அத்தியாயம் 17 . சந்தை மற்றும் சந்தையிடுகையாளர்

குறு வினாக்கள்

1. **தெரிவிக்கும் உரிமை (Right to be informed) பற்றி சிறு குறிப்பு வரைக.**
    - பொருட்களை வாங்கும்பொழுது. நுகர்வோர் அப்பொருட்களைப் பற்றிய அனைத்து விதமான தகவல்களையும் கேட்டுப் பெற வேண்டும்.
    - விளம்பரம் மற்றும் பெயரிடல் செயல் மூலம் பொருட்களைப் பற்றிய விவரம் அதன் கட்டுமம் மீது தெளிவாக வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டும்.
    - இதன் உட்பொருள் என்னவென்றால் பொருட்களை உற்பத்தி செய்பவரும், விநியோகிப்பவரும், அப்பொருட்களைப் பற்றிய தகவல்களை முழுமையாக வெளிப்படுத்த வேண்டும்.

---

2. **பாதுகாப்பு உரிமை பற்றி நீவிர் புரிந்து கொண்டது என்ன?**
    - 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.

---

3. **ஜான் F கென்னடி கூறிய நுகர்வோர் உரிமைகள் யாவை?**
    1) பாதுகாப்பில் உரிமை
    2) தகவல் பெறும் உரிமை
    3) தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை
    4) கேட்கும் உரிமை

---

4. **வணிகத்தின் தலையாய நோக்கங்கள் யாவை?**
    - நுகர்வோரின் தேவை மற்றும் விருப்பங்களை தெரிந்து, அதனை நிறைவேற்றுவது, வணிகத்தின் தலையாய மற்றும் முதன்மையான நோக்கங்கள் ஆகும்.

---

5. **தரமுடைய பொருட்கள் வாங்கும்போது நுகர்வோர் மனதில் வைத்துக் கொள்ள வேண்டிய முக்கிய அம்சங்கள் யாவை?**
    - தரமுடைய பொருட்கள் வாங்கும்போது, நுகர்வோர் ISI, அக்மார்க், FPO போன்ற தரக்குறியீடு சான்றுகளை மற்றும் அடையாளக் குறியீடுகளை இருக்கிறதா என்று பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.

சிறு வினாக்கள்

1. நிவாரணத்திற்கான உரிமைகள் பற்றி நீவிர் அறிந்தது என்ன?
    - ❖ 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.

2. நுகர்வோர் உரிமைகள் - வரையறு
    - ❖ முன்னாள் அமெரிக்க ஜனாதிபதி திரு. ஜான் F கென்னடி அவர்கள், "அடிப்படையான நுகர்வோர் உரிமை என்பது, பாதுகாப்பில் உரிமை, தகவல் பெறும் உரிமை, தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை மற்றும் கேட்கும் உரிமை" என்று கூறுகிறார்.

3. ஆரோக்கியம் மற்றும் பாதுகாப்பு தொடர்பான பாதுகாப்பு உரிமைகள் பற்றி நீவிர் அறிவது என்ன?
    - ❖ சில தயாரிப்புப் பொருட்கள் நுகர்வோரின் உடல் நலம், சொத்துக்கள் மற்றும் வாழ்வு முறையில் அபாயத்தை ஏற்படுத்தக் கூடியதாக இருக்கலாம்.
    - ❖ அத்தயாரிப்புகள் நுகர்வோரின் நலனுக்கு தீங்கு விளைவிக்க கூடியதாக இருக்கலாம்.

      <u>உதாரணம்</u> :

      உணவு சேர்க்கைகள், நிறமிகள், உணவுப்பாதுகாப்பு இரசாயனங்கள் ஆகியவை ஆகும்.
    - ❖ உடல்நலக் கோளாறுகள் மற்றும் ஆரோக்கிய அபாயங்கள் எழும் வாய்ப்புகள் முற்றிலும் அழிக்கப்பட வேண்டும் அல்லது முற்றிலும் குறைக்கப்பட வேண்டும்.
    - ❖ உணவுகள் மற்றும் மருந்துகள் நுகர்வோரின் உயிரைக் காப்பாற்றுவதாகவும், உயிருக்கு பாதுகாப்பு அளிப்பதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

பெரு வினாக்கள்

1. நுகர்வோரின் உரிமைகள் யாவை?

   1) <u>உடல்நலம் பாதுகாப்பு மற்றும் பாதுகாப்பிற்கான உரிமை</u>
    - ❖ சில தயாரிப்புப் பொருட்கள் நுகர்வோரின் உடல் நலம், சொத்துக்கள் மற்றும் வாழ்வு முறையில் அபாயத்தை ஏற்படுத்தக் கூடியதாக இருக்கலாம்.
    - ❖ அத்தயாரிப்புகள் நுகர்வோரின் நலனுக்கு தீங்கு விளைவிக்க கூடியதாக இருக்கலாம்.

      <u>உதாரணம்</u> :

      உணவு சேர்க்கைகள், நிறமிகள், உணவுப்பாதுகாப்பு இரசாயனங்கள் ஆகியவைஆகும்.
    - ❖ உடல்நலக் கோளாறுகள் மற்றும் ஆரோக்கிய அபாயங்கள் எழும் வாய்ப்புகள் முற்றிலும் அழிக்கப்பட வேண்டும் அல்லது முற்றிலும் குறைக்கப்பட வேண்டும்.
    - ❖ உணவுகள் மற்றும் மருந்துகள் நுகர்வோரின் உயிரைக் காப்பாற்றுவதாகவும் உயிருக்கு பாதுகாப்பு அளிப்பதாகவும் இருக்க வேண்டும்.

   2) <u>தகவல் பெறும் உரிமை</u>
    - ❖ பொருட்களை வாங்கும்பொழுது, நுகர்வோர் அப்பொருட்களைப் பற்றிய அனைத்து விதமான தகவல்களையும் கேட்டுப் பெற வேண்டும்.
    - ❖ விளம்பரம் மற்றும் பெயரிடல் செயல் மூலம் பொருட்களைப் பற்றிய விவரம் அதன் கட்டுமம் மீது தெளிவாக வெளிப்படுத்தப்பட வேண்டும்.

- இதன் உட்பொருள் என்னவென்றால் பொருட்களை உற்பத்தி செய்பவரும், விநியோகிப்பவரும், அப்பொருட்களைப் பற்றிய தகவல்களை முழுமையாக வெளிப்படுத்த வேண்டும்.

3) <u>தேர்ந்தெடுக்கும் உரிமை</u>

- நவீன சந்தையியலின் தத்துவம் மற்றும் தலையாய நோக்கம் என்பது, நுகர்வோரை திருப்தி செய்வது என்பதாகும்.
- நுகர்வோரை உச்சபட்ச அளவில் திருப்திபடுத்துவதன் மூலம், ஒரு அறிவார்ந்த வியாபாரி அல்லது உற்பத்தியாளர் தனது இலாபத்தை அதிகப்படுத்திக் கொள்கிறார்.
- "தேர்வு" என்பது பரந்த வழிகளில் தரம், வியாபாரக் குறியீடு, நியாயமான விலை போன்றவற்றின் அடிப்படையில் பொருட்களை தேர்ந்தெடுப்பதாகும்.

4) <u>செவிமடுக்கும் உரிமை</u>

- 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.

5) <u>நிவாரணம் காணும் உரிமை</u>

- 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.

6) <u>வாழ்க்கைத் தர உரிமை</u>

- வாழ்வின் தரம் என்பது, சமுதாயத்தில் மக்கள் நலமாக இருப்பதைக் குறிக்கும் மற்றும் மக்கள் வாழும் சூழலின் தனிப்பட்ட மற்றும் நல்வாழ்வைக் குறிக்கிறது.
- உற்பத்தியாளர்களால் வெளியேற்றப்படும் கழிவுகள் மற்றும் கழிவு நீரினால், சுற்றுப்புறச் சூழல் மற்றும் மனிதர்களை பாதிக்காத வண்ணம் இருக்க வேண்டும்.

7) <u>அடிப்படைதேவைகளுக்கான உரிமை</u>

- ஒவ்வொரு நுகர்வோருக்கும் அடிப்படைத் தேவைகளான உணவு, உடை மற்றும் சுத்தமான நீர் மற்றும் ஆரோக்கியமான சூழலுக்கான அடிப்படைகளை பெறுவதற்கு உரிமை உண்டு.

8) <u>நுகர்வோர் பாதுகாப்பு உரிமை</u>

- 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.

9) **<u>நுகர்வோர் கல்வி உரிமை</u>**

- ❖ 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.

2. **நுகர்வோரின் கடமைகளை விளக்குக?**

1) தரமோன பொருட்களை நியாமன விலையில் வாங்குதல்
2) பொருட்களை வாங்குவதற்கு முன் அதன் எடையையும் மற்றும் அளவையும் உறுதிப்படுத்துதல்
3) விவர அட்டையை கவனமாக படித்தல்
4) தவறான மற்றும் கவர்ச்சிகரமான விளம்பரங்கள் மீது எச்சரிக்கையாக இருத்தல்
5) தவறான திட்டங்கள் - இலவச பொருள்களுக்காக தவறான பொருட்களை வாங்குவதை தவிர்த்தல்
6) ரொக்க ரசீதை உறுதி செய்தல்
7) புகழ்மிக்க கடையிலிருந்து பொருட்களை வாங்குதல்
8) கள்ளச்சந்தைகளில் ஒருபோதும் பொருட்களை கொள்முதல் செய்யாமை
9) தரமான பொருட்களை வாங்குதல்
10) உற்பத்தியாளர்களின் அறிவுறுத்தல்களை பின்பற்றுதல்
11) நுகர்வோரின் உரிமைகள் பற்றிய அறிவை கொண்டிருத்தல்.

3. **நுகர்வோரின் பொறுப்புகள் யாவை?**

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 மற்றம் 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 சேவைக் குறைவு 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 1986 - ஆம் ஆண்டு நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டத்தின்படி குறைதீர்வகத்தில் உடனே முறையிட வேண்டும்.

அத்தியாயம் 18 . குறை தீர்ப்பு செயல்முறை

குறு வினாக்கள்

1. குறை தீர்ப்பு குறிப்பு வரைக.

❖ தவறான விளம்பரங்கள், தரம் குறைந்த பொருட்கள், சிறு (பின்னம்) எடைகள் மற்றும் அளவீடு, அதிகப்படியான செலவுகள் ஆகியவற்றின் மூலம் நுகர்வோர்கள் சுரண்டப்படுவதிலிருந்து, தீர்வு காண்பதற்கு குறை தீர்ப்பு என்று பெயர்

---

2. தேசிய ஆணையத்தினைப் பற்றி உனக்குத் தெரிந்ததை எழுதுக?

❖ இவ் அமைப்பு நுகர்வோர் பாதுகாப்பு சட்டம் 1986 ன் கீழ் ஒரு பகுதி நீதிமன்றமாக 1988 ஆம் ஆண்டு ஏற்படுத்தப்பட்டது.

❖ இதன் தலைமை அலுவலகம், புதுடெல்லியில் இயங்கி வருகிறது.

❖ இந்த தீர்ப்பாணையம் உச்ச நீதிமன்றத்திலிருந்து ஓய்வு பெற்ற நீதிபதியை, தலைவராக கொண்டு இயங்கி வருகிறது.

