

அலகு – 7 வியாபாரம்

அத்தியாயம்

23

வழங்கல் வழிகள்

ஒன்பொருள் காழ்ப்ப இயற்றியார்க்கு எண் பொருள்

ஏனை இரண்டும் ஒழுங்கு

– குறள் 760



கற்றல் நோக்கங்கள்

இந்த அத்தியாயத்தைக் கற்றபின் மாணவர்கள்

1. வழங்கல் வழிகள் – பொருள் மற்றும் வகைகள்
 2. பல்வேறு வகை வணிக இடைநிலையர்கள்
 3. மொத்த வியாபாரிகளின் பண்புநலன்கள் மற்றும் சேவைகள்
 4. சில்லறை வியாபாரிகள் பண்பு நலன்கள் மற்றும் சேவைகள்
 5. மொத்த வியாபாரி மற்றும் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கிடையே உள்ள வேறுபாடுகள்
- ஆகியவற்றை அறிந்து கொள்ள இயலும்.

அறிமுகம்

பொருட்களைப் பெருமளவில் உற்பத்தி செய்யும் உற்பத்தியாளர்கள் அப்பொருள்கள் நுகர்வோரைச் செவ்வனே சென்றடைய உரிய வழிகளைத் தேர்வு செய்கின்றனர். உற்பத்தி செய்த பொருள் இறுதிநிலை நுகர்வோரால் வாங்கிப் பயன்படுத்தும் போது தான் உற்பத்திப்பெய்யப்பட்ட பொருள் பணமாக மாறுகிறது. சிக்கனமான செலவில் பொருள்களை அளித்திடவும், பெருமளவிலான வாடிக்கையருக்கு பொருட்களை வழங்கிடவும், வாடிக்கையர்களை தக்க வைத்துக் கொள்வதற்கும் பொருட்களை வழங்குவதற்கான

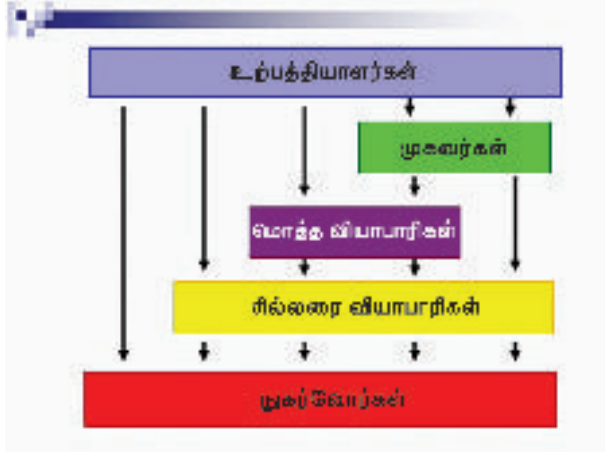
சிறந்த வழியினையோ, அல்லது பல்வேறு வழங்கல் வழிகளை ஒன்றிணைத்து சிறந்த வழங்கல் வழியினைத் தேர்வு செய்கிறார்.

23.01 வழங்கல் வழி – பொருள்

வழங்கல் வழி என்பது உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருள் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோரைச் சென்றடைய உதவும் பாதை ஆகும். இடைநிலையர்கள் இன்றி பொருட்களை நேரடியாக விநியோகித்தால் அது நேரடி வழங்கல் வழியாகும். வழங்கல் வழியில் ஒன்று அல்லது அதற்கு மேற்பட்ட இடைநிலையர்கள் விநியோகப் பணிகளைச் செய்தால் மறைமுக வழங்கல் வழியாகும். கோடிக்கணக்கான நுகர்வோரைப் பொருட்கள் சென்றடைய இடைநிலையர்கள் உதவுகின்றனர். வழங்கல் வழி மூலமாக உள்நாடு மற்றும் வெளிநாடுகளில் வாழும் நுகர்வோர்களிடம் பொருட்கள் சென்றடைகிறது. தொழிற்சாலைப்பொருட்கள், நுகர்வுப்பொருட்கள், அழகும் தன்மையுடைய பொருள்கள் மற்றும் நீண்ட காலம் பயன்படுத்தும் பொருட்கள் என அனைத்து வகையான பொருட்களையும் தேவைப்படும் அளவுகளில் தேவைப்படும் நேரத்தில் நுகர்வோரிடம் கொண்டு சேர்க்கிறது. பொருட்களைப் போலவே சேவைகளையும் விநியோகிக்கிறது.

வழங்கல் வழி – வரைவிலக்கணம்

E.W. கண்டிஃ மற்றும் ஸ்டீல் ஆகியோரது கூற்றுப்படி "உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோரின் பயன்பாட்டிற்கெனப் பொருட்களை நேரடியாகவோ,



மறைமுகமாகவோ அனுப்புவதில் ஈடுபட்டுள்ள அனைத்துமே வழங்கல் வழி ஆகும்

அமெரிக்கச் சந்தையியல் ஆய்வுக் கழகக் கூற்றின் படி "ஒருங்கிணைந்த வணிக அமைப்பு மற்றும் பிற வணிக முகவர்கள் வணிகப் பொருட்களையோ, உற்பத்திப்பொருட்களையோ, சேவைகளையோ மொத்தமாகவும், சில்லறையாகவும் சந்தையிடும் நோக்கோடு மேற்கொள்ளும் எல்லாக் கூட்டமைப்புகளும் வழங்கல் வழி எனப்பெயர் பெறும்

23.02 வழங்கல் வழிகளின் வகைகள்

1. இடைநிலையர் அடிப்படையாகக் கொண்ட வழங்கல் வழிகள்
2. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் வகைகள் அடிப்படையிலான வழங்கல் வழிகள்
3. உள்நாட்டு மற்றும் பன்னாட்டுச் சந்தை அடிப்படையிலான வழங்கல் வழிகள்

I. இடைநிலையர் அடிப்படையிலான வழங்கல் வழிகள்

அ. நேரடி வழங்கல் வழிகள்

1. இடைநிலையர்கள் இன்றி

ஒரு உற்பத்தியாளர் தனது நிறுவனத்தின் மூலமாகவோ, தனது கிளைகள் மூலமாகவோ, அல்லது தனது விற்பனைக் குழு மூலமாகவோ தனது உற்பத்திப் பொருட்களை விநியோகிக்கும் முயற்சியை மேற்கொள்ளுதல் ஆகும். உற்பத்தி செய்த பொருள்களை விநியோகிப்பது முதல் பின்னூட்ட முடிவுகளை சேகரிப்பது வரை அனைத்தையும் உற்பத்தியாளர்கள் தங்கள் கட்டுப்பாட்டில் வைத்திருப்பார்கள். சில உற்பத்தியாளர்கள் தங்களின் உற்பத்திப் பொருள்களை நேரடியாக நுகர்வோரின் வீட்டிற்கே சென்று விற்கின்றனர்.



2. அஞ்சல் வழி வணிகம் அல்லது தொலைபேசி வழி வணிகம்

அஞ்சல் வழி மூலமாகவோ, கைபேசி வாயிலாகவோ வாடிக்கையரிடமிருந்து ஆணைகளைப் பெற்று அவர்களுக்குப் பொருட்களை அனுப்பி வைக்கின்றனர். தேவைப்படும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு விலைப்பட்டியல் அனுப்பி, ஆணைகளைப் பெற்று, பொருட்களை அனுப்பி வைக்கின்றனர்.

3. மின்னணு வணிகம்

சில உற்பத்தியாளர்கள் தங்களின் உற்பத்திப் பொருட்களுக்கு இணையம் மூலமாக வலைதளங்களை உருவாக்கி அதன் மூலம் ஆணைகளைப் பெற்றுத் தங்களின் பண்டகச் சாலைகளில் இருந்து இடைநிலையர் உதவியின்றி நேரடியாக அனுப்பி வைக்கின்றனர்.

