

7

ව්‍යාපාර අදහස් හා අවස්ථා



මෙම පරිච්ඡේදය මගින් පහත දැක්වෙන තේමා පිළිබඳ ව සාකච්ඡා කෙරේ.

7.1 ව්‍යාපාර අදහසක් තේරීම

ව්‍යාපාර අදහස් සංකල්පය

හොඳ ව්‍යාපාර අදහසක ලක්ෂණ

ව්‍යාපාර අදහස් මූලාශ්‍රය

7.2 ව්‍යාපාර අදහස් ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් බවට පත් කර ගැනීම

ව්‍යාපාර අවස්ථාව

ව්‍යාපාර අදහස් හා අවස්ථා අතර වෙනස

හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක ලක්ෂණ

යෝග්‍ය ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තෝරා ගැනීම

7.3 නිර්මාණාත්මක ව්‍යාපාර අදහසකට නෛතික ආවරණය ලබා ගැනීම

7.1 ව්‍යාපාර අදහසක් තේරීම

අද ලෝකයේ බිහි ව ඇති සියලු භාණ්ඩ, සේවා, ක්‍රියාවලි සහ ක්‍රම ශිල්ප මිනිසා මුහුණ දුන් ගැටලුවකට විසඳුමක් ලෙස ඉදිරිපත් වූ ඒවා වේ. ඒවා සියල්ල ව්‍යාපාර අදහස්වල ප්‍රතිඵල ය.

පානීය ජල අවශ්‍යතාව ගැන සිතා බලන්න. ප්‍රමාණවත් පානීය ජල සැපයුමක් නොමැතිවීම පාසල්වල සුලභ ගැටලුවකි. ඒ නිසා නිවෙස්වලින් පානීය ජලය ගෙන ඒම සඳහා විවිධ ප්‍රමාණයේ හා විවිධ හැඩ සහිත බඳුන් වෙළඳපලට හඳුන්වා දී ඇත. ජල බඳුන්වල වක්‍ර පෘෂ්ඨය නිසා එය පාසල් බැගය තුළ ඇසිරීම දුෂ්කර වූ බැවින් පොතක ප්‍රමාණයට සමාන හැඩයෙන් යුත් ජල බඳුන් වෙළඳපලට ඉදිරිපත් විය. ඒ නිසා අවහිරයකින් තොර ව පොත්පත් සමග එකට ගෙන යා හැකි ජල බඳුන් නිර්මාණය විය.

මේ ආකාරයට මිනිසුන් මුහුණ දෙන ගැටලුවක් සඳහා විසඳුමක් ලෙස නිර්මාණශීලීත්වය ඇති පුද්ගලයෝ තම චින්තනය යොදා ගනිමින් ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය කරති. ඒවා ව්‍යාපාර අවස්ථා බවට පත්වෙමින් පුද්ගල හා සමාජ අවශ්‍යතා සපුරාලීමට විවිධ විකල්ප නිරන්තරයෙන් බිහිවන බව අපට පරිසරය නිරීක්ෂණය කළින් අනාවරණය කරගත හැකි ය.

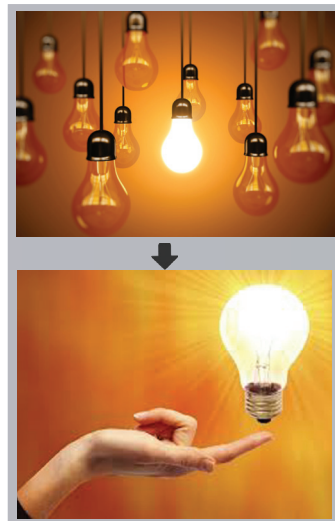
ව්‍යාපාර අදහස් සංකල්පය

ව්‍යාපාර අදහසක් යනුවෙන් හැඳින්වෙන්නේ පරිසරයේ ඇති ගැටලුවකට විසඳුමක් වන පුද්ගල අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරාලන වාණිජමය වටිනාකමක් ඇති සිතුවිල්ලකි. ව්‍යවසායකත්වයේ දී ව්‍යාපාර අදහස් වැදගත් වන්නේ එය ව්‍යවසායකයෙකුගේ කැමැත්ත හා නිර්මාණශීලීත්වය මුසු ව ජනනය වීමත් එය ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් බවට පත්වීමේ පළමු වන පියවර වීමත් වන බැවිනි.

“අදහස් ගත 10ට දුසිමක් ගත හැකි ය” යනු ව්‍යාපාර ක්‍ෂේත්‍රයේ ඇති කියමනකි. මින් ගම්‍ය වන්නේ ව්‍යාපාර අදහස් සුලභ බවය. එසේ වුව ද ඒවා සියල්ල ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් (business opportunity) බවට පත් කරන අදහස් නොවේ. ඒවා ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් බවට පත්කර ගැනීම ව්‍යවසායකයෙකුගේ කාර්යභාරය වේ.

