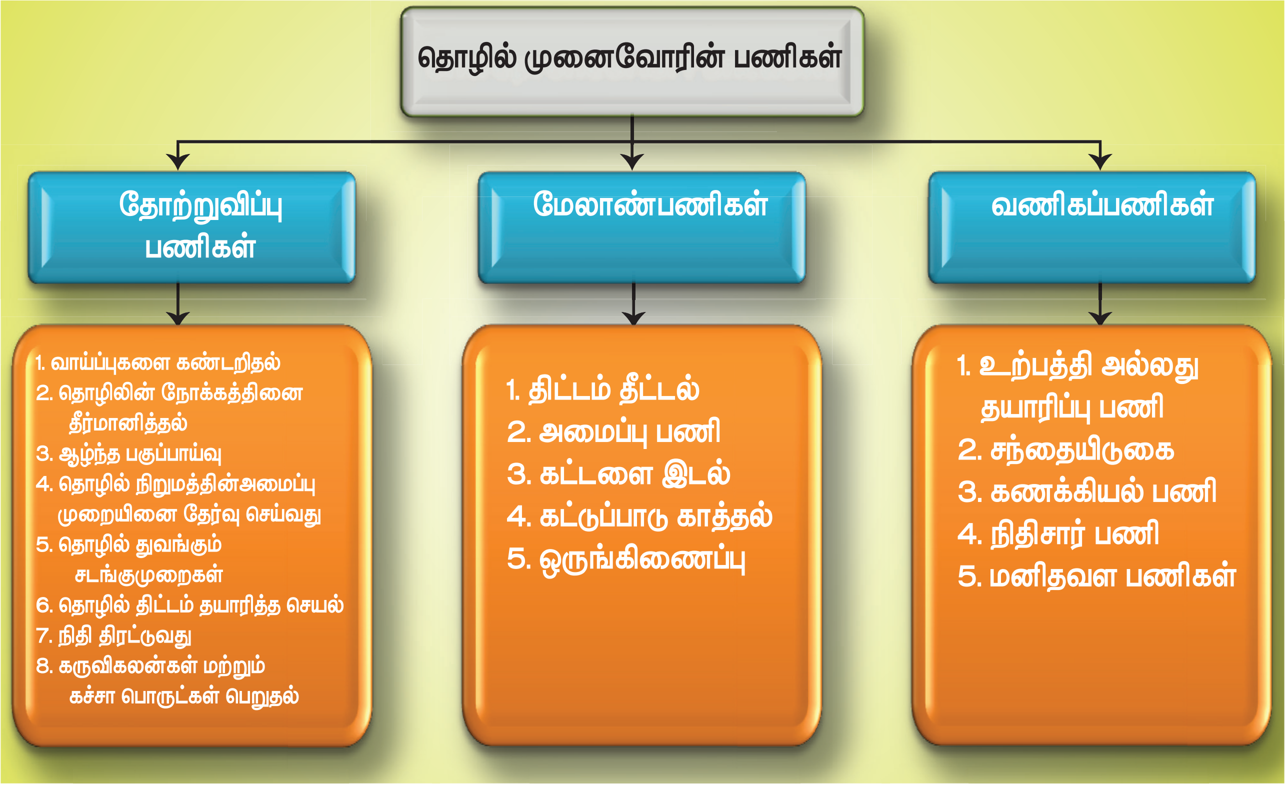
7. போதிய விவரமின்மை (Lack of Information)

மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் தங்களின் குறைந்த படிப்புத் தகுதி காரணமாகவோ அலட்சியம் காரணமாகவோ அல்லது வீட்டு வேலை சுமையின் காரணமாக தங்களால் துவக்கப்படும் தொழிலை சுற்றி என்ன நடக்கிறது? என்னென்ன சலுகைகள் அரசு நல்குகிறது? அரசுசாரா அமைப்புகளின் ஆதரவு என்ன, தங்களைப் போன்று தொழிலை நடத்தி வரும் சக மகளிர் முனைவோர்கள் எப்படி சவாலை சமாளிக்கின்றனர் என்ற விவரங்களை அறிய விரும்புவது இல்லை. இப்படிப்பட்ட போக்குகள் அவர்கள் நடத்தும் தொழிலின் திறனை வெகுவும் பாதிக்கின்றன. எனவே பலதரப்பட்ட வழிகளில் வரும் செய்திகளை தகவல்களை மகளிர் தொழில் முனைவோர்கள் உள்வாங்க இயலாதவராக இருக்கின்றனர்.

8. சார்ந்து வாழும் கலாச்சாரம் (Dependent Culture)

பல சமயங்களில் மகளிர் தன் வாழ்நாள் முழுவதும் நம் நாட்டில் பிறரை சார்ந்து வாழ்ந்து வருகின்றனர். உதாரணமாக திருமணத்திற்கு முன்பு பெற்றோர்கள், திருமணத்திற்கு பின்பு கணவன், வயதான காலத்தில் பிள்ளைகள் என பிறரை மையமாக வைத்தே மகளிர் வாழ்ந்து வருகின்றனர். இந்நிலையில் அவர்களாக தன்னிச்சையாக தடையின்றி எந்த முடிவையும் அவர்கள் எடுக்க விரும்புவதில்லை. எல்லா முடிவுகளுக்கும் பிறரின் அனுமதி வேண்டி காத்து கிடக்கின்றனர். ஆணுக்கு நிகராக மகளிரால் பல முடிவுகளை மேற்கொள்ள முடிவதில்லை. இப்படிப்பட்ட கலாச்சார தடை மகளிர் தொழில் முனைவோர்களை தன்னுடைய விருப்பப்படி தொழிலை துவங்கி அதனை நிர்வகிக்க அனுமதிப்பதில்லை.

23.06 தொழில் முனைவோரின் பணிகள் (Entrepreneurial Functions)



I. தொழில் முனைவோரின் தோற்றுவிப்பு பணிகள் Promotional Function

(1) வாய்ப்புகளை கண்டறிதல் (Discovery of Idea)

எந்தெந்த தொழிலில் நுழைந்தால் என்னென்ன வாய்ப்புகள் கிட்டும் என எப்போதும் சிந்திக்க வேண்டும். தொழில் துவங்கும் எண்ணம் சுயமாகவோ அல்லது பிறர் மூலமாகவோ பெறலாம். சிலசமயங்களில் தொழில் முனைவோர் தனது அனுபவத்தின் மூலமோ, சூழ்நிலையை கூர்ந்து நோக்குவதன் மூலமோ படித்த படிப்பின் வாயிலாகவோ, பெற்ற பயிற்சியின் வழியாகவோ, சந்தையில் ஆய்வு நடத்தியோ நல்ல நல்ல தொழில் முனைவு வாய்ப்புகளை கண்டறிய முடியும். எனவே எந்த செயல் வினை பலனளிக்கும் என சீராய்ந்து ஒன்றை தெரிவு செய்வது முதல் பணியாகும்.

(2) தொழிலின் நோக்கத்தினை தீர்மானித்தல் (Determining the Business Objectives)

தான் நுழைந்த தொழிலின் தன்மை, மற்றும் தொழிலின் வகை அதாவது உற்பத்தி செயலா அல்லது வணிகச் செயலா என்பதை மனதில் வைத்தும், தொழிலினை செயலாக்க தேர்வு செய்யப்பட்ட தொழில் அமைப்பு முறையினை மனதில் கொண்டும் தொழில் நிறுமத்தின் நோக்கத்தினை தீர்மானிக்க வேண்டும்.

(3) ஆழ்ந்த பகுப்பாய்வு (Detailed Investigation)

தொழில் முனைபவர் உற்பத்தி செய்ய அல்லது விற்பனை செய்ய விரும்பும் பொருளினை பற்றிய விரிவான ஆய்வினை மேற்கொள்ளவேண்டும். உத்தேசித்த பொருளின் சந்தை வாய்ப்பு அதாவது தேவை எப்படி உள்ளது, அந்த பொருளை வெற்றிகரமாக உற்பத்தி செய்ய முடியுமா என்று தீவரமாக ஆய்வில் இறங்க வேண்டும். உற்பத்தி செய்ய உத்தேசித்துள்ள பொருளை தயாரிக்க தேவைப்படும் இடு பொருட்கள் எங்கு கிடைக்கும், அதன் விலைகள் என்ன அதனை எந்த விதிகள் மற்றும் நிபந்தனைகளில் பெறுவது எனவும் ஆய்வு நடத்திட வேண்டும்.

(4) தொழில் நிறுமத்தின் அமைப்பு முறையினை தேர்வு செய்வது (Choice of Form of Enterprise)

தொழில் முனைவோர் தான் துவங்க விரும்பும் வினையினை செயல்படுத்த பொருத்தமான தொழில் அமைப்பு முறையை தீர்மானிக்கவேண்டும். அதாவது தனியாள் வணிகமா, கூட்டாண்மை வியாபார நிறுமமா அல்லது கூட்டுறவு அமைப்பா என்பதை முடிவு செய்திடல் வேண்டும். மேற்கூறிய அமைப்புகளில் எதனை தேர்ந்தெடுப்பது என்பதை பல காரணிகள் தீர்மானிக்கின்றன. அவைகள் ஆவன: உற்பத்தி உத்தேசித்த பொருளின் தன்மை, முதலீட்டின் அளவு, செயலின் தன்மை. அமைப்பு முறையின்

அளவு, உரிமையரின் ஏற்கும் பொறுப்பின் தன்மை, இடரின் அளவு, செயல் அளவு, நிலைத்தன்மை போன்றவைகளாகும்.

(5) தொழில் துவங்கும் சடங்குமுறைகள் (Fulfilment of the Formalities)

பொருத்தமான தொழிலின் அமைப்பு முறையை தேர்ந்தெடுத்த பின்பு, அந்த அமைப்பு முறையை ஏற்படுத்த சடங்கு முறைகள் உள்ளன. தனியாள் வியாபாரமாக இருப்பின், சடங்கு முறை ஒன்றும் பெரியதாக இல்லை. கூட்டாண்மை தொழில் அமைய கூட்டாண்மை பத்திரம் தயாரித்து அதனை பதிவு செய்திட வேண்டும். ஆனால் கூட்டு பங்கு நிறுமமோ அல்லது கூட்டுறவு நிறுமத்தையோ ஏற்படுத்த சட்ட சடங்குகள் ஏராளம் உள்ளன. அவை அனைத்தையும் நிறைவேற்றி தோற்றுவிக்கும் தொழில் முனைவோர் வினையை தொடங்க வேண்டும்.

(6) தொழில் திட்டம் தயாரித்த செயல் (Preparation of Business Plan)

தொழில் முனைபவர் வியாபார திட்டத்தினை தயாரிக்க வேண்டும். இந்த திட்டத்தின் மூலமே தான் மேற்கொள்ள இருக்கும் வினையின் நோக்கங்களை குறிப்பிட்ட காலத்திற்குள் எய்த முடியும். இந்த தொழில் திட்டம் ஒரு செயல் ஆவணமாகும். இந்த ஆவணத்தில் தொழில் முனைவோரை பற்றிய விவரங்கள், தொழிலின் அமைவிடம், நிலம் மற்றும் கட்டிட தேவைகள், நிறுவ வேண்டிய இயந்திரங்கள், பொறிகள், முடிவுற்ற பொருட்களை, தயாரிக்க தேவைப்படும் உள்ளீட்டுப் பொருட்கள் வினையை செயலாக்கத் தேவைப்படும் மனித சக்தி, போக்குவரத்து மற்றும் தகவல் தொடர்பு வசதி, நடைமுதலின் அளவு சமநிலை புள்ளி, செயல் திட்டத்தினை செயலாக்கும் காலஅளவு, போன்ற விவரங்கள் இந்த ஆவணத்தில் இடம் பெறவேண்டும்.

(7) நிதி திரட்டுவது (Mobilization of Funds)

வினையை செயலாக்க தேவைப்படும் நிலைநிதி மற்றும் நடைமுதல் நிதிகளின் அளவை தீர்மானிக்கவேண்டும். நிலை நிதியினை பொறுத்தவரை சொந்த சேமிப்பிலிருந்தோ நண்பர்கள் வட்டாரத்தில் இருந்தோ, உறவுமுறையின் உதவியாலோ, வங்கிகளிடமோ அல்லது நிதி நிறுமங்களிடமிருந்து கடனாகவோ, வினைமுதல் நிறுமங்களிடமிருந்து பங்கு வெளியீட்டின் மூலமோ, கடன் பத்திர வெளியீட்டின் மூலமோ தவணை கடன் மூலமோ வங்கிகளிடம் மாற்று சீட்டுகளை வட்டஞ் செய்தோ குறுகிய கால கடன் பெறுவதன் மூலமோ, பந்தக் கடன் பெறுவது வாயிலாக சொத்துக்கள் அடமானம் செய்வதன் மூலமோ, பத்திரங்கள் அடகு வைப்பதன் மூலமோ நடைமுறை முதல் பெறுவது குறித்துத் தீர்க்கமான முடிவு மேற்கொள்ள வேண்டும். ஆக நிலைமுதல் மற்றும் நடைமுறை முதல் பெறும் முல ஆதாரங்களை அடையாளம் காணவேண்டும்.

(8) கருவிகலன்கள் மற்றும் கச்சா பொருட்கள் பெறுதல் (Procurement of Machines and Materials)

பொருளைத் தயாரிக்க உதவும் கருவி கலன்கள் மற்றும் தொழில் நுட்பம் எங்கு கிடைக்கும் என ஆராயவேண்டும். அவ்வாறே பொருளைத் தயாரிக்கத் தேவைப்படும் உள்ளீட்டு பொருட்கள் பெறுவது குறித்துத் திட்டமிட வேண்டும். கருவிகள் பொருட்கள் எங்கு கிடைக்கிறது என்ன விலையில் கிடைக்கிறது, யார் யார் எல்லாம் உற்பத்தி செய்கின்றனர், பல்வேறு தயாரிப்பாளர்களின் சொற்பகர்வுகள் (terms and conditions) என்னென்ன என்பதை அக்கு வேறு ஆணிவேறாக அலச வேண்டும்.

II. மேலாண்மைப் பணிகள் (Managerial Functions)

(1) திட்டம் தீட்டல் (Planning)

மேற்கொண்ட தொழில் வினை தன்னுடைய இறுதி இலக்கினை நோக்கிச் செவ்வனே பயணிக்க நோக்கங்கள், இலக்குகள், தொலை நோக்கு செயல்முறைகள், காலத்திட்டம் எண்குறித் திட்டம் (budget) நிகழ்வுத்திட்டம் (program) போன்றவற்றை வகுக்கவேண்டும்.

(2) அமைத்தல் (Organising)

தொழில் முனைவோர் தொழில் திட்டத்தினை அரங்கேற்ற தேவைப்படும் தொழில் அமைப்பினைத் தேர்வு செய்தல், அதன் அக கட்டமைப்பு முறையை வடிவமைத்தல், துறைகளை உருவாக்குதல், அதிகார ஒப்புடைவு செய்தல், அதிகார மையமாக்குதல் அல்லது பரவலாக்குதல், மேற்பார்வைவீச்செல்லையைமுடிவுசெய்தல்தேவைப்படும் பணியர்களைப் பணி அமர்த்தல் அவர்களிடையே உறவுமுறைகளை ஏற்படுத்தி பொறுப்பாக்குதல் போன்ற அலுவலக நடைமுறைகளைச் செயல்படுத்தவேண்டும்.

(3) இயக்குவித்தல் (Directing)

இயக்குவித்தல் பணியைப் பொறுத்த வரை தொழில் முனைவோர் தன்னிடம் பணிபுரியும் ஊழியர்களை வழிநடத்திச் செல்லவேண்டும். வினையின் நோக்கினை எய்திட ஊழியர்களுக்குச் செயல் ஊக்கம் தரவேண்டும். கட்டளைகள் மற்றும் இலக்குகளை அடைய முறையான செய்தி மற்றும் தகவல் ஓட்டத்தை அமைப்பிற்குள் ஏற்படுத்த வேண்டும். அனைத்துப் பணியார்களும் தங்களுக்கு ஒதுக்கப்பட்டுள்ள பணிகளைச் செவ்வனே நிறைவேற்ற அவர்களுக்கு ஏற்ற தலைமையை நல்கவேண்டும்.

(4) கட்டுப்படுத்துதல் (Controlling)

தொழில் முனைவோர் தன்னுடைய ஊழியர்களின் பணி செயல்பாட்டை மதிப்பிட மற்றும் அனைத்துப் பணிகளும் செவ்வனே அரங்கேறுகிறதா என உறுதி செய்ய தேவையான கட்டுப்பாட்டு முறையினைப் புகுத்தல் வேண்டும். நிறும கட்டுப்பாடு காத்தலைப் பொறுத்தமட்டில், இதன் கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள சட்டங்கள் உள் அடங்கும். அவையாவது:

i. தர இலக்கை நிர்ணயித்தல்
ii. உண்மையான செயல் அளவை மதிப்பிடல்.
iii. செய்த செயலை இலக்குடன் ஒப்பு நோக்குதல்.
iv. இலக்கோடு செயல்பாடு ஒத்து இருந்தால் மனநிறைவு அடைதல்.
v. சரி செய் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளல்
vi. இலக்கும் செய்தசெயல் அளவும் வேறுபட்டால் ஏன் இலக்குகள் எட்டப்படவில்லை என்ற காரண காரியத்தை அலசுதல்

அதன் மூலம் இலக்கை அடைய வகை செய்தல். நிறுமத்தின் செயல்திறனை அளவிட பல்வேறு கட்டுப்பாட்டு நுட்பங்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன, அவைகளாவன அகசீராய்வு,அகத்தணிக்கை,நிர்வாகதகவல்தொடர்புமுறை, செலவுக்கட்டுப்பாடு, நிதிசார் கருவிகள், தரக்கட்டுபாடுமுறை, எண்குறித்திட்டமுறை (budget) போன்ற இன்ன பிற நுட்பங்களும் கையாளப்படுகின்றன.

(5) ஒருங்கிணைப்பு (Coordination)

பலதரப்பட்ட துறைகளின் தனிப்பட்ட செயல்பாடுகளை ஒன்றுபடுத்தி அவற்றை நிறும இலக்குகளை நோக்கி திருப்பிடும் செயலுக்கு ஒருங்கிணைப்பு என்று பெயர். இதனை மகாபாரதத்தில் கிருட்டிணன் ஓட்டிய பலகுதிரைகளை இழுக்கும் இரதத்துடன் ஒப்பிடலாம், ஒவ்வொரு குதிரையும் ஒரு துறை. கிருட்டிணன் கடவுள் தான் தொழில் உரிமையாளர், சாலையில் நேராக பயணிப்பது தான் இலக்கு என வைத்துக் கொள்வோம், அனைத்து குதிரைகளையும் ஒரே சீராக ஓட்ட வேண்டும், அப்போதே இரதம் இயங்கும். அதுதான் ஒருங்கிணைப்பு.

III. வணிகப்பணிகள் (Commercial function)

(1) உற்பத்தி அல்லது தயாரிப்பு பணி (Production/ Manufacturing Function)

உற்பத்தி பணியை பொறுத்தவரை தொழில் முனைவோர் எந்த இடத்தில் தொழிலை நிறுவுவது; தொழிலை நிறுவிய இடத்தின் உள் அமைப்பு எப்படி இருக்கவேண்டும்; என்னப் பொருளை தயாரிக்க வேண்டும். எந்த அளவு உற்பத்தி பொருட்கள் இருக்கவேண்டும், பொருளின் வடிவம் எப்படி இருக்கவேண்டும், போன்ற உற்பத்தி தொடர்பான பணிகளை முடிவு செய்து செயலில் இறங்கவேண்டும். இது மட்டுமின்றி உற்பத்தி திட்டமிடல், கட்டுப்பாடு, பராமரிப்பு, பழுதுநீக்குதல், கொள்முதல் சரக்கு இருப்பு வைத்தல், பொருட்களை உற்பத்தி கூடங்களில் கையாளுதல் போன்ற உற்பத்தியுடன் நெருங்கிய தொடர்புடைய துணை மற்றும் இணைப் பணிகளை நிறைவேற்ற வேண்டும்.

(2) சந்தையிடுகை (Marketing Function)

சந்தையிடுகை என்ற சொல் பொருள் உற்பத்திக்கு முன்பே தொடங்கி பொருளை உற்பத்தி செய்த பின் வாடிக்கையாளர் வசம் கொண்டு சேர்க்கும் வரையிலான ஒட்டு மொத்த நடவடிக்கைகளையும் உள்ளடக்கிய சொல். விற்பனை என்ற சொல் சந்தையிடுகை பணியின் ஒரு முக்கிய அங்கம். விற்பனை செய்வதே சந்தை இடுகை என நினைத்து விடக்கூடாது. சந்தையிடுகை பணியில் தொழில் முனைவோர் செய்யவேண்டிய பணிகளாவன: பொருட்களைப்பற்றிய வாடிக்கையாளரின் சுவை மற்றும் மன ஓட்டத்தை அறிதல், பொருளை திட்டமிடல், பொருளை உருவாக்குதல், பொருளை உருவாக்கி நிலைப்படுத்தல் (standardisation) விலைவைத்தல், கட்டுமம் செய்தல், பண்டகக்காப்பில் இருப்பு வைத்தல், பொருளை பகிர்தல், பொருளின் விற்பனையை கூட்ட விற்பனையை பெருக்க நடவடிக்கை மேற்கொள்ளல், விளம்பரம் செய்தல், பொருளை விற்க விற்பாண்மையரை அமர்த்தல் போன்ற பல பணிகளை தொழில் முனைவோர் செய்யவேண்டும். சந்தைக்கு பொருளை எந்த இலக்கை கொண்டு போய் சேர்க்க வேண்டுமோ அதற்கு தக்கபடி சந்தை கலவையை (marketing mix) தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். சந்தை கலவை என்பதன் பொருள், விலைவைத்தல், விற்பனை பெருக்கம், மற்றும் பருப்பொருள் விநியோகம் (physical distribution) இவைகளை உள்ளடக்கும். சேவைப் பொருள் சந்தையை பொறுத்தவரை மேற்கூறிய சந்தை கலவை உறுப்புகளுடன் மக்கள் செயல்முறை உணர்வு முறை (physical evidence) இந்த மூன்றையும் சேர்த்துக்கொண்டு சேவை சந்தை கலவையை உருவாக்க வேண்டும்.

(3) கணக்கியல் பணி (Accounting Function)

கணக்கியல் பணி என்பது நிதி நிலையை அறியும் பணி. அதாவது ஒரு குறிப்பிட்ட கால இடைவெளியில் மேற்கொண்ட தொழில் முயற்சியில் இலாபம் வந்துள்ளதா அல்லது நட்டம் வந்துள்ளதா எனவும் குறிப்பிட்ட நாளில் முனைந்த தொழிலின் நிதி நிலை எப்படி உள்ளது அதாவது நிலைச் சொத்துக்களின் மதிப்பு என்ன: பொறுப்புகளின் மதிப்பு எண் மூலதனம் எவ்வளவு கூடியுள்ளது அல்லது குறைந்துள்ளது, பிறருக்கு தரவேண்டிய பொறுப்புகள் எவ்வளவு என அறிய இருப்புநிலை குறிப்பு மற்றும் இலாப நட்டக் கணக்கு தயாரிக்கும் பணியையும் தொழில் முனைவோர் மேற்கொள்ள வேண்டும். இதுமட்டுமின்றி ரொக்க ஓட்டம் மற்றும் நிதி ஓட்ட அறிக்கைகள் தயாரித்து ரொக்க மற்றும் நிதி ஓட்டத்தை கண்காணிக்க வேண்டும்.

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 210 19/12/2022 14:49:25

www.tnschoolbooks.in

(4) நிதிசார் பணி (Financial Function)

நிதிசார் பணியை பொறுத்தவரை தொழில்முனைவோர் நிதியூட்டும் முறையினை முடிவு செய்யவேண்டும். மூலதன கட்டமைப்பை முடிவு செய்யவேண்டும். நிதி போக்குவரத்தை கண்காணிக்க வேண்டும். நடைமுறை முதலை சரியாக நிர்வகிக்க வேண்டும். பங்காதாயக் கொள்கை வகுக்க வேண்டும். நிதியை சரியான வழிகளில் முதலீடு செய்யும் முதலீட்டு திட்டத்தை உருவாக்க வேண்டும். (portfolio) ஏட்டுக் கடனை நிர்வகிக்கவேண்டும்.

(5) மனிதவள பணிகள் (Human Resource Function)

தொழில் முனைவோர் தான் மேற்கொண்டுள்ள வினையை செயல்படுத்த எவ்வளவு மனித சக்தி தேவைப்படும் என திட்டம் தயாரிக்கவேண்டும். இரண்டாவதாக எம்மாதிரியான மனிதவளம் அதாவது தொழில் நுட்ப மனிதவளம் மற்றும் பொதுவான மனிதவளம், எவ்வளவு தேவை என நிர்ணயித்து அவர்களை நிறுமத்தின் நிர்வாக கட்டமைப்பில் பல்வேறு மட்டங்களில் பணியில் அமர்த்த வேண்டும். இதற்கென பின்வரும் பணிகளில் ஈடுபடவேண்டும். தகுதியான நபர்களை கண்டறிந்து அவர்களை விண்ணப்பிக்க தூண்டவேண்டும். (Recruitment) தகுதி பெற்ற பொருத்தமான நபர்களை தேர்ந்தெடுக்கவேண்டும் (Selection). தேர்வு செய்த பணியாளர்களுக்கு பணிகளை அறிமுகம் செய்யவேண்டும் (Induction). அறிமுகம் செய்தவர்களை காலவாரியாக பயிற்சிக்கு உட்படுத்த வேண்டும். சரியான ஊதியம் வழங்கவேண்டும். எப்போதும் செயல் ஊக்கப்படுத்த வேண்டும். ஊழியர்களை பாதுகாக்க நடவடிக்கை மேற்கொள்ள வேண்டும். ஊழியர்களின் நல்வாழ்வு திட்டங்களை கொண்டு வரவேண்டும். ஊழியர்களின் செயல்திறமையை மதிப்பிட்டு அவர்களுக்கு பதவி உயர்வு வழங்கவேண்டும். தவறு இழைக்கும் ஊழியர்களை ஒழுங்குபடுத்த வேண்டும். திறமையற்ற மற்றும் பயனற்ற ஊழியர்களையும், ஊழல் செய்தவர்களையும் வெளியேற்றவேண்டும்.

நமது சிந்தனைக்கு

தாங்கள் படிப்பை முடித்த பின்பு கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள காரணிகளை மனதில் கொண்டு எம்மாதிரி ஈடுபடலை தேர்வு செய்வீர்கள்:

பரிமாணம்	ஊதியத் தொழில்	சுயதொழில்
வருவாய்	ஆரம்ப கட்டங்களில் நம்பத்தகுந்த மற்றும் அநேகமாக உயர்ந்த வருமானம், ஆனால் பதவி உயர்வு வாய்ப்புகளால் வரையறுக்கப்படுகிறது	பொருளாதார நிலைமைகள் மற்றும் தொழிலதிபரின் முயற்சிகளைப் பொறுத்து வருமான ஏற்ற இறக்கம்
வேலை நேரங்கள்	நிலையான வேலை நேரங்கள்	வேலை நேரத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் முழுமையான சுதந்திரம்.
வேலை பாதுகாப்பு	பொதுத்துறை நியமனங்கள் தொடர்பான பதவி நிலைகள் நிலையானது தனியார் துறை நியமனங்களில் முழுமையான நிலையற்ற வேலை.	வணிகம் இயங்கும் வரை நிலையான வேலை
நிதி ஆபத்து	ஊதியம் பெறும் வேலைகளில் நிதி ஆபத்து இல்லை	தொடர்ச்சியான இழப்பு காரணமாக முதலீட்டை இழப்பதற்கான ஆபத்து அதிகமாக உள்ளது.
தனிப்பட்ட திருப்தி	ஒரு பணியாளர் வேலை திருப்தி பெறலாம். பணியாளரின் முயற்சிகளால் முதலாளிகள் அதிக பயன் அடைந்து விடுவர்	உரிமையாளர் தனிப்பட்ட திருப்தி உணர்வு பெறுகிறார். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், உரிமையாளரால் எடுக்கப்பட்ட முயற்சிகள் நேரடியாக அவருக்கு வெகுமதி அளிக்கின்றன.
பொறுப்பு	ஒரு ஊழியர் நிறுவன படி நிலையில் நகரும்போது பொறுப்பின் அளவு அதிகரிக்கிறது.	பொறுப்பின் அளவு பல்வேறு பங்குதாரர்களுக்கு எப்பொழுதும் அதிகமாக உள்ளது.

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 211 19/12/2022 14:49:25

www.tnschoolbooks.in

வழக்கு ஆய்வு 1

கோலி வடா பாவ் 1
(இந்திய வீதி உணவு விற்பனையாளர்)

சவால்: கையால் செய்யப்பட்டதால் தரத்தில் சீரானதாக இல்லை; மேலும் அவை குறுகிய காலத்திற்கு மட்டுமே பயன்பட்டது. பொருட்களின் விலை மிகவும் அதிகரித்தால் இலாப வரம்பைக் குறைக்க வேண்டியிருந்தது. திரு. வெங்கடேஷிற்கு கடன் வழங்கிய வங்கி இந்த சிக்கல்களால் ஏற்பட்ட இழப்புகளை நிறுத்தவோ அல்லது வங்கிக் கடன்களை திருப்பி செலுத்தவோ வலியுறுத்தியது.

ஆரம்பம்:

வெங்கடேஷ் ஐயர் மற்றும் சிவ் மேனன் இணைந்து கோலி வடா பாவ் நிறுவனத்தை ஆரம்பித்தனர். குறைந்த வருமானம் பெறும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு மலிவான, சுத்தமான துரித உணவுப் பொருள்களை விற்பனை செய்வதற்காக மும்பைக்கு அருகில் உள்ள கல்யாணில் கோலி வடா பாவ் தொடங்கப்பட்டது.

தயாரிப்பு – வடாபாவ்:

மசாலா காய்கறியுடனான ஒரு ரொட்டி, ஒரு மும்பை தெரு உணவு. சுகாதார ரீதியாக தயாரிக்கப்பட்ட உணவுகளை விற்பனை செய்வதே இலக்கு

யுக்தி :

விஸ்டா பதனிடும் உணவுகள் உறைந்த காய்கறிகள் மற்றும் பாட்களை கோலி வடா பாவிற்காக வழங்கின. இது தரமான மற்றும் குறுகிய ஷெல்ஃ வாழ்க்கை நிலைத்தன்மையை உறுதிப்படுத்தும் வகையில் இருந்தது. தானியங்கி பிரையர் இயந்திரங்களின் நிறுவல்கள் தங்கள் வணிகத்தை மேம்படுத்தின. மேற்கு மற்றும் தெற்கு நகரங்களில் இரண்டாவது நிலையில் சந்தைப்படுத்த ஊக்குவிக்கும் முடிவு எடுக்கப்பட்டது.

வெற்றிக்கதை:

i. இந்தியாவின் 20 மாநிலங்களிலும் 100 நகரங்களிலும் கோலி வடா பாவ் 300 கடைகள் அமைத்து சாதனை புரிந்துள்ளது.

ii. கோலி துரித உணவு சங்கிலிப் பொருட்கள் முழுமையான தானியங்கி முறையில் 'HACCP' சான்றளிக்கப்பட்ட –18 டிகிரி செல்சியஸ் முறையில் தயாரிக்கப்படுகின்றன.

iii. கோலி வடா பாவ் 40 நகரங்களில் 150 பெட்டிகளுடன் அமைக்கப்பட்டது, ஒரு நாளைக்கு 75,000–1,00,000 வடா பாவ் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன.

கலைச்சொற்கள்

தொழில் முனைவு	பகுப்பாய்வு	புதுமைபுகுத்துநர்	திரட்டுபவர்	கட்டுப்படுத்துதல்
மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி	அகத்தொழில் முனைபவர்	மேலாளர்	ஒருங்கிணைத்தல்	

பயிற்சி

I சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. கீழ் குறிப்பிடப்பட்டவைகளில் எது உற்பத்திக் காரணி?

அ. நிலம்   ஆ. உழைப்பு

இ. தொழில்முனை   ஈ. மேற்கூறிய அனைத்தும்

2. தொழில் முனைவோரை கீழ் குறிப்பிட்டபடி எப்படி வகைப்படுத்த முடியாது?

அ. இடர்தாங்கி   ஆ. புதுமைபடைப்பவர்

இ. ஊழியர்   ஈ.அமைப்பாளர்

3. கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள எந்தெந்த பண்புகள் தொழில் முனைவோர்க்கு உரித்தானவை?

அ. துணிகர உணர்வு   ஆ. நெளிவு சுளிவு

இ. தன்னம்பிக்கை   ஈ. அனைத்தும்

4. கீழ் குறிப்பிடப்பட்டவைகளில் எது மேலாண்பணி அல்ல?

அ. திட்டமிடல்   ஆ. சந்தையிடல்

இ. அமைப்பாற்றல்   ஈ. கட்டுப்பாடு காத்தல்

5. கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள பணிகளில் எது வணிகப் பணியை சார்ந்தது?

அ. கணக்கியல் பணி   ஆ. ஒருங்கிணைப்பு

இ. வாய்ப்பை கண்டறிதல்   ஈ. திட்டமிடல்

விடை

1	ஈ	2	இ	3	ஈ	4	ஆ	5	அ

II. குறு வினாக்கள்:

1. தொழில் முனைவோரின் சிறப்பியல்புகள் இரண்டினை குறிப்பிடுக.
2. தொழில் முனைவோரின் மேலாண்மை பணிகளை பட்டியலிடுக. (ஏதேனும் 2)
3. தொழில் முனைவோரின் தோற்றுவிப்பு பணிகளை குறிப்பிடுக. (ஏதேனும் 2)
4. மகளிர் தொழில் முனைவோர் சந்திக்கும் சிக்கல்களை எழுதுக.

III. சிறு வினாக்கள்:

1. தொழில் முனைவோர் மற்றும் மேலாளர் இவர்களை வேறுபடுத்தி காட்டுக. (ஏதேனும் 3)
2. தொழில் முனைவோரின் வணிகப் பணிகளைக் குறிப்பிடுக (ஏதேனும் 3)
3. தொழில்முனைவோரின் தோற்றுவிக்கும் பணிகளைக் கூறுக. (ஏதேனும் 3)

IV. பெருவிடை வினாக்கள்:

1. தொழில் முனைவோரின் சிறப்பு இயல்புகள் யாவை? (ஏதேனும் 5)
2. தொழில் முனைவோர் மற்றும் அகத்தொழில் முனைவோர் இவர்களை வேறுபடுத்துக. (ஏதேனும் 5)
3. மகளிர் தொழில் முனைவோர் சந்திக்கும் பிரச்சனைகளை விவரி. (ஏதேனும் 5)

குறிப்பு நூல்கள்

i. S.S.Khanka, Entrepreneurial Development, S.Chand & company Ltd. Ram Nagar. New Delhi, 2006

ii. Gupta, G.P. and Srinivasan, N.P., Entrepreneurial Development, Sultan Chand & Co., New Delhi, 1993.

iii. Sundar K., Elements of Entrepreneurship, Vijay Nichole Imprints Pvt. Ltd., Chennai 2018

தொழில் முனைவு மேம்பாடு
ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

அலகு 9

24
அத்தியாயம்

தொழில் முனைவோர்களின் வகைகள்
TYPES OF ENTREPRENEURS

ஒல்வ தறிவது அறிந்ததன் கண்தங்கிச்
செல்வார்க்குச் செல்லாதது இல்.

–குறள் 472

பொருள் : தனக்குப் பொருந்தும் செயலையும் அதற்காக அறிய வேண்டியதையும் அறிந்து அதனிடம் நிலைத்து முயல்கின்றவர்க்கு முடியாதது ஒன்றும் இல்லை.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- தொழில் முனைவோர்களின் வகைகள்
- பணிசார் வகைப்பாடு
- தொழில் சார் வகைப்பாடு
- தொழில்நுட்பம் சார் வகைப்பாடு
- செயல் ஊக்கம் சார்வகைப்பாடு
- மேம்பாட்டு நிலையை ஒட்டிய வகைப்பாடு
- செயல்படும் இடம்சார் வகைப்பாடு
- உரிமை அடிப்படையான வகைப்பாடு ஆகியவற்றை புரிந்துகொள்ள முடியும்

அத்தியாயம் சுருக்கம்

24.01 தொழில் முனைவோர்களின் வகைகள்
24.02 பணிசார் வகைப்பாடு
24.03 தொழில் சார் வகைப்பாடு
24.04 தொழில்நுட்பம் சார் வகைப்பாடு
24.05 செயல் ஊக்கம் சார்வகைப்பாடு
24.06 மேம்பாட்டு நிலையை ஒட்டிய வகைப்பாடு
24.07 செயல்படும் இடம்சார் வகைப்பாடு
24.08 உரிமை அடிப்படையான வகைப்பாடு

மேற்கொள்ளும் தொழிலினை ஒட்டி தொழில் முனைவோர்களை பல பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம். தொழில் முனைபவர் என்ற சொல் பொதுவானதாக இருந்தாலும், அவரவர் மேற்கொள்ளும் பணிகளை ஒட்டி அவர்களைப்பல்வேறு பெயர்களில்அழைக்கலாம். உதாரணமாக தொழில் முனைவோர்கள் கடைபிடிக்கும் தொழில் நுட்பம், மேற்கொள்ளும் தொழில், தொழில் நடத்தி வரும் இடம், அவர்கள் கொண்டுள்ள உரிமை, அவர்கள் பெறும் செயல் ஊக்கம் என பல்வேறு காரணிகளால் அவர்களை வகைப்படுத்தலாம். கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ள படம் அவர்களின் வகைப்பாட்டினை விளக்குகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 214 19/12/2022 14:49:25

24.01 தொழில் முனைவோர்களின் வகைகள்

24.02 தொழில் முனைவோர்களின் வகைகள் (Classification According to Function)

1. புதுமை படைக்கும் தொழில் முனைவோர் (Innovating Entrepreneur)

ஒரு புதுமை புகுத்திக் கொண்டே இருப்பவர். இவர்கள் எப்போதும் வியாபாரச் சூழல்களை உன்னிப்பாகக் கவனித்துக்கொண்டே இருப்பவர்கள். அதன் அடிப்படையில் நுகர்வோருக்கு எந்தெந்த தேவை நிறைவேறாமல் இருக்கிறது என்பதைப் பகுத்து ஆய்ந்து அதனை தங்களுடைய பொருட்களின் மூலம் நிறைவேற்றுவார்கள். புதுமையைப் பொறுத்தவரை வெளியிட்ட பொருட்களைத் தரம் உயர்த்துவது, புதிய புதிய பயன்பாடுகளைப் (application) பொருளில் புகுத்துவது, பொருளின் வடிவங்களை மாற்றுவது, சந்தையில் உள்ள பொருளை வேறுவிதமாக மாற்றுவது, முற்றிலும் புதிதாக பொருளை வடிவமைப்பது போன்றவைகளை நிகழ்த்துவது ஆகும். இவர்கள் தங்களின் புதுமை பயணத்தை பொருட்களோடு நிறுத்திக் கொள்வதில்லை. மாறாக புதிய உற்பத்தி முறையை கண்டறிவது, புதிய இடங்களில் தொழிலை ஆரம்பிப்பது, புதிய பகிர்வுமுறையை அறிமுகம் செய்வது, பொருளின் உற்பத்தி முறையை சுருக்குவது, புதிய தொழில் நுட்பத்தைப் புகுத்தி உற்பத்தியை பெருக்குவது, எனப் புதுமை எப்போதும் எங்கும் இருக்கும்படி பார்த்துக் கொள்வார்கள். இவர்களை புதுமைப் பித்தர்கள் எனலாம்.

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 215 19/12/2022 14:49:27

2. மாதிரியை பின்பற்றும் தொழில் முனைவோர் (Imitative Entrepreneur)

மாதிரியை பின்பற்றும் தொழில் முனைவோர்கள் தற்போது சந்தையில் கிடைக்கும் பொருள்களை தங்களின் அறிவு, ஆற்றல், வல்லமையை வைத்துக்கொண்டு வேறுமுறையில் வடிவமைப்பவர்கள். இவர்கள் மேலைநாடுகளில் வடிவமைக்கப்பட்ட பொருட்களை தங்களின் உள்ளூர் தேவைக்கு ஏற்றபடி உருமாற்றி வெளியிடுபவர்கள். உதாரணமாக மேலைநாடுகளில் புத்தம் புதிதாக கண்டுபிடிக்கப்பட்ட பல மின்னனு பொருட்களை வளரும் நாடுகள் வேறுமுறையில் தயாரித்து வெளியிட்டு வருகின்றன. அவ்வாறே வளர்ந்த நாடுகளில் கண்டுபிடிக்கப்பட்ட மருந்துப் பொருட்களை வளரும் நாடுகளில் வெவ்வேறு வேதிபொருளை பயன்படுத்தி அதே பயன்பாட்டைக் கொண்ட மருந்துப் பொருட்களை வெளியிடுகின்றன. அதாவது பொருட்களை அதன் வடிவமைப்பு, வேறுபட்ட உற்பத்திமுறை, வேறுபட்ட உள்ளீட்டு பொருட்கள் போன்றவை வித்தியாசப்படுத்துகின்றன.

3. காலம் கடத்தும் பழமைவாத தொழில்முனைவோர் (Fabian Entrepreneur)

பழமை தொழில் முனைவோர்கள் எதையும் புதிதாக புகுத்துவதில் தயக்கம் காட்டுபவர்கள். குறிப்பாக புதியது புகுத்தினால் இடர் வந்துவிடும் என அச்சம் கொள்பவர்கள். தொழில் சூழ்நிலைகள் மாறிவரும் போதிலும் மாறாத இவர்கள் மாற்றத்தை வேறு வழி இல்லாத நிலையில் ஏற்க தள்ளப்படுபவர்கள். அதாவது மாற்றத்தை உள்வாங்கவில்லை எனில் தொழிலை மூட வேண்டிய சூழ்நிலை ஏற்படும் என்றால் மட்டுமே மாற்றத்தை பின்பற்றுவார்கள். காலம் காலமாக தங்களின் மூதாதையர்கள் வகுத்த பழமை முறைகளைப் பிசகாமல் பின்பற்றுபவர்கள். உதாரணமாக சேலத்தை தலைமை இடமாகக் கொண்டு இயங்கும் நரசுஸ் காபி காலங்காலமாக காபித் தூளை மட்டும் தயாரித்து விற்பனை செய்து வந்தது. ஆனால் இன்று கால சூழ்நிலையால் அது பல்வேறு தரத்தில் காபித்தூளையும் மற்றும் ஆயத்த காபித் தூளையும் உற்பத்தியில் சேர்த்துக் கொண்டுள்ளது.

4. மந்தமான தொழில் முனைவோர் (அ) ஆண் தேனி தொழில் முனைவோர் (Drone Entrepreneur)

மந்தமான தொழில் முனைவோர்களும் பழமைவாத தொழில் முனைவோருக்கு நிகராக மாறுதல்களை ஏற்க விரும்பாதவர்கள். இவர்கள் யாரும் நுழைய விரும்பாத அல்லது பெரிய நிறுமங்களால் புறக்கணிக்கப்பட்ட ஒரு சிறிய சந்தையில் செயல்படுபவர்கள். அதாவது சிறிய குட்டையில் பெரிய மீனாக அரசாள்பவர்கள். அந்த சிறுசந்தையில் எவ்விதமாற்றமும் செய்யாமல் அப்படியே இயங்குபவர்கள். உதாரணமாக திருநெல்வேலி அல்வா வியாபாரம் செய்யும் இருட்டுக்கடை அல்வா வியாபார நிறுமம் கடையில் கூட எந்த மாற்றமும் செய்யாமல் மிகப்பெரிய அளவில் வியாபாரம் செய்துவருகின்றனர்.

மதுரை வேலு கெமிக்கல்ஸ் தயாரிக்கும் கோபால் பல்பொடி காலங்காலமாக அப்படியே தரம் மாறாமல் அப்படியே இன்றும் சந்தையில் உள்ளது. அவ்வாறே மாணவர்களுக்குத் தமிழ் கையேடு வெளியிடும் கோனார் தமிழ்உரை தமிழ் பாடத்திற்கு மட்டும் ஒரே பாணியில் புத்தகத்தை வடிவமைத்து மிகப்பெரிய அளவில் சிறுசந்தையில் பொருளை விற்றுவருகின்றது. பழமை தொழில்முனைவோரும்மந்த தொழில்முனைவோர்களும் பழமையை பின்பற்றுவதில் ஒன்றுபட்டாலும், முன்னவர் வேறுவழியில்லாத இறுதி நிலையில் மாற்றத்தை ஏற்றுக் கொள்பவர். ஆனால் பின்னவர் மாற்றம் என்ற சொல்லை அறவே விரும்பாதவர்.

