முயற்சியாண்மை அபிவிருத்திப் பயிற்சிநெறி

மனித வலு மற்றும் வேலைவாய்ப்புத் திணைக்களம்

9ம் மாடி, செத்சிறிபாய - 2வது கட்டம், பத்தரமுல்லை.

DME/PUB/06

வாழ்வியல் நோக்கங்களைக் கட்டியெழுப்புதல்

வாழ்க்கையின் தொலைநோக்கம்

நீங்கள் என்ன வகையான சூழலில் வாழ வேண்டும்?

உங்களுடைய அயலவர்கள் எப்படியானவர்களாக இருத்தல் வேண்டும்?

உங்களுடைய உறவுகள் எப்படி இருத்தல் வேண்டும்?

நீங்கள் அதிகமாகச் செய்யவேண்டியவை எவை?

பொழுதுபோக்குகளாக நீங்கள் செய்யவேண்டியவை எவை?

வாழ்க்கையின் தொலைநோக்கம் முதல் செயற்பாடுகள் வரையுமான திட்டமிடல்கள்

செயற்பாடுகள் முதல் வாழ்க்கையின் தொலைநோக்கம் வரையுமான நடைமுறைப்படுத்தல்

நோக்கம்

தொழில் | தனிப்பட்ட | சமூக | வாழ்க்கைக் கல்வி

நோக்கத்துக்கான இலக்குகள்

S W O T ஆய்வு

நோக்கங்களையும் இலக்கினையும் அடைதல்

செயற்பாடுகள்

உங்களுடைய வாழ்க்கையில் அதிகம் திருப்திபெறுவதற்காக

1. நீங்கள் என்ன வகையான சூழலில் வாழ வேண்டும்?

…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..

2. உங்களுடைய அயலவர்கள் எப்படியானவர்களாக இருத்தல் வேண்டும்?

…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..

3. உங்களுடைய உறவுகள் எப்படி இருத்தல் வேண்டும்?

…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..

4. நீங்கள் அதிகமாகச் செய்யவேண்டிய வேலை?

…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..

5. பொழுதுபோக்குகளாக நீங்கள் செய்யவேண்டியவை எவை?

…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..

6. நான் விரும்பும் வாழ்க்கை முறை

…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..

7. அவை அனைத்தும் உருவாகின்ற என்னுடைய வாழ்க்கையின் தொலைநோக்கப் பிரகடனம்

…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..
…………………………………………………………………………………………………..

என்னுடைய வியாபார தொலைநோக்கம்

1. நான் என்ன வகையான வியாபாரத்திலீடுபட வேண்டும்?

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

2. என்னுடைய சேவை யாருக்காக இருத்தல் வேண்டும்?

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

3. என்னுடைய கொடுக்கல் வாங்கல்களில் திருப்தியை ஏற்படுத்திக்கொள்வதெப்படி?

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

4. இவையனைத்தும் கூட்டுச்சேர்ந்து உருவாவதே என்னுடைய வியாபார தொலைநோக்கமாகும்.

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

……………………………………………………………………………………………..

எமது நோக்கங்கள் கீழ்வரும் பண்பியல்புகளைக்கொண்டிருத்தல் வேண்டும்.

1.	விஷேடத்துவமுள்ளதாயிருத்தல்	Specific	
2.	அளவிட்டறியக்கூடியதாகவிருத்தல்	Measurable	
3.	அடையக்கூடியதாகவிருத்தல்	Achievable	SMART
4.	உண்மையுள்ளதாகவிருத்தல்	Realistic	
5.	கால எல்லையைக் கொண்டிருத்தல்	Time Frame	

நோக்கங்களை அடைந்துகொள்வதற்காக இலக்குகளைக் கட்டியெழுப்புவோம்

நோக்கம்	இலக்குகள்	காலம்
வியபாரம்	…………………………………	………………………..
…………………………………	…………………………………	………………………..
…………………………………	…………………………………	………………………..
…………………………………	…………………………………	………………………..
…………………………………	…………………………………	………………………..
…………………………………	…………………………………	………………………..
…………………………………	…………………………………	………………………..
…………………………………	…………………………………	………………………..
…………………………………	…………………………………	………………………..

இலக்கினை அடைவதற்குள்ள உபாயங்கள்

1. ……………………………………………………………………………………………..
2. ……………………………………………………………………………………………..
3. ……………………………………………………………………………………………..
4. ……………………………………………………………………………………………..
5. ……………………………………………………………………………………………..
6. ……………………………………………………………………………………………..
7. ……………………………………………………………………………………………..
8. ……………………………………………………………………………………………..
9. ……………………………………………………………………………………………..
10. ……………………………………………………………………………………………..