හොඳ ව්‍යාපාර අදහසක ලක්ෂණ

- ★ ව්‍යාපාරයක් ලෙස සංවර්ධනය කළ හැකි වීම
- ★ පරිසරයේ මතු වන අවශ්‍යතා සපුරාලිය හැකි වීම
- ★ වෙනස් වන අවශ්‍යතා හා වුවමනාවලට ප්‍රතිචාර දැක්විය හැකි වීම
- ★ තරගකාරීත්වයට සාර්ථක ව මුහුණ දිය හැකි වීම
- ★ තාක්ෂණය සමග ගැලපිය යුතු වීම
- ★ මුහුණ දෙන අවදානම අවම කරගත හැකි වීම
- ★ ව්‍යාපාරයක් බවට පරිවර්තනය කිරීමෙන් ඉපැයීමක් කළ හැකි වීම
- ★ ස්වකීය ව්‍යාපාර අදහස ආරක්ෂා කරගත හැකි වීම



ඇතැම් විට ව්‍යවසායකයෙකුට උචිත ම ව්‍යාපාර අදහස තෝරා ගැනීමට ව්‍යාපාර අදහස් සිය දහස් ගණනක් වුව ද සැලකිල්ලට ගැනීමට සිදු වේ. එසේ ව්‍යාපාර අදහස් මතුකර ගත හැකි බොහෝ මූලාශ්‍රය පවතී. ඒවා මොනවා ද යන්න අධ්‍යයනය කරමු.

ව්‍යාපාර අදහස් මූලාශ්‍ර

ව්‍යාපාර අදහස් මූලාශ්‍රය විවිධ ආකාරවලින් මතු විය හැකි ය. ඉන් ප්‍රධාන වන මූලාශ්‍ර කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

01. විනෝදාංශ හා ලැදියා තුළින්
02. පුද්ගල දක්ෂතා හා පළපුරුද්ද තුළින්
03. වෙළඳපල සමීක්ෂණ තුළින්
04. පාරිභෝගික ප්‍රතිචාර තුළින්
05. නිර්මාණශීලී චින්තන හැකියා තුළින්
06. ජනමාධ්‍ය මගින්
07. සැපයුම්කරුවන් ඇසුරින්
08. තරගකාරිත්වය අධ්‍යයනය කිරීම තුළින්
09. අධ්‍යාපනික පාඨමාලා තුළින්
10. ප්‍රදර්ශන හා අත්දැකීම් මගින්



රූපය 7.2

ඉහත දැක්වෙන ව්‍යාපාර අදහස් මූලාශ්‍රය තව දුරටත් පැහැදිලි කර ගනිමු.

01. විනෝදාංශ හා ලැදියා ව්‍යාපාර අදහසක් බවට පත්වීම
පුද්ගලයන්ගේ විවිධ විනෝදාංශ ඇත. මල් වගාව, චිත්‍ර ඇඳීම, සුරතල් මසුන් ඇති කිරීම හා ඡායාරූපකරණය වැනි විනෝදාංශ තම ව්‍යාපාර බවට පත්කරගත් ව්‍යවසායකයන් බහුල ය.
02. පුද්ගල දක්ෂතා හා පළපුරුද්ද තුළින් ව්‍යාපාර අදහස් මතු වීම
රැකියාවෙන් ලත් අත්දැකීම් හා පළපුරුද්ද, ක්‍රීඩා, නර්තන, ගායනා, වැනි පෞද්ගලික හැකියා යොදා ගැනීමෙන් ව්‍යාපාර ජනනය වේ.
03. වෙළෙඳපොළ සමීක්ෂණ තුළින් ව්‍යාපාර අදහස් මතු වීම
ව්‍යවසායකයා හෝ වෙනත් ආයතන විසින් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් පිළිබඳ ව පාරිභෝගික අදහස් විමසීමට වෙළඳපල සමීක්ෂණ කෙරේ. ඒ මගින් අනාවරණය වන පාරිභෝගික අවශ්‍යතා, වුවමනා හා ප්‍රතිචාර තුළින් ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය වේ.

නිදසුන් :-

බැංකුවක් ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අවශ්‍යතා විමසා ඒ අනුව රාත්‍රී බැංකු සේවා සැපයීම හා රජයේ නිවාඩු දිනවල බැංකු සේවා සැපයීම.

04. පාරිභෝගික ප්‍රතිචාර තුළින් ව්‍යාපාර අදහස් මතු වීම

ව්‍යවසායකයා හෝ වෙනත් ආයතන විසින් පාරිභෝගික අවශ්‍යතා, වුවමනා හා ප්‍රතිචාර පිළිබඳ ව කරන අදහස් විමසීම් තුළින් ද ව්‍යාපාර අදහස් මතු කර ගත හැකි ය. වර්තමානයේ පාරිභෝගික අදහස් හා යෝජනා විමසීමට යෝජනා පෙට්ටි භාවිත කිරීම හා පාරිභෝගික සටහන් පොත් භාවිත කිරීම සුලභ ය.

නිදසුන් :-

පාරිභෝගික අදහස් මත ආහාර වට්ටෝරු වෙනස් කිරීම

05. නිර්මාණශීලී චින්තන හැකියා තුළින් ව්‍යාපාර අදහස් මතු වීම

පුද්ගල නිර්මාණශීලී චින්තන හැකියාව මගින් පවතින දෙයක හෝ ක්‍රියාවලියක වෙනසක් කිරීමට නව අදහස් ගෙන එයි.

