



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**  
38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502  
Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

**2025-2026**

# PG TRB

**G.O No. 219**

**New Syllabus**

## வணிகவியல்


**UNIT-I**

**BUSINESS ORGANISATION AND MANAGEMENT**


*Your Success is Our Goal...*

### SERVICES AVAILABLE FOR PG TRB EXAM

- ◆ Material for All 10 Units
- ◆ E-Book for Psychology & Education Methodology
- ◆ E-Book for GK
- ◆ Online Recorded Video Classes
- ◆ Online Test
- ◆ Question Bank
- ◆ Regular Classes

tcaexamguide 

Teacher's Care Academy 

www.tcaexamguide.com 

tcaexamguide@gmail.com 

# வணிகவியல்

வணிக அமைப்பு மற்றும்  
மேலாண்மை

## PG TRB (2025-2026)

### UNIT – 1

### FIRST EDITION



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**

38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502

Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

Branch Office : 65C, Thillai Ngr(West), 4<sup>th</sup> Cross St, Trichy (76399 67359)

Branch Office: Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem (93602 68118)

## INDEX

S.No	CONTENT	PG.No
	<b>பகுதி - I</b>	<b>1</b>
<b>1.1.</b>	<b>வணிகம் : பொருள் மற்றும் பண்புகள்</b>	<b>1</b>
	1.1.1 வணிகம் - பொருள்	1
	1.1.2 வணிகத்தின் சிறப்பியல்புகள்	2
	தேர்வு கேள்விகள் - 1	3
<b>1.2.</b>	<b>வணிகத்தின் விரிவுகள்: தொழில்துறை, வணிகம் மற்றும் வியாபாரம்</b>	<b>5</b>
	1.2.1 தொழில்துறை	5
	1.2.2 வணிகம்	8
	1.2.3 வணிகம்	8
	1.2.4 தொழில்துறை, வணிகம் மற்றும் வியாபாரம் ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான ஒப்பீடு	10
	தேர்வு கேள்விகள் - 2	11
<b>1.3.</b>	<b>வணிக நோக்கங்கள்</b>	<b>12</b>
	1.3.1 பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் வகைகள்	14
	1.3.2 வணிகத்தின் நோக்கங்கள்	17
	1.3.3 வணிகம், அறிவுசார்தொழில் மற்றும் வேலைவாய்ப்பு ஆகியவற்றின் ஒப்பீடு	18
	தேர்வு கேள்விகள் - 3	19
<b>1.4.</b>	<b>வணிகத்தின் சமூகப் பொறுப்பு</b>	<b>20</b>
	1.4.1 சமூகப் பொறுப்பின் கருத்து	21
	1.4.2 சமூகப் பொறுப்புக்கான தேவை	21
	1.4.3 சமூகப் பொறுப்பிற்கான மற்றும் எதிரான வாதங்கள்	24
	1.4.4 சமூகப் பொறுப்புக்கு எதிரான வாதங்கள்	25
	1.4.5 சமூகப் பொறுப்பின் வகைகள்	26

	1.4.6 வெவ்வேறு ஆர்வக் குழுக்களை நோக்கிய சமூகப் பொறுப்பு	27
	தேர்வு கேள்விகள் - 4	30
<b>1.5.</b>	<b>வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் பெறுநிறுமம் ஆளுகை</b>	<b>31</b>
	1.5.1 வணிக நெறிமுறைகளின் கருத்து	32
	1.5.2 வணிக நெறிமுறைகளின் முக்கிய கூறுகள்	33
	1.5.3 வணிக நெறிமுறைகளின் குறியீடு	34
	1.5.4 பெறுநிறுமம் ஆளுகை	35
	1.5.5 இந்தியாவில் உள்ள பன்னாட்டு நிறுவனங்கள்	36
	தேர்வு கேள்விகள் - 5	39
<b>1.6.</b>	<b>வணிகத்தின் பரிணாமம்</b>	<b>40</b>
	1.6.1 பண்டமாற்று அமைப்பு	45
	1.6.2 வணிக தடைகள்	46
	1.6.3 வணிகத் தடைகளை நீக்குதல்	47
	தேர்வு கேள்விகள் - 6	48
<b>1.7.</b>	<b>வணிக அமைப்பின் வடிவங்கள்</b>	<b>49</b>
	1.7.1 தனியுரிமை	49
	தேர்வு கேள்விகள் - 7	54
	1.7.2. பிரிக்கப்படாத இந்து கூட்டுகும்பம்-HUF	55
	தேர்வு கேள்விகள் - 8	57
	1.7.3. கூட்டாண்மை	59
	தேர்வு கேள்விகள் - 9	68
	1.7.4. வரைவறுக்கப்பட்ட பொறுப்புக் கூட்டாண்மை (LLP)	70
	தேர்வு கேள்விகள் - 10	77
	1.7.5. கூட்டு பங்கு நிறுமம்	79
	தேர்வு கேள்விகள் - 11	93
	1.7.6. கூட்டுறவு அமைப்பு	94

	தேர்வு கேள்விகள் - 12	106
	1.7.7. அரசு அமைப்பு	107
	தேர்வு கேள்விகள் - 13	121
<b>1.8.</b>	<b>ஒரு ஆலையின் இடமவைவு</b>	122
	1.8.1 ஆலையின் இடவமைவு என்றால் என்ன?	122
	1.8.2 ஆலை இருப்பிடத்தை பாதிக்கும் காரணிகள்	123
	1.8.3 இருப்பிட பகுப்பாய்வு	125
	1.8.4 ஆலை இருப்பிடத்தின் முக்கியத்துவம்	126
	1.8.5 ஆலை இடம் தேர்வு அளவுகோல்கள்	126
	தேர்வு கேள்விகள் - 14	128
<b>1.9.</b>	<b>வணிக சேர்க்கைகள்: பொருள், வகைகள், வடிவங்கள், நன்மைகள் மற்றும் வரம்புகள்</b>	130
	1.9.1 பிசினஸ் காம்பினேஷன் என்றால் என்ன?	130
	1.9.2 வணிக சேர்க்கைகளின் கருத்து:	130
	1.9.3 வணிக சேர்க்கைக்கான காரணங்கள்:	131
	1.9.4 ஒரு வணிக கலவையின் நோக்கங்கள்	133
	1.9.5 கூறுகள் மற்றும் வணிக சேர்க்கைகளின் விதிமுறைகள்	134
	1.9.6 வணிக சேர்க்கைகளின் வகைகள்:	134
	1.9.7 வணிக சேர்க்கைகளின் வடிவங்கள்:	136
	1.9.8 வணிக சேர்க்கைகளின் நன்மைகள்	141
	1.9.9 தீமைகள்	142
	1.9.10 இந்தியாவில் வளர்ந்து வரும் சேவை வணிகம்	142
	தேர்வு கேள்விகள் - 15	159
<b>1.10.</b>	<b>குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்கள்</b>	160
	1.10.1 குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்கள் (MSME)	161
	1.10.2 MSMEகளின் பங்கு மற்றும் முக்கியத்துவம்	162
	1.10.3 தமிழ்நாட்டில் MSME துறை	163

	1.10.4 MSMEகளுக்கான நிறுவன நிதி ஆதாரங்கள்	164
	தேர்வு கேள்விகள் - 16	165
<b>1.11.</b>	<b>சுய உதவிக் குழுக்கள்</b>	166
	1.11.1 சுய உதவி குழுக்கள்	166
	1.11.2 சுய உதவிக் குழுக்களின் நோக்கங்கள்	167
	1.11.3 சுய உதவிக் குழுக்களின் அம்சங்கள்	168
	1.11.4 சுய உதவி குழுக்களின் செயல்பாடுகள்	169
	1.11.5 இந்தியாவில் சுய உதவிக் குழுக்கள்	170
	1.11.6 தமிழ்நாட்டில் சுய உதவிக்குழுக்கள்	170
	தேர்வு கேள்விகள் - 17	170
	<b>பகுதி II</b>	172
<b>1.12.</b>	<b>மேலாண்மை: பொருள், இயல்பு மற்றும் நிலைகள்</b>	172
	1.12.1 பண்புகள்/இயல்பு/அம்சங்கள்	173
	1.12.2 நிர்வாகத்தின் முக்கியத்துவம்	174
	1.12.3 நிர்வாகத்தின் நோக்கங்கள்	175
	1.12.4 செயல்பாட்டு பகுதிகள் / நிர்வாகத்தின் நோக்கம்	176
	1.12.5 நிர்வாகத்தின் பல்வேறு செயல்பாடுகள்	177
	1.12.6 நிர்வாகத்தின் நிலைகள்	179
	1.12.7 நிர்வாகத்தின் பொருள்	180
	1.12.8 மேலாளர் யார் ?	181
	1.12.9 மேலாண்மை என்பது அறிவியல் மற்றும் கலை	183
	1.12.10 நிர்வாகத்தை எப்படி ஒரு தொழிலாக அங்கீகரிக்க முடியும்?	185
	1.12.11 தொழில்முனைவோருக்கும் மேலாளருக்கும் உள்ள வேறுபாடு	186
	தேர்வு கேள்விகள் - 18	187
<b>1.13.</b>	<b>மேலாண்மை சிந்தனையின் பரிணாமம்</b>	188

	1.13.1 அறிவியல் மேலாண்மை	188
	1.13.2 அறிவியல் மேலாண்மையின் கூறுகள்/அம்சங்கள்	189
	1.13.3 அறிவியல் மேலாண்மையின் கருத்து/கொள்கைகள்/ நுட்பங்கள்	191
	1.13.4 டெய்லரின் வேறுபட்ட துண்டு விகித அமைப்பு	192
	1.13.5 அறிவியல் நிர்வாகத்தின் விமர்சனங்கள் / வரம்புகள்	193
	1.13.6 நிர்வாகத்தில் ஃபயோல்ஸ் பங்களிப்பு:	194
	1.13.7 நிர்வாகத்தின் கோட்பாடுகள்	195
	தேர்வு கேள்விகள் - 19	198
<b>1.14.</b>	<b>திட்டமிடல்</b>	199
	1.14.1 திட்டமிடலின் நோக்கங்கள்	200
	1.14.2 திட்டமிடலின் தன்மை / அம்சங்கள்	201
	1.14.3 திட்டமிடலின் முக்கியத்துவம், நோக்கங்கள் மற்றும் நன்மைகள்	202
	1.14.4 திட்டமிடலின் வரம்புகள்	204
	1.14.5 திட்டமிடலை திறம்பட உருவாக்குவதற்கான தேவைகள் (அல்லது) திட்டமிடல் திறம்பட செய்ய வழிகாட்டுதல்கள்	205
	1.14.6 திட்டமிடலில் ஈடுபட்டுள்ள செயல்முறை / படிகள் / திட்டமிடல் செயல்பாட்டில் நிலைகள்.	206
	1.14.7 பல்வேறு வகைகள் / திட்டமிடல் வகைகள்:	208
	1.14.8 திட்டமிடல் முறைகள்	209
	1.14.9 முன்னறிவிப்பு	211
	1.14.10 முன்னறிவிப்பின் அம்சங்கள் / பண்புகள்	212
	1.14.11 முன்னறிவிப்பின் செயல்முறை / அத்தியாவசிய கூறுகள்	212
	1.14.12 முன்னறிவிப்பின் முக்கியத்துவம்	213

	1.14.13 பகுதிகள் / முன்னறிவிப்பின் நோக்கம்	214
	1.14.14 நுட்பங்கள் / முன்னறிவிப்பின் வகைகள்	215
	1.14.15 முன்னறிவிப்பின் நன்மைகள்	217
	1.14.16 முன்னறிவிப்பின் வரம்புகள்	217
	தேர்வு கேள்விகள் - 20	219
<b>1.15.</b>	<b>முடிவெடுத்தல்</b>	220
	1.15.1 முடிவெடுக்கும் பண்புகள்	221
	1.15.2 கூறுகள் / தேவைகள் / முடிவெடுப்பதன் முக்கியத்துவம்	221
	1.15.3 பயனுள்ள முடிவெடுப்பதற்கான வழிகாட்டுதல்கள்	222
	1.15.4 முடிவெடுப்பதில் ஈடுபட்டுள்ள செயல்முறை / படிகள்	222
	1.15.5 முடிவுகளின் வகைகள்	224
	1.15.6 முடிவெடுக்கும் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	226
	1.15.7 முடிவெடுக்கும் முறைகள் / நுட்பங்கள்	227
	தேர்வு கேள்விகள் - 21	229
<b>1.16.</b>	<b>அமைத்தல்</b>	230
	1.16.1 அமைத்தலின் தன்மை/ சிறப்பியல்புகள்:	230
	1.16.2 அமைத்தலின் முக்கியத்துவம் / நன்மைகள்	232
	1.16.3 அமைத்தலின் செயல்முறை	233
	1.16.4 அமைத்தலின் செயல்பாடுகள்	234
	1.16.5. நல்ல அமைத்தலின் கொள்கைகள்:	235
	1.16.6 நிறுவன அமைத்தல்:	236
	1.16.7 ஒரு நல்ல நிறுவன கட்டமைப்பின் அம்சங்கள்	237
	1.16.8 அமைத்தல் விளக்கப்படம் - பொருள்	237
	1.16.9 நிறுவன விளக்கப்படத்தின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	237
	1.16.10 முறையான அமைத்தலின் சிறப்பியல்புகள்:	238
	1.16.11 முறைசாரா அமைத்தலின் பொருள்	239



	தேர்வு கேள்விகள் - 22	244
<b>1.17.</b>	<b>சக்தி மற்றும் அதிகாரம்</b>	245
	1.17.1 மேலாண்மையில் சக்தியின் ஆதாரங்கள்	246
	1.17.2 மேலாளர்கள் எவ்வாறு சக்தியைப் பயன்படுத்துகிறார்கள்	248
	1.17.3 அதிகாரப் ஒப்படைப்பின் பொருள்	253
	1.17.4 ஒப்படைத்தலின் கூறுகள்/ அதிகாரப் பிரதிநிதித்துவம்	254
	1.17.5 ஒப்படைப்பின் கோட்பாடுகள்:	254
	1.17.6 ஒப்படைப்பு செயல்முறை	255
	1.17.7 ஒப்படைப்பின் வகைகள்	256
	1.17.8 ஒப்படைப்பின் நன்மைகள்	257
	1.17.9 ஒப்படைப்பின் தீமைகள்	258
	1.17.10 பயனுள்ள ஒப்படைப்புக்கான முன் தேவைகள்	261
	1.17.11 பரவலாக்கத்தின் பொருள்	262
	1.17.12 அதிகாரப் பரவலாக்கத்தின் நன்மைகள்:	262
	1.17.13 அதிகாரப் பரவலாக்கத்தின் தீமைகள்:	263
	தேர்வு கேள்விகள் - 23	265
<b>1.18.</b>	<b>ஒருங்கிணைப்பு</b>	266
	1.18.1 ஒருங்கிணைப்பின் தன்மை மற்றும் அம்சங்கள்	266
	1.18.2 பயனுள்ள ஒருங்கிணைப்பைப் பாதுகாப்பதில் எதிர்கொள்ளும் சிக்கல்கள்:	267
	1.18.3 பயனுள்ள ஒருங்கிணைப்பின் கொள்கைகள் / அத்தியாவசியங்கள்	268
	1.18.4 ஒருங்கிணைப்பின் நுட்பங்கள்	268
	1.18.5 ஒருங்கிணைப்பை தீர்மானிப்பவர்கள்:	270
	1.18.6 ஒருங்கிணைப்பைப் பாதுகாக்கும் முறைகள்/வகைகள்:	270
	தேர்வு கேள்விகள் - 24	271

1.19.	<b>பணியமர்த்தல்</b>	272
	1.19.1 பணியமர்த்தலின் செயல்பாடுகள்	273
	1.19.2 பணியமர்த்தலின் முக்கியத்துவம்	273
	1.19.3 பணியமர்த்தலின் சிறப்பியல்புகள்	274
	தேர்வு கேள்விகள் - 25	275
1.20.	<b>இயக்குதல்</b>	277
	1.20.1 இயக்கத்தின் சிறப்பியல்புகள்	277
	1.20.2 இயக்கத்தின் முக்கியத்துவம்	278
	1.20.3 இயக்கத்தின் கோட்பாடுகள்	279
	தேர்வு கேள்விகள் - 26	280
1.21.	<b>செயலாக்கம்</b>	281
	1.21.1 செயலாக்கத்தின் தன்மை/ அம்சங்கள்/ சிறப்பியல்புகள்:	281
	1.21.2 நன்மைகள் / செயலாக்கத்தின் முக்கியத்துவம்:	282
	1.21.3 செயலாக்கத்தின் வகைகள்	283
	1.21.4 செயலாக்கத்தின் கோட்பாடுகள்	284
	1.21.5 ஹெர்ஸ்பெர்க்கின் செயலாக்கம் சுகாதாரக் கோட்பாடு	286
	1.21.6 Mc gregor இன் 'X' மற்றும் 'Y' கோட்பாடுகள்	286
	1.21.7 மெக்லேலண்டின் தேவை	289
	தேர்வு கேள்விகள் - 27	289
1.22.	<b>தலைமைத்துவம்</b>	291
	1.22.1 தலைமைத்துவத்தின் தன்மை / அம்சங்கள் / பண்புகள்:	292
	1.22.2 தேவை / தலைமைத்துவத்தின் முக்கியத்துவம்:	293
	1.22.3 தலைமைத்துவத்தின் செயல்பாடுகள்	293
	1.22.4 பல்வேறு வகையான தலைமைத்துவ பாணிகள்:	295
	1.22.5 தலைவர்களின் வகைகள்	296
	1.22.6 ஒரு தலைவரின் குணங்கள்	297

	1.22.7 வெவ்வேறு தலைமைத்துவ கோட்பாடுகள்	299
	தேர்வு கேள்விகள் - 28	300
<b>1.23.</b>	<b>தகவல் தொடர்பு</b>	301
	1.23.1 செயல்முறை / தகவல்தொடர்பு கூறுகள்:	302
	1.23.2 தகவல்தொடர்புகளின் குறிக்கோள்கள்/ முக்கியத்துவம்	302
	1.23.3 சேனல்கள் அல்லது தொடர்பு வகைகள்	303
	1.23.4 தகவல்தொடர்புக்கான தடைகள்	306
	1.23.5 தகவல்தொடர்பு தடைகள் மற்றும் பயனுள்ள தகவல்தொடர்புக்கான வழிகாட்டுதல்களை சமாளித்தல்	308
	தேர்வு கேள்விகள் - 29	309
<b>1.24.</b>	<b>கட்டுப்படுத்துதல்</b>	310
	1.24.1 கட்டுப்பாட்டின் தன்மை	311
	1.24.2 கட்டுப்பாட்டின் நன்மைகள் / முக்கியத்துவம்:	312
	1.24.3 கட்டுப்பாட்டின் வரம்புகள் / சிக்கல்கள்:	312
	1.24.4 கட்டுப்பாட்டு செயல்பாட்டில் படிக்கள்:	313
	1.24.5 பயனுள்ள கட்டுப்பாட்டு அமைப்பின் அத்தியாவசியங்கள்	313
	1.24.6 கட்டுப்பாட்டின் வீச்சு பொருள்	315
	1.24.7 Graicunas கோட்பாடு	315
	1.24.8 மேற்பார்வையின் வீச்சை பாதிக்கும் காரணிகள்	317
	தேர்வு கேள்விகள் - 30	318
	(வணிக அமைப்பு) முக்கிய வினாக்கள்	319
	(வணிக மேலாண்மை) முக்கிய வினாக்கள்	336



**TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM**  
**(TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)**



**HEAD OFFICE**

**NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080**

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359  
B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

**அலகு I**

**வணிக அமைப்பு மற்றும் மேலாண்மை**

**பாடத்திட்டம்**

**வணிகம்:** பொருள் மற்றும் பண்புகள் - வணிகப் பிரிவுகள்: தொழில்துறை, வணிகவியல் மற்றும் வணிகம் - வணிகத்தின் நோக்கங்கள் - ஒரு வணிகத்தின் சமூகப் பொறுப்புகள் - வணிக நெறிமுறைகள் மற்றும் பெருநிறுவன ஆளுகை - வணிகத்தின் பரிணாமம் - வணிக அமைப்பின் வடிவங்கள்: தனி உரிமையாளர், பிரிக்கப்படாத இந்து கூட்டுக்குடும்பம், கூட்டாண்மை, வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்பு கூட்டாண்மை, கூட்டு பங்கு நிறுவனம், கூட்டுறவு அமைப்பு, அரசு அமைப்பு - ஒரு ஆலையின் இருப்பிடம் - வணிக சேர்க்கைகள்: பொருள், வகைகள், வடிவங்கள், நன்மைகள் மற்றும் வரம்புகள் - குறு, சிறு மற்றும் நடுத்தர நிறுவனங்கள் - சுய உதவி குழுக்கள்.

**மேலாண்மை:** பொருள், இயல்பு மற்றும் நிலைகள் - மேலாண்மை சிந்தனையின் பரிணாமம் - திட்டமிடல் - முடிவெடுத்தல் - ஒழுங்கமைத்தல் - அதிகாரம் மற்றும் ஆணையுரிமை - ஒருங்கிணைப்பு - பணியமர்த்தல் - இயக்குதல் - செயலாக்கம் - தலைமைத்துவம் - தகவல்தொடர்பு - கட்டுப்பாடு.

**குறிப்புப் புத்தகங்கள்:**

வணிக மேலாண்மை - LM .பிரசாத்

வணிக மேலாண்மை - டி.ராமசாமி.

வணிக மேலாண்மை - டாக்டர். சிபிகுப்தா

வணிக மேலாண்மை - டாக்டர் ஆர்.ராதா கதிரேசன்

# TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM

## (TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)



### HEAD OFFICE

NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359

B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

## PG TRB COMMERCE

### UNIT - I



TCA

வணிக அமைப்பு மற்றும் மேலாண்மை

### பகுதி - I

#### 1.1 வணிகம்: பொருள் மற்றும் பண்புகள்

##### வணிகம் - அறிமுகம்

வணிகம் என்பது பொதுவான குறிக்கோள்கள் மற்றும் இலக்குகளை அடைய ஒன்றாக பாடுபடும் நபர்களை உள்ளடக்கிய ஒரு அமைப்பாகும். ஒரு வணிக நிறுவனம் எதிர்காலத்தில் எதை அடைய விரும்புகிறது என்பதைக் குறிக்கும் ஒரு பார்வை மற்றும் நிறுவனத்தின் ஒருமைப்பாட்டைக் குறிக்கும் மதிப்புகளைக் கொண்டிருப்பது முக்கியம்.

நிறுவன அமைப்புகள், நபர்கள் வேலை செய்ய விரும்பும் சூழலை உருவாக்க வேண்டும் மற்றும் பயிற்சி, கருத்து மற்றும் தகவல் பகிர்வு மூலம் ஒரே நேரத்தில் தங்களை வளர்த்துக் கொள்ள வேண்டும். ஒரு வணிக நிறுவனம் அதன் பணியாளர்கள், வாடிக்கையாளர், அளிப்பவர்கள், சமூகம் மற்றும் ஊடகங்களுடன் இணைந்து செயல்பட வேண்டும். அடையாளத்தை மேம்படுத்த, அது உள் மற்றும் வெளிப்புறமாக முக்கிய செய்திகளைத் தொடர்புகொண்டு, அதன் முக்கிய இலக்குகளுக்கு அர்ப்பணிப்பைப் பெற வேண்டும்.

##### 1.1.1 வணிகம் - பொருள்

தொழில், வணிக அல்லது தொழில்துறை நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடும் ஒரு நிறுவனம் அல்லது தொழில் முனைவோர் நிறுவனமாக வணிகத்தை விவரிக்கலாம். பல்வேறு காரணிகளைப் பொறுத்து பல்வேறு வகையான வணிகங்கள் இருக்கலாம். சில இலாப நோக்கத்திற்கானது, சில இலாப நோக்கமற்றவை. அதேபோன்று, அவைகளின் உரிமையும் அவைகளை ஒன்றுக்கொன்று வேறுபடுத்துகிறது. உதாரணமாக, தனி உரிமையாளர்கள், கூட்டாண்மைகள், பெருநிறுவனங்கள் மற்றும் பல உள்ளன. வணிகம் என்பது பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் ஒரு நபரின் முயற்சிகள் மற்றும் செயல்பாடுகள் அல்லது அவற்றை லாபத்திற்காக விற்கும் நோக்கத்துடன் சேவைகளை வழங்குகின்றன.

## வணிகம் - வரையறை

இலாப நோக்கத்தின் கீழ் சமூகத்திற்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் கிடைக்க ஏற்பாடு செய்து இயக்கப்படும் ஒரு செயல்பாடு என ஒரு வணிகம் வரையறுக்கலாம்.

**பேராசிரியர் ஓவன்** , "ஒரு வணிகம் என்பது சந்தையில் விற்பனைக்கான பொருட்களை உற்பத்தி செய்து விநியோகம் செய்தல் அல்லது விலைக்கு சேவைகளை வழங்குவதில் ஈடுபட்டுள்ள ஒரு நிறுவனமாகும்" என வரையறைக்கிறார்

**R.L. திக்சி**, "முதன்மையாக, யாருடைய சார்பாக, செயல்பாடு நடத்தப்படுகிறதோ அவர்களின் நலனுக்காக லாபம் ஈட்டுவதை நோக்கமாகக் கொண்டு பின்பற்றப்படும் ஒரு வகையான செயல்பாடு." என வணிகத்தை சரியாக வரையறுத்துள்ளார்

**எஃப்.சி ஹூப்பரின்** கூற்றுப்படி , "வணிகம் மற்றும் தொழில்துறையின் முழு சிக்கலான களம், அடிப்படைத் தொழில்துறைகள், செயலாக்கம் மற்றும் உற்பத்தித் தொழில்கள், துணை சேவைகளின் வலைப்பின்னல்கள், விநியோகம், வங்கி, காப்பீடு, போக்குவரத்து மற்றும் மொத்தத்தில் முழுவதுமாக வணிகத்தின் பணிக்கு சேவையாற்றல் மற்றும் ஊடுறுவுதல் போன்ற பல வணிகச் செயல்பாடுகள், வணிக நடவடிக்கைகள்." ஆகும்.

**பேராசிரியர். ஹான்சி** பின்வரும் வார்த்தைகளில் வணிக நடவடிக்கைகளின் அர்த்தத்தை திறம்பட சுருக்கமாகக் கூறினார் - "ஒருபுறம் வணிகம் வர்த்தகம் மற்றும் உற்பத்தியின் தொழில்நுட்ப செயல்முறைகளில் தங்கியுள்ளது. மறுபுறம், அது சந்தையைப் பார்க்கிறது. சந்திப்பில் வணிகர் இருக்கிறார், உற்பத்தியின் தொழில்நுட்ப செயல்முறையை இயக்குகிறார் அல்லது சந்தையை அளவிடுகிறார் அல்லது இரண்டையும் செய்கிறார், ஆனால் எப்போதும் ஆதாய நோக்கத்திற்காக வாங்குதல் மற்றும் விற்பதில் ஈடுபட்டுள்ளார்.

**மெல்வின் ஆன்ஷனின்** கூற்றுப்படி , இது ஆண்கள் தங்கள் வாழ்க்கையை உருவாக்குவதற்கான வழி, சுருக்கமாக, "வணிகம் என்பது ஒரு மனிதனால் செல்வத்தைப் பெறுவதற்கான செயல்பாட்டைக் குறிக்கிறது". உண்மையில், "வணிகம்" என்பது மிகு வேலையாக இருக்கும் நிலை. ஒருவர் மிகு வேலையாக இருக்கக்கூடிய எந்தவொரு செயலுடனும் இது தொடர்புடையது. எனவே, ஒரு நபர் சில வேலைகளில் முழுமையாக ஈடுபட்டிருக்கிறார், அவர் பரந்த பொருளில் சில வணிகங்களைச் செய்கிறார் என்று கூறப்படுகிறது.

### 1.1.2 வணிகத்தின் சிறப்பியல்புகள்

வணிகத்தின் முக்கிய இயல்புகள் பின்வருமாறு:

#### i. பொருட்களின் உற்பத்தி அல்லது கொள்முதல்

மனித தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட வேண்டும் அல்லது வாங்கப்பட வேண்டும்.



☎ 95665 35080

## ii விற்பனை, மாற்றம் அல்லது பரிமாற்றம்

பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் விற்பனை அல்லது பரிமாற்றம் இருக்க வேண்டும். ஒரு நபர் தனது தனிப்பட்ட நுகர்வுக்கு துணி நெய்யும்போது, அது வியாபாரம் அல்ல, ஏனெனில் பரிமாற்றம் அல்லது விற்பனை இல்லை.

## iii பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் கையாளுதல்

உற்பத்தி செய்யப்படும் அல்லது வாங்கப்பட்ட பொருட்கள் துணி, பேனா, தூரிகை, பை போன்ற நுகர்வோர் பொருட்களாக இருக்கலாம் அல்லது ஆலை மற்றும் இயந்திரங்கள் போன்ற உற்பத்தியாளர்-பொருட்களாக இருக்கலாம். சேவைகள் மின்சாரம், எரிவாயு அல்லது நீர் வழங்கல், போக்குவரத்து, வங்கி, காப்பீடு போன்ற செயல்பாடுகளைக் குறிக்கின்றன.

## iv. பரிவர்த்தனைகளின் ஒழுங்குமுறை

வாங்குதல் மற்றும் விற்பதில் ஒரு தனிமைப்படுத்தப்பட்ட வியாபாரம் வணிகமாகாது. பரிவர்த்தனைகள் வழக்கமானதாக இருக்க வேண்டும். உதாரணமாக, ஒருவர் தனது உபயோகத்திற்காக ஒரு ஸ்கூட்டரை வாங்கி, பின்னர் அதை லாபத்தில் அப்புறப்படுத்தினால், அவர் வியாபாரத்தில் ஈடுபட்டதாகக் கூற முடியாது. வியாபாரத்தை உருவாக்குவதற்கு வாங்குதல் மற்றும் விற்பது தொடர்ச்சியாக இருக்க வேண்டும்.

## v. லாப நோக்கம்

வணிகத்தின் ஒரு முக்கிய அம்சம் லாப நோக்கம். வணிகம் என்பது ஒரு பொருளாதார நடவடிக்கையாகும், அதன் மூலம் மனிதர்கள் வாழ்கிறார்கள். உண்மையில், லாபத்தின் மீதான ஈர்ப்புதான் மக்களை வியாபாரம் செய்யத் தூண்டுகிறது.

## vi. இடர் உறுப்பு

ஒரு வணிகத்தில் எதிர்பார்க்கப்படும் லாபம் எப்போதும் நிச்சயமற்றது, ஏனெனில் அது தொழிலதிபரின் கட்டுப்பாட்டிற்கு அப்பாற்பட்ட பல காரணிகளைச் சார்ந்துள்ளது. எடுத்துக்காட்டாக, நுகர்வோர் விருப்பத்தில் மாற்றம், மூலப்பொருட்களின் பற்றாக்குறை, போக்குவரத்து இடையூறுகள், மின் நெருக்கடி போன்றவை வணிகக் கணக்கீடுகளை சீர்குலைத்து நஷ்டத்தை ஏற்படுத்தலாம். அதனால்தான் லாபம் இடர் எடுப்பதற்கான வெகுமதி என்று கூறப்படுகிறது. எனவே எந்தவொரு வணிக நடவடிக்கையும் ஆபத்தின் ஒரு அங்கத்தையும் உள்ளடக்கியது.



TCA

## தேர்வு கேள்விகள் 1

1. ராம் சொந்தமாக ஒரு தொழிலைத் தொடங்க விரும்புகிறார்; தொழில் தொடங்கினால் நிச்சயம் லாபம் கிடைக்கும் என்று நினைக்கிறார். ஒரு தொழிலைத் தொடங்குவதற்கு ராமருக்கு எந்தக் குணாதிசயம் புரியவில்லை என்று நீங்கள் நினைக்கிறீர்கள்:

- A) வருமானத்தின் நிச்சயமற்ற தன்மை  
 B) லாபம் ஈட்டுதல்  
 C) பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் கொள்முதல்  
 D) இடர் உறுப்பு

2. பின்வரும் சூழ்நிலைகளில் எது வணிகத்திற்கு ஆபத்து ஏற்படலாம்:

- A) சுவை மற்றும் விருப்பங்களில் மாற்றம்      B) உற்பத்தி முறையில் மாற்றம்  
 C) அதிகரித்த போட்டி      D) இவை அனைத்தும்

3. அபாயங்கள் இல்லாமல் வணிக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள முடியுமா:

- A) உண்மை      B) பொய்  
 C) ஓரளவு உண்மை      D) பகுதி தவறானது

4. விபின் ஒரு நிறுவனத்தில் உதவி மேலாளராகப் பணிபுரிகிறார். அவர் தனது சேவைகளுக்கு என்ன வெகுமதி/திரும்பப் பெறுவார்?

- A) லாபம்      B) சம்பளம்      C) கட்டணம்      D) வட்டி

5. சுபாஷின் மகன் நன்றாகப் படிக்காததால் நல்ல வேலை கிடைக்கவில்லை. சுபாஷ் இப்போது தன் மகனுக்குத் தொழில் தொடங்க வேண்டும் என்று நினைத்துக் கொண்டிருக்கிறார். சுபாஷின் மகன் வணிக நடவடிக்கையில் ஈடுபட தகுதியுள்ளவரா ?

- A) ஆம்      B) இல்லை  
 C) ஆம், ஆனால் சில தகுதிகளைப் பெற்ற பிறகு      D) இவை எதுவும் இல்லை

6. மூலதன முதலீடு \_\_\_\_\_ & \_\_\_\_\_ இல் தேவைப்படுகிறது மற்றும் \_\_\_\_\_ இல் இல்லை:

- A) வணிகம் & வேலைவாய்ப்பு; தொழில்      B) வணிகம் & தொழில்; வேலைவாய்ப்பு  
 C) வேலைவாய்ப்பு & தொழில்; வணிகம்      D) வணிகம் & வர்த்தகம்; வேலைவாய்ப்பு

7. வணிக நடவடிக்கைகளை வகைப்படுத்தலாம்:

- A) வர்த்தகம் மற்றும் வர்த்தகம்  
 B) வர்த்தகம் மற்றும் வர்த்தகத்திற்கு துணை  
 C) வணிகம் மற்றும் உற்பத்தி  
 D) தொழில் மற்றும் வர்த்தகம்

8. வளங்களை பயனுள்ள பொருட்களாக மாற்றுவது கீழ் வரும்:

- A) தொழில்      B) வர்த்தகம்      C) வர்த்தகம்      D) இல்லை

9. இயற்கை வளங்களை பிரித்தெடுத்தல் மற்றும் உற்பத்தி செய்தல் மற்றும் உயிரினங்கள் மற்றும் தாவரங்களின் இனப்பெருக்கம் மற்றும் மேம்பாடு ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடைய தொழில்கள்:





A) முதன்மை

B) இரண்டாம் நிலை

C) மூன்றாம் நிலை

D) உற்பத்தி

10. இயற்கை வளங்களில் இருந்து மூலப்பொருட்களை வழங்கும் தொழில்:

A) பிரித்தெடுக்கும் தொழில்

B) உற்பத்தித் தொழில்

C) மூலப்பொருள் தொழில்

D) மூன்றாம் நிலை தொழில்



TCA

## 1.2 வணிகத்தின் பிரிவுகள்: தொழில்துறை, வணிகம் மற்றும் வியாபாரம்

### அறிமுகம்

உற்பத்தியாளர் ஒரு இடத்தில் நுகர்வோருக்கு பொருட்களை உற்பத்தி செய்கிறார். மொத்த விற்பனையாளர்கள், சில்லறை விற்பனையாளர்கள், விநியோகஸ்தர்கள் போன்ற இடைத்தரகர்கள் மூலம் இறுதி நுகர்வோருக்கு பொருட்களை விநியோகிக்கிறார்கள். உற்பத்திப் புள்ளியில் இருந்து நுகர்வுப் புள்ளிகள் வரை நடைபெறும் இந்தச் செயல்முறைகள் அனைத்தும் கூட்டாக வணிகச் செயல்பாடுகள் எனப்படும். அனைத்து வணிக நடவடிக்கைகளையும் இரண்டு பரந்த பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம், அதாவது தொழில்துறை மற்றும் வியாபாரம்.

### 1.2.1 தொழில்துறை

தொழில்துறை என்பது பொருளாதார நடவடிக்கைகளைக் குறிக்கிறது, அவை வளங்களை பயனுள்ள பொருட்களாக மாற்றுவதுடன் தொடர்புடையது. வணிக நடவடிக்கைகளின் உற்பத்திப் பக்கம் தொழில்துறை என்று குறிப்பிடப்படுகிறது. பொதுவாக தொழில்துறை என்ற சொல் இயந்திர சாதனங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்ப திறன்கள் சம்பந்தப்பட்ட செயல்பாடுகளுக்கு பயன்படுத்தப்படுகிறது. பொருட்களை உற்பத்தி செய்தல் அல்லது செயலாக்குதல் மற்றும் விலங்குகளின் இனப்பெருக்கம் மற்றும் எழுச்சி ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடைய நடவடிக்கைகள் இதில் அடங்கும்.

தொழில்துறை என்ற சொல் ஒத்த அல்லது தொடர்புடைய பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் நிறுவனங்களின் குழுவையும் குறிக்கப் பயன்படுகிறது. எடுத்துக்காட்டாக, பருத்தி ஜவுளித் தொழில்துறை என்பது பருத்தியிலிருந்து ஜவுளிப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் அனைத்து உற்பத்தி அலகுகளையும் குறிக்கிறது. இதேபோல், மின்னணுத் துறையில் மின்னணுப் பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் அனைத்து நிறுவனங்களும் அடங்கும். மேலும், பொதுவான மொழியில், வங்கி மற்றும் காப்பீடு போன்ற சில சேவைகள் தொழில்துறை என்றும் குறிப்பிடப்படுகின்றன, வங்கித் தொழில், காப்பீட்டுத் துறை போன்றவை.

### தொழில்துறை வகைகள்

தொழில்துறைகளை இரண்டு பரந்த பிரிவுகளாக வகைப்படுத்தலாம்.

A) செயல்பாடுகளின் அடிப்படையில் மற்றும்

B) அளவின் அடிப்படையில்

### A) செயல்பாடுகளின் அடிப்படையில்

தொழில்துறைகளை மூன்று பரந்த பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம்

1. முதன்மை தொழில்துறைகள், 2. இரண்டாம் நிலை தொழில்துறைகள் மற்றும் 3. மூன்றாம் நிலை தொழில்துறைகள்.



#### 1. முதன்மை தொழில்துறைகள்

முதன்மைத் தொழில்துறை என்பது இயற்கையின் உதவியுடன் பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதில் அக்கறை கொண்டுள்ளது. இது இயற்கை சார்ந்த தொழில் ஆகும், இதற்கு மனித முயற்சி மிகக் குறைவாகவே தேவைப்படுகிறது, எடுத்துக்காட்டாக விவசாயம், பண்ணை, வனவியல், மீன்பிடித்தல், தோட்டக்கலை போன்றவை. இந்தத் தொழில்துறைகள் மேலும் கீழ்க்கண்டவாறு பிரிக்கப்படலாம்:

##### (i) பிரித்தெடுக்கும் தொழில்துறைகள்

இந்தத் தொழில்கள் இயற்கை மூலங்களிலிருந்து பொருட்களைப் பிரித்தெடுக்கின்றன அல்லது எடுக்கின்றன. பிரித்தெடுக்கும் தொழில்கள் சில அடிப்படை மூலப்பொருட்களை வழங்குகின்றன, அவை பெரும்பாலும் புவியியல் அல்லது இயற்கை சூழலின் தயாரிப்புகளாகும். இந்தத் தொழில்களின் தயாரிப்புகள் பொதுவாக உற்பத்தித் தொழில்களால் பல பயனுள்ள பொருட்களாக மாற்றப்படுகின்றன. முக்கியமான பிரித்தெடுக்கும் தொழில்களில் விவசாயம், சுரங்கம், எண்ணெய் தோண்டுதல், வேட்டையாடுதல் மற்றும் மீன்பிடி நடவடிக்கைகள் ஆகியவை அடங்கும்.

##### (ii) மரபணு தொழில்துறைகள்

இந்தத் தொழில்கள் தாவரங்கள் மற்றும் விலங்குகளை இனப்பெருக்கம் செய்வதில் ஈடுபட்டுள்ளன, மேலும் அவை இனப்பெருக்கம் செய்ய பயன்படுத்தப்படுகின்றன. விதைகள், நாற்றங்கால் நிறுவனங்கள், கோழிப்பண்ணை, நாட்குறிப்பு, பன்றி வளர்ப்பு, குஞ்சு பொரிப்பகங்கள், நாற்றங்கால், மீன்வளம், தேனீ வளர்ப்பு போன்றவை மரபணு தொழில்களுக்கு சிறந்த எடுத்துக்காட்டுகள்.

#### 2. இரண்டாம் நிலை தொழில்துறைகள்

இவை ஏற்கனவே ஆரம்ப கட்டத்தில் பிரித்தெடுக்கப்பட்ட பொருட்களைப் பயன்படுத்துவதில் அக்கறை கொண்டுள்ளன. இந்தத் தொழில்கள் அத்தகைய பொருட்களை இறுதி நுகர்வுக்கு அல்லது பிற தொழில்துறை அலகுகளால் மேலும் செயலாக்க பொருட்களை உற்பத்தி செய்ய செயலாக்குகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, இரும்புத் தாது சுரங்கம் ஒரு முதன்மைத் தொழிலாகும், ஆனால் மூல இரும்புகளை மேலும் செயலாக்குவதன் மூலம் எஃகு உற்பத்தி செய்வது இரண்டாம் நிலைத் தொழிலாகும். இரண்டாம் நிலைத் தொழில்துறைகளை மேலும் பின்வருமாறு பிரிக்கலாம்:

### (i) உற்பத்தித் தொழில்துறைகள்

இந்தத் தொழில்கள் மூலப்பொருட்களைச் செயலாக்குவதன் மூலம் பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதில் ஈடுபட்டு, படிவப் பயன்பாடுகளை உருவாக்குகின்றன. அவற்றின் உற்பத்தி நடவடிக்கைகளில் மூலப்பொருட்கள் அல்லது ஓரளவு முடிக்கப்பட்ட பொருட்களை மாற்றுவதன் மூலம் நாம் உட்கொள்ளும் அல்லது பயன்படுத்தும் பல்வேறு முடிக்கப்பட்ட தயாரிப்புகளை அவை வெளியே கொண்டு வருகின்றன. உற்பத்திக்கான செயல்பாட்டு முறையின் அடிப்படையில் உற்பத்தித் தொழில்களை மேலும் நான்கு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

அ. எண்ணெய் சுத்திகரிப்பு நிலையத்தைப் போலவே, ஒரே பொருட்களிலிருந்து வெவ்வேறு கூறுகளை பகுப்பாய்வு செய்து பிரிக்கும் பகுப்பாய்வுத் தொழில் .

ஆ . சிமெண்டைப் போலவே பல்வேறு பொருட்களையும் ஒருங்கிணைத்து ஒரு புதிய தயாரிப்பாக உருவாக்கும் செயற்கைத் தொழில் .

இ. சர்க்கரை மற்றும் காகிதத்தைப் போலவே, முடிக்கப்பட்ட தயாரிப்புகளை உற்பத்தி செய்வதற்கான தொடர்ச்சியான நிலைகளை உள்ளடக்கிய செயலாக்கத் தொழில் .

ஈ. தொலைக்காட்சி, கார், கம்ப்யூட்டர் போன்றவற்றைப் போலவே, ஒரு புதிய தயாரிப்பை உருவாக்க பல்வேறு கூறு பாகங்களை ஒன்றுசேர்க்கும் தொழில் .

### (ii) கட்டுமானத் தொழில்துறைகள்

இந்த தொழில்கள் கட்டிடம், அணைகள், பாலங்கள், சாலைகள், சுரங்கங்கள் மற்றும் கால்வாய்கள் கட்டுமானத்தில் ஈடுபட்டுள்ளன.



TCA

### 3. மூன்றாம் நிலைத் தொழில்துறைகள் அல்லது சேவைத் தொழில்துறைகள்

அவர்கள் பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதில்லை. இந்தத் தொழில்கள் பயன்பாட்டு சேவைகளை உற்பத்தி செய்து லாபத்தில் விற்கின்றன. அவை வர்த்தகம், தொழில் மற்றும் வர்த்தகத்திற்கு உதவுகின்றன. இந்த வார்த்தையில் வங்கி, காப்பீடு, கிடங்கு, விளம்பரம் போன்ற வர்த்தகத்திற்கான துணைகளும் அடங்கும்.

#### மூன்றாம் நிலை தொழில்துறைளின் வகைப்பாடு

i. தனிப்பயனாக்கப்பட்ட சேவை : தனிநபர்கள் மற்றும் தனியார் நிறுவனங்கள் தங்கள் சேவைகளை மற்றவர்களுக்கு விற்கின்றன. எ.கா. பிளம்பர், வேலைக்காரி, முதலியன.

ii பொதுச் சேவை : அரசு மருத்துவமனைகள், பள்ளிகள், காவல்துறை, அரசு அலுவலகங்கள் போன்றவை அரசு சார்பாக மக்களுக்குச் சேவைகளை லாப நோக்கமின்றி வழங்குகின்றன.

iii விநியோக சேவை : போக்குவரத்து, கிடங்கு, தளவாடங்கள், விற்பனைத் திறன் போன்றவை இந்த வகை சேவையின் கீழ் வருகின்றன.

iv. நிதிச் சேவை : வங்கி, காரணி, கணக்கியல் மற்றும் காப்பீடு போன்றவை இந்த வகையான சேவையின் கீழ் தொகுக்கப்பட்டுள்ளன.

v. குவாட்டர்னரி சேவை : இந்த வகையான சேவையை வழங்குவதற்கு தொழில்முறை அல்லது சிறப்புத் திறன்கள் மற்றும் உயர் தொழில்நுட்பம் பயன்படுத்தப்படுகிறது.

எ.கா. மென்பொருள் மேம்பாடு, தணிக்கை, ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாடு போன்றவை.

vi. Quinary சேவை: புதிய யோசனைகள் உருவாக்கப்படுகின்றன, புதிய தொழில்நுட்பங்கள் உருவாகின்றன, தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தனிப்பட்ட நிபுணர்களால் புதிய கொள் கைகள் செயல்படுத்தப்படுகின்றன. அவர்களின் முடிவுகள் நாடுகள், சர்வதேச நிறுவனங்கள் போன்றவற்றில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றன. அதாவது, கண்டுபிடிப்பாளர்கள்.

### பி) அளவு அடிப்படையில்

செயல்பாடுகளின் அளவு அல்லது அளவின் அடிப்படையில் தொழில்கள் பின்வருமாறு வகைப்படுத்தலாம்

- |                              |                    |
|------------------------------|--------------------|
| 1. மைக்ரோ இண்டஸ்ட்ரீஸ்       | 2. சிறு தொழில்கள்  |
| 3. நடுத்தர தொழில்கள் மற்றும் | 4. பெரிய தொழில்கள் |



### 1.2.2 வணிகம்

வணிகம் என்பது பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் இடத்திலிருந்து நுகர்வு இடத்திற்கு கொண்டு வருவதற்கு தேவையான அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் குறிக்கிறது. ஈவ்லின் தாமஸின் கூற்றுப்படி, "வணிக நடவடிக்கைகள் பொருட்களை வாங்குதல் மற்றும் விற்பது, பொருட்களின் பரிமாற்றம் மற்றும் முடிக்கப்பட்ட பொருட்களின் பங்களிப்பு ஆகியவற்றைக் கையாளுகின்றன". வணிகம் என்பது வியாபாரம் மட்டுமல்ல, போக்குவரத்து, கிடங்கு, பேக்கேஜிங், காப்பீடு, வங்கி மற்றும் விற்பனை மேம்பாடு போன்ற சேவைகளையும் உள்ளடக்கியது, அவை தற்செயலாக அல்லது வர்த்தகத்திற்கு துணை புரிகின்றன. அத்தியாயம் 2 ஐப் பார்க்கவும். கீழே சுருக்கமாக விளக்கப்பட்டுள்ளபடி வணிகம் பின்வரும் செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது

### 1.2.3 வணிகம்

#### i) வியாபாரம்

வியாபாரம் வணிகத்தின் இன்றியமையாத பகுதியாகும். வாங்குதல் மற்றும் விற்பதைக் குறிக்க 'வியாபாரம்' என்ற சொல் பயன்படுத்தப்படுகிறது. உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்களை இறுதி நுகர்வோர் அல்லது பயனர்களுக்கு கிடைக்கச் செய்ய இது உதவுகிறது. எனவே, வாங்குபவர் மற்றும் விற்பவர் ஒரு வணிகர். ஒரு வர்த்தகர் உற்பத்தியாளருக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையில் இடைத்தரகர் ஆவார். வியாபாரத்தை உள் வியாபாரம் மற்றும் வெளி வியாபாரம், மொத்த வியாபாரம் அல்லது சில்லறை வியாபாரம் என வகைப்படுத்தலாம்.

## ii போக்குவரத்து

உற்பத்தி செய்யப்படும் அனைத்து பொருட்களையும் உற்பத்தி செய்யும் இடத்தில் அல்லது அருகில் விற்பனை செய்வது சாத்தியமில்லை. எனவே, பொருட்கள் தேவைப்படும் இடங்களுக்கு அனுப்பப்படும். மனிதர்களையும் பொருட்களையும் ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு நகர்த்தும் ஊடகம் போக்குவரத்து எனப்படும்.

## iii வங்கியியல்

இன்றைய நாட்களில் வங்கி இல்லாத தொழிலை நினைத்துப் பார்க்க முடியாது. தொழில் தொடங்க அல்லது அதை சீராக நடத்த பணம் தேவை. வங்கிகள் பணத்தை வழங்குகின்றன. சொத்துக்களைப் பெறுவதற்கும், மூலப்பொருட்களை வாங்குவதற்கும் மற்றும் பிற செலவுகளைச் செய்வதற்கும் நிதி கிடைக்காதவரை வணிக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள முடியாது. தேவையான நிதியை வங்கியில் பெறலாம். எனவே, நிதிப் பிரச்சனையைச் சமாளிக்க வணிக நடவடிக்கைகளுக்கு வங்கி உதவுகிறது.



TCA

## iv. காப்பீடு

வணிகமானது பல்வேறு வகையான அபாயங்களை உள்ளடக்கியது. தொழிற்சாலை கட்டிடம், இயந்திரங்கள், தளபாடங்கள் போன்றவை தீ, திருட்டு மற்றும் பிற ஆபத்துகளிலிருந்து பாதுகாக்கப்பட வேண்டும். கையிருப்பில் அல்லது போக்குவரத்தில் வைத்திருக்கும் பொருட்கள் மற்றும் பொருட்கள் இழப்பு அல்லது சேதத்தின் அபாயத்திற்கு உட்பட்டவை. விபத்து மற்றும் தொழில்சார் ஆபத்துகள் ஆகியவற்றிலிருந்து பணியாளர்கள் பாதுகாக்கப்பட வேண்டும். இது போன்ற எல்லா நிகழ்வுகளிலும் காப்பீடு பாதுகாப்பை வழங்குகிறது. பெயரளவிலான பிரீமியத்தை செலுத்தினால், இழப்பு அல்லது சேதத்தின் அளவு மற்றும் காயத்திற்கான இழப்பீடு ஏதேனும் இருந்தால், காப்பீட்டு நிறுவனத்திடமிருந்து திரும்பப் பெறலாம்.

## v. கிடங்கு

பொதுவாக, பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட உடனேயே விற்கப்படுவதில்லை அல்லது நுகரப்படுவதில்லை. தேவைக்கேற்ப அவற்றைக் கிடைக்கும் வகையில் இருப்பில் வைத்துள்ளனர். இழப்பு அல்லது சேதத்தைத் தடுக்க, பொருட்களை சேமிப்பதற்கு சிறப்பு ஏற்பாடு செய்யப்பட வேண்டும். சேமிப்பு மற்றும் தேவையான போது பொருட்கள் கிடைக்கும் வசதிகள் ஆகியவற்றின் சிக்கலை சமாளிக்க வணிக நிறுவனங்களுக்கு கிடங்கு உதவுகிறது. பொருட்களின் தொடர்ச்சியான விநியோகத்தின் மூலம் விலைகள் நியாயமான அளவில் பராமரிக்கப்படுகின்றன.

## vi. தகவல் தொடர்பு

தகவல் தொடர்பு என்பது ஒருவரிடமிருந்து இன்னொருவருக்கு தகவல் மாற்றம் அல்லது பரிமாற்றம் செய்தல் ஆகும். இது வாய்மொழியாகவோ அல்லது எழுத்து மூலமாகவோ இருக்கலாம். வணிகர்களுக்கு இடையே தொடர்பை ஏற்படுத்துவதில் முக்கியப்

பங்கு வகிக்கும். பொருட்களின் விலை, அனுமதிக்கப்பட்ட தள்ளுபடி, கடன் வசதி மற்றும் இன்டர்நெட், தொலைபேசி, தொலைத்தொடர்பு, மின்னஞ்சல் போன்றவற்றின் விற்பனை விதிமுறைகளை இறுதி செய்து தீர்வு காண உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் நுகர்வோர் ஒருவருக்கொருவர் தகவல்களைத் தொடர்புகொள்வது அவசியம்.

#### Vii. விளம்பரம் மற்றும் விற்பனைத்திறன்

விளம்பரம் ஃபிரிஸ்பீ அறிவுத் தொப்பி மற்றும் தகவலின் சிரமத்தை தீர்க்கிறது, பல உற்பத்தியாளர்களால் தயாரிக்கப்படும் பல்வேறு பிராண்ட்களைப் பற்றி நுகர்வோர் தெரிந்துகொள்ள விளம்பரம் உதவுகிறது. வணிகப் பொருட்களை விற்பது. இது தனிப்பட்ட விற்பனையை எளிதாக்குகிறது. டீலர் அல்லது வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து நேரடியாக ஆர்டர்களை பதிவு செய்ய விற்பனைப் படை பல நேரங்களில் தேவைப்படுகிறது.

சேவைகள் மற்றும் தொழில்துறை பொருட்களின் விற்பனையில்

இது மிகவும் தேவைப்படுகிறது



95665 35080

#### 1.2.4 தொழில்துறை, வணிகம் மற்றும் வியாபாரம் ஆகியவற்றுக்கு இடையேயான ஒப்பீடு

தொழில்துறை	வணிகம்	வியாபாரம்
1. பொருள்: பயனுள்ள பொருட்களின் பிரித்தெடுத்தல், இனப்பெருக்கம், மாற்றம், செயலாக்கம் மற்றும் கட்டுமானம்	பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் விநியோகம் சம்பந்தப்பட்ட நடவடிக்கைகள்	பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் கொள்முதல் மற்றும் விற்பனை
2. நோக்கம்: பொருட்கள் மற்றும் அரை முடிக்கப்பட்ட தயாரிப்புகளை முடிக்கப்பட்ட பொருட்களாக மாற்றுவதை உள்ளடக்கிய அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் கொண்டுள்ளது.	வர்த்தகத்திற்கான வர்த்தக துணைகளை உள்ளடக்கியது	பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிமாற்றத்தை உள்ளடக்கியது
3. மூலதனம்: பொதுவாக அதிக அளவு மூலதனம் தேவைப்படும்	மூலதனத்தின் தேவை ஒப்பீட்டளவில் குறைவு	சரக்கிருப்புகளை பராமரிக்கவும் கடன்

		வழங்கவும் சிறிய மூலதனம் தேவை
4. இடர்: சம்பந்தப்பட்ட ஆபத்து பொதுவாக அதிகமாக இருக்கும்	ஒப்பீட்டளவில் குறைவான ஆபத்து உள்ளது	ஒப்பீட்டளவில் குறைவான ஆபத்து உள்ளது
5. பக்கம்: இது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் விநியோகப் பக்கத்தைக் குறிக்கிறது	இது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் தேவைப் பக்கத்தைக் குறிக்கிறது	இது வழங்கல் மற்றும் தேவை இரண்டையும் குறிக்கிறது
6. பயன்பாட்டு உருவாக்கம்: இது பொருட்களின் வடிவம் அல்லது வடிவத்தை மாற்றுவதன் மூலம் படிவ பயன்பாட்டை உருவாக்குகிறது	இது உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு பொருட்களை நகர்த்துவதன் மூலம் இட பயன்பாட்டை உருவாக்குகிறது	இது பரிமாற்றத்தின் மூலம் உடைமை பயன்பாட்டை உருவாக்குகிறது

### தேர்வு கேள்விகள் - 2



TCA

- எஃகு உற்பத்தி ஒரு உதாரணம்:
  - முதன்மை தொழில்துறை
  - மூன்றாம் நிலை தொழில்துறை
  - இரண்டாம் நிலை தொழில்துறை
  - பிரித்தெடுக்கும் தொழில்துறை
- மூலப்பொருளைச் செயலாக்குவதன் மூலம் பொருட்களை உற்பத்தி செய்யும் தொழில்துறைகள்:
  - பிரித்தெடுக்கும் தொழில்துறை
  - மரபணு தொழில்துறை
  - உற்பத்தித் தொழில்துறை
  - மூன்றாம் நிலை தொழில்துறை
- தாவரங்கள் மற்றும் விலங்குகளின் இனப்பெருக்கத்தில் ஈடுபட்டுள்ள தொழில்கள்:
  - மரபணு
  - பிரித்தெடுத்தல்
  - உற்பத்தி
  - மூன்றாம் நிலை
- பல்வேறு பொருட்கள் ஒன்றிணைந்து ஒரு புதிய தயாரிப்பை உருவாக்கும் தொழில் \_\_\_\_\_தொழில் என்று அழைக்கப்படுகிறது :
  - பகுப்பாய்வு
  - செயற்கை
  - செயலாக்கம்
  - அசெம்பிளிங்
- ஒரு புதிய தயாரிப்பை உருவாக்க பல்வேறு கூறுகளின் பாகங்களை இணைக்கும் தொழில் அழைக்கப்படுகிறது:
  - செயற்கை
  - பகுப்பாய்வு
  - அசெம்பிளிங்
  - செயலாக்கம்

6. தொழிற்சூறையில் தயாரிக்கப்படுகின்றன :

- A) செயலாக்கம்                      B) பகுப்பாய்வு                      C) செயற்கை                      D) அசெம்பிளிங்

7. --- போன்ற கட்டுமானங்களில் ஈடுபட்டுள்ள தொழில்கள் :

- A) பகுப்பாய்வு தொழில்                      B) மூன்றாம் நிலை தொழில்  
C) கட்டுமானத் தொழில்                      D) இல்லை

8. மூன்றாம் நிலை தொழில்துறைகள் என்றும் அழைக்கப்படுகின்றன:

- A) முதன்மை தொழில்துறை                      B) வர்த்தகம்  
C) வர்த்தகத்திற்கான துணைப் பொருட்கள்                      D) வணிகம்

9. மூன்றாம் நிலை தொழில்துறையின் உதாரணம்:

- A) சர்க்கரை தொழில்                      B) எஃகு தொழில்  
C) வங்கித் தொழில்                      D) கனிம தொழில்

10. வணிகம் மற்றும் வணிகத்திற்கான துணை பொருட்கள் ஒரு பகுதியாகும்:

- A) வணிகம்                      B) வியாபாரம்                      C) இரண்டும்                      D) இல்லை

### 1.3 வணிக நோக்கங்கள்

**அறிமுகம்**

**மனித செயல்பாடுகள்**

மனித செயல்பாடு என்பது ஒரு மனிதனால் தனது தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்ய அல்லது தனிப்பட்ட திருப்திக்காக செய்யப்படும் ஒரு செயலாகும். மனித நடவடிக்கைகள் பொருளாதாரம் மற்றும் பொருளாதாரம் அல்லாத நடவடிக்கைகள் என வகைப்படுத்தலாம். கீழே உள்ள விளக்கப்படம் மனித நடவடிக்கைகளின் ஸ்னாப்ஷாட்டை வழங்குகிறது.

**I. பொருளாதார நடவடிக்கைகள்**

பணம் சம்பாதிக்கும் நோக்கத்துடன் மேற்கொள்ளப்படும் செயல்பாடுகள் பொருளாதார நடவடிக்கைகள் எனப்படும்.

**எடுத்துக்காட்டுகள்:**

- i. உற்பத்தியாளர்களால் பொருட்களின் உற்பத்தி
- ii மொத்த விற்பனையாளர்களால் பொருட்களின் விநியோகம்
- iii சில்லறை விற்பனையாளர்கள் மூலம் விற்பனை
- iv. மருத்துவர்களால் வழங்கப்படும் மருத்துவ ஆலோசனை
- v. பட்டய கணக்காளர்கள் மூலம் கணக்கியல் நடைமுறை







**TEACHER'S CARE PUBLICATION**  
38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kanchipuram- 631502  
Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

**2025-2026**

# PG TRB

**G.O No. 219**

**New Syllabus**

## வணிகவியல்


**UNIT-II (Volume-1)**

**MARKETING AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT**

*Your Success is Our Goal...*

### SERVICES AVAILABLE FOR PG TRB EXAM

- ◆ Material for All 10 Units
- ◆ E-Book for Psychology & Education Methodology
- ◆ E-Book for GK
- ◆ Online Recorded Video Classes
- ◆ Online Test
- ◆ Question Bank
- ◆ Regular Classes

tcaexamguide 

Teacher's Care Academy 

www.tcaexamguide.com 

tcaexamguide@gmail.com 

---

# **COMMERCE (TM)**

## **MARKETING &**

### **HUMAN RESOURCE MANAGEMENT**

---

# **PG TRB (2025-2026)**

---

## **UNIT- 2**

### **(Volume 1)**

### **FIRST EDITION**



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**

38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502

Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

---

**Branch Office : 65C, Thillai Ngr(West), 4<sup>th</sup> Cross St, Trichy (76399 67359)**  
**Branch Office: Advaitha Ashram Road, New Bus Stand, Salem (93602 68118)**

---

## உள்ளடக்கம்

ப.எ.

