1 ව්‍යාපාර අවස්ථා

හැඳින්වීම

මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටු කැරෙන්නේ භාණ්ඩ හා සේවා පරිභෝජනයෙනි. එකී භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කරන්නේ ව්‍යාපාර ආයතන යි. භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය, බෙදා හැරීම, විකිණීම යන ආදි කටයුතු සඳහා විවිධ ව්‍යාපාර බිහි වේ. ආර්ථිකයේ ඇති වන වෙනස් වීම් හේතුවෙන් ව්‍යාපාර අවස්ථා නිර්මාණය වේ. එලෙස බිහි වන ලාභදායි නිෂ්පාදන කටයුත්තක නියුක්ත වීමට ඇති ඉඩකඩ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් ලෙස සරල ව හැඳින්විය හැකි ය.

ව්‍යාපාර කටයුතු කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කරන සාධක ව්‍යාපාර පරිසරය ලෙස හැඳින්වේ. ව්‍යාපාර පරිසරය තුළ පාලනය කළ හැකි සාධක ද පාලනය කළ නො හැකි සාධක ද පවතී.

ව්‍යාපාරයකට පාලනය කළ හැකි බලපෑම් ක්‍රියාත්මක වන පරිසරය හැඳින්වෙන්නේ අභ්‍යන්තර පරිසරය ලෙස ය. ව්‍යාපාරයකට පාලනය කිරීම අපහසු සාධක ක්‍රියාත්මක වන පරිසරය බාහිර පරිසරය වශයෙන් හැඳින්වේ. ව්‍යාපාර පරිසරයෙන් ඇති කැරෙන බලපෑම ව්‍යාපාරවල කටයුතු කෙරෙහි හිතකර ව ද අහිතකර ව ද බලපායි. එකී බලපෑම් ව්‍යාපාරවලට ශක්තීන් ද දුර්වලතා ද අවස්ථා ද තර්ජන ද ඇති කරයි.

ව්‍යාපාර අභ්‍යන්තර පරිසර සාධක යන්නෙන් අදහස් වන්නේ ව්‍යාපාරයට ආසන්න පරිසර සාධක ය. අයිතිකරුවෝත් කළමනාකරුවෝත් ගනුදෙනුකරුවෝත් සේවකයෝත් එකී පරිසරයට අයත් වෙති.

බාහිර පරිසරය යන්නෙන් අදහස් වන්නේ ව්‍යාපාර ආයතනයට පිටතින් පවතින සාධක ය. දේශපාලන හා නෛතික, ආර්ථික හා ප්‍රජා, සමාජයීය හා සංස්කෘතික, විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණික, ස්වාභාවික හා භූගෝලීය සාධක යන මේවා එකී පරිසරයට ඇතුළත් වේ.

ආයෝජනය සඳහා ප්‍රමාණවත් ප්‍රතිලාභයක් අත්කර දිය හැකි හෝ දැරීමට සිදු වන අවදානම වෙනුවෙන් ප්‍රමාණවත් ප්‍රතිලාභයක් ලබා දීමට සමත් හෝ කාර්යයක් හෝ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් වශයෙන් හැඳින්වේ. එකී ව්‍යාපාර අවස්ථාවක නිරත වීම සඳහා ඇති වන සිතුවිල්ලක් හැඳින්වෙන්නේ ව්‍යාපාර අදහසක් ලෙස ය.

සඵල ඉල්ලුමක් පැවතීම, ආයෝජනයට ප්‍රමාණවත් ප්‍රතිලාභ පැවතීම, තරගකාරි වීම, සම්පත් පැවතීම, අරමුණු සපුරා ගත හැකි වීම, යහපත් පරිසරයක් පැවතීම, නීතියට පටහැනි නොවීම, ආකර්ෂණීය වීම, වෙළෙඳ පොළක් පැවතීම යන ආදිය හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක දැකිය හැකි ලක්ෂණවලින් සමහරකි. ව්‍යාපාර අවස්ථා ඇගැයීමෙන් වඩාත් සාර්ථක ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තීරණය කළ යුතු ය.

ව්‍යාපාර කෙරෙහි බලපාන අභ්‍යන්තර හා බාහිර පරිසර සාධක පිළිබඳ වත් ව්‍යාපාර අවස්ථා හඳුනා ගැනීම හා ඒවා ඇගැයීම තුළින් සාර්ථක ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තෝරා ගන්නා ආකාරය පිළිබඳ වත් අවබෝධයක් මේ පරිච්ඡේදයෙන් ඔබට ලබා දේ.

ව්‍යාපාර පරිසරය

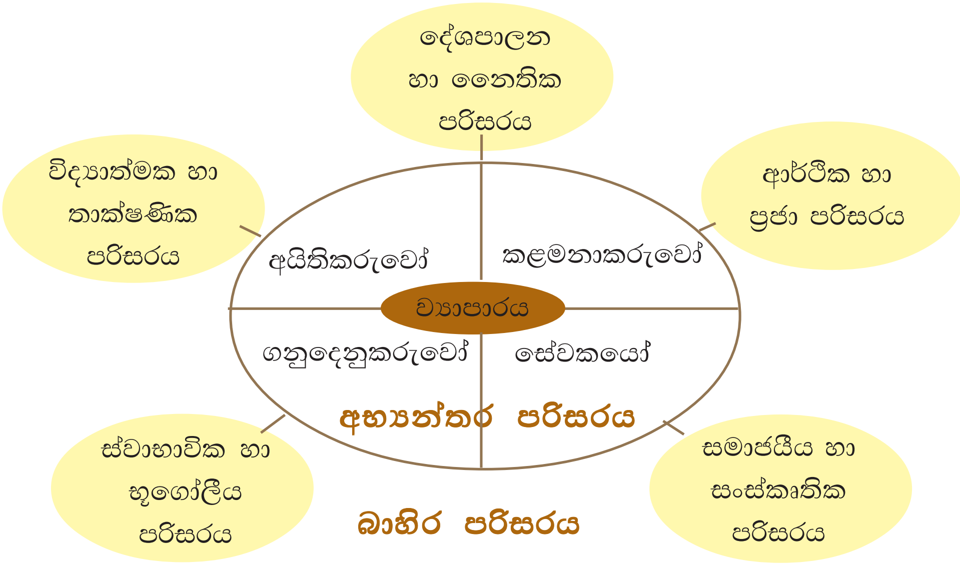
ව්‍යාපාර කටයුතුවලට බලපෑම් ඇති කැරෙන සාධක ව්‍යාපාර පරිසරය ලෙස හැඳින්වේ.

ව්‍යාපාර කටයුතුවලට බලපෑම් කැරෙන සාධක ව්‍යාපාර අභ්‍යන්තරයෙන් ද බාහිරින් ද ඇති වේ. ව්‍යාපාර කටයුතුවලට අභ්‍යන්තරයෙන් බලපෑම් ඇති කරන සාධක අභ්‍යන්තර පරිසර සාධක ලෙසත් ව්‍යාපාරයට පිටතින් බලපෑම් ඇති කරන සාධක ව්‍යාපාර බාහිර පරිසර සාධක ලෙසත් හැඳින්වේ.

අයිතිකරුවෝත් කළමනාකරුවෝත් සේවකයෝත් ගනුදෙනුකරුවෝත් ව්‍යාපාර අභ්‍යන්තර පරිසරයට අයත් වෙති. දේශපාලන හා නෛතික පරිසරය, ආර්ථික හා ප්‍රජා පරිසරය සමාජයීය හා සංස්කෘතික පරිසරය, ස්වාභාවික හා භූගෝලීය පරිසරය, විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණික පරිසරය යන මේවා බාහිර පරිසර සාධකවලට ඇතුළත් වේ.

අභ්‍යන්තර හා බාහිර පරිසර සාධක 1.1 රූප සටහනින් දැක්වේ.

ව්‍යාපාර පරිසරය



1.1 රූප සටහන

ව්‍යාපාර අභ්‍යන්තර පරිසරය

ව්‍යාපාර අභ්‍යන්තර පරිසරය යන්නෙන් අදහස් වන්නේ ව්‍යාපාරයට ආසන්න පරිසර සාධක ය.

අයිතිකරුවෝත් කළමනාකරුවෝත් සේවකයෝත් ගනුදෙනුකරුවෝත් එකී පරිසරයට අයත් වෙති. අභ්‍යන්තර පරිසර සාධක ව්‍යාපාරයේ කටයුතුවලට සෘජු ලෙස බලපෑමක් ඇති කිරීමට සමත් වේ. එහෙයින් මේ එක් එක් සාධකය වෙන් වෙන් වශයෙන් සලකා බලමු. 1.1 රූප සටහනෙහි අභ්‍යන්තර කවයෙන් දැක්වෙන්නේ අභ්‍යන්තර පරිසරය යි.

