



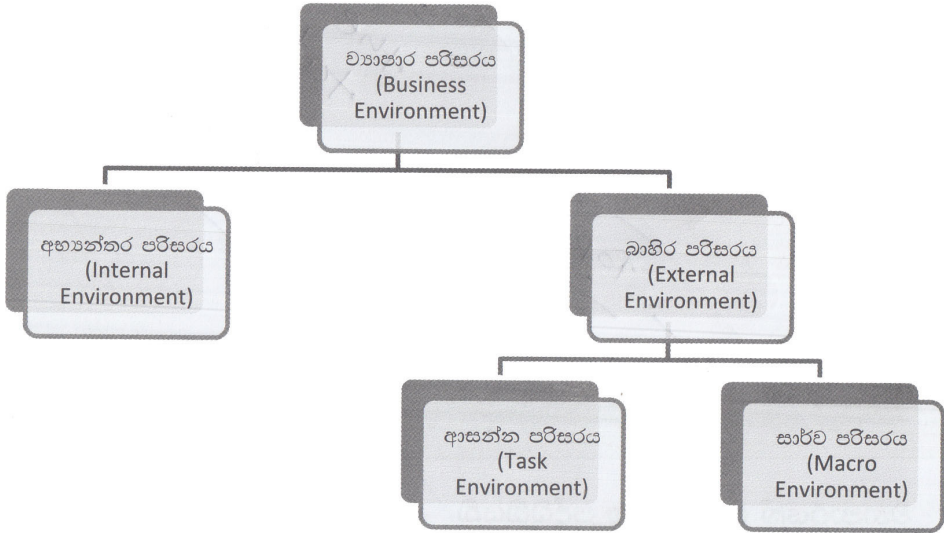
චක්‍රාපාර පරිසරය  
Business Environment

## 02.

### ව්‍යාපාර පරිසරය සහ ව්‍යාපාර සංවිධාන කෙරෙහි එහි බලපෑම

ව්‍යාපාර කළමනාකරණ පිළිබඳව ඉදිරිපත් වී ඇති විවිධ මතවාද අතර ප්‍රමුඛ මතයක් වන පද්ධති ප්‍රවේශය තුළ දී ව්‍යාපාරයක් යන්න උප කොටස් රාශියකින් සමන්විත වූ විවෘත පද්ධතියක් එනම් සිය පැවැත්ම සඳහා බාහිර පරිසරය සමඟ අන්තර් සම්බන්ධතා පවත්වන්නා වූ පද්ධතියක් ලෙස අර්ථ දක්වයි. ඒ අනුව බාහිර පරිසරයෙන් යෙදවුම් ලබා ගනිමින් බාහිර පරිසරයට නිමවුම් ලබා දෙන්නා වූ බාහිර පරිසරයට අනුව අනුවර්තනය වන්නා වූ පද්ධතියක් ලෙස ව්‍යාපාරයක් යන්න හඳුනා ගැනේ. මෙසේ පරිසරය පිළිබඳව අවධානය යොමු නොකරන, පරිසරයට අනුකූලව වෙනස් නොවන ව්‍යාපාරයක් විනාශ වනු ඇතැයි එන්ට්‍රොපි සංකල්පයෙන් කියැවේ. ඒ අනුව නිරන්තරයෙන් වෙනස් වන පරිසරය ගැන සැලකිල්ලක් නොදක්වන ව්‍යාපාරිකයකුට සාර්ථක විය නොහැක.

එසේම පද්ධතියක් තුළ පවතින සියළුම උප පද්ධතීන් එකිනෙකා මත රඳා පවතින බැවින් සමස්ථ පද්ධතියේ සාර්ථකත්වය සඳහා සියළුම උප පද්ධතීන්වල සහයෝගය අවශ්‍ය වන අතර ඒ සඳහා සියළුම උප පද්ධතීන් අතර මනා සම්බන්ධතාවයක් මෙන්ම ඒකාබද්ධ උත්සාහයක් පැවතිය යුතු වේ. එසේ ඇතිවන්නා වූ ඒකාබද්ධ උත්සාහය මත ලබා ගන්නා ප්‍රතිඵලය පුද්ගලයින් තනිතනිව ලබාගන්නා ප්‍රතිඵල වල එකතුව ඉක්මවා යන බව ඒකාබද්ධ අධිඵල ලෙස හැඳින්වේ.



**2.3.1 අභ්‍යන්තර පරිසරය**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

අභ්‍යන්තර පරිසර විචල්‍යයන් පහත පරිදි වේ.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

කිසියම් ව්‍යාපාරික ආයතනයක වර්තමාන සාමාජිකයින් විසින් සමස්තයක් වශයෙන් පිළිගනු ලබන, කටයුතු සිදු කිරීමේ වඩාත් හොඳම ක්‍රමය ලෙස පරම්පරාවෙන් රැගෙන යන විශ්වාස, ආකල්ප, අගය කිරීම්, චර්යා රටාවන් සම්ප්‍රදායන් සහ චාරිත්‍රයන් යනාදියෙන් ව්‍යාපාරයක වටිනාකම් පද්ධතිය හා සංස්කෘතිය සමන්විත වේ.

කළමනාකරණ ව්‍යුහය යනු කිසියම් ආයතනයක් තුළ රැකියා කාර්යයන් සම්පත් අධිකාරිය සාමාජිකයන් අතර බෙදා ඇති ආකාරය හා සම්බන්ධීකරණය කර ඇති ආකාරයයි.

ව්‍යාපාරයක මානව සම්පත් යනු ඒ තුළ වූ ශ්‍රම බලකා යයි. සේවක සංඛ්‍යාව මෙන් ම සේවකයින්ගේ විවිධ වූ ලක්ෂණ හා හැකියාවන් ආයතනයේ කටයුතු වලට බලපෑම් කරන පාලනය කල හැකි සාධකයක් වේ.

**2.3.2 බාහිර පරිසරය**

ව්‍යාපාරයක බාහිර පරිසරය යනු ව්‍යාපාර සංවිධානයක වක්‍රාකාරයෙන් බලපෑම් එල්ලකරන ව්‍යාපාරයේ කළමනාකරණ විෂය පථයට පිටතින් වන සියළු පාර්ශවයන් හා බලවේගයන් වේ. බාහිර පරිසරය ආසන්න හා සාර්ව ලෙස කොටස් දෙකකින් යුක්ත වන අතර ආසන්න පරිසරය යනු ව්‍යාපාර වල ක්‍රියාකාරීත්වයට ඉතා සම්පව බලපෑම් ඇති කරන ලබන සුවිශේෂී සංවිධාන හා කණ්ඩායම් වේ. මෙම පරිසරය කාර්යය පරිසරය ලෙස ද හැඳින්වෙන අතර ඊට පහත සාධක අයත් වේ.

1. ....
2. ....
3. ....

- 4. ....
- 5. ....
- 6. ....
- 7. ....
- 8. ....

**2.3.2.1 ව්‍යාපාරයක ආසන්න පරිසර බලවේග සහ ව්‍යාපාර කෙරෙහි ඒවායේ බලපෑම**

1. ....

ව්‍යාපාරයේ භාණ්ඩ හා සේවා මිලට ගෙන පරිභෝජනය කරන්නන් වේ. ව්‍යාපාරයක වැදගත්ම පාර්ශවය වන්නේ ගනුදෙනුකරුවන්ය. ඒ අනුව ව්‍යාපාරයක සාර්ථකත්වය රඳා පවතින්නේ පාරිභෝගිකයින් සමඟ ව්‍යාපාර ඇති කරගන්නා සම්බන්ධතාවල ස්වරූපය මත වේ. වර්තමානයේ ව්‍යාපාර පරිසරය තුළ සිටින වඩාත් ප්‍රබලම පාර්ශවය ලෙස ගනුදෙනුකරුවා හඳුන්වන අතර විවිධ ව්‍යාපාරික පිරිනැමීම් ඔස්සේ ගනුදෙනුකරුවන් ව්‍යාපාරය කෙරේ ආකර්ෂණය කිරීමට සහ කල්පවන්නා සම්බන්ධතා ගොඩ නැංවීමට ව්‍යාපාර කළමනාකරුවන් යොමු වී ඇත.

2. ....

ව්‍යාපාරයකට අවශ්‍ය සම්පත් සපයන පුද්ගලයින් හා ආයතන වේ. නැතහොත් ව්‍යාපාර කාර්යය පවත්වාගෙන යාමට අවශ්‍ය අමුද්‍රව්‍ය, අමතර කොටස්, උපකරණ හා බලශක්තිය යනාදී සම්පත් සපයන්නන් වේ. ව්‍යාපාරය නිෂ්පාදනය කරනු ලබන නිෂ්පාදිත වල ගුණත්වය මෙන්ම කලට වේලාවට ලබාගත හැකි බව ආරක්‍ෂා කිරීමට සැපයුම්කරුවන් සමඟ ශක්තිමත් සම්බන්ධතා ගොඩනංවා ගැනීම වැදගත් වේ.

3. ....

ව්‍යාපාරය ඉදිරිපත් කරන භාණ්ඩ හෝ සේවා වලට සමීප හෝ සමාන නිෂ්පාදිත ඉදිරිපත් කරන වෙනත් ව්‍යාපාරිකයන් තරඟකරුවන් ලෙස හඳුන්වයි. තරඟකරුවන්ට සාපේක්‍ෂව ව්‍යාපාරය තුළ වන ශක්තීන් හා දුර්වලතා හඳුනා ගැනීමත්, තරඟකාරීත්වය වාසීන් හඳුනා ගැනීමත් තරඟකාරීත්වයට මුහුණ දීම සඳහා වන යෝග්‍ය උපාය මාර්ග හඳුනා ගැනීමත් කෙරෙහි තරඟකරුවන්ගේ බලපෑම අධ්‍යයනය කිරීම වැදගත් වේ.

4. ....

ව්‍යාපාරය ඉදිරිපත් කරන භාණ්ඩ හෝ සේවාවලින් ලබාදෙන උපයෝගීතාවය ලබාදෙන විකල්ප නිෂ්පාදන සපයන්නන් ආදේශක භාණ්ඩ නිපදවන්නන් වේ. මොවුන් ද ව්‍යාපාරය කෙරෙහි තරඟකාරීත්වයක් ඇති කරනු ලබන පාර්ශවයකි.

5. ....

අනාගතයේ දී වෙළෙඳපොළට පිවිසීමට අපේක්‍ෂාවෙන් සිටින්නන් වේ. විභව තරඟකරුවන් තරඟකාරීත්වයට නව ප්‍රවණතාවයන් එක් කරන්නන් වන අතර ඔවුන්ගේ අනාගත තරඟයට මුහුණදීම සඳහා පූර්ව ක්‍රියාමාර්ග ගත යුතුය.

6. ....

ඕනෑම ව්‍යාපාරයක පැවැත්මට අතරමැදියන් අත්‍යවශ්‍ය වන්නේ, ඔවුන් අවසාන පාරිභෝගිකයා සමඟ කටයුතු කරන කණ්ඩායම වන බැවිනි. අවසන් පාරිභෝගිකයාගේ හැඟීම් හා අවශ්‍යතා අතරමැදියන් විසින් නිෂ්පාදකයන්ගේ අවධානයට යොමු කරනු ලබන අතර එමගින් නිෂ්පාදකයන්ට තම අවසන් පාරිභෝගිකයාට නිවැරදි නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් ලබාදිය හැකිය.

7. ....

ව්‍යාපාර කෙරෙහි වාසිදායක හෝ අවාසිදායක අයුරින් බලපෑම් කරන විවිධ කණ්ඩායම් මින් අදහස් කෙරේ. මෙවැනි විවිධ සාමාජික කණ්ඩායම් හෝ සංවිධාන ජාතික හෝ ජාත්‍යන්තර වශයෙන් දැකිය හැකිය.

නිදසුන් වශයෙන් පරිසර සංවිධාන, පාරිභෝගික සංවිධාන, කාන්තා සංවිධාන, අමද්‍යප සංවිධාන, සත්ව අවිනිංසා සංවිධාන හා ආගමික සංවිධාන යනාදිය දැක්විය හැකිය.

8. ....

ව්‍යාපාර කටයුතු වලට බලපාන නීති රීති සම්පාදනය හා ක්‍රියාත්මක කරන ආයතන වේ.

**සුඤ්ච පරිසරය**

ව්‍යාපාරයට සම්බන්ධ සහ ව්‍යාපාරයට සමීප සෑම බලවේගයක්ම සුඤ්ච පරිසරයට අයත් වේ. ව්‍යාපාරයකට මෙම පරිසර බලවේග යම් ප්‍රමාණයකට පාලනය කළ හැකි වේ. අභ්‍යන්තර හා ආසන්න පරිසර වල එකතුවෙන් සුඤ්ච පරිසරය සකස් වේ.

$\text{අභ්‍යන්තර පරිසරය} + \text{ආසන්න පරිසරය} = \text{සුඤ්ච පරිසරය}$
---

**සුඤ්ච පරිසර බලවේග**

1. ....

ව්‍යාපාර ආයතනය තුළ ක්‍රියාත්මක වන අයිතිකරුවන්, කළමනාකරුවන්, සේවකයින් මෙයට ඇතුළත් වේ. මොවුන් ව්‍යාපාර කටයුතු කෙරෙහි සෘජුව සම්බන්ධ වේ.

2. ....

3. ....

4. ....

5. තරඟකරුවන්

6. සමීප ප්‍රජාව

7. වෘත්තීය සමිති

**2.3.2.2 සාර්ව පරිසරය / පොදු පරිසරය**

ව්‍යාපාරයක පුළුල් වටපිටාව සහ ඒ හා බැඳුණු බලපෑම් කරන බලවේග සාර්ව පරිසරය හෙවත් පොදු පරිසරය ලෙස හැඳින්වේ. එනම් ව්‍යාපාරයක ක්‍රියාකාරීත්වයට බලපෑම් කරනු ලබන බාහිර බලවේග වලින් සමන්විත පරිසරයයි. සාර්ව පරිසර බලවේගයන් කිසිසේත්ම ව්‍යාපාරයකට පාලනය කළ නොහැකි අතර අදාළ පරිසර වෙනස් වීම් නිවැරදිව කල්තියා හඳුනාගෙන ඒ අනුව අනුවර්තනය වීම ව්‍යාපාර විසින් කළ යුතු වේ.

සාර්ව පරිසර බලවේගයන් පහත පරිදි වේ.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....

**1. දේශපාලන හා නෛතික පරිසරය**

රටක දේශපාලන ක්‍රියාකාරකම් ව්‍යාපාර කටයුතු කෙරෙහි ඇති කරන බලපෑම දේශපාලන පරිසරය ලෙස හඳුන්වන අතර නීති සම්පාදන ආයතනයන් හා ඒවා ක්‍රියාත්මක කරන ආයතනයන් විසින් කලින් කලට සම්පාදනය කර ක්‍රියාත්මක කරන නීතිරීති හා ප්‍රතිපත්ති නෛතික පරිසරය වේ. ඒ අනුව දේශපාලනමය ක්‍රියාකාරකම් හා නීතිමය ක්‍රියාකාරකම් ව්‍යාපාර කෙරෙහි ඇති කරනු ලබන බලපෑම මේ යටතේ සලකා බැලේ.

මෙම පරිසරයට අදාළ උප සාධක පහත පරිදි වේ.

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. ....
6. විවිධ අණපනත්
  - a. 2007 අංක 07 දරණ සමාගම් පනත
  - b. 1890 හවුල් ව්‍යාපාර ආඥා පනත
  - c. 2003 අංක 09 දරණ පාරිභෝගික කටයුතු පිළිබඳ අධිකාරී පනත
  - d. 2015 අංක 05 දරණ ඖෂධ නියාමන අධිකාරී පනත
  - e. 1984 අංක 06 දරණ ශ්‍රී ලංකා ප්‍රමිති ආයතන පනත

දේශපාලන හා නෛතික පරිසරය තුළ සිදුවන විවිධ වෙනස්වීම් ව්‍යාපාර වලට විවිධාකාරයෙන් වැදගත් වේ. රජයේ අණ පනත් නිසා අසාධාරණ තරඟකාරීත්වයෙන් ව්‍යාපාර ආරක්‍ෂා වීම සිදුවන අතර පාරිභෝගික අයිතිවාසිකම් ආරක්‍ෂා වීම ද සිදු වේ. එමෙන්ම ව්‍යාපාර ලියාපදිංචිය සහ සංස්ථාපනයට අදාළ නීති මඟින් ව්‍යාපාරවලට නෛතික පිළිගැනීමක් ලැබෙන අතර රජයේ ප්‍රතිපත්ති සහ සහන ව්‍යාපාරවල දියුණුවට හේතු වේ. රජය විසින් සම්පාදනයක කරනු ලබන වෙළඳ ගිවිසුම් මඟින් වෙළෙඳපොළ අවස්ථා වර්ධනය වන අතර විවිධ රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති හේතුවෙන් ව්‍යාපාරවලට සහන මෙන්ම අයහපත් තත්ත්වයන් ද ඇති වේ.

**2. ආර්ථික පරිසරය**

ආර්ථික විචල්‍යයන්ගෙන් හා සම්බන්ධ පරිසරය මින් අදහස් වේ. ව්‍යාපාරවල පැවැත්ම සඳහා බලපාන ක්‍රය ශක්තිය මෙන්ම ව්‍යාපාර කටයුතුවල දී දැරීමට සිදුවන පිරිවැය ද ආර්ථික සාධක මත තීරණය වන්නකි.

ආර්ථික පරිසරයට අයත් උප සාධක කිහිපයකි. එනම් ජීවන වියදම, ඒක පුද්ගල ආදායම, උද්ධමන අනුපාතය, ජාතික නිෂ්පාදිතය, පොළී අනුපාතිකය, ඉතිරි කිරීම්, ආදායම් ව්‍යාප්තිය, විනිමය අනුපාත හා බදු යනාදියයි.

