

2020

# I-BA-ECONOMICS

TAMIL MEDIUM

UNIT – I TO UNIT - III

DR.B.SUBATRA

ASSISTANT PROFESSOR OF COMMERCE

11/1/2020



GOVERNMENT ARTS COLLEGE FOR WOMEN, SALEM-8

I – B.A ECONOMICS

ALLIED-PRINCIPLES OF COMMERCE



Material Prepared By

Dr.B.SUBATRA

Assistant Professor

PG & Research Department of Commerce

Government Arts College for Women, Salem -8

**B.A.ECONOMICS**

**SEMESTER – I**

**ALLIED – PRINCIPLES OF COMMERCE**

**OBJECTIVES**

- 1. To explain the basic principles of Commerce to the students**
- 2. To teach the students about business organization and stock exchanges.**

**UNIT – I INTRODUCTION**

**Nature and Scope of Business – Objectives Concepts of Business – Importance and essentials of Business – Trade Commerce – Essentials of Successful Business – Qualities of a Successful Business man.**

**UNIT – II FORMS OF BUSINESS ORGANISATION**

**Sole Trade – Partnership – Company – Joint Hindu Family system – Co-operatives**

**UNIT – III TRADE ASSOCIATION**

**Chamber of Commerce – Plant – Location – Localization of Business**

**UNIT – IV BANKS**

**Types – Commercial Bank and Central Bank – Function**

**UNIT – V STOCK EXCHANGE**

**Functions – Procedure of Trading – Working Service – Regulation of Stock Exchange in India – BSE and NSE.**

**REFERENCE BOOK**

- 1. Kathiresan – Business Organisation**
- 2. Radha - Business Organisation**
- 3. Jhingan.M.L. Monetary economics**

**QUESTION PATTERN**

<b>SECTION - A</b>	<b>1 Mark Question</b>	<b>15X1=15</b>	
<b>SECTION - B</b>	<b>5 Questions</b>	<b>02X5=10</b>	<b>5 questions – 1 each from every unit</b>
<b>SECTION - C</b>	<b>Detail answer questions of either (Like 1 a (or) b</b>	<b>05X10=50</b>	<b>2 questions from every unit</b>

# UNIT-I .

வணிக அறிமுகம்

## வரையறை:

வணிகம் என்பது ஒரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட பொருளாதார நடவடிக்கையாக வரையறுக்கப்படுகிறது, இதில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிமாற்றம் போதுமான கருத்தில் கொள்ளப்படுகிறது. இது வணிக பரிவர்த்தனைகளிலிருந்து பணம் சம்பாதிப்பதற்கான ஒரு முறை தவிர வேறில்லை. விரும்பிய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை சமுதாயத்திற்கு திறம்பட கிடைக்கச் செய்வதே அதன் ஒரே நோக்கமாகும்.

வரையறை: வணிகம் என்பது பொருட்களின் உற்பத்தி, தயாரிப்புகளை மறுவிற்பனை செய்தல், சேவைகளை வழங்குதல் அல்லது மூன்றையும் ஒன்றாகச் செய்வதன் மூலம் நுகர்வோரின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதன் மூலம் லாபத்தை ஈட்டுவதற்கான ஒரு வழக்கமான செயல்முறையாகும். இது ஒரு தொழிலாகும், அதில் இருந்து அதிகபட்ச இலாபத்தைப் பெறுவதற்கு ஒரு குறிப்பிட்ட திறன்கள் மற்றும் நிபுணத்துவம் தேவைப்படுகிறது.

இது வணிகர்கள் பொருட்களையும் சேவைகளையும் உற்பத்தி செய்வதற்கும், அவற்றை சந்தையில் விற்பனை செய்வதற்கும், லாபத்தின் மூலம் வெகுமதியைப் பெறுவதற்கும் திட்டமிட்ட முயற்சியாகும்.

அனைத்து வணிக நடவடிக்கைகளும் அதை நோக்கி செலுத்தப்படுவதால், லாபம் ஒரு முக்கிய பங்கை வகிக்கிறது, ஏனெனில் இது தொழில்முனைவோருக்கு, அவர்களின் முயற்சிகளுக்கு ஒரு ஊக்கமாக செயல்படுகிறது, இதனால் ஒவ்வொரு வணிகத்திற்கும் அவசியமாகிறது.

## வணிகத்தின் கருத்து

லேமன் சொற்களில், வணிகம் என்றால் குறைந்த விலையில் எதையாவது பெற்று அதிக விலைக்கு விற்க வேண்டும், இதற்கிடையில், அதற்கிடையில் உற்பத்தி செய்யப்படும் விளிம்பு லாபம். வணிகத்தின் ஒரே நோக்கம் லாபம், அது இயக்கப்படுகிறது. வணிகமானது ஒரு செயலில் ஈடுபடும் 'பிஸினஸ்' என்ற வார்த்தையிலிருந்து உருவானது.

நாங்கள் வணிகத்தை மிகச் சிறந்த முறையில் வரையறுக்க வேண்டுமென்றால், "வர்த்தகம் என்பது எந்தவொரு தொழிலும் ஆகும், இது உற்பத்தி அல்லது விற்பனைக்கு பொருட்களை வாங்குவது ஆகியவற்றுடன் இணைக்கப்பட்ட அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் உள்ளடக்கியது மற்றும் வாடிக்கையாளருக்கு மேலும் விற்பனை செய்வதற்கான செலவுகளுக்கு இலாப விகிதத்தை சேர்க்கிறது. அவர்களின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதற்காக. "

மிக முக்கியமாக, வணிகம் லாபத்தை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது, ஆனால் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதன் மூலம் மட்டுமே. வணிகத்தில் மக்கள் வருமானம் ஈட்டுவதில் பிஸியாக இருக்கும் ஒவ்வொரு தொழிலும் அடங்கும் லாபம் ஈட்டும் நோக்கத்துடன் மற்றவர்களின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை உற்பத்தி செய்தல், வாங்குதல், விற்பனை செய்தல் அல்லது பரிமாறிக்கொள்வது.

(ஆதாரம் - அமேசான் சேவைகள்)

### பண்டமாற்று முறை என்றால் என்ன?

ஒரு பண்டமாற்று முறை என்பது பரிமாற்றத்தின் பழைய முறையாகும். பல நூற்றாண்டுகளாக பயன்படுத்தப்பட்டு வருகிறது மற்றும் பணம் கண்டுபிடிக்கப்படுவதற்கு நீண்ட காலத்திற்கு முன்பே. மக்கள் மற்ற சேவைகள் மற்றும் பொருட்களுக்கான சேவைகளையும் பொருட்களையும் பரிமாறிக்கொண்டனர். இன்று, பண்டமாற்று வர்த்தகத்தில் உதவுவதற்கு மிகவும் சிக்கலான நுட்பங்களைப் பயன்படுத்தி மீண்டும் வந்துள்ளது; உதாரணமாக, இணையம். பண்டைய காலங்களில், இந்த அமைப்பு அதே பகுதியில் உள்ள மக்களை உள்ளடக்கியது,

இருப்பினும் இன்று பண்டமாற்று உலகளவில் உள்ளது. பண்டமாற்று பொருட்களின் மதிப்பு மற்ற கட்சியுடன் பேச்சுவார்த்தை நடத்தப்படலாம். பண்டமாற்று பணத்தில் ஈடுபடவில்லை, இது நன்மைகளில் ஒன்றாகும். உங்களிடம் உள்ள ஒரு பொருளை பரிமாறிக்கொள்வதன் மூலம் பொருட்களை வாங்கலாம், ஆனால் இனி தேவையில்லை அல்லது தேவையில்லை. பொதுவாக, இந்த முறையில் வர்த்தகம் ஆன்லைன் ஏலம் மற்றும் இடமாற்று சந்தைகள் மூலம் செய்யப்படுகிறது.

### பண்டமாற்று வரலாறு

பண்டமாற்று வரலாறு கிமு 6000 க்கு முந்தையது. மெசொப்பொத்தேமியா பழங்குடியினரால் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது, பண்டமாற்று ஃபீனீசியர்களால் ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது. ஃபீனீசியர்கள் பெருங்கடல்களில் பல்வேறு நகரங்களில் அமைந்துள்ளவர்களுக்கு பொருட்களை மாற்றினர். பாபிலோனியர்களும் மேம்பட்ட பண்டமாற்று முறையை உருவாக்கினர். உணவு, தேநீர், ஆயுதங்கள் மற்றும் மசாலாப் பொருட்களுக்கு பொருட்கள் பரிமாறப்பட்டன. சில நேரங்களில், மனித மண்டை ஓடுகளும் பயன்படுத்தப்பட்டன. உப்பு பரிமாற்றம் செய்யப்பட்ட மற்றொரு பிரபலமான பொருளாகும். உப்பு மிகவும் மதிப்புமிக்கது, ரோமானிய வீரர்களின் சம்பளம் அதனுடன் வழங்கப்பட்டது. இடைக்காலத்தில், ஐரோப்பியர்கள் பட்டு மற்றும் வாசனை திரவியங்களுக்கு ஈடாக கைவினை மற்றும் ஃபர்ஸை மாற்றுவதற்காக உலகம் முழுவதும் பயணம் செய்தனர். காலனித்துவ அமெரிக்கர்கள் மஸ்கட் பந்துகள், மான் தோல்கள் மற்றும் கோதுமை ஆகியவற்றை பரிமாறிக்கொண்டனர். பணம் கண்டுபிடிக்கப்பட்டபோது, பண்டமாற்று முடிவுக்கு வரவில்லை, அது மேலும் ஒழுங்கமைக்கப்பட்டதாக மாறியது. பணப் பற்றாக்குறை காரணமாக, 1930 களில் பெரும் மந்தநிலையின் போது பண்டமாற்று பிரபலமானது. இது உணவு மற்றும் பல்வேறு சேவைகளைப் பெற பயன்படுத்தப்பட்டது. இது குழுக்கள் மூலமாகவோ அல்லது வங்கிகளைப் போலவே செயல்படும் நபர்களுக்கிடையில் செய்யப்பட்டது. ஏதேனும் பொருட்கள் விற்கப்பட்டால், உரிமையாளர் கடன் பெறுவார் மற்றும் வாங்குபவரின் கணக்கு பற்று வைக்கப்படும்.

### பண்டமாற்று முறையின் தீமைகள் மற்றும் நன்மைகள்

பெரும்பாலான விஷயங்களைப் போலவே, பண்டமாற்றத்தின் தீமைகளும் நன்மைகளும் உள்ளன. பண்டமாற்று ஒரு சிக்கலானது, நீங்கள் வர்த்தகம் செய்யும் நபர் எவ்வளவு நம்பகமானவர் என்பதை தீர்மானிப்பதாகும். மற்ற நபருக்கு அவர்கள் முறையானவர்கள் என்பதற்கான எந்த ஆதாரமும் சான்றிதழும் இல்லை, மேலும் இதில் நுகர்வோர் பாதுகாப்பு அல்லது உத்தரவாதங்கள் இல்லை. இதன் பொருள் நீங்கள் பரிமாறிக்கொள்ளும் சேவைகள் மற்றும் பொருட்கள் ஏழை அல்லது குறைபாடுள்ள பொருட்களுக்கு பரிமாறிக்கொள்ளப்படலாம். அணிந்திருக்கும் மற்றும் வேலை செய்யாத ஒரு பொம்மைக்கு கிட்டத்தட்ட புத்தம் புதிய மற்றும் சரியான

வேலை நிலையில் இருக்கும் ஒரு பொம்மையை நீங்கள் பரிமாற விரும்ப மாட்டீர்களா? ஆரம்பத்தில் குடும்பத்தினருக்கும் நண்பர்களுக்கும் பரிமாற்றங்களை மட்டுப்படுத்துவது நல்ல யோசனையாக இருக்கலாம், ஏனெனில் நல்ல பண்டமாற்றுக்கு திறமையும் அனுபவமும் தேவைப்படுகிறது. சில நேரங்களில், நீங்கள் விரும்பும் உருப்படி உண்மையில் இருப்பதை விட அதிக மதிப்புடையது என்று நினைப்பது எளிது மற்றும் உங்கள் சொந்த பொருளின் மதிப்பை குறைத்து மதிப்பிடுங்கள்.

நேர்மறையான பக்கத்தில், பண்டமாற்றுக்கு பெரும் நன்மைகள் உள்ளன. முன்பு குறிப்பிட்டபடி, பண்டமாற்றுக்கு உங்களுக்கு பணம் தேவையில்லை. மற்றொரு நன்மை என்னவென்றால், பண்டமாற்று செய்வதில் நெகிழ்வுத்தன்மை உள்ளது. உதாரணமாக, மடிக்கணினிகளுக்கு ஈடாக போர்ட்டபிள் டேப்லெட்டுகள் போன்ற தொடர்புடைய தயாரிப்புகளை வர்த்தகம் செய்யலாம். அல்லது, முற்றிலும் மாறுபட்ட பொருட்களை தொலைக்காட்சிகளுக்கான புல்வெளி மூவர் போன்ற வர்த்தகம் செய்யலாம். மக்கள் பயணிக்கும்போது வீடுகளை இப்போது பரிமாறிக்கொள்ள முடியும், இது இரு தரப்பினரின் பணத்தையும் மிச்சப்படுத்தும். உதாரணமாக, உங்கள் பெற்றோருக்கு வேறொரு மாநிலத்தில் நண்பர்கள் இருந்தால், அவர்கள் ஒரு குடும்ப விடுமுறையில் இருக்கும்போது எங்காவது தங்குவதற்கு தேவைப்பட்டால், உங்கள் நண்பர்கள் உங்கள் வீட்டைப் பயன்படுத்த அனுமதிப்பதற்கு ஈடாக அவர்களின் நண்பர்கள் ஒரு வாரம் அல்லது அதற்கு மேல் தங்கள் வீட்டை வர்த்தகம் செய்யலாம்.

பண்டமாற்று செய்வதன் மற்றொரு நன்மை என்னவென்றால், நீங்கள் பொருள் பொருட்களுடன் பங்கெடுக்க வேண்டியதில்லை. அதற்கு பதிலாக, நீங்கள் ஒரு பொருளுக்கு ஈடாக ஒரு சேவையை வழங்க முடியும். உதாரணமாக, உங்கள் நண்பருக்கு நீங்கள் விரும்பும் ஸ்கேட்போர்டு இருந்தால், அவர்களின் சைக்கிளுக்கு வேலை தேவைப்பட்டால், நீங்கள் விஷயங்களை சரிசெய்வதில் நல்லவராக இருந்தால், ஸ்கேட்போர்டுக்கு ஈடாக அவர்களின் பைக்கை சரிசெய்ய நீங்கள் முன்வருவீர்கள். பண்டமாற்று மூலம் இரு தரப்பினரும் எந்தவொரு பணத்தையும்

செலவழிக்காமல் ஒருவருக்கொருவர் தங்களுக்குத் தேவையான அல்லது தேவைப்படும் ஒன்றைப் பெறலாம்

1. பொருளாதார செயல்பாடு:

வணிகம் என்பது ஒரு பொருளாதார நடவடிக்கையாகும், ஏனெனில் இது பணம் சம்பாதிப்பதற்கான முதன்மை நோக்கத்துடன் நடத்தப்படுகிறது, அதாவது பொருளாதார நோக்கத்திற்காக.

2. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி / கொள்முதல்:

பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் வணிக நிறுவனங்களால் உற்பத்தி செய்யப்படுகின்றன அல்லது வாங்கப்படுகின்றன, இதனால் மதிப்பு சேர்க்கவும் அவற்றை நுகர்வோருக்கு விற்கவும் முடியும். பொருட்கள் நிறுவனத்தால் தயாரிக்கப்படுகின்றன அல்லது சப்ளையரிடமிருந்து கொள்முதல் செய்யப்படுகின்றன, அதை நுகர்வோருக்கு மேலும் விற்பனை செய்யும் நோக்கத்துடன், லாபத்திற்காக.

3. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை விற்பனை செய்தல்:

வணிகமானது வாடிக்கையாளருக்கு மதிப்புக்கு பொருளை மாற்றுவதன் மூலம், விற்பனையின் மூலம், அதாவது தனிப்பட்ட நுகர்வுக்காக பொருட்கள் வாங்கப்பட்டால், பரிவர்த்தனை வணிக நடவடிக்கைகளுக்கு பொருந்தாது.

4. கையாளுதலில் தொடர்ச்சி:

ஒவ்வொரு வணிகத்திற்கும் பரிவர்த்தனைகளில் வழக்கமான தன்மை தேவைப்படுகிறது, அதாவது பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் பரிமாற்றத்தின் தனிமைப்படுத்தப்பட்ட பரிவர்த்தனை வணிகமாக கருதப்படாது. எனவே, வணிகத்தை உருவாக்க, பரிவர்த்தனைகள் ஒரு வழக்கமான அடிப்படையில் மேற்கொள்ளப்பட வேண்டும்.

5. லாபம் ஈட்டுதல்:

வணிகத்தின் அடிப்படை நோக்கம் அதன் செயல்பாடுகளிலிருந்து லாபம் ஈட்டுவதாகும். இது வணிகத்தின் முதுகெலும்பாகும், இது நீண்ட காலத்திற்கு வணிகத்தைத் தொடர்கிறது.



6. அபாயத்தின் உறுப்பு:

ஆபத்து என்பது ஒவ்வொரு வணிகத்தின் முக்கிய உறுப்பு, இழப்பை வெளிப்படுத்துவதில் அக்கறை கொண்டுள்ளது. எதிர்கால நிகழ்வுகளை முன்னறிவிப்பதற்கும் அதற்கேற்ப வணிக உத்திகளைத் திட்டமிடுவதற்கும் முயற்சிகள் மேற்கொள்ளப்படுகின்றன. இருப்பினும், வியாபாரத்தை பாதிக்கும் காரணிகள் நிச்சயமற்றவை, எனவே வணிக வாய்ப்புகள் தேவை, மாற்றம், வெள்ளம், விலை வீழ்ச்சி, வேலைநிறுத்தங்கள், கதவடைப்பு, பணச் சந்தை ஏற்ற இறக்கங்கள் போன்றவையாக இருக்கலாம்.

7. நிச்சயமற்ற வருவாய்:

வியாபாரத்தில், வருவாய் ஒருபோதும் யூகிக்கக்கூடியது மற்றும் உத்தரவாதம் அளிக்கப்படுவதில்லை, அதாவது வணிகம் அறுவடை செய்யப் போகும் பணத்தின் அளவு உறுதியாகத் தெரியவில்லை. வணிகம் பெரும் லாபத்தை ஈட்டலாம் அல்லது பெரும் இழப்பை சந்திக்க நேரிடும்.

8. சட்டபூர்வமான மற்றும் சட்டபூர்வமானவை:

நிறுவனம் எந்த வகையான வணிகத்தில் ஈடுபட்டுள்ளது என்பது முக்கியமல்ல, அது சட்டத்தின் பார்வையில் சட்டபூர்வமாக இருக்க வேண்டும், இல்லையெனில் அது வணிகமாக கருதப்படாது.

9. நுகர்வோர் திருப்தி:

நுகர்வோருக்கு (இறுதி பயனர்) திருப்தி அளிக்கும்போது, அவர் / அவள் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வாங்குவதைப் போல, நுகர்வோருக்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குவதே வணிகத்தின் நோக்கம். ஆனால், அவர்கள் இல்லையென்றால், அவர்கள் மாற்று நபர்களைத் தேடும் வாய்ப்புகள் உள்ளன.

10. நுகர்வோர் ராஜாவாகக் கருதப்படுகிறார்,

எனவே வணிகத்தின் அனைத்து நடவடிக்கைகளும் நுகர்வோரின் திருப்தியை நோக்கி சீரமைக்கப்படுகின்றன. தரமான விலையுயர்ந்த பொருட்களை நியாயமான விலையில் எளிதாகக் கிடைக்கச் செய்வதன் மூலம் இதைச் செய்யலாம்.

வணிக நடவடிக்கைகளின் வகைப்பாடு

1. தொழில்:

தொழில் வளங்களை பயன்பாட்டிற்கு தயாராக உள்ள பொருட்களாக மாற்றுவதோடு தொடர்புடைய பொருளாதார நடவடிக்கைகளை குறிக்கிறது. இதில் உற்பத்தி, பதப்படுத்துதல், பொருட்களின் சுரங்கம் ஆகியவை அடங்கும். தொழில் மேலும் மூன்று பரந்த பிரிவுகளாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது; முதன்மை தொழில், இரண்டாம் நிலை தொழில் மற்றும் மூன்றாம் நிலை தொழில்.

2. வர்த்தகம்:

எளிமையான சொற்களில், வர்த்தகம் என்பது மதிப்புக்கு பொருட்களை வாங்குவதையும் விற்பனையும் குறிக்கிறது, மேலும் பரிவர்த்தனைக்கு உதவும் அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் உள்ளடக்கியது. மேலும், வர்த்தகம் வர்த்தகம் மற்றும் வர்த்தகத்திற்கு துணை என இரண்டு வகையான செயல்பாடுகளை உள்ளடக்கியது. கடந்த சில ஆண்டுகளில், வணிகத்தின் முழு கருத்தும் கடுமையான மாற்றத்திற்கு ஆளாகியுள்ளது, அதாவது இது தயாரிப்பாளர் சார்ந்த செயல்பாட்டிலிருந்து நுகர்வோர் சார்ந்த செயல்பாடாக மாற்றப்பட்டுள்ளது. முன்னதாக, அணுகுமுறை 'உற்பத்தி செய்யப்படுவதை விற்க வேண்டும்', ஆனால் இப்போது அணுகுமுறை 'கோரப்பட்டதை உற்பத்தி செய்வது'. பின்வரும் செயல்பாடுகளை ஒரு வணிகமாக கருத முடியாது: Food உணவைத் தயாரித்து அனாதை இல்லத்தில் விநியோகித்தல்;

வணிகமானது 'பிஸியாக-நெஸ்' என்பதிலிருந்து பெறப்படுகிறது, அதாவது ஒன்று அல்லது மற்ற வேலைகளில் தன்னை ஈடுபடுத்திக் கொள்வது, ஆனால் அது பிஸியாக இருப்பதை விட அதிகம்.

1. வழக்கமான செயல்முறை:

இது லாபத்தை ஈட்டுவதற்காக மீண்டும் மீண்டும் செய்யப்படும் ஒரு செயலாகும்.

2. பொருளாதார செயல்பாடு:

முழு நோக்கமும் செல்வத்தை அதிகரிப்பதாகும்.

**3. பயன்பாட்டை உருவாக்குகிறது:**

பொருட்கள் அல்லது சேவை படிவ பயன்பாட்டை உருவாக்கும் வகையில் இருக்க வேண்டும் - ஒரு நுகர்வு வடிவத்தில் தயாரிப்புகளை மாற்றுவது, நேர பயன்பாடு - தேவைப்படும்போது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை கிடைக்கச் செய்தல்; மற்றும் பயன்பாட்டு பயன்பாடு - நுகர்வோருக்கு தேவையான இடங்களில் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் கிடைக்கும் தன்மை.

**4. முலதன தேவை:**

எந்தவொரு துணிகரத்திற்கும் அளவு மற்றும் அதன் வகையைப் பொறுத்து நிதி தேவைப்படுகிறது.

**5. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளில் ஒப்பந்தங்கள்:**

இது விற்பனை அல்லது கேட்டரிங் சேவைகளுக்கு பொருட்களை உற்பத்தி செய்வது மற்றும் வழங்குவது தொடர்பானது.

**6. ஆபத்து:**

அனைத்து வணிகங்களுக்கும் ஆபத்து காரணி அல்லது தோல்வி மற்றும் இழப்பின் நிச்சயமற்ற தன்மைகள் உள்ளன.

**7. லாபம் ஈட்டும் நோக்கம்:**

ஒரு தொழிலதிபரின் ஆரம்ப நோக்கம் அவரது முயற்சியில் இருந்து லாபம் ஈட்டுவதாகும்.

**8. நுகர்வோர் தேவையின் திருப்தி:**

இது வாடிக்கையாளரின் கோரிக்கைகளையும் தேவைகளையும் பூர்த்தி செய்வதில் அக்கறை கொண்டுள்ளது.

**9. வாங்குபவர் மற்றும் விற்பனையாளரை உள்ளடக்கியது:**

வாடிக்கையாளர் மற்றும் வணிகப் பொருட்கள் என முக்கியமாக இரண்டு கட்சிகள் உள்ளன.

**10. சமூக கடமைகள்:**

இது வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குதல், உரிமம் பெற்ற தயாரிப்புகளை கையாள்வது போன்ற சில சமூக பொறுப்புகளைக் கொண்டுள்ளது.