අයිතිකරුවෝ

ව්‍යාපාරයට ප්‍රාග්ධනය සපයන පුද්ගලයෝ අයිතිකරුවෝ ය.

ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට හා පවත්වා ගෙන යාමට සෘජු ව ම දායක වන්නෝ මොවුහු ය. අයිතිකරුවන්ගේ ආකල්ප, හැකියා, දක්ෂතා, කැප වීම, අත්දැකීම්, අධ්‍යාපනය යන ආදි ලක්ෂණ ව්‍යාපාරයේ යහපත් පැවැත්මට හෝ එහි පරිහානියට හෝ බලපායි.

එසේ ම අයිතිකරු සතු භෞතික හා මූල්‍ය හැකියාව ද ව්‍යාපාරයේ පැවැත්මට සෘජු බලපෑමක් ඇති කරයි.

ව්‍යාපාරයක ලාභදායිත්වය මත ව්‍යාපාරයේ පැවැත්ම තීරණය වේ. ව්‍යාපාර ලාභ ලබන්නේ නම් අයිතිකරුවෝ ව්‍යාපාර තව දුරටත් පවත්වා ගෙන යති. අලාභ ලබන විට ව්‍යාපාර කටයුතුවලින් බැහැර වෙති. මේ තොරතුරුවලින් අනාවරණය වන්නේ ව්‍යාපාර කටයුතු කෙරෙහි අයිතිකරු සෘජු බලපෑමක් ඇති කරන බව යි.

කළමනාකරුවෝ

කළමනාකරුවන් යන්නෙන් අදහස් කැරෙන්නේ ව්‍යාපාර අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාරය සතු සම්පත් නිෂ්පාදන කාර්යය සඳහා මෙහෙය වන පුද්ගලයෝ ය.

ව්‍යවසායකයන් ගනු ලබන තීරණ ක්‍රියාවට නංවන්නෝ කළමනාකරුවෝ ය.

ව්‍යවසායකයන් ගන්නා තීරණ සාර්ථක ව ක්‍රියාවට නැංවේ ද නැද්ද? යන්න තීරණය වන්නේ කළමනාකරුවන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය මත ය. කළමනාකරුවන් ගන්නා ක්‍රියා මාර්ග සාර්ථක වන විට ව්‍යාපාරය දියුණුවට පත් වේ. එසේ ම කළමනාකරුවන් ගන්නා ක්‍රියා මාර්ග සාර්ථක නොවන විට ව්‍යාපාරය අසාර්ථක වේ.

ව්‍යාපාරයක ගනුදෙනුකරුවන් ද සේවකයන් ද අතර මනා සම්බන්ධතාවක් ගොඩ නැඟෙන්නේ ද කළමනාකරුවන්ගේ සාර්ථකත්වය මත ය. එහෙයින් කළමනාකරුවන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය ව්‍යාපාර පරිසරය කෙරෙහි වැදගත් බලපෑමක් ඇති කරයි.

ගනුදෙනුකරුවෝ

ව්‍යාපාර කටයුතුවලට සම්බන්ධ වන විවිධ පාර්ශ්ව ගනුදෙනුකරුවෝ වෙති.

ව්‍යාපාරයක සිදු වන මිලදී ගැනීම් ද විකිණීම් ද ඒවා හා බැඳුණු අනෙකුත් කටයුතුවලට ද සම්බන්ධ වන විවිධ පුද්ගලයෝ ගනුදෙනුකරුවෝ යන්නට අයත් වෙති. සැපයුම්කරුවෝ, පාරිභෝගිකයෝ, ණය ගැතියෝ, ණය හිමියෝ යන ආදීන් ගනුදෙනුකරුවන් සඳහා නිදසුන් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය. ව්‍යාපාරයක අභ්‍යන්තර පරිසරය තුළ ගැනුම්කරුවනට ප්‍රධාන තැනක් හිමි වේ. එයට හේතුව ගැනුම්කරුවන් ව්‍යාපාරයේ නිෂ්පාදනය මිල දී ගන්නා පුද්ගලයන් වීම ය. ගනුදෙනුකරුවන් මිලට ගන්නා ප්‍රමාණය වැඩි වන විට ව්‍යාපාරයේ ආදයම වැඩි වේ. ගනුදෙනුකරුවන් මිලට ගන්නා ප්‍රමාණය අඩු වන විට ව්‍යාපාරයේ ආදයම ද අඩු වේ. ගනුදෙනුකරුවන් මිලට ගන්නා ප්‍රමාණය වැඩි වන්නේ භාණ්ඩයෙන් ඔවුන් ලබන තෘප්තිය වැඩි වන විට ය.

මිලට ගන්නා ප්‍රමාණය වැඩි වන විට ලාභය ද වැඩි වේ. ගනුදෙනුකරුවන් තෘප්තිමත් නොවන විට මිලට ගන්නා ප්‍රමාණය අඩු වන හෙයින් ලාභය ද අඩු වේ. ව්‍යාපාර ආයතනවලට අමු ද්‍රව්‍ය ද භාණ්ඩ ද සපයනු ලබන්නන් හැඳින්වෙන්නේ සැපයුම්කරුවන් ලෙස ය. භාණ්ඩ ද අමු ද්‍රව්‍ය ද සැපයීම අඛණ්ඩ ව සිදු නොවන විට ව්‍යාපාර කටයුතු සාර්ථක ව පවත්වා ගෙන යාම දුෂ්කර වේ. ව්‍යාපාර කටයුතුවල අඛණ්ඩ පැවැත්මට සැපයුම්කරුවන්ගේ දායකත්වය ඉතා වැදගත් වේ.

භාණ්ඩ ණයට මිල දී ගත් පුද්ගලයන් හැඳින්වෙන්නේ ණය ගැතියන් ලෙස ය. ණය ගැතියන් නියමිත වේලාවට මුදල් පියවීම නොකරන්නේ නම් ව්‍යාපාරය තුළ මූල්‍ය දුෂ්කරතා ඇති වේ. මූල්‍ය දුෂ්කරතා ඇති වන විට ව්‍යාපාර කටයුතු සාර්ථක ව කර ගෙන යාම දුෂ්කර ය.

ගිවිස ගත් ආකාරයට ණය හිමියනට මුදල් ගෙවීමට ව්‍යාපාරයට සිදු වේ. එලෙස මුදල් ගෙවීමට අසමත් වුව හොත් එය ව්‍යාපාරයේ කීර්තියට හානියක් වේ. එසේ ම අමතර පිරිවැයක් දැරීමට ද සිදු වේ.

ඉහත තොරතුරුවලින් අනාවරණය වන්නේ ගනුදෙනුකරුවන් ව්‍යාපාරය කෙරෙහි බලපෑමක් ඇති කරන ප්‍රධාන පාර්ශ්වයක් වන බවයි.

සේවකයෝ

ව්‍යාපාරික කාර්යයන් ඉටු කරන පුද්ගලයෝ සේවකයන් වශයෙන් හැඳින්වෙති.

ව්‍යාපාරයත් ගනුදෙනුකරුවනුත් අතර සම්බන්ධතාව ගොඩ නැඟෙන්නේ සේවකයන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය මත ය. ව්‍යාපාරයේ ක්‍රියාකාරිත්වය තීරණය වන්නේ සේවක ක්‍රියාකාරිත්වය මත ය. සේවක හැකියා, ආකල්ප යන ආදිය මත ව්‍යාපාර කටයුතුවල මට්ටම තීරණය වීම එයට හේතුව යි. සේවකයන්ගේ ක්‍රියාකාරිත්වය යහපත් නොවන විට ව්‍යාපාරයෙන් අපේක්ෂිත අරමුණු ඉටු කර ගැනීම දුෂ්කර වේ. කාර්යක්ෂම, සඵලදායි , තෘප්තිමත් සේවක පිරිසක් සිටින විට ව්‍යාපාර කටයුතු සාර්ථක ව සිදු වේ.

සේවක අයිතිවාසිකම් දිනා ගැනීම සඳහා සේවකයෝ සංවිධානය වෙති. එකී සංවිධාන හැඳින්වෙන්නේ වෘත්තීය සමිති ලෙස ය. සේවක අයිතිවාසිකම් දිනා ගැනීම සඳහා සේවකයෝ වෘත්තීය සමිති ක්‍රියා මාර්ගවලට යොමු වෙති. උද්ඝෝෂණ, අකුරට වැඩ කිරීම, සංකේත වැඩ වර්ජන, අඛණ්ඩ වැඩ වර්ජන යන ආදිය එකී ක්‍රියා මාර්ගවලට අයත් වේ. ඒ ක්‍රියා මාර්ග ව්‍යාපාරයේ කටයුතුවලට ද කීර්තියට ද අයහපත් ලෙස බලපායි.

