



அலகு
5

13

அத்தியாயம்

சந்தையிருகையின் அடிப்படை கூறுகள்



சந்தை மற்றும்
சந்தையிருகையாளர்

செய்வினை செய்வான் செயன்முறை அவ்வினை
உள்ளறிவான் உள்ளம் கொளல்.

—குறள் 677

பொருள் :

செயலைச் செய்கின்றவன் செய்ய வேண்டிய முறை, அச் செயலின்
உண்மையான இயல்பை அறிந்தவனுடையக் கருத்தைத் தான்
ஏற்றுக் கொள்ளவதாகும்.



கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின், மாணவர்களால்

- சந்தை மற்றும் சந்தையிருகையாளரின் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- சந்தையின் தேவைகளை தெரிந்து கொள்ளல்
- சந்தையின் வகைகள் பற்றி புரிந்து கொள்ள இயலும்.
- சந்தையிருகைசெல்வதற்கு எதுவானவைகள் பற்றி அறிந்துகொள்ள இயலும்.
- சந்தையிருகையாளரின் பங்குகள் மற்றும் பணிகள் பற்றி தெரிந்துகொள்ள இயலும்.

அத்தியாயம் சுருக்கம்

- 13.01 சந்தை என்பதன் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- 13.02 சந்தையின் தேவைகள்
- 13.03. சந்தையின் வகைகள்
- 13.04. சந்தையிருகையாளர் பொருள் மற்றும் வரைவிலக்கணம்
- 13.05. எந்தெந்த பொருட்களைச் சந்தையிடலாம்
- 13.06 சந்தையிருகையாளரின் பங்கு
- 13.07. சந்தையிருகையாளரின் பணிகள்

13.01 சந்தை என்பதன் பொருள்
மற்றும் வரைவிலக்கணம்

சந்தையின் பொருள்

சந்தை என்ற சொல் "மார்கட்டஸ்" என்ற லத்தீன் சொல்லிருந்து பெறப்பட்டது. மேலும் வணிகம் நடைபெறும் இடத்தை குறிக்கிறது. அதாவது சந்தையின் பொதுவான பயன்பாடானது பொருட்களை வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்வதற்கான ஒரு இடமாக திகழ்கிறது.

சந்தையின் வரைவிலக்கணம் (Definition)

சந்தையின் வரையிலக்கணம் பற்றி பல்வேறு அறிஞர்கள் பலவாறு விவரித்துள்ளனர் அவற்றுள் சில முக்கியமானவற்றை கீழ்காணலாம்.

• பைல் என்பவரின் கூற்றுப்படி "சந்தை என்பது வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் ஒருவருக்கொருவர் இணைந்து போட்டியிடும் இடம் அல்லது பகுதியை குறிப்பதாகும்".

• கிளார்க் மற்றும் கிளார்க் ஆகியோரின் கருத்தின் படி "சந்தை" என்பது ஒரு மையப்பகுதி ஆகும். இதில் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளுக்கான உரிமையை மாற்றி வழங்குவதற்கு வழிவகுக்கும் சக்தியாக இயங்குகின்றது.

மேற்கண்ட வரைவிலக்கணங்களை கீழ் கண்டவாறு பொருள் கொள்ளலாம்

- வாங்குவதற்கும் மற்றும் விற்பதற்கும் ஏற்ற ஓர் இடம்
- பரிமாற்றத்திற்காக வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் ஒன்றிணைகின்றனர்.

- iii. பண்டங்களின் பரிமாற்றம் நடைபெறும் ஒரு அமைப்பு.
- iv. மனித தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்கு பொருட்கள் வாங்குவது மற்றும் விற்பனை மேற்கொள்வதற்கான ஒரு செயல்.
- v. பொருட்களின் வர்த்தக தேவைகளின் செயல்பாட்டுக்கான ஒரு பகுதி.

13.02 சந்தையின் தேவைகள் (Need for Market)

- i. பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை பரிமாற்றம் செய்ய வழிவகுக்கிறது.
- ii. விலைக் கொள்கை மூலம் தேவை மற்றும் அளிப்பை சரிசெய்கிறது.
- iii. சமுதாயத்தின் வாழ்க்கை தரத்தை உயர்த்த வழிவகை செய்கிறது.
- iv. வாழ்க்கையின் புதிய முறையை அறிமுகப்படுத்துகிறது.
- v. பொருள் மேம்பாடு மூலம் சந்தை பகுப்பை மேம்படுத்துகிறது.

13.03. சந்தையின் வகைகள் (Classification of Market)

பல்வேறு அணுகுமுறையின் அடிப்படையில் சந்தையை பகுதிகள், பொருட்களின் இயல்பு மற்றும் பொருளாதார பார்வை, பரிமாற்றம், ஒழுங்குமுறை, காலம், அளவு மற்றும் முக்கியத்துவம் போன்றவற்றின் அடிப்படையில் கீழ்க்காணும் வரைபடத்தில் உள்ளவாறு வகைப்படுத்தலாம்.

