

3

## வணிகமும் கணக்கீட்டுக்கல்வியும்

அலகு ரீதியான மீட்டல் செயலட்டைகள்

ஆண்டு 11

சந்தைப்படுத்தல்

பகுதி 1

1. சந்தை எனப்படுவது,

- 1) பொருட்களை வாங்குதல் மற்றும் விற்கல்.
- 2) பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள் சந்தைப்படுத்தும் இடம்
- 3) கொள்வனவாளர் மற்றும் விற்பனையாளர் சந்திக்கும் எந்த சூழ்நிலையும்
- 4) வெவ்வேறு பிரிவினர்களுக்கு இடையே நடைபெறும் கொள்வனவு மற்றும் விற்பனை.

2. சந்தைப்படுத்தல் கலவையைச் உள்ளடக்கிய சரியான விடை.

- 1) உற்பத்தி, விளம்பரம், விலை, களஞ்சியப்படுத்தல்
- 2) உற்பத்தி, விலை, இடம், மேம்படுத்தல்
- 3) தேவைகள், விருப்பங்கள், பொருட்கள், சேவைகள்
- 4) இலக்கு சந்தை, சில்லறை வியாபாரம், மொத்த விற்பனை, வெளிநாட்டு வர்த்தகம்

3. மனித தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களைப் பூர்த்தி செய்வதற்காக சந்தையில் வழங்கப்படும் எவையும்,

- 1) பொருட்கள்
- 2) சேவைகள்
- 3) தயாரிப்புகள்
- 4) உற்பத்திகள்

4. பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வாங்கும் போது நுகர்வோர் கருத்தில் கொள்ளும் முக்கிய காரணி,

- 1) பொருட்களின் கிரயம்
- 2) வருமானம்
- 3) பொருளின் விலை
- 4) கடன் விதிமுறைகள்

5. வாடிக்கையாளர்களுக்கு பொருட்களை வழங்குவதில் இடைத்தரகர்களாக செயல்படாத தரப்பினர்,

- 1) மொத்த விற்பனையாளர்.
- 2) காசாளர்.
- 3) சில்லறை விற்பனையாளர்.
- 4) முகவர்.

6. வணிகங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளின் விற்பனையை அதிகரிக்க பயன்படுத்தும் முறைகளை **உள்ளடக்காத பதில்**,

- 1) விளம்பரங்களை இடுகையிடுதல், இலவச மாதிரிகளை வழங்குதல்
- 2) தயாரிப்பு அறிமுகப் பட்டறைகள், தொலைக்காட்சி விளம்பரம் நடாத்துதல்
- 3) விலை குறித்தல், இருப்புக்களை களஞ்சியப்படுத்தல்
- 4) துண்டுப் பிரசுரங்கள் விநியோகம், ஒரு பொருளை மற்றொன்றுக்கு இலவசமாக வழங்குதல்

7. பின்வரும் X மற்றும் Y சரியாகப் பொருந்தினால், பெறப்படும் விடை.

X	Y
உற்பத்திகள்	A விளம்பரம்
விலை	B விநியோகம்
இடம்	C பொதியிடல்
மேம்படுத்தல்	D கழிவுகள்

- 1) ABCD
- 2) BADC
- 3) BCDA
- 4) CDBA

8. உற்பத்தி என்பது சந்தைப்படுத்தல் மாறியின் கூறாக **கருதப்படாது** ,

- 1) தரம்
- 2) விளம்பரம்
- 3) கூறுகள்
- 4) வடிவமைப்பு

9. விலை எனும் சந்தைப்படுத்தல் கலவையின் கூறுகளை மட்டும் உள்ளடக்கிய சரியான விடை.

- 1) பட்டியல் விலைகள், சலுகைகள், கடன் விதிமுறைகள்
- 2) சலுகைகள், வடிவமைப்பு, பொதியிடல்.
- 3) குறிக்கப்பட்ட விலைகள், கட்டண முறைகள், விளம்பரம்
- 4) கடன் விதிமுறைகள், கட்டண முறைகள், போக்குவரத்து.

10 .இடம் எனும் சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் கூறாக **அமையாது**.

- 1) விநியோகம், இடம், களஞ்சியப்படுத்தல்
- 2) போக்குவரத்து, இடம், பொருட்களை சந்தையில் வாங்கக்கூடிய பகுதிகள்.
- 3) களஞ்சியப்படுத்தல் , போக்குவரத்து, விநியோகம்
- 4) விளம்பரம், விற்பனை மேம்படுத்தல், தரம்.

11. மக்கள் தொடர்பு எனும் சந்தைப்படுத்தல் கூறு உள்ளடங்கும் சந்தைப்படுத்தல் கலவை

1) உற்பத்தி

2) விலை

3) இடம்

4) மேம்படுத்தல்

## பகுதி 11

பின்வரும் கூற்றுக்களை கவனமாகப் வாசித்து, அந்த கூற்றுக்கள் உண்மையா அல்லது பொய்யா என்பதை அடைப்புக்குள் எழுதுக.

1) வாடிக்கையாளர் ஒருவர் வணிகத்திடம் எதிர்பார்ப்பது தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் பூர்த்தி செய்யும் மட்டுமாகும். (.....)

2) வாடிக்கையாளருக்கு எதிர்பார்க்கும் சேவையை வழங்க வணிகங்கள் பல்வேறு செயல்பாடுகளைச் செய்கின்றன. (.....)

3) வாடிக்கையாளர் தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்ய பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளை வழங்கும் செயல்முறை சந்தைப்படுத்தல் என்று அழைக்கப்படுகிறது. (.....)

4) நியாயமான விலை நிர்ணயம் என்பது சந்தைப்படுத்தலுடன் தொடர்புடாத செயலாகும். (.....)

5) குறைந்த விலையில் வாடிக்கையாளருக்கு பொருட்களை விற்பதன் மூலம் வணிகங்கள் வெற்றி பெறுகின்றன. (.....)

6) புதிய வாடிக்கையாளர்களை ஈர்ப்பதற்கும், இருக்கும் வாடிக்கையாளர்களைத் தக்கவைப்பதற்கும் சந்தைப்படுத்தல் முக்கியமானதாகும் (.....)

7) ஒரு சந்தை என்பது பௌதிக இடமாக மட்டுமே இருக்க முடியும். (.....)

8) சந்தைப்படுத்துபவர் ஒருவரினால் சந்தையில் உள்ள அனைத்து வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பங்களையும் பூர்த்தி செய்ய முடியாது. (.....)

9) சந்தைப்படுத்தல் நோக்கங்களை அடைய பயன்படுத்தப்படும் மாறிகள் சந்தைப்படுத்தல் கலவை என்று அழைக்கப்படுகின்றன. (.....)

10) சந்தைப்படுத்தல் கலவை பல மாறிகளைக் கொண்டுள்ளது. (.....)

11) உணவு பொருட்கள் மற்றும் ஆடைகள் என்பன உற்பத்திப் பொருள் என்ற மாறிக்குள் உள்ளடங்கும். (.....)

12) சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் உள்ள மாறிகளில், வணிகங்களுக்கு வருவாயை வழங்கும் ஒரே மாறி உற்பத்தி பொருள் என்ற மாறி ஆகும். (.....)

13) மொத்த விற்பனையாளர்கள், சில்லறை விற்பனையாளர்கள் போன்ற இடைத்தரகர்கள் மூலம் உற்பத்தியாளர்கள் வாடிக்கையாளருக்கு பொருட்களை நேரடியாக வழங்குவது நேரடி விநியோகம் என்று அழைக்கப்படுகிறது. (.....)

14) வணிகங்கள் தங்கள் தயாரிப்புகளின் விற்பனையை அதிகரிக்கப் பயன்படுத்தும் பல்வேறு யுக்திகள் விளம்பரம் என்று அழைக்கப்படுகின்றன. (.....)

15) ஒரு பொருளின் விலை என்பது வாடிக்கையாளரிடம் இருந்து வசூலிக்கப்படும் எதிர்பார்க்கப்படும் மதிப்பாகும். (.....)

16) மேம்படுத்தல் எனும் சந்தைப்படுத்தல் மாறியில் உள்ளடங்கும் கூறாக தனியார் சந்தைப்படுத்தல் அமையும். (.....)

## பகுதி 111

பின்வரும் வினாக்களுக்கு விடை அளிக்கவும்.

1. ஒரு வாடிக்கையாளராக நீங்கள் வணிகத்திலிருந்து எதிர்பார்க்கும் விடயங்கள் எவை?
2. ஒரு வணிகத்தால் செய்யப்படும் 03 செயற்பாடுகளை குறிப்பிடுக.
3. சந்தைப்படுத்தல் என்றால் என்ன?
4. சந்தைப்படுத்தலுடன் தொடர்புடைய அனைத்து நடவடிக்கைகளையும் குறிப்பிடுக.
5. ” சந்தைப்படுத்தல் என்பது ஒரு வணிகத்திற்கு புதிய வாடிக்கையாளர்களை ஈர்ப்பதற்காக மட்டுமே முக்கியம் பெறுகின்றது..” இந்த கூற்றுடன் நீங்கள் உடன்படுகிறீர்களா? காரணங்களைக் குறிப்பிடுக.
6. சந்தை என்றால் என்ன?
7. பௌதீக இடம் ஒன்று அல்லாமல் இலத்திரனியல் ஊடகங்கள் மூலமாக கொள்வனவாளர்களையும் விற்பனையாளர்களையும் இணைக்கும் சந்தை எது?
8. இலக்கு சந்தை என்றால் என்ன அதற்கு 02 உதாரணங்களை தருக.
9. சந்தைப்படுத்தல் கலவை என்றால் என்ன?
10. சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் உள்ள மாறிகளை குறிப்பிடுக.
11. நீங்கள் மேலே குறிப்பிட்டுள்ள மாறிகளை சுருக்கமாக விவரிக்கவும்.
12. சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் உள்ள மாறிகள் ஒவ்வொன்றிற்கும் இரண்டு உருப்படிகளை எழுதுங்கள்.

13. தற்போதைய கொரோனா தொற்றுநோய் சூழ்நிலையை கருத்தில் கொண்டு "ஓசு ஹரணி" என்ற மருத்துவ பானத்தை தயாரித்து ரூ.100.00க்கு விற்க சமன் முடிவு செய்கிறார். குறித்த பானத்தை எந்தவொரு சில்லறை கடை, பல்பொருள் அங்காடி அல்லது மருந்தகத்திலும் நுகர்வோருக்குக் பெற்றுக்கொள்ள கூடியதாக இருந்தது. இந்த தயாரிப்பை விளம்பரப்படுத்தி முதல் மாதத்தில் ஒரு பாக்கெட் வாங்கியவர்களுக்கு மற்றொரு பாக்கெட்டை இலவசமாக வழங்க முடிவு செய்தார். ஒரே நேரத்தில் 10 பாக்கெட்டுகளை வாங்கினால் 10% கழிவு வழங்கவும் முடிவு செய்துள்ளார். இந்த மருந்து பானத்தை கடைகளுக்கு விநியோகிக்க முகவர் ஒருவரைப் பயன்படுத்தினார். குறித்த தயாரிப்புக்கள் குறித்து வாடிக்கையாளர் கருத்துக்களை விற்பனையாளர்களிடம் கேட்டறிந்து கொள்ளவும் சமன் நடவடிக்கை மேற்கொண்டார்.

- 1) குறித்த சம்பவத்தில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் உள்ள மாறிகளை பெயரிட்டு உதாரணங்களை தருக.
- 2) குறித்த மருத்துவ பானத்தை சந்தைப்படுத்த பயன்படுத்தக்கூடிய வேறு 2 சந்தைப்படுத்தல் முறைகளை எழுதுங்கள்.