නිදසුන් :-

අවශ්‍ය අවස්ථාවක දී ජලවාශ්ප, පානීය ජලය බවට පරිවර්තනය කර ගත හැකි සරල උපකරණයක් නිෂ්පාදනය

06. ජනමාධ්‍ය මගින් ව්‍යාපාර අදහස් මතු වීම

ජනමාධ්‍යවල පළවන තොරතුරු හා පුවත් ඇසුරින් ව්‍යාපාර අදහස් ජනිත කරගත හැකි ය. දිනපතා හෝ සති අන්ත පුවත් පත්, අන්තර්ජාලය තුළින් ව්‍යාපාරික අදහස් මතු කර ගත හැකි දැන්වීම් බහුල ය.

නිදසුන් :-

සැපයුම්කරුවන් විමසීමේ දැන්වීම්වලට ප්‍රතිචාර ලෙස සැපයුම් ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීම

භාණ්ඩ තොග වශයෙන් අලෙවි කිරීමේ දැන්වීම් මත අලෙවි ව්‍යාපාර ඇති වීම

ව්‍යාපාරයකට හවුල්කරුවන් විමසීමේ දැන්වීම් මගින් හවුල් ව්‍යාපාර බිහි වීම

07. සැපයුම්කරුවන් ඇසුරින් ව්‍යාපාර අදහස් මතු වීම

දූතමත් කරගෙන යන ව්‍යාපාරයක නම් තම සැපයුම් කරුවන්ගෙන් හා ව්‍යාපාරයට සම්බන්ධ වන අනෙකුත් ආයතන හා පුද්ගලයන්ගෙන් ලැබෙන අදහස්වලින් ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය කරගත හැකි ය.

නිදසුන් :-

වගා ව්‍යාපාරයේ යෙදෙන අයට කෘෂි උපකරණ සපයන ආයතන නව වගා ක්‍රම, බීජ වර්ග හා පොහොර වර්ග හඳුන්වා දීම

08. තරගකාරීත්වය අධ්‍යයනය තුළින් ව්‍යාපාර අදහස් මතු වීම

තරගකරුවන්ගේ ක්‍රියාකාරීත්වය අධ්‍යයනය තුළින් ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය කරගත හැකි ය.

නිදසුන් :-

බැංකු සෙසු තරගකරුවන්ගේ සේවාවලට ගැලපෙන සේ නව සේවා වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම ගත හැකිය. එක් බැංකුවක් විශ්‍රාමිකයන්ට ගිණුමක් හඳුන්වා දෙන විට සෙසු බැංකු ද එය අනුකරණය කරයි.

09. අධ්‍යාපනික පාඨමාලා තුළින් ව්‍යාපාර අදහස් මතු වීම

පුද්ගලයෙක් හදුරන පාඨමාලා තුළින් ලබන දැනුම සමග ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය කරගත හැකි ය.

නිදසුන් :-

කාර්මික විද්‍යාල, විශ්වවිද්‍යාල පාඨමාලා අවසානයේ දී ලබන දැනුම හා අත්දැකීම් තුළින් ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීම

10. ප්‍රදර්ශන හා අත්දැකීම් මගින් ව්‍යාපාර අදහස් මතු වීම

ව්‍යවසායකයන්, වාණිජ මණ්ඩල ආදී ලෙස සංවිධාන කරන ප්‍රදර්ශන හා ඉසව්වලට සහභාගී වීමෙන් ව්‍යාපාර අදහස් ජනිත කර ගනී.

නිදසුන් :-

ව්‍යවසායකත්ව නිෂ්පාදන ප්‍රදර්ශන නව නිපැයුම්කරුවන්ගේ තරග



ක්‍රියාකාරකම 01

පරිසරයේ ඇතිවන වෙනස්කම් තුළින් ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය කර ගැනීමක් ඒවායේ යෝග්‍යතාව විමසීමත් ව්‍යවසායකයන් විසින් කළ යුතු ය. එවැනි සිද්ධියක් සම්බන්ධ ව අදහස් ජනනය කර ඇති ආකාර හා එහි යෝග්‍යතාව පහත දැක්වේ.

සිද්ධිය : “කිරිපිටි අලෙවිය තහනම් කෙරේ” පුවතක්

ව්‍යාපාර අදහස	යෝග්‍යතාව
★ ගව අභිජනන මධ්‍යස්ථානයක් ආරම්භ කිරීම	ඉදිරියේ දී දියර කිරි ඉල්ලුම වැඩිවන නිසා ගොවිහු ගව පාලනයට යොමු වෙති. එවිට උසස් අස්වැන්නක් ලබාදෙන ගව ප්‍රභේදවල සතුන් බෝ කිරීමට ඔවුහු පෙළඹෙති.
★ දියර කිරි අලෙවි ජංගම රථයක් යෙදවීම	දියර කිරි අලෙවි කරන ස්ථාන අඩු බැවින් ජංගම අලෙවි රථවලින් මිනිසුන් කිරි මිලදී ගැනීමට පෙළඹේ.