ආර්ථික පරිසරය ද ව්‍යාපාරවලට විවිධාකාරයෙන් බලපෑම් කරනු ලබයි. ජන සංඛ්‍යාව මත වෙළෙඳපොළ තීරණය වූව ද සඵල ඉල්ලුමක් සඳහා පාරිභෝගික ක්‍රය ශක්තිය අවශ්‍ය වේ. පාරිභෝගික ක්‍රය ශක්තිය තීරණය වීම කෙරෙහි උද්ධමනය පොළී අනුපාතිකය වැනි සාධක බලපෑම් කරනු ලබයි. ව්‍යාපාර පුළුල් කිරීම සඳහා අවශ්‍ය අරමුදල් සම්පාදනයට ආර්ථික පරිසරය වැදගත් වීම මෙහි දී ණය පොළී අනුපාත බලපානු ලබයි. භාණ්ඩ මිල කිරීමේ දී උද්ධමනය, මිල මට්ටම් යනාදී සාධක වැදගත් වේ. සේවකයින් සම්බන්ධ තීරණවල දී වැටුප් මට්ටම්, ජීවන වියදම වැනි සාධක බලපායි. ආනයන, අපනයන කටයුතුවල දී විනිමය අනුපාතය වැදගත් වේ. ව්‍යාපාර ලාභ පිළිබඳ තීරණ ගැනීමේ දී හා භාණ්ඩ මිල කිරීමේ දී සෘජු හා වක්‍ර බදු වර්ග බලපායි.

මීට අමතරව ආර්ථික සාධක පහත ආකාරවලට ද ව්‍යාපාර කෙරෙහි බලපෑම් කරයි.

- 1. උද්ධමනය - .....
- .....
- 2. පොළී අනුපාතය - .....
- .....
- 3. බදු - .....
- .....
- වක්‍ර බදු නිසා භාණ්ඩ මිල ඉහළ යාමෙන් ඉල්ලුම අඩු වීම.
- බදු ගණනය කිරීම හා වාර්තා පවත්වාගෙන යාමට සිදු වීම

- 4. විනිමය අනුපාතිකය - විනිමය අනුපාතය ක්‍රියාවේදී ආනයන භාණ්ඩවල මිල ඉහළ යාමෙන් යෙදවුම්වල මිල ඉහළ යාම.
- අපනයන භාණ්ඩවලට ඉහළ මිලක් ලැබීම නිසා ඉපැයීම් ඉහළ යාම.

**3. සමාජ හා සංස්කෘතික පරිසරය**

මිනිසාගේ හැසිරීම් රටාවට සහ වින්තන රටාවට බලපෑම් කරනු ලබන සාධකවලින් මෙම පරිසරය සමන්විත වේ. සමාජ හා සංස්කෘතික පරිසර සාධක පහත පරිදි වේ.

- |                      |            |
|----------------------|------------|
| 1. ....              | 2. ....    |
| 3. ....              | 4. ....    |
| 5. ....              | 6. අදහස්   |
| 7. චාරිත්‍ර චාරිත්‍ර | 8. ආගම්    |
| 9. ඇදහිලි            | 10. පුරුදු |

**සමාජ හා සංස්කෘතික පරිසරය ව්‍යාපාර වලට වැදගත් වන අයුරු**

- 1. විවිධ ජාතික සහ සංස්කෘතික උත්සව නිසා ව්‍යාපාර අවස්ථා රැසක් උදා වේ. නිදසුන් - සිංහල හින්දු අලුත් අවුරුද්ද, ජාතික දිනය
- 2. පුද්ගල සාරධර්ම නිසා ව්‍යාපාර සමාජ වගකීම තහවුරු වීම
- 3. විවිධ ආගමික උත්සව නිසා ඇති වන ව්‍යාපාරික අවස්ථා නිදසුන් - නත්තල්, වෙසක්, දළඳා පෙරහැර

**4. තාක්ෂණික පරිසරය**

පර්යේෂණ සහ සංවර්ධන කටයුතු නිසා නව සොයා ගැනීම්වලට මඟ පෑදෙන අතර එම සොයා ගැනීම් වුවද තාක්ෂණය වෙනස් වන සීඝ්‍රතාවයෙන් ම වෙනස් වේ.

කෘෂිකාර්මික, කාර්මික, වෛද්‍ය, සන්නිවේදන හා ප්‍රවාහන යනාදී ක්ෂේත්‍රවල සිදු වී ඇති තාක්ෂණික වෙනස්කම් නිසා මිනිසුන්ගේ ජීවන රටාව වෙනස් වී ඇති අතර මෙම තත්ත්වය ව්‍යාපාර කටයුතු වල වෙනස් වීමට හේතු වී ඇත. තාක්ෂණික පරිසරයට අයත් උප සාධක පහත පරිදි වේ.

- 1. ....
- 2. ....
- 3. ....
- 4. ....
- 5. ....

**තාක්ෂණික පරිසරයේ විශේෂිත ගති ලක්ෂණ**

1. ....
2. ....
3. ....
4. සෘජුවම හා දැඩි ලෙස ව්‍යාපාර කටයුතු වලට අභියෝගයක් වීම.

ලෝක වෙළඳපොළට විශ්මය ජනක භාණ්ඩ හා සේවා රැසක් බිහිකිරීමට තාක්ෂණය උපකාර වී තිබේ. පසුගිය දශක කිහිපය තුළ ඇති වී තිබෙන තාක්ෂණික වර්ධනය ශීර්ෂ කිහිපයක් යටතේ පෙළ ගැස්විය හැකිය.

1. වෛද්‍ය ක්ෂේත්‍රයට - පෙනිසිලින් භාවිතය, විවෘත හදවත් සැත්කම්, උපත් පාලන පෙති, නළ දරු උපත්
2. යුධ ක්ෂේත්‍රය - පරමාණු බෝම්බ, න්‍යෂටික මිසයිල, ස්වයංක්‍රීය ගිනි අවි, ජීව අවි
3. ප්‍රවාහන ක්ෂේත්‍රය - නවීන මෝටර් රථ, ගුවන් යානා, අධිවේගී මාර්ග
4. සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රය - පරිගණක, අන්තර්ජාලය, වන්දිකා, ෆැක්ස්
5. නිෂ්පාදන ක්ෂේත්‍රය - රොබෝවරු, කිරුම් මිනුම් උපකරණ

**5. ස්වාභාවික පරිසරය**

ස්වාභාවික සම්පත් සම්බන්ධ සාධක මෙම පරිසරයට අයත් වේ. ස්වාභාවික සම්පත් වලට සිදුවන හානිදායක තත්ත්ව ගැන අද ගෝලීය වශයෙන් අවධානය යොමු වෙමින් පවතී. ලොව බොහෝ රටවල ව්‍යාපාර කටයුතු නිසා වාතය, ජලය, පස දූෂණයට ලක්ව ඇත. ස්වාභාවික පරිසරයේ යහපත් තත්ත්ව ඇති කරමින් ව්‍යාපාර කටයුතුවලට යොමු වීම පිළිබඳ නීති රීති පවා පනවා තිබේ.

මෙම පරිසරය උප සාධක කිහිපයකින් සමන්විත වේ.

1. ....
2. ....
3. ....
4. භූ විෂමතාව
5. සම්පත් හිඟකම
6. පරිසර දූෂණය
7. පරිසර සංරක්ෂණය

**ස්වාභාවික පරිසරයේ වැදගත්කම**

- 1. ව්‍යාපාරයන්හි නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය සඳහා අවශ්‍ය සම්පත් සැපයීම
- 2. නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය සඳහා අවශ්‍ය බලශක්තිය සැපයීම.
- 3. ව්‍යාපාර ස්ථානගත කිරීමට අවශ්‍ය ඉඩ ප්‍රස්ථා සැපයීම.

ස්වාභාවික සම්පත් මූලික වශයෙන් කොටස් 03 කට බෙදා දැක්විය හැකිය. එනම් වාතය, ජලය වැනි අප්‍රමාණ / අසීමිත සම්පත්, වනාන්තර, සතුන් වැනි සීමිත එහෙත් නැවත ජනනය කළ හැකි සම්පත් බනිජ තෙල්, ගල් අගුරු, පැලෑටිනම්, තඹ වැනි සීමිත එහෙත් නැවත ජනනය කළ නොහැකි සම්පත් ලෙසයි.

**පරිසර දූෂණය**

මිනිසාගේ පැවැත්මට තර්ජනය වන අයුරින් ස්වාභාවික පරිසරය වෙනස් කිරීම නැතහොත් පරිසරයේ සම්මතය / සංයුතිය අහිතකර ලෙස වෙනස් කිරීම පරිසර දූෂණයයි.

**පරිසර දූෂණය මැඩලීම**

**පරිසර දූෂණය මැඩලීමට පාරිභෝගිකයන්ට ගත හැකි ක්‍රියාමාර්ග**

- 1. හරිත නිෂ්පාදන වලට යොමු වීම.
- 2. අපද්‍රව්‍ය ප්‍රමාණය අඩු කිරීමට කටයුතු කිරීම.
- 3. නැවත පරිහරණය
- 4. ප්‍රතිචක්‍රීකරණය
- 5. පොලිතින් වෙනුවට දිරාපත් වන ද්‍රව්‍ය භාවිතය
- 6. අපද්‍රව්‍ය බැහැර කිරීමට විධිමත් බහාලුම් භාවිතා කිරීම.
- 7. ....
- 8. ....
- 9. ....
- 10. ....
- 11. ....
- 12. ....

**පරිසර දූෂණය මැඩලීමට ව්‍යාපාරිකයාට ගතහැකි ක්‍රියාමාර්ග**

- 1. පරිසරයට හානි වන ක්‍රියා සිදු නොකිරීම.
- 2. පරිසරයට සිදුවන හානි අවම වන පරිදි නිෂ්පාදන කටයුතු සැලසුම් කිරීම.
- 3. හරිත නිෂ්පාදනවලට පරිවර්තනය වීම හා හරිත ප්‍රතිපත්තිය අනුගමනය කිරීම.
- 4. අපද්‍රව්‍ය කළමනාකරණය.

5. ....
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....

**පරිසර දූෂණය මැඩලීමට රජයට ගත හැකි ක්‍රියාමාර්ග**

1. පරිසර සංරක්ෂණය නීති සම්මත කිරීම.
2. පරිසර දූෂණය කරන නිෂ්පාදිත වලට ඉහළ බදු පැනවීම (පරිසර බදු)
3. ....
4. ....
5. ....

**අපද්‍රව්‍ය කළමනාකරණය / ඝන අපද්‍රව්‍ය කළමනාකරණය**

අපද්‍රව්‍ය කළමනාකරණය සඳහා භාවිතා කළහැකි ක්‍රම කිහිපයකි. මෙහිදී 6R ක්‍රමය ප්‍රධාන වේ. අඩු කිරීම, නැවත භාවිතය, ප්‍රතිචක්‍රීකරණය, ප්‍රතිස්ථාපනය

1. ප්‍රතික්ෂේප කිරීම
2. ඉවතලන ද්‍රව්‍ය අඩු කිරීම
3. නැවත පරිහරණයට ගැනීම
4. ප්‍රතිචක්‍රීකරණය
5. ප්‍රතිස්ථාපනය
7. නැවත සතීම

**6. ගෝලීය පරිසරය**

ගෝලීයකරණයේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් රටවල් අතර පැවති භූගෝලීය හා සංස්කෘතික දුරස්ථභාවය ඉවත් විය. එහි ප්‍රතිඵලය වූයේ භාණ්ඩ හා සේවා පමණක් නොව ප්‍රාග්ධනය ශ්‍රමය හා සංස්කෘතිය වැනි දෑ ද සංවලනය වීමය. වර්තමානයේ මෙම ව්‍යාපාරවලට අභියෝගාත්මකව බලපා ඇත.

ගෝලීය පරිසරයේ උප සාධක පහත පරිදි වේ.

- |         |                               |
|---------|-------------------------------|
| 1. .... | 2. නිදහස් අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම |
| 3. .... | 4. කලාපීය සංවිධාන             |
| 5. .... | 6. ජාත්‍යන්තර ජාල             |
| 7. .... | 8. ගෝලීය ආර්ථික අවපාත         |

**ගෝලීය පරිසරය ව්‍යාපාරයට වැදගත් වන ආකාරය**

1. නව වෙළෙඳපොළවල් විවෘත වීම හා ගෝලීය වෙළෙඳපොළ අවස්ථා සැලසීම.
2. ශ්‍රම සංවලනය නිසා ඉහළ කුසලතා සහිත ශ්‍රමිකයන් සොයා ගැනීමේ හැකියාව
3. නිෂ්පාදනයේ දී හා අලෙවියේ දී ආර්ථික පිරිමැසුම් ලැබීම
4. පළපුරුද්ද, දැනුම හා තාක්ෂණය හුවමාරු කරගත හැකිවීම.
5. ....
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....

**7. ප්‍රජා පරිසරය**

ජනගහනය හා සම්බන්ධ සාධක මෙම පරිසරය යටතේ සලකා බැලේ. මෙම පරිසරයට අයත් උප සාධක කිහිපයකි.

- |                                 |          |
|---------------------------------|----------|
| 1. ජන සංඛ්‍යාව                  | 2. ....  |
| 3. වයස් මිශ්‍රය                 | 4. ....  |
| 5. ජනගහන ව්‍යාප්තිය/ජන සංඛ්‍යාව | 6. ....  |
| 7. පවුල් සංයුතිය                | 8. ....  |
| 9. ජීවන රටාව                    | 10. .... |
| 11. ජන සංවලනයන් (ආගමන/විගමන)    | 12. .... |
| 13. පවුල් සංස්කෘතිය             |          |

**ප්‍රජා පරිසරයේ බලපෑම**

1. ව්‍යාපාරයක තීරණ ගැනීමේ දී රටේ ජනගහනය ඉතා වැදගත් සාධකයකි. ඉල්ලුම ප්‍රධාන වශයෙන්ම ජනගහනය මත රඳේ. එබැවින් අලෙවිකරණ උපක්‍රම තීරණය කිරීමේ දී ජනගහනය ඉතා වැදගත් වේ.
2. ජනගහනයේ අඩු වැඩි වීම් ශ්‍රම හමුදාවේ අඩු වැඩි වීමට බලපායි. ශ්‍රම වෙළෙඳපොළේ සැපයුම කෙරෙහි එය බලපාන අතර වැටුප් අනුපාත තීරණය වීමට මෙම ශ්‍රම සැපයුම් බලපානු ලබයි.
3. විවිධ භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවිය සඳහා වයස් ව්‍යුහය මෙන්ම ස්ත්‍රී පුරුෂ ජන සංයුතිය වැදගත් වේ.  
නිදසුන් වයස් ව්‍යුහය - ළදරු කිරිපිටි, රෙදිපිළි, ක්‍රීඩා භාණ්ඩ
4. නාගරික, අර්ධ නාගරික, ග්‍රාමීය ආදී වශයෙන් වූ ප්‍රජා විද්‍යාත්මක ලක්ෂණ මිල විශේෂණය සඳහා වැදගත් වේ.
5. ජනතාවගේ අධ්‍යාපන මට්ටම මිල දී ගැනීමේ පුරුදු කෙරෙහි බලපෑම

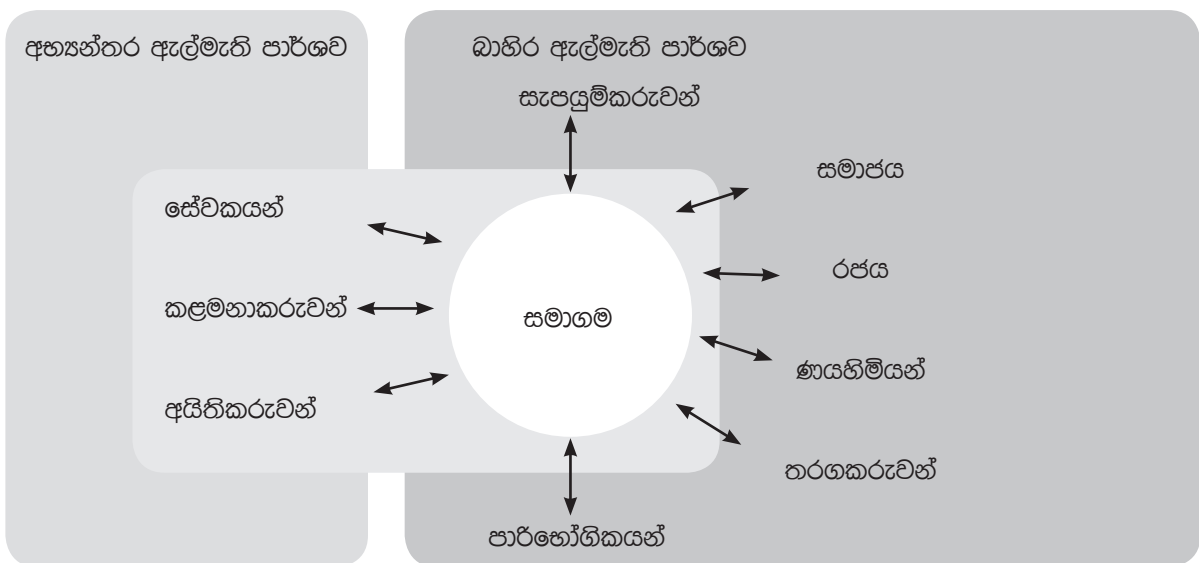
**පුජා පරිසර සාධක අධ්‍යයනයෙන් ව්‍යාපාරිකයකුට ලැබෙන ප්‍රතිලාභ**

1. ඉල්ලුම් / වෙළෙඳපොළ ප්‍රමාණය සහ එහි ස්වාභාවය හඳුනාගත හැකි වීම.
2. භාණ්ඩ හා සේවා විවිධාංගීකරණය පහසු වීම.
3. වෙළෙඳපොළ බණ්ඩනය සඳහා පදනම් හඳුනාගත හැකි වීම.
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....

පොදුවේ සලකා බැලූ විට ඉහත සඳහන් කළ අභ්‍යන්තර හා බාහිර පරිසරය අතර වෙනස්කම් පහත් පරිදි වේ.

අභ්‍යන්තර පරිසරය	බාහිර පරිසරය
සංවිධානය තුල සිටින වියට බලපෑම් කරන කණ්ඩායම් හා තත්ත්ව මීට අයත් වේ.	ව්‍යාපාරයට බලපෑම් කරන ව්‍යාපාර ආයතනයට පිටතින් ඇති සියළුම බලවේග මෙයට අයත් වේ.
මෙම පරිසරය ව්‍යාපාරයට පාලනය කළ හැකිය.	මෙම පරිසරය ව්‍යාපාරයට පාලනය කළ නොහැකිය.
මෙම පරිසරය තුළින් ව්‍යාපාරික ශක්තීන් හා දුර්වලතා හඳුනාගත හැකිය.	මෙම පරිසරය තුළින් ව්‍යාපාරික අවස්ථා හා තර්ජන උදාකරයි.

