1 ව්‍යාපාර පසුබිම

මෙම පරිච්ඡේදය මගින් පහත දැක්වෙන තේමා පිළිබඳ ව සාකච්ඡා කෙරේ.

1.1 ව්‍යාපාර පදනම හා සංකල්ප
1.2 ව්‍යාපාරවල විකාශනය
1.3 ව්‍යාපාර අවස්ථා හඳුනා ගැනීම
1.4 ව්‍යාපාර සංවිධාන

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

සුදුසු ව්‍යාපාර අවස්ථා තෝරා ගනිමු

නිවසක කෑම මේසයේ දී නෑදෑ පිරිසක් අතර ඇතිවූ සංවාදයක කොටසක් පහත දැක්වේ.

සීයා : අපේ කාලේ අපි බොහොම සැහැල්ලු ජීවිතයක් ගතකළා. අපේ ඕනෑ එපාකම් ඉතා සරලයි. බොහෝ දේ අපේ ගමේ ම නිපදවා ගත්තා. ඒවා බෙදා හදාගත්තා. ඒ කාලේ අපට ලෙඩ රෝගත් අඩු යි. මේ තරම් වියදම් කරන්න පෙළඹුණෙත් නැහැ.

පුතා : දැන් සීයේ, ලෝකේ ඉක්මනට ම වෙනස් වෙනවා. අපි වෙනස් වුණේ නැත්නම් මේ තරගකාරී ලෝකයේ ජීවත් වෙන්න අමාරුයි. මේ වෙනස්කම් අපි ඉක්මනින් ම දැනගන්නත් ඕන.

අම්මා : ඒ කාලේ අපටත් දැන් වාගේ ජීවත්වෙන්න අමාරුකම් තිබුණේ නැහැ. දැන් නම් මේ ළමයි එක්ක බේරෙන්න හරිම අමාරුයි. කඩේකට සාප්පුවකට ගොඩවුණත් එක එක දේවල්වලට ඇහැ යනවානේ.

පුතා : ඉතින් අම්මේ කඩවල තියෙන දේවල් අප නේද ගන්න ඕන? මිනිස්සු බඩු ගත්තේ නැත්නම් කඩ ටික වැහිලා යාවී. මුදලාලි ව්‍යාපාරය කරගෙන යන්නේ අප නිසා නේද?

මාමා : විනෝද් පුතා, දැන් මොනවාද කරන්නේ? අපේ පුතා නම් ඉස්කෝලේ ගිහින් ඉවරයි. එයා සාමාන්‍ය පෙළට වාණිජ විෂය ඉගෙන ගත්ත. ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කරන්න හිත හිතා ඉන්නවා. නිතරම කියන්නේ ව්‍යාපාරයක් පටන් ගන්න ඕන කියලා.

තාත්තා : ඒක හොඳයි. ඒත්, ව්‍යාපාරයක් කරන එක ආවට ගියාට කරලා බැහැ. සාර්ථක ව ව්‍යාපාර කරන කිහිප දෙනෙකුගෙන් ම අහලා බලල පටන් ගන්න කියන්න.

ඉහත සඳහන් සංවාදය කියවීමෙන් පසු ඔබට අතීත සමාජයේ මානව අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉතා සීමිත වූ බවත්, ඒවා ක්‍රමයෙන් සංකීර්ණ වී ඇති බවත්, හැඟී යන්නට ඇත. මානව අවශ්‍යතා හා වුවමනා පිළිබඳවත්, ඒවා සපුරාලීමට උපකාරී වන ව්‍යාපාරවල ස්වභාවය කෙසේද යන්න පිළිබඳවත්, අපි තව දුරටත් විමසා බලමු.

හැඳින්වීම

මානව ඉතිහාසයේ මුල් යුගයේ සිට ම පුද්ගලයන් සිය දිවි පැවැත්ම සඳහා විවිධ දෑ භාවිතයට ගෙන ඇත. මෙහිදී තම පරිසරය තුළින් ම තමාට අවශ්‍ය දෑ සපුරා ගැනීමට ඔවුන් යොමු වී තිබුණි. එහෙත් සමාජය සංකීර්ණ වීමත් සමග භාවිතයට ගන්නා ලද දේවල් ද වෙනස් වන්නට විය. මුල් යුගවල දී තමාට අවශ්‍ය දෑ තමා ම නිපදවා ගත් නමුත්, කල් යාමේ දී මිනිසා තමාට වඩාත් හොඳින් කළ හැකි දේට පමණක් යොමු විය.

ක්‍රමයෙන් තමාට වඩාත් හොඳින් කළ හැකි දේ වැඩියෙන් නිෂ්පාදනය කර අතිරික්ත ප්‍රමාණය තමාට අවශ්‍ය වෙනත් භාණ්ඩ සමග හුවමාරු කර ගන්නට විය. භාණ්ඩ හුවමාරුවේ දී මතු වූ ගැටලු මගහරවා ගැනීම සඳහා පසුව මුදල් භාවිත කරන ලදී. අතරමැදි මාධ්‍යයක් වශයෙන් මුදල් භාවිත කිරීමත් සමග ව්‍යාපාර කටයුතු වඩා ක්‍රමවත් ව සිදු විය. සංවිධානාත්මක ව ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යාමට ද පෙළඹුණි. මේ අනුව ක්‍රමයෙන් විවිධ ව්‍යාපාර කටයුතු බිහි වී ඇත.

අද ලෝකය විශ්ව ගම්මානයක් යයි කියනු ලැබේ. තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ ප්‍රබල බලපෑම එයට හේතු වී ඇත. ඒ තුළින් ව්‍යාපාර ලෝකය වඩාත් දියුණු තත්ත්වයකට පත් වී ඇත. අද ඕනෑම රටක ඇඳුම් අලෙවි කරන්නෙකුට ශ්‍රී ලංකාවේ නිමි ඇඳුම් නිෂ්පාදකයෙකුගෙන් ඉක්මනින් ම තොරතුරු ලබා ගැනීමට හැකියාව තිබේ. එය පරිගණකය හා අන්තර්ජාලය හරහා ව්‍යාපාරවලට කර ඇති ධනාත්මක බලපෑමකි. බිත්ති රහිත ව්‍යාපාර පිළිබඳ අද අප කතා කරන්නේ මෙම තොරතුරු තාක්ෂණය හරහා යි.

මෙම පරිච්ඡේදයේ දී පහත සඳහන් මූලික යෙදුම් පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කෙරේ.

- අවශ්‍යතා
- වුවමනා
- නිෂ්පාදිත
- නිෂ්පාදනය
- ඍජු නිෂ්පාදනය
- වක්‍ර නිෂ්පාදනය
- පුද්ගල විශේෂීකරණය
- විශේෂ ප්‍රාගුණ්‍යය
- ව්‍යාපාර විකාශය
- මුදල්
- ව්‍යාපාර පරිසරය
- ව්‍යාපාර සංවිධාන

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

1.1 ව්‍යාපාර පදනම හා සංකල්ප

වළං නිෂ්පාදකයෙක්, වී ගොවියෙකු වෙත ගොස් මෙසේ ප්‍රකාශ කර සිටියේ ය.

"ඔබ ගොවියෙක්. මේ කන්නයේ දී ඔබට හොඳ අස්වැන්නක් ලැබුණු නිසා ඔබේ ළඟ සහල් වැඩියෙන් තිබෙනවා. මම වළං හදන්නෙක්. මේ සැරේ මමත් වැඩිපුර වළං හැදුවා. දැන් මගේ ළඟත් වැඩිපුර වළං තිබෙනවා. මට සහල් ගන්න අවශ්‍යයි. ඒ සඳහා මා ඔබට වළං දීමට කැමතියි. එහෙත් ඔබ පවසන්නේ ඔබට අවශ්‍ය වන්නේ වළං නොව, රෙදි බවයි."

බලන්න!

මෙවැනි තත්ත්වයකට අප මුහුණ දුනහොත් අපගේ අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගන්නේ කෙසේ ද? සහල් තිබූ අය සහල් දීමට එකඟ වූවා නම් ඒ සඳහා දිය යුතු වළං ප්‍රමාණය තීරණය කරන්නේ කෙසේ ද? මෙවැනි තත්ත්වයන් අතීත සමාජය තුළ බොහෝ විට උද්ගත වන්නට ඇත. තමන්ගේ අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගත නොහැකි අවස්ථා එකල තිබෙන්නට ඇත.

වර්තමාන සමාජය තුළ මෙවැනි තත්ත්වයන් ඉතා පහසුවෙන් විසඳා ගැනීමට පුළුවන. ඔබට සහල් අවශ්‍ය නම් ළඟ ම ඇති වෙළෙඳපොළට ගොස් ඒවා මිලදී ගැනීමට හැකියාව ඇත. අවශ්‍ය වන්නේ මුදල් පමණි. ගනුදෙනුවක් සිදු වීමේ දී එක් පාර්ශවයකට අසාධාරණයක් සිදුවන්නේ ද නැත. තව ද ඔබට විදේශ රටකින් යම්කිසි භාණ්ඩයක් මිලදී ගැනීමට අවශ්‍ය වන්නේ නම් ඒ පිළිබඳ තොරතුරු අන්තර්ජාලය හරහා ඉතා ඉක්මනින් ලබා ගැනීමට හැකියාව ඇත.

තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුවත් සමග ම අද මුළු ලෝකය ම විශ්ව ගම්මානයක් බවට පරිවර්තනය වී ඇත. මෙම තත්ත්වය ව්‍යාපාර ලෝකයේ වර්ධනයටත් සමාජීය කටයුතු පහසු කිරීමටත් ඉවහල් වී ඇති බව මනාව පැහැදිලි වේ. අතිරික්ත නිෂ්පාදන හුවමාරුව තුළින් වෙළෙඳාම ආරම්භ වීමත් ඒ තුළින් විවිධ ව්‍යාපාර කටයුතු දියුණු වීමත් නිසා අද වන විට ව්‍යාපාර සමාජයීය අවශ්‍යතාවයක් බවට පත් වී ඇත. ඒ අනුව ව්‍යාපාරවලින් තොර ව සමාජයට පැවැත්මක් නැති බව සනාථ කර ඇත.

නවීන තාක්ෂණයත් සමග ම මෙම ව්‍යාපාර කටයුතු ඉතා ක්ෂණික ව වෙනස් වී ඇත. ස්ථානීය ව සවිකර තිබූ දුරකථනය අද භාවිත කරන අයට ඕනෑ පරිදි රැගෙන යා හැකි ආකාරයට වැඩි දියුණු කර ඇත. එමෙන් ම මෙතෙක් අප භාවිත කළ කාසි හා නෝට්ටු වෙනුවට මුදල් ලෙස විද්‍යුත් මුදල් භාවිත කිරීමට අවස්ථාව උදා වී ඇත.

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

ව්‍යාපාර (Business)

මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටු කරන ඕනෑම කටයුත්තක් ව්‍යාපාර ලෙස සරලව හැඳින්විය හැකි ය. ව්‍යාපාර බිහිවන්නේ මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා (Needs and Wants) තුළිනි. ව්‍යාපාරිකයන් විසින් මිනිස් වුවමනා බිහි කිරීමක් ද සිදු කරනු ලබයි. මිනිසා තුළ විවිධ **අවශ්‍යතා** ඇතිවන අතර, ඒවා ඉටු කර ගැනීමට පෙළඹීම ද ස්වභාවික කරුණකි.

මිනිස් අවශ්‍යතා යනු මූලික තෘප්තීන් ඉටු කර ගැනීම සඳහා මිනිසා තුළ ඇති පෙළීමේ ස්වභාවය යි. ආහාර, ඇඳුම් පැළඳුම්, නිවාස මූලික අවශ්‍යතා ලෙස හඳුන්වන අතර පසු කාලයේ දී අධ්‍යාපනය, සෞඛ්‍යය, ආරක්ෂාව වැනි දෑ ද වැදගත් අවශ්‍යතා ලෙස සලකනු ලබයි. මෙම අවශ්‍යතා ඔබ විසින් සපුරා ගත යුතු බව ඔබට දැන් හොඳින් වැටහෙනු ඇත. ඔබ මෙම අවශ්‍යතා ඉටු කරගන්නේ කෙසේද? ඒ ගැනත් සිතා බලන්න. ඔබ විවිධ දේවල් මේ සඳහා භාවිත කරනවා නේද? එනම්, ආහාර අවශ්‍යතාවය සපුරා ගැනීමට ඔබ විටෙක බත් ආහාරයට ගන්නවා විය හැකි ය. එසේ නැතහොත් තේ පානය කිරීමට පෙළඹෙනු ඇත. එනම්, ඔබ තුළ ආහාර අවශ්‍යතාව නිසා බඩගින්න, පිපාසය ඇතිවන අතර එය සංසිඳුවා ගැනීමට ඔබ විවිධ දේ යොදා ගනියි. ඔබගේ ඇඳුම් හෝ වෙනත් මූලික අවශ්‍යතාවන් පිරිමසා ගන්නා ආකාරය සිතා බලන්න.

එමෙන් ම විවිධ පුද්ගලයින් තම මූලික අවශ්‍යතා සපුරා ගන්නා ආකාරය සිතා බලන්න. ඒවා විවිධ ආකාර ගන්නවා නේද? මෙසේ අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීමට යොදා ගන්නා විවිධ ස්වරූප **වුවමනා** ලෙස හඳුන්වයි. වුවමනා සංකීර්ණ වන අතර පුද්ගලයාගෙන් පුද්ගලයාට ද විවිධ වේ. තව ද මිනිසාගේ ආර්ථික හා සමාජ තත්ත්වය අනුව ද වුවමනා විවිධ විය හැකි ය. අවශ්‍යතා හා ඒ ආශ්‍රිත වුවමනා සඳහා නිදසුන් කීපයක් වගු අංක 1.1 න් දැක්වේ.

අවශ්‍යතා	වුවමනා
ආහාර	ධාන්‍ය ආහාර, ශාක ආහාර, මාංශ හා මත්ස්‍ය ආහාර
ඇඳුම් පැළඳුම්	කාන්තා ඇඳුම්, ආභරණ, පාවහන්
නිවාස	මහල් නිවාස, තට්ටු නිවාස
අධ්‍යාපනය	අන්තර්ජාලය, පාසල්, ගුරුවරු, පරිගණක
සෞඛ්‍යය	වෛද්‍යවරු, පෞද්ගලික රෝහල්, බෙහෙත් වර්ග
ආරක්ෂාව	පෞද්ගලික ආරක්ෂක සේවා, රක්ෂණය, රැකියාව

1.1 වගුව අවශ්‍යතා හා ඒ ආශ්‍රිත වුවමනා සඳහා නිදසුන්

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

මෙම අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගැනීමට අවශ්‍ය දේවල් ඔබ ලබා ගන්නේ ව්‍යාපාරවලිනි. එනම්, ඔබට වුවමනා භාණ්ඩ හා සේවා ලබා දීමට ව්‍යාපාර සූදානමින් සිටින බව පැහැදිලි විය යුතු ය.

ව්‍යාපාර ඔබගේ අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරාලමින් තමාගේ ව්‍යාපාරික අරමුණු ද ඉටු කරයි. ව්‍යාපාරිකයෝ මුදල් ආයෝජනය කර ඒ සඳහා යම් ප්‍රතිලාභයක් බලාපොරොත්තු වෙති. මේ නිසා බොහෝ ව්‍යාපාරිකයෝ ලාභ අරමුණු කරගෙන තම ව්‍යාපාර කටයුතු පවත්වාගෙන යති. නමුත් සියලු ම ව්‍යාපාරවල මූලික අරමුණ ලාභය නොවන බව ද ඔබ සිහි තබා ගත යුතු ය. ඇතැම් ව්‍යාපාරවල අරමුණ වන්නේ සමාජයට සේවාවක් කිරීම යි. ව්‍යාපාර තම කටයුතු කරගෙන යාම සඳහා ක්‍රමවත් ව තනිව හෝ කණ්ඩායම් හෝ වශයෙන් හෝ සංවිධාන ගත වී ඇත.

නිෂ්පාදිත (Products)

අවශ්‍යතා තුළින් මතුවන වුවමනාවන් තෘප්තිමත් කිරීමට විවිධ දෑ යොදා ගැනේ. මේවා නිෂ්පාදිත ලෙස හැඳින්වේ. භාණ්ඩ, සේවා හා අදහස් වශයෙන් නිෂ්පාදිත වර්ග කළ හැකි ය. භෞතික පැවැත්මක් ඇති දේ භාණ්ඩ ලෙසත්, භෞතික පැවැත්මක් නොමැති දේ සේවා ලෙසත්, දැනුම හා ශිල්පීය ඥානය අදහස් ලෙසත් හැඳින්විය හැකියි. මෙසේ නිෂ්පාදිත වශයෙන් හැඳින්වෙන භාණ්ඩ සේවා හා අදහස් පරිභෝජනයට හෝ ප්‍රයෝජනයට ගනු ලබන්නා **පාරිභෝගිකයා** වේ. පහත සඳහන් රූප සටහන් මගින් ඔබට නිෂ්පාදිතවල විවිධ ස්වරූප පිළිබඳ ව අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි ය.

රූප සටහන 1.2 නිෂ්පාදිතවල විවිධ ස්වරූප

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

නිෂ්පාදනය (Production)

පාරිභෝගික අවශ්‍යතා හා වුවමනා අනුව සම්පත්වල ස්වරූපය වෙනස් කරමින් එම සම්පත්වලට වටිනාකමක් එකතු කිරීම නිෂ්පාදනය නම් වේ. නිෂ්පාදනයේ අරමුණ මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරාලීම යි. නිෂ්පාදනය මූලික වශයෙන් කොටස් තුනකට බෙදිය හැකි ය.

- ප්‍රාථමික නිෂ්පාදනය
- ද්විතීයික නිෂ්පාදනය
- තෘතීයික නිෂ්පාදනය

ප්‍රාථමික නිෂ්පාදනය

ස්වභාවයෙන් ලැබී ඇති සම්පත් පවත්නා ආකාරයෙන් ම උකහා ගන්නා කර්මාන්ත වේ. ප්‍රාථමික නිෂ්පාදන කාණ්ඩ කිහිපයකට බෙදිය හැකි ය.

- කෘෂි, වන, සත්ත්ව නිෂ්පාදන (ගොවිපල කර්මාන්ත)
- ධීවර නිෂ්පාදන
- පතල් හා කැණීම් නිෂ්පාදන

ද්විතීයික නිෂ්පාදනය

ප්‍රාථමික කර්මාන්තවලින් ලබා ගන්නා මූලික ද්‍රව්‍ය වෙනස්වීම්වලට භාජනය කර නිමි භාණ්ඩ බවට පත් කිරීමේ කර්මාන්ත මෙයට අදාළ වේ. මෙම නිෂ්පාදන කොටස් දෙකකි.

- නිමැවුම් (සපත්තු, ඇඳුම් ආදිය)
- ඉදිකිරීම් (ගොඩනැඟිලි පාලම් ආදිය)

තෘතීයික නිෂ්පාදන

තෘතීයික නිෂ්පාදන, සේවා කර්මාන්ත හා වාණිජ්‍ය යන නම්වලින් ද හඳුන්වනු ලැබේ. එය ප්‍රධාන වශයෙන් කොටස් දෙකකට බෙදේ.

- වෙළෙඳාම
- වෙළෙඳාමට අවශ්‍ය සේවා

පොදුවේ පිළිගත් ආකාරයකට නිෂ්පාදනය ඉහත සඳහන් පරිදි වර්ගීකරණය කළ ද ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව දළ ජාතික නිෂ්පාදනය ගණනය කිරීමේ දී නිෂ්පාදනය පහත දැක්වෙන පරිදි බෙදා දක්වා ඇත.

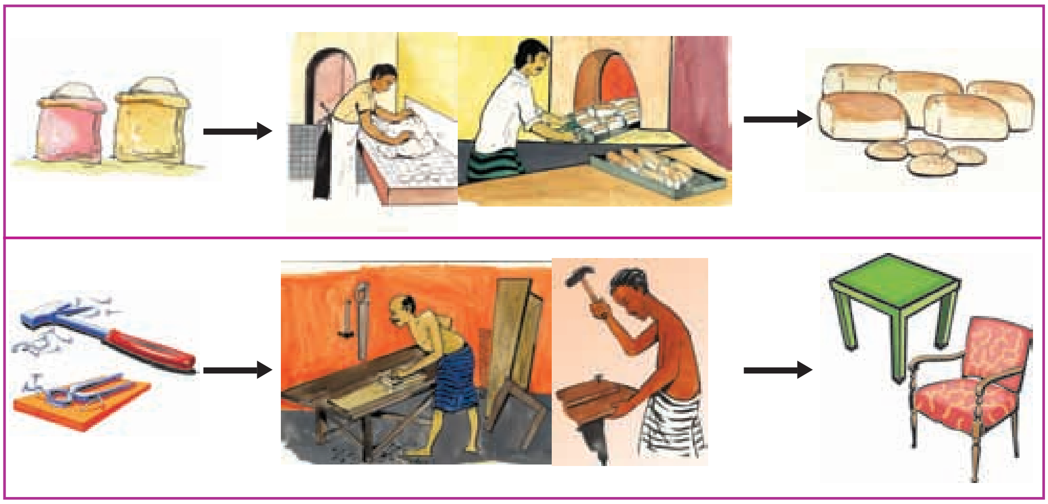
කෘෂිකාර්මික නිෂ්පාදන	කෘෂි, වන, ධීවර, පශු යන නිෂ්පාදන අයත් වේ.
කාර්මික නිෂ්පාදන	පතල් හා කැනීම්, නිමැවුම් කර්මාන්ත, ඉදිකිරීම් විදුලිය, ගෑස්, ජලය යන නිෂ්පාදන අයත් වේ.
සේවා නිෂ්පාදන	ප්‍රවාහන, ගබඩා, සන්නිවේදන, තොග හා සිල්ලර වෙළඳාම, බැංකු, රක්ෂණ, නිවාස අයිතිය, රාජ්‍ය පරිපාලන හා ආරක්ෂක සේවා යන නිෂ්පාදන අයත් වේ.

වගුව 1.3 දළ ජාතික නිෂ්පාදන සංයුතිය

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය (Production process)

යෙදවුම්වල ස්වරූපය වෙනස් වන්නේ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක් තුළිනි. ඔබගේ දිවා ආහාර වේල සකස් වී ඇති ආකාරය සිතා බලන්න. ඔබ ඉඳගන්නා පුටුව නිර්මාණය වී ඇති ආකාරය සිතා බලන්න. විවිධ යෙදවුම්, ක්‍රියාවලියකට භාජනය කිරීමෙන් මෙම නිෂ්පාදිත බිහිවී තිබේ. එනම් නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියක් තුළින් ඒවා නිර්මාණය වී ඇත.