### 2.1. சந்தைப்படுத்தல் - அறிமுகம்

1

2.1.1. சந்தையின் பொருள்

4

2.1.2. சந்தைகளின் வகைகள்

11

2.1.3. சந்தைப்படுத்தலின் பொருள் மற்றும் வரையறை

18

2.1.4. சந்தைப்படுத்தல் கருத்துக்கள்

24

2.1.5. சந்தைப்படுத்தல் விதிமுறைகள்

26

2.1.6. சந்தைப்படுத்தலின் நவீன கருத்து

32

2.1.7. இந்தியாவில் சந்தைப்படுத்துவதில் உள்ள சிக்கல்கள்

41

2.1.8. வாங்குதல் - பொருள்:

53

2.1.9. அசெம்பிளிங் - பொருள்

59

2.1.10. சந்தைப்படுத்தல் செயல்பாடுகள்

75

2.1.11. சந்தைப்படுத்தல் சூழல்:

76

2.1.12. சந்தைப்படுத்தல் கலவை - அறிமுகம்

95

2.1.13. சந்தைப்படுத்தல் கலவையின் கூறுகள்

97

2.1.14. சந்தைப் பிரிவு - சந்தை இலக்கு மற்றும் நிலைப்படுத்தல்

106

2.1.15. சந்தைப் பிரிவின் அடிப்படை:

114

2.1.16. சந்தை இலக்கு மற்றும் நிலைப்படுத்தல் :

127

2.1.17. பயிற்சி வினாக்கள்

142

### 2.2. உற்பத்தி பொருள் - அறிமுகம்

144

2.2.1. உற்பத்தி பொருள் - பொருள் மற்றும் வரையறை

145

2.2.2. உற்பத்தி பொருளின் அம்சங்கள்

146

2.2.3. பண்புக்கூறுகள் - பொருள்

150

2.2.4. உற்பத்தி பொருள் கலவை

157

2.2.5. உற்பத்தி பொருள் கலவையின் முக்கியத்துவம்

157

2.2.6. சந்தைப்படுத்தலில் நான்கு பி	159
2.2.7. உற்பத்தி பொருளின் வாழ்க்கை சுழற்சி	179
2.2.8. உற்பத்தி பொருளின் வாழ்க்கைச் சுழற்சியின் வெவ்வேறு நிலைகள்	185
2.2.9. புதிய உற்பத்தி பொருளின் திட்டமிடல் மற்றும் ஊக்குவிப்பு	193
2.2.10. விலைக் கொள்கைகள் மற்றும் உத்திகள்	204
2.2.11. விலை உத்திகள் - பொருள்	225
2.2.12. வெவ்வேறு - விலை உத்திகள்	230
2.2.13. பயிற்சி வினாக்கள்	238

### 2.3. ஊக்குவித்தல் முறைகள் 240

2.3.1. விளம்பரத்தின் நோக்கம் மற்றும் முக்கியத்துவம்	241
2.3.2. விளம்பரத்தின் சிறப்பியல்புகள்	242
2.3.3. விளம்பர கலவை	243
2.3.4. ஊக்குவிப்பு உத்திகள்	244
2.3.5. விளம்பர முறைகளின் முறைகள்	247
2.3.6. விளம்பரம் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவற்றுக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடு	249
2.3.7. தனிப்பட்ட விற்பனை	250
2.3.8. தனிப்பட்ட விற்பனையின் சிறப்பியல்புகள்	258
2.3.9. தனிப்பட்ட விற்பனையின் தேவை	261
2.3.10. தனிப்பட்ட விற்பனையின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	263
2.3.11. விளம்பரம்	281
2.3.12. விளம்பரத்தின் சிறப்பியல்புகள்	287
2.3.13. விளம்பரத்தின் அடிப்படைக் கோட்பாடுகள்	290
2.3.14. விளம்பர மாதிரிகள்	293
2.3.15. விளம்பர வகைகள்	296

2.3.16. விளம்பரம் - அறிமுகம்	306
2.3.17. விளம்பரத்தின் சிறப்பியல்புகள்	307
2.3.18. விளம்பரத்தின் முக்கியத்துவம்	308
2.3.19. விளம்பரத்தின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	315
2.3.20. விற்பனை ஊக்குவிப்பு	321
2.3.21. விற்பனை விளம்பரங்களின் வகைகள்	327
2.3.22. பயிற்சி வினாக்கள்	341

<b>2.4. விநியோக வழிகள் - அறிமுகம்</b>	<b>343</b>
2.4.1. விநியோக வழிகளின் கருத்து	344
2.4.2. விநியோக வழிகளின் நிலைகள்:	346
2.4.3. விநியோக வழிகளின் பங்கு	347
2.4.4. விநியோக வழிகளின் அம்சங்கள்	348
2.4.5. விநியோக வழிகளின் நோக்கங்கள்	349
2.4.6. விநியோக வழிகளின் முக்கியத்துவம்	351
2.4.7. விநியோக வழிகளின் செயல்முறை	352
2.4.8. விநியோக வழிகளின் இயல்பு மற்றும் செயல்பாடுகள்	353
2.4.9. விநியோக வழிகளின் செயல்பாடுகள்	355
2.4.10. விநியோக வழிகளின் கூறுகள்	358
2.4.11. விநியோக வகைகள்	359
2.4.12. விநியோக வழிகளின் வகைகள்	364
2.4.13. பயிற்சி வினாக்கள்	374



☎ 95665 35080

**குறிப்பு புத்தகம்: (Reference Book):**

1. சந்தைப்படுத்தல் கொள்கைகள் - பிலிப் கோட்லர்
2. நவீன சந்தைப்படுத்தல்: ஆர்எஸ்என் பிள்ளை & பகவதி
3. சந்தைப்படுத்தல் - ஜே.ஜெயசங்கர்
4. சில்லறை விற்பனை மேலாண்மை - பாண்டியன் சுந்தர பி (டாக்டர்), முத்துலட்சுமி எஸ்
5. நுகர்வோர் இயங்குமுறை - சுல்தான் சந்த் மற்றும் மகன்கள்
6. சர்வீஸ் மார்கெட்டிங் - ஸ்ரீனிவாசன். ஆர்
7. மனித வள ஊக்குவிப்பு - டாக்டர். வி. பாலு
8. 11 வது மற்றும் 12 வது பள்ளி புத்தகங்கள்
9. ஆன்லைன் இணையதளம்

**பாடத்திட்டம் (Syllabus)**

Marketing – Concepts, Approaches, Functions and Environment – Marketing mix – Market Segmentation – Market Targeting and Positioning – Product: Meaning, Features, Attributes, Mix, Product life cycle, New product planning and development– Pricing Policies and Strategies – Promotional methods: Personal selling, Advertising, Publicity, Sales promotion – Channels of distribution: Functions, Types – Retail management: Agent middlemen, Wholesaler, Retailer, Consumer Behavior – Need for consumer protection – Consumer grievance redressal mechanism under Consumer Protection Act – Services marketing – Rural and Agricultural Marketing – Recent Trends in Marketing: Digital Marketing, Social marketing, Green marketing. Human Resource Management: Objectives and Importance – Human resource planning – Functions of Trade Unions Forms of Collective Bargaining – Workers’ Participation in Management – Grievance Management – Employee Welfare: Types of Employee Welfare Measures – Remuneration.

# TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM

## (TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)



### HEAD OFFICE

NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359

B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

## PG TRB COMMERCE

### UNIT - II

#### 2.1. சந்தைப்படுத்தல் - அறிமுகம்

- எந்தவொரு வணிகத்தின் வெற்றியும் அது உற்பத்தி செய்யும் பொருட்களின் தரத்தை மட்டுமல்ல, பொருட்களின் விற்பனை தொடர்பான கொள்கைகளையும் சார்ந்துள்ளது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், சந்தைப்படுத்தல் கொள்கை அதன் உற்பத்திக் கொள்கையுடன் வணிக வெற்றியின் அடிப்படையையும் உருவாக்குகிறது. வணிக வரிசையில் உள்ள பெரும்பாலான வல்லுநர்கள் "மார்க்கெட்டிங்" ஒரு வணிகத்தின் உயிர்நாடியாக கருதுகின்றனர். எந்தவொரு நிறுவனத்தின் இறுதி நோக்கமும் "விற்பனை" என்று அவர்கள் நினைக்கிறார்கள். விற்பனை பொருத்தமானதாக இல்லாவிட்டால், நிறுவனத்தின் நோக்கத்தை அடைவது கடினம். ஒரு வணிகத்தை நடத்துவதற்கு பல செலவுகள் செய்யப்படுகின்றன மற்றும் விற்பனை செயல்முறை சரியான திசையில் செயல்படும் போது மட்டுமே இந்த செலவுகள் மீட்கப்படும்.
- எந்தவொரு பொருளின் விற்பனையும் வருமான ஆதாரமாகிறது, ஏனெனில் நிறுவனம் அதன் பல்வேறு செலவுகளை ஈடுசெய்ய முடியும். உற்பத்திச் செலவுகள், நிர்வாகச் செலவுகள் மற்றும் "விற்பனையுடன்" தொடர்புடைய செலவுகள். சரியான அளவு விற்பனையாகும்போது, நிறுவனமானது அதன் வணிகத்தை அதிக உயரத்திற்கு விரிவுபடுத்துவதற்கு போதுமான லாபத்தைப் பெறுகிறது. எந்தவொரு நிறுவனத்தின் பொருட்களின் சரியான, வேகமான மற்றும் வழக்கமான விற்பனையானது அனைத்து வணிக சவால்கள் மற்றும் சிக்கல்களைச் சந்திக்க நிறுவனத்திற்கு உதவுகிறது. சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு சமூக செயல்முறை மற்றும் பொருளாதார செயல்முறை - (PGTRB-2005 to 2006). ஒரு வணிக நிறுவனத்தின் சந்தைப்படுத்தல் முயற்சிகள் அதன் விற்பனையை பெரிய அளவில் மேம்படுத்துகின்றன. சந்தைப்படுத்தல் இல்லாமல் நுகர்வு சாத்தியமில்லை என்பது சரியாகக் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளது. அதனால்தான் உற்பத்தியுடன் ஒப்பிடுகையில் சந்தைப்படுத்தல் மிகவும் முக்கியமானது. இது நவீன சகாப்தத்தின் பெரும் சவாலாக உள்ளது, ஏனெனில் அனைத்து உற்பத்தியாளர்களும் சந்தைப்படுத்தல்

நிர்வாகத்தை மேலும் அறிவியல் பூர்வமாக மாற்றுவதற்கும், நுகர்வோர் மற்றும் சந்தைகளை திறம்பட கைப்பற்றுவதற்கு தங்களால் இயன்றவரை முயற்சி செய்கிறார்கள்.

- சந்தைப்படுத்தல் முயற்சிகள் வணிகத்தின் வருவாயை அதிகரிப்பதோடு வணிகத்தின் நல்லெண்ணத்தையும் மேம்படுத்துகின்றன. சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகள் நுகர்வோர் மத்தியில் வணிக நிறுவனத்தைப் பற்றிய புரிதலை உருவாக்குகின்றன. சந்தைகளின் தன்மை மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் இயங்குமுறை குறித்து மார்க்கெட்டிங் பணியாளர்கள் போதிய விழிப்புணர்வு பெற்று, தங்களின் விருப்பம் மற்றும் தேவைகளுக்கு ஏற்ப, அவர்களுக்கு ஏற்ற விலையில், "விற்பனை" புதிய உச்சத்தைத் தொடும் என்பது உறுதி. வாங்குபவர்கள் அந்த பொருட்களை வாங்க சந்தைகளில் குவிவார்கள். அனைத்து நுகர்வோருக்கும் ஒரே மாதிரியான உற்பத்தி பொருள்கள் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் கலவையை வழங்கும் வெகுஜன சந்தைப்படுத்தல் - (UGC NET - 2012.) இது வணிக நிறுவனத்தை நம்பிக்கையுடன் முன்னேற ஊக்குவிக்கும். சந்தைப்படுத்தல் மேலாண்மை என்பது திட்டமிடல், அமைப்பு மற்றும் கட்டுப்பாடு போன்ற நிறுவனத்தால் தொடங்கப்பட்ட சந்தைப்படுத்தல் முயற்சிகள் ஆகும்.
- நிர்வாகக் கண்ணோட்டத்தில் சந்தைப்படுத்தல் முக்கியமானது. சந்தைப்படுத்தல் நிர்வாகத்தின் முக்கிய நோக்கம் பொருட்களின் விற்பனையை அதிகரிப்பதாகும். "விற்பனையை" மேம்படுத்துவதற்காக, விளம்பரம் செய்ய பல்வேறு முறைகளை பின்பற்றுதல், பரிசுகள் வழங்குதல், கவர்ச்சிகரமான பொதிகளில் பொருட்களை வழங்குதல் மற்றும் நுகர்வோருக்கு விற்பனைக்குப் பின் வசதிகளை வழங்குதல் போன்ற பல நடவடிக்கைகள் எடுக்கப்படுகின்றன. இன்றைய சந்தைப்படுத்துபவர் சாத்தியமான எல்லா வழிகளிலும் நுகர்வோரை அடைய முயற்சிக்கிறார் என்பதை இது காட்டுகிறது. நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கும் சந்தைப்படுத்தல் பங்களிக்கிறது.
- **பீட்டர் எஃப். ட்ரக்கரின் கூற்றுப்படி,** "நாட்டின் மக்கள்தொகை மற்றும் வருமானத்தின் விநியோக முறைகளில் கூட உற்பத்தி முறைகளில் எந்த மாற்றத்தையும் கொண்டு வராமல், தற்போதைய தற்போதைய அமைப்பின் முழுப் பொருளாதாரக் கட்டமைப்பிலும் சந்தைப்படுத்தல் ஒரு பெரிய மாற்றத்தைக் கொண்டு வர முடியும்." எனவே, எதிர்காலத்தில் உற்பத்தி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் தொடர்பான பணிகளில் எந்த பிரச்சனையும் அல்லது தடையும் ஏற்படாதவாறு, உற்பத்தி முறைகளில் மாற்றங்களுடன் சந்தைப்படுத்தல் முறையும் உருவாக வேண்டும் . எந்தவொரு நாட்டிலும் மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்துவதில் சந்தைப்படுத்தல் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.
- சந்தைப்படுத்தல் வேலைவாய்ப்பின் அடிப்படையாக இருந்து வருகிறது. எந்தவொரு நிறுவனமும் பெரிய அளவிலான உற்பத்தியை நாடலாம், இதனால் பொருட்களின் உயரும் தேவையை பூர்த்தி செய்ய முடியும். உற்பத்தி அதிகரிக்கத் தொடங்கும் போது வளர்ச்சியின் வேகம் ஒரு ஊக்கத்தைப் பெறுகிறது, இந்தச் செயல்பாட்டில், உற்பத்தி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் துறைகளில் அதிக நிபுணத்துவம் வாய்ந்த பணியாளர்கள் நிறுவனத்திற்குத் தேவைப்படுகின்றனர். செயல்பாட்டு அணுகுமுறை நுகர்வோருடன் தொடங்குகிறது மற்றும் முடிவடைகிறது - (PG TRB- 2015)



- கொள்முதல்-விற்பனை, போக்குவரத்து, பொருட்களை சேமித்தல், விளம்பரம் மற்றும் ஆராய்ச்சி போன்ற பல்வேறு சந்தைப்படுத்தல் செயல்பாடுகளைச் செய்வதற்கு அதிகமான மக்கள் வேலைவாய்ப்பைப் பெறுகின்றனர். நிதி மற்றும் நிபுணர் சந்தைப்படுத்தல் நிறுவனங்களும் இந்த செயல்பாட்டில் ஈடுபட்டுள்ளன. எந்தவொரு உற்பத்தி பொருளின் வெற்றியும் அதன் உள்ளார்ந்த குணங்களை மட்டுமல்ல, அதன் விற்பனையை அதிகரிப்பதோடு தொடர்புடைய சந்தைப்படுத்தல் முயற்சிகளையும் சார்ந்துள்ளது. எந்தப் பண்டமும் சிரமமின்றி தனக்கென ஒரு ஆயத்த சந்தையைக் கண்டுபிடிக்கும் என்பது இன்றைய உலகில் தவறான அனுமானம்.
- **பரந்த பொருளில், சந்தைப்படுத்தல் தொடர்பு என்பது உற்பத்தி பொருள், விலை, இடம் - UGC NET - 2012, 2020, 2022 ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது . தற்போது, எந்தவொரு தயாரிப்பையும் செய்வதற்கு முன் சந்தைப்படுத்தல் ஆராய்ச்சி மேற்கொள்ளப்படுகிறது. நுகர்வோரின் சுவை, ஃபேஷன் போக்குகள் மற்றும் இயங்குமுறை முறைகளை மனதில் கொண்டு பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. சந்தைப்படுத்தல் என்பது இன்றைய காலகட்டத்தில் அறிவியலாகவும் கலையாகவும் வளர்ந்து வருகிறது.**
- சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகள் மூலம் மனித தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படுகின்றன. சந்தைப்படுத்தல் சார்ந்த நடவடிக்கைகளில் அதிகமான நபர்கள் வேலைவாய்ப்பைப் பெறுகின்றனர். புதிய பொருட்கள் மற்றும் எப்போதும் மாறிவரும் தரமான உற்பத்தி பொருள்கள் மற்றும் பல்வேறு பயன்பாட்டு சேவைகள் நுகர்வோருக்கு எளிதில் சென்றடையும். இவை அவர்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை உயர்த்த உதவுவதோடு, இந்த மாற்றங்களால் ஒட்டுமொத்த நாடும் பயனடைகிறது.
- பழங்காலத்தில், மனித தேவைகள் குறைவாகவே இருந்தன. மனிதன் தன் தேவைகளை தம் வசம் உள்ள வரம்புக்குட்பட்ட வழிகளில் நிறைவேற்றிக் கொண்டான். காலப்போக்கில், மனிதனின் தேவைகள் அதிகரிக்கத் தொடங்கின. ஆரம்பத்தில் பண்டமாற்று பரிவர்த்தனை சிறப்பாக செயல்பட்டது, ஆனால் பணவியல் முறையின் அறிமுகத்துடன் வெகுஜன அளவில் பொருட்களின் உற்பத்தி தொடங்கியது, இது சந்தைகளை உருவாக்க உதவியது, அங்கு பொருட்கள் வாங்கப்பட்டு மக்களால் விற்கப்பட்டன. **சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு சமூக செயல்முறை - (PGTRB 2006 to 2007)**
- தற்போது, நுகர்வோர் எண்ணிக்கை மிகவும் அதிகரித்துள்ளதால், இந்த சந்தைகள் பரந்து விரிந்துள்ளன. வணிக நிறுவனங்கள் தங்கள் உற்பத்தி பொருள்களுக்கு அதிக வாடிக்கையாளர்களைப் பெறுவதற்காக சந்தைகளின் பெரிய பகுதிகளைக் கைப்பற்ற முயற்சிக்கின்றன, ஏனெனில் இது அவர்களின் வணிகத்தின் வெற்றியின் அடிப்படையாகும். அதிகமான நுகர்வோரின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக அதிகமான பொருட்கள் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன. உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு பொருட்களைக் கிடைக்கச் செய்யும் செயல்பாடு சந்தைப்படுத்தல் என்று அழைக்கப்படுகிறது. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குதல் மற்றும் விற்பது வணிகம் என்று அழைக்கப்படுகிறது.

- சந்தைப்படுத்தல் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குதல் மற்றும் விற்பது தொடர்பான அனைத்து செயல்பாடுகளையும் உள்ளடக்கியது. சந்தைப்படுத்தல் இல்லாமல் வணிக நடவடிக்கைகள் முழுமையடையாது. பல செயல்பாடுகள் நிர்வாகத்துடன் தொடர்புடையவை மற்றும் அவற்றில் மார்க்கெட்டிங் மிகவும் முக்கியமானது. மார்க்கெட்டிங் இலக்கிய நோக்குநிலை, கருத்து, தத்துவம் - ( UCG NET - 2012) ஆகியவற்றில் எந்தச் சொற்கள் பெரும்பாலும் ஒன்றுக்கொன்று மாற்றாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன

வகை	விளக்கம்	எடுத்துக்காட்டுகள்	பொறுப்பான செயல்பாடு
வடிவம்	மூலப்பொருட்கள் மற்றும் கூறுகளை முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளாக மாற்றுதல்	பல பொருட்களால் செய்யப்பட்ட பீஸ்ஸா	உற்பத்தி
நேரம்	நுகர்வோர் விரும்பும் போது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் கிடைக்கும்	டயல் - a - பீஸ்ஸா; 30 நிமிடங்களில் டெலிவரி உத்தரவாதம்.	சந்தைப்படுத்தல்
இடம்	நுகர்வோர் விரும்பும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் கிடைக்கும் தன்மை	உங்கள் வீட்டு வாசலில் டெலிவரி	சந்தைப்படுத்தல்
உரிமை (உடைமை)	விற்பனையாளரிடமிருந்து வாங்குபவருக்கு பொருட்கள் அல்லது சேவைகளுக்கான தலைப்பை மாற்றும் திறன்.	பீஸ்ஸா விற்பனை (ரூபா அல்லது கிரெடிட் கார்டு கட்டணத்திற்கு ஈடாக)	சந்தைப்படுத்தல்

### 2.1.1. சந்தையின் பொருள்

- சந்தை என்ற சொல் லத்தீன் வார்த்தையான 'மார்கடஸ்' என்பதிலிருந்து பெறப்பட்டது, அதாவது வர்த்தகம், வர்த்தகம், வணிகம், வணிகம் பரிவர்த்தனை செய்யப்படும் இடம். சந்தையின் பொதுவான பயன்பாடு என்பது பொருட்களை வாங்கும் அல்லது விற்கும் இடம் என்று பொருள்படும். இது ஒரு ஊடகம் அல்லது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை தொடர்பு கொள்ளவும் பரிமாற்றம் செய்யவும். எளிமையான வார்த்தைகளில், ஒரு பகுதியில் வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பவர்கள் சந்திக்கும் இடம் சந்தை என்று அழைக்கப்படுகிறது.

- சந்தைப்படுத்தல் ஆய்வுக்கான செயல்பாட்டு அணுகுமுறை AH ஷா மற்றும் LDH வெல்ட் ஆகியோரால் வடிவமைக்கப்பட்டது . – PGTRB- 2015 மற்றும் UGC NET - 2023 . வெவ்வேறு ஆசிரியர்களால் வெவ்வேறு வழிகளில் வரையறுக்கப்பட்ட சந்தை என்ற சொல் அவற்றில் மிக முக்கியமானவை கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.
- மார்க்கெட்' என்ற சொல் லத்தீன் பெயர்ச்சொல்லான 'மார்கடஸ்' என்பதிலிருந்து உருவானது, அதாவது 'வணிகம் நடத்தப்படும் இடம்'. இது வெறும் பரிவர்த்தனைக்கான இடம் மட்டுமல்ல, பணத்திற்காக பொருட்களையும் சேவைகளையும் பரிமாறிக்கொள்ளும் வாய்ப்பை வழங்கும் ஒரு ஏற்பாடு.
- இந்த சூழலில், பிலிப் கோடலர், சந்தை என்ற சொல்லை "சாத்தியமான பரிமாற்றத்திற்கான ஒரு அரங்கம்" என்று வரையறுத்துள்ளார்.- UGC NET - 2022 . சந்தையின் பொதுவான பயன்பாடு என்பது பொருட்களை வாங்கும் அல்லது விற்கும் இடம் என்று பொருள்படும். சந்தை என்பது பரிவர்த்தனைக்கான இடமாக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை.

**சந்தை என்ற சொல் பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது மேலும் பின்வருவனவற்றில் எதையாவது குறிக்கலாம் அல்லது குறிக்கலாம்:**

- சந்தை ஒரு இடத்தைக் குறிக்கலாம்; அங்கு வாங்குவதும் விற்பதும் நடைபெறுகிறது.
- வாங்குபவர்களும் விற்பவர்களும் பரிவர்த்தனைகளுக்காக ஒன்று கூடுவார்கள்.
- பொருட்களின் பரிமாற்றம் நடைபெறும் ஒரு அமைப்பு.
- பொருட்களை வாங்குதல் மற்றும் விற்பது (மனித தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக).
- பொருட்களுக்கான வணிகத் தேவையின் செயல்பாட்டுப் பகுதி

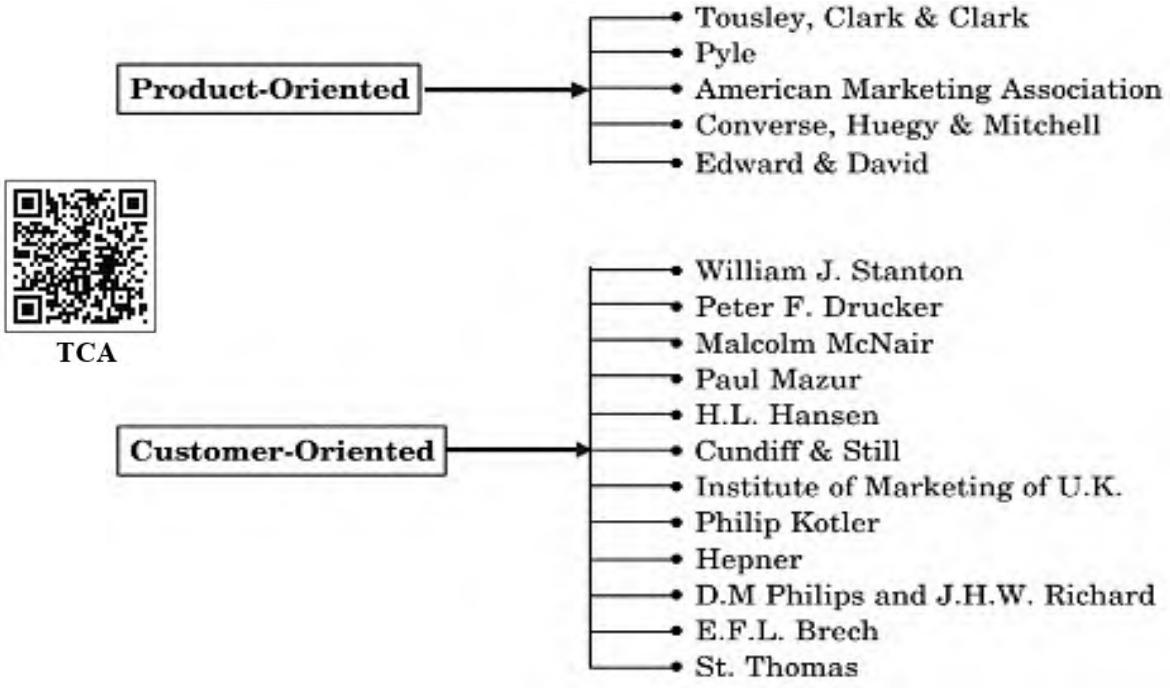
### **சந்தையின் வரையறை**

- 'மார்க்கெட்டிங்' என்ற சொல்லின் வரையறை கற்றல் வசதிக்காக இரண்டு வகைகளாக வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. இவை:

- 1) பழைய, குறுகிய அர்த்தத்தில் வரையறை அல்லது உற்பத்தி பொருள் சார்ந்த வரையறை.
- 2) புதிய பரந்த அர்த்தத்தில் வரையறை அல்லது வாடிக்கையாளர் சார்ந்த வரையறை.

பழைய, குறுகிய அல்லது உற்பத்தி பொருள் சார்ந்த வரையறைகளில் பொருட்களின் உற்பத்தி மற்றும் உண்மை விநியோகம் ஆகியவை அடங்கும், அதே நேரத்தில் சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய புதிய கருத்து உற்பத்தியை விட வாடிக்கையாளர்களுக்கு அதிக முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது. இந்த புதிய கருத்து வாடிக்கையாளர் சார்ந்த கருத்து என அறியப்படுகிறது. இந்த கருத்து வாடிக்கையாளரின் தேவை மற்றும் விருப்பத்தை வலியுறுத்துகிறது.





**பழைய, குறுகிய அல்லது உற்பத்தி பொருள் சார்ந்த வரையறைகள்:**

- 1) டஸ்லி, கிளார்க் மற்றும் கிளார்க்கின் கூற்றுப்படி , "சந்தைப்படுத்தல் என்பது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உரிமையை மாற்றும் மற்றும் உண்மை விநியோகத்தை வழங்கும் முயற்சிகளை உள்ளடக்கியது." இந்த வரையறை அனைத்து உண்மை மற்றும் மன செயல்பாடுகளையும் உள்ளடக்கியது. சந்தைப்படுத்தலின் போது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உரிமை மாற்றப்படுகிறது என்பதை இந்த வரையறை தெளிவுபடுத்துகிறது. இயற்பியல் விநியோக பணியும் சந்தைப்படுத்தலின் கீழ் வருகிறது. இயற்பியல் விநியோகம் என்பது பொருட்களை சேகரித்தல் மற்றும் ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு மாற்றுதல். "ஒரு சந்தை என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட உற்பத்தி பொருள்க்கான உரிமைப் பரிமாற்றத்திற்கு வழிவகுக்கும் சக்திகள் செயல்படும் மற்றும் உண்மையான பொருட்கள் பயணிக்கும் ஒரு பகுதி அல்லது ஒரு பகுதி".
- 2) பைலின் கூற்றுப்படி , "மார்க்கெட்டிங் என்பது வாங்குதல் மற்றும் விற்பது ஆகிய இரண்டையும் உள்ளடக்கியது." சந்தைப்படுத்தலின் இந்த வரையறை கொள்முதல் மற்றும் விற்பனையை மட்டுமே கொண்டுள்ளது. இது உண்மை விநியோகம் மற்றும் சந்தைப்படுத்தலின் பிற துணை செயல்பாடுகளின் செயல்பாடுகளை புறக்கணிக்கிறது. "சந்தையில் வாங்குபவர்களும் விற்பவர்களும் ஒருவரோடு ஒருவர் போட்டி போடும் இடம் மற்றும் பகுதி இரண்டையும் உள்ளடக்கியது"
- 3) அமெரிக்க சந்தைப்படுத்தல் சங்கத்தின் வரையறைகள் குழுவின் படி, "சந்தைப்படுத்தல் என்பது உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து நுகர்வோர் அல்லது பயனர்களுக்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் ஓட்டத்தை இயக்கும் வணிக நடவடிக்கைகளின் செயல்திறன் ஆகும்." இந்த வரையறை முந்தைய வரையறைகளை விட முன்னேற்றம். நுகர்வோருக்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் விநியோகம் தொடர்பான அனைத்து வணிக நடவடிக்கைகளும் இதில் அடங்கும்.

- 4) கான்வர்ஸ், ஹியூஜி மற்றும் மிட்செல் கருத்துப்படி, "சந்தைப்படுத்தல் என்பது உற்பத்தியிலிருந்து நுகர்வு வரை பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் ஓட்டத்தில் ஈடுபடும் செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது." சந்தைப்படுத்துதலின் இந்த வரையறையானது உற்பத்தியிலிருந்து நுகர்வுக்கு மட்டுமே பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் ஓட்டத்தைக் கொண்டுள்ளது. இது சந்தைப்படுத்தலின் பிற செயல்பாடுகளையும் புறக்கணிக்கிறது.
- 5) எட்வர்ட் மற்றும் டேவிட் கருத்துப்படி, "சந்தைப்படுத்தல் என்பது பொருளியல் செயல்முறையாகும், இதன் மூலம் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் பரிமாற்றம் செய்யப்பட்டு அவற்றின் மதிப்புகள் பண விலையின் அடிப்படையில் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன." இந்த வரையறையின்படி, சந்தைப்படுத்தல் என்பது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை மாற்றியமைக்கும் ஒரு முறையாகும், பின்னர் இந்த புதிய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான விலைகள் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன.

**சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய பழைய கருத்தின் சிறப்பியல்புகள்:**

1. உற்பத்தி பொருள் கொள்முதல் மற்றும் விற்பனை: சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய பழைய கருத்து உற்பத்தி, கொள்முதல் மற்றும் விற்பனை தொடர்பானது.
2. உற்பத்தி பொருள் சார்ந்தது: சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய பழைய கருத்து உற்பத்திக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது, எனவே, இந்த வரையறைகள் உற்பத்தி பொருள் சார்ந்தவை.
3. விற்பனைக்குப் பின் சேவைகள்: சந்தைப்படுத்தல் என்ற பழைய கருத்தாக்கத்தில் விற்பனைக்குப் பின் சேவைகளுக்கு இடமில்லை.
4. சமூகப் பொறுப்பு: சந்தைப்படுத்தல் என்ற பழைய கருத்தாக்கத்தில் சமூகப் பொறுப்பு என்பது புறக்கணிக்கப்படுகிறது.



**சந்தைப்படுத்தலின் புதிய பரந்த அல்லது வாடிக்கையாளர் சார்ந்த கருத்து:**

1. வில்லியம் ஜே. ஸ்டாண்டனின் கூற்றுப்படி, "மார்க்கெட்டிங் என்பது தற்போதைய மற்றும் சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களுக்குத் தேவையான திருப்திகரமான உற்பத்தி பொருள்கள் மற்றும் சேவைகளைத் திட்டமிடுவதற்கும், மேம்படுத்துவதற்கும் மற்றும் விநியோகிப்பதற்கும் வடிவமைக்கப்பட்ட ஊடாடும் வணிக நடவடிக்கைகளின் மொத்த அமைப்பாகும்." சந்தைப்படுத்தல் குறித்த இந்த வரையறையானது, சந்தைப்படுத்தல் துறையில் தங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக உற்பத்தியாளர்களால் செய்யப்படும் அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் உள்ளடக்கியது. எனவே, சந்தைப்படுத்தல் செயல்பாடுகள் உற்பத்திக்கு முன்பே தொடங்கி வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பங்கள் பூர்த்தியாகும் வரை தொடரும்.
2. பீட்டர் எஃப். டிரக்கரின் கூற்றுப்படி, "சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு வளம், தனித்துவமான அறிவை சந்தை இடத்தில் பொருளாதார மதிப்பின் பங்களிப்பாக மாற்றும் ஒரு செயல்முறையாகும்." இந்த வரையறை மார்க்கெட்டிங் என்பது பொருளாதார மதிப்பைக் கொண்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் உற்பத்தி செய்யப்பட்டு விநியோகிக்கப்படும்

ஒரு செயல்முறையாக அங்கீகரிக்கிறது. இது சந்தைப்படுத்தலின் சமூக அணுகுமுறையை முன்வைக்கிறது.

3. **பேராசிரியர். மால்கம் மெக்நாயர் கருத்துப்படி,** "சந்தைப்படுத்தல் என்பது வாழ்க்கைத் தரத்தை உருவாக்குவதும் வழங்குவதும் ஆகும்." இந்த வரையறையின்படி, சமூகத்தின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்த புதிய மற்றும் மேம்பட்ட பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உருவாக்குவதே சந்தைப்படுத்தலின் செயல்பாடு ஆகும்.

4. **பால் மஸூரின் கூற்றுப்படி,** "சந்தைப்படுத்தல் என்பது வாழ்க்கைத் தரத்தை வழங்குவதாகும்." சந்தைப்படுத்துதலின் இந்த வரையறை மிகவும் எளிமையானது மற்றும் சமூகமானது. இந்த வரையறை சந்தைப்படுத்தலின் செயல்பாட்டை அங்கீகரிக்கிறது. இது நுகர்வோர் சார்ந்ததாகும்.



TCA

5. **HL Hansen இன் கூற்றுப்படி,** "சந்தைப்படுத்தல் என்பது நுகர்வோர் தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களை உற்பத்தி பொருள் மற்றும் சேவை விவரக்குறிப்புகளாகக் கண்டறிந்து மொழிபெயர்ப்பது, இந்த உற்பத்தி பொருள்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான தேவையை உருவாக்குதல் மற்றும் பின்னர் இந்த தேவையை விரிவுபடுத்துதல் ஆகும்." இந்த வரையறையின்படி, பொருட்களின் உண்மையான உற்பத்திக்கு முன்பே சந்தைப்படுத்தல் செயல்முறை தொடங்குகிறது. இங்கே நுகர்வோரின் விருப்பங்கள் மற்றும் விருப்பங்கள் பற்றிய ஆராய்ச்சி மேற்கொள்ளப்படுகிறது. நுகர்வோர் எந்த வகையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை விரும்புகிறார்கள் மற்றும் அதற்கேற்ப பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் தயாரிக்கப்படுகின்றன என்பதை இந்த ஆராய்ச்சி தெளிவுபடுத்துகிறது.

6. **கன்டிஃப் மற்றும் ஸ்டீல் படி,** "சந்தைப்படுத்தல் என்பது மேலாண்மை செயல்முறையாகும், இதன் மூலம் உற்பத்தி பொருள்கள் சந்தைகளுடன் பொருந்துகின்றன மற்றும் அதன் மூலம் உரிமையின் பரிமாற்றங்கள் பாதிக்கப்படுகின்றன." சந்தைக்கு ஏற்ப உற்பத்தி செய்யப்படுகிறது மற்றும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உரிமையானது சந்தைப்படுத்தலில் மாற்றப்படுகிறது என்பதை இந்த வரையறை தெளிவுபடுத்துகிறது.

7. **UK இன் மார்கெட்டிங் இன்ஸ்டிடியூட் படி,** "சந்தைப்படுத்தல் என்பது நுகர்வோர் தேவைகளை மதிப்பிடுவதன் மூலம் நேரடி வேலைவாய்ப்பை ஊக்குவிக்கும் மற்றும் அவற்றை மேம்படுத்துவதற்கான ஆராய்ச்சியைத் தொடங்கும் ஆக்கபூர்வமான மேலாண்மை ஆகும். இது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி மற்றும் விநியோகத்தின் வளங்களை ஒருங்கிணைக்கிறது. இது இயற்கையை நிர்ணயித்து வழிநடத்துகிறது. மற்றும் உற்பத்தியை இறுதிப் பயனர்களுக்குக் கிடைக்கும் அதிகபட்ச புள்ளியில் விற்கத் தேவையான மொத்த முயற்சிகளின் அளவு." இந்த வரையறையானது சந்தைப்படுத்தலின் செயல்பாடுகளை விரிவாக விளக்குகிறது மற்றும் நுகர்வோரின் திருப்தியை வலியுறுத்துகிறது.

8. **பிலிப் கோட்லரின் கூற்றுப்படி,** "சந்தைப்படுத்தல் என்பது வாடிக்கையாளர்களைத் தாக்கும் வளங்கள், கொள்கைகள் மற்றும் செயல்பாடுகளை பகுப்பாய்வு செய்தல்,

ஒழுங்கமைத்தல், திட்டமிடுதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல், இது தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட வாடிக்கையாளர் குழுக்களின் தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களை லாபத்தில் பூர்த்தி செய்யும் நோக்கத்தில் உள்ளது." இந்த வரையறை வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கு அதிக முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது.

9. ஹாப்னரின் கூற்றுப்படி, "சந்தைப்படுத்தல் என்ற சொல்லானது, அவை உற்பத்தி செய்யப்படும் இடத்திலிருந்து நுகரப்படும் வரை பொருட்களின் இயக்கத்துடன் தொடர்புடைய ஒவ்வொரு செயலையும் உள்ளடக்கியது. இதில் விளம்பரம், விற்பனைக் கொள்கைகள், விலை நிர்ணயம், உற்பத்தி பொருள் திட்டமிடல் மற்றும் பகுப்பாய்வு ஆகியவை அடங்கும். சந்தையின் தற்போதைய மற்றும் சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களின் அடிப்படையில், வாடிக்கையாளர்கள் எங்கு, எப்படி வாழ்கிறார்கள், அவர்களின் பழக்கவழக்கங்கள் மற்றும் உந்துதல்கள் மற்றும் பல்வேறு வகையான சந்தைப்படுத்தல் தூண்டுதல்களுக்கு அவர்கள் பதிலளிக்கும் தன்மை ஆகியவற்றைக் கண்டறிய முயல்கிறது." சந்தைப்படுத்தலின் இந்த வரையறை சந்தைப்படுத்தல் கொள்கை, விற்பனைக் கொள்கை, விலைக் கொள்கை மற்றும் சந்தை பகுப்பாய்வு ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடையது. நுகர்வோர் இயங்குமுறை பற்றிய ஆய்வும் இதில் அடங்கும்.

10. டிஎம் பிலிப்ஸ் மற்றும் ஜேஹெச்டபிள்யூ ரிச்சர்டின் கூற்றுப்படி, "புதிய பிம்பம் அல்லது சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய நவீன கருத்து என்பது நுகர்வோர் தேவைகள் மற்றும் ஆசைகள், தரம் மற்றும் அளவு ஆகியவற்றின் விளக்கத்துடன் தொடங்குகிறது, இது பொருட்களின் ஓட்டத்தில் ஈடுபட்டுள்ள அனைத்து வணிக நடவடிக்கைகளையும் பின்பற்றுகிறது. உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு சேவைகள், மற்றும் நுகர்வோர் அவர் வாங்கிய பொருட்களிலிருந்து எதிர்பார்க்கப்படும் பயன்பாட்டைப் பெறுவதற்குத் தேவையான சேவைகளுடன் முடிவடைகிறது ." இந்த வரையறையானது உற்பத்தியின் தரத்தை மேம்படுத்துவதோடு நுகர்வோரின் தேவைகளையும் வலியுறுத்துகிறது. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை நுகர்வோருக்கு மாற்றும் செயல்பாட்டில் சந்தைப்படுத்தல் முக்கியமானது என்பதை இது தெளிவுபடுத்துகிறது.

11. EFL Brech இன் படி , "சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு உற்பத்தி பொருள் அல்லது சேவைக்கான நுகர்வோரின் தேவையை நிர்ணயிக்கும் செயல்முறையாகும், அதன் விற்பனையை அதிகரிக்க தூண்டுகிறது மற்றும் லாபத்திற்காக இறுதி நுகர்வோருக்கு விநியோகிக்கப்படுகிறது." இந்த வரையறையானது உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோருக்கு பொருட்களை மாற்றும் போது மேற்கொள்ளப்படும் அனைத்து சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகளையும் சுட்டிக்காட்டுகிறது.

12. செயின்ட் தாமஸின் கூற்றுப்படி, "சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு வணிகத்தை நிர்வகிப்பதற்கான ஒரு வழியாகும், இதனால் ஒவ்வொரு முக்கியமான வணிக முடிவும் வாடிக்கையாளர் மீதான முடிவின் தாக்கத்தைப் பற்றிய முழு அறிவோடு எடுக்கப்படுகிறது." இந்த வரையறை நுகர்வோர் சார்ந்தது.

சந்தைப்படுத்துதலின் மேலே உள்ள வரையறைகள் பின்வருமாறு முடிவு செய்கின்றன: இந்த வரையறைகள் நுகர்வோர் சார்ந்தவை, ஏனெனில் உற்பத்தி நுகர்வோரின் விருப்பத்திற்கு ஏற்ப செய்யப்படுகிறது. **ma சந்தையை வாங்குபவர்களின் வெவ்வேறு குழுக்களாகப் பிரிப்பது சந்தைப் பிரிவு - (PGTRB- 2006 முதல் 2007 வரை) மற்றும் UGC NET - 2018**

- சந்தைப்படுத்தல் ஒரு வணிக நடவடிக்கை.
  - சந்தைப்படுத்தல் திட்டம் எந்த ஒரு பொருளின் கருத்தாக்கம் அதன் பிறப்பிலிருந்து தொடங்குகிறது மற்றும் நுகர்வோரின் விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்யும் வரை அது முடிவடையாது.
  - சமூகத்திற்கான வாழ்க்கைத் தரத்தை உருவாக்குவதும் அதை மேம்படுத்துவதும் சந்தைப்படுத்தலின் ஒரு பகுதியாகக் கருதப்படுகிறது.
  - இந்த வரையறைகள் சட்டபூர்வமானவை அல்ல.
  - இந்த வரையறைகள் நுகர்வோர் திருப்தியை அடிப்படையாகக் கொண்டவை.
  - இந்த வரையறைகள், சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு செயல்பாடு அல்ல, மாறாக வெவ்வேறு செயல்பாடுகளின் தொடர்புகளின் விளைவாகும் என்பதை தெளிவுபடுத்துகிறது.
  - நுகர்வோரின் திருப்தியின் விளைவுதான் லாபம் என்பதை இந்த வரையறைகள் சுட்டிக்காட்டுகின்றன.
  - இந்த வரையறைகள் சந்தைப்படுத்தல் மூலம் நீண்ட காலத்திற்கு லாபகரமான விற்பனையை மேற்கொள்ள வேண்டும் என்பதை வலியுறுத்துகின்றன.
  - போட்டியின் தற்போதைய காலகட்டத்தில் இது நடைமுறைக்குரியது.
- எனவே, அனைத்து சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகளின் முக்கிய மற்றும் இறுதி நோக்கங்கள் நுகர்வோரின் திருப்தி என்பது தெளிவாகிறது. ஒரு சூப்பர் மார்க்கெட் மற்றும் ஒரு பொது வணிகக் கடையின் அம்சங்களை ஒருங்கிணைக்கும் சமீபத்திய கண்டுபிடிப்பு **ஹைப்பர் சந்தை - (PGTRB - 2011 முதல் 2012 வரை)**. எனவே, சந்தைப்படுத்துதலின் நோக்கங்களை அடைய உற்பத்தியாளர்களால் நுகர்வோரின் திருப்தியை மனதில் கொள்ள வேண்டியது அவசியம். அனைத்து வணிக நடவடிக்கைகளுக்கும் லாபம் முக்கிய ஆதாரமாக இருந்தாலும், நுகர்வோரின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யும் நோக்கில் அனைத்து நடவடிக்கைகளும் மேற்கொள்ளப்பட்டால் லாபம் தானாகவே வெளிப்படும்.

**சந்தைக்கான தேவை :**

1. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை பரிமாறிக்கொள்ள (பண்டமாற்று).
2. விலை பொறிமுறையின் மூலம் தேவை மற்றும் விநியோகத்தை சரிசெய்ய.
3. சமூகத்தின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்த
4. புதிய வாழ்க்கை முறைகளை அறிமுகப்படுத்த வேண்டும்.
5. சந்தைப் பிரிவை மேம்படுத்துவதன் மூலம் உற்பத்தி பொருள்களை உருவாக்குதல்.



TCA



## 2.1.2. சந்தைகளின் வகைகள்

### 1. இடத்தின் அடிப்படையில்

1. உள்ளூர் சந்தை, 2. தேசிய சந்தை, 3. பன்னாட்டு சந்தை

### 2. பொருளின் அடிப்படையில்

1. பருத்தி சந்தை

### 3. பரிமாற்றம் மற்றும் நடவடிக்கை தன்மை அடிப்படையில்

1. உடனடி சந்தை (ரொக்க சந்தை), 2. எதிர்கால சந்தை (முன்னோக்கு சந்தை)

### 4. பொருள் விற்பனை அடிப்படையில்

1. நுகர்வோர் பொருள் சந்தை, 2. தொழிற்சாலை பொருள் சந்தை

### 5. காலத்தின் அடிப்படையில்

1. குறுகிய கால சந்தை, 2. நீண்டகால சந்தை

### 6. விற்பனை அளவு அடிப்படையில்

1. மொத்த வியாபார சந்தை, 2. சில்லரை வியாபார சந்தை



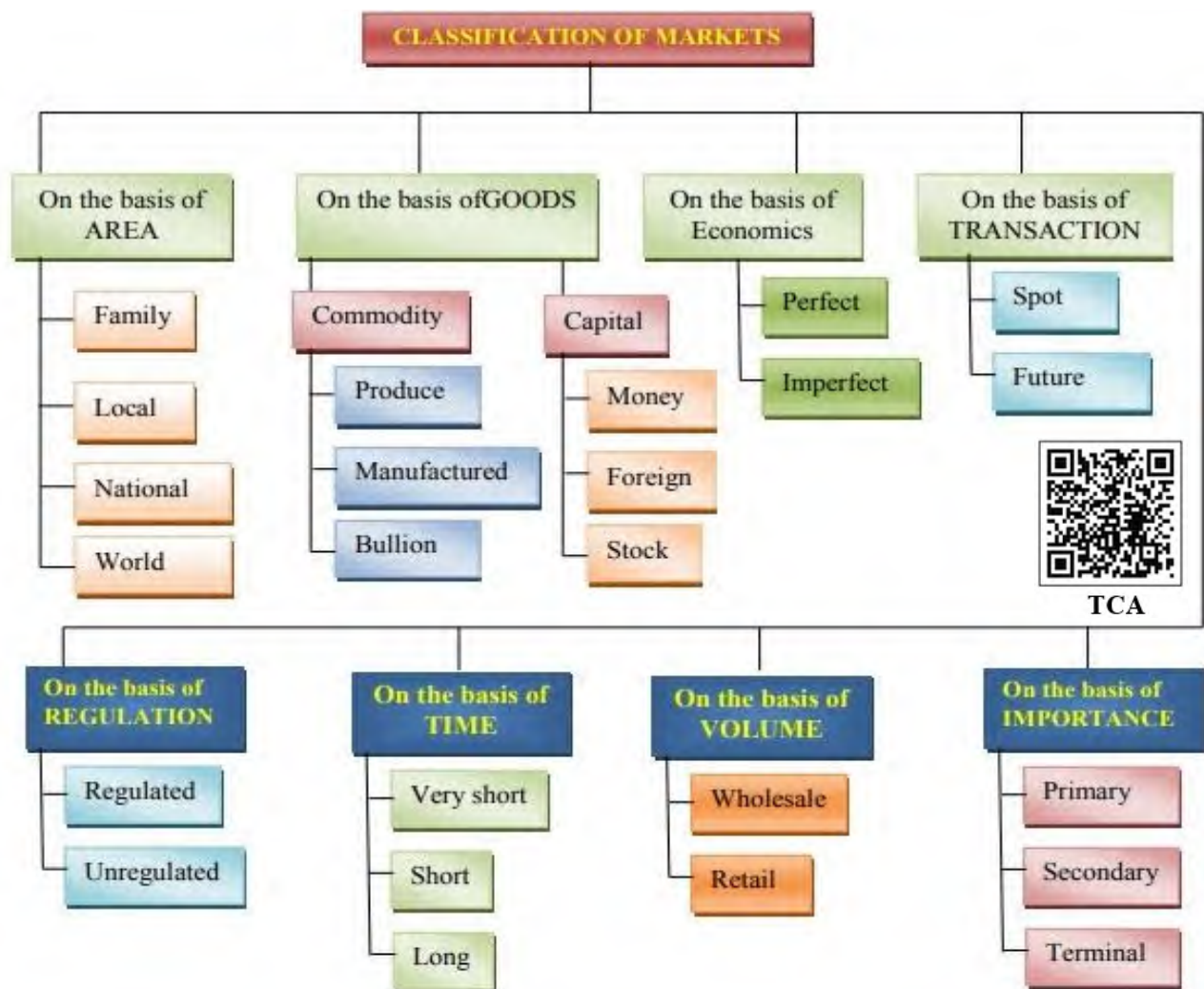
### சந்தையின் வகைப்பாடு:

- சந்தைகளை பல வழிகளில் வகைப்படுத்தலாம். பொதுவாக, வகைப்படுத்தப்படும் வகைப்பாடு: வெவ்வேறு அணுகுமுறைகளின் அடிப்படையில் சந்தைகள் பரப்பளவு, பொருட்களின் தன்மை மற்றும் பொருளாதார பார்வை, பரிவர்த்தனை, ஒழுங்குமுறை, நேரம், அளவு மற்றும் முக்கியத்துவம் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தப்பட்டுள்ளன. உலகளாவிய சந்தைப்படுத்தல் கருத்து உலகளாவிய சந்தையை குறிக்கிறது - (PGTRB - 2006 முதல் 2007 வரை). விரிவான வகைப்பாடு பின்வரும் விளக்கப்படத்தில் வழங்கப்பட்டுள்ளது

### I. புவியியல் பகுதியின் அடிப்படையில் :

- குடும்பச் சந்தை:** பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் பரிமாற்றம் ஒரு குடும்பத்திற்குள் அல்லது குடும்பத்தின் நெருங்கிய உறுப்பினருக்குள் மட்டுப்படுத்தப்பட்டால், அத்தகைய சந்தையை குடும்பச் சந்தை என்று அழைக்கலாம்.
- உள்ளூர் சந்தை :** ஒரு உள்ளூர் பகுதி அல்லது பகுதிகளைச் சேர்ந்த வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பவர்கள் இருவரும் பங்கேற்பது, ஒரு நகரம் அல்லது கிராமமாக இருக்கலாம், உள்ளூர் சந்தை எனப்படும். இந்த வகை சந்தையில் தேவைகள் குறைவாகவே உள்ளன. எடுத்துக்காட்டாக, பழங்கள், மீன், காய்கறிகள் போன்ற அழிந்துபோகும் பொருட்கள். ஆனால் கண்டிப்பாகச் சொன்னால், திறமையான போக்குவரத்து மற்றும் தகவல் தொடர்பு அமைப்பு காரணமாக இத்தகைய சந்தைகள் மறைந்து வருகின்றன. இன்றும் கூட, பல கிராமங்களில் இத்தகைய சந்தைகள் உள்ளன.

- c) **தேசிய சந்தை:** சில வகையான பொருட்களுக்கு நாடு முழுவதும் தேவை உள்ளது. எனவே இது தேசிய சந்தை என்று அழைக்கப்படுகிறது. இன்று இந்தியாவில் தகவல் தொடர்பு மற்றும் போக்குவரத்து வசதிகள் நன்கு வளர்ந்திருப்பதால் ஒரு மூலையில் இருந்து சரக்குகள் மற்றொரு மூலையை எளிதாக சென்றடைகிறது. இது கிட்டத்தட்ட அனைத்து உற்பத்தி பொருள்களுக்கும் தேசிய சந்தையை உருவாக்குகிறது.
- d) **சர்வதேச சந்தை அல்லது உலகச் சந்தை :** உலகம் அல்லது சர்வதேச சந்தை என்பது பல்வேறு நாடுகளைச் சேர்ந்த பொருட்களை வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பவர்கள், அதாவது ஒரு நாட்டின் எல்லைகளுக்கு அப்பால் வாங்குபவர்கள் மற்றும் விற்பவர்களின் ஈடுபாடு.



## II. பொருட்கள்/வியாபார பொருட்களின் அடிப்படையில்:

**அ. கமாடிட்டி மார்க்கெட்:** பொருட்கள் சந்தை என்பது உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்கள் அல்லது நுகர்வு பொருட்கள் வாங்கப்பட்டு விற்கப்படும் இடம். பண்டச் சந்தைகள் பின்வருமாறு பிரிக்கப்பட்டுள்ளன:

1. **உற்பத்திப் பரிவர்த்தனை சந்தை:** இது ஒரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சந்தையாகும், அங்கு பொருட்கள் அல்லது விவசாய விளைபொருட்கள் மொத்த விற்பனை அடிப்படையில் வாங்கப்பட்டு விற்கப்படுகின்றன. பொதுவாக, இது ஒரு பண்டத்தைக் கையாள்கிறது.



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**  
38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502  
Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

**2025-2026**

# PG TRB

**G.O No. 219**

**New Syllabus**

## வணிகவியல்



**UNIT-II (Volume-2)**

**MARKETING AND HUMAN RESOURCE MANAGEMENT**

*Your Success is Our Goal...*

**SERVICES AVAILABLE FOR PG TRB EXAM**

- ◆ Material for All 10 Units
- ◆ E-Book for Psychology & Education Methodology
- ◆ E-Book for GK
- ◆ Online Recorded Video Classes
- ◆ Online Test
- ◆ Question Bank
- ◆ Regular Classes

tcaexamguide

Teacher's Care Academy

www.tcaexamguide.com

tcaexamguide@gmail.com

---

# **COMMERCE (TM)**

## **MARKETING &**

### **HUMAN RESOURCE MANAGEMENT**

---

# **PG TRB (2025-2026)**

---

## **UNIT- 2**

### **(Volume 2)**

### **FIRST EDITION**



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**

38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502

Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

---

**Branch Office : 65C, Thillai Ngr(West), 4<sup>th</sup> Cross St, Trichy (76399 67359)**  
**Branch Office: Advaitha Ashram Road, New Bus Stand, Salem (93602 68118)**

---

<b>2.5. சில்லறை விற்பனை மேலாண்மை - அறிமுகம்</b>	<b>1</b>
2.5.1. பொருள் மற்றும் வரையறை சில்லறை சந்தைப்படுத்தல்	3
2.5.2. சில்லறை விற்பனையின் முக்கியத்துவம்	5
2.5.3. சில்லறை விற்பனையின் வகைகள்	6
2.5.4. சில்லறை நிர்வாகத்தின் நோக்கங்கள்:	8
2.5.5. சில்லறை நிர்வாகத்தின் வகைகள்	11
2.5.6. சில்லறை நிர்வாகத்தின் முக்கியத்துவம்	12
2.5.7. சில்லறை நிர்வாகத்தின் செயல்பாடுகள்	14
2.5.8. சில்லறை விற்பனை மேலாண்மை செயல்முறை	15
2.5.9. சில்லறை நிர்வாகத்தின் நோக்கம்	15
2.5.10. பயனுள்ள சில்லறை நிர்வாகத்தின் முக்கியத்துவம்	16
2.5.11. சில்லறை விற்பனை மேலாளரின் பொறுப்புகள் மற்றும் கடமைகள்	17
2.5.12. பயிற்சி வினாக்கள்	19
<b>2.6. முகவர் இடைத்தரகர், மொத்த விற்பனையாளர், சில்லறை விற்பனையாளர்</b>	<b>20</b>
2.6.1. முகவர் இடைத்தரகர்கள், மொத்த விற்பனையாளர், சில்லறை விற்பனையாளர் என்பதன் பொருள் மற்றும் வரையறை	21
2.6.2. இடைத்தரகர்கள், மொத்த விற்பனையாளர், சில்லறை விற்பனையாளர் செயல்பாடு	23
2.6.3. இடைத்தரகர்களின் வகைகள்	29
2.6.4. மொத்த விற்பனையாளர் - சப்ளையர்கள் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர்களுக்கான நன்மைகள்	41
2.6.5. மொத்த விற்பனையாளர்களின் வகைகள்	45
2.6.6. சில்லறை விற்பனையாளர்களின் வகைகள்	47
2.6.7. மொத்த விற்பனையாளருக்கும், சில்லறை விற்பனையாளருக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடு	57
2.6.8. பயிற்சி வினாக்கள்	58

<b>2.7. நுகர்வோர் இயங்குமுறை - அறிமுகம்</b>	<b>60</b>
2.7.1. நுகர்வோர் ஆராய்ச்சியின் வரலாறு	64
2.7.2. பாசிட்டிவிசம் ஆராய்ச்சி மற்றும் விளக்க ஆராய்ச்சி:	66
2.7.3. நுகர்வோர் ஆராய்ச்சி செயல்முறை:	69
2.7.4. நுகர்வோர் இயங்குமுறையின் தன்மை:	70
2.7.5 நுகர்வோர் இயங்குமுறையைப் படிப்பதற்கான கருத்து மற்றும் தேவை	72
2.7.6. நுகர்வோர் இயங்குமுறைக்கான அணுகுமுறைகள்:	76
2.7.7. நுகர்வோர் இயங்குமுறையின் போக்குகள்	82
2.7.8. சந்தைப்படுத்தலில் நுகர்வோர் இயங்குமுறைக்கான விண்ணப்பம்	86
2.7.9. நுகர்வோர் சுரண்டல்	90
2.7.10. நுகர்வோர் மற்றும் நுகர்வோர் தேவை	93
2.7.11. நுகர்பொருளின் தோற்றம், பரிணாமம் மற்றும் வளர்ச்சி	95
2.7.12. நுகர்வோர் பாதுகாப்பில் வணிகத்தின் பங்கு	98
2.7.13. நுகர்வோர் பாதுகாப்பின் முக்கியத்துவம்	106
2.7.14. நுகர்வோர் பாதுகாப்பிற்கான தேவை	107
2.7.15 குறை மற்றும் மறுசீரமைப்பு பொறிமுறைக்கான தேவை	116
2.7.16. பயிற்சி வினாக்கள்	132

<b>2.8. சேவைகள் சந்தைப்படுத்தல்</b>	<b>134</b>
2.8.1. சேவை - பொருள் மற்றும் வரையறை	136
2.8.2. சேவைகள் சந்தைப்படுத்தல் முக்கோணம்	140
2.8.3. சேவைகளின் வளர்ந்து வரும் சூழல்	143
2.8.4. சேவை சந்தைப்படுத்தல் என்பதன் பொருள்	157
2.8.5 சேவை சந்தைப்படுத்தலின் சிறப்பியல்புகள்:	161
2.8.6. சேவை சந்தைப்படுத்தலின் முக்கியத்துவம்	162
2.8.7. சேவை சந்தைப்படுத்தல் வகைப்பாடு	163
2.8.8. சேவை சந்தைப்படுத்தல் வகைகள்	171
2.8.9. கிராமப்புற சந்தைப்படுத்தல் - அறிமுகம்	177
2.8.10. சந்தைப்படுத்தல் சமீபத்திய போக்குகள்	201

2.8.11. டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங்	205
2.8.12. டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் கூறுகள்	208
2.8.13. சமூக சந்தைப்படுத்தல்	215
2.8.14. கிரீன் மார்க்கெட்டிங்	224
2.8.15. பயிற்சி வினாக்கள்	240

## 2.9. மனித வள மேலாண்மை 242

2.9.1. மனித வளத்தின் பொருள் மற்றும் வரையறை	246
2.9.2. மனித வளங்களின் சிறப்பியல்புகள்	246
2.9.3. மனித வளங்களின் முக்கியத்துவம்	247
2.9.4. ஒரு மனிதவள மேலாளரின் தகுதிகள்	248
2.9.5. பணியாளர் மேலாண்மை மற்றும் மனித வள மேலாண்மை ஆகியவற்றுக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடு	251
2.9.6. HRM இன் நோக்கங்கள்	260
2.9.7. HRM இன் முக்கியத்துவம்	261
2.9.8. HRM இன் செயல்பாடுகள்	265
2.9.9. மனித வளத் திட்டமிடல் - அறிமுகம்	285
2.9.10. தொழிற்சங்கத்தின் செயல்பாடுகள்	315
2.9.11. கூட்டு பேரம் வடிவங்கள்	324
2.9.12. நிர்வாகத்தில் தொழிலாளர்கள் பங்கேற்பு	325
2.9.13. குறைகள் மேலாண்மை - பொருள் மற்றும் வரையறைகள்	333
2.9.14. பணியாளர் நலன் - அறிமுகம்	342
2.9.15. பணியாளர் நல நடவடிக்கைகளின் வகைகள்	344
2.9.16. ஊதியம்	351
2.9.17. பயிற்சி வினாக்கள்	369
எதிர்பார்க்கப்படும் முக்கிய வினாக்களின் பெட்டகம் (10 MCQ)	370



TCA

**குறிப்பு புத்தகம்: (Reference Book):**

1. சந்தைப்படுத்தல் கொள்கைகள் - பிலிப் கோட்லர்
2. நவீன சந்தைப்படுத்தல்: ஆர்எஸ்என் பிள்ளை & பகவதி
3. சந்தைப்படுத்தல் - ஜே.ஜெயசங்கர்
4. சில்லறை விற்பனை மேலாண்மை - பாண்டியன் சுந்தர பி (டாக்டர்), முத்துலட்சுமி எஸ்
5. நுகர்வோர் இயங்குமுறை - சுல்தான் சந்த் மற்றும் மகன்கள்
6. சர்வீஸ் மார்கெட்டிங் - ஸ்ரீனிவாசன். ஆர்
7. மனித வள ஊக்குவிப்பு - டாக்டர். வி. பாலு
8. 11 வது மற்றும் 12 வது பள்ளி புத்தகங்கள்
9. ஆன்லைன் இணையதளம்

**பாடத்திட்டம் (Syllabus)**

Marketing – Concepts, Approaches, Functions and Environment – Marketing mix – Market Segmentation – Market Targeting and Positioning – Product: Meaning, Features, Attributes, Mix, Product life cycle, New product planning and development– Pricing Policies and Strategies – Promotional methods: Personal selling, Advertising, Publicity, Sales promotion – Channels of distribution: Functions, Types – Retail management: Agent middlemen, Wholesaler, Retailer, Consumer Behavior – Need for consumer protection – Consumer grievance redressal mechanism under Consumer Protection Act – Services marketing – Rural and Agricultural Marketing – Recent Trends in Marketing: Digital Marketing, Social marketing, Green marketing. Human Resource Management: Objectives and Importance – Human resource planning – Functions of Trade Unions Forms of Collective Bargaining – Workers' Participation in Management – Grievance Management – Employee Welfare: Types of Employee Welfare Measures – Remuneration.



# TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM

## (TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)



### HEAD OFFICE

NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359  
B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

## PG TRB COMMERCE

### UNIT - II

#### 2.5. சில்லறை விற்பனை மேலாண்மை

##### அறிமுகம்:

- இந்தியாவில் தாராளமயமாக்கப்பட்ட நிதி மற்றும் அரசியல் சூழல், கடந்த சில ஆண்டுகளில், நாட்டின் சில்லறை வர்த்தகத்தில் வேகமாக வளர்ந்து வரும் பெரும் எண்ணிக்கையிலான நபர்களை அலைக்கழித்துள்ளது, சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி, இந்தியாவில் சில்லறை வர்த்தகம் தீவிர மறுசீரமைப்பில் உள்ளது. மாற்றத்தின் அடிப்படை இயக்கிகள் தனிநபர் வருமானத்தை அதிகரிப்பது, வளர்ந்து வரும் ஜிடிபி, நுகர்வோர் நிதி கிடைப்பது மற்றும் அதனால் மாற்ற முடியாதது. பொது அர்த்தத்தில் சில்லறை விற்பனை என்பது இறுதி நுகர்வோர் தங்கள் சொந்த உபயோகத்திற்காக பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குதல் மற்றும் விற்பதில் ஈடுபட்டுள்ள வணிக நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கியது - ரொட்டி வெண்ணெய் முதல் ஆட்டோமொபைல்கள் வரை ஆடைகள் மற்றும் விமான டிக்கெட்டுகள் வரை. இந்தியாவில், விவசாயத்திற்கு அடுத்தபடியாக, சில்லறை வணிகம் இந்திய தொழிலாளர்களுக்கு போதுமான வேலைவாய்ப்பை வழங்கும் இரண்டாவது பெரிய துறையாகும். ஆனால் இந்தியாவில் சில்லறை விற்பனை ஒரு பக்கம் குறுக்கு வழியில் உள்ளது, சில்லறை விற்பனை ஆண்டுதோறும் புதிய உயரங்களை உருவாக்குகிறது, மறுபுறம், பாரம்பரிய இந்திய சில்லறை விற்பனையாளர்கள் (கிரானா ஸ்டோர்ஸ்) பல சவால்களை எதிர்கொள்கின்றனர்.
- வரவிருக்கும் ஐந்து முதல் ஏழு ஆண்டுகளில் சில்லறை விரிவாக்கம் நமது இந்திய ஜிடிபி வளர்ச்சியை விட வலுவாக இருக்கும் என்று நிபுணர்கள் நம்புகின்றனர், இது மாறிவரும் வாழ்க்கை முறைகள் மற்றும் வலுவான வருமான வளர்ச்சியால் உந்தப்படுகிறது, இதையொட்டி சாதகமான மக்கள்தொகை முறைகள் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர்களின் அமைப்பு ஆகியவற்றால் ஆதரிக்கப்படும். நுகர்வோர் பிரமிட்டின்

அடிப்பகுதியை நோக்கி சாத்தியமான நுகர்வோரை அடைய, வருமான அளவைக் குறைப்பதில் வெற்றி. பிளாஸ்டிக் பணத்தைப் பயன்படுத்துதல், நுகர்வோர் கடன் எளிதாகக் கிடைப்பது ஆகியவை நுகர்வோர் தேவையை அதிகரிக்க உதவும். இன்று, இந்தியாவின் பெரும்பான்மையான இளைஞர்கள் பிராண்டட் பொருட்களையே விரும்புகின்றனர். செயற்கைக்கோள் தொலைக்காட்சிகள் மற்றும் காட்சி ஊடகங்களின் பரவலுடன், நகர்ப்புற வாழ்க்கை முறை போக்குகள் கிராமப்புறங்களிலும் பரவியுள்ளன UGC NET - 2021 . இந்திய நடுத்தர வர்க்கத்தினரின் ஷாப்பிங் களியாட்டம், குறிப்பாக இளைஞர்கள் ஆடை, வெளியில் சாப்பிடுவது மற்றும் நவீன வாழ்க்கை முறைகளின் மீது மோகம் கொண்டவர்கள் கிராமப்புறங்களில் கூட சில்லறை வளர்ச்சிக்கான புதிய வாய்ப்புகளை கட்டவிழ்த்துவிட்டுள்ளனர். இதனால், பெருநகரங்களில் மட்டும் கவனம் செலுத்திய 85% சில்லறை வர்த்தகம் சிறிய நகரங்கள் மற்றும் நகரங்களை நோக்கி ஊடுருவத் தொடங்கியுள்ளது.

- அடுக்கு-II நகரங்கள் ஏற்கனவே சில்லறை விற்பனையாளர்களின் கவனத்தை ஈர்க்கின்றன மற்றும் பிற சிறிய நகரங்கள் மற்றும் கிராமங்கள் கூட வரும் ஆண்டுகளில் சேர வாய்ப்புள்ளது. இது ஒரு நேர்மறையான போக்கு, மற்றும் மொத்த ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட சில்லறை விற்பனையில் இந்த அடுக்கு-II நகரங்களின் பங்களிப்பு 20-25% வரை வளரும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. நாட்டில் சில்லறை விற்பனையின் வெடிப்பு மற்றும் அதன் துண்டு துண்டான தன்மையின் பின்னணியில் உள்ள முக்கிய காரணங்களில் ஒன்று, சில்லறை விற்பனை என்பது நாட்டில் மறைந்திருக்கும் வேலையின்மை/குறைந்த வேலையின் முதன்மை வடிவமாக இருக்கலாம்.
- சில்லறை மேலாண்மை என்பது சில்லறை விற்பனைத் துறையில் வணிகம் நடத்தப்படும் முறையைக் குறிக்கலாம்: பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் அவற்றின் இறுதிப் பயனர்களுக்கு வழங்கப்படும் நிலை. எனவே சில்லறை சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு தத்துவம் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களை திருப்திப்படுத்துவதாகும். சில்லறை விற்பனையின் சாராம்சம் வாடிக்கையாளர்களின் குறிப்பிட்ட தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உருவாக்குவது மற்றும் லாபத்தை தரும் விலையில் அவற்றை வழங்குவதாகும். சில்லறை விற்பனையில் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை சில்லறை விற்பனையாளர்கள் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும். இது தூண்டுதல், விரைவான வேகம் மற்றும் செல்வாக்கு மிக்கது.
- இது ஒரு பரந்த அளவிலான செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது: -சுற்றுச்சூழல் பகுப்பாய்வு- சந்தை ஆராய்ச்சி-நுகர்வோர் பகுப்பாய்வு - உற்பத்தி பொருள் திட்டமிடல் போன்றவை. UGC NET – 2023 . சில்லறை சந்தைப்படுத்தல் கருத்து என்பது ஒரு தத்துவம், சில்லறை விற்பனை அல்லது சில்லறை விற்பனை அமைப்பு அல்ல. சில்லறை விற்பனையாளர் எந்த இலக்கு குழுக்களுக்கு சேவை செய்ய வேண்டும் என்பதை மார்க்கெட்டிங் தீர்மானிக்கிறது. சந்தைப்படுத்தல். ஏற்றுக்கொள்ளக்கூடிய வாழ்க்கைத் தரத்தை வழங்குவதைக் காணலாம்.

### 2.5.1. பொருள் மற்றும் வரையறை சில்லறை சந்தைப்படுத்தல்

- **மேலாண்மை - பொருள்:** மேலாண்மை என்பது ஒரு பொதுவான தளத்தில் மக்களை ஒன்றிணைத்து, ஒரு நிறுவனத்தின் இலக்குகள் மற்றும் நோக்கங்களை அடைய அவர்களை ஒரே அலகாகச் செயல்பட வைப்பதைக் குறிக்கிறது. வாழ்க்கையின் அனைத்து அம்சங்களிலும் மேலாண்மை தேவைப்படுகிறது மற்றும் அனைத்து வணிகங்களின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும்.
- **சில்லறை மேலாண்மை - பொருள்:** வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் இறுதிப் பயன்பாட்டிற்காக சில்லறை கடைகளில் இருந்து விரும்பிய பொருட்களை வாங்குவதற்கு உதவும் பல்வேறு செயல்முறைகள் சில்லறை நிர்வாகத்தைக் குறிக்கின்றன. சில்லறை நிர்வாகமானது வாடிக்கையாளர்களை கடைக்கு அழைத்து வருவதற்கும் அவர்களின் வாங்குதல் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்கும் தேவையான அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் உள்ளடக்கியது. சில்லறை நிர்வாகம் ஷாப்பிங்கை ஒரு மகிழ்ச்சியான அனுபவமாக மாற்றுகிறது மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் புன்னகையுடன் கடையை விட்டு வெளியேறுவதை உறுதி செய்கிறது.

எளிமையான வார்த்தைகளில், சில்லறை நிர்வாகம் வாடிக்கையாளர்களுக்கு எந்த சிரமமும் இல்லாமல் ஷாப்பிங் செய்ய உதவுகிறது:

- சில்லறை மேலாண்மை என்பது வெற்றிகரமான விளைவுகளை அதிகரிக்க சில்லறை விற்பனையின் அனைத்து கூறுகளையும் மதிப்பிடும் ஒரு செயல்முறையாகும். இது நுகர்வோர் மகிழ்ச்சியை பெரிதும் அதிகரிக்க சில்லறை விற்பனை அமைப்பு மற்றும் அமைப்பை மேம்படுத்த பயன்படுத்தப்படும் படிகள் மற்றும் முறைகளின் தொகுப்பாகும். வாடிக்கையாளர்களை ஸ்டோருக்கு இழுத்து, அவர்களின் வாங்குதல் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்கு தேவையான அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் சில்லறை கடை நிர்வாகம் சுருக்கமாகக் கூறலாம். சில்லறை வர்த்தக மேலாண்மை என்பது சில்லறை வர்த்தக பிராண்டுகள் தங்கள் நிறுவனங்களின் வெற்றியை நிர்ணயிக்கும் வகையில் மேற்கொள்ளும் மிக முக்கியமான நடவடிக்கைகளில் ஒன்றாக இருக்கலாம்.
- **"சில்லறை மேலாண்மை"** என்பதன் பொருள்: இறுதிப் பயனரை முக்கிய உற்பத்தியாளரிடம் கொண்டு செல்லும் செயல்முறை, தொடர் நிலைகள் மூலம், சில்லறை விற்பனையானது கடைசியாக உள்ளது. இது அளவுகளுக்கு மட்டுப்படுத்தப்படவில்லை, ஆனால் இறுதி பயனரின் சரியான தேவைக்கு மட்டுமே. எனவே, இந்த கடைசி கட்டத்தில் செயல்பாட்டுத் திறனைக் கொண்டு வருவதும், வேறு எங்கும் பார்க்காத அளவுக்கு அழுத்தமான சூழலை உருவாக்குவதும் "சில்லறை மேலாண்மை" ஆகும். அனைத்து வணிக உரிமையாளர்களும் சில்லறை கடை நிர்வாகத்தின் இந்த வரையறையை நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டும், இது துறையில் அடிக்கடி பயன்படுத்தப்படும் ஒரு சொற்றொடர். வாடிக்கையாளர்கள், சப்ளையர்கள், பொருட்கள் மற்றும் பிராண்டுகளுக்கு இடையேயான உறவுகளை வலுப்படுத்துவதே திறமையான சில்லறை மேலாண்மை அமைப்பை பராமரிக்க நாம் செய்ய வேண்டியது.

### அவர்களும் பொறுப்பு:

- ஊழியர்களை ஊக்குவித்தல், வாடிக்கையாளர் தளத்தை விரிவுபடுத்துவதற்கான திட்டங்களை உருவாக்குதல்
- ஸ்டோர் டிராஃபிக்கை அதிகரிப்பது மற்றும் விற்பனை இலக்குகளை எட்டுவது மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் திருப்தியை உறுதி செய்தல்
- லாபத்தில் அதிகரிப்பு
- கடையில் திருட்டை நிறுத்துதல்



### வரையறை:

- 1) 'சில்லறை விற்பனையாளர்' என்ற வார்த்தை பிரெஞ்சு வார்த்தையான 'ரி -டைலர்' என்பதிலிருந்து பெறப்பட்டது, அதாவது 'மீண்டும் வெட்டுவது' . வெளிப்படையாக, சில்லறை விற்பனை என்பது பெரிய சரக்குகளிலிருந்து சிறிய பகுதிகளாக வெட்டுவதாகும். நுகர்வோருக்கு பொருட்களை விநியோகிக்கும் சங்கிலியில் சில்லறை விற்பனையாளர் கடைசி இடைத்தரகர் ஆவார். அவர் மொத்த விற்பனையாளர்களுக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையே ஒரு இணைப்பு.
- 2) அமெரிக்க மார்க்கெட்டிங் அசோசியேஷன் சில்லறை விற்பனையை "தனிப்பட்ட மற்றும் வணிகம் அல்லாத பயன்பாட்டிற்காக இறுதி நுகர்வோருக்கு நேரடியாக விற்பனை செய்வதில் ஈடுபடும் நடவடிக்கைகள் என வரையறுக்கிறது. இது தயாரிப்பாளரின் நேரடி-வாடிக்கையாளர் விற்பனை நடவடிக்கைகளைத் தழுவுகிறது, அவருடைய சொந்த கடைகள் மூலமாகவோ அல்லது வீட்டுக்கு வீடு கேள்வாசிங் மூலமாகவோ அல்லது அஞ்சல்-ஆர்டர் வணிகத்தின் மூலமாகவோ. சில்லறை விற்பனையாளர் சந்தைப்படுத்தல் வழிகளில் ஒரு இடைத்தரகர் மற்றும் நுகர்வோர் மற்றும் தயாரிப்பாளருடன் தொடர்பைப் பராமரிக்கும் ஒரு நிபுணர் மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் பொறிமுறையில் ஒரு முக்கியமான இணைப்பு இணைப்பாகும்.
- 3) தனிப்பட்ட, வணிகம் அல்லாத பயன்பாட்டிற்காக இறுதி நுகர்வோருக்கு பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை விற்பதில் ஈடுபட்டுள்ள அனைத்து நடவடிக்கைகளும் சில்லறை விற்பனையில் அடங்கும். - பிலிப் கோடல்

### சில்லறை விற்பனையின் சிறப்பியல்புகள்:

- 1) சில்லறை வணிகம் பின்வரும் வழிகளில் மற்ற வணிக வடிவங்களிலிருந்து வேறுபட்டது:
- 2) இது வாடிக்கையாளர்கள்/இறுதி நுகர்வோருடன் நேரடி தொடர்புகளை வழங்குகிறது.
- 3) ஏற்றுமதி/உற்பத்தியுடன் ஒப்பிடுகையில் விற்பனை அளவு அளவுகளில் பெரியது ஆனால் பண மதிப்பில் குறைவாக உள்ளது.
- 4) சில்லறை வணிகத்தின் வெற்றியில் வாடிக்கையாளர் சேவை முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

- 5) இந்த கட்டத்தில் மட்டுமே விற்பனை விளம்பரங்கள் வழங்கப்படுகின்றன.
- 6) ஏறக்குறைய எல்லா நாடுகளிலும், சில்லறை விற்பனை நிலையங்கள் வேறு எந்த வகையான வணிகத்தையும் விட அதிகம்.
- 7) சில்லறை வணிகத்தில் இடம் மற்றும் தளவமைப்பு முக்கியமான காரணிகள்.
- 8) இது வயது மற்றும் பாலினம், தகுதி அல்லது மதம் போன்றவற்றைப் பொருட்படுத்தாமல் அனைத்து வயதினருக்கும் வேலை வாய்ப்பை வழங்குகிறது.



TCA

## 2.5.2. சில்லறை விற்பனையின் முக்கியத்துவம்

- **வாடிக்கையாளர்களின் ஈர்ப்பு மற்றும் தக்கவைப்பு:** சில்லறை சந்தைப்படுத்தல் ஒரு சில்லறை விற்பனையாளரின் சேவைகள் அல்லது உற்பத்தி பொருள்களில் கவனம் செலுத்துகிறது, இது சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களை அடையவும் ஈர்க்கவும் உதவுகிறது. பயனுள்ள விளம்பர உத்திகள் சின்னத் தெரிவுநிலையை அதிகரிக்கின்றன, இதனால் ஸ்டோர் என்ன வழங்குகிறது என்பதை வாடிக்கையாளர்களுக்குத் தெரியப்படுத்துகிறது.
- **போட்டி நன்மை:** நெரிசலான சந்தையில், சக்திவாய்ந்த சில்லறை விளம்பரம் ஒரு வணிக நிறுவனத்தை போட்டியில் இருந்து விலகி இருக்க உதவுகிறது. தனித்துவமான விளம்பர சலுகைகள் பிராண்டிங் மற்றும் வேறுபட்ட சந்தைப்படுத்தல் நுட்பங்கள் போட்டி நன்மைக்கு பங்களிக்கின்றன.
- **விற்பனை மற்றும் வருவாய் உருவாக்கம்:** எந்த தாமதமும் இல்லாமல் சந்தைப்படுத்தல், வாங்கும் தேர்வுகளில் செல்வாக்கு செலுத்தும் மற்றும் வாடிக்கையாளர் தள பார்வையாளர்களைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் வணிகப் பொருட்களை விற்பனை செய்வதன் மூலம் வருமானத்தை பாதிக்கிறது. நன்கு வடிவமைக்கப்பட்ட சந்தைப்படுத்தல் நுட்பங்கள் விற்பனையை அதிகரிக்கவும் சில்லறை விற்பனையாளர்களுக்கு விற்பனையை உருவாக்கவும் பங்களிக்கின்றன.
- **பிராண்ட் கட்டிடம்:** சில்லறை விளம்பரம் ஒரு சின்னத்தின் படத்தை உருவாக்கி வலுப்படுத்துவதில் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. நிலையான செய்தியிடல் ஒரு சிறந்த ஷாப்பிங் அனுபவம் மற்றும் வலுவான அடையாள அங்கீகாரம் பிராண்ட் விசுவாசம் மற்றும் வாங்குபவர் கருத்தில் பங்களிக்கிறது.
- **சந்தை ஆராய்ச்சி மற்றும் புரிதல்:** சந்தைப்படுத்தல் விளையாட்டுகள் வாங்குபவரின் இயங்குமுறை தேர்வுகள் மற்றும் சந்தை போக்குகளைப் புரிந்துகொள்வதை உள்ளடக்கியது. சில்லறை விற்பனையாளர்கள் சந்தை ஆய்வுகள் மூலம் மதிப்புமிக்க நுண்ணறிவுகளைப் பெறலாம், வாடிக்கையாளர்களின் மாறிவரும் விருப்பங்களுக்கு ஏற்ப அவர்களின் தொழில்நுட்பங்களை மாற்றியமைக்க அவர்களுக்கு உதவுகிறது.

### 2.5.3. சில்லறை விற்பனையின் வகைகள்

- 1) **ஸ்டோர் மார்க்கெட்டிங்:** ஸ்டோர் மார்க்கெட்டிங் என்பது ஒரு கடையில் ஷாப்பிங் செய்யும் அனுபவத்தை "ஸ்டோர் அனுபவம்" என்று குறிப்பிடுகிறது. இத்தகைய நடவடிக்கைகளில் மூலோபாய உற்பத்தி பொருள் வைப்புத்தொகை வாடிக்கையாளர் நோக்குநிலைக்கான நல்ல அடையாளங்கள் மற்றும் உந்துவிசை வாங்குதலுக்கான கவர்ச்சிகரமான காட்சிகள் ஆகியவை அடங்கும். ஷாப்பிங் அனுபவத்தை வளப்படுத்தும் வரவேற்புச் சூழலை உருவாக்க, சில்லறை விற்பனையாளர்கள் இசை மற்றும் ஒளி போன்ற உணர்வுக் கூறுகளைப் பயன்படுத்துகின்றனர்.
- 2) **விஷுவல் மெர்ச்சண்டைசிங்:** விஷுவல் மெர்ச்சண்டைசிங் என்பது பொருட்களின் காட்சி விளக்கக்காட்சியில் கவனம் செலுத்தும் கடையில் சந்தைப்படுத்துதலின் ஒரு கிளை ஆகும். இது வண்ண வடிவங்களின் மூலோபாய ஏற்பாடு மற்றும் பொருட்களை கவர்ச்சிகரமான முறையில் முன்வைக்க பொருட்களின் கவனத்தை ஈர்க்கும் காட்சிகளை உள்ளடக்கியது. காட்சி வர்த்தகத்தில் ஒட்டுமொத்த முயற்சிகள் நுகர்வோரின் கவனத்தை ஈர்க்கும் திறன் கொண்டவை, கடையில் அவர்களுக்கு ஆர்வத்தை ஏற்படுத்துகின்றன, மேலும் வாங்குதல் முடிவுகளில் பெரும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.
- 3) **இணைய சந்தைப்படுத்தல்:** ஆன்லைன் ஷாப்பிங் வேகமாக வளர்ந்து வருகிறது மற்றும் டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் சில்லறை விற்பனை உத்தியின் முக்கிய அம்சமாக மாறியுள்ளது. இதில் சமூக ஊடக சந்தைப்படுத்தல், தேடுபொறி உகப்பாக்கம் (SEO), மின்னஞ்சல் மார்க்கெட்டிங் மற்றும் ஆன்லைன் விளம்பரம் ஆகியவை அடங்கும். வாடிக்கையாளர்களுடன் தொடர்பு கொண்டு உற்பத்தி பொருட்களை விளம்பரப்படுத்தவும் ஆன்லைன் மற்றும் ஆஃப்லைன் விற்பனை செய்யவும் சில்லறை விற்பனையாளர்கள் டிஜிட்டல் தளங்களைப் பயன்படுத்துகின்றனர். தனிப்பயனாக்கப்பட்ட சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரங்கள் மற்றும் பிரிக்கப்பட்ட விளம்பரங்கள் சக்திவாய்ந்த ஆன்லைன் இருப்பை உருவாக்கவும் வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தை வளர்க்கவும் உதவுகின்றன. இ - மார்க்கெட்டிங் என்பது இணையம் மூலம் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்குவது மற்றும் விற்பது, இணையம் மூலம் பொருட்களை வாங்குவது மற்றும் இணையம் மூலம் பொருட்களை விற்பது - (UGC NET - 2011), 2022
- 4) **அனுபவ மார்க்கெட்டிங்:** வாடிக்கையாளர்களின் நினைவுகளுடன் ஒட்டிக்கொண்டிருக்கும் பிராண்ட் அனுபவங்களை உருவாக்குவதே அனுபவ சந்தைப்படுத்தலின் குறிக்கோள். சில்லறை விற்பனையாளர்கள் நிகழ்வு பாப்-அப் கடைகள் அல்லது ஊடாடும் நிறுவல்களை உருவாக்குகிறார்கள், இது வாடிக்கையாளர்களை உற்பத்தி பொருட்கள் மற்றும் பிராண்ட்டன் தொடர்பு கொள்ள அனுமதிக்கிறது. இந்த நடைமுறை அணுகுமுறை ஒரு உணர்ச்சிப்பூர்வமான பிணைப்பை உருவாக்குகிறது, மேலும் இது பிராண்ட் வக்கீலை அதிகரிக்கிறது.

- 5) **விளம்பர சந்தைப்படுத்தல்:** சில நாட்களுக்குள் தொடங்கும் விற்பனையை அதிகரிப்பதே விளம்பர சந்தைப்படுத்தலின் முக்கிய குறிக்கோள் ஆகும். உத்திகளில் தள்ளுபடிகள், வரையறுக்கப்பட்ட நேர சலுகைகள், வாங்க-ஒன்-பெறு-ஒன் ஒப்பந்தங்கள் மற்றும் போட்டிகள் ஆகியவை அடங்கும். உற்பத்தி பொருள் வாழ்க்கைச் சுழற்சியின் தொடக்கத்தில் புதிய பொருட்களின் இருப்பு அனுமதி தோற்றம் மற்றும் விற்பனைக்கான பருவகால அல்லது நிகழ்வு-உந்துதல் போக்குவரத்து ஆகியவை விளம்பர சந்தைப்படுத்துதலுக்கான சில்லறை விற்பனையாளர்களின் காரணங்களில் ஒன்றாகும்.
- 6) **உள்ளடக்க சந்தைப்படுத்தல்:** உள்ளடக்க சந்தைப்படுத்தல் என்பது பயனுள்ள, பொருத்தமான மற்றும் சீரான உள்ளடக்கத்தின் உற்பத்தி மற்றும் பரவலைத் திட்டமிடுவதை உள்ளடக்கிய ஒரு உத்தி ஆகும், இது விரும்பிய பார்வையாளர்களை ஈர்க்கவும் தொடர்பு கொள்ளவும். சில்லறைச் சூழலில், இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு பயனுள்ள தகவலை வழங்கும் உற்பத்தி பொருள் மதிப்புரைகள் அல்லது வீடியோக்களை எவ்வாறு வழிகாட்டுவது என்பது குறித்த வலைப்பதிவு இடுகைகளாக இருக்கலாம். உள்ளடக்க சந்தைப்படுத்தலின் நோக்கம் பிராண்ட் அதிகாரத்தை நிறுவுதல், வாடிக்கையாளர்களுக்கு கல்வி கற்பித்தல் மற்றும் இறுதியில் பிராண்டிற்கும் அதன் பார்வையாளர்களுக்கும் இடையே ஒரு தொடர்பை உருவாக்குவதன் மூலம் விற்பனையை அதிகரிப்பதாகும்.
- 7) **சமூகப் பொறுப்பு சந்தைப்படுத்தல்:** பல நுகர்வோர் சமூகப் பொறுப்பைக் காட்டும் பிராண்டுகளால் ஈர்க்கப்படுகிறார்கள். சில்லறை விற்பனையாளர்கள் சமூகப் பொறுப்பு மார்க்கெட்டிங், காரண இணைப்பு, பசுமை நடைமுறைகள் மற்றும் சமூக முன்முயற்சிகள் மூலம் கடைப்பிடிக்கிறார்கள். இது சமூகப் பொறுப்புள்ள நபர்களுக்கான ஒரு உணர்ச்சிபூர்வமான விளம்பரம் மற்றும் நேர்மறையான முடிவுகளை அளிக்கிறது.
- 8) **அஃபிலியேட் மார்க்கெட்டிங்:** சில்லறை விற்பனையாளர்கள் தங்கள் உற்பத்தி பொருள்களை விளம்பரப்படுத்த, அது செல்வாக்கு செலுத்துபவர்களாக இருந்தாலும், உள்ளடக்கத்தை உருவாக்குபவர்களாக இருந்தாலும் அல்லது வேறு ஏதேனும் இருந்தாலும், தொடர்புடைய மூன்றாம் தரப்பினருடன் பொதுவாகக் குழுவாகும். அஃபிலியேட் மார்க்கெட்டிங் என்பது உங்கள் பங்குதாரர்கள் வணிகரின் தளத்திற்கு அனுப்பும் போக்குவரத்திற்காக நீங்கள் பணம் செலுத்தும் சூழ்நிலையைக் குறிக்கிறது. இது ஒரு பிராண்டின் பார்வையாளர்களை விரிவுபடுத்துவதற்கும் உற்பத்தி பொருள் விழிப்புணர்வை அதிகரிப்பதற்கும் செல்வாக்கு செலுத்துபவர்களின் நம்பகத்தன்மை மற்றும் செல்வாக்கை நம்பியுள்ளது.
- 9) **மொபைல் மார்க்கெட்டிங்:** நுகர்வோரின் வாழ்க்கையின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாக மொபைல் சாதனங்களின் தோற்றத்துடன், சில்லறை விற்பனையாளர்கள் தங்கள் வாடிக்கையாளர்களை தங்கள் ஸ்மார்ட்போன்கள் மற்றும் டேப்லெட்டுகள் மூலம் அடைய

மொபைல் மார்க்கெட்டிங் மீது நம்பிக்கை வைத்துள்ளனர். மொபைல் விளம்பரம், ஜியோ-மார்க்கெட்டிங் மற்றும் மொபைல் பயன்பாடுகள் போன்ற உத்திகளும் இதில் அடங்கும். மொபைல் மார்க்கெட்டிங் சில்லறை விற்பனையாளர்களை வாடிக்கையாளர்களுடன் உண்மையான நேரத்தில் தொடர்புகொள்வதற்கு தனிப்பயனாக்கப்பட்ட ஒப்பந்தங்களை வழங்குகிறது மற்றும் ஒட்டுமொத்த ஷாப்பிங் பயணத்தை மேம்படுத்துகிறது.

**10) நேரடி அஞ்சல் சந்தைப்படுத்தல் :** டிஜிட்டல் வழிகளின் பயன்பாடு அதிகரித்து வருவதால், சில்லறை விற்பனையாளர்களுக்கு நேரடி அஞ்சல் சந்தைப்படுத்தல் ஒரு முக்கிய தீர்வாகும். வாடிக்கையாளர்களின் அஞ்சல் பெட்டிகளுக்கு இயற்பியல் விளம்பரப் பொருள் பட்டியல்கள் மற்றும் ப்ரீ-கிராண்ட் ஆஃபர்களை அனுப்புவது கவனத்தை ஈர்க்கவும் ஆஃப்லைனிலும் ஆன்லைனிலும் விற்பனையை அதிகரிக்கவும் சிறந்த வழியாகும். நேரடி அஞ்சல் என்பது பிராண்டின் உண்மை நினைவூட்டலாகும்.

#### 2.5.4. சில்லறை நிர்வாகத்தின் நோக்கங்கள்:

- சில்லறை நிர்வாகத்தின் முக்கிய நோக்கம் லாபத்தை அதிகரிப்பது மற்றும் வாடிக்கையாளர் திருப்தியை உறுதி செய்வது என்ற இரட்டை இலக்குடன் சில்லறை விற்பனைக் கடை அல்லது சங்கிலியை நடத்துவதில் ஈடுபட்டுள்ள அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் மேற்பார்வையிடுவதும் கட்டுப்படுத்துவதும் ஆகும். இது சரக்கு மற்றும் பணியாளர்களை நிர்வகிப்பது முதல் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நேர்மறையான ஷாப்பிங் அனுபவத்தை உருவாக்குவது வரை பரந்த அளவிலான பொறுப்புகளை உள்ளடக்கியது. இந்த இரண்டு நோக்கங்களையும் சமநிலைப்படுத்துவது சவாலானது, ஆனால் எந்தவொரு சில்லறை வணிகத்தின் வெற்றிக்கும் இது முக்கியமானது. **எடுத்துக்காட்டு:** உலகின் மிகப்பெரிய சில்லறை விற்பனையாளரான வால்மார்ட், தினசரி குறைந்த விலையில் (EDLP) கவனம் செலுத்துவதன் மூலம் இந்த சமநிலையை அடைய முயற்சிக்கிறது, அதே நேரத்தில் திறமையான விநியோகச் சங்கிலி மேலாண்மை மற்றும் லாபத்தை பராமரிக்க செயல்பாட்டு நடைமுறைகளை செயல்படுத்துகிறது.
- **சான்று:** "குறைந்த விலைகள் மற்றும் பரந்த அளவிலான தரமான சரக்குகளை தொடர்ந்து வழங்குவதன் மூலம் வாடிக்கையாளர்களுக்கு விருப்பமான இடமாக இருக்க வேண்டும் என்பதே எங்கள் குறிக்கோள்." Doug McMillon, வால்மார்ட்டின் CEO.
- **புள்ளிவிவரங்கள்:** தேசிய சில்லறை வர்த்தக கூட்டமைப்பு கணக்கெடுப்பின்படி, 73% நுகர்வோர் ஒரு கடையைத் தேர்ந்தெடுக்கும்போது விலை மிக முக்கியமான காரணி என்று கூறுகிறார்கள், சில்லறை விற்பனையில் விலை போட்டித்தன்மையின் முக்கியத்துவத்தை எடுத்துக்காட்டுகிறது.



குறிக்கோள்	விளக்கம்	தாக்கம்	திருப்தியடைந்த வாடிக்கையாளர்கள் 140% அதிகமாகச் செலவிடுகிறார்கள்
வாடிக்கையாளர் மகிழ்ச்சி	தனிப்பயனாக்கப்பட்ட சேவை, விசுவாசத் திட்டங்கள் மற்றும் பதிலளிக்கக்கூடிய ஆதரவு	அதிக செலவு மற்றும் நீண்ட கால விசுவாசம்	திருப்தியடைந்த வாடிக்கையாளர்கள் 140% அதிகமாகச் செலவிடுகிறார்கள்
சரக்கு இணக்கம்	சரியான உற்பத்தி பொருள்கள், சரியான நேரம், குறைக்கப்பட்ட செலவுகள்	இது ஸ்டாக்அவுட்களைத் தடுக்கிறது மற்றும் பணத்தை மிச்சப்படுத்துகிறது	தானியங்கு சரக்கு செலவுகளை 25% குறைக்கிறது
விற்பனை சிம்பொனி	மூலோபாய தளவமைப்புகள், விளம்பரங்கள் மற்றும் குறுக்கு விற்பனை	அதிகரித்த விற்பனை அளவு	டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் இ-காமர்ஸ் வளர்ச்சியை உந்துகிறது
நெறிப்படுத்தப்பட்ட செயல்திறன்	தொழில்நுட்பம், ஆற்றல் சேமிப்பு வடிவமைப்புகள் மற்றும் செலவு குறைப்பு	குறைந்த செயல்பாட்டு செலவு மற்றும் சிறந்த விலை	RFID குறிச்சொற்கள் சரக்கு செலவுகளை கணிசமாக குறைக்கலாம்

- 1) மகிழ்ச்சியான வாடிக்கையாளர்கள் : மகிழ்ச்சியான வருமானம்: நட்பு ஊழியர்கள் உங்கள் பெயரை நினைவில் வைத்துக் கொள்ளவும், நீங்கள் தேடுவதை சரியாகக் கண்டுபிடித்து, அற்புதமான புதிய விருப்பங்களை பரிந்துரைக்கவும். இது வாடிக்கையாளர் மகிழ்ச்சியின் சக்தி. விசுவாசமான வாடிக்கையாளர்கள் அதிகம் செலவழிக்கிறார்கள், அதனால் அவர்களை சிரிக்க வைப்பதே முக்கியம்!
- 2) காலி அலமாரிகள் இல்லை: உங்களிடம் இருக்க வேண்டிய பொருள் கையிருப்பில் இல்லாதபோது எப்போதாவது விரக்தியடைந்திருக்கிறீர்களா? சரக்கு மேலாண்மை என்பது அலமாரிகளை சரியான பொருட்களுடன் சேமித்து வைக்கும் மந்திரம், எரிச்சலூட்டும் ஸ்டாக்அவுட்களைத் தடுக்கிறது மற்றும் தேவையற்ற சேமிப்பில் பணத்தை மிச்சப்படுத்துகிறது. இது ஒரு புத்தையல் வேட்டை என்று நினைத்துப் பாருங்கள் - நீங்கள் தேடுவதை எப்போதும் காணலாம்!

- 3) **அதிக விற்பனை, அதிக வேடிக்கை:** கண்களைக் கவரும் காட்சிகள், கவர்ச்சியான விளம்பரங்கள் மற்றும் பொருட்களைப் பொருத்துவதற்கான பரிந்துரைகள் - இதுவே விற்பனையை அதிகப்படுத்தும் உலகம். இது ஒரு தனிப்பட்ட ஷாப்பிங் உதவியாளர் உங்களுக்கு உற்சாகமான விஷயங்களைக் கண்டறியவும் அற்புதமான டீல்களைக் கண்டறியவும் உதவுவது போன்றது. அதிக விற்பனை என்பது மகிழ்ச்சியான வாடிக்கையாளர்களைக் குறிக்கிறது (மற்றும் மகிழ்ச்சியான வணிகம்!).
- 4) **சில்லறைகளைச் சேமித்தல், முன்னேற்றம் அடைதல்:** ஒவ்வொரு வணிகமும் அதன் பணத்தில் புத்திசாலித்தனமாக இருக்க வேண்டும். ஸ்மார்ட் குறிச்சொற்கள் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் நட்பு வடிவமைப்புகள், கழிவுகளைக் குறைத்தல் மற்றும் செலவுகளைக் குறைத்தல் போன்ற சிறந்த தொழில்நுட்பத்துடன் செயல்திறன் வருகிறது. இதன் பொருள் உங்கள் ஷாப்பிங் அனுபவத்தை இன்னும் சிறப்பாகச் செய்ய முதலீடு செய்ய அதிக ஆதாரங்கள்!

**சில்லறை விற்பனைக்கான எடுத்துக்காட்டுகள்:**

- 1) **ஸ்டோர் விளம்பரங்கள் :** விரைவான கொள்முதல்களை ஊக்குவிக்கவும் அதிக வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கவும் தள்ளுபடிகள், வாங்க-ஒன்றைப் பெறுங்கள்-இலவச (BOGO) ஒப்பந்தங்கள் அல்லது வரையறுக்கப்பட்ட நேர விளம்பரங்களை வழங்குதல்.
- 2) **ஆன்லைன் பிரத்தியேக சலுகைகள்:** ஆன்லைன் ஷாப்பிங் செய்பவர்களுக்கு மட்டுமே சிறப்பு தள்ளுபடிகள் அல்லது விளம்பரங்களை வழங்குதல், ஈ-காமர்ஸ் தளத்திற்கு போக்குவரத்தை சேர்ப்பதற்கும் ஆன்லைன் விற்பனையை அதிகரிப்பதற்கும் ஆகும்.
- 3) **விசுவாசத் திட்டங்கள்:** திரும்பத் திரும்ப வாங்குதல், தள்ளுபடிகள், விற்பனைக்கான பிரத்தியேக அணுகல் அல்லது வாடிக்கையாளர்களை ஊக்குவிக்கும் பிற சலுகைகளை வழங்கும் வாடிக்கையாளர் விசுவாசத் திட்டங்கள்.
- 4) **சமூக ஊடக சந்தைப்படுத்தல்:** சமூகத்தை உருவாக்குவதற்கும் பிராண்ட் விழிப்புணர்வை அதிகரிப்பதற்கும் வாடிக்கையாளர்களுடன் இணைவதற்கும், புதிய உற்பத்தி பொருள்களை முன்னிலைப்படுத்துவதற்கும், போட்டிகளை நடத்துவதற்கும், திரைக்குப் பின்னால் உள்ள உள்ளடக்கத்தைப் பகிர்வதற்கும் சமூக ஊடக தளங்களைப் பயன்படுத்துதல்.
- 5) **மின்னஞ்சல் மார்க்கெட்டிங் பிரச்சாரங்கள்:** வாடிக்கையாளர்களுக்கு தகவல் மற்றும் ஈடுபாட்டுடன் இருக்க உற்பத்தி பொருள் பரிந்துரைகள், விளம்பரங்கள் மற்றும் புதுப்பிப்புகளுடன் சந்தாதாரர்களுக்கு இலக்கு மற்றும் தனிப்பயனாக்கப்பட்ட பிரச்சாரங்களை மின்னஞ்சல் செய்தல்.
- 6) **ஃபிளாஷ் விற்பனை:** அவசர உணர்வை உருவாக்கவும், உடனடி வாங்குதல் முடிவுகளை ஊக்குவிக்கவும் குறுகிய கால விற்பனை நிகழ்வுகளை அதிக தள்ளுபடிகள் அல்லது பிரத்தியேக ஒப்பந்தங்களுடன் ஏற்பாடு செய்தல்.



TCA

### 2.5.5. சில்லறை நிர்வாகத்தின் வகைகள்

சில்லறை நிர்வாகத்தில் பல வகைகள் உள்ளன. அவற்றில் சிலவற்றை நாங்கள் கீழே விவாதித்தோம்:



☎ 95665 35080

- 1) **பல்பொருள் அங்காடிகள்:** பல்பொருள் அங்காடிகள் பல்வேறு வகைகளில் பல்வேறு வகையான உற்பத்தி பொருள்களை வழங்கும் பெரிய சில்லறை நிறுவனங்களாகும். டிபார்ட்மென்ட் ஸ்டோர்களில் உள்ள சில்லறை விற்பனை மேலாளர்கள் சரக்கு மேலாண்மை, பணியாளர்கள் திட்டமிடல் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு சிறந்த ஷாப்பிங் அனுபவத்தை உறுதி செய்தல் உள்ளிட்ட அன்றாட செயல்பாடுகளை மேற்பார்வையிடுகின்றனர். அவர்கள் வாடிக்கையாளர் சேவையில் சிறந்து விளங்க வேண்டும் மற்றும் போக்குகள் மீது மிகுந்த கவனம் செலுத்த வேண்டும்.
- 2) **தானியங்கு சில்லறை விற்பனை:** தானியங்கி சில்லறை விற்பனையானது விற்பனை இயந்திரங்கள் அல்லது கியோஸ்க் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. இது ஒரு வகையான சுய-சேவை சில்லறை விற்பனையாகும், அங்கு இயந்திரங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு உற்பத்தி பொருள்களை வழங்குகின்றன. இந்தத் துறையில் உள்ள சில்லறை விற்பனை மேலாளர்கள் இயந்திர பராமரிப்பு, பொருட்களை சேமித்து வைப்பது மற்றும் மென்மையான மற்றும் தடையற்ற செயல்பாடுகளை உறுதி செய்வதில் கவனம் செலுத்துகின்றனர்.
- 3) **கிடங்கு:** சில்லறை விநியோகச் சங்கிலியில் கிடங்குகள் முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன. சில்லறை விற்பனைக் கிடங்கு மேலாளர்கள் திறமையான சேமிப்பு, சரக்குக் கட்டுப்பாடு மற்றும் ஆர்டரை நிறைவேற்றுவதற்கு பொறுப்பாவார்கள். செலவுகளைக் குறைக்கவும், ஆர்டர் செயலாக்க நேரங்களைக் குறைக்கவும் அவை செயல்முறைகளை நெறிப்படுத்த வேண்டும்.
- 4) **மனித வள மேலாண்மை :** சில்லறை வணிகத்தில் மனித வளங்கள் என்பது பணியாளர்களை பணியமர்த்துதல், பயிற்சி செய்தல் மற்றும் நிர்வகித்தல். சில்லறை HR மேலாளர்கள் ஆட்சேர்ப்பு, பணியாளர் ஊக்குவிப்பு மற்றும் பணியாளர் உறவுகளைக் கையாளுகின்றனர். உந்துதல் மற்றும் உற்பத்தித் திறன் கொண்ட பணியாளர்களை உறுதி செய்வதில் அவை முக்கிய பங்கு வகிக்கின்றன.
- 5) **திட்டமிடல் மற்றும் சரக்கு மேலாண்மை :** எந்தெந்த உற்பத்தி பொருள்களை சேமித்து வைக்க வேண்டும், எவ்வளவு ஆர்டர் செய்ய வேண்டும், எப்போது மறுவரிசைப்படுத்த வேண்டும் என்பதைத் தீர்மானிப்பதற்கு திட்டமிடல் மேலாளர்கள் பொறுப்பு. அவர்கள் தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்க தரவு பகுப்பாய்வைப் பயன்படுத்துகிறார்கள், அதிகப்படியான சரக்குகளைக் குறைக்கும்போது வாடிக்கையாளர் தேவையைப் பூர்த்தி செய்ய சரியான உற்பத்தி பொருள்கள் கிடைக்கின்றன என்பதை உறுதிப்படுத்துகின்றன.

- 6) **ஷோரூம்கள்:** ஷோரூம்கள் என்பது வாடிக்கையாளர்கள் உடனடி கொள்முதல் செய்யாமல், உற்பத்தி பொருள்களைப் பார்க்கவும் சோதிக்கவும் கூடிய சில்லறை இடங்களாகும். ஷோரூம்களில் உள்ள சில்லறை விற்பனை மேலாளர்கள் கவர்ச்சிகரமான காட்சியை உருவாக்குதல், உற்பத்தி பொருள் தகவலை வழங்குதல் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு தகவலறிந்த முடிவுகளை எடுக்க வழிகாட்டுதல் ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துகின்றனர்.
- 7) **பிராண்ட் மேனேஜ்மென்ட்:** பிராண்ட் மேனேஜர்கள் சில்லறை வர்த்தக பிராண்டின் பிம்பத்தை பராமரிப்பதற்கும் மேம்படுத்துவதற்கும் பொறுப்பு. அவர்கள் வலுவான மற்றும் அடையாளம் காணக்கூடிய பிராண்ட் இருப்பை உருவாக்க மார்க்கெட்டிங் உத்திகள், உற்பத்தி பொருள் வேலை வாய்ப்பு மற்றும் வாடிக்கையாளர் ஈடுபாடு ஆகியவற்றில் வேலை செய்கிறார்கள்.
- 8) **காசாளர் மேலாண்மை:** காசாளர்கள் சில்லறை வணிகத்தின் முகம், பரிவர்த்தனைகளைக் கையாளுதல் மற்றும் வாடிக்கையாளர் சேவையை வழங்குதல். காசாளர் மேலாளர்கள் மென்மையான மற்றும் துல்லியமான பண கையாளுதலை உறுதி செய்கிறார்கள், வாடிக்கையாளர் சிக்கல்களைத் தீர்க்கிறார்கள் மற்றும் செக்அவுட் செயல்முறைகளை மேற்பார்வை செய்கிறார்கள்.
- 9) **கொள்முதல் மேலாண்மை:** கொள்முதல் மேலாளர்கள் கடையில் பொருட்களை வாங்குவதற்கும் வாங்குவதற்கும் பொறுப்பாவார்கள். அவர்கள் சப்ளையர்களுடன் பேச்சுவார்த்தை நடத்துகிறார்கள், உறவுகளைப் பேணுகிறார்கள் மற்றும் உற்பத்தி பொருள் தரத்தை பராமரிக்கும் போது செலவு குறைந்த கொள்முதல் செய்வதை உறுதி செய்கிறார்கள்.
- 10) **பொது அங்காடி மேலாண்மை:** பொது அங்காடி மேலாளர்கள் சில்லறை விற்பனை நடவடிக்கையின் அனைத்து அம்சங்களையும் மேற்பார்வையிடுகின்றனர். அவர்கள் பணியாளர்கள், சரக்குகள், டிஜிட்டல் மார்க்கெட்டிங் மற்றும் வாடிக்கையாளர் சேவை ஆகியவற்றில் முடிவுகளை எடுக்கிறார்கள். கடையின் ஒட்டுமொத்த வெற்றிக்கு இந்த மேலாளர்கள் பொறுப்பு.

### 2.5.6. சில்லறை நிர்வாகத்தின் முக்கியத்துவம்

வணிக உலகில் சில்லறை மேலாண்மை முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது, மேலும் அதன் முக்கியத்துவத்தை மிகைப்படுத்துவது கடினம். இது பொருட்களை விற்பது மட்டுமல்ல; வாடிக்கையாளர்களுக்கு சிறந்த ஷாப்பிங் அனுபவம் இருப்பதையும் வணிகங்கள் லாபம் ஈட்டுவதையும் உறுதி செய்வதாகும். சில்லறை மேலாண்மை ஏன் மிகவும் முக்கியமானது என்பதைப் பற்றி பார்ப்போம்:

- 1) **வாடிக்கையாளர் திருப்தி:** எந்தவொரு சில்லறை வணிகத்தின் முக்கிய நோக்கமும் வாடிக்கையாளர்களை திருப்திப்படுத்துவதாகும். சில்லறை நிர்வாகம் சரியான

பொருட்கள் கிடைப்பதையும், கடை சுத்தமாக இருப்பதையும், ஊழியர்கள் உதவியாக இருப்பதையும் உறுதி செய்கிறது.

- 2) **திறமையான செயல்பாடுகள்:** கடையில் உள்ள அனைத்தும் சீராக இயங்குவதை சில்லறை விற்பனை மேலாளர்கள் உறுதி செய்கிறார்கள். அவர்கள் தளவமைப்பைத் திட்டமிடுகிறார்கள், சரக்குகளை நிர்வகிக்கிறார்கள், பணியாளர்களை திட்டமிடுகிறார்கள் மற்றும் அன்றாட பணிகளைக் கையாளுகிறார்கள். இந்த செயல்திறன் வணிக நேரத்தையும் பணத்தையும் சேமிக்க உதவுகிறது.
- 3) **சரக்குக் கட்டுப்பாடு:** கையிருப்பில் என்ன இருக்கிறது மற்றும் எதை நிரப்ப வேண்டும் என்பதைக் கண்காணிப்பது சில்லறை நிர்வாகத்தின் பொறுப்பாகும். இது அதிக ஸ்டாக்கிங் (பணத்தை இணைக்கும்) மற்றும் குறைந்த ஸ்டாக்கிங் (விற்பனையை தவறவிடும்) தடுக்கிறது.
- 4) **பணியாளர் மேலாண்மை:** சில்லறை விற்பனையில் சரியான நபர்களை பணியமர்த்துவதும் பயிற்சியளிப்பதும் முக்கியமானது. வாடிக்கையாளர்களுக்கு உதவவும் பல்வேறு பணிகளைக் கையாளவும் பணியாளர்கள் நன்கு தயாராக இருப்பதை மேலாளர்கள் உறுதி செய்கிறார்கள். ஒரு திறமையான மற்றும் ஊக்கமளிக்கும் குழு ஒரு கடையின் வெற்றியை கணிசமாக பாதிக்கும்.
- 5) **நிதி மேலாண்மை:** சில்லறை மேலாளர்கள் வரவு செலவு கணக்குகள், விலை நிர்ணயம் மற்றும் நிதி அறிக்கைகளை கையாளுகின்றனர். வணிகம் லாபகரமாக இருப்பதை உறுதிசெய்ய அவர்கள் புத்தகங்களை சமநிலைப்படுத்த வேண்டும். நீண்ட கால வெற்றிக்கு முறையான நிதி மேலாண்மை அவசியம்.
- 6) **சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் விற்பனை:** விளம்பரங்கள், விளம்பரங்கள் மற்றும் கடையில் காட்சிகள் அனைத்தும் சில்லறை நிர்வாகத்தின் ஒரு பகுதியாகும். இந்த தந்திரோபாயங்கள் வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கின்றன மற்றும் விற்பனையை அதிகரிக்கின்றன. கடையை கவர்ந்திழுக்க மேலாளர்கள் ஆக்கப்பூர்வமாக இருக்க வேண்டும்.
- 7) **போக்குகளுக்குத் தழுவுல்:** புதிய தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் ஷாப்பிங் போக்குகளுடன் சில்லறை விற்பனை உலகம் எப்போதும் மாறிக்கொண்டே இருக்கிறது. சில்லறை விற்பனை மேலாளர்கள் புதுப்பித்த நிலையில் இருக்க வேண்டும் மற்றும் வணிகத்தை அதற்கேற்ப மாற்றியமைக்க வேண்டும், அது ஈ-காமர்ஸ் விருப்பங்களைச் சேர்த்தாலும் அல்லது நிலைத்தன்மையைத் தழுவினாலும்.
- 8) **போட்டி:** இன்றைய போட்டி சந்தையில், நன்கு நிர்வகிக்கப்படும் கடை அனைத்து மாற்றங்களையும் ஏற்படுத்தும். தனித்துவமான உற்பத்தி பொருள்கள், சிறந்த வாடிக்கையாளர் சேவை மற்றும் சிறந்த ஷாப்பிங் சூழலை வழங்குவதன் மூலம் சில்லறை மேலாண்மை வணிகத்தை தனித்து நிற்க உதவுகிறது.
- 9) **வாடிக்கையாளர் கருத்து:** சில்லறை விற்பனை மேலாளர்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் வணிகத்திற்கும் இடையே பாலமாக உள்ளனர். அவர்கள் வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து



TEACHER'S CARE PUBLICATION  
38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502  
Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

2025-2026

# PG TRB

G.O No. 219

New Syllabus

## வணிகவியல்



UNIT-IV

BUSINESS LAW & COMPANY LAW

*Your Success is Our Goal...*

SERVICES AVAILABLE FOR PG TRB EXAM

- ◆ Material for All 10 Units
- ◆ E-Book for Psychology & Education Methodology
- ◆ E-Book for GK
- ◆ Online Recorded Video Classes
- ◆ Online Test
- ◆ Question Bank
- ◆ Regular Classes

tcaexamguide

Teacher's Care Academy

www.tcaexamguide.com

tcaexamguide@gmail.com

---

# COMMERCE

BUSINESS LAW AND COMPANY

---

## PG TRB (2025-2026)

---

UNIT - 4

FIRST EDITION



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**

38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502

Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

---

Branch Office : 65C, Thillai Ngr(West), 4<sup>th</sup> Cross St, Trichy (76399 67359)

Branch Office: Advaitha Ashram Road, New Bus Stand, Salem (93602 68118)

---

## INDEX

S. No	Chapter	Pg No
4.1	இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம், 1872 - அறிமுகம்	1
	4.1.1 சட்டத்தின் அறிமுகம்	1
	4.1.2 சட்டத்தின் நோக்கங்கள்	2
	4.1.3 வணிகச் சட்டம் / வியாபார சட்டம் - அறிமுகம்	2
	4.1.4 வணிகச் சட்டத்தின் ஆதாரங்கள்:	3
	4.1.5 இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம், 1872- அறிமுகம்	4
	4.1.6 ஒப்பந்தம் மற்றும் ஒப்பந்தம் இடையே வேறுபாடு	8
	4.1.7 ஒப்பந்தத்தின் வகைகள்/வகைப்படுத்தல்	9
	4.1.8. தேர்வு கேள்விகள்	12
4.2	செல்லுபடியாகும் ஒப்பந்தத்தின் கூறுகள்	13
	4.2.1 ஒப்பந்தத்தை உருவாக்கும் நிலைகள்:	16
	4.2.2. தேர்வு கேள்விகள்	18
4.3	முனைவு மற்றும் ஏற்பு	20
	4.3.1 முனைவு - பொருள்	20
	4.3.2 முனைவுயின் வகைகள்	20
	4.3.3 முனைவு தொடர்பான அத்தியாவசிய மற்றும் சட்ட விதிகள்	22
	4.3.4 ஏற்பு - பொருள்	23
	4.3.5 ஏற்றுக்கொள்ளும் வகைகள்	23
	4.3.6 ஏற்றுக்கொள்வது தொடர்பான சட்ட விதிகள்	24
	4.3.7 தொடர்பு மற்றும் திரும்பப் பெறுதல்	25



	4.3.8 முனைவு மற்றும் ஏற்றுக்கொள்ளலை ரத்து செய்தல்	26
	4.3.9 முனைவுயின் குறைபாடு	27
	4.3.10. தேர்வு கேள்விகள்	28
4.4	<b>மறுபயன்</b>	29
	4.4.1 மறுபயன்: பொருள்	29
	4.4.2 ஒரு மறுபயன் இன்றியமையாத பகுதி	29
	4.4.3 செல்லுபடியாகும் மறுபயனுக்கான அத்தியாவசிய மற்றும் சட்ட விதிகள்	30
	4.4.4 மறுபயனுக்கு விதிவிலக்குகள்	31
	4.4.5. தேர்வு கேள்விகள்	33
4.5	<b>ஒப்பந்தம் செய்வதற்கான திறன், தன்னிச்சையான இசைவு, பொருளின் சட்டபூர்வமான தன்மை,செல்லாத உடன்படிக்கை</b>	35
	4.5.1 ஒப்பந்தத்திற்கான திறன்	35
	4.5.2 இசைவு	35
	4.5.3 செல்லுபடியாகும் வற்புறுத்தலுக்கான அத்தியாவசிய மற்றும் சட்ட விதிகள்	36
	4.5.4. தேர்வு கேள்விகள்	37
4.6	<b>தற்செயலான ஒப்பந்தம்</b>	38
	4.6.1 தற்செயல் ஒப்பந்தத்தின் பண்புகள்	38
	4.6.2 தற்செயலான ஒப்பந்தத்தின் செயல்திறன் தொடர்பான விதிகள்	39
	4.6.3. பந்தய உடன்படிக்கை	39
	4.6.4. தேர்வு கேள்விகள்	39
4.7	<b>ஒப்பந்தத்தின் செயல்திறன்</b>	41

	4.7.1 ஒப்பந்தத்தின் செயல்திறன் வகைகள்	41
	4.7.2 செல்லுபடியாகும் செயல்திறனுக்கான டெண்டரின் அத்தியாவசியங்கள் (பிரிவு 38)	42
	4.7.3 யார் செயல்திறனைக் கோரலாம்?	42
	4.7.4 ஒப்பந்தத்தை யார் நிறைவேற்றுவார்கள்?	43
	4.7.5 ஒப்பந்தத்தின் நேரம், இடம் மற்றும் செயல்படும் விதம் தொடர்பான சட்ட விதிகள்	44
	4.7.6 பரஸ்பர வாக்குறுதிகள் (பிரிவு 2 (எஃப்))	45
	4.7.7 செலுத்தல்களின் ஒதுக்கீடு [பிரிவு 59 – 61]	46
	4.7.8. தேர்வு கேள்விகள்	47
<b>4.8</b>	<b>ஒப்பந்த போல்வு</b>	<b>49</b>
	4.8.1 ஒப்பந்த போல்வின் அம்சங்கள்	49
	4.8.2 ஒப்பந்த போல்வு/ பகுதி ஒப்பந்தத்தின் வகைகள் தொடர்பான விதிகள்	50
	4.8.3 Quantum meruit என்பதன் பொருள்	50
	4.8.4 குவாண்டம் தகுதிகள் மீதான உரிமைகோரல்கள்	51
	4.8.5 வகைகள் / குவாண்டம் தகுதியின் வகைகள்	52
	4.8.6. தேர்வு கேள்விகள்	52
<b>4.9</b>	<b>ஒப்பந்தத்தை நிறைவேற்றாதல்</b>	<b>53</b>
	4.9.1 ஒப்பந்தத்தை நிறைவேற்றும் முறைகள்	54
<b>4.10</b>	<b>ஒப்பந்தத்தை மீறுவதற்கான தீர்வுகள்</b>	<b>60</b>
	4.10.1 ஒப்பந்த மீறல் வகைகள்	60
	4.10.2 ஒப்பந்த மீறலுக்கான தீர்வுகள்	61

	4.10.3 வகையான சேதங்கள் (ஜூன் 2021 NET)	61
	4.10.4. தேர்வு கேள்விகள்	63
<b>4.11</b>	<b>சரக்கு விற்பனைச் சட்டம், 1930</b>	<b>64</b>
	4.11.1 விற்பனை ஒப்பந்தம்	65
	4.11.2 விற்பனை ஒப்பந்தத்தின் முறைகள்	66
	4.11.3. தேர்வு கேள்விகள்	66
<b>4.12</b>	<b>நிபந்தனைகள் மற்றும் உத்தரவாதங்கள்</b>	<b>67</b>
	4.12.1 நிபந்தனைக்கும் உத்தரவாதத்திற்கும் இடையிலான வேறுபாடு	68
	4.12.2. தேர்வு கேள்விகள்	68
<b>4.13</b>	<b>சொத்து பரிமாற்றம் மற்றும் விதிவிலக்கு</b>	<b>69</b>
	4.13.1 சொத்து பரிமாற்றம் தொடர்பான விதிவிலக்கு விதிகள்	69
	4.13.2 குறிப்பிட்ட சரக்குகள் அல்லது உறுதி செய்யப்பட்ட சரக்குகளின் உரிமையை மாற்றுவது தொடர்பான விதிகள்:	69
	4.13.3 உறுதிசெய்யப்படாத சரக்குகள் மற்றும் எதிர்காலப் சரக்குகளின் உரிமையை மாற்றுவது தொடர்பான விதிகள்:	70
	4.13.4 ஒப்புதல் அல்லது விற்பனை அல்லது வருமான அடிப்படையில் அனுப்பப்பட்ட சரக்குகளின் உரிமையை மாற்றுவது தொடர்பான விதிகள்:	70
	4.13.5 உரிமை மாற்றம் - பொருள்	71
	4.13.6. தேர்வு கேள்விகள்	72
<b>4.14</b>	<b>விற்பனை ஒப்பந்தத்தின் செயல்திறன்</b>	<b>74</b>
	4.14.1 விற்பனை மற்றும் வாடகை கொள்முதல் ஒப்பந்தம் இடையே வேறுபாடு	75