### வணிக வகைகள்

வணிகமானது பொருட்கள் அல்லது சேவைகள் அல்லது இரண்டையும் உள்ளடக்கியது என்பதை முந்தைய நிகழ்வு தெளிவுபடுத்தியுள்ளது. ஒரு நபர் முதலில் அவர் செயல்பட விரும்பும் வணிக வரியைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். எனவே, ஒரு வணிகத்தை பின்வரும் வகைகளாக பரவலாக வகைப்படுத்தலாம்:

#### 1. சேவை:

வாடிக்கையாளர் திருப்தி மூலம் பணம் சம்பாதிக்க செய்யப்படும் ஒரு செயல்பாடு ஒரு சேவை என அழைக்கப்படுகிறது. இது தொழில்முறை திறன்கள் மற்றும் நிபுணத்துவத்தை உள்ளடக்கியது.

எ.கா. ஒரு தொழில்முறை ஆசிரியர் கல்வி வகுப்பு எடுத்து பணம் சம்பாதிக்கிறார்

#### 2. வணிகமயமாக்கல்:

வணிகமயமாக்கல் என்பது உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது மொத்த விற்பனையாளர்களிடமிருந்து குறைந்த விலையில் பொருட்களை வாங்குவது மற்றும் ஈட்டி அதிக விலைக்கு விற்பது. இது சில்லறை வணிகம் என்றும் அழைக்கப்படுகிறது.

எ.கா. பூக்களை விற்கும் ஒரு பூக்காரன்

#### 3. உற்பத்தி:

நுகர்வோருக்கு சில பயன்பாடுகளைப் பெறும் வகையில் மூலப்பொருட்களிலிருந்து உற்பத்தி அல்லது பொருட்களை உருவாக்குவதன் மூலம் ஈட்டுவது உற்பத்தி வணிகம் என்று அழைக்கப்படுகிறது.

எ.கா. நன்றாக சர்க்கரை பெற ஒரு சர்க்கரை ஆலையில் கரும்பு பதப்படுத்துதல்

#### 4. கலப்பின:

மூன்று செயல்களையும் உள்ளடக்கிய ஒரு வணிகம், அதாவது பொருட்களின் உற்பத்தி, தயாரிப்புகளை விற்பனை செய்தல் மற்றும் சேவையை வழங்குதல் ஆகியவை கலப்பின வகையின் கீழ் வருகின்றன.

எ.கா. ஒரு தளபாடங்கள் விற்பனையாளர், தளபாடங்கள் தயாரித்து, பழைய தளபாடங்களை வாங்கி, பழுதுபார்த்த பிறகு அதிக விலைக்கு விற்கிறார், மேலும் பழைய தளபாடங்களை மெருகூட்டுவதற்கான சேவைகளையும் வழங்குகிறார்.

### வணிகத்தின் முக்கியத்துவம்

வர்த்தகம் என்பது ஒரு நபர் சுய-சுயாதீனமாகவும், அவரது கருத்துக்களில் மாஸ்டர் ஆகவும் ஒரு சுய வேலை வாய்ப்பாகும். இது உரிமையாளருக்கு நன்மை மட்டுமல்ல, சமுதாயத்திலும் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகிறது.

### 1 . வருவாய் உருவாக்கம்:

இது வணிக உரிமையாளருக்கு வருவாய் ஈட்டுவதற்கான திறவுகோலாகும், ஏனெனில் இது லாபத்தைக் கொண்டுவருகிறது மற்றும் உரிமையாளருக்கு வருமான ஆதாரமாக நிரூபிக்கிறது.

### 2. பொருளாதார வளர்ச்சி:

ஒரு நாட்டின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு இது அவசியம், ஏனெனில் அதிக வருவாய் என்றால் அதிக வரி வசூல்.

### 3. வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்துகிறது:

அதிக தொழில்துறை அலகுகள் மற்றும் நிறுவனங்களைக் கொண்ட ஒரு நாடு அதிக வேலைவாய்ப்பு விகிதத்தையும் சிறந்த வாழ்க்கைத் தரத்தையும் அனுபவிக்கிறது.

### 4. மொத்த உற்பத்தி:

உற்பத்தி அலகுகள் பெரிய அளவிலான உற்பத்தியை உள்ளடக்கியது, இது இறுதியில் உற்பத்தி செலவைக் குறைக்கிறது, மேலும் மக்கள் தொடர்ந்து ஒரு நியாயமான விலையில் பொருட்களை வழங்குகிறார்கள்.

### 5. புதுமை:

இது புதுமை மற்றும் படைப்பாற்றலுக்கான வழியைத் திறக்கும் புதிய யோசனைகளின் மூளைச்சலவை மற்றும் தலைமுறையை உள்ளடக்கியது.

#### 6. வேலைவாய்ப்பை உருவாக்குகிறது:

இது ஒரு நீண்ட கால செயல்முறையாகும், இது மனித வளம் சரியாக செயல்பட வேண்டும். எனவே, இது வேலை வாய்ப்புகளை உருவாக்குகிறது.

#### 7. சந்தை விரிவாக்கம்:

ஒரு நல்ல மூலோபாயம் மற்றும் அதிக வாடிக்கையாளர் திருப்தி சந்தை விரிவாக்கத்தை நோக்கமாகக் கொண்ட வலுவான வாடிக்கையாளர் தளத்திற்கு வழிவகுக்கிறது.

#### முடிவுரை

தற்போதைய சூழ்நிலையில், சுயாதீனமாகி, தங்கள் சொந்த அடையாளத்தை உருவாக்கத் தேடும் பெரும்பாலான மக்கள் தொடக்கங்களைத் திறக்கிறார்கள். அவர்களில் பலர் தோல்வியுற்றாலும், முறையான வணிக மூலோபாயமும், அவர்களின் செயல்பாடுகளில் சிறந்து விளங்கும் நபர்களும் வெற்றி பெற முனைகிறார்கள்.

வணிகம் என்பது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை நெறிமுறையாக விற்பதன் மூலம் லாபத்தைப் பெறுவதாகும்.

ஆபத்து என்பது எந்தவொரு வணிகத்தின் ஒருங்கிணைந்த பகுதியாகும், ஆனால் சரியான நேரத்தில் சரியான முடிவை எடுப்பது உங்கள் வணிக இலக்குகளை அடைய நீங்கள் தேவைப்படுவதுதான்.

#### வணிகத்தின் வெற்றிக்கான சில முன்நிபந்தனைகள் பின்வருமாறு:

##### 1. குறிக்கோள்களை அமைத்தல்:

வணிக நோக்கங்களை அமைப்பது நிர்வாகத்தால் செய்யப்பட வேண்டிய முதல் விஷயம். என்ன செய்ய வேண்டும் என்பதை ஒருவர் அறிந்திருக்க வேண்டும். குறிக்கோளை தீர்மானித்த பின்னரே, குறிக்கோள்களை அடைய வழிகள் மற்றும் வழிமுறைகள் தீர்மானிக்கப்படும். இது ஒரு உற்பத்தி செய்யும் வணிகமாக இருந்தால், உற்பத்தி செய்யப்பட வேண்டிய பொருளின் தன்மை, முழு

உற்பத்தியையும் உற்பத்தி செய்யலாமா அல்லது அதன் ஒரு பகுதியை தீர்மானிக்க வேண்டும். சேவை வணிகத்தில் வழங்கப்பட வேண்டிய சேவையின் தன்மை மற்றும் வகை தீர்மானிக்கப்பட வேண்டும். வணிக நோக்கங்களுடன் உரையாட வேண்டியது நிர்வாகம் மட்டுமல்ல, அக்கறையுள்ள ஒவ்வொரு நபரும் வணிகத்தின் நோக்கங்களையும் குறிக்கோள்களையும் அறிந்து கொள்ள வேண்டும்.

## 2. சரியான திட்டமிடல்:

தீர்மானித்தபின், குறிக்கோள்கள், வேலை அதன் அனைத்து கண்ணோட்டங்களிலும் திட்டமிடப்பட வேண்டும். திட்டமிடல் என்பது முன்னறிவித்தல் மற்றும் நடவடிக்கைகளின் போக்கை இடுவது ஆகியவை அடங்கும். இது தற்போதைய மற்றும் எதிர்காலத்திற்கான திட்டமிடலை உள்ளடக்கியது. எதை அடைய வேண்டும், அதை எவ்வாறு அடைய வேண்டும் என்பது நிகழ்காலத்திற்கு முதன்மை முக்கியத்துவம் வாய்ந்தது. எதிர்காலம் எப்போதும் நிச்சயமற்றது மற்றும் எதிர்கால நிகழ்வுகளின் மதிப்பீடு மிகவும் கடினம். எதிர்காலத்திற்கான திட்டமிடலில், எதிர்கால நிச்சயமற்ற தன்மைகளை மதிப்பிடுவதற்கும், வரவிருக்கும் காலத்திற்கான சாத்தியமான நடவடிக்கைகளை தீர்மானிப்பதற்கும் ஒரு முயற்சி மேற்கொள்ளப்படுகிறது. எனவே, திட்டமிடல் நாளைய நிச்சயமற்ற நிலைகளை எதிர்கொள்வதற்கு தன்னை தயார்படுத்திக் கொள்ள நிர்வாகத்திற்கு உதவுகிறது.

## 3. ஒலி அமைப்பு:

அமைப்பு என்பது ஊழியர்களுக்கு பணிகள் ஒதுக்கப்படும் ஒரு ஏற்பாடாகும், இதனால் அவர்களின் தனிப்பட்ட முயற்சிகள் தெளிவாக வரையறுக்கப்பட்ட நோக்கங்களை அடைவதற்கு திறம்பட பங்களிக்கின்றன. அனைத்து நபர்களின் கடமைகளும் பொறுப்புகளும் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளன, மேலும் அவர்கள் என்ன செய்ய வேண்டும் என்பதை அவர்கள் அறிந்து கொள்ள வேண்டும்.

ஒரு வணிகத்தின் வெற்றிக்கு ஒரு பயனுள்ள நிறுவன அமைப்பு அவசியம். முதலாவதாக, உரிமையின் வடிவம் குறித்து ஒரு முடிவு எடுக்கப்பட வேண்டும், அதாவது, ஒரே வர்த்தகம், கூட்டாண்மை, கூட்டு பங்கு நிறுவனம். பின்னர் பொருத்தமான உள் அமைப்பை உருவாக்க வேண்டும். எந்த வேலையும்

ஒதுக்கப்படாமல் விடக்கூடாது. மேற்பார்வையாளர்கள் மற்றும் துணை அதிகாரிகள் வணிகத்தில் தங்கள் பங்கை அறிந்து கொள்ள வேண்டும்.

#### 4. சரியான நிதி திட்டமிடல்:

நிறுவனத்தைத் தொடங்கும்போது நிதி மற்றும் அதன் சாத்தியமான ஆதாரங்களின் தேவைகள் தீர்மானிக்கப்பட வேண்டும். நிதித் திட்டத்தின் நோக்கம் குறைந்தபட்ச செலவில் போதுமான நிதி திரட்டப்படுவதை உறுதி செய்வதாகும். தேவையான மூலதனம் எல்லா நேரங்களிலும் கிடைக்க வேண்டும், இல்லையெனில், அது வேலைக்கு இடையூறாக இருக்கும். மூலதனத்தின் பற்றாக்குறை மற்றும் அதிகப்படியான இரண்டும் கவலைக்கு மோசமாக இருக்கும்.

அதிகப்படியான மூலதனத்தின் கிடைக்கும் தன்மை, சரக்கு மற்றும் நிலையான சொத்துக்களுக்கு அதிக பணம் செலவழிக்க நிர்வாகத்தை தூண்டக்கூடும். தற்போதைய தேவைகளுக்கும் எதிர்கால வளர்ச்சித் திட்டங்களுக்கும் நிதி வழங்க சரியான திட்டம் அவசியம்.

ஒரு நிதித் திட்டம் தீர்மானிக்கும்:

- (அ) மூலதனத்தின் தேவைகள்
- (ஆ) நிதி சேகரிப்பதற்கான ஆதாரங்கள், மற்றும்
- (இ) மூலதன கட்டமைப்பின் நிர்வாகம்.

#### 5. தாவரத்தின் இருப்பிடம் மற்றும் தளவமைப்பு:

ஒரு கவலையைத் தொடங்கும்போது நிர்வாகத்தால் எடுக்கப்பட வேண்டிய முக்கியமான முடிவுகளில் ஒன்று ஆலையின் இருப்பிடம் தொடர்பாகும். உற்பத்தி ஆர்க்கின் அனைத்து காரணிகளும் குறைந்த செலவில் கிடைக்கும் இடத்தில் இந்த ஆலை அமைந்திருக்க வேண்டும். வணிகங்களின் இருப்பிடத்தின் இடம் பொருத்தமானதாக இருந்தால் மட்டுமே உகந்த புள்ளியை அடைவதற்கான நோக்கம் அடையப்படும். மூலப்பொருட்கள், உழைப்பு, சக்தி மற்றும் முடிக்கப்பட்ட பொருட்களுக்கான சந்தைகள் இருப்பிடத்திற்கு அருகில் கிடைக்க வேண்டும்.

இருப்பிடத்தைப் பற்றி தீர்மானித்த பிறகு, ஆலையின் தளவமைப்பு குறித்து



ஒரு முடிவு எடுக்கப்படுகிறது. எந்திரங்கள் மற்றும் உபகரணங்களை அமைப்பது முறையாக இருக்க வேண்டும், இதனால் உற்பத்தியின் ஓட்டம் சீராகவும், தடையில்லாமலும் இருக்க வேண்டும். அலுவலக கட்டிடம் மற்றும் கிடங்கு போன்றவை தொழிற்சாலைக்கு அருகில் இருக்க வேண்டும். சரியான தளவமைப்பு கிடைக்கக்கூடிய இடத்தின் பொருளாதார பயன்பாட்டை உதவும். ஒரு வணிகத்தின் வெற்றிக்கு வணிகத்தின் சரியான இடம் மற்றும் தளவமைப்பு அவசியம்.

### 6. சந்தைப்படுத்தல் முறை

ஒரு வணிகத்தின் சந்தைப்படுத்தல் அம்சங்கள் உற்பத்தியைக் காட்டிலும் முக்கியம். ஒரு பொருளை விற்க முடியாவிட்டால் அதை உற்பத்தி செய்வதில் எந்த பயனும் இல்லை. லாபம் சம்பாதிக்க சந்தைப்படுத்தல் மேலாண்மை அவசியம். விநியோகத்தின் சேனல்களைப் பற்றி நிர்வாகம் தீர்மானிக்க வேண்டும். நுகர்வோருக்கு நேரடியாக விற்கலாமா அல்லது மொத்த விற்பனையாளர்கள் மூலம் விற்கலாமா? பொருட்களின் பல்வேறு அம்சங்களை கவனத்தில் கொண்டு முடிவு செய்ய வேண்டும்.

### 7. ஆராய்ச்சி:

மாறிவரும் தொழில்நுட்ப உலகில், பொருட்களின் உற்பத்தி மற்றும் விற்பனைக்கு சமீபத்திய சாதனங்களைப் பயன்படுத்துவது அவசியம். மாற்றம் என்பது வணிகத்தின் சாராம்சம். ஒவ்வொரு நாளும், புதிய உற்பத்தி முறைகள் காணப்படுகின்றன. உற்பத்தி மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் கொள்கைகளை வகுப்பதில் நுகர்வோரின் தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களை கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். ஆராய்ச்சி மற்றும் மேம்பாட்டுக்கு வணிகத்தில் உரிய இடம் கொடுக்கப்பட வேண்டும். ஆராய்ச்சித் திட்டங்கள் மூலமாக மட்டுமே வணிக உலகத்தை மாற்றுவதில் ஒருவர் போட்டியிட முடியும். ஆராய்ச்சிப் பணிகளில் கவனம் செலுத்தப்படாவிட்டால், ஒரு பெரிய காலத்திற்கு வணிகத்தில் தங்குவது கடினம். எனவே, ஒரு நிறுவனத்தின் வெற்றிக்கு ஆராய்ச்சி நடவடிக்கைகள் அவசியம்.

### 8. டைனமிக் தலைமை:

ஒரு நிறுவனத்தின் வெற்றி அதன் நிர்வாகத்தின் செயல்திறனைப் பொறுத்தது. வணிக நோக்கங்களை அடைவதற்கு பல்வேறு நடவடிக்கைகளைத் திட்டமிடுதல், ஒழுங்கமைத்தல், ஒருங்கிணைத்தல் மற்றும் இயக்குதல் ஆகியவை நிர்வாகத்தின் பணி. தலைமை மாறும் என்றால் மட்டுமே இது சாத்தியமாகும். அக்கறையை நிர்வகிக்கும் செயல்பாட்டில் தொலைநோக்கு, முன்முயற்சி, தைரியம் மற்றும் மாற்றத்திற்கான திறமை இருக்க வேண்டும். முன்னேற்றத்தின் பாதையில் அக்கறை கொள்ள தலைமைக்கு இந்த குணங்கள் அவசியம்.

### முடிவுரை

ஒரு வணிகமானது ஒரு குறிப்பிட்ட நோக்கத்தை அடைவதற்கு உற்பத்தியின் பல்வேறு காரணிகளை ஒருங்கிணைக்க வேண்டும். வணிகத்தை வெற்றிகரமாக மாற்ற அனைத்து காரணிகளும் சமமாக முக்கியம். பல்வேறு துறைகள் ஒருவருக்கொருவர் ஒருங்கிணைந்து செயல்பட வேண்டும் மற்றும் நிறுவன மற்றும் நிதி திட்டமிடல் முறையாக தீர்மானிக்கப்பட வேண்டும்.

நவீன வணிகம் சிக்கலானதாகவும் சிக்கலானதாகவும் மாறிவிட்டது.

தொழில்நுட்பத்தின் மேம்பாடுகள் மற்றும் நுகர்வோர் விருப்பங்களை மாற்றுவது தொழிலதிபருக்கு அதிக சவால்களை உருவாக்குகின்றன. ஒரு நிறுவனத்தின் அனைத்து அம்சங்களும், அதாவது, உற்பத்தி, நிதி, அமைப்பு மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவை ஒழுங்காக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டு ஒரு வணிகத்தை வெற்றிகரமாக ஒருங்கிணைக்க வேண்டும்.

### வெற்றிகரமான வணிகரின் தகுதிகள்:

#### குணங்கள்:

1. வணிக அறிவு
2. துல்லியம்
3. டைம் சென்ஸ் மற்றும் தொலைநோக்கு
4. விழிப்புணர்வு
5. நேர்மை மற்றும் ஒழுக்கம்

a. முடிவெடுப்பதற்கான முன்முயற்சி மற்றும் திறன்

ஒத்துழைக்கும் திறன்

6. நிலைத்தன்மை மற்றும் சார்புநிலை
7. ஆற்றல்
- 8 தனிப்பட்ட குணங்கள்.

#### 1. வணிக அறிவு:

தொழிலதிபர் தனது வணிகத்தைப் பற்றி முழுமையான புரிதலைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். வணிகத்தின் நோக்கங்கள் மற்றும் குறிக்கோள்கள் குறித்து அவர் தெளிவாக இருக்க வேண்டும். வணிகத்தின் அறிவு நிதி, சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் வணிகச் சட்டங்களின் அறிவால் கூடுதலாக இருக்க வேண்டும். சிக்கலான வணிகத்தின் சிக்கல்களைச் சமாளிக்க இந்த அனைத்து அம்சங்களின் அறிவும் அவசியம்.

#### 2. துல்லியம்:

அடுத்த முக்கிய குணம் என்னவென்றால், அவர் எதைப் பற்றி பேசுகிறார், என்ன அர்த்தம் என்பதை அவர் உணர்ந்திருக்கிறார். உத்தரவுகள் மற்றும் அவற்றின் மரணதண்டனை தொடர்பாக துல்லியமானது கட்டாயமாகும். அவர் சரியான சிந்தனையுள்ள மனிதராக இருக்க வேண்டியது அவசியம். அவர் தனது பிரச்சினைகளை அளவோடு நடத்துவதன் மூலம் புரிந்து கொள்ள முடியும்.

#### 3. நேர உணர்வு மற்றும் தொலைநோக்கு பார்வை:

ஒரு மோடம் வணிகத்திற்கு நேரத்தைப் பாராட்டுவது மற்றும் நேரத்தின் அடிப்படையில் சிந்திக்க வேண்டியது அவசியம். இறுதி நுகர்வோரின் விரைவாக மாறிவரும் தேவைகளுக்கு இணங்க வேண்டிய ஒரு செயின் சங்கிலி உள்ளது. அவர் தொலைநோக்குடன் முன்னறிவிக்கவும் எதிர்காலத்தைப் பார்க்கவும் முடியும். விருப்பங்களைக் கண்டறிந்த பின்னர், அந்த விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்ய புத்திசாலித்தனமாக தொடர அவர் போதுமானவராக இருக்க வேண்டும்.

#### 4. விழிப்புணர்வு:

தொழிலதிபர் தனது சொந்த நாட்டிலும் உலகிலும் நடக்கும் முன்னேற்றங்களுடன் தொடர்பில் இருக்க வேண்டும். தனிமைப்படுத்தப்பட்டால் அவர்

வெற்றிபெற முடியாது. அவர் தேவைகளை பூர்த்தி செய்வதில் மட்டுமல்லாமல், வாவை உருவாக்குவதிலும் எச்சரிக்கையாக இருக்க வேண்டும்

5. நேர்மை மற்றும் ஒழுக்கம்:

நுகர்வோர் கோரிக்கைகளை தொழிலதிபர் மிகவும் நேர்மையாக பூர்த்தி செய்ய வேண்டும் என்பது மிக முக்கியமானது. அவரிடமிருந்து கோரப்பட்டதை துல்லியமாக வழங்க அவர் தனது திறனைப் பயன்படுத்த வேண்டும். அவர் தரமான தரத்தை மிகவும் நேர்மையாக பராமரிக்க வேண்டும். அதனுடன் செல்லும் நேர்மை மற்றும் நம்பிக்கை ஆகியவை தொழிலதிபரின் சிறந்த பண்புகளாகும். அவருடன் நேர்மை என்பது கொள்கை மட்டுமல்ல, உண்மையான நடைமுறையாகவும் இருக்க வேண்டும்.

6. முடிவுகளை எடுப்பதற்கான முயற்சி மற்றும் திறன்:

தொழிலதிபரின் வெற்றி பெரும்பாலும் உடனடியாகவும் தைரியமாகவும் முடிவுகளை எடுக்கும் திறனைப் பொறுத்தது. சந்தேகத்திற்கு இடமின்றி பெரும்பாலும் இலாபகரமான வணிக வாய்ப்புகளை இழக்க நேரிடும். எந்தவொரு பணியையும் நிறைவேற்றுவதற்கான அடிப்படை மூலப்பொருள் முடிவெடுப்பதாகும். அதன்படி, சரியான மற்றும் உடனடி முடிவை எடுக்க தொழிலதிபர் இருக்க வேண்டும்.

7. ஒத்துழைக்கும் திறன்:

அவர் மென்மையாகப் பேச வேண்டும், மேலும் அவர் யாருடன் தொடர்பு கொள்கிறாரோ அவர் அனைவருக்கும் கூட்டுறவு மற்றும் இடமளிக்கும் மனப்பான்மையைக் கடைப்பிடிக்க வேண்டும். அவர் சமரசம் செய்ய, சரிசெய்ய, தத்தெடுக்க மற்றும் சந்தர்ப்பங்களில் அவர் அளித்த தீர்ப்பு தவறு என்று ஒப்புக் கொள்ள தயாராக இருக்க வேண்டும். பிளவுபட்ட அதிகாரத்தைப் பயன்படுத்த அவர் தற்காலிகமாக பொருத்தப்பட வேண்டும். மற்றவர்களைப் புரிந்துகொள்வது ஒரு முன்நிபந்தனை-சமமானதாக கருதப்படுகிறது, இது வெற்றிக்கான மிக விரைவான படியாகும்.

8. நிலைத்தன்மை மற்றும் சார்புநிலை:

தொழிலதிபர் மற்றவர்களுடன் பழகுவதில் தனது உறுதியான தன்மையை சரியான திசையில் பயன்படுத்திக்கொள்ளும் வகையில் சீரான மனதில் இருக்க

வேண்டும். அவர் அமைப்பை நிலையானதாக வைத்திருக்க வேண்டும், எனவே நம்பகமானவர். ஒரு நம்பகமான தொழிலதிபர் தனக்கு விசுவாசமாக இருக்கும் சக ஊழியர்களையும் அவர் இயக்கிய அலகுக்கும் திருப்தி அளிக்கிறார். எனவே முடிவுகளை விரும்பும் ஒரு தொழிலதிபர் முரண்பாட்டைத் தவிர்க்க வேண்டும், அதன் தவிர்க்க முடியாத முடிவு, நியாயமற்றது போன்றவை.

9. ஆற்றல்:

உடல் மற்றும் நரம்பு ஆற்றலின் ஏராளமான ஆஸ்தி என்பது மற்றொரு அத்தியாவசியமாகும், இது இல்லாமல் மற்ற குணங்கள் எந்த மதிப்பும் இல்லை. ஆற்றலுடன் கூடுதலாக, அவர் தனது பரிந்துரைகளையும், சரியான திசையில் இருப்பதாகக் கருதும் கண்ணோட்டங்களையும் வலுக்கட்டாயமாக முன்வைக்க முடியும்.

10. தனிப்பட்ட குணங்கள்:

மேற்கூறியவற்றைத் தவிர தொழிலதிபர் ஒரு தலைவருக்கு பொதுவான குணங்களையும் கொண்டிருக்க வேண்டும். அவர் கனிவானவராக இருக்க வேண்டும் மற்றும் பிரச்சினைகளுக்கு மனித அணுகுமுறையைக் கொண்டிருக்க வேண்டும். அவர் புத்திசாலி, மன விழிப்புணர்வு, ஆக்கபூர்வமான கற்பனை, தன்னம்பிக்கை, தன்னம்பிக்கை, நேர்மையான மற்றும் நேர்மையானவராக இருக்க வேண்டும். எல்லாவற்றிற்கும் மேலாக, அவர் சமூகமாக இருக்க வேண்டும், உயர்ந்த பண்புள்ள மனிதராக இருக்க வேண்டும்.

# UNIT - II

## வணிக நிறுவனம் வகைகள்

ஒரு வணிக நிறுவனம் என்பது வாடிக்கையாளர்களுக்கு பணத்தின் ஊடாக அல்லது பண அடிப்படையில் பரிவர்த்தனைகளுடன் பொருட்கள் அல்லது சேவைகளை வழங்க நிதி, தொழிலாளர், இயந்திரங்கள் அல்லது உள்ளீடுகள் தேவைப்படும் ஒரு அமைப்பு ஆகும். ஆனால் அத்தகைய அமைப்பு பல வடிவங்களை எடுக்க முடியும். பார்ப்போம். அல்லது ஒரு வணிக உரிமையாளர் முதலில் மற்றும் மிக முக்கியமான முடிவு வணிக அமைப்பு எவ்வாறு கட்டமைக்கப்பட வேண்டும் என்பதை தீர்மானிப்பதாகும்.

## வணிக கட்டமைப்பின் தேர்வை தீர்மானிக்கும் பல காரணிகள் உள்ளன:

1. வணிகத்தின் அளவு மற்றும் தன்மை.
2. கட்டுப்பாட்டு நிலை
3. "கட்டமைப்பு" நிலை.
4. ஏதேனும் சட்ட வழக்குகள் இருந்தால் அபாயங்களை எடுக்க விருப்பம்.
5. வரியின் தாக்கம்
6. வணிகத்தின் லாபம் (அல்லது இழப்பு).
7. பணத்திற்கான அணுகல். ஒரு வணிக அமைப்பின் உரிமையின் வெவ்வேறு வகைகள் மற்றும் வெவ்வேறு வடிவங்கள் உள்ளன. பார்ப்போம்.

## நிறுவனங்களின் வகைகள்

### 1) சேவை வணிகம்

சேவை வகை நிறுவனம் இயற்கையில் திறமையான தொழில்முறை, அனுபவங்கள், ஆலோசனைகள் மற்றும் பரிந்துரைகள் மற்றும் பிற ஒத்த தயாரிப்புகளைக் கொண்ட நிபுணத்துவ நபர்களை வழங்குகிறது. உதாரணமாக நிலையங்கள், பழுதுபார்க்கும் கடைகள், பள்ளிகள், வங்கிகள், கணக்கியல் நிறுவனங்கள், சட்டம் போன்றவை. வணிக அமைப்புகளின் படிவங்கள்

1. ஒரே உரிமையாளர்
2. கூட்டு இந்து குடும்ப வணிகம்
3. கூட்டுறவு சங்கம்
4. கூட்டு வணிக நிறுவனம்
5. கூட்டு பத்திரம் மற்றும் பதிவு
6. நிறுவனங்களின் வகைகள்
7. கூட்டு பங்கு நிறுவனம்
8. பொதுத்துறையை ஒழுங்கமைக்கும் படிவங்கள்

## 2] வணிக வர்த்தகம்

இந்த வகை வணிகம் மொத்தமாக தயாரிப்புகளை வாங்குகிறது, இது மொத்த விலையில் குறைந்த விலையில் உற்பத்தியைப் பெற உதவுகிறது, பின்னர் அதை அதிக விகிதத்தில் அல்லது அதிகபட்ச சில்லறை விலையில் விற்கிறது, அவை வணிகத்தை வாங்கவும் விற்கவும் அறியப்படுகின்றன. இதனால் குறைந்த விலையில் உற்பத்தியை வாங்கி பின்னர் அதிகபட்ச சில்லறை விலையில் சந்தைக்கு விற்பனை செய்வதன் மூலம் லாபம் உருவாகிறது.

## 3] உற்பத்தி வணிகம்

ஒரு உற்பத்தி வணிகம் ஒரு புதிய தயாரிப்பை தயாரிப்பதில் பொருட்களாகப் பயன்படுத்த வேண்டும் என்ற நோக்கத்துடன் தயாரிப்பை வாங்குகிறது. ஒரு உற்பத்தி வணிகம் என்பது அதன் உற்பத்தி செயல்பாட்டில் மூலப்பொருள், தொழிலாளர் மற்றும் தொழிற்சாலை மேல்நிலைகளின் கலவையாகும். பின்னர் தயாரிக்கப்பட்ட பொருட்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்கப்படும்.

## 4] கலப்பின வர்த்தகம்

கலப்பின வணிகங்கள் என்பது ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட வணிகங்களில் வகைப்படுத்தப்படக்கூடிய நிறுவனங்கள். ஆயினும் கூட, இந்த நிறுவனங்கள் அவற்றின் முக்கிய வணிக ஆர்வத்திற்கு ஏற்ப வகைப்படுத்தப்படலாம்.

இரண்டு வகையான அமைப்பு உள்ளது, அவை கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன:

- 1) ஒரே உரிமையாளர்
- 2) கூட்டு வணிக நிறுவனம்

#### 1 ஒரே உரிமையாளர்

இது ஒரு வணிக அமைப்பின் வடிவமாகும், இதில் ஒரு நபர் தனது சொந்த மூலதனத்தை அறிமுகப்படுத்துகிறார், அதன் சொந்த திறன்களையும் புத்திசாலித்தனத்தையும் அதன் விவகாரங்களை நிர்வகிப்பதில் பயன்படுத்துகிறார் மற்றும் அதன் செயல்பாடுகளின் முடிவுக்கு மட்டுமே பொறுப்பு. அவர் தனியாக வணிகத்தை நடத்தலாம் அல்லது ஊழியர்களின் உதவியைப் பெறலாம். இது உருவாக்குவது எளிதானது மற்றும் அமைப்பில் எளிமையானது. ஒரே உரிமையாளர் தனது தொழிலைச் செய்ய மற்றவர்களின் பணத்தை கடன் வாங்கலாம் அல்லது பயன்படுத்தலாம்.

தனிப்பட்ட உரிமையாளர் தனது வணிகம் தொடர்பான அனைத்து விஷயங்களுக்கும் உச்ச நீதிபதி ஆவார், இது நிலத்தின் பொதுவான சட்டங்களுக்கு மட்டுமே உட்பட்டது மற்றும் அத்தகைய சிறப்பு சட்டத்திற்கு உட்பட்டது அவரது குறிப்பிட்ட வணிகத்தை பாதிக்கலாம்.

#### முழு உரிமையாளரின் முன்னேற்றங்கள்

##### 1. தொடங்க எளிதானது

கூட்டு மற்றும் கூட்டு பங்கு நிறுவனங்களை விட ஒரே உரிமையாளரின் உருவாக்கம் மிகவும் எளிதானது. ஒப்பந்தம், சங்கத்தின் மெமோராண்டம் அல்லது சங்கங்களின் கட்டுரைகள் போன்ற இந்த வணிகத்தைத் தொடங்க சட்டப்பூர்வ முறைகள் எதுவும் இல்லை.

##### 2. தீர்க்க எளிதானது

கூட்டு பங்கு நிறுவனங்களைப் போலவே பொதுக் கூட்டத்தில் பங்குதாரரிடமிருந்து கலைப்புக்கு அனுமதி எடுக்க ஒரே வர்த்தகர் தேவையில்லை



அல்லது கூட்டு விஷயத்தில் அனைத்து கூட்டாளர்களையும் கலந்தாலோசிப்பது எளிது.

### 3. செயல்பாட்டின் சுதந்திரம்

ஒரு தனி வர்த்தகர் தனது சொந்த முடிவில் முடிவெடுக்க அதிகபட்ச சுதந்திரம் கொண்டவர். அவரது முடிவு இறுதியானது, அவர் புதிய தயாரிப்புகளைச் சேர்ப்பதன் மூலம் தனது வணிகத்தை விரிவுபடுத்தலாம் அல்லது பழையவற்றை நிறுத்தலாம். அவர் தனது வணிகத்தை முடுக்கிவிடலாம் அல்லது அவர் தனது வணிக இடத்தை ஒரு இடத்திலிருந்து இன்னொரு இடத்திற்கு மாற்ற முடியும்.

### 4. அரசாங்க கட்டுப்பாட்டின் சுதந்திரம்

அவர் வேறு எந்த வகையான அமைப்பையும் விட அரசாங்க கட்டுப்பாட்டிலிருந்து பெரும் அளவிற்கு விடுபட்டவர். ஒரு வர்த்தகர் தனது கால இருப்புநிலையை அரசாங்கத்திற்கு அனுப்ப தேவையில்லை.

### 5. அனைத்து லாபத்தின் உரிமையாளர்கள்

வேறு எந்த அமைப்பும் அவர்கள் சம்பாதிக்கும் சதவீத சதவீத லாபத்தைத் தக்கவைக்க அனுமதிக்காது. ஆனால் ஒரே உரிமையாளரில் ஒரே வர்த்தகர் தனது வணிகத்தின் எஜமானர் மற்றும் வணிகத்தின் முழு லாபத்தையும் தக்க வைத்துக் கொள்ள உரிமை உண்டு.

### 6. குறைந்த வரி

கூட்டு மற்றும் கூட்டு பங்கு நிறுவனத்தை விட அவர் குறைந்தபட்ச வருமான வரி மற்றும் பிற வரிகளை செலுத்த வேண்டும். இந்த முறையில் அவர் தனது லாபத்திலிருந்து அதிகம் சேமிக்கிறார்.

### 7. ரகசியம்

ரகசியம் என்பது ஒரு வணிகத்தின் அடிப்படை மற்றும் அதை வெளியிடக்கூடாது. வணிகத்தின் வெற்றி ரகசியத்தைப் பொறுத்தது. ஒரு தனி வர்த்தகர் தனது வணிகத்தின் ரகசியங்களை பராமரிக்க முடியும், ஆனால்

கூட்டாண்மை அல்லது கூட்டு பங்கு நிறுவனத்தில் இரகசியமாக வைத்திருக்க முடியாது.

#### 8. குறைந்த செலவு

அமைப்பு பங்கு நிறுவனத்தால் செலுத்தப்பட்ட பதிவுக் கட்டணங்களையும், கூட்டாண்மை உருவாக்கத்தில் சட்டரீதியான கட்டணங்களையும் செலுத்த ஒரு வர்த்தகர் தேவையில்லை.

#### 9. முழு கட்டுப்பாடு

அவர் தனது திட்டத்தின் மீது முழு கட்டுப்பாட்டைப் பெற்றுள்ளார். அவரது தொழிலில் தலையிட யாரும் இல்லை.

#### 10. உடனடி நடவடிக்கை மற்றும் விரைவான முடிவு

வியாபாரத்தில் குறிப்பிட்ட நேரங்களில் முடிவெடுப்பது மிகவும் அவசியமாகிறது, அதற்காக உடனடி நடவடிக்கை தேவைப்படுகிறது. ஒரே வர்த்தகர் உடனடி நடவடிக்கை மற்றும் முடிவை எடுக்க முடியும், ஆனால் கூட்டாண்மை மற்றும் கூட்டு பங்கு நிறுவனங்களின் உரிமையாளர்களின் அனுமதியின்றி நடவடிக்கைகள் எடுக்க முடியாது, இந்த நோக்கத்திற்காக கூட்டங்கள் அழைக்கப்பட வேண்டும். இந்த வழியில் வணிகம் சரியான நேரத்தை பயன்படுத்த முடியாது.

#### 11. ஒழுங்கமைப்பின் வளைந்து கொடுக்கும் தன்மை

எந்தவொரு மாற்றமும் வணிகமாக இருந்தால், ஒரே உரிமையாளருக்கு மாற்றத்தைக் கொண்டுவருவதற்கான உரிமை உண்டு. நிலைமை மாற்றத்துடன் தங்கள் கொள்கைகளை உடனடியாக மாற்ற இயலாமை காரணமாக நல்ல எண்ணிக்கையிலான பெரிய அளவிலான கவலைகள் விழுகின்றன.

#### 12. சமூக-பொறுப்புகள்

சமூக கண்ணோட்டத்தில்

i) தனிப்பட்ட உரிமையாளரின் தொடர்ச்சியானது அதிகப்படியான செல்வம் ஒரு சில கைகளில் குவிந்து கிடப்பதை உறுதி செய்கிறது

- . ii) வரம்பற்ற பொறுப்பு சமூகத்திற்கு போதுமான பொறுப்புகளை உறுதி செய்கிறது.
- iii) வணிக மக்களிடையே தன்னம்பிக்கை, விடாமுயற்சி மற்றும் தந்திரோபாயத்தின் குணங்களை இது முழுமையாகக் கொண்டுவருகிறது.
- iv) வளர்ந்து வரும் ஒரே தனியுரிம நிறுவனங்களின் எண்ணிக்கை நாட்டின் வணிக வளர்ச்சிக்கு பங்களிக்கிறது.

### 13. தனிப்பட்ட ஊக்கத்தொகை

லாபத்திற்காக சம்பாதிக்க அவரது முயற்சிகள் வெற்றிபெறாவிட்டால், அவருக்காக வியாபாரத்தில் ஈடுபடும் ஒரு மனிதன் எல்லாவற்றையும் இழக்கிறான். இந்த உண்மை, வணிக நேர நடவடிக்கைகளை வெற்றிகரமாக நடத்துவதற்கு அதிகபட்ச நேரம், சிந்தனை மற்றும் ஆற்றலை செலவிட அவர் தயாராக உள்ளது.

### 14. கிரெடிட் வெர்தினஸ்

ஒரே உரிமையாளரின் பொறுப்புகள் வரம்பற்றவை, ஏனெனில் கடனளிப்பவர் தனது தொகையை வணிகரின் தனிப்பட்ட உடைமைகளிலிருந்து கூட மீட்டெடுக்க முடியும். எனவே இந்த உண்மை ஒரு தனியுரிம கடன் தகுதியானதாக ஆக்குகிறது.

சோல் ப்ரொபீட்டர்ஷிப்பின் குறைபாடுகள் ஒரே உரிமையாளருக்கு சில குறைபாடுகள் உள்ளன, அவை பின்வருமாறு:

#### 1. வரையறுக்கப்பட்ட நிதி

ஒரே உரிமையாளர் நிதி சிக்கல்களை எதிர்கொள்ள முடியும். அவர் தனது சொந்த வளங்களை மட்டுமே சார்ந்து இருக்க முடியும். வங்கிகளிடமிருந்தோ அல்லது பிற நிதி நிறுவனங்களிடமிருந்தோ பெரிய அளவில் கடன் வாங்குவது அவருக்கு பாதுகாப்பானதோ எளிதானதல்ல.

#### 2. நிர்வாகத்தில் உள்ள குறைபாடுகள்

ஒவ்வொரு நபருக்கும் குறிப்பிட்ட விஷயங்களில் குறிப்பிட்ட அணுகுமுறை அல்லது திறன் உள்ளது. நவீன வணிகமானது சந்தையின் மாறிவரும் தன்மை

மற்றும் இயற்றப்படும் பல்வேறு சட்டங்களிலிருந்து ஒளிபரப்பப்படும் சிக்கல்களால் நிறைந்துள்ளது. ஒரு நபர் எல்லா விஷயங்களிலும் நிபுணராக இருக்கக்கூடாது. எனவே சில நேரங்களில் அவரது முடிவு சமநிலையற்றதாக இருக்கலாம் மற்றும் வணிகத்தின் தோல்விக்கு கடன் கொடுக்கும்.

### 3. மேற்பார்வையின் வரையறுக்கப்பட்ட இடைவெளி

ஒரு தனியுரிமையாளர் தகுதிவாய்ந்த மற்றும் புத்திசாலித்தனமான ஒரு குறிப்பிட்ட வரம்பைத் தாண்டி தனது துணை ஆணையாளரின் பணிகளை மேற்பார்வையிடுவது கடினம். எ.கா. ஒற்றை நபருக்குச் சொந்தமான பெரிய பொதுக் கடையின் எளிதில், உரிமையாளர் அனைத்து துறைகள் மற்றும் பணியாளர்கள் மீது ஒரு கண் வைத்திருப்பது மற்றும் வாடிக்கையாளர்கள் நேர்த்தியாக நடத்தப்படுவதை உறுதி செய்வது கடினம். மற்ற இடங்களில் கடையில் அதன் கிளைகள் இருந்தால் பிரச்சினைகள் இன்னும் கடுமையானதாக இருக்கும்.

### 4. அளவின் வரம்பு நிதி,

நிர்வாக திறன்கள் மற்றும் மேற்பார்வையின் வரம்பு ஆகியவற்றின் காரணமாக ஒரு உரிமையாளர் வணிகத்தின் அளவை ஒரு குறிப்பிட்ட வரம்பு வரை நிர்வகிக்க வேண்டும். இது பெரிய அளவிலான உற்பத்தியின் பொருளாதாரத்தை அறுவடை செய்வதற்கான வாய்ப்பை இழக்கிறது.

### 5. வரம்பற்ற பொறுப்பு

அவருக்கு பெரும் ஆபத்துகள் உள்ளன. அவர் வணிகத்தின் அனைத்து இலாபங்களையும் பெறுகிறார் என்பது உண்மைதான், ஆனால் அதேபோல் அவர் முழு இழப்புகளையும் எதிர்கொள்ள வேண்டியிருக்கிறது. நிறுவனத்தின் கடன்கள் மற்றும் இழப்புகளைச் செலுத்த வணிகத்தின் சொத்துக்கள் மட்டுமல்லாமல் அவரது தனிப்பட்ட சொத்துக்களும் பயன்படுத்தப்படும். வரம்பற்ற பொறுப்பு வணிகத்தின் விரிவாக்கத்தையும் ஊக்கப்படுத்துகிறது.

## 6. தொடர்ச்சியான பற்றாக்குறை

எந்தவொரு உரிமையாளரையும் பாதிக்கும் எந்தவொரு தனிப்பட்ட பிரச்சினையும் நோயும் அவரது வணிகத்தில் நேரடி விளைவைக் கொண்டிருக்கின்றன. இது உரிமையாளரின் ஓய்வு, இறப்பு அல்லது திவாலாகிறது. வணிகம் சமூகத்திற்கு பயனுள்ள சேவைகளை வழங்கினால், அத்தகைய வணிகத்தை மூடுவது சமூக இழப்பாகும். இதேபோல் உரிமையாளரின் மரணத்தோடு, வணிகமானது அவரது வாரிசுகளுக்குச் செல்லக்கூடும், அவர் அதே அளவு தன்னம்பிக்கை, திறன் மற்றும் புத்திசாலித்தனம் ஆகியவற்றைக் கொண்டிருக்கவில்லை.

## 7. வடிவமைப்பின் எளிமை

ஒரு உரிமையாளராக வியாபாரத்தில் நுழைவதற்கான மிக எளிதான மற்றும் மலிவானது குறைபாடுகளாக இருக்கலாம். பலர் மிகக் குறைந்த மூலதனம் மற்றும் பயிற்சியுடன் வியாபாரத்தில் ஈடுபடுகிறார்கள், மேலும் வணிகத்தின் போட்டிகளால் சிதைக்கப்படுகிறார்கள். இதன் விளைவாக பல வணிக தோல்விகள் உரிமையாளர்களாக உள்ளன. முழுமையான உரிமையாளரின் தகுதி வணிகத்தின் மீது ஒரு மனிதனின் கட்டுப்பாடு மிகவும் திறமையாகவும் லாபகரமாகவும் இருக்கும். ஒரு மனிதனுக்கு மட்டுமே எல்லாவற்றையும் காலவரையின்றி நிர்வகிக்கும் திறன் இருந்தால். துரதிர்ஷ்டவசமாக அத்தகைய நபர் இல்லை. எனவே இந்த வகையான அமைப்பு பின்வரும் நிகழ்வுகளுக்கு ஏற்றது.

அ) தேவைப்படும் மூலதனம் சிறியது மற்றும் ஆபத்து கனமாக இருக்காது, ஏனெனில் ஒரு வகையான பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் விற்கப்படுகின்றன. எ.கா. பத்திரிகை மற்றும் செய்தித்தாள் நிலைப்பாடு, பேக்கரிகள் டீஷாப், வாடகை நூலகங்கள் போன்றவை.

b) முடிவில் விரைவான தேவை

தேவைப்படும் இடத்தில், அதாவது புல்லியன் விநியோகஸ்தர்கள், பங்கு தரகர்கள் போன்றவை.

c) சேவைகள் விற்கப்படும் மற்றும் வாடிக்கையாளருக்கு பணியாளர்களின் கவனம் முட்டை தேவைப்படுகிறது. நோயாளி, வழக்கறிஞர்கள், பல் மருத்துவர், கபிலர்கள், கணக்காளர்.

d) வாடிக்கையாளர்களின் முட்டையின் சுவைகளுக்கு சிறப்பு மரியாதை காட்டப்பட வேண்டிய இடத்தில். தையல், உணவகம், மேலாண்மை போன்றவை.

e) சந்தை வரையறுக்கப்பட்ட இடத்தில் எ.கா. சில்லறை வர்த்தகம். எனவே ஒரே உரிமையாளர் அதன் சொந்த செயல்பாடுகளைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் கூட்டாண்மை மற்றும் கூட்டு பங்கு நிறுவனங்கள் போன்ற பெரிய நிறுவனங்களின் வளர்ச்சிக்கு மத்தியிலும் தொடர்ந்து உள்ளது.

## 2. பங்குதாரர்

அவரை வெற்றிகரமான தொழிலதிபராக மாற்றுவதற்கு தேவையான அனைத்தையும் நபர் தன்னுடன் இணைத்துக்கொள்வது அரிது. பெரிய அளவிலான செயல்பாட்டின் பொருளாதாரங்களை அறுவடை செய்வதைத் தவிர, ஒரே உரிமையாளர் விரிவாக்கக் கோரிக்கைகளைச் சமாளிக்கத் தவறலாம். அவர் போதுமான மூலதனத்தை வைத்திருக்கலாம், ஆனால் அனுபவமின்மையால் அவர் ஊனமுற்றவராக இருக்கலாம். திறன்கள் மற்றும் நிர்வாக திறன். அல்லது அது வேறு வழி. ஆகையால், இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்கள் அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்களின் கலவையானது, சிலருக்கு மூலதனம் மற்றும் பிறருக்கு திறன் அல்லது அனுபவம் இருந்தால் நன்மை பயக்கும். 1932 ஆம் ஆண்டின் இந்திய கூட்டுச் சட்டத்தின் பிரிவு 4 இன் படி, கூட்டாண்மை என்பது "அனைவருக்கும் இடையேயான ஒரு வணிகத்தின் இலாபத்தைப் பகிர்ந்து கொள்ள ஒப்புக் கொண்ட நபர்களுக்கிடையேயான தொடர்பு" என்று வரையறுக்கப்படுகிறது. மேற்கண்ட வரையறை இதை வெளிப்படுத்துகிறது:

1. கூட்டாளர்களிடையே ஒரு ஒப்பந்தம் அவசியம்.
2. ஒப்பந்தம் வணிகத்தின் இலாபத்தைப் பகிர்வது தொடர்பாக இருக்க வேண்டும்.
3. வணிகத்தை அனைவராலும் மேற்கொள்ள வேண்டும் அல்லது அவர்களில் யாராவது அனைவருக்கும் செயல்பட வேண்டும்.

கூட்டாண்மை கொண்ட தனிநபர்கள் கூட்டாளர்கள் என்று அழைக்கப்படுகிறார்கள், மேலும் அவர்கள் கூட்டாக நிறுவனத்தை உருவாக்குகிறார்கள். அங்கு வர்த்தகம் மேற்கொள்ளப்படும் பெயர் உறுதியான பெயர் என்று அழைக்கப்படுகிறது.

### அம்சங்கள் அல்லது கூறுகள் அல்லது பங்குதாரர்களின் பண்புகள்

கூட்டாண்மை என்பது இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்களுக்கிடையேயான ஒப்பந்தத்தின் விளைவாகும், இது லாபத்தை ஈட்டும் பொருளைக் கொண்டு ஒரு வணிகத்தை மேற்கொள்ள ஒப்புக்கொண்டது. பின்வருபவை கூட்டாண்மை முக்கிய அம்சங்கள்.