பொருத்தமான உபாயங்களைத் தெரிவுசெய்வோம்

S W O T ஆய்வு

பலம்	பலவீனம்
வாய்ப்புகள்	அச்சுறுத்தல்கள்

வாழ்க்கைச் சட்டகத்தைக் கட்டியெழுப்புவோம்

வாழ்வியல் நோக்கத்தினை அடையும்வகையில் பயணிக்கின்றபோது நீங்கள் வாழ்க்கையில் அடையவேண்டிய கட்டங்கள்

நோக்கம்	இலக்குகள்
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....
....	....

சந்தைப்படுத்தல்

சந்தைப்படுத்தல் என்பது

வாடிக்கையாளரின் தேவைகளையும் விருப்பங்களையும் பரிமாற்றும் செயற்பாடுகள் மூலம் திருப்திப்படுத்துவதற்கான சமூக மற்றும் முகாமைத்துவ செயல்வழிமுறையே சந்தைப்படுத்தல் என்று அழைக்கப்படும்.

பிலிப் கொட்லர்

வாடிக்கையாளரை நன்றாகப் புரிந்துகொண்டு அவர்களுக்குத் தேவையானவற்றை தயாரித்து அவற்றை சந்தையில் தானாகவே விற்பனையாகும் நிலைமைக்கு உருவாக்குதல் சந்தைப்படுத்தல் எனப்படும்

பீடர் க்ரெகரி

சந்தைப்படுத்தலின் முக்கியத்துவம்

- தேவைப்பாடுகளை அறிந்துகொள்ளல்
- அடையாளத்தைக் கட்டியெழுப்புதல்
- சந்தையில் பங்குகளை அதிகரிக்கச் செய்தல்
- விற்பனையை அதிகரிக்கச் செய்தல்

சந்தைப்படுத்தல் என்பது விற்பனையா?

- சந்தைப்படுத்தல்
- விற்பனை
- சந்தை
- இலக்குடைய சந்தை

நாம் யாருக்கு விற்பது

தேவைகள்

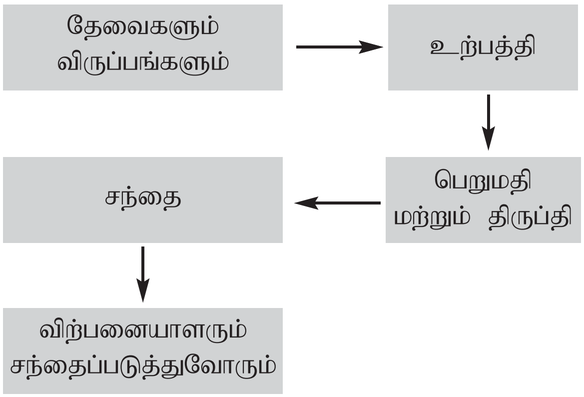
வாழ்க்கையைக் கொண்டு நடாத்துவதற்காக கட்டாயமாக மேற்கொள்ளவேண்டிய விடயங்கள்

பௌதீகத் தேவைகள்

சமூகத் தேவைகள்

விருப்பங்கள்

தேவைகளை அடைந்துகொள்ளும் வழிமுறைகள்



- வாங்குவது யார்?
- ஏன் வாங்குகின்றனர்?
- வாங்கிய பின்னர்
- (எவ்வளவு வெற்றிகரமாக அமைந்தது)

அட்டவணை 01

தொடர் இல	விபரம்	வயது	முகவரி	வருமானம்	பணம் கொடுத்து வாங்கும் பழக்கம்	வாழ்க்கை முறை	சமூக அந்தஸ்து	வருமானம்	ஏனைய

வாங்குவோர் பட்டியல் (மாதாந்தம் தயாரிப்பதற்கு)