ඔබ ද පරිසරයේ ඇතිවන මෙවැනි වෙනස්කම් හඳුනාගෙන ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය කරන්න. ඒ ඒ ව්‍යාපාර අදහස්වල යෝග්‍යතාව දක්වන්න.

7.2 ව්‍යාපාර අදහස් ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් බවට පත් කර ගැනීම

සාර්ථක ව්‍යාපාරයක් බිහි වීම ක්ෂණික ව සිදු නොවේ. ඊට දිගු ගමන් මගක් ඇත. සිය අදහස් ගණනින් බිහිවන ව්‍යාපාර අදහස් අතුරින් යෝග්‍ය ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තෝරා ගැනීම පිළිබඳ ව මෙම කොටසින් අධ්‍යයනය කෙරේ.

ව්‍යාපාර අවස්ථාව

“ අවදනම භාරගන්නා පුද්ගලයාට ප්‍රමාණවත් ප්‍රතිලාභයක් අත්පත් කරදීමේ හැකියාව ඇති ආකර්ෂණීය ආයෝජන අදහසක්” ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් ලෙස හඳුන්වා දිය හැකි ය. එසේ ම එම අදහස පාරිභෝගික අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටුකරදෙන, ඔවුනට වටිනාකමක් නිර්මාණය කරන භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් විය යුතු ය.

ව්‍යාපාර අදහස් කොපමණ පැවතිය ද ඒවා අතුරින් වඩාත් ම යෝග්‍ය අදහස තෝරා ගෙන එය ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් බවට පත්කර ගැනීම ව්‍යවසායකයාගේ කාර්යයකි.

ව්‍යාපාර අදහස් හා ව්‍යාපාර අවස්ථා අතර වෙනස

ව්‍යාපාර අදහස් හා ව්‍යාපාර අවස්ථා ගැන මේ වන විට ඔබ හදාරා ඇත. සෑම ව්‍යාපාර අදහසක් ම හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් නොවන බව ඔබ දනටමත් දන්නා කරුණකි. මේ සංකල්ප දෙක අතර වෙනස්කම් හඳුනා ගැනීමට උත්සහ ගනිමු.

ව්‍යාපාර අදහස	ව්‍යාපාර අවස්ථා
ව්‍යාපාර අදහස් සුලභය. විවිධ මූලාශ්‍රය ඔස්සේ විශාල ප්‍රමාණයක් ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය කරගත හැකි ය.	ව්‍යාපාර අවස්ථා සුලභ නොවේ. ව්‍යාපාර අදහස් සිය ගණනකින් තෝරා ගත හැක්කේ ව්‍යාපාර අවස්ථා කිහිපයකි.
ව්‍යාපාර අදහස් විවෘත ය. බොහෝ අය ඒවා දකිති.	ව්‍යාපාර අදහස් අතුරින් ව්‍යාපාර අවස්ථා අනාවරණය කර ගැනීම සියල්ලන්ට ම කළ නොහැකි ය.
සෑම ව්‍යාපාර අදහසක් ම ප්‍රායෝගික ව ක්‍රියාවට නැංවිය නොහැකි ය.	ව්‍යාපාර අවස්ථාව ප්‍රායෝගික ව ක්‍රියාවට නැංවිය හැකි ය.

හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක ලක්ෂණ



රූපය 7.3 - හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක ලක්ෂණ

අවශ්‍ය සම්පත් සපයාගත හැකි වීම

ව්‍යාපාර අවස්ථාව ක්‍රියාත්මක කිරීමට අවශ්‍ය අමුද්‍රව්‍ය, ශ්‍රමය, යන්ත්‍රෝපකරණ යටිතල පහසුකම් යනාදිය පහසුවෙන් සපයාගත හැකි විය යුතු ය.

ඉල්ලුමක් පැවතීම

ඉදිරිපත් කරන භාණ්ඩය හෝ සේවාවට ප්‍රමාණවත් අලෙවියක් පැවතිය යුතු ය. එනම් සැලකිය යුතු පාරිභෝගික සංඛ්‍යාවක් සිටිය යුතු ය.

ආකර්ෂණීය ඉපැයුමක් තිබීම

ව්‍යාපාර අවස්ථාව ක්‍රියාවට නැංවීමෙන් ව්‍යාපාරිකයාට යොදවන මුදලට ප්‍රමාණවත් ලාභයක් ඉපැයිය හැකි විය යුතු ය.

තරගකාරීත්වයට මුහුණ දිය හැකි වීම

වෙළඳපල සිටින සමාන ව්‍යාපාර කටයුතුවල නිරත අනෙකුත් ව්‍යාපාර ආයතනවලට සාර්ථක ව මුහුණ දීමේ හැකියාව පැවතිය යුතු ය.

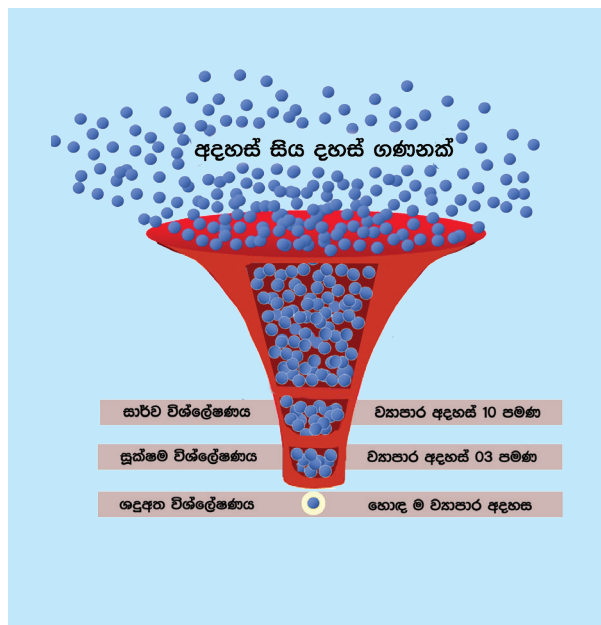
නීතිරීතිවලට අනුකූල වීම

රටේ පවතින පරිසර සංරක්ෂණ, පාරිභෝගික ආරක්ෂාව , සේවකයන් යොදවා ගැනීම, බදු ප්‍රතිපත්ති වැනි නෛතික තත්වයන්ට පටහැනි නොවන ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් විය යුතු ය. එසේ ම සමහර කරුණු නීති රීතිවලින් ආවරණය නොවුණත් සමාජයේ යහපතට, සාධාරණත්වයට සහ සාරධර්මවලට අනුකූල විය යුතු ය.

යෝග්‍ය ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තෝරා ගැනීම

යෝග්‍ය ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තෝරා ගැනීමට නම් ජනනය වූ ව්‍යාපාර අදහස් ඇගයීමට භාජන කළ යුතු ය.

හොඳ ව්‍යාපාර අදහසක් තෝරා ගැනීම පියවර තුනකින් යුතු ක්‍රියාවලියක් ලෙස ඉදිරිපත් කළ හැකි ය. එය සාර්ව විශ්ලේෂණය සුක්ෂම විශ්ලේෂණය හා ශුද්ධ විශ්ලේෂණය ලෙස හඳුනාගත හැකි ය. එය පෙන්නුම් කිරීමට පහත පුනීල ආකෘතිය භාවිත කළ හැකි ය.



රූපය 7.4 යෝග්‍ය ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තෝරා ගැනීම



පළමු පියවර

සාර්ව විශ්ලේෂණය

ජනනය කර ගන්නා ලද දහස් ගණනක් වූ ව්‍යාපාර අදහස් අතුරින් එක් එක් අදහස ගෙන

- ★ නිෂ්පාදිතය අලෙවි කරගත හැකි ද?
- ★ අවශ්‍ය සම්පත් පවතී ද?
- ★ ව්‍යවසායකයාගේ හැකියා හා ලැදියාවලට ගැළපේ ද?
- ★ උදවු උපකාර ලබාගත හැකි අය සිටී ද?
- ★ තරගකරුවන්ට මුහුණ දීමේ හැකියාව තිබේ ද?
- ★ අවශ්‍ය අරමුදල් සපයාගත හැකි ද?
- ★ නීතිමය බාධා පවතී ද? වැනි සාධක **මතුපිටින් සලකා බලමින්** වඩා යෝග්‍ය

ව්‍යාපාර අදහස් 10ක් පමණ තෝරා ගැනීම සාර්ව විශ්ලේෂණය ලෙස හඳුන්වා දිය හැකි ය.



ක්‍රියාකාරකම 02

ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීම සඳහා සුදුසු යැයි හඳුනා ගත හැකි අදහස් ජනනය කිරීමට උත්සාහ ගන්න.

පහත දැක්වෙන ක්ෂේත්‍ර පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කරමින් ව්‍යාපාර අදහස් අවම වශයෙන් විස්සක් වත් ජනනය කරගන්න.

නිදසුන් :-

- ★ පාසලේ කසල ගැටලුව විසඳීම
- ★ ගොවීන්ට කාබනික පොහොර සැපයීම
- ★ දියර කිරි බෙද හැරීම

සාර්ව විශ්ලේෂණය යටතේ කරුණු සලකා බලමින් ඒවායින් ව්‍යාපාර අදහස් දහයක් වත් තෝරා ගන්න.



සුක්ෂම විශ්ලේෂණය

පළමු පියවරේ දී තෝරාගත් ව්‍යාපාර අදහස් එකිනෙක සඳහා මෙම විශ්ලේෂණය සිදුකළ යුතු ය. පහත දැක්වෙන නිර්ණායක එක් එක් ව්‍යාපාර අදහසට බලපාන ආකාරය සැලකිල්ලට ගෙන වඩාත් හොඳ ව්‍යාපාර අදහස් තුනක් පමණ තෝරාගැනීම සුක්ෂම විශ්ලේෂණයයි. මෙහිදී සිදු වන්නේ පළමු අදියරේ දී සලකා බැලූ සාධක **ගැඹුරින් අධ්‍යයනය** කිරීමයි.

සුක්ෂම විශ්ලේෂණය සඳහා භාවිත කළ හැකි නිර්ණායක

වෙළඳපලක් පැවතීම

අපේක්ෂිත නිෂ්පාදිතය වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කළ විට ප්‍රමාණවත් ගනුදෙනුකරුවන් පිරිසක් සිටී ද නැතිනම් ව්‍යාපාරයේ රැඳී සිටීමට අවශ්‍ය ඉපැයීමක් ලබාගත හැකි තරමට අලෙවියක් පවතී ද යන්න මින් සැලකා බැලේ. එසේම අනාගතයේ වෙළඳපල තව දුරටත් ව්‍යාප්ත කිරීමට හැකියාවක් පවතී ද යන්න සැලකිල්ලට ගත යුතු ය.

අමුද්‍රව්‍ය සපයා ගැනීමේ පහසුව

අඛණ්ඩව නිෂ්පාදනකටයුතු කරගෙන යාම සඳහා අවම පිරිවැයක් යටතේ ගුණාත්මක අමුද්‍රව්‍ය පහසුවෙන් ලබාගත හැකි ද යන්නයි. එසේ නොවුවහොත් නිෂ්පාදනය බිඳ වැටීමට හේතු වේ.

අවශ්‍ය ප්‍රාග්ධනය සපයාගත හැකි බව

ඇතැම් ව්‍යාපාර අදහස් ව්‍යාපාර අවස්ථා බවට පත් කිරීමට විශාල මූලික ප්‍රාග්ධනයක් අවශ්‍ය වේ. මෙහි දී ප්‍රමාණවත් ප්‍රාග්ධනයක් අවම පිරිවැයක් යටතේ සපයාගත හැකි ද යන්න සලකා බැලිය යුතු ය.

රජයේ නීතිරීති, ප්‍රතිපත්ති හා දිරි ගැන්වීම්

කොතරම් ලාභදායී වුව ද ඇතැම් ව්‍යාපාර ක්ෂේත්‍ර කෙරේ බලපාන රජයේ නීති හා ප්‍රතිපත්ති ඇත. එනම් ව්‍යාපාර කෙරෙහි බලපාන පරිසර නීති, සේවක නීති, පාරිභෝගික ආරක්ෂණ නීති, ආනයන හා අපනයන ප්‍රතිපත්ති, බදු ප්‍රතිපත්ති ආදියයි. මේවා අපේක්ෂිත ව්‍යාපාර අදහස සම්බන්ධ ව කොතරම් හිතකර ව පවතී ද යන්න මෙන් ම බදු සහන, යටිතල පහසුකම්, ණය ව්‍යාපෘති ආදී රාජ්‍ය දිරිගැන්වීම් පවතී ද යන්න සලකා බැලිය යුතු ය. තරගකාරීත්වයේ ස්වභාවය

තම නිෂ්පාදිතයට සමාන නිෂ්පාදිත හෝ ආදේශක නිෂ්පාදිත වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කරන වෙනත් පුද්ගලයන් හෝ ආයතන ද, ඔවුන්ගේ ශක්තීන් හා උපක්‍රම පිළිබඳව ද, අනාගතයේ වෙළඳපලට එක්විය හැකි තරගකරුවන් ගැන ද සැලකිලිමත් විය යුතු ය.

ව්‍යවසායකයාගේ දැනුම, පළපුරුද්ද, කුසලතා සහ ඇල්ම

සලකා බැලෙන ව්‍යාපාර අදහස ක්‍රියාත්මක කිරීමට ව්‍යවසායකයා සතු මූලික දැනුම පළපුරුද්ද හා ඇල්ම ඉතා වැදගත් වේ. එවිට ව්‍යාපාර කටයුතු කළමනාකරණයට පහසු වේ. ව්‍යාපාරය සම්බන්ධයෙන් තීරණ ගැනීමට, අඛණ්ඩ කැපවීම පවත්වා ගැනීමට මෙය ඉතා වැදගත් සාධකයකි.

ශ්‍රමය සපයා ගැනීමේ හැකියාව

අදාළ ව්‍යාපාර අදහස සම්බන්ධ ව අවශ්‍ය කෙරෙන පුහුණු හා නුපුහුණු ශ්‍රමය සුලභ ව පවතී ද, බඳවා ගැනීමට හා පුහුණු කිරීමට යන වියදම්, ඔවුන්ගේ වැටුප් හා වේතන ගෙවීමට ඇති හැකියාව ආදී කරුණු සැලකිල්ලට ගත යුතු වේ.

අවදානම

ව්‍යාපාරය අලාභ ලැබීම හේතුවෙන් අසාර්ථක වීමට ඇති ඉඩකඩ පිළිබඳ ව අධ්‍යයනයක් කළ යුතු ය.

දියත් කිරීමේ පහසුව

එනම් ව්‍යාපාරය ආරම්භ කිරීමට වෙනත් බාධාවන් තිබේ ද, අවම සම්පත් ප්‍රමාණයකින්, පහසුවෙන් ආරම්භ කළ හැකි ද යන්න සලකා බැලිය යුතු ය.