❖ இவ் அமைப்பு, தேசிய தீர்பாணையம் என்றும் அழைக்கப்பட்டு வருகிறது.

---

3. மாநில ஆணையம் என்ற பதத்தை விவரிக்கவும்.

❖ 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, தரக்குறைகள், நியாயமற்ற மற்றும் தடை செய்யும் வணிக நடைமுறை நோக்கத்திற்காக, வணிக நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அமைப்பு ஆணையம் என்ற பெயரில் துவங்கப்பட்டு வெற்றிகரமாக செயல்பட்டுவருகிறது.

---

4. மாவட்ட மன்றம் பற்றி விளக்குக?

❖ 1986 ஆம் ஆண்டின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் மற்றும் அதன் பிரிவு 9 ஆகியவற்றின் படி, ஒவ்வொரு மாவட்டத்திலும், மாவட்டத்தில் பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாக்க, ஒரு மாவட்ட மன்றம் அமைத்தல் அவசியம்.

- மாநில அரசு, அதை செய்ய தகுதியுடையதாக இருந்தால், ஒரு மாவட்ட மன்றமும், ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மாவட்ட மன்றங்களை உருவாக்க முடியும்.
- ஒரு நுகர்வோர், தனது குறைவினை நுகர்வோர் மன்றத்தில் தாக்கல் செய்யலாம்.
- மத்திய அல்லது மாநில அரசு அல்லது நுகர்வோர் குழுவிற்கும் புகார் செய்யலாம்.
- பாதிக்கப்பட்ட நபரால் மட்டுமே புகார் அளிக்கப்பட வேண்டும் என்று அவசியமில்லை.
- அவர் சார்பாக மற்றவர்களும் புகார் கொடுக்க உரிமை உண்டு.

5. புகார்களை எவ்வாறு பதிவு செய்வது?

1) குறைதீர்ப்பு முடிவடையும் தேதிக்குத் தேவையான நடவடிக்கை எடுக்கும் தேதி, 2 வருடத்திற்குள் புகார் பதிவு செய்யலாம்.
2) முத்திரைதாளில் (Shamp paper) புகார் மனு அளிக்க வேண்டிய அவசியமில்லை.
3) புகார் அளிக்க விரும்பும் நபர், தனிப்பட்ட முறையிலோ அல்லது முகவரி மூலமாகவோ அல்லது அஞ்சல் வழியாகவோ குறைதீர்ப்பு அமைப்புக்கு புகாரை அளிக்கலாம்.
4) புகார் அளிக்க வழக்கறிஞர்களை ஈடுபடுத்த வேண்டிய அவசியமில்லை.

சிறு வினாக்கள்

1. நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அவசியமா?

- நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அவசியம்
- நுகர்வோரிடம் விழிப்புணர்வைப் ஏற்படுத்தவும், நுகர்வோர் உரிமைகளை மேம்படுத்தவும் நுகர்வோர் பாதுகாப்பது அவசியம் ஆகும்

2. தேசிய ஆணையத்தின் உறுப்பினர்கள் பற்றி விவரி?

1) தேசிய ஆணையத்தில் 5 உறுப்பினர்கள் இடம் பெற்றுள்ளனர்
2) அவர்களில் ஒருவர் நீதி துறையை சார்ந்தவராக இருக்க வேண்டும்.
3) ஏனைய நபர்கள் பிறதுறைகளில், அறிவு, ஆற்றல், அனுபவம் பெற்றவராக இருக்க வேண்டும்.
4) இவ்வமைப்பில் பெண் உறுப்பினர் இருக்க வேண்டும்.

3. மாநில ஆணையத்தின் உச்சநீதி அதிகார வரம்பு என்ன?

- ₹. 20 லட்சத்திற்கு மிகையாக, ஆனால் ₹. 1 கோடிக்குள்ளாக விற்கப்பட்ட சரக்குகள் மற்றும் சேவை தொடர்பாக எழும் குறை மனுக்களை விசாரிக்கும் அதிகாரம் மாநில ஆணையத்திற்கு வழங்கப்பட்டுள்ளது.
- மாநில மன்றத்தின் தீர்ப்புகளுக்கு எதிராக மேல்முறையீடு செய்யப்பட்ட மனுக்களை விசாரித்து தீர்ப்பு வழங்கும் அதிகாரம் மாநில ஆணையத்திற்கு வழங்கப்பட்டுள்ளது.

4. மாவட்ட மன்றம் ரூ. 20 லட்சம் வரம்பு மீறுகிறது நிலைமையை விளக்குங்கள்.

- ₹. 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 ₹. 20 லட்சத்திற்கு மேலாகக் இருத்தல் கூடாது.

5. **தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பு பற்றி விவரிக்கவும்.**

- ❖ தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பு என்பது, நுகர்வோரின் உரிமை மற்றும் நலனை பாதுகாத்திட ஏற்படுத்தப்பட்ட அமைப்பை குறிக்கும்.
- ❖ தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பு, நுகர்வோர் நல நிதியிலிருந்து, பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தரத்தை ஆய்வு செய்யும், செயல் திட்டங்களுக்கு நிதி உதவி செய்கிறது.
- ❖ பொருட்களின் தர சோதனை குறித்து, நடத்தப்பட்ட ஆய்வின் கண்டுபிடிப்புகளின் விவரங்களை, பொது மக்களுக்கு வெளியீட்டு, நுகர்வோருக்கு பலதரப்பட்ட பொருட்கள் குறித்து விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துகிறது.

பெரு வினாக்கள்

1. **தேசிய ஆணையத்தின் அதிகாரங்களை விளக்குக?**

1) தேசிய தீர்ப்பாணையம் புகார் மனுக்களை விசாரிக்கும் முறைகளில், ஒருமித்த செயல்முறைகளை பின்பற்ற தனது அதிகாரத்தை செலுத்துதல்.
2) எதிர் கட்சிகளுக்கு, ஒரு கட்சியால் தயாரிக்கப்பட்ட ஆவணங்களின் படிகளை வழங்குவதில் முன்னுரிமை.
3) தேசிய ஆணையத்தால், விரைவாக ஆவணப் படிகளை, வழங்கப்பட ஆணை பிறப்பித்தல்.
4) நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டத்தின் நோக்கங்கள் சிறப்பாக செயல்படுத்த, தனது அதிகாரங்களை பயன்படுத்துதல்.
5) ஆணையம் மற்றும் மாவட்ட மன்றங்கள், தன்னிச்சையாக செயல்பட அவைகளின் அதிகாரத்தில் தலையிடாது இருத்தல்.

2. **மாநில ஆணையத்தின் ஒட்டு மொத்த செயல்திறனை விளக்குக.**

- ❖ இந்த ஆணையம் மாநில அளவில் செயல்பட்டுவருகிறது.
- ❖ இந்த அமைப்பை நுகர்வோர் குறைப்பாட்டு தீர்பாணையம் என அழைக்கப்படுகிறது.
- ❖ சரக்கு மற்றும் சேவைகள் தொடர்பாக எழும் புகார்கள் இந்த தீர்ப்பாணையத்தின் செயல் எல்லைக்குள் அடங்கும்.
- ❖ விற்கப்பட்ட சரக்கில் ஏற்படும் பழுதுகள், தரக்குறைகள், நியாயமற்ற மற்றும் தடை செய்யும் வணிக நடைமுறை நோக்கத்திற்காக, வணிக நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அமைப்பு ஆணையம் என்ற பெயரில் துவங்கப்பட்டு வெற்றிகரமாக செயல்பட்டு வருகிறது.

உறுப்பினர்கள்

- ❖ உயர்நீதி மன்றத்தின் நீதிபதியாக, சம்மந்தப்பட்ட மாநில அரசால் பதவி அமர்த்தப்பட்ட நபர், இந்த ஆணையத்தின் தலைவராக நியமிக்கப்படலாம்.
- ❖ நீதி, நேர்மை, நாணயம் கொண்ட மற்றும் போதிய அறிவு மற்றும் அனுபவம் கொண்ட நார்களையோ அல்லது பொருளாதாரம் சட்டம், வணிகம் மற்றும் தொழில் நிர்வாகம் போன்ற துறைகளின் ஏற்பட்டும் சிக்கல்களைக் கையாளும் திறனை கொண்டவர்களையும் நியமிக்கலாம்.

அதிகார எல்லை

- ❖ ₹. 20 லட்சத்திற்கு மிகையாக, ஆனால் ₹. 1 கோடிக்குள்ளாக விற்கப்பட்ட சரக்குகள் மற்றும் சேவை தொடர்பாக எழும் குறை மனுக்களை, விசாரிக்கும் அதிகாரம் மாநில ஆணையத்திற்கு வழங்கப்பட்டுள்ளது.
- ❖ மாநில மன்றத்தின் தீர்ப்புகளுக்கு எதிராக, மேல்முறையீடு செய்யப்பட்ட மனுக்களை விசாரித்து, தீர்ப்பு வழங்கும் அதிகாரம், மாநில ஆணையத்திற்கு வழங்கப்பட்டுள்ளது.

அதிகாரம்

1) மாநில மன்றம் விசாரித்த புகார்கள் அல்லது தன்வசம் விசாரணையில் உள்ள புகார்கள் தொடர்பான ஆவணங்களை கேட்டு பெற்று, ஆழ்ந்த விசாரணை செய்து, தீர்ப்பு வழங்கும் அதிகாரம் பெற்றுள்ளது.
2) கணக்கு ஏடுகள், ஆவணங்கள் மற்றும் பொருட்களை மாநில நுகர்வோர் தீர்பாணையம், தன்வசம் வைத்துக்கொள்ளவும் அல்லது மேற்கூறிய இந்த ஆவணங்களை குறைதீர்ப்பு முகமத்தில் பணிபுரியும் அலுவலர்கள் பார்வைக்கோ அல்லது ஆய்வுக்கோ வழங்க அதிகாரம் பெற்றுள்ளது.
3) மேற்கூறிய முகமையின் அதிகாரிகளுக்கு, சட்டத்தின் நோக்கத்திற்காக தேவைப்படும் தகவல்களை வழங்கும் அதிகாரம்.

மேல்முறையீட்டு மன்றம்

- மாநில நுகர்வோர் தீர்பாயம், மாவட்ட மன்றத்தின் தீர்ப்புகளை, மாற்றியமைக்கவோ அல்லது கொடுத்த தீர்ப்பை, உறுதி செய்தோ ஆணைய பிறப்பிக்க அதிகாரம் பெற்றுள்ளது.
- மாநில நுகர்வோர் தீர்பாணையில் அறிவித்த தீர்ப்பை, ஏற்று கொள்ளாத நபர், தேசிய தீர்பாணையத்தில் தீர்ப்பு அளிக்கப்பட்ட நாளிலிருந்து 30 நாட்களுக்கு, மேல்முறையீடு செய்யலாம்.

---

3. மாவட்ட மன்றம் என்ற பதத்தை விளக்கவும்.

