සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ

ව්‍යාපාරයක් අරඹමු

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ප්‍රකාශනයකි

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ

ව්‍යාපාරයක් අරඹමු

අතිශය තරඟකාරී ව්‍යාපාරික පරිසරයක් තුළ දැඩි අවදානමක් භාරගෙන
ස්වකීය ව්‍යාපාරික කටයුතු පවත්වා ගැනීමට, දියුණු කිරීමට, නවීකරණය කිරීමට හා
පුළුල් කිරීමට තම ව්‍යාපාරික බුද්ධිය මෙහෙයවමින් දිවා රාත්‍රී වෙහෙස ගන්නා
අපේ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායික ප්‍රජාවගේ ව්‍යාපාරික ඥාණය
වැඩි වර්ධනය කර ගැනීමට උපකාරී වීමේ චේතනාවෙන් යුතුව
ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව විසින් ප්‍රකාශයට පත් කරනු ලබන ග්‍රන්ථයකි.

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව

2015

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ

ව්‍යාපාරයක් අරඹමු

රචනය	:	එම්.එස්.කේ. ධර්මවර්ධන
සිතුවම්	:	හිගුල්වල දිසානායක
පළමු මුද්‍රණය	:	2015
මුද්‍රණය	:	ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ මුද්‍රණාලය බැංකු විද්‍යු පියස

ISBN No. 978-955-575-311-1

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ප්‍රකාශනයකි.
2015

අධිපතිතුමාගේ පණිවුඩය

වේගයෙන් සංවර්ධනය වන ආර්ථිකයක සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය අංශයට අද්විතීය කාර්යභාරයක් හිමි වේ. ඕනෑම ආර්ථිකයක ව්‍යවසායකයා විසින් ඉටු කරනු ලබන කාර්යය සංවර්ධනය වේගවත් කිරීම සඳහා උපකාරී වන ප්‍රධානතම සාධකයකි. ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව ආරම්භයේ සිටම සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනයට උපකාරී වන ප්‍රතිපත්තිමය හා මූල්‍යමය දිරිගැන්වීම් ලබා දීමට පුරෝගාමී වී ඇත. ඒ සඳහාම විශේෂිත වූ ණය යෝජනා ක්‍රම රාශියක්ම ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව විසින් ක්‍රියාවට නංවා ඇත. විශේෂිත මූල්‍ය ආයතන පිහිටුවීම හා වාණිජ බැංකු සංවර්ධන මූල්‍ය සඳහා යොමු කිරීම මගින් මෙම අංශයේ වර්ධනයට ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ දායකත්වය ලබාදී තිබේ.

ව්‍යාපාරික පරිසරය ගොඩනැංවීම හා මූල්‍ය පහසුකම් ව්‍යාප්ත කිරීම මෙන්ම ව්‍යවසායකත්වය සංවර්ධනය කිරීම ද සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ප්‍රවර්ධනය කිරීමට අත්‍යාවශ්‍ය සාධකයකි. තරඟකාරී ව්‍යාපාරික පරිසරයක් තුළ ස්වකීය ව්‍යාපාර ජයග්‍රාහී ලෙස ඉදිරියට ගෙන යෑමට සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරිකයින්ගේ ව්‍යවසායකත්ව දැනුම හා ඒ ආශ්‍රිත විවිධ කරුණු පිළිබඳ අවබෝධය වැඩි වර්ධනය කළ යුතුය. එම කාර්යය සඳහා ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවටත් අනෙකුත් මූල්‍ය ආයතන වලටත් විශේෂ කාර්යභාරයක් ඉටු කළ හැක. ව්‍යවසායකයින් දැනගත යුතු මූලික කරුණු සරල භාෂාවෙන් ඉදිරිපත් කරන මෙවැනි පොත් පත් වැඩි වැඩියෙන් ඔවුන් අතට පත් කළ යුතු වේ. මෙම අවශ්‍යතාවය මැනවින් අවබෝධ කරගෙන මෙවැනි ග්‍රන්ථයක් සම්පාදනය කිරීමට උනන්දු වූ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුවේ අතිරේක අධ්‍යක්ෂ එම්.එස්.කේ. ධර්මවර්ධන මහතා ඇතුළු සියලුම දෙනාට මාගේ ස්තුතිය හිමි වේ.

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව විසින් මහත් වෑයමක් දරා ඉදිරිපත් කර ඇති මෙම විශේෂිත ප්‍රකාශනය පරිශීලනය කරමින් තමන්ගේ ව්‍යාපාර කටයුතු මනාව පවත්වා ගනිමින් ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථික සංවර්ධනයට දායක වන ලෙස මම අපේ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායික ප්‍රජාවගෙන් ඉල්ලා සිටිමි.

ශ්‍රී ලංකාවේ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය කටයුතු වල නිරත සියලු ව්‍යවසායකයින්ට සුභපතමි.

අධිපති
ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව
2015.10.06

පෙරවදන

ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථික සංවර්ධනය උදෙසා සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ක්ෂේත්‍රයට සුවිශේෂ කාර්යභාරයක් ඉටු කිරීමට හැකියාව ඇත. දේශීය සම්පත් උපයෝජනය කර ගනිමින් භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය වැඩි කිරීමටත්, ප්‍රාදේශීය ආර්ථික අසමතුලිතතාවයන් දුරලීම සඳහාත් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ක්ෂේත්‍රයට සුවිශේෂ හැකියාවක් පවතී. එම තත්ත්වය මැනවින් වටහාගෙන සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර වැඩි වැඩියෙන් ඇරඹීමට කටයුතු යෙදීම රට වේගවත් සංවර්ධන මාවතකට යොමුව ඇති අවස්ථාවකදී අපට ඉතා වැදගත් වේ. ආර්ථික සංවර්ධනයට වැදගත් වන ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමේ අභියෝගය භාර ගැනීමෙන් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන් සිදු කරනු ලබන්නේ ඉමහත් මෙහෙවරකි.

එවැනි අභියෝගාත්මක කාර්යයක නියැලෙන ව්‍යවසායකයින්ට අත්වැලක් සැපයීම සඳහා දිනපතා පළවන ජාතික පුවත්පතක් වන “අද” පත්‍රයේ ආර්ථික පිටුව තුළින් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය යටතේ ලිපි පෙළක් පළ කිරීමට මට ස්වර්ණමය අවස්ථාවක් උදා විය. ඒ තුළින් අපේ රටේ අපේම ව්‍යවසායකයින්ට මෙන්ම විවිධ අධ්‍යයන කටයුතුවල නියැලෙන විද්‍යාර්ථීන්ට ද ප්‍රයෝජනවත් වන පරිදි ලිපි සියයකට වැඩි ප්‍රමාණයක් පළ කිරීමට අපට අවස්ථාව ලැබුණි. එම ලිපිවල අන්තර්ගත වූ තොරතුරු වලට අමතරව තවත් වැදගත් කරුණු ගණනාවක් ද අන්තර්ගත කොට මෙම පොත සම්පාදනය කර ඇත. පුවත්පතට ලිපි ඇතුළත් කිරීමේ දී මෙන්ම මේ පොත තුළින් ද අපේක්ෂා කරනුයේ විශාල අභියෝගයක් භාරගෙන තම ව්‍යාපාර දියුණු කර ගැනීම සඳහා වෙහෙස වන සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් දැනසිටිය යුතු කරුණු රාශියක් සාකච්ඡා කිරීමයි.

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමට අපේක්ෂා කරන ව්‍යවසායකයින්ට මෙන්ම දැනට එවැනි ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යන අයටද සරල බසින් ලැයැවුණු පොතක අවශ්‍යතාවයක් ඇති බව මෙහිදී විශේෂයෙන් සැලකිල්ලට ගන්නා ලදී. එමෙන්ම පුවත්පතට මෙම ලිපි සංග්‍රහ ගත කිරීමේ දී ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව විසින් ක්‍රියාවට නැංවූ විවිධ වැඩසටහන් තුළින් ලැබූ අත්දැකීම් හා සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් තම ව්‍යාපාර දියුණු කර ගැනීමට ගන්නා උත්සාහය ද සැලකිල්ලට ගන්නා ලදී.

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයෙකුට පවතින තරඟකාරී පරිසරය තුළින් උද්ගත වන බාධක මැද දැඩි අවදානමකට මුහුණ දෙමින් සාර්ථකව ව්‍යාපාරයක් කරගෙන යාම සුළුපටු කාර්යයක් නොවන බැවින් එවැනි පිරිස්වලට උපදෙස් සහ උපකාර කිරීම අප කාගේත් යුතුකමක් බව ද මෙහිදී පෙන්වා දෙනු කැමැත්තෙමි.

මෙම පොත පාඨ ග්‍රන්ථයක් නොවන අතර, මෙය පිළියෙල කරන ලද්දේ ව්‍යාපාරික ලෝකයේ දහසකුත් එකක් බාධක දුෂ්කරතා මැද තම ව්‍යාපාරය සාර්ථක කර ගැනීමට වෙර දරන සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ සැබෑ ව්‍යාපාරිකයන්ගේ ප්‍රයෝජනය පිණිසයි. එමෙන්ම ව්‍යාපාරික ලෝකයට පිවිසීමට අදහස් කරන ආධුනික ව්‍යවසායකයින්ට ද මෙය උපකාරයක්ම වනු ඇත.

ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථික සංවර්ධනය වේගවත් කිරීමේ අවශ්‍යතාව නිතර පෙන්වා දෙමින් ඒ සඳහා විවිධාකාර වූ ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කරමින් අවශ්‍ය උපදෙස් සැපයීම තුළින් අපව දිරිමත් කරන ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ අධිපති අර්ජුන මහේන්ද්‍රන් මැතිතුමාගෙන් ලද අගනා සහයෝගය ස්තුතිපූර්වකව සඳහන් කරමි.

එමෙන්ම මේ කාර්යය ආරම්භයේ දීම ඉතා වැදගත් උපදෙස් ලබා දුන් සහකාර අධිපති සුනිල් ලංකාතිලක මහතාටත්, ප්‍රාදේශිය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුවේ හිටපු අධ්‍යක්ෂක ශ්‍රීනාත් අබේසිංහ මහතාටත් ස්තූති කරමි.

මෙම පොත මුද්‍රණය කිරිම විවිධ හේතූන් මත ප්‍රමාදව පැවති අවස්ථාවේ එය මුද්‍රණය කිරීමේ වැදගත්කම අවබෝධ කරගෙන එම කාර්යය කඩිනමින් නිම කිරීමට ඉමහත් උනන්දුවක් දැක්වූ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුවේ අධ්‍යක්ෂ අශෝක හඳගම මහතා සහ පොත පිළිබඳව අධ්‍යයනය කොට මුද්‍රණය සඳහා අනුමැතිය ලබාදුන් සහකාර අධිපති සී.පී.ඒ. කරුණාතිලක මහතා ද ආදරයෙන් සිහිපත් කරමි.

"අද" පුවත්පතේ ලිපි පළ කිරීමේ දී දිවා රාත්‍රී නොබලා වෙහෙස වෙමින් සෝදුපත් කියවා බලා නැවත සංස්කරණය කර ඉදිරිපත් කිරීමේදී ඉතා සුහදශීලී ලෙස කටයුතු කළ "අද" පුවත්පතේ නියෝජ්‍ය කතෘ ෂමිල පෙරේරාට විශේෂයෙන් ස්තූති කරමි. එමෙන්ම එම වටිනා ලිපි පෙළ සෑම අඟහරුවාදා සහ බ්‍රහස්පතින්දා දිනකම පළ කිරීම සඳහා අවස්ථාව ලබාදුන් විජය පුවත්පත් සමාගමේ කළමණාකාරීත්වයට ද ස්තූතිය පුද කරමි.

මෙම කාර්යය සාර්ථකව කරගෙන යාම සඳහා පහසුකම් සලසාදුන් නියෝජ්‍ය අධිපති ආනන්ද සිල්වා මහතාටත්, සහකාර අධිපතිනි ජානකී මාම්පිටිය මහත්මියටත් ස්තූතිය පුද කරන අතර, මේ පොත මුද්‍රණය කිරීම සඳහා කටයුතු සම්පාදනය කළ සන්නිවේදන අධ්‍යක්ෂක ඒ.ඒ.එම්. තාසීම් මහතාටත් ස්තූති කරමි.

මේ පොත පිළියෙල කිරීමේ දී කිහිපවරක්ම සෝදුපත් කියවමින් ඉතා වටිනා උපදෙස් ලබා දෙමින් පොත පිළියෙල කළ යුතු ක්‍රමවේදය හා ඇතුළත් කළයුතු සිතුවම් පිළිබඳව ද තොරතුරු ලබා දෙමින් නිරතුරුව මා දිරිමත් කළ ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ හිටපු සහකාර අධිපති ඩබ්ලිව්.එම්. කරුණාරත්න මහතා වෙත මාගේ හදපිරි ස්තූතිය පුද කරමි. එමෙන්ම ගිණුම්කරණය පිළිබඳ පරිච්ඡේදය සැකසීමේ දී මට සහාය වූ සේවක අර්ථසාධක අරමුදල් දෙපාර්තමේන්තුවේ ජ්‍යෙෂ්ඨ සහකාර අධිකාරිනී අනුරාධා හෙට්ටිහේවා මහත්මිය සහ වෙනුර වන්නිආරච්චි මහතා ද කාරුණිකව සිහිපත් කරමි. මෙම පොත පිළියෙල කිරීමේ දී ව්‍යවසායකයින් මුහුණදෙන විවිධ ගැටළු සහ තවත් වැදගත් ව්‍යවසායක අත්දැකීම් පිළිබඳ තොරතුරු මා වෙත ලබාදුන් ව්‍යවසායිකා මනෝරි නිලංගනී සෙනරත් මහත්මියද ආදරයෙන් සිහිපත් කරමි.

එසේම මේ පොතේ මුල් පිටපත යතුරු ලියනය කළ ජේ.ඒ.ටී.එම්. ගුණතිලක මහත්මියට, වටිනා පිටකවරයක් සහ අගනා සිතුවම් ඇඳ දුන් හිඟුල්වල දිසානායක මහතාට, මේ පොත මුද්‍රණය කිරීම සඳහා ඉතා ආකර්ෂණීය ලෙස පරිගණක පෙළ ගැසීම් සිදු කර දුන් සන්නිවේදන දෙපාර්තමේන්තුවේ දර්ශන නාරම්පනාව මහතාට සහ අමිල චතුරංග මහතාට ස්තූතිය පුද කරන අතර, මේ පොතෙහි මුද්‍රණ කටයුතු මනාව නිම කර දුන් ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ මුද්‍රණාලයේ කළමනාකාරතුමා ඇතුළු කාර්ය මණ්ඩලයට ද මාගේ ගෞරවනීය ස්තූතිය පුද කරමි. පුවත්පතට ලිපි සැකසීමේ දී එකදු ලිපියක් හෝ අතපසුවීමට ඉඩ නොදී මට නිරන්තරව සහාය දැක්වූ මාගේ දියණිය නිපුනි සනාරා ද ආදරයෙන් යුතුව සිහිපත් කරමි.

එම්.එස්.කේ. ධර්මවර්ධන
අතිරේක අධ්‍යක්ෂ
ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව
ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව.
2015.10.06

පටුන

පිටුව

1. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය 1

2. අදහසක් ඇත්නම්, අවස්ථාව හොඳ නම්,
ගුණයෙන් උසස් ව්‍යාපාරයක් අරඹන්න 3

3. ආධුනික ඔබ ව්‍යාපාරයක් අරඹන්නේ නම්... 7

4. ඔබත් සාර්ථක ව්‍යවසායකයෙක්ද? 11

5. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය උදෙසා
පවතින සේවා 15

6. ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන
දෙපාර්තමේන්තුවේ කාර්යභාරය 23

7. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර කළමනාකරණය 26

8. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල අලෙවිකරණය 55

9. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල ගිණුම් තබා ගැනීම 79

10. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා නෛතික අවශ්‍යතා 112

1 සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය

"ලොවින් එකෙක් එක් දෙයකට වෙයි සමත" කියා අප අසා තිබෙනවා. එයින් කියැවෙන්නේ ඕනෑම අයෙකුට අඩුම තරමේ යම් එක් කාර්යයක්වත් සාර්ථකව කළ හැකිය යන්නයි. එම කාර්යය ඔවුන්ගේ ජීවනෝපාය නම් එය ඉතාම සුවිශේෂී තත්ත්වයක්. බොහෝ විට මෙම කාර්යය තමා තුළින්ම ජනිත වෙනවා. තමාගේම අදහසක් අනුව ස්වාධීනව එය ඉස්මතු වන්නේ නම් කිසිවෙකුටත් දෙවැනි නොවී ගෙනයා හැකි කර්මාන්තයක් හෝ ව්‍යාපාරයක් බවට එය පත්වෙනවා. අධිෂ්ඨානශීලී පුද්ගලයෙකුගේ ඉලක්ක ගත ගමනක් එකී ව්‍යාපාරවල පවතිනවා.

අවදානමට සෘජුව මුහුණදීම

එසේ යම් ව්‍යාපාරයකට කැපවීම යම් අවදානමක් භාර ගැනීමක් ද වෙනවා. ඊට සෘජුව මුහුණ දීම අත්‍යවශ්‍ය කාරණයක්. අවදානමට සෘජුව මුහුණ දෙමින් යමෙකු තම ව්‍යාපාරයේ නිමග්න වනවිට ඔහු ව්‍යවසායකයෙකු බවට පත්වෙනවා. ව්‍යවසායකයා කිසිම විටෙක තව කෙනෙකු යමක් දෙනතුරු බලා සිටින්නේ නැහැ. ඔහුට තම ව්‍යාපාරය ආරම්භ කිරීමේ යම් නොඉවසිලිමත් බවක් තිබෙනවා. සෙසු අය ද එහි ඵල භුක්ති විඳින ආකාරය ඔහු සිතින් චිත්‍රණය කර ගන්නවා. ලොව බොහෝ සාර්ථක ව්‍යවසායකයන් බිහි වී ඇත්තේ මේ ආකාරයෙනුයි.

සුළුවෙන් අරඹන්න

සාර්ථක ව්‍යවසායකයන් වැඩි දෙනෙක් තම ව්‍යාපාර අරඹා ඇත්තේ ඔවුන් සතු කුඩා මුදල් ප්‍රමාණය දැනුම ආදිය යොදා ගනිමින් ඉතා සුළු වශයෙනුයි. එම සුළු පරිමාණ ව්‍යාපාර පසුකාලීනව සාර්ථක දැවැන්ත ව්‍යාපාර බවට

පත්ව තිබෙනවා. මේ නිසා ව්‍යාපාරයක් සුළුවෙන් ආරම්භ කිරීමේ ප්‍රයෝජන රැසක් පවතින බව අවබෝධ කරගත යුතුයි. විශාල ප්‍රාග්ධනයක් වියදම් කළ යුතු නොවීම අවදානම දරා ගැනීමට හැකි මට්ටමක පැවතීම ව්‍යාපාරය පිළිබඳ ක්‍රමානුකූල වූ පළපුරුද්දක් ලැබීම සිය කාර්යය ගැන විශේෂ දැනුමක් අත්දැකීම් හරහා ලැබීම එකී ප්‍රයෝජන අතර වෙනවා.

අත්දැකීම්... දැනුම බවට

ව්‍යාපාර ගැන නියම අත්දැකීම් පෞද්ගලිකවම එහි යෙදීමෙන් ලැබෙන බව සැබෑ වුවත් පොත්පත් කියවීම සහ දේශනවලට සවන්දීම ද සාර්ථක ව්‍යාපාරිකයෙකුට ඉතා වැදගත් වෙනවා. කුඩා ව්‍යාපාර තුළින් අත්දැකීම් ලබා ක්‍රමානුකූලව එම අත්දැකීම් දැනුම බවට

පරිවර්තනය කර ගැනීමට ව්‍යවසායකයා දක්ෂ විය යුතුයි. එවිට පොත්පත්වල ඇති දැනුමද සසඳා බැලීමට තමන්ට අවස්ථාවක් ලැබෙනවා. සුළුවෙන් පටන් ගත් ව්‍යාපාරයකට ලැබෙන ප්‍රතිචාර අනුව එහි ඉදිරි සංවර්ධන කටයුතු තීරණය කිරීම පහසුයි. එම සංවර්ධන කටයුතු වඩාත් පුළුල් දැක්මකින් සැලසුම් කරගනිමින් මධ්‍ය පරිමාණ හා මහා පරිමාණ ව්‍යාපාර දක්වා වර්ධනය කළ හැකියි. එසේ දියුණු කිරීමේ හැකියාවක් පවතින ඕනෑම ව්‍යාපාරයක් ඉහළම තලයට ගෙන ඒමට අධිෂ්ඨානශීලී ව්‍යාවසායකයෙකුට පුළුවන්.

රටේ ආර්ථිකයට ද යහපතක්

මෙසේ ඇති වන සුළු පරිමාණ මධ්‍ය පරිමාණ හා මහා පරිමාණ ව්‍යාපාර තුළින් තමයි රටෙහි නිෂ්පාදනය ඉහළ නැංවෙන්නේ. පාරිභෝගික අවශ්‍යතා සපුරා ගැනෙන්නේ මෙම ව්‍යාපාර තුළින්. එමෙන්ම මෙම ව්‍යාපාර මගින් උත්පාදනය වන රැකියාවලින් විරැකියාවද දුරුවෙනවා. දේශීය අමු ද්‍රව්‍ය භාවිතයට ද ඉඩ සැලසෙනවා. එපමණක් ද නොව අපනයන කර්මාන්තයක් නම් එමගින් විදේශ විනිමය උපයා ගැනීමට අවස්ථාව සැලසෙනවා. ආනයනික භාණ්ඩ වෙනුවට ආදේශ කළහැකි භාණ්ඩ නිපැයෙන්නේ නම් එමගින් විදේශ විනිමය රටට ඉතිරි වෙනවා. මේ ආකාරයට සුළු පරිමාණ මධ්‍ය පරිමාණ හා මහා පරිමාණ ව්‍යාපාරවලින් සෑම රටකම ආර්ථිකයට විශාල දායකත්වයක් ලැබෙනවා.

මේ තමා හරිම අවස්ථාව

මෙවැනි ව්‍යාපාර අලුතින්ම ආරම්භ කිරීමට අපේක්ෂා කරන ආධුනිකයෙකුට මෙන්ම පවතින ව්‍යාපාර වැඩි දියුණු කිරීම පිළිබඳව අප රටේත් වැඩි උනන්දුවකින් කටයුතු කරන මෙවන් වකවානුවක මේ පිළිබඳව කතිකා කිරීම ඉතා වැදගත් වෙනවා.

ශ්‍රී ලංකාව වේගවත් සංවර්ධන මාවතකට අවතීර්ණ වී ඇති මේ අවධියේ දී රටේ ආර්ථික අභිවෘද්ධිය සඳහා රටේ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සුවිශේෂී කාර්යභාරයක් ඉටු කරනවා. ඉහත සඳහන් කර ඇති පරිදි භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය වැඩි කිරීමට රැකී රක්ෂා උත්පාදනයට මෙන්ම ප්‍රාදේශීය ආර්ථික අසමතුලිතතාවන් දුරු කරලීමට ද සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවලට හැකියාවක් තිබෙනවා.

උපදෙස් හා මූල්‍ය පහසුකම් ලබා ගනිමු.

එම හැකියාවන් තවදුරටත් වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා ව්‍යවසායකයන් හට අතහිතදීම සඳහා ශ්‍රී ලංකාවේ විවිධ ආයතන පිහිටුවා තිබෙනවා. එම ආයතනවලින් අවශ්‍ය උපදෙස් ලබා ගෙන එම ව්‍යාපාර තවත් වැඩි දියුණු කර ගැනීමට පුළුවන්. ව්‍යාපාරය නවීකරණය කර ගැනීමටත් නව නිෂ්පාදන වෙළඳ පොළට ඉදිරිපත් කිරීමටත් අවස්ථාව පවතිනවා. එමෙන්ම සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන්ට මූල්‍ය පහසුකම් ලබාදීම සඳහා අප රට තුළ ශක්තිමත් බැංකු පද්ධතියක් ද පවතිනවා. ඊට අමතරව බැංකු මගින් විවිධාකාර වූ උපදෙස් ලබා ගැනීමට ද පුළුවන්. ඒ සඳහා බොහෝ බැංකුවල සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධන මධ්‍යස්ථාන පිහිටුවා තිබෙනවා. දැනට දිවයින පුරා බැංකුවල එවැනි මධ්‍යස්ථාන 95 ක් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන්ගේ ගැටලු සාකච්ඡා කර විසඳා ගැනීමට පිහිටුවා තිබෙනවා.

ඔබගේ ක්‍රියාවන් වල වගකීම භාර ගැනීමට ඔබ සූදානම් තරමට ඔබේ විශ්වාසනීයත්වය ඉහල යනු ඇත.

- බ්‍රයන් කෝස්ලෝ -

2 අදහසක් ඇත්නම්, අවස්ථාව හොඳ නම්, ගුණයෙන් උසස් ව්‍යාපාරයක් අරඹන්න

ව්‍යවසායකත්වය යනු,

ව්‍යවසායකත්වය කියන්නේ කිසියම් කාර්යයක් ව්‍යාපාරික අවස්ථාවක් ලෙස වෙළෙඳපොලට හඳුන්වාදීමයි. එසේ නොමැති නම් විවෘත වී තිබෙන ව්‍යාපාරික අවස්ථාවක් වෙළෙඳපොළට යොමු කිරීමක්. එහි අවදානමත් ඒ සමග භාර ගැනීමක් සිදුවෙනවා. ඒ අනුව මනුෂ්‍ය සංහතියේ උවමනා එපාකම් ව්‍යාපාරික අවස්ථාවකට පරිවර්තනය කරන්නා ව්‍යවසායකයෙක් වෙනවා. ඒ පරිවර්තනයේ දී ඊට යම් ව්‍යාපාරික අවදානමක් ගැබ් වෙනවා. මේ අවදානමත් සැලකිල්ලට ගනිමින් ඒ පරිවර්තනය සිදු කිරීම ඒ අයුරින්ම කරනවාද නැද්ද කියා තීරණය කළයුතු වෙනවා. ඊට පසුව එය ව්‍යාපාරයක් ලෙස තිරසාරව පවත්වා ගැනීමට බලපාන අනෙකුත් දේවල් ද සැලකිල්ලට ගතයුතු වෙනවා. එම සියලු දේ හරියට ගලපා ගතහොත් ව්‍යවසායකයා සාර්ථක වෙනවා.

මේ අනුව ව්‍යවසායකයා කියන අපූර්ව පුද්ගලයා ව්‍යාපාරික අවස්ථා කල් ඇතිව හඳුනා ගන්නවා. ඒ අනුව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් සපයා ලාභ උපයා ගන්නවා. ඒ සඳහා ක්‍රියාකාරීව කටයුතු කරනවා.

ව්‍යාපාරික අවස්ථාවක් යනු

ව්‍යාපාරික අවස්ථාවක් කියන්නෙ, සමාජයේ යම් අවශ්‍යතාවක් හෝ උවමනාවක් ඉටු කිරීම සඳහා අවශ්‍ය වන භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නිපදවීමට තිබෙන ඉඩකඩයි. අනෙක් අයට නොපෙනෙන ව්‍යාපාරික අවස්ථා ව්‍යවසායකයන්ට පෙනෙනවා. එනම් ව්‍යවසායකයා අනාගතය කල් ඇතිව දකින කෙනෙක්. ඔහු ව්‍යාපාරික අවස්ථා කල් ඇතිව හඳුනා ගැනීමට හැකි තීක්ෂණභාවයක් තිබෙන කෙනෙක්.

අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵලය ලබා ගැනීමට ඕනෑම දුරක් ගමන් කිරීමට ව්‍යවසායකයා සූදානම්. එහි දී එල්ලවන ඕනෑම අභියෝගයකට, බාධාවකට ඍජුව මුහුණ දීමටත් ඔහු ලැහැස්තියි. සාර්ථකත්වය පිළිබඳ විශ්වාසයකින් හා දැඩි අධිෂ්ඨානයකින් කටයුතු කිරීමත් ඔහුගේ ලක්ෂණයක් වෙනවා. ඒ අනුව ඔහු ගොඩනගා ගත් ව්‍යාපාරික අවස්ථාව ජය ගන්නා තුරු ඒ පසුපස හඹා යනවා. ඒ සඳහා අවශ්‍ය ජවය ඔහුට තිබෙනවා.

කලින් කලට සමාජයක ඇති වන අවශ්‍යතා විවිධයි. ඒවා නිතිපතා වෙනස් වෙනවා. ව්‍යවසායකයන් ඒ ගුණය හඳුනා ගන්නවා. විවිධ වෙනස්කම් හඳුන්වා දෙමින් ව්‍යාපාරයේ ජීව ගුණය පවත්වා ගන්නට ව්‍යවසායකයා කටයුතු කරනවා.

තමන් දැනට කරගෙන යන ව්‍යාපාරයක් වුවද එහි පැවැත්ම හා දියුණුව උදෙසා කලින් කලට වෙනස් කරන්න ඔහු සමත් වෙනවා. ඒ අනුව වෙනස්කම් හඳුනා ගෙන ව්‍යාපාරික අවස්ථාවට සුදුසු ගැලපීම් කිරීමට ඔහු මැලි වන්නේ නැහැ. එම වෙනස්කම් කිරීම් තුළින් ව්‍යාපාරය ඉදිරියට සාර්ථකව ගෙනයා හැකි බව ඔහු දන්නවා. ව්‍යවසායකයෙකු මෙතෙක් තමා ගොඩ නගා ගත් ව්‍යාපාරික අවස්ථාව පවතින කාලීන අවශ්‍යතාවයන්ට අනුව වෙනස් කරන්නේ ඒකාකාරීත්වයෙන් පාරිභෝගිකයා හෙම්බත් වුවහොත්, එමගින් ව්‍යාපාරය දුර්වල වියහැකි නිසයි. ඒ නිසා දක්ෂ ව්‍යවසායකයා තමන් ළඟ සිටින පාරිභෝගිකයින්ගෙ අවශ්‍යතාවයන්ට මනාව ගැලපෙන අයුරින් ව්‍යාපාරයට නව හැඩතල ගෙන එනවා. එසේ නැතිනම් තමා සතු කර ගත් වෙළෙඳ පොළ කොටස නැතිව යනවා කියලත් ඔහු දන්නවා.

ඔබ අතේ තිබෙන සල්ලි ටිකයි, දන්න දේයි යොදා ගෙන ඔබට ඕනෑම ව්‍යාපාරික අවස්ථාවක් මුදුන් පමුණුවා ගැනීමට පුළුවන් කියල දැන් හිතෙනවා ඇතිනේ. ඔව්, ඔබට තිබෙන සම්පත් මගින් සුළු හෝ මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරික අවස්ථා උදාකර ගන්න ඔබට පුළුවන්. මේ විදියට ව්‍යවසායකයන් ඇති කර ගෙන තිබෙන ව්‍යාපාරික අවස්ථා කිහිපයක් පහත දැක්වෙනවා.

තේ කඩයක්	ආපන ශාලාවක්	බේකරි නිෂ්පාදන
රස කැවිලි නිෂ්පාදන හලක්	කිරි ආශ්‍රිත නිෂ්පාදන	පළතුරු බීම නිෂ්පාදනය
ධාන්‍ය ඇඹරුම් හලක්	සහල් පිටි ආශ්‍රිත කර්මාන්ත	පොල් ආශ්‍රිත කර්මාන්ත
විසිතුරු මසුන්	විසිතුරු පැල සහ මල් උද්‍යාන අලංකරණය	ඇන්තූරියම්, ඕකිඩ් වගාව
සිල්ලර වෙළෙඳාමක්	ගෘහ භාණ්ඩ නිපදවීම	රන් රිදී භාණ්ඩ නිපදවීම
යකඩ වැඩපලක්	සම් භාණ්ඩ නිපදවීම	රබර් ආශ්‍රිත කර්මාන්ත
විදුලි භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය	සංගීත භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය	වඩු කර්මාන්තය
ඇඟළුම් කර්මාන්තය	සපත්තු නිෂ්පාදනය	ස්වර්ණාභරණ නිෂ්පාදනය
කොම්පෝස්ට් පොහොර	ඇළුමිනියම් කර්මාන්තය	පිත්තල ආශ්‍රිත කර්මාන්තය
වේවැල් භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය	ටේලර් සාප්පුවක්	බාබර් සාප්පුවක්
ගැරේජ් එකක්	උපකාරක පංති	ඡායාරූප මධ්‍යස්ථානයක් (ස්ටුඩියෝ)
ප්‍රවාහන සේවාවන්	අභ්‍යාස පොත් නිපදවීම	රූපලාවන්‍ය මධ්‍යස්ථානයක්
මල් අලෙවිහලක්	ළදරු පාසල්	වායු සමීකරණ සේවා
පරිගණක සේවා මධ්‍යස්ථානයක්	රූපවාහිනී අලුත්වැඩියාව	සංගීත පුහුණු ආයතනයක්
සත්ව පාලන ව්‍යාපෘතීන්	දිවා සුරැකුම් මධ්‍යස්ථානයක්	සයිබර් කැෆේ එකක්

ඉහත දක්වා ඇත්තේ ව්‍යාපාරික අවස්ථාවන්ගෙන් සුළු ප්‍රමාණයක් පමණයි.

සියලු ම ව්‍යාපාරික අවස්ථා මෙලෙස ලැයිස්තුගත කළ නොහැකි බව ඔබට වැටහෙනවා ඇති. දක්ෂ ව්‍යවසායකයන් මේ ලැයිස්තුව සීමාවක් නැතිව විශාල කරගනු ඇති. විදේශයක දී මා දුටු එක් ව්‍යවසායක තරුණියක් නිරතව සිටියේ ඇය වගේම සුරූපී ළඳුන්ගේ නිය අලංකරණය කිරීමේ ව්‍යාපාරයකයි. ඇ නියපොතු විවිධ මෝස්තර යොදා අලංකරණය කරනවා. ඇගේ සේවාව ලබා ගැනීමට තරුණියන් විශාල ලෙස ඇදී එන ආකාරය මා දුටුවා.

ඒ අනුව ව්‍යවසායක අවස්ථා බිහි කරන අය උපතින්ම බිහිවෙනවාද, විවිධ සාධක මත ව්‍යවසායක අවස්ථා තෝරා ගැනීම සිදුවෙනවාද, ඒ වගේම ව්‍යවසායකයා තුළ පවතින ව්‍යවසායකත්ව ගුණාංග ආදී කරුණු ද අප විසින් සාකච්ඡා කිරීම වැදගත් වෙනවා.

ව්‍යවසායකයන් උපතින්ම බිහිවෙනවාද?

මෙවැනි ව්‍යාපාරික අවස්ථා බිහි කරන අය උපතින්ම බිහි වෙනවා කියා සමහරු කියනවා. උපතින්ම ඒ අය බිහි වෙන්නත් පුළුවන්. අප දන්න සමහර අයගේ පරම්පරාවම ව්‍යාපාරවල යෙදිල හිටිය අය නේද? ඒ වුණාට ඊට වඩා වෙනස්ව කවදාවත් ව්‍යාපාරයක් නොකළ අයත් ව්‍යාපාර පටන් ගත්තම හොඳට ඒ ව්‍යාපාර කරගෙන ගිහිල්ලා තිබෙනවා. එසේ බලන විට මීට බලපාන්නේ උත්පත්ති සාධකයම විතරක් නොවෙයි. ඉස්සර නායකයා බිහි වෙන්නෙත් උපතින්මයි කියා හිතුවා. නමුත්, පසුව තමයි එය එසේම නොවෙයි කියා තේරුම් ගත්තේ.

ව්‍යවසායකයන් සම්බන්ධයෙනුත් එය එසේමයි. කිසිම ව්‍යාපාරික පසුබිමක් නැති පවුල්වලින් දක්ෂ ව්‍යවසායකයන් බිහිවී තිබෙනවා. ඔවුන් සිටින පරිසරය , ලැබූ අධ්‍යාපනය, එමෙන්ම ඔවුන්ගේ සිතුවිලි, අත්දැකීම් වගේ දේවල් මීට බලපානවා. සමාජ ගැටළු, පාරිසරික වෙනස්කම් ආදිය වගේම එක් එක් අයගේ කුසලතාද මීට බලපානවා. ඒ වගේම දැන් දැන් විවිධාකාර වූ අධ්‍යාපනික වැඩමුළු වලින් ද ව්‍යාපාර අදහස් සොයා ගෙන ව්‍යාපාර පටන් ගත්ත අය ඉන්නවා. ඉතින් මේ ආකාරයෙන් බලනවිට, ව්‍යවසායකයන් උපතින් බිහිවෙන අය නොවෙයි.

විවිධ සාධක මත ව්‍යවසායක අවස්ථා තෝරා ගැනීම

දැන් මැද පෙරදිග පැත්තෙ ජනතාව වෙළඳාම තම වෘත්තිය කර ගත්තේ පාරිසරික සාධක මතයි. දකුණු ආසියාතික ජනතාව කෘෂිකාර්මික පැත්ත තෝරා ගත්තේ පරිසරයට අනුවයි. කාර්මික විප්ලවයත් සමග

යුරෝපාකරයේ මිනිස්සු කර්මාන්ත ආරම්භ කරන්නේ නවයාන්ත්‍රීකරණ දැනුම් සම්භාරයක් විශාල ලෙස යුරෝපයේ බිහිවීම මතයි. එමෙන්ම ලොව සමහර ජන කොටස් සංස්කෘතිය මත ව්‍යවසායයන් තෝරා ගෙන තිබෙනවා. හින්දු ජනයා ගව මස් විකිණීම කරන්නෙ නැහැ. නමුත් ගව පාලනයට ඇලුම් කරනවා. මුස්ලිම් ජනයා මස් වෙළඳාම සිදු කරනවා. සූකර කර්මාන්තය පිළිකුල් කරනවා. නිවර්තන කලාපීය ජනයා ධවල වර්ණයට සහ සැහැල්ලු ඇඳුමට ප්‍රිය කරන අතර කපු කර්මාන්තය සිදු කරනවා. ඒ විතරක් නෙවෙයි ව්‍යවසායකයන් බිහිවීම සඳහා එම අය ජීවත් වන පරිසරයේ පවතින දේශගුණික, කාලගුණික විෂමතාවයනුත් බලපානවා. උෂ්ණත්වය, වර්ෂාපතනය, තෙතමනය, භූමියේ ස්වභාවය, සුළඟේ වේගය ආදිය ද, ගංගා ඇල දොල ගලා හැලෙන ආකාරය අනුවද ව්‍යවසායකත්ව අදහස් ඇති වෙනවා. එසේ මතුවන අදහස් තමයි ඉහත සඳහන් කළ පරිදි ව්‍යාපාරයක් බවට පෙරලා ගන්නේ. මෙලෙස ව්‍යාපාරයන් බවට තම අදහස පෙරලා ගැනීමේ දී අපට උපදෙස් ගතහැකි ආයතන රැසක් තිබෙනවා. අපි ඒවා ගැනත් ඉදිරියේ දී සාකච්ඡා කරමු. අප මෙහි දී ඔබට කියන්න උත්සාහ කළේ ව්‍යවසායකයන් විවිධාකාර වූ සාධක මත බිහිවෙන බවයි. තමා ලද පළපුරුද්ද, කැපවීම, අවදානම භාර ගැනීම, ඉදිරි දැක්ම, නායකත්ව හැකියාව, අධ්‍යාපනය, කුසලතාවය හා නිපුනත්වය, අභියෝගවලට මුහුණදීමට පවතින ආශාව, කාටත් යටත් නොවන ජීවන වෘත්තියක නියැලීමට දක්වන කැමැත්ත, පවුල් ඒකකයේ ස්වභාවය, පුද්ගල සාරධර්ම, සමාජය කෙරෙහි පවතින ආකල්ප, වෙනසක් දැකීමට තිබෙන ආශාව ආදී විවිධ දේවල් මීට බලපෑ හැකි බවයි අප තේරුම් ගත යුත්තේ.

ව්‍යවසායකත්ව ගුණාංග ඔබ තුළ වේද?

වැදගත්ම දේ ව්‍යවසායකයා තුළ පවතින ව්‍යවසායකත්ව ගුණාංගයි. මේ ව්‍යවසායකත්ව ගති ලක්ෂණ මොනවාද? අති විශාල ප්‍රමාණයක් වූ ව්‍යවසායකත්ව ගුණාංග අතරින් කිහිපයක් මෙසේ දක්වන්න පුළුවන්.

- ව්‍යවසායකයෙක් තුළ කිසියම් දර්ශනයක්, නැතිනම් අනාගතයේ දී කවර තත්ත්වයකට පත්විය යුතු දැයි යන දැක්මක් තිබෙනවා.
- ඔවුන් හරිම නිර්මාණශීලීයි.
- ව්‍යවසායකයා විනයගත පුද්ගලයෙක් වෙනවා. මේ විනයගරුක බව විවිධ ක්ෂේත්‍රවල පෙන්නුම් කරනවා. මූල්‍ය විනය එහි ප්‍රධානව ගැබ් වෙනවා.
- ඉදිරියේ වියහැකි දේ පිළිබඳව දුර දක්නා නුවණ තිබෙනවා. එමෙන්ම කලින් ඊට සූදානම් වෙනවා.
- නව ව්‍යාපාරික අවස්ථා හඳුනා ගැනීමේ දක්ෂකම ඔවුන්ට තිබෙනවා. ඒ වගේම එවැනි අවස්ථා නිර්මාණය කරන්නත් ඔවුන්ට පුළුවන්.
- ඔවුන් අවදානම අභියෝගයක් ලෙසින් භාර ගන්නවා.
- අවදානම කළමනාකරණය කිරීමේ හැකියාවත්, අවදානමට මුහුණ දීම හා අවදානම දැරීමේ ශක්තියත් ඔවුන් සතුව පවතිනවා.
- සෙසු අය දිරි ගැන්වීමේ කුසලතාවත් ඔවුන් සතුයි.
- ශක්තිමත් ආත්ම විශ්වාසයකින් කටයුතු කරනවා.
- නියමිත වේලාවට නියමිත තීරණ ගන්නවා.
- සෑම දෙයක්ම පිළිබඳව අසීමිත කැපවීමක් ඔවුන් සතුයි.
- ඔවුන් නිදහසේ සිතන්නන්.
- එකින් එක ඉලක්ක/අභිලාෂ සපුරා ගන්නවා
- ඔවුන් වෙළඳපොළ තුළ හොඳ පර්යේෂකයන්
- ඔවුන් දිනෙන් දින අලුත් වෙනවා
- ඔවුන් හොඳ නායකයන්
- ඔවුන් සුබවාදී, ධනාත්මක, නම්‍යශීලී, අන් අයට සවන් දෙන, මිත්‍රශීලී, හොඳින් අදහස් හුවමාරු කර ගන්නා, සමාජ හිතකාමී ලක්ෂණවලින් සමන්විතයි.
- නෛතික අවශ්‍යතා ඉටු කරන නීතියට අනුව කටයුතු කරන අයෙක් වීමේ වැදගත්කම ඔවුන් දන්නවා.
- සම්පත් අරපිරිමැස්මෙන් භාවිත කිරීම පිළිබඳවත් දැනුමක් ඔවුන් ලබා ගන්නවා.
- හොඳ සබඳතාවන්ගෙන් යුතු අයෙකු තමයි ව්‍යවසායකයා කියන්නේ.
- මාළුවාට වඩා බිලී කොක්ක අගේ කරන අයෙක්.
- නවීන ශිල්පක්‍රම පිළිබඳ උනන්දු වෙනවා. එමෙන්ම ලෝකය නිරතුරුව වෙනස්වන බව හොඳින් අවබෝධ කර ගෙන සිටිනවා.
- අනුන් මත හෝ අනුන්ගෙන් යැපීම ඔවුන්ට රුස්සන්නේ නැහැ.

ඔබටත් මේ ගුණාංග තිබෙනවාද? එසේ තිබෙනවා නම් ඔබ ව්‍යවසායක ගති ලක්ෂණවලින් පොහොසත් අයෙක් වෙනවා. ඔබ මේ ගුණාංග වර්ධනය කර ගැනීමට උත්සාහ කරන අයෙක්ද? එසේ නම් ඔබ ව්‍යවසායකයකු සතු ගුණාංග ලැබීමට වෙර දරන්නෙක් වෙනවා.

3

ආධුනික ඔබ ව්‍යාපාරයක් අරඹන්නේ නම්...

ආධුනික ඔබට යම් ව්‍යාපාරයක් ඇරඹීම පිළිබඳව අදහසක් පහළ වූවා නම්,එම අදහස ව්‍යාපාර අවස්ථාවක් බවට පත්කරගෙන ව්‍යාපාරික ලෝකයට පිවිසෙන්න උත්සාහ දරන විට, ඔබ අවධානය යොමු කළ යුතු වැදගත් කරුණු කිහිපයක් තිබෙනවා.

අවධානය යොමු කළ යුතු වැදගත් කරුණු කිහිපයක්

ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීම යම් තරමකට අභියෝගාත්මක වැඩක්. ඊටත් වඩා අපහසු එම ව්‍යාපාරය දිගටම සාර්ථකව පවත්වා ගෙන යාම ව්‍යාපාරිකයෙක් නැත්නම් ව්‍යවසායකයෙක් කියන්නේ අභියෝග භාරගන්න කෙනෙක්. ඉතිං ශ්‍රී ලංකාව වැනි ආර්ථිකයක අලුත් ව්‍යාපාරයක් අරඹන විටත්, එය සාර්ථකව පවත්වා ගෙන යනවිටත්, යම් යම් සුවිශේෂී කරුණු කාරණා ගැන අවධානය යොමු කිරීම අත්‍යවශ්‍යයි.

මේ නිසා නවක ව්‍යවසායකයකු ලෙස ව්‍යාපාරික ලෝකයට පිවිසෙන්නට පෙර දරණ ඔබ මේ කරුණු ගැන හොඳින් සිතා බලන්න. හැබැයි මේවා කරන්න බැහැ. මට ඒකට හැකියාවක් නැහැ කියා පසු බසින්න එපා. මට මේක කරන්න පුළුවන් කියා කල්පනා කරන්න. අද සාර්ථක වී ඇති ව්‍යවසායකයන් බොහෝ දෙනෙකු තමුන්ගේ ව්‍යාපාර ආරම්භ කර තිබෙන්නේ ඒ විදියටයි.

සෑම මොහොතේ ම මේ කරුණු ගැන සිතන්න. පළමුව ආරම්භ කිරීමට අපේක්ෂා කරන ව්‍යාපාරයේ සඵලතාවය පිළිබඳව සොයා බලන්න. මෙම ව්‍යාපාරය මට සාර්ථකව කර ගෙන යා හැකි ද යන්න පිළිබඳව කරුණු සොයන්න. මගේ අරමුණු ඉටු කර ගැනීමට තිබෙන හැකියාවත්, මෙම ව්‍යාපාරය සාර්ථකව කර ගෙන යන්න තිබෙන **අවස්ථා** පිළිබඳවත්, ඒ සඳහා පවතින **ශක්තීන්** පිළිබඳවත්, එල්ල විය හැකි **තර්ජන** බාධාවන් සහ පවතින **දුර්වලතා** පිළිබඳවත් අවධානය යොමු කරන්න. හොඳ විචාර බුද්ධියෙන් යුතුව මේ ගැන සිතන්න. අසවල් වෙලාව, අසවල් ස්ථානය කියා එකක් නැහැ. සෑම මොහොතේම මේ ගැන සිතන්න. එයයි සාර්ථක ආරම්භය.

වෙළෙඳපොළෙහි ඔබට ඇති ඉඩකඩ

අලුතින් ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට සිතන විට තම නිෂ්පාදන හෝ සේවා සඳහා වෙළෙඳ පොළ තුළ ඉඩක් පවතින්නේ දැයි සෙවිය යුතුයි. තමා ආරම්භ කිරීමට යන ව්‍යාපාරය වැනි ව්‍යාපාර එම පළාත තුළ පවතීද? එම ව්‍යාපාරය පිළිබඳ මිනිසුන් දක්වන අදහස්, එම භාණ්ඩය හෝ සේවාවේ අන්තර්ගතය, මිල ගණන් , හැඩය, ඇසුරුම, ප්‍රමාණයන් ආදී දේවල් පිළිබඳව මූලික කරුණු සොයා ගැනීමක් තුළින් තවත් එවැනිම වූ ව්‍යාපාරයකට ඉඩ ප්‍රස්ථාව තිබේදැයි දැන ගත හැකි වෙනවා. අසාර්ථක වූ ව්‍යාපාර පිළිබඳව සොයා බැලීමේදී දක්නට ලැබෙන මූලික කරුණක් වන්නේ වෙළඳ පොළ ඉඩ කඩ පිළිබඳව මුලින් සොයා නොබැලීමයි.

ඉලක්ක ගනුදෙනුකරුවන් හට භාණ්ඩ සැපයීම

තමා ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කළහොත් ඒ සඳහා සිටින ගැනුම්කරුවන් පිළිබඳවත් සිතා බැලිය යුතු වෙනවා. එම ගැණුම්කරුවන්ට වුවමනා භාණ්ඩ හෝ සේවා තමයි නිපදවිය යුත්තේ. මෙයින් බලාපොරොත්තු වන්නේ ඉලක්ක ගනුදෙනුකරුවන් හට තම භාණ්ඩය නිපදවීමයි.

සමස්ථ සැලසුමක් හා ක්‍රියාත්මක සැලසුමක්

ව්‍යාපාරය ආරම්භ කළ යුතු කාලය සලකා බැලීමත් වැදගත්. ඕනෑම ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමේ දී තමාට එය කළ හැකි සුදුසු ම වේලාව තෝරා ගත යුතුයි. එමෙන්ම එම ව්‍යාපාරයේ ව්‍යාප්තිය පිළිබඳව සැලසුමක් වුවමනායි. ආරම්භක අවධිය, එහි මුල් කාලයයි. ඊට පසු මධ්‍යම කාලීනව හා දීර්ඝ කාලීනව සැලසුම් අවශ්‍ය වෙනවා. ඒ අනුව මුළු ව්‍යාපාරයට සමස්ථ සැලසුමක් හා ක්‍රියාත්මක සැලසුමක් සැකසීම හරිම වැදගත්. භූගෝලීය ව්‍යාප්තිය ද සලකා බැලීම උචිතයි. ඒ අනුව, එම භූගෝලීය සාධකයන්ට ගැලපෙන සැලසුම් සකස් කළ යුතුයි.

මානව සම්පත්

පවතින සහ ඉදිරියේ දී අවශ්‍ය වන මානව සම්පත් ගැන සොයා බලන්න. ඒ අනුව, තම ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය අනුව කළමනාකරණ හැකියාව ඇති, තාක්ෂණික දැනුම ඇති, මානව සම්පත් මෙහෙයවිය හැකි සේවකයන්ද, යන්ත්‍ර ක්‍රියාකරවන්නන්ද, ෆෝමන්වරුද, නිෂ්පාදන සැලසුම්කරුවන්ද, ගිණුම්කරන ශිල්පීන්ද, මෝස්තරකරුවන්ද, කාර්යාල සේවකයින්ද, සහායකයින්ද, සුළු සේවකයින්ද, පරිගණක නිලධාරීන්ද අතුරින් තමාට අවශ්‍ය පිරිස පිළිබඳව සිතා බැලිය යුතුයි. මානව සම්පත ව්‍යාපාරයක සාර්ථකත්වයට අතිශයින් වැදගත් කාරණාවක්.

තරගකාරී ව්‍යාපාර පිළිබඳව සොයා බැලීම

ව්‍යාපාරවල තරගකාරීත්වය පිළිබඳව ද අදහසක් තිබිය යුතුයි. ඊට හේතුව නම් තරගයට මුහුණ දීමට නොහැකි නම් ව්‍යාපාර ආරම්භ නොකළ යුතුවීමයි. එබැවින් එම තරගකාරී ආයතනවල පවතින උපාය උපක්‍රම

පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීම ඉතාම සුදුසු කාර්යයක් වෙනවා. සෑම දෙනාම තම වෙළඳ පොළ කොටස විශාල කර ගැනීමට උත්සාහ කරන බව සිහි තබා ගන්න.

ඔබ අරඹන්නේ සේවාවන් සැපයීමක්ද? අලෙවි කිරීමේ හා බෙදා හැරීමේ ව්‍යාපාරයක්ද?

ඔබ ආධුනික ලෙස ආරම්භ කරන්නේ සේවා සැපයීමක් නම් හෝ අලෙවි කිරීමේ හා බෙදා හැරීමේ ව්‍යාපාරයක් නම් කිසිදු නිදපවීමක් සිදු නොකර එම කාර්යයන් සිදු කරනු ලබන්නේ කෙසේද යන්න සොයා බැලීම වැදගත්. ඒ අනුව,

- කර්මාන්ත ශාලාවෙන් ලබා ගෙන තොග වෙළෙන්දා, සිල්ලර වෙළෙන්දා මගින් පාරිභෝගිකයාට ලබා දෙනවාද?
- අතරමැදියන් මගින් භාණ්ඩය පාරිභෝගිකයා අතට පත් කරනවාද?
- නියෝජිතයන් මගින් පාරිභෝගිකයා වෙත ලබා දෙනවාද?
- ප්‍රදර්ශන, සල්පිල් ආදී දේවල් හරහා භාණ්ඩ විකිණීම් කරනවාද?

ඉහත කරුණු ගැන ඉතා විමසිලිමත්ව පරීක්ෂා කර බැලිය යුතුයි.

ප්‍රාග්ධන ගැටලුව?

ව්‍යාපාරයට මුදල් ලබා ගන්නා මාර්ගය කල් තියා ඔබ තීරණය කළ යුතුයි. එනම් ප්‍රාග්ධනය සපයා ගන්නේ කෙසේද යන්නයි. එහි දී ඔබට ප්‍රාග්ධන සම්පාදන මාර්ග ගණනාවක් පවතිනවා. මෙහි දී අරමුදල් සොයා ගත හැකි මාර්ග රැසක් පහත දැක්වෙනවා.

- තමන් සතු මුදල්
- නෑදෑ හිතවතුන්ගෙන් ලබා ගන්නා මුදල්
- බැංකු මගින් ණය ලබා ගැනීමෙන් (රාජ්‍ය හෝ පෞද්ගලික බැංකුවකින්)
- බැංකු නොවන අංශයෙන් මුදල් ලබා ගැනීම
- හවුල්කරුවන් කිහිපදෙනෙකු මගින් මුදල් යෙදවීම
- බද්ධ ව්‍යාපාරයක් ලෙස ආරම්භ කිරීම තුළින්
- තමන් සතුව පවත්නා දේපළක් විකිණීම හෝ උගසට තබා මුදල් සොයා ගැනීම

අනිවාර්යයෙන්ම ඉටු කළ යුතු නෛතික අවශ්‍යතා

ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමේ දී නෛතික අවශ්‍යතාවයන් පිළිබඳව ද සිතා බැලිය යුතුයි. අප නිතරම ඇරඹිය යුතු වන්නේ නීත්‍යානුකූල ව්‍යාපාරයක් පමණක් බව සිතට ගත යුතුයි.

ඒ අනුව රටේ මූලික නීතියට, පොදු නීතියට මෙන්ම ව්‍යාපාර ඇරඹීමට අදාල වන්නා වූ සියලුම නීතිමය තත්ත්වයන් පිළිබඳව සිතා, තමාට අවශ්‍ය නීතිමය පැත්ත තේරුම් ගැනීම සාර්ථක ව්‍යාපාරිකයෙකුගේ ලක්ෂණයක් වෙනවා.

දැක්මක් - ව්‍යාපාරික අවස්ථාව පිළිබඳ දැක්මක්

තම ව්‍යාපාර අවස්ථාව පිළිබඳ දැක්මක් (Vision) ඇති කර ගැනීමෙන් තම ව්‍යාපාරයේ කරන්නට යන දේ පැහැදිලි කර ගැනීමක් සිදු වෙනවා. එම දැක්මට ළඟා විය හැකි සුදුසු මාර්ගයක්ද , ඒ සඳහා දිගු කාලීන හා කෙටි කාලීන අරමුණු ස්ථාපිත කිරීමක්ද ,සුදුසු වැඩසටහන් සහ ප්‍රතිපත්ති සැකසීමක්ද කර ගන්න. එමෙන්ම ඊට ගැලපෙන ක්‍රියාකාරී සැලසුමක්ද, සුදුසු අයවැය ලේඛනයක්ද පිළියෙල කිරීම ආරම්භක අවස්ථාවේදීම අවධානය යොමු කළ යුතු කරුණු වෙනවා. ලොව ප්‍රකට බොහෝ ආයතන තම ව්‍යාපාර සඳහා දැක්මක් ඇති කර ගෙන තිබෙනවා.

උදාහරණ ලෙස ගතහොත්, ලොව නමක් දිනාගත් “සිංගර්” ආයතනයේ ඉදිරි දැක්ම වන්නේ “**ආසියා පැසිපික් කලාපයේ ප්‍රමුඛතම ගෘහස්ථ උපකරණ අලෙවිකරු බවට පත්වීම**” යන්නයි. ඒ අනුව ඔවුන් අපේක්ෂා කළේ සිංගර් යන වචනය ආසියා පැසිපික් කලාපයේ සෑම නිවසකම භාවිත වන වචනයක් වීම දැකීමයි.

එමෙන්ම “ෆෝර්ඩ්” මෝටර් රථය නිපදවූ හෙන්රි ෆෝර්ඩ්ගේ දැක්ම වූයේ “**සෑම ඇමරිකානු පවුලකටම දරා ගත හැකි මිලකට සුවපහසු මෝටර් රථයක් නිපදවීම**” යන්නයි.

ඒ වගේම, ලොව සුපතල “ටොයෝටා” මෝටර් රථ සමාගම සිය ඉදිරි දැක්ම ලෙස දක්වා ඇත්තේ “**සුරක්ෂිත හා වඩාත් වගකීම් සහගත ආකාරයෙන් මිනිසුන්ගේ ප්‍රවාහනයට උදව් වෙමින් ලොව පුරා ජනතාවගේ ජීවිතය සැපවත් කරන ටොයෝටා, ප්‍රවාහනයේ අනාගතය තීරණය කරනවා**” යන්නයි. ලෝ ප්‍රකට “කොඩැක්” කැමරාව නිපද වූ ජෝර්ජ් ඊස්ට්මන්ගේ සිහිනය වූයේ “**කැමරාවද පැන්සලක් වැනි හුරුබුහුටි හා භාවිතයට පහසු උපකරණයක් කිරීම**” යන්නයි.
මෙලෙස ඉදිරි දැක්මක් ඇතිව තම ව්‍යාපාරය අරඹන්න ඔබත් සිතට ගන්න.

සුදුසු ප්‍රචාරණ/ ප්‍රවර්ධන මාධ්‍යයන් පිළිබඳව සැලකිලිමත්වීම

අලුත් ව්‍යාපාරයකට අත තබන ඔබ, ඒ සඳහා වැදගත් සුදුසු ප්‍රචාරණ මාධ්‍යයන් පිළිබඳවද සැලකිලිමත් වීම සුදුසුයි. තම භාණ්ඩය හෝ සේවාව ජනතාව අතරට ගෙනයාම සඳහා සුදුසු ප්‍රචාරණ/ප්‍රවර්ධන මාධ්‍යයන් තෝරා ගෙන ඒ අනුව සුදුසු පරිදි සැලසුම් කරන්න හිතට ගන්න. එය ආකර්ෂණීය ලෙස අවම පිරිවැයකින් ඉදිරිපත් කිරීම තමයි විය යුත්තේ. එමෙන්ම එය කාලීනව ප්‍රවර්ධනය කරන ආකාරය ගැනත් කල් ඇතිව සිතා බලන්න.

සන්නිවේදනය ආධුනික ව්‍යාපාරිකයෙකුට වැදගත්

සන්නිවේදනය නැතිනම් තොරතුරු හුවමාරුව ආධුනිත ව්‍යාපාරිකයෙකුට ඉතා වැදගත්. ඔබේ ව්‍යාපාරය පිළිබඳව තොරතුරු නිරන්තර හුවමාරු කර ගැනීමටත්, නව තොරතුරු මෙන්ම අතීත තොරතුරු පිළිබඳ දැනුම්වත් වීම සඳහාත් හොඳ තොරතුරු හුවමාරු පද්ධතියක් පවත්වා ගැනීමත් බොහෝ වැදගත් වෙනවා. සාර්ථක තොරතුරු සන්නිවේදනයක් නොමැතිව කිසිදු ව්‍යාපාරයක් සාර්ථක වන්නේ නැහැ.

එබැවින් ආධුනිකයෙකු ලෙස ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කරන ඔබ ඉහත කරුණු පිළිබඳව අවධානය යොමු කරමින් එය ඇරඹීමට සැලකිලිමත් වන්න.

සිහින සැබෑ වීමට නම් සිහින දැකිය යුතුය.

- අබ්දුල් කලාම් -

4

ඔබත් සාර්ථක ව්‍යවසායකයෙක්ද?

ව්‍යවසායකයා දිනෙන් දිනම ව්‍යාපාරය පිළිබඳව පුළුල්ව සිතා බලා කටයුතු කළ අයකු විය යුතු බව දැන් අප දන්නවා. ඔහු තම ව්‍යාපාරයේ කටයුතු නැවත නැවතත් බලමින් එය විධිමත් කළ යුතුයි. අප මීට ඉහත දී දැක් වූ පරිදි ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමට සිතීමත්, එය ඇරඹීමත්, අරඹා පවත්වා ගෙන යාමත්, සෑම විටම අභියෝගාත්මක කාර්යයක්. එමෙන්ම එය සාර්ථකව පවත්වා ගෙන යාම විටෙක වෙහෙසකර, තවත් විටෙක ඉතා තෘප්තියට, සතුටට පත්විය හැකි කරුණක්ද වෙනවා.

ඔබ සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු වීමට නම්,

ඔබ සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු වීමට නම්, මහන්සි වී වැඩ කරන්න ඕන. අලුතින් සිතන්න ඕන. තරගකාරී වෙන්න ඕන. ඒ වගේම, අලුත් ලෝකයට ගැලපෙන පරිදි සිදු වෙන වෙනස්කම් වලට අනුකූල වන පරිදි පැමිණෙන බාධකවලට මුහුණ දෙමින් තම දුර්වලතා පිළිබඳ තමාම අවබෝධ කර ගනිමින්, තම ශක්තීන්ගෙන් උපරිම ප්‍රයෝජන ගනිමින් පවතින ඉඩ ප්‍රස්ථා තුළ ඉදිරියට යා යුතු යි. එවිට තම ව්‍යාපාරය සාර්ථකව ඉදිරියට ගෙන යාමට පුළුවන්. එවැනි අයට දුර දකින්නත් පුළුවන්. යමක් පුළුල්ව අවබෝධ කර ගන්නත් පුළුවන්. එහෙම අයට යමක් විනිවිද දැකිය හැකියි. ඉවසීමෙන් යුතුව බුද්ධිමත්ව අවශ්‍ය අවස්ථාවල දී සාර්ථකව තීරණ ගැනීමේ දක්ෂකමත් ක්‍රමානුකූලව ඇති වෙනවා.

සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු වන්නේ කෙසේද යන කාරණය එම ව්‍යවසායකයාම වර්ධනය කර ගත යුත්තක් බව පැහැදිලියි. ඒ අනුව සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු වීම සඳහා බලපාන විවිධාකාර වූ ලක්ෂණ, නැතිනම් පුරුදු පුහුණු කරගත යුතු ලක්ෂණ තම අවධානයට යොමු කිරීමට සිතට ගන්න.

අභියෝග ජය ගැනීමට ක්‍රියා කරන්න

සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු සෑම විටම අභියෝග හඳුනා ගෙන එම අභියෝග ජය ගැනීමට කටයුතු කළ යුතුයි. සෑම මොහොතකම, සෑම දෙයක් ම එක් වරම සාර්ථක වන්නේ නැහැ. සිතන පතන දේ ඒ ආකාරයෙන්ම ඉටු වන්නේත් නැහැ. විවිධ අභියෝග ඇතිවීම ස්වභාවිකයි. මෙය සාමාන්‍ය ජීවිතයේ දී මෙන්ම ව්‍යාපාර කටයුතුවල දී ද එලෙසම බලපාන්නක්.

අභියෝග හමුවේ පලා නොයන්න.

අභියෝගයක් ඇති වූ අවස්ථාවේ එය හඳුනා ගන්න. එලෙස හඳුනා ගැනීමට සුදුසු මානසිකත්වයකින් ව්‍යවසායකයකු කටයුතු කළ යුතුයි. එම අභියෝගයන්ට සුදුසු විකල්ප විසඳුම්ද ව්‍යවසායකයෙක් සෙවිය යුතුයි. එක් විසඳුමකින් එය ඉටු නොවූ විට වෙනත් විකල්ප විසඳුම් සෙවිය යුතුයි. අභියෝග හමුවේ පළා යාම නොකළ යුතුයි. ඒ වෙනුවට සුදුසුම විසඳුම ඉදිරිපත් කරමින් අභියෝග ජයගත යුතුයි. මෙලෙස නොනවත්වාම තම ක්‍රියා මාර්ග අනුගමනය කිරීම කළ යුතුයි. එවිට අභියෝග ඇත්ත වශයෙන් අභියෝග ලෙස නොපවතිනු ඇති. එය සාර්ථක ව්‍යවසායකයකුගේ ඉදිරි ගමනට මඟ පාදන්නක් බව නොකිවමනායි.

ව්‍යාපාරික අවස්ථා සඳහා සුදුසු උපාය මාර්ග හඳුනා ගැනීම

ව්‍යවසායකයකු තම ව්‍යවසාය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාරික උපක්‍රම හඳුනා ගත යුතුයි. එමෙන්ම ඒ සඳහා සුදුසු ක්‍රමවේද යොදා ගැනීමද කළ යුතුයි. ඒ අනුව සෑම

ව්‍යාපාරික අවස්ථාවක් සඳහාම සුදුසු උපාය මාර්ග හඳුනා ගැනීම ඉතා වැදගත් වෙනවා. ඒ අනුව,

- නිෂ්පාදනය සාර්ථකව නිම කිරීම
- ඒවා අලෙවි කිරීම
- අලෙවි ප්‍රවර්ධනය
- ප්‍රවර්ධන වැඩපිළිවෙල
- මිළ තීරණය කිරීමේ ප්‍රතිපත්තිය
- භාණ්ඩයේ ඇසුරුම හා විලාසිතාව පිළිබඳ කටයුතු
- කොමිස්/වට්ටම් පිළිබඳ ක්‍රමවේද
- භාණ්ඩ බෙදා හැරීම
- සේවකයන්ට වැටුප් ගෙවීමේ ක්‍රියා පිළිවෙත
- එක් එක් අංශ අතර සම්බන්ධීකරණය
- දිරි ගැන්වීමේ ක්‍රම
- ගැටුම් සමථයකට පත් කිරීමේ ක්‍රියාවලිය

ආදී සෑම කටයුත්තක දී ම ක්‍රමෝපාය මෙන්ම ප්‍රතිපත්ති පිළිබඳව නිරන්තර අවධානය යොමු කිරීම වැදගත් වෙනවා. මෙලෙස විවිධාකාරයේ ක්‍රමෝපාය හඳුනා ගැනීමත්, ඒවා තම ව්‍යවසායගේ වර්ධනය සඳහා යොදා ගැනීමේ හැකියාවක් පැවතීමත් සාර්ථක ව්‍යවසායකයකුට අවශ්‍ය වෙනවා.

සාරධර්මවල වැදගත්කම

ව්‍යාපාර සාර්ථකව පවත්වා ගැනීම සඳහා තම ව්‍යාපාරයේ අභ්‍යන්තරයේ මෙන්ම බාහිර පරිසරය තුල පවතින ව්‍යාපාර ආචාර ධර්ම, නැත්නම් යහපත් සමාජ සාරධර්මවලට අනුකූලව කටයුතු කිරීම අත්‍යවශ්‍යයි. ව්‍යවසායකයා පිළිපදින යහපත් සාරධර්ම පද්ධතියක් හෙවත් වටිනාකම් ගොන්නක් පවතින විට තම සේවකයන්ද, ඔහු සමග කටයුතු කරන සම්බන්ධිත පාර්ශ්වද, එම උසස් සාරධර්ම අනුගමනය කරන යහපත් පිරිසක් වන බව කළමනාකරණ විද්‍යාවේ පිළිගත් මූලධර්මයක්. ඒ අනුව ව්‍යවසායකයකු තම ව්‍යාපාරය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා අනුගමනය කළ යුතු සාරධර්ම කෙටියෙන් පහත දක්වා තියෙනවා.

සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු අනුගමනය කළයුතු සාරධර්ම

- සියලු ජනවර්ගයන්ගේ සංස්කෘතීන්ට හානි වන කිසිවක් සිදු නොකිරීම.
- ව්‍යාපාර ගනුදෙනුවල දී අවංකව හා විශ්වාසය ගොඩනැගෙන පරිදි අව්‍යාජව කටයුතු කිරීම.
- ගනුදෙනුකරුවන් හා සැපයුම්කරුවන් වෙත ආචාරශීලී ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාවට නැංවීම.
- ගනුදෙනුකරුවන් හා තම ව්‍යාපාරයේ සැපයුම්කරුවන් අතර මනා සම්බන්ධීකරණයක් පවත්වා ගෙන යාම.
- තම ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අවශ්‍යතා ඉතා ඉක්මණින් හා ක්‍රමවත්ව සිදු කිරීම.
- සමාජ යහපත උදෙසා වන ක්‍රියාමාර්ග අනුගමනය කිරීම.
- සමාජ විරෝධී, නීත්‍යානුකූල නොවන, ශිෂ්ඨ සම්පන්න සමාජය පිළි නොගන්නා කිසිදු පියවරක් අනුගමනය නොකිරීම.
- පරිසර ආරක්ෂණ වැඩපිළිවෙලවල් ක්‍රියාත්මක කිරීම.
- පර්යේෂණ හා සංවර්ධන කටයුතුවල යෙදෙමින් ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අවශ්‍යතා පිළිබඳ නිරන්තර අවධානය යොමු කිරීම.
- ඉහළ සිට පහළට සේවකයන් අතර මනා සන්නිවේදනයක් හා සම්බන්ධීකරණයක් පවත්වා ගැනීම.
- අභ්‍යන්තරික සේවකයන් අතර මනා හැසිරීම් රටාවක් පවත්වා ගැනීම.
- සේවක දිරිගැන්වීම් කටයුතු හා ඔවුන්ගේ ආරක්ෂණය පිළිබඳ වැඩපිළිවෙලක් සැකසීම.
- බලතල ඉහළ සිට පහළට විමධ්‍යගත කොට සේවා සරල කිරීම.
- තම ව්‍යාපාරයේ සේවය කිරීමට ලැබීම ගැන සේවකයන්ට අභිමානවත් වීමට ඉඩ සැලසීම.
- නිරන්තරව ව්‍යාපාර සංවර්ධනයට උර දෙන වෙනස්කම් සිදු කිරීම.

සැමවිටම ඉහළ අරමුණු ඉලක්ක කරන්න

ව්‍යවසායකයන් සෑම මොහොතකම ඉහළ ඵලදායකත්වයකින් යුත්, නැතිනම් ඉහළ අරමුණු මුදුන් පමුණුවා ගැනීම ඉලක්ක කරගත් කාර්යයන්හි නියැලීමට උත්සාහ ගතයුතු පිරිසක් විය යුතුයි.

ඒ අනුව ව්‍යවසායකයන් සෑම විටම ව්‍යාපාරය නිරන්තරව පුළුල් කරමින්, ඉහළ තත්වයකට ළඟා වෙන්න උත්සාහ දැරිය යුතුයි. ව්‍යාපාර සංවිධාන ව්‍යුහය පුළුල් කිරීම ඉතා වැදගත් වෙනවා. මෙලෙස ඉහළ තත්වයකට ළඟා නොවන්නේ නම් එම ව්‍යාපාර එක තැන පල් වෙනවා. ඒවා කිසිදා ඉදිරියට ගමන් නොකරන තත්ත්වයට පත් වෙනවා. එබැවින් ඉහළ කාර්යය සාධනයක් ළඟා කර ගතහැකි ඉහළ ඉලක්කයක් වෙත පිවිසීමට උත්සාහ දැරිය යුතුයි. මෙලෙස කටයුතු කිරීමට නම් ඔහු යහපත් හා තීක්ෂණ ව්‍යවසායකයකු විය යුතු බව ඔබට වැටහෙනවා ඇති. ඔබ සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු වීමට අපේක්ෂා කරයි නම්, අමතරව තවත් කරුණු කිහිපයක් සඳහන් කිරීමත් උචිත යැයි සිතමු.

සාර්ථක ව්‍යවසායකයකුවීමට අපේක්ෂා කරන්නේ නම්

ප්‍රශස්ත තීරණ ගැනීමේ විධික්‍රම ප්‍රගුණ කළ යුතුයි. මෙහි දී විකල්ප තීරණ රැසක් අතුරින් සුදුසුම යථාර්තවාදී ම වඩාත්ම ගැලපෙන ඵලදායි තීරණය ගන්නා සාර්ථක ව්‍යවසායකයක් වෙනවා. හොඳ නායකත්ව ගති ලක්ෂණවලින් යුතු, තම අනුගාමිකයන් ඵලදායි ආර්ථික කටයුතුවලට මෙහෙයවිය හැකි අයෙකු වීමද වැදගත් වෙනවා.

එමෙන්ම සෙසු අයගේ එනම්, මධ්‍යම හා පහළ මට්ටම්වල කළමනාකරුවන් සමග සහ අනෙකුත් ක්‍රියාකාරී සේවකයන් සමග සාකච්ඡා කිරීම මෙන්ම ඔවුන්ගේ අදහස්වලට සවන්දීම ව්‍යාපාරය තුල යහපත් කණ්ඩායම් හැඟීම් ඇතිකරලීමට රුකුල් දෙනවා.

පවතින සම්පත්වලින් උපරිම ප්‍රයෝජන ගැනීමට හැකියාව ඇති හා පරිසරය තුළ පවතින සම්පත් උපරිමයෙන් යොදා ගැනීමට කටයුතු කරන අයෙකු වීමද සාර්ථකත්වයට හේතු වනු ඇති. එමෙන්ම සාර්ථක ව්‍යවසායකයකුට අනාගත වෙළෙඳ පොළ පිළිබඳවත් තරගකාරී තත්ත්වය පිළිබඳවත් මනා අවබෝධයක් තිබිය යුතුයි. එය ඉවෙන් වගේ ඔවුන්ට දැනෙනවා. ඒ ඔවුන් ව්‍යාපාරය තුළ මනා අවබෝධයකින් රැඳී සිටීම නිසාවෙනුයි.

කණ්ඩායමක් ලෙස වැඩ කිරීමේ හැකියාවද, සුබවාදී පිවිසුමක් සහිත වීම ද සාර්ථකත්වයේ තවත් ලක්ෂණයක්. සෑම දෙයක්ම තනිව කළ නොහැකියි. එයට සියලු දෙනාගේ සහභාගීත්වය වඩා වැදගත්. “එය අපට කළ හැකියි” “අප එය සිදු කරනවා”, “අප මෙම තත්ත්වයට ළඟා වෙනවා” ආදී ලෙස සිතන්න ඕන. එයයි සාර්ථක ව්‍යවසායකයකුගේ සැබෑ චින්තනය වන්නේ, ඔහු/ඇය ක්‍රමානුකූලව “මම” යන්න “අපි” යන්නට විස්ථාපනය කරනවා.

ව්‍යවසායකයකු තුළ ආත්ම තෘප්තියක් පවතී

තම ව්‍යාපාරය පිළිබඳවත්, තමා සිදු කරනු ලබන කාර්යභාරය පිළිබඳවත් ආත්ම තෘප්තියක් ව්‍යවසායකයකු තුල පැවතිය යුතුයි. තමන් කරනු ලබන සෑම කාර්යය කොටසක් පිළිබඳවත්, සේවාවක් පිළිබඳවත් සෑම මොහොතකම තමා තුළ තෘප්තිමත් භාවයක් තිබිය යුතුයි. එලෙස ආත්ම තෘප්තියක් ගෙන දෙන ව්‍යවසායයන් ඉතා සාර්ථක වේවි. බාධාවන්ට සාර්ථකව මුහුණ දීමෙන් ලබන ජයග්‍රහණ තුළින් ඉහළ ආත්ම තෘප්තියක් අත්වන බව

කළමනාකරණයේ පිළිගැනීමයි. එමෙන්ම සාර්ථක ව්‍යවසායකයකුගේ සාර්ථක කාර්යභාරය පුරාවට ඇත්තේ ආත්ම තෘප්තිය වන අතර, ආත්ම තෘප්තියකින් යුතු ව්‍යවසායකයකුගේ ව්‍යාපාරය සැම විටම පාහේ සාර්ථක වෙනවා. ඔහු/ඇය එම ආත්ම තෘප්තිය ව්‍යාපාරයේ සේවය කරන අන් අය වෙතත් විහිදුවමින්, ව්‍යාපාරයේ නියුතු සියලු දෙනාම ආත්ම තෘප්තියකින් හෙබි කණ්ඩායමක් බවට පරිවර්තනය කරනවා.

සාර්ථක ව්‍යවසායකයා තමාම අභිප්‍රේරණය කර ගනී.

සාර්ථක ව්‍යවසායකයෙකුට තමාම අභිප්‍රේරණය කර ගැනීමට හැකියාවද පවතිනවා. එනම් අදාල කාර්යයන් සඳහා තමා විසින්ම උනන්දු වීමයි. මේ අනුව සාර්ථක අභිප්‍රේරණයක් ලැබීමට නම් තම මානසික ශක්තිය වර්ධනය කර ගැනීමටද සිදුවෙනවා. මෙය ස්වයං අභිප්‍රේරණය ලෙස හඳුන්වනවා. එනම් සෙසු අයට ප්‍රථම තම ව්‍යාපාරික කටයුතු පිළිබඳව තමාටම දිරි ගැන්වීමක්, නැතිනම් පෙළඹවීමක් තිබිය යුතුයි. මෙහි දී තම ව්‍යාපාරය නොකඩවා ඉදිරියටම ගෙන යා හැකි පරිදි චිත්ත ශක්තිය වැඩි දියුණු කර ගැනීමයි ව්‍යාපාරිකයෙකු කළයුතු වන්නේ. මෙය සාර්ථක ව්‍යවසායකයෙකුට බෙහෙවින් වැදගත්. එයම සෙසු සේවකයන් අභිප්‍රේරණයටද යොදාගත හැකි වෙනවා.

අපි අපගේ අතීතයේ ස්වාමියෙකු මිස, එහි ගොදුරක බවට පත් නොවී, අනියත සැකය හා චිත්ත වේගයන්ට ඉඩ නොතබමින්, අපගේ දෛවය පාලනය කිරීමට අධිෂ්ඨාන කර ගනිමු.

- ජෝන් එෆ් කෙනඩි -

5

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය උදෙසා පවතින සේවා පිළිබඳව ඔබ දන්නවාද?

ව්‍යවසායකයකු වීමට සිටින ඔබට අවශ්‍ය වන විවිධාකාර වූ සේවාවන් සැපයීම සඳහා විවිධ ආයතන අප රටේ පිහිටුවා තිබෙනවා. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන් දිරිමත් කිරීම සඳහාත්, එම ව්‍යාපාර නඟා සිටුවීම සඳහාත්. විවිධාකාර සේවා සපයන පෞද්ගලික අංශයේත්, රාජ්‍ය අංශයේත් ආයතන රැසක් ව්‍යවසායක ඔබ වෙනුවන්ම පිහිටුවා තිබෙන බව හා ඒවායින් ලැබෙන සේවාවන් පිළිබඳව දැනගෙන සිටීම ඔබට ප්‍රයෝජනවත්.

මෙලෙස ව්‍යවසායක ඔබට ලබාදෙන විශේෂ සේවාවන් හතක් පහත දක්වා තිබෙනවා.

1. උපදේශන සේවා
2. මූල්‍ය සේවා
3. තාක්ෂණික සේවා
4. පර්යේෂණ සේවා
5. අලෙවිකරණ සේවා
6. ප්‍රවර්ධන සේවා
7. ආරක්ෂණ සේවා

උපදේශන සේවා

උපදේශන සේවා සපයන ආයතනවලින් ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීම, පවත්වා ගෙනයාම සහ ව්‍යාපාර ප්‍රවර්ධනය ආදී දේ සඳහාද, එම ව්‍යාපාර වැඩි දියුණු කර, පුළුල් කර ගැනීමට සුදුසු උපාය හා උපක්‍රම ඉගැන්වීම වැනි සේවාවන් ද ඔබ වෙත ලබා දෙනවා. එමෙන්ම මෙම උපදේශන සේවා තුළින් වඩාත් සුදුසු විශේෂ උපදෙස් ලබා ගත හැකි වෙනත් මාර්ග පිළිබඳවත් දැනුම්වත් කිරීම ද සිදු කරනවා.

මෙම උපදේශන සේවාවන්ගෙන් පහත දක්වා ඇති කරුණු ගැන ඔබට විස්තර ලබාගත හැකියි.

- නිෂ්පාදන/කර්මාන්ත ඇරඹීම හා පවත්වා ගෙනයාම
- ව්‍යාපාර ප්‍රවර්ධනය කිරීම
- ව්‍යාපාර පුළුල් කිරීම හා නවීකරණය කිරීම
- අරපිරිමැස්මෙන් අමුද්‍රව්‍ය භාවිතය
- විදුලි බලය ඵලදායි හා පිරිමැසුම් ලෙස යොදා ගැනීම
- නවීන යන්ත්‍ර සූත්‍ර ලබා ගැනීම හා ඒවා ක්‍රියාත්මක කිරීම
- තාක්ෂණික උපදෙස්
- පාරිභෝගික ආරක්ෂාව

- ඉහළ ගුණාත්මක බවින් යුතු භාණ්ඩ/නිෂ්පාදනය හා බෙදා හැරීම
- වෙළෙඳ පොළ අවස්ථා හඳුන්වාදීම/නව වෙළෙඳ පොළවල් දේශීය හා විදේශීය වශයෙන් සොයා ගැනීම
- සේවකයන් බඳවා ගැනීම, උසස් කිරීම, පුහුණු කිරීම හා දිරි ගැන්වීම
- ව්‍යාපාර කටයුතු සඳහා අවශ්‍ය නීතිමය කරුණු
- කළමනාකරණ උපදේශන සේවා
- අලෙවි ප්‍රවර්ධනය /ඇසුරුම්කරණය/ප්‍රමිතිකරණය
- ව්‍යාපාර සැලසුම් සැකසීම
- උපාය මාර්ගික සැලසුම් පිළියෙල කිරීම
- ගිණුම්කරණය

මූල්‍ය සේවා

මූල්‍ය සේවා පහසුකම් සපයන ආයතනවල සහායද, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන්ට ලබා ගැනීමට පුළුවන්. තම ව්‍යාපාරයට අවශ්‍ය ප්‍රාග්ධන අවශ්‍යතා, මූල්‍ය සැලසුම් කිරීම්, මුදල්මය පහසුකම්, අත්පිට හෝ ණය වශයෙන් ලබා ගැනීම පිළිබඳව මෙම ආයතන මගින් උපදෙස් ලබා ගැනීමට හැකි වෙනවා. මෙම මූල්‍ය පහසුකම් ව්‍යාපාර සැලසුම් කිරීමේ දී, ආරම්භ කිරීමේ දී හා පවත්වා ගැනීමේ දී මෙන්ම ව්‍යාපාරය පුළුල් කිරීමේ දී ද, ප්‍රවර්ධනය කිරීමේ දී ද, අලුත් ව්‍යාපාර අංග එක් කිරීමේ දී ද, ව්‍යාපාර ප්‍රාදේශීයව ව්‍යාප්ත කිරීමේ දී ද, ජාත්‍යන්තර වෙළෙඳ පොළට පිවිසීමේ දී ද සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන්ට බෙහෙවින් ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා.

මෙම මූල්‍ය පහසුකම් පහත පෙන්වා දී ඇති ආකාරවලින් ලබාගත හැකියි.

- සාමාන්‍ය බැංකු ණය තුළින්
- විශේෂ ණය යෝජනා ක්‍රම යටතේ සැපයෙන ණයකින්
- නියෝජිතයන් මගින් සැපයෙන ණයකින්

- ආයතන කිහිපයක් ඒකාබද්ධ වූ සාමූහික ණයකින්
- කොටස් හෝ ණයකර නිකුත් කිරීමේ ක්‍රමවේදයන් තුළින්
- ජාත්‍යන්තරයට සම්බන්ධ ආයතනවල මූල්‍ය පහසුකම් මගින්

මේ යටතේ ණය මුදලේ ප්‍රමාණය, එම ණය මුදලේ අවශ්‍යතාවය, ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය, ණය ගෙවීමේ හැකියාව, ආපසු ගෙවීමේ කාලසීමාව, ණය සඳහා වන ඇප සුරැකුම්, ණය පොලී අනුපාතයන් ආදිය සැලකිල්ලට ගනිමින්,

- සංවර්ධන ණය
- කර්මාන්ත ණය
- වගා ණය
- සත්වපාලන කටයුතු සඳහා ණය
- කණ්ඩායම් ණය
- ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමේ ණය
- වැවිලි කර්මාන්ත ණය
- ස්වයං රැකියා ණය
- වනිතා සංවර්ධන ණය
- සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ කර්මාන්ත ණය

ආදී වශයෙන් ඔබට උචිත මූල්‍ය පහසුකම් ලබා කිසියම් ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කොට සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු බවට පත්වීමට මග සලසා තිබෙනවා.

තාක්ෂණික සේවා

තාක්ෂණික සේවා පහසුකම්ද, ව්‍යවසායකයන් සඳහා බෙහෙවින් වැදගත්වනබැවින්ඔබගේව්‍යාපාරයට අවශ්‍ය දැනුම හා හැකියාව දියුණු කර ගැනීම සඳහා සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන්ට සලසා " ඇති තාක්ෂණික සේවා පහසුකම් දැන ගැනීමත් ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා.

