

பத்தில் ஒருவனாக இருப்பதைவிட
பத்தில் முதல்வனாய் இரு....!

நறுமலர் தீபம் - இணையவழி

முதுகலை வணிகவியல் பயிற்சி மையம்
தருமபுரி மாவட்டம் - 8122190917

(UG,PG,TRB, NET,SET,COLLEGE)

COMMERCE

YOUTUBE ID : Narumalar Deepam

Sample Notes

அலகு - I - வணிக அமைப்பு மற்றும் மேலாண்மை

வணிகம்

வரையறை: வணிகம் என்பது மனிதத் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்து ஈட்டுவதற்காக பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் உற்பத்தி செய்யப்படும் அல்லது பரிமாறிக்கொள்ளப்படும் ஒரு ஒழுங்கமைக்கப்பட்ட செயல்பாட்டைக் குறிக்கிறது.

வணிகத்தின் கூறுகள்:

இது உற்பத்தி, விநியோகம் மற்றும் வர்த்தகம் போன்ற பொருளாதார நடவடிக்கைகளை உள்ளடக்கியது.

வாடிக்கையாளர்களுக்கு மதிப்பை வழங்குவதன் மூலம் லாபம் ஈட்டுவதே இதன் குறிக்கோள்.

வரையறைகள்

1. எல்.எச். ஹேனி:

"பொருட்களை வாங்கி விற்பதன் மூலம் செல்வத்தை உற்பத்தி செய்வதையோ அல்லது பெறுவதையோ நோக்கிய மனித செயல்பாடு வணிகம் என வரையறுக்கப்படலாம்."

2. வீலர்:

"வணிகம் என்பது தனியார் லாபத்தின் ஊக்கத்தின் கீழ் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குவதற்காக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டு இயக்கப்படும் ஒரு நிறுவனம்."

3. உர்விக் மற்றும் ஹன்ட்:

"வணிகம் என்பது சமூகத்தின் பிற உறுப்பினர்களுக்குத் தேவையான மற்றும் பணம் செலுத்தத் தயாராக இருக்கும் எந்தவொரு பொருளையும் அல்லது சேவையையும் உருவாக்கும், விநியோகிக்கும் அல்லது வழங்கும் எந்தவொரு நிறுவனமாகும்."

4. கீத் மற்றும் குபெல்லினி:

"வணிகம் என்பது செல்வத்தை உற்பத்தி செய்து பதப்படுத்துவதை நோக்கிய மனித செயல்பாடுகளைக் குறிக்கிறது."

5. டிக்ஸி:

"வணிகம் என்பது முதன்மையாக லாபம் ஈட்டும் நோக்கத்துடன் மேற்கொள்ளப்படும் ஒரு வகையான செயல்பாடு ஆகும், இது யாருக்காக அந்த செயல்பாடு நடத்தப்படுகிறதோ அவர்களின் நலனுக்காக."

6. பிலே வீலர்:

"தனியார் லாபத்தின் ஊக்கத்தின் கீழ் சமூகத்திற்கு பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குவதற்காக ஒழுங்கமைக்கப்பட்டு இயக்கப்படும் ஒரு நிறுவனம்."

வணிகத்தின் சிறப்பியல்புகள்

1. பொருளாதார செயல்பாடு:

வணிகம் என்பது ஒரு பொருளாதார நடவடிக்கை, அதாவது அது பணம் சம்பாதிப்பதற்கும் செல்வத்தை உருவாக்குவதற்கும் செய்யப்படுகிறது, தனிப்பட்ட திருப்தி அல்லது தொண்டுக்காக அல்ல.

2. லாப நோக்கம்:

வணிகத்தின் முதன்மை நோக்கம் லாபம் ஈட்டுவதாகும். இது வளர்ச்சி, உயிர்வாழ்வு மற்றும் அபாயங்களைச் சந்திக்கும் திறனை உறுதி செய்கிறது.

3. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் உற்பத்தி அல்லது கொள்முதல்:

வணிகங்கள் பொருட்களை உற்பத்தி செய்கின்றன (எ.கா. தொழிற்சாலைகள்) அல்லது உற்பத்தியாளர்களிடமிருந்து கொள்முதல் செய்து நுகர்வோருக்கு விற்கின்றன. வங்கி மற்றும் போக்குவரத்து போன்ற சேவைகளும் வணிகத்தின் கீழ் வருகின்றன.

4. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிமாற்றம் அல்லது விற்பனை:

ஒரு வணிகம் என்பது பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை பணமாகவோ அல்லது பிற பொருட்களாகவோ பரிமாறிக்கொள்வதை உள்ளடக்கியது. பரிமாற்றம்

இல்லாமல், அது ஒரு வணிக நடவடிக்கையாகக் கருதப்படாது.

5. ஆபத்து மற்றும் நிச்சயமற்ற தன்மை:

அனைத்து வணிகங்களும் சந்தை மாற்றங்கள், போட்டி மற்றும் பொருளாதார ஏற்ற இறக்கங்கள் போன்ற அபாயங்களை எதிர்கொள்கின்றன. தொழில்முனைவோர் இந்த அபாயங்களை நிர்வகிக்க வேண்டும்.

6. பரிவர்த்தனைகளில் தொடர்ச்சி:

வணிக நடவடிக்கைகள் ஒரு முறை மட்டுமே நடக்கும் நிகழ்வுகள் அல்ல. நீண்ட கால வெற்றிக்கு அவை வழக்கமான மற்றும் தொடர்ச்சியான பரிவர்த்தனைகளைக் கோருகின்றன.

7. வாடிக்கையாளர் திருப்தி:

வணிக வெற்றி என்பது வாடிக்கையாளர் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதைப் பொறுத்தது. திருப்தியடைந்த வாடிக்கையாளர்கள் மீண்டும் மீண்டும் வணிகம் மற்றும் வளர்ச்சிக்கு வழிவகுக்கும்.

8. இயக்க இயல்பு:

தொழில்நுட்பத்தில் ஏற்படும் முன்னேற்றங்கள், நுகர்வோர் விருப்பங்களில் ஏற்படும் மாற்றங்கள் மற்றும் அரசாங்க விதிமுறைகள் போன்ற சூழலில் ஏற்படும் மாற்றங்களுக்கு வணிகம் தகவமைத்துக் கொள்கிறது.

9. சட்ட செயல்பாடு:

வணிக நடவடிக்கைகள் நாட்டின் சட்டங்கள் மற்றும் விதிமுறைகளுக்கு இணங்க வேண்டும்.

10. பயன்பாட்டை உருவாக்குதல்:

வணிகங்கள் இது போன்ற பயன்பாடுகளை உருவாக்குகின்றன:

- படிவப் பயன்பாடு: மூலப்பொருட்களை முடிக்கப்பட்ட பொருட்களாக மாற்றுதல்.
- இடப் பயன்பாடு: பொருட்களை சரியான இடத்திற்கு கொண்டு செல்வது.

- நேரப் பயன்பாடு: எதிர்காலப் பயன்பாட்டிற்காகப் பொருட்களைச் சேமித்தல்.

வணிகத்தின் முக்கியத்துவம்

1. வேலைவாய்ப்பு உருவாக்கம்: உற்பத்தி, வர்த்தகம் மற்றும் சேவைகள் போன்ற பல்வேறு துறைகளில் தனிநபர்களுக்கு வேலைகளை உருவாக்குகிறது.
2. பொருளாதார வளர்ச்சி: வருவாய் மற்றும் வரிகளை உருவாக்குவதன் மூலம் பொருளாதாரத்தின் வளர்ச்சிக்கு பங்களிக்கிறது.
3. மேம்படுத்தப்பட்ட வாழ்க்கைத் தரநிலைகள்: மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை மேம்படுத்தும் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்குகிறது.
4. புதுமை: தொழில்நுட்ப முன்னேற்றங்கள் மற்றும் புதுமையான தீர்வுகளை இயக்குகிறது.
5. அந்நியச் செலாவணி வருவாய்: ஏற்றுமதி சார்ந்த வணிகங்கள் நாட்டிற்கு அந்நியச் செலாவணியை ஈட்டித் தருகின்றன.