	4.14.2 விற்பனை மற்றும் விற்பனை ஒப்பந்தம் இடையே வேறுபாடு	75
	4.14.3 சரக்குகளின் விற்பனை	76
	4.14.4 சரக்குகளின் அழிவின் விளைவுகள்	77
	4.14.5 ஏல விற்பனை - பொருள்	78
	4.14.6 பொருட்களை வழங்குதல் - பொருள்	78
	4.14.7. தேர்வு கேள்விகள்	80
<b>4.15</b>	<b>செலுத்தப்படாத விற்பனையாளரின் உரிமைகள்</b>	<b>82</b>
	4.15.1 வாங்குபவரின் உரிமைகள்:	83
	4.15.2 விற்பனையாளரின் உரிமைகள்:	85
	4.15.3 வாங்குபவரின் கடமைகள்:	85
	4.15.4 விற்பனையாளரின் கடமைகள்:	86
	4.15.5 கேவியட் எம்ப்ளர்	87
	4.15.6. தேர்வு கேள்விகள்	88
<b>4.16</b>	<b>நிறுமங்கள் சட்டம், 2013 - நிறுமங்களின் சிறப்பியல்புகள்</b>	<b>90</b>
	4.16.1 நிறுமம் - அறிமுகம்	90
	4.16.2 நிறுமங்களின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	91
	4.16.3 நிறுமங்களின் சிறப்பியல்புகள் அல்லது அம்சங்கள்	94
	4.16.4. தேர்வு கேள்விகள்	96
<b>4.17</b>	<b>கார்ப்பரேட் வெயில் நீக்குதல் அல்லது துளைத்தல்</b>	<b>97</b>
	4.17.1 கார்ப்பரேட் திரை நீக்குதல் அல்லது துளைத்தல்:	97
	4.17.2. தேர்வு கேள்விகள்	98
<b>4.18</b>	<b>நிறுமங்களின் வகைப்பாடு</b>	<b>105</b>

	4.18.1 பிரைவேட் லிமிடெட் நிறுவனத்திற்கு கிடைக்கும் முனைவுகள் மற்றும் விலக்குகள்	105
	4.18.2 ஒரு தனியார் நிறுமங்களின் சிறப்பு முனைவுகள்	106
	4.18.3 இன்டிபென்டன்ட் பிரைவேட் லிமிடெட் நிறுமங்கள் அனுபவிக்கும் கூடுதல் முனைவுகள்	107
	4.18.4 தனியார் நிறுமத்திற்கும் பொது நிறுமத்திற்கும் இடையிலான வேறுபாடுகள்	108
	4.18.5. ஒரு மதிப்பெண் வினாக்கள்	111
<b>4.19</b>	<b>நிறுமங்களின் உருவாக்கம்</b>	<b>113</b>
	4.19.1 ஒரு நிறுமங்களின் உருவாக்கத்தில் பல்வேறு நிலைகள்:	113
	4.19.1 ஒரு நிறுமங்களின் உருவாக்கத்தில் பல்வேறு நிலைகள்:	115
<b>4.20</b>	<b>தோற்றுவிப்பாளர்கள்</b>	<b>117</b>
	4.20.1 ஒரு தோற்றவிப்பாளரின் கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள்:	118
	4.20.2 ஒரு தோற்றவிப்பாளரின் செயல்பாடுகள் (தோற்றவிப்பாளரின் பங்கு)	119
	4.20.3 தோற்றுவிப்பாளர்களின் வகைகள்	121
	4.20.4 தோற்றுவிப்பாளரின் உரிமைகள்	122
	4.20.5. தேர்வு கேள்விகள்	123
<b>4.21</b>	<b>தகவலறிக்கை</b>	<b>125</b>
	4.21.1 உள்ளடக்கம்	125
	4.21.2 நிபந்தனைகள் அல்லது தேவைகள் அல்லது தகவலறிக்கையின் தேவை	126
	4.21.3 தகவலறிக்கை வெளியீடு தொடர்பான சட்டரீதியான விதிகள் அல்லது சட்ட விதிகள்:	126

	4.21.4 தகவலறிக்கையின் தவறான அறிக்கைக்கான விளைவுகள் அல்லது பொறுப்புகள்:	129
	4.21.5. தேர்வு கேள்விகள்	131
<b>4.22</b>	<b>சங்க அமைப்பு முறையேடு</b>	<b>133</b>
	4.22.1 தேவைகள்	134
	4.22.2 அமைப்பு முறையேட்டின் உள்ளடக்கங்கள்	135
	4.22.3 அமைப்பு முறையேட்டின் மாற்றம்	136
	4.22.4 அல்ட்ரா வைரஸின் கோட்பாடுகள் தேவை	138
	4.22.5. ஒரு மதிப்பெண் வினாக்கள்	139
<b>4.23</b>	<b>சங்க நடைமுறை விதிகள்</b>	<b>140</b>
	4.23.1 உள்ளடக்கம்	141
	4.23.2 சங்க நடைமுறைவிதிகளின் முக்கியத்துவம்:	141
	4.23.3 சங்கத்தின் நடைமுறைவிதிகளில் மாற்றம்	142
	4.23.4 ஆக்கபூர்வமான அறிவிப்பு கோட்பாடு	143
	4.23.5 சங்க நடைமுறைவிதிகளின்படிவங்கள் (AOA)	144
	4.23.6 சங்க அமைப்பு முறையேடு மற்றும் சங்க நடைமுறைவிதிகள் இடையே உள்ள வேறுபாடு	144
	4.23.7. ஒரு மதிப்பெண் வினாக்கள்	146
<b>4.24</b>	<b>கூட்டுருவாக்கம்</b>	<b>147</b>
	4.24.1 ஒரு நிறுவனத்தை கூட்டுருவாக்கம் செய்வதன் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	149
	4.24.2. தேர்வு கேள்விகள்	151
<b>4.25</b>	<b>வணிகத்தின் ஆரம்பம்</b>	<b>152</b>

	4.25.1 வணிகத்தைத் தொடங்குவதற்கான கட்டுப்பாடுகள்	153
	4.25.1 வணிகத்தைத் தொடங்குவதற்கான கட்டுப்பாடுகள்	154
<b>4.26</b>	<b>பங்கு மூலதனம்</b>	<b>155</b>
	4.26.1 பங்குகளின் வகைகள் அல்லது வகைகள்	156
	4.26.2 ஒரு பங்கின் அம்சங்கள்:	159
	4.26.3 பங்குகளை வெளியிடுவதற்கான நடைமுறை:	159
	4.26.4 நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	160
	4.26.5 முன்னுரிமை பங்குகளின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	162
	4.26.6 உரிமை பங்குகள் மற்றும் முன்னுரிமை பங்குகளுக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடு	164
	4.26.7 பங்குகளின் பரிமாற்றம்	166
	4.26.8. தேர்வு கேள்விகள்	166
<b>4.27</b>	<b>கடன் பத்திரங்கள்</b>	<b>167</b>
	4.27.1 கடன் பத்திரங்களின் வகைகள்	168
	4.27.2 கடன் பத்திரங்களின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்:	169
	4.27.3 பங்கு தொகுப்பு - பொருள்	172
	4.27.4 பங்கு மற்றும் பங்கு தொகுப்பு இடையே உள்ள வேறுபாடு	172
	4.27.5 பங்குதாரர் மற்றும் கடன் பத்திரம் வைத்திருப்பவரை வேறுபடுத்துங்கள் .	173
	4.27.6. தேர்வு கேள்விகள்	173
<b>4.28</b>	<b>இயக்குநர்கள்</b>	<b>175</b>
	4.28.1 ஒரு நிறுவனங்களின் இயக்குநர்கள்	175
	4.28.2 இயக்குனராக ஆவதற்கு தகுதி இல்லை:	175

	4.28.3 இயக்குநர்களின் கடமைகள் மற்றும் அதிகாரங்கள் [பிரிவு 166]	176
	4.28.4 இயக்குநர்களின் நிலை	177
	4.28.5 இயக்குநர்கள் நியமனம்	178
	4.28.6. ஒரு மதிப்பெண் வினாக்கள்	183
<b>4.29</b>	<b>நிறும கூட்டங்கள்</b>	<b>184</b>
	4.29.1 செல்லுபடியாகும் சந்திப்புக்கான தேவைகள்:	185
	4.29.2 தீர்மானங்கள் மற்றும் குறிப்புகள்	186
	4.29.3 வாக்களிப்பு மற்றும் கருத்துக்கணிப்பு	188
	4.29.4 குறிப்புகள்	189
	4.29.5 நிறுவன கூட்டங்களின் வகைகள்	189
	4.29.6. தேர்வு கேள்விகள்	193
<b>4.30</b>	<b>நிறுமச் செயலர் (நியமனம், உரிமைகள், கடமைகள் மற்றும் பொறுப்புகள்)</b>	<b>197</b>
	4.30.1 செயலாளரின் அம்சங்கள்:	197
	4.30.2 செயலாளரின் தகுதிகள்	197
	4.30.3 ஒரு செயலாளரின் நியமனம் மற்றும் பணிநீக்கம்	198
	4.30.4 செயலாளரின் கடமைகள்	199
	4.30.5 செயலாளரின் சட்ட நிலை	200
	4.30.6 செயலாளரின் பொறுப்புகள்	201
	4.30.7 கூட்டங்களில் செயலாளரின் பங்கு	202
	4.30.8 நிறுமங்களின் செயலாளர் குழு கூட்டத்தை நிர்வகிக்க உதவுகிறார்	203



4.30.9 சட்டப்பூர்வ மற்றும் வருடாந்திர பொதுக் கூட்டத்தில் செயலாளரின் கடமை	205
4.30.10 ஒரு நிறுமங்களின் செயலாளர் ஒரு வாரியக் கூட்டத்திற்கு எவ்வாறு தயாராக வேண்டும்	207
4.30.11 வாரியக் கூட்டத்தின் போது நிறுமங்களின் செயலாளர் பொறுப்புகள்	209
4.30.12 பழைய மற்றும் புதிய நிறுமங்களுக்கு இடையேயான வேறுபாடு, நிறுவன செயலாளரின் பாத்திரங்கள்	213
4.30.13 செயலாளரின் அதிகாரங்கள் மற்றும் கடமைகள் செயலாளரின் அதிகாரங்கள்	216
4.30.14. தேர்வு கேள்விகள்	220
4.30.15. பல தேர்வு கேள்விகள்	223
4.30.16. ஒரு மதிப்பெண் வினாக்கள்	241



**TCA APP  
DOWNLOAD -  
செய்து விடைகளை  
காணவும்**



**TCA**

**TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM**  
**(TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)**



**HEAD OFFICE**

**NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080**

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359

B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

---

**PG -TRB COMMERCE**

**UNIT - 4**

**SYLLABUS**

The Indian Contract Act, 1872: Introduction - Elements of a Valid Contract - Offer and Acceptance - Consideration - Capacity to contract - Free consent - Legality of object - Void Agreement - Contingent contract - Performance of contract - Quasi contract - Discharge of contracts - Remedies for breach of contract.

The sale of Goods Act, 1930: Sale of goods - Conditions and Warranties - Transfer of property - Performance of contract of sale - Rights of an unpaid seller.

Companies Act, 2013: Characteristics of Company - Lifting or Piercing the Corporate Veil - Classification of Companies - Formation of a Company (Promoter, Prospectus, Memorandum of Association and Articles of Association, Incorporation, Commencement of business) - Share capital and Debentures - Director - Meetings - Company Secretary (Appointment, Rights, Duties and Liabilities).

குறிப்புப் புத்தகங்கள்:

1. நிறுமச் சட்டம், 2013 இன் படி நிறுமச் சட்டம்  
– பிஎம்எஸ் அப்துல் கஃபூர் & எஸ் தோத்தாத்ரி
2. கம்பெனி சட்டம்: எஸ்.கதிரேசன் டாக்டர்.வி.ராதா
3. கம்பெனி சட்டம்: என்.டி.கபூர்
4. கம்பெனி சட்டம்: BNTandon
5. கம்பெனி சட்டம்: டாக்டர்.எம்.ஆர்.ஸ்ரீனிவாசன்.
6. கம்பெனி சட்டம்: எஸ்எஸ் குல்ஷன்



# TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM (TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)



## HEAD OFFICE

NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359  
B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

## PG -TRB COMMERCE

அலகு - IV வணிகச் சட்டம் மற்றும் நிறுமச் சட்டம்

### 4.1 இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம், 1872 - அறிமுகம்

#### 4.1.1 சட்டத்தின் அறிமுகம்

- சட்டம் மற்றும் சமூகம் மிகவும் நெருங்கிய தொடர்புடையது. சட்டம் சமூகத்தில் அமைதி மற்றும் ஒழுங்கை நிலைநாட்டுவதையும் பராமரிப்பதையும் நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. சட்டம் என்பது அரசின் அதிகாரத்தால் நிர்வகிக்கப்படும் நீதிக்கு இணங்க கட்டளைகளின் தொகுப்பாகும்.
- நீதி என்பது உன்னதமான கொள்கைகளில் ஒன்றாகும், அது ஒருபோதும் முழுமையாக உணரப்படுவதில்லை. சமூகத்தில் அமைதியை நிலைநாட்டுவதே சட்டத்தின் முதன்மை நோக்கம்.

#### சட்டம் - பொருள்

- சட்டம் என்பது ஒரு நாகரிக சமுதாயத்தில் நமது நடத்தை மற்றும் தொடர்புடைய விதிகளின் தொகுப்பு என்று பொருள்படும். எனவே நாகரீகமற்ற சமூகத்தில் சட்டம் தேவையில்லை. சட்டத்தின் அறியாமை மன்னிக்கப்படாது என்பதால், அவர் எந்த சட்டத்திற்கு உட்பட்டுள்ளார் என்பதை ஒருவர் அறிந்திருக்க வேண்டும்.
- பொதுவாக ஒரு நாகரிக சமுதாயத்தில் வாழ்க்கை ஒரு பொதுநல அரசால் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. நாகரீக சமுதாயத்தின் இருப்பு மற்றும் வளர்ச்சிக்கு அமைதி, நல்லிணக்கம், நீதி, சமூக பாதுகாப்பு மற்றும் ஒழுங்கு ஆகியவை சட்டங்களால் மட்டுமே சாத்தியமாகும்.
- ஒவ்வொரு நாட்டிலும் அரசியலமைப்புச் சட்டம், சிவில் சட்டம், குற்றவியல் சட்டம், வரிச் சட்டம், தொழிலாளர் சட்டம், வணிகச் சட்டம் போன்ற பல சட்டங்கள் அடங்கிய ஒழுங்குமுறை கட்டமைப்பைக் கொண்டுள்ளது.



TCA

### சட்டத்தின் வரையறை

- பிளாக்ஸ்டோனின் வரையறையின்படி, "சட்டம் என்பது சிவில் நடத்தை விதியாகும், இது ஒரு மாநிலத்தின் உச்ச அதிகாரத்தால் பரிந்துரைக்கப்படுகிறது, எது சரியானது என்று கட்டளையிடுவது மற்றும் தவறானதைத் தடுப்பது".
- ஹாலந்தின் கருத்துப்படி, "சட்டம் என்பது இறையாண்மை கொண்ட அரசியல் அதிகாரத்தால் செயல்படுத்தப்படும் வெளிப்புற மனித நடவடிக்கைகளின் விதி".

### 4.1.2 சட்டத்தின் நோக்கங்கள்

#### 1. சமூகத்தில் அமைதியை பேணுதல்:

சமூகத்தில் அமைதியையும் ஒழுங்கையும் நிலைநாட்ட இது அவசியம். சட்டம் இல்லாத நிலையில், எந்த நபரும் மற்றவர்களின் உரிமைகளை அங்கீகரிக்க மாட்டார்கள்.

#### 2. தார்மீக தரங்களை உருவாக்குதல்:

சமூகத் தீமைகளைத் தடுக்கும் சட்டத்தை இயற்றுதல் மற்றும் சமூகத்தில் உள்ள ஒவ்வொரு தனிநபரையும் சமூக மதிப்பை மேம்படுத்த ஊக்குவிக்கிறது.

#### 3. சமூக நீதியை மேம்படுத்துதல்:

சமூகத்தில் பாகுபாடு காட்டுவதைத் தடுக்கும் சட்டங்களை இயற்றுதல். சட்டத்தின் பார்வையில் ஒவ்வொரு நபரும் சமமானவர்கள் மற்றும் பரஸ்பர மரியாதைக்குரியவர்கள்.

#### 4. தற்போதைய நிலையைப் பேணுதல்:

அரசாங்கத்தை வலுக்கட்டாயமாக கவிழ்ப்பதைத் தடுக்கும் சட்டத்தை இயற்றுவது, அவர்களின் சொத்துக்கள் மற்றும் அவர்களின் உரிமைகளைப் பாதுகாக்க.

#### 5. சட்டத்தை அறியாமை மன்னிக்க முடியாது:

"Ignorantia juris non excusat" என்று நன்கு அறியப்பட்ட மாக்கிம் உள்ளது, அதாவது "சட்டத்தின் அறியாமை மன்னிப்பு இல்லை" என்பதாகும். எனவே, ஒவ்வொரு தனிநபருக்கும் வணிகருக்கும் சட்ட அறிவு அவசியம்.

### 4.1.3 வணிகச் சட்டம் / வியாபார சட்டம் - அறிமுகம்

- வணிகச் சட்டம் நாட்டில் வியாபாரம் மற்றும் வர்த்தகத்தை நிர்வகிக்கிறது மற்றும் ஒழுங்குபடுத்துகிறது. இந்தியாவில் வணிகச் சட்டத்தை உருவாக்கும் சட்டத்தை இயற்றுவதற்கான முதல் முயற்சிகள் இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் மூலம் 1872 இல் மேற்கொள்ளப்பட்டன.



- அப்போதிருந்து, வணிகச் சட்டத்தின் வரம்பிற்குள் வரும் விஷயங்கள் குறித்து ஏராளமான சட்டங்கள் இயற்றப்பட்டுள்ளன. எடுத்துக்காட்டாக, சரக்குகளின் விற்பனை சட்டம் 1930, கூட்டாண்மை சட்டம் 1932, நிறுமங்கள் சட்டம் 1956.

### வணிகச் சட்டம்/ வியாபாரச் சட்டம் என்பதன் பொருள்

- வணிகச் சட்டம் என்பது சட்டத்தின் தனிப் பிரிவு அல்ல. இது சிவில் சட்டத்தின் ஒரு பகுதியாகும், இது வணிகச் சொத்து தொடர்பான வணிகப் பரிவர்த்தனைகளால் எழும் வணிக நபர்களின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளைக் கையாள்கிறது.

### வணிகச் சட்டத்தின் நோக்கம்

- நவீன வணிகத்தின் அதிகரித்து வரும் சிக்கல்களுடன், வணிகச் சட்டத்தின் நோக்கம் மிகப்பெரிய அளவில் விரிவடைந்துள்ளது.

- ஒப்பந்தங்கள்
- சரக்குகள் விற்பனை
- கூட்டாண்மை
- நிறுமங்கள்
- பேச்சுவார்த்தைக்குட்பட்ட கருவிகள்
- காப்பீடு
- திவால்
- பொருட்களை எடுத்துச் செல்லுதல்



TCA

- நடுவர் மன்றம் போன்றவை என்பது தொடர்பான சட்டமும் இதில் அடங்கும்.

### சட்டத்தின் கிளைகள்:

நாகரீக சமூகங்களில், இந்தியாவில் சட்டத்தின் பல கிளைகள் உள்ளன,

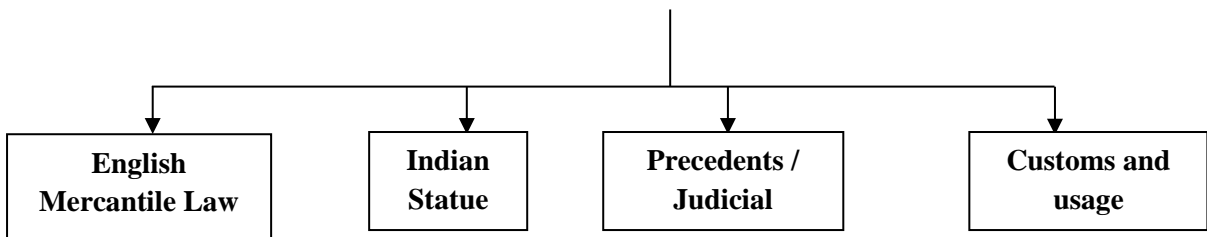
1. சிவில் சட்டம்
2. குற்றவியல் சட்டம்
3. அரசியலமைப்பு சட்டம்
4. சர்வதேச சட்டம்
5. தொழில்துறை சட்டம்
6. வணிகச் சட்டம்
7. நிறுமங்களின் சட்டம்.



### 4.1.4 வணிகச் சட்டத்தின் ஆதாரங்கள்:

- இந்திய வணிகச் சட்டம் பெரும்பாலும் ஆங்கில வணிகச் சட்டங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டது. ஒரு குறிப்பிட்ட புள்ளியில் குறிப்பிட்ட சட்டம், பயன்பாடு அல்லது பழக்கவழக்கங்கள் இல்லாத நிலையில், ஆங்கில பொதுச் சட்டத்தின் விதிகள் இந்தியாவில் உள்ள நீதிமன்றங்களால் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இந்திய வணிகச் சட்டத்தின் முக்கிய ஆதாரங்கள் பின்வருமாறு:

#### வணிகச் சட்டத்தின் ஆதாரங்கள்



### 1. ஆங்கில வணிகச் சட்டம்:

- இது இந்திய வணிகச் சட்டத்தின் முதன்மை ஆதாரமாகும். ஆங்கில சட்டங்கள் இங்கிலாந்தில் உள்ள வணிகர்களின் பழக்கவழக்கங்கள் மற்றும் பயன்பாடுகளை அடிப்படையாகக் கொண்டவை



TCA

### 2. இந்திய சட்டமன்றங்கள் சட்டம்:

- இந்திய சட்டமன்றத்தால் நிறைவேற்றப்பட்ட பல்வேறு சட்டங்கள் இந்தியாவில் வணிகச் சட்டத்தின் முக்கிய ஆதாரங்களாகும்.
- **எடுத்துக்காட்டு:** இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் 1872, சரக்குகள் விற்பனைச் சட்டம் 1930, பேச்சுவார்த்தைக்குட்பட்ட கருவிகள் சட்டம் 1881, மற்றும் நிறுமங்களின் சட்டம் 1956 (புதிய நிறுமங்கள் சட்டம் 2013) ஆகியவை இந்திய சட்டமன்றத்தால் நிறைவேற்றப்பட்ட சில சட்டங்கள்.

### 3. நீதித்துறை முடிவுகள்:

- இங்கிலாந்து நீதிமன்றங்கள் மற்றும் இந்திய நீதிமன்றங்களின் கடந்தகால நீதித்துறை முடிவுகளும் சட்டத்தின் ஆதாரங்களில் ஒன்றாகும். எப்பொழுதெல்லாம் சட்டம் ஒரு விஷயத்தில் மெளனமாக இருக்கிறதோ அப்போதெல்லாம் நீதிபதி சமதர்மம், நீதி மற்றும் நல்ல மனசாட்சியின் அடிப்படையில் வழக்கை தீர்ப்பளிக்க வேண்டும்.
- கடந்தகால நீதித்துறை முடிவுகளை நீதிமன்றங்கள் பின்பற்றி, தங்களுக்கு முன் இருக்கும் இதே போன்ற வழக்குகளை முடிவு செய்கின்றன.

### 4. பழக்கவழக்கங்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள்:

- ஒரு வர்த்தகத்தின் பழக்கவழக்கங்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள் இந்தியாவில் வணிகச் சட்டத்தின் ஆதாரங்களில் ஒன்றாகும். இந்த பழக்கவழக்கங்கள் மற்றும் பயன்பாடுகள் ஒரு வர்த்தகத்தின் வணிகர்களை ஒருவருக்கொருவர் தங்கள் கையாள்வதில் நிர்வகிக்கின்றன. இந்திய சட்டமன்றத்தால் நிறைவேற்றப்பட்ட சில சட்டங்கள் இத்தகைய பழக்கவழக்கங்கள் மற்றும் பயன்பாடுகளின் முக்கியத்துவத்தை அங்கீகரிக்கின்றன.

#### 4.1.5 இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம், 1872- அறிமுகம்

- இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் வணிகச் சட்டத்தில் மிக முக்கியமான இடத்தைப் பிடித்துள்ளது. ஒப்பந்தச் சட்டம் இல்லாமல், வர்த்தகம் அல்லது வேறு எந்த வணிக நடவடிக்கையையும் மேற்கொள்வது கடினமாக இருந்திருக்கும். இது ஒப்பந்தச் சட்டத்தில் அக்கறை கொண்ட வணிக சமூகம் மட்டுமல்ல, அது ஒட்டுமொத்த சமூகத்தையும் பாதிக்கிறது.
- ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் முக்கிய நோக்கம், ஒப்பந்தத்தில் இருந்து எழும் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகள் நிறைவேற்றப்படுவதை உறுதி செய்வதாகும், மேலும் அவ்வாறு செய்யத் தவறினால், பாதிக்கப்பட்ட தரப்பினருக்கு தீர்வுகள் கிடைக்கும்.

- ஒப்பந்தங்கள் தொடர்பான சட்டம் இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம், 1872 இல் உள்ளது. இந்தச் சட்டம் ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் பொதுக் கோட்பாடுகள் மற்றும் சில சிறப்பு ஒப்பந்தங்களை மட்டுமே கையாள்கிறது. இது செப்டம்பர் 1, 1872 இல் நடைமுறைக்கு வந்தது. ஒப்பந்தம் தொடர்பான தனிச் சட்டம் உள்ளது. பேச்சுவார்த்தைக்குட்பட்ட கருவிகள் தொடர்பான ஒப்பந்தம் தொடர்பான தனிச் சட்டம் உள்ளது.
- இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் அன்றாட வாழ்வில் மிகவும் ஊடுருவியுள்ளது, அது அனைவரையும் பாதிக்கிறது.
- ஒருவர் செய்யும் ஒவ்வொரு கொள்முதலுக்கும், அல்லது வங்கியாளரிடமிருந்து வாங்கிய கடனுக்கும், அல்லது பேருந்தில் பயணம் செய்வதற்கும், அன்றாட வாழ்க்கையின் பல பரிவர்த்தனைகளுக்கும் ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் மூலம் அதன் தாக்கம் உண்டு.
- ஆங்கிலப் பொதுச் சட்டம் இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் 1872 இன் வளர்ச்சிக்கான அடிப்படையாகும். சட்டம் 1 செப்டம்பர் 1872 இல் நடைமுறைக்கு வந்தது, மேலும் ஜம்மு மற்றும் காஷ்மீர் மாநிலத்தைத் தவிர இந்தியா முழுமைக்கும் பொருந்தும்.
- இந்த சட்டம் வர்த்தகத்தின் பயன்பாட்டிற்கு பொருந்தும் மற்றும் பொதுவான கொள்கைகளை வகுக்கிறது.

### இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டத்தில் இரண்டு பகுதிகள் உள்ளன

1. பொது ஒப்பந்தங்கள்

2. சிறப்பு ஒப்பந்தங்கள்



### இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் தன்மை, 1872:

- இந்திய ஒப்பந்தங்கள் சட்டம் 1872 இன் அடிப்படை அம்சங்கள் சுருக்கமாக, பின்வரும் தலைப்புகளின் கீழ் விவாதிக்கப்படலாம்:

#### 1. சட்டத்தின் அமலாக்கம்:

- செப்டம்பர் 1 ஆம் தேதி சட்டம் அமலுக்கு வந்தது. இந்தச் சட்டம் நடைமுறைக்கு வருவதற்கு முன்பு செய்துகொள்ளப்பட்ட ஒப்பந்தங்களுக்குப் பொருந்தாது. ஜம்மு காஷ்மீர் மாநிலம் தவிர இந்தியா முழுமைக்கும் சட்டம் பொருந்தும்.

#### 2. இது கட்சிகளின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளை அல்ல, கொள்கைகளை வகுக்கிறது:

- ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் பிரிவுகள் 1 முதல் 75 வரை, ஒப்பந்தங்களின் உருவாக்கம், புதுமை, மாற்றம், செயல்திறன், செயல்திறன் மற்றும் வெளியேற்றம் தொடர்பான பொதுவான



கொள்கைகளை வகுத்துள்ளது. இது ஒரு ஒப்பந்தத்தில் கட்சிகளின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளை வழங்காது.

### 3. சட்டம் முழுமையானது மற்றும் முழுமையானது அல்ல:

- ஒப்பந்தச் சட்டம் ஒப்பந்தங்களின் சட்டத்தைக் கையாளும் முழுமையான மற்றும் முழுமையான குறியீடு என்று கூறவில்லை. இது ஒப்பந்தத்தின் அனைத்து குழந்தைகள் தொடர்பான சட்டத்தை இணைக்கவில்லை.
- எடுத்துக்காட்டாக, சரக்குகளின் விற்பனை, கூட்டாண்மை, பேரம் பேசக்கூடிய கருவிகள், காப்பீடு போன்றவை தொடர்பான சட்டங்கள் இதில் இணைக்கப்படவில்லை.



### 4. இது தனிப்பட்ட முறையில் உருவாக்குகிறது:

ஒரு நபருக்கு இரண்டு வகையான உரிமைகள் உள்ளன:

- i. ரைட் இன் பெர்சனம் அல்லது ஜூஸ் இன் பெர்சனம்; இது ஒரு குறிப்பிட்ட நபர் அல்லது நபர்களுக்கு எதிரான உரிமையைக் குறிக்கிறது.
- ii ரைட் இன் ரெம் அல்லது ஜூஸ் இன் ரெம்: இது முழு உலகத்திற்கும் எதிராக ஒரு நபருக்கு கிடைக்கும் உரிமை என்று பொருள்

### ஒப்பந்தத்தின் பொருள்

- இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம், 1872 இன் படி, "ஒப்பந்தம்" என்பது சட்டத்தால் செயல்படுத்தக்கூடிய ஒரு ஒப்பந்தமாகும். சட்டத்தால் செயல்படுத்த முடியாத ஒப்பந்தங்கள் ஒப்பந்தங்கள் அல்ல.
- ஒரு "ஒப்பந்தம்" என்பது 'வாக்குறுதி அல்லது வாக்குறுதிகளின் தொகுப்பு' என்பது ஒருவருக்கொருவர் மறுபயன் கொள்ளுதல். ஒரு முன்மொழிவு ஏற்றுக்கொள்ளப்படும்போது ஒரு வாக்குறுதி எழுகிறது. மறைமுகமாக, ஒப்பந்தம் என்பது ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட முன்மொழிவாகும். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், ஒரு ஒப்பந்தம் ஒரு 'முனைவு' மற்றும் அதன் 'ஏற்றுக்கொள்ளுதல்' ஆகியவற்றைக் கொண்டுள்ளது.

**ஒப்பந்தம் = முனைவு / முன்மொழிவு + ஏற்பு**

**ஒப்பந்தம் = உடன்படிக்கை + சட்டத்தின் மூலம் நடைமுறைப்படுத்துதல்**

### வரையறை

- முனைவு (அதாவது முன்மொழிவு) [பிரிவு 2(a)] ஒரு நபர் மற்றவருக்கு எதையும் செய்ய அல்லது செய்வதிலிருந்து விலகியிருப்பதைக் குறிக்கும் போது, அத்தகைய செயலுக்கு அல்லது மதுவிலக்குக்கு அந்த நபரின் ஒப்புதலைப் பெறும் நோக்கில், அவர் கூறப்படுகிறது ஒரு முன்மொழிவு செய்ய.

- ஏற்பு 2(b) முன்மொழிவு யாருக்கு முன்மொழியப்படுகிறதோ, அந்த நபர் அதற்கு தனது ஒப்புதலைக் குறிக்கும் போது, அந்த முன்மொழிவு ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டதாகக் கூறப்படுகிறது.
- ஒப்பந்தம் 2(இ) ஒவ்வொரு வாக்குறுதியும், ஒருவருக்கொருவர் மறுபயன் கொள்ளும் வாக்குறுதிகளின் தொகுப்பும் ஒரு ஒப்பந்தமாகும். ( ஜூன் 2023 NET) சுருக்கமாக, ஒப்பந்தம் = முனைவு + ஏற்பு.
- மறுபயன் 2(d) வாக்குறுதியளிப்பவரின் விருப்பத்தின் பேரில், வாக்குறுதியளிப்பவர் அல்லது வேறு யாரேனும் ஒருவர் ஏதாவது செய்தாலோ அல்லது செய்வதிலிருந்து விலகினாலோ அல்லது செய்வதிலிருந்து விலகினாலோ அல்லது ஏதாவது செய்வதாக வாக்குறுதி அளித்தாலோ அல்லது செய்வதிலிருந்து விலகினாலோ, அத்தகைய செயல் அல்லது மதுவிலக்கு அல்லது வாக்குறுதி வாக்குறுதியைக் மறுபயன் கொள்ள வேண்டும்.
- ஒப்பந்தம் 2(h) சட்டத்தால் செயல்படுத்தக்கூடிய ஒப்பந்தம் ஒரு ஒப்பந்தமாகும்



### ஒப்பந்தத்தின் பொருள்:

- ஒப்பந்தம் என்ற சொல் லத்தீன் வார்த்தையான “ கான்ட்ராக்டம் ” என்பதிலிருந்து பெறப்பட்டது, அதாவது ஒன்றாக வரையப்பட்டது. சட்டப்பூர்வ கடமைகளை உருவாக்கும் ஒப்பந்தம் ஒரு ஒப்பந்தமாகும். இரண்டு நபர்களும் தங்கள் கடமைகளை நிறைவேற்றுவதற்கு இது சட்டப்பூர்வமாக பிணைக்கப்பட்டுள்ளது .

### ஒப்பந்தத்தின் வரையறை:

- இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் 1872 இன் பிரிவு 2 (h) ஒப்பந்தத்தை "சட்டத்தால் செயல்படுத்தக்கூடிய ஒப்பந்தம் ஒரு ஒப்பந்தம்" என வரையறுக்கிறது.
- சால்மண்ட் ஒரு ஒப்பந்தத்தை "கட்சிகளுக்கு இடையே உள்ள கடமைகளை உருவாக்கும் மற்றும் வரையறுக்கும் ஒப்பந்தம்" என்று வரையறுக்கிறார்.

### ஒப்பந்தம்:

- இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டத்தின் பிரிவு 2 (e) இல் ஒப்பந்தம் என்ற சொல் "ஒவ்வொரு வாக்குறுதியும் ஒவ்வொரு வாக்குறுதியும், ஒருவருக்கொருவர் மறுபயன் கொண்டு, ஒரு ஒப்பந்தம்" என வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது.

### ஒருமித்த ஒப்பந்தத்தின் பொருள்:

ஒருமித்த ஒப்பந்தம் என்பது மனதின் அடையாளம் ( i , e ) ஒப்பந்தத்தின் பொருளை அதே அர்த்தத்தில் புரிந்துகொள்வது. (ஜூன் 2023 NET)



TCA

### வாக்குறுதி:

➤ இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் 1872 இன் பிரிவு 2 (பி) வாக்குறுதியை "ஒரு முன்மொழிவு ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டால், அது ஒரு வாக்குறுதியாக மாறும்" என்று வரையறுக்கிறது.

### கடமை:

- நிறைவேற்ற எதிர்பார்க்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட கடமைகளை உருவாக்குகிறது .
- Ex. எக்ஸ் தனது இரு சக்கர வாகனத்தை ரூ.1க்கு விற்க ஒப்புக்கொண்டார். 20,000. இந்த ஒப்பந்தம், இரு சக்கர வாகனத்தை வழங்குவதற்கு X க்கு ஒரு கடமையையும், ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட தொகையை X செலுத்த வேண்டிய கட்டாயத்தையும் ஏற்படுத்துகிறது.

### 4.1.6 ஒப்பந்தம் மற்றும் ஒப்பந்தம் இடையே வேறுபாடு

வேறுபாட்டின் அடிப்படை	ஒரு உடன்படிக்கை	ஒப்பந்தம்
1. அமைக்க	முனைவு மற்றும் அதை ஏற்றுக்கொள்வது ஒரு உடன்படிக்கையை உருவாக்குகிறது	ஒப்பந்தம் மற்றும் அது செயல்படுத்தக்கூடியது ஒரு ஒப்பந்தத்தை உருவாக்குகிறது.
2. சட்டப்பூர்வ கடமையை உருவாக்குதல்	ஒரு உடன்படிக்கை சட்டப்பூர்வ கடமையை உருவாக்கலாம் அல்லது உருவாக்காமல் இருக்கலாம்	ஒரு ஒப்பந்தம் அவசியமாக ஒரு சட்டப்பூர்வ கடமையை உருவாக்குகிறது.
3. ஒன்று மற்றொன்று	ஒவ்வொரு உடன்படிக்கையும் ஒரு ஒப்பந்தமாக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை	அனைத்து ஒப்பந்தங்களுக்கும் உடன்படிக்கை அவசியம்.
4. பிணைப்பு	உடன்படிக்கை முடிக்கப்படவில்லை அல்லது பிணைப்பு ஒப்பந்தம் இல்லை	ஒப்பந்தம் முடிக்கப்பட்டு சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினரைக் கட்டுப்படுத்துகிறது.

### ஒப்பந்தத்தின் தன்மை:

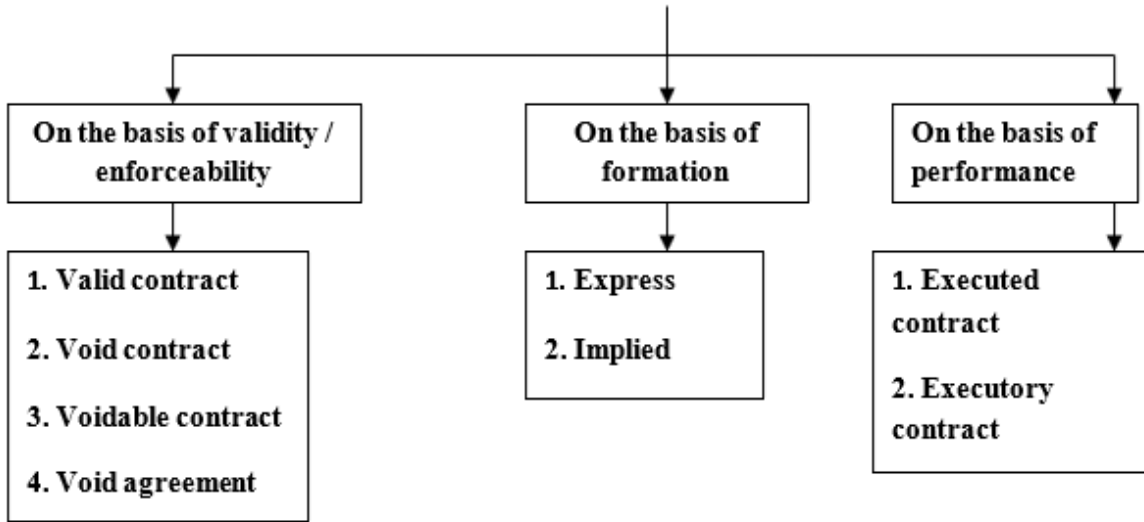
- ஒப்பந்தச் சட்டம் சட்டம் செயல்படுத்தும் பல உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளை விதிக்கவில்லை. இது பல வரம்புக்குட்பட்ட கொள்கைகளைக் கொண்டுள்ளது, அதற்கு உட்பட்டு கட்சிகள் தங்களுக்கான உரிமைகளையும் கடமைகளையும் சட்டத்தை நிலைநிறுத்தலாம்.
- ஒப்பந்தத்தில் உள்ள கட்சிகள் தங்களுக்கான சட்டத்தை உருவாக்குகின்றன. எனவே ஒப்பந்த சுதந்திரத்தை அனுபவிக்கலாம் மற்றும் அவர்களால் உருவாக்கப்பட்ட உரிமைகள் மற்றும் பொறுப்புகளை செயல்படுத்தலாம்.

### 4.1.7 ஒப்பந்தத்தின் வகைகள்/வகைப்படுத்தல்

ஒப்பந்தங்களை பின்வரும் மூன்று வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்



#### ஒப்பந்தத்தின் வகைகள்/வகைப்படுத்தல்



### செல்லுபடியாகும் தன்மை / அமலாக்கத்தின் அடிப்படையில்:

#### 1. செல்லுபடியாகும் ஒப்பந்தம்:

- சட்டத்தின் பிரிவு 10 இல் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள அனைத்து சட்டத் தேவைகளையும் பூர்த்தி செய்யும் ஒப்பந்தம் செல்லுபடியாகும் ஒப்பந்தம் என அறியப்படுகிறது. செல்லுபடியாகும் ஒப்பந்தம் என்பது சட்டப்படி பிணைக்கப்பட்ட மற்றும் செயல்படுத்தக்கூடிய ஒரு ஒப்பந்தமாகும். (ஜூன் 2023 NET)

#### 2. செல்லாத ஒப்பந்தம்:

- ஒரு செல்லாத ஒப்பந்தம் என்பது சட்டத்தால் செயல்படுத்த முடியாதது. நொடி சட்டத்தின் 2 (ஜே) "சட்டத்தால் நடைமுறைப்படுத்தப்படுவதை நிறுத்தும் ஒரு ஒப்பந்தம் அமலாக்கப்படுவதை நிறுத்தும்போது அது செல்லாது" என்று கூறுகிறது. ஒப்பந்தம் செய்யப்பட்ட நேரத்தில் சட்டத்தால் செயல்படுத்தக்கூடிய ஒரு ஒப்பந்தம். ஆனால்

பிற்காலத்தில் சில காரணங்களால் அது சட்டப்பூர்வமாகச் செயல்படுத்தப்படாமல் போனால் அது செல்லாத ஒப்பந்தம் எனப்படும். (டிசம்பர் 2019 NET)

### 3. செல்லத்தக்க ஒப்பந்தம்:

- இந்திய ஒப்பந்தச் சட்டம் 1872 இன் பிரிவு 2 (i) இன் படி, "ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட தரப்பினரின் விருப்பத்தின் பேரில் சட்டத்தால் செயல்படுத்தக்கூடிய ஒரு ஒப்பந்தம், ஆனால் மற்றவர் அல்லது மற்றவர்களின் விருப்பப்படி அல்ல, அது செல்லாத ஒப்பந்தமாகும்".

### 4. செல்லாத உடன்படிக்கை:

- "சட்டத்தால் செயல்படுத்த முடியாத ஒப்பந்தம் செல்லாது என்று கூறப்படுகிறது" [Sec. 2 (கிராம்)]. ஒரு வெற்றிட ஒப்பந்தம் சட்டப்பூர்வ விளைவை ஏற்படுத்தாது. இது எந்தவொரு நபருக்கும் எந்த உரிமையையும் வழங்காது மற்றும் எந்த கடமைகளையும் உருவாக்காது. அத்தகைய ஒப்பந்தம் எந்தவிதமான சட்ட விளைவும் இல்லாமல் உள்ளது (ஆரம்பத்தில் இருந்தே)

### 5. செயல்படுத்த முடியாத ஒப்பந்தம்:

- நடைமுறைப்படுத்த முடியாத ஒப்பந்தங்கள் சில தொழில்நுட்பக் குறைபாடு காரணமாக நீதிமன்றத்தில் செயல்படுத்த முடியாதவை. சில சந்தர்ப்பங்களில், சில சம்பிரதாயங்களை நிறைவேற்ற வேண்டிய சிறப்பு சட்ட விதிகள் உள்ளன. அத்தகைய சம்பிரதாயங்கள் சரியாக கவனிக்கப்படாவிட்டால், நீதிமன்றத்தில் ஒப்பந்தத்தை நடைமுறைப்படுத்த முடியாது.
- தொழில்நுட்பக் குறைபாட்டை நீக்கினால் அத்தகைய ஒப்பந்தங்களை அமல்படுத்தலாம்.

### 6. சட்டவிரோத ஒப்பந்தம்:

- ஒரு ஒப்பந்தம் சட்டவிரோதமானது மற்றும் அதன் பொருள் அல்லது மறுபயன் இருந்தால் அது செல்லாது



TCA

- a) சட்டத்தால் தடைசெய்யப்பட்டது; அல்லது
- b) அனுமதிக்கப்பட்டால், அது எந்தச் சட்டத்தின் விதிகளையும் தோற்கடிக்கும் இயல்புடையது; அல்லது
- c) மோசடியானது; அல்லது
- d) மற்றொருவரின் நபர் அல்லது உடைமைக்கு காயத்தை உள்ளடக்கியது அல்லது குறிக்கிறது; அல்லது
- e) நீதிமன்றம் அதை ஒழுக்கக்கேடானதாக அல்லது பொது அரசியலுக்கு எதிரானதாகக் கருதுகிறது (பிரிவு.23).

### உருவாக்கத்தின் அடிப்படையில்:

#### 1. வெளிப்படுத்தக்கூடிய ஒப்பந்தம்:

- பிரிவு 9, "எந்தவொரு வாக்குறுதியையும் முன்மொழிவது அல்லது ஏற்றுக்கொள்வது வார்த்தைகளில் செய்யப்பட்டால், அந்த வாக்குறுதி வெளிப்படுத்தப்பட்டதாகக் கூறப்படுகிறது".
- ஒரு வெளிப்படையான வாக்குறுதி ஒரு எக்ஸ்பிரஸ் ஒப்பந்தத்தை ஏற்படுத்தும். அத்தகைய ஒப்பந்தம் உருவாகும்போது, கட்சிகளின் உரிமைகள் மற்றும் கடமைகளைப் புரிந்துகொள்வதில் சிரமம் இல்லை.

#### 2. மறைமுகமான ஒப்பந்தம்:

- பிரிவு 9 கூறுகிறது, "அத்தகைய முன்மொழிவு அல்லது ஏற்றுக்கொள்ளல் வார்த்தைகளில் அல்லாமல் வேறுவிதமாக செய்யப்பட்டால், வாக்குறுதி மறைமுகமாக கூறப்படுகிறது". ஒரு நபரின் நடத்தை அல்லது ஒரு குறிப்பிட்ட வழக்கின் சூழ்நிலையிலிருந்து இது ஊகிக்கப்படுகிறது.

#### 3. ஒப்பந்த போல்வு:

- ஒரு ஒப்பந்தம் இருப்பது போல் கட்சிகள் செயல்படினாலும், கண்டிப்பாக ஒப்பந்தங்கள் இல்லாத சில பரிவர்த்தனைகள் உள்ளன. உண்மையில், எந்த ஒப்பந்தமும் இல்லாத நிலையில் சட்டம் உருவாக்கும் ஒரு கடமையாகும்.
- "ஒரு நபர் மற்றொருவரின் செலவில் அநியாயமாக தன்னை வளப்படுத்த அனுமதிக்கப்பட மாட்டார்" என்பது சமபங்கு அடிப்படையில் உள்ளது.



### செயல்திறன் அடிப்படையில்:

#### 1. நிறைவேற்றப்பட்ட ஒப்பந்தம்:

- இரு தரப்பினரும் தங்கள் கடமைகளை முழுமையாக நிறைவேற்றிய பிறகு, ஒப்பந்தத்தின் கீழ், ஒப்பந்தம் நிறைவேற்றப்படும் என்று கூறப்படுகிறது. அதாவது, இது ஒரு ஒப்பந்தத்தின் விதிமுறைகளின் கீழ் இரு தரப்பினராலும் எதுவும் செய்ய முடியாத ஒரு ஒப்பந்தமாகும். உதாரணமாக, பண விற்பனையின் போது, ஒப்பந்தம் ஒரே நேரத்தில் செயல்படுத்தப்படுகிறது.

#### 2. நிறைவேற்றும் ஒப்பந்தம்:

- இந்த ஒப்பந்தத்தில் கட்சிகளின் கடமைகள் பின்னர் நிறைவேற்றப்பட வேண்டும். ஒப்பந்தத்தின் கீழ் இரு தரப்பினரும் தங்கள் கடமைகளைச் செய்யாதபோது, ஒப்பந்தம் நிறைவேற்றப்படுவதாகக் கூறப்படுகிறது.

### 3. ஒருதலைப்பட்ட ச ஒப்பந்தம்:

- குறிப்பிட்ட ஒப்பந்தத்தில் ஒரு தரப்பினர் தனது கடமைகளை நிறைவேற்ற வேண்டும் , அதே சமயம் மற்ற தரப்பினர் ஏற்கனவே தனது கடமைகளை நிறைவேற்றியுள்ளனர். அத்தகைய ஒப்பந்தம் "ஒருதலைப்பட்ட சம்" அல்லது "ஒரு பக்க ஒப்பந்தம்" என்று அழைக்கப்படுகிறது.
- இவ்வாறு ஒருதலைப்பட்ட ச ஒப்பந்தம் ஏற்பட்டால், ஒப்பந்தத்தை உருவாக்கும் நேரத்தில் ஒரு தரப்பினருக்கு எதிராக மட்டுமே கடமை நிலுவையில் உள்ளது.

### 4. இருதரப்பு ஒப்பந்தம்:

- ஒப்பந்தம் உருவாகும் போது ஒப்பந்தத்தில் இரு தரப்பினரின் கடமை நிலுவையில் உள்ளது.



TCA

#### 4.1.8. தேர்வு கேள்விகள்

#### 1. சட்டத்தால் அமலாக்கப்படக்கூடிய ஒப்பந்தம் a

- (A) செயல்படுத்தக்கூடிய ஏற்றுக்கொள்ளல் (B) ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்ட முனைவு  
(C) அங்கீகரிக்கப்பட்ட வாக்குறுதி (D) ஒப்பந்தம்

#### 2. ஒவ்வொரு வாக்குறுதியும், ஒவ்வொரு வாக்குறுதிகளும், ஒன்றையொன்று மறுபயன் கொண்டு, ஒரு

- (A) உடன்படிக்கை (B) ஒப்பந்தம்  
(C) முனைவு (D) ஏற்பு

#### 3. செல்லாத உடன்படிக்கை குறிக்கிறது

- (A) இயற்கையில் சட்டவிரோதமான உடன்படிக்கை முடியாத உடன்படிக்கை (B) சட்டத்தால் செயல்படுத்த  
(C) சட்ட நடைமுறையை மீறும் உடன்படிக்கை (D) பொதுக் கொள்கைக்கு எதிரான உடன்படிக்கை.

#### 4. செல்லுபடியாகும் ஏற்பு அவசியம்

- (A) முழுமையாக இருத்தல் (B) தகுதியற்றவராக இருத்தல்  
(C) இரண்டும் முழுமையான மற்றும் தகுதியற்றவை (D) நிபந்தனைக்குட்பட்டதாக இருத்தல் .

#### 5. ஒரு இளவருடன் அல்லது இளவரால் ஒரு ஒப்பந்தம்

- (A) செல்லுபடியாகும் ஒப்பந்தம் (B) செல்லாத ஒப்பந்தம்

# PG TRB

G.O No. 219

New Syllabus

## வணிகவியல்




UNIT-V (Volume-1)


ENTREPRENEURIAL DEVELOPMENT &  
INTERNATIONAL BUSINESS


*Your Success is Our Goal...*


### SERVICES AVAILABLE FOR PG TRB EXAM

- ◆ Material for All 10 Units
- ◆ E-Book for Psychology & Education Methodology
- ◆ E-Book for GK
- ◆ Online Recorded Video Classes
- ◆ Online Test
- ◆ Question Bank
- ◆ Regular Classes

tcaexamguide 

Teacher's Care Academy 

www.tcaexamguide.com 

tcaexamguide@gmail.com 



---

# **COMMERCE (TM)**

**ENTREPRENEURIAL DEVELOPMENT AND  
INTERNATIONAL BUSINESS**

---

## **PG TRB (2025-2026)**

---

**UNIT - 5 (VOL-1)**

**FIRST EDITION**



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**

38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502

Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

---

**Branch Office : 65C, Thillai Ngr(West), 4<sup>th</sup> Cross St, Trichy (76399 67359)**

**Branch Office: Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem (93602 68118)**

---

## INDEX

S. No	Chapter	Pg No
5.1	<b>தொழில்முனைவு</b>	1
	5.1.1. தொழில்முனைவு - அறிமுகம்	2
	5.1.2. தொழில்முனைவு - பொருள் மற்றும் வரையறை	5
	5.1.3. தொழில்முனைவு - கருத்து	8
	5.1.4. தொழில்முனைவோரின் முக்கியத்துவம்.	13
	5.1.5 தொழில்முனைவோரின் அம்சங்கள்.	22
	5.1.6. தொழில்முனைவோரின் சிறப்பியல்புகள்	25
	5.1.7. சுதந்திரத்திற்கு முந்தைய காலத்தில் தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு	26
	5.1.8 தொழில்முனைவோர் கோட்பாடுகள்	29
	5.1.9 தொழில்முனைவு மேம்பாட்டில் உள்ள சிக்கல்கள்	38
	5.1.10 தொழில்முனைவோர் வகைகள்	44
	5.1.11 தொழில் முனைவோர் குணங்கள் அல்லது திறமைகள்.	55
	5.1.12 பயிற்சிகள்	58
5.2.	<b>தொழில்முனைவோர் - அறிமுகம்</b>	60
	5.2.1. தொழில்முனைவோர் என்ற வார்த்தையின் பரிணாமம்.	61
	5.2.2. தொழில்முனைவோரின் பொருள் மற்றும் வரையறை.	63
	5.2.3. தொழில்முனைவோரின் கருத்து	67
	5.2.4. தொழில்முனைவோரின் உள் மற்றும் வெளிப்புற காரணிகள்	68
	5.2.5 ஒரு தொழில்முனைவோரின் பண்புகள் .	71
	5.2.6. மேலாளர் வெர்சஸ் தலைவர்கள்	84
	5.2.7. வகைப்பாடு / தொழில்முனைவோரின் வகைகள்.	87
	5.2.8. ஒரு தொழில்முனைவோரின் செயல்பாடுகள்.	96
	5.2.9. தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரம் மற்றும் தொழில் முனைவோர் கலாச்சாரத்தின் மேம்பாடு.	106

	5.2.10 வணிக யோசனைகள் - அறிமுகம்	113
	5.2.11 வலுவான வணிக யோசனைகளின் அம்சங்கள்	115
	5.2.12 யோசனைகளின் முக்கியத்துவம் மற்றும் தேவைகள்	117
	5.2.13 யோசனை உருவாக்கம் - பொருள்	118
	5.2.14 யோசனை உருவாக்கத்தின் முக்கியத்துவம்	119
	5.2.15 யோசனைகளை உருவாக்குவதற்கான செயல்முறை	120
	5.2.16 திட்ட அடையாளம்	124
	5.2.17 வடிவமைப்பு சிந்தனை - பொருள்	141
	5.2.18 தொழில்முனைவில் வடிவமைப்பு சிந்தனை செயல்முறை	142
	5.2.19 சிந்தனை வடிவத்தை தொழில்முனைவோராக ஒருங்கிணைப்பதன் நன்மைகள்	144
	5.2.20 பயிற்சிகள்	150
<b>5.3</b>	<b>MSME – அறிமுகம்</b>	<b>151</b>
	5.3.1. MSME: பொருள் மற்றும் வரையறை	152
	5.3.2. பொருளாதார மேம்பாடுக்கு MSME இன் முக்கியத்துவம்	158
	5.3.3. EDP இல் வங்கிகளின் பங்கு	166
	5.3.4. சிட்கோவின் பங்கு	195
	5.3.5. தமிழ்நாட்டில் சிப்காட்	207
	5.3.6. தொழில்முனைவோருக்கான அரசு திட்டங்கள்	221
	5.3.7. பிரதம மந்திரி வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கும் திட்டம்	235
	5.3.8. சிறு தொழில் முனைவோர் பிரச்சனைகள்	251
	5.3.9. இந்தியாவில் பெண்கள் தொழில்முனைவு: ஊக்கத்தொகை மற்றும் மானியங்கள்	257
	5.3.10 பயிற்சிகள்	286
<b>5.4.</b>	<b>பன்னாட்டு வணிகம் - அறிமுகம்</b>	<b>287</b>
	5.4.1. பன்னாட்டு வணிகத்தின் பொருள் மற்றும் வரையறை	290
	5.4.2. பன்னாட்டு வணிகத்தின் இயல்பு	292
	5.4.3. பன்னாட்டு வணிகத்தின் வீச்செல்லை	294
	5.4.4. பன்னாட்டு வணிகத்தின் முக்கியத்துவம்	296

	5.4.5. பன்னாட்டு வணிகம் - இயக்குபவர்கள்	297
	5.4.6. பன்னாட்டு வணிகம் - நன்மைகள்	300
	5.4.7. பன்னாட்டு வணிகத்திற்கான காரணம்	304
	5.4.8. பன்னாட்டு வணிகத்தின் சிறப்பியல்புகள்	305
	5.4.9. பன்னாட்டு வணிகத்தின் தாக்கம்	307
	5.4.10 பொருளாதார மேம்பாட்டில் பன்னாட்டு வணிகத்தின் பங்கு	308
	5.4.11. பன்னாட்டு வணிகத்தின் வகைகள்	310
	5.4.12 பன்னாட்டு வணிகத்திற்கும் உள்நாட்டு வணிகத்திற்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடு	311
	5.4.13. பயிற்சி	312
<b>5.5.</b>	<b>வணிகத்தின் பன்னாட்டுமயமாக்கலின் நிலைகள்</b>	<b>313</b>
	5.5.1. வணிகத்தின் பன்னாட்டுமயமாக்கல் - அறிமுகம்	313
	5.5.2. உலகமயமாக்கலின் பொருள் மற்றும் வரையறை	314
	5.5.3. உலகமயமாக்கலின் நன்மைகள்	316
	5.5.4. உலகமயமாக்கலின் விமர்சனங்கள்	318
	5.5.5 உலகமயமாக்கல் பற்றிய கட்டுக்கதைகள்	319
	5.5.6. உலகமயமாக்கலின் நிலைகள்	321
	5.5.7. வெளிநாட்டு சந்தைகளில் நுழைவதற்கான முறைகள்	336
	5.5.8. பயிற்சி வினாக்கள்	363



**TCA APP  
DOWNLOAD -  
செய்து விடைகளை  
காணவும்**



**TCA**

## SYLLABUS

Entrepreneurship: Meaning, Characteristics and types - Entrepreneur: Traits, Classification and Functions - Idea Generation - Identification of Business Opportunities - Design Thinking: Meaning and Process - MSME: Definition, Importance of MSME for Economic Growth - Role of banks in EDP - Role of SIDCO - SIPCOT in Tamil Nadu - Government Schemes - Prime Minister Employment Generation Programme - Problems of small Entrepreneurs - Women Entrepreneurship in India: Incentives and Subsidies.

International Business - Meaning - Nature - Scope and Importance - Stages of Internationalisation of business - Methods of entry into foreign markets: Licensing - Franchising - Joint Ventures - Strategic Alliances - Subsidiaries and Acquisitions - Balance of Payments and Institutions: Economic Integration - Forms: Free Trade Area, Customs Union, Common Market and Economic Union-Regional Blocks: Developed and Developing Countries - NAFTA - EU - SAARC, ASEAN-BRICS - OPEC - Promotional role played by IMF- World Bank and its affiliates - IFC, MIGA and ICSID - ADB - Regulatory

### குறிப்பு புத்தகங்கள்

1. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு - எஸ்.எஸ்.கங்கா
2. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு - சிபி குப்தா என்பி ஸ்ரீனிவாசன்
3. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு - இ.கார்டன் மற்றும் கே. நடராஜன்
4. தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு - எஸ்.சிவசங்கரி
5. சுமதி வர்மாவின் பன்னாட்டு வணிகம்
6. குப்தா சிபியின் பன்னாட்டு வணிகம்
7. 11 வது மற்றும் 12 வது பள்ளி புத்தகங்கள்
8. ஆன்லைன் இணையதளம்

# TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM (TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)



## HEAD OFFICE

**NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080**

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359  
B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

## PG -TRB COMMERCE

### UNIT -5 (Vol 1)

#### தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு மற்றும் சர்வதேச வணிகம்

#### 5.1 தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு - அறிமுகம்

- ❖ தொழில்முனைவு மேம்பாடு என்பது ஒரு தொழிலைத் தொடங்குவதற்கும் நிர்வகிப்பதற்கும் தேவையான திறன்களையும் அறிவையும் வளர்க்க உதவும் ஒரு செயல்முறையாகும்.
- ❖ இது பயிற்சி திட்டங்கள், பயிற்சி அமர்வுகள் மற்றும் பிற கல்வி முயற்சிகளை உள்ளடக்கியது.
- ❖ தொழில்முனைவு மேம்பாட்டின் குறிக்கோள், மக்கள் வெற்றிகரமான தொழில்முனைவோராக மாறுவதற்கும் பொருளாதாரத்தை வலுப்படுத்துவதற்கும் உதவுவதாகும்.

தொழில்முனைவு மேம்பாட்டின் சில முக்கிய அம்சங்கள் இங்கே:

- ❖ கற்றல்: தொழில்முனைவோரைப் போல சிந்திக்கவும், சிக்கல்களை பகுப்பாய்வு செய்யவும் மற்றும் தீர்வுகளைக் கண்டறியவும் தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் மக்களுக்கு உதவுகின்றன.
- ❖ ஒரு வணிகத்தை எவ்வாறு நிர்வகிப்பது மற்றும் எழக்கூடிய சிக்கல்களை எவ்வாறு கையாள்வது என்பதையும் அவர்கள் மக்களுக்குக் கற்பிக்கிறார்கள்.