- 1986 ஆம் ஆண்டின் நுகர்வோர் பாதுகாப்புச் சட்டம் மற்றும் அதன் பிரிவு 9 ஆகியவற்றின்படி, ஒவ்வொரு மாவட்டத்திலும், மாவட்டத்தில் பாதிக்கப்பட்ட நுகர்வோர் நலனைப் பாதுகாக்க, ஒரு மாவட்ட மன்றம் அமைத்தல் அவசியம்.
- மாநில அரசு, அதை செய்ய தகுதியுடையதாக இருந்தால், ஒரு மாவட்ட மன்றமும், ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட மாவட்ட மன்றங்களை உருவாக்க முடியும்.
- ஒரு நுகர்வோர் தனது குறைவினை நுகர்வோர் மன்றத்தில் தாக்கல் செய்யலாம்.
- மத்திய அல்லது மாநில அரசு அல்லது நுகர்வோர் குழுவிற்கும் புகார் செய்யலாம்.
- பாதிக்கப்பட்ட நபரால் மட்டுமே புகார் அளிக்கப்பட வேண்டும் என்று அவசியமில்லை.
- அவர் சார்பாக மற்றவர்களும் புகார் கொடுக்க உரிமை உண்டு.

உறுப்பினர்கள்

1) ஒரு நபர் அல்லது யார் ஒரு மாவட்ட நீதிபதியாவதற்கு தகுதியுடையவரோ, அவரை தலைவராக நியமிக்கலாம்.
2) கணக்கியல், தொழிற்துறை, பொது விவகாரங்கள் அல்லது நிர்வாகம் தொடர்பான பிரச்சினைகள் தொடர்பாக போதுமான அறிவு அல்லது அனுபவம் உள்ளவர்கள் அல்லது அவர்களது திறனை வெளிப்படுத்தக்கூடிய இரண்டு உறுப்பினர்கள், அந்த இரண்டு உறுப்பினர்களில் ஒருவர் பெண்ணாக இருக்க வேண்டும் என்று சட்டம் வலியுறுத்துகிறது.

அதிகார எல்லை

- மாவட்ட நீதிபதி அல்லது அதற்கு இணையான நபர் அதன் தலைவராக நியமிக்கப்படுகிறார்.
- மாவட்ட மன்றம், தன்னுடைய அதிகார எல்லைக்கு உட்பட்ட, கோரிக்கைகளை மட்டும் தீர்வுக்கு ஏற்றுக் கொள்ளலாம்.
- சரக்குகள் அல்லது சேவைகளின் மதிப்பு மற்றும் இழப்பீட்டுத் தொகை ₹. 20 லட்சத்திற்கும் மிகையாக நட்ட ஈடு கோரும் கோரிக்கைகளை மட்டும் மாவட்ட மன்றம் கையாள வேண்டும்.

அதிகாரம்

- 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.

4. **தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்பின் செயல்பாடுகளை (நோக்கங்களை) விளக்குக.**

1) நுகர்வோர் விவகாரத் துறை என்ற அமைப்பை ஏற்படுத்தி, அதனை நிர்வகித்து வருகிறது.
2) இந்த துறையுனுடைய தலையாய நோக்கம், இந்தியாவில் உள்ள நுகர்வோரை பாதுகாக்க, 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.
5) தன்னார்வ நுகர்வோர் அமைப்புகளின் செயல்பாடுகளை வெளிபடுத்த, நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளுதல். அரசு குடிமக்களிடம் கொண்டுள்ள தொடர்பினை இணையதளம் மூலமாக வெளிப்படையாக அறிவித்தல்.

5. **பொதுமக்களிடம் நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு எவ்வாறு உருவாக்கப்படுகிறது?**

❖ நுகர்வோர் தங்கள் உரிமையை அறிந்து கொள்ள அவர்களுக்கு விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்தல், நுகர்வோர் அமைப்புகளின் தலையாய நோக்கமாகும்.
❖ இந்த நோக்கத்தை அடைவதற்கு கீழ் குறிப்பிடபட்டுள்ள முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளன.

1) நுகர்வோர் குறித்த இதழ்கள், ஆராய்ச்சி நூல்கள், பிரசுரங்கள், கையேடுகள், துண்டுசீட்டுகள், ஆய்வு கட்டுரைகள் இவைகளை அச்சிட்டு வெளியீடுதல்.
2) நுகர்வோர் விழிப்புணர்வு குறித்து, கருத்தரங்கங்கள், மாநாடுகள் மற்றும் பட்டறைகள் நடத்துதல்.
3) நுகர்வோருக்கு, அவரின் உரிமை குறித்து அறிவை புகட்டுதல்.
4) பெண்களுக்கு நுகரீயம் (Consumerism) கல்வியை வழங்குதல்.

அலகு 7 . வாணிபச் சூழல்

அத்தியாயம் 19 . சுற்றுச் சூழல் காரணிகள்

குறு வினாக்கள்

1. **வணிக சூழல் வரைவிலக்கணம் தருக.**

❖ பியார்ட் ஓ வீலரின் என்பவரின் கருத்துப்படி " நிறுவனங்கள் மற்றும் தொழில்களுக்கு வெளிப்புறம் உள்ள அனைத்து காரணிகளும், அவர்களின் அமைப்பு மற்றும் நடவடிக்கைகளை பாதிக்கும்".

(அல்லது)

❖ ஆர்தர்.எம். வேய்மர் என்பவரின் கருத்துப்படி, " கால நிலை அல்லது சூழ்நிலைகள், சமுதாய, பொருளாதார, அரசியல் மற்றும் நிறுவனம் சார்ந்த நிலைமைகளின் தொகுப்பே வணிகத்தின் சுற்று சூழல் ஆகிறது,"

2. உட்புறச் சூழல் என்றால் என்ன?

- ❖ உட்புறச் சூழல் என்பது, நிறுவனத்தின் உட்புறத்தோடு தொடர்புடைய காரணிகளாகும்.
- ❖ இவற்றைக் கட்டுப்படுத்துதல், மாற்றி அமைத்தல் போன்றவற்றை நிறுவனங்கள் எளிதில் மேற்கொள்ள முடியும்.
- ❖ <u>எடுத்துக்காட்டு</u> : கொள்கைகள் மற்றும் திட்டங்கள், நிறுவன கட்டமைப்பு, ஊழியர்கள், நிதி மற்றும் வளங்கள்

3. பெரு நிறுவன நிர்வாகத்தின் பொருள் என்ன?

- ❖ பெரு நிறுவன ஆளுகை என்பது, ஒரு நிறுவனத்தை நிர்வகிக்கும் விதிகள் மற்றும் கொள்கைகள் ஆகும்.

4. சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி என்றால் என்ன?

- ❖ சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி என்பது, சரக்குகள் மற்றும் சேவை வரி தொடர்பான பிரச்சினைகள் தீர்ப்பது தொடர்பாக மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகளுக்கு பரிந்துரைகளை வழங்கும் ஒரு அரசியலமைப்பு ஆகும்.
- ❖ இது ஒரு மறைமுக வரியாகும்.

5. VUCA-ஐ விவரி.

- ❖ விரைவான தொழில் நுட்ப வளர்ச்சியின் காரணமாக, வணிகத்தின் எதிர்கால சூழலை சுருக்கமாக ஏற்ற இறக்கம், நிச்சயமற்றத்தன்மை, சிக்கலானத்தன்மை மற்றும் தெளிவற்றத்தன்மை கொண்டவை என்று கூறலாம்.

6. கலப்பு பொருளாதாரம் என்றால் என்ன?

- ❖ அரசு மற்றும் தனியார் துறை ஆகிய இரண்டின் பங்களிப்பும் இணைந்த பொருளாதாரம், கலப்பு பொருளாதாரம் ஆகும்.

<u>சிறு வினாக்கள்</u>

1. வியாபாரத்தின் இயற்கை சூழலை விளக்குக.

- ➢ இயற்கைவளங்கள் மற்றும் கனிம வளங்கள் போன்றவை. வணிகத்தை தாங்கி நிற்கின்றன. அவை பின்வருமாறு
- ❖ இயற்கைவளங்கள் அதாவது கனிமம் மற்றும் எண்ணெய் அமைப்பதற்கான மூலப் பொருட்களாகும்.
- ❖ வானிலை மற்றும் காலநிலை, நிலைமைகளின் மாற்றம், நீர் மற்றும் பிற இயற்கைவளங்கள் கிடைப்பது விவசாயத் துறைக்கு அவசியமாகும்.
- ❖ இடவமைப்பிற்கு ஏற்ப இடத்திற்கு இடம், தேவை மற்றும் நுகர்வு முறை வேறுபடலாம் இவை நிலப்பரப்பை தாக்கும் காரணிகளாகவும் இருக்கின்றன. சுற்றுச்சூழல்காரணிகள் தற்போது அதன் தாக்கத்தை அதிகரித்து வருகின்றன.
- ❖ பொருட்களின் போக்குவரத்திற்கு, இயற்கையான துறைமுகங்களும், துறைமுக வசதிகளும் கிடைக்கின்றன.

2. அரசியல் சூழ்நிலை காரணிகள் யாவை?

1. சட்டம்
2. நிர்வாகம்
3. நீதித்துறை

3. வியாபாரத்தின் மூன்று சுற்றுச் சூழல் காரணிகளை விளக்கு.

i) உட்புறச் சூழல்
ii) நுண்ணிய சூழல்
iii) பரந்த சூழல்

i. **உட்புறச் சூழல்**
- ❖ உட்புறச் சூழல் என்பது, நிறுவனத்தின் உட்புறத்தோடு தொடர்புடைய காரணிகளாகும்.
- ❖ எனவே,இவற்றைக் கட்டுப்படுத்துதல், மாற்றி அமைத்தல் போன்றவற்றை நிறுவனங்கள் எளிதில் மேற்கொள்ள முடியும்.

ii. **நுண்ணிய சூழல்**
- ❖ வியாபாரத்தின் செயல் திறனை உடனடியாக பாதிக்கும், சுற்று சூழலாக இருக்கும் காரணிகளை இது குறிக்கிறது.

iii. **பரந்த சூழல்**
- ❖ வணிகத்தின் வெற்றி, பரந்த சூழலுக்கு பொருந்தக் கூடிய தன்மையை சார்ந்து இருக்கிறது.
- ❖ ஏனென்றால், இவை கட்டுப்படுத்த முடியாத காரணிகள் ஆகும்.

---

4. இந்தியாவில் பெரு நிறுவன நிர்வாகத்தின் கட்டமைப்பு பற்றி எடுத்துரைக்க.

1) குறைந்தபட்சம் மூன்றில் ஒரு பங்கு தன்னிச்சையான இயக்குநர்கள் இருக்கவேண்டும்.
2) குறைந்தது ஒரு தன்னிச்சையான பெண் இயக்குனர் இருக்கவேண்டும்.
3) அனைத்து ஒப்பந்தங்களும், பணம் செலுத்தல்களும், சம்பந்தப்பட்ட நபர்களுக்கு வெளிப்படையாக இருத்தல் வேண்டும்.
4) பொருளாதார நட்ட ஈடு சம்பந்தமாக விவரங்கள் வெளிப்படையானதாக இருக்க வேண்டும்.
5) தலைமைச் செயல் அதிகாரி (CEO) மற்றும் தலைமை நிதி அதிகாரி (CFO) நிதி நிலை அறிக்கைகளில், சட்டபூர்வமான விதி முறைகளை, முறையாக கடைப்பிடிக்கின்றனவா என சரிபார்த்து கையெழுத்திடவேண்டும்.