පෙර පැවති තත්ත්වයෙන් වෙනස්ව නූතන ලෝකයට ගැලපෙන පරිදි ඔබගේ භාණ්ඩය හෝ සේවාව වෙළෙඳ පොළට සැපයීමේ නවීන තාක්ෂණික ක්‍රමවේදයන් යොදා ගැනීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. මෙසේ දියුණු අවධීන්වලට ඔබගේ භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදන පත්නොවන්නේ නම් වෙළෙඳ පොළ තරගකාරීත්වයට මුහුණ දීමට නොහැකි වනු ඇත. මීට අමතරව මෙම තාක්ෂණික සේවා ඔබගේ නිෂ්පාදන සඳහා යොදා ගැනීම මගින්,

- ♦ නිෂ්පාදනවල ගුණාත්මක බව ඉහළ නැංවීම
- ♦ නව්‍ය නිෂ්පාදන හඳුන්වාදීම
- ♦ නිෂ්පාදන ඵලදායකත්වය වැඩි දියුණු කිරීම
- ♦ දේශීය අමුද්‍රව්‍ය භාවිතයට ගැනීම
- ♦ තම සේවකයන්ට තාක්ෂණික දැනුම ලබා දීම
- ♦ අඩු පිරිවැයෙන් යුතු නිෂ්පාදන හඳුන්වාදීම
- ♦ පර්යේෂණ හා සංවර්ධන කටයුතු සිදු කිරීම
- ♦ කාර්යක්ෂමතාව වැඩි දියුණු කිරීම
- ♦ පරිසර දූෂණය වලක්වාලීම
- ♦ නාස්තිය හා අපතේ යාම වැළැක්වීම
- ♦ වෙනස තුළින් සංවර්ධනයට මග පෑදීම

ආදී වටිනා අංග රැසක් ඔබගේ ව්‍යාපාරයට උරුම කරගත හැකියි.

පර්යේෂණ සේවා

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය උදෙසා පවතින පර්යේෂණ සේවාද, භාණ්ඩවල තත්ත්වය ඉහල නැංවීමෙහිලා මහෝපකාරී වේ. විවිධ ආයතන විසින් නිෂ්පාදන හා සේවා දියුණු කිරීම සඳහා විවිධාකාර වූ පර්යේෂණ සිදු කරනු ලබනවා. එමෙන්ම එම භාණ්ඩ හා සේවා වල තත්ත්වය, සෞඛ්‍යාරක්ෂිත භාවය, පරිභෝජන යෝග්‍යතාවය, අඩංගු විය යුතු අමු ද්‍රව්‍ය ආදිය මොනවාද යන්න පිළිබඳව දීර්ඝ වශයෙන් කරුණු සොයා බැලීම මෙම පර්යේෂණ සේවා සපයන ආයතනවලින් ඉටු කෙරෙනවා. උදාහරණයක් ලෙස මෙම ආයතන විසින් දෙමුහුන් බීජ වර්ග නිෂ්පාදනය පිළිබඳව, උසස් ආරයේ සතුන් බිහි කිරීම පිළිබඳව, උසස් හා විවිධ රසයෙන්, ගුණයෙන් හා ප්‍රමිතියෙන් යුත් භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම පිළිබඳව පර්යේෂණ පවත්වා ඒ තුළින් ඉතා සාර්ථක ප්‍රතිඵල ව්‍යවසායකයන් වෙත ලබා දී තිබෙනවා. උදාහරණයක් ලෙස අනුරාධපුර පසු අස්වනු තාක්ෂණික ආයතනයෙන් සහල් පිටි භාවිතයෙන් බිස්කට් හා නූඩ්ල්ස් නිෂ්පාදනය කිරීමේ දැනුම ව්‍යවසායකයන්ට ඉදිරිපත් කර තිබෙනවා. මෙම පර්යේෂණ සේවා සපයන ආයතන හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම්වලින් ඔබට

- ♦ අඩු පිරිවැයකින් භාණ්ඩ නිපදවීම
- ♦ මෙතෙක් භාවිතයට නොගත් දේශීය සම්පත් භාවිතයට ගැනීම
- ♦ උසස් තත්ත්වයේ භාණ්ඩ නිපදවීම
- ♦ ගනුදෙනුකරුවන් වෙත උසස් සේවාවන් ලබාදීම
- ♦ නවීන යන්ත්‍ර සූත්‍ර හා ක්‍රමෝපායයන් භාවිතයට ගැනීම
- ♦ ආදායම් මට්ටම ඉහළ නංවා ගැනීමේ පිරිමැසුම්දායක ක්‍රම යොදා ගැනීම
- ♦ සෞඛ්‍යාරක්ෂිත ක්‍රම භාවිතා කිරීම
- ♦ ඵලදායිතාව ඉහළ නංවා ගැනීම
- ♦ නිශ්චිත ප්‍රමිතියෙන් යුතු භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනයට මග පෙන්වීම

යනා දී වටිනා ක්‍රමවේදයන් ගැන දැනුම ඔබට ලබා ගත හැකි වෙනවා.

අලෙවිකරණ සේවා

අලෙවි පහසුකම් සම්බන්ධ දැනුම සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය සඳහා අත්‍යවශ්‍ය වේ. මෙහි දී මූලික වශයෙන් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන් සඳහා ඇති අලෙවිකරණ පහසුකම් මොනවාදැයි විමසා බලමු.

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායයන් සඳහා ඇති අලෙවි පහසුකම් වලින් සමහරක් පහත දක්වා තිබෙනවා.

- නව වෙළෙඳ පොළ අවස්ථා හඳුන්වාදීම
- පවත්නා වෙළෙඳ පොළ කොටස් පුළුල් කරදීම
- අලෙවි කිරීමේ හා මිලට ගැනීමේ පහසුකම් සැලසීම
- අලෙවි මධ්‍යස්ථාන පිහිටුවීම මගින් මිල දී ගැනීම
- වෙළෙඳ ප්‍රදර්ශන/සල්පිල් ආදිය මගින් අලෙවි ප්‍රවර්ධනය කිරීමට අවස්ථාව ලබාදීම
- රජයේ ආයතන මගින් මිලදී ගැනීම
- රාජ්‍ය, පෞද්ගලික ආයතන මගින් මිලදී ගැනීමට පහසුකම් සැලසීම
- විදේශීය වෙළෙඳ පොළ පහසුකම් ලබාදීම
- වෙළෙඳ පොළ පිළිබඳව අවශ්‍ය වන වැදගත් තොරතුරු ලබාදීම
- වෙළෙඳ තොරතුරු හා සංඛ්‍යාලේඛණ ආදිය ප්‍රසිද්ධ කිරීම
- උපදෙස් ලබා දීමේ මධ්‍යස්ථාන පිහිටුවීම
- ජංගම අලෙවිකරණ සේවා පහසුකම් සැපයීම
- ආර්ථික මධ්‍යස්ථාන ස්ථාපිත කිරීම

ප්‍රවර්ධන සේවා

මේ යටතේ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය ප්‍රවර්ධනය පිළිබඳවත්, ඒවා සුරක්ෂිතව පවත්වා ගෙන යාමත්, වැඩි දියුණු කිරීම පිළිබඳවත්, උපදෙස් ලබා ගැනීමට හැකියාව පවතිනවා. විශේෂයෙන්ම මෙහි දී භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවි කිරීම, ප්‍රවර්ධනය කරදීම, සලකා බැලීම සිදුවෙනවා. ඕනෑම ව්‍යවසායයකට එහි සාර්ථකත්වය සඳහා ප්‍රවර්ධන ක්‍රියාමාර්ග ගැනීම අතිශයින්ම වැදගත් වෙනවා.

ඒ අනුව, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා ප්‍රවර්ධන සේවාවන් පහත අංශ යටතේ ව්‍යාපාරික ඔබ වෙත ලබා දීමට කටයුතු සලසා තිබෙනවා.

- ව්‍යාපාරයක ආංශික වර්ධනය
- ව්‍යාපාර වෙළෙඳ පොළ ප්‍රවර්ධනය
- ව්‍යාපාර සම්පත් ප්‍රවර්ධනය
- සේවක මණ්ඩල දැනුම හා අවබෝධය ප්‍රවර්ධනය කිරීම
- භාණ්ඩ හා සේවාවල ප්‍රවර්ධනය ඇති කිරීම
- ව්‍යාපාර ආයතනයේ භෞතික සාධක ප්‍රවර්ධනය
- ව්‍යාපාර ජාත්‍යන්තර මට්ටමට ප්‍රවර්ධනය කිරීම
- ව්‍යාපාර ප්‍රමිතීන්, ප්‍රතිපත්ති හා ආචාර ධර්ම ප්‍රවර්ධනය

මෙවැනි කරුණු රැසකින් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායවල ප්‍රවර්ධනාත්මක කටයුතු සඳහා අවස්ථාව ව්‍යාපාරික ඔබ වෙත ලබා දෙනවා.

ආරක්ෂණ සේවා

ඕනෑම පුද්ගලයෙකුට මෙන්ම ව්‍යාපාරයකටද ආරක්ෂණ ක්‍රමවේදයන් අත්‍යවශ්‍යයයි. මේ යටතේ ව්‍යාපාරයේ ආරක්ෂාව, එහි සම්පත්වල ආරක්ෂාව, සේවකයන්ගේ ආරක්ෂාව, ව්‍යාපාර ප්‍රතිපත්ති, ආචාර ධර්ම ආදියේ ආරක්ෂාව මෙන්ම විශේෂයෙන්ම වෙළෙඳ පොළ හා අලෙවිකරණ ක්‍රියාදාමයේ ආරක්ෂාව පිළිබඳව සලකා බැලීම සිදු කිරීමට නූතන ව්‍යාපාර සංවර්ධන ප්‍රමිතීන් ඇති කොට තිබෙනවා. ඒ අනුව, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා ආරක්ෂණ සේවා පහත කරුණු මත සලසා දී තිබෙනවා.

- ව්‍යාපාරයේ භෞතික සම්පත් ආරක්ෂණය
- ව්‍යාපාරයේ නෛතික ආරක්ෂණය
- ව්‍යාපාරයේ මානව සම්පත් ආරක්ෂාව

- ව්‍යාපාරයේ තරගකාරිත්ව ක්‍රියාවලීන්ට ආරක්ෂාව සහතික කිරීම
- බාහිරින් පැමිණෙන තර්ජනවලට මුහුණදීම
- දේශපාලන හා අනෙකුත් සමාජ අභියෝග සඳහා ආරක්ෂණය

විවිධ පැතිකඩයන් ඔස්සේ ව්‍යාපාරික ඔබට ආරක්ෂාව සැලසීම සඳහා ද විවිධාකාර වූ ආරක්ෂණ සේවා සපයන ආයතන ඔබ වෙනුවෙන්ම පිහිටුවා තිබෙනවා. මෙම සේවා සපයන ආයතන හා සේවාවන් මොනවාදැයි යන්න දැනගැනීම බෙහෙවින් වැදගත් වෙනවා.

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින්ට උපදෙස් සැපයීම සඳහා පිහිටුවා ඇති ආයතන

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායක ඔබට බෙහෙවින් වැදගත් වන සේවාවන් පිළිබඳව දැන් ඔබ දන්නවා. විවිධ වූ එම සේවාවන් සැපයීමට විවිධ ආයතන අප රටේ පිහිටුවා තිබෙනවා. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන් දිරිමත් කිරීම සඳහාත්, එම ව්‍යාපාර නගා සිටුවීම සඳහාත් පිහිටුවා ඇති රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික අංශයේ ආයතන රැසක් මගින් සලසනු ලබන සේවාවන් කෙටියෙන් පහත දක්වා ඇත.

	ආයතනය	සේවාව
1.	කර්මාන්ත හා වාණිජ කටයුතු අමාත්‍යාංශය	පේෂ කර්මාන්තය හා ඇඟලුම් ආයතනය - ඇඟලුම් කර්මාන්තය සඳහා උපදේශන සේවා, තාක්ෂණ සේවා සහ අවශ්‍ය අනෙකුත් සේවා සැපයීම
2.	තරුණ කටයුතු අමාත්‍යාංශය	කුඩා කර්මාන්ත සංවර්ධන අංශය ව්‍යාපාර සංවර්ධන සේවා සඳහා ව්‍යවසායකත්ව සංවර්ධන පුහුණු වැඩසටහන් හා පහසුකම් සැපයීම උපදේශන සේවා, පර්යේෂණ හා තාක්ෂණික සේවාවන්ට මග පෙන්වීම
3.	සාම්ප්‍රදායික කර්මාන්ත හා කුඩා ව්‍යවසාය සංවර්ධන අමාත්‍යාංශය	බැංකු සායන පැවැත්වීමේ වැඩසටහන ශ්‍රී ලංකාවේ සියලුම දිස්ත්‍රික්කවල සිටින සුළු හෝ මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා අවශ්‍ය මූල්‍ය සේවා පහසුකම් සැලසීමට කටයුතු කිරීම හා උපදේශන සේවා ලබාදීම
4.	ආර්ථික සංවර්ධන අමාත්‍යාංශය	රට තුළ විසිරී සිටින සියලුම ක්ෂුද්‍ර, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරික ප්‍රජාව සඳහාත්, ආධුනිකව ව්‍යාපාර ආරම්භ කරන අය සඳහාත් අවශ්‍ය මූල්‍ය, තාක්ෂණික, අලෙවිකරණ, ප්‍රවර්ධන, ආරක්ෂණ, පර්යේෂණ හා උපදේශන ආදී සියලුම සේවාවන් සැපයීම
5.	විද්‍යා හා තාක්ෂණ අමාත්‍යාංශය යටතේ විද්‍යාතා වැඩසටහන්	ස්වාභාවික සම්පත්වලින් නව භාණ්ඩ නිර්මාණය කිරීමට අදාල තාක්ෂණික හා උපදේශන සේවා සැපයීම

6.	ධීවර හා ජලජ සම්පත් සංවර්ධන අමාත්‍යාංශය	ශ්‍රී ලංකා ජාතික ජල ජීවී වගා සංවර්ධන අධිකාරිය මත්ස්‍ය පරිභෝජනය වැඩි කිරීමට අදාල කාර්යයන්හි යෙදෙන අය සඳහා උපදේශන සේවා, තාක්ෂණික සේවා, ආරක්ෂණ සේවා හා ප්‍රවර්ධන සේවා සැපයීම
7.	කෘෂිකර්ම සංවර්ධන හා ගොවිජන සේවා අමාත්‍යාංශය	කෘෂි ව්‍යවසායකයින් සඳහා සේවා සැපයීමේ අංශය උපදේශන හා තාක්ෂණික සේවා සැපයීම
8.	මුදල් හා ක්‍රම සම්පාදන අමාත්‍යාංශයේ සංවර්ධන මූල්‍ය දෙපාර්තමේන්තුව	සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපෘතින් සඳහා අවශ්‍ය වන මූල්‍ය, උපදේශක සහ අනෙකුත් සහායක සේවා සැපයීම
9.	ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව	සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය ස්වයං රැකියා ප්‍රවර්ධනය, දිළිඳුකම දුරලීමේ ව්‍යාපෘති ඇතුළු ප්‍රමුඛත්වය දිය යුතු අංශ ගණනාවක් ආවරණය වන පරිදි මූල්‍ය සේවා, උපදේශක සේවා, ප්‍රවර්ධන සේවා හා අනෙකුත් සහාය සේවා ලබාදීම
10.	පශු සම්පත් සහ ග්‍රාමීය ප්‍රජා සංවර්ධන අමාත්‍යාංශය	කිරි හා කිරි ආශ්‍රිත කර්මාන්ත සංවර්ධනය සඳහා උපදේශන තාක්ෂණික, පර්යේෂණ, ප්‍රවර්ධන හා ආරක්ෂණ සේවා සැපයීම සිදු කිරීම/පුහුණු කටයුතු කිරීම
11.	ළමා සංවර්ධන හා කාන්තා කටයුතු අමාත්‍යාංශය	ශ්‍රී ලංකා කාන්තා කාර්යාංශය ශ්‍රී ලංකාවේ සිටින ව්‍යවසායක කාන්තාවන් සඳහා උපදේශක හා ප්‍රවර්ධනාත්මක සේවාවන්ද, දැනුම්වත් කිරීමේ වැඩසටහන්ද ක්‍රියාත්මක කිරීම
12.	දිවිනැගුම ජාතික ව්‍යාපාරය	ක්ෂුද්‍ර, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායක ප්‍රජාව සඳහා අවශ්‍ය වන සේවාවන්ද සහායක සේවාවන් ද සැලසීම.
13.	ජන ලේඛන හා සංඛ්‍යා ලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව	සියලුම සංඛ්‍යා දත්ත රැස් කිරීම, ඒවා විශ්ලේෂණය කිරීම හා අවශ්‍ය අංශ වෙත ලබාදීම හා උපදේශක සේවා සැපයීම
14.	අපනයන සංවර්ධන මණ්ඩලය	අපනයන කටයුතු සඳහා සුදුසු පරිදි භාණ්ඩ සැකසීම සහ අපනයන ප්‍රවර්ධනය සඳහා උපදේශන සේවා සැපයීම
15.	ශ්‍රී ලංකා ජාතික ඉංජිනේරු පර්යේෂණ හා සංවර්ධන මධ්‍යස්ථානය	පර්යේෂණ, ප්‍රවර්ධන, තාක්ෂණික හා උපදේශක සේවා සැපයීම
16.	කාර්මික තාක්ෂණ ආයතනය (I T I)	භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදකයන්ගේ නිෂ්පාදන වෙළෙඳපොළ කරා මෙහෙයවීමේ මග පෙන්වන්නෙකු ලෙස අලෙවිකරණ සේවා සැපයීම හා තාක්ෂණික උදේශක සේවාවන් සැපයීම
17.	ජාතික ආධුනිකත්ව සහ කර්මාන්ත පුහුණු කිරීමේ අධිකාරිය	වෘත්තීය පුහුණුව ලැබූ අය වෙනුවෙන් ව්‍යවසායකත්ව වැඩසටහන් පැවැත්වීම සහ උපදේශන සේවා සැපයීම
18.	මධ්‍යම පරිසර අධිකාරිය	පරිසර ආරක්ෂණ උපදේශන සේවා සහ තාක්ෂණික සේවා සැපයීම, පරිසර ආරක්ෂණ සහතික සැපයීම
19.	ශ්‍රී ලංකා ආයෝජන මණ්ඩලය (BOI)	අපනයනය සඳහා භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය ඉලක්ක කරගත් කර්මාන්ත සඳහා උපදේශන සේවා, මූල්‍ය සේවා, තාක්ෂණික හා අලෙවිකරණ සේවා සැපයීම
20.	ශ්‍රී ලංකා ප්‍රමිති ආයතනය (S L S I)	නිපැයුම් හා සේවාවල තත්ත්වය, ගුණාත්මක භාවය වැඩි දියුණු කිරීම පිළිබඳව උපදේශන, තාක්ෂණික, පර්යේෂණ හා අනෙකුත් සහාය සේවා සැපයීම හා නිෂ්පාදන පිරිවිතරයන් (Production Specifications) ලබාදීම
21.	ජාතික ව්‍යවසාය සංවර්ධන අධිකාරිය	ශ්‍රී ලංකාවේ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන් සඳහා මාර්ගෝපදේශනය සැපයීම හා උපදේශක සේවාවන් ලබාදීම
22.	ශ්‍රී ලංකා නව නිපැයුම්කරුවන්ගේ කොමිසම	නව නිපැයුම් ප්‍රවර්ධනය හා දිරි ගැන්වීම සඳහා උපදේශන සේවා, පර්යේෂණ , මූල්‍ය හා ප්‍රවර්ධන සේවා සැපයීම

23.	ජාතික ශිල්ප සභාව	සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ කර්මාන්තකරුවන් සඳහා උපදේශණ, පර්යේෂණ, ප්‍රවර්ධන හා තාක්ෂණික සේවා සැපයීම.
24.	ජාතික මෝස්තර මධ්‍යස්ථානය	සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ කර්මාන්තකරුවන් සඳහා උපදේශන, තාක්ෂණික, ප්‍රවර්ධන හා අලෙවිකරණ සේවා සැපයීම
25.	හස්ත කර්මාන්ත මණ්ඩලය	සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ කර්මාන්තකරුවන් පුහුණු කිරීම, උපදේශන, ප්‍රවර්ධන, තාක්ෂණික හා අලෙවිකරණ සේවා සැපයීම
26.	ශ්‍රී ලංකා අපනයන ණය රක්ෂණ සංස්ථාව	අපනයන කාර්යසාධන ඇප සහතික නිකුත් කිරීම, උපදේශක, අලෙවිකරණ හා ප්‍රවර්ධන සේවා සැපයීම හා මූල්‍ය සේවා ලබාගැනීම සඳහා යොමු කිරීම
27.	බලපත්‍රලාභී වාණිජ බැංකු සහ බලපත්‍රලාභී විශේෂිත බැංකු (බැංකු පනත යටතේ ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ලියාපදිංචි)	රට තුළ පවතින හෝ ඇරඹීමට යෝජිත සියලුම සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සංවර්ධනය ඇතුළු ඕනෑම කාර්යයක් සඳහා මූල්‍ය සේවා, උපදේශන සේවා, පර්යේෂණ සේවා, තාක්ෂණික සේවා, ප්‍රවර්ධන සේවා ඇතුළු සියලුම සහායක සේවා ලබාදීම
28.	ශ්‍රී ලංකා වාණිජ හා කර්මාන්ත මණ්ඩල සම්මේලනය	කළමනාකරණ සේවා, මූල්‍ය හා අලෙවිකරණ සේවා ලබාදීම
29.	ලංකා ජාතික කර්මාන්ත මණ්ඩලය	කර්මාන්ත සංවර්ධනය සඳහා ආධාර සහ අනුබල දීම, උපදේශන සේවා සැපයීම
30.	ශ්‍රී ලංකා කාර්මික සංවර්ධන මණ්ඩලය	කර්මාන්ත ඇරඹීම, ප්‍රවර්ධනය හා පවත්වා ගෙන යෑම සඳහා උපදේශන සේවා, මූල්‍ය හා තාක්ෂණික සේවා සැපයීම
31.	ශ්‍රී ලංකා ජාතික වාණිජ මණ්ඩලය	සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සංවර්ධනය සඳහා උපදේශන සේවා සැපයීම.
32.	ලංකා වාණිජ මණ්ඩලය	මූල්‍ය සහාය ලබා ගැනීම සඳහා තරුණ පිරිස්වලට මූල්‍ය සේවා පහසුකම් හා මූල්‍ය පහසුකම් සැපයීම
33.	ජාතික ව්‍යාපාර කළමනාකාරීත්ව ආයතනය (NIBM)	සේවානියුක්තිකයන් සඳහා ව්‍යාපාර ඇරඹීමට අවශ්‍ය වන පරිගණක කළමනාකරණ හා ඵලදායිතා ක්ෂේත්‍ර පිළිබඳ සුදුසුකම් ලබාදීමට කටයුතු කිරීම හා සියලුම උපදේශන සේවා ලබාදීම හා පුහුණු කිරීම.
34.	සේෆ්නෙට් ශ්‍රී ලංකා සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ කර්මාන්ත	ව්‍යාපාර සඳහා ව්‍යවසායකත්ව සංවර්ධනය සහ කළමනාකරණ පුහුණු වැඩසටහන් පැවැත්වීම සහ උපදේශන සේවා සැපයීම
35.	ලියාපදිංචි මූල්‍ය සමාගම් හා කල්බදු සමාගම් (ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ලියාපදිංචි)	ව්‍යාපෘති ඇරඹීම සඳහා අවශ්‍ය මූල්‍ය උපදේශන සහ පර්යේෂණ සේවා සැපයීම.
36.	සමාගම් මැදුර	ව්‍යාපාර ලියාපදිංචි කිරීමේ සේවා සහ ව්‍යාපාර පවත්වා ගෙන යාමට අදාල උපදේශන සේවා සැපයීම.

ව්‍යවසායක ඔබ වෙනුවෙන් සේවා සැපයීම සඳහා පිහිටුවා ඇති තවත් ආයතන කිහිපයක් නම් ,

- ශ්‍රී ලංකා තේ පර්යේෂණ ආයතනය
- ශ්‍රී ලංකා තේ මණ්ඩලය
- රබර් පර්යේෂණ ආයතනය
- යොවුන් සේනාංක හා පුහුණු කඳවුරු
- ජර්මන් තාක්ෂණික ආයතනය
- ප්‍රාදේශීය ලේකම් කාර්යාල
- පළාත් සභාවල කර්මාන්ත සංවර්ධන අංශය
- දිස්ත්‍රික් ලේකම් කාර්යාල

මෙම ආයතනවලින් සිදු වන සේවාවන් ඉතා විශාල ප්‍රමාණයක් වන නමුදු මෙහි දක්වා ඇත්තේ කුඩා, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය සඳහා ඒ ඒ ආයතන විසින් සපයන සේවාවන් ගැන ඉතා කෙටියෙන් හැඳින්වීමකි.

එබැවින් මෙහි දක්වා ඇති ආයතන මෙන්ම, තවත් මෙහි සඳහන් නොවන එහෙත් ඔබට වැදගත් වන ආයතන ඇත්නම් ඒවා කරන්නේ කුමක්ද යන්න පිළිබඳව සොයා බලන්නට මැලිවන්න එපා.

බලපත්‍රලාභී වාණිජ බැංකු
බලපත්‍රලාභී විශේෂිත බැංකු

ඔබේ ව්‍යාපාරය පුළුල් වන විට ඒ සඳහා විශේෂයෙන්ම ඔබට මුදල් අවශ්‍ය බව දන්නා කරුණක් වෙනවා. නමුත් ඒ සඳහා ඔබ සතු ඉතිරිකිරීම් නොමැති නම් ඔබ කරන්නේ කුමක්ද? ඔබට මුදල් ලබාගතහැකි මගක් තිබේද, හිතවතුන්ගෙන්, ඥාතීන්ගෙන් තැන්පත් ධනයෙන් හෝ වෙනත් එවැනි මගක් නොමැති නම් ඔබ යා යුත්තේ බැංකුවකටයි.

මෙම බැංකු ආයතන ඔබේ ව්‍යාපාරයට සුදුසු පරිදි අවශ්‍ය මූල්‍ය සම්පාදනය, ඔබට ආපසු ගෙවීමට ඇති හැකියාව සැලකිල්ලට ගෙන ලබාදීමට කටයුතු කරනවා. එලෙස මූල්‍ය පහසුකම් ලබා ගතහැකි බැංකු ආයතන ඔබ දන්නවාද?

බැංකු ආයතන සමගින් ගනුදෙනු කිරීමෙන් ඔබේ ව්‍යාපාර කටයුතු සඳහා මූල්‍ය පහසුකම් පමණක් නොව අනෙකුත් සේවාවන්ද ලබා ගැනීමට පුළුවන්. එමෙන්ම බැංකු සමග සුහදශීලීව කටයුතු කිරීම ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ඉදිරි වර්ධනය සඳහා බෙහෙවින් ප්‍රයෝජනවත්.

බලපත්‍රලාභී වාණිජ බැංකු

ලංකා බැංකුව

මහජන බැංකුව

යූනියන් බැංකුව

ඩීඑෆ්සීසී බැංකුව

සම්පත් බැංකුව

එන්ඩීබී බැංකුව

කොමර්ෂල් බැංකුව

පීඒබීසී බැංකුව

හැටන් නැෂනල් බැංකුව

නේෂන්ස් ට්‍රස්ට් බැංකුව

කාර්ගිල්ස් කෘෂිකර්ම හා වාණිජ බැංකුව

බලපත්‍ර ලාභී විශේෂිත බැංකු

ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන බැංකුව

රාජ්‍ය උකස් හා අයෝජන බැංකුව

ජාතික ඉතිරිකිරීමේ බැංකුව

නිවාස සංවර්ධන මූල්‍ය සමායතනය

ශ්‍රී ලංකා ඉතිරිකිරීමේ බැංකුව

සණස සංවර්ධන බැංකුව

ලංකා පුත්‍ර සංවර්ධන බැංකුව

තරු ඉලක්කය කර ගන්න, දෙපා මහ පොළව මත තබා ගන්න.

- තියොඩෝර් රූස්වෙල්ට් -

6

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුවේ කාර්යභාරය

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවද, එහි ප්‍රධාන අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට අමතරව කුඩා, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර නංවාලීම සඳහා වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරනු ලබනවා. ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව තම මූලික අරමුණු වන ආර්ථික හා මිල ස්ථායිතාව සහ මූල්‍ය පද්ධතියේ ස්ථායිතාව පවත්වා ගැනීමට අමතරව ප්‍රාදේශීය සංවර්ධනයටද විශේෂිත ස්ථානයක් ලබා දී තිබෙනවා. මෙම විශේෂිත කාර්යයන් පැවරී ඇත්තේ එහි ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුවටයි.

ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව රටෙහි විවිධ ප්‍රදේශවල සිටින ප්‍රමුඛතාව දැක්විය යුතු විවිධ ජන කොටස්වලට ආදායම් උත්පාදන ව්‍යාපෘති සඳහා සහනදායි කොන්දේසි මත මූල්‍ය පහසුකම් ලබාදීම සහ එම පිරිස් දැනුම්වත් කිරීම තුළින් රට තුළ තුලනාත්මක ආර්ථික සංවර්ධනයක් ඇති කිරීම සඳහා දායක වෙනවා.

මූල්‍ය පහසුකම් සැපයීමේ ක්‍රමවේදය නොහොත් මූල්‍ය සම්පාදන මාර්ග යටතේ කුඩා, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය පමණක් නොව, වෙනත් ඕනෑම ආදායම් උත්පාදන මාර්ගයක් වැඩි දියුණු කිරීම තුළින් ප්‍රමුඛතාව දැක්විය යුතු විශේෂයෙන් අඩු ආදායම් ලාභී ජනකොටස් වල ජීවන තත්ත්වය ඉහළ නංවාලීම සඳහා විශේෂ වැඩසටහනක් ක්‍රියාත්මක කරනවා. කිසියම් ව්‍යවසායයක් ඇරඹීම සඳහා මූල්‍ය පහසුකම් ලබා ගැනීමට දුෂ්කර අය වෙත මූල්‍ය පහසුකම් ලබාදීම සඳහා ප්‍රතිමූල්‍ය සහිත ණය පහසුකම් සැපයීම, ණය ඇප ආවරණ ලබාදීම සහ පොලී සහනාධාර ණය යෝජනා ක්‍රම ක්‍රියාත්මක කිරීම ආදී ක්‍රමෝපායයන් අනුගමනය කිරීම මේ යටතේ සිදු කෙරෙනවා. මේ තුළින් රටේ නිෂ්පාදිතය වැඩි කිරීම සඳහා සියලුම ජන කොටස් සම්බන්ධ කර ගැනීමට උත්සාහ කරනවා. එයින් රටේ නිෂ්පාදනය ඉහළ ගොස්,ආදායම් මාර්ග ඉහළ යාමෙන් ව්‍යවසායක ඔබේ ඉතිරිකිරීම් මෙන්ම තවදුරටත් ව්‍යාපාරයන් පුළුල් කිරීමට හා නව ව්‍යාපාර ඇරඹීමට ද අවස්ථාව උදා වෙනවා.

මෙම මූලික අරමුණු ඉටු කර ගැනීම පිණිස රටේ ප්‍රමුඛතාව දැක්විය යුතු ප්‍රදේශවල වෙසෙන පිරිස් වෙත පහත සඳහන් අංශ යටතේ බලපත්‍රලාභී වාණිජ බැංකු හා බලපත්‍රලාභී විශේෂිත බැංකු හරහා මූල්‍ය පහසුකම් සැපයීම සිදු කරනවා.

1. කෘෂි කර්මාන්ත නංවාලීම සඳහා
2. දිළිඳුභාවය දුරු කිරීම සඳහා
3. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය සඳහා
4. ආපදාවන්ට ලක් වූ ව්‍යාපාර යළි ගොඩ නැංවීම සඳහා

මෙලෙස විශේෂිත අංශ සඳහා රටේ පවතින බැංකු ක්‍රමය හරහා මූල්‍ය පහසුකම් සැපයීමට කටයුතු කරන අතර මෙම නිෂ්පාදන කාර්යයන්හි නියැලෙන පිරිස්වලට අවශ්‍ය ව්‍යවසායික දැනුම ලබාදීමට ද ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව කටයුතු කරනවා.

ඊට අමතරව, අලුතින් ව්‍යාපාර ඇරඹීමටත්, සුනාමි, ගංවතුර, නියඟය වැනි ස්වාභාවික ව්‍යසනයන්ගෙන් මෙන්ම දශක දෙකකට වැඩි කාලයක් පැවති ජන වාර්ගික ගැටුම්වලින් පීඩාවට පත් උතුරු නැගෙනහිර පළාත්වල ජනතාවගේ ව්‍යාපාර හා ආදායම් උත්පාදන කටයුතු පුනරුත්ථාපනය සඳහා ද විශේෂයෙන් සැලසුම් කරන ලද වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරනවා.

මෙම වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරන අතරතුර ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව පහත සඳහන් ආයතන හා ඒකාබද්ධව දිවයිනේ විවිධ පළාත්වල සමාජයේ විවිධ ජන කොටස් සඳහා විවිධ ක්ෂේත්‍රයන් පිළිබඳව දැනුම්වත් කිරීමේ වැඩසටහන් පවත්වනවා.

- රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික බැංකු ආයතන
- කාන්තා කාර්යාංශය
- සමෘද්ධි අධිකාරිය
- ප්‍රජා මූල සංවිධාන

- ගොවි සංවිධාන
- දිවිනැගුම ප්‍රජා මූල සංවිධාන
- වෙළෙඳ හා කර්මාන්ත සංවර්ධන මණ්ඩලය
- කෘෂිකර්ම සංවර්ධන හා පර්යේෂණ අමාත්‍යාංශය
- සත්ව නිෂ්පාදන හා ග්‍රාමීය ප්‍රජා සංවර්ධන අමාත්‍යාංශය
- පසු අස්වනු තාක්ෂණ ආයතනය
- සම්ප්‍රදායික කර්මාන්ත සංවර්ධන අමාත්‍යාංශය
- ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී ආයතන
- ශ්‍රී ලංකා ප්‍රමිති ආයතනය

පුහුණු වැඩසටහන්වල දී,

- ප්‍රතිලාභීන් සංවිධාන ගත කිරීම
- කණ්ඩායම් ගත කිරීම
- ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාරික දැනුම වර්ධනය කිරීම
- මූල්‍ය සාක්ෂරතාවය වැඩි දියුණු කිරීම
- නව නිෂ්පාදන සඳහා අගය එකතු කර වැඩි ආදායමක් ලබා ගැනීම
- නිෂ්පාදන තත්ත්වය ඉහළ නැංවීම
- ප්‍රතිලාභීන්ගේ නිෂ්පාදන පිළිබඳව ජනතාව දැනුම්වත් කිරීම පිණිස වෙළෙඳ හා අධ්‍යාපනික ප්‍රදර්ශනවලට සම්බන්ධ වන ආකාරය
- ව්‍යවසායකත්ව කළමනාකරණය
- ගිණුම්කරණය
- නවීන තාක්ෂණය පිළිබඳව දැනුම වැඩි දියුණු කිරීම

සම්බන්ධයෙන් අත්‍යවශ්‍ය දැනුම ඉලක්ක ගත ප්‍රජාව වෙත ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව ලබා දෙනවා.

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව ක්‍රියාත්මක කරන ණය යෝජනා ක්‍රම

ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව විසින් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර අංශයට මූල්‍ය පහසුකම් ලබාදීමට ක්‍රියාත්මක කරන ඉතා සුවිශේෂී ණය යෝජනා ක්‍රමයක් ලෙස "සෞභාග්‍යා" ණය යෝජනා ක්‍රමය හඳුන්වා දෙන්න පුළුවන්. එමෙන්ම විවිධ ප්‍රදේශවලට පමණක් සීමා වී ක්‍රියාත්මක කරන ණය, ස්වයං රැකියා ආරම්භ කිරීමට ලබාදෙන ණය ආදී ණය පහසුකම්ද ලබා දෙමින් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායන් සංවර්ධනයට දායකත්වය ලබා දෙනවා.

මෙම අංශය යටතේ ක්‍රියාත්මක වන ණය යෝජනා ක්‍රම පහතින් දක්වා තිබෙනවා.

සෞභාග්‍යා ණය යෝජනා ක්‍රමය

පොලී අනුපාතය : වාර්ෂිකව 8%
මාසිකව 0.67%

ණය කාල සීමාව : මාස 6 ක සහන කාලයක් සහිතව උපරිම අවුරුදු 5 යි. මාසික වාරික 60 කින් ගෙවීම සඳහා වූ මෙම ණය ගෙවීමේ උපරිම කාලය එක් එක් ව්‍යාපෘතීන් අනුව වෙනස් වේ.

ලබාගත හැකි උපරිම ණය මුදල : රු. දශ ලක්ෂ 25 කි. අදාල ව්‍යවසායකයාගේ ව්‍යාපාරයේ ප්‍රමාණය, ගෙවීමේ හැකියාව, ඇප සුරැකුම් ආදිය සැලකිල්ලට ගෙන ණය මුදලේ ප්‍රමාණය තීරණය වේ.

ණය ලබාගත හැකි ව්‍යාපෘති : සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපෘති අලුතින් ආරම්භ කිරීමට පවතින ව්‍යාපෘති පුළුල් කිරීමට නවීකරණය කිරීමට හා නව තාක්ෂණය යොදා ගැනීමට

ක්‍රියාත්මක වන ප්‍රදේශ : ශ්‍රී ලංකාවේ සියලුම දිස්ත්‍රික්කවල

ණය මුදල් ලබාගත හැකි මූල්‍ය ආයතන : ලංකා බැංකුව, මහජන බැංකුව, හැටන් නැෂනල් බැංකුව, කොමර්ෂල් බැංකුව, සම්පත් බැංකුව, යූනියන් බැංකුව, ඉන්දියන් බැංකුව, නේෂන්ස් ට්‍රස්ට් බැංකුව, ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන

බැංකුව, සණස සංවර්ධන බැංකුව, ලංකා පුත්‍ර සංවර්ධන බැංකුව, ඩී.එෆ්.සී.සී. බැංකුව, එන්.ඩී.බී. බැංකුව, සෙලාන් බැංකුව

ස්වයං රැකියා ප්‍රවර්ධන ණය යෝජනා ක්‍රමය

පොලී අනුපාතය : වාර්ෂිකව 9% මාසිකව 0.75 %

ණය කාල සීමාව : මාස 8 ක සහන කාලයක් සහිතව උපරිම අවුරුදු 4 යි. මාසික වාරික 48 කින් ගෙවීම සඳහා

ලබාගත හැකි උපරිම ණය මුදල : රු. 500,000 කි.

අදාල ව්‍යාපෘතියේ ප්‍රමාණය, ඇප සුරැකුම්, ගෙවීමේ හැකියාව ආදිය සැලකිල්ලට ගෙන ණය මුදලේ ප්‍රමාණය තීරණය වේ.

ණය ලබාගත හැකි ව්‍යාපෘති : පිළිගත් වෘත්තීය ආයතන සහතිකයක් හිමි සහ කෙටි කාලීන ව්‍යවසායකත්ව පුහුණුවක් ලැබූ අයදුම්කරුවන්ගේ පිළිගත හැකි ඕනෑම ව්‍යාපෘතියක්

ක්‍රියාත්මක වන ප්‍රදේශ : ශ්‍රී ලංකාවේ සියලුම දිස්ත්‍රික්කවල

ණය මුදල් ලබාගත හැකි මූල්‍ය ආයතන : ලංකා බැංකුව, මහජන බැංකුව, ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන බැංකුව, හැටන් නැෂනල් බැංකුව, කොමර්ෂල් බැංකුව, සෙලාන් බැංකුව සම්පත් බැංකුව, එන්.ඩී.බී. බැංකුව, ඩී.එෆ්.සී.සී. බැංකුව,

මෙම ණය යෝජනා ක්‍රමය පහත සඳහන් ආයතනවලින් ලබාගත් වෘත්තීය පුහුණු සහතිකයක් ඇති තරුණ පිරිස් වලට ස්වයං රැකියා ආරම්භ කිරීම සඳහා ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන ණය යෝජනා ක්‍රමයක් වෙනවා.

- කාර්මික අධ්‍යාපන හා පුහුණු කිරීමේ දෙපාර්තමේන්තුව (DTET)
- තෘතීයික හා වෘත්තීය අධ්‍යාපන කොමිෂන් සභාව (TVEC)
- ජාතික ආධුනිකත්ව හා කාර්මික පුහුණු කිරීමේ අධිකාරිය (NAITA)
- ශ්‍රී ලංකා වෘත්තීය පුහුණු අධිකාරිය (VTASL)
- ජාතික තරුණ සේවා සභාව (NYSC)
- ලංකා ජර්මානු කාර්මික අභ්‍යාස ආයතනය (CGTTI)

මහා පරිමාණ කිරි නිෂ්පාදන සංවර්ධන ණය යෝජනා ක්‍රමය

කිරි කර්මාන්තයට අදාල වන ඕනෑම කටයුත්තක් සඳහා 6% ක වාර්ෂික පොලියට රුපියල් දශ ලක්ෂ 25 ක් දක්වා වූ ණය මුදල් මේ යටතේ ලබාගත හැකිවේ. මුළු දිවයින පුරා මෙම ණය යෝජනා ක්‍රමය ක්‍රියාත්මක වේ. වසර 5 කින් ණය මුදල් ගෙවා නිම කළ යුතුවේ. අඩුම තරමින් කිරි ගවයන් 07 දෙනෙකුවත් සිටින කිරි ගොවිපල මේ යටතේ ණය ලැබීමට සුදුසුකම් ලබයි.

ණය දෙනු ලබන්නේ :

ණය ලබාගත හැකි බැංකු : ලංකා බැංකුව, මහජන බැංකුව, හැටන් නැෂනල් බැංකුව, කොමර්ෂල් බැංකුව, සම්පත් බැංකුව, යුනියන් බැංකුව, නේෂන්ස් ට්‍රස්ට් බැංකුව, ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන බැංකුව, සණස සංවර්ධන බැංකුව, ලංකා පුත්‍ර සංවර්ධන බැංකුව, ඩී.එෆ්.සී.සී. බැංකුව, එන්.ඩී.බී. බැංකුව, සෙලාන් බැංකුව, එච්.ඩී.එෆ්.සී. බැංකුව

ණය ලබාගත හැකි කාර්යයන් වන්නේ.

- ගවයින් මිලදී ගැනීම සඳහා
- ගව නිවාස ඉදිකිරීමට
- නවීන යන්ත්‍ර සූත්‍ර භාවිතය සඳහා
- ගව ආහාර නිෂ්පාදනය
- කිරි ආශ්‍රිත කර්මාන්ත සහ වෙනත් ගවපාලන හා කිරි ආශ්‍රිත ව්‍යාපෘති ඇරඹීම සඳහා

7 සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර කළමනාකරණය

කළමනාකරණය යන්න ඔබට නිතරම ඇසෙන, ඔබද නිතර භාවිත කරන වචනයක්. "ඕන දෙයක් හරියට කළමනාකරණය කරන්න ඕනෙ" "ඕකට හේතුව කළමනාකරණයේ දුර්වලකමයි" "අපෝ.... එතන කිසිම කළමනාකරණයක් නැහැ" "ඒ ආයතනය මිනිහ නියමෙට කළමනාකරණය කරනවා" "ඒ මැනේජ්මන්ට් එක නියමයි" "ඒ කොම්පැනියේ මැනේජ්මන්ට් එක නම් මරු" ආදී කියමන් ඔබ කියලත් ඇති. අහලත් ඇති.

එහෙම කියන ඔබ එහෙම අසන ඔබ කළමනාකරණය කියන්නෙ මොකක්ද කියල දන්නවාද? ඇත්තටම කළමනාකරණය කියන්නෙ මොකක්ද ?

කළමනාකරණය ගැන හැඳින්වීමක්

ඕනෑම ව්‍යාපාර කාර්යයක් එහෙමත් නැතිනම් ව්‍යාපෘතියක් කරන විට එමගින් මුදුන් පමුණුවා ගැනීමට අපේක්ෂා කරනු ලබන අරමුණු හා පරමාර්ථ පවතිනවා. මේ සඳහා එම කාර්යයට යොදන මානව හා භෞතික සම්පත් කාර්යක්ෂම හා සඵලදායි ලෙස ප්‍රයෝජනයට ගතයුතු වෙනවා. එහි දී ඊට අදාල උප කාර්යයන් සැලසුම් කිරීම, සංවිධානය කිරීම, පාලනය කිරීම හා මෙහෙයවීම කළමනාකරණය ලෙස සරලව දක්වන්න පුළුවන්.

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ දී කළමනාකරණය යනු කුමක්ද?
ඕනෑම ව්‍යාපාරයකට සම්පත් තිබෙනවා. මිනිසුන් (Men), ද්‍රව්‍යය (Material), මුදල් (Money), භාවිත කරනක්‍රම (Method), යන්ත්‍රසූත්‍ර (Machine) සහ අලෙවිකරණය (Marketing) ලෙස මෙම සම්පත් ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළත් තිබෙනවා. මෙන්න මේ සම්පත් ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ අරමුණු මුදුන් පැමිණෙන ආකාරයට ඉතාම කාර්යක්ෂමව මෙහෙයවීම තමයි ඔබේ ව්‍යාපාරය සම්බන්ධයෙන් කළමනාකරණය කියල කියන්නෙ.

ඔබේ කළමනාකරණය සාර්ථකද?

ඔබ සතු සම්පත් නිසි ආකාරයෙන් මෙහෙයවීමට නිවැරදි සැලසුමක් පිළියෙල කළයුතුයි. එම සැලසුමට අනුව අවශ්‍ය දෑ සංවිධානය කිරීම අවශ්‍ය වෙනවා. සේවකයන් බඳවා ගැනීම හා එම සේවක පාලනය, නිෂ්පාදනයට භාවිත කරන අමු ද්‍රව්‍ය, යන්ත්‍ර සූත්‍ර, මුදල් ආදී සියලුම සම්පත් ඉතා මැනවින් ව්‍යාපාරික කටයුත්තට යොදවා ගැනීමත් ඒ ක්‍රියාවලියේ දී මනා නායකත්වයක් ලබා දීමත් මගින් හොඳින් ව්‍යාපාරය මෙහෙයවන්න අවශ්‍යයි. එවිට සේවකයන් දිරි ගැන්වීම, එක් එක් අංශ හා පුද්ගලයන් අතර සම්බන්ධීකරණය ආදියත්, සෑම දෙනා සමගම හොඳින්

තොරතුරු හුවමාරුවක් සිදුවීමත් අවශ්‍ය වෙනවා. මේ සියල්ල හොඳින් සිදුවේ නම් ව්‍යාපාරයේ අපේක්ෂිත අරමුණු සාර්ථක වීමට ඉඩ සැලසෙනවා. එවිට ඔබේ සේවකයනුත්, හිතවතුනුත්, ණයදෙනුකරුවනුත්, පාරිභෝගිකයනුත් ඔබට සම්බන්ධ සියලු දෙනාත් කියයි ඔහු සාර්ථකව කළමණාකරනය කරනවා කියලා.

කළමනාකරණය සාර්ථක කර ගැනීමට

සාර්ථක කළමනාකරණයක් පිළිබඳව මූලික කාරණා තුනක් දක්වන්න පුළුවන්.

- සම්පත් කාර්යක්ෂමව භාවිත කිරීම
- අවම පිරිවැයකින් උපරිම ප්‍රතිඵල ලැබෙන පරිදි ඒවා ඵලදායීව භාවිත කිරීම හා
- ව්‍යාපාරයේ අරමුණු මුදුන් පමුණුවා ගැනීමට සියලු කාර්යයන් ඉලක්ක ගත කිරීම

තවත් සරලව කීවොත් "කළයුතු දේ පමණක් කිරීම හා එය මනාව සිදු කිරීමයි."

''කාර්යක්‍ෂමතාවය යනු කරන දේ නිවැරදිව කිරීමයි

ඵලදායිතාවය යනු නිවැරදි දේ කිරීමයි''

- පීටර් ඩ්‍රකර්

කළමනාකරණ විද්‍යාවේ පිළිගැනීම වන්නේ කුමන මට්ටමේ කාර්යයක් වුවත් එය එහි කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය තුළ කටයුතු කළහොත් සෑම විටම නිවැරදි දේ කළ හැකිය යන්නයි.

කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය

ඉහත සඳහන් කළ කාරණා අනුව කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය වන්නේ 1. සැලසුම් කිරීම (Planning) 2. සංවිධානය කිරීම (Organising) 3. මාණ්ඩලීකරණය (Staffing) 4. අධ්‍යක්ෂණය කිරීම (Directing) 5. පාලනය කිරීම (Controlling) යන සිද්ධාන්තයන් ව්‍යාපාරය තුළ ක්‍රියාත්මක කිරීමයි. මේවා කළමනාකරණ කාර්යයන් කියලත් හඳුන්වනවා.

සැලසුම් කිරීම (Planning)

ඕනෑම කාර්යයකට සැලැස්මක් අවශ්‍යයි. අපගේ ජීවිතය පවත්වාගෙන යාමේ දීත් කිසියම් සැලැස්මක් තිබිය යුතුයි. නිවසක් තැනීමට යෑමේ දී, යම් උත්සවයක් පැවැත්වීමට යාමේ දී, වාහනයක් මිලදී ගැනීමට යෑමේ දී ආදී වශයෙන් සැලසුම් කිරීමක් නිතැතින්ම සිදුවන බව ඔබත් දන්නා දෙයක්. එසේ නම්, ව්‍යාපාරයක් සඳහා ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස ඔබ සතු මනා සැලැස්මක් පැවතිය යුතු බව අමුතුවෙන් කිවයුතු නැහැ.

සැලසුම් කිරීමේ දී , ආයතනය ළඟ කර ගැනීමට අපේක්ෂා කරන අරමුණු හා පරමාර්ථ පිළිබඳවත්, ඒ අනුව ආයතනය සාර්ථකව පවත්වා ගෙන යාම පිළිබඳවත් සැලසුම් කළ යුතුයි. ආයතනයේ අරමුණු මුදුන් පැමිණෙන ආකාරයට, පවතින අභ්‍යන්තර හා බාහිර සාධක සැලකිල්ලට ගෙන අරමුණු කරා ළඟ වීමට අවශ්‍ය කරන උපාය, උපක්‍රම, ක්‍රියාමාර්ග, වැඩසටහන්, නීති රීති ආදියද, ඊට ගැලපෙන ක්‍රියාකාරී වැඩසටහන් ද ඒ සියල්ල ආවරණය කිරීමට අවශ්‍ය අයවැය ලේඛනයක්ද ඔබගේ සැලැස්මට ඇතුළත් කරගත යුතුයි. එම සැලැස්ම මුළු ව්‍යාපාරයම ආවරණය වන පරිදි ඉහළ සිට පහළට වැඩකරන සේවකයන්ගේ අදහස් උදහස්වලට ගැළපෙන පරිදි එම සේවකයන් සම්බන්ධ කරගෙන කළයුතු දෙයක්. එමෙන්ම මේ සැලැස්ම ඊට සම්බන්ධ වී වැඩ කරන අයට හොඳින් වැටහෙන දෙයක් විය යුතුයි.

සංවිධානය කිරීම (Organising)

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සංවිධානය පිළිබඳව සලකා බැලීමේ දී අවශ්‍ය කොටස්වලට වැඩ බෙදා දීම, නැතිනම් වැඩ පියවරෙන් පියවර සම්බන්ධ කිරීම, ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ප්‍රමාණය අනුව එම බෙදා හරින ලද වැඩවලට සුදුසු තනතුරු ඇති කිරීම සහ ඒ තනතුරුවල සිටින පුද්ගලයින්ට නිදහසේ වැඩ කිරීමට අවශ්‍ය බලය ද ලබාදීම සිදු කළ යුතුවේ. එමෙන්ම මෙමගින් ඔබේ ව්‍යාපාරයට සුදුසු සංවිධාන සටහනක් සකසා ගැනීමෙන් වගකීම් හා කාර්යයන් බෙදී යන ආකාරය හොඳින් වටහා ගත හැකියි.

මාණ්ඩලීකරණය (Staffing)

සංවිධාන ගත කිරීමේ දී වැඩ බෙදීමක් සිදු වෙනවා. එවිට ඒ සඳහා සුදුසු තනතුරු පිහිටුවිය යුතු වෙනවා. ඒ තනතුරු සඳහා දක්ෂ, හැකියාවන් ඇති, සුදුසු අය ඔබේ ව්‍යාපාරයට එකතු කර ගැනීම, ඒ සේවකයන් පුහුණු කිරීම, ඒ අයට වැටුප් ගෙවීම, ඒ අය දිරි ගැන්වීම, ඔවුන්ගේ ක්‍රියාකාරකම් ඇගයීම, සුදුසු තැන්වලට මාරු කිරීම, ඔවුන්ගේ විනය සම්බන්ධ කටයුතු කිරීම ආදී සේවකයන් පිළිබඳව වන ක්‍රියාකාරකම් මාණ්ඩලීකරණය නමින් හඳුන්වනවා. ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ තරම අනුව මේවා පිළිබඳ තීරණයක් ගැනීම යෝග්‍යයි.

අධ්‍යක්ෂණය කිරීම (Directing)

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සේවයේ යෙදී සිටින අයට අදාල කාර්යයන්හි නිරතවීමට මග පෙන්වීම, ඔවුන් මෙහෙයවීම, ඔවුන්ව දිරිගැන්වීම, ඔවුන් සමග අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා නායකත්වය සපයමින් ව්‍යාපාරයේ කටයුතු මෙහෙයවීම අධ්‍යක්ෂණයයි. මෙහි දී ව්‍යාපාරයට හොඳ නායකත්වයක් ලබාදීම අවශ්‍ය වෙනවා.

ඔබේ සේවකයන් දිරි ගැන්වීම, සෑම විටම හොඳ නායකයෙකු කළයුතු දෙයක්. අගය කළ යුතු විට සේවකයන් අගය කළ යුතුයි. එය ඔබට කළහැකි පමණින් සිදු කළ යුතුයි. එවිට සේවකයන් සිය තැමැත්තෙන්ම තමන්ගේ වැඩ ටික කරල දෙයි.

සෑමවිට ම සියලු දෙනා සමගම ව්‍යාපාරය පිළිබඳව අදහස් හුවමාරු කිරීමත්, අධ්‍යක්ෂණ කාර්යයේ දී අතිශය වැදගත් වෙනවා. පහළම සේවකයෙකු තුළ වුවත්, ව්‍යාපාරයට හොඳ අදහස් තිබෙන්න පුළුවන්. ඒ වගේම ඔබේ ව්‍යාපාරය පිළිබඳව පහළම සේවකයන් පවා දැනගන්න ඕනේ. එහෙම දැනගන්න නම්, සුදුසු සෑම විටම සෑම කෙනෙකු සමගම සාකච්ඡාවේ, සම්මන්ත්‍රණයේ යෙදිය යුතුයි. එවිට ඔබේ ව්‍යාපාරයේ හොඳ නරක ආදී සියලුම තොරතුරු ඔබට ලැබෙනු ඇති. එයත් සාර්ථක කළමනාකරණයේ දී ඉතා වැදගත් දෙයක් වෙනවා.

පාලනය කිරීම (Controlling)

කළමනාකරණයේ දී සෑම අංශයක් පිළිබඳවම පාලනයක් පවත්වා ගැනීම පාලනය යනුවෙන් හඳුන්වනවා. මුදල් පාලනය කිරීම, බඩු බාහිරාදිය පිළිබඳ පාලනය, සේවකයන් පාලනය, නීති රීති කඩන්නේ නම් සොයා බැලීම, අයවැය පාලනය කිරීම, විනය පවත්වා ගෙන යෑම, කිසියම් නිෂ්පාදනයක් කරන්නේ නම් එම නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය පිළිබද පාලනය කිරීම, ව්‍යාපාර අභ්‍යන්තර පාලනය ආදිය මේ යටතට ගැනෙනවා.

සැලසුම් කිරීම ප්‍රධානයි. අපි සැලසුමකට අනුව වැඩ කරමු, ඒ තුළින් ව්‍යාපාරය සාර්ථක කර ගනිමු.

කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය පිළිබඳව ඉතා කෙටියෙන් හඳුන්වා දීමක් තමයි ඉහතින් සඳහන් කළේ. සාමාන්‍ය ජීවිතයේ දී මෙන්ම ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය කළමනාකරණය කිරීමේ දී ද ඉතාම වැදගත් අංගය වන්නේ ඔබේ ව්‍යාපාරය සැලසුම් කිරීමයි. මෙය ප්‍රධානයි. කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේ දී මෙය ඉතා වැදගත් කොට සලකනවා.

“පනින්න පෙර සිතා බලනු” කියා කියමනක් තිබෙන බව ඔබ දන්නවා. මෙම කියමනේ සැබෑ අර්ථය ගැන නොසිතා මෙසේ සිතන්න. සිතා බලන්නේ නැතිව යම් තැනකට පැන්නා කියල. එවිට සිදු වන්නේ ආපදාවක්. අහම්බෙන් වගේ හරියන්නත් පුළුවන්. ඒ වුණත්, වැඩිපුර සිදුවෙන්නෙ අනතුරක්. එහෙම නම් පනින්න පෙර සිතා බලන්න කියන්නේ ඕනෑම කාර්යයක් කරන්න පෙර ඒ ගැන හොඳින් සිතා, සැලසුම් සහගතව කළ යුතුයි යන්නයි.

සැලසුම් කිරීම සියල්ලටම පෙර සිදු විය යුතු අත්‍යවශ්‍යම අංගයයි. ඒ නිසා සැලසුම් කිරීම පිළිබඳව වැඩි තොරතුරු ප්‍රමාණයක් ඔබේ ව්‍යාපාරය සඳහා අවශ්‍ය නිසා කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේ අංක එකේ කාර්යය වන සැලසුම් කිරීම පිළිබඳව තවදුරටත් සාකච්ඡා කරමු.

සැලසුම මුල්ම පදනමයි.

සැලසුම් කිරීම යනු සියලුම කළමනාකරණ කාර්යයන් සඳහා වන මූලික අත්තිවාරම හෙවත් පදනමයි. සැලසුම් කිරීමේ දී සියලුම ව්‍යාපාරික තීරණ සහ ක්‍රියාමාර්ග සාකච්ඡාවට ලක් කරනවා. මෙහි දී විශේෂයෙන්ම ඉදිරි කාල පරිච්ඡේදය තුළ ඔබගේ ව්‍යාපාරය ගමන් කළ යුතු දිශාව සහ අත්කර ගතයුතු ප්‍රතිඵල හෝ පරමාර්ථ තීරණය කරනවා. ඒ අනුව, ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ කළමනාකරු හැටියට කුමක්, කෙසේ, කොපමණ, කවදා, කවුරුන් විසින්, කවර ආකාරයට සිදු කළ යුතුද යන්න සැලසුම් කරනවා.

සමාජයේ සිටින ඕනෑම පුද්ගලයෙකු තම එදිනෙදා කටයුතු සැලසුම් කර ගන්නවා. උදාහරණයක් ලෙස පුද්ගලයෙක් තමාගේ ආදායම ප්‍රයොජනවත් ලෙස වියදම් කරන ආකාරය පිළිබඳව සැලසුම් කරනවා. ගුරුවරයෙක් ඉදිරියේ දී තමන්ට ඉගැන්වීමට ඇති දේවල් පිළිබඳව සැලසුම් කරනවා. පාසල් දරුවෙක් තමාට ඊළඟට මුහුණ දීමට සිදුවන විභාගය පිළිබඳව සැලැස්මක් සාදා ගන්නවා. ව්‍යාපාරික සැලසුම් ඒවාටත් වඩා බැරෑරුම්. ව්‍යාපාරයකටද සැලසුම් අවශ්‍ය වන්නේ අනාගතයේ දී ව්‍යාපාරය පැවතිය යුතු ස්ථානය කොතැනකද යන්න කල් ඇතිව තීරණය කිරීම සඳහායි.

අනාගතය නොපෙනන දේවලින් ගහණයි. නැතිනම් අවිනිශ්චිතතාවන්ගෙන් පිරී පවතිනවා. ඒ නිසා අනාගතයට ගැලපෙන ආකාරයට සැලසුම් සකස් කිරීම දුෂ්කරයි. සැලසුමක් සකස් කිරීම සඳහා ඔබේ ව්‍යාපාරයේ අනාගත අපේක්ෂාවන් සහ අනාගතයේ දී සිදුවිය හැකි වෙනස්කම් පිළිබඳව දැක්මක් ඔබට තිබිය යුතුයි. අවිනිශ්චිතතාවලින් පිරි, නිරන්තර වෙනස්වීම්වලට

භාජනය වන, තරගකාරී පරිසරයකට ගැලපෙන පරිදි ව්‍යාපාරය මෙහෙයවා ගැනීමට උපකාරී වන ප්‍රධාන උපකරණය සැලසුම්කරණයයි. මෙහි දී වර්තමානයේ ඔබ මුහුණ දෙන ප්‍රශ්නවලට වඩා මැදි හා දිගු කාලීනව ඇතිවිය හැකි, සිදුවිය හැකි තත්ත්වයන්ට මුහුණදීම සඳහා වැඩපිළිවෙලක් සැකසීම ගැන අවධානය යොමු කරනවා.

මේ නිසා දිගු කාලීන, මධ්‍යකාලීන හා කෙටි කාලීන වශයෙන් සැලසුම් සකස් කරමින් අවශ්‍ය අවස්ථාවල දී සුදුසු උපායමාර්ග භාවිත කර ඔබේ ව්‍යාපාරය දිගු කාලයක් තුළ ඉතා සාර්ථකව ඉදිරියට පවත්වා ගැනීමට ඔබ සුදුසු පියවර ගත යුතුයි. නූතන ව්‍යාපාරික ලෝකය තුළ සැලසුම් කිරීමකින් තොරව ව්‍යාපාරික පැවැත්මක් ගැන සිතා ගන්නවත් නොහැකියි. සැලසුම් කිරීමේ දී ව්‍යාපාරයේ අරමුණ, අනාගත අවදානම, ආදායම් හා වියදම්, ව්‍යාපාරය සතු සම්පත්, සේවක මණ්ඩලය, නීති රීති හා රෙගුලාසි, තරගකාරී ආයතන, රජයේ ප්‍රතිපත්ති හා තීරණ ආදී සියලු දෑ සැලකිල්ලට ගෙන සැලසුම් සකස් කළ යුතු වෙනවා.

සැලසුම් කිරීම තුළින් ව්‍යාපාරයට ලැබෙන ප්‍රයෝජන අති මහත්

- සැලසුම මගින් ඔබේ ව්‍යාපාරයේ අරමුණු හා පරමාර්ථයන් වඩාත් පැහැදිලිව තීරණය වෙනවා.
- සැලසුම් ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සියලුම අනාගත කටයුතු සඳහා මග පෙන්වනවා.
- ව්‍යාපාරයේ අරමුණු/පරමාර්ථවලට ළඟාවීම සඳහා අනුගමනය කළයුතු ක්‍රියාමාර්ගයන් සැලසුම මගින් හඳුනා ගන්න පුළුවන්.
- ව්‍යාපාරයේ කාර්යක්ෂමතාව වර්ධනය කර ගැනීමට හැකියාව ලැබෙනවා.
- හිඟ සම්පත් ඵලදායි ආර්ථික කටයුතුවලට යෙදවිය යුතු ආකාරය පැහැදිලි කරගත හැකි වෙනවා.
- ව්‍යාපාරයේ පාලන කටයුතු පහසු වෙනවා.
- වෙනස්වන පරිසරය තුළ ඔබේ ආයතනයේ පැවැත්ම සහ එහි වර්ධනය තහවුරු කර ගැනීමට හැකියාව ලැබෙනවා.
- ඇතිවන අඩුපාඩු හඳුනාගත හැකිවෙනවා.
- එම අඩුපාඩු නිවැරදි කරගත හැකි වෙනවා.
- උද්ගතවන වෙනස්කම්වලට සුදුසු පරිදි ක්‍රියාකළ හැකි වෙනවා.
- නිතර නිතර පරීක්ෂා කර බැලීමෙන් ව්‍යාපාරය සැලසුමට අනුව ක්‍රියාකාරී වන්නේ ද යන්න දැනගත හැකිවෙනවා.
- සැලසුමෙන් බැහැර වන්නේ නම් ඉක්මන් ක්‍රියාමාර්ග ගතහැකි වෙනවා.
- සේවක මණ්ඩලය හොඳින් පාලනය කිරීමට මෙන්ම ඔවුන් දිරි ගන්වන්නත් පහසු වෙනවා. සේවකයන්ට වැඩ බෙදීමට, නිලතලවල පිහිටුවීමට සහ ඔවුන් ඇගයීම් ආදිය ද පහසු වෙනවා.
- ව්‍යාපාර කටයුතු අඛණ්ඩව සාර්ථකව ඉදිරියට කරගෙන යා හැකි වෙනවා.
- මුදල් පාලනය නිසි පරිදි කිරීමටද පහසු වෙනවා.
- ව්‍යාපාරයට සිදුවිය හැකි සියලු අවදානම්වලින් ව්‍යාපාරය ආරක්ෂා කර ගැනීමට හැකිවෙනවා.

මේ ආකාරයට විවිධාකාර වූ ප්‍රයෝජන රැසක් සැලසුම් කිරීම මගින් ඔබේ ව්‍යාපාරයට අත්වෙනවා.

සැලැස්මට අනුව සංවිධානය වන්න

කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේ තවත් වැදගත් අංගයක් වන්නේ සංවිධානය කිරීමයි. මේ පිළිබඳ කෙටි හැඳින්වීමක් අපි ඔබ වෙත ගෙන එනු ලැබුවා. ඕනෑම කටයුත්තක් සිදු කිරීමේ දී මනා ලෙස සංවිධානය කිරීම ද ව්‍යාපාර දියුණුවට ඉතා වැදගත් වෙනවා. ව්‍යාපාරයක් සැලසුම් කල පසු, එම සැලැස්මට අනුකූල වන පරිදි අවශ්‍ය සංවිධානය කිරීම සිදු කළ යුතු වෙනවා. පිළියෙල කර ගත් සැලසුමට අනුව කටයුතු කරන ඕනෑම පුද්ගලයෙකු මනා ලෙස තම ව්‍යාපාරය සංවිධානය කිරීම ද කළ යුතු බව කළමනාකරනය පිළිබඳ අදහස් දක්වන විද්වතුන්ගේ මතය වෙනවා.

එබැවින්, මනා ලෙස සැලසුම් සහගතව ව්‍යාපාරය මෙහෙයවන කළමනාකරුවෙකු සංවිධාන මූලධර්මයන් පිළිබඳවද සැලකිලිමත් විය යුතුයි.

සංවිධානයක් යනු

සංවිධානයක් කියන්නේ කුමක්ද කියා බැලීමේ දී නිශ්චිත අරමුණක් හෝ අරමුණු කිහිපයක් ඉටු කර ගැනීම සඳහා පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ ඊට වැඩි ගණනකින් යුත් කණ්ඩායමක් එක්රැස් වී ක්‍රියාත්මක වීම ලෙස දක්වන්න පුළුවන්. එනම්, යම් අරමුණක් හෝ අරමුණු උදෙසා පුද්ගල කණ්ඩායමක ක්‍රියාකාරීත්වයක් සංවිධානයක් ලෙස අර්ථ දක්වන්න පුළුවන්.

මෙසේ බලන විට ඔබගේ ව්‍යාපාර ආයතනයද සංවිධානයක් ලෙස පෙනෙනවා නේද?

ඕනෑම සංවිධානයකින් සිදුවන්නේ සාමූහිකව ක්‍රියා කිරීමෙන් ඉටුකරගත යුතු යම් අපේක්ෂාවක් මුදුන්

පමුණුවා ගැනීමයි. මෙයට හේතුව බොහෝ කාර්යයන් මිනිසාට තනිව ඉටුකරගත නොහැකි වීමයි. තනිව ඉටුකර ගැනීමට නොහැකි කාර්යයන් සාර්ථකව ඉටුකර ගැනීමට නම් පිරිසක් අවශ්‍ය බව මෙතෙක් ව්‍යාපාර කරගෙන යන ඔබ හොඳින්ම දන්නවා ඇති.

සංවිධානයක් ඇති වන්නේ සාමූහිකව ඉටු කර ගත යුතු අරමුණු දිනා ගැනීමටයි.
- ක්‍රිස් ආග්‍රිස් -

සංවිධානය වීම ව්‍යාපාරයකටම සීමා නොවෙයි

සංවිධානය වීම ව්‍යාපාර කටයුතු සඳහා පමණක්ම නොව පෞද්ගලික කාර්යයන්වල දී ද උවමනා වෙනවා. උදාහරණයක් ලෙස, අවමගුල් උත්සවයක කටයුතු කිරීමේ දී එයට කී දෙනෙක් සහභාගී වෙනවද, කාර්යයන් කීයක් සිද්ධ වෙනවද කියා ඔබම සිතා බලන්න. අපි ඊට කියන්නෙ, අවමංගල උත්සව සංවිධාන කටයුතු කියලයි. ඒ වගේම මංගල උත්සවයක දී ද ඒ ආකාරයටම කාර්යයන් ගණනාවක් පුද්ගල සමූහයක එකතුවකින් සාර්ථකව නිම වෙනවා. කෘෂි කාර්මික කටයුතුවල දී ද බොහෝ දෑ එලෙසම සිදුවෙනවා. ඒත් මෙම සංවිධාන ක්‍රියාවන්, ව්‍යාපාර කටයුතුවල දී සිදුවන ක්‍රියාවන්ට වඩා වෙනස් වෙනවා. මෙම කටයුතු වල දී පුද්ගලයන් අතර ක්‍රමවත් ආකාරයට වැඩ බෙදීමක් සිදුවන්නේ නැහැ. බලතල පිළිබඳ ප්‍රශ්නයකුත් සලකා බලන්න ඕනෙ නැහැ. මේවා බොහෝ විට මුදල් ගෙවීමකින් තොරවයි සිදුවන්නේ. එනම්, මේවා හිතවත්කම් මත සිදුවන බව ඔබ දන්නවා.

ව්‍යාපාර සංවිධානය යනු

ව්‍යාපාර සංවිධානය යන්න ඊට වඩා වෙනස් වෙනවා. මෙහි දී ව්‍යාපාරය තුල ක්‍රියාකාරී වන මිනිසුන් යම් යම් කටයුතුවලට යොදවා සංවිධානගත ආකාරයට මෙහෙයවීම ව්‍යාපාර සංවිධානය වන අතර කළමනාකරු නම් වූ විශේෂිත පුද්ගලයෙකුවිසින් ව්‍යාපාර සංවිධානය මෙහෙයවනු ලබයි.

කළමනාකරු යනු, අයිතිකරු හෝ අයිතිකරුගෙන් වෙනස්ව ව්‍යාපාර මෙහෙයවන පුද්ගලයායි. ඇතැම් විට පුද්ගල කණ්ඩායමක් වන්නටද පුළුවන්. ඔහුට කිසියම් බලධාරීත්වයක් විසින් බලතල ප්‍රමාණයක් ලබා දී තිබෙනවා. එම බලතල සීමාව තුල ඔහු විසින් කිසියම් සංවිධාන ව්‍යුහයක්ද පිළියෙල කරනවා. ඒ සංවිධාන ව්‍යුහය ඇතුළත සුදුසු තනතුරුත් පිහිටුවනවා. එම තනතුරු සඳහා සුදුසුකම් ඇති පුද්ගලයනුත් පත්කර ගන්නවා. එම පුද්ගලයන්ට කිසියම් නීති රීති රාමුවක් ඇතුලත සුදුසු පරිදි බලතල ලබා දී ව්‍යාපාර කටයුතු මෙහෙය වනවා.

ඉතිං මේ කටයුතු ඉහත දැක්වූ ආකාරයේ පෞද්ගලික ජීවිතයේ සාමාන්‍ය සංවිධාන කටයුතු වලට වඩා වෙනස් බව ඔබට පෙනෙනවා නේද?

ඒ වගේම මෙසේ මනාව සංවිධානය පිහිට වූ විට ඔවුන් අතර තොරතුරු හුවමාරුවත් හොඳින් සිදුවෙනවා. එය නිවැරදි ආකාරයට ඉහළ සිට පහළටත්, පහළ සිට ඉහළටත්, සේවකයන් අතරත් ගලා යන ආකාරයට සිදුවෙන්න ඕනේ. නමුත් ඉහත දැක්වූ ආකාරයේ පුද්ගල කටයුතු වල සංවිධානවල දී බොහෝවිට සිදුවන්නේ ඕපාදූප පැතිරයාමකුයි.

ඔබේ ව්‍යාපාරයට ඔබ හොඳ නායකයෙක්ද?

කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේ වැදගත් අංශ දෙකක් පිළිබඳව එනම්, ව්‍යාපාර සැලසුම් කිරීම හා සංවිධානය කිරීම පිළිබඳව ඉහතින් සාකච්ඡා කලා. මෙහි දී ඔබට ඉතාම වැදගත්ම සාධකයක් වන්නේ ඔබේ ව්‍යාපාරය මෙහෙයවීම නැතිනම් අධීක්ෂණය කිරීම පිළිබඳවයි. මෙම මෙහෙයවීමේ කාර්යයේ දී ඉතා වැදගත් පුද්ගලයා වන්නේ නායකයායි. ඕනෑම අවස්ථාවක අපි නායකයෙක් ගැන කතා කරනවා. පාසල් යන කාලෙ පන්ති නායකයා, ශිෂ්‍ය නායකයා, ක්‍රීඩා නායකයා, නිවාස නායකයා ආදී ලෙසත්, සමාජයේ දී විවිධ සමිති සමාගම් වල නායකයනුත් සිටිනවා. එමෙන්ම ඕනෑම රාජ්‍ය හෝ පෞද්ගලික ආයතන වලත් එය මෙහෙයවන්න නායකයෙකු සිටිනවා. පන්සලක, පල්ලියක, කෝවිලක වුවත් නායකයකු සිටිනවා. නිවසේ දී තාත්තා හෝ අම්මා නායක ක්‍රියාකාරකමක් තමයි කරන්නේ. රටක් ගත්තොත් එහි දී ඒ ආකාරයෙන්ම නායක ක්‍රියාවලියක් සිදුවෙනවා. මෙලෙස සෑම තැනකදීම විවිධ තරාතිරමේ නායකයන් අප දැක තිබෙනවා. සමහර වෙලාවට කිසියම් කාර්යයකට නායකයකු පත් කරගෙන එම කාර්යය අවසන් වීමත් සමග නායකත්වයද අවසන් වන අවස්ථා පවතිනවා. උදාහරණයක් ලෙස ග්‍රාමීය ප්‍රදේශ වල විනෝද ගමනක් යන විට නඩේගුරා කියන්නේ නායකයෙක්. ඔහු නායකයා වන්නේ එම ගමනේ අවසානය දක්වා පමණයි.

මේ සෑම නායකයෙකුම කරනු ලබන්නේ මෙහෙයවීමක්. ඒ වගේම අප කතා කරන මෙම සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර මෙහෙයවන ඔබද නායකයෙක් වෙනවා. ඉතින් මේ නායකයන් ආවාට ගියාට පත් වන ඔහේ දුවන නායකයන් වෙන්න නම් බැහැ. එවැනි නායකයන්ට මෙම ව්‍යාපාර ක්ෂේත්‍රය තුල ඉන්න ඉඩකුත් නැහැ.

ඔබ අහලා ඇතිනෙ, “මිනිහගේ නායකත්වය නම් අන්තිමයි”, “අපෝ හරි දුර්වල නායකයෙක්”, “මිනිහගේ කාලෙ තමයි ඔක කැවේ”, “අන්න ඒකට මිනිහා නියමෙට

ආයතනෙ හැදුවා", "මිනිහා මාර නායකයෙක්", "අපට මිනිහගෙ වැඩ ගැන හරි ආඩම්බරයි", "මිනිහ එක්ක වැඩ කරන්නත් ආසයි", වගේ කියමන්.

ඒ හින්දා අප කතා කරන මේ නායකයා නියම නායකයෙක් වෙන්න ඕනෑ. ඔහු ක්‍රමවත්ව කටයුතු කරන, ක්‍රමවත් ආකාරයට, නීත්‍යානුකූලව ආයතනය මෙහෙයවන සැලසුම්සහගතව ක්‍රියා කරන අයෙක් විය යුතු බව මුලින්ම අප සිහියට ගත යුතුයි.

මෙහෙම බලන විට අපට අපේ ව්‍යාපාර වලට නම් අවශ්‍ය වෙන්නේ කළමනාකරණ නායකයෙකු බව පැහැදිලියි. ඒ කියන්නේ නිවැරදි දේ නිවැරදිව කරන අයෙක් නේද?

එහෙම නම් මේ නායකයා කියන්නේ කාටද?

"යම් අරමුණක් ඉටුකර ගැනීමට කණ්ඩායමක් මෙහෙයවිය හැකි පුද්ගලයා නායකයායි" කියලත් කියනවා.

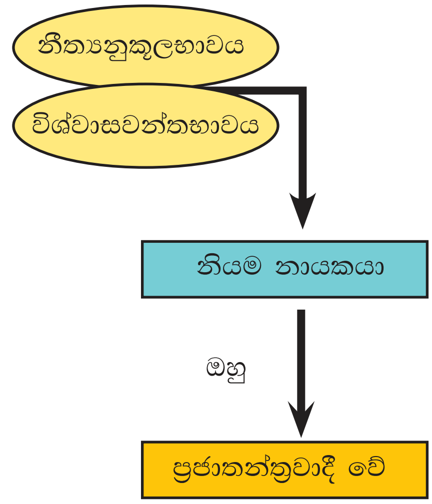
ඒ වාගේම, "සංවිධානයක අරමුණු ඉටුකර ගැනීම සඳහා බලපෑම් කරන්නාත් නායකයා" ලෙස දක්වනවා.

සමහර පිරිස් "සංවිධානයක අරමුණු ඉටු කරගැනීම සඳහා ගනු ලබන ප්‍රයත්නයේදී එයට සහභාගීවන්නන් ස්ව කැමැත්තෙන්ම සහභාගී කර ගැනීමට බලපෑම් කරන්නා නායකයා" කියලත් කියනවා.

ඉතින් ඔහොම බලන කොට ඔබට හැඟෙයි ඔබ නායකයෙක්ද කියල. ඒ වාගේම නායකයෙකු වන්නට නම්,

1. නීත්‍යානුකූල භාවයක් අවශ්‍යයි.
2. සෙසු අයගේ විශ්වාසය දිනා ගන්නත් අවශ්‍යයි.

මේ කාරණා දෙකෙන්ම පරිපූර්ණ වන පුද්ගලයා නියම නායකයෙකු කියලයි කියන්නේ. එසේ බලනවිට, නීත්‍යානුකූලව කටයුතු කල පමණින් සේවක විශ්වාසය නැත්නම් කෙනෙක් නායකයෙක් වෙන්නෙ නැහැ. ඒ වාගේම විශ්වාසය දිනාගත්තට වැඩක් නැහැ. නීත්‍යානුකූලව වැඩ කටයුතු කරන්නේ නැතිනම්, එසේ සිතන විට විශ්වාසයක් දිනා ගන්නත් බැරි නම්, නීත්‍යානුකූලභාවයකුත් නැත්නම්, නායකයෙක් වෙන්නෙ නැහැ



නීත්‍යානුකූල භාවයත් පවතින හා විශ්වාසය දිනා ගන්නා අයෙක් නියම නායකයා ලෙස කළමනාකරණයේ දී පිළිගන්නා බැවින්, නායකත්වය කියන එක පරම්පරාවෙන් පරම්පරාවට ජාති, කුල, ආගම්, දුප්පත්, පොහොසත් භාවය මත සිදුවන්න පුළුවන් කමක් නැහැ. ඒ කියන්නෙ ඓතිහාසික නායකත්වය පිළිගන්න බැහැ කියන එකයි. සමහර ව්‍යාපාරිකයන් එහෙම හිතනවා. තම පරම්පරාව, ධනය, කුලය, බලය ආදිය මත තමාගේ ව්‍යාපාරය ඇරඹුවා නම් එය තමා සෙසු අය පිළිගත යුතු නායකත්ව රටාව කියල. නමුත් මේ සම්ප්‍රදායික නායකත්ව රටාව මෙතරම් දියුණු යුගයකට යෝග්‍ය නොවන බව සිතේ තබා ගන්න එක තමයි හොඳ.

ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී නායකයා

නියම නායකයා අප කවුරුත් පිළිගන්නවා මෙන්ම ඔහුට නීත්‍යානුකූල භාවයකුත් තිබෙනවා. එම නිසා ඇත්තටම නියම නායකයකු වීමට නම් ව්‍යාපාරික ඔබද ඇතුළු සියලුම නායකයින් ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී නායකයින් විය යුතුයි. සෑම පාර්ශවයක් ගැනම සිතා බලා කටයුතු කරන, සැමට සුභවාදී තීරණ ගන්නා, සියලුම දෙනා පාලනයට සහභාගී කර ගැනීමට මේ නායකයා ක්‍රියා කරනවා. එවිට සියල්ලෝම ඔහු වටා රොක් වෙනවා. මෙලෙස කටයුතු කරන නායකයා මිනිසුන් සමග සුහදව සාකච්ඡා කරනවා. අනවශ්‍ය ලෙස බැන නොවදින අතර, සියල්ල දන්නේ මම තමයි කියා නොසිතයි/ නොකියයි. අවවාද සුදුසු පරිදි ලබා දෙනවා. අවවාද දීමටද සුදුසු තැනක් තෝරා ගන්නවා. තම කළමනාකරුවන් හෙම්බත් කිරීම ඔහුගේ ක්‍රමය නොවේ. ඔහු නිතරම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී මූලධර්ම අනුගමනය කරයි. ඒ නිසා සාර්ථක ව්‍යවසායකයන් අනුගමනය කරන නායකත්ව රටාව වන්නේ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී නායකත්ව රටාවයි.

ඒ නිසා ඔබ කිසිදු අවස්ථාවක ඒකාධිපති මූලධර්ම මත පදනම් වූ නායකත්ව රටාවක් අනුගමනය කිරීමට උත්සහ ගන්න එපා. තමා සියලුම දේ දන්නවා යැයි සිතන, සියලුම තීරණ තමා විසින්ම ගනු ලබන, සෙසු අයට බැන වදින සේවකයින් ඇගැයීමට ලක් නොකරන මෙම ඒකාධිපති නායකත්ව රටාවෙන් බැහැරව ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී නායකත්ව රටාව අනුව කටයුතු කිරීමට සූදානම් වන්න.

ව්‍යාපාරික ඔබ මෙම නායකත්ව ගති ලක්ෂණ ඔබ තුලත් පවතිනවාදැයි සිතා බලන්න.

කළමනාකරුවෙකු ලෙස ඔබ සේවකයන් දිරිමත් කළ යුතුයි.

කළමනාකරණයේ දී අප මෙතෙක් සාකච්ඡා කළ කරුණු අනුව කළමනාකරුවන් මනා ලෙස ව්‍යාපාර සැලැස්මක් සකස් කරගත් පසුව ඊට අනුරූපව සංවිධාන කටයුතු පිළියෙල කර ගන්නවා. ඒ වගේම සෑම ව්‍යාපාරිකයෙක්ම නායකයෙකු වන බවත් අප දැන ගත්තා. එම නායකයා සාර්ථක නායකයෙකු වීමට නම්, ඔහු සෙසු අය පිළිග න්නා, නීත්‍යානුකූල බලය ඇති නියම නායකයෙකු වෙන්න ඕනෑ කියලත් අප සාකච්ඡා කළා. ඉතින් මේ නියම නායකයා සෑම විටම නිවැරදිව දේ නිවැරදි කිරීමට උත්සාහ ගන්නා බවත් දැන් ඔබ දන්නවා.

සේවකයන් දිරි ගැන්වීම (අභිප්‍රේරණය)

ඉතින් නායකයෙකු හරි දේ කරනවිට එය තනිව කළ නොහැකියි. ඒ සඳහා සේවක පිරිසකුත් උවමනා වෙනවා. මේ සේවක පිරිසත් හොඳින් නිවැරදි දේම අවබෝධයෙන් යුතුව ඉටු කළහොත් තමයි, එම ව්‍යාපාරය සාර්ථක වෙන්නෙ. එහෙම සාර්ථක වෙන්න නම් එම සේවකයන් දිරි ගන්වන්න ඕනෑ. සේවකයන් දිරි ගැන්වීමට කළමනාකරණයේ දී අභිප්‍රේරණය (Motivation) කියලක් කියනවා. ඇත්තටම තම සේවකයන් පෙළඹවීමට ලක් කිරීමට නායකයා ලෙස කළමනාකරුට හැකි විය යුතුයි. ව්‍යාපාරයේ සාර්ථක පැවැත්මටත්, දිගු කාලීනව ව්‍යාපාරය කරගෙන යාමටත් එය බෙහෙවින් ඉවහල් වෙනවා. එම නිසා ඔබත් ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සේවකයින් දිරිගැන්වීමට ලක් කළ යුතු වෙනවා.

අභිප්‍රේරණය යනු කුමක්ද?

මොකක්ද මේ අභිප්‍රේරණය නැතිනම්, දිරිගැන්වීම කියල කියන්නෙ. යම් ආයතනයක/ ව්‍යාපාරයක සේවකයින්ගෙන් උපරිම දායකත්වයක් ව්‍යාපාරය වෙත එම සේවකයන්ගේ කැමැත්තෙන් හා තෘප්තියෙන් යුතුව ලබා ගැනීමට ඔවුන් පෙළඹවීමයි.

ඒ කියන්නෙ, සේවකයන් ඉටු නොවූ උවමනාවක් ඉටු කර ගැනීමට මහත් ආශාවක් දක්වන නිසා එම උවමනාවන් ඉටු කර ගැනීමට හැකිවේ යැයි සිතා ආයතනය තුල වැඩ කරන බවත්, එම උවමනාවන් ඉටු කර ගැනීමට උදව් කිරීම මගින් සේවකයන් ආශාවෙන් යුතුව ස්ව කැමැත්තෙන්ම වැඩ කිරීමට පෙළඹෙන බවයි. එසේ නම් එම උවමනාවන් ඉටු කර ගැනීමට ඔබත් සේවකයන්ට උදව් කරන අයෙකු වෙන්න ඕනෑ.

> ඔබ කළමණාකරුවකු ලෙස සේවකයන්ගේ උවමනා හා අවශ්‍යතා පිළිබඳ මනාව අවධානය යොමු කළ යුතුයි. ඒ පිළිබඳව වැටහීමකින් තොරව අභිප්‍රේරණය දුෂ්කරයි. ඔබත් ඔබේ සේවකයන්ගේ අවශ්‍යතා හා උවමනා වල විවිධත්වය තේරුම් ගන්න උත්සහ කළ යුතුයි. එවිට ඔබේ ව්‍යාපාරය බෙහෙවින්ම සාර්ථක වෙනවා.