24.03 தொழில் சார் வகைப்பாடு (Classification According to Type of Business)

1. உற்பத்தி தொழில் செய்யும் தொழில் முனைவோர் (Business Entrepreneur)

உற்பத்தி தொழில் செய்யும் தொழில் முனைவோர் தனி தொழில் முனைவோர் என்று அழைக்கப்படுகிறார். இவ்வகையான தொழில் முனைவர் ஒரு பொருள் (அ) சேவை பொருளை உருவாக்க எண்ணி தொழில் முனைவை மேற்கொள்பவர். இவர் பெரிய அல்லது சிறிய அளவில் தொழிலை ஏற்படுத்தி தன் எண்ணத்தில் உதித்த பொருளை (அ) சேவைப்பொருளை தயாரித்து சந்தை இடுபவர்.

2. வணிகத் தொழில் முனைவோர் (Trading Entrepreneur)

வணிகத் தொழில் முனைவோர் பொருளை வாங்கி விற்கும் செயலில் மட்டும் தன்னை உட்படுத்திக் கொள்பவர். இவர் உள்நாட்டிலோ அல்லது வெளிநாடுகளிலோ பொருளை வணிகம் செய்பவர். இவர்கள் பொருளை பகிர்வதில் நிபுணத்துவம் பெற்றவர்களாக விளங்குகின்றனர். குறிப்பாக தங்களது தொழில் முனைவில் கழிவு முறையில் இலாபம் ஈட்டுகின்றனர். பொருளை வெற்றிகரமாக சந்தை இடுவது இவர்களின் பலம்.

3. தொழிற்சாலை தொழில் முனைவோர் (Industrial Entrepreneur)

இவர்கள் வாடிக்கையாளரின் தேவைகளை துல்லியமாக கண்டுணர்ந்து அவர்களின் தேவைக்கேற்ப பொருளை உற்பத்தி செய்யும் தொழிலை முனைகின்றனர். இவர்கள் குறுந்தொழில் முனைவோராகவோ, நடுத்தர தொழில்முனைவோராகவோ அல்லது பெருந்தொழில் முனைவோராகவோ இருக்கலாம். இவர்கள் பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் நோக்கில் பல்வேறு வள ஆதாரங்களை ஒன்று திரட்டி அவற்றை நிறுமம் அமைத்து உற்பத்தி செய்து விற்பனை செய்பவர்கள். உற்பத்தி செய்த பொருளுக்கு பலவிதத்தில் மதிப்பு ஏற்றி அல்லது கூட்டிப் பொருளை சந்தை இடுகின்றனர்.

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 216 19/12/2022 14:49:27

4. கூட்டுப்பங்கு தொழில்முனைவோர் (Corporate Entrepreneur)

கூட்டுப்பங்கு தொழில்முனைவோர் என்பவர் நிறுமத்தை கூட்டுப்பங்கு வடிவில் தொழிலை துவங்க முனைபவர் ஆவர். தொழிலை கூட்டுறு அடிப்படையில் துவங்க தோற்றப் பணிகளை (promotional function) மேற்கொள்கிறார். நிறுமச்சட்டம் 2013ம் ஆண்டின் படி கூட்டுபங்கு நிறுமத்தை நிறும சட்டம் விதித்துள்ள சடங்குகளை முறையே நிறைவேற்றி நிறுமத்தை பதிவு செய்கிறார். இவரே நிறுமத்தை ஏற்படுத்தி பலதரப்பட்ட வளங்களை திரட்டி அன்றாட நிர்வாகத்தை நடத்த இயக்குநர் அவையை அமைக்கின்றார். கூட்டுபங்கு நிறும வடிவத்தில் நிர்வாகமும் நிறும உரிமையும் வெவ்வேறு நபர்களிடம் உள்ளது. இயக்குனர்கள் அவையை (Board of Directors) பல்வேறு சிறப்புத் தேர்ச்சிப் பெற்ற வல்லுநர்களை பல பணிகளுக்கு அமர்த்தி அன்றாட நிர்வாகத்தை நடத்திவருகின்றனர்.

5. வேளாண் தொழில் முனைவோர் (Agricultural Entrepreneur)

வேளாண் தொழில் முனைவோர் வேளாண் பொருட்களை விளைவித்து சந்தையிடும் தொழிலை முனைகின்றனர். இவர்கள் பல்வேறு இயற்கை சார்ந்த உள்ளீட்டு பொருட்களான உரம், விதை, தண்ணீர், பூச்சிக்கொல்லி மருந்துகள், உழைப்பு போன்ற இடு பொருட்களை கொண்டு உணவு பொருட்களை உற்பத்தி செய்கின்றனர். அவ்வாறு உற்பத்தி செய்த தானியங்களை நேரடியாகவோ அல்லது கூட்டுறவு அமைப்புகள் மூலமாகவோ சந்தை இடுகின்றனர். இது மட்டுமன்றி வேளாண் சார்ந்த தொழில்களான மாட்டுப்பண்ணை, ஆட்டுப்பண்ணை, மீன் பண்ணை, கோழி வளர்ப்பு, முயல் வளர்ப்பு, தேன் எடுத்தல், பூ வளர்த்தல், பட்டுப்பூச்சி வளர்த்தல், நள்நீர் இறால் பண்ணை, வேளாண் கருவிகள் உற்பத்தி செய்தல் போன்ற செயல்களிலும் வேளாண் தொழில் முனைவோர்கள் ஈடுபடுகின்றனர்.

6. சில்லறை தொழில் முனைவோர் (Retail Entrepreneurs)

இவ்வகை தொழில் முனைவோர் முடிவுற்ற இறுதிப் பொருட்களை நுகர்வோர் வசம் கொண்டு சேர்க்கும் செயலில் முனைகின்றனர். இவர்கள் சிறு அளவில் பொருட்களை பல்வேறு மொத்த வணிகர்களிடமிருந்து பெற்று பலதரப்பட்ட பொருட்களை இருப்பு வைத்து ஒரு கூரையின் கீழ் இறுதி நுகர்வோருக்கு பொருளைத் தருவிக்கும் தொழிலை நடத்துபவர்கள்.

7. சேவைத்தொழில் முனைவோர் (Service Entrepreneurs)

சேவைத் தொழிலான வங்கியியல், காப்பீடு, நிதிசார் பொருட்கள், பழுதுநீக்கம், ஆலோசனை, போக்குவரத்து சேவை, விளம்பரம், மனிதவள அளிப்பு போன்ற பிரிவுகளில் தொழிலினை துவக்கி நடத்துபவர் சேவைத் தொழில் முனைவோர் எனப்படுகிறார்கள்.

24.04 தொழில்நுட்பம் சார் வகைப்பாடு (Classification based on Technology Adopted)

1. தொழில்நுட்ப தொழில் முனைவோர் (Technical Entreprepreneur)

தொழில்நுட்ப முனைவோர்களான மின் பணியாளர்கள் (Electrician), வரைபடம் வரைபவர் (Draftsmen), பொருத்துபவர் (Fitter), பற்ற வைக்கும் தொழில் செய்பவர் (Welder), இயந்திரம் இயக்குபவர் (Machinest), மண்பானை செய்பவர் (Potter), நெசவாளி (Weaver), தச்சர் (Carpenter), சிற்பி (Sculptor), ஓவியர் (Painter), படப்பிடிப்பாளர் (Photographer), துணி தைப்பவர் (Tailor), கடைசல் வேலை செய்பவர் (turner) போன்றவர்கள் தொழில்நுட்ப தொழில் முனைவோர் என அழைக்கப்படுகின்றனர். அவர்கள் தாங்கள் செய்யும் பொருளின் தரத்தை உயர்த்துவதே நோக்கமாக கொண்டவர்கள். பொருளின் விற்பனையை விட உற்பத்தியில் அதிக கவனம் செலுத்துபவர்கள். இவர்கள் படைப்பாளிகள். இவர்கள் புதுமை புகுத்துவதை இயல்பாகக் கொண்டவர்கள். இவர்களின் பலமே இவர்களின் திறமை ஆற்றல் மற்றும் நுண்ணறிவு..

2. தொழில் நுட்பம் சாரா தொழில் முனைவோர் (Non–Technical Entrepreneur)

இவ்வகையான தொழில் முனைவோர்கள் பொருளை உற்பத்தி செய்வதில் மிகப் பெரியதாக திறமை படைத்தவர்கள் அல்ல என்றாலும் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருளை எப்படி நுகர்வோருக்கு எடுத்து செல்வது என்ற பணியில் நிபுணத்துவம் பெற்றவர்கள். அதாவது எப்படி பொருளை வழங்கல் வழிகள் மூலம் சிறப்பாக இறுதி நுகர்வோருக்கு கொண்டு சேர்ப்பது என்ற வித்தையை கற்றவர்கள்.

3. தொழில் முனைவு வித்தகர் (Professional Entrepreneur)

ஒரு தொழிலை வெற்றிகரமாக உருவாக்கி அதனை நன்றாக செயல்பட வைத்து உச்சநிலையில் அதைப் பிறருக்கு விற்றுவிட்டு வேறொரு தொழிலை துவங்கி அதையும் நன்றாக வளர்த்து பின் விற்பனை செய்வதையே வாடிக்கையாகக் கொண்ட இவர்கள் தொழில்முனைவு வித்தகர்கள் எனலாம். அதாவது எந்த தொழிலையும் நிரந்தரமாக நடத்தமாட்டார்கள். புதிய தொழிலை நடப்பு சூழ்நிலைக்கு ஏற்ப சிந்தித்து உருவாக்கி வளர்த்து பின் வெளியேறுவது இவர்களின் பலம்.

24.05 செயல் ஊக்கம் சார்வகைப்பாடு (Classification in Terms of Motivation)

1. தெளிவான தொழில் முனைவோர் (Pure Entrepreneur)

தெளிவான தொழில் முனைவோர் உளவியல் மற்றும் பொருளாதார காரணிகளால் உந்தப்பட்டு தொழில் துவங்க முனைந்தவர்கள். இவர்கள் வேறு எவர் ஒருவரிடமும் பணிபுரிய விரும்பமாட்டார்கள். ஒரு குறிப்பிட்ட வினையில் ஈடுபட்டு அதை இலாபகரமாக செயல்படுத்தி அதனால் பெயரும் புகழும் ஈட்ட ஆவல் கொண்டவர்கள். இவர்கள் தன்னுடைய அறிவு, பட்டறிவு, அனுபவம், திறமை, ஆற்றல் போன்றவற்றை உள்ளீடாக செலுத்தி தான் மேற்கொண்ட தொழில் வினையை வெற்றிகரமாக செயல்பட வைத்து அதன் மூலம் இலாபம் பார்ப்பவர்கள். சான்றாக திருவாளர்கள் திருபாய் அம்பானி, ஜாம்செட் டாடா, T.V. சுந்தரம் ஐயங்கார், சேஷாத்திரி, பிர்லா, நாராயண மூர்த்தி, அஸிஸ் பிரேம்ஜி இவர்களைச் சொல்லலாம்.

2. தூண்டப்பட்ட தொழில் முனைவோர் (Induced Entrepreneur)

அரசு தரும் ஊக்கத்தினால் உந்தப்பட்டு அதாவது அரசு வழங்கும் சலுகைகள், மானியங்கள், வரிவிலக்கு போன்ற தொழில் முனைவிற்கு சாதகமான செயல்களால் கவர்ந்திழுக்கப்பட்டுத் தொழில் முனைவில் இறங்குபவர்கள் தூண்டப்பட்ட தொழில் முனைபவர்கள் எனப்படுகின்றனர். அரசு தொழில் முனைவை ஊக்கப்படுத்துவதற்காக மானியம், சலுகைக் கடன், வரிவிடுமுறை, வரிவிலக்கு, குறைந்த வரி, குறைந்த வட்டி கடன், பயிற்சி, தொழில்பேட்டைகளில் தொழில் கூடங்கள் ஒதுக்கி தருதல், இலவச இடம், வெளிநாட்டிலிருந்து தொழில் நுட்பத்தை இறக்குமதி செய்தல், சந்தை இடுகை ஆதரவு, மானிய விலையில் இடுபொருள் கொள்முதல் செய்தல், சுங்கவரிச் சலுகை போன்ற எண்ணற்ற சலுகைகள் தரப்படுகின்றன. இச்சலுகைகளால் ஈர்க்கப்பட்ட தொழில் முனைவோரை தூண்டப்பட்ட தொழில் முனைவோர் என அழைக்கலாம்.

3. ஊக்குவிக்கப்பட்ட தொழில் முனைவோர் (Motivated Entrepreneur)

ஊக்குவிக்கப்பட்ட தொழில் முனைவோர் எதையாவது சாதித்து தன்னிறைவு அடையும் நோக்கோடு ஒரு தொழிலை அதன் இலாப வாய்ப்பை தீர ஆராய்ந்து துவக்குபவர், தான் ஆரம்பித்த தொழிலை பயிரை வளர்ப்பது போல் கண்ணும் கருத்துமாக வளர்த்து ஒரு மிகப்பெரிய நிலைக்கு வரும் பட்சத்தில் அதனைப் பிறருக்கு விற்றுவிடுபவர். சில நபர்கள் புதியதாக தொழில் துவங்கி அதனை சீராக வளர்ப்பதிலுள்ள இடரை ஏற்க விரும்பாமல் நேரடியாக நன்றாக வளர்ந்த தொழிலை வாங்குவதை விரும்புவர். அப்படிப்பட்ட நபர்களுக்கு இந்த ஊக்குவிக்கப்பட்ட தொழில் முனைவோர்கள் தொழிலை நல்ல இலாபத்தில் விற்றுவிடுகின்றனர்.

4. தன்னிச்சை தொழில் முனைவோர் (Spontaneous Entrepreneur)

சில நபர்களுக்கு தொழில் முனைவு அவர்களது இரத்தத்தில் ஊறியதாகும். இவர்கள் மிகவும் வீரமானவர்கள். எதையும் கண்டு சளைக்காதவர்கள். துணிந்து நடைபோடுபவர்கள். இவர்களின் இந்த பண்புகள் புதிய தொழில்களைத் துவங்குவதற்கு மிகவும் இயற்கையாகத் தூண்டப்படுவதால் இவர்கள் தன்னிச்சை தொழில் முனைவோர் என அழைக்கப்படுகின்றனர்.

24.06 மேம்பாட்டு நிலையை ஒட்டிய வகைப்பாடு (Classification Based on Development Stage)

1. முதல் தலைமுறை தொழில் முனைவோர் (first generataon Entrepreneur)

முதல் தலைமுறை என்பவர் முதன் முதலாகத் தனது குடும்ப பாரம்பரியத்தில் தன்னுடைய அறிவு, அனுபவம் திறமை, திறன், ஆற்றல் தொழில்நுட்ப அறிவு, பட்டறிவு இவைகளை முதலாக வைத்துத் தொழிலைத் துவக்குபவர். இவர்கள் எவ்வித பின்புலம் இன்றி தன்னம்பிக்கை வைத்து தொழில் துவங்கி புதிய பொருட்களைப் படைப்பவர்கள்

2. நவீன தொழில் முனைவோர் (Modern Entrepreneur)

நவீன தொழில் முனைவோர் சுற்றுப்புற சூழலை உன்னித்து உணர்ந்து எந்தெந்த மனித தேவைகள் இன்னமும் நிறைவேற்றப்படாமல் உள்ளது என்பதைக் கழுகு கண் கொண்டு நோக்கி அப்படிப்பட்ட பொருட்களைத் தயாரித்து சந்தையில் பிரபலம் அடைபவர்கள். ஏற்கனவே சந்தையில் உள்ள பொருளை வேறுமுறையில் வடிவமைத்து அரைத்த மாவை அரைக்காமல் புதியப் பொருட்களை அறிமுகப்படுத்தி வெற்றி காண்பவர்கள்.

3 பாரம்பரிய தொழில் முனைவோர் (Classical Entrepreneur)

பாரம்பரிய தொழில் முனைபவர்கள் வணிகத்தை வாழ்க்கையின் ஒரு முக்கிய அங்கமாகக் கருதுபவர்கள். நுகர்வோர் மற்றும் சந்தையின் மீது அக்கறை கொண்டு இயல்பாக புதிய புதிய தொழிலை சந்தை நிலவரத்திற்கு ஏற்றபடி துவக்கி வருபவர்கள். இவர்களுக்கு தொழில் முனைவு என்பது தங்களின் குருதியில் ஊறிய ஒன்று. காலங்காலமாகத் தொழிலில் இருப்பதால் சந்தை பற்றிய பழுத்த அறிவு இவர்களுக்கு மிக முக்கிய பலமாக உதவுகிறது. உதாரணமாக ஒரு மளிகைக்கடை உரிமையாளரின் மகனும் ஒரு புதிய மளிகைக்கடை துவக்கி நடத்த ஆரம்பித்தால் அவரைப் பாரம்பரிய தொழில் முனைவோர் எனலாம்.

www.tnschoolbooks.in

24.07 செயல்படும் இடம்சார் வகைப்பாடு (Classification according to area)

1. நகர்ப்புற தொழில்முனைவோர் (Urban Entrepreneur)

நகர்ப்புற தொழில்முனைவோர் தனது தொழில் வினைகள் நகர்ப்புறமான மாநில தலைநகரம், மாவட்ட தலைநகரம், மாநகராட்சி மற்றும் பேரூராட்சி பகுதிகளில் துவக்குபவர். இவர்கள் உற்பத்தி தொழில் முனைபவராகவோ, சில்லறை தொழில் முனைபவராகவோ அல்லது கூட்டுப்பங்கு நிறும தொழில்முனைபவராகவோ இருக்கலாம்.

2. ஊரகத் தொழில் முனைவோர் (Rural Entrepreneur)

ஊரகத் தொழில் முனைவோர் கிராமப்புறங்களில் தொழிலைத் துவக்குபவர்கள். அரசும் பின்தங்கிய பகுதிகளில் தொழில் முனைவோருக்கு ஏராளமான சலுகைகளை வாரி வழங்குகிறது. இதனால் ஊரகப் பகுதிகளில் வேலைவாய்ப்பு பெருகுவதுடன், ஊரக மக்கள் நகர்ப்புறம் நோக்கி வேலை தேடி இடம் பெயர்வது தவிர்க்கப்படுகிறது. மேலும் ஊரகப் பகுதிகளில் தண்ணீர், கச்சா பொருள், உழைப்பாளிகள், சலுகையில் மின்சாரம்,

மானியத்தில் இடு பொருட்கள், போன்ற பலவற்றை தாராளமாக பெறமுடிகிறது. குறிப்பாக வேளாண் தொழில் மற்றும் வேளாண் சார்ந்த தொழில்கள், சில்லறை வணிகம், குறுந்தொழில், கைவினைப் பொருட்கள் செய்தல், சிறு அளவு வாகனம் இயக்குபவர்கள், போன்றவற்றை ஊரகத் தொழில்முனைவோர் எனலாம். இந்த ஊரகத் தொழில் முனைவு நாடுமுழுவதும் சீரான தொழில் வளர்ச்சி ஏற்பட உதவுகிறது. மேலும் ஊரக தொழில் முனைபவரால் குறைவான உற்பத்தி செலவில் தொழிலகங்களை இயக்க முடிகிறது. எனவே செயலைச் சுருக்கி பொருளை குறைவான விலைக்கு விற்று நுகர்வோருக்கு சேவை ஆற்ற முடிகிறது.

24.08 உரிமை அடிப்படையலான வகைப்பாடு (Classification According to Ownership)

1. தனி உரிமை தொழில் முனைவு (Private Entrepreneur)

தனியாகவோ அல்லது கூட்டாகவோ சொந்த இடரில் நிதியை திரட்டி தொழில் நடத்த முனைபவர் தனி உரிமை தொழில் முனைவோர் எனப்படுகிறார்கள்.

2. அரசு தொழில்முனைவு (State Entrepreneurship)

அரசு நிறும வடிவத்திலோ, கழகங்கள் வடிவிலோ அல்லது துறைவடிவிலோ, வாரிய அமைப்பிலோ தொழில் துவங்கி நடத்துவதே அரசு தொழில்முனைவு என்பதாகும்.

2. இணை தொழில்முனைவு (Joint Entrepreneurship)

தனியாரும் அரசும் ஒன்றாகக் கைகோர்த்து தொழில்முனைவதை இணை தொழில்முனைவு என்கிறோம்.

சூழ்நிலை ஆய்வு

- தாங்களை மிட்டாய் செய்யும் தொழில் முனைவோராகக் கருதி கொண்டு உங்களது மிட்டாய் தொழிலில் நிலவும் விலைப்போட்டி, தரம் ரீதியான போட்டி, வகை ரீதியான போட்டி என்று பல்வேறு போட்டி சூழலை மனதில் கொண்டு, போட்டியில் வெற்றி கண்டிட ஓர் ஆய்வை நடத்து.
- தாங்கள் வசிக்கும் பகுதியில் இயங்கிவரும் ஒரு துணிக்கடை கடந்த ஓராண்டாக வெற்றிகரமாக இயங்கவில்லை. வாடிக்கையாளர்களின் நல்லாதரவை இழந்து தவிக்கும் அந்நிறுவனத்திற்கு வாடிக்கையாளரைக் கவர்ந்திழுத்து வியாபாரத்தை நிலைநிறுத்த எம்மாதிரியான உத்திகளைப் பரிந்துரைப்பாய்.
- உன்னுடைய நண்பர் ஒருவர் மூதாதையர் சொத்து மூலமாக ரு.10 இலட்சம் கையிருப்பாக வைத்திருக்கிறார். அவரின் சூழ்நிலையை ஆய்வு செய்து எப்படிப்பட்ட வியாபாரத்தை/தொழிலைத் துவங்கலாம் என யோசனை கூறுக.
- 5 வயது முதல் 10 வயது வரை, 10 வயது முதல் 15 வயது வரை உள்ள சிறார்கள் உபயோகிக்கும் பொருட்களின் பட்டியலைத் தயாரிக்கவும்.
- தற்போது நிலவிவரும் தேவை மற்றும் அளிப்பின் போக்கை மனதில் கொண்டு இவற்றின் அடிப்படையில் தங்களுக்குப் பிடித்த ஏதேனும் ஒரு தொழிலினை ஆராய்க.
- தாங்கள் சென்னையில் தொழில் செய்து வருகிறீர்கள். தாங்கள் இப்போது அயல்நாட்டிற்கு பொருளை ஏற்றுமதி செய்ய விழைகிறீர்கள். அயல்நாட்டு வணிகத்திற்கு நுழையும் முன் எவ்வித கருத்துக்களை மனதில் கொள்வீர்கள்?
- தற்போது உள்ள தொழில் நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தி தாங்கள் ஒரு விளையாட்டுச் செயல்பாட்டை (Games App) கண்டுபிடித்துள்ளீர்கள். இந்நிலையில் கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள வினாக்களுக்கு விடை தருக.
- உங்கள் பொருளுக்கான வாடிக்கையாளர்கள் யார்?
- உங்களது வாடிக்கையாளர்கள் தொடர்பான செய்திகளை எப்படி திரட்டுவீர்கள்?
- தொழில் நுட்பம் மாறிவிடும்போது தங்களின் பொருளை எப்படி புதுப்பிப்பீர்கள்?
- உங்கள் செயல்பாட்டுக்கு எப்படிப்பட்ட விலை மற்றும் சந்தையிடும் உத்தியை வகுப்பீர்கள்?

கலைச்சொற்கள்

தொழில் முனைவோர்	தன்னிச்சை
புதுமை	தூண்டப்பட்ட
மாதிரியை பின்பற்றுபவர்	ஊக்குவிக்கப்பட்ட
காலம் கடத்தும் பழமைவாதம்	ஆண் தேனீ

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 219 19/12/2022 14:49:27

சூழ்நிலை ஆய்வு

ஸ்ரீ கிருஷ்ணா ஒருங்கிணைந்த பண்ணை

நிறுவனர்:

ஆர். கோவிந்தராஜ்,

ஸ்ரீ கிருஷ்ணா ஒருங்கிணைந்த ஊரக பண்ணை,

நெப்பத்தூர் கிராமம்,

சீர்காழி தாலுகா,

நாகப்பட்டினம் மாவட்டம்.

தயாரிப்புகள்:

கால்நடைப்பண்ணை, மீன்பண்ணை, முயல் இனப்பெருக்கம், நாட்டுக்கோழி, கரிம நெல், கரிம உரங்கள், கரிம காய்கறிகள், முட்டை, பால், கால்நடைகளுக்கான உணவு மற்றும் கரிம புல் விதைகள், வாலிம்சல், ஹெட்கெலூகம் மற்றும் கோழி மற்றும் மீன்களின் உணவுக்கான புழுக்கள் வளர்ப்பு.

சாதனைகள்:

i. சுயஉதவி குழுக்களுக்கு பயிற்சி அளித்தல்

ii. பண்ணைப் பொருட்களை நட்சத்திர விடுதிகளுக்கும் மற்றும் இனவிருத்திக்காக வியாபாரிகளுக்கும் வழங்குதல்

iii. ஆந்திரா, கேரளா, கர்நாடகா போன்ற மாநிலங்களுக்கும் பொருட்கள் அளித்தல்

iv. ரூ. 10 லட்சத்துக்கு மேல் விற்பனை

v. அதிகமான வேலைவாய்ப்பு அளித்தல்

vi. வேலையில்லாத இளைஞர்களுக்குப் பயிற்சி

ஸ்ரீ கிருஷ்ணா ஒருங்கிணைந்த பண்ணை – ஒரு பார்வை

பயிற்சி

I சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. கீழ் குறிப்பிட்ட எந்த செயல் வியாபார தொழில்முனைவோரைச் சார்ந்தது?

அ. உற்பத்தி ஆ. சந்தையிடுகை

இ. செயல்பாடு ஈ. மேற்கூறிய அனைத்தும்

2. வணிக தொழில் முனைவோரைச் சாராத பணியைக் கண்டறி.

அ. விற்பனை ஆ. கழிவு

இ. வாங்கல் ஈ. தயாரிப்பு

3. கூட்டுப்பங்கு நிறும தொழில் முனைவோரின் வேறு பெயர்.

அ. அகத்தொழில் முனைவோர் ஆ. தோற்றுவிப்பாளர்

இ. மேலாளர் ஈ. பங்குநர்

4. கீழ் குறிப்பிடப்பட்டவையில் எது தொழில் நுட்பத்தை அடிப்படையாக கொண்டது

அ. நவீன தொழில் முனைவு

ஆ. தொழில் துவக்கும் மற்றும் வளர்க்கும் தொழில் முனைவு

இ. கூட்டுறவு தொழில் முனைவு

ஈ. தொழிற்சாலை தொழில் முனைவு

5. கீழ் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள எது காலம் தாழ்த்தும் பழமை விரும்பி தொழில் முனைவோருக்குப் பொருந்தாது

அ. பழமை பேணுவது ஆ. இடர் வெறுப்பது

இ. ஐயப்படுவது ஈ. மாற்றிக்கொள்வது

விடைகள் :

1	ஈ	2	ஈ	3	ஆ	4	ஆ	5	ஈ

II. குறு வினாக்கள்:

1. வியாபார தொழில் முனைவோரின் இதர பெயர்கள் என்ன?
2. கூட்டு பங்கு தொழில் முனைவோரின் மற்றொரு பெயர் என்ன?
3. வேளாண் தொழில் முனைவோர் என்பவர் யார்?
4. தெளிவான தொழில் முனைவோருக்கு உதாரணம் தருக.

III. சிறு வினாக்கள்:

1. தனி உரிமை தொழில்முனைவோர் என்பவர் யார்?
2. மாதிரியை பின்பற்றும் தொழில் முனைவோர் பற்றி சுருக்கமாக எழுதுக.
3. காலம் கடத்தும் பழமைவாத தொழில்முனைவோர் பற்றி சுருக்கமாக எழுதுக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. வியாபார அடிப்படையிலான தொழில் முனைவு வகைப்பாட்டினை விவரித்து எழுதுக. (ஏதேனும் 5)
2. பணிசார் தொழில்முனைவோரின் தன்மையை விவரி.

தொழில் முனைவு மேம்பாடு
ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

அலகு 9

25 அத்தியாயம்

தொழில் முனைவோருக்கான அரசின் திட்டங்கள்
GOVERNMENT SCHEMES FOR ENTREPRENEURIAL DEVELOPMENT

வினைத்திட்பம் என்பது ஒருவன் மனத்திட்பம்
மற்றைய எல்லாம் பிற.

–– குறள் 661

பொருள் : ஒரு தொழிலின் திட்பம் என்று சொல்லப்படுவது ஒருவனுடைய மனதின் திட்பமே (உறுதியே) ஆகும், மற்றவை எல்லாம் வேறானவை.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- தொழில் முனைவு முன்னேற்றத்திற்கு அரசு மேற்கொள்ளும் முயற்சிகள்.
- குறிப்பிட்ட தொழில் முனைப்புத்திட்டங்கள் பற்றி அறிதல்.
- தொழில் முனைவோர் துறையை மேம்படுத்துவதில் உள்ள படி நிலைகள்.
- பெண் தொழில்முனைவோருக்கான திட்டங்கள்
- தமிழக அரசின் தொழில்முனைவோருக்கான திட்டங்கள் ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

25.01. தொழில் முனைவை மேம்படுத்துதல் மற்றும் புதுமை புனைதலுக்கான இந்தியாவின் முயற்சிகள்.
25.02 பிற குறிப்பிட்ட தொழில் முனைவுத்திட்டங்கள்
25.03 தொழில் முனைவோர் துறையை மேம்படுத்துவதில் உள்ள படி நிலைகள்.
25.04 தமிழக அரசின் முனைவோருக்கான திட்டங்கள்.

தொழில் முனைவில் புதுமை புகுத்துவதில் இந்தியாவின் உதவி

நாட்டின் புதுமை புகுத்துதல் மற்றும் தொழில் முனைவை வளர்ப்பதற்காக பல முயற்சிகளை இந்திய அரசால் மேற்கொள்ளப்பட்டு, அதற்காக தொழிற் கொள்கைகளை உருவாக்கி நடைமுறைப்படுத்தியுள்ளது. வேலை உருவாக்கம் என்பது இந்தியா எதிர்கொள்ளும் முன்னணி சவாலாகும் உள்ளது. ஒரு குறிப்பிட்ட தனிச்சிறப்பு மற்றும் தனித்துவமான மக்கள் தொகை நலனுடன் இருப்பது இந்தியாவிற்கு நன்மை பயக்கிறது, எனினும், புதுமைப்படுத்தவும், தொழில் முனைவோர்களை மேம்படுத்தவும், தேசிய மற்றும் உலக நலனுக்காக வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்கவும் மகத்தான ஆற்றல் கொண்டுள்ளது. சமீபத்திய ஆண்டுகளில் புதிய கண்டுபிடிப்பகளை வளர்ப்பதற்கான புதிய திட்டங்களும், வாய்ப்புகளும் இந்திய அரசால், அதாவது விவசாயம், இரசாயன மற்றும் உரங்கள், நிதி, வர்த்தகம் மற்றும் தொழில், தகவல் தொடர்பு மற்றும் தகவல் தொழில்நுட்பம், பெருநிறுவன அலுவல்கள், கலாச்சாரம், உணவு பதப்படுத்துதல், வீட்டுவசதி மற்றும் நகர்ப்புற வறுமை ஒழிப்பு, அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்பம் போன்றவையாகும்.

நிதி உதவி, காப்பீடு, மானியம், பயிற்சி, தொழில் தொடங்க ஆரம்பநிலை தொழில்நுட்பம், வணிக கடன்கள் மற்றும் சிறப்பு ஊக்கம் போன்றவற்றை புதிய தொழில் நிறுவனங்கள் அமைக்க தொழில் முனைவோருக்கு வழங்கப்படுகிறது.

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 222 19/12/2022 14:49:28

25.01. தொழில் முனைவை மேம்படுத்துதல் மற்றும் புதுமை புனைதலுக்கான இந்தியாவின் முயற்சிகள் (India's efforts at Promoting Entrepreneurship and Innovations)

1. ஸ்டார்ட் அப் இந்தியா (Startup India:)

தொடக்க நிலையில் உள்ள தொழில்கட்கு ஆலோசனை வழங்குவது, வளர்ப்பது, ஆதரவு அளிப்பது போன்ற நடவடிக்கைகள் மூலம் அவற்றை வளர்க்கும் திட்டத்தினை 2016ம் ஆண்டு சனவரியில் துவங்கியது. துவக்கக் காலம் முதலே பல தொழில் முனைவோர்கள் பலதரப்பட்ட தொழில் வினைகளை துவக்கி வெற்றி கண்டனர். நிதிகளின் நிதி (Fund of Fund) என்ற நிதியின் மூலம் தொடக்க நிலை தொழில் வினைகளுக்கு நிதி வசதி செய்து தரப்பட்டு வருகிறது.

2. இந்தியாவில் தயாரிப்பு திட்டம் (Make in India)

இத்திட்டத்தின் மூலம் இந்தியாவை பன்னாட்டு உற்பத்தி மையமாக மாற்ற உதவி செய்யப்படுகிறது. இத்திட்டம் 2014 செப்டம்பர் மாதத்தில் நடைமுறைபடுத்தப்பட்டது. இத்திட்டத்தில் பங்கேற்று இந்தியாவை பன்னாட்டு உற்பத்தி மையமாக மாற்ற இந்திய குடிமகன்கள், வியாபார தலைவர்கள், கூட்டாளிகளாக விழையும் நபர்கள், உலகம் முழுவதும் உள்ள முதலீட்டாளர்களுக்கு அழைப்பு விடுக்கப்பட்டது. தற்பொழுது இதன் விளைவாக அன்னிய முதலீடு, புதுமை புகுத்தல், திறன் வளர்ச்சி, அறிவுசார் சொத்து பாதுகாப்பு, உற்பத்தி, கட்டமைப்பு மேம்பாடு போன்ற வளர்ச்சிசார் நடவடிக்கைகள் முடுக்கிவிடப்பட்டு முழுவீச்சில் செயல்பட்டு வருகிறது.

3. அடல் புதுமை புகுத்தல் திட்டம் (Atal Innovation Mission (AIM))

பன்னாட்டு தரத்திற்கு இணக்கமான முறையில் புதுமையான பொருட்களை வடிவமைப்பது மற்றும் தொழில் முனைவை முழுவீச்சில் ஊக்குவித்து அதை வளர்ப்பது என்ற முதன்மையான நோக்குடன் அடல் திட்டம் செயல்படுத்தப்பட்டு வருகிறது. இத்திட்டத்தின் கீழ் தொழில்நுட்பம் அறியப் பெற்ற திட்டங்களுக்கே அதிக முன்னுரிமை தரப்படுகிறது.

4. பெண்களுக்கு பயிற்சி மற்றும் வேலைவாய்ப்பு திட்டத்திற்கான ஆதரவு (Support to Training and Employment Programme for Women (STEP))

ஊரகப் பகுதியில் உள்ள மகளிருக்கு முறைசார் பயிற்சியை நல்கும் நோக்குடன் மகளிர் மற்றும் சிறார் அமைச்சகம் இத்திட்டத்தை செயல்படுத்தியது. தொழில்முறை மற்றும் ஆற்றல் மேம்பாட்டு அமைச்சகம் மற்றும் திட்ட குழுவும் இணைந்து இதுவரையில் இதுக்குறித்து நடைமுறையில் இருந்த 30 ஆண்டுகால வழிகாட்டல் நெறிமுறைகளை தற்கால தேவைக்கு ஏற்ப மாற்றி அமைத்தும் இத்திட்டத்தின் மூலம் வேளாண்துறை, பழ வேளாண்மை, உணவு பதப்படுத்துதல், சுற்றுலா, பாரம்பரிய கைவினைக் கலைகள், விருந்தோம்பல், கணினி மற்றும் தகவல் தொடர்பு துறை போன்ற துறைகளில் துவங்கப்படும் மகளிர் தொழில்முனைவோருக்கு பயிற்சி நல்கப்படுகிறது.

5. ஜன்தன் – ஆதார் – மொபைல் (Jan–Dhan–Aadhar–Mobile (JAM))

இத்திட்டத்தின் மூலம் பல அரசுத் திட்டங்களில் பயன் பெற்று வரும் பயனாளிகளுக்கு சேரவேண்டிய மானியத்தை சம்பந்தப்பட்ட துறை நேராக அவர்களுக்கு வழங்கும் நோக்கத்தில் பயனாளிகளை கட்டாயமாக வங்கிகளில் கணக்கு ஆரம்பிக்க கட்டாயப்படுத்தப்பட்டு அனைவர் பெயரிலும் வங்கிக்கணக்கு ஆரம்பிக்கப்பட்டு

வருகிறது. இதனால் பயனாளிகளுக்கு செல்ல வேண்டிய மானியத்தை சுரண்டி வந்த இடைத்தரகர்கள் அறவே அகற்றப்பட்டனர். இத்திட்டதின் மூலம் பயனாளிகள் மானியத் தொகையைப் பயன்படுத்தி தங்களின் வாழ்வை வளப்படுத்திக் கொள்ள முடிகிறது.

6. இலக்குமுறை இந்தியா (OR) டிஜிட்டல் இந்தியா (DIGITAL INDIA)

இத்திட்டத்தின் மூலம் அனைத்து அரசின் சேவைகளும் பயனாளிகளுக்கு மின்னணு முறையில் வழங்கப்பட்டு வருகிறது. இதனால் இந்திய பொருளாதாரம் மின்னணு பொருளாதாரமாக மாறி வருகிறது. உலகெங்கும் கிடைக்கும் பொருட்கள் மற்றும் பணிகளை மக்கள் மின்னணு முறையில் பெற வகை செய்திடும் அறிவு பொருளாதாரமாக இந்திய பொருளாதாரம் மாறி வருகிறது என்றால் மிகையாகாது.

7. ஸ்டாண்ட் அப் இந்தியா (Stand–up India)

இத்திட்டத்தின் மூலம் பழங்குடியினர் மற்றும் தாழ்த்தப்பட்ட இனத்தைச் சார்ந்த மகளிருக்கு நிறுமக் கடன் வழங்கி, அவர்களும் வளர்ந்து வரும் இந்தியப் பொருளாதாரத்தின் பலனை பெற்று அனுபவிக்க வகை செய்யும் நோக்கத்தோடு இத்திட்டம் வடிவமைக்கப்பட்டது. இத்திட்டத்தின் கீழ் துவங்கப்படும் உற்பத்தி, சேவை மற்றும் வியாபார வினைகட்கு ரூபாய் 10 லட்சம் முதல் ரூபாய் ஒரு கோடி அளவிற்கு ஒவ்வொரு மகளிர் தொழில் முனைவோருக்கு தரப்படுகிறது. மகளிர் தாழ்த்தப்பட்ட மற்றும் பழங்குடி சமூகத்தைச் சேர்ந்தவராக இருத்தல் வேண்டும்.

8. வணிகம் சார்ந்த தொழில்முறை உதவி மற்றும் வளர்ச்சி திட்டம் (Trade Related Entrepreneurship Assistance and Development (TREAD))

அரசு சாரா அமைப்புகளின் பதிவு செய்து கொண்ட நலிவுற்ற மகளிருக்கு கடன் தரும் உன்னதமான திட்டம் இத்திட்டம். இத்திட்டத்தின் மூலம், பொருளாதார ரீதியாக நலிவுற்ற மகளிர் கடன் உதவிமட்டுமின்றி, பயிற்சி ஆலோசனை பெறவும் முடியும். குறிப்பாக, வேளாண் சாரா திட்டங்களுக்கு இந்த திட்டத்தில் உதவி வழங்கப்படுகிறது.

9. பிரதான் மந்திரி குஷால் விகாஸ் திட்டம் (Pradhan Mandri Kaushal Vikas Yojana (PMKVY)

இத்திட்டத்தின் கீழ் தேசிய திறன் வளர்ச்சி மற்றும் தொழில் துறை அமைச்சக தொழில் சார்ந்த திறமை ஆற்றல் மற்றும் திறனை மேம்படுத்த பயிற்சி அளிக்கின்றது. பயிற்சி பெற்ற பின்பு பயனாளிகள் சுயமாக தொழில் துவங்கி தங்களை மேம்படுத்திக்கொள்ள இத்திட்டம் உதவுகிறது.

10. தேசிய திறன் அபிவிருததி குறிக்கோள் (national Skill Development Mission (NSDM))

இத்திட்டம் 2015ஆம் ஆண்டு ஜூலைத் திங்களில் ஆரம்பிக்கப்பட்டது. இத்திட்டத்தின் மூலம் பயனாளிகளுக்கு தொழில் சார்ந்த ஆற்றல்களில் பயிற்சி தரப்படுவதுடன் உடனடியாக மற்றும் தரமான முடிவுகளை எடுக்க பயிற்சி தரப்படுகிறது. பொருளாதாரத்தில் உள்ள அனைத்து துறைகளிலும் பயிற்சி அளித்து இந்தியாவை ஒரு ஆற்றல் வங்கியாக மாற்றுவது இதன் லட்சியமாகும்

11. விஞ்ஞான அடிப்படையில் அதிகாரமளித்தல் மற்றும் அபிவிருத்தி (Science for Equity Empowerment and Development (SEED))

களப் பணியாளர்கள் மற்றும் செயலூக்கம் அளிக்கப்பட்ட அறிவியல் ஆராய்ச்சியாளர்களால் கிராமப்புறங்களில் ஆரம்பிக்க சமூக பொருளாதார நோக்கம் கொண்ட செயல் திட்டம் ஆகும் இத்திட்டத்தில் கீழ் நாட்டிலுள்ள நலிவுற்ற பிரிவு மக்களுக்கு அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்ப வளர்ச்சியின் பலன்களை கிடைக்கச் செய்து சமத்துவம் பெறுவது இத்திட்டத்தின் தலையாய நோக்கமாகும்.

12th Commerce Tamil Unit 9.indd 224 19/12/2022 14:49:29

www.tnschoolbooks.in

25.02 பிற குறிப்பிட்ட தொழில் முனைவுத்திட்டங்கள் (Other Specific Entrepreneurship Schemes)

இந்தியாவில் பாரம்பரிய பண்பாட்டை ஆதரிக்கவும், வலுப்படுத்தவும், கடந்த சில ஆண்டுகளில் அரசு பல்வேறு திட்டங்களை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது. **அவைகள் பின்வருமாறு**

1. திருத்தப்பட்ட சிறப்பு ஊக்கத்தொகுப்பு திட்டம் (Modified Special Incentive Package Scheme (M–SIPS)

இந்த திட்டமானது சிறப்பு பொருளாதார மண்டலத்திற்கு (SEZ) 20 சதவீதம் மூலதன மானியமும் மற்றும் சிறப்பு பொருளாதார மண்டலம் அல்லாத (Non SEZ) இடத்திற்கு 25 சதவீதம் மானியத்தையும் பின்வரும் உற்பத்தி நிறுவனங்களுக்கு வழங்குகின்றது. அவை இணையத்தளங்கள், வானூர்தி மற்றும் பாதுகாப்பு, வாகன, புதுப்பிக்கத்தக்க ஆற்றல் இல்லாத, இணைய தொழில்நுட்பம், நுண் தொழில்நுட்பம் (Nano Technology) போன்றவை ஆகும்.

2. புதிய தலைமுறை புதுமை புகுத்துதல் மற்றும் தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு (New Gen Innovation and Entrepreneurship Development Centre (New Gen IEDC)

இத்திட்டத்தின் மூலம் ₹ 25 இலட்சம் வரை இரசாயன, மென்பொருள் தொழில்நுட்பம், உடல் நலம் மற்றும் உயிர் அறிவியல், வானியல், விண்வெளி மற்றும் பாதுகாப்பு, விவசாயம், முதன்மை செயற்கை நுண்ணறிவு, கணினி, தொலைநோக்கு பார்வை, கட்டுமானம் வடிவமைப்பு, புதுப்பிக்கத்தக்க ஆற்றல் அல்லாத, பசுமை தொழில்நுட்பம், நுண் தொழில்நுட்பம், இணையம் சார்ந்த பொருள் உற்பத்தி, நுண் தொழில்நுட்பம், உணவு மற்றும் பானங்கள், செல்லப்பிராணிகள் மற்றும் விலங்குகள், ஜவுளி மற்றும் ஆலை போன்ற தொழில்களுக்கு நிதி உதவி தரப்படுகிறது.

3. பால்பண்ணை தொழில் முனைவு மேம்பாட்டுத்திட்டம் (Diary Entrepreneurship Development Scheme)

பால் பண்ணைத் தொழில் முனைவு மேம்பாட்டுத் திட்டத்தின் நோக்கம் விவசாயம், செல்லப் பிராணிகள் மற்றும விலங்குகள், சிறிய பால் பண்ணைகளை உருவாக்கும் செயல் திட்டங்களும் மற்றும் அதற்கு கருவிகளை வாங்க நிதி வசதி தரப்படுகிறது.