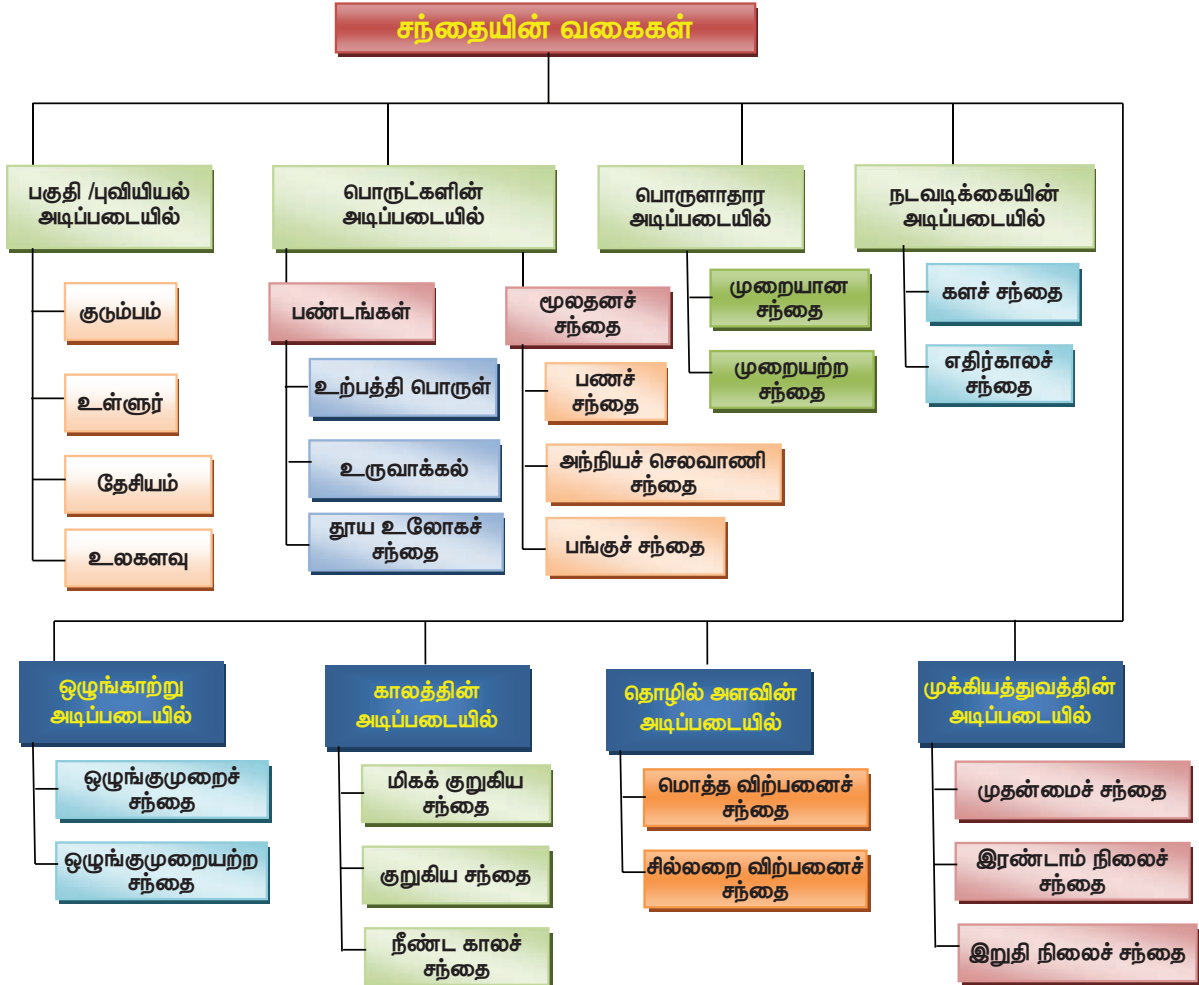
I. புவிபியல் அடிப்படையில் (On the Basis of Geographical Area)

a. குடும்ப சந்தை (Family Market)

ஒரு குடும்பத்தில் அல்லது குடும்பத்தின் நெருங்கிய உறுப்பினர்களிடையே பண்டங்களையோ அல்லது பணிகளையோ பரிமாறிக்கொள்ளப்படும் வகையில் உள்ள சந்தையை குடும்ப சந்தை என அழைக்கப்படுகிறது.

b. உள்ளூர் சந்தை (Local Market)

உள்ளூரிலேயே வாங்குவோரும், விற்போரும் பங்கேற்கும் வகையில் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருட்களுக்காக



உள்ள ஒரு சந்தையை உள்ளூர் சந்தை என்று அழைக்கப்படுகிறது. இத்தகைய சந்தை ஒரு கிராமமாகவோ அல்லது நகரமாகவோ இருக்கலாம். இத்தகைய சந்தையில் எளிதில் அழுகக்கூடிய பொருட்களாகிய பால், பழங்கள், மீன், காய் மற்றும் கனிகள் போன்றவை அடங்கும் இத்தகைய பொருட்களுக்கான தேவை மிக குறுகிய ஒன்றாகும்.