---

5. சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி குழுவின் செயல்பாடுகள் யாவை?

- ❖ சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி குழு, மத்திய மற்றும் மாநில அரசுகளுக்கு பரிந்துரைகளை வழங்கும். அவை பின்வருமாறு,

1) சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரிகளில் உட்படுத்தப்படக் கூடிய மத்திய, மாநிலங்கள் மற்றும் உள்ளூர் அமைப்புகளால் விதிக்கப்படும் வரி, செஸ் (CESSES) மற்றும் கூடுதல் கட்டணம்.
2) சரக்குகள் மற்றும் சேவைகள் வரி விலக்கு, மேல்வரி விலக்கு அளிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள்.
3) மாதிரி பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் வரிச் சட்டங்கள் சேவைகள் வரியில் உள்நாட்டிற்கு கொடுக்கப்பட வேண்டிய, மூலதனத் தீர்வை, மாநிலங்களுக்கு இடையேயான விற்பனை மீது விதிக்கப்படும் வரி பங்கீடு அல்லது வணிக வரிசட்ட பிரிவு 269A ன் படி வழங்கப்பட வேண்டிய மூலதனத் தீர்வை ஆகியவை ஆகும்.
4) சரக்குகள் மற்றும சேவைகள் வரியிலிருந்து, விலக்கு அளிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் விற்று முதல் நுழைவுத்திறனின் எல்லை வரம்பு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் வரிகளின் தரவரிசைகளின் தரவிகிதங்கள் உட்பட.
5) பொருட்கள் சேவை வரிகளின் தரவரிசைகளின் தர விகிதங்கள் உட்பட.
6) ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கான எந்த சிறப்பு வரி விகிதம் அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தில் உள்ள வரி விகிதங்கள், இயற்கை பேரழிவு அல்லது பேரழிவின் போது கூடுதல் வளங்களை உயர்த்த

7) அருணாச்சல பிரதேசம், அசாம், ஜம்மு, காஷ்மீர், மணிப்பூர், மேகாலயா, மிசோரம், நாகாலாந்து, சிக்கிம், திரிபுரா, ஹிமாசல பிரதேசம் மற்றும் உத்தரகண்ட் போன்ற மாநிலங்களுக்கு சிறப்பு ஒதுக்கீடு

6. தொழில் நுட்ப சூழலை விளக்குக.

- ❖ வாடிக்கையாளர்களின் மனநிறைவு வியாபாரத்திற்கு முக்கியமானது என்பதால், புதுமைகளை படைத்து வாடிக்கையாளர்களை கவர்தல் மூலம் வணிகத்தின் வாழ்வாதாரத்தை நிலை நாட்டிக் கொள்ள முடியும்.
- ❖ டிஜிட்டல் மற்றும் சமூக ஊடகங்களை விளம்பரத்திற்கான ஒரு தளமாகவும், தயாரிப்புகளை விளம்பரப்படுத்தவும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.
- ❖ வாடிக்கையாளரை நன்கு அறிந்து கொள்ள, தகவல் ஆய்ந்தெடுத்தல் (Data mining) மற்றும் தகவல் பகுப்பாய்வு (Data analytics) பயன்படுத்தப் படுகின்றன.

<u>பெரு வினாக்கள்</u>

1. வியாபாரத்தின் பரந்தச் சூழலின் பங்கு பற்றி விவாதிக்கவும்.

- ❖ வணிகத்தின் வெற்றி, பரந்த சூழலுக்கு பொருந்தக்கூடிய தன்மையை சார்ந்து இருக்கிறது.
- ❖ ஏனென்றால், இவை கட்டுப்படுத்த முடியாத காரணிகள் ஆகும்.

1) <u>பொருளாதாரச் சூழல்</u>

- ❖ ஒரு நாட்டில் வணிகம் என்பது பொருளாதார அமைப்பு முறையின் அடிப்படையில் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்.
- ❖ வணிக சுழற்சிகள் தவிர்க்க முடியாதவை. பரந்த சுற்றுசூழலின் பல காரணிகளிடையே தொடர்புடையவை. அவை பின்வருமாறு.

i) வளர்ச்சிக் கட்டத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட பொருளாதாரத்தின் இயல்பு
ii) பொருளாதார அமைப்பு முறையின் இயல்புகள்
iii) ஒரு தேசத்தின் பொருளாதார கொள்கைகள்
iv) பொருளாதார குறியீடுகள்
v) நிதிச் சந்தை அபிவிருத்தி
vi) பொருளாதார கட்டமைப்பு

2) <u>சமூக கலாச்சாரச் சூழல்</u>

- ❖ 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 அறிவு நிலை மற்றும் மக்களின் சமூக மனப்பான்மை சமூக-கலாச்சாரச் சுற்று சூழல் போன்றவற்றை உள்ளடக்கியுள்ளன.
- ❖ மேலும் பல சமூக - கலாச்சார சூழலின் காரணிகள் பின்வருமாறு.

i) சமூக நிறுவனங்கள் மற்றும் குழுக்கள்
ii) சமுதாயத்தில் பரவலான குடும்ப கட்டமைப்பு
iii) வணிகத்தில் திருமணத்தின் பங்கு
iv) சமூகத்தின் சாதி அமைப்பு முறை
v) மக்களின் பழக்க வழக்கங்கள், நம்பிக்கைகள் மற்றும் சமூக மரியாதைகள்.

3) <u>அரசியல் மற்றும் சட்டசூழல்</u>

- ❖ 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.

i) அரசியல் ஸ்திரத்தன்மைஎன்பது, தேர்தல் அமைப்பு, சட்டம் மற்றும் ஒழுங்கு நிலை, இராணுவம் மற்றும் காவல் படை, ஜனாதிபதி ஆட்சியை அமுல்படுத்துதல், உள்நாட்டு யுத்தம் மற்றும் பல அளவு கோல்களை கொண்டுள்ளது.

ii) 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.

iii) சர்வதேச அரங்கில் தலைவர்கள் மற்றும் நாட்டின் மதிப்பு போன்றவை.

iv) சட்ட, வியாபார கட்டமைப்பு மற்றும் நெகிழ்வுத் தன்மையின் அளவு போன்றவை.

v) நாட்டின் அரசியலமைப்பு

vi) சுங்கவரி மற்றும் இலவச வர்த்தகம் குறித்த நாட்டின் வெறியுறவுக் கொள்கை போன்றவை.

4) <u>புவியியல் சார்ந்தச் சூழல்</u>

- இயற்கைவளங்கள் மற்றும் கனிம வளங்கள் போன்றவை. வணிகத்தை தாங்கி நிற்கின்றன. அவை பின்வருமாறு

i) இயற்கை வளங்கள் அதாவது கனிமம் மற்றும் எண்ணெய் அமைப்பதற்கான மூலப் பொருட்களாகும்.

ii) வானிலை மற்றும் காலநிலை, நிலைமைகளின் மாற்ம், நீர் மற்றும் பிற இயற்கைவளங்கள் கிடைப்பது விவசாயத்துறைக்கு அவசியமாகும்.

iii) இடவமைப்பிற்கு ஏற்ப, இடத்திற்கு இடம் தேவை மற்றும் நுகர்வு முறை வேறுபடலாம் இவை நிலப்பரப்பை தாக்கும் காரணிகளாகவும் இருக்கின்றன. <u>எடுத்துக்காட்டாக</u>. மலைப்பாங்கான பகுதிக்கு செல்ல நிலப்பரப்பில் பயன்படுத்தப்படும் போக்குவரத்தை மாற்றியமைக்கப்பட வேண்டும்.

iv) சுற்றுச் சூழல் காரணிகள் தற்போது அதன் தாக்கத்தை அதிகரித்து வருகின்றன. ஏனெனில் உலகம் பாதுகாப்பு மற்றும் மாசுப்பாட்டை தடுக்க மிக கடுமையான கொள்கைகளை உருவாக்குகின்றன.

v) சில தொழில்கள் புவியியல் அடிப்படை சூழல்களால், ஆதிக்கம் செலுத்தப்படுகிறது.

vi) பொருட்களின் போக்குவரத்திற்கு இயற்கையான துறைமுகங்களும், துறைமுக வசதிகளும் கிடைக்கின்றன.

5) <u>தொழில் நுட்பம் சார்ந்த சூழல்</u>

- வாடிக்கையாளர்களின் மனநிறைவு வியாபாரத்திற்கு முக்கியமானது என்பதால், புதுமைகளை படைத்து வாடிக்கையாளர்களை கவர்தல் மூலம் வணிகத்தின் வாழ்வாதாரத்தை நிலை நாட்டிக் கொள்ள முடியும்.
- டிஜிட்டல் மற்றும் சமூக ஊடகங்களை விளம்பரத்திற்கான ஒரு தளமாகவும், தயாரிப்புகளை விளம்பரப்படுத்தவும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.
- வாடிக்கையாளரை நன்கு அறிந்து கொள்ள, தகவல் ஆய்ந்தெடுத்தல் (Data mining) மற்றும் தகவல் பகுப்பாய்வு (Data analytics) பயன்படுத்தப் படுகின்றன.

➢ இந்த மாறும் சுற்றுச்சூழல் பின் வருவனவற்றை உள்ளடக்கியது.

1) நாடுகளில் கிடைக்கும் தொழில்நுட்பத்தின் நிலை.
2) தொழில் நுட்பமாற்ற விகிதம்
3) போட்டியாளர்களால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட தொழில் நுட்பம்.
4) காலாவதியான தொழில்நுட்ப முறைகள்.

6) **<u>உலகளாவிய சூழல்</u>**

- தொழில் நுட்பத்தின் விரைவான வளர்ச்சியுடன் வர்த்தக எல்லைகள், வேகமாக மறைந்து, புதிய உலகளாவிய சந்தை வளர்ந்த வருகிறது, ஒரு வர்த்தகத்தை பாதிக்கும் சர்வதேச சுற்றுச் சூழலின் காரணிகள் பின்வருமாறு வெளிப்படுகின்றன.

  i) மொழி மற்றும் கலாச்சாரத்தில் உள்ள வேறுபாடுகள்.

  ii) நாணயங்களில் உள்ள வேறுபாடுகள்.

  iii) நெறிமுறைகள் மற்றும் நடைமுறைகளில் உள்ள வேறுபாடுகள்.

  iv) மக்களுடைய விருப்பம் மற்றும் முன்னுரிமையில் உள்ள வேறுபாடுகள்.

  v) இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதி தொடர்பான வரி அமைப்பு.

  vi) தொழில் நுட்பத்தை தேர்ந்தெடுக்கும் அளவில் உள்ள வேறுபாடுகள்

---

2. வணிகத்தின் பொருளாதார மற்றும் சமூக கலாச்சார சூழலை விளக்குக.

அ) **<u>பொருளாதாரச் சூழல்</u>**

- ஒரு நாட்டில் வணிகம் என்பது பொருளாதார அமைப்பு முறையின் அடிப்படையில் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்.
- வணிக சுழற்சிகள் தவிர்க்க முடியாதவை. பரந்த சுற்றுசூழலின் பல காரணிகளிடையே தொடர்புடையவை. அவை பின்வருமாறு.