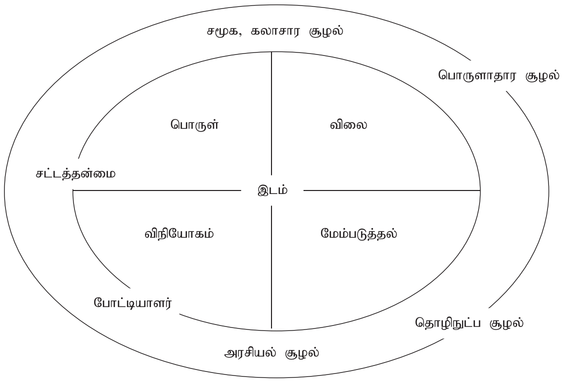
அட்டவணை 02

வாங்குபவர்	வகை	எண்ணிக்கை - தொகை	பெறுமதி

தனக்குரிய சந்தைப் பகுதி

அட்டவணை 03

வகை	சந்தைப்பகுதி	எண்ணிக்கை 100%



சரியான பொருள்
Right Product

பொருள் அல்லது சேவையின் தன்மை

- யாருக்காகத் தயாரிக்கப்படுகிறது?
- பாவனை மற்றும் பயன்
- அளவு, நிறம், அமைப்பு
- வடிவமைப்பு, அலங்காரம்
- பொருளின் ஆயுட்காலம்
- வகுப்பு / வகை / விஷேடத்துவம்

பொதியிடல்

- பாதுகாப்பு
- விற்பனை
- வசதி
- காட்சிப்படுத்தல்
- ஒரே தடவையில் அடையாளங்காணல்
- கண்கவர் காட்சி
- விஷேட நன்மைகள்
- பாவனைக்கு வசதியாக
- பாவனைக்குரிய அறிவுறுத்தல்கள்
- பலவீனங்களை மறைக்காதிருத்தல்

சரியான பொருள் ஆயின் ....

சரியான பொருட்கள் பற்றிய சந்தைத் தகவல்கள் ………..…
புதிய உற்பத்தி ………..…
தற்பொழுது பாவனையிலுள்ள ………..…
பண்டத்தின் பயன் ………..…
அளவு, நிறம், அமைப்பு ………..…

போட்டியாளர்களின் பொருட்கள் பற்றிய தகவல்கள் ………..…
போட்டியாளர்கள் யார் ………..…
பிரதான போட்டியாளர் ………..…

போட்டியாளர் பற்றிய தகவல்கள்

அட்டவணை 04

தன்மை	உத்தேச பொருள் / சேவை	1 போட்டியாளர்	2 போட்டியாளர்	3 போட்டியாளர்
நிலை தரம் விலை பொதியிடல் விஷேடத்துவம் நன்மைகள் விநியோகம் பண்டம் ஏனைய				

சரியான விலை
Right Price

**இரண்டும் ஒன்றே எனின்
எதற்காக அதிகம்
செலவிடுகிறீர்கள்**

- ஒரே மற்றும் ஒத்த சேவைகள் இரண்டுக்கு வாடிக்கை-யாளர்கள் வெவ்வேறு விலைகளைச் செலுத்துகின்றனர். (இரண்டுக்கு ஒன்றாயின் ஏன் இரண்டுக்கு மேலதிகமாக செலவிடுகிறீர்கள்)
- செலுத்துகின்ற முறைக்கேற்ப இரண்டு வகைகளாக அமையும் (நேரடி, வாடகை அடிப்படையில்)
- பிரபல்யமான பெயருக்காக அதிக விலை செலுத்துகின்றனர்.
- கிடைக்கின்ற சேவை வசதி கருதி சமூகம், சாதிக்கேற்ப வாடிக்கையாளர் அதிகம் செலுத்துகின்றனர்.
- செலவு மற்றும் இலாபத்துக்காக (கிரயத்துக்கேற்ப விலை)
- எதிர்காலத்தில் இலாபம் பெறும் நோக்கில் (அறிமுகப்படுத்தும் விலை)
- வாடிக்கைாளர்களை வரவேற்க.

பலவிதமான விலைகள் / விலைக்குரிய உபாயங்கள்

- கிரயத்தின்மீது விலை நிர்ணயம்
- சுரண்டுவதற்காக விலை
- சந்தையைவிட்டு விலகிச் செல்வதற்காக விலை
- சந்தை விலைத்தளம்பல்கள்
- உளவியல் காரணிகளால் விலை நிர்ணயம்

விற்பனைச் சுருக்கம்

அட்டவணை 05

வகை	விற்பனை அளவு	விலை	விற்பனைப் பெறுமானம்

விற்பனை உள்ளடக்கங்கள்

- விலை பற்றிய விளக்கம்
- தரகர்களுக்கு விலைக் கழிவு
- கடன் கால அளவு
- கடன் விற்பனை
- நேரடி விற்பனை

சரியான இடம்
Right Place

நுவரெலியாவில் கோவா, கெரட் வளர்க்கப்படுகின்றது.

பொலனறுவையில் கவ்பி, பயறு வளர்க்கப்படுகிறது.

ஹம்பாந்தோட்டையில் உப்பு விளைகிறது.