4. ஒற்றை புள்ளி பதிவு திட்டம் (Single Point Registration Scheme (SPRS)

இத்திட்டத்தில் அடிப்படை பணம் வைப்பிற்கு செலுத்துதலில் (Earnest Money Deposit (EMD). இருந்து விலக்கு அளிக்கப்படுகிறது . இது நுண் மற்றும் சிறிய நிறுவனங்களுக்கான ஒரு பெரிய திட்டமாகும். இந்தத்திட்டத்தின் கீழ் ஒப்பந்தம் புள்ளி வெளியீடு இலவசமாக வழங்கப்படுகிறது

5. அடல் இன்புவேஷன் சென்டர்ஸ் (Atal Incubation centres (AIC)

நாட்டில் புதுமை புகுதல் கலாச்சாரத்தை பரப்பிடவும் மற்றும் பரவலாக தொழில் முறையை வளர்க்கும் நோக்குடன் திட்டக் குழுவில் அடல் புதுமை மையம் என்ற பிரிவை 2016ம் ஆண்டு உருவாக்கப்பட்டு இதன் மூலம் நம் நாட்டில் உற்பத்தி, மக்கள் நல்வாழ்வு, போக்குவரத்து, தண்ணீர், வேளாண்மை, கட்டுமானம் போன்ற துறைகளில் துவங்கப்படும் செயல்திட்டங்களை பேணிகாத்து வளர்க்கும் பணியை இந்த பிரிவு செய்து வருகிறது.

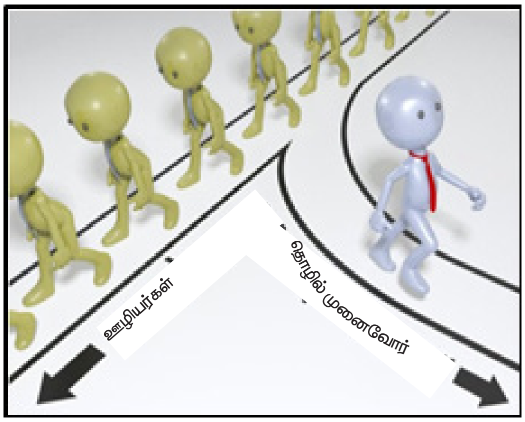
12th Commerce Tamil Unit 9.indd 225 19/12/2022 14:49:29

நமது சிந்தனைக்கு (For own thinking)

மகளிர் தொழில் முனைவோருக்கான காணரங்கள்

- புதுமை புகுத்துதல் சிந்தனை
- மற்றவர்களுக்கு முன் மாதிரி இருத்தல்
- தனிப்பட்ட அடையாளம் மற்றும் சமூக தகுநிலை
- கூடுதல் வருவாய்க்கான தேவை
- குடும்ப உறுப்பினர் ஆதரவு
- கல்வியும் தகுதியும்
- சுய நிறைவு
- புதிய சவால்கள்
- தனிப்பட்ட முடிவு எடுப்பதற்கான சுதந்திரம்
- வேலைவாய்ப்புக்களை உருவாக்குதல்
- நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களின் வெற்றிக் கதைகள்
- அரசின் கொள்கைகளும் செயல்முறைகளும்

25.03 தொழில் முனைவோர் துறையை மேம்படுத்துவதில் உள்ள படி நிலைகள் (Steps in Promoting an Entrepreneurial Venture)



1. பொருளை தேர்ந்தெடுத்தல் (Selection of the product)

திறன், உள்நோக்கம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் ஒரு தயாரிப்பு ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுக்கலாம். அவர்/அவள் ஒரு அடையாளக்குறியீடு, புதிய தயாரிப்பு ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுக்கலாம் அல்லது ஏற்கனவே உற்பத்தி செய்துகொண்டு இருக்கும் பொருட்களின் தன்மையை அதாவது கூடுதல் வசதிகள், இட வசதிகள், எளிதான செயல்திறன், விலையை குறைக்க போன்றவற்றிற்கும் இருக்கும். திட்டத்தின் பொருளாதார நம்பகத்தன்மையை தொழில்முனைவோர் ஏற்படுத்த வேண்டும்.

2. தொழில் அமைப்பு முறையை தேர்வு செய்தல் (Selection of form of Owership)

குடும்பம், உரிமை, கூட்டாண்மை, தனியார் வரம்புக்குட்பட்ட நிறுவனம் ஆகியவற்றிற்கான தொழில்முறை அமைப்பு நிறுவனத்தை தேர்வு செய்ய வேண்டும். குடும்பத்தின் உரிமைகள் மற்றும் கூட்டாண்மை வடிவங்கள் ஆகியவை நிறுவுன நிதியுதவி, நிர்வாக மற்றும் தொழில்நுட்ப திறன்கள் மற்றும் வணிக அனுபங்களை நிறைவு செய்வதற்கு முன்னுரிமை கொடுக்கப்பட வேண்டும், அதே நேரத்தில் நிறுவனத்தின் மீது ஒருங்கிணைந்த கட்டுப்பாட்டைக் கையாளுவதற்கு ஏற்றதாக இருத்தல் வேண்டும்.

3. இடத் தேர்வு (Selection of Site)

தொழில் முனைவோர் தனது முயற்சியைத் தக்கவைப்பதற்கு பொருத்தமான தொழில் இடத்தை தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். அதன் அவருக்கு இடத்தை தேர்வு செய்ய நான்கு வாய்ப்புகள் உள்ளன, அவை பின்வருமாறு.

- மாநில தொழிற்துறை கழகங்களான சிறு தொழிற்துறை மேம்பாட்டு சிற தொழிற்துறை மேம்பாட்டு கழகம் (Small Industries Development Corporation SIDCO), தமிழ்நாடு மாநில தொழிற்துறை மேம்பாட்டு கழகம் (State Industrial Promotion Corporation of Tamilnadu Limited (SIPCOT) MMDA, தமிழ்நாடு வீட்டு வசதி வாரியம் (Tamil nadu Housing Board (TNHB) மற்றும் தொழிற்துறை இயக்குநரகம் போன்றவை தொழில் முனைவோருக்கு இடத்தை அளிக்கலாம்.
- தொழிற்சாலை கொட்டகையை கட்ட மாநில தொழிற்துறை மேம்பாட்டு முகமைத்துவத்தால் தொழில்முனைவோருக்கு செய்யலாம்.
- தனியார் நிலமேம்பாட்டளரால் உருவாக்கப்பட்ட நிலத்தில் தொழில்முனைவோர் தொடங்க முடியும்.
- தொழில் முனைவோர் தனியார் நிலத்தை வாங்கி அதை தொழில்துறை பயன்பாட்டிற்காக உருவாக்கலாம்.

இடத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் பின்வரும் விஷயங்களைக் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும்.

- சொந்த ஊருக்கு அருகில்
- அரசாங்கத்தால் வழங்கப்பட்ட ஊக்கங்கள்
- சந்தைக்கு அருகில்
- தொழிலாளர் மற்றும் மூலப்பொருட்கள் கிடைக்கும் தன்மை
- உள்கட்டமைப்பு வசதிகள்

4. மூலதன கட்டமைப்பை தீர்மானித்தல் (Deciding Capital Structure)

இந்த துணிகர நிதிக்கு நிதியளிப்பதற்கான ஆதாரத்தை தொழில் முனைவோர் தீர்மானிக்க வேண்டும். அவர்/அவள் சொந்த சேமிப்பு இருப்பு, நண்பர்கள் மற்றும் உறவினர்களிடமிருந்து கடன், வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்து காலக்கடன்களை திரட்ட முடியும்.

5. உற்பத்தியில் தொழில்நுட்ப முறையை பெறுதல் (Acquisition of Manufacturing Know–how)

தொழிற்துறை ஆய்வு கூடங்கள், ஆராய்ச்சி மற்றும் தொழிற்துறை மேம்பாட்டுப் பிரிவுகள் மற்றும் தனிப்பட்ட ஆலோசகர்களிடமிருந்து உற்பத்தியை எவ்வாறு செய்ய முடியும் என்பதனை அறியலாம். சில நேரங்களில், பிரதான அலகுகள் மூலம் அல்லது ஆலை மற்றும் இயந்திரங்களை அளிப்பவர்களிடமிருந்தும் இந்த வசதிகளை பெறமுடியும். தவிர வெளிநாட்டு தொழில்நுட்ப ஒத்துழைப்பு மூலமும் பெறமுடியும்.

6. திட்ட அறிக்கை தயாரித்தல் (Preparation of Project Report)

கால கடன் வழங்கும் நிறுவனங்களின், கடன் விண்ணப்பப் படிவில் வடிவமைக்கப்பட்ட வடிவமைப்பின் படி திட்ட அறிக்கைகள் தயாரிக்கப்பட வேண்டும். ஒரு தொழில் முனைவோர் தொழில்நுட்ப ஆலோசனை நிறுவனம் அல்லது தணிக்கையாளர்கள் அல்லது ஆலோசகர்கள் அல்லது மேம்பாட்டு நிறுவனங்களால் தயாரிக்கப்பட்ட அறிக்கையைப்பெற முடியும். இந்த அறிக்கை நிதியியல், தொழில்நுட்ப அறிவு, உழைப்பு மற்றும் மூலப்பொருட்களின் ஆதாரங்கள், சந்தை திறன் மற்றும் இலாபத்தன்மை போன்ற அம்சங்களை உள்ளடக்கியது. திட்ட அறிக்கை பின்வருவனவற்றை உள்ளடக்கியது.

- **தொழில்நுட்பம் சார்ந்த சாத்தியத்தன்மை** Technical Feasibility

  தயாரிப்பு விவரக்குறிப்பின் விளக்கம்

  - மூலப் பொருட்கள் கிடைக்கும் தன்மை
  - உற்பத்தி நடைமுறை
  - தரகட்டுப்பாட்டு நடவடிக்கைகள்
  - நீர்,மின்சாரம்,போக்குவரத்துமற்றும்தகவல்தொடர்பு வசதிகள் கிடைக்கும் தன்மை.

- **பொருளாதார நம்பகத்தன்மை** Economic viability

இது முக்கியமாக உள்நாட்டு மற்றும் ஏற்றுமதி சந்தை, இயந்திரங்கள் நிறுவப்பட்ட திறன், சந்தை பங்கு, எதிர்பார்க்கப்பட்ட வருவாய் மற்றும் பொருத்தமான விலை கட்டமைப்பு ஆகியவற்றின் தேவைகளை உள்ளடக்கியது.

- **நிதிசார்ந்த நம்பகத்தன்மை** Financial viability

  இது பின்வரும் அம்சங்களை உள்ளடக்கியது

  - நிலம் மற்றும் கட்டிடம், ஆலை மற்றும் இயந்திரம் போன்ற திரும்ப திரும்ப நிகழாச் செலவுகள்.
  - கூலி, சம்பளம், மற்றும் மேல்நிலை செலவு போன்ற திரும்ப திரும்ப நிகழும் செலவுகள்
  - உற்பத்திக்கு சாத்தியமான செலவு
  - எதிர்பார்க்கப்பட்ட விற்பனையில் இலாபம்.

- **நிர்வாகத் திறமை** Managerial Competency

தொழில் முனைவோர் திட்ட அறிக்கையில் துணிகரத்தை நிர்வகிப்பதற்கான பொறி முறையைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். சிறிய அளவிலான முயற்சிகளின் விஷயத்தில், உரிமையாளர்கள் அல்லது பங்குதாரர்கள் மேலாண்மையான நடவடிக்கைகளை கவனித்து கொள்ளலாம், அதே நேரத்தில் நிறுவன நிர்வாக அமைப்புகளின் நிர்வாகத்தில் பல்வேறு நிர்வாக மேலாண்மையில் பல்வேறு நிர்வாக நிலைகளை நிர்வகிப்பதற்காக நிர்வாக அதிகாரிகளின் குழுவை கொண்டு வரவேண்டும். நிறுவனத்தை செயல்படுத்துவதற்கு திட்டமிட்டிருந்த நிறுவன கட்டமைப்பு விவரங்களை அவர் வழங்க வேண்டும்.

- **தற்காலிகமான பதிவு சான்றிதழ்** (Provisional Registration Certificate)

தொழில் முனைவோர் தற்காலிக பதிவு சான்றிதழ் விண்ணப்பிக்க வேண்டும். தொழில் முனைவோர் சில நிபந்தனைகளை பூர்த்தி செய்யப்பட்ட பின்னர் ஒரு வருட காலத்திற்கு ஆறு மாதத்திற்கு ஒருமுறை புதுபிக்கும் அடிப்படையில் தரப்படும். தொழில் முனைவோர் நீட்டிப்புக் காலத்திற்கு பிறகும் உற்பத்தியைத் தொடங்க முடியாவிட்டால், மேலும் நீட்டிப்பு வழங்கப்படமாட்டாது.

- **நிரந்தர பதிவு சான்றிதழ்** (Permanent Registration Certificate)

உற்பத்தியை ஆரம்பித்தவுடன் அல்லது உற்பத்தியைத் தொடங்கத் தயாராகிவிட்டால் நிரந்தர பதிவு சான்றிதழை பெற தகுதியுடையவர்கள் ஆவார்.

- **சட்டபூர்வ உரிமம்** (Statutory Licence)

தொழில்முனைவோர் சம்பந்தப்பட்ட அதிகாரியிடமிருந்து நகராட்சி உரிமம் பெற வேண்டும். பிறகு, தொழில்முனைவோர் உற்பத்தி அலகை மத்திய மற்றும் விற்பனை வரித்துறையுடன் பதிவு செய்ய வேண்டும். ஒரு அலகு தொழிற்சாலை சட்டத்தின் விதிமுறைகளுக்குள் வந்தால், அவர் / அவள் அதை தொழிற்சாலை கண்காணிப்பாளரிடம் பதிவு செய்ய வேண்டும் அல்லது அந்த அலகு. கடைகள் மற்றும் ஸ்தாபனச் சட்டத்தின் கீழ் பதிவு செய்ய வேண்டும்.

- **மின் இணைப்பு** (Power Connection)

தொழில் முனைவோர் மின் இணைப்பிற்கான விண்ணப்பத்தை பாதுகாப்பு வைப்புத்தொகையை செலுத்தி மற்றும் அலுவலக முறைமைகளை நிறைவேற்றி மாநில மின்சார வாரியத்தின் உதவி கோட்ட பொறியாளரிடம் விண்ணப்பிக்க வேண்டும்.

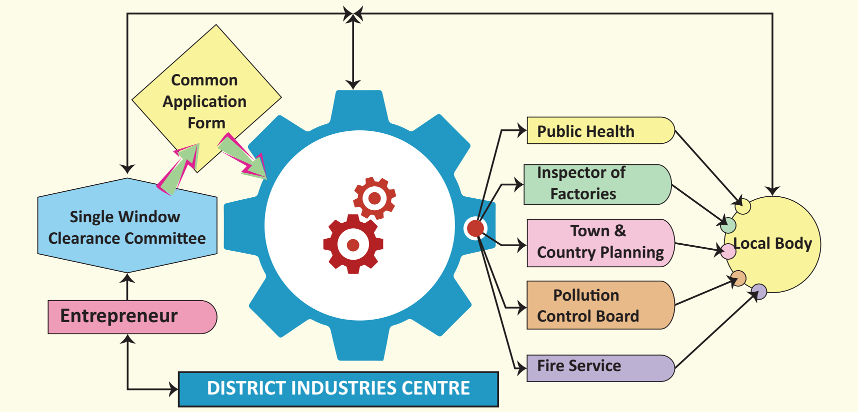
- **நிதி ஏற்பாடு** (Arrangement of Finance)

தொழில் முனைவோருக்கு இரண்டு விதமான நிதி தேவைப்படுகிறது. அவை நீண்டகால நிதி மற்றும் குறுகிய கால நிதியாகும். நிலையான சொத்துக்களை பெறுவதற்கு நீண்டகால நிதி தேவையும். நடைமுறை மூலதனத்திற்கு குறுகிய கால நிதி தேவையும் தேவைப்படுகிறது. தொழில் முனைவோர் நிதி நிறுவனங்களால் பரிந்துரைக்கப்பட்ட தொடக்க மூலதனத்தை (Seed Capital) கொண்டு வரவேண்டும்.

25.04. தமிழக அரசின் தொழில் முனைவோருக்காக திட்டங்கள்

எதிர்கால கற்றல் For Future Learning

How an Entrepreneur will make use of the various schemes of Governments?!



ஒரு தொழில் முனைவோர் எவ்வாறு அரசாங்கங்களின் பல்வேறு திட்டங்களை பயன்படுத்துவார்கள்?

ஒற்றை சாளர தீர்வு குழு அனைத்து தீர்வுகளும் ஒரே கூரையின் கீழ்

1. பூர்த்தி செய்யப்பட் பொதுவான விண்ணப்ப படிவத்தை மாவட்ட தொழில் மையத்தில் சமர்பித்தல் வேண்டும்.
2. மாவட்ட தொழில் மையத்தினால் விண்ணப்படிவம் மேல் அனுப்பி வைத்தல்.
3. பல்வேறு முகமைகள் விண்ணப்பத்தினை முறையாக பரிசீலித்து ஆவண செய்யவேண்டும்.
4. உள்ளூர் அமைப்பிடமிருந்து ஆட்ச்சேபனையில்லாச் சான்று பெற்று மாவட்ட தொழில் மையத்திற்கு அனுப்பித்தல் வேண்டும்.
5. மாவட்ட தொழில் மையத்தினால் தீர்வு சான்று தொழில் முனைவோருக்கு மேல் அனுப்பித்தல் வேண்டும்.
6. பைசல் செய்யப்படாத விண்ணப்பங்கள் ஒற்றை சாளர குழுவிற்கு அனுப்பி வைக்க வேண்டும்

உங்களுக்கு தெரியுமா?

முதலீட்டு தேவதை

01 வியாபார தேவதை அல்லது முதலீட்டு தேவதை

02 சிறுதொழில் முயற்சி அல்லது தொழில் முனைவோருக்கு தேவையின் அடிப்படையில் முதலீட்டை நல்குபவர்

03 தேவதை முதலீட்டாளர்கள் தொழில் முனைவோரின் வட்டாரத்திலோ அல்லது நண்பர்கள் வட்டத்திலிருந்தோ வருபவர்கள்.

04 இவர்கள் விதை முதலையோ அல்லது நிறுமத்தின் சங்கட காலங்களில் தேவைப்படும் நிதியை வழங்கி வினையை தொடர உதவி புரிபவர்கள் இருக்கின்றனர்.

05 இவர்கள் தொழில் முனைவோருக்கு சாதகமான சொற்பகர்வுகளில் நிதி வழங்குபவர்கள். இவர்கள் தொழில் முனைபவரின் நட்புக்கு மதிப்பளிப்பது கடன் தருபவர்கள். அதாவது வினையில் கிட்டும் வாய்ப்பை பற்றி கண்டு கொள்ளார்கள் நட்பிற்கு மதிப்பளிப்பது கடன் தருபவர்கள்.

கலைச்சொற்கள்

விஞ்ஞான அடிப்படையில் அதிகாரமளித்தல் (SEED)
பெண்களுக்கு பயிற்சி மற்றும் வேலைவாய்ப்பு திட்டத்திற்கான ஆதரவு (STEP)
வணிகம் சார்ந்த தொழில்முறை உதவி மற்றும் வளர்ச்சி திட்டம் (TREAD)
ஜன்தன் ஆதார் மொபைல் (JAM)
அடல் இன்புவேஷன் சென்டர்ஸ் (AIC)

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. **அனைத்து இந்திய அரசாங்கங்களும் மின்னணு முறையில் கிடைக்கச் செய்ய, இந்திய பொருளாதாரத்தை நவீனமயமாக்க ____________ முன் முயற்சி தொடங்கப்பட்டது.**
   அ) ஸ்டாண்ட் அப் இந்தியா
   ஆ)ஸ்டாட்டப் இந்தியா
   இ) டிஜிட்டல் இந்தியா
   ஈ) இந்தியாவில் தயாரிப்போம் திட்டம்

2. **_____________ இந்தியாவை உலகளாவிய வடிவமைப்பு மற்றும் உற்பத்தி மையமாக மாற்றுவதற்காக வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது.**
   அ) டிஜிட்டல் இந்தியா
   ஆ) இந்தியாவில் தயாரிப்போம் திட்டம்
   இ) ஸ்டாட்டப் இந்தியா
   ஈ) வடிவமைப்பு இந்தியா

3. **புதிது புனைதல் மற்றும் தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தை ஊக்குவிக்க இந்திய அரசு ________ முயற்சிக்கிறது.**
   அ) அடல் புதுமை புகுத்தல் திட்டம் (AIM)
   ஆ) பெண்களுக்கு பயிற்சி மற்றும் வேலைவாய்ப்பு திட்டத்திற்கான ஆதரவு (STEP)
   இ) விஞ்ஞான அடிப்படையில் அதிகாரமளித்தல் மற்றும் அபிவிருத்தி (SEED)
   ஈ) அடல் இன்புவேஷன் சென்டர்ஸ் (AIC)

4. **_____________ நிதி ஆதாரங்கள், தொழில் நுட்ப அறிவு, தொழிலாளர் ஆதாரங்கள் மற்றும் மூலப்பொருட்கள், சந்தை திறன் மற்றும் இலாபகத்தன்மை ஆகியவற்றை ஆதாரங்களாகக் கொண்டிருக்கிறது.**
   அ) தொழில்நுட்ப அறிக்கை　　ஆ) நிதி அறிக்கை
   இ) திட்ட அறிக்கை　　ஈ) வளர்ச்சி அறிக்கை

5. **_______________திட்டஅறிக்கையில்துணிகரம் செய்வதற்கான நெறிமுறையை உள்ளடக்கியது.**
   அ) வங்கியர்
   ஆ) அரசு
   இ) கடன் அளிக்கும் நிறுவனங்கள்
   ஈ) தொழில் முனைவோர்

விடைகள் :

1	இ	2	ஆ	3	அ	4	இ	5	ஈ

II. குறு வினாக்கள்:

1. ஏதேனும் இரண்டு அரசின் தொழில் முனைவோர் திட்டங்களின் பெயர்களை எழுதுக.
2. டிஜிட்டல் இந்தியாவைப் பற்றி குறிப்பு வரைக.
3. தொழில் முனைவோருக்கு தேவைப்படும் இரண்டு விதமான நிதியைக் குறிப்பிடுக.

III. சிறு வினாக்கள்:

1. ஸ்டாட்டப் இந்தியா என்றால் என்ன?
2. பின் வருவனவற்றிக்கு விரிவாக்கம் தருக்.
   i) STEP　　ii) JAM
   iii) SEED

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. ஏதேனும் ஐந்து அரசின் தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டு திட்டத்தினை விளக்குக.
2. புதிய தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டிற்காக படிநிலைகளை விளக்குக.

குறிப்பு நூல்கள்

1. Khanka S.S, Entrepreneurial Development S.Chand & Company ltd, Ram nagar,New Delhi
2. Gupta G.P and Srinivasan N.P ,Entrepreneurial Development, Sultan chand & CO,New delhi, 1993
3. Sundar K.S Elements of Entrepreneurship, Vijai Nichole Imprints Pvt, Ltd, Chennai–2018

அலகு 10

நிறுமச் சட்டம் மற்றும் செயலர் நடைமுறைகள்
COMPANY LAW AND SECRETARIAL PRACTICE

26
அத்தியாயம்

நிறுமச் சட்டம், 2013
COMPANIES ACT 2013

சிறப்பீனும் செல்வம் பெறினும் பிறர்க்குஇன்னா
செய்யாமை மாசற்றார் கோள்.

-- குறள் 311

பொருள் : சிறப்பைத்தருகின்ற பெருஞ் செல்வத்தைப் பெறுவதாக இருந்தாலும், பிறர்க்குத் துன்பம் செய்யாதிருத்தலே மாசற்றவரின் கொள்கையாம்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- நிறும சட்டம் மற்றும் நிறுமத்தின் சட்டத்தின் தர்க்கங்கள் பற்றிய வளர்ச்சிகள்.
- கம்பனியின் அடிப்படை யோசனைகள்
- விளம்பரதாரர்களின் பங்கு
- பங்குகளின் மற்றும் கடன் பத்திரங்களின் பொருள்.
- பங்கு சான்றிதழ் மற்றும் பகிர்வு உத்தரவுகளை அடிப்படை யோசனை ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

26.01 இந்திய நிறுமச் சட்டத்தின் வரலாறும் பரிணாமமும்
26.02 நிறுமங்கள் சட்டம் 2013
26.03 நிறுமத்தின் பொருள் மற்றும் இலக்கணம்
26.04. நிறுமத்தை உருவாக்குதல்
26.05. பங்கு மற்றும் பங்கு முதல்
26.06. பங்குகள், ஊக்கப் பங்குகள், உரிமைப் பங்குகள் – வெளியீடுதல்
26.07 பங்குச் சான்றிதழ் மற்றும் பங்குரிமை ஆணை.
26.08 பங்கு மற்றும் பங்குத் தொகுதியும்
26.09 கடன் பத்திரம்
26.10 பங்குகளுக்கும், கடன் பத்திரங்களுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்

நிறும அமைப்புகளை உருவாக்கி வர்த்தகம் செய்யும் முறை பதினேழாம்நூற்றாண்டிலேயே பின்பற்றப்பட்டது எனக் கூறலாம்.

இந்த அத்தியாத்தில் இந்திய நிறுமச் சட்டம் 2013ன் பொது அம்சங்களை உள்ளடக்கியது. மேலும் நிறுமத்தின் பொதுவான ஆவணங்களான அமைப்பு முறையேடு. செயல்முறை விதிகள் மற்றும் தகவல் அறிக்கை போன்றவற்றை ஆய்வுசெய்தல். மேலும் இந்த அத்தியாயத்தில் பங்குகள் மற்றும் கடனீட்டு பத்திரங்கள் முக்கிய அம்சங்களை உள்ளடக்கியது. இந்த அத்தியாயத்தை படித்த பின்னர் இந்திய நிறுமச் சட்டத்தின் வரலாற்று பரிணாம வளர்ச்சியை புரிந்துகொள்வதுடன் 2013ல் திருத்தியமைக்கப்பட்ட நிறுமச் சட்டத்தின் அடிப்படை பங்குகளையும், அதன் முக்கிய அம்சங்களையும் அறிந்துக் கொள்ளலாம்.

ஏற்கனவே கூறியவாறு வர்த்தகத்தில் "நிறுமம்" மற்றும் "சங்கம்" (கார்ப்பரேஷன்) என்ற கருத்து புதியது அல்ல. ஏனெனில் கி.மு.நான்காம் நூற்றாண்டில் இயற்றப்பட்ட "அர்த்தசாஸ்திரம்" காலத்தில் இந்த வார்த்தைகள் கையாளப்பட்டுள்ளன. மேலும் வியாபார வளர்ச்சிக்கும் தேவைக்கும் தகுந்தாற் போல் காலப் போக்கில் அதன் வடிவம் சீரமைக்கப்பட்டது.

நிறும வடிவமைப்பைக் கொண்ட வாணிபம் பிற வணிக நிறுமங்களான தனியார் வாணிபம்,கூட்டு வாணிபம் போன்றவற்றிலிருந்து மாறுப்பட்டு பல நன்மைகளை பெறுகின்றன.

இந்த நிறுமம் என்ற வார்த்தை வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்பு நிரந்தர வாழ்வுபோன்ற இயல்புகளை உள்ளடக்கியது.

26.01 இந்திய நிறுமச் சட்டத்தின் வரலாறும் பரிணாமும்

இங்கிலாந்தில் இயங்கி வந்த "வர்த்தகர்களின் வழிகாட்டி" (Merchant Guilds) என்ற அமைப்பு ஆரம்ப காலங்களில் வியாபார வழிகாட்டியாக திகழ்ந்தது.மேலும் சில வணிகர் சங்கங்கள் (அ) குழுக்கள் இந்த நிறுமங்களை கட்டுப்படுத்தி வழி நடத்தின என்றால் மிகையாகாது.

i) 1600ம் ஆண்டு கிழக்கு இந்திய நிறுமமானது ராயல் சார்ட்டரால் நிறுவப்பட்டது.
ii) 1844ல் முதன் முறையாக இங்கிலாந்து நாட்டில் கூட்டு பங்கு நிறுமங்களின் சட்டம் நிறைவேற்றப்பட்டது.
iii) 1850ம் ஆண்டில் முன்னர் வழக்கில் இருந்த (1844ம் ஆண்டு) இங்கிலாந்து கூட்டு பங்கு நிறுமச் சட்டத்தினை அடிப்படையாக கொண்டு இந்தியாவில் கூட்டு பங்கு நிறுமச் சட்டம் முதல் ஏற்பாடு செய்யப்பட்டது.
iv) 1852ம் ஆண்டு வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்பு (Limited Liability) என்ற கருத்தை அறிமுகப்படுத்தி இந்திய கூட்டு பங்கு நிறுமச் சட்டம் நிறைவேற்றப்பட்டது.
v) 1913ம் ஆண்டில் தனியார் நிறுமங்களை அறிமுகப்படுத்தி நிறுமங்களின் சட்டம் 1913ல் இயற்றப்பட்டது.

இந்த நிறுமச் சட்டத்தை சுதந்திரத்திற்கு பிறகு மீளாய்வு செய்யும் போது 1950ம் ஆண்டு H.C.பாபா தலைமையில் இந்திய அரசு ஒரு குழுவை அமைத்தது. அந்தக் குழு தனது அறிக்கையை 1952ம் ஆண்டு சமர்ப்பித்தது.

குழுவின்பரிந்துரையின் அடிப்படையிலும். இங்கிலாந்து நிறுமச் சட்டம் 1948 விதிமுறைகளின் அடிப்படையிலும் 1956ம் ஆண்டு இந்திய நிறுமங்கள் சட்டம் பாராளுமன்றத்தில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.

01.04.1956 முதல் இந்திய நிறுமங்கள் சட்டம் 1956 நடைமுறைக்கு வந்தது. இச்சட்டத்தின் முக்கிய குறிக்கோள்கள்

i) பங்குதாரர்களின் நம்பகத் தன்மையையும், நம்பிக்கையையும் காத்தல்.
ii) பங்குதாரர்களின் உரிமைகளை பாதுகாப்பாக வைத்தல்.
iii) நிறுமத்தின் அனைத்து நடவடிக்கைகளிலும் கடுமையான கட்டுப்பாட்டை கொண்டிருத்தல்.
iv) வருடாந்திர சட்டங்களை ஒழுங்குப்படுத்தி பயனுள்ளதாக ஆக்குதல்.
v) பொதுமக்களின் முதலீடுகளை சமூகநல செயல்பாட்டிற்கும், மேம்பாட்டிற்கும், அபிவிருத்திக்கும் பயன்படுத்தும் வகையில் அமைத்தல்.

இந்திய நிறுமச் சட்டம் 1956ம் ஆண்டு 2006 மற்றும் 2009 ஆம் ஆண்டுகளில் காலத்திற்கு தகுந்தாற் போல் சில முக்கிய மாற்றங்களை செய்து திருத்தி அமைக்கப்பட்டது.

அவை உதாரணமாக

i) நிறுமச் சட்ட வாரியம் அகற்றப்பட்டு தேசிய நிறுமச் சட்டம் தீர்ப்பாயம் உருவாக்கப்பட்டது.
ii) நலிவடைந்த நிறுமங்களை மீண்டும் திறம்பட செயல்பட ஏற்கனவெ தொழில்துறை மற்றும் நிதி மறு சீரமைப்பு (BIFR) நிறுமத்தின் சார்பில் மேற்கொள்ளப்பட்டதை நீக்கி தேசிய நிறுமச் சட்ட தீர்ப்பாயத்தின் மூலம் செயல்பட ஆவண செய்யப்பட்டது.
iii) நலிவடைந்த நிறுமங்களின் மறு சீரமைப்பு தொழில்துறை மற்றும் நிதி மறு சீரமைப்பு (BIFR) சார்பில் நலிவடைந்த தொழில் நிறுமங்களின் சட்டம் 1985ன் (SICR) மூலம் விதிமுறைகளுக்கு உட்பட்டு ஒப்படைக்கப்பட்டு இருந்தது.

ஆனால் இதை நலிவடைந்த தொழில் நிறுமங்களில் நீக்குதல் சட்டம் 2013ம் மூலம் மாற்றி அமைக்கப்பட்டது. மேலும் இந்த நிறுமங்களின் மறு சீரமைப்பு மற்றும் புணர்வாழ்வு அளிப்பு பணிகளை தேசிய நிறுமச் சட்ட தீர்ப்பாயத்திடம் (NCLT) ஒப்படைக்கப்பட்டது.

26.02 நிறுமச் சட்டம் 2013

2013ம் ஆண்டு ஆகஸ்ட் மாதம் 29ந்தேதி திருத்தி அமைக்கப்பட்ட இந்திய நிறுமங்கள் சட்டம் 2013 குடியரசுத் தலைவரின் ஒப்புதலைப் பெற்றது.மேலும் இச்சட்டம் டிசம்பர் திங்கள் 18ம் நாள் 2012ம் ஆண்டு லோக் சபாவில் நிறைவேற்றப்பட்டு ஆகஸ்ட் திங்கள் 2013ம் ஆண்டு 8ம் தேதி ராஜ்யசபாவில் நிறைவேற்றப்பட்டது.

2012ம் ஆண்டு டிசம்பர் மாதம் 18ம் தேதி லோக் சபாவில் நிறைவேற்றப்பட்டு 2013ம் ஆண்டு ஆகஸ்ட் மாதம் 8ம் தேதி ராஜ்யசபாவில் நிறைவேற்றப்பட்ட பின்னர் 2013ம் ஆண்டு ஆகஸ்ட் மாதம் 29ம் நாள் குடியரசு தலைவரின் ஒப்புதலுடன் இந்திய நிறுமச் சட்டம் 2013 நிறைவேற்றப்பட்டது. இச்சட்டம் 29 அத்தியாயங்கள், 470 பிரிவுகள் மற்றும் 7 அட்டவணைகளை கொண்டது.(ஆனால் இதற்கு முன் இருந்த நிறுமச் சட்டம் 1956ல் 13 அத்தியாயங்கள், 658 பிரிவுகள் மற்றும் 15 அட்டவணைகளை உள்ளடக்கி இருந்தது).

இந்திய நிறுமச் சட்டம் 2013ல் பதிவுசெய்யப்பட்ட வல்லுநர்கள், அரசு நிறுமங்கள், தகவல் மற்றும் புள்ளியல் கொடுக்கும் நிறுமங்கள், நிதி நிறுமங்கள்,தேசிய நிறும சட்ட தீர்ப்பாயம் மற்றும் மேல்முறையீட்டு தீர்ப்பாயம் மற்றும் சிறப்பு நீதிமன்றங்கள் ஆகியவற்றிற்கு தனித்தனியே அத்தியாயங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டு உள்ளது.

புதிய இந்திய நிறுமச் சட்டம் 2013ம் ஏற்படுத்தப்பட்ட சில முக்கிய அடிப்படை மாற்றங்கள் பின்வருமாறு:

வ. எண்	மாற்றம்		மாற்றங்களின் தேவை
1	நிறும கூட்டு உருவாக்கம்	நிறுமங்களின் வகைகள்	பொதுத்துறை நிறுமம், தனியார்த்துறை நிறுமம், ஒரு நபர் நிறுமம்
		தனி நிறுமங்களுக்கான அதகிபட்ச உறுப்பினர்கள்	ஒரு தனி நிறுமம் அதகிபட்சமாக 200 உறுப்பினாக்ளை வைத்துக் கொண்டிருக்கலாம்
		ஒரு நபர் நிறுமம்	புதிய கருத்து அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது.
		தொழில் துவங்க சான்றிதழ்	பங்கு மூலதனம் கொண்ட அனைத்து நிறுமங்களுக்கும் இது பொருந்தும்
2	அமைப்புமுறை ஏடு	நோக்க ஷரத்து	இந்த சாசனத்தில் கூட்டு உருவாக்க செய்யப்பட உள்ள நிறுமத்தின் நோக்கத்தை உள்ளடக்கி இருக்க வேண்டும் மேலும் தேவைப்படுகிற அனைத்து விவரங்களையும் கொண்டிருக்க வேண்டும்
3	முக்கிய நிர்வாக நபர்கள்	பிரிவு 2 (51)	முக்கிய நிர்வாக நபர்கள் என்ற சொல் கீழ்கண்டவர்களை உள்ளடக்கியது. i) தலைமை நிர்வாக அதிகாரி (CEO) அ) மேலாண்மை இயக்குநர் (MD) ஆ) மேலாளர் ii) நிறுமச் செயலர் iii) முழு நேர நிர்வாக இயக்குநர் (WTD) iv) தலைமை நிதி அலுவலர் (CFO) மற்றும் பிற அதிகாரிகளையும் தேவைப்பட்டால் பரிந்துரைக்கலாம்.
4	முழு நேர முக்கிய நிர்வாக நபர்களை பணியமர்த்துதல்	பிரிவு 203	ஒவ்வொரு நிறுமமும் தங்களுடைய முக்கிய நிர்வாக நபர்களை (அ) குழுக்களை கொண்டிருக்க வேண்டும். அதை பற்றிய விவரத்தை உரிய பிரிவின் கீழ் காண்பிக்க வேண்டும். உதாரணமாக முழு நேர இயக்குநர் இல்லாத நிலையில் மேலாளரோ, நிர்வாக அதிகாரி, நிறுமத்தின் செயலாளர், தலைமை நிதி அதிகாரி
5	பங்கு முதல் வெளியீடு தொடர்பாக	பங்குகளை தள்ளுபடியில் வெளியடுதல்	பணியாளர்களுக்கு வெளியிடப்படும் பங்குகளை தவிர ஏனைய பங்குகளை தள்ளுபடியில் வெளியிட கூடாது.
		இருபது ஆண்டுகளுக்கு பிறகு மீட்க கூடிய முன்னுரிமைப் பங்குகள்	பரிந்துரைக்கப்பட்ட உள்கட்டமைப்பு திட்டங்களுக்காக வெளியிடப்பட்ட முன்னுரிமைப் பங்குகளை தவிர ஏனையவற்றை 20 ஆண்டுகளுக்குள் மீட்கப்பட வேண்டும். தேவைப்பட்டால் பங்குதாரர்களின் விருப்பத்தின் அடிப்படையில் ஒரு குறிப்பிட்ட சதவீத பங்குகளை ஆண்டுதோறும மீட்டெடுக்கலாம்.
		பங்கு மூலதன மாற்றத்தை அறிவித்தல்	மீள்தகு / முன்னுரிமை பங்குகளை மீட்டு 30 நாட்களுக்குள் அது தொடர்பான செய்தி நிறும பதிவாளருக்கு உரிய படிவத்தில் நிறுமம் அறிவிக்க வேண்டும்
		பங்குகளை ஒருங்கிணைத்தல் மற்றும் பகிர்வு செய்தல்	பங்குகளை ஒருங்கிணைப்பு செய்தல் மற்றும் பகிர்வு செய்தல் காரணமாக பங்குதாரர்களின் வாக்குமூலத்தில் மாற்றங்களை ஏற்படுததுவதால் தீர்ப்பாயத்தின் ஒப்புதல் பெற்றிருத்தல் வேண்டும்

26.03 நிறுமத்தின் பொருள் மற்றும் இலக்கணம் (Meaning and Definition of a Company)

"நிறுமம்" என்ற வார்த்தை இலத்தீன் மொழியிலிருந்து பெறப்பட்டதாகும். இச்சொல்லுக்கு பலரும் கூடியுள்ள குழு என்பது பொருளாகும். நிறுமம் என்ற சொல் இது ஓர் நிறும அமைப்பு உறுப்பினர்களிடமிருந்து தனித்துவமான மற்றும் தனித்தன்மை கொண்ட சட்டப்பூர்வமான தனிநபர் ஆகும்.

இது ஒரு கழகம் எனக் கூறலாம். ஏனெனில் சட்டத்தினால் அங்கீகரிக்கப்பட்ட ஒரு நபர் அலுவலர் "Corporation" கழகம் என்ற சொல் ஆனது, "body" என்ற இலத்தீன் மொழியிலிருந்து தோன்றியது ஆகும். இதன் பொருள் "body" "குழுமம்" என்பது ஆகும்

'கழகம்' என்பது ஒரு சட்டத்தால் உருவாக்கப்பட்ட நபர். சட்ட நடைமுறைகளை பின்பற்றும் இயற்கை நபர் குணம் உண்டு. சில சூல்நிலைகளில் செயற்கை நபராகவும் கருதப்படுவார். இந்த சட்டப் படியான நபர் இயற்கை நபரை காட்டிலும் பல உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகளை வரையறுக்கும் தன்மை கொண்டதாக உள்ளது.

இந்த உருவாக்கப்பட்ட நிறுமங்கள் ஒரு சிறப்பு சட்டத்தின் மூலம் பாராளுமன்றத்தாலோ (அ) நிறுமச் சட்டத்தின் அடிப்படையில் தோன்றுகின்றன. LIC, RBI, SBI ஆகியன பாராளுமன்றத்தின் சிறப்பு சட்டத்தின் மூலம் பொது கழகங்களாக உள்ளன. இது தவிர டாடா இரும்பு லிமிடெட். ரிலையன்ஸ் தொழில் லிமிடெட் ஆகியன நிறுமம் சட்டம் 1956 (அ) பஜதிய சட்டம் 2013ன்படி உருவாக்கப்படுகிறது. சட்டப்படி பார்த்தால், ஒரு நிறுமம் என்பது அந்தந்த நாட்டின் சட்ட விதிமுறைகளின்படி உருவாக்கப்பட்ட இயற்கை (அ) செயற்கை நபர்களின் ஒரு குழுவாக கருதப்படுகிறது.

நிறுமச் சட்டம் 2013 பிரிவு 2(20) "நிறுமம்" என்ற சொல்லை பின்வருமாறு வரையறுத்துள்ளனர்

"நிறுமச் சட்டம் அல்லது ஏதேனும் முந்தைய நிறும சட்டத்தின் கீழ் உருவாக்கப்பட்ட ஒரு நிறுமம் என்று பொருளாகிறது".

லின்ட்லி பிரபு கூறுகையில் "நிறுமம் என்பது பங்குத் தொகையாக (Share Capital) பணம் திரட்டி. அதைப் பொது நோக்கு (Common purpose) ஒன்றுக்குப் பயன்படுத்த பலபேர் தம் மனம் ஒப்பி ஒன்று சேர்ந்த சங்கம் (Association of person) ஆகும். அவர்கள் வழங்கும் தொகையே நிறுமத்தின் முதல் ஆகும். அதை வழங்குபவர்கள் அதன் உறுப்பினர்கள் (Subscribers or members) ஆவார்கள். நிறுமத்தின் மூலதனத்தில் ஒவ்வொருவருக்கும் உரிய பகுதி அவரவர்களது பங்கு (Share) எனப்படும்" பங்குகளின் உரிமை மாற்றும் என்பது எப்போதும் சட்ட விதிகளுக்கு உட்பட்டது ஆகும்.

ஜேம்ஸ் ஸ்டிபன்சன் கூறுகையில் "நிறுமம் என்பது எந்த ஒரு நபராலும் சங்கம் அமைத்து அதற்கு பணத்தினை பங்களித்து செய்து (அ) பண மதிப்புள்ள சரக்கு பணியாளர்களை வியாபாரத்தில் ஈடுபடுத்துதல் மற்றும் அதில் ஏற்படும் இலாப நட்டங்களை பகிர்ந்து கொள்ளுதல் ஆகும்.

மேற்கூறிய வரைவிலக்கணத்தில் இருந்து ஒரு முடிவுக்கு வரலாம். நிறுமம் என்பது ஒரு பதிவு செய்யப்பட்ட சங்கம். சொந்த கழகம் மற்றும் சட்டப்படியான நபர் ஆவார். சரியாக சொன்னால் உறுப்பினர்களின் தன்னிச்சயான முடிவு. பொது முத்திரை, பொது முதல், வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்பு மற்றும் பங்கு மாற்றம் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

(இதை 11ம் வகுப்பில் விரிவாக விவாதிக்கப்பட்டது)

கழகக் குழுமம் (Body Corporate)

சட்டப்பிரிவு 2(11)ன்படி கழகக் குழுமம் உருவாக்கப்பட்டது.

(அ) கழகம் என்பது தனி நிறுமம், பொது நிறுமம், ஒரு நபர் நிறுமம், சிறு நிறுமம், குறைவான பொறுப்பு உடைய கூட்டு நிறுமம். அயல்நாட்டு நிறுமம் ஆகியன இந்தியாவிற்கு வெளியே உருவாக்கப்பட்ட ஒரு நிறுமத்தை உள்ளடக்கியதாக உள்ளது. ஆனால் இதில் பின்வருபவைகள் அடங்காது.