1) **<u>வளர்ச்சிக் கட்டத்தை அடிப்படையாகக் கொண்ட பொருளாதாரத்தின் இயல்பு</u>**

- வளர்ந்த நாடுகள், வளரும் நாடுகள் மற்றும் வளர்ச்சியில் பின்தங்கிய நாடுகள் என நாட்டின் வளர்ச்சி மற்றும் தனிநபர் வருமானம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் உலகெங்கிலும் உள்ளநாடுகளை வகைப்படுத்தலாம்.
- அமெரிக்கா, ஜப்பான், ஜெர்மனி, கனடா மற்றும் ஆஸ்திரேலியா போன்றவை வளர்ச்சியடைந்த நாடுகள். வலுவான பொருளாதாரங்களைக் கொண்டுள்ளன.
- இந்தியா, சீனா, பிரேசில் மற்றும் மெக்ஸிகோ போன்றவை வளரும் நாடுகள். நடுத்தர வருவாய் பொருளாதாரங்களை கொண்டுள்ளன.
- பொருளாதாரத்தில் பின்தங்கிய நாடுகள் மிகவும் குறைந்த அளவிலான தொழில்நுட்ப தத்தெடுப்பு மற்றும் மிகக்குறைவான வாழ்க்கைத் தரத்தை கொண்டவையாக இருக்கின்றன.

2) **<u>பொருளாதார அமைப்பு முறையின் இயல்புகள்</u>**

- 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 சொந்தமாக்கி கொள்ளவும், நிர்வகிக்கவும் பயன்படுத்தவும் அரசு அனுமதி வழங்குகிறது.
- சமதர்ம அல்லது சோசலிச பொருளாதார அமைப்பில், தனியார் துறைமீது கட்டுப்பாடுகள் நிறைய உள்ளது.
- கலப்பு பொருளாதாரத்தில், அரசு மற்றும் தனியார்துறை ஆகிய இரண்டின் பங்களிப்பும் இணைந்ததாக இருக்கும்.

3) **<u>ஒரு தேசத்தின் பொருளாதார கொள்கைகள்</u>**

- நாணயக் கொள்கை, நிதிக்கொள்கை, ஏற்றுமதி இறக்குமதி கொள்கை, தொழில் துறைக் கொள்கை, வர்த்தக் கொள்கை, அந்நியச் செலாவணிக் கொள்கை ஆகியவை பொருளாதார சூழலின் பகுதியாக விளங்குகின்றன.

4) **<u>பொருளாதார குறியீடுகள்</u>**

- மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தி, மொத்த தேசிய உற்பத்தி, தேசிய வருமானம், தனிநபர் வருமானம், செலுத்துகை சமநிலை, சேமிப்பு விகிதம் மற்றும் முதலீடுகள் போன்றவை ஒரு தேசத்தின் பொருளாதார குறியீடுகள் ஆகும்.

5) **<u>நிதிச் சந்தை அபிவிருத்தி</u>**

- ❖ நிதிச் சந்தை அபிவிருத்தி என்பது, தொழில்துறை வளர்ச்சி, பணச்சந்தை, மூலதனச் சந்தை, பங்குச் சந்தை, பத்திரச் சந்தை மற்றும் சிறந்த வங்கியியல் அமைப்பு முறை பொன்றவற்றின் சிறப்பான அபிவிருத்தி வெளிப்பாடாகும்.

6) **<u>பொருளாதார கட்டமைப்பு</u>**

- ❖ பொருளாதார கட்டமைப்பு என்பது, மூலதன உருவாக்கம், முதலீட்டு முறை, வர்த்தக சமநிலை, தொழிலாளர் உழைப்பின் அளிப்பு மற்றும் தேசிய உற்பத்தியின் கட்டமைப்பு ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது

ஆ) **<u>சமூக கலாச்சாரச் சூழல்</u>**

- ❖ வணிகம் சமூகத்தின் ஒரு அங்கமாகும்.
- ❖ சமூக சூழலானது, வணிகம் அமைந்துள்ள சமூகத்தின் மொத்தக் காரணிகளைக் குறிக்கிறது.
- ❖ சமுதாயத்தின் சமூக மற்றும் கலாச்சார சூழல் வணிகத்தினை பாதிக்கிறது.
- ❖ இது தனிநபர்களின் நடத்தை, குடும்பத்தின் பங்கு மற்றும் முக்கியத்துவம், பழக்க வழக்கங்கள், சமூக மதிப்புகள், மதம் மற்றும் மொழிகள், நெறிமுறை மதிப்புகள், கல்வி அறிவு நிலை மற்றும் மக்களின் சமூக மனப்பான்மை சமூக-கலாச்சாரச் சுற்று சூழல் போன்றவற்றை உள்ளடக்கியுள்ளன.
- ❖ மேலும் பல சமூக - கலாச்சார சூழலின் காரணிகள் பின்வருமாறு.
  - i) சமூக நிறுவனங்கள் மற்றும் குழுக்கள்
  - ii) சமுதாயத்தில் பரவலான குடும்ப கட்டமைப்பு
  - iii) வணிகத்தில்திருமணத்தின் பங்கு
  - iv) சமூகத்தின் சாதி அமைப்பு முறை
  - v) மக்களின் பழக்கவழக்கங்கள், நம்பிக்கைகள் மற்றும் சமூக மரியாதைகள்.
  - vi) மக்கள் தொகையின் அளவு, அமைப்பு, கல்வியறிவு நிலை, விநியோகம் மற்றும் மக்கள் தொகை அடர்த்தி ஆகியவற்றை கொண்ட மக்கள் தொகைக் காரணிகள்.
  - vii) மக்களின் வாழ்க்கை முறை மற்றும் அவர்களின் சுவை, விருப்பங்கள் மற்றும் முன்னுரிமைகள் போன்றவைகள் ஆகும்.

---

3. **வியாபாரத்தின் நுண்ணிய சூழல் காரணிகளை விளக்கு.**

<u>நுண்ணிய சூழல்காரணிகள்</u>

- ❖ வியாபாரத்தின் செயல் திறனை உடனடியாக பாதிக்கும் சுற்று சூழலாக இருக்கும் காரணிகளை இது குறிக்கிறது. இதில் பின்வருவன அடங்கும்.

1) **<u>நிதி அளிப்பவர்கள்</u>**

- ❖ கடனீட்டுப் பத்திரதாரர்கள் 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.

2) **<u>சரக்கு விற்பனையாளர்கள்</u>**

- ❖ எந்தவொரு அமைப்பிலும், மூலப்பொருட்கள் மற்றும் இதர உள்ளீடுகளின் வழங்குநர்கள், மிகவும் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறார்கள்.
- ❖ 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 சாலச் சிறந்தது.

3) **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.

4) **பொதுமக்கள்**

- இது ஊடகக்குழு, குடிமக்கள் குழு மற்றும் உள்ளூர் பொது மக்கள் குழு போன்ற குழுக்கள் வியாபாரத்தில், தாக்கத்தை ஏற்படுத்தியுள்ளது.
- பொதுமக்களிடம், ஒரு வியாபாரத்தை உருவாக்குவதற்கும் அல்லது அழிப்பதற்குமான திறமை உள்ளது.

  எடுத்துகாட்டு: 2018 ஆம் ஆண்டு தூத்துக்குடியில் உள்ள ஸ்டெர்லைட் காப்பர் தொழிற்சாலை சுற்றுச்சூழல் பாதுகாப்புக் குழுவினால் ஆர்பாட்டங்கள் நடத்தி மூடப்பட்டுள்ளது.

5) **வாடிக்கையாளர்கள்**

- ஒவ்வொரு வியாபாரத்தின் நோக்கமும், அதன் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை நிறைவேற்றுவதாகும்.
- வாடிக்கையாளரே வணிகத்தின் மன்னராக கருதப்படுகிறார் மற்றும் அவர்களை சுற்றியே வணிகம் உள்ளது.
- பல்வேறுபட்ட நுகர்வோரின் தேவையை புரிந்து கொள்வது, வணிகத்திற்கு மிகவும் அவசியமாகிறது.

6) **போட்டியாளர்கள்**

- அனைத்து நிறுவனங்களும் எல்லா நிலைகளிலும் போட்டியை, எதிர் கொள்ள வேண்டியுள்ளது.
- உள்ளூர், தேசிய மற்றும் உலகளாவிய அளவில், ஒரே மாதிரியான பொருள் உற்பத்தி அல்லது தயாரிப்புகள் இருப்பதால் நிறுவனங்கள், பல்வேறு நிலைகளில் போட்டியிடக் கூடிய நிலை ஏற்படுகிறது.
- எனவே, வணிக நிறுவனங்கள், போட்டியாளரைப் புரிந்து கொண்டு, போட்டியிடும் போக்கில் அவர்களின் தொழில் யுக்திகளை மாற்ற வேண்டியது அவசியமாகிறது.

---

4. வியாபார சூழலையும், வியாபாரத்தை பாதிக்கும் உட்புறக்காரணிகளையும் (புரிந்து கொள்வதன் முக்கியத்தவத்தை) விளக்குக.

1) **பார்வை மற்றும் குறிக்கோள்கள்**

- வணிகத்தின் பார்வை மற்றும் குறிக்கோள்கள் அதன் செயற்பாடுகள் மற்றும் யுக்தி முடிவுகளை மேற்கொள்ள வழிகாட்டுகின்றன.

2) **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.

3) **மேலாண்மை அமைப்பு மற்றும் அதன் அமைப்பு**

- மேலாண்மை/ குழு கட்டமைப்பு மற்றும் செயல்பாட்டு நடைமுறை, நிர்வாகத்தின் தொழில்முறை நிலை, குழுவின் அமைப்பு போன்ற பல்வேறு காரணிகள் முடிவெடுப்பதில் பாதிப்பை ஏற்படுத்துவதாக காரணிகளாக உள்ளது.

- முடிவெடுப்பதின் அதிகாரம், அமைப்பிற்கே உண்டு. அது அமைப்பு, தொழில் முறை மற்றும் செயல்திறன் நடைமுறை அளவு போன்றவை, நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

4) **நிறுவனத்தின் மதிப்பு**
   - நிறுவனத்தின் மதிப்பு, புதிய தயாரிப்புகளை அறிமுகப்படுத்துதல், விநியோகிப்பதற்கான முகவர்கள் மற்றும் விற்பனையாளர்களை தேர்ந்தெடுப்பது, பொருள் அளிப்பவர்களுடன், கூட்டு ஒப்பந்தங்களை உருவாக்குதல், உள்நாட்டு மற்றும் சர்வதேச நாணய மாற்றுதல் போன்றவற்றை சார்ந்துள்ளது.

5) **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.

6) **உட்புற அதிகார உறவுகள்**
   - இது ஒரு நிறுவனத்தில் இருக்கும் அதிகார உறவுகளை குறிக்கிறது.
   - பலவகை உறுப்பினர்கள், குழு உறுப்பினர்கள் மற்றும் தலைமை நிர்வாக அதிகாரிகளுக்கு இடையேயான உறவுகள் மற்றும் அதன் உரிமையாளர்கள்.