நுவரெலியாவிலுள்ளோர் உப்பு வாங்குவதற்கு ஹம்பாந்தோட்டை செல்வதில்லை

பொலனறுவையிலுள்ளோர் கோவா வாங்குவதற்கு நுவரெலியா வருவதில்லை

நுவரெலியாவிலுள்ளோர் பயறு வாங்குவதற்கு பொலனறுவைக்கு வருவதில்லை

மேற்படி கூற்றுக்களுக்கமைவாக கோவா பொலனறுவையிலும்

உப்பு நுவரெலியாவிலும் இருத்தல் வேண்டும்.

உற்பத்தியாளர் → வாடிக்கையாளர்

உற்பத்தியாளர் → முகவர் → வாடிக்கையாளர்

உற்பத்தியாளர் → சில்லறை வியாபாரி → வாடிக்கையாளர்

உற்பத்தியாளர் → மொத்த வியாபாரி → சில்லறை வியாபாரி → வாடிக்கையாளர்

சரியான இடம் என்பதில் உள்ளடங்குபவை

- சரியான நேரம்
- சரியான போக்குவரத்து உபாயங்கள்
- சரியான களஞ்சிய வசதி
- சரியான காட்சிப்படுத்தல் இருத்தல் வேண்டும்

அட்டவணை 06

பண்டத்தின் வகை	சந்தைக்கு அண்மித்த	விநியோக இடத்தை அண்மித்த	போக்குவரத்து வசதி	தேவையன ஊழியம்	தொழிற்சாலை வசதி	ஒத்தவகையான தொழிற்சாலை வசதி	புவியியல் நிலை	இனம்	ஏனைய

சரியான மேம்படுத்தல்
Right Promotion

தெரியாமல் எப்படி வாங்கலாம்

மேம்படுத்தல் யாருக்காக?

- இருப்பது எங்கே?
- எவ்வாறு தெரியப்படுத்தலாம்?
- தெரியப்படுத்துவதற்குள்ள வழிகள் எவை?
- அதன் பிற்பாடு என்ன நடக்கும்?
- ஏனையோர் என்ன செய்வார்கள் என்று தேடிப்பார்க்க.
- எங்கே செய்வது?
- எங்கே விலைகொடுத்து வாங்கலாம்?

தொடர்பாடல்

1. விலைகொடுத்து வாங்குகின்ற இடத்துக்கேற்ப மேம்படுத்தல் உபாயங்களைத் தெரிவுசெய்யலாம்.

   சுப்பர் மார்க்கட்களில் - விலைகளைக் காட்சிப்படுத்துதல்

   பொதிகளைக் காட்சிப்படுத்துதல்

2. கிராமத்துக் கடைகளில் - முதலாளிக்கு அதிகமான கமிஷன் பயனுள்ள விலையைத் தீர்மானிக்கவுள்ள தொடர்பு

   விலைக்கேற்ப வாங்குதல்

பலவிதமான மேம்படுத்தல் உபாயங்கள்

- பிரச்சாரம் (ஊடகம் மூலம்)
- விற்பனை மேம்படுத்தல் (விற்பனைக்கான விஷேட வேலைத்திட்டங்கள்) (விற்பளை நடமாடும் சேவை)
- பிரபல்யம் / விளம்பரம்
- தனிப்பட்ட விற்பனைகள்

மேம்படுத்தல் உபாயங்களைத் தெரிவுசெய்யும்போது கவனத்தில் கொள்ளவேண்டிய விடயங்கள் எவை?

1. இலக்குடையோர் யார்?
2. அவர்களிடமிருந்து எதிர்பார்க்கின்ற விடயம் என்ன?
3. தேவையான மறுதளிப்புகளுக்காக வழங்கவேண்டிய செய்தி என்ன?
4. செய்தியை அமைக்கவேண்டிய முறை எது?
5. செய்தி அனுப்பவேண்டிய ஊடகம் எது?
6. மறுதளிப்பினைச் செய்யவேண்டிய செய்தி ஊடகம் பெற்றுக்கொடுக்கும் முறை எது?

விளம்பரம் மற்றும் தனிப்பட்ட விற்பனையிலுள்ள நன்மைகள்

- ஆகு செலவு.
- விற்பனைச் செலவு.
- வாடிக்கையாளரை நேரடியாகத் தொடர்புபடுத்தலாம்.
- விற்பனையின் பின்னரான சேவை.
- நம்பிக்கையைக் கட்டியெழுப்புதல்.
- இலாபம் பங்கிடாமை.
- வாடிக்கையாளரின் செலவினைக் குறைக்கச் செய்தல்.
- பண்டத்தின் அபிவிருத்திக்கான வசதி.