රූප සටහන් 1.4 නිරීක්ෂණය කිරීම තුළින් භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදනය වන ආකාරය හොඳින් අවබෝධ කර ගත හැකි ය.



රූප සටහන 1.4 විවිධ නිෂ්පාදන බිහිවන ආකාර

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

ඉහත සඳහන් එකිනෙක නිෂ්පාදිත බිහිවන ආකාරය සලකා බැලීමේ දී එය කිසියම් ක්‍රියාවලියකට අනුව සිදුවන බව ඔබට පෙනී යයි. එනම් පාන් නිෂ්පාදනය සඳහා තිරිඟු පිටි යෙදවුමක් වන අතර, ඒවා කිසියම් ක්‍රියාවලියක් අවසානයේ පාන් බවට පත්වෙන අයුරු 1.4 රූප සටහන මගින් පැහැදිලි වේ. එමෙන් ම දැව මේස පුටු බවට පරිවර්තනය වන ආකාරය ද එම රූප සටහනෙන් ඔබට අවබෝධ කරගත හැකි වනු ඇත.

මේ අනුව නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය පහත දැක්වෙන අයුරින් ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.

යෙදවුම් → ක්‍රියාවලිය → නිමැවුම්

සෘජු හා වක්‍ර නිෂ්පාදනය

නිෂ්පාදනය **සෘජු නිෂ්පාදනය** හා **වක්‍ර නිෂ්පාදනය** ලෙස ස්වරූප දෙකකින් වර්ග කර දැක්විය හැකි ය. පුද්ගලයා තමාට අවශ්‍ය දෑ තමා විසින් ම නිෂ්පාදනය කර ගැනීම සෘජු නිෂ්පාදනය වේ. අතීත සමාජය තුළ මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා සරල වූ බැවින් සෘජු නිෂ්පාදනය බොහෝ සෙයින් දකින්නට ලැබුණි. සෘජු නිෂ්පාදනය ස්වයං නිෂ්පාදනය ලෙස ද හැඳින්වේ.

නිදසුන් : • නිවසේ පරිභෝජනයට අවශ්‍ය එළවළු තම ගෙවත්තේ ම වවා ගැනීම.

මුල් යුගයේ දී සෘජු නිෂ්පාදනයේ නිරත වූ මිනිසා ක්‍රමයෙන් තමාට වඩාත් හොඳින් කළ හැකි දෙයෙහි නිරත විය. මෙසේ පුද්ගලයෙකු තම දක්ෂතාව හෝ හැකියාව මත තෝරාගත් කාර්යයක දිගින් දිගට ම නිරත වීම තුළින් එම කාර්යය පිළිබඳ විශේෂ දක්ෂතාවක් හෙවත් නිපුණතාවක් ඇතිවන අතර එය **පුද්ගල විශේෂීකරණය** නම් වේ. වර්තමානයේ මෙම විශේෂීකරණය, **කාර්ය විශේෂීකරණය** ලෙස හඳුන්වයි. කිසියම් කාර්යයක් දීර්ඝ කාලයක් තිස්සේ නියැලීමෙන් ලැබෙන විශේෂඥතාව **විශේෂ ප්‍රාගුණ්‍යය** ලෙස ද හැඳින්විය හැකි ය.

නිදසුන් : • වඩු කාර්මිකයෙක් තමාගේ හැකියාව අනුව ගෘහ භාණ්ඩ නිර්මාණය සඳහා විශේෂීකරණයක් දක්වන අතර, එම කාර්යයේ දීර්ඝ කාලීන ව නියැලීමෙන් ලබන විශේෂ දක්ෂතාව එනම්, ගුණාත්මක හා කලාත්මක ගෘහ භාණ්ඩ නිර්මාණය කිරීමට දක්වන හැකියාව, විශේෂ ප්‍රාගුණ්‍යය යි.

මෙසේ විශේෂ ප්‍රාගුණ්‍ය නිසා වැඩි ප්‍රමාණයක් නිෂ්පාදනය කිරීමට හැකියාව ලැබිණ. ඒ තුළින් අතිරික්ත නිෂ්පාදනයක් බිහිවිය. අතිරික්ත නිෂ්පාදනය වෙනත් අය සමග හුවමාරු කර ගැනීමට යොමු විය. මෙය භාණ්ඩ හුවමාරු ක්‍රමය (Barter system) නම් විය.

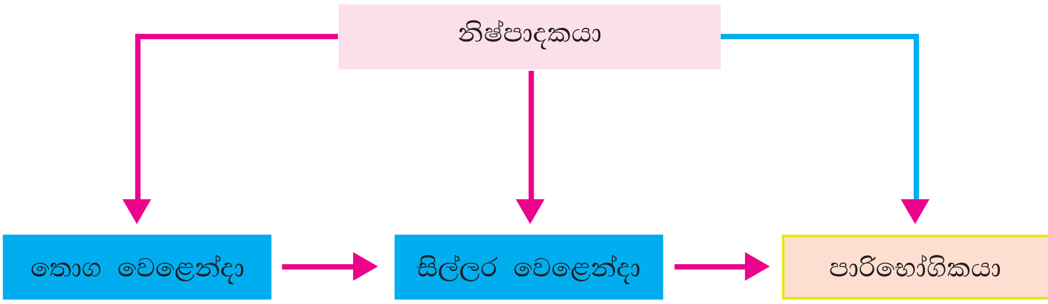
භාණ්ඩ හුවමාරු කිරීම වෙළෙඳාමේ ආරම්භය යි. මෙසේ වෙළෙඳපොළ අරමුණු කරගෙන යම් කිසි පුද්ගලයෙකු භාණ්ඩ හෝ සේවා හෝ අදහස් හෝ නිෂ්පාදනය කරන්නේ නම් එය වක්‍ර නිෂ්පාදනය ලෙස හැඳින්විය හැකි ය.

බෙදාහැරීම (Distribution)

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළින් බිහිවන නිෂ්පාදිත පාරිභෝගිකයන් වෙත ලබා දීම කළ යුතු ය. ඔබගේ නිවසේ එදිනෙදා භාවිත කරන භාණ්ඩ ගැන සිතන්න. ඒවා ඔබ හෝ ඔබගේ පවුලේ අය ලබා ගන්නේ කෙසේද? කියා සොයා බලන්න.

නිදසුන් :
- මාළු වෙළෙන්දගෙන් මාළු මිලදී ගැනීම
- සිල්ලර වෙළෙඳ සලෙන් සීනි, පරිප්පු ආදිය මිලට ගැනීම
- සුපිරි වෙළෙඳ සලකින් භාණ්ඩ මිලට ගැනීම

නිෂ්පාදකයින් විසින් තම නිෂ්පාදිත පාරිභෝගිකයා වෙත ලබා දීම බෙදාහැරීම වේ. නිෂ්පාදකයාගේ සිට පාරිභෝගිකයා වෙත භාණ්ඩ ලබා දීම කිහිප ආකාරයකට සිදුවේ. ඉන් කිහිපයක් පහත සඳහන් ආකාරයට පෙන්විය හැකි ය.



සටහන 1.5 භාණ්ඩ බෙදා හැරීමේ ආකාර

ඉහත රූප සටහන දෙස බැලීමේ දී නිෂ්පාදනය කරන භාණ්ඩ හා සේවා පාරිභෝගිකයා වෙත ගෙන යන ප්‍රධාන ක්‍රම දෙකක් දක්නට ලැබේ.

- නිෂ්පාදකයාගෙන් සෘජුව ම පාරිභෝගිකයා වෙත ගෙනයාම.
- අතරමැදියෙකු යොදවා ගනිමින්, තම නිෂ්පාදන පාරිභෝගිකයා වෙත ගෙනයාම.

මෙහිදී සිල්ලර වෙළෙන්දන් සහ තොග වෙළෙන්දන් අතරමැදියන් ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ.

මේ එක් එක් ක්‍රම අනුව පාරිභෝගිකයා වෙත නිෂ්පාදිත ලැබෙන ආකාරය සඳහා නිදසුන් කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

නිදසුන් :
- පලා වර්ග හා එළවළු වගා කරන ගොවියන් විසින් සෘජු ව ම පාරිභෝගිකයින් වෙත අලෙවි කිරීම

- පා පැදිකරුවන් විසින් මාළු, එළවළු ආදිය බෙදා හැරීම
- සිල්ලර වෙළෙඳ සලක භාණ්ඩ විකිණීම
- මාළු අල්ලන්නකු තමා ම පාරිභෝගිකයා වෙත මාළු විකිණීම
- සිල්ලර වෙළෙඳසලක් හිමියෙකු තොග වෙළෙන්දන් ගෙන් සහල් සහ පිටි කුඩා තොග වශයෙන් මිලට ගෙන පාරිභෝගිකයාට අලෙවි කිරිම

ක්‍රියාකාරකම් 01

අ. අවශ්‍යතාවක් හා වුවමනාවක් අනුපිළිවෙලින් දැක්වෙන ප්‍රකාශය තෝරන්න

1. සෞඛ්‍යය හා ආරක්ෂාව
2. වෛද්‍යවරු හා රෝහල්
3. ආහාර හා නිවාස
4. අධ්‍යාපනය හා පොත්පත්

ආ. ඵැනු වගාවෙහි යෙදෙන සමන් සාමාන්‍යයෙන් අනෙක් ගොවි මහතුන්ට වඩා සරු අස්වැන්නක් ලබන අතර ඉන් තමාගේ පරිභෝජනය සඳහා අවශ්‍ය ප්‍රමාණය තබා ගෙන ඉතිරිය තරමක් දුරින් පිහිටි එළවළු මිල දී ගන්නා ආර්ථික මධ්‍යස්ථානයට අලෙවි කරයි. කෙසේ වෙතත් මිල තීරණය කිරීමේ දී විවිධ අපහසුතාවලට පත් වීමට සමන්ට සිදු වන අතර ඒ සඳහා තරමක කාලයක් ද ගතවේ. සමන්ගේ අසල්වැසියෙකු වන නිමල් තමාගේ නිවසේ පරිභෝජනය සඳහා පමණක් ගෙවතු වගාවේ නිරත වේ.

i. මෙහි දී මතුකර ගත හැකි නිෂ්පාදන ක්‍රම දෙක හේතු සහිත ව දක්වන්න.

ii. සමන්ට තම අතිරික්ත නිෂ්පාදන පාරිභෝගිකයාට ලබා දීමට හැකි ආකාර දක්වන්න.

iii. ආර්ථික මධ්‍යස්ථානයට සිය අතිරික්ත භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමේ දී අනුගමනය කළ යුතු ක්‍රියා පිළිවෙළ පෙළ ගස්වන්න.

iv. සමන්, තම ව්‍යාපාරය කරගෙන යාමේ දී මුහුණපාන දුෂ්කරතා නම් කරන්න.

ක්‍රියාකාරකම් 02

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකු වාර්තාව පරිශීලනය කොට ශ්‍රී ලංකාවේ දළ ජාතික නිෂ්පාදනයට කෘෂි, කර්මාන්ත හා සේවා යන අංශ පසුගිය වර්ෂ දෙක තුළ දී දයකත්වය ලබා දී ඇති ආකාරය නිරීක්ෂණය කරන්න.

1.2 ව්‍යාපාරවල විකාශනය (Business Evolution)

තම අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටු කර ගැනීමට මිනිසා සෑම විට ම උත්සාහ කරන ආකාරයත්, ඒ සඳහා ව්‍යාපාර විසින් පුළුල් සේවාවක් ඉටු කරන ආකාරයත්, ඔබ දැන් හොඳින් වටහාගෙන ඇත. එදා සිට අද දක්වා මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටුකිරීමට මිනිසා පෙළඹුණ ආකාරයත්, ඒ සඳහා ව්‍යාපාර ව්‍යාප්ත වූ ආකාරයත්, දැන් විමසා බලමු.

ඈත අතීතයේ මිනිස් අවශ්‍යතා ඉතා සරල විය. ඒවා ආහාර, ඇඳුම් නිවාස වැනි මූලික අවශ්‍යතා කිහිපයකට සීමා විය. මේ හේතුවෙන් තමාට අවශ්‍ය භාණ්ඩ තමා විසින් ම නිෂ්පාදනය කර ප්‍රයෝජනයට ගැනීමට පුද්ගලයන්ට හැකි විය.

නිදසුන් :
- හේන් වගාවෙන් ආහාර සපයා ගැනීම.
- ගල්ගුහා, පැල්පත් ආදියෙන් නිවාස අවශ්‍යතා සපයා ගැනීම.
- කොළ අතු, සම් කැබලිවලින් ඇඳුම් සපයා ගැනීම.

භාණ්ඩ හුවමාරුව තුළින් අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගැනීම

මුල් යුගයේ දී තම අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගැනිම ඉතා පහසු කාර්යයක් වුවද මිනිස් සම්බන්ධතා වැඩි වීමත් සමග ම තම අවශ්‍යතා හා වුවමනාවල වැඩි වීමක් ද ක්‍රමයෙන් සිදු විය. මේ හේතුව නිසා තමාගේ නිෂ්පාදනවලින් පමණක් තම අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගැනීමට අපහසු විය. එබැවින් තම පවුලේ සියලු දෙනාගේ සහයෝගයෙන් තමාට වඩාත් හොඳින් කළ හැකි දේට යොමු වීමට පුද්ගලයින්ට සිදු විය. එහිදී භාණ්ඩ වැඩි ප්‍රමාණයක් නිෂ්පාදනය කොට තමාට අවශ්‍ය වෙනත් භාණ්ඩ සමග හුවමාරු කර ගැනීමට යොමු විය. එනම්, මිනිසා තමා ළඟ ඇති අතිරික්තය වෙනත් අය සමග හුවමාරු කර ගැනීමට පෙළඹිණි. වර්තමානයේ අප කතාකරන වෙළෙඳාමට පදනම වූයේ මෙම අතිරික්ත භාණ්ඩ හුවමාරුව යි. භාණ්ඩවල අයිතිය හුවමාරු වීම තුළින් විවිධ ව්‍යාපාර කටයුතුවල ආරම්භය සිදුවිය. මෙම යුගය **භාණ්ඩ හුවමාරු යුගය** ලෙස හඳුන්වයි.

භාණ්ඩවලට භාණ්ඩ හුවමාරු කර ගැනීමේ දී පහත දැක්වෙන ආකාරයේ විවිධ දුර්වලතා හා ගැටලුවලට මුහුණ දීමට පුද්ගලයින්ට සිදු විය.

- භාණ්ඩ කුඩා කොටස්වලට බෙදීමේ අපහසුතා
- ද්විත්ව සමපාතය නොමැති වීම
- වටිනාකම මැනීමේ අපහසුතා
- භාණ්ඩ රැස්කර තබා ගැනීමේ අපහසුතා

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

භාණ්ඩ කුඩා කොටස්වලට බෙදීමේ අපහසුතා

හුවමාරුවට යොදා ගන්නා නිෂ්පාදිතයෙහි ස්වභාවය අනුව අනෙක් පාර්ශ්වයට අවශ්‍ය ප්‍රමාණය අඩු වැඩි කිරීම මෙන් ම අර්ධ වශයෙන් ලබාදීම ද ගැටලු සහගත තත්ත්වයකි.

නිදසුන : • වී මලු 10 කට ගවයෙකු හුවමාරුවන විටක, වී මලු 2ක් සඳහා ගවයෙකු හුවමාරු කර ගැනීම අපහසු වීම.

ද්විත්ව සමපාතය නොමැතිවීම

හුවමාරුවක් සිදු වීම සඳහා දෙපාර්ශ්වයේ අවශ්‍යතාවල ගැළපීමක් සිදු විය යුතු යි. එය ද්විත්ව සමපාතය වේ. යම් අයෙකුට අවශ්‍ය දේ ලබා ගැනීමට නම් අනෙක් පාර්ශ්වයට අවශ්‍ය දේ සැපයීම මෙහි දී අනිවාර්යෙන් ම සිදු විය යුතු යි. එසේ නොවුණහොත් හුවමාරුවක් සිදු නොවේ.

නිදසුන : • වී අතිරික්තයක් ඇති අයෙකුට රෙදි ලබා ගැනීමට අවශ්‍ය වුවහොත් වී ලබා ගැනීමට කැමති, රෙදි අතිරික්තයක් ඇති අයෙකු ද සිටීම අනිවාර්ය වේ.

වටිනාකම මැනීමේ අපහසුතා

නිෂ්පාදිතයක් හුවමාරුවීමේ දී දෙපාර්ශවයට සාධාරණයක් සිදුවන අයුරින් ගනුදෙනුවක් සිදු වීමට කොපමණ ප්‍රමාණවලින් හුවමාරු කළ යුතු ද යන්න පිළිබඳ ගැටලුවක් පවතී. භාණ්ඩවල ප්‍රමාණය, කල්පැවැත්ම, එහි ස්වභාවය අනුව වටිනාකම මැනීම දුෂ්කර කාර්යයකි.

නිදසුන් : • "වළං සහ සහල් හුවමාරු කර ගන්නා විට මෙම භාණ්ඩවල වටිනාකම මැන දැක්වීම සඳහා සම්මත මිම්මක් නොතිබීම.

• "එළවළු තොගයක් වෙනුවට වී හුවමාරු කිරීමේ දී එළවළු ප්‍රමාණය තීරණය කිරීම මෙන් ම ඒ සඳහා හුවමාරු වන වී මලු ප්‍රමාණය හා වටිනාකම තීරණය කිරීම ද ගැටලුවකි.

භාණ්ඩ රැස්කර තබා ගැනීමේ අපහසුතා

තමාගේ අතිරික්ත නිෂ්පාදිත රැස්කර තබා ගැනීමට ප්‍රමාණවත් ඉඩකඩ අවශ්‍ය ය. භාණ්ඩවල ස්වභාවය මත කල්තබා ගැනීම, ප්‍රමාණවත් ආරක්ෂාව ලබාදීම ආදී අපහසුතා මත රැස්කර තබා ගැනීමේ ගැටලු පවති.

නිදසුන : • මස්, කිරි, එළවළු ආදී දේ රැස්කර තබා ගැනීම සඳහා සුදුසු ගබඩා පහසුකම් නොතිබීම හේතුවෙන් ඉක්මනින් නශ්‍ය වීම.

මුදල් භාවිතය

භාණ්ඩ හුවමාරු ක්‍රමයේ පැවති දුර්වලතා මග හරවා ගැනීම සඳහා පොදු මාධ්‍යයක අවශ්‍යතාව දැනෙන්නට විය. ආරම්භයේ දී පොදු පිළිගැනීමක් ඇති විවිධ දුර්ලභ දෑ මේ සඳහා භාවිත කරන ලදී. මෙසේ හුවමාරු මාධ්‍යයක් ලෙස භාවිත කළ දෑ මුදල් ලෙස හඳුන්වනු ලබයි. අතීතයේ මුදල් ලෙස භාවිත කළ දෑ සඳහා නිදසුන් කිහිපයක් පහත දැක්වේ.

- දුම්කොළ
- සත්ත්ව ඇටකටු
- ලුණු
- රිදී
- වළං කැබලි
- සිප්පි කටු
- රන්
- වෙනත් ලෝහ වර්ග

භාණ්ඩ හුවමාරු ක්‍රමයේ සිට මුදල් භාවිත කරමින් ව්‍යාපාර කටයුතු සිදු කිරීමට යොමු වීම ව්‍යාපාරවල විකාශනයේ වැදගත් අවධියකි. ව්‍යාපාර ලෝකය පුළුල් වීමත් සමග මුදල් ද විවිධ වෙනස්වීම්වලට භාජනය වී ඇත. පොදු පිළිගැනීම, කල් පැවැත්ම කුඩා කොටස්වලට බෙදීමට හැකි බව, රැගෙන යාමේ පහසුව ආදිය මුදලක දැකිය හැකි වැදගත් ලක්ෂණ කිහිපයකි. මුදල් භාවිත කරමින් ව්‍යාපාර කටයුතු පුළුල් වීමත් සමග තව දුරටත් ව්‍යාපාර විකාශනය වීම සඳහා කාර්මික විප්ලවය තුළින් ලබා ගන්නා ලද තාක්ෂණය බොහෝ දුරට ඉවහල් විය.

ව්‍යාපාර කටයුතු සඳහා කාර්මික විප්ලවයේ බලපෑම

කාර්මික විප්ලවය තුළින් තාක්ෂණික යෙදවුම් බිහි විය. මේ හේතුවෙන් ව්‍යාපාර කටයුතුවලට ප්‍රබල බලපෑම් එල්ල විය. එහි දී මෙතෙක් පැවති හස්ත කර්මාන්තය (අතින් කළ දේ) වෙනුවට යන්ත්‍ර සූත්‍ර භාවිතය සිදු වූ අතර කාර්ය විශේෂීකරණය හා විශේෂ ප්‍රාගුණ්‍යය යන සංකල්ප ප්‍රචලිත වන්නට විය. මේ නිසා මහා පරිමාණ නිෂ්පාදන බිහි වූ අතර නිෂ්පාදිතවල ගුණාත්මකභාවය ද වැඩි විය. මහා පරිමාණ නිෂ්පාදනය සඳහා ශ්‍රම විභජනය තුළින් පුද්ගලයා එකම කාර්යයක නිරත වූ අතර මේ තුළින් විශේෂීකරණය ඇති විය.

නිදසුන් : • මහන යන්ත්‍ර කීපයක් යොදාගෙන එකම ඇඳුමේ කොටස් විවිධ පුද්ගලයින් විසින් නිම කිරීම.

මහා පරිමාණ නිෂ්පාදනයත් සමග ම පහත සඳහන් ආකාරයේ උපකාරක සේවාවල අවශ්‍යතාව ද ඇති විය.

- බැංකු
- ගබඩාකරණය
- රක්ෂණය
- ප්‍රවාහනය
- සන්නිවේදනය

මෙම සේවා පිළිබඳ ඔබට තුන්වන පරිච්ඡේදය කියවීමෙන් හොඳ අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට හැකි වනු ඇත.

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය හේතුවෙන් ව්‍යාපාර වර්ධනය වීම

තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය දියුණු වීමත් සමග ව්‍යාපාර ක්ෂේත්‍රයේ විශාල වෙනස්කම් සිදුවී ඇත. තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණ මෙවලම් භාවිතය නිසා වර්තමානයේ විවිධ ව්‍යාපාර කටයුතු බිහි වී ඇත. විද්‍යුත් මාධ්‍ය ඔස්සේ භෞතික ආයතන නොමැති ව වර්තමානයේ ව්‍යාපාර කටයුතු පවත්වාගෙන යයි. මේ සඳහා අන්තර්ජාලය යොද ගනු ලැබේ. මෙලෙස මිලයට ගැනීම හා විකිණීම අන්තර්ජාලය යොදාගෙන සිදු කිරීම විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය (E - Commerce) ලෙස හැඳින්වේ.

නිදසුන් :
- ඇඟලුම් නිෂ්පාදකයකු විදේශීය රටකට තම නිමි ඇඳුම් අලෙවි කිරීම සඳහා අන්තර්ජාලය ඔස්සේ වෙළෙඳපොළක් සොයා ගැනීම.
- යාපනයේ ව්‍යාපාරිකයෙකු කොළඹ ව්‍යාපාරිකයෙකුගෙන් භාණ්ඩ ඇණවුමක් ලබා ගැනීම සඳහා අන්තර්ජාලය හරහා කටයුතු කිරීම.

තවද මෙම දියුණුව හේතුවෙන් ව්‍යාපාර කටයුතු ඉටුකිරීමේ විවිධ ස්වරූපයන් දක්නට ලැබේ. විශේෂයෙන් ම දැඩි තරඟකාරීත්වය හරහා පාරිභෝගිකයන්ට වඩාත් පහසුවන ආකාරයට තම ව්‍යාපාර කටයුතු පුළුල් කිරීමට ව්‍යාපාර උත්සහ ගනී.

නිදසුන :
- දුරකථන බැංකු සේවාව
- ස්වයංක්‍රීය ටෙලර් යන්ත්‍ර මගින් ගනුදෙනු කිරීමට පහසුකම් සැලසීම

ඒකීය බැංකු ක්‍රමය හෙවත් බැංකුවක් විසින් එම බැංකුවේ සියලු ම බැංකු ශාඛාවල ගනුදෙනුකරුවන්ට එම බැංකුවේ ඕනෑම ශාඛාවක් සමග කටයුතු කිරීමට හැකි වන පරිදි විද්‍යුත් මාධ්‍ය ඔස්සේ සම්බන්ධතා ජාලයක් ගොඩනගා ගැනීම වැනි සංකල්ප පෙරමුණට පැමිණ ඇත.

නිදසුන් :
- කොළඹ ජීවත් වන ලංකා බැංකුවේ ගනුදෙනුකරුවෙකු යාපනයට පැමිණි අවස්ථාවක යාපනයේ ඇති ලංකා බැංකු ශාඛාවකින් මුදල් ලබා ගැනීම.

අන්තර් බැංකුකරණය හෙවත් විවිධ වාණිජ බැංකු තම ගනුදෙනුකරුවන්ට ඕනෑම බැංකු ශාඛාවකින් කටයුතු කිරීමට හැකි වන පරිදි විද්‍යුත් මාධ්‍ය ඔස්සේ සම්බන්ධතා ජාලයක් ගොඩනගා ගැනීම.

නිදසුන් :
- ලංකා බැංකුව හා මහජන බැංකුව පරිගණක ජාලයක් මගින් සම්බන්ධ කර ඇතිවිට ලංකා බැංකුවේ ගනුදෙනුකරුවෙකු මහජන බැංකු ශාඛාවකින් මුදල් ලබා ගැනීම.

ක්‍රියාකාරකම් 03

සිරිසේන ගොවිතැනට ඉතා දක්ෂයකු වන අතර, හැම කන්නයක ම වැඩි අස්වැන්නක් ලබාගනී. පියසේන තම පවුලේ අය සමග රෙදි විවීම ජීවිකාව ලෙස කරගෙන යයි. පියසේනට දිනක් වී ගෝනියක් අවශ්‍ය වූ අතර තමා ළඟ ඇති රෙදිවලින් කොටසක් ලබා දී අවශ්‍ය වී ගෝනිය ලබා ගැනීමට සිරිසේනගෙන් විමසී ය. සිරිසේන තමාට රෙදි අවශ්‍ය නැති බවත් අවශ්‍ය වන්නේ එළවළු බවත් පැවසී ය.

අ. මෙම සිද්ධියේ සඳහන් පුද්ගලයන්ගේ අවශ්‍යතා හා වුවමනා මොනවාද?

ආ. පියසේන තම අවශ්‍යතාව සපුරා ගැනීමට අදහස් කළේ කෙසේද?

ඇ. මෙම අවස්ථාවේ දී පියසේන මුහුණ දී ඇති ගැටලුව කුමක්ද?

ඈ. පියසේන මුහුණ දී ඇති ගැටලුව සඳහා ඔබ ලබාදෙන විසඳුම් කවරේද?

ක්‍රියාකාරකම් 04

"වාණිජ බැංකු තම ගනුදෙනු පහසුකර ගැනීම සඳහා තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය මැනවින් උපයෝගී කොට ගෙන ඇත." ඉහත දැක්වෙන ප්‍රකාශය සනාථ කිරීම සඳහා අදාළ වන කරුණු දක්වා ලිපියක් සකස් කොට ඔබේ පන්තියේ බිත්ති පුවත් පතෙහි ප්‍රදර්ශනය කරන්න.

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

1.3 ව්‍යාපාර පරිසරය හඳුනා ගැනීම

ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමට බලාපොරොත්තු වන අයට මෙන් ම ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යන්නන්ට ද ව්‍යාපාර අවස්ථා, තර්ජන, ශක්තීන් හා දුර්වලතා පිළිබඳ අවබෝධයක් තිබීම වැදගත් වේ. ඒ සඳහා ව්‍යාපාර පරිසරය පිළිබඳ සැලකිලිමත් විය යුතු අතර, ව්‍යාපාර පරිසරයට ඇතුළත් පහත සඳහන් කරුණු පිළිබඳ අවබෝධයක් ලැබෙනු ඇත.

- ගනුදෙනුකරුවන්
- සේවකයින්
- අයිතිකරුවන්
- කළමනාකරුවන්
- ආර්ථික පරිසරය
- දේශපාලන පරිසරය
- නෛතික පරිසරය
- සමාජ හා සංස්කෘතික පරිසරය
- ප්‍රජාව ආශ්‍රිත පරිසරය
- තාක්ෂණික පරිසරය
- ස්වභාවික පරිසරය
- තරගකාරී පරිසරය

ව්‍යාපාර පරිසරයේ ඇතුළත් මෙම සාධක එකිනෙකට බැඳී පවතී. ව්‍යාපාර පරිසරය ව්‍යාපාරයේ බාහිර හා ව්‍යාපාරයේ අභ්‍යන්තර පරිසරය ලෙස ද වර්ග කළ හැකි ය.

ව්‍යාපාරය වටා පරිසරය එකිනෙකට සම්බන්ධ වන ආකාරය රූප සටහන 1.6 මගින් අවබෝධ කර ගැනීමට පුළුවන.

1.6 රූප සටහන ව්‍යාපාර පරිසරය

අභ්‍යන්තර පරිසරය (Internal environment)

ව්‍යාපාරයේ අභ්‍යන්තර පරිසරය යනු ව්‍යාපාරයට සමීප පරිසරය යි. අභ්‍යන්තර පරිසර සාධක ව්‍යාපාරයට සෘජු බලපෑම් ඇති කිරීමට සමත් ය. 1.6 රූප සටහනට අනුව අභ්‍යන්තර පාරිසරික සාධක ලෙස අයිතිකරුවන්, කළමනාකරුවන්, සේවකයින් හා ගනුදෙනුකරුවන් යන සාධක දැක්විය හැකි ය.

අයිතිකරුවෝ

ව්‍යාපාරයට ප්‍රාග්ධනය සපයන පුද්ගලයන් හෝ ආයතනය අයිතිකරුවන් ය. ඔවුන්ගේ ආකල්ප, හැකියා, දක්ෂතා, කැපවීම් ව්‍යාපාරයේ පැවැත්මට සෘජු ව ම බලපෑම් ඇති කර යි.

කළමනාකරුවෝ

ව්‍යාපාරයේ අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා සම්පත් මෙහෙය වන්නේ කළමනාකරුවන් ය. ඔවුන් ව්‍යාපාරයේ තීරණ ක්‍රියාවට නංවයි. ව්‍යාපාරය සාර්ථකත්වය කරා ගෙන යාමට අවශ්‍ය සියලු ම කාර්යයන් ක්‍රියාවට නැංවීම සඳහා විවිධ සම්බන්ධතා ගොඩනගා ගනී.

ගනුදෙනුකරුවෝ

ව්‍යාපාරයක සිදුවන මිලදී ගැනීම්, විකිණීම් කටයුතු හා ඒ සමග බැඳුනු අනෙකුත් කටයුතුවලට සම්බන්ධ වන පුද්ගලයන් හෝ ආයතන ගනුදෙනුකරුවන් වේ.

නිදසුන් : • සැපයුම්කරුවෝ • පාරිභෝගිකයෝ

සේවකයෝ

ව්‍යාපාරික කාර්යයන් ඉටු කරනු ලබන පුද්ගලයන්, සේවකයන් වශයෙන් හැඳින්වේ. ඔවුන්ගේ හැකියා, ආකල්ප, ක්‍රියාකාරිත්වය ව්‍යාපාරයේ පැවැත්මට බලපෑම් කරයි. ඔවුන් කාර්යක්ෂම හා ඵලදායී ලෙස ව්‍යාපාරයට යොදවා ගැනීම කළමනාකරුවන්ගේ වගකීම වේ. තෘප්තිමත් සේවකයන් සිටින ව්‍යාපාර සාර්ථක වේ.

ව්‍යාපාර කටයුත්තක් ආරම්භකොට හොඳින් පවත්වාගෙන යාමට තමන්ට ඇති හැකියාව හා නොහැකියාව මෙන් ම සමස්තයක් ලෙස ව්‍යාපාරය හා බැඳි ශක්තීන් හා දුර්වලතා පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීම වැදගත් වේ.

අභ්‍යන්තර පරිසරය අධ්‍යයනය තුළින් හඳුනාගත හැකි ශක්තීන් හා දුර්වලතා කිහිපයකට නිදසුන් පහත දැක්වේ.

- ශක්තීන්
  - නිවැරැදි නායකත්වය
  - කළමනාකරණ හැකියාව
  - හොඳ මූල්‍ය හැකියාව
  - දක්ෂ කළමනාකරුවන් හා සේවකයින්
  - හොඳ සැලැස්මක් හා දැක්මක් තිබීම

- දුර්වලතා
    - හොඳ නායකත්වයක් නොමැතිකම
    - තීරණ ගැනීමේ දුර්වලතා
    - දුර්වල මූල්‍ය හැකියාව හා පාලනය
    - නුපුහුණු සේවකයින්
    - හොඳ සැලැස්මක් හා දැක්මක් නොතිබීම

බාහිර පරිසරය (External environment)

ව්‍යාපාරික කටයුතු බාහිර පරිසරයේ වෙනස්වීම්වලට සංවේදී වේ. එම නිසා බාහිර පරිසරය ව්‍යාපාරයට කෙසේ බලපාන්නේ ද යන්න අධ්‍යයනය කිරීම වැදගත් වේ. රූප සටහන 1.6 මගින් බාහිර පාරිසරික සාධක දක්වා ඇත. ආර්ථික පරිසරය, දේශපාලන පරිසරය, නෛතික පරිසරය, සමාජ හා සංස්කෘතික පරිසරය, ප්‍රජා පරිසරය, තාක්ෂණික පරිසරය, ස්වභාවික පරිසරය හා තරඟකාරී පරිසරය යනාදිය බාහිර පරිසරාත්මක සාධක වේ.

ආර්ථික පරිසරය

ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති තීරණය කිරීමට ප්‍රධාන වශයෙන් රජය මැදිහත් වෙනු ඇත. ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ උපදෙස් මත මෙම ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති තීරණය කරනු ලැබේ. විශේෂයෙන් ම ආර්ථිකයේ පවත්නා පොලී අනුපාත එනම්, බැංකුවල තැන්පතු සඳහා ලබා දෙන පොලී අනුපාත මෙන් ම බැංකුවලින් ලබා ගන්නා ණය සඳහා මහජනතාවගෙන් අය කරනු ලබන පොලී අනුපාතය, ආදායම් බෙදී ගොස් ඇති ආකාරය, උද්ධමන අනුපාතය, රැකියා නියුක්තිය, රැකියා වියුක්තිය මෙන් ම රැකියා සුලභත්වය, දුගී බව ගෝලීය කරුණු යනාදිය බලපායි. ජාත්‍යන්තර සබඳතා, ජීවන වියදම, මිල මට්ටම, ඉතිරි කිරීම් යනාදිය විශේෂයෙන් ම ආර්ථික පරිසරය හා සම්බන්ධ වේ.

දේශපාලන පරිසරය

යම් රටක රජය විසින් ආර්ථික කටයුතු මෙහෙයවීමේ දී අනුගමනය කරන ප්‍රතිපත්ති ව්‍යාපාර සඳහා බලපෑම් ඇති කරනු ලබයි. එබැවින් ව්‍යාපාරිකයන් ඒ පිළිබඳ සැලකිලිමත් විය යුතු ය.

නිදසුන් :
- විවෘත ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති
- පෞද්ගලීකරණය
- අන්තර් ජාතික වෙළෙඳ ගිවිසුම්
- අන්තර් ජාතික සම්බන්ධතා

නෛතික පරිසරය

පාරිභෝගිකයා ආරක්ෂා කිරීම සඳහාත්, දේශීය නිෂ්පාදකයන් හා ව්‍යාපාරික ප්‍රජාව ආරක්ෂා කිරීම සඳහාත්, පරිසරය ආරක්ෂා කිරීම සඳහාත්, හිතකර අණ පනත්, නීති රීති නම් වේ. මේ නීති රීති ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා ආයතන, මණ්ඩල, කොමිෂන් සභා හා පුද්ගලයන් පත්කර ඇත.

නිදසුන් :
- සෞඛ්‍ය වෛද්‍ය නිලධාරි
- මහජන සෞඛ්‍ය පරික්ෂක
- පාරිභෝගික අධිකාරි පනත
- මධ්‍යම පරිසර අධිකාරිය

සමාජ හා සංස්කෘතික පරිසරය

පුද්ගලයා කුමන ආගමකට හෝ ජාතියකට හෝ අයත් වුවද, එකිනෙක ආගමට හා ජාතියට ආවේණික වූ අගනාකම්, විශ්වාස හා ඇදහිලි පවතී. මේවා සංස්කෘතික පරිසරය තුළ දක්නට ලැබේ. සංස්කෘතික වෙනස්වීම් ඍජු ව ම ව්‍යාපාරවලට බලපෑම් කරනු ඇත. සමහර සංස්කෘතික සාධක ව්‍යාපාරවලට සීමාවන් පනවන අවස්ථා තිබේ. එමෙන් ම විවිධ ව්‍යාපාර අවස්ථා මතුකර ගැනීමට මෙම සාධක ඉවහල්වන අවස්ථා ද තිබේ.

නිදසුන් :
- ආහාර පුරුදු වෙනස් වීම්
- ඇඳුම් හා ආභරණ විලාසිතා
- ආගමික ඇදහිලි
- වැඩිහිටියන් සැමරීමේ විශේෂ දින
- විවිධ උත්සව අවස්ථා

ප්‍රජා පරිසරය

සමාජයේ සිටින සියලු ම පුද්ගලයන් ප්‍රජාවට අයත් වේ. එමෙන් ම මේ සියලු ම පුද්ගලයන් ව්‍යාපාර හා සම්බන්ධ වේ. ප්‍රජාව පිළිබඳ සලකා බලන විට වයස් අනුව, ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය අනුව, ආගම අනුව හා ජාතීන් අනුව විවිධ කොටස්වලට අයත් බව ඔබට පෙනේ. එසේ ම ජන ගනත්වය, ජනගහන වර්ධනය ආදිය ද ප්‍රජා පරිසර සාධක වේ. මේ විවිධ ප්‍රජා කණ්ඩායම්වල වුවමනාවන් ඉටු කිරීම ව්‍යාපාරයක වගකීමක් වේ. ප්‍රජාව ද ව්‍යාපාරයකට අභියෝග එල්ල කරන්නා සේම ව්‍යාපාර අවස්ථා ද මතුකර ගැනීමට ඉවහල් වනු ඇත.

තාක්ෂණික පරිසරය

නව සොයා ගැනීම් තුළින් තාක්ෂණික පරිසරය ශීඝ්‍ර ලෙස වර්ධනය වෙමින් පවතී. පුද්ගල ජීවන රටාව මෙන් ම ව්‍යාපාර කටයුතු ද පුළුල් කිරීමට මෙම තාක්ෂණික දියුණුව හේතු වී ඇත. වාණිජ කටයුතු තාක්ෂණික දියුණුව හේතුවෙන් විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය බවට පරිවර්තනය වී ඇත. දුරකථනය, ජංගම දුරකථනය, පරිගණකය මෙන් ම විවිධ තාක්ෂණික ක්‍රම ශිල්ප ඇසුරින් ව්‍යාපාර කටයුතු කාර්යක්ෂම කිරීමට, වේගවත් හා නිවැරදි කිරීමට ඉවහල් වී ඇත. විවිධ ව්‍යාපාර අවස්ථා මතුකර ගැනීමට මෙන් ම නව තාක්ෂණය හමුවේ විවිධ තර්ජනවලට මුහුණ දීමට ද ව්‍යාපාරිකයන්ට සිදු වී ඇත.

ස්වභාවික පරිසරය

ස්වභාවික සම්පත්වල සිදුවන වෙනස්වීම්, දේශගුණික හා කාලගුණික තත්ත්වයන් ස්වභාවික පරිසරයට අයත් වේ. සුනාමි වැනි තත්ත්ව, ජල ගැලීම්, සුළි සුළං, නාය යෑම්, ගිනි කඳු ආශ්‍රිත ව ස්වභාවික උපද්‍රව සිදු වේ. මෙම උපද්‍රව තුළින් වාතය, ජලය, පරිසරය දූෂණය වීමත් වායු ගෝලය උණුසුම් වීමත් ආදී විවිධ අභියෝග තත්ත්වයන් දකින්නට ලැබේ. මෙම අභියෝගවලට විසඳුම් සෙවීමේ දී විවිධ ව්‍යාපාර අවස්ථා මතු කර ගැනීමට හැකියාව ලැබෙනු ඇත.

තරගකාරී පරිසරය

ව්‍යාපාර හැසිරවීම කෙරෙහි බලපාන ප්‍රධාන සාධකයකි, තරගය. ව්‍යාපාරිකයින් ලබාදෙන භාණ්ඩ හෝ සේවාවල ගුණාත්මකභාවය හා මිල ආදිය කෙරෙහි මෙම තරගකාරිත්වය බලපානු ඇත. සමාන ව්‍යාපාර කටයුතුවල යෙදෙන විට මෙම තරගකාරිත්වය තුළින් ව්‍යාපාරික තර්ජන ඇතිවන අතර අනෙක් අතට වෙනත් ව්‍යාපාර කටයුතුවලට යොමු වීමෙන් ව්‍යාපාර අවස්ථාවන් මතු කර ගැනීමට ද හැකියාව ලැබෙනු ඇත.

ඉහත සාධක බාහිර පරිසරාත්මක සාධක වේ. මෙම පරිසරය කෙරෙහි ව්‍යාපාරිකයන් ඉතාම විමසිලිමත් විය යුතු ය. එසේ නොවුනහොත් ව්‍යාපාරයට පැවැත්මක් නොවනු ඇත.

බාහිර පරිසරය අධ්‍යයනය තුළින් හඳුනාගත් අවස්ථා හා තර්ජන කිහිපයකට නිදසුන් පහත දැක්වේ.

අවස්ථා :

* හිතකර ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති
* දේශීය නිෂ්පාදිතවලට ප්‍රමුඛත්වය ලබා දීම.
* ව්‍යාපාරවලට හිතකර නීතිරීති
* කාන්තාවන් රැකියාවල නියැලීම
* සාමය
* සෞඛ්‍යය ආරක්ෂා කිරීම කෙරෙහි අවධානය
* ළමා ජනගහනය ඉහළ යාම,
* වයස්ගත ජනගහනය ඉහළ යාම
* විවේක කාලය ඵලදායී ලෙස ගත කිරීමට යොමු වීම.

තර්ජන :

* දේශපාලන අස්ථාවරත්වය
* නව ආදේශක ජනිත වීම
* දැඩි නීති රීති
* නව තරගකරුවන් පිවිසීම
* ස්වභාවික ආපද

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

විවිධ ව්‍යාපාර අවස්ථා අතරින් හොඳ ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් තෝරා ගැනීම සඳහා අනිවාර්යයෙන් ම ශක්තීන්, දුර්වලතා හා තර්ජන කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ යුතු වේ.

නිදසුන් : ළමා ජනගහනය ඉහළ යාම නිසා ඇතිවන ව්‍යාපාර අවස්ථා සලකා බලමු.

- ළමා නිෂ්පාදන සඳහා ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීම.
- ළමයින් රැකබලා ගන්නා ආයතන බිහිවීම.
- ළමා උද්‍යාන ඉදි කිරීම.
- පෙර පාසල් ආරම්භ කිරීම.

ක්‍රියාකාරකම් 05

සහල් අලෙවි කිරීම සඳහා රජය විසින් පහත සඳහන් ආකාරයට මිල තීරණය කර ඇත. එම මිල ගණන්වලට සහල් අලෙවි නොකරන ව්‍යාපාරිකයින්ට එරෙහිව නීතිමය දඬුවම් ලබා දීමට පියවර ගන්නා බව රජය ප්‍රකාශ කර සිටියි. ව්‍යාපාරිකයන් පවසා සිටින්නේ ඉහළ යන ඉන්ධන මිල හමුවේ එම මිල ගණන්වලට සහල් සැපයිය නොහැකි බව යි.

- කැකුළු සහල් කිලෝ ග්‍රෑම් 1 ක් රු. 65 යි
- සම්බා සහල් කිලෝ ග්‍රෑම් 1 ක් රු. 70 යි

අ. ඉහත ප්‍රකාශය තුළින් මතුකර ගත හැකි ව්‍යාපාර පරිසර සාධක දක්වන්න.

ආ. ඉහත ව්‍යාපාරිකයන්ට ඇති තර්ජන හේතු සහිත ව දක්වන්න.

ඇ. ව්‍යාපාරයක් පවත්වාගෙන යාමේ දී පැවතිය හැකි ශක්තීන් හා දුර්වලතා පිළිබඳ ඔබේ අදහස් දක්වන්න.

1.4 ව්‍යාපාර සංවිධාන (Business organisations)

ව්‍යාපාර යනු කුමක් ද යන්නත් ව්‍යාපාරවලට පදනම සැපයෙන්නේ කෙසේ ද යන්නත් ව්‍යාපාර අරමුණුවල ස්වභාවයත් ඔබ දන් හොඳින් අවබෝධ කරගෙන ඇත. එදිනෙදා ජීවිතයේ සියලු ම කාර්යයන් සමග ව්‍යාපාර සම්බන්ධ වේ. අප දිනපතා ගන්නා ආහාර ඇඳුම් පැළඳුම් ආදිය පමණක් නොව අපගේ සියලු ම දෛනික වුවමනාවන් සපුරා ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාරවල මැදිහත් වීමක් දකින්නට ලැබේ.

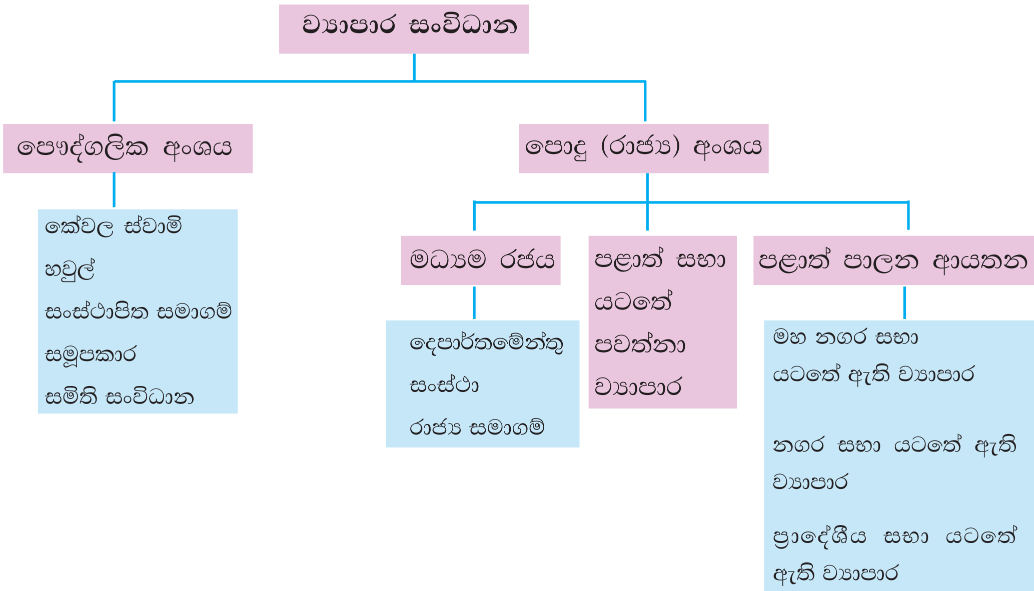
නිදසුන් :
- ඔබ උදෑසන මුහුණ සේදීමට යාමේ දී රැගෙන යන දත් බුරුසුව, දත් බෙහෙත්, සබන්, තුවාය
- ඔබ ආහාර ගැනීම සඳහා භාවිත කරන පිඟාන හා කෝප්පය
- ඔබේ පාසල් බෑගය, සපත්තු හා පොත්
- දිනපතා මගීන් ප්‍රවාහනය කරන බස්රථ මගින් සපයන සේවාව

මේ සියල්ල පිටුපස ව්‍යාපාර පවතින බව ඔබට පැහැදිලි වනු ඇත. මේ අනුව භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය, බෙදාහැරීම, අලෙවිය හා සම්බන්ධ සියලු සේවා ව්‍යාපාර කටයුතු ලෙස හැඳින්විය හැකි ය. ව්‍යාපාර ප්‍රාථමික හෝ ද්විතීයික හෝ සේවා හෝ යන ක්ෂේත්‍රයන් සඳහා හෝ මේ අංශ කිහිපයක් අරමුණු කොට ගෙන ආරම්භ කළ හැකි ය. මේ කුමන කටයුත්තක් සම්බන්ධ ව හෝ ව්‍යාපාර තම කටයුතු මෙහෙයවන බව දන් ඔබ හොඳින් වටහාගෙන ඇත. ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමට හා පවත්වාගෙන යාමට පුද්ගලයකු හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම් ලෙසින් හෝ සංවිධාන ගත විය යුතු ය. එසේ සංවිධාන ගත වන ආකාරය මෙම තේමාව යටතේ සාකච්ඡා කෙරේ.

ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ග කිරීම

1. අයිතිය අනුව ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ග කිරීම

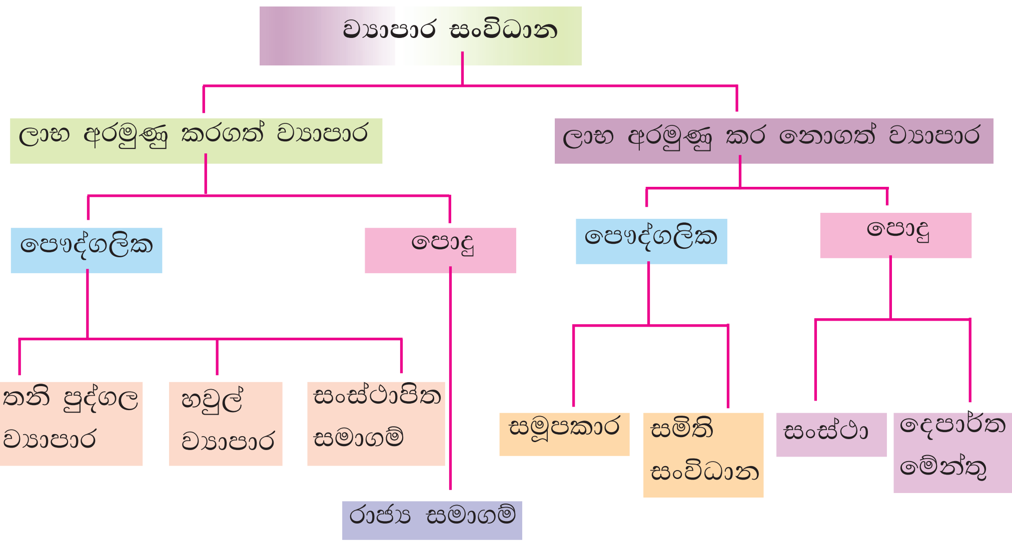
ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීම සඳහා මූල්‍ය සම්පත් සපයා ඇති ආකාරය අනුව එම ව්‍යාපාරයේ අයිතිය විස්තර කළ හැකි ය. රජය මූල්‍ය සම්පත් යොදා ඇති විට ව්‍යාපාරයේ අයිතිය රජයට හිමිවන අතර, පෞද්ගලික ව මූල්‍ය සම්පත් යොදා ඇති විට පෞද්ගලික අංශයට ව්‍යාපාරයේ හිමිකාරත්වය ලැබේ. තවද රජය හා පෞද්ගලික අංශය මූල්‍ය සම්පත් යොදා ඇති විට ව්‍යාපාරයේ අයිතිය මෙම කණ්ඩායම් දෙකට ම හිමි වේ. හිමිකාරත්වය අනුව ව්‍යාපාර සංවිධාන සකස් වී ඇති ආකාරය 1.7 ගැලීම් සටහන මගින් දක්වේ.



1.7 සටහන අයිතිය අනුව ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ග කිරීම

2. අරමුණ අනුව ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ග කිරීම

ඕනෑම අරමුණක් සාක්ෂාත් කරගැනීම සඳහා සංවිධානයක් පවත්වාගෙන යන අතර ව්‍යාපාරිකයෝ ද මෙසේ කිසියම් අරමුණක් සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යති. අරමුණ අනුව වර්ගීකරණය ලාභය පදනම් කරගෙන සිදු කරනු ලබන අතර එය 1.8 ගැලීම් සටහන මගින් දැක්වේ.



1.8 සටහන අරමුණ අනුව ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ග කිරීම

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

විවිධ ව්‍යාපාර සංවිධානවල පොදු ලක්ෂණ

* අරමුණක් තිබීම
* නාමයක් තිබීම
* සංවිධාන ව්‍යූහයක් තිබීම
* ආර්ථික කටයුත්තක නියැලීම
* පුද්ගලයන් සම්බන්ධ වී සිටීම
* සීමිත සම්පත් යොදා තිබීම
* කාර්යයන් සමුදායක් තිබීම
* ව්‍යාපාර කටයුතු වාර්තා කිරීමේ ක්‍රමයක් තිබීම
* කළමනාකරණ හා පාලන ක්‍රමයක් තිබීම
* පැවැත්මක් තිබීම

එක් එක් ව්‍යාපාර සංවිධාන හා ඒවායේ විශේෂ ලක්ෂණ දැන් අප විමසා බලමු.

පෞද්ගලික අංශයේ ව්‍යාපාර

එක් පුද්ගලයෙකු හෝ පුද්ගලයන් කීපදෙනෙකුගේ අරමුදල් සම්පාදනයෙන් අයිතිය හිමි කර ගත් ව්‍යාපාර සංවිධාන මේ ගණයට අයත් වේ. බොහෝ ව්‍යාපාරවල ප්‍රධාන අරමුණ ලාභ ලැබීම වන අතර තවත් සමහර ව්‍යාපාරවල අරමුණ සමාජ සුභසාධනය වේ. පෞද්ගලික අංශයේ විවිධ ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ග දක්නට ලැබේ.

තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර (කේවල ස්වාමි ව්‍යාපාර) (Sole proprietor ship)

තනි පුද්ගලයෙකු විසින් ප්‍රාග්ධනය යොදා පවත්වාගෙන යන ව්‍යාපාර තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර වේ. මේ නිසා අයිතිය ද තනි පුද්ගලයෙකු සතු වේ. ස්වාධීන ව කටයුතු කිරීමේ හැකියාව මෙම ව්‍යාපාර තුළ දක්නට ලැබේ. මේවා ලෝකයේ බොහෝ රටවල දක්නට ලැබේ.පුද්ගල දක්ෂතාව හා කැපවීම මත ව්‍යාපාරයක පැවැත්ම හා උන්නතිය ද රඳා පවතී. පහසුවෙන් ආරම්භ කිරීමත්, කුඩා ප්‍රාග්ධනයක් අවශ්‍ය වීමත්, ස්වාධීන ව කටයුතු කළ හැකි වීමත් නිසා මේවා බහුල ව දක්නට ලැබේ.

මේවායේ **හිතකර ලක්ෂණ** පිළිබඳ කතා කරන විට ව්‍යාපාර හිමියාට ස්වාධීන ව කටයුතු කළ හැකි අතර, තනි තීරණ ගැනීමට ඉඩකඩ ඇත. ව්‍යාපාරයේ ලාභ සියල්ල ම අයිතිකරුට හිමි ය. අරපිරිමැස්මෙන් ව්‍යාපාරයේ සාර්ථකත්වය ළඟාකර ගැනීම සඳහා කැපවීමෙන් වැඩ කළ හැකි ය. අයිතිකරු සිය ශ්‍රමය හා කාලය ව්‍යාපාරය වෙනුවෙන් යොදවයි. ව්‍යාපාර ප්‍රවණතා ඉක්මණින් තම ව්‍යාපාරයට ග්‍රහණය කර ගැනීමට පුළුවන. වෙනත් අයගේ අදහස් විමසීමක් අවශ්‍ය වන්නේ නැත.