பூ சந்தை



ஆட்டுச் சந்தை



கால்நடை சந்தை



குதிரைச் சந்தை

(c) தேசிய சந்தை (National Market)

இத்தகைய சந்தையில் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் ஒரு நாட்டின் பல்வேறு மூலை முக்குகளிலும் கிடைக்கப்பெறும் வகையில் அமையப் பெற்ற சந்தையை தேசிய சந்தை எனலாம். மேலும் இன்றைய காலகட்டத்தில் இத்தகைய சந்தைகள் போக்குவரத்து வசதி மற்றும் துரித தகவல் தொடர்பு மூலம் இந்தியாவில் மேலும் விரிவுபடுத்தி அனைத்து பொருட்கள் கிடைக்கவும் வழிவகை செய்கிறது.

(d) பன்னாட்டு சந்தை அல்லது உலகளாவிய சந்தை (International / World Market)

பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை பன்னாட்டு அளவில் சந்தையிடுகை செய்வதனை பன்னாட்டு சந்தை அல்லது உலகளாவிய சந்தை என அழைக்கப்படுகிறது. வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் இரண்டு அல்லது இரண்டுக்கு மேற்பட்ட நாடுகளுக்கிடையே சந்தையிடுகையில் ஈடுபடுவர்.

II. பண்டங்களின்/ பொருட்களின் அடிப்படையில் (On the Basis of Commodities / Goods)

a). பண்டக சந்தை (Commodity Market)

இத்தகைய சந்தையில் உற்பத்தி பொருட்கள் அல்லது நுகர்வு பொருட்கள் போன்றவை வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இத்தகைய சந்தை கீழ்க்கண்டவாறு பகுக்கப்படுகிறது.

1. உற்பத்தி பொருள் மாற்று சந்தை Produce Exchange Market

இத்தகைய சந்தையானது ஒரு குறிப்பிட்ட வளர்ச்சி அடைந்த தொழில் மையத்திலோ அல்லது நகரத்திலோ மேற்கொள்ளப்படுகிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட பொருள் மட்டுமே இங்கு சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது. வாங்குவோர் மற்றும் விற்போர் இடையே ஒரு குறிப்பிட்ட கட்டுப்பாடுகள் வகுத்துக்கொள்ளப்படுகிறது (எ.கா) காபூரில் உள்ள கோதுமை மாற்று சந்தை மற்றும் மும்பையில் உள்ள பருத்தி மாற்று சந்தை.

2. தயாரிப்பு பொருள் மாற்று சந்தை Manufactured goods markets

தொழிற்சாலை சார்ந்த உற்பத்தி பொருட்கள் இவ்வகை சந்தையில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. எ.கா. தோல், இயந்திர சாதன பொருட்கள்

கான்பூரில் உள்ள தோல்சார்ந்த பொருட்கள் உற்பத்தி மற்றும் மும்பையில் உள்ள சிறு அளவிலான பொருட்கள் மாற்று சந்தை இதற்கு உதாரணமாக கூறலாம்.

3. தூய உலோகச் (பொன்) சந்தை Bullion Market

இத்தகைய சந்தையானது தங்கம் மற்றும் வெள்ளி போன்ற பொருட்கள் வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை செய்வதை குறிக்கிறது. மும்பை, கொல்கொத்தா, கான்பூர் மற்றும் பிற இடங்களில் செயல்படும் சந்தையை இதற்கு உதாரணமாக சொல்லப்படுகிறது.

b). மூலதன சந்தை (Capital market)

இன்றைய கால சூழ்நிலையில் ஒவ்வொரு நிலையிலும் நிதியின் தேவை அதிகரித்து வருகிறது. இத்தகைய தேவையை மூலதன சந்தை அவ்வப்போது நிவர்த்தி செய்கிறது. இத்தகைய மூலதன சந்தை மூன்று வகைப்படும் அவை பின்வருமாறு

1. பணச் சந்தை Money Market

இத்தகைய சந்தையில் குறுகிய காலப் பத்திரங்கள் பரிமாற்றப்படுகிறது. மேலும் இவ்வகை சந்தையின் மூலம் வியாபார நிறுவன வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்களுக்கு தேவையான குறுகிய பணத்தேவைகள் பூர்த்தி செய்யப்படுகிறது.

2. அந்நிய செலவாணி சந்தை Foreign Exchange Market

இது ஒரு சர்வதேச சந்தையாகும், இந்த வகை சந்தைகள் அந்நிய நாட்டு நாணயங்களை வாங்கல் மற்றும் விற்பனை நடவடிக்கையை மேற்கொள்கிறது இவ்வகை சந்தையானது ஏற்றுமதியாளர் மற்றும் இறக்குமதியாளர்கள் தங்களது நாணயங்களை வெளிநாட்டு நாணயங்களாக மாற்றிக் கொள்வதற்கும் வழிவகை செய்கிறது.

3. பங்கு சந்தை Stock Market

இந்த வகை சந்தையில், பங்குகள் மற்றும் கடன் பத்திரங்கள் போன்றவற்றை வாங்கல் மற்றும் விற்பனை நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. மேலும் இச்சந்தையை பாதுகாப்பு சந்தை எனவும் அழைக்கப்படுகிறது. இவ்வகை சந்தைக்கு உதாரணம் மும்பை பங்கு சந்தை, கொல்கொத்தா பங்கு சந்தை மற்றும் சென்னை பங்கு சந்தை போன்றவையாகும்.