- ❖ **நெட்வொர்க்குகளை உருவாக்குதல்:** தொழில்முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் மக்கள் நெட்வொர்க்குகளை உருவாக்க உதவுவதோடு தங்கள் வணிகங்களைத் தொடங்குவதற்கான ஆதரவைக் கண்டறியவும் உதவும்.
- ❖ **புதுமைகளை ஊக்குவித்தல்:** தொழில் முனைவோர் மேம்பாட்டுத் திட்டங்கள் புதுமைகளை ஊக்குவிக்கின்றன மற்றும் மக்கள் தங்கள் வணிகங்களின் மேம்பாடு திறனை மதிப்பிட உதவுகின்றன.
- ❖ **பொருளாதாரத்தை மேம்படுத்துதல்:** தொழில்முனைவோரின் எண்ணிக்கையை அதிகரிப்பதன் மூலம் பொருளாதாரத்தை மேம்படுத்த தொழில்முனைவு மேம்பாடு உதவும், இது அதிக வேலைகளை உருவாக்கி சந்தையில் போட்டியை அதிகரிக்கும்.



### 5.1.1. தொழில்முனைவு - அறிமுகம்

- ❖ தொழில்முனைவு என்ற சொல், ஒருவரின் சொந்த வணிக முயற்சியை அமைப்பதற்கான செயல்முறையை வேறு எந்த பொருளாதார நடவடிக்கை அல்லது எந்த வேலைவாய்ப்பிலும் அல்லது சில தொழில்களை மேற்கொள்வதில் இருந்து வேறுபட்டதாகக் குறிக்கிறது.
- ❖ வணிகத்தை நிறுவுபவர் தொழில்முனைவோர் என்று அழைக்கப்படுகிறார். ஒரு தொழில் முனைவோர் செயல்முறையின் வெளியீடு ஒரு நிறுவனத்தை நிறுவுவதில் முடிவடைகிறது. கருத்தியல் மற்றும் விடாமுயற்சியுடன் இருக்கும் ஒரு தொழில்முனைவோர் நாசென்ட் என்று அழைக்கப்படுகிறார் - (PGTRB-2019)
- ❖ 'தொழில்முனைவு' ('entreprende' என்ற வினைச்சொல்லில் இருந்து பெறப்பட்டது அதாவது 'ஏற்றுக்கொள்ள'). 16 ஆம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியில் இது இராணுவப் பயணங்களில் ஈடுபட்டவர்களுக்குப் பயன்படுத்தப்பட்டது.
- ❖ 17 ஆம் நூற்றாண்டில், 'தொழில்முனைவோர்' என்ற சொல் கட்டுமானம் மற்றும் கோட்டை போன்ற சிவில் பொறியியல் செயல்பாடுகளுக்கு பயன்படுத்தப்பட்டது. இது 18 ஆம் நூற்றாண்டில் முதன்முறையாக, நிச்சயமற்ற விலையில் பொருட்களை வாங்கும் மற்றும் விற்கும் ஒரு வியாபாரியை நியமிக்க வணிகத்தில் பயன்படுத்தப்பட்டது.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது மாறிவரும் சமூக, அரசியல் மற்றும் பொருளாதார சூழலுக்கு ஏற்ப வணிக நிறுவனங்களை நிறுவுவதற்கும் இயக்குவதற்கும் ஒரு நபர் மேற்கொள்ள வேண்டிய அனைத்து செயல்பாடுகளையும் குறிக்கிறது.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது நுகர்வோரின் விருப்பு வெறுப்புகள், உணர்வுகள் மற்றும் நடத்தைகள், ரசனைகள் மற்றும் நாகரீகங்கள் மற்றும் நுகர்வோரின் இந்த எதிர்பார்ப்புகள் அனைத்தையும் பூர்த்தி செய்யும் வகையில் வணிக முயற்சிகளை அறிமுகப்படுத்துவது தொடர்பான செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது.

- ❖ தொழில்முனைவு என்பது அபாயங்களை மதிப்பிடுவதற்கும், அபாயகரமான ஆனால் அதே நேரத்தில் பொருளாதாரத்தின் மாறிவரும் சூழ்நிலைகளுக்கு மிகவும் பொருத்தமான வணிகங்களை நிறுவுவதற்கும் தொழில்முனைவோரின் திறன் ஆகும்.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது லாபம் சார்ந்த வணிகத்தை உருவாக்கவும், மேம்படுத்தவும் மற்றும் பராமரிக்கவும் செய்யப்படும் ஒரு பொருளாதார நடவடிக்கையாகும். சந்தையில் விற்கவும் லாபம் ஈட்டவும் ஒரு வாய்ப்பை அடையாளம் காண்பதில் இது தொடங்குகிறது.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது கிடைக்கக்கூடிய வளங்களை சிறந்த முறையில் பயன்படுத்துவதாகும். தொழில்முனைவு என்பது அதிகரிக்கும் செல்வத்தை உருவாக்கும் ஆற்றல்மிக்க செயல்முறையாகும்.
- ❖ இந்தச் செல்வமானது, சமபங்கு, நேரம் மற்றும்/அல்லது சில தயாரிப்பு அல்லது சேவைக்கான மதிப்பை வழங்குவதற்கான தொழில் அர்ப்பணிப்பு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பெரும் அபாயங்களைக் கருதும் நபர்களால் உருவாக்கப்பட்டது.
- ❖ தயாரிப்பு அல்லது சேவையே புதியதாகவோ அல்லது தனித்துவமாகவோ இருக்கலாம் அல்லது இல்லாமல் இருக்கலாம் ஆனால் தேவையான திறன்கள் மற்றும் வளங்களைப் பாதுகாத்தல் மற்றும் ஒதுக்கீடு செய்வதன் மூலம் தொழில்முனைவோரால் மதிப்பு எப்படியாவது செலுத்தப்பட வேண்டும்.
- ❖ மேலும், தொழில்முனைவோர் மாற்றத்தின் முகவர்களாக பணியாற்றுகிறார்கள், வணிக நிறுவனங்களுக்கு ஆக்கப்பூர்வமான, புதுமையான யோசனைகளை வழங்குகிறார்கள், மேலும் வணிகங்கள் வளரவும் லாபம் ஈட்டவும் உதவுகிறார்கள் என்பது பொதுவாக அங்கீகரிக்கப்பட்டது.
- ❖ அவர்கள் எந்த குறிப்பிட்ட செயலில் ஈடுபட்டாலும், இருபத்தியோராம் நூற்றாண்டில் தொழில்முனைவோர் இலவச நிறுவனங்களின் ஹீரோக்களாகக் கருதப்படுகிறார்கள். அவர்களில் பலர் பெரிய நிறுவனங்களை உருவாக்க புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றலைப் பயன்படுத்தியுள்ளனர்.
- ❖ தொழில்முனைவு இப்போது வணிகத்தின் "முன்னோடி கப்பல்" என்று கருதப்படுகிறது. எந்தவொரு நாட்டிலும் ஆரம்பகால தொழில்துறை மேம்பாடு மற்றும் வணிகம் மற்றும் அடுத்தடுத்த கண்டுபிடிப்புகளின் வரலாறு பெரும்பாலும் அதன் தொழில்முனைவோரின் வரலாறாகும்.
- ❖ முன்னோடி மனப்பான்மை, உள்ளுணர்வு உத்வேகம் மற்றும் கடினமாக உழைக்க மற்றும் அபாயங்களை எடுக்க விருப்பம் உள்ளவர்களை இது விவரிக்கிறது. அவர்கள் சுறுசுறுப்பான சுய-தொடங்குபவர்கள், அவர்கள் வணிகச் சவால்களைச் சந்திப்பதையே தங்கள் பணியாகக் கொண்டுள்ளனர், மேலும் வேறு ஒருவருக்காக, சம்பளத்திற்காக வேலை செய்வதில் ஓய்வில்லாமல் இருக்கிறார்கள்.



**சுருக்கமாக, தொழில்முனைவு கருத்தை பின்வருமாறு புரிந்து கொள்ளலாம்:**

- ❖ தொழில்முனைவு என்பது முடிவெடுத்தல், புதுமை, செயல்படுத்தல், எதிர்காலத்தை முன்னறிவித்தல், சுதந்திரம் மற்றும் வெற்றி ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது அறிவு அடிப்படையிலான கோட்பாட்டுடன் கூடிய ஒரு ஒழுக்கம் மற்றும் சிக்கலான சமூக-பொருளாதார, உளவியல், தொழில்நுட்பம், சட்ட மற்றும் பிற காரணிகளின் விளைவாகும்.
- ❖ இது ஒரு மாறும் மற்றும் ஆபத்தான செயல்முறையாகும். இது மூலதனம், தொழில்நுட்பம் மற்றும் மனித திறமை ஆகியவற்றின் கலவையை உள்ளடக்கியது. தொழில்முனைவு என்பது பெரிய மற்றும் சிறு வணிகங்களுக்கும் பொருளாதார மற்றும் பொருளாதாரம் அல்லாத நடவடிக்கைகளுக்கும் சமமாக பொருந்தும்.
- ❖ வெவ்வேறு தொழில்முனைவோருக்கு சில பொதுவான பண்புகள் இருக்கலாம் ஆனால் அவர்கள் அனைவருக்கும் சில வித்தியாசமான மற்றும் தனித்துவமான குணங்கள் இருக்கும். இது வணிகச் சூழலில் உள்ள வாய்ப்புகளின் முறையான பகுப்பாய்விற்குப் பிறகு நடத்தப்படும் மாற்றத்திற்கான நோக்கமுள்ள மற்றும் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட தேடலாகும்.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது ஒரு தத்துவம் மற்றும் ஒருவர் சிந்திக்கும் விதம், ஒருவர் செயல்படும் விதம், எனவே அது வணிகம் அல்லது அரசு அல்லது கல்வி, அறிவியல் மற்றும் தொழில்நுட்பத் துறையில் எந்த சூழ்நிலையிலும் இருக்கலாம்.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது ஒரு ஆக்கப்பூர்வமான செயல்பாடு. இது நடைமுறையில் ஒன்றுமில்லாத ஒன்றை உருவாக்க மற்றும் உருவாக்கும் திறன். மற்றவர்கள் குழப்பத்தையும் தெளிவின்மையையும் பார்க்கும் வாய்ப்பை உணரும் ஒரு சாமர்த்தியம்.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது ஒரு முயற்சியை அமைப்பதன் மூலம் வாய்ப்புகளைத் தேடுவதற்கும், கணக்கிடப்பட்ட அபாயங்களை எடுத்துக்கொள்வதற்கும், பலன்களைப் பெறுவதற்கும் மனதின் அணுகுமுறையாகும்.
- ❖ இது ஒரு நிறுவனத்தை கருத்தரிக்க, உருவாக்க மற்றும் இயக்குவதற்கான செயல்பாடுகளால் ஆனது. சுருக்கமாக, “தொழில்முனைவு என்பது பார்வை, மாற்றம் மற்றும் உருவாக்கம் ஆகியவற்றின் மாறும் செயல்முறையாகும்.
- ❖ புதிய யோசனைகள் மற்றும் ஆக்கப்பூர்வமான தீர்வுகளை உருவாக்குவதற்கும் செயல்படுத்துவதற்கும் ஆற்றல் மற்றும் ஆர்வத்தின் பயன்பாடு தேவைப்படுகிறது.
- ❖ நேரம், சமயங்கு அல்லது தொழில் அடிப்படையில் கணக்கிடப்பட்ட அபாயங்களை எடுக்க விருப்பம், பயனுள்ள துணிகர குழுவை உருவாக்கும் திறன், தேவையான வளங்களை ஒழுங்கமைக்கும் ஆக்கப்பூர்வ திறன், திடமான வணிகத் திட்டத்தை உருவாக்கும்.

- ❖ அடிப்படை திறன் மற்றும் எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக அத்தியாவசிய பொருட்கள் ஆகியவை அடங்கும். , பிறர் குழப்பம், முரண்பாடு, குழப்பம் ஆகியவற்றைக் காணும் வாய்ப்பை அடையாளம் காணும் பார்வை."
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது கனவுகளை யதார்த்தமாக மாற்றும் உற்சாகமான பயணம், ஆர்வம், புதுமை மற்றும் அசைக்க முடியாத உறுதிப்பாடு ஆகியவற்றால் தூண்டப்படுகிறது.
- ❖ சவால்களை வாய்ப்புகளாக மாற்றுவதும், ஒன்றுமில்லாமல் எதையாவது உருவாக்குவதும், வணிகத்தின் ஆற்றல்மிக்க கடல்களில் அச்சமின்றி பயணிப்பதும் கலை. இந்த தைரியமான சாம்ராஜ்யத்தில், தொலைநோக்கு பார்வையாளர்கள் தங்கள் விதிகளை உருவாக்குகிறார்கள், எல்லைகளைத் தள்ளுகிறார்கள் மற்றும் வெற்றியின் தாழ்வாரங்களில் எதிரொலிக்கும் ஒரு பாரம்பரியத்தை செதுக்குகிறார்கள்.

### தொழில்முனைவின் வரலாறு

- ❖ "தொழில்முனைவு" என்பது இடைக்காலத்தில் இருந்தே, "தொழில்முனைவோர்" என்பது தனது வசம் உள்ள அனைத்து வளங்களையும் பயன்படுத்துவதன் மூலம் கட்டிடங்கள் மற்றும் கட்டுமானத் திட்டங்கள் போன்ற பணிகளைச் செய்தவர். இருப்பினும், 16 ஆம் நூற்றாண்டில் "வணிகம்" என்பது ஒரு பொதுவான வார்த்தையாகப் பயன்படுத்தப்பட்டது, மேலும் "தொழில்முனைவோர்" என்பது ஒரு வணிக முயற்சியை மேற்கொள்வதற்குப் பொறுப்பான ஒரு நபராக கவனம் செலுத்தியது.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது 18 ஆம் நூற்றாண்டின் பொருளாதார வல்லுநர்களிடம் இருந்து அறியப்படுகிறது, மேலும் இது 19 ஆம் நூற்றாண்டில் பொருளாதார வல்லுநர்களின் ஆர்வத்தைத் தொடர்ந்து ஈர்த்தது. இருபதாம் நூற்றாண்டில், இந்த வார்த்தை இலவச நிறுவனத்திற்கும் முதலாளித்துவத்திற்கும் ஒத்ததாக மாறியது.
- ❖ 20 ஆம் நூற்றாண்டில், கடந்த இரண்டு தசாப்தங்களுக்குள், தொழில்முனைவு என்ற கருத்து ஒரு தனி நபராக இருந்து ஒரு முழு நிறுவனமாக அல்லது ஒரு நிறுவனமாக உருவாகியுள்ளது.

### 5.1.2. தொழில்முனைவு - பொருள் மற்றும் வரையறை

#### பொருள்

- ❖ அரசியல் பொருளாதாரத்தில், தொழில்முனைவு என்பது ஒரு தொழிலதிபராக இருப்பதற்கான தரம், அதாவது "ஒரு நிறுவனத்தை மேற்கொள்பவர்".
- ❖ ஒரு வணிகத்தை சொந்தமாக வைத்திருக்கும் மற்றும் நிர்வகிக்கும் தனிநபர்களால் எடுக்கப்பட்ட ஆபத்து மற்றும் முயற்சி மற்றும் பொருளாதார வெற்றியை அவர்கள் பின்தொடர்வதன் விளைவாக ஏற்படும் கண்டுபிடிப்புகளுக்கு இந்த வார்த்தை முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது.



☎ 95665 35080

**Entrepreneurship: It refers to a process of action an entrepreneur undertakes to establish his enterprise.**

- ❖ தொழில்முனைவு என்பது தேவையான நேரத்தையும் முயற்சியையும் செலவழித்து மதிப்புள்ள புதிய ஒன்றை உருவாக்கும் செயல்முறையாகும். தேவையான நிதி, உளவியல் மற்றும் சமூக அபாயங்களை ஏற்று, அங்கீகரிப்பதன் மூலம்.
- ❖ இறுதியாக பெறப்படும் வெகுமதிகள் பண மற்றும் தனிப்பட்ட திருப்தி மற்றும் நீங்கள் விரும்பியதைச் செய்வதற்கான சுதந்திரம்.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது சந்தையில் உள்ள வாய்ப்புகளை அடையாளம் கண்டு, இந்த வாய்ப்புகளைத் தொடர (வேட்டையாட) தேவையான வளங்களை ஏற்பாடு செய்தல் மற்றும் நீண்ட கால ஆதாயங்களுக்கான வாய்ப்புகளை சுரண்டுவதற்கு வளங்களை முதலீடு செய்தல்.
- ❖ ஒரு நிறுவனத்தைத் தொடங்குவதற்கும் இயக்குவதற்கும் புதிய வழிகளில் வளங்களை ஒன்றிணைப்பதன் மூலம் செல்வத்தை உருவாக்குவது இதில் அடங்கும்.
- ❖ தொழில்முனைவோருக்கு சுயவேலைவாய்ப்பை வழங்குவதோடு, தொழில்முனைவோர் பலருக்கு வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குகிறது. தொடங்கப்பட்ட எந்தவொரு வணிக முயற்சியும் மூலப்பொருட்களை வாங்குதல், வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குதல் மற்றும் பல போன்ற பல்வேறு பொருளாதார நடவடிக்கைகளைத் தூண்டுகிறது.
- ❖ எனவே, ஒரு நாட்டின் ஒட்டுமொத்த பொருளாதார மேம்பாடுக்கு தொழில்முனைவு முக்கியமானது. நிலம், உழைப்பு மற்றும் மூலதனம் UGC NET 2013 ஆகிய மற்ற மூன்றைத் தவிர உற்பத்தியின் நான்கு முக்கிய காரணிகளில் ஒன்றாக தொழில் முனைவோர் கருதலாம்.
- ❖ தொழில்முனைவோர் பிறக்கிறார்கள் என்று பொதுவாக நம்பப்படுகிறது. ஆனால் எந்தவொரு நாடும் அல்லது சமூகமும் அதன் மேம்பாடு நிகழ்ச்சி நிரல்களைத் தொடர தொழில்முனைவோர் பிறக்கும் வரை காத்திருக்க முடியாது.
- ❖ தொழில்முனைவு பற்றிய விழிப்புணர்வை மக்களிடையே ஏற்படுத்தாமல் எந்த ஒரு நாட்டின் பொருளாதார மேம்பாடுமையும் துரிதப்படுத்த முடியாது. பிந்தையவர்கள் வேலை தேடுபவர் என்பதை விட வேலை வழங்குபவர் என்று கூறி பெருமை கொள்ள வேண்டும்.
- ❖ தொழில் முனைவோரை ஊக்குவிப்பதில் ஈடுபட்டுள்ள அரசும் பல்வேறு நிறுவனங்களும், மற்றபடி வேலை தேடும் மக்களிடையே தொழில் முனைவோர் மனப்பான்மையை ஏற்படுத்தும் உன்னதப் பணியை மேற்கொள்ள வேண்டும்.



☎ 95665 35080

## வரையறை

1. **பீட்டர் எஃப். ட்ரக்கரின் கூற்றுப்படி,** " தொழில்முனைவு என்பது ஒரு முறையான கண்டுபிடிப்பு என்று வரையறுக்கப்படுகிறது. இது மாற்றங்களுக்கான நோக்கத்துடன் மற்றும் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட தேடலைக் கொண்டுள்ளது, மேலும் இது பொருளாதார மற்றும் சமூக கண்டுபிடிப்புகளுக்கு அத்தகைய மாற்றங்கள் வழங்கக்கூடிய வாய்ப்புகளின் முறையான பகுப்பாய்வு ஆகும்".
2. **ரிக்கார்டோ கான்டிலோனின் கூற்றுப்படி,** "தொழில்முனைவு என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட விலையில் வாங்குதல் மற்றும் நிச்சயமற்ற விலையில் விற்கும் அபாயத்தை உள்ளடக்கியது."
3. **ராபர்ட் கே. லாம்பின் கூற்றுப்படி,** "தொழில்முனைவு என்பது பொருளாதார கண்டுபிடிப்பாளர்களால் செய்யப்படும் சமூக முடிவெடுக்கும் வடிவமாகும்."
4. **ஏஎச் கோலின் கூற்றுப்படி,** "தொழில் முனைவோர் என்பது ஒரு தனிநபர் அல்லது தொடர்புடைய தனிநபர்களின் குழுவின் நோக்கமுள்ள செயல்பாடு ஆகும், இது பொருளாதார பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி அல்லது விநியோகம் மூலம் லாபத்தைத் தொடங்க, பராமரிக்க அல்லது பெருக்குவதற்கு மேற்கொள்ளப்படுகிறது."
5. **ஹெக்கின்ஸின் கூற்றுப்படி,** "தொழில் முனைவோர் என்பது முதலீடு மற்றும் உற்பத்தி வாய்ப்பைத் தேடுதல், ஒரு புதிய உற்பத்தி செயல்முறையை மேற்கொள்ள ஒரு நிறுவனத்தை ஏற்பாடு செய்தல், மூலதனத்தை திரட்டுதல், தொழிலாளர்களை பணியமர்த்தல், மூலப்பொருட்களை வழங்குதல் மற்றும் அன்றாட நடவடிக்கைகளின் உயர் மேலாளர்களைத் தேர்ந்தெடுப்பது."
6. **Rebrt Ronstand** - அதிகரிக்கும் செல்வத்தை உருவாக்கும் ஒரு மாறும் செயல்முறையாக.
7. "தொழில்முனைவு என்பது ஒரு ஆக்கபூர்வமான செயல்பாடு அல்லது அது ஒரு கண்டுபிடிப்பு செயல்பாடு. புதுமையின் செயல்முறை வடிவத்தில் இருக்கலாம்.
  - (a) ஒரு புதிய தயாரிப்பின் அறிமுகம்
  - (b) புதிய உற்பத்தி முறையைப் பயன்படுத்துதல்
  - (c) புதிய சந்தை திறப்பு
  - (d) மூலப்பொருட்களை வழங்குவதற்கான புதிய மூலத்தை கைப்பற்றுதல்
- (இ) அமைப்பின் ஒரு புதிய வடிவம்" - ஜோசப் ஏ. ஷூம்பீட்டர்
9. "தொழில்முனைவோர் என்பது புதுமை, நிச்சயமற்ற சூழ்நிலைகளை எதிர்கொள்ளும் ஆபத்தை எதிர்கொள்வதற்கான தூண்டுதல், மற்றும் உள்ளூர்வு, அதாவது விஷயங்களைப் பின்னர் உண்மை என்று நிரூபிக்கும் விதத்தில் பார்க்கும் திறன் ஆகியவற்றைக் குறிக்கிறது".  
- வி.ஆர்.கைக்வாட்



TCA

10. "தொழில் முனைவோர் என்பது ஒரு தொழிலைத் தொடங்குவதற்கும் அதை வெற்றியடையச் செய்வதற்கும் நேரம், பணம் மற்றும் முயற்சியின் முதலீடு மற்றும் பணயம்". - மஸில்மேன் மற்றும் ஜாக்சன்.



TCA

### 5.1.3. தொழில்முனைவு - கருத்து

- ❖ 'தொழில்முனைவு' என்ற சொல்லுக்கு பொதுவாக மேற்கொள்வது என்று பொருள். அதன் தோற்றம் மேற்கத்திய சமூகங்களுக்கு கடன்பட்டுள்ளது. ஆனால் மேற்கில் கூட அது காலத்துக்குக் காலம் மாற்றங்களைச் சந்தித்து வருகிறது. 16 ஆம் நூற்றாண்டின் முற்பகுதியில், இராணுவத் தலைவர்களைக் குறிக்க இந்த வார்த்தை பயன்படுத்தப்பட்டது.
- ❖ 18 ஆம் நூற்றாண்டில், நிச்சயமற்ற விலையில் பொருட்களை வாங்கும் மற்றும் விற்கும் ஒரு வியாபாரியைக் குறிக்க இது பயன்படுத்தப்பட்டது. 1961 ஆம் ஆண்டில், ஷூம்பீட்டர், ஒரு தொழிலதிபருக்கு புதுமைப்பித்தன் என்ற வார்த்தையைப் பயன்படுத்தினார்.
- ❖ இரண்டு நூற்றாண்டுகளுக்கு முன்பு, தொழில்முனைவோர் கருத்து நிழலாக இருந்தது. சமீபத்திய ஆண்டுகளில் தான் அமெரிக்கா, ஜெர்மனி, ஜப்பான் மற்றும் நம்மைப் போன்ற வளரும் நாடுகளில் தொழில்முனைவோர் உலகம் முழுவதும் பரவலாக அங்கீகரிக்கப்பட்டுள்ளது.
- ❖ குன்னர் மிர்டால், ஆசிய சமூகங்களில் தொழில் முனைவோர் இல்லாதது பணம் அல்லது மூலப்பொருட்களின் பற்றாக்குறையால் அல்ல, மாறாக அவர்களின் மனப்பான்மையால் என்று சரியாகச் சுட்டிக்காட்டினார். சமீப காலம் வரை, மேற்கில், தொழில்முனைவு என்பது ஒரு திறமையான மேலாளரின் பண்பு.
- ❖ இந்தியாவில் 1975 ஆம் ஆண்டு டெல்லியில் ஏற்பாடு செய்யப்பட்ட தொழில்முனைவோர் குறித்த தேசிய கருத்தரங்கில். ஒரு தொழிலை ஒழுங்கமைக்கவும், சொந்தமாக நடத்தவும், நடத்தவும் மேற்கொள்பவர்தான் தொழில்முனைவோர் என்பதற்கான வரையறை ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது.
- ❖ தற்செயலாக, தொழில்முனைவோர் சமூகவியலாளர்கள், உளவியலாளர்கள் மற்றும் பொருளாதார நிபுணர்களின் கவனத்தை ஈர்த்துள்ளது. சமூகவியலாளர்கள் தொழில்முனைவோரின் குணாதிசயங்களை சாதி, குடும்பம், சமூக அந்தஸ்து போன்றவற்றின் அடிப்படையில் பகுப்பாய்வு செய்கிறார்கள்.
- ❖ உளவியலாளர்கள் அவர்களின் ஆளுமைப் பண்புகளான சாதனை, இணைப்பு மற்றும் அதிகாரம், ஆபத்து எடுப்பது, முடிவெடுப்பது, படைப்பாற்றல், தலைமைத்துவம் போன்றவற்றின் அடிப்படையில் அவர்களின் பண்புகளை பகுப்பாய்வு செய்கிறார்கள்.

தொழில்சார் பின்னணி, மூலதனத்திற்கான அணுகல், வணிகம் மற்றும் தொழில்நுட்ப அனுபவங்கள் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் பொருளாதார வல்லுநர்கள் அவற்றை பகுப்பாய்வு செய்கிறார்கள்.

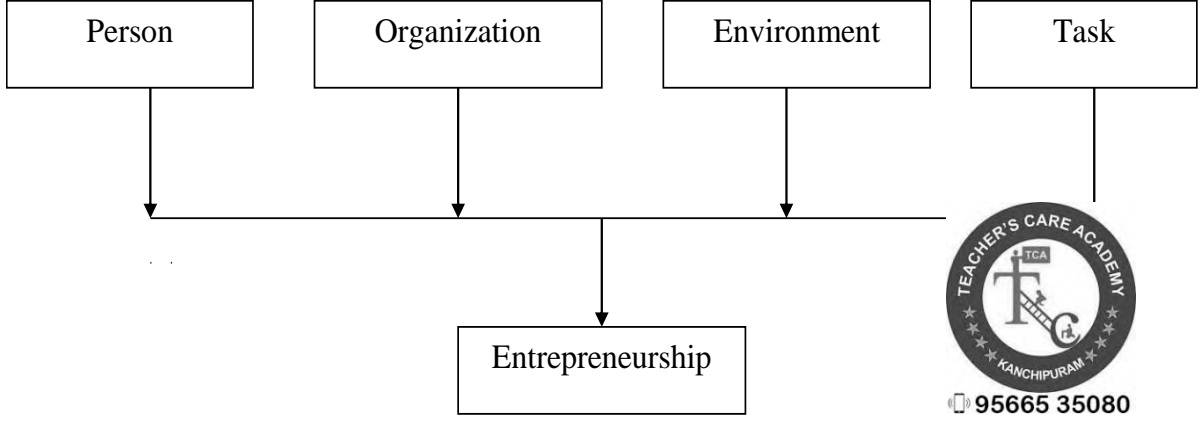
- ❖ "தொழில்முனைவு" என்ற சொல் பெரும்பாலும் "தொழில்முனைவோர்" என்பதற்கு ஒத்ததாக பயன்படுத்தப்படுகிறது. ஒரே நாணயத்தின் இரு பக்கங்கள் என்றாலும், கருத்து ரீதியாக அவை வேறுபட்டவை. தொழில்முனைவோர் அடிப்படையில் ஒரு வணிகத் தலைவர் மற்றும் அவரால் செய்யப்படும் செயல்பாடுகள் தொழில்முனைவு.
- ❖ ஆர்தர் எச். கோல், தொழில்முனைவோர் என்பது ஒரு தனிநபர் அல்லது தொடர்புடைய தனிநபர்களின் குழுவின் நோக்கமான செயல்பாடு, பொருளாதாரப் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி அல்லது விநியோகத்திற்காக லாபம் சார்ந்த வணிகப் பிரிவைத் தொடங்க, பராமரிக்க அல்லது ஒழுங்கமைக்க மேற்கொள்ளப்படுகிறது. தொழில்முனைவு என்பது வரலாற்றில் பல திருத்தங்களுக்கு உட்பட்ட ஒரு கருத்தாகும்.
- ❖ நவீன சூழலில், தொழில்முனைவு என்பது வெவ்வேறு நிறுவனங்களால் வித்தியாசமாக பார்க்கப்படுகிறது. எ.கா. சமூகவியலாளர்கள் மற்றும் உளவியலாளர்கள் இந்த வார்த்தையை பொருளாதார வல்லுனர்களிடமிருந்து வித்தியாசமாக பார்க்கிறார்கள், ஏனெனில் இந்த இரண்டு நிறுவனங்களும் தொழில்முனைவோரின் வெவ்வேறு அம்சங்களில் கவனம் செலுத்துகின்றன.
- ❖ வளர்ந்த மற்றும் வளரும் நாடுகளில் பொருளாதார மேம்பாடுகளை விரைவுபடுத்துவதற்கு இது முக்கியத்துவம் பெற்றுள்ளது.
- ❖ இது உலகெங்கிலும் உள்ள மில்லியன் கணக்கான தனிநபர்களின் நம்பிக்கை மற்றும் கனவு.
- ❖ இது மூலதன உருவாக்கத்தை ஊக்குவிக்கிறது மற்றும் நாட்டில் செல்வத்தை உருவாக்குகிறது.
- ❖ இது வேலையின்மை மற்றும் வறுமையை குறைக்கிறது. இது வாய்ப்புகளை ஆராயும் செயலாகும்.
- ❖ தொழில்முனைவோர் என்ற சொல் பல்வேறு ஆசிரியர்களால் வித்தியாசமாக கையாளப்பட்டது. சிலர் தொழில்முனைவோரை "அபாயத்தைத் தாங்குவோர்" என்று அழைக்கும் போது, மற்றவர்கள் அதை "புதுமையானது" என்று பார்க்கிறார்கள், இன்னும் சிலர் அதை "தரில்-தேடுவது" என்று கருதுகின்றனர்.
- ❖ எவ்வாறாயினும், ஒரு தொழிலதிபராக மாறுவதற்கு ஒரு நபர் வைத்திருக்க வேண்டிய திறன்கள் மற்றும் திறமைகள் மற்றும் தொழில்முனைவோரை எவ்வாறு உருவாக்கலாம் அல்லது குறிப்பிட்ட சமூகத்தில் தொழில்முனைவோர் வழங்கலை எவ்வாறு அதிகரிக்கலாம் என்பது குறித்து அவர்களிடையே ஒருமித்த கருத்து இருந்தது.



☎ 95665 35080

- ❖ நிச்சயமற்ற தன்மை.
- ❖ உற்பத்தி வளங்களின் ஒருங்கிணைப்பு.
- ❖ அறிமுகம் புதுமை மற்றும் மூலதனம் வழங்குதல்

**Conceptual model of entrepreneurship:**



- ❖ **தொழில்முனைவோர் ஆளுமை:** - [ஆளுமை, திறன்கள், அனுபவம் மற்றும் நோக்கங்கள்]: தொழில்முனைவோர் ஆளுமை என்பது நபர், அவரது திறமைகள், பாணிகள் மற்றும் நோக்கம் ஆகியவற்றின் கலவையாகும். ஒரு புதிய முயற்சியின் இறுதி வெற்றி பெரும்பாலும் தொழில்முனைவோரின் உளவியல் அமைப்பு மற்றும் உறுதியைப் பொறுத்தது.
- ❖ **தொழில் முனைவோர் பணி:** - [வாய்ப்பு, வளங்கள், தலைமைத்துவத்தை வழங்குதல்]: தொழில்முனைவோரின் இரண்டாம் நிலை ஒரு தொழில்முனைவோரின் பங்கு அல்லது பணியாகும். தொழில்முனைவோரின் முக்கிய பணி வாய்ப்புகளை அடையாளம் கண்டு பயன்படுத்துவதாகும். பல இடங்களில் இருந்து வாய்ப்புகள் வரலாம். ஆனால் தொழில்முனைவோருக்கு மற்றவர்கள் இல்லாத வாய்ப்புகளை உணரும் திறன் இருக்க வேண்டும்.
- ❖ **சுற்றுச்சூழல்:** - [ஆதாரங்கள், உள்கட்டமைப்பு, விதிகள் மற்றும் ஒழுங்குமுறைகள்]: தொழில்முனைவு என்பது சுற்றுச்சூழலால் அதிக அளவில் கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. உலகைச் சுற்றியுள்ள அமைப்பின் செல்வாக்குகள் தொழில் முனைவோர் மேம்பாடு மற்றும் நிறுவனத்தின் நம்பகத்தன்மையை எளிதாக்குகிறது அல்லது தடுக்கிறது.
- ❖ **தொழில் முனைவோர் சூழல்** என்பது பொருளாதாரம், சமூக கலாச்சாரம், அரசியல் சட்டம் போன்ற பல கூறுகளால் ஆனது. மூலதனம் மற்றும் மனித வளங்களின் இருப்பு மிகவும் முக்கியமானது. தேவையான மூலதனம் மற்றும் தேவையான திறன்கள் மற்றும் அனுபவம் உள்ளவர்கள் இல்லாமல் வாய்ப்பைத் தொடர முடியாது.
- ❖ **நிறுவன சூழல்:** - [கட்டமைப்பு, விதிகள், கொள்கைகள்]: நிறுவனமானது ஆக்கப்பூர்வமான மற்றும் தொழில் முனைவோர் பணிகள் நடைபெறும் உடனடி அமைப்பாகும். இதில் நிறுவன அமைப்பு மற்றும் அமைப்புகள், பணிப் பாத்திரங்களின் வரையறைகள், குழு கலாச்சாரம் போன்றவை அடங்கும்.

### தொழில்முனைவோரின் கருத்தாக்கத்தின் பரிணாமம்

- ❖ "தொழில்முனைவோர்" என்பது ஒரு பிரெஞ்சு வார்த்தையாகும், இதன் பொருள் "இடையில்". எனவே, இந்த சொல் ஒரு முகவர் அல்லது இடைத்தரகர் என்பதைக் குறிக்கிறது, அவர் லாபம் சம்பாதிக்கும் நோக்கத்துடன் தேடுபவர்களுக்கும் வழங்குநர்களுக்கும் இடையில் தன்னை நிலைநிறுத்திக்கொள்கிறார்.
- ❖ இருப்பினும், இந்த வார்த்தை அதன் நேரடி அர்த்தத்திற்கு அப்பால் முன்னேறியுள்ளது மற்றும் இன்று ஆபத்து-எடுத்தல், புதுமை, வணிகக் கருவிகளின் வளங்களை நிர்வகித்தல் போன்ற கருத்துகளை உள்ளடக்கியது.
- ❖ பின்வரும் அட்டவணை வரலாற்றின் மூலம் தொழில்முனைவோர் மற்றும் தொழில்முனைவோர் என்ற வார்த்தையின் மேம்பாடுகளைக் காட்டுகிறது.



### தொழில்முனைவோர் கருத்தாக்கத்தின் மேம்பாடு:

நேரம்	தொழில்முனைவோரின் வரையறை'	TCA
இடைக்காலம்	பெரிய அளவிலான திட்டங்களுக்கு பொறுப்பான நபர்	
17 ஆம் நூற்றாண்டு	அரசாங்கத்துடனான பெரிய, நிலையான விலை உடன்படிக்கைகளில் இழப்பு ஏற்படும் அபாயம் உள்ள நபர்	
1725	மூலதனத்தை வழங்கும் நபர் (ரிச்சர்ட் கான்டிலன்)க்கு மாறாக, அபாயங்களைத் தாங்கும் நபர்	
1803	தொழில்முனைவோரின் லாபத்தை அனுபவிக்கும் நபர், மூலதனத்தை வழங்குவதன் லாபத்தை அனுபவிக்கும் நபர் (ஜீன் பாப்டிஸ்ட் சே)	
1876	வழங்கப்பட்ட மூலதனத்திலிருந்து வட்டி பெறும் நபருக்கு மாறாக நிர்வாகத் திறன்களிலிருந்து இலாபம் பெறும் நபர் (பிரான்சிஸ் வாக்கர்)	
1934	முயற்சிக்கப்படாத தொழில்நுட்பத்தை உருவாக்கும் கண்டுபிடிப்பாளர் (ஜோசப் ஷம்பீட்டர்)	
1961	ஆற்றல் மிக்க, மிதமான ஆபத்தை எடுப்பவர் (டேவிட் மெக்லேலண்ட்)	
1964	வாய்ப்புகளை அதிகப்படுத்தும் நபர் (பீட்டர் ட்ரக்கர்)	



1975	முன்முயற்சி எடுக்கும் நபர் சில சமூக மற்றும் பொருளாதார வழிமுறைகளை ஒழுங்கமைத்து தோல்வியின் அபாயங்களை ஏற்றுக்கொள்கிறார் (ஆல்பர்ட் ஷ்பெரோ )
1985	தேவையான நேரத்தையும் முயற்சியையும் செலவழித்து, அதனுடன் வரும் நிதி, உளவியல் மற்றும் சமூக அபாயங்களைக் கருதி, பண மற்றும் தனிப்பட்ட திருப்திக்கான வெகுமதிகளைப் பெறுவதன் மூலம் மதிப்புடன் வித்தியாசமான ஒன்றை உருவாக்கும் நபர் (ராபர்ட் ஹெஸ்ரிச் )

**தொழில்முனைவோர் மற்றும் தொழில்முனைவு பற்றிய சில உண்மைகள்:**

- ❖ **E:** தேவைகள், தேவைகள் மற்றும் சிக்கல்களை ஆராய்ந்து, தேவைகள் மற்றும் தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படும் மற்றும் சிக்கல்களை சமாளிக்கும் விதத்தை எவ்வாறு மேம்படுத்தலாம் என்பதைப் பார்க்கவும்.
- ❖ **N:** சாத்தியமான வாய்ப்புகளை ஒரு குறிப்பிட்ட "சிறந்த" வாய்ப்பாக சுருக்கவும்.
- ❖ **T:** புதுமையான யோசனைகளை பற்றி சிந்தித்து அவற்றை "சிறந்த" யோசனைக்கு சுருக்கவும்.
- ❖ **R:** வாய்ப்பையும் யோசனையையும் முழுமையாக ஆராயுங்கள்.
- ❖ **E:** அவர்கள் கண்டுபிடிக்கக்கூடிய ஆலோசனை மற்றும் உதவிக்கான சிறந்த ஆதாரங்களைப் பட்டியலிடவும்.
- ❖ **P:** அவர்களின் முயற்சிகளைத் திட்டமிடுங்கள் மற்றும் ஏற்படக்கூடிய சாத்தியமான சிக்கல்களைத் தேடுங்கள்.
- ❖ **R:** அபாயங்கள் மற்றும் சாத்தியமான வெகுமதிகளை வரிசைப்படுத்துங்கள்.
- ❖ **E:** அபாயங்கள் மற்றும் சாத்தியமான வெகுமதிகளை மதிப்பீடு செய்து, செயல்படுவது அல்லது செயல்படாதது என்ற முடிவை எடுக்கவும்.
- ❖ **N:** ஒரு யோசனையை அவர்கள் எவ்வளவு விரும்பினாலும், அது வேலை செய்யாது என்று ஆராய்ச்சி காட்டினால், அதை ஒருபோதும் பிடித்துக் கொள்ளாதீர்கள்.
- ❖ **E:** முயற்சி வெற்றிபெற தேவையான ஆதாரங்களைப் பயன்படுத்தவும்.
- ❖ **U:** அவர்கள் தங்கள் முயற்சியை வெற்றிபெற நீண்ட மற்றும் கடினமாக உழைக்க வேண்டும் என்பதை புரிந்து கொள்ளுங்கள்.
- ❖ **R:** அவர்களின் வெற்றிகரமான முயற்சிகளை இருந்து சாதனை உணர்வை உணர்ந்து, அவர்களின் தோல்விகளில் இருந்து கற்றுக் கொண்டு எதிர்காலத்தில் வெற்றியை அடைய அவர்களுக்கு உதவுங்கள்.



TCA

#### 5.1.4. தொழில்முனைவின் முக்கியத்துவம்

- ❖ தொழில்மயமாதல் மற்றும் மேம்பாடுக்கான உந்து சக்தியாக செயல்படும், பொருளாதார மேம்பாடுகளை வளர்ப்பதில் தொழில்முனைவு பெரும் முக்கியத்துவத்தை கொண்டுள்ளது.
- ❖ ஜோசப் ஷூம்பீட்டரின் கூற்றுப்படி, ஒரு நாட்டின் பொருளாதார முன்னேற்றம் அதன் கண்டுபிடிப்புக்கான திறனுடன் உள்ளார்ந்த முறையில் பிணைக்கப்பட்டுள்ளது, இது அதன் மக்கள்தொகைக்குள் தொழில்முனைவோர் திறமைகளை விநியோகிப்பதில் உள்ளது.
- ❖ தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் இன்றியமையாததாக இருந்தாலும், பொருளாதார மேம்பாடுக்கான அவர்களின் மாற்றம், மூலதனம், உழைப்பு மற்றும் தொழில்நுட்பத்தை திறம்பட ஒழுங்கமைத்து பயன்படுத்தும் தனிநபர்களின் தொழில் முனைவோர் புத்திசாலித்தனத்தை சார்ந்துள்ளது.
- ❖ சாதகமான பொருளாதார நிலைமைகளை மட்டுமே அடிப்படையாக்க கொண்டு பொருளாதார மேம்பாடு தன்னிச்சையாக ஏற்படாது என்பதை நிபுணர்கள் வலியுறுத்துகின்றனர். இது ஒரு வினையூக்கியாக தொழில் முனைவோர் செயல்பாடு தேவைப்படுகிறது.
- ❖ செழிப்பான நாடுகளில் காணப்படும் ஏராளமான நடவடிக்கைகள் தொழில்முனைவோர் இருப்பதன் காரணமாக இருக்கலாம். தொழில்முனைவு ஒரு அருவமான காரணியாக இருப்பது நகரும் சக்தி மற்றும் மேம்பாடு அதன் விளைவாகும்.
- ❖ பெரிய சமூக-பொருளாதார பிரச்சனைகளை எதிர்கொள்ளும் இந்தியா போன்ற வளரும் தேசத்தின் சூழலில் இது ஒரு முக்கிய பங்கைக் கொண்டுள்ளது. தொழில்முனைவு ஒரு நாட்டின் தொழில்துறை துறையில் மட்டுமல்ல, பண்ணை மற்றும் சேவைத் துறைகளிலும் முக்கிய பங்கு வகிக்க முடியும்.
- ❖ ஒரு அமெரிக்க இதழ் "The Economist" (1999) சமீபத்தில் கூறியது, "புதுமை 20 ஆம் நூற்றாண்டின் பிற்பகுதியில் தொழில்துறை மதமாக மாறியுள்ளது". இன்றைய மேலாளர்களுக்கும் தொழிலதிபர்களுக்கும் நிர்வாகத் திறன் மட்டுமல்ல, தொழில் முனைவோர் திறனும் தேவை என்பது பெருகிய முறையில் உணரப்பட்டு வருகிறது.
- ❖ தொழில்முனைவு என்பது கற்பித்தல் மற்றும் பயிற்சியின் மூலம் ஒரு திறமையாக மாற்றப்பட வேண்டும். வழக்கமான முறையில் நிர்வகிக்கப்படும் ஒரு சாதாரண நிறுவனத்தை எப்படி தொழில் முனைவோர் அமைப்பாக மாற்றுவது என்பது தொழில்முனைவோர் திறமைக்குத் தெரியும்.

நிறுவனத்தில் உள்ளவர்கள் பயிற்சி பெறலாம்:

- ❖ வாய்ப்புகளை குறைத்தல்;
- ❖ வாய்ப்புகள் மற்றும் வெகுமதிகளைப் பயன்படுத்துங்கள்;
- ❖ தோல்வியின் விளைவுகளை குறைக்க;



☎ 95665 35080

# PG TRB

G.O No. 219

New Syllabus

## வணிகவியல்



UNIT-V (Volume-2)


ENTREPRENEURIAL DEVELOPMENT &  
INTERNATIONAL BUSINESS

*Your Success is Our Goal...*

SERVICES AVAILABLE FOR PG TRB EXAM

- ◆ Material for All 10 Units
- ◆ E-Book for Psychology & Education Methodology
- ◆ E-Book for GK
- ◆ Online Recorded Video Classes
- ◆ Online Test
- ◆ Question Bank
- ◆ Regular Classes

tcaexamguide 

Teacher's Care Academy 

www.tcaexamguide.com 

tcaexamguide@gmail.com 

---

# **COMMERCE (TM)**

**ENTREPRENEURIAL DEVELOPMENT AND  
INTERNATIONAL BUSINESS**

---

## **PG TRB (2025-2026)**

---

**UNIT - 5 (VOL-2)**

**FIRST EDITION**



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**

38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502

Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

---

**Branch Office : 65C, Thillai Ngr(West), 4<sup>th</sup> Cross St, Trichy (76399 67359)**

**Branch Office: Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem (93602 68118)**

---

## INDEX

S. No	Chapter	Pg No
5.6.	செலுத்தல்களின் இருப்பு - அறிமுகம்	1
	5.6.1. செலுத்தல்களின் இருப்பு (BOP) - பொருள்	1
	5.6.2. தயாரிப்பின் நோக்கம்	3
	5.6.3. செலுத்தல்களின் இருப்பு அம்சங்கள்	4
	5.6.4. செலுத்தல்களின் இருப்பு கூறுகள்	8
	5.6.5. வணிக இருப்பு(BOT)	19
	5.6.6. வரிகள் - ஒதுக்கீடுகள் மற்றும் உரிமங்கள்	32
	5.6.7. பலதரப்பு உடன்படிக்கைகள் மற்றும் நிறுவனங்கள்	70
	5.6.8. பயிற்சி	84
5.7.	பொருளாதார ஒருங்கிணைப்பு வடிவங்கள் - அறிமுகம்	85
	5.7.1. பொருளாதார ஒருங்கிணைப்பு - பொருள் மற்றும் வரையறை	87
	5.7.2. பொருளாதார ஒருங்கிணைப்பின் நோக்கங்கள்	91
	5.7.3. பொருளாதார ஒருங்கிணைப்பின் உள்ளடக்கங்கள்	91
	5.7.4. பொருளாதார ஒருங்கிணைப்பின் நன்மைகள்	92
	5.7.5. பொருளாதார ஒருங்கிணைப்பின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	94
	5.7.6. பொருளாதார ஒருங்கிணைப்பு வடிவங்கள்: சுதந்திர வணிகப் பகுதி, சுங்க ஒன்றியம், பொதுச் சந்தை மற்றும் பொருளாதாரம்	95
	5.7.7. பயிற்சிகள்	103
5.8.	மண்டல பகுதிகள் - அறிமுகம்	105
	5.8.1. மண்டல வணிக பகுதிகள் - பொருள்	108
	5.8.2. வணிக பகுதிகளின் நன்மைகள்	110
	5.8.3. வணிக பகுதிகளின் விளைவுகள்	111
	5.8.4. மண்டல வணிக பகுதிகள் மற்றும் வணிக உருவாக்கம்	112
	5.8.5 மண்டல வணிக பகுதிகளின் வகைகள்	118
	5.8.6. மண்டல வணிக பகுதிகளின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	122
	5.8.7. வளர்ந்த மற்றும் வளரும் நாடுகள்	129
	5.8.8. வட அமெரிக்க சுதந்திர வணிக உடன்படிக்கை - (NAFTA)	140

5.8.9. ஐரோப்பிய ஒன்றியம் - (EU)	146
5.8.10. மண்டல ஒத்துழைப்புக்கான தெற்காசிய சங்கம் (SAARC)	158
5.8.11. தென்கிழக்கு ஆசிய நாடுகளின் சங்கம் (ASEAN)	166
5.8.12. பிரேசில், ரஷ்யா, இந்தியா, சீனா மற்றும் தென்னாப்பிரிக்கா (BRICS)	176
5.8.13. பெட்ரோலியம் ஏற்றுமதி செய்யும் நாடுகளின் அமைப்பு (OPEC)	186
5.8.14. IMF தோற்றுவிப்பு பங்கு வகிக்கிறது	193
5.8.15 உலக வங்கி மற்றும் அதன் துணை நிறுவனங்கள்	206
5.8.16. பயிற்சிகள்	295
மாதிரி பயிற்சிகள்	296-310

## SYLLABUS

**Entrepreneurship: Meaning, Characteristics and types - Entrepreneur: Traits, Classification and Functions - Idea Generation - Identification of Business Opportunities - Design Thinking: Meaning and Process - MSME: Definition, Importance of MSME for Economic Growth - Role of banks in EDP - Role of SIDCO - SIPCOT in Tamil Nadu - Government Schemes - Prime Minister Employment Generation Programme - Problems of small Entrepreneurs - Women Entrepreneurship in India: Incentives and Subsidies.**

**International Business - Meaning - Nature - Scope and Importance - Stages of Interantionalisation of business - Methods of entry into foreign marks: Licensing - Franchising - Joint Ventures - Strategic Alliances - Subsidiaries and Acquisitions - Balance of Payments and Institutions: Economic Integration - Forms: Free Trade Area, Customs Union, Common Market and Economic Union-Regional Blocks: Developed and Developing Countries - NAFTA - EU - SAARC, ASEAN-BRICS - OPEC - Promotional role played by IMF- World Bank and its affiliates - IFC, MIGA and ICSID - ADB - Regulatory role played WTO and UNCTAD.**

# TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM (TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)



## HEAD OFFICE

**NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080**

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359  
B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

## **PG -TRB COMMERCE** **UNIT-5 (Vol2)**

### **தொழில்முனைவோர் மேம்பாடு மற்றும் சர்வதேச வணிகம்**

#### **5.6. செலுத்தல்களின் இருப்பு - அறிமுகம்**

- ❖ சமகால உலகில், பன்னாட்டு வணிகம் ஒவ்வொரு பொருளாதாரத்திற்கும் முதுகெலும்பாக உள்ளது. உலகில் எந்தப் பொருளாதாரமும் உலகின் பிற பகுதிகளிலிருந்து துண்டிக்கப்படவில்லை.
- ❖ பல்வேறு நாடுகளுக்கிடையேயான பன்னாட்டு வணிகமானது, பன்னாட்டு எல்லைகள் மற்றும் பிரதேசங்களில் மூலதனம், பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிமாற்றம் தொடர்பான நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கியது, இதன் விளைவாக அந்நிய செலாவணியின் வரவு மற்றும் வெளியேற்றம்.
- ❖ எனவே, ஒரு குறிப்பிட்ட நேரத்தில் அந்நியச் செலாவணியின் நிகர நிலையை அறிய, வெவ்வேறு நாடுகளுக்கு இடையேயான பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் முறையான பதிவை உருவாக்குவது அவசியம்.
- ❖ மற்ற நாடுகளுடனான அனைத்து பண நடவடிக்கைகளையும் பதிவு செய்வதன் மூலம் பேமெண்ட் பேலன்ஸ் குறிப்பிட்ட நோக்கத்திற்கு உதவுகிறது.

Balance of Payments (BoP) is an important economic parameter, crucial for an economy. It offers critical insights into a country's economic health, guiding policymakers in shaping effective fiscal and trade policies. This article aims to study in detail the Balance of Payments (BoP), its meaning, components, and related concepts such as Balance of Trade (BoT), Disequilibrium in Balance of Payments, and Measures to tackle it.

#### **5.6.1. செலுத்தல்களின் இருப்பு (BOP) - பொருள்**

- ❖ பணம் செலுத்தும் இருப்பு என்பது ஒரு நாட்டில் வசிப்பவர்களுக்கும் வெளி நாடுகளில் வசிப்பவர்களுக்கும் ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் நடக்கும் அனைத்து பொருளாதார

நடவடிக்கைகளின் முறையான பதிவைக் குறிக்கிறது.

- ❖ உதாரணமாக, ஒரு வருடம். ஒரு நாட்டில் வசிப்பவர்களால் ஏற்றுமதி செய்யப்பட்ட பொருட்கள், வழங்கப்பட்ட சேவைகள் மற்றும் பெறப்பட்ட மூலதனம் மற்றும் இறக்குமதி செய்யப்பட்ட பொருட்கள், வழங்கப்பட்ட சேவைகள் மற்றும் வெளிநாடுகளில் வசிக்காதவர்கள் அல்லது வெளிநாட்டினருக்கு மாற்றப்பட்ட மூலதனம் ஆகியவற்றின் மூலம் பெறப்பட்ட அனைத்து ரசீதுகள் மற்றும் செலுத்தல்களின் வகைப்படுத்தப்பட்ட பதிவேடு உள்ளது. நாடு.
- ❖ ஏற்றுமதி அதிகரித்து பண மதிப்பிழப்பு ஏற்பட்டால் பேமெண்ட் பேலன்ஸ் சாதகமாக இருக்கும் – (UGC NET – 2012), 2022, 2023.
- ❖ செலுத்தல்களின் இருப்பு என்பது ஒரு நாட்டிற்கும் (தனியார் துறை மற்றும் அரசு) மற்றும் வெளிநாடுகளுக்கு இடையேயான நிதியின் இயக்கத்தில் நேரடித் தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும் அனைத்து கொடுப்பனவுகளையும் பதிவு செய்வதற்கான ஒரு புத்தக பராமரிப்பு அமைப்பாகும்.
- ❖ செலுத்தல்களின் இருப்பு காணக்கூடிய வணிகத்தின் இருப்பு, கண்ணுக்குத் தெரியாத வணிகம் அல்லது சேவைகளின் இருப்பு மற்றும் வெவ்வேறு நாடுகளுக்கு இடையிலான மூலதனப் பரிமாற்றங்களைப் பதிவு செய்கிறது.
- ❖ அனைத்து நடவடிக்கைகளும் கணக்கில் வரவு வைக்கப்பட்ட அந்நியச் செலாவணி வரவுக்கு வழிவகுத்தன. இவ்வாறு, பேலன்ஸ் ஆஃப் பேமெண்ட் கணக்கில் உள்ள வேறுபாடு மூன்று நிலைகளைக் காண்பிக்கும்:
  - ❖ அ) சமப்படுத்தப்பட்ட
  - ❖ ஆ) சாதகமான மற்றும்
  - ❖ இ) சாதகமற்றது.



- (a) பணம் செலுத்தும் சமநிலை = அந்நிய செலாவணியின் வரவு = அந்நிய செலாவணியின் வெளியேற்றம்
- (b) செலுத்தல்களின் சாதகமான இருப்பு = அந்நிய செலாவணியின் வரத்து > அந்நிய செலாவணியின் வெளியேற்றம்
- (c) செலுத்தல்களின் சாதகமற்ற இருப்பு = அந்நியச் செலாவணியின் வெளியேற்றம் > அந்நியச் செலாவணியின் வரத்து

**செலுத்தல்களின் இருப்பு வரையறை**

- 1) **CB Kindle Berger** இன் வார்த்தைகளில் : "ஒரு நாட்டின் செலுத்தல்களின் இருப்பு என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் அறிக்கையிடலில் வசிப்பவர்களுக்கும் வெளிநாடுகளில் வசிப்பவர்களுக்கும் இடையிலான அனைத்து பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் முறையான பதிவாகும்."
- 2) "செலுத்தல்களின் இருப்பு என்பது ஒரு புள்ளிவிவர அறிக்கையாகும், இது ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு, உலகின் பிற பகுதிகளுடன் பொருளாதாரத்தின் பொருளாதார நடவடிக்கைகளை சுருக்கமாகக் கூறுகிறது."



- 3) பன்னாட்டு நாணய நிதியம் - "செலுத்தல் சமநிலை என்பது உலகின் பிற நாடுகளுடன் ஒரு நாட்டின் பன்னாட்டு நடவடிக்கைகளின் பதிவேடு".
- 4) பொருளாதார ஒத்துழைப்பு மற்றும் மேம்பாட்டிற்கான அமைப்பு : வேறுவிதமாகக் கூறினால், பணம் செலுத்தும் இருப்பு வெளிநாட்டில் பணம் எவ்வாறு செலவிடப்படுகிறது மற்றும் உள்நாட்டில் பணம் எவ்வாறு பெறப்படுகிறது என்பதைக் காட்டுகிறது.

### 5.6.2. தயாரிப்பின் நோக்கம்

- ❖ செலுத்தல்களின் இருப்பு ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் ஒரு நிறுவனத்தில் நிகழும் பண நகர்வுகளின் நிகர விளைவை வெளிப்படுத்தும் நிறுவனத்தின் ரசீதுகள் மற்றும் கொடுப்பனவு கணக்குகளைப் போலவே ஒரு நாட்டின் பன்னாட்டு வணிகத்தின் பண நிலையை பகுப்பாய்வு செய்வதற்கான முதன்மைக் கருவியாக பணம் செலுத்தும் இருப்பு உள்ளது.
- ❖ நாட்டின் பணவியல், நிதி மற்றும் வணிகக் கொள்கைகளை வடிவமைப்பதில் செலுத்தல்களின் இருப்பு உதவுகிறது. கொள்கை முடிவுகளை எடுப்பதில் அதன் முக்கியமான வணிக பங்காளிகளின் பேலன்ஸ் பேமெண்ட் நிலையை அரசாங்கம் உன்னிப்பாகக் கவனிக்கிறது.
- ❖ ஒரு நாடு அதன் மேம்பாடுக்கு பணம் செலுத்த போதுமான பொருளாதார உற்பத்தியை உற்பத்தி செய்கிறது என்பதை இது வெளிப்படுத்துகிறது. இது ஒவ்வொரு காலாண்டிற்கும் அல்லது ஒரு வருடத்திற்கும் பதிவாகும்.

### BOP ஆல் வெளியிடப்பட்ட நிகர முடிவு

- ❖ செலுத்தும் உபரியின் இருப்பு, நாட்டின் ஏற்றுமதிகள் அதன் இறக்குமதிகளை விட அதிகமாக இருப்பதையும், அதன் அரசாங்கமும் குடியிருப்பாளர்களும் சேமிப்பாளர்களாக இருப்பதையும் குறிக்கிறது.
- ❖ அதன் உள்நாட்டு உற்பத்திக்கு செலுத்த போதுமான மூலதனம் இருக்கும் நிலையில் அவர்கள் உள்ளனர். நாடு தனது தயாரிப்புகளை வாங்கும் பிற நாடுகளுக்குக் கூட கடன் கொடுக்க முடியும்.
- ❖ இதன் விளைவாக, இது குறுகிய காலத்தில் பொருளாதார மேம்பாடுகளை அதிகரிக்கிறது. நீண்ட காலத்தில் அதிக ஏற்றுமதி காரணமாக நாடு அதிக பொருளாதார மேம்பாடுகளை அடைகிறது. இது வலுவான உள்நாட்டு சந்தையை உருவாக்குகிறது.
- ❖ இது மாற்று விகித ஏற்ற இறக்கங்களில் இருந்து பொருளாதாரத்தை பாதுகாக்கிறது. ஒரு செலுத்தல்களின் இருப்புபற்றாக்குறையானது, ஏற்றுமதியை விட நாட்டின் இறக்குமதி அதிகமாக இருப்பதை சுட்டிக்காட்டுகிறது. இந்தச் சூழல் அந்நாட்டை மற்ற நாடுகளிடம் இருந்து கடன் வாங்கத் தூண்டுகிறது.
- ❖ குறுகிய காலத்தில் பொருளாதார மேம்பாடுகளை உருவாக்குகிறது. எதிர்காலத்தில் எதிர்மார்க்கும் சம்பளத்தை குழந்தைகளின் பள்ளிக் கட்டணத்தைச் செலுத்த வங்கியில் இருந்து கல்விக் கடன் பெறுவது போன்றதுதான் கடனைத் திருப்பிச் செலுத்த உதவும்.



TCA

- ❖ பன்னாட்டு நாணய நிதியத்தின் வரையறையின்படி, "குறிப்பிட்ட காலத்திற்கான செலுத்தல்களின் இருப்பு என்பது அறிக்கையிடும் நாடுகளில் வசிப்பவர்களிடையே நடந்த அனைத்து பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் முறையான பதிவாகும்."
- ❖ டொமினி சால்வடோரின் வார்த்தைகளில், "வரியின் இருப்பு என்பது ஒரு சுருக்கமான அறிக்கையாகும், இதில் ஒரு நாட்டில் வசிப்பவரின் அனைத்து பதிவுகளும் மற்ற அனைத்து நாடுகளிலும் வசிப்பவர்களுடன் ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில், பொதுவாக ஒரு காலண்டர் ஆண்டில் பதிவு செய்யப்படுகின்றன."



TCA

### 5.6.3. செலுத்தல்களின் இருப்பு - சிறப்பியல்புகள்

செலுத்தல்களின் முக்கிய சிறப்பியல்புகள் பின்வருமாறு.