4. நேரடி விற்பனை அல்லது பல்முனை வணிகம்

சில தயாரிப்பாளர்கள் நாடெங்கும் தனது கிளைகளை நிறுவி அதன் மூலம் வாடிக்கையாளர்களை உருவாக்குகின்றனர். பல்வேறு கழிவுகளை வழங்கி அவர்கள் மூலமாகப் புதிய வாடிக்கையர்களை ஈர்த்து அவர்களுக்குத் தங்கள் கிளைகள் மூலம் நேரடியாகப் பொருட்களை விற்கின்றனர்

ஆ. மறைமுக வழங்கல் வழிகள்

1. ஒப்பந்த விநியோகிப்பாளர் அல்லது ஒப்பந்த தளவாடங்கள்

பேரளவு உற்பத்தியாளர்கள் தங்களது முழு கவனத்தையும் உற்பத்தியில் செலுத்தும் பொருட்டு பண்டக்காப்பிடல், போக்குவரத்து செய்தல், பகிர்நதளித்தல் போன்றவற்றை வெளிப்பணி மாற்ற முறையில் ஒப்பந்த அடிப்படையில் ஒப்படைத்து விடுகின்றனர். ஒப்பந்ததாரர்கள் ஆணைகளைப்

பெறுவது பொருட்களை அனுப்பி வைப்பது, பணம் பெறுவது ஆகியவற்றைக் கழிவு அடிப்படையில் செய்து கொடுத்து விடுகிறார்கள்

2. உற்பத்தியாளர் – மதிப்பு கூட்டப்பட்ட மீள் விற்பனையாளர்

இவ்வகை மீள் விற்பனையாளர்கள் உற்பத்தி செய்யப்பட்ட பொருட்களை உற்பத்தியாளர்களிடம் பெற்று நுகர்வோருக்கு முழுதிருப்தி அளிக்கும் வண்ணம் பல்வேறு மதிப்பு கூட்டப்படும் பணிகளைச் செய்து அவற்றை வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்கின்றனர். மைக் ரோ சாப்ட் நிறுவனம் தனது மீள் விற்பனையாளராக அவெண்ட் அண்ட் ரெடிங்டன் நிறுவனத்தை அமர்த்தியுள்ளது. இவ்வகை மீள் விற்பனையாளர்கள் அப்பொருளுக்கு மிக உயர்ந்த தொழில் நுட்ப ஆதரவினை வழங்குகின்றனர். ஒரு சூரிய ஒளி மின்சாரச் சாதனம் உற்பத்தியாளர் தனது மீள் விற்பனையாளராகக் கட்டுமான நிறுவனங்களை அமர்த்திக்கொண்டால் அந்நிறுவனங்கள் அடுக்குமாடி குடியிருப்பை வாங்குபவர்களுக்கு இச்சாதனங்களை விற்பனை செய்வதில் உதவி செய்வார்கள்.

3. உற்பத்தியாளர் – வழங்கல் வழிக் கூட்டாளி – நுகர்வோர்

உற்பத்தியாளருக்கும் வழங்கல் வழிக் கூட்டாளிக்கும் இடையில் ஓர் ஒப்பந்தம் செய்யப்பட்டு, அதனடிப்படையில் உற்பத்தியாளர் வழங்கல் வழிக் கூட்டாளியின் தொழில் நுட்பப் பணியாளர்களுக்குப் பயிற்சி அளித்து வழங்கல் வழிக் கூட்டாளி விநியோகிக்கும் தனது பொருள் மற்றும் சேவைகளுக்கு சான்றளிக்கிறார். இவர்கள் இருவரும் ஒருங்கிணைந்து குறிக்கோளை எட்ட முயற்சிப்பதற்காக அமெரிக்கக் கணினித் தொழில் நுட்ப நிறுவனமான டெல் இந்தியாவில் இன்கிரேம் ஐரிஷ், ரெடிங்டன், நியோர்ட்ரிக், எச்.சி.எல் ஆகிய நிறுவனங்கள் வழங்கல் வழிக் கூட்டாளிகளாக ஒப்பந்தம் செய்து செயல்பட்டு வருகிறது. S1, VAR, Consultatnts, MSPS, 1svs ஆகியோரும் வழங்கல் வழிக் கூட்டாளி என அழைக்கப்படுகிறார்கள்.

4. உற்பத்தியாளர் – தனி உரிமை முகமை நுகர்வோர்

உற்பத்தியாளர் இவ்வழங்கல் வழியின் மூலம் பொருட்களை உள்நாட்டிலும், வெளிநாடுகளிலும் விநியோகிக்கிறார். (இது குறித்துத் தனி உரிமை முகமை அத்தியாயத்தில் விரிவாகக் காணலாம்)

5. உற்பத்தியாளர் – சில்லறை வியாபாரி – நுகர்வோர்

பொருட்களைப் பண்டக்காப்பு செய்தல், இருப்பு வைத்தல், போக்குவரத்து செய்தல், விநியோகம் செய்தல் ஆகிய பணிகளைத் தானே செய்து பொருட்களை நுகர்வோருக்கு விற்பதற்காகச் சில்லறை வணிகர்கள் அடங்கிய வலையமைப்பினை உருவாக்குகின்றனர். தனித்துவ அடையாளக் குறியீடு உள்ள பொருட்கள் மற்றும் சந்தையில் ஏற்கனவே அறிமுகப்படுத்தப்பட்டுப் பிரபலமான பொருட்கள் ஆகியவை இம்முறை மூலம் விநியோகிக்கப்படுகிறது

6. உற்பத்தியாளர் – மொத்த வியாபாரிகள் – சில்லறை வியாபாரிகள் – நுகர்வோர்

உற்பத்தியாளர்கள் பொருட்களை உற்பத்தி செய்ததும் உடனே மொத்த வியாபாரிகளுக்கு விற்பனை செய்கின்றனர். மொத்த வியாபாரிகள் பொருட்களை இருப்பு வைத்தல், பண்டக்காப்பு செய்தல், போக்குவரத்து செய்தல், விநியோகம் செய்தல் ஆகிய பணிகளை மேற்கொள்கின்றனர். மொத்த வியாபாரிகள் பல்வேறு உற்பத்தியாளர்களின் உற்பத்திப் பொருட்களை ஒன்று திரட்டிச் சிறிய அளவுகளில், தேவைக்கேற்ப சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு விற்கின்றனர். சில்லறை வியாபாரிகள் இறுதிநிலையில் உள்ள நுகர்வோருக்கு விற்கின்றனர்

7. உற்பத்தியாளர்கள் – முகவர்கள் – மொத்தவியாபாரிகள் – சில்லறை வியாபாரிகள் – நுகர்வோர்கள்

மேற்கூறிய வழங்கல் வழியில் கூடுதலாக உற்பத்தியாளருக்கும் மொத்த வியாபாரிகளுக்கும் இடையில் முகவர்கள் அமர்த்தப்படுகிறார்கள். முகவர்கள் விவசாய உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் மீன்மீட்டி படகு உரிமையாளர்களிடம் இருந்து விவசாய பொருட்கள் மற்றும் மீன்கள் போன்றவற்றை வாங்கி அவற்றை ஒன்று திரட்டி, மொத்த வியாபாரியிடம் இருந்து ஆணைகளைப் பெற்று அவற்றை அனுப்பி வைக்கின்றனர். முகவர்கள் தங்கள் செய்யும் வியாபாரத்தின் அளவுக்கு ஏற்பக் கழிவுத்தொகை பெறுகின்றனர்.

8. உற்பத்தியாளர் – அங்கிகரிக்கப்பட்ட வியாபாரிகள் – நுகர்வோர்

நுகர்வோரிடம் உள்ள தொடர்பினைச் சிறந்த முறையில் பராமரிக்கும் பொருட்டு உற்பத்தியாளர் அங்கீகரிக்கப்பட்ட வியாபாரிகளை (Authorised Dealer) அமர்த்தித் தங்களின் உற்பத்திப் பொருள்களை



முழுவதையும் இவர்கள் மூலமே விநியோகம் செய்கின்றனர். இவ்வகை டீலர்கள் தங்களை அமர்த்திய உற்பத்தியாளரின் உற்பத்திப் பொருளை மட்டுமே, உற்பத்தியாளரின் வணிகக் குறிகளைப் பயன்படுத்திச் சிறு சிறு அளவுகளில் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு விற்கின்றனர். இயந்திரங்களை விற்பனை செய்வதுடன் அதனை நிறுவுதல் போன்ற சேவைகளைச் செய்து தருகின்றனர். பந்தயக் கார்கள் போன்றவை இவ்விதம் விற்பனை செய்யப்படுகிறது.

II. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் அடிப்படையிலான வழங்கல் வழிகள்

அ. நுகர்வோர் பொருட்களுக்கான வழங்கல் வழிகள்

மளிகைப் பொருட்கள், ஆடை வகைகள் போன்ற நுகர்வோர் பொருட்களை வாங்குவது அடிக்கடி நடைபெறுகிறது. இவைகள் தொடர்ச்சியாக பயன்படுத்தக்கூடியவை. ஆனால் குளிர் சாதனப்பெட்டி, தொலைக்காட்சி, எல்.இடி. விளக்குகள், மின்விசிறி, மடிக்கணினி போன்றவை நீடித்துழைக்கும்

B 2 B மற்றும் B 2 C

மொத்த வியாபாரிகளுக்கும் உற்பத்தியாளர்களுக்கும் இடையேயான, மொத்த வியாபாரிகளுக்கும் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கும் இடையேயான வாங்குதல் மற்றும் விற்பனை வியாபாரங்கள் B 2 B நடவடிக்கைகள் எனப்படும். ஒரு புறம் உற்பத்தியாளர்கள் மொத்த வியாபாரிகள் மற்றும் சில்லறை வியாபாரிகள், மறுபுறம் நுகர்வோர் இவர்களுக்கு இடையிலான வணிக நடவடிக்கைகள் B 2 C எனப்படும்.