விரிவான சுருக்கம்

Economic Activity	Done for earning money, not for personal satisfaction.
Profit Motive	Aims to generate profit for growth and sustainability.
Exchange of Goods	Involves buying and selling goods and services.
Risk and Uncertainty	Business involves handling unpredictable situations.
Continuity	Requires regular and consistent transactions.
Customer Satisfaction	Focus on fulfilling customer needs to ensure success.
Dynamic Nature	Adapts to changes in technology, market trends, and policies.
Legal Activity	Operates within the framework of laws and regulations.
Utility Creation	Adds value by creating form, place, and time utilities.

வணிகத்தின் முதன்மை நோக்கம் என்ன?

அலகு- II
சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் மனித வள மேலாண்மை

சந்தைப்படுத்தல்

சந்தைப்படுத்தல் அறிமுகம்

சந்தைப்படுத்தல் என்பது வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் லாபகரமாக பூர்த்தி செய்வதற்காக மதிப்பை அடையாளம் காணுதல், உருவாக்குதல், தொடர்பு கொள்ளுதல், வழங்குதல் மற்றும் பரிமாறிக் கொள்ளும் செயல்முறையாகும். இது தயாரிப்பு மேம்பாடு, விலை நிர்ணயம், பதவி உயர்வு மற்றும் விநியோக உத்திகளை உள்ளடக்கியது.

வரையறை:

பிலிப் கோட்லர் : "சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு சமூக மற்றும் நிர்வாக செயல்முறையாகும், இதன் மூலம் தனிநபர்களும் குழுக்களும் தங்களுக்குத் தேவையானதையும் விரும்புவதையும் மற்றவர்களுடன் தயாரிப்புகளையும் மதிப்பையும் உருவாக்கி பரிமாறிக்கொள்வதன் மூலம் பெறுகிறார்கள்."

சந்தைப்படுத்தலின் முக்கிய கருத்துக்கள்:

1. தேவைகள், விருப்பங்கள் மற்றும் கோரிக்கைகள்

தேவைகள் : அடிப்படை மனித தேவைகள் (உணவு, தங்குமிடம்).

தேவைகள் : கலாச்சாரம் மற்றும் தனிப்பட்ட ஆளுமையால் வடிவமைக்கப்பட்ட தேவைகளின் குறிப்பிட்ட வடிவங்கள்.

கோரிக்கைகள் : வாங்கும் சக்தியால் ஆதரிக்கப்படும் கோரிக்கைகள்.

2. தயாரிப்பு அல்லது சலுகை

ஒரு தயாரிப்பு என்பது ஒரு தேவை அல்லது விருப்பத்தை பூர்த்தி செய்ய வழங்கக்கூடிய எதையும் குறிக்கிறது. இதில் பொருட்கள், சேவைகள், அனுபவங்கள், மக்கள், இடங்கள், நிறுவனங்கள் போன்றவை அடங்கும்.

3. மதிப்பு மற்றும் திருப்தி

மதிப்பு : ஒரு பொருளின் விலையுடன் ஒப்பிடும்போது அதன் மூலம் பெறப்படும் உணரப்பட்ட நன்மை.

வாடிக்கையாளர் திருப்தி : வாடிக்கையாளர் எதிர்பார்ப்புகளை நிறைவேற்றுவதல்.

4. பரிமாற்றம், பரிவர்த்தனைகள் மற்றும் உறவுகள்

பரிமாற்றம்: ஏதாவது ஒன்றைப் பிரதிபலனாக வழங்கி ஒரு பொருளைப் பெறும் செயல்.

பரிவர்த்தனை: இரு தரப்பினருக்கும் இடையிலான வர்த்தகம்.

உறவு: வாடிக்கையாளர்களுடன் நீண்டகால நம்பிக்கை மற்றும் விசுவாசத்தை உருவாக்குதல்.

5. சந்தைகள்

ஒரு சந்தை என்பது ஒரு தேவையையோ விருப்பத்தையோ பகிர்ந்து கொள்ளும், மதிப்பை பரிமாறிக்கொள்ள விரும்பும் அனைத்து சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களையும் குறிக்கிறது.