அ) கூட்டுறவு சங்கங்கள் தொடர்பான ஏதேனும் சட்டத்தின் கீழ் பதிவு செய்யப்பட்ட ஒரு கூட்டுறவு சங்கம்.

ஆ) இதற்கென அலுவல் சார்ந்த அறிக்கையில் அறிவிப்பின் மூலம் மத்திய அரசால் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள ஏதேனும் பிற கழகக் குழுமம். (இச்சட்டத்தின் கீழ் நிறுமம் என வரையறுக்கப்படாது)

26.04. நிறுமத்தை உருவாக்குதல் (Formation/Incorporation of a Company)

நிறுமச் சட்டம் பிரிவு 3(1)ன்படி, நிறுமம் என்பது கீழ்கண்டவாறு ஏதேனும் ஒன்றாக இருக்க வேண்டும் என கூறுகிறது.

அ) ஏழு (அ) அதற்கு மேற்பட்ட நபர் இருந்தால் அது பொது நிறுமம் என்றும்

ஆ) இரண்டு (அ) அதற்கு மேற்பட்ட நபராக இருந்தால் அது தனி நிறுமம் என்றும்

இ) ஒரு நபராக இருந்தால் அது ஒரு நபர் நிறுமம் என்றும் கூறப்படுகிறது.

ஒரு தனி நிறுமம் தனது பெயர் (அ) எந்த நபரின் பெயர் வைக்க வெண்டுமோ அதை அமைப்பு முறை சாசனத்தில் எழுதி சட்டப்படி தேவையான ஆவணங்களை வைத்து பதிவு செய்ய வெண்டும்.

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 234 19/12/2022 14:50:15

ஒரு நிறுமத்தை உருவாக்க பல நடைமுறைகளை பல்வேறு வகையில் கையாள வேண்டும். தனிநபரின் கருத்துக்கள் மூலம் ஆரம்பம் முதல் முடிவு வரை தேவையான ஆவணங்கள் கொண்டு நிறுமம் உருவாக்கப்படுகிறது. நிறுமத்தை உருவாக்குதல் என்பது நான்கு நிலைகளை கொண்டது.

i) தோற்றுவிப்பு (Promotion)

ii) பதிவு செய்தல் (Registration)

iii) முதல் போடுதல் (Capital Subscription)

iv) வியாபாரத்தை தொடங்குதல் (Commencement of Business)

மேற்கண்ட நான்கு நிலைகளில் முதல் இரண்டு நிலைகளான உருவாக்கம் மற்றும் பதிவு செய்தல் என்பது பொது நிறுமம் மற்றும் தனியார் நிறுமத்திற்கு அவசியமானது ஆகும். தனியார் நிறுமம் தனது வியாபார செயல்பாடுகளை பதிவு செய்த உடன் உடனடியாக மெற்கொள்ளும். ஆனால் பொது நிறுமம் நான்கு நிலைகளை கடந்த பின் தனது செயல்பாடுகளை தொடங்கும்.

பொது நிறுமம் தன்னுடைய நிதியை உயர்த்த பங்குகளின் மீதான பொது வெளியீட்டை செய்கிறது. பொது வெளியீடு தொடர்பான சட்டத் தெவைகளை பூர்த்திசெய்து நிறுமச் சட்டத்தின் மூலம் தனது வியாபார நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளும்.

26.05. பங்கு மற்றும் பங்கு முதல் (Share and Share Capital)

"முதல்" என்பதை லேமேன் கூறுகையில் ஒரு நபர் தன்னுடைய வியாபாரத்தில் முதலீடு செய்து அதன் மூலம் தன்னுடைய நிறுமத்தை வளர்ச்சி அடைய செய்வதே முதல் ஆகும். இந்த முதல் தொகையை நிறுமம் உயர்த்த பங்குகளை வெளியிடுகின்றன. இப்படி பங்குகளை வெளியீட்டு கிடைக்கக் கூடிய பணத்தினை கொண்டு நிறுமம் ஆனது சரக்கு, வணிக வளாகம் போன்ற சொத்துக்களை வாங்கி தனது நிலை முதலை உயர்த்துகின்றனர்.

"கடன் (அ) பிறரிடமிருந்து வாங்கிய முதல்" தொகையானது சில சூழ்நிலைகளில் பணமாக பெறப்பட்டு நிறுமத்தின் பாதுகாப்பினை கருத்தில் கொண்டு கடனீட்டு பத்திரங்களை வெளியீடுகின்றன. ஆனால் இதற்கு முதல் என்ற வார்த்தை பயன்படுத்த முடியாது.

ஒரு லிமிடெட், நிறுமத்தின் பங்குகள் அனைத்தும் பங்கு முதலாக கருதப்படும். இதில் ரூபாய் என்ற மதிப்பு ஒருநிலையானமதிப்பினைகொண்டுமதிப்பிடப்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நிறுமம் தனது பங்கு முதலை ₹.10,00,000/– க்கு 10,000 பங்குகள் ₹.100/– என வெளியீடுதல் (அ) ₹.1,00,000/– பங்குகள் ஒன்றுக்கு ₹.10/– வீதம் வெளியீடுதல் இதில் எது நிறுமத்திற்கு சாதாகமாக உள்ளதோ அதை எடுக்கும்.

பங்கு (Share)

"பங்கு" பற்றி லேமேன் கூறுகையில் ஒரு நிறுமத்தின் மொத்த பங்கு தொகையில் ஒரு புள்ளி (அ) ஒரு பகுதி ஆக கொண்டு சமமாக பிரித்து எடுப்பது ஆகும். இதில் நிறுமத்தில் உள்ள அனைத்து நபர்களுக்கும் பிரிக்கும் போது சரி சமமான மதிப்பில் மொத்த பங்கு தொகையை பிரிப்பார்.

நிறுமச் சட்டம் 2013. பிரிவு 2(84)ன்படி. "பங்கு என்பது நிறுமத்தின் பங்கு மூலதனம் ஆகும்ஃ இதில் பங்குத் தொகுதியும் அடங்கும் "பங்குத் தொகுதிக்கும் பங்கிற்கும் வெளிப்படையாகவோ (அ) மறைமுகமாகவோ வேறுபாடு எதுவும் சொல்லப்படாத நிலையில் மட்டுமே பங்கு என்பதில் பங்கு தொகுதியும் உள்ளடங்கும்.

பங்குகளின் வகைகள் (Kinds of Share Capital)

நிறுமச் சட்டம் 2013 பிரிவு (13) ஆனாது பங்குகளால் பொறுப்பு வரையறுக்கப்பட்ட நிறுமங்களை இரண்டு வகையான பங்குகளை வெளியிட மட்டுமே அனுமதிக்கிறது. அவை பின்வருமாறு.

i) சாதாரணப் பங்கு முதல் இது இரு வகைப்படும்.

அ) வாக்காளிக்கும் உரிமைகளுடன் கூடிய சாதாரணப் பங்கு முதல்

ஆ) பங்காதாயம், வாக்காளித்தல் தொடர்பான மாறுப்பட்ட உரிமைகளுடன் கூடிய (அ) இதற்கென குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நிபந்தனைகளின்படி (அ) விதிகளின்படி டிவளியிடப்படும் சாதாரணப் பங்கு முதல்

ii) முன்னுரிமைப் பங்கு முதல்

சாதாரணப் பங்குகளின் பொருள் (Meaning of Equity Share)

சாதாரணப் பங்குதாரர்கள் நிறுமத்தின் உண்மையான உரிமையாளர்கள் ஆவார். இவர்களே நிறுமத்தின் நடவடிக்கைகளை கட்டுப்படுத்தும் அதிகாரமும். இயக்குநர் அவையைத் தேர்நதெடுக்கும் அதிகாரமும் உடையவர்கள்.

முன்னுரிமைப் பங்குகள் (Meaning of Preference Share)

நிறுமச் சட்டம் 2013. பிரிவு (42)ன்படி முன்னுரிமைப் பங்குகள் என்பது முன்னுரிமைப் பங்குதாரர்கள் நிறுமம் இயங்கும் போதும், கலைக்கப்படும் போதும், சாதாரணப் பங்குதாரர்களை விட முன்னுரிமையை பெறுவதால் இது இப்பெயரால் அழைக்கப்படுகின்றன. இப்பங்குகளுக்கு இந்த உரிமை வழங்கப்பட்டுள்ளதால். பங்காதாய விகிதமும் ஒரு குறிப்பிட்ட விகிதமாகவே உள்ளது. மேலும் சாதாரண பங்குதாரர்களுக்குச் சட்டத்தின் மூலம் அளிக்கப்பட்டு உள்ள உரிமைகள் எதுவும் முன்னுரிமைப் பங்குதாரர்களுக்கு கிடையாது.

முன்னுரிமைப் பங்குகளின் வகைகள் (Kinds of Preference shares)

முன்னுரிமைப் பங்குகள் எட்டு வகைகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளன. அவைகளான.

குவிவு முன்னுரிமைப் பங்குகள் (Cumulative Preference shares): அனைத்து பங்காதாய நடவடிக்கைகள் ஒரு சிறப்பான முறையில் செலுத்தி இறுதி வரையிலும் குறிப்பிட்ட காலம் முடியும் வரை பயன்படுத்தப்படும்.

குவியா முன்னுரிமைப் பங்குகள் (Non-cumulative Preference shares): ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட மு.ப. எதிராக இருப்பது ஒருங்கிணைக்கப்படாத மு.ப. ஆகும். இதில் பங்காதாயம் என்பது ஒவ்வொரு ஆண்டின் இலாபம் கணக்கிடப்படும் போது வழங்கப்பட்டு விடும். இதில் இறுதி வரை வருதல் எதுவும் இருக்காது.

மீள்தகு முன்னுரிமைப் பங்குகள் (Redeemable Preference shares): ஒரு நிலையான காலம் (அ) தவணை நாள் முடிந்து பெறக் கூடிய பங்குகள் ஆகும்.

மீள்தகா முன்னுரிமைப் பங்குகள் (Non-Redeemable Preference shares): நிறுமத்தை கலைக்கும் போது (அ) சொத்துக்களை விற்று நீர்மைத் தன்மை ஆக்கும் பொது பெறக் கூடிய பங்குகள் ஆகும்.

மாற்றக் கூடிய முன்னுரிமைப் பங்குகள் (Convertible Preference shares): ஒரு குறிப்பிட்ட காலக்கட்டத்தில் சாதாரண பங்குகளாக மாற்றக் கூடிய தன்மை கொண்ட பங்குகள் ஆகும்.

மாற்ற முடியாத முன்னுரிமைப் பங்குகள் (Non-convertible Preference shares): எந்த சூழ்நிலையிலும் சாதாரண பங்குகளாக மாற்ற இயலாத தன்மை கொண்ட பங்குகள் ஆகும்.

பங்கு பெறும் முன்னுரிமைப் பங்குகள் (Participating Preference shares): கூடுதல் இலாபம் கிடைக்கும் போது சாதாரணப் பங்குதாரர்களுக்கு அளிக்கப்படும் பங்கு பெறும் உரிமை ஆகும்.

பங்கு பெறாத முன்னுரிமைப் பங்குகள் (Non-Participating Preference shares): கூடுதல் இலாபம் கிடைக்கும் போது (அ) நிறும கலைப்பின் போது சாதாரணப் பங்குதாரர்களுக்கு அளிக்கப்படாத பங்கு உரிமை ஆகும்.

முன்னுரிமைப் பங்குகளின் காலம் (Tenure of Preference Shares)

தொடர்ந்து 20 ஆண்டுகளாக நடத்தி வரும் நிறுமம் தனது திட்டங்களின் கட்டமைப்பு வசதி மூலம் முன்னுரிமைப் பங்குகளை வெளியீடுகின்றன. அப்படி 20 ஆண்டு முதல் 30 ஆண்டுகளுக்குள் தனது பங்குகளில் 10% குறைத்து வெளியிடப்படும்.

26.06. பங்குகளை வெளியீடுதல் (Issue of shares, Bonus shares and Right shares)

பங்குகளை முகமதிப்பில் வெளியிடுதல் (Issue of shares at Par)

சாதரணமாக பங்குகளை முக மதிப்பில் வெளியிடலாம். அவ்வாறு வெளியிடுவதற்கு எந்த சட்ட சிக்கல்களும் இல்லை.

முனைமத்தில் பங்குகளை வெளியிடுதல் (Issue of Shares at Premium)

நிறுமம் ஒன்று அதன் பெயரளவு மதிப்பிற்கு கூடுதலான ஒரு விலைக்கு அதன் பங்குகளை விற்க இயலும் நிலையில் முனைமத்தில் பங்குகளை வெவளியிடலாம். பங்குகள் மீது பெறப்படும் முனைமத் தொகை ஆனது "பங்கு முனைமைக் கணக்கு" என்ற ஒரு கணக்கிற்கு அனுப்பப்படும். பிரிவு (78).

எடுத்துக்காட்டாக ஒரு நிறுமம் ₹.10/- முக மதிப்பிலான பங்கினை ₹.12/- என வெளியீட்டு பெறப்படும் முனைமத் தொகை ₹.2/- பங்குகள் முனைமக் கணக்கிற்கு கொண்டு செல்லப்படும்.

i) முதன்மை செலவுகளை போக்கெழுதியது

ii) செலவுகளை போக்கெழுதியது (அ) தரகு செலுத்தியது (அ)தள்ளுபடி அனுமதித்தது. பங்குகளின் வெளியீடு (அ)கடன் பத்திரங்களின் வெளியீடு

iii) மீள்தகு முன்னுரிமை பங்களை மீட்பதற்காக பங்கு முனைம தொகையை பயன்படுத்தலாம்.

இப்படி செய்த வருமான நிதிகளை ஒதுக்கீடு செய்து ஈடுகள் முனைம கணக்கிற்கு கொண்டு சென்று பங்காதாயமாக வழங்கப்படும். இது பொதுவாக வாங்கும் நோக்கத்துடன் மேற்கொள்ளப்படும் பிரிவு (77A) இந்த முனைமம் எல்லா நேரங்களிலும் பங்காதாயமாக வழங்கப்பட மாட்டாது.

தள்ளுபடியில் பங்குகளை வெளியீடுதல் (Issue of Securities at Discount)

ஒரு நிறுமம் தனது முகமதிப்பில் உள்ள பங்கின் மதிப்பினை குறைத்து வெளியிடுவது ஆகும்.

எடுத்துக்காட்டாக ₹10/ முகமதிப்பு உடைய ஒரு பங்கினை ₹8/ க்கு வெளியிடுவது தள்ளுபடியில் பங்குகளை வெளியிடுவது ஆகும். ஆனால் நிறுமச் சட்டம் 2013, பிரிவு (53)ன்படி தள்ளுபடி பங்குகளை வெளியிடுதல் தடை செய்யப்பட்டுள்ளது.

பணியாளர் சாதாரண பங்கு வெளியிடுதல் (Sweat Shares)

நிறுமச் சட்டம் 2013, பிரிவு (54)ன்படி பணியாளர் சாதாரண பங்கு வெளியிடு என்பது தள்ளுபடியில் வெளியிடலாம் எனக் கூறுகிறது. பணியாளர் சாதாரண பங்கு வெளியிடு என்பது பணியாளர்கள் (அ) இயக்குநர்களுக்காக ஒரு தள்ளுபடியில் (அ) ரொக்கமற்ற மறுபயனுக்கு அவர்கள் அளித்த அறிவிப்பிற்கு (அ) அறிவாற்றல் சார்ந்த சொத்துரிமைக்கு (அ) அவர்கள் கூட்டிய மதிப்பிற்கு அளிக்கப்படுகிறது.

ஊக்கப் பங்குகள் (Bonus Shares)

செயல்முறை விதிகளின்படி ஒரு நிறுமமானது தனது முதலில் ஏற்பட்ட இலாபத்தை பெருக்கும் நோக்கில் முழுவதும் செலுத்தப்பட்ட பங்குகளை ஊக்கப்பங்காக வெளியிடுகிறது. இது நிறுமத்தின் பொதுவான இயல்புகளுக்காக வெளியிடப்படுகிறது. குறிப்பாக சொன்னால் நிறுமத்தின் உபரிகளையும் மற்றும் காப்புகளையும் முறையாக பயன்படுத்துதல் ஆகும். முந்தைய பங்குதாரர்கள் எந்தவிதமான மறுபயன் எதிர்பார்க்காமல் இது வெளியிடப்படும். அவை

(i) முழுவதும் (அ) பகுதியளவு செலுத்தப்பட்ட பங்குகள்

(ii) புதிய பங்குகளை வெளியிடுதல்

உரிமைப் பங்குகள் (Right Shares)

ஒரு நிறுமமானது தனது உரிமைப் பங்குகளை வெளியிடும். அதன் முக்கிய நோக்கம் அந்த நிறுமத்தின் பங்களிப்பு பங்கு முதலை உயர்த்துவது ஆகும். இந்த வெளியிடுகள் செயல்முறை விதிகளுக்கு உட்பட்டு இருக்கும்.

அந்த நிறுமத்தில் உள்ள பழைய சாதாரண பங்குதாரர்களுக்கு கடிதத்தின் மூலம் முதன் முதலாக வெளியிடப்படும். அப்படி செய்யும் வெளியிடு விகிதாச்சார அடிப்படையில் மேற்கொள்ளப்படும்.

26.07 பங்குச் சான்றிதழ் (Share Certificate and Share Warrant)

பங்குதாரரின் உடைமைக்கு உண்மைச் சாட்சியாக கருதப்படுவது இந்த பங்கு சான்றிதழ் ஆகும். இந்த சான்றிதழ் மூலம் அதில் குறிப்பிடப்பட்டு உள்ளவருக்கு தமது நிறுமத்தின் பங்குகளின் மீதுள்ள உரிமையை நிறுமம் அறிவிக்கின்றது. எனவே, அந்தச் சான்றிதழில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள எண்களுடைய பங்குகளை அவர் யாருக்கு வேண்டுமானாலும் விற்பனை செய்யவோ (அ) மாற்றித் தரவோ உரிமை பெறுகின்றார் என நிறுமச் சட்டம் 2013, பிரிவு 45 இவ்வாறு கூறுகிறது.

உரிமை வேறு உரிமைக்கு சாட்சியம் என்பது வேறு பங்குச் சான்றிதழ் என்பது உரிமைக்கு சாட்சியமே தவிர உரிமை அல்ல. எனவே பங்கு சான்றிதழை ஒருவர் வாங்கி விடுவதினால் பங்குகள் வாங்கியவர் பெயருக்கு தானாக மாறி விடாது.

பங்கு சான்றிதழ் கீழ்கண்ட நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கியது. அவைகளாவன.

i) நிறுமத்தின் பெயர்

ii) வெளியீட்டு தேதி

iii) உறுப்பினர்கள் தொடர்பான விவரம்

iv) பங்குகளின் எண்ணிக்கை

v) பெயரளவு மதிப்பு

vi) செலுத்தப்பட்ட மதிப்பு

vii) வரையறுக்கப்பட்ட எண்

ஒரு நிறுமம் விண்ணப்பதாரரின் பங்குகளை ஒதுக்கீடு செய்து நிறுமத்தின் பொது முத்திரையிட்டு மூன்று மாதங்களுக்குள் பங்குச் சான்றிதழ் வெளியிடப்பட வேண்டும். பொதுவாக இந்த சான்றிதழ் பெற்ற பிறகு அவர் அந்த நிறுமத்தின் உறுப்பினராக கருதப்படுவார்.

பங்குரிமை ஆணை (Share Warrant)

பங்குரிமை ஆணை என்பது நிறுமம் வழங்கும் ஓர் ஆவணமாகும். பங்குரிமை ஆணையில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள எண்களுக்குள்ள பங்குகள் மீது இதனை வைத்திருப்பவருக்கு உரிமை உள்ளது என வாக்குறுதி அளித்து நிறுமம் தனது பொது முத்திரையுடன் இதனை வெளியிடும். நிறுமம் ஏற்கனவே மத்திய அரசிடம் பெற்ற அனுமதியை வைத்துக் கொண்டு செயல்முறை விதிகளின்படி பங்குரிமை ஆணையை வெளியிடும்.

பங்குதாரர்கள் பங்குச் சான்றிதழ் பெறும் போதே அவர்களுக்கு பங்குரிமை ஆணை வேண்டும் எனில் தேவைப்படும் கட்டணங்களை முறையாக செலுத்த வேண்டும். பங்குரிமை ஆணையில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள எண்களுக்குள்ள பங்குகளை விற்பவர். இந்த ஆணையை வாங்குபவரிடம் வழங்குவதன் மூலம் மட்டுமே மாற்றி விடலாம். உறுப்பினர் பதிவேட்டிலும், உறுப்பினர் பெயர் நீக்கப்பட்டு பங்குரிமை ஆணை வழங்கப்பட்ட செய்தி

குறிப்பிடப்பட்டு விடுவதால் இவற்றை பதிவு செய்ய வேண்டிய அவசியம் கிடையாது.

பொதுவாக பங்குதாரரின் பங்குரிமை ஆணையானது நிறுமத்தின் உறுப்பினராக கருத முடியாது. ஆனால் செய்முறை விதிகளில் கூறப்பட்டுள்ள உரிமையின்படி நிறுமம் இயங்கும்.

26.08 பங்கு மற்றும் பங்குத் தொகுதியும் (Share and Stock)

பங்கு மற்றும் பங்குத் தொகுதி என்ற இரண்டு சொற்களும் ஒரே பொருளில் வழக்கத்தில் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. எனினும் இவை இரண்டுக்கும் இடையே அடிப்படையான சில வேறுபாடுகள் உள்ளன. பெரும்பாலும் தனித்தனிப் பங்குகளாக விற்பனை செய்வதில்லை. நிறுமச் சட்டம் பிரிவு 2(46) லும் ஒதுக்கீடு அட்டவணை Al (விதி 36–39) இது பற்றி கூறப்பட்டுள்ளது. முழுவதும் செலுத்தப்பட்ட பல பங்குகள் அடங்கிய ஒரு தொகுப்பை பங்குத் தொகுதியாக மாற்றி விடலாம். அதே போல் பங்குத் தொகுதிகளை மீண்டும் முழுவதும் செலுத்தப்பட்ட பங்குகளாக மாற்றலாம்.

பங்குத் தொகுதியின் முக்கியத்துவம்

பங்குத் தொகுதியில் பணம் சார்ந்த நடவடிக்கைகள் முன்னிலைப்படுத்தப்படுகின்றது. எத்தனை பங்கு அலகுகள் என்பது பார்ப்பது இல்லை. இந்த பங்குத் தொகுதியை எளிதில் மாற்றலாம் மற்றும் பிரிக்கலாம். பிரிக்கப்படாத பங்குத் தொகுதிகள் எண்கள் அடிப்படையில் வசதிக்கு தகுந்தவாறு பிரிக்கப்படும். இது மதிப்பு மற்றும் புள்ளியில் அடிப்படையில் இருக்கலாம். பங்குத் தொகுதியின் ஒரு குறைந்த அளவு தொகையை இயக்குநர் அவை நிர்ணயித்து பிறகு பரிமாற்றம் செய்யும்.

26.09 கடன் பத்திரம் (Debentures)

ஒரு வியாபார நிறுமத்தை வெற்றிகரமாக நடத்த முதலும் தேவையான நிதியும் தேவைப்படுகிறது. எனவே நிறுமம் தனது உள்புற ஆதாரங்களை வளப்படுத்தும் நோக்கில் பல செயல்களை செய்கிறது. மேலும் வெளிப்புற ஆதாரங்களை வளப்படுத்தும் நோக்கில் கடன்பத்திரம், வெளிப்புற வணிகக் கடன்கள், வங்கிக் கடன், பொது நிலைவைப்புகள் மூலம் பெறுகிறது.

தனது நிறுமத்தை வளர்ச்சி பாதையில் கொண்டு செல்லும் நோக்கில் தேவையான நிதியை பெற பங்கு முதலை அதிகமாக வெளியிடாமல் அதிகமாக கடன் பத்திரங்கள் மூலம் நிதியை பெற முயற்சிக்கிறது. பொது வைப்பின் மூலம் ஒரு நிலையான காலத்தில், ஒரு நிலையான வட்டியில் பெற சான்றிதழ் வழங்குகிறது. இத்தகைய கடன் சான்றிதழ் கடன் பத்திரம் ஆகும்.

பொது மக்களிடம் இருந்து பெரும் சாதாரண பங்குகளை வெளியிடுவதன் மூலம் கிடைக்கும் பங்களிப்பு மூலம் கடன் பத்திரம் வெளியிடப்படும். இத்தகைய கடன் பத்திரம் நிறுமத்தின் பொது முத்திரை பணம் பெற்றதற்கான அத்தாட்சி பெற்று வழங்கப்படும். நிறுமச் சட்டம் 2013, பிரிவு 2(30)ன்படி "கடன் பத்திரம்" என்பது நிறுமத்தின் சொத்துக்களின் மீது பற்றுப் பொறுப்பு ஏற்படுத்தியோ (அ) ஏற்படுத்தாமலோ நிறுமம் வெளியிடும் பிணையமாகும். கடன் பத்திரச் தொகுதி, பிணையப் பத்திரம் முதலான பிணையங்களும் கடன் பத்திரம் என்பதில் அடங்கும்.

கடன் பத்திரதாரர்கள் நிறுமத்தின் உறுப்பினர் அல்ல. எனவே நிறுமக் கூட்டங்களில் கலந்து கொள்ளவும், வாக்களிக்கவும் இவர்களுக்கு உரிமை இல்லை.இவை பெரும்பாலும் நிறுமத்தின் சொத்துக்களின் மீது இழைத்தியங்கும் பற்றுப் பொறுப்புடன் வெளியிடப்படுகின்றன.

கடன் பத்திரங்களின் இயல்புகள்

அ) நிறுமத்தின் பொது முத்திரையுடன் வழங்கப்படும் சான்றிதழ் ஆகும்.

ஆ) கடன் பத்திரதாரர்கள் நிறுமத்தின் கடன்தாரர்கள் ஆவார்.

இ) கடன் பத்திரம் எப்போதும் ஒரு நிலையான விலையிலும், வட்டியிலும் உள்ளது.

ஈ) கடன் பத்திரத்தின் நிலையான காலம் முடிந்த பிறகு முடிவுக்கு வரும்.

உ) கடன் பத்திரம் என்பது பிணையமாகவோ (அ) பிணையமற்றதாகவோ இருக்கலாம்.

ஊ) கடன் பத்திரங்கள் மீதான வட்டி செலுத்துதல் என்பது வருமான வரியிலிருந்து இலாபத்தில் கழித்துக் கொள்ளப்படும்.

எ) கடன் பத்திரதாரர்களுக்கு வாக்களிக்கும் உரிமை இல்லை.

ஏ) கடன் பத்திரம் மீதான வட்டி செலுத்துதல் என்பது கட்டாயமாகும்.

கடன் பத்திரங்களின் வகைகள்

கடன் பத்திரங்கள் வெளியிடும் முறை, அவற்றின் வெளியீட்டு நிபந்தனைகள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பலவிதங்களாக பிரிக்கலாம்.

1. மாற்றுதல் அடிப்படை
2. பிணையங்கள் (அ) ஈட்டின் அடிப்படை
3. மீட்பு அடிப்படை
4. பதிவு செய்தல் அடிப்படை

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 238 19/12/2022 14:50:16

1. மாற்று அடிப்படை

மாற்றுதல் அடிப்படையில் கடன் பத்திரங்களை நான்கு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை.

அ) மாற்ற இயலாத கடன் பத்திரங்கள் (NCD)

மாற்ற இயலாத கடன் பத்திரங்கள் அவற்றின் கடன் இயல்பை தக்க வைத்துக் கொள்கின்றன. மற்றும் சாதாரணப் பங்குகளாக மாற்றப்பட முடியாது.

ஆ) பகுதி மாற்றத்தக்க கடன் பத்திரங்கள் (PCD)

பகுதி மாற்றத்தக்க கடன் பத்திரங்களின் நிலையில் அவைகளின் ஒரு பகுதி வெளியிடுபவர் அறிவிக்கும் சமயம் எதிர்காலத்தில் சாதாரணப் பங்குகளாக மாற்றப்படுகின்றன. வெளியீட்டாளர் மாற்றி வீதத்தை முடிவு செய்கிறார். இது இயல்பாக பங்கெடுப்பின் சமயம் முடிவு செய்யப்படுகிறது.

இ) முற்றிலும் மாற்றத்தக்க கடன் பத்திரங்கள் (FCD)

இவை வெளியீட்டாளர் அறிவிக்கும் சமயம் முற்றிலுமாக சாதாரண பங்குகளாக மாற்றப்படுகின்றன. மாற்ற வீதமானது வெளியீட்டாளரால் முடிவு செய்யப்படுகின்றது. மாற்றப்பட்ட பிறகு முதலீட்டாளர்கள் நிறுமத்தின் சாதாரணப் பங்குதாரர்களை போலவே அதே அந்தஸ்தினை அனுபவிப்பர்.

ஈ) தேர்வின்படி மாற்றத்தக்க கடன் பத்திரங்கள் (OCD)

தேர்வின்படி மாற்றத்தக்க கடன் பத்திரங்களின் நிலையில் இப்பங்குகளை வெளியீட்டாளர் முடிவு செய்யும் விலையிலோ (அ) வெளியீட்டின் சமயம் உடன்பட்ட விலையிலோ மாற்றிப் பெறும் தேர்வு உள்ளது.

2. பிணையங்கள் (அ) ஈட்டின் அடிப்படை

பிணையங்கள் அடிப்படையில் கடன் பத்திரங்களை இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை.

அ) பிணையம் தரப்பட்ட கடன் பத்திரங்கள்

நிறுமத்தின் சொத்துக்கள் மீது பற்றுப் பொறுப்பு ஏற்படுத்தி வெளியிடப்படும் பத்திரங்கள் பிணையம் தரப்பட்ட கடன் பத்திரங்கள் எனப்படும் நிறுமச் சட்டம் 2013 பிரிவு 71(3)ன் படியும், மத்திய அரசின் சட்டத் திட்டங்களுக்கு உட்பட்டு நடக்க வேண்டும்.

ஆ) பிணையம் தரப்படாத கடன் பத்திரங்கள்

நிறுமத்தின் சொத்துக்கள் மீது எந்தவிதமான பற்றுப் பொறுப்பும் ஏற்படுத்தப்படாமல் வெளியிடப்படும் கடன் பத்திரங்கள் இவ்வகைகள் எனலாம். இவ்வகைக் கடன் பத்திரதாரர்கள், ஈடு பெறாது கடன் வழங்கியவர்களாக கருதப்படுவர்.

3. மீட்பு அடிப்படை

கடன் பத்திரங்களை மீட்பு அடிப்படையில் இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை.

அ) மீட்கக் கூடிய கடன் பத்திரங்கள்

ஒரு குறிப்பிட்ட தேதியில் (அ) குறிப்பிட்ட காலக் கெடுவுக்கு பிறகு மீட்கக் கூடிய கடன் பத்திரங்கள் இவ்வகைகள் ஆகும். இக்காலத்தில் வெளியிடப்படும் கடன் பத்திரங்கள் நிறுமத்தின் மிகை மூலதன நிலைமை தோன்றாமல் தடுப்பதற்கு ஏற்றவை ஆகும்.

ஆ) மீட்க இயலாத கடன் பத்திரங்கள்

நிறுமம் கலைக்கப்பட்டால் தவிர மற்றப்படி நிறுமத்தின் ஆயுள் காலத்தில் மீட்க தேவையில்லாத கடன் பத்திரங்கள் இதில் அடங்கும். பெரும்பாலும் இவ்வகைக் கடன் பத்திரங்களை நிறுமம் வெளியிடுவது இல்லை. முதலீட்டாளர்கள் இவ்வகைக் கடன் பத்திரங்களில் முதலீடு செய்ய விரும்புவதில்லை.

4. பதிவு செய்தல் அடிப்படை

பதிவு செய்தல் அடிப்படையில் கடன் பத்திரங்களை இரண்டு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம். அவை.

அ) பதிவு செய்யப்பட்ட கடன் பத்திரங்கள்

கடன் பத்திரங்கள் குறிப்பிட்ட நபர்களின் பெயரில் நிறுமம் தனது பதிவேடுகளில் பதிவு செய்யப்பட்டு இருந்தால் அவற்றைப் பதிவு செய்யப்பட்ட கடன் பத்திரங்கள் என்று கூறுகின்றோம். ஒவ்வொரு கடன் பத்திரத்திற்கும் ஒவ்வொரு எண் உண்டு. மேலும் பங்குச் சான்றிதழ் போன்று கடன் பத்திரங்களும் உரிமைக்குச் சாட்சியமாக ஆவணங்களேயாகும். இவற்றை ஒருவர் பெயரில் இருந்து வேறொருவர் பெயருக்கு மாற்ற வேண்டுமாயின் முறையாகப் பத்திரம் எழுதிப் பதிவு செய்ய வேண்டும். அதன் பிறகே உரிமை மாற்றம் ஏற்படும் என நிறுமச் சட்டம் 2013 பிரிவு (56) கூறுகிறது.

ஆ) கொணர்பவர் பத்திரங்கள்

இவ்வகைப் பத்திரங்களை யார் வைத்திருக்கிறார்களோ அவர்களுக்கு அப்பத்திரங்கள் மீதான உரிமை உண்டு. எனவே இவற்றைப் பதிவு செய்யப்படாத பத்திரங்கள் என்றும் கூறுகின்றனர். இவற்றைப் பங்குரிமை ஆணையுடன் ஒப்பிடலாம். இவற்றை மாற்றி தருவதும் எளிது. இவ்வகைக் கடன் பத்திரங்களை வைத்திருப்பவர் அவற்றை விற்பனை செய்ய (அ) மாற்றித் தர விரும்பினால் விற்பனை விலையைப் பெற்றுக் கொண்டு கடன் பத்திரங்களை ஒப்படைத்து வருவது மட்டுமே போதும்.

www.tnschoolbooks.in

26.10 கடன் பத்திரங்களுக்கும் பங்குகளுக்கும் உள்ள வேறுபாடுகள்

வ.எண்	பங்குகள்	கடன் பத்திரங்கள்
1.	இது நிறுமத்தின் முதலில் ஒரு பங்கு ஆகும்.	இது சட்டப்படி ஒரு கடன் ஆகும்.
2.	பங்குதாரர்கள் நிறுமத்தின் உறுப்பினர்கள்/ உரிமையாளர்கள் ஆவர்.	கடனீட்டு பத்திரதாரர் நிலையான் வட்டி விகிதத்தில் வட்டி பெறுவர்.
3.	பங்குதாரர்கள் மாறுபடும் விலையில் பங்காதாயம் பெறுவர்.	கடன் பத்திரதாரர்கள் நிலையான விதத்தில் வட்டி செலுத்தி அதற்கான பங்காதாயம் பெறுவர்.
4.	பங்குகளில் எந்தவிதமான விதிப்பும் கிடையாது.	நிறுமத்தின் சொத்துக்களின் மீது கடன் பத்திரங்கள் விதிக்கப்படும்.
5.	பங்குகள் தள்ளுபடியில் ஒரு குறிப்பிட்ட நிபந்தனைகளுக்கு உட்பட்டு மட்டுமே வெளியிட முடியும்.	கடன் பத்திரங்களை தள்ளுபடியில் வெளியிட எந்த நெறிமுறைகளும், தடைகளும் இல்லை.
6.	இயக்குநர் அவையின் முடிவின் அடிப்படையிலும், இலாபத்தின் அடிப்படையிலும் பங்காதாய வீதம் மாறும்.	கடன் பத்திரங்களின் வட்டி வீதம் நிலையானது.
7.	பங்குதாரர்களுக்கு வாக்களிக்கும் உரிமை உண்டு.	கடன் பத்திரதாரர்கள் வாக்களிக்கும் உரிமை இல்லை.
8.	பங்குதாரர்களின் பங்காதாயம் என்பது நிறுமத்தின் இலாபத்தை கருத்தில் கொண்டது.	கடன் பத்திரங்களின் வட்டி என்பது இலாபத்தை கருத்தில் கொள்ளாமல் முதலை கருத்தில் கொண்டது.
9.	ஆனால் பங்காதாயம் என்பது வியாபார செலவு கிடையாது. எனவே இலாபத்தில் கழிக்க முடியாது.	கடன் பத்திரங்களின் மீதான வட்டி என்பது வியாபார செலவாக கருதப்பட்டு இலாபத்தில் கழித்துக் கொள்ளப்படும்.
10.	பங்குகளின் ஒதுக்கீடு தொடர்பான விபரங்களை E-Form No.2 ல் பதிவு செய்ய வேண்டும்.	கடன் பத்திரங்கள் ஒதுக்கீட்டு முறையை பின்பற்ற ஆவணம் இல்லை.

உங்களுக்கு தெரியுமா?

"நவரத்னா நிறுமங்கள்"

1. பாரத் எலக்ட்ரானிக்ஸ் லிமிடெட் (BEL)
2. கன்டெய்னர் கார்ப்பரேசன் ஆஃப் இந்தியா (CONCOR)
3. பொறியாளர்கள் இந்தியா லிமிடெட் (EIL)
4. இந்துஸ்தான் ஏரோனாட்டிக்ஸ் கார்ப்பரேசன் லிமிடெட் (HAL)
5. இந்துஸ்தான் பெட்ரோலியம் கார்ப்பரேசன் லிமிடெட் (HPCL)
6. மகாநகர் தொலைபேசி நிஜம் லிமிடெட் (MTNL)
7. தேசிய அலுமினியம் நிறுமம்
8. தேசிய கட்டிட கட்டுமான கழகம் (NBCC)
9. தேசிய கனிம மேம்பாட்டு கழகம் (NMDC)
10. நெய்வேலி லிக்னைட் கார்ப்பரேசன் லிமிடெட் (NLCIL)
11. ஆயில் இந்தியா லிமிடெட் (OIL)
12. பவர் ஃபைனான்ஸ் கார்ப்பரேசன்
13. பவர் கிரிட் கார்ப்பரேசன் ஆஃப் இந்தியா லிமிடெட்
14. ராஷ்ட்ரிய இஸ்பாட் நிகாம் லிமிடெட்
15. கிராம மின்சாரமயமாக்கல் கார்ப்பரேசன்
16. கப்பல் கார்ப்பரேசன் ஆஃப் இந்தியா (SCI)

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 240 19/12/2022 14:50:16

உங்களுக்கு தெரியுமா?

"மஹரத்தினா நிறுமங்கள்"

அ) தேசிய அனல் சக்தி கழகம்., (NTPC)

ஆ) எண்ணெய் மற்றும் இயற்கை வாயு கழகம்., (ONGC)

இ) இந்திய இரும்பு அதிகார லிமிடெட்., (SAIL)

ஈ) பாரத் ஹெவி மின்னனு லிமிடெட்., (BHEL)

உ) இந்திய எண்ணெய் கழக லிமிடெட்., (IOCL)

ஊ) இந்திய நிலக்கரி லிமிடெட்., (CIL)

உங்களுக்கு தெரியுமா?

நிறுமத்திற்கு பெயர் வைப்பது தொடர்பாக

அ) ஏற்கனவே இயங்கி வரும் நிறுமத்தின் பெயரில் உள்ள வார்த்தைகளை பன்மையில் மாற்றுதல்

எடுத்துக்காட்டு

"Eswar Equipment Private Limtied Company" என்பதை "Eswar Equipments Private Limited Company" என பெயர் வைக்கக் கூடாது.

ஆ) கீழ்கண்ட வகையான மாற்றங்கள் ஏற்கனவே இயங்கி வரும் நிறும பெயரில் செய்ய அனுமதியில்லை.

i) எழுத்து படிவங்களில் மாற்றம், பெயர்களுக்கு இடையேயான இடைவெளி, நிறுத்தற்குறிகளுக்கான குறிப்புகள்

ii) ஏற்கனவே உள்ள பெயரின் முன்னர் (அ) பின்னர் வார்த்தைகளை இணைத்தல் (அ) பிரித்தல் கூடாது.

iii) ஒரு வினையின் காலம் மற்றும் எண்களில் மாற்றம்

iv) உச்சரிக்கும் ஒலி மாற்றம் (அ) எழுத்துக்களில் மாற்றம்

v) வேண்டுமென்றே தவறான எழுத்துப் பிழையுடன் வடிய வார்த்தைகள்

vi) ஆர்வத்தின் அடிப்படையில் பதிவியின் பெயர்களை சேர்த்தல்

vii) பொதுவான பெயர்களை (அ) தலைப்புகளை சேர்த்தல்

viii) ஊர் மற்றும் இடத்தின் பெயரை சேர்த்தல்

ix) ஒரே வார்த்தையை வித்தியசமாக பல வழிகளில் சேர்த்தல் (அ) பயன்படுத்துதல்

x) வார்த்தைகளை மொழி பெயர்ப்பு செய்தல்

கலைச்சொற்கள்

ஒரு நபர் நிறுமம்	தோற்றுவிப்பாளர்
தவறான அறிக்கை வெளியீடுதல்	கூட்டுருவாக்கம்
பங்கு மற்றும் பங்கு முதல்	பங்குகள்
பணியாளர் நலன் சார்ந்த சாதாரண பங்குகள்	ஊக்கப் பங்குகள்
உரிமைப் பங்குகள்	பங்குச் சான்றிதழ்

3W26O

பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. ஒரு நிறுமம் தனது பதிவு அலுவலகம் அமைந்துள்ள இடம் பற்றிய அறிக்கையை _______ நாட்களுக்குள் நிறுமப் பதிவாளருக்கு தெரிவிக்க வேண்டும்.

அ) 14 நாட்கள் ஆ) 21 நாட்கள்

இ) 30 நாட்கள் ஈ) 60 நாட்கள்

2. ஒரு நபரின் கருத்து மற்றும் எண்ணங்களின் வெளிப்பாட்டின் மூலம் நிறுமத்தை தோற்றுவித்தால் அவர் ____________

அ) இயக்குநர் ஆ) நிறும செயலாளர்

இ) பதிவாளர் ஈ) தோற்றுவிப்பாளர்

3. கீழ்கண்ட பங்குகளில் எது முந்தைய பங்குதாரர்களின் துணை கொண்டு தனது நிறுமத்தின் முதலை உயர்த்த வெளியிடும் பங்கு ____________

அ) சாதாரணப் பங்குகள்

ஆ) உரிமைப் பங்குகள்

இ) முன்னுரிமைப் பங்குகள்

ஈ) ஊக்கப் பங்குகள்

4. முந்தைய பங்குதாரர்களுக்கு எந்தவித கட்டணமும் இல்லாமல் வெளியிடும் பங்குகள் ____________

அ) ஊக்கப் பங்குகள்

ஆ) சாதாரணப் பங்குகள்

இ) உரிமைப் பங்குகள்

ஈ) முன்னுரிமைப் பங்குகள்

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 241 19/12/2022 14:50:16

5. முந்தைய பங்குதாரர்களுக்கு பங்குகளின் விலையை குறைத்து அவர்களுக்கு சாதகமாக வழங்குவது ______________

அ) ஊக்கப் பங்குகள்

ஆ) சாதாரணப் பங்குகள்

இ) உரிமைப் பங்குகள்

ஈ) முன்னுரிமைப் பங்குகள்

விடைகள் :

1	இ	2	,ஈ	3	ஆ	4	அ	5	இ

II. குறு வினாக்கள்:

1. நிறுமம் உருவாக்கத்தில் உள்ள நான்கு நிலைகள் யாவை?

2. ஊக்கப் பங்குகள் என்றால் என்ன?

3. உரிமைப் பங்குகள் என்றால் என்ன?

4. கடன் பத்திரங்கள் என்றால் என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. பங்குகளை முனைமத்தில் வெளியிடல் என்பது குறித்து நீவிர் அறிவது யாது?