මිනිසුන් ස්ව කැමැත්තෙන්ම සේවයට පෙළඹවීම

මේ පිළිබඳව තවදුරටත් සලකා බැලුවහොත් සේවකයන් ස්ව කැමැත්තෙන්ම විනෝදජනක ලෙස සේවය කිරීමට ආශාවක් ඇති කිරීම අභිප්‍රේරණය වන නමුත් මෙය මහත් අපහසු කාර්යයක් බව මතක තබා ගත යුතුයි. යන්ත්‍ර සූත්‍ර, උපකරණ, රථ වාහන, අමුද්‍රව්‍ය ආදිය ඕනෑම අවස්ථාවක ඕන විදියට මෙහෙයවීමට පුළුවන් වුවත්, මිනිසුන් වැඩට මෙහෙයවීම එහෙම පහසු නැහැ. ඊටත් වඩා අමාරු, දුෂ්කර කාර්යය වන්නේ එම මිනිසුන් ස්ව කැමැත්තෙන් සේවයට පෙළඹවීමයි. ඔබේ ආයතනය නියම කරගත් අරමුණු කරා මෙහෙයවීම තමයි, ඔබ කළමනාකරු ලෙස කළ යුතු වන්නේ. එයම තමා අතිශය දුෂ්කර වන්නේත්, එබැවින් මෙම මිනිසුන් වැඩට පෙළඹවීම හොඳ කල්පනාවෙන් යුතුව කළයුතු වැඩක්.

එබැවින් ඔබ කළමනාකරුවකු ලෙස සේවකයන්ගේ උවමනා හා අවශ්‍යතා පිළිබඳ මනාව අවධානය යොමු කළ යුතුයි. ඒ පිළිබඳ වැටහීමකින් තොරව අභිප්‍රේරණය දුෂ්කරයි.

සේවකයන්ගේ අවශ්‍යතා හා දුක් ගැනවිලි පිළිබඳ සැලකිලිමත්වීම

ඔබ ඔබේ සේවකයන්ට දක්වන මිත්‍රශීලීභාවය, ලෙන්ගතුකම අනුව ඔවුන්ද ඔබට ප්‍රතිචාර දක්වනවා. ඒවාගේම සැමවිටම තම සේවකයන්ට මිත්‍රයන් ලෙස සැලකිය යුතුයි. ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතා හා දුක්ගැනවිලි පිළිබඳ සැලකිලිමත් විය යුතුයි. හොඳින් කතා කර ඔවුන්ගේ අඩුපාඩු පෙන්වා දිය යුතුයි. ඔවුන්ගේ අදහස්වලට ගරු කළ යුතුයි. එම අදහස් පිළිබඳව ඔවුන් සමග සාකච්ඡා කළ යුතුයි. මේවා වියදමකින් තොරව, මූල්‍ය ප්‍රතිපාදනයකින් තොරව ඔබේ සේවකයන් පෙළඹවිය හැකි ක්‍රමවේද බව සිතට ගන්න. මිනිසුන්ගේ සේවය සැමවිටම මුදලින් මනින්න බැහැ. මුදලට සියල්ල සලකා බැලූ යුගයකුත් තිබුණා. නමුත් "ඔක්කොම සල්ලි වලින් කරන්න පුළුවන්."

යැයි කියා සිතූ කාලයේ මෙන් සිතන ව්‍යවසායකයන් අදත් සිටිනවා. එය හොඳ කළමනාකරණ චින්තනයක් නම් නොවෙයි. මෙවැනි දේ කළමනාකරණය විසින් බැහැර කළ දේවල් හැටියට පෙන්වා දෙන්න පුළුවන්.

සෑම වේලාවකදීම මිනිසුන්ගේ සේවය සල්ලිවලින් මනින්න පුළුවන්ද

සෑම වේලාවකදීම මිනිසුන්ගේ සේවය සල්ලි වලට ගන්න බැහැ කියල ඔබටත් දැනිලා ඇති. මිනිස්සු මුදලට වඩා සමාජීය අවශ්‍යතා කෙරේ උනන්දු වෙනවා. ඒ නිසානෙ සේවය පැය අටකට වැඩිවනවා නම්, අතිකාල දීමනා ලබා දෙන්නෙ. සේවකයින්ට හොඳ වැඩ පරිසරයක් ඉල්ලීම, ආලෝකය හා පිරිසිදු වාතාශ්‍රය ඇති ආරක්ෂිත තැන්වල, ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී නායකයන් යටතේ කණ්ඩායමක් ලෙස සෙසු අය සමග එක්වී තම වැඩ කටයුතු කරන්න මිනිස්සු කැමතියි. විශේෂයෙන් සේවකයින් වැටුපටත් වඩා වැඩ පරිසරයට උනන්දු වෙනවා. සේවය අගැයීමට ලක් කරන, සුදුස්සාට සුදුසු තැන ලබා දෙන, වැරදි වලට දඬුවම් ලබා දෙන, අපක්ෂපාතී කළමනාකරුවන්ට සේවකයන් කැමැත්තක් දක්වනවා. මෙය අසීරු කාර්යයක්, ඒ වුණත් එය සිදු කළොත් තමයි ඔබේ ව්‍යාපාරය සාර්ථක වන්නේ. මේවා ප්‍රජාතන්ත්‍රවා දී නායකයන්ට නිවැරදිව කරන්න පුළුවන් කියලත් කළමනාකරණයේ දැක්වෙනවා.

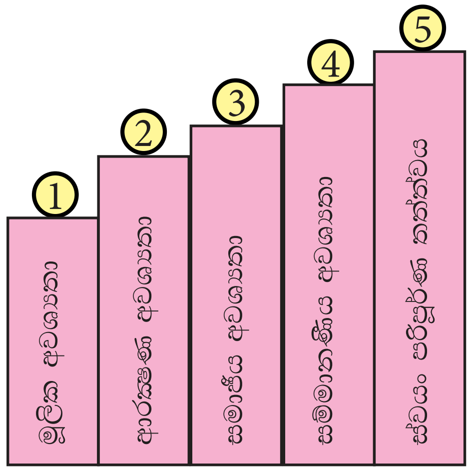
ඉතින් මෙ ලෙස සේවකයන් තෘප්තිමත්වීම, නැතිනම් ස්ව කැමැත්තෙන් සේවයට පෙළඹවීම හා ඒ තුලින් මිනිසුන් කාර්යයට පෙළඹවීම පිළිබඳ විවිධාකාර වූ න්‍යායන්ද කළමනාකරණයේ දී ඉදිරිපත්කර තිබෙනවා. එලෙස ඉදිරිපත්කර ඇති න්‍යායන් රැසක් තිබුණත්, මිනිසුන් පියවරෙන් පියවර අභිප්‍රේරණයවීම පිළිබඳව දැක්වෙන ඉතා ජනප්‍රිය න්‍යායක් පමණක් සරලව මෙහි ඇතුලත් කරනවා.

මිනිස් අවශ්‍යතා පිළිබඳ ධුරාවලිය

මිනිස් අවශ්‍යතා පිළිබඳ ධුරාවලිය ඉදිරිපත් කරන ලද්දේ ඒබ්‍රහම් මැස්ලෝ නැමැති කළමනාකරණ විද්‍යාඥයා විසිනි. ඔහුට අනුව මිනිසුන් තම අවශ්‍යතා පියවරෙන් පියවර මුදුන් පත් කර ගන්නවා.

මැස්ලෝ පළමුව දක්වන්නේ මිනිසුන්ට මූලික අවශ්‍යතා රැසක් තිබන බවයි. එනම් ගේදොර, ඉඩකඩම්, රැකියා යනාදියයි. මුලින්ම එම අවශ්‍යතා මුදුන් පමුණුවා ගැනීමට සේවකයන් උනන්දු වෙනවා. එමෙන්ම මේ අවස්ථාවෙන් පසුව ආරක්ෂණ අවශ්‍යතාව පිළිබදව සේවකයන් බලාපොරොත්තු වෙනවා. ඒ කියන්නේ රැකියාවේ ආරක්ෂාව, තම පෞද්ගලික ආරක්ෂාව, ගේ දොර ආරක්ෂාව ආදී දේවල් ගැනයි.

එම අවශ්‍යතා වන්ගෙන් තෘප්තිමත් වූ සේවකයන් ඊට පසු සාමාජීය අවශ්‍යතා පිළිබඳව එනම්, ආදරය, කරුණාව, විවාහය,හා පවුල් ජීවිතය පිළිබඳවත්, ඒවා සාර්ථක කර ගැනීම සඳහාත්, එම අවශ්‍යතා මුදුන් පත් කර ගැනීමටත් උත්සාහයක යෙදෙනවා.



ඉන්පසු සම්මානනීය අවශ්‍යතා පිළිබඳව සිතන සේවකයන් තනතුරු, තාන්න මාන්න උසස් වීම් ආදිය පිළිබඳවත් සෙසු අයගෙන් ගෞරවය හා ඇගැයීම ලැබීම ආදියත් අපේක්ෂා කරනවා.

ඉන් සෑහීමකට පත් වූ සේවකයන්, ඉන් පසුව ස්වයං පරිපූර්ණත්වය නම් වූ තම ජීවිතය සම්පූර්ණ වූවා යැයි සිතන තැනට පත් වෙනවා කියලයි කියන්නෙ.

ඉතින් ව්‍යවසායක ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සිටින මේ එක් එක් අවධීන් පසු කරන සේවකයන් පිළිබඳ මනාව අවබෝධ කර ගන්න ඕනෑ. නියමිත කාල වකවානුවල දී එම සේවකයන්ටද අභිමානයක් ඇතිවන පරිදි කටයුතු කරන්න අවශ්‍ය පරිසරය ගෙඩනගා දෙන්න ඕන.

ඇතැම් විට ඔබට ඒ සියල්ලම සිදු කිරීමට හැකියාවක් නොමැති විය හැකියි. නමුත් එම සේවකයන්ට යථාර්ථය අවබෝධ කර දී හැකි උපරිමයෙන් ඔවුන් දිරිමත් කර එම එක් එක් පියවර තුළ දී ඔවුන්ව ඇගයීමට ලක් කළ යුතුයි. එවිට ඔබේ ව්‍යාපාරය සාර්ථක වනු ඇති.

එබැවින්, සේවකයන් දිරිගන්වන්න. ඔවුන් ප්‍රබෝධයෙන් තබන්න. ඔවුන්ට අභිමානය ගෙන දෙන්න. එවිට ඔබේ ව්‍යවසාය සාර්ථක වේවි. ඒ තුළින් ඔබත් ඔබේ සමාජ මෙහෙවරත් අභිමානයට ලක් වනු ඇති.

සන්නිවේදනය ද ව්‍යාපාර වලට වැදගත් සාධකයකි.

සෑම තොරතුරක් ම සෑම දෙනා අතරම නිවැරදිව සන්නිවේදනය වීම සාර්ථක ව්‍යාපාරයකට බෙහෙවින්ම වැදගත් වන බව ඔබ දන්නවාද?

ඔබ සෑම විටකම නිවැරදි දේ නිවැරදිව සිදු කරන පුද්ගලයෙකු නම් ඔබේ සේවකයන් සමග නිතරම සාකච්ඡා කරන්න ඕනෑ. ඔවුන්ට අවශ්‍ය උපදෙස් මෙන්ම ව්‍යාපාරය පිළිබඳ තොරතුරු ඔවුන්ට නිරන්තරයෙන් ලබා දෙන්නත් ඕනෑ. ඒ වාගේම පහළම සේවකයාගෙන් වුවත්, ව්‍යාපාරයේ දියුණුවට අවශ්‍ය වන යෝජනා ඇත්නම් ඒවා ලබා ගන්නත් ඕනෑ. ඒ අයට නිදහසේ අදහස් හුවමාරු කර ගන්නත්, ඔවුන්ට ව්‍යාපාරයේ දියුණුවට වැදගත් වන සෑම තොරතුරක්ම නිවැරදිව ලබා දෙන්නත් ව්‍යවසායකයෙක් ලෙස ඔබ පුරුදු වෙන්න ඕනෑ.

ඒ අනුව, ඔබේ ව්‍යාපාරයේ පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ ඊට වැඩි දෙනෙකු අතර අවබෝධයක් ඇතිවන ආකාරයට සෑම තොරතුරක්ම හුවමාරු වීමට ඉඩ හැරිය යුතුයි.

ඒ අනුව සන්නිවේදනය යන්න කෙටියෙන්ම දැක්වුවහොත් ඉහත සඳහන් කල පරිදි එක් පුද්ගලයෙකු විසින් තවත් පුද්ගලයෙකුට යම් අවබෝධයක් ලැබෙන ආකාරයට පණිවුඩයක් ලබාදීම ලෙස දක්වන්න පුළුවන්. එනම්, පණිවුඩය ලබන්නාට පැහැදිලිව අවබෝධකර ගත හැකි ආකාරයට පණිවුඩය ලබා දෙන්නා විසින් සිය පණිවුඩය ලබා දිය යුතුයි. සන්නිවේදනය සෑම කළමනාකරණ මට්ටමක දී ම පවතිනවා. ඉහළ මධ්‍යම, පහළ ඕනෑම කළමනාකරණ මට්ටමක දී සන්නිවේදනයේ අගය කියා නිමකරන්න බැරි තරම්. සෑම අයෙකුම තවත් අයෙකුට පණිවුඩයක් ලබා දෙනවා. එය පැහැදිලිව, බාධාවකින් තොරව, නිසි පරිදි සිදුවිය යුතු බවයි කළමනාකරුවන්ගේ පිළිගැනීම.

සෑම විටම ව්‍යාපාරයකට සන්නිවේදනය ඕනෑ වෙනවා. ඒ,

- සැලසුම් පිළියෙල කරන්නත්,
- සංවිධානය සැකසීමටත්,
- පාලනය සඳහාත්,
- නායකයෙකු ලෙස ක්‍රියා කිරීමේ දී ත්,
- සේවකයන් අභිප්‍රේරණය කිරීමේ දී ත්
- සම්බන්ධීකරණ කාර්යයයේ දී ත්, ය

ඒ වාගේම නූතන ව්‍යාපාරික ලෝකයේ සියලුම ව්‍යාපාරික කටයුතුවල දී සන්නිවේදනය අත්‍යවශ්‍ය බව ඔබ හොඳාකාරවම දන්නවා ඇති.

නූතන ව්‍යාපාර ලෝකයේ සන්නිවේදනයෙන් තොරව ආයතන පවත්වා ගැනීම ගැන සිනා ගන්නවත් බැහැ. ඒ නිසා ඕනෑම ව්‍යාපාර ආයතනයක ජීව රුධිරය වන්නේ නිවැරදි සහ පිරිසිදු සන්නිවේදනයයි.

එමෙන්ම, සෑම මට්ටමකම කළමනාකරුවකුගේ දවසේ වැඩි කාලයක් ගතවන්නේ සන්නිවේදනය සඳහා බව ඔබ දන්නා කරුණක් වෙනවා. කළමනාකරුවන් සාමාන්‍යයෙන් දිනකට තම කාලයෙන් 75% ත් 87% ත් අතර ප්‍රමාණයක් යොදා ගන්නේ සන්නිවේදනයට බව කියැවෙනවා. ඒ අනුව, සන්නිවේදනය ඔබේ ව්‍යාපාරයට කොච්චර වැදගත් ද කියල ඔබට තේරෙනවා ඇති.

ඒ නිසා ඔබත් ඔබේ ව්‍යාපාරය තුල මනා සන්නිවේදනයක් පිළිබඳ සැලකිලිමත් වන්න.

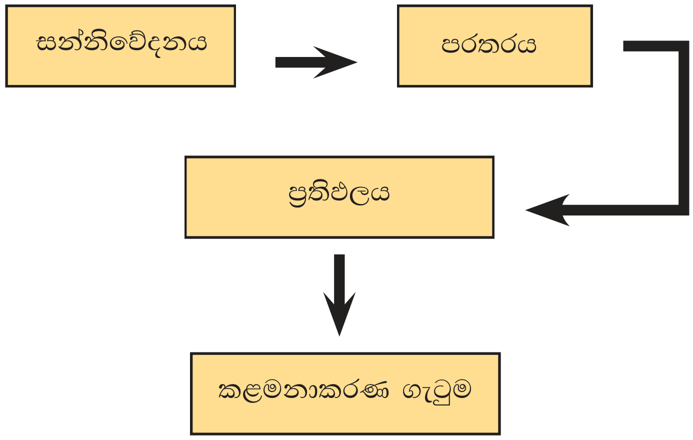
ව්‍යාපාරය තුල පවතින සන්නිවේදන ක්‍රම

- දුරකථනය
- පොත්පත්
- ෆැක්ස් පණිවුඩ
- ශබ්ද විකාශන යන්ත්‍ර යොදා ගැනීම
- චක්‍රලේඛය
- සඟරා
- ලියුම්
- ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර
- දැන්වීම්
- ඉන්ටර්නෙට් (අන්තර්ජාලය)
- ඊ - මේල් (E-mail)

මෙලෙස විවිධ මාර්ග ඔස්සේ ලබා ගන්නා සන්නිවේදන ක්‍රම ව්‍යාපාර අයතනයක සියලුම කටයුතු සම්බන්ධීකරණය සඳහා ඉතාම අත්‍යවශ්‍ය බව සිතට ගත යුතුයි.

ඒ කියන්නෙ, ව්‍යාපාර ආයතනයක පවතින කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය නැතිනම් සැලසුම් කිරීම, සංවිධානය කිරීම, නායකත්වය දීම, අභිප්‍රේරණය කිරීම, පාලනය කිරීම ආදී සියලු අංශ හා බාහිර පාර්ශ්වයන්ද අභ්‍යන්තර හා බාහිර පාරිසරික කොටස්ද සම්බන්ධ වෙන්නේ ඇත්තටම සන්නිවේදනය තුළිනුයි. ඒ නිසා ව්‍යාපාරයක් පවත්වා ගෙන යන ව්‍යවසායක ඔබ සෑම විටම ඔබේ ව්‍යාපාරයේ කළමනාකරණ කාර්යය සාර්ථකව පවත්වා ගැනීම සඳහා සන්නිවේදනය මනා ලෙස භාවිත කළයුතු වෙනවා. ඒ අනුව ඔබේ ව්‍යාපාරයේ පවතින සියලුම අංශ සමග අනෙකුත් බාහිර අංශයන්ගේ සම්බන්ධය ද මැනවින් පැවතිය යුතුය.

මේ සන්නිවේනය කාර්යය කොතරම් වැදගත්ද යත් සන්නිවේදනයේ ඇතිවන පරතරය තුළින් ගැටුම් ද හට ගන්නා බව කළමනාකරණයේ පිළිගැනීමයි. එනම්, නිවැරදි තොරතුරු නිවැරදි තැනට ගලා යෑමක් සිදුනොවුනහොත්, නැතිනම් නිසි තැනට අදාල තොරතුරු ඒ ආකාරයෙන්ම නොලැබුණහොත් සිදුකළ යුතු දේ සිදු නොවී ගැටුම්කාරී තත්ත්වයක් ඇතිවීමට පුළුවන්.



මෙය කළමනාකරණ ගැටුම (Management Conflict) ලෙස හඳුන්වනවා. මෙම ගැටුම පිළිබඳව ඉදිරියේ දී සාකච්ඡා කරනු ලැබේ. මෙලෙස සිදුවන සන්නිවේදනය ඉහළ සිට පහළට ගලා යන පරිදි සිදුවීම එනම්, යටත් සන්නිවේදනය ලෙසද, පහළ සිට ඉහළට ගලායෑමේ දී එනම්, උඩත් සන්නිවේදනය ලෙස ද හඳුන්වන්න පුළුවන්. නමුත්, මෙය ඉතාමත් විධිමත් ආකාරයට සිදුවිය යුතුය යන්න සිතට ගත යුතුයි. විධිමත් සන්නිවේදනයක් ඔබේ ආයතනය තුළත් සිදු වෙනවා නම් ඔබ දෙන තොරතුරු,

- විකෘති නොවේ
- විශ්වාසය ගෙන දේ
- අඩු පිරිවැයකින් ලබාදිය හැකිවේ
- තේරුම් ගැනීමට පහසු වේ
- නිවැරදිව ලැබේ
- වෙනත් අර්ථකථනයක් නොලැබේ
- ප්‍රමාදය වැළකේ
- සේවක තෘප්තිය ගෙන දේ
- සේවකයා අභිප්‍රේරණය වේ
- ආයතනයේ කටයුතු සාර්ථක වේ
- ගැටුමක් හට නොගනී.

අවිධිමත් සන්නිවේදනයට ඉඩ තියන්න එපා.

අවිධිමත් සන්නිවේදනය ද ආයතන තුල පවතින බව ඔබ දන්නවා. ඔබ එයට මුහුණ දීලත් ඇති. ප්‍රබලම අවිධිමත් සන්නිවේදනය වන්නේ කට කතා, ඕපාදූප බවද, ඔබ කලමනාකරුවකු ලෙස දන්නවා ඇති. මේවා කොතරම් රසවත්ද යත්, ඕනෑම අයෙකු මේවාට හරිම ප්‍රිය කරනවාලු. මේවා හරි මිහිරියි කියල තමා මේ ගැන විමර්ශනය කරපු අය සොයා ගත්තේ. මේකට ප්‍රධාන හේතුව තමා නිවැරදිව හා විධිමත්ව තොරතුරු හුවමාරුව සිදු නොවීම. මෙම නිල නොවන සන්නිවේදනය නැතිනම් කටකතා එහෙමත් නැත්නම් ඕපාදූප (Gossips) ඉතා ඉක්මණින් පැතිරෙන, සෑම දෙන උනන්දුවෙන් සවන් දෙන, විකෘති භාවයෙන් වැඩි, එහෙත් බොහෝවිට ඒ තුළත් කුමක් හෝ පවතින බව තමා කියන්නෙ.

මේ තුළින් ආයතනය බිඳවැටෙන්නත් පුළුවන්. ජනතා විශ්වාසය නැතිව ගොස් ඔබේ නිෂ්පාදනවල අලෙවිය බිඳ වැටී, සේවා නතර වී මහජනයා ප්‍රතික්ෂේප කරන තැනට පත්විය හැකියි. මේවා විවිධ ආකාරයට සිදු වෙනවා කියලත් සොයා ගෙන තිබෙනවා. ඒ කියන්නේ ඕපදූප නිසා ඔබේ සමස්ථ ව්‍යාපාරයම බිඳ වැටෙන්න පුළුවන්.

මෙයින් ආයතනය වැනසෙන්න පුළුවන් බව ඔබ ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස සිතට ගතයුතුයි.

ඒ වාගේම ඕපාදූප නැතිනම් කටකතා (Grape Wine) මිදි වයින් වගේ රසවත් කියන අර්ථයද කළමනාකරණයේ දක්වා තිබෙනවා. ඒ හින්දා සෑමවිටම, සෑම තැනක දී ම විධිමත් හා නිවැරදි ඵලදායි සන්නිවේදනය කෙරෙහි ඔබ, සාර්ථක කළමනාකරුවකු, නායකයකු, මෙන්ම දක්ෂ ව්‍යවසායකයකු ලෙස අවධානය යොමු කළ යුතු බව සිහි තබා ගත යුතු වෙනවා.

ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයට හොඳ පාලන ක්‍රමයක් ද හඳුන්වාදීම ඉතා වැදගත් වේ.

මනා කළමනාකරණයක් සඳහා හොඳ පාලනයක්ද, අත්‍යවශ්‍ය බව කළමනාකරණයේ පිළිගැනීමයි. ව්‍යාපාරය හොඳින් සැලසුම් කරනු ලැබුව ද එය හොඳින් සංවිධානය කර තිබුණ ද, නිවැරදිව ක්‍රියාත්මක වන නායකයෙක් සිටිය ද, සේවකයන් මනා ලෙස අභිප්‍රේරණය කළ ද, හොඳින් සන්නිවේදන කාර්යය සිදු කළ ද, සම්බන්ධීකරණය මැනැවින් සිදු වුව ද, ඒ පමණකින්ම ව්‍යාපාරයකට සාර්ථකත්වය කරා ළඟ වෙන්න බැහැ. ඒ සඳහා ප්‍රමාණවත් වූත්, ඵලදායිවූත්, සාර්ථක පාලන ක්‍රමයක් අවශ්‍ය වෙනවා.

ඔබේ ව්‍යාපාරය අපේක්ෂිත පරමාර්ථවලින් බැහැරව වැරදි මගක යන්නේ නම් නිවැරදි කිරීම් සිදු කිරීම සඳහා **පාලනය** ඔබේ ව්‍යාපාරයට බෙහෙවින්ම ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා.

පාලනය යනු කුමක්ද?

ආයතනයේ අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵල හා සැබෑ ප්‍රතිඵල සමග සසඳන විට හා කිසියම් ප්‍රමාණයකින් ඒවායින් බැහැරවීමක් සිදුවී ඇත්නම්, එනම් විචලනයක් සිදුවී ඇත්නම් ඒවා නිවැරදි කිරීමේ ක්‍රියාමාර්ග ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාරයකට තිබිය යතු වැදගත්ම සාධකය පාලනයයි.

ඔබේ ව්‍යාපාරයට පාලනයක් අවශ්‍ය ඇයි?

- ව්‍යාපාර පරිසරය තුළ සිදුවන අනේකවිධ වෙනස්කම් නිසා පාලනයක් අවශ්‍ය වෙනවා
- විවිධ පුද්ගලයන්ට විවිධ තනතුරු හා වගකීම් ලබාදුන් විට එම කාර්යයන් නිසි පරිදි සිදුවේදැයි බැලීමට
- සේවකයන් අතින් සිදුවන වැරදි නිසාද පාලනයක් අත්‍යවශ්‍ය වෙනවා.
- තරගකාරී පරිසරයක ව්‍යාපාර පවතින විට
- භාණ්ඩයේ හෝ සේවාවේ ගුණාත්මක භාවය රැක ගැනීම සඳහා

- ආයතනයේ කටයුතු පුළුල්වීම නිසා
- නවක සේවකයින් සේවයේ යෙදී සිටින විට
- නියමිත ප්‍රමිතිවලට අනුව කටයුතු සිදු කිරීමේ දී
- සේවකයන්ගේ හා නිලධාරීන්ගේ කාර්යසාධනය මැනීමේ දී
- සේවක කාර්යයන් සුපරීක්ෂණයේ දී යෙදවුම් හා නිමැවුම් ක්‍රියාවලිය අපේක්ෂිත පරිදි සිදු වන්නේ දැයි බැලීමට
- කාලීනව සිදුවන ගැටලු හා බාධාවලට මුහුණදීමට ව්‍යාපාරය ශක්තිමත්දැයි බැලීමට

විවිධ පාලන ක්‍රම

විවිධ ව්‍යාපාර විසින් තම ව්‍යාපාරයට ගැලපෙන පරිදි පාලන ක්‍රම/පාලන උපක්‍රම භාවිතා කරනවා. පාලනය තුළින් බලාපොරොත්තු වන්නේ ව්‍යාපාර ආයතනයේ තිබෙන සම්පත් අරපිරිමැස්මෙන් යුතුව යොදා ගෙන අපේක්ෂිත අරමුණු මුදුන් පමුණුවා ගැනීමයි.

ශ්‍රී ලංකාවේ බොහෝ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර අසාර්ථකවීමට එක් මූලික හේතුවක් ලෙස දුර්වල පාලන ක්‍රම හඳුනාගත හැකියි. කිසිදු පාලන ක්‍රමයක් භාවිතයට නොගන්නා ව්‍යාපාර ද දක්නට ලැබෙනවා. විශේෂයෙන්ම මූල්‍ය පාලන ක්‍රම, මුදල් පාලන උපක්‍රම, අයවැය පාලනය, වියදම් පාලනය, ද්‍රව්‍ය පාලනය, තොග පාලනය, ස්ථාවර වත්කම් පරිහරණයේ පාලනය, මූල්‍ය වාර්තා පවත්වා ගැනීම, විගණනය මූල්‍ය දත්ත විශ්ලේෂණය, කාල කළමනාකරණය වැනි පාලන ක්‍රම පිළිබඳ අවබෝධයක් නොමැතිකම හා ඒවා ව්‍යාපාරයට යොදා නොගැනීම හෝ එවැනි පාලන ක්‍රම අනුගමනය කිරීමට දක්වන මැළිකම ව්‍යාපාර අසාර්ථක වීමට හේතු වෙනවා.

ප්‍රමාණවත් පාලන ක්‍රම නොමැති ව්‍යාපාරවලට සුරැකුම්/දේපළ මත ණය ප්‍රධානය කොට අවසානයේ දී ව්‍යාපාරිකයා අර්බුදයකට පත් කිරීමට වඩා, විධිමත් පාලන ක්‍රම ස්ථාපිත කරන ලද ව්‍යාපාරවලට ණය ලබාදීමෙන් ව්‍යාපාර සංවර්ධනය කළ හැකි බව පෙනී ගොස් තිබෙනවා. බැංකුවල වාර්තා නිරීක්ෂණය කිරීමේදී එය තහවුරු වී තිබෙනවා.

ඒ අනුව, ඔබේ ව්‍යාපාරයට සුදුසු පවත්වා ගත යුතු පාලන ක්‍රම මෙහි පහත දක්වා තිබෙනවා.

අයවැය පාලනය	තොග පාලනය
මූල්‍ය පාලනය	අලෙවිකරණ පාලනය
අභ්‍යන්තර පාලනය	මානව සම්පත්/සේවක මණ්ඩල පාලනය
ණයගැති පාලනය	තත්ත්ව පාලනය
ණයහිමි පාලනය	කළමනාකරණ විගණනය
ද්‍රව්‍ය පාලනය	එදිනෙදා වියදම් පාලනය
ස්ථාවර වත්කම් පාලනය	

මෙම පාලන ක්‍රම වලින් ව්‍යාපාරයට අදාල වන පාලන ක්‍රම පමණක් යොදාගෙන සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර කළමණාකරුවන්ටද තම ව්‍යාපාරයන් පාලනය කිරීමට පුළුවන්, මෙම සියලුම පාලන ක්‍රම යොදා ගැනීමක් මෙහිදී අපේක්ෂා නොකරන අතර, තම ව්‍යාපාරයට ගැලපෙන හා අදාල පාලන ක්‍රම පමණක් යොදා ගැනීම ප්‍රමාණවත් වෙනවා.

ගැටුම් සහ ගැටුම් කළමනාකරණය

සන්නිවේදනයේ කිසියම් පරතරයක් (Communication Gap) පැවතීම ගැටලුවකට හේතුවෙනවා යැයි කියා ඉහතින් සඳහන් වුණා ඔබට මතක ඇති. ඉතින් ගැටුමක් කියල කියන්නේ මොකක්ද කියල දැන ගැනීමත් ව්‍යවසායක ඔබට බෙහෙවින් වැදගත් බව පැවසිය යුතුයි. එම නිසා “ගැටුම” කියන්නෙ මොකක්ද, ගැටුමට බලපාන හේතු මොනවාද, ගැටුම කළමනාකරණය කරන්නෙ කොහොමද කියල සාකච්ඡා කරමු.

ගැටුමක් කියල කියන විටම ඕනෑම කෙනෙකුගේ මනසට එන්නේ යහපත් අදහසක් නොවන බව පැහැදිලියි. එතැන කිසියම් ආකාරයක සාමකාමී බවක් නැහැ කියල තමයි හිතෙන්නෙ. ඒ වාගේම එහෙම පරිසරයකට යන්න අකමැති බවක් තමයි ඇති වෙන්නෙ.

තවත් සමහරු හිතන්නේ ගැටුම කියන එක මේ සාමාන්‍යයෙන් සිදුවන ගහ බැණ ගැනීමක්, ඇණකොටා ගැනීමක් කියලයි. ඒ නිසා ගැටුම තීරණය වෙන්නේ ඇගේ තියෙන හයියෙන් කියලත් සිතන්න පුළුවන්.

එහෙම නම් ගැටුම යනු කුමක්ද?

කළමනාකරනයේ ගැටුම කියල අපි හඳුන්වන්නේ පවතින ප්‍රතිපත්ති, තීරණ, රීතීන් පිළිබඳව වන නොඑකඟතාවයයි. ඒ කියන්නේ ව්‍යාපාරයක හෝ ඕනෑම සංවිධානයක එක්

පාර්ශ්වයක් විසින් යෝජනා කරනු ලබන, තීරණය කරනු ලබන, යම් යම් දේවල් පිළිබඳව තවත් පාර්ශ්වයන් විසින් එකඟ නොවීමයි. මේක සාමාන්‍යයෙන් නිවසක දී වුවත් සිදු වෙන්න පුළුවන්. දෙමව්පියන් අතර, දෙමව්පියන් හා දරුවන් අතර, දරුවන් දරුවන් අතරම ආදී ලෙස මෙලෙස යම් යම් එකඟ නොවීම් ඇති වෙන්න ඉඩ තියෙනවා.

ඒ වගේම තමයි, අපි සන්නිවේදනයේ දී දැක්වූ පරිදි සන්නිවේදනයේ කිසියම් පරතරයක් (Communication Gap) සිදු වූ විටද නිවැරදිව තොරතුරු නොලැබී යෑමෙන් ගැටුමක් හට ගන්න පුළුවන්. ඒ අනුව, ගැටුම ගැන තවදුරටත් සලකා බැලීමේ දී ගැටුම්, එකඟතාවන් ඇති නොවීම මෙන්ම සන්නිවේදන දෝෂ නිසාද සිදු වෙන්න පුළුවන් කියල තමා ව්‍යවසායකයකු ලෙස ඔබ සිතට ගන්න ඕනෑ.

ගැටුම කියන එක ඔබේ සිත තුළම හට ගන්නා බව ඔබ දන්නවාදැයි බලන්න. ඔබේ ව්‍යාපාර අදහස ඇති වූ අවස්ථාවේ දී ම ඔබට ඔබේ සිත තුළ ගැටුමක් සිදු වෙන්න ඇති. කුමන ව්‍යාපාරය මම තෝරා ගන්නවාද? ඔබේ ව්‍යාපාර අදහස ඇති කර ගත්තාට පසුව කොතැනක, කවර ආකාරයකට, මෙය පටන් ගන්නවාද, මුදල් සොයා ගන්නේ ණය ගැනීමකින් නම් එය බැංකුවකින්ද, යාළුවකුගෙන්ද, දෙමව්පියන්ගෙන්ද, පොලී මුදලාලිගෙන්ද ආදී ලෙස අනේක වාරයක් හිතෙන්න ඇති. ඒ කියන්නේ සිතේ ඇතිවූ දෙගිඩියාවෙන්. රැකියාවක් තෝරා ගන්නා විටත් එක වගේ රැකියා දෙකක් ලැබුණහොත් කවර රැකියාව තෝරා ගන්නවාද කියල සිතන්න වෙනවා. ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය පුළුල් කරන විටත්, නව නිෂ්පාදනයක් වෙළෙඳපොළට එවීමට සිතන විටත් මෙය කරනවාද නැද්ද කියා සිතන්න ඇති. මේවාට කියනවා පුද්ගලාන්තර ගැටුම් කියල (Intra Personnel Conflict) ඉතින් මෙලෙස සිත තුළ ගැටුම්වලට මුහුණ දෙන ඔබම තමයි, නොයෙක් ආකාර බාහිර හේතු නිසා එකඟතාවකට පත් නොවී ගැටුමක් නිර්මාණය කරගන්නේ. සමහර විට ඔබේ සේවකයන් නිසාද නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් නිසාද, ඉහත දැක් වූ පරිදි ප්‍රතිපත්ති, තීරණ, රීතීන් හෝ සන්නිවේදන පරතරය නිසාද ගැටුම් ඇති කර ගන්නවා. ඒ නිසා ඔබ ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස ගැටුම පිළිබඳව හොඳින් සිතන්න ඕනෑ.

ගැටුම් ඇති විය හැකි ආකාර බලමු.

- ඔබේ ප්‍රතිපත්ති නිසා
- නායකත්වය නිසා
- අභිප්‍රේරණය කිරීමේ ක්‍රම නිසා
- සේවක බඳවා ගැනීම්/උසස්වීම්/මාරු කිරීම් වැනි දේවල් නිසා
- පාලන මූල ධර්ම හේතුවෙන්
- දුර්වල සැලසුම් නිසා
- සම්බන්ධීකරණය දුර්වල නිසා
- මූල්‍ය පාලනයේ ඇති දුර්වලතා නිසා.
- මානසික හේතු නිසා
- ස්වාභාවික හේතු නිසා
- නීති රීති හා චක්‍රලේඛ වැනි දේ නිසා
- වෙනසක් ඇතිකිරීමට යාමේදී

ගැටුමක් ඇතිවූ විට එය මර්ධනය කරන්න යන්න එපා. එමෙන්ම එය වර්ධනය වෙන්නත් ඉඩ දෙන්න එපා. එහෙම නම් කළ යුත්තේ කුමක්ද? ඔබ කළ යුත්තේ ගැටුම් කළමනාකරණය කිරීමයි. එනම් ඔබ ගැටුමද ව්‍යාපාරයේ දියුණුවට යොදා ගන්න උත්සාහ කරන්න.

ගැටුම් කළමනාකරණය කරන්නේ කෙසේද?

පළමුව ගැටුමක් පවතින බව පිළිගන්න ඕන. එම ගැටුම හට ගැනීමට හේතුන්ද පරීක්ෂාකාරීව බැලිය යුතුයි. ඒවා නිරවුල් කිරීමට උත්සාහ ගත යුතුයි. ඒ සඳහා ගැටුමට හවුල් වී ඇති සියලුම පාර්ශ්ව සමග සුහදව සාකච්ඡා කළ යුතුයි. එම සාකච්ඡාවේ දී ගැටුමක් පවතින බව ඒ සියලුම දෙනාට පහදා දිය යුතුයි. ඉන්පසු ගැටුම් විසඳීම සඳහා වූ විකල්ප යෝජනා ඉදිරිපත් කල යුතු වෙනවා. එමෙන්ම ඒවා පිළිගෙන ගැටුම නිරාකරණය වෙනවාදැයි විමර්ශනය කිරීමද කළ යුතුයි. මෙයයි ගැටුම්

කළමනාකරණය කියල කියන්නේ. එසේ නොමැතිව ගැටුම් ඇතිකර ගත් පාර්ශ්ව සමග තව තවත් ගැටුම් ඇති කර ගන්න එපා. මෙය සරල ක්‍රමවේදයක්. ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ කළමනාකරුවකු බැවින් මෙය ඉතා හොඳින් සිතා බලා කළයුතු කාර්යයක් වෙනවා. එවිට ඔබේ ව්‍යාපාරය ඉතා සාර්ථකව ඉදිරියට යනු ඇති.

අපි කාලය ද කළමනාකරණය කරමු.

''කාලය රන් හා සමානයි'' කියනවානේ. ව්‍යාපාරික ඔබට කාලය ඊටත් වඩා වටිනව ඇති නේද?

ඔබ කළමනාකරුවකු ලෙස ඔබේ ව්‍යාපාරය හසුරුවන බවත්, එහි දී නිවැරදි හා පැහැදිලි කළමනාකරණ ක්‍රියා අනුගමනය කළයුතු බවත්, එවිට නිවැරදි දේ නිවැරදිව සිදු කිරීම කළ හැකි බවත්, ඉහත පරිච්ඡේදවල දී අනාවරණය කළා. මේ සියලු ම කාර්යයන් සිදු කිරීමේ දී සෑම දේකට ම ඉතා අත්‍යවශ්‍ය එමෙන් ම සලකා බැලිය යුතු වැදගත්ම සාධකය වන්නේ කාලයයි. ඒ කියන්නේ නියමිත කාල සීමාවක් තුළ අදාල කාර්යයන් නිවැරදිවත්, පැහැදිලිවත් සිදු කළ යුතුය යන්නයි.

ඕනෑම කාර්යයක් ව්‍යාපාරයක් තුළ සිදු කරන විට එය කාලය කා දමමින් ඉලක්ක ගතවීමකින් තොරව ඉටු කළ නොහැකි බව ඔබත් දන්නවා ඇති.

කාලය පිළිබඳව සැලකිලිමත් වන්න.

ව්‍යාපාරයක ඕනෑම අරමුණක් ඉටු කර ගැනීමට ක්‍රියා කිරීමේ දී පළමුව එම අරමුණ හෝ ක්‍රියාව නිශ්චිත විය යුතු වෙනවා. එමෙන්ම එය මැනිය හැකි මිම්මකින් යුක්ත විය යුතු බවත් ඔබ දන්නවා. එසේම ඔබ ඉටු කර ගැනීමට බලාපොරොත්තු වන ඉලක්කය ළඟා කර ගත හැකි එකක්ද විය යුතුයි. ඒ වාගේම එය අදාල ව්‍යාපාර කටයුතුවලට සම්බන්ධතාවක් ද තිබෙන්න ඕනෑ. මේ සියල්ල තිබුණත් එය ඉටු කිරීම සඳහා ඉතාම වැදගත් සාධකය වන්නේ කාල පරාසයයි. එනම් නිශ්චිත කාල සීමාවක් තුළ එය ඉටු කිරීමට හැකිවීම ඉතා වැදගත්. නියම කරගත් කාලයක දී ඔබේ අරමුණ ඉටු කර ගත හැකි නම් ඔබ අපේක්ෂා කරනු ලබන ඉලක්කය වෙත ඉතා සාර්ථකව ඔබට ළඟාවීමට හැකියාව ලැබෙනවා. එයින් පෙනී යන්නේ ඕනෑම ව්‍යාපාර කාර්යයක දී ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස ඔබ කාලය පිළිබඳ සැලකිලිමත් වීම ඉතා වැදගත් වන බවයි. ඒ කියන්නේ ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ කටයුතු මෙහෙයවීමේ දී කාලය ද නිසි පරිදි කළමනාකරණය කළ යුතු බවයි.

කාලය යනු ඉතා සීමිත සම්පතක්

කාලය යනු ඉතා සීමිත සම්පතක් වන අතර, මෙය කවර හැකියාවක්, බලවත්කමක්, දක්ෂකමක් තිබුණත් ඒ ඒ පුද්ගලයාගේ උවමනාව අනුව වෙනස් කර ගතහැකි දෙයක් නම් නෙවෙයි. එමෙන්ම එම සීමිත කාලය තුළ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ කවර දෙයක් ඉටු නොකර බලා සිටියත් කාලය නිසි පරිදි ගෙවී යනවා.

නමුත්, මෙම කාල සීමාව තුළ මිනිසුන් වන අපට ඉටු කර ගැනීමට තිබෙන කාර්යයවල සීමාවන් නම් පෙන්වන්න බැරි තරම්. ඒ නිසා ඔබ ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස පුරුදු වෙන්න ඕනෑ නිශ්චිත කාල සීමාවක් තුළ ඔබේ අරමුණු මුදුන් පමුණුවා ගන්නයි.

මේ නිසාම වර්තමාන ව්‍යාපාරික ලෝකයේ සෑම පුද්ගලයෙක්ම, සෑම ආයතනයක්ම, සෑම සංවිධානයක්ම කාල කළමනාකරණය පිළිබඳව විශේෂයෙන් උනන්දු වීමට පටන් ගෙන තිබෙනවා.

කාල කළමනාකරණය යනු

එහෙම නම් මොකක්ද මේ කාල කළමනාකරණය කියලා කියන්නෙ. මෙය ඉතා සරල දෙයක්. අවශ්‍ය වන්නේ ඒ සඳහා පිරිසිදු මානසිකත්වයකින් හා නිවැරදි නායකත්වයකින් යුතුව කැපවීමයි. ඒ අනුව කාල කළමනාකරණය කියන්නේ කාලය කාර්යක්ෂම අන්දමින් සිය කටයුතුවලට යොදා ගැනීම හා පාලනය කිරීමේ ක්‍රියාවලියයි. මෙම කාල කළමනාකරණය කිරීමේ ක්‍රම පුද්ගලයාගෙන් පුද්ගලයාට සංවිධානයෙන් සංවිධානයට ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය හා ඉටු කරනු ලබන සේවා හෝ නිපදවනු ලබන භාණ්ඩ අනුව වෙනස් වෙනවා. එහෙයින් නිශ්චිතව භාවිත කළහැකි කාල කළමනාකරණ ක්‍රමයක් පිළිබඳව හඳුන්වා දීම දුෂ්කර කාර්යයක් වෙනවා.

කාල කළමනාකරණය අලුත් සංකල්පයක් නොවේ

කාල කළමනාකරණය යන්න අලුත් සංකල්පයක් නොවෙයි. මෙය බොහෝ ඈත අතීතයට විහිදී යන ක්‍රියාවලියක් බව පැවසිය යුතුයි. නියමිත කාලය තුළ නිශ්චිත වූ කාර්යයන් ඉටු කිරීම අතීතයේ දී පවා සිදු වූ දෙයක් බව පෙනෙනවා. අපේ සිංහල රජදරුවන් වැව් අමුණු, වෙහෙර විහාර ඉදි කිරීමේ දීද, විශාල කෙත්යායවල් වගා කිරීමේ දීද කාල කළමනාකරණය යොදා ගෙන තියෙනවා. එසේම, මිසරයේ පිරමීඩ, චීන මහා ප්‍රාකාරය වැනි විශ්ව කර්ම දේවල් ඉදි කිරීමේ දීත් කාල කළමනාකරණය මැනැවින් සිදු වී ඇති බව පෙනෙනවා.

කාල කළමනාකරණය හොඳ පාලන උපකරණයක්

එමෙන්ම කාල සටහනකට අනුව වැඩ කිරීමේ ක්‍රියාදාමයද මෙම කාල කළමනාකරණය කිරීමට යොදා ගන්නා උපකරණයක්. දැන් බලන්න නිවසේ වැඩ කටයුතු කිරීමේ දී, පාසල්වල ඉගැන්වීමේ ක්‍රියාවලියේ දී, විභාග ක්‍රියාවලියේ දී, පරිවහනයේ දී, ගොවිතැන් කටයුතු වල දී ඉදි කිරීම් කර්මාන්තයේ දී හා අනෙකුත් ඕනෑම පුද්ගල ක්‍රියාකාරකමක දී කාලයට අනුව වැඩ නිම කිරීම තුළ කාල කළමනාකරණක් සිදු වන බව පේනවා. ඒ අනුව මෙම කාල කළමනාකරණ ක්‍රියාවලිය ව්‍යාපාරයකට හොඳ පාලන උපකරණයක් ලෙස ද දක්වන්න පුළුවන්.

කාලය කලින්ම නිශ්චිතව සිතාගැනීමට හැකිවීම

කාලය සමග කාර්යයන් සිදු කිරීමේ ශ්‍රිතය කොතරම් මිනිස් කටයුතු සමග බද්ධ වී පවතිනවාද යත්, සමහර ක්‍රියා සිදු කිරීමට ගතවන කාලය, වගාවකින් අස්වැන්න ලැබෙන කාලය, ගමනක් යාමට ගතවන කාලය, යම් දුරක් ගෙවීමට ගතවන කාලය ආදී ලෙස ඕනෑම දේකට ගතවන කාලය කලින්ම නිශ්චිතව සිතා ගැනීමට මිනිසුන්ට හැකියාව ලැබී තිබෙනවා. එබැවින් අද සමාජයේ බොහෝ අය සෑම කාර්යයක්ම කාලය සමග බද්ධ කර ගනිමින් තමා සතු සීමිත කාලය තුළ තම කාර්යයන් නිසි පරිදි උසස් ලෙස කළමනාකරණය කර ගැනීමට සමත් වී තිබෙනවා. ව්‍යවසායක ඔබට ද මෙවැනි අත්දැකීම් ඕන තරම් ඇති.

කාල කළමනාකරණය පුද්ගලයකුගේ මෙන්ම ආයතනයකද ඵලදායිතාව හා කාර්යක්ෂමතාව ඉහළ නැංවීමට බෙහෙවින් වැදගත් වෙනවා කාලයෙන් උපරිම ප්‍රයෝජන ගැනීමට හැකි වන ආකාරයට ඔබද ඔබේ කටයුතු අදාළ කාලය තුළදී මැනවින් සිදුකිරීමට වගබලාගත යුතුය.

කාලය කළමනාකරණයේ වැදගත්කම

හොඳින් කාලය කළමනාකරණය කරගත් විට ඔබට ප්‍රමිතියට අනුව නිෂ්පාදනය කිරීමටත්, අඩුපාඩු අවම කිරීමටත්, ව්‍යාපාර පාලනක්‍රම, විශේෂයෙන්ම තොග පාලනය වැනි දෑ හොඳින් ඉටු කිරීමටත් හැකියාව ලැබෙනවා. කාල කළමනාකරණය තුළින් විශේෂයෙන්ම සේවකයන්ට ගෙවීමේ ක්‍රියාවලිය ද ඉතා ඵලදායීව කළ හැකියි. සේවක අභිප්‍රේරණද පහසු වෙනවා.

ඒ අනුව, කාල කළමනාකරණය තුළින් කාර්යයන් නිසි පරිදි සිදු කිරීමට හැකිවීම සැබැවින්ම ආර්ථික කාර්යක්ෂමතාවට බෙහෙවින් වැදගත් වෙනවා. මෙම ආර්ථික කාර්යක්ෂමතාව නමැති න්‍යාය ඉදිරිපත්කළේ විල්ෆ්‍රඩ් පැරටෝ විසිනුයි. එබැවින් කාල කළමනාකරණය තම ආයතනයේ කටයුතුවලට ඵලදායීව යොදා ගතහැකි බව ඔහුගේ න්‍යාය අධ්‍යයනය කිරීමේ දී පැහැදිලි වෙනවා.

කාල කළමනාකරණයෙන් ඔබට අත්වන වාසි

- ව්‍යාපාරය හොඳින් උසස් ලෙස පාලනය කළහැකි වීම.
- මේ තුළින් ඵලදායිතාව දියුණු කරගත හැකිවේ.
- ව්‍යාපාරය නව මාවතකට යොමු කළ හැකිය.
- සේවක ආකල්ප ව්‍යාපාරයට උචිත පරිදි යොදා ගත හැකි වේ.

- සේවක සාරධර්ම, අගනාකම් වැඩි දියුණු කළ හැකිය.
- සාමාන්‍ය පුරුදු වෙනස් කිරීමටත්, නව පුරුදු ඇති කිරීමටත් හැකිවේ.
- වැඩ ප්‍රමාණය නිසි පරිදි පැවරීමට හැකියාව ලැබේ.
- එළඹ ගත් සංස්කෘතීන් වෙනස් කිරීමට හැකියාව ලැබේ.
- ව්‍යාපාර සැලසුමට අනුව කටයුතු කළ හැකිවීම.
- කාලය ඉතිරි කර ගැනීමට හැකිවීම හා නිදහස් කාලයක් ලබාගත හැකිවීම.
- මානසික ආතතිය අවම කර ගැනීමට හැකිවේ.
- සේවක දිරි ගැන්වීම් ක්‍රමයක් හඳුන්වාදීම පහසු වේ.

ඔබේ ව්‍යාපාරයට ගුණත්ව කළමනාකරණයක් ද අවශ්‍ය වේ

කළමනාකරුවෙකු නිතරම බලන්නේ නිවැරදි දෙයක් නිවැරදි ලෙස කිරීමට නිසා නියමිත කාලය තුළ දී උපරිම ඵලය ලැබෙන පරිදි නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව සිදු කළයුතු වෙනවා. එමෙන් ම එම භාණ්ඩය හෝ සේවාව උපරිම ලෙසින් උසස් තත්ත්වයෙන් පාරිභෝගික ජනතාව වෙත ලබාදීම ද කළ යුතු වෙනවා. එසේ උසස් ගුණයෙන් යුතුව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් ලබාදිය හැකි වන්නේ ගුණත්වය කළමනාකරණය කිරීම නිසයි. එමෙන්ම එසේ ලබාදුන් භාණ්ඩයෙන් තමා අපේක්ෂා කළ රුචිය ලැබුණාද යන්න සොයා බැලිය හැකි වන්නේද ගුණත්ව කළමනාකරණය නිසි පරිදි තිබුණහොත් පමණයි.

නිපදවන ඕනෑම දෙයක් මිලදී ගන්න අද පාරිභෝගිකයින් සූදානම් නැහැ

විශාල තරගකාරීත්වයක් යටතේ තම භාණ්ඩ හා සේවා වෙළෙඳපොළට ලබාදුන් පසුව ඔබේ භාණ්ඩ හා සේවා වෙළඳ පොළ තුළ දීර්ඝ කාලයක් හොඳින් පවතින්න නම් එහි ගුණත්වය ඉතා ඉහළින්ම පැවතිය යුතු බව ඔබ දන්නා කරුණක්. ඔබ නිපදවන ඕනෑම දෙයක් මිලදී ගන්න අද පාරිභෝගිකයන් සූදානම් නැහැ. ඉස්සර අපේ මිනිසුන් බොහෝවිට භාණ්ඩය මිලදී ගන්න ප්‍රධාන සාධකය කර ගත්තේ භාණ්ඩයේ මිලයි. නමුත් අද අපේ රටේ මිනිස්සු හරි උගත් පිරිසක්. අකුරු ලිවීමේ හා කියවීමේ හැකියාව ඉතා ඉහළයි. ඉතින් අද අපේ පාරිභෝගික ජනතාවට ඔබ නිපදවන හෝ ලබා දෙන ඕනෑම භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් විකුණා ගන්න බැහැ. ඒ කියන්නේ මිනිස්සු ලෝකය ගැන හරි විමසිලිමත්. සෞඛ්‍යාරක්ෂිත ක්‍රමෝපායන් පිළිබඳව හරිම සූක්ෂම ලෙසින් සිතනවා. ඒ නිසා අපේ මිනිස්සු ඕනෑම භාණ්ඩයක හෝ සේවාවක ගුණාත්මක භාවය ගැන නිතරම හොයනවා. වෙන දෙයක් තබා භාණ්ඩයක් කල් ඉකුත්වෙන්න ළංව තිබුණත් දැන් මිනිස්සු එය මිලදී ගැනීමට මැලි වෙන බව ඔබ දන්නවනෙ. ඒ නිසා ඔබ ගුණයෙන් උසස් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් ලබා දිය යුතුයි.

එනම් පිළිගත් සම්මතයන්ට හා ප්‍රමිතීන්ට අනුව, සෞඛ්‍යාරක්ෂිතව නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් ලබා දෙන්න වෙනවා. වෙළෙඳ පොළෙන් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් මිලදී ගන්නා විට පාරිභෝගිකයා එයින් තෘප්තිමත් වන්නේ නම් තමයි ඒ පාරිභෝගිකයා නැවත මිලදී ගැනීමට යොමු වන්නේ. මේ නිසා නිතරම පාරිභෝගික රුචිඅරුචිකම් තේරුම් ගෙන තමයි ඔබ භාණ්ඩ නිපදවිය යුතු වෙන්නෙ.

ඔබ සපයන භාණ්ඩය හෝ සේවාව ඉතා උසස් තත්ත්වයෙන් පවත්වා ගැනීම

"ව්‍යාපාරය දිගු කලක් පවතින්න නම් **තෘප්තිමත් වූ පාරිභෝගිකයන් පිරිසක් අවශ්‍යම වෙනවා"** යන්න තමයි, නූතන තරගකාරී ලෝකයේ වෙළඳ පොළ තුළ තේමාව වී තිබෙන්නෙ. ඒ නිසා ඇත්තටම ඔබ සපයන සේවාව හෝ භාණ්ඩය ඉතා උසස් තත්තවයෙන් පැවතිය යුතුයි.

දැන් බලන්න කිරිපිටි වර්ග රැසක් තිබුණත් මිනිසුන් අතර ජනප්‍රිය කිරිපිටි වර්ග තිබෙන්නේ කීයද? නොයෙක් සබන් වර්ග තිබුණත් පාරිභෝගිකයන් වැඩි පිරිසක් භාවිතා කරන සබන් වර්ග තිබෙනවා. සමහර සේවාවන් වලත් එහෙමයි. විශේෂඥ වෛද්‍යවරුන් එකම ක්ෂේත්‍රයේ විශාල ලෙස සිටියත් සෑම කෙනාටම රෝගීන් ප්‍රමාණවත් පරිදි නැහැනෙ. රක්ෂණ සේවාව, බැංකු සේවාව, රූපලාවන්‍ය සේවාවන්හි යෙදෙන හැම කෙනෙකුටම විශාල පාරිභෝගික පිරිසක් ඉන්නවාද? ලැබෙන සේවය, රසය, ගුණත්වය, තෘප්තිමත්භාවය මත තමා පාරිභෝගිකයන් ඔබේ භාණ්ඩය හෝ සේවාව පරිභෝජනය කරන්නේ. ඉතින් ඒ නිසා ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් භාණ්ඩයක් හෝ සෙවාවක් සපයන්නේ නම් එහි ගුණත්වය පිළිඳව සැලකිලිමත් විය යුතු වෙනවා.

මෙම ගුණත්ව පරීක්ෂාව ඔබට අමුද්‍රව්‍ය ආදිය මිලදී ගන්නා වෙලාවේදීත්, නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය සිදුවන අවස්ථාවේදීත් නිෂ්පාදනය සිදු කර හමාර වූ අවසාන අවස්ථාවේදීත් සිදුකල හැකි බව වටහා ගත යුතු වෙනවා.

ගුණාත්ව කළමනාකරණය යනු

ගුණත්ව කලමනාකරණය කියන්නෙ කුමක්ද කියා ඉතා සරලව බැලුවහොත්, පාරිභෝගික අරමුණු ඉටු කර ගැනීමට සුදුසු තත්ත්වයක භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් ලබා දෙන්නේ නම් එම භාණ්ඩය අපේක්ෂිත ගුණාත්මක මට්ටමට නැතිනම් ප්‍රමිතියට අනුව නිපදවන්නේද යන්න සොයා බැලීමත්, එම ප්‍රමිතීන්ට අනුව නිෂ්පාදනය කිරීමට අවශ්‍ය නිෂ්පාදන ක්‍රම හා පිළිවෙත් ඔබ ආයතනයේ පවතින්නේද යන්නත්, තිබිය යුතු ගුණත්ව මට්ටමට වඩා පහළ මට්ටමක භාණ්ඩයේ තත්ත්වය පවතින්නේ නම් ඒ සඳහා ගතහැකි පාලන ක්‍රියාමාර්ග ගැනීමත් යන ක්‍රියාවලීන්ගේ එකතුවත් ලෙස හඳුන්වන්න පුළුවන්.

පූර්ණ ගුණත්ව කළමනාකරණය

මෙය ව්‍යාපාර ක්ෂේත්‍රය සඳහා බෙහෙවින් වැදගත් මූලධර්මයක් ලෙස හඳුන්වන්න පුළුවන්. මෙම පූර්ණ ගුණාත්මක කළමනාකරණය තුළින් බලන්නේද අංග සම්පූර්ණ තත්වයෙන් උසස් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් වෙළෙඳපොළට ලබා දෙන්නේ කෙසේද යන්න සලකා බැලීමයි. මෙය සැබැවින්ම ඔබේ ව්‍යාපාරයේ තත්ත්වයෙන් උසස් භාණ්ඩ නිපදවීම සඳහා ක්‍රියාත්මක කරන උපක්‍රමික කළමනාකරණයක් වෙනවා. ඒ අනුව, පූර්ණ ගුණත්ව කළමනාකරණයක් ඔබේ ආයතනය තුළ අනුගමනය කරනවා නම් ඔබේ ආයතනයේ ,

- භාණ්ඩය හෝ සේවාව සැලසුම් කිරීම
- අවශ්‍ය අමු ද්‍රව්‍ය හා අනෙකුත් දේ ලබා ගැනීම
- අදාල යන්ත්‍රසූත්‍ර හා ක්‍රම පිළිබඳව සොයා බැලීම
- ගනුදෙනුකරුවන්ගේ ගැටලු විසඳීම
- සේවකයින් මැනවින් සංවිධානය කිරීම
- සේවකයින් තෘප්තිමත් කිරීම
- සේවකයින්ට මනා නායකත්වයක් ලබාදීම
- අභ්‍යන්තර සන්නිවේදනය මැනවින් සිදු කිරීම

ආදී වූ සෑම අංශයක ම ප්‍රවර්ධනයන් පිළිබඳව සලකා බලන්න සිදුවෙනවා. ඒ නිසා මේ පූර්ණ ගුණත්ව කළමනාකරණය කියන එක ජීවන මාර්ගයක් කියා තමයි කළමනාකරණයේ හඳුන්වන්නෙ. ඒ කියන්නෙ, ආයතනයේ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය අඛණ්ඩව දිගින් දිගටම කරගෙන යෑමට මෙය ඔබේ ව්‍යාපාරයට අත්‍යවශ්‍ය දෙයක් බවයි.

ඔබේ ආයතනයටත් පූර්ණ ගුණත්ව කළමනාකරණයක් යොදන්න සිතනවා නම් ඒ සඳහා පහත කරුණු කෙරෙහි අවධානය යොමු කරන්න.

- ඔබේ ව්‍යාපාරයට ඉදිරියට යෑමට සුදුසු දර්ශනයක් පිළියෙළ කර එය සියලුම සේවයකන්ට දැනුම් දෙන්න.
- මෙම දර්ශනය ඉහළ සිට පහළට සිටින සියලුම සේවකයන් අධ්‍යයනය කළ යුතුයි.
- නිෂ්පාදන හෝ සේවාව අඛණ්ඩවම ඉදිරියට ගෙන යෑම අරමුණු කරගන්න.
- සියලුම පරීක්ෂාවන් නිෂ්පාදන හෝ සේවා ක්‍රියාවලියේ දියුණුවට යොදාගන්න.
- සියලුම දෙනාට ප්‍රමාණවත් පුහුණුවක් ලබාදෙන්න
- සියලුම සේවකයන් හා කළමනාකරුවන් අතර සහයෝගීතාව වර්ධනය කරන්න.
- සේවකයන් හා කළමනාකරුවන් අතර විශ්වාසවන්ත පරිසරයක් ඇති කරන්න
- ගනුදෙනුකරු තෘප්තිමත් කිරීම සියල්ලන්ගේම සටන් පාඨය විය යුතුය.
- සේවකයන් තුළ තමන්ගේ වැඩ පිළබඳව අභිමානය ඇති කරන්න
- වැඩ කටයුතු වල පවතින බාධා ඉවත් කරන්න.
- සේවක දක්ෂතා වර්ධනයට අවශ්‍ය පුහුණුව, යන්ත්‍ර සූත්‍ර උපකරණ හා ක්‍රම හඳුන්වා දෙන්න.
- සෑම මට්ටමකම සේවකයන්ට අධ්‍යාපනය මෙන්ම ස්වයං වර්ධනය පිළිබඳව දිරිමත් කළ යුතුයි.
- නිෂ්පාදනයේ තත්ත්වය හා විශ්වාසය මත මිල නියම කළ යුතුයි.
- ඉහළ සිට පහළට ගුණත්වය වර්ධනය සඳහා වන පරිසරයක් ගොඩනගන්න.

දෙනවානම් දෙන්න හොඳම දෙයක්, නැතිනම් නොදීම ඉන්න. හොඳම දෙයක් නොදීමෙන් ඔබේ ව්‍යාපාරයට හොඳ නැතිම දෙයක් සිදු වෙන්න පුළුවන්.

ඉදිරියට යන්න නම් වෙනස් වෙන්නත් ඕන වෙනස කළමනාකරණය කරගන්නත් ඕන

විවිධාකාර වූ කළමනාකරණයන් පිළිබඳව කතා කල අපි ඇතිවන වෙනස්කම් කළමනාකරණය කරගන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳවද අවධානය යොමු කළ යුතු බැවින් ඒ පිළිබඳවද ව්‍යවසායක ඔබට වැදගත් කරුණු මෙහි සාකච්ඡා කරනවා.

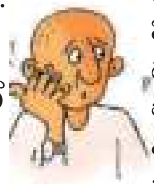
වෙනසට මුහුණ දෙන්න ඔබටත් සිදුවෙනවා

ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය පවත්වාගෙන යන්නේ මොහොතින් මොහොත වෙනස්වන පාරිසරික තත්ත්වයක බැවින් එම තත්ත්වයට ගැලපෙන පරිදි ඔබද ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළ සුදුසු වෙනස්කම් සිදුකළ යුතුය යන්න ඔබ හොඳටම දන්නවා ඇති. ලෝකය නිතර වෙනස් වෙනවා. මිනිසුන්ද විවිධ දේ සොයා ගන්නවා. කාලගුණික, දේශගුණික විපර්යාසද සිදුවෙනවා. පාරිභෝගික ජනතාව විවිධ දේ ඉල්ලනවා. නිෂ්පාදකයන් විවිධ දේ නිපදවනවා. එයට අනුකූලව කටයුතු කරන්න අපට සිදුවෙනවා. ඉතින් මෙය අද ඊයේ සිදුවූවක් නොවෙයි. මෙය ලෝකය පුරා ඈත අතීතයේ සිටම සිදුවෙනවා. වෙනසකට තිබෙන්නේ තාක්‍ෂණයත් සමඟ අද එය ඉතා වේගයෙන් සිදුවීමයි. මෙලෙස ඉතා වේගයෙන් සිදුවන වෙනස්වීම්වලට ගැලපෙන පරිදි කටයුතු කිරීමට වෙනවා. ඒ කියන්නේ වෙනසට මුහුණ දෙන්න ඔබට සිදුවෙනවා කියන එකයි.

වෙනස්වීම පිළිබඳව අවධානයෙන්

ව්‍යවසායකයෙක් ලෙස ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය නිතර වෙනස්කම්වලට භාජනය කළ යුතු වෙනවා. එනම් අතීතයේ කළ නිෂ්පාදනය හෝ ලබාදුන් සේවාව දැන් අලෙවිය සඳහා ප්‍රමාණවත් නොවේ. ඔබේ භාණ්ඩයේ/සේවාවේ ගුණාත්මය, හැඩය, වර්ණය, ප්‍රමාණය, සෞඛ්‍ය ආරක්ෂිත බව ආදී විශේෂයෙන් මිනිසුන් ඉල්ලන දේ කාලීනව වෙනස් විය යුතුයි. එසේ වීමට නම් ඔබට මේ පිළිබඳව හොඳ අවබෝධයක් තිබිය යුතුයි. වෙළෙඳපොළේ වෙන්නේ මොනවාද, මිනිස්සු ඉල්ලන්නේ මොනවාද, යනාදිය පිළිබඳව ඔබ නිතරම හොඳ අවධානයකින් ඉන්න ඕන. වෙළඳපොළ පිළිබඳව පර්යේෂණ නිතරම ඔබ විසින් සිදුකරන්න ඕන. එහෙම නැති වුණොත් ඔබට වෙනසට මුහුණ දෙන්න අමාරු වෙනවා. එවිට ඔබට වෙළෙඳ පොළෙන් ඉවත් වන්න සිදුවෙනවා. ඔබේ ව්‍යාපාරය අසාර්ථක වෙනවා. නැවත ඔබේ වෙළඳපොල ගොඩ නැගීම ලෙහෙසි වන්නේ නැහැ. ඒ නිසා නිතරම වෙනස්වීම් පිළිබඳව අවධානය යොමුකිරීම ලොකු කුඩා කවර මටටමේ ව්‍යවසායකයෙකුට වුවත් ඉතා වැදගත් වෙනවා.

එහෙම වෙනස් වෙන්න නම් ඔබ නිතරම ඉදිරිය දකින්න ඕන. ඉදිරිය ඔබට පෙනෙන්න ඕන. මෙය දිගු කාලීන එකක් විය යුතු අතර එයද කාලීනව තරගකාරී හා වෙනස් වන පරිසරයට අනුව ගලපාගන්න සිදුවෙනවා.



වෙනස්වීම තේරුම් නොගත්තොත් "මැරෙන්න" පුලුවන්.

වෙනස්වීම හඳුනාගෙන, එය හරියට තේරුම්ගෙන කටයුතු කිරීමට අපහසු නම් "මැරෙන්න" සිදුවෙනවා කියලත් කළමනාකරණයේ යම් යම් අවස්ථාවල සඳහන් වෙනවා. ඒ කියන්නේ ඇත්තටම ව්‍යාපරයක් කරනු ලබන පුද්ගලයා මැරෙන එක නොවෙයි. වෙනස් නොවුනහොත් ඔබේ ආයතනය හෝ භාණ්ඩය හෝ සේවාව මියයන බවයි. ඒ නිසයි මෙම වෙනස තේරුම්ගෙන එය වටහාගෙන ඊට ගැලපෙන පරිදි ඔබ කටයුතු කළ යුතු වෙනවා.

එහෙම නම් වෙනස ලෙස හඳුන්වන්නේ කුමක්දැයි කියා බැලුවහොත්, මෙයින් කියවෙන්නේ පරිසරයේ සිදුවන වෙනස්කම්වලට ගැලපෙන අයුරින් ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළද වෙනස්කම් කරගත යුතුය යන්නයි. පරිසරයේ සිදුවන වෙනස්කම්වලට සාර්ථකව ප්‍රතිචාර දැක්වීම සඳහා ඊට ගැලපෙන ලෙස ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළද අදාල වෙනස්කම් සිදු කළ යුතු බවයි. හැබැයි මෙය සැලසුම් සහගතව කරගත යුතු ඉතා වැදගත් කාර්යයක් බවත් සිතට ගන්න. මෙය ඉතා පැහැදිලිව සැලසුම් සහගතව සිදුකිරීම තුළින්, ඔබේ ව්‍යාපාරයට,

- නිමැවුම් වැඩිකර ගන්න පුළුවන්
- භාණ්ඩයේ හෝ සේවාවේ ගුණාත්මය වැඩිකර ගන්නත් පුළුවන්
- ඒ තුළින් සේවකයන් හොඳින් දිරිගන්වන්නත් හැකි වෙනවා
- තරගයට මුහුණ දෙන්නත් පුළුවන්
- නිර්මාණාත්මක බව වැඩි කරගන්නත් පුළුවන්
- වෙළඳපොළ කොටස වැඩිකර ගන්නත් ඔබට පුළුවන්
- සේවකයන්ගේ කුසලතාව ඉහළ නංවන්නත් හැකි වෙනවා
- පාරිභෝගික තෘප්තිය උපරිම මට්ටමින් ලබා දෙන්නත් පුළුවන්
- වෙළඳපොළ තුළ ඔබට දීර්ඝ කාලයක් රැඳී සිටින්නටත් හැකි වෙනවා
- සැපයුම්කරුවන් සැමදා ඔබ වෙත අවශ්‍ය සේවාද සලසනවා

මෙම වෙනස ගැන බලන කොට වැඩිපුර හිතන්න ඕන නැහැ. දැන් බලන්න කාන්තා මෝස්තර රටා එදත් අදත් අතර කොහොමද කියල. මොනතරම් වෙනස් වෙලාද? දිනෙන් දින වෙනස් වෙලා නේද? සුවඳ විලවුන් වර්ග බලන්න. විවිධ සබන් වර්ගවල අද තත්ත්වය බලන්න. පරිභෝජන රටාවේ වෙනස බලන්න. බැංකුවල, මූල්‍ය ආයතනවල සේවාවන්හි වෙනස බලන්න. නිවාසවල පවතින මෝස්තර රටා බලන්න. ගෘහ උපකරණ, ක්‍රීඩා භාණ්ඩවල වෙනස්කම් බලන්න. රක්ෂණය, ප්‍රවාහනය ආදී සේවා බලන්න. මහා මාර්ග පද්ධතිය බලන්න බෙහෙත් වර්ග, වෛද්‍ය සේවාවල දියුණුව, රෝහල් පද්ධතිය, වෛද්‍යවරුන්ගේ, ඉංජිනේරුවන්ගේ සේවා තත්ත්වයන්ගේ වෙනස්කම් බලන්න. අතීත රටා තුළම හිරවී හිටියා නම් මොකද වෙන්නෙ. එබැවින් මේ වෙනස කියන එක පිළිබඳව ඔබ නිරන්තර අවධානය යොමු කළ යුතුයි නේද? විශේෂයෙන් ම දුරකථන සේවාවේ තත්ත්වය බලන විට එදා සහ අද අතර වෙනස මොනතරම් විශාලද? ජංගම දුරකථනවල පැතිරීමත් සමග මහා විප්ලවීය වෙනසක් මේ හැම ක්ෂේත්‍රයකම සිදුවෙලා. ශ්‍රී ලංකාවේ වර්තමාන සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය දෙස බලන විට එදා පැවති ඒකාධිකාරී තත්ත්වයෙන් මිදී අද මොනතරම් දියුණුවක් ලබා තිබෙනවාද?

ඒ හින්දා මේ වෙනස සුදුසු වේලාවේ දී ගැලපෙන පරිදි ඔබත් ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළ සුදුසු ගැලපීම් කළ යුතු බව ඔබට වැටහෙනවා ඇති. ඒ හින්දා ඔබ ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස භාණ්ඩයට හෝ සේවාවට සුදුසු වෙනස්කම්

කිරීමද, එය පාරිභෝගික සමාජය තුළට ලැබෙන ක්‍රමවේදයද වෙනස් කොට නව දැක්මක් සහිතව නිතරම විමර්ශනශීලීව වෙළඳපොළ තුළ පර්යේෂණ සිදුකරමින් කටයුතු කළ යුතු බවද දැන් වැටහෙනවා ඇති.

ඔබේ ආයතනය තුළ වෙනස අවශ්‍ය යැයි කීම සඳහා පවතින පීඩනයන්

ඕනෑම ව්‍යාපාර ආයතනයකට වෙනසක් අවශ්‍ය බව පෙනෙනවා. එහෙත් සමහරවිට සමහර ව්‍යාපාරිකයන්ට කොතෙක් අවස්ථාව තිබුණත් වෙනස්වීම සඳහා කැමැත්තක් දක්වන්නේ නැහැ. හැබැයි ව්‍යාපාරික ඔබ කෙසේ එය මග හැරීමට උත්සාහ කළත් වෙනස සඳහා පීඩනයක් එල්ල වන විට එය මගහැර සිටීම පහසු වන්නේත් නැහැ.

ඒ අනුව ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ඇති සැලසුම් ක්‍රියාපටිපාටි, ශිල්ප ක්‍රම, කළමනාකරණ ක්‍රමය, සංවිධාන රටාව නිෂ්පාදන හා බෙදාහැරීමේ ක්‍රමය ආදියෙහි වෙනස්කිරීම් සඳහා බලපෑම් එල්ල කරන බලවේග කිහිපයක් හඳුනා ගෙන තිබෙනවා. ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළ වෙනසක් කිරීමට ඉල්ලා සිටින බලවේග කීපයක් පහතින් දැක්වේ.

වෙනස් වන තාක්ෂණය

මෙය මෑත කාලයේ ලෝකයේද ඉතා ප්‍රබල සාධකයක් බවට පත්ව තිබෙනවා. මෙම තාක්ෂණික වෙනස්කම්, ගොඩනැගිලි, යන්ත්‍ර සූත්‍ර, ක්‍රියාපටිපාටීන්, ශිල්ප ක්‍රම, මිනිසුන්ගේ චර්යාව, වෙළඳපොළ ආදී සෑම අංශයකම වෙනස්කම් කිරීම සඳහා ඉතා දැඩි ලෙස බලපෑම් එල්ල කරනු ලබනවා. එබැවින් මෙයට මුහුණ දෙන්නට ඔබ සමත් නම් ඔබ සාර්ථක ව්‍යවසායකයෙක් වෙනවා.

පාරිභෝගික රුචිය

පාරිභෝගික රුචිය කාලීනව වෙනස් වෙනවා. හේතුව කලින් කලට තම අවශ්‍යතා ඉටුකර ගන්නා ආකාරය මිනිසුන් වෙනස් කිරීමයි. ඒ නිසා කාලීනව පාරිභෝගිකයන් ඉල්ලන දෑ දීමට උත්සාහ කළ යුතුයි.

පුළුල් වන දැනුම

මිනිසුන්ගේ හා සේවකයින්ගේ දැනුම පුළුල් වීම නිසාද වෙනසක් කරන්න කියා බලපෑම් එල්ල කරනවා. අද ව්‍යාපාරිකයන් විසින් විවිධ සන්නිවේදන ක්‍රම මගින් නව දැනුම ලබාගන්නා බව ඔබ දන්නවා. ඒවා භාවිත කරන බැවින් දැනුමද යල්පැන යනවා. එවිට අලුත් දැනුම දන්නා අය නව භාණ්ඩ හා සේවා සපයනවා. ඉතින් ඔබටද පැරණි දැනුම මත පදනම්ව කටයුතු කිරීම අපහසු වෙනවා. එබැවින් මෙම නව දැනුම ඇති අයගෙන් ඔබගේ ව්‍යාපාරයට දැනුම ලබාගෙන හෝ ඔබ විසින්ම එම දැනුම පුළුල් කරගෙන ව්‍යාපාරය සාර්ථකව ඉදිරියට ගෙනයෑමට කටයුතු කළ යුතු බව ඔබට වැටහෙනවා ඇති.

ජීවිතයේ ගුණාත්මක බව

තමා රැකියා කරනු ලබන තැන සිදුවන වෙනස්කම් හා සාර්ථකත්වය මත තම ජීවිතයේ ද ගුණාත්මක බවක් ඇතිවන බැවින් සේවා දායකයන් ඔබේ ව්‍යාපාරයට වෙනසක් අපේක්ෂා කරනු ලබනවා. තමා වැඩ කරන තැන පිළිබඳව සතුටින්, මහත් අභිමානයෙන් යුතුව යමෙකුට කිව හැකි නම් ඔහු ඒ සඳහා හොඳ වැඩ පරිසරයක් අපේක්ෂා කරනවා. එවැනි සේවකයන් ඔබේ ආයතනයේ ගුණාත්මක බව පිළිබඳව අපේක්ෂාවෙන් සිටින බැවින් අඩුපාඩු ඉවත් කර දී සුදුසු තත්ත්වයකට පත්වීමේ වෙනසක් බලාපොරොත්තු වෙනවා. එවිට වෙනසක් කිරීමට ඔබටද බොහෝවිට සිදුවෙනවා.

සේවකයින් සාමූහිකව දක්වන ප්‍රතිචාර

පොදුවේ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සේවය කරන සේවකයන් එකට එක්වූ අවස්ථාවක ඔවුන් අතර ඇති වන සාකච්ඡාවල ප්‍රතිඵලයක් ලෙසද මෙලෙස වෙනසකට බලපෑම් ඇති විය හැකියි. ඔවුන්ගේ අධ්‍යාපන මට්ටම, වැඩ කරන ආකාරය, භාවිත කරන යන්ත්‍රසූත්‍ර හා උපකරණ, වැඩ පරිසරය, නායකත්ව රටාව, කළමනාකරණ ක්‍රමය, තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය ආදී දේවල් පිළිබඳව ඔවුන් දක්වන ප්‍රතිචාර මත ඒවායේ අඩුලුහුඬුකම් පවතින විට ඒවා වෙනස් කර දියුණු තත්වයට පත්වීමට ඔවුන්ගෙන් බලපෑම් එල්ල වෙනවා. එවිට වෙනස්කම් පිළිබඳව සලකා බැලීමට ඔබට සිදුවෙනවා.

එක් කොටසක් වෙනසක් ඉල්ලන විට, තවත් පිරිසක් ඒවාට විරෝධතා දක්වන්න පුළුවන්. ඒ වාගේම ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළ ඇති සම්පත්වල සීමිතභාවයද වෙනසක් කරන විට බාධා කරන සාධකයක් වෙන්න පුළුවන්. මෙහි දී සමාජයේ මෙම විරෝධය ඔබට ප්‍රසිද්ධියේම දක්වන්න පුළුවන්. සමහරු විරෝධතා යටපත් කරගෙන කාලය ගෙවනවා. එවැනි අය වැඩට පැමිණෙන්නේ නැහැ. මාරුවීම ඉල්ලා සිටිනවා. ඔබේ ආයතනයෙන් ඉවත්ව යාමට උත්සහ කරනවා. වැඩ කිරීමට තිබූ උද්යෝගය අඩු වෙනවා. භාණ්ඩයේ හා සේවාවේ ගුණත්වය අඩු කරනවා. ඒ අනුව, කඩාකප්පල්කාරී වැඩවලට පවා ඔබට මුහුණදෙන්නට සිදුවෙනවා.

මෙලෙස ඔබේ ආයතනය තුළ වෙනස්කම් කිරීමේ දී සේවක බාධා ඇතිවීමට හේතු කීපයක්ම තියෙනවා,

- පුරුදු වී සිටින දේවලින් ඉවත් වන්නට තිබෙන අකමැත්ත.
- නොදැනුවත්කම නිසා බොහෝ විට සේවකයන් බියට පත්වීම.
- මෙතෙක් භුක්ති විඳි ආර්ථික ප්‍රතිලාභ නැතිවීමෙන් දුෂ්කරතාවන්ට පත් වෙතැයි සිතා ඇති වන බිය.
- තම කාර්යයන් කරන විට අනෙක් අය මත රඳා පැවතීම.
- යෝජිත වෙනස නිසා තමන් යම් අපහසුතාවයකට පත්වේ යැයි සිතීම.

වෙනස කළමනාකරණය කිරීම

එක් පැත්තකින් වෙනස්කම් කරන්න කියල බලපෑම් කරද්දීත්, තව පැත්තකින් වෙනසට විරුද්ධව බලපෑම් ඒල්ල වෙද්දීත්, ඒවාට මුහුණ දී සුදුසු වෙනස්කම් කරගෙන වෙනස් වන ලෝකයට ගැලපෙන පරිදි වෙනස කළමනාකරණය කරන්නේ කොහොමද කියල විමසිලිමත්ව බලන්න ඕන.

මේ වෙනස කළමණාකරණය කරනවා කියන්නේ ඉහත දක්වන ලද හා වෙනත් ඕනෑම වෙනසකට විරුද්ධව පවතින බලවේග හොඳින් හඳුනා ගෙන ඒවා මඟහරවා ගැනීමට කටයුතු කිරීමයි. ඒ අනුව, එල්ල වන බාධා පිළිබඳවත්, ඒවා මඟහරවා ගන්නා ආකාරය පිළිබඳවත් මනා අවබෝධයෙන් කටයුතු කිරීම අවශ්‍ය වෙනවා. මේ සඳහා ඔබට උපක්‍රම කිහිපයක්ම යොදා ගන්න පුළුවන්. ඒවායින් කීපයක් නම්,

- සිදු කිරීමට යෝජිත වෙනස්කම් පිළිබඳව ඔබ යටතේ සේවය කරනු ලබන සියලුම සේවකයන්ට ඉහළ සිට පහළට හොඳින් දැනුම්වත් කරන්න. බොරු පැතිරෙන්න ඉඩ දෙන්න එපා. එවිට උපකල්පන මත විවිධ විරෝධතා දක්වා ඔබේ ව්‍යාපාරය අඩපණ කළ හැකියි.
- සිදු කිරීමට යෝජිත වෙනස්කම් පිළිබඳව සියලුම සේවකයින් සමග, විශේෂයෙන්ම විරෝධතා දක්වන සේවකයන් සමග සාකච්ඡා කිරීම ඉතා වැදගත් වෙනවා. එවිට ඔවුන් විරුද්ධ වන හේතූන් හඳුනා ගැනීමටත්, ඒවාට ගැලපෙන ප්‍රතිපත්ති තීරණයක් ගැනීමටත් ඔබට පුළුවන් වෙනවා. ඒ තුළින් විරෝධය අවම කර ගන්න පුළුවන්.
- යෝජිත වෙනස්කම් වලට විරෝධය දක්වන පිරිස්ද හවුල් කරගෙන ඔවුන්ගේ උදව් ඇතිව වෙනස ක්‍රියාවට නැඟීමට කටයුතු කිරීමට ඔබ බුද්ධිමත් විය යුතුයි. එවිට විරුද්ධ වන පිරිස්වල සහයෝගය ලැබෙනවා විතරක් නොවෙයි, තරගකාරී පරිසරයට ගැපෙලන පරිදි ඔබට අපේක්ෂිත වෙනස්කම් සිදුකර ගැනීමටද හැකිවෙනවා.
- වෙනසට බාධා කරන පිරිස්වලට එයට කැමති වන පරිදි පරිසරය සැකසීමද කළ හැකියි.
- බාධාකාරී පිරිස්වලට උපකාර කිරීමද තවත් වෙනස කළමනාකරණ කිරීමේ උපක්‍රමයක් වෙනවා. විරෝධතා දක්වන අය වෙනස නිසා යම් ආතතික තත්ත්වයකට පත්ව ඇත්නම් එය සමනය කිරීම සඳහා උපදේශන හා පුහුණු කිරීමේ සේවාවන්ද ලබාදීම සිදු කරනු ලබනවා.
- වෙනස සඳහා විරෝධය දක්වන්නවුන්ට සෘජුවම බලපෑම් කර ඒ සඳහා යොමු කර ගැනීමේ ක්‍රියාදාමයක්ද තිබෙනවා. ඒ කියන්නේ හොඳින් නැත්නම් නරකින් කියන න්‍යාය තුළ පිහිටා කටයුතු කිරීමයි. මෙහි දී ඔබට කළමනාකරුවකු ලෙස බලය යෙදීමට සිදු වෙනවා.

  මෙම ක්‍රම තුළින් වඩා උචිත වන ක්‍රමයක් හෝ ක්‍රම කීපයක් තෝරා ගෙන ව්‍යාපාරය තුළ වෙනසක් කිරීමට යෑමේ දී ඇතිවන විරෝධතා ව්‍යාපාරයට වාසි සහගත වන ආකාරයට කළමනාකරණය කර ගැනීමට පුළුවන්.

වෙනස තුළින් සංවර්ධනය

සියලුම වෙනස්කම් කිරීමට ව්‍යාපාරික ඔබ පෙළඹෙන්නේ කවර අවශ්‍යතාවයකට දැයි ඔබ සිතන්නට පුළුවන්. ඇත්තටම යම් ව්‍යාපාරික ආයතනයක වෙනසක් සිදු කරන්න සූදානම් වන්නේ එම ආයතනයට ඉදිරියට යාම සඳහායි. වර්ධනයක් අපේක්ෂාවෙනුයි. එනම් වෙනස

කිසියම් සංවර්ධනයක් උදෙසාම විය යුතුයි. යම් පුද්ගලයකු වුවද, ආයතනයක් වුවද, සංවිධානයක් වුවද වෙනසක් කිරීමට උත්සාහ කරන්නේ ඔවුන්ට කිසියම් ප්‍රතිලාභයක් ලබා ගැනීම උදෙසායි. ඔබ අහල තියෙනවනෙ "මීයක් කඩන්නේ අත ලෙවකන්න නොවයි" කියල. විශාල අවදානමක් දරලා, විරෝධතා, නඩුහබ ඇතිවෙලා, වෘත්තීය අරගලවලට මුහුණ දී මෙලෙස වෙනසක් කරන්නේ කිසියම් හෝ සංවර්ධනයන් අපේක්ෂාවෙන් ම විය යුතුයි.