பொருட்கள் ஆகும். ஒரு முறை வாங்கிய பின் நீடித்து உழைப்பதால் மீண்டும் அவை பல ஆண்டுகளுக்குப் பிறகே வாங்கப்படும். அவற்றிற்கு நிறுவுதல், சேவைகள், உதிரிப்பாகங்கள், ஆகியவை தேவைப்படும். ஒரு நகரத்தில் விரைந்து தீர்ந்து விடும். நுகர்வோர் பொருட்களுக்கான சில்லறை விற்பனை நிலையங்கள், நீடித்து உழைக்கும் பொருட்களை

விற்கும் சில்லறை விற்பனை நிலையங்களைவிட எண்ணிக்கையில் அதிகமாக இருக்க வேண்டும். ஆனால் இவை இரண்டுக்குமான வழங்கல் வழிகள் ஒரே அளவில் உள்ளன.

ஆ. தொழிற்சாலைப் பொருள்களுக்கான வழங்கல் வழிகள்

தொழில்துறை இயந்திரங்கள் மற்றும் சாதனங்கள் ஆகியவற்றை விநியோகம் செய்யக் குறைந்த எண்ணிக்கையான வழங்கல் வழிகளே போதுமானது. ஏனெனில் இவ்வகைப் பொருட்களை வாங்கிப் பயன்படுத்துபவர் குறைந்த எண்ணிக்கையினரே. உற்பத்தியாளர் அல்லது விநியோகிப்பாளரிடம் இயக்குதல், பராமரித்தல் போன்றவற்றில் தொழில் நுட்ப உதவிகள் தேவைப்படுகிறது. உற்பத்தியாளர் தனது விற்பனையாளர் மூலமோ அல்லது தனது அங்கீகரிக்கப்பட்ட வியாபாரி மூலமோ இயந்திரச் சாதனங்களை விற்பனை செய்கிறார். துல்லிய நுண்ணோக்கி இயந்திரங்கள் இவ்வகையிலேயே விற்கப்படுகின்றன.

இ. சேவைகளுக்கான வழங்கல் வழிகள்

சேவைகளை இருப்பு வைக்க இயலாது. உருவங்கி நடவடிக்கை அல்லது செல்லிடப்பேசி இணைப்பு ஆகியவை குறிப்பிட்ட நுகர்வோருக்குக் குறித்த நேரத்தில் உருவாக்கப்பட்டு வழங்கப்படுகிறது. பெரும்பாலும் நேரடி வழங்கல் வழி மூலம் உற்பத்தியாளர் தனது கிளைகள் மூலம் சேவைகள் நல்குகிறார். தகவல் தொழில் நுட்ப நிறுவனங்கள் தங்களின் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அவர்கள் தேவைக்கேற்ற மென் பொருளை உருவாக்கி வழங்குகின்றன. காப்பீட்டு நிறுவனங்கள் தனது கிளைகள் மூலம் முகவர்களை அமர்த்தி வாடிக்கையருக்கு காப்பீட்டுத் திட்டங்களை வழங்குகின்றன. சேவைகள் சந்தைப்படுத்துதலில் உற்பத்தியாளரின் வலைதளம் வாடிக்கையாளருடன் தொடர்பினை ஏற்படுத்த உதவுகிறது.

iii. உள்நாட்டு மற்றும் பன்னாட்டுச் சந்தை அடிப்படையிலான வழங்கல் வழி

உள்நாட்டு அல்லது பன்னாட்டு அளவில் செயல்படும் இடைநிலையர்கள் குறித்து பின்வரும் பத்திகளில் விளக்கமாகக் காணலாம். பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளுக்கான பன்னாட்டு விநியோகம் இரு அமைப்புகளை உள்ளடக்கியது. அவை உள்நாட்டு விநியோக அமைப்பு, வெளிநாட்டு விநியோக அமைப்பு ஆகும். வெளிநாட்டு வர்த்தகங்கள், ஏற்றுமதி வணிகர்கள், ஏற்றுமதி

வணிக நிறுவனங்கள் (Export Trading Houses), ஏற்றுமதி முகவர்கள், மாநில வணிக அமைப்புகள் (State Trading Organisations), இணை வினைகள், உரிமங்கள், ப்ரான்சைசிங் ஆகியோர் இடைநிலையர் பணிகளைச் செய்கின்றனர்.

23.03 வழங்கல் வழியைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகள்

பொருட்களின் விநியோகிக்க ஏற்ற வழங்கல் வழிகளைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகள் பின் வருமாறு

1. பொருட்களின் தன்மைகள்

பருவகால உற்பத்திப் பொருட்களைக் குறுகிய வழங்கல் வழி மூலமே விநியோகிக்க முடியும். நுகர்வோரின் தேவைக்கேற்ப தயாரிக்கப்படும் மலிவான பொருட்கள் நேரடியாக நுகர்வோருக்கு அளிக்கப்படுகிறது. தரமான பொருட்கள் இடைநிலையர் மூலமாகவே விநியோகிக்கப்பட வேண்டும். வாகனங்களைப் (டிரக் (Truck)) பயன்படுத்திக் குறுகிய வழங்கல் வழி மூலம் வழங்கப்படுகிறது. பூக்கள், பால் முதலிய விரைவில் அழியும் தன்மையுடைய பொருட்களின் ஆயுள் மிகவும் குறைவு, ஆதலால் அவை விரைவாக நுகர்வோரைச் சென்றடைய வேண்டும். குளிர்சாதனப் பெட்டி, துணிதுவைக்கும் இயந்திரம் போன்றதொழில் நுட்பப் பொருட்களுக்கு விற்பனைக்கு முன்னும், பின்னும் தொழில் நுட்ப ஆலோசனைகள் தேவைப்படுவதால் அவை உற்பத்தியாளரால் நேரடியாகவோ அல்லது குறைந்த பட்ச இடைநிலையர் வாயிலாகவோ விநியோகிக்கப்பட வேண்டும்.

2. சந்தையின் தன்மைகள்

பொருட்களுக்கான சந்தையின் அளவு வழங்கல் வழியைத் தீர்மானிக்கிறது. பொருட்கள் அதிகமான புவியியல் பரப்பில் விநியோகிக்கப்பட்டால் அதிக எண்ணிக்கையிலான இடைநிலையர் வேண்டும். குறைந்த பரப்பளவில் மட்டுமே விநியோகிக்கப்பட்டால் இடைநிலையரின்றி நேரடியாகவே விநியோகிக்கலாம்.

3. நுகர்வோர் எண்ணிக்கை

சில வாடிக்கையாளர்களால் மட்டும் பெருமளவு பொருட்கள் வாங்கப்படுமானால் மையப்படுத்தப்பட்ட விநியோக அமைப்பே போதுமானது. பெருமளவு நுகர்வோரால் குறைந்த அளவுப் பொருட்கள் மட்டுமே வாங்கப்படுமானால் அதிக எண்ணிக்கையிலான இடைநிலையர் தேவைப்படுவர்.

4. இடைநிலையர் காரணி

அனுபவமுள்ள மற்றும் அதிக அளவில் பொருட்களை விற்கும் திறமையுடைய இடைநிலையர் மட்டுமே உற்பத்தியாளரால் விரும்பப்படுவர். இடைநிலையர் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும் போது பொருட்களின் அடக்க விலையும் அதிகரித்து விடும். எனவே குறைந்த எண்ணிக்கையிலான இடைநிலையர்கள் மட்டுமே பொருட்களை விநியோகிக்கப் பயன்படுத்த வேண்டும். விநியோகச் செலவைக் குறைப்பதன் மூலம் விற்பனை விலையைக் குறைக்கின்ற போட்டியாளரே அதிக எண்ணிக்கையிலான பொருட்களை விற்க இயலும். இடைநிலையர் எண்ணிக்கை அதிகரிக்கும் போது உற்பத்தியாளருக்கு அதிகப் பிரச்சனைகளை உருவாக்கி விடும். குறைந்த எண்ணிக்கையிலான இடைநிலையராலேயே தரமான நுகர்வோர் சேவையை வழங்க முடியும். சில பகுதிகளில் இடைநிலையர்களின் பற்றாக்குறை நிலவுகிறது. மற்றச் சில இடங்களில் உற்பத்தியாளரின் கொள்கைகள் இடைநிலையரால் ஏற்றுக் கொள்ளப்படுவதில்லை.

