

6

ව්‍යාපාර ආරම්භයට ප්‍රවේශයක්



මෙම පරිච්ඡේදය මගින් පහත දැක්වෙන කරුණු පිළිබඳ ව සාකච්ඡා කෙරේ.

6.1 ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට පෙර ගතයුතු වැදගත් තීරණ

6.2 නව ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමේ දී වෙළඳපලට පිවිසිය හැකි විකල්ප ක්‍රම පවතින භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් පවතින වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම පවතින භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නව වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් පවතින වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නව වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම

6.3 නව ව්‍යාපාරයක් සඳහා සාර්ථක පිවිසුම් උපාය මාර්ග සුවිශේෂී නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් ඉදිරිපත් කිරීම නිෂ්පාදන ප්‍රභේදනය භාවිත කරමින් ඉදිරිපත් කිරීම නවෝත්පාදනය

6.1 ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට පෙර ගත යුතු වැදගත් තීරණ

මානව අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරාලීම සඳහා වන ඕනෑම ආර්ථික කටයුත්තක් ව්‍යාපාර ලෙස පොදුවේ අර්ථ දැක්විය හැකි ය. ඒ අනුව ව්‍යාපාරවලින් සිදුවන්නේ පරිසරයේ ඇති සීමිත සම්පත් භාවිත කරමින් පුද්ගලයන්ගේ හෝ සංවිධානවල අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරාලීම සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා සම්පාදනය කිරීමයි. පුද්ගලයන්ගේ හෝ සංවිධානවල අවශ්‍යතා හා වුවමනා පදනම් කරගෙන ව්‍යාපාර පවතින බව මෙයින් තහවුරු වේ.

භාණ්ඩ හා සේවා වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා ව්‍යාපාරයක් ඇරඹීමට ඕනෑම අයෙකුට ඉඩ ප්‍රස්ථා ඇත. මෙය ඉතා සුපරික්ෂාකාරී ව සිතාමතා සිදු කළ යුත්තකි. ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමේදී ඒ සඳහා මුදල් ඇතුළු සම්පත් සහ ස්වකීය ශ්‍රමය, කාලය හා ප්‍රතිරූපය වැනි දෑ යෙදවීමට සිදු වේ. මෙසේ ආරම්භ කරන ව්‍යාපාර සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා සැලකිල්ලට ගත යුතු තීරණ කිහිපයකි.

ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමේ දී ගතයුතු තීරණ

1. ව්‍යාපාරය සඳහා කෙතරම් කැපවිය හැකිද ?
2. ව්‍යාපාරයට පදනම් වන භාණ්ඩය හෝ සේවාව කුමක් ද?
3. ඉලක්ක ගත පාරිභෝගිකයා කවුද?
4. තරගයේ ස්වභාවය කෙබඳු ද?
5. ඉපැයීම් ප්‍රමාණවත් ද?
6. ප්‍රාග්ධනය සපයා ගන්නේ කෙසේ ද?
7. තනිව හෝ හවුල් ව ව්‍යාපාරය ආරම්භ කරනවා ද?
8. ව්‍යාපාරය පිහිටුවන ස්ථානය කෙබඳු ද?
9. ව්‍යාපාරය තළින් සමාජයට කවර ප්‍රතිලාභ අත්කර දිය හැකි ද?

මෙම එක් එක් තීරණ පිළිබඳ තවදුරටත් විමසා බලමු.

01. ව්‍යාපාරය සඳහා කෙතරම් කැපවිය හැකිද ?

ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කර පවත්වාගෙන යාමේදී ව්‍යාපාරිකයාට විවිධ භූමිකාවලට අදාළ කාර්යයන්හි යෙදීමට සිදු වේ.

නිදසුන් :-

- ★ අමු ද්‍රව්‍ය සපයා ගැනීම
- ★ සේවකයන් සොයා ගැනීම හා මෙහෙයවීම
- ★ යන්ත්‍ර සූත්‍ර, උපකරණ ආදිය සපයා ගැනීම සහ නඩත්තුව
- ★ මුදල් සපයා ගැනීම සහ පාලනය
- ★ මිලදී ගැනීමේ කටයුතු
- ★ නිෂ්පාදන කටයුතු
- ★ නෛතික අවශ්‍යතා ඉටු කිරීම

මෙවැනි කටයුතු සාර්ථක ව සිදු කිරීමට නම් ව්‍යාපාරිකයා තම ශ්‍රමය හා කාලය පූර්ණ ව කැප කිරීම අවශ්‍ය වේ. එසේ ම පවුලේ දෛනික කටයුතු හා සමාජ සම්බන්ධතා කටයුතු ආදියේ ද නියැලීමට සිදු වේ. එම නිසා තම කාලය හා ශ්‍රමය සමබර ව යොදා ගනිමින් ව්‍යාපාරයේ සාර්ථකත්වය ළඟා කර ගැනීමට ව්‍යාපාරිකයාට හැකිවේ ද යන්න තීරණය කළ යුතු ය.

02. ව්‍යාපාරයට පදනම් වන භාණ්ඩය හෝ සේවාව කුමක් ද?

ව්‍යාපාරයේ සාර්ථකත්වයට පදනම් වන ප්‍රධාන සාධකයක් වන්නේ වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කරන භාණ්ඩය හෝ සේවාව ය. එය පාරිභෝගික අවශ්‍යතා හා ච්චමනා ඉටු කරන්නක් විය යුතු ය. එමෙන් ම අන් භාණ්ඩ හා සේවා සමග සැසඳීමේ දී සුවිශේෂී ලක්ෂණ පෙන්වුම් කළ යුතු ය.

නිදසුන් :-

කුඩා මෝටර් රථ නිෂ්පාදනයේ දී ඒවායේ හැඩය, පිරිමැසුම් බව, ගාල් කර තැබීමේ පහසු ව වැනි සුවිශේෂත්වයන්ගෙන් යුක්ත වීම

03. ඉලක්ක ගත පාරිභෝගිකයා කවුද?

මින් අදහස් කරන්නේ ව්‍යාපාරිකයා ඉදිරිපත් කරන භාණ්ඩය හෝ සේවාව කිනම් පාරිභෝගික කණ්ඩායමක් සඳහා ද යන්නයි. එනම් දැනටමත් එම නිෂ්පාදිත පරිභෝජනය කරන පිරිස හා අනාගතයේ පරිභෝජනය කිරීමට ඉඩ ඇති පාරිභෝගික කොටසයි. විවිධ පාරිභෝගික කොටස් ඉලක්ක කොටගෙන භාණ්ඩ හා සේවා ඉදිරිපත් කළ හැකි අතර ඔවුන්ගේ රුචි අරුචිකම් හා මිලදී ගැනීමේ හැකියාව යනාදිය පිළිබඳ ව විමසිය යුතු ය.



නිදසුන් :-

- ★ ළමා, තරුණ, වැඩිහිටි
- ★ කාන්තාවන්, පිරිමින්
- ★ අඩු ආදායම් ලාභීන්, වැඩි ආදායම් ලාභීන්
- ★ අන්තර් ජාතික ව විසිර සිටින ශ්‍රී ලාංකික පාරිභෝගික කොටස්

රූපය 6.1 - ඉලක්කගත පාරිභෝගිකයෝ

04. තරගයේ ස්වභාවය කෙබඳු ද?

වර්තමාන වෙළඳපලේ තරගය අනිවාර්ය අංගයකි. කිසියම් අවශ්‍යතාවක් හෝ චූළමනාවක් සපුරාලීමට වෙළඳපලට විවිධ භාණ්ඩ හෝ සේවා සපයන පුද්ගලයන්ගේ හෝ ආයතනවල එකතුව තරගකරුවන් ලෙස සැලකේ. තරගකාරීත්වය ඇගයීමේ දී දැනට සිටින තරගකරුවන් මෙන් ම අනාගතයේ වෙළඳපලට පිවිසිය හැකි තරගකරුවන් පිළිබඳ ව ද අවබෝධයක් ලබා ගැනීම වැදගත් වේ.

නිදසුන් :-

රෙදි පිරිසිදු කිරීමේ අවශ්‍යතාව සපුරාලීමට පහත දැක්වෙන විවිධ භාණ්ඩ හා සේවා ඉදිරිපත් කරන ආයතන බොහෝ ය.

- * රෙදි සෝදන සබන් කැට
- * සබන් කුඩු
- * සබන් දියර
- * ලොන්ඩ්‍රි සේවය

05. ඉපැයීම් ප්‍රමාණවත් ද?

ව්‍යවසායකයා ව්‍යාපාරය ආරම්භ කරන්නේ ඉපැයීමක් බලාපොරොත්තුවෙනි. එය ව්‍යාපාරයේ සියලු වියදම් පියවා ගැනීමට ප්‍රමාණවත් විය යුතු ය.

එනම්

- * මිලදී ගැනීම සඳහා ගෙවීම
- * බදු ගෙවීම
- * පොලී ගෙවීම
- * වැටුප් ගෙවීම යනාදී වියදම් පියවා ගැනීමට හැකි විය යුතු ය.

එසේ ම,

- * අයිතිකරුවන්ට ප්‍රමාණවත් ලාභයක් ලබා දීමට හා
- * ව්‍යාපාරයේ අනාගත දියුණුව සඳහා ප්‍රතිආයෝජනයට ද එම ඉපැයීම ප්‍රමාණවත් විය යුතු ය.

06. ප්‍රාග්ධනය සපයා ගන්නේ කෙසේ ද?

සාමාන්‍යයෙන් ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීම සඳහා මූලික ධනයක් අවශ්‍ය වේ. ප්‍රාග්ධන අවශ්‍යතාව ව්‍යාපාර කටයුත්තක ස්වභාවය අනුව වෙනස් වේ. ඇතැම් ව්‍යාපාර අඩු ප්‍රාග්ධනයකින් ආරම්භ කළ හැකි අතර ඇතැම් ව්‍යාපාර සඳහා සැලකිය යුතු ප්‍රාග්ධනයක් ආරම්භයේ දී ම අවශ්‍ය වේ. එම ප්‍රාග්ධන අවශ්‍යතාව සපුරා ගැනීමට විවිධ විකල්ප පැවතිය හැකි ය.

නව ව්‍යාපාරිකයෙකුට ප්‍රාග්ධනය සම්පාදනය කර ගත හැකි මාර්ග

- ★ ස්වකීය ඉතුරුම්
- ★ ස්වකීය වත්කම් යෙදවීම හෝ විකිණීම
- ★ නැදෑ හිතමිතුරන්ගෙන්
- ★ බැංකු ණය සහ කල් බදු
- ★ ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අත්තිකාරම් ලබා ගැනීම

විවිධ ප්‍රාග්ධන සම්පාදන මාර්ග පැවතිය ද ඒවායේ වාසි අවාසි පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කළ යුතු ය.

නිදසුන් :-

බැංකු ණයක් ගත් විට ඒ සඳහා පොලී ගෙවිය යුතු ය.

07. තනිව හෝ හවුල් ව ව්‍යාපාරය ආරම්භ කරනවා ද?

ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කරන විට ව්‍යාපාරිකයා විසින් ම හෝ පවුලේ වෙනත් බාහිර පුද්ගලයෙකු සහභාගී කරගත හැකි ය. ව්‍යාපාරයක් තනි ව ආරම්භ කිරීම සහ හවුල් ව ආරම්භ කිරීම යන දෙආකාරයෙන් ව්‍යවසායකයාට අත්වන වාසි හා අවාසි සලකා බලමින් වඩාත් සුදුසු ක්‍රමය තෝරා ගත යුතු ය. මේ පිළිබඳ ව ඔබට ඉදිරියේ දී වැඩි දුරටත් අධ්‍යයනය කිරීමට අවස්ථාව ලැබෙනු ඇත.

08. ව්‍යාපාරය පිහිටුවන ස්ථානය කෙබඳු ද?

ඇතැම් ව්‍යාපාර සාර්ථක වීමට බලපාන ප්‍රධාන සාධකය ව්‍යාපාරය පිහිටුවන ස්ථානයයි. ව්‍යාපාරය ස්ථාපිත කරන්නේ කෙබඳු ස්ථානයක ද යන්න පහත දැක්වෙන සාධක සලකා බලා තීරණ ගැනීමට සිදු වේ.

- ★ ගනුදෙනුකරුවන් ප්‍රමාණය සහ ඔවුන්ගේ විසිරීම
- ★ අමුද්‍රව්‍ය ලබා ගැනීමේ පහසුව
- ★ ශ්‍රමය ලබා ගැනීමේ පහසුව
- ★ විදුලිය, ජලය, සන්නිවේදන ආදී යටිතල පහසුකම් ලබා ගැනීමේ පහසුව
- ★ පාරිභෝගිකයන්ට සැපයිය හැකි පහසුකම්
එනම්, රථ ගාල, සනීපාරක්ෂක පහසුකම් ආදිය
- ★ භූමියේ පිරිවැය (මිල/ බදුකුලී).

ව්‍යාපාරිකයා ඉදිරිපත් කරන භාණ්ඩය හෝ සේවාවේ ස්වභාවය මත ඊට ගැළපෙන ස්ථානය ද වෙනස් වේ. ඒ සම්බන්ධ නිදසුන් කිහිපයක් පහත වගුවෙන් අධ්‍යයනය කරමු.

ව්‍යාපාර කටයුත්ත	උචිත ස්ථානය
රෙදි සාප්පුවක්	ප්‍රදර්ශනය සඳහා ඉඩකඩ ඇති ජනාකීර්ණ ස්ථානයක්
උත්සව ශාලාවක්	මාර්ග පහසුකම් ඇති නිසල පරිසරයක පිහිටි ආකර්ශනීය ස්ථානයක්
තොග ගබඩාවක්	වාහන නවතා තැබීමට ඉඩ ඇති හා මාර්ග පහසුකම් ඇති ස්ථානයක්
පාසල් උපකරණ හා ලිපි ද්‍රව්‍ය අලෙවි සැලක්	පාසල් ආසන්න පරිසරයක පිහිටි ස්ථානයක්
තැපැල් මාර්ගික හෝ අන්තර්ජාල (online) පාඨමාලා පැවැත්වීම	සුවිශේෂී ව්‍යාපාරික ස්ථානයක් අත්‍යවශ්‍ය නොවේ. නිවසේ වුව ද පවත්වා ගත හැකි ය.



ක්‍රියාකාරකම 01

ඉසිර අබේනායක ගමන් මලු නිපදවීමේ ව්‍යාපාරයක් කරගෙන යයි. ඔහු විවිධ පාරිභෝගික කොටස් ඉලක්ක කොට ගෙන ගමන් මලු නිපදවයි.

නිදසුන් :-

ළමුන්ට	පාසල් බෑග්
රැකියා කරන කාන්තාවන්ට	කාන්තා අත් බෑග්
සංචාරකයන්ට	සංචාරක ගමන් මලු

ඔබට ද පහත දැක්වෙන භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීමට අවස්ථාව ලැබේ යැයි සිතන්න. එම භාණ්ඩ පාරිභෝගික කොටස් අනුව නිෂ්පාදනය කොට ඉදිරිපත් කරන ආකාරය දක්වන්න.

01. අධ්‍යාපනික පුවත්පත්
02. පාවහන්



ක්‍රියාකාරකම 02

ඔබ දන්නා ව්‍යාපාර කිහිපයක් ඇතුළත් ලැයිස්තුවක් පිළියෙල කරන්න. එම ව්‍යාපාර පිහිටි ස්ථාන උචිත හෝ උචිත නොවීමට හේතු ඉදිරිපත් කරන්න. ඒ සඳහා පහත සඳහන් ආකාරයේ වගුවක් භාවිත කරන්න.

ව්‍යාපාරය	ව්‍යාපාරය පිහිටි ස්ථානය	එම පිහිටීම උචිත වීමට හේතු	එම පිහිටීම උචිත නොවීමට හේතු

6.2 නව ව්‍යවසායකයා වෙළඳපලට ප්‍රවේශ වීම

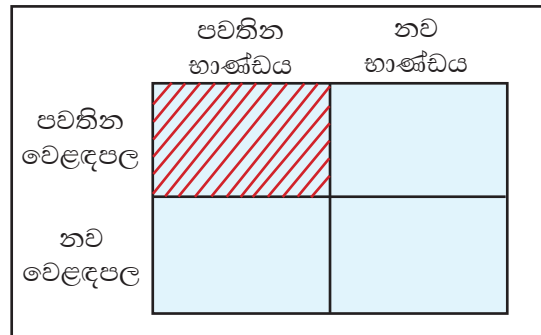
කුඩා හෝ මහා පරිමාණ ව්‍යාපාරයක් වුව ද එය සාර්ථක කරගැනීමට ආරම්භයේ සිට ම හොඳ සැලසුමක් සහිත ව වෙළඳපලට පිවිසිය යුතු ය. නව ව්‍යවසායකයාට වෙළඳපලට ප්‍රවේශ වීම සඳහා අනුගමනය කළ හැකි විකල්ප ක්‍රම හතරක් දැක්විය හැකි ය.

1. පවතින භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් පවතින වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම
2. පවතින භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නව වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම
3. නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් පවතින වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම
4. නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නව වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම

මෙම විකල්ප පිවිසුම් ක්‍රමවල වාසි මෙන් ම අවාසි ද ඇති බැවින් ඒවා ඇගයීම අවශ්‍ය වේ.

01. පවතින භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් පවතින වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීම

බොහෝ ව්‍යාපාරිකයෝ මෙම ක්‍රමය අනුගමනය කරති. නමුත් එහි අවදානම වැඩි ය. එසේ වන්නේ දැනටමත් වෙළඳපොළට භාණ්ඩ ඉදිරිපත් කරන තරඟකරුවන් රාශියක් සිටීමත්, ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදිතවලට පාරිභෝගිකයා හුරු වී සිටීමත් ය. ඒ නිසා ම ස්වකීය නිෂ්පාදිතය සඳහා ගනුදෙනුකරුවන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට නව ව්‍යවසායකයාට දැඩි වෙහෙසක් හා පිරිවැයක් දැරීමට සිදු වේ. ඒ නිසා පාරිභෝගිකයන් ආකර්ෂණය කිරීමේ වියදම ඉහළ යන අතර ම ලාභ ඉපැයීම ද අවිනිශ්චිත වේ.



රූපය 6.2

නිදසුන් :-

මිනිසුන්ට රෙදි පවිත්‍රකාරක අවශ්‍ය වේ. දැනටමත් ඔවුහු සබන් භාවිත කරති. ඒ නිසා වෙළඳපලේ රෙදි සෝදන සබන් වර්ග බොහෝ ඇත. නව ව්‍යවසායකයා ද රෙදි සෝදන සබන් වර්ගයක් ම වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කරමින් ව්‍යාපාරයට පිවිසේ.

පවතින ආකාරයේ ම රූපලාවන්‍ය ආයතනයක් ආරම්භ කිරීම

02. පවත්නා භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නව වෙළඳපලකට ඉදිරිපත් කිරීම

දැනටමත් වෙළඳපලේ ඇති භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් පරිභෝජනයට තවමත් හුරු වී නැති පාරිභෝගික කොටසක් වෙළඳපොළේ සිටිය හැකි ය. පවත්නා භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් ඔවුන් වෙත ඉදිරිපත් කිරීමෙන් වෙළඳපලට පිවිසිය හැකි ය.

එනම්, සලකා බලන නිෂ්පාදිතය තවමත් පරිභෝජනය නොකරන පාරිභෝගිකයන් පිරිසක් හෝ ප්‍රදේශයක් හෝ රටක් හෝ සඳහා ඉදිරිපත් කිරීමෙන් නව ගනුදෙනුකරුවන් පිරිසක් නිර්මාණය කර ගැනීම මෙහි දී සිදු වේ.

	පවතින භාණ්ඩය	නව භාණ්ඩය
පවතින වෙළඳපල		
නව වෙළඳපල		

රූපය 6.3

නිදසුන් :-

- ඇඟවුම් භාරගෙන නිවෙසට හෝ වැඩපලට හෝ භාණ්ඩ හා සේවා සැපයීම
- සෙසු කරගතරුවන් නිෂ්පාදනය හා අලෙවි නොකරන වෙලාවකට හෝ කාලයකට නිෂ්පාදනය කොට ඉදිරිපත් කිරීම (අවාරයේ පලතුරු වගාව)

මේ ක්‍රමයේ දී කරගතරුවන් අඩු නිසා වාසි ඇති වුව ද යම් අවදනම් ද ඇත. නව පාරිභෝගිකයින් තවමත් ස්වකීය නිෂ්පාදිතය හඳුනාගෙන නොමැති වීම ඉන් ප්‍රධාන වේ.

03. නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් පවත්නා වෙළඳපලකට ඉදිරිපත් කිරීම

බොහෝ ව්‍යාපාරිකයෝ මෙම ක්‍රමය තුළින් වෙළඳපලට පිවිසෙති. පවත්නා භාණ්ඩයකට හෝ සේවාවකට හෝ යම් වෙනස්කමක්කරමින්, නව උපයෝගීතාවක් එක් කරමින් වෙළඳපොළට පිවිසිය හැකි ය. කරගතරුවන් විශාල ප්‍රමාණයක් සිටින බැවින් අවදනමක් තිබුණ ද දැනටමත් පාරිභෝගිකයන් විශාල පිරිසක් සිටින නිසා උපක්‍රමශීලී ව කටයුතු කිරීමෙන් වෙළඳපල ජය ගත හැකි ය.

	පවතින භාණ්ඩය	නව භාණ්ඩය
පවතින වෙළඳපල		
නව වෙළඳපල		

රූපය 6.4

නිදසුන් :-

ජංගම දුරකථන වෙළඳපලට ස්මාර්ට් (Smart) දුරකථන හඳුන්වා දීම ATM කාඩ්පත නොමැතිව ATM යන්ත්‍රයේ මුදල් ලබා ගැනීම දියවැඩියා රෝගීන් සඳහා සුවිශේෂී වූ පාවහන්, ආහාර පාන ආදී නිෂ්පාදිත

04. නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නව වෙළඳපොළට සැපයීම

මෙම ක්‍රමයට ව්‍යාපාරවලට එළඹෙන ව්‍යවසායකයාට ඇති ප්‍රධාන වාසිය නම් තරගකරුවන් නොමැති වීමයි. ඒ නිසා නිශ්චිත අනාගත කාලයක් තුළ වෙළඳපල කොටස 100%ක් ලබාගෙන ඉහළ සාර්ථකත්වයකට ළඟා විය හැකි ය. නමුත් මෙහි ඉහළ අවදනමක් ද ඇත. ඒ නව භාණ්ඩය හෝ සේවාව පිළිබඳ ව පාරිභෝගිකයා දැනුවත් ව නොසිටීම ය. පාරිභෝගික පිරිස නිසි ලෙස හඳුනා ගෙන ද නොමැත. නිසියාකාර ව වෙළඳපල අධ්‍යයනය කිරීම, සැලසුම් සහගත ව කටයුතු කිරීම සහ පාරිභෝගිකයා දැනුවත් කිරීම මගින් සාර්ථකත්වය ළඟා කරගත හැකි ය.

	පවතින භාණ්ඩය	නව භාණ්ඩය
පවතින වෙළඳපල		
නව වෙළඳපල		

රූපය 6.5

නිදසුන් :-

අභ්‍යවකාශ සංචාරක සේවාවක් ඇරඹීම
වියපත් පෙනුම අඩු කිරීම සඳහා වූ විවිධ නිෂ්පාදිත
සුළං බලයෙන් ධාවනය වන මෝටර් රථයක් නිපදවීම

SCAMPER ආකෘතිය.

නව නිෂ්පාදිතයක් ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා ව්‍යවසායකයෙකුට විවිධ ක්‍රමවේද භාවිත කළ හැකිය. මේ සඳහා SCAMPER ආකෘතිය පවතින නිෂ්පාදන නව්‍යකරණයට මග පෙන්වන අයුරු විමසා බලමු.

S	Substitute ආදේශ කිරීම	භාවිත යෙදවුම් වර්ගයක් වෙනුවට වෙනත් දෑ යොදා ගැනීම නිදසුන් : දූවමය උළුවහු වෙනුවට ප්ලාස්ටික් උළුවහු ආදේශය ප්‍රතිලාභ කිහිපයක් එකතු කිරීම
C	Combine සම්බන්ධ කිරීම	නිදසුන් : ජංගම දුරකතනයට කැමරාව, ගුවන් විදුලිය, රූපවාහිනිය අන්තර්ජාලය, වැනි පහසුකම් එකතු කිරීම
A	Amplify (Add) විශාල කිරීම/ එකතු කිරීම	කුඩා දෙයක් විශාල කිරීම නිදසුන් : රූපවාහිනියේ තිරය විශාල කිරීම, මෙගා බීම බෝතලය
M	Minimize කුඩා කිරීම	විශාල දෙයක් කුඩා කිරීම නිදසුන් : ඡූම්පු සැෂේ පැකට්, කුඩා පරිගණක, කුඩා කැමරා බඩ් බීම බෝතලය
P	Put other use වෙනත් කාර්යයක් සඳහා භාවිත කිරීම	නිශ්චිත කාර්යයකට භාවිත නිෂ්පාදිතයක් වෙනත් කාර්යයකට ද භාවිත කළ හැකි අයුරින් සැකසීම නිදසුන් : පුටුව ඇඳක් ලෙස ද භාවිතයට සුදුසු ලෙස සැකසීම
E	Eliminate ඉවත් කිරීම	ඇතැම් කොටස් ඉවත් කිරීම නිදසුන් : මේද රහිත කිරි
R	Rearrange යළි සකස් කිරීම	පිළිවෙළෙහි හෝ උපාංගවල හෝ වෙනසක් ඇති කිරීම නිදසුන් : පැරණි ඇඳුම් විලාසිතා නව ක්‍රමයකට ඉදිරිත් කිරීම



ක්‍රියාකාරකම 03

ඔබට හුරු පුරුදු නිෂ්පාදිත නිදසුන් ලෙස ගෙන ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස සිතා ඒවාට නව්‍යතා එක් කිරීමට SCAMPER ආකෘතිය භාවිත කළ හැකි ආකාරය පහත වගුව ඇසුරෙන් ඉදිරිපත් කරන්න.

සාධකය		නිෂ්පාදිතය	පවතින තත්ත්වය	නව තත්ත්වය	ප්‍රතිලාභ
ආදේශ කිරීම Substitute	නිදසුන් :- අමුද්‍රව්‍ය වෙනස් කිරීම				
සම්බන්ධ කිරීම Combine	නිදසුන් :- නව උපාංග බද්ධ කිරීම				
විශාල කිරීම Amplify(Add)	නිදසුන් :- ප්‍රමාණය, පරාසය, වර්ණය, බර ආදී ලක්ෂණ වැඩි කිරීම				
කුඩා කිරීම Minimise	නිදසුන් :- නිෂ්පාදිතයේ බර, ප්‍රමාණය ආදිය අඩු කිරීම				
වෙනත් කාර්ය සඳහා යොදා ගැනීම Put to other use	නිදසුන් :- උපයෝගීතාවයන් කිහිපයක් සහිත ව භාණ්ඩය ඉදිරිපත් කිරීම				
ඉවත් කිරීම Eliminate	නිදසුන් :- පාරිභෝගික අවශ්‍යතා පරිදි කොටස් ඉවත් කිරීම.				
යළි සැකසීම Re arrange	නිදසුන් :- පවතින පෙනුම, එනම් පිළිවෙළ, වර්ණය වෙනස් කිරීම. නවීකරණය				

6.3 නව ව්‍යාපාරයක් සඳහා සාර්ථක පිවිසුම් උපාය මාර්ග

ඉහත සඳහන් කළ විකල්ප අතුරින් කිනම් ප්‍රවේශයක් අනුගමනය කරමින් වෙළඳපලට පිවිසිය ද උචිත උපාය මාර්ග අනුගමනය නොකළහොත් වෙළඳපල පවතින දැඩි තරගකාරීත්වය හමුවේ නව ව්‍යවසායකයා පසු බැමට ලක්වේ. මීට පෙර දක්වා ඇති පරිදි බොහෝ නව ව්‍යාපාර බිහි වූව ද ඒවා ස්ථාවර ව්‍යාපාර බවට පත් නොවීමට හේතුව ව්‍යවසායකයන් වෙළඳපලට පිවිසීමේදී අනුගමනය කරන උපාය මාර්ගවල අඩු ලුහුඬුකම් පවතියි.

ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කරන්නෙකු තම නිෂ්පාදිත වෙත පාරිභෝගිකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා උචිත උපාය මාර්ග කෙරෙහි අවධානය යොමු කරමින් කටයුතු කළ යුතු ය. ඒ සඳහා උචිත වන පිවිසුම් උපාය මාර්ග කිහිපයක් සලකා බලමු.

01. සුවිශේෂී නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් වීම
02. නිෂ්පාදිත ප්‍රභේදනය
03. වෙළෙඳපල හිඬුස / අවකාශය
04. නවෝත්පාදනය



රූපය 6.6

01. සුවිශේෂී නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් ඉදිරිපත් කිරීම

දැනට වෙළෙඳපල ඇති තරගකාරී භාණ්ඩ හෝ සේවාවලට වඩා ව්‍යාපාරිකයා ඉදිරිපත් කරන නිෂ්පාදිතය ගුණත්වයෙන්, ප්‍රමාණයෙන්, වෙනත් උපයෝගීතාවන්ගෙන් හා අසුරුමෙන් ආදී ලක්ෂණවලින් වෙනස් නම් එය වෙළඳපලට පිවිසීමට සාර්ථක ක්‍රමයකි.

නිදසුන් :-

- එක් අග්‍රයක ලියන තීන්ත ද අනෙක් අග්‍රයේ මකන දියර ද සහිත පෑනක් සබන් පෙට්ටියක් ලෙස භාවිත කළ හැකි අසුරණයක් සහිත සුවඳ සබන්

02. නිෂ්පාදිත ප්‍රභේදනය භාවිත කරමින් ඉදිරිපත් කිරීම

තම ව්‍යාපාරයේ නිෂ්පාදිතය තරගකරුවන්ගේ නිෂ්පාදිතවලින් වෙනස් කිරීමට ගන්නා උත්සහයකි, නිෂ්පාදිත ප්‍රභේදනය.

ඇතැම් භාණ්ඩවල මිල එම භාණ්ඩයෙහි ඉල්ලුම වෙනස් කිරීමට බලනොපායි. එවන් අවස්ථාවක පාරිභෝගික ආකර්ෂණය ඇති කර ගැනීමට උචිත ම ක්‍රමය නිෂ්පාදිතයට යම් වෙනස්කම් සිදු කිරීම යි. එබැවින් නිෂ්පාදන ප්‍රභේදනය ව්‍යවසායකයෙකුට හොඳ පිවිසුම් උපාය මාර්ගයකි.

නිදසුන් :-

- * කිරිපිටි වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කරන විට,
- * jambo pack
- * budget pack
- * economy pack
- * sache pack

ආදී ලෙස ඇසුරුම් ගණනාවකින් ඉදිරිපත් කිරීම.

03. වෙළඳපල හිඬැස දැක භාණ්ඩ ඉදිරිපත් කිරීම

වෙළඳපල හිඬැස යනුවෙන් අදහස් වන්නේ වෙළඳපලෙහි පාරිභෝගිකයන්ගෙන් කොටසක් තෘප්තිමත් නොවූ අවශ්‍යතා හා වුවමනා සහිතව පසුවන බවයි.

මහා පරිමාණ ව්‍යවසායකයෝ වෙළඳපලෙහි වැඩි පාරිභෝගික පිරිසක් අරභයා නිෂ්පාදිත ඉදිරිපත් කළත් සුවිශේෂී අවශ්‍යතා ඇති සුළු පාරිභෝගික කණ්ඩායම් කෙරේ සැලකිල්ලක් නොදක්වති. පරිසරයේ ඇති වන වෙනස්කම් මත උපදින මෙවන් සුවිශේෂී වෙළඳපලවල් කෙරෙහි නව ව්‍යවසායකයන්ට වඩාත් හොඳින් යොමුවිය හැකි ය.

නිදසුන් :-

රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික අංශයේ සේවයෙන් විශ්‍රාම ගත් පිරිසක් සමාජයේ සිටී. ඔවුන්ට ආවේනික වූ සමහර ගති ලක්ෂණ හා වුවමනා ඇත. ඒ අය වෙනුවෙන් ම සැකසුණු ගුවන්විදුලි නාලිකා ,රූපවාහිනී නාලිකා, රැක බලා ගැනීමේ මධ්‍යස්ථාන, ජ්‍යෙෂ්ඨ පුරවැසි ගිණුම්, දඹදිව සංචාර ආදිය ඉදිරිපත් කිරීමෙන් ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතා හා වුවමනා තෘප්තිමත් කරමින් වෙළඳපල අත්පත් කරගත හැකි වීම

04. නවෝත්පාදනය

නවෝත්පාදනය යන්නෙහි සරල අදහස නව දෙයක් කිරීමයි. යම් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ ආරම්භයේ සිට පාරිභෝගිකයා අතට පත්වන තුරු ද, අලෙවියෙන් පසු සේවා දක්වා ද නවෝත්පාදනය සිදු කළ හැකි ය. ඒ තුළින් යම් නිෂ්පාදිතයක උපයෝගිතාවේ යම් වෙනසක් ඇති කරයි.

දක්ෂ ව්‍යවසායකයෙකුට පහත දැක්වෙන නව්‍යතා ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.

නිදසුන් :-

- දූව වෙනුවට ප්ලාස්ටික් භාවිතය
- නිර්පාංශු වගාව
- ළමා කනන්දර පොත් විවිධ හැඩවලින් නිර්මාණය කිරීම
- නව පහසු ගෙවිමේ ක්‍රම
- පැය 24 පුරා බෙද හැරීම
- කෙටි පණවුඩ සේවාව මගින් ප්‍රවර්ධනය



පහත දැක්වෙන එක් එක් ව්‍යාපාරය නව්‍යතාවයකින් යුතුව ඉදිරිපත් කළ හැකි ක්‍රම යෝජනා කරන්න.

- කේවල ඉගැන්වීම්
- පාවිච්චි කළ කාර් අලෙවිය
- ලිපි ද්‍රව්‍ය මුද්‍රණය
- ඉඩම් විකිණීම
- චිත්‍රපට ප්‍රදර්ශනය
- ජංගම දුරකථන අලුත්වැඩියා ව

පිළිතුරු ලියමු.



01. රැකියාවක් කරනවා වෙනුවට ව්‍යවසායකයෙකු බවට පත් වීම වාසිදයක බවට හේතු 04ක් දක්වන්න.
02. භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් නම් කර ඊට තරගකාරී වන භාණ්ඩ හා සේවා එකතුව පෙන්වා දෙන්න.
03. ව්‍යවසායකයාට ප්‍රමාණවත් ඉපැයීමක අවශ්‍යතාව පහදන්න.
04. සුළු පරිමාණ ව්‍යවසායකයෙකුට ඇති ප්‍රාග්ධන සම්පාදන මාර්ග 05ක් නම් කරන්න.
05. නව ව්‍යවසායකයෙකුට වෙළඳපලට ඇතුළත් විය හැකි විකල්ප ක්‍රම නම් කොට ඒ ඒ විකල්පයේ ඇති වාසිය හා අවාසිය බැගින් ලියන්න.
06. නිෂ්පාදිත ප්‍රභේදනය අර්ථ දක්වන්න. යම් නිෂ්පාදිතයක් නම් කොට එය නිෂ්පාදිත ප්‍රභේදනයට ලක්කොට ඇති ආකාරය පෙන්වා දෙන්න.
07. “වෙළඳපල හිඩැස” සංකල්පය පහදන්න.