





















நுகர்வோர் விற்பனையாளர் களுக்காகக் காத்த  
நும்நிலையை விளம்பரம் உருவாக்கித்  
விளம்பரம்

விந்நிலை வளி விற்பனை விற்பனையாளர் கள் செக்லாக  
பொருட்களின் விற்பனை குறையா  
பொருட்களின் விற்பனை குறையா

இடங்களைக் காத்தல்: ஒரு பொருள் விற்பனை  
இடங்களை விளம்பரம் உறுதிப்படுத்தி  
வாழ்ப்பதில் தருகின்றது. இது விற்பனையாளர்களின் பணி

விற்பனையாளர்களுக்கு நும்நிலைகை: விளம்பரம் விற்ப  
விற்பனையாளர்களுக்கு ஆக்கமும் ஊக்கமும் தருகின்றது. நல்  
விற்பனையாளர்களுக்கு விளம்பரத்தால் வழிகாட்டுவனவாக

முன்னோடி: விற்பனையாளர்கள்  
முன்னால் விளம்பரம் நுகர்வோரைச்  
காண்பதற்கு முன்னால் விளம்பரம் நுகர்வோரைத்  
நுகர்வோரின் மனநிலையில் மாற்றத்தை  
உருவாக்குகின்றது. நுகர்வோரின் மனநிலையில் மாற்றத்தை  
உருவாக்குகின்றது. எதிர்

சில்லறை விற்பனையாளர்களுக்கு நன்மைகள்  
சில்லறையாக விற்பனை செய்கின்ற  
விளம்பரத்தால் நன்மையடைகின்றனர்.

அறிந்து ஏகாள்: விளம்பரத்தின் மூலம்  
பொருட்களைப்பற்றி அறிந்து கொள்கின்றனர்.  
அறிந்து கொள்கின்றனர். முலம்  
அறிந்து கொள்கின்றனர். கேட்டு  
அறிந்து கொள்கின்றனர்.

கவர்தல்: விளம்பரம் நுகர்வோர்  
கவர்தல்: விளம்பரம் நுகர்வோர்  
கவர்தல்: விளம்பரம் நுகர்வோர்  
கவர்தல்: விளம்பரம் நுகர்வோர்

விளம்பரத்தால் விற்பனை மேலும்  
விளம்பரத்தால் விற்பனை மேலும்  
விளம்பரத்தால் விற்பனை மேலும்  
விளம்பரத்தால் விற்பனை மேலும்

விளம்பரத்தின் மதிப்பைக் கூட்டுதல்: விளம்  
விளம்பரத்தின் மதிப்பைக் கூட்டுதல்: விளம்  
விளம்பரத்தின் மதிப்பைக் கூட்டுதல்: விளம்  
விளம்பரத்தின் மதிப்பைக் கூட்டுதல்: விளம்

விளம்பரத்தின் மதிப்பும்  
விளம்பரத்தின் மதிப்பும்  
விளம்பரத்தின் மதிப்பும்  
விளம்பரத்தின் மதிப்பும்

விளம்பரத்தின் மதிப்பும்  
விளம்பரத்தின் மதிப்பும்  
விளம்பரத்தின் மதிப்பும்  
விளம்பரத்தின் மதிப்பும்



5. சிங்கள விற்பனை விளம்பரத்திற்கு பணையாளர்கள் அதிகாரிப்பணைகளைச் செய்வதில் உதவி செய்வதற்கு விற்பனை செய்ய இயல்கின்றது.

6. சில்லறை விற்பனையாளர்களுக்கும் பொருட்களை பற்றிய விவரங்களை அறிந்துகொள்ளுவதற்கு அவற்றை வாங்கி விற்க இயல்கின்றது.

7. திறமையற்ற சில்லறை விற்பனைகளுக்கும் திறமையற்ற சில்லறை வணிகர்களாலும் பொருட்களை உருவாக்கி விடுவதால், கேட்டு வருகின்றவர்களுக்கு உதவி செய்வதற்கு களைக் கொடுத்தால் போதுமென்ற நிலை இருப்பதற்கு யற்ற சில்லறை வணிகர்களுக்கு உதவுகின்றது.

(iv) வாடிக்கையாளர்களுக்கு நன்மைகள் விளம்பரங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நன்மைகளைத் தொகுத்துக் கூறலாம்.

(1) பலவகைப் பொருட்களைப் பற்றி அறியாதவர்கள் முலம் நுகர்வோர் அங்காடியிலுள்ள பலவகைப் பொருட்களைப் பற்றியும் அறிந்துகொள்ள முடிகின்றது. அவற்றைப் பிட்டுப் பார்த்து, தங்களது தேவைக்கேற்ப அவற்றைத் தெரிந்தெடுத்து வாங்கத் துணை செய்கின்றது.