**2.4 ව්‍යාපාර කෙරෙහි ඇල්මැති පාර්ශව**



### 2.4.1 අභ්‍යන්තර ඇල්මැති පාර්ශව

#### අයිතිකරුවන්

ඕනෑම ව්‍යාපාරයක අයිතිකරුවන්ගේ ප්‍රධාන අවධානය ලාභ ඉපයීම කෙරෙහි යොමුවේ. කෙසේ නමුත් ඔවුන් සමස්ත ව්‍යාපාර කාර්ය සාධනය පිළිබඳව ද අවධානය යොමු කරන්නේ විශේෂයෙන් එය කොටස් මිල ගණන් කෙරෙහි බලපෑම් කල හැකි නිසාය.

අයිතිකරුවන් මූල්‍යය ප්‍රතිලාභ අපේක්ෂා කරන නිසා ලාභ හා ලාභාංශ නිර්මාණයට අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලය මත ප්‍රබල බලපෑම් ඇති කරයි. මෙය ව්‍යාපාර පරමාර්ථ හා උපාය මාර්ග දියුණු කිරීම කෙරෙහි ඉහල බලපෑමක් ඇතිකල හැකිය. මෙවැනි බලපෑම් සේවකයන් හා පාරිභෝගිකයන් වැනි අනෙකුත් ඇල්මැති පාර්ශවයන්ට අවාසියක් විය හැක.

#### කළමනාකරුවන් හා සේවකයන්

ව්‍යාපාරය සඳහා සමස්ථ සමාගම් පරමාර්ථ හා උපාය මාර්ග නිර්මාණය කිරීම කෙරෙහි කළමනාකරුවන් හෝ අධ්‍යක්ෂකවරුන් වගකිව යුතුය. ඔවුන් ව්‍යාපාරයේ කාර්ය සාධනය වෙනුවෙන් කොටස් හිමියන් ඉදිරියේ වගවීමට බැඳෙන අතරම තමන්ගේ තනතුර අනතුරේ හෙලන කොටස් හිමියන්ගේ අහිතකර ප්‍රතික්‍රියාවන්ට පෙළඹවීම නොකල යුතුය.

අධ්‍යක්ෂකවරු වැටුප් ගෙවන සේවක කණ්ඩායමක සහය ලබයි. ඔවුන් සාමාන්‍යයෙන් විශේෂිත ඉලක්කයක් කරා කටයුතු කරන අතරම ඔවුන් එම ඉලක්කය කෙතරම් සාර්ථකව ළඟාකර ගන්නේද යන්න බැලීමට පැහැදිලි ඇල්මක් දක්වයි. ඔවුන් සාමාන්‍යයෙන් රැකියාව හා ගෙවීම්, රැකියාවේ ස්ථාවරත්වය, රැකියා තෘප්තිය, පවතින ගෙවීම් මට්ටම වැඩිකර ගැනීම, විශ්‍රාම වැටුප් ආදිය පිළිබඳ ප්‍රාථමික ඇල්මක් පවතී.

සේවකයන්ට සංවිධානය වී වෘත්තීය සමිති ආකාරයෙන් බලපෑම් කල හැකි අතරම තම සාමාජිකයන්ගේ ගෙවීම් තත්වය, රැකියා ස්ථාවරත්වය වැඩිකර ගැනීම වැනි ඇල්ම ප්‍රවර්ධනය සඳහා ක්‍රියා මාර්ග ගත හැකිය.

### 2.4.2 බාහිර ඇල්මැති පාර්ශව

.....

පාරිභෝගිකයන් ව්‍යාපාරයට බාහිර වේ. ඒ බව ඔවුන් ව්‍යාපාරයට ඇල්ම දක්වන ප්‍රමාණය මත ප්‍රදර්ශනය වේ. ඔවුන් මිල, භාණ්ඩයේ ගුණත්වය හා පාරිභෝගික සේවා ආදිය පිළිබඳව සලකා බලයි.

පාරිභෝගිකයන්ට තමන් විසින්ම ව්‍යාපාරයේ අනාගතයට බලපෑමක් විය හැක. සාමාන්‍යයෙන් පාරිභෝගිකයන් හා කළමනාකරුවන්ට වඩා බොහෝ අඩු සංවිධානශීලී බවක් දක්වන අතර එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ඔවුන්ගේ ජීවිතය සාපේක්ෂව අඩුවිය හැක. කෙසේ නමුත් පාරිභෝගිකයන්ට ඔවුන් මිලදී ගැනීම හා නොගැනීම මත තමන් ආයතනය වෙත ඇති ඇල්ම පෙන්වා දිය හැකිය. නිෂ්පාදිත ගුණත්වය පාරිභෝගිකයින් සලකන විට හෝ හරිත නිෂ්පාදන කෙරෙහි ඉල්ලුම වැඩි වන විට පාරිභෝගික විසඳුම්වල ඉහල යාම තුළින් සමාගමේ ලාභයට බලපෑම් කරන අතරම ව්‍යාපාර ප්‍රතිපත්ති වෙනස් කිරීමටද බල කරයි. මෙය සේවා ලබාදීමේ හෝ භාණ්ඩ තත්වයේ යම් මට්ටමක ගුණත්වය ඉහලයාම නිසා ඉල්ලුම් ඉහල යෑමක් ලෙස දැකිය හැකිය. මෙවැනි බලපෑමක් පාරිභෝගික රුචිකත්වයේ

හා වරණයේ සෘජු වෙනසක් හේතුවෙන් ද ඇතිවිය හැකි අතරම පරිසරය පිළිබඳව සැලකිලිමත් වීමෙන් ද ඇතිවිය හැක.

(ඇසුරුම් කරනු ප්‍රතිපත්ති, ලේබල්කරණය හා ඉවත දැමීමේ පාලනය ආදිය ව්‍යාපාරයට බලපෑ හැක)

.....  
සැපයුම්කරුවන් දිගු කාලීන සබඳතා හා සාධාරණ ලෙස ඔවුන්ට සැලකීම අපේක්ෂා කරයි. අනාගත ඇණවුම් වලට අදාළව ව්‍යාපාරයේ අඛණ්ඩ පැවැත්ම වැදගත් වේ. එමනිසා සැපයුම්කරුවන්ට මෙම බැඳීම පවත්වාගෙන යෑමේ හැකියාව පිළිබඳ පැහැදිලි ඇල්මක් පවතී.

.....  
මෙහිදී තරඟකරුවන් කුමක් කරන්නේද යන්න පිළිබඳව ආයතනය තුළ උනන්දුවක් පවතී. සමස්ථ ව්‍යාපාර කාර්යසාධනයේ සාධක වන විකුණුම්, ලාභදායීත්වය, වර්ධනය සහ නවෝත්පාදනය තරඟකරුවන්ට වැදගත් වේ. වෙනත් තරඟකරුවන්ගේ විශේෂයෙන් එකම කර්මාන්තයේ තරඟකරුවන්ගේ විවිධ කාර්ය සාධන මිනුම්වල සලකුණු ලෙස ප්‍රමිත ස්ථාපිත කිරීම පොදු තත්ත්වයක් බවට පත්වී ඇත. මේවා උපාය මාර්ග හා ප්‍රතිපත්ති නිර්මාණය කිරීමට උපකාරී වේ.

.....  
ප්‍රජාව යන යෙදුම සංවිධානයක් පවත්වාගෙන යන ව්‍යාපාරයට සෘජුව සම්බන්ධ නොවූ සියළුම සබඳතා වල එකතුවක් ලෙස ගත හැකිය. මෙයට ව්‍යාපාරය ක්‍රියාකාරී වන දේශීය ප්‍රජාව මෙන්ම ව්‍යාපාරවලට පීඩනයක් වන හා ඇල්ම ඇති විවිධ කණ්ඩායම් රාශියක් ඇතුළත් විය හැක. මෙයට සාමාන්‍යයෙන් පරිසරයට හානිදායකවන ආකාරයේ ව්‍යාපාර සම්බන්ධව උනන්දුවක් දක්වන පාර්ශවයන්ද ඇතුළත් වේ. දේශීය ප්‍රජාව තුළ සාමාන්‍යයෙන් දේශීය රැකියා නියුක්තිය හා සෞභාග්‍ය කෙරෙහි බලපාන සමස්ථ සංවිධාන කාර්යසාධනය කෙරෙහි උනන්දුවක් පවතී. බොහෝ විට බොහෝ දේශීය කුඩා ව්‍යාපාර තම නිරන්තර පැවැත්ම හා සාර්ථකත්වය සඳහා විශාල දේශීය ව්‍යාපාරයන් හා සම්බන්ධ වී ඇත. කෙසේ නමුත් ඉඩම් භාවිතය, දූෂණය, ප්‍රවාහය තදබදය ආදී ජීවන ගුණත්වයට අදාළ දේශීය ප්‍රජාවට බලපාන වෙනත් ගැටළු පැවතිය හැක.

.....  
විශේෂයෙන්ම බැංකු සහ අනෙකුත් මූල්‍ය ආයතන ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යන ආකාරය පිළිබඳ උනන්දුවක් දැක්විය හැක. මොවුන්ගේ පාර්ශවයන්ගේ ප්‍රධාන උනන්දුව බොහෝ දුරට පොලී ගෙවීම හා ණය වාරික ගෙවීම පිළිබඳව විය හැක. සමාගමේ වත්කම් ඇපයට තබා ණය ලබා ගත්තද ඔවුන් වත්කම විකුණා ණය ගෙවීමට වඩා ව්‍යාපාර ආදායමෙන් ණය ගෙවීම පිළිබඳ අපේක්ෂා කරයි. මෙම ණය හිමියන් තම පොලී ආදායම ආරක්ෂා කර ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාර ප්‍රතිපත්ති වලට බලපෑම් කළ හැකිය.

.....  
රජය ව්‍යාපාර සඳහා උනන්දුව වන්නේ ව්‍යාපාරවල බදු ගෙවීමේ හා සමාජ ආරක්ෂණ ක්‍රියාමාර්ග ඉටු කිරීමේ හැකියාව සොයා බැලීමටයි. කෙසේ නමුත් රැකියා නියුක්ත මට්ටම සම්බන්ධයෙන් හා ආර්ථික හා සමාජ සංවර්ධනය සඳහා දායකත්වය පිළිබඳව ද සලකා බලයි.

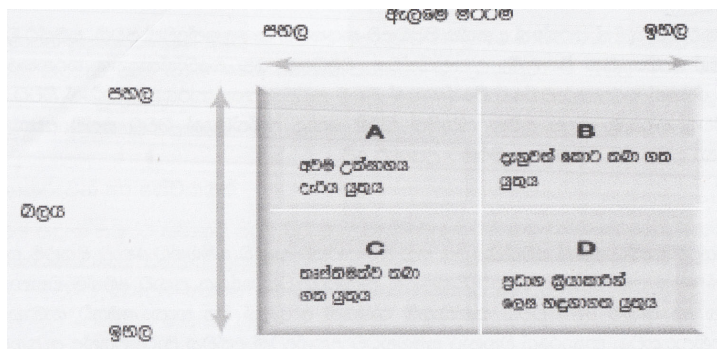
### 2.4.3 ඇල්මැති පාර්ශව සිතියම් කරණය

ඇල්මැති පාර්ශවයන් පිළිබඳව අවබෝධය වර්ධනය කිරීමට උපකාරී වන විවිධ ඇල්මැති පාර්ශව සිතියම්කරණ ආකෘති පවතී. ඇල්මැති පාර්ශව සිතියම්කරණ ආකෘති ඇල්මැති පාර්ශවයන්ගේ අපේක්ෂා මට්ටම සහ බලය පදනම් කරගෙන ඔවුන්ට දිය යුතු ප්‍රමුඛතාවය හඳුනා ගැනීමට උපකාරී වේ.

.....

.....

.....



බලය/උනන්දුව ආකෘතිය ඇල්මැති පාර්ශව සතු බලය සලකා බලා ඇල්මැති පාර්ශව වර්ගීකරණය කොට එය යම් උපාමාර්ගයකට විරුද්ධ වීම හෝ සහය දැක්වීම කෙරෙහි ඔවුන් උනන්දු වන ආකාරය පිළිබිඹු කරයි. එම නිසා මෙම ආකෘතිය ඇල්මැති ඇති පාර්ශව උපාය මාර්ග සංවර්ධනයට දක්වන බලපෑම සලකා බැලීමට උපකාර කරයි.

විවිධ පැතිකඩයන් ඔස්සේ සංවිධානයක් සාමාන්‍යයෙන් තම ඇල්මැති පාර්ශව කණ්ඩායම් අතර ඇති කරගත හැකි සබඳතා වර්ග මෙම ආකෘතිය මගින් පෙන්වුම් කරයි. පැහැදිලිවම ප්‍රධාන ක්‍රියාකාරීන්ට (D කොටස) අදාළ පරිදි උපාය මාර්ග සංවර්ධනය වඩා වැදගත් වේ. මොවුන් විශාල ආයෝජනයන් හෝ එය විශාල බලයක් සහිත යම් පුද්ගලයන් හෝ නියෝජිත ආයතන විය හැකිය.

නිරන්තරයෙන්ම C කොටසේ ඇල්මැති පාර්ශවයන්ට අදාළ ගැටලු තරමක් දුෂ්කර විය හැක. මෙම වර්ගයට විශ්‍රාම වැටුප් අරමුදල් හෝ රක්ෂණ ආයතන වැනි ආයතනික ඇල්මැති පාර්ශව අයත් විය හැක. එලෙසම සංවිධානයක් B කොටසේ ඇල්මැති පාර්ශවයන්ගේ අපේක්ෂාවන් ද පහසුවෙන් හඳුනාගෙන ඔවුන් දැනුවත් කොට තැබිය යුතුය. උදාහරණයක් ලෙස තොරතුරු සැපයීම තුළින් ප්‍රජා කණ්ඩායම් දැනුවත් කිරීම වැනි දෑ දැක්විය හැකිය. කෙසේ වුවද A කොටසට අයත් පාර්ශවයන් වැදගත් නොවේ.

## 2.5 ව්‍යාපාර පරිසර විශ්ලේෂණය

### 2.5.1. ශුද්ධ/ SWOT විශ්ලේෂණය

ව්‍යාපාර පරිසරයේ ශක්තීන්, දුර්වලතා, අවස්ථා සහ තර්ජන විශ්ලේෂණය කිරීමේ ශිල්ප ක්‍රමය මින් අදහස් වේ. ව්‍යාපාරයේ පරමාර්ථ ලඟාකර ගැනීමට බලපාන වාසිදායක හා අවාසිදායක අභ්‍යන්තර හා බාහිර සාධක හඳුනාගැනීම SWOT විශ්ලේෂණයට ඇතුළත් වේ. පරමාර්ථ පැහැදිලිව හඳුනාගෙන ඇත්නම් එම පරමාර්ථ ලඟා කර ගැනීමට ලුහුබැඳ යාම සඳහා SWOT විශ්ලේෂණය යොදාගත හැකිය.

	භිතකර සාධක	අභිතකර සාධක
අභ්‍යන්තර පරිසරය	<b>ශක්තීන්</b> STRENGTHS	<b>දුර්වලතා</b> WEAKNESSES
බාහිර පරිසරය	<b>අවස්ථා</b> OPPORTUNITIES	<b>තර්ජන</b> THREATS

#### ශක්තීන් යනු

.....  
 උදා :- ආයතනයක් තුළ සිටින නිපුණතාවය සහිත සේවක සංඛ්‍යාව

#### දුර්වලතා යනු

.....  
 උදා :- ආයතනයක් යල්පැනගිය නිෂ්පාදන ක්‍රම භාවිත කිරීම

#### අවස්ථා යනු

.....  
 උදා :- රජය විසින් ලබාදෙන බදු සහන හෝ සහනාධාර

#### තර්ජන යනු

.....  
 උදා :- ගෝලීයකරණය

**2.5.2 PESTLE විශ්ලේෂණය**

සෑම ව්‍යාපාරික මෙහෙයුමක්ම සාර්ව පරිසරය හා සම්බන්ධ වේ. එම නිසා සෑම ව්‍යාපාරයක්ම සාර්ව පරිසර වෙනස්වීම් වලට හැඩ ගැසිය යුතු වේ. එබැවින් මෙම විශ්ලේෂණය මගින් සාර්ව පරිසර විචල්‍යයන්වල බලපෑම පරීක්ෂා කර බලනු ලබයි.

- 1. ....
- 2. ....
- 3. ....
- 4. ....
- 5. ....
- 6. ....

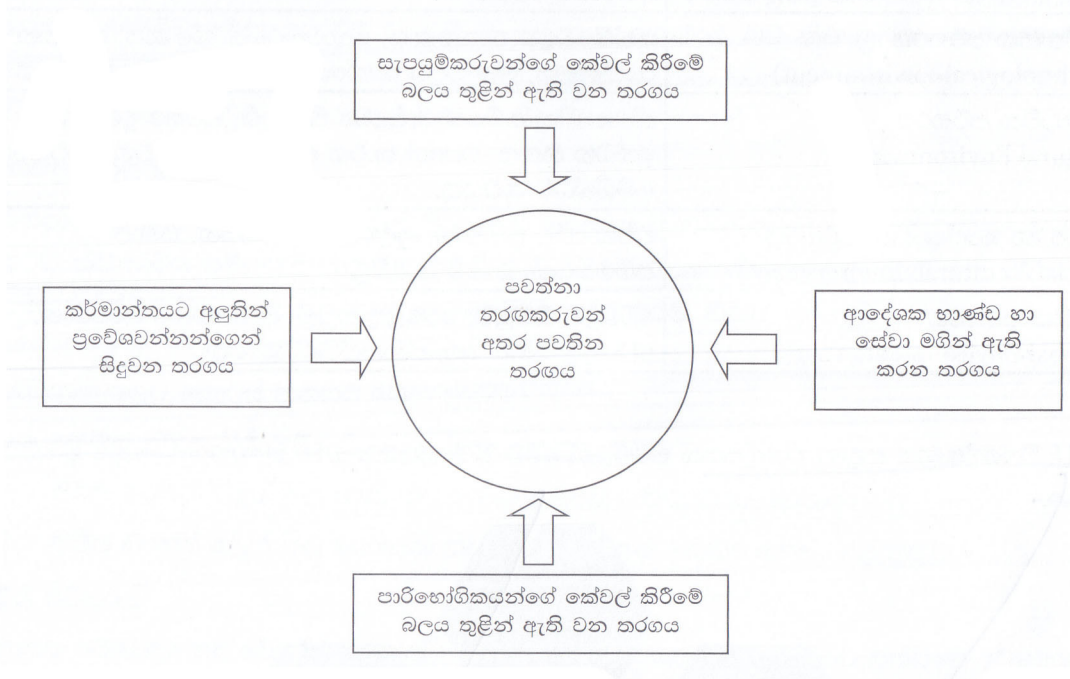
**2.6 පෝටර්ගේ පංචබල විශ්ලේෂණය**

තරඟකාරිත්වය පිළිබඳව සාකච්ඡා කිරීමේදී, පෝටර් විසින් තරඟකාරිත්වයේ ස්වභාවය තීරණය කරන ලක්ෂණ කිහිපයක් හඳුනාගෙන ඇත.