5. தயாரிப்பாளரின் திறன்

நிதிவளம் நிறைந்த உற்பத்தியாளர் உயர் தொழில் நுட்ப வழங்கல் வழியினை உருவாக்கிப் பொருட்களின் அடக்க விலையினைக் குறைக்கிறார். பெரு நகரங்கள், மற்றும் நகரங்களில் கிளைகளை நிறுவி அதன் மூலம் அதிக எண்ணிக்கையிலான பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றனர். நுகர்வோர் எதிர்பார்க்கும் அனைத்துத்தரமான சேவைகளையும் நல்குகின்றனர். சிறு மற்றும் நடுத்தர உற்பத்தியாளர்கள் தனது உற்பத்திப்பொருட்களை விநியோகிக்க இடைநிலையரின் உதவியினை நாடுகின்றனர். ஒரே உற்பத்தியாளரின் பல்வேறு உற்பத்திப் பொருட்களை விநியோகிக்க வேண்டியிருப்பின் நீண்ட விநியோக அமைப்பு முறை தேவைப்படுகிறது. விநியோகச் செலவைப் பல்வேறு பொருட்களுக்குப் பகிர்ந்து கொள்கின்றனர்.

6. வழங்கல் வழியின் செலவும், நேரமும்

இடைநிலையர் வழங்கும் தரமான சேவையுடன் வழங்கல் வழியின் செலவினம் தொடர்புடையது. சாதாரணமான பொருட்கள் சிக்கனமான விலையில் உரிய நேரத்தில் நுகர்வோரைச் சென்றடைய வேண்டும்.

7. பொருளுக்கான சேவைகளின் தேவை

நிறுவுதல், இயக்கிக் காண்பித்தல் முதலான சேவைகள் தேவைப்படும் இயந்திரச் சாதனங்கள்

போன்றவற்றை விநியோகிக்கக் குறைந்த அளவிலான வழங்கல் வழி தான் உகந்தது. உற்பத்தியாளரால் அல்லது அவரால் பயிற்றுவிக்கப்பட்ட தொழில்நுட்பவியலாளர்கள் தேவையான தொழில் வழியே இவ்வகை பொருட்களுக்குப் போதுமானது.

8. பொருளின் வாழ்க்கை சுழற்சி

ஏற்கனவே சந்தையில் நன்கு அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட பொருட்களுக்குச் சாதாரண வழங்கல் வழியே போதுமானது, ஆனால் சந்தையில் புதிதாக அறிமுகமாகும் பொருட்களுக்கு அனுபவமுள்ள இடைநிலையர் மூலம் சந்தை இடல் வேண்டும்.

23.04 இடைநிலையர்கள்

தொடக்க நிலை உற்பத்தியாளரிடமிருந்து இறுதி நிலை நுகர்வோரிடம் சென்றடையும் வரையில் பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் பரிமாற்றத்தில் ஈடுபட்டுள்ள அனைவருமே இடைநிலையர்கள் ஆவர்.

இத்தகு பரிமாற்றப்பணியில் ஈடுபட்டுள்ள இடைநிலையர்களை இரு பெரும் பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம்.

1. வணிக முகவர்கள்
2. வியாபார இடைநிலையர்கள்

23.05 வணிக முகவர்கள்

வணிக முகவர்கள் பணி வழி இடைநிலையர்கள் என்று அழைக்கப்படுகின்றனர். ஒரு வியாபாரி தம் சார்பாகப் பொருட்களை வாங்கவும், விற்கவும் இவரை நியமிக்கிறார். இவருக்குப் பொருட்களை அடமானம் செய்து கடன் பெறவும் உரிமையுண்டு. பொருட்களுக்கு உரிமையாளர் ஆக உரிமையில்லை. இவர் செய்யும் வியாபாரத்தின் அடிப்படையில் இவர் 'கழிவு' பெறுகிறார்.

வணிக முகவர்களின் வகைகள்

1. தரகர்கள்
2. தன் பொறுப்பு முகவர்கள்
3. கழிவு முகவர்கள்
4. பிணை முகவர்கள்
5. ஏலமிடுநர்
6. பண்டகக் காப்பாளர்கள்

1. தரகர்கள்

மற்றவர்களுக்காக முன்னின்று பேரம் பேசி வியாபாரத்தை இலாபகரமாக நிறைவேற்றி அதற்கெனக் கழிவு பெறும் நபரையே தரகர் என்பர். அவரது சேவைக்கு வழங்கப்படும் ஊதியம் 'தரகு' ஆகும். அவர் வாங்குபவரையும், விற்பவரையும் ஒன்றிணைந்து பேரத்தை முடித்து ஒப்பந்தத்தை உறுதி செய்கிறார். பொருளின் உரிமையாளர் தரகருக்குப் பொருளின் உடைமையையோ, உரிமையையோ அளிப்பதில்லை. ஒப்பந்த முடிவுகளுக்கும், பொறுப்புகளுக்கும் இவர் ஒரு போதும் தனிப்பட்ட முறையில் பொறுப்பேற்பதில்லை.

ஆடைகள், அறைகலன், உணவு, மரப்பொருட்கள், இரும்பு எஃகு பொருட்கள் ஆகியவை தரகர் மூலம் விற்பனை செய்யப்படுகிறது. பொருளின் உரிமையாளர் வெவ்வேறு பகுதிகளுக்கு அப்பகுதியில் உள்ள தரகரை நியமிக்கின்றனர். எனவே அவர்களுக்குப் பொருள் குறித்த தொழில் தொடர்புகள் நிறைய உள்ளன. பெரும்பாலும் ரியல் எஸ்டேட் எனப்படும் வீட்டு மனை, நிலம் விற்பனை செய்யும் தொழிலில் வாடிக்கையாளர்கள் தரகர்களை அமர்த்துகின்றனர். இத்தரகர் வாங்குபவருக்கும், விற்பவருக்கும் இடையில் செயல்படுகிறார்.

2. தன் பொறுப்பு முகவர்கள்

உற்பத்தியாளர் தம் பொருளை விற்பனை செய்யப் பொருட்களை ஒப்படைத்து நியமனம் செய்யப்படும் வணிக முகவர் தன் பொறுப்பு முகவர் ஆவார். பொருட்களின் உரிமையைப் பெறாமல் பொருட்களைப் பெற்று இருப்பு வைத்துக் கொண்டு செயல்படுகிறார். இவர் பொருளின் உரிமையாளர் பெயரை வெளியிடாமல் தன் பொறுப்பில் பொருள்களைத் தனது பெயரிலிலேயே விற்பனை செய்கிறார். இவர் தாம் விற்கும் பொருளுக்குரிய பணத்தைத் தாமே பெற்று இரகசிய வழங்கும் உரிமை உடையவர். இவரது நடவடிக்கைகளுக்கு இவரே பொறுப்பாவார். இவரது நடவடிக்கைகளுக்காக இவர் மற்றவர் மீதும், மற்றவர்கள் இவர் மீதும் வழக்குத் தொடுக்க முடியும். தனக்குச் சேரவேண்டிய கழிவு முதலான தொகைக்காகத் தன் வசம் ஒப்படைக்கப்பட்டிருக்கும் பொருள் மீது பற்றுரிமை உள்ளவர்.

3. கழிவு முகவர் அல்லது அனுப்பீடு பெறுநர்

தனக்கு கிடைக்கும் கழிவிற்காகப் பொருட்களை வாங்கி விற்பவரே கழிவு முகவர் ஆவார். இவரது நடவடிக்கை தொடர்பான அனைத்து இடர்களையும் பொருளின் உரிமையாளர் ஏற்கிறார். இவர் எவ்வித



இடரையும் ஏற்பதில்லை. எனினும் இவர் தரகரிடமிருந்து மேம்பட்டவராக உள்ளார். விற்பனை விலை மற்றும் விற்பனை தொடர்புடைய முடிவுகளை எடுக்க உரிமைபெற்றவர். கழிவு முகவர் பொருள் பற்றிய சிறப்பறிவும் சந்தைநிலவரங்கள் குறித்து நிபுணத்துவமும் உடையவர். இவர் பொருளின் உரிமையைப் பெறுவதில்லை எனினும் பொருளைப் பெற்றுத் தனது பொறுப்பில் வைத்துக்கொண்டு தன் பெயரிலேயே விற்பனை செய்கிறார்.

4. பிணை முகவர்

எந்த ஒரு முகவர் கடனுக்கு விற்பனை செய்யப்பட்ட பொருளுக்கு உரிய விலையை வசூலித்துத் தருவதாகத் தன்னுடைய முதல்வருக்கு உத்தரவாதம் அளிக்கிறாரோ அவரே பிணை முகவர் ஆவார். கடனுக்குப் பொருட்களை வாங்கியவர் உரிய விலையைச் செலுத்தத் தவறும் போது அந்த நடத்தையைப் பிணை முகவரே ஏற்கிறார். இதற்காக அவருக்கு வழக்கமாக வழங்கப்படும் கழிவுடன் கூடுதலாக 'பிணை கழிவு' வழங்கப்படுகிறது. பிணை முகவர் கடன் விற்பனை செய்யும் போது வாங்குபவரின் நாணயத்தன்மை, நம்பகத்தன்மை, திருப்பிச் செலுத்தும் திறன் ஆகியவற்றை நன்கு ஆராய்ந்து பின் விற்பனை செய்கிறார்.