මෙලෙස සංවර්ධනාත්මක වූ වෙනසක් කිරීමේ දී සෑම දෙනාගේම ගෞරවය ආරක්ෂා වන පරිදි එය සිදුකළ යුතු බව, ව්‍යාපාරිකයෙකු ලෙස ඔබ දැන සිටිය යුතුයි. ඒ සඳහා පහත සඳහන් මූලධර්ම වලට අනුව කටයුතු කළ යුතුය.

- සේවකයන් /සාමාජිකයින් තුළ විශ්වාසය ඇති කිරීම හා ඔවුන්ව විශ්වාස කිරීම
- සාමාජිකයන්ට / සේවකයන්ට ගරු කිරීමට පුරුදුවීම
- සාමාජිකයන්ට/ සේවකයන්ට උපකාර කළයුතු වීම
- බලය කාටත් එක සමාන ලෙස යොදා ගැනීම
- අනිසි ලෙස අධිකාරිය භාවිත කර සාමාජිකයන්ට දඬුවම් ලබාදීම සිදු නොකිරීම
- විවෘත භාවය ආරක්ෂා කිරීම
- සෑමවිටම සහභාගිත්වය ලබා ගැනීම
- ආත්ම ගරුත්වය හා අභිමානය ආරක්ෂා කිරීම
- සුදුසු හැමවිටම අගය කිරීමට පුරුදුවීම
- එකිනෙකාගේ සංස්කෘතීන්ට ගරු කිරීම

ආතතියෙන් තොර වෙන්න නිවැරදි දේ නිවැරදිව කරන්න

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් මුහුණපාන ඉතා ප්‍රබල ගැටලුවක් වන්නේ සිය කාර්යයන් කරගෙන යෑමේ දී ඇතිවන මානසික පීඩනය, මානසික අසහනය නැතිනම් ආතතිය පිළිබඳ ගැටළුවයි.

මෙලෙස අප විසින් සාකච්ඡා කරනු ලබන රැකියා ආතතිය කුමක්ද යන්න පිළිබඳව සොයා බැලුවහොත් බාහිර තත්ත්වයක් නිසා ඇති වන කායික මානසික හෝ චර්යාවන්ගේ වෙනස්කම්වලට ගැලපෙන ආකාරයට ප්‍රතිචාර දැක්වීමක් ලෙස දක්වන්න පුළුවන්.

ඒ කියන්නෙ ඉහත සඳහන් කළ ආකාරයට විවිධ ආකාරයෙන් එල්ල වන බාහිර සාධකවලට ප්‍රතිචාර දැක්වීම තමා ආතතිය කියල දක්වන්නේ. ඇත්තටම මේ ආතතිය පුද්ගලයාගෙන් පුද්ගලයාට වෙනස්ව බලපානවා ඒ කියන්නේ කාන්තාවන්ට, පිරිමින්ට, ළමයින්ට, දරුවන්ට, වැඩිහිටියන්ට ආදී සෑම කෙනෙකුටම විවිධ මට්ටම්වල දී විවිධ ආකාරයට බලපානවා. ඒ බාහිරින් එල්ල වන බලපෑමට එකිනෙකා ප්‍රතිචාර දක්වන ප්‍රමාණය අනුව කියල තමා කළමනාකරණ විද්වතුන් කියන්නේ. එමෙන්ම ඒ ඒ පුද්ගල කොටස්වල අදහස්, ආකල්ප, හැකියාවන්, මතයන්, කුසලතාවන්, දැනුම, පෞරුෂත්ව ලක්ෂණයන්, නායකත්වය, සන්නිවේදනය සිදු වූ ප්‍රමාණය, සංස්කෘතිය ආදී සාධක මත තමා මේ ආතතික තත්ත්වය ඇති වෙන්නෙ. බාහිර බලපෑම්

හේතුවෙන් ඔබට මානසික නිරවුල් භාවයක් නොමැතිවීම නිසා මෙම ආතතික තත්ත්වයන් හට ගන්නවා. ඉතින් ඔබ පමණක් නොවේ ඔබේ ආයතනයේ සේවකයින්ද නිරවුල් මානසික තත්ත්වයකින් සිටීම ඔබට මෙම ආතතික තත්ත්වයෙන් මිදීමට වැදගත් වෙනවා. මානසික නිරවුල් බව විශේෂයෙන්ම මනස වෙහෙසා වැඩ කරන අයට අත්‍යවශ්‍ය බව අතීතයේ පිළිගැනුනත්, අද තත්ත්වය නම් මානසික පමණක් නොව කය වෙහෙසා වැඩ කරන අයට ද මානසික නිරවුල් බව අත්‍යවශ්‍යයි යන්නයි.

වෛද්‍ය, ඉංජිනේරු, ගණකාධිකාරී හා බැංකු සේවා වැනි වෘත්තීය කටයුතුවල දී මෙන්ම ගුරුවරුන්, ලිපිකරුවන්, පරිපාලන නිලධාරීන් වැනි සේවාවල දී ද, වරායවල, වෙළෙඳපොළවල්වල සේවය කරන අයට මෙන්ම වෙනත් ඕනෑම සේවාවක දී ද, කම්කරු, ගොවි වැනි වෘත්තියවල යෙදෙන කය වෙහෙසා වැඩ කරන අයටද මේ මානසික පීඩනය ඇති වුවහොත් සිය කාර්යයන් හරියාකාරව කරගත නොහැකි වනු ඇති.

මේ සියල්ලටම වඩා ව්‍යාපාර මෙහෙයවන අයට ආර්ථික, සමාජීය, මෙන්ම අනෙකුත් සෑම කාර්යයක දී ම මානසික ආතතියකින් පෙළෙන්න සිදු වෙනවා කියල තමයි බොහෝ දෙනා විශ්වාස කරන්නේ. මෙලෙස මානසිකව ඇතිවන පීඩනය, අසහනය (Stress) අවම කර ගැනීමටත්, මානසික අසහනය වළක්වා ගෙන කටයුතු කිරීමටත් උත්සාහ දැරීම වැදගත් වෙනවා. ආතතිය කළමනාකරණය කිරීම ඉතා වැදගත් කාර්යයක් කියල කළමනාකරණයේ පිළිගැනෙනනවා.

ආතතිය ඇතිවීමට බලපාන හේතු

- පාරිසරික හේතු
- ඉටුකළ යුතු කාර්යයන් පැහැදිලි නොවීම
- පමණ ඉක්මවා කාර්යයන් පැවරීම
- සුභසාධනය පහළ මට්ටමක පැවතීම
- නායකත්වයේ තිබෙන දුර්වලතා
- සංස්කෘතික සාධක
- දුර්වල රැකියා තත්ත්වයක් පැවතීම
- දිරිගැන්වීමක් නොමැතිවීම
- දේපල ඉඩකඩම් පිළිබඳ ගැටලු
- ණය මුදල් පිළිබඳ ප්‍රශ්න
- නොමනා කළමනාකරණ චර්යාවන්
- අවශ්‍ය පුහුණුව ලබා නොදීම
- අවශ්‍ය උසස්වීම් ලබා නොදීම
- සේවකයන්ට දොස් පැවරීම
- සේවාවන් අගය නොකිරීම
- මිල නියම කිරීම හා ලාභය පිළිබද ප්‍රශ්න
- හිමිකාරීත්වය පිළිබඳව ඇතිවන ගැටළු
- තරගකරුවන්ගෙන් ඇති වන ගැටළු
- දේශපාලන බලපෑම්

ආදී දේවල් සෘජුවම ව්‍යාපාර මෙහෙයවීමේ දී ඔබට මුහුණ දෙන්න සිදු වෙනවා. ඒ වාගේම,

- පවුලේ ප්‍රශ්න
- පෞද්ගලික ප්‍රශ්න
- ලෙඩදුක් කරදර
- දරුවන්ගේ ප්‍රශ්න
- දෙමව්පියන්ගේ ප්‍රශ්න

ආදී දේවල් ව්‍යාපාරික ඔබ ඕන තරම් අත්විඳලා ඇති. මේ සියල්ලම පාහේ අඩු වැඩි තරමින් මේ අසහනකාරී බව කෙරෙහි බලපානවා.

ඉතින් ඔබ ඒ පිළිබඳව විමසිලිමත්ව ඉහත කරුණු පිළිබඳ මනා සැලකිල්ලෙන් යුතුව ව්‍යාපාරය මෙහෙයවන්න ඕනෑ.

ආතතිය පිළිබදව අදහස් දක්වන හැන්ස් සෙලින් නැමැති කළමනාකරණ විද්‍යාඥයා කියන්නේ ආතතිය මගින් අහිතකර මෙන්ම හිතකර ප්‍රතිලාභ ද ව්‍යාපාරයකට හෝ පුද්ගලයෙකුට අත්වන බවයි. ඒ අනුව සැබැවින්ම,

- ආතතිය ධනාත්මක ප්‍රතිඵල ඇති කරන
- ආතතිය හැමවිටම මඟ හැරිය යුතු දෙයක් නොවන
- ආතතිය හැමවිටම වැළැක්විය යුතු දෙයක් නොවන
- ආතතිය හැමවිටම අසහනකාරී තත්ත්වය උද්ගත නොකරන
- ආතතිය ගැන හැම විටම සිතිය යුතු නැති දෙයක් වෙනවා

පුද්ගලයෙකු සම්පූර්ණයෙන්ම ආතතියෙන් අත මිදෙන්නේ මරණයෙන් පසුව බව කියන්නට පුළුවන් යැයි හැන්ස් සෙලින් වැඩිදුරටත් පෙන්වා දෙනවා.

රැකියා ආතතිය වලක්වාගෙන කටයුතු කරන්නේ කොහොමද?

ඔබට මෙන්ම ඔබේ සේවකයන්ටද රැකියා ආතතිය සඳහා බලපාන කරුණු මොනවාද යන්න ඔබ විසින් දැන ගෙන සිටීම ව්‍යාපාරය මෙහෙයවීමේ දී ඉතා වැදගත් වෙනවා. ඉන්පසු එම ආතතික තත්ත්වය ඇති විය හැකි කරුණුවලට පිලියම් යෙදීම ද ඔබ කල යුතු වෙනවා. ඒ අනුව පහත අවස්ථා වල දී ඇති වන ආතතික තත්වය හා ඒ සඳහා යෙදිය යුතු පිලියම් අවබෝධ කර ගැනීම වැදගත්.

පමණ ඉක්මවා කාර්යයන් පැවරීම නොකල යුතුය.

කළමනාකරුවන් විසින් දක්වන ආකාරයට ඕනෑම පුද්ගලයෙකුට දැරීමේ හා ශක්තියේ සීමාවන් පවතිනවා. එම මට්ටම් ඉක්මවා රාජකාරි පැවරීමේ දී මේ තත්ත්වය උද්ගත වෙන් පුළුවන්. එබැවින් ඔබ සෑම විටම ඔබේ සේවකයන්ගේ කායික හා මානසික තත්ත්වයට ගැලපෙන පරිදි වැඩ පැවරීමට කටයුතු කළ යුතුයි. එවිට ඔවුන් ඉතා සතුටින් තම කාර්යය නිමාවට පත් කරනවා ඇති.

මානසික මූලධර්මවලට අනුව සේවකයන්ට සැලකීම

ඔබේ සේවකයන් ඔබෙන් අපේක්ෂා කරන කළමනාකරණ නායකත්වය, කළමනාකරණ චර්යාව, ඔබෙන් නොලැබුණු විට ඔවුන් මානසික ගැටුමකට පත් වෙනවා. ඔබද සේවකයන්ගෙන් අපේක්ෂා කරන චර්යාව, කාර්ය සාධනය නොලැබුණු විට මානසික ව්‍යාකුල තත්ත්වයකට පත් වෙනවා. මෙම අවස්ථා දෙකේ දී ම සිදු වන්නේ අසහනකාරී තත්ත්වයක් උද්ගත වීමයි. එබැවින් ඒ පිළිබඳව ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරික කටයුතුවල දී සුපරීක්ෂාකාරීව කටයුතු කළ යුතුයි. ඒ කියන්නෙ, ඔබ මානසික මූලධර්මවලට අනුව සේවකයන්ට සැලකීම කළයුතු වෙනවා. සුදුසු සංවිධාන ව්‍යුහයක් තුළ සුදුසු පරිදි බලතල පැවරීම ආදී කටයුතු ඔබ සිදුකල යුතු වෙනවා.

සේවකයන්ට විධාන දීම එක් පුද්ගලයෙකු මගින් සිදු කිරීම

ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළ සේවය කරන සේවකයන්ට විධාන දීමේ දී එය සිදු කළ යුතු වන්නේ ඔබ හෝ ඔබේ වගකීම් භාරගෙන ඇති කළමනාකරුවකු හෝ විසින් පමණයි. එනම් සේවකයින්ට විධාන දිය යුත්තේ එක් අයෙක් පමණයි. එය වැදගත් කළමනාකරණ

සිද්ධාන්තයක් වෙනවා. ඒ කියන්නෙ, විධාන දීමේ ඒකීයතා මූලධර්මයයි. එක් පුද්ගලයෙකුට කිහිප දෙනෙක් විධාන දීමට ගියහොත් ඔහුට මානසික ගැටුමක් ඇති වෙනවා. එය අවසානයේ විශාල අසහනකාරී තත්ත්වයකට සේවකයා ඇද දමනවා. හේතුව, කාගේ වැඩේ දැන් කළ යුතුද, කාගේ වැඩේ පළමුව කළ යුතුද ප්‍රධානියාගේ වැඩේට ප්‍රමුඛතාවය දීමෙන් තමාට සැමදා විධාන දෙන ළඟම කළමනාකරු අමනාප වේද, ආදී ලෙස මානසික අවුලකට පත්වී මෙම අසහනකාරී බව හට ගන්නවා. මෙය ව්‍යාපාර පැවැත්මට යහපත් වන්නේ නැහැ. එම නිසා ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළ යටත් සේවකයන්ට විධාන දීම එක් පුද්ගලයෙකු මගින් සිදු කිරීමට සිතට ගත යුතුයි.

සාකච්ඡාවෙන්, සම්මුතියෙන් යුතුව ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ව ක්‍රියා කිරීම

ඔබේ ව්‍යාපාරයට ඔබ හෝ යම් කළමනාකරුවෙකු නායකත්වය සපයනු ලබන්නේ ඒකාධිපති ස්වරූපයකට නම්, නැතිනම් සේවකයන්ට කිසිදු අභිප්‍රේරණයක් හෙවත් දිරිගැන්වීමක් නොමැතිව නම්, එවිටද සේවකයන් අසහනයට පත් වෙනවා. එම නිසා ඔබ සැම විටම ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී දෘෂ්ටියෙන් යුතුව ඔබේ සේවකයන් පාලනය කළයුතු වෙනවා. සැම විටම තලාපෙලා වැඩ ගන්නා නායකයන්ට සේවකයන් කැමැත්තක් දක්වන්නේ නැහැ. එබැවින් සේවකයන් සමග සාකච්ඡාවෙන්, සම්මුතියෙන් යුතුව ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ව ක්‍රියා කරන්න ඔබත් සිතට ගන්න.

මනා සන්නිවේදනය ඔබ ඉතා හොඳින් කළයුතු වීම

සේවකයන්ට සන්නිවේදනය නිසි පරිදි ලබාදීමද ඔබ කළ යුතු ඉතාම වැදගත් කාර්යයක් වෙනවා. ඒ කියන්නේ, තොරතුරු හුවමාරුව ඉතා හොඳින් සිදුවෙනවා නම් සේවකයන් අතර, අන්තර් බැඳීම හොඳින් පවතිනවා. එවිට ඔවුන් සතුටින් සේවය කරනවා. නමුත් එක් කොටසකට තොරතුරු මනාව ලබාදීමත්, අනෙක් අයට ලබා නොදීමත්, තවත් පිරිසකට සැලකීමත්, ඔවුන්ව අගැයීමත්, අනෙක් අය පහත් කොට සැලකීමත් ආදී සන්නිවේදන දුබලතා හේතුවෙන් ඒ මත ගැටුමක් හට ගෙන අවසානයේ සේවක අසහනය ඉස්මතු වී කාර්යය සාධනය පහළ යාමට එය හේතුවක් වෙනවා.

ගැටුම මනා ලෙස කළමනාකරණය කිරීම

මීට ඉහත දී සාකච්ඡා කළ පරිදි ගැටුම නිසා ද සේවක ආතතිය ඇතිවන බව කළමනාකරයේ දී විශ්වාස කරනු ලබනවා. එම නිසා ගැටුමද මනාව කළමනාකරණය කරන්න.

සංස්කෘතික තත්ත්වයන්ට බාධා නොවන පරිදි ව්‍යාපාරය මෙහෙයවීම

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ක්‍රියාත්මක වන සංස්කෘතික තත්ත්වයද ආතතියට බලපානවා. පුද්ගලයන්ගේ සංස්කෘතික ලක්ෂණ ඔබේ ආයතනයේ ක්‍රියාත්මක වන හා ඔබ ක්‍රියාත්මක කරන සංස්කෘතික ලක්ෂණ හා එකග නොවන්නේ නම් ඒ තුළින් මානසික ගැටුමක් හටගෙන එයින් ඔබද සේවකයන්ද අසහනයට පත් වෙනවා. එම නිසා එකිනෙක සංස්කෘතික තත්ත්වයන්ට බාධා නොවන පරිදි ව්‍යාපාරය මෙහෙයවිය යුතුයි. සැම සංස්කෘතියකටම ගරු කරන්න පුරුදු වෙන්න ඕනෑ. ඒ නිසා ඒවා ඔබේ ව්‍යාපාරයට ගැලපෙන පරිදි පවත්වා ගැනීමට උත්සාහ කිරීම ඔබ කළ යුතු ඉතා වැදගත් කාර්යයක් වෙනවා.

සියලු දෙනා දැනුම්වත් කර තාක්ෂණය යොදාගැනීම

තාක්ෂණයේ වෙනස්වීමද ආතතියට බලපානවා. ඒ කියන්නේ තාක්ෂණය භාවිත කරන ප්‍රමාණය මත, සේවකයන් ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළ දී ඇතිවන සතුට හෝ නොසතුට මත, ඔවුන් රැකියා සිදුකරන ආකාරය වෙනස් කරනවා. හේතුව වෙනසක් කිරීමේ දී සේවකයන්ට එය අයහපත් ලෙස කායික හා මානසික වදයක් ඇති වෙනවා නම් ඒ තුළින් අසහනයක් ඇති කර ගන්නවා. ඒකාකාරී තාක්ෂණය මෙන්ම වෙනස් වන තාක්ෂණයද ඔබටත් ඔබේ සේවකයන්ටත් අසහනයක් ගෙන දෙන්න පුළුවන් කියල තමයි පර්යේෂණවල දී තහවුරු කරල තිබෙන්නේ. එමෙන්ම මෙම තාක්ෂණයට හුරුවීමට අවස්ථාව ඔබ ඔබේ සේවකයන්ට ලබානොදීම නිසාද සේවකයන් අසහනයට පත් වෙනවා. තාක්ෂණය යොදා ගන්නවා නම් සියලු දෙනා දැනුම්වත් කර, ඒ සඳහා පුහුණුවක්ද ලබාදීමෙන් පසු එය යොදාගත යුතුයි.

සේවකයින්ගේ පවුලේ පරිසරය, පවුලේ ප්‍රශ්න හා පවුලේ සාමාජිකයන්ගේ බලපෑම ද අවබෝධ කර ගත යුතුය.

රැකියා ආතතියට පවුලේ පරිසරය, පවුලේ ප්‍රශ්න, පවුලේ සාමාජිකයන්ගේ බලපෑම ආදී දේවල් ඉතා තදින් බලපානවා කියල සොයාගෙන තියෙනවා. ඉතින් සේවකයින්ට එම පවුලේ ප්‍රශ්නත්, ඔබ ආයතනයේ සේවය කරන විට පැන නගින ප්‍රශ්නත් එක් වූ විට විශාල ආතතික තත්ත්වයකට පත්වෙනවා. එබැවින්, ඒ පිළිබඳව විමසිල්ලෙන් යුතුව, ඔවුන් සමග මිත්‍රශීලී ලෙස ක්‍රියා කරන්න පුරුදු විය යුතුයි. හැකි සෑම විටම ඔවුන් සමග සාකච්ඡා කරන්න. මෙම ප්‍රශ්නවලට සාකච්ඡාව තුළින් ඉතා හොඳ පිළිතුරු ලබාදෙන්න පුළුවන්.

ආතතික තත්ත්වයට ආර්ථික අපහසුතාවලින් සිදුවන බලපෑම ද ඔබ තේරුම් ගන්න ඕන.

ඔබේ ආයතනයේ සේවකයන්ට කිසියම් ආර්ථික අපහසුතාවක් පවතිනවා නම්, එයත් ආතතික තත්ත්වයට බලපානවා. පවතින වැටුප මදිනම්, අතිකාල දීමනා ආදිය නොමැති නම්, මිල මට්ටම් ආදිය ඉහළ නම් පවුලේ ගැටලු විසඳා ගැනීමට අපහසු වී ඔබේ සේවකයන් අසහනයට පත් වෙනවා. ඉතින් ඒ පිළිබඳවත් ඔබ සැලකිලිමත්විය යුතු වෙනවා. දිය හැකි සහන ඔබේ ව්‍යාපාරයද ආරක්ෂා වන පරිදි සේවකයන්ට ලබාදිය යුතුයි. එවිට සේවකයන්ද ඔබ හා එක්ව ඕනෑ ම ව්‍යාපාර අභියෝගයකට මුහුණදීමට සූදානම් වෙනු නිසැකයි.

පෞද්ගලික ගති ලක්ෂණවල බලපෑම ද අවබෝධ කර ගත යුතුය.

ඔබට වගේම ඔබේ සේවකයන්ට ආතතිය ඇති වීමට පෞද්ගලික වෙනස්කම්, ඔබේ පවුලේ ආරය, ස්ත්‍රීපුරුෂ භාවය, වයස, පෞරුෂත්ව ගති ලක්ෂණ, සමාජ සහයෝගීතාවය, නායකත්ව හැකියාව, මානසික තත්ත්වය ආදියද බලපානව කියල කළමණාකරණයේ දී පැහැදිලි කර දී තිබෙනවා. ඉතින් ව්‍යවසායක ඔබ ගැනත්, ඔබේ සේවකයන් ගැනත්, මේවා පිළිබඳව පරෙස්සමින් සිතා බලා කටයුතු නොකළොත් එය ඔබේ ව්‍යාපාරයට අයහපත් ලෙස බලපාන්න පුළුවන්.

පාරම්පරික නැතිනම් ආරයෙන් පැමිණි ආතතික බලපෑම ද ඔබ අවබෝධ කර ගත යුතු වෙනවා.

මේ ආරය කියන එක ආතතියේ දී වැදගත් වෙනවා. ඔබ අහල තියෙනවනෙ “ආරේ ගති නෑරේ” කියල. ඒ කියන්නෙ ඒ ඒ පුද්ගලයට පරම්පරාවෙන් එන දේවල් පවතින බවයි. සමහරු උපතින්ම කලබලකාරීයි. සමහරු හරිම තැන්පත්. සමහරෙක් බියගුලුයි. සමහරු මිත්‍රශීලියි. ඉතින් මේ ලක්ෂණ තිබෙන අයට මේවා තමන්ගේ මවුපියන්ගෙන්, පරම්පරාවෙන් තමා ලැබිල තියෙන්නෙ. ඉතින් ඒ අයගේ හැසිරීම රැකියාවේ දී ත් එහෙමලු. එවිට පාරම්පරික නැතිනම් ආරයෙන් පැමිණි ආතතිය ඔහුට බලපානවා. ඒ බව ව්‍යාපාරික ඔබ විශේෂයෙන් සැලකිල්ලට ගත යුතු දෙයක් වෙනවා.

සේවකයින්ගේ වයස පිළිබඳවද දැනගෙන කටයුතු කරන්න.

ඔබේත්, ඔබගේ සේවකයන්ගේ වයසත් ආතතියට බලපානවා. වයස වැඩි වනවිට ඉහළ ආතතික තත්ත්වයක්ද, වයස අඩු කාලවල දී පහළ ආතතික තත්ත්වයකුත් බලපානවාලු. ඉතින් එවැනි තත්ත්වයක් තුළ දී ඔබ කළමනාකරුවෙකු ලෙස ඒ පිළිබඳවත් සැලකිලිමත් විය යුතු වෙනවා.

කාන්තාවන් රැකියා වල යෙදවීමේ දී ද සැලකිලිමත් විය යුතු වෙනවා.

ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය මත සිදුවන වෙනස්කම් ද අසහනකාරී තත්ත්වයට බලපානවා. ස්ත්‍රී ද පුරුෂ ද කියන සාධකය මත මෙය සිදුවන ප්‍රමාණය වෙනස් වෙනවා. පිරිමින්ට සාපේක්ෂව ස්ත්‍රීන් ඔබගේ ආයතනය තුළ දී අසහනයට පත් වෙනවා වැඩි ඇති. ඊට හේතුව ගෙදර වැඩ සියල්ලම සිදුකරන්නේ ස්ත්‍රීන් නිසයි. ළමයින්ගේ ප්‍රශ්න, ලෙඩ දුක් ආදියද, නෑදෑ සම්බන්ධතා ආදී දේවල්ද කරන්නේ ස්ත්‍රීන් නිසයි. ඉතින් වැඩියෙන් පවුලට නැඹුරුවක් පවතින කාන්තාව, රැකියාවකට ආවම ඇති වන ප්‍රශ්නත් සමග ආතතික තත්ත්වයද ඉහළ යනවා කියල තමයි කළමනාකරණ විද්‍යාඥයන් සොයා ගෙන තියෙන්නේ.

පෞරුෂත්වය හීන පුද්ගලයන් සිටී නම් ඒ පිළිබඳව විශේෂ අවධානය යොමු කල යුතුයි.

විශේෂයෙන්ම ඔබගේ පෞරුෂත්වය ආතතික තත්ත්වයට බලපානවාලු. හොඳ පෞරුෂයකින් හෙබි පුද්ගලයන් ආතතියට පත් වෙන්නේ අඩුවෙන්ලු. ඒ වගේම පෞරුෂත්වය හීන පුද්ගලයන්ගේ ආතතික තත්ත්වය වැඩියි කියලත් කියනවා. පුද්ගලයෙකුට හොඳ පෞරුෂයක් තිබෙනවානම් ඇත්තටම ඔහු සමාජයේ කැපී පෙනෙනවා. ඉතින් එහෙම අයට වඩා අනෙක් අය යම් යම් කරුණු කාරණා හා ගැටලු අවස්ථාවල දී අසහනයට පත්වෙනවා. එවිට ඒ අය පිළිබඳව ව්‍යවසායක ඔබ විශේෂ අවධානය යොමු කල යුතු වෙනවා.

ආතතියෙන් ඇති වන ප්‍රතිඵල

විවිධ හේතු මත උද්ගත වන රැකියා ආතතික තත්ත්වය ව්‍යවසායක ඔබටත්, ඔබේ සේවකයන්ටත් විවිධ ප්‍රශ්න ඇති කරනවා. ඒවා සමහර විට හොඳ වෙන්නත් පුළුවන්. හැබැයි ප්‍රායෝගික ලෝකයේ වැඩියෙන් සිදුවන්නේ නරක ප්‍රතිඵල කියලයි පේන්නේ. ඉතින් මේ ප්‍රතිඵල මොනවද කියා බැලුවොත්,

- සේවකයන්ගේ කාර්යඵල අඩුවීම
- වැඩට පැමිණීමට පවතින අකමැත්ත
- වැඩට නොපැමිණීම
- සේවය අතහැර යාම
- සේවක අනතුරු ඇතිවීම
- රැකියා පරිසරය නොවැදගත් වීම
- සේවා ස්ථානය අප්‍රිය ජනක තැනක් වීම
- සෙසු අය සමග ආරවුල් ඇති කර ගැනීම
- විධිමත් තීරණ වලට නොපැමිණීම
- දුර්වල තීරණ ගැනීමට පෙළඹීම
- අමතක වීම
- කල්පනාව අඩුවීම
- අවධානය අඩුවීම
- එහා මෙහා ඔහේ ඇවිදීම
- නොඉවසිලිවන්ත බව
- එකම අවස්ථාවේ කටයුතු දෙක තුනක් සිතීම
- විවේක කාලය අල්ප වීම
- අධික රුධිර පීඩනය ඇතිවීම
- කොලෙස්ටරෝල් ඇතිවීම
- රුධිරයේ සීනි මට්ටම ඉහළ යාම
- අධික හිසරදය / ශරීර අවයවවල වේදනාව
- විවේක ගැනීමට හෝ ක්‍රීඩා කිරීමට හෝ සාකච්ජා කිරීමට අකමැති වීම
- හුදෙකලා බව / තනි වීමට කැමති වීම
- හෘදයාබාධ ඇතිවීම
- අවසානයේ දිවි නසා ගැනීමට පවා ඉඩකඩ පවතිනවා

ඉතින් ඔබ හොඳ ව්‍යවසායකයෙකු නම්, නායකයෙකු නම්, කළමනාකරුවෙකු නම්, මෙම ආතතික තත්ත්වයෙන් ඔබ මිදිය යුතුයි. ඒ වාගේම ඔබේ පවුලේ අයත්, ඔබේ සේවකයනුත් එයින් මුදවා ගත යුතුයි. ඒ කියන්නෙ, රැකියා ආතතියද ඔබ හොඳින් කළමනාකරණය කරගන්න ඕනෑ කියන එකයි.

ආතතිය කළමනාකරණය කිරීම

ආතතිය ඇතිවීමට බලපාන විවිධ හේතු කාරක හඳුනාගෙන එම තත්ත්වය ඇතිවීමට බලපෑ කිසියම් විශේෂිත බලපෑමක් පැවතියේද යන්න අවබෝධ කරගෙන රැකියා ආතතියෙන් ඔබේ ව්‍යාපාරයට හෝ ඔබගේ සේවාදායකයන්ට සිදුවිය හැකි අයහපත් ප්‍රතිඵල අවම කර ගැනිම හෝ ඒවා මඟහරවා ගැනීම සඳහා යොදාගත හැකි උපක්‍රම හෝ පවතින වෙනත් යම් ක්‍රමවේද පිළිබඳව පොදුවේ සොයා බලා කටයුතු කිරීම ආතතිය කළමනාකරණය කිරීමක් ලෙස හඳුනාගන්න පුළුවන්.

ඊකියා ආතතිය අවම කිරීමට හෝ එය මැඩපවත්වා ගැනීම සඳහා එයට බලපාන කරුණු කළමනාකරණය කරගත යුතු බවත්, ඒ තුළින් ආතතිය කළමනාකරණය කළ හැකි බවත් සිතට ගත යුතුයි.

- සේවකයන් සඳහා ඊකියා නිර්මාණය කිරීමේ දී එය ඔබේ ව්‍යාපාරයටත්, සේවකයාටත් ගැළපෙන ආකාරයට කිරීම.

- ඔබේ ව්‍යාපාර අරමුණු, නැතිනම් ඉලක්ක ස්ථාපිත කිරීමේ දී, ව්‍යාපාරයේ ප්‍රමාණය, හැකියාව, ශක්තීන්, දුර්වලතා සහ පවතින ඉඩ ප්‍රස්ථාවලට යටත්ව තීරණය කිරීම.

- ප්‍රතිපත්තිමය වශයෙන්, අදහස්මය වශයෙන් හෝ ගනු ලබන තීරණ වශයෙන් ඔබ හා ඔබගේ සේවකයන් අතර එකඟතාවයක් ඇති නොවන්නේ නම් එයින් ගැටුමක් හටගන්නා බැවින් ගැටුම ද ව්‍යාපාරයට ගැළපෙන ආකාරයට කළමනාකරණය කිරීම.

- සියලු දෙනාටම එක හා සමානව තොරතුරු සම්පාදනය කිරීම තුළින් සෑම සේවකයෙකුට ම ව්‍යාපාරය කෙරෙහි ඇල්මක් හා උනන්දුවක් ඇති කිරීම සඳහා ක්‍රියා කිරීම.

- බොහෝවිට ඔබේ හෝ ඔබේ කළමනාකරුවන්ගේ චර්යා රටාව ආතතිය කෙරෙහි බලපෑම් කරන බව අප දන්නා කරුණක්. එබැවින් සියලු දෙනාගේ අදහස්වලට ගරු කරන ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී නායකත්ව රටාවක් පවත්වා ගැනීමට කටයුතු කිරීම.

- ඔබේ ව්‍යාපාරයේ පාලන කටයුතු සඳහා සේවකයින් සියලු දෙනා සහභාගී කරගැනීමේ සහභාගීත්ව කළමනාකරණ ශිල්ප ක්‍රමය සෑමවිටම යොදා ගැනීමට කටයුතු කිරීම.

- ව්‍යාපාරයේ සේවය කරනු ලබන සියලු දෙනාගේ සංස්කෘතීන්ට ගැළපෙන පරිදි ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ සංස්කෘතීන් හා ගැටීමක් සිදු නොවන පරිදි කටයුතු කිරීම සහ එකිනෙකාගේ සංස්කෘතීන්ට ගරු කිරීම.

- තීරණ ගැනීමේදී සියලු සේවක කොටස් සමග සහයෝගයෙන් යුතුව, කටයුතු කිරීම.

- ව්‍යාපාරයට ගැළපෙන පාලන ක්‍රම ඔබ විසින් තීරණය කළ යුතු වන්නේ ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී මූලධර්මයන්ට අනුකූලවය.

- සෑම විටම සේවකයන් අභිප්‍රේරණය කිරීම කළ යුතු වන අතර, අගය කළ යුතු තැන දී අගය කිරීමටත්, දඬුවම් දිය යුතු තැන්වල දී දඬුවම් දීමටත්, පසුබට නොවන්න.

- නිරන්තර වෙනස් වන පරිසරයක් තුළ කටයුතු කරන ව්‍යවසායක ඔබ කිසියම් වෙනසක් කිරීමේ දී එය සියලු සේවකයන්ගේ අවශ්‍යතාවලට ගැළපෙන පරිදි සිදු කිරීමට වගබලා ගැනීම.

- ව්‍යාපාරයට ගැළපෙන සංවිධාන ව්‍යුහයක් සැකසීම හා ඊට ගැළපෙන සුදුසු පුද්ගලයන් කිසිදු සේවකයෙකුට අසාධාරණයක් නොවන පරිදි පත් කිරීම.

- කාල කළමණාකරනය හා ගුණත්ව කළමණාකරණය පිළබඳව සේවකයන් පුහුණු කිරීම හා සෑම ක්‍රියාවලියක්ම ඒ අනුව මෙහෙයවීමට ක්‍රියා කිරීම.

කායික හා මානසික ආතතික තත්ත්ව අවම කිරීමේ විවිධ උපාය උපක්‍රම

ඔබ ආයතනයේ සේවය කරන සේවකයන් බොහෝ අවස්ථාවල දී කායික හා මානසික ආතතික තත්ත්ව අවම කිරීම සඳහා විවිධ උපාය උපක්‍රම යොදා ගනු ලබනවා. මේවා ස්වයං ප්‍රතිකර්ම ලෙස දක්වන්න පුළුවන්. ශාරීරික සායනවලට සහභාගී වීම, විනෝදජනක ක්‍රියාවල යෙදීමට උත්සහා ගැනීම, ආහාර ගැනීමේ දී පාලනයක් ඇති කරගැනීම, සෞඛ්‍යදායී ආහාර ලබාගැනීම, ශාරීරික ව්‍යායාම කිරීම, විවිධ හැසිරීම්වල පාලනයක් ඇති කරගැනීම, සෙසු අය සමග සම්බන්ධතා පවත්වා ගැනීම ආදී දේවල්ද සිදු කරනු ලබනවා. මෙය ඔබේ ව්‍යාපාරයට කිසිදු බලපෑමකින් තොරව සිදුකරන ආතතිය කළමණාකරනය කිරීමේ තත්ත්වයක් බැවින් ඒ සඳහා අවශ්‍ය ආධාර හා අනුබල ලබා දීමද ඉතා වැදගත්.

8

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල අලෙවිකරණය

කවර භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදනය කළත්, කවර සේවාවක් සැපයීම සිදු කළත්, ඒ සඳහා කවර මට්ටමක උසස් තාක්ෂණයක් යොදා ගත්තත්, පළපුරුදු සේවක මණ්ඩලයක් සිටියත් ඉහළ ම තත්ත්වයකින් සැපයිය හැකි වුවත් ඒ සඳහා හොඳ වෙළෙඳපොළක් නොමැති නම් ඔබේ ව්‍යාපාරය අසාර්ථක වේ.

එහි අදහස නම්, ඕනෑම භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් සඳහා හොඳ වෙළෙඳපොළක් පවතින්නම ඕනෑ කියන එකයි. එහෙම නොවුණහොත් ඔබගේ ආයෝජනයට ගැලපෙන ප්‍රතිලාභ නොලැබී ගොස් ඔබගේ ව්‍යාපාරය අසාර්ථක වන්නා සේම ඒ සඳහා ඔබ යෙදූ ප්‍රාග්ධනයත් අපතේ යාමට පුළුවන්. එම නිසා ඔබ නිපදවන භාණ්ඩ හෝ සපයනු ලබන සේවාව සඳහා හොඳ අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලියක් පැවතිය යුතුමයි.

අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය ඉතා වැදගත් ශිල්පීය ක්‍රමයක්

අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය අනෙකුත් ව්‍යාපාරික කටයුතු අතර ඉතා වැදගත් ශිල්පීය ක්‍රමයක් බව ව්‍යවසායකයෙකු හැටියට ඔබ දැන ගත යුතුයි. ඊට හේතුව නිපදවනු ලබන භාණ්ඩය හෝ සපයනු ලබන සේවාව පාරිභෝගිකයන් අතට පත් වනතුරු අදාල වන සමස්ථ ක්‍රියාවලිය ම අලෙවිකරණයට ඇතුලත් වීමයි.

ඔබ විසින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව, මිල කිරීම, බෙදා හැරීම, අලෙවි ප්‍රවර්ධනය, ගබඩා කිරීම හා අලෙවියෙන් පසු සේවාවන් සපයාදීම යන සෑම අංගයක් ම අලෙවිකරණයට ඇතුළත් වේ. සමහර කළමනාකරණ විශේෂඥයන් ගබඩාකරණය පිළිබඳව අදහස් හා න්‍යායන් අලෙවිකරණය යටතේ දක්වන්නේ නැහැ. එය අලෙවිකරණයෙන් ඉවත් කරලා කතා කරනවා. නමුත් මේ සියලුම කාර්යයන් අලෙවිකරණය යටතේ සලකා බැලීම අද බොහෝ ව්‍යාපාරවල දක්නට ලැබෙන සුවිශේෂී කරුණක්.

අලෙවිකරණය ගැන කෙටි අර්ථ දැක්වීමක්

අලෙවිකරණය කියන්නේ කුමක්ද? මිනිසුන්ගේ විවිධ අවශ්‍යතා හා උවමනා ඉටු කරදීම තුළින් ව්‍යාපාරික අරමුණු මුදුන් පමුණුවා ගැනීමට කටයුතු කිරීම අලෙවිකරණය ලෙස අර්ථ දක්වනවා. එසේ නම් ඕනෑම ව්‍යාපාරිකයෙකුට තම ව්‍යාපාර අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා අලෙවිකරණය අවශ්‍ය බව පැහැදිලියි. ඒ සඳහා පාරිභෝගිකයින්ගේ අවශ්‍යතා හා උවමනා ඉටු කරදීම ගැන සැළකිලිමත් වීමට සිදු වෙනවා. පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවයන් ඉටු කිරීමට ඇත්තටම කළ යුත්තේ කුමක්ද? පාරිභෝගිකයින්ට උවමනා දේ ඔවුන් ඉල්ලන විදියට, ඉල්ලන තැනකදී, ඉල්ලන ප්‍රමාණයෙන්, ඉල්ලන තත්ත්වයෙන්, ඉල්ලන මිලකට ලබා දීමයි. එහෙම උනොත් පාරිභෝගිකයින්ගේ අවශ්‍යතා මෙන්ම ඔබේ ව්‍යාපාරික අරමුණුත් ඉටු වෙනවා.

ඇත්තටම අලෙවිකරණය මගින් ව්‍යාපාරික අරමුණු ඉටුකර ගැනීමට හැකිවෙනවා මෙන්ම පාරිභෝගික උවමනා හා අවශ්‍යතා ඉටුකරගැනීම තුලින් ඔවුන්ට උසස් ජීවන තත්ත්වයක් පවත්වා ගැනීමට ද හැකිවන බව පැහැදිලියි. ඒ තුලින් ව්‍යාපාරික ඔබ කරන්නේ උසස් සේවාවකි.

අලෙවිකරණය දෙස පුළුල් අදහසකින් යුතුව බැලීම

ඉහත දක්වන ලද අදහසට අමතරව පුළුල් අදහසක් ඇතිව අලෙවිකරණය පිළිබඳව සලකා බැලුවහොත් නිෂ්පාදිතයක් සැලසුම් කිරීම, මිල දී ගැනීම, එය විකිණීම, ඇසිරීම, අලෙවි කිරීමේ ක්‍රියාවලිය මූල්‍යනය කිරීම ආදී කාර්යයන් රැසක් අලෙවිකරණය තුලට ඇතුළත් වෙනවා.

අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලියේ ඇතුළත් කාර්යයන්

පාරිභෝගික අවශ්‍යතා හා උවමනා ඉටු කර ගැනීම සඳහා සහ ව්‍යවසායක ඔබේ අරමුණු ඉටුකර ගැනීම වෙනුවෙන් සිදුකළ යුතු සෑම කාර්යයක් ම අලෙවිකරණය කියන ක්‍රියාවලියට ඇතුළත් වෙනවා. ඒවා පහත සඳහන් කරුණු වලින් සමන්විතයි.

- පාරිභෝගිකයාගේ අරමුණු හා අවශ්‍යතාවන් උපරිම ලෙසින් තෘප්තිමත් කර ගැනීමට සහාය වීම
- ව්‍යාපාරික අරමුණ වන ලාභය උපරිම කර ගැනීමට විධිවිධාන යොදා ගැනීම
- ව්‍යාපාරික ඔබගේ භාණ්ඩයට හෝ සේවාවට වෙළෙඳපොළේ තිබෙන ඉඩකඩ වර්ධනය කර ගැනීම
- තරගකාරිත්වයට මුහුණ දීම

මේ එකක්වත් පාරිභෝගිකයා නොමැතිව සිදු කළ හැකි දේවල් නොවෙයි. එසේ නම් අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලිය පාරිභෝගිකයාගෙන්ම පටන් ගෙන පාරිභෝගිකයාගෙන්ම අවසන් වන නොනවතින ක්‍රියාවලියක්. ඒ නිසයි ව්‍යවසායකයින් පවසන්නේ පාරිභෝගිකයා රජෙක් කියල.

පාරිභෝගිකයා මේ තරමටම වැදගත් වීමට හේතු

ඔබටත්, ඔබේ ව්‍යාපාරයටත් පාරිභෝගිකයා රජෙක් තරමටම වැදගත් වන්නේ ඇයි? පාරිභෝගිකයා තමයි ඔබ ඔය තත්ත්වයට ගෙන එන්න උදව් කළේ. එහෙම නොවන්න ඔබට ඔතැනට එන්න බැහැ. බලන්න, පාරිභෝගිකයා දෙස මේ විදියට,

- ඔබට ආදායම් ඉපැයීමට මුදල් සපයන්නෙක්.
- පාරිභෝගිකයා ඔබෙන් යැපෙන්නෙකු නොවේ.
- ඔබ යැපෙන්නේ පාරිභෝගිකයාගෙන්.
- ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ප්‍රධානියා ඔහුයි.
- ඔහු ඔබට රජෙකුටත් වඩා බලසම්පන්නයි.
- ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ලාභය ඔහුයි.
- පාරිභෝගිකයා ඇස් දහසකින් ඔබ දෙස බලා සිටින්නෙක්.
- පාරිභෝගිකයා සාර්ථකම ප්‍රචාරකයායි,
- ඔබට නිර්මාණකරුවෙකුවීමට අනුබලය ලැබෙන්නේ පාරිභෝගිකයාගෙනි
- ඔබේ සාර්ථකත්වය තීරණය කරන්නේ පාරිභෝගිකයායි.
- ඔබට මඟ පෙන්වන්නේද පාරිභෝගිකයායි.
- පාරිභෝගිකයා ඔබේ ව්‍යාපාරයට හොඳ මුරකරුවෙක්.

පාරිභෝගිකයන්ගේ වැදගත්කම අනුව ඔබ සෑම විටම ඔබේ ව්‍යාපාරය පාරිභෝගික උවමනා හා අවශ්‍යතා මතම පවත්වා ගත යුතු බව දැන් ඔබට වැටහෙනවා ඇති. එබැවින් ඔබ නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව ඇරඹීමට පෙර ඔබේ පාරිභෝගික කොටස පිළිබඳව හොඳින් අධ්‍යයනය කළ යුතු වෙනවා. එනම්, ඔබ වෙළෙඳපොල පිළිබඳව පර්යේෂණ පවත්වන්න ඕනෑ.

සමහර නිෂ්පාදකයින්ගේ කර්මාන්ත අසාර්ථක වීමට ප්‍රධාන හේතුව වී ඇත්තේ ඉලක්ක පාරිභෝගික කොටස උදෙසා නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව සැපයීමට අපොහොසත් වීමයි. ව්‍යාපාරයක් සාර්ථකවීමට නිෂ්පාදනය ආරම්භ කිරීමට පෙර වෙළෙඳ පොළ ගැන සොයා බලන්න ඕනෑ.

වෙළෙඳපොල පර්යේෂණ

ඔබ සෑම වෙලාවකම තිබෙන නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව පුළුල් කළත්, නව නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් හඳුන්වා දෙන්න හිතුවත්, ඔබට ඒ සඳහා හොඳ වෙළෙඳ පොළක් තිබෙනවාද කියා සිතන්න ඕනෑ. ඒ වාගේම වෙළෙඳ පොළ ගැන විමර්ශනය කර බලන්නත් ඕනෑ. ඒ සඳහා වෙළෙඳ පොළ පර්යේෂණයක් කරන්නම වෙනවා. ඒ ඔබට හොඳ පාරිභෝගික කොටසක් ඉන්නවාද, ඔවුන් ඔබේ භාණ්ඩය පරිභෝජනය කරයිද ආදී දේවල්, දැන ගැනීම සඳහායි. බොහෝවිට මේ පිළිබඳව ඔබට අත්දැකීම් ඕනෑ තරම් ඇති.

පසුගිය කාලය තුළ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ක්ෂේත්‍රය තුළ අප දුටු ලක්ෂණයක් වුණේ, සිතට ආ පමණින් ව්‍යාපාරය පටන් ගෙන, පසුව එය කර ගෙන යාමට නොහැකිව වසා දැමීමයි. මේ පිළිබඳව සොයා බැලූ විට දැනගත හැකි වූයේ අවබෝධයෙන් තොරව ව්‍යාපාර ඇරඹීම නිසා මෙය සිදුවන බවයි. ඒ වාගේම නිෂ්පාදනය කළාට වෙළෙඳපොළක් නැහැ කියන දුක්ගැනවිල්ල බහුලව තිබෙනවා. වෙළෙඳ පොළ පිළිබඳව අවබෝධයෙන් තොරව, එක් අයෙක් කරන නිසා තමනුත් එය ආරම්භ කිරීම මෙන්ම, පුහුණුවක් ලබාගත් නිසාම, මුදල් සොයාගත් නිසාම, දන්නා නිසාම ආරම්භ කිරීම මේ අසාර්ථකත්වයට හේතු වෙලා තියෙනවා.

වෙළෙඳ පොළ පිළිබඳව පුළුල් අවබෝධයකින් ව්‍යාපාර අරඹන්න

වෙළෙඳ පොළ ගැන දැන ගත්තාට පස්සෙ ඔබ කළ යුත්තේ කුමක්දැයි යන්න පිළිබඳව පුළුල් අවබෝධයකින් යුතුව සිතන්න ඕන. එහෙම සිතල ව්‍යාපාර පටන් ගන්න ඕන. උදාහරණයක් ගතහොත් මිරිස් තුනපහ කුඩු සෑම තැනම නිෂ්පාදනය කරන බව ඔබ දන්නවා. සමහර අය හදන්න පටන් ගන්නෙම විදේශ වෙළෙඳ පොළට යවන්න ඕනැ බව කියමිනුයි. නමුත්, තමන් ඉන්න ගමේවත් ඒවා විකුණන්න පුළුවන්ද කියා ඒ අය දන්නේ නැහැ. ඉතින් කොහොමද ව්‍යාපාර සාර්ථක වෙන්නෙ. මෙහෙම හිතලා ව්‍යාපාර කරන්න බැහැ කියන එක ඔබ ව්‍යවසායකයෙක් නම් තේරුම් ගත යුතුයි. මොකද ව්‍යවසායකයා අනාගතය කලින් දකින කෙනෙක් කියලනෙ අපි මුලින් කිව්වේ. ඒ වගේම, ව්‍යවසායකයා අනාගතය පිළිබඳව සුබ සිහින දකිනවා කියලත් කියනවනෙ. එහෙම වෙනකොට වෙළෙඳපොළ පිළිබඳව පුළුල් අවබෝධයකින් යුතුව ව්‍යාපාර ඇරඹීම හෝ පුළුල් කිරීම කළ යුතු බව ඔබට දැන් පැහැදිලි වෙනවා ඇති.

පතින්න පෙර සිතා බලන්න

කුඩා ඇඟලුම් කර්මාන්ත, සහල් පිටි ආශ්‍රිත කර්මාන්ත, පපඩම්, නූඩ්ල්ස් වැනි කර්මාන්ත, පළතුරු බීම, පලතුරුවලින් ජෑම්, කෝඩියල් වගේ හදන අය, එමෙන්ම වෑල්ඩින් කර්මාන්තයේ යෙදෙන අය, කඩ සාප්පු, මැටි භාණ්ඩ, විසිතුරු භාණ්ඩ ආදී දේවල් නිපදවන සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ නිෂ්පාදකයන් සෑමවිටම මැසිවිලි නඟනවා වෙළෙඳපොළ පිළිබඳව. ඒ ඇයිදැයි කියා බැලුවොත්, පළමුව වෙළෙඳ පොළ ගැන නොසිතීමත්, වෙළෙඳ පොළ කොටස අත්පත් කර ගැනීමට අවශ්‍ය විධිවිධාන යොදා නොගැනීමත් නිසා තමයි මේ මැසිවිලි නඟන්නේ. අපේ මුතුන් මිත්තන් "පතින්න පෙර සිතා බලන්න" කිව්වේ මේ නිසා තමයි.

අලෙවි මිශ්‍රයද ව්‍යවසායක ඔබට වැදගත් වෙනවා

අලෙවිකරණ කාර්යය ව්‍යවසායක ඔබට කොයි තරම් වැදගත් වෙනවාද කියා මේ වනවිට පෙනෙනවා නේද? අලෙවිකරණයේ දී කිසියම් නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් සැපයීමේ දී ඉතාම වැදගත් ලෙස ඔබේ අවධානය යොමු විය යුතු සංකල්පයක් ලෙස අලෙවි මිශ්‍රය (Marketing Mix) සැලකෙනවා. අලෙවි මිශ්‍රය කියලා කියන්නේ ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළේ ගනුදෙනු කිරීම සඳහා අලෙවිකරණ කාර්යයන් කවර ආකාරයකට යොදා ගන්නවාද යන්නයි. මෙම අලෙවිකරණ මිශ්‍රයට අයත් සියලුම කාර්යයන් ව්‍යවසායක ඔබට පාලනය කළ හැකි ඒවා බව ඔබ තේරුම් ගන්න ඕනැ.

ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළක් කියල කියන්නේ අවශ්‍යතාවයන් හා උවමනාවන් ඉෂ්ට කිරීම සඳහා ව්‍යවසායක ඔබ අපේක්ෂා කරන පාරිභෝගික පිරිසයි. ඒ ඔබ ඉලක්ක කරන කණ්ඩායමයි. මෙම ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළට බලපෑම් කරන සාධක අතරින් ව්‍යවසායක ඔබට පාලනය කළහැකි සාධකයන් තමා මේ අලෙවි මිශ්‍රය කියල දක්වන්නේ. මේවා ඇත්තටම ඔබේ ආයතනයේ අලෙවිකරණ උපායන් ලෙස දක්වන්න පුළුවන්. මෙම අලෙවි මිශ්‍රය මෙසේ ඉදිරිපත් කළ හැකියි.

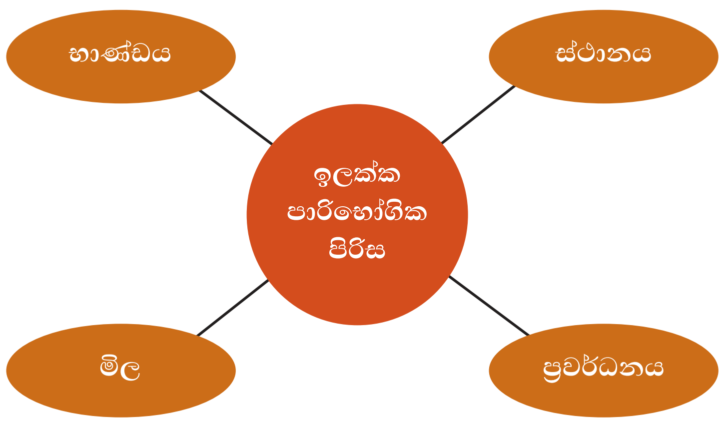
(i) භාණ්ඩය/ නිෂ්පාදිත මිශ්‍රය
Product/product mix

(ii) ස්ථානය/ස්ථාන මිශ්‍රය
Place/Place mix

(iii) මිල/මිල මිශ්‍රය
Price/Price mix

(iv) ප්‍රවර්ධනය/ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රය
Promotion/Promotion mix

ඉතින් ඔබේ ඉලක්ක පාරිභෝගික කොටස ඔබ රඳවා තබා ගැනීම සඳහා මෙම අලෙවිකරණ මිශ්‍රය විශාල ලෙස ඔබට ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා. ඒ වාගේම ඉලක්ක පිරිස සමග අලෙවි මිශ්‍රය හොඳින් බැඳී පවතිනවා. එම ඉලක්ක පිරිස දිගින් දිගටම රඳවා තබා ගන්න මෙම අලෙවිකරණ මිශ්‍රය සමග පහත සඳහන් පරිදි බැඳ තබා ගැනීම බෙහෙවින් වැදගත් වෙනවා.



ඉතින් මේ අලෙවිකරණ මිශ්‍රය හොඳින් ක්‍රියාත්මක වෙනවා නම් ඔබට නිශ්චිත ලෙස ඉලක්ක පාරිභෝගික කොටසක් සහිත වෙළෙඳ පොළ කොටසක් පවතිනවා. ඒ

කියන්නෙ, සමස්ත වෙළඳපොලේ ඔබ සතු වෙළෙඳපොළ කොටසක් පවතිනවා කියන එකයි. වෙළෙඳ පොළ ඛණ්ඩනය (Market Segmentation) යනුවෙන් එය අප හඳුන්වනවා. එහෙම වුණාම ඔබේ භාණ්ඩවලට හොඳ පිළිගැනීමක් ලැබෙනවා මෙන්ම, නිතර ප්‍රචාරණය කිරීම වෙනුවට කළ යුත්තේ භාණ්ඩය ගැන සිහි ගැන්වීම පමණක් බවයි අලෙවිකරුවන් පවසන්නේ.

මෙම අලෙවි උපාය/උපක්‍රමයන් ඇත්තටම භාණ්ඩ හෝ සේවා විකුණන ඔබේ පැත්තෙන් පමණක් නොව භාණ්ඩ හෝ සේවා මිලදී ගනු ලබන පාරිභෝගිකයාගේ පැත්තෙනුත් සලකා බැලීමට පුළුවන්.

පාරිභෝගිකයාට ගැලපෙන භාණ්ඩයක්

ඔබ භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නිෂ්පාදනය කළහොත් එය ගැණුම්කරුවන් විසින් එම උවමනා/අවශ්‍යතා ඉටු කර ගැනීමට යොදා ගනිමින් තම අවශ්‍යතාවට විසඳුමක් ලබා ගන්නවා. ඒ කියන්නේ, ඔබගේ නිෂ්පාදන මිශ්‍රය ගැණුම්කරුට තම අවශ්‍යතා ඉටු කර ගැනීමට ප්‍රයෝජනවත් වී ගැණුම්කරුගේ එම අවශ්‍යතාවට විසඳුමක් වන බවයි.

භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් සඳහා ගැලපෙන මිලක්

භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නිපද වූ ඔබ ඊට ගැලපෙන මිලක් නියම කරනු ලබනවා. එම මිල ඔබේ ඉලක්ක පාරිභෝගික පිරිසට ගැලපෙන පහසු මිලක් වනවිට, එම භාණ්ඩය පරිභෝජනයට හුරු වූ ඉලක්ක පිරිසක් ඉන්නා විට, එම මිලට භාණ්ඩය හෝ සේවාව මිලදී ගන්නවා. ඒ කියන්නේ එය විකුණන ඔබගෙන් ගැණුම්කරු එය මිලදී ගන්නවා. එවිට ඔබේ මිල නැමැති මිශ්‍රයට වටිනා පිරිවැයක් දැරීමට ඔබේ ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළ තුල සිටින ගැණුම්කරුවන් කැමැත්ත දක්වනවා.

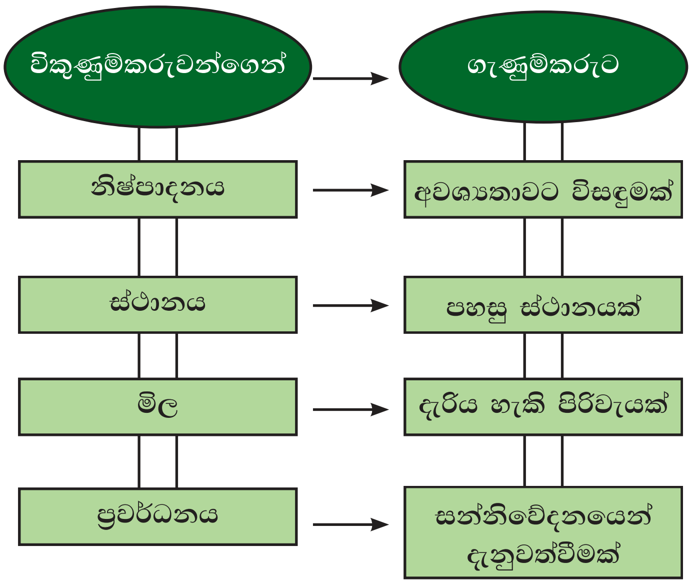
භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් සඳහා සුදුසු ස්ථානයක්

ඔබ භාණ්ඩය හෝ සේවාව නිපදවා එක් එක් ස්ථානවල එම භාණ්ඩය ගැණුම්කරුවන්ට ලබා දීමට ස්ථාන ගත කරනවා. එලෙස එම භාණ්ඩය හෝ සේවාව සුදුසු පරිදි ස්ථාන ගතකළ විට කාලය ඉතිරි වෙනවා. කරදරයකින් තොරව, ඉතා පහසුවෙන් එය ලබා ගැනීමට ගැණුම්කරුට පුළුවන් වෙනවා. ඒ කියන්නේ, ඔබගේ ස්ථාන මිශ්‍රය නැමැති උපක්‍රමය පාරිභෝගිකයන්ට පහසුවක් වන බවයි.

භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් වෙනුවෙන් ගැළපෙන ප්‍රවර්ධනයක්

භාණ්ඩය නිෂ්පාදනය කර, ස්ථාන ගතකළ පසු ඔබගේ භාණ්ඩය පිළිබඳව ලබා දෙන ප්‍රචාරණය, නැතිනම් අලෙවි ප්‍රවර්ධන උපක්‍රමය තුළින් ගැණුම්කරුවන් ඒ පිළිබඳ තොරතුරු ලබා ගන්නවා. ඒ කියන්නේ එම භාණ්ඩය පිළිබඳව දැනුමක් ලබා ගන්නවා. එම දැනුම උපයෝගී කර ගෙන තමාට අවශ්‍ය ඉහළම තෘප්තියක් ලැබෙන භාණ්ඩය හෝ සේවාව වෙළෙඳ පොළ තුළින් තෝරා ගන්නවා. එවිට ඔබගේ ප්‍රවර්ධනය නැමැති මිශ්‍රයෙන් පාරිභෝගිකයා තොරතුරු ලබා ගෙන දැනුම්වත් වෙනවා.

මෙලෙස විකුණුම්කරුවන් වන ඔබගේ පැත්තෙනුත්, ඔබගේ ඉලක්ක පාරිභෝගික කොටස වන ගැණුම්කරුවන්ගේ පැත්තෙනුත් සිදුවන මෙම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය මෙසේ දක්වන්න පුළුවන්.



භාණ්ඩ හෝ සේවා සම්බන්ධයෙන්

අලෙවි මිශ්‍රය තුල එන එක් එක් මිශ්‍රයන්ගේ වැදගත්කම පිළිබඳව වැඩිදුරටත් අවධානය යොමු කළයුතු වෙනවා. ඊට හේතුව ඒවායේ වැදගත්කම ඔබ සැලකිල්ලට ගතයුතු වන බැවිනි.

නිෂ්පාදන මිශ්‍රයේ වැදගත්කම

මෙම අලෙවි මිශ්‍රය තුළ එන නිෂ්දපාදන මිශ්‍රය හෙවත් නිපදවන ලද භාණ්ඩය පාරිභෝගිකයා උපරිම ලෙස සතුටට පත්වන ආකාරයෙන් ලබා දීමට ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස ඔබ පුරුදු වෙන්න ඕන. එවිට තමයි, ව්‍යාපාරයේ අරමුණ වන ලාභය වැඩි කර ගන්න හැකියාව ලැබෙන්නේ. ඒ වගේම, මෙම නිෂ්පාදන මිශ්‍රය අනුව වෙළෙඳ පොළට ඔබ ඉදිරිපත් කරනු ලබන භාණ්ඩය සහ සේවාව සම්බන්ධයෙන් පහත කරුණු කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීම ද වැදගත් වෙනවා.

- නිෂ්පාදනය කළ යුතු වර්ග මොනවාද
- නිෂ්පාදනවල ගුණාත්මකභාවය
- නිෂ්පාදනවල නිමාව තිබිය යුතු ආකාරය
- නිෂ්පාදනවල අඩංගු ගුණාංග මොනවාද
- නිෂ්පාදනයට අදාල සන්නම් යෙදීම පිළිබඳව
- නිෂ්පාදනයට අදාල වෙළෙඳ ලකුණ පිළිබඳව
- නිෂ්පාදනයේ පවතින විශේෂතා
- නිෂ්පාදනය ඇසුරුම් කළ යුතු ආකාරය
- නිෂ්පාදනයේ තරම (ප්‍රමාණය) පිළිබඳව
- නිෂ්පාදනය මගින් ලබා දෙන සේවාවන්
- නිෂ්පාදනය තුළින් ලැබෙන ලාභය
- නිෂ්පාදනය සඳහා ලබා දෙන වගකීම් සහතික පිළිබඳව
- නිෂ්පාදනය සඳහා අලෙවියෙන් පසු සේවාවන්
- නිෂ්පාදනය සඳහා පාරිභෝගික රුචිය පිළිබඳව

නිෂ්පාදන කටයුතුවල නියුතු වන ව්‍යවසායකයෙක් හැටියට මෙවැනි කරුණු පිළිබඳව විශේෂ අවධානය යොමු කිරීමෙන් පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවයන් තෘප්තිමත් වී තරඟකාරි පරිසරයක් තුළ වුවද ඔබට සාර්ථක ව්‍යාපාරයක් කර ගෙන යාමට හැකි වෙනවා.

මිල මිශ්‍රයේ වැදගත්කම

අලෙවි මිශ්‍රය තුළ එන මිල මිශ්‍රය පිළිබඳව සලකා බැලීමේදී භාණ්ඩයක මිල නියම කිරීමේ කාර්යය විකුණුම්කරු වන ව්‍යවසායක ඔබටත්, මිලදී ගන්නා පාරිභෝගිකයන්ටත් බෙහෙවින් වැදගත් වන කාර්යයක් වෙනවා. එක් පැත්තකින් ව්‍යාපාරික අරමුණ වන ලාභය කෙරෙහි මෙය බලපාන අතර, අනෙක් පැත්තෙන් ඉලක්ක පාරිභෝගික පිරිස ගොඩ නංවා ගැනීමට මෙය වැදගත් වෙනවා. මෙහිදී ඔබගේ නිෂ්පාදනවල මිල සම්බන්ධ පහත සඳහන් කරුණු කෙරෙහි ද අවධානය යොමු කළ යුතුයි.

නිෂ්පාදනයේ මිල මිශ්‍රය සම්බන්ධ වැදගත් කරුණු

- නිෂ්පාදන වියදම
- භාණ්ඩය සඳහා ලැයිස්තු ගත මිල
- වට්ටම් ලබා දෙන්නේ නම් ඒ පිළිබඳව
- දීමනා පිළිබඳව
- ගෙවීම් කාල සීමාව කුමක්ද
- ණය කොන්දේසි පිළිබඳව
- ලබාගත හැකි ආදායම පිළිබඳව
- තරඟකාරි වෙළෙඳ පොළ භාණ්ඩ පිළිබඳව
- තොග සඳහා වන මිල
- සිල්ලර සඳහා වන මිල

ස්ථාන මිශ්‍රයේ වැදගත්කම

ස්ථාන මිශ්‍රයද පාරිභෝගික පිරිස් ඔබේ නිෂ්පාදන හා සේවා වෙත එක්රැස් කර ගැනීමට වැදගත් වෙනවා. ඉහත සඳහන් කළ පරිදි ස්ථානය පහසු විය යුතුයි. ඔවුන්ට පහසු නම් ගැණුම්කරුවන් එතැනට පැමිණීමට කැමති වෙනවා. එම ස්ථානය ද සිත් ඇද ගන්නා සුලු ලෙස සැකසුණු විට වඩාත් කැමැත්තෙන් පාරිභෝගිකයන් ඒ වෙත ඇදී එනවා. ස්ථාන මිශ්‍රය සම්බන්ධවද, ඔබ ව්‍යවසායකයකු ලෙස පහත කරුණු කෙරෙහි ඔබගේ අවධානය යොමු කළ යුතු වෙනවා.

අලෙවිකරණයේදී ස්ථාන මිශ්‍රය පිළිබඳව වැදගත් වන කරුණු

- බෙදා හරින මාර්ගය පිළිබඳව
- ආවරණයට ලක් කරන ප්‍රදේශ පිළිබඳව

- ප්‍රවාහනය කිරීම පිළිබඳව
- ස්ථානය අනුව විකුණුම් මිල පිළිබඳව
- අසුරා තබන පිළිවෙල පිළිබඳව
- තොග ලබාදීමේ ක්‍රමවේදය පිළිබඳව
- භාණ්ඩ නිකුත් කිරීමේ ක්‍රමය පිළිබඳව
- පවත්නා පරිසරය පිළිබඳව

ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රයේ වැදගත්කම

විකුණුම් ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රය ගැනද අවධානය යොමු කිරීම කළ යුතු වෙනවා. මෙය ද ඉතා වැදගත් අලෙවි උපක්‍රමයක් වෙනවා. මෙය පාරිභෝගිකයා දැනුම්වත් වීම සඳහා බෙහෙවින් ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා. ප්‍රවර්ධනය යටතේ ගනුදෙනුකරුවන් සහ ගනුදෙනුකරුවන් වීමට අපේක්ෂා කරන පාර්ශව පිළිබඳව ව්‍යවසායෙකයකු ලෙස ඔබ අවධානය යොමු කල යුතු වෙනවා.

අලෙවිකරණයේදී විකුණුම් ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රය සම්බන්ධ වැදගත් කරුණු

- විකුණුම් ප්‍රවර්ධන අවස්ථා පිළිබඳව
- ප්‍රචාරණ කටයුතු පිළිබඳව
- දැන්වීම්කරණය පිළිබඳව
- මෝස්තරකරණය පිළිබඳව
- මහජන සම්බන්ධතා පිළිබඳව
- සෘජු අලෙවිකරණය පිළිබඳව
- විකුණුම් ශක්තිය පිළිබඳව
- පෞද්ගලික අලෙවි කටයුතු පිළිබඳව

- අලෙවියෙන් පසු සේවය පිළිබඳව
- ඇසුරුම්කරණය පිළිබඳව

මෙම කරුණු සලකා බැලීමේදී ඔබගේ ව්‍යාපාරය තුළ යොදා ගනු ලබන අලෙවි උපක්‍රම පිළිබඳව නැත්නම් අලෙවි මිශ්‍රය පිළිබඳව ඔබ ව්‍යවසායකයකු ලෙස කොතරම් අවධානය යොමු කල යුතුද කියා ඔබට පැහැදිලි වෙනවා ඇති. ඒ කියන්නේ, සමස්ථ ව්‍යාපාරික ක්‍රියාවලිය පුරාම අලෙවිකරණ කටයුතු සිදු කිරීමේදී මේ අලෙවි මිශ්‍රයට අදාල සියලුම කටයුතු සිදුවන බවයි. ඒ අනුව, පැහැදිලි වන කරුණ නම් සමස්ථ අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලියටම අලෙවි මිශ්‍රය ප්‍රමාණවත් පරිදි බලපෑම් සිදු කරන බවයි.

ඔබේ භාණ්ඩයටත් සිත් ගන්නා සුලු සන්නමක් යොදන්න

ඔබ ව්‍යාවසායකයකු ලෙස භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදනය කිරීමේදී අලෙවි මිශ්‍රය යටතේ එන භාණ්ඩ මිශ්‍රය තුළ කතා කරන වැදගත් සාධකයක් තමයි, නිෂ්පාදනයට හෝ සේවාවට සන්නමක් ලබාදීම, ඒ අනුව, ඔබ නිෂ්පාදනය කරනු ලබන සෑම භාණ්ඩයකටම නමක් යොදා ගත්විට එය ඔබටත්, එය මිලදී ගන්නා පාරිභෝගිකයාටත් ඉමහත් පහසුවක් වෙනවා. පාරිභෝගිකයන් තම උවමනාවන්ට, අවශ්‍යතාවන්ට හා තම පාරිභෝජන තෘප්තියට සරිලන පරිදි භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් තෝරා ගන්නා විට මේ සන්නමට ඇල්මක් දක්වනවා. ඒ ඔබ ව්‍යවසායකයකු ලෙස යොදන සන්නම ඔහුගේ සිතේ තැන්පත් වී කිසියම් සිතුවමක් ඉබේම පාරිභෝගික සිතේ මතුවීම තුළයි. මේ සන්නම කියන එක නිසා ඔබ නිෂ්පාදනය කරන භාණ්ඩයට කිසියම් විශ්වාසයක් පාරිභෝගික සිත් තුල ඇති වන අතර, එවැනි භාණ්ඩ මිලදී ගන්නත්

ඔවුන් වැඩි කැමැත්තක් දක්වනවා කියල තමයි අලෙවි කළමනාකරුවන්ගේ මතය වී තිබෙන්නේ. මෙලෙස සන්නමක් යෙදීමෙන් භාණ්ඩය පිළිබඳ පාරිභෝගිකයාට වැඩි වගකීමක් මෙන්ම එය පරිභෝජනයෙන් වැඩි ප්‍රතිලාභයක් අත්වෙයි කියලත් ඔවුන් සිතනවා.

සන්නමක් යෙදීම ව්‍යවසායක උපාය මාර්ගයක්

සන්නම කියන එක පාරිභෝගික සිත් තුළ තැන්පත් වූ විට එයට ලෙන්ගතුකමක් දක්වන්නත් පාරිභෝගිකයන් පෙළඹෙනවා. ඒ වගේම, එවැනි භාණ්ඩයකට පාරිභෝගිකයන් පක්ෂග්‍රාහීත්වයක් දක්වනවාලු. සැබැවින්ම මෙය ව්‍යවසායක උපාය මාර්ගයක් වෙනවා. මුළු ලෝකය පුරාමත්, අපේ රටෙත් විවිධ නිෂ්පාදනවල යෙදෙන අය විවිධ සමාගම් විශාල වියදමක් දරා මේ සන්නම පාරිභෝගිකයන්ගේ සිත්වලට රිංගවන්න උත්සාහ කරන්නේ ඒ නිසයි. ඒ නිසා, ඔබත් ඔබේ නිෂ්පාදනය ක්‍රමයෙන් පුළුල් වනවිට සන්නමක් යොදා එය ජන හදවත් තුලට කාවැද්දීමට අවශ්‍ය සුදුසු පියවර ගැනීම වැදගත් වෙනවා කියා සිතට ගන්න ඕන. ඒ වාගේම, එය ඉටු කරන්නත් ඕන. එවිට අප මුලින් කී පරිදි මේ තරඟකාරි වෙළෙඳ පොළ තුල නිශ්චිත පාරිභෝගික පිරිසක් ගොඩ නංවා ගැනීමට ඔබට පුළුවන් වනු ඇත.

සන්නම යනු කුමක්ද?

ව්‍යවසායක ඔබට මෙන්ම පාරිභෝගිකයන්ටත් වැදගත් වන සන්නම යනු කුමක්දැයි යන්න සලකා බැලුවොත්, ව්‍යවසායකයකු තම භාණ්ඩ හෝ සේවා අනෙකුත් භාණ්ඩ හෝ සේවා වලින් වෙන් කර හඳුනා ගැනීම සඳහා භාවිතයට ගන්නා නමක්., නැතිනම් කිසියම් පහසු වචනයක් කියලා කියන්න පුළුවන්. සමහර විට මෙය කිසියම් ලකුණකින්, සංකේතයකින් වුවත් පෙන්වන්න පුළුවන්. එම සන්නම් නාම ඉතාම සරල වෙන්නත් ඕන. ඒක පහසු වෙන්නත් ඕන. ඒක හරි පහසුවෙන් කියන්න පුළුවන් වන මෙන්ම, දකින විටම මතකයට එන විදියට තියෙන්නත් ඕන. එය සිත් ගන්නා සුළු එකක් වෙන්නත් ඕනෑ. ඒ නිසා ඔබත් ව්‍යවසායකයකු ලෙස මේ ගැන වඩාත් හොඳින් සිතිය යුතු වෙනවා.

සන්නම් නාම

ඔබ අසා තිබෙන ලෝ ප්‍රකට සන්නම් "ටොයෝටා" "නිසාන්" "බී.එම්.ඩබ්ලිව්" වගේ වාහන "කොකාකෝලා" "පෙප්සි" වගේ බීම වර්ග, "එල්.ජී" "සෝනි, "නැෂනල්" වගේ විදුලි උපකරණ "කොඩැක්" වගේ සේයාපට, "සිංගර්", "ඌෂා" වැනි මහන මැෂින් වර්ග මෙලෙස අසීමිත ලෙස ප්‍රසිද්ධියට පත්ව ඇත්තේ සන්නම් නාම නිසා බව පැහැදිලියි. අපේ රට තුල විවිධ සබන් වර්ග, බීම වර්ග, කිරිපිටි වර්ග, බෙහෙත් වර්ග ආදිය සඳහා ප්‍රකට සන්නම් නාම පවතින බව ඔබ දන්නවා.

සන්නම නිසා ව්‍යාපාරිකයන්ට අත්වන වාසි

සන්නම යොදා ගැනීම නිසා ඔබ වැනි ව්‍යාපාරිකයන්ට විශාල ප්‍රතිලාභ රැසක් අත් විඳින්නට පුළුවන් වෙනවා. ඒවා නම්,

- ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළ ජය ගැනීම සඳහා සන්නම වැදගත් වෙනවා
- තමා නිපදවන භාණ්ඩ සඳහා හොඳ විශ්වාසනීයත්වයක් සහිත පාරිභෝගික පිරිසක් බිහි කර ගැනීමට හැකි වෙනවා.
- මෙය ප්‍රචාරණයට පහසු උපකාරකයක් වෙනවා
- භාණ්ඩය හඳුන්වා දීමේ පහසුවක් ඇති වෙනවා
- තරඟකාරි නිෂ්පාදන අතරින් තම භාණ්ඩය වෙන්ව හඳුනා ගැනීමට පහසු වෙනවා.
- භාණ්ඩය පිළිබඳ ප්‍රතිරූපය වර්ධනය කර ගැනීමට උපකාරි වෙනවා.
- ව්‍යාපාර ආයතනයේ නාමය බබලවන්නත් සන්නමට පුළුවන් වෙනවා
- සන්නම කෙරේ ඇති උද්යෝගය නිසා අලෙවිකරණ කටයුතු පහසු වෙනවා
- මෙය භාණ්ඩ අලෙවියට හොඳ සන්නිවේදන මාර්ග යක් වෙනවා
- සන්නම යනු ව්‍යාපාරික ඔබට වත්කමක් වෙනවා
- දැන්වීම්කරණයේදී මෙය ප්‍රමුඛ මෙහෙවරක් ඉටු කරනවා
- සන්නම හොඳින් මිනිස් සිත් තුල පැලපදියම් වූ විට වෙනත් ඔබ නිපදවන ඕනෑම නිෂ්පාදනයක් අලෙවි කිරීමට පහසු වෙනවා
- භාණ්ඩයේ ගුණය පිළිබඳව පාරිභෝගික විශ්වාසයට සන්නම වැදගත් වෙනවා

- සන්නම නිසා ඔබට නීතිමය රැකවරණයක්ද ලැබෙනවා
- ආදේශන භාණ්ඩ සමග තරග කිරීමට සන්නම හොඳ පිටු බලයක් සපයනවා
- සන්නම නිසා ව්‍යවසායකයාද නිතරම තත්ත්වයෙන් උසස් භාණ්ඩ සැපයීමට උත්සාහ ගන්නවා
- ප්‍රතිරූපය වර්ධනය කර ගන්නත් ඔබට සන්නම ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා
- සන්නම් පක්ෂපාතිත්වය නිසා අධික ලාභ ලැබීමට ව්‍යවසායකයාට හැකියාව ලැබෙනවා

(මේවා භාණ්ඩවලට පමණක් නොව සේවා සඳහා ද එලෙසම පවතිනවා)

සන්නම නිසා පාරිභෝගිකයාට අත්වන වාසි

සන්නම එක පැත්තකින් ව්‍යවසායක ඔබට වාසි රැසක් අත්කර දෙන්නා සේම, අනෙක් පැත්තෙන් පාරිභෝගිකයාට ප්‍රතිලාභ රැසක් අත්කර දෙන්නත් උදව් වෙනවා. ඒවා නම්,

- තරගකාරි වෙළෙඳ පොළ තුලින් තමාට උසස් ගුණයෙන් යුතු ඉහළ තෘප්තියක් ලැබෙන භාණ්ඩයක් පරිභෝජනයට අවස්ථාවක් ලැබෙනවා
- සන්නම මගින් පාරිභෝගිකයාගේ මතකය අවදි කර දෙනවා
- පහසුවෙන් මතක තබා ගෙන සන්නම් නාමයෙන් භාණ්ඩ ඉල්ලන්න පුළුවන් වෙනවා
- සන්නම පාරිභෝගිකයාට මිලදී ගැනීම පහසු කරනවා
- සන්නම නිසා පාරිභෝගිකයාට තෝරා ගැනීමේ ගැටලුවක් මතු වන්නේ නැහැ
- සන්නම පාරිභෝගිකයාට වෙළෙඳ පොළ අවදානම හීන කරවන අතර, අවදානම් සහිත ගනුදෙනුවලින් පාරිභෝගිකයාට වියහැකි අලාභ අවම කරනවා
- භාණ්ඩවල ගුණය, පැවැත්ම, තාක්ෂණික තත්ත්වය, අගය, වටිනාකම, සමාජ තත්ත්වය ආදී දේවල් පිළිබඳව නිතර නිතර තොරතුරු සෙවීමට පාරිභෝගිකයාට උවමනාවක් ඇතිවන්නේද නැහැ
- සන්නම නිසා පාරිභෝගිකයින් තෘප්තිමත් වීමෙන් මානසික තෘප්තියක් ද ලැබෙනවා
- දේශීයත්වයට හා තම සංස්කෘතියට ගැළපෙන භාණ්ඩ සන්නම් නිසා තෝරා ගැනීමට පුළුවන් වෙනවා

වෙළෙඳ පොළ දිනාගන්න නම් ලස්සනට අසුරන්න ඕනෑ

අලෙවි මිශ්‍රය ගැන කියන වේලාවේ අපි එහි ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රය පිළිබඳව කතා කළා. ඒ අනුව, ප්‍රචාරණය කරනු ලබන ආකාරය පිළිබඳව ව්‍යවසායකයන් අවබෝධයකින් යුතුව කටයුතු කළ යුතුය යන්න ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රය යටතේ කතා කරන ප්‍රධානම කරුණක් වෙනවා. ප්‍රචාරණයේදී ඉතා වැදගත්ම කාර්යයක් වන්නේ භාණ්ඩයක් සඳහා ඇසුරුමක් ලබා දීමයි. ඒ කියන්නෙ, ව්‍යවසායක ඔබ ඔබේ නිෂ්පාදන සඳහා හොඳ ඇසුරුමක් නැත්නම් දවටනයක් නිර්මාණය කළ යුතුය යන්නයි. ඇතැම් උසස් නිෂ්පාදන වෙළෙඳ පොළේ තිබෙන ආකාරය, ඔබ දැක ඇති. නමුත්, ඒවා පිළිවෙළකට අසුරන්නේ නැතිව තිබෙනවා. ඒ වගේම, සමහර නිෂ්පාදන ඉතා ලස්සනට අසුරා වෙළෙඳ පොළේ තිබෙනවා. මෙතැනදී අප බැලිය යුතු වන්නේ, ඕනෑම වෙලාවක පාරිභෝගිකයන් ඉල්ලන්නේ මොන වාගේ භාණ්ඩයක්ද යන්නයි. ඇසුරුම සහිත භාණ්ඩ සඳහා හොඳ ඉල්ලුමකුත් පවතිනවා. එහි තේරුම ඇසුරුම්කරණය නිෂ්පාදනය සඳහා අත්‍යාවශ්‍ය සාධකයක් වී ඇති බවයි.

මුල් අවදියේ ආරක්ෂාව උදෙසා පමණක් පැවති ඇසුරුම

මුල් අවදියේ ඇසුරුම ආරක්ෂාව උදෙසා පැවතියා. ඒ යුගයේ පාරිභෝගිකයනුත් ඇසුරුමක් ගැන කල්පනා කළේ නැහැ. තරඟකාරි නිෂ්පාදනත් පැවතියේ ඉතා අඩුවෙනුයි. සුපිරි වෙළඳසැල් (Super Market)

තිබුණෙත් නැහැ. සමූපකාරය තමයි, බඩු නිකුත් කළ ආයතනය වුණේ. මේ නිසා, දෙන විදියට රැගෙන යාමට පාරිභෝගිකයනුත් පුරුදු වී සිටියා. භාණ්ඩ ඔතා දුන්නේ පරණ පත්තර කොල, පරණ අභ්‍යාස පොත්වල කොළ වගේ දේවල්වලයි. සමහර බඩු කිරල දෙනවිට ඒවා ගෙනියන්න මල්ලක් ගෙදරින් ගේන්නත් ඕනැ වුණා.

වර්තමානයේ අලෙවිකරණ කාර්යභාරයක් ඉටු කරන ඇසුරුම

අද ඇසුරුම විශාල අලෙවිකරණ කාරයභාරයක් ඉටු කරනවා. විකුණුම් ක්‍රියාවලියට ඉතා ප්‍රබල අංගයක් ලෙස තමයි ඇසුරුම අද සලකා බලන්නේ. අද පාරිභෝගිකයන් ඇසුරුමක් නැත්නම් භාණ්ඩ මිලදී ගන්නෙත් නැති තරම්. ඒ වගේම, ශ්‍රී ලංකා ප්‍රමිති ආයතනයත් කියන්නේ හොඳම ප්‍රමිතියට අනුව බඩු නිපදවා, එය ප්‍රමිතියට අනුකූල වූ ඇසුරුමක අසුරා වෙළෙඳ පොළට ඉදිරිපත් කිරීමේදී භාණ්ඩය පිළිබඳ සියළු විස්තර එහි ඇතුළත් කරන්න ඕනැ කියලයි.

නිෂ්පාදන සඳහා ඇසුරුම ඉතා වැදගත්වීම

ඇසුරුම පිළිබඳ විවිධ පර්යේෂණ පැවැත්වූ පසු අස්වනු තාක්ෂණ ආයතනය කියන්නෙත්, නිෂ්පාදන සඳහා ඇසුරුම ඉතා වැදගත් බවත්, ඒ තුළින් අරපිරිමැස්මක් ලබා ගන්නත්, හොඳ වෙළෙඳ පොළක් අත්කර ගන්නත් ඔබට විශාල රුකුලක් ලැබෙනවා කියලයි. ඒ නිසා, සැබැවින්ම හොඳ ඇසුරුමක් සහිත භාණ්ඩ නිපදවන විට,

- පාරිභෝගිකයාට පහසුවෙන් භාණ්ඩ තෝරා ගැනීමට හැකියාව ලැබෙනවා.
- පාරිභෝගිකයාට දැකීමෙන් භාණ්ඩ ඉල්ලීමට ආශාවක් ඇති කරනවා
- ඇසුරුම පාරිභෝගික මනසට බලපෑමක් ගෙන දෙනවා
- ඇසුරුම මගින් භාණ්ඩය පිළිබඳව තොරතුරු පාරිභෝගිකයාට සන්නිවේදනය වෙනවා
- ඇසුරුම මගින් පාරිභෝගිකයා භාණ්ඩ වෙත ආකර්ශණය කරවනවා
- පාරිභෝගිකයන් අතර භාණ්ඩයේ පිළිගැනීම ඉහළ නංවන්නත් ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා
- ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළ දිනා ගන්නත් හැකි වෙනවා
- තරඟකාරිත්වයට මුහුණ දෙන්න හොඳ බලගතු අවියක් ද වෙනවා.

ඇසුරුම්කරණය නිසා ඇතිවන වාසි

ඇසුරුම්කරණයෙන් ව්‍යාපාරයට වාසි වෙනවා. අදාළ භාණ්ඩයට එම වාසි අත්කර ගන්න ඇසුරුම මගින් විශාල දායකත්වයක් ලැබෙනවා කියල තමයි, අලෙවිකරණය පිළිබඳ දන්න අය කියන්නෙ.

- සන්නම් නාමය පාරිභෝගිකයාට කාවද්දන්න ඇසුරුම උවමනා වෙනවා
- ආකර්ෂණය තුළින් භාණ්ඩයට පාරිභෝගික විශ්වාසය දිනා ගැනීමට හැකි වෙනවා
- පාරිභෝගිකයාට පහසුවෙන් තෝරා ගන්න හැකිවීමෙන් භාණ්ඩය ජනප්‍රිය වෙනවා
- ප්‍රවාහනය, ගබඩා කිරීම, වෙළෙඳ ප්‍රදර්ශනයට මෙන්ම විකිණීමටද පහසු වෙනවා
- භාණ්ඩයේ ආරක්ෂාව තුළින් පාරිභෝගික සිත් දිනා ගැනීමට හැකි වෙනවා
- ඉක්මණින් භාණ්ඩය පිළිබඳ විස්තර දැන ගැනීමට ලැබෙනවා
- සාධාරණ පිරිවැයකින් ආකර්ෂණීය ඇසුරුමක් නිර්මාණය කර ගැනීමට හැකි වීමෙන් භාණ්ඩයේ මිල අඩු වෙනවා
- භාණ්ඩයට ඉහළ වටිනාකමක් ලැබෙනවා
- දැන්වීම්කරණය තුළින් ප්‍රචාරණයට ඉතාමත් පහසු වෙනවා
- ස්වයං සේවා අලෙවියට ඇසුරුම ඉතා පහසු වෙනවා
- කාලගුණික, දේශගුණික තත්ත්වයට හා පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවය මත අසුරන භාණ්ඩය කල් පැවැත්ම සහිතව පාරිභෝගිකයාට ලබා දීමට හැකි වෙනවා.
- ප්‍රතිරූපය වර්ධනය කර ගන්නත් පුළුවන් වෙනවා
- සෞඛ්‍යාරක්ෂිතව ඇසිරීමට හැකි වීමෙන් හා ඒ තුළින් පාරිභෝගිකයන් පෙළඹවීමෙන් ඉහළ පිරිවැටුමක් ලබා ගැනීමට ද හැකි වෙනවා.

ඇසුරුමක් සැකසීමේදී මේ කරුණු ගැනත් සැලකිල්ලක් දක්වන්න

ඇසුරුමක් සකසන විටත් ව්‍යවසායක ඔබ මෙන්න මේ කියන කරුණු පිළිබඳවත් සැලකිල්ලක් දක්වනවා නම් තමයි, වඩාත් සාර්ථක වන්නේ

- පාරිභෝගික සෞඛ්‍යට හිතකර වෙන්න ඕනැ. (ළදරු ආහාර, සේලයින් වර්ග, එන්නත්, ඖෂධ වර්ග, ටින් කෑම ආදී දේවල්)
- නැවුම් බව සුරකෙන පරිදි ඇසිරීම කළ යුතුයි
- ගබඩාකරණයේදී හා ප්‍රවාහනයේදී හානි නොවිය යුතුයි
- අනතුරුදායක වන දේ පිළිබඳව අවවාදයන් : දැනුම්වත් කරන දේ ඇසුරුමේ දැක්විය යුතුයි

  (උදාඃ කෘෂි රසායන ද්‍රව්‍ය, සිගරට්)
- එක් එක් ප්‍රමණවලින් ඇසුරුම් කරන්නත් ඕනැ.
- විවිධ පාරිභෝගික ආකර්ෂණ, හැඩතල, කලාත්මක රටා, විචිත්‍රවර්ණ අකුරුහා රූ රටා ආදී චමත්කාර ලක්ෂණ සහිතව ඉදිරිපත් කරන්නත් ඕනැ.

ඇසුරුමක වූ ලේබලයේ සඳහන් විය යුතු කරුණු

පාරිභෝගිකයකු දැනුම්වත් කිරීමට අදාළ පහත සඳහන් විස්තරද අරසුරුමක සඳහන් ලේබලය තුළ දැක්වීම ව්‍යවසායකයකු ලෙස ඔබ කළ යුතු කාර්යයක් වෙනවා. ඒවා නම්,

- භාණ්ඩයේ මිල
- සන්නම් නාමය
- වෙළෙඳ ලකුණ
- භාණ්ඩයේ බර
- නිෂ්පාදකයාගේ නම හා ලිපිනය
- ප්‍රමිතිය පිළිබඳව/ප්‍රමිති ලකුණ
- භාණ්ඩය සෞඛ්‍යාරක්ෂිතද යන වග
- භාණ්ඩය පාවිච්චියට ගන්නා ආකාරය
- විශේෂ තොරතුරු ඇත්නම් ඒවා
- භාණ්ඩය නිෂ්පාදිත දිනය
- භාණ්ඩය කල් පිරෙන දිනය
- කිසියම් අවවාදයක් දිය යුතු නම් එය
- භාණ්ඩයේ අඩංගු මිශ්‍රණය

දැරිය හැකි සිත් ගන්නා සුලු මිලක් නියම කරන්න

අප අලෙවි කළමනාකරණය යටතේ එහි ප්‍රධානම ශ්‍රිතය ලෙස අලෙවි මිශ්‍රය පිළිබඳවත්, එහි එක් අංගයක් වන අලෙවිකරණ භාණ්ඩය, නැතිනම් නිෂ්පාදනය පිළිබඳවත්, සන්නම් යෙදීම, ඇසුරුම්කරණය ආදිය පිළිබඳවත් ඉහතින් තොරතුරු ඉදිරිපත් කරනු ලැබුවා. එම අලෙවි මිශ්‍රයට ඇතුළත් වන මිල මිශ්‍රය පිළිබඳව තොරතුරු මෙහිදී ඔබට දැන ගන්න පුළුවන්.

''මිල'' නිෂ්පාදනයේ කීර්ති නාමය ඉහළ නංවනවා

අලෙවිකරණයේ දී ඔබ නිපදවන භාණ්ඩයට හෝ සේවාවට මිලක් නියම කිරීම ඉතා වැදගත්ම කාර්යයක් වෙනවා. මෙය අලෙවි මිශ්‍රය තුළ එන ආදායම් ඉපයීමට අදාල වන එකම සාධකය ද වෙනවා. අනෙක් මිශ්‍රයන් වන නිෂ්පාදන මිශ්‍රය ගැන බලන්න. ස්ථාන මිශ්‍රය හා ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රය බලන්න. ඒවායින් ඔබට වියදමක් තමයි ගෙන එන්නෙ. හැබැයි ඔබේ ආදායම පැත්තට අදාළ වන්නේ මිලයි. ඒ වගේම මිල ඕන වෙලාවක පහසුවෙන් වෙනස් කළ හැකි බවත් ඔබ දන්නවනෙ. ඒ වාගේම භාණ්ඩයක ගුණය, තත්ත්වය, ප්‍රමිතිය ආදිය පිළිබඳ හොඳ දැනුම්වත් කිරීමක් මිල තුළින් ජනිත වෙනවා. ඔබ කියලත් ඇති අහලත් ඇති **"එතැන බඩු මිල ටිකක් වැඩියි", "හැබැයි නියමෙට හදල තියෙනවා" "එතැන තියෙන්නේ හොඳ බඩු" "ඒ වාගේම තමා මිල"** කියල. ඒ කියන්නේ, මිල වරෙක ප්‍රචාරණ මාධ්‍යයකුත් වෙනවා. ඒ හින්දා ඔබේ නිෂ්පාදනයේ කීර්ති නාමය ඉහළ නංවා ගන්නත් මිල වැදගත් වෙනවා. ඒ වගේම, ඔබේ ලාභ කොටස තීරණය කිරීම සඳහා ද මිල වැදගත් වන බව ඔබට තේරෙනවා ඇති.

භාණ්ඩයට ඇති පාරිභෝගික පක්ෂපාතීත්වය

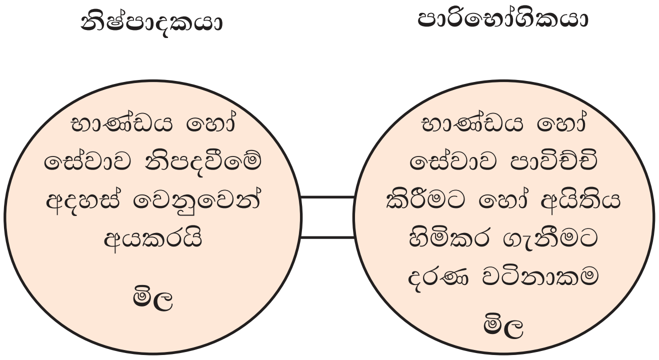
ඔබේ පාරිභෝගිකයන් පිරිසට එම භාණ්ඩය මිලදී ගැනීමට හැකියාවක් පවතිනවාද යන්න පිළිබඳව ද මේ මිල නියම

කිරීමේදී සැලකිලිමත් වෙන්න ඕනෑ. ඒ කියන්නේ, ඔබේ භාණ්ඩයට තිබෙන පාරිභෝගික පක්ෂපාතීත්වය ගැන ඔබ අවධානය යොමු කරන්න ඕනෑ.

මිල යනු කුමක්ද?

මිල යනු නිෂ්පාදක ඔබේ පැත්තෙන් නම් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නිපදවීමේ අදහස වෙනුවෙන් අය කරන මුදල් ප්‍රමාණය වෙනවා. පාරිභෝගිකයාගේ පැත්තෙන් නම් ඔහු විසින් භාණ්ඩය හෝ සේවාව පාවිච්චි කිරීමට හෝ එහි අයිතිය හිමි කර ගැනීමට දරණ වටිනාකම ලෙස මිල අර්ථ දක්වන්න පුළුවන්.

මෙම කරුණු දෙක සමාන වන වටිනාකම තමා ඔබේ නිෂ්පාදන භාණ්ඩයේ මිල විය යුත්තේ. එය මිල සඳහා සාර්ථකම අවස්ථාව වෙනවා.



මිලක් නියම කරන්න බලපාන හේතු සාධක

භාණ්ඩ හෝ සේවා සඳහා ස්ථිර වශයෙන්ම මිලක් නියම කරන්නත් ඔබට අපහසුයි. ඒකට තවත් හේතු ගණනාවක් බලපානවා.

- පාරිසරික සාධක
- බෙදා හැරීමේ වියදම්
- ප්‍රවර්ධන වියදම ඉහළ යාම
- රජයේ නීතිරීති /ප්‍රතිපත්ති
- අමුද්‍රව්‍ය පිළිබඳ ප්‍රශ්න
- පාරිභෝගික මිලදී ගැනීමේ හැකියාව
- නිෂ්පාදන පිරිවැය
- බෙදා හැරීමේදී මතුවන ගැටළු
- තරඟකාරී භාණ්ඩවලට මුහුණ දීමට සිදුවීම
- නිෂ්පාදනයේ ගුණාත්මක බව පිළිබඳව ගැටලු
- සේවක මණ්ඩල ප්‍රශ්න

ව්‍යාපාරයට හා නිෂ්පාදනයට සුවිශේෂී කාර්යභාරයක්

මොන බාධක පැවතුණත් ඔබ මිලක් නියම කරන්නත් ඕනෑ. එය මේ වගේ වෙළෙඳපොල ආර්ථිකයට හරිම වැදගත් වෙනවා. ඒ කියන්නේ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ පැවැත්මට, ඔබේ භාණ්ඩය විකුණා ගැනීමට මෙන්ම ඉලක්ක පාරිභෝගික පිරිස්වල අවශ්‍යතා හා උවමනා ඉටු කර ගැනීමට මිල විශාල මෙහෙවරක් ඉටු කරනවා. එබැවින් අප කතා කළ අලෙවි මිශ්‍රය තුළ මිල ඔබට ඉටු කර දෙන සේවය මිල කළ නොහැකි බව මකකයට ගතයුතු වෙනවා. එබැවින් ඔබේ ව්‍යාපාරයට. නිෂ්පාදනයට මිල සුවිශේෂී කාර්ය භාරයක් ඉටු කරනවා.

මිල තීරණය කළයුතු වන්නේ ඒකපාර්ශ්විකව නොවෙයි

ඔබ විසින් භාණ්ඩ හා සේවා සඳහා මිල නියම කිරීමේදී ප්‍රධාන අරමුණ විය යුත්තේ ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළ තුළ ස්ථාවර බව හා එම භාණ්ඩය සඳහා පුරෝගාමී බව තහවුරු කර ගැනීමට කටයුතු කිරීමයි. එම භාණ්ඩය සඳහා සිටින හොඳම නියමුවා බවට පත්වෙමින් උපරිම ලාභයක් ලබා ගැනීමට කටයුතු කිරීම කළයුතු වෙනවා. මේ සඳහා ඔබ නිරන්තරයෙන්ම ඔබගේ නිෂ්පාදනයේ ඇතුළත් ගුණාත්මකභාවය, තරගකරුවන්ගේ මිල ගණන් හා ඔවුන් පාරිභෝගිකයින් වෙත සලසා දෙනු ලබන සේවාවන් පිළිබඳව ඉතා දැඩිව අවධානය යොමු කළ යුතු වෙනවා. එමෙන්ම, ඔබ තීරණය කරනු ලබන මිල ඉලක්ක පාරිභෝගික කොටසට දැරිය හැකි මිලක් වීමත් වැදගත් වනවා. එසේ නම් ඔබ මිළ තීරණය කළ යුත්තේ ඒකපාර්ශ්විකව නොවෙයි. ඔබටත් පාරිභෝගිකයාටත් සාධාරණ ලෙස පිළිගත හැකි මිලක් බව සිතට ගත යුතුයි. එහෙම නොවුණහොත් ඔබට වෙළෙඳ පොළ කොටස අහිමි වෙනවා.

නියම මිල කිරීමක් තුලින් මුදුන් පමුණුවා ගන්නා අරමුණු

- පවතින ලාභය වැඩිකර ගැනිම
- වෙළෙඳ පොළ කොටස ඉහළ නංවා ගැනීම
- එම පාරිභෝගික කොටසින් උපරිම වාසිය අත්කර ගැනීම
- දීර්ඝ කාලයක් වෙළෙඳ පොළ තුළ රැඳී සිටීම
- නිෂ්පාදිත භාණ්ඩයේ ගුණත්වයේ ප්‍රමුඛයාවීම

- වෙළඳ පොළේ නමගිය ආයතනයක් වීම
- පාරිභෝගිකයන් අතර ජනප්‍රියම භාණ්ඩය බවට පත්වීම
- භාණ්ඩයට ඇති ඉල්ලුම අඛණ්ඩව ඉහළ නැංවීම
- වෙළෙඳ පොළේ හිඟ භාණ්ඩයක් නම් ඉන් උපරිම ඵල නෙලා ගැනීම
- ආදේශන භාණ්ඩවල අඩුවක් පවතින විට ඔබගේ නිෂ්පාදනයෙන් උපරිම ප්‍රයෝජනයක් ලබා ගැනීම

මිල පහත හෙලමින් වෙළෙඳ පොළට ප්‍රවිෂ්ඨ වීම

මිල පහත හෙළමින් නව්‍යකරණය කල භාණ්ඩ ඉදිරිපත් කිරීම ව්‍යවසායක ඔබට කළහැකි තවත් උපක්‍රමයක් වෙනවා. ඒ කියන්නෙ, ඔබ නිපදවන භාණ්ඩය හා සමාන භාණ්ඩ රැසක් වෙළෙඳ පොළ තුල සංසරණය වනවිට නිෂ්පාදනය කරන ප්‍රමාණයත්, පාරිභෝගිකයාගේ රුචියත්, පවතින තරඟකාරීත්වයත්, තම භාණ්ඩයට පවතින ඉල්ලුමත් සැලකිල්ලට ගෙන මෙලෙස නව්‍යකරණය කරන ලද භාණ්ඩ ඉදිරිපත් කිරීමක් සිදු කිරීමයි. මේවායේ මිල පහළ අගයක් ගන්නවා. විශාල වශයෙන් වෙළෙඳ පොළට ඉදිරිපත් කරන භාණ්ඩවල මිල තීරණය කිරීමට බලපාන බාහිර කරුණුද සැලකිල්ලට ගෙන මෙලෙස භාණ්ඩ පෙලවල් හඳුන්වා දෙන්නත් ඔබට පුළුවන්.

ඒ වගේම ප්‍රවර්ධන හා බෙදා හැරීමේ වියදම් සහ අනෙකුත් අමතර වියදම් අඩු කොට භාණ්ඩයේ මිල පහත හෙළමින් වෙළෙඳ පොළට ප්‍රවිශ්ඨ වීමට උත්සාහ කරන්නත් ඔබට පුළුවන්. ඒ තුළින් වෙළෙඳ පොළ කොටස හිමි කර ගන්න හැකියාව තිබෙන නිසා අදාල වියදම් අඩු කොට ඒ තුළින් පහළ මිලක් නියම කිරීම ද සිදුකල හැකි වෙනවා.

භාණ්ඩයට හෝ සේවාවට මිල නියම කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා ක්‍රම

- ඔබට භාණ්ඩය නිපදවීමට ගිය වියදමට සුළු ලාභයක් සහිතව එකතු කරන ලද ලාභ සහිත මිලක් නියම කිරීම.
- ඔබ ආයෝජනය කළ මුදලට ගැලපෙන ප්‍රතිලාභය ලබා ගැනීම සඳහා පමණක් මිලක් නියම කිරීම.
- පාරිභෝගිකයා අපේක්ෂා කරනු ලබන වටිනාකමට සරිලන මිලක් නියම කිරීම, භාණ්ඩයේ ගුණාත්මක භාවය, පාරිභෝගික ආකල්ප, පාරිභෝගිකයා භාණ්ඩයට දක්වන ඇල්ම, නිෂ්පාදනය පිළිබඳව ගොඩ නැගී ඇති විශ්වාසය ආදිය සැලකිල්ලට ගෙන මෙම මිල නියම කිරීම, මෙය ප්‍රත්‍යක්ෂ මිල කියා හඳුන්වනවා.
- වෙළෙඳ පොළේ පවතින තරඟකාරී මිල පිළිබඳ කරන ලද අධ්‍යයනයකින් පසුව තරඟකාරී මිල ක්‍රමය යොදා ගැනීම. මෙය වඩාත් ප්‍රචලිත ක්‍රමයයි.
- අතිරික්ත තොග ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ඉතිරි වී ඇත්නම් ඒ සඳහා සුදුසු මිලක් නියම කර තොග අවසන් කරන්න පුළුවන්. මෙම මිල පහසු මිලක් වන අතර වෙන්දේසි මිල කියා තමයි හඳුන්වන්නේ.
- සමහර භාණ්ඩ සඳහා ලංසු ක්‍රමයට ද මිල නියම කිරීමට පුළුවන්. නමුත් මෙවැනි ක්‍රම සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල ඉතා අඩුවෙන් තමයි සිදු වන්නෙ.
- ඔබට ඔබේ නිෂ්පාදන භාණ්ඩය සඳහා කණ්ඩායම් මිලක් ද නියම කරන්න පුළුවන්. ඒ කියන්නේ, කණ්ඩායමක් එක් වී විශාල ලෙස ඔබේ භාණ්ඩය මිලදී ගන්නවා. නම් ඒ සඳහා විශේෂ මිලක් නියම කර විකිණීමයි.
- ඔබේ භාණ්ඩය කිසියම් ආකාරයකින් සුවිශේෂී නම් ඒ සඳහා පවතින වටිනාකම් සැලකිල්ලට ගෙන මිලක් නියම කිරීම විශාල ලෙස නම ගිය ප්‍රචලිත සන්නම් නාම සහිත, තරඟකරුවන් අඩු, සුවිශේෂී භාණ්ඩ සඳහා මෙම මිල ක්‍රමය යොදා ගන්න පුළුවන්.

එක් එක් සේවා සැලසීමේ දී මිල හැඳින්වෙන විවිධ නම්

මිල එක් එක් සේවාවන් සැලසීමේදී විවිධ නම් වලින් හඳුනා ගන්නවා. ඒ කියන්නේ භාණ්ඩයක් සඳහා නිශ්චිතවම මිල කියා භාවිතයට ගත්තත්, යම් යම් සේවා සඳහා වන මිල විවිධාකාර නම් වලින් හඳුන්වන අවස්ථා ඔබ දැක ඇති.

උදාහරණයක් ලෙස ගතහොත්,

- රැකියාවක් කිරීමේදී ඒ සඳහා ගෙවන මිල "වැටුප්" හෝ " වේතන" ලෙස දක්වන්න පුළුවන්.
- කම්කරු කාර්යයක යෙදී සිටින පුද්ගලයෙකුට දෛනිකව ගෙවනු ලබන මිල "කුලිය" ලෙස දක්වනවා.

- බැංකුවක හෝ වෙනත් මූල්‍ය ආයතනයක තැන්පත් කරන ලද මුදල්වලට ගෙවන මිල "පොලිය" ලෙස දක්වනවා. ණය සඳහා අය කරන මිලද පොලිය වශයෙන් දක්වනවා.

- ටියුෂන් පංතියකට ගෙවනු ලබන මිල "ටියුෂන් ගාස්තු" ලෙස හඳුන්වනවා.

- ගොඩනැගිලි නිවාස, යන්ත්‍ර සූත්‍ර කුලියට ගෙන ගෙවන මිල "බදු කුලිය" ලෙස දක්වනවා.

- සේවාවන් සැලසීමේදී සේවය සඳහා අමතරව ගෙවන මිල "දීමනා" ලෙස හඳුන්වනවා.

- රක්ෂණයක් ලබා ගෙන ඒ සඳහා ගෙවන මිල "රක්ෂණ වාරිකය" ලෙස හඳුන්වනවා.

- උසාවියක් වැනි ආයතනයකින් වරදකරු වූ විට ඒ සඳහා යම් ගෙවීමක් ලෙස අගතියට පත් වූ පාර්ශ්වයකට ගෙවන මිල "වන්දිය" ලෙස හඳුන්වනවා.

- යම් දේපලක් වැනි දෙයකින් ගනු ලබන ප්‍රයෝජනයට (උදාහරණ පතලක් වැනි දෙයකින්) දේපල අයිතිකරුට දෙන මිල "පුරස්කාරය" ලෙස හඳුන්වනු ලබනවා.

භාණ්ඩය බෙදා හැරීම පිළිබඳව ද අවධානය යොමු කරන්න.

අලෙවි මිශ්‍රය කියා අප කතා කළ අලෙවිකරණය ගොඩනැගෙන මූලික සංකල්පය තුල ස්ථාන මිශ්‍රය පිළිබඳවත් අප විස්තර කරනු ලබනවා. ස්ථානය කියන්නේ භාණ්ඩය හෝ සේවාව බෙදා හැරීම සඳහා යොදා ගන්නා තැනක් ලෙස හඳුන්වන්න පුළුවන්. එනම් භාණ්ඩය, සේවාව හෝ අදහස් ඔබේ පාරිභෝගිකයාට අලෙවියට තබා තිබෙන තැනයි. සැබැවින්ම එතැන වෙළෙඳ පොළක් පවතිනවා. ඒ කියන්නේ, අවසාන පාරිභෝගිකයා අතට භාණ්ඩය පත්වීම සිදුවන ස්ථානයයි. තවත් පැහැදිලි කරනවා නම්, අවසාන පාරිභෝගිකයා අතට භාණ්ඩය පත්වීම සිදුවන ස්ථානය, වෙළෙඳ පොළක් ලෙස හැඳින්වෙනවා. ඒ දක්වා අයිතියේ හා පාලනයේ වෙනස්වීම් සිදුවෙනවා. එය සිදුවන්නේ බෙදා හැරීමේ මාර්ගයක් මගිනුයි. එසේ නම් ස්ථාන මිශ්‍රය තීරණය වීම සඳහා බොදා හැරීමේ මාර්ග ඉතා වැදගත් වෙනවා. භාණ්ඩයක් නිෂ්පාදන ස්ථානයේ සිට පාරිභෝගිකයා අතට පත්වන ස්ථානය දක්වා අතරමැදියන් සංඛ්‍යාවක් සිටින අතර, එම සංඛ්‍යාව අනුව අලෙවිකරණ මාර්ගයේ දුර ප්‍රමාණය වෙනස් වෙනවා.

භාණ්ඩය බෙදා හැරීමේ මාර්ග

ඔබට ඔබේ පාරිභෝගිකයා වෙත භාණ්ඩය ලබා දීමේදී මාර්ග කිහිපයක් තෝරා ගන්න පුළුවන්. මේවාට අලෙවිකරණ හසුරුවන මට්ටම් කියල කියන්නත් පුළුවන් වෙනවා. එවැනි මට්ටම් කිහිපයක් තමයි මේ. ඔබට ඔබේ භාණ්ඩය අලෙවිය සඳහා මෙම ඕනෑම ක්‍රමයක් සුදුසු පරිදි යොදා ගත හැකියි.

- නිෂ්පාදිතයා → පාරිභෝගිකයා/ ගනුදෙනුකරු
- නිෂ්පාදිතයා → සිල්ලර වෙළෙන්දා → පාරිභෝගිකයා/ ගනුදෙනුකරු
- නිෂ්පාදිතයා → තොග වෙළෙන්දා → නියෝජිතයා සිල්ලර වෙළෙන්දා → පාරිභෝගිකයා/ ගනුදෙනුකරු
- නිෂ්පාදිතයා → ශාඛාව → තොග වෙළෙන්දා → නියෝජිතයා → සිල්ලර වෙළෙන්දා → පාරිභෝගිකයා/ ගනුදෙනුකරු

අතරමැදියන් වී හවුල් වන පිරිස වැඩිවන විට බෙදා හැරීමේ මාර්ග දීර්ඝ වන බව ඔබට ඉහතින් දැක්වෙන මාර්ග පිළිබඳව විමසිලිමත් වීමේදී පැහැදිලි වෙනවා ඇති.

අතරමැදියන් ගෙන් සිදු වන සේවාවන්

අතරමැදියන් එක්වී නිෂ්පාදනයේ සිට පාරිභෝගිකයා දක්වා භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමේ කාර්යය සිදු කරන විට මෙම අතරමැදි පුද්ගලයන්ගේ විශේෂිත කාර්යයන් රැසක් සිදුවන බව ඔබ දන්නවා ඇති.

- වෙළෙඳ පොළ සම්බන්ධයෙන් තොරතුරු නිෂ්පාදකයාට ලබාදීම

- පාරිභෝගිකයන් සමග මනා සබඳතා ඇති කර ගැනීම
- පාරිභෝගිකයන්ට වැදගත් වන තොරතුරු ලබාදීම
- භාණ්ඩය හෝ සේවාව පිළිබඳව ප්‍රවර්ධන කටයුතු සිදු කිරීම
- ප්‍රාදේශීය වශයෙන් භාණ්ඩ හෝ සේවාව මෙන්ම වැදගත් තොරතුරු අදාළ පාර්ශ්ව වෙත සැපයීම
- පාරිභෝගික අවශ්‍යතා සසඳා බැලීම හා ඒ අනුව භාණ්ඩ හෝ සේවා සැපයීමට අවශ්‍ය කටයුතු යෙදීම
- ප්‍රවාහනය හා ගබඩා කිරීම යන කාර්යයන්වලදී නිෂ්පාදකයාට සහායවීම
- ගනුදෙනු පිළිබඳව හා ගබඩා කිරීමේ පිරිවැය අඩු කර ගැනීමට කටයුතු කිරීම
- බෙදා හැරීමේ හා ගබඩා කිරීමේ කටයුතුවලට අදාලව අවදානම් දැරීම
- නවෝත්පාදන සඳහා අවශ්‍ය වෙළෙඳ පොළ පර්යේෂකයින් ලෙස කටයුතු කිරීම
- භාණ්ඩ හා සේවා හිඟයකින් තොරව සැපයීමට කටයුතු කිරීම
- නියමිත වේලාවට පාරිභෝගික අවශ්‍යතා නිසි පරිදි ඉටු කිරීම
- පාරිභෝගික දුක්ගැනවිලි පිළිබඳව නිරන්තර අවධානය යොමු කිරීම

ඔබේ නිෂ්පාදනය හෝ සේවා පිළිබඳව පාරිභෝගිකයන් දැනුම්වත් කරන්න

අප මෙතෙක් විස්තර කල අලෙවි මිශ්‍රය තුල එන අලෙවි ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රය ද ව්‍යවසායකයෙකුට බොහෝ වැදගත් වෙනවා. අලෙවි මිශ්‍රය තුලින් තම නිෂ්පාදනය පිළිබඳව පාරිභෝගිකයන් දැනුම ලබා ගන්නේ මෙවන් භාණ්ඩයක් මෙවැනි තත්ත්වයකින් යුතුව මෙවැනි මිලක් සහිතව මේ දෙය (කාර්යය) සඳහා ප්‍රයෝජනවත් භාණ්ඩයක් වෙළෙඳ පොළේ පවතින බව අලෙවි ප්‍රවර්ධනය තුලින් දැන ගන්නවා. එබැවින් අලෙවි ප්‍රවර්ධනය බෙහෙවින් වැදගත් කාර්යයක්.

අලෙවිකරණ සන්නිවේදනය

කොපමණ හොඳ තත්ත්වයේ උසස් භාණ්ඩයක් නිපදවීම සිදු කළත්, ඒ සඳහා මනා ප්‍රවර්ධන මාර්ගයක් නොතිබුණහොත් එය පාරිභෝගිකයා වෙත මනාව සන්නිවේදනය වන්නේ නැහැ. එබැවින් ඔබ ඔබේ භාණ්ඩය පිළිබඳව පාරිභෝගික පිරිස මැනැවින් දැනුම්වත් කිරීම තුලින්, ඔබ අපේක්ෂා කරන ප්‍රතිඵලය වෙත ළඟා වීමට ඔබට හැකියාව ලැබෙනවා. ඒ කියන්නෙ, ඔබේ නිෂ්පාදිත භාණ්ඩ හෝ සපයනු ලබන සේවාවන් පිළිබඳව පාරිභෝගිකයන් වෙත, තැනිනම් ගැණුම්කරුවන් වෙත එම භාණ්ඩය හෝ සේවාව පිළිබඳ විස්තර ඉදිරිපත් කල යුතු බවයි. එලෙස තොරතුරු සැපයීම තුලින් පාරිභෝගික පිරිස් ඔබේ නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව පිළිබඳව දක්වන ප්‍රතිචාරය ද ඔබට ලබා ගන්නට පුළුවන්. අලෙවිකරණ සන්නිවේදනය යනු මේ ක්‍රියාවලියයි. අලෙවි ප්‍රවර්ධනය නැමති මිශ්‍රය තුළින් සිදුවන්නෙත් මේ සන්නිවේදනය බව ඔබ සිතේ තබාගත යුතුයි.

හොඳ ප්‍රවර්ධන ක්‍රමයක අවශ්‍යතාව

ඕනෑම නිෂ්පාදන ආයතනයක අලෙවිකරණ කාර්යය සම්පූර්ණවීමට නම් අලෙවි මිශ්‍රය සම්පූර්ණ විය යුතුයි.එනම්, දැනටමත් ඔබ දන්නා පරිදි අලෙවි කිරීමට හොඳ නිෂ්පාදිතයක් අවශ්‍ය වෙනවා. එයට හොඳ මිලක් ද උවමනා වෙනවා. එමෙන්ම හොඳ බෙදා හැරීමේ මාර්ගයකුත් ඕනෑ වෙනවා. මේ කරුණු සම්පූර්ණ වුවත් නිශ්චිත පාරිභෝගික කොටස වෙත ඔබේ භාණ්ඩය හෝ සේවාව සැපයීම සඳහා හොඳ ප්‍රවර්ධන ක්‍රමයකුත් පැවතීම අත්‍යාවශ්‍ය වෙනවා. සැබැවින්ම, ඉහත සඳහන් කළ පරිදි මෙය සන්නිවේදන මිශ්‍රයක් ලෙස ද දක්වීමට පුළුවන්.

අන්‍යොන්‍ය තොරතුරු හුවමාරුව

ප්‍රවර්ධන නැතිනම් සන්නිවේදන කාර්යය තුළින් පාරිභෝගිකයා වෙත ඔබ තොරතුරු ලබා දෙන අතර, පාරිභෝගිකයා ද ඔබට විවිධ අදහස් හා යෝජනා ලබා දෙනවා. මේ අන්‍යොන්‍ය තොරතුරු හුවමාරුව,

- භාණ්ඩය වෙළෙඳපොලට ඉදිරිපත් කිරීමට පෙර,
- භාණ්ඩය වෙළෙඳපොලට ඉදිරිපත් කරන වේලාවේ දී,
- භාණ්ඩය වෙළෙඳපොල තුළ විකුණන අවස්ථාවේ දී,
- භාණ්ඩය පාරිභෝගිකයා විසින් පාරිභෝජනය කරන අවස්ථාවේ දී.
- භාණ්ඩය පාරිභෝජනය කර අවසන් වූ අවස්ථාවේ දී හා

- භාණ්ඩය අලෙවි කර අලෙවියෙන් පසු සේවා සලස්වන අවස්ථාවේ දී

ආදී ලෙස විවිධ පියවරයන්හිදී සිදු වෙනවා. ඉතින් මේ තොරතුරු ව්‍යවසායක ඔබට බෙහෙවින් වැදගත් වෙනවා. සැබැවින්ම මේ තොරතුරු මොනවාද යන්න සළකා බැලිය යුතු වෙනවා.

අන්‍යොන්‍ය තොරතුරු හුවමාරුව තුළින් සැලසෙන වාසි

- ඔබේ භාණ්ඩයේ හෝ සේවාවේ දුර්වලතා හඳුනාගන්න
- එහි වැඩි දියුණු කිරීම් සිදු කිරීමට
- මිශ්‍රණය වෙනස් කිරීම සඳහා
- හැඩය/බර/ප්‍රමාණය/වර්ණය/ආදිය වෙනස් කිරීමට හෝ වැඩි දියුණු කිරීමට
- මිල පිළිබඳ තීරණයක් ගැනීමට
- ඇසුරුම පිළිබඳ සලකා බැලීමට
- සන්නම් නාමය පිළිබඳව තීරණයක් ගැනීම සඳහා
- නව නිෂ්පාදනයක් හඳුන්වාදීමට
- ආදේශන භාණ්ඩ පිළිබඳව තොරතුරු ලබා ගැනීමට
- පාරිභෝගික රුචිය නිවැරදිව අවබෝධ කර ගැනීමට
- වෙළෙඳ පොළ තුල දිගටම රැඳී සිටීමට කළ යුතු දෑ පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට
- සුදුසු ප්‍රවර්ධන ක්‍රම පිළිබඳව සලකා බැලීමට

මේ ප්‍රතිඵල හෝ වාසි අත්කර ගැනීමට ප්‍රවර්ධන කාර්යය වැඩි කිරීම අත්‍යාවශ්‍ය වන බැවින් ඒ සඳහා විවිධ මාධ්‍යයන් ප්‍රවර්ධනය, නැතිනම් සන්නිවේදනය උදෙසා යොදා ගැනීමට ඔබට පුළුවන්.

> හොඳම දේ නිපදවන්න, හොඳම සේවාව සලසන්න. ඇත්තම තොරතුරු පාරිභෝගිකයා වෙත ලබා දෙන්න. පාරිභෝගිකයා ඔබ රැකගනු ඇත. එතැනයි ඔබේ සාර්ථකත්වය !

අලෙවි ප්‍රවර්ධනය සඳහා ඔබට යොදා ගතහැකි විවිධ මාධ්‍යයන්

- ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, සිනමා ශාලා තුල ප්‍රචාරක දැන්වීම් වැනි විද්‍යුත් මාධ්‍යයන්
- පුවත්පත්, සඟරා, පත්‍රිකා වැනි මුද්‍රිත දැන්වීම් මාධ්‍යයන්
- බැනර්, පෝස්ටර්, ස්ටිකර්, අත් පත්‍රිකා, ප්‍රචාරණ දැන්වීම් පත්‍රිකා වැනි මුද්‍රිත ප්‍රදර්ශන මාධ්‍යයන්
- වීඩියෝ පට, සීඩී තැටි, කැසට් පට වැනි ශ්‍රව්‍ය දෘශ්‍ය මාධ්‍යයන්
- විදුලි ආලෝක සංඥා පුවරුවල ප්‍රදර්ශනය
- ඇඳුම්, පැළඳුම්, ගමන්මළු, සහ පොත්වල පිටකවරවල මුද්‍රණය කර ප්‍රදර්ශනය
- ඇසුරුම්වල මුද්‍රණය කර ප්‍රසිද්ධ කිරීම
- දුම්රියවල, බස්රථවල, වෑන් රථවල, මෝටර් රථ, ත්‍රිරෝද රථ ආදී ප්‍රවාහන සේවාවන්වල ප්‍රදර්ශනය කිරීම
- පෑන්, පැන්සල්, ලියුම් කවර, ඔරලෝසු, ලිපිගොනු කවරවල මුද්‍රණය කර ප්‍රදර්ශනය කිරීම
- තාප්පවල, බිත්තිවල, කණුවල ඇඳ වර්ණ කර ප්‍රදර්ශනය කිරීම
- වෙළෙඳ සල්පිල් හා ප්‍රදර්ශන මගින්
- මාර්ගවල ඇති මංසන්ධිවල, වටරවුම්වල විවිධ ක්‍රම යොදා ගෙන ප්‍රදර්ශනය කිරීම
- වෙළෙඳ නියෝජිතයන්, කොමිස් මත අලෙවියේ යෙදෙන අය මගින්
- අතරමැදියන් මාර්ගයෙන්
- විවිධ වට්ටම්, දීමනා, දිරි ගැන්වීම් මගින්
- විශේෂ මිල අඩු කිරීම්, විශේෂ මිල වැඩි කිරීම්, තෑගි කූපන්, සාම්පල් ආදී දේවල් මගින්
- ක්‍රීඩා තරඟ, කූපපත් ඇදීම, ලොතරැයි ක්‍රම මගින්
- වැඩමුළු, දේශන, සම්මන්ත්‍රණ, විවිධ ප්‍රකාශන හා වාර්ෂික වාර්තා මගින්
- විවිධ වැඩසටහන් සඳහා අනුග්‍රාහකයන් ලෙස ක්‍රියා කිරීම මගින්
- විවිධ පුණ්‍යායතන හා ආගමික උත්සව හා ආගමික සංවිධාන සඳහා පුණ්‍යාධාර දීමෙන්
- තැපැල්, දුරකථන, ෆැක්ස් හා විද්‍යුත් තැපෑල ආදිය මගින්

මෙම මාධ්‍ය අතුරින් ඔබට ගැලපෙන සුදුසු මාධ්‍යයක් හෝ කිහිපයක් තෝරා ගෙන ඔබ ඔබේ නිෂ්පාදිතය

පාරිභෝගිකයා වෙත යොමු කිරීම සඳහා සුදුසු පරිදි කටයුතු කළ යුතුයි. එවිට ඔබේ ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළ සපුරා ගැනීමට ඔබට පහසු වනු ඇති.

මෙම මාධ්‍යයන් පිළිබඳව ඔබ විසින් දැනගත යුතු කාරණා කිහිපයක් පවතිනවා, එනම්

- අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් අදහස් හුවමාරුවක් සිදු වන්නේ පෞද්ගලික විකිණීම සිදු කරනු ලබන අවස්ථාවලදීයි.
- විශාල පිරිසකට පණිවුඩය දියහැකි ක්‍රමයක් වන්නේ දැන්වීම්, පෝස්ටර්, බැනර්, ආදිය මගින් වුවත් පාරිභෝගික අදහස් ලබා ගැනීමට හැකි වන්නේ නැහැ. මෙහිදී පෞද්ගලික සංවාදයක් සිදු වන්නේ නැහැ.
- පෞද්ගලික අලෙවි කිරීමෙන් පාරිභෝගිකයා වෙත පණිවුඩය අඩු වියදමකින් කර ගැනීමට හැකි වෙනවා.
- පෞද්ගලිකව අලෙවිකරණ සිදු කරන විට මහජන සම්බන්ධතා හොඳින් අවබෝධ කර ගන්නත් ඔබට හැකියාව ලැබෙනවා.
- ඔබේ භාණ්ඩය ඔබේ පාරිභෝගික කොටසට එදිනෙදා උවමනා හා අවශ්‍යතා ළඟා කර ගැනීමට අවශ්‍ය වන දෙයක් නම්, ඒ සඳහා ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, පුවත්පත්, සඟරා වැනි ජන සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් තෝරා ගැනීමට හැකියි.
- භාණ්ඩ වෙළඳ පොළට හඳුන්වා දෙන අවස්ථාවක නම් පුළුල් ලෙස ප්‍රචාරණයට ජන මාධ්‍ය යොදා ගැනීමට පුළුවන්.
- එම භාණ්ඩය වෙළෙඳ පොළ තුළ ස්ථාවර වී පවතින විට සරල මාධ්‍යයක් භාවිතා කළ හැකි වෙනවා. ඒ සිහි ගැන්වීම සඳහා පමණයි
- පිරිහීමක් සිදුවන අවස්ථාවකදි නව අරුතකින් යුතුව ජනමාධ්‍ය යොදා ගැනීමට සිදු වෙනවා.

ඒ අනුව ඔබ මේ කරුණු ගැන සිතා ඔබේ භාණ්ඩය හෝ සේවාව ජීවන චක්‍රය තුල පවතින අවස්ථාව අනුව ඔබේ අලෙවි ප්‍රවර්ධන මාධ්‍ය තෝරා ගත යුතුයි.

ප්‍රචාරණය

අලෙවි ප්‍රවර්ධනය යන්න අලෙවි මිශ්‍රය තුළ වැදගත් වන ආකාරය පිළිබඳව දැන් අපට අවබෝධයක් තිබෙනවා. මෙම අලෙවි ප්‍රවර්ධන කාර්යය සඳහා විවිධ මාධ්‍යයන් තෝරා ගැනීම සිදු කරන බවත් දැන් අප දන්නවා. ඔබ විසින් භාවිතයට ගනු ලබන බොහෝ සන්නිවේදන මාධ්‍යයන් මෙම ප්‍රචාරණය, නමැති කාර්යයට අයත් වෙනවා. ඊට හේතුව වන්නේ ප්‍රචාරණය පාරිභෝගිකයා උඩු යටිකුරු කිරීමට සමත් වී තිබීමයි. භාණ්ඩ හා සේවාවක විකුණුම සඳහා පමණක් නොව, ඕනෑම දෙයක් සාර්ථක කර ගැනීමට ද අද ප්‍රචාරණය බෙහෙවින් වැදගත් වී තිබෙනවා.

ප්‍රචාරණය යනු

"භාණ්ඩ හා සේවාවන්ගේ ඉල්ලුම වර්ධනය කරන කලාවක්" ලෙසද, **"මුද්‍රිත ස්වරූපයකට පත් වූ වෙළඳාමක්"** යනුවෙන් ද හඳුන්වා දෙන්නට පුළුවන්.

එමෙන්ම "ප්‍රචාරණය තොරතුරු පතුරුවා හරින මාධ්‍යයක්" ලෙසත් මයිකල් ජේ බේකර් විසින් පෙන්වා දී තිබෙනවා. ඒ වගේම, ප්‍රචාරණයේ අරමුණ ප්‍රසිද්ධිය ලබාදීම බව ද කියැවෙනවා. භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් අලෙවිය පැත්තෙන් සිතුවොත්, විකුණුම් ලබා ගැනීමේ එක් මාර්ගයක් ලෙස ප්‍රසිද්ධිය හැඳින්වීමට පුළුවන්. ප්‍රසිද්ධිය ලබා ගැනීමට නම් හොඳ වෙළෙඳ දැන්වීමක් අවශ්‍ය වෙනවා. එබැවින් ප්‍රචාරණයේ මුඛ්‍ය කාර්යය ප්‍රසිද්ධිය වන බව විද්වතුන්ගේ අදහසයි. ඒ බව විවිධ ප්‍රචාරණ දැන්වීම් අධ්‍යයන තුළින් ඔබට අදහස් ලබා ගැනීමට පුළුවන්.

ප්‍රචාරණය භාවිත වන විවිධ අවස්ථා

අද ඔබට පෙනෙනවා ඇති ප්‍රචාරණය සෑම ව්‍යවසායකයෙකුම හැකි පමණින් භාවිතා කරන බව. මෙය රාජ්‍ය ව්‍යවසාය මෙන්ම පෞද්ගලික ව්‍යවසායකයන්ද එකිනෙකා අභිබවමින් සිදු කරනු ලබනවා. එමෙන්ම තම වෙළඳපොළ ප්‍රචාරණය කරනවා සේම, තම වෙළඳ නාමය යටතේ පොදු කටයුතු ද ප්‍රචාරණය කරදීම තුළින් භාණ්ඩ හෝ සේවාවන්ට ප්‍රසිද්ධිය ලබා ගන්නවා. වර්තමානයේ පෞද්ගලික හා රාජ්‍ය ආයතන විසින් ආපදා පිළිබඳවත්, ගිණිකෙළි භාවිතය පිළිබඳවත් විස්තර තම වෙළෙඳ ලකුණ යටතේ මහජනතාව දැනුම්වත් කරනවා. එමෙන්ම විවිධ ලෙඩ රෝග පිළිබඳව, ළමා හා කාන්තා ආරක්ෂාව පිළිබඳව මෙන්ම ත්‍රස්තවාදී විරෝධී කටයුතු පිළිබඳව ද විශාල ප්‍රචාරණයක් තම නාමය යටතේ ව්‍යාපාර විසින් ලබා දෙනවා.

ප්‍රචාරණයෙන් අත්වන වාසි

- ප්‍රචාරණය නව වෙළෙඳ පොළක් ඇති වීමටද උදව් වේ.
- ප්‍රචාරණය භාණ්ඩ හෝ සේවා මිල අඩු කිරීමට ද හේතු වේ.
- භාණ්ඩ තත්ත්වය වර්ධනය කිරීමට ද හේතුවේ.
- තරඟකාරි බවක් ඇති කිරීමට ද හේතු වේ.
- අනාගත වෙළෙඳ පොළ තීරණය කිරීමට ද අවස්ථාව ලැබේ.
- ආදේශක හඳුන්වා දෙන්නත් ප්‍රචාරණය වැදගත් වේ.

> යම් නිෂ්පාදනයක් (භාණ්ඩයක්) හෝ සේවාවක් හෝ අදහස් සමූහයක් ඉස්මතු කර පෙන්වීම සඳහා සකස් කරනු ලැබූ පණිවුඩයකි. ''ප්‍රචාරණය''

ප්‍රචාරණය යම් විශේෂිත වූ පෙළඹවීමේ ක්‍රමයක් වන අතර, මෙය ජන මාධ්‍ය තුළින් ජන හදවත් තුලට කාවද්දන ශිල්පීය ක්‍රමයක් ද වෙනවා. මෙයට කිසියම් මිලක් ද තිබෙනවා. එය ප්‍රචාරණ වියදමයි. මේ සඳහා ජනමාධ්‍ය අතර විද්‍යුත් හා මුද්‍රිත මාධ්‍ය ද ප්‍රධාන වශයෙන් උපයෝගී කර ගැනීමට ඔබට පුළුවන් වෙනවා. මීට ඉහතදී සඳහන් කර ඇති වෙනත් මාධ්‍ය ක්‍රමයන් ද භාවිතයට ගනු ලබනවා.

ප්‍රචාරණය තුළින් ව්‍යාපාරික ඔබ අපේක්ෂා කරන දේ

- තරඟකාරි භාණ්ඩ හෝ සේවා අතරින් ඔබගේ නිෂ්පාදිතය ඉස්මතු කර පෙන්වීම
- මේ සඳහා නිෂ්පාදිතයේ ගුණය, ප්‍රමිතිය, කල් පැවැත්ම, වගකීම, අලෙවියෙන් පසු සේවාව වැනි දේ පාරිභෝගිකයන්ට දැනුම්දීම සිදු කිරීම
- භාණ්ඩ හා සේවා පරිභෝජනයේදී ඉන් ලැබෙන ප්‍රයෝජනය ඉස්මතු කර දැක්වීම තුලින් වැඩි අලෙවියකට මාර්ගය පාදා ගැනීම
- වෙළෙඳ පොළ තරඟයට මුහුණ දීමට හැකිවීම
- පෞද්ගලික විකුණුම් සඳහා පාරිභෝගිකයන් තුළ උනන්දුව ඇති කිරීම
- අලෙවිය ඉහළ නංවා ගැනීම
- රටේ ජනතාව වැඩි පිරිසක් වෙත ක්ෂණිකව ළඟා වීම
- තම භාණ්ඩය හා සේවාවට නව වටිනාකමක් එකතු කිරීමට හැකිවීම
- තොග හා සිල්ලර වෙළඳුන් අතර අන්තර් සබඳතාවයක් ගොඩ නැගීම
- විකුණුම් සඳහා අතරමැදියන්ට හා නියෝජිතයන්ට කොමිස් මුදල් ගෙවීම අඩු කර ගනිමින් තම නිෂ්පාදන හෝ සේවාවලට ඍජු ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළ කොටස් අත්පත් කර ගැනීම
- සමස්ථ ජනතාව වෙතට එකවර ළඟාවීමට හැකිවීම
- දැනට සිටින ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළේ පාරිභෝගික කොටස අතර විශ්වාසය හා මිත්‍රශීලී බව ඇතිකර ගැනීම
- ව්‍යාපාර පුළුල් කිරීම සඳහා සුදුසු පසුබිමක් නිර්මාණය කිරීම
- තම නිෂ්පාදන හෝ සේවාවල ගුණාත්මක භාවය ඉහල නැංවීම
- ඔබ සතු නිෂ්පාදන හෝ සේවා පුළුල් කිරීමට සුදුසු පසුබිමක් සකසා ගැනීම
- ඔබගේ නිෂ්පාදන හෝ සේවා ජනතාව අතර තවදුරටත් ප්‍රචලිත කිරීම
- වෙළෙඳ පොළ තුල සිටින තරඟකාරීන් සමග එක්ව තරඟකාරි ලෙස කටයුතු කිරීමෙන් ඉහළ ගුණාත්වයකින් යුතු භාණ්ඩ වෙළෙඳපොළ තුලට හඳුන්වාදීම
- නියමිත වේලාවට, නියමිත ප්‍රමාණය වෙළෙඳ පොළට සැපයීම සඳහා වූ කාල කළමනාකරණය නිශ්චිතව ක්‍රියාත්මක කිරීම
- භූගෝලීය වශයෙන් භාණ්ඩ බෙදා හැරීම හා එහිදී ජනතාවට ලබා දිය හැකි සහනයන් පිළිබඳ පාරිභෝගිකයන් දැනුම්වත් කිරීම
- කාර්යක්ෂම සේවක මණ්ඩලයක් හා යහපත් කළමනාකරණයකින් යුතු නායකත්වයක් තුළින් නිෂ්පාදන කටයුතු පවත්වා ගැනීම

ප්‍රචාරණයේ සුවිශේෂී බව

රාජ්‍ය ආයතන, රාජ්‍ය සංස්ථා, මණ්ඩල, පළාත් පාලන ආයතන, බැංකු හා මූල්‍ය ආයතන, රක්ෂණ සමාගම්, බහුජාතික සමාගම්, රාජ්‍ය නොවන සංවිධාන, සමිති සමාගම්, තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර, හවුල් ව්‍යාපාර, පෞද්ගලික සමාගම්, සමුපකාර සංගම්, සිවිල් පුද්ගලයන්, සිවිල් සංවිධාන, සමාජ සංවිධාන, පුණ්‍යායතන, සුභසාධක සමිති, ආගමික ආයතන, සංස්කෘතික ආයතන,

දේශපාලන පක්ෂ, විදේශ සංවිධාන ආදිය තම තටයුතු මනාව පවත්වා ගෙන යාමට ප්‍රචාරණය යොදා ගන්නා ප්‍රමාණය හා ඒ කෙරෙහි තබා ඇති විශ්වාසයේ තරම මත ප්‍රචාරණයේ සුවිශේෂී බව කෙරෙහි ව්‍යවසායක ඔබට අදහසක් ලබා ගැනීමට හැකියාව පවතිනවා. ඒ අනුව ප්‍රචාරණය සැබැවින්ම ඔබේ ආයතනයේ අනාගත දියුණුව සඳහා බෙහෙවින් උපකාර වන බව ඔබ සිතට ගතයුතු සුවිශේෂී කරුණක් වෙනවා.

විවිධ අපේක්ෂාවන් සහිත මෙන්ම සුවිශේෂී ලෙස ප්‍රචාරණය ඔබ ඔබේ නිෂ්පාදන සඳහා යොදා ගන්නවා නම් ප්‍රචාරණය පිළිබඳ වන මෙහි පහත කරුණුවලටද අවධානය යොමු කළ යුතුයි. එසේ නොමැති වුවහොත් ඔබේ ප්‍රචාරණය ඵල රහිත දෙයක් විය හැකි අතරම, ඉක්මණින්ම වෙළෙඳ පොළෙන් ඉවත්ව යාමට ද ඔබට සිදුවීමට පුළුවන්.

- ප්‍රචාරණය සත්‍ය විය යුතුය.
- මහජනයා නොමග යවන සුළු නොවිය යුතුය.
- තාර්කිකව, තර්කාන්විත ලෙස පවතින මුදලට ගැලපෙන පරිදි මිලදී ගතහැකි වන ආකාරයට ප්‍රචාරණය සැලසුම් කළ යුතුය.
- රසවත් විය යුතුය. මෙය අසන්නාට/දකින්නාට නීරස, අමිහිරි දෙයක් නොවිය යුතු අතර, කලාත්මකව රසවත්ව ඉදිරිපත් කළ යුතුය.
- මහජන සභ්‍යත්වයට හිතකර ලෙස ඉදිරිපත් කළ යුතුය. අසභ්‍ය වචන, අසත්‍ය දෙබස්, අසභ්‍ය දර්ශන, සංස්කෘතියට හා ළමා මනසට නොගැලපෙන චිත්‍ර ආදිය ප්‍රචාරණ දැන්වීම් තුළ නොවිය යුතුය.
- පාරිභෝගිකයා නොමග යවන සුළු මිලක් නියම නොකළ යුතුය. එම මිල පැහැදිලිව ප්‍රකාශ විය යුතුය.
- අවංක චේතනා ප්‍රමුඛව ප්‍රචාරණය සිදු කළ යුතුය. මිලදී ගන්නා අයට එම භාණ්ඩය මිලදී ගැනීමෙන් සහනයක් ඇති නොවේ නම් ඒවා යහපත් බවට ප්‍රසිද්ධ නොකළ යුතුය.
- ප්‍රමිතියෙන් අඩු භාණ්ඩයක් ප්‍රමිතියෙන් ඉහළ යැයි දැක්වීමට කටයුතු නොකර අවංක චේතනාවෙන් කටයුතු කළ යුතුය.
- නිසි ක්‍රියාකාරිත්වයක් පවතිනවා දැයි බලා ප්‍රචාරණය කළ යුතුය. අදාල නිශ්චිත කාලය තුල එය පවතිනවා දැයි හරියටම දැන ප්‍රචාරණය කළ යුතුය
- සංසන්දනාත්මකව ඉදිරිපත් කරන විට අනෙකුත් තරගකාරි භාණ්ඩ පිළිබඳව වැරදි වැටහීමක් ඇති නොවන පරිදි සැසඳිය යුතුය.
- යම් යම් ප්‍රසිද්ධ පුද්ගලයින් යොදා භාණ්ඩ හා සේවා පිළිබඳ සහතිකවීම් නොකළ යුතුය. මෙය මෙසේ යැයි දිවුරා ප්‍රකාශ කිරීම නොකිරීමට කටයුතු කළ යුතුය.

අලෙවි කරන්න නම් ඊට පෙර මිලදී ගන්න ඕනෑ

අලෙවි මිශ්‍රය තුල එන අලෙවිකරණ භාණ්ඩය, නැත්නම් නිෂ්පාදනය පිළිබඳව කියන විට අප ඉදිරිපත් කළ භාණ්ඩයක් කවර ආකාරයට නිෂ්පාදනය කර වෙළෙඳ පොළට ඉදිරිපත් කළ යුතුද කියා අප කතා කළා. මෙලෙස යම් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නිපදවා එය වෙළෙඳ පොළට ඉදිරිපත් කරන විට ඉතාම වැදගත් පිරිසක් අපට හමුවන බව අප කිව්වා. ඒ පිරිස තමා "පාරිභෝගික පිරිස" නැතිනම් මිලදී ගන්න "ගැණුම්කරුවන්". මෙන්න මේ ගනුදෙනුකරුවන් විවිධාකාර පරමාර්ථ මුදුන් පමුණුවා ගැනීමට භාණ්ඩ මිලදී ගන්නා බව අප දන්නවා. ඒ වගේම, ව්‍යවසායක ඔබ නිපදවන භාණ්ඩය මිලදී ගෙන ඒ තුලින් තවත් ව්‍යාපාර ආරම්භ කර පවත්වා ගෙන යන ව්‍යවසායකයන්ද සිටින බව ඔබ දන්නවා ඇති. සමහර විට ඔබ එවැනි ව්‍යවසායකයකු වෙන්නත් පුළුවන්. මෙසේ බලනවිට මිලදී ගැනීම ඉතා වැදගත් කාර්යයක් වන බව අප කව්රුත් වටහා ගෙන තිබෙන නිසා මිලදී ගැනීම කියන කාර්යය පිළිබඳවත්, එහි අවස්ථා පිළිබඳවත්, එහිදී අනුගමනය කළයුතු දේවල් පිළිබඳවත් සාකච්ඡා කිරීම වැදගත් වෙනවා.

මිල දී ගැනීම

මොකක්ද මේ මිලදී ගැනීම කියන්නේ? එනම් කිසියම් පුද්ගලයෙක් හෝ ආයතනයක් විසින් නැවත විකිණීමේ හෝ ළඟ තබා ගෙන පරිභෝජනය කිරීමේ අපේක්ෂාවෙන් යුතුව අමුද්‍රව්‍ය, භාණ්ඩ හෝ උපකරණ ආදිය මුදල් ගෙවා ලබා ගැනීමකි.

ඒ නිසා ඔබ කුමන ආකාරයේ ව්‍යාපාරයක් පවත්වා ගෙන ගියත්, භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කිරීමට හෝ අලෙවි කිරීමට පළමුව කුමන හෝ මිලදී ගැනීමක් සිදු කළ යුතු වෙනවා. ඒ වගේම, ඔබේ ව්‍යාපාරය තුල කොපමණ හොඳින් අලෙවි කිරීම සිදු කරන්නේද යන්න තීරණය වන්නේ, ඔබ කොපමණ හොඳින් මිලදී ගැනීම සිදු කළේ ද යන්න මතයි.

"ප්‍රචාරණය යනු මුදල් ගෙවනු ලැබූ අනුග්‍රාහකත්වයක් මගින් මෙහෙයවනු ලබන අපෞද්ගලික සන්නිවේදන රටාවකි."

- පිලිප් කොට්ලර් -

මෙම ව්‍යාපාරික ක්‍රියා දෙස බලන්න

- ප්‍රියන්ත ටේලර්ස් විවිධ රෙදි වර්ග, බොත්තම්, නූල්, ආදිය මිලදී ගන්නවා

කමිස, කලිසම්, සූට් වර්ග වැනි දේවල් ඔහු නිෂ්පාදනය කරනවා.

- සමන් හාඩ්වෙයාර් ආයතනය වැලි, ගඩොල්, සිමෙන්ති, යකඩ, තීන්ත වර්ග ආදි විවිධ දේ මිලට ගන්නවා.

ඔහු ඒවා ගොඩනැගිලි සාදන අයට නැවත අලෙවි කරනවා.

- රාජරත්න මහතා හාල්, පරිප්පු, සීනි, තේ කොළ, කරවල, තුනපහ ආදී විවිධ දේවල් මිලදී ගන්නවා.

ඔහු ඒවා තම නිවසේ පරිභෝජනය සඳහා යොදා ගන්නවා.

- අමර සැළුන් විසින් පවුඩර්, කතුරු, ෂැම්පුවර්ග, විවිධ බ්‍රෂ් වර්ග, තෙල් වර්ග, පනා වර්ග ආදිය මිලදී ගන්නවා.

ඔහු ඒවා තම පාරිභෝගිකයන්ගේ කොණ්ඩා කැපීම, කොණ්ඩා සැකසීම, කොණ්ඩා ඩයි කිරීම ආදිය සඳහා යොදා ගන්නවා.

- විමලසේන මහතා කාර් එකක් මිලට ගන්නවා.

ඔහු එය පෞද්ගලික ගමන් බිමන් සඳහා යොදාගැනීම සිදු කරනවා.

ඉහත අවස්ථා බලන විට මිලදී ගැනීම කියන එක විවිධ අරමුණු උදෙසා ඔබ විසින් සිදු කරන බව ඔබට වැටහෙනවා ඇති. ඒ වගේම, එය ඉතාම වැදගත් ව්‍යාපාරික කාර්යයක් ද වන බවත්, අලෙවිකරණයට පෙර මිලදී ගැනීම සිදු කලයුතු බවත් ඔබට දැන් තවත් හොඳින් වැටහෙන්නට ඕනෑ.

මිල දී ගැනීමක දී මේ පිළිබඳවත් සිතන්න ඕනෑ.

- ඉහළ ලාභයක් ලැබිය හැකි පරිදි මිලදී ගන්නත් වෙනවා
- ඔබේ අවශ්‍යතාවයට ගැලපෙන පරිදි මිලදී ගන්නත් වෙනවා.
- වෙළෙඳ පොළ පරීක්ෂා කිරීමෙන් පසුව මිලදී ගන්නත් වෙනවා
- පසු තැවීම්වලට ඉඩ නොතබා මිලදී ගැනීම් කරන්නත් වෙනවා
- පාරිභෝගික රුචිකත්වයට ගැලපෙන පරිදි අවශ්‍ය නිවරදි ප්‍රමාණය මිලදී ගන්නත් වෙනවා.
- නිවැරදි මිලට මිලදී ගන්නත් වෙනවා.
- ඔබට හා පාරිභෝගිකයන්ට දැරිය හැකි මිලට ගන්නත් වෙනවා.
- නිවැරදි වේලාවට මිලදී ගන්නත් වෙනවා. අවශ්‍ය කාලයේදී පමණක් මිලදී ගන්න
- අනවශ්‍ය වේ නම් මිලදී ගන්නත් එපා.

ව්‍යාපාරවලට අවශ්‍ය වන මිලදී ගැනීම් සලකා බැලීමේදී ඔබ ව්‍යවසායකයකු ලෙස,

- උපකරණ
- අමතර කොටස්
- අමුද්‍රව්‍ය හා
- නිමි භාණ්ඩ

ආදිය මිලට ගතයුතු වෙනවා.

ඒ සෑම අවශ්‍යතාවයක දී ම ඉහත කරුණු පිළිබඳව හොඳින් සිතා බලා මිල දී ගන්න ඕන. එවිටයි ඔබේ ව්‍යාපාරය සාර්ථක වන්නෙ.

මිල දී ගැනීමේ දී ඔබ අනුගමනය කළ යුතු පියවර

(1) **ඔබට ඔබේ ව්‍යාපාරයට අවශ්‍ය මොනවාදැයි හොඳින් සොයා බලන්න**

මේ සඳහා ඔබ දීර්ඝ වශයෙන් සාකච්ඡා කළයුතු වෙනවා. විවිධ පාර්ශ්ව සමග විවිධ සම්බන්ධතා ගොඩනංවා ගෙන මෙම කාර්යය කිරීමට ඔබට සිදු වෙනවා.

පාරිභෝගිකයන් පිළිබඳව සියලුම තොරතුරු දැන ගන්නත් ඕනෑ. මගේ පාරිභෝගික කොටස කවුද? ඔවුන්ගේ රුචිකත්වය මොනවගේද? මොන මොන අවශ්‍යතා ඔවුන්ට පවතිනවාද? ඔවුන් ඉල්ලන මිල ගණන් කුමන පරාසයක් තුල පවතිනවාද? ඔවුන්ට උවමනා භාණ්ඩ මොනවාද? එම භාණ්ඩ ඔවුන් ඉල්ලන්නේ ඇයි? මිලදී ගැනීම් සිදු කරන්නේ කෙසේද? කුමන වේලාවේද? කුමන කාලයටද උවමනා? තරගකරුවන් කව්ද? ඒ අයගේ වෙළෙඳ පොළ තුල හැසිරීම කොහොමද? සාමාන්‍ය වෙළඳපල තුල හැසිරීම කොහොමද? මේ හැසිරීම දැනගන්න නම් වෙළඳපල තුල සමීක්ෂණයක් සිදු කළ යුතු වෙනවා.

එහෙම සොයා බැලුවා නම්,

- ඔබ අලෙවිය සඳහා යම් භාණ්ඩයක් නිපදවනවා නම් ඒ සඳහා ඔබට අවශ්‍ය ද්‍රව්‍ය උපකරණ මොනවාද?
- නිපදවිය යුතු භාණ්ඩයේ හැඩය, ප්‍රමාණය, දිග, පළල, වර්ණය ආදිය කෙසේද?
- ඔබ නිමි භාණ්ඩ මිලදී ගෙන අලෙවි කරන්නේ නම් ඒ මොනවාද?
- කුමන ප්‍රමාණයක්, කුමන වේලාවට අවශ්‍යද?
- ඔබ සැපයුම්කරුට ගෙවීමට කැමති මිල කොපමණද?
- ඔබ තරගයට මුහුණ දිය යුතු ආකාරය කෙසේද?

ආදී දේවල් පිළිබඳව ඔබට හොඳ තීරණයක් ගැනීමට හැකි වනු ඇති. එයින් සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු ලෙස ඔබට වෙළෙඳ පොළ තුල කාර්යයන් සිදු කිරීමට හැකියාව ලැබෙනු ඇති.

(2) විවිධ සැපයුම්කරුවන් පිළිබඳ තොරතුරු ලබා ගන්න

ඔබේ අවශ්‍යතාවයන් සඳහා සුදුසු සැපයුම්කරුවන් සොයා ගැනීම ඉතාම වැදගත් වෙනවා. ඔබත් සමග සිටින ඔබේ ව්‍යාපාරික මිතුරන්, ඔබ සමග වැඩ කරන අය, විශ්වාසවන්ත ගණුදෙනුකරුවන්, ව්‍යාපාර උපදේශකයින් ඔබේ තරගකරුවන්ගෙන්, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සඳහා සහාය දක්වන රාජ්‍ය ආයතන, රාජ්‍යනොවන ආයතන සමග සම්බන්ධවීමෙන්, ඔබ ගනුදෙනු කරන බැංකු ආයතනවලින් මෙන්ම පුවත්පත් සඟරා, පොත්පත්, වෙළෙඳ දැන්වීම්, සම්මන්ත්‍රණ, සල්පිල්, ප්‍රදර්ශන හෝ අන්තර්ජාලය වැනි දේ මගින් මේ පිළිබඳව තොරතුරු ඔබට ලබා ගන්න පුළුවන්.

ඒ අනුව ඔබට,

සැපයුම්කරුවන් පිළිබඳව පමණක් නොව, ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදිත හෝ සපයන භාණ්ඩ හෝ අමුද්‍රව්‍ය පිළිබඳව මිල මට්ටම්, ණය පහසුකම්, බෙදා හැරීම පිළිබඳවද, වට්ටම්, කොමිස් ආදිය ද, ණය කාලසීමාව, අලෙවියෙන් පසු සේවාව, ආපසු යවන භාණ්ඩ භාර ගන්නවාද, සැපයුම්කරුවන්ගේ වගකීම කෙබඳුද ආදී ඔබට වැදගත් තොරතුරු ලබා ගෙන ඒ තුලින් ඔබේ මිලදී ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය ඔබට ගැලපෙන පරිදි සිදු කිරීමට හැකිවෙනවා.

(3) සොයාගත් සැපයුම්කරුවන් විමසීමට ලක් කරන්න

සොයාගත් සැපයුම්කරුවන්ගේ විස්තර ලබා ගැනීම සඳහා ඔවුන් හමුවීමට යන්න. දුරකථනයෙන් කතා කරන්න. ඔවුන්ට ලිපි ලියන්න. නියෝජිතයන් හමුවී විස්තර ලබා ගන්න. ඔබ ළඟ සේවය කරන නිලධාරීන් යවා ඒ අය සමග සාකච්ඡා කරන්න. මේ සඳහා ෆැක්ස්, ඊමේල් ආදිය ද නූතනයේ ඔබට භාවිතා කරන්න පුළුවන්. හමුවීමෙන් පසුව ඉහත අය සමග සාකච්ඡා කර ඔබට අවශ්‍ය විස්තර පිළිබඳව අවශ්‍ය තීරණයකට එළඹෙන්නත් පුළුවන් වේවි.

සෑම තොරතුරක්ම ලිඛිතව ලබා ගන්න. එය ඔබට වඩාත් ඵලදායි වනු ඇත. ලිඛිත පිළිතුරක් ඉල්ලා ගන්න. ඒ සඳහා ඔබ විසින් ලිඛිතව විමසුමක් යැවිය යුතුයි. ඇත්තටම මෙය මිල විමසුම ලෙස හැඳින්වෙනවා. එවැනි හොඳ ලිඛිත විමසුමක් හොඳ හැඟීමක් ඇති කරනවා කියලයි කියන්නේ.

(4) ඔබේ ව්‍යාපාරයට හොඳම සැපයුම්කරුවන් තෝරා ගන්න

මිල විමසා යැවූ විට ඒ සඳහා පිළිතුරක් ලෙස සැපයුම්කරුවන් විසින් ඔබට මිල කියුමක් ලබා දෙනවා. එවිට විවිධ මිල ගණන් ඔබ සංසන්දනය කළ යුතුයි. මිල කියුමක් සමග සැපයුම්කරු ඔබ වෙත භාණ්ඩ, අමුද්‍රව්‍ය, උපකරණ හෝ අමතර කොටස්, පිළිබඳව මෙන්ම ගෙවීම් පිළිබඳව සැපයුම් පිළිබඳව ප්‍රවාහනය හා අනෙකුත් තත්ත්වයන් පිළිබඳව විස්තර ලබා දෙනවා.

එලෙස ලැබෙන මිල සහ අනෙකුත් විස්තරවලින් ඔබේ ව්‍යාපාරයට වඩාත් වැදගත් වන්නේ මොනවාදැයි හොඳින් බලන්න. ඒ අනුව,

- ලැබූ මිල ගණන් හොඳින් පරීක්ෂා කර බලන්න
- සැපයුම්කරුවන් සමග සාකච්ඡා කරන්න
- ඔබේ අවශ්‍යතාව අනුව එකඟතාවකට පැමිණීමට උත්සාහ දරන්න
- තරඟකරුවන්ගේ මිල කියුම් සමග ද සසඳන්න
- ඔබට වඩාත් සුදුසු සැපයුම්කරුවා/සැපයුම්කරුවන් තෝරා ගන්න
- තෝරාගත් සැපයුම්කරුවන්ගෙන් එක් අයෙකුට වැඩි දෙනෙක් හඳුනා ගන්න
- ප්‍රමාණයට වැඩියෙන් තෝරා නොගන්න
- නිතර සැපයුම්කරු මාරු නොකරන්න
- තෝරාගත් ඔබේ සැපයුම්කරුවන් සමග මිත්‍රශීලී සබඳතාවයක් ගොඩනගන්න

මිල අඩු සැපයුම්කරු සැමවිටම හොඳ සැපයුම්කරුවකු නොවේ.

මිලදී ගත් දෙය ඔබට වටිනා වත්කමක් වනු නොඅනුමානයි. සැපයුම්කරුවන් සමග විශ්වාසයෙන් යුතුව කටයුතු කරන්න.

(5) ඇණවුම ඉදිරිපත් කිරීම කළ යුතු වන්නේ දැනුයි.

ඔබ සැපයුම්කරුවන් තෝරා ගත් පසුව සැපයුම්කරු හමුවිය යුතුයි. නැතිනම් දුරකථනයෙන් ෆැක්ස් මගින් හෝ අන්තර් ජාලය මගින් හෝ විශේෂ පණිවුඩකරුවකු හෝ නියෝජිතයකු මගින් ඔබේ භාණ්ඩ ප්‍රමාණය සුදුසුම සැපයුම්කරුවන්ගෙන් ඇණවුම් කළ යුතුයි. එය ලිඛිතව ඉදිරිපත් කිරීම ඉතා හොඳයි. ඔබ කැමති ඇණවුම් ආකෘතියක් ඉදිරිපත් කළ යුතු අතර, එය ඉතා හොඳ සාක්ෂියක් ද වෙනවා. මිල කියුමේ ඇති එහෙත් ඔබට ඕනෑ දේ පමණක් ඔබේ මනාපය පරිදි ඇණවුම් කිරීමේ නිදහසක් ඔබට තියෙනවා.

(6) ලැබූ භාණ්ඩ නොපමාව පරීක්ෂාවට ලක් කරන්න

ඔබට අවශ්‍ය භාණ්ඩ ඔබ විසින් මිලදී ගන්නවා නම් හා ඒවා සැපයුම්කරු වෙතින් ඔබ විසින්ම ලබා ගන්නවා නම් ඒවා එතැනින් ඉවත් කර ගෙන යාමට පෙර භාණ්ඩ, වර්ගය, ප්‍රමාණය, තත්ත්වය ආදී හොඳින් පරීක්ෂා කර බැලිය යුතුයි. සැපයුම්කරු ඔබ වෙත ගෙනැවිත් බාර දෙනවා නම් එහිදීද ඔබට ලැබෙන භාණ්ඩ ඔබ විසින් ඇණවුම් කළ භාණ්ඩද යන්න පරීක්ෂා කර බැලීම කළ යුතු වෙනවා. භාණ්ඩ බොඳා හරින විට ඔබට ලැබුණු "ඩිලිවරි පත" ඔබේ ඇණවුම් කළ භාණ්ඩ ලේඛණය හා සසඳා බැලීම තුලින් ලද භාණ්ඩ පිළිබඳව සෑහීමකට පත් වෙන්න ඔබට පුළුවන්. මෙම "ඩිලිවරි පත" නොමැතිව ඉන්වොයිසියක් ලැබුණොත් එම ඉන්වොයිසිය ඔබේ ඇණවුම සමග පරීක්ෂා කළ යුතු වෙනවා.

මෙම පරීක්ෂාවේදී ඉල්ලූ භාණ්ඩ හා ලැබූ භාණ්ඩ අතර යම්කිසි වෙනසක් පැවතුණහොත් ඒ බව වහාම අදාළ සැපයුම්කරුට දැනුම් දිය යුතුයි. එම භාණ්ඩ නිවැරදිව ලැබූ බව තහවුරු කර ගන්නා තුරු "ඩිලිවරි පතට" අත්සන් නොකළ යුතුයි. මන්දයත්, ඔබ මේ වේලාවේදී මිලදී ගන්නා ව්‍යවසායකයකු බැවින් ඔබ ඔබට අවශ්‍ය දේ නිවැරදි පරිදි ලබාගත යුතු වෙනවා. එවිට ඔබේ ව්‍යාපාරය සාර්ථක වනු ඇති. අනෙක් අතට, කලබලයට පත් වී අනුන්ගේ පච්චලට කර ගහන්නේ මොකටද යන්න ඔබම සිතා බැලිය යුතුයි.

(7) ඉන්වොයිසිය ද පරීක්ෂාවට ලක් කරන්න.

ඔබ විසින් මිලදී ගැනීමට ඉල්ලා සිටින ලද එහෙත් සැපයුම්කරු විසින් සපයනු ලබන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය හා විස්තර දක්වා එවනු ලබන ලියවිල්ල ඉන්වොයිසියයි.

ඉන්වොයිසියක් තුල

- ඔබ වෙත එවා ඇති භාණ්ඩ පිළිබඳ විස්තර
- ගෙවිය යුතු මුදල් ප්‍රමාණය
- මුදල් ගෙවිය යුතු දිනය
- මුදල් ගෙවිය යුත්තේ කා වෙතද
- මුදල් ගෙවිය යුතු ආකාරය/ චෙක්පතකින්ද/ මුදලින්ද

යන විස්තර ඇතුළත් වෙනවා.

ඉන්වොයිසියක් ලැබීමෙන් කියවෙන්නේ ඒ භාණ්ඩ ඔබට ලැබී ඇත්තේ පසුව මුදල් ගෙවීමේ පදනම මතය යන්නයි. එනම්, භාණ්ඩ ණයට මිලදී ගත් බවයි. ඒ සඳහා ඉන්වොයිසිය ලද විගස මුදල් ගෙවීමට ඔබ කලබල විය යුතු නැහැ. නමුත් ඉන්වොයිසියක ගෙවීම් කළයුතු ආකාරය සඳහන් වෙනවා. ඉන්වොයිසිය ඔබේ ඇණවුම හා ඩිලිවරිපත සමග සසඳා මුදල් ගෙවීම්කළ යුතු වෙනවා.

(8) ලද භාණ්ඩ සඳහා ගෙවීම් කරන්න

ඔබට ලද භාණ්ඩ පිළිබඳ ව සෑහීමකට පත් වන්නේ නම් මුදල් ගෙවා දැමිය යුතුයි. මුදලින් හෝ චෙක්පතක් මගින් අදාල කාල සීමාව තුළදී ගෙවිය යුතු බැවින් ඒ සඳහා සැලසුම් කරගත් ආකාරයට නිසි පරිදි මුදල් ගෙවා දැමීම විශ්වාසය තහවුරු කර ගන්නත්, ව්‍යාපාරය ඉදිරියට සාර්ථකව පවත්වාගෙන යන්නත් ඉමහත් පිටු බලයක් වෙනවා.

(9) සියලුම මිල දී ගැනීම් ඔබේ පොත්පත්වල සටහන් කරගන්න

ව්‍යවසායකයකු සැමවිටම ඔහු සිදු කරන ගනුදෙනු පොත්පත්වල සටහන් කිරීම පුරුදු කළ යුතු වැදගත්ම කාර්යයක්. සියලුම ගනුදෙනු ගිණුම් ගත කිරීමක් අත්‍යාවශ්‍ය වන බැවින් පළමුව ඔබ සියලුම ගනුදෙනු ගිණුම්ගත කිරීමට පහසු වන පරිදි වාර්තා කරන්න පුරුදු වෙන්න ඕනෑ.

තොග පාලනය

ව්‍යවසායකයකුගේ මූලික කාර්යයක් තමා අලෙවිකරණය කියන්නේ කියල අපි සාකච්ඡා කළා. ඒ වගේම අපි කිව්ව

අලෙවි කරන්න පෙර මිලදී ගන්න ඕනෑ, ඒක හරියට කරන්නත් ඕනෑ. නැතිනම් අලෙවියත් හරියට කර ගන්න බැහැ කියලා. ඉතින් ඔබ ව්‍යවසායකයකු ලෙස භාණ්ඩ මිලදී ගන්නේ තොග වශයෙන් නේ. ඒ තොගය හරියට ගන්නත් ඕනෑ. ඒවා හරියට රැකබලා ගන්නත් ඕනෑ. ඒවා හරියට ගබඩා කරන්නත් ඕනෑ. ඒවා නිසි වේලාවට නිසි පරිදි නිකුත් කරන්නත් ඕනෑ. ඒ වගේම තොග ලේඛන නඩත්තු කර නිවැරදි වේලාවට නිසි පරිදි නිකුත් කරන්නත් ඕනෑ. ඒ වගේම තොග ලේඛන නඩත්තු කර නිවැරදි තොග තියෙනවාද කියා බලන්නත් ඕනෑ. ඒ කියන්නෙ, ව්‍යවසායක ඔබ තොග පාලනය ගැන ද අවධානය යොමු කළ යුතුයි කියන එකයි.

මොනවද මේ තොග කියන්නෙ?

ව්‍යවසායක ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයෙහි විකිණීම පිණිස තබා ඇති සියලුම නිමි භාණ්ඩ ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ තොගය වෙන්න පුළුවන්. ඒ වගේම, භාණ්ඩ නිෂ්පාදනයේදී යොදා ගැනීමට ඔබ විසින් තබාගෙන සිටින සියලුම අමුද්‍රව්‍ය, අමතර කොටස් හා විවිධාකාර වූ ද්‍රව්‍ය කොටස් ද තොගය ලෙස ගන්න පුළුවන්. විවිධ සේවාවන් සපයන ව්‍යාපාරයක් ඔබ පවත්වා ගෙන යනවා නම් එයට අදාල වන විවිධ අමුද්‍රව්‍ය සහ නිමි ද්‍රව්‍ය තොගද, තොගය ලෙස සලකා බලන්න පුළුවන්.

ඒ අනුව,

ව්‍යාපාරික ඔබ නැවත විකිණීමේ අපේක්ෂාවෙන් විවිධ පාර්ශ්වයන්ගෙන් මිලදී ගෙන ගබඩා කර ගබා ගන්නා සියලුම භාණ්ඩ තොග ලෙස හැඳින්වෙනවා. උදාහරණ ලෙස හාල්, පිටි, සීනි, ලුණු, පාන් හා අනෙකුත් පාරිභෝගික ද්‍රව්‍ය දැක්විය හැකියි.

එමෙන්ම, ව්‍යාපාරිකයකු ලෙස ඔබ නිෂ්පාදන කාර්යයක නියැලෙනවා නම් එම නිෂ්පාදන කාර්යය සඳහා යොදා ගනු ලබන අමුද්‍රව්‍ය අමතර කොටස් හා වෙනත් ද්‍රව්‍ය කොටස් සියල්ලම තොග ලෙස සැලකෙනවා. ඇඟළුම් කම්හලක ඇඳුම් මැසීමට අවශ්‍ය රෙදි, නූල්, බොත්තම්, සිපර් වර්ග, රේන්ද, නෙට් වර්ග, පබළු, සීකුවින්ස් ආදිය ද මසා නිම කළ ඇඳුම්ද තොග ලෙස සැලකෙනවා.

ඔබගේ ව්‍යාපාරය සේවා සැපයීමට පවත්වාගෙන යනවා නම් එතැනදී ද එම සේවයට අවශ්‍ය වන තොග වර්ග අවශ්‍ය වෙනවා. බෑග් වර්ග අලුත්වැඩියා කරන ව්‍යාපාරයක් හෝ සපත්තු අලුත්වැඩියා කරන ව්‍යාපාරයක් පවත්වා ගෙන යනවා නම් එහිදී හම් තොග, විවිධ රෙදි වර්ග, නූල්, ගම් වර්ග, ඇණ, සිපර් වර්ග, ඉටිරෙදි හා අලවන ගම් වර්ග ඔබගේ තොග ලෙස සලකන්න පුළුවන්.

සැබැවින්ම, ඔබ රථ වාහන අලෙවි සැලක් පවත්වා ගෙන යනවා නම් එතැනදී මූලික වශයෙන් රථ වාහන තොගය එහි තොග ලෙස සලකන්න පුළුවන්.

ඒ අනුව, මේ විවිධාකාර වූ තොග පරිස්සමින් මෙහෙයවීම තමා මේ තොග පාලනය යටතේ ඇත්තටම අපි කතා කරන්නෙ.

තොග පාලනය යනු කුමක්ද?

තොග පාලනය ලෙස අර්ථ දැක්වෙන්නේ කුමක්දැයි කියා සලකා බැලුවහොත්, විධිමත් ආකාරයට තොග මිලදී ගෙන භාර ගැනීමත්, එලෙස භාරගත් තොග නිවැරදි ආකාරයට තොග ලේඛනවල සටහන් කිරීමත්, එම තොග පරිස්සම් සහිතව රැස්කර තබා ගැනීමත්, ගනුදෙනුකරුවන්ට හොඳින් පෙනෙන ලෙස හා ඉක්මණින් ගණන් කර ගතහැකි ආකාරයට ඇසුරුම් කර තැබීමත්, නිතරම තොගය නිවැරදි ආකාරයට අවශ්‍ය ප්‍රමාණ හා වර්ගවලින් පවතිනවාද යන්න පරීක්ෂා කිරීමත්, අවශ්‍යතාව සැලකිල්ට ගෙන තොග ඇණවුම් කිරීමත්, තොග නිසි පරිදි නිකුත් කිරීමත්, තොග ලෙජර් නඩත්තු කිරීමත් හා තොග සම්බන්ධ ගිණුම් පවත්වා ගෙන යාමත් යන සමස්ථ ක්‍රියාවලියම තොග පාලනයට අයත් වෙනවා.

ඒ අනුව, තොග පාලනය යනු සංකීර්ණ මෙන්ම පරිස්සමින් කළ යුතු ඉතා වැදගත් කාර්යයක් බව සිතට ගත යුතුයි. ඔබ ඕනෑම නිෂ්පාදනයක් කළත්, නිසි පරිදි තොග පාලනය නොකළහොත් ඔබට අවශ්‍ය පරිදි කලට වේලාවට නියමිත ප්‍රමාණය, නිසි පරිදි නිපදවා ගැනීමට නොහැකි වෙනවා. ඒ වගේම භාණ්ඩ තොග නිසි පරිදි ගබඩා කර නොගතහොත්, ඔබට පාරිභෝගික ඉල්ලුම සපුරා ලීමට නොහැකි වෙනවා. ඒ වගේම, ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සිදු වන්නේ මොනවාදැයි කියාවත් ඔබට සිතා ගැනීමට නොහැකි වෙනවා. ප්‍රමාණය ඉක්මවා තොග තබා ගැනීමත් අවශ්‍ය ප්‍රමාණයට අඩුවෙන් තොග පවත්වා ගැනීමත්, නොකළ යුතු වන අතර, ප්‍රශස්ත තොගය පවත්වා ගැනීමට කටයුතු කළ යුතු වෙනවා.

තොග වාර්තා නිවැරදිව තබා ගන්න

සෑම භාණ්ඩයක් පිළිබඳවම තොග වාර්තා නිවැරදිව තබා ගන්න. වැඩි වටිනාකම් භාණ්ඩ, හොඳින් විකිණෙන භාණ්ඩ, මිල වැඩි භාණ්ඩ, නොවිකිණෙන භාණ්ඩ, ඉක්මණින් නිකුත් කළ යුතු භාණ්ඩ ආදී සෑම තොරතුරක්ම වාර්තා ගතකළ යුතු වෙනවා. මෙම තොග වර්ග ඔබ නිවැදිව තබා ගත්තොත් සියලුම ව්‍යාපාරික කටයුතු සාර්ථකව පවත්වා ගන්න ඔබට හැකි වෙනවා. එය සාර්ථක ව්‍යවසායකයෙකුගේ ලක්ෂණයක්.

තොග වාර්තා හරියට තියා ගත්තොත්

- කුමන භාණ්ඩ විකිණිය යුතුද
- කොපමණ ඇණවුම් කළ යුතුද
- නැවත ඇණවුම් කළ යුතු කාලය
- තොග අඩුවී පවතිනවාද
- තොග වැඩියෙන් පවතිනවාද
- තොග භාවිත කළයුතු ආකාරය
- තොග හානි වී ඇද්දැයි දැන ගැනීම
- තොග නිකුත් කළ යුතු ආකාරය
- අනවශ්‍ය තොග මොනවාද
- අත්‍යාවශ්‍ය තොග මොනවාද
- ප්‍රශස්ත තොගය යනු කුමක්ද

ආදී වැදගත් දේවල් ඔබට දැන ගැනීමේ හැකියාව ලැබෙනවා.

තොග කාඩ්පත්

තොග වාර්තා තබා ගැනීමේදී තොග කාඩ්පත්වල සියලුම විස්තර දැක්වීම බොහෝ ව්‍යාපාරිකයන් සිදු කරනු ලබන කාර්යයක් වෙනවා. එබැවින් ඔබත් නිසි පරිදි ව්‍යාපාරය මෙහෙයවනු ලබන්නේ නම් ඔබගේ ද ව්‍යාපාරයේ තිබෙන එක් එක් භාණ්ඩ පිළිබඳව තොග කාඩ්පත්වල එම භාණ්ඩ ලැබීම්, නිකුත් කිරීම්, විනාශ වීම්, කැඩුණු බිඳුණු ඒවා හා ඉතිරි ප්‍රමාණය ආදිය පිළිබඳව තොරතුරු ඇතුලත් කළ යුතු වෙනවා. එලෙස පිළියෙල කරනු ලබන තොග කාඩ්පත් මෙසේ දැක්විය හැකිය

තොග කාඩ්පත

භාණ්ඩය - නැවුම් එළකිරි ලීටර් 1
එක පෙට්ටියක වියදම - රු. 100/-
විකුණුම් මිල - රු. 175/-
නැවත ඇණවුම් මට්ටම - 25

දිනය	විස්තරය	තොග		
		ලැබීම්	පිටවීම්	ශේෂය
01.07.14	ඉ/ගෙ			50
02.07.14	විකුණුම්		05	45
03.07.14	විකුණුම්		04	41
05.07.14	විකුණුම්		02	39
07.07.14	විකුණුම්		13	26
07.07.14	මිලට ගැනීම්	25		51
08.07.14	පලුදුවීම්		03	48
10.07.14	විකුණුම්		08	40
12.07.14	මිලට ගැනීම්	10		50
12.07.14	විකුණුම්		12	38
15.07.14	විකුණුම්		05	33
17.07.14	මිලට ගැනීම්	10		43
19.07.14	විකුණුම්		08	35
24.07.14	විකුණුම්		10	25
28.07.14	විකුණුම්		04	21

- යළි නැවත ඇණවුම් මට්ටමට වඩා තොග අඩුවී ඇති බැවින් ඊළඟ තොගය ලැබීමට නියමිතය.

තොග කාඩ්පත් සම්බන්ධව ඔබ සැලකිලිමත් විය යුතු කරුණු

මේ සඳහා කැමති ආකෘතියක් යොදා ගැනීමට ඔබට පුළුවන්

- භාණ්ඩයේ හෝ ද්‍රව්‍යයේ නම හා විස්තර ලියන්න
- එක පෙට්ටියක් මිලදී ගැනීම සඳහා ඔබ සැපයුම්කරුවන්ට ගෙවන මිල ලියන්න
- එක් පෙට්ටියක් ඔබ ගනුදෙනුකරුවන්ට අලෙවි කරන මිල ලියන්න
- ඔබ අලුත් තොග ඇණවුම් කරන්නේ කොපමණ තොග ප්‍රමාණයක් ඉතිරිව ඇති විටද (යළි ඇණවුම් මට්ටම) යන්න ලියන්න
- ඔබේ තොග කාඩ්පතේ සටහන් කිරීමට පටන් ගන්නා විට ඔබේ ව්‍යාපාරයේ පවතින ආරම්භක තොගය ලියන්න
- යළි ඇණවුම් දක්වා ශේෂය අඩුවූ විට, භාණ්ඩ මිලට ගැනීම හෝ ඇණවුම් කිරීම කරන්න.
- පළුඑදුවීයාම නිසා විකිණීමට නොහැකි ප්‍රමාණය තොග පිටවීම් තීරුවේ ලියන්න.
- ඔබ මිලදී ගනු ලබන සියලුම තොග ලැබීම් ලෙස ලියන්න
- ඔබ විකුණනු ලබන සියලුම තොග පිටවීම් ලෙස සටහන් කරන්න
- අවසන් ශේෂ ය ද පැහැදිලිව පෙන්වන්න
- සෑම භාණ්ඩයක් සඳහාම මෙලෙස තොග කාඩ්පත් පිළියෙල කරගන්න
- ඔබේ තොග වාර්තා නිවැරදිව, නිතර අලුත් කොට තබා ගැනීමට වගබලා ගැනීම ඉතා වැදගත් වෙනවා.

  නිතර පරීක්ෂා කර අලුත් නොකරන ලද තොග වාර්තා ඔබට ලබා දෙන්නේ වැරදි තොරතුරුයි. එවිට ඔබ ගන්නා ඔබේ ව්‍යාපාර තීරණ ද නිවැරදි වන්නේ නැහැ.

තොග ගණන් ගැනීමක් නිතර සිදු කළ යුතුයි

ඔබ ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ තොග ගණන් ගන්න ඕනෑ. එය තොග පාලනය මැනැවින් සිදු කරන ව්‍යාපාරවල දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණයක් වෙනවා. ඒ වාගේම තොග ගණනන කිරීම නිරන්තරයෙන් සිදුකළ යුතු බවත් සිතට ගන්න ඕනෑ. එහෙම ගණනය කිරීම හරියට සිදු වෙනවා නම්, ඔබේ ව්‍යාපාරය නොනවත්වා පවත්වා ගෙන යන්න පහසු වෙනවා.

එහෙම නම් මොකක්ද තොග ගණනය කිරීම කියල ඔබ සිදු කළ යුතු වන්නේ, ඇත්තටම

- ඔබ ළඟ ඇති තොග වර්ග මොනවාද?
- ඔබ ළඟ ඇති තොග ප්‍රමාණය කොපමණද?
- ඔබ ළඟ ඇති තොග වල සනත්වය
- ඔබ ළඟ ඇති භාවිතයට ගත නොහැකි තොග වර්ග හා ප්‍රමාණය

යන කරුණු පිළිබඳ නිශ්චිතවම ඇනගැනීම සඳහා සිදු කරනු ලබන නිවැරදි පරීක්ෂණයක්.

එලෙස නිශ්චිතව දැනගැනීම සඳහා තොග ගණන් ලබා ගන්නා විට ඔබ සතුව පවතින සියලුම තොග ඒකක වශයෙන් වෙන වෙනම ගණනය කොට තොග ගණන් ලැයිස්තු පිළියෙල කරගත යුතු වෙනවා. මේ සඳහා ඔබ සතු තොග සත්‍ය වශයෙන්ම පරීක්ෂා කළයුතු වෙනවා. තොග පරීක්ෂා කිරීම, ගණන් බැලීම, කිරා බැලීම හෝ මැන බැලීම ආදිය මේ යටතේ ඔබට සිදු කිරීමට වෙනවා.

තොග කාඩ්පතක සිදුවිය හැකි අඩුපාඩු

- මිලට ගත් තොගයක් ලිවීමට අමතකවීම
- විකුණූ භාණ්ඩ තොගයක් ලිවීමට අමතකවීම
- පාවිච්චි කළ කිසියම් භාණ්ඩ ප්‍රමාණයක් ලියා තැබීමට අමතකවීම
- හානි වූ හෝ කැඩීබිඳී හෝ විනාශ වී ගිය තොග පිළිබඳව ලියා නොතැබීම
- ගණන් ගැනීමේ වැරදි ඇතිවීම
- එක භාණ්ඩයක් සඳහා වන තොග කාඩ්පතක වෙනත් භාණ්ඩයක තොග පිළිබඳ විස්තර ඇතුලත් කිරීම
- තොග වැරදි ප්‍රමාණයක් තොග කාඩ්පත්වල ඇතුලත් කිරීම
- ආපසු යවනු ලැබූ තොග සටහන් නොවීම
- ගණන් කිරීමේදී ඇති වන දෝෂ
- සේවකයෙක් හෝ ගණුදෙනුකරුවෙක් විසින් සොරකම් කල භාණ්ඩ වාර්තාවල ඇතුළත් නොවීම.

එබැවින්, ඔබ තොග ගණන් ගැනීම ඉතා නිවැරදිව සිදු කිරීමට සිතට ගත යුතුයි. එය ඔබේ ව්‍යාපාර තීරණ සඳහා මහත් පිටු බලයක් වනු ඇත. සෑමවිටම ළඟ තිබෙන ශේෂය, ලැබූ තොග, නිකුත් කිරීම්, සොරකම් කිරීම්, නාස්තිවීම්, යල්පැන යාම පිළිබඳව හොඳ අවබෝධයකින් සිටීමට ඔබත් ඔබේ තොග ගණන් ගන්නා නිලධාරියාත් වගබලා ගත යුතු වෙනවා.

මතක තබා ගන්න, තොග නිවැරදිව තබා ගැනීම තුළින් ඔබට තොගය සම්බන්ධ ගිණුම් කටයුතු තබා ගැනීමටත්, විගණනය කටයුතුත් පහසු වන බව.

9

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල ගිණුම් තබා ගැනීම

අශෝක සිරිමෙවන් පේරාදෙණිය විශ්ව විද්‍යාලයේ කලා අංශයෙන් උපාධියක් හිමිකර ගත් අයෙකු වන අතර, මීට අවුරුදු 5 කට පමණ පෙර සිට ඔහු විසින් ඇඳුම් මසා විකිණීමේ ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කළා. පසුව ඔහු ඇඳුම් මසා විකිණීමට අමතරව නිමි ඇඳුම් තොග වශයෙන් ලබා ගෙන සිල්ලරට විකිණීමේ ව්‍යාපාරයක් ද ආරම්භ කළ අතර, එය "අසිරි ටෙක්ස්" නමින් පවත්වා ගෙන යනවා. ඉරිදා දිනයක දහවල් සිරිමෙවන් තම නිවසේ තාප්පයට හේත්තු වී මහත් කල්පනාවක නිමග්නව සිටියා. ඒ දුටු වෘත්තියෙන් ගණකාධිකාරිවරයෙකු වූ වාණිජ විද්‍යාව පිළිබඳ උපාධිධාරියකු වන වරාවැව, සිරිමෙවන් සමග කතා බහකට එක්වුණා. වරාවැව මහතා ගණකාධිකාරි සේවයට මෑතදී එක් වූ අයෙකි. ඔහු සිරිමෙවන්ගේ අසල්වැසියා මෙන්ම ඔහුගේ පාසල් මිතුරාද වෙනවා.

වරාවැව :- "ආයුබෝවන්.... කාලෙකට පස්සේ... ළඟ හිටියට කතාබහක් කරන්නවත් වෙලාවක් නැහැනෙ. මම හුඟ වෙලාවක් බලාගෙන හිටිය සිරී... ඔයා බර කල්පනාවක බලාගත් අත බලාගෙන ඉන්නවා. .... මොකද ප්‍රශ්නයක්ද..?

සිරිමෙවන් :- "නෑ. වරා... එහෙම ලොකු ගැටළුවක් නෙවෙයි. මට මේ තේරුම් ගන්න බැරි, මගෙන් විය යුතු සමහර දේ මඟ හැරිල කියල හිතෙන කොට ඉබේටම වගේ ටිකක් දුර මටත් නොදැනීම කල්පනාවට වැටෙනවා".

වරාවැව :- "මෙච්චර හොඳට ව්‍යාපාරය කර ගෙන යන ඔයාට තියෙන ගැටළුව මොකක්ද? ඔය තරම් හිතන්න... සල්ලි ප්‍රශ්නයක්ද ..? ණය ප්‍රශ්නයක්ද ..? සේවකයින්ගේ ප්‍රශ්නයක්ද ...? නැත්නම් ගෙදර ප්‍රශ්නයක්ද....? කියන්න... මට පුළුවන් උදව්වක් නම් කරන්නම්...."

සිරිමෙවන් :- "නෑ... එහෙම දෙයක් නැහැ. ඔය කියන එකක්වත් නෙවෙයි. හැම දෙයක්ම හරියටම කලට වේලාවට සිද්ධ වෙනවා. මට තියෙන ප්‍රශ්නෙ මගෙ සාප්පුවට ගේන භාණ්ඩ විකුණන ඒවා, මුදල් ගන්න ඒවා, මුදල් ගෙවන ඒවා වගේම, කොටින්ම තියෙන බඩු මොනවාද කියලවත් හොයා ගන්න බැරි තරමට මහා අවුල් ජාලයක් වෙලා තියෙන එකයි". "ඒ මදිවට, ණය මුදලක් ගන්න බැංකුවට ගියාම බැංකුව මගෙන් අහනව අවසාන ගිණුම් කියල ජාතියක් තියෙනවද කියලා"...

"බදු දෙපාර්තමේන්තුවෙන් ලියුමක් ඇවිල්ලා ඔක්කොම මූල්‍ය වාර්තා එවන්න කියලා."

"මේවා මම දන්නේ නැහැ. මේක මහ කරදරයක්. මම මෙච්චර හොඳට ව්‍යාපාර කරලා, සේවක පඩිනඩි ගෙවල, කාටවත් කරදරයක් නැතිව ජීවත් වෙන කෙනෙක් වෙලත්නෙ මේ ප්‍රශ්න ...."

වරාවැව :-" සිරි....... ඕවා ලොකු ප්‍රශ්න නෙවෙයි .... බොහොම සරල දෙයක්නේ ඕක ... එක සතියකින් විසඳා ගන්න පුළුවන් දේවල් ඕවා ..."

සිරිමෙවන් :- "කොහොමද වරා ඒක එහෙම වෙන්නේ ... මට කියල දෙන්න බලන්න ..... "

වරාවැව :- "මේකයි සිරි කරන්න ඕනෑ... ඔයා සිදු කරන සෑම ගණුදෙනුවක්ම පොතක ලියන්න. මුදල් ලැබීම්, ගෙවීම්, වැටුප්,ගෙවීම්, බඩු තොග මිලදී ගැනීම්, විකුණුම්, වත්කම් මිලට ගැනීම් ආදී ඔයාගේ ව්‍යාපාරයට අදාල සෑම ගණුදෙනුවක්ම ලියන්න".

සිරිමෙවන් :- " ඒවට මට කාලයක් කොහෙන්ද?... මම මේ ඔක්කොම කරන්න ඕන තනියමනේ.... මේ ඔක්කොම තියෙන්නේ මගේ ඔලුවේ...."

වරාවැව :- "ඇයි ඉතින් ඔයාගේ නෝනට පුළුවන්නේ මේවා ඔක්කොම ලියන්න. එයා ගිණුම්කරණය ඉගෙන ගත්තනෙ .... එයාට මේක හරි ලේසියි. එහෙම ඔක්කොම ලිව්වට පස්සේ ඔය කියන මූල්‍ය වාර්තා, ගිණුම් තැබීම්, අවසාන ගිණුම් කියන ඒවා නියමිත කාලයට හදන එක හරිම ලේසියි. සිරී..."

සිරිමෙවන් :- "එතකොට මේ ගෙදර වියදම්, දරුවන්ගේ අධ්‍යාපනයට දරණ වියදම් වාගේ පෞද්ගලික දේවලුත් මේ පොත්වල ලියන්න ඕනෙ නේද ?

වරාවැව :- "නෑ...නෑ...පෞද්ගලික වියදම් කිසිම දෙයක් ඔයාගේ "අසිරි ටෙක්ස් ගණුදෙනුත් එක්ක ලියන්න එපා. ඒව ඔයා වෙනම ලියාගන්න. ඒවයි මේවයි පටලවා ගන්න එපා. ...."

"හොඳට මතක තියා ගන්න.... ගිණුම්කරණයේදී ඔයාගෙ ව්‍යාපාරයි, ඔයාගේ පෞද්ගලික ජීවිතයයි කියන්නේ එකක් නොවෙයි දෙකක්...."

සිරිමෙවන් :- " අනේ බොහොම ස්තූතියි වරා .... මගේ හිතට ලොකු සැහැල්ලුවක් දැනෙනවා. මේ වැඩේට මට උදව් කරන්න පුළුවන්ද, වරා ..."

වරාවැව :- "හරි... මම ඔයාට උදව් කරනවා සිරි ... ගිණුම් සහ වාර්තා තබා ගැනීම අපි හරියටම කරන්න ඕනෑ. ඕනෑම ව්‍යාපාරයක් මේවා නිවැරදිව කළේ නැතිනම්,"

- ව්‍යාපාරය ගමන් කරන දිසාව සොයා ගන්න බැරි වෙනවා.
- වේලාවට කළ යුතුම වියදම් ගෙවන්න බැරි වෙනවා
- බැංකුවලින් ණය හා අනෙකුත් පහසුකම් ලබා ගන්න බැරි වෙනවා
- ආදායම් බදු, සේවක අර්ථසාධක අරමුදල්, සේවක භාරකාර අරමුදල් වැනි දේවල් වෙලාවට ගෙවන්න බැරි වෙනවා
- " ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ලාභ පාඩු මැන ගන්න බැරි වෙනවා.''
- ''තවත් බොහෝ දේ මග හැරෙනවා"

" ඒ නිසා මේ ගිණුම්කරණය කියන එක හරියටම කරන්න ඕනෑ දෙයක් ...."

" ඇත්තටම කිව්වොත් සිරි.... ගිණුම්කරණය කියන්නේ ඔයාගේ ව්‍යාපාරය පිළිබඳව තොරතුරු දැන ගන්න තියෙන කැඩපතක්"

සිරිමෙවන් :- "ලොකු උදව්වක් කළේ වරා .... මම මීට පස්සේ මේ හැම දෙයක්ම හරියටම වාර්තා කරනවා. ගිණුම් පිළියෙල කරනවා. ලාභ පාඩු බලනවා. ඒ ඒ අයට කළයුතු ගෙවීම් වෙලාවට කරනවා. ඔයාගෙන් ලැබුණු උපදෙස් ටික නම් හරියට වටිනවා. ඒකට බොහොම ස්තුතියි......"

වරාවැව :- "ඔයා මේ ටික කරන්නකො. ...... මම ඔයා හදන වාර්තා, ගිණුම් ආදී හැම දෙයක්ම පරීක්ෂා කරල දෙන්නම් ... එහෙම නම් දැන් ඔයාගේ ප්‍රශ්නේ ඉවරයිනේ... නේද ....?

මේ ආකාරයට මොවුන් දෙදෙනා අතර ඇති වූ දෙබස දැන් ඔබ කියවා බැලුවා. මේ වගේ දේවල් ඔබටත් ඕන තරම් ඇහිලා ඇති. එහෙම සිදු වෙලත් ඇති. ඒ නිසා නැවත එසේ ප්‍රශ්න ඇති නොකර ගෙන ඔබගේ ව්‍යාපාරය ඉදිරියට ගෙනි යන්න ඔබත් ඔබගේ ව්‍යාපාරයට අදාල සියලුම ගණුදෙනු ලියා තබන්න. වාර්තා ගත කරන්න. මූල්‍ය වාර්තා පිළියෙල කරන්න. එවිට ඔබට සාර්ථක ව්‍යාපාරයක් ඉදිරියට කරගෙන යන්න පුළුවන් වෙනවා.

ගිණුම් තබා ගත යුත්තේ ඇයි ?

ඔබගේ ව්‍යාපාරය තුල නිතිපතා සිදුවන විවිධ ගනුදෙනු සියල්ල පිළිවෙලකට සටහන් කර ගැනීම ඔබ කළ යුතු කාර්යයක් වන අතර, එය ව්‍යාපාරයක ගිණුම් තැබීම ලෙස කෙටියෙන් හඳුන්වා දීමට පුළුවන්. එලෙස ගණුදෙනු සටහන් කර ගැනීමට උපකාර වන පරිදි සකස් කර ඇති ගිණුම් ලේඛන කට්ටලයක් ද තිබෙනවා. ක්‍රමවත් ලෙස ගිණුම් තබා ගැනීම ව්‍යාපාරයේ අයිතිකරු වන ඔබටම කළ හැකි දෙයක් වෙනවා. එසේ නැතහොත් සුදුසුකම් ඇති ගිණුම් ලිපිකරුවකුගේ සේවය ලබා ගැනීමට පුළුවන්. ව්‍යාපාරයක ගිණුම් නිවැරදිව හා පැහැදිලිව තබා ගැනීමෙන් ප්‍රයෝජන රැසක් ඔබට ලැබෙනවා.

- ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ලාභදායිතාව ගැන ව්‍යාපාරික ඔබට/කළමනාකාරිත්වයට පූර්ණ අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට පුළුවන් වෙනවා.
- ඔබේ ව්‍යාපාරයේ දුර්වලතා හඳුනාගෙන ඉක්මන් ප්‍රතිකර්ම යෙදීමට පුළුවන් වෙනවා.
- බැංකුවකින් ණය මුදලක් ඉල්ලා සිටින අවස්ථාවක දී ව්‍යාපාරයේ ලාභදායිත්වය පිළිබඳ පැහැදිලි වාර්තාවක් ඉදිරිපත් කිරීමට ඔබට පුළුවන් වෙනවා.
- ආදායම් බදු ගෙවීම ආදී නිතිමය වගකීම් ඉටු කිරීමට ඔබට ගිණුම් උපකාර කර ගැනීමට පුළුවන් වෙනවා.

ව්‍යාපාර ගනුදෙනු ක්‍රමවත් ලෙස වාර්තා කිරීම

ඔබ ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ ගිණුම් තබා ගැනීමේදී මුලින්ම වැදගත් වන්නේ ඔබගේ ව්‍යාපාරය තුළ නිරන්තරව සිදුවන සියලුම ගනුදෙනු ක්‍රමවත් ලෙස වාර්තා ගත කිරීමයි.

ගනුදෙනු වාර්තා කිරීම යන්නෙන් අදහස් වන්නේ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරයක සිදු වන්නාවූ සියලුම ආකාරයේ ගනුදෙනු කිසියම් පිළිවෙලකට සටහන් කර පවත්වා ගෙන යාමයි. එසේම ව්‍යාපාරික කටයුතුවලට අදාල වෙනත් විස්තර ද වාර්තා කර තබා ගැනීම ප්‍රයෝජනවත් වෙනවා. මෙහිදී සිදු වන්නේ එදිනෙදා සිදුවන ඔබේ ව්‍යාපාර කටයුතුවලට අදාල සිද්ධි හා ගනුදෙනු පිළිබඳ විස්තර ලියා තබා ගැනීමයි.

මෙලෙස කිසියම් පිළිවෙලකට සවිස්තරාත්මකව ඔබ තබා ගන්නා ගනුදෙනු වාර්තා පදනම් කර ගෙන ඔබ හෝ ඔබේ ගිණුම් ලිපිකරුවකු සකස් කරන යම් විශ්ලේෂණාත්මක තොරතුරු, ප්‍රකාශ හා වාර්තා, මූල්‍ය ප්‍රකාශන හෙවත් මූල්‍ය වාර්තා ලෙස හැඳින් වෙනවා.

මූල්‍ය වාර්තාවලට උවමනා වන සියලුම ගනුදෙනු හා සිද්ධිවලට අදාල විස්තර ඇතුළත් සටහන් ලියා තැබීම ව්‍යාපාරික ඔබගේ වගකීමක් ද වෙනවා.

ඔබ වැනි සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරිකයකුට තම ව්‍යාපාරයට අදාල වන්නා වූ සියලුම ගනුදෙනු හා සිද්ධි විස්තරාත්මකව ලියා තබා ගැනීමෙන් හා ඒවා පදනම් කරගෙන ව්‍යාපාරයේ මූල්‍ය ප්‍රකාශන පිළියෙල කර ගැනීමෙන් ඉමහත් ප්‍රතිලාභ ලබා ගැනීමට පුළුවන්. ව්‍යාපාරවල ක්‍රියාකාරිත්වය සඳහා විවිධ සම්පත් අවශ්‍ය වෙනවා. මේ සම්පත් ව්‍යාපාරය හිමි ඔබගෙන් හෝ වෙනත් බාහිර පාර්ශ්වයන්ගෙන් සපයා ගැනීමට පුළුවන්. එම සම්පත් උපයෝගී කර ගෙන තමයි, ඔබ හා අනෙකුත් අය ව්‍යාපාරයක මෙහෙයුම් කටයුතු සිදු කරනු ලබන්නේ. එමෙන්ම ව්‍යාපාරයට නොයෙකුත් සිදුවීම්වලට මුහුණදීමටත් සිදු වෙනවා. ඒවා ව්‍යාපාරික ඔබ දැනුම්වත්ව හෝ නොදැනුවත්ව සිදුවීමට පුළුවන්.

ව්‍යාපාරයක මෙහෙයුම් කටයුතු පොදුවේ ගනුදෙනු ලෙස හඳුනා ගනු ලබනවා. මෙම මෙහෙයුම් කටයුතු ඔබේ ව්‍යාපාරය සහ වෙනත් විවිධ පාර්ශ්ව අතර සිදුවන සම්පත් හුවමාරු කිරීම්වලට අදාල සිදුවීම් ලෙස සැලකීමට පුළුවන්. ව්‍යාපාරයට අවශ්‍ය සම්පත් ලබා ගන්නා ආකාරය හා එම සම්පත් භාවිත කර මෙහෙයුම්

කටයුතු සිදු කිරීමේ ක්‍රියාවලිය තුළින් (ගනුදෙනු තුළින්) ගිණුම්කරණයේදී ඉතා වැදගත් වන මූලික සිද්ධාන්ත දෙකක් හඳුනා ගෙන තිබෙනවා.

පළමුවැන්න

ව්‍යාපාරය අයිතිකරුවන්ගෙන් වෙන් වූ ස්වාධීන ඒකකයකි.

ව්‍යාපාරය සඳහා එහි අයිතිකරු (ව්‍යාපාරිකයා) විසින් කොපමණ සම්පත් යොදනු ලැබුවද, ව්‍යාපාරය අයිතිකරුගෙන් වෙන්වූ ස්වාධීන ඒකකයක් ලෙස පවතිනවා. වාණිජ නීතියට අනුවද ව්‍යාපාරයට වෙනම නීතිමය පදනමක් තිබෙනවා.

දෙවැන්න

ව්‍යාපාරය මගින් කරන සෑම ගනුදෙනුවකින්ම ව්‍යාපාර ඒකකයට සෘජු බලපෑම් දෙකක් ඇති කරනවා. එම බලපෑම් දෙක, නැතිනම් මේ ද්විත්ව බලපෑම පදනම් කරගෙන ගිණුම් සටහන් තැබීමෙන්ය. ද්විත්ව සටහන් න්‍යාය ගොඩ නැගී තිබෙනවා.

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරිකයිනි,

සෑම විටම, ඔබේ ව්‍යාපාරය ඔබෙන් වෙන් වූ වෙනම නීතිමය ඒකකයක් බව සිතේ තබා ගත යුතුය. එවිට ඔබගේ ව්‍යාපාරය ඉතාමත් ස්වාධීන ලෙස හා සාර්ථක ලෙස පවත්වාගෙන යාමට ඔබට හැකියාව ලැබෙනවා.

ඔබේ ව්‍යාපාරය සඳහා යොදා ගනු ලබන විවිධ සම්පත්

- යන්ත්‍ර සූත්‍ර, මෝටර් රථ, ඉඩම් හා ගොඩනැගිලි, උපකරණ වැනි භෞතික සම්පත්,
- ව්‍යාපාරිකයා යොදවන මුදල්, බැංකුවලින් ලබා ගන්නා ණය, වෙනත් මූල්‍ය ආයතනවලින් ලබාගත් ණය මුදල්, වෙනත් පුද්ගලයන්ගෙන් ලබා ගන්නා මුදල් වැනි මූල්‍ය සම්පත්,
- ව්‍යාපාරයේ මෙහෙයුම් කටයුතු සිදු කරනු ලබන කළමනාකරුවන්, සුපරීක්ෂකවරු, ලිපිකරුවන්, පුහුණු ශ්‍රමිකයින්, නුපුහුණු ශ්‍රමිකයින්, ෆෝමන්වරු වැනි මානව සම්පත්,
- විවිධ ආයතනවලින්, පුද්ගලයන්ගෙන්, පර්යේෂකයන්ගෙන් හා අන්තර්ජාල වැනි මූලාශ්‍රයන්ගෙන් සොයා ගනු ලබන තොරතුරු වැනි බුද්ධිමය සම්පත්.

මේ සියළුම සම්පත් ව්‍යාපාරයක ''වත්කම්'' යනුවෙන් හැඳින්වෙනවා. මේවායේ අයිතිය ව්‍යාපාරිකයා සතු වෙනවා. නමුත් ඒවා ව්‍යාපාරය සතු වත්කම් බව තේරුම් ගත යුතුයි.

ව්‍යාපාරයක සිදුවන ගනුදෙනු

ව්‍යාපාරයක් පවත්වා ගෙන යාමේදී නොයෙක් ආකාරයේ සම්පත් හුවමාරුවීම් හෙවත් ගනුදෙනු සිදු වෙනවා.

උදාහරණ - (1) මුදල් ලැබීම්

- පාරිභෝගිකයන් ව්‍යාපාරයෙන් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම.
  - විකුණු එම භාණ්ඩ සඳහා ව්‍යාපාරයට මුදල් ලැබෙනවා.
- ඔබ බැංකුවෙන් ණයක් ලබා ගැනීම.
  - ඒ තුලින් ඔබගේ ව්‍යාපාරයට ආයෝජනය සඳහා මුදල් ලැබෙනවා.
- ව්‍යාපාරය විසින් බැංකුවේ ස්ථාවර තැන්පතුවක් පවත්වා ගෙන යෑම.
  - ඒ සඳහා බැංකුවෙන් ව්‍යාපාරයට පොලී මුදල් ලැබෙනවා.

මේ සියලුම ගනුදෙනුවලින් ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළට මුදල් ගලා එනවා. එනම්, ව්‍යාපාරයක් භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවි කිරීම හා ණය ගැනීම ආදිය මගින් ව්‍යාපාරය තුළට මුදල් ලබා ගන්නවා.

උදාහරණ - (2) මුදල් ගෙවීම්

- ඔබ ව්‍යාපාරය සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා මිලට ගනී.
  - එම භාණ්ඩ හා සේවා සඳහා ව්‍යාපාරයෙන් පිටතට මුදල් ගෙවනවා.
- ව්‍යාපාරය, දුරකථන, විදුලිය සහ ජලය ආදිය ලබාගනී.
  - එම සැපයුම් ආයතනවලට මුදල් ගෙවනු ලබනවා.
- ව්‍යාපාරය සේවක පිරිසකගේ සේවය ලබා ගනී.
  - ව්‍යාපාරය එම සේවකයන්ට වැටුප් ලෙස මුදල් ගෙවනවා.
- ව්‍යාපාරය සඳහා බැංකුවෙන් ණය ලබා ගනී.
  - ණය වාරික හා පොලී එම බැංකුවට මාසිකව ගෙවනු ලබනවා.

නොයෙකුත් අවශ්‍යතා සඳහා ව්‍යාපාරයක් මෙලෙස මුදල් වියදම් කරනවා. මේ සියළු අවස්ථාවලදී ඔබගේ ව්‍යාපාරයෙන් මුදල් පිටතට ඇදී යෑම සිදු වෙනවා.

උදාහරණ : - (3) ගනුදෙනුවක් නැත

එමෙන්ම ඔබගේ ව්‍යාපාරය තුල ගනුදෙනුවක් නොවන එහෙත් ව්‍යාපාරයට බලපාන කිසියම් විශේෂිත සිදුවීමක් වීමට පුළුවන්.

- ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් බඩු තොගයක් සොරකම් කිරීම.
  - ගනුදෙනුවක් සිදු නොවෙයි.
- ව්‍යාපාරයේ බඩු තොගයකට ජලය හෝ රසායනික ද්‍රව්‍යයක් මිශ්‍රවීම.
  - ගනුදෙනුවක් සිදු නොවෙයි.
- ගින්නකින් ව්‍යාපාරයේ බඩු තොග විනාශ වීම.
  - ගනුදෙනුවක් සිදු නොවෙයි.

මෙම ගනුදෙනු හා විවිධ සිදුවීම් අතරින් ගිණුම් වාර්තාවලට ඇතුළත් වන්නේ මොනවාද? මෙහිදී මුදලින් මැනිය නොහැකි දේ පිළිබඳ වාර්තා තබා ගැනීමක් සිදු වන්නේ නැහැ. ඒ අනුව, අප වාර්තා තබා ගත යුත්තේ මුදලින් මැනිය හැකි ගනුදෙනු හෝ සිද්ධි පමණයි.

ව්‍යාපාරිකයෙකු වූ ඔබ විවිධ කාර්යයන්ගෙන් උපයා ගනු ලබන මුදල් **ආදායම්** ලෙස සැලකේ.	■	අත්පිට මුදලට පාරිභෝගික භාණ්ඩ විකිණීම, පස් කපන යන්ත්‍ර කුලියට දීම, ප්‍රවාහන පහසුකම් වලින් මුදල් ඉපයීම, උත්සව භාණ්ඩ සැපයීම.
ඔබ ව්‍යාපාරයෙන් ආදායම් ඉපයීම සඳහා ගෙවනු ලබන මුදල් **වියදම්** ලෙස සැලකේ.	■	භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට, විදුලි බිල්, ජල බිල්, දුරකථන බිල් ගෙවීම, වැටුප් ගෙවීමට හා අනෙකුත් නඩත්තු කටයුතු සඳහා.
ඔබේ ව්‍යාපාරය පවත්වා ගෙන යාමේදී නිරන්තරයෙන්ම අවශ්‍ය වන ව්‍යාපාරය සතු ඉතා ඉහළ වටිනාකමකින් යුතු සියලුම දේවල් **වත්කම්** ලෙස සැලකේ.	■	ඉඩකඩම් , ගොඩනැගිලි, යන්ත්‍ර සූත්‍ර, රථවාහන, උපකරණ, මුදල්, බඩු තොග, ණය ගැතියෝ
ඉහත සඳහන් කළ වත්කම් ලබා ගැනීම සඳහා ඔබ බාහිර පාර්ශ්ව වලින් ලබා ගන්නා, පසු කාලීනව නැවත ගෙවිය යුතු මෙන්ම එලෙස ගෙවීමට බැඳී සිටින සියලුම දේ **වගකීම්** ලෙස හැඳින්වේ.	■	බැංකු ණය, බඩු තොග ණයට ගැනීම, ණය හිමියන්, දිගු කාලීන/කෙටි කාලීන වෙනත් ණය, ගෙවිය යුතු වියදම්.

ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය පවත්වා ගෙන යාම සඳහා යෙදවූ සියලුම යෙදවුම් **ප්‍රාග්ධනය/හිමිකම්** ලෙස හැඳින්වේ. (මෙහිදී ඔබ සහ ඔබේ ව්‍යාපාරය යනු දෙදෙනෙකි)	■	යෙදූ මූලික මුදල (ප්‍රාග්ධනය), වෙනත් යෙදවුම්, නොබෙදූ ලාභ, ලාභාංශ.

ව්‍යාපාරික ගනුදෙනු වර්ගීකරණය

ගිණුම්කරණයේ පහසුව සඳහා අප ඉහත සාකච්ඡා කරන ලද ගනුදෙනු හා සිද්ධීන් මූලික වශයෙන් අපට පහත පරිදි වර්ගීකරණය කර දැක්වීමට පුළුවන්.

ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළ සිදුවන සියලුම ගනුදෙනු හා සිද්ධීන්ට අදාලව සියලුම විස්තරාත්මක සටහන්, ආදායම්, වියදම්, වත්කම්, වගකීම් සහ හිමිකම් යන ඉහත සඳහන් ප්‍රධාන කොටස් පහ යටතේ ලියා තබා ගන්න. ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනු නිවැරදිව හඳුනා ගනිමින් මෙම කොටස් යටතේ වාර්තා තබා ගැනීම පිළිගත් ව්‍යාපාරික වාර්තා කිරීමේ/වාර්තා තබා ගැනීමේ ක්‍රමය ලෙස සැලකෙනවා. මෙම කරුණු මත මූලික ගිණුම් කරණ සිද්ධාන්ත සියල්ලම ගොඩ නැගී තිබෙනවා.

ඔබ මුදල් යොදවා ඔබේ ව්‍යාපාරය මැනැවින් කළමනාකරණය කළවිට ඔබට ඉහළම ප්‍රතිලාභ අත්කර ගැනීමට පුළුවන්.

ඔබ ව්‍යාපාරයේ සම්පත් පෞද්ගලිකව පරිභෝජනය කළහොත් ඔබට ව්‍යාපාරයෙන් ලැබිය හැකි ප්‍රතිලාභ අඩු වෙනවා.

එබැවින් පෞද්ගලික පරිභෝජනය සඳහා ලබා ගන්නා මුදල් හා භාණ්ඩ වෙනම වාර්තා කර තබා ගත යුතු අතර, එය ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ගිණුම්වලටද ඇතුළත් කළ යුතුයි. එලෙස පෞද්ගලිකව පරිභෝජනයට ගන්නා මුදල් "මුදල් ගැනිලි" ලෙසද. භාණ්ඩ "භාණ්ඩ ගැනිලි" ලෙසද ගැලපීම් කිරීම තුලින් ඔබගේ ව්‍යාපාර කටයුතු නිවැරදිව පවත්වා ගැනීමට පුළුවන්. මේ තුලින්ද ගිණුම්කරණයේ දී ඔබේ ව්‍යාපාරය වෙනම ඒකකයක් ලෙස දක්වන්න පුළුවන්.

වරින්වර ව්‍යාපාරයේ මුදල් හෝ භාණ්ඩ ඔබේ පෞද්ගලික පරිභෝජනයට ගන්නවාට වඩා, ඔබත් ව්‍යාපාරයේ සේවකයෙකු ලෙස ව්‍යාපාරයෙන් වැටුපක් ලබා ගන්නවා නම් වඩාත් සුදුසුයි. එවිට ව්‍යාපාරිකයා පෞද්ගලික කටයුතුවලට වියදම් කරන්නේ තමන්ට ලැබෙන වැටුපට අනුවයි. ව්‍යාපාරය සතු මුදල් නාස්ති වන්නේ නැහැ. ව්‍යාපාරය දිනෙන් දින දියුණු වෙනවා. මේ ගැන සිතා බලන්න.

අසාර්ථක වූ ව්‍යාපාර පිළිබඳව සොයා බැලීමේදී පෙනී ගිය තවත් වැදගත් කරුණක් වූයේ බොහෝ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරිකයින් තම පරිභෝජන කටයුතු හා ව්‍යාපාරික කටයුතු වෙන්ව හඳුනා ගැනීමට අසමත්ව ඇති බවයි. තවද ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනු පිළිබඳ කිසිදු සටහනක් තබා නොමැති බවයි. එබැවින්, ඔබ හා ඔබේ ව්‍යාපාරය දෙදෙනෙකු බව පැහැදිලිව සිතේ තබා ගෙන ඒ අනුව ගිණුම් වාර්තා තබා ගත යුතුයි.

ව්‍යාපාරයක් ගනුදෙනු වාර්තා තබා ගත යුත්තේ ඇයි?

- අනාගත සැලසුම් සැකසීම සඳහා මෙම වාර්තා උපයෝගී වේ.
- දෛනිකව සිදුවූ වෙළෙඳාම පිළිබඳව තොරතුරු ලබා ගැනීම.
- දවස අවසානයේදී අත ඉතිරි මුදල් ප්‍රමාණය සොයා ගැනීමට.
- ණයට විකුණුම් හා අත්පිට විකුණුම් පිළිබද විස්තර ලබා ගැනීමට.
- අමතකවීම් වලක්වා ගැනීම සඳහා.
- අන් අයට තොරතුරු ලබා දෙන මාධ්‍යයක් ලෙස ප්‍රයොජනයට ගැනීමට.
- මුදල් හා අයවැය පාලනය සඳහා.
- ව්‍යාපාරයේ සැබෑ තත්ත්වය පිළිබඳව ව්‍යාපාරිකයාට පැහැදිලි චිත්‍රයක් ලබා ගැනීමට.
- ව්‍යාපාරයේ මුදල් ආයෝජනය කිරීමට බලාපොරොත්තු වන වෙනත් අයට තොරතුරු ලබාදීම සඳහා.
- නීත්‍යානුකූලව හා ව්‍යවස්ථාපිතව ගෙවිය යුතු ආදායම් බදු, උපයනවිට ගෙවීම් බදු, අගය එකතු කළ වටිනාකම මත බදු හා වෙනත් එවැනි ගෙවීම් පිළිබඳව තීරණ ගැනීමට.
- පිරිවැය වැඩිවීම්, අලෙවිය පහත වැටීම් ආදී තොරතුරු වාර්තා මගින් ලබා ගැනීමට.
- අතීතයේ කවර ආකාරයකින් කටයුතු කර තිබේද, යන්න බලා අනාගතය පිළිබඳව පුරෝකතනය කිරීමට.
- අනාගත නිෂ්පාදන මට්ටම පිළිබඳ තීරණ ගැනීමට.
- ආරක්ෂිත තොග පිළිබඳව හා යළි ඇණවුම් කළ යුතු මට්ටම් තීරණය කිරීම සඳහා.

ගිණුම්කරණය කියන්නේ ක්‍රියාවලියක් කියා මතක තියා ගන්න. එම ක්‍රියාවලිය නම්,

1. <u>තොරතුරු රැස් කිරීම</u>

සියලුම ව්‍යාපාරික කටයුතුවලට (ගනුදෙනු හා සිදුවීම්) අදාල තොරතුරු මූලික වශයෙන් ඔබ එකතු කරන්න ඕනෑ. මෙම තොරතුරු ඇතුළත් කළ යුත්තේ මූලාශ්‍ර ලේඛනවලයි. එම මූලාශ්‍ර ලේඛන එකතු කර ගැනීම තුලින් ඔබට අදාල ගිණුම් කාලසීමාවට අවශ්‍ය වටිනාකම් ගණනය කර ගැනීමට හැකි වෙනවා.

2. <u>වාර්තා කිරීම</u>

මෙම මූලාශ්‍ර ලේඛනවලින් රැස් කර ගනු ලබන තොරතුරු සටහන් කරන පොත් තමයි "මූලික පොත්" කියා කියන්නේ. මෙම පොත් තමයි "උපයෝගී පොත්", "ජර්නල්", "දෛනික පොත්" කියලත් හඳුන්වන්නේ. මූලික වශයෙන් ගිණුම්වල සටහන් කිරීමට පෙර ඇතුළත් කෙරෙන පොත් තමයි, මූලික පොත්. එම ගනුදෙනු සිදුවූ දින පිළිවෙලට මූලික පොත්වල සටහන් කරන්න. ගැණුම් පොත, විකුණුම් පොත, මුදල් පොත, ආපසු එවුම් පොත, ආපසු යැවුම් පොත ආදිය මීට උදාහරණ ලෙස දක්වන්න පුළුවන්. මෙසේ මූලික පොත් වල ලියා තැබීම වාර්තා කිරීමයි.

3. <u>වර්ග කිරීම</u>

මෙලෙස මූලික පොත්වල ඇති තොරතුරු සියල්ලම ඒ ඒ ලෙජර් ගිණුම්වලට බෙදා දක්වන්න ඕනෑ. මෙන්න මේ බෙදා දැක්වීම තමයි, වර්ග කිරීම කියා කියන්නේ.

4. සාරාංශ කිරීම

ඔබට අවශ්‍ය ව්‍යාපාරික හා ආර්ථික තීරණ ගැනීමට අවශ්‍ය වන පරිදි පිළියෙල කර ඉදිරිපත් කිරීම තමා සාරාංශ කිරීම කියා කියන්නේ. මේ සඳහා යොදා ගන්නේ මූල්‍ය වාර්තායි. එනම්, වෙළෙඳ හා ලාභා ලාභ ගිණුම හා ශේෂ පත්‍රය උදාහරණ ලෙස පෙන්වීමට පුළුවන්.

5. විශ්ලේෂණය කිරීම හා විවරණය කිරීම

ඔබට අවශ්‍ය තීරණ ගැනීමට සාරාංශ කර ඉදිරිපත් කරන ලද තොරතුරු තවදුරටත් විග්‍රහ කර, විශ්ලේෂණය කර, විවරණය කිරීමයි. මෙම පියවරේදී ඔබ කළ යුතු වන්නේ. මෙලෙස විශ්ලේෂණය කරන අයුරු පසුව ඔබ වෙත ගෙන එනවා.

6. තොරතුරු සන්නිවේදනය කිරීම

ඔබගේ ව්‍යාපාරය පිළිබඳ උනන්දුවක් දක්වන පාර්ශව ගණනාවක් බාහිර ලෝකය තුළ ඉන්නා බව දන්නවා. එලෙස උනන්දුවක් දක්වන විවධ පාර්ශව වෙත මූල්‍ය වාර්තාවලින් තොරතුරු සැපයීමත් සිදු කෙරෙන බව ද ඔබ දැන ගන්න ඕනෑ. විවිධ වූ එම පාර්ශව වෙත මෙලෙස තොරතුරු සැපයීම තමයි, තොරතුරු සන්නිවේදනය කියා කියන්නේ.

මෙම ගිණුම්කරණ ක්‍රියාවලිය මෙසේ දක්වන්න පුළුවන්.

තොරතුරු එක්රැස් කිරීම

↓

වාර්තා කිරීම

↓

වර්ග කිරීම

↓

සාරාංශ කිරීම

↓

විශ්ලේෂණය හා විවරණය කිරීම

↓

සන්නිවේදනය කිරීම

ඔබේ ව්‍යාපාරය පිළිබඳ උනන්දුවක් දක්වන පාර්ශ්ව පිළිබඳ ඉහතින් සඳහන් කළා. මෙලෙස ඔබේ ව්‍යාපාරය පිළිබඳව උනන්දුවක් දක්වන පාර්ශ්ව කවුද කියා ඔබ දන්නවාද? ඒ අය නම්,

- රජය
- විශ්ව විද්‍යාල සිසුන්
- ගනුදෙනුකරුවන්
- වෘත්තීය සමිති
- ණය ගැතියෝ
- ජනමාධ්‍යකරුවෝ
- ණය හිමියෝ
- නීතිය සුරකින අය
- සාමාන්‍ය ජනතාව
- ආදායම් බදු දෙපාර්තමේන්තුව
- නිෂ්පාදකයෝ
- විවිධ සංවිධාන
- සේවකයන්
- විශ්ව විද්‍යාල ආචාර්යවරුන්
- විගණකයින්
- ගුරුවරුන්
- තරඟකරුවන්
- විවිධ විශ්ලේෂකයින්
- පර්යේෂකයින්
- රාජ්‍ය නොවන සංවිධාන
- පාසල් සිසුන්
- රාජ්‍ය සංස්ථා
- අලෙවිකරුවන්
- විවිධ වෘත්තිකයින්

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල ගනුදෙනු

ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කර පවත්වා ගෙන යාමේ දී නොයෙක් ආකාරයේ ගනුදෙනු සිදුවන බව ඔබ දන්නවා. ආරම්භ කරන අවස්ථාවේදී මෙන්ම එම ව්‍යාපාරය දිගින් දිගටම පවත්වා ගෙන යාමේදී මෙලෙස විවිධාකාර වූ ගනුදෙනු සිදු කිරීම ව්‍යාපාර කළමනාකරුවන්ට සිදු වෙනවා. ඒ අනුව සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරයක පොදුවේ සිදුවිය හැකි ගනදෙනු කිහිපයක් උදාහරණයක් ලෙස පහත දැක්වෙන පරිදි සාරාංශ ගත කිරීමට පුළුවන්.

- කිසියම් මුදලක් යොදා ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීම.
- බැංකුවෙන් ණය මුදලක් ලබා ගැනීම.
- බඩු තොග අත්පිට මුදලට මිලදී ගැනීම.
- බඩු තොග ණයට මිලදී ගැනීම.
- බඩු තොගයම හෝ කොටසක් අත්පිට විකිණීම.
- බඩු තොගයම හෝ කොටසක් ණයට විකිණීම.
- ලද ආදායම්වලින් කොටසක් බැංකුවෙහි තැන්පත් කිරීම.
- ව්‍යාපාර සඳහා දුරකථන ගාස්තු, විදුලිය ගාස්තු, ජල ගාස්තු, වරිපනම්, ගෙවල්කුලී ආදිය ගෙවීම.
- බැංකු ණයෙන් කොටසක් ගෙවා දැමීම.
- ණය සඳහා වන පොලී ගෙවීම.

- ව්‍යාපාරයට බදු කුලී, ගෙවල් කුලී වැනි ආදායම් ලැබීම.

- අබලි ද්‍රව්‍ය විකුණා ආදායමක් ලැබීම.
- ලිපි ද්‍රව්‍ය සඳහා වියදම් කිරීම.
- ප්‍රවාහන කටයුතු සඳහා වියදම් කිරීම.
- බැංකුවේ තැන්පත් කළ මුදල්වලින් කොටසක් ආපසු ලබා ගැනීම.
- ව්‍යාපාරිකයා පෞද්ගලික ප්‍රයෝජනය සඳහා ව්‍යාපාරයෙන් බඩු තොගයක් ගැනීම.
- ව්‍යාපාරිකයා පෞද්ගලික ප්‍රයෝජනය සඳහා ව්‍යාපාරයෙන් මුදල් ලබා ගැනීම.
- ව්‍යාපාරයේ ප්‍රයෝජනය සඳහා වාහනයක්, යන්ත්‍ර සූත්‍ර මිලදී ගැනීම.
- සේවකයන්ට වැටුප්, සේවක අර්ථසාධක අරමුදල්, සේවක භාරකාර අරමුදල්, පාරිතෝෂික මුදල්, ප්‍රසාද දීමනා හා වෙනත් දීමනා ලබාදීම.
- ව්‍යාපාරය කිසියම් ආයතනයකට පරිත්‍යාග ලබාදීම.
- ආදායම් බදු ඇතුළු වෙනත් ව්‍යවස්ථාපිත ගෙවීම් සිදු කිරීම.
- ව්‍යාපාරයට කිසියම් පරිත්‍යාගයක් හෝ වෙනත් යම් දෙයක් ලැබීම.

මෙවැනි නොයෙක් ආකාරයේ ගනුදෙනු රැසක් ඒ ඒ ව්‍යාපාරවල ස්වභාවය අනුව සිදු වන අතර, සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයකු වශයෙන් ඔබ ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ සිදුවන මෙවැනි ගනුදෙනු පිළිබඳව විමසිලිමත්ව කටයුතු කළ යුතුයි. එම ගනුදෙනු ඔබගේ ව්‍යාපාරයට ගැලපෙන මූල්‍ය ප්‍රකාශන කට්ටලයකට ඇතුළත් කර ගැනීමට පුළුවන්. එවිට ඔබට ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සැබෑ තත්ත්වය පිළිබඳ ඉතා පැහැදිලි අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට අවස්ථාව ලැබෙනවා.

නිවැරදි ගිණුම් වාර්තා තබා ගැනීම තුළින් විවිධ ගනුදෙනුවලින් ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ වත්කම්, වගකීම්, වියදම් සහ හිමිකම් සඳහා සිදුවන බලපෑම පිළිබඳව ඔබට පැහැදිලි අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට පුළුවන්.

ද්විත්ව සටහන් තැබීම

ව්‍යාපාරයක සිදුවන ගනුදෙනුවලදී ව්‍යාපාරය සතු සම්පත්වල ස්වභාවයේ ඇති වන වෙනස්වීම් සටහන් කළ යුතුයි. ඒ ගනුදෙනු සටහන් කළ යුත්තේ මුදල්මය වශයෙනුයි. එනම් ගිණුම් පොත්වල සටහන් තැබීමයි. ගිණුම්කරණයේදී අදාල ගනුදෙනු සටහන් කරනු ලබන්නේ **ද්විත්ව සටහන් මූලධර්මය** පදනම් කර ගෙනයි.

මුදලින් මැන දැක්විය හැකි සෑම ව්‍යාපාරික ගනුදෙනුවක්ම ක්‍රියාකාරිත්වය අතින් ද්විත්ව ස්වරූපයක් ගන්නවා. එනම් සෑම ගනුදෙනුවක්ම ගිණුම් දෙකක එකවර සටහන් කෙරෙනවා. මෙම ද්විත්ව සටහන් ස්වරූපය ගිණුම්කරණයේදී "හර" (Debit) සහ "බැර " (Credit) වශයෙන් හඳුනා ගන්නවා.

"ඒ අනුව ද්විත්ව සටහන් මූලධර්මය යනු එක් ගිණුමක හර වටිනාකමට සමානව තවත් ගිණුමක බැර වටිනාකමක් ඇති කෙරෙන පරිදි ව්‍යාපාරයක සිදුවන සියලුම ගනුදෙනු ගිණුම් දෙකක එකවර සටහන් කෙරෙන පරිදි ගිණුම් තැබීමේ ක්‍රමයයි".

මේ අනුව ඕනෑම ව්‍යාපාරයක සිදුවන ගනුදෙනුවල ද්විත්ව බලපෑම පිළිබඳව ව්‍යාපාර ගිණුම්කරණයේ යෙදෙන පුද්ගලයින් විසින් මැනැවින් අවබෝධ කර ගෙන සිටිය යුතුයි. ඉන්පසු ගනුදෙනු පිළිබඳව තබා ගෙන ඇති වාර්තා අනුව නිවැරදි ලෙස ද්විත්ව සටහන් ගිණුම්වලට ඇතුළත් කළ යුතුයි. ඔබද ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළ සිදුවන ගනුදෙනුවලදී මේ පිළිබඳව අවධානය යොමු කළ යුතු වෙනවා.

මෙම ද්විත්ව සටහන් මූලධර්මය මුලින්ම හඳුන්වා දෙන ලද්දේ ඉතාලි ජාතික ගණිතඥයෙකු වූ ලූකා පැසියෝලි විසිනුයි. මෙය නිවැරදිව අවබෝධ කර ගතහොත් ඔබේ ගිණුම් සටහන් තැබීමත් ඒ තුළින් මූල්‍ය වාර්තා පිළියෙල කිරීමත් ඔබටම කර ගැනීමට හැකි වෙනවා.

ගිණුම්

ගිණුම්කරණයේදී "ගිණුම" යන්නද ඉතා වැදගත් වෙනවා. එය ද ඔබ මැනැවින් හඳුනා ගත යුතුයි. ඉහත සඳහන් කළ ගනුදෙනුවල ද්විත්ව බලපෑම නිවැරදිව හර හා බැර ලෙස සටහන් කරන්නේ ගිණුම් තුළයි. ගනුදෙනුවක් නිවැරදිව හර සහ බැර වශයෙන් සටහන් කිරීමට නම්

ගිණුම හා ගනුදෙනුවේ ද්විත්ව ස්වරූපය මැනැවින් හඳුනා ගැනීමට හැකි විය යුතුයි.

උදාහරණයක් වශයෙන් ගිණුමක ඉතා සරල ආකෘතියක් පහත දක්වා තිබෙනවා.

.... ගිණුම

හර බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම-රු.		දිනය	විස්තරය	වටිනාකම-රු.

ඉහත ආකෘතියට අනුව ,

- පළමුව ගිණුමේ නම/ශීර්ෂය ලියන්න (ගිණුමේ ඉහළින්).
- වම් පැත්ත හර ලෙස ද දකුණු පැත්ත බැර ලෙස ද සලකන්න.
- ගනුදෙනුව සිදු වූ දිනය දක්වන්න (දිනය තීරුව තුළ).
- ද්විත්ව සටහනට අනුව අදාළ වන අනෙක් ගිණුමේ නම ලියන්න (විස්තරය තීරුව තුළ).
- සිදු වූ ගනුදෙනුවේ වටිනාකම් රුපියල්වලින් ලියන්න (වටිනාකම තීරුව තුළ).

ගිණුම් වර්ග

ඕනෑම ව්‍යාපාරයක සිදුවන ගනුදෙනුවක් වත්කම්, වගකීම්, වියදම්, ආදායම් සහ හිමිකම් අනුව වර්ග කර දැක්විය හැකි බව ඉහත දී සාකච්ඡා කළා. දැන් මේ එක ගනුදෙනුවක් ඉහත වර්ගීකරණයට අනුව ගිණුම්වලට ඇතුළත් කර ගැනීමට ඔබට පුළුවන්. ඒ අනුව, අපට ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනුවලට අදාළ ගිණුම් වර්ග 5 ක් හඳුනා ගැනීමට පුළුවන්.

> ඕනෑම ව්‍යාපාරයක පවතින්නේ මෙම ගිණුම් වර්ග 5 පමණයි. එබැවින් ඕනෑම ව්‍යාපාරිකයෙකුට මෙය මැනවින් අවබෝධ කර ගතහොත් තම ව්‍යාපාරයේ ගිණුම්කරණය ඉතා සරලව සිදු කිරීමට හැකියාව ලැබෙනවා

- වත්කම් ගිණුම්
- වගකීම් ගිණුම්
- ආදායම් ගිණුම්
- වියදම් ගිණුම්
- ප්‍රාග්ධන ගිණුම්

මේ මූලික ගිණුම් වාර්තා 5 පිළිබඳව සලකා බැලීම ගිණුම්කරණ කටයුතුවලදී ඔබට බෙහෙවින් වැදගත් වෙනවා. ඒ කියන්නේ, මේ ගිණුම්වල සටහන් කරන්නේ මොනවාද, එනම් එහි සටහන් කරනු ලබන වත්කම්, වගකීම්, ආදායම්, වියදම්, හිමිකම් යනු මොනවාද, කියා හඳුනා ගත්තොත් ඔබට ඔබේ ව්‍යාපාර කටයුතු පිළිබඳව වන ගිණුම්කරණය පහසු කාර්යයක් වෙනවා.

ඒ අනුව,

මොනවද මේ වත්කම් කියන්නේ ?

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ඔබ සතුව පවතින ආර්ථික සම්පත් සියල්ලම වත්කම් කියා හඳුන්වනවා.

ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය පවත්වා ගෙන යාමේදී එහි මෙහෙයුම් කටයුතුවල ස්වභාවය මත විවිධ වත්කම් නිර්මාණය වෙනවා. ඒ වගේම, ඔබේ ව්‍යාපාරය විසින් කාලයක් තිස්සේ අත්පත් කර ගෙන තිබෙන, නැතිනම් ඔබ විසින් පාලනය කරනු ලබන අනාගතයේදී අපේක්ෂා කරනු ලබන ආර්ථික වාසි (ප්‍රතිලාභ) සමූහය ද වත්කම් ලෙස හඳුන්වා දෙන්න පුළුවන්.

එලෙස ඔබ සතු වන වත්කම්වල මෙන්න මේ ලක්ෂණ පවතිනවා

- එම වත්කම් අතීත ගනුදෙනුවක හෝ ගනුදෙනුවල ප්‍රතිඵලයක් වෙනවා.
- එම වත්කම් ඔබේ ව්‍යාපාරයේ පාලනයට යටත් වෙනවා.
- එම වත්කම් අනාගතයේදී ඔබට ආර්ථික වාසි අත්කර දෙනවා.
- එම වත්කම් නීතිමය වශයෙන් ඔබේ ව්‍යාපාරයට අයත්ව පවතිනවා.
- එම වත්කමේ පිරිවැය විශ්වාසවන්ත බවකින් යුතුව මැන දක්වන්න පුළුවන් වෙනවා.

- එම වත්කම් නොමැතිව ව්‍යාපාරය ඉදිරියට පවත්වා ගෙන යන්න බැරි වෙනවා.

ව්‍යාපාරයක පවතින වත්කම්

ව්‍යාපාරයක පවතින වත්කම් ද ව්‍යාපාරය තුල සිදුවන ක්‍රියාකාරිත්වය අනුව ඔබට කොටස් දෙකකට වෙන් කරන්න පුළුවන්.

ජංගම වත්කම්

මාස 12 ක් හෝ ඊට අඩු කාලයක් පවතින වත්කම්, ඒ වගේම, ඔබ විසින් එදිනෙදා කරන කටයුතු හේතුවෙන් නිතර වෙනස්වීම්වලටත් භාජනය වෙනවා. එම නිසා මේවා කෙටිකාලීන වත්කම් වෙනවා.

උදා: අවසාන තොගය, ණය ගැතියෝ, අතැති මුදල්

ජංගම නොවන වත්කම්

මේවා මාස 12 කට වැඩි කාලයක් ඔබේ ව්‍යාපාරය තුල පවතිනවා. ඒ වගේම, මේවා එදිනෙදා කටයුතුවලදී විශාල ලෙස වෙනසක් සිදු වන්නෙත් නැති ඒවායි. මේවා දිගුකාලීන වත්කම්, ඒ කියන්නෙ, ඔබ හඳුන්වන ස්ථාවර වත්කම් වෙනවා.

උදා: ගොඩනැගිලි, රථවාහන, යන්ත්‍රසූත්‍ර, ආයෝජන වැනි දෑ

වගකීම් කියන්නේ මොනවාද?

ඔබේ ව්‍යාපාරය සඳහා වත්කම් අත්පත් කර ගැනීමට ඔබ විසින් යොදවන ලද මුදල්, නැතිනම් ප්‍රාග්ධනය සහ ඔබ විසින් මේ වත්කම් අත්පත් කර ගැනීම සඳහා බාහිරින් සොයා ගෙන යෙදවූ මුදල්, ඔබේ ව්‍යාපාරයේ වගකීම් ලෙස දක්වන්න පුළුවන්. ඔබ දන්නවනේ, වගකීම් කියන්නෙ, කොයි මොහොතේ හෝ පිටතට ඇදී යාමට තිබෙන දෙයක් කියලා.

අනෙක ව්‍යවසායකයෙකු හැටියට ඔබ දන්නවා. ඕනෑම වගකීමක් ඔබේ ඔළුවට කරදරයක් කියලා. එම වගකීමෙන් නිදහස් වනතුරු ඔබ කිසියම් හෝ ආතතියකින් තමයි ඉන්නෙ.

ඉතින් මේ වගකීම් කියන ඒවා මෙන්න මේ ලක්ෂණවලින් යුක්ත වෙනවා.

- අතීත ගනුදෙනුවලින් ඇතිවූ බැඳීමක් වෙනවා.
- ගෙවිය යුතු ප්‍රමාණය විශ්වශ්‍යතාවකින් මැණිය හැකි වෙනවා.
- බැඳීම කිසියම් දවසක නිරවුල් කළයුතුම වෙනවා.
- බැඳීමෙන් නිදහස් වනවිට ආර්ථික ප්‍රතිලාභ ප්‍රමාණයක් ද පිටතට ඇදී යනවා.
- එම ආර්ථික ප්‍රතිලාභ හා බැඳුනු වත්කම් ද ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් එළියට යනවා.

මෙම වගකීම් ද විවිධ කාලවලදී තමයි, ඔබට නිදහස් කරන්න වෙන්නෙ. එම කාලය අනුව වගකීම් මූලිකව කොටස් දෙකක් පවතිනවා.

ජංගම වගකීම්

වර්ෂයක් හෝ ඊට අඩු කාලයකදී ඔබ විසින් බැඳීම්වලින් නිදහස් විය යුතු ඒවා ජංගම වගකීම් වෙනවා. උදා: ණය හිමියෝ, ගෙවිය යුතු වියදම්

ජංගම නොවන වගකීම්

වර්ෂයකට වඩා වැඩි කාලයකදී ඔබ විසින් බැඳීම්වලින් නිදහස් විය යුතු ඒවා ජංගම නොවන වගකීම් වෙනවා.

උදා : දිගුකාලීන බැංකු ණය, සමාගම්වල ණයකර

ආදායම් කියන්නේ මොනවාද?

ආදායම් යනුවෙන් හඳුන්වන්නේ ඔබ විසින් ඔබේ ව්‍යාපාරය මෙහෙයවන ගිණුම් වර්ෂයක් තුළ ව්‍යාපාරය තුළට ගලා එන ලැබීම් කියා කියන්න පුළුවන්. මෙය තමයි, ව්‍යාපාරයේ ලාභය ලැබීමටත්, හිමිකම් ඉහළ යාමටත් බොහෝ විට බලපාන්නේ. ව්‍යාපාරයේ ප්‍රතිලාභ මට්ටම ඉහළ යෑම සිදුවන්නෙත් මේ ආදායම් මට්ටම් තුළිනුයි. මේ ආදායම් විවිධ ව්‍යාපාරික ක්‍රියා නිසා සිදු වෙනවා.

උදා : විකුණුම් තුලින්, පොලී ලැබීමෙන්, ස්ථාවර වත්කම්, විකුණුම් වලින්, අබලි ද්‍රව්‍ය විකිණීමෙන් ලැබෙන ආදායම්

මේවාට ගිණුම්කරණයේදී අයහාර ආදායම් කියලත් භාවිත කරනවා.

වියදම් කියන්නෙ මොනවාද?

ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය පාලනය කරන ගිණුම් වර්ෂය තුළ ඉහත සඳහන් කළ ආදායම් ඉපැයීම සඳහා දක්වන දායකත්වය තමයි, ඇත්තටම වියදම වෙන්නෙ. ආදායම් බිහි කිරීම සඳහා වියදමක් දැරිය යුතු වෙනවා. මේවා ඇත්තම ඔබේ ව්‍යාපාර හිමිකම අඩුවීමට බලපානවා. ඒ කියන්නෙ, ඔබට ව්‍යාපාරයෙන් ලැබීමට නියමිත ප්‍රතිලාභය අඩු වෙනවා. එතකොට ඔබේ ව්‍යාපාර හිමිකම අඩු වෙනවා. ඒ හින්ද හරිම පරිස්සමෙන්, පාලනයකින් යුතුව කළ යුතු ඉතාම වැදගත් දේ තමයි වියදම් කිරීම.

උදා : විකුණුම් වියදම්, ආයතන වියදම්, පරිපාලන වියදම්, බෙදා හැරීමේ වියදම්, මූල්‍ය වියදම්, වත්කම් ක්ෂයවීම්, භාණ්ඩ විනාශවීම්

ප්‍රාග්ධන ගිණුම් (හිමිකම්)

ඔබේ ව්‍යාපාරයට ඔබ හෝ ඔබත් සමග එක්ව වෙනත් පාර්ශ්ව විසින් යොදවනු ලබන සියලුම සම්පත් ප්‍රාග්ධනය නැතිනම් අයිතිකරුගේ හිමිකම් කියා කියනවා. මේ හිමිකම් සඳහා ඇල්ම ශුද්ධ වත්කම යන නම් ද භාවිත කරනවා. තවත් විධියකින් හිමිකම් පිළිබඳව සලකා බැලුවහොත් ඔබ සතු සියලුම වත්කම්වලින් සියලුම බාහිර බැරකම් හෙවත් වගකීම් අඩුකළ පසු ලැබෙන අගයද හිමිකම් වෙනවා.

ඒ කියන්නෙ,

හිමිකම = වත්කම් - වගකීම්

අප මෙතෙක් කතා කල සියල්ල එක්කොට ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සිදුවිය හැකි ගනුදෙනු කිහිපයක් පිළිබඳව සලකා බලන්න අපට දැන් පුළුවන්. ඒ නිසා එම ගනුදෙනු ජර්නල්වල ලියන්නේ කෙසේද, ගනුදෙනු ගිණුම් ගත කරන්නේ කෙසේද, ඒ තුළින් ඔබේ ව්‍යාපාරය පිළිබඳව චිත්‍රයක් ගොඩ නගා ගන්නේ කෙසේද ආදී තොරතුරු සළකා බලමු.

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනු ද්විත්ව සටහන් ක්‍රමයට ජර්නලයක ලියන්න පුරුදු වෙමු.

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල ගනුදෙනු පිළිබඳව ඉහත දී තොරතුරු ඉදිරිපත් කළ අතර, ඔබේ ව්‍යාපාරයේ නිරන්තරයෙන් සිදුවන ගනුදෙනු කිහිපයක් ඉදිරිපත් කරනු ලැබුවා. එමෙන්ම, මේ සෑම ගනුදෙනුවක්ම ද්විත්ව සටහන් මූලධර්මයට අනුව සටහන් කළ යුතු බව අප ඔබ වෙත කියා සිටියා. ඉතින් මේ ගනුදෙනු ද්විත්ව සටහන් ක්‍රමයට පළමුව ජර්නලයක සටහන් කර ගැනීම ඔබට ඉතා පහසුයි. ඒ කියන්නේ ඕනෑම ගනුදෙනුවක් ද්විත්ව සටහන් මූලධර්මයට අනුව පළමුව ජර්නල් සටහන් ලෙස ලියා දැක්විය හැකියි.

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ නිරන්තරයෙන් සිදුවන පහත සඳහන් ගනුදෙනු හා ඊට අදාල වන ජර්නල් සටහන් කිහිපයක් ඔබගේ දැනගැනීම සඳහා මෙසේ ඉදිරිපත්කරනු ලබනවා. ඒ නිසා ඔබත් මෙලෙස ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනු ජර්නල් සටහන් ලෙස ලියා තබන්නට පුරුදු වන්න. එය ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ගිණුම් කටයුතු සඳහා බෙහෙවින් ප්‍රයෝජනවත් වනු ඇති.

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ නිරන්තරයෙන් සිදුවන ගනුදෙනු කිහිපයක ජර්නල්ගත කිරීම පිළිබඳව ඉතා සරලව අප ඔබ වෙත ඉදිරිපත් කරනු ලැබුවා. එහිදී අප සලකා බලනු ලැබුවේ එම ගනුදෙනු ජර්නලයක ලිවීම පිළිබඳව වන අතර, මෙය ඔබ උගත යුතු ගිණුම්කරණයේ මුල්ම අවස්ථාවක් වෙනවා.

		හර	බැර
1.	<u>කිසියම් මුදලක් යොදාවා ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීම</u> මෙහිදී සිදු වන්නේ මූලික වශයෙන් මුදලක් නැතිනම් මූලධනයක් යොදා කිසියම් ව්‍යාපාරයක් ඇරඹීමයි. මෙසේ යොදවන මූලික මුදල ප්‍රාග්ධනයයි. මෙසේ මුදලක් ව්‍යාපාරයට ගෙන එන විට මුදල් ශේෂය ඉහළ යනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	මුදල් පොත	ප්‍රාග්ධන ගිණුම
2.	<u>බැංකුවකින් ණය මුදල් ලබා ගැනීම</u> ව්‍යාපාරයකට අවශ්‍යවන මූල්‍ය පහසුකම් බැංකුවකින් ලබා ගැනීම බොහෝවිට ඔබ වැනි ව්‍යවසායකයින් සිදු කරනු ලබනවා. එවිට මුදල් ශේෂය ඉහළ යනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	මුදල් පොත	බැංකු ණය ගිණුම
3.	<u>බඩු තොග අත්පිට මුදලට මිලදී ගැනීම</u> ව්‍යාපාරයකට නැවත විකිණීම පිණිස භාණ්ඩ මිලට ගනු ලබනවිට එය වියදමක් වන අතර මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. මෙහි සටහන්,	ගැණුම් ගිණුම	මුදල් පොත
4.	<u>බඩු තොග ණයට මිලදී ගැනීම</u> නැවත විකිණීම සඳහා ණයට භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම, ණයට බඩු මිලදී ගත්විට ඔබට වගකීමක් ඇති වෙනවා. එනම් පිටස්තර පුද්ගලයින්ට ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් මුදල් ලැබීමට හිමිකමක් ඇති වෙනවා. ඒ ණයට බඩු සැපයීම නිසයි. ඒ නිසා ඔහු ණය හිමියා බවට පත් වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	ගැණුම් ගිණුම	ණය හිමියෝ

5.	<u>බඩු තොගය අත්පිට මුදලට විකිණීම</u> ඔබ මිලදී ගන්නා ලද භාණ්ඩ අත්පිට මුදලට නැවත විකිණීම මෙහිදී සිදු වෙනවා. මෙලෙස බඩු විකුණන විට ව්‍යාපාරයට මුදල් ලැබෙනවා. එවිට මුදල් ශේෂය ඉහළ යනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	මුදල් පොත	විකුණුම් ගිණුම
6.	<u>බඩු තොගය ණයට විකිණීම</u> බොහෝ විට ඔබ බඩු තොගයක් ණයට විකිණීම සිදු කරනවා. එවිට පිටස්තර පුද්ගලයන්ගෙන් මුදලක් ලැබිය යුතුයි. එය ඔබේ වත්කමක් වන අතර, එම පිටස්තර පුද්ගලයා මුදල් ගෙවීමට බැඳී ඇති බැවින් ඔහු ණය ගැතියා ලෙස නම් වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	ණය ගැතියෝ	විකුණුම් ගිණුම
7.	<u>ලැබූ ආදායම්වලින් කොටසක් බැංකුවෙහි තැන්පත් කිරීම</u> විවිධ කාර්යයන් හේතුවෙන් ඔබේ ව්‍යාපාරයට ආදායම් ලෙස ලැබෙන මුදල් ලැබූ ආදායම් ලෙස හැඳින්වෙනවා. එවායින් කොටසක් බැංකුවේ තැන්පත් කිරීමද සිදු කරනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	බැංකු ගිණුම	මුදල් පොත
8.	<u>දුරකථන ගාස්තු ගෙවීම</u> ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල දුරකථන ගාස්තු ගෙවන විට වියදමක් ඇති වන අතර මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නෙ,	දුරකථන ගාස්තු ගිණුම	මුදල් ගිණුම
9.	<u>විදුලිය ගාස්තු ගෙවීම</u> ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල විදුලිය ගාස්තු ගෙවන විට වියදමක් ඇති වන අතර මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	විදුලි ගාස්තු ගිණුම	මුදල් පොත
10.	<u>ජල ගාස්තු ගෙවීම</u> ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල ජල ගාස්තු ගෙවන විට වියදමක් ඇති වන අතර මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	ජල ගාස්තු ගිණුම	මුදල් පොත
11.	<u>සේවක වැටුප් ගෙවීම</u> ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල සේවක වැටුප් ගෙවන විට වියදමක් ඇති වන අතර, මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	වැටුප් ගිණුම	මුදල් පොත
12.	<u>ගෙවල් කුලී ගෙවීම</u> ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල ගෙවල් කුලී ගෙවන විට වියදමක් ඇති වන අතර, මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	ගෙවල් කුලී ගිණුම	මුදල් පොත
13.	<u>විකිණීමේ හා බෙදා හැරීමේ වියදම් දැරීම</u> ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල විකිණීමේ හා බෙදා හැරීමේ වියදම දරන විට වියදමක් ඇති වන අතර, මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	විකිණීමේ හා බෙදා හැරීමේ වියදම් ගිණුම	මුදල් පොත
14.	<u>බැංකු ණයෙන් කොටසක් ගෙවීම</u> ලබාගත් ණය, වාරික වශයෙන් නියමිත දිනයන්වලදී බැංකුවට ආපසු ගෙවිය යුතුයි. එවිට ගෙවිය යුතු බැංකු ණය මුදලින් ක්‍රමයෙන් ඔබ නිදහස් වන අතර, මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	බැංකු ණය ගිණුම	මුදල් පොත
15.	<u>ණය සඳහා පොලී ගෙවීම</u> බැංකුවකින් ණය මුදලක් ගත්විට බැංකුව ඒ සඳහා පොලී අය කරනවා. එම පොලිය සෑම වාරිකයක් සමගම ඔබ ගෙවිය යුතුයි. පොලී ගෙවන විට එය ඔබට වියදමක් ඇති කරන අතර, මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	බැංකු පොලී ගිණුම	මුදල් පොත

16.	ව්‍යාපාරයට ගෙවල් කුලී ආදායම් ලැබීම ව්‍යාපාරයට යම්කිසි ආදායමක් ලැබෙන විට මුදල් ශේෂය වැඩි වෙනවා. අලුතින් ආදායම් ගිණුමක් ද ඇති වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	මුදල් පොත	ගෙවල් කුලී ආදායම් ගිණුම
17.	අබලි ද්‍රව්‍ය විකුණා ආදායම් ලැබීම ව්‍යාපාරයට කිසියම් ආදායමක් ලැබෙන විට මුදල් ශේෂය වැඩි වෙනවා. වෙනත් ආදායම් ද වැඩි වන අතර, අලුතින් ආදායම් ගිණුමක් ද ඇති වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	මුදල් පොත	වෙනත් ආදායම් ගිණුම
18.	බැංකුවේ තැන්පත් කළ මුදල් වලින් කොටසක් ආපසු ගැනීම ඔබ බැංකුවේ තැන්පත් කළ ව්‍යාපාරයට අයිති මුදල් ආපසු ගන්නා විට බැංකුවේ මුදල් අඩු වෙනවා. එම මුදල් ඔබේ ව්‍යාපාරයට එනවිට ව්‍යාපාරයේ මුදල් ශේෂය වැඩි වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	මුදල් පොත	බැංකු ගිණුම
19.	පෞද්ගලික ප්‍රයෝජනය සඳහා ව්‍යාපාරයෙන් බඩු තොගයක් ගැනීම ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් පෞද්ගලික පරිභෝජනයට භාණ්ඩ ගන්නා විට බඩු තොගය අඩු වෙනවා. එමෙන්ම එලෙස ගන්නා භාණ්ඩ "ගැනිලි" යන නමින් හඳුන්වනු ලබනවා. එය ඔබ හා ඔබේ ව්‍යාපාරය වෙන්වූ ඒකක දෙකක් බව දැක්වීමට හොඳම අවස්ථාවක් බවද සිතට ගන්න. එය සටහන් කරන්නේ,	භාණ්ඩ ගැනිලි ගිණුම	බඩු තොග ගිණුම
20.	පෞද්ගලික ප්‍රයොජනය සඳහා ව්‍යාපාරයෙන් මුදල් ලබා ගැනිම ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් පෞද්ගලික පරිභෝජනය සඳහා මුදල් ගන්නා විට ව්‍යාපාර මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එමෙන්ම එය මුදල් ගැනිලි යන නමින් හඳුන්වනු ලබනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	මුදල් ගැනිලි ගිණුම	මුදල් ගිණුම
21.	ව්‍යාපාරයේ ප්‍රයෝජනය සඳහා වාහනයක් මිලදී ගැනීම ව්‍යාපාරයට මෙවැනි දේවල් මිලදී ගන්නා විට වත්කම් ඉහළ යනවා. එම වත්කම් "ස්ථාවර වත්කම්" ලෙස හඳුන්වනවා. මෙලෙස වත්කම් මිලදී ගැනීමේදී මුදල් නමැති වත්කම් අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	රථවාහන ගිණුම	මුදල් පොත
22.	ව්‍යාපාරයේ ප්‍රයෝජනය සඳහා යන්ත්‍රසූත්‍ර මිලදී ගැනීම ව්‍යාපාරයට මෙවැනි දේවල් මිලදී ගන්නා විට වත්කම් ඉහළ යනවා. එම වත්කම් ස්ථාවර වත්කම් ලෙස හඳුන්වනවා. මෙලෙස වත්කම් මිලදී ගන්නා විට මුදල් නමැති වත්කම අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	යන්ත්‍රසූත්‍ර ගිණුම	මුදල් පොත
23.	සේවක අර්ථසාධක අරමුදල් ගෙවීම ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල සේවක භාරකාර අරමුදල් වාරික ගෙවන විට වියදමක් ඇති වන අතර, මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	සේවක අර්ථසාධක අරමුදල් වියදම් ගිණුම	මුදල් පොත
24.	සේවක භාරකාර අරමුදල් ගිණුම ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල භාරකාර අරමුදල් ගෙවන විට වියදමක් ඇතිවන අතර, මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	සේවක භාරකාර අරමුදල් වියදම් ගිණුම	මුදල් පොත
25.	සේවකයින්ට ප්‍රසාද දීමනා ගෙවීම ඔබේ ව්‍යාපාරයේ අදාල ප්‍රසාද දීමනා ගෙවන විට වියදමක් ඇති වන අතර, මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	ප්‍රසාද දීමනා ගිණුම	මුදල් පොත

26.	**<u>ව්‍යාපාරය කිසියම් පරිත්‍යාගයක් සිදු කිරීම</u>** ඔබේ ව්‍යාපාරය විසින් මුදල් පරිත්‍යාගයක් බාහිර පාර්ශවයකට සිදු කරන විට වියදමක් ඇති වන අතර, මුදල් ශේෂය අඩුවෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	පරිත්‍යාග ගිණුම	මුදල් පොත
27.	**<u>ව්‍යාපාරයට කිසියම් පරිත්‍යාගයක් ලැබීම</u>** ඔබේ ව්‍යාපාරයට බාහිර පාර්ශවයකින් මුදල් පරිත්‍යාගයක් ලැබෙන විට නව ආදායම් මාර්ගයක් ජනිත වන අතර, මුදල් ශේෂය ඉහළ යනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	මුදල් පොත	වෙනත් ආදායම් (පරිත්‍යාග ගිණුම)
28.	**<u>ආදායම් බදු ගෙවීම</u>** ඔබේ ව්‍යාපාරයට අදාල ආදායම් බදු ගෙවන විට වියදමක් ඇති වන අතර, මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	ආදායම් බදු ගිණුම	මුදල් පොත
29.	**<u>කාර්යාල උපකරණ මිලදී ගැනිම</u>** ඔබේ ව්‍යාපාරය කාර්යාල උපකරණ මිලට ගැනීමේදී වත්කම් වැඩි වෙනවා. ඒවා ව්‍යාපාර වත්කම් වන අතර, මේවා ස්ථාවර වත්කම් ලෙස හඳුන්වනවා. මේ වත්කම් මිලදී ගන්නා විට මුදල් ශේෂය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	කාර්යාල උපකරණ ගිණුම	මුදල් පොත
30.	**<u>ස්ථාවර වත්කම් ක්ෂයවීම</u>** ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ස්ථාවර වත්කම් පවතින විට ඒවා වාර්ෂිකව ගෙවී යාමක් සිදුවන නිසා ඒ සඳහා වෙන් කිරීමක් කළ යුතුයි. එම ගෙවීයාම ක්ෂයවීම් ලෙස සලකනු ලබනවා. මේ ක්ෂයවීම් හේතුවෙන් වත්කමේ අගය අඩු වෙනවා. එය සටහන් කරන්නේ,	ක්ෂයවීම් ගිණුම	ස්ථාවර වත්කම් සමුච්චිත ක්‍ෂය වීම් ගිණුම

මේ ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනු ගිණුම්වලට ඇතුළත් කරමු

දැන් ඔබ සාමාන්‍යයෙන් ඔබේ ව්‍යාපාරයේ නිරන්තරයෙන් සිදුවන ගනුදෙනු ජර්නල් ගත කිරීමට දන්නවා. ඉතින් මෙලෙස සිදුවන ගනුදෙනු ලෙජරයේ ගිණුම්වලට පිටපත් කිරීම ද ඉතා වැදගත් වෙනවා. ඒ නිසා පහත සඳහන් මේ සරල ගනුදෙනු කිහිපය ජර්නල් ගත කර ලෙජරයේ ගිණුම්වල සටහන් කර ගන්නා ආකාරය මෙතැන් සිට සලකා බලමු.

<u>හංසමාලිගේ ව්‍යාපාරයේ සිදු වූ ගනුදෙනු කිහිපයකි මේ.</u>

1. 2012.01.02 දින රු. 300, 000/-ක් යොදා ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීම.
2. 2012.01.03 දින අත්පිට මුදලට රු. 100,000/- ක බඩු මිලදී ගැනීම.
3. 2012.01.05 දින රු. 50,000/- ක බඩු අත්පිට මුදලට විකිණීම.
4. 2012.01.07 දින රු. 150,000/- ක බැංකු ණයක් ගැනීම.
5. 2012.01.15 දින රු. 8,400/- ක විදුලි බිල්පත් ගෙවීම.
6. 2012.01.17 දින රු. 3,000/- ක ගෙවල් කුලී ගෙවීම.
7. 2012.01.25 දින සේවක වැටුප් වශයෙන් රු. 54,000/- ක් ගෙවීම.
8. 2012.01.26 දින රු. 3,400/- ක් වරිපනම් ගාස්තු ලෙස ගෙවීම.
9. 2012.01.27 දින රු. 2,000/- ක් පරිත්‍යාගයක් වශයෙන් ගෙවීම.
10. 2012.01.30 දින රු. 44,000/- ක කාර්යාල උපකරණ මිලට ගැනීම.

මෙම ගනුදෙනු ලෙජරයේ ගිණුම්වල සටහන් කිරීමට පෙර ඔබ මෙතෙක් උගත් දැනුම භාවිත කර ජර්නලයක් තුල මෙසේ සාරාංශ කර දැක්වීමට පුළුවන්. එවිට එය ලෙජරයේ ගිණුම්වල සටහන් කිරීම ඔබට හරිම පහසුයි.

ප්‍රධාන ජර්නලය

දිනය	ගනුදෙනුව	හර කරන ගිණුම	බැර කරන ගිණුම
2012.01.02	රු. 300,000 /-ක් යොදා ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීම	මුදල් පොත	ප්‍රාග්ධන ගිණුම
2012.01.03	රු. 100,000 ක අත්පිට මුදලට භාණ්ඩ ගැනීම	ගැණුම් ගිණුම	මුදල් පොත
2012.01.05	රු. 50,000 ක භාණ්ඩ අත්පිට මුදලට විකිණීම	මුදල් පොත	විකුණුම් ගිණුම
2012.01.07	රු.150,000 ක බැංකු ණයක් ලබා ගැනීම	මුදල් පොත	බැංකු ණය ගිණුම
2012.01.15	රු. 8,400/- ක විදුලි බිල්පත් ගෙවීම	විදුලි ගාස්තු ගිණුම	මුදල් පොත
2012.01.17	රු. 3,000/- ක ගෙවල් කුලී ගෙවීම	ගෙවල් කුලී ගිණුම	මුදල් පොත
2012.01.25	රු. 54,000/- ක වැටුප් ගෙවීම	වැටුප් ගිණුම	මුදල් පොත
2012.01.26	රු. 3,400/- ක් වරිපනම් ගාස්තු ලෙස ගෙවීම	වරිපනම් ගාස්තු ගිණුම	මුදල් පොත
2012.01.27	රු. 2,000/- ක පරිත්‍යාගයක් සිදු කිරීම	පරිත්‍යාග ගිණුම	මුදල් පොත
2012.01.30	රු. 44,000/- ක කාර්යාල උපකරණ මිලට ගැනීම	කාර්යාල උපකරණ ගිණුම	මුදල් පොත

ඉතින් මෙම උදාහරණයේ සඳහන් ගනුදෙනු ගිණුම් තැබීම ඔබටම සිදු කළ හැකියි. බොහෝ විට ඔබගේ ව්‍යාපාරයේ සිදුවන ගනුදෙනු ඉහත දක්වා ඇති පරිදි සරල ඒවා බව දැන් ඔබ දන්නවා. ඒවා නිශ්චිතව, නිරන්තරයෙන් සිදුවන ගනුදෙනු බැවින් එම ගනුදෙනු සටහන් තබා ගැනීම ඔබටම කිරීමට පුළුවන්.

හංසමාලිගේ ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනු ජර්නල්ගත කිරීමෙන් පසුව එම ව්‍යාපාරයේ ගිණුම්කරන කටයුතුවල නියැලෙන අයෙකු එම ගනුදෙනු ගිණුම්ගත කිරිම සිදු කරනු ලබනවා. එලෙස ගිණුම් ගත කිරීම සිදු කිරීම පිළිබඳව සලකා බලමු.

පසුගිය කාලයේ අප නිරීක්ෂණය කළ ව්‍යාපාරවල සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරිකයින් තමන්ට හැකි පමණින් වාර්තා ලියා තබා ගෙන තිබුණා. එසේම එම වාර්තා මත පදනම්ව ගිණුම් පිළියෙල කර ගැනීමද සිදු කර තිබුණා. පසුව ගිණුම්වල අඩුපාඩුකම් මඟ හරවා ගෙන ක්‍රමවත් ලෙස ඒවා පිළියෙල කර ගැනීම සඳහා ගණකාධිකාරිවරුන්ගේ සහාය ලබා ගෙන තිබුණා. එලෙස ගිණුම් තබා ගෙන තිබූ ව්‍යාපාර සියල්ලම පාහේ සාර්ථක ලෙස ක්‍රියාත්මක වූ ඒවායි.

ගනුදෙනු ගිණුම්ගත කිරීම

ඉහත දැක්වූ පරිදි ඔබේ ව්‍යාපාරයේ නිරන්තරයෙන් සිදුවන ගනුදෙනු ක්‍රමවත් ආකාරයට ගිණුම් ගත කිරීම කළයුතු වෙනවා.

ගනුදෙනු ගිණුම්ගත කිරීම යනු ගිණුමේ නිවැරදි ලෙස සටහන් පැනවීමයි. ඉහත උදාහරණයේ දැක්වෙන හංසමාලිගේ ව්‍යාපාරයේ සිදු වූ සියලුම ගනුදෙනු ගිණුම්වල නිවැරදිව සටහන් තබා ඇති අන්දම හොඳින් බලන්න. එනම්, ද්විත්ව සටහන් මූලධර්මයට අනුව එය සිදුවන ආකාරය නිරීක්ෂණය කරන්න.

සෑම ගනුදෙනුවක්ම ඔබට ද්විත්ව සටහන් මූලධර්මය අනුව ගිණුම්වල මෙසේ සටහන් කර දැක්වීමට පුළුවන්.

මුදලින් සිදුවන සියලුම ගනුදෙනු මුදල් පොත තුළ සටහන් වන අතර එහි අනෙක් සටහන අදාල වෙනත් ගිණුමක සටහන් කරන්න.

හර මුදල් පොත බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම රු.	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
2012.01.02	ප්‍රාග්ධන ගිණුම	300,000	2012.01.03	ගැණුම් ගිණුම	100,000
2012.01.05	විකුණුම් ගිණුම	50,000	2012.01.15	විදුලි ගාස්තු ගිණුම	8,400
2012.01.07	බැංකු ණය	150,000	2012.01.17	ගෙවල් කුලී ගිණුම	3,000
			2012.01.25	වැටුප් ගිණුම	54,000
			2012.01.26	වරිපනම් ගිණුම	3,400
			2012.01.27	පරිත්‍යාග ගිණුම	2,000
			2012.01.30	කාර්යාල උපකරණ ගිණුම	44,000

- මුදල් වත්කමක් වෙනවා. මුදල් වැඩි වන නිසා මුදල් ගිණුම හර කෙරෙනවා. (හර සටහනකි)
- මුදල් වත්කමක් වෙනවා.මුදල් අඩුවන නිසා මුදල් ගිණුම බැර වෙනවා (බැර සටහනකි)

(1) හර ප්‍රාග්ධන ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
			2012.01.02	මුදල්	300,000

- අයිතිකරුගේ හිමිකම තීරණය කිරීම සඳහා ප්‍රාග්ධන ගිණුම බැර කෙරෙනවා. (බැර සටහනකි) (අයිතිකරු ව්‍යාපාරයට මුදල් යොදවනවා. මුදල් ලැබීම හර සටහනක් වෙනවා. එය මුදල් ගිණුම තුල දක්වා තිබෙනවා)

(2) හර ගැණුම් ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
2012.01.03	මුදල්	100,000			

- ගැණුම් වියදමක් වෙනවා. එම නිසා ගැණුම් නමැති වියදම් ගිණුම් හර කෙරෙනවා. (මුදල් අඩුවන නිසා බැර සටහන් පවතින්නේ මුදල් ගිණුම තුලයි)

(3) හර අත්පිට විකුණුම් ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
			2012.01.05	මුදල්	50,000

- අත්පිට විකුණුම් ආදායමක් වෙනවා එම නිසා ආදායම් වැඩිවීම අදාල ආදායම් ගිණුම් බැර කෙරෙනවා. (එවිට මුදල් වැඩි වෙනවා. එහි හර සටහන පවතින්නේ මුදල් ගිණුම තුලයි)

(4) හර බැංකු ණය ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
			2012.01.07	මුදල්	150,000

- බැංකු ණය ගිණුම වගකීමක් වෙනවා. එම නිසා බැංකු ණය ගිණුම බැර කෙරෙනවා. (බැංකු ණයක් ගත්විට මුදල් වැඩි වෙනවා. මුදල් වැඩි වන බැවින් හර සටහන පවතින්නේ මුදල් ගිණුම තුලයි)

(5) හර විදුලි ගාස්තු ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
2012.01.15	මුදල්	8,400			

- විදුලි ගාස්තු ගෙවීම වියදමක් වෙනවා. එම නිසා වියදම් ගිණුම හර කෙරෙනවා. (හර සටහනකි) (මුදල් අඩුවන නිසා බැර සටහන පවතින්නේ මුදල් ගිණුම තුලයි)

(6) හර ගෙවල් කුලී ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
2012.01.17	මුදල්	3,000			

- ගෙවල් කුලී වියදමක් වෙනවා. එම නිසා වියදම් ගිණුම හර කෙරෙනවා (මුදල් අඩුවන නිසා බැර සටහන පවතින්නේ මුදල් ගිණුම තුලයි)

(7) හර වැටුප් ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
2012.01.25	මුදල්	54,000			

- වැටුප් ගෙවීම වියදමක් වෙනවා. එම නිසා වියදම් හර කෙරෙනවා. (මුදල් අඩුවන නිසා බැර සටහන පවතින්නේ මුදල් ගිණුම තුලයි)

(8) හර වරිපනම් ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
2012.01.26	මුදල්	3,400			

- වරිපනම් ගෙවීම වියදමක් වෙනවා. එම නිසා වියදම් ගිණුම හර කෙරෙනවා. (හර සටහනකි) (මුදල් අඩුවන නිසා බැර සටහන පවතින්නේ මුදල් ගිණුම තුලයි)

(9) හර පරිත්‍යාග ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
2012.01.27	මුදල්	2,000			

- පරිත්‍යාග කිරීම වියදමක් වෙනවා. එම නිසා වියදම් ගිණුම හර කෙරෙනවා. (මුදල් අඩුවන නිසා බැර සටහන පවතින්නේ මුදල් ගිණුම තුලයි)

(10) හර කාර්යාල උපකරණ ගිණුම බැර

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම - රු.
2012.01.30	මුදල්	44,000			

- කාර්යාල උපකරණ මිලට ගැනීම වත්කම් වැඩිවීමක් වෙනවා එම නිසා වත්කම් ගිණුම හර කෙරෙනවා. (හර සටහනකි) (වත්කම් ගැනීමට මුදල් වියදම් වීමෙන් මුදල් අඩුවන නිසා බැර සටහන් පවතින්නේ මුදල් ගිණුම තුලයි)

ඔබට ගිණුම් තබා ගැනීමේදී යම් අපහසුතාවයක් ඇත්නම්, ගැටළු මතු වේ නම් හෝ කාර්ය බහුලත්වය නිසා ඒ සඳහා වේලාවක් නොමැති නම් ඒ සඳහා ගිණුම් ලිපිකරුවකුගේ හෝ ගිණුම් පිළිබඳව දැනුමක් ඇති අයකුගේ සේවය ලබා ගැනීමට පුළුවන්. ව්‍යාපාරය පුළුල් වනවිට වාර්තා තබා ගැනීම පමණක් ප්‍රමාණවත් නොවන අතර, මූල්‍ය වාර්තා සකස් කිරීම කෙරෙහිද අවධානය යොමු කළ යුතු වෙනවා. එබැවින් මුල සිටම ගිණුම් ලිපිකරුවකුගේ සේවය ලබා ගැනීම සුදුසුයි.

මූලික සටහන් පොතක් ලෙස මුදල් පොතේ ඇති වැදගත්කම පිළිබඳව දැන ගනිමු.

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනු ගිණුම් ගත කිරීම දක්වා වූ ක්‍රියාවලිය අපි කතා කළ බව දැන් ඔබ දන්නවා. ගනුදෙනු ලියා තැබීම නැතිනම් වාර්තා තැබීම, ඒවා ගනුදෙනු ලෙසින් ජර්නල් ගත කිරීම, ඉන්පසු ඒවා ගිණුම් ගත කිරීම ආදිය අපි කතා කළා. මෙලෙස ජර්නල් ගත කරන විටත්, ගිණුම්වල ලියන විටත්, මුදල් පොත තුල සටහන් කිරීම සෑමවිටම සිදුවන බව ඔබට වැටහෙන්න ඇති. එමෙන්ම ගිණුම් තබන විට වැඩිම ගනුදෙනු සංඛ්‍යාවක් ලියැවුනේ මුදල් පොත තුලයි. ඊට හේතුව මුදලින් සිදුවන සියලුම ගනුදෙනු මුදල් පොතේ සටහන් වීමයි. එමෙන්ම, ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනු තුලින් විශාල ප්‍රමාණයක් සැබැවින්ම සිදුවන්නේ මුදල් ආශ්‍රයෙන් බැවින්, මුදල් පොතේ මෙලෙස නිරන්තරයෙන් ලිවීමට සිදු වෙනවා.

මුදල් පොත යනු හොඳම උපයෝගී පොතක්. නැතිනම් මූලික සටහන් පොතක්. එය සුවිශේෂී වැදගත්කමකින් යුතු ලේඛනයක්,

මුදලින් සිදුවන ගනුදෙනුවලට අදාල මූලාශ්‍ර ලේඛන පදනම් කර ගනිමින් මුලින්ම සටහන් තබන්නේ මුදල් පොත තුලයි. ඒ නිසා ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ඔබට ඉතා වැදගත් ලේඛනයක් ලෙස මුදල් පොත හැඳින්වීමට පුළුවන්.

අඩුම තරමින්, ඔබේ ව්‍යාපාරය තුල මුදලින් සිදුවන ගනුදෙනු මුදල් පොත තුල සටහන් කිරීමට පුරුදු වන්න. එවිට ඔබ උගත් ද්විත්ව සටහන් මූලධර්මය අනුව ගනුදෙනුවට අදාල අනෙක් සටහන අදාල අනෙක් ගිණුම තුල තියාගන්න ඔබට ඉබේටම හැකිවෙනවා.

මෙලෙස සත්‍ය වශයෙන්ම සිදු වූ මුදල් ලැබීම් හා මුදල් ගෙවීම් පිළිබඳව තොරතුරු ඒවා සිදුවන දිනවලදී ඒ පිළිවෙලට වාර්තා කරන පොත තමයි මුදල් පොත. මේ මුදල් පොතෙන් ප්‍රධාන කාර්යයන් 2 ක් සිදු වෙනවා.

1. මූලික සටහන් පොතක් ලෙස කටයුතු කරනවා.
2. ලෙජර් ගිණුමක් ලෙස කටයුතු කරනවා.

(මෙම අවස්ථා දෙක පිළිබඳව අපි කලින් සඳහන් කළා.)

මූලාශ්‍ර ලේඛනවලින් ලැබෙන තොරතුරු මුදල් පොතේ මූලික ලෙසින් සටහන් කරන බව අපි ඉහත සඳහන් කළා. මෙලෙස මුදල් පොත තුල සටහන් කිරීමට බහුලව බලපාන මූලාශ්‍ර ලේඛන වන්නේ ලදුපත හා වවුචරයයි.

- මුදල් ලැබීමේදී භාවිතා කරන්නේ ලදුපතයි.
- මුදල් ගෙවීමේදී භාවිතා කරන්නේ ගෙවීම් වවුචරයයි.

මෙම මූලාශ්‍ර ලේඛනවල සඳහන් වන දිනය, විස්තරය, අංකය, අදාල වටිනාකම ආදිය මුදල් පොතේ අදාල තීරුවල සටහන් කරනවා. ඒ එම ගනුදෙනු සිදු වූ දින අනුපිළිවෙලටයි.

ගනුදෙනු මුදල් පොතේ ලියවීමේදි වත්කම් පිළිබඳ මූලධර්මයට අනුව මුදල් ලැබීම් හා මුදල් ගෙවීම් අපි මුදල් පොතේ සටහන් කරනවා. ඒ අනුව, වත්කම් පිළිබඳ මූලධර්මය අනුව වත්කම් වැඩිවීම හර ලෙසත්, වත්කම් අඩුවීම බැර ලෙසත් මුදල් පොතේ සටහන් තබන්නේ ද්විත්ව සටහන් මූලධර්මයට අනුව බව ඔබ සිතට ගත යුතුය.

- මුදල් වැඩිවීම මුදල් පොතේ හර ලෙසත්,
- මුදල් අඩුවීම මුදල් පොතේ බැර ලෙසත් සටහන් කරන්න.

(මේ පිළිබඳව කලින් ඔබ වෙත තොරතුරු ගෙන එනු ලැබූ බැවින් දැන් ඒ පිළිබඳව ඔබ හොඳින්ම දන්නවා.)

මුදල් පොතක් පවත්වා ගෙන යාමෙන් ඔබට ඇති ප්‍රයෝජන

- ඔබට ලැබුණු මුදල් ප්‍රමාණය දැන ගැනීමට හැකි වෙනවා.
- ඔබ වියදම් කළ මුදල් ප්‍රමාණය දැනගැනීමට හැකි වෙනවා.
- විධිමත් මුදල් පාලනයකින් යුතුව ව්‍යාපාරය පවත්වා ගෙන යාමට හැකි වෙනවා.
- මුදල් කටයුතු පිළිබඳ තීරණ ගැනීමට හැකි වෙනවා.
- නිශ්චිත කාල සීමාව අවසන් දිනට ඔබ සතු මුදල් ශේෂය දැනගත හැකි වෙනවා.

- ඕනෑම අවස්ථාවක ව්‍යාපාරයට අදාළ ලැබීම් හා ගෙවීම් පිළිබඳ තොරතුරු ඉදිරිපත් කළහැකි වෙනවා.
- දෛනික ව්‍යාපාරික කටයුතු පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට හැකි වෙනවා.

මෙලෙස වැදගත් වන මුදල් පොත තුළ ලැබීම් ලෙස සටහන් කිරීමට ඔබට මුදල් ලැබෙන මාර්ග ගණනාවක් පවතින්න පුළුවන්. ඒවා කිහිපයක් මෙසේ දක්වන අතර, ව්‍යාපාරවල සිදුවන ගනුදෙනුවලදී ඒවා මීට පෙර ද ඔබ වෙත ඉදිරිපත් කරනු ලැබුවා. මේවා මුදල් පොතේ හර පැත්තේ සටහන් කරනවා.

- ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කරන විට ඔබ විසින් යොදන මුදල්, (ප්‍රාග්ධනය)
- පසුව වෙනත් අවශ්‍යතා උදෙසා ඔබ හෝ ඔබේ ව්‍යාපාරයට සම්බන්ධ අය යොදවන මුදල්,
- බැංකු ණය වශයෙන් මුදල් ලැබීම,
- දේපළ උගසට තබා ගන්නා ණය මුදල්,
- භාණ්ඩ/සේවා විකිණීමෙන් ලැබෙන මුදල්,
- ණයගැතියන්ගෙන් ලැබෙන මුදල්,
- කඩ කුලී, වාහන කුලියට සැපයීමෙන්, යන්ත්‍රසූත්‍ර කුලියට සැපයීමෙන් මුදල් ලැබීම,
- මෝටර් රථ, ලී බඩු, උපකරණ, යන්ත්‍රසූත්‍ර, රථවාහන විකිණීමෙන් ලැබෙන මුදල්,
- අබලි ද්‍රව්‍ය විකිණීමෙන් ලැබෙන මුදල්,
- පොලී ආදායම් ලෙස ලැබෙන මුදල්,
- පරිත්‍යාග ලෙස ලැබෙන මුදල්,
- තාක්ෂණික හෝ වෙනත් උපදේශන සේවා සැපයීමෙන් ලැබෙන මුදල්,
- වෙනත් ඕනෑම ආකාරයකින් ලැබෙන මුදල්,

ඒ වාගේම ලැබෙන මුදල් විවිධ කාර්යයන් උදෙසා ව්‍යාපරයෙන් පිටතට ඇදී යන බවත් ඔබ දන්නවා. ඒ අනුව, මුදල් පොතේ ව්‍යාපාරයෙන් පිටතට ඇදී යන මුදල් ලෙස සටහන් කරන ඒවා කිහිපයක්ද මෙහි ඉදිරිපත් කරනවා. මේවා මුදල් පොතේ බැර පැත්තේ සටහන් කරනවා.

- ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් පෞද්ගලික ප්‍රයෝජනයට මුදල් ගැනීම (ගැනිලි),
- ණය හිමියන්ට මුදල් ගෙවීම,
- ලබාගත් ණය මුදල් ආපසු ගෙවීම,
- සේවක වැටුප්, රක්ෂණ ගාස්තු, ගමන් ගාස්තු ආදී වියදම් සඳහා ගෙවීම්,
- ලබාගත් බැංකු ණය මුදල් ආපසු ගෙවීම්,
- මෝටර් රථ, යන්ත්‍රසූත්‍ර, ලී බඩු, උපකරණ ආදිය මිලට ගැනීම,
- ගොඩනැගිලි ඉදි කිරීමට මුදල් වියදම් කරන විට,
- විවිධ ආයතන සඳහා පරිත්‍යාග ලෙස මුදල් ගෙවන විට,
- ව්‍යාපාරයෙන් මුදල් සොරකමක් සිදු වූ විට,
- වෙනත් ඕනෑම ආකාරයක වියදමක් දරන විට,

මෙලෙස මුදල් ලැබීම් සහ මුදල් ගෙවීම් කාසි හා නෝට්ටුවලින් සිදුවන විට එය ඉතා සරලව මුදල් පොතක ලියවෙන බව ඔබ දන්නවා. ඒ නිසා මුදල් පොතක සරල ආකෘතියක්ද ඔබ වෙත මෙසේ ඉදිරිපත් කරන්න පුළුවන්.

හර මුදල් පොත බැර

දිනය	ලදුපත් අංකය	වටිනාකම - රු	දිනය	වවුචර් අංකය	වටිනාකම - රු.

මෙම මුදල් පොත ඉතා සරලව ව්‍යාපාරයක සිදුවන ගනුදෙනු ලිවීම සඳහා සුදුසු වන අතර, ඔබ බැංකු සමග ගනුදෙනු කරමින් ජංගම ගිණුමක් ද පවත්වා ගෙන යන්නේ නම් ඒ සඳහා ගනුදෙනු පිළිබඳව විස්තර ඇතුලත් කරමින් ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතක් ද පිළියෙල කිරීමට පුළුවන්. එමෙන්ම, ඔබේ ව්‍යාපාරය සඳහා ලැබෙන වට්ටම් මෙන්ම ඔබ ව්‍යාපාරය විසින් ලබා දෙන වට්ටම් ද ඇතුලත් වන පරිදි තවදුරටත් පුළුල්ව ඔබ ව්‍යාපාර කටයුතු සිදු කරන විට ඒවාද අත්පත් කර ත්‍රිත්ව තීරු මුදල් පොතක් ද පිළියෙල කළ හැකිය. මෙම ත්‍රිත්ව තීරු මුදල් පොත පිළියෙල කරන විට ඔබට මුදලින් ලැබෙන වට්ටම් හා ඔබ මුදලින් ලබා දෙන වට්ටම් ඒ සඳහා ඇතුලත් කරන බවද සිහි තබා ගත යුතුයි.

මූලාශ්‍ර ලියවිලි ලෙස ලදුපත සහ වවුචරය

මුදල් ලැබෙන විට හා මුදලක් ගෙවන විට ඒ බව සනාථ කිරීමට ලිඛිත සාක්ෂි අවශ්‍ය බැවින් මුදල් පොතක සටහන් තැබීමට අවශ්‍ය මූලිකම මූලාශ්‍ර ලියවිලි ලෙස මුදල් ලැබීමේ ලදුපත හා මුදල් ගෙවීමේ ගෙවීම් වවුචර් පෙන්වා දිය හැකියි. මෙම ලදුපත් ගෙවීම් වවුචර් අංක පිළිවෙලකට සටහන් තබනවා. මේවා භාවිත නොකරන්නේ නම් ඒ සඳහා මුදල් ලැබීම් හා ගෙවීම් ලේඛන පවත්වා ගෙන යමින් ඒවායේ එකතුව දිනය අවසානයට ලබා ගැනීමේ ක්‍රමය යොදා ගැනීමට පුළුවන්.

මොකක්ද මේ ලදුපත ?

ඔබේ ව්‍යාපාරයට මුදල් ලැබුණු බව සනාථ කිරීමට ඔබ හා ඔබ විසින් බලය පවරන ලද පුද්ගලයකු විසින් තම අත්සන යොදා නිකුත් කරන ලියවිල්ල "ලදුපත" ලෙස හඳුන්වන්න පුළුවන්. මෙයට මුදල් ලැබීමේ රිසිට් පත, මුදල් මැමය (Cash Memo) මුදල් ලැබීමේ කුවිතාන්සිය යන නම් ද භාවිතා කරනවා. ගනුදෙනුව සිදු වූ බවත්, එයට අදාල මුදල් ලද බවටත් සාක්ෂියක් ලෙස මෙය භාවිත කිරීමට පුළුවන්. මෙය පිටපත් දෙකකින් හෝ කිහිපයකින් ඉදිරිපත් කළ හැකිය. සෑම පිටපතකම එකම විස්තරය අඩංගු විය යුතු වන අතර, මුල් පිටපත ගනුදෙනුකරුට ලබා දිය යුතුයි.

මොකක්ද මේ ගෙවීම් වවුචරය ?

ඔබේ ව්‍යාපාරය විසින් පිටස්තර පාර්ශවයන්ට මුදල් ගෙවීමේදී භාවිත කරනු ලබන මූලාශ්‍ර ලියවිල්ල ගෙවීම් වවුචරයයි. ගෙවීම් පිළිබඳ මූලික තොරතුරු මෙහි සටහන් කරනු ලබනවා. වැටුප් ගෙවීමේදී, ණයහිමියන්ට ගෙවීමේදී හා වෙනත් ගෙවීමක් සිදු කරන විට ගෙවීම් වවුචරයක් භාවිත කිරීමට පුරුදු විය යුතුයි. මෙම වවුචරය උපයෝගී කර ගනිමින් මුදල් පොතේ සටහන් තැබිය යුතුයි. එවිට ගනුදෙනුව සිදු වූ බවත්, ඊට අදාල මුදල් ගෙවූ බවටත් ලිඛිත සාක්ෂි ලෙස ගෙවීම් වවුචරය භාවිත කිරීමට ඔබට පුළුවන් වනු ඇති.

ද්විත්ව තීරු මුදල් පොත පිළිබඳවත් දැන ගන්න

අපි මෙතෙක් ගිණුම්කරණය ගැන ඔබට වැදගත් වන සියලුම දේ ඉතා සරලව ඉදිරිපත් කළා. එසේ ඉදිරිපත් කරන විට මුදල් ගනුදෙනු පිළිබඳව විශේෂයෙන් ලියැවුනු බැවින් මුදල් පොතක් ද ඉතා සරලව ඉදිරිපත් කළා.

එවැනි මුදල් පොතක ගනුදෙනු සිදු වන ආකාරය ද, හංසමාලිගේ ව්‍යාපාරයේ ගිණුම් තැබී මද අප ඔබ වෙත ඉහතදී ඉදිරිපත් කළ බව ඔබට මතක ඇති.

ඉතින් මීට ඉහතින් ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතක් පිළිබඳව අප ඔබට කිව්වා. ඒ කියන්නේ, ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ගනුදෙනු, බැංකු සමග ජංගම ගිණුමක් ආරම්භ කර පවත්වා ගෙන යමින් චෙක්පත් මගින් සිදු කරන අවස්ථාවලදී, මුදල් පොතේ ගනුදෙනු තැබීම සිදු කරන්නේ කොහොමද කියන එක තමයි, ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ පෙන්වන්නේ.

මෙම ද්විත්ව තීරු මුදල් පොත පිළිබඳව සලකා බැලීමට හේතුව නම්, බොහොමයක් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන් ඔවුන්ගේ ගනුදෙනු රැසක් චෙක්පත්වලින් සිදු කරන බව අප කළ නිරීක්ෂණවලදී පෙනී යෑම නිසයි. එමෙන්ම, චෙක්පත්වලින් ගනුදෙනු කරන විට ඔබ යම් යම් ගනුදෙනු සඳහා චෙක්පත් නිකුත් කරනවා.

එමෙන්ම ඔබටද පිටස්තර අයගෙන් චෙක්පත් ලැබෙනවා. ඉතින් මේවා එකම මුදල් පොතක ඔබ සටහන් තබා ගත යුතු බැවින් මෙතෙක් ඔබ භාවිත කළ මුදල් පොතට තීරුවක් වැඩියෙන් දැන් එකතු වෙනවා.

ඒ කියන්නේ, මුදල් පොතේ දෙපැත්තටම තීරු දෙකක් බැංකු නමින් එකතු වෙනවා.

දළ වශයෙන් එවැනි ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතක ආකෘතියක් පහත සඳහන් අයුරින් දක්වන්න පුළුවන්.

හර ද්විත්ව තීරු මුද්ල පොත බැර

දිනය	ලදුපත් අංකය	විස්තරය	සඟල පිටුව	මුදල්	බැංකු	දිනය	ලදුපත් අංකය	සඟල පිටුව	මුදල්	බැංකු

තනි තීරු මුදල් පොතක වටිනාකම සඳහන් කෙරෙන මුදල් තීරුවට අමතරව බැංකු තීරුවකුත් එක් වූ විට ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතක් බවට පත්වන බව දැන් ඔබට පෙනෙනවා ඇති. වාණිජ බැංකුවේ විවෘත කරනු ලබන ජංගම ගිණුමක් සමග සිදු කෙරෙන මුදල් ගනුදෙනු මෙම බැංකු තීරුවට ඇතුලත් කරන්න.

ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ සටහන් තැබීමට යොදා ගනු ලබන මූලාශ්‍ර ලියවිලි

ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුවේ සටහන් ඇතුලත් කරන්නේද මූලාශ්‍ර ලියවිලි භාවිතා කරමිනුයි. ඒ නිසා ඔබ මෙම මූලාශ්‍ර ලියවිලි පිළිබඳ හොඳින් අවබෝධ කර ගන්න ඕනෑ. ඇත්තටම කලින් දැක් වූ මුදල් පොතේ ගනුදෙනුවලට අමතරව ජංගම ගිණුම භාවිත කිරීම සිදු කිරීමෙන් බිහිවන නව ගනුදෙනු කිහිපයක් තමයි, මෙම ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතට ඇතුලත් වන්නේ. මේවා මුදලින් සිදුවන අනෙකුත් ගනුදෙනුවලට අමතරව බැංකුවත් සම්බන්ධ කරගෙන සිදුවන ගනුදෙනු බව මතක තබා ගන්න.

පහත ගනුදෙනු තමයි, ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතට විශේෂයෙන් සටහන් තබන ගනුදෙනු

- මුදල් තැන්පත් කිරීම
- චෙක්පත් තැන්පත් කිරීම
- චෙක්පත් නිකුත් කිරීම
- චෙක්පත් අගරු වීම
- බැංකු ගාස්තු
- අනෙකුත් බැංකු ගනුදෙනු

මෙම එක් එක් ගනුදෙනු සඳහා මූලාශ්‍ර ලේඛන ද යොදා ගනු ලබනවා. ඒවා පිළිබඳව ඔබ නිතරම සැලකිලිමත් වෙන්න ඕනෑ.

එම ගනුදෙනුවලට අදාල වන මූලාශ්‍ර ලේඛන

ගනුදෙනු අවස්ථාව		මූලාශ්‍ර ලේඛනය
මුදල් තැන්පත් කිරීමේදී	➧	මුදල් තැන්පත් පත්‍රය
බැංකුවෙන් මුදල් ආපසු ගන්නා විට	➧	මුදල් ආපසු ලබා ගැනීමේ කුවිතාන්සිය
චෙක්පත් තැන්පත් කිරීමේදී	➧	චෙක්පත් තැන්පතු පත්‍රය
චෙක්පත් නිකුත් කිරීමේදී	➧	පිළිපත
චෙක්පත් අගරුවීමේදී	➧	අගරු චෙක්පත් දැනුම්දීමේ ලිපිය හෝ බැංකු ප්‍රකාශය
බැංකු ගාස්තු	➧	බැංකු ප්‍රකාශය
අනෙකුත් බැංකු ගනුදෙනුවලදී	➧	බැංකු ප්‍රකාශය

මෙම ගනුදෙනු ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ ලියවෙන්නේ කොහොමද?

ඉහතින් ඔබ වෙත ඉදිරිපත් කළ ගනුදෙනු ඊට අදාල මූලාශ්‍ර ලේඛන උපයෝගී කරගෙන ඔබේ මුදල් පොතේ ලියන්න ඔබ පුරුදු වෙන්න ඕනෑ. එහිදී ඔබ මුලින්ම සිතට ගත යුත්තේ, එය ඉතා පහසු වැඩක් බවයි. මෙහි පහත සඳහන් උපදෙස් අනුව ඒවා මුදල් පොතේ ලියා තැබීමට පුළුවන්.

මුදල් තැන්පතු සටහන් කිරීම

මුදල් යනු කාසි හා නෝට්ටුයි. මේවා තැන්පත් කරන විට මුදල් ප්‍රමාණය අඩු වෙනවා. ඒවා බැංකු ගත කරන විට ජංගම ගිණුමේ ඇති මුදල් ප්‍රමාණය වැඩි වෙනවා. ඒ අනුව, ඔබ මුදල් තැන්පත් ජංගම ගිණුමේ ඇති මුදල් ප්‍රමාණය වැඩි වන නිසා ඔබේ මුදල් පොතේ ඇති බැංකු තීරුව "හර" කරන්න. අතැති මුදල් ප්‍රමාණය අඩුවන බැවින් ඔබේ මුදල් පොතේ ඇති මුදල් තීරුව "බැර" කරන්න. මෙසේ හර සටහන හා බැර සටහන යන සටහන් දෙකම එකම ගිණුමක සටහන් කරන නිසා ඒවා "ප්‍රතිසටහන්" ලෙස නම් කරනවා. මේ නිසාම ඔබේ ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ "සඟල පිටුව" නමැති තීරුවේ "ප්‍රති" ලෙස ලියන්න.

ප්‍රති සටහන් ඇති වන අවස්ථා පිළිබඳවද දැන ගැනීම වැදගත්, එම අවස්ථා නම්,

- මුදල් බැංකුවේ තැන්පත් කිරීමේදී (කාසි හා නෝට්ටු)
- ලැබී ඇති චෙක්පත් බැංකු ගත කිරීමේදී
- ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ප්‍රයෝජනයට චෙක්පත් ලියා බැංකුවෙන් මුදල් (කාසි හා නෝට්ටු) ලබා ගැනීමේදී

මුදල් තීරුව හා බැංකු තීරුව යන දෙකම වත්කම් ගිණුම් වර්ගයට අයත්වන බැවින් මෙම සටහන් තබන්නේ වත්කම් පිළිබඳ මූලධර්මය අනුව බව ද සිතට ගත යුතුයි.

චෙක්පත් තැන්පත් කිරීමේදී

ව්‍යාපාරයට ලැබෙන චෙක්පත් ලද විගස මුදල් පොතේ මුදල් තීරුවේ සටහන් කරනු ලබනවා. ඒ අදාල චෙක්පත බැංකුවේ තැන්පත් කරන තුරුයි. ඒ අනුව, මුලින්ම කරන්නෙ, මුදල් තීරුව "හර" කර අදාල අනෙක් ගිණුමට "බැර" කිරීමයි. මුදලින් ලැබීමක් ලෙස සලකා ගිණුම් තැබිය යුතුයි.

එලෙස ලැබෙන චෙක්පත් පසුව බැංකුවේ තැන්පත් කරන විට මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "හර" කර මුදල් තීරුව "බැර" කරනු ලබනවා. හේතුව මීට කලින් එය මුදල් තීරුවේ ලිවීමෙන් මුදල් ශේෂය වැඩියෙන් දැක්වීමයි. එකම ගිණුමේ "හර" සහ "බැර" පැතිවල මෙසේ එකම සටහන් තබන බැවින් මෙය ප්‍රතිසටහනක් වෙනවා.

චෙක්පත් නිකුත් කිරීමේදී

ඔබ චෙක්පත් නිකුත් කරන විට ඔබේ ජංගම ගිණුමේ ඇති මුදල් ප්‍රමාණය අඩු වෙනවා. මෙය වත්කම් අඩුවීමට හේතු වන බැවින්, බැංකු තීරුව "බැර" කළ යුතුයි. "හර" සටහන අදාල අනෙක් ගිණුම තුල තබා ගත යුතුයි. බොහෝ විට ඔබ චෙක්පත් නිකුත් කරන්නේ කිසියම් වියදමක් දැරීම සඳහායි.

චෙක්පත් අගරුවීමේදී

මෙහිදී චෙක්පත් අගරුවීම යනු බැංකුව ඔබ ලියන ලද හෝ ඔබට ලැබීමෙන් පසුව ඔබ ඔබේ ගිණුමේ තැන්පත් කළ චෙක්පත් මුදල් නොගෙවා ප්‍රතික්ෂේප කිරීමයි.

චෙක්පත් අගරුවීම

- තැන්පත් කළ චෙක්පත්වලටත්,
- නිකුත් කළ චෙක්පත්වලටත්, සිදුවිය හැකිය.

එසේ අගරුවීම සිදු වන්නේ,

- ජංගම ගිණුමේ මුදල් නොමැතිවීම,
- චෙක්පත් අවිධිමත් ලෙස ලියා තිබීම,
- ආදර්ශ අත්සනට වඩා චෙක්පතේ තබා ඇති අත්සන වෙනස්වීම,
- ඉලක්කමෙන් හා අකුරෙන් ලියා ඇති මුදල් ප්‍රමාණය වෙනස්වීම, ආදී හේතු මතයි.

ව්‍යාපාරය විසින් තැන්පත් කල චෙක්පත් අගරු වූ විට ඒ බව "අගරු චෙක් නිවේදන ලිපිය" මගින් බැංකුව විසින් ව්‍යාපාරයට දැනුම් දෙනවා.

මෙසේ චෙක්පත අගරු වුවද තැන්පත් කල චෙක්පතෙහි

සඳහන් වටිනාකම දැනටමත් මුදල් පොතේ බැංකු තීරුවට "හර" කර ඇති. එහෙත් චෙක්පත අගරුවීම නිසා බැංකුවේ ඇති මුදල් වැඩි වී නැහැ. එබැවින් ඔබ ව්‍යාපාරයේ බැංකු තීරුවට "හර" කරන ලද චෙක්පත් වටිනාකම ඉන් ඉවත් කර චෙක්පත ලබාදුන් පාර්ශවය ණයගැතියෙකු බවට පත් කළ යුතු වෙනවා.

- චෙක්පත් අගරු වූ විට ණයගැතියාට දැනුම් දෙනතුරු අගරු වූ චෙක්පත් ගිණුම "හර" කර බැංකු තීරුවට "බැර" කරන්න.
- අගරු වූ චෙක්පත් ණය ගැතියා වෙත යැවූ විට ණයගැති ගිණුම "හර" කරන්න. අගරු වූ චෙක්පත් ගිණුම "බැර" කරන්න.

(මෙහිදී සිදුවන්නේ නැවත ණයගැති භාවය ඇති වීමයි)

පිටස්තර පාර්ශ්වයකින් ලැබුණු චෙක්පත් මෙන්ම ඔබේ ව්‍යාපාරය විසින් නිකුත් කළ චෙක්පත් ද අගරු වන්නට පුළුවන්. එලෙස අගරු වූ චෙක්පත් එම ගනුදෙනුකරු විසින් ආපසු ඔබේ ව්‍යාපාරයට ලබා දෙනවා. චෙක්පත් අගරුවීමට කලින් තබා ඇති සටහන ඉවත් කිරීම මෙහිදී සිදු කළ යුතුයි. එවිට බැංකු තීරුව "හර" කළ යුතු අතර, අදාල අනෙක් ගිණුම "බැර" කළ යුතුයි.

මේවා බොහොම කල්පනාවෙන් කළ යුතුයි. චෙක්පත් අගරුවීම ඔබේ ව්‍යාපාරයට එතරම් හොඳ දෙයක් නොවෙයි. එම නිසා චෙක්පත් ගනුදෙනුවලදී දැඩි සැලකිල්ලෙන් යුතුව එය කිරීමට වග බලා ගත යුතුයි.

ව්‍යාපාරයේ ප්‍රයෝජනයට බැංකුවෙන් ආපසු මුදල් ලබා ගැනීම

ව්‍යාපාරයට එදිනෙදා කටයුතු සඳහා මුදල් අවශ්‍ය වූ විට චෙක්පත් ලියා බැංකුවෙන් ආපසු මුදල් ලබාගැනිම ඔබත් බොහෝ විට සිදු කරනවා ඇති. එවිට කාසි හා නෝට්ටුවලින් පවතින අත ඉතිරි මුදල් ප්‍රමාණය වැඩි වන අතර, බැංකු ජංගම ගිණුමේ ඇති මුදල් ප්‍රමාණය අඩු වෙනවා. එවිට මුදල් වැඩි වන නිසා මුදල් තීරුව "හර" කරන අතර, බැංකුවේ මුදල් අඩු වීම නිසා බැංකු තීරුව "බැර" කරනු ලබනවා. මෙයද මුදල් පොතේ දෙපැත්තටම සිදුවන නිසා ප්‍රතිසටහනක් වෙනවා.

බැංකු ගාස්තු

බැංකු ගාස්තු ගෙවීම පිළිබඳ කිසිදු විස්තරයක් ඔබ දන්නේ නැහැ. එය ඔබට දැනගැනීමට හැකියාවක් ලැබෙන්නේ ඒ පිළිබඳව බැංකුව ඔබට දැනුම් දුන්නොත් පමණයි. එහෙත් බැංකුව කිසිවිටක වෙනම ලිපියකින් ඔබට එය දැනුම් දෙන්නේ නැහැ. එය ඔබට දැනගත හැක්කේ ඔබේ ජංගම ගිණුමට අදාළ බැංකු ප්‍රකාශය ඔබට ලැබීමෙන් පසුවයි.

බැංකු ගාස්තු නිසා බැංකුවේ ඇති ශේෂය අඩු වී ඔබේ මුදල් ශේෂය වැඩියෙන් පවතිනවා. එබැවින් ඔබ බැංකු ප්‍රකාශය ලද විගස එම බැංකු ගාස්තුවලට අදාල ගැළපීම කළ යුතුයි. එනම් මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "බැර" කළ යුතුයි. බැංකු ගාස්තු ගිණුම "හර" කළ යුතුයි. ඒ කියන්නෙ, ඔබ ඔබේ නිවැරදි මුදල් ශේෂය සෙවිය යුතුයි. එනම් මුදල් පොතට අදාල ගැළපීම් කළ යුතුයි. එසේ ගලපන ලද මුදල් පොතේ ශේෂය ඔබේ නිවැරදි ශේෂය වෙනවා.

චෙක්පත් මාරු කර දීම

ව්‍යාපාරයට බාහිර පුද්ගලයන් හෝ ආයතන විසින් ඔවුන්ගේ චෙක්පත් මාරු කර මුදල් ලබාගැනීම සඳහා බොහෝවිට ජංගම ගිණුම් හිමියන් වෙත පැමිණෙනවා. එවැනි දේවල්වලට ඔබටත් මුහුණ දෙන්න සිදු විය හැකියි. එහිදී ඔබට කොමිස් මුදල් ලබාගෙන හෝ නොගෙන එම චෙක්පත් මුදල් කර දීමට හැකි වෙනවා. නමුත් මෙම චෙක්පත් ලබාගන්නා විට ඒවයේ සුරක්ෂිතභාවය පිළිබඳව දැඩි අවධානයක් යොමු කළ යුතුයි.

ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ ශේෂයන් ලබාගැනීමත් දැන ගන්න ඕනෑ.

මෙම සියලුම ගනුදෙනු සටහන් කිරීමෙන් පසුව ද්විත්ව තීරු මුදල් පොත තුලනය කරන්න ඕනෑ. එසේ තුලනය කළ විට,

- මුදල් තීරුවේ ලැබිය යුත්තේ "හර" ශේෂයක් වන අතර, එය වත්කමක් වෙනවා.
- බැංකු තීරුවේ "හර" හෝ "බැර" ශේෂයක් ලැබිය හැකියි.
- "හර" ශේෂයක් ලැබුණොත් එහි අදහස ව්‍යාපාරය වෙනුවෙන් ජංගම ගිණුමේ මුදල් ඉතිරිව පවතින බවයි. එමෙන්ම එය වත්කමක්ද වෙනවා.
- "බැර" ශේෂයක් ලැබුණහොත් එහි අදහස ව්‍යාපාරය ණය වී ඇති බවයි.

බැංකුවේ අනුදැනුමෙන් හා අවසරය මත ජංගම ගිණුමේ තිබෙන මුදලට වඩා චෙක්පත් නිකුත් කර තිබීම මෙයට හේතුවයි. මෙය "බැංකු අයිරාවක්" ලෙස හඳුන්වන අතර එය ව්‍යාපාරයේ වගකීමක් වෙනවා.

ද්විත්ව තිරු මුදල් පොතේ ගනුදෙනු සටහන් කිරීම දැනගන්න

ද්විත්ව තීරු මුදල් පොත පිළිබඳ තොරතුරු දීර්ඝ වශයෙන් ඉගෙන ගත් පසු ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතක

ගනුදෙනු සටහන් කරන ආකාරය බලමු. මෙහිදී ඉදිරිපත් කර ඇත්තේ බැංකුව හා සම්බන්ධ චෙක්පත්වලින් සිදුවන ගනුදෙනු කිහිපයක් පමණක් බව සිතට ගන්න ඕනෑ. අප මීට පෙර ඉදිරිපත් කළ මුදල් පොතේ තිබූ සියලුම ගනුදෙනුවලට අමතරව සාමාන්‍යයෙන් චෙක්පත් ආශ්‍රිතව ඔබේ ව්‍යාපාරයේ බහුලව සිදුවන ගනුදෙනු වන්නේ මෙම ගනුදෙනුයි.

2012.03.01 දිනට හංසමාලිගේ ව්‍යාපාරයේ අත ඉතිරි මුදල් ශේෂය රු. 84,000/- ක් වෙනවා. මාර්තු මාසය තුළ

සටහන් අංකය	දිනය	චෙක් අංකය	විස්තරය
1	2012.03.03	-	රු. 60,000 කින් ජංගම ගිණුම විවෘත කිරීම
2	2012.03.05	-	අත්පිට විකුණුම් රු. 18,000
3	2012.03.08	24563	චෙක්පතක් නිකුත් කර විකිණීම සඳහා රු. 24,000 ක භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම
4	2012.03.10	24564	විදුලි බිල චෙක්පතකින් ගෙවීම රු. 4,000
5	2012.03.12	24565	ගෙවල් කුලී සඳහා රු. 6,000 ක චෙක්පතක් නිකුත් කිරීම
6	2012.03.13	24565	ගෙවල් කුලී සඳහා නිකුත් කළ චෙක්පත අගරු වීම
7	2012.03.14		අගරු වූ ගෙවල් කුලී සඳහා වූ චෙක්පත වෙනුවට මුදල් ගෙවීම
8	2012.03.15	60025	භාණ්ඩ විකිණීමෙන් රු. 16,000 ක චෙක්පතක් ලබා ගැනීම
9	2012.03.16	60025	ලැබුණු චෙක්පත් බැංකුවේ තැන්පත් කිරීම
10	2012.03.17	30001	පියල්ගෙන් රු. 10,000 ක චෙක්පතක් ලැබීම
11	2012.03.18	30001	ලැබුණු චෙක්පත බැංකුවේ තැන්පත් කිරීම
12	2012.03.20	24566	චෙක්පත් නිකුත් කර ව්‍යාපාරයේ ප්‍රයෝජනයට රු. 14,000 ක් බැංකුවෙන් ගැනීම.
13	2012.03.21	30001	පියල්ගෙන් ලැබී බැංකු ගතකළ චෙක්පත අගරු වීම
14	2012.03.24	24567	ගෙවල් කුලී සඳහා රු. 4,000 ක චෙක්පතක් නිකුත් කිරීම
15	2012.03.25		අගරු වූ චෙක්පත වෙනුවෙන් පියල්ගෙන් මුදල් ලැබීම
16	2012.03.26		බැංකුවේ රු. 12,000 ක් තැන්පත් කිරීම
17	2012.03.27	50555	නිසාම් නැමැත්තාට රු. 6,000 ක චෙක්පත මාරු කරදීම
18	2012.03.28	50555	ලැබී ඇති චෙක්පත බැංකුවේ තැන්පත් කිරීම

සිදුවූ ගනුදෙනුවල විස්තරයක් පහත දැක්වෙනවා.

ඉහත එක් එක් ගනුදෙනු ඒ ඒ සටහන් අංක පිළිවෙල අනුව ගිණුම් ගත කරන ආකාරය මෙසේ දැක්විය හැකියි.

1. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "හර" වන අතර, මුදල් තීරුව "බැර" වෙනවා.

   (මෙය ප්‍රති සටහනකි)

2. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ මුදල් තීරුව "හර" වෙනවා. විකුණුම් ගිණුම "බැර" වෙනවා.
3. ගැණුම් ගිණුම "හර" වෙනවා. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "බැර" වෙනවා.
4. විදුලි බිල් ගිණුම "හර" වෙනවා. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "බැර" වෙනවා.
5. ගෙවල් කුලී ගිණුම "හර" වෙනවා. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "බැර" වෙනවා.
6. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "හර" වෙනවා. ගෙවල් කුලී ගිණුම "බැර" වෙනවා.
7. ගෙවල් කුලී ගිණුම "හර" වෙනවා. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ මුදල් තීරුව "බැර" වෙනවා.
8. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ මුදල් තීරුව "හර" වෙනවා. විකුණුම් ගිණුම "බැර" වෙනවා.
9. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "හර" වන අතර, මුදල් තීරුව "බැර" වෙනවා.

   (මෙය ප්‍රති සටහනකි)

10. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ මුදල් තීරුව "හර" වෙනවා. පියල්ගේ ගිණුම "බැර" වෙනවා.
11. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "හර" වන අතර, මුදල් තීරුව "බැර" වෙනවා.

    (මෙය ප්‍රති සටහනකි)

12. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ මුදල් තීරුව "හර" වන අතර, බැංකු තීරුව "බැර" වෙනවා.

(මෙය ප්‍රති සටහනකි)

13. පියල්ගේ ගිණුම "හර" වෙනවා. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "බැර" වෙනවා.

14. ගෙවල් කුලී ගිණුම "හර" වෙනවා. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "බැර" වෙනවා.

15. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ මුදල් තීරුව "හර" වෙනවා. පියල්ගේ ගිණුම "බැර" වෙනවා.

16. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "හර" වන අතර, මුදල් තීරුව "බැර" වෙනවා.

(මෙය ප්‍රති සටහනකි)

17. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ මුදල් තීරුව "හර" වෙනවා. නිසාම්ගේ ගිණුම "බැර" වෙනවා. මුදල් දීමේදී ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ මුදල් තීරුව "බැර" වන අතර, නිසාම්ගේ ගිණුම "හර" වෙනවා.

18. ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව "හර" වන අතර, මුදල් තීරුව "බැර" වෙනවා.

(මෙය ප්‍රති සටහනකි)

ඉහත දක්වා ඇති ආකාරයට හර හා බැර සටහන් ඇතුලත් වන පරිදි එම ගණුදෙනු ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ මෙසේ සටහන් කරන්න.

ද්විත්ව තීරු මුදල් පොත

දිනය	විස්තරය	සහල පිටුව	මුදල්	බැංකු	දිනය	විස්තරය	සහල පිටුව	මුදල්	බැංකු
2012.03.01	ශේ/ඉ/ගෙ		84,000		2012.03.03	බැංකු	ප්‍රති	60,000	
2012.03.03	මුදල්	ප්‍රති		60,000	2012.03.08	ගැණුම් - 24563			24,000
2012.03.05	විකුණුම්		18,000		2012.03.10	විදුලි බිල- 24564			4,000
2012.03.13	ගෙවල් කුලී (අගරු චෙක්)			6,000	2012.03.12	ගෙවල් කුලී - 24565			6,000
2012.03.15	විකුණුම් (60025)		16,000		2012.03.14	ගෙවල් කුලී		6,000	
2012.03.16	මුදල්	ප්‍රති		16,000	2012.03.16	බැංකු	ප්‍රති	16,000	
2012.03.17	පියල් (30001)		10,000		2012.03.18	බැංකු	ප්‍රති	10,000	
2012.03.18	මුදල්	ප්‍රති		10,000	2012.03.20	මුදල් - 24566	ප්‍රති		14,000
2012.03.20	බැංකු	ප්‍රති	14,000		2012.03.21	පියල් (අගරු චෙක්)			10,000
2012.03.25	පියල්		10,000		2012.03.24	ගෙවල් කුලී - 24567			4,000
2012.03.26	මුදල්	ප්‍රති		12,000	2012.03.26	බැංකු	ප්‍රති	12,000	
2012.03.27	නිසාම් - 50555		6,000		2012.03.27	නිසාම් - 50555		6,000	
2012.03.28	මුදල් - 50555	ප්‍රති		6,000	2012.03.28	බැංකු - 50555	ප්‍රති	6000	
						ශේෂය ප/ගෙ		42,000	48,000
			158,000	110,000				158,000	110,000
2012.04.01	ශේෂය ඉ/ගෙ		42,000	48,000					

ඉහත ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ සටහන් කල ගණුදෙනු පහත සඳහන් පරිදි ලෙජරයට පිටපත් කරන්නත් පුරුදු වෙන්න.

විකුණුම් ගිණුම

දිනය	විස්තරය	වට්නාකම	දිනය	විස්තරය	වට්නාකම
			2012.03.05	මුදල්	18,000
			2012.03.15	මුදල් (බැංකු)	16,000

- විකුණුම් ආදායමක් නිසා "බැර" පැත්තේ සටහන් වෙනවා. එහි අනෙක් සටහන මුදල් පොතේ සටහන් කර තිබෙනවා.

ගැණුම් ගිණුම

දිනය	විස්තරය	වට්නාකම	දිනය	විස්තරය	වට්නාකම
2012.03.08	මුදල් (බැංකු)	24,000			

- ගැණුම් වියදමක් නිසා "හර" පැත්තේ සටහන් වෙනවා. අනෙක් සටහන මුදල් පොතේ බැංකු තීරුවේ සටහන් කර තිබෙනවා.

විදුලි වියදම් ගිණුම

දිනය	විස්තරය	වට්නාකම	දිනය	විස්තරය	වට්නාකම
2012.03.10	මුදල් (බැංකු)	4,000			

- විදුලි බිල වියදමක් නිසා "හර" පැත්තේ සටහන් වෙනවා. අනෙක් සටහන මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව තුල සටහන් කර තිබෙනවා.

ගෙවල් කුලී ගිණුම

දිනය	විස්තරය	වට්නාකම	දිනය	විස්තරය	වට්නාකම
2012.03.12	මුදල් (බැංකු)	6,000	2012.03.13	මුදල් (බැංකු)	6,000
2012.03.14	මුදල්	6,000			
2012.03.24	මුදල් (බැංකු)	4,000			

- ගෙවල් කුලී සඳහා නිකුත් කල චෙක්පත් අගරු වූ විට ගෙවල් කුලී ගිණුම ලෙජරයේ නැතිව යනවා. නැවත ගෙවල් කුලී මුදලින් ගෙවන විට මුදල් පොත "බැර" වෙමින් ගෙවල් කුලී ගිණුම "හර" වෙනවා.

පියල් (ණය ගැතියෝ)

දිනය	විස්තරය	වට්නාකම	දිනය	විස්තරය	වට්නාකම
2012.03.21	මුදල් (බැංකු)	10,000	2012.03.17	මුදල්	10,000
			2012.03.25	මුදල් (බැංකු)	10,000

- පියල් ලබා දුන් චෙක්පත් අගරු වීම නිසා පියල්ගේ ගිණුමේ ශේෂයක් නැතිව යනවා. නැවත ඔහු මුදල් ගෙවන විට මුදල් පොතට "හර" වෙමින් පියල්ගේ ගිණුමට "බැර" වෙනවා. මෙය සිදු වන්නේ ණය ගැති භාවය නැතිවීම සඳහායි.

නිසාම්ගේ ගිණුම

දිනය	විස්තරය	වටිනාකම	දිනය	විස්තරය	වටිනාකම
2012.03.27	මුදල්	6,000	2012.03.27	මුදල්	6,000

- **නිසාම්ට චෙක්පත් මාරු කර මුදල් ලබාදීම සිදුවන විට නිසාම් නමින් ලෙජරයේ තිබූ ගිණුම ඉවත්ව යනවා. ශේෂයක් ඉතිරි වෙන්නේ නැහැ.**

සාමාන්‍ය සරල මුදල් පොත හා ද්විත්ව තීරු මුදල් පොත අධ්‍යයනය කළ ඔබට දැන් කරුණු කිහිපයක් පිළිබඳව මනාව වැටහෙනවා ඇති. එනම්,

- මුදලින් පමණක් සිදුවන ගනුදෙනු සරල මුදල් පොතක් තුළ සටහන් කරන බව,
- බැංකුවක ජංගම ගිණුමක් ආරම්භ කර චෙක්පත්වලින් ගනුදෙනු සිදු වනවිට ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ සටහන් කරන බව,
- ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ සටහන් තබන විට "ප්‍රති සටහන්" ඇති වන බව,
- ප්‍රති සටහන් හැර අනෙක් සියලුම ගනුදෙනු ලෙජරයේ වෙනත් අදාළ ගිණුම්වල සාමාන්‍ය පරිදි සටහන් කරන බව,
- අවම වශයෙන් ඔබ නිවැරදිව මුදල් පොතක්වත් පවත්වා ගෙන යා යුතු බව,

එමෙන්ම, මීට අමතරව ත්‍රිත්ව තීරු මුදල් පොතක්ද පවත්වා ගෙන යන ව්‍යාපාර පවතින බව සිතට ගන්න ඕන. ඒ කියන්නේ වට්ටම් තීරු දෙකක්ද ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ දෙපැත්තට "ලද වට්ටම්" හා "දුන් වට්ටම්" සඳහා පැවතීමයි. ඔබට වෙනත් පාර්ශවයකින් භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමකදී වට්ටමක් ලැබුණේ නම් එයද, ඔබ විසින් භාණ්ඩ විකිණීමේදී බාහිර පාර්ශවයන්ට වට්ටමක් ලබා දුන්නේ නම් එයද, මෙලෙස ත්‍රිත්ව තීරු මුදල් පොතේ සටහන් කරනු ලබනවා. ඔබද එවැනි ගනුදෙනු සිදු කරනවා නම් ත්‍රිත්ව තීරු මුදල් පොතක් පවත්වා ගත යුතු වෙනවා.

> ඉහත සඳහන් කල පරිදි මුදල් පොතේ තැබූ සටහන් ලෙජරයට පිටපත් කිරීම වුවද, ඔබ අවබෝධයෙන් යුතුව වරක් දෙවරක් සිදු කලහොත්, ඔබට එය පහසුවෙන් දිගටම කරගෙන යෑමට හැකිවෙන බව සිතට ගන්න. එය ඔබම සිදු කරන්න. එවිට ඔබට සාර්ථකව ව්‍යාපාරය කරගෙන යන්න පුළුවන් වේවි. හොඳින් මුදල් පාලනයක් සිදු වේවි.

මෙලෙස මුදල් පොත පිළිබඳව දැනගත් ඔබ බැංකු සමග විශ්වාසයකින් යුතුව දිගු කාලයක් ගනුදෙනු කිරීම සඳහා ඔබේ මුදල් පොත හා බැංකු ගිණුමේ තිබෙන ශේෂයන් සෑම මසකම සමාන වෙනවාදැයි බැලිය යුතු වෙනවා. එසේ නොවුණහොත් ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ මුදල් තත්ත්වය පිළිබඳව සිතනවාට වඩා වෙනස් තත්ත්වයක් පවතින්න පුළුවන්. ඔබ නොදැනීම බැංකුව තුල අයිරාවක් ඇති වී බැංකුව ඔබේ චෙක්පත්වලට ගරු කිරීම අත්හිටුවීමට පුළුවන්. එම නිසා ඔබ ඔබේ බැංකුවේ ඇති ජංගම ගිණුම් ශේෂය හා මුදල් පොතේ ශේෂය සෑම මාසයකම ගලපා සම කල යුතුයි. එසේ කිරීමට සිදුවන්නේ, බැංකුව ඔබ වෙත එවන බැංකු ප්‍රකාශය හා ඔබේ මුදල් පොත සැසඳීම තුලිනුයි. ඒ නිසා බැංකුව මාසිකව එවන මෙම බැංකු ප්‍රකාශය, ඔබේ මුදල් පොතේ ශේෂය සමඟ සසඳා බැලීම සිදු කරන්නේ බැංකු සැසඳුම් විස්තරයක් පිළියෙල කිරීම තුලිනුයි. එයද ඉතා පහසු කාර්යයක් බව සිතට ගන්න.

බැංකු සැසඳීම් විස්තරයක් පිළියෙල කරන්නත් ඔබ පුරුදු වෙන්න

බැංකු සැසඳුම් විස්තරය කියා කියන්නේ, ඔබේ මුදල් පොතේ බැංකු තීරුවේ ශේෂයත් ඔබේ ජංගම ගිණුම පිළබඳව බැංකුව විසින් ඔබ වෙත එවන ලද බැංකු ප්‍රකාශනයේ ශේෂයත් මාසයක් අවසානයට සසඳා බැලීම සඳහා පිළියෙල කරන වාර්තාවයි.

නියම ලෙස ඔබ කල ගනුදෙනු සියල්ලම බැංකු ගිණුමට ඇතුලත් වූවා නම් බැංකු ගිණුමේ ශේෂය හා ඔබේ මුදල් පොතේ ශේෂය සමාන විය යුතුයි. එහෙත් එය එලෙසම සිදු වන්නේ නැහැ. බොහෝ විට මෙම ශේෂයන් දෙක වෙනස් වෙනවා.

එසේ වූවා යැයි කියා ඔබ කලබල විය යුතු නැහැ. එහිදී ඔබ කල යුතු වන්නේ එම වෙනසට බලපා ඇති හේතු සොයා බැලීමයි. එම හේතුවලට ගැලපෙන පරිදි ඔබ පළමුව ඔබේ මුදල් පොත සංශෝධනය කල යුතු වෙනවා. එවිට මුදල් පොතේ ලැබෙන ශේෂය භාවිත කරමින් බැංකු සැසඳුම පිළියෙල කරගැනීමට පුළුවන්. මෙලෙස බැංකු සැසඳුමක් පිළියෙල කිරීමේ අරමුණ නම් බැංකු ශේෂයේ නිවැරදිතාවය තහවුරු කර ගැනීමයි.

මුදල් පොතේ ශේෂයත්, බැංකු ප්‍රකාශනයේ ශේෂයත් සැසඳීමේ දී මතක තබාගතයුතු වැදගත් කරුණක් නම්, මුදල් පොතේ බැංකු ගනුදෙනු වාර්තා කරන්නේ වත්කම් මූලධර්මය පදනම් කරගෙන වන අතර, වාණිජ බැංකුව ව්‍යාපාරය වෙනුවෙන් පවත්වා ගෙන යන ජංගම ගිණුමේ ගනුදෙනු වාර්තා කරන්නේ වගකීම් මූලධර්මය පදනම් කරගෙන යන්නයි.

බැංකුව මෙලෙස වගකීම් මූලධර්මය අනුව කටයුතු කරන්නේ ඔබ බැංකුවේ තැන්පත් කරන මුදල් හා චෙක්පත් බැංකුවට වගකීමක් වන බැවිනුයි. එබැවින් මේ පිළිබඳව මනා සැලකිල්ලකින් යුතුව ගනුදෙනු සටහන් තැබිය යුතු වෙනවා.

ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරයේ මුදල් පොතේ ගනුදෙනු වාර්තා කරන්නේ වත්කම් මූලධර්මය පදනම් කරගෙනයි.

බැංකුව ඔබ වෙනුවෙන් පවත්වාගෙන යන ජංගම ගිණුමේ ගනුදෙනු වාර්තා කරන්නේ වගකීම මූලධර්මය පදනම් කරගෙනයි.

මූලධර්මය

වත්කම් = වගකීම්

මෙම පදනම මත සිට බලන විට ඔබට වැටහෙන්නේ කුමක්ද?

1. මුදල් පොතේ බැංකු තීරුවට "හර" කරන ගනුදෙනු

   බැංකුව ඔබේ ජංගම ගිණුමට "බැර" කරන බව

2. මුදල් පොතේ බැංකු තීරුවට "බැර" කරන ගනුදෙනු

   බැංකුව ඔබේ ජංගම ගිණුමට "හර" කරන බව

මෙය හොඳින් අවබෝධ කරගෙන තමයි, බැංකු සැසඳුම් විස්තර පිළියෙල කල යුතු වන්නේ.

මුදල් පොත පිළිබඳවත්, බැංකු ගිණුම පිළිබඳවත්, බැංකු සැසඳුම් විස්තරය පිළිබඳ හැඳින්වීමකුත් ලබාගත් ඔබට බැංකු සැසඳුම් විස්තරය පිළියෙල කිරීමට බලපාන හේතු වැදගත් වෙනවා.

මුදල් පොතේ ශේෂය හා බැංකු ගිණුමේ ශේෂය වෙනස් වීමට බලපාන හේතු

1. ව්‍යාපාරය (ඔබ) නිකුත් කළ චෙක්පත් වලින් කොටසක් මාරු කර ගැනීම සඳහා බැංකුව වෙත ඉදිරිපත් නොකිරීම.

- එවිට සිදුවන්නේ ඔබ චෙක්පත් නිකුත් කල නිසා මුදල් පොතේ එය ලියා ඇති බැවින් ඔබේ මුදල් ශේෂය අඩු වීමයි.

  එය බැංකුවට ඉදිරිපත් නොකල නිසා බැංකු ගිණුමේ එය සටහන් නොවීමෙන් බැංකු ශේෂය වැඩියෙන් පැවැතීමයි.

  (එවිට මෙම ශේෂයන් වෙනස් වෙනවා)

2. ඔබට ලැබුණු චෙක්පත් ඔබ බැංකුවේ තැන්පත් කලද අදාල කාලසීමාව තුල එය බැංකුව වෙත ඉදිරිපත් නොකිරීම.

- එවිට සිදු වන්නේ ඔබ බැංකුවේ තැන්පත් කරන විට මුදල් පොතේ ලියන බැවින් මුදල් පොතේ ශේෂය වැඩි වීමයි.

  නමුත් බැංකුව වෙත එය ඉදිරිපත් නොකිරීමෙන් බැංකුවේ ශේෂය අඩුවෙන් පෙන්වයි.

  මුදල් බවට පත් නොවූ චෙක්පත් ජංගම ගිණුමට එකතුවීමට තවත් කාලයක් ගත වෙනවා.

  මෙම චෙක්පත් බැංකු ගත නොවීම නිසා ඔබේ මුදල් පොතේ ශේෂයට වඩා බැංකුවේ ඇති ගිණුමේ ශේෂය අඩු වෙනවා.

- මෙසේ සිදුවන විට නිෂ්කාශනය නොවූ චෙක්පත්/බැර නොවූ චෙක්පත් කියලත් කියනවා. උපලබ්ධි නොවූ චෙක්පත් කියලත් කියනවා.

  (එවිට මෙම ශේෂයන් වෙනස් වෙනවා)

3. ව්‍යාපාරයේ ඔබ අතින් හෝ බැංකුව අතින් සිදුවන වැරදි ගණනය කිරීමේදීත්, ලැබීම් හා ගෙවීම් සටහන් කිරීමේදීත්, ඔබ අතින් වැරදි වෙන්න පුළුවන්. ඒ වගේම බැංකුව අතින්ද වැරදි සිදුවීමටත් පුළුවන්.

(එවිට මෙම ශේෂයන් වෙනස් වෙනවා)

4. බැංකුව සේවා ගාස්තු අයකර තිබීම.

බැංකුව ඔබගේ ව්‍යාපාරයෙන් නොයෙකුත් ගාස්තු අය කරනු ලබනවා. එනම්,

- සේවා ගාස්තු
- හර බදු
- තැපැල් ගාස්තු
- චෙක් පොත් ගාස්තු
- විවිධ කොමිස් මුදල්

ආදී වශයෙන්

මේවා බැංකු ගිණුමට හර කරනු ලැබුවද එය ඔබ දන්නේ නැහැ. එවිට බැංකු ශේෂය අඩු වෙනවා. නමුත් ඔබ මුදල් පොතේ ඒවා සටහන් නොකළ නිසා මුදල් පොතේ ශේෂය වැඩි වෙනවා.

(එවිට මෙම ශේෂයන් වෙනස් වෙනවා).

5. නිශ්චිත දිනයකදී කිසියම් පාර්ශවයකට ගෙවීමක් කිරීම සඳහා බැංකුවට නියෝගයක් දී ඇති විට,

ඔබ විසින් ඔබේ ජංගම ගිණුම පවත්වා ගෙන යන බැංකුවට, කිසියම් දිනකදී යම් ස්ථාවර මුදලක් ගෙවන ලෙස නියෝගයක් දී ඇති විට බැංකුව එම ගනුදෙනුව සිදුකර ඔබේ ජංගම ගිණුම තුල සටහන් කරනු ලබනවා. එවිට බැංකුවේ ශේෂය අඩු වෙනවා. එය ඔබ විසින් මුදල් පොතේ සටහන් කර නොමැති බැවින් මුදල් පොතේ ශේෂය වැඩියෙන් පෙන්වනවා. ස්ථාවර නියෝග මත ගෙවීම යනුවෙන් මෙය හැඳින්වෙනවා. මේ යටතේ බැංකු ණය වාරික, කල් බදු ණය වාරික, ණය කාඩ්පත් වාරික, රක්ෂණ වාරික, ගෙවල් කුලී ආදී වියදම් සලකා බලනවා. මේවාට නිත්‍ය නියෝග කියන්නත් පුළුවන්.

(එවිට මෙම ශේෂයන් වෙනස් වෙනවා)

6. බැංකුවට සෘජුවම ලැබෙන චෙක්පත් හා අණකර

ඔබේ ව්‍යාපාරය වෙනුවෙන් පිටස්තර පාර්ශවයන් විටින් විට ගණුදෙනු සම්බන්ධව චෙක්පත් හා අණකර සෘජුවම බැංකුව වෙත එවනු ලබනවා. මේවා සෘජු ප්‍රේෂණ ලෙස හඳුන්වනවා. ලාභාංශ, ණයගැති ප්‍රේෂණ, පොලී ලැබීම්, ගෙවල් කුලී ලැබීම් ආදී සෘජුවම බැංකුව වෙත එවනු ලබන චෙක්පත් හෝ අණකරවලට අදාලව බැංකුව ඔබේ ජංගම ගිණුමේ සටහන් කරනු ලබනවා. එවිට බැංකු ශේෂය ඉහල යනවා. එහෙත් එය ඔබ මුදල් පොතේ ලියා නොමැති බැවින් මුදල් පොතේ ශේෂය අඩු වෙනවා.

(එවිට මෙම ශේෂයන් වෙනස් වෙනවා)

මෙලෙස ඔබේ මුදල් පොත හා බැංකු ගිණුම අතර වෙනස්වීමට බලපාන හේතු සොයා බලා ඔබ බැංකු සැසඳුමක් පිළියෙල කරනු ලැබිය යුතු බැවින්, ඒ පිළිබඳව ඔබට අවබෝධයක් ලබාගැනීමට පහසු වීම සඳහා බැංකු සැසඳුමක් පිළියෙල කරන ආකාරය ද ඉතා වැදගත් වෙනවා.

බැංකු සැසඳුම් විස්තරය පිළියෙල කිරීම

සරල මුදල් පොතක් පිළියෙල කර ගන්නා ආකාරයත්, එහි ගණුදෙනු ලෙජරයට පිටපත් කර ගන්නා ආකාරයත්, ඔබ බැංකු සමග සම්බන්ධ වුවහොත් එම ගනුදෙනු ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතක් තුල සටහන් වන ආකාරයත්, එම ගණුදෙනු ලෙජරයට පිටපත් කිරීම පිළිබඳවත් අපි ඉතා සරලව තොරතුරු කතා කලා. ඒ වගේම, ඔබේ බැංකු ගිණුම් හා ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ ශේෂයන් නොගැලපෙන අවස්ථා නිතර සිදුවන බවත්, එසේ වීමට බලපාන හේතු මොනවාදැයි යන්න පිළිබඳවත් තොරතුරු දැන ගනු ලැබුවා.

ඒ අනුව, ඔබේ ද්විත්ව තීරු මුදල් පොතේ බැංකු තීරුවේ හා බැංකු ජංගම ගිණුමෙහි ශේෂයන් සැසඳෙන්නේ නැති විට එය සසඳා බලන්නේ කෙසේද කියා සොයා බලන බැංකු සැසඳුම් විස්තරයක් පිළියෙල කරගන්නා ආකාරය සලකා බලමු.

හංසමාලිගේ ව්‍යාපාරයේ 2012 අප්‍රේල් මාසයේ මුදල් පොතේ බැංකු තීරුව පහත සඳහන් පරිදි වෙනවා.

මුදල් පොත

දිනය	විස්තරය	බැංකුව - රු.	දිනය	විස්තරය	බැංකුව - රු
2012.04.01	ශේෂය ඉ/ගෙ	32,000	2012.04.05	චෙක්පත් නිකුත්කිරීම් (24501)	14,000
2012.04.06	මුදල් තැන්පතු	26,000	2012.04.12	චෙක්පත් නිකුත් කිරීම් (24502)	24,800
2012.04.08	චෙක් තැන්පතු (15001)	17,400	2012.04.16	චෙක්පත් නිකුත් කිරීම් (24503)	30,800
2012.04.20	චෙක් තැන්පතු (23000)	12,000	2012.04.23	චෙක්පත් නිකුත් කිරීම් (24504)	12,400
2012.04.29	චෙක් තැන්පතු (42000)	15,200			
2012.04.30	චෙක් තැන්පතු (00425)	19,000 121,600 ======	2012.04.30	ශේෂය ප/ගෙ	39,600 121,600 ======
2012.05.01	ශේෂය ඉ/ගෙ	39,600			

හංසමාලිගේ ව්‍යාපාරය වෙත ඇයගේ ජංගම ගිණුමට අදාලව බැංකුව විසින් එවන ලද 2012 අප්‍රේල් මාසය සඳහා වූ බැංකු ප්‍රකාශය පහත පරිදි වෙනවා.

BOL
ශ්‍රී ලංකා බැංකුව
Bank of Sri Lanka

සනාරා හංසමාලි මෙනෙවිය
27, ලුම්බිණි මාවත,
කිරිබත්ගොඩ, කැළණිය

ගිණුම් අංක 00680278032

රුපියල්

දිනය	විස්තරය	ගෙවීම්	ලැබීම්	ශේෂය
01.04.2012	ශේෂය ඉ/ගෙ			32,000
06.04.2012	මුදල් තැන්පතු		26,000	58,000
08.04.2012	චෙක් ගෙවීම් (24501)	14,000		44,000
14.04.2012	චෙක් තැන්පතු (15001)		17,400	51,400
20.04.2012	චෙක් ගෙවීම් (24502)	24,800		36,600
22.04.2012	ස්ථාවර නියෝග (බැංකු ණය)	28,000		8,600
25.04.2012	ණයගැති ප්‍රේෂණ		16,800	25,400
28.04.2012	චෙක් තැන්පතු (23000)		12,000	37,400
30.04.2012	ලාභාංශ		9, 800	47,200
30.04.2012	හරබදු	1,600		45,600
30.04.2012	බැංකු ගාස්තු	2,400		43,200

(ඉහතින් දක්වා ඇති ඔබේ මුදල් පොත හා බැංකුව එවූ බැංකු ප්‍රකාශය හොඳින් පරීක්ෂා කරන විට ඔබට පහත කරුණු නිරීක්ෂණය වනු ඇති.)

1. 2012.04.01 දිනට ආරම්භක ශේෂය එක සමාන ලෙස පවතින බව රු. 32,000/-

2. ඔබ විසින් මුදල් පොතේ සටහන් කරන ලද පහත සඳහන් ගණුදෙනු බැංකු ගත වී ඇති බව,

2012.04.05	දින කල චෙක්පත් ගෙවීම්	රු. 14,000/-
2012.04.06	දින කල මුදල් තැන්පතු	රු. 26,000/-
2012.04.08	දින කල චෙක් තැන්පතු	රු. 17,400/-
2012.04.12	දින කල චෙක් පත් ගෙවීම්	රු. 24,800/-
2012.04.20	දින කල චෙක් තැන්පතු	රු. 12,000/-

3. මුදල් පොතේ සටහන් කරන ලද මේ ගණුදෙනු බැංකු ගත වී නොමැති බව

2012.04.16	දින චෙක්පත් ගෙවීම් (24503)	රු. 30,800/-
2012.04.23	දින චෙක්පත් ගෙවීම් (24504)	රු. 12,400/-
2012.04.29	දින චෙක් තැන්පත් කිරීම් (42000)	රු.15,200/-
201.04.30	දින චෙක් තැන්පත් කිරීම් (00425)	රු. 19,000/-

4. එමෙන්ම ඔබගේ මුදල් පොතේ සටහන් වී නොමැති එහෙත් බැංකු ප්‍රකාශය තුල පමණක් සටහන් වන පහත සඳහන් ගනුදෙනු පවතින බව,

- 2012.04.22 දින ඔබගේ ඉල්ලීම් මත බැංකුව කරන ලද බැංකු ණය වාරිකය ගෙවීම (ස්ථාවර නියෝග) - රු. 28,000/-
- 2012.04.25 දින ණය ගැතියෙකු ඔබ වෙත ගෙවිය යුතු මුදලක් කෙලින්ම ඔබේ ජංගම ගිණුම් වෙත එවා තිබීම (සෘජු ප්‍රේෂණ) - රු. 16,800/-
- 2012.04.30 දින ඔබ විසින් මිලදී ගෙන ඇති කොටස් සඳහා අදාල සමාගම් විසින් ලාභාංශ කෙලින්ම ඔබේ බැංකුව වෙත එවා තිබීම (සෘජු ප්‍රේෂණ) - රු. 9,800/-
- 2012.04.30 දින හරබදු වශයෙන් බැංකුව අයකර ගෙන ඇති මුදල් - රු. 1,600/-
- 2012.04.30 දින බැංකු ගාස්තු වශයෙන් අයකර ගෙන තිබෙන මුදල් - රු. 2,400/-

සංශෝධිත මුදල් පොත

මේ බැංකු වාර්තාවේ පමණක් සඳහන්, එහෙත් ඔබගේ මුදල් පොතේ සටහන් නොවී ඇති ගණුදෙනු තමයි, සංශෝධිත මුදල් පොතට ඇතුළත් කරනු ලබන්නේ. (ඉහත 04 වැනි කරුණ යටතේ සඳහන් ගණුදෙනු)

එම ගණුදෙනු නිවැරදිව මුදල් පොතේ සටහන් කල විට නිවැරදි මුදල් ශේෂය ලැබෙන නිසාත්, ඒවා කිසිවකට ඔබ මෙතෙක් සම්බන්ධ වී නැති නිසාත්, ඒවා කිසිවක් චෙක්පත් භාවිතයෙන් සිදු නොවන නිසාත් ඒවා මෙසේ සංශෝධිත මුදල් පොතට ඇතුලත් කරනවා. එහිදී සංශෝධිත මුදල් පොතේ ආරම්භක ශේෂය ලෙස ගත යුත්තේ, දැනට ඔබ ගණුදෙනු සටහන් කර ඇති මුදල් පොතේ අවසාන ශේෂයයි. එනම්, රු. 39,600/- ක් වූ ශේෂයයි. එයට හේතුව වන්නේ මේ දක්වා ඔබ දන්නා සියලුම ගනුදෙනු සටහන් කර ලබා ගත් ශේෂයට, මෙතෙක් නොදන්නා ගණුදෙනු ගැලපිය යුතු බැවිනුයි.

හංසමාලිගේ ව්‍යාපාරයට අදාල එම සංශෝධිත මුදල් පොත ඉහත දක්වන ලද ආරම්භක ශේෂය යොදා, ඉහත 4 වැනි අංකය යටතේ ඇති ගණුදෙනු ඇතුලත්කර පහත සඳහන් පරිදි පිළියෙල කිරීමට පුළුවන්.

සංශෝධිත මුදල් පොත

විස්තරය	බැංකු (රු)	විස්තරය	බැංකු (රු)
ඉ/ගෙ ශේෂය	39,600	බැංකු ණය (ස්ථාවර නියෝග)	28,000
ණය ගැති (ඍජු ප්‍රේෂණ)	16,800	හර බදු	1,600
ලාභාංශ	9,800	බැංකු ගාස්තු	2,400
		ශේෂය ප/ගෙ	34,200
	66,200		66,200
ශේෂය ඉ/ගෙ	34,200		

ඉහතින් දක්වා ඇති මුදල් පොත හා බැංකු ප්‍රකාශයත්, ඒවා පරීක්ෂා කරන විට ලද තොරතුරු වූ බැංකුව වෙත ඉදිරිපත් නොකළ චෙක්පත් පිළිබඳව විස්තරත් උපයෝගී කරගනිමින් ඔබ බැංකු සැසඳුම් විස්තරය පිළියෙල කල යුතු වෙනවා. එය සිදුකරන්නේ ඔබ විසින් මෙලෙස සාදාගත් සංශෝධිත බැංකු ශේෂය උපයෝගී කර ගනිමිනුයි. බැංකු සැසඳුම පිළියෙල කල පසුව බැංකුව ඔබ වෙත එවූ ඔබේ ජංගම ගිණුමට අදාල බැංකු ප්‍රකාශයේ සඳහන් අවසාන ශේෂය ඔබට ලබාගැනීමට පුළුවන්.

මේ සඳහා ඔබ කල යුත්තේ සංශෝධිත මුදල් පොතේ අවසාන ශේෂයට ඔබ වෙත පෙන්වා දෙන ලද නිරීක්ෂණවල 3 වැනි කරුණෙහි සඳහන් ගණුදෙනු 4 ගැලපීමයි. ඒ කියන්නේ,

- ඔබ නිකුත් කල එහෙත් මුදල් ලබාගැනීමට බැංකුව වෙත ඉදිරිපත් නොකල චෙක්පත්
- ඔබ තැන්පත් කල එහෙත් බැංකුව වෙත ඉදිරිපත් නොකල උපලබ්ධි නොවු චෙක්පත්

දැන් හදමු බැංකු සැසඳුම් විස්තරය,

හංසමාලිගේ ව්‍යාපාරය

2012 අප්‍රේල් මාසයේ බැංකු සැසඳුම් විස්තරය

විස්තරය	රුපියල්	රුපියල්
ඉ/ගෙ මුදල් පොතේ සංශෝධිත බැංකු ශේෂය		34,200
<u>එකතු කලා</u>		
මාරු කිරීම සඳහා බැංකුව වෙත ඉදිරිපත් නොකල චෙක්පත්		
24503	30,800	
24504	12,400	43,200
		77,400
<u>අඩු කලා</u>		
නිෂ්කාශනය නොවූ වු චෙක්පත්		
42000	15,200	
00425	19,000	(34,200)
		43,200

- දැන් බැංකු ප්‍රකාශයේ ශේෂය හා සැසඳෙන අයුරු ඔබට පෙනෙනවා ඇති.

මෙලෙස බැංකු සැසඳුම් විස්තරය පිළියෙල කර ගත් පසුව ඔබට ඔබේ ව්‍යාපාරයේ මුදල් තත්ත්වය පිළිබඳව පැහැදිලි අවබෝධයක් ලබාගැනීමට පුළුවන් වෙනවා. එහිදී, ඔබට ව්‍යාපාරයේ මුදල් ශේෂය ඉක්මවා යන පරිදි ගණුදෙනු නොකර නිසි කළමනාකරණයක් සහිතව මුදල් ගණුදෙනු සිදු කිරීමට හැකිවෙනවා. එමෙන්ම බැංකු සමග හොඳ සම්බන්ධයක් පවත්වා ගෙන යමින් සාර්ථක ව්‍යාපාරයක් මෙහෙයවන්නත් හැකියාව ලැබෙනු ඇත.

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායක ඔබට වැදගත් වන තවත් බොහෝ ගිණුම්කරණ තොරතුරු ඇති බව සිතන්න. ඔබේ අවශ්‍යතාවය මත ඒවා ඔබට පසුව අධ්‍යයනය කිරීමට පුළුවන.

උත්සාහය හා ධෛර්යයෙන් නිසි එල ලබා ගැනීමට නම් අරමුණක් හා ඒ සඳහා මෙහෙයවීමක් තිබිය යුතුය.

- ජෝන් එෆ් කෙනඩි -

10

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා නෛතික අවශ්‍යතා

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර වල නෛතික තත්ත්වය පිළිබඳ කථා කිරීමේදී සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස ඔබ දැන ගත යුතු නීති රීති රාශියක් පවතිනවා. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාවසායක් ආරම්භ කිරීමට පෙර අවස්ථාවේ සිටම නීතිමය සාධක කෙරෙහි මූලික ලෙසින් සලකා බලන්නනට සිදුවෙනවා. ව්‍යාපාරයක් ආරම්භක අවස්ථාවේ එහි ලියාපදිංචිය සම්බන්ධව මූලික වශයෙන්ම ඔබ නීතිමය කටයුතු සිදු කල යුතුයි. එමෙන්ම ව්‍යාපාර ආරම්භ කර පවත්වාගෙන යාමේදී, ඔබ විසින් ඔබේ ව්‍යාපාරය සම්බන්ධව සිදු කරනු ලබන සෑම කාර්යකදීම නීතිමය අවශ්‍යතා පැන නගිනවා. විශේෂයෙන්ම බැංකු සමඟ ගණුදෙනු කිරීමේදී, නියෝජිත සේවා පවත්වාගෙන යාමේදී, භාණ්ඩ ගැනීම හා විකිණීම සිදු කිරීමේදී, සේවකයින් පරිපාලනයේදී, සේවක වැටුප් ගෙවීමේදී, සේවක ආපදා වලදී, සේවක අර්බුද හට ගන්නා අවස්ථාවේදී, සේවක සුරක්ෂිතතාවය පිළිබඳව සලකා බැලීමේදී මෙන්ම රටේ පවතින සාමාන්‍ය නීතින් හා පොදු නීතිය මෙන්ම ඒ ඒ ක්ෂේත්‍ර සඳහා බලපාන විවිධ නීතිමය තත්වයන් ඔබේ ව්‍යාපාරය සම්බන්ධයෙන්ද බලපානු ලබනවා. එබැවින් ඔබ සෑම විටම ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සියලුම කටයුතු රටේ පවතින සම්මත නීති රීති වලට අනුව සිදු කල යුතු අතර කිසිදු නීති විරෝධි ක්‍රියාවක යෙදීමෙන් වැලකිය යුතුයි.

පසුගිය කාල සීමාවේ විවිධ අර්බුද හට ගත් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර පිළිබඳව නිරීක්ෂණය කිරීමේදී දක්නට ලැබුනු පොදු තත්වයක් වූයේ සමහර නීති රීති පිළිබඳව අවබෝධයෙන් යුතුව කටයුතු සිදු නොවීමයි. මෙයට ප්‍රධානතම හේතුන් ලෙස අප දුටුවේ සමහර විට මෙම නෛතික තත්වයන් නොදැන සිටීමයි. සමහර අය මෙම නෛතික තත්වයන් නොසලකා කටයුතු සිදු කිරීමයි. මේ නිසා විවිධ අසාර්ථක තත්වයන් බොහෝ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ක්ෂේත්‍රය තුල දක්නට ලැබුණි. අප රට තුල බොහෝ අණ පනත් සමුදායක් ඇතත් විශේෂයෙන් ඔබේ ව්‍යාපාරයට බලපාන අණ පනත් කිහිපයක් පිළිබඳව තොරතුරු පමණක් මෙහි ඇතුලත් කර ඇත.

චෙක්පත් සම්බන්ධ නෛතික තත්ත්වය සරලව දැන ගනිමු.

ගිණුම්කරණය යටතේ මුදල් පොත සහ බැංකු සැසඳුම් විස්තරය පිළිබඳව තොරතුරු ඉහත දී විස්තර කරනු ලැබුවා. ඉතින් මෙතැනදී , මූලික වශයෙන් බැංකු සැසඳුම පිළියෙල කෙරෙන්නේ බැංකුවේ ඇති ඔබේ ජංගම ගිණුමට අදාලව චෙක්පත් ආශ්‍රයෙන් සිදුවන ගනුදෙනු සම්බන්ධයෙන් බව අපි දැක්කා. ඒ නිසා මෙහිදී අපි ඔබ වෙත චෙක්පත්වලට අදාල වන නීතිමය කරුණු හා චෙක්පත පිළිබඳවත් කෙටි විස්තරයක් ඉදිරිපත් කිරීමට තීරණය කළා. ඊට හේතුන් නම්, චෙක්පත් පිළිබඳවත්, එහි අවම නෛතික අවශ්‍යතා සහ එහි අන්තර්ගත පාරිභාෂිත වචන පිළිබඳවත් ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස ඔබ දැන ගත යුතු නිසයි.