යම් කර්මාන්තයක තරඟකාරිත්වයේ ස්වභාවය තීරණය වීම උදෙසා තරඟකාරී බලවේග පහක් බලපානු ලැබේ. මේ තුළින් සමස්ත කර්මාන්තයේම විභව ලාභය (එනම් දිගු කාලීන ප්‍රාග්ධනය මත ප්‍රතිලාභය) තීරණය කිරීම සඳහා සාමූහිකව ක්‍රියාකරනු ලබයි. මෙම බලවේග නම්,

- 1. ....
- 2. ....
- 3. ....
- 4. ....
- 5. ....

**පෝටර්ගේ පංචබල විශ්ලේෂණය (Porter's Five Forces Model)**



ඉහත ආකෘතිය තුළින් ආයතනයක තරඟකාරී මට්ටමට බලපෑ හැකි බව මූලාශ්‍ර 5 ක් දක්වා ඇත. එම නිසා සංවිධානයකට මෙම ආකෘතිය භාවිත කිරීම තුළින් කර්මාන්තයක් තුළ තිබෙන ව්‍යාපාරයක් වඩා හොඳින් තේරුම්ගත හැකිය. එමෙන් ම මෙම ආකෘතියෙන් ආයතනයක තරඟකාරී මට්ටම පෙන්වුම් කරයි.

**1. අලුතින් පැමිණෙන්නන්ගේ තරඟය**

අලුතින් ආයතන කර්මාන්තයට ඇතුළු වන විට එහි ධාරිතාව වැඩි වීම, වෙළෙඳපොළ කොටස වැඩිකර ගැනීමට උත්සාහ ගැනීම හා විශාල සම්පත් ප්‍රමාණයක් වෙළෙඳපොළට ඇතුළුවීම සිදු වේ. අලුතින් කර්මාන්තයට තරඟකරුවන් ඇතුළුවීමේ දී එය වර්තමානයේ සිටි තරඟකරුවන්ගේ තත්ත්වය පිරිහීමට බලපායි. අලුතින් කර්මාන්තයට පිවිසෙන්නන්ගේ තරඟය බොහෝ විට රඳා පවතින්නේ කර්මාන්තයට පිවිසීමට ඇති බාධාවන්ගේ ස්වරූපය මතයි. අළුතින් කර්මාන්තයට ඇතුළු වන්නන්ගේ බලපෑම ඉහල නංවන සාධක පහත පරිදි වේ.

1. ....
2. ....
3. ....
4. රජයේ නීති රෙගුලාසි අවම මට්ටම පැවතීම
5. වෙනත් නිෂ්පාදිතයකට මාරුවීමේ දී පාරිභෝගිකයින්ට දැරීමට සිදුවන පිරිවැය අවම වීම.
6. ප්‍රවර්තකයින්ගේ නිෂ්පාදන සහ ප්‍රවේශකයින්ගේ නිෂ්පාදිත බොහෝ දුරට සම ජාතීය ඒවා වීම.
7. ප්‍රවේශකයින්ට ආර්ථික පිරිමැසුම් ලබා ගැනීම පහසු වීම.

**2. සැපයුම්කරුවන්ගේ කේවල් කිරීමේ බලය**

නිෂ්පාදන සාධක සපයන සැපයුම් කරුවන් වෙළෙඳපොළ තුළ ශක්තිමත්ව සිටින තත්ත්වයක් තුළ ඔවුන් විසින් තරඟයට බලපෑම් කරනු ඇත. ඒ අනුව අමුද්‍රව්‍ය මිල දී ගන්නා ව්‍යාපාරවලට ඉහළ පිරිවැයක් යටතේ නිෂ්පාදන සාධක මිල දී ගැනීමට සිදුවන අතර එය ඔවුන්ගේ ලාභය කෙරෙහි සෘජුව ම බලපෑම් කරයි. සැපයුම්කරුවන්ට සහ සැපයුම් කණ්ඩායම්වලට පහත තත්ත්වයන් මත ශක්තිමත් විය හැකිය.

1. ....
2. ....
3. ....
4. සීමිත වූ නිෂ්පාදන සාධක වල හිමිකාරීත්වය සැපයුම්කරුවන් සතු වීම.
5. නිෂ්පාදන සාධක අතර මාරු වීමේ දී දැරීමට සිදුවන පිරිවැය ඉහළ වීම.

**3. ගැනුම්කරුවන්ගේ කේවල් කිරීමේ බලය**

අඩු මිලක් ලබා ගැනීමට හෝ ගුණත්වය වැඩි කර ගැනීමට බලපෑම් කිරීමට ගැනුම්කරුවන්ට ඇති හැකියාව මත ගැනුම්කරුවන්ගේ කේවල් කිරීමේ හැකියාව වර්ධනය කරයි. ගැනුම්කරුවන් දිනා ගැනීම සඳහා මිල අඩු කිරීම ආදායම සීමා වීම හෝ ගුණත්වය වැඩි කිරීම නිසා පිරිවැය ඉහළ යාම නිසා ලාභ සීමා වේ. ගැනුම්කරුවන්ගේ බලය වැඩි කරන තත්ත්වයන් කිහිපයක් පහතින් දැක් වේ.

1. ගැනුම්කරුවන් විසින් විකුණුම්කරුවන්ගේ භාණ්ඩ හා සේවා වලින් වැඩි කොටසක් ගැනීම.
2. ගැනුම්කරුවන් පසුපසට සමෝධානය වීම තුළින් තමන් විසින් ද භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීමට හැකියාවක් පැවතීම
3. ....
4. ....
5. ....
6. ....

**4. ආදේශන භාණ්ඩ හා සේවාවල තරඟය**

එක හා සමාන අවශ්‍යතා සපුරාලන නමුත් භාණ්ඩ හා එහි ස්වරූපයේ විවිධත්වයක් සහිත වෙනත් නිෂ්පාදන ආදේශන භාණ්ඩ නම් වේ. ගැනුම්කරුවන්ට ආදේශන භාණ්ඩ අතර මාරුවීමට දැරීමට සිදුවන පිරිවැය අවම වන විට ආදේශන නිෂ්පාදිත වලින් ඇතිවන බලපෑම ඉහළ වේ. ඩීසල් සහ පෙට්‍රල් අතර මාරු වීමේ දී දැරීමට සිදුවන පිරිවැය ඉහළ වන බැවින් පෙට්‍රල් මිල ඉහළ ගියද ගැනුම්කරුවන් ඩීසල් වලට මාරුවීම සිදු නොවේ. නමුත් තේ හා කෝපි ගැනුම්කරුවන්ට පහසුවෙන් අදාළ නිෂ්පාදිත අතර මාරුවීම කළ හැකි බැවින් ගැනුම්කරුවන් සතු කේවල් කිරීමේ

හැකියාව ඉහළ වේ.

**5. පවත්නා තරඟකරුවන් අතර පවතින තරඟය**

ප්‍රචර්තන තරඟකරුවන් වෙළෙඳපොළ කොටස දිනාගැනීම සඳහා තරඟකරන ආකාරය සහ තම තරඟකරුවන් පැරද වීමට සිදුකරන තරඟකාරීත්වය නිසා ආයතනවල ලාභ සීමා වේ. ප්‍රචර්තන තරඟකරුවන්ගේ තරඟකාරීත්වය බලපෑම් ඉහළ නංවන සාධක කිහිපයකි.

1. තරඟකරුවන් විශාල ප්‍රමාණයක් සිටීම.
2. තරඟයෙන් ඉවත්වීමේ බාධක ඉතා ඉහළ වීම.
3. කර්මාන්තයේ වර්ධනය සීමා වීම හෝ සෘණ අගයක් ගැනීම.
4. ....
5. ....
6. ....
7. ....

**2.7 තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ වර්ධන හේතුවෙන් ව්‍යාපාර පරිසරයට වන බලපෑම්**

21 වන සියවසේ ව්‍යාපාර මුහුණ දෙන ප්‍රධානතම අභියෝගයක් වනුයේ තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ වර්ධනය මත සිදුවන බලපෑම්වලට මුහුණ දීමයි. තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණය ව්‍යාපාරවලට ඇතිකර ඇති බලපෑම පහත වේ.

තොරතුරු තාක්ෂණයේ බලපෑම මත නූතන ව්‍යාපාර විශාල දත්ත විශාල ප්‍රමාණයකින්, වැඩි වේගයකින් සහ වැඩි නිරවද්‍යතාවයකින් යුතුව සැකසීම සඳහා හැකියාව ලබා දේ. එසේම සංඛ්‍යාංක තොරතුරු සහ වාර්තා තබා ගැනීම ක්‍රමය හරහා වර්තමානයේ කඩදාසි භාවිතය වෙනුවට තොරතුරු ගබඩා කිරීම හා හුවමාරුව විශාල වශයෙන් සිදු වනුයේ සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණය භාවිතය තුළිනි. එබැවින් තොරතුරු වල ආරක්ෂිත භාවය ඉහළ ගොස් ඇති අතර ක්ලවුඩ් පරිගණක භාවිතය නිසා අවම පිරිවැයකින් විශාල දත්ත ප්‍රමාණයක් ගබඩා කර තැබීමටත් ඒවා භාවිතය නිසා අවම පිරිවැයකින් විශාල දත්ත ප්‍රමාණයක් ගබඩා කර තැබීමටත් ඒවා අවශ්‍ය ඕනෑම අවස්ථාවක බාධාවකින් තොරව භාවිතා කිරීමට හැකියාව ලැබීමත් දැකිය හැකිය.

තොරතුරු තාක්ෂණයේ නිරන්තරයෙන් සිදුවන වෙනස් වීම් නිසා තොරතුරු පද්ධති වල ඵලදායී ජීවකාලය සීමා වී ඇති අතර යල්පැන යන තාක්ෂණය අතහැර නව තාක්ෂණය අත්පත් කර ගැනීම සඳහා විශාල පිරිවැයක් දැරීමට ව්‍යාපාරවලට සිදු වී ඇත.

රොබෝ තාක්ෂණය භාවිතයෙන් සිදු කරන ක්‍රියාවලිය ස්වයංක්‍රීයකරණයන් හේතුවෙන් ව්‍යාපාරවල ශ්‍රම භාවිතයන් සීමා වී ඇති අතර ඉහළ කාර්යක්ෂමතාවයකින් වැරදි ශූන්‍ය වන ආකාරයට නිෂ්පාදන බිහි කිරීමට හැකිවීම මත ව්‍යාපාරික පිරිනැමීමවල ගුණත්වය ඉතා ඉහළ මට්ටමකට පත්ව ඇත. එසේම අත්‍යකරණය මත ව්‍යාපාර කටයුතු සිදුවන අතර අත්‍ය ව්‍යාපාර මෙන්ම අත්‍ය වැඩබිම් ද ඇති වී ඇති අතර සේවකයින්ට වඩාත් නම්‍යශීලී ලෙස සේවා ස්ථානයට වාර්තා කිරීමෙන් තොරව රැකියා කිරීමේ හැකියාව ලැබී ඇත. එමෙන්ම අන්තර්ජාලය හරහා බෙදාහැරීම සිදුකළ හැකි ඩිජිටල් නිෂ්පාදිත ව්‍යාපාර අතර මෙන්ම පාරිභෝගිකයින් අතර ද වඩාත් ජනප්‍රිය වී ඇති අතර පොත් ප්‍රකාශන, වීඩියෝ

පට හා මෘදුකාංග වැනි දෑ මෙසේ ඩිජිටල් නිෂ්පාදිත වශයෙන් වර්තමානයේ පාරිභෝගිකයන් අතර වඩාත් ජනප්‍රියත්වයට පත්ව ඇත.

### 2.8 ව්‍යාපාර පරිසරයේ සංකීර්ණතාවයන් හඳුනාගැනීම හා ඒ අනුව ව්‍යාපාර ස්ථානගත කිරීම

රොබර්ට් ඩන්කන් විසින් ඉදිරිපත් කර ඇති ආකාරයට පහත නිර්ණායක 02 ක පදනම් කරගෙන ව්‍යාපාරික පරිසරය කොටස් 04 කට බෙදිය හැකිය.

**1. ව්‍යාපාරික තීරණ සඳහා බලපාන පරිසර සාධක කොපමණ පවතී ද සහ ඒවා කොතරම් දුරට විවිධාකාරී ද යන්න :-**

ඒ අනුව සාධක ප්‍රමාණය අඩු නම් සහ ඒවා බොහෝ දුරට සමාන නම් එවැනි පරිසරයක් සරල පරිසරයක් වේ. මෙම සාධක ප්‍රමාණය විශාල නම් සහ ඒවා විවිධ නම් එය සංකීර්ණ පරිසරයක් වේ.

**2. අදාළ පරිසර සාධක කොතරම් දුරට ස්ථාවරව පවතීද හෝ වෙනස් වීමට ලක් වේද යන්න :-**

ඒ අනුව පරිසර සාධක ස්ථාවරව පවතී නම් එය ස්ථාවර පරිසරයක් ලෙස ද, සාධක අඛණ්ඩව වෙනස්වීමට ලක් වේ නම් එය ගතික පරිසරයක් ලෙස ද හඳුන්වයි.

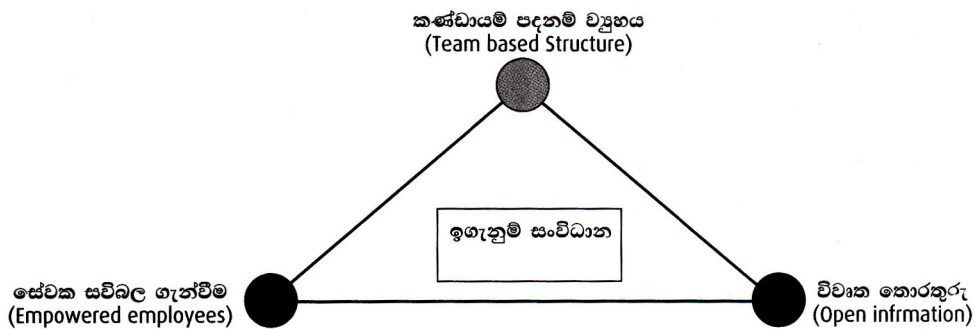
		පරිසර සාධක ප්‍රමාණය	
		අඩු	වැඩි
වෙනස් වීමේ සීඝ්‍රතාවය	අඩු	<p><b>ස්ථාවර පරිසරය</b></p> <p>පහළ අවදානමක් පවතී. සාධක සුළු ප්‍රමාණයකි. සාධක බොහෝදුරට සමාන වේ. සාධක බොහෝදුරට ස්ථාවරව පවතී.</p> <p>උදාහරණ - ශුණු සඳහා වූ වෙළෙඳපොළ</p>	<p><b>සංකීර්ණ පරිසරය</b></p> <p>මධ්‍යස්ථ අවදානමක් පවතී. සාධක විශාල ප්‍රමාණයක් පවතී. සාධක විවිධාකාර වේ. සාධක බොහෝදුරට ස්ථාවරව පවතී.</p> <p>උදාහරණ - උපකාරක පන්ති සඳහා වූ වෙළෙඳපොළ</p>
	වැඩි	<p><b>සරල පරිසරය</b></p> <p>මධ්‍යස්ථ අවදානමක් පවතී. සාධක සුළු ප්‍රමාණයක් පවතී. සාධක බොහෝ දුරට එක හා සමාන වේ. සාධක අඛණ්ඩව වෙනස් වීමට ලක්වේ.</p> <p>උදාහරණ - විලාසිතා වෙළෙඳපොළ</p>	<p><b>ගතික පරිසරය</b></p> <p>ඉහළ අවදානමක් පවතී. සාධක විශාල ප්‍රමාණයක් පවතී. සාධක විවිධාකාර වේ. සාධක අඛණ්ඩව වෙනස් වීමට ලක්වේ.</p> <p>උදාහරණ - ජංගම දුරකථන සඳහා වූ වෙළෙඳපොළ</p>

මේ අනුව කළමනාකරුවන් විසින් අවබෝධ කරගත යුතු වැදගත් කරුණ වන්නේ එකම භූගෝලීය ප්‍රදේශයක පිහිටා තිබුණ ද සෑම ව්‍යාපාරයක්ම එකම පරිසර තත්ත්වයකට මුහුණ නොදෙන බවයි. ඒ ඒ ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය අනුව පරිසර තත්ත්වයන් එකිනෙකට වෙනස් වන අතර ඒ සඳහා සුදානම් විය යුතු ආකාරයද වෙනස් වේ.

### 2.9 දැනුම කළමනාකරණය හා ඉගෙනුම් සංවිධාන

ව්‍යාපාර මෙම නිරන්තරයෙන් වෙනස්වන ව්‍යාපාරික ලෝකය තුළ රැඳී සිටීමට නම් ව්‍යාපාර දිගින් දිගටම ඉගෙනුම ලබන, වර්ධනය වන සංඥා හා පාරිසරික වෙනස්වීම් අනුව වෙනස් වන ඉගෙනුම් සංවිධානයන් බවට පත් විය යුතුය. දැනුම් කළමනාකරණ මගින් ඉගෙනුම් සංස්කෘතියක් නිර්මාණය කිරීමට අදහස් කරන අතර එමගින් සියළුම සේවකයන් ඉගෙනුමට හා දැනුම අත් අය සමඟ බෙදා ගැනීමට උනන්දු කරවයි. එමනිසා කාර්යසාධන මට්ටම දියුණු වේ.

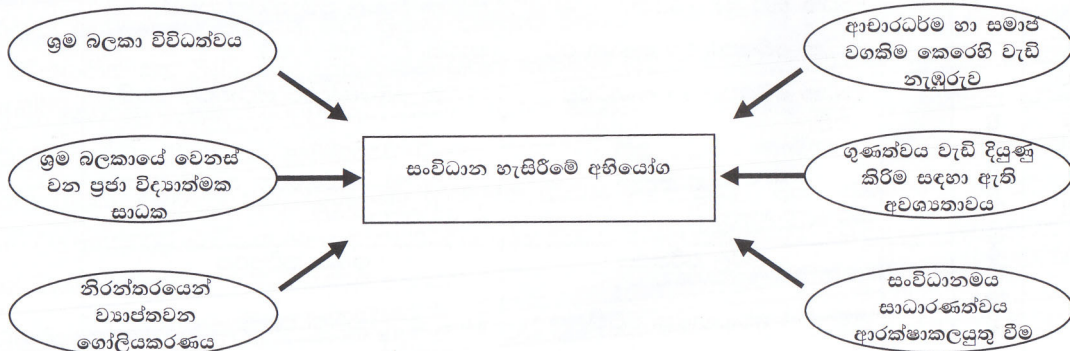
ඉගෙනුම ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා කණ්ඩායම් පදනම් වූ ව්‍යුහයක්, සේවකයන් සවිබල ගැන්වීම හා තොරතුරු හුවමාරුවක් පැවතිය යුතුය. ඉගෙනුම් සංවිධානයක ප්‍රධාන අවශ්‍යතා පහත රූපසටහනින් පෙන්වුම් කරනු ලැබේ.



### අතන්‍ය සංවිධාන

සේවකයන් භූගෝලීය වශයෙන් වෙන්ව පරිගණකය හෝ තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතයෙන් දුරස්ථ ස්ථානවල සිට වැඩ කරන අතන්‍ය සංවිධාන වර්තමානයේ බොහෝ සේ වර්ධනය වී ඇත.

ඉහත දක්වා ඇති පාරිසරික ගතිකත්වයන් මත පදනම්ව සංවිධාන වල හැසිරීම පිළිබඳව අභියෝග කිහිපයක් දක්නට ලැබේ. ඉන් සමහර පහත රූප සටහනෙහි සාරාංශ ගත කොට ඇත.



ඉහත සියළුම අභියෝග වලට මුහුණ දීම සඳහා නූතන කළමනාකරුවන් නව කළමනාකරණ ප්‍රවේශයක් කරා යොමු වෙමින් පවතී.

## 2.10 ගෝලීය ව්‍යාපාර පරිසරයේ නව වෙනස්වීම් හා ව්‍යාපාර කෙරෙහි ඒවායේ බලපෑම

### 2.10.1 හැඳින්වීම

ගෝලීයකරණය යනු යනු විශාල ලෙස ඉහළ යන වෙළෙඳ සහ සංස්කෘතික හුවමාරුවේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස මුළු ලෝකයම එකිනෙකට ඉතා වේගයෙන් සම්බන්ධ වීමේ ක්‍රියාවලියයි. ගෝලීයකරණය එකට කැටි වූ සහ එකිනෙකා මත රැඳෙන ලෝක ආර්ථිකයක් දෙසට මාරු වීමක් ලෙසට සඳහන් කළ හැකිය.

- රටවල් අතර භාණ්ඩ හා සේවා වෙළෙඳාම පුළුල්වීම. (බොහෝ ව්‍යාපාර සඳහා අවස්ථාවකි. සමහර ව්‍යාපාරවලට මෙය තර්ජනයකි)
- බහුජාතික සමාගම් මඟින් සිදු කරන විදේශ සෘජු ආයෝජන සහ (FDI) සහ Sovereign Wealth Funds මඟින් සිදු කරන ආයෝජන ඇතුළත්ව දේශීය මායිම් හරහා මූල්‍ය ප්‍රාග්ධනය හුවමාරු වීම ඉහළ යාම (උදා :- මැදපෙරදිග රජයන් එක්සත් රාජධානියේ වත්කම් මිල දී ගැනීම)
- භාණ්ඩ හා සේවා ජාත්‍යන්තරීකරණය සහ Starbucks, Nike, Sony සහ Google වැනි ගෝලීය සන්නම් වර්ධනය වීම.
- නිෂ්පාදනය සහ පරිභෝජනය වෙනස්වීම්

උදා :- බාහිර මූල්‍යකරණය හා අක්වෙරළ උපකාරක සේවාවන්හි ප්‍රසාරණය වීම. එක්සත් රාජධානිය, ඇමරිකා එක්සත් ජනපදය සහ බොහෝ යුරෝපීය රටවල් වැනි සංවර්ධිත ආර්ථික කුළ රැකියා බිහි කිරීම අවදානමට ලක් කර, අඩු ශ්‍රම පිරිවැයක් සහ කුසලතා සහිත ශ්‍රම වෙළෙඳපොළවල් සහිත ඉන්දියාව සහ ශ්‍රී ලංකාව වැනි රටවල්වලට ප්‍රතිලාභ ලබා දීම මේ නිසා සිදු වේ.

- ශ්‍රමික සංක්‍රමණ මට්ටම ඉහළ යාම - බොහෝ කර්මාන්ත පවතින අඩු වැටුප් මට්ටම්වල ප්‍රතිඵලයක් ලෙස මෙය සිදු වේ. නමුත් එය සමහරක් රටවලට ගැටලුවකි. (උදා :- ආර්ථිකයෙන් කුසලතා සහිත සේවකයින් පිට වේ)
- චීනය, රුසියාව, බ්‍රසීලය සහ ඉන්දියාව වැනි රටවල් ගෝලීය වෙළෙඳ පද්ධතිය කුළ විශාල කාර්යයක් සිදු කිරීමට අවතීර්ණ වීම.

#### 2.10.1.1 වෙළෙඳ පොළ ගෝලීයකරණය

ඓතිහාසික ප්‍රභේදනය වූ සහ වෙන් වූ ජාතික වෙළෙඳපොළවල් එක් විශාල ගෝලීය වෙළෙඳපොළක් තුළට ඒකාබද්ධ වීම ලෙස වෙළෙඳපොළ ගෝලීයකරණය හැඳින්විය හැකිය. විදේශ වෙළෙඳාම සඳහා ඇති බාධක පහළ යාම නිසා ජාත්‍යන්තර විකුණුම් පහසු වී තිබේ. විවිධ රටවල්වල පාරිභෝගික රුචිකත්වයන් සහ අභිරුචියන් එක්තරා ගෝලීය සම්මතයක් මත එක්තැන් වීම ආරම්භ වෙමින් ඇති බවට කලක සිට විවාදයට බඳුන් වෙමින් පවතී. එය ගෝලීය වෙළෙඳපොළක් නිර්මාණය කිරීමට උපකාරී වේ.

#### 2.10.1.2 නිෂ්පාදන ගෝලීයකරණය

නිෂ්පාදන සාධකවල පිරිවැය සහ ගුණත්වය පිළිබඳව ජාතික වෙනස්වීම් තුළින් ප්‍රතිලාභ ලබා ගැනීමට ලෝකය වටා පිහිටි ස්ථානයන්ගෙන් භාණ්ඩ හා සේවා උත්පාදනය කිරීම නිෂ්පාදිත ගෝලීයකරණය ලෙස හැඳින්වේ. මෙමඟින් ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාරයේ සමස්ත පිරිවැය ව්‍යුහය අවම කිරීමට සහ / හෝ ඔවුන් පිරිනමන භාණ්ඩයේ ගුණත්වය හෝ ක්‍රියාකාරීත්වය ඉහළ නැංවීමට බලාපොරොත්තු වේ. එමඟින් ඔවුන්ට ඉතා කාර්යක්ෂමව තරඟ කිරීමට ඉඩ ලැබේ.

**2.10.1.3 ගෝලීය ආයතනවල හැඟී සිටීම**

වෙළෙඳපොළ ගෝලීයකරණය වීම සහ දේශ සීමාවන් ඉක්මවා සිදුකරන කටයුතු ප්‍රමාණය ඉහළ යාම නිසා, ගෝලීය වෙළෙඳපොළ කළමනාකරණයට, නියාමනය සහ ආරක්ෂා කිරීමට විවිධ ආයතනවල සහය අවශ්‍ය විය. එසේම ගෝලීය වෙළෙඳ පද්ධති පාලනය කිරීම බහුජාතික ගිවිසුම් ස්ථාපිත කිරීම සඳහා අනුග්‍රහය දැක්වීමට අවශ්‍ය විය. පසුගිය අඩසියවසක් පුරාවට, මෙම කාර්යයන් සිදු කිරීම සම්බන්ධයෙන් ගෝලීය ආයතන ගණනාවක් නිර්මාණය වී තිබේ. මෙම ආයතන අතරට බදු හා වෙළෙඳාම් පිළිබඳ පොදු සම්මුතිය හා එහි අනුප්‍රාප්තිකයා වන ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානය ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල සහ එහි සහෝදර ආයතනය වන ලෝක බැංකුව සහ එක්සත් ජාතීන්ගේ ආයතනය ආදිය අයත් වේ. මෙම සියලුම ආයතන විවිධ ජාතික රාජ්‍යයන් අතර පවතින ස්වේච්ඡාමය ගිවිසුම් මගින් නිර්මාණය වූ අතර ඒවායේ කාර්යභාරය නිසා ජාත්‍යන්තර ගිවිසුම්වල වලංගුතාවය අඩුවෙමින් පවතියි.

**2.10.2 ගෝලීයකරණයේ අවස්ථා හා තර්ජන**

අවස්ථා හා තර්ජන සංවිධානයේ බාහිර පරිසරයේ සාධක වේ. විශේෂයෙන්ම ගෝලීය පරිසරය තුළ මේවා සංවිධානයේ පාලනයෙන් තොර වේ. මේවා සෘජුවම හෝ වක්‍රව සංවිධානයේ සාර්ථකත්වයට හෝ බිඳවැටීමට බලපෑම් කරයි.

**2.10.2.1 අවස්ථා**

.....

වෙනත් රටකින් භාණ්ඩ හා සේවා අපනයන/ආනයන මත රටක් බදු, තීරු බදු අය නොකිරීම් හා සහනාධාර හා කෝටා ලබා නොදීමේ ප්‍රතිපත්තිය නිදහස් වෙළෙඳාම වේ. විශේෂ කලාප තුළ නිදහස් වෙළෙඳාම කිරීමට නියම කරන ලද රටවල් දක්නට ලැබේ. මෙය පාරිභෝගිකයන්ට සාපේක්ෂව අඩු පිරිවැයකට භාණ්ඩ හා සේවා මිල දී ගැනීමට ඉඩ සලසා දෙයි.

.....

නව වෙළෙඳපොළවල් සඳහා ඇති අවස්ථා සීඝ්‍රයෙන් ඉහළ ගොස් තිබේ. බොහෝ සමාගම් විවිධ රටවල්වල ආයෝජන කිරීමට සහ ඔවුන්ගේ සන්නම් වෙතට පාරිභෝගිකයන් ආකර්ෂණය කර ගැනීම ආරම්භ කර තිබේ. මෙසේ ප්‍රසාරණය වන වෙළෙඳපොළවල් එම රටවල සෘජු විදේශ ආයෝජන වැඩි කිරීමට උපකාරී වන අතර එම රටවල ආර්ථික වර්ධනයට ද උපකාරී වේ.

.....

සංවර්ධිත රටවලට වඩා බොහෝ සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල්වල අඩු මිලට ශ්‍රමය පවතී. එනිසා, බොහෝ ව්‍යාපාර බාහිර මූලාශ්‍රගතකරණය, ව්‍යාපාර ක්‍රියාවන් වෙතත් රටවල පිහිටුවීම වැනි දෑ තුළින් ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන කටයුතු සඳහා මෙම අඩු පිරිවැය ශ්‍රම සම්පත් භාවිත කිරීමට පෙළඹී ඇත.

.....

බොහෝ සමාගම්වලට තම ව්‍යාපාරය ප්‍රසාරණය කිරීම සඳහා ව්‍යාපාර ඒකාබද්ධ කිරීම, අත්පත් කර ගැනීම, බද්ධ ව්‍යාපාර බලපත්‍ර ලබාදීම, වරලත් ව්‍යාපාර හෝ බහු ජාතික සමාගම් බවට පත් කිරීම මගින් අවකාශය ලැබී ඇත.

**2.10.2.2 තර්ජන**

.....  
පොලී අනුපාත සහ විනිමය අනුපාත උච්ඡාවචනය වීම නිසා සැපයුම්දාමයන්ට ඇතිවන බලපෑම ඉහළ යයි. තවද ගෝලීය මෙහෙයුම් ප්‍රමාණය ඉහළ යාමේ දී මෙම අවදානම තවත් ඉහළ යයි.

.....  
සීඝ්‍රයෙන් වෙනස්වන නීතිරීති හා දේශීය ප්‍රතිපත්ති විදේශ ආයෝජනවල ලාභදායීත්වය අඩු කරන අතර සීඝ්‍රයෙන් දියුණු වන වෙළෙඳපොළවල අවිනිශ්චිතතාවය වැඩි කරයි.

.....  
සැතපුම් දහස් ගණනකින් සහ ජාත්‍යන්තර වෙලා කලාප මඟින් මෙහෙයුම් කටයුතු වෙන් වූ විට මෙන්ම සංස්කෘතික සහ ආගමික වෙනස්වීම් ඇතිවීම සේවකයින් කළමනාකරණයට ඉතා විශාල ලෙස අභියෝගයක් විය හැකිය.

.....  
ප්‍රධාන කාර්යයන් ඉටු කිරීමට අවශ්‍ය කුසලතාවය හිඟයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස දේශීය දක්ෂතා සඳහා ඇති තරඟය ඉහළ යයි. මෙම තත්ත්වය ගතික සම්පත් කළමනාකරණ හැකියාවන්ට අදාළ සැලසුම් සඳහා ඇති ඉල්ලුම ඉහළ යාමට බලපායි.

**2.10.2.3 ව්‍යාපාරයේ පිරිවැය කෙරෙහි ගෝලීයකරණයේ ඇති බලපෑම**

ද්‍රව්‍ය හා ශ්‍රම පිරිවැය රටකින් රටකට සැලකිය යුතු මට්ටමින් වෙනස්වීම කෙරෙහි කරුණු කිහිපයක් බලපානු ලැබේ.

- අ) **ජනගහනයේ ප්‍රමාණය** - සමහරක් රටවල අධික ජනගහනයක් පැවතීම නිසා අඩු වේතන මට්ටම් දැකිය හැක.
- ආ) **වඩා හොඳ කුසලතා පදනම්** - සංවර්ධිත රටවල හිඟ සහ මිල ඉතා අධික කුසලතාවලින් පිරිපුන් ශ්‍රමිකයින් බිහි කිරීම සඳහා උචිත වන පරිදි සමහරක් රටවල් එහි අධ්‍යාපන පද්ධතිය සකසා ඇත.
- ඇ) **තෛතික /භීතිමය වෙනස්කම්** - වාර්ෂික නිවාඩු සඳහා ගෙවීම්, සේවක සෞඛ්‍ය හා සුභසාධනය. හෝ අවම වැටුප් ගෙවීම් ව්‍යාපාර තුළින් අපේක්ෂා නොකරන නිසා සමහරක් රටවල පිරිවැය අඩු මට්ටමක පවතී.
- ඈ) **රජය විසින් ලබාදෙන සහය** - විශේෂ සහන, ව්‍යාපාර ආකර්ෂණය සඳහා නොමිලේ ඉඩම් ලබා දීම, යටිතල පහසුකම් ගොඩනැගීම, ණය ලබාදීම, ආයෝජන දීමනා ලබාදීම (මේවා බාහිර ආර්ථික පිරිමැසුම්වලට උදාහරණ වේ)

**2.10.2.4 ගෝලීයකරණයට පක්ෂපාතිව ඇති තර්ක**

- අ) .....
- ආ) .....
- .....

- ඇ) .....
- ඈ) .....
- ඉ) දුගී ජාතීන් සඳහා අන්තර්ජාතික වශයෙන් ආධාර කිරීම සහ එම රටේ ආර්ථික සංවර්ධනය සඳහා සහය ලබා දීම.
- ඊ) ලෝක ආර්ථික සමානත්වය

**2.10.3 ගෝලීයකරණය කෙරෙහි ඇති විවේචනයන්**

- අ) ගෝලීයකරණය මෙහෙයවන ප්‍රධාන ආයතන විසින් G8 රටවල් (ඇමරිකා එක්සත් ජනපදය, ජපානය, ජර්මනිය, කැනඩාව, ඉතාලිය, ප්‍රංශය, එක්සත් රාජධානිය සහ රුසියාව) සාමූහික කැමැත්ත නිතරම අනුගමනය කරන නිසා එම රටවල ආර්ථික සමෘද්ධිය දියුණු කිරීම කෙරෙහි වැඩි නැඹුරුවාවක් දක්වයි.
- ආ) ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල, ලෝක බැංකුව සහ G20 සමගින් ඉතා ප්‍රබල බහු ජාතික සංවිධාන විසින් රටවල්වල ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි බලපෑම් එල්ල කළ ද ඔවුන්ගේ සංවිධාන තුළ එම රටවල් හා සම්බන්ධ කිසිදු නියෝජනයක් නොකරයි. මෙම දුර්වල වගකීමෙන් බැඳීම “ගෝලීය රජයකින් තොර ගෝලීය පාලනය” ලෙස හැඳුන්වයි.
- ඇ) සියලුම රටවල් ගෝලීය ක්‍රියාකාරකම්වල නිරත නොවේ. එසේම එක් එක් ආර්ථිකයන් කෙරෙහි සමානාත්මකව කටයුතු කරන (දියුණුව කෙරෙහි) එකම කලාපයේ පිහිටි රටවල් කණ්ඩායම් වීමේ ප්‍රවණතාවයක් ද පවතී. උදා : යුරෝපා කලාපීය රටවල්
- ඉ) ලොව දුගී බව තවමත් පවතින අතර ලෝක බැංකුව, ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල සහ අනෙකුත් සංවිධානවල ප්‍රතිපත්තීන් පිළිබඳව බොහෝ දෙනා සතුට පවතින බිය. උදා : අප්‍රිකාවට ලබා දෙන සහනාධාර සීමා කිරීම හා සහනාධාර යටතේ බටහිර රටවල නිපදවන භාණ්ඩ සඳහා ආනයන වෙළෙඳපොළ විවෘත කිරීම තුළින් සමහරක් ජාතීන් සත්‍යවශයෙන්ම දුගී බවට පත් වේ.

**2.10.4 විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය සහ තාක්ෂණික ප්‍රාය පරිභෝගිකයින්**

**2.10.4.1 විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය හැඳින්වීම**

අද වන විට බොහෝ ව්‍යාපාර සඳහා විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය යනු අන්තර්ජාලය මගින් නිෂ්පාදිත මිලදී ගැනීම සහ විකිණීමට වඩා පුළුල් සංකල්පය බවට පත්ව ඇත. මෙය අද වන විට අන්තර්ජාලය හරහා භාණ්ඩ සංවර්ධනය, අලෙවිකරණය, විකිණීම, බෙදාහැරීම, සේවා සැපයීම සහ නිෂ්පාදිත සඳහා ගෙවීම් කිරීම යන සියලුම කාර්යයන් ආවරණය කරන ක්‍රමවේදයන් බවට පත්ව ඇත. මෙම තත්ත්වයට ගෝලීය වෙළෙඳපොළ තුළ ඇති ව්‍යාපාර ජාලයන්හි සහයෝගය හිමිව තිබේ. විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය පාර්ශ්ව අතර තාක්ෂණික මැදිහත්වීම් හුවමාරු කිරීම සේම එම හුවමාරුව තාක්ෂණය මත පදනම් වූ අභ්‍යන්තර හෝ අන්තර් සංවිධානීය කාර්යයන් සඳහා පහසුකම් සපයයි.

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයෙන් වර්ධනයක් සමඟ සමහර සමාගම් වෙළෙඳපොළ තුළ භෞතිකව ක්‍රියාත්මක නොවන්නා සේම පාරිභෝගිකයෝ ද භෞතිකව දක්නට නොලැබේ. බොහෝ පුද්ගලයින් ඔවුන්ගේ ඵදිනෙදා කටයුතු සඳහා විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය තාක්ෂණය භාවිතා කිරීමට පටන් ගෙන ඇත. එනිසා, ඔවුන් අන්තර්ජාලය හරහා භාණ්ඩ මිල දී ගන්නා තාක්ෂණික ප්‍රාය පාරිභෝගිකයන් ලෙස හඳුන්වයි.

**2.10.4.11 විද්‍යුත් වාණිජයේ විෂය පථය**

.....  
 .....  
 .....

ගැනුම්කරුවන් හෝ විකුණුම්කරුවන් ලෙස විද්‍යුත් වාණිජයේ නියුතු සමාගම් අලෙවිකරණ නව්‍යතා, ගනුදෙනු ක්‍රියාවලි සහ භාණ්ඩ/පාරිභෝගික සේවා ක්‍රියාවලින් මුදුන්පත් කර ගැනීමේ දී අන්තර්ජාල සම්බන්ධ තාක්ෂණය සහ විද්‍යුත් වාණිජය යෙදවුම් මත සම්පූර්ණයෙන්ම රඳා පවතියි.

විද්‍යුත් වාණිජයේ පවතින වාසිය වනුයේ විශ්වයේ ඕනෑම ස්ථනයක සිට ඕනෑම ප්‍රමාණයක ව්‍යාපාර කටයුතු තාත්වික ප්‍රාය ලෙස සිදු කල හැකි වීමයි. මෙහි ඇති බලය වන්නේ භූගෝලීය පදනමකින් තොරව පාරිභෝගිකයින්ට මෙන්ම නිෂ්පාදකයින් තම කටයුතු කිසිදු බාධාවකින් තොරව උසස් මට්ටමින් සිදු කල හැකි වීමයි.

**2.10.4.2 විද්‍යුත් වාණිජයේ වර්ගීකරණයන්**

රූප සටහනේ දැක්වෙන පරිදි විද්‍යුත් වාණිජයේ ප්‍රභේද හතරකි. ඒවා නම් ව්‍යාපාරයෙන් ව්‍යාපාරයට ව්‍යාපාරයෙන් පාරිභෝගිකයාට, පාරිභෝගිකයාගෙන් පාරිභෝගිකයාට පාරිභෝගිකයාගෙන් ව්‍යාපාරයට යනාදී වශයෙනි.

		Business originating	
		ව්‍යාපාර	ගනුදෙනුකරුවන්
And selling to...	ව්‍යාපාර	B2B	C2B
	ගනුදෙනුකරුවන්	B2C	C2C

**ව්‍යාපාරයෙන් ව්‍යාපාරයට** - ව්‍යාපාරයෙන් ව්‍යාපාරයට ක්‍රියාකාරකම් යන සංකල්පය සංවිධාන දෙකක් අතර කටයුතු කරණු ලබන විද්‍යුත් වාණිජයේ පරිපූර්ණ ක්‍රියාවලියක් ලෙස හැඳින්විය හැකිය. එම ක්‍රියාවන් අතර, මිලදී ගැනීම් හා ප්‍රතිසම්පාදනය, සැපයුම්කරුවන් කළමනාකරණය, තොග කළමනාකරණය බෙදාහැරීමේ දාම කළමනාකරණය, විකුණුම් කටයුතු, ගෙවීම් කළමනාකරණය සහ සේවා සැපයීම වැනි දෑ ඇතුළත් වේ. Free Markets, Dell සහ General Electric වැනි ආයතන මෙම වෙළෙඳපොළේ ප්‍රචලිත ආයතන වන නමුත් GM, Ford සහ Daimlerchrysler වැනි සාම්ප්‍රදායික තරගකරුවන්ද තම මිල දී ගැනීමේ බලය වැඩි කරමින් මෙම වෙළෙඳපොළ තුළට පිවිසෙමින් සිටිති. ඖෂධ, වාණිජ දේපල සංවර්ධනය සහ ඉලෙක්ට්‍රොනික උප කොටස් වැනි කර්මාන්තයන්ද මෙම වෙළෙඳපොළ තුළ දක්නට ලැබේ.

**ව්‍යාපාරයෙන් පාරිභෝගිකයාට** - Amazon, Yahoo and Charles Schwab & Co. වැනි ව්‍යාපාර හා ගනුදෙනුකරුවන් අතර ඇති හුවමාරුව ව්‍යාපාරයෙන් ගනුදෙනුකරුවන්ට විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ලෙස හැඳින්විය හැකිය. B2C ගනුදෙනු වලට B2B ගනුදෙනුකරුවන්ට වඩා සාමාන්‍යයෙන් කුඩා භෞතික හෝ ඩිජිටල් භාණ්ඩ හෝ සේවා හුවමාරු වීම ඇතුළත් විය හැකිය.

**පාරිභෝගිකයාගෙන් පාරිභෝගිකයාට** - ගනුදෙනුකරුවන්ගෙන් ගනුදෙනුකරුට හුවමාරුවීම් වලට පාරිභෝගිකයන් තුළ හෝ අතර සිදුවන ගනුදෙනු ඇතුළත් වේ. e-Bay වැනි වෙන්දේසි වෙබ් අඩවි තෙවන් පාර්ශවයක් ලෙස මෙම ගනුදෙනුවලට සම්බන්ධ වේ. මීට අමතරව C2C සඳහා උපකාර වන අනෙකුත් මෙහෙයුම්ද දැකිය හැකිය

උදා - Gnutella (සංගීතය) , Monster (රැකියා) and Lavalife (පෞද්ගලික සේවා), Craigslist (දැන්වීම් වර්ග, වැනි දෑ දැක්විය හැකිය.

**පාරිභෝගිකයාගෙන් ව්‍යාපාරයට** - මෙම වෙළෙඳපොළ ආකෘතියේදී ගැනුම්කරුවන් විවිධ භාණ්ඩ හා සේවා ආයතන වෙත විකුණනු ලබයි. එසේ ම පාරිභෝගිකයාගෙන් ව්‍යාපාරයට තුළ පාරිභෝගිකයන්ට ගැනුම්කරුවන් කණ්ඩායමක් ලෙස තමන් විසින්ම ආකෘතිය පදනම් කරගෙන ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා එකට එකතු විය හැකිය. මෙවැනි කණ්ඩායම් ඉල්ලුම් ඒකරාශී කරන්නන් ලෙස හැඳින්විය හැක. විශේෂයෙන්ම cause- related අලෙවිකරණ ක්‍රියාමාර්ග සමඟ මෙම ආකෘතිය සම්පව සම්බන්ධ වේ.

උදා : - SpeakOut.com.

**2.10.5 විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ ඇති අභියෝග වර්ග**

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යයේ තනි දාමයක් අවසානයේ දී ඇති විය හැකි බවට සමහර පුද්ගලයින් තර්ක කරති. මෙම දාමය ඉහත විස්තර කරන ලද ප්‍රභේදයන්ගෙන් සමන්විත විය හැකිය. එම නිසා නිවැරදිව විස්තර කරණු ලැබුවහොත් අවසන් පාරිභෝගිකයන්ගෙන් ආරම්භ වී සැපයුම් දාමය හරහා අමුද්‍රව්‍ය සැපයුම්කරුවන් වෙත පසුපසට ගමන් කරන තනි ඉල්ලුම් සහ සැපයුම් දාමයක් බිහිවීම සම්බන්ධයෙන් සිතා බැලිය හැකිය. තවදුරටත් දාමය C2C ගෙන් C2B ට දක්වා වෙනස්වීම සිදුවීමට ඇති ඉඩකඩ වැඩිය.

**2.11 අත්‍යවශ්‍ය විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ක්‍රියාවලිය**

විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය කටයුතුවල සාර්ථක මෙහෙයවීම හා කළමනාකරණය සඳහා අවශ්‍ය වන අත්‍යවශ්‍ය විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ක්‍රියාවලි පහත දැක් වේ. විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ක්‍රියාවලියක මූලික උපාංග 9 ක් ඇත. අද වන විට එම මූලිකාංග බොහෝ සමාගම්වල විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය මූලිකාංගවල පදනම වේ.

.....

විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ක්‍රියාවලිය, පරිශීලකයන් සහතික කිරීම, පිවිසීමට අවසර දීම හා ආරක්ෂිත ලක්ෂණ බලාත්මක කිරීම මඟින් විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ගනුදෙනුවක පාර්ශ්ව අතර අන්‍යෝන්‍ය විශ්වාසය සහ ආරක්ෂිත පිවිසුමක් ස්ථාපිත කර ගනිති.

.....

විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය අඩවියකට පිවිසීමට පාරිභෝගික අවසර ලද විට Profiling ක්‍රියාවලි මඟින් පාරිභෝගිකයා පිළිබඳ දත්ත එකතු කිරීමට පටන් ගනිති. මේ තුළින් ගති ලක්ෂණ හා වරණ අන්තර්ගත විද්‍යුත් ගිණුම් සෑදිය හැක. පරිශීලක ගිණුම්, පරිශීලකයන් ලියාපදිංචි කිරීම, කුකිය ගොනු, වෙබ් අඩවියේ හැසිරීම ට්‍රැක් කිරීමේ මෘදුකාංග හා පරිශීලක ප්‍රතිචාරය යන ගිණුම් සැකසීමේ උපාංග මඟින් මෙය සංවර්ධනය කරණු ලබයි.

.....

කාර්යක්ෂම හා ඵලදායී සෙවුම් ක්‍රියාවලියේ පාරිභෝගිකයන්ට ඔවුන්ව ඇගයීමට හා මිලදී ගැනීමට අවශ්‍ය විශේෂිත භාණ්ඩ හා සේවා සෙවීමට උපකාරවන උසස් විද්‍යුත් තාක්ෂණය වෙබ් අඩවි හැකියාවන් මේ තුළින් සපයනු ලබයි. විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය මෘදුකාංග පද්ධතිවලට වෙබ් අඩවි සෙවුම් යන්ත්‍ර ඇතුළත් කළ හැකි සේම සමාගම් වැනි සෙවුම් තාක්ෂණික සමාගම් වලින් සකස් කරන ලද විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය සෙවුම් යන්ත්‍ර සහ අවශ්‍ය තාක්ෂණයන් අත්පත් කර ගත හැකිය. BarnesandNOble.com, හි අයිතිකරුවන් වන ජර්මනියේ මාධ්‍ය දැවැන්තයා වූ Beltelsmanm ග්‍රන්ථ විචාරකයන් සහ වෙනත් විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය අඩවි සඳහා විකුණන ලද වෙනත් භාණ්ඩ හා තොරතුරු පහසුවෙන් ප්‍රසිද්ධ කිරීමට සහ යාවත්කාලීන කිරීමට අන්තර්ජාතික නිලධාරීන් හය දෙනෙකු විසින් අන්තර්ජාලය හරහා සංස්කරණය කිරීමට බලය පවරන ලද වෙබ් අඩවි ආකෘති නිර්මාණය කිරීමට Story Server content management software භාවිතා කරයි.

.....

විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය වෙබ් අඩවිවල අකුරු සහ බහුමාධ්‍යය වර්ධනය කිරීමට, ජනනය කිරීමට, බෙදා හැරීමට, යාවත්කාලීන කිරීමට සහ ලේඛනයට, විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය සමාගම්වලට මෙම ක්‍රියාවලිය උපකාරී වේ.

.....

විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය භාවිතයන් තුළ පවතින බොහෝ ක්‍රියාවලි කාර්යය ප්‍රවාහ කළමනාකරණය මෘදුකාංග වල ආධාරයෙන් කළමනාකරණය කරවීමට සහ මදක් ස්වයංක්‍රීයව ක්‍රියාකරවීමට හැකි වේ. ව්‍යාපාර සමූහය සඳහා විද්‍යුත් ව්‍යාපාර කාර්යය ප්‍රවාහ පද්ධති දැනුම පදනම් ව්‍යාපාර ක්‍රියාවලිය තුළ ව්‍යුහගත වැඩ කාර්යය ඉටු කිරීමට සහ විද්‍යුත්ව සහයෝගීව වැඩ කිරීමට සේවකයන්ට උපකාරී වේ.

.....

බොහෝ විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය භාවිතය ඉසව් රාශියකට ප්‍රතිචාර දක්වන ඉසව් පාදක කරගත් පද්ධතියකි. නව පාරිභෝගිකයෙකු වෙබ් අඩවියකට ප්‍රථමයෙන් ප්‍රවේශ වීමේ සිට ගෙවීම් කිරීම සහ බෙදාහැරීම දක්වා අප්‍රමාණ පාරිභෝගික සම්බන්ධතා සහ සැපයුම් දාම ක්‍රියාවලිකම් ප්‍රමාණයක් සිදු වේ. මෙම සෑම ක්‍රියාවලියකටම ඉසව් සම්බන්ධ වන නිසා ඉසව් දැනුම් දීමේ ක්‍රියාවලිය විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය තුළ විශේෂ කාර්යයක් ඉටු කරයි. පාරිභෝගිකයන්, සැපයුම්කරුවන්, සේවකයන් හා අනෙකුත් පාර්ශ්වයන් තමන් සිදුකරන ගනුදෙනුවල තත්ත්වයන්ට බලපෑම් ඇති විය හැකි සියලු ඉසව් පිළිබඳව දැනුම් දීමක් මින් සිදු වේ.

.....

විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ගනුදෙනු කාර්යක්ෂම කර ගැනීමට පාරිභෝගිකයන්, සේවකයින් සහ අනෙකුත් පාර්ශ්ව වෙත අවශ්‍ය වන වෙළෙඳ සේවා සහ අත්‍යවශ්‍ය සහයෝගිතා සැකසීම් සඳහා අනුබල දෙන මෙය විද්‍යුත් වාණිජ්‍ය ක්‍රියාවලියේ ප්‍රධාන කොටස් වේ.



## 2.12 වාණිජය ක්ෂේත්‍රයේ නව ප්‍රවණතා

### 2.12.1 බාහිර මූලාශ්‍රගතකරණය සහ අක්වෙරළ ප්‍රවණතා

බාහිර මූලාශ්‍රගතකරණය යනු සංවිධාන තෙවන පාර්ශවයකට ගිවිසුමක් වැනි යම්කිසි කාර්යය බැහැර කිරීම වන අතර අක්වෙරළ ගත කිරීම යනු සාමාන්‍යයෙන් පිරිවැය ප්‍රතිලාභ අත්කරගත හැකි විවිධ රටවල්වල කාර්යයන් සිදු කිරීමයි. අක්වෙරළ බැහැරගත කිරීම යනු සාමාන්‍යයෙන් අඩු පිරිවැය සහ ව්‍යාපාරික අත්දැකීම් තුළින් ප්‍රතිලාභ ලබා ගැනීමටත්, ආර්ථික පිරිමැසුම් ලබා ගැනීමටත් අක්වෙරළ කාර්යයක් කිරීමට තවත් පුද්ගලයෙකු හෝ ආයතනයක් බඳවා ගැනීමේ ක්‍රියාමාර්ගයයි.

බාහිර මූලාශ්‍රගතකරණය සාමාන්‍යයෙන් ව්‍යාපාර ක්‍රියාවලීන් බැහැරගත කරණ ලෙස ද හඳුන්වයි. මෙහෙයුම් පිරිවැය අඩු කිරීමට හෝ පාලනයට සමාගම් යොමුවීම් ලෙස ද හඳුන්වයි. මෙහෙයුම් පිරිවැය අඩු කිරීමට හෝ පාලනයට, සමාගම් යොමුවීම් වර්ධනය, අවදානම බෙදා හැරීම, ගෝලීය හැකියාවන්වලට ප්‍රවේශ වීමට සහ අභ්‍යන්තරයේ නොමැති අවශ්‍ය සම්පත් ලබා ගැනීම වැනි හේතු නිසා සමාගම් බාහිර මූලාශ්‍රගතකරණය හෝ අක්වෙරළ කිරීමට පෙළඹේ.

### 2.12.2 තාත්වික ප්‍රාය සමාගම්

වර්තමාන ගතික ගෝලීය ව්‍යාපාර පරිසරය තුළ තාත්වික ප්‍රාය ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමට දැඩි ප්‍රවණතාවක් බවට පත්වී ඇත. තාත්වික ප්‍රාය සමාගමක් යනු මිනිසුන්, සංවිධාන, වත්කම් සහ අදහස් තොරතුරු තාක්ෂණය භාවිතයෙන් එකිනෙකට සම්බන්ධ කිරීමේ යෙදී සිටින සංවිධානයයි.

මෙම සමාගම්, තාත්වික ප්‍රාය වැඩ කණ්ඩායම් හා ව්‍යාපාර හවුල්කරුවන් අතර ගිවිසුම් ඇති කිරීමට සම්බන්ධ වනුයේ අන්තර්ජාලය අභ්‍යන්තර ජාලය හා බාහිර ජාලය හරහාය. මෙම සමාගම් අභ්‍යන්තර ක්‍රියාවලි රැසක් සංවිධානය කරන අතර විවිධ ශ්‍රිතයන්ට අයත් කණ්ඩායම් ඇති කොට ඒවා අභ්‍යන්තර ජාල හරහා සම්බන්ධ කරයි. එය තවදුරටත් ගිවිසුම් හා බාහිර ජාල දියුණු කර සැපයුම්කරුවන්, ගනුදෙනුකරුවන් උප කොන්ත්‍රාත්කරුවන් හා තරඟකරුවන් හා සම්බන්ධ තොරතුරු පද්ධති සකසයි. එබැවින් මෙම සමාගම් නම්‍යශීලී සහ අනුවර්තනය වන තාත්වික ප්‍රාය වැඩ කණ්ඩායම් හා ගිවිසුම් නිර්මාණය කර එතුළින් වේගයෙන් වෙනස් වන ව්‍යාපාර අවස්ථා සොයා ගනිති.

### 2.12.3 දැනුම නිර්මාණය කරන සමාගම්

වර්තමාන ආයතන තරඟකාරී වාසියක් ලබාගෙන පැවතීමට නම් ඒවාට දැනුම සම්පාදන සමාගම් හෝ ඉගෙනුම් සංවිධාන බවට පත්වීමට සිදු වේ. එනම් නව ව්‍යාපාර දැනුම අඛණ්ඩව නිර්මාණය කිරීම, එය මුළු ආයතනයේම පැතිරීම, එහි භාණ්ඩ හා සේවා සඳහා නව දැනුම ඉක්මනින් දියුණු කිරීමයි.

දැනුම සම්පාදන සමාගම්, දෙවර්ගයක දැනුම සම්පදානය කරයි. එක් වර්ගයක් නම් ව්‍යාපාර දැනුමයි. එනම් දත්ත, ලේඛන හා අනෙකුත් ලිඛිත හා පරිගණක වෙත ගබඩා කර ඇති දත්තය. අනෙක් වර්ගය ව්‍යංග දැනුමයි. එනම් සේවකයන් තුළ ඇති දැනුමය.

### 2.13 පාරිභෝගික සබඳතා කළමනාකරණය

පාරිභෝගික සබඳතා කළමනාකරණය යනු පාරිභෝගිකයින්ගේ පෞද්ගලික තොරතුරු කාර්යක්ෂමව භාවිතයෙන් සෑම වටිනා පාරිභෝගිකයෙකු සමඟ සම්බන්ධතා දියුණු කරමින් ඉතා යහපත් යාවත්කාලීන පාරිභෝගික සේවාවක් ලබා දීමයි. සෑම පාරිභෝගිකයෙකු පිළිබඳව දන්නා දේවල් මත පදනම්ව සමාගමට අලෙවිකරණ පිරිනැමුම්, සේවා වැඩසටහන්, පණිවිඩ හා මාධ්‍ය පාරිභෝගිකයා පාදක කරගෙන සිදුකළ හැකිය.

පාරිභෝගික සබඳතා අලෙවිකරණ සමාගම් ලාභය මෙහෙයවන ප්‍රධාන සාධකයකි. එනම් සමාගමේ පාරිභෝගික පදනමේ සමස්ත වටිනාකමයි. සාර්ථක සමාගම් පාරිභෝගිකයින් ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ දී රඳවා ගැනීමේ දී හා වර්ධනයේ දී අත් සමාගම්වලට වඩා ඵලදායී වේ. ආයතන තමන්ගේ පාරිභෝගික පදනමේ වටිනාකම වැඩි දියුණු කරනුයේ පාරිභෝගික හැරයාමේ අනුපාතය අඩු කිරීම, පාරිභෝගික සබඳතාවල ජීව කාලය වැඩි කිරීම, පාරිභෝගික විකුණුම් හා විභව ලාභ වැඩි කිරීම, අඩු ලාභ පාරිභෝගිකයන් වැඩි ලාභ පාරිභෝගිකයන් බවට පත් කිරීම සහ ඉහළ වටිනාකමක් සහිත පාරිභෝගිකයන්ව ඉලක්ක කිරීම තුළිනි.

### 2.14 කළමනාකරණ භූමිකාවක් ලෙස පාරිසරික සංවේදිතාවය

විවිධ වර්ගයේ ආයතනික වෙනස්කම් සඳහා අත්‍යාවශ්‍ය වන ආයතනික ප්‍රතිචාර පියවර 4 ක් නැඬලර් හා උෂ්මත් විසින් හඳුනාගෙන ඇත. ඒවා නම්, හැරීම, අනුගත වීම, නව මගකට යොමු කිරීම, ප්‍රති නිර්මාණය යන කාරණා වේ.

- හැරීම අවශ්‍ය වන්නේ යම් ඉසව්ව වල දී කළමනාකරණය විසින් ව්‍යාපාරයේ කාර්යක්ෂමතාව වර්ධනය කිරීමට අපේක්ෂා කරන විටදීය. වෙනස්වීමේ අවශ්‍යතාව ක්ෂණිකව ඇති නොවේ. වෙනස් වීම අභ්‍යන්තරිකව හට ගන්නා අතර එම ක්‍රියාවලිය සාමාන්‍යයෙන් මූලිකව ආයතනික උපාය මාර්ග හා ව්‍යුහය අතර ගැලපීම වැඩි දියුණු කරවයි.
- අනුගතවීම සාමාන්‍යයෙන් බාහිර සාධක නිසා හටගනී. එනම් පාරිසරික වෙනස්වීම් මගින් ඇති කරන සෘණාත්මක ප්‍රතිවිපාක නැති කිරීම සඳහා වන ආයතනික ප්‍රතිචාරයන්ය. මෙම ආයතනික ප්‍රතිචාර ඇතැම් විටක ප්‍රබල වූවත් ඒවා සාමාන්‍යයෙන් ආයතනික උපාය මාර්ග, සංස්කෘතිය හා ව්‍යුහයේ ප්‍රතිසංවිධානයක් අපේක්ෂා නොකරයි.
- නව මගකට යොමු කිරීම අවශ්‍ය වන්නේ කළමනාකාරීත්වය යම් පාරිසරික සිදුවීමක් නිසා කර්මාන්තයට හා ආයතනයට දිගු කාලීන බලපෑමක් සිදු වේ. යැයි බලාපොරොත්තු වන විටදීය. ඒ ආයතනික උපාය මාර්ග, සංස්කෘතිය හා ව්‍යුහයේ මූලික ප්‍රති ඇගයීමක් කිරීම සඳහාය. මෙම වර්ගයේ වෙනස්කම් අපේක්ෂා කරනුයේ සහ ඇති වනුයේ ව්‍යාපාරයක සංවිධානය වෙනස්වීමේ අවශ්‍යතාවය උග්‍ර වීමට පෙරදීය.
- ප්‍රති නිර්මාණය අවශ්‍ය වනුයේ කළමනාකාරීත්වයට ව්‍යාපාර ආයතනයක් මූලිකව වෙනස්වීමේ අවශ්‍යතාව ඇති කරන අනාගත පාරිසරික සිදුවීම් අපේක්ෂා කිරීමට අපොහොසත් වන විටදීය. එම නිසා ව්‍යාපාර වලට මූලිකවම වෙළෙඳපොළේ රැදී සිටීම සඳහා එහි උපාය මාර්ගයන්හි, සංස්කෘතියෙහි ව්‍යුහයෙහි කෙටි කාලීන මූලික වෙනස්කම් කිරීමට සිදු වේ. මෙය කෙටි කාලීන නිසා මෙවැනි වෙනස්කම් සාමාන්‍යයෙන් කඩාකප්පල්කාරී වේ. එම නිසා ආයතනික අංග කෙරෙහි විනාශකාරී විය හැකි අතරම පවතින හර වටිනාකම් වලින් ඇත් විය හැකිය.

### 03.

## ව්‍යාපාර සඳහා වූ උපකාරක සේවා

### මුදල්

භාණ්ඩ හා සේවා හුවමාරු වේ දී පොදුවේ පිළිගන්නා ඕනෑම දෙයක් මුදල් ලෙස නිර්වචනය කළ හැකිය. මෙහි දී ප්‍රධානතම අවශ්‍යතාව වන්නේ විනිමය මාධ්‍ය ලෙස මහජනතාව විසින් එය පිළිගනු ලැබීමයි.

#### 3.1.1 හුවමාරු මාධ්‍යයේ විකාශන යුග

- **භාණ්ඩ හුවමාරු යුගය**

භාණ්ඩ හුවමාරු යුගය හුවමාරුවේ ආරම්භය ලෙස හඳුන්වා දිය හැකිය. ස්වයංපෝෂිත නිෂ්පාදන ක්‍රමය හෙවත් සෘජු නිෂ්පාදනය බිඳ වැටීමත් සමග බිහි වූ වක්‍ර නිෂ්පාදනයත් සමග ම හුවමාරුව ඇති වූ අතර එය වෙළඳාමේ ආරම්භය ද සනිටුහන් කරයි.

- **හුවමාරු මාධ්‍ය ලෙස ද්‍රව්‍ය භාවිත කළ යුගය**

භාණ්ඩ හුවමාරු යුගයේ පැවති දුර්වලතා හේතුවෙන් හුවමාරු මාධ්‍යය ලෙස ඉක්මනින් නග්‍රය නොවන විවිධ ද්‍රව්‍ය මුදල් ලෙස භාවිත කළහ.

නිද :- දුම්කොළ, ඇත්දල, සිප්පි කටු, සහල්

- **ලෝහ මුදල් භාවිත කළ යුගය (රන්, රිදී, තඹ)**

ද්‍රව්‍ය භාවිතයේ පැවති දුෂ්කරතා නිසා යකඩ, තඹ, රිදී මෙන් ලෝහ වර්ග භාවිත කෙරිණි. පසුව ද්‍රව්‍යමය අගය සහිත රන් කාසි භාවිත කළ අතර ඒවාට පූර්ණ මුදල් යන නම ද යෙදේ.

- .....  
- .....  
(ඉල්ලුම් තැන්පතු)

- .....  
(ඉල්ලුම් තැන්පතු)

- .....  
(ස්ථාවර තැන්පතු, පොරොන්දු තෝට්ටු, භාණ්ඩාගාර බිල්පත්)

- .....  
(ණයපත්, හරපත්, විද්‍යුත් මුදල් පසුම්බිය, ඩිජි කැෂ්)

- .....  
(අන්තර්ජාලය හරහා ගනුදෙනු සිදු කිරීමට යොදා ගන්නා මුදල්)

- **ව්‍යාකූල මුදල්** ව්‍යාකූල තාක්ෂණය මගින් සිදු කෙරෙන ගනුදෙනු සඳහා ගෙවීම් කල හැකි අන්තර්ජාල වෙළෙඳපොල හෝ අන්තර්ජාල අවකාශය තුළ භාවිතා වන මුදල්

**3.1.2 හොඳ මුදලක පැවතිය යුතු ලක්ෂණ**

1. පොදු පිළිගැනීම / සාර්ව ප්‍රතිගෘහිතතාව (මෙය ප්‍රධානතම ගුණාංගය යි)
2. කුඩා ඒකකවලට බෙදීමට හැකි වීම.
3. කල් තබා ගත හැකි වීම.
4. ගෙන යාමේ පහසුව
5. පහසුවෙන් හඳුනා ගත හැකි වීම / සමජාතීය වීම.
6. ....
7. ....
8. ....
9. ....
10. ....

**3.1.3 මුදලේ කාර්ය**

1. ....  
 භාණ්ඩ හා සේවා හුවමාරු වීමේ දී අතරමැදියෙකු වශයෙන් ක්‍රියා කිරීම යන්න මෙහි අදහසයි. වෙනත් අයුරකින් කිවහොත් ඕනෑම භාණ්ඩයක් හෝ සේවයක් මුදල් සඳහා ද මුදල් ඕනෑම භාණ්ඩයක් හා සේවයක් සඳහා ද හුවමාරු කර ගත හැකි බවයි. මෙය මුදලක ප්‍රධානතම මෙන්ම වැදගත්ම කාර්යයකි.
2. ....  
 කිසියම් භාණ්ඩයක්, සේවයක් හෝ ඕනෑම දෙයක් අගය කිරීමේ දී මුදල් භාවිත කිරීම මෙහි අදහසයි. වත්මන් ලොවෙහි කිසියම් භාණ්ඩයක් හෝ වෙනත් දෙයක් අගය කරනු ලබන්නේ නැතිනම් මිල කරනු ලබන්නේ මුදල භාවිත කරමිනි. මෙය මිම්ම, මිල වේ. මෙමගින් ගිණුම් තැබීම පහසු වී තිබේ. එම නිසාම මෙම ගුණාංගයට ගිණුම් ඒකකයක් ලෙස කටයුතු කිරීම සඳහා ද යොදා ගැනේ.
3. ....  
 අනාගත මුදල් ගෙවීමක් සඳහා වර්තමානයේ ගිවිස ගත හැකිය. මෙම කටයුත්ත හෙවත් ගනුදෙනුව සිදු වන්නේ මුදල නැමැති මාධ්‍යය නිසාය. එනිසාම මෙය අනාගත ගෙවුම් මාධ්‍යයක් යනුවෙන් ද හඳුන්වයි.
4. ....  
 මුදල් මුදල් වශයෙන්ම ළඟ තබා ගැනීම වත්කම් රැස් කර තබා ගැනීමේ මාධ්‍යයකි. එනම් අනෙකුත් වත්කම්වලින් ධනය රැස් කිරීම වෙනුවට මුදල් ළඟ තබා ගැනීම මුදල මගින් සිදු කරනු ලබන සේවාවකි. කාසි හා නෝට්ටු ක්ෂය නොවේ. යල් නොපනී, විශාල ඉඩකඩක් අවශ්‍ය නොවේ. ද්‍රවශීලතාවයෙන් ඉහළයි.

**3.1.4 මුදලේ කාර්ය තුළින් ලැබිය හැකි ප්‍රතිලාභ හෙවත් වාසි / වැදගත්කම**

**1. විනිමය මාධ්‍යයක් ලෙස කටයුතු කිරීම**

- භාණ්ඩ හුවමාරු ක්‍රමයේ පැවති දුෂ්කරතා ඉවත් වීම.
- හුවමාරුව පහසු වීම හා කාර්යක්ෂම වීම.
- .....
- .....

**2. වටිනාකම් මැනීමේ මිනුම් දණ්ඩක් ලෙස ක්‍රියාත්මක වීම.**

- ආර්ථික ගනුදෙනු ගිණුම්ගත කිරීමට හැකි වීම.
- භාණ්ඩ හා සේවාවල වටිනාකම සැසඳිය හැකි වීම.
- .....
- .....

**3. විලම්භිත ගෙවුම් මාධ්‍යයක් ලෙස කටයුතු කිරීම.**

- අනාගතයේ කෙරෙන ගෙවීම් මැනිය හැකි වීම.
- පොලිය සහිතව ණය බේරුම් කිරීම.
- අනාගත ගෙවීම් පිළිබඳ වාර්තා තබා ගැනීමේ පහසුව
- .....
- .....

**4. වටිනාකමේ සන්නිධියක් ලෙස කටයුතු කිරීම.**

- පූර්ණ ද්‍රවශීලතාවක් පැවතීම.
- මුදල් ශේෂ ළඟ තබා ගැනීමේ පහසුව
- .....
- .....

**3.1.5 විවිධ මුදල් වර්ග**

**ව්‍යවහාර මුදල්**

රටක මූල්‍ය අධිකාරිය (ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව) විසින් එරට ප්‍රධාන මුදල් ඒකකය යටතේ නිකුත් කරනු ලබන කාසි හා නෝට්ටු මින් අදහස් කරයි. නිත්‍යානුකූල වලංගු මුදල් හා ප්‍රඥප්ති මුදල් යන නම්වලින් ද මේවා හඳුන්වයි.

**ආසන්න මුදල්**

ව්‍යවහාර මුදල් මෙන් 100% ක් ද්‍රවශීලී නොවුවත් පහසුවෙන් හා එතරම් මූල්‍ය අලාභයක් නොවිඳ කෙටි කලකින් මුදල් බවට පරිවර්තනය කර ගත හැකි මුදල් මින් අදහස් කරයි. මෙයට ඉතිරි කිරීම් හා ස්ථාවර තැන්පතු, භාණ්ඩාගාර බිල්පත් හා ණයකර තැන්පතු සහතිකය ආදී කෙටිකාලීන බිල්පත් ආදිය අයත් වේ.

### බැංකු මුදල්

වාණිජ බැංකුවල ජංගම ගිණුම්වල ඇති මුදල් ශේෂ බැංකු මුදල් ලෙස හඳුන්වයි. ඉල්ලුම් තැන්පතු යනුවෙන් ද හඳුන්වනු ලබන මේවා වෙක්පත් ආධාර කර ගෙන ගනුදෙනුවල දී භාවිත කරයි.

### ගමන් මුදල්

ගමන් මුදල් යනු මුදලකින් ඉටු කරනු ලබන කාර්ය ඉටු කිරීමට ව්‍යවහාර මුදල් වෙනුවට භාවිත කරනු ලබන භෞතික නොවන මුදල් ය. යම් මධ්‍යම ආයතනයක් හරහා විවිධ පුද්ගලයන් ගිණුම් පවත්වා ගනිමින් හුවමාරුවක් අවශ්‍ය වන විට හර කිරීම් හා බැර කිරීම් මගින් හුවමාරුව සිදු කරනු ලබයි. උදාහරණ ලෙස ආසන්න මුදල්, විද්‍යුත් මුදල් හා බැංකු මුදල් දැක්විය හැකිය.

### විද්‍යුත් මුදල්

විද්‍යුත් මුදල් හෙවත් ඉලෙක්ට්‍රොනික් මුදල් යනු භෞතික මුදල් විද්‍යුත් ක්‍රමයකට ගබඩා කර තබා ගෙන යනුදෙනු කිරීමත් සමග එහි වටිනාකම අඩු වන ආකාරයට සකස් කරන ලද කාඩ්පතක් හෝ මෘදුකාංග නිෂ්පාදිතයක් වේ. මෙහි වඩාත් සංවර්ධිත අවස්ථාවක් ලෙස විද්‍යුත් මුදල් පසුම්බිය හා විද්‍යුත් සංඥා මුදල් දැක්විය හැකිය.

### විද්‍යුත් මුදල් පසුම්බිය

විද්‍යුත් මුදල් පසුම්බිය යනු විවිධ කාර්යයන් සඳහා යොදා ගත හැකි ස්මාර්ට් කාඩ් ලෙස හඳුන්වනු ලබන ජ්‍යෙෂ්ඨ මුදල් වර්ගයකි. එක් අතකින් ස්වයංක්‍රීය ටෙලර් කාඩ්පතක් වන මෙය තවත් අතකින් ණය කාඩ්පතකි. 1998 දී මුලින් ම මහජන බැංකුව මෙය හඳුන්වා දෙන ලදී.

### විද්‍යුත් සංඥා මුදල්

විද්‍යුත් සංඥා මුදල් යනු නිවෙස්වල ඇති පරිගණක යන්ත්‍ර මගින් විද්‍යුත් ක්‍රමයකට ගෙවීම් කළ හැකි මුදල් විශේෂයකි. පුද්ගලයෙකුට සත්‍ය මුදල් ගෙවීමෙන් විද්‍යුත් සංඥා මුදල් ලබා ගත හැකි අතර මෙය විද්‍යුත් මුදල්වල තවත් සංවර්ධන අවස්ථාවකි. ශ්‍රී ලංකාව තුළ තවම මෙය ප්‍රචලිත ව නැත.

### ජාල මුදල්

අන්තර්ජාලය මගින් සිදු කරන ගනුදෙනුවල දී ගෙවීම් සඳහා යොදාගනු ලබන මෘදුකාංග විශේෂ ජාල මුදල් වේ. උදා : Next Card

### කළු මුදල්

ඉපයූ මාර්ගය හෙළි කළ නොහැකි පුද්ගලයින් විසින් ඒකරාශී කරගෙන ඇති මුදල් කළු මුදල්ය. බොහෝ විට මෙය මුදල් උපයන ලද මූලය නීතිවිරෝධී වේ.

උදා :- පාතාල කටයුතුවලින් ඉපයූ මුදල්, බදු පැහැරහැරීම්වලින් ඉපයූ මුදල්, මත්ද්‍රව්‍යවලින් ඉපයූ මුදල්

### විකල මුදල්

විවිධ හේතු මත එනම් ඉරීම, පළුදවීම, බොදවීම වැනි දෑ නිසා ප්‍රයෝජනයට ගත නොහැකි මුදල්

### 3.1.6 මූල්‍ය පද්ධතිය

කිසියම් ආර්ථිකයක මූල්‍ය තීරණ ක්‍රියාත්මක කිරීම හා බැඳුණු සියලු කොටස්වල එකතුව ගත් විට එය මූල්‍ය පද්ධතිය ලෙස හඳුන්වා දිය හැකිය. මෙම මූල්‍ය පද්ධතිය තුළ සිදු කෙරෙන වැදගත් ම කර්තව්‍ය වන්නේ මූල්‍ය අතරමැදිකරණය යි.

**මූල්‍ය පද්ධතියක සංයුතිය හෙවත් සැකැස්ම**

මූල්‍ය පද්ධතියක් විවිධ ඒකකවලින් සමන්විත වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ මූල්‍ය පද්ධතිය තුළ පහත සඳහන් ආයතන හා උපකරණ නියාමන අධිකාරීන් අයත් ය.

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

**3.2 ශ්‍රී ලංකාවේ මූල්‍ය ආයතන**

රටක මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ තුළ ක්‍රියාත්මක වන බැංකු හා බැංකු නොවන සියලු ම ආයතන මූල්‍ය ආයතන ලෙස හඳුන්වා දිය හැකිය. වෙනත් ලෙසකින් කිවහොත් මූල්‍ය කටයුතුවල නිරත වන මූල්‍ය අතරමැදියන් මේ යටතට ගැනේ.

**3.2.1 ශ්‍රී ලංකාවේ මූල්‍ය ආයතන පිළිබඳ මහ බැංකු වර්ගීකරණය**

1.0 ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව අධීක්ෂණය කරන ආයතන

1.1 මුදල් තැන්පත් භාර ගන්නා ආයතන

1.1.1 බලපත්‍රලාභී වාණිජ බැංකු

- රාජ්‍ය බැංකු
- දේශීය පෞද්ගලික බැංකු
- විදේශ බැංකු ශාඛා

1.1.2 බලපත්‍රලාභී විශේෂිත බැංකු

1.1.3 ලියාපදිංචි මූල්‍ය සමාගම්

1.2 අනිකුත් ආයතන

- සේවක අර්ථසාධක අරමුදල
- ප්‍රාථමික අලෙවිකරුවන්
- කල්බදු සමාගම්

2.0 ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව අධීක්ෂණය නොකරන ආයතන

2.1 මුදල් තැන්පත් භාර ගන්නා ආයතන

- සමුපකාර ග්‍රාමීය බැංකු
- සකසුරුවම් සහ ණය ගනුදෙනු සමුපකාර සමිති

2.2 ගිවිසුම්ගත ඉතිරිකිරීමේ ආයතන

- අනුමත පෞද්ගලික අර්ථසාධක අරමුදල
- සේවක භාරකාර අරමුදල
- රක්ෂණ ආයතන

2.3 වෙනත් විශේෂිත මූල්‍ය ආයතන

- වණික් බැංකු
- නිවාස සංවර්ධන මූල්‍ය සංස්ථාව
- ව්‍යවසාය ප්‍රාග්ධන සමාගම්
- ඒකක භාර

**3.2.2 ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව**

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව 1949 අංක 58 දරණ මූල්‍ය පනත යටතේ 1950 අගෝස්තු 28 දින ආරම්භ කරන ලදී. මහ බැංකුවේ සංවිධාන කටයුතු සිදුකරනු ලබන්නේ මුදල් මණ්ඩලය මගිනි. එහි පරිපාලනය, කළමනාකරණය සම්බන්ධයෙන් වගකීම ඇත්තේ එම මුදල් මණ්ඩලයට යි.

2002 වර්ෂයේ සිදු කරන ලද නවීකරණයට අනුව මුදල් නීති පනත සංශෝධනය කිරීම තුළින් මහ බැංකුවේ අරමුණ විධිමත් කෙරිණ. ඒ අනුව මෙතෙක් පැවති බහුවිධ අරමුණු වෙනුවට පහත සඳහන් ප්‍රධාන අරමුණු ද්විත්වය ප්‍රකාශයට පත් කරන ලදී.

.....  
 .....

**ආර්ථික හා මිල ස්ථායීතාව**

දේශීය මුදලේ (රුපියල) අගය ස්ථාවර ව තබා ගැනීම හෙවත් සුරක්ෂිත කිරීම මිල ස්ථායීතාව ලෙස සැලකිය හැකිය. එනම් රටක සාමාන්‍ය මිල මට්ටම ඉහළ හා පහළ යාමට නොදී ස්ථාවර මට්ටමක පවත්වා ගැනීම තුළින් උද්ධමන, අවධමනයන්ගෙන් තොරව ආර්ථිකය පවත්වා ගැනීම මෙහි අපේක්ෂාවයි. ආර්ථිකය හොඳින් ක්‍රියාත්මක වීමට නම් ආර්ථික හා මිල ස්ථායීතාව වැදගත් වන අතර මෙය රැඳී පවතින්නේ සාර්ව ආර්ථික තත්ත්වයන් මතය.

**මූල්‍ය ක්‍රමයේ ස්ථායීතාව**

ශ්‍රී ලංකාවේ මූල්‍ය පද්ධතියේ සුරක්ෂිතතාව ඇති කිරීම හා ස්ථායීතාවයන්ට එල්ල විය හැකි තර්ජනයක් හඳුනා ගැනීම හා ඒවා අවම කිරීම තුළින් මූල්‍ය ක්‍රමය ශක්තිමත් කිරීම මහ බැංකුවේ අරමුණකි. මේ සඳහා 2007 ජනවාරි මස සිට මූල්‍ය පද්ධති ස්ථායීතා දෙපාර්තමේන්තුවක් ද පිහිටුවන ලදී. මෙම දෙපාර්තමේන්තුව ඉහත අරමුණ ඉටු කර ගැනීම සඳහා පහතින් දැක්වෙන කාර්යයන් ඉටු කරයි.

1. ආරම්භක අවස්ථාවේ දීම මූල්‍ය පද්ධතියට වන අවදානම් හඳුනා ගැනීම.
2. මූල්‍ය අස්ථායීතාව වැළැක්වීම සඳහා නිවාරණ හා ප්‍රතිකාරක ප්‍රතිපත්ති යෝජනා කිරීම.
3. අර්බුද අවස්ථාවන්හි ගනු ලබන පියවරයන් අසාර්ථක වන විට ඒවා විසඳීමට සහාය වීම

**ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවේ කාර්ය**

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....
5. බැංකු, මූල්‍ය, සමාගම් හා ප්‍රාථමික අලෙවිකරුවන්ට බලපත්‍ර ලබා දීම, නියාමනය හා අධීක්ෂණය.
6. මහ බැංකුවේ පියවීමේ ගිණුම් පවත්වාගෙන යන මූල්‍ය ආයතනවලට නිෂ්කාශන හා පියවීම් පහසුකම් ලබා දීම.
7. රජයේ ආර්ථික උපදේශකයා, බැංකුකරු හා මූල්‍ය නියෝජිතයා ලෙස කටයුතු කිරීම.

8. නියෝජ්‍යත්ව කටයුතු

.....

.....

.....

.....

.....

**ජාතික ගෙවීම් පද්ධතිය**

මූල්‍ය ගනුදෙනු කරන පුද්ගලයන්, මූල්‍ය ආයතන ඇතුළු ව්‍යාපාරික ආයතන මෙන්ම අනෙකුත් සංවිධානවලට තම ගනුදෙනු මුදලින් පියවීම සලසාලන ක්‍රියාවලිය හා එය සිදු කිරීමට අවශ්‍ය ආයතනික සහ නීතිමය රාමුව ඇතුළත් රටෙහි සමස්ත ගෙවීම් පද්ධතිය ජාතික ගෙවීම් පද්ධතියක් ලෙසින් හඳුන්වනු ලැබේ.

මූල්‍ය ක්‍රමයේ කාර්යක්ෂමතාව වැඩි දියුණු කිරීමේ හා විධිමත් කිරීමේ අරමුණින් ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව විසින් 2004 වර්ෂයේ දී ආරම්භ කර ඇති සිව් වැදෑරුම් ප්‍රතිසංස්කරණයන්

- තත්කාලීන දළ පියවීම් ක්‍රමය හඳුන්වා දීම.
- රජයේ සුරැකුම් සඳහා වන නිර්ලේඛණ සුරැකුම්පත් ක්‍රමය සහ මධ්‍යම සුරැකුම් තැන්පතු ක්‍රමය හඳුන්වා දීම.
- .....
- .....
- .....

**තත් කාලීන දළ පියවීම පද්ධතිය**

මූල්‍ය ආයතන අතර සිදු වන වැඩි වටිනාකමකින් යුත් ගනුදෙනු සහ ඉතා හදිසි ගනුදෙනු ක්ෂණිකව, පහසුවෙන් හා විශ්වාසයෙන් යුක්තව සිදු කිරීමට ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව හඳුන්වා දුන් නවීන විද්‍යුත් ගෙවීම් හා පියවීම් පද්ධතිය තත් කාලීන දළ පියවීම පද්ධතිය ලෙස හඳුන්වයි.

**තත්කාලීන දළ පියවීම් පද්ධතියේ සහභාගිකරුවන්**

- .....
- .....
- .....
- .....

**තත්කාලීන දළ පියවීම් ක්‍රමයක් මගින් වහි සහභාගිකරුවන්ට අත්කර ගත හැකි වාසි**

- ක්ෂණිකව අරමුදල් හුවමාරුව
- මහ බැංකුව සමඟ වෙක්පත් මගින් ගනුදෙනු කිරීම නැවතීම නිසා පෙර සිදු වූ අපහසුතාවයන් මග හැරීම.
- ගනුදෙනු සඳහා කාල පමාවක් නොමැති හෙයින් ද්‍රවශීලතා කළමනාකරණයේ ප්‍රගතියක් ඇති වීම.
- පිරිවැටුම සහ ගනුදෙනුවල ප්‍රමාණය විශාල වීමෙන් වාසි ඇති වීම.
- ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව මගින් පොලී රහිතව සපයනු ලබන “දවස ඇතුළත ද්‍රවශීලතා පහසුකම්” ලබා ගත හැකි වීම.

**තත්කාලීන දළ පියවීමේ ක්‍රමය නිසා මහජනතාවට අත්වන විශේෂ වාසි**

- වෙක්පත් භාවිතය අඩු වීම.
- කලට වේලාවට ප්‍රතිපාර්ශ්වයන්ගෙන් ලැබිය යුතු මුදල් ලබා ගැනීම.
- ඉතා හදිසි ගෙවීම් කාල පමාවකින් තොරව සිදු කළ හැකි වීම.

**තත්කාලීන දළ පියවීම් ක්‍රමය ඉදිරි දින සඳහා වූ ගනුදෙනු සිදු කරන ආකාරය**

සහභාගි වන ආයතනවල ඉදිරි දින 10 ක් දක්වා වන කාලයක් තුළ පියවීමට ගිවිස ගෙන ඇති ගනුදෙනු අනාගතයේ පියවීම් පිණිස තත්කාලීන දළ පියවීම් පද්ධතිය විසින් භාරගනු ලබයි.

**තත්කාලීන දළ පියවීම් පද්ධතියේ ගනුදෙනුවක් අවලංගු කරන ආකාරය**

පද්ධතිය තුළ ගෙවීමක් පියවීමෙන් පසුව එම ගනුදෙනුව ගෙවා අවසන් වූ ලෙස සලකන අතර ගනුදෙනු පිළිබඳ කිසිම වෙනසක් ඉන් පසු කළ නොහැකිය. නිවැරදි කිරීමක් සිදු කළ හැක්කේ ගෙවීම් ලබන ආයතනවලට පමණි. දළ පියවීමේ පද්ධතිය තුළ ගෙවීමක් පියවීමට පෙර ගෙවීම් උපදෙස් ලබා දුන් බැංකුවට එම ගෙවීම් උපදෙස් අවලංගු කිරීමට හැකියාව ඇත.

**තත්කාලීන දළ පියවීම් පද්ධතිය ගනුදෙනු සඳහා විවෘත කොට තබන කාල සීමාව**

සෑම වැඩ කරන දිනකම උදේ 8 සිට සවස 5 දක්වා ගනුදෙනු සඳහා විවෘත ව ඇත.

**ලංකා සෙකයුර්**

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව විසින් මධ්‍යම සුරැකුම්පත් තැන්පතු ක්‍රමය නමින් විද්‍යුත් මාර්ගයෙන් රජයේ සුරැකුම්පත් ලියාපදිංචි කර තබා ගත හැකි පරිගණක ක්‍රමයක් පවත්වාගෙන යනු ලබයි. එය ලංකා සෙකයුර් නමින් හැඳින් වේ.

**බුචුසර් වර්ක්ස්ටේෂන්**

නිර්ලේඛන සුරැකුම්පත් ක්‍රමයට සහභාගි වන සෑම ආයතනයකටම මධ්‍යම සුරැකුම්පත් තැන්පතු ක්‍රමය තුළ ඇති තොරතුරු ලබා ගැනීම සඳහා පහසුකම් සලසා ඇති ක්‍රමය බුචුසර් වර්ක්ස්ටේෂන් ලෙස හැඳින් වේ.

**ජගත් අන්තර් බැංකු මූල්‍ය සන්නිවේදන සංගමය**

සාමාජික බැංකු අතර ජාත්‍යන්තර වශයෙන් මූල්‍ය ගනුදෙනු ඉතා ඉක්මනින්, පහසුවෙන් හා වඩා නිවැරදිව හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා භාවිත කරන දුරකථන ජාල සේවාවකි. මෙහි සාමාජිකත්වය දරන ආයතනවලට ලොව පුරා පවත්නා සියලු ම මූල්‍ය වෙළඳපොළවල් ආවරණය කරන නවීනතම තාක්ෂණය මත පදනම් වූ සන්නිවේදන සේවාවක් සැපයීමේ අරමුණින් පවත්වාගෙන යනු ලබන ලාභ අරමුණු කර නොගත් සමුපකාර සංගමයකි.

ස්විෆ්ට් යනු තත්කාලීන දළ පියවීමේ ක්‍රමය සහ නිර්ලේඛන සුරැකුම්පත් පියවීමේ ක්‍රමය අතර පණිවුඩ හුවමාරුව නැතහොත් සන්නිවේදන මාධ්‍ය ලෙස ක්‍රියා කරනු ලබන ඒකකයයි.

**ලංකා සෙට්ල්**

තත්කාලීන දළ පියවීමේ පද්ධතිය හා ලේඛන රහිත සුරැකුම් තැන්පතු පද්ධතිය එක්ව ගත්කල එය හැඳින්වීමට යොදනු ලබන නාමය ලංකා සෙට්ල් ලෙස හැඳින්වේ.

**ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව පොලී රහිතව “දවස තුළ ලබා දෙන ද්‍රවශීලතා පහසුකම”**

මහ බැංකුව විසින් රාජ්‍ය සුරැකුම්පත් සුරැකුමක් වශයෙන් තබා ගෙන පොලී රහිතව තත්කාලීන පියවීමේ පද්ධතියට සහභාගිවන්නන් සඳහා දවස තුළ ම නැවත ගෙවා දැමිය යුතු ලෙස ලබා දෙන ණය පහසුකම් මින් අදහස් කරයි. සහභාගි වන ආයතන ප.ව. 3.15 ට පෙර ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුවට තම ද්‍රවශීලතා පහසුකම් නැවත අයකිරීමට හැකිවන සේ තම පියවුම් ගිණුම්වල ප්‍රමාණවත් මුදලක් තැබිය යුතු අතර එවැනි මුදලක් නොතිබුණහොත් දවස ඇතුළත ලබා දෙන ද්‍රවශීලතා පහසුකම නැවත අයකර ගැනීම පිණිස ඇපයට තබා ඇති සුරැකුම්පත්වල හිමිකම මහ බැංකුවට හිමි වේ.

**“දවස තුළ දෙන ද්‍රවශීලතා පහසුකම” හඳුන්වා දීමේ දී මහ බැංකුව අවධානය යොමු කරන කරුණු**

- මහ බැංකුව තම මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීමට බලපෑමක් නොවීම.
  - මහ බැංකුවට මෙම මූල්‍ය පහසුකම ලබා දීම නිසා ණය හා වෙනත් අවදානම් ඇති නොවීම.
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

### 3.2.3 බලපත්‍රලාභී වාණිජ බැංකු

වාණිජ බැංකුවක් ලාභ ඉපයීමේ අරමුණින් පවත්වාගෙන යයි. එහෙත් ඉහළ ලාභයක් අත්පත් කර ගැනීමට නම් ඵදිනෙදා කටයුතු කරගෙන යාමේ දී තැන්පත්කරුවන්ගේ අවශ්‍යතා මෙන්ම සිය ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අවශ්‍යතා ද ඉටු කළ යුතුය. එම නිසා වාණිජ බැංකුවක තම ලාභය අත්පත් කර ගැනීමට යාමේ දී එකිනෙක ගැටෙන අරමුණු දෙකක් සාක්ෂාත් කර ගැනීමට සිදුව ඇත.

1. ....
2. ....

ද්‍රවශීලතාව යනු වාණිජ බැංකුවක ඵදිනෙදා ගනුදෙනු සඳහා මුහුණ දීමේ හැකියාව ය. ගනුදෙනුකරුවන් තුළ බැංකුව පිළිