තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය භාවිතයෙන්

ව්‍යාපාර සැලසුම් කිරීම

හා කළමනාකරණය

ස්තුතිය

කාන්තාව හා තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණ පෙරමුණු වැඩසහනේ (Women and ICT Frontier Initiative -WIFI) පුහුණු මොඩියුල පිළියෙල කළ සංවර්ධනය සඳහා තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය සඳහාවූ ආසියා පැසිෆික් මධ්‍යස්ථානයට (United Nations Asian and Pacific Training Centre for Information and Communication Technology for Development – UN APCICT) විශේෂ කෘතඥතාව හිමිවේ. මෙම පොතට පදනම් වී ඇත්තේ එම මොඩියුලයයි. APCICT (Asian and Pacific Training Centre for Information and Communication Technology for Development) ආයතනය, ආසියා හා පැසිෆික් කලාපය සඳහා වු එක්සත් ජාතීන්ගේ ආර්ථික හා සමාජීය කොමිසමේ කලාපීය ආයතනයක් වේ.

ව්‍යාපාර සැලසුම් කිරීම හා කළමනාකරණයේ දී තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය යොදා ගැනීමේ හැකියාව දියුණු කරමින් කාන්තා ව්‍යවසායකත්වයට ආධාර කිරීම අරමුණු කර ගනිමින් කාන්තාව හා තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණ පෙරමුණු වැඩසහනේ (WIFI) ප්‍රථම දකුණු ආසියාතික වැඩසටහන '**සුහුරුලිය**' නමින් ශ්‍රී ලංකාවේ ක්‍රියාත්මක කරනු ලබයි.

ශ්‍රී ලංකා තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්‍ෂණ නියෝජිතායතනය (Information and Communication Technology Agency of Sri Lanka - ICTA) විසින් සමස්ථ ශ්‍රී ලාංකික ප්‍රජාව වෙත ඩිජිටල් තාක්‍ෂණයේ ප්‍රතිලාභ ගෙනයාම සඳහා විවිධාකාර මූලෝපායික වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරනු ලබයි. කාන්තාවන් තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්‍ෂණයෙන් සවිබල ගැන්වීම සඳහා ක්‍රියාත්මක කෙරෙන මෙම වැඩසටහන මගින් සියළු ශ්‍රී ලාංකීය කාන්තාවන් වෙත තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්‍ෂණය වඩාත් ඵලදායි ලෙස භාවිතා කිරීමට මහ පෙන්වීමක් සිදු කිරීමට අපේක්ෂිතය.

පටුන

1.0 **ව්‍යාපාරයක් යනු කුමක් ද?** 5

1.1 ව්‍යාපාරයක විවිධ අවස්ථා 5

- **සංකල්ප අවස්ථාව** 5
- **ආරම්භක අවස්ථාව** 6
- **වර්ධන අවස්ථාව** 6
- **පසු අවස්ථා** 6

2.0 **ඔබේ ව්‍යපාරික සැලසුම් පිළියෙල කිරීම** 7

2.1 ව්‍යාපාරික සැලසුමක් යනු කුමක් ද? 7

2.2 ව්යාපාර සැලසුම් කිරීමේ දී තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය (ICT) භාවිතයට ගැනීම 8

පැතුරුම්පත් ක්‍රමලේඛ (Spreadsheet Programmes). 8

• **මූලික දෘශ්‍යාධාර හා ප්‍රස්තාර** 8

- **ලේඛන හෝ පද සකසන** (Document or word processor) 9
- **ඉදිරිපත් කිරීමේ ස්ලයිඩ** 10
- **අන්තර්ජාලය** 10
- **වෙබ් බ්‍රවුසරය** 11
- **සෙවුම් යන්ත්‍ර** (Search Engines) 11
- **සන්නිවේදන කටයුතු සඳහා ඉ-තැපැල් භාවිතා කිරීම** 12
- **සමාජ මාධ්‍ය** 12

ජනප්‍රිය සමාජ මාධ්‍ය වෙබ් අඩවි පහත දැක්වේ. 13

- **ජංගම දුරකථන යෙදවුම්** 14

3.0 **ව්‍යාපාරික අදහස් ජනනය කිරීම** 15

පියවර 1 15

පියවර 2 17

පියවර 3 17

4.0 **ව්‍යාපාරික පරිසරය යනු කුමක්ද?** 18

4.1 පාරිසරික සුපරික්ෂාව 19

4.2 ඔබ තෝරාගත් ව්යාපාරයේ පරිසරය සුපරික්ෂාකාරී ලෙස විමසා බැලීමට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය **(ICT)** ඔබට උපකාරී වන්නේ කෙසේද**?** 19

4.3 ගනුදෙනුකරුවන් හඳුනා ගැනීම 20

4.4 තරගකරුවන් හඳුනා ගැනීම 20

4.5 ව්‍යාපාරික ගනුදෙනුකරුවන් හා තරඟකරුවන් හඳුනා ගැනීමට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයට (ICT) ආධාර කළ හැකි වන්නේ කෙසේ ද? 21

5.0 **ඔබේ ව්‍යාපාරය සඳහා තරඟකාරී වාසියක් හා සුවිශේෂී අගයක් නිර්මාණය කිරීම** 22

5.1 තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය සහය වන්නේ කෙසේද? 22

6.0 **ව්‍යාපාරික සම්පත් හඳුනා ගැනීම** 23

6.1 ව්‍යාපාරික යටිතල පහසුකම් 23

6.2 අවශ්‍ය යටිතල පහසුකම් හඳුනා ගැනිමට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය සහය වන්නේ කෙසේ ද? 23

7.0 මානව සම්පත් 24

7.1 මානව සම්පත් සැලසුම් කිරීමේදී තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය සහාය වන්නේ කෙසේ ද? 24

8.0 ඔබේ නිෂ්පාදන අලෙවි කිරීම 24

8.1 මිල (මුදල් හා අයවැය සකස් කිරීම) 25

8.2 නිෂ්පාදනය දියුණු කිරීම (Development) 28

8.3 නිෂ්පාදන ප්‍රවර්ධනය (Promotion) 28

8.4 ස්ථානය 29

9.0 ව්‍යාපාරික කාන්තාවක් ලෙස සැරසීම 30

10.0 **ඔබේ ව්‍යාපාරය ආරක්ෂා කර ගැනීම** 30

10.1 නෛතික හා නියාමන අනුකූලතාව 30

10.2 ව්‍යාපාරය සඳහා රක්ෂණය 31

10.3 මාර්ගගත (Online) හා මාර්ග අපගත (Offline) ආරක්ෂාව 32

10.4 බුද්ධිමය දේපළ අයිතිය (IPR) 32

11.0 **ඔබේ ව්‍යාපාරය සමීක්ෂණය හා ඇගයීම** 32

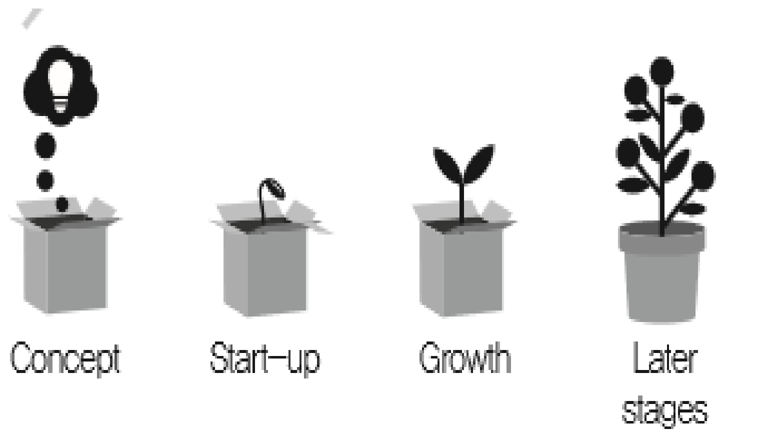
12.0 ආශ්‍රේය ලේඛන: 34

1.0 ව්‍යාපාරයක් යනු කුමක් ද?

ව්‍යාපාරයක් යනු මුදල් හෝ භාණ්ඩ හා සේවා සඳහා හුවමාරුවට භාණ්ඩ හා සේවා සපයන ක්‍රියා මාලාවකි. එය ලාභ ලැබීම සඳහා හෝ ලාභයෙන් තොර පදනමක් මත පවත්වා ගෙන යා හැක. එක් පුද්ගලයෙකුට, කණ්ඩායමකට, හවුලකට හෝ සංස්ථාවකට ව්‍යාපාරයක් ස්ථාපිත කිරීමට පුළුවන. විවිධ ආකාරයේ ව්‍යාපාර නියාමනය කිරීම සඳහා රටවල නීති හා ප්‍රතිපත්ති තිබේ.

1.1 ව්‍යාපාරයක විවිධ අවස්ථා

ව්‍යාපාර පිලිබඳ අධ්‍යනයේදී ව්‍යාපාරයක ජීවන චක්‍රයක් පිළිබඳ ව සඳහන් වේ. ව්‍යාපාරයක අවස්ථා හතරක් තිබේ. ඒවා නම් සංකල්පය, ආරම්භය, වර්ධනය හා පසු අවස්ථායි. පහත දැක්වෙන 1වැනි රූපය ව්‍යාපාරයක එම අවස්ථා නිරූපනය කරයි.



සංකල්පය ආරම්භය වර්ධනය පසු අවස්ථා

- **සංකල්ප අවස්ථාව**

සංකල්ප හෝ ව්‍යාපාරයක ජීවිත චක්‍රයේ බීජ අවස්ථාව යනු ව්‍යාපාර සිතුවිල්ලක් හෝ අදහසක් පමණක් වන අවස්ථාවයි. එය අලුත් ව්‍යාපාරයක පිළිසිඳ ගැනීම හෝ උපත යි. මෙම අවස්ථාවේ අවධානය යොමු වන්නේ ව්‍යාපාරික සංකල්ප, ව්‍යවසායකයාගේ කුසලතා, අත්දැකීම් හා ආශාවන් සමග ගැළපේ දැයි සොයා බැලීමටයි. සැලසුම් කිරීම, හොඳ තොරතුරු සොයා ගැනීම, ව්‍යාපාරයේ හා එහි තීරණ ගැනීමේ අයිතිය, මූල්‍ය සම්පත් හා නිෂ්පාදනය ඉහල නැංවීමේ හෝ සේවාව සැපයීමේ හොඳ ම ක්‍රමය ආදිය පිළිබඳ තීරණ ගන්නේ මෙම අවස්ථාවේයි. සංකල්ප අවස්ථාවේ විශාලම කාර්යය වන්නේ ව්‍යාපාරික සැලැස්ම සකස් කිරීමයි.

මෙම අවස්ථාවේ ජංගම දුරකථන, පරිගණක, වැඩසටහන් යෙදුම් හා අන්තර්ජාල පහසුකම් ඔබේ නිවසේ දී මෙන් ම ව්‍යාපාරයේ දීද ඔබේ කාලය හා අනෙකුත් සම්පත් කළමනාකරණය කර ගැනීම සඳහා ප්‍රයෝජනයට ගත හැකිය.

නිවසේ ඔබේ වගකීම් කිසි දා අවසන් නොවේ. ඔබේ පවුල හා නෑදෑයන් සමග පුද්ගලික කටයුතු සැලසුම් කිරීම ඉතා වැදගත් වන අතර දිනපතා ම ඔබ ඒවාට අවශ්‍ය අවධානය යොමු කළ යුතු ය. මෙවැනි පුද්ගලික කටයුතු සැලසුම් කිරීමට හා සන්නිවේදනය කිරීමට ඔබට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණ උපකරණ හා යෙදවුම්වල (Applications) සහාය ලබා ගත හැකි වේ.

මේ ආකාරයටම, ව්‍යාපාරික කටයුතු පිළියෙල කිරීමේ දී හා ව්‍යාපාරය සඳහා අවශ්‍ය සබඳතා ගොඩ නැගීමේ දී සැලසුම් හා සන්නිවේදනය විශාල කාර්ය භාරයක් ඉටු කරයි. සැලසුම් අවස්ථාවේ දී අන්තර්ජාලය හා තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණ උපකරණ භාවිතා කොට ඔබට සම්බන්ධ විය හැකි පුද්ගලයන්ගෙන් වැදගත් ව්‍යාපාරික තොරතුරු එකතු කර ගැනීමට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණ උපකරණ හා යෙදවුම්වල සහාය ලබා ගත හැකි වේ.

- **ආරම්භක අවස්ථාව**

මෙම අවස්ථාවේ ව්‍යාපාරය නීත්‍යානුකූල ව පවතින දෙයක් වෙයි. ව්‍යාපාරය ආරම්භ කිරීමට පෙර ඔබට රජයේ නියාමන අවශ්‍යතා සපුරා ලිය හැකි දැයි සොයා බැලීම අත්‍යාවශ්‍ය වේ.

ඔබේ ව්‍යාපාරය වඩාත් කාර්යක්ෂම හා ඵලදායී කිරීමට අවශ්‍ය පද්ධති හා ක්‍රියාමාර්ග හඳුන්වා දෙන්නේ මේ අවස්ථාවේයි. පද්ධතිවලට, ඔබ අමුද්‍රව්‍ය හා සැපයුම් මිල දී ගන්නා ආකාරය, සේවකයන් බඳවා ගැනීම හා කළමනාකරණය, නිෂ්පාදනය වැඩියෙන් අලෙවි කිරීමට ව්‍යාපාරය මෙහෙයවන ආකාරය මූල්‍ය සම්පත් ගැන විමසුමෙන් සිටීම හා රජයේ නියාමන අවශ්‍යතාවන් ට අනුකූල වීම ආදිය ඇතුළත් වේ.

මෙහිදී කාලය, සම්පත් හා පුද්ගලික කරුණු කළමනාකරණය සඳහා තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය යොදා ගත හැකියි.

- **වර්ධන අවස්ථාව**

මෙම අවස්ථාවේ ලක්ෂණ වන්නේ පාරිභෝගිකයන්, විකුණුම් ආදායම හා ලාභය වැඩි වීමයි. නමුත් මේ වන විට තරගකරුවන් මතු වීමට ඉඩ තිබේ. විශේෂයෙන්ම ඔබේ සම්පත් භාවිතය හොඳින් සැලසුම් නො කළ හොත්, ව්‍යාපාරික කටයුතු වැඩිවීමත් පුද්ගලික අභියෝගත් නිසා වර්ධන අවස්ථාව බොහෝ උත්සාහය හා කුසලතා අවශ්‍ය කරන අවධියක් වෙයි. විවිධ පුද්ගලයන්ගෙන් හා කණ්ඩායම් වලින් අවශ්‍ය සහාය ලබා ගැනීමටත් ඔබේ ව්‍යාපාරය වඩා කාර්යක්ෂම ලෙස මෙහෙය වීමටත් තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය යොදා ගත හැකියි.

- **පසු අවස්ථා**

මේ අවස්ථාවේ දී ව්‍යාපාරික ජීවිතය වඩා ක්‍රමවත් හා පරිණත ස්වරූපයක් ගනු ඇත. බොහෝ විට මේ අවස්ථාවේ මුහුණ දෙන අභියෝගය වන්නේ ව්‍යාපාරය පුළුල් කිරීම හා ව්‍යාප්ත කිරීමයි. ව්‍යාපාරික මනස වැඩිපුර 'අවස්ථා' සොයන අතර මේ සඳහා හොඳ ව්‍යාපාරික තීරණවලට එළඹිය හැකි තොරතුරු, සබඳතා, සන්නිවේදන හා සැලසුම් කිරීම් අවශ්‍යවේ. මෙම පසු අවස්ථාවේ දී ද තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණ වැඩසටහන් හා යෙදුම් භාවිතයෙන් විපුල ප්‍රයෝජන ලබා ගත හැකියි.

2.0 ඔබේ ව්‍යාපාරික සැලසුම් පිළියෙල කිරීම

2.1 ව්‍යාපාරික සැලසුමක් යනු කුමක් ද?

ව්‍යාපාරික සැලසුමක් යනු, මූලික වශයෙන් ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් කිරීමට බලාපොරොත්තු වන්නේ කුමක්ද යන්නත්, ව්‍යාපාරයට බලපාන සාධක පිළිබඳ විශ්ලේෂණයක් හා ඔබ එයට මුදල් යොදවන්නේ හා එය මෙහෙයවන්නේ කෙසේද යන්නත් ලිඛිතව දක්වා ඇති ලේඛනයකි.

ව්‍යාපාරික සැලසුමක ව්‍යාපාරයේ මූලික විස්තර අඩංගු වේ.

එය පහත දැක්වෙන කරුණු විස්තර කරනු ඇත:

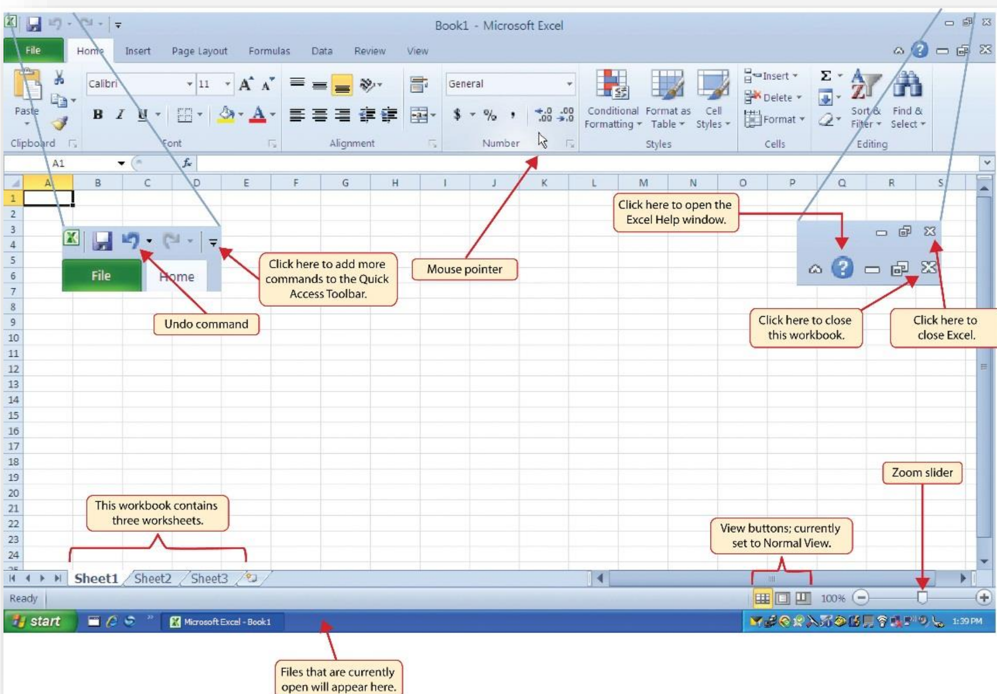
- ඔබේ ව්‍යාපාරික අදහස් හා ඉලක්ක
- ඔබ වෙළඳපොළ අවබෝධ කර ගෙන ඇත්තේ කෙසේ ද යන්න හා ඔබේ නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව විකිණීමට ඔබ සැලසුම් කර ඇත්තේ කෙසේ ද යන්න
- ඔබට ඇති තරගය හා ව්‍යාපාරික අවදානම්
- ඔබේ තරගකරුවන්ට සාපේක්ෂව හොඳ නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවයක් ලබා දීමට, එය සැලසුම් කිරීම හා දියුණු කිරීම
- ඔබේ ව්‍යාපාරය මෙහෙයවන ආකාරය හා කළමනාකරණය කරන ආකාරය
- ඔබේ ව්‍යාපාරය කර ගෙන යෑමටත් එය ලාභදායී කිරීමටත් අවශ්‍ය වන මූල්‍ය තොරතුරු

2.2 ව්‍යාපාර සැලසුම් කිරීමේ දී තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය (ICT) භාවිතයට ගැනීම

ඔබේ ව්‍යාපාරික සැලසුම පිළියෙල කිරීමේ දී හා වැඩි දියුණු කිරීමේ දී පහත දැක්වෙන තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණ (ICT) යෙදවුම්, සැලසුම් ක්‍රියාවලිය පහසු කරනවා පමණක් නොව ව්‍යවසායක කාන්තාවන්ගේ වෘත්තිය-ජීවන සමතුලිතබව ඇති කිරීමට ද දායකත්වයක් සපයනු ඇත.

පැතුරුම්පත් ක්‍රමලේඛ (Spreadsheet Programmes).

පැතුරුම්පත යනු වැඩපතකි. එය සමන්විත වන්නේ දත්ත විශාල ප්‍රමාණයක් ඇතුල් කළ හැකි තීරු හා පේළි සමූහයකිනි. පරිගණක පැතුරුම්පත් යෙදුමක් හෝ මෘදුකාංගයක්, පරිගණක තිරයක් මත ඇති තීරු හා පේළිවලින් සමන්විත විශාල ගණන් තබන කඩදාසියකට සමානවේ. අතින් ලියන කඩදාසි පැතුරුම්පත් මෙන් නොව ඉලෙක්ට්‍රොනික පැතුරුම්පතට ස්වයංක්‍රීය ගණනය කිරීම් සිදු කිරීමටත් ප්‍රස්තාර හා සටහන් වැනි පින්තූර සහිත වාර්තා නිර්මාණය කිරීමටත් හැකි වේ.

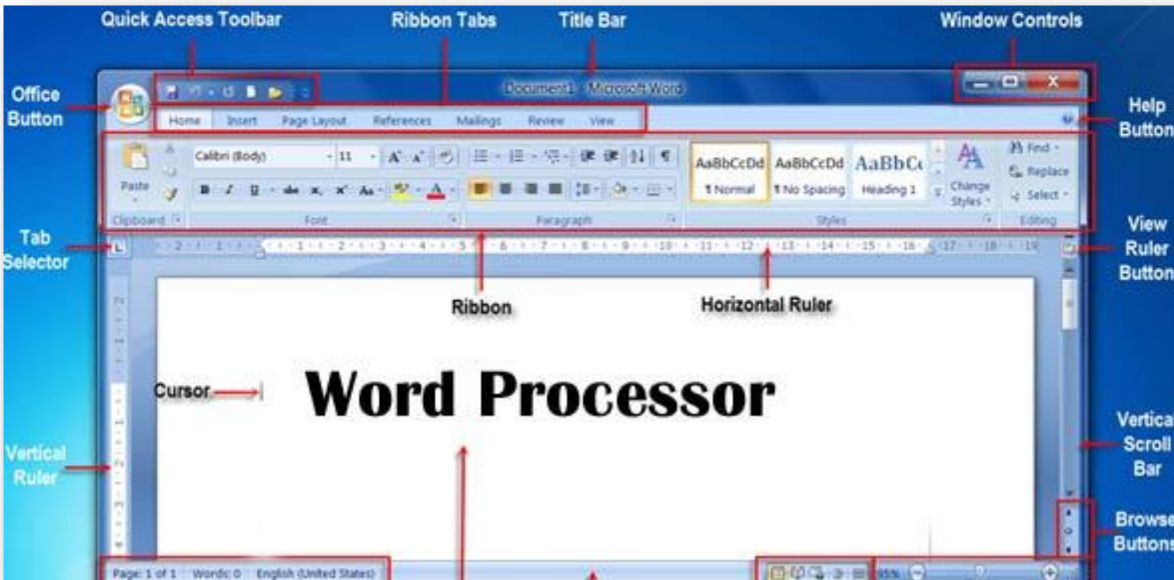


• මූලික දෘශ්‍යාධාර හා ප්‍රස්තාර

ඔබේ ව්‍යාපාර සැලැස්ම පිළියෙල කරන විට සමහර විට ඔබේ අදහස් වඩා හොඳින් නිරූපණය කළ හැකි චිත්‍ර, ප්‍රස්තාර හා ඡායාරූප ආදිය යොදා ගැනීම ප්‍රයෝජනවත් විය හැකි ය. දෘශ්‍යාධාර නිර්මාණය කිරීමට යොදා ගත හැකි ක්‍රමලේඛන හා වැඩසටහන් ඔබේ පරිගණකයේ හෝ ජංගම දුරකථනයේ දැනටමත් තිබෙන්නට පුළුවන. උදාහරණයක් වශයෙන් පැතුරුම්පත් වැඩසටහන්වලට ඔබේ දත්තවලින් රූප සටහන් හා ප්‍රස්තාර නිර්මාණය කළ හැකි වේ.

- **ලේඛන හෝ පද සකසන** (Document or word processor)

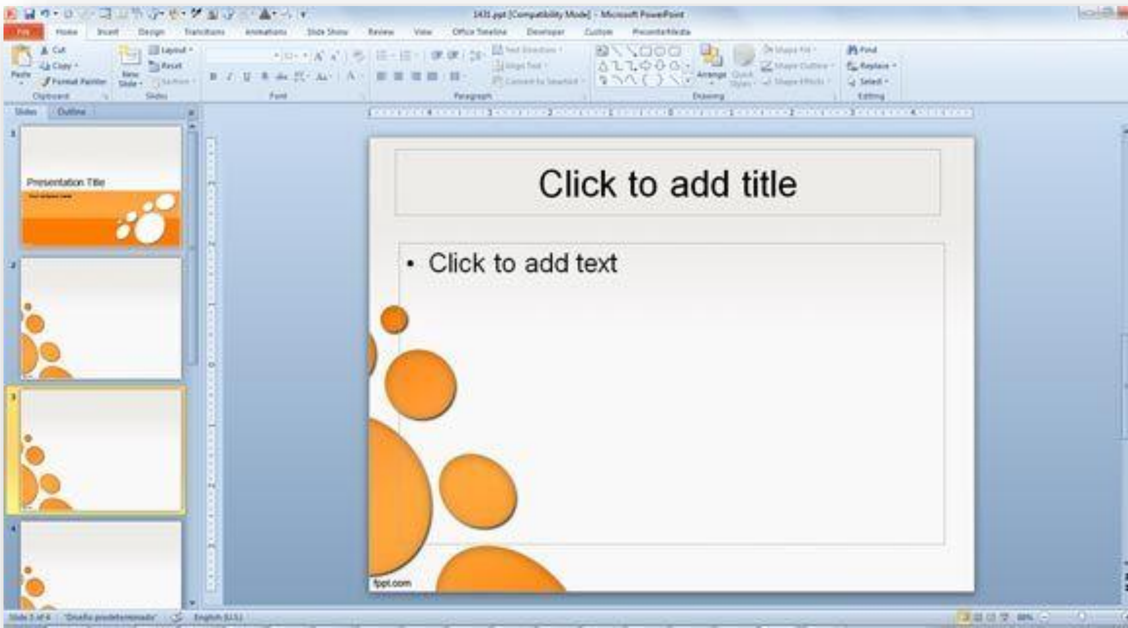
පද සකසනය, ඔබේ යතුරු ලියනය හා කඩදාසි මෙන් වුවද පද සකසනයට වෙනත් කාර්යයන් හා ලක්ෂණ ඇතුළත් වේ. ඔබේ පිටු සැකසීම සඳහා පද සකසනයේ මෙවලම් ගණනාවක් තිබේ. උදාහරණයක් හැටියට පාඨ, තීරු ලෙස දැක්වීමට, පිටු අංක දැමීමට හෝ රූප සටහන් ඇතුළු කිරීමට එයට හැකි වේ.



ව්‍යාපාරික සැලසුමකට විවිධ ලේඛන අවශ්‍ය වේ. ව්‍යාපාරය දියුණු කිරීම සහ එදිනෙදා කටයුතු සඳහා අවශ්‍ය අදහස් හා විස්තර ලියා තැබීම පහසුවක් වනු ඇත. අදහස් හා සංඛ්‍යා සටහන් කර තිබීමෙන් ඒවා මතක තබා ගැනීමත් විශ්ලේෂණය කිරීමත් පහසු වන අතර ලියන ලද තොරතුරු සංස්කරණය කිරීමට ද හැකි වේ. මේ අනුව ආයෝජකයෙකුගෙන් අරමුදල් ලබා ගැනීමට හෝ බැංකුවකින් ණයක් ලබා ගැනීමට හෝ අවශ්‍ය වන ව්‍යාපෘති යෝජනාවක් හෝ ශක්‍යතා අධ්‍යයනයක් පිළියෙල කිරීම පහසු වේ.

- **ඉදිරිපත් කිරීමේ ස්ලයිඩ**

අදහසක ශක්‍යතාව පෙන්වීමට හෝ තීරණවලට බලපෑමක් කිරීමට හෝ කණ්ඩායමකට කරුණු ඉදිරිපත් කිරීමක දී එය පැහැදිලි කිරීමට ඡායාරූප, වීඩියෝ හෝ ප්‍රස්තාර ආදිය පෙන්වීමට ඉදිරිපත් කිරීමේ යෙදුම් (Presentation applications) යොදා ගත හැකියි.



- **අන්තර්ජාලය**

මෙය ගෝලීය වශයෙන් පැතිරුණු ජාලයක් වන අතර එය ඔබේ පරිගණකය විශ්ව විසිරි වියමනට (World Wide Web) සම්බන්ධ කරයි. අන්තර්ජාලයට සම්බන්ධ වීම සඳහා ඔබ අන්තර්ජාල සේවා සපයන්නෙක් හා සම්බන්ධ වීම අවශ්‍ය වේ. අන්තර්ජාලය තුළින් ඔබට කිසියම් දෙයක් ගැන උනන්දු වන පිරිසක් සමග සම්බන්ධ වීමට මෙන් ම ලෝකය පුරා විසිරී සිටින පිරිස සමඟ නව සබඳතා ගොඩ නගා ගැනීමටත් හැකි වේ. අන්තර්ජාලය, විවිධ ලේඛන. ගොනු. අනුරූප, වීඩියෝ හා වෙබ් අඩවිවලින් සමන්විත වන යෝධ පුස්තකාලයක් ලෙස සැලකෙන බැවින් ඕනෑම ආකාරයක පුළුල් දැනුමක් ද එයින් ලබා ගත හැකි වේ. විවිධ ආකෘතිවලින් හා විවිධ මාධ්‍යවලින් මෙම දැවැන්ත පුස්තකාලයට නිතිපතා දත්ත එකතු වේ.

- **වෙබ් බ්‍රවුසරය**

බ්‍රවුසරයක් යනු වෙබ් අඩවිවලට ප්‍රවේශ වීමටත් ඒවා නැරඹීමටත් භාවිතා කරන යෙදවුමකි. දැනට බහුලවම භාවිතා වන වෙබ් බ්‍රවුසර වන්නේ ගූගල් ක්‍රෝම් (Google Chrome), මයික්‍රොසොෆ්ට් ඉන්ටර්නෙට් එක්ස්ප්ලෝරර් (Microsoft's Internet Explorer), මොසිල්ලා ෆයර්ෆොක්ස් (Mozilla Firefox) සහ ඇපල් සෆාරි (Apple's Safari) යන යෙදවුම් ය.

I

- **සෙවුම් යන්ත්‍ර** (Search Engines)

සෙවුම් **යන්ත්‍රයක්** භාවිතා කරන්නේ අන්තර්ජාලයේ තොරතුරු සෙවීමටයි. අන්තර්ජාල බ්‍රවුසරයක් මගින් අන්තර්ජාලයට ප්‍රවේශ වීමෙන් පසු ඔබේ ව්‍යාපාරයට අවශ්‍ය තොරතුරු සොයා ගැනීමට ඇල්ටාවිස්ටා (AltaVista), බින් (Bing), එක්සයිට් (Excite), ගූගල් (Google), ඉන්ෆොසීක් (Infoseek), ලයිකෝස් (Lycos) සහ යාහු (Yahoo) වැනි සෙවුම් යන්ත්‍ර භාවිතා කිරීමට පුළුවන.

- **සන්නිවේදන කටයුතු සඳහා ඉ-තැපැල් භාවිතා කිරීම**

ඉලෙක්ට්‍රොනික තැපෑල හෝ ඉ-තැපෑල යනු ඉ-තැපැල් ලිපිනයක් ඇති එක් පුද්ගලයෙක්, ඉ-තැපැල් ලිපින ඇති වෙනත් පුද්ගලයෙක් හෝ පුද්ගලයන් ගණනාවක් සමග ඩිජිටල් පණිවුඩ හුවමාරු කර ගැනීමේ ක්‍රමයකි. එය ක්‍රියා කරන්නේ අන්තර්ජාලය හෝ අනිකුත් පරිගණක ජාල හරහායි. සාම්ප්‍රදායික තැපෑල සමග සසඳන විට ඉ-තැපෑල ඉතා වේගයෙන් පණිවුඩ ගෙන යයි. ඉ-තැපෑල භාවිතා කිරීමේ තවත් වාසියක් වන්නේ ඉ-තැපැල් පණිවුඩයට ඇමුණුම් ලෙස වෙනත් ලිපි ලේඛන පින්තූර ආදියද අදාල පුද්ගලයා වෙතට යැවීමට හැකි වීමයි.

- **සමාජ මාධ්‍ය**

සමාජ මාධ්‍ය යනු ප්‍රජාව විසින්ම දත්ත සපයන, අන්තර් ක්‍රියා සිදු වන, අන්තර්ගතය එකි නෙකා අතර හවුලේ බෙදා හදා ගන්නා හා සහයෝගයෙන් ක්‍රියා කරන සබැඳි සන්නිවේදන චැනල වල එකතුවකි.

නිෂ්පාදන පිළිබඳ ව සන්නිවේදනය කිරීමටත් ඒවා ප්‍රවර්ධනය කිරීමටත් සමාජ මාධ්‍ය ඉඩ ප්‍රස්ථා ලබා දෙයි ෆේස් බුක් යනු ඉන් එක් සමාජ මාධ්‍ය ජාලයක් වන අතර උදාහරණයක් වශයෙන් ඔබට අවශ්‍ය විකිණීමට ඇති භාණ්ඩවල ඡායාරූප 'ෆේස්බුක්' හි පළ කිරීමට හැකිය. පුද්ගලික පණිවුඩ යැවීම (Messenger) හා ඔබට සම්බන්ධ විය හැකි කණ්ඩායම් සෙවීම ද ඇතුළු ප්‍රයෝජනවත් අංග ගණනාවක් එහි තිබේ.

ජනප්‍රිය සමාජ මාධ්‍ය වෙබ් අඩවි පහත දැක්වේ.

Facebook

Twitter

LinkedIn

Google+

YouTube

Pinterest

Instagram

Tumblr

Flickr

Reddit

- **ජංගම දූරකථන යෙදවුම්**

අන් අය සමග සන්නිවේදනය කිරීමට අමතරව ජංගම උපකරණවලට තවත් බොහෝ දේ කළ හැකියි. මුලදී ජංගම යෙදුම් තිබුණේ ඉ-තැපෑල, දින දර්ශනය, සබඳතා (contacts), කොටස් වෙළඳපොළ හා කාලගුණ තොරතුරු ඇතුළු සාමාන්‍ය ඵලදායිතාව හා තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා වුවත් දැන් ජංගම යෙදවුම් පුළුල්ක්ෂේත්‍රයක ක්‍රියාත්මක වෙමින් පෙර පැවති තත්වය සම්පූර්ණයෙන්ම විප්ලවකාරී වෙනසකට භාජනය කර තිබේ. උදාහරණයක් වශයෙන් ඇන්ඩ්‍රොයිඩ් දූරකථනවලට අන්තර්ජාලය හා සම්බන්ධ වෙමින් ඉහළ මට්ටමේ පරිගණක යෙදුම් ක්‍රියාත්මක කළ හැකි වේ.

3.0 ව්‍යාපාරික අදහස් ජනනය කිරීම

ඔබට බොහෝ ව්‍යාපාරික අදහස් තිබෙන්නට පුළුවන. කෙසේ වෙතත් ඔබේ වර්තමාන තත්වය මත පදනම්ව එම අදහස් අතුරෙන් කළ හැකි දෙයක් තෝරා බේරා ගෙන එයට අවධානය යොමු කළ යුතු වේ.

ව්‍යාපාරික අදහස් ජනනය කිරීමට විවිධ ශිල්පීය ක්‍රම තිබේ. මෙයින් එක් ක්‍රමයක් වන්නේ "බුද්ධි ආලෝලනය"යි (brainstorming). එහි දී ගත යුතු පියවර පහත දැක්වේ.

පියවර 1

අ. ඔබට දැනටමත් ව්‍යාපාරික අදහස් ගණනාවක් ඇති බවට සැකයක් නැත. ඒ අදහස් සියල්ල ම අඩංගු ලැයිස්තුවක් පිළියෙල කරන්න.

ආහාර ව්‍යාපාරය
රූපලාවන්‍යාගාරය
මිලදී ගැනීම හා විකිණීම
ප්‍රජා ගබඩාව (Communitiy Store)
නිවෙස් සේවාව
අන්තර්ජාලයේ විකිණීම
බෑග් සෑදීම
රූපලාවන්‍ය ශිල්පි
කෝපි අවන්හල
පිරිසිදු ජලය විකිණීම
මෝස්තර නිර්මාණය
කෝප්පකේක් සාදා විකිණීම
විස්කෝතු සාදා විකිණීම
කේෂ ප්‍රතිකාර
කාන්තා හා ළමා ඇඳුම්
ළදරු ඇඳුම් හා උපාංග

ආ. ඔබේ අදහස් ලැයිස්තු ගත කිරීමෙන් පසු සමාන අදහස් වෙන වෙනම කාණ්ඩ කරන්න. 1වැනි වගුවේ දී ඇති ලැයිස්තුව මේ ආකාරයට කාණ්ඩවලට වෙන් කළ හැකියි.

- රූපලාවන්‍යාගාරය, නිවසට ගොස් සේවාව සැපයීම, රූපලාවන්‍ය ශිල්පි, කේෂලාවන්‍ය
- මිල දී ගැනීම හා විකිණීම, අන්තර්ජාලයේ විකිණීම, කාන්තා හා ළමා ඇඳුම්, ළදරු ඇඳුම් හා උපාංග
- මිල දී ගැනීම හා විකිණීම, ප්‍රජා ගබඩාව (Communitiy Store), පිරිසිදු ජලය විකිණීම
- ආහාර ව්‍යාපාරය. කෝප්ප කේක් සාදා විකිණීම, විස්කෝතු සාදා විකිණීම, කෝපි අවන්හල

ඇ. කාණ්ඩ කිරීමෙන් පසු සෑම කාණ්ඩයකට ම නමක් දෙන්න. උදා.

• නිවෙස් සේවා රූපලාවන්‍ය සාප්පුව

• අන්තර්ජාලයේ කාන්තා හා ළමා ඇඳුම් හා උපාංග විකිණීම

• විකිණීමට පිරිසිදු ජලය සමග ප්‍රජාවට පහසු ගබඩාවක්

• ආහාර ව්‍යාපාරය- කෝප්ප කේක් සෑදීම හා විකිණීම

ඇ. මීළඟට මූලික ප්‍රශ්න කීපයක් ඔබෙන් ම අසමින් ඔබේ ව්‍යාපාරික අදහස විස්තර කරන්න (කුමක් ද, කොතැන ද, කවුද, කවදා ද, කෙසේ ද, ඇයි ආදී ප්‍රශ්න මගින්)

මෙම ව්‍යාපාරය මගින් සිදු කරන්නේ කුමක් ද?

මම නිෂ්පාදනය කර විකුණන්නේ මොනවා ද?

ව්‍යාපාරය පිහිටුවන්නේ කොතැන ද?

මෙම ව්‍යාපාරය විවෘතව පවතින්නේ කුමන වේලාවක ද එසේ නැත්නම් ගනුදෙනුකරුවන්ට එය වඩාත් ම අවශ්‍ය කුමන වේලාවේ ද?

නිෂ්පාදනය සිදු කරන්නේ හා විකුණන්නේ කෙසේ ද? මිල දී ගන්නේ කවුද?

කොපමණ ප්‍රමාණයක් නිපදවා අලෙවි කළ හැකි ද ?

නිෂ්පාදනයේ මිල කුමක් ද?

මෙම නිෂ්පාදනය අනිත් ඒවායින් වෙනස් වන්නේ කුමන ආකාරයෙන් ද?

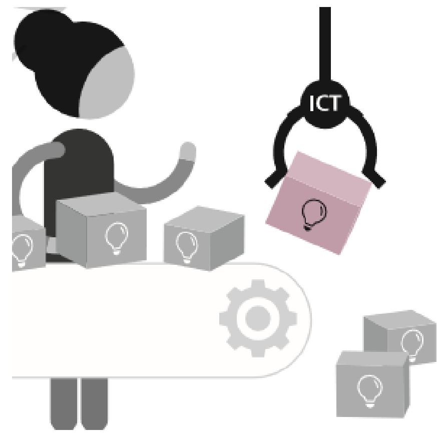
ඔබේ අදහස් ලිවීමට පද සකසනයක් හෝ පැතුරුම්පතක් යොදා ගන්න.

ව්‍යාපාරික අදහසේ නම	ව්‍යාපාරික අදහසේ විස්තරය
නිවෙස් සේවා රූපලාවන්‍යාගාරයක්	මෙම රූපලාවන්‍යාගාරය කොණ්ඩා කැපීම, ෂැම්පු කිරීම, සුළඟෙන් වියලන සේවා, කොණ්ඩා මෝස්තර හා කේශ ප්‍රතිකාර කරනු ඇත. මම, මෙය මගේ නිවසේ ආරම්භ කරමි. ඒ සමගම ගනුදෙනුකරුවන්ගේ නිවෙස්වල ද මෙම සේවා ලබා දෙමි.
කාන්තා හා ළමා ඇඳුම් හා උපාංග අන්තර්ජාලයේ විකිණීම	මම කාන්තාවන්ගේ හා ළමයින්ගේ ඇඳුම් සහ උපාංග සමාජ මාධ්‍ය හා විකුණුම් අඩවි තුළින් අලෙවි කරමි.
විකිණීමට පිරිසිදු ජලය සමග ප්‍රජාවට පහසු ගබඩාවක්	මෙම ගබඩාවේ මූලික නිෂ්පාදන හා පිරිසිදු ජලය අලෙවි කරනු ඇත.
ආහාර ව්‍යාපාරය- කෝප්ප කේක් නිෂ්පාදනය කර විකිණීම	මගේ නිවස නිෂ්පාදන වැඩබිම ලෙස යොදා ගනිමින් පාසල් දරුවන්ට ලාභ ගුණදායක කෝප්ප කේක් විකුණමි. මම කෝපි අවන්හලක් ද ආරම්භ කරමි.

පියවර 2

ව්‍යාපාරික අදහස් පරීක්ෂාවට ලක් කිරීම

ඔබේ අදහස් හා සැලසුම් ඇගයීම සඳහා හොඳ ම ක්‍රමයක් වන්නේ ඒ ගැන ප්‍රශ්න කිරීමයි. පලවෙනි පියවරේ දී ලැයිස්තු ගත කරන ලද අදහස් නිවැරදිව තෝරා බේරා ගැනීම සඳහා සෑම ව්‍යාපාරික අදහසක් වෙනුවෙන් ම පහත දැක්වෙන ප්‍රශ්න ඇසිය හැක:



- **පුද්ගලික කුසලතා**- මට ප්‍රමාණවත් තරම් තිබේද?
- **දැනුම**, ව්‍යාපාර පිළිබඳ හුරුවක් ,පලපුරුද්දක් හා දැනුවත් බවක් තිබේ ද ?
- ව්‍යාපාරය කර ගෙන යෑමට අවශ්‍ය **කුසලතා** - එනම් තෝරාගත් නිෂ්පාදනය සිදුකිරීමට හෝ සේවාව සැපයීමට හැකියාවක් තිබේ ද ?
- **නිපුණතාව** හෙවත් දැනුම හා කුසලතා යොදා ගැනීමේ හැකියාවක් හා සාර්ථක හා කාර්යක්ෂම ලෙස වැඩ කිරීමට හැකිද?
- **කාලය** -මෙම ව්‍යාපාරයේ නියැලීමට මට කාලය තිබේ ද?
- **උනන්දුව**- මේ ඔබ කිරීමට කැමති දෙයක් ද?
- **සාර්ථක ව්‍යවසායකයෙකුගේ ගති ලක්ෂණ** -මෙම ව්‍යාපාරය දියුණු කිරීමට අවශ්‍ය සාර්ථක ව්‍යාපාරිකයෙකුගේ ලක්ෂණ මට තිබේ ද?
- **මුදල්**: මෙම ව්‍යාපාරය ආරම්භ කිරීමට අවශ්‍ය ප්‍රාග්ධනය සඳහා මට අරමුදල් තිබේද?
- **සම්පත්**: අවශ්‍ය සම්පත් ලබා ගත හැකි ද?
- **ඉල්ලුම**: මිනිසුන් නිෂ්පාදනය හෝ සේවය මිල දී ගනී ද? ගනුදෙනු කරුවන්ට එම මිල දරා ගත හැකිද?
- **තරගකරුවෝ**: තෝරාගත් සමාන නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවයක් අලෙවි කරන වෙනත් අය සිටී ද? කී දෙනෙක් සිටී ද?

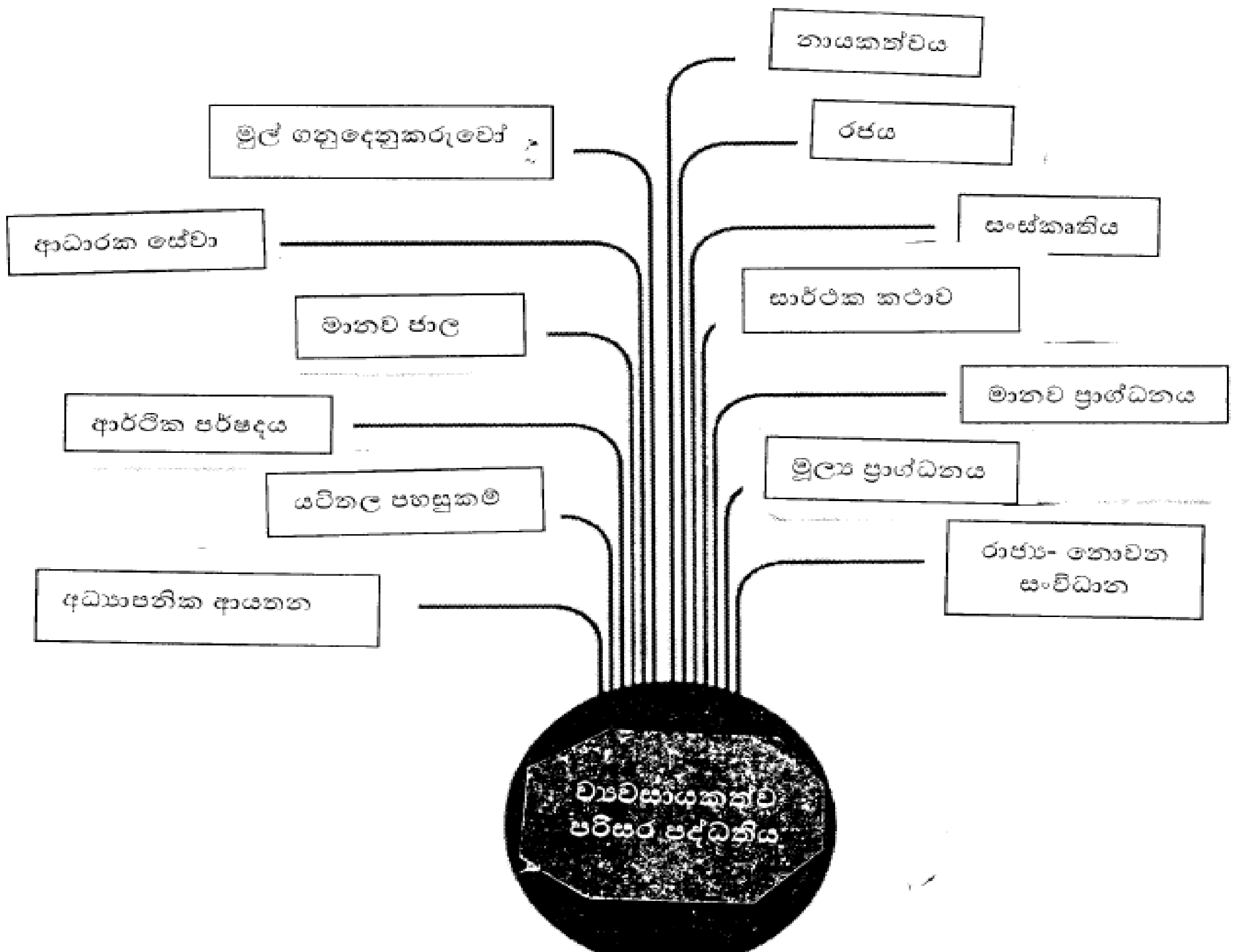
පියවර 3

තෝරා ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය

ඔබේ අදහස් පරීක්ෂාවට ලක් කිරීමෙන් පසු ඔබ නියැලීමට අදහස් කරන ව්‍යාපාරය තෝරා ගත යුතු වේ. මෙහි දී ඔබ "**ආරම්භ කළ යුත්තේ අවසාන අවස්ථාව සිතින් මවා ගෙන ය**".

4.0 ව්‍යාපාරික පරිසරය යනු කුමක්ද?

ව්‍යාපාරික පරිසරය, ව්‍යවසායකත්ව පරිසර පද්ධතියක් ලෙස සැලකිය හැකි වේ. ඒ ඒ ව්‍යවසායකයන්ට (හෝ කණ්ඩායම්වලට) පරිබාහිර ව ඇති හිතකර හෝ අහිතකර සාධක මෙයට ඇතුළත් වන අතර යම් ව්‍යාපාරයක සාර්ථකත්වයට එය බලපායි.



4.1 පාරිසරික සුපරික්ෂාව

යමකුගේ ව්‍යාපාරික පරිසරය අවබෝධ කර ගැනීම සඳහා ප්‍රයෝජනවත් විශ්ලේෂණාත්මක මෙවලමක් වන්නේ පරික්ෂාවෙන් එයට අදාල පරිසරය පිළිබඳ සොයා බැලීමයි. ඔබ පරිසරය සුපරීක්ෂාවට ලක් කල විට ඔබට ඇති අවස්ථා හා බාධක පිළිබඳ ව වැඩිපුර තොරතුරු හා විස්තර අවශ්‍ය වේ. ඔබට අසල්වැසියන් පිළිබඳව, රටේ සිදු වන දේ හා ප්‍රවෘත්ති පිළිබඳව, නීති හා රෙගුලාසි පිළිබඳව මෙන් ම ව්‍යාපාරයට බලපෑමක් කළ හැකි අලුත් ප්‍රවණතා පිළිබඳව ද තොරතුරු අවශ්‍ය විය හැකියි. ඔබ යාවත්කාලීන වූ තරමට හා ඔබේ තොරතුරු සම්පූර්ණ වූ තරමට එය ව්‍යාපාරයට ප්‍රයෝජනවත් වනු ඇත.

4.2 ඔබ තෝරාගත් ව්‍යාපාරයේ පරිසරය සුපරික්ෂාකාරි ලෙස විමසා බැලීමට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය (ICT) ඔබට උපකාරී වන්නේ කෙසේද?

මෙහි දී ඔබේ සහායට එන්නේ අන්තර්ජාලයයි. ව්‍යාපාරය පිහිටුවීමට යන පරිසරය ගැන තොරතුරු මෙයින් සොයා ගත හැකි වේ. මේ මගින් භූගෝලීය තොරතුරු මෙන් ම එම සමාජයේ ජනගහණය, චර්යාත්මක රටා හා ප්‍රජාවට අවශ්‍ය දේ ආදිය ද හඳුනා ගත හැකියි.

4.3 ගනුදෙනුකරුවන් හඳුනා ගැනීම

ව්‍යාපාරයක් යනු ඔබේ නිෂ්පාදනය ගැන දැන සිටීම පමණක් නොව ඔබේ නිෂ්පාදනය මිල දී ගන්නේ කවුද යන්නත් දැන සිටීමයි. එනම් ඔබේ ගනුදෙනුකරු/වන් ගැන දැන සිටීමයි. ගනුදෙනුකරුවෙක් යනු ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් භාණ්ඩ හෝ සේවා මිල දී ගන්නා පුද්ගලයෙක් හෝ සංවිධානයකි.

ඔබේ ගනුදෙනුකරුවන් පිළිබඳ ව ඔබ දන්නේ නම් ඔවුන්ට වඩාත් ගැළපෙන ආකාරයට ඔබේ නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව සකස් කිරීමට පුළුවන. ඔබේ ගනුදෙනුකරුවන් ගැන අවබෝධයක් ලබා ගැනීමෙන් කොතරම් නිෂ්පාදනය කළ යුතු ද, කොතරම් ඉලක්ක කළ යුතු ද යන්න මෙන් ම වැඩි ගනුදෙනුකරුවන් ප්‍රමාණයක් තෘප්තිමත් වන ආකාරයට ඔබේ නිෂ්පාදනය හෝ සේවය වැඩි දියුණු කිරීමට ද හැකි වේ.

4.4 තරගකරුවන් හඳුනා ගැනීම

ඔබේ තරගකරුවන් වන්නේ සමාන නිෂ්පාදන හෝ සේවා සපයන, තරගකාරී ලෙස එක ම ගනුදෙනුකරුවන් ඉලක්ක කරන ප්‍රතිවාදීන් ය.

සියලු ම ව්‍යාපාර තැත් කරන්නේ වෙළඳපොලෙන් විශාල කොටසක් ලබා ගැනීමට බැවින් එක් තරගකරුවෙක් හෝ වැඩි ගණනක් සිටීම නිසා භාණ්ඩ හා සේවාවල මිල අඩු විය හැකියි.

4.5 **ව්‍යාපාරික ගනුදෙනුකරුවන් හා තරඟකරුවන් හඳුනා ගැනීමට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයට** (ICT) **ආධාර කළ හැකි වන්නේ කෙසේ ද?**

අන්තර්ජාලයේ 'ගූගල්' (google) හෝ 'බින්' (bing) වැනි සෙවුම් යන්ත්‍රයක ඔබට සෙවීමට අවශ්‍ය මූලපදයක් (keyword) ටයිප් කිරීමෙන් ඔබේ වෙළඳපොළේ සිටින තරගකරුවන් සොයා ගත හැකි වේ. ඔබට සුදුසු ප්‍රචාරණ මාර්ග පිළිබඳව දැන ගැනීමට ඔවුන්ගේ දැන්වීම් ප්‍රයත්න අධ්‍යනය කරන්න. තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය හා අන්තර්ජාලය භාවිතයෙන් ඔබේ තරගකරුවන් ගැන සහ ඔවුන්ගේ ක්‍රියාකාරකම් පිළිබඳව යාවත්කාලීන විය හැකියි.

Google Alert - ගූගල් 'ඇලර්ට්'

ඔබ තෝරා ගන්නා මූලපද (keywords) මත පදනම් ව, එම පද භාවිතා කර ඇති වෙනත් වෙබ් පිටු පිළිබඳ තොරතුරු ලබාගත හැකි , බැලීමට හැකි, හා ඒ ගැන ඔබට දැනුම් දෙන සේවයක් වන්නේ ගූගල් 'ඇලර්ට්' (Google Alert) නම් නොමිලේ ලබා දෙන සේවාවයි. උදාහරණයක් ලෙස ඔබට "තෑගි මලු (gift baskets)" විකිණීමට අවශ්‍ය යයි සිතමු. වෙබ් පිටුවක හෝ බ්ලොගයක (blog) මෙම වචනය අලුතෙන් දකින්නට ලැබෙන සෑම විටකම ඔබට ඉ-තැපැල් පණිවුඩයකින් ඒ බව දැනුම් දෙනු ඇත. එවිට ඔබට එම අඩවියට ගොස් විස්තර බලා ගත හැකියි.

ඔබේ තරගකරුවන්ගේ **වෙබ් අඩවි හෝ සමාජ මාධ්‍ය (social media)** ගිණුම්වල ඇති පුවත්/ නිවේදන නිතිපතා පරික්ෂා කරමින් ඔවුන්ගේ කටයුතු ගැන නිරතුරුව දැනුවත් වෙන්න. ඔබේ තරගකරුවන් කරන දෑ පිළිබඳව දැන ගැනීමටත් ඔවුන්ගේ සාර්ථක වීම් හා අසාර්ථක වීම් වලින් ඉගෙන ගැනීමටත් ෆේස්බුක් හා ටුවිටර් (Facebook and Twitter) වැනි සමාජ ජාල භාවිතා කරන්න.

ජනප්‍රිය **පාරිභෝගික වෙබ් අඩවි** පරීක්ෂා කර තරගකරුවන් සම්බන්ධයෙන් ඇති පැමිණිලි හා ප්‍රශංසා පිළිබඳව දැනුවත් වෙන්න.

ඔබේ තරගකරුවන්ගේ කාර්ය සාධනය ගැන තොරතුරු සපයන **බුද්ධිමත් වෙබ් අඩවි** (intelligence websites) වලින් ප්‍රයෝජන ගන්න.

5.0 ඔබේ ව්‍යාපාරය සඳහා තරගකාරී වාසියක් හා සුවිශේෂී අගයක් නිර්මාණය කිරීම

ඔබේ 'තරගකාරී වාසිය' දැන ගැනීම යනු ඔබේ ශක්තිය කුමක් දැයි හඳුනා ගැනීමත් ඔබේ ව්‍යාපාරය අනිත් ඒවායින් වෙනස් වන්නේ කෙසේ දැයි දැන ගැනීමත් ය. වටිනා දෙයක් ලබා දිය හැකි යයි ඔබ විශ්වාස කරන්නේ නම් ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සුවිශේෂී ලක්ෂණය ලෙස එය ඉස්මතු කර පෙන්වන්න. ඔබේ ගනුදෙනුකරුවන්ගේ ගැටලුවලට විසඳුම් ලබා දීමට ඔබේ නිෂ්පාදනයට හෝ සේවාවට හැකි වන්නේ කෙසේ ද යන්න හෝ ඔවුන්ගේ තත්වය යහපත් අතට හැරවීමට කළ හැකි කුමක් ද යන්න හෝ පැහැදිලිව දක්වන්න. ඔබේ නිෂ්පාදනයෙන් හෝ සේවයෙන් ගනුදෙනුකරුවන්ට ලැබෙන විශේෂ වාසි හඳුනා ගන්න. ඔබේ නිෂ්පාදනයේ හෝ සේවයේ සුවිශේෂී වටිනාකම නිර්ණය කිරීම සඳහා පහත දැක්වෙන ප්‍රශ්න අසන්න.

• ඔබ විකුණන නිෂ්පාදනයෙන් හෝ සේවයෙන් ගනුදෙනුකරුවාට ලැබෙන වාසි මොනවා ද?

• මෙම නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව සඳහා ඔබ ඉලක්ක කරන ගනුදෙනුකරුවන් කවුද?

• ඔබේ නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව සුවිශේෂී වන්නේ හා වෙනස් වන්නේ කවර ආකාරයෙන් ද?

• ඔබේ නිෂ්පාදනයේ වටිනාකම පිළිබඳ යෝජනාව (value proposition) අවබෝධ කර ගැනීමට පහසු පැහැදිලි දෙයක් ද?

• ඔබේ නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව, තරගකරුවන් ලබා දෙන ඒවාට වඩා වෙනස් වන්නේ හෝ වඩා යෝග්‍ය වන්නේ කුමන ආකාරයකින් ද?

5.1 තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය සහය වන්නේ කෙසේද?

අන්තර්ජාලය පිරික්සා ඔබේ තරගකරුවන් ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන වල වටිනාකම් පිළිබඳ යෝජනා ඉදිරිපත් කර ඇත්තේ කෙසේ දැයි බලන්න. අන්තර්ජාලයේ භාණ්ඩ විකුණන හා මිල දී ගන්නා වෙබ් අඩවිවලට පිවිස ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදනවල සුවිශේෂත්වය විස්තර කර ඇති ආකාරය බලන්න.

6.0 ව්‍යාපාරික සම්පත් හඳුනා ගැනීම

6.1 ව්‍යාපාරික යටිතල පහසුකම්

- ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය අනුව අවශ්‍ය කරන උපකරණ හා යටිතල පහසුකම් වෙනස් විය හැක. පහත දැක්වෙන්නේ ඔබේ ව්‍යාපාරයට අවශ්‍ය විය හැකි යටිතල පහසුකම් ලැයිස්තුවකි:
- ගොඩනැගිලි හා පහසුකම්- සාප්පුවක්, වැඩපොළක්, සෝදන ස්ථානයක්, ප්‍රදර්ශනාගාරයක්, මුළුතැන්ගෙයක්, ගබඩා සඳහා ඉඩක්, නාන කාමරයක්, නිෂ්පාදන පහසුකම් හා ශීතකරණ පහසුකම්
- උපකරණ - මෙවලම්, කැෂ් රෙජිස්තර (cash registers), කාර්යාල ගෘහ භාණ්ඩ, ඔසවන උපකරණ. ඉණිමග, වැඩ බංකු
- යන්ත්‍ර - කම්හල් යන්ත්‍ර, ඉදිකිරීම් යන්ත්‍ර, නිෂ්පාදන යන්ත්‍ර
- තොරතුරු තාක්ෂණය- පරිගණක දෘඪාංග හා මෘදුකාංග යෙදුම්, විශේෂඥ වැඩසටහන්, දත්ත සමුදාය පද්ධති, ඔබේ ජංගම දුරකථන හා අන්තර්ජාල සේවා සඳහා විදුලි සංදේශ සේවා සපයන්නන්
- ගබඩා, අමුද්‍රව්‍ය හා සැපයුම්- වැඩපොළ බඩු ලේඛණය, නිෂ්පාදන ද්‍රව්‍ය, ලිපි ද්‍රව්‍ය, ගොඩනැගිලි සැපයුම් හා ඉන්ධන
- වාහන - භාණ්ඩ බෙදා හරින රථ, ට්‍රේලර් රථ, පැමිණෙන අමුත්තන් සඳහා රථ, වෑන් රථ, ට්‍රැක්ටර් ආදිය

6.2 අවශ්‍ය යටිතල පහසුකම් හඳුනා ගැනිමට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය සහය වන්නේ කෙසේ ද?

තොරතුරු සොයා ගැනීමටත් ඒවා සංසන්දනය කිරීමටත් ඔබට සහාය වීමට අන්තර්ජාලයට හා සෙවුම් යන්ත්‍රවලට හැකියාව තිබේ. ඔබේ ව්‍යාපාරය ක්‍රියාත්මක කිරීමට අවශ්‍ය සම්පත් පිළිබඳ පැහැදිලි ලැයිස්තුවක් සමඟ මෙම ව්‍යාපාරය ආරම්භ කිරීමට කොතරම් වියදමක් යන්නේ දැයි සිතා බලන්න. වත්කම් හා පිරිවැය කාර්යක්ෂම ලෙස කළමනාකරණය කිරීම ගැන සිත යොමු කරන්න.

7.0 මානව සම්පත්

ඔබේ ව්‍යාපාරය සඳහා සේවයට බඳවා ගත යුතු සංඛ්‍යාව රැඳී ඇත්තේ කරුණු ගණනාවක් මතයි. ඒවා අතර ඔබ ව්‍යාපාරය කරන්නේ පූර්ණ කාලීන හෝ අර්ධ කාලීන පදනමකින් ද, ඔබේ ව්‍යාපාරය සඳහා අවශ්‍ය ක්‍රියාකාරකම්, නිෂ්පාදන හා බෙදා හැරීමේ ක්‍රියාවලි, හා ඔබේ යොදා ගන්නා අලෙවිකරණ ක්‍රම ආදිය වේ. ඔබේ ව්‍යාපාරය ක්‍රියාත්මක කිරීමට අවශ්‍ය සියලුම මානව සම්පත් තිබීම හොඳම දෙය වුවත් මෙය ඔබේ මූල්‍ය අංශයට විශාල බලපෑමක් කරන බැවින් මෙහි දී ඔබ යථාර්ථවාදී විය යුතු ය.

7.1 මානව සම්පත් සැලසුම් කිරීමේදී තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය සහාය වන්නේ කෙසේ ද?

පැතුරුම්පතක් (spreadsheet) භාවිතා කරමින්, කාර්ය මාලාවක් හා දින දර්ශනයක් පදනම් කර ගනිමින් ඔබට අවශ්‍ය පුද්ගලයන් ගණන, දින හෝ පැය ගණන, වැටුප් හා වේතනවලට යන වියදම ආදිය ගණනය කිරීමට හා ඇස්තමේන්තු කිරීමට හැකි වේ.

බඳවා ගැනීමේ හා කුලියට ගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ දී ද අන්තර්ජාලයේ සහාය ලබා ගත හැකියි. ඒ තුළින් ඔබට වර්තමාන වැටුප් ගැන දැන ගත හැකි අතර වෘත්තිකයන්ට ඔබ වෙනුවෙන් කළ හැකි වැඩ ගැන ඔවුන් සමග සාකච්ඡා කිරීමට හැකි වේ.

8.0 ඔබේ නිෂ්පාදන අලෙවි කිරීම

ප්‍රබල අලෙවිකරණ ක්‍රමෝපායක් ක්‍රියාත්මක කිරීමෙන් දැනට සිටින ගනුදෙනුකරුවන් රඳවා ගැනීමටත් අලුත් ගනුදෙනුකරුවන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමටත් හැකි වේ. ඔබේ ව්‍යාපාරික නිෂ්පාදන ප්‍රවර්ධනය කිරීමේ දී අලෙවිකරණ මුසුව (marketing mix) ගැන අවධානය යොමු කිරීම ඉතා වැදගත් වේ.

අලෙවිකරණ මුසුව යනුවෙන් හඳුන්වන්නේ වෙළඳපොළ තුළ ඔබේ නිෂ්පාදනය ප්‍රවර්ධනය කිරීමට යොදා ගන්නා උපක්‍රම හෝ ක්‍රියාමාර්ග මාලාවකි. පහත විස්තර කරන සාධක වන මිල, නිෂ්පාදනය, ප්‍රවර්ධනය හා ස්ථානය නියම අලෙවි මුසුවක් වේ.

8.1 **මිල (මුදල් හා අයවැය සකස් කිරීම)**

ව්‍යවසායකයෙක් ප්‍රධාන වශයෙන් උනන්දු වන්නේ ලාභය ගැනයි. විධිමත් මූල්‍ය සැලසුමකින් හා වාර්තා තබා ගැනීමකින් තොර ව කොපමණ ලාභ උපයා තිබේ ද යන්න දැන ගත නො හැක.

මූල්‍ය වාර්තා හා ප්‍රකාශන මෙන් ම වාර්තා තබා ගැනීම හා මූල්‍ය ගනුදෙනු පවත්වා ගැනීම පිළිබඳව වටහා ගැනීමට ඔබට හැකි විය යුතු ය. ව්‍යාපාරය කොතරම් කුඩා වුවත් එදිනෙදා මූල්‍ය ගනුදෙනු හරියාකාර ව සිදු කළ යුතු වේ. මූල්‍ය මෙවලම් වැඩි වැඩියෙන් භාවිතයට ගැනීමෙන් ඔබේ ව්‍යාපාරයේ පැවැත්මත්, සාර්ථකත්වයත්, ලාභදායී බවත් තහවුරු කළ හැකි වේ.

ඔබේ මූල්‍ය කටයුතු කළමනාකරණය සඳහා තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ සහාය ලබා ගත හැක්කේ කෙසේ ද?

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ බොහෝ කටයුතු සඳහා පැතුරුම්පත් (Spreadsheets) භාවිතා කළ හැකි වේ. මේවා ගිණුම්කරණය, මූල්‍ය ගනුදෙනු ගැන විමසීම හා වැටුප් ලේඛන සකස් කිරීම ආදිය සඳහා ඉතා ප්‍රයෝජනවත් මෙවලම් වේ.

අයවැයක් යනු කුමක්ද?

අයවැයක් යනු වියදම් කිරීමේ සැලැස්මකි. අයවැයක් පිළියෙල කිරීම යනු ඔබේ ආදායමට ගැළපෙන ආකාරයට, අවශ්‍ය දේ වෙනුවෙන් වියදම් කරන මුදල් ප්‍රමාණය ඇස්තමේන්තු කිරීමේ ක්‍රියාවලියයි. අයවැයක් පිළියෙල කිරීම නිසා ඔබේ පුද්ගලික අවශ්‍යතා හා ඔබේ ව්‍යාපාරය සඳහා මුදල් යොදා ගන්නා ආකාරය පිළිබඳ ව අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට හැකි වේ.

භාණ්ඩ හා සේවාවන්හි මිල වෙනස් විය හැකි බැවින් මිල වැඩි වීම් වලට ඉඩ ලබා දීම සඳහා හැම විට ම වැඩියෙන් ඇස්තමේන්තු කරන්න. මෙයට අමතරව සම්පූර්ණ පිරිවැයෙන් සියයට 5-10 ක හදිසි අවස්ථා සැලැස්මක් (contingency plan) අයවැයට ඇතුළු කරන්න.

අයවැය පිළියෙල කිරීමේදී තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ සහාය ලබා ගත හැක්කේ කෙසේද?

පරිගණක පැතුරුම්පත් ක්‍රම ලේඛන (Computer spreadsheet programs) මඟින් ඔබේ අයවැය හා වියදම් ගැන වාර්තා තබා ගැනීමට පුළුවන. ඔබේ ව්‍යාපාරික හා පුද්ගලික වියදම් වෙන වෙනම පවත්වා ගැනීමට ද මෙවැනි වැඩසටහන් ප්‍රයෝජනවත් වේ.

ඔබේ නිෂ්පාදනය මිල කිරීම (Pricing)

ඔබේ නිෂ්පාදනයට සමාන නිෂ්පාදනවල මිල සොයා ගෙන ඒවා ඔබේ නිෂ්පාදනය මිල කළ ආකාරය හා සංසන්දනය කිරීම වැදගත් වේ.

පහත දැක්වෙන සමීකරණයෙන් ඔබේ නිෂ්පාදනයේ ඒකකයක පිරිවැය සොයා ගන්න.

ඒකකයක් සඳහා වූ ඍජු ද්‍රව්‍යයන්හි පිරිවැය+ ඒකකයක් සඳහා වූ ශ්‍රමයේ පිරිවැය+ ඒකකයක් සඳහා වූ පොදු කාර්ය පිරිවැය = ඒකකයක සම්පූර්ණ පිරිවැය

ඔබේ ලාභය අර්ථ දැක්වීම

ලාභය සඳහා, ඒකකයක් සඳහා යන සම්පූර්ණ පිරිවැයට යම් කිසි ප්‍රමාණයක් එකතු කරන්න. ඔබේ තරඟකරුවන්ගේ නිෂ්පාදනවල මිල පරාසය සොයා ගන්න. ඔබේ නිෂ්පාදනය තරගකරුවන්ට වඩා මදක් ඉහළ තත්වයක නම් ටිකක් වැඩියෙන් මිල කරන්න. ඔබේ නිෂ්පාදනය සම මට්ටමේ නම් සමාන මිලකට අලෙවි කරන්න.

ඔබේ වැටුපට අමතරව සෑම විකිණීමකින් ම ලාභයක් ලැබිය යුතු බව මතක තබා ගන්න. ඔබ තීරණය කළ ලාභය, ඒකකයක සම්පූර්ණ පිරිවැයට එකතු කර ඒකකයක සම්පූර්ණ මිල ලබා ගන්න. සමීකරණය මෙසේය:

ලාභය + ඒකකයක සම්පූර්ණ පිරිවැය = ඒකකයක සම්පූර්ණ මිල

ඉතුරුම් (Savings) හා අන්තර්ජාලය තුළින් බැංකු කටයුතු (Online Banking)

ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් ඉපයූ මුදල් ඉතිරි කරන්නේ කෙසේ ද?

ඔබේ වියදම් සටහන් කරන්න.

මුදල් ඉතිරි කිරීමේ පළමුවැනි පියවර වන්නේ ඔබ කොපමණ වියදම් කරන්නේ දැයි දැන ගැනීම වන බැවින් ඔබේ වියදම් සියල්ල ම සටහන් කරන්න.

අයවැයක් සකස් කරන්න

ඔබේ වියදම් සැලසුම් කිරීම සඳහා පුද්ගලික අයවැයක් සකස් කරන්න. අධික වියදම් සීමා කර සමානුපාතික ප්‍රමාණයක් හදිසි ඉතුරුම් අරමුදලක ඉතිරි කරන්න.

මුදල් ඉතිරි කිරීම් සැලසුම් කරන්න

ඔබේ මාසික වියදම් හා ව්‍යාපාරයෙන් ලැබෙන ඉපයීම් සැලකිල්ලට ගනිමින් ඔබේ අයවැය ඇතුළත ඉතුරුම් සඳහා කොටසක් වෙන් කරන්න. එය ඔබේ ශුද්ධ ආදායමෙන් අඩු ම වශයෙන් සියයට 10-15ක් අතර තබා ගැනීමට උත්සහ කරන්න.

ඉතිරි කිරීමේ ඉලක්ක තීරණය කිරීම

ඉතිරි කිරීමේ ඉලක්ක තීරණය කිරීමෙන් එය ආරම්භ කිරීමට වඩා පහසු වේ. ඔබේ ඉලක්කය (goal) කරා ළඟා වීමට කොපමණ කලක් ගත වේ දැයි තීරණය කර ඉතිරි කිරීම් ආරම්භ කරන්න.

කෙටි කාලීන ඉලක්ක	**දීර්ඝ කාලීන ඉලක්ක**
නිවාඩුවක් ගත කිරීමට මුදල් ඉතිරි කිරීම	ඔබේ දරුවන්ගේ අධ්‍යාපනය සඳහා මුදල් ඉතිරි කිරීම
ගෙදරට අලුත් ගෘහ භාණ්ඩ ගැනීමට ඉතිරි කිරීම	නිවසක් මිල දී ගැනීමට මුල් මුදල ගෙවීමට ඉතිරි කිරීම
බදු ගෙවීමට ඉතිරි කිරීම	

ඔබේ ඉතුරුම් වැඩෙන ආකාරය බලන්න

සෑම මාසයක ම ප්‍රගතිය සොයා බැලීමෙන් ඔබේ ඉතුරුම් වර්ධනය වන ආකාරය ගැන සතුටු විය හැකියි. මුදල් ඉතිරි කිරීමේ මෙවැනි සරල ක්‍රම භාවිතයෙන් වැඩි වැඩියෙන් ඉතිරි කිරීමට ඔබට උනන්දු විය හැකි අතර එමඟින් ඔබේ ඉලක්ක කරා ඉක්මනින් ළඟා වීමට ද හැකි වේ.

අන්තර්ජාලය හරහා බැංකු කටයුතු කර ගැනීම

මෙහි දී සිදු වන්නේ අන්තර්ජාලය හරහා මූල්‍ය ගනුදෙනු සිදු කිරීමට ගනුදෙනු කරුවන්ට ඉඩ සලසා දීමයි. මුදල් තැන්පත් කිරීම හා බිල්පත් ගෙවීම ඇතුළු බැංකු ශාඛාවක සිදු වන සියලු ම කටයුතු මෙමඟින් කළ හැකි වේ.

අන්තර්ජාලය තුළින් බැංකු කටයුතු කර ගැනීමේ වාසි

- ඉක්මන් හා කාර්යක්ෂමයි.
- ගිණුම් අතර මුදල් හුවමාරු කිරීම පහසුයි.
- සතියේ දින හතේ ම මෙන් ම දිනයක් තුළ පැය විසි හතර පුරා ම බැංකු ගනුදෙනු සිදු කළ හැකියි.
- බැංකු ගිණුම් ඉතා සමීප ව සමීක්ෂණය කළ හැකි වේ.
- බිල් ගෙවීමට පහසු ක්‍රමයකි.

8.2 **නිෂ්පාදනය දියුණු කිරීම (Development)**

මෙයින් අදහස් කරන්නේ පාරිභෝගිකයා හට අලුත් හෝ අතිරේක ප්‍රතිලාභ ලබා දෙන හෝ අලුත් හෝ වෙනස් ලක්ෂණ සහිත නිෂ්පාදන නිර්මාණය කිරීමයි. දැනට පවතින නිෂ්පාදනයක් මඳක් වෙනස් කිරීම (modification) හෝ අලුත් පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවක් සපුරා ලන ආකාරයට ඉදිරිපත් කිරීම ද මෙයට ඇතුළත් වේ.

ව්‍යාපාර වඩාත් සක්‍රීය කිරීමට ව්‍යවසායකයන් ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන දියුණු කිරීම ගැන අවධානය යොමු කළ යුතු අතර නිෂ්පාදනය දියුණු කිරීමට කාලය කැප (ආයෝජනය) කළ යුතු ය.

8.3 **නිෂ්පාදන ප්‍රවර්ධනය (Promotion)**

නිෂ්පාදන හා සේවා ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා අවශ්‍ය වන පත්‍රිකා, කුඩා පොත් හා ව්‍යාපාර කාඩ්පත් ආදිය සකස් කිරීම හා සැලසුම් කිරීම සඳහා විශේෂිත තොරතුරු හ‍ා සන්නිවේදන තාක්‍ෂණික යෙදවුම්, පණිවුඩ සේවා හා සමාජ මාධ්‍ය හරහා සන්නිවේදනය කළ හැකි වේ. නමුත් දැන්වීම් පළ කිරීමට යොදා ගත් ගුවන් විදුලිය, රූපවාහිනිය හා මුද්‍රිත මාධ්‍ය වැනි පැරණි තාක්ෂණය අමතක නො කළ යුතු ය. සමහර විට ඔබ ඉලක්ක කරන ගනුදෙනුකරුවන් අතර මේ මාධ්‍ය වඩා ජනප්‍රිය වීමට ඉඩ තිබේ.

ව්‍යාපාරයක අලෙවිකරණ කටයුතු සඳහා වෙබ් අඩවියක් තිබීම දැන් අත්‍යාවශ්‍ය වී තිබේ. මුද්‍රිත මාධ්‍ය හා සසඳන විට ඉතා අඩු වියදමකින් වෙබ් අඩවිය යාවත්කාලීන කළ හැකි අතර එය දවසේ පැය 24 පුරාම ගනුදෙනුකරුවන්ට තොරතුරු සපයයි.

8.4 ස්ථානය

ස්ථානය යනුවෙන් අදහස් කරන්නේ නිෂ්පාදනය විකුණන තැනයි. සෑම ව්‍යාපාරයකම හොඳ බෙදාහැරීමේ හෝ 'ස්ථාන' මූලෝපායක ප්‍රධාන අරමුණ වන්නේ පාරිභෝගිකයාගේ අවධානය දිනා ගැනීමත්, එය මිල දී ගැනීම පහසු කිරීමත් ය. ගනුදෙනුකරුවන් වැඩියෙන් ගෙන්වා ගැනීමට ව්‍යාපාරික ස්ථානය ඉතා ආකර්ෂණීය විය යුතු ය.

9.0 ව්‍යාපාරික කාන්තාවක් ලෙස සැරසීම

වර්තමාන තරගකාරී හා නූතන ව්‍යාපාරික ලෝකයේ නියම ලෙස සැරසී වෘත්තීය පෙනුමකින් සිටීම ඉතා වැදගත් වේ. උචිත ඇඳුම් වැදගත් වන්නේ ධනාත්මක හැඟීමක් ඇති කිරීමට පමණක් නොව ගෞරවය ද සඳහා ය. මේ නිසා සමාජ උත්සව අවස්ථාවල දී මෙන් ම ව්‍යාපාරික වටපිටාවේ දීද ඉස්තරම් ලෙස පෙනී සිටීමට ක්‍රියා කළ යුතු වේ.

10.0 **ඔබේ ව්‍යාපාරය ආරක්ෂා කර ගැනීම**

10.1 **නෛතික හා නියාමන අනුකූලතාව**

කුඩා ව්‍යාපාර හිමිකරුවන්, රටේ ව්‍යාපාර සඳහා බලපත්‍ර ලබා දීමේ නීති වලට අනුකූලව කටයුතු කළ යුතු ය. රටේ ව්‍යාපාරික නීති පිළිබඳ ව ඔබට දැනුමක් තිබිය යුතු අතර ගනුදෙනුකරුවන් හෝ සේවකයන් සමග නෛතික ප්‍රශ්න පැන නැගුණ හොත් නීතිඥයෙකුගේ සහාය ලබා ගත යුතු ය. නෛතික ගිවිසුම් හා අලෙවි ගිවිසුම් ලිවීමට, සමාලෝචනය කිරීමට හා අත්සන් කිරීමට ඔබට සිදු වනු ඇත. නෛතික ගැටලු පැන නැගුණ විට නීතිඥයෙකුගේ සේවය ලබා ගැනීම අවශ්‍ය වනු ඇත.

10.2 **ව්‍යාපාරය සඳහා රක්ෂණය**

කීර්තියක් ඇති සමාගමකින් රක්ෂණ ආවරණයක් ලබා ගැනීමෙන් ස්වාභාවික හා මූල්‍ය ආපදාවක් සිදු වූ විට ඔබේ ව්‍යාපාරය ආරක්ෂා කර ගත හැකි වෙයි. කොන්දේසි හා මිල ගණන් සංසන්දනය කර ඔබේ ව්‍යාපාරය ආරක්ෂා කිරීමට හොඳ ම රක්ෂණය තෝරා ගන්න. රක්ෂණ සමාගම්වල අතීත වාර්තා දෙස බලා ඔබට සුදුසු ම සමාගම තෝරා ගන්න.

10.3 මාර්ගගත (Online) හා මාර්ග අපගත (Offline) ආරක්ෂාව

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ මූල්‍ය කටයුතු, මානව සම්පත්, භාණ්ඩ ලේඛණ (Inventory) හා අනිකුත් ලේඛන සඳහා පරිගණක හා තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණික උපකරණ භාවිතා කිරීමට තීරණය කළ හොත් පරිගණක සුරක්ෂිතතාව තීරණාත්මක බව අමතක නො කරන්න. මේ සඳහා උචිත ප්‍රති-වයිරස මෘදුකාංගයක් පරිගණකයේ ස්ථාපිත කිරීම අවශ්‍ය වේ.

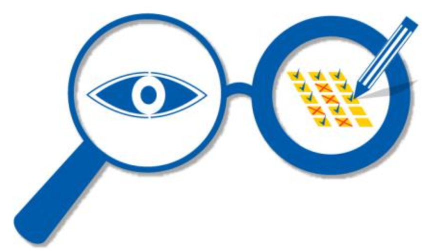
මාර්ගගත ආරක්ෂාව සඳහා ඔබේ මුරපද (අනන්‍යතා සොරකම්) හා අනිකුත් වැදගත් තොරතුරු (බැංකු ගිණුම් හා ණය කාඩ් අංක) ආදිය ඉල්ලා සිටින, ඔබට ලැබෙන ඉ-තැපැල් හා සමාජ මාධ්‍ය වලින් ලැබෙන පණිවුඩ වලින් ක්‍රියාත්මක වන වංචා හා කූට උපක්‍රම වලට අසු වෙන්නට එපා. "ඉක්මනින් ධනවත් වීමට" ආරාධනා කරන පණිවුඩ හා ප්‍රවර්ධන ගැන පරිස්සම් වන්න.

10.4 බුද්ධිමය දේපළ අයිතිය (IPR)

සියලු ව්‍යවසායකයන් බුද්ධිමය දේපළ අයිතිය ගැන දැනුවත් විය යුතු ය. සුවිශේෂී හා වෙනත් දෙයකට සමාන නොවන නිෂ්පාදනයක් සොයා ගත් විට හෝ නිර්මාණය කළ විට ඔබට බුද්ධිමය දේපළ අයිතිය සඳහා ඉල්ලුම් කළ හැකි වේ. මෙයින් අදහස් කරන්නේ ඒ පිළිබඳ ව්‍යාපාරික අයිතිය ඉල්ලා සිටින අන් අයගෙන් නියමිත කාලයකට ඔබේ නිර්මාණය ආරක්ෂා කර ගත හැකි බවයි.

11.0 ඔබේ ව්‍යාපාරය සමීක්ෂණය හා ඇගයීම

සමීක්ෂණය හා ඇගයීම තුළින් ඔබට ව්‍යාපාරයේ කාර්ය සාධනය ගැන අදහසක් ලබා ගත හැකියි. ඔබේ ව්‍යාපාරයේ කාර්යයන් විස්තර කරන ව්‍යාපාරික සැලසුමේ එහි සාර්ථකත්වය ඇගයීම සඳහා දර්ශක අඩංගු විය යුතුය. අලෙවිය පිළිබඳ ප්‍රධාන කාර්ය සාධන දර්ශකයක් ලෙස අලෙවි ප්‍රචාරක ක්‍රියාකාරකම් හා වියදම් වලට සාපේක්ෂව, ඔබේ නිශ්පාදන වියදම් සහ විකිණුම්(ආදායම්) බලපාන්නේ සොයා බැලිය හැකිය. මෙම තොරතුරු අනුව වියදම් අඩු කළ යුත්තේ හෝ වැඩි කළ යුත්තේ කුමන අංශවල දැයි ඔබට තීරණය කළ හැකියි.



සමීක්ෂණය හා ඇගැයීම තුළින් ඔබේ වාර්ෂික ඉලක්ක, මූලෝපාය හා අරමුණු අනුව ප්‍රගති දර්ශක (progress indicators) ලබා දෙනු ඇත. ඔබේ ව්‍යාපාරයේ වැඩි දියුණු කළ යුත්තේ කුමන අංශ ද යන්න මෙයින් තීරණය කළ හැකි වේ.

බොහෝ අවස්ථාවල දී ව්‍යාපාරිකයන්, සමීක්ෂණය හා ඇගයීමට සැලකිල්ලක් නො දක්වයි. ඉලක්ක නියම කිරීම වැනි ඔබේ ව්‍යාපාරික සැලසුම්, ව්‍යාපාරයේ කාර්යසාධනය පිළිබඳ සමීක්ෂණය හා ඇගයීමට සම්බන්ධ බව මෙහි දී පෙන්වා දිය යුතු ය.

ඔබේ ව්‍යාපාරයේ සමීක්ෂණ හා ඇගයීම් කටයුතුවලට තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයට සහාය විය හැක්කේ කෙසේ ද?

ඔබේ ව්‍යාපාරික දත්ත, මෘදුකාංග වැඩසටහන් වල ඇත්නම් ඔබට ඒ තුළින් ව්‍යාපාරික කාර්ය සාධනය සමාලෝචනය කළ හැකි වේ. පැතුරුම්පත් වැඩසටහන්වලට ඉතා පහසුවෙන් ඔබේ ව්‍යාපාරයේ ප්‍රගතිය පෙන්වන තොරතුරුවල සාරාංශයක් ලබා දීමට හැකියාව තිබේ.

12.0 ආශ්‍රේය ලේඛන:

Temmel, M etal. The Impact of The Internet on Our Daily Life [online]. Available from: <https://www.tru.ca/cpj/essay.html>. [Accessed 6 June 2016].

Information and communications technology (ICT) in small business. [online]. Available from: http://www.wiley.com/legacy/Australia/PageProofs/BUS_MAN/1_2/KC_VCE_BusMgmnt_U1>. [Accessed 8 June 2015]