சந்தைப்படுத்தல் கருத்துகளின் பரிணாமம்

1. உற்பத்தி கருத்து

வெகுஜன உற்பத்தி மற்றும் செயல்திறனில் கவனம் செலுத்துங்கள்.

அனுமானம்: "நுகர்வோர் பரவலாகக் கிடைக்கும் மற்றும் மலிவு விலையில் கிடைக்கும் பொருட்களை விரும்புகிறார்கள்."

உதாரணம்: ஃபோர்டு மாடல் டி (அசெம்பிளி லைன் உற்பத்தி).

2. தயாரிப்பு கருத்து

தயாரிப்பு தரம், அம்சங்கள் மற்றும் செயல்திறன் ஆகியவற்றில் கவனம் செலுத்துங்கள்.

அனுமானம்: "நுகர்வோர் உயர்ந்த தயாரிப்புகளை விரும்புகிறார்கள்."

சந்தைப்படுத்தல் கிட்டப்பார்வைக்கு (வாடிக்கையாளர் தேவைகளைப் புறக்கணித்தல்) வழிவகுக்கிறது .

3. விற்பனை கருத்து

தயாரிப்புகளை ஊக்குவிக்க தீவிரமான விற்பனை மற்றும் விளம்பரங்களில் கவனம் செலுத்துங்கள்.

அனுமானம்: "கடுமையான விற்பனை முயற்சிகள் இல்லாமல் நுகர்வோர் போதுமான அளவு வாங்க மாட்டார்கள்."

4. சந்தைப்படுத்தல் கருத்து

வாடிக்கையாளர் தேவைகளைப் புரிந்துகொண்டு லாபகரமாகப் பூர்த்தி செய்வதில் கவனம் செலுத்துங்கள்.

வாடிக்கையாளர் மைய அணுகுமுறை : இலக்கு சந்தைகளை அடையாளம் காணுதல், தேவைகளை பகுப்பாய்வு செய்தல் மற்றும் மதிப்பை வழங்குதல்.

முக்கிய கொள்கை: "வாடிக்கையாளர் ராஜா."

5. சமூக சந்தைப்படுத்தல் கருத்து

சமூகத்தின் நல்வாழ்வைப் பாதுகாக்கும் அதே வேளையில் வாடிக்கையாளர் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்வதில் கவனம் செலுத்துங்கள்.

உதாரணம்: சுற்றுச்சூழலுக்கு உகந்த பொருட்கள், CSR முயற்சிகள்.

6. முழுமையான சந்தைப்படுத்தல் கருத்து

அனைத்து சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகளின் ஒன்றோடொன்று இணைந்திருத்தல் மற்றும் சீரமைப்பை வலியுறுத்துகிறது.

நான்கு கூறுகள்:

- உறவு சந்தைப்படுத்தல் : வலுவான வாடிக்கையாளர் உறவுகளை உருவாக்குதல்.
- ஒருங்கிணைந்த சந்தைப்படுத்தல் : பல்வேறு சேனல்களில் நிலையான தொடர்பு.
- உள் சந்தைப்படுத்தல் : சிறந்த வாடிக்கையாளர் சேவைக்காக ஊழியர்களை மேம்படுத்துதல்.
- செயல்திறன் சந்தைப்படுத்தல் : முடிவுகள் மற்றும் தாக்கத்தை அளவிடுதல்.

சந்தைப்படுத்தல் வகைகள்

1. பாரம்பரிய சந்தைப்படுத்தல் :

இயற்பியல் விளம்பரங்கள் (அச்சு, வானொலி, தொலைக்காட்சி) அடங்கும்.