#### 1. ஒப்பந்தம்

கூட்டாண்மை உருவாக்க முடியாத மிக முக்கியமான உறுப்பு கூட்டாளர்களிடையேயான ஒப்பந்தமாகும். ஒப்பந்தம் எழுதப்பட்டதா அல்லது வாய்வழி என்பது முக்கியமற்றது, ஆனால் அதன் இருப்பு அவசியம். தவிர, வியாபாரத்தை முன்னெடுப்பதிலும், இலாபத்தைப் பகிர்ந்து கொள்வதிலும் ஒப்பந்தம் செய்யப்பட வேண்டும்.

#### 2. பங்குதாரர்களின் எண்ணிக்கை

கூட்டாண்மை உருவாக்க இரண்டு அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட நபர்களின் சங்கம் இருக்க வேண்டும். கூட்டாளர்களின் அதிகபட்ச எண்ணிக்கை வங்கி வணிகத்திற்கு 10 மற்றும் பொது வணிகத்திற்கு 20 ஆகும்.

#### 3. வணிக நோக்கம்

கூட்டாண்மைக்கான முக்கிய யோசனை என்னவென்றால், வியாபாரம் செய்வது மற்றும் லாபத்தின் போது கிடைக்கும் லாபத்தின் பங்கை கூட்டாளர்களிடையே விநியோகிப்பது. வணிகத்தின் நோக்கம் பணத்தை சம்பாதிப்பதாக இருக்க வேண்டும்.

#### 4. லாபத்தைப் பகிர்தல்

கூட்டாளர்கள் இலாபத்தை ஈட்டுவதற்கான நோக்கத்துடன் வணிகத்தை மேற்கொள்கின்றனர், இது அவர்களிடையே ஒப்புக்கொள்ளப்பட்ட விகிதத்தில் விநியோகிக்கப்படுகிறது. இதேபோல், இழப்பு ஏற்பட்டால் அனைத்து கூட்டாளர்களும் அதைத் தாங்கப் போகிறார்கள்.

#### 5. கேபிடல் கூட்டாளர்கள்

சொந்த பைகளில் இருந்து மூலதனத்தை வழங்குகிறார்கள், ஆனால் அவர்கள் தங்கள் சொந்த ஆபத்தில் பணத்தை கடன் வாங்கலாம். ஒருவர் வணிகத்திற்கு எந்தப் பணத்தையும் பங்களிக்காமல் ஒரு நிறுவனத்தின் பங்காளராக முடியும். அவ்வாறான நிலையில், அவரது நேரம், ஆற்றல் மற்றும் உளவுத்துறை மூலதனமாகக் கருதப்படும், அதற்காக அவர் லாபத்தில் ஒரு பங்கைப் பெறுவார். பங்காளிகள் வணிகத்தில் தனது அதிகபட்ச நேரத்தை செலவிட்டால், அவருக்கும் சம்பளம் வழங்கப்படும்.

#### 6. மியூச்சுவல் டிரஸ்ட்,

கான்ஃபிடென்ஸ் மற்றும் மிக உயர்ந்த நம்பிக்கை அனைத்து கூட்டாளர்களும் ஒருவருக்கொருவர் நம்ப வேண்டும். நிறுவனத்தை வெற்றிகரமாக மாற்ற அவர்கள் மூடிய ஒத்துழைப்புடன் செயல்படுகிறார்கள். கூட்டு ஒப்பந்தம் மிகுந்த நம்பிக்கை மற்றும் நம்பிக்கையின் அடிப்படையில் செய்யப்படுகிறது. கூட்டாளர்கள் ஒவ்வொரு தகவலையும் வெளியிட வேண்டும் மற்றும் உண்மையான கணக்குகளை ஒருவருக்கொருவர் வழங்க வேண்டும்.

#### 7. ஏஜென்சியின் இருப்பு

கூட்டாளரின் மற்றுமொரு மிக முக்கியமான உறுப்பு, கூட்டாளர்களிடையே ஏஜென்சி இருப்பது. ஒவ்வொரு கூட்டாளியும் மற்ற கூட்டாளியின் செயலுக்கு பொறுப்பாவார்கள். ஒரு பங்குதாரர் மற்ற கூட்டாளியின் சார்பாக முழு வணிகத்தையும் தங்கள் சம்மதத்துடன் பரிவர்த்தனை செய்யலாம்.

#### 8. பரந்த சென்ஸில் வணிகம்



வணிகம் என்ற சொல் மிகவும் விரிவானது மற்றும் அதில் ஒவ்வொரு வகையான வர்த்தகமும் அடங்கும். தொழில் மற்றும் தொழில். இதனால் கூட்டாண்மை ஒரு குறிப்பிட்ட வகையான வர்த்தகம் அல்லது தொழிலுடன் மட்டுப்படுத்தப்படவில்லை. இதனால் கூட்டாண்மை காலத்திற்கு வரம்பு இல்லை, மேலும் இது ஒரு மாற்றத்திற்காக உருவாக்கப்படலாம்.

### 9. வரம்பற்ற பொறுப்புகள்

ஒவ்வொரு பங்குதாரருக்கும் நிறுவனத்தின் கடனுக்கு வரம்பற்ற கடன்கள் உள்ளன. பங்குதாரர்களின் பணியாளர்களிடமிருந்து கடனளிப்பவர்கள் கடனை மீட்டெடுக்க முடியும்.

### 10. தனித்தனி சட்டபூர்வமான தன்மை இல்லை

பொதுவாக கூட்டாண்மைக்கு எந்தவொரு சட்டபூர்வமான அந்தஸ்தும் இல்லை. சொத்துக்கள் பயன்படுத்தப்படுகின்றன மற்றும் பொறுப்புகள் கூட்டாளர்களுக்கு கூட்டாக சொந்தமானவை.

### 11. பங்குதாரரின் மரணத்தின் விளைவுகள்

கூட்டாளர் ஒப்பந்தம் இல்லையெனில் பங்குதாரரின் மரணம் தானாகவே கூட்டாண்மை வணிகத்தை கலைக்கிறது.

### 12. பங்குதாரர்களின் ஓய்வூதியம் மீதான கட்டுப்பாடு

இணை பங்குதாரர்களின் அனுமதியின்றி பங்குதாரர் ஓய்வு பெற முடியாது. கூட்டாண்மை அமைப்பு பின்வரும் வகை கூட்டாளர்களைக் கொண்டுள்ளது.

### கூட்டாண்மை வகைகள்

#### 1. செயலில் அல்லது பணிபுரியும் பங்குதாரர்

நிறுவனத்தின் மூலதனத்திற்கு பங்களிக்கும் மற்றும் வணிகத்தின் நடத்தை மற்றும் நிர்வாகத்தில் செயலில் பங்கெடுத்த கூட்டாளியின் உறுப்பினர்கள் இவர்கள். அவர் மற்ற கூட்டாளர்களால் நிறுவனத்தின் முகவராக கருதப்படுகிறார்.

#### 2. டார்மண்ட் அல்லது ஸ்லீப்பிங் பார்ட்னர்

அவை நிறுவனத்தின் மூலதனத்திற்கு பங்களிக்கின்றன, ஆனால் நிர்வாகத்தில் எந்தப் பங்கையும் எடுக்கவில்லை. அவர்களின் பெயர்கள் டோஸ் எந்த இடத்திலும் கூட்டாளர்களாகத் தெரியவில்லை, ஆனால் உண்மையில் அவர்கள் கூட்டாளர்களாக இருக்கிறார்கள். அவர்களும் லாபத்தைப் பகிர்ந்து கொள்கிறார்கள். அவர்கள் நிறுவனத்தின் சார்பாக மூன்றாம் தரப்பினருக்கு பொறுப்பாவார்கள். கணக்குகளின் புத்தகங்களை ஆய்வு செய்து நகலெடுக்க அவருக்கு ஒவ்வொரு உரிமையும் உண்டு.

### 3. பெயரளவு பங்குதாரர்

அவர் எந்தவொரு மூலதனத்தையும் நிறுவனத்திற்கு பங்களிக்கவில்லை அல்லது வணிகத்தின் நடத்தை மற்றும் நிர்வாகத்தில் எந்தவொரு சுறுசுறுப்பான பங்கையும் எடுக்கவில்லை, அவர் தனது பெயரை நிறுவனத்திற்கு மட்டுமே வழங்குகிறார். இலாபத்தைப் பகிர்ந்து கொள்ள அவருக்கு உரிமை இல்லை. உறுதியான அனைத்து செயல்களுக்கும் அவர் பொறுப்பாவார்.

### 4. குவாசி பார்ட்னர்

ஒரு அரை பங்குதாரர் ஒரு ஓய்வு பெற்ற பங்குதாரர், அவர் தனது மூலதனங்களை நிறுவனத்துடன் கடன்களாக விட்டுவிட்டார். நிறுவனத்தின் இலாபத்துடன் மாறுபடும் விகிதத்தில் அவர் தனது கடனுக்கு வட்டி பெறுகிறார்.

### 5. லிமிடெட் பார்ட்னர்

வரையறுக்கப்பட்ட பங்குதாரரின் பொறுப்பு வணிகத்தில் அவரது முதலீட்டின் நீட்டிப்புக்கு மட்டுப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. அத்தகைய பங்குதாரர் நிறுவனத்தின் நிர்வாகத்தில் பங்கேற்க அனுமதிக்கப்படுவதில்லை. ஃபாலியர் என்றால் அவர் தனது தனிப்பட்ட சொத்திலிருந்து எதையும் இழக்க முடியாது.

### 6. சிறு பங்குதாரர்

அனைத்து கூட்டாளர்களின் சம்மதத்துடன் ஒரு சிறு நபரை நிறுவனங்களின் நன்மைகளுக்கு மட்டுமே அனுமதிக்க முடியும். அத்தகைய கூட்டாளரை நிறுவனத்தின் கடன்களுக்கு பொறுப்பேற்க முடியாது.

### 7. சுய பாணியிலான பங்குதாரர்

எந்தவொரு நபரும் தனது சைகை, தோரணை அல்லது நடத்தை அல்லது அவரது வாய் வார்த்தைகளால் அல்லது நிறுவனத்தின் பங்காளியாக எழுதப்பட்ட வெளிப்பாடு மூலம் தன்னை அழைத்துக் கொள்ளும் நபர் சுய பாணி கூட்டாளர் என்று அறியப்படுவார்.

### 8. சாலரிட் பார்ட்னர்

பொதுவாக தொழில்களில், ஒரு நபர் தனது மூலதனத்தை வியாபாரத்தில் முதலீடு செய்த ஒரு பங்காளியாக அனுமதிக்கப்படுவதையோ அல்லது நிறுவனத்தின் நல்லெண்ணத்தில் ஆர்வம் கொண்டிருப்பதையோ காணவில்லை.

### கூட்டாண்மை மேம்பாடுகள்

#### 1. மூலதனத்தின் பெரிய தொகை

ஒரே தனியுரிமக் கப்பலில் மூலதனத்தின் அளவு தனிப்பட்ட அதிர்ஷ்டம் மற்றும் ஒரு தனிநபரின் கடன் ஆகியவற்றுடன் மட்டுமே. ஒரு கூட்டணியில் கூடுதல் தொழிலாளர்களைக் கொண்டுவருவதன் மூலம் தேவைகளுக்கு ஏற்ப மூலதனத்தை எளிதாக உயர்த்த முடியும்.

#### 2. ஒருங்கிணைந்த தீர்ப்புகள் மற்றும் நிர்வாக திறன்கள்

கூட்டாண்மை வணிகத்தில் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட உரிமையாளர்கள் உள்ளனர், எனவே ஒவ்வொரு கூட்டாளியின் திறன்களையும் அறிவையும் வணிகத்தின் சிறந்த ஆர்வத்துடன் இணைக்க முடியும். ஒருங்கிணைந்த முடிவு மற்றும் தீர்ப்பு வணிகத்தால் பெரிதும் பயனடைகிறது மற்றும் அதிக லாபம் ஈட்டப்படலாம்.

#### 3. தனிப்பட்ட ஆர்வம்

ஒவ்வொரு பொது பங்குதாரரும் தனது செயல்களுக்கு மட்டுமல்ல, அவரது கூட்டாளர்களின் செயல்களுக்கும் பொறுப்பானவர் என்பதால், அவர் தனது தனிப்பட்ட கவனத்தையும் ஆர்வத்தையும் நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளுக்கு அர்ப்பணிப்பார், மேலும் இது ஒரு நிறுவனத்திற்கு அதிகபட்ச செயல்திறனை அடைய உதவும்.

#### 4. உயர் கடன் நிலை

ஒரு கூட்டாண்மை கடன் பெறுவதில் சிறிய சிரமத்தைக் கொண்டுள்ளது. குறிப்பாக கூட்டாளர்களுக்கு அவர்களின் தனிப்பட்ட செல்வம் இருந்தால். பல கூட்டாளர்கள் இருந்தால், அவர்களில் ஒருவருக்கு பல விரிவான தனியார் வழிகள் இருந்தால், கூட்டாளர்களின் கடன் வீழ்ச்சியில் செலுத்தப்படும் என்பதில் கடனாளிகளுக்கு சந்தேகம் இல்லை.

#### **5. வடிவமைப்பின் எளிமை**

கூட்டாண்மை வணிகமானது அனைத்து சட்ட முறைகளிலிருந்தும் இலவசமாக இருப்பதால் தொடங்குவது எளிது. இது சட்ட ஊனமுற்றோரை பாதிக்காது. வணிகத்தை எளிதில் அதிகரிக்கலாம் அல்லது பொருத்தமான நிலைக்கு குறைக்கலாம்.

#### **6. மதிப்புமிக்க நபரைத் தக்கவைத்தல் / வணிகத்திற்கு புதிய இரத்தத்தை வழங்குதல்**

புதிய கூட்டாளர்களை ஒப்புக்கொள்வதன் மூலம் புதிய இரத்தத்தை வணிகத்தில் செலுத்தலாம். ஒரு வணிக இளைஞனின் மேதைகளை வணிகத்தால் பயன்படுத்த முடியும்.

#### **7. கூட்டுறவு முடிவு**

கூட்டாளர் முடிவுகள் ஒருங்கிணைந்த முடிவு, அதாவது அனைத்து கூட்டாளர்களும் கூட்டாக எடுக்கும் முடிவு.

#### **8. லைட்டர் ரிஸ்க்**

பங்காளிகளாக இருக்கும் பல நபர்கள் மீது ஆபத்து பரவியுள்ளது. அனைத்து கூட்டாளர்களும் தங்கள் திறன்களையும் வருமானத்தையும் ஒன்றாக இணைக்கின்றனர்.

#### **9. வரம்பற்ற பொறுப்புகள்**

ஒவ்வொரு பங்குதாரருக்கும் உறுதியான கடனுக்கு வரம்பற்ற பொறுப்பு உள்ளது. பங்குதாரர்களின் தனிப்பட்ட சொத்திலிருந்து கடனாளிகள் கடன்களை மீட்டெடுக்க முடியும்.

#### **10. அமைப்பின் வளைந்து கொடுக்கும் தன்மை**

ஒரு கூட்டு அமைப்பு மிகவும் மொபைல், நெகிழ்வான மற்றும் மீள். எந்தவொரு சட்டபூர்வமான வியாபாரத்தையும் மேற்கொள்வதற்கு கூட்டாளர்கள் எளிதில் இருக்கிறார்கள்.

### பங்குதாரர் நிறுவனத்தின் பதிவு

1932 ஆம் ஆண்டின் கூட்டுச் சட்டம் நம் நாட்டில் நிறுவனத்தைப் பதிவு செய்வது கட்டாயமாக்கவில்லை. இது மிகவும் விருப்பமானது. நிறுவனம் பதிவு செய்யப்பட வேண்டுமா இல்லையா என்பது கூட்டாளர்களின் விருப்பத்தைப் பொறுத்தது. அவர்கள் விரும்பினால், அவர்கள் தங்கள் நிறுவனத்தை பதிவாளரிடம் பதிவுசெய்து நிறுவனங்களுடன் சில தகவல்களைக் கொண்ட ஒரு அறிக்கையைத் தாக்கல் செய்து தேவையான பதிவுக் கட்டணங்களை டெபாசிட் செய்யலாம். அறிக்கையில் அனைத்து கூட்டாளர்களும் கையொப்பமிடப்பட வேண்டியது அவசியம் மற்றும் பின்வரும் விவரங்களைக் கொண்டிருக்க வேண்டும்;

1. நிறுவனத்தின் பெயர்,
2. வணிகத்தின் முதன்மை இடம்.
3. மற்ற இடங்களின் பெயர்கள் உறுதியாக இருந்தன, அதன் வணிகத்தை மேற்கொள்ளலாம்.
4. ஒவ்வொரு கூட்டாளியும் நிறுவனத்தில் நுழைந்த தேதி.
5. நிறுவனத்தின் அனைத்து பங்காளிகளின் பெயர்கள் மற்றும் நிரந்தர முகவரிகள்.
6. நிறுவனத்தின் காலம்

இப்போது பதிவாளர் வழங்கிய தகவல்களில் திருப்தி அடைந்தால், அது அவசியம் என்று அவர் நினைத்தால், அவர் நிறுவனத்தை பதிவு செய்வார். நிறுவனத்தின் பெயர் பின்னர் பதிவாளரின் அலுவலகத்தில் பராமரிக்கப்படும் பதிவேட்டில் பதிவு செய்யப்படுகிறது. கூட்டுச் சட்டம் பதிவு கட்டாயமாக்காது. இருப்பினும் இது பதிவு செய்யப்படாத நிறுவனத்தின் பங்காளிகள் மீது சில குறைபாடுகளை விதிக்கிறது. இது பதிவு செய்யப்படாவிட்டால், மூன்றாம்

தரப்பினருக்கு எதிரான தனது கூற்றை அவரது பின்தொடர் கூட்டாளர்களுக்கு எதிராக செயல்படுத்த முடியாது.

### **இந்து பிரிக்கப்படாத குடும்பம் (HUF)**

கூட்டு இந்து குடும்ப வணிகம் அல்லது இந்து பிரிக்கப்படாத குடும்பம் (HUF) என்பது ஒரு தனித்துவமான வணிக நிறுவனமாகும். இது இந்து சட்டத்தால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது மற்றும் கட்டளையிடப்படுகிறது, இது இந்தியாவில் நடைமுறையில் உள்ள பல மத சட்டங்களில் ஒன்றாகும்.

அப்படியானால், அத்தகைய அமைப்பில் அனைவரும் யார்? சரி, அடுத்த மூன்று தலைமுறைகள் வரை குடும்பத்தில் (பையன் அல்லது பெண்) பிறந்த எந்தவொரு நபரும் HUF இன் ஒரு பகுதியாகும். இந்த உறுப்பினர்கள் இணை பார்சனர்கள். அத்தகைய கூட்டு குடும்ப வணிகத்தின் தலைவர் குடும்பத்தின் மூத்த உறுப்பினர், "கர்த்தா". வணிகத்திற்கும் நிதிக்கும் பொறுப்பான முக்கிய நபர் அவர்தான்.

### **ஒரு HUF இன் அம்சங்கள்**

#### **1. உருவாக்கம்:**

\_\_\_\_\_ ஒரு இந்து பிரிக்கப்படாத குடும்பத்தைத் தொடங்க குறைந்தபட்சம் இரண்டு தொடர்புடைய குடும்ப உறுப்பினர்கள் இருக்க வேண்டும். சில சொத்துக்கள், வணிகம் அல்லது முதலாதையர் சொத்துக்கள் அவர்கள் மரபுரிமையாக வைத்திருக்க வேண்டும் அல்லது இறுதியில் வாரிசாக இருக்கும். ஒரு HUF ஐ உருவாக்குவதற்கு எந்த ஆவணமும் தேவையில்லை மற்றும் புதிய உறுப்பினர்களை அனுமதிப்பது பிறப்பால் தான்.

#### **2. பொறுப்பு:**

பல்வேறு இணை பார்சனர்களின் பொறுப்பு சொத்து அல்லது வணிகத்தில் அவர்களின் பங்கு வரை மட்டுமே. எனவே அவர்களுக்கு மட்டுப்படுத்தப்பட்ட பொறுப்பு உள்ளது. ஆனால் கர்த்தா HUF இன் தலைவராக இருப்பதால் வரம்பற்ற பொறுப்பு உள்ளது.

#### **3. கட்டுப்பாடு:**

நிறுவனத்தின் முழு கட்டுப்பாடும் கர்த்தாவிடம் உள்ளது. அவர் பல்வேறு முடிவுகளைப் பற்றி இணைப் பணியாளர்களுடன் கலந்துரையாடத் தேர்வு செய்யலாம், ஆனால் அவரது முடிவு சுயாதீனமாக இருக்கலாம். நடவடிக்கைகள் இறுதி மற்றும் சட்டப்பூர்வமாக பிணைக்கப்படும்.

#### 4. தொடர்ச்சி:

HUF ஐ தொடர்ந்து தொடரலாம். கர்த்தாவின் மரணத்தில், அடுத்த மூத்த உறுப்பினர் கர்த்தாவாக மாறுவார். இருப்பினும், அனைத்து உறுப்பினர்களும் பரஸ்பரம் ஒப்புக் கொண்டால் ஒரு இந்து பிரிக்கப்படாத குடும்பத்தை கலைக்க முடியும் என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள்.

#### 5. சிறுபான்மையினர்:

நாம் முன்னர் பார்த்தபடி, உறுப்பினர்கள் குடும்பத்தில் பிறந்ததன் காரணமாக அவர்கள் இணை பார்சனர்களாக இருக்க தகுதியுடையவர்கள். எனவே இந்த விஷயத்தில், சிறிய உறுப்பினர்கள் கூட HUF இன் ஒரு பகுதியாக இருப்பார்கள். ஆனால் அவர்கள் அமைப்பின் நன்மைகளை மட்டுமே அனுபவிப்பார்கள்.

#### HUF இன் நன்மைகள்

##### 1. ஒரு இந்து பிரிக்கப்படாத குடும்பம்

ஒரு வணிகத்தை நடத்தும் குடும்ப உறுப்பினர்களைக் கொண்டது. மற்ற அமைப்புகளைப் போலவே, கருத்து வேறுபாடுகள் மற்றும் மோதல்களுக்கும் வாய்ப்பு உள்ளது. ஆனால் கர்த்தாவுக்கு முழுமையான சக்தி இருப்பதால், எல்லா முடிவுகளையும் அவரே எடுப்பதால், அது திறமையான நிர்வாகத்திற்கு வழிவகுக்கும்.

2. ஒரு நிறுவனத்தைப் போலவே, ஒரு HUF இன் இருப்பு நிரந்தரமானது. கர்த்தாவின் ஒரு உறுப்பினரின் மரணம் அல்லது ஓய்வு என்பது அதைப் பாதிக்காது, அது தொடரும்.

3. இணை-பார்சனர்களுக்கு HUF இன் நிர்வாகத்தின் மீது எந்தவொரு பயனுள்ள கட்டுப்பாடும் இல்லை என்பதால், மற்றும் அனைத்து அதிகாரமும் கர்த்தாவிடம் இருப்பதால், உறுப்பினர்களின் பொறுப்பு அவர்களின் சொத்தின்

பங்கிற்கு மட்டுமே வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது. இது அதிகாரத்திற்கும் பொறுப்புக்கும் இடையிலான சமநிலையை வைத்திருக்கிறது.

4. மேலும் HUF இன் அனைத்து உறுப்பினர்களும் உறவினர்கள் மற்றும் ஒரே குடும்பத்தைச் சேர்ந்தவர்கள் என்பதால், விசுவாசம் மற்றும் ஒத்துழைப்பு உணர்வு உள்ளது. உறுப்பினர்கள் மத்தியில் நம்பிக்கையும் உள்ளது மற்றும் ஒட்டுமொத்த ஒத்துழைப்புக்கு வழிவகுக்கிறது.

#### HUF இன் தீமைகள்

1. குடும்ப உறுப்பினர்களைத் தவிர வேறு எந்த வெளி உறுப்பினர்களையும் HUF க்கு அறிமுகப்படுத்த முடியாது. இது சந்தையில் இருந்து கூடுதல் மூலதனத்தைப் பெறுவது மிகவும் கடினம். வரையறுக்கப்பட்ட மூலதனத்துடன், விரிவாக்கத்திற்கான வாய்ப்புகள் மிகக் குறைவு. இது வணிகத்தின் நோக்கத்தை கட்டுப்படுத்துகிறது.

2. கர்த்தாவுக்கு எல்லா சக்தியும் இருக்கும்போது அவனுக்கு வரம்பற்ற பொறுப்பின் சுமையும் உண்டு. இது அவரது வணிக நடவடிக்கைகளில் அதிக எச்சரிக்கையுடனும் பயத்துடனும் இருக்கக்கூடும். இதையொட்டி, வணிகம் பாதிக்கப்படக்கூடும். மற்றொரு காரணி என்னவென்றால், மற்ற உறுப்பினர்களின் செயல்களுக்கு அவர் பொறுப்பேற்கக்கூடும்.

3. மேலும், கர்த்தாவின் ஒட்டுமொத்த ஆதிக்கம் மற்றும் நிதி முடிவுகள் HUF மத்தியில் மோதலை ஏற்படுத்துகின்றன. அவரது முடிவுகள் மற்றும் வணிக புத்திசாலித்தனம் மற்ற உறுப்பினர்களால் கேள்விக்குள்ளாக்கப்படலாம், மேலும் HUF க்குள் சிக்கல்களை ஏற்படுத்தக்கூடும்.

4. மற்றொரு பிரச்சினை என்னவென்றால், வியாபாரத்தை வழிநடத்த கர்த்தா மிகவும் தகுதியான நபராக இருக்கக்கூடாது. மூத்த குடும்ப உறுப்பினருக்கு அவர் மிகவும் தகுதி வாய்ந்தவரா இல்லையா என்பது கருத்தில் கொள்ளப்படவில்லை.



கூட்டு பங்கு நிறுவனம்

வரையறை நவீன காலங்களில் வணிகமும் தொழில்துறையும் பெரிய அளவில் அபிவிருத்தி செய்யப்பட்டுள்ளன, அத்தகைய தொழில் மற்றும் வர்த்தகத்திற்குத் தேவையான மூலதனம் மிகப்பெரியது, இது ஒரு தனியுரிமையிலோ அல்லது ஒரு கூட்டு நிறுவனத்திலோ குவிக்க முடியாது. இந்த மாற்றத்தின் விளைவாக, ஒரு புதிய வடிவ அமைப்பு நவீன காலங்களில் மிகவும் பிரபலமாகிவிட்டது, அவை கூட்டு பங்கு நிறுவனம் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. இது பொதுவாக வரையறுக்கப்படுகிறது;

"பொதுவான பங்குக்கு பணம் அல்லது பணத்தின் பங்களிப்பை வழங்கும் அல்லது சில வர்த்தகம் மற்றும் வணிகத்தில் அதைப் பயன்படுத்தும் பல நபர்களின் சங்கம், அங்கிருந்து எழும் லாபம் அல்லது இழப்பை பகிர்ந்து கொள்ளும்."

கூட்டு பங்கு நிறுவனம் என்பது ஒரு குறிப்பிட்ட வியாபாரத்தை முன்னெடுப்பதற்காக ஒரு பொதுவான பங்குக்கு தங்கள் பணத்தை அல்லது லாபத்தை பங்களிக்கும் தனிநபரின் தன்னார்வ சங்கமாகும். 'பங்குதாரர்கள்' என அழைக்கப்படும் உறுப்பினரால் வழங்கப்படும் பணம் அல்லது பணத்தின் மதிப்பு நிறுவனத்தின் மூலதனமாக அமைகிறது. மூலதனம் பங்கு எனப்படும் அலகு எண்களாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது. ஒவ்வொரு பங்கும் திட்டவட்டமான முக மதிப்பைக் கொண்டுள்ளன, மேலும் எந்தவொரு தடையும் அல்லது சம்பிரதாயங்களும் இல்லாமல் சந்தையில் மாற்றத்தக்கது.

ஒரு நிறுவனம் இணைக்கப்பட்டவுடன் அதை உருவாக்கும் பங்குதாரரிடமிருந்து வேறுபட்ட ஒரு சட்டப்பூர்வ நிறுவனத்தை எடுக்கிறது. இது இயக்குநர்கள் எனப்படும் நபர்களின் குழுவால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது. இயக்குநர்கள் பங்குதாரர்களின் பிரதிநிதிகள்.

## கூட்டு பங்கு நிறுவனத்தின் வடிவம்

பொது அல்லது தனியார் என அனைத்து கூட்டு பங்கு நிறுவனங்களும் நிறுவனத்தின் கட்டளை 1984 ஆல் நிர்வகிக்கப்படுகின்றன, மேலும் அவை அந்தச் சட்டத்தில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள நடைமுறைகளின்படி உருவாக்கப்பட வேண்டும்.

கூட்டு பங்கு நிறுவனத்தை உருவாக்குவதற்கு பின்வரும் ஆவணத்தை பதிவாளர், கூட்டு பங்கு நிறுவனத்திற்கு சமர்ப்பிக்க வேண்டும்:

1. அவர்களின் முகவரியுடன் இயக்குநர்களின் பட்டியல்.
2. பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தின் விஷயத்தில் குறைந்தபட்சம் 7 நபர்கள், விளம்பரதாரர்களாக கையெழுத்திட வேண்டும் மற்றும் தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தின் விஷயத்தில் இருவர் கையெழுத்திட வேண்டும். இது தவிர, தகுதி பங்கை வாங்குவதும் அவசியம்.
3. சங்கத்தின் கட்டுரைகள் சங்கத்தின் மெமோராண்டமாக முறையாக கையொப்பமிடப்பட்டுள்ளன.
4. இயக்குநர்களாக செயல்பட அனைத்து இயக்குநர்களின் ஒப்புதல்.
5. அனைத்து சம்பிரதாயங்களும் முறையாக முடிக்கப்படுவதாக செயலாளரின் முறையான அறிவிப்பு.
6. சாதாரண மூலதனத்தின் அறிக்கை.

மேற்கண்ட ஆவணங்களுடன், பங்கு மூலதனத்தின் அளவுடன் மாறுபடும் பதிவுக் கட்டணம் கருவூலத்திற்கு செலுத்தப்படுகிறது.

கூட்டு பங்கு நிறுவனங்களின் பதிவாளர் அனைத்து சம்பிரதாயங்களிலிருந்தும் திருப்தி அடைந்தால், அவர் நிறுவனத்தின் பெயரை பதிவேட்டில் உள்ளிடுவார் மற்றும் இணைக்கப்பட்டதற்கான சான்றிதழை வழங்குவார். இப்போது நிறுவனம் அதன் தனி இருப்பைக் கொண்டிருக்கும்.

## நிறுவனங்களின் வகுப்புகள்

கூட்டு பங்கு நிறுவனத்தின் பின்வரும் வகுப்புகள் உள்ளன:

1. சார்ட்டர் கம்பெனி

2. STATUTORY COMPANY

3. பதிவுசெய்யப்பட்ட நிறுவனம்

..... (அ) லிமிடெட் கம்பெனி

..... (I) பிரைவேட் லிமிடெட் கம்பெனி

..... (II) பொது லிமிடெட் நிறுவனம்

..... \* உத்தரவாதத்தால் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம்

..... \* பங்குகளால் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம்

..... (பி) வரம்பற்ற நிறுவனம்

### 1. சார்ட்டர் கம்பெனி

நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகள் நிறைவேற்றப்படுவதற்கு முன்னர் இங்கிலாந்திலும் பல ஐரோப்பிய நாடுகளிலும் இந்த வகை நிறுவனம் உருவாக்கப்பட்டது. அவை ஒரு நாட்டின் இறையாண்மையின் அரச சாசனத்தால் உருவாக்கப்பட்டதால் அவை பட்டய நிறுவனங்கள் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. இத்தகைய நிறுவனங்கள் தற்போதைய நாட்களில் அரிதாகவே உருவாகின்றன. இங்கிலாந்தின் பட்டய வங்கி, இந்தியாவின் பட்டய வணிகர், கிழக்கிந்திய கம்பெனியின் ஏகாதிபத்திய வங்கி போன்ற பட்டயத்தின் கீழ் உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. அத்தகைய நிறுவனங்களில் நிறுவனத்தின் கடனுக்கு பங்குதாரர் பொறுப்பல்ல. அதை மன்னரால் கலைக்க முடியும். நிறுவனங்கள் சட்டம் இயற்றப்பட்ட பின்னர் இதுபோன்ற நிறுவனங்கள் நிறுவனங்கள் சட்டத்தின் கீழ் பதிவு செய்யத் தொடங்கின.

### 2. STATUTORY COMPANY

அவை சட்டமன்றத்தின் சிறப்புச் சட்டத்தின் கீழ் உருவாக்கப்படுகின்றன. நிறுவனங்கள் செயல்படுவதால் இவை கட்டுப்படுத்தப்படுவதில்லை. அவை உருவாக்கப்படும் சட்டமன்றத்தின் சிறப்புச் செயல், குறிப்பிட்ட செயல்பாட்டுத் துறையில் வர்த்தகம் செய்வதற்கான ஏகபோக அதிகாரத்தை அவர்களுக்கு

வழங்குகிறது. அரசாங்கம் முன்முயற்சி எடுத்து பாக்கிஸ்தானின் தேசிய வங்கி, பி.ஐ.பி.சி மற்றும் பாக்கிஸ்தானின் ஸ்டேட் வங்கி போன்றவற்றை உருவாக்கியது. அதன் செயல்பாடு பதிவு செய்யப்பட்ட நிறுவனங்களைப் போலவே அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ உள்ளது. பொதுமக்களை விட அதிகமான பங்கை அரசாங்கம் கட்டுப்படுத்துகிறது. இந்த நிறுவனத்தின் பிற எடுத்துக்காட்டு P.I.A போன்றவை.

### **3. பதிவுசெய்யப்பட்ட நிறுவனம்**

இது நிறுவனங்கள் சட்டத்தின் கீழ் உருவாக்கப்படும் பொதுவான வடிவமாகும். ஒரு பதிவு செய்யப்பட்ட நிறுவனம் உருவாக்கப்படுவதற்கு முன்னர் சில சட்டபூர்வமான முறைகள் பூர்த்தி செய்யப்பட வேண்டும் மற்றும் ஆவணங்களின் கூட்டு பங்கு நிறுவனங்களின் பதிவாளரிடம் ஆவணங்கள் நிரப்பப்பட வேண்டும். பாக்கிஸ்தானில் இந்த நிறுவனங்கள் நிறுவனத்தின் கட்டளைப்படி இணைக்கப்பட்டுள்ளன. இது இரண்டு வகையாகும்.

#### **அ) வரம்பற்ற நிறுவனங்கள்**

இந்த நிறுவனங்கள் நிறுவனங்கள் சட்டத்தின் கீழ் பதிவு செய்யப்பட்டுள்ளன. அத்தகைய நிறுவனங்களின் பங்குதாரரின் ஆய்வகங்கள் வரம்பற்றவை. வரம்பற்ற நிறுவனம் ஏராளமான உறுப்பினர்களை எடுக்க முடியும். இது ஒரு தனி நிறுவனத்தைக் கொண்டுள்ளது மற்றும் இயக்குநர்கள் குழுவால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது மற்றும் அதன் பங்கு சுதந்திரமாக மாற்றத்தக்கது. b) வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனங்கள் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தின் உறுப்பினர்களின் பொறுப்புகள் அவர்கள் வைத்திருக்கும் பங்கின் மொத்த மதிப்பு அல்லது நிறுவனத்தின் கலைப்பு ஏற்பட்டால் பங்களிப்பதாக அவர்கள் உறுதியளித்த தொகை ஆகியவற்றால் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளன. இது இரண்டு வகையாகும்.

#### **i) பிரைவேட் லிமிடெட் கம்பெனி**

இது குறைந்தது இரண்டு உறுப்பினர்களைக் கொண்டது, எந்தவொரு சந்தர்ப்பத்திலும் அதன் உறுப்பினரின் எண்ணிக்கை 50 ஐத் தாண்ட முடியாது. இது

பங்கு அல்லது கடன் பத்திரத்தை வெளியிட முடியாது. இது பகிர்வை மற்றவர்களுக்கு மாற்ற முடியாது.

ii) பொது லிமிடெட் நிறுவனம் இது குறைந்தது 7 உறுப்பினர்களால் உருவாக்கப்பட்டது, ஆனால் மக்களின் எண்ணிக்கையில் வரம்பு இல்லை. சந்தையில் அதன் பங்கை விற்க இது ப்ரஸ்பெக்டைஸ் வெளியிடலாம். அதன் பங்கு மற்றவர்களுக்கு மாற்றத்தக்கது இது இரண்டு வகைகளைக் கொண்டுள்ளது:

i) பங்கு மூலம் நிறுவனம் லிமிடெட் நிறுவனத்தின் பங்குதாரரின் பொறுப்பு பங்கினால் வரையறுக்கப்பட்டுள்ளது, அவர்கள் வைத்திருக்கும் பங்கின் முக மதிப்பின் நீட்டிப்புக்கு மட்டுப்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

ii) கம்பெனி லிமிடெட் உத்தரவாதத்தால் அத்தகைய நிறுவனத்தின் உறுப்பினர்கள் தாங்கள் வைத்திருக்கும் பங்கின் மொத்த மதிப்பிற்கு மேல் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு கூடுதல் பொறுப்பை ஏற்க வேண்டும்.

தனியார் மற்றும் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனங்களுக்கிடையேயான வேறுபாடு

### 1. ஷேர்ஹோல்டர்களின் எண்ணிக்கை

தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தில் குறைந்தபட்ச பங்குதாரர்களின் எண்ணிக்கை 2 மற்றும் அதிகபட்சம் 50 ஆகும், ஆனால் ஒரு பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தில் பங்குதாரர்களின் குறைந்தபட்ச எண்ணிக்கை 7 ஆகும், மேலும் அதிகபட்ச எண்ணிக்கையில் வரம்பு இல்லை, இது ஆயிரமாக அதிகரிக்கக்கூடும்.

### 2. பங்குகளின் சந்தா

ஒரு தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் பொது மக்களை பங்கு மற்றும் கடன் பத்திரங்களை வாங்க அழைக்க முடியாது. ஆனால் ஒரு பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் பொது மக்களை பங்கு மற்றும் கடன் பத்திரங்களை வாங்க அழைக்க முடியும்.

### 3. இயக்குநர்கள்

ஒரு தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தில் இயக்குநர்கள் இருக்கலாம் அல்லது இல்லாமல் இருக்கலாம்; அதற்கு எந்த தடையும் இல்லை. ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தின் விஷயத்தில் குறைந்தது மூன்று இயக்குநர்கள் இருக்க வேண்டும். இயக்குநர்கள் நியமனம் செய்ய வரம்பு நிர்ணயிக்கப்படவில்லை.

#### 4. CONSENT PARTNER

தனியார் நிறுவனத்தில் பங்குதாரர் இருந்தால், அவரது எழுத்துப்பூர்வ ஒப்புதல் தேவையில்லை, ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தின் விஷயத்தில், அவரது எழுத்துப்பூர்வ ஒப்புதல் தேவைப்படுகிறது.

#### 5. ஒருங்கிணைப்பு சான்றிதழ்

ஒரு தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் பதிவு அல்லது ஒருங்கிணைப்பு சான்றிதழ் இல்லாமல் வணிகத்தைத் தொடங்கலாம், ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் பதிவு இல்லாமல் தொடங்க முடியாது.

#### 6. PROSPECTUS

ஒரு தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் ப்ரஸ்பெக்டஸுக்கு பதிலாக ஒரு ப்ரஸ்பெக்டஸ் அல்லது அறிக்கையை வெளியிட முடியும். ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் ப்ரஸ்பெக்டஸுக்கு பதிலாக ஒரு ப்ரஸ்பெக்டஸ் அல்லது அறிக்கையை வெளியிடுவது அவசியம்.

#### 7. கணக்கின் தணிக்கை

தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தின் கணக்கு எந்தவொரு நபராலும் அல்லது நிறுவனத்தின் உடலினாலும் சரிபார்க்கப்படலாம். ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தின் கணக்குகள் பட்டய கணக்காளர்கள் அல்லது பதிவு செய்யப்பட்ட கணக்குகளால் தணிக்கை செய்யப்பட வேண்டும்.

#### 8. விளம்பர கணக்குகள்

தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் ஒவ்வொரு ஆண்டும் இருப்புநிலை மற்றும் லாபம் அல்லது இழப்பு கணக்கின் நகலை விளம்பரம் செய்வது

அவசியமில்லை. ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்திற்கு ஒவ்வொரு ஆண்டும் இருப்புநிலை மற்றும் லாபம் அல்லது இழப்பு கணக்கின் நகலை விளம்பரம் செய்வது அவசியம்.

### **9. சட்டபூர்வமான சந்திப்புகள்**

தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனம் ஒரு சட்டபூர்வமான கூட்டத்தை அழைப்பது அவசியமில்லை. ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தில் வணிகம் தொடங்கியதிலிருந்து 6 மாதங்களுக்குள் சட்டரீதியான கூட்டம் அழைக்கப்பட வேண்டும்.

### **10. முகவர்களை நிர்வகித்தல்**

தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தில் நிர்வாக முகவரை ஒரு காலத்திற்கு நியமிக்க முடியும், ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தில் நிர்வாக முகவரை 20 ஆண்டுகளாக அதிகபட்சமாக நியமிக்க முடியும்.

### **11. இயக்குநர்களுக்கான பங்குகளின் தகுதி**

தனியார் வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தில் இயக்குநர்களுக்கான பங்குகளின் தகுதி இல்லை, ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்தில் ஒரு நபர் நிறுவனத்தின் இயக்குநராக மாறுவதற்கான தகுதி பங்கை வாங்க வேண்டும்.

### **12. குறைந்தபட்ச சந்தாவின் நிபந்தனை**

குறைந்தபட்ச சந்தாவின் நிபந்தனை தனியார் சுண்ணாம்பு நிறுவனத்திற்கு பொருந்தாது. ஆனால் பொது வரையறுக்கப்பட்ட நிறுவனத்திற்கு குறைந்தபட்ச சந்தா பொது மக்களின் பங்குகளுக்கு முன்பே உயர்த்தப்பட வேண்டும்.

### **கூட்டு பங்கு நிறுவனம் முன்னேற்றங்கள்**

#### **1. மூலதனத்தின் பெரிய தொகை**

பெருவணிகத்திற்குத் தேவையான பெரிய அளவிலான மூலதனத்தை திரட்ட வேண்டிய நிலையில் உள்ளது. காரணம் கடன்களின் வரம்பு மற்றும் பங்கை

மாற்றுவதற்கான எளிமை. பங்கின் ஒரு சிறிய மதிப்பு, மக்கள் தொகையை முதலீடு செய்ய அனுமதிக்கிறது. எனவே கூட்டு மூலதன நிறுவனத்தால் பெரிய மூலதனத்தை திரட்ட முடியும்.

## **2. அனைத்து மக்களும் முதலீடு செய்யலாம்**

பங்குகள் வெவ்வேறு வகையானவை, அவை வெவ்வேறு மனோபாவங்களைக் கொண்ட நபரால் வாங்கப்படுகின்றன. பங்கின் சிறிய மதிப்பு ஏழை மக்களும் அதை வாங்க அனுமதிக்கிறது. தவிர, கடன் பத்திரங்கள் மற்றும் பத்திரங்களை வெளியிடுவதன் மூலமும் நிறுவனம் வருங்கால மனைவியை வளர்க்க முடியும்.

## **3. ஷேர்ஹோல்டர்களின் வரையறுக்கப்பட்ட பொறுப்புகள்**

பொறுப்புகள் குறைவாகவே உள்ளன. இதன் பொருள் ஆபத்து அதிக எண்ணிக்கையிலான பங்குதாரர்களிடையே பரவுகிறது மற்றும் சிலருக்கு கஷ்டங்கள் ஏற்பட வாய்ப்புள்ளது. இரண்டாவதாக, வணிகத்தை இழந்தால், பங்குதாரர் தங்கள் தனிப்பட்ட சொத்துக்களில் இருந்து எதையும் இழக்கப் போவதில்லை.

## **4. திறமையான மேலாண்மை**

மேலாண்மை என்பது பங்குதாரர்களின் திறமையான, அனுபவம் வாய்ந்த மற்றும் அறங்காவலர்களால் மேற்கொள்ளப்படுகிறது. இது சில ஏற்றுமதியாளர்களின் கையில் உள்ளது. இரண்டாவதாக நிறுவனம் திறமையான மற்றும் தகுதிவாய்ந்த பணியாளர்களை பணியமர்த்த முடியும், ஏனெனில் அது அவர்களின் ஊதியத்தை செலுத்த முடியும்.

## **5. வணிகத்தின் நிலைத்தன்மை**

வணிகத்தின் வெற்றியும் வணிகத்தின் வாழ்க்கையைப் பொறுத்தது. கூட்டு பங்கு நிறுவனம் இந்த விஷயத்தில் மிகவும் பொருத்தமானது, ஏனென்றால் ஒரு நிறுவனம் ஒரு சட்டபூர்வமான நபராக நிரந்தரமாக அடுத்தடுத்து வருகிறது.

## **6. விரிவாக்கத்தின் எளிமை:**



கூட்டு பங்கு நிறுவனத்தில், வியாபாரத்தை விரிவுபடுத்த விரும்பத்தக்கதாக இருந்தால், மேலும் மேலும் அதிகமான பங்குகளை வெளியிடுவதன் மூலம் அதை எளிதாக செய்ய முடியும்.

#### **7. பகிர்வின் எளிதான மாற்றம்:**

நிறுவனத்தின் பங்கு சாதாரண பொருட்கள் போன்ற பங்குச் சந்தை சந்தையில் எளிதாக வாங்கப்பட்டு விற்கப்படுகிறது, மேலும் பங்குதாரர் தனது பங்குகளை மற்றவர்களுக்கு விற்பதன் மூலம் எப்போதாவது தேவைப்படும்போது தனது பணத்தை திரும்பப் பெறலாம். இந்த உண்மை பொதுமக்களை பணத்தை முதலீடு செய்ய ஊக்குவிக்கிறது.

#### **8. சட்டப்பூர்வ ஆற்றல் நிறுவனம்**

பங்குதாரர்களிடமிருந்து வேறுபட்ட சட்டப்பூர்வ நிறுவனத்தைக் கொண்டுள்ளது. நிறுவனத்தின் பெயரின் சார்பாக எந்தவொரு நபருடனும் நிறுவனம் எந்த ஒப்பந்தத்திலும் நுழைய முடியும்.

#### **9. வரி முடிவுகள்**

ஒரே உரிமையாளர் அல்லது கூட்டாண்மை அமைப்புக்கு கிடைக்காத கூட்டு பங்கு நிறுவனங்களுக்கு வருமான வரி சிறப்பு சலுகையை வழங்கியுள்ளது.

#### **10. மாஸ் உற்பத்தி**

கூட்டு பங்கு நிறுவனங்களின் மிகப்பெரிய நன்மை என்னவென்றால், அது பெரிய அளவில் உற்பத்தியை சாத்தியமாக்கியுள்ளது. நவீன மற்றும் வெகுஜன உற்பத்திக்கு மிகப்பெரிய மூலதனம் தேவைப்படுகிறது, இது வணிக அமைப்புக்கு அத்தகைய வடிவத்தில் குவிக்கப்படலாம்.

## கூட்டு பங்கு நிறுவனம் குறைபாடுகள்

### 1. வடிவமைப்பில் வேறுபாடு

வணிகத்தை உருவாக்க விளம்பரதாரர்கள் சில சட்ட முறைகளின் கீழ் செல்ல வேண்டும். அவர்கள் தேவையான ஆவணங்களைத் தயாரித்து தாக்கல் செய்து பதிவு கட்டணத்தை செலுத்த வேண்டும்.

### 2. கட்டுப்பாட்டிலிருந்து உரிமையாளரைப் பிரித்தல்

நிறுவனத்தின் நிர்வாகம் முழுக்க முழுக்க இயக்குநர்கள் மற்றும் பங்குதாரரின் கைகளில் உள்ளது, உண்மையான உரிமையாளர்களான அதில் எந்தக் கருத்தும் இல்லை. இயக்குநர்கள் நேர்மையற்றவர்களாக இருக்கலாம், பொதுமக்களை ஏமாற்றலாம்.

### 3. தனிப்பட்ட ஆர்வமின்மை

மற்ற வகை வணிகங்களுடன் ஒப்பிடும்போது, அத்தகைய அமைப்பு பணியாளர்களின் ஆர்வத்தைக் கொண்டிருக்கவில்லை, ஏனென்றால் எந்தவொரு நிபந்தனையிலும் அவர்களுக்கு சம்பளம் வழங்கப்படும் என்று நிர்வாகத்திற்குத் தெரியும், இரண்டாவதாக இயக்குநர்கள் லாபம் பங்குதாரர்களின் எண்ணிக்கையாகப் பிரிக்கப்படுவார்கள் என்பது தெரியும். இந்த நிலைமை தனிப்பட்ட ஆர்வம் இல்லாததற்கு வழிவகுக்கிறது.

### 4. ரகசியத்தின் பற்றாக்குறை

ஒரு வெற்றிகரமான சில நேரங்களில் சில விஷயங்களில் ரகசியம் தேவைப்படுகிறது. இரகசியத்தை இங்கு பராமரிக்க முடியாது, ஏனென்றால் ஒவ்வொரு சூத்திரமும் அல்லது விதிமுறைகளும் அனைத்து பங்குதாரர்களுக்கும் லாபத்தின் விற்பனை விளிம்பில் உள்ள தொகுதிகள் குறித்து வெளிப்படுத்தப்படுகின்றன.