(2) தரமான பொருட்கள் கிடைக்க: போட்டியிடுகின்றவனங்கள் விளம்பரங்கள் செய்வதைப் போன்று தரமான பொருட்களைக் குறைந்த விலையில் வழங்கி அங்காடியில் நிலைநாட்ட முயல்கின்றன. இதனால் வாடிக்கையாளர்களுக்கு குறைந்த விலையில் தரமான பொருட்கள் கிடைக்கின்றன.

(3) பொருள் கிடைக்கும் இடத்தை அறிய: விளம்பரங்கள் பொருட்கள் எங்கு கிடைக்குமென்பதைத் திட்டவாட்டமாகத் தெரிவிக்கின்றன. ஆதலால் வீணாக அலையாமல் செலவு பொருட்களை வாங்க முடிகின்றது.

(4) எப்பொழுது கிடைக்குமென்பதைத் தெரிய: சிலபொருட்கள் எல்லா வேளைகளிலும் கிடைப்பதில்லை. சிலபொருட்கள் காலங்களில் கிடைக்கும் பொருட்களைப்பற்றி குறிப்பிட்டுக் கொண்டு, அந்த வேளையில் சென்று பொருட்களை அங்கு விளம்பரம் துணைசெய்கின்றது. எடுத்துக்காட்டாக வாங்கப்பட விளம்பரங்களைக் கூறலாம்.

(5) நினைவு படுத்துதல்: பலவேலைகளில் ஈடுபட்டிருக்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு வீட்டில் பொருட்கள் தீர்ந்துவிடவே



விளம்பரங்கள் (பொது) மூலம் விளம்பரம் நினைவுபடுத்தி  
 விளம்பரங்கள் கொண்டு வரப்படுகின்றன. நினைவுபடுத்தி  
 விளம்பரங்கள் கொண்டு வரப்படுகின்றன. நினைவுபடுத்தி  
 விளம்பரங்கள் கொண்டு வரப்படுகின்றன. நினைவுபடுத்தி

வாழ்க்கைத்தரத்தை உயர்த்துதல்: நுகர்வோரின் வாழ்க  
 விளம்பரங்கள் துணைசெய்கின்றன. பலவகை  
 குறைந்தவிலையில் வாங்கிப்பயன்  
 நுகர்வோரின் வாழ்க

(V) சமுதாயத்திற்கு கிடைக்கும் சிறந்தவகை நன்மைகள்  
 விளம்பரங்களின் மூலம் சமுதாயம் சில பொதுவான நன்மை  
 களைப் பெறுகின்றது. அவற்றையும் சுட்டிக்காட்டலாம்.

1. கல்விப்பணி: ஒருவகையில் விளம்பரம் மக்களின் அறி  
 வை வளர்க்கப்பயன்படுகின்றது. மக்கள் பலவகையான பொருட்  
 களையும் அவற்றின் பயன்பாட்டையும் பற்றி அறிந்துகொள்கின்  
 றனர். இதனால் அவர்களது வாழ்க்கை முறையில் மாற்றம் ஏற்பட  
 வாய்ப்பு இருக்கின்றது.

2. உற்பத்தி, வேலைவாய்ப்புப் பெருக்கம்: விளம்பரங்கள்  
 மொத்தத் தேவையைக் கூட்டுகின்றன. இதனால் நாட்டின்  
 மொத்த உற்பத்தி பெருகின்றது. உற்பத்திப் பெருக்கம் வேலை  
 வாய்ப்புக்களை வளர்க்கின்றது. இந்தவகையில் பொருளாதார  
 முன்னேற்றத்திற்கு விளம்பரங்கள் துணைசெய்கின்றன.

3. அரசும்பிற நிறுவனங்களும் பயனடைதல்: வாணிப நிறு  
 வனங்கள் மட்டும் விளம்பரத்தால் பயனடைவதில்லை. அரசும்,  
 பிற அறப்பணிபுரியும் நிறுவனங்களும் விளம்பரத்தால் நன்மை  
 யடைகின்றன. எவ்வளவு நல்ல பணியாக இருந்தாலும்  
 அதனை எடுத்துச் சொல்லி, மக்களின் ஆதரவைப் பெறவிளம்  
 பரங்கள் தேவைப்படுகின்றன.