அலகு III வங்கி, காப்பீடு, நிதிச் சந்தைகள் மற்றும் தணிக்கை

இந்திய வங்கி முறை கண்ணோட்டம்

இந்திய வங்கி முறை இரட்டை கட்டமைக்கப்பட்ட வங்கி முறையாகும். இதில் பின்வருவன அடங்கும்:

1. ஒழுங்குமுறை ஆணையம்: இந்திய ரிசர்வ் வங்கி (RBI).
2. வங்கிகளின் வகைகள்:

திட்டமிடப்பட்ட வங்கிகள்

பட்டியலிடப்படாத வங்கிகள்

திட்டமிடப்பட்ட வங்கிகள் 1934 ஆம் ஆண்டு ரிசர்வ் வங்கிச் சட்டத்தின் இரண்டாவது அட்டவணையில் சேர்க்கப்பட்டுள்ளன, மேலும் அவை ரிசர்வ் வங்கியின் விதிமுறைகளுக்கு இணங்குகின்றன. திட்டமிடப்படாத வங்கிகள் இந்த அட்டவணையின் கீழ் வராது, ஆனால் இன்னும் ரிசர்வ் வங்கியின் விதிமுறைகளின் கீழ் செயல்படுகின்றன.

இந்தியாவில் வங்கி அமைப்பு

இந்தியாவில் வங்கி அமைப்பைப் பல்வேறு பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம்:

இந்திய ரிசர்வ் வங்கி (RBI)

1935 ஆம் ஆண்டு நிறுவப்பட்ட ரிசர்வ் வங்கி, இந்தியாவின் மத்திய வங்கியாகும், மேலும் இந்திய நிதி அமைப்பை ஒழுங்குபடுத்துவதிலும் மேற்பார்வையிடுவதிலும் முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது.

ரிசர்வ் வங்கியின் செயல்பாடுகள்:

1. நாணய ஆணையம்:

பணவீக்கம், பண விநியோகம் மற்றும் வட்டி விகிதங்களைக் கட்டுப்படுத்த பணவியல் கொள்கையை உருவாக்கி செயல்படுத்துகிறது.

2. நாணயத்தை வழங்குபவர்:

நாணயத்தாள்களை வெளியிடுகிறது மற்றும் பொருளாதாரத்தில் பணப்புழக்கத்தை நிர்வகிக்கிறது.

ஒரு ரூபாய் நோட்டுகளைத் தவிர , மற்ற எல்லாவற்றிலும் ரிசர்வ் வங்கி மட்டுமே நாணயத்தை வெளியிடுகிறது.

3. வணிக வங்கிகளின் ஒழுங்குமுறை:

வங்கிகளை ஒழுங்குபடுத்தி மேற்பார்வையிடுகிறது, நிதி ஸ்திரத்தன்மை மற்றும் நல்ல வங்கி நடைமுறைகளை உறுதி செய்கிறது.

4. அரசாங்கத்தின் வங்கியாளர் மற்றும் பொதுக் கடன் மேலாளர்:

அரசாங்கத்திற்கு வங்கியாளராகச் செயல்பட்டு அரசாங்கத்தின் கணக்குகள் மற்றும் கடன்களை நிர்வகிக்கிறார்.

5. அந்நியச் செலாவணி மேலாண்மை:

இந்தியாவின் அந்நிய செலாவணி இருப்புக்களை நிர்வகிக்கிறது மற்றும் FEMA சட்டத்தின் மூலம் நாணய நிலைத்தன்மையை உறுதி செய்கிறது .

6. வளர்ச்சிப் பங்கு:

வங்கியில் நிதி உள்ளடக்கம் மற்றும் புதுமைகளை ஊக்குவிக்கிறது.

7. கடைசி ரிசார்ட்டின் கடன் வழங்குபவர்:

நெருக்கடிகளின் போது வங்கிகளுக்கு அவசர நிதி உதவி வழங்குகிறது.

பொதுத்துறை வங்கிகள் (PSBs)

வரையறை: இந்திய அரசு பெரும்பான்மை பங்குகளை (50% க்கும் அதிகமாக) வைத்திருக்கும் வங்கிகள்.

எடுத்துக்காட்டுகள்:

பாரத ஸ்டேட் வங்கி (SBI)

பஞ்சாப் நேஷனல் வங்கி (PNB)

பாங்க் ஆஃப் பரோடா (BOB)

அம்சங்கள்:

விரிவான கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புற இருப்பு.