1. இது ஒரு நாட்டிற்கும் உலகின் சில நாடுகளுக்கும் இடையிலான அனைத்து பொருளாதார நடவடிக்கைகளின் முறையான பதிவாகும்
2. இது மூன்று மாதங்கள் அல்லது பன்னிரண்டு மாதங்கள், அதாவது பொதுவாக 12 மாதங்கள் வரை தயாரிக்கப்படுகிறது
3. இதில் காணக்கூடிய மற்றும் கண்ணுக்கு தெரியாத அனைத்து ரசீதுகள் மற்றும் கொடுப்பனவுகள் உள்ளன
4. நடப்புக் கணக்கு மற்றும் மூலதனக் கணக்கில் பதிவுசெய்யப்பட்ட அனைத்து பொருளாதார நடவடிக்கைகளும் இதில் அடங்கும்
5. பொருளாதார நடவடிக்கைகள் புத்தகம் வைத்திருப்பதன் இரட்டை நுழைவு கொள்கையின்படி பதிவு செய்யப்படுகின்றன. அதன்படி, ரசீதுகள் கிரெடிட் பக்கத்திலும், கொடுப்பனவுகள் டெபிட் பக்கத்திலும் பதிவு செய்யப்படுகின்றன
6. இது வெளிநாட்டு வணிகத்தில் ஒரு நாட்டின் நிலையைக் குறிக்கிறது
7. வெளிநாடுகளில் இருந்து பெறப்படும் மொத்த ரசீதுகள், வெளிநாடுகளுக்கான மொத்தப் பணம் செலுத்துவதை விட அதிகமாக இருக்கும்போது, BOP சாதகமான அல்லது உபரி நிலையைக் காட்டுகிறது. வெளிநாடுகளில் இருந்து வரும் ரசீதுகள் வெளிநாடுகளுக்கு செலுத்தும் தொகையை விட குறைவாக இருக்கும் போது, BOP சாதகமற்றதாக அல்லது பற்றாக்குறையாக இருப்பதாக கூறப்படுகிறது.
8. தெர்மோமீட்டர் மனித உடலின் வெப்பநிலையைக் குறிப்பிடுவது போல BOP நிலை நாட்டின் பொருளாதார ஆரோக்கியத்தைக் காட்டுகிறது. சாதகமான BOP பொருளாதார செழிப்பைக் குறிக்கிறது, அதே சமயம் சாதகமற்ற கொடுப்பனவு சமநிலை ஒரு நாட்டின் பொருளாதார பலவீனத்தைக் காட்டுகிறது

செலுத்தல்களின் சமநிலையின் முக்கியத்துவம்

- ❖ செலுத்தல்களின் இருப்பு உண்மையில் அறிக்கையிடும் நாட்டின் பன்னாட்டு கடன் நிலையை அளவிடுகிறது.

- ❖ வளரும் நாடுகளின் சூழலில், வளர்ந்த நாடுகளால் வழங்கப்படும் நிதி உதவியை நாடு சார்ந்திருப்பதன் அளவைக் கொடுப்பனவு சமநிலை காட்டுகிறது.
- ❖ பொருளாதார நடவடிக்கைகள் பேலன்ஸ் ஆஃப் பேமென்ட்டின் கீழ் வரும் பல்வேறு நாணயங்களின் தேவை மற்றும் விநியோகத்தை உருவாக்கும்.
- ❖ பிற நாணயங்களுடனான நாட்டின் நாணயத்தின் மாற்று விகிதத்தை நிர்ணயிப்பதில் செலுத்தல்களின் இருப்பு உதவியாக இருக்கும். செலுத்தல்களின் உபரியானது வெளிநாட்டு கையிருப்புகளுடன் கூடுதலாக விளைகிறது, இது இந்திய நாணயத்திற்கான தேவையை உருவாக்கும், இது இறுதியில் INR இன் மதிப்பிற்கு வழிவகுக்கும்.
- ❖ இதேபோல், அமெரிக்க டாலருக்கான தேவையை உருவாக்கும் பேலன்ஸ் பேமென்ட் பற்றாக்குறையின் காரணமாக அந்நிய கையிருப்பு குறைந்து INR மதிப்பு குறையும். பேலன்ஸ் பேலன்ஸ் நிலையில் உள்ள சாதகமான மற்றும் பாதகமான போக்குகள் நாட்டின் பணவியல் கொள்கை, நிதிக் கொள்கை, வெளிநாட்டு வணிகக் கொள்கை போன்றவற்றை உருவாக்குவதை பாதிக்கிறது.

**Double entry system:** Receipts and payments record is maintained on the basis of double entry system.

**Systematic Record:** Balance of payments records systematically all economic transactions related to goods, services and capital transfers.

**Comprehensive:** Balance of Payments consists of three main parts: Current Account, Capital Account and Official reserves settlement balance.

**Specified period of time:** Balance of Payments records transactions that occur within given year.

**All Transactions:** Balance of Payments records transactions of Government agencies as well as business sector with rest of the world.

**செலுத்தல் சமநிலையை பாதிக்கும் காரணிகள்**

- ❖ பணம் செலுத்தும் இருப்பு நாட்டின் பொருளாதார செயல்திறன் மற்றும் எண்ணற்ற காரணிகளால் பாதிக்கப்படும் பிற நாடுகளைச் சார்ந்திருப்பதைக் காட்டுகிறது. மிகவும் செல்வாக்கு செலுத்தும் சில காரணிகள் பின்வருமாறு விவாதிக்கப்படுகின்றன:

1. **வணிக தடைகள்:**

- ❖ வணிக தடைகள் ஒரு நாட்டின் இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதியை கணிசமாக பாதிக்கிறது. ஏற்றுமதி செய்யும் நாட்டிற்கு எதிராக வெளிநாடுகளால் விதிக்கப்படும் வணிக தடைகள் அதிகமாக இருந்தால், ஏற்றுமதி செய்யும் நாடு வழங்கும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான தேவை குறைவாக இருக்கும்.

❖ இறக்குமதியை கட்டுப்படுத்தவும், ஏற்றுமதிக்கு மானியம் வழங்கவும் வெளிநாட்டு தேசத்தின் வெளிநாட்டு வணிகக் கொள்கையானது உள்நாட்டு நாட்டில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் விலைகளை மாற்றும், இது இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதியை உள்நாட்டு பொருளாதாரத்திற்கு அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ ஈர்க்கும்.

## 2. பணவீக்க விகிதம்:

❖ மற்ற பொருளாதாரங்களுக்கு எதிராக உள்நாட்டுப் பொருளாதாரத்தில் பணவீக்க விகிதம் உள்நாட்டு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் வணிக செயல்திறன் மற்றும் பன்னாட்டு போட்டித்தன்மையை பாதிக்கிறது.

❖ உள்நாட்டு நாட்டில் அதிக பணவீக்க விகிதம் உள்நாட்டு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான குறைந்த தேவை காரணமாக ஏற்றுமதியில் சரிவை ஏற்படுத்தும். மறுபுறம், இது உள்நாட்டில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்களை விட ஒப்பீட்டளவில் மலிவான இறக்குமதி செய்யப்பட்ட பொருட்களின் தேவையை அதிகரிக்கும்.

## 3. மாற்று விகிதம்:

❖ பிற நாணயங்களுடன் ஒப்பிடும்போது உள்நாட்டு நாட்டின் நாணயத்தின் மதிப்பும் செலுத்தும் இருப்பு நிலையை பாதிக்கிறது. உள்நாட்டு நாணயத்தின் குறைந்த மதிப்பு, குறைந்த பன்னாட்டு விலையில் ஏற்றுமதி நடவடிக்கைகளை செட்டில் செய்வதற்கு வசதியாக இருக்கும்.

❖ இது இறுதியில் ஏற்றுமதி செய்யும் நாட்டின் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான தேவையை அதிகரிக்கிறது. மறுபுறம், இது எதிர்மறையாகவும் பாதிக்கலாம் மற்றும் உள்நாட்டு நாட்டிற்கு இறக்குமதியை விரும்பத்தக்கதாக மாற்றலாம்.

## 4. வெளிநாட்டினரின் வருமானம்:

❖ வருமானம் அதிகரிப்பதால், நுகர்வு அளவும் (பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான செலவு) அதிகரித்து அதிக இறக்குமதிக்கு வழிவகுக்கும் என்பது அனைவரும் அறிந்த உண்மை.



☎ 95665 35080

❖ எனவே, உள்நாட்டு நாடு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை ஏற்றுமதி செய்யப் போகும் வெளிநாட்டு நாட்டில் வசிப்பவர்களின் வாழ்க்கைத் தரம் மற்றும் வருமான மட்டத்தில் அதிகரிப்பு ஏற்றுமதி செய்யும் நாட்டின் கொடுப்பனவு சமநிலையை சாதகமாக பாதிக்கிறது.

## 5. தேசிய வருமானம் :

❖ உள்நாட்டு நாட்டின் வருமான நிலை (தேசிய வருமானம்) அதிகரிக்கும் போது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் அதிக இறக்குமதியை அனுபவிக்க முடியும்.

❖ இறக்குமதி செய்யும் நாடு, வெளிநாட்டு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான அதிகரித்த தேவையை பிரதிபலிக்கும் சாதகமற்ற கட்டண சமநிலை நிலையை எதிர்கொள்ளும்.

#### 6. அரசாங்கக் கொள்கைகள்:

❖ ஏற்றுமதி ஊக்குவிப்பு அல்லது இறக்குமதி மாற்றீடு போன்ற உள்நாட்டு நாட்டின் அரசாங்கக் கொள்கைகள் அதன் பேலன்ஸ் பேலன்ஸ் நிலையில் குறிப்பிடத்தக்க தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன.

❖ அரசாங்கம் அவர்களுக்கு மானியங்களை வழங்குவதால், உள்நாட்டு நிறுவனங்கள் உலகளாவிய போட்டியாளர்களை விட ஒப்பீட்டளவில் குறைந்த விலையில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை உற்பத்தி செய்ய முடியும். வெளிநாட்டுப் பொருளாதாரங்களில் இருந்து வசூலிக்கப்படும் குறைந்த விலையானது, உலகச் சந்தையில் ஒரு பெரிய பங்கை உள்நாட்டு நாடு கைப்பற்ற உதவுகிறது.

❖ மறுபுறம், அரசாங்கம் வரி விதிப்பதன் மூலமும், இறக்குமதி செய்யப்பட்ட பொருட்களின் ஒதுக்கீட்டை நிர்ணயிப்பதன் மூலமும் இறக்குமதியைக் கட்டுப்படுத்தினால், வெளிநாட்டுப் பொருட்களின் விலைகள் அதிகரிக்கும், இதன் விளைவாக உள்நாட்டில் உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கு அதிக தேவை ஏற்படும். இது உள்நாட்டு நாட்டின் கட்டணச் சமநிலையின் சாதகமான நிலைக்கு வழிவகுக்கிறது.

#### 7. மேம்பாடு நடவடிக்கைகள்:

❖ தொழில்துறை மற்றும் போக்குவரத்து துறைகளை விரிவுபடுத்துவதற்கான பெட்ரோலியப் பொருட்களின் இறக்குமதி செலவினங்களில் கணிசமான அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ளது.

❖ இயந்திரங்கள், மின் உபகரணங்கள், உலோகங்கள் மற்றும் போக்குவரத்து சாதனங்கள் போன்ற மூலதனப் பொருட்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய வளரும் நாடுகள் வளர்ந்த நாடுகளைச் சார்ந்துள்ளன.

❖ இந்த அனைத்து மேம்பாடு நடவடிக்கைகளும் உள்நாட்டு நாணயத்தின் பெரும் வெளிச்செல்லும் மற்றும் இறக்குமதி கொடுப்பனவுகளைச் செய்வதற்கான வெளிநாட்டு நாணயத்தின் தேவை வளரும் பொருளாதாரங்களின் பேமெண்ட் பேலன்ஸ் கணக்கில் பற்றாக்குறைக்கு வழிவகுக்கிறது.

❖ உள்நாட்டிலும் வெளிநாட்டிலும் உள்ள பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்திச் செலவு, சுழற்சி ஏற்ற இறக்கங்கள், அரசியல் குழப்பம் போன்றவை நாட்டின் கொடுப்பனவு சமநிலையை பாதிக்கும் பிற காரணிகள்.

#### செலுத்தல்களின் இருப்பு - (BOP) முக்கியத்துவம்

1. ஒரு நாட்டின் நிதி மற்றும் பொருளாதார நிலையை சித்தரிக்கிறது.

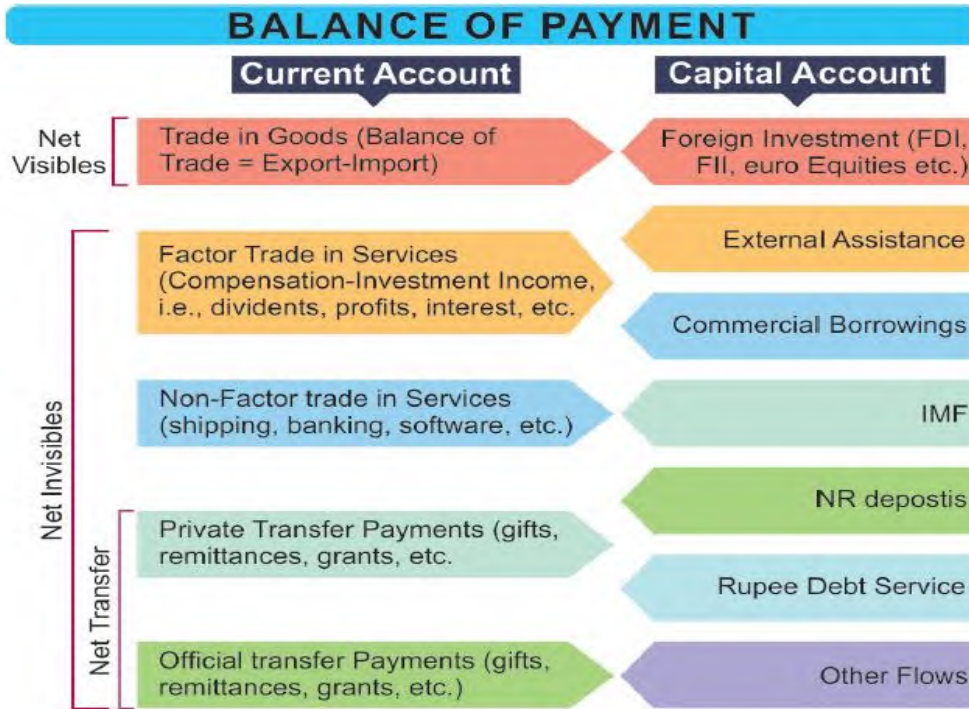


TCA

2. நாட்டின் நாணய மதிப்பு உயர்கிறதா அல்லது குறைகிறதா என்பதைத் தீர்மானிக்க ஒரு குறிகாட்டியாகப் பயன்படுத்தலாம்.
3. நிதி மற்றும் வணிகக் கொள்கைகளைத் தீர்மானிக்க அரசாங்கத்திற்கு உதவுகிறது. மற்ற நாடுகளுடனான ஒரு நாட்டின் பொருளாதார நடவடிக்கைகளை பகுப்பாய்வு செய்வதற்கும் புரிந்துகொள்வதற்கும் முக்கியமான தகவல்களை வழங்குகிறது.

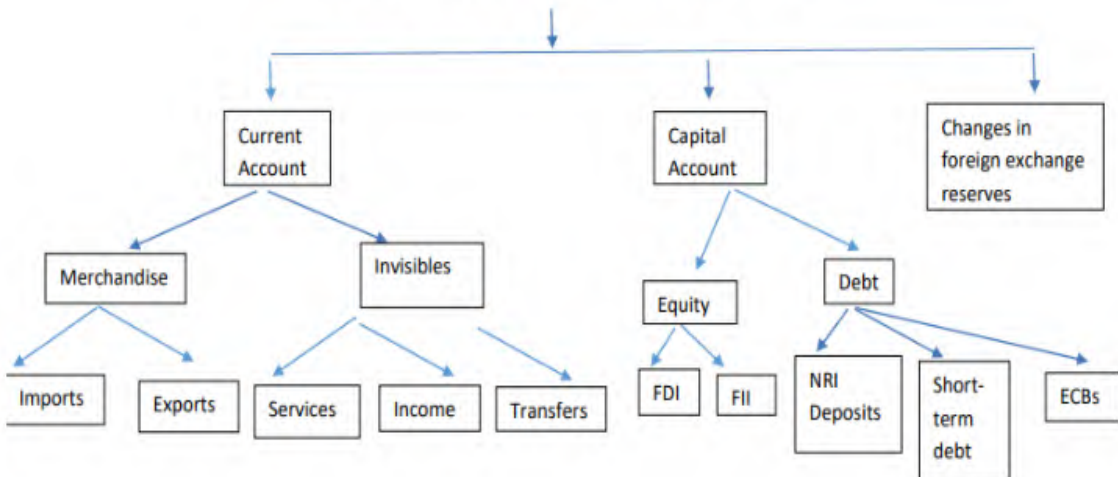
#### 5.6.4. செலுத்தல்களின் இருப்பு கூறுகள்

பேலன்ஸ் ஆஃப் பேமென்ட்டின் (BoP) கூறுகள் பின்வரும் பிரிவுகளில் விவரிக்கப்பட்டுள்ளன:



95665 35080

#### Major components of Balance of Payments



1) **நடப்புக் கணக்கு** : ஒரு குறிப்பிட்ட காலப்பகுதியில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் வணிகம், முதலீட்டு வருமானம் மற்றும் இடமாற்றங்கள் தொடர்பான நடவடிக்கைகளின் ரசீதுகள் மற்றும் செலுத்தல்களின் பதிவேடு இருப்பு கணக்கு. நடப்புக் கணக்கு, சரக்கு வணிகத்தின் இருப்பு (பொருட்கள்), சேவைகளின் வணிக இருப்பு, நிகர முதலீட்டு வருமானம் மற்றும் ஒருதலைப்பட்ச பரிமாற்றங்கள் ஆகியவற்றைச் சேர்ப்பதன் மூலம் கணக்கிடப்படுகிறது.

**Current account = Trade balances + Net Services + Net Investment Income + Net Transfers – UGC NET 2017, 2023**

நடப்புக் கணக்கின் முக்கிய கூறுகள் பின்வருமாறு: (i) வணிகத்தின் இருப்பு (ii) கண்ணுக்குத் தெரியாத வணிகத்தின் இருப்பு (iii) ஒருதலைப்பட்ச பரிமாற்றங்கள் (iv) நிகர வருமானம் பின்வருமாறு விளக்கப்பட்டுள்ளது:

(i) **வணிக இருப்பு** :

- ❖ பென்ஹாமின் வார்த்தைகளில் , "ஒரு நாட்டின் வணிக இருப்பு என்பது அதன் ஏற்றுமதி மற்றும் பெளதீக பொருட்களின் இறக்குமதியின் மதிப்புகளுக்கு இடையேயான ஒரு காலகட்டத்தின் உறவாகும்".
- ❖ **வணிகத்தின் இருப்பு = காணக்கூடிய ஏற்றுமதி - காணக்கூடிய இறக்குமதிகள்**
- ❖ **காணக்கூடிய வணிகத்தின் இருப்பு அல்லது சரக்கு வணிகத்தின் இருப்பு அல்லது வணிக இருப்பு** என்றும் அழைக்கப்படுகிறது .
- ❖ **வணிக இருப்பு** என்பது நடப்புக் கணக்கின் முக்கிய அங்கமாகும், இது பொருட்களின் மொத்த ஏற்றுமதியிலிருந்து பொருட்களின் மொத்த இறக்குமதியைக் கழிப்பதன் மூலம் கணக்கிடப்படுகிறது. **வணிக இருப்பு சாதகமாகவோ அல்லது பாதகமாகவோ இருக்கலாம்**

(a) ஏற்றுமதி ரசீதுகளை விட சரக்கு இறக்குமதி கொடுப்பனவுகள் அதிகமாக இருந்தால், அந்த நாட்டில் வணிக பற்றாக்குறை உள்ளது.



TCA

(b) சரக்கு ஏற்றுமதி ரசீதுகள் இறக்குமதி கொடுப்பனவுகளை விட அதிகமாக இருந்தால், அந்த நாடு வணிக உபரியாக உள்ளது.

(ii) **கண்ணுக்கு தெரியாத வணிகத்தின் இருப்பு (சேவைகள்)** :

- ❖ சேவைகளில் முக்கியமாக பயணம் மற்றும் சுற்றுலா, போக்குவரத்து, ராயல்டி, கட்டுமானம், தகவல் தொடர்பு, வங்கி, காப்பீடு, தொழில்முறை மற்றும் பிற சேவைகள் அடங்கும். உலகின் பிற நாடுகளால் பெறப்படும் சேவைகளின் ஏற்றுமதி ரசீதுகளிலிருந்து பிற நாடுகளில் இருந்து பெறப்பட்ட சேவைகளின் இறக்குமதி கட்டணங்களைக் கழிப்பதன் மூலம் சேவைகளில் வணிகத்தின் இருப்பு அளவிடப்படுகிறது.

**நிகர சேவைகள் = ஏற்றுமதி – சேவைகளின் இறக்குமதி**

(iii) இடமாற்றங்கள் (தனிப்பட்ட மற்றும் உத்தியோகபூர்வ) :

- ❖ இடமாற்றங்கள் தனிப்பட்ட மற்றும் உத்தியோகபூர்வ இடமாற்றங்கள் இரண்டையும் உள்ளடக்கிய எந்தவொரு கருத்தில் இல்லாமல் ஒருதலைப்பட்சமான நடவடிக்கைகளைக் குறிக்கின்றன.
- ❖ தனிப்பட்ட இடமாற்றங்களில் முக்கியமாக பரிசுகள், நன்கொடைகள், மானியங்கள், புலம்பெயர்ந்தோர் மூலம் தனிப்பட்ட பணம் அனுப்புதல், சேமிப்புகளை திருப்பி அனுப்புதல் போன்றவை அடங்கும்.
- ❖ உத்தியோகபூர்வ இடமாற்றங்கள் மானியங்கள், நன்கொடைகள் மற்றும் இருதரப்பு மற்றும் பலதரப்பு நிறுவனங்களிடமிருந்து அரசாங்கத்தால் பெறப்பட்ட அல்லது வழங்கப்படும்.
- ❖ நிகர பரிமாற்றம் என்பது ஒருதலைப்பட்சமான இடமாற்றங்கள் காரணமாக உலகின் பிற பகுதிகளிலிருந்து பெறப்பட்ட ரசீதுகள் மற்றும் பணம் செலுத்துதல் ஆகியவற்றில் உள்ள வேறுபாட்டால் குறிப்பிடப்படுகிறது.



TCA

(iv) நிகர முதலீட்டு வருமானம் :

- ❖ நிகர முதலீட்டு வருமானம் என்பது வெளிநாட்டு மூலதன நடவடிக்கையின் சேவைக்கான வட்டி, ஈவுத்தொகை மற்றும் லாபம் போன்ற வடிவங்களில் வருமானத்தை உள்ளடக்கியது.
- ❖ முதலீட்டு வருமான ரசீதுகளில் குடியரிமை பெறாதவர்களுக்கான கடன்கள், ஈவுத்தொகை மற்றும் வெளிநாட்டு முதலீட்டில் பெறப்பட்ட லாபம் மற்றும் மறுமுதலீடு செய்யப்பட்ட வருவாய் போன்றவை அடங்கும்.
- ❖ முதலீட்டு வருமானக் கொடுப்பனவுகளில் கடனீட்டுப் பத்திரங்கள் மற்றும் குடியரிமை இல்லாத பங்குதாரர்களுக்கு வட்டி செலுத்துதல், ஈவுத்தொகை மற்றும் லாபம் ஆகியவை அடங்கும். முதலியன
- ❖ நடப்புக் கணக்கு இருப்பு, நடப்புக் கணக்கு பற்றாக்குறை (CAD) அல்லது நடப்புக் கணக்கு உபரி என பெயரிடப்படலாம்.

(a) பொருட்கள், சேவைகள், இடமாற்றங்கள் மற்றும் முதலீட்டு வருமானம் ஆகியவற்றின் ஏற்றுமதிக்கான ரசீதுகள், பொருட்கள், சேவைகள், இடமாற்றங்கள் மற்றும் முதலீட்டு வருமானம் ஆகியவற்றின் இறக்குமதிக்கு செலுத்தப்படும் தொகையை விட அதிகமாக இருந்தால், நாடு நடப்புக் கணக்கு உபரியாக இருக்கும் .

(b) மறுபுறம், சரக்குகள், சேவைகள், இடமாற்றங்கள் மற்றும் முதலீட்டு வருமானம் ஆகியவற்றின் இறக்குமதிக்கான கொடுப்பனவுகள் சரக்குகள், சேவைகள், பரிமாற்றங்கள் மற்றும் முதலீட்டு வருமானங்களின் ஏற்றுமதி ரசீதுகளை விட அதிகமாக இருக்கும்போது நடப்புக் கணக்குப் பற்றாக்குறை (CAD) ஏற்படுகிறது.



## 2) மூலதனக் கணக்கு :

- ❖ ஒரு நாடு நடப்புக் கணக்குப் பற்றாக்குறையை (சிஏடி) எதிர்கொண்டால், அந்நாட்டிற்கு வெளிநாட்டு மூலதனத்தை அதிகரிக்க வேண்டிய அவசியம் உள்ளது.
- ❖ மூலதனக் கணக்கு என்பது சொந்த நாட்டிற்குப் பாயும் அனைத்து வெளிநாட்டு நாணயங்களையும் மூலதன முதலீடுகளின் வடிவத்தில் வெளிநாட்டு நாட்டிற்குப் பாயும் உள்நாட்டு நாணயத்தையும் பதிவு செய்யும் கணக்கு.
- ❖ இவ்வாறு மூலதனக் கணக்கு உள்நாட்டு நாட்டிற்கும் வெளிநாட்டு நாடுகளுக்கும் இடையிலான மூலதனத்தின் ஓட்டத்தை விவரிக்கிறது.

**Capital Account = Net Foreign Direct Investment + Foreign Portfolio Investment + Banking** The components that are reported in the capital account are; **Capital and Loans + ECB & Trade credits**

- ❖ மூலதனக் கணக்கின் முக்கிய கூறுகள் பின்வருமாறு:
- ❖ அ) வெளி உதவி
- ❖ ஆ) வெளி வணிகக் கடன்கள்
- ❖ இ) குறுகிய கால கடன்
- ❖ ஈ) வங்கி மூலதனம்
- ❖ இ) வெளிநாட்டு முதலீடு
- ❖ f) பிற மூலதனம் பின்வருமாறு விளக்கப்பட்டுள்ளது:



TCA

### a) வெளி உதவி :

- ❖ வெளிநாட்டு உதவி என்பது இந்தியாவினால் வழங்கப்படும் நிதி உதவி அல்லது வெளிநாட்டு அரசாங்கங்களுக்கு கடன் மற்றும் வெளிநாட்டு அரசாங்கங்கள் பல்வேறு உடன்படிக்கைகளின் கீழ் இந்தியாவிற்கு வழங்கும் கடன்கள் மற்றும் அத்தகைய கடன்களை திருப்பிச் செலுத்துதல் ஆகியவற்றைக் குறிக்கிறது.

### b) வெளிப்புற வணிகக் கடன்கள் (ECBs) :

- ❖ வெளிநாட்டு முதலீட்டை விட ஒப்பீட்டளவில் குறைவான நிலையற்ற மூலதனக் கணக்கின் மற்றொரு முக்கிய அங்கமாக வெளி வணிகக் கடன்கள் (ECB) உள்ளது.
- ❖ ECB என்பது நடுத்தர/நீண்ட கால கடன்கள், வணிக காகிதம், பத்திரங்கள், கடன், குறிப்புகள் போன்றவற்றின் வடிவத்தில் இந்திய நிறுவனத்தால் வெளிநாட்டிலிருந்து கடன் வாங்கப்பட்ட பணத்தை குறிக்கிறது.



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**  
38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502  
Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

**2025-2026**

# PG TRB

**G.O No. 219**

**New Syllabus**


# வணிகவியல்

**UNIT-VIII (Volume-1)**  
**COST & MANAGEMENT ACCOUNTING**


*Your Success is Our Goal...*

**SERVICES AVAILABLE FOR PG TRB EXAM**

- ◆ Material for All 10 Units
- ◆ E-Book for Psychology & Education Methodology
- ◆ E-Book for GK
- ◆ Online Recorded Video Classes
- ◆ Online Test
- ◆ Question Bank
- ◆ Regular Classes

tcaexamguide 

Teacher's Care Academy 

www.tcaexamguide.com 

tcaexamguide@gmail.com 

# COMMERCE

அடக்கசெலவு மற்றும் மேலாண்மை கணக்கியல்  
(COST AND MANAGEMENT ACCOUNTING)

## PG TRB (2025-2026)

### UNIT – 8 (VOLUME 1)

### FIRST EDITION



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**

38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502

Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

Branch Office : 65C, Thillai Ngr(West), 4<sup>th</sup> Cross St, Trichy (76399 67359)

Branch Office: Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem (93602 68118)

## INDEX

S.No.	CONTENT	PG.No.
8.1.	அடக்கசெலவு கணக்கியல்	1
8.2.	மேலாண்மை கணக்கியல்	1
8.1.1.	அடக்கசெலவு கணக்கியல்	1
	8.1.1.1. அறிமுகம்	1
	8.1.1.2. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் பரிணாமம்	2
	8.1.1.3. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் வளர்ச்சி	3
	8.1.1.4. அடக்கசெலவின் பொருள்	4
	8.1.1.5. அடக்கசெலவினத்தின் மூலப்பொருள்கள்	5
	8.1.1.6. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் மூலப்பொருள்கள்	5
	8.1.1.7. வரையறை	6
	8.1.1.8. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் நோக்கங்கள்	11
	8.1.1.9. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் அடிப்படைக் கோட்பாடுகள்	12
	8.1.1.10. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் முக்கியத்துவம்:	14
	8.1.1.11. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகள்	15
	8.1.1.12. அடக்கசெலவு கணக்கின் வீச்செல்லை	17
	8.1.1.13. அடக்கசெலவுக் கணக்கிற்கு எதிரான ஆட்சேபனைகள்:	18
	8.1.1.14. அடக்கசெலவு முறையை செயல்படுத்துதல்	19
	8.1.1.15. அடக்கசெலவு முறையைச் செயல்படுத்துவதில் உள்ள நடைமுறைச் வினாக்கள்	20
	8.1.1.16. ஒரு நல்ல அடக்கசெலவு கணக்கியல் அமைப்பின் அத்தியாவசியங்கள்	21

	8.1.1.17. நிதிக் கணக்கியலுக்கும் அடக்கசெலவுக் கணக்கியலுக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடு	22
	8.1.1.18. அடக்கசெலவு அமைப்பு அல்லது அடக்கசெலவு கணக்கியல் அமைப்பின் நிறுவல்	23
	8.1.1.19 அடக்கசெலவு கணக்கியலுக்கான நிதி மற்றும் மேலாண்மை கணக்கியலின் உறவு	24
	8.1.1.20 .பல தேர்வு வினாக்கள்	26
<b>8.1.2.</b>	<b>அடக்கசெலவுக்கான முறைகள் மற்றும் தொழில்நுட்பங்கள்</b>	<b>27</b>
	8.1.2.1. வெவ்வேறு அடக்கசெலவு கருத்துக்கள்	27
	8.1.2.2. அடக்கசெலவு, செலவுகள், இழப்பு	29
	8.1.2.3. அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் கருத்தின் சிறப்பியல்புகள்	31
	8.1.2.4. அடக்கசெலவு கருத்து மற்றும் பொருத்தமான மரபு	32
	8.1.2.5. அடக்கசெலவு முறைகள்	34
	8.1.2.6. தொழில்நுட்பங்கள் அல்லது அடக்கசெலவு வகைகள்	37
	8.1.2.7. பல தேர்வு வினாக்கள்	38
<b>8.1.3.</b>	<b>அடக்கசெலவின் வகைப்பாடு - மூலப்பொருள்கள் - உழைப்பு - மறைமுக அடக்கசெலவு செலவு</b>	<b>39</b>
	8.1.3.1. அடக்கசெலவின் வகைப்பாடு	39
	8.1.3.1.1. நேரடி மற்றும் மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளாக வகைப்படுத்துதல்	40
	8.1.3.1.2. நிலையான மற்றும் மாறக்கூடிய அடக்கசெலவுகளாக வகைப்படுத்துதல்	41
	8.1.3.1.3. கண்டறிதல்யான மற்றும் அதிகாரபூர்வமான அடக்கசெலவுகளாக வகைப்படுத்துதல்:	44
	8.1.3.1.4. தயாரிப்பு அடக்கசெலவுகள் மற்றும் காலச் அடக்கசெலவுகள் என வகைப்படுத்துதல்:	44

8.1.3.1.5. கட்டுப்படுத்தக்கூடிய மற்றும் கட்டுப்படுத்த முடியாத அடக்கசெலவுகளாக வகைப்படுத்துதல்:	45
8.1.3.1.6. வரலாற்றுச் அடக்கசெலவுகள் மற்றும் முன்னரே தீர்மானிக்கப்பட்ட அடக்கசெலவுகள் என வகைப்படுத்துதல்:	46
8.1.3.1.7. சாதாரண மற்றும் அசாதாரண அடக்கசெலவுகளாக வகைப்படுத்துதல்:	47
8.1.3.1.8. அடக்கசெலவின் இயற்கையான வகைப்பாடு	47
8.1.3.1.9. நிர்வாக முடிவெடுப்பதற்கான சிறப்புச் அடக்கசெலவு	53
8.1.3.1.10. மூலப்பொருள்கள் விலைக் கணக்கில் கூட்டுக்கப்படாது:	57
8.1.3.1.11. தயாரிப்புக்கான தடமறிதல் போக்கின் நுண்படி	58
8.1.3.1.12. தயாரிப்புடன் தொடர்பு:	59
8.1.3.1.13. தயாரிப்பு அடக்கசெலவுகள் மற்றும் காலச் அடக்கசெலவுகளின் விளைவு:	61
8.1.3.1.14. அடக்கசெலவுகளின் செயல்பாட்டு வகைப்பாடு:	61
8.1.3.1.15. கணக்கியல் காலத்துடனான உறவு:	62
8.1.3.1.16. பல தேர்வு வினாக்கள்	65
8.1.3.2. மூலப்பொருள்கள்	66
8.1.3.2.1. மூலப்பொருள்கள் கட்டுப்பாடு	66
8.1.3.2.2. பண்டக பராமரிப்புமற்றும் சரக்கிருப்பு கட்டுப்பாடு அல்லது வணிக சரக்கிருப்பு கட்டுப்பாடு	72
8.1.3.2.3. மூலப்பொருள்கள் வெளியீடுகளின் விலை நிர்ணய முறைகள்	82
8.1.3.2.4. மூலப்பொருள்கள் இழப்புகள்	85
8.1.3.2.5. பல தேர்வு வினாக்கள்	87
8.1.3.3. தொழிலாளர் அல்லது உழைப்பு	88
8.1.3.3.1. கணக்கீடு மற்றும் கட்டுப்பாடு அல்லது தொழிலாளர் அடக்கசெலவு	88

8.1.3.3.2. பணியாளர் துறை	92
8.1.3.3.3. தொழிலாளர் சுழற்சி	92
8.1.3.3.4 இன்ஜினியரிங் மற்றும் ஒர்க் ஸ்டடி துறை	96
8.1.3.3.5. நேரத்தைக் காக்கும் துறை	96
8.1.3.3.6. பே ரோல் துறை	98
8.1.3.3.7. அடக்கசெலவு கணக்கியல் துறை	98
8.1.3.3.8. ஊதியம் மற்றும் ஊக்கத்தொகை	99
8.1.3.3.9. பல தேர்வு வினாக்கள்	107
8.1.3.4. மறைமுக அடக்கசெலவுகள்:	109
8.1.3.4.1. அறிமுகம்:	109
8.1.3.4.2. பொருள் மற்றும் வரையறைகள்	109
8.1.3.4.3. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவின் முக்கியத்துவம்	111
8.1.3.4.4. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளின் வகைப்பாடு	111
8.1.3.4.5. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளின் குறியீட்டு முறை	122
8.1.3.4.6. அடக்கசெலவு அலகுக்கு மறைமுக அடக்கசெலவு உற்பத்திகளை இணைப்பதற்கான நடைமுறை	123
8.1.3.4.7. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளின் துறைமயமாக்கல்	126
8.1.3.4.8. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளின் ஒதுக்கீடு	128
8.1.3.4.9. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளின் பகிர்வு	128
8.1.3.4.10. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளின் முதன்மை விநியோகம்	129
8.1.3.4.11. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளின் இரண்டாம் நிலை விநியோகம்	132

	8.1.3.4.12. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளை உறிஞ்சுதல்	136
	8.1.3.4.13. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளை உறிஞ்சும் முறைகள்	139
	8.1.3.4.14. இயந்திர மணி நேரம்முறை	143
	8.1.3.4.15. மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளின் உறிஞ்சுதலின் கீழ் மற்றும் மேல் உறிஞ்சுதல்	147
	8.1.3.4.16. நிர்வாக மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகள்	149
	8.1.3.4.17. விற்பனை மற்றும் விநியோகம் மறைமுக அடக்கசெலவுகள்	153
	8.1.3.4.18. ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டு அடக்கசெலவுகள்	157
	8.1.3.4.19. பல தேர்வு வினாக்கள்	161
<b>8.1.4.</b>	<b>அடக்கசெலவு தாள்</b>	<b>163</b>
	8.1.4.1. அறிமுகம்	163
	8.1.4.2. அடக்கசெலவு தாளின் நோக்கங்கள்	164
	8.1.4.3. அடக்கசெலவுத் தாளில் அடக்கசெலவுத் தலைப்புகள்	164
	8.1.4.4. அடக்கசெலவுத் தாள்/அறிக்கை	168
	8.1.4.5. நடைமுறைச் வினாக்கள்	172
	8.1.4.6. பல தேர்வு வினாக்கள்	182
<b>8.1.5</b>	<b>பணி அடக்கசெலவு</b>	<b>183</b>
	8.1.5.1. அறிமுகம்	183
	8.1.5.2. பணி அடக்கசெலவின் பொருள்	184
	8.1.5.3. பணி அடக்கசெலவு கொள்கைகள்	185
	8.1.5.4. பணி அடக்கசெலவு செயல்முறை	185
	8.1.5.5. பணி அடக்கசெலவுக்கான பொருத்தம்	185
	8.1.5.5. பணி அடக்கசெலவின் சிறப்பியல்புகள்	186
	8.1.5.6. பணி அடக்கசெலவுக்கான நோக்கங்கள்	186



	8.1.5.7. பணி அடக்கசெலவின் நன்மைகள்	186
	8.1.5.8. பணி அடக்கசெலவுகளின் தீமைகள்	186
	8.1.5.9. பணி அடக்கசெலவு செயல்முறை	187
	8.1.5.10. நடைமுறை வினாக்கள்	190
<b>8.1.6.</b>	<b>செயல்முறை அடக்கசெலவு</b>	<b>196</b>
	8.1.6.2. பொருள்:	197
	8.1.6.3. செயல்முறை அடக்கசெலவுக்கான பொதுக் கோட்பாடுகள்	197
	8.1.6.4. செயல்முறை அடக்கசெலவின் சிறப்பியல்புகள்	198
	8.1.6.5. செயல்முறை அடக்கசெலவுகளின் நன்மைகள்	198
	8.1.6.6. செயல்முறை அடக்கசெலவு வரம்பு	199
	8.1.6.7. செயல்முறை அடக்கசெலவியலில் அத்தியாவசிய நிலைகள்	199
	8.1.6.8. செயல்முறை அடக்கசெலவுகள் பயன்படுத்தப்படும் தொழில்கள்	200
	8.1.6.9 . செயல்முறை அடக்கசெலவு மற்றும் பணி அடக்கசெலவு இடையே வேறுபாடு	200
	8.1.6.10. இயல்பான இழப்பு, அசாதாரண இழப்பு, அசாதாரண ஆதாயம் (சமமான உற்பத்தி மற்றும் செயல்முறைகளுக்கு இடையேயான லாபம் தவிர), கழிவு ஸ்கிராப், கெட்டுப்போதல் மற்றும் குறைபாடு:	202
	8.1.6.11. எளிய செயல்முறை கணக்கியல் வினாக்கள்	204
<b>8.1.7.</b>	<b>இணை தயாரிப்புகள் மற்றும் துணை தயாரிப்புகள்</b>	<b>209</b>
	8.1.7.1. இணை தயாரிப்பு அடக்கசெலவு:	209
	8.1.7.1.1. இணைப் பொருட்களின் விலையின் மூலப்பொருள்கள்:	209
	8.1.7.1.2. இணை தயாரிப்பு விலையின் அம்சங்கள்	209
	8.1.7.1.3. இணைச் செலவை ஒதுக்குவதற்கான வெவ்வேறு முறைகள்	210

	8.1.7.1.4. இணைப் பொருட்களின் சிறப்பியல்புகள்:	211
	8.1.7.1.5. இணை தயாரிப்புகளுக்கான கணக்கியல்	211
	8.1.7.2. மூலம் - தயாரிப்பு அடக்கசெலவு	212
	8.1.7.2.1. துணை தயாரிப்புகளின் மூலப்பொருள்கள்	212
	8.1.7.2.2. துணை தயாரிப்பின் அம்சங்கள்:	213
	8.1.7.2.3. துணை தயாரிப்புகளுக்கான கணக்கியல்	213
	8.1.7.2.4 . தயாரிப்புகள் மூலம் கணக்கீடு செய்யும் முறைகள்:	214
	8.1.7.2.5. கூட்டுக தயாரிப்பு மற்றும் தயாரிப்புக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடு	215
	8.1.7.2.6. துணை தயாரிப்புகள் மற்றும் இணை தயாரிப்புகளுக்கான எளிய வினாக்கள்	216
<b>8.1.8</b>	<b>இயக்க அடக்கசெலவு</b>	<b>219</b>
	8.1.8.1. அறிமுகம்	219
	8.1.8.2. செயல்பாட்டின் பொருள்/சேவை அடக்கசெலவு	219
	8.1.8.3. செயல்பாட்டு அடக்கசெலவின் சிறப்பியல்பு அம்சங்கள்	220
<b>8.1.9.</b>	<b>ஒப்பந்த அடக்கசெலவு</b>	<b>220</b>
	8.1.9.1. அறிமுகம்	220
	8.1.9.2. ஒப்பந்தச் அடக்கசெலவுப் பயன்படுத்தப்படும் பணிகள்:	221
	8.1.9.3. ஒப்பந்த அடக்கசெலவின் அம்சங்கள்	221
	8.1.9.4. ஒப்பந்தச் அடக்கசெலவின் குறிப்பிட்ட அம்சங்கள்	221
	8.1.9.5. நன்மைகள்	225
	8.1.9.6. தீமைகள்	226
	8.1.9.7. ஒப்பந்தக் கணக்கில் லாபம் அல்லது இழப்புக்கான சிகிச்சை	226
	8.1.9.8. ஒப்பந்தச் அடக்கசெலவுக்கான வினாக்கள்	228

8.1.10.	தரநிலைஅடக்கசெலவு மற்றும் மாறுபாடு பகுப்பாய்வு (மூலப்பொருள்கள் மற்றும் உழைப்பு மட்டும்)	229
	8.1.10.1. அறிமுகம்	229
	8.1.10.2. தரநிலையின் பொருள்	229
	8.1.10.3.தரநிலைவிலையின் பொருள்	229
	8.1.10.4. தரநிலைஅடக்கசெலவியலின் பொருள்	230
	8.1.10.5. தரநிலை அடக்கசெலவுக்கான பயன்பாடு	231
	8.1.10.6.தரநிலைஅடக்கசெலவு மற்றும் வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாடு	231
	8.1.10.7.தரநிலைஅடக்கசெலவுகள் மற்றும் மதிப்பிடப்பட்ட அடக்கசெலவுகள்	233
	8.1.10.8.தரநிலைஅடக்கசெலவியலின் நன்மைகள்'	233
	8.1.10.9. ஒருதரநிலைஅடக்கசெலவு முறையை நிறுவுதல்	235
	8.1.10.9.1. நேரடிப் பொருட்களுக்கானதரநிலைஅடக்கசெலவு .	237
	8.1.10.9.2. நேரடி தொழிலாளர்களுக்கான தரநிலை அடக்கசெலவு	238
	8.1.10.9.3. ஸ்டாண்டர்ட் மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகள் .	239
	8.1.10.10. மாறுபாடு பகுப்பாய்வு	240
	8.1.10.10.1. நேரடி மூலப்பொருள்கள் மாறுபாடுகள்.	241
	8.1.10.10.2. நேரடி தொழிலாளர் மாறுபாடுகள்	244
	8.1.10.11. பலதரப்பட்ட வினாக்கள்	251
8.1.11.	செயல்பாடு அடிப்படையிலான அடக்கசெலவு (ABC)	252
	8.1.11.1. அறிமுகம்	252
	8.1.11.2. வரையறை	253
	8.1.11.3. செயல்பாட்டின் அடிப்படையிலான அடக்கசெலவுகளின் விளக்கம்	253

8.1.11.4. பாரம்பரிய அடக்கசெலவு மற்றும் செயல்பாடு அடிப்படையிலான விலைக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடு	255
8.1.11.5. செயல்பாடு அடிப்படையிலான அடக்கசெலவு முறையின் வளர்ச்சியைத் தூண்டும் காரணிகள்	255
8.1.11.6. செயல்பாட்டின் அடிப்படையிலான அடக்கசெலவினத்தின் முக்கியத்துவம்	256
8.1.11.7. ஏபிசி சிஸ்டத்தின் நன்மை	257
8.1.11.8. நடவடிக்கை அடிப்படையிலான செலவில் முக்கியமான விதிமுறைகள்	258
8.1.11.9. நடவடிக்கை அடிப்படையிலான செலவில் பின்பற்றுவதற்கான படிகள்	259
8.1.11.10. தேவை அல்லது செயல்பாடுகளின் மூலப்பொருள்கள்-அடிப்படையிலான அடக்கசெலவு	259
8.1.11.12. ஏபிசி சிஸ்டத்தின் வரம்புகள்	260
பல தேர்வு வினாக்கள்	260

## SYLLABUS

**Introduction to Cost Accounting – Methods and Techniques of Costing –Classification of cost – Materials – Labour – Overheads – Cost sheet – Job Costing – Process Costing – Joint Products and By-Products – Operating Costing – Contract Costing – Standard costing and Variance Analysis (Material and Labour only) – Activity Based Costing. Introduction to Management Accounting – Functions and Benefits of Management accounting – Analysis and Interpretation of Financial statements: Comparative statements, Common size statements and Trend analysis – Ratios – Funds flow statement – Cash Flow Statement as per AS 3 – Budgets and Budgetary control – Marginal Costing and Break – Even analysis.**

## REFERENCE BOOK:

### **COST ACCOUNTING**

- 1) Jain S.P. and Narang K.L. Cost Accounting. New Delhi.
- 2) Khanna B.S., Pandey I.M., Ahuja G.K., and Arora M.N., Practical Costing, , New Delhi.
- 3) Dr.S.N. Maheswari, Principles of Cost Accounting, New Delhi.
- 4) T.S. Reddy and Y. Hari Prasad Reddy, Chennai.
- 5) S.P. Iyengar, Cost Accounting, New Delhi.
- 6) Polimeni, Cost Accounting: Concepts and Applications for Managerial Decision Making, New York, McGraw–Hill, Noida.
- 7) Jain S.P. and Narang K.L. Cost Accounting, , New Delhi.
- 8) V.K.Saxena and C.D. Vashist, Cost Accounting, , New Delhi.
- 9) Murthy A &Gurusamy S, Cost Accounting, Chennai.
- 10) Prasad. N.K and Prasad.V.K, Cost Accounting, Book Syndicate, Bangladesh.

### **MANAGEMENT ACCOUNTING**

- 1) Jain S.P. & Narang K.L. (2018) Cost and Management Accounting,
- 2) Rds. Maheswari, Cost and Management Accounting, New Delhi.
- 3) Sharma and Shashi K. Gupta, Management Accounting,
- 4) Jenitra L Mervin, Daslton L Cecil, Management Accounting,
- 5) T.S.Reddy& Y. Hari Prasad Reddy, Management Accounting,
- 6) Chadwick – The Essence of Management Accounting
- 7) Charles T.Horngren and Gary N. Sundem–Introduction to Management Accounting,
- 8) Murthy A and GurusamyS, Management Accounting- Theory &Practice
- 9) Hansen - Mowen, Cost Management Accounting and Control,
- 10) N.P. Srinivasan, Management Accounting,

### **MORE REFERENCE:**

- PGTRB Previous Year Question Papers
- UGC NET Previous Year Question Papers

# TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM

(TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)



## HEAD OFFICE

NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359  
B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

## PG TRB COMMERCE

### UNIT - VIII (vol -1)



TCA

### அடக்கசெலவு மற்றும் மேலாண்மை கணக்கியல்

#### 8.1 அடக்கசெலவு கணக்கியல்

அடக்கசெலவு கணக்கியலுக்கான அறிமுகம் - அடக்கசெலவினத்தின் முறைகள் மற்றும் நுட்பங்கள் - அடக்கசெலவு வகைப்பாடு - மூலப்பொருள்கள் - உழைப்பு - மறைமுக அடக்கசெலவுகள் - அடக்கசெலவுத் தாள் - பணி அடக்கசெலவு - செயல்முறை அடக்கசெலவு - இணை தயாரிப்புகள் மற்றும் துணை தயாரிப்புகள் - இயக்க அடக்கசெலவு - ஒப்பந்த அடக்கசெலவு - தரநிலை அடக்கசெலவு மற்றும் மாறுபாடு பகுப்பாய்வு (மூலப்பொருள்கள்கள் மற்றும் தொழிலாளர் மட்டும்) - செயல்பாடு அடிப்படையிலான அடக்கசெலவு.

#### 8.2 மேலாண்மை கணக்கியல்

மேலாண்மை கணக்கியல் அறிமுகம் - மேலாண்மை கணக்கியலின் செயல்பாடுகள் மற்றும் நன்மைகள் - நிதி அறிக்கைகளின் பகுப்பாய்வு மற்றும் விளக்கம்: ஒப்பீட்டு அறிக்கைகள், பொதுவான அளவு அறிக்கைகள் மற்றும் போக்கு பகுப்பாய்வு - விகிதங்கள் - நிதி ஓட்ட அறிக்கை - AS 3 இன் படி ரொக்க ஓட்ட அறிக்கை - வரவு செலவு திட்ட மற்றும் வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாடு - விளிம்புநிலை அடக்கசெலவு மற்றும் சம-முறிவு பகுப்பாய்வு.

### 8.1 1. அடக்கசெலவு கணக்கியல்

#### 8.1.1.1. அறிமுகம்

- கணக்கியலின் முதன்மை நோக்கம் ஒரு பொருளாதார/வணிக நடவடிக்கை தொடர்பான நிதி தகவலை வழங்குவதாகும். இது ஒரு வணிகத்தின் செயல்பாடுகளைத் திட்டமிடுவதற்கும் கட்டுப்படுத்துவதற்கும், அத்துடன் நிதி வழங்கும் அல்லது ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளில் பல்வேறு ஆர்வங்களைக் கொண்டவர்களுக்கும் நிர்வாகத்தால் நிதித் தகவலை அளவிடுதல், பதிவு செய்தல் மற்றும் புகாரளிப்பதில்

அக்கறை கொண்டுள்ளது. தயாரிப்பு அடக்கசெலவுகள் மற்றும் செயல்திறனை அளவிடுவதற்கும், நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளை கட்டுப்படுத்துவதற்கும் தகவலை வழங்கும் கணக்கியல் அமைப்பு அடக்கசெலவு கணக்கியல் என்று அழைக்கப்படுகிறது.

- திட்டமிடல், ஒழுங்கமைத்தல், கட்டுப்படுத்துதல், இயக்குதல், ஒருங்கிணைத்தல் மற்றும் முடிவெடுத்தல் போன்ற அதன் செயல்பாடுகளை திறம்பட நிறைவேற்றுவதற்கு நிர்வாகத்திற்குத் தேவையான சரியான தகவலை வழங்குவதற்கு கணக்கியலின் முக்கியமான துறைகளில் ஒன்று அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் ஆகும். இது சம்பந்தமாக, நிதிக் கணக்கியல் என்பது, லாபம் மற்றும் இழப்புக் கணக்கியல் மற்றும் இருப்புத் தாள்களைத் தயாரிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்ட பதிவேடுகளைப் பற்றியது. இது ஒரு பொதுவான வழியில் நிறுவனத்தைப் பற்றிய தகவல்களை வழங்குகிறது.
- அதன்படி, நிறுவனங்கள் சட்டம் மற்றும் வருமான வரிச் சட்டத்தின் தேவைக்கேற்ப நிதிக் கணக்கியல்கள் தயாரிக்கப்படுகின்றன. நிதிக் கணக்கியலின் முக்கிய நோக்கம், ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு ஒட்டுமொத்தமாக ஒரு நிறுவனத்தின் லாபம் அல்லது இழப்பைக் கண்டறிவதாகும் . எனவே, நிதிக் கணக்கியல் நிர்வாகத்தின் தேவைகளை திறம்பட கட்டுப்படுத்துதல், விலைகளை நிர்ணயம் செய்தல், எதிர்கால நடவடிக்கைகளுக்கு பயனுள்ள திட்டத்தை உருவாக்குதல் மற்றும் பல்வேறு கொள்கை முடிவுகளை உருவாக்குதல் போன்றவற்றுக்கு உதவாது. நிதிக் கணக்கியலின் வரம்புகளைக் கடக்க, அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் என்பது தயாரிப்பு அல்லது சேவைகளின் ஒரு அலகு பற்றிய விரிவான தகவலுக்கான நிர்வாகத்தின் தேவைகளுக்குப் பதிலளிக்கும் சமீபத்திய வளர்ச்சியாகும்.
- ஒவ்வொரு வணிக நிறுவனமும் நீண்ட காலத்திற்கு லாபம் ஈட்டும் மற்றும் அடக்கசெலவுகளைக் கட்டுக்குள் வைத்திருக்கும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. சமீபத்தில் நிறுவனங்கள் சட்டம் சில உற்பத்தி நிறுவனங்களில் அடக்கசெலவு பதிவேடுகளை வைத்திருப்பதை கட்டாயமாக்கியுள்ளது. சாராம்சத்தில், எனவே அடக்கசெலவு கணக்கியல் இப்போது பெரிய உற்பத்தி மற்றும் உற்பத்தி அல்லாத செயல்பாடுகளால் பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படுகிறது.




☎ 95665 35080

### 8.1.1.2. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் பரிணாமம்

**எடுத்துக்காட்டுகளுக்கு:** சம்பளம், மூலப்பொருள்கள், பிற அடக்கசெலவுகள் போன்றவை. சேவைத் துறையைப் பொறுத்தவரை, அது வழங்கும் சேவைகளின் விலையைக் கண்டறியும் செலவில் அவர்கள் ஆர்வமாக உள்ளனர். ஒரு அலகுக்கான அடக்கசெலவு, மொத்த செலவினத்தை உற்பத்தி அல்லது சேவையின் மொத்த எண்ணிக்கையுடன் பிரிப்பதன் மூலம் கிடைக்கும் . ஒரே ஒரு தயாரிப்பு இருக்கும்போது இந்த முறையைப் பயன்படுத்தலாம். உற்பத்தி நிறுவனம் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட பொருட்களை உற்பத்தி செய்தால், மொத்த செலவை தயாரிப்புகளின் எண்ணிக்கையில் பிரிக்க வேண்டியது அவசியம்.

### 8.1.1.3. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் வளர்ச்சி

- நிறுவன உரிமையாளர்கள், நிர்வாகம், முதலீட்டாளர்கள், கடனாளிகள், அரசு, சரக்கிருப்புச் சந்தை, வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களின் நலனில் ஆர்வமுள்ள அனைத்து தரப்பினருக்கும் வணிகம் தொடர்பான தேவையான தகவல்களை வழங்குவதே எந்தவொரு கணக்கியல் அமைப்பின் அடிப்படை நோக்கமாகும் . அவர்களில் பெரும்பாலோரின் தகவல் தேவைகளை லாபம் மற்றும் இழப்பு கணக்கியல் மற்றும் இருப்புநிலை போன்ற நிதி அறிக்கைகள் மூலம் பூர்த்தி செய்ய முடியும். எவ்வாறாயினும், நிதிநிலை அறிக்கைகளில் கொடுக்கப்பட்டுள்ள தகவல்களின் உதவியுடன் நிர்வாகத்தின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய முடியாது .
  - திட்டமிடல், கட்டுப்பாடு மற்றும் முடிவெடுப்பதற்கான தினசரித் தகவல் . சாத்தியமான அனைத்து விரயங்கள் மற்றும் இழப்புகளைத் தவிர்க்கவும், வணிகத்தின் செயல்திறனை அதிகரிக்கவும் சரியான முடிவை எடுக்க நிர்வாகத்திற்கு பொருத்தமான தகவலை வழங்குவதற்காக, 'அடக்கசெலவு கணக்கியல்' எனப்படும் புதிய கணக்கியல் கிளை உருவாக்கப்பட்டது .
- 

TCA
- தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் அலகு பற்றிய விரிவான தகவலுக்கான மேலாளர்களின் தேவைகளுக்கு பதிலளிக்கும் ஒரு சமீபத்திய வளர்ச்சியாகும் . மனித மறுமலர்ச்சியின் முக்கிய நிகழ்வாக அடக்கசெலவுக் கணக்கியலின் தோற்றம் உள்ளது. மனித நாகரிகத்தின் முன்னேற்றமும் அடக்கசெலவுக் கணக்கியலும் ஏறக்குறைய இணையாக இயங்கி வருகின்றன. கிமு 5000 இல் மெசபடோமியாவில் சுமேரியர்களால் அடக்கசெலவு செய்ததற்கான சான்றுகள் உள்ளன . மற்றும் அது நிச்சயமாக இடைக்காலத்தில் புளோரன்சில் நன்கு வளர்ந்தது.
  - வெவ்வேறு காலகட்டங்களில், குறைந்த பட்சம், வாடிக்கையாளர்களிடம் வசூலிக்கப்படும் விலைகளைக் கண்டறிவதற்காக, மக்கள் அடக்கசெலவுக் கணக்கீட்டின் சில நடவடிக்கைகளைப் பயன்படுத்தினார்கள் என்று கருதுவது நியாயமானது - உற்பத்தி முறையின் விரிவான இயந்திரமயமாக்கல் பெரிய அளவிலான உற்பத்தியை விளைவித்தது.
  - எவ்வாறாயினும், பதினெட்டாம் நூற்றாண்டில் தொழிற்புரட்சி ஏற்படுத்தப்பட்டது, 1805 ஆம் ஆண்டிலேயே தொழிற்சாலை அடக்கசெலவு முறையை நிறுவுவதற்கு இங்கிலாந்து மற்றும் அமெரிக்காவில் சில ஆங்காங்கே முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட்டன . ஆனால் 'முதன்மை அடக்கசெலவு' என்ற கருத்து 1875 ஆம் ஆண்டில் சில தொழிலதிபர்களால் பயன்படுத்தப்பட்டது . முதல் உலகப் போரின் போது அடக்கசெலவுக் கணக்கியலின் வளர்ச்சியானது, அரசாங்கத்தால் விதிக்கப்பட்ட விலைக் கட்டுப்பாடுகள் மற்றும் அடக்கசெலவு-கூட்டுகக்கை ஒப்பந்தங்களின் காரணமாக வேகமாக இருந்தது.
  - அடக்கசெலவு-கூட்டுகக்கை ஒப்பந்தங்களின் அமைப்பு, அடக்கசெலவுப் பதிவேடுகளைப் பராமரித்தல் மற்றும் பணி அல்லது சேவைக்கான செலவைக் கண்டறிதல் ஆகியவற்றை



அவசியமாக்கியது. பெரும் மந்தநிலை 1929 பல தொழில்களின் உயிர்வாழ்வை சவால் செய்தது மற்றும் அவற்றை அடக்கசெலவுக் குறைப்பு நடவடிக்கையில் தள்ளியது . மேலும், இரண்டாம் உலகப் போரின் போதும் அதற்குப் பின்னரும் நிலவிய நிலைமைகள் குறைப்பை முக்கியக் குறிப்பாக மாற்றியது .



- இந்திய அரசு இந்திய நிறுமங்கள் சட்டம், 1956 இன் பிரிவு 233B இன் கீழ் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட அடக்கசெலவுத் தணிக்கையை அறிமுகப்படுத்தியபோது, அதற்கான முக்கியத்துவம் கொடுக்கப்பட்டது . ☎95665 35080
- தற்போது, 42 தயாரிப்புகள் அடக்கசெலவு தணிக்கையின் கீழ் உள்ளன , மேலும் இந்த தயாரிப்புகளை உற்பத்தி செய்யும் நிறுமங்கள் அடக்கசெலவு கணக்கியல் பதிவுகளை பராமரிக்க வேண்டும் மற்றும் அதை அடக்கசெலவு தணிக்கைக்கு உட்படுத்த வேண்டும். காலப்போக்கில், இந்த பாடத்திற்கான பல பங்களிப்புகள் அடக்கசெலவு கணக்கியலை ஒரு சுயாதீன அமைப்பாக ஆக்கியுள்ளன. இது ஒரு முறைப்படுத்தப்பட்ட அறிவுத் தொகுப்பாக வளர்ந்துள்ளது.