சந்தைப்படுத்தல் எண்ணக்கருவின் பயன்பாடு

- உற்பத்தி தத்துவம்
- தயாரிப்புத் தத்துவம்
- விற்பனைத் தத்துவம்
- சந்தைப்படுத்தல் தத்துவம்
- வாடிக்கையாளர் தத்துவம்
- சமுதாய சந்தைப்படுத்தல் தத்துவம்

விற்பனை

1. கவனம்
2. விருப்பம்
3. அபிலாஷை, நம்பிக்கை
4. நடவடிக்கை மேற்கொள்ளல்

வாடிக்கையாளர் நலன்

எந்த விடயத்தை
மேற்கொள்வதாயினும் சரி
அது
வாடிக்கையாளர்க்கேயாகும்

1. வாடிக்கையாளர் என்பது எமது வியாபாரத்தில் திருப்தியையும் அல்லது அனுபவிக்கின்ற நபர்களாவதுடன் பலவிதமான மனிதர்களாயிருப்பர்.

1. வியாபாரத்தில் வெளிவாரி நபர்கள்- போட்டியாளர்கள்
   - விநியோகத்தர்கள்
   - உற்பத்தியாளர்
   - கொடுக்கல் வாங்கலில் ஈடுபடுபவர்
   - அரசாங்கம்
2. வியாபாரத்திலுள்ள உள்ளார்ந்த நிலைப்பாடு – பணியாளர்கள்
   - உரிமையாளர்கள்

வாடிக்கையாளர் முக்கியமாவதேன்?

1. அவர்கள் தமது வாழ்க்கைக்குரிய உபாயங்களை மேற்கொள்வர்.
2. அவர்கள் எமது புதிய வியாபாரங்களை உருவாக்குவர்.
3. அவர்கள் எமது நற்பெயரை பிரபலப்படுத்துவர்.
4. அவர்கள் எமது சந்தர்ப்பங்களையிட்டு மீண்டும் மீண்டும் நினைவுபடுத்த இடம்கொடுப்பர்.
5. அவர்கள் எமது வியாபாரத்தைக் கொண்டு நடாத்துவார்கள்.
6. மேலும் பல.

பொதுசன உறவுகள்

நீங்கள் யோசித்ததுண்டா?

அவையனைத்தையும் விட கடந்த ஒரு வருட காலத்திற்குள் உங்களுடைய வாடிக்கையாளர்க்கு எவ்வாறான முறையில் கீழ்த்தரமாகவும், தர்க்கிக்கும் வகையிலும் கதைத்திருக்கின்றீர்களா (உள்ளம் புண்படும் வகையில், கீழ்த்தரமாக, கோபிக்கும்வகையில்). அதனால் அவர்கள், அவர்களுடைய நண்பர்கள் எத்தனையோபேர் (நூற்றுக்கணக்கானோர்) உங்களிடமிருந்து தூரமாகவிருக்கின்றனர் என்று யோசிக்குக. இவ்வாறு ஒருவரிடத்தில் தங்களிடமிருந்து சிலரும், வாடிக்கையாளர்களின் எண்ணிக்கையையும் யோசிக்குக. மீண்டும் பல ஆண்டுகள் செல்லலாம் என்று நினைக்க.

வாடிக்கையாளரின் தேவைகளைப் பற்றி யோசிக்குக.

- அவர்களுக்கு விருப்பங்களும் தேவைகளுமுண்டு.
- அவற்றினால்தான் கேள்வி உருவாகும்.
- கேள்வி காரணமாக கோரிக்கை கிடைக்கும்.
- கோரிக்கைக்கேற்ப உற்பத்தி செய்யப்படும்.
- உற்பத்தி காரணமாக நிரம்பல் இடம்பெறும்.
- நிரம்பல் செய்வதால் வாடிக்கையாளர் திருப்திகொள்வர்.
- அவர்கள் பெறுகின்ற திருப்தி காரணமாக எமக்குப் பணம் செலுத்துவர்.
- அதுதான் உண்மை.
- அவர்களுக்குத் திருப்தி இல்லாது போனால் பணம் செலுத்துவதில்லை.
- அப்போது வியாபாரம் கிடையாது…. வருமானம் இல்லை…
- பிரச்சினைகள் அதிகரிக்கும்.

வாடிக்கையாளரின் விருப்பங்கள் என்ன?