ඒ නිසා අපි එය සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා නෛතික අවශ්‍යතා යටතේ ඉදිරිපත් කරනවා.

ගනුදෙනු කළහැකි ලියවිලි

චෙක්පතක් යනු ගනුදෙනු කළහැකි ලියවිල්ලක් ලෙස හැඳින්වීමට පුළුවන්. ඒ අනුව, චෙක්පත් ඇතුළු විනිමය බිල්පත්, පොරොන්දු නෝට්ටු සඳහා ශ්‍රී ලංකාව තුළ බලාත්මක වන්නේ 1927 අංක 25 දරණ විනිමය බිල්පත් ආඥා පනතේ විධිවිධානවලට යටත්ව වෙළෙඳ ව්‍යාපාර නීතිය ඇතුළු ඉංග්‍රීසි නීතියේ අඩංගු කරුණු මෙම ගනුදෙනු කළහැකි ලියවිලි සඳහා බලපාන බව ඔබ මතකයට ගතයුතු වෙනවා.

ගනුදෙනු කළ හැකි ලියවිල්ලක තිබිය යුතු අනිවාර්ය නෛතික ලක්ෂණ

1. පහසුවෙන් හිමිකම පැවරීමට පුළුවන්. එනම්, භාර දීමෙන් හෝ පිටසන් කර භාරදීමෙන් හිමිකම වෙනත් අයෙකුට පැවරෙනවා.
2. එලෙස පැවරුම ලැබුණු අයෙකුට එම ලියවිල්ල මත නඩු පැවරිය හැකියි. එනම්, ඔබේ අයිතීන් රැක ගැනීමට ඔබට නඩු පැවරිය හැකියි. එම නඩු පැවරීම ඔබ කරන්නේ නම් ඔබේ නමින් සිදු කිරීමට ද පුළුවන් වෙනවා.
3. පවරා දෙන අයගේ හිමිකමේ දෝෂයකින් තොරව ඔබට හොඳ හිමිකමක් ලැබෙනවා. එමෙන්ම ඔබගේ හිමිකමේ දෝෂයක් තිබුණත් ඔබෙන් පැවරුම් ලබන්නාට හොඳ හිමිකමක් ලැබෙනවා.

විනිමය බිල්පත්ද, පොරොන්දු නෝට්ටුද ගනුදෙනු කළහැකි ලියවිලි ලෙස භාවිතා කරනු ලබනවා. ඔබ බොහෝවිට චෙක්පත් පමණක් හෝ වැඩිපුර චෙක්පත් මත ගනුදෙනු සිදු කරන බැවින් චෙක්පත් සඳහා අදාල කරුණු පමණක් මෙහිදී සාකච්ඡා කරනු ලබනවා.

චෙක්පත යනු කුමක්ද?

විනිමය බිල්පත් ආඥා පනතට අනුව චෙක්පතක් මෙලෙස අර්ථදක්වනු ලබනවා.

"යම් නියත පුද්ලයෙකුට හෝ ඔහුගේ විධානයට හෝ ධාරකයෙකුට යම් නිශ්චිත මුදල් ප්‍රමාණයක් එහි සඳහන් දිනට හෝ නිශ්චිත වශයෙන් දැනගත් අනාගත දිනයකදී ගෙවනු ලබන ජංගම ගිණුම් හිමියා විසින් ලියා අත්සන් කර, අණලාභියා (බැංකුව) වෙත කරනු ලබන කොන්දේසි විරහිත නියෝගයකි"

මේ අර්ථ දැක්වීම පදනම්ව චෙක්පතක පැවතිය යුතු ලක්ෂණ ඔබ හොඳින් දැනගෙනම චෙක්පත් සම්බන්ධ ගනුදෙනු කළයුතු වෙනවා. ඒ අනුව, චෙක්පතක පහත ලක්ෂණ පැවතිය යුතුයි.

- චෙක්පත ලිඛිත විය යුතුයි.
- කොන්දේසි විරහිත විය යුතුයි.
- අණලද්දා බැංකුවක්ම විය යුතුයි
- අණකරු අත්සන් කළ යුතුයි
- නිශ්චිත මුදල් ප්‍රමාණයක් සඳහා විය යුතුයි
- ඉල්ලූ විටෙක ගෙවිය යුතුයි
- නිශ්චිත දිනයකදී ගෙවිය යුතුයි

එමෙන්ම මෙම ලක්ෂණ ද චෙක්පත මතුපිට තිබිය යුතුයි.

- බැංකුවේ නම
- චෙක්පත් අංකය
- චෙක්පතේ දිනය
- ආදායකයාගේ නම හෝ
- රැගෙන එන්නාගේ නම
- "ගෙවනු" ලබන නියෝගය
- අණකරුගේ අත්සන
- වටිනාකම ඉලක්කමෙන් හා අකුරෙන්

චෙක්පතට සම්බන්ධ විවිධ පාර්ශ්වයන්

චෙක්පතට සම්බන්ධ වන විවිධ පාර්ශ්වයන් පිළිබඳව ද විනිමය බිල් ආඥා පනතේ සඳහන් වෙනවා. මේ විවිධ පාර්ශව වන්නේ ඔබමයි. ඔබ වැනි ව්‍යවසායකයන්මයි. නමුත් විනිමය බිල්පත් ආඥා පනත අනුව චෙක්පත් ගනුදෙනුවලදී ඔබ පෙන්වන එක් එක් අවස්ථා අනුව භාවිත කරන වචන ඔබට දැන ගැනීම සඳහා මෙසේ ඉදිරිපත් කරනවා.

10.1.2.1. **අණකරු** : ජංගම ගිණුම හිමි පුද්ගලයායි. තම ගිණුමෙන් චෙක්පතේ සඳහන් මුදල් ප්‍රමාණය ගෙවන ලෙස බැංකුවට නියෝග කරන පුද්ගලයායි. මොහු අණකරු ලෙස සලකනවා. ඔබට ජංගම ගිණුමක් ඇත්නම් චෙක්පතක් ලියා අත්සන් කර දෙන විට ඔබ අණකරුයි.

10.1.2.2 **අණලද්දා :** චෙක්පතේ සඳහන් විධානය හෙවත් ඉහත අණකරුගේ විධානය ලබන ජංගම ගිණුම පවතින බැංකුව අණලද්දා (අණලාභියා) වෙනවා. අණලද්දා හැම විටම බැංකුවක් වෙනවා. ඒ ඔබේ නියෝගය පිළිපදින්නායි.

10.1.2.3 **ආදායකයා :** චෙක්පතේ සඳහන් මුදල ලැබිය යුතු පාර්ශ්වය, ආදායකයා වෙනවා. නැතිනම් චෙක්පතේ වටිනාකම ලබා ගැනීමට බලය ඇති පුද්ගලයායි. එම අර්ථයෙන් බලන කළ වරෙක ව්‍යවසායක ඔබ ද ආදායකයකු වෙනවා. එමෙන්ම ඔබ ලියන චෙක්පතින් ද ආදායකයෙක් බිහි වෙනවා.

10.1.2.4 **ධාරකයා :** චෙක්පත අයිතිව සිටින පුද්ගලයා ධාරකයායි. ආදායකයා හෝ චෙක්පත් ලැබී ඇති තැනැත්තා ධාරකයා වෙනවා. ඔබ ද විටෙක ධාරකයෙකු වෙනවා.

10.1.2.5 **පිටසන්කරු:** චෙක්පත අයිතිව සිට වෙනත් අයෙකුට පවරන තැනැත්තා පිටසන්කරු වෙනවා. පිටසන්කරු වන්නේ බොහෝවිට ආදායකයායි. ඔබද පිටසන්කරුවෙකු වන අවස්ථා තිබෙනවා.

10.1.2.6 **පිටසන් ලද්දා** : පිටසන්කරු පවරා දීමකින් පසු චෙක්පත ලද පුද්ගලයා පිටසන් ලද්දා වෙනවා. ඔහු පිටසන් කිරීමෙන් චෙක්පත ලැබූ පසු චෙක්පතේ අයිතිකරු වෙනවා.

10.1.3 චෙක්පතට මුදල් ගෙවීම බැංකුවක් සිදු නොකරන අවස්ථා

බැංකුව චෙක්පතට මුදල් ගෙවීම් සිදු නොකරන අවස්ථා තිබෙනවා. එහි තේරුම, අණකරු චෙක්පතට මුදල් ගෙවන්න කියා අණකර තිබුණද අණලාභියා වන බැංකුව එම චෙක්පත මත මුදල් ගෙවීම සිදු නොකිරීමයි.

පහත හේතු නිසා එලෙස මුදල් ගෙවීම සිදු කිරීමේ වගකීමෙන් නිදහස් වීමට බැංකුවට හැකි වෙනවා.

- අදාල ජංගම ගිණුමේ මුදල් නොමැති විටෙක
- චෙක්පත් වැරදි ආකාරයට ලියා ඇති විටෙක
- ගිණුම් හිමියා මියගොස් ඇති බව බැංකුව දැනගත් විටෙක
- චෙක්පත සඳහා මුදල් ගෙවීම් අත්හිටුවන ලෙස බැංකුවට ගිණුම් හිමියා දැනුම් දුන් විටෙක
- ජංගම ගිණුම වසා දමා ඇති විටෙක
- චෙක්පතක වලංගු කාලය ඉකුත් වී ඇති විටෙක
- චෙක්පතේ අත්සන බැංකුවේ ඇති ආදර්ශ අත්සන හා නොගැලපෙන විටෙක
- මුදල අකුරෙන් හා ඉලක්කමෙන් වෙනස්ව පවතින විටෙක
- චෙක්පත ඉරී හෝ පොඩිවී ඇති විටෙක

ආදී අවස්ථාවලදී බැංකුව මුදල් ගෙවීමෙන් නිදහස් වෙනවා.

චෙක්පත් රේඛනය

චෙක්පත් රේඛනය කියල වචනයක් ඔබ අහල ඇති. එමෙන්ම ඔබ රේඛනය සිදු කරලත් ඇති. සරලව අර්ථ දක්වනවා නම් රේඛනය කියල කියන්නේ චෙක්පතක මුහුණතෙහි සරල සමාන්තර රේඛා 2 ක් ඇඳීමයි. රේඛනය කරනු ලබන්නේ චෙක්පතක ආරක්ෂාව උදෙසායි. ඔබට හෝ ඔබ නිකුත් කළ චෙක්පතට හෝ රේඛනය කළ චෙක්පතකට බැංකු කවුන්ටරයෙන් මුදල් ලබා ගන්න බැහැ. ඒ නිසා රේඛනයේ අරමුණ බැංකු කවුන්ටරයෙන් මුදල් ලබාගත නොහැකි බව දැක්වීම කියලත් කියන්න පුළුවන්. ඒ කියන්නෙ, රේඛනය කරන ලද චෙක්පතක් ලැබුණොත් ඔබට මුදල් ලබාගත හැකි වන්නේ ඔබේ බැංකු ගිණුම මාර්ගයෙන් පමණක් බවයි. ඔබ චෙක්පතක් රේඛනය කර නිකුත් කළා නම්, එම චෙක්පත ලැබූ ආදායකයාටත් එම චෙක්පතට මුදල් ලබාගත හැකි වන්නේ ඔහුගේ ගිණුම තුළිනුයි.

> ඔබත් චෙක්පත් නිකුත් කරන විට රේඛනය කර එය ඉදිරිපත් කරන්න. එයින් ඔබත්, ඔබේ චෙක්පත ලැබූ ආදායකයාත් ආරක්‍ෂා වෙනවා.

චෙක්පත් විවිධ ක්‍රමවලට රේඛනය කළ හැකියි. මෙහිදී විශේෂයෙන් වැඩිපුර දක්නට ලැබෙන රේඛන වර්ග දෙක ප්‍රථමයෙක් සලකා බැලෙනවා.

සාමාන්‍ය රේඛනය

චෙක්පතක මුහුණෙහි සරල සමාන්තර රේඛා දෙකක් ඇඳ ඇත්නම් එය සාමාන්‍ය රේඛනයයි.

එමෙන්ම මෙලෙස අඳින ලද සරල සමාන්තර රේඛා දෙක අතර "සහ සමාගම" වචනයක් ලියා ඇත්නම් එයද සාමාන්‍ය රේඛනයක් වෙනවා. සාමාන්‍ය රේඛනයේදී ද මුදල් ලබා ගත හැකි වන්නේ බැංකු ගිණුමක් මාර්ගයෙනුයි.

විශේෂ රේඛනය

චෙක්පතක මුහුණතෙහි සරල සමාන්තර රේඛා දෙකක් ඇඳ එම සමාන්තර රේඛා දෙක අතර වාණිජ බැංකුවක නමක් සඳහන් කර ඇත්නම් එය විශේෂ රේඛනයක් ලෙස සැලකෙනවා.

මෙවැනි චෙක්පතකට අණලාභී බැංකුවකට මුදල් ගෙවිය හැකි වන්නේ එකී විශේෂ රේඛනයට යටත් බැංකුව වෙත පමණයි. එම නම සඳහන් බැංකුවේ ගිණුමට හැර වෙනත් බැංකුවක ගිණුමකට චෙක්පතේ වටිනාකම රැස් කළ නොහැකි බවයි.

මෙම රේඛනයන් දෙකට අමතරව ඔබට තවත් රේඛන අවස්ථා දෙකක් සඳහන් චෙක්පත් ලැබෙන්නට පුළුවන. එනම්,

"ආදායකයාගේ ගිණුමට පමණයි" ලෙස රේඛනය සහ "ගනුදෙනු කළ නොහැක" ලෙස රේඛනය කිරීමයි.

"ආදායකයාගේ ගිණුමට පමණයි" රේඛනය

මෙහි අදහස් වන්නේ චෙක්පතේ නම සඳහන් පුද්ගලයාගේ ගිණුමට පමණක් අදාල චෙක්පතේ වටිනාකම බැර කළ යුතුයි. "ආදායකයාගේ ගිණුමට පමණයි" එලෙස රේඛනය කරන ලද චෙක්පතක් ඔබට ලැබුණහොත් එය ඔබේ බැංකු ගිණුමට පමණක් බැර කළ හැකි වෙනවා.

එහෙත් චෙක්පතක මුදල් ගෙවන්නා යන්නට "CASH" (මුදල්) ලෙස ලියා ඇති විටෙක "ආදායකයාගේ ගිණුමට පමණයි" කියා රේඛනය කර තිබුණොත් එවැනි චෙක්පතක් වලංගු වන්නේ නැහැ.

"ගනුදෙනු කළ නොහැක" රේඛනය

මෙලෙස රේඛනය කිරීමෙන් ඇතිවන නිතිමය තත්ත්වය නම් එම චෙක්පත් කලින් දැරූ තැනැත්තාට තිබූ අයිතිය මිස ඊට වඩා හොඳ අයිතියක් එම චෙක්පත පැවරුම් ලාභියාට නොලැබෙන බවයි. එසේ නොමැතිව එයින් චෙක්පත ගනුදෙනු කිරීමේ හැකියාවක් නොමැති බවට මෙහි කිසිදු අදහසක් ඇත්තේ නැහැ. එම චෙක්පතද සාමාන්‍ය පරිදි ගනුදෙනු කළ හැකි වෙනවා.

ඔබ විසින් රේඛනය කරන ලද චෙක්පතක් වෙනත් පාර්ශවයකට ලබා දුන්නොත් ඔබට තිබූ අයිතිය හැර වෙනත් කිසිදු අයිතියක් එම පාර්ශ්වයටද නොලැබෙන බව මෙහි අර්ථය වෙනවා. එමෙන්ම ඔබට එලෙස රේඛනය කරන ලද චෙක්පතක් ලැබුණොත් ඔබට ද ඔබ වෙත පවරන ලද පාර්ශවයකට තිබූ අයිතිය හැර හොඳ අයිතියක් නොලැබෙන බව මෙයින් කියැවෙනවා.

චෙක්පතක් පිටසන් කිරීම

ඔබ විසින් චෙක්පතක් වෙනත් අයෙකුට පැවරීම සිදු කරනු ලබන්නේ නම් පැවරුම්කරු වන ඔබ විසින් චෙක්පතේ පිටුපස තමන්ගේ නම පැහැදිලිව ලිවීම පිටසන් කිරීමයි. පළමු පිටසන්කරු වන්නේ අදායකයායි. මෙලෙස පිටසන් කිරීමේදී චෙක්පතේ මුහුණතෙහි සඳහන් වන පරිදිම ආදායකයාගේ නම ලිවිය යුතුයි.

පිටසනක තිබිය යුතු නීතිමය තත්ත්වය

- පිටසන්කරුට චෙක්පත පිළිබඳව හිමිකමක් පැවතිය යුතුයි
- පිටසන්කරුට චෙක්පත හැම අතින්ම වලංගු හා නිර්ව්‍යාජ බවකින් යුක්ත විය යුතු
- කලින් පිටසන් කර පැවරීමකින් ලැබූ සියලුම පිටසන් නිවැරදි විය යුතුයි
- අවසාන පිටසන් කිරීමත් සමග කලින් කළ සියලු පිටසන් අහෝසි වෙයි.

පිටසන් වර්ග කිහිපයක් ද ඔබට කළ හැකිය

- හිස් පිටසන

මෙහිදී සිදු වන්නේ පිටසන්කරුගේ නම පමණක් සඳහන් කර පිටසන් කිරීමයි. තම නම පමණක් චෙක්පත පිටුපස පැහැදිලිව ලිවීමයි.

උදා: සනාරා හංසමාලි

- විශේෂ පිටසන

පිටසන් කළ පසු චෙක්පත ලැබෙන්නා හෙවත් පිටසන් ලදුගේ නම සඳහන් කරමින්ම

පිටසන්කරු තමාගේ නම පැහැදිලිව ලිවීමයි.

උදා : සඳමාලිට ගෙවන්න

සනාරා හංසමාලි

- සීමාකාරි පිටසන

චෙක්පතට කිසියම් සීමා පැනවීමක් සිදු කරනවා. අතින් අතට ගනුදෙනු කිරීම වැලැක්වීමේ අදහසින් මෙය සිදු කරනවා. මෙහිදී පැහැදිලිව සීමා කිරීමක් සිදු කරමින් පිටසන් කර අත්සන් තැබීම සිදු වෙනවා.

උදා: සඳමාලිට පමණක් ගෙවන්න

සනාරා හංසමාලි

කාර්මික නීතිය පිළිබඳ ඉගෙන ගන්න, කාර්මික සාමය රැකගන්න

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල නෛතික තත්ත්වය පිළිබඳ කතා කරන විට සේවකයන් හා සේවායෝජක වන ඔබ අතර ඇති කර ගන්නා ගිවිසුම අනුව සේවකයන්ට බලපාන කාර්මික නීතිය ඔබට අදාල වන බව මැනැවින් හිතට ගත යුතුයි. සේවකයන් සම්බන්ධව ඔබ තීරණයක් ගත යුතු වන්නේ එකී කාර්මික නීතිය පිළිබඳව පවතින රෙගුලාසිවලට අනුකූලවයි.

අද තත්ත්වය සලකා බලනවිට කාර්මික ආරාවුල් විශාල ලෙස උග්‍රවන තත්ත්වයක් දක්නට ලැබෙනවා. එබැවින් මෙලෙස කාර්මික නීතිය පිළිබඳව තොරතුරු ස්වල්පයක් හෝ දැන ගැනීම ඔබට වැදගත් යැයි සිතූ බැවින් මේ කාර්මික නීතිය පිළිබඳව ඔබ වෙත මෙසේ කරුණු ඉදිරිපත් කරනවා.

ඔබේ ව්‍යාපාර කටයුතු කර ගෙන යාමට ඔබට තනිව නොහැකි නිසා, යම් වටිනාකමක් ගෙවා මිනිස් ශ්‍රමය ලබා ගැනීම සිදු කරනු ලබන බව ඔබ දන්නවා. එසේ සිදු වන්නේ ඔබ මිනිස් අවශ්‍යතා හා උවමනා ඉටු කිරීමට සම්බන්ධ කිසියම් ව්‍යාපාරයක් හෝ ඔබේ අවශ්‍යතා හා උවමනා ඉටුකර ගැනීමට බාහිර පුද්ගල සහාය මෙලෙස මිලක් ගෙවා ලබා ගැනීම නිසයි.

මෙසේ ගෙවන ලද මිල වේතන, නැතිනම් වැටුපක් වෙනවා. මේ ආකාරයට සේවකයන් හා සේවායෝජක වන ඔබ අතර ඇතිවන ගිවිසුම සේවා ගිවිසුමක් වන අතර, මේ ගිවිසුම් සම්බන්ධතාවට අදාල නෛතික කරුණු සියල්ල කෙරෙහිම ඔබ අවධානය යොමු කළයුතු බව අවබෝධ කරගත යුතු වෙනවා.

ඕනෑම තැනක සේවය කරන සේවකයන් තමාට හිමි අයිතිවාසිකම් දිනාගැනීම සඳහාත්,ඔවුන්ට එල්ල වන විවිධ ගැටලු හා අර්බුදවලට සාධාරණ විසඳුමක් ලබා ගැනීම සඳහාත්, ශ්‍රමය සූරා කෑමක් සිදු වන්නේ නම් ඒවා වළක්වා ගැනීම සඳහාත්, සේවක සුභසාධනය වැඩි දියුණු කර ගැනීම සඳහාත්, ඔවුන්ට හිමව පවතින නෛතික තත්ත්වයට යටත්ව ක්‍රියාමාර්ග ගන්නවා. එම නෛතික කරුණු කාර්මික නීතියේ සඳහන් වන බැවින් ඔබේ ව්‍යාපාර සේවකයන් එලෙස කටයුතු කළහොත් ඔබද එම නෛතික තත්ත්වයට යටත්ව ක්‍රියා කළ යුතු වෙනවා. එසේ නොවුණහොත් ඔබත් ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සේවකයනුත් අතර පැවතිය යුතු කාර්මික සාමය බිඳ වැටෙන්න පුළුවන්. එබැවින් ඊට අදාල නෛතික තත්ත්වය පිළිබඳව අවධානය යොමු කිරීම ඉතා වැදගත්.

1950 අග භාගය වන තෙක්ම සේවක සුරක්ෂිතභාවය සඳහා පැහැදිලි නෛතික පදනමක් තිබුනේ නැත. ඒ කාලයේ ගිවිසුම් නීතියේ මූලධර්ම යොදා ගත්තද, එයින් එතරම් සේවක ආරක්ෂාවක් ඇති වූයේ නැහැ. එහෙත් 1950 අංක 43 දරණ කාර්මික ආරාවුල් පනතත් සමග යම් සේවක සුරක්ෂිතතාවක් ලැබුණා.

ශ්‍රී ලංකාව තුළ කම්කරුවන්/ සේවකයන් හා සම්බන්ධව ඇති නීති

1950 අංක 43 දරණ කාර්මික ආරාවුල් පනත

1954 අංක 19 දරණ සාප්පු හා කාර්යාල සේවක පනත

1958 අංක 15 දරණ සේවක අර්ථසාධක අරමුදල් පනත

1971 අංක 45 දරණ සේවානියුක්තිකයන්ගේ සේවය අවසන් කිරීමේ විශේෂ විධිවිධාන පනත

1980 අංක 46 දරණ සේවක භාරකාර අරමුදල් පනත

1983 අංක 12 දරණ පාරිතෝෂික දීමනා ගෙවීම් පනත

1993 අංක 32 දරණ කාර්මික ආරාවුල් (සංශෝධිත) පනත

2012 අංක 02 දරණ සේවක අර්ථසාධක අරමුදලේ (සංශෝධිත පනත)

මෙවැනි අණපනත් පවතින බවත්,ඒවා යටතේ ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස ඔබ වෙත වගකීමක් පැවරී තිබෙන බවත් සිතට ගත යුතුයි. එමෙන්ම ඔබේ සේවකයින්ටත් ඒවායින් වගකීමක් පවරා ඇති බැවින් ඒ පිළිබඳව ඔවුන් දැනුම්වත් කිරීමත් වැදගත් වෙනවා. ඒ කියන්නෙ, අන්‍යෝන්‍ය සහයෝගීතාව/ සම්බන්ධතාව ඉතා වැදගත් වෙනවා. එවිට ගැටලු සහගත තත්ත්වය අඩු කර ගන්නත් පුළුවන් වෙනවා.

කාර්මික ආරාවුල් පනත

කාර්මික ආරාවුල් කියන්නේ කුමක් දැයි දැන ගන්න

කාර්මික ආරවුල් පනතට අනුව කාර්මික ආරාවුලක් යනු කුමක්දැයි දක්වා ඇත. එනම් සේවකයෙකු හෝ සේවායෝජකයෙකු අතර හෝ සේවකයන් හා සේවායෝජකයන් අතර, යම්කිසි තැනැත්තෙකු සේවයේ යෙදවීම හෝ සේවයේ නොයෙදීම හෝ සේවා කොන්දේසි හෝ සේවය අවසන් කිරීම හෝ නැවත සේවයේ පිහිටුවීම යන එක් කරුණක් හෝ කරුණු කිහිපයක් සම්බන්ධයෙන් ඇති වන ආරාවුලක් කාර්මික ආරවුලකි.

සේවායෝජකයා යනු කවරෙක්දැයි දැනගැනීමත් වැදගත්

කාර්මික ආරාවුල් පනතට අනුව සේවායෝජකයෙක් කියන්නේ යම් සේවකයෙකු සේවයේ යොදවන්නා වූ අයෙකුයි. එමෙන්ම යම් අයෙක් වෙනුවෙන් තවත් අයෙකු සේවයේ යොදවන්නෙකු සේවායෝජකයෙක් වෙනවා. සේවායෝජකයෙකු සාමාන්‍ය ස්වාභාවික පුද්ගලයකු හෝ නෛතික පුද්ගලයකු හෝ විය හැකියි. ඇත්තටම ඒ ඔබ වැන්නෙකුයි. ඔබ පුද්ගලයන් සේවයේ යොදවා ඇති අයෙකු නම් ඔබත් මේ ගණයට වැටෙනවා.

කම්කරුවා (සේවකයා) යනු කවරෙක්දැයි කියා දැන ගැනීමත් වැදගත්

කාර්මික ආරවුල් පනතට අනුව කම්කරුවෙක් යනු, ඉහත දැක්වූ සේවායෝජකයෙකු නැතිනම් ඔබ සමග ගිවිසුමකට බැඳුණු, නැතිනම් ගිවිසුමකට බැඳී කෙබඳු හෝ වැඩක යෙදී සිටින අයෙකු ලෙස අදහස් කරනවා. සේවක වෘත්තීය සමිතියක් ද සේවය අවසන් කළ අයෙකුද කම්කරුවා නැතිනම් සේවකයා ලෙස සලකන බව ඔබ ව්‍යාපාරයක් මෙහෙයවන අයෙකු ලෙස හොඳින් දැන සිටිය යුතු වෙනවා. ඒ කියන්නේ ඔබ වැනි සේවායෝජකයෙකු යටතේ වැටුපක්/ වේතනයක් ලබා ගන්නා තැනැත්තෙක් නැතිනම් එලෙස වැටුප් ලබා ගන්නා සේවකයන්ගෙන් සමන්විත සේවක වෘත්තීය සමිතියක් හෝ එසේ වැටුප්/වේතන ලබමින් සේවය කරමින් සිට සේවය හමාර වූ අයෙකුද කම්කරුවෙකු/ සේවකයෙකු ලෙස සලකන බවයි. සියලුම සේවකයින්ට නීතියෙන් පිළිගත් අයිතිවාසිකම් හා වරප්‍රසාද හිමි බව විශේෂයෙන් සිහි තබා ගත යුතුය. එම අයිතිවාසිකම් උල්ලංගනය වන පරිදි පුද්ගලයන් සේවයේ යෙදවීම වරදකි.

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ යම් කාර්මික ආරාවුලක් ඇති වූ විට එය නිරවුල් කරගත හැකි ක්‍රම

- සමථකරණය නැත්නම් සමනය කිරීම
- බේරුම්කරණය
- එළඹ ඇති සාමූහික ගිවිසුම අනුව විසඳීම
- කම්කරු විනිශ්චය සභාවක සහාය ලබා ගැනීම

- කාර්මික අධිකරණයක් වෙත යොමුවී විසඳුමක් ලබා ගැනීම

■ සමථකරණය දැන ගන්න

කාර්මික ආරවුල් පනතට අනුව යම්කිසි කාර්මික ආරවුලක් ඔබේ ව්‍යාපාරය තුල හටගෙන ඇත්නම් හෝ හට ගැනීමට ආසන්න මට්ටමක පවතී යැයි හැඟේ නම්, ඔබට හෝ ඔබත් සමග ඔබේ සේවකයන් හෝ ඔබ දෙපාර්ශ්වයේම නියෝජිතයන් විසින් හෝ කම්කරු කොමසාරිස්වරයාට මෙය දැනුම් දිය හැකියි. එවිට සමථකරණ නිලධාරියෙකු පත් කරනු ලබනවා. ඔහු විසින් ඔබ දෙපාර්ශ්වයේම නිලධාරීන් අත්සන් කළයුතු අතර එම කොන්දේසි අනුව ක්‍රියාත්මක කිරීමට දෙපාර්ශ්වයම යෝජනා සැලකිල්ට ගෙන ආරාවුල සාමයෙන් යුතුව විසඳනු ලබනවා. එම විසඳුම් යෝජනාවලට දෙපාර්ශ්වයම බැඳී සිටිනවා. මෙය ඉන් පසුව රජයේ ගැසට් නිවේදනය තුළ පළ කරනු ලබනවා.

මෙය ඔබේ ව්‍යාපාරයේ යහපැවැත්ම සඳහා ඉතාම යෝග්‍ය ක්‍රමයකුයි. මෙය කාර්මික සාමයට අතිශය වැදගත් වෙනවා. මෙය බලෙන් පවරන ලද විසඳුම් යෝජනා නොවෙයි. ඔබ දෙපාර්ශ්වයම එකඟ වූ ඒවායි. කෙසේ වුවද ඔබ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයකු ලෙස ඉතා යහපත් අයුරින් සේව්‍ය - සේවක සබඳතා පවත්වා ගෙන ව්‍යාපාරය මනාව පවත්වා ගෙන යාම හොඳම විසඳුම වේ. නමුත්, යම් ආරාවුලක් ඇති වී නම් හෝ ඇතිවේ යැයි සිතේ නම් සමථකරණය හෙවත් සමනය කිරීම ඉතා හොඳම ක්‍රමය බව සිතට ගත යුතුයි. ඉන් ඔබ්බට යාමට ඉඩ නොදී කටයුතු කිරීම ඔබේ සාර්ථකත්වයට බෙහෙවින් වැදගත් වෙනවා සේම, ඔබේ සාර්ථක නායකත්වය ද ඒ තුළින් පිළිබිඹු වෙනවා. එවිට සියලු දෙනා අතර ඔබ ගෞරවාදරයට පාත්‍රවෙනවා.

■ බේරුම්කරණය

යම් ආරාවුලක් සමථකරණය මගින් විසඳා ගැනීමට අපොහොසත් වුවහොත් කම්කරු කොමසාරිස්වරයා විසින් එය විසඳීමට බේරුම්කරුවකු හෝ බේරුම්කරණ මණ්ඩලයක් පත් කරනවා. මෙය තුන්වැනි පාර්ශ්වයකුයි. එහිදීද යෝජනා සලකා බලා සාධාරණ යුක්ති සහගත විසඳුමක් ලබා දෙනවා. මේ යෝජනා පිළිගැනීමට හෝ ප්‍රතික්ෂේප කිරීමට සේවායෝජක වන ඔබට මෙන්ම, සේවක පාර්ශ්වයට හැකි නමුත් එම යෝජනා නැතිනම් අදාල ප්‍රදාන නිකුත් කිරීමට විරුද්ධ වීමට දෙපාර්ශ්වයටම නොහැකි බව ඔබ දැන ගන්න ඕනෑ.

ඒ අනුව,

1. ස්වේච්ඡා බේරුම්කරණය හා
2. අනිවාර්ය බේරුම්කරණය,

ලෙස බේරුම්කරණ අවස්ථා 2 ක් ඔබට ලබා ගන්නට පුළුවන්.

■ ස්වේච්ඡා බේරුම්කරණය

කාර්මික ආරවුල් පනතට අනුව යම් ආරාවුලකට සම්බන්ධ දෙපාර්ශ්වයම එකඟ වේ නම් පමණක් බේරුම් කරුවෙකු වෙත යොමු කර, එකී ආරාවුල බේරීමට කටයුතු කිරීමේ බලය කම්කරු කොමසාරිස් වෙත පැවරී තිබෙනවා. ඒ අනුව දෙපාර්ශ්වයේම එකඟතාවයෙන් යුතුව බේරුම් කරුවෙකු පත් කළ හැකියි.ඔබ හෝ ඔබේ සේවකයන් එලෙස පත් කිරීමට එකඟ නොවේ නම්, ඔබ දෙපාර්ශ්වයම බේරුම් කරුවන් පත් නොකරයි නම්, කම්කරු කොමසාරිස් විසින් පත් කරන බේරුම්කරුවකු මගින් ආරාවුල් බේරුම් කිරීම ස්වේච්ඡා බේරුම් කරණය නම් වෙනවා. මේ පිළිබඳව දැන සිටීම ඔබට වැදගත් වන්නේ, එවැනි යම්කිසි ආරාවුලක් ඇති වුවහොත් කටයුතු කළයුතු ආකාරය පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබාගත හැකි නිසයි.

■ අනිවාර්ය බේරුම්කරණය

කාර්මික ආරවුල් පනතට අනුව ඔබ හෝ ඔබේ සේවකයන් අතර ආරාවුලක් ඇති විට ඔබ

දෙපාර්ශ්වයම එකඟ වුවත් නැතත්, නැත්නම් ඔබ දෙපාර්ශ්වයේ කැමැත්ත නොවිමසා අදාල කාර්මික ආරවුල විසඳීම සඳහා බේරුම්කරුවෙක් වෙත හෝ කම්කරු අධිකරණයක් වෙත යොමු කිරීමේ බලය කම්කරු ඇමතිවරයාට අති අතර, මෙලෙස බේරුම්කරණයක් සිදු කිරීම අනිවාර්ය බේරුම්කරණය නම් වෙනවා. මේ පිළිබඳව දැනගෙන සිටීම සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයකුට බෙහෙවින් වැදගත් වෙනවා. (කාර්මික ආරවුල් පනතට අදාල බොහෝ කරුණු හා වෘත්තීය සංගම් පිළිබඳව විවිධ කරුණු ඔබ විසින් දැනගතයුතු අතර, ඒ සඳහා සුදුසු අවස්ථාවලදී ඒවා පරිශීලනය කළ යුතුයි. මෙහි ඒ සියලුම තොරතුරු අන්තර්ගත නොවෙයි)

සේවක අර්ථසාධක අරමුදල හා සේවක භාරකාර අරමුදලේ අවශ්‍යතාව

සේවකයින්ට බෙහෙවින් ප්‍රයෝජනවත් පනත් දෙකක් තමයි, සේවක අර්ථසාධක අරමුදල් පනත හා සේවක භාරකාර අරමුදල් පනත. මෙම පනත්වලින් බෙහෙවින් වැදගත් තොරතුරු සේව්‍ය - සේවක දෙපාර්ශ්වය වෙත ලබා දෙනවා. මෙම පනත්වලින් සේවකයන්ට ජීවිතයේ සැඳෑසමය තුල කරදරයකින් තොරව ජීවත්වීමට අවශ්‍ය පහසුකම් සලසා දී තිබෙනවා. මෙම අර්ථසාධක හා භාරකාර අරමුදල් මගින් සේවකයන් විශ්‍රාම ගත් පසුව තම ජීවිතය ගෙන යාමට අවශ්‍ය මූල්‍ය ඉතිරි කිරීමක් සිදුකර දෙනු ලබනවා. මෙය අනිවාර්ය කාර්යයක් වන බැවින්ද, මෙම නීතිරීතිවල විධිවිධානවලට විශේෂයෙන් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායක ඔබ බැඳී සිටින බැවින් ද, එම අවශ්‍යතා පිළිබඳව තොරතුරු ඔබ දැන සිටීම වැදගත් වෙනවා. එමෙන්ම මෙය සමාජ සුරක්ෂණ ක්‍රමයක් ලෙසද ඉතා වැදගත් වෙනවා.

1958 අංක 15 දරණ සේවක අර්ථසාධක අරමුදල් පනත

2012 අංක 02 දරණ සේවක අර්ථ සාධක අරමුදල් සංශෝධිත පනත

මෙය කම්කරු දෙපාර්තමේන්තුව හා ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව එක්ව පාලනය කරනු ලබයි

සේවකයාගේ මුළු ඉපැයීම් වලින් 12% සේවායෝජකයා වන ඔබ විසින් ද, 8% ක් පමණ සේවකයා විසින් ද මෙම අරමුදල ගෙවිය යුතුයි.

ඒ අනුව සේවකයකු උපයන මුළු වටිනාකමින් 20% ක් මෙම අරමුදලට බැර වනු ඇති.

අතිකාල හැර කම්කරු කොමසාරිස් අනුමත කර ඇති සියලුම සේවක දීමනා මෙම මුළු ඉපැයීම්වලට අයත් වෙනවා.

එක් සේවකයකු ඔබ යටතේ සේවය කරන්නේ නම් ඔහුටද, ආධුනිකයන්ටද, වැඩ පුහුණුවන්නන්ටද, කොන්ත්‍රාත් පදනමේ හෝ තාවකාලිකව සිටින සෑම අයෙකුටමද අනියම් සේවකයන්ටද දායක මුදල් ඔබ විසින් ගෙවිය යුතුයි.

නමුත් පහත සඳහන් අය මෙම පනතින් ආවරණය වන්නේ නැහැ.

- සමාගමක අධ්‍යක්ෂවරුන්
- හවුල් ව්‍යාපාරයක හවුල්කරුවන්
- රජයේ සේවයේ නියුතු විශ්‍රාම වැටුප් ලාභීන්
- පළාත් පාලන සේවයේ නියුතු විශ්‍රාම වැටුප් ලාභීන්
- පිටරටක සේවය කරන ශ්‍රී ලාංකිකයන්
- පිටරටක විශ්‍රාම වැටුප් ඇති ශ්‍රී ලංකාවේ සේවය කරන විධායක නිලධාරීන්

මෙම ඉහත සඳහන් අයෙකු හැර අන් සියලුම දෙනා සේවක අර්ථසාධක අරමුදලට දායක වෙනවා.

මෙලෙස පිහිටුවා ඇති සේවක අර්ථසාධක අරමුදලේ ප්‍රතිලාභ ඉල්ලූ සැනින් ලබා ගැනීමට අවස්ථාව ලැබෙන්නේ නැහැ. සේවක අර්ථසාධක අරමුදලේ ප්‍රතිලාභ ලබා ගත හැකි අවස්ථා මෙසේයි.

- වයස අවුරුදු 55 සපුරන පිරිමියෙකුට ප්‍රතිලාභ ලබා ගත හැකියි
- වයස අවුරුදු 50 සපුරන කාන්තාවකට ප්‍රතිලාභ ලබා ගත හැකිය
- යම් සේවකයෙකු ඔබ ව්‍යාපාරයෙන් ඉවත්ව රජයේ විශ්‍රාම වැටුප් ලබන රැකියාවකට ගියහොත්,
- වෛද්‍ය හේතූන් මත රැකියාව නතර කරනු ලබන විටක / සේවකයෙකු මරණයට පත්වූ විට සේවකයාගේ උරුමකරුවන්ට

- ආපසු ශ්‍රී ලංකාවට නොපැමිණෙන බලාපොරොත්තුවෙන් ශ්‍රී ලංකාව හැර යන සේවකයින්ට,
- කාන්තාවක විවාහ වීමට අපේක්ෂාවෙන් රැකියාව හැර යන්නේ නම් සහ නැවත රැකියාවක් කිරීමට බලාපොරොත්තුවක් නොමැති නම්,

ප්‍රතිලාභ ලබා ගත හැකියි.

1980 අංක 46 දරණ සේවක භාරකාර අරමුදල් පනත

- මෙයද සේවක භාරකාර අරමුදල් මණ්ඩලය මගින් පාලනය වෙනවා. මෙය ව්‍යවස්ථාපිත මණ්ඩලයක් ද වෙනවා.
- මෙම අරමුදලට සේවායෝජක ඔබ විසින් පමණක් දායක මුදල් ගෙවිය යුතුයි
- සේවකයා මේ සඳහා දායක මුදල් ගෙවන්නේ නැහැ
- සේවකයාගේ මුළු ඉපැයීම් වලින් 3% ක් මෙම අරමුදලට ගෙවිය යුතුයි.
- සේවානියුක්තිය අවසන් වූ විටක මෙයින් ද ප්‍රතිලාභ ලබා ලත හැකියි
- සේවකයා මියගිය හොත් උරුමකරුවන්ට හෝ නාමිකයාට ප්‍රතිලාභ ලබා ගත හැකියි.

සේවය කරමින් සිටියදී පහත සඳහන් ප්‍රතිලාභ භුක්ති විඳීමට සේවකයින්ට හැකියාව පවතිනවා

- රු. 50,000/- දක්වා ජීවිත රක්ෂණ ආවරණය
- රු. 200,000 /- දක්වා නිත්‍ය දුබලතා රක්ෂණ ආවරණය
- රු. 150,000/- ක් දක්වා හදවත් සැත්කම් සඳහා මූල්‍ය සහන
- එක් ඇසකට රු. 9,000/- බැගින් අක්ෂිකාච සඳහා වියදම් ප්‍රතිපූරණය
- පහ වසර ශිෂ්‍යත්ව විභාගය සමත් වන අයට රු. 15,000/- ක් දක්වා මූල්‍යාධාර
- රු. 25,000/- ක උපරිමයක් දක්වා රෝහල් ගත වෛද්‍ය ප්‍රතිකාර සඳහා මූල්‍ය සහන
- අඩු පොලී නිවාස ණය පහසුකම්
- රු. 150,000/- ක් දක්වා වකුගඩු බද්ධ කිරීම සඳහා මූල්‍ය සහන ලබාදීම
- සාමාජිකයන්ගේ අ.පො.ස. (උ/පෙළ) සමත් දරුවන්ට උසස් අධ්‍යාපනය සඳහා රු. 12,000/- ක මූල්‍යාධාර ලබාදීම

මෙම සේවක අර්ථසාධක අමුදලට වගේම, සේවක භාරකාර අරමුදලටද සේවායෝජක/ව්‍යවසායක ඔබ විසින් නිසි පරිදි නිසි වෙලාවට අරමුදල් එකතු කර ගෙවිය යුතුයි. මෙම අරමුදල් වලට මුදල් ගෙවීමේ වගකීම පැවරී ඇත්තේ සේවායෝජක ඔබටයි. ඔබ විසින් සේවක වැටුපෙන් අදාල අනුපාතයන් අඩුකර ගත යුතුයි. එලෙස සේවක වැටුපෙන් කපා ගත් මුදල් සෑම මසකම අරමුදලට ගෙවිය යුතුයි. එක් මසකට අදාල වන මුදල් ඊළඟ මාසයේ අවසානයට පෙර අරමුදලට ගෙවිය යුතුයි. නියමිත දිනට එම මුදල් ගෙවීමට අපොහොසත් වූ විට ඒ සඳහා දඩ මුදල් ද ගෙවිය යුතු වෙනවා. එබැවින් මේ පිළිබඳව මනා සැලකිල්ලෙන් කටයුතු කළ යුතු බව ඔබ මතක තබා ගන්න.

1954 අංක 19 දරන සාප්පු හා කාර්යාල සේවක පනත

මෙම පනතට අනුව සාප්පු හා කාර්යාල යනු කුමක්දැයි දක්වා තිබෙනවා. ඒ අනුව සාප්පුවක් යන්නට, සිල්ලර හෝ තොග වෙළඳාම පවත්වා ගෙන යන ආයතන, බාබර් සාප්පු, හෝටල්, කැමබීම අලෙවි කරන තැන් හෝ වෙනත් ඕනෑම ව්‍යාපාරයක් ද ඇතුළත් වෙනවා.

කාර්යාලයක් යන්නට, වෛද්‍ය, නීතිඥ, මිනින්දෝරු, ගණකාධිකාරි වැනි වෘත්තීන්වල නියැලෙන අයගේ කාර්යාල, පුවත්පත් කාර්යාල, කම්හල්වල ගණක කාර්යාල, බැංකු, තැරැව්කරුවන්, රක්ෂණ සමාගම්, නාවික

සමාගම්, වතු නියෝජිත, ප්‍රචාරක නියෝජිත හා කොමිස් නියෝජිතයන් ඇතුලත් සෑම කාර්යාලයක්ම අයත් වෙනවා.

ඒ අනුව, ඔබ කුමන ආකාරයක ව්‍යාපාරයක් කළද සාප්පු හා කාර්යාල සේවක පනතේ විධිවිධාන ක්‍රියාත්මක කිරීමට බැඳී සිටිනවා.

මෙම පනතේ විධිවිධාන දැන ගන්න

- දිනකට වැඩ කළ යුතු පැය ගණන 8 ක් හෝ සතියකට පැය 45 ක උපරිම පැය ගණන විය යුතුයි.
- සතියකට දින එක හමාරක (1 ½) ක නිවාඩුවක් ලබාදිය යුතුයි (අවම වශයෙන්)
- සේවකයකු අඛණ්ඩව පැය 5 කට වඩා වැඩි කාලයක් සේවයේ නොයෙදවිය යුතුයි
- සේවය කරන ස්ථානයේ හා ඒ ආශ්‍රිතව ප්‍රමාණවත් වාතාශ්‍රයත් හා ආලෝකයක් පැවතිය යුතුයි
- ගැහැණු හා පිරිමි වශයෙන් සනීපාරක්ෂක සේවා වෙන වෙනම සැපයිය යුතුයි
- වාර්ෂික නිවාඩු අඛණ්ඩව වර්ෂයක් සේවය කළ අයෙකුට දින 14 ක්ද, අනියම් නිවාඩු දින 7 ක් ද අනෙකුත් සියලුම ව්‍යවස්ථාපිත නිවාඩුවලටද හිමිකම් ලබයි. (සේවකයන් සේවයට බැඳෙන දිනට අනුව ලැබෙන නිවාඩු ප්‍රමාණය වෙනස් වන බව ද හොඳින් සිතට ගන්න)

- අවුරුදු 14 ට අඩු ගැහැණු/පිරිමි ළමයින් රැකියාවේ නොයෙදවිය යුතුය.
- නීතියෙන් බලය ලත් අඩු කිරීම් හැර වෙනත් කිසිදු අඩු කිරීමකින් තොරව සේවක වැටුප් ගෙවිය යුතුයි
- අඩු කිරීම් සිදු කළ හැක්කේ (දඩ මුදල් ඇතුළුව) 6% නොඉක්මවන පරිදිය.
- ව්‍යවස්ථාපිත නිවාඩු ලෙස රජය මගින් ලබාදෙන අනිවාර්ය නිවාඩු දින අදහස් කරයි
- (සිංහල අලුත් අවුරුදු දිනය, තෛපොන්ගල් දිනය, වෙසක් දිනය, මහමද් තුමා උපන් දිනය, නිදහස් දිනය, මහ සිකුරාදා දිනය, රාමසාන් දිනය, නත්තල් දිනය, මැයි දිනය හෝ රජය ලබා දෙන විශේෂ නිවාඩු දින, ව්‍යවස්ථාපිත නිවාඩු දිනයන් වෙයි.)
- ප්‍රසූත නිවාඩු දින 84 ක් ලබාගත හැකියි.

මෙය ව්‍යවසායක ඔබට බෙහෙවින් වැදගත් වෙනවා. ඒ කියන්නෙ, සේවකයන්ගේ අයිතිවාසිකම් රැසක් මේ තුල ඇතුලත් වෙනවා. එබැවින් ඔබ ව්‍යාපාර කටයුතු සිදු කිරීමේදී මේවා පිළිබඳව සැලකිල්ලෙන් යුතුව කටයුතු කරන්න ඕනෑ. එවිට ඔබේ ව්‍යාපාරය සාර්ථකව පවත්වා ගෙන යා හැකියි. බොහෝ වෘත්තීය සමිති මේවා පිළිබඳව දැනුම්වත් බැවින්ද, ඔබේ සේවකයන් ද එම වෘත්තීය සමිතිවල සාමාජිකයන් විය හැකි බැවින්ද, සේවායෝජකයෙක් ලෙස ඔබ මේවා පිළිබඳව හොඳ අවබෝධයකින් යුතුව සිටිය යුතු බව මතක තබා ගන්න.

1983 අංක 12 දරණ පාරිතෝෂික ගෙවීම් පනත

මෙය ද තවත් සමාජ ආරක්ෂණ නීතියක් ලෙස දැක්විය හැකිය. මෙය සේවා සුරක්ෂිතතාවය වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා කම්කරු නීති ක්ෂේත්‍රයට එක් කොට තිබෙනවා. මෙහි මූලික අරමුණ වන්නේ සේවකයන්ගේ සේවා කාලය සැලකිල්ලට ගෙන සේවායෝජකයන් වන ඔබලා වෙතින් පාරිතෝෂිකයක් ගෙවීමට නීතියෙන් දිරිමත් කිරීමයි. ඒ අනුව 1983 අංක 12 දරණ පාරිතෝෂික පනත, 1990 අංක 41 හා 1992 අංක 62 දරණ පාරිතෝෂික සංශෝධිත පනත් ලෙස පාරිතෝෂික ගෙවීම් පිළිබඳව වන පනත්වල අඩංගු සියලුම කරුණු ඔබ විසින් සැලකිල්ලට ගත යුතු වෙනවා.

පාරිතෝෂික ලබා ගැනීමට සුදුසු අය ඔබ දන්නවාද ?

- අවුරුදු 5 කට නොඅඩු කාලයක් ඔබ ළඟ සේවය කළ සේවකයෙක්
- සේවකයන් 15 ක් හෝ ඊට වැඩි ගණන් සේවය කරන ආයතන සේවකයන්

ඔබ ආයතනයටත් මෙය බලපාන්න පුළුවන්. එබැවින් මේ පිළිබඳව දැන ගැනීම වැදගත් වෙනවා.

මෙලෙස ඔබේ ආයතනය තුල සේවය කරනු ලබන සේවකයෙක්

- විශ්‍රාම ගිය විට
- අස්ව ගියවිට
- අස් කළවිට

පාරිතෝෂික ගෙවීම කළ යුතු අතර යම් සේවකයෙකු මියගියවිට ඔහුගේ නීත්‍යානුකූල උරුමකරුවන් වෙත පාරිතෝෂික ගෙවීම කළ යුතු වෙනවා.

එසේ වුවද ආයතනයෙන් පාරිතෝෂික ලැබීමට සුදුසු සේවකයෙකු,

- යම්කිසි වංචාවක් කළහොත්,
- අරමුදල් වැරදි ලෙස පරිහරණය කළහොත්,
- ඔබේ දේපලවලට හානියක් සිදුකළහොත්,
- ප්‍රමාණවත් හොරකමක් සිදුකළහොත්,

ආදී කරුණු මත ඔහුගේ සේවය අවසන් කරනු ලැබුවහොත් ඔහු විසින් කරන ලද පාඩුව පියවා ගැනීමට ප්‍රමාණවත් වන පරිදි පාරිතෝෂික මුදල් නොගෙවා අඩු කර ගැනීමට ඔබට පුළුවන්.

ඒ වගේම,

- පෞද්ගලික නිවසක සේවය කරන සේවකයෙක්,
- පෞද්ගලික රියදුරෙක්,
- පෞද්ගලිකව කම්කරු සේවයක යෙදෙන්නෙක්,
- දායක විශ්‍රාම වැටුප් ක්‍රමය යටතේ විශ්‍රාම වැටුපකට හිමිකමක් ඇති අයෙක්,
- දෛනිකව සේවයේ යෙදෙන්නෙක්,

පාරිතෝෂික මුදල් ලැබීමට සුදුස්සෙක් වන්නේ නැත.

1934 අංක 19 දරණ වන්දි ආඥා පනත

1990 අංක 15 දරණ සංශෝධිත වන්දි පනත

සේවායෝජක ඔබ වැනි අය සේවකයන්ගෙන් යම් සේවයක් බා ගැනීමේ දී විවිධ හේතු මත වන්දි ගෙවීමට සිදුවන බැවින්, මේ පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබා ගැනීම වැදගත් වෙනවා.

සේවයේ නියුක්තව සිටියදී යම් සේවකයෙකු අනතුරකට පත්වුවහොත් සේව්‍යායා වන ඔබ විසින් ගෙවිය යුතු වන්දිය පිළිබඳව නීතිමය කරුණු මේ පනත් මගින් සාකච්ඡා කර තිබෙනවා.

ඔබේ ආයතනයේ සේවය කරනු ලබන සේවකයෙකු සේවය ඉටු කිරීමේදී හෝ සේවයට ඒමේදී හෝ සේවය නිමවා ආපසු යාමේදී කිසියම් අනතුරක් නිසා මියගියහොත්, ස්ථිර හෝ තාවකාලික ශාරීරික බෙලහීනතාවකට පත්වුවහොත් හෝ යම්කිසි වෘත්තීමය රෝගයකට ගොදුරුවීමක් ඇතිවුවහොත් එම සේවකයාට ඉන් සිදුවන හානියට සේවායෝජක ඔබගෙන් ඔහුට හෝ ඔහුගේ යැපෙන්නන්ට වන්දි ලබා ගැනීමට මේ පනත යටතේ හැකියාවක් පවතිනවා. එබැවින් ඔබ මේ පිළිබඳව පුළුල් දැනීමකින් යුතුව කටයුතු කළ යුතු වෙනවා.

මේ සේවක වන්දි ආඥා පනත යටතේ සේවකයා නැතිනම් කම්කරුවා යන්නට සියලුම රජයේ සේවකයන් හා පෞද්ගලික අංශයේ සේවකයන් ඇතුළත් වෙනවා. මේ පනත යටතේ ත්‍රිවිධ හමුදාවේ හා පොලීසියේ සේවය කරන අය කම්කරුවන්/සේවකයන් ලෙස නොසැලකෙනවා. නමුත් සේවායෝජක ඔබ සමග ගිවිසුමකට ප්‍රකාශිතව හෝ ව්‍යාංගයෙන් හෝ එළඹ ඇත්නම්, එලෙස වැඩ කරන සියලුම සේවකයන්/කම්කරුවන් සඳහා සිදුවන ඉහත තත්ත්වයකදී වන්දි ලබා ගත හැකියි. මෙම වන්දි ආඥා පනතට අනුව සේවායෝජකයෙකු ලෙස සලකනු ලබන්නේ

- සියලුම පෞද්ගලික අංශයේ සේවායෝජකයන්
- සංස්ථා හා ව්‍යවස්ථාපිත මණ්ඩල ප්‍රධානීන්
- සමාගම් අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩල සාමාජිකයින්
- නෛතික අධිකාරින් වැනි සංස්ථාපිත පුද්ගලයන්
- හවුල් ව්‍යාපාරවල හවුල්කරුවන්
- සමිති වැනි සංස්ථාපිත නොවන පුද්ගල මණ්ඩලයක්
- මියගිය අයගේ උරුමකරුවන්, පොල්ම:කරුවන්, සේවායෝජකයෙකුගේ කළමනාකරවන්, නියෝජිතයෙකු ආදි අයයි.

එබැවින් ඔබ මේ කුමන ආයතනයක සේවායෝජකයෙකු වුවද, මේ පනතේ විධිවිධානවලට අනුව කටයුතු කළයුතු වෙනවා.

මෙම පනත යටතේ වන්දි ලැබීමට සුදුසුකම්

- සේවය කරමින් සිටින අතරතුරදී අනතුර සිදුවිය යුතුයි
- අනතුර සිදුවන වේලාවේ කුමන හෝ මත්ද්‍රව්‍යයක් භාවිත කර නොසිටිය යුතුයි.
- අනතුර සිදුවන වේලාවේ මත්පැන් පානය කර නොසිටිය යුතුයි
- ලබා දී ඇති උපදෙස් පිළිපැද තිබිය යුතුයි.
- අදාල ආරක්ෂක උපාංග පැළඳගෙන සේවයේ යෙදී සිටිය යුතුයි.
- තමාට අදාළ සේවාවන් පමණක් සිදු කරමින් සිටිය යුතුයි.

මේ ඉහත අවස්ථාවලින් බැහැරව සේවය කරමින් සිටියදී යම් අනතුරක් සිදුවුවහොත් ඔබ සේවකයාට වන්දි ගෙවීමට බැඳී නැහැ.

එනම්,

- අදාල කටයුතු සිදු නොකරමින් සිටින විට
- අදාල ආරක්ෂක උපදෙස් පිළිපැද නොතිබූ විට
- අදාල ආරක්ෂක උපාංග පැළඳ නොසිටි විට
- නොසැලකිල්මත් හා අපරික්ෂාකාරි ලෙස කටයුතු සිදුකර ඇතිවිට
- මත්ද්‍රව්‍ය හෝ මත්පැන් පානය කර ඇතිවිට,

සිදුවූ අනතුරුවලට වන්දි ගෙවීමට ඔබ බැඳී නොමැති බවද සිත්හි තබා ගන්න. කෙසේ නමුත් මේ පිළිබඳව හොඳින් දැන සිටීම ඉතා වැදගත් වෙනවා.

වන්දි ලබා ගැනීම

වන්දි ගෙවීමට සිදුවන පරිදි සේවකයාට අනතුරක් සිදුවී ඇත්නම් සේවායෝජක ඔබ ස්වේච්ඡාවෙන් වන්දි ගෙවීම සිදු කළ යුතු වෙනවා. යම් හෙයකින් ඔබ වන්දි නොගෙවා සිටියහොත් අනතුරට පත් සේවකයාට වසර 2 ක් ඇතුලත කම්කරු වන්දි කොමිසම හමුවේ නඩුවක් පවරා වන්දි අයකර ගත හැකියි. මෙලෙස අනතුරට පත්ව දුබලතාවයට පත් සේවකයා මියගියේ නම් ඔහුගේ යැපෙන්නන් වන කලත්‍රයාට සහ දරුවන්ට වන්දි ලබාගත හැකි වෙනවා. එමෙන්ම එම වන්දි මුදල් මුදලින්

ගෙවීමද කළ යුතු බව සිතට ගත යුතුයි.

මෙවැනි දේවල් ඇතිවීමට හැකි බැවින් ඒවාට මුහුණ දීමට සිදුවන බව සිතා ඔබ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකු ලෙස ඔබේ ව්‍යාපාරය මෙහෙයවිය යුතුයි. නැතිනම් එවැනි අවස්ථාවකදී ඔබද මූල්‍ය දුෂ්කරතාවකින් සිටියහොත් ඔබට මහත් ගැටලුවලට මුහුණ දීමට සිදුවෙනවා.

කම්කරු නීතිරීතිවලට අනුව සේවායෝජක ඔබට මෙන්ම සේවකයන්ටද අයිතිවාසිකම් හා යුතුකම් (වගකීම්) රැසක් පවතිනවා. ඇත්තටම ඔබ ඒවා පිළිබඳව දැන ගන්න ඕනෑ.

සේවායෝජක ඔබට ඇති අයිතිවාසිකම්

- තම ව්‍යාපාරයට සේවකයෙකු ලෙස ඕනෑම අයෙකු තෝරා ගැනීමට අයිතියක් තිබෙනවා.
- සේවා ගිවිසුමක් පිළියෙල කිරීටමත්, තමාට කැමති ඕනෑම කොන්දේසියක් ඇතුළත් කිරීමටත් අයිතියක් තිබෙනවා.
- පවත්වා ගෙන යාමට අපහසු නම් තම ව්‍යාපාරයෙන් කොටසක් හෝ සම්පූර්ණයෙන්ම වසා දැමීමට අයිතියක් තිබෙනවා.
- ව්‍යාපාරයේ ඕනෑම සේවකයෙකු මාරු කිරීමට ඇති අයිතිය, එය යහපත උදෙසා හෝ දඬුවමක් උදෙසා හෝ සාමාන්‍ය ක්‍රමය අනුව හෝ සිදු කළ හැකියි.
- කාර්මික ආරාවුල් පනතේ විධිවිධානවලට යටත්ව ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සිටින අතිරික්ත සේවකයන් ඉවත් කිරීමට අයිතියක් පවතිනවා.
- ඕනෑම සේවකයෙකුට සුදුසු පරිදි උසස්වීමක් ලබා දීමට අයිතියක් තිබෙනවා.
- සේවක කාර්යක්ෂමතාවට හෝ වෙනත් හැකියා සැළකිල්ලට ගෙන වැටුප් හෝ දීමනා වැඩි කිරීමට අයිතියක් පවතිනවා.
- සේවකයෙකු සිදු කරන විෂමාචාර ක්‍රියාවක් සම්බන්ධ දඬුවම්දීමට අයිතියක් තිබෙනවා.

මේවා දන්නවා නම් ඔබට ඉතා පහසුවෙන් සේවකයන් සමග කටයුතු කිරීමට පුළුවන.

සේවායෝජක ඔබේ යුතුකම් හා වගකීම්

- එකඟ වූ පරිදි නීතියේ නියමයන්ට අනුව වැටුප් ගෙවීම යුතුකමක් වෙනවා.
- නියමිත දිනයන්හිදී සියලුම දෙනා වෙත වැටුප් ලබාදීම ද ඔබේ යුතුකමක් වෙනවා
- සේවයේ යෙදී සිටියදී සිදුවන ශාරීරික අනතුරක් සඳහා වන්දි ගෙවීම ඔබේ යුතුකමක්/වගකීමක් වෙනවා.
- සේවකයන් වෙත ආරක්ෂිත ක්‍රමවේදයන් කියාදීමත්, ආරක්ෂක උපකරණ ලබාදීමත් ඔබේ වගකීමක් වෙනවා.
- ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් සේවය හැර යනවිට ඔබ විසින් සේවකයාට සේවා සහතිකයක් ලබා දිය යුතුයි.
- සියලුම ආරක්ෂක සංවිධාන සහිතව සේවය කිරීමට ඉඩ ලබාදීම කළ යුතු අතර, එය පොදු නීතියේ අවශ්‍යතාවයක් වෙනවා.
- සේවකයන්ගේ ආත්ම ගරුත්වය ආරක්ෂා වන පරිදි කටයුතු බල යුතු අතර රහස්‍යභාවය ආරක්ෂා කළ යුතු වෙනවා.
- සේවකයන්ට යම්කිසි කරදරයක් හිරිහැරයක් සිදුවූ විට ඒ සම්බන්ධයෙන් සොයා බලා සුදුසු පරිදි කටයුතු කළ යුතු වෙනවා.

සේවායෝජක ඔබ සමග ඇති සේවක සම්බන්ධතාවය අවසන් කළ හැකි ආකාර

01. **විශ්‍රාම ගැන්වීම** - ඔබේ සේවකයෙකු විශ්‍රාම යාමට සුදුසු පරිදි වයස සම්පූර්ණ කර ඇත්නම් ඔහුගේ සේවය අවසන් කිරීමට පුළුවන්. නමුත් එහිදී සේවකයන්ගේ සේවය අවසන් කිරීමේ පනතේ විධිවිධානයන්ට අනුව එසේ සේවය අවසන් කිරීමට පෙර සේවකයාගේ කැමැත්ත හෝ කම්කරු කොමසාරිස්වරයාගේ ලිඛිත අනුමැතියක් ලබා ගැනීමට අවශ්‍ය වෙනවා. එවිට සේව්‍ය, සේවක සම්බන්ධතාවය අවසන් වෙනවා.

02. **සේවය නැවැත්වීම** - අසතුටුදායක ලෙස සේවය සිදු කරන්නේ නම් හෝ වෙනත් සාධාරණ හේතුවක් මත සේවකයෙකුගේ සේවය අවසන් කිරීමට ඔබට හැකියාවක් තිබෙනවා. නමුත් අදාල වන නීතිරීතිවල ප්‍රතිපාදනවලට යටත්ව එය සිදු කළ

හැකිය. මෙයින්ද සේව්‍ය සේවක සම්බන්ධතාවය අවසන් වෙනවා.

03. **විනයානුකූල හේතූන් මත** - ඔබ සමග එළඹ ඇති සේවා ගිවිසුමේ කොන්දේසි උල්ලංඝනය කරමින් විෂමාචාර ක්‍රියා සිදු කරනු ලබන්නේ නම්, එම සේවකයන්ගේ සේවය ඔබට අවසන් කිරීමට පුළුවන්. ඒ සඳහා අදාල සේවකයාගේ හෝ කම්කරු කොමසාරිස්වරයාගේ කැමැත්ත ලබා ගැනීමට අවශ්‍ය වන්නේ නැහැ. මෙයද සේව්‍ය සේවක සම්බන්ධතාවය අවසන් වීමකුයි.

04. **වෛද්‍ය හේතූන් මත** - කිසියම් වෛද්‍යවරයකු විසින් සේවකයාට තවදුරටත් සේවය කිරීමට තරම් යෝග්‍යතාවයක් නොමැති බවට වාර්තාවක් ලබාදුන් විට ඔහුගේ/ ඇයගේ සේවය ඔබට අවසන් කළ හැකියි. මෙයද සේව්‍ය, සේවක සම්බන්ධතාවය අවසන්වීමකුයි.

05. **කුමන හෝ හේතුවක් හෝ හේතු මත සේවා ස්ථානය වසා දැමීම** - සේවකයන්ගේ ලිඛිත කැමැත්ත පරිදි හෝ කම්කරු කොමසාරිස්වරයාගේ පූර්ව ලිඛිත අනුමැතිය මත ඔබ විසින් ඔබේ ව්‍යාපාරය වසා දැමීම සිදු කල විට, එයද සේව්‍ය, සේවක සම්බන්ධතාවයන් අවසන්වීමට බලපානවා. ඔබේ අභිමතය පරිදි ව්‍යාපාරය වසා දැමීමට තීරණය කළද, ඒ සඳහා ඉහත පරිදි සේවකයන්ගේ හෝ කම්කරු කොමසාරිස්වරයාගේ අනුමැතිය ලබාගත යුතු වෙනවා.

06. **නීතිය ක්‍රියාත්මක වීමෙන්** - සේවකයා හා සේවායෝජක ඔබ අතර මූලික මැදිහත්වීමකින් තොරව නීත්‍යානුකූල හේතුවක් හෝ හේතූන් මතද සේව්‍ය, සේවක සම්බන්ධතා සඳහා වන ගිවිසුමක් අවසානයට පත්විය හැකියි. එවැනි අවස්ථා නම්,

I. සේවකයන් හා සේවක දුබලතා ගිවිසුමක නිශ්චිත ලෙස කාලයක් ප්‍රකාශිත ලෙස හො ව්‍යාංගයෙන් සඳහන් වන්නේ නම් එම කාලය ඉකුත් වීමෙන්.

II. මරණයට පත්වීම, ශාරීරික දුබලතාවක් හෝ වෙනත් අසනීප තත්තවයක් නිසා පසුකාලීන නොහැකියාවන් හේතුවෙන්.

III. ගිවිසුමේ කොන්දේසි ප්‍රකාරව සේවා ගිවිසුම අවසන් වීමෙන්.

IV. අලුතින් ගිවිසුමක් ඔබ හා සේවකයාන් අතර අත්සන් කළවිට.

V. සේවා ගිවිසුම අවලංගු කිරීමක් සිදු වූ විට.

VI. ව්‍යාපාරයක් බංකොලොත් වීම හේතුවෙන් ඇති වන නීතිමය තත්ත්වය මත

VII. ව්‍යාපාරයක් ඇවර කිරීම හේතුවෙන් ඇති වන නීතිමය තත්ත්වය මත

සේවායෝජක ඔබ විසින් සේවකයන්ට එරෙහිව පැවරිය හැකි දඬුවම්

1. විනය පරීක්ෂණ කිරීම
2. අවවාද කිරීම
3. වැටුප් වර්ධක ප්‍රමාද කිරීම
4. වැටුප් වර්ධක නැවැත්වීම
5. සේවයෙන් පහත හෙළීම
6. සිටින ස්ථානයෙන් වෙනත් තැනකට මාරු කිරීම
7. ප්‍රසාද දීමනා අඩු කිරීම
8. ප්‍රසාද දීමනා නැවැත්වීම

9. දඩ අය කිරීම
10. සේවයෙන් පහ කිරීම
11. තාවකාලික සේවය අත්හිටුවීම

12. අනිවාර්ය නිවාඩු යැවීම

13. වැටුප් සහිතව වැඩ නැවැත්වීම

14. නිතිමය කටයුතු සිදු කිරීම

ව්‍යාපාර ලියාපදිංචි කිරීම

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ඒවායේ අයිතිය අනුව පහත සඳහන් පරිදි වර්ග කිරීමට පුළුවන්.

- තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර
- හවුල් ව්‍යාපාර
- සමාගම්
- පෞද්ගලික සමාගම්

තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර

ශ්‍රී ලංකාව තුල බහුලව දක්නට ඇත්තේ තනි පුද්ගල ව්‍යාපාරයි. එනම් ව්‍යාපාරයේ අයිතිය තනි පුද්ගලයෙකු සතුව පවතින සහ ව්‍යාපාරයේ ඇති සියලුම වත්තම් හා වගකීම් සඳහා එම අය විසින් පුද්ගලිකව වගකීමට බැඳෙන ව්‍යාපාරයි. මෙවැනි ව්‍යාපාරවල ප්‍රාග්ධනය යෙදවීම සහ පරිපාලන කටයුතු හිමිකරු විසින්ම සිදු කරනු ලබනවා. එමෙන්ම බොහෝ විට පවුලේ සාමාජිකයන් සේවකයන් ලෙස කටයුතු කරනු ලබනවා.

හවුල් ව්‍යාපාර

පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ ඊට වැඩි පිරිසකගේ මුදල් ආයෝජනයෙන් (උපරිම 15 දෙනෙකු) අරඹා ඔවුන් විසින් පාලනය සහ අයිතිය පවත්වා ගෙන යනු ලබන ව්‍යාපාර හවුල් ව්‍යාපාර වෙනවා. මේවායේ සියලුම වත්කම් හා වගකීම් හවුල්කරුවන් අතර බෙදී යනවා. එමෙන්ම ව්‍යාපාරයේ සියලුම කටයුතු හවුල්කරුවන් විසින් සිදු කරනු ලබනවා.

සමාගම්

සමාගමක් යනු ඉතා විධිමත් ලෙස පවත්වා ගෙන යන ව්‍යාපාර සංවිධානයක් වෙනවා. සමාගමක අයිතිය පවතින්නේ කොටස්කරුවන් සතුවයි. එය මෙහෙයවනු ලබන්නේ අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩලය විසිනුයි.

ඔබේ ව්‍යාපාරය සමාගමක් නම්, එය සංස්ථාගත කළ පසු වෙනම නෛතික ඒකකයක් ලෙස සලකනු ලබනවා. ඒ අනුව එය වෙනම නෛතික පුද්ගලයකු බවට පත් වෙනවා. එවිට එම නෛතික පුද්ගලභාවය තුළ සමාගමට එම සමාගම් නාමය භාවිතා කර ව්‍යාපාරය දිගින් දිගටම කරගෙන යාමට, දේපල මිලදී ගැනීමට, සේවකයන් බඳවා ගැනීමට, මුදල් ණයට ගැනීමට, ගිවිසුම්වලට එළඹීමට වැනි කටයුතු සඳහා අයිතියක් හා බලයක් ලැබෙනවා. ඒ අනුව එම සමාගම සතු දේපල එහි අයිතිකරවන්ගේ සහ අධ්‍යක්ෂවරුන්ගේ දේපලවලින් වෙන්ව පවතිනවා. සමාගමේ කටයුතුවලදී අධ්‍යක්ෂවරුන් සහ කොටස්කරුවන්ගේ දේපලවලට බැඳීමක් හෝ වගකීමක් නැහැ. එබැවින් සමාගමක අධ්‍යක්ෂවරයෙක් හෝ කොටස්කරුවෙක් මියගියහොත් සමාගම දිගින් දිගටම ක්‍රියාත්මකව පවතිනවා

පෞද්ගලික සමාගම්

අඩුම වශයෙන් කොටස්කරුවන් දෙදෙනෙකු හෝ උපරිම වශයෙන් 50 දෙනෙකු විසින් පිහිටුවා ගන්නා සංවිධානයක් වෙනවා. පෞද්ගලික සමාගමක කොටස් මහජනයාට හෝ එහි සේවකයින්ට පැවරිය නොහැකියි.

- පොදු සමාගම් හා ජනතා සමාගම් ලෙස ලියාපදිංචි කළ හැකි තවත් සමාගම් වර්ග ද ශ්‍රී ලංකාවේ ක්‍රියාත්මක වෙනවා.

2007 අංක 07 දරණ සමාගම් පනතේ විධිවිධාන අනුව සියලුම සමාගම් රෙජිස්ටාර් යටතේ ලියාපදිංචි විය යුතුයි. ව්‍යාපාර නාමය ද ලියාපදිංචි කළ යුතුයි. ව්‍යාපාර නාමය ලියාපදිංචි කරන්නේ 1918 අංක 6 දරණ ව්‍යාපාර නාම ලියාපදිංචි කිරීමේ ආඥා පනත යටතේයි.

සමාගම් රෙජිස්ටාර් ජෙනරාල්,

සමාගම් රෙජිස්ටාර් දෙපාර්තමේන්තුව

400, ඩී.ආර්.විජේවර්ධන මාවත

කොළඹ 10

පවතින ව්‍යාපාරයක වුවද එහි නාමයේ කිසියම් වෙනසක් සිදුවුවහොත් එය ද ලියාපදිංචි කළ යුතු වෙනවා.

ව්‍යාපාරයක් ලියාපදිංචි කිරීම සඳහා අවශ්‍ය වන විස්තර හා ලේඛණ

- ලියාපදිචි කිරීමට බලාපොරොත්තු වන ව්‍යාපාරයේ නම
- ව්‍යාපාරයේ සාමාන්‍ය ස්වභාවය
- ව්‍යාපාරයේ ප්‍රධාන කාර්යාලය පවතින ස්ථානය

ව්‍යාපාරය තනි පුද්ගල ව්‍යාපාරයක් නම්

- අයිතිකරුගේ නම
- අයිතිකරුගේ පුරවැසිභාවය
- අයිතිකරුගේ සාමාන්‍ය පදිංචි ස්ථානය
- අයිතිකරුට වෙනත් ව්‍යාපාර ඇත්නම් ඒ පිළිබඳ විස්තර

ව්‍යාපාරය හවුල් ව්‍යාපාරයක් නම්

- හවුල් ව්‍යාපාරයේ වර්තමාන නම සහ මීට පෙර පැවති නම්
- හවුල්කරුවන්ගේ සම්පූර්ණ නම් හා ජාතික හැඳුනුම්පත් අංක
- හවුල්කරුවන්ගේ පුරවැසිභාවය
- එක් එක් හවුල්කරුවෝ පදිංචි ස්ථාන සහ වෙනත් ව්‍යාපාර ඇතිනම් ඒ පිළිබඳ විස්තර
- අයිතිකරුවන්ගේ සම්පූර්ණ නම් සහ මීට පෙර පැවති සම්පූර්ණ නම්
- ව්‍යාපාර නාමය සහ ලියාපදිංචි නාමය
- ප්‍රධාන ව්‍යාපාරික ස්ථාන

තනිපුද්ගල ව්‍යාපාරය හෝ හවුල් ව්‍යාපාරය කොළඹ පිහිටා ඇත්නම් ව්‍යාපාර නාමය සහ හවුල්කරුවන්ගේ අයිතිකරුවන්ගේ නම/නම් ලියාපදිංචි කළ යුත්තේ කොළඹ පිහිටි පළාත් සමාගම් රෙජිස්ටාර් කාර්යාලයේදීයි.

තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර හෝ හවුල් ව්‍යාපාර කොළඹින් පිට පිහිටා ඇත්නම් ව්‍යාපාර නාමය සහ හවුල්කරුවන්ගේ/අයිතිකරුවන්ගේ නම/නම් ලියාපදිංචි කළ යුත්තේ අදාළ ප්‍රාදේශීය ලේකම් කාර්යාලයේදීයි.

හවුල් ව්‍යාපාරයක් ලියාපදිංචි කරන විට අයදුම්පත සමග ලිඛිත හවුල් ගිවිසුමක් ඇතුළත් කිරීම වඩාත් සුදුසු වෙනවා. එම ගිවිසුමෙහි හවුල්කරුවන් අතර එකඟ වූ නීති රීති සහ සම්බන්ධතාවන් දැක්වීමට පුළුවන්.

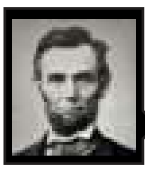
ව්‍යාපාරය සමාගමක් නම්, පහත සඳහන් විස්තර අදාල අයදුම්පත්, ජාතික හැඳුනුම්පත හෝ වෙනත් පිළිගත් හඳුනා ගැනීමේ ලියවිලි සමග සමාගම් රෙජිස්ටාර් වෙත ඉදිරිපත් කළ යුතුයි.

- ව්‍යාපාරයේ නම
- ප්‍රධාන කාර්යාලය පවතින ස්ථානය
- අධ්‍යක්ෂවරුන්ගේ සම්පූර්ණ නම් හා පුරවැසිභාවය
- ව්‍යාපාර කටයුතු ආරම්භ කළ දිනය
- අභ්‍යන්තර පරිපාලනය විස්තර වන සංස්ථා පත්‍රය
- වෙනත් අදාල ලියවිලි

සමාගමක් ශ්‍රී ලංකාව තුල නීත්‍යානුකූලව ව්‍යාපාර කටයුතු ආරම්භ කිරීමට පෙර සංස්ථාපිත බවට පත්විය යුතුයි. සමාගමක් සංස්ථාගත වූ විට එය නීත්‍යානුකූල වෙනම ඒකකයක් බවට පිළිගන්නා අතර, එයට අනෙකුත් ව්‍යාපාර හා පුද්ගලයන්ගෙන් වෙන් වූ වාසි, අයිතිවාසිකම් සහ වගකීම් හිමිවනු ඇත. සමාගමක් සංස්ථාගත වීම සඳහා 2007 අංක 7 දරණ සමාගම් පනතේ විධිවිධාන අනුව සමාගම් රෙජිස්ටාර් යටතේ ලියාපදිංචි විය යුතුයි.

ලියාපදිංචිය සඳහා සමාගමේ අයදුම්පත සෑම කොටස්කරුවකුගේම අත්සන සහිතව සමාගම් රෙජිස්ටාර් වෙත ඉදිරිපත් කළ යුතුයි.

සමාගම් රෙජිස්ටාර් විසින් අයදුම්පත අනුමත කළ පසු ශ්‍රී ලංකාව තුල සමාගම ලියාපදිංචි කළ බවත්, ව්‍යාපාර කටයුතු පවත්වා ගෙන යාමට බලය පවතින බවත් තහවුරු කරමින් සහතිකයක් නිකුත් කරනු ලබනවා. ලියාපදිංචි කොට මසක් ඇතුළත සමාගම විසින් ඒ බව සිංහල, දෙමළ සහ ඉංග්‍රීසි පුවත්පත්වල ප්‍රසිද්ධ කළ යුතුයි.



අද දින ඔබේ වගකීම් මගහැර යාම තුළින්, හෙට දින ඒවායින් නිදහස් විය නොහැක.

- ඒබ්‍රහම් ලින්කන් -

ආශ්‍රිත ග්‍රන්ථ

1. කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය- ඩබ්.එම්. කරුණාරත්න, එම්.එස්.කේ. ධර්මවර්ධන (2011)- ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව
2. මූල්‍ය සාක්ෂරතාවය - ඩබ්.එම්. කරුණාරත්න (2011) - ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව
3. ව්‍යාපාර සැලැස්ම (කුඩා ව්‍යාපාර සඳහා)- ජගත් බණ්ඩාරනායක (2011) - කොළඹ
4. ඔබේ ව්‍යාපාරය ආරම්භ කරන්න, ජාත්‍යන්තර කම්කරු සංවිධානය – I.L.O. SIYB ව්‍යාපෘතිය - කොළඹ
5. යෞවන ව්‍යවසායකත්ව සංවර්ධනය, පී.ජී. අමරපාල (2010) - යෞවන රැකියා ව්‍යාපෘතිය - ජාත්‍යන්තර කම්කරු සංවිධානය
6. Entrepreneurship – by Cyntia L. Greene (2008) Cengage Learning India Pvt.Ltd, New Delhi, India.
7. ව්‍යවසායකත්වය හා කුඩා ව්‍යාපාර, ආනන්ද මද්දුමගේ (2010) - කොළඹ
8. කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායක මාර්ගෝපදේශ ග්‍රන්ථය 2011----.2012 -ජාතික ව්‍යවසාය සංවර්ධන අධිකාරිය, කර්මාන්ත හා වාණිජ කටයුතු අමාත්‍යාංශය.
9. ගිණුම්කරණය, නිමල් ජයතිලක (1999) ඇම්.ඩී. ගුණසේන සහ සමාගම, කොළඹ.
10. Organization Behaviour, Dr. Mohan Pandey and Rastogi, 1995-1996, Many Enterprises, Ansari Road, New Delhi
11. අලෙවිකරණය, රේමන්ඩ් කුරේ, 1977, කොළඹ.
12. Book Keeping and Accounting – D.W. Beckett, 1980, The Stellar Press Hatfield Herts, Great Britain.
13. කළමනාකාරිත්වය ස්ව අධ්‍යන පාඩම් මාලාව, 2010.2013 ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය.
14. Marketing Management, Philip Kotler (2012), Northwestern University.
15. ශ්‍රී ලංකාවේ වාණිජ හා ව්‍යාපාර නීතිය, එස්.එම්. අමරසේන (2012), ඩී.ආර්.සී. මුද්‍රණාලය, බොරලැස්ගමුව, කොළඹ.
16. කළමනාකරණය, කේ.ඒ.එස්.පී. කළුආරච්චි, 2013 සී.ස. ඇස්. ගොඩගේ සහෝදරයෝ (පුද්) සමාගම, කොළඹ.

සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කර පවත්වාගෙන යෑම ඉතාමත් අභියෝගාත්මක කාර්යයකි. මේ සඳහා හොඳ ව්‍යාපාරික ඥාණයක් මෙන් ම සැලකිය යුතු පළපුරුද්දක් ද අවශ්‍ය වේ. සෑම සාර්ථක ව්‍යාපාරිකයෙකු තුළ ම දක්ෂ කළමනාකරුවෙකු ද සිටී. එම දක්ෂ කළමනාකරු විසින් පිළිගත් කළමනාකරණ, මූලධර්මවලට අනුකූලව නීත්‍යනුකූල ලෙස තම ව්‍යාපාරය මෙහෙයවනු ලබයි. එමෙන් ම ව්‍යාපාරයක් තුළ නිවැරදි කළමනාකාරීත්වයක් ඇති විට නීති විරෝධී කටයුතු, ණය පැහැර හැරීම්, නාස්තිකාර වියදම් සිදු කිරීම, විශ්වාසය කඩ කිරීම්, සේවක අයිතිවාසිකම් කඩ කිරීම් වැනි නොමනා හැසිරීම් ආදිය ද සිදු නොවනු ඇත.

එබැවින් මේ කරුණු සියල්ල සලකා බලා, "සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරයක් අරඹමු" නැමැති මෙම පොත මගින් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයන්ට ප්‍රයෝජනවත්වන කරුණු රාශියක් ම විස්තර කර දීමට උත්සාහ දරා ඇත. මෙහි දී ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කර සාර්ථක ව පවත්වාගෙන යෑමට උපකාරී වන සාධක මෙන් ම, සාර්ථක ව්‍යවසායකයකු සතු ගුණාංග හා ව්‍යාපාරයක පැවතිය යුතු කළමනාකාරීත්ව මූලධර්ම, ව්‍යාපාරයක් අනුගමනය කළ යුතු අලෙවි කළමනාකරණ මූලධර්ම ආදිය මෙන් ම ගිණුම්කරණය හා ව්‍යාපාර නෛතික පරිසරය පිළිබඳව ද කරුණු හුවා දක්වා ඇත.

මෙම පොත රචනා කළ එම්.එස්.කේ. ධර්මවර්ධන මහතා දැනට ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුවේ අතිරේක අධ්‍යක්ෂවරයෙකු ලෙස සේවය කරයි. ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ ප්‍රාදේශීය සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුවේ දීර්ඝ කාලයක් සේවය කිරීමෙන් සුළු හා මධ්‍යපරිමාණ ව්‍යාපාර පිළිබඳව ඒ මහතා ලබා ඇති අත්දැකීම් සමුදාය මෙම ග්‍රන්ථය සම්පාදනයට උපකාරී වී ඇත. ඔහු කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලයේ වාණිජ විද්‍යාවේදී ගෞරව උපාධිය ද එම විශ්ව විද්‍යාලයේ ම වාණිජ විද්‍යාපති උපාධිය ද ලබා එම ක්ෂේත්‍රයේ දේශකයෙකු ලෙස නමක් දිනාගෙන ඇති අයෙකි. එමෙන් ම ඔහු ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව විසින් 2011 වර්ෂයේ ප්‍රකාශයට පත් කරන ලද "සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය" නමැති ග්‍රන්ථයේ සම කර්තෘ ලෙස ද කටයුතු කර ඇත. ඒ මහතා මහ බැංකු සේවයට එක් වීමට පෙර කැළණිය විශ්වවිද්‍යාලයේ වාණිජ හා කළමනාකරණ පීඨයේ කථිකාචාර්යවරයෙකු ලෙස ද සේවය කර ඇත.

මෙම පොතෙහි අන්තර්ගත කරුණු අපේ රටේ සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායක ප්‍රජාවගේ ව්‍යාපාර ඥාණය හා අවබෝධය වර්ධනය කර ගැනීම සඳහා ප්‍රයෝජනවත් වේ යැයි කතුවරයා අපේක්ෂා කරයි.

රාජගිරිය, ශ්‍රී ජයවර්ධනපුර මාවතේ, අංක 58 දරන ස්ථානයේ පිහිටි
ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකු මුද්‍රණාලයේ මුද්‍රණය කරන ලදී.