#### 8.1.1.4. அடக்கசெலவின் பொருள்

- ஒரு மூலப்பொருள்கள் அல்லது சேவையின் விலையானது அடிப்படையில் அந்த மூலப்பொருள்கள் அல்லது சேவைக்கு ஈடாக கொடுக்கப்பட்ட மதிப்பீடு அல்லது வளங்கள் ஆகும். தொழில்துறை அடிப்படையில், அடக்கசெலவு என்பது ஒரு பொருளின் பணம், சம்பந்தப்பட்ட மூலப்பொருள்கள், முயற்சிகள், அபாயங்கள் மற்றும் வாய்ப்புகள் ஆகியவற்றில் உள்ள மதிப்பு. ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கு செய்யப்படும் முதலீடும் அடக்கசெலவு ஆகும். ஒரு பொருளின் மதிப்பு அதன் பயனின் அளவுகோலாக இருந்தாலும், பணத்தின் அடிப்படையில் அடக்கசெலவு கண்டிப்பாக கணக்கிடப்படுகிறது என்பது குறிப்பிடத்தக்கது. அடக்கசெலவு என்பது பெரும்பாலும் அது வைத்திருக்கும் பல வகைப்பாடுகளுக்கு ஒரு குடைச் சொல்லாகும். இந்த வகைப்பாடுகள் பின்வருமாறு: முதன்மை அடக்கசெலவு; மூழ்கிய அடக்கசெலவு; தொழிற்சாலை அடக்கசெலவு; நேரடி அடக்கசெலவு & மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவு. சிறந்த விளக்கத்திற்கு இருப்புநிலைக் குறிப்பில் அடக்கசெலவின் வகையைக் குறிப்பிடுவது முக்கியம்.
- **எடுத்துக்காட்டு:** ஒரு குறிப்பிட்ட விஷயத்திற்கான 'தியாகம் செய்யப்பட்ட வளம்' என அடக்கசெலவு பொதுவாக வரையறுக்கப்படுகிறது. ஒரு கடிகாரத்தை ₹ 30 க்கு வாங்கினால் , அந்த வாட்சின் விலையாகக் கருதப்படும் டாலர் எண்ணிக்கை . இங்கு கடிகாரம் வாங்க ₹ 300 பலியிடப்படுகிறது. இது எளிமையான உதாரணம், ஆனால் பணத்தின் அடிப்படையில் அளவிடக்கூடிய எதையும் அடக்கசெலவு செய்யலாம்.
- **எடுத்துக்காட்டாக** , ஒரு பீட்சாவைத் தயாரிப்பதற்கான செலவில் மாவு, பிற மூலப்பொருள்கள், உழைப்பு, மின்சாரம் மற்றும் பிற அடக்கசெலவுகள் போன்ற பல்வேறு அடக்கசெலவுகள் அடங்கும். இதேபோல், எந்தவொரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் உற்பத்தி செலவையும் தீர்மானிக்க முடியும்.

### 8.1.1.5. அடக்கசெலவினத்தின் மூலப்பொருள்கள்:

- 'அடக்கசெலவு' என்பது ஒரு சொல், அதேசமயம் 'அடக்கசெலவினம்' என்பது செலவை நிர்ணயிப்பதற்கான ஒரு செயல்முறையாகும். வணிக நிறுவனத்தில் எந்தவொரு தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் உற்பத்திச் செலவைக் கண்டறிவதற்கான ஒரு நுட்பம் என்று இது அழைக்கப்படலாம். இந்த வார்த்தையின் உண்மையான நோக்கம் நூற்றுக்கணக்கான தயாரிப்புகளை உற்பத்தி செய்யும் மற்றும் மூலப்பொருள்கள், உழைப்பு மற்றும் பிற மறைமுக அடக்கசெலவுகளுக்கு நிறைய பணம் செலவழிக்கும் பெரிய உற்பத்தி கவலைகளின் பின்னணியில் சிறப்பாக புரிந்து கொள்ள முடியும்.
- அந்த நிறுவனங்களில் உள்ள ஒவ்வொரு பொருளின் விலையும் ஒவ்வொரு தயாரிப்பு அல்லது செயல்முறையுடன் அடக்கசெலவுகளை பதிவு செய்ய வேண்டும், நேரடி மூலப்பொருள்கள், உழைப்பு, மறைமுக அடக்கசெலவுகள் போன்ற அடக்கசெலவுகளை வகைப்படுத்துதல், நேரடி செலவினங்களை ஒதுக்கீடு செய்தல் மற்றும் ஒவ்வொரு தயாரிப்புக்கும் சரியான நிர்ணயம் செய்வதற்கு மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளின் தகுந்த பங்கீடு. ஒவ்வொரு பொருளின் உற்பத்திக்கான அலகு அடக்கசெலவு.

நினைவில் கொள்ள வேண்டிய சில முக்கிய புள்ளிகள்

- ✓ நேரடி அடக்கசெலவு என்பது அதிகரித்துவரும் மற்றும் குறையும் செயல்பாட்டின் அளவிற்கு ஏற்ப செலவை ஒதுக்குவதாகும்.
- ✓ மாறாக, செயல்பாட்டு நிலைகளைப் பொருட்படுத்தாமல் அடக்கசெலவுகளை ஒதுக்குவது உறிஞ்சுதல் அடக்கசெலவு என அழைக்கப்படுகிறது.



TCA

### 8.1.1.6. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் மூலப்பொருள்கள்

- அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் என்பது சில முதலீடுகள், மூலதனத் தேவைகள், செயல்முறை போன்றவற்றின் காரணமாக ஒரு நிறுவனத்தின் செலவினங்களைப் பதிவுசெய்தல், சுருக்கமாகக் கட்டமைத்தல், பகுப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் புரிந்துகொள்வதற்கான ஒரு முறையாகும். முன் திட்டமிடல் மற்றும் நிதி முடிவுகள். அடக்கசெலவுக் கணக்கியலின் மற்றொரு நன்மை என்னவென்றால், இது நிறுவனத்தின் நிதி நடவடிக்கைகள் தொடர்பாக வெளிப்படைத்தன்மையை வழங்குகிறது. எந்தெந்தப் பகுதிகளுக்கு அடக்கசெலவுக் குறைப்பு தேவைப்படுகிறது , எந்தெந்தப் பகுதிகளுக்கு அதிக முதலீடு தேவை என்பதை நிர்வாகம் பார்ப்பதை இந்த நடைமுறை சாத்தியமாக்குகிறது . இந்த நுட்பம் நிறுவனத்திற்கு ஒரு சிறந்த பார்வைக்கு வழிவகுக்கிறது

மூலப்பொருள்கள் :

இந்தச் சொல் அடக்கசெலவு மற்றும் அடக்கசெலவுக் கணக்கியலுக்கு மேல் உள்ளது. ஒரு வணிக அமைப்பில் அடக்கசெலவு மற்றும் அடக்கசெலவு கணக்கியல் பயன்பாட்டை

இது கருதுகிறது. அடக்கசெலவுக் கணக்கியல், அடக்கசெலவுக் கட்டுப்பாடு முயற்சிகள், லாபத்தைக் கண்டறிதல் மற்றும் தகவலறிந்த முடிவெடுத்தல் ஆகியவற்றுடன் நிர்வாகத்தை எளிதாக்குகிறது. தயாரிப்புகளுக்கான விற்பனை விலை, பிரிவு மற்றும் யூனிட் வாரியான லாபத்தை நிர்ணயிப்பதும் இதில் அடங்கும். முன்னறிவிப்பு அடக்கசெலவுகள் மற்றும் சாத்தியமான எதிர்கால வருமானம் ஆகியவை அடக்கசெலவு கணக்கியல் நடைமுறையின் ஒரு பகுதியாகும்.

### 8.1.1.7. வரையறை

- இன்ஸ்டிடியூட் ஆஃப் காஸ்ட்ஸ் அண்ட் மேனேஜ்மென்ட் அக்கவுண்டன்ட்ஸ் (ICMA), இப்போது பட்டய மேலாண்மைக் கணக்காளர்கள் (CIMA), லண்டன் என அழைக்கப்படுகிறது, அடக்கசெலவு, அடக்கசெலவு, அடக்கசெலவு கணக்கியல் மற்றும் அடக்கசெலவு கணக்கியல் ஆகிய சொற்களை பின்வருமாறு வரையறுத்துள்ளது:
- காஸ்ட் அக்கவுண்டன்சியின் பின்வரும் முக்கியமான கருத்துகளின் வரையறைகள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:
  - அடக்கசெலவு
  - அடக்கசெலவு ஒதுக்கீடு
  - அடக்கசெலவினம்
  - அடக்கசெலவு உறிஞ்சுதல்
  - அடக்கசெலவு கணக்கியல்
  - அடக்கசெலவு கண்டறிதல்
  - அடக்கசெலவு கணக்கியல்
  - அடக்கசெலவு தணிக்கை
  - அடக்கசெலவு கட்டுப்பாடு
  - அடக்கசெலவு அலகு
  - அடக்கசெலவு குறைப்பு
  - அடக்கசெலவு மையம்

மூலப்பொருள்கள்	₹	100
உழைப்பு	₹	40
அடக்கசெலவுகள்	₹	60
மொத்தம்	₹	200



(அ) அடக்கசெலவு: 'அடக்கசெலவு' என்ற சொல் பல்வேறு வழிகளில் பயன்படுத்தப்படுகிறது. கொடுக்கப்பட்ட பொருளில் ஏற்படும் அனைத்து அடக்கசெலவுகளின் மொத்தமாக அடக்கசெலவு வரையறுக்கப்படலாம். AICPA செலவை வரையறுக்கிறது "பணம் அல்லது பணம் செலவழிக்கப்பட்ட அல்லது பிற சொத்து பரிமாற்றம், வழங்கப்பட்ட மூலதன சரக்கிருப்பு, செய்யப்படும் சேவைகள் அல்லது பெறப்பட்ட அல்லது பெறப்படும் மூலப்பொருள்கள் அல்லது சேவைகளின் கருத்தில் ஏற்படும் பொறுப்பு." 'அடக்கசெலவு' என்பது WM ஹார்ப்பரால் பின்வரும் வார்த்தைகளில் வரையறுக்கப்படுகிறது " அடக்கசெலவு என்பது மூலப்பொருள்கள் செலவை உற்பத்தி செய்வதன் அல்லது செய்வதன் விளைவாகப் பயன்படுத்தப்படும் பொருளாதார வளங்களின் மதிப்பு."

(ஆ) அடக்கசெலவினம்: ICMA லண்டன் செலவை "அடக்கசெலவுகளைக் கண்டறியும் நுட்பம் மற்றும் செயல்முறை" என வரையறுக்கிறது . ஒரு நுட்பமாக, இது தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் விலையை நிர்ணயிப்பதற்கான செலவினங்களின் பொருத்தமான ஒதுக்கீடு தொடர்பான கொள்கைகள் மற்றும் விதிகளின் ஒரு பகுதியாக செலவைக் குறிக்கிறது. தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளின் விலைகளைக் கண்டறிவதற்கான கொள்கைகள் மற்றும் விதிகளின் உள்ளடக்கத்தை செலவழிப்பதற்கான நுட்பம் கொண்டுள்ளது.

- நுட்பம் மாறும் மற்றும் கால மாற்றத்துடன் மாறுகிறது. செலவீனச் செயல்முறை என்பது நாளுக்கு நாள் அடக்கசெலவுகளைக் கண்டறிவதற்கான நடைமுறையாகும். இது ஒரு எண்கணித செயல்முறை என்று பிரபலமாக அறியப்படுகிறது.
- எடுத்துக்காட்டாக, ஒரு பொருளை உற்பத்தி செய்வதற்கான அடக்கசெலவு ₹ 200/- எனக் கூறினால், நாம் மூலப்பொருள்கள், உழைப்பு மற்றும் அடக்கசெலவுக் கணக்கியலைப் பார்த்து, மேலே உள்ள செலவை பின்வருமாறு பெற வேண்டும் :
- பதிவுசெய்யப்பட்ட தரவுகளிலிருந்து மொத்த அடக்கசெலவின் முறிவைக் கண்டறிவது தினசரி செயல்முறையாகும். அதனால்தான் இது எண்கணித செயல்முறை/தினசரி என்று அழைக்கப்படுகிறது. இந்தச் செயல்பாட்டில், பதிவுசெய்யப்பட்ட அடக்கசெலவுகளை வகைப்படுத்தி, ஒவ்வொரு உறுப்பு மற்றும் மொத்தத்தையும் தொகுத்து தொழில்நுட்பம் என்று அழைக்கப்படுகிறது.



TCA

(இ) காஸ்ட் அக்கவுண்டிங்: அடக்கசெலவு கணக்கியல் என்பது செலவைக் கணக்கிடும் முறையாகும். ICMA ஆனது அடக்கசெலவு கணக்கியலை தொழில்நுட்பம் மற்றும் அடக்கசெலவுகளை கண்டறியும் செயல்முறை என வரையறுக்கிறது. அடக்கசெலவு கணக்கியல் அனைத்து வருமானம் மற்றும் செலவினங்களின் பதிவுடன் தொடங்குகிறது , மேலும் புள்ளியியல் தரவை வழங்குவதன் மூலம் முடிவடைகிறது.

- அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் என்பது "அடக்கசெலவு வகைப்பாடு மற்றும் செலவினங்களின் பகுப்பாய்விற்கான கணக்கியல், எந்தவொரு குறிப்பிட்ட உற்பத்தி அலகுகளின் மொத்த செலவையும் நியாயமான அளவு துல்லியத்துடன் கண்டறியவும், அதே நேரத்தில் அத்தகைய மொத்த அடக்கசெலவு எவ்வாறு அமைக்கப்படுகிறது என்பதை வெளிப்படுத்தவும் உதவும் " .
- எனவே, அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் என்பது தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளின் அடக்கசெலவுகளைத் தீர்மானிப்பதற்கும், நிர்வாகத்தின் கட்டுப்பாடு மற்றும் வழிகாட்டுதலின் நோக்கத்திற்காகத் தகுந்த முறையில் ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட தரவை வழங்குவதற்கும் செலவினங்களின் பொருத்தமான ஒதுக்கீட்டைப் பதிவுசெய்து வகைப்படுத்துகிறது. குறிப்பிட்ட ஆர்டர் கவலைகளுக்கு பணி அடக்கசெலவு பொருத்தமானது . – (PGTRB - 2003-2004)

**அடக்கசெலவு கணக்கியலை பின்வருமாறு விளக்கலாம்: -**

- அடக்கசெலவு கணக்கியல் என்பது வருமானம் மற்றும் செலவினங்களை பதிவு செய்வதில் தொடங்கி புள்ளியியல் தரவுகளை தயாரிப்பதில் முடிவடையும் அடக்கசெலவுக்கான கணக்கியல் செயல்முறையாகும்.
- இது மூலப்பொருள்கள் அல்லது சேவைகளின் விலை கண்டறியப்பட்டு கட்டுப்படுத்தப்படும் முறையான வழிமுறையாகும். காஸ்ட் அக்கவுண்டிங் என்பது செலவினங்களின் பகுப்பாய்வு மற்றும் வகைப்படுத்தலை வழங்குகிறது, இது தயாரிப்பு / சேவையின் எந்தவொரு குறிப்பிட்ட யூனிட்டின் மொத்த செலவையும் நியாயமான அளவு துல்லியத்துடன் கண்டறியவும், அதே நேரத்தில் அத்தகைய மொத்த அடக்கசெலவு எவ்வாறு அமைக்கப்படுகிறது என்பதை வெளிப்படுத்தவும் உதவும்.



**கணக்கியல் பதிவுகளில் வேறுபட்ட அடக்கசெலவுகள் இடம் பெறவில்லை – (PGTRB- 2005-2006)**

- ₹ 25/- என்பதை அறிவது போதாது, ஆனால் அதன் செலவைக் கட்டுப்படுத்தவும் குறைக்கவும் பயன்படுத்தப்படும் பொருளின் விலை, உழைப்பின் அளவு மற்றும் பிற அடக்கசெலவுகள் ஆகியவற்றை அறிய நிர்வாகம் ஆர்வமாக உள்ளது. .
- இது வரவு அடக்கசெலவு கணக்கியல்கள் மற்றும் தரநிலை அடக்கசெலவுகள் மற்றும் செயல்பாடுகள், செயல்முறைகள், துறைகள் அல்லது தயாரிப்புகளின் உண்மையான அடக்கசெலவு மற்றும் மாறுபாடுகளின் பகுப்பாய்வு, லாபம் மற்றும் நிதியின் சமூக பயன்பாடு ஆகியவற்றை நிறுவுகிறது. எனவே, காஸ்ட் அக்கவுண்டிங் என்பது தயாரிப்பு அடக்கசெலவு, செயல்பாட்டுத் திட்டமிடல் மற்றும் கட்டுப்பாடு மற்றும் முடிவெடுப்பதற்கான தகவல்களைச் சேகரித்து, வகைப்படுத்தி, சுருக்கி, விளக்கமளிக்கும் ஒரு அளவு முறை.

(ஈ) காஸ்ட் அக்கவுண்டன்சி : லண்டனின் பட்டய நிர்வாகக் கணக்காளர்களின் கூற்றுப்படி, அடக்கசெலவு கணக்கியல் என்பது "அடக்கசெலவு மற்றும் அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் கொள்கைகள், முறைகள் மற்றும் நுட்பங்களை அறிவியல், கலை மற்றும் அடக்கசெலவுக் கட்டுப்பாடு மற்றும் லாபத்தைக் கண்டறிதல் ஆகியவற்றுக்கான பயன்பாடு ஆகும் . இதில் அடங்கும். எனவே நிர்வாக முடிவெடுக்கும் நோக்கத்திற்காக பெறப்பட்ட தகவல்களின் விளக்கக்காட்சியானது, அடக்கசெலவுக் கணக்காளரின் அறிவியல், கலை மற்றும் நடைமுறையாகும்."

- இது ஒரு விஞ்ஞானமாகும் , ஏனெனில் இது ஒரு அடக்கசெலவுக் கணக்காளர் தனது பொறுப்புகளை சரியாக நிறைவேற்றுவதற்கு வைத்திருக்க வேண்டிய சில கொள்கைகளைக் கொண்ட ஒரு முறையான அறிவு.
- இது ஒரு கலையாகும் , ஏனெனில் அடக்கசெலவு கணக்காளர் பல்வேறு நிர்வாக சிக்கல்களுக்கு அடக்கசெலவு கணக்கியல் கொள்கைகளை பயன்படுத்தக்கூடிய திறன் மற்றும் திறமை தேவை .

- பயிற்சி என்பது காஸ்ட் அக்கவுண்டன்சி துறையில் காஸ்ட் அக்கவுண்டன்ட்டின் தொடர்ச்சியான முயற்சிகளை உள்ளடக்கியது. ஒரு அடக்கசெலவுக் கணக்காளரின் இத்தகைய முயற்சிகளில் நிர்வாக முடிவெடுக்கும் நோக்கத்திற்காகவும் புள்ளிவிவரப் பதிவுகளை வைத்திருப்பதற்கும் தகவலை வழங்குவதும் அடங்கும்.

(உ) அடக்கசெலவுக் கட்டுப்பாடு : அடக்கசெலவுக் கட்டுப்பாடு என்பது ஒரு நிறுவனத்தை இயக்குவதற்கான அடக்கசெலவின் நிர்வாக நடவடிக்கையின் வழிகாட்டுதல் மற்றும் ஒழுங்குமுறை ஆகும். இது இலக்கு செலவினங்களை முன்கூட்டியே தீர்மானித்தல், உண்மையான அடக்கசெலவுகளை அளவிடுதல், மாறுபாடுகளுக்கான காரணங்களை ஆராய்தல் மற்றும் சரிசெய்தல் நடவடிக்கைகளை நிறுவுதல் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது.

(ஊ) அடக்கசெலவுக் குறைப்பு: 'அடக்கசெலவுக் குறைப்பு' என்பது, உற்பத்தி செய்யப்படும் மூலப்பொருள்கள் அல்லது சேவைகளின் விலையில் உண்மையான மற்றும் நிரந்தரக் குறைப்பைக் குறிக்கிறது, அவற்றின் பொருத்தம் அல்லது உற்பத்தியின் தரத்தில் குறைவு இல்லாமல் வழங்கப்படும். அடக்கசெலவு குறைப்பு என்பது யூனிட் செலவில் சேமிப்பதை உள்ளடக்கியது; அத்தகைய சேமிப்பு நிரந்தர இயல்புடையது மற்றும் மூலப்பொருள்கள் மற்றும் சேவையின் பயன்பாடு மற்றும் தரம் பாதிக்கப்படாமல் இருக்கும்.

(எ) அடக்கசெலவு ஒதுக்கீடு: அடக்கசெலவு ஒதுக்கீடு என்பது அடக்கசெலவு மையங்களுக்கு அடக்கசெலவின் முழுப் பொருளையும் ஒதுக்கீடு செய்வதாகும் . ஒரு அடக்கசெலவு மையத்திற்கு முழு மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளையும் வசூலிக்கும் நுட்பம் அடக்கசெலவு ஒதுக்கீடு என அழைக்கப்படுகிறது.

(ஏ) அடக்கசெலவு உறிஞ்சுதல்: 'அடக்கசெலவு உறிஞ்சுதல்' என்பது குறிப்பிட்ட அடக்கசெலவு மையம் அல்லது உற்பத்தித் துறைக்கு ஒதுக்கப்பட்ட அல்லது உற்பத்தி செய்யப்படும் அலகுகளால் ஒதுக்கப்பட்ட அனைத்து மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளையும் உறிஞ்சும் செயல்முறையைக் குறிக்கிறது .

(ஐ) அடக்கசெலவுக் கண்டறிதல்: 'செலவைக் கண்டறிதல்' என்பது ஒவ்வொரு தயாரிப்பு, செயல்முறை அல்லது செயல்பாட்டின் விலையைக் கண்டறிதல் மற்றும் அனைத்து அடக்கசெலவுகளும் தயாரிப்புகளின் விலையில் உறிஞ்சப்படுவதை கண்டறிதல் செய்வதாகும். காஸ்ட் அக்கவுண்டிங்கின் முக்கிய நோக்கங்களில் ஒன்று அடக்கசெலவு கண்டறிதல்.



TCA

(ஓ) அடக்கசெலவுத் தணிக்கை : ICMA ஆனது 'அடக்கசெலவுத் தணிக்கை' என்பது அடக்கசெலவுக் கணக்கியல்களின் விரிவான ஆய்வு அல்லது சரிபார்ப்பு என வரையறுக்கிறது மற்றும் அடக்கசெலவுக் கணக்கியல்த் திட்டத்தைப் பின்பற்றுவதைச் சரிபார்க்கிறது. அடக்கசெலவுத் தணிக்கையின் நோக்கம், அடக்கசெலவுகள் மற்றும் பிற முடிவுகளைக் கண்டறிவதற்கான வழிமுறைகள் முறையாக செயல்படுத்தப்படுகிறதா மற்றும் அடக்கசெலவுக் கணக்கியல்த் திட்டம் கடைப்பிடிக்கப்படுகிறதா இல்லையா என்பதை ஆராய்வதாகும்.

- பாதுகாப்பு நோக்கம் தேவையற்ற விரயம் அல்லது இழப்புகள் இல்லை மற்றும் அடக்கசெலவு கணக்கியல் முறை சரியான மற்றும் யதார்த்தமான உற்பத்தி செலவை பிரதிபலிக்கிறது என்பதை ஆராய்வதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.
- ஆக்கபூர்வமான நோக்கம், அடக்கசெலவுத் தணிக்கையின் போது கிடைத்த கண்டுபிடிப்புகளின் அடிப்படையில் உற்பத்தியை ஒழுங்குபடுத்துதல், பொருளாதாரச் செயல்பாடுகளைத் தேர்ந்தெடுப்பது, செயல்பாட்டுச் அடக்கசெலவுகளைக் குறைத்தல் போன்றவற்றில் பயனுள்ள தகவல்களை நிர்வாகத்திற்கு வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது .

(ஓ) அடக்கசெலவு அலகு : 'அடக்கசெலவு அலகு' என்பது தயாரிப்பு, சேவை அல்லது நேரத்தைக் குறிக்கும் செலவைக் குறிக்கிறது. இது செலவினங்களை அளவிடக்கூடிய அளவின் அலகு ஆகும். அடக்கசெலவு அலகு (அ) ஒற்றை மற்றும் (ஆ) இணை (அல்லது) பொதுவாகப் பயன்படுத்தப்படும் அடிப்படையில் தேர்ந்தெடுக்கப்படலாம் . வெவ்வேறு தொழில்களில் பயன்படுத்தப்படும் அடக்கசெலவு அலகுகளின் சில எடுத்துக்காட்டுகள் பின்வருமாறு:

தொழில்துறையின் பெயர்	பயன்படுத்தப்படும் அடக்கசெலவு அலகுகள்
காகிதம்	ஒரு டன் (அல்லது) ஒரு கிலோ
எஃகு	ஒரு டன்னுக்கு
சர்க்கரை	குவிண்டாலுக்கு
சிமெண்ட்	ஒரு டன்னுக்கு
ஐவுளி (துணி)	ஒரு மீட்டருக்கு
போக்குவரத்து	பயணிகள் கிலோமீட்டர்
மின்சாரம்	ஒரு கிலோ வாட் மணி
செங்கற்கள்	1000 செங்கற்களுக்கு



ஒள) அடக்கசெலவு மையம்:

லண்டனில் உள்ள பட்டய நிர்வாகக் கணக்காளர்களின் நிறுவனம் படி, அடக்கசெலவு மையம் என்பது ஒரு இடம், நபர் அல்லது உபகரணங்கள் (அல்லது இவற்றின் குழு) என வரையறுக்கப்படுகிறது, அதற்கான அடக்கசெலவுகள் கண்டறியப்பட்டு அடக்கசெலவுக் கட்டுப்பாட்டு நோக்கங்களுக்காகப் பயன்படுத்தப்படலாம். வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், அடக்கசெலவு மையம் என்பது ஒரு அமைப்பின் ஒரு பகுதியாகும், இதில் இடம், செயல்முறைகள், உபகரணங்கள், (அல்லது) இயந்திர மையங்கள், பல்வேறு துறைகள், நபர்கள் போன்றவற்றைச் சார்ந்து அடக்கசெலவுகள் விதிக்கப்படலாம் அல்லது கண்டறியலாம்.

### அடக்கசெலவு மையங்கள் பின்வரும் வகைகளாக வகைப்படுத்தலாம்:

- நபர் சார் அடக்கசெலவு மையம்: இது ஒரு நபர் அல்லது நபர்களின் குழுவைக் கொண்டுள்ளது, எடுத்துக்காட்டாக, விற்பனையாளர்கள், சந்தைப்படுத்தல் மேலாளர் போன்றவை.
- நபர் அல்லாத அடக்கசெலவு மையம்: இது ஒரு இடம் அல்லது உபகரணங்களின் பொருட்களைக் கொண்ட ஒரு அடக்கசெலவு மையம்.
- செயல்பாட்டு அடக்கசெலவு மையம்: இது இயந்திரங்கள் மற்றும்/அல்லது ஒத்த செயல்பாடுகளைச் செய்யும் நபர்களைக் கொண்டுள்ளது.
- செயல்முறை அடக்கசெலவு மையம்: இது ஒரு குறிப்பிட்ட செயல்முறை அல்லது தொடர்ச்சியான செயல்பாடுகளைக் கொண்ட ஒரு அடக்கசெலவு மையம்.

### 8.1.1.8. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் நோக்கங்கள்

பின்வருபவை அடக்கசெலவு கணக்கியலின் முக்கிய நோக்கங்கள்:

- செலவைக் கண்டறிதல்.
- விற்பனை விலையை தீர்மானித்தல்.
- அடக்கசெலவு கட்டுப்பாடு மற்றும் அடக்கசெலவு குறைப்பு.
- ஒவ்வொரு செயல்பாட்டின் லாபத்தைக் கண்டறிதல்.
- முடிவெடுப்பதில் நிர்வாகத்திற்கு உதவுதல்.
- வணிகக் கொள்கையை உருவாக்குதல்.
- வருவாயுடன் அடக்கசெலவுகளை பொருத்துதல்.



TCA

பின்வருபவை அடக்கசெலவு கணக்கியலின் முக்கிய நோக்கங்கள்/செயல்பாடுகள்:

- ❖ **செலவைக் கண்டறிதல்:** ஒரு தயாரிப்பு, பணி அல்லது சேவையின் விலையைக் கண்டறிவதே அடக்கசெலவுக் கணக்கியலின் அடிப்படை நோக்கமாகும். ஒரு தயாரிப்பு தொடர்பான அடக்கசெலவுகள் பல்வேறு ஆதாரங்களில் இருந்து சேகரிக்கப்படுகின்றன. ஒரு பொருளின் விலையைக் கண்டறியும் போது, ஒரு தயாரிப்பு தொடர்பான நேரடிச் அடக்கசெலவுகள் தவிர, பல தயாரிப்புகள் தொடர்பான இணைச் அடக்கசெலவுகளும் (சில சமமான அடிப்படையில் பகிர்ந்தளிக்கப்படும்) கருத்தில் கொள்ளப்படுகின்றன.
- ❖ **அடக்கசெலவுக் கட்டுப்பாடு:** அடக்கசெலவுக் கணக்கியலின் இரண்டாவது நோக்கம், குறைந்தபட்ச செலவில் அதிகபட்ச மற்றும் சிறந்த உற்பத்தியை சாத்தியமாக்கும் வகையில் செலவைக் கட்டுப்படுத்துவதாகும். இந்த நோக்கத்தை அடைய , வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாடு மற்றும் தரநிலை அடக்கசெலவு ஆகியவற்றின் நுட்பங்கள் பின்பற்றப்படுகின்றன.



- ❖ **அடக்கசெலவுக் குறைப்பு:** அடக்கசெலவுகளைக் கட்டுப்படுத்துவது மட்டுமல்ல, அவற்றைக் குறைப்பதற்கும் தொடர்ந்து முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்பட வேண்டும். அடக்கசெலவுக் குறைப்பு என்பது, உத்தேசிக்கப்பட்ட பயன்பாட்டிற்கான அவற்றின் (தயாரிப்புகள் அல்லது மூலப்பொருள்கள்) பொருத்தத்தை பாதிக்காமல் உற்பத்தி செய்யப்படும் மூலப்பொருள்கள் அல்லது சேவையின் யூனிட் செலவில் உண்மையான மற்றும் நிரந்தரமான குறைப்பைக் குறிக்கிறது. மதிப்பு பகுப்பாய்வு, நேரம் மற்றும் இயக்கம் ஆய்வு, தரப்படுத்தல், எளிமைப்படுத்தல், முதலியன அடக்கசெலவு குறைப்பு முக்கிய நுட்பங்கள்.
- ❖ **விற்பனை விலையை நிர்ணயித்தல்:** தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளின் விற்பனை விலையை நிர்ணயிக்கும் அடிப்படையில் அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் அடக்கசெலவுத் தகவலை வழங்குகிறது . மனச்சோர்வு அல்லது மந்தநிலை ஏற்பட்டால், சிறப்புச் சூழ்நிலைகளைச் சந்திக்க விற்பனை விலை எந்த அளவிற்குக் குறைக்கப்படலாம் என்பதைத் தீர்மானிப்பதில் அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் வழிகாட்டிகள்.
- ❖ **வருவாயுடன் பொருந்தக்கூடிய அடக்கசெலவு:** எந்தவொரு செயலின் லாபத்தையும் அந்தச் செயல்பாட்டின் வருவாயுடன் செலவைப் பொருத்துவதன் மூலம் கண்டறிய முடியும். இந்த நடவடிக்கையின் நோக்கம், எந்தவொரு செயலின் லாபம் அல்லது இழப்பை ஒரு புறநிலை அடிப்படையில் தீர்மானிப்பதாகும்.
- ❖ **செயல்பாட்டுக் கொள்கைக்கான அடிப்படையை வழங்குதல்:** செயல்பாட்டுக் கொள்கைகளை உருவாக்குவதற்கும், அடக்கசெலவு-தொகுதி-இலாப உறவைத் தீர்மானித்தல் போன்ற வணிக முடிவுகளை எடுப்பதற்கும் நிர்வாகத்திற்கு அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் ஒரு இன்றியமையாத கருவியாகும்; ஒரு கட்டுரையை வாங்கலாமா அல்லது தயாரிப்பதா, முதலியன

### 8.1.1.9. அடக்கசெலவு கணக்கியலின் அடிப்படைக் கோட்பாடுகள்



அடக்கசெலவு கணக்கியல் ஒரு அமைப்பாக உருவாக்கப்பட்டு, சில அடிப்படைக் கொள்கைகளால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது. இந்தக் கொள்கைகள் முறையான முறையில் அடக்கசெலவுக் கணக்கீட்டின் நோக்கங்களை அடைய உதவுகின்றன.

- **இரட்டை பதிவு கொள்கை:** நிதிக் கணக்கியலைப் போலவே, அடக்கசெலவுப் பேரேடுகள் மற்றும் பிற அடக்கசெலவுக் கட்டுப்பாட்டுக் கணக்கியல்கள் இரட்டை பதிவு கொள்கையின் அடிப்படையில் பராமரிக்கப்படுகின்றன . எவ்வாறாயினும், அடக்கசெலவுக் கணக்கியலுக்கு, செலவைக் கண்டறிதல், அடக்கசெலவுக் கட்டுப்பாடு மற்றும் நிர்வாகத்திற்கு வழிகாட்டுதல் ஆகியவற்றின் நோக்கத்திற்காக அடக்கசெலவுத் தாள்கள் மற்றும் அடக்கசெலவு அறிக்கைகளின் அதிகப் பயன்பாடு தேவைப்படுகிறது.

- **பழமைவாதக் கொள்கை இல்லை:** நிதிக் கணக்கியலில், இறுதிப் சரக்கிருப்பு விலை விலை அல்லது சந்தை விலையில் எது கழிக்க இருக்கிறதோ அந்த விலையில் மதிப்பிடப்படுகிறது, ஆனால் அடக்கசெலவுக் கணக்கியலில், இறுதிப் சரக்கிருப்பு எப்போதும் விலை விலையில் மதிப்பிடப்படுகிறது. நிதிக் கணக்கியலில் பழமைவாதத்தின் கருத்துடன் இணைக்கப்பட்ட மதிப்பு உள்ளது ஆனால் அது அடக்கசெலவுக் கணக்கியலில் இல்லை. நிதிக் கணக்கியலில் குறைந்த லாபத்தைக் காட்டவும், ரகசிய இருப்பை உருவாக்கவும் ஒரு போக்கு உள்ளது ஆனால் இது அடக்கசெலவுக் கணக்கியலில் இல்லை. காரணம் மிகவும் தெளிவாக உள்ளது. அடக்கசெலவு கணக்கியல் பழமைவாதத்தின் கருத்தை ஏற்றுக்கொண்டால், அடக்கசெலவுகள் ஒப்பிட முடியாததாகிவிடும்.
  - அறியப்பட்ட பாரபட்சமின்றி உண்மைகளைக் கூறும் வகையில் அடக்கசெலவு அறிக்கைகள் தயாரிக்கப்பட வேண்டும் . இருப்பினும், அவசரநிலைக்கு வழங்குவது ஒரு சாதாரண நடைமுறையாகும், இது செலவில் அனுமதிக்கப்படுகிறது.
- 
- TCA
- **உறிஞ்சுதல் விகிதக் கொள்கை:** அடக்கசெலவுக் கணக்கியலில், முன்னரே தீர்மானிக்கப்பட்ட விகிதத்தின் அடிப்படையில் அடக்கசெலவுகள் தீர்மானிக்கப்படுகின்றன . இந்த மதிப்பீட்டு செயல்முறை " மறைமுக அடக்கசெலவு அடக்கசெலவுகளை உறிஞ்சுதல்' என அழைக்கப்படுகிறது . இது ஒரு கட்டுப்பாட்டு நோக்கத்துடன் உண்மையானதை ஒப்பிடும் நோக்கத்திற்காக உள்ளது.
  - **காரண உறவுக் கொள்கை:** அடக்கசெலவுகள் சேகரிக்கப்பட்டு அவற்றின் இயல்புக்கு ஏற்ப பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு, காரண உறவின் அடிப்படையில் ஒதுக்கப்படுகின்றன அல்லது பங்கிடப்படுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, கேண்டின் அடக்கசெலவுகள் ஒவ்வொரு துறையிலும் உள்ள ஊழியர்களின் எண்ணிக்கைக்கு ஏற்ப பல்வேறு துறைகளுக்கு இடையில் பிரிக்கப்படுகின்றன.
  - **விலக்கு கொள்கை:** முற்றிலும் நிதிச் அடக்கசெலவுகள், அசாதாரண அடக்கசெலவுகள், நிதி வருமானங்கள், லாபத்தின் ஒதுக்கீடு மற்றும் மூலதனச் அடக்கசெலவுகள் ஆகியவை தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் விலையை நிர்ணயிக்கும் போது அடக்கசெலவுக் கணக்கியலில் முற்றிலும் புறக்கணிக்கப்படுகின்றன. இந்த மூலப்பொருள்கள் தயாரிப்பு அல்லது சேவையின் விலையுடன் எந்த வகையிலும் இணைக்கப்படவில்லை. அவை நிதிக் கணக்கியலில் மட்டுமே கருதப்படுகின்றன . எடுத்துக்காட்டாக, சரக்கிருப்புகள் வெளியீட்டின் தள்ளுபடிக்கும் உற்பத்திச் செலவிற்கும் எந்தத் தொடர்பும் இல்லை.
  - **கூட்டுகக்கும் கொள்கை:** அடக்கசெலவு கணக்கியல் நோக்கங்களுக்காக, செலவை நிர்ணயிக்கும் போது, உண்மையில் செய்யப்படாத சில அடக்கசெலவுகள் கூட்டுகக்கப்பட்டுள்ளன, ஏனெனில் அவை ஏற்பட்டதாகக் கருதப்படும்.



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**  
38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502  
Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

**2025-2026**

# PG TRB

**G.O No. 219**

**New Syllabus**

## வணிகவியல்



**UNIT-VIII (Volume-2)**  
**COST & MANAGEMENT ACCOUNTING**

*Your Success is Our Goal...*

### **SERVICES AVAILABLE FOR PG TRB EXAM**

- ◆ Material for All 10 Units
- ◆ E-Book for Psychology & Education Methodology
- ◆ E-Book for GK
- ◆ Online Recorded Video Classes
- ◆ Online Test
- ◆ Question Bank
- ◆ Regular Classes

tcaexamguide 

Teacher's Care Academy 

www.tcaexamguide.com 

tcaexamguide@gmail.com 

# COMMERCE

அடக்கசெலவு மற்றும் மேலாண்மை கணக்கியல்  
(COST AND MANAGEMENT ACCOUNTING)

## PG TRB (2025-2026)

### UNIT – 8 (VOLUME 2)

### FIRST EDITION



**TEACHER'S CARE PUBLICATION**

38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kancheepuram- 631502

Mobile : 95665 35080, 9786269980 Land Line : 044-2723 5080

Branch Office : 65C, Thillai Ngr(West), 4<sup>th</sup> Cross St, Trichy (76399 67359)

Branch Office: Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem (93602 68118)

## INDEX

S.No.	CONTENT	PG.No.
8.2.	மேலாண்மை கணக்கியல்	1
8.2.1.	மேலாண்மை கணக்கியல் அறிமுகம் - மேலாண்மை கணக்கியலின் செயல்பாடுகள் மற்றும் நன்மைகள்	1
	8.2.1.1. அறிமுகம்	1
	8.2.1.2. மேலாண்மை கணக்கியலின் பொருள்	3
	8.2.1.3. மேலாண்மை கணக்கியல் வரையறை	4
	8.2.1.4. சிறப்பியல்புகள் (அல்லது) மேலாண்மை கணக்கியலின் தன்மை	4
	8.2.1.5. மேலாண்மை கணக்கியலின் நோக்கம்	6
	8.2.1.6. மேலாண்மை கணக்கியலின் செயல்பாடு	8
	8.2.1.7. நிதி கணக்கியல் மற்றும் மேலாண்மை கணக்கியலுக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடு	9
	8.2.1.8. மேலாண்மை கணக்கியலுக்கும் அடக்கசெலவு கணக்கியலுக்கும் இடையே	11
	8.2.1.9. மேலாண்மை கணக்கியலின் கருவிகள் மற்றும் தொழில்நுட்பங்கள்	12
	8.2.1.10. மேலாண்மை கணக்கியலின் நன்மைகள்	15
	8.2.1.11. மேலாண்மை கணக்கியலின் வரம்புகள்	15
	8.2.1.12. மேலாண்மை கணக்கியல் அமைப்பின் நிறுவல்	16
	8.2.1.13. நிர்வாகக் கணக்காளர் அல்லது நிதிக் கட்டுப்பாட்டாளர்	17
	8.2.1.14. நிர்வாகக் கணக்காளரின் செயல்பாடுகள்	18
	8.2.1.15. நிர்வாகக் கணக்காளரின் கடமைகள்.	19
	8.2.1.16. பன்முகதேர்வு வகை வினாக்கள்	20
8.2.2.	நிதி அறிக்கைகளின் பகுப்பாய்வு மற்றும் விளக்கம் - ஒப்பீட்டு அறிக்கைகள், பொதுவான அளவு அறிக்கைகள் மற்றும் போக்கு பகுப்பாய்வு	21
	8.2.2.1. நிதி அறிக்கைகளின் பொருள்	21
	8.2.2.2. நிதி அறிக்கைகளின் தன்மை	22

	8.2.2.3. நிதி அறிக்கைகளின் முக்கியத்துவம்	
	8.2.2.4. நிதி அறிக்கைகளின் வரம்புகள்.	
	8.2.2.5. நிதி அறிக்கைகளின் பகுப்பாய்வு மற்றும் விளக்கம்	
	8.2.2.6. நிதி அறிக்கை பகுப்பாய்வின் நோக்கங்கள்	
	8.2.2.7. நிதி அறிக்கை பகுப்பாய்விற்கான நடைமுறை	
	8.2.2.8. நிதி பகுப்பாய்வு வகைகள்	
	8.2.2.9. நிதி அறிக்கை பகுப்பாய்வின் கருவிகள் அல்லது நுட்பங்கள்	
	8.2.2.9.1. ஒப்பீட்டு நிதி அறிக்கைகள்	
	8.2.2.9.2. பொதுவான அளவு நிதி அறிக்கைகள்	
	8.2.2.9.3. போக்கு பகுப்பாய்வு	
	8.2.2.10. பன்முகதேர்வு வகை வினாக்கள்:	
<b>8.2.3.</b>	<b>விகிதங்கள்</b>	
	8.2.3.1. அறிமுகம்	
	8.2.3.2. விகித பகுப்பாய்வின் பொருள்	
	8.2.3.3. விகிதங்களை வெளிப்படுத்தும் முறைகள்	
	8.2.3.4. விகித பகுப்பாய்வு படிகள்	
	8.2.3.5. விகித பகுப்பாய்வின் நன்மைகள்	
	8.2.3.6. விகித பகுப்பாய்வின் வரம்புகள்	
	8.2.3.7. விகிதங்களின் வகைப்பாடு	
	8.2.3.7.1. பாரம்பரிய விகிதங்கள்	
	8.2.3.7.2. செயல்பாட்டு விகிதங்கள்	
	8.2.3.8. விகிதங்களின் சுருக்கம்	
	8.2.3.9. நடைமுறைச் வினாக்கள்:	
	8.2.2.10. விகிதங்களில் இருந்து நிதி அறிக்கைகளின் உருப்படிகளின் கணக்கீடு மற்றும் குறிப்பிட்ட பொருட்களைக் கண்டறியும் பிற தரவு	
	8.2.3.11. பன்முகதேர்வு வகை வினாக்கள்	

<b>8.2.4.</b>	<b>நிதி ஓட்ட அறிக்கை</b>	
	8.2.4.1. அறிமுகம்:	
	8.2.4. 2. நிதிகளின் பொருள்	
	8.2.4. 3. ஓட்டத்தின் பொருள்	
	8.2.4. 4. நிதி ஓட்ட அறிக்கையின் பொருள்	
	8.2.4. 5. நிதி ஓட்டத்தின் நோக்கங்கள் அறிக்கை	
	8.2.4. 6. நிதி ஓட்டத்தின் நன்மைகள் அறிக்கை	
	8.2.4. 7. நிதி வரம்புகள் வரம்பு அறிக்கை	
	8.2.4.8. நிதிகள் ஓட்ட அறிக்கை மற்றும் இருப்புநிலை அறிக்கைக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடு	
	8.2.4.9. நிதி ஓட்ட அறிக்கையின் தயாரிப்பு	
	8.2.4. 9.1 நிதி ஆதாரங்கள்	
	8.2.4. 9.2 நிதி பயன்பாடு	
	8.2.4.10. நிதிப் ஓட்ட அறிக்கையைத் தயாரிப்பதில் உள்ளடங்கிய படிகள்	
	8.2.4.11. நினைவில் கொள்ள வேண்டிய புள்ளிகள்	
	8.2.4. 12. பன்முகதேர்வு வகை வினாக்கள்	
<b>8.2.5.</b>	<b>AS 3 இன் படி ரொக்க ஓட்ட அறிக்கை</b>	
	8.2 5.1 அறிமுகம்:	
	8.2 .5.2. ரொக்க ஓட்ட அறிக்கையின் பொருள்	
	8.2 .5.3. ரொக்க ஓட்ட அறிக்கை மற்றும் நிதி ஓட்ட அறிக்கைக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடுகள்	
	8.2.5.4. ரொக்க ஓட்ட அறிக்கையின் நன்மைகள்	
	8.2.5.5. ரொக்க ஓட்ட அறிக்கையின் வரம்புகள்	
	8.2.5.6. ரொக்க ஓட்ட அறிக்கையின் தயாரிப்பு	
	8.2.5.6.1. பண வரவு பொருள் (ஆதாரங்கள்)	
	8.2.5.6.2. ரொக்க ஓட்ட அறிக்கையின் பொருள் (பணத்திற்கான பயன்பாடுகள்)	
	8.2.5.7. ரொக்க ஓட்ட அறிக்கை தயாரிப்பதில் உள்ளடங்கிய படிகள்	

	8.2.5.8. கணக்கியல் தரநிலை 3 (திருத்தப்பட்டது)- ரொக்க ஓட்ட அறிக்கை	
	8.2.5.9. பன்முகதேர்வு வகை வினாக்கள்	
<b>8.2.6.</b>	<b>வரவு செலவு திட்ட மற்றும் வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாடு</b>	
	8.2.6.1. அறிமுகம்	
	8.2.6.2. வரவு செலவு திட்ட பொருள்	
	8.2.6.3. இந்த வரையறையின்படி, வரவு செலவு திட்ட பின்வரும் அத்தியாவசிய அம்சங்களைக் கொண்டிருக்கும்:	
	8.2.6.4. வரவு செலவு திட்ட பொருள்	
	8.2.6.5. வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாடு	
	8.2.6.6. வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாட்டின் நோக்கங்கள்	
	8.2.6.7. வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாட்டின் நன்மைகள்	
	8.2.6.8. வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாட்டின் வரம்புகள்	
	8.2.6.9. வெற்றிகரமான வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாட்டின் அவசியம்	
	8.2.6.10. வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாட்டுக்கான அமைப்பு	
	8.2.6.11. வரவு செலவு திட்டங்களின் வகைப்பாடு	
	8.2.6.11.1. செயல்பாடுகளின் அடிப்படையில் வரவு செலவு திட்ட	
	8.2.6.11.2. நெகிழ்வுத்தன்மையின் அடிப்படையில் வரவு செலவு திட்டங்கள்	
	8.2.6.12. செயல்திறன் வரவு செலவு திட்ட	
	8.2.6.13. ஜீரோ பேஸ் வரவு செலவு திட்ட (ZBB)	
	8.2.6.14. கட்டுப்பாட்டு விகிதங்கள்	
	8.2.6.15. பன்முகதேர்வு வகை வினாக்கள்	
<b>8.2.7.</b>	<b>விளிம்புநிலை அடக்கசெலவியல் மற்றும் சம-முறிவுபகுப்பாய்வு.</b>	
	8.2.7.1. விளிம்புநிலை அடக்கசெலவியல் அறிமுகம்	
	8.2.7.2. விளிம்புநிலை அடக்கசெலவியலின் முக்கிய அம்சங்கள்	
	8.2.7.3. விளிம்புநிலை அடக்கசெலவியலின் நன்மைகள்	



	8.2.7.4. விளிம்புநிலை அடக்கசெலவியலின் வரம்பு	
	8.2.7.5. விளிம்புநிலை அடக்கசெலவு மற்றும் உறிஞ்சுதல் அடக்கசெலவு	
	8.2.7.5.1. உறிஞ்சுதல் அடக்கசெலவு - பொருள்	
	8.2.7.5.2. வரையறை	
	8.2.7.5.3. உறிஞ்சுதல் அடக்கசெலவின் நன்மை மற்றும் வரம்பு	
	8.2.7.5.4. விளிம்புநிலை அடக்கசெலவு மற்றும் உறிஞ்சுதல் அடக்கசெலவுக்கு இடையே உள்ள வேறுபாடுகள்	
	8.2.7.6. அடக்கசெலவு அளவு லாபம் பகுப்பாய்வு	
	8.2.7.6.1. முக்கிய விதிமுறைகள் மற்றும் கருத்துக்கள் அடக்கசெலவு தொகுதி இலாப பகுப்பாய்வு	
	8.2.7.7. விளிம்புநிலை அடக்கசெலவுக்கான பயன்பாடு	
	8.2.7.8. வெவ்வேறு சூழ்நிலைகளில் விளிம்புநிலை விலை தொழில்நுட்பங்களின் நடைமுறை பயன்பாடு	
	8.2.7.9. எளிய வினாக்கள்	
	8.2.7.10. பன்முகதேர்வு வகை வினாக்கள்	
	தொகுப்பு - 1 - பல தேர்வு வினாக்கள்	
	தொகுப்பு - 2 - பல தேர்வு வினாக்கள்	

### REFERENCE BOOK:

#### COST ACCOUNTING

- 1) Jain S.P. and Narang K.L. Cost Accounting. New Delhi.
- 2) Khanna B.S., Pandey I.M., Ahuja G.K., and Arora M.N., Practical Costing, , New Delhi.
- 3) Dr.S.N. Maheswari, Principles of Cost Accounting, New Delhi.
- 4) T.S. Reddy and Y. Hari Prasad Reddy, Chennai.
- 5) S.P. Iyengar, Cost Accounting, New Delhi.
- 6) Polimeni, Cost Accounting: Concepts and Applications for Managerial Decision Making, New York, McGraw–Hill, Noida.
- 7) Jain S.P. and Narang K.L. Cost Accounting, , New Delhi.
- 8) V.K.Saxena and C.D. Vashist, Cost Accounting, , New Delhi.

9) Murthy A &Gurusamy S, Cost Accounting, Chennai.

10)Prasad. N.K and Prasad.V.K, Cost Accounting, Book Syndicate, Bangladesh.

### **MANAGEMENT ACCOUNTING**

- 1) Jain S.P. & Narang K.L. (2018) Cost and Management Accounting,
- 2) Rds. Maheswari, Cost and Management Accounting, New Delhi.
- 3) Sharma and Shashi K. Gupta, Management Accounting,
- 4) Jenitra L Mervin, Daslton L Cecil, Management Accounting,
- 5) T.S.Reddy& Y. Hari Prasad Reddy, Management Accounting,
- 6) Chadwick – The Essence of Management Accounting
- 7) Charles T.Horngren and Gary N. Sundem–Introduction to Management Accounting,
- 8) Murthy A and GurusamyS, Management Accounting- Theory &Practice
- 9) Hansen - Mowen, Cost Management Accounting and Control,
- 10) N.P. Srinivasan, Management Accounting,

### **MORE REFERENCE:**

- PGTRB Previous Year Question Papers
- UGC NET Previous Year Question Papers

### **SYLLABUS**

**Introduction to Cost Accounting – Methods and Techniques of Costing – Classification of cost – Materials – Labour – Overheads – Cost sheet – Job Costing – Process Costing – Joint Products and By-Products – Operating Costing – Contract Costing – Standard costing and Variance Analysis (Material and Labour only) – Activity Based Costing. Introduction to Management Accounting – Functions and Benefits of Management accounting – Analysis and Interpretation of Financial statements: Comparative statements, Common size statements and Trend analysis – Ratios – Funds flow statement – Cash Flow Statement as per AS 3 – Budgets and Budgetary control – Marginal Costing and Break – Even analysis.**

# TEACHER'S CARE ACADEMY, KANCHIPURAM

## (TRB, TNPSC, TET, NET, SLET COACHING CENTER)



### HEAD OFFICE

NO. 38/23, Vaigunda Perumal Koil,  
Sannathi Street, Kanchipuram – 1. Cell: 9566535080

B.Off 2: 65C, Thillai Ngr(West), 4th Cross St, Trichy– 620018, Cell : 76399 67359  
B.Off 3: 266-C - Advaita Ashram Road, New Bus Stand, Salem– 4, Cell : 93602 68118

## PG TRB COMMERCE

### UNIT VIII (VOLUME 2)



TCA

### 8.2 மேலாண்மை கணக்கியல்

8.2 1. மேலாண்மை கணக்கியல் அறிமுகம் - மேலாண்மை கணக்கியலின்  
செயல்பாடுகள் மற்றும் நன்மைகள்

#### 8.2.1.1. அறிமுகம்

ஒவ்வொரு வணிக நிறுவனமும் சில நோக்கங்களுடன் உருவாக்கப்படுகிறது. இலாபம் ஈட்டுதல், பயனுள்ள செலவுக் கட்டுப்பாட்டின் மூலம் உற்பத்தித்திறனை அதிகரித்தல், சந்தை வளங்களில் பெரும் பங்கைப் பெறுதல், புத்தாக்கத்தின் மூலம் வளர்ச்சி மற்றும் சமூகத்திற்கு சேவை செய்தல் ஆகியவை நோக்கங்களாக இருக்கலாம். பல்வேறு பன்முகதேர்வு களில், அதிகபட்ச இலாபம் ஈட்டுவது பொதுவாக எந்தவொரு வணிக நிறுவனத்திற்கும் இறுதி நோக்கமாக கருதப்படுகிறது. இந்த நோக்கத்தை அடைவதற்கு, வணிக நிறுவனத்தின் மேலாண்மையர் ஒவ்வொரு நாளும் தொடர்ச்சியான முடிவுகளை எடுப்பர்.

அந்த முடிவுகளின் மீதான செயல்பாடுகள் பல நடவடிக்கைகளுக்கு வழிவகுக்கின்றன. மேலாண்மையர் முடிவுகளின் அறிவுதிறன் மற்றும் பெருநிறுமம் நோக்கங்களின் பின்னணியில் அதன் விளைவாக ஏற்படும் நடவடிக்கைகள், ஏற்றுகொள்ளும் இடர் மற்றும் அடையப்பட்ட இலாபம் ஆகியவை மதிப்பீடு செய்யப்பட வேண்டும். இறுதி பகுப்பாய்வில், நடவடிக்கைகள் மற்றும் அவற்றின் மதிப்பீடு தகவல்களை உருவாக்குகின்றன. இந்த தகவல்களின் பெரும்பகுதி அளவு அடிப்படையில் வெளிப்படுத்தப்படுகிறது. எனவே, கணக்கியல் செயல்பாடு ஒரு நிறுவனத்தின் மேலாண்மை தகவல் அமைப்பின் குறிப்பிடத்தக்க பகுதியாகும்.

கணக்கியல், ஒரு நிறுவனத்தின் வளங்கள் மற்றும் அந்த வளங்களின் இயக்கத்தை அளவீடுகள் மற்றும் நிதி அடிப்படையில் அறிக்கையிடுகிறது. செயல்பாட்டில், இது இரண்டு முக்கிய நோக்கங்களுக்கு உதவுகிறது:

1. பங்குதாரர்கள் / உரிமையாளர்கள், முதலீட்டாளர்கள், கடன் வழங்குநர்கள், பொதுமக்கள் போன்ற வெளிப்புற நபர்களுக்கு அறிக்கையிடும் நோக்கத்திற்காக நிறுவனம் தொடர்பான அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் இது சேகரிக்கிறது, பதிவு செய்கிறது, வகைப்படுத்துகிறது மற்றும் சுருக்கமாகக் கூறுகிறது.

2. இது அவ்வப்போது வணிக நடவடிக்கைகளின் முடிவுகளை மட்டுமல்லாமல், கணக்கியல் பதிவேடுகள் மற்றும் பிற ஆதாரங்களிலிருந்து சேகரிக்கப்பட்ட பிற தகவல்களையும் நிறுவனத்தின் மேலாண்மையருக்கு வழங்குகிறது, இதனால் திட்டமிடல், வழிகாட்டுதல் மற்றும் கட்டுப்படுத்துதல் போன்ற மேலாண்மை பணிகளுக்கு உதவுகிறது.

முதல் நோக்கத்திற்கு உதவும் கணக்கியல் முறை 'நிதிக் கணக்கியல்' என்றும், இரண்டாவது நோக்கத்திற்கு உதவும் அமைப்பு 'மேலாண்மைக் கணக்கியல்' என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.



- நிதிக் கணக்கியல் என்பது கணக்கியலின் அடிப்படையான வடிவம் ஆகும். ஒரு வணிகத்தின் பொது அலுவலகத்தில் பொதுவாக மேற்கொள்ளப்படும் வருவாய், செலவுகள், சொத்துக்கள் மற்றும் பொறுப்புகளுக்கான கணக்கீடு "நிதிக் கணக்கியல்" என்று அழைக்கப்படுகிறது. இலாப நட்டக் கணக்கு மற்றும் இருப்புநிலைக் கணக்கு போன்ற நிதியியல் அறிக்கைகளைத் தயாரிப்பதே நிதிக் கணக்கியலின் முக்கிய நோக்கமாகும். நிறுவனத்தின் இலாபமீட்டும் திறனை கண்டறிய ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கு இலாப நட்டக் கணக்கு தயாரிக்கப்படுகிறது மற்றும் நிறுவனத்தின் நிதி நிலையை தீர்மானிக்க ஒரு குறிப்பிட்ட தேதியில் இருப்புநிலை அறிக்கை தயாரிக்கப்படுகிறது.
- நிதிக் கணக்கியல் வணிக நடவடிக்கைகளின் முடிவுகள் மற்றும் நிதி நிலை பற்றிய முழுமையான தகவல்களை வழங்கினாலும், நிறுவனத்தால் மேற்கொள்ளப்படும் திட்டமிடுதல் மற்றும் வழிகாட்டுதல் போன்ற செயல்பாடுகளுக்கு, இது மேலாண்மையருக்கு உதவுவதில்லை. ஏனெனில், கடந்த கால இலாபம் பற்றிய தகவல்களைத் தருகிறதே தவிர, இலாபம் என்னவாக இருக்க வேண்டும், ஏன் அதைச் சட்டம் முடியவில்லை என்பதைப் பற்றி எந்த வெளிச்சமும் காட்டுவதில்லை. இன்றைய மேலாண்மையர் இலாபம் ஈட்டப்பட்டுள்ளதா என்பதைத் தெரிந்து கொள்வதில் மட்டும் ஆர்வம் காட்டாமல், இலாப அளவை மதிப்பீட்டு அதற்கேற்ப நடவடிக்கைகளைத் திட்டமிட விரும்புகின்றனர். திட்டமிடல் முடிந்தவுடன், அதை செயல்படுத்த வேண்டும் மற்றும் வரவுசெலவுத் திட்ட முடிவுகளை அடைவதை உறுதி செய்வது மேலாண்மையரின் கட்டுப்பாட்டுக்குள் இருப்பதை உறுதி செய்ய வேண்டும்.
- நிதிக் கணக்கியல், அது முன்னோக்காமல் பின்னோக்கி பார்ப்பதால் மேலாண்மையருக்கு எந்தப் பயனும் அளிப்பதில்லை. எதிர்காலத்திற்குத் தேவையான தரவுகளைத் திட்டமிடும் நோக்கில் கணக்காளர் கடந்தகால தரவுகளைச் சேகரித்து, பகுப்பாய்வு செய்து விளக்க வேண்டும் என்று மேலாண்மையர் விரும்புகின்றனர். நிறுவனத்தின் ஒட்டுமொத்த நிதி நிலைமையை சித்தரிக்கும் நிதிக் கணக்கியல், நிறுவனத்தின் உற்பத்தித்திறன், செயல்திறன் மற்றும் இலாபத்தை மேம்படுத்தும் முயற்சியில் முக்கிய முடிவுகளை

எடுப்பதற்கான பிரிவுகளின் செயல்பாட்டு திறன், பொருள்களின் இலாபமீட்டும் திறன், செயல்பாடுகள், இயந்திரங்கள் மற்றும் உபகரணங்கள் குறித்து எந்த வெளிச்சத்தையும் காட்டத் தவறுகிறது.

- நிதிக் கணக்கியலின் வரம்புகளைக் கடக்கவும், முக்கிய முடிவுகளை எடுப்பதற்கு மேலாண்மைக்கு தேவையான தகவல்களை வழங்கவும், "மேலாண்மை கணக்கியல்" என்று அழைக்கப்படும் ஒரு புதிய கணக்கியல் முறை உருவாக்கப்பட்டது.
- ஆங்கிலோ-அமெரிக்க உற்பத்தித்திறன் கவுன்சிலின் ஏற்பாட்டின் கீழ் 1950 ஆம் ஆண்டில் அமெரிக்காவுக்கு பயணம் செய்த பிரிட்டிஷ் கணக்காளர் குழுவால் "மேலாண்மை கணக்கியல்" என்ற சொல் முதன்முதலில் உருவாக்கப்பட்டு பயன்படுத்தப்பட்டது. அப்போதிருந்து, மேலாண்மை கணக்கியல் ஒரு முழுமையான பாடமாக வளர்ந்துள்ளது மற்றும் சமீபத்திய ஆண்டுகளில் பாரம்பரிய கணக்கியலில் இருந்து வேறுபட்ட ஒரு பாடமாக பார்க்கப்படுகிறது.

## 14 PG 2015 (10) COMMERCE

2. மேலாண்மை கணக்கியல் என்ற சொல் முதலில் பயன்படுத்தப்பட்டது

A) 1910

B) 1939

C) 1950

D) 1956



TCA

### 8.2.1.2. மேலாண்மை கணக்கியலின் பொருள்

மேலாண்மை கணக்கியல் என்ற சொல் மேலாண்மைக்கான கணக்கியலை குறிக்கிறது. சாதாரண மொழியில், இது முடிவு எடுக்கும் செயல்பாட்டில் மேலாண்மைக்கு உதவும் வகையில் சிக்கல்களை கண்டறிதல் மற்றும் விளக்கத்திற்காக கணக்கியல் தகவல்களை ஏற்றுக்கொள்வதையும் பகுப்பாய்வு செய்வதையும் குறிக்கிறது. பரந்த அர்த்தத்தில், இது ஒரு நிறுவனத்தின் அன்றாட நடவடிக்கைகளை நிர்வகிப்பதற்கான கொள்கையை உருவாக்குவதில் மேலாண்மையருக்கு உதவும் வகையில் கணக்கியல் தகவல்களை வழங்குவதைக் குறிக்கிறது. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், இது, கொள்கை உருவாக்கம், திட்டமிடல், கட்டுப்பாடு மற்றும் முடிவெடுக்கும் நோக்கத்திற்காக மேலாண்மையால் நிதி மற்றும் செலவு தரவைப் பயன்படுத்தும் கணக்கியலின் ஒரு வடிவமாகும். இது மேலாண்மை சார்ந்த கணக்கியல், மேலாண்மை அம்ச ஆய்வுக்கான கணக்கியல் அல்லது மேலாண்மைக்கான கணக்கியல் என்று பல்வேறு விதமாக விவரிக்கப்படலாம்.