### 5. மோனோபோலி

கூட்டு ஆபத்து நிறுவனம் ஏகபோக சக்திகளைப் பயன்படுத்துகின்ற ஒரு கூட்டாக தங்களை உருவாக்கும் போக்கில் மற்றொரு ஆபத்து உள்ளது மற்றும் ஏகபோகம் பொது நலனுக்கு எதிரானது.

## 6. ஊழல்

இந்த பங்கு எளிதில் விற்பனை செய்யக்கூடியது, புத்திசாலித்தனமான இயக்குநர்கள் வியாபாரத்தில் ஏதேனும் ஆபத்தை சந்தேகிக்கும்போதெல்லாம் அவற்றை விற்கிறார்கள் மற்றும் நிறுவனத்தின் இழப்பை பொது மக்களுக்கு மாற்றுவார்கள்.

## 7. பிரிக்கப்பட்ட பொறுப்புகள்

நிறுவனத்தின் பணி பல்வேறு துறைகளுக்கு இடையில் பிரிக்கப்பட்டுள்ளது மற்றும் நிறுவனத்தின் பொறுப்பாளர் மிகவும் சுயாதீனமானவர். இது சில நேரங்களில் அதிக சிரமங்களை ஏற்படுத்துகிறது மற்றும் இதன் விளைவாக- செயல்திறன்

## 8. முதலீட்டாளர்களை ஏமாற்றுவதற்கான ஆதாரம்

போலி நிறுவனங்களை உருவாக்குவதன் மூலம் விளம்பரதாரர்கள் பொது மக்களை ஏமாற்றலாம்.

## கூட்டுறவு சமூகம்

### அறிமுகம்

கூட்டுறவு சமூகம் என்பது சிறு உற்பத்தியாளர்கள் அல்லது நுகர்வோரின் பரஸ்பர நலன்களுக்காக தன்னார்வத்துடன் இணைந்ததாகும். இது உருவாக்கும் உறுப்பினரின் தேவைகள் மற்றும் தேவைகளுக்கு ஏற்ப பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதற்கும் வழங்குவதற்கும் இது உருவாக்கப்படுகிறது. உறுப்பினர்கள் கூட்டுறவு சங்கங்களின் வணிகத்தை உருவாக்கி மேற்கொள்கின்றனர். அவர்கள் சமூகத்தின் உரிமையாளர்கள், தொழிலாளர்கள் மற்றும் மேலாளர்கள். அதன் அமைப்பு மற்றும் நிர்வாகத்தின் மீது அவர்களுக்கு ஜனநாயக கட்டுப்பாடு உள்ளது. இது பொருளாதார, சமூக மற்றும் கல்வி நன்மைகளை அடைவதற்கான நோக்கத்திற்காக உருவாக்கப்பட்டது. இலாபம் ஈட்டுவது என்பது அத்தகைய அமைப்புகளின் மனிதனின் நோக்கம் அல்ல. இடைத்தரகர்களின் சேவைகளை அகற்றுவதே இதன் நோக்கம். இது அனைவரின் அதிபர்களையும் ஒவ்வொருவருக்கும் நடைமுறையில் பயன்படுத்துவதன் உதவியுடன் உறுப்பினர்களின் நலனுக்கான நன்மைகளைத்

தருகிறது. அதன் வெற்றி உறுப்பினர்களிடையே எவ்வளவு பரஸ்பர ஒத்துழைப்பு உருவாக்கப்பட்டுள்ளது என்பதைப் பொறுத்தது.

### கூட்டுறவு சமூகத்தின் சிறப்பியல்புகள்:

### கூட்டுறவு சமூகத்தின் முக்கிய அம்சங்கள் பின்வருமாறு: -

#### 1. நோக்கம் அதன் முக்கிய நோக்கம்,

அதை உருவாக்கும் உறுப்பினர்களுக்கு பரஸ்பர நன்மைகளை கொண்டு வருவதாகும். கூட்டுறவு சங்கத்தின் முக்கிய நோக்கம் பணம் சம்பாதிப்பது அல்ல. சங்கம் உறுப்பினர்களின் நலனைக் கவனிக்கிறது. உறுப்பினர்களின் தேவையைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக பொருட்களை உற்பத்தி செய்து வழங்குவதை இது நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளது.

#### 2. கேபிடல்

இது உறுப்பினர்களிடமிருந்து மூலதனத்தை சேகரிக்கிறது. உறுப்பினர்கள் கூட்டுறவு சமூகத்தில் பங்குகளை வாங்கி அதற்கு தேவையான மூலதனத்தை வழங்குகிறார்கள். கூட்டுறவு சமூகம் பங்குகளின் நிர்ணய எண்ணிக்கையாக பிரிக்கப்பட்டுள்ளது. சமுதாயத்தில் உறுப்பினராவதற்கு குறைந்தது ஒரு பங்கையாவது வாங்க வேண்டும்.

#### 3. உறுப்பினர்

கூட்டுறவு சமூகத்தில் குறைந்தது 15 உறுப்பினர்கள் இருக்க வேண்டும். ஆனால் ஒருவர் முதிர்ச்சியடைந்த வயதை எட்டாதவரை சமூகத்தில் உறுப்பினராக முடியாது.

#### 4. டெமோக்ராடிக் பிரின்சிபிள் ஒத்துழைப்பு

சமூகம் ஜனநாயகத்தின் கொள்கையை அடிப்படையாகக் கொண்டது. ஒவ்வொரு உறுப்பினரும் உரிமைகளைப் பெறுகிறார்கள். அனைவருக்கும் ஒரே வாக்கு மட்டுமே கிடைத்துள்ளது. சமூகத்தின் கொள்கைகளை உறுப்பினர்களால் விமர்சிக்க முடியும். எனவே உறுப்பினர்களுக்கு சமூகத்தின் விவகாரங்களில் ஜனநாயக கட்டுப்பாடு உள்ளது.

#### 5. பகிர்வு பரிமாற்றம்

கூட்டுறவு சங்கத்தின் பங்குகளை சமூகத்தின் உறுப்பினர்களுக்கு மாற்ற முடியும். அவற்றை நினைவில் கொள்ள முடியாது.

## **6. இலாபப் பிரிவு**

எந்தவொரு விலையிலும் லாபம் சம்பாதிப்பது கூட்டுறவு சமுதாயத்தின் முக்கிய யோசனை அல்ல என்றாலும், அது பெரும்பாலும் ஒரு அழகான லாபத்தை ஈட்டுகிறது. சமுதாயத்தின் இலாபம் செலுத்தப்பட்ட மூலதனத்தில் உறுப்பினர்களுக்கு விநியோகிக்கப்படுகிறது, ஆனால் நுகர்வோர் கூட்டுறவு சங்கத்தின் இலாபங்கள் வர்த்தக காலத்தில் அவர்கள் வாங்கிய மொத்த விகிதத்தில் விநியோகிக்கப்படுகின்றன.

## **7. ENTITY**

கூட்டுறவு சமுதாயத்திற்கு ஒரு தனி செயற்கை நிறுவனம் உள்ளது. இதனால் அதன் நிறுவனம் உறுப்பினர்களிடமிருந்து சுயாதீனமாக உள்ளது.

## **கூட்டுறவு சங்கத்தின் வகைகள்**

### **1) தயாரிப்பாளர் கூட்டுறவு**

சிறு உற்பத்தியாளர்களின் நலனைப் பாதுகாக்க, இந்த சங்கங்கள் அமைக்கப்பட்டுள்ளன. கூட்டுறவு சங்க உறுப்பினர்கள் விவசாயிகள், நில உரிமையாளர்கள், மீன்பிடி நடவடிக்கைகளின் உரிமையாளர்களாக இருக்கலாம். சந்தைப்படுத்தல் சாத்தியங்கள் மற்றும் உற்பத்தி செயல்திறனை அதிகரிக்க, தயாரிப்பாளர்கள் ஒன்றாக அல்லது தனி நிறுவனங்களாக செயல்பட முடிவு செய்கிறார்கள்.

அவர்கள் தங்கள் சொந்த தயாரிப்புகளை செயலாக்குதல், சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் விநியோகித்தல் போன்ற பல செயல்களைச் செய்கிறார்கள். இது ஒவ்வொரு தயாரிப்பாளருக்கும் பரஸ்பர நன்மையுடன் ஒவ்வொரு பகுதியிலும் குறைந்த செலவுகள் மற்றும் விகாரங்களுக்கு உதவுகிறது.

### **2) நுகர்வோர் கூட்டுறவு**

இந்த வணிகங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியின் நுகர்வோரின் பரஸ்பர நலனுக்காக சொந்தமானவை மற்றும் நிர்வகிக்கப்படுகின்றன. தினசரி தேவையான

பொருட்களை உகந்த விலையில் வழங்குவதே அவர்களின் பார்வை. ஒரு லாபத்தை ஈட்டுவதை விட, அவர்களின் நோக்கம் நுகர்வோருக்கு சேவையை வழங்குவதாகும்.

### 3) கடன் சங்கங்கள்

கடன் சங்கங்கள் பொதுவாக உறுப்பினர்களுக்கு சொந்தமான நிதி கூட்டுறவு. அவர்களின் கொள்கை மக்களுக்கு உதவுவதாகும். அவை உறுப்பினர்களுக்கு கடன் மற்றும் நிதி சேவைகளை போட்டி விலையில் வழங்குகின்றன. ஒவ்வொரு வைப்புத்தொகையாளருக்கும் உறுப்பினராவதற்கு உரிமை உண்டு. உறுப்பினர்கள் வருடாந்திர கூட்டத்தில் கலந்துகொண்டு இயக்குநர்கள் குழுவைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கான உரிமைகள் வழங்கப்படுகின்றன.

### 4) சந்தைப்படுத்தல் கூட்டுறவு சங்கம்

சிறு உற்பத்தியாளர்களுக்கு தங்கள் தயாரிப்புகளை விற்க உதவும் நோக்கத்துடன், இந்த சங்கங்கள் நிறுவப்பட்டுள்ளன. தங்கள் வெளியீட்டிற்கு நியாயமான விலைகளைப் பெற விரும்பும் தயாரிப்பாளர்கள் இந்த சமூகத்தின் உறுப்பினர்கள். தயாரிப்புகளுக்கு சாதகமான சந்தையைப் பாதுகாப்பதற்காக அவர்கள் இடைத்தரகர்களை அகற்றி அதன் உறுப்பினர்களின் போட்டி நிலையை மேம்படுத்துகிறார்கள். இது தனிப்பட்ட உறுப்பினர்களின் வெளியீட்டை சேகரிக்கிறது. போக்குவரத்து, பேக்கேஜிங், கிடங்கு போன்ற பல்வேறு சந்தைப்படுத்தல் செயல்பாடுகளை கூட்டுறவு சங்கங்கள் தயாரிப்புகளை சிறந்த விலையில் விற்க செய்கின்றன.

### 5) வீட்டுவசதி கூட்டுறவு சங்கம்

குறைந்த வருமானம் உள்ளவர்களுக்கு நியாயமான செலவில் வீடுகளை நிர்மாணிக்க உதவுவதற்காக, இந்த சங்கங்கள் நிறுவப்பட்டுள்ளன. உறுப்பினர்களின் வீட்டுப் பிரச்சினைகளைத் தீர்ப்பதே அவர்களின் நோக்கம். இந்தச் சங்கத்தின் உறுப்பினர் ஒருவர் குறைந்த செலவில் குடியிருப்பு வீட்டை வாங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்டுள்ளார். அவர்கள் வீடுகளை நிர்மாணித்து, வீட்டை வாங்குவதற்கு தவணைகளில் செலுத்த உறுப்பினர்களுக்கு விருப்பத்தை வழங்குகிறார்கள். அவர்கள் குடியிருப்புகளை நிர்மாணிக்கிறார்கள் அல்லது

உறுப்பினர்களுக்கு இடங்களை வழங்குகிறார்கள், அதில் உறுப்பினர்கள் தங்கள் விருப்பப்படி வீடுகளை கட்ட முடியும்.

## **கூட்டுறவு சமூகத்தின் முன்னேற்றங்கள்**

### **1. மிட்லெமனின் நீக்கம்**

நுகர்வோர் தங்கள் தேவைகளை தயாரிப்பாளர்களிடமிருந்து நேரடியாகப் பெறுகிறார்கள் அல்லது அவர்கள் தங்கள் சொந்த தேவைகளை வழங்குகிறார்கள். எனவே கூட்டுறவு சமூகம் இடைத்தரகரை நீக்கி, நுகர்வோருக்கு மலிவான விலையில் பொருட்களை கிடைக்கச் செய்கிறது.

### **2. பொருளாதாரம்**

உற்பத்தி துறையில் ஒரு விநியோகத்தில் கூட்டுறவு சங்கத்தின் உறுப்பினர்களால் சில பொருளாதாரங்களை அனுபவிக்க முடியும். பொருட்களை விற்பனை செய்வதில் சமூகம் கவலைப்பட வேண்டியதில்லை. உறுப்பினர்கள் அதன் வழக்கமான வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் சந்தையில் அதன் நல்லதை விளம்பரப்படுத்த தேவையில்லை.

### **3. காப்ட் மார்க்கெட்**

கூட்டுறவு சமூகம் மலிவான விலையில் பொருட்களை விற்கிறது. எனவே இது நல்ல எண்ணிக்கையிலான வாடிக்கையாளர்களை எளிதில் ஈர்க்கும்.

### **4. சர்ப்ளஸ் ஸ்டாக் இல்லை**

சமூகம் வழக்கமான வாடிக்கையாளர்களைப் பெற்றுள்ளது, எனவே எந்த உபரி பங்குகளையும் கையில் வைத்திருக்க வேண்டியதில்லை.

### **5. மேலாண்மை செலவைச் சேமித்தல்**

சில நேரங்களில் உறுப்பினர்கள் சமூகத்தின் விவகாரங்களை நிர்வகிக்க இலவச சேவைகளை வழங்குகிறார்கள். அவர்கள் எந்த ஊதியத்தையும் கோரவில்லை.

### **6. கல்வி மதிப்பு**

உறுப்பினர்கள் ஒத்துழைப்பின் கொள்கைகளைக் கற்றுக்கொள்ள முடிகிறது. தங்களின் பரஸ்பர நன்மைகளுக்காக சேவைகளை எவ்வாறு வழங்குவது என்பதை அவர்கள் கற்றுக்கொள்கிறார்கள். மனித வாழ்க்கையின் பொருளாதார மற்றும் சமூக அம்சங்களைப் பற்றி அவர்கள் கற்றுக்கொள்கிறார்கள்.

#### **7. ஏழைகளின் பராமரிப்பிற்கான ஏற்பாடு**

ஏழை மக்கள் தங்கள் சிறிய சேமிப்பை சமூகத்தில் குவித்து முதலீடு செய்கிறார்கள், இது அவர்களுக்கு ஒரு சிறந்த வாழ்க்கைத் தரத்தைக் கொண்டுவருகிறது, குறிப்பாக இது விவசாயிகள் மற்றும் சிறு மற்றும் குடிசைத் தொழிலில் ஈடுபட்டுள்ள மக்களின் வருமானத்தை அதிகரிக்கிறது.

#### **8. சமூக நன்மைகள்**

இது பொது மக்களிடையே தன்னம்பிக்கையையும் தன்னம்பிக்கையையும் வளர்க்கிறது. அவர்கள் 'சுய உதவி சிறந்த உதவி' என்பதைக் கற்றுக்கொள்கிறார்கள். அதே நேரத்தில் அது அவர்களுக்கு ஒத்துழைப்பு மற்றும் தியாக உணர்வை உருவாக்குகிறது.

#### **9. வேலைவாய்ப்புக்கான ஏற்பாடு**

இது வளர்ந்த நாடுகளின் வேலையின்மை பிரச்சினைகளை தீர்க்கிறது. மக்கள் தங்கள் வாழ்வாதாரத்தை சம்பாதிக்க சிறு மற்றும் குடிசைத் தொழில்களில் வேலை தேடுகிறார்கள்.

#### **10. ஒருங்கிணைப்பு**

உற்பத்தி மற்றும் விநியோக முறையின் கீழ் உற்பத்தியாளர்கள் மொத்த விற்பனையாளர்களுக்கும் சில்லறை விற்பனையாளர்களுக்கும் இடையில் ஒரு முழுமையான ஒருங்கிணைப்பு சாத்தியமாகும்.

#### **11. ஆரோக்கியத்தின் சமமான விநியோகம்**

உற்பத்தி மற்றும் விநியோக முறையின் கீழ் செல்வத்தை சில கைகளில் குவிக்க முடியாது. இந்த முறையின் கீழ் செல்வத்தின் சம விநியோகம் நடைபெறுகிறது.

#### **12. சமநிலை நிலை**



கூட்டுறவு சமூகத்தின் உறுப்பினர்களிடையே முதன்மை ஊழியர் உறவு இல்லை. அனைவரும் உரிமையாளர் மேலாளர்கள், மற்றும் கூட்டுறவு சங்கத்தின் தொழிலாளர்கள்.

## கூட்டுறவு சமூகத்தின் குறைபாடுகள்

### 1. தலைநகரின் பற்றாக்குறை

இது ஏழை மக்களின் அமைப்பு என்பதால் மூலதன பற்றாக்குறையால் பாதிக்கப்படுகிறது. அவர்கள் பெரிய அளவிலான மூலதனத்தை வாங்க முடியாது, எனவே அவர்கள் வணிகத்தின் அளவை விரிவாக்க முடியாது.

### 2. ஆர்வமின்மை

கூட்டுறவு சமுதாயத்தின் தயாரிப்புகளுக்கான சந்தை உத்தரவாதம் அளிக்கப்பட்டுள்ளதால், அமைப்பாளர்கள் மற்றும் மேலாளர்கள் கூட்டுறவு சமூகத்தின் நிர்வாகத்தில் அதிக அக்கறை செலுத்துவதில்லை.

### 3. திறமையான நபரின் பற்றாக்குறை

திறமை, திறன்கள் மற்றும் முன்முயற்சி கொண்ட ஆண்களுக்கு இடமளிக்க இது தவறிவிட்டது, ஏனெனில் அவர்களிடமிருந்து இலவச சேவைகள் தேவை. அத்தகைய மக்கள் கூட்டுறவு சமூகத்தில் சேர ஆர்வம் காட்டாமல் இருக்கலாம்.

### 4. கூட்டுறவு இல்லாமை

இதற்கு ஒத்துழைப்பு மற்றும் தன்னலமற்ற தன்மை மற்றும் பொது மக்களிடையே அரிதாகவே காணப்படும் பிற வசதிகள் தேவை. சமூகத்தின் தனிநபர்களுக்குள் வாழும் சராசரி எண்ணம் கொண்டவர்களுக்கு பற்றாக்குறை இல்லை. சமூகம் அதன் வெற்றிக்காகவே உள்ளது.

### 5. ஐ.நா. கல்வி

கூட்டுறவு சங்கத்தின் பெரும்பாலான உறுப்பினர்கள் படிக்காதவர்கள் மற்றும் திறமையற்றவர்கள். எனவே சமூகத்தின் நிர்வாகம் சுயநலவாதிகளின் பிடியில் விழக்கூடும்.

### 6. பொருட்களின் தேவைகளில் அடிக்கடி மாற்றம்

பொருட்களின் தேவை அடிக்கடி மாறும் துறைகளில் கூட்டுறவு சமுதாயத்தை அடுத்தடுத்து கொண்டு செல்ல முடியாது.

### **கூட்டு பங்கு நிறுவனம்**

#### **1. உருவாக்கம்:**

சட்டபூர்வமான முறைகளை நிறைவேற்றிய பின்னரே ஒரு நிறுவனத்தை உருவாக்க முடியும், மேலும் சட்டத்தின் கீழ் அதை இணைப்பது அவசியம். நிறுவனங்கள் சட்டம்- 1994 இன் கீழ் பதிவு செய்வதன் மூலம் ஒரு கூட்டு-பங்கு நிறுவனம் உருவாக்கப்படுகிறது.

#### **2. சட்ட நிலை:**

ஒரு நிறுவனம் அதன் உறுப்பினர்களிடமிருந்து சுயாதீனமான ஒரு தனி சட்ட நிறுவனத்தைக் கொண்டுள்ளது. ஒரு கூட்டு-பங்கு நிறுவனம் ஒரு சட்டபூர்வமான நபர் மற்றும் ஒரு செயற்கை ஆளுமை கொண்டவராக சட்டத்தால் கருதப்படுகிறது.

#### **3. பல உறுப்பினர்கள்:**

ஒரு தனியார் நிறுவனத்தில் குறைந்தது இரண்டு உறுப்பினர்கள் மற்றும் அதிகபட்சம் 50 உறுப்பினர்கள் இருக்க வேண்டும்.

#### **4. ஒப்பந்த திறன்கள்:**

ஒரு நிறுவனத்தின் பங்குதாரர்கள் நிறுவனத்துடன் ஒரு ஒப்பந்தத்தில் நுழைய முடியும் மற்றும் நிறுவனத்தின் ஊழியர்களாக இருக்கலாம்.

#### **5. சட்டரீதியான கடமைகள்:**

ஒரு நிறுவனம் மேலாண்மை தொடர்பான பல்வேறு சட்டரீதியான கடமைகளுக்கு இணங்க வேண்டும் எ.கா. இருப்புநிலை தாக்கல், பரிந்துரைக்கப்பட்ட பதிவேடுகளை பராமரித்தல்.

#### **6. பொறுப்பு:**

ஒரு நிறுவனத்தின் உறுப்பினரின் பொறுப்பு பங்குகள் அல்லது உத்தரவாதத்தால் வரையறுக்கப்படலாம்.

#### **7. பங்குகளை மாற்றக்கூடியது:**

நிறுவனத்தின் அரசியலமைப்பிற்கு கட்டுப்பாடுகள் வழங்கப்படாவிட்டால், ஒரு நிறுவனத்தின் பங்குகள் சுதந்திரமாக மாற்றத்தக்கவை, நிச்சயமாக, ஒரு தனியார் நிறுவனத்தின் கட்டுரைகளில் தோன்றும்.

#### 8. பரஸ்பர உரிமை:

பங்குதாரர்களின் வாக்குகளை நேரடியாக வாக்களிப்பதன் மூலம் இயக்குநர் குழுவின் உறுப்பினர்கள் தேர்ந்தெடுக்கப்படுவார்கள்.

#### 9. இலாப விநியோகம்:

ஒரு நிறுவனத்தின் விஷயத்தில் இலாபங்கள் நிறுவனத்தின் சட்டத்தின் கட்டுரைகளின் படி விநியோகிக்கப்படலாம்.

#### 10. தணிக்கை:

ஒரு நிறுவனத்தின் விஷயத்தில் தணிக்கை கட்டாயமாகும். ஒரு நிறுவனம் தனது கணக்குகளை நிர்ணயிக்கப்பட்ட வடிவத்தில் பராமரிக்க வேண்டும் மற்றும் அவற்றை ஒரு தகுதிவாய்ந்த தணிக்கையாளரால் தணிக்கை செய்ய வேண்டும்.

### கூட்டு வணிகம்

#### 1. உருவாக்கம்:

கூட்டாண்மை உருவாக்கத்தில் எந்தவொரு சட்டபூர்வமான முறைகளும் ஈடுபடவில்லை மற்றும் நிறுவனத்தின் பதிவு கட்டாயமில்லை. கூட்டாளர்களின் நடத்தைக்கு வெளிப்படுத்தப்படக்கூடிய அல்லது மறைமுகமாக இருக்கும் ஒரு ஒப்பந்தத்தால் ஒரு கூட்டாண்மை உருவாக்கப்படுகிறது, இது கூட்டாண்மை சட்டம்-1932 க்கு உட்பட்டது.

#### 2. சட்ட நிலை:

கூட்டாண்மை என்பது ஒரு சட்டபூர்வமான நபர் அல்ல, கூட்டாண்மை என்பது நிறுவனத்தின் சொத்தை சொந்தமாகக் கொண்ட கூட்டாளர் மற்றும் கூட்டாளர் நிறுவனத்தின் ஒப்பந்தங்களுக்கு கூட்டாக பொறுப்பாகும். ஒரு கூட்டு நிறுவனத்திற்கு அதன் கூட்டாளர்களிடமிருந்து வேறுபட்ட தனி சட்ட நிறுவனம் இல்லை. கூட்டாளர்களும் நிறுவனங்களும் சட்டத்தின் பார்வையில் ஒன்றுதான்.

#### 3. உறுப்பினர்களின் எண்ணிக்கை:

ஒரு கூட்டாண்மை குறைந்தபட்சம் 2 மற்றும் அதிகபட்சம் 20 நபர்களைக் கொண்டுள்ளது (வங்கி வணிகத்திற்கு அதிகபட்சம் 10 நபர்கள்).

**4. ஒப்பந்த திறன்கள்:**

கூட்டாளர்கள் மற்ற கூட்டாளர்களுடன் ஒப்பந்தம் செய்யலாம், ஆனால் ஒட்டுமொத்த நிறுவனத்துடன் அல்ல.