சமூக நலத்திட்டங்கள் மற்றும் அரசு திட்டங்களில் கவனம் செலுத்துங்கள்.

அரசாங்க உரிமையின் காரணமாக நிலைத்தன்மை மற்றும் நம்பிக்கை.

முக்கியத்துவம்:

நிதி உள்ளடக்கத்தின் முக்கிய இயக்கிகள்.

ஜன் தன் யோஜனா மற்றும் பிரதம மந்திரி முத்ரா கடன்கள் (PMMY) போன்ற அரசு திட்டங்களை செயல்படுத்துதல் .

தனியார் துறை வங்கிகள்

வரையறை: தனியார் தனிநபர்கள் அல்லது நிறுவனங்களுக்குச் சொந்தமான மற்றும் நிர்வகிக்கப்படும் வங்கிகள்.

எடுத்துக்காட்டுகள்:

HDFC வங்கி

ஐசிஐசிஐ வங்கி

ஆக்சிஸ் வங்கி

கோடக் மஹிந்திரா வங்கி

அம்சங்கள்:

தொழில்நுட்பம் சார்ந்த சேவைகள்.

வாடிக்கையாளர் மைய அணுகுமுறை.

லாபம் சார்ந்த வணிக மாதிரி.

முக்கியத்துவம்:

- வங்கித் துறையில் செயல்திறன், புதுமை மற்றும் போட்டியை ஊக்குவித்தல்.
- இணைய வங்கி, மொபைல் வங்கி போன்ற நவீன வங்கி வசதிகளை வழங்குதல்.

வெளிநாட்டு வங்கிகள்

வரையறை: இந்தியாவிற்கு வெளியே தலைமையகத்தைக் கொண்ட ஆனால் நாட்டிற்குள் கிளைகளை இயக்கும் வங்கிகள்.

எடுத்துக்காட்டுகள்:

எச்எஸ்பிசி

சிட்டி வங்கி

ஸ்டேண்டர்ட் கார்சர்ட் வங்கி

அம்சங்கள்:

சர்வதேச வணிகங்கள் மற்றும் அதிக நிகர மதிப்புள்ள வாடிக்கையாளர்களைப் பூர்த்தி செய்யுங்கள்.

மேம்பட்ட தொழில்நுட்பம் மற்றும் நிதி சேவைகள்.

முக்கியத்துவம்:

- சர்வதேச நிதி ஒருங்கிணைப்பை மேம்படுத்துதல்.
- வர்த்தக நிதி மற்றும் அந்நிய செலாவணி மேலாண்மையில் நிபுணத்துவத்தை வழங்குதல் .

பிராந்திய கிராமப்புற வங்கிகள் (RRBகள்)

வரையறை: RRBகள் என்பவை கிராமப்புற மேம்பாடு மற்றும் விவசாயத்தில் கவனம் செலுத்தும் பிராந்திய அளவிலான வங்கிகள் ஆகும். அவை இந்திய அரசு, மாநில அரசு மற்றும் ஸ்பான்சர் வங்கிகளால் கூட்டாகச் சொந்தமானவை .

எடுத்துக்காட்டுகள்:

ஆர்யவர்ட் வங்கி

பிரதம வங்கி

அம்சங்கள்:

கிராமப்புற மற்றும் அரை நகர்ப்புற பகுதிகளுக்கு கடன் மற்றும் வங்கி சேவைகளை வழங்குதல்.

விவசாய நிதி மற்றும் சிறு தொழில்களை ஊக்குவிக்கவும்.

முக்கியத்துவம்:

- கிராமப்புற மக்களுக்கான நிதி உள்ளடக்கம்.
- விவசாயிகள், கைவினைஞர்கள் மற்றும் சிறு வணிகங்களுக்கு ஆதரவு.

நகர்ப்புற கூட்டுறவு வங்கிகள் (UCBகள்)

வரையறை: நகர்ப்புற மற்றும் அரை நகர்ப்புற பகுதிகளில் செயல்படும் கூட்டுறவு வங்கிகள்.

அம்சங்கள்: