

வியாபார திட்ட

படிவம்

School Category

பகுதி 1: முயற்சியாளர்/கள்

அங்கத்தவர் 1:

1.1.1 முழு பெயர்: _____

1.1.2 நிரந்தர முகவரி: _____

1.1.3 மாவட்டம் : _____

1.1.4 பிரதேச செயலக பிரிவு : _____

1.1.5 தேசிய அடையாள அட்டை இலக்கம் (இருப்பின்): _____

1.1.9 பிறந்த திகதி : _____

1.1.10 பாலினம் : _____

1.1.11 தொலைபேசி இலக்கங்கள்: _____

அங்கத்தவர்2 (தேவைப்படின்):

1.2.1 முழு பெயர்: _____

1.2.2 நிரந்தர முகவரி: _____

1.2.3 மாவட்டம்: _____

1.2.4 பிரதேச செயலக பிரிவு: _____

1.2.5 தேசிய அடையாள அட்டை இலக்கம் (இருப்பின்): _____

1.2.6 பிறந்த திகதி: _____

1.2.7 பாலினம்: _____

1.2.8 தொலைபேசி இலக்கங்கள்: _____/_____

அங்கத்தவர் - 3 (தேவைப்படின):

- 1.3.1 முழு பெயர் : _____
- 1.3.2 நிரந்தர முகவரி : _____
- 1.3.3 மாவட்டம் : _____
- 1.3.4 பிரதேச செயலக பிரிவு : _____
- 1.3.5 தேசிய அடையாள அட்டை இலக்கம் (இருப்பின்): _____
- 1.3.6 பிறந்த திகதி : _____
- 1.3.7 பாலினம் : _____
- 1.3.8 தொலைபேசி இலக்கங்கள் : _____ / _____

அங்கத்தவர் 4 (தேவைப்படின) :

- 1.4.1 முழு பெயர் : _____
- 1.4.2 நிரந்தர முகவரி : _____
- 1.4.3 மாவட்டம் : _____
- 1.4.4 பிரதேச செயலக பிரிவு : _____
- 1.4.5 தேசிய அடையாள அட்டை இலக்கம் (இருப்பின்): _____
- 1.4.6 பிறந்த திகதி : _____
- 1.4.7 பாலினம் : _____
- 1.4.8 தொலைபேசி இலக்கங்கள் : _____ / _____

1.5 வணிக யோசனையைக் கொண்டு வர உங்களைத் தூண்டியது எது? (பொருளாதார/தனிப்பட்ட/சமூக காரணங்கள்)

உதாரணம்: குடும்ப வருமானத்தை அதிகரிக்க, நிதி ரீதியாக சுதந்திரமாக இருக்க, அவர்களிடம் உள்ள திறன்கள் மற்றும் அனுபவத்தைப் பயன்படுத்தவும், இருக்கும் வளங்களை சிறந்தமுறையில் (உற்பத்தி ரீதியாகப்) பயன்படுத்தவும், இந்தத் துறைக்கு முன்மாதிரியாக மாறவும், ஒரு கண்டுபிடிப்பாளராகவும், சொந்த அடையாளத்தை வளர்த்துக் கொள்ளவும் அல்லது வேறு ஏதேனும் காரணங்கள்.

1.6 நீங்கள் எப்படி அணியை உருவாக்கினீர்கள்? குழு உறுப்பினர்கள் ஒருவரையொருவர் எப்படி அறிவார்கள்? (குழுவிற்கு மட்டுமே பொருந்தும்)

உதாரணம் பாடசாலை நண்பர்கள், தொழில் ரீதியான நண்பர்கள், பிற

1.7 அணியின் ஒவ்வொரு உறுப்பினரதும் பங்கு என்ன? (குழுக்களுக்கு மட்டுமே பொருந்தும்)

உதாரணம் : உறுப்பினர் ஒருவர் ஒட்டுமொத்த செயல்பாடுகளை (CEO) நிர்வகிக்கும் குழுத் தலைவர், உறுப்பினர் 2 நிதி (CFO) மற்றும் சந்தைப்படுத்தல் (CMO) ஆகியவற்றைக் கையாளுகிறார், மேலும் உறுப்பினர் 3 செயல்பாடுகளுக்கு (COO) பொறுப்பாக இருக்கிறார். ஒருவர் ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட பாத்திரங்களை வகிக்க முடியும்.

பகுதி 2: வணிக யோசனை (The Idea)

2.1 வியாபார துறை (விவசாயம்/ கால்நடை /மீன்வளம்/ICT/ கைத்தொழில்/உற்பத்தி/ சேவை):

2.2 வியாபார செயல்பாட்டின் தன்மை Nature of business activity (வணிக யோசனை தொடர்பான சுருக்கமான விளக்கம்):

2.3 வியாபாரத்தின் பெயர்: _____

2.4 வியாபாரத்தின் பதிவிலக்கம். (இருப்பின்): _____

2.5 வியாபாரத்தின் முகவரி: _____

பகுதி 3: வணிக யோசனை மதிப்பீடு

3.1 சந்தை ஆய்வு (Market Research)

3.1.1 உங்கள் இலக்கு சந்தையின் அளவை விவரிக்கவும். எத்தனை சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்கள் உள்ளனர்?

உதாரணம் நீங்கள் உங்கள் ஊரில் வீட்டு தயாரிப்பு பிஸ்கட் வியாபாரத்தை தொடங்குகிறீர்கள் என்றால், அங்கு எத்தனை பேர் வசிக்கிறார்கள், எத்தனை பேர் பிஸ்கட்டை வாங்க ஆர்வமாக இருப்பார்கள் என்பதைக் கணக்கிடுங்கள்.

3.1.2 உங்கள் முக்கிய போட்டியாளர்களை அடையாளம் காணவும். அவர்கள் தற்போது என்ன செய்கிறார்கள், எப்படி அவர்களது தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகளுக்கு விலை நிர்ணயம் செய்கிறார்கள்?

உதாரணம். நீங்கள் ஒரு காபி கடைகளைத் திறக்கிறீர்கள் என்றால், உங்கள் பகுதியில் உள்ள மற்ற காபி கடைகளைப் பட்டியலிட்டு, பல்வேறு வகையான காபி மற்றும் சிற்றுண்டிகளுக்கான விலையை விவரிக்கவும்.

3.2 SWOT ஆய்வு (SWOT Analysis)

3.2.1 சந்தையில் என்ன வாய்ப்புகள் மற்றும் அச்சுறுத்தல்களை நீங்கள் காண்கிறீர்கள்?

வாய்ப்புகள்	அச்சுறுத்தல்கள்
உதாரணம். Organic (இயற்கையான) பொருட்களை விரும்புவோரின் போக்கு அதிகரித்து வருகிறது	உதாரணம். ஒரு புதிய போட்டியாளர் அருகில் திறக்க திட்டமிட்டுள்ளார்

3.2.2 ஒரு வணிகமாக உங்கள் பலம் மற்றும் பலவீனங்கள் என்ன?

பலம்	பலவீனங்கள்
பிஸ்கட் தயாரிப்புக்கான தனிப்பட்ட குடும்ப செய்முறை (Recipe) உங்களிடம் உள்ளது	உதாரணம். சந்தைப்படுத்துதலுக்கான வரையறுக்கப்பட்ட பாதீடு (Budget).

3.3 வள தேவைப்பாடு (Needed Resources)

3.3.1 பௌதீக, மனித மற்றும் டிஜிட்டல் (தேவைப்படி) வள தேவைப்பாட்டை பட்டியலிடுங்கள்.

பௌதீக (தொட்டுணரக்கூடிய)	பௌதீக (தொட்டுணரக முடியாத)	மனித வளம்
e.g. ஒரு பேக்கரிக்கான சமையலறை உபகரணங்கள்	e.g. ஆன்லைன் ஆர்டர்களுக்கான இணையதளம்	e.g. ஒரு திறமையான பேக்கர் (A skilled baker)
	e.g. உணவு விற்பனை செய்வதற்கான உரிமம்.	

பகுதி 4: யோசனையை செயல்படுத்துதல்

4.1 வணிகத்திற்கான இலக்குகள்

4.1.1 வருடம் 1, 3 ஆண்டுகள் மற்றும் 10 ஆண்டுகளில் உங்கள் வணிகத்தை எந்த நிலையில் பார்க்கிறீர்கள் ?

e.g. 1 வருடத்தில்: உள்ளூர் வாடிக்கையாளர் தளத்தை நிறுவுதல். 3 ஆண்டுகளில்: இரண்டாவது கடையைத் திறத்தல். 10 ஆண்டுகளில்: பிராந்திய அளவில் நன்கு அறியப்பட்ட பிராண்ட் ஆக ஆதல்.

1 வருடத்தில்: _____

3 வருடத்தில்: _____

10 வருடத்தில்: _____

4.2 பெறுமதி முன்மொழிவு (Value Proposition)

4.2.1 எது உங்கள் தயாரிப்பு அல்லது சேவையை தனித்துவமாக்குகிறது?

e.g. எங்கள் பிஸ்கட்கள் உள்நாட்டில் கிடைக்கும், இயற்கை (organic) பொருட்களால் தயாரிக்கப்படுகின்றன, மேலும் வேறு எங்கும் கிடைக்காத தனித்துவமான சுவைகள் உள்ளன.

4.3 பிரதான செயல்பாடுகள்

4.3.1 உங்கள் வணிகம் வெற்றிபெற என்ன முக்கிய செயல்பாடுகளை செய்ய வேண்டும்?

e.g. பேக்கரிக்கு: தினசரி புதிய பிஸ்கட்களை பேக்கிங், சமூக ஊடகங்களில் சந்தைப்படுத்துதல் மற்றும் சரக்குகளை நிர்வகித்தல்.

4.4 நிதி

4.4.1 உங்கள் வணிகத்தை நடத்துவதில் உள்ள முக்கிய செலவுகளை அடையாளம் காணவும்.

e.g. ஒரு பேக்கரிக்கு: வாடகை, சம்பளம், மூலப்பொருட்கள் (*ingredients*), பொதியிடல் மற்றும் பயன்பாட்டு பில்கள்.

4.4.2 உங்கள் வணிகம் வருமானம் ஈட்டும் வழிகளை விவரிக்கவும்.

e.g. பேக்கரிக்கு: கடையில் விற்பனை, ஆன்லைன் ஆர்டர்கள், நிகழ்வுகளுக்கான கேட்டரிங் சேவைகள் மற்றும் பருவகால சிறப்பு தயாரிப்புகள் மூலம் வருவாய்.

4.5 வாடிக்கையாளர் பிரிவுகள்

4.5.1 உங்கள் இலக்கு வாடிக்கையாளர்கள் யார்?

e.g. இலக்கு வாடிக்கையாளர்கள், உணவு தேர்வுகளில் வசதி மற்றும் தரத்தை மதிப்பிடும் இளம் தொழில் வல்லுநர்கள் (வயது 20-35).

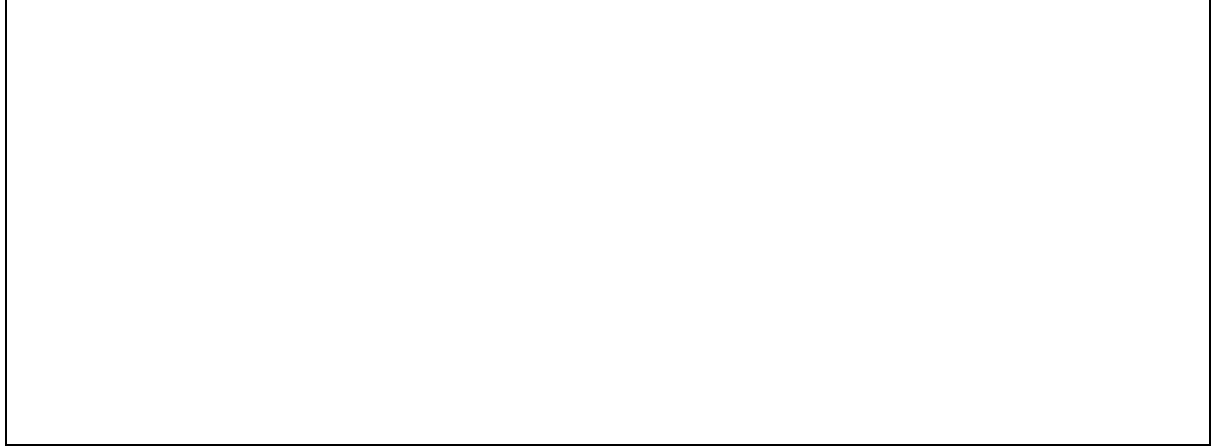
பூகோள	உளவியல்	நடத்தை
கண்டம்	சமூக வகுப்பு	விருப்பங்கள்/ஆர்வங்கள்
நாடு	வாழ்க்கை முறை	பிடிக்கவில்லை
பிராந்தியம்	விழுமியங்கள்	விசுவாசம்
மாவட்டம்	ஆளுமை	செலவுசெய்யும் முறை
நகரம்	சமூக ஊடகத்தில் இருப்பு	பயன்பாடு

மக்கள்தொகை விபரம் (Demographic)	
B2C (வணிகத்திலிருந்து வாடிக்கையாளருக்கு)	B2B (வணிகத்திலிருந்து வணிகம் வரை)
வயது	பாலினம்
வருமானம்	தொழில்
இனம்/பண்பாடு/மதம்	ஊழியர் எண்ணிக்கை
மொழி	நிதி
தொழில்	வணிக மாதிரி
	தயாரிப்பின் வடிவம் (packing/pack size)
	வணிகத்தின் அளவு (சிறிய/நடுத்தர/பெரிய)

4.6 வாடிக்கையாளர் உறவுகள்

4.6.1 உங்கள் வாடிக்கையாளர்களுடன் உங்கள் வணிகத்துடன் முதல் சந்திப்பிலிருந்து நடந்துகொண்டிருக்கும் உறவுகள் வரை எவ்வாறு தொடர்புகொள்ள திட்டமிட்டுள்ளீர்கள்?

e.g. சமூக ஊடக ஈடுபாட்டுடன் தொடங்கவும், மின்னஞ்சல் செய்திமடல்களைப் பின்தொடரவும் மற்றும் மீண்டும் மீண்டும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு நம்பிக்கைத் திட்டங்களை வழங்கவும்.



4.7 வழிகள் (Channels)

4.7.2 உங்கள் தயாரிப்பு அல்லது சேவையை சந்தைப்படுத்தவும் விற்கவும் என்ன வழிகளைப் பயன்படுத்துவீர்கள்?

e.g. Instagram மற்றும் உள்ளூர் உணவு வலைப்பதிவுகள் மூலம் சந்தைப்படுத்தல்; ஆன்லைன் ஸ்டோர் மற்றும் கடை மூலமான விற்பனை.