## 12 PG -11 – COMMERCE

1. பின்வரும் அறிக்கைகளைக் கவனியுங்கள். அவை உண்மையா அல்லது பொய்யா என்பதைக் குறிப்பிடவும் :

I. மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது முதன்மையாக முடிவெடுப்பதில் நிர்வாகத்திற்கு உதவுவதாகும்

II. மேலாண்மை கணக்கியல்களை பராமரிப்பது அனைத்து வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கும் ஒரு சட்டப்பூர்வ தேவை

III. மேலாண்மை கணக்கியல் தொடர்ந்து தணிக்கை செய்யப்பட வேண்டும்

IV. தரநிலை அடக்க செலவு மற்றும் வரவு செலவு திட்ட கட்டுப்பாடு ஆகியவை மேலாண்மை கணக்கியல்களின் ஒரு பகுதியாக கட்டுப்பாட்டு நுட்பங்களாகப் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. )

### 8.2.1.3. மேலாண்மை கணக்கியல் வரையறை

மேலாண்மைக் கணக்கியலின் பண்புகளைப் புரிந்துகொள்வதற்கு புகழ்பெற்ற அறிஞர்கள் மற்றும் தொழில்முறை அமைப்புகள் வழங்கிய வரையறைகளைப் படிப்பது ஆர்வமாக இருக்கும். இந்த வார்த்தையின் சில நிலையான வரையறைகள் பின்வருமாறு:

1. ஹார்ப்பர் டபிள்யூ.எம். "மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது மேலாண்மை தொடர்பானது".

2. என்.கே.போஸ் "மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது திறமையான மேலாண்மைக்கான கணக்கு".

3. டி.ஜி.ரோஸ் "மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது கணக்கியல் தகவல்களை ஏற்றுக்கொள்வது மற்றும் பகுப்பாய்வு செய்வது மற்றும் நிர்வாகத்திற்கு உதவும் வகையில் அதன் சிக்கல்களை கண்டறிதல் மற்றும் விளக்கமளித்தல்"



4. ராபர்ட் என்.ஆண்டனி "மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது மேலாண்மைக்கு பயனுள்ள கணக்கியல் தகவல்களுடன் தொடர்புடையது".

5. ஜே.பேட்டி, "மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது கணக்கியல் முறைகள், அமைப்பு மற்றும் நுட்பங்களை விவரிக்கப் பயன்படுத்தப்படும் சொல், இது சிறப்பு அறிவு மற்றும் திறனுடன் இணைந்து இலாபத்தை அதிகரிக்க அல்லது இழப்புகளைக் குறைக்கும் பணியில் நிர்வாகத்திற்கு உதவுகிறது"

6. அமெரிக்கன் அக்கவுண்டிங் அசோசியேசன்: "மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது பயனுள்ள திட்டமிடலுக்கும், மாற்று வணிக நடவடிக்கைகளில் ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கும், செயல்திறன்களின் மதிப்பீடு மற்றும் விளக்கத்தின் மூலம் கட்டுப்படுத்துவதற்கு தேவையான முறைகள் மற்றும் கருத்துகளை உள்ளடக்கியது.

7. ஐ.சி.எம்.ஏ: "மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது கொள்கையை உருவாக்குவதிலும் ஒரு நிறுவனத்தின் அன்றாட நடவடிக்கைகளிலும் நிர்வாகத்திற்கு உதவும் வகையில் கணக்கியல் தகவல்களை வழங்குவதாகும்".

8. தி இன்ஸ்டிடியூட் ஆப் சார்ட்டர்ட் அக்கவுண்ட் ஆப் இந்தியா : "கணக்கியல் முக்கியமாக மேலாண்மைக்கு உதவ முனையும் அதன் நுட்பங்கள் மற்றும் நடைமுறைகள் மேலாண்மை கணக்கியல் என்று அழைக்கப்படுகின்றன".

### 8.2.1.4. மேலாண்மைக் கணக்கியலின் பண்புகள் (அல்லது) இயல்புகள்

மேற்குறிப்பிட்ட வரையறைகளை நாம் கவனமாக ஆராய்ந்தால், மேலாண்மைக் கணக்கியலின் சில பண்புகள் அல்லது முக்கிய சிறப்பியல்புகளை அதன் சொந்த வகையான

ஒரு தனித்துவமான துறையாக நாம் தெளிவாக அடையாளம் காண முடியும். இதன் பண்புகள் பின்வருமாறு:

**தகவல் அளிப்பவர்:** மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது முடிவெடுக்கும் நோக்கத்திற்காக மேலாண்மைக்கு நிதி தகவல் அளிப்பவராக செயல்படுகிறது. முடிவுகளை மேலாண்மை தான் எடுக்க வேண்டும். இது ஒரு பயணி ஏதேனும் ஒரு திசையில் பயணித்தால் அவர் எங்கு செல்வார் என்பதைக் கூறும் வரைபடத்தைப் போன்றது. தகவல் பயன்படுத்தப்படும் விதம் மேலாண்மையின் செயல்திறன் மற்றும் திறனைப் பொறுத்தது.

**காரணம் மற்றும் விளைவு பகுப்பாளர்:** மேலாண்மை கணக்கியல் ஒரு காரணம் மற்றும் விளைவு பகுப்பாய்வாளராக செயல்படுகிறது. நிதிக் கணக்கியல் முடிவுகளை வெளிப்படுத்துகிறது, ஆனால் அதன் காரணங்களைக் கணக்கிடாது. எடுத்துக்காட்டாக, இலாப நட்டக் கணக்கு ஒரு வருடத்தில் ஈட்டிய இலாபம் அல்லது நட்டத்தின் அளவை வெளிப்படுத்துகிறது, ஆனால் அதற்கான காரணத்தைக் கூறவில்லை.

மேலாண்மை கணக்கியல் இலாபம் அல்லது நட்டத்திற்கான காரணத்தை ஆராய்கிறது. பொதுவான மற்றும் ஒட்டுமொத்த இலாபத்தின் விளைவு மேலாண்மை கணக்கியலில் காரணம் மற்றும் பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு விளக்கப்படுகிறது.



TCA

**முன்னறிவிப்பாளர்:** மேலாண்மை கணக்கியல் ஒரு முன்னறிவிப்பாளராக செயல்படுகிறது. நிர்வாகத்திற்கு சவால் விடும் கடந்த காலம் அல்ல, எதிர்காலம் தான் இதற்குக் காரணம். எனவே, மேலாண்மை கணக்கியல், திட்டமிடல் மற்றும் முன்னறிவிப்பு பணியில் நிர்வாகத்திற்கு உதவுகிறது. இது எதிர்கால முடிவுகளை எடுப்பதற்கான தகவல்களை நிர்வாகத்திற்கு வழங்குகிறது.

**செயல்திறனின் வாகனம்:** மேலாண்மை கணக்கியல் நிறுவனத்தின் செயற்பாட்டுத் திறனை மேம்படுத்துவதற்கான ஒரு வாகனமாகச் செயற்படுகின்றது. ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்திற்கான இலக்குகளை நிர்ணயிப்பதன் மூலம் துறைகள் மற்றும் பிரிவுகளின் செயல்திறனை மேம்படுத்த முடியும். உண்மையான செயல்திறன் இலக்குகளுடன் ஒப்பிடப்படுகிறது, இதனால் விலகல்களைக் கண்டறிய முடியும். நேர்மறையான விலகல்கள் மதிப்பாய்வு செய்யப்படுகின்றன. காரணத்தைக் கண்டறிய எதிர்மறை விலகல்கள் ஆராயப்படுகின்றன. காரணங்களைச் சமாளிப்பதற்கான வழிகள் பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு இலக்குகள் அடையப்படுகின்றன. இலக்குகளை நிர்ணயித்து அடைவதற்கான செயல்முறை ஒட்டுமொத்த செயல்திறனில் படிப்படியான முன்னேற்றத்திற்கு வழிவகுக்கிறது.

**நிலையான விதிமுறைகள் இல்லை:** மேலாண்மை கணக்கியலில், நிதி கணக்கியல் போன்று விதிகள் அல்லது தரநிலைகள் எதுவும் சரியாக பின்பற்றப்படுவதில்லை. மேலாண்மைக்கு ஏற்ற வகையில் தேவையான தகவல்கள் வழங்கப்படுகின்றன. எனவே, தகவல்களின் வடிவம் மற்றும் வழங்கும் முறை அவர்களின் தனிப்பட்ட தேவைகளைப் பொறுத்து நிறுவனத்திற்கு நிறுவனம் மாறுபடும்.

**முடிவுகள் எடுத்தல்:** மேலாண்மை கணக்கியல் மேலாண்மைக்கு முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டில் உதவுகிறது. இது மேலாண்மைக்கு அதன் முடிவுகளின் அடிப்படைக்கு

தேவையான தகவல்களை வழங்குகிறது, இது கொள்கைகளை உருவாக்குவதில் மட்டுமல்லாமல் செயல்திறனை மதிப்பிடுவதிலும் மேலாண்மைக்கு உதவுகிறது.

**அகநிலை நோக்குநிலை:** மேலாண்மை கணக்கியல் அகநிலை சார்ந்தது: இது அடிப்படையில் அளவீட்டை விட திறனாய்வு முடிவை அடிப்படையாகக் கொண்டது. ஸ்மித் ரிச்சர்டின் கூற்றுப்படி, " சரக்கிருப்பு-வணிக நிர்வாகத்தில் அளவிடுவதை விட அகநிலை சான்றுகள், திறனாய்வு முடிவுகள் ஆகியவற்றை மேலாண்மை முடிவுகள் பெரிதும் சார்ந்துள்ளன".

**நுட்பங்கள் மற்றும் கருத்துக்கள்:** தரநிலை அடக்கசெலவு, விளிம்புநிலை அடக்கசெலவு, வரவுசெலவு கட்டுப்பாடு, திட்ட மதிப்பீடு போன்ற சிறப்பு நுட்பங்களை மேலாண்மை கணக்கியல் பயன்படுத்துகிறது. இது கணக்கியல் தரவை மேலாண்மைக்கு மிகவும் பயனுள்ளதாகவும் உதவியாகவும் ஆக்குகிறது.

இந்த நுட்பங்கள் அல்லது கருத்துக்கள் ஒவ்வொன்றும் தரவுகளின் பகுப்பாய்வு மற்றும் விளக்கத்தில் குறிப்பிட்ட நோக்கங்களுக்கு பயனுள்ள கருவியாக செயல்படுகின்றன, செயல்பாடுகள் மீதான கட்டுப்பாட்டை நிறுவுகின்றன.

**அக பயன்பாடு:** மேலாண்மை கணக்கியல் வழங்கும் தகவல்கள் முற்றிலும் உள் பயன்பாட்டிற்கானவை. மேலாண்மை கணக்கியல் மேலாண்மையின் தகவல் தேவைகளுக்கு ஏற்றவாறு தரவுகளை பகுப்பாய்வு செய்து விளக்குகிறது. அடிப்படையில் இது நிர்வாகத்தின் உள் பயன்பாட்டிற்காக வடிவமைக்கப்பட்டுள்ளது, இது வெளிப்புற தரப்பினரின் மிகக் குறைந்த பயன்பாட்டைக் கொண்டுள்ளது.



### 8.2.1.5. மேலாண்மை கணக்கியலின் செயற்பரப்பு

'ஒரு வணிகத்தை மிகவும் திறமையாக நடத்த உதவும் எந்த வகையான கணக்கியலையும் மேலாண்மை கணக்கியல் என்று அழைக்கலாம்'. இது மேலாண்மைக் கணக்கியலின் செயற்பரப்பு மிகவும் பரந்து விரிந்துள்ளது என்பதை வெளிப்படுத்துகிறது.

எனவே, வணிகத்தை மிகவும் திறமையாக நடத்த மேலாண்மைக்கு உதவக்கூடிய கணக்கியலின் எந்தவொரு நுட்பமும் மேலாண்மை கணக்கியலின் வரம்புக்குள் வரும். வளர்ந்து வரும் இந்த விஷயத்தின் எல்லையை நீக்குவது எளிதல்ல. இருப்பினும், பின்வரும் அமைப்புகள் மற்றும் நுட்பங்கள் நிச்சயமாக மேலாண்மை கணக்கியலின் எல்லைக்குள் வருகின்றன.

**நிதிக் கணக்கியல்:** நிதிக் கணக்கியல் வழங்கும் தகவல்கள் மேலாண்மைக் கணக்கியலுக்கு அடிப்படையாக அமைகின்றன. நிதி கணக்கியல் முக்கியமாக வணிக நடவடிக்கைகளை பதிவு செய்வது மற்றும் தொகுப்பது தொடர்பானது. இது கடந்தகால தன்மை கொண்டது மற்றும் எதிர்கால கணிப்புகளுக்கான அடிப்படையை வழங்குகிறது. மேலாண்மை கணக்கியல் மேலாண்மைக்கு அறிக்கை தருவதற்காக நிதி கணக்கியல் தகவல்களை பகுப்பாய்வு செய்து விளக்குகிறது. எனவே, மேலாண்மைக் கணக்கியலும் நிதிக் கணக்கியலும் ஒன்றோடொன்று தொடர்புடையவை.



**அடக்கசெலவுக் கணக்கியல்:** அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் என்பது கணக்கியல் நுட்பங்களின் வளர்ச்சியில் இரண்டாம் கட்டமாகும். நிலையான அடக்கசெலவு, விளிம்புநிலை அடக்கசெலவு போன்ற அதன் பல்வேறு நுட்பங்களின் உதவியுடன், இது பல்வேறு துறைகள், பிரிவுகள் மற்றும் பொருட்களின் செயல்திறனை வெளிப்படுத்துகிறது.

இது பொருட்கள், செயல்முறைகள் மற்றும் பணியாக்கம் ஆகியவைகளின் அடக்கவிலை தொடர்பான தரவை பல்வேறு அடக்கசெலவு முறைகள் மூலம் வழங்குகிறது. மேலாண்மை முடிவுகளை நோக்கி கவனம் செலுத்துவதற்காக மேலாண்மை கணக்கியல் அனைத்து அடக்கசெலவு தரவுகளையும் பயன்படுத்துகிறது.

**வரவுசெலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு மற்றும் முன்னறிவிப்பு:** வரவுசெலவுத் திட்டங்களை உருவாக்குதல், வரவுசெலவுத் திட்டத்துடன் உண்மையான செயல்திறனை ஒப்பிடுதல், மாறுபாடுகளைக் கண்டறிதல் மற்றும் அவற்றின் காரணங்களைக் கண்டறிதல் மற்றும் எதிர்காலத்தில் அவற்றைத் தடுப்பதற்கான பொருத்தமான நடவடிக்கைகளை பரிந்துரைத்தல் ஆகியவை வரவுசெலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடுகளில் அடங்கும்.

எவ்வாறாயினும், முன்னறிவிப்பு என்பது கடந்த கால மற்றும் நிகழ்கால சூழ்நிலைகளின் அடிப்படையில் எதிர்காலத்தை கணிப்பதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது. வரவுசெலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு மற்றும் முன்னறிவிப்பு இரண்டும் முறையான எதிர்கால கணிப்புகளின் செயல்பாட்டில் மேலாண்மை கணக்கியலுக்கு உதவுகின்றன.

**புள்ளியியல் மற்றும் அளவீட்டு நுட்பங்கள்:** மேலாண்மை மற்றும் மேலாண்மை கணக்காளர்கள் எதிர்கொள்ளும் பிரச்சினைகளின் சிக்கலான தன்மை காரணமாக, பல புள்ளியியல் கருவிகள் மற்றும், கணித நிரலாக்கங்கள் போன்ற மாதிரி நுட்பங்கள், நிகழ்தகவு, நேரியல் நிரலாக்கம், பின்னடைவு பகுப்பாய்வு போன்றவைகள் நிர்வாகத்திற்கு அறிக்கைகளை மிகவும் துல்லியமாகவும் பயனுள்ளதாகவும் வழங்க மேலாண்மை கணக்காளரால் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. எனவே, புள்ளியியல் மற்றும் அளவீட்டு நுட்பங்கள் மேலாண்மை கணக்கியலின் இன்றியமையாத பகுதியாகும்.

**வரிக் கணக்கியல்:** மேலாண்மைக் கணக்கியலின் ஒரு முக்கிய அம்சமாக வரிக் கணக்கியல் அங்கீகரிக்கப்பட வேண்டும். மத்திய அரசு, மாநில அரசுகள் மற்றும் உள்ளாட்சி அமைப்புகளால் உருவாக்கப்பட்ட சட்டங்களின்படி பொறுப்பை கணக்கிடுவது வரிக் கணக்கீட்டில் அடங்கும்.



TCA

வருமான வரி தாக்கல் செய்வது, சரியான நேரத்தில் வரி செலுத்துவது ஆகியவையும் இதில் அடங்கும். எனவே, தற்போதைய சிக்கலான வரி கட்டமைப்பில் வரி திட்டமிடல் நிர்வாகத்தின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாக மாறியுள்ளது.

**சரக்கிருப்பு கட்டுப்பாடு:** 'இன்வென்டரி' என்ற சொல் மூலப்பொருட்களின் இருப்பு, நடைபெற்று வரும் பணிகள் மற்றும் முழுமைபெற்ற பொருட்கள் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கியது. சரக்கிருப்பு கட்டுப்பாடு என்பது சரக்கிருப்புகளில் முதலீட்டைக் கட்டுப்படுத்துவதற்காக உருவாக்கப்பட்டு பின்பற்றப்படும் முறையாகும்.

இது சரக்கிருப்பு திட்டமிடல் மற்றும் கொள்முதல் அளவு மற்றும் நேரம், சரக்கிருப்பு

அளவுகளை நிர்ணயித்தல் போன்றவை குறித்து முடிவெடுப்பதை உள்ளடக்கியது. இது அடக்கசெலவு குறைப்பு மற்றும் அடக்கசெலவு கட்டுப்பாட்டிற்கு உதவுகிறது. ஒரு பயனுள்ள சரக்கிருப்பு கட்டுப்பாட்டு அமைப்பு மேலாண்மைக்கு தேவைப்படுகிறது.

எப்போது, எங்கிருந்து வாங்க வேண்டும், எவ்வளவு வாங்க வேண்டும் என்பது குறித்து மேலாண்மை கணக்காளர் மேலாண்மைக்கு வழிகாட்டுவார். எனவே, மேலாண்மை முடிவுகளை எடுக்க சரக்கிருப்பு கட்டுப்பாடு பற்றிய ஆய்வு மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

**அக தணிக்கை:** அக கட்டுப்பாட்டுக்கான தனிநபரின் பொறுப்பை நிர்ணயிப்பதில் அக தணிக்கை மேலாண்மைக்கு உதவுகிறது.

**இடைக்கால அறிக்கை சமர்ப்பித்தல்:** மாதாந்திர, காலாண்டு, அரையாண்டு வருமான அறிக்கைகள் மற்றும் பிற அறிக்கைகள் பணப்புழக்க அறிக்கைகள், நிதி ஓட்ட அறிக்கைகள், பயனற்ற பொருள்கள் அறிக்கைகள் போன்றவற்றைத் தயாரிப்பது இதில் அடங்கும்.

**முறைகள் மற்றும் நடைமுறைகள்:** தரவு செயலாக்கத்திற்கான திறமையான அமைப்பைப் பராமரிப்பது மற்றும் தேவையான தகவல்களை சரியான நேரத்தில் திறம்பட அறிக்கையிடுவது ஆகியவை இதில் அடங்கும்.



### 8.2.1.6. மேலாண்மை கணக்கியலின் செயல்பாடு

**மேலாண்மை கணக்கியலின் பணிகள்**

- சில பத்தாண்டுகளுக்கு முன்பு, பெரும்பாலான மக்கள் மேலாண்மை கணக்கியல் என்ன செய்ய வேண்டும் அல்லது என்ன செய்ய முடியும் என்பது குறித்த வரையறுக்கப்பட்ட கண்ணோட்டத்தைக் கொண்டிருந்தனர்.
- ஆனால் நவீன பார்வை, பழமையான பணிநோக்கத்திற்கு அப்பாற்பட்டது மற்றும் "கவனம்-செலுத்தும்" மற்றும் பிரச்சினைகளை தீர்க்கும் தகவல்களை வழங்கும் என்று எதிர்பார்க்கப்படுகிறது. மேலாண்மையின் கணக்கியல் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக மேலாண்மை கணக்கியல் பின்வரும் பணிகளை மேற்கொள்கிறது.

**முன்னறிவிப்பு மற்றும் திட்டமிடல்:** முன்னறிவிப்பு மற்றும் திட்டமிடல் ஆகியவை வணிக நோக்கங்களை அடைவதற்கான இரண்டு திட்டவட்டமான கருவிகள் ஆகும். திட்டமிடல் மற்றும் முன்னறிவிப்புக்கு தேவையான தகவல்களை மேலாண்மை கணக்கியல் வழங்குகிறது. போக்கு பகுப்பாய்வு, ஒட்டுறவு மற்றும் தொடர்புபோக்கு நுட்பங்கள், வரவுசெலவுத் திட்டங்கள் மற்றும் நிலை அடக்கசெலவு போன்ற பல கருவிகள் இந்த நோக்கத்திற்காக பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

**தரவு திருத்தம்:** நிதி கணக்கியல் வழங்கும் தகவல்கள் விரும்பத்தக்க வடிவத்தில் இல்லாமல் இருக்கலாம். திட்டமிடல் மற்றும் முடிவெடுப்பதில் மேலாண்மைக்கு ஓரளவு உதவியாக இருக்கும் வகையில் தகவல்கள் மாற்றியமைக்கப்பட வேண்டும். மேலாண்மையின் பயன்பாட்டிற்காக தகவல்களை மாற்றியமைப்பது மேலாண்மை கணக்கியலின் ஒரு முக்கிய பணியாகும். வணிக நிகழ்வுகளின் கண்ணோட்டத்தில் தகவல்கள் மாற்றப்படலாம். பொதுவாக தகவல் ஒருமுகத்தன்மை மற்றும் நெகிழ்வுத்தன்மையின் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தல் மற்றும் வகையினப்படுத்துதல் மூலம் மாற்றியமைக்கப்படுகிறது.

**தரவுகளின் பகுப்பாய்வு மற்றும் விளக்கம் தருதல்:** தகவல் முக்கியமல்ல, ஆனால் அது பயன்படுத்தப்படுகிறது. தகவல்களின் பயன்பாட்டிற்கு பகுப்பாய்வு மற்றும் விளக்கம் தேவைப்படுகிறது, மேலும் பொதுவான அளவு அறிக்கைகள், ஒப்பீட்டு நிதி அறிக்கைகள், விகித பகுப்பாய்வு, நிதி ஓட்டம் மற்றும் பணப்புழக்க அறிக்கைகள் போன்ற பல கருவிகள் பகுப்பாய்வு மற்றும் விளக்குதல் நோக்கத்திற்காக பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

**ஒருங்கிணைப்பு:** நிதி பகுப்பாய்வு மற்றும் விளக்கம் மூலம் பல்வேறு நிதித் துறைகளிடையே ஒருங்கிணைப்பு சக்தியாக மேலாண்மை கணக்கியல் செயல்படுகிறது. நடவடிக்கைக்கு பொறுப்பான அனைத்து பிரிவுகளையும் கலந்தாலோசிப்பதன் மூலம், மேலாண்மை கணக்கியலால் ஒருங்கிணைப்பு எளிதாக்கப்படுகிறது.

**கட்டுப்பாட்டை எளிதாக்குகிறது:** மேலாண்மை கணக்கியலின் ஒரு முக்கிய பணி, மேலாண்மை அதன் கட்டுப்பாட்டு செயல்பாட்டை நிறைவேற்ற உதவுவதாகும். அதாவது வரவுசெலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு, நிலை அடக்கசெலவு போன்றவைகள் மூலம் இது தரநிலைகளை நிறுவுவதற்கும், விலகல்களை அளவிடுவதற்கும், சாத்தியமான திருத்தங்களை பரிந்துரைப்பதற்கும் உதவுகிறது, சரியான கட்டுப்பாட்டுக்கு மிகவும் பயனுள்ள தகவல்தொடர்பு மொழி, இன்றியமையாத தேவையாகும்.

**பண்புசார் தகவல்களைப் பயன்படுத்துதல்:** மேலாண்மை கணக்கியல் பல்வேறு புள்ளிவிவர மற்றும் விளக்கத் தகவல்களைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் சிறந்த முடிவுகளை எடுக்க மேலாண்மைக்கு உதவுகிறது. பல நேரங்களில், நிதி அறிக்கைகளில் வழங்கப்பட்ட தகவல்களை விட பணமல்லாத தகவல்கள் மிகவும் முக்கியமானவை, எ.கா. மேலாண்மையின் பண்பு மற்றும் ஒருமைப்பாடு, மூலப்பொருட்கள் மற்றும் பிற அடிப்படை உள்ளீடுகள் எதிர்காலத்தில் கிடைக்கும் தன்மை, அரசாங்கத்தின் கொள்கை போன்றவை.

**மேலாண்மைக் கொள்கைகள் தகவல்தொடர்பு:** மேலாண்மைக் கணக்கியல் என்பது மேலாண்மைக் கொள்கைகளைப் பணியாளர்களுக்குத் திறம்படத் தெரிவிப்பதில் ஒரு கருவியாக செயல்படுகிறது. இது திறம்பட கொள்கைகளை செயல்படுத்த உதவுகிறது.



TCA

### 8.2.1.7. நிதி கணக்கியல் மற்றும் மேலாண்மை கணக்கியலுக்கு இடையே உள்ள

#### வேறுபாடு

மேலாண்மைக் கணக்கியலுக்கும் நிதிக் கணக்கியலுக்கும் இடையே சரியான எல்லைக் கோடு இல்லை. நவீன வர்த்தகம் மற்றும் தொழில்துறையில், நிதி மற்றும் மேலாண்மை கணக்கியலின் செயல்பாடுகள் ஒன்றாகவும் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன, மற்றும் பல வழிகளிலும் ஒன்றுடன் ஒன்று இணைகின்றன.

பல பல்கலைக்கழகங்கள் மேலாண்மை கணக்கியல் நுட்பங்களை நிதிக் கணக்கியல் தாளில் சேர்க்கின்றன. இரண்டும் மிகவும் நெருங்கிய தொடர்புடையவை. உண்மையில், அனைத்து கணக்கியலும் முதன்மையாக மேலாண்மைக்கு சேவை செய்கின்றன மேலும் அனைத்து கணக்குகளும் நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ நிதி முடிவு

எடுப்பதுடன் தொடர்புடையவை. இருப்பினும், இரண்டிற்கும் இடையிலான பின்வரும் வேறுபாடுகளைக் காணலாம்.

**நோக்கங்கள்:** நிதிக் கணக்கியலின் முதன்மை நோக்கம் உரிமையாளர்கள், கடன் வழங்குநர்கள் மற்றும் அரசாங்கத்திற்கு காலமுறை அறிக்கை அளிப்பதாகும், ஆனால் உள் மேலாண்மைக்கு உதவுவதே மேலாண்மை கணக்கியலின் நோக்கம். எனவே, முந்தையது வெளிப்புற அறிக்கையிடலை உள்ளடக்கியது மற்றும் பிந்தையது உள் அறிக்கையிடலை உள்ளடக்கியது.

**பயன்படுத்தப்படும் தரவுகளின் தன்மை:** நிதி கணக்கியல் கடந்தகால தரவுகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது, அதே நேரத்தில் மேலாண்மை கணக்கியல் எதிர்கால தரவை வலியுறுத்துகிறது. நிதிக் கணக்கியல் கடந்த காலத்தில் நடந்த நடவடிக்கைகளை மட்டுமே பதிவு செய்கிறது. ஆனால் அவை எதிர்கால நிலையை பாதிக்கும் அளவிற்கு மட்டுமே மேலாண்மை கணக்கியல் கடந்த கால நிகழ்வுகளையும் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்கிறது.

**சட்ட ரீதியான கட்டாயம்:** நிறுமங்கள் சட்டம் 1956 இன் கீழ் கூட்டுப் பங்கு நிறுமங்களுக்கு நிதிக் கணக்கியல் கட்டாயமாகும், மேலும் பிற வகையான வணிக அமைப்புகளுக்கு சட்டரீதியான விதிகளை பூர்த்தி செய்ய அல்லது வரி நோக்கங்களுக்காக இது அவசியம். மேலாண்மை கணக்கியல் ஓரளவு விருப்பமானது, இருப்பினும் அதன் பயன்பாடு விரும்பத்தக்கது.

**விதிகள் மற்றும் கோட்பாடுகள்:** நிதி கணக்கியல் வெளிநபர்களால் வரையறுக்கப்பட்ட சில தரநிலைகள் அல்லது விதிகளின் கீழ் வெளிநபர்களுக்கு தரவை வழங்குகிறது, அதே நேரத்தில் மேலாண்மை கணக்கியல் அதே தரநிலைகள் அல்லது விதிகளுக்கு இணங்க வேண்டியதில்லை. அதற்குப் பதிலாக, வணிகத்தை திறம்பட நடத்துவதற்கான அதன் சொந்த விதிகள் மற்றும் கொள்கைகளை அது வகுக்கிறது.

**தணிக்கையாளர்களின் சான்றிதழ்:** நிதி கணக்கியலின் கீழ் வழங்கப்படும் தரவு தன்னிச்சையான தணிக்கையாளர்களால் சான்றளிக்கப்பட வேண்டும். மேலாண்மை கணக்கியலின் கீழ் தரவுகளை வழங்குவதற்கு அத்தகைய தேவை எதுவும் இல்லை.



**வெளியீடு:** நிதிக் கணக்கீட்டின் கீழ், வருடாந்திர அறிக்கைகள் தயாரிக்கப்பட்டு வெளி நபர்களிக்கிடையே சுற்றுக்கு கால இடைவெளியில் வெளியிடப்பட வேண்டும். மறுபுறம், நிர்வாக அறிக்கைகள் மேலாண்மை ஊழியர்களிடையே சுற்றுக்கு விநியோகிக்கப்படுகின்றன, அவை வெளியிடப்படுவதில்லை.

**நெறிகள்:** நிதிக் கணக்கியல் புறநிலைத்தன்மை, செல்லுபடியாகும் தன்மை மற்றும் துல்லியம் போன்ற நெறிகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கிறது, இதனால் நிதி அறிக்கைகள் மக்களின் நம்பிக்கையைப் பெறுகின்றன. இதற்கு நேர்மாறாக, மேலாண்மை கணக்கியலின் முக்கியத்துவம் சம்பந்தப்பட்ட தரப்பினருக்கு தகவல்களை பொருத்துவதில் உள்ளது. இது புறநிலைத்தன்மையை விட நெகிழ்வுத்தன்மை மற்றும் ஒப்பீட்டுத்தன்மையை அதிகம் மதிக்கிறது. மேலாண்மை கணக்கியலில், புறநிலைத்தன்மை பொதுவாக பொருத்தத்திற்கு ஆதரவாக தியாகம் செய்யப்படுகிறது.

**செயலாக்கம்:** மேலாண்மை கணக்கியல் திட்டங்கள் மற்றும் கொள்கைகள் சரியாக பின்பற்றப்படுகிறதா இல்லையா என்ற உண்மையை வெளிப்படுத்துகிறது, அதே நேரத்தில் நிதி கணக்கியல் இது இல்லை. வேறு வார்த்தைகளில் கூறுவதானால், மேலாண்மை கணக்கியல் போலல்லாமல், நிதி கணக்கியல் திட்டத்தின் எந்த பகுதி தவறாக செல்கிறது என்பதை நமக்குச் சொல்லாது. நிதிக் கணக்கியல் ஒரு குறிப்பிட்ட காலகட்டத்தில் அடைந்த ஒட்டுமொத்த முடிவைக் காட்டுகின்றன.

**துல்லியம்:** நிதிக் கணக்கியலுக்கு துல்லியம் மற்றும் சரிநிலையான தரவு தேவைப்படுகிறது, அதே நேரத்தில் மேலாண்மை கணக்கியல் தோராயமான மதிப்பீடுகளை அனுமதிக்கிறது, நிதி கணக்கியலைப் போலல்லாமல், மேலாண்மை கணக்கியலில் துல்லியத்திற்கு குறைவான முக்கியத்துவம் உள்ளது.

**அனுமானங்கள்:** மேலாண்மைக் கணக்கியல் என்பது நிதிக் கணக்கியலின் இருப்பை ஊகிக்கிறது. மறுபுறம், நிதிக் கணக்கியல் மேலாண்மைக் கணக்கியலின் இருப்பைக் கருத்தில்கொள்வதில்லை.



TCA

### 8.2.1.8. மேலாண்மை கணக்கியல் மற்றும் அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் ஆகியவற்றுக்கு இடையிலான வேறுபாடு

- அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் மற்றும் மேலாண்மைக் கணக்கியல் ஆகியவை கணக்கியல் நுட்பத்தின் வளர்ச்சி மற்றும் பரிணாம வளர்ச்சியில் இரண்டு நிலைகளாகும். இந்த இரண்டு அமைப்புகளும் முடிவு எடுக்கும் நோக்கத்திற்காக கணக்கியல் தரவுகளை வழங்கும் செயல்முறையில் ஈடுபட்டுள்ளன மற்றும் அன்றாட நடவடிக்கைகளைக் கட்டுப்படுத்துகின்றன. அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் என்பது உற்பத்திப் பொருட்களின் அடக்கசெலவைக் கண்டறிவது மட்டுமல்லாமல், செலவு மற்றும் கட்டுப்பாடு மற்றும் மேலாண்மையர் முடிவுகளை எடுப்பது ஆகியவற்றுடன் தொடர்புடையது.
- மேலாண்மை கணக்கியல் அடக்கசெலவு கணக்கியல் கருத்துக்கள், நுட்பங்கள் மற்றும் தரவை வணிகத்தின் சிறந்த நலனுக்காகப் பயன்படுத்துகிறது. அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் மற்றும் மேலாண்மைக் கணக்கியலின் செயல்பாடுகள் பாராட்டத்தக்கவை. எடுத்துக்காட்டாக, அடக்கசெலவு கணக்கீட்டில், அடக்கசெலவு நிர்ணயத்திற்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கப்படுகிறது, அதே நேரத்தில் மேலாண்மை கணக்கியல் செலவு மற்றும் வருவாய் இரண்டையும் கணக்கில் எடுத்துக்கொள்கிறது.
- அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் மற்றும் மேலாண்மைக் கணக்கியல் ஆகியவற்றுக்கு இடையே ஒன்றுக்கொன்று தொடர்பு இருப்பதாகத் தோன்றினாலும், இரண்டு அமைப்புகளுக்கும் இடையிலான வேறுபாடுகள் பின்வருமாறு.

**தோற்றம் மற்றும் வளர்ச்சி:** அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் அதன் தோற்றத்திற்கு தொழிற்புரட்சி காரணமாகும். நிதிக் கணக்கியல் மேலாண்மையின் தகவல் தேவைகளை (அடக்கசெலவுகளைப் பற்றி) பூர்த்தி செய்ய முடியாததால், அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் நிதிக் கணக்கியலின் அவசியமான துணையாக உருவாக்கப்பட்டது. மறுபுறம், மேலாண்மைக்

கணக்கியல் இருபதாம் நூற்றாண்டின் நடுப்பகுதியின் மேலாண்மை-உணர்வு தோற்றத்திற்குக் கடன்பட்டுள்ளது. இது கடந்த மூன்று பத்தாண்டுகளில் மட்டுமே பரிணமித்துள்ளது. எனவே, இது மிகவும் சமீபத்திய தோற்றம் கொண்டது.

**நோக்கம்:** அடக்கசெலவுக் கணக்கீட்டின் முதன்மை நோக்கம் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் அடக்கவிலையைக் கண்டறிந்து கட்டுப்படுத்துவதாகும். மறுபுறம், மேலாண்மை கணக்கியல் செலவு தரவுகளை, தேவைப்படும் அளவிற்கு, எங்கு, எப்போது வேண்டுமானாலும், முடிவெடுப்பதற்காக பிற தொடர்புடைய தகவல்களுடன் மேலாண்மைக்கு வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

**இயல்பு:** அடக்கசெலவுக் கணக்கியல் என்பது அடக்கசெலவு நிர்ணயத்திற்கான நிகழ்கால மற்றும் எதிர்கால புள்ளிவிவரங்களை உள்ளடக்கியது, அதே நேரத்தில் மேலாண்மை கணக்கியல் முக்கியமாக எதிர்காலம் சார்ந்தது. இது முதன்மையாக எதிர்காலத்திற்கான புள்ளிவிவரங்களை முன்வைப்பதில் அக்கறை கொண்டுள்ளது.

**காலம்:** அடக்கசெலவு கணக்காளர் பொதுவாக ஆண்டின் செலவு செயல்பாட்டு அறிக்கைகளை உருவாக்குகிறார், அதே நேரத்தில் நிறுவனத்தின் எதிர்கால செயல்பாட்டு அறிக்கைகளைத் திட்டமிடுவதற்கு மேலாண்மை கணக்கியல் தொடர்ந்து பணிபுரிய வேண்டும்.



**பயன்படுத்தப்படும் தரவு:** அடக்கசெலவு கணக்கியல் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பணச் செலவைக் கையாள்கிறது. இது அளவியல் அம்சத்தை மட்டுமே உள்ளடக்கியது. மறுபுறம், மேலாண்மை கணக்கியல் அளவியல் மற்றும் பண்புசார் தரவு அதாவது பணவியல் மற்றும் பணமல்லாத புள்ளிவிவரங்கள் இரண்டையும் பயன்படுத்துகிறது,

**கொள்கைகள் மற்றும் நடைமுறைகள்:** அடக்கசெலவு கணக்கீட்டில் நிறுவப்பட்ட கொள்கைகள், விதிகள் மற்றும் நடைமுறைகள் பின்பற்றப்படுகின்றன. நிர்வாகக் கணக்கியலில் இத்தகைய இறுக்கமான விதிகள் மற்றும் நடைமுறைகள் பின்பற்றப்படுவதில்லை. பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு, அதன் விளைவாக முடிவுகள் மேலாண்மையின் தேவைகளுக்கு ஏற்ப அறிக்கைகளாக வழங்கப்படுகின்றன.

**செயற்பரப்பு:** அடக்கசெலவுக் கணக்கீட்டின் நோக்கம் அடக்கசெலவைக் கண்டறிதல் மற்றும் ஒதுக்குதல் ஆகியவற்றுடன் மட்டுப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. இது செலவு தரவை மட்டுமே கையாளுகிறது. மறுபுறம், அடக்கசெலவு கணக்கீட்டை விட மேலாண்மை கணக்கியலின் செயற்பரப்பு மிகவும் பரந்ததாகும். இதில் நிதிக் கணக்கியல், அடக்கசெலவு கணக்கியல், வரி திட்டமிடல் மற்றும் பிற தொடர்புடைய தகவல்களும் அடங்கும்.

### **8.2.1.9. மேலாண்மை கணக்கியல் கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்கள்**

மேலாண்மை கணக்கியல் அதன் பல்வேறு செயற்பாடுகள் வழியாக மேலாண்மைக்கு கணக்கியல் சேவையை வழங்குவதுடன் பல கருவிகள், நுட்பங்கள் மற்றும் முறைகளைப் பயன்படுத்துகிறது. எந்த ஒரு நுட்பங்களாலும் அனைத்து மேலாண்மை தேவைகளையும்

பூர்த்தி செய்ய முடியாது. இந்த பாடத்தின் படிப்படியான வளர்ச்சி மூலம், பழைய கருவிகளுக்கு மாற்றாகவோ அல்லது அவற்றுடன் கூடுதலாகவோ பல புதிய கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்கள் உருவாக்கப்பட்டுள்ளன. மேலாண்மை கணக்கியலில் பயன்படுத்தப்படும் முக்கியமான கருவிகள் மற்றும் நுட்பங்கள் கீழே விவாதிக்கப்படுகின்றன:

**நிதி திட்டமிடல்:** நிதி திட்டமிடல் என்பது நிறுவனத்தின் நீண்ட கால மற்றும் குறுகிய கால நிதி நோக்கங்களை தீர்மானிப்பது மற்றும் நோக்கங்களை அடைவதற்கான நிதி நடைமுறைகளை உருவாக்குவது ஆகியவை அடங்கும். மூலதன கட்டமைப்பை தீர்மானிப்பது நிதி திட்டமிடலின் ஒரு முக்கிய அம்சமாகும்.

நிதி மேலாளர் நிறுவனத்தின் நிதித் தேவைகளை தீர்மானித்தவுடன், அவரது அடுத்த பணி இந்த நிதிகள் இருப்பில் உள்ளனவா என்பதைப் பார்ப்பதாகும். நீண்ட கால மற்றும் குறுகிய கால கடன்கள், பிணையம் மற்றும் பிணையமில்லா கடன்கள் முன்னுரிமை பங்குகள், சாதாரண பங்குகள் போன்ற பல வடிவங்களில் நிதி திரட்டப்படலாம்.

உகந்த மூலதன கட்டமைப்பைக் கொண்டிருக்க இந்த பிணையங்களின் விகிதம் தீர்மானிக்கப்பட வேண்டும். மேலாண்மை கணக்கியல் நிதி திட்டமிடலுக்கான மூலதன வரவுசெலவு நுட்பங்களை வழங்குகிறது.



TCA

**நிதி அறிக்கைகளின் பகுப்பாய்வு.** நிதிநிலை அறிக்கைகள் மிகவும் மெளனமான புள்ளிவிவரங்களாகும் என்று கூறப்படுகிறது. மேலாண்மை கணக்கியல் என்பது புள்ளி விவரங்களின் அமைதியான குவியலுக்கு உருவத்தை வழங்குகிறது மற்றும் நிதி அறிக்கைகளை பகுப்பாய்வு செய்கிறது.

இது மேலாண்மையருக்கு பயனுள்ள வகையில் தரவுகளை வகைப்படுத்தவும் வழங்கவும் உதவுகிறது. பொதுவான அளவு அறிக்கைகள், ஒப்பீட்டு நிதி அறிக்கைகள், விகித பகுப்பாய்வு, நிதி ஓட்டம் மற்றும் பணப்புழக்க நுட்பங்கள் வடிவில் தொழில்நுட்பம் அல்லாத மொழியில் வழங்கப்பட்ட தகவல்களின் முக்கியத்துவம் விளக்கப்படுகிறது.

**கடந்தகால செலவுக் கணக்கீடு.** உண்மையான செலவுகளின் அறிக்கை 'கடந்தகால செலவு கணக்கீடு' ஆகும். உண்மையான செலவு நிலையான செலவுடன் ஒப்பிடப்படுகிறது, இது வணிக நிறுவனத்தின் செயல்திறனைப் பற்றிய ஒரு யோசனையை வழங்குகிறது.

**வரவுசெலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு.** வரவுசெலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு என்பது வரவுசெலவுத் திட்டங்களின் உதவியுடன் செலவுகளைக் கட்டுப்படுத்துவதாகும். இதில், பல்வேறு திட்ட இலக்குகள், முன்கூட்டியே தீர்மானிக்கப்பட்டுள்ளன.

பின்னர் உண்மையான செயல்திறன் திட்டத்துடன் ஒப்பிடப்படுகிறது. இது பொறுப்புகளை நிறுவுவதற்கும் துறைகளை ஒருங்கிணைப்பதற்கும் உதவுகிறது. எனவே, திட்டமிடல் மற்றும் கட்டுப்பாட்டுக்கான ஒரு கருவியாகப் வரவுசெலவுத் திட்டங்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன.

**தரநிலை செலவு.** தரநிலை செலவு என்பது மிகவும் குறிப்பிடத்தக்க செலவு கட்டுப்பாட்டு சாதனமாகும். இந்த நுட்பத்தின் கீழ், முறையான பகுப்பாய்வு மூலம் செலவுகள் முன்கூட்டியே தீர்மானிக்கப்படுகின்றன. உண்மையான செலவுகள் தரநிலைகளுடன்

ஒப்பிடப்படுகின்றன, காரணங்களைக் கண்டறிய மாறுபாடுகள் பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகின்றன, மேலும் செயல்திறனை அதிகரிப்பதற்காக அவற்றை சரிசெய்ய நடவடிக்கை எடுக்கப்படுகிறது. வழக்கமாக, பயனுள்ள கட்டுப்பாட்டு நடவடிக்கைகளுக்கு திட்ட கட்டுப்பாட்டுடன் தரநிலை செலவு பயன்படுத்தப்படுகிறது.

**விளிம்புநிலை செலவு.** விளிம்புநிலை செலவு என்பது விளிம்புநிலை செலவுகள் மற்றும் உற்பத்தியின் அளவு மற்றும் வகைகளில் ஏற்படும் மாற்றங்களால் இலாபத்தில் அதன் விளைவைக் கண்டறிவதாகும். இது மொத்த செலவுகளை நிலையான செலவுகள் மற்றும் மாறும் செலவுகளாகப் பிரிப்பதன் மூலம் செய்யப்படுகிறது.

மாறும் செலவுகள் முடிவெடுப்பதற்கு கருத்தில்கொண்டாலும், நிலையான செலவுகள் இலாப நட்டக் கணக்கில் விதிக்கப்படும் காலமுறை செலவுகளாகக் கருதப்படுகின்றன. விலை நிர்ணயம், இலாபத் திட்டமிடல், விற்பனைக் கலவை, உதிரிபாகங்களை உருவாக்குதல் அல்லது வாங்குதல் போன்ற பல்வேறு முக்கிய முடிவுகளை எடுப்பதில் விளிம்புநிலை செலவு நுட்பங்கள் மேலாண்மைக்கு மிகவும் பயனுள்ளதாக இருக்கும்.

**முடிவு கணக்கியல்.** முடிவெடுப்பது மேலாண்மையின் முக்கியமான பணியாகும். மூலதனச் செலவு, உற்பத்தி செய்வதா அல்லது வாங்குவதா, என்ன விலை விதிக்கப்பட வேண்டும் மற்றும் பிற முக்கியமான விஷயங்கள் குறித்த முடிவுகளுக்கு கணக்கியல் தகவல்களைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் உதவலாம்.

மேலாண்மை கணக்காளரால் வழங்கப்படும் செலவுகள், விலைகள் மற்றும் இலாபங்களின் அடிப்படையில் மாற்றுத் தரவுகளை ஆராய்ந்த பின்னர் முடிவுகள் எடுக்கப்படுகின்றன. நிதி அல்லாத பிற காரணிகளைக் கருத்தில் கொண்டு சிறந்த தேர்வு செய்யப்படுகிறது.

**மறுமதிப்பீடு கணக்கியல்.** இது மாற்று அல்லது விலை நிலை கணக்கியல் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது. இது கணக்கியல் மதிப்புகளில் பணவீக்கத்தின் விளைவுகளை எதிர்த்துப் போராடுவதற்கான ஒரு கருவியாக பரிந்துரைக்கப்படுகிறது.



இந்த நுட்பத்தில், அலகுகள் கடந்தகால செலவுகளுக்கு பதிலாக தற்போதைய செலவு அடிப்படையில் வெளிப்படுத்தப்படுகின்றன. இது நிறுவனத்தின் மூலதனத்தை அப்படியே வைத்திருக்க உதவுகிறது.

**கட்டுப்படுத்தும் கணக்கியல்.** கட்டுப்பாட்டு கணக்கியல் என்பது ஒரு தனி கணக்கியல் முறை அல்ல. இது தரநிலை செலவு, வரவுசெலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாடு, கட்டுப்பாட்டு அறிக்கையிடல் மற்றும் அறிக்கைகள், அக சரிபார்ப்பு, அக தணிக்கை மற்றும் சட்டரீதியான தணிக்கை மற்றும் அமைப்பு மற்றும் முறைகள் ஆகியவற்றின் நுட்பங்களைக் கொண்டுள்ளது.

மேலாண்மையின் அனைத்து நிலைகளிலும் தகவல்களை பகுப்பாய்வு செய்தல், விளக்குதல் மற்றும் வழங்குதல் ஆகியவற்றில் மேலாண்மை கணக்காளரின் புத்திகூர்மையை வெளிப்படுத்த வாய்ப்பு உள்ளது.



**மேலாண்மை தகவல் அமைப்பு.** மின்னணு ஒருங்கிணைந்த தரவு செயலாக்கம் மற்றும் தரவைப் பதிவு செய்வதற்கும் வகைப்படுத்துவதற்கும் கணினி அமைப்புகளின் வளர்ச்சியுடன், நிர்வாகத்திற்கு அறிக்கையிடல் கணிசமாக மேம்பட்டுள்ளது.

இந்த மின்னணு சாதனங்கள் தனிப்பட்ட வணிகங்களுக்குள் உள்ள அனைத்து துணை அமைப்புகளையும் ஒருங்கிணைக்கின்றன, இதனால் திட்டமிடல், ஒருங்கிணைப்பு மற்றும் கட்டுப்பாடு ஆகியவற்றின் அனைத்து அம்சங்களிலும் தகவல்கள் கிடைக்கின்றன.



TCA

### **8.2.1.10. மேலாண்மை கணக்கியலின் நன்மைகள்**

மேலாண்மை கணக்கியல் பயனாளிகளுக்கு பின்வரும் நன்மைகளை வழங்குகிறது:

1. இது வணிகத்தை திறம்பட நடத்த உதவுகிறது, இதனால் பொருளாதார வளர்ச்சியின் செயல்பாட்டில் ஒரு முகவராக செயல்படுகிறது.
2. இது வணிக வரவுசெலவுத்திட்டங்கள் மற்றும் வரவுசெலவுத் திட்டக் கட்டுப்பாட்டு முறைமை மூலம் வணிக நடவடிக்கைகளை ஒழுங்குபடுத்துகிறது.
3. இது மேலாண்யருக்கும் ஊழியர்களுக்கும் இடையிலான உறவில் நல்லிணக்கத்தை உருவாக்குகிறது. இது மேலாண்மை தனது வாடிக்கையாளருக்கு அதன் சேவைகளை மேம்படுத்த உதவுகிறது.
4. இது மேலாண்மையின் அனைத்து நிலைகளுக்கும் தகவல்களை வழங்குகிறது.
5. இது மூலதனத்தில் அதிகபட்ச வருவாயைப் பெற மேலாண்மைக்கு உதவுகிறது.
6. இது வாடிக்கையாளர்களுக்கு மேலாண்மையின் சேவைகளை மேம்படுத்த உதவுகிறது.
7. இது பொருளாதார, வணிக மற்றும் வணிகம் சாரா நிலைமைகளில் ஏற்படும் மாற்றங்களை கணக்கில் எடுத்துக்கொள்வதன் மூலம் (அளவுசார் தகவல்களை மட்டுமே பயன்படுத்தும் நிதி கணக்கியல் போலல்லாமல்) பண்புசார் தகவல்களைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் முடிவெடுக்கும் செயல்முறையில் மேலாண்மைக்கு உதவுகிறது.
8. இறுதியாக, மேலாண்மைக் கணக்கியலைப் பயன்படுத்துவதன் மூலம் சமூகத்தின் பொருளாதார மேம்பாடு மற்றும் ஒரு நாட்டின் பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சியை அடைய முடியும்.

### **8.2.1.11. மேலாண்மை கணக்கியலின் குறைபாடுகள்**

மாறிவரும் மேலாண்மை உலகில் மேலாண்மை கணக்கியல் முறை முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது மற்றும் மாற்றங்களுக்கு ஏற்ப தகவமைத்துக் கொள்கிறது என்றாலும், அதன் நெகிழ்வுத்தன்மை காரணமாக அது பின்வரும் வரம்புகளால் பாதிக்கப்படுகிறது.

**பரிணாம நிலை.** மேலாண்மைக் கணக்கியல் என்பது கணக்கியலில் ஒப்பீட்டளவில் ஒரு புதிய கருத்தாகும். இது இன்னும் வளர்ந்து வரும் நிலையில் உள்ளது. இது முழுமையாக வளர்ந்த துறை அல்ல.

இன்றைய TRB பயிற்சியாளரே நாகைய அரசு பள்ளி ஆசிரியரே!

Teacher's Care Academy கடந்த 14 ஆண்டுகளாக TRB தேர்வுகளுக்கான சிறப்பு பயிற்சியை வழங்கி வருகிறது. இதுவரை 10,000-க்கும் மேற்பட்ட ஆசிரியர்களை அரசு வேலைகளில் வெற்றிகரமாக நியமிக்க உதவியதில் நாங்கள் பெருமதம் கொள்கிறோம். எங்கள் நிறுவனத்தில் அனைத்து TRB தேர்வுகளுக்கும் விரிவான பயிற்சிகள் உள்ளன, அவை:

- PGTRB
- UGTRB
- SGT
- POLYTECHNIC TRB
- BEO
- TET Paper I & II
- College TRB
- Special Teachers



கூடுதலாக, தமிழ்நாடு அரசு இப்போது அனைத்து அரசு பணிக்கான தேர்வாகையங்களுக்கு (TRB, TNPSC, MRB, TNUSRB) தமிழ் மொழி கட்டாய தகுதி தேர்வு (Tamil Compulsory Exam) முதற்கட்ட தேர்வாக அறிவித்துள்ளது இதற்காக தமிழ் மொழி கட்டாய தகுதி தேர்வு என்ற புத்தகத்தை பிரத்தியேகமாக உங்கள் Teacher's Care Academy வெளியிட்டுள்ளது. இந்த புத்தகம் அமெசானியும் கிடைக்கிறது ஆனால் எங்களை நேரடியாக தொடர்பு கொண்டு வாங்கும் போது உங்களுக்கு கூடுதல் தள்ளுபடி கிடைக்கும்

*Your Success is Our Goal...*

## CONTACT US

**TEACHER'S CARE ACADEMY**

**Head Office**  
38/23, Vaigundaperumal Koil Street,  
Kancheepuram-1.  
Mobile : 95665 35080, 9786269980  
Land Line : 044-2723 5080

**Branch Office**  
266-C - Advaita Ashram Road,  
Opp to New Bus Stand,  
Salem - 636 004.  
Contact : 93602 68118

**Web Site** : [www.tcaexamguide.com](http://www.tcaexamguide.com)

**Mobile App** : tcaexamguide

**E-Mail** : [tcaexamguide@gmail.com](mailto:tcaexamguide@gmail.com)

**Youtube** : Teachers Care Academy

**Mobile Number** : 95665 35080, 9786269980  
76399 67359, 93602 68118

## PGTRB

PGTRB தேர்விற்கு நாங்கள் அனைத்து மொழி பாடத்திற்கும் பயிற்சிகளை வழங்கி வருகிறோம்  
அதாவது

- + Tamil
- + English
- + Mathematics
- + Physics
- + Chemistry
- + Botany
- + Zoology
- + Economics
- + Commerce
- + Computer Science
- + History

மேற்கண்ட அனைத்து படப்பிரிவுகளுக்கான Study Material-களுடன் Psychology, Tamil Eligibility Book, Question Bank மற்றும் General Knowledge Material-களுடன் வழங்கப்படும்

## TET (Teachers Eligibility Test)

TET தேர்விற்கு நம் Teachers Care Academy-யில் Paper I மற்றும் Paper II என இரண்டு தாள்களுக்கும் பிரத்தியேகமாக பயிற்சிகளை வழங்குகிறோம்

இதற்கு தமிழ்நாடு அரசால் வழங்கப்பட்டுள்ள பள்ளி பாட புத்தகத்தில் இருந்து குறிப்புகளை எடுத்து Study Material-களாக வழங்குகிறோம்

மேலும் Psychology-க்கு TRB-ஆல் வழங்கப்பட்டுள்ள பாடத்திட்டத்தை விடப்பற்றி பல்வேறு Reference Book-லிருந்து குறிப்புகளை எடுத்து Study Material-களாக வழங்குகிறோம்

## UGTRB

TET தேர்வில் வெற்றி பெற்ற ஆசிரியர்களுக்கு நடத்தப்படும் UGTRB போட்டி தேர்வுக்காக அனைத்து மொழி பாடத்திற்கும் பயிற்சிகளை வழங்கி வருகிறோம் அதாவது

- + Tamil
- + English
- + Mathematics
- + Physics
- + Chemistry
- + Botany
- + Zoology
- + History
- + Geography

## SGTRB

TET தேர்வில் வெற்றி பெற்ற ஆசிரியர்களுக்கு நடத்தப்படும் SGTRB போட்டி தேர்வுக்காக தமிழ்நாடு அரசால் வழங்கப்பட்டுள்ள பள்ளி பாட புத்தகத்தில் இருந்து குறிப்புகளை எடுத்து Study Material-களாக வழங்குகிறோம்

## BEO

BEO தேர்வுக்காக TRB-ஆல் பாடத்திட்டம் வெளியிடப்பட்டுள்ளது அந்த பாடத்திட்டத்தின் அடிப்படையில் அனைத்து பாடத்திற்கும் உங்கள் Teachers Care Academy அவை (Unit-Wise) வாரியாக Study Material-களை வழங்குகிறது.

## POLYTECHNIC TRB

Polytechnic தேர்வுக்காக உங்கள் Teachers Care Academy பின்வரும் மொழி பாடத்திற்கு பயிற்சிகளை வழங்கி வருகிறது. அநாவது,

- ✚ Civil
- ✚ EEE
- ✚ ECE
- ✚ CSE
- ✚ Mechanical
- ✚ English
- ✚ Mathematics
- ✚ Physics
- ✚ Chemistry

## College TRB

தமிழ்நாட்டில் அரசு கல்லூரிகளில் காலியாக உள்ள உதவி பேராசிரியர் பணிக்கு TRB வெகு விரைவில் போட்டித் தேர்வை நடத்த இருக்கிறது

அந்த தேர்வுக்காக நம் Teachers Care Academy-யில் பின்வரும் மொழி பாடத் திட்டத்திற்கும் பயிற்சிகளை வழங்கி வருகிறது

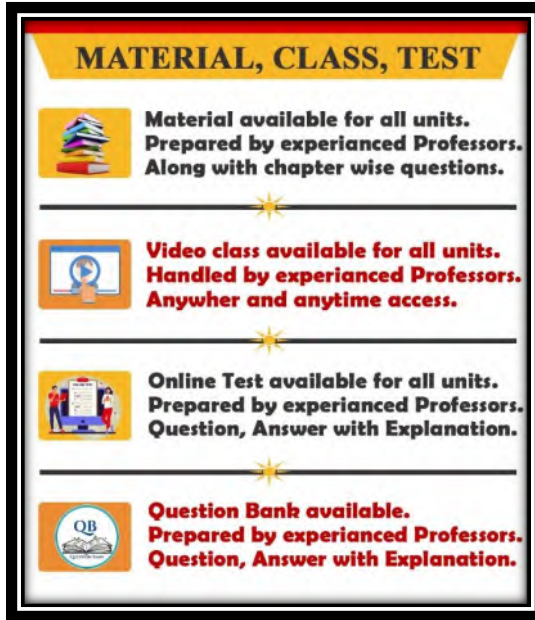
- ✚ Tamil
- ✚ English
- ✚ Mathematics
- ✚ Physics
- ✚ Chemistry
- ✚ Botany
- ✚ Zoology
- ✚ Economics
- ✚ Commerce
- ✚ Computer Science
- ✚ History
- ✚ Geography

## Special Teachers

TRB-ஆல் நடத்தப்படும் ஈறப்பாசிரியர் தேர்வுக்காக நம் *Teachers Care Academy*-யில் பின்வரும் பாடத்திட்டத்திற்கு பிரத்தியேகமாக பயிற்சிகள் வழங்கப்பட்டு வருகிறது. அநாவது,

- ✚ Sewing
- ✚ Drawing
- ✚ Music
- ✚ PET

மேற்கண்ட அனைத்து தேர்வுகளுக்கும் உங்கள் *Teachers Care Academy* பலவிதமான பயிற்சிகளை வழங்குகிறது, அவை



இந்த ஆண்டு (2024) *TNPSC Batch*-யும் அறிமுகம் செய்திருப்பதில் நாங்கள் பெருமிதம் கொள்கிறோம். எங்கள் வழிகாட்டுதல் வரவிருக்கும் தேர்வுகளில் நீங்கள் வெற்றி பெற உதவும் என நாங்கள் உறுதியாக நம்புகிறோம்.

உங்கள் அரசு ஆசிரியர் பணி கனவு நிறைவேற வாழ்த்துக்கள்!

அன்புடன்,

*Teacher's Care Academy*



Teachers care Academy is the foremost coaching Institution for various competitive examinations such as P.G.TRB, TET Papers I & II TNPSC including special Teachers Eligibility Test. The Academy was established on 5th April 2013 by learned energetic and multifaceted chairperson Mrs. RAVIMAGESHWARI in the holy temple town of Kanchipuram.

## Our Other Competitive Exam. Guides

- ❖ PG-TRB (Tamil, English, Mathematics, History, Physics, Chemistry, Commerce, Economics, Botany, Zoology)
- ❖ Polytechnic-TRB (English, Mathematics, Physics, Chemistry, CSE, ECE, Civil, EEE, Mech)
- ❖ Computer Instructor Grade-1
- ❖ Block Educational Officer
- ❖ Teachers Eligibility Test (TET Paper-1 & Paper-2) & UG-TRB
- ❖ TNEB – Assessor
- ❖ Tamil Nadu – Forest Guard
- ❖ TNPSC ( Group-1, Group-2, Group-3, Group-4)
- ❖ NEET



*Your Success is Our Goal....*



Teachers Care Academy



tcaexamguide



tcaexamguide@gmail.com



www.tcaexamguide.com



**Teachers Care Publication**

38/23, Vaigundaperumal Koil Street, Kanchipuram-1

Mobile : 95665 35080, 97862 69980

Help Line Numbers : 9360268118 7639967359

**1<sup>st</sup>**

**Edition**