2. பல்வேறு வகையான முன்னுரிமைப் பங்குகளை சுருக்கமாக கூறுக. (ஏதேனும் 3)

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. பங்குகளுக்கும், கடனீட்டுப் பத்திரத்திற்கும் உள்ள வேறுபாடுகள் யாவை? (ஏதேனும் 5)

2. கடன் பத்திரங்களின் வகைகள் யாவை? (ஏதேனும் 5)

நிறுமச் சட்டம் மற்றும் செயலர் நடைமுறைகள்
COMPANY LAW AND SECRETARIAL PRACTICE

அலகு 10

27
அத்தியாயம்

நிறும மேலாண்மை
COMPANY MANAGEMENT

முறைசெய்து காப்பாற்றும் மன்னவன் மக்கட்கு
இறையென்று வைக்கப் படும்.
-- குறள் 388

பொருள் : நீதி முறை செய்து குடிமக்களைக் காப்பாற்றும் மன்னவன், மக்களுக்கு தலைவன் என்றுக் கருதித் தனியே மதிக்கப்படுவான்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

மாணவர்கள் புரிந்து கொள்ள உதவுவதற்கு

- நிறுமத்தின் மேலாண்மை கருத்தை புரிந்து கொள்ள
- இயக்குநர் யார், எப்படி அவர்கள் நியமிக்கப்படுகிறார்கள், அவர்களுக்கு தகுதிகள் போன்றவை அறிய.
- இயக்குனர்கள் குழு, இயக்குனர்களின் சட்டபூர்வ நிலைப்பாடு பற்றிய விளக்கத்தை விளக்கவும்
- ஒரு நிறுமத்தில் இருந்து ஒரு இயக்குனரை எவ்வாறு அகற்றுவது என்பதை மாணவர்கள் புரிந்து கொள்ள உதவுதல்
- நிறுமத்தின் மேலாண்மை தொடர்பு மற்ற நிர்வாக அதிகாரிகள் பற்றிய போதுமான அறிவு ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

27.00 அறிமுகம்
27.01 பொருள் மற்றும் இயக்குனரின் வரையறை
27.02 ஒரு நிறுமத்தின் முக்கிய அதிகாரம் உள்ள நபர்கள் (அ) முதன்மை மேலாண்மைப் பணியாளர்கள்
27.03 இயக்குநர்கள் குழு
27.04 நிறுமங்கள் சட்டம் 2013 இன் படி இயக்குனர்கள் வகைகள்
27.05 இயக்குநர்களின் எண்ணிக்கை
27.06 சட்ட நிலை / இயக்குனர் நிலை
27.07 இயக்குநர்கள் நியமனம் தொடர்பான பொது விதிகள்
27. 08 இயக்குநர் தகுதிகள்
27. 09 இயக்குனர் தகுதியற்றவர்கள்
27. 10 இயக்குனர் அகற்றுதல்
27.11 இயக்குனரின் ஊதியம்
27.12 இயக்குனர்களின் அதிகாரங்கள்
27.13 இயக்குநர் உரிமைகள்
27. 14 இயக்குனர் கடமைகளை
27. 15 இயக்குனர் பொறுப்புகள்
27. 16 இயக்குனர்களின் பதிவேடு அல்லது இயக்குனர்கள் மற்றும் நிர்வாகத்தில் முக்கிய மேலாண்மை நபர்களின் பதிவேடு விதி 17 ன் படி
27.17 மேலாளர் Vs இயக்குனர்
27.18 நிர்வாக இயக்குனர் Vs முழு நேர இயக்குனர்

அறிமுகம் (Introduction)

முந்தைய பாடம் நிறுமத்தின் தன்மை; மற்றும் கொள்கைகள் ஆகியன விரிவாக பார்க்கப்பட்டது. மேலும் நிறுமம் என்பது ஒரு முடிவில்லா வாழ்நாள் கொன்டது மற்றும் நிறுமத்தின் வாழ்க்கை உறுப்பினர்கள் மாற்றங்கள் காரணமாக பாதிக்கப்படவில்லை, அதாவது எந்த உறுப்பினர்

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 243 19/12/2022 14:50:16

வந்து போகலாம் ஆனால் நிறுமம் சட்ட விதிகள்அடிப்படையில் அதன் இறுதி வாழ்நாள் வரை இயங்குகிறது. இந்த பாடம், எப்படி இந்த நிறுமம் செயற்கை நபர்களால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது என்பதை விவாதிக்கப்படுகிறது. இது மனிதர்களின் குழுவினால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது.

நிறுமத்தின் வியாபாரத்தை நடத்துவதற்கான பொறுப்பை நிறைவேற்றும் மனிதர்களின் குழு இயக்குநர்கள் குழு என அறியப்படுகிறது மேலும் குழு உறுப்பினர்கள் தனித்தனியாக இயக்குநர் என அழைக்கப்படும்.

நிறுமங்களின் விவகாரங்களைக் கட்டுப்படுத்துவதும், வழிகாட்டுதலும், இயக்குவதும் மற்றும் நிர்வகிப்பதும் போன்ற, நிறுமத்தின் விவகாரங்களில் இயக்குநர்கள் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறார்கள்.

எந்த நிறுமம் ஒட்டுமொத்த செயல்திறன் இயக்குநர்களிடம் உள்ளது, எனவே இதற்கு அவர்கள் மட்டுமே பொறுப்பாகும். நிறுமம் சங்கத்தின் அமைப்பு முறை ஆவணங்களில்/ விதிளில் பரிந்துரைக்கப்பட்ட குறிக்கோள்களை அடைவதற்கு தனித்தனியாக அல்லது கூட்டாக ஒவ்வொரு இயக்குனரும் பொறுப்பாவார்கள். இயக்குநர்கள் நியமனம் மற்றும் அவர்களது தகுதிகள், நிறுமங்கள் சட்டம் 2013 அத்தியாயம் XI இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன.

நிறுமத்தின் மேலாண்மையில் உள்ள இயக்குநர்கள் குழு முக்கிய அதிகாரம் நிலையை பெறுகிறது மேலும் அவர்களது தேர்வு, சட்டத்தில் விதிக்கப்பட்டுள்ள நடைமுறை மற்றும் நிறுமத்தின் செயல் முறை விதிகளுக்கேற்ப உள்ளது

எந்த நிறுமத்தின் வெற்றி அதன் இயக்குநர்களின் செயல்திறன் சார்ந்த செயல்பாட்டை சார்ந்துள்ளது, எனவே நிறுமத்தின் மேலாண்மையில் நிர்வாக இயக்குநர்கள் அதன் கண்கள், காதுகள், மூளை, கைகள், நரம்புகள் மற்றும் பிற முக்கிய உறுப்புக்கள் என குறிப்பிடலாம்.

இயக்குநர்கள் நிறுமங்கள் கொள்கைகளை உருவாக்கி அதன் அமைப்பு முறை ஆவணங்களில்/ விதிளில் உள்ள குறிக்கோள்களை அடைவதற்கு ஏதுவான அமைப்பை நிறுவுகின்றனர்.

27.01 இயக்குநர் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம் (Meaning and Definition of Directors)

ஒரு நிறுமத்தின் நலனுக்காக அதன்; செயலில் ஆர்வமுள்ள ஒருவர் மேலும் இயக்குநர்களின் குழுவில் உறுப்பினராக இருப்பவர் ஒரு நிறுமத்தின் இயக்குநர் என அழைக்கப்படுகிறார். ஒரு இயக்குநர் ஒரு நிறுமத்தின் செயல்பாட்டை வழிநடத்தும் அல்லது மேற்பார்வை செய்யும் இயக்குநர்கள் குழுமத்திலிருக்கும் ஒரு நபர் ஆவார்.

கம்பனிகள் சட்டம் 2013 பிரிவு 2 (34) ஒரு நிறுமத்தை நிர்வாகிக்கும குழுவிற்காக நியமிக்கப்பட்டவா; இயக்குநர் என்று வரையறுக்கிறது.

ஒரு நிறுமத்தின் இயக்குநர்களின் குழு உறுப்பினராக நியமிக்கப்பட்ட அல்லது தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட ஒரு நபரும், குழுவில் உள்ள மற்றவர்களுடன் சேர்ந்து கொள்கைகளை நிர்ணயிப்பதற்கும், செயல்படுத்துவதற்கும் பொறுப்பு உள்ளது. நிறுமத்தில் ஏதேனும் பங்குகளை வைத்திருத்தல் அல்லது பணியாளராக இருத்தல் அவசியமில்லை. இயக்குநர்கள் குழு கூட்டத்தில் தயாரிக்கப்பட்ட தீர்மானங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டும், நிறுமத்தின் செயல் முறை விதிகளில் தெரிவிக்கப்பட்டுள்ள அதிகாரங்களின் படியும். இயக்குநர்கள் செயல்படுகின்றனர்.

கம்பனியின் குறைந்தபட்ச / அதிகபட்ச எண்ணிக்கையிலான இயக்குநர்கள் – கம்பனிகள் சட்டத்தின் பிரிவு 149 (1) பிரிவு 149 (1), 2013 ஒவ்வொரு பொது நிறுமத்திற்கும் குறைந்தபட்சம் 3 இயக்குநர்கள் இருக்க வேண்டும், ஆனால் ஒரு தனியார் நிறுமத்திற்கு இரண்டு இயக்குநர்கள், ஒரு நபர் நிறுமத்திற்கு ஒரு இயக்குநர் என கூறபட்டுள்ளது. ஒரு நிறுமம் அதிகபட்சமாக பதினைந்து (15) இயக்குநர்களை நியமிக்கலாம். மத்திய அரசின் ஒப்புதல் இல்லாமல் ஒரு பொது கூட்டத்தில் சிறப்பு தீர்மானம் நிறைவேற்றியபின், 15–க்கும் மேற்பட்ட இயக்குநர்களை நியமிக்கலாம்.

ஒரு நிறுவனம் தொழில் துவக்கம் பெறுவதர்க்கு ஓர் ஆண்டு காலத்திற்கு முன் மேற்கண்ட சட்ட விதிகளை பெற்றிருக்க வேண்டும் என நிறுவன சட்டம் 2013 கால அவகாசம் வழங்கியுள்ளது.

நிறுமச் சட்டத்தில் இயக்குநர்களுக்கு என எந்த பொது கடமைகளும் குறிப்பிடப்படவில்லை சட்டபடி செய்ய வேண்டிய கட்டாயமில்லை ஆனால் அவர்கள் மேற்கொள்ள வேண்டிய சில பொது கடமைகள் கீழே குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன

நல்ல நம்பிக்கையில் செயல்பட வேண்டும்: இயக்குநர்கள் நல்ல நம்பிக்கையில் செயல்படுவார்கள் என எதிர்பார்க்கப்படுகிறார்கள்இ அதாவது அவர்கள் எப்போதும் நிறுமத்தின் சிறந்த நலனுக்காக செயல்பட வேண்டும். இயக்குநர்கள் எந்த ரகசிய லாபம் ஈட்டும் செயல்களைச் செய்யக்கூடாது.

மிகுந்த அக்கறையுடன் செயல்பட வேண்டும்: இயக்குநர்கள் தங்கள் பணியை மிகுந்த கவனத்துடன் கையாள வேண்டும். அவர்கள் விவேகத்துடன் செயல்பட வேண்டும்.

இயக்குநர்கள் தங்கள் பணியை தாங்களேச் செய்ய வேண்டும்: இயக்குநர்கள் தங்கள் பணியை தாங்களேச் செய்ய வேண்டும். அவர்கள் வேறு எவருக்கும் தங்கள் வேலையை ஒப்படைக்க கூடாது.

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 244 19/12/2022 14:50:17

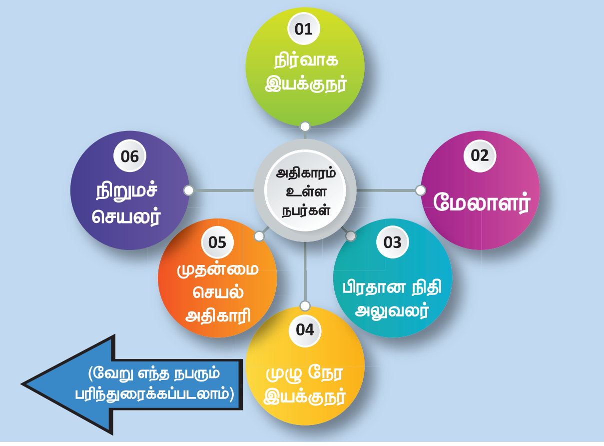
இருப்பினும் பின்வரும் சந்தர்ப்பங்களில் இயக்குநர்கள் பணிக்கு வேறு யாராவது ஒருவருக்கு ஒப்படைப்பு செய்யலாம்.

இது நிறும சட்டம் அல்லது செயல் முறை ஆவணம் அனுமதித்திருந்தால்.

சிறப்பு நிபுணத்துவத்தை கோருகின்ற சில வேலைகளை இயக்குநர்கள் செய்ய இயலாவிட்டால் அந்தப் பணிக்கான வேலைகளுக்கு ஒப்படைப்பு வழங்கப்படலாம்.

27.02 ஒரு நிறுமத்தின் முக்கிய அதிகாரம் உள்ள நபர்கள் (அ) முதன்மை மேலாண்மைப் பணியாளர்கள் (Key Managerial Person (KMP))

நிறுமச் சட்டம் 2013 பல புதிய கருத்துகளை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளது அவற்றில் ஒன்று. ஒரு நிறுமத்தில் முக்கிய அதிகாரம் உள்ள நபர்கள்: (Key Managerial Persons). இது நிர்வாக இயக்குநர் மற்றும் முழுநேர இயக்குனரின் வழக்கமான தலைமைப் பண்புகளை உள்ளடக்கியது மட்டுமில்லாமல் தலைமை நிதி அதிகாரி தலைமை நிர்வாக அதிகாரி மற்றும் நிறுமத்தின் செயலாளர் போன்ற சில செயல்பாட்டுத் நபர்களையும் உள்ளடக்கியது.



ஒரு நிறுமத்தின் முக்கிய அதிகாரம் உள்ள நபர்கள் (அ) முதன்மை மேலாண்மைப் பணியாளர்கள்யார்?

2013 ஆம் ஆண்டின் நிறும சட்டத்தின் பிரிவு 2 (51) இல் முக்கிய மேலாண்மையில் நிறுமத்தின் முக்கிய அதிகாரம் உள்ள நபர்கள்: என்பதறகான வரையறை உள்ளது.

2013 ஆம் ஆண்டின் நிறும சட்டத்தின் பிரிவு 2 (51) இல் முக்கிய மேலாண்மையில் நிறுமத்தின் முக்கிய அதிகாரம் உள்ள நபர்கள்: என்பதறகான வரையறை உள்ளது.

(i) முதன்மை நிர்வாக அதிகாரி

(ii) நிர்வாக இயக்குநர் அல்லது மேலாளர்;

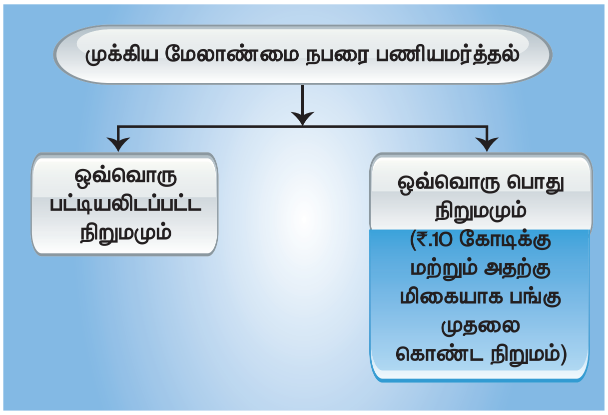
(iii) நிறுமத்தின் செயலாளர்;

(iv) முழு நேர இயக்குநர்;

(v) முதன்மை நிதி அலுவலர் மற்றும்

(vi) அத்தகைய மற்ற அலுவலர்கள் பரிந்துரைக்கப்படலாம்

பின்வரும் நிறுமங்கள் முக்கிய அதிகாரம் உள்ள நபர்களை நியமிக்கும் வேண்டும்:



27.03 இயக்குநர்கள் குழு (Board of Directors)

நிறுமச் சட்டத்தின் கீழ் பதிவு செய்யப்பட்ட நிறுமத்தின் நிர்வாகக் குழு இயக்குநர் அவை என்று அழைக்கப்படுகிறது. நிறுமத்தை சரியான வழியில் வழிநடத்த பிரதான பிரச்சினைகள் மீது முடிவு எடுக்க அவர்களுக்கு அதிகாரமளித்தனர். நிறும வாரியம் அவர்களுக்கு அதிகாரம் அளிக்கிறது

(i) கொள்கைகளை அமைக்கவும்,

(ii) இலக்குகளை மறுசீரமைத்தல்

(iii) நிர்வாக இயக்குநர் மற்றும் மூத்த நிர்வாகிகள் செயல்திறனை மதிப்பீடு செய்தல்.

(iv) ஒட்டுமொத்த இயக்கம்

(v) சட்டங்கள் ஏற்றுக்கொள்ளுதல்

(vi) பங்கு ஆதாயம் தொகையை தீர்மானித்தல்

(vii) கூடுதல் பங்குகளை வெளியிட.

பொதுவாக வாரியம் நிறுமத்தின் பரந்த இலக்குகளை நிர்வகிப்பதற்கு உதவுகிறது, நிர்வாகத்தை ஆதரிக்கிறது, நிறுமத்தில் கிடைக்கும் போதுமான ஆதாரங்களை மற்றும் அதன் பயன்பாட்டை உறுதிப்படுத்துகிறது.

இயக்குநர்கள் குழுவில்அடங்கியுள்ள நபர்கள் (COMPOSITION OF THE BOARD OF DIRECTORS)

அ) பொதுவாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட எண்ணிக்கை:

இயக்குநர்கள் குழு குறைந்தபட்சம் 1 பெண் இயக்குனருடன் கூடிய செயல்படும் நிர்வாக மற்றும் செயல்நிர்வாகம் அல்லாத இயக்குநர்கள் மற்றும் நிர்வாக இயக்குநர் குழுவில் ஐம்பது சதவீதத்திற்கும் கொஞ்சமும் குறைவின்றி செயல்நிர்வாகம் அல்லாத இயக்குநர்கள் கொண்ட ஒருங்கிணைப்பாக இருக்க வேண்டும்

www.tnschoolbooks.in

இயக்குநர்கள் குழு

ஆ) செயல்நிர்வாகம் அல்லாத இயக்குநர் தலைவராக இருக்கும் போது :

இதில் குறைந்தபட்சம் மூன்றில் ஒரு பங்கு செயல்நிர்வாக இயக்குநர்கள் சுதந்திர இயக்குநர்களாக இருக்க வேண்டும். கம்பனிக்கு வழக்கமான செயல்நிர்வாக அல்லாத இயக்குநர் தலைவuhf இல்லாத நிலையில், இயக்குநர் குழு உறுப்பினர்களில் குறைந்தபட்சம் 50 சதவீதம் சுதந்திர இயக்குநர்களை கொண்டு இருக்க வேண்டும்

இ) செயல்நிர்வாக அல்லாத இயக்குநர்:

செயல்நிர்வாக அல்லாத இயக்குநர் தோற்றுவிபாளாராக இருக்கும் போது அல்லது அவர் தோற்றுவிபாளாருடன் தொடர்புடையவாக இருக்கும் போது அல்லது இயக்குநர் குழுவிற்கு சமமான மட்டத்தில் இடம்பெற்றிருக்கும் போது அல்லது இயக்குநர்கள் குழு மட்டத்தில் ஒரு நிலை கீழே இடம்பெற்றிருக்கும் போது:

இயக்குநர் குழு உறுப்பினர்களில் குறைந்தபட்சம் 50 சதவீதம் சுதந்திர இயக்குநர்களை கொண்டு இருக்க வேண்டும்

ஒரு இயக்குநர் நிறுமத்தின் குழுவில் நியமிக்கப்படுகிறார், அத்தகைய இயக்குநர்கள் நிறுமத்தின் குறிக்கோளை அடைவதற்கு வித்தியாசமான அணுகுமுறை கொண்டு இருக்க வேண்டும்.

அவர்களின் வித்தியாசமான அணுகுமுறையின் படி நிறுமங்கள் சட்டம் 2013 அவர்களை கீழ் கண்டவாறு வகைப்படுத்தப்படுகின்றது.

முழுநேர இயக்குநர்: நிறுமத்தின் இயக்குனராக பணிபுரியும் ஒருவர் தனது வேலை நேரம் முழுவதையும் நிறுமத்தின் வளர்ச்சிக்காக பயன்படுத்துவதும் மேலும் இதன் மூலமாக நிறுமத்திற்கு வருமானம் ஏற்படும் வகையில் குறிப்பிடத்தக்க நேரடி ஆர்வத்தைக் காட்டுபவரும் முழுநேர இயக்குநர் ஆவார்

மேலாண்மை இயக்குநர்: இயக்குனராக நிறுமத்தில் பணி புரியும் ஒருவர் அதிகபட்சமான அதிகாரங்களை கொண்டவருமாக நிறுமத்தின் நிர்வாகத்தில் அதிக ஆர்வம் அதிகபட்சமான சுதந்திரமும் உடையவர் நிறுமத்தை வழிநடத்துவதற்கும் இயக்குநர்களை கட்டுப்படுத்தும் உரிமையும் இவருக்கு உண்டு

செயலாக்க இயக்குநர்

இவர் நிறுமத்தின் முதன்மை தலைமை அதிகாரி என்ற பொறுப்பை வகிக்கிறார் இவர் நிறுமத்தின் நோக்கநிலையை அடையும் பொருட்டு தேவையான அனைத்து முடிவுகளையும் எடுக்கும் பொறுப்பை வகிக்கிறார் மேலும் நிறும வெற்றிக்கு இவர் பங்கு முக்கியமாகிறது இன்றைய உலகளாவிய வர்த்தகத்தில் தலைவர் அல்லது தலைமை செயல் அலுவலர் அல்லது மேலாண்மை இயக்குநர் அல்லது முதன்மை செயல் அதிகாரி என்ற வார்த்தைகள் ஒரே பொருள் தரக்கூடிய இணைச் சொற்களாக பயன்படுத்தப்படுகின்றன

செயலாக்கம் இல்லாத இயக்குநர்கள்

இவர்கள் நிர்வாக வேளாண்மையில் அன்றாட பணிகளில் தங்களை ஈடுபடுத்திக் கொள்வது இல்லை ஆனால் கொள்கை முடிவுகள் எடுக்கும் போதும், திட்டமிடல் செயல்கள் செய்யும் பொழுதும் தங்களை ஈடுபடுத்திக் கொள்கின்றனர். இது மட்டுமல்லாமல் நிர்வாக இயக்குநர்களை மேற்பார்வையிடும் பொறுப்பும் பங்குதாரர்களின் நலனுக்காக செயல்படும் பொறுப்பும் இவர்களுக்கு உண்டு.

செயலாற்ற இயக்குனருக்கும் – செயலாற்ற இயக்குனருக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள்

செயலாக்க இயக்குநர்கள் முழுநேர இயக்குநர் அல்லது மேலாண்மை இயக்குநர்கள் என்ற பெயரில் பணியாற்றுகின்றார்கள் ஆனால் செயலாக்கமற்ற இயக்குநர்கள் முழுநேர இயக்குனராகவும் இருப்பதில்லை மேலாண்மை இயக்குநர்களாகவும் இருப்பதில்லை.

27.04 நிறுமச் சட்டம் 2013–ன்படி இயக்குநர்களின் வகைகள்:

1. இந்திய குடியிருப்பு இயக்குநர்:

இந்திய நிறுமச் சட்டம் 2013 பிரிவு 149 (3) ன் படி ஒரு நிறுமத்தின் இயக்குநர் கடந்த நாட்காட்டி ஆண்டில் ஒத்த காலத்தில் குறைந்தது 182 நாட்கள் இந்தியாவில் தங்கியிருக்க வேண்டும் அவ்வாறு உள்ளவரையே இந்திய குடியிருப்பு இயக்குநர் எனப்படுகிறார்

2. சுதந்திர இயக்குநர்

இந்திய நிறுமச் சட்டம் 2013 பிரிவு 149 (6) ன் படி இவர் ஒரு மாற்று இயக்குனராவார் கீழ்க்கண்ட நிறுமங்கள் குறைந்த பட்சம் இரண்டு சுதந்திர இயக்குநர்களை நியமிக்க வேண்டும் அல்லது கொண்டிருக்க வேண்டும் அவை

1 செலுத்தப்பட்ட மூலதனம் பத்து கோடிக்கு அல்லது அதற்கு மேல் உள்ள பொது நிறுமங்கள்

2 ஒரு பொது நிறும விற்பனையின் அளவு 100 கோடி அல்லது அதற்கு கொண்டிருந்தாள் மேலும்

3 ஒரு பொது நிறுமத்தின் கொடு பட வேண்டிய மொத்த கடன்கள், கடன் பத்திரம், வைப்புகளில் மதிப்பு 50 கோடி அல்லது அதற்கு மேல் இருப்பின்

3. சிறு பங்குதாரர்களின் இயக்குநர்

ஒரு பட்டியலிடப்பட்ட நிறுமம் ஒரு இயக்குனரை இவர்கள் சார்பாக நியமிக்கலாம் அவ்வாறு நியமனம் செய்ய குறைந்தபட்சம் 1,000 அல்லது பத்தில் ஒரு பங்கு பங்குதாரர்களுக்கு இது தொடர்பான எழுத்து மூலமான அறிவிப்பு செய்தியை வழங்கி இருக்க வேண்டும்

4. பெயரளவு இயக்குநர்

தற்போது நடைமுறையில் உள்ள சட்டத்தின்கீழ் நிதி நிறுமங்கள் நலன் கருதி ஏதாவது ஒரு ஒப்பந்தத்தின் படியோ அல்லது மத்திய அரசின் வழிகாட்டுதலின் படியோ நியமிக்கலாம்.

மேற்கண்டவற்றிலிருந்து அறிய வருவது

1. அங்கீகரிக்கப்பட்ட நிதி நிறுமங்கள் ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் நியமிக்கலாம்
2. மத்திய அரசு அல்லது இணையான நபர்களை; நியமிக்கலாம்
3 அவ்வாறு நியமிக்கப்பட்ட நபர்கள் நிறுமத்தின் நலனை பாதுகாக்கும் பொருட்டு செயல்பட வேண்டும்

5. பெண் இயக்குநர்:

பிரிவு 149 (1) (a) படி ஒரு இயக்குநர் குழுவில் குறைந்தபட்சம் ஒரு பெண் உறுப்பினர் இருக்க வேண்டும் கீழ்க்கண்ட நிறுமங்கள் குறைந்தபட்சம் ஒரு பெண் உறுப்பினரை ஏற்கனவே கொண்டிருத்தல் வேண்டும் அவை:

1 அனைத்து பட்டியலிடப்பட்ட பொது நிறுமங்கள்

2 எந்த நிறுமத்தின் செலுத்தப்பட்ட மூலதனம் 100 கோடி அல்லது அதற்கும் மேல் அல்லது

ஆ) விற்பனையின் அளவு 300 கோடி அல்லது அதற்கு மேல் இருக்கும் பொழுது

6. கூடுதல் இயக்குநர்கள்

நிறுமம் ஒரு தனிமனிதனை தேவைபட்டால் கூடுதல் இயக்குனராக நியமித்துக் கொள்ளலாம்

7. மாற்று இயக்குநர்கள்

ஒரு இயக்குநர் இந்தியாவில் குறைந்தது மூன்று மாதத்திற்கு மேல் இல்லையென்றால் அவருக்கு பதிலாக கூடுதல் இயக்குநர்களை இயக்குநர் குழு நியமிக்கலாம். இவ்வாறு நியமிப்பதற்கு நிறுமத்தின் செயல்முறை ஏட்டில் அங்கீகாரம் அளிக்கப்பட்டிருக்க வேண்டும் அல்லது பொதுக்கூட்டத்தில் ஒரு தீர்மானம் இயற்றி அதன் வாயிலாக நியமிக்கலாம்

இந்தமாற்றுஇயக்குநர் உண்மையான இயக்குனருக்கு முகவராக அல்லது பதிலாக கருதப்படமாட்டார்

8. நிழல் இயக்குநர்

இயக்குநர் குழுவில் இடம் பெறாத ஒருவர் ஆனால் நிறுமத்தை வழி நடத்த அதிகாரம் உள்ளவர் நிழல் இயக்குநர் எனப்படுவார் பிற்காலத்தில் அவர்கள் விருப்பப்பட்டால் இயக்குனராக நியமிக்கப்படலாம்

27.05 இயக்குநர்களின் எண்ணிக்கை (Number of Directors Required)

நிறுமச் சட்டம் 2013 பிரிவு 149 (1) ஒவ்வொரு நிறுமமும் குறைந்தபட்சம் / அதிகபட்சம் எவ்வளவு இயக்குநர்களை கொண்டிருக்க வேண்டும் என்று வரையறுத்துள்ளது. அவை:

இயக்குநர்களின் குறைந்தபட்ச எண்ணிக்கை

பொது நிறுமம்

ஒவ்வொரு பொது நிறுமம் குறைந்த பட்சம் மூன்று இயக்குநர்களுக்கொண்டிருக்க வேண்டும்

தனி நிறுமம்

ஒரு நபர் நிறுமம் ஒரு இயக்குனரை கொண்டிருக்க வேண்டும்

பிற நிறுமங்கள் இரண்டு இயக்குநர்களை கொண்டிருக்க வேண்டும்

இயக்குநர்களின் அதிகபட்ச எண்ணிக்கை (Maximum Number of Directors)

ஒரு நிறுமம் அதிகபட்சமாக 15 இயக்குநர்களை நியமனம் செய்து கொள்ளலாம். ஒரு நிறுமம் பொதுக் கூட்டத்தில் தீர்மானம் நிறைவேற்றி 15 இயக்குநர்களுக்கு மேற்பட்ட இயக்குநர்களை நியமித்துக் கொள்ளலாம். இதற்கு மத்திய அரசின் அனுமதி தேவைப்படாது.

நிறுமச் சட்டம் 2013 தொடங்குவதற்கு முன்பாக உள்ள நிறுமங்கள் இத்தேவையை நிறைவேற்ற ஓராண்டு காலம் அவகாசம் அளிக்கப்பட்டது.

இயக்குநர் நிலை (Number of directorships)

நிறுமச் சட்டம் 2013 பிரிவு 165 இன் படி ஒரு நபர் அதிகபட்சமாக 20 நிறுமத்தில் இயக்குநர் நிலை பெற்று இயங்கலாம், ஆயினும் பொது நிறுமம் ஒன்றின் துணை நிறுமமாக உள்ள பொது நிறுமங்கள் அல்லது தனி நிறுமமாக இயக்குநர்களை 10 ஆக வரையறுக்கப்பட்டிருக்கிறது. மேலும் நிறுமம் ஒன்றின் உறுப்பினர்கள் மேலே தந்துள்ள எல்லையை சிறப்பு தீர்மானம் ஒன்றை நிறைவேற்றி வரையறை செய்து கொள்ளலாம். ஆனால் 20 நிறுமங்களில் இயக்குநர்களை எந்த எல்லைக்கு செயலற்ற நிறும இயக்குநர் நிலை சேர்த்துக் கொள்ளப்பட மாட்டாது.

இச்சட்டம் நடைமுறைக்கு வருவதற்கு முன்னர் முறையே 20 அல்லது பத்து நிறுமங்களில் இயக்குனராக உள்ள எவரேனும் இச்சட்டம் தொடக்கத்திலிருந்து ஓராண்டு காலத்திற்குள் எந்த

நிறுமத்தில் தொடர்ந்து பணியாற்ற விருப்பமாக உள்ளார் எதிலிருந்து விலகி உள்ளார் என்பதை தேர்ந்தெடுத்து அதனை உரிய நிறுமத்திற்கும் உரிய பதிவாளருக்கும் அறிவித்துவிட வேண்டும்.

மேற்கூறிய கருத்துக்களை மீற ஒரு நபர் இயக்குனராக நிறுமத்தை பதவி ஏற்கிறார் ஏனில் அவர் குற்றம் தொடரும் ஒவ்வொரு நாளுக்கும் ₹5000 –க்கு குறையாத ஆனால் ₹25000 வரை அபராதத்திற்கு உள்ளாவார்.

27.06 இயக்குநர்களின் சட்டபூர்வ நிலைமை (Legal Position of Director)

இயக்குநராக நியமிக்கப்பட்ட ஒருவர் சில சமயங்களில் நிறுமத்தின் முகவர்களாகவும், சில சந்தர்ப்பங்களில் நிறுமத்தின் பங்குதாரர்களாகவும், சில சந்தர்ப்பங்களில் நிர்வாக பொறுப்பாண்மையர்களாகவும், சில சந்தர்ப்பங்களில் அலுவலர்களாகவும், அல்லது அதிகாரிகளாகவும் கருதவேண்டியுள்ளது.

எனவே இயக்குநர்களின் நிலையைப் பற்றி பல்வேறு தலைப்புகளில் கீழ்க்கண்டவாறு தனித்தனியாக கூறப்பட்டுள்ளது

இயக்குநர்கள் முகவர்களாக:

நிறுமத்திற்கு என தனியாக உருவம் எதுவும் கிடையாது அது இயக்குநர்கள் மூலமே இயங்க இயலும் எனவே நிறுமத்திற்கும் இயக்குனருக்கும் உள்ள உறவு முதல்வருக்கும் அவருக்கும் உள்ள உறவு போன்றது என்று கூறுவதில் தவறு இல்லை.

உதாரணமாக 1

XYZ என்ற சென்னையை அடிப்படையாகக் கொண்ட ஒரு தனி வரையறுக்கப்பட்ட நிறுமம் யோகி மற்றும் லோகு என்ற இரண்டு இயக்குனர்களை கொண்டிருக்கிறது. அந்நிறுமம் தனது வியாபாரத்தை கர்நாடகா மாநிலத்தில் துவங்க திட்டமிட்டு அதற்காக அலுவலக கட்டடம் அமைப்பதற்கு யோகி என்பவர் கர்நாடகா சென்று நிலத்தை வாங்கினார் அல்லது வீட்டை வாங்கினார். வீடு வாங்கியது அல்லது நிலத்தை வாங்கியது யோகி என்றாலும் அது நிறுமத்திற்கு சொந்தமானது எனவே யோகி என்பவர் முகவராக நிறுமத்திற்காக செயல்பட்டுள்ளார்.

நிறுமத்தின் சார்பில் ஒப்பந்தங்களில் ஈடுபடும்பொழுது இயக்குநர்கள் நிறுமத்தின் முகவராக செயல்படுகிறார்கள். இவ்வித ஒப்பந்தங்களில் இயக்குநர்களுக்கு தனிப்பட்ட பொறுப்பு ஏதும் கிடையாது. நிறுமத்தின் அமைப்பு சாசனம் அளித்துள்ள அதிகார வரம்புக்குள் செயல்படுகின்றனர்.

இயக்குநர்கள் முகவராக கருதப்படுகிறார்கள் தவிர ஆனால் அவர்கள் நிறுமத்தின் முழுநேர முகவரகள் அல்ல ஏனெனில் இயக்குநர்கள் பங்குதாரர்களால் தேர்ந்தெடுக்கப்படுகிறார்கள் ஆனால் முகவர்கள் முதல்வரால் நியமிக்கப்படுகிறார்கள்.

மேலாளர்கள் பங்குதாரர்களாக இயக்குநர்கள் (Directors as Managing Partners)

நிறுமமேலாண்மை பன்முக நிர்வாகிகளின் கைகளில் உள்ளது. எனவே, இயக்குநர்கள் பங்குதாரர்களை நிர்வகிப்பவர்கள் மற்றும் பங்குதாரர்களால் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட இயக்குநர்கள் பங்குதாரர்களுக்கு கூட்டளிகள் போன்றவர்கள்.

இருப்பினும், இயக்குநர்கள் அல்லது வெளியீட்டாளர்களுக்கு கணிசமான அதிகாரங்கள் ஒப்படைக்கப்படலாம், அத்தகைய நபர் இயக்குநர்களின் குழுமத்தின் மேற்பார்வை, கட்டுப்பாடு மற்றும் வழி யில் செயல்பட வேண்டும். எனவே, ஒரு கூட்டாண்மை நிறுமம் போலல்லாமல், ஒரு நிர்வாக இயக்குனராக எந்தவொரு அதிகாரத்தையும் வழங்க முடியாது.

உதாரணம் 2

உதாரணம் ஒன்றில் சொல்லப்பட்ட நிறுமத்தில் இயக்குனர் தன்னுடைய கவனம் குறைபாட்டின் காரணமாக அரசுக்கு செலுத்த வேண்டிய விற்பனை வரியை செலுத்த தவறிவிட்டார். இந்நிலையில் அரசு அவர் மீது வரியை வசூல் செய்ய வழக்கு தொடங்குகிறது, என்றால் இதற்கு அந்த இயக்குனர் தனி பொறுப்பு ஏற்க வேண்டும் ஏனெனில், இது அவரின் பொறுப்பற்ற செயலால் அல்லது கவனக்குறைவால் நிகழ்ந்தது ஆகும்

இயக்குநர்கள் பொறுப்பாண்மையர் (Directors as trustees)

இயக்குநர்கள் நிறுமத்தின் பொறுப்பாண்மையர்களாகக், கருதுவதும் ஒருவகையில் பொருத்தமானதாகும். நிறுமத்தின் பணம் முதலான சொத்துக்களை அவர்கள் ஒரு பொறுப்பாண்மையர் நிலையிலிருந்து கையாள வேண்டும். அவற்றை நிறும நலன்களுக்காகவே பயன்படுத்த வேண்டும். மேலும் இயக்குநர்கள் நிறுமத்தின் பொறுப்பாண்மையர் தவிர தனிப்பட்ட முறையில் உறுப்பினர்களின் பொறுப்பாண்மையர்களுக்கு விதிக்கப்பட்ட பல சட்டவிதிகள் இவர்களைப் பொறுத்தவரையில் பொருந்தாது.

உதாரணம் 3:

ஈஸ்வர் நிறுமம் இரண்டு இயக்குநர்கள் தீபா மற்றும் மணி. இயக்குனர்கள் 1இ000 பங்குகளை பொது மக்களுக்கு வழங்குகிறார்கள்இ பங்குதாரர்களிடம் இருந்து ஒரு பங்குக்கு ₹100 வீதம் பங்கு விண்ணப்பஇ பங்கு ஒதுக்கீடு மற்றும் பங்கு முதல் அழைப்பு பணம் பெற்றனர். அவர்கள் எடுத்துக் கொண்ட ஒவ்வொரு பங்குகளுக்கும் ₹100 செலுத்தவில்லை. இது நம்பகத்தன்மையை மீறுவதாகும்இ எனவே அவர்கள் பங்குகளுக்கு 100 ₹பாய் செலுத்த வேண்டும்.

இயக்குநர் பணியாளர்களாக (Directors as employees)

இயக்குநர்கள் தங்கள் நன்மைக்காகவும் பங்குதாரர்களின் நலனுக்காகவும் நிறுமத்தை நிர்வகிக்கும் நிபுணர்களாக உள்ளனர். இருப்பினும், ஒரு இயக்குநர் ஒரு தனி ஒப்பந்தத்தில் பணிபுரியும் அதே நிறுமத்தில் பணிபுரிந்தால், பின்னர் இயக்குனருடன் கூடுதலாக, அவர் நிறுமத்தின் ஊழியர் அல்லது பணியாளராகவும் கருதப்படுகிறார். எளிமையான முறையில், நிறுமத்தின் முழுநேர ஊழியராக இயக்குநராக நியமிக்கப்பட்ட பிறகு குறிப்பிட்ட இயக்குநர்கள் ஊழியர் இயக்குநர் அல்லது முழு நேர இயக்குனராக கருதப்படுவர்.

உதாரணம் 4:

குணாலன் ஒரு நிறுமத்தின் இயக்குநராகவும், நிறுமத்தின் மேலாளராக செயல்படுவதற்கு கூடுதலான கட்டணத்தையும் எடுத்துள்ளார். ஆனால் மேலாளராக சேவை செய்வதன் மூலம் அவர் ஒரு ஊதியம் பெறுவதற்கு உரிமையுண்டு. எனவே அவர் ஒரு இயக்குநராகவும், நிறுமத்தின் ஒரு பணியாளராகவும் இருக்கிறார்.

இயக்குநர்கள் நிறுமத்தின் அதிகாரிகள் (Directors as officers)

"அதிகாரி" என்ற வார்த்தைக்குள் இயக்குநர்கள், மேலாளர் அல்லது முக்கிய அதிகாரம் உள்ள நபர்கள் முதன்மை மேலாண்மைப் பணியாளர்கள் அல்லது யாருடைய வழிகாட்டுதல் அல்லது அறிவுறுத்தல்கள் இயக்குநர்கள் குழு அல்லது இயக்குநர்களில் ஏதேனும் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்டவர்கள் செயல்பட அல்லது பழக்கப்படுத்தப்படுகின்றனர் என்பதை பொருத்தது. எனவே இயக்குநர் ஒரு நிறுமத்தின் அதிகாரிகளாகக் கருதப்படுவர். சில நேரங்களில், அவர்கள் சட்டத்தின் விதிமுறைகளை கண்டிப்பாக கடைப்பிடிக்காதபோது, நிறுமங்கள் சட்டத்தின் கீழ், தண்டனையினால் தண்டிக்கப்படுவார்கள்.

27.07 இயக்குநர்கள் நியமனம் நிறுமச் சட்டம் 2013 பிரிவு 152 (Appointment of Directors under Companies Act 2013 – Section 152)

பொதுவாக, ஒரு பொது நிறுமத்தில் அல்லது ஒரு பொது நிறுமத்தில் ஒரு தனியார் நிறும துணை நிறுமமாகயிருக்கும் போது மொத்த இயக்குநர்களின் மூன்றில் இரண்டு பங்கு, பங்குதாரர்கள் நியமிக்கப்படுகின்றனர், மீதமுள்ள மூன்றில் ஒரு பங்கு நியமனம்,செயல் முறை விதிகள் படி இல்லையெனில் பங்குதாரர்கள் மீதமுள்ள மூன்றில் ஒரு பங்கை நியமிக்க வேண்டும்.

ஒரு தனியார் நிறுமத்தில், இது ஒரு பொது நிறுமத்தின் ஒரு துணை நிறுமமாக இல்;லாத போது எந்தவொரு அல்லது அனைத்து இயக்குநர்களையும் நியமிக்கும் விதத்தை செயல்முறை விதிகள் படி நியமிக்க வேண்டும். செயல்முறை விதிகளில்; எந்த வழிகாட்டுதல்களும் இல்லாத போது இயக்குநர்கள் பங்குதாரர்களால் நியமிக்கப்பட வேண்டும்.

எந்தவொரு நிறுமம் விகிதாசார பிரதிநிதித்துவத்தின் கொள்கையை பின்பற்ற விரும்பினால் நிறுமங்களின் சட்டத்தின் படி மூன்றில் இரண்டு பங்கு இயக்குநர்களை நியமிக்கும் பொருட்டு நிறுமங்கள் சட்டம் அனுமதிக்கிறது.

அடக்குமுறை அல்லது தவறான நிர்வாகத்தின் காரணமாக மூன்றாம் தரப்பினரால் அல்லது மத்திய அரசாங்கத்தால் இயக்குநர்கள் நியமிக்கப்படலாம்.

இயக்குநர்கள் நியமனம் தொடர்பான பொது விதிகள்:

1. நிறுமச் சட்டத்தில் குறிப்பிடப்பட்டிருந்தால், ஒவ்வொரு இயக்குநரும் பொது கூட்டத்தில் நியமிக்கப்படுவார்கள்.
2. நிறுமத்தின் இயக்குநரை நியமிப்பதற்கான இயக்குநர் அடையாள எண் கட்டாயமாகும்.
3. ஒரு இயக்குனராக நியமிக்கப்படுவதற்கு முன்மொழிந்த ஒவ்வொரு நபரும் அவரது இயக்குநர் அடையாள எண் மற்றும் ஒரு சட்டத்தின் கீழ் ஒரு இயக்குநராவதற்கு தகுதியற்றவர் என்று அறிவிக்க வேண்டும்.
4. ஒரு இயக்குநராக நியமிக்கப்பட்ட ஒரு நபர் அன்றோ அல்லது அதற்கு முன்னர் நேரடியாக அலுவலகத்தை நடத்த தனது ஒப்புதலை வழங்க வேண்டும். அதாவது அந் நிறுமத்தின் இயக்குநராக செயல்பட ஒப்புதல் வழங்க வேண்டும்.

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 249 19/12/2022 14:50:18

5. இயக்குநர்கள் நியமிக்கப்பட்ட 30 நாட்களுக்குள் இயக்குநர்களால் கையொப்பமிடப்பட்ட ஒப்புதலுடன் தேவையான கட்டணத்தை செலுத்தி நிர்வாக இயக்குநர்கள் மற்றும் முக்கிய மேலாண்மை பணியாளர்கள் பற்றிய விவரங்களை நிறுமத்தின் பதிவாளருக்கு உரிய படிவத்தில் பதிவு செய்ய வோண்டும்

6. அனைத்து இயக்குநர்களுக்கும் ஓய்வு பெறுதல் தொடர்பான விவகாரங்கள் செயல் முறை விதிகளில் கூறபட்டபடி வழங்கலாம். இல்லையென்றால் சட்டப்படி அது முடிவு செய்யப்படும்.

