

4.1 වෙළෙඳපොළ විමර්ශනය කරමු - තාර්කික පාරිභෝගිකයෝ වෙමු

- මෙම පරිච්ඡේදය අධ්‍යයනය කිරීමෙන් ඔබට,
- වෙළෙඳපොළ ලක්ෂණ හඳුනාගැනීමට,
 - ඉල්ලුම්කරුවන් හා සැපයුම්කරුවන් වෙළෙඳපොළ තුළ කටයුතු කරන ආකාරය දැන ගැනීමට,
 - භාණ්ඩ හා සේවා මිල දී ගැනීමේ දී සලකා බැලිය යුතු කරුණු පැහැදිලි කිරීමට,
 - වෙළෙඳපොළ විෂමාවාරවලට හසු නොවී භාණ්ඩ හා සේවා තෝරා ගැනීමට
- හැකියාවක් ලැබෙනු ඇත.

වෙළෙඳපොළ

මෙම පින්තූරය හොඳින් අධ්‍යයනය කරමින් ඔබේ මතකයට නැගෙන දෑ හැකිතරම් කඩදසියක සටහන් කිරීමට උත්සාහ කරන්න. මෙහි තිබෙන දෑ විස්තර කිරීම එතරම් අපහසු නොවේ. ඔබ මේ දැකින්නේ වෙළෙඳපොළක් පැවැත්වෙන ස්ථානයකි.



ඉල්ලුම්කරුවන් හා සැපයුම්කරුවන් සහිත වෙළෙඳපොළක්

නොමිලේ බෙදා හැරීම සඳහා ය.

භාණ්ඩ හා සේවා හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා මිලක් ගෙවීමට හැකි ඉල්ලුම්කරුවන් හා සැපයුම්කරුවන් ඒකරාශීවන ඕනෑ ම ස්ථානයක් වෙළෙඳපොළක් ලෙස හැඳින්වේ. ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවලත් නාගරික ප්‍රදේශවලත් විවිධ ආකාරයේ වෙළෙඳපොළ තත්ත්ව නිර්මාණය වී තිබෙනු දක්නට ලැබේ. ග්‍රාමීය ජනයා සති පොළට පැමිණීම පුරුද්දක් ලෙස කරයි. නාගරික ජනයා මෙන්ම ග්‍රාමීය ජනයා ද සති පොළට අමතර ව පොදු වෙළෙඳපොළ, කඩවිදිය, පදික වේදිකාව මෙන් ම සුපිරි වෙළඳසැල වැනි වෙළෙඳපොළ ස්ථානවලින් අවශ්‍ය දෑ මිලට ගනියි.

නූතන වෙළෙඳපොළ භෞතික ස්ථානයකට සීමා නොවේ. අන්තර්ජාලය හරහා ද විවිධ ගනුදෙනු සිදු වේ. අන්තර්ජාලය මගින් ඉල්ලුම්කරුවන් හා සැපයුම්කරුවන් මුහුණට මුහුණ හමුවීමක් නොමැති ව ගනුදෙනු කරනු ලබන අතර එය සිදු වන්නේ වෙළඳපොළ අවකාශයේ දී ය.

මෙම කවර වෙළෙඳපොළ තත්ත්වයක වුව ද දැඩි තරගකාරී බවක් හා සංකීර්ණ ස්වභාවයක් පවතියි. වර්තමාන වෙළෙඳපොළේ මූලික ලක්ෂණ පහත දැක් වේ.



සැපයුම්කරුවන් සහිත වෙළඳපොළක්

- සැපයුම්කරුවෝ විශාල පිරිසක් වෙළෙඳපොළට භාණ්ඩ හා සේවා සැපයීමේ නිරතව සිටිති. ඉල්ලුම්කරුවන්ගේ කැමැත්ත ලබාගැනීම සඳහා සැපයුම්කරුවන් විවිධ උපාය මාර්ග අනුගමනය කරනු ලැබේ.

- ප්‍රමාණාත්මක වශයෙන් ඉල්ලුම්කරුවන් විශාල පිරිසක් භාණ්ඩ හා සේවා මිල දී ගැනීමට වෙළෙඳපොළට පැමිණේ.



ඉල්ලුම්කරුවන් සහිත වෙළෙඳපොළක්

- විවිධ සැපයුම්කරුවන් විසින් සමජාතීය භාණ්ඩ වෙළෙඳපොළට ඉදිරිපත් කරනු ලැබේ. උදාහරණයක් ලෙස අභ්‍යාස පොතක් මිල දී ගැනීමට අවශ්‍ය වූ විටක තෝරා ගැනීමක් කිරීමට අපට සිදු වන්නේ මේ නිසා ය. විවිධ සැපයුම්කරුවන් විසින් ඉදිරිපත් කර ඇති එක ම ප්‍රමාණයේ කඩදසිවල, සනකම හෝ වර්ණයේ වෙනසක් නැති අභ්‍යාස පොත් වර්ග කිහිපයක් වෙළෙඳපොළේ දැකිය හැකි ය. මේවා සමජාතීය භාණ්ඩ ලෙස හැඳින්වේ.



සැපයුම්කරුවන් කිහිපදෙනෙකු එක ම ස්වරූපයේ භාණ්ඩ වෙළෙඳපොළට සැපයීම වර්තමාන වෙළෙඳපොළේ දක්නට ලැබෙන ප්‍රමුඛ ලක්ෂණයකි.

- වෙළෙඳපොළට පැමිණෙන ඉල්ලුම්කරුවන් ආකර්ශනය කරගත හැකි පරිදි වෙළෙඳසැල නිර්මාණය කර තිබේ. විවිධ පාරිභෝගිකයන්ගේ රුචිකත්වයට ගැළපෙන ලෙස කැමැති ආකාරයට, නිදහසේ භාණ්ඩ තෝරාගත හැකි පරිදි විකුණුම් ආයතන සකස්කර තිබීම කැපී පෙනෙන ලක්ෂණයකි.