සලකා බලන ව්‍යාපාර අදහස් සම්බන්ධයෙන් විවිධ නිර්ණායක යටතේ හිතකර බව හෝ අහිතකර බව තක්සේරු කළ යුතු වේ. එය පහත දැක්වෙන පරිදි ලකුණු පරිමාණයකට ඇතුළත් කර ඇගයීමක් කළ හැකි ය. පහත සඳහන් ආකාරයේ වගුවක් ඇසුරින් ව්‍යාපාර අදහස් ඇගයීම කළ හැකි වේ.

ලකුණු පරිමාණ භාවිතයට මග පෙන්වීම්	
නිදසුන් ලෙස අමුද්‍රව්‍ය සපයා ගැනීම යන සාධකය අගයමු.	
නිර්ණායක	ලකුණු
පිරිවැයක් නොමැති ව ආසන්නයෙන් සපයා ගතහැකි නම්	ලකුණු 5
ආසන්නයෙන් මිල දී ගත හැකි නම්	ලකුණු 4
නගරයෙන් මිල දී ගෙන ප්‍රවාහනය කරගත හැකි නම්	ලකුණු 3
ආනයනය කර ගත යුතු නම්	ලකුණු 2
තෛතික බලපෑම් වැඩි නම්	ලකුණු 1

මේ අනුව ඕනෑ ම සාධකයක් ඇගයීම සඳහා පහත දැක්වෙන පොදු ලකුණු පරිමාණය භාවිත කළ හැකි ය.

තක්සේරුව	ඉතා හොඳයි	හොඳයි	සතුටුදායකයි	සාමාන්‍යයි	දුර්වලයි
ලකුණු පරිමාණය	05	04	03	02	01

මේ අයුරින් සියලු සාධක වෙන වෙන ම සැලකිල්ලට ගෙන ව්‍යාපාර අදහස් ඇගයීම සඳහා පහත දැක්වෙන ආකාරයේ ව්‍යාපාර අදහස් තක්සේරු පත්‍රයක් පිළියෙල කර ගත හැකි ය.

ව්‍යාපාර අදහස් තක්සේරු පත්‍රය

ව්‍යාපාර අදහස	වෙළඳ පල	අමුද්‍රව්‍ය	ඉමය	තාක්ෂණය	ඉපැයීම	අවදානම	තරගය	රාජ්‍ය අනුග්‍රහය	මුළු ලකුණු
1.....	4	5	3	4	3	3	3	3	28
2.									
3.									
4.									

සුක්ෂ්ම විශ්ලේෂණයට යොමු කළ ව්‍යාපාර අදහස් (10) සඳහා සලකා බලන නිර්ණායක යටතේ ලබාදුන් තක්සේරුවට අදාළ ලකුණු එකතු කොට වැඩි ම ලකුණු උපයා ගත් ව්‍යාපාර අදහස් 03ක් පමණ තෝරා ගැනීමට හැකියාව මේ පියවර අවසානයේ දී ඔබට ලැබෙනු ඇත.



ක්‍රියාකාරකම 02 දී ඔබ තෝරාගත් ව්‍යාපාර අදහස් දහය ඉහත වගුව භාවිත කොට ඇගයීමට ලක්කර වඩාත් සුදුසු ව්‍යාපාර අදහස් තුනක් තෝරා ගන්න.



තෙවන පියවර

ශුද්ධ විශ්ලේෂණය SWOT Analysis

ඔබ දැනටමත් ව්‍යාපාරයක් සම්බන්ධයෙන් ශක්ති, දුර්වලතා, අවස්ථා හා තර්ජන පිළිබඳ ව අධ්‍යයනය කර ඇත. සුක්ෂම විශ්ලේෂණය අවසානයේ තෝරාගත් ව්‍යාපාර අදහස් එකිනෙක වෙන වෙන ම ගෙන “ශුද්ධ” විශ්ලේෂණයක් කිරීම මගින් ව්‍යවසායකයාට වඩාත් හොඳින් හා පහසුවෙන් ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ව්‍යාපාර අවස්ථාව හඳුනා ගත හැකි වේ.

පොදුවේ ව්‍යාපාර අදහසක් සම්බන්ධයෙන් “ශුද්ධ” විශ්ලේෂණයක යෙදෙන විට භාවිත කළ හැකි සාධක කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

	වාසිදයක සාධක	අවාසිදයක සාධක
අභ්‍යන්තර පරිසරය	ශක්ති Strengths නිදසුන් :- * සම්පත් පැවතීම * දක්ෂ සේවකයන් සිටීම * නිෂ්පාදිතවල ඉහළ ගුණත්වය * මූල්‍ය ස්ථාවරත්වය	දුර්වලතා Weaknesses නිදසුන් :- * මූල්‍ය දුෂ්කරතා * යල්පැන ගිය තාක්ෂණය * අමු ද්‍රව්‍ය හිඟ වීම * සේවක කැපවීම අඩු වීම
	අවස්ථා - Opportunities නිදසුන් :- * වැඩි පාරිභෝගික පිරිසක් සිටීම * තරගකරුවන් ඉවත් වීම * තාක්ෂණය දියුණු වීම * පර්යේෂණ හා සංවර්ධනයක් පැවතීම * රාජ්‍ය දිරි ගැන්වීම්	තර්ජන - Threats නිදසුන් :- * අනවශ්‍ය දේශපාලන මැදිහත් වීම * අවාසිදයක නීති රීති පැනවීම * ස්වභාවික ආපද හා විපත් නිරන්තර ව පැමිණීම * ආර්ථිකය අයහපත් වීම
බාහිර පරිසරය		

සුක්ෂ්ම විශ්ලේෂණය මගින් තෝරා ගත් ව්‍යාපාර අදහස් තුන සඳහා ශුද්ධ අනුපාත විශ්ලේෂණයක් කළ විට වැඩි ම ශක්ති හා අවස්ථා ප්‍රමාණයක් ඇති, අවම දුර්වලතා හා තර්ජන ඇති ව්‍යාපාර අදහස තෝරාගත හැකි ය. එය ව්‍යාපාරිකයාට ක්‍රියාත්මක කිරීමට වඩාත් ම සුදුසු ව්‍යාපාර අවස්ථාව වේ.

ව්‍යාපාර අවස්ථා ඇගයීමේ ක්‍රියාවලියේ ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය, සාර්ව විශ්ලේෂණය, සුක්ෂ්ම විශ්ලේෂණය ශුද්ධ අනුපාත විශ්ලේෂණය යන පියවර මේ වන විට ඔබ හදාරා ඇත. තෝරා ගත් ව්‍යාපාර අවස්ථාව දියත් කිරීම සඳහා ව්‍යාපාර සැලැස්ම සැකසීම හා ක්‍රියාත්මක කිරීම යන පියවරයන් පිළිබඳ ව 11 ශ්‍රේණියේ දී අධ්‍යයනය කළ හැකි ය.

7.3 නිර්මාණාත්මක ව්‍යාපාර අදහසකට නෛතික ආවරණය ලබා ගැනීම

උචිත ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් ඔස්සේ ව්‍යාපාර ලෝකයට පිවිසෙන ව්‍යවසායකයාට තම ව්‍යාපාර අදහස සම්බන්ධ නෛතික රැකවරණයක් සලසා ගත හැකි ය. එසේ නොමැති වුවහොත් වෙනත් අයෙකුට තම ව්‍යාපාර අදහස අත්පත් කර ගැනීමේ හැකියාව ඇත. එබැවින් නව ව්‍යවසායකයෙකුට බුද්ධිමය දේපළක් ආරක්ෂා කර ගැනීමට බොහෝ විට ජේටන්ට් බලපත්‍රය භාවිත වේ.

ජේටන්ට් බලපත්‍ර (ස්වාධිකාරය)

ජේටන්ට් බලපත්‍ර යනු යම් අයෙකුගේ නව සොයාගැනීමක් වෙනුවෙන් ලබාදෙන රජයේ සහතිකයයි. නව සොයා ගැනීමක් යන්න

- ★ නව නිමැවුමක්
- ★ නව යන්ත්‍රයක්
- ★ නව ක්‍රියාවලියක්
- ★ ඉහත කරුණුවල සංකලනයක්
- ★ පවත්නා සොයා ගැනීමක වැඩි දියුණු කිරීමක් ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකි ය.

නව සොයා ගැනීම වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කළවිට තවදුරටත් එය රහසක් නොවී අන්අයට උපුටා ගතහැකි වේ. ඒ නිසා නව සොයාගැනීමේ අයිතිය ආරක්ෂා කර ගැනීමට ජේටන්ට් බලපත්‍රයක් ලබාගත යුතු ය. එහි වලංගු කාලය අවුරුදු 20කි. අවශ්‍ය නම් තම ජේටන්ට් අයිතිය වෙනත් ව්‍යාපාරිකයකුට අලෙවි කළ හැකි ය. එවිට එහි අයිතිය මිලදී ගත් අය සතු වේ.

පිළිතුරු ලියමු.



01. ව්‍යාපාර අදහස් හා ව්‍යාපාර අවස්ථා අතර වෙනස්කම් දක්වන්න.
02. ව්‍යාපාර අදහස් ජනනය වන මූලාශ්‍ර කවරේ ද?
03. හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක ලක්ෂණ දක්වන්න.
04. ව්‍යාපාර අදහස් අතරින් යෝග්‍ය ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තෝරා ගැනීමේ පියවර දක්වන්න.
05. ව්‍යාපාර අදහස් සුක්ෂම විශ්ලේෂණයට භාජනය කිරීම සඳහා සලකා බැලිය යුතු නිර්ණායක මොනවා ද?
06. තෝරාගත් ව්‍යාපාරයක් සම්බන්ධයෙන් පැවතිය හැකි
ශක්තීන් 03ක්
දුර්වලතා 03ක්
අවස්ථා 03ක්
තර්ජන 03ක් පෙන්වා දෙන්න.
07. ව්‍යවසායකයෙකුට තම නිර්මාණාත්මක ව්‍යාපාර අදහසක් ආරක්ෂා කර ගැනීමට ඇති නීතිමය පහසුකම් කවරේ ද?

(මෙම පොතෙහි දැක්වෙන සියලු ම පින්තූර අන්තර්ජාලය ඇසුරෙන් උපුටා ගන්නා ලදී.)