III. பொருளாதாரத்தின் அடிப்படையில் (On the Basis of Economics)

(அ) முறையான (செம்மையான) சந்தை

இவ்வகை சந்தையில் ஒரே இயல்பான தன்மைகொண்ட பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை ஒரே விதமான விலையின் அடிப்படையில் கையாளப்படுகிறது.

இந்த சந்தை கீழ்க்காணும் நிபந்தனைகளை கொண்டுள்ளது.

- அதிக எண்ணிக்கை உள்ள வாங்குவோர் மற்றும் விற்பனையாளர் கொண்டுள்ளது.
- பொருட்களின் விலை சந்தை முழுவதும் ஒரே சீராக இருத்தல்.
- வாங்குவோர் மற்றும் விற்பனையாளர் சந்தையை பற்றி தெளிவாக அறிந்திருத்தல்.
- பொருட்கள் தங்கு தடையின்றி ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு செல்வதற்கு வழிவகை செய்கிறது.

(ஆ) முறையற்ற அல்லது செம்மையற்ற சந்தை (Imperfect Market)

இவ்வகை சந்தை பல்வகை பொருட்கள் மற்றும் பல்வேறு விலைகளை கொண்டுள்ளது. ஒரே தன்மை மற்றும் விலைகொண்ட பொருட்கள் இச்சந்தையில் மேற்கொள்ளப்பட மாட்டாது. கீழ்க்கண்ட செயல்பாடுகளின் அடிப்படையில் இத்தகைய சந்தை செயல்படுகிறது. அவற்றை காணலாம்.

- பொருட்கள் ஒத்த தன்மை இன்மை
- விலையில் ஏற்ற தாழ்வு
- தகவல் தொடர்பில் குறைபாடு
- ஒரு இடத்திலிருந்து மற்றொரு இடத்திற்கு பொருட்களை கொண்டு செல்வதில் உள்ள தடைகள்.

IV. நடவடிக்கைகளின் அடிப்படையில் (On the Basis of Transaction)

(அ) களச்சந்தை (Spot Market)

பொருளுக்கான விற்பனை நடவடிக்கை முடிவடைந்த அதே நேரத்தில் அப்பொருள் விநியோகம் செய்வது மட்டுமன்றி உடன் உரிமை மாற்றமும் செய்யப்படுகிறது.

(ஆ) எதிர்கால சந்தை (Future Market)

இத்தகைய சந்தையில் பொருட்கள் விநியோகம் செய்த பிறகு அதற்கான தொகை எதிர்வரும் காலங்களில் வழங்குவதாக ஒப்பந்தம் மேற்கொண்டு அதன் அடிப்படையில் நடைபெறும் சந்தையை எதிர்கால சந்தை எனலாம்.

V. ஒழுங்குமுறை அடிப்படையில் (On the basis of Regulation)

(அ) ஒழுங்குமுறை சந்தை (Regulated Market)

அரசின் சட்டம் மற்றும் விதிகளுக்கு உட்பட்டு சந்தை நடவடிக்கைகள் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. மேலும் இதன் செயல்பாடுகள் அனைத்தும் சட்டமுறைப்படி கட்டுப்படுத்தப்படுகிறது. உதாரணமாக மும்பை, கொல்கொத்தா மற்றும் சென்னை பங்கு சந்தைகள்.

(ஆ) ஒழுங்குமுறையற்ற சந்தை (Unregulated Market)

இவ்வகை சந்தையானது அரசின் சட்ட விதிகளால் கட்டுப்படுத்தவது அல்ல. சந்தையின் செயல்பாடுகள் பொருட்களின் தேவை மற்றும் அளிப்பின் அடிப்படையில் நிகழ்கிறது. மேலும் இது ஒரு கட்டுப்பாடற்ற சந்தையாகும். இத்தகைய சந்தையில் விலையின் அளவு கட்டுப்பாடற்றது. மேலும் பொருட்களின் தேவை மற்றும் அளிப்பே விலையை நிர்ணயம் செய்கிறது.

VI. காலத்தின் அடிப்படையில் (On the Basis of Time)

(அ) மிக குறுகிய கால சந்தை (Very short period Market)

இவ்வகை சந்தையில் மிக குறுகிய காலத்தில் பயன்படுத்தக்க பொருட்கள் மட்டுமே கையாளப்படுகிறது. அதாவது அழுகக்கூடிய தன்மை உடைய பொருட்களான, பால், முட்டை, காய் மற்றும் கனிகள் போன்றவைகள். இத்தகைய சந்தையானது கிராமப்புரங்களில் இன்றளவும் நடைபெறுகிறது. மேலும் தேவையின் அடிப்படையில் விலை நிர்ணயம் செய்யப்படுகிறது.