1. தேவைகளில் திருப்தியடைவது.
2. வசதிகள் (வாடிக்கையாளர் எதிர்பார்க்கும்)
3. உங்களுடைய உற்பத்திகளால் அவர்களுக்கு என்ன செய்யலாம்.
4. பலவிதமான வாடிக்கையாளர்க்கு பலவிதமான தேவைகள் உண்டு. திருப்திக்காகவேண்டி பலவிதமான வசதிகள் கிடைக்கின்றதா என்பதைப் பற்றி

நீங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்க்கைகளை விளங்கிக்கொள்ளும்போது

- வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை உத்தேசிக்க முடியாது.
- கேட்டறிந்துகொள்ளுதல் வேண்டும்.
- எதிர்பார்க்கைகள் அவர்களுடைய முன்னேற்றத்தின் உறுதிப்பாட்டுக்காக ஏகமனதாக ஏற்றுக்கொள்ளுதல் வேண்டும் என்பதை விளங்கிக்கொள்ளல்.

வாடிக்கையாளரின் எதிர்பார்ப்புகள்மீது செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகள்

- பொருள்
- விலை
- உற்பத்தி
- சந்தர்ப்பம்
- வாடிக்கையாளர் சேவை

வாடிக்கையாளர் கோபமடைவதேன்?

- அதிகமான நேரம் தாமதிக்கின்றமையால்.
- எதிர்பார்ப்புகள் கிட்டாதபோது.
- அவர்களுக்கு ஒத்துழைப்பு கிடைக்காதபோது.
- அதிகாரம் கிடைக்காதபோது
- தோல்வி மனப்பாங்கு உருவாகுவதால்.
- கேட்டறிந்துகொள்ளாதமையால்.

கட்டுப்படுத்துவதற்கு கடினமான நிலையிலுள்ள வாடிக்கையாளர்களின் வகை

- எல்லாவற்றையும் அறிந்துவைத்துள்ள வாடிக்கையாளர்கள்.
- மறுதளிப்புச் செய்யக்கூடிய வாடிக்கையாளர்கள்.
- பாதுகாப்பான வாடிக்கையாளர்கள்.
- தொடர்புகொள்ள முடியாத வாடிக்கையாளர்கள்.
- பாதிக்கப்பட்ட வாடிக்கையாளர்கள்.
- கோபிக்கக்கூடிய வாடிக்கையாளர்கள்.
- கதைப்பதற்குத் தாம் விரும்புகின்ற வாடிக்கையாளர்கள்.
- குற்றம் சுமத்தும் சுபாவமுடைய வாடிக்கையாளர்கள்.
- எப்போதும் முறைப்பாடு செய்வோர்.
- ஒழுங்கமைந்தோர். (சாதாரண வாடிக்கையாளர்கள்)

பிரதான சந்தைப்படுத்தல் தத்துவங்கள்

- உற்பத்தி
- முடிவுப்பொருட்கள்
- விற்பனைப் பாகங்கள்
- சந்தைப்படுத்தல்
- வாடிக்கையாளர்
- சமூகமய விற்பனையாளர்

உற்பத்திசார் தத்துவங்கள்

- விலை குறைந்த பண்டம் / ஏனைய பொருட்கள்
- வினைத்திறன்
- விநியோகம்
- விலையுடன் தொடர்பற்ற மாற்றங்களுக்காளாகாதவை

முடிவுப்பொருள்சார் தத்துவங்கள்

- பண்புகள்
- குணாதிசயங்கள்
- பயனுள்ள எண்ணிக்கை

விற்பனை தத்துவங்கள்

எல்லா முயற்சிகளும் விற்பனைக்காகவே

சிறு வியாபாரி ஒருவருக்காக மேற்படி தத்துவங்களின் பாவனை

விற்பனை

சந்தை

- சந்தையின் அளவு
- சந்தையின் விசாலம்
- சந்தையின் வகை

வெற்றிகரமான விற்பனையொன்றின் கட்டங்கள்

AIDA தத்துவம்

A - Attention

I - Interest

D - Desire

A - Action

பொதுசன தொடர்பாடல்

சிறந்த பொதுசன தொடர்பாடலொன்றின் அவசியம் ஏன்?

பொதுசன தொடர்பாலின் பிரதான எண்ணக்கரு

ஒழுக்கம் என்னும் மரியாதை செய்தல்

மரியாதை பிரதான விடயங்கள் 4 ஆகும்

வளங்களை ஏற்றுக்கொள்ளல்

பணத்தை
ஏற்றுக்கொள்ளல்

தனிநபர்களை
ஏற்றுக்கொள்ளல்

காலத்தை
ஏற்றுக்கொள்ளல்

ஆளுமை

ஆளுமை

- வெளிவாரி ஆளுமை
- உள்வாரி ஆளுமை

பொதுசன
தொடர்பாடலில்
தனிமனித அபிமானம்
பற்றிய எண்ணக்கரு

நீர் யார்?