**5. சட்டரீதியான கடமைகள்:**

கூட்டாண்மை விஷயத்தில், வணிக நடவடிக்கைகளில் சட்டரீதியான கடமைகள் எதுவும் இல்லை.

**6. பொறுப்பு:**

ஒரு கேனரின் பொறுப்பு வரம்பற்றது.

**7. பங்குகளை மாற்றக்கூடியது:**

ஒரு பங்குதாரர் நிறுவனத்தில் தனது பங்குகளை மாற்ற முடியும், ஆனால் ஒதுக்குபவர் ஒரு கூட்டாளராக மாறமாட்டார் மற்றும் இலாபங்களில் பங்குதாரரின் பங்கிற்கு உரிமை உண்டு.

**8. பரஸ்பர உரிமை:**

இயக்குநர்கள் குழுவைத் தேர்ந்தெடுப்பதற்கு ஒரு சிறிய முறை தேவை. சில நேரங்களில் கூட்டாளர்கள் வணிக நடவடிக்கைகளை நடத்துவதற்கு பொறுப்பாவார்கள்.

**9. இலாப விநியோகம்:**

ஒரு நிறுவனத்தின் இலாபங்கள் ஒப்புக் கொள்ளப்பட்ட விகிதத்தில் அல்லது கூட்டாளர்களிடையே உடன்பாடு இல்லாத நிலையில் சமமாக விநியோகிக்கப்படுகின்றன.

**10. தணிக்கை:**

கூட்டாண்மை நிறுவனத்தின் தணிக்கை கட்டாயமில்லை என்றால். ஒரு வருடத்தில் மொத்த விற்பனை விற்றுமுதல் அல்லது மொத்த ரசீதுகள் (பணத் தொகை) தாண்டாவிட்டால் கூட்டாண்மைக்கு கணக்குகள் மற்றும் தணிக்கை கட்டாயமில்லை.

மேற்கண்ட கலந்துரையாடலில் இருந்து, இரண்டு வகையான வணிகங்களுக்கிடையில் பரந்த வேறுபாடுகள் உள்ளன என்று நாங்கள் கூறலாம், எனவே இரு நிறுவனங்களின் நன்மை தீமைகள் மற்றும் ஒரு கூட்டாண்மை குறித்து எந்தவொரு முடிவையும் எடுப்பதற்கு முன் எவரும் விரிவாக படிக்க வேண்டும். ஒரு நிறுவனத்தை இணைக்கவும். கூட்டு பங்கு நிறுவனம் ஒரு பெரிய, புதுப்பித்த நிரந்தர அடுத்தடுத்த மற்றும் அங்கீகரிக்கப்பட்ட வணிக அமைப்பு. மறுபுறம், கூட்டு வணிகம் என்பது ஒரு சிறிய மற்றும் நடுத்தர வணிக அமைப்பாகும், இது பல்வேறு வரம்புகளால் கட்டுப்படுத்தப்பட்டு ஒப்பந்தத்தின் அடிப்படையில் இயக்கப்படுகிறது.

## UNIT - III

### சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸ்

#### அறிமுகம்

சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸ் அண்ட் இண்டஸ்ட்ரி என்பது வர்த்தகம் மற்றும் தொழில்துறையுடன் நேரடியாகவோ அல்லது மறைமுகமாகவோ இணைந்திருக்கும் நபர்களின் தன்னார்வ வர்த்தக சாரா சங்கமாகும். வர்த்தகம் மற்றும் வணிகத்தை மேம்படுத்துவதும் அதன் உறுப்பினர்களின் வணிக ஆர்வத்தை பாதுகாப்பதும் இதன் நோக்கம். இவ்வாறு, வர்த்தகர்கள், தொழிலதிபர்கள், வங்கியாளர்கள் மற்றும் கணக்காளர்கள், தணிக்கையாளர்கள் போன்ற தொழில்முறை ஆண்கள் மட்டுமே சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸில் உறுப்பினர்களாக இருக்க உரிமை உண்டு. சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸ் பிராந்திய அடிப்படையில் ஏற்பாடு செய்யப்பட்டுள்ளது. ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியின் வணிகர்கள் அத்தகைய அமைப்பை உருவாக்குகிறார்கள் எ.கா. கராச்சி சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸ், லாகூர் சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸ், பெஷாவர் சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸ்.

சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸ் ஒரு கூட்டு பங்கு நிறுவனமாக நிறுவனங்கள் கட்டளைச் சட்டத்தின் கீழ் அல்லது தொழிற்சங்க சட்டத்தின் கீழ் உருவாக்கப்படலாம். வழக்கமாக, உறுப்பினர்களின் பொறுப்பு உத்தரவாதத்தால் வரையறுக்கப்படுகிறது. உறுப்பினர்கள் சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸுக்கு ஆண்டு கட்டணம் செலுத்துகிறார்கள். பொதுவாக சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸ் அண்ட் இண்டஸ்ட்ரி ஒரு இயக்குநர் குழு மற்றும் ஒரு ஜனாதிபதியால் நிர்வகிக்கப்படுகிறது. அமைப்பின் அனைத்து பணிகளையும் வெளியேற்றுவதற்கு பொறுப்பான ஒரு செயலாளரை வாரியம் நியமிக்கிறது. அவர் திட்டத்தை வகுத்து, கூட்டத்தை நடத்தி அலுவலகத்தை நிர்வகிக்கிறார்.

#### சேம்பர் ஆஃப் காமர்ஸின் செயல்பாடுகள்

1. இது ஒரு நாட்டின் வர்த்தகம் மற்றும் தொழில்துறையை வளர்க்க உதவுகிறது மற்றும் அவர்களின் ஆர்வத்தை கவனித்து பாதுகாக்கிறது.
2. இது வர்த்தகம் மற்றும் தொழில் தொடர்பான அனைத்து வகையான தகவல்களையும் சேகரிக்கிறது மற்றும் அதனுடன் தேவையான பல பதிவுகளை பராமரிக்கிறது.
3. வர்த்தகம் மற்றும் தொழில் தொடர்பான தகவல்களை அதன் சொந்த உறுப்பினர்களுக்கும் பொது மக்களுக்கும் சரியான இடைவெளியில் அறிக்கைகள் மற்றும் பத்திரிகைகளை வெளியிடுகிறது.
4. தொழிலாளர் நடைமுறைகள் மற்றும் தகராறுகள் குறித்த ஆலோசனை சேவைகள் வழங்கப்படுகின்றன.
5. இது கடன்களை மீட்க உறுப்பினர்களுக்கு உதவுகிறது.
6. இது அதன் உறுப்பினர்களின் நிதி நிலை குறித்த வர்த்தக குறிப்பு தகவல்களை வழங்குகிறது.
7. இது வர்த்தக முத்திரைகள் மற்றும் வடிவங்களை பாதுகாக்கிறது, இதன் மூலம் தேசிய வர்த்தகம் மற்றும் தொழில்துறையின் காரணத்தை ஊக்குவிக்கிறது.
8. வணிகர்களிடையே ஏதேனும் தகராறு ஏற்பட்டால் அது நடுவராக செயல்படுகிறது.
9. இறக்குமதி மற்றும் ஏற்றுமதி தொடர்பாக பல்வேறு இயல்புகளின் தகவல்களை வழங்குவதன் மூலம் ஏற்றுமதியாளர்களுக்கும் இறக்குமதியாளர்களுக்கும் இது உதவுகிறது.
10. இது சர்வதேச வர்த்தகத்தில் மிகவும் பொதுவான கருவியாக இருக்கும் ஏற்றுமதி சான்றிதழ் மற்றும் தோற்ற சான்றிதழ்களை வழங்குகிறது.
11. இது நாட்டில் வணிக மற்றும் தொழில்நுட்ப கல்வியை மேம்படுத்துகிறது.
12. இப்போதெல்லாம், அரசாங்கத்தின் பொருளாதாரக் கொள்கையில் செல்வாக்கு செலுத்துவதில் சேம்பர் ஒரு செயலில் பங்கு வகிக்கிறது. இது ஒவ்வொரு ஆண்டும்

பட்ஜெட்டை ஆராய்கிறது மற்றும் வரி திட்டங்களில் சரியான மாற்றத்தை பரிந்துரைக்கிறது.

13. இது நாட்டின் வர்த்தகம், வர்த்தகம் மற்றும் தொழில்துறையை பாதிக்கும் விஷயங்களில் அரசு மற்றும் பொதுமக்களின் கவனத்தை அழைக்கிறது.

**ஆலை இருப்பிடம் முக்கியத்துவம் ஆகியவற்றை வரையறுக்கவும் அறிமுகம்:**

ஆலை இருப்பிடம் என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்திறனை தீர்மானிக்கும் ஒரு முக்கிய காரணியாகும். திட்டமிட்ட தொழில்மயமாக்கல் தொழில்துறையின் சுமுகமான வேலையை வழங்குகிறது. மேலும் இது நாட்டின் சமூக மற்றும் பொருளாதார கட்டமைப்பை பராமரிக்கிறது. பழைய நாட்களில், உற்பத்தியாளரின் வசதிக்காகவும், சமூக காரணிகளைக் கருத்தில் கொண்டு இருப்பிடமும் தோராயமாக தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டது, இது ஒரு நிறுவனத்தின் தோல்விக்கு காரணமாக அமைந்தது.

உற்பத்தி இடம் மற்றும் சட்டசபை அலகு இரண்டிலும் ஆலை இருப்பிட தேர்வு முடிவு மிக முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. உற்பத்தி செய்யப்பட வேண்டிய அமைப்பு மற்றும் உற்பத்தியின் தன்மை மற்றும் அளவு ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் இடம் தீர்மானிக்கப்படுகிறது.

**ஆலை இருப்பிடத்தின் முக்கியத்துவம்**

முழுமையான பகுப்பாய்வோடு ஆலை இருப்பிடம் நிறுவனத்தை வெற்றியை நோக்கி அழைத்துச் செல்கிறது. அமைப்பின் அடிப்படை நோக்கம் இலாப அளவை அதிகரிப்பதாகும். எனவே, இது புதிதாக நிறுவப்பட்ட வணிகம் மற்றும் ஏற்கனவே நிறுவப்பட்ட வணிகம் ஆகிய இரண்டிற்கும் பயனளிக்கும். விற்பனை விலையை அதிகரிப்பதன் மூலமும், குறைக்கப்பட்ட உற்பத்தி செலவினத்துடன் விற்பனையை அதிகரிப்பதன் மூலமும், சந்தை போக்கு, இயல்பு மற்றும் போட்டியின் அளவை பகுப்பாய்வு செய்வதன் மூலமும் இலாப அதிகரிப்பு செய்ய



முடியும். அனைத்து அடிப்படை தேவைகளும் ( உள்ளீட்டு தேவைகளை பூர்த்தி செய்யும்) எளிதாகக் கிடைக்கும்.

### **பின்வரும் காரணங்களால் பொருத்தமான இருப்பிடத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பது அவசியம்:**

ஆலை இருப்பிடம் இயக்க மற்றும் மூலதன செலவை ஓரளவு தீர்மானிக்கிறது. இது முதலீட்டின் தன்மையை தீர்மானிக்கிறது

ஒவ்வொரு ஆலை இருப்பிடத்திற்கும் போக்குவரத்து, நீர் கிடைப்பது, மின்சாரம், எரிபொருள், மலிவான உழைப்பு போன்ற சில அடிப்படை வசதிகள் தேவைப்படுகின்றன.

ஒவ்வொரு வருங்கால இருப்பிடமும் அந்தந்த சந்தை பகுதிக்கு ஒரு புதிய ஒதுக்கீட்டைக் குறிக்கிறது.

தேசிய நலன்களைக் கருத்தில் கொண்டு இருப்பிடத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பதில் அரசாங்கம் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

### **ஆலை இருப்பிடத்தை பாதிக்கும் காரணிகள்:**

ஒரு தளத்தைத் தேர்ந்தெடுக்கும்போது பல காரணிகள் கருதப்படுகின்றன. அவற்றின் முக்கியத்துவத்திற்கு ஏற்ப இவை முதன்மை காரணிகள் மற்றும் இரண்டாம் நிலை காரணிகள் என வகைப்படுத்தப்படுகின்றன.

### **முதன்மை காரணிகள்:**

#### **1. மூலப்பொருள் வழங்கல்:**

மூலப்பொருட்களின் போதுமான சப்ளை இருக்கும்போது உற்பத்தி செயல்முறை சரியாக தொடரும். மூலப்பொருள் செலவு மொத்த உற்பத்தி செலவின் ஒரு பகுதியாகும். மூலப்பொருட்களின் போதிய சப்ளை உற்பத்தி குறையும். இது வேலையில்லா நேரத்தை அதிகரிக்கும், எனவே தொழில்துறையின் செயல்திறனைக் குறைக்கும். இந்த போதாமை காரணமாக, இலாப அதிகரிப்பு பெறப்படாமல் போகலாம். போக்குவரத்து நேரம் மற்றும் போக்குவரத்து செலவும் முக்கியம்.

எனவே, மூலப்பொருட்கள் எளிதில் கிடைக்கக்கூடிய இடங்களில் தொழில்கள் அமைந்துள்ளன.

## 2. சந்தைக்கு அருகில்:

இந்த காரணி வாடிக்கையாளருக்கு குறுகிய காலத்தில் தயாரிப்பை உருவாக்கும், எனவே இது தயாரிப்புக்கு குறைந்த சேதமாக இருக்கும். இது போக்குவரத்து செலவையும் குறைக்கிறது. வாடிக்கையாளர்களின் தேவையை அறிய சப்ளையருக்கு இது உதவும்.

## 3. போக்குவரத்து வசதி:

ஒரு தளத்தைத் தேர்ந்தெடுக்கும் போது எந்தவொரு மூலப்பொருளின் போக்குவரத்தையும் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும், அரை முடிக்கப்பட்ட மற்றும் முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் முடிந்தவரை குறைவாக இருக்க வேண்டும். இந்த காரணி மூலம் பொருள் குறைவாக கடத்தப்படும், இது பொருள் தரம், போக்குவரத்து செலவு, போக்குவரத்து நேரம் போன்றவற்றை பாதிக்கும். ஆகவே மேலே உள்ள எல்லா காரணங்களுக்காகவும் தயாரிப்பாளர் சாலை, காற்றுப்பாதைகள், ரயில்வே, நீர்வழிகள் போன்ற பல்வேறு ஆதாரங்களுடன் மலிவான மற்றும் விரைவான போக்குவரத்தை தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். .

## 4. தொழிலாளர் வழங்கல்:

தொழிலாளர் என்பது தொழில்துறையின் மிகவும் பயனுள்ள பகுதியாகும், அவர் உற்பத்தியை உற்பத்தி செய்கிறார். குறைந்த செலவில் உழைப்பு போதுமான அளவு வழங்கப்பட வேண்டும், உழைப்பு திறமையான அல்லது திறமையற்றதாக இருக்கும் வகையில் தயாரிப்பாளர் தளத்தை தேர்வு செய்ய வேண்டும். உழைப்புகள் போதுமான எண்ணிக்கையில் இல்லாவிட்டால், அது உற்பத்தியின் வேலையில்லா நேரத்தை அதிகரிக்கும் மற்றும் ஆலை செயல்திறனைக் குறைக்கும்.

## 5. மின்சாரம்:

மின், டீசல், தானியங்கி போன்றவை ஆற்றலை உற்பத்தி செய்யத் தேவைப்படுகின்றன, மேலும் போக்குவரத்துக்குத் தேவைப்படுகின்றன. தொடர்ச்சியான உற்பத்தி செயல்முறைக்கு வழக்கமான மற்றும் போதுமான

வழங்கல் அவசியம். வழக்கமான மற்றும் போதுமான மின்சாரம் கிடைப்பதால் பல நிறுவனங்கள் தொழில்துறை பகுதியைப் பின்பற்றுகின்றன.

#### 6. மூலதன வழங்கல்:

உற்பத்தி, அன்றாட வேலை, விரிவாக்கம், சந்தைப்படுத்தல் போன்றவற்றுக்கு தொழில்களுக்கு மூலதனம் தேவைப்படுகிறது. பெரிய அளவிலான உற்பத்திக்கு பெரிய அளவிலான மூலதனம் தேவைப்படுகிறது, அவை பங்குகள், கடன் பத்திரங்கள் போன்றவற்றால் திரட்டப்படலாம்.

#### **இரண்டாம் காரணிகள்:**

##### 1. இயற்கை காரணிகள்:

நிலம், நீர், காலநிலை போன்ற காரணிகள் தொழில்களுக்கு மிகவும் முக்கியம்.

##### 2. அரசாங்கக் கொள்கை:

குறிப்பாக அரசாங்கத்தால் செய்யப்பட்ட சில விதிமுறைகள் காரணமாக புதிய ஆலையைத் தொடங்க முடியாது. மேலும், சிறிய அளவிலான தொழில்கள் வளர சில மானியங்களும் பிற வசதிகளும் உள்ளன.

3. வீட்டுவசதி, விருந்தோம்பல், பொழுதுபோக்கு, கல்வி வசதிகள் கிடைப்பதும் தாவர இருப்பிடத்தை தீர்மானிக்க உதவுகிறது.

##### 4. இதர காரணிகள்:

##### 5. 1. போதுமான நீர் வழங்கல்

2. போரின் போது தாக்குதலின் ஆபத்து

3. தனிப்பட்ட காரணிகள்

4. சுற்றுச்சூழல் மற்றும் சுற்றுச்சூழல் காரணிகள்

5. தீயணைப்பு, பொலிஸ் போன்ற பாதுகாப்பு வசதிகள் கிடைப்பது.

#### **ஒரு பகுதிக்கு ஏற்ப தளத்தின் தேர்வு:**

பரவலாக, இப்பகுதியை கிராமப்புற, புறநகர் மற்றும் நகர்ப்புற பகுதி என வகைப்படுத்தலாம்.

### 1. கிராமப்புற பகுதி:

சில சந்தர்ப்பங்களில், ஒரு உற்பத்தி அலகு தொடங்க கிராமப்புற பகுதி தேர்ந்தெடுக்கப்படுகிறது. நகர்ப்புறங்களுக்கு பதிலாக கிராமப்புறங்களில் ஆலைகளைத் தொடங்க தொழில்முனைவோருக்கு அரசாங்கம் பல்வேறு சலுகைகள் மற்றும் மானியங்களை வழங்கி வருகிறது.

### கிராமப்புறத்தின் நன்மைகள்:

1. மலிவான விகிதத்தில் நிலம் ஏராளமாக கிடைக்கிறது.
2. குறைந்த வாழ்க்கைத் தரம் காரணமாக குறைந்த சம்பளம் மற்றும் ஊதியத்துடன் அதிக எண்ணிக்கையிலான உழைப்பு கிடைக்கிறது.
3. கிராமப்புறங்களில் வரி இல்லை.
4. மேலும் நிலையான உழைப்புகள் கிடைக்கின்றன. வேலை வாய்ப்புகள் குறைவாக இருப்பதால் வேலை வாய்ப்புகள் குறைவு.
5. தொழிலாளர் மற்றும் மேலாளர்களிடையே விரோத சூழல் இல்லை.
6. கட்டிடம், வடிகால் போன்றவற்றின் உயரத்திற்கு எந்த தடையும் இல்லை.
7. கிராமப்புற சூழல் ஆரோக்கியமானது. குடிசை மற்றும் அழுக்கு பகுதி கிராமப்புறங்களில் இல்லை.

### 2. நகர்ப்புற பகுதி:

நகர்ப்புற பகுதி கிராமப்புறத்திற்கு நேர் எதிரானது. இப்போது ஒரு நாட்களில், நகரங்களில் பெரிய தாவரங்கள் அனுமதிக்கப்படவில்லை, அலுவலகங்கள் மட்டுமே அனுமதிக்கப்படுகின்றன.

### நகர்ப்புற பகுதி நன்மைகள்:

1. அனைத்து வகையான போக்குவரத்தும் கிடைக்கிறது.
2. தயாரிப்புக்கு பெரிய சந்தை கிடைக்கிறது. பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் முதலில் நகரப் பகுதியில் தயாரிப்புகளை அறிமுகப்படுத்துகின்றன.

3. திறமையான உழைப்பாளர்கள் உள்ளனர், எனவே அவர்களுக்கு பயிற்சி அளிக்க தேவையில்லை.
4. நீர் வழங்கல், வடிகால், தீயணைப்பு போன்ற அனைத்து நகராட்சி வசதிகளும் உள்ளன.
5. வங்கி மற்றும் காப்பீட்டு வசதிகள் நகரங்களில் சிறப்பாக காணப்படுகின்றன.
6. அனைத்து வகையான துணைத் தொழில்களும் கிடைக்கின்றன.
7. கிராமப்புறங்களுடன் ஒப்பிடும்போது பொழுதுபோக்கு, கல்வி, மருத்துவமனை, தபால் சேவைகள் எளிதில் கிடைக்கின்றன.

### **நகர்ப்புற பகுதி தீமைகள்:**

1. அதிக நில செலவு.
2. உயர்ந்த வாழ்க்கைத் தரம் காரணமாக அதிக உழைப்பு செலவு.
3. வேலைகள் கிடைப்பதால், பணியாளர் தொடர்ந்து வேலையை மாற்றுகிறார். அதிக சம்பளம் வழங்குவதன் மூலமோ அல்லது நல்ல ஊக்கத் திட்டங்களிலோ நகரங்களில் வேலை பறிப்பு நடைபெறுகிறது.
4. கட்டிடம், வடிகால் போன்றவற்றின் உயரம் இருந்தால் நகராட்சியால் சில கட்டுப்பாடுகள் செய்யப்படுகின்றன.
5. வலுவான தொழிற்சங்க இயக்கம்.
6. நகரத்தில் தொழில்மயமாக்கல் சேரி மற்றும் அழுக்கு பகுதியை அதிகரிக்கிறது.

### **3. துணை நகர்ப்புற பகுதி:**

நகரம் மற்றும் கிராமப்புறங்களில் சில வரம்புகள் உள்ளன. இதன் காரணமாக துணை நகர்ப்புற பகுதியை நோக்கிய போக்கு, இது இரு பகுதிகளின் நன்மைகளையும் எடுத்து வரம்புகளை நீக்கும்.

### **துணை நகர்ப்புறத்தின் நன்மைகள்:**

1. நகர்ப்புறத்துடன் ஒப்பிடும்போது, நிலம் மலிவான விலையில் கிடைக்கிறது.
2. எதிர்கால விரிவாக்கத்திற்கு போதுமான நிலம் கிடைக்கிறது.

3. திறமையான மற்றும் திறமையற்ற உழைப்பாளர்கள் உள்ளனர்.
4. உழைப்பாளர்களுக்கான பயிற்சி சேவைகளும் கிடைக்கின்றன.
5. அரசு, அதிகாரிகள் அல்லது தொழில்துறை கூட்டாளர்களால் உருவாக்கப்பட்ட சாலை, நீர், வங்கி போன்ற உள்கட்டமைப்பு வசதிகள்.

#### **துணை நகர்ப்புறத்தின் தீமைகள்:**

சில ஆண்டுகளுக்குப் பிறகு துணை நகர்ப்புற பகுதி அதன் நன்மைகள் மற்றும் தீமைகளுடன் நகர்ப்புறமாக உருவாக்கப்படலாம்.

பொதுவாக, நகர்ப்புற பகுதி சிறு நிறுவனங்களுக்கு நன்மைகளை வழங்குகிறது, அதே நேரத்தில் கிராமப்புற பகுதி பெரிய அளவிலான தொழில்களுக்கு நன்மைகளை வழங்குகிறது. நடுத்தர நகர தொழில்களுக்கு துணை நகர்ப்புற பகுதி பொருத்தமானது.

#### **செயல்பாட்டு நிர்வாகத்தில் வசதி இருப்பிட முடிவை பாதிக்கும்**

#### **காரணிகள்**

வசதி இருப்பிடம் என்பது ஒரு நிறுவனத்தின் செயல்பாடுகளுக்கான புவியியல் தளத்தை தீர்மானிக்கும் செயல்முறையாகும். வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் சப்ளையர்களுக்கு அருகாமையில் இருப்பது, தொழிலாளர் செலவுகள் மற்றும் போக்குவரத்து செலவுகள் உள்ளிட்ட ஒரு குறிப்பிட்ட தளத்தின் விரும்பத்தக்க தன்மையை மதிப்பிடும்போது சேவை மற்றும் உற்பத்தி நிறுவனங்களின் மேலாளர்கள் பல காரணிகளை எடைபோட வேண்டும்.

இருப்பிட நிலைமைகள் சிக்கலானவை மற்றும் ஒவ்வொன்றும் ஒரு உறுதியான (அதாவது சரக்கு விகிதங்கள், உற்பத்தி செலவுகள்) மற்றும் உறுதியற்ற (அதாவது நம்பகத்தன்மை, அதிர்வெண் பாதுகாப்பு, தரம்) இயல்பின் மாறுபட்ட தன்மையைக் கொண்டுள்ளது.