(ஆ) குறுகிய கால சந்தை (Short Period Market)

இத்தகைய சந்தையில் ஒரு சில பொருட்கள் இச்சந்தையில் தேவையை சமாளிப்பதற்கு அளிப்பின் அளவு சரிசெய்யப்படுகிறது. தேவை அளிப்பை விட அதிகமானது. மேலும் இவ்வகை சந்தையானது

வாரத்திற்கு ஒரு முறையோ அல்லது மாதத்திற்கு ஒரு முறையோ செயல்படும்.

(இ) நீண்டகால சந்தை (Long Period Market)

நீடித்து உழைக்க கூடிய பொருட்களை கையாளத்தக்க வகையில் உள்ள சந்தையை இது குறிக்கிறது. இத்தகைய சந்தையில் நீண்ட காலத்திற்கு பயன்படுத்த ஏதுவாக உள்ள நுகர்வு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் மட்டும் சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது.

VII. தொழில் அளவின் அடிப்படையில் (On the basis of volume of Business)

(i) மொத்த விற்பனை சந்தை Whole sale market

இவ்வகை சந்தையில் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நேரடியாக பொருட்களை மொத்தமாக கொள்முதல் செய்து சில்லறை விற்பனையாளரிடம் மொத்தமாக விற்பனை செய்வதே மொத்த விற்பனை சந்தை எனப்படும். இத்தகைய சந்தையில் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை நேரடியாக நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்யப்படுவது அல்ல.

(ii) சில்லறை விற்பனை சந்தை Retail Market

மொத்த விற்பனையாளரிடமிருந்து மொத்தமாக பொருட்களை கொள்முதல் செய்து அவற்றை நுகர்வோர், மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நேரடியாக சிறு சிறு அளவில் தேவைக்கு ஏற்ப விற்பனை செய்யப்படுகிறது.



கிராமச் சந்தை



நகரச் சந்தை



உள்ளூர் சந்தை



சில்லறை வியாபாரச் சந்தை



மொத்த வியாபாரச் சந்தை

VIII. முக்கியத்துவத்தின் அடிப்படையில் (On the Basis of Importance)

(அ) முதன்மை சந்தை (Primary Market)

வேளாண் விளை பொருட்கள் மட்டுமே இத்தகைய சந்தையில் வாங்குவது மற்றும் விற்பனை நடவடிக்கை மேற்கொள்ளப்படுகிறது. மேலும் வேளாண் விளைபொருட்கள் மொத்த விற்பனையாளர் மற்றும் நுகர்வோர்களுக்கு நேரடியாக விற்பனை செய்யப்படுகிறது. இந்தவகை சந்தைகள் பெரும்பாலும் கிராமப்புரங்களில் மட்டுமே நடைபெறுகிறது.

(ஆ) இரண்டாம் நிலை சந்தை (Secondary Market)

இவ்வகை சந்தையில் முற்புறப்பெறாத தயாரிப்பு பொருட்கள் மட்டுமே சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது. முடிவுற்ற பொருட்கள் வாங்குவது மற்றும் விற்பனை செய்வது அல்ல. மேலும் இவ்வகை சந்தையில் மற்ற சந்தைகளிலிருந்து பொருட்கள் வந்து சேருவதோடு மட்டுமன்றி பொருட்களின் பரிமாற்றம் பொதுவாக மொத்த விற்பனையாளர் மற்றும் சில்லறை விற்பனையாளர் மத்தியில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

(இ) இறுதிநிலைச் சந்தை (Terminal Market)

இத்தகைய சந்தையில் முடிவுற்ற பொருட்கள் மட்டுமே சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது. மேலும் நுகர்வோரின் இறுதிநிலை பயன்பாட்டின் தேவைக்கு மட்டுமே மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

13.04. சந்தையிடுகையாளர் பொருள் மற்றும் வரைஇலக்கணம் Marketer

சந்தையிடுகையாளர் பொருள்

1. பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை யார் ஒருவர் குறிப்பாக விற்பனைக்கான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கின்றாரோ அவரே சந்தையிடுகையாளர் என அழைக்கப்படுகிறார்.

2. யார் ஒருவர் தன்னை சந்தையிடுகை பணியில் முழுமையாக ஈடுபடுத்திக் கொள்கின்றாரோ அவரே சந்தையிடுகையாளர் எனவும் அழைக்கப்படுகிறார்.

3. எவர் ஒருவர் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளுக்காக பணத்தை மாற்று மதிப்பாக உருவாக்குகின்றாரோ அவரே சந்தையிடுகையாளர் எனவும் அழைக்கப்படுகிறார்.

சந்தையிடுகையாளரின் வரைஇலக்கணம்

தொழில் அகராதியின் கூற்றுப்படி "யார் ஒருவர் ஒரு குறிப்பிட்ட நுகர்வோருக்கான பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளின் தேவைகளை அறிந்து பூர்த்தி செய்வதோடு மட்டுமல்லாமல் நிறுவனங்கள் சார்பாக பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை சந்தையிடுகை செய்கிறாரோ அவரே சந்தையிடுகையாளர் "ஆவார்".

- Business Dictionary

13.05. எந்தெந்த பொருட்களைச்

சந்தையிடலாம் What can be Marketed?