7) **பிற காரணிகள்**
   - ஒரு நிறுவனத்தின் ஆராய்ச்சி மற்றும் வளர்ச்சி, அதன் நிதி நிலை மற்றும் மூலதன கட்டமைப்பின் வலிமை, சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் வழங்கல் வழிகளை நிர்வகித்தல் மற்றும் இயற்கைவளங்கள், ஆலை மற்றும் கட்டிட தொழில் நுட்பம் போன்றவை, அந் நிறுவனத்தின் வெற்றியை பாதிக்கும் முக்கிய காரணிகள் ஆகும்.

அத்தியாயம் 20 . தாராளமயமாக்கல், தனியார்மயமாக்கல், உலகமயமாக்கல்

குறு வினாக்கள்

1. புதிய பொருளாதாரக் கொள்கைகளின் கிளைகளை எழுதுக.

1) தாராளமயமாக்கல்
2) தனியார் மயமாக்கல்
3) உலகமயமாக்கல்

2. தனியார்மயமாக்கல் என்றால் என்ன?

- தனியார்மயமாக்கல் என்பது, பொதுதுறை நிறுவனங்களின் உரிமைகளை, தனியார் நிறுவனங்களுக்கு மாற்றி தரும் நிகழ்வு அல்லது கொள்கையை குறிப்பிடுவதாகும்.

3. தாராளமயமாக்கல் ஏதேனும் மூன்று குறைபாடுகளை குறிப்பிடுங்கள்.

1) வேலையின்மையை அதிகரித்தல்
2) உள்நாட்டு தொழில் அலகுகளின் இழப்பு
3) அயல் நாடுகளை சார்ந்திருத்தலை பெருக்கும்
4) சமநிலையற்ற வளர்ச்சி

4. பொதுத்துறைக்கு ஒதுக்கப்பட்ட தொழில்களின் பெயர்களை குறிப்பிடுக.

- ஆயுதங்கள் மற்றும் வெடி மருந்துகள், அணுசக்தி, நிலக்கரி மற்றும் லிக்னெட், கனிம எண்ணெய்கள், சுரங்கங்கள், தாதுக்கள், தாமிரம், துத்தநாகம், அணுசக்தி மற்றும் இரயில்வேக்கான கனிமப் பொருட்கள்.

5. உலகமயமாக்கலின் ஏதேனும் மூன்று நன்மையை எழுதுக

1) <u>வெளிநாட்டு ஒத்துழைப்பை கூட்டுதல்</u>

- ❖ உலகமயமாக்கல் உரிம உடன்படிக்கை மூலமாக, இணைவினை செயல்பாடுகள் இணைப்பு பதிப்பு உரிமை பெற்ற பொருட்களை, மாற்றியமைத்தல் போன்ற முக்கிய திட்டங்கள் பல்வேறு முறைகளால் உலகலாவிய வர்த்தகத்தை அதிகரிக்க செய்கிறது.

2) <u>சந்தை விரிவாக்கம்</u>

- ❖ வார்த்தகத்தின் அளவு மற்றும் செயல்பாடு, உள்ளூரில் இருந்து தேசிய அளவிலும், தேசிய அளவிலிருந்து உலக அளவிலும் பெரிகிட, உலகமயமாக்கல் கோட்பாடு வழிவகுக்கிறது.

3) <u>தொழில்நுட்ப வளர்ச்சி</u>

- ❖ உலகமயமாக்கல் கோட்பாடு, ஒரு நிறுவனம் வெளிநாட்டு சந்தையில் நுழைய வழி வகை செய்கிறது.
- ❖ தொழில்நுட்பத்தை உலகமயமாக்கல் தத்துவத்தின் கீழ், பல நாடுகளுக்கு உரிமைத் தொகையினை பெற, தருவிப்பதன் மூலம் பெற உதவுகிறது..

4) <u>மூளை வடிவகால் குறைப்பு</u>

- ❖ ஒரு நாட்டில் உள்ள படித்த மற்றும் திறமையான தொழிலாளர்களை இடம் பெற இத்தத்துவம் வழிவகை செய்கிறது.
- ❖ உலகமயமாக்கல், உள் நாட்டிலும் வேலைவாய்ப்பை உருவாக்கி, மனித சக்தியை திறமையாக அந்நாட்டிற்குள்ளே, பயன்படுத்த வழிவகை செய்கிறது.

<u>சிறு வினாக்கள்</u>

1. தாராளமயமாக்கல் என்றால் என்ன?
- ❖ தாராளமயமாக்கல் என்பது, வணிக நடைமுறையில் உள்ள சட்ட திட்டங்களை அல்லது விதிகளை, பொருளாதாரத்திலும், சந்தை, நல்ல நிலையை அடையவும், அரசாங்கம் கட்டுப்பாடுகளை தளர்த்துவது ஆகும்.

---

2. தனியார்மயமாக்கலின் முக்கிய கருத்துகளை விளக்குக.
- ❖ தனியார்மயமாக்கல் என்பது, பொதுதுறை நிறுவனங்களின் உரிமைகளை, தனியார் நிறுவனங்களுக்கு மாற்றி தரும் நிகழ்வு அல்லது கொள்கையை குறிப்பிடுவதாகும்.
- ❖ இக்கொள்கையின் கீழ், பல பொதுத்துறை அலகுகள் , தனியார் துறைக்கு விற்கப்பட்டன.
- ❖ அரசியல் குறுக்கீடு காரணமாக, நிர்வாக சீர்கேடு ஏற்பட்டது.
- ❖ பொதுத்துறை மேலாளர், தன்னிசையாக முடிவெடுக்க முடியாமல் முடங்கி போனதும், பொதுத்துறையின் உற்பத்தி திறன் நலிவடைந்தும், பொதுத்துறையில் நட்டம் பல மடங்கு பெரிகியதும், தனியார்மயமாக்கலுக்கு முக்கிய காரணங்களாகும்.

---

3. முதலீடுகளை திரும்பப் பொருதலின் நன்மைகள் யாவை?
- ❖ பொது தொழிற்துறை நிறுவனங்களில், தனியார் துறை ஊடுறுவ வழி ஏற்பட்டுள்ளது.
- ❖ சந்தையில் நுழைவதற்கு, புதிய நிறுவனங்களை அனுமதிக்கின்றது.
- ❖ வணிகரீதியான ஆபத்தை, தனியார் துறைக்கு மாற்றுகிறது.

---

4. உலகமயமாக்கலின் ஏதேனும் மூன்று தாக்கங்களை எழுதுக.

1) குறைந்த இயக்கம் செலவுகளின் அடக்கம் மற்றும் புதிய மூல பொருட்கள் மற்றும் கூடுதல் சந்தை மூலம், பெரிய நிறுவனங்கள் போட்டி திறனை பெறுகின்றன.
2) பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் பொருட்களை தயாரிக்கவும், வாங்கவும் மற்றும் பொருட்களை விற்பனை செய்யவும் முடிகின்றது.

3) உலகமயமாக்கல், நுகர்வோர் பொருட்களின் சந்தையை வெகுவாக (ஏற்றத்துடன்) பெருக்கிட உதவும் வாய்ப்பை உருவாக்கலாம்.

4) வெளிநாட்டு நிறுவனங்களின் வருகை, உள்ளபடி பொருளாதார வளர்ச்சியையும் மற்றும் வேலை வாய்ப்பையும் உருவாக்கி வழி கோலலாம்.

5) உலகமயமாக்கல் என்பது, தொழில் நுட்ப முன்னேற்றம், உயர் உற்பத்தி நுட்பங்கள் மற்றும் தடையற்ற தொழில் விரிவாக்கம் போன்ற பல நன்மைகளை நல்கிட வழி வகுத்தது.

---

5. **புதிய பொருளாதார கொள்கை பற்றி ஒரு சிறிய குறிப்பை எழுதுக.**

❖ வணிகம் மற்றும் வரிவிதிப்புத் தொடர்பான பொது உடன்பாடுகள் குறித்து, டங்கன் கொடுத்த, வரைவுத் திட்டம், 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 மாற்றியமைத்துக் கொண்டனர்.

❖ 1991 ஆம் ஆண்டு இந்தியாவில் செயல்படுத்தப்பட்ட, புதிய பொருளாதாரக் கொள்கை, டங்களின் வரைவுத் திட்டத்தை ஒட்டியே அமைந்தது.

<u>பெரு வினாக்கள்</u>

1. **தாராளமயமாக்கல் நன்மைகள் மற்றும் குறைபாடுகள் பற்றி விளக்குக.**

<u>நன்மைகள்</u>

1) **<u>வெளி நாட்டு முதலீடுகள் அதிகரிப்பு</u>**

❖ ஒரு நாடு வணிகத்தை தாராளமயமாக்குதலின் மூலமாக, அதிக அளவில் வெளிநாடுகளிலிருந்து, கவர்ச்சிகரமான முதலீடுகளை பெற முடிகின்றது,

❖ அம்முதலீடுகள் மூலமாக, உள்நாட்டில் மூலதனத்தை பெருக்குவதோடு, அதன் பொருளாதாரத்தை பன்மடங்கு பெருக்குவதற்கு உதவுகிறது.

2) **<u>அந்நியசெலாவணி இருப்பு அதிகரிப்பு</u>**

❖ வெளி நாட்டு முதலீட்டிற்கு, அந்நிய செலவாணிக்குமான கட்டுப்பாடுகளை தளர்த்தி மூலதனத்தை எளிதில் பெறுவதற்கு வழி வகை செய்துள்ளது.

3) **<u>நுகர்வு அதிகரிப்பு</u>**

❖ தாராளமயமாக்களினால் ஒரு நாட்டில் பயன்பாட்டிற்கு அதிக அளவிலான பொருட்களை கிடைக்கவும் அதிக உற்பத்திக்கும் வழிவகை செய்கிறது.

4) **<u>விலை கட்டுப்பாடு</u>**

❖ ஏற்றுமதி இறக்குமதி தீர்வைகளை நீக்குவதால், நுகர்வோருக்கு குறைந்த விலைக்கு பொருட்கள் கிடைக்க வாய்ப்பு ஏற்பட்டுள்ளது.

❖ இந்நிலையில், தாராளமயமாக்கலினால் இறக்குமதி நாடுகளுக்கு நன்மை விளைவிக்கிறது.

5) **<u>வெளி நாட்டில்பெறும் கடன்களை குறைக்கிறது</u>**

❖ தாராளமயமாக்களின் மூலம், வெளி நாட்டுக் கடன்களை ஈர்ப்பதன் மூலம், வெளிநாட்டு வர்த்தகக் கடன்களை வாங்கும் வாய்ப்பு குறைக்கிறது.

<u>குறைபாடுகள்</u>

1) **<u>வேலையின்மையை அதிகரித்தல்</u>**

❖ வர்த்தக தாராளமயமாக்கல் பெரும்பாலும் பொருளாதாரத்தின் சமநிலைக்கு வழிவகுப்பதால், சிறு தொழிகளில், சில வளர்ந்தும், சில சிறு தொழில்களில் சரிவும் ஏற்படுகிறது.

- ❖ இதனால், சில தொழிற்ச்சாலைகள் மூடுகின்ற நிலையால், வேலையில்லா நிலை உருவாகிறது.