දර්ශනීය ලෙස භාණ්ඩ අසුරා ඇති වෙළෙඳ ස්ථානයක්

නොමිලේ බෙදා හැරීම සඳහා ය.

- නාගරික ප්‍රදේශවල වෙළෙඳසැල බොහොමයක විද්‍යුත් කාඩ්පත් මගින් මුදල් ගෙවීමේ පහසුකම් සලසා තිබීම මෑතක සිට දක්නට ලැබෙන ලක්ෂණයකි. විද්‍යුත් කාඩ්පත් වලින් මුදල් ගෙවීම ගැණුම්කරුවන්ට මෙන් ම සැපයුම්කරුවන්ට ද පහසුවකි. එසේ ම ආරක්ෂාව ද වැඩි ය.



විසා කාඩ්පත



මාස්ටර් කාඩ්පත

විද්‍යුත් කාඩ්පත්

- මෑතක සිට නාගරික මෙන් ම ග්‍රාමීය ප්‍රදේශවල ද මහා පරිමාණ සිල්ලර වෙළඳ ආයතන ව්‍යාප්ත වීමක් දැකිය හැකි ය. මේවායේ විවිධ භාණ්ඩ වර්ග ගණනාවක් විකිණීමට ඉදිරිපත් කර ඇත.
- ඉල්ලුම්කරුවන්ගේ වාහන නැවැත්වීමට විශේෂ පහසුකම් සපයා තිබේ. එමෙන් ම පාරිභෝගිකයන් සඳහා සුභසාධක පහසුකම් සලසා තිබීම ද විශේෂ ලක්ෂණයකි. ඇතැම් සුපිරි වෙළඳස්ථානවල කුඩා දරුවන් සඳහා විනෝද වීමට අවස්ථාව පවා ලබා දී ඇත.
- වෙළෙඳපොළ භාණ්ඩ මිල අඩු අවස්ථාවන් හි දී ඉල්ලුම්කරුවන්ගේ මිල දී ගැනීමේ හැකියාව ඉහළ යයි. එබැවින් වැඩි ප්‍රමාණයක් මිල දී ගැනීමට ඉල්ලුම්කරුවන් උත්සාහ කරයි. මිල වැඩිවෙන විට ඉල්ලුම් කරන ප්‍රමාණය අඩුකරයි. භාණ්ඩ මිල ගණන් අඩු තත්ත්වයක දී වෙළෙඳපොළට සපයන භාණ්ඩ ප්‍රමාණය අඩුකිරීමත් වැඩි මිලකට වැඩි ප්‍රමාණයක් සැපයීමත් සැපයුම්කරුවන්ට වාසිදයක තත්ත්වයකි.
- වෙළෙඳපොළේ භාණ්ඩවල මිල තීරණය වීමට ඉල්ලුම්කරුවන්ගේ ඉල්ලුමත්, සැපයුම්කරුවන්ගේ සැපයුමත් බලපායි. දෙපාර්ශ්වයටම එකඟ විය හැකි මිලක් තීරණය වන්නේ දෙපාර්ශ්වයේ ම මැදිහත් වීමෙන් ය.

නොමිලේ බෙදා හැරීම සඳහා ය.

ක්‍රියාකරකම 4.1

1. ඔබ ජීවත්වන ප්‍රදේශයේ ඇති සතිපොළක හෝ නාගරික වෙළෙඳපොළ සංකීර්ණයක ලක්ෂණ ලැයිස්තුවක් සකස් කරන්න.
2. සතිපොළක් හෝ නාගරික වෙළෙඳපොළ සංකීර්ණයක් විනයට නගන්න.

හොඳම දෑ හොඳම තැනකින් හොඳට සිතා බලා මිල දී ගනිමු.

සැපයුම්කරුවන් හා ඉල්ලුම්කරුවන් රාශියක් සිටින නූතන වෙළෙඳපොළ සංකීර්ණ හා දැඩි තරඟකාරී ස්වභාවයක් ගනියි. එහි සමජාතීය භාණ්ඩ හා සේවා සපයන්නන් ද බහුල ව සිටියි. පාරිභෝගිකයා වැයකරන මුදලට සරිලන තෘප්තියක් ලැබෙන ආකාරයට භාණ්ඩ හා සේවා තෝරා ගැනීමට උත්සාහ කරයි. මිල, ගුණාත්මය හා පිරිවිතර බොහෝ දුරට සමාන භාණ්ඩ වර්ග කිහිපයක් අතුරින් කුමන භාණ්ඩය මිලදී ගන්නේ දැයි පාරිභෝගිකයා තීරණය කළ යුතුය. සැපයුම්කරුවන් විවිධ වුවද සමහර භාණ්ඩ අතර ප්‍රබල වෙනසක් දක්නට නැත. මිල දී ගන්නා භාණ්ඩය කුමක් ද යන තීරණය ගැනීමට පාරිභෝගිකයා අවධානය යොමු කරන කරුණු කිහිපයක් ඇත.

• මිල

යමක් මිලදී ගැනීමට පෙර බොහෝ පාරිභෝගිකයන් එහි විකුණුම් මිල විමසා වෙළෙඳපොළේ පවතින සමජාතීය භාණ්ඩ අතුරින් භාණ්ඩ මිල ගණන් සසඳා බලා මිලට ගන්නේ කුමක් ද යන්න තීරණය කරයි.

• ක්‍රය ශක්තිය

පාරිභෝගිකයා අත ඇති මුදල අනුව ඔහුගේ මිල දී ගැනීමේ හැකියාව හෙවත් ක්‍රය ශක්තිය තීරණය වේ. ඉහළ ක්‍රය ශක්තියක් ඇති පාරිභෝගිකයින් මිල අධික භාණ්ඩ ඉල්ලුම් කරයි. මිලදී ගැනීමේ හැකියාව අඩු පාරිභෝගිකයන් මිල අඩු භාණ්ඩ තෝරා ගනියි.

• ගුණාත්මක බව

භාණ්ඩයක මිල සමග ගුණාත්මක බව ද ගැනුම්කරුවන්ගේ සැලකිල්ලට භාජනය වේ. භාණ්ඩයක කල් පැවැත්ම, ක්‍රියාකාරිත්වය හා නිමාව අනුව එම භාණ්ඩයේ ගුණාත්මක බව තීරණය වේ. බොහෝ විට ගුණාත්මක භාණ්ඩවල මිල ඉහළ මට්ටමක පවතියි. බොහෝ විට ගුණාත්මක බව ඉහළ යන විට භාණ්ඩ විකුණුම් මිල ඉහළ යයි. භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමේ දී අඩු මිලට වුව ද ගුණාත්මක බව වැඩි භාණ්ඩ මිලදී ගැනීමට ඉල්ලුම්කරු සමත් විය යුතු ය.

නොමිලේ බෙදා හැරීම සඳහා ය.

- රුචිකත්වය

පාරිභෝගික කැමැත්ත නැතහොත් රුචිකත්වය අනුව ද තෝරාගන්නා භාණ්ඩය කුමක්ද යි තීරණය කෙරේ. මෝස්තරය, නිමාව, වර්ණය, පෙනුම වැනි කරුණු රුචිකත්වයට බලපෑමක් ඇති කරයි. ඉල්ලුම්කරුවන්ගේ රුචිකත්වය විවිධ විම නිසා සැපයුම්කරුවන් සමජාතීය භාණ්ඩ ඉතා සුළු වෙනස්කම්වලට භාජනය කර වෙළෙඳපොළට ඉදිරිපත් කරයි.

- ප්‍රමිති

නිෂ්පාදකයින් තම භාණ්ඩවල ගුණාත්මක බව තහවුරු කිරීමට SLS ප්‍රමිති සහතිකය ලබා ගනියි. ශ්‍රී ලංකා ප්‍රමිති ආයතනය මගින් ප්‍රමිති සහතිකය නිකුත් කරයි. නියමිත ප්‍රමිතියෙන් යුතු ව නිපදවනු ලබන බවට සහතික වන ප්‍රමිති සහතිකයක් භාණ්ඩයට ලැබී තිබේ දැයි විමසා බැලීමට ඉල්ලුම්කරුවන් යොමු වේ.

වෙළෙඳපොළ විෂමාවාර පිළිබඳ ව දැනුවත් වෙමු



මිල දර්ශනයක් සහිත වෙළෙඳ ආයතනයක්

වර්තමාන වෙළෙඳපොළ ඉතා තරඟකාරී හා සංකීර්ණ ස්වභාවයක් පෙන්නුම් කරයි. විවිධ වෙළෙඳ නාමවලින් භාණ්ඩ හා සේවා ඉදිරිපත් කරන ආයතන රාශියකි. මේ ආයතන අතර සමජාතීය නිෂ්පාදන සැපයුම්කරුවන් ද දක්නට ලැබේ. වෙළෙඳපොළ තුළ විවිධ උපාය මාර්ග ක්‍රියාත්මක වේ. අනෙකුත් සැපයුම්කරුවන් අහිබවා තම භාණ්ඩ හා සේවා ලබා දී ආදායම වැඩිකර ගැනීමට සැපයුම්කරුවන් දැඩි පරිශ්‍රමයක් දරයි. සමහර සැපයුම්කරුවන් වැරදි ක්‍රියා මාර්ග හරහා අයුතු ලාභ ඉපයීමට කටයුතු කරනු ලැබේ.

යුක්ති සහගත නොවන එවැනි ක්‍රියා මාර්ග වෙළෙඳපොළ විෂමාවාර ලෙස හැඳින්වේ. එමඟින් පාරිභෝගිකයා රැවටීම මෙන් ම වැරදි මිලදී ගැනීම්වලට පොළඹවා ගැනීම ද සිදු වේ. නිතර ම සිදුවන එවැනි වෙළෙඳපොළ විෂමාවාර කිහිපයක් පහත දැක් වේ.

● **භාණ්ඩවල විකුණුම් මිල ප්‍රදර්ශනය නොකිරීම**

පාරිභෝගිකයා ආරක්ෂා කිරීමට රජය පනවා ඇති නීති රීති අනුව සෑම වෙළඳ ආයතනයක ම භාණ්ඩවල විකුණුම් මිල පැහැදිලිව ප්‍රදර්ශනය කළ යුතු ය. සමහර වෙළෙඳුන් එසේ නොකර භාණ්ඩයේ නියමිත මිලට වඩා වැඩි මුදලක් අය කරයි.

● **නියමිත බර හෝ ප්‍රමාණය වෙනස් කිරීම**

ඇසුරුම්වල දක්වා ඇති ප්‍රමාණයට වඩා අඩුවෙන් ඇසිරීම හෝ කිරුම් මිනුම් අවස්ථාවේ නියමිත බර අඩු කිරීම නිතර ම සිදුකරන වැරදි ක්‍රියාවකි.

● **ගුණාත්මක බවින් අඩු භාණ්ඩ සමඟ මිශ්‍ර කිරීම**

ප්‍රමිතියෙන් අඩු නිෂ්පාදන, ගුණාත්මක නිෂ්පාදන සමඟ මිශ්‍ර කර අලෙවි කිරීම ද නිතර සිදුකරන විෂමාවාරයකි. නිදසුන් ලෙස ඉවත දැමිය යුතු කසල තේ ගුණාත්මක තේ සමඟ මිශ්‍රකර විකිණීම දැක්විය හැකි ය.

● **කල් ඉකුත් වූ භාණ්ඩ අලෙවි කිරීම**

ලේබලයේ ලකුණුකර ඇති කල් ඉකුත්වන දිනය නැවත වෙනස් කර විකිණීම මෙන් ම අවබෝධයක් නොමැති ගැණුම්කරුවන්ට කාලය ඉකුත් වූ භාණ්ඩ අලෙවි කිරීම ද බහුල ව සිදු වේ.

● **ඉතිරි මුදල් නිවැරදි ව ලබා නොදීම**

මාරු කාසි තිබිය දී හිතාමතා ම ඉතිරි මුදල් නොදී සිටීම. බොහෝ වෙළෙඳුන් නිතර සිදුකරන විෂමාවාරයකි. සමහර වෙළෙඳුන් ඉල්ලුම්කරුට අනවශ්‍ය ටොෆි, සීනි බෝල වැනි භාණ්ඩ ඉතිරි මුදල්වලට හිලවී කරනු දැකිය හැකි ය.

● **පාරිභෝගිකයාට බිල්පතක් ලබා නොදීම**

බිල්පතක් ලබා නොදීම මඟින් වැඩි මුදලක් අයකර ගැනීම පහසුවෙන් සිදු කළ හැකි වේ. එළවළු මිල දී ගැනීමේ දී අය කරන මුදල දැනගැනීමට ක්‍රමයක් නොමැති නිසා පාරිභෝගිකයා මහත් අපහසුතාවයට පත් වේ.

● **භාණ්ඩ සඟවා තබා වෙළෙඳපොළේ ව්‍යාජ භාණ්ඩ හිඟයක් ඇති කිරීම**

සමහර විකුණුම්කරුවන් භාණ්ඩ සඟවා තබා වෙළෙඳපොළේ භාණ්ඩ හිඟයක් ඇති කිරීමෙන් මිල ඉහළ දැමීමට උත්සාහ කරයි. භාණ්ඩ සඟවා තැබීම නීති විරෝධී ක්‍රියාවකි. එමගින් පාරිභෝගිකයන් අපහසුතාවයකට පත් වේ.

වෙළෙඳපොළෙහි බහුල ව සිදුවන මෙවැනි විෂමාවාර නිසා පාරිභෝගිකයා සූරා කෑමට ලක් වේ. වෙළෙඳපොළ විෂමාවාර සිදුකරන ආකාරය දැන ගැනීමෙන් ඔබටත් අනාගතයේ දී බුද්ධිමත් පාරිභෝගිකයෙකු ලෙස කටයුතු කිරීමට හැකි වේ.

4.2 විවිධ ව්‍යාපාර සංවිධාන හඳුනා ගනිමු

මෙම පරිච්ඡේදය අධ්‍යයනය කිරීමෙන් ඔබට,

- සංවිධානය වී ඇති ආකාර අනුව ව්‍යාපාර වර්ග කිරීමටත්,
- විවිධ ව්‍යාපාර පිහිටුවා, ක්‍රියාත්මක කිරීමටත්,
- ව්‍යාපාර වර්ගවල වාසිදායක හා අවාසිදායක තත්ත්ව විස්තර කිරීමටත්

හැකියාවක් ලැබෙනු ඇත.

වර්තමානයේ දී බොහෝ දෙනෙකු එදිනෙදා අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගැනීම සඳහා විවිධ වෙළෙඳ ආයතන වෙත පැමිණෙනු දැකිය හැකි ය. භාණ්ඩ හා සේවා සපයන විවිධ ආයතන මෙන් ම පුද්ගලයින් ද සිටින අතර විවිධ ආකාරයේ කුඩා ව්‍යාපාර ද ඒ අතර වේ.



විවිධ වෙළෙඳ ආයතන සහිත ස්ථානයක්

පාරිභෝගික අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටු කිරීම තුළින් ලාභ ලැබීම සඳහා පුද්ගලයෙකු හෝ පුද්ගල කණ්ඩායමක් ලෙස ඒකරාශී වීම ව්‍යාපාර සංවිධානයක් ලෙස හැඳින්වේ. එලෙස ඒකරාශීවන පුද්ගලයින් විසින් ව්‍යාපාරයට යොදවනු ලබන මුදල් ඇතුළු අනෙකුත් සම්පත් ප්‍රාග්ධනය ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ. කුඩා ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යාමට සංවිධානය විය හැකි විවිධ ආකාර පහත දැක්වේ.

1. තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර
2. හවුල් ව්‍යාපාර
3. කුඩා පෞද්ගලික සමාගම්

නොමිලේ බෙදා හැරීම සඳහා ය.

තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර



සිල්ලර වෙළඳසැලක්



පළතුරු වෙළඳසැලක්

තනිපුද්ගල ව්‍යාපාර

ව්‍යාපාරයේ අයිතිය එක් පුද්ගලයෙකු සතුවන ව්‍යාපාර, තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර ලෙස හැඳින්වේ. ව්‍යාපාරයේ හිමිකරු තනිවම ප්‍රාග්ධනය යෙදවීම, ලාභය තනිවම භුක්ති විඳීම සහ හිමිකරු විසින්ම ව්‍යාපාරය කළමනාකරණය කිරීම මෙම ව්‍යාපාර සංවිධානයේ කැපී පෙනෙන ලක්ෂණයි. කුඩා ව්‍යාපාර සඳහා යොමුවන පුද්ගලයෙකුට පහසුවෙන් ම ඇරඹිය හැකි ව්‍යාපාර සංවිධානය තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර ක්‍රමයයි. ගෘහාශ්‍රිත ව්‍යාපාරවලින් වැඩි ප්‍රමාණයක් මෙම ගණයට අයත් වේ. කුඩා සිල්ලර වෙළඳ සැල්, ඇඳුම් මසන්නන්, එළවළු පළතුරු විකුණන්නන් වැඩි දෙනෙකු තනි පුද්ගල ව්‍යාපාරිකයන් වේ.

තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර සංවිධාන ක්‍රමයේ වාසිදායක ලක්ෂණ

- කුඩා මුදලකින් හා අයිතිකරුගේ වෙනත් දේපල යොදා පහසුවෙන් ව්‍යාපාරය ආරම්භ කළ හැකි වේ.
- ව්‍යාපාරයේ නිරත වීමෙන් ලැබෙන ලාභය මුළුමනින්ම අයිතිකරුට හිමි වේ.
- ව්‍යාපාරය සාර්ථක වී දිනෙන් දින දියුණු වන විට අයිතිකරුට මානසික සතුටක් ලැබිය හැකි ය.
- වෘත්තීය පුහුණුව හා පුද්ගලයින්ගේ විශේෂ දක්ෂතා ප්‍රයෝජනයට ගෙන දියුණු වීමට තනි ව්‍යාපාර ක්‍රමය ඉතා සුදුසු ය.
- ව්‍යාපාරික තීරණ ගැනීමේ දී අයිතිකරුට තම තනි කැමැත්ත අනුව ස්වාධීන ව කටයුතු කළ හැකි ය.

තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර ක්‍රමයේ අවාසි

- ව්‍යාපාරයේ අලාභදායක තත්ත්වයක් ඇති වූනොත් අයිතිකරු තනිව ම ඊට මුහුණ දිය යුතු ය.

- අයිතිකරුගේ කළමනාකරණ දුර්වලතා නිසා ව්‍යාපාරය බිඳ වැටීමක් සිදු වුනොත් ව්‍යාපාරයට යෙදූ මුදල් සම්පූර්ණයෙන් ම අහිමි වී යයි.
- ව්‍යාපාර හිමිකරු විසින් තනිවම ප්‍රාග්ධන මුදල් යෙදවීම මෙන් ම එදිනෙදා සියළු ව්‍යාපාර කටයුතු කළමනාකරණය කිරීම ද සිදු කළ යුතු ය.

හවුල් ව්‍යාපාර

සමහර ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යනු ලබන්නේ කිහිපදෙනෙකු ඒකරාශී වීමෙනි. මෙසේ පුද්ගලයින් දෙදෙනෙකු හෝ ඊට වැඩි පිරිසක් එකතු වී ලාභ ලැබීමේ අදහසින් ව්‍යාපාරයක නිරත වීම හවුල් ව්‍යාපාරයක් ලෙස හැඳින්වේ. වෘත්තීය දක්ෂතා, විශේෂ හැකියාවන් මෙන්ම ව්‍යාපාරික අත් දැකීම්, පළපුරුද්ද ඇති කීපදෙනෙකුට ඉතා පහසුවෙන් හවුල් ව්‍යාපාරයක් කරගෙන යා හැකි ය. කීපදෙනෙකු එකතු වීම නිසා තනි ව්‍යාපාරයට වඩා තරමක් විශාල ව්‍යාපාරයක් පවත්වාගෙන යාමටද හැකි වේ.

හවුල් ව්‍යාපාරයකට යොමු වීම නිසා හවුල්කරුවන්ට තනි ව්‍යාපාරයකට වඩා වැඩි වාසි ලබාගත හැකි වේ.

හවුල් ව්‍යාපාර සංවිධාන ක්‍රමයේ වාසි

- තනි පුද්ගල ව්‍යාපාරවලට මෙන් ම හවුල් ව්‍යාපාරවලට ද බලපාන නීතිරීති අඩු නිසා ආරම්භ කිරීම පහසු ය.
- කිහිපදෙනෙකු ප්‍රාග්ධනය යෙදීමට සම්බන්ධවන හෙයින් වැඩි ප්‍රාග්ධනයක් ඒක රාශී කර ගත හැකි ය.
- ව්‍යාපාර කටයුතුවල දී ඇතිවන ව්‍යාපාරික අවදානම හවුල්කරුවන් අතර බෙදීයන හෙයින් එක් අයෙකුට විශාල අවදානමක් දැරීමට සිදු නොවේ.
- විවිධ දක්ෂතා ඇති පුද්ගලයන් හවුල් කරුවන් ලෙස ව්‍යාපාරයට සම්බන්ධ කර ගැනීමට ද හැකි වේ.

හවුල් ව්‍යාපාර ක්‍රමයේ අවාසි

- ව්‍යාපාරික තීරණ ගැනීමේදී විවිධ මත දැරීම නිසා හවුල් කරුවන් අතර ආරවුල් ඇති වීමෙන් ව්‍යාපාරික කටයුතු අතර මඟ ඇණහිටීම ප්‍රධාන ම ගැටලුවක් ලෙස පිළි ගැනෙයි.
- ව්‍යාපාරය උපයන ලාභය හවුල්කරුවන් අතර බෙදා හරින බැවින් හවුල්කරුවෙකුට ලැබෙන්නේ ලාභ කොටසක් පමණි.
- සාමූහිකත්වය බිඳ වැටී විශේෂ දක්ෂතා සහ වැඩි ප්‍රාග්ධන මුදලක් යෙදවූ හවුල්කරුවෙකු ඉවත් ව ගියහොත් ව්‍යාපාරයට දුෂ්කර තත්ත්වයන්ට මුහුණ දීමට සිදු වේ.

නොමිලේ බෙදා හැරීම සඳහා ය.

- ව්‍යාපාරික තීරණ ගැනීමේ දී ඇතැම් විට හවුල්කරුවන් අතර පොදු එකඟතාවක් ඇති කරගත නොහැකි විය හැකි ය. එහි බලපෑමක් මත ව්‍යාපාරය අතර මග නතර කිරීමට පවා සිදුවිය හැකියි.
- ව්‍යාපාරයට දීර්ඝ කාලීන අඛණ්ඩ පැවැත්මක් නොමැති වීම ද අවාසි සහගත තත්ත්වයකි.

මෙවැනි අවාසි තිබුණත් හවුල් ව්‍යාපාර ක්‍රමය කුඩා ව්‍යාපාරයක් සඳහා යෝග්‍ය ව්‍යාපාර සංවිධාන ක්‍රමයක් බව සඳහන් කළ හැකි ය.



අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලයක් අතර සාකච්ඡාවක්

කුඩා පෞද්ගලික සමාගම්

2007 අංක 07 දරණ සමාගම් පනත යටතේ අවමය එක් අයෙකු ද උපරිමය කොටස්කරුවන් 50 දෙනෙකුගේ ද සහභාගිත්වය ඇති ව කුඩා සමාගමක් ආරම්භ කිරීම කළ හැකි ය. එක් අයකුට වුවත් සමාගමක් ඇරඹීමේ හැකියාව තිබීම විශේෂ ලක්ෂණකි. මේවා කුඩා සමාගම් වේ.

තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර සහ හවුල් ව්‍යාපාරවලට වඩා වැඩි නීතිමය පසුබිමක් මත වැඩි ප්‍රාග්ධනයක් ඒකරාශී කරගත හැකි ව්‍යාපාර සංවිධාන ක්‍රමයක් ලෙස සමාගම් සැලකේ. කොටස්කරුවන් මිලදී ගත් කොටස්වල වටිනාකමට සමානුපාතික ව වර්ෂය අවසානයේ ලාභාංශ ලැබේ. ව්‍යාපාර සංවිධාන ක්‍රමයක් ලෙස සමාගම්වලට ව්‍යාපාරික ලෝකයේ වැඩි පිළිගැනීමක් පවතියි.

තනි ව්‍යාපාර හා හවුල් ව්‍යාපාර සමඟ සසඳා බැලීමේ දී සමාගම් වල ඇති ප්‍රබලතා කීපයක් වාසි ලෙස පෙන්වා දිය හැකි ය.

නොමිලේ බෙදා හැරීම සඳහා ය.

කුඩා පෞද්ගලික සමාගම් ව්‍යාපාර ක්‍රමයේ වාසි

- ප්‍රාග්ධන කොටස් විකිණීම තුළින් විශාල ප්‍රාග්ධනයක් රැස්කරගත හැකි වීම සමාගමේ වර්ධනයට හේතුවකි.
- කළමනාකරුවන් ලෙස අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලයක් තෝරාගන්නා නිසා තනි ව්‍යාපාර හා හවුල් ව්‍යාපාර වලට වඩා වැඩි සාර්ථකත්වයක් සමාගම්වල දක්නට ලැබේ.
- ව්‍යාපාරය අසාර්ථක වී සමාගම බිඳවැටීමක් සිදු වුවහොත් අයිතිකරුවන් හෙවත් කොටස් කරුවන්ට අහිමි වන්නේ මිලදී ගත් ප්‍රාග්ධන කොටස්වල වටිනාකම පමණකි.
- කොටස් කරුවන් විසින් මිලදීගත් කොටස් වෙනත් අයට විකුණා දැමුවත් සමාගම වසා දැමීමට සිදු නොවේ. සමාගමට දීර්ඝකාලීන අඛණ්ඩ පැවැත්මක් තිබේ.

සමාගම්වල මෙවැනි වාසි දක්නට ලැබුනත් අවාසි දයක ලක්ෂණ කීපයක් තිබේ.

කුඩා පෞද්ගලික සමාගම් ව්‍යාපාර ක්‍රමයේ අවාසි

- සමාගමක් ආරම්භ කිරීමේ දී සහ පවත්වාගෙන යාමේදී නිතිරීතිවල බලපෑම වැඩි ය.
- අඩු කොටස් හිමියන්ට ඇත්තේ සීමිත බලයකි. ඒ නිසා වැඩි කොටස් ගණනක් මිලටගත් කොටස් කරුවන්ගේ අදහස් වලට වැඩි අවස්ථාවක් ලැබේ.

ක්‍රියාකාරකම 4.2

* ව්‍යාපාර සංවිධාන පිළිබඳ ව ඔබ ලබාගත් දැනුම ආශ්‍රයෙන් පහත දක්වෙන වගුව සම්පූර්ණ කරන්න.

ව්‍යාපාර වර්ග	අයිතිකරුවන් ගණන	ප්‍රාග්ධනය යෙදීම	කළමනාකරණය	ලාභය	පැවැත්ම
තනි පුද්ගල ව්‍යාපාර	01				
හවුල් ව්‍යාපාර			හවුල්කරුවන්		
පෞද්ගලික සමාගම්					අඛණ්ඩ දිගු කාලීන

නොමිලේ බෙදා හැරීම සඳහා ය.

4.3 නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය සැලසුම් කරමු - පිරිවැය වාසි ලබමු

මෙම පරිච්ඡේදය අධ්‍යයනය කිරීමෙන් ඔබට,

- නිෂ්පාදනයේ යෙදවුම්, නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හා නිමැවුම් සැලසුම් කිරීමටත්,
- නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය ගැලීම් සටහනකින් දැක්වීමටත්,
- ද්‍රව්‍ය හා ශ්‍රම වියදම් පදනම් කරමින් නිෂ්පාදන වියදම ගණනය කර වාර්තා කිරීමටත්

හැකියාවක් ලැබෙනු ඇත.

අපගේ ඵදිනෙදා අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගැනීමට විවිධ භාණ්ඩ හා සේවා ගණනාවක් පරිභෝජනය කිරීමට සිදු වෙයි. මේ බව 6 ශ්‍රේණියේ දී අධ්‍යයනය කළ කරුණු තුළින් සිහියට නගා ගන්න. එම නිෂ්පාදනවලින් වැඩි ප්‍රමාණයක් මිනිසාගේ මානසික ශක්ති හා කායික ශ්‍රමය කැපකර විවිධ සම්පත් සංකලනය කිරීමෙන් නිපදවා ගත් ඒවා ය. නිෂ්පාදන කටයුතු සඳහා යොදා ගන්නා සම්පත් යෙදවුම් ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ. යෙදවුම්, ඒවා පවතින මූලික ස්වරූපයෙන් ම අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගැනීමට යොදාගත නොහැකියි. වෙළෙඳපොළෙන් අප මිලදී ගන්නා භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීමට යොදාගෙන ඇති මූලික අමුද්‍රව්‍ය භාණ්ඩයේ ස්වභාවය අනුව වෙනස් වුවත් ඕනෑම භාණ්ඩයක් නිපදවීමට අමුද්‍රව්‍ය අවශ්‍ය වේ. මිදුල පිරිසිදු කිරීමේ කටයුතු සඳහා පාවිච්චි කරන ඉඳලක් නිපදවීමට යොදාගෙන ඇති යෙදවුම් මොනවාදැයි සොයා බලමු.

නිෂ්පාදනයක් සඳහා අවශ්‍ය මූලික කරුණු හතරකි.

1. භූමිය - (Land /place)
2. ශ්‍රමය - (Labour)
3. ප්‍රාග්ධනය - (Capital)
4. ව්‍යවසාය හෙවත් කළමනාකරණය - (Entrepre)



ද්‍රව්‍ය



ශ්‍රමය



ලී ගැමේ යන්ත්‍ර

→ යන්ත්‍ර



→ මුදල්

- | |
|--|
| <p>යෙදවුම්</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ද්‍රව්‍ය 2. ශ්‍රමය 3. යන්ත්‍ර/ උපකරණ 4. මුදල් 5. තාක්ෂණික ක්‍රම 6. කාලය 7. වෙළඳපොළ තොරතුරු |
|--|

මෙම සම්පත් අපේ අවශ්‍යතාවට ගැලපෙන පරිදි සකස් කර ගැනීමට නිෂ්පාදන ක්‍රියාකාරකම් ගණනාවක් සිදු වේ. එම ක්‍රියාකාරකම් නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය ලෙස හැඳින්වේ.

ඉදලක් නිපදවීමට අදාළ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය පහත දැක් වේ.

ක්‍රියාවලිය

- ලී මිට සකස් කිරීම
- ඉරටු සුද්ද කර ගැනීම
- කපා ගැනීම
- ලෝහ තහඩු කපා ගැනීම
- ලෝහ තහඩු අවශ්‍ය හැඩයට නවා ගැනීම
- ලී මිටට ඉරටු සම්බන්ධ කිරීමට කම්බි ඇණ ගැසීම
- අවශ්‍ය ප්‍රමාණයට හා හැඩයට ඉදලේ ඉරටු කැපීම
- ලෝහ තහඩුවලට තීන්ත ආලේප කිරීම

ඉහත දැක්වෙන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය නිසි පරිදි සැලසුම් කිරීම අවශ්‍ය වේ. භාවිත කරනු ලබන තාක්ෂණික ක්‍රම, නිෂ්පාදනය කරන භාණ්ඩය හා අවශ්‍ය අමුද්‍රව්‍ය යනාදියට ගැලපෙන ලෙස ක්‍රියාවලිය සැලසුම් කරගැනීම තුළින් සම්පත් නාස්ති වීම අවම කොට අඩු පිරිවැයක් යටතේ ගුණාත්මක භාණ්ඩයක් නිපදවා ගත හැකි ය.

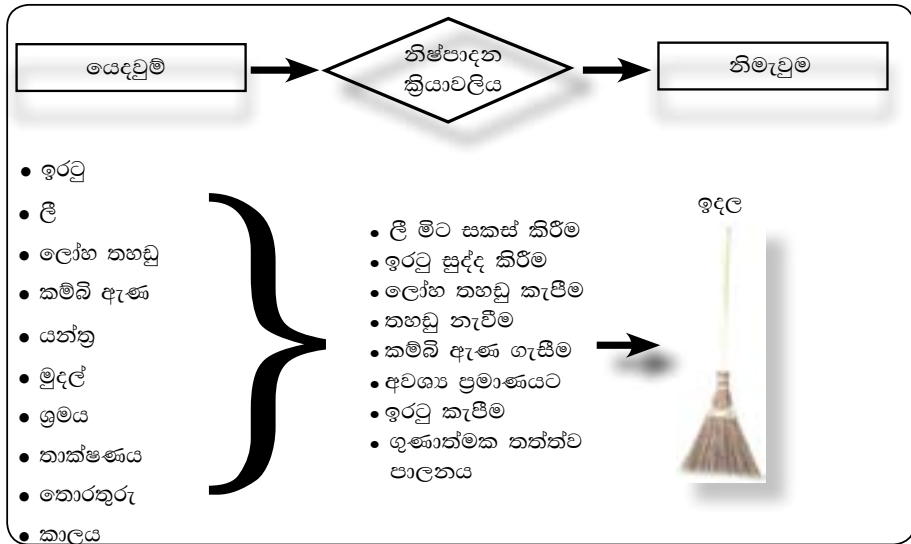
නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියෙන් පසුව බිහිවෙන ප්‍රතිඵලය නිමැවුම ලෙස හඳුන්වනු ලැබේ. ඉහත දැක්වෙන ඉරටු, ලී මිට, ලෝහ තහඩු, කම්බි ඇණ, මුදල්, ශ්‍රමය, යන්ත්‍ර, තාක්ෂණය, කාලය යන සම්පත් යොදා නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ පියවර ගණනාවකින් පසු ගෙමිදුල අතු ගැමේ කාර්යය පහසුවෙන් කරගත හැකි උපකරණයක් ලෙස ඉදලක් නිපදවා ගෙන තිබේ.

නිමැවුම



මේ අනුව යෙදවුම් සමූහයක් නිමැවුමක් බවට පත් කිරීමේ දී ක්‍රියාකාරකම් ගණනාවක් ඇති බව පැහැදිලි වේ. අපේ අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටු කළ හැකි ආකාරයට සම්පත්වල ස්වරූපය වෙනස් කරන්නේ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය තුළ දී බව අවබෝධ වේ.

ඉදලක් නිෂ්පාදනය කිරීමට අදාළ යෙදවුම්, නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හා නිමැවුම අතර ඇති සම්බන්ධතාව පහත සටහන තුළින් තවදුරටත් අවබෝධ කර ගැනීම පහසු වේ.



නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ ගැලීම් සටහන

ඉහත ගැලීම් සටහන හොඳින් නිරීක්ෂණය කිරීමෙන් යෙදවුම් ලෙස නිෂ්පාදන සම්පත් කිහිපයක් භාවිත කරන බවත්, එම සම්පත් විවිධ නිෂ්පාදන ක්‍රියාකාරකම් ගණනාවකින් පසුව නිමැවුමක් බවට පත්වන ආකාරය අවබෝධ කර ගත හැකි ය.

ක්‍රියාකාරකම 4.3

පහත සඳහන් භාණ්ඩ නිපදවීමට යොදාගෙන ඇති යෙදවුම් මොනවා දැයි ලැයිස්තුගත කරන්න.



උළු කැටය



විල් බැරෝව



පොත් බැගය



ගුරු මේසය

භාණ්ඩයක විකුණුම මිල තීරණය කිරීම සඳහා නිවැරදි ලෙස නිෂ්පාදන වියදම ගණනය කිරීම වැදගත් වේ. මේ සඳහා සියළු වියදම් වාර්තාගත කර තැබීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

ද්‍රව්‍ය හා ශ්‍රමය පදනම් කරගෙන භාණ්ඩයක නිෂ්පාදන වියදම ගණනය කරමු.

සෑම භාණ්ඩයක් ම නිපදවීමට විවිධ ද්‍රව්‍ය කිහිපයක් හෝ රාශියක් අවශ්‍ය වේ. එම ද්‍රව්‍ය වෙනස් කිරීමේ ක්‍රියාවලියකට භාජනය කර යම් භාණ්ඩයක් නිපදවීමට මිනිසාගේ මහන්සිය හෙවත් ශ්‍රමය යොදා ගැනේ. මෙම ද්‍රව්‍ය වෙළඳපොළෙන් මිලදී ගැනීමේ දී ඒ සඳහා ගෙවන මුදල ද්‍රව්‍ය වියදම ලෙස 6 ශ්‍රේණියේ දී හඳුනාගත් ආකාරය ඔබට මතක ඇත. නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ යෙදී සිටින පුද්ගලයින් ශ්‍රමිකයන් ලෙස හඳුන්වන අතර ඔවුන්ට ගෙවන මුදල වැටුප් ලෙස හඳුන්වයි.

ද්‍රව්‍ය වියදමක් ශ්‍රම වියදමක් යන වියදම් දෙක ම ඇතුළත් කර භාණ්ඩයක නිෂ්පාදන වියදම ගණනය කරන ආකාරය පහත නිදසුන ඇසුරින් විමසා බලමු.

කුඩා කර්මාන්තයක් ලෙස කොසු, ඉදල් නිෂ්පාදනය කරන පුද්ගලයෙකු විසින් ඉදල් 10 ක් නිපදවීමට අවශ්‍ය ද්‍රව්‍ය ලැයිස්තුවක් හා ඒවායේ මිල ගණන් මෙසේ ඉදිරිපත් කර ඇත.

- ඉරටු මිටි 10යි. ඉරටු මිටියක් රු. 20ක් වේ.
- ලී මිට 10යි. ලී මිටක් රු. 15ක් වේ.
- ලෝහ තහඩු කැබලි 10යි. කැලි 10ක වියදම රු. 50 වේ.
- කම්බි ඇණ ගැඹුම් 250ක් වියදම රු. 75 වේ.

ඉදලක් නිෂ්පාදනය කිරීම සඳහා සේවකයෙකුට රුපියල් 30ක මුදලක් ගාස්තුව ලෙස ගෙවනු ලැබේ. මෙම තොරතුරු සැලකිල්ලට ගෙන ඉදලක් නිපදවීමට වැය වූ ද්‍රව්‍ය වියදම සහ ශ්‍රම වියදම මත ඉදලක නිෂ්පාදන වියදම ගණනය කරන ආකාරය පහත දැක් වේ.

ඉදල් 10ක නිෂ්පාදන වියදම ගණනය කිරීම.

සම්පත්	මිල රු.	භාවිත කළ සම්පත් ප්‍රමාණය	ඇස්තමේන්තු කළ වියදම රු.
ඉරටු	20	මිටි 10	200.00
ලී මිට	15	මිට්ටු 10	150.00
ලෝහ තහඩු	5	කැලී 10	50.00
යකඩ ඇණ	75	250g	75.00
ශ්‍රමය	30	ඉදල් 10ක් සඳහා	300.00
ඉදල් 10ක ද්‍රව්‍ය හා ශ්‍රම වියදම			775.00

ඉදලක ද්‍රව්‍ය හා ශ්‍රමය සඳහා වියදම = මුළු ද්‍රව්‍ය හා ශ්‍රම වියදම
නිෂ්පාදන ඒකක ගණන

$$= \frac{රු. 775}{10}$$

$$= \underline{\underline{රු. 77.50}}$$