நுகர்வோர் மற்றும் தொழிலுக்கான பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை உருவாக்கி அவற்றை மேம்படுத்தி கொண்டு சேர்க்கும் செயல் கருமையான ஒன்றாகும் மேலும் சந்தையிடுகை பத்து வகையான தலைப்புகளில் கையாளப்படுகிறது. அதாவது பண்டங்கள், பணிகள், அனுபவங்கள், நிகழ்வுகள், நபர்கள், இடம், கடமைகள் அமைப்பும் தகவல் தொடர்புகள் மற்றும் கருத்துக்கள் போன்றவைகள் இதில் அடங்கும் அவற்றை கீழ்க்கண்டவாறு காணலாம்.

i. பண்டங்கள்/பொருட்கள் (Goods)

அனைத்து நாடுகளாலும் உற்பத்தி செய்து சந்தையிடுகை செய்ய தக்க வகையில் பயன்படுத்தும் பொருட்கள் இதில் அடங்கும் எ.கா. குளிர்சாதனப் பொருட்கள், தொலைகாட்சி சாதனங்கள் மற்றும் இயந்திர சாதனங்கள் போன்றவையாகும்.

ii. பணிகள்/சேவைகள் (Services)

இன்றைய பொருளாதார முன்னேற்றத்தின் அடிப்படையில் சேவை செய்கின்றும் நடவடிக்கைகளும் சந்தையிடுகை செய்யப்படுகிறது. குறிப்பாக விமான பணி, உணவு விருதிகள், வாடகை கார் நிறுவனங்கள், முடிதிருத்துபவர்கள், அழகுக்கலை நிபுணர்கள் போன்றவை இதில் அடங்கும். மேலும் தொழில் பண்பட்டவர்களான கணக்கர், வங்கியர், வழக்கறிஞர்கள், பொறியாளர்கள், பேராசிரியர்கள் மற்றும் மருத்துவர்கள் போன்றவர்களாவார்கள்.

iii. அனுபவங்கள் (Experiences)

பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை பற்றி முன் அனுபவம் பெற்ற குழு மூலம் ஒரு நிறுவனம் தனக்கென ஒரு தனி இடத்தை உருவாக்கி அதன் அடிப்படையில் சந்தையிடுகை செய்வது. உதாரணமாக வர்த்தகப் பொருட்காட்சி சென்று வருதல் மற்றும் எவரெஸ்டு மலை ஏறுதல் போன்றவைகள் இதில் அடங்கும்.

iv. நிகழ்வுகள் (Events)

காலம் மற்றும் நேரத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு இவ்வகை சந்தை மேம்படுத்தப்படுகிறது. அதாவது பொருட்காட்சி, கலைநிகழ்ச்சிகள், ஆசிய அளவிலான விளையாட்டு போட்டிகள் மற்றும் உலக அளவிலான விளையாட்டு போட்டிகள் போன்றவை இதில் அடங்கும்.

v. நபர்கள் (Persons)

இன்றைய தொழிலில் பிரபலங்கள் மூலம் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை சந்தையிடுகை செய்வது ஒரு வாடிக்கையாக உள்ளது. அதாவது சினிமா நட்சத்திரங்கள், விளையாட்டு வீரர்கள், இசைக்கலைஞர்கள், மற்றும் புகழ்பெற்ற நபர்களால் ஒரு நிறுவனத்தின் வாணிபக்குறிகளின் ஒப்புதல் அளித்து அதன் மூலம் விற்பனை செய்யப்படுகிறது.

vi. இடம் (Place)

புதிய குடியிருப்புகள், நிறுமத்தின் தலைமையகம், தொழிற்சாலை, பொழுதுபோக்கு அம்சங்கள், சுற்றுலா வசதி, வணிக வாய்ப்புகள், மற்றும் பொருளாதார மேம்பாட்டிற்கான சிறப்பு அம்சங்கள் பற்றி எடுத்துரைத்து அதன் அடிப்படையில் பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் குறித்து வாங்க தூண்டுவது இத்தகைய சந்தையிருகையில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

vii. உடமைகள் (Properties)

கண்ணுக்கு புலப்படாத உரிமை மாற்றத்தை இதன் அடிப்படையில் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. அதாவது நிலம், மனை மற்றும் கட்டிடம் அல்லது நிதி சார்ந்த உடமைகளாகிய பங்கு மற்றும் பத்திரங்கள் போன்றவை அதன் அடிப்படையில் வாங்கி, விற்பனை செய்யப்படுகிறது.

viii. அமைப்பு (Organisation)

ஒரு அமைப்பு பொது மக்கள் மத்தியில் தனக்கென நிரந்தரமான ஒரு இடத்தை தக்கவைத்துக் கொள்வதற்காக சில செயல்பாடுகளை மேற்கொண்டு அதன் மூலம் தனது பொருட்களை சந்தையிருகை செய்கிறது. பல்கலைக்கழகம் உருவாக்குவது, அருங்காட்சியகம் ஏற்படுத்துவது மேலும் லாப நோக்கமின்றி சந்தையில் மக்கள் மத்தியில் தனக்கென நற்பெயரை உருவாக்கி கொள்வதன் மூலம் சந்தையில் போட்டியை சமாளிக்க வழிவகை செய்யப்படுகிறது.