நீங்கள் உங்களுடைய

பெற்றாரின் நல்ல பிள்ளை

சகோதரர்களின் நல்ல உடன்பிறப்பாகும்

நண்பர்களின் சிறந்த நண்பராகும்

ஆசிரியர்களின் சிறந்த மாணவர் மாணவர்களின் சிறந்த ஆசிரியர்/ஆசிரியை அலுவலகத்தில் நல்ல ஊழியர் ஊழியர்களின் நல்ல பிரதானி இலங்கையின் சிறந்த பிரஜை

உலகின் அதிசயிக்கத்தக்க ஆக்கம் நீங்கள்

பார்க்க அதிகாலையில் சூரியன் உதிப்பது தங்களை உற்சாகப்படுத்தவாகும்

பறவைகள் பாடுவது தங்களுக்குக் கேட்பதற்கு

பூ மலர்வது தங்களுக்குப் பார்க்க

பாரிய விருட்சங்கள் அமைந்திருப்பது தங்களுக்கு நிழல் தருவதற்காகும்

அருவிகள் ஓடுவதும் தங்களுக்கு அழகைக் காட்டவாகும்

சந்திரன் உதிப்பதும் நட்சத்திரங்கள் பிரகாசிப்பதும் தங்களுக்கு குளிர்ச்சியைத் தருவதற்காகும்

சிரிக்க

அத்துடன் சிரிக்க

அத்துடன் நடக்கவும்

அவர்கள் உங்களுடைய – நீங்கள் அவர்களுடைய

இவ்வுலகின் அழகிய படைப்பும் நீங்கள்தான்

அபிமானம்
பாதிப்படையும்
சந்தர்ப்பங்கள்

- விமர்சனம்
- விநோதம்
- அரசியல்
- சமயம்
- வாதம்

மதிக்க
முடியாதோர்

மனிதர்களுடன்
கொடுக்கல் வாங்கலில்
ஈடுபடும்போது
முன்னோடியான
தீர்மானங்களுக்கு வருவது
நல்லதா?

மனிதர்களுடன்
கொடுக்கல் வாங்கலில்
ஈடுபடும்போது மிகச்
சிறியவை பற்றி
கருத்தில்கொள்ள
வேண்டும்

வியாபாரத் திட்டம்

01. முயற்சியாளரை அறிமுகம்செய்தல்

1.1 பெயர் -
1.2 முகவரி -
1.3 பிறந்த திகதி -
1.4 ஆண் / பெண் பால்நிலை -
1.5 தொலைபேசி இலக்கம் -
1.6 மின்னஞ்சல் -
1.7 உயர் தரம் வரை -
1.8 தொழிற் தகைமைகள் -
1.9 NVQ பெற்றிருப்பின் -
1.10 அடையாள அட்டை இலக்கம்-
1.11 கிராம அலுவலர் பிரிவு -
1.12 பிரதேச செயலக பிரிவு -
1.13 மாவட்டம் -

02. வியாபாரத்தினை அறிமுகம்செய்தல்

2.1 வியாபாரத்தின் தன்மை -
2.2 வியாபாரத்தின் பெயர் -
2.3 வியாபாரத்தின் முகவரி -
2.4 தொலைபேசி இலக்கம் -
2.5 மின்னஞ்சல் -
2.6 ஆரம்பித்த வருடம் -
2.7 பதிவுசெய்த நிறுவனம் -
2.8 பதிவிலக்கம் -
2.9 பதிவுசெய்த திகதி -
2.10 சட்டத்தன்மை -
2.11 முதலீடு செய்த தொகை -

03. சந்தைத் தகவல்கள்

- உத்தேச பொருட்கள் மற்றும் சேவைகள்
- இலக்குடைய சந்தைப் பகுதி
- இலக்குடைய வாடிக்கையாளர் குழு