2) <u>உள்நாட்டு தொழில் அலகுகளின் இழப்பு</u>

- ❖ தராளமயமாக்கல் கோட்பாட்டில், குறைந்த நுழைவுக்கட்டுப்பாடுகளுடன், வெளிநாட்டு தொழில்கள் பல நாடுகளில் ஊடுருவ சாத்தியம் அதிகம் உள்ளது.
- ❖ இது உள்நாட்டு தொழில்களுக்கு அச்சுறுத்துவதுடன் மற்றும் போட்டியை தோற்று வித்து, உள்நாட்டு தொழில்,அடியோடு ஒழிக்கும் சதியாகவும் கருதப்படுகிறது.

3) <u>அயல்நாடுகளை சார்ந்ததிருத்தலை பெருக்கும்</u>

- ❖ வர்த்தக தாராளமயமாக்கல் என்பது, பலம் பொருந்திய பன்னாட்டு நிறுவனங்களிலிருந்து, அதிக போட்டிகளை எதிர்கொள்ளும் சந்தையை, தன் கட்டுபாட்டிற்கு கீழ் கொண்டுவரும் நிலையை உருவாக்க நேரிடலாம்.

4) <u>சமநிலையற்ற வளர்ச்சி</u>

- ❖ 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.
- ❖ இதனால், அயல்நாடுகளை சார்ந்திருக்கும் சூழ்நிலையை அதிகப்படுத்துகிறது.

---

2. எல்பிஜி (LPG) யின் தாக்கத்தை விளக்குக.

1) <u>தாராளமயமாக்கலின் தாக்கம்</u>

i) தாராளமயமாக்கலுக்குப் பிறகு இந்தியா மொத்த உள்நாட்டு உற்பத்தியில், இந்தியாவின் பங்களிப்பு (GDP) 1.3 மில்லியன்களாக வளார்ச்சி அடைந்துள்ளது. அதனால், இந்தியா உலக பொருளாதாரத்தில் ஏழாவது இடத்தில் உள்ளது.

ii) தாராளமயமாக்கல், அதிக அளவு பன்னாட்டு வணிகத்தை பெருக்கியதுடன், வெளிநாட்டு முதலீடுகளை அதிக அளவில் ஈர்த்திட உதவியது.

iii) பல்வேறு பொருள்களுக்கான புதிய சந்தை வாய்ப்புகளின் உருவாக்கியதோடு, நகர்புற மற்றும் கிராமபுற முன்னேற்றத்திற்கு உதவியது.

iv) தொழில் விரிவாக்கத்திற்கு, மிக எளிய நடைமுறைகளில் வங்கிகளில் கடன் பெற வழிவகை செய்ய உதவியது.

v) அயல்நாட்டு வணிக ஒத்துழைப்பு என்ற, புதிய கொள்கை உருவானது.

vi) ஏராளமான பன்னாட்டு நிறுவனங்கள், உலகம் முழுவதும் பெருகியது. அது போல இந்தியாவிலும் பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் பெருகிவர வழி வகுத்தது.

2) <u>தனியார்மயமாக்கலின் தாக்கம்</u>

i) நாட்டின் நிதிப்பற்றாக் குறை மற்றும் கடன் சுமைகளை குறைப்பதன் மூலம், நாட்டின் நிதி வளர்ச்சிக்கு, பெரிய அளவில் பங்களிப்பு செய்தல்

ii) பொதுத்துறை நிறுவனங்களின் செயல் திறனை பன்மடங்கு அதிகரித்தல்

iii) நுகர்வோர்களுக்கு சிறந்த பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குதல்.

iv) வெளிநாட்டு நேரடி முதலீட்டை உருவாக்குதல்.

3) <u>உலகமயமாக்கலின் தாக்கம்</u>

1) குறைந்த இயக்கம் செலவுகளின் அடக்கம் மற்றும் புதிய மூல பொருட்கள் மற்றும் கூடுதல் சந்தை அனுகூலம், பெரிய நிறுவனங்கள் போட்டி திறனை பெறுகின்றன.

2) பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் பொருட்களை தயாரிக்க மற்றும் பொருட்களை விற்பனை செய்ய முடிகின்றது.

3) உலகமயமாக்கல், நுகர்வோர் பொருட்களின் சந்தையை வெகுவாக (ஏற்றத்துடன்) பெருக்கிட உதவும் வாய்ப்பை உருவாக்கலாம்.

4) வெளிநாட்டு நிறுவனங்களின் வருகை, உள்ளபடி பொருளாதார வளர்ச்சியையும் மற்றும் வேலை வாய்ப்பையும் உருவாக்கி வழி கோலலாம்.
5) உலகமயமாக்கல் என்பது, தொழில் நுட்ப முன்னேற்றம், உயர் உற்பத்தி நுட்பங்கள் மற்றும் தடையற்ற தொழில் விரிவாக்கம் போன்ற பல நன்மைகளை நல்கிட வழி வகுத்தது.

அலகு 8 . சரக்கு விற்பனைச் சட்டம் 1930 & மாற்றுமுறை ஆவணச் சட்டம் 1881

அத்தியாயம் 21 . சரக்கு விற்பனைச் சட்டம் 1930

குறு வினாக்கள்

1. **சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தம் என்றால் என்ன?**
   - ❖ எந்த ஒப்பந்தத்தின் வாயிலாக, பொருளை விற்பவர், வாங்குநருக்கு விலை என்ற மறுபயன் பெற்றுக் கொண்டு, பொருளின் மீதான உரிமையை, மாற்றித் தருகிறாரோ அதுவே சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தமாகும்.

2. **சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படைக் கூறுகளைப் பட்டியலிடுக.**
   1) இருதரப்பினர்
   2) பொருளின் மீதான உரிமை மாற்றம்
   3) சரக்கு / பொருள்
   4) விலை
   5) விற்பனை மற்றும் விற்பனை உடன்பாடு

3. **சரக்கு என்றால் என்ன?**
   - ❖ பங்குகள், பங்குத் தொகுப்புகள், முதிர்ந்த பயிர், புல், நிலத்துடன் கூடிய அறுவடை செய்யத்தக்க தாவரங்களும், நற்பெயர், பதிப்புரிமை, வணிகக்குறிகள் , காப்புரிமை, வாயுப் பொருள்கள் , மின்சக்தி போன்றவை சரக்கு என்ற சொல்லில் அடங்கும்.

4. **நிகழ் சரக்கு / வருநிகழ்வுசார் சரக்கு என்றால் என்ன?**
   - ❖ விற்பவர் தனக்கு பொருள் கிடைத்தல், விற்பனை செய்கின்றேன் என்று கூறி, பொருள் வாங்குநரிடம் ஒப்பந்தம் மேற்கொள்வது வருநிகழ்வுசார் சரக்கு எனப்படும்.
   - ❖ இது ஒருவகை எதிர்கால சரக்கு ஆகும்,
   - ❖ இது விற்பவர் கைவசம் வந்து சேர்வது, எதிர் காலத்தில் நடக்கும் நிகழ்ச்சியைப் பொறுத்தது.

5. **நம்புறுதி என்றால் என்ன?**
   - ❖ ஒப்பந்தத்தில் ஒரு பொருளுக்குத் துணையாக உள்ள கூற்று, நம்புறுதிகளாகும்.

சிறு வினாக்கள்

1. **விற்பனை உடன்பாடு என்றால் என்ன?**
   - ❖ பொருளின் உரிமையை, எதிர்காலத்தில் மாற்றும் நடவடிக்கைகளுக்கு விற்பனை உடன்பாடு எனப்படும்.

2. **தற்போதைய சரக்கு என்பதை விவாதிக்க.**

- ஒப்பந்தம் செய்யும் போது, விற்பனையாளரின் கைவசம் உள்ள சரக்கு இருக்கின்ற (தற்போதைய) சரக்கு ஆகும்.
- விற்பனை செய்ய முகவரின் கைவசம் ஒப்படைக்கப்பட்ட சரக்கும்,
- அடமானம் பெற்றவர் விற்கும் அடமான சொத்தும் இருக்கின்ற சரக்கு எனப்படும்.

3. **பொருள் விற்பனை ஒப்பந்தம் உட்கிடை நிபந்தனைகள் மற்றும் நம்புறுதிகளை விவாதிக்க.**

- விற்பனை ஒப்பந்தத்தின் போதே ஒப்பந்ததாரர்களால் ஒப்புக் கொள்ளப்படும் கூற்றுகள் வெளிப்படை நிபந்தனைகளாகவோ அல்லது நம்புறுதிகளாகவோ இருக்கலாம்.
- ஆனால், ஒப்பந்தத்தில் இருப்பதாகச் சட்டம் கருதும் கூற்றுகள் - உட்கிடை நிபந்தனைகள் என்றும் உட்கிடை நம்புறுதிகள் எனவும் அழைக்கப்படுகின்றன.

4. **எப்போது விலைபெறா வணிகர் வாங்குநரின் மீது தனிப்பட்ட முறையில் வழக்கு தொடுக்கலாம்?**

1) விற்கப்பட்ட சரக்கின் உரிமை வாங்குனர்க்கு மாற்றித் தந்த பிறகும், வாங்குனர் பொருளுக்கான விலையைத் தரத் தவறும்போது, விற்பவர் அதற்கான விலையைப் பெற வழக்கு தொடுக்கலாம்.

2) வாங்குனர் சரக்கைத் தவறுதலாக ஏற்க மறுத்தால் அதற்கான நட்ட ஈடு கேட்டு வழக்கு தொடரலாம்.

3) சரக்கை ஒப்படைக்கும் நாளுக்கு முன்பாக, வாங்குனர் ஒப்பந்தத்தை மறுத்துரைக்கும் போது, விற்பவர் ஒப்படைவு நாள் வரை காத்திராமல், உடன் நட்ட ஈடு கேட்டு வழக்குத் தொடுக்கலாம் அல்லது ஒப்படைப்பு நாள் வரை காத்திருந்த பின்வழக்கு போடலாம்.

4) 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 வசூலிக்கமுடியும்.

<u>பெரு வினாக்கள்</u>

1. **விற்பனை ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படை கூறுகளைக் கூறி விளக்குக.**

1) <u>இருதரப்பினர்</u>

- 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 கட்டவேண்டியதில்லை. காரணம் கூட்டாளிகள் அனைவரும் இணை உரிமையாளர்கள்.

2) <u>பொருளின் மீதான உரிமை மாற்றம்</u>

- விற்பனை என்று அழைக்க, விற்பவர் பொருளின் மீதான உரிமையை வாங்குபவருக்கு மறுபயன் பெற்றுக் கொண்டு மாற்றித் தரவேண்டும்.
- பொருளின் உடைமையை மாற்றுவது என்ற செயல் விற்பனை ஆகாது.

3) **<u>சரக்கு / பொருள்</u>**

- சரக்கில் அனைத்து அசையும் சொத்துகளான பங்குகள், பயிர்கள் மற்றும் கண்ணுக்குப் புலனாகாத இனங்களான நற்பெயர், காப்புரிமை, பதிப்புரிமை, வணிகக்குறிகள், வியாபார சூத்திரம் போன்றவைகளும் உள் அடங்கும்.

4) **<u>விலை</u>**

- 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.