முதல் இயக்குநர் (First Director)

"முதல் இயக்குநர்கள்" நிறுவனம் கூட்டுருவாக்கம் செய்யப்பட்ட தேதி முதல் அலுவலகத்தை இயக்குபவர்கள். முதல் இயக்குநர் பெயர் வழக்கமாக நிறும செயல் முறை ஏட்டில் குறிப்பிடபட்டிருக்கும் அல்லது இயக்குநர்கள் நியமிக்கப்படுகிறார்கள்.

ஒரு நபர் நிறுமத்தின் வழக்கில் ஒரு உறுப்பினராக இருப்பவர் 152 வது பிரிவின் விதிமுறைகளுக்கு இணங்க இயக்குநர்(கள்) உறுப்பினரால் நியமிக்கப்படும் வரை அதன் முதல் இயக்குனராக கருதப்படுவார்.

27.08 இயக்குநர் தகுதிகள் (Qualifications of Director)

நிறுமம் செயல்முறை விதிகளுக்கு வெளிகளில் கூடிய உள்ளவாறு தேவையான தகுதிகளை பெற்றிருத்தல் வேண்டும். பொதுவாக ஒரு இயக்குநர், நிதி, சட்டம், மேலாண்மை, விற்பனை, சந்தைப்படுத்தல், நிர்வாகம், ஆராய்ச்சி, பெருநிறும ஆளுமை, தொழில்நுட்ப செயல்பாடுகள் அல்லது நிறுமத்தின் வணிக தொடர்பான பிற துறைகளில் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட துறைகளில் பொருத்தமான திறன்கள், அனுபவம் மற்றும் அறிவைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்.

1. ஒரு இயக்குநர் சரியான மனநிலை உடைய நபர் இருக்க வேண்டும்.
2. ஒரு இயக்குநர் நிறுமம் செயல் முறை புத்தகதில் குறிப்பிட்டுள்ள தகுதி பங்குகள் வைத்திருக்கக வேண்டும்.
3. ஒரு இயக்குநர் தனிநபராக இருத்தல் வேண்டும்
4. நல்ல நிதிநிலை உடையவராக இருத்தல் வேண்டும்
5. நீதிமன்றத்தால் எந்தவிதமான குற்றத்திற்காகவும் குற்றவாளி என அறிவிக்கப்பட்டாமல்/ தண்டிக்கப்படாமல் இருத்தல் வேண்டும்

27.09 இயக்குநராக தகுதியற்றவர்கள் (Disqualifications of a director)

நிறுமம் சட்டத்தின் 164 ஆம் பிரிவின்படி நிறுமத்தின் இயக்குனராக தகுதியற்றவர்கள் பின்வருமாறு

அ. பித்துநிலை அடைந்தவர் என தகுதி வாய்ந்த நீதிமன்ற அதிகாரிகளால் கண்டுபிடிப்பு மற்றும் அமலில் உள்ள போது

ஆ. திவாலானவர் என நீதிமன்றத்தில் அறிவிக்கப்பட்டவர்

இ. திவாலானவர் என அறிவிக்கக் கோரி நீதிமன்றத்தில் விண்ணப்பித்துள்ள, அவரது விண்ணப்பம் நிலுவையில் உள்ளபோது

ஈ. நீதிமன்றத்தில் குற்றவாளி என தீர்ப்பளிக்கப்பட்டு ஆறு மாத காலத்திற்கு குறையாமல் சிறை தண்டனை பெற்று இருப்பவர்கள் (எனினும் தண்டனை காலம் முடிந்து 5 ஆண்டுகள் கழித்து பிறகு அவரை இயக்குனராக நியமிப்பதை சட்டம் ஏற்றுக் கொள்கிறது)

உ. அழைப்பு பணம் செலுத்தாமல் இருப்பவர்கள்

ஊ. நீதிமன்றம் அல்லது தீர்பாயத்தால் தகுதியற்றவர்கள் என தீர்மானிக்கப்பட்டு அறிவிக்கப்பட்டவர்கள்

எ. கடந்த ஐந்து ஆண்டுகளில் ஏதேனும் சட்ட பிரிவு 188 இன் கீழ் தொடர்புடைய நபருடன் நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடும் போது குற்றம் புரிந்தவர் என தீர்ப்பளிக்கப்பட்டவர்கள்

ஏ. இயக்குநர் அடையாள எண்ணை பெறாதவர்

27.10 இயக்குநர் நீக்கம் (Removal of Director)

நிறுமத்தின் இயக்குநர், அவருடைய பணி காலம் முடிவடைவதற்கு முன்னர், அவரது அலுவலகத்திலிருந்து நீக்கப்படலாம்

1. பங்குதாரர்கள்
2. மத்திய அரசு
3. நிறுமச் சட்ட வாரியம்

ஒரு இயக்குநர் தனது அலுவலகத்திலிருந்து பின்வரும் மூன்று வழிகளில் ஏதேனும் ஒரு வழியில் நீக்கப்படலாம்:

1. பங்குதாரர்களால் நீக்கம் – பிரிவு (169)

ஒரு நிறுமம் (பொது அல்லது தனியார்) ஒரு சிறப்பு அறிவிப்பை வழங்குவதன் மூலம், ஒரு சாதாரண தீர்மானத்தை நிறைவேற்றுவதன் மூலம், ஒரு இயக்குனரை பதவியில் இருந்து காலாவதியாகும் முன்பாக நீக்கலாம். தவறான நிர்வாகம், நம்பிக்கை இழப்பு, தவறாகச் செயல்படுதல் அல்லது இயக்குனரின் பகுதியிலுள்ள மற்ற தவறான நடத்தை ஆகியவற்றின் ஆதாரம் இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. இயக்குநர் பின்பற்றிய கொள்கைகள் பொருத்தமானதல்ல என்று பங்குதாரர்கள் கருதினால், அவர் நீக்கப்படலாம். பொது கூட்டத்தில் ஒரு சாதாரண தீர்மானத்தை நிறைவேற்றுவதன் மூலம் பங்குதாரர்கள் அவ்வாறு செய்ய முடியும்.

2) மத்திய அரசால் நீக்கம்

நிறுமச் சட்ட வாரியத்தின் பரிந்துரையின் பேரில் நிர்வாக அதிகாரிகளை அலுவலகத்தில் இருந்து அகற்ற மத்திய அரசுக்கு அதிகாரம் அளிக்கப்பட்டுள்ளது. மத்திய அரசு எந்த நிர்வாக அதிகாரிகளுக்கு எதிராக நிறுமச் சட்ட வாரியத்திற்கு பரிந்துரைக்கும் அதிகாரம் உள்ளது. மத்திய அரசின் கருத்துப்படி பரிந்துரைக்கும் சூழ்நிலைகள்:

(i) ஒரு நிறுமத்தின் விவகாரங்களுக்கான நடத்தை மற்றும் மேலாண்மையில் சம்பந்தப்பட்ட ஒரு நபர் சட்டத்தின்கீழ்தனதுகடமைகளையும்பொறுப்புகளையும் நிறைவேற்றுவதில் மோசடி, தவறாகச் செயல்படும்தன்மை, தொடர்ந்து கவனமின்மை, நம்பிக்கை இழப்பு சம்பந்தப்பட்ட குற்றவாளி / குற்றங்களில் தொடர்புடைய குற்றவாளி. அல்லது

(ii) ஒரு நிறுமத்தின் வியாபாரமானது, சிறந்த வணிகக் கொள்கை அல்லது விவேகமான வர்த்தக நடைமுறைகளுக்கு ஏற்ப, அத்தகைய நபரால் நடத்தப்பட அல்லது நிர்வகிக்கபடவில்லை; அல்லது

(iii) ஒரு நபரால் நடத்தப்படுவதால் அல்லது நிர்வகிக்கப்படுவதால் நிறுமத்தில் ஏற்படும் கடுமையான வியாபார பாதிப்பு அல்லது வர்த்தகம், தொழில் அல்லது வியாபாரத்தின் கொள்கை சேதம் ஏற்படுதல் சம்பந்தப்பட்டிருத்தல் அல்லது

(iv) நிறுமம், அதன் வணிகர்கள், கடனாளிகள், உறுப்பினர்கள் அல்லது வேறு நபர்கள் அல்லது மோசடி அல்லது சட்டவிரோத நோக்கத்திற்காக அல்லது பொது நலனுக் சேதமளிக்கதக்க விதத்தில் மோசடி செய்ய விரும்பும் நோக்கத்துடன் அந்த நிறுமம் நிர்வகிக்கப்பட்டால்.

3) நிறுமச் சட்ட வாரிய த்தால் நீக்கப்படுதல்

கம்பனி சட்ட விவகாரத்தை ஒரு இயக்குனரால் ஒடுக்குதலுக்கும் தவறான நிர்வாகத்திற்கும் எதிராக ஒரு நிறுமத்தின் சட்ட வாரியத்திற்கு சமர்ப்பிக்கப்பட்டால், நிறுமத்தின் சட்ட வாரியத்தால் இயக்குநர் நீக்கப்படலாம் அல்லது நிறுமத்திற்கும் இயக்குநருக்கும் இடையில் உருவாக்கப்பட்ட எந்தவொரு ஒப்பந்தத்தையும் ஒதுக்கி வைக்கப்படலாம். அத்தகைய இயக்குநர் அவரது அலுவலகத்திலிருந்து அகற்றப்படலாம். மற்றும் அத்தகைய இயக்குநர் அல்லது நிர்வாக இயக்குநர், கம்பனி சட்ட ஆணையத்தின் தேதி முதல் ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு நிர்வாக அலுவலகத்தை நடத்த முடியாது.

27.11 இயக்குனரின் ஊதியம் (Remuneration of Director)

நிர்வாக நபர்கள்/ அதிகாரிகள் ஏன்ற சொல் நிர்வாக இயக்குநர், முழுநேர இயக்குநர், பகுதி நேர இயக்குநர்கள் மற்றும் மேலாளர்கள் உள்ளிட்ட நபர்கள் உள்ளடக்கியது. இவர்கள் நிறுமம் சட்டம் 2013, பிரிவு 197 ன் விதிமுறைகளுக்கு இணங்க, ஊதியம் வழங்கப்படுவார்கள்.

மேலாளர் ஊதியம்:

பிரிவு 196 ன் கீழ் நியமிக்கப்பட்ட ஒரு நபருக்கு மேலாண்மைப் ஊதியம் செலுத்தப்படுகின்றது. ஊதியம் என்ற வார்த்தையில் பணமோ அல்லது அதற்கும் சமமானதாகவோ அல்லது அவருக்கு வழங்கப்பட்ட சேவைகளுக்குகன செலவினங்களும் அடங்கும்.

1. இலவச வாடகை – அல்லது வாடகை சலுகையின் மதிப்பு
2. விலையில்லா அல்லது சலுகைக் கட்டணத்தில் வழங்கப்படும் வேறு எந்த பொருட்களின் மதிப்பு.
3. இலவசமாக ஊழியருக்கு நிறுமத்தால் அல்லது முன் பணி செய்த நிறுமத்தால் ஒதுக்கப்பட்ட/ வழங்கப்பட்ட/ மாற்றப்பட்ட, பணியாளர் அல்லது உழைப்பு பங்குகளின் (sweat equity shares) மதிப்பு.
4. ஒரு லட்சம் ரூபாய்க்கு மேலதிகமாக ஒரு அங்கீகரிக்கப்பட்ட பணியமர்த்தல் நிதிக்கு நிறுமத்தால் வழங்கப்பட்ட பங்களிப்பு.
5. பரிந்துரைக்கப்பட சில துணைப்பயன்கள் அல்லது மற்ற நன்மைகளின் மதிப்பு
6. அனைத்து இயக்குநர்களின் ஊதியத்தின் ஒரு பகுதியாக பங்கு விருப்பத்தின் மதிப்பு இருக்கும். பங்கு விருப்பத்தை பெற இயக்குநர்க்கு உரிமை இல்லை.

மேலாளர் ஊதியம் மூன்று வழியில் கணக்கிடப்படுகிறது அவை:

1. நிறுமம் லாபம் அடிப்படையில்
2. பங்குதாரர்களின் பரிந்துரைகளின் அடிப்படையில்
3. பங்குதாரர்களின் மற்றும் மத்திய அரசின் பரிந்துரைகளின் அடிப்படையில் மேலாண்மை நபர்களுக்குகான அனுமதிகப்பட ஊதியம்:

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 251 19/12/2022 14:50:18

நிறுமத்தில் போதுமான இலாபம் இருப்பின்:

ஒரு பொது நிறுமம் நிர்வாக இயக்குநர்கள் மற்றும் முழு நேர இயக்குநர்கள் உட்பட அதன் இயக்குநர்களுக்கு வழங்கும் ஊதியம் அதன் நிகர லாபத்தில் 11% ஐ விட அதிகமாக இருக்கக்கூடாது மற்றும் ஒரு நிறுமத்தில் ஒரே ஒரு நிர்வாக இயக்குநர் அல்லது முழு – நேர இயக்குநர் அல்லது மேலாளர், நிகர லாபத்தின் 5% ஐ தாண்டக்கூடாது. வழங்கப்பட்ட ஊதியம் 11 சதவிகிதத்திற்கும் அதிகமாக இருந்தால் 2013 ஆம் ஆண்டின் கம்பனிகள் சட்டம், 198 ன் பிரிவின் கீழ் சட்டத்தில் கூறப்பட்டுள்ள விதத்தில் கணக்கிடப்படுகிறது.

ஒரு நிறுமம் மூலம் அதிகபட்சமாக நிறுமத்தின் மேலாளருக்கு வழங்கப்பட வேண்டிய ஊதியம்:

லாபமற்ற அல்லது போதுமான லாபமற்ற நிறுமம் ஒன்றில் அளிக்கப்படும் ஊதியத்தில் குறைந்த அளவு விகிதம் ரூபாய் மதிப்பில்:

மூலதனத்தின் அளவு	
iv. எதிர்மறையான அல்லது ₹5 கோடிக்கு குறைவு	₹30 லட்சங்கள்
v. ₹5 கோடி மற்றும் அதற்கு மேல் ஆனால் நூறு கோடிக்கு குறைவு	₹42 லட்சங்கள்
vi. ₹100 கோடி மற்றும் அதற்கு மேல் ஆனால் 250 கோடிக்கு குறைவு	₹60 லட்சங்கள்
vii. ₹250 கோடி மற்றும் அதற்கு மேல் செலுத்தப்பட கூடிய ஆண்டு ஊதியத்தின் உச்சவரம்பு ரூபாய் மதிப்பில்	₹60 லட்சங்கள் + 250 கோடிக்கு மேற்பட்ட மூலதனத்தில் 9.91%

27.12 இயக்குநர்களின் அதிகாரங்கள் (Powers of Director)

இயக்குநர்களின் அதிகாரங்கள் நான்கு வெவ்வேறு தலைப்புகளில் வகை செய்யப்பட்டுள்ளது அவை

1. இயக்குநர்களின் சட்டப்படியான அல்லது சட்டபூர்வமான அதிகாரங்கள்
2. நிர்வாக ரீதியான இயக்குநர்களின் அதிகாரங்கள் அல்லது மேலாண்மை தொடர்புடைய இயக்குநர்களின் அதிகாரங்கள்
3. தீர்மானத்தின்மீது இயக்குநர்களின் அதிகாரங்கள் தீர்மானங்களின் மீது இயக்குநர்களின் அதிகாரங்கள்
4. இதர அதிகாரங்கள்

சட்டப்படியான அதிகாரங்கள்

நிறுமத்தின் பொதுக்கூட்டத்தில் ஒரு தீர்மானம் நிறைவேற்றி அதன் மூலம் நடைமுறைப் படுத்தப்பட வேண்டிய இயக்குனருக்கான அதிகாரங்கள் பின்வருமாறு

1. பங்குதாரர்களிடம் இருந்து வரவேண்டிய பங்குகள் மீதான செலுத்தப்படாத அழைப்புகளை பெறுவதற்கான அதிகாரம்
2. கடன் பத்திரங்களை கடனீட்டு பத்திரங்கள் வெளியிடுவதற்கான அதிகாரம்
3. கடனீட்டுப் பத்திரம் நீங்கலாக இதர வழிகளில் கடன் வாங்குவதற்கான அதிகாரம்
4. நிறுமத்தின் நிதியை முதலீடு செய்யும் அதிகாரம்
5. புதிய படங்களை உருவாக்கும் அதிகாரம்
6. நிறுமத்தின் வியாபாரத்தை பல்வகைப்படும் அதிகாரம்
7. ஒருங்கிணைத்தல், ஒன்று சேர்த்தல், மற்றும் மறுசீரமைப்பு செய்தல் போன்றவற்றை அங்கீகரிப்பதற்கான அதிகாரம்
8. நிதிநிலை அறிக்கை மற்றும் இயக்குநர் குழுவின் அறிக்கைகளை அங்கீகரிப்பதற்கான அதிகாரம்

மேலாண்மை அல்லது நிர்வாக ரீதியான அதிகாரங்கள்

1. மூன்றாம் நபருடன் ஒப்பந்தம் மேற்கொள்ளும் அதிகாரம்.
2. பங்கு ஒதுக்கீட்டு, பங்கு ஒறுபிழப்பு அல்லது பங்கு மாற்றம் செய்யும் அதிகாரம்
3. கடன் பத்திரங்களை வெளியிட வேண்டிய விதிமுறைகளையும் நிபந்தனைகளையும் முடிவு செய்யும் அதிகாரம்
4. புதிய கொள்கைகளை நடைமுறைப் படுத்துவதற்கும் வணிகத்தை செயல்படுவதற்கான வழிமுறைகளை உருவாக்கும் அதிகாரம்
5. நிறுமத்தின் நிர்வாக இயக்குநர் மேலாளர் மற்றும் நிறுமச் செயலரை நியமனம் செய்யும் அதிகாரம்
6. தன் கீழ் பணியாற்றும் ஊழியர்களை மேற்பார்வை செய்தல் மற்றும் கட்டுப்படுத்தும் அதிகாரம்

தீர்மானத்துடன் கூடிய அதிகாரம்

1. நிறுமம் எந்த ஒரு சொத்தையும் விற்க அல்லது குத்தகைக்கு விடும் அதிகாரம்
2. கடனை திரும்ப செலுத்த இயக்குனருக்கு தேவையான காலத்தை அனுமதிக்கும் அதிகாரம்
3. செலுத்தப்பட்ட மூலதனம் மற்றும் காப்புகள் ஆகியவற்றின் கூட்டுத் தொகைக்கு மேல் கடன் வாங்கும் அதிகாரம்
4. ஆண்டுகளுக்கு மேலாக ஒரு நபரை முகவராக நியமனம் செய்யும் அதிகாரம்

5. மிகை ஊதிய பங்குகளை வெளியிடுதல் மற்றும் பங்கு மூலதனத்தை மறுசீரமைப்பு செய்தல் தொடர்பான அதிகாரம்

6. மூன்று ஆண்டுகளில் சராசரி லாபத்தில் 5% அல்லது ருபாய் 50,000 இவை இரண்டில் எது அதிகமோ அத்தொகையை தொண்டு நோக்கங்களுக்காக பங்களிப்பு செய்வதற்கான அதிகாரம் அல்லது பயன்படுத்துவதற்கான அதிகாரம்

இதர அதிகாரங்கள்

1. சாதாரண காலிப்பணியிடங்களை நிரப்பும் அதிகாரம்.
2. நிறுமத்தின் முதல் தணிக்கையாளர் நியமிக்கும் அதிகாரம்.
3. மாற்று இயக்குநர்கள் கூடுதல் இயக்குநர்கள் மற்றும் முக்கிய நிர்வாக அதிகாரிகளை நியமிக்கும் அதிகாரம்.
4. முக்கிய நிர்வாக அல்லது மேலாண்மை அதிகாரிகளை நீக்கும் அதிகாரம்.
5. பங்குகளுக்கான இடைக்கால மற்றும் இறுதி பரிந்துரை செய்யும் அதிகாரம்.
6. நிறுமத்தின் கடன் தீர்க்கும் நிலைமையை அறிவிக்கும் அதிகாரம்.
7. அரசியல் அமைப்புக்கு பங்களிப்பு செய்யும் அதிகாரம்.

27.13 இயக்குனரின் உரிமைகள் (Rights of Director)

இயக்குனரின் உரிமைகளை இரண்டு பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம் தனி உரிமைகள் மற்றும் கூட்டு உரிமைகள்

தனி உரிமைகள்

1. கணக்கு ஏடுகளை ஆய்வு செய்வதற்கான உரிமை
2. இயக்குநர் குழு கூட்டங்களின் அறிக்கைகளை பெறுவதற்கான உரிமை
3. தீர்மானங்கள் மீது பங்கேற்பதற்கும் ஆதரவாகவோ அல்லது எதிராகவோ வாக்களிக்கும் உரிமை
4. கூட்டத்தில் முன்மொழியப்பட இருக்கும் தீர்மானத்தை சுற்றறிக்கையாக பெறும் உரிமை
5. கூட்ட நடவடிக்கை புத்தகங்களை ஆய்வு செய்வதற்கான அதிகாரம்

கூட்டு உரிமைகள்

1. பங்குகளை மாற்றம் செய்வதை மறுக்கும் உரிமை

தனியார் மற்றும் பொது நிறுமங்களின் இயக்குநர்கள் தங்களிடம் ஒப்புதல் பெறாத நபர்களுக்கு நிறுமத்தின் பங்குகளை மாற்றுவதை மறுப்பு தெரிவிக்கும் உரிமை.

2. நிறுமத்தின் தலைவரை தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை

இயக்குநர் குழுவின் தலைவரை நியமிக்கும் உரிமை இயக்குநர்களுக்கு உண்டு.

3. மேலாண்மை இயக்குனரை நியமிக்கும் உரிமை

இயக்குநர் குழு தன் அதிகாரத்தின் படி மேலாண்மை இயக்குநர் அல்லது மேலாளரை நியமிக்கும் உரிமை உண்டு.

4. பங்காதாயத்தை பரிந்துரை செய்வதற்கான உரிமை

ஆண்டு பங்காதாயம் சொல்லலாமா வேண்டாமா என தீர்மானிக்கும் உரிமை இயக்குநர் குழுவிற்கு உண்டு. பங்காதாயம் செலுத்துமாறு கட்டாயப்படுத்தும் உரிமை பங்குதாரர்களுக்கு கிடையாது. இருப்பினும் பரிந்துரைக்கப்பட்ட பங்காதாய விகிதத்தை குறைக்க முடியும் மேலும் பங்காதாயம் வழங்குவதற்கான தனி சிறப்பு இயக்குநர் குழுவிற்கு உண்டு.

27.14 இயக்குநர்களின் கடமைகள் (Duties of Director)

இயக்குநர்கள் பங்குதாரர்களின் முகவர்களும் பொறுப்பாளர்களாகவும் செயல்படுகின்றனர் எனவே அவர்கள் நிறுமத்தின் சொத்துக்களை பாதுகாக்க ஒரு நம்பகமான நம்பகமான பொறுப்பாளர்களாக கடமை ஆற்ற வேண்டியது கட்டாயம் இன்னும் எளிய முறையில் இயக்குநர்களின் கடமைகளை பின்வருமாறு விவரிக்கப்படுகிறது

இயக்குநர்களின் ஒருங்கிணைந்த கடமைகள்

இயக்குநர் குழுவின் அங்கமாக உள்ள இயக்குநர்கள் கூட்டாக சில கடமைகளை செயலாற்ற வேண்டும் அவை பின்வருமாறு

1. ஆண்டுக் கணக்குகளின் மீது ஒப்புதல் அளித்து அதற்கு அதிகாரபூர்வமான சான்றாண்மை வழங்குதல்
2. காப்பு நிதிக்கு மாற்றம் செய்த தொகை, உபரி தொகையை முதலீடு செய்தல், கடன் வாங்குதல் போன்றவற்றை தெளிவுபட பங்குதாரர்களுக்கு அளிக்கப்படும் இயக்குநர்கள் அறிக்கையில் உயர்த்தி காட்டுதல்
3. நிறுமத்தின் முதல் தணிக்கையாளறை நியமனம் செய்தல்
4. இயக்குநர் கூட்டம் மற்றும் பங்குதாரர்கள் கூட்டம் பற்றிய அறிவிப்பு அளித்தல் மற்றும் கூட்டத்தை நடத்துதல்
5. இயக்குநர் குழு கூட்டத்தில் தீர்மானங்களை முன்மொழிதல் அல்லது நிறைவேற்றுதல்

இயக்குனரின் பொது கடமைகள்

1. நிறுமத்தின் நோக்கத்தை நிறைவேற்றும் பொருட்டு அல்லது அடையும் பொருட்டு புதிய கொள்கைகளை வகுத்தல்
2. நிறுமத்தின் நலன் கருதி செயல்முறை விதிகள் அனுமதித்தால் எந்த ஒரு குழுவுக்கும் அதிகாரத்தை ஒப்படைப்பு செய்யும் கடமை

3. நிறுமத்தின் வளர்ச்சியை சரிபார்ப்பது புதிய கொள்கைகளை நடைமுறைப்படுத்துதல் மேலும் தொழிலாளிகளுக்கு அவ்வப்போது தேவையான கட்டளைகளை வழிகாட்டல்களை வழங்குதல்
4. தங்கள் பணியாற்றுவதற்காக மேலாண்மை இயக்குநர் மேலாளர் செயலர் மற்றும் இதர பணியாளர்களை நியமனம் செய்தல்
5. நிறுமத்தின் செயல்முறை விதிகளுக்கு உட்பட்டு செயலாற்றல்
6. நிறுமத்தின் நோக்கத்தை அடையும் பொருட்டு நல்ல எண்ணத்துடன் பணியாற்றல் அல்லது செயல்படுத்தல்
7. தேவையான அக்கறையுடனும் அர்ப்பணிப்புடனும் தன்னுடைய கடமைகளை உரிய நேரத்தில் நிறுமத்தின் நோக்கத்திற்கு ஏற்ப செயல்படுதல்

இயக்குனரின் குறிப்பிடத்தக்க கடமைகள்

1. இயக்குநர்கள் தங்களின் பெயர் முகவரி மற்றும் தொழில் ஆகியவற்றைப் பற்றிய விவரங்களை அளிக்க வேண்டிய கடமை
2. இயக்குநர் நிறுமத்தில் தான் வைத்திருக்கும் பங்குகளைப் பற்றிய விவரங்களை தெரிவித்தல் மற்றும் நிறுமத்தின் ஒப்பந்தங்களை நிறைவேற்ற நிறைவேற்றுவதில் ஆர்வத்தை வெளிப்படுத்தும் கடமை
3. நிறுமத்தின் இயக்குநர் தான் பதவியேற்ற இரண்டு மாத காலத்திற்குள் தேவையான குறைந்த அளவு பங்குகளை வாங்கி வைத்துக் கொள்ள வேண்டும்
4. தகவல் அறிக்கையை வெளியிடுதல் மற்றும் குறைந்தபட்ச சந்தாவை நிர்ணயம் செய்யும் கடமை
5. வெளியிடப்பட்ட தகவல் அறிக்கையில் எந்தவிதமான தவறான தகவல்கள் இல்லை எனவும் தவறாக வழி காட்டக்கூடிய அறிவிப்புகளை கொண்டிருக்கவில்லை எனவும் உறுதி செய்யும் கடமை இயக்குனருக்கு உண்டு
6. தகவல் அறிக்கை சட்டத்தில் குறிப்பிட்டுள்ள அனைத்து செய்திகளையும் கொண்டுள்ளதா என உறுதி செய்யும் கடமை
7. நிறுமத்தின் பதிவாளரிடம் தகவல் அறிக்கையை சமர்ப்பிக்கும் முன்னர் அதில் கையொப்பமிட்டு இருக்கவேண்டும்
8. பங்கு விண்ணப்ப தொகையை சட்டத்தில் குறிப்பிட்டுள்ள படி பயன்படுத்துவதற்கென அட்டவணையிடப்பட்ட வங்கியில் வைப்பு செய்யப்பட்டது உள்ளதா என்பதை சரிபார்க்கும் கடமை.
9. நிறுமத்தின் பதிவாளருக்கு பங்கு ஒதுக்கீடு தொடர்புடைய பட்டியலை சமர்ப்பிக்கும் கடமை
10. அறிவிக்கப்பட்ட பங்காதாயம் செலுத்துவதற்கான ஏற்பாடுகளை செய்யும் கடமை
11. பங்குகளை ஒறுப்பிழப்பு அல்லது பறிமுதல் செய்யும் மற்றும் பங்குகளை மாற்றம் செய்யும் கடமை
12. நிறுமத்தின் பதிவாளருக்கு சட்டத்தில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள படி அனைத்து தீர்மானங்களையும் அறிக்கைகளையும் சமர்ப்பிக்கும் கடமை
13. சரியான நேரத்தில் குறிப்பிட்ட செயல்களை சட்டத்தில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள அனைத்து செயல்களையும் குறிப்பிட்ட காலத்தில் செய்து முடிக்கும் கடமை
14. தேவைப்பட்டால் அசாதாரண பொதுக்கூட்டத்திற்கு அழைப்பு விடும் கடமை
15. நிறுமத்தின் சட்டபூர்வமான மற்றும் ஆண்டு பொதுக் கூட்டத்தை கூட்ட அழைப்பு விடும் கடமை

27.15 இயக்குநர்களின் பொறுப்புகள் (Liabilities of director)

இயக்குநர்களின் பொறுப்புகளை மூன்று தலைப்புகளில் பின்வருமாறு விளக்கப்பட்டுள்ளது

1. வெளி நபர்களுக்கான பொறுப்பு

இயக்குநர்கள் தங்களுக்கு வழங்கப்பட்டுள்ள அதிகாரத்துக்கு உட்பட்டு செயல்படும்போது தனிப்பட்ட முறையில் அவர்கள் வெளி நபர்களுக்கு பொறுப்பேற்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை.

பொது விதிகளின்படி எந்த ஒரு முகவரும் பொறுப்பேற்க வேண்டிய செயலுக்கு இயக்குநர் பொறுப்பாளர்கள் ஆனால் உரிமையாளர் பொறுப்பேற்க வேண்டிய செயல்களுக்கு நிறுமம் பொறுப்பாகிறது பின்வரும் நிகழ்வுகளில் இயக்குநர்கள் மூன்றாம் நபராக தனிப்பட்ட முறையில் பொறுப்பாவார்கள்

1. இயக்குநர்கள் தங்களின் சொந்த தகுதியின் அடிப்படையில் மூன்றாம் நபர்களுடன் செய்து கொண்ட ஒப்பந்தங்கள்
2. இயக்குநர்கள் முகவர்கள் என்ற அதிகாரத்தின் அடிப்படையில் செய்துகொண்ட ஒப்பந்தம் பற்றி விவரம் முதல்வருக்கு தெரிவிக்கப்படாமல் இருத்தல்
3. வருங்கால நிறுமத்தின் சார்பாக ஒப்பந்தங்களில் ஈடுபடுத்திக் கொள்ளுதல்
4. நிறுமத்தின் அதிகார வரம்பு மீறிய ஒப்பந்தங்களில் ஈடுபடுதல்

பின்வரும் சந்தர்ப்பங்களில் இயக்குநர்கள் தங்களின் சட்டபூர்வமான கடமைகளிலிருந்து தவறும்போது மூன்றாம் நபர்களுக்கு தனிப்பட்ட முறையில் பொறுப்பாளர்களாக ஆகிறார்கள்

1. தகவல் அறிக்கையில் உள்ள தவறான செய்திகள்
2. முறையற்ற பங்கு ஒதுக்கீடு
3. குறிப்பிடப்பட்ட குறைந்தபட்ச பங்களிப்பு செய்யாதவர்கள் செலுத்திய விண்ணப்ப பணத்தை திரும்ப செலுத்தாத போது

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 254 19/12/2022 14:50:19

4. பங்கு மாற்று சந்தையில் தகவல் அறிக்கையில் குறிப்பிட்டுள்ளவாறு பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்களை ஒதுக்கீடு செய்யப்படாதவர்கள் செலுத்திய விண்ணப்பத் தொகையை திரும்ப செலுத்தாத சூழ்நிலையில்

2. நிறுமம் தொடர்பான பொறுப்பு

இயக்குநர்கள் கீழ்க்கண்ட சூழல்களில் நிறுமத்திற்கு பொறுப்பாளர்களாக மாறுகிறார்கள்

இயக்குநர்கள் நிறுமத்தின் அதிகார வரம்பு மீறிய செயல்களில் ஈடுபட்டிருந்தால்

இயக்குநர்கள் உண்மையாகவே செயல்பட்டு இருந்தாலும் இது போன்ற சமயங்களில் மோசடியை நிரூபிக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லை உதாரணமாக நிறுமத்தின் அல்லது நிறுமத்தின் நிதியை அமைப்பு முறை சாசனத்தில் குறிப்பிடப்படாத செயல்களில் ஈடு படுத்திருத்தல் அல்லது மூலதனத்திலிருந்து பங்காதாயம் வழங்கி இருக்கும் பொழுது அதிகார வரம்பு மீறிய செயலாகக் கருதப்படும்

இயக்குநர்கள் கவனக் குறைவாகவோ அல்லது அலட்சியமாகவோ செயல்பட்டிருந்தால்

இயக்குனரின் கவனக்குறைவான செயல்பாடுகள் அவர்களின் பொறுப்பை அதிகப்படுத்தும் ஆனால் அவர்கள் மோசடியில் ஈடுபட்டதாக கருதப்படாது மேலும் நிறுமத்தின் நலன் கருதி உண்மையிலேயே செயல்பட்டிருந்தால் தவறுக்கு பொறுப்பாக மாட்டார்கள்.

இயக்குனரின் நம்பிக்கை மீறிய செயல்கள்

இயக்குநர்கள் நிறுமத்தின் நம்பிக்கைக்குரியவர்களாக இருக்க வேண்டும் அவர்கள் நிறுமத்தின் நலனுக்காகவே தங்களின் கடமைகளை நிறைவேற்ற முயற்சிக்க வேண்டும் அல்லது பாடுபடவேண்டும். நிறுமத்தின் நலன் கருதியே அவர்களின் கடமைகளை சரிவர செய்யப்பட வேண்டும். இயக்குநர்களின் நம்பிக்கை மீறிய செயலால் ஏற்படும் நட்டத்திற்கு அவர்களே முழு பொறுப்பாக மாறுகிறார்கள். உதாரணமாக இயக்குநர்கள் தங்கள் சொந்த நலனுக்காக நிறுமத்தின் சொத்துகளை பயன்படுத்துகையில் அவர்கள் மீதான நம்பிக்கை இழக்கப்படுகிறது மேலும் அவர்கள் குற்றம் இழைத்தவர்களாகவும், நம்பிக்கை மீறிய செயல்களில் ஈடுபட்டவர்களகவும் கருதப்படுவர்.

இயக்குநர்கள் தவறாக செயல்படுதல்

இயக்குநர்கள் தங்களின் தவறான செயல் பாடுகளுக்கு அவர்களே பொறுப்பு ஆகிறார்கள். தவறாக செயல்படுதல் என்று கூறும் பொழுது அதில் வேண்டுமென்றே அலட்சியமாக செயல்படுவதும் அடங்கும். இயக்குநர்களால் போதுமான நடவடிக்கைகள் எடுத்த பிறகும் நிறுமத்தின் வசூலாகாத கடன் களுக்கு இயக்குநர்கள் தவறாக செயல்படுதல் என்ற வரையறைக்குள் அடங்காது மேலும் அதற்கு அவர்கள் பொறுப்பாக மாட்டார்கள். நிறுமம் கலைக்கப்படும் போது நீதிமன்றம் கடனாளிகள், நிறுமம் கலைப்பாளர் மற்றும் பங்களிப்பாளர்களின் விண்ணப்பத்தின் அடிப்படையில் இயக்குநர்களின் தவறாக செயல்படுதல் என்ற தன்மையை ஆராயலாம்.

3.இயக்குநர்களின் குற்றவியல் சார்ந்த பொறுப்புகள்

சட்டபடி செய்யவேண்டிய செயல்களை செய்யாத போதும் மோசடிக்கு உடந்தையாக இருந்திருந்தால் இயக்குநர்களுக்கு அபராதம் மற்றும் சிறை தண்டனை அல்லது இரண்டும் விதிக்கப்படும்.

1. தகவல் அறிக்கையில் தவறான தகவல்களை அளித்தல்
2. பங்கு ஒதுக்கீட்டிற்கான தகவல்களை உரிய படிவத்தில் நிறுமத்தின் பதிவாளருக்கு சமர்ப்பிக்க தவறுதல்
3. நிறுமப் பதிவாளர் பங்குகளை ஒருங்கிணைந்த பங்குகளாக மாற்றியதற்கான அறிவிப்பை சமர்ப்பிக்க தவறுதல்
4. பங்குச் சான்றிதழ் மற்றும் கடனீட்டு பத்திர சான்றிதழ் வழங்க தவறுதல்
5. உறுப்பினர்களுக்கான பதிவேடுகள் மற்றும் கடனீட்டு பத்திரதார்களுக்காண பதிவேடுகளை பராமரிக்கத் தவறுதல்
6. ஆண்டு நிறுமம் பொதுக் கூட்டத்தை கூட்ட தவறுதல்
7. நிதிநிலை அறிக்கை வெளியிட அல்லது வழங்கிட தவறுதல்

27.16 இயக்குநர்களின் பதிவேடு அல்லது இயக்குநர்கள் மற்றும் நிர்வாகத்தில் முக்கிய மேலாண்மை நபர்களின் பதிவேடு விதி 17 ன் படி

நிறுமத்தின் சட்டப்படி இயக்குநர்கள் பதிவேடு என்பது பங்குதாரர்களால் தேர்வு செய்யப்பட்ட இயக்குநர்களின் பட்டியலாகும் பொதுவாக இது நிறுமத்தின் கூட்ட நடவடிக்கை எழுதப்படும். சட்டப்படி இதுநாள்வரை இயக்குனராக பதவியிலிருந்து இறந்தவர்கள் பதவி விலகியவர்கள் பதவியில் இருந்து நீக்கப்பட்டவர்கள் போன்றவற்றின் விவரங்களை பட்டியலிட்டு வைத்திருக்க வேண்டும் மேலும் பங்குதாரர்களால் தேர்வு செய்யப்பட்டவர்களின் பட்டியலும் இருக்க வேண்டும்.

i. ஒவ்வொரு நிறுவனத்திலும் தனது பதிவாளர் அலுவலகத்தில் இயக்குநர்களுக்கான பதிவேட்டை வைத்திருக்க வேண்டும் மேலும் மேலாண்மையில் முக்கிய நபர்களின் விவரங்களையும் அதில் பதிவு செய்திருக்கவேண்டும் கீழ்க்கண்ட விளக்கங்கள் அந்த பதிவேட்டில் இடம் பெற்றிருக்க வேண்டும்

1. இயக்குநர்களின் அடையாள எண் நிர்வாகத்தில் முக்கிய நபர்களின் அடையாள எண் விருப்பத்திற்கிணங்க பதிவு செய்யலாம்

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 255 19/12/2022 14:50:19

2. தற்போது அவரின் பெயர் மற்றும் புனைப்பெயர்கள்
3. முன்னாள் பெயர் மற்றும் புனைப்பெயர்
4. தந்தையின் பெயர் தாயின் பெயர் மற்றும் மனைவியின் பெயர் திருமணமாகியிருந்தால் மற்றும் புனைப்பெயர்கள்
5. பிறந்த தேதி
6. குடியிருப்பு முகவரி தற்போதைய மற்றும் நிரந்தர முகவரி
7. தேசியத் தன்மை பிற நாட்டவர் உட்பட
8. தொழில்
9. குழுவினால் நியமனம் செய்யப்பட தீர்மானத்தின் தேதி
10. நிறுமத்தின் நியமனம்
11. விளையாட்டு அல்லது மறு நியமனம் செய்யப்பட்ட தேதி
12. அலுவலகத்தை விட்டு வெளியேறிய தேதி மற்றும் அதன் தொடர்பான காரணம்
13. இதர நிறுவனங்களில் இயக்குனராக அல்லது நிர்வாக மேலாண்மை நபராக இருந்தமை மற்றும் விட்டு விட்டுதற்கான விவரம்
14. நிறுமச் செயலாளராக இருந்தால் நிறுமச் செயலர் நிறுவனத்தில் உறுப்பினர் எண்
15. நிரந்தர கணக்கு எண் நிர்வாகத்தில் முக்கிய அதிகாரிகளுக்கு DIN எண் இல்லாதழுது இது கட்டாயம் குறிப்பிடப்பட வேண்டும்

ii. இயக்குநர்கள் மற்றும் இவர்களுடன்நிர்வாகத்தில் முக்கிய மேலாண்மை நபர்களின் மேற்கண்ட விவரங்களை இவைகளுடன் அவர்கள் நிறுமத்தின் மற்றும் பிடிப்பு நிறுமம் துணை நிறுமம் துணை நிறுமத்தின் பிடிப்பு நிறுமம் மற்றும் இணைய நிறுமங்கள் ஆகியவற்றில் இயக்குநர்கள் வைத்திருக்கும் பங்குகளின் எண்ணிக்கை போன்றவற்றை பதிவேட்டில் பதியப்பட்டு இருக்க வேண்டும் மேலும் அது தொடர்பான கீழ்க்கண்ட விவரங்களையும் பதியவேண்டும்

1 பிணையங்களின் எண்ணிக்கை அது தொடர்பான விபரங்கள் மற்றும் பேரளவு மதிப்பு போன்றன

2 பிணையத்தை கொள்முதல் செய்த தேதி மேலும் அதன் விலை அல்லது இதர செலுத்தப்பட்ட மறு பயன்கள்

3 பிணையங்களை விற்பனை செய்த தேதி மற்றும் விலை மற்றும் அது தொடர்பாக பெறப்பட்ட இதர மறு பயன்கள்

4 ஒவ்வொரு பரிவர்த்தனைக்கும் பின்னரும் மீதம் உள்ள பிணையங்களின் எண்ணிக்கை மற்றும் அவற்றின் கூடுதல் இருப்பு

5 பிணையங்களை கொள்முதல் செய்த முறைகள்

6 பிணையங்கள் கையகப் படுத்தியுள்ள வடிவம் – தாள் வடிவம் அல்லது மின்னணு வடிவம்

7 பிணையங்கள் அடமானம் செய்யப்பட்டுள்ளதா அல்லது அவற்றின் மீது ஏதாவது பற்று உரிமை (வில்லங்கங்கள்) ஏற்படுத்தப்பட்டு உள்ளதா என்பதைப் பற்றி குறிப்பிட வேண்டும்

iii. மேற்கூறியவை மட்டுமல்லாமல் கீழ்க்கண்ட பதிவேடுகள் கண்டிப்பாக நிறுமத்தின் பதிவு அலுவலகத்தில் வைத்திருக்க வேண்டும் அவை

1. கடன்கள் உத்திரவாதம் பிணையங்கள் மற்றும் நிறுமத்தின் கையகப்படுத்தப்பட்ட தொடர்புடைய பதிவேடுகள்

2. நிறுமத்தின் சொந்த பெயரில் முதலீடு செய்யப்படாத முதலீடுகளின் விவரம் பற்றிய பதிவுகள்

3. தொடர்புடைய நபர்களால் ஒப்பந்ததாரர்கள் மற்றும் அமைப்புகளுடன் செய்துகொண்ட ஒப்பந்தம் மற்றும் அதில் இயக்குநர்களின் பங்கு போன்றவற்றை பதிவு செய்துள்ள ஏடுகள் அல்லது புத்தகங்கள்

4. இயக்குநர்கள் மற்றும் மேலாண்மையில் முக்கிய நபர்களின் விபரம் பற்றிய பதிவேடுகள்

5. இயக்குநர்கள் மற்றும் மேலாண்மையில் முக்கிய நபர்கள் வைத்திருக்கும் பிணையங்கள் பற்றிய விவரங்கள் அடங்கிய பதிவேடுகள்

6. உறுப்பினர்கள் பற்றிய பதிவேடுகள்

7. கடனீட்டுப் பத்திரம் வைத்திருப்போர் மற்றும் இதர பிணையங்களை வைத்திருப்போர் பற்றிய பதிவேடுகள்

8. அயல்நாட்டு பதிவேடுகள் வைக்கப்பட்டுள்ள இடம் மற்றும் சூழல்கள் பற்றிய அறிவிப்பு அல்லது சூழலில் ஏற்பட்ட மாற்றம் அல்லது சூழலை இடைநிறுத்தம் செய்யப்பட்டது போன்ற விவரம்.

9. பதிவுசெய்யப்பட்ட உரிமையாளர்கள் வைத்திருக்கும் பங்குகள் மற்றும் அதை வைத்திருப்போருக்கு எந்தவிதமான பலனும் இல்லை என்பது பற்றிய பிரகடனம்.