04. தற்போதுள்ள சொத்துக்கள்

தொடர் இலக்கம்	விபரம்	பெறுமதி (ரூ.)
1		
2		
3		
4		
5		

05. ஊழியர்களின் எண்ணிக்கை

5.1 தற்போதுள்ள -

5.2 ஆட்சேர்ப்பதற்கு உத்தேசித்துள்ள -

06. தேவையான இயந்திர சதனங்கள்

தொடர் இலக்கம்	விபரம்	பெறுமதி (ரூ.)
01		
02		
03		
04		
05		
	மொத்த எண்ணிக்கை	

07. செயற்றிட்ட செலவு மதிப்பீடு

	தற்போதுள்ள		உத்தேச		மொத்த செலவு
	தன்னுடைய பங்களிப்பு	வங்கிக் கடன்	தன்னுடைய பங்களிப்பு	வங்கிக் கடன்	
காணி மற்றும் காணி தயாரிப்பு					
கட்டிடங்கள்					
இயந்திர சாதனங்கள்					
உபகரணங்கள்					
தளபாடங்கள்					
வாகனங்கள்					
ஏனைய நிலையான சொத்துக்கள்					
மின்சார இணைப்பு பெறுவதற்கான அடிப்படைச் செலவுகள்					
நீர் இணைப்பு பெறுவதற்கான அடிப்படைச் செலவுகள்					
ஆரம்பச் செலவுகள்					
எதிர்பாராச் செலவுகள்					
நடைமுறை மூலதனம்					
மொத்தம்					

08. இலாப நட்டக் கணக்கு

	நடப்பாண்டு	1 ஆவது உத்தேச ஆண்டு	2 ஆவது உத்தேச ஆண்டு	3 ஆவது உத்தேச ஆண்டு
விற்பனை வருமானம்				
மொத்தம் - ஏனைய வருமானம்				
மொத்த வருமானம்				
கழித்தல் - நானாவித செலவுகள்				
மூலப்பொருட்கள்				
கொண்டு செல்லல் செலவுகள்				
ஊழியர் சம்பளங்கள்				
எரிபொருள் / மின்சாரம்				
பொதியிட்ட பொருட்கள்				
ஏனைய நானாவித செலவுகள்				
மொத்த நானாவித செலவுகள்				
தேறிய இலாபம்				
கழித்தல் - நிலையான செலவுகள்				
கட்டிட வாடகை				
வரி				
முகாமைத்துவ சம்பளம்				
தபால் மற்றும் தொலைபேசி				
காகிதாதிகள்				
அனுமதிப்பத்திரக் கட்டணம்				
காப்புறுதிக் கட்டணம்				
திருத்தங்கள் மற்றும் பராமரிப்புகள்				
நலன்புரி செலவுகள்				
ஊழியர் உபசரிப்பு செலவுகள்				
விநியோக செலவுகள்				
பிரச்சாரச் செலவுகள்				

மொத்த நிலையான செலவுகள்				
நடவடிக்கை இலாபம்				
கழித்தல் - நிதி மற்றும் கூட்டு செலவுகள்				
கடன் வட்டி				
தேய்மானம்				
மொத்த நிதி மற்றும் கூட்டு செலவுகள்				
தேறிய இலாபம்				

09. நடைமுறை மூலதனக் கணக்கு

வகை	நாட்களின் எண்ணிக்கை	ஆகுசெலவு
மூலப்பொருள்		
கொண்டுசெல்லல் செலவுகள்		
ஊழியர் சம்பளம்		
பொதியிடல்		
எரிபொருள் / மின்சாரம்		
கடன் வட்டி		
ஏனைய		
மொத்தம்		

10. முதலீட்டின் மீதான தேறிய இலாப வீதம்

$$\frac{\text{தேறிய இலாபம்}}{\text{முதலீடு}} \times 100$$

11. கடன் சேவை காப்புறுதி வீதம்

$$\frac{\text{தேறிய இலாபம்} + \text{கடன் வட்டி} + \text{தேய்மானம்}}{\text{கடன் தவணை} + \text{கடன் வட்டி}}$$

12. நடவடிக்கைத் திட்டம்

செயற்பாடுகள்	அக்டோபர்	நவம்பர்	டிசம்பர்	ஜனவரி	பெப்ரவரி	மார்ச்	ஏப்ரல்	மே	ஜூன்	ஜூலை	ஆகஸ்ட்	செப்டம்பர்	செலவுகள்	பொறுப்புக்கள்
வியாபாரத் திட்டத்தைத் தயாரித்தல்														
நிதி திரட்டுதல்.														
இயந்திர சாதனங்களைக் கொள்வனவு செய்தல்														
ஏனைய மூலப்பொருட்களைக் கொள்வனவு செய்தல்														
தயாரிப்பு நடவடிக்கைகளை ஆரம்பித்தல்														

13. செயற்றிட்ட முன்யோசனையை சான்றுப்படுத்துதல்.

மனித வலு மற்றும் வேலைவாய்ப்புத் திணைக்களம்

9ம் மாடி, செத்சிறிபாய - 2வது கட்டம், பத்தரமுல்லை.

இணையதளம் : www.dome.gov.lk

தொலைபேசி / தொலைநகல் : 011 218 71 34