ඉහත තොරතුරුවලින් අනාවරණය වන්නේ ව්‍යාපාර අභ්‍යන්තර පරිසරය ව්‍යාපාර කටයුතුවලට සෘජු ලෙස බලපාන බව යි. එහෙයින් ව්‍යාපාර අභ්‍යන්තර පරිසරය තුළින් ඇති වන අයහපත් බලපෑම් පාලනය කිරීමත් අවම කිරීමත් වළක්වා ගැනීමත් ව්‍යවසායකයා සතු කාර්ය වේ.

ව්‍යාපාර බාහිර පරිසරය

ව්‍යාපාර බාහිර පරිසරය යන්නෙන් අදහස් කැරෙන්නේ ව්‍යාපාර කටයුතු කෙරෙහි බලපෑම් ඇති කරන එහෙත් ව්‍යාපාරයට පාලනය කිරීමට අපහසු සාධක ක්‍රියාත්මක වන පරිසරය යි.

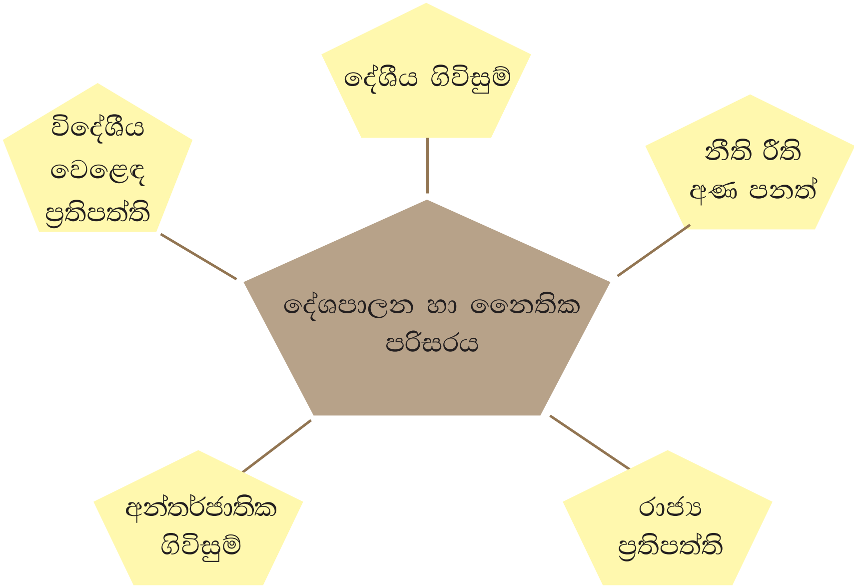
දේශපාලන හා නෛතික පරිසරය, ආර්ථික හා ප්‍රජා පරිසරය, සමාජ හා සංස්කෘතික පරිසරය, විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණික පරිසරය, ස්වාභාවික හා භූගෝලීය පරිසරය යන මේවා ව්‍යාපාර බාහිර පරිසරයට ඇතුළත් වේ.

මේ බාහිර පරිසර සාධක ව්‍යාපාරයට කුමන ආකාරයට බලපාන්නේ ද යන්න මී ළඟට සලකා බලමු.

දේශපාලන හා නෛතික පරිසරය

බලයේ සිටින දේශපාලන පක්ෂයේ දර්ශනය, රජය ක්‍රියාවට නංවන ආර්ථික ප්‍රතිපත්තිය වේ. රටක ආර්ථික දියුණුව සඳහා අවශ්‍ය ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය කරන්නේ රජය යි. ඒ සඳහා රජය අනුගමනය කරන දර්ශනය මත ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති තීරණය වේ. රාජ්‍ය අංශයටත් පෞද්ගලික අංශයටත් ව්‍යාපාර කටයුතු කර ගෙන යාම සඳහා අවශ්‍ය නෛතික පරිසරය සැකසෙන්නේත් රජයේ ආර්ථික හා දේශපාලන දර්ශනය මත ය.

රාජ්‍ය සහ පෞද්ගලික අංශයේ ව්‍යාපාර කෙරෙහි රජය දක්වන ආකල්ප, ව්‍යාපාර ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා රජය අනුගමනය කරන වැඩ පිළිවෙළ, ආර්ථික සංවර්ධනයට පෞද්ගලික සහ රාජ්‍ය අංශ සම්බන්ධ කර ගන්නා ආකාරය, දේශපාලන ස්ථාවරත්වය යන ආදිය දේශපාලන පරිසරයට ඇතුළත් වේ. ව්‍යාපාර කටයුතුවලට අදාළ වන නෛතික තත්ත්ව නීතිමය පරිසරය ලෙස හැඳින්වේ. දේශපාලන හා නෛතික පරිසරයට ඇතුළත් සාධක 1.2 රූප සටහනින් දැක්වේ.



1.2 රූප සටහන

ව්‍යාපාර කටයුතු සාර්ථක ව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා ද සේවකයන් ආරක්ෂා කිරීම සඳහා ද පාරිභෝගිකයන් ආරක්ෂා කිරීම සඳහා ද අවශ්‍ය නෛතික පරිසරය රජයේ අණපනත් මඟින් නියම කැරේ. කිරුම් මිනුම් නීති, පාරිභෝගික ආරක්ෂක අධිකාරිය , බදු ප්‍රතිපත්තිය, ගිවිසුම් නීති, සෞඛ්‍ය ආරක්ෂාව පිළිබඳ නීති, පරිසර දූෂණයට අදාළ නීති රීති ,රජයේ ආදායම් හා වියදම් ප්‍රතිපත්ති මේවා සඳහා නිදසුන් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය. විදේශ වෙළෙඳ ප්‍රතිපත්තිය ද අන්තර්ජාතික ගිවිසුම් ද කලාපීය වෙළෙඳ පොළවල් ද අන්තර්ජාතික දේශපාලන ප්‍රවණතා ද ව්‍යාපාර කෙරෙහි බලපායි.

ව්‍යාපාර කෙරෙහි නෛතික බලපෑම් වර්තමානයේ දී වැඩි වී ඇත. තරගකාරිත්වය සාධාරණ වෙළෙඳ පරිචයන් ඇති කිරීම, පරිසර සංරක්ෂණය , නිෂ්පාදිතවල ආරක්ෂාව ප්‍රචාරණයේ දී සත්‍යවාදී බව, ඇසුරුම් කිරීම, ලේබල් කිරීම, මිල ප්‍රදර්ශනය කිරීම යන ආදි ක්ෂේත්‍ර සම්බන්ධයෙන් නෛතික බලපෑම් වැඩි වී තිබීම නිදසුන් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය.

ආර්ථික හා ප්‍රජා පරිසරය

ආර්ථික කටයුතු ද ජන සංඛ්‍යාව ද ඇතුළත් සාධක ආර්ථික හා ප්‍රජා පරිසර සාධක වශයෙන් හැඳින්වේ.

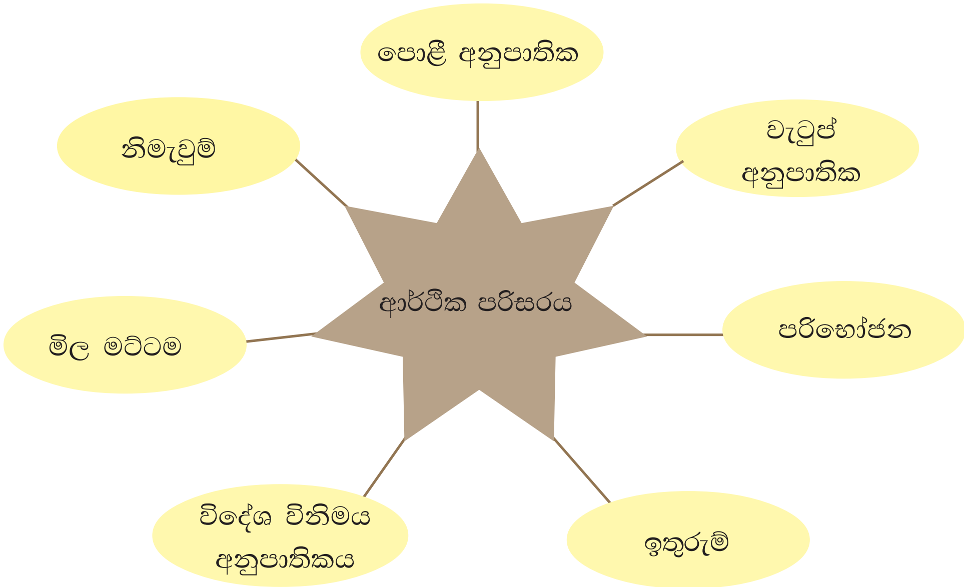
ආර්ථික සාධක ද ප්‍රජා පරිසර සාධක ද මීළඟට වෙන් වෙන් වශයෙන් සලකා බලමු.

ආර්ථික සාධක

රටක ආර්ථික කටයුතුවල මට්ටම තීරණය කැරෙන සාධක ආර්ථික සාධක යන්නෙන් අදහස් කැරේ.

පොළී අනුපාතිකය, වැටුප් අනුපාතිකය, පරිභෝජනය, ඉතුරුම්, විදේශ විනිමය අනුපාතිකය, මිල මට්ටම, නිමැවුම යන ආදිය ආර්ථික සාධකවලට අයත් වේ.

මේ සාධකවල ඇති වන වෙනස් වීම ව්‍යාපාර කටයුතුවලට බලපෑමක් ඇති කරයි. ආර්ථික පරිසරයට ඇතුළත් සාධක 1.3 රූප සටහනින් දැක්වේ.



1.3 රූප සටහන

පොළිය

ණයෙහි පිරිවැය පොළිය වශයෙන් හැඳින්වේ.

ණය ගත් විට ඒ සඳහා පොළී ගෙවීමට සිදුවේ. පොළී අනුපාතිකය ඉහළ යන විට ණය ලබා ගැනීම අඩු වීමත් පොළී අනුපාතිකය අඩු වන විට ණය ලබා ගැනීම වැඩිවීමත් සිදු වේ. එහෙයින් පොළී අනුපාතිකයත් ණයත් අතර ඇත්තේ ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධතාවකි.

ඉතුරුම් වෙනුවෙන් කැරෙන ඉපැයීම ද පොළී වේ. පොළී අනුපාතිකය ද ඉතුරුම් ද අතර ඇත්තේ අනුලෝම සම්බන්ධතාවකි. පොළී අනුපාතිකය ඉහළ යන විට ඉතුරුම් වැඩි වේ. පොළී අනුපාතිකය අඩු වන විට ඉතුරුම් අඩු වේ. ව්‍යාපාර ඇරඹීමට මෙන් ම

පවත්වා ගෙන යාමට ද අවශ්‍ය මුදල් බොහෝ විට ණයට ලබා ගැනේ. එහෙයින් පොළී අනුපාතිකය ව්‍යාපාර ආයතනවලට බලපෑම් කරන ආර්ථික සාධකයක් වේ.

වැටුප්

ශ්‍රමයෙහි පිරිවැය වන්නේ වැටුප් ය.

වැටුප් තීරණය වන්නේ ශ්‍රමය සඳහා ඇති ඉල්ලුම ද සැපයුම ද මත ය. ව්‍යාපාර ආයතන බඳවා ගන්නා ශ්‍රමිකයන් සඳහා ගෙවිය යුත්තේ වෙළෙඳ පොළේ ක්‍රියාත්මක වන වැටුප ය . ආයතනයක නිෂ්පාදන පිරිවැය තුළ වැටුප්වලට ප්‍රධාන තැනක් හිමි වේ. වැටුප් වැඩි වන විට නිෂ්පාදනයේ පිරිවැය වැඩි වේ. පිරිවැය වැඩි වන විට භාණ්ඩවල මිල වැඩි වන හෙයින් අලෙවිය ද ලාභය ද අඩු වේ. එහෙයින් වැටුප්, ව්‍යාපාර ආයතනවලට බලපෑම් කැරෙන වැදගත් ආර්ථික සාධකයක් වේ.

පරිභෝජනය

අවශ්‍යතා ද වුවමනා ද ඉටුකර ගැනීම සඳහා භාණ්ඩ ද සේවා ද භාවිත කිරීම පරිභෝජනය යන්නෙන් අදහස් කැරේ.

ව්‍යාපාර ආයතන නිෂ්පාදනය කරන භාණ්ඩ හා සේවාවලින් වැඩි ප්‍රමාණයක් භාවිත කැරෙන්නේ පරිභෝජනය සඳහා ය. පරිභෝජනය මත භාණ්ඩවලට ඇති ඉල්ලුම ද රඳ පවතී. එහෙයින් ආයතනවල නිෂ්පාදන මට්ටම තීරණය වීමට කුටුම්බ පරිභෝජනය වැදගත් දයකත්වයක් ලබා දේ. මේ තොරතුරුවලින් අනාවරණය වන්නේ කුටුම්බ පරිභෝජනය ව්‍යාපාර ආයතනවලට බලපෑම් කරන වැදගත් සාධකයක් බව යි.

මිල මට්ටම

රටක නිෂ්පාදනය කැරෙන සියලු ම භාණ්ඩ හා සේවාවල පොදු මිල ගණන් මිල මට්ටම යනුවෙන් හැඳින්වේ.

භාණ්ඩ හා සේවාවල මිල ගණන් මනිනු ලබන්නේ පොදු මිල මට්ටම මඟිනි. පොදු මිල මට්ටම ගණනය කරනු ලබන්නේ මිල දර්ශක මඟිනි. ශ්‍රී ලංකාවේ පොදු මිල මට්ටම මැනීම සඳහා භාවිත කැරෙන්නේ කොළඹ පාරිභෝගික මිල දර්ශකය යි. එය ඉහළ යෑමෙන් පෙන්නුම් කැරෙන්නේ ආර්ථිකයේ සමස්ත මිල මට්ටම ඉහළ යන බව යි. ව්‍යාපාර ආයතන මිලට ගන්නා අමු ද්‍රව්‍යවල මිල ද නිෂ්පාදිතයේ මිල ද වෙනස් වන ආකාරය පොදු මිල මට්ටම මඟින් පෙන්නුම් කැරේ. මිල මට්ටම ඉහළ යන විට භාණ්ඩ ඉල්ලුම ද සේවා ඉල්ලුම ද අඩු වේ. ඉල්ලුම අඩු වන විට ව්‍යාපාර ආයතනවල විකුණුම් අඩු වේ. එහෙයින් මිල මට්ටම ව්‍යාපාර ආයතනවලට බලපෑම් කරන වැදගත් ආර්ථික සාධකයක් වේ.

නිමැවුම

රටක යම් කාලච්ඡේදයක් තුළ කැරෙන සියලු ම නිෂ්පාදනවල අගය නිමැවුම වශයෙන් හැඳින්වේ.

ජාතික නිමැවුම, ජාතික ආදායම යන නම්වලින් හැඳින්වෙන්නේත් සමස්ත නිමැවුම ය. වෙළෙඳ පොළට භාණ්ඩ හා සේවා සැපයෙන්නේ නිෂ්පාදනය නිසා ය. ශ්‍රමිකයනට ආදයම් ලැබෙන්නේත් නිෂ්පාදන කටයුතුවල යෙදෙන නිසා ය. නිෂ්පාදනය ඉහළ යන විට ජනතාවට පරිභෝජනය කළ හැකි භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය ද වැඩි වේ. එසේ ම නිෂ්පාදනය වැඩි වන විට රටක සම්පත් භාවිතය ද වැඩි වේ. මේ තොරතුරුවලින් අනාවරණය වන්නේ ආර්ථිකයේ සමස්ත නිමැවුම් මට්ටම ව්‍යාපාර ආයතනවලට බලපෑම් කරන ආර්ථික සාධකයක් බව යි.

ඉතුරුම්

වර්තමාන ආදයමෙන් වර්තමාන පරිභෝජනය සඳහා නොයෙදවෙන ප්‍රමාණය ඉතුරුම් ලෙස හැඳින්වේ.

රටක ඉතුරුම් ප්‍රධාන අංශ හතරකින් බිහි වේ. කුටුම්බ ඉතුරුම්, ව්‍යාපාර ඉතුරුම්, රාජ්‍ය ඉතුරුම්, විදේශ ඉතුරුම් යනු එකී අංශ වේ. ව්‍යාපාර ආයතනවලට අවශ්‍ය අරමුදල් සැපයීම සඳහා භාවිත කැරෙන්නේ මේ ඉතුරුම් ය. ආර්ථිකයක ක්‍රියාත්මක වන පොළී අනුපාතිකය තීරණය වීමට ද ඉතුරුම් බලපායි. එහෙයින් ඉතුරුම් ව්‍යාපාර ආයතනවලට බලපෑම් කරන වැදගත් සාධකයක් වේ.

විදේශ විනිමය අනුපාතිකය

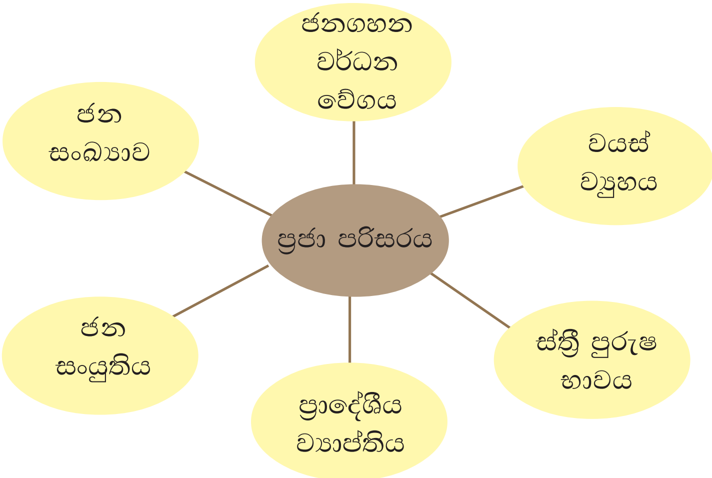
දේශීය මුදල් විදේශීය මුදල් ඒකකයකට පරිවර්තනය කැරෙන අනුපාතිකය විදේශ විනිමය අනුපාතිකය වශයෙන් හැඳින්වේ.

2007 මැයි මාසය වන විට අමෙරිකානු ඩොලරයක් මිලට ගැනීම සඳහා රු 111ක් දීමට සිදු විය. එහෙයින් රුපියල් හා අමෙරිකානු ඩොලර් අතර අනුපාතය ඇ.එ. ඩොලර් 1 = රු 111 ක් විය. බ්‍රිතාන්‍ය පවුමක් මිලට ගැනීම සඳහා රු 223 ක් දීමට සිදු විය. එහෙයින් රුපියල් හා පවුම් අතර විනිමය අනුපාතිකය ස්ටර්ලින් පවුම් 1 = රු 223 ක් විය. ව්‍යාපාර ආයතනවලට අවශ්‍ය අමු ද්‍රව්‍ය විදේශ රටවලින් ලබා ගැනීම සඳහා විදේශ මුදල් අවශ්‍ය වේ. ව්‍යාපාර ආයතනවල නිෂ්පාදනය විදේශ රටවලට විකුණූ විට මුදල් ලැබෙන්නේ ද විදේශ මුදලෙනි. එකී අවස්ථාවල දී විදේශ මුදල් සඳහා හිමි වන දේශීය මුදල් ප්‍රමාණය තීරණය වන්නේ විනිමය අනුපාතිකය මත ය. එහෙයින් ව්‍යාපාර ආයතනවලට බලපෑම් කැරෙන වැදගත් සාධකයකි, විනිමය අනුපාතිකය.

ප්‍රජා පරිසරය

රටක ජීවත් වන ජනගහනය සම්බන්ධ සාධක ප්‍රජා පරිසරය යන්නෙන් අදහස් කැරේ.

ජන සංඛ්‍යාව, ජනගහන වර්ධන වේගය, වයස් ව්‍යුහය, ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය, ප්‍රාදේශීය ව්‍යාප්තිය, ජන සංයුතිය යන ආදිය ප්‍රජා පරිසරයට අයත් වේ. ප්‍රජා පරිසරයට අයත් එකී සාධක 1.4 රූප සටහනින් දක්වේ.



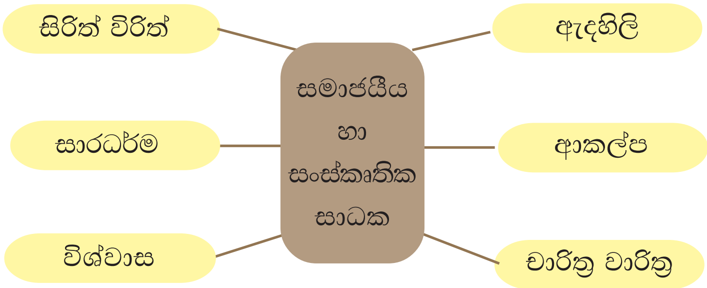
1.4 රූප සටහන

ජනගහනයෙන් නිරූපනය වන්නේ වෙළඳ පොළයි. ජනගහන වර්ධන වේගය, වයස් ව්‍යුහය, ස්ත්‍රී පුරුෂභාවය, ප්‍රාදේශීය ව්‍යාප්තිය, ජන සංයුතිය, ජන සාංඛ්‍යාව යන සාධක ව්‍යාපාර කෙරෙහි විශාල බලපෑමක් ඇති කරයි. මෙම සාධක මත භාණ්ඩ හා සේවා මිල දී ගන්නා ප්‍රමාණය තීරණය වේ. රටක කාන්තා ජනගහනය විශාල වන විට කාන්තාවන් සඳහා වන නිෂ්පාදිතවලට ව්‍යාපාර අවස්ථා ඇති වේ. එසේ ම ළමා ජනගහනය විශාල වන විට ඔවුනට අවශ්‍ය කෑම බීම, ඇඳුම් පැළඳුම්, පාසල් උපකරණ යන මේවා සඳහා වෙළෙඳ පොළක් නිර්මාණය වේ. එහෙයින් ව්‍යවසායකයන් ප්‍රජා පරිසරය ගැන අවධානය යොමු කළ යුතු ය.

සමාජයීය හා සංස්කෘතික පරිසරය

සමාජය තුළ වෙසෙන පුද්ගලයන්ගේ සිරිත් විරිත්, ඇදහිලි, සාරධර්ම, ආකල්ප,විශ්වාස, චාරිත්‍ර වාරිත්‍ර යන ආදිය සමාජයීය හා සංස්කෘතික පරිසරයට අයත් වේ.

සමාජයීය හා සංස්කෘතික පරිසරයට අයත් එකී සාධක 1.5 රූප සටහනින් දක් වේ.



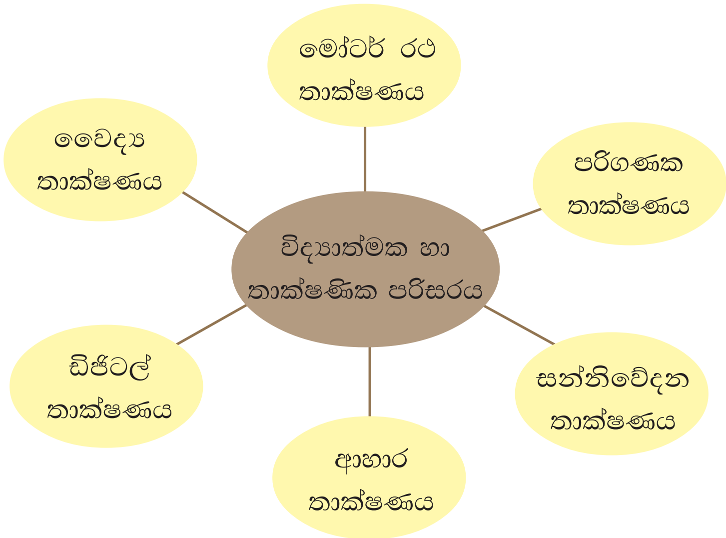
1.5 රූප සටහන

පුද්ගලයාත් පවුලත් සමාජ සංවිධානත් සමාජ සාධක වේ. ඕනෑ ම රටක ජීවත් වන පුද්ගලයන් තුළ ඔවුනට ම ආවේණික වූ ලක්ෂණ පවතී. පුද්ගලයන්ගේ ජාතියත් කුලයත් ආගමත් සංස්කෘතියත් අනුව ඔවුන්ගේ සිරිත් විරිත්, ඇදහිලි, විශ්වාස, චාරිත්‍රවාරිත්‍ර, ආකල්ප, සාරධර්ම යන ආදිය තීරණය වේ. එහෙයින් ව්‍යාපාර කටයුතු කර ගෙන යාමේ දී සමාජයීය හා සංස්කෘතික පරිසරය පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කළ යුතු ය. සන්නිවේදනයේත් තාක්ෂණයේත් ඇති වන ශීඝ්‍ර දියුණුව හේතුවෙන් ආකල්ප වෙනස් වේ. එහෙයින් ව්‍යාපාර ආයතන සමාජ හා සංස්කෘතික සාධක කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ යුතු ය.

විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණික පරිසරය

විද්‍යාවෙන් ද තාක්ෂණයෙන් ද ව්‍යාපාර කටයුතු කෙරෙහි ඇති වන බලපෑම විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණික පරිසරය වේ.

වෛද්‍ය තාක්ෂණය, මෝටර් රථ තාක්ෂණය, පරිගණක තාක්ෂණය, සන්නිවේදන තාක්ෂණය, ආහාර තාක්ෂණය, ඩිජිටල් තාක්ෂණය යන ආදිය විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණ සාධකවලට නිදසුන් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය. 1.6 රූප සටහනින් එකී පරිසර සාධක දැක්වේ.



1.6 රූප සටහන

මිනිසුන්ගේ වර්තමාන ජීවන රටාව වෙනස් කිරීමට තාක්ෂණය හේතු වී ඇත. එසේ ම ව්‍යාපාර කටයුතු ද තාක්ෂණය හේතුවෙන් වෙනස් වීම්වලට වේගයෙන් ලක් වේ. තාක්ෂණ දියුණුව හේතුවෙන් ව්‍යාපාරික අවස්ථා නිර්මාණය වේ.

නවීන තාක්ෂණය හේතුවෙන් නව භාණ්ඩ හා සේවා වෙළෙඳ පොළට පැමිණේ. රෝග විනිශ්චය සඳහා නවීන වෛද්‍ය උපකරණ නිර්මාණය කිරීම , මෝටර් රථ සඳහා නවීන අංගෝපාංග නිෂ්පාදනය කිරීම, සන්නිවේදන සඳහා නව නිෂ්පාදන බිහි වීම , ශ්‍රමය සඳහා රොබෝවරුන් නිර්මාණය කිරීම, ආහාර පාන කල් තබා ගැනීමේ ක්‍රම බිහි කිරීම යන ආදිය තාක්ෂණික දියුණුව හේතුවෙන් බිහි වී ඇති නව නිපැයුම්වලට නිදසුන් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය.

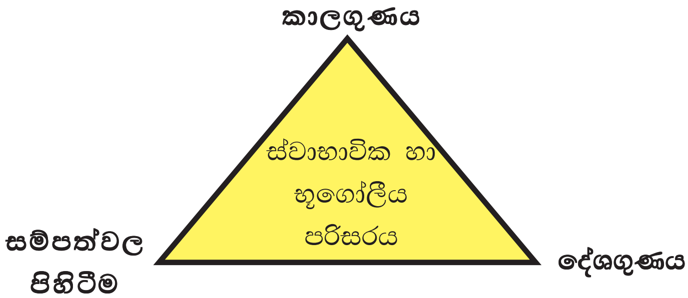
තාක්ෂණික පරිසරයේ ඇති වන මේ වෙනස් වීම් නිසා ව්‍යාපාර පරිසරයේ ද වෙනස් වීම් ඇති වේ. නව තාක්ෂණය පැමිණීමත් සමඟ සිදු වන්නේ භාණ්ඩ යල් පැනීම යි. නව භාණ්ඩ බිහිවීමත් පැවති භාණ්ඩ නවීකරණය වීමත් නව තාක්ෂණයෙන් සිදු වේ.

නව තාක්ෂණය භාවිතය හේතුවෙන් නිෂ්පාදන කටයුතු, අලෙවි හා බෙදා හැරීමේ කටයුතු, මූල්‍ය කටයුතු යන ආදියේ වෙනස් වීම් ඇති වේ. එබැවින් විද්‍යාත්මක හා තාක්ෂණ පරිසරය ව්‍යාපාර අවස්ථා ඇති කරමින්, ව්‍යාපාර වැඩි දියුණු කරමින්, පවත්නා ඇතැම් ව්‍යාපාර ඉවත් කරමින්, ව්‍යාපාර පරිසරයට බලපෑමක් ඇති කරන බව පැහැදිලි වේ.

ස්වාභාවික හා භූගෝලීය පරිසරය

ස්වාභාවික හා භූගෝලීය පරිසර සාධක යන්නෙන් අදහස් කැරෙන්නේ දේශගුණය කාලගුණය, ස්වාභාවික සම්පත්වල පිහිටීම ආදිය ඇතුළත් සාධක ය.

ස්වාභාවික හා භූගෝලීය පරිසරය ඇතුළත් සාධක 1.7 රූප සටහනින් දැක්වේ.



1.7 රූප සටහන

ස්වාභාවික හා භූගෝලීය පරිසර සාධක ව්‍යාපාර කෙරෙහි විවිධ බලපෑම් ඇති කරයි. දේශගුණය ප්‍රදේශයෙන් ප්‍රදේශයට මෙන් ම රටින් රටට ද වෙනස් වේ. ඇතැම් දේශගුණ තත්ත්ව පවතින ප්‍රදේශවල ආරම්භ කළ හැකි ව්‍යාපාර කටයුතු ඒ දේශගුණ තත්ත්ව නැති ප්‍රදේශවල ආරම්භ කළ නො හැකි ය. නුවරඑළිය ප්‍රදේශයේ වගා කළ හැකි එළවළු වර්ග කොළඹ ප්‍රදේශයේ වගා කළ නොහැකි වීම නිදසුනක් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය.

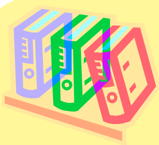
එසේ ම කාලගුණ සාධක ද ව්‍යාපාර කෙරෙහි බලපෑමක් ඇති කරයි. පහත රට තෙත් බිම් ප්‍රදේශවල සිදු කරන වී වගා වියළි ප්‍රදේශවල වගා කළ නොහැකි වීම නිදසුනක් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය. ස්වාභාවික සම්පත්වල පිහිටීම ද ව්‍යාපාර කෙරෙහි බලපායි. දකුණුබඩ වෙරළ තීරය ආශ්‍රිත ව සිදු කැරෙන ධීවර කර්මාන්තය රට අභ්‍යන්තරයේ කළ නොහැකි වීම නිදසුනක් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය.

නිෂ්පාදනය සඳහා භාවිතයට ගැනීම නිසා ස්වාභාවික සම්පත් ක්ෂය වේ. ඇතැම් ස්වාභාවික සම්පත් වර්ධනය වන්නේ කාලයත් සමඟ ය. ස්වාභාවික සම්පත් පරිභෝජනය අධික ලෙස සිදු වන විට ඒවා වඳ වී යයි. එසේ ම ස්වාභාවික සම්පත් පරිහරණයේ දී පරිසරයට හානි වේ. සමාජය ඒ කෙරෙහි අවධානය යොමු කරන හෙයින් ව්‍යාපාර ආයතන ද ස්වාභාවික හා භූගෝලීය පරිසර කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ යුතු ය.

ක්‍රියාකාරකම්

1. නව ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට බලාපොරොත්තු වන පුද්ගලයෙක් ඔබගෙන් ඒ සඳහා උපදෙස් ඉල්ලා සිටී. පහත සඳහන් කරුණු පිළිබඳ ව ඔහුට ඔබ ලබා දෙන උපදෙස් පෙළ ගස්වන්න.

- ව්‍යාපාර කෙරෙහි අභ්‍යන්තර පරිසරයෙන් ඇති විය හැකි බලපෑම සහ ඒ බලපෑම අවම කිරීමට ගන්නා ක්‍රියා මාර්ග
- ව්‍යාපාර කෙරෙහි බාහිර පරිසරයෙන් ඇති වන බලපෑම හා ඒවාට සාර්ථක ව මුහුණ දිය හැකි ආකාරය.



සාරාංශය

ආර්ථික ක්‍රමයක් තුළ ඇති වන වෙනස් වීම් හේතුවෙන් විවිධ ව්‍යාපාර අවස්ථා බිහි වේ. ඒ අවස්ථා ව්‍යාපාර බවට පත්වේ. එකී ව්‍යාපාර කෙරෙහි පරිසර සාධක බලපායි. ඒ සාධක අභ්‍යන්තර පරිසර සාධකත් බාහිර පරිසර සාධකත් ලෙස වර්ග කැරේ. අභ්‍යන්තර පරිසර සාධක ව්‍යාපාරයට පාලනය කළ හැකි අතර බාහිර පරිසර සාධක ව්‍යාපාරයකට සෘජු ව පාලනය කිරීම දුෂ්කර වේ. අභ්‍යන්තර හා බාහිර පරිසර සාධක ව්‍යාපාර කෙරෙහි ඇති කරන බලපෑම් පිළිබඳ ව අවබෝධයක් ලබා ගැනීම සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු වීමට උපකාරි වේ.

ව්‍යාපාර අවස්ථා

ආයෝජනය සඳහා ප්‍රමාණවත් ප්‍රතිලාභ අත් කර දිය හැකි හෝ අවදානම සඳහා සරි ලන ප්‍රතිලාභයක් ලබා දිය හැකි හෝ කාර්යයක් ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් ලෙස හැඳින්වේ.

ලාභදායි නිෂ්පාදන කාර්ය ව්‍යාපාර අවස්ථා වේ. ව්‍යාපාර අවස්ථා පවතින්නේ ආර්ථිකවල ය. ආර්ථික නිතර ම වෙනස් වීම්වලට බඳුන් වේ. ආර්ථිකය වෙනස් වන විට ව්‍යාපාර අවස්ථා ද උදා වේ.

ව්‍යාපාර පරිසරයේ ඇති වන වෙනස් වීම්වල දී උදා වන ව්‍යාපාර අවස්ථා හඳුනා ගැනීම, ඒවා ලුහු බැඳීම යන මේවා හා සුදුසු ව්‍යාපාර අවස්ථා තෝරා ගැනීම, තෝරා ගත් ව්‍යාපාර අවස්ථා ක්‍රියාවට නැංවීම යන මේවා ව්‍යවසායකයන් අතින් සිදු වේ.

ආර්ථිකයේ ඇති වන වෙනස් වීම්, පුද්ගල ආදායම ඉහළ යාම, ස්වාභාවික පරිසරයේ ඇති වන වෙනස් වීම් යන ආදිය හේතු කොට ගෙන නව ව්‍යාපාර අවස්ථා නිර්මාණය වේ. පොලිතීන් භාවිතය තහනම් කිරීම හේතුවෙන් නව ඇසුරුම් ද්‍රව්‍ය සඳහා ව්‍යාපාර අවස්ථා ඇති වීම, ඉන්ධන මිල ඉහළ යාම නිසා විකල්ප බලශක්ති ප්‍රභව සඳහා වෙළෙඳ පොළක් නිර්මාණය වීම, අඩු ඉන්ධන ප්‍රමාණයකින් වැඩි කිලෝමීටර ප්‍රමාණයක් ධාවනය කළ හැකි වාහන සඳහා ඉල්ලුමක් ඇති වීම යන මේවා නිදසුන් වශයෙන් දැක්විය හැකි ය.

ව්‍යාපාර පරිසරය සියුම් ව විශ්ලේෂණයට ලක්කිරීමෙන් ව්‍යාපාර අවස්ථා හඳුනා ගත හැකි ය. එකී ව්‍යාපාර අවස්ථා මඟින් පාරිභෝගිකයන්ගේ අවශ්‍යතා හෝ වුවමනා හෝ ඉටු කිරීම සඳහා භාණ්ඩ හෝ සේවා හෝ නිර්මාණය කැරේ.

ව්‍යාපාර අදහස් සහ ව්‍යාපාර අවස්ථා

ව්‍යාපාර අදහසක් වශයෙන් හැඳින්වෙන්නේ පුද්ගලයකු, පුද්ගල කණ්ඩායමක් හෝ සංවිධානයක් හෝ මුහුණපාන ගැටලුවකට විසඳුමක් හෝ ඒ පාර්ශ්වයන්ගේ අවශ්‍යතාවක් ඉටු කළ හැකි දෙයක් හෝ පිළිබඳ ව ව්‍යවසායකයා තුළ පහළ වන සිතුවිල්ලක් හෙවත් සංකල්පනාවක් වේ.

ව්‍යවසායකයෝ පරිසරයේ පවත්නා අවශ්‍යතාවලට විසඳුම් වශයෙන් පහළ වන එකී අදහස් පිළිබඳ ව ඉතා ගැඹුරින් විශ්ලේෂණය කරති. එලෙස විශ්ලේෂණය කළ විට සුදුසු ව්‍යාපාර අදහස් හඳුනාගත හැකි ය.

ව්‍යාපාර අදහස් ව්‍යාපාර අවස්ථා සඳහා පූර්ව අවස්ථාවකි. ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් කර ගනුයේ ව්‍යාපාර අදහසකි. වෙළෙඳ පොළේ පවත්නා අවශ්‍යතා සඳහා සාර්ථක ව ප්‍රතිචාර දැක්විය හැකි වීම , තරගකාරිත්වයට සාර්ථක ව මුහුණ දීමට හැකි වීම, තාක්ෂණයේ වෙනස් වීම්වලින් ප්‍රයෝජන ගැනීමට හැකි වීම, නව භාණ්ඩ සංවර්ධනය කිරීමට හෝ හඳුන්වා දීමට හෝ හැකි වීම , ව්‍යාපාර අවදානම අවම කර ගැනීමට හැකි වීම යන ආදි ව්‍යාපාර අදහස් ව්‍යාපාර අවස්ථා බවට පත් කර ගත හැකි ය.

හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක ලක්ෂණ

ව්‍යාපාර අදහසක් ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් බවට පරිවර්තනය කර ගත හැකි ය. ව්‍යාපාර අදහස සාර්ථක ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් බවට පත් කර ගැනීම සඳහා ව්‍යවසායකයන් නිර්මාණශීලි විය යුතු ය. පාරිභෝගිකයන්ගේ අවශ්‍යතාවලට ගැළපෙන භාණ්ඩ හෝ සේවා හෝ ඉදිරිපත් කිරීමට උත්සාහ කිරීමේ දී මේ නිර්මාණශීලි බව අවශ්‍ය වේ. නව

මෝස්තර සකස් කිරීම, පවත්නා තත්ත්වයට වඩා උසස් ආකාරයෙන් භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම යන ආදියට ඇති හැකියාව නිර්මාණශීලිත්වය වශයෙන් සරල ව හැඳින්විය හැකි ය. ව්‍යවසායකයකුට පහළ වන ව්‍යාපාර අදහසක් ඔහුගේ නිර්මාණශීලිත්වය අනුව හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් බවට පත් කර ගත හැකි ය. හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක පවත්නා ලක්ෂණ කිහිපයකි.

සඵල ඉල්ලුමක් පැවතීම, ආයෝජනයට ප්‍රමාණවත් ප්‍රතිලාභ පැවතීම, තරගකාරි වීම, සම්පත් පැවතීම, අරමුණු සපුරා ගත හැකි වීම, යහපත් පරිසරයක් පැවතීම, නීතියට පටහැනි නොවීම, ආකර්ෂණීය වීම, වෙළෙඳ පොළක් පැවතීම එකී ලක්ෂණවලින් සමහරකි.

සඵල ඉල්ලුමක් තිබීම

ව්‍යවසායකයා වෙළෙඳ පොළට ඉදිරිපත් කිරීමට අපේක්ෂා කරන භාණ්ඩය හෝ සේවාව හෝ සඳහා පාරිභෝගිකයන්ගේ කැමැත්තක් ද එය මිල දී ගැනීමට හැකියාවක් ද තිබිය යුතු ය. මිල දී ගැනීමට ඇති කැමැත්තත් එයට මුදලින් ගෙවීමට ඇති හැකියාවත් එක් වූ විට සඵල ඉල්ලුමක් බිහි වේ. දැනට වෙළෙඳ පොළේ පවත්නා භාණ්ඩයක් නම් එකී භාණ්ඩයෙන් ඉටු නොවන පාරිභෝගික අවශ්‍යතා හඳුනා ගෙන ඒ අවශ්‍යතා ඉටු වන ආකාරයට නව නිමැවුම් හඳුන්වා දීමෙන් සඵල ඉල්ලුමක් නිර්මාණය කර ගත හැකි ය. දැනට වෙළෙඳ පොළේ නොපවත්නා භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදනය කරන්නේ නම් එය මිල දී ගැනීමට පාරිභෝගිකයා යොමු කර ගත හැකි මිලක් තීරණය කළ යුතු ය. එවිට එකී භාණ්ඩයට සඵල ඉල්ලුමක් ඇති වේ.

ආයෝජනයට ප්‍රමාණවත් ප්‍රතිලාභයක් පැවතීම

ව්‍යාපාරය සඳහා යොදවනු ලබන මූල්‍ය වත්කම් වෙනුවෙන් ද දරනු ලබන අවදානම් වෙනුවෙන් ද ප්‍රමාණවත් වන ප්‍රතිලාභයක් තිබිය යුතු ය. ව්‍යාපාරය සඳහා යොදා ඇති වත්කම් වෙනත් කාර්යයක යොදවා උපයන ආදායමට වැඩි ආදායමක් මේ තුළින් ලබා ගත හැකි විය යුතු ය.