10. பலன்பெறும் உரிமையாளர்கள் வைத்திருக்கும் பங்குகள் அல்லது அவற்றின் மீது அவர்கள் அடைந்துள்ள நன்மைகள் ஆனால் அவர்களின் பெயர் உறுப்பினர் பதிவேட்டில் பதிவு செய்யப்படவில்லை என்பதற்கான பிரகடனம். மேலாளர் மற்றும் இயக்குநர் இடையே உள்ள வித்தியாசம்

27.17 மேலாளர் மற்றும் இயக்குநர் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள்

அடிப்படை	மேலாளர்	இயக்குநர்
பொருள்	நிறுமத்தின் குறிப்பிட்ட துறையில் பொறுப்பாளராகவும் அந்தத் துறையில் செயல்களுக்கு பொறுப்பு ஆகும் இருப்பவரை மேலாளர் என அழைக்கப்படுகிறார்	நிறுமத்தின் இலக்கை அடையும் பொருட்டு பங்குதாரர்களால் நியமிக்கப்பட்டு அதன் குறிக்கோள்களை அடைவதற்காக நிறுமத்தை வழி நடத்துபவரே இயக்குநர் என அழைக்கப்படுகிறார்
பணியின் தன்மை	தனது கிழ் பணியாற்றுகின்ற பணியாளர்களுக்கு அவர்களின் பணியின் தன்மைக்கு ஏற்றவாறு வேலைகளை ஒதுக்கீடு செய்பவர் மேலாளர் மேலும் ஒரு குறிப்பிட்ட பணியினை யாரால் செய்து முடிக்கப்பட வேண்டும் மேலும் அதற்குத் தேவையான வழிகாட்டுதலை வழங்கி என்ன செய்ய வேண்டும் எப்பொழுது செய்ய வேண்டும் எப்படி செய்ய வேண்டும் என முடிவு செய்பவர்	இயக்குனரான ஒருவர் கொள்கைகளை நடைமுறைப்படுத்தி மேலும் அது தொடர்பான பணிகளை மேற்கொள்வதற்கு தேவையான அடிப்படை வழிமுறைகளை மேலாளர்களுக்கு வழங்குபவர் மேலும் அந்த வேலையை எவ்வாறு செய்ய வேண்டும் என வழிகாட்டுபவர்.
மேலாண்மையின் நிலை	மேலாளர் என்பவர் மேலாண்மையில் செயலாக்க நிலையில் வருகிறார் அதாவது இடைநிலை மேலாண்மையில் இடம் பெற்றுள்ளார்.	இயக்குநர் என்பவர் மேல்நிலை மேலாண்மையில் வருகிறார் முடிவெடுத்தலில் மிக முக்கிய இடத்தை பெறுகிறார்
பொறுப்புகள்	இயக்குநர் அவையால் ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட அல்லது ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட திட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகளை நடைமுறைப்படுத்தும் பொறுப்பினைமேலாளரிடம்ஒப்படைக்கப்படுகிறது	நிறுமத்தின் முக்கிய நோக்கை அடையும் பொருட்டு காலத்துக்கு தக்கவாறு தேவையான திட்டங்களையும் கொள்கைகளையும் இயக்குநர்களிடம் ஒப்படைக்கப்படுகிறது

27.18 மேலாண்மை இயக்குநர் மற்றும் முழு நேர இயக்குநர் இடையேயான வேறுபாடுகள்

வ.எண்	அடிப்படை	மேலாண்மை இயக்குநர்	முழுநேர இயக்குநர்
1	அதிகாரம்	கணிசமான அதிகாரங்களை வைத்திருப்பவர் நிர்வாக இயக்குநர்	பணி அமர்த்தும் போது அவருடைய பணி ஆணையில் அதிகாரங்கள் பற்றி சொல்லப்பட்டு இருக்கும்
2	தடைகள்	பிரிவு 197 இன் படி மேலாண்மை இயக்குனராகவும் மேலும் ஒரு மேலாளராகவும் ஒரே சமயத்தில் பணியாற்றதடை விதிக்கப்பட்டுள்ளது	சில நேரங்களில் முழுநேர இயக்குனரே நிறுமத்தின் மேலாளராகவும் மேலும் இயக்குனராகவும் பணி அமர்த்தப்படுவது உண்டு
3	பதவி நியமனம்	மேலாண்மை இயக்குனரை பணி நியமனம் செய்வதற்கான தீர்மானத்திற்கு பங்குதாரர்களின் ஒப்புதல் தேவை இல்லை	முழுநேர இயக்குனரை நியமனம் செய்வதற்கு சிறப்பு தீர்மானத்தின் மீது பங்குதாரர்களின் ஒப்புதலை பெற்றிருத்தல் வேண்டும்
4	பதவியின் கால அளவு	ஒரு தனிநபர் எந்த சூழலிலும் ஐந்து ஆண்டுகளுக்கு மேல் இப்பணியில் அமர்த்துவது கிடையாது	அவ்வாறான கட்டுப்பாடு முழுநேர இயக்குனரை பணி நியமனம் செய்வதற்கு கிடையாது

www.tnschoolbooks.in

உங்களுக்கு தெரியுமா?

பெரிய தனியார் நிறுமங்களில் பணியாற்றும் இந்திய வம்சாவழி தீவுகளின் ஆண்டு வருமானம் 10 கோடியிலிருந்து 20 கோடி இரண்டு ஆண்டுகளில் உயர்ந்துள்ளது இவ்வாறான சம்பள உயர்வு அவர்களின் பணி நலன்களை தூண்டுவதாக மேலும் கட்டாயப்படுத்துவதாக அமைகிறது

2015 16 நிதியாண்டில் உயர்மட்ட நிர்வாகத்தில் பணியாற்றும் CEO மற்றும் மேலதிகாரிகளின் சராசரி ஊதியம் சுமார் 19 கோடி ஆகும்

மேற்கண்ட ஊதியம் அவருக்கு சேர வேண்டிய சம்பள கழிவு படிகள் மற்றும் சலுகைகள் மேலும் தொழிலாளர்களுக்கான பங்கு விருப்ப திட்டம் தொடர்புடைய பயன்கள் அனைத்தும் சேர்ந்தது

இந்தியாவில் மிக உயர்ந்த ஊதியம் பெறும் CEO பெயர் மற்றும் விவரங்களை தெரிந்து கொள்வது சுவாரஸ்யமா?

பெயர்	ஆண்டு சம்பளம் (கோடி)	நிறுமத்தின் பெயர்
எம். நாயக்	₹. 66,14	எல் அண்ட் டி
விஷால் சிக்கா	₹. 48,73	இன்போசிஸ்
தேஷ் பந்து குப்தா	₹. 44.80	லூபின் லிமிடெட்
சந்திரசேகரன்	₹. 25,60	டிசிஎஸ்
ராகுல் பஜாஜ்	₹. 22.32	பஜாஜ் குழுமம்
யோகேஷ் சந்தர் தேவேஷ்வர்	₹. 15.15	ஐடிசி லிமிடெட்
முகேஷ் அம்பானி	₹. 15.00	ஆர்ஐஎல்
சஞ்சிவ் மேத்தா	₹. 13.87	இந்துஸ்தான் யூனிலீவர் லிமிடெட்
அபிதாலி நீமுச்வாலா	₹. 11,96	விப்ரோ
கோபால் வெட்டல்	₹. 10.40	பார்தி ஏர்டெல்

கலைச்சொற்கள்

இயக்குனர்கள் குழு	இயக்குனர்கள்
மேலாண்மை இயக்குனர்	இயக்குனர்களின் பதிவேடு
தோற்றுவிப்பாளர்	தகுதிகள்
பதிவு அலுவலகம்	வாக்களிக்கும் உரிமைகள்

பயிற்சி

I சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1 **நிறுமச் சட்டம் 2013-ன்படி ஒரு நபர் இயக்குனராக ______ நிறுமங்களுக்கு மேல் பதவி வகிக்க கூடாது**

அ) 5 நிறுமம் ஆ) 10 நிறுமம்

இ) 20 நிறுமம் ஈ) 15 நிறுமம்

2 **ஒரு தனியார் நிறுமம் குறைந்தது ______ இயக்குநர்கள் இருக்க வேண்டும்**

அ) ஏழு ஆ) ஐந்து

இ) மூன்று ஈ) இரண்டு

3 **ஒரு பொது நிறுமத்தில் செலுத்தப்பட்ட மூலதனம் ரூபாய் ______ அல்லது அதற்கு மேல் இருக்கும் பொழுது சிறிய பங்குதாரர்களால் இயக்குநர் தேர்ந்தெடுக்கப்படலாம்.**

அ) 1 கோடி ரூபாய் ஆ) 3 கோடி ரூபாய்

இ) 5 கோடி ரூபாய் ஈ) 7 கோடி ரூபாய்

4 **இயக்குநர்கள் நிறுமத்தின் பணத்திற்கு ______ ஆகிறார்கள்.**

அ) வங்கியாளர் ஆ) பங்குதாரர்கள்

இ) முகவர் ஈ) பொறுப்பாண்மையாளர்கள்

5 **நிறுமச் சட்டப்படி இயக்குநர்கள் ______ மூலம் நியமிக்கப்பட வேண்டும்**

அ) மத்திய அரசு

ஆ) நிறுமச் சட்ட வாரியம்

இ) நிறுமத்தின் ஆண்டு பொதுக்கூட்டம்

ஈ) இயக்குநர்கள் குழு

விடைகள் :

1	இ	2	ஈ	3	இ	4	ஈ	5	இ

II. குறு வினாக்கள்:

1 மேலாண்மையில் முக்கிய நபர்களை எவ்விதமான நிறுமங்கள் நியமனம் செய்திருக்க வேண்டும்?

2 முழுநேர இயக்குநர் என்பவர் யார்?

3 மேலாண்மை இயக்குநர் என்று யாரை அழைக்கிறோம்?

4 எந்த இயக்குநர் செயல் இயக்குனராக செயல்பட முடியும்?

III. சிறு வினாக்கள்

1 எப்பொழுது மாற்று இயக்குநர்களை நியமிக்கலாம்?

2 நிழல் இயக்குநர் என்று யாரை அழைக்கிறோம்?

3 ஒரு தனியார் நிறுமத்தில் குறைந்த அளவு எத்தனை இயக்குநர்கள் இருக்கவேண்டும் என்பதை குறிப்பிடுக

III. பெரு வினாக்கள்:

1 நிர்வாகத்தில் முக்கிய நிர்வாக அதிகாரிகள் (KMP) என்பவர் யார்?

2 இயக்குனரின் பல்வேறு வகைகளை சுருக்கமாக விவரி. (ஏதேனும் 5)

3 இயக்குனரின் தகுதிகள் பற்றி கூறுக

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 258 19/12/2022 14:50:19

நிறுமச் சட்டம் மற்றும் செயலர் நடைமுறைகள்
COMPANY LAW AND SECRETARIAL PRACTICE

அலகு 10

28
அத்தியாயம்

நிறுமச்செயலர்
COMPANY SECRETARY

அறனறிந்து ஆன்றமைந்த சொல்லான்எஞ் ஞான்றுந்
திறனறிந்தான் தேர்ச்சித் துணை.

– குறள் 635

பொருள் : அறத்தை அறிந்தவனாய், அறிவு நிறைந்து அமைந்த சொல்லை உடையவனாய், எக்காலத்திலும் செயல்செய்யும் திறன் அறிந்தவனாய் உள்ளவன் ஆராய்ந்து கூறும் துணையாவான்.

கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- நிறுமச் செயலர் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- நிறுமச் செயலரின் தகுதிகள்
- நிறுமச் செயலர் பணி அமர்த்துதல் மற்றும் பதவிநீக்கம்.
- நிறுமச் செயலரின் பணிகள்
- நிறுமச் செயலரின் உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்பகள்
- நிறும கூட்டங்கள் – பொருள் மற்றும் வகைகள்
- தீர்மானம் – பொருள் மற்றும் வகைகள்
- வாக்களிப்பு – பொருள் மற்றும் முறைகள்

ஆகியவற்றை புரிந்துக் கொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

28.01 நிறுமச் செயலர்
28.02. நிறுமச் செயலரின் தகுதிகள்
28.02.01 சட்ட தகுதிகள்
28.02.02. பிற தகுதிகள்
28.03. நிறும செயலர் நியமனம்
28.04. நிறுமச் செயலரின் பணிகள் மற்றும் கடமைகள்
28.04.01. சட்டபூர்வமான பணிகள்
28.04.02. சட்ட பூர்வமற்ற பிற பணிகள்
28.05. நிறுமச் செயலரின் அதிகாரம் மற்றும் உரிமைகள்
28.06 நிறும செயலரை நீக்குதல்
28.07. நிறுமக் கூட்டங்கள்
28.08 நிறுமக் கூட்டங்களின் வகைகள்
28.08.01. பங்குதாரர்கள் கூட்டங்கள்
28.08.02. இயக்குநர் அவைக் கூட்டங்கள்
28.08.03. சிறப்புக் கூட்டங்கள்
28.09. தீர்மானம்
28.09.01. தீர்மானத்தின் வகைகள்
28.10. வாக்கெடுப்பு

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 259 19/12/2022 14:50:19

28.01 நிறுமச் செயலர் (Company Secretary)

நிறுமம் என்பது சட்டத்தால் உருவாக்கப்படுகின்ற ஒரு புனைவு நபராக இருப்பினும் அதற்கென தனி மனதோ அல்லது உடல் கட்டமைப்புடன் கூடிய தனி ஆளுமையோ கிடையாது நிறுமம் தனது அன்றாட நடவடிக்கைகளை தானே நிர்வாகித்துக் கொள்ள முடியாது. நிறுமத்தின் செயல்பாடுகளை மேற்கொள்ளவும், அதனை மேற்பார்வை செய்யவும், தனி ஒரு நபரோ அல்லது ஒரு குழுவோ தேவை.

நிறுமத்தின் இயல்பான நடவடிக்கைகள் மட்டும் இல்லாமல் அதன் பல்வேறுபட்ட காரணிகளை நிறுமத்தின் இலக்கை நோக்கி இயக்கவும், நிறுமத்தில் ஒட்டு மொத்த செயல்களை சீரிய முறையில் செயல்படுத்தும் திறனையும் மேற்பார்வை செய்ய பொறுப்புள்ள ஒரு நபரோ அல்லது ஒரு குழுவோ தேவை. இப்பணிகளை நிறைவேற்றும் பொறுப்பேற்றுள்ள நபர்களை முக்கிய நிர்வாகிகள் (Key Manageral Persons) என்கிறோம்.

இத்தகைய சிறப்பு நிர்வாகிகளை, இயக்குநர், மேலாளர்கள், செயலர்கள் என பல பெயர்களில் அழைக்கப்படுகின்றனர்.

செயலர் என்ற சொல் சீக்ரெட்ரியஸ் (secretarious) என்ற லத்தீன் வார்த்தையிலிருந்து பெறப்பட்டதாகும். இதன் பொருள் இரகசியம் (Secret) ஆகும். நிறுமத்தின் நிர்வாகம் மற்றும் நிதிசார்ந்த அனைத்து செயல்பாடுகள் குறித்து வெளியிட முடியாத சில இரகசிய தன்மையுடைய செயல்பாடுகளை இரகசியமாக செய்து முடிக்க பணி அமர்த்தப்படும் நபரை நிறுமச் செயலர் என அழைக்கலாம்.

பொதுவாக நிறும செயலரை ஒரு சாதாரண பணியாளராக கருத முடியாது. அவர் நிறுமத்தில் மிக பெரிய பொறுப்புள்ள அலுவலர்களில் ஒருவர் ஆவார்.

நிறுமக் கொள்கைகள் குறித்த ரகசியங்களை காத்தல், நிதிச்சார்ந்த முடிவுகள் எடுத்தல் மற்றும் பணியாளர்களின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்தல் போன்ற முக்கிய பொறுப்புகள் நிறும செயலருக்கு உண்டு. நிறுமத்தின் ஒட்டுமொத்த நிறுமத்தின் செயல்பாடுகளை இயக்கும் நபரே, நிறுமச் செயலர் என அழைக்கப்படுகிறார்.

நிறும செயலர் – வரைவிலக்கணம் (Company Secretary Definition)

நிறும சட்டம் 2013, பிரிவு 2(24)ன் படி நிறுமச் செயலர் என்பவர் "ஒரு நிறுமத்தின் அமைச்சராக (அல்லது) நிர்வாக பணிகளை செய்து முடிக்க தேவையான அனைத்து தகுதிகளையும் பெற்றுள்ள ஒரு தனிநபரை, நிறுமச் செயலர் எனலாம்.

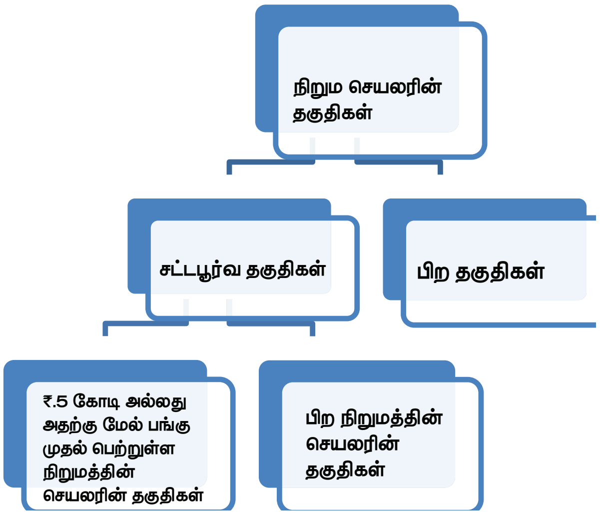
ஆக்ஸ்போர்டு அகராதியில் தந்துள்ள இலக்கணத்தின்படி செயலர் என்பவர் ஒரு தனிப்பட்ட நபரின் அல்லது நிறுமத்தின் சார்பாக பிற நபரிடம் தொடர்பு கொள்ளவும் ஆவணங்களை சேகரிக்கவும், கோப்பிடவும் மற்ற நிர்வாக பணிகளை மேற்கொள்ளவும் பணியமர்த்தப்படும் நபரை நிறும செயலர் எனலாம்.

ஒரு தனி நபர் மட்டுமே நிறுமச் செயலராக பணியாற்ற முடியும், ஒரு நிறுமமோ, சங்கமோ, குழுவோ அல்லது அமைப்புகளோ ஒரு நிறுமத்தின் செயலாராக பணியாற்ற முடியாது.

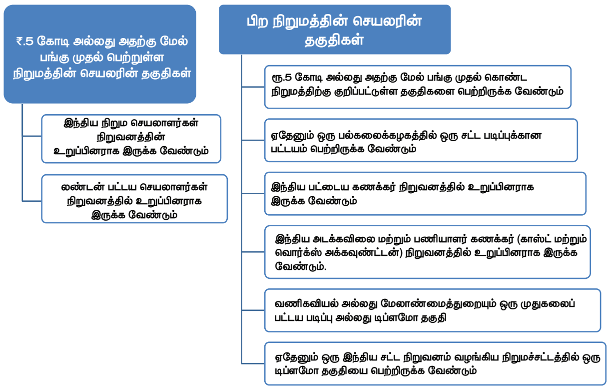
28.02 நிறுமச் செயலரின் தகுதிகள் (Qualifications of Company Secretary)

1994ஆம் ஆண்டு நிறுமச்சட்டத்தில் சில திருத்தங்கள் செய்யப்பட்டது அதன்படி சில சட்டம் சார்ந்த முக்கிய தகுதிகளை நிறும செயல் பெற்றிருக்க வேண்டும். நிறுமத்தின் பல வகையான செயல்பாடுகளையும் சூழ்நிலைக்கேற்ப சமாளிக்க சட்டப்பூர்வமான தகுதிகளைத் தவிர மற்ற பிற தகுதிகளையும் அவர் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

நிறும் செயலர் பெற்றிருக்க வேண்டிய சட்ட தகுதிகளை பின்வரும் வகையில் வகைப்படுத்தலாம்,



28.02.01 சட்டப்பூர்வ தகுதிகள் (Statutory Qualifications)



இவைகள் மட்டும் இல்லாமல் நிறுமச்சட்டம் 2013 பிரிவு 2(45) யின்படி மத்திய அரசு அவ்வப்பொழுது வரையறுக்கும் தகுதிகளையும் ஒரு நிறுமச்செயலர் பெற்றிருக்க வேண்டும்

₹.5 கோடி அல்லது அதற்கு மேல் பங்கு முதல் பெற்றுள்ள நிறுமத்தின் செயலாளராக பணிபுரிய, இந்திய நிறும செயலாளர்கள் நிறுமத்தின் உறுப்பினராகவோ அல்லது லண்டன் பட்டய செயலாளர்கள் நிறுமத்தின் உறுப்பினராகவோ இருக்க வேண்டும்.

₹.5 கோடி அல்லது அதற்கு மேல் பங்கு முதல் கொண்ட நிறுமத்திற்கு குறிப்பட்டுள்ள தகுதிகளை பெற்றிருக்க வேண்டும்.

நிறுமச்சட்டம் 2013 படி நிறுமச் செயலர் பெற்றிருக்க வேண்டிய பிற தகுதிகளாவன

நிறுமச் சட்டத்தில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள தகுதிகள்

i. ஏனைய நிறுமத்தில் கீழ்காணும் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட தகுதிகளை ஒரு நிறுமச் செயலர் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

ii. ஏதேனும் ஒரு பல்கலைக்கழகத்தில் ஒரு சட்ட படிப்புக்கான பட்டயம் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

iii. இந்திய பட்டயக் கணக்கர் நிறுமத்தில் உறுப்பினராக இருக்க வேண்டும்.

iv. இந்திய அடக்கவிலை மற்றும் பணியாளர் கணக்கர் (Cost and work Accountant) நிறுமத்தில் உறுப்பினராக இருக்க வேண்டும்.

v. வணிகவியல் அல்லது மேலாண்மைத்துறையில் ஒரு முதுகலைப் பட்டய படிப்பு அல்லது டிப்ளமோ தகுதி பெற்றிருக்கவேண்டும்.

vi. ஏதேனும் ஒரு இந்திய சட்ட நிறுமம் வழங்கிய நிறுமச்சட்டத்தில் ஒரு டிப்ளமோ தகுதியை பெற்று இருக்க வேண்டும்.

28.02.02 பிற தகுதிகள் (Other Qualifications)

கீழ்காணும் பிற தகுதிகளையும் நிறும செயலர் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

பிற தகுதிகள்
- நிறுமச்சட்டம் பற்றிய அறிவு
- வணிகச்சட்டம் பற்றிய அறிவு
- பொருளாதா சட்ட அறிவு
- கணக்குவைப்பு தொடர்பான அறிவு
- பணியாளர் சட்ட அறிவு
- அலுவலக நிர்வாகம் குறித்த அறிவு

28.03 நிறும செயலர் நியமனம்

நிறுமச்சட்டம் 2013 பிரிவு 203, 204 யின் படி ஒவ்வொரு பட்டியலிட்ட நிறுமமும் ஒரு முழு நேர செயலரை பணி நியமனம் செய்ய வேண்டும்.

பட்டியலிடாத மற்றும் ₹.5 கோடி அல்லது அதற்குமேல் பங்கு முதலுடைய தனி நிறுமமும் ஒரு முழுநேர செயலரை பணி நியமனம் செய்திருக்க வேண்டும். இந்திய நிறுமச் செயலார்கள் நிறுமத்தில் உறுப்பினராக உள்ள ஒரு தனி நபரை மட்டுமே நிறும செயலாரக பணி நியமனம் செய்ய முடியும் என்பதை நினைவில் கொள்ளவும். நிறும செயலரை தோற்றுவிப்பாளரால் அல்லது இயக்குநர் அவையால் நியமனம் செய்ய முடியும்.

(1) **நிறும தோற்றுவிப்பாளரால் நியமனம்** நிறுமம் கூட்டுருவாக்கம், செய்யும் நிலையில் நிறும தோற்றுவிப்பாளர் நிறும முதல் செயலரை பணி நியமனம் செய்வார். இச்செயலரின் பெயர் நிறும சங்க நடைமுறைவிதியிலும் மற்ற மூல ஆவணங்களில் பதியப்படும்.

(2)**முதல் இயக்குநரவையால் செயலர் நியமனம்** நிறுமம் கூட்டுறுவாக்கம் செய்யப்பட்ட பின்னர் நிறுமத்தின் முதல் இயக்குநரவையின் முதல் கூட்டத்தில் நிறும செயலர் பணி நியமனம் செய்யப்படுவார். சில சூழ்நிலையில் தோற்றுவிப்பாளரால் நியமிக்கப்பட்ட செயலரையே தொடர்ந்து செயலாளராக நியமிக்கப்படலாம் அல்லது புதிய செயலரை பணியமர்த்தப்படலாம்.

28.04 நிறும செயலரின் பணிகள் / கடமைகள் (Functions/ Duties of Company Secretary)

நிறுமச் செயலரின் பணிகளை கீழ்காணும் இரண்டு பெறும் பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம். அவைகளாவன.

சட்டபூர்வமான பணிகள் (அ) கடமைகள்

சட்டபூர்வமற்ற பணிகள் (பிற பணிகள்) (அ) கடமைகள்

சட்டபூர்வமான பணிகள்
- நிறும சட்டம் சார்ந்த பணிகள்
- வருமான வரிச் சட்டம் படி பணிகள்
- இந்திய முத்திரைவரிச் சட்டம் பிற பணிகள்
- விற்பனை வரிச்சட்டம் படி பணிகள்
- இதரச் சட்டங்கள் படி பணிகள்

சட்டபூர்வமற்ற பணிகள்
- இயக்குனர்கள் தொடர்பான பணிகள்
- பங்குதாரர்கள் தொடர்பான பணிகள்
- நிறும அலுவலர்கள் மற்றும் பணியாட்கள் தொடர்பான பணிகள்

28.04.01. சட்டபூர்வமான பணிகள் (Statutory Functions)

உயர்நிலை நிர்வாகிகளில் ஒருவராக இருக்கும் செயலர் நிறுமச்சட்டம் மற்றும் பிற சட்டங்களில் (வருமானச் சட்டம், அஞ்சல் முத்திரை, விற்பனைச் சட்டம்) கூறுப்பட்டுள்ள சட்ட நடைமுறைகளுக்கு உட்பட்டு நிறுமத்தின் அனைத்து செயல்பாடுகளையும் மேற்கொள்ள வேண்டியது நிறும செயலரின் சட்ட பூர்வமான பணிகளாகும்.

பின்வருவன நிறுமச் சட்டம் 2013ன் படி செயலரின் சட்டபூர்வமான பணிகள் ஆகும்.

i. நிறுமத்தின் அங்கீகாரம் தேவைப்படும் அனைத்து ஆவணங்களிலும் நிறுமத்தின் சார்பாக கையொப்பம் இடுவது.
ii. பங்குகள் குறித்த ஆவணங்கள், இயக்குநர்கள் மற்றும் ஒப்பந்தங்கள் தொடர்பான ஆவணங்களை பராமரித்தல்.
iii. பங்குமுதல் தொகையை அதிகரிப்பது குறித்த அறிவிப்பை நிறும பதிவாளரிடம் கொடுத்தல்.
iv. பங்குகளை மாற்றியதிலிருந்து இரண்டு மாதத்திற்குள் பங்கு ஒதுக்கீட்டு சான்றிதழை அளித்தல்.
v. ஆண்டு அறிக்கையில் கையொப்பம் இட்டு அனுப்புதல்.
vi. தொழில் தொடக்க சான்றிதழைப் பெற தேவையான உறுதி மொழிகளை அளித்தல்.
vii. ஒவ்வொரு பங்குனர்களுக்கும் ஆண்டு பொதுக்கூட்டம் குறித்த அறிவிப்பை அனுப்புதல்.
viii. சட்டமுறை ஏடுகளை தயாரித்தல்
ix. ஒவ்வொரு பங்குனர்களின் ஆண்டுபொதுக் கூட்டம் மற்றும் இயக்குனரவை கூட்டங்களுக்கான கூட்ட நிகழ்ச்சி குறிப்பை 30 நாட்களுக்குள் தயாரித்தல்.
x. கூட்டத்தில் நிறைவேற்றப்பட்ட தீர்மானங்களை கோப்பிலிட்டு நிறும பதிவாளருக்கு அனுப்புதல்.
xi. நிறும கலைப்பின் போது நிதி நிலை அறிக்கைகளை தயாரிக்க உதவி செய்தல்.

வருமானவரிச் சட்டப்படி செயலரின் பணிகள்

பங்குனர்களுக்கு உரிய பங்காதாயம், குறிப்பிட காலத்தில் வழங்க வேண்டியது செயலரின் பணியில் அடங்கும். பணியாட்களுக்கு வழங்க வேண்டிய சம்பளம், மற்றும் செலுத்த வேண்டிய வட்டி ஆகியவற்றிலிருந்து வருமானவரியை கழித்துக்கொண்டு மீதியை செலுத்துவது செயலரின் பணியாகும். அவ்வாறு கழிக்கப்பட் வரி அரசு கருவூலகத்தில் செலுத்தப்பட்டுவிட்டதா என உறுதி செய்துகொள்ள வேண்டியதும் செயலரின் பணியாகும்.

பங்குனர்கள் மற்றும் ஊழியர்களுக்கு வரி கழிக்கப்பட்டதர்கான சான்றிதழ் அளிக்கப்பட்டுவிட்டது என உறுதி செய்ய வேண்டியது செயலரின் கடமையாகும். வருமானவரி துறை அதிகாரிகளுக்கு சட்டப்படி அளிக்க வேண்டிய கோப்புகளை சரிபார்த்து உரிய காலக்கெடுவுக்குள் அளிக்க வேண்டியதும் செயலரின் பணியாகும்.

இந்திய முத்திரைவரி சட்டப்படி நிறும செயலரின் பணிகள்

பங்கு ஒதுக்கீட்டு கடிதம் மற்றும் பங்கு சான்றிதழ் போன்ற முக்கிய நிறும ஆவணங்களில் முறையான அஞ்சல் தலைகள் ஒட்டப்பட்டுள்ளதா என கவனிக்க வேண்டியது செயலரின் தலையாய பணிகளில் ஒன்றாகும்.

விற்பனை வரிச்சட்டபடி நிறும செயலரின் பணிகள்

விற்பனை மீதான வரியை உரிய நேரத்தில் உரிய முறையில் செலுத்துவதற்கும் தேவையான ஆவணங்களை சரிபார்த்து விற்பனை வரி துறை அதிகாரிகளிடம் அளிக்கப்பட்டுவிட்டதா என உறுதி செய்துக்கொள்ள வேண்டியது செயலரின் பணியாகும்.

இதரச் சட்டங்கள் படி, நிறும செயலரின் பணிகள்

நிறும செயல்பாட்டிற்கு தொடர்புடைய பிற பலவகையான சட்டங்களை பற்றியும் நிறும செயலர் அறிந்திருக்க வேண்டியது முக்கியமான ஒன்றாகும். குறிப்பாக அந்நிய செலாவணி ஒழுங்குமுறைச்சட்டம், தொழில் (அபிவிருத்தி மற்றும் ஒழுங்குமுறை) சட்டம், தயாரிப்பு தொழிலை மேற்கொள்ளும், நிறும செயலர், தொழிற்சாலை சட்டங்கள், கூலிச் சட்டம், தொழிற்சாலை தொடர்பான வழக்குச் சட்டம், தொழிலாளர் சட்டம், குறைந்தளவு கூலி செலுத்து சட்டம் போன்ற பல சட்ட விதிகளை செயலர் அறிந்திருக்க வேண்டும்.

28.04.02. சட்ட பூர்வமற்ற பிற பணிகள் (Non–Statutory Functions)

செயலர் பல்வேறு சட்டங்கள் சார்ந்த பணிகளை மேற்கொண்டாலும், நிறும இயக்குநர்கள், பங்குநர்கள், பணியாட்கள் மற்றும் ஊழியர்களுக்கு என பல்வேறுபட்ட பணிகளை ஆற்ற வேண்டியுள்ளது. செயலரின் சட்டபூர்வமற்ற பணிகளை பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்.

1. இயக்குநர்களுக்கு ஆற்ற வேண்டிய முகமைப் பணிகள்
2. பங்குநர்களுக்கு ஆற்ற வேண்டிய முகமைப் பணிகள்
3. அலுவலக ஊழியர்கள் மற்றும் பணியாட்களுக்கு ஆற்ற வேண்டிய பணிகள்.

(1) இயக்குநர்களுக்கு ஆற்ற வேண்டிய முகமைப் பணிகள் (Functions in Relation to Directors)

நிறும செயலர் இயக்குனரவையின் முழு கட்டுப்பாட்டின் கீழ் செயல்படுவதால் இயக்குநரவையின் அனைத்து அறிவுரைகளையும் நடைமுறைப்படுத்த வேண்டியது செயலரின் பணியாகும்.

நிறுமத்திற்கு தேவையான கொள்கைகளை வகுத்து பல முடிவுகளை எடுப்பதற்கு தேவையான தகவல்களையும், அறிவுரைகளையும் வழங்க வேண்டியது செயலரின் பணியாகும்.

இயக்குநர்களின் வருகைப் பதிவேட்டை பராமரிப்பது, கூட்டங்களை கூட்டுவது, கூட்டத்திற்கான அழைப்பு விடுப்பது, கூட்ட நிகழ்ச்சி நிரல் மற்றும் கூட்ட குறிப்பு தயாரிப்பது தொடர்பாக கூட்டத் தலைவருடன் கலந்து ஆலோசித்து பல தீர்மானங்களை தயாரித்தல், இயக்குனரவை அலுவலுர்களுடன் தகவல் தொடர்பை ஏற்படுத்தி, ஆவணங்களை கோப்பிடல் மற்றும் பதிவேடுகளை தயாரித்து அளிப்பது போன்ற பல்வேறு பணிகளை இயக்குநர்களுக்கு செயலர் ஆற்ற வேண்டும்.

(2) பங்குநர்களுக்கு ஆற்ற வேண்டிய முகமைப் பணிகள் (Functions in Relation to Shareholders)

நிறும பங்குநர்களின் உரிமை பாதிக்கப்படாமல் ஒரு பாதுகாப்பை ஏற்படுத்தி அவர்களின் நலனை பேணிக்காக்க வேண்டியது நிறும செயலரின் கடமையாகும். நிறுமச்சட்டம் 2013படி இயக்குநரவைக்கும் நிறும பங்குநர்களுக்கும் இடையே தொடர்பை ஏற்படுத்த வேண்டும்.

நிறும பங்குநர்களின் உரிமை மீறப்படவில்லை என்பதை உறுதி செய்ய வேண்டியது இவரது பணியாகும். பங்கு ஒதுக்கீட்டு கடிதம், கூட்ட அழைப்பு கடிதம், வருத்த கடிதம், பங்கு சான்றிதழ், பங்காணைகளை, அனுப்புவது மற்றும் கடனீட்டு பத்திரதாரர்களுக்கு கடன்பத்திரத்தை அளிப்பதும் செயலரின் பணியாகும்.

பங்குநர்கள் கூட்டம் குறித்த நாள், இடம், மற்றும் நிகழ்ச்சி நிரல் போன்ற விவரங்கள் தாங்கிய அறிக்கையை பங்குநர்களுக்கு அனுப்புதல், இயக்குனரவையின் சார்பாக பங்குநர்களின் சந்தேகங்களுக்கும் புகார்களுக்கும் உரிய முறையில் கலந்து ஆலோசித்து, விசாரித்து உரிய பதிலை அளிப்பது செயலரின் பணியாகும்.

(3) அலுவலக ஊழியர்கள் மற்றும் பணியாட்களுக்கு ஆற்ற வேண்டிய பணிகள் (Functions in Relation to Office and Staff)

நிறும அலுவலக ஊழியர்களின் தலைசிறந்த மூத்த ஊழியராக இருப்பவர் செயலர் ஆவார்.

அலுவலக செயல்பாடுகள் இயல்பாக செயல்பட செய்வது செயலரின் பணியாகும்.

அலுவலக செயல்பாடுகள் குறிப்பாக நிறுமச் சட்டம் மற்றும் நிதி சார்ந்த அனைத்து செயல்பாடுகளையும் தனது நேரடி கட்டுப்பாட்டில் செயல்படுத்த வேண்டியது செயலாளரின் பணியாகும்.

28.05 நிறுமச் செயலரின் அதிகாரம் மற்றும் உரிமைகள் (Powers and Rights of Company Secretary)

நிறுமத்தின் உயர்நிலை அதிகாரியாக விளங்கும் செயலருக்கென சில உரிமைகளும் அதிகாரங்களும் உள்ளது. அவை நிறுமத்துடன் கூடிய ஒப்பந்ததிற்கு உட்பட்டதாகும். அவைகளாவன.

அ. மேற்பார்வை மற்றும் கட்டுப்படுத்தும் அதிகாரம்: நிறுமத்தின் தலைமை ஊழியராக இருக்கும் செயலர் தன் கீழ் பணிபுரியும் அலுவலர்களின் செயல்பாடுகளை மேற்பார்வை செய்யவும், வழிக்காட்டவும், கட்டுப்படுத்தவும் அதிகாரம் உண்டு.

ஆ. கையொப்பம் இடும் உரிமை (அதிகாரம்): நிறுமத்தின் பிரதான மூத்த அதிகாரிகளின் ஒருவரான செயலர் நிறுமத்தின் சார்பாக பல ஒப்பந்தங்களிலும், நிறும கூட்ட நடவடிக்கை குறித்த கோப்புகளில் கையொப்பம் இடும் அதிகாரத்தை பெற்றுள்ளார்.

இ. அதிகாரத்தை செலுத்தல்: இயக்குனரவையால் வழங்கப்பட்டுள்ள அதிகாரங்களை செயல்படுத்திக் கொள்ளும் உரிமை செயலருக்கு உண்டு.

ஈ. சான்றிதழ் வழங்கும் உரிமை: நிறுமத்தின் சார்பாக ஊழியர்களுக்கு பல சான்று (சாட்சியம்) வழங்கும் அதிகாரம் செயலருக்கு உண்டு. பங்கு சான்றிதழ், ஊதிய சான்றிதழ் போன்ற சான்றிதழ்களை வழங்கும் அதிகாரம் செயலருக்கு உண்டு.

உ. ஊதியம் மற்றும் இழப்பீடு கோரும் உரிமை: நிறுமத்துடன் செய்துக்கொண்ட ஒப்பந்தத்தின்படி செயலர் தமக்குரிய ஊதியத்தையும், இதர படிகளையும் பெறும் உரிமை உண்டு. நிறுமத்திற்கு எதிராக வழக்கு தொடரும் உரிமையும் செயலருக்கு உண்டு. பணி நீக்கம் செய்யப்படும் முன்னர் அதற்கான விளக்கும் தாங்கிய அறிக்கையை கேட்டுப் பெறும் உரிமையும் உண்டு பணி நீக்கத்திற்கான இழப்பீட்டை பெறும் உரிமையும் செயலருக்கு உண்டு.

ஊ. முன்னுரிமை கடனீந்தோர்;நிறும கலைப்பின் போது நிறுமச் செயலர் தமக்குச் சேரவேண்டிய சட்டபூர்வமான நிலுவைத்தொகையை முன்னுரிமை கடனீந்தோரை போல பெற்றுக்கொள்ளும் உரிமை செயலருக்கு உண்டு.

எ. கூட்டத்தில் கலந்துக் கொள்ளும் உரிமை: சட்டப்படி செயலருக்கும் நிறுமத்திற்கும் இடையே முதலாளி – தொழிலாளி என்ற உறவு நிலவுகிறது ஒரு சாதாரண பணியாளரை பணிநீக்கம் செய்வதை போல செயலரையும் பணி நீக்கம் செய்ய முடியும். எந்த நேரத்திலும் செயலரை பணி நீக்கம் செய்ய இயக்குநர் அவைக்கு முழு அதிகாரம் உள்ளது.

28.06 நிறும செயலரை நீக்குதல் (Removal / Dismissal of Company Secretary)

நிறுமத்திற்கும் செயலுருக்கும் உள்ள உறவு "முதலாளி மற்றும் ஊழியர்" உறவே ஆகும். எனவே ஒரு சாதாரண ஊழியரை பதிவு நீக்கம் செய்வதை போல நிறும செயலரை பணியிலிருந்து ஏதேனும் காரணத்திற்காகவோ அல்லது எக்காரணமும் இல்லாமலோ எந்த நேரத்திலும் பணி நீக்கம் செய்ய இயக்குனரவைக்கு அதிகாரம் உண்டு. பொதுவாக கீழ்காணும் காணரத்திற்காக செயலர் பணி நீக்கம் செய்யப்படலாம்.

1. செயலரின் பணிக்காலம் முடிந்தவுடன் நீக்கம் செய்யலாம்.
2. செயலர் உடன்படிக்கை விதிமுறைகள் மீறும் போது உரிய அறிவிப்பு மூலம் பணி நீக்கம் செய்யலாம்.
3. செயலர் இரகசிய இலாபம் ஈட்டினால் பணிநீக்கம் செய்யலாம்.
4. செயலர் தவறான நெறியின்றி நடக்கும் போது
5. செயலர் ஒப்பந்தத்தை மீறி ஒழுங்கீன நடவடிக்கையில் ஈடுபடும்போதும், ஒத்துழையாமை, தகுதியின்மை, பணி நீக்கம் செய்யப்படலாம்
6. நிரந்தர இயலாமை போன்ற காரணங்களாலும் பணி நீக்கம் செய்யப்படலாம்.

28.07 நிறுமக் கூட்டங்கள் (Company Meetings)

ஒரு நிறுமத்தின் கூட்டம் என்பது பல வகையான சட்டவிதி கூறுகளுக்கு உட்பட்டு முறையான வகையில் ஒருங்கிணைக்கப்படும் நபர்களின் குழுவை கூட்டம் எனலாம். ஒரு நிறுமம் தனது செயல்பாடுகள் குறித்து பல முடிவுகளை எடுக்க, பல வகையான கூட்டங்களை குறிப்பிட்ட கால இடைவெளிக்கு ஒருமுறை கூட்ட வேண்டியது அவசியமாகிறது. நிறும கூட்டங்கள் சட்ட சரத்திற்கு உட்பட்டு எவ்வித ஒழுங்கீனத்தையும் மீறாமல் முறையாக நடைபெற்றது என உறுதி செய்ய வேண்டியது செயலரின் கடமை.

28.08. நிறுமக்கூட்டங்களின் வகைகள் (Kinds of Company Meetings)

நிறுமச்சட்டம் 2013ன் படி நிறுமத்தின் கூட்டப்படும் கூட்டங்களை கீழ்காணும் முறையில் வகைப்படுத்தலாம்.

1. பங்குநர்கள் கூட்டம்

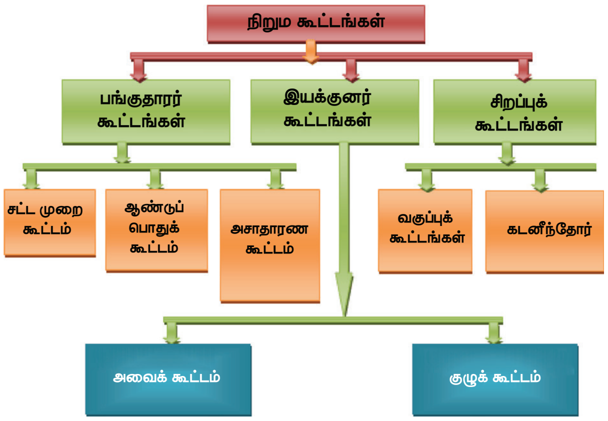
- சட்டமுறைக் கூட்டம்
- ஆண்டுப் பொதுக் கூட்டம்
- சிறப்பு (அ) அசாரண கூட்டம்

2. இயக்குநரவை கூட்டங்கள்

- அவைக் கூட்டம்
- குழுக் கூட்டம்

3. சிறப்பு கூட்டங்கள்

- வகுப்பு கூட்டம்
- கடனீந்தோர்கள் (அ) கடனீட்டுப்பத்திரதாரர்கள் கூட்டம்



28.08.01. பங்குநர்கள் கூட்டங்கள் (Shareholders Meetings)

நிறும பங்குநனர்களால் நடத்தப்படும் கூட்டங்கள் பங்குனர்கள் கூட்டம் என அழைக்கப்படுகிறது. நிறும பங்குநர் கூட்டங்களை மூன்று வகையாக பிரிக்கலாம்.