இருப்பிட நிலைமைகளை அளவிட கடினமாக உள்ளது. ஊதியங்கள் மற்றும் தயாரிப்புகளின் செலவுகள் போன்ற உறுதியான செலவு அடிப்படையிலான காரணிகளை துல்லியமாக அளவிட முடியும். மறுபுறம், நம்பகத்தன்மை, கிடைக்கும் தன்மை மற்றும் பாதுகாப்பு போன்ற குணாதிசயங்களைக் குறிக்கும் உறுதியான

அம்சங்களை ஒரு சாதாரண அல்லது பெயரளவு அளவிலும் மட்டுமே அளவிட முடியும். தொழிற்சங்கப்படுத்தப்பட்ட ஊழியர்களின் சதவீதம் போன்ற பிற உறுதியான அம்சங்களையும் அளவிட முடியும். இதைச் சுருக்கமாகச் சொல்வது வணிக இருப்பிட முடிவுகளுக்கு உறுதியான அம்சங்கள் மிகவும் முக்கியம்.

காரணிகளை பிரிப்பது பொருத்தமானது, இது ஆலை இருப்பிடம் அல்லது வசதி இருப்பிடத்தை அமைப்பின் தன்மையின் அடிப்படையில் பாதிக்கிறது

1. அனைத்து வகையான நிறுவனங்களுக்கும் கட்டுப்படுத்தக்கூடிய மற்றும் கட்டுப்படுத்த முடியாத காரணிகளை உள்ளடக்கிய பொதுவான இருப்பிட காரணிகள்.
2. உற்பத்தி மற்றும் சேவை நிறுவனங்களுக்கு குறிப்பாக தேவைப்படும் குறிப்பிட்ட இருப்பிட காரணிகள்.

இருப்பிட காரணிகளை மேலும் இரண்டு பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம்: ஆதிக்கம் செலுத்தும் காரணிகள் போட்டி முன்னுரிமைகள் (செலவு, தரம், நேரம் மற்றும் நெகிழ்வுத்தன்மை) ஆகியவற்றிலிருந்து பெறப்பட்டவை மற்றும் விற்பனை அல்லது செலவுகளில் குறிப்பாக வலுவான தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. இரண்டாம் நிலை காரணிகளும் முக்கியமானவை, ஆனால் மற்ற காரணிகள் மிகவும் முக்கியமானவை என்றால் மேலாண்மை அவற்றில் சிலவற்றைக் குறைத்து மதிப்பிடலாம் அல்லது புறக்கணிக்கலாம்.

### பொது இருப்பிட காரணிகள்

அனைத்து வகையான நிறுவனங்களின் விஷயமும் ஆலை இருப்பிடத்திற்கு தேவையான பொதுவான காரணிகள் பின்வருமாறு.

### கட்டுப்படுத்தக்கூடிய காரணிகள்

1. சந்தைகளுக்கு அருகாமையில்.
2. பொருட்கள் வழங்கல்
3. போக்குவரத்து வசதிகள்
4. உள்கட்டமைப்பு கிடைக்கும்
5. தொழிலாளர் மற்றும் ஊதியங்கள்

6. வெளி பொருளாதாரங்கள்

7. மூலதனம்

### கட்டுப்பாடற்ற காரணிகள்

1. அரசாங்க கொள்கை
2. காலநிலை நிலைமைகள்
3. தொழில்கள் மற்றும் சேவைகளை ஆதரித்தல்
4. சமூகம் மற்றும் தொழிலாளர் அணுகுமுறைகள்
5. சமூக உள்கட்டமைப்பு

### தொழில்களின் உள்ளூர்மயமாக்கல்:

#### பொருள் மற்றும் வரையறை:

'தொழில்களின் உள்ளூர்மயமாக்கல்' என்பதன் பொருள், தொழில்களின் வளர்ச்சிக்கு மிகவும் பொருத்தமான பிராந்தியங்களில் குவிந்து கிடக்கும் போக்கு.

#### விளக்கம்:

சில தொழில்கள் அவற்றின் இயற்கையான அல்லது வாங்கிய நன்மைகள் காரணமாக சில பகுதிகளில் மேற்கொள்ளப்பட்டு உருவாக்கப்படுகின்றன. எடுத்துக்காட்டாக, பாகிஸ்தானில், சர்க்கரைத் தொழில் <sup>NWFP</sup> மற்றும் பஞ்சாபில் மொழிபெயர்க்கப்பட்டுள்ளது, <sup>NWFP</sup> இல் காகித மேட்ச் பாக்ஸ் தொழில், பஞ்சாப் மற்றும் சிந்தில் பருத்தித் தொழில், மூலப்பொருட்களின் மூலத்திற்கு அருகில் இருப்பதன் அடிப்படையில்.

#### காரணிகள்:

தொழில்களின் உள்ளூர்மயமாக்கலை பாதிக்கும் முக்கிய காரணிகள் கீழே விவாதிக்கப்படுகின்றன:

#### (1) மூலப்பொருளுக்கு அருகில்.

சில பகுதிகளில் ஒரு தொழிற்துறையின் பிறப்பை பாதிக்கும் மிக முக்கியமான காரணிகளில் ஒன்று மூலப்பொருட்களின் மூலங்களுக்கு அருகில் இருப்பது.

தொழிற்துறையின் இருப்பிடத்திற்கு அருகில் மூலப்பொருள் கிடைப்பது



போக்குவரத்து செலவைக் குறைக்க கணிசமாக உதவுகிறது, எனவே பொருட்களின் மொத்த உற்பத்தி செலவு. இந்த காரணத்தினாலேயே பெரும்பாலான தொழில்கள் மூலப்பொருள் ஏராளமாகக் கிடைக்கும் பகுதிகளில் நிறுவப்பட்டுள்ளன

(ii) சக்தி மூலத்தின் கிடைக்கும் தன்மை.

மலிவான மின் வளங்கள் கிடைப்பது மற்றொரு முக்கிய காரணியாகும், இது குறிப்பிட்ட பகுதிகளில் தொழில்களின் செறிவை பாதிக்கிறது. உதாரணமாக, தொழில் அமைந்துள்ள நீண்ட தூரத்திற்கு மின்சாரம் கொண்டு செல்லப்பட வேண்டும் அல்லது மூலப்பொருளாக செயல்படும் நிலக்கரி கோதுமையிலிருந்து வெகு தொலைவில் கொண்டு செல்லப்பட வேண்டும் என்றால், அது பொருளாதார ரீதியாக அமைக்கப்படாது சக்தி மூலங்களிலிருந்து வெகு தொலைவில் உள்ள அத்தகைய இடங்களில் தொழில்துறையை மேம்படுத்துதல்.

(iii) உடல் மற்றும் காலநிலை நிலைமைகள்.

உடல் மற்றும் காலநிலை நிலைமைகள் தொழில்துறையின் வளர்ச்சியைப் பற்றி ஒரு முக்கியமான விசாரணையைக் கொண்டுள்ளன. ஒரு குறிப்பிட்ட தொழில்துறைக்கு பொருத்தமான காலநிலை மற்றும் விரும்பத்தக்க உடல் நிலைமைகள் இருந்தால், அந்த பிராந்தியத்தில் அவர் அதை நிறுவி வளர்த்துக் கொள்வார்.

(iv) சந்தைக்கு அருகில்.

சந்தைகள் அருகில் இருக்கும் பகுதிகளில் தொழில்கள் உள்ளூர்மயமாக்கப்படுவதற்கான போக்கைக் கொண்டுள்ளன. உற்பத்தி செய்யப்படும் பொருட்களை எளிதில் சந்தையில் கொண்டு வர முடியும் மற்றும் போக்குவரத்து செலவில் அதிக சேமிப்பு இருக்க முடியும்.

(v) பயிற்சி பெற்ற தொழிலாளர் வழங்கல்.

பயிற்சியளிக்கப்பட்ட உழைப்பை வழங்குவது ஒரு குறிப்பிட்ட பகுதியில் ஒரு தொழில்துறையின் செறிவுக்கு மற்றொரு பெரிய ஈர்ப்பாகும். உதாரணமாக, ஒருவர் பருத்தி தொழிற்சாலையை அமைக்க விரும்பினால், அதை பைசலாபாத் அல்லது ஓகாராவில் நிறுவுவது அவருக்கு சாதகமாக இருக்கும்.

**(v.i) மூலதனத்தின் கிடைக்கும் தன்மை.**

குறைந்த விகிதத்தில் மூலதனம் கிடைக்கும் பகுதிகளில் தொழில்கள் வளரக்கூடும்.

**(v.ii) ஆரம்ப தொடக்கத்தின் வேகம்.**

சில நேரங்களில், அது நிகழ்கிறது, ஒரு தொழில் தன்னை ஒரு குறிப்பிட்ட இடத்தில் நிறுவி வளர்த்துக் கொள்வது மேலே விவாதிக்கப்பட்ட காரணங்களால் அல்ல, ஆனால் ஏதேனும் ஒரு வாய்ப்பு அல்லது வேறு காரணங்களால். பிற்காலத்தில், அந்த பகுதி பொருட்களின் உற்பத்தியில் நற்பெயரைப் பெறுகிறது, மேலும் அதிகமான தொழில்கள் அங்கு அமைக்கப்படுகின்றன. உதாரணமாக, விளையாட்டு பொருட்கள் தொழில் சியால்கோட்டில் அமைந்துள்ளது.

**உள்ளூர்மயமாக்கலின் நன்மைகள்:**

ஒரு தொழிற்துறை ஒரு வட்டாரத்தில் தன்னை நிலைநிறுத்திக் கொள்ளும்போது, அது பின்வரும் நன்மைகளைப் பெறுகிறது.

முதலாவதாக, ஒரு உள்ளூர்மயமாக்கப்பட்ட தயாரிப்பு நற்பெயரைப் பெறுகிறது, இதனால் ஒரு நிறுவனம் நாட்டிற்கு உள்ளேயும் வெளியேயும் நல்ல சந்தையைக் கண்டறிவது எளிது. நற்பெயரின் அடிப்படையில், பொதுவாக வேறு இடங்களில் அமைந்துள்ள அவர்களின் சகாக்களின் தயாரிப்புகளை விட அதிக விலைகளை வசூலிக்க முடியும். உதாரணமாக, சியால்கோட்டில் தயாரிக்கப்படும் விளையாட்டு மற்றும் தோல் பொருட்கள் மிகச் சிறந்த வணிக நற்பெயரைப் பெற்றுள்ளன, அவற்றை நல்ல விலையில் விற்க எளிதானது.

இரண்டாவதாக, ஒரு தொழில் ஒரு குறிப்பிட்ட பிராந்தியத்தில் அமைந்திருக்கும்போது, தொழில்துறையின் திறமையான உழைப்பைப் பெறுவது எளிதானது, தொழில்துறை திறன் தந்தையிடமிருந்து மகன் வரை செல்கிறது. குழந்தைகள் அணி கிட்டத்தட்ட அறியாமல் அடி.

மூன்றாவதாக, உள்ளூர்மயமாக்கல் துணை நிறுவனத்தின் மேம்பாட்டிற்கும் வளர்ச்சிக்கும் வழிவகுக்கிறது.

நான்காவதாக, இது சிறப்பு ஆராய்ச்சி நிறுவனங்களின் வளர்ச்சியில் விளைகிறது.

ஐந்தாவது, இது தகவல் தொடர்பு மற்றும் போக்குவரத்துக்கான விரைவான வழிமுறைகளின் பரவலுக்கு வழிவகுக்கிறது.

ஆறாவதாக, உள்ளூர்மயமாக்கல் நிதி வசதிகளின் வளர்ச்சியை ஊக்குவிக்கிறது. வங்கிகளும் பிற நிதி ஒத்துழைப்பும் ஒரு வட்டாரத்தில் முதலீடு செய்வதற்கான லாபகரமான துறையைக் கண்டறிந்தால், அவர்கள் அங்கேயே தங்கள் கிளைகளைத் திறக்கிறார்கள்.

இறுதியாக, உள்ளூர்மயமாக்கல் தொழிலாளர்கள் மற்றும் தொழிலதிபர்கள் ஒருவருக்கொருவர் புரிந்துகொள்வதற்கும் அந்தந்த ஆர்வத்தை பாதுகாப்பதற்காக தங்களை ஒரு அமைப்பாக உருவாக்குவதற்கும் வாய்ப்புகளை வழங்குகிறது.

#### **உள்ளூர்மயமாக்கலின் தீமைகள்:**

உள்ளூர்மயமாக்கலில் சில குறைபாடுகளும் உள்ளன. அவை பின்வருமாறு:

(i) வெளிநாட்டு போட்டியின் வளர்ச்சி காரணமாக அல்லது மக்களின் சுவைகளில் ஏற்பட்ட மாற்றங்கள் காரணமாக உள்ளூர்மயமாக்கப்பட்ட பொருட்களுக்கான தேவை குறையும் போது உள்ளூர்மயமாக்கல் ஆபத்தானது. அவ்வாறான நிலையில் குறிப்பிட்ட உள்ளூர்மயமாக்கப்பட்ட தொழில்களில் வெகுஜன வேலையின்மை இருக்கும்.

(ii) உள்ளூர்மயமாக்கல் ஒரு வட்டாரத்தின் பொருளாதார சுதந்திரத்தை மறுபுறம் அல்லது ஒரு நாட்டின் மறுபுறம்; கோரப்பட்ட பொருள் வாழ்க்கையின் அடிப்படைத் தேவைகளில் ஒன்றாகும் என்றால், அது சார்ந்து இருக்கும் நாடுகளுக்கு மிகவும் சிரமத்தை ஏற்படுத்தும்.

(iii) உள்ளூர்மயமாக்கப்பட்ட தொழிலில் மக்கள் ஒரு வகை வேலைகளை மட்டுமே கற்றுக்கொள்ள முடியும். அவர்கள் வேறொரு இடத்திற்குச் செல்ல விரும்பினால், அவர்கள் வேலைவாய்ப்பைப் பெறுவதில் சிரமத்தை சந்திக்க நேரிடும்.

(iv) போரின் போது, ஒரு உள்ளூர்மயமாக்கப்பட்ட தொழிற்சாலை எளிதில் குண்டுவீச்சுக்கு இலக்காகக் கொள்ளலாம் மற்றும் முழு தொழிற்சாலையும் சாம்பலாகிவிடும். எனவே அனைத்து முட்டைகளையும் ஒரே கூடையில் வைப்பது புத்திசாலித்தனம் அல்ல. தொழில் பரவலாக்கப்பட வேண்டும். இது நாட்டின் பல்வேறு பகுதிகளிலும் பரவ வேண்டும், இதனால் அது எதிரிகளின் வான் தாக்குதலுக்கு எளிதான இலக்காக மாறக்கூடாது.

### தொழில்களின் இருப்பிடத்திற்கு காரணிகள்

தொழில்துறை இடங்கள் இயற்கையில் சிக்கலானவை. இவை பல காரணிகளின் கிடைப்பால் பாதிக்கப்படுகின்றன. அவற்றில் சில: மூலப்பொருள், நிலம், நீர், உழைப்பு, மூலதனம், மின்சாரம், போக்குவரத்து மற்றும் சந்தை.

•

### வசதிக்காக, இருப்பிட காரணிகளை இரண்டாக வகைப்படுத்தலாம்:

புவியியல் காரணிகள் மற்றும்

• புவியியல் அல்லாத காரணிகள்.

### புவியியல் காரணிகள்

1. மூலப்பொருள்: மூலப்பொருளாகப் பயன்படுத்தக்கூடிய இயற்கை வளத்தின் கிடைக்கும் தன்மை.
2. தொழில்நுட்பம்: வளத்தை மதிப்புள்ள சொத்தாக மாற்றுவது.
3. சக்தி: தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்த.
4. உழைப்பு: செயல்முறைகளை இயக்குவதற்கு உழைப்பாக செயல்படக்கூடிய மனித வளம்.
5. போக்குவரத்து: சாலை / ரயில் இணைப்பு.

6. சேமிப்பு மற்றும் கிடங்கு.
7. சந்தைப்படுத்தல் சாத்தியக்கூறு.
8. நிலம் மற்றும் மண்ணின் பண்புகள்.
9. காலநிலை.
10. மழை மற்றும் நீர்வளம்.
11. இயற்கை வளங்களுக்கு பாதிப்பு.

விளக்கம்:

ஒரு தொழில்துறை இடத்தில் மூலப்பொருட்கள் முக்கியமான காரணிகளில் ஒன்றாகும். தொழில்களின் வெறும் இருப்பிடம் மூலப்பொருட்களின் கிடைக்கும் தன்மை அல்லது இருப்பிடத்தால் தீர்மானிக்கப்படலாம்.

சக்தி - வழக்கமான (நிலக்கரி, மினரல் ஆயில் அல்லது ஹைட்ரோ-மின்சாரம்) அல்லது வழக்கமான இயற்கையானது எந்தவொரு தொழில்துறை ஸ்தாபனத்திற்கும் அவசியமாகும்.

தொழிலாளர் அல்லது திறமையான தொழிலாளர் கிடைப்பது அனைத்து தொழில்களின் வளர்ச்சிக்கான வெற்றி மந்திரமாகும்.

எளிதான போக்குவரத்து கிடைப்பது எப்போதும் தொழில்துறையின் இருப்பிடத்தை பாதிக்கிறது. எனவே நீர்வழிகள், சாலைவழிகள் மற்றும் ரயில்வே ஆகியவற்றின் சந்திப்பு புள்ளிகள் தொழில்துறை நடவடிக்கைகளின் முனுமுனுத்த மையங்களாகின்றன.

முடிக்கப்பட்ட பொருட்கள் உற்பத்தி செயல்முறையின் முடிவில் சந்தையை அடைய வேண்டும். இதனால் சந்தைக்கு அருகில் இருப்பது தொழில்துறைக்கான இருப்பிடத்தைத் தேர்ந்தெடுக்கும் செயல்பாட்டில் ஒரு கூடுதல் தரமாகும்.

தொழில்துறை இருப்பிடத்தை பாதிக்கும் மற்றொரு காரணி நீர் கிடைப்பது. ஆறுகள், கால்வாய்கள் மற்றும் ஏரிகள் அருகே பல தொழில்கள் நிறுவப்பட்டுள்ளன. இரும்பு மற்றும் எஃகு தொழில், ஜவுளித் தொழில்கள் மற்றும் ரசாயனத் தொழில்கள் அவற்றின் சரியான செயல்பாட்டிற்கு அதிக அளவு நீர் தேவைப்படுகின்றன.

ஒரு தொழிற்சாலை நிறுவனத்திற்கு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட தளம் தட்டையானதாக இருக்க வேண்டும் மற்றும் போதுமான போக்குவரத்து வசதிகளால் நன்கு சேவை செய்யப்பட வேண்டும்.

தொழிற்சாலைக்கு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட பகுதியின் காலநிலை முக்கியமானது, வெற்றிகரமான தொழிற்சாலை வளர்ச்சிக்கு மிகவும் கடுமையான காலநிலை பொருத்தமானதல்ல.

புவியியல் அல்லாத காரணிகள்

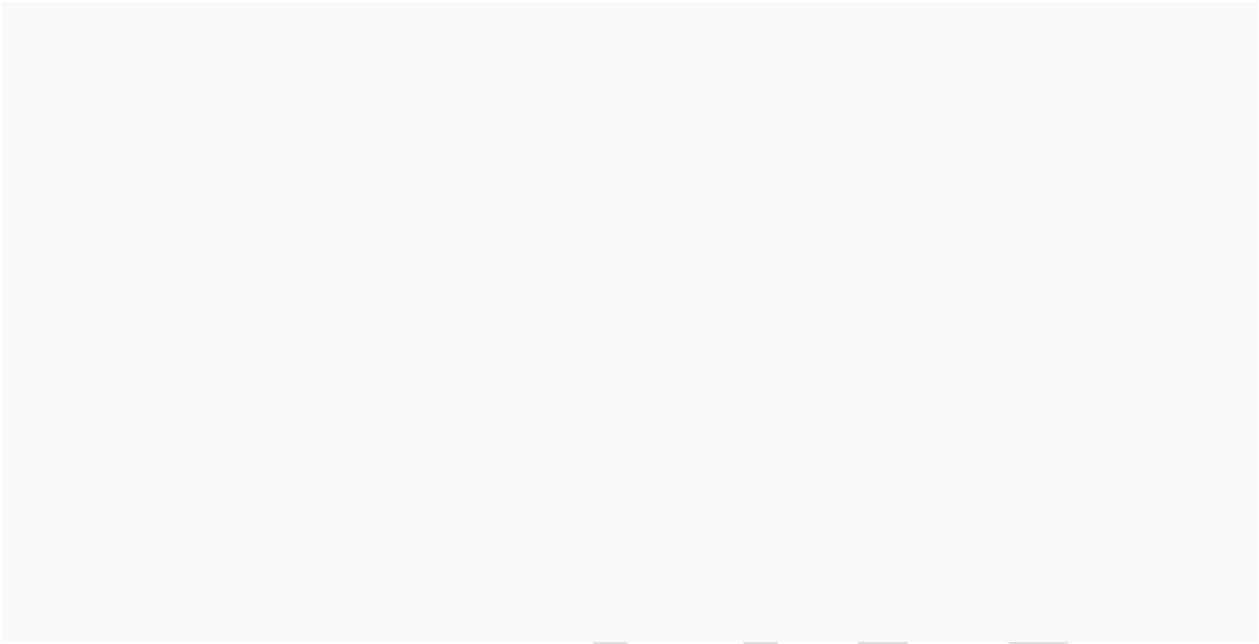
1. மூலதன முதலீடு.
2. கடன்கள் கிடைப்பது.
3. முதலீட்டு காலநிலை.
4. அரசாங்க கொள்கைகள் / ஒழுங்குமுறைகள்.
5. அழுத்தம் குழுக்களின் செல்வாக்கு.

#### **விளக்கம்:**

1. தொழில்களை நிறுவனத்திற்கு மூலதனம் அல்லது பெரிய முதலீடு தேவை.
2. அரசாங்க கொள்கைகள் தொழிற்சாலை இருப்பிடத்தை பாதிக்கும் மற்றொரு காரணியாகும். பிராந்திய ஏற்றத்தாழ்வுகளைக் குறைப்பதற்கும், அதிகப்படியான மாசுபாட்டைக் கட்டுப்படுத்துவதற்கும், பெரிய நகரங்களில் தொழில்கள் அதிகப்படியான கிளஸ்டரிங்கைத் தவிர்ப்பதற்கும் தொழில்களுக்கு நிலம் ஒதுக்கீடு செய்வதில் அரசாங்கம் சில கட்டுப்பாடுகளை விதிக்கிறது.
3. தொழிற்சாலை மந்தநிலை என்பது தொழில்கள் அல்லது நிறுவனங்களை மாற்றுவதற்கான பொருளாதார சூழ்நிலைகளுக்கு முகங்கொடுக்கும் இடங்களை கூட இடமாற்றம் செய்வதைத் தவிர்ப்பதற்கான முன்னோடியாகும். பெரும்பாலும் நிலையான மூலதன சொத்துக்கள் மற்றும் உழைப்பை இடமாற்றம் செய்வதோடு தொடர்புடைய செலவுகள் ஏற்கனவே இருக்கும் இருப்பிடத்தின் மாறிவரும் நிலைமைகளுக்கு ஏற்ப செலவுகளை விட மிக அதிகம்.

4. மோடம் தொழிற்சூறையை வெற்றிகரமாக நடத்துவதற்கு திறமையான மற்றும் தொழில்முனைவோர் அமைப்பு மற்றும் மேலாண்மை அவசியம்.
5. சிறந்த வாங்கி வசதிகள் மற்றும் காப்பீட்டைக் கொண்ட இருப்பிடம் தொழில்களை நிறுவுவதற்கு மிகவும் பொருத்தமானது.

இந்த எல்லா காரணிகளையும் ஒரே இடத்தில் கண்டுபிடிப்பது அரிது. இதன் விளைவாக, உற்பத்தி நடவடிக்கைகள் தொழில்துறை இருப்பிடத்தின் அனைத்து காரணிகளும் கிடைக்கக்கூடிய அல்லது குறைந்த செலவில் ஏற்பாடு செய்யக்கூடிய மிகவும் பொருத்தமான இடத்தில் கண்டுபிடிக்க முனைகின்றன. பொதுவாக, ஒரு தொழிற்சூறையின் இருப்பிடத்தை கருத்தில் கொள்ளும்போது குறைந்த உற்பத்தி செலவு மற்றும் குறைந்த விநியோக செலவு ஆகிய இரண்டு முக்கிய காரணிகளாகும் என்பதையும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டும். சில நேரங்களில், அரசாங்கங்கள் மானிய விலையில் மின்சாரம், குறைந்த போக்குவரத்து செலவு மற்றும் பிற உள்கட்டமைப்பு போன்ற சலுகைகளை வழங்குகின்றன, இதனால் தொழில்கள் பின்தங்கிய பகுதிகளில் இருக்கக்கூடும்.



GACM