5) **<u>விற்பனை மற்றும் விற்பனை உடன்பாடு</u>**

- விற்பனை ஒப்பந்தம் என்ற சொல்லில் விற்பனையும் மற்றும் விற்பனை உடன்பாடும் உள்ளடங்கியது.
- பொருளின் உரிமையை, உடனே மாற்றிவிடக் கூடிய நடவடிக்கைகள் விற்பனை ஆகும்.
- பொருளின் உரிமையை, எதிர்காலத்தில் மாற்றும் நடவடிக்கைகளுக்கு விற்பனை உடன்பாட்டு நடவடிக்கைகள் ஆகும்.

---

2. **விற்பனை மற்றும் விற்பனை ஒப்பந்தத்தை வேறுபடுத்துக.**

வ.எண்	அடிப்படை	விற்பனை	விற்பனை உடன்பாடு
1	உரிமை மாற்றம்	பொருளின் மீதான உரிமை உடனடியாக மாறி விடுகிறது	பொருளின் மீதான உரிமை எதிர்காலத்தில் மாறும் தன்மை கொண்டது
2	நட்ட இடர்பாடு	விற்கப்பட்ட சரக்கு விற்பனையாளரிடம் இருந்தாலும், பொருள் சேதமுற்றால், நட்ட இடர்பாட்டினை வாங்கியவர்தான் ஏற்க வேண்டும்.	விற்கப்பட்ட சரக்கு வாங்கியவரிடம் இருந்தாலும், பொருள் சேதமுற்றால், நட்ட இடர்பாட்டினை விற்பனையாளர்தான் ஏற்க வேண்டும்
3	ஒப்பந்த மீறுகையின் விளைவுகள்	விலையைத் செலுத்த, வாங்குநர் மறுத்தால், சரக்கு விற்பவரிடமே இருந்த போதிலும், விலையை தரக்கோரி வாங்குநர் மீது வழக்கு தொடுக்கலாம்	வாங்குநர் ஒப்பந்தத்தை மீறிச் செயல்படும் போது, விற்பவர் பொருளை, வாங்குநரிடமிருந்து கைப்பற்றிக்கொள்ளவும், வழக்கு தொடுக்கவும் முடியும்
4	ஒப்பந்தத்தின் தன்மை	இது நிறைவேறிய ஒப்பந்தம் ஆகும்	இது நிறைவேற வேண்டிய ஒப்பந்தம் ஆகும்
5	வாங்குநரின் நொடிப்பு	வாங்குநர் விலையை செலுத்தும் முன்னரே நொடிப்பு நிலையை அடைந்துவிட்டால், விற்பனை செய்த சரக்கு, விற்றவர் கைவசம் இருந்தாலும், விற்பவர் அச்சரக்கினை, கலைப்பு அதிகாரிகளிடம் ஒப்படைக்க	விற்பனை உடன்பாட்டில் அத்தகைய சூழ்நிலை இல்லை. ஏனெனில், அச்சரகின் மீதான உரிமை இன்னமும் வாங்குநருக்கு மாற்றப்படவில்லை

		வேண்டும்	
6	விற்பனையாளரின் நொடிப்பு	விற்ற சரக்கை வாங்குநர் வசம் ஒப்படைக்கும் முன்னர், விற்குநர் நொடிப்பு நிலை அடைந்து விட்டால், வாங்குநர் கலைப்பு அதிகாரியிடம் இருந்து, அச்சொத்தினை பெற்றுக்கொள்ள உரிமை உள்ளது	விற்பனை உடன்பாட்டில், வாங்குநர் அப்படி செய்ய முடியாது. கலைப்பு அதிகாரிகளிடமிருந்து, விகிதப்படி தொகையைப் பெறும் உரிமை மட்டுமே உண்டு

3. **சரக்கு விற்பனைச் சட்டத்தில் சரக்கினை வகைப்படுத்திக் காட்டுக.**

சரக்கு விற்பனைச் சட்டத்தில், சரக்கினை மூன்று வகைகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது. அவை :

1) இருக்கின்ற சரக்கு
2) வருநிகழ்வுசார் சரக்கு
3) எதிர்கால சரக்கு

1) <u>இருக்கின்ற சரக்கு</u>

- ஒப்பந்தம் செய்யும் போது, விற்பனையாளரின் கைவசம் உள்ள சரக்கு இருக்கின்ற சரக்கு ஆகும்.
- விற்பனை செய்ய முகவரின் கைவசம் ஒப்படைக்கப்பட்ட சரக்கும்,
- அடமானம் பெற்றவர் விற்கும் அடமான சொத்தும் இருக்கின்ற சரக்கு எனப்படும்.

<u>இருக்கின்ற சரக்கின் வகைகள்</u>

a) ஒப்பிய சரக்கு
b) உறுதி செய்யப்பட்ட சரக்கு
c) உறுதியிடா சரக்கு

a) <u>ஒப்பிய சரக்கு</u>

- விற்பனை ஒப்பந்தம் செய்யும் போது, இனம் கண்டு ஒப்புக் கொள்ளப்பட்ட சரக்கு ஒப்பிய சரக்கு எனப்படும்.

b) <u>உறுதி செய்யப்பட்ட சரக்கு</u>

- ஒப்பிய சரக்கைப் போன்ற பொருள் உடையதுதான், உறுதி செய்யப்பட்ட சரக்கு ஆகும்.
- அதாவது, விற்பனை ஒப்பந்தம் செய்யப்பட்ட பின்பு, இன்னதுதான் என்று உணரப்பட்ட சரக்கு உறுதி செய்யப்பட்ட சரக்கு ஆகும்.

c) <u>உறுதியிடா சரக்கு</u>

- ஒப்பந்தம் செய்யும் முன்பாக, இவைதான் என இனம் காணப்படாத சரக்கு உறுதியிடா சரக்கு ஆகும்.

2) <u>**எதிர்கால சரக்கு**</u>

- ஒப்பந்தம் செய்யும்போது, தன்கைவசம் இல்லாத, ஆனால் எதிர்காலத்தில் உற்பத்தி செய்தோ, அல்லது பிறரிடமிருந்து ஒப்பந்தத்திற்கு பிறகு வாங்கியோ தரப்படும் சரக்கு எதிர்கால சரக்கு.
- எதிர்கால சரக்கு அறுதியிடப்படாத சரக்கு ஆகும்.

3) <u>**வருநிகழ்வுசார் சரக்கு**</u>

- விற்பவர் தனக்கு பொருள்கிடைத்தல், விற்பனை செய்கின்றேன் என்று கூறி, பொருள் வாங்குநரிடம் ஒப்பந்தம் மேற்கொள்வது வருநிகழ்வுசார் சரக்கு எனப்படும்.
- இது ஒருவகை எதிர்கால சரக்கு ஆகும்,
- இது விற்பவர் கைவசம் வந்து சேர்வது, எதிர் காலத்தில் நடக்கும் நிகழ்ச்சியைப் பொறுத்தது.

4. நிபந்தனை மற்றும் நம்புறுதிகளை வேறுபடுத்துக.

வ.எண்	அடிப்படை	நிபந்தனைகள்	நம்புறுதிகள்
1	பொருள்	ஒப்பந்தத்தின் கருப்பொருளாகத் திகழ்வது	ஒப்பந்தத்திற்கு துணையாக இருக்கிறது
2	முக்கியத்துவம்	ஒப்பந்தத்தில் நிபந்தனையை மீறுவது, ஒப்பந்தத்தை மீறுவதாக கொள்ளப்படுகிறது	நம்புறுதியை மீறுவது, ஒப்பந்தத்தினை மீறுவதற்கு ஒப்பாகாது
3	உரிமை மாற்றம்	நிபந்தனை நிறைவேற்றாமல், உரிமை மாற்றம் நிகழ முடியாது	நம்புறுதியை நிறைவேற்றாமல், உரிமை மாற்றம் நிகழ முடியும்
4	பரிகாரம் / தீர்வு	நிபந்தனை மீறுவதனால், ஒப்பந்தத்தில் பாதிக்கப்பட்ட நபர், ஒப்பந்தத்தை நீக்கிகொள்வதுடன், நட்ட ஈடு கோரும் உரிமயைப் பெறுகிறார்	நம்புறுதியை மீறுவதனால், ஒப்பந்தத்தில் பாதிக்கப்பட்ட நபர், நட்ட ஈடு கோரும் உரிமையை மட்டும் பெறுகிறார்

5. விலைபெறா வணிகரிடமிருந்து கிடைக்கும் சரக்கின் மீதான உரிமையை விளக்குக.

1) <u>பற்றுரிமை</u>

❖ விலை முழுவதையும் பெறும்வரை, சரக்கைத் தன்வசம் வைத்துக்கொள்ளும் உரிமை விலைசெலுத்தப்படா வணிகருக்கு உண்டு. இவ்வுரிமையைப் பெற, கீழ்க் குறிப்பிட்டுள்ள நிபந்தனைகளை நிறைவேற்ற வேண்டும்.

i) சரக்கின் உடமையை விற்றவர் பெற்றிருக்க வேண்டும்.

ii) கடன்பேரில் சரக்கை விற்றிருக்கக் கூடாது அல்லது கடனுக்கு விற்றிருப்பின், கடனின் தவணைகாலம் முடிவடைந்து இருக்க வேண்டும்.

iii) வாங்குனர் நொடிப்பு நிலை அடைந்திருக்க வேண்டும்.

2) <u>வழி இடைநிறுத்த உரிமை</u>

❖ சரக்கு, விற்பவர் இடத்திலிருந்து, வாங்குபவரின் இடத்திற்கு சென்று கொண்டு இருக்கும்போது, அதை வழிமறித்துத் தன்கைவசம் கையகப்படுத்தும் உரிமை அதாவது, வழி இடைநிறுத்த உரிமை விலைபெறாத வணிகருக்கு உண்டு.

<u>வழி இடை நிறுத்த உரிமைக்கான நிபந்தனைகள்</u>

❖ சரக்கு, விற்பவரிடமோ அல்லது வாங்குனர் வசமோ இருக்கக் கூடாது. ஒரு மூன்றாவது நபரிடம் இருக்க வேண்டும்.

❖ வாங்குனர் நொடிப்பு நிலை அடைந்திருக்க வேண்டும்.

3) <u>மறுவிற்பனை உரிமை</u>

➢ விற்ற சரக்கினை மீண்டும் விற்கும் உரிமையை, கீழ்க்கண்ட சூழ்நிலைகளில் விலைபெறா வணிகர் பெறுகிறார்

❖ விற்கப்பட்ட சரக்கு அழியும் தருவாயில் இருப்பின்

❖ பற்றுரிமை அல்லது வழிமறித்துக் கைப்பற்றிய சரக்கை மீண்டும் வேறு நபருக்கு விற்கும், தனது எண்ணத்தை வாங்குனர்க்கு தெரிவித்தப் பின்பும், வாங்குனர் அதற்கான விலையை செலுத்தாத போது

❖ மறுவிற்பனை செய்யும் உரிமையைச் சரக்கு விற்பனை ஒப்பந்தத்தில் கூறப்பட்டிருந்தால், வாங்குநருக்கு விற்பவர் அறிவிப்பு தரத் தேவையில்லை