තරගකාරී වීම

දැනට වෙළෙඳ පොළේ පවත්නා සමාන භාණ්ඩවලට හෝ සේවාවලට හෝ සමාන ව තිබීම හෝ ඊට වඩා හොඳ තත්ත්වයෙන් පැවතීම හෝ අවශ්‍ය වේ. එසේ නොවුන හොත් වෙළඳ පොළේ රැඳී සිටීම දුෂ්කර වේ.

සම්පත් පැවතීම

ව්‍යාපාර සඳහා අවශ්‍ය වන දැනුම, කුසලතා, ආකල්ප හා පළපුරුද්දක් තිබීම ද ඒ සඳහා අවශ්‍ය වන භෞතික හා මානව සම්පත් තිබීම ද යෝග්‍ය තාක්ෂණ පැවතීම ද අවශ්‍ය වේ.

අරමුණු සපුරා ගත හැකි වීම

ව්‍යාපාර කටයුතුවලට පිවිසීමෙන් ව්‍යවසායකයා ඉටු කර ගැනීමට අපේක්ෂා කරන අභිලාෂ රාශියක් වේ. එකී අභිලාෂ සපුරා ගැනීමට ව්‍යාපාරික අවස්ථාව ප්‍රමාණවත් විය යුතු ය.

යහපත් පරිසරයක් පැවතීම

ආර්ථික, දේශපාලන, නෛතික, භූගෝලීය යන ආදි සාධක ද ව්‍යාපාර අවස්ථාවට යෝග්‍ය පරිදි පැවතීම අවශ්‍ය වේ. එසේ නොවන විට ව්‍යාපාරයේ පැවැත්මට එකී සාධක මගින් අහිතකර බලපෑම් එල්ල වේ.

නීතියට පටහැනි නොවීම

ආර්ථිකයේ පවත්නා නීති රීතිවලට අනුකූල ව ව්‍යාපාර කාර්යය සිදු කළ හැකි විය යුතු ය. පවත්නා නීතියට පටහැනි වන විට ව්‍යාපාර කාර්යය නීති විරෝධි වේ.

ආකර්ෂණීය වීම

තෝරා ගන්නා ව්‍යාපාර අවස්ථාව තරගකරුවන්ගේ භාණ්ඩ හෝ සේවාවලට හෝ වඩා පාරිභෝගිකයන් ආකර්ෂණය වන්නක් විය යුතු ය. ඉදිරිපත් කරන භාණ්ඩය හෝ සේවාව හෝ මිල දී ගැනීමට සලස්වන ස්ථානය, භාණ්ඩයේ ස්වරූපය, එහි ගුණාංග යන ආදිය මගින් ආකර්ෂණය ඇති කළ හැකි ය.

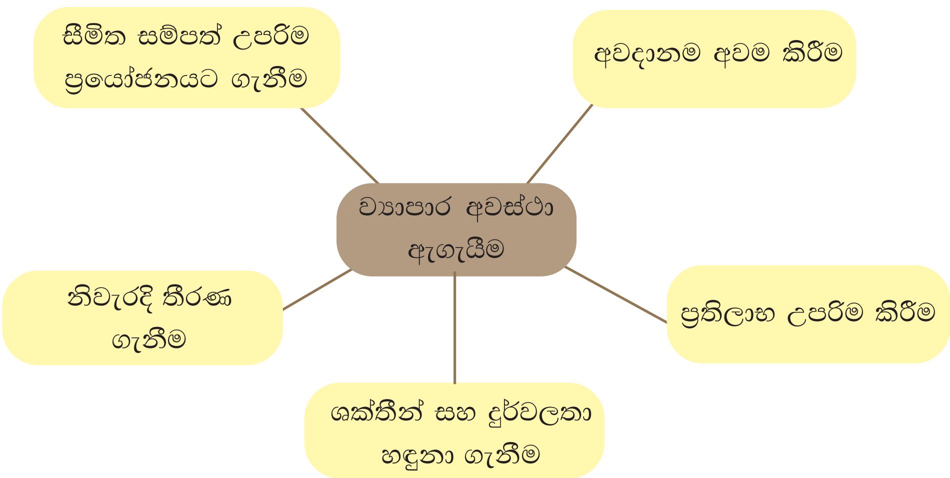
වෙළෙඳ පොළක් පැවතීම

නිෂ්පාදිතය සඳහා ප්‍රමාණවත් පාරිභෝගික සංඛ්‍යාවක් සිටිය යුතු ය. එකී වෙළෙඳ පොළ අනාගතයේ දී තව දුරටත් පුළුල් කර ගත හැකි වන්නක් විය යුතු ය.

ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තෝරා ගැනීමේ දී ව්‍යාපාර අවස්ථා ඇගැයීමකට භාජන කළ යුතු ය. ඉහත දැක්වූ හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක ලක්ෂණ නිර්ණායක වශයෙන් භාවිත කරමින් ව්‍යාපාර අවස්ථා ඇගැයීමට භාජන කළ හැකි ය.

සීමිත සම්පත්වලින් උපරිම ප්‍රයෝජන ගැනීම, අවදානම අඩු කිරීම, ප්‍රතිලාභ වැඩි කිරීම, දුර්වලතා සහ ශක්තීන් හඳුනා ගැනීම, නිවැරැදි තීරණ ගැනීම යන මේවා සඳහා ව්‍යාපාර අවස්ථා ඇගැයීම ප්‍රයෝජනවත් වේ. ව්‍යාපාර අවස්ථා ඇගැයීමත් ඒවායේ ප්‍රයෝජනත් අතර සම්බන්ධතාව 1.8 රූප සටහනින් දැක්වේ.

ව්‍යාපාර අවස්ථා හඳුනා ගැනීම හා ඇගැයීම



1.8 රූප සටහන

රටකට මෙන් ම ව්‍යාපාර ආයතනයකට ද ඇත්තේ සීමිත සම්පත් ප්‍රමාණයකි. එකී සම්පත්වලින් උපරිම ප්‍රයෝජන ගැනීමටත් ව්‍යාපාරික කාර්ය සඳහා ආයෝජනය කරන මුදලට උපරිම ප්‍රතිලාභ ලබා ගැනීමටත් පවත්නා අවදානම අවම කර ගැනීමටත් එකී කාර්යයේ සාර්ථක අසාර්ථක බව පිළිබඳ ඇගැයීමක් කිරීම අවශ්‍ය වේ. එකී ඇගැයීම හේතුවෙන් ව්‍යාපාර කාර්ය සඳහා පවත්නා ශක්තීන් ද දුර්වලතා ද හඳුනා ගත හැකි ය. ඒ අනුව වඩාත් නිවැරදි තීරණවලට එළඹීමට අවස්ථාව සැලසේ.

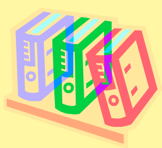
අභ්‍යාස

ව්‍යාපාරයක් සඳහා සුදුසු අදහසක් දක්වන්න. ඒ ව්‍යාපාර අදහස සඳහා යෝග්‍ය ව්‍යාපාර අවස්ථා පවතී දැයි තක්සේරු කිරීමේ දී සලකා බලන සාධක කවරේ ද?

ක්‍රියාකාරකම

පරිසරයෙහි සාධකවල ප්‍රවණතා ගැන සැලකිලිමත් වන්න.

- ඔබගේ ශක්තීන් හා දුර්වලතා අනුව ඔබට සාර්ථක ව ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ව්‍යාපාර අදහසක් තෝරන්න.
- එකී ව්‍යාපාර අදහස සඳහා ව්‍යාපාර අවස්ථා පවතී දැයි ඇගැයීමකට භාජන කර එහි යෝග්‍ය අයෝග්‍ය බව තක්සේරු කරන්න.
- ඔබගේ ඇගැයීම පිළිබඳ වාර්තාවක් ගුරුවරයාට දෙන්න.



සාරාංශය

ව්‍යාපාර පරිසරයේ ඇති වන වෙනස් වීම් අනුව නව ව්‍යාපාර අවස්ථා බිහි වේ. එකී අවස්ථා හේතුවෙන් ව්‍යාපාර අදහස් බිහි වේ. එකී සැම ව්‍යාපාර අදහසක් සඳහා ම සාර්ථක ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් නො තිබිය හැකි ය. එහෙයින් ව්‍යාපාර අදහසට ගැළපෙන හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථා පවතී ද යන්න විශ්ලේෂණය කළ යුතු ය. ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් ඇගැයීමට භාජන කිරීමෙන් එහි යෝග්‍ය අයෝග්‍ය බව තීරණය කළ හැකි ය.