ix. தகவல் (Information)

இன்று தகவலும் சந்தைப்படுத்தக்கூடிய மிக மதிப்பு வாய்ந்த ஒரு பொருளாக கருதப்படுகின்றது. மேலும் பள்ளி மற்றும் கல்லூரிகள் போன்றவை தங்கள் நிறுவனம் குறித்து மாணவர்கள் மற்றும் பெற்றோர்களுக்கு தகவல்கள் தயாரித்து அவ்வப்போது தெரிவிக்கிறது. உதாரணமாக கலைக்களஞ்சியம், இதழ்கள் மற்றும் செய்தித்தாள் மூலம் தகவல்களை அளித்து வருகின்றன.

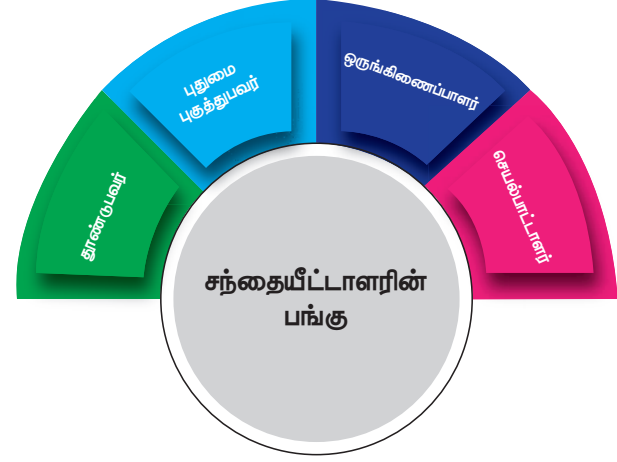
x. கருத்துக்கள் (Ideas)

ஒவ்வொரு சந்தையும் தனக்கென ஒரு கருத்துக்களை உள்ளடக்கியுள்ளது "சமுதாய நோக்குடைய சந்தையிருகையாளர்கள் எப்போதும் கருத்துக்கள் மேம்படுத்துவதில் முனைப்புடன் இருந்து வருகின்றனர்.



13.06 சந்தையிருகையாளரின் பங்கு (Role of a Marketer)

சந்தையிருகையாளர் பின்வரும் நான்கு விதமான பங்குகளை மேற்கொள்கிறார் அவைகள் பின் வருமாறு



i. தூண்டுபவர் (Instigator)

சந்தையின் மேம்பாடு கருதி அவ்வப்போது சந்தையிருகையின் வாய்ப்புகள் மற்றும் சந்தையில் ஏற்படும் மாற்றங்களை உன்னிப்பாக கூர்ந்து கவனித்து அதற்கு ஏற்றவாறு சந்தையிருகைவையில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்தி ஒரு புதிய கோணத்தை சந்தையிருகையாளர் ஏற்படுத்துகிறார்.

ii. புதுமைபுகுத்துநர் (Innovator)

சந்தையிருகையாளர் தனது பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை சந்தையில் தனக்கென ஒரு இடத்தை ஏற்படுத்துவதற்கு நடைமுறையில் இருந்து வரும் பொருட்களின் இயல்பை அதிகரித்தல் மதிப்பை கூட்டுதல். விலையில் மாற்றத்தை ஏற்படுத்துதல், பொருள்கொண்டு சேர்க்கும் முறை, தொழில் முறையில் மாற்றம் மற்றும் உற்பத்தி முறையில் மாற்றம் போன்றவற்றை செய்து வருகிறார்.

iii. ஒருங்கிணைப்பாளர் (Integrator)

பண்டங்கள் மற்றும் பணிகள் பற்றி நுகர்வோர் மற்றும் வாழ்க்கையாளரின் மத்தியல் கருத்துக்களை பெற்றும் அதன் அடிப்படையில் அமைப்பின் ஒருங்கிணைப்பு பணியினை மேற்கொள்கிறார்.

(iv) செயல்பாட்டாளர் (Implementer)

அமைப்பின் பல்வேறு பணிகளின் உதவியோடு பொருட்களை சந்தையிருகை செய்வதற்கான வாய்ப்புகளை ஏற்படுத்தும் மாற்றங்களை உருவாக்குகிறார்.

13.07. சந்தையிருகையாளரின் பணிகள் (Functions of Marketer)

சந்தையிருகையாளர் கீழ்க்கண்ட பல்வேறு பணிகளை மேற்கொள்கிறார் அவைகள் பின்வருமாறு.

- சந்தை பற்றிய தகவல்களை சேகரித்து அதனை ஆராய்தல்
- சந்தை திட்டமிடுதல்
- பொருட்களை வடிவமைத்தல் மற்றும் மேம்படுத்துதல்.
- பொருட்களை வகைப்படுத்துதல் மற்றும் தரப்படுத்துதல்.
- கட்டுமானம் செய்தல் மற்றும் பெயரிடல்
- வர்த்தக குறியீடு செய்தல்.
- வாடிக்கையாளர் சேவை தொடர்பான ஆதரவு அளித்தல்.
- பொருளுக்கான விலை நிர்ணயம் செய்தல்.
- விற்பனை அளவினை மேம்படுத்துதல்
- வழங்கல் வழியினை ஏற்படுத்துதல்
- போக்குவரத்து நடவடிக்கைகளை கையாள்தல்
- பொருட்களை சேமித்தல் மற்றும்

பண்டகாப்பு செய்தல் போன்ற அனைத்து பணிகளையும் சந்தையிருகையாளர் செய்து வருகின்றார்.



எதிர்கால கற்றலுக்கு

- பொருட்கள் அடிப்படையில் இயங்கும் ஏதேனும் இரண்டு வகை சந்தைகளை குறிப்பிடு.
- காலத்தின் அடிப்படையில் செயல்படும் ஏதேனும் இரண்டு வகை சந்தைகளை குறிப்பிடு



நமது சிந்தனைக்கு

கூட்டுறவு சந்தை, உழவர் சந்தை



- தமிழ்நாட்டில் ஆத்தூர் என்னும் ஊரில் உள்ள ஆட்டு சந்தை.
- தமிழ்நாட்டில் ஒசூரில் உள்ள அன்றாட பூ சந்தை பற்றி.

கலைசொற்கள்

திருப்திகரம், பயன்பாடு, புதுமை கண்டுபிடிப்பு, நிலையான, விநியோகம், பதப்படுத்துதல், எதிர்பாரக்கப்பட்டது, தேவை, உறைவிடம்.



பயிற்சி



I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு:

1. பண்டங்கள் மற்றும் பணிகளை பணத்தின் அடிப்படையில் மாற்றம் செய்பவர் எவ்வாறு அழைக்கப்படுகிறார்.

- அ) விற்பனையாளர் ஆ) சந்தையிருகையாளர்
இ) வாடிக்கையாளர் ஈ) மேலாளர்

2. சந்தையிருகையில் சந்தையிருகையாளர் முதலில் தெரிந்து கொள்ள விரும்புவது.

- அ) வாடிக்கையாளரின் தகுதி
ஆ) பொருளின் தரம்
இ) வாடிக்கையாளரின் பின்புலம்
ஈ) வாடிக்கையாளரின் தேவைகள்

3. உடனடிச் சந்தை எதன் அடிப்படையில் வகைப்படுத்தப்படுகிறது.

- அ) பொருட்கள் ஆ) பரிவர்த்தனை
இ) ஒழுங்குமுறை ஈ) காலம்

4. கீழ்க்கண்டவற்றுள் எது பங்குகள் மற்றும் பத்திரங்களை வாங்கி, விற்கும் நடவடிக்கையை மேற்கொள்கிறது.

- அ) பங்கு சந்தை ஆ) தயாரிப்பு பொருள் சந்தை
இ) உள்ளூர் சந்தை ஈ) குடும்ப சந்தை

5. பங்கு பரிவர்த்தனை சந்தை இவ்வாறு அழைக்கப்படுகிறது.

- அ) களச்சந்தை ஆ) உள்ளூர் சந்தை
இ) பாதுகாப்பு சந்தை ஈ) தேசிய சந்தை

விடைகள்

1	ஆ	2	ஈ	3	ஆ	4	அ	5	இ
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

II. குறு வினாக்கள்

- சந்தை என்றால் என்ன?
- சந்தையிருகையாளர் வரைவிலக்கணம் தருக.
- ஒழுங்குமுறை சந்தை என்றால் என்ன?



4. களச் சந்தை என்றால் என்ன?
5. பண்டகச் சந்தை என்றால் என்ன?

III. சிறு வினாக்கள்:

1. சந்தையில் என்னென்ன பொருட்களை சந்தையிட முடியும் என்பதை தெரிவிக்கவும்.
2. சந்தையிருகையாளரின் பங்களிப்பு எவையேனும் மூன்றினை குறிப்பிடுக.
3. சந்தையிருகையாளர் ஓர் புதுமை கண்டுபிடிப்பாளர்? நீர் அதை ஏற்றுக்கொள்வீரா?
4. காலத்தின் அடிப்படையில் சந்தையினை எப்படி வகைப்படுத்துவாய்?
5. சந்தையீட்டாளரின் பணிகளை பட்டியலிடுக.

IV. பெரு வினாக்கள்:

1. சந்தை எவ்வாறு வகைப்படுத்தப்படுகிறது? விவரி.
2. பொருளாதார அடிப்படையில் சந்தைகள் எவ்வாறு வகைப்படுத்தப்படுகிறது?

குறிப்பு நூல்கள்

1. Pillai, R.S.N., and Bagavathi, Modern Marketing, S. Chand & Company Lt., New Delhi, 2010.
2. Phillip Kotler, Principles of Marketing, Prentice Hall of Indian (P) Ltd., New Delhi, 2002.
3. www.youarticlelibrary.com/marketing/market-definition-and-classification-of-markets/48772.
4. K Sundar Elements of Marketing Vijai nicole