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

කෙසේ වෙතත් මේවායේ **අහිතකර තත්ත්වයන්** ද දක්නට ලැබේ. අයිතිකරුගේ දක්ෂතාව මත ව්‍යාපාරයේ පැවැත්ම තහවුරු වන බැවින්, කළමනාකරණ හැකියාවන්ගෙන් හා ව්‍යවසායකත්ව කුසලතාවලින් අඩු පුද්ගලයකු අයිතිකරු වූ විට ව්‍යාපාරයේ පැවැත්ම තහවුරු කිරීමට නොහැකි වනු ඇත. අයිතිකරු තනිව ලාභාලාභ තත්ත්ව බුක්ති විඳින බැවින් අලාභ තත්ත්වයන්ට ද තනිව ම මුහුණදීමට සිදු වේ. පැන නගින වෙනත් අවදානම් ද තනිව විඳ ගැනීමට සිදු වනු ඇත. තව ද කාර්ය බහුලත්වය වැඩි වීමට පුළුවන. අසීමිත වගකීම, අඛණ්ඩ පැවැත්මක් නොමැති වීම, නීතිමය පුද්ගලභාවයක් නොමැතිවීම වැනි අවාසි සහගත තත්ත්වයන් ද දක්නට ලැබේ. මෙම කරුණු පිළිබඳ ඉදිරි පාඩම් වල දී තවදුරටත් පැහැදිලි කර තිබේ.

හවුල් ව්‍යාපාර (Partnership)

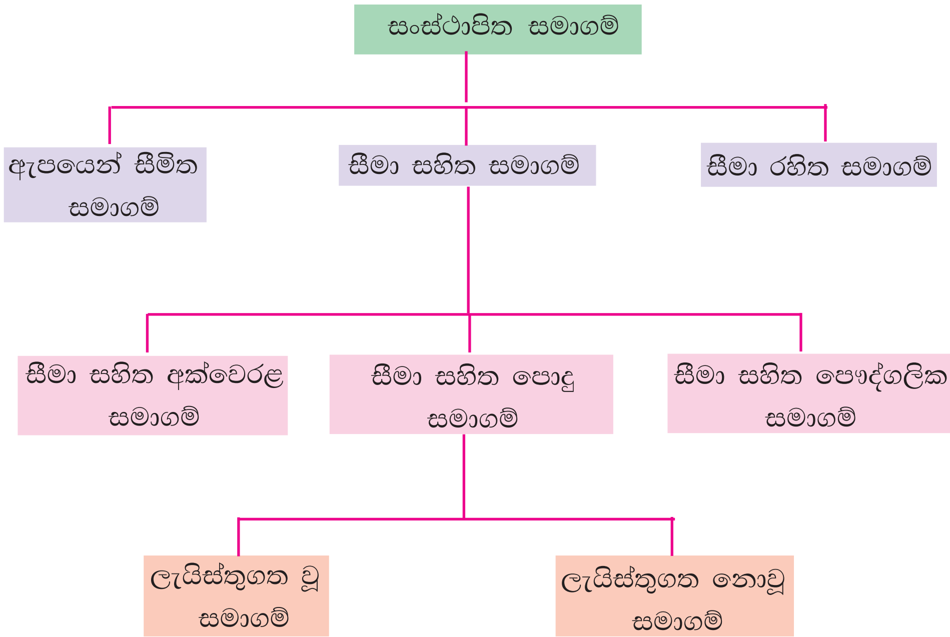
පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ ඊට වැඩිවූත් පුද්ගලයින් විස්සක් හෝ ඊට නොවැඩිවූත් පිරිසක් විසින් ලාභ ලැබීමේ අරමුණෙන් පවත්වාගෙන යන ව්‍යාපාර සංවිධාන හවුල් ව්‍යාපාර නම් වේ. 1890 හවුල් ව්‍යාපාර ආඥා පනත මේ සඳහා බලපාන නීතිය යි. ගිවිසුමක් යටතේ මෙම ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ග පවත්වාගෙන යනු ලැබේ. බොහෝ විට ගණකාධිකාරීවරුන්, නීතිඥයින්, බදු නිලධාරීන්, වෛද්‍යවරුන්, තැරැව්කරුවන් වැනි වෘත්තීන්වල යෙදී සිටින අය හවුල් ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යනු දැකිය හැකි ය. මෙවැනි වෘත්තීය හවුල් ව්‍යාපාර සඳහා සාමාජික සංඛ්‍යාව සීමාකාරී සාධකයක් නොවේ.

හවුල් ව්‍යාපාරයක වාසි කිහිපයකි. පහසුවෙන් ආරම්භ කළ හැකිවීම. පුද්ගලයින් කීපදෙනෙකුගේ දායකත්වයෙන් වැඩි ප්‍රාග්ධනයක් රැස්කර ගත හැකිවීම, විවිධ හැකියා ඇති පුද්ගලයන්ගේ සේවා ව්‍යාපාරයට දායක කර ගැනීමට හැකි වීම, අවදානම් බෙදීයාම ආදිය දැක්විය හැකි ය.

එමෙන් ම අන්‍යෝන්‍ය වගකීමට බැඳී සිටීම, අසීමිත වගකීම, අඛණ්ඩ පැවැත්මක් නොමැති වීම, නීතිමය පුද්ගලභාවයක් නොමැතිවීම වැනි අවාසි සහගත තත්ත්වයන් ද දක්නට ලැබේ.

සංස්ථාපිත සමාගම් (Incorporated companies)

2007 අංක 07 දරණ සමාගම් පනත යටතේ ලියාපදිංචි කරනු ලබන සංස්ථාපිත සමාගම්, නීතිමය පුද්ගලභාවයක් ඇති, කොටස් නිකුත් කරමින් ප්‍රාග්ධනය සපයා ගත හැකි ව්‍යාපාර වර්ගයකි. සමාගම් පනත යටතේ සංස්ථාගත කර ඇති, විවිධ සමාගම් වර්ග 1.9 ගැලීම් සටහන මගින් දැක්වේ.



1.9 සටහන සංස්ථාපිත සමාගම් වර්ග

සමූපකාර (Co-operatives)

සාමාජිකයින්ගේ සුභසිද්ධිය සඳහා ඔවුන් තම මුදල් යොදවා ස්වේච්ඡාවෙන් ඇති කර ගන්නා ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ගය සමූපකාර වේ. 1972 අංක 05 දරණ සමූපකාර සමිති පනත යටතේ සමූපකාර සමිතියක් ලියාපදිංචිය සඳහා නීති පදනම් සකස් කර ඇත. සමූපකාර ව්‍යාපාර ලක්ෂණ කිහිපයකින් යුක්ත ය. එනම්,

* ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී පාලනයක් තිබීම.
* මූලික වශයෙන් ලාභ පරමාර්ථයෙන් කටයුතු නො කිරීම.
* ප්‍රතිලාභ (අතිරික්තය) සාමාජිකයන් අතර බෙදීම.
* සාමාජිකයන්ගේ අභිවෘද්ධිය වෙනුවෙන් කටයුතු කිරීම.

සමිති සංවිධාන (Societies)

සාමාජික සුභසාධනය, ප්‍රජා සේවා, පොදු සුභසාධනය හෝ පුණ්‍ය කටයුත්තක් පදනම් කරගෙන පවත්වාගෙන යනු ලබන, සමාජ සුභසාධනය අරමුණු කර ගත් ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ගය සමිති සංවිධාන වේ. ලියාපදිංචිය අනිවාර්ය නොවන අතර, අවශ්‍ය නම් 2007 අංක 7 දරණ සමාගම් පනත යටතේ පුණ්‍ය සමාගමක් ලෙස ලියාපදිංචි කළ හැකි යි.

නොමිලේ බෙදාහැරීම සඳහා ය.

රාජ්‍ය අංශයේ ව්‍යාපාර

රජය විසින් ප්‍රාග්ධනය සපයා ඇති, අයිතිය රජය සතු වූ ව්‍යාපාර සංවිධාන වේ. මධ්‍යම රජය යටතේ රාජ්‍ය සමාගම් රාජ්‍ය සංස්ථා හා දෙපාර්තමේන්තු ක්‍රියාත්මක වේ. පළාත් සභා හා පළාත් පාලන ආයතන යටතේ ද රාජ්‍ය අංශයේ ව්‍යාපාර පවතින අතර මේවායේ ප්‍රධාන අරමුණ වනුයේ ජනතා සේවයයි. එමෙන්ම ලාභ අරමුණු කරගත් රාජ්‍ය සමාගම් ද පවතී.

මේ එක් එක් ව්‍යාපාර සංවිධානවල ඇති වාසි අවාසි පහත සඳහන් පරිදි සාරාංශ කර දැක්විය හැකි ය.

වාසි

කේවල ස්වාමි ව්‍යාපාර	හවුල් ව්‍යාපාර	සංස්ථාපිත සමාගම්	සමූපකාර	දෙපාර්තමේන්තු
• නීතිමය බලපෑම අඩු වීම • ස්වාධීනව තීරණ ගත හැකි වීම • ලාභ තනිව භුක්ති විඳිය හැකි වීම	• නීතිමය බලපෑම අඩුවීම • කීපදෙනෙකු ප්‍රාග්ධනය යෙදීම නිසා වැඩි ප්‍රාග්ධනයක් ලැබීම • සාමූහිකව තීරණ ගන්නා නිසා සාර්ථක තීරණ ගත හැකි වීම	• වැඩිප්‍රාග්ධනයක් ලබා ගත හැකිවීම • අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩලයකින් පරිපාලනය වීම • වගකීම සීමිත වීම • නෛතික පුද්ගලභාවය • අඛණ්ඩපැවැත්ම	• රාජ්‍ය අනුග්‍රහය ලැබීම • සාමාජිකයන්ගේ සුභසාධනය වෙනුවෙන් කටයුතු කිරීම	• රාජ්‍ය මූල්‍යනය • සමාජ සුභ සාධනය

අවාසි

කේවල ස්වාමි ව්‍යාපාර	හවුල් ව්‍යාපාර	සංස්ථාපිත සමාගම්	සමූපකාර	දෙපාර්තමේන්තු
• අඛණ්ඩ පැවැත්මක් නොතිබීම • වගකීම අසීමිත වීම • නෛතික පුද්ගලභාවයක් නොමැතිවීම • ප්‍රාග්ධනය වැඩි කිරීමට අපහසු වීම	• වගකීම අසීමිත වීම • නෛතික පුද්ගලභාවයක් නොමැති වීම • හවුලක් බැවින් නිතර නිතර ගැටලු මතුවීම	• නීතිමය බලපෑම් වැඩිවීම	• ලාභය සාමාජිකයන්ට පෞද්ගලික ව හිමි නොවීම	• නීතිමය බලපෑම් වැඩිවීම • තීරණ ගැනීම පමා වීම

ක්‍රියාකාරකම් 06

උපුල් තමා ළඟ ඉතිරි කරගත් මුදලක් යොදගෙන ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට අදහස් කරගෙන සිටී. ඔහු කුඩාකල සිට ම ස්වාධීන ව කටයුතු කිරීමට කැමති පුද්ගලයෙකි.

01. උපුල්ට ආරම්භ කිරීමට සුදුසු ව්‍යාපාර සංවිධාන වර්ගය දක්වා එයට හේතු දක්වන්න.

02. ඔහුගේ ව්‍යාපාරය තව දුරටත් පුළුල් කිරීමට අවශ්‍ය වන්නේ නම් ඒ සඳහා උපුල්ට දීමට උපදෙස් පත්‍රිකාවක් සකස් කරන්න.

[q [