### III. சில குறைகள்

இன்றைய விளம்பர முறையில் சில களிருப்பதைத் தீரணாய்வாளர்கள் அவற்றை சுற்றிந்து கொள்ளலாம்.

1. நிகைப்படுத்திக் கூறுதல்: பெரும்பாலான கள்தங்கள் பொருட்களே உலகில் தடைசிறந்த பெரும்பாலான கள்தங்களும், அவற்றிற்குக் கடாக, இணையாகப் பொருட்களே தீர்மானம் செய்யப்படும். அவற்றை வெளியிடும் போது, விளம்பரங்களில் எந்த அளவு உண்மை திருத்தங்களும், சாதனங்களிலும் அறிவியலின் பெயரால் பொறுப்பற்ற மருத்துவங்களும், திரித்துக்கூறுதல் (ஆ) சிலவற்றை தேவையின்றி (அ) விவரம் தராமல், படுத்தல் (இ) தவறான கருத்துக்களைத் தோற்றுவிக்கிறதும், மனங்கவர்ந்த திரைப்பட நடிகர்கள் விளையாட்டு போன்றவர்கள் பயன்படுத்துவதாக கூறியும், போன்றவர்கள் பயன்படுத்துவதாக கூறியும், போன்றவற்றை உள்ளன.

2. முற்றுகைகள் தோன்றல்: விளம்பரங்கள் தொழிலிலும் சில முற்றுகையாளர்கள் தோன்றி காரணமாகின்றன. சிறிய நிறுவனங்களாலும், புதியனவற்றாலும், போட்டியிட இயல்வில்லை விளம்பரங்களால் வாடிக்கையாளர்களைக் கவர்ந்திருக்கக்கூடிய நிறுவனங்கள் களுக்கு அதிக விலைவாங்குகின்றன. விளம்பர மானியக் கட்டவாடிக்கையாளர்கள் வேறு பொருட்களை எளிதாகக் கொள்ளவில்லை.

3. சக்திக்குமீறிய பொருட்களை வரங்கத் தூண்டுதல்: விளம்பரங்களின் மூலமாகத் தூண்டப்படுகின்ற பலர் சக்திக்குமீறிய பொருட்களை வாங்கி விட்டு அல்லற்படுகின்றன. தவணை முறை விற்பனை பலகூடும் பங்களை நிரந்தரகடனாளர்களாக மாற்றியிருப்பதைச் சுட்டிக்காட்டலாம். ஆனால் நுகர்வனர்களின் சிவியில் இதனைத் தவிர்க்க இயலா தென்று மறுப்புக் கூறுகின்றனர்.

4. இளைஞர்களின் மனப்பாண்மைக் குறைத்தல்: பலவிளம்பரங்கள் அரைநிர்மாணப் பெண்களின் படத்தைக் கொண்டதாகவும், இளைஞர்களின் உணர்வுகளைத் தூண்டுவதாகவும், மனப்பாண்மைக் கெடுப்பதாகவும் இருக்கின்றன. இந்தப் போக்கு







38. விளம்பரமையங்கள்  
(ADVERTISING MEDIA)

எதன் மூலம் விளம்பரம் கொடுக்க வேண்டும். விளம்பரம் கொடுக்கப்படும் மையங்களை ஒட்டித்தான் விளம்பரச் செய்தி திரையப் பேரை வேகமாக அடைய வேண்டும்.

1. மையங்களைத் தெரிந்தெடுப்பதில் கவனிக்க வேண்டியவை

எதன் மூலம் விளம்பரம் கொடுக்க வேண்டுமென்பதைத் தீர்மானிக்கின்றபொழுது கீழ்க்கண்டவற்றைக் கவனிக்க வேண்டும்.

1) யாருக்குச் செய்தி செல்ல வேண்டுமோ அவர்களை அடைய: விளம்பரத்திற்குப் பயன்படுத்துகின்ற சாதனம் நாம் யாருக்குச் செய்தியை அளிக்க விரும்புகின்றோமோ அந்த மக்களை மிகுதியான அளவில் எளிதாக அடையக் கூடியதாக இருக்க வேண்டும். விளம்பரதாரருக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையிலுள்ள தூரத்தைப் பயன்படுத்தும் விளம்பர சாதனம் அப்படி இட்டு நிரப்புகின்றதென்பதைக் கவனிக்க வேண்டும்.







இந்தியக் காலம்... செய்தித்தாள்கள்... விளம்பரத்தினால்... காலத்திற்கேற்ற... கவர்ச்சி... செய்தித்தாள்கள்... விளம்பரம்... ஏற்ற சாதனங்களாகும்.

3) விரைவான விற்பனை: உடனடியாக விற்பனை செய்ய வேண்டிய பொருட்களுக்கு உடனடியாக விற்பனை செய்ய உதவுகின்றது.

4) காலத்திற்கேற்ற கவர்ச்சி: செய்தித்தாள்கள் விற்பனை செய்வதற்குக் காட்டாக, தீபாவளிக்கு முதல் நாள் கொண்டிருக்கின்றது. களை [Ready made clothes] பற்றி வருகின்ற விளம்பரம் களை கூறலாம்.

5) விற்பனைக் கூப்பன்கள் [Coupons]: விளம்பரத்தோடு விற்பனைக் கூப்பனையும் இணைக்கலாம். கூப்பன் கொண்டிருப்பவர்களுக்கு விலைச்சலுகையளித்து கூப்பன் கொண்டிருப்பதால் விற்பனையைக் கூட்டலாம். செய்தித்தாளாக இருப்பதால் விற்பனைக் கூப்பன எளிதாக வெட்டி எடுத்துப் பயன்படுத்துவார்கள்.

6) நம்பிக்கைக்குரியவை: பொதுவாக நடந்த, சரியான செய்திகளையே செய்தித்தாள்கள் தாங்கி வருவதால் செய்தித்தாள்களின் விளம்பரங்களை நம்பிக்கைக்குரியவைகளாக பாதுமக்கள் கருதுவார்கள்.



1) காவல்காரர்களுக்குரிய விளம்பரம்  
விளம்பரம் காவல்காரர்களுக்குரிய விளம்பரம்  
காவல்காரர்களுக்குரிய விளம்பரம்  
காவல்காரர்களுக்குரிய விளம்பரம்

2) காவல்காரர்களுக்குரிய விளம்பரம்  
விளம்பரம் காவல்காரர்களுக்குரிய விளம்பரம்  
காவல்காரர்களுக்குரிய விளம்பரம்  
காவல்காரர்களுக்குரிய விளம்பரம்

11) விளக்கமாக விளம்பரம்: செய்தித்தாளில்  
பொருட்களின் பெயர்களையும் விலைகளையும்  
படுத்தலாம். வேறு முறைகளில் விரிவான  
கொடுக்க இயலாது.

குறைகள்: செய்தித்தாள் விளம்பரத்தில் சில  
உள்ளன.

1. குறுகிய கால வாழ்வு: செய்தித்தாளின்  
காலம் குறைவு ஒரு தடவை படித்துவிட்டு  
செய்தித்தாளின் விளம்பர வாழ்வும் மிகவும்  
இருக்கின்றது.

2. படிக்கத் தெரியாதவர்கள்: படிக்கத்  
விளம்பரங்கள் சென்றடைவதில்லை.  
நமது நாட்டில் படிக்கத் தெரியாதவர்கள்  
பதால் செய்தித்தாள்கள் விளம்பரத்தால்  
ஏற்படுவதில்லை.

3. எல்லோரும் படிப்பதில்லை: படிக்கத்  
எல்லோரும் செய்தித்தாள்கள் படிப்பதில்லை.  
தெரிந்தவர்கள்

4. கவர்ச்சி வாய்ப்புக் குறைவு: செய்தித்தாள்கள் பெ  
பாலும் முரட்டுக் காகிதத்தில் ஒரே நிறத்தில் அச்சிடப்  
கின்றன. பல வண்ணங்களில் பார்ப்பவர்களைக் கவரும் வ  
யில் விளம்பரங்களை அச்சிடுவதற்குள்ள வாய்ப்பு  
குறைவேயாகும்.



1. வணிகவியல் (Business Administration) - வணிகவியல் என்பது வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டை மேம்படுத்தும் செயல்பாட்டாகும். இது வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டை மேம்படுத்தும் செயல்பாட்டாகும். இது வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டை மேம்படுத்தும் செயல்பாட்டாகும்.

2. வணிகவியல் (Business Administration) - வணிகவியல் என்பது வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டை மேம்படுத்தும் செயல்பாட்டாகும். இது வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டை மேம்படுத்தும் செயல்பாட்டாகும். இது வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டை மேம்படுத்தும் செயல்பாட்டாகும்.

3. வேறுவகை விளம்பரங்கள்: செய்தித்தாட்களில் வணிகவியல் (Business Administration) - வணிகவியல் என்பது வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டை மேம்படுத்தும் செயல்பாட்டாகும். இது வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டை மேம்படுத்தும் செயல்பாட்டாகும். இது வணிக நிறுவனங்களின் செயல்பாட்டை மேம்படுத்தும் செயல்பாட்டாகும்.



இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால

தலைப்புகள்: 1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100.

1. விதிக்கப்பட்டிருக்கின்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால

2. வணிக விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால

3. நீண்டகால விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால

[iii] வானொலி விளம்பரம் [Radio Advertising]: தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால

வானொலி விளம்பரத்தால் சில நன்மைகள் கிடைக்கின்றன.  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால  
இதற்கு உதவியாகும். இதுபோன்ற விவரம் [Radio Advertising] தற்கால



Handwritten notes at the top right of the page.

இந்த சமயத்தில் விளம்பரங்கள் [Familiarity] அளவிற்கு அதிகமாக வரவில்லை. இது போன்ற சமயங்களில் விளம்பரங்கள் அதிகமாக வரவேண்டும். இது போன்ற சமயங்களில் விளம்பரங்கள் அதிகமாக வரவேண்டும். இது போன்ற சமயங்களில் விளம்பரங்கள் அதிகமாக வரவேண்டும்.

இந்த சமயத்தில் விளம்பரத்தில் குறைகளும் உள்ளன. இதில் செலவான முறை. விளம்பரத்தை மறுபடியும் தேவை பொழுது பார்க்க இயலாது. வளர்ச்சி குறைந்த நாடில் தொலைக்காட்சி விளம்பரம் மக்களை அடைகின்றது. நேரடியான விளம்பரம் உள்நாட்டில் காணலாம். காணல் கேட்கவும் விளம்பரத்தில் உள்நாட்டில் விளம்பரம் இரும்பதால் வீணம்பரத்தின் பலன் கிடைக்கின்றது.

(iv) நேரடி அஞ்சல் விளம்பரம் (Direct Mail Advertising) வகையான முறைகளில் வாடிக்கையாளருக்கு நேரடி அஞ்சல் விளம்பரம் வாடிக்கையாளருக்கு அனுப்புவது விற்பனைக் கடிதங்களாகவோ [Sales Letters] அஞ்சல் கடிதங்களாகவோ [Circular Letters] கையேடுகளை [Booklets] விசைப்பட்டியல்களாகவோ, விளம்பரம் காண்ட நாட்காட்டிகளாகவோ இருக்கலாம்.

நேர்முக விளம்பரம் நிறுவனத்தைப்பற்றிய நல்ல செய்தி உருவாக்குகின்றது. வாடிக்கையாளர்களைத் தெரிவித்து, விற்பனைப்பொருளின் தனித்தன்மைகளைக் காட்டி, பொருளைப்பற்றிய உயர்வான எண்ணத்தை ஏற்படுத்துகிறது. இதனை ஓர் 'அடிப்படை வழிமுறை' (Foundational Method)









1) இது மிகவும் செலவான முறையாகும். கலை வடிவம் கொள்ள வேண்டும். இதனை பெரிய நிறைவுப் பணத்தைக் கொடுவதால் தீரப்படங்களுக்கு விரைவாக சேர்த்துக் கொடுப்பார்கள். செய்தித்தாட்கள் விளம்பரங்களோடு இவற்றை இது குறைந்த அளவிலேயே விளைவை ஏற்படுத்துகின்றன.

(vi) வெளிப்புற விளம்பரம் (Out door Advertising): மக்கள் புகைப்படம் போதுமான இடங்களிலும், சாலையின் ஓரங்களிலும் பலரின் கண்ணில் படுகின்ற வகையில் வைக்கின்ற விளம்பரங்களை 'வெளிப்புற விளம்பரங்கள்' என்கின்றோம். பொதுவாக இவை உற்பத்தி நிறுவனங்களைப் பற்றிக் கூறுவனவாக இருக்கின்றன. சோப்புகள், மிட்டாய்கள் போன்றவற்றின் உற்பத்தியாளர்கள் இவற்றைப் பயன்படுத்தி விளம்பரம் செய்வதைக் காணலாம்.

வகைகள்: வெளிப்புற விளம்பரங்கள் கீழ்க்கண்ட வகைகளில் அமைகின்றன.

1. சுவரொட்டிகள் (Posters): வண்ணத்தாள்களில் அட்டைகளில், மரப்பலகைகளில், தகரங்களில் எழுதியே அச்சிட்டோ, சுவர்களில் ஒட்டியோ, தட்டிகளில் ஒட்டியோ, தெருவோரங்களில் கட்டியோ, மரப்பலகைகளில் அடிக்கீழ் விளம்பரப்படுத்துவது ஒரு முறையாகும்.