5. ஏலதாரர்

பொருட்களின் உரிமையாளர் சார்பாகப் பொருட்களை ஏலத்தின் மூலம் விற்றுத்தரும் பணியை மேற்கொள்பவரே ஏலதாரர் ஆவார். ஏல விற்பனை தொடர்பான விபரங்கள் தெளிவாக முன் கூட்டியே விளம்பரம் செய்யப்படவேண்டும். ஏலப்பொருட்கள், ஏலம் நடைபெறும் இடம், தேதி, நேரம், ஏலம் எடுக்கும் விதிமுறைகள் முதலானவை முன்னதாகவே செய்தித்தாள்கள், சுவரொட்டிகள், துண்டறிக்கைகள் ஒலி பரப்பு சாதன அறிவிப்புகள் மூலம் பொது மக்களுக்குத் தெரிவித்து விட வேண்டும். இந்த ஏல வியாபாரம் இரு வகைப்படும். அவை ஒதுக்கீட்டு ஏல முறை ஒதுக்கீட்டற்ற ஏல முறை என அழைக்கப்படும்.

ஒதுக்கீட்டு ஏல முறை என்பது பொருளின் உரிமையாளர் நிர்ணயம் செய்த குறைந்தபட்ச விலைக்குக் கீழே ஏலம் கேட்கப்படுமானால் அப்பொருள் விற்கப்படமாட்டாது. ஒதுக்கீட்டற்ற ஏல முறை என்பது அதிகபட்ச விலைக்கு ஏலம் கேட்பவருக்குப் பொருளை விற்க ஏலமிடுபவர் கடமைப்பட்டவர். ஏலதாரர் உரிமையாளர் விரும்பிய தொகைக்கு ஏலம் கேட்கப்படும் போது ஏலதாரர் மேசையின் மீது மரச் சுத்தியலால் ஒரு தட்டுத் தட்டி

ஒலிப்பணியை முடித்துவைப்பார். இதற்கு ஏல முடிவு விலை (Knocked down price) என்று பெயர் அதிகப்பட்ச விலை ஏற்கப்பட்டவுடன் ஏலதாரர் பொருளை வாங்குபவருக்கும், விற்பவருக்கும் இடையில் முகவராக இருந்து விற்பனைப் பணியை முடித்து வைப்பார். அவரின் இப்பணிக்குப் பொருளின் உரிமையாளரிடமிருந்து தமக்குரிய கழிவுத் தொகையைப் பெற்றுக் கொள்வார். ஏலத்திற்கு முன்பே விற்பனையாளருக்கும் ஏலதாருக்கும் இடையே கழிவுத் தொகை குறித்த ஒப்பந்தம் இறுதி செய்யப்பட்டிருக்கும். அதனடிப்படையில் ஏலதாரர் செய்து கொடுத்த விற்பனைக்குக் கழிவு பெறுகிறார்.

6. பண்டகக் காப்பாளர்

பண்டகக் காப்பக உரிமையாளர் தமது பண்டகச் சாலையில் வியாபாரியின் பொருளை வைத்துக் காப்பிடுவதற்காகப் பொருட்களைப் பெற்றுக் கொள்கிறார். மிகுந்த கவனத்துடனும், பொறுப்புணர்வுடனும் அப்பொருளைத் தமது பண்டகச்சாலையில் பாதுகாக்கிறார். அவரின் இப்பணிக்காக ஒரு தொகை ஊதியமாக வழங்கப்படும். தமக்குரிய தொகை கிடைக்காத போது அப்பொருளைத் தம்மிடமே வைத்துக்கொள்ள அப்பொருள் மீது இவருக்கு 'பற்றுரிமை' உண்டு. பொருளின் உரிமையாளரிடமிருந்து பாதுகாப்பாக வைப்பதற்காகவும் பெற்றுக் கொள்ளும் பொருள்களுக்கு 'பண்டகக் காப்பாளர் இரசீது' (அ) சான்றிதழ் எனும் இரசீது வழங்குகிறார். பண்டகம் வைத்திருப்பவர் பொருளைச் சேமக்காப்பு செய்வதற்காகப் பெற்றுக் கொண்டமைக்கான ஒப்புக்கை ஆவணமே பண்டகக் காப்பாளர் இரசீது ஆகும். எனினும் இது சரக்குரிமை ஆவணம் ஆகாது. "பண்டகக் காப்பாளர்" பண்டகச் சான்றாணை" வழங்கினால் அது சரக்குரிமை ஆவணமாகக் கருதப்படும்.



வியாபார இடைநிலையர்கள்

வியாபார இடைநிலையர் என்பவர் இலாபம் பெறும் நோக்குடன் தமது பெயரிலேயே பொருளை வாங்கி விற்கும் இடையீட்டாளர் ஆவார். பொருட்களின் உரிமையையும் உடைமையையும்



பெற்றுக் கொண்டு பொருட்களை விற்பனை செய்கின்றனர். அவர்கள் தமது பெயரிலேயே செயல்பட்டு வியாபாரத்தில் ஏற்படும் இடர்களை ஏற்கின்றனர். வியாபார இடைநிலையர்களை இரு வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

1. மொத்த வியாபாரி
2. சில்லறை வியாபாரி

வியாபார மொத்த விற்பனையாளர்

இவர்கள் பொருட்களின் உரிமையைப் பெற்றுக்கொள்ளும் மொத்த வியாபாரிகள் ஆவர். சில நேரங்களில் விநியோகிப்பாளர், விற்பனையாளர் ஆகவும் செயல்படுகின்றனர். இவர்களை முழு சேவை மொத்த வியாபாரி, வரையறுக்கப்பட்ட சேவை மொத்த வியாபாரி என இரு பெரும் பிரிவாகப் பிரிக்கலாம்.

1. முழு சேவை மொத்த வியாபாரி

முழு சேவை மொத்த வியாபாரி என்பவர் வாடிக்கையாளருக்குப் பல்வேறு பரந்த பணிகளைச் செய்பவர் ஆவார். பொருட்களை வைப்பிடுதல், பண்டகசாலைகளை ஏற்படுத்துதல், வாங்குபவருக்குக் கடனுதவி அளித்தல், நுகர்வோருக்கு உதவி விற்பனை பணியாளர்களைப் பணியமர்த்தல், மற்றும் வாடிக்கையாளர்களுக்குச் சரக்குகளை வழங்குதல் போன்ற பணிகளைச் செய்கின்றனர்.

2. வரையறுக்கப்பட்ட சேவை மொத்த வியாபாரி

வரையறுக்கப்பட்ட சேவை மொத்த வியாபாரி என்பவர் வாடிக்கையருக்குச் சில குறிப்பிட்ட சேவைகளை மட்டுமே செய்து பொருள்களைக் குறைந்த விலையில் விற்பனை செய்பவர் ஆவார். வாடிக்கையாளருக்குப் பொருள்களை அவருடைய இல்லங்களுக்கே சென்று வழங்குதல், கடன் உதவி செய்தல், விற்பனைப் பணியாளரைப் பணியமர்த்துவது முதலான சேவைகளை இவர் செய்வதில்லை. பொருட்களைப் பெருமளவில் மொத்தமாகக்கொள்முதல்செய்வதால்பெருமளவில் தள்ளுபடி பெற்றுக் குறைவான விலையில் பொருள்களை வாங்குகிறார். எனவே இவரால் மற்ற சில்லறை வியாபாரியின் விற்பனை விலையைக் காட்டிலும் குறைவான விலைக்குப் பொருட்களை விற்க முடிகிறது.

3. உடைமை ஏற்காமல் உரிமை மாற்றும் வியாபாரிகள்

இவர்கள் மற்றொரு வகை வரையறுக்கப்பட்ட சேவைமொத்த வியாபாரிகள் ஆவார்கள். பொருளின் உரிமையைப் பெற்றுக் கொள்ளும் இவர்கள் உடமையைப் பெற்றுக் கொள்வதில்லை. பொருட்களைக் கையாள்வதுமில்லை. விற்பனையாளரிடமிருந்து பெருமளவில் ஆணைகளைப் பெற்று அவற்றை நேரடியாக உற்பத்தியாளருக்கு அனுப்பிப் பொருள் விற்பனையாளரைச் சென்றடைய ஏற்பாடு செய்து அதற்குரிய கழிவு பெறுகின்றனர்.

4. அஞ்சல் வழி மொத்த வியாபாரி

அஞ்சல் வழி மொத்த வியாபாரி என்பவர் விலைப்பட்டியல் தயாரித்து வாங்கத் தகுதியுள்ள நபர்களுக்கு அனுப்பிவைத்து அதன் மூலம் ஆணைகளைப் பெற்றுப் பொருட்களை நேரடியாக வாடிக்கையாளருக்கு அஞ்சல் மூலம் அனுப்பி வைக்கின்றனர்.

5. வாகனத் தனி வணிகர்கள் (அ) வாகன மொத்த வியாபாரிகள்

இவர்கள் அழகிக் கெடும் தன்மையுள்ள (உதாரணம் மீன்) பொருட்களை வாகனங்களில் ஏற்றிக்கொண்டு மக்கள் வசிக்கும் பகுதிகளுக்குச் சென்று வாகனங்களில் வைத்தே நேரடியாக வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்று விடுகின்றனர்.

6. தனி வணிகர்கள்

புத்தகங்கள் பருவ இதழ்கள், உள்ளடைகள், போன்ற சிறப்பு தயாரிப்பு பொருட்களைத் தமது சொந்தக் காட்சிப் பெட்டிகளில் வைத்து மற்ற விற்பனையகங்களில் வைத்து விடுகின்றனர். பொருளின் உரிமை இவரது வசமே உள்ளது. விற்பனையகங்களின் உரிமையாளர் இவற்றை விற்றுப் பணத்தைப் பெற்றுக் கொள்கிறார்கள். குறிப்பிட்ட நாட்களுக்கு ஒரு முறை சென்று எத்தனை எண்ணிக்கையிலான பொருட்கள் விற்பனை செய்யப்படுள்ளதோ அதற்குரிய தொகையைப் பெற்றுக்கொண்டு இரசீது வழங்குகின்றனர்.

23.06 மொத்த வியாபாரம்

பொருள்

பொருட்களை மிகப்பெரிய அளவிலும், மொத்தமாகவும் வாங்கி, விற்கும் வியாபாரம் மொத்த வியாபாரம் என ஆகும். மொத்த வியாபாரத்தில்



ஈடுபட்டுள்ளோரை மொத்த வியாபாரிகள் எனலாம். மொத்த வியாபாரிகள் பொருட்களை உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நேரடியாக மொத்தமாக வாங்கி அவற்றைச் சிறிய அளவில் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கோ அல்லது தொழிற்சாலை உபயோகிப்பாளருக்கோ விற்கிறார். மொத்த வியாபாரி என்பவர் முதல் இடையீட்டாளர் ஆவார். இவர் உற்பத்தியாளரையும் சில்லறை வியாபாரியையும் இணைக்கிறார். மொத்த வியாபாரி பெரிய அளவில் ஆணைகளை அளித்து உற்பத்தியாளரிடமிருந்து மொத்தமாக பொருட்களைப் பெற்று அவற்றைச் சிறிய அளவில் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு விற்கின்றனர். இவ்வகையில் அவர் உற்பத்தியாளர்களுக்கும், சில்லறை வியாபாரிகளுக்கும் சேவை புரிகிறார்.

வரைவிலக்கணம்

கண்டிஃப் மற்றும் ஸ்டீல் ஆகியோரது கூற்றின் படி "மொத்த வியாபாரிகள் வணிகப் பொருட்களை உற்பத்தியாளரிடமிருந்து மொத்தமாக வாங்கி. சில்லறை வியாபாரிகளுக்கோ அல்லது பிற வியாபாரிகளுக்கோ விற்பனை செய்வார்களே தவிர நுகர்வோருக்கு நேரிடையாக விற்பனை செய்ய மாட்டார்".

"ஈவ்லின் தாமஸ் என்பவரது கூற்றின் படி ஒரு உண்மையான மொத்த வியாபாரி உற்பத்தியாளராகவோ சில்லறை வியாபாரியாகவோ இல்லாமல் இந்த இருவருக்கும் இடையே தொடர்பை ஏற்படுத்தும் பணியை மேற்கொள்பவராவார்".

23.07 மொத்த வியாபாரியின் சிறப்பியல்புகள்

பின்வருபவை மொத்த வியாபாரியின் சிறப்பியல்புகள் ஆகும்.

1. மொத்த வியாபாரிகள் உற்பத்தியாளர் அல்லது தயாரிப்பாளரிடமிருந்து நேரடியாகப் பொருட்களை வாங்குகின்றனர்

2. மொத்த வியாபாரிகள் பொருட்களை மொத்தமாக வாங்கிச் சிறிய அளவில் விற்பனை செய்கின்றனர்.
3. மொத்த வியாபாரிகள் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளின் பல்வேறு வகைகளை விற்பனை செய்கின்றனர்.
4. பொருட்களை விநியோகம் செய்ய முகவர்களையும் பணியாளர்களையும் அமர்த்தியுள்ளனர்.
5. இவ்வகை வியாபாரத்திற்குப் பெருமளவு முதலீடு தேவைப்படுகிறது.
6. மொத்த வியாபாரிகள் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு கடனுதவி அளிக்கின்றனர்.
7. மொத்த வியாபாரிகள் உற்பத்தியாளர்களுக்கு நிதியுதவி செய்து தருகின்றனர்.
8. நகரங்கள் பெருநகரங்களில் உள்ள சந்தைகளின் ஒரு பகுதியில் இவர்கள் செயல்படுவதைக் காணலாம்.

மொத்த வியாபாரியின் வகைகள்

1. தயாரிப்பாளர் மொத்த வியாபாரி

இவ்வகை மொத்த வியாபாரி பொருள்களைத் தயாரிப்பதுடன் கூடுதலாக மொத்த வியாபாரப் பணிகளிலும் ஈடுபடுவார். அவர் தான் தயாரிக்கும் பொருட்களை மொத்த வியாபாரம் செய்வதோடு மற்றதயாரிப்பாளர்கள்தயாரிக்கும்பொருட்களையும் மொத்த வியாபாரம் செய்வார்.

2. சில்லறை மொத்த வியாபாரி

இவ்வகை மொத்த வியாபாரிகள் மொத்த வியாபாரம் மற்றும் சில்லறை வியாபாரம் ஆகிய இரண்டையும் மேற்கொள்வர். உற்பத்தியாளரிடமிருந்து பெருமளவில் கொள்முதல் செய்து இருப்பு வைத்து அவற்றைத் தனது சில்லறை விற்பனையகங்கள் மூலம் நேரடியாக நுகர்வோருக்கு விற்பார்கள். எடுத்துக்காட்டு சூப்பர் பஜார்.

3. வணிக மொத்த வியாபாரி

இவ்வகை மொத்த வியாபாரி பொருட்களை உற்பத்தி செய்வதோ, அவற்றை நேரடியாக நுகர்வோருக்குவிற்பதோ இல்லை. இவர், முறையான மொத்த வியாபாரி அல்லது தரமான மொத்த வியாபாரி ஆவார். இவர் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து பொருட்களை மொத்தமாக வாங்கி அவற்றைச் சிறிய

அளவில் சில்லறை வியாபாரிக்கு விற்பனை செய்வார். சிறப்பீடுபாட்டின் அடிப்படையில் மொத்த வியாபாரிகளை மூன்று பிரிவுகளாகப் பிரிக்கலாம்.

அ. பொது வர்த்தக மொத்த வியாபாரிகள்

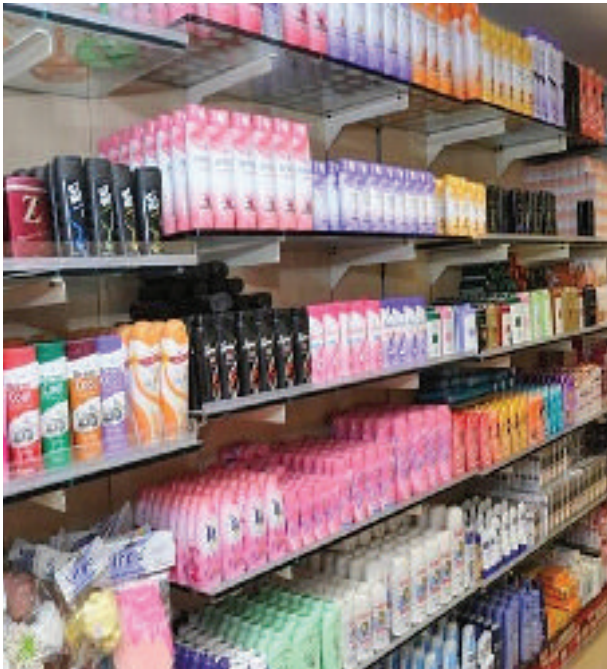
இவ்வகை மொத்த வியாபாரிகள் மளிகை, மின் சாதனப் பொருட்கள், மருந்துகள், ஆடை வகைகள் எனப் பல்வேறு வகையான பொருட்களின் வணிகத்தில் ஈடுபட்டிருப்பவர்கள் ஆவார்கள். இவர்களது வணிகத்தில் இவர்களுக்குள்ள சிறப்பீடுபாடு காரணமாக இவர்களின் முக்கியத்துவம் அதிகரிக்கிறது.

ஆ. ஒரே வகைப் பொருட்களின் மொத்த வியாபாரிகள்

இவ்வகை மொத்த வியாபாரிகள் ஒரே வகைப் பொருளின் பல்வேறு தயாரிப்பாளர்களின் தயாரிப்புகளை வாங்கி விற்கும் நடைமுறை பணியைச் செய்பவர்கள். எடுத்துக்காட்டாக குளிர்சாதனப்பெட்டி விற்பனை செய்யும் மொத்த வியாபாரி பல்வேறு தயாரிப்பாளர்களின் தயாரிப்புகளையும் வைத்திருப்பார்.

இ. சிறப்புப்பொருள் மொத்த வியாபாரி

இவ்வகை மொத்த வியாபாரிகள் ஒரே ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை மட்டும் விற்பனை செய்யும் சிறப்புப் பொருள் விற்பனையாளர் ஆவார். எடுத்துக்காட்டாக ஒரு மொத்த வியாபாரி டாடா 10 மட்டும் விற்பனை செய்தால் அவர் சிறப்புப் பொருள் மொத்த வியாபாரி ஆவார்



23.08 சில்லறை வியாபாரம்

பொருள்

நுகர்வோர்களுக்குச் சிறிய அளவில் பொருள்களை விநியோகம் செய்வதில் ஈடுபட்டள்ள வணிகம் சில்லறை வணிகம் எனப்படும். பொருள்களை உற்பத்தி செய்த உற்பத்தியாளரிடமிருந்து இறுதிநிலையில் உள்ள நுகர்வோர் அல்லது பொருளை வாங்கிப்பயன்படுத்துவோருக்கு பொருள்களைப் பரிமாற்றம் செய்யும் பணியில் இறுதிநிலையில் இருந்து பொருட்களை விநியோகம் செய்யும் பணியை மேற்கொள்வது சில்லறை வியாபாரம் ஆகும். நேரடியாக நுகர்வோருக்குப் பொருட்களை விற்பனை செய்வதே சில்லறை வணிகம் ஆகும். பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளைப் பரிமாற்றம் செய்வதில் சில்லறை வியாபாரம் பல்வேறு பணிகளைச் செய்கிறது. பொருட்களின் பல்வேறு வகைகளைக் கொள்முதல் செய்து, அவற்றை ஒன்றுதிரட்டி, முறையாக இருப்பு வைத்துச் சிறு அளவில் விற்பனை செய்வது சில்லறை வணிகம் ஆகும்.

சில்லறை வியாபாரம்



வரைவிலக்கணம்

ஈவ்லின் தாமஸ் என்பவரது கூற்றின்படி "நுகர்வோரின் தேவைகளைச்செவ்வனே பூர்த்தி செய்யும் பொருளாதாரச் சங்கிலியில் இறுதியாக இருப்பவர் சில்லறை வியாபாரி ஆவார்".

கண்டிஃ மற்றும் ஸ்டீல் ஆகியோரது கூற்றுப்படி ஒரு சில்லறை வியாபாரி என்பவர் வியாபாரியாகவும் சில நேரங்களில் முகவராகவும் செயல்பட்டுச் சிறு நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்வதையே தனது முக்கியப் பணியாகக் கொண்டுள்ளார்



23.09 சில்லறை வியாபாரியின் பண்பு நலன்கள்

பின்வருபவை சில்லறை வியாபாரியின் பண்பு நலன்கள் ஆகும்.

1. சில்லறை வியாபாரிகள் பல்வேறு பொருட்களின் வணிகத்தில் ஈடுபட்டிருப்பார்.
2. சில்லறை வியாபாரிகள் மொத்த வியாபாரிகளிடம் மொத்தமாகப் பொருட்களை வாங்கி அவற்றைச் சிறு அளவில் நுகர்வோருக்கு விற்பனை செய்கின்றனர்.
3. முக்கியச் சந்தைப் பகுதிக்கு உள்ளேயோ அல்லது அருகிலேயோ சில்லறை விற்பனை நிலையங்கள் இடம் பெறும்.
4. பொதுவாக மொத்த வியாபாரியிடம் கடன் அடிப்படையில் சரக்குகளை வாங்கி, நுகர்வோருக்கு ரொக்கத்திற்கு விற்கின்றனர்.
5. சில்லறை வியாபாரிகள் நுகர்வோரிடம் நேரடித்தொடர்பிலும், உற்பத்தியாளரிடம் இருந்து விலகியும் (மொத்த வியாபாரி மூலம் தொடர்பு கொண்டு) இருப்பார்.

23.10 மொத்த வியாபாரிக்கும் சில்லறை வியாபாரிக்கும் இடையே உள்ள வேறுபாடுகள்

1. இணைப்புச் சங்கிலி

மொத்த வியாபாரி உற்பத்தியாளரையும் சில்லறை வியாபாரியையும் இணைக்கிறார். ஆனால் சில்லறை வியாபாரி மொத்தவியாபாரியையும் நுகர்வோரையும் இணைக்கிறார். வழங்கல் வழியில் மொத்த வியாபாரி

முதல் இணைப்புச் சங்கிலி ஆவார். சில்லறை வியாபாரி இறுதி இணைப்புச் சங்கிலி ஆவார்.

2. செயல்பாட்டு அளவு

மொத்த வியாபாரம் பெருமளவில் நடப்பதால் தொழிலுக்கு மிகப் பெரும் அளவு முதல் தேவைப்படுகிறது. ஆனால் சில்லறை வியாபாரம் சிறு அளவில் மட்டுமே நடப்பதால் சிறிய அளவு முதல் தொகையே போதுமானது.

3. கிடைக்கும் பொருள்கள்

மொத்த வியாபாரி ஒரே வகையான பொருட்களை மட்டுமே வாங்கி விற்கிறார். ஆனால் சில்லறை வியாபாரி பலதரப்பட்ட நுகர்வோரின் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்யும் வண்ணம் பலவிதமான பொருட்களை வாங்கி விற்பார்.

4. செயல்பாடு

மொத்த வியாபாரி சில்லறை வியாபாரிகளுக்குக் கடன் விற்பனை செய்கிறார். ஆனால் சில்லறை வியாபாரிகள் நுகர்வோருக்கு ரொக்கத்திற்கு மட்டுமே விற்பனை செய்கிறார்.

5. விற்பனையின் நோக்கம்

மொத்தவியாபாரி மறுவிற்பனைக்காகப் பொருட்களை விற்பனை செய்கிறார். ஆனால் சில்லறை வியாபாரி நுகர்வுக்காகப் பொருட்களை விற்பனை செய்கிறார்.

6. அளிப்பின் மூலம்

மொத்த வியாபாரிகள் பொருட்களை முகவர் அல்லது மொத்த வியாபாரியிடம் அதிக எண்ணிக்கையில் பொருள்களை வாங்குகின்றனர். ஆனால் சில்லறை வியாபாரிகள் மொத்த வியாபாரிகள் அல்லது அவரது முகவரிடம் சிறு எண்ணிக்கையில் பொருட்களை வாங்குகின்றனர்.

7. இடவமைப்பு

ஒரு மொத்த வியாபாரி தனது வியாபாரத்தைப் பெரிய வணிக நகரங்களில் நிறுவி அதைச் சுற்றியுள்ள மற்றப் பகுதிகளுக்கும் பரவச் செய்கிறார். ஆனால் ஒரு சில்லறை வியாபாரி சிறு கிராமம் முதல் பெரு நகரங்கள் வரை தனது வணிக நிலையத்தை நிறுவி அக்குறிப்பிட்ட பகுதியில் வணிக நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்கிறார்.

பொருள்களையும் சேவைகளையும் விநியோகிப்பதை வழங்கல் வழிகள் எளிதாக்குகிறது. பொருள்களும் சேவைகளும் உற்பத்தியாளரிடமிருந்து நுகர்வோருக்குத் தடங்களின்றி சென்றடைய வழங்கல் வழிகள் மிக முக்கியப் பங்காற்றுகிறது.



சாதனையாளர் வெற்றிக் கதை முனைவர் ஆரோக்கியசாமி வேலுமணி

"நிலமில்லா விவசாயியின் மகனாக வாழ்க்கையைத் தொடங்கி ₹ 2158 கோடிக்கு அதிபதியான சக்கரவர்த்தி".

திரு. வேலுமணி பள்ளி மற்றும் கல்லூரியில் படிக்கும் காலத்தில் அரசின் சலுகைகள் கிடைத்தால் மட்டுமே படிக்க முடியும் என்கிற அளவிற்கு ஏழ்மையில் இருந்தார். இன்று இந்தியா, வங்காளம், நேபாளம் உள்ளிட்ட மத்தியக் கிழக்கு நாடுகளில் 1,122 கிளைகளுடன் செயல்படும் உலகின் மிகப் பெரிய தைராய்டு பரிசோதனை நிறுவனத்தின் அதிபராக உயர்ந்திருக்கிறார்.

1979ல் கோயம்புத்தூரில் உள்ள ஜெமினி காப்கூல்ஸ், நிறுவனத்தில் மாதம் ₹ 150 ஊதியம் பெறும் வேதியியலராக தனது வாழ்க்கையைத் தொடங்கினார். மூன்று ஆண்டுகளில் அந்நிறுமம் வியாபார ரீதியாக வீழ்ச்சி அடைந்த போது தன்னுடைய பணியை இழந்தார்.

BARC யில் 14 ஆண்டுகள் பணியாற்றிய பின் அவர் அப்பதவியைத் துறந்தார். தனக்குக் கிடைத்த சிறப்பறிவைப் பயன்படுத்தித் தைராய்டு நோயைக் கண்டுபிடிக்கும் பரிசோதனைக் கூடத்தை நிறுவ முடிவெடுத்தார். அவர் தனது 37 வயதில் தனக்குக் கிடைத்த ஓய்வூதியப் பணிக்கொடை ₹ 1,00,000 த்தை முதலீடு செய்து தெற்கு மும்பை பைகூல்லாவில் தனது தைரோ கேர் பரிசோதனைக் கூடத்தை நிறுவினார்.

மே.2006 – நிலவரப்படி தைரோ கேர் நிறுவனத்தின் மதிப்பு ₹ 3377 கோடி ஆகும். தைரோ கேர் நிறுவனத்தின் மொத்தப் பங்குகளில் 64% பங்குகள் வேலுமணிக்கு சொந்தமானது. அவரது பங்கின் பண மதிப்பு ₹ 2158 கோடி ஆகும்.

ஆனால் வேலுமணி மற்றும் அவரது குழுவினருக்கு இச்சாதனை முடிவன்று. தைரோகேர் நிறுவனம் கேன்சர் நோயைக் கண்டறியும் நிறுவனம் ஒன்றைத் தனது துணை நிறுவனம் ஆகத் தோற்றுவித்துள்ளது.

கலைச்சொற்கள்

வழங்கல் வழிகள்	மொத்த வியாபாரிகள்
ஏலமிடுநர்	சில்லறை வியாபாரிகள்
வணிக முகவர்	சில்லறை வியாபாரம்,
வியாபார இடைநிலையர்	



நமது சிந்தனைக்கு

1. மாணவர்கள் அருகில் உள்ள மொத்த வியாபார நிலையத்துக்குச் சென்று அங்கு நடைபெறும் நடவடிக்கைகளை கூர்ந்து கவனித்தல்
2. மாணவர்கள் அருகில் இரு சக்கர வாகன விற்பனை நிலையத்திற்குச் சென்று அங்கு என்ன வகையான வழங்கல் வழி பின்பற்றப்படுகிறது எனத் தெரிந்து கொள்ளல்



மேலும் அறிவதற்கு

1. மாணவர்கள் எதிர்காலத்தில் வளர்ச்சியடைய உள்ள SoHo (Small office – Home Office) முறையைப் பற்றியும். எதிர்காலத்தில் அதன் முக்கியத்துவம் பற்றியும் தெரிந்து கொள்ள வேண்டும்
2. மாணவர்கள் எதிர்காலத்தில் வளர்ச்சியடையக்கூடிய இணைய வழி விற்பனை (Online trading) முறையின் முக்கியத்துவம் பற்றியும் எதிர்காலத்தில் அதன் வளர்ச்சி பற்றியும் தெரிந்துக்கொள்ளல்



கூழ்நிலை ஆய்வு

ரமா இண்டஸ்ட்ரீஸ் எனும் நிறுவனம் நாகரீகக் காலணிகளைத் தயாரிப்பதற்காகக் கூட்டுருவாக்கம் செய்யப்பட்டது. இந்த நிறுவனம் காலணி தயாரிப்புக்கான சந்தையில் புதிய நிறுவனம் ஆகும். அந்நிறுவனம் மாவட்டந்தோரும் மொத்த வியாபாரிகளை நியமித்து அவர்களே மாவட்டத்தின் பிரத்தியேக விற்பனையாளராகச் செயல்படுவார்கள் என வாய்மொழி உறுதியும் வழங்கப்பட்டது. மூன்று ஆண்டுகளுக்குப் பிறகு அந்நிறுவனம் மொத்த வியாபாரி மூலம் இல்லாமல் நேரடியாகச் சில்லறை வியாபாரிகள் மூலம் விற்பனை செய்தால் போட்டியாளர்களின் விலையை எதிர்கொள்ள முடியும் விற்பனை அளவும் அதிகரிக்கும், இலாபமும் அதிகரிக்கும். அவர் நேரடியாக மொத்த வியாபாரிகள் நீக்கத்தை ஆதரித்தார்.

அ. நிறுவனம் விற்பனை மேலாளரின் ஆலோசனையை ஏற்கலாமா? நேரடியாகச் சில்லறை வியாபாரிகள் மூலம் விற்பனை செய்யலாமா?

ஆ. அதிக லாபம் ஈடுபடுவதற்காக மொத்த வியாபாரிகளை நீக்கினால் அந்நிறுவனம் என்ன மதிப்புகளைப் புறந்தள்ளியதாகும்?

பதில்கள்

அ. இல்லை அந்நிறுவனம் விற்பனை மேலாளரின் ஆலோசனையைப் பின்பற்ற வேண்டும். சில்லறை விற்பனையாளர்கள் மூலம் நேரடியாகப் பொருட்களை விற்க வேண்டும் என்று நான் நினைக்கவில்லை. ஏனெனில் புதிய பொருளை அறிமுகப்படுத்திச் சந்தையை உருவாக்குவதில் மொத்த வியாபாரிகள் தான் பெரு முயற்சி எடுத்துள்ளனர். ஏற்கனவே அந்நிறுவனம், மொத்த வியாபாரிகளுக்கு அம்மாவட்டத்தில் தாங்கள் பிரத்தியேக விற்பனையாளராகச் செயல்படலாம் என வாய்மொழி உறுதிமொழி அளித்திருப்பதால் அதைத் தற்போது மீறிச் சில்லறை வியாபாரிகளை நியமித்தால் அது நிறுவனத்தைப் பற்றிய மோசமான மதிப்பீடுகளை உருவாக்கி விடும். மேலும் அந்த மொத்த வியாபாரிகள் போட்டிப் பொருட்களைத் தீவிரமாக விற்பனை செய்ய நேரிட்டால் அந்நிறுவனத்தின் விற்பனை பாதிக்கப்பட்டு விடும்.

ஆ. பரஸ்பர நம்பிக்கை, ஒற்றுமை, உறவு களுக்கான முக்கியத்துவம் ஆகிய மதிப்பீடுகள் புறந்தள்ளப்படும்.



பயிற்சி

I. சரியான விடையைத் தேர்ந்தெடு.

1. மொத்த வியாபாரியையும் நுகர்வோரையும் இணைக்கும் இணைப்புச் சங்கிலியாகச் செயல்படும் வணிக இடைநிலையர் ----- ஆவார்.

அ. உற்பத்தியாளர் ஆ. தரகர்
இ. சில்லறை வியாபாரி ஈ. வாடிக்கையாளர்

2. வழங்கல் வழியில் உள்ள முதல் இடைநிலையர் யார்?

அ. மொத்த வியாபாரி
ஆ. உற்பத்தியாளர்
இ. சில்லறை வியாபாரி
ஈ. வாடிக்கையாளர்கள்



3. உற்பத்தியாளரிடம் பொருட்களை வாங்கிச் சில்லறை வியாபாரிகளுக்கு விற்பனை செய்பவர் -----

அ. உற்பத்தியாளர் ஆ. மொத்த வியாபாரி
இ. சில்லறை வியாபாரி ஈ. நுகர்வோர்கள்

4. வாங்குபவரையும் விற்பவரையும் ஒருங்கிணைக்கும் பணியினை மேற்கொள்வர் -----

அ. தரகர் ஆ. கழிவு முகவர்
இ. விற்பனை முகவர் ஈ. இருப்பு வைத்திருப்பவர்

5. வியாபார இடைநிலையர்களை ----- வகைகளாகப் பிரிக்கலாம்.

அ. மூன்று ஆ. இரண்டு
இ. ஐந்து ஈ. நான்கு

விடைகள்

1. இ 2 அ 3 ஆ 4 அ 5 ஆ

II. குறுவிடை வினாக்கள்.

1. இடைநிலையர் என்பவர் யார்?
2. சில்லறை வியாபாரி வரைவிலக்கணம் தருக.



3. தரகர் என்பவர் யார்?

4. வியாபார இடைநிலையரின் வகைகள் தருக.

5. வணிக முகவர்கள் என்பவர் யார்?

III. சிறுவிடை வினாக்கள்.

1. வணிக முகவர்களின் வகைகள் யாவை?

2. மொத்த வியாபாரிகளின் பண்புநலன்கள் ஏதேனும் மூன்றினை எழுதுக.

IV. பெருவிடை வினாக்கள்.

1. சில்லறை வியாபாரிகளின் பண்புநலன்கள் யாவை?

2. மொத்த வியாபாரிகளின் பணிகள் யாவை? (ஏதேனும் 5)

3. சில்லறை வியாபாரிகளின் பணிகள் யாவை? (ஏதேனும் 5)