அ. சட்டமுறை கூட்டம் (Statutory Meeting)

நிறுமச் சட்டப்படி ஒவ்வொரு பொது நிறுமமும் தொழில் தொடங்கிய தேதியிலிருந்து ஒரு மாதத்திலிருந்து 6 மாதத்திற்குள் பங்குனர்கள் கூட்டத்தை கூட்ட வேண்டும் இதனை சட்டமுறை கூட்டம் என அழைக்கப்படுகிறோம். ஒரு பொது நிறுமத்தின் வாழ்நாளில் ஒரு முறை மட்டுமே கூட்டப்படும் கூட்டம் சட்டமுறை கூட்டம் ஆகும். பங்கு முதல் இல்லாத பொது மற்றும் தனி நிறுமங்கள் இத்தகைய கூட்டத்தை கூட்ட தேவையில்லை.

ஆ. ஆண்டுப் பொதுக்கூட்டம் (Annual General Meeting [AGM])

ஒவ்வொரு ஆண்டும் நிறுமத்தில் இயல்பான நடவடிக்கை குறித்து ஆலோசிக்க கூட்டப்படும் கூட்டம் ஆண்டு பொதுக்கூட்டம் ஆகும். இக்கூட்டம் நிறுமம் பதிவு செய்யப்பட்ட தேதியிலிருந்து 18 மாதத்திற்குள் முதல் ஆண்டு பொதுக்கூட்டத்தை கூட்ட வேண்டும். அடுத்த ஒவ்வொரு ஆண்டும் இக்கூட்டத்தை கூட்ட வேண்டும். இரண்டு ஆண்டு பொதுக்கூட்டத்திற்கு இடைப்பட்ட காலம் 15 மாதத்திற்கு மிகையாக கூடாது. ஆண்டு பொதுக்கூட்டம் நிறும பதிவு அலுவலகம் உள்ள இடத்தில் அல்லது அருகில் உள்ள இடங்களில் நடத்தப்பட வேண்டும். அரசு விடுமுறை நாட்களில் நடத்த கூடாது. பங்குகள் மற்றும் உத்திரவாதத்தால் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுமங்கள், பங்குமுதல் உடைய அல்லது இல்லாத நிறுமங்கள் தனியார் மற்றும் பொது நிறுமங்கள் ஆண்டு பொதுக்கூட்டத்தை ஆண்டு தோறும் கூட்ட வேண்டும்.

இ) சிறப்புக் கூட்டம் (Extra–Ordinary General Meeting)

சட்டமுறைக் கூட்டம் மற்றும் ஆண்டு பொதுக் கூட்டம் ஆகியவை நிறுமத்தின் இயல்பான சாதாரண கூட்டங்கள் ஆகும். சட்டமுறைக்கூட்டம் மற்றும் ஆண்டு பொதுக்கூட்டம் ஆகிய இரண்டையும் தவிர பிறக்கூட்டங்கள் அனைத்தும் சிறப்பு கூட்டங்கள் என அழைக்கப்படுகிறது. சில அவசர வியாபார முடிவுகளை எடுக்க இரு ஆண்டு பொதுக்கூட்டங்களுக்குயிடையே கூட்டப்படும் இதர கூட்டங்கள் அனைத்தும் சிறப்புக் கூட்டகளாகும்.

28.08.02. இயக்குநர்கள் கூட்டம் (Meeting of the Directors)

அ. இயக்குநர் அவைக் கூட்டம் (Board Meetings)

நிறுமத்தை நிர்வகிக்கும் பொறுப்பு இயக்குநரவையிடம் உள்ளதால் இயக்குநர்கள் அடிக்கடி கூடி பல வியாபார நடவடிக்கைகள் குறித்து ஆலோசிக்க வேண்டும். இதற்காக இயக்குனரவையால் கூட்டப்படும் கூட்டங்கள் இயக்குனரவை கூட்டங்கள் ஆகும். நிறுமத்தின் நடவடிக்கைகள் குறித்து இயல்பான முடிவுகளை எடுத்பதற்காக இயக்குநர்களால் கூட்டப்படும் கூட்டம் இயக்குநரவை கூட்டம் ஆகும். இயக்குரவை முதல் கூட்டம் நிறும பதிவு செய்யப்பட்ட 30 நாட்களுக்குள் கூட்டப்படவேண்டியது.

ஆ. வாரியக் குழுக் கூட்டம் (Committee Meetings)

பட்டியலிடப்பட்ட நிறுமமும், ₹.10 கோடி அல்லது அதற்கு மேல் பங்கு முதலுடைய ஒவ்வொரு பொது நிறுமம் தணிக்கை குழு கூட்டத்தை கூட்ட வேண்டும். இக்கூட்டம் ஆண்டுக்கு குறைந்தது நான்கு முறை கூட்ட வேண்டும். ₹.10 கோடிக்கு குறைவாக பங்கு முதலுடைய நிறுமத்தில் இயக்குனரவையால் தணிக்கை குழுவின் செயல்களை செய்ய ஒரு இயக்குநர் பணி அமர்த்தப்படுவர்.

28.08.03 சிறப்புக் கூட்டங்கள் (Special Meeting)

அ. வகுப்பு கூட்டம் (Class Meeting)

ஒரு குறிப்பிட்ட வகையான பங்குகள் அல்லது கூட்டங்கள் குறிப்பிட்ட வகையான கடனீட்டுப்பத்திரங்களும், கூட்டப்படும் கூட்டம் வகுப்பு கூட்டம் ஆகும். சாதாரண பங்குகள் (எ) முன்னுரிமை பங்குகள் கூட்டப்படும் கூட்டத்தை கூறலாம். அவ்வப்பாழுது மாற்றி அமைக்கப்படும் கடனீந்தோர் பத்திரம், பாதுகாப்பு பத்திர விதிகளுக்கு கூட்டப்படும் இக்கூட்டங்கள் கூட்டப்படுகிறது, நிறும மறுஅமைப்பு, நிறும ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் நிறும களைப்பின் போது கடனீட்டுப்பத்திர(அ)பிணையப்பத்திர உரிமையார்களின் நலன் பாதிக்கப்படாமல் பாதுகாக்க இக்கூட்டங்கள் கூட்டப்படுகிறது.

ஆ. கடனீந்தோர் கூட்டம் (Meetings of the Creditors)

நிறுமக் கூட்டங்களை போல இது ஒரு நிறும கூட்டம் அல்ல இருப்பினும், இது ஒரு புதிய கடன் கொள்கையை அறிமுகம் செய்யும் போது அல்லது கடனீந்தோர்கள் தொடர்பான சில வழக்குகளை பேசி முடிவு எடுக்கவும், கடனீந்தோர்களுடன் சில ஒப்பந்தங்கள் மேற்கொள்ளவும் இவ்வகை கூட்டங்கள் கூட்டப்படுகிறது.

28.09 தீர்மானம் Resolution

நிறுமச்சட்டம் 2013ன் படி ஒரு முடிவை செயல்படுத்த பங்குநர்களின் ஒப்புதலை பெறுவது அவசியமாகிறது. இயக்குநரவையால் எடுக்கப்பட்ட ஒரு முடிவை நடைமுறைப்படுத்த சட்டப்படி குறைந்தளவு எண்ணிக்கைக் கொண்ட பங்குகளின் கூட்டத்தில் ஓட்டு பதிவு நடத்தியோ அல்லது வேறு முறையின் மூலமாக பங்குநர்களால் அளிக்கப்படும் ஒப்புதலை தீர்மானம் என்கிறோம்.

28.09.01 தீர்மானங்களின் வகைகள் (Kinds of Resolution)

பொதுவாக தீர்மானங்கள் மூன்று வகைகளாக பிரிக்கலாம் (1) சாதாரண தீர்மானம், (2) சிறப்பு தீர்மானம், (3) சிறப்பு அறிவிப்பு தீர்மானம்

அ. சாதாரணத் தீர்மானம் (Ordinary Resolution)

பெரும்பாண்மையின் மூலம் நிறைவேற்றப்படும் தீர்மானம் சாதாரண தீர்மானம் ஆகும். ஒரு முடிவுக்கு ஆதரவாக வாக்களிக்கும் உறுப்பினர் எண்ணிக்கை அம்முடிவுக்கு எதிராக வாக்களிக்கும் உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கை விட அதிகமாக இருந்தால் அது சாதாரண தீர்மானம் ஆகும். சுருக்கமாக கூறினால் கூட்டத்திற்கு வருகை தந்துள்ள பங்குநர்களின் பாதிக்குமேல் (50%) ஒரு முடிவுக்கு சாதகமாக ஆதரவளிப்பது சாதரண தீர்மானமாகும்.

பின்வரும் முடிவுகளை நடைமுறைப்படுத்த சாதாரண தீர்மானம் போதுமானது

i. நிறும பெயரைத் திருத்த
ii. நிறும பங்கு முதலை மாற்றியமைக்க
iii. கடனீட்டு பத்திரங்களை மீட்க
iv. பங்காதயங்கள் அறிவிக்க
v. ஆண்டு இருப்புநிலைக்குறிப்பை ஒப்புதல் வழங்க
vi. இயக்குநர்களை பணியமர்த்த.
vii. இயக்குநர்களின் எண்ணிக்கை அதிகரிக்க அல்லது குறைக்க.
viii. ஒரு இயக்குனரை பணிநீக்கம் செய்து விட்டு அவ்விடத்தில் புதிய இயக்குநரை பணியமர்த்த.
ix. வரம்புக்குட்பட்டு நிறுமத்தின் நிதியை முதலீடு செய்ய
x. நிறும கணக்காளரை பணி நியமனம் செய்ய.
xi. தன்னார்வ நிறும கணக்குகளுக்கும் சங்க நடைமுறை விதிகளுக்கும் ஒப்புதல் வழங்க.

ஆ. சிறப்புத் தீர்மானம் (Special Resolution)

ஒரு முடிவை நிறைவேற்ற கூட்டத்திற்கு வருகை புரிந்துள்ள பங்குநர்களின் எண்ணிக்கையில் 75 சதவீதம் நபர்கள் முடிவிற்கு சாதகமாக வாக்களித்தால் அது சிறப்பு தீர்மானம் ஆகும். அதாவது முடிவிற்கு எதிராக வாக்களித்தவர்களின் எண்ணிக்கையை போல மூன்று

மடங்கு அதிகமான எண்ணிக்கையில் முடிவு சாதகமாக வாக்களித்து முடிவை நிறைவேற்றினால் அது சிறப்பு தீர்மானம் ஆகும்.

பின்வரும் முடிவுகளை நடைமுறைப்படுத்த சிறப்புத் தீர்மானம் போதுமானது

i. நிறுமத்தின் பதிவு அலுவலகத்தை ஒரு மாநிலத்திலிருந்து பிற மாநிலத்திற்கு மாற்றம் செய்ய.
ii. நிறுமத்தின் நோக்கத்தை மாற்ற
iii. நிறுமத்தின் பெயரை மாற்ற
iv. சட்ட நடைமுறை விதிகளை திருத்தம் செய்ய
v. நீதிமன்ற உத்தரவுக்கு இனங்கி நிறும பங்கு முதல் தொகையை குறைக்க.
vi. புதிய தொழிலைத் தொடங்க
vii. தணிக்கையாளரை பணியமர்த்த.
viii. மொத்த விற்பனை முகவர்களை பணியமர்த்த
ix. இயக்குநர்கள் மற்றும் மேலாண்மை இயக்குநர்களின் ஊதியத்தை தீர்மானிக்க.

இ) சிறப்பு அறிவிப்பு தேவைப்படும் தீர்மானம் (Resolution requiring Special Notice)

நிறுமச்சட்டம் 2013 குறிப்பிட்டுள்ள சில நடவடிக்கைகள் குறித்து முடிவுகளை எடுக்க சிறப்பு கூட்டம் கூட்டவேண்டியுள்ளது இக்கூட்டத்தை கூட்டுவதற்கு அறிவிப்பை 14 நாட்களுக்குள் முன் பங்குநர்களுக்கு எந்த காரணத்திற்காக இக்கூட்டம் கூட்டப்படுகிறது என்ற விவரத்தை அறிவிப்பில் தெரிவிக்கப்பட்டிருக்க வேண்டும். கீழ்காணும் விவரங்களுக்கு சிறப்பு அறிவிப்பு தேவைப்படும் சிறப்பு கூட்டங்கள் கூட்ட வேண்டும்.

i. பணி ஓய்வு பெறும் தணிக்கையரை தவிர இதர தணிக்கையரை பணியமர்த்த
ii. பணி ஓய்வு பெற்றும் தணிக்கையாளரையே மீண்டும் பணியமர்த்த வில்லை என உறுதி படுத்த.
iii. ஒரு இயக்குநரை அவரின் பணிக்காலம் முடியும் முன்பே பணி நீக்கம் செய்ய.
iv. பணிநீக்கம் செய்யப்பட்ட இயக்குநர்களின் காலி இடத்தில் வேறு இயக்குநர்களை பணியமர்த்த.

28.10 வாக்கெடுப்பு (Voting)

வாக்கெடுப்பு என்ற வார்த்தை லத்தீன் வார்த்தையான "வாக்கம்" என்ற சொல்லிருந்து தோன்றியது. ஒரு முன்மொழிவுக்கு ஆதரவாகவோ, அல்லது எதிராகவோ ஒருவர் தனது விருப்பத்தை உரியமுறையில் பதிவு செய்வதை வாக்கெடுப்பு குறிக்கிறது.

ஒரு நிறுமத்தின் முன்மொழிவை இயக்குநர்கள் வாக்கெடுப்பு நடத்தி முறையாக நிறைவேற்றப்பட வேண்டும். நிறுமச்சட்டம் 2013 பிரிவு 47யின் படி. ஒவ்வொரு முன்மொழிவிலும் பெரும்பான்மை பங்குனர்களின் (உறுப்பினர்கள்) ஒப்புதல் தேவைப்படும். முன்மொழிவுக்கு வாக்கு அளிக்கும் உரிமை பங்குனர்களுக்கு உண்டு.

வாக்கெடுப்பு நடைமுறைகள் (Procedures of Voting)

வாக்கெடுப்பில் இரண்டு வேறுபட்ட நடைமுறைகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

திறந்த நடைமுறை
இரகசிய நடைமுறை

I. திறந்த நடைமுறை (Open Procedure)

இம்முறையில் அனைத்து உறுப்பினர்களும் கூடியிருக்கும் கூட்டத்தில் ஒரு உறுப்பினர் யாருக்கு வாக்களிக்கிறார் என மற்றவருக்கு தெரியும் வகையில் வாக்கெடுப்பு நடத்தப்படும். இம்முறையில் வாக்கெடுப்பில் எவ்வித ஒளிவு மறைவும் இருக்காது இம்முறை வாக்கெடுப்பில் பின்வரும் முறைகள் உள்ளடங்கும்.

அ. குரல் வாக்கெடுப்பு (By Voice)

இம்முறை வாக்கெடுப்பு ஒரு பிரபலமான முறையாகும். இத்தகைய வாக்கெடுப்பு முறையை மிகவும் சிக்கலான அல்லது முரண்பாடுடைய விஷயங்களுக்கு முடிவு எடுக்க பயன்படுத்துவதில்லை.

தலைவர் ஒரு முடிவை முன்மொழிந்து அதற்கு ஆதரவாக உள்ளவர் "ஆம்" என்று குரலை உயர்த்தி கூறவேண்டும். பின்னர் அம்முடிவிற்கு மறுப்பவர்கள் "இல்லை" என குரலை உயர்த்தி கூற வேண்டும். தலைவர் இவ்விரு வேறுபட்ட ஓசையையும் நன்கு கூர்ந்து கவனித்து தனது முடிவை தெரிவிப்பார். இந்த முடிவுக்கு தலைவரே முழுமையான பொறுப்பேற்க வேண்டும். ஒரு சர்ச்சைக்குரிய விஷயதிற்கு ஓசையை எழுப்புவதன் மூலம் தீர்வு காண முடியாது. இம்முறை ஒரு அறிவியல் சார்ந்த முறையல்ல, இங்கு வாக்குகள் எண்ணப்படுவதில்லை ஒரு நபரை ஒரு பதவிக்கு தேர்ந்தெடுக்க இம்முறையை பரிந்துரைக்கப்படுவதில்லை.

ஆ. கைகளை உயர்த்துவதன் மூலம் வாக்கெடுப்பு (By Show of Hands)

நிறுமச்சட்டம் பிரிவு 177ன் படி மறைமுக வாக்கெடுப்பு நடைமுறை பின்பற்ற தேவையில்லாத விஷயங்களுக்கு தலைவர் உறுப்பினர்களை அழைத்து ஒரு முன்மொழிவுக்கு ஆதரவாக உள்ளவர்களை கையை உயர்த்த சொல்லி. சில உறுப்பினர்கள் உதவியுடன் எண்ணிக்கொண்டு பின்னர் எதிராக உள்ளவர்களை கையை உயர்த்த சொல்லி எண்ணிக்கொள்ள வேண்டும் பின்னர் முடிவை எண்ணிக்கையின் அடிப்படையில் தலைவர் வெளியிடுவார். இம்முறையில் ஒரு உறுப்பினர் இரண்டு கைகளையும் உயர்த்த வாய்ப்பு உள்ளது மேலும் ஆதரவாகவும், எதிராகவும் ஒரே உறப்பினர் இரண்டு முறை கையை உயர்த்த வாய்ப்பு உள்ளது. இம்முறையில் உள்ள குறைபாடாகும். மிக அதிக உறுப்பினர் கொண்ட கூட்டத்தில் இம்முறை வாக்கெடுப்பை பின்பற்ற முடியாது.

II. இரகசிய வாக்குமுறை (Secret Procedure)

ஒரு உறுப்பினர் அளிக்கும் வாக்கு மற்ற உறுப்பினர்களால் அறிந்துகொள்ள முடியாத வகையில் இரகசியமாக வாக்கெடுப்பு நடத்தப்படுவதை இரகசிய வாக்கு முறை என்கிறோம். சில சிக்கல்களுக்கு முடிவு எடுக்க இம்முறை பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஒரு உறுப்பினர் அளிக்கும் வாக்கு மிகவும் இரகசியமாக பாதுகாக்கப்படுவதால் இரகசிய வாக்கெடுப்பு முறை ஒரு பிரபலமான முறையாகும்.

அ) வாக்கு சீட்டு முறை (By Ballot)

இம்முறையில் வரிசை எண் இடப்பட்ட வாக்கு சீட்டு ஒவ்வொரு உறுப்பினருக்கும் தரப்படும். அதில் உறுப்பினர் ஒரு இரகசிய அறையில் தனது விருப்பத்தை x அல்லது குறியிட்டு வைக்கப்பட்டிருக்கும் பெட்டியில் போட வேண்டும். ஓட்டு எண்ணுபவர்கள் அல்லது வேட்பாளரின் முகவர்களின் முன்னிலையில் அப்பெட்டியை திறந்து வாக்குகள் எண்ணப்படும். இதில் தவறான முறையில் அளிக்கப்பட்ட வாக்கு சீட்டுகளை நிராகரித்த பிறகு மீதமுள்ள சீட்டுகளை எண்ணி முடிவுகளை அறிவிக்கப்படும்.

ஆ) அஞ்சல் வாக்கு (Postal Ballot:)

மிகப்பெரிய நிறுமங்கள் அல்லது பெரிய சங்கங்களுக்கு பல நாடுகள் தழுவிய அளவில் உறுப்பினர்கள் இருக்கலாம். வாக்குச் சாவடிக்கு வர இயலாத உறுப்பினர்களும் வாக்களிக்கும் வகையில் வரிசை எண் இடப்பட்ட வாக்குச் சீட்டுகள் மூலம் வாக்குச் சீட்டு அஞ்சல் மூலம் அனுப்பப்படும் உறுப்பினர்கள் தங்களது வாக்குகளை பதிவு செய்து அஞ்சல் மூலம் மூடப்பட்ட அஞ்சல் உறையிலிட்டு அனுப்புவார்கள். வாக்கு சீட்டு பெட்டிகள் திறக்கும் போது இவ்வாறு பெறப்பட்ட அஞ்சல் உறைகள் திறக்கப்பட்டு எண்ணிக்கையுடன் சேர்க்கப்படும். உடல் ஊனமுற்ற அல்லது வாக்குப்பதிவு நடைபெறும் இடத்திற்கு வெகு தூரத்தில் வாழ்ந்து கொண்டு இருக்கும் உறுப்பினர்களும் வாக்களிக்க இம்முறை பின்பற்றபடுகிறது.

நிறுமத்தை பொறுத்த வரையில் பங்கு முதல் கொண்டு வரையறுக்கப்பட்ட நிறுமத்தில் பங்கு விகிதாச்சாரத்தின் அடிப்படையில் வாக்குகளை பிரித்துக் கொள்ளும் முறையை குறிக்கும்.

குறைவெண் (QUORUM)

ஒரு தனிநபர் கூட்டமாக முடியாது. ஒரு நிறும கூட்டத்தை கூட்டுவதற்கு குறைந்தளவு நபர்களாவது தேவை. அத்தகைய குறைந்தளவு நபர்களின் எண்ணிக்கையை குறைவெண் என அழைக்கிறோம்.

பகராள் (PROXY)

நிறுமக்கூட்டத்தில் ஒரு பங்குநரின் பிரதிநிதியாக செயல்பட்டு பங்குநரின் முடிவுகளை செயல்படுத்தும் முகவரை பகராள் எனலாம். இவர் கூட்டத்தில் கலந்து கொள்ள முடியும். ஆனால் வாக்களிக்க முடியாது.

கலைச்சொற்கள்

செயலாளர்	கூட்டம்	குழு
தீர்மானம்	வாக்கெடுப்பு	எடுத்தல்

எதிர்கால கற்றலுக்கு

நிறும செயல்பாடுகள் தொடர்பான வலைதளங்களை பார்வையிடுக.

www.bseindia .com

சூழல் ஆய்வு

1. முரளி விக்கி நிறுமத்தின் செயலர் திரு. ரஜினி பிரசாத் இயக்குனரவையின் தீர்மானத்தை முன்வைத்து செயலர் என்ற முறையில் அதன் வங்கிக்கு ஒரு கடிதத்தில் கையொப்பமிட்டு அனுப்பியிருந்தார். அதில் நிறும அமைப்பு முறையேடு மற்றும் சங்க நடைமுறை விதிகளின் படி மூன்று இயக்குநர்களில் ஏதேனும் இரண்டு இயக்குநர்கள் கையொப்பமிட்டிருந்தால் காசோலையை மதித்து பணம் செலுத்தலாம் என கூறப்பட்டிருந்தது. மாதிரி கையொப்பமும் இணைக்கப்பட்டிருந்நது. அக்கடிதத்தில் கூறப்பட்டிருந்த படி வங்கியும் காசோலைக்கு பணம் செலுத்தி விட்டது. ஆனால் இயக்குநர்கள் மற்றும் செயலர்கள் முறைப்படி பணிநியமனம் செய்யப்படவில்லை. இந்த நிலையில் இக்காசோலைக்கு நிறுமம் எவ்வாறு கட்டுப்படுத்தப்பட்டது என்று விளக்குக.

www.tnschoolbooks.in

2. முத்துமணி நிறுமத்திற்கும் அதன் இயக்குநர்களில் ஒருவரான திரு.விக்கி என்பவருக்கிடையேயான ஒப்பந்தம் ஒப்புதல் பெற ஆண்டு பொதுக்கூட்டத்தில் முன்மொழியப்பட்டது. திரு.விக்கி அந்நிறுமத்தின் பெரும்பான்மையான பங்குகளை வைத்திருக்கிறார். அவர் அத்தீர்மானத்திற்கு சாதகமாகவும் மற்ற இயக்குநர்கள் அத்தீர்மானத்திற்கு எதிராகவும் வாக்களித்தனர். தீர்மானம் பெரும்பான்மை வாக்குகளில் நிறைவேற்றப்பட்டது. இந்த ஒப்பந்தம் நிறுமத்தை எவ்வாறு கட்டுப்படுத்தும் என விளக்குக.

பயிற்சி

6AHY5

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. நிறுமத்தின் செயலர் அந்த நிறுமத்தின் ஓர் __________ ஆவார்.

அ) உறுப்பினர்

ஆ) இயக்குநர்

இ) தன்னிச்சையான ஒப்பந்ததாரர்

ஈ) ஊழியர்

2. யார் ஒருவர் நிறுமத்தின் செயலாளராக முடியும்

அ) தனிநபர் ஆ) கூட்டாண்மை நிறுமம்

இ) கூட்டுறவு சங்கம் ஈ) தொழிற்சங்கம்

3. __________ கூட்டம் நிறுமத்தின் வாழ்நாளில் ஒரு முறை மட்டுமே கூட்டப்படும்.

அ) சட்டமுறை ஆ) ஆண்டுப்பொது

இ) சிறப்பு ஈ)வகுப்பு

4. நிறுமத்தின் ஆண்டுப் பொதுக் கூட்டத்தில் __________ க்கு பேச உரிமை இல்லை.

அ) தணிக்கையாளர் ஆ) பங்குநர்

இ)பகராள் ஈ)இயக்குநர்

5. நிறுமம் பதிவு செய்யப்பட் நாளிலிருந்து __________ மாதத்திற்குள் முதல் ஆண்டு பொதுக்கூட்டத்தை கூட்ட வேண்டும்.

அ) 12 ஆ) 15

இ) 18 ஈ) 21

விடைகள் :

1	ஈ	2	அ	3	அ	4	இ	5	இ

II. குறு வினாக்கள்:

1. செயலர் என்பவர் யார்?
2. "கூட்டம்" என்றால் என்ன?
3. "பகராள்" சிறு குறிப்பு வரைக.
4. "வாக்கெடுப்பு" என்றால் என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. சிறப்பு தீர்மானம் என்றால் என்ன?
2. சட்டமுறைக் கூட்டம் என்றால் என்ன?
3. சாதாரண தீர்மானம் தேவைப்படும் ஏதேனும் மூன்று செயல்பாடுகளை தருக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. பலவகையான நிறும கூட்டங்களை விளக்குக.
2. பலவகையான திறந்த மற்றும் இரகசிய வகையில் செய்யப்படும் வாக்கெடுப்பு முறைகளை விளக்குக.

குறிப்பு நூல்கள்:

1. Company Law and Secretarial Practice Dr. G.K. Varshney –Sahitya Bhawan Publications.
2. Company Meetings – KR Chandratre LexisNexis India Publications.
3. Company Law and Secretarial Practice by J. Santhi – Margham Publications.
4. Secretarial Practice – M C Kuchhal – Vikas Publishers.
5. Company Law – Dr. S.R. Myneni – Asia Law House Publishers.
6. Company Law and Secretarial Practice – Dr. PMS .Abdul Gaffoor and Dr.S. Thothadri vijay Nicole imprints private limited.
7. Company Law and Secretarial Practice – N.D.Kapoor – Sultan chand & Sons Publications.

சட்டமுறை கூட்ட அறிவிப்பிற்கான மாதிரி நோட்டிஸ்
நித்திலின் தயாரிப்பு நிறுமம்
பதிவு அலுவலக முகவரி

இதன் மூலம் அறிவிப்பது என்னவெனில் நிறுமத்தின் சட்டமுறை கூட்டம் நிறும பதிவு அலுவலகம் அமைந்துள்ள _________ இடத்தில் 2018 _______ அன்று காலை/மாலை ________ மணியளவில், சட்டமுறை அறிக்கை மற்றும் இன்னும் பிற வியாபார கருத்துகள் குறித்த ஆலோசிக்க கூட்டம் நடைபெற உள்ளது.

சட்டமுறை அறிக்கையின் படிவம் இணைக்கப்பட்டுள்ளது.

அவையின் உத்தரவின்படி

நித்தியின் தயாரிப்பு நிறுமத்திற்காக

தேதி :

இடம் :

குறிப்பு :

கூட்டத்தில் கலந்து கொண்டு வாக்களிக்க முடியாத உறுப்பினர்கள் அவர்களுக்கு பதிலாக ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட பகராள்களை நியமிக்கலாம். பகராள் உறுப்பினராக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. பகராள் கூட்டம் தொடங்குவதற்கு 48 மணி நேரத்திற்கு முன் நிறும பதிவு அலுவலகத்தில் தெரிவித்து பதியப்பட வேண்டும்.

நிறுமச் செயலர் பணிநியமனம் மாதிரி தீர்மானம்

திருமதி.ஜெயபாரதி அவர்கள் விதி 2013 ன் படி நிறுமச் செயலருக்கான தேவையான தகுதிகளை பெற்றிருப்பதால் அவரை நிறும செயலராக நியமிக்க இதன் மூலம் தீர்மானிக்கப்பட்டு நிறைவேற்றப்படுகிறது. அனைத்து படிகளும் நீங்களாக ₹.55000 சம்பளத்திலும் பணிநீக்கம் செய்ய மூன்று மாதத்திற்கு முன் இருபுறத்திலிருந்தும் அறிவிக்கப்பட வேண்டும் என்ற நிபந்தனையில் பணியமர்த்த படுகின்றார்.

பொதுக் கூட்டத்தில் சிறப்பு தீர்மானத்திற்கான மாதிரிப் படிவம்

1) நிறுமப்பெயரை மாற்றம் செய்தல்

மத்திய அரசின் ஒப்புதலைப் பெற்று இதுவரை விஜயா என அழைக்கப்பட்ட நிறுமம் இனி விஜயலட்சுமி நிறுமம் என மாற்றி அழைக்கப்படும் என தீர்மானம் நிறைவேற்றப்படுகிறது.

2) பங்கு முதலை குறைத்தல்

₹.100 முகமதிப்புடைய 1000 முழுவதும் செலுத்தப்பட்ட பங்கு முதல் ₹.1,00,000 ₹.50,000 க்கு ₹.10 முகமதிப்புடைய 5000 பங்குகளாக குறைக்கப்படுகிறது என இதன் மூலம் தீர்மானம் நிறைவேற்றப்படுகிறது

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 269 19/12/2022 14:50:23

பகராள் மாதிரிப் படிவம்

அபிஷ்நவி நிறுமம்

பதிவு அலுவலகம் 45, கடலூர் சாலை, சிதம்பரம்

___________ மாவட்டத்தில் உள்ள _____________ நான்/நாங்கள் மேற்கண்ட நிறுமத்தின் உறுப்பினர்/ உறுப்பினர்கள். ____________ மாவட்டத்தை சேர்ந்த ______________ என்பவரை எனது/எங்களது பகராளாக நியமித்து எனக்கு/ எங்களுக்கு எனது/எங்களது சார்பாக வருகிற 2018 ஜீலை 12 திங்கட்கிழமை மதியம் 3 மணியளவில் நடைபெறும் 25வது ஆண்டு பொதுக்கூட்டத்தில் கலந்துக் கொண்டு எங்களது முடிவை நிறைவேற்ற அமர்த்தப்படுகிறார்.

தேதி :

கையொப்பம் :

முகவரி :

குறிப்பு

1. பகராள் உறுப்பினராக இருக்க வேண்டியதில்லை.
2. பகராள் முறையாக முத்திரைவில்லை ஒட்டி கையொப்பம் இட்ட ஒப்புதல் கூட்டம் தொடங்க 48 மணி நேரத்திற்கு முன் பதிவு அலுவலகத்தில் சேர்க்கப்பட வேண்டும்.

12th Commerce Tamil Unit 10.indd 270 19/12/2022 14:50:23

அருஞ்சொற்கள்

அகத்தொழில் முனைபவர்	Intrapreneur
அணுகுமுறை	Attitude
அதிகார சங்கிலி	Scalar Chain
அமைப்பு	Organisation
அரசுப் பத்திரம் (முறி)	Government Bonds
அவமதிப்பு	Dishonour
அழுகும் தன்மையுள்ள	Perishable
அறுதியிடல்	Assurance
ஆவணம்	Instrument
ஆளுமை	Personality
ஆற்றல்மிக்க பணியாளர்கள்	Workforce
இயக்குநரக பதிவேடு	Directorial Register
இயக்குநர்	Director
இயக்குநர் குழுமம்	Board of Directors
உண்மைக்கு புறம்பான அறிவிப்பு	Misrepresentation of Facts
உபரி	Surplus
உரிமை மாற்றம்	Assignability
உரிமைப் பங்குகள்	Right shares
உரையிடுதல்	Wrapping
உழைப்புக்கான சாதாரணப் பங்குகள்	Sweat Equity shares
ஊகவணிகர்கள்	Speculators
ஊரகச் சந்தை	Rural marketing
எதிர்மறைச் சிந்தனையாளர்	Pessimistic
ஏலமிடுகை	Auctioning
ஒத்திசைவு	Harmonise
ஒரு நபர் நிறுமம்	One Person Company
ஒருங்கிணைப்பு	Co-ordination

கடனீட்டுப் பத்திரம்	Debentures
கடன் சந்தை	Debt Market
கட்டமைப்பு	Structured
கட்டுப்படுத்துதல்	Control
கருத்து சந்தை	Content Marketing
கருவூலச் சீட்டு	Treasury Bills
கலப்பு பொருளாதாரம்	Mixed Economy
காசோலை	Cheque
காலம் கடத்தும் பழமைவாதம்	Fabian
கீறலிடுதல்	Crossing
குழு	Committee
குறைதீர்ப்பு செயல்முறை	Grievance Redressal Mechanism
கூட்டுருவாக்கம்	Incorporation
கொணர்பவர்	Bearer
கொள்முதல்	Procurement
சமதர்ம பொருளாதாரம்	Socialistic Economy
சமூகச் சந்தை	Social marketing
சுழற்சி	Turnover
சுற்றுச்சூழல்	Environment
செயலர்	Secretary
செயலூக்கம்	Motivation
சேவை சந்தையிடுகை	Services marketing
சோம்பலான தொழில்முனைவோர் / மந்தமான	Drone
தகுதியான	Potential
தரகர்கள்	Brokers
தனி வணிகர்கள்	Jobbers
தனித்தன்மை	Unique
தன்னிச்சையான	Spontaneous

திருப்தி	Satisfaction
திறனாய்வு	Aptitude
தீர்மானம்	Resolution
தீர்மானித்தல்	Determined
தீர்வகம்	Clearing House
தூண்டப்பட்ட	Induced
தேர்வு	Selection
தேர்வு (சோதனை)	Tests
தேவை / அவசியம்	Necessity
தொழிலாளர்கள் இடம் பெயர்தல் / சுழற்சி	Turnover
தொழில்	Profession
தொழில் முனைவு	Entrepreneurship
தொழில் முனைவோர்	Entrepreneur
நம்புறுதி	Warranties
நிகழ்தகவு / ஐயப்பாடுடைய	Contingent
நிதிசார் சந்தை	Financial Market
நிர்வாகம்	Administration
நிலைப்படுத்து	Stabilize
நிறுமத் தோற்றுவிப்பாளர்	Promoter
நீக்குதல்	Terminate
நுகர்வு	Consumption
நுகர்வோரியல்	Consumerism
நுகர்வோர்	Consumer
நுகர்வோர் இயக்கம்	Consumer movement
நுகர்வோர் உரிமைகள்	Consumer rights
நுகர்வோர் கடமைகள்	Consumer duties
நுகர்வோர் குறைபாடுகள்	Consumer Grievances
நுகர்வோர் நலநிதி	Consumer welfare fund
நுகர்வோர் பாதுகாப்பு	Consumer protection

நுகர்வோர் பொறுப்புகள்	Consumer responsibilities
நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு	Consumer Awareness
நுண்ணிய மற்றும் பேரின சுற்றுச்சூழல்	Micro and Macro Environment
நேர்காணல்	Interview
நேர்மறைச் சிந்தனையாளர்	Optimistic
நொடிப்பு	Insolvency
பகிர்வு	Distribution
பகுதி சட்டத்துறை	Quasi-Legislative
பகுதி செயலாக்கம்	Quasi-Executive
பகுதி நீதித்துறை	Quasi-Judicial
பங்களிப்பு	Contribution
பங்காணை	Share warrant
பங்கு சந்தை	Equity Market
பங்கு சான்றிதழ்	Share certificate
பங்கு மாற்றம்	Stock Exchange
பங்கு மூலதனம்	Share capital
பசுமைச் சந்தை	Green marketing
பணக் கொள்கை	Monetary policy
பணச் சந்தை	Money Market
பணி முனைவு	Job offer
பணியமர்த்தல்	Placement
பணியமர்த்தல்	Recruitment
பதிவு அலுவலகம்	Registered Office
பயன்பாடு	Utility
பயிற்சி	Training
பரிந்துரை சந்தை	Referral Marketing
பற்றுரிமை	Lien
பாதுகாத்தல்	Preservation
புதிய வெளியீட்டுச் சந்தை	New Issue Market

www.tnschoolbooks.in

புதுமை	Innovation
புலனாய்வு	Investigation
புறத்தோற்றமற்ற பத்திரக் கணக்கு	Demat-account
பூர்த்தி செய்தல்	Completion
பொருள் மாற்றியம்	Commodity Exchange
மக்களியியல்	Demography
மதிப்பிடல்	Appraisal
மதிப்பீடு	Evaluation
மதிப்பு முறை	Value system
மறுஇடஅமைவு	Relocation
மனித வளம்	Human Resource
மாதிரியை பின்பற்றுபவர்	Imitative
மாவட்ட குறைதீர்வு மன்றம்	District Forum
மாற்று	Change
மாற்று முறைத்தன்மை	Negotiability
மாற்றுச் சீட்டு	Bills of Exchange
மாற்றுப் பெயரிடப்பட்ட	Rechristended
மிகையுதிய பங்குகள்	Bonus shares
மின்னணு சந்தையிடல்	Electronic marketing
மின்னணு வர்த்தகம்	e-tailing
மின்பொருளாக்கம்	Dematerialization
முடிவெடுத்தல்	Decision-Making
முதலாளித்துவ பொருளாதாரம்	Capitalistic Economy
முதலீட்டாளர்கள்	Investors
முரண்பாடு	Conflict
முறை	System
முன்மொழிதல்	Motion
மூலதனச் சந்தை	Capital Market
மூன்றடுக்கு நீதிமன்றம்	Three Tier Court

மேம்பாடு	Development
மேலாண்மை	Management
மேலாண்மை	Management
மேலாண்மை இயக்குநர்	Managing Director
மேலாதிக்கம்	Dominant
மேலெழுதுதல்	Endorsement
மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி	GDP
ரொக்க குறிப்பு	Cash memo
ரொக்க ரசீது	Cash receipt
வகைப்படுத்துதல்	Grading
வணிகச் சீட்டு	Commercial Bills
வணிகத் தாள்	Commercial Papers
நிதிக் கொள்கை	Fiscal policy
வாக்குறுதித் தாள் / கடனுறுதிச் சீட்டு	Promissory Note
வாக்குரிமை	Voting Rights
வாங்குவோரே விழித்திரு தத்துவம்	Caveat Emptor
விசுவாசம்	Loyalty
விண்ணப்பம்	Application
விதை முதல்	Seed capital
விற்பனையாளரே விழித்திரு தத்துவம்	Caveat venditor
வீச்சு எல்லை	Span
வெற்று	Blank
வேட்டையாடுதல் / கவர்தல்	Poaching
வேண்டப்படாத / கோரப்படாத	Unsolicited
வைப்பகம்	Depository
வைப்புச் சான்றிதழ்	Certificate of Deposits

Glossary.indd 273 19/12/2022 14:51:27

வணிகவியல் மேல்நிலை இரண்டாம் ஆண்டு

நூலாசிரியர்கள் மற்றும் மேலாய்வாளர்கள்

பாடவல்லுநர்கள்

முனைவர். தீ. இளங்கோவன்
பேராசிரியர் மற்றும் துறைத் தலைவர், வணிகவியல் துறை,
அண்ணாமலைப் பல்கலைக் கழகம்,
அண்ணாமலை நகர், சிதம்பரம், கடலூர் மாவட்டம் – 608 002.

மேலாய்வாளர்கள்

முனைவர்.கே. பத்மநாபன்
பேராசிரியர், வணிகவியல் துறை,
அண்ணாமலைப் பல்கலைக் கழகம்,
அண்ணாமலை நகர், சிதம்பரம், கடலூர் மாவட்டம் – 608 002.

முனைவர்.கே. சுந்தர்
இணைப் பேராசிரியர், வணிகவியல் துறை,
அண்ணாமலைப் பல்கலைக் கழகம்,
அண்ணாமலை நகர், சிதம்பரம், கடலூர் மாவட்டம் – 608 002.

முனைவர்.கே. முருகதாஸ்
இணைப் பேராசிரியர், வணிகவியல் துறைத் தலைவர்,
பெரியார் அரசு கலைக் கல்லூரி,
கடலூர்–1.

முனைவர்.டி. திருப்பதி
உதவிப் பேராசிரியர் மற்றும் வணிகவியல் துறைத் தலைவர்,
அரசு கலைக் கல்லூரி (தன்னாட்சி),
சேலம்–7.

திரு. ஆர்.ரமேஷ்
துணை முதல்வர் மற்றும் முதுகலை ஆசிரியர்,
டிரினிடி அகாடமி மெ.மே.நி.பள்ளி,
மோகனூர் ரோடு,
நாமக்கல் – 637 002.

SCERT ஒருங்கிணைப்பாளர்

திரு.பி. ரவி
முதுகலை ஆசிரியர்,
பிரெசிடென்ஸி மகளிர் மே.நி.பள்ளி,
சென்னை.

கலை மற்றும் வடிவமைப்புக் குழு

பக்கவடிவமைப்பாளர்

ஸ்ரீதர் வே
பிரசாந்த் சி
அடிசன் ராஜ் அ
டேனியல் அ
அடைக்கல ஸ்டீபன் சி

தரக்கட்டுப்பாடு

அருண் காமராஜ் பழனிசாமி
ராஜேஷ் தங்கப்பன்

அட்டை வடிவமைப்பு

கதிர் ஆறுமுகம்

ஒருங்கிணைப்பாளர்

ரமேஷ் முனிசாமி

பாடநூல் ஆசிரியர் குழு

முனைவர்.எம். திருநாராயணசாமி
உதவிப் பேராசிரியர், வணிகவியல் துறை,
அரசு கலைக் கல்லூரி,
புத்தூர், நாகை மாவட்டம்.

முனைவர்.ஜே. பரமசிவம்
உதவிப் பேராசிரியர், வணிகவியல் துறை,
திருகொளஞ்சியப்பர் அரசு கலைக் கல்லூரி.
விருதாச்சலம். கடலூர் மாவட்டம்.

முனைவர்.எம். ஜெயா
இணைப் பேராசிரியர் மற்றும் வணிகவியல் துறைத் தலைவர்,
ஆசான் மெமோரியல் அரசு கலைக் கல்லூரி,
சென்னை.

திரு. எஸ். ராஜேந்திரன்
முதுகலை ஆசிரியர்,
அரசு கள்ளர் மே.நி.பள்ளி,
வி.கல்லப்பட்டி,
மதுரை – 625 529.

திரு. ஆர். சண்முகசுந்தரம்
முதுகலை ஆசிரியர்,
அரசு ஆண்கள் மே.நி.பள்ளி,
பாண்டமங்கலம்,
நாமக்கல் – 637 208.

முனைவர்.பி. செந்தில் குமார்
கௌரவ விரிவுரையாளர், வணிகவியல் துறை,
திருவள்ளுவர் அரசு கலைக் கல்லூரி,
ராசிபுரம், நாமக்கல் மாவட்டம்.

முனைவர்.எம். ராஜராஜன்
உதவிப் பேராசிரியர், வணிகவியல் துறை,
அண்ணாமலைப் பல்கலைக் கழகம்,
அண்ணாமலை நகர், சிதம்பரம், கடலூர் மாவட்டம் – 608 002.

முனைவர்.கே. தமிழ்ச்செல்வன்
உதவிப் பேராசிரியர், வணிகவியல் துறை,
அரசு கலைக் கல்லூரி,
மணல்மேடு, நாகை மாவட்டம்.

முனைவர். எஸ். நவநீதகிருஷ்ணன்
முதுகலை ஆசிரியர்,
அரசு மே.நி.பள்ளி,
டி.அய்யன்கோட்டை
மதுரை.

EMIS தொழில்நுட்பக் குழு

இரா.மா.சதீஸ்
மாநில ஒருங்கிணைப்பாளர் தொழில்நுட்பம்,
கல்வி மேலாண்மை தகவல் முறைமை,
ஒருங்கிணைந்த பள்ளிக்கல்வி இயக்ககம்.

இரா. அருண் மாருதி செல்வன்,
தொழில்நுட்ப திட்டபணி ஆலோசகர்,
கல்வி மேலாண்மை தகவல் முறைமை,
ஒருங்கிணைந்த பள்ளிக்கல்வி இயக்ககம்.

க. ப. சத்தியநாராயணா,
தகவல் தொழில்நுட்ப ஆலோசகர்,
கல்வி மேலாண்மை தகவல் முறைமை,
ஒருங்கிணைந்த பள்ளிக்கல்வி இயக்ககம்.

இந்நூல் 80 ஜி.எஸ்.எம் எலிகண்ட் மேப்லித்தோ தாளில் அச்சிடப்பட்டுள்ளது.
ஆப்செட் முறையில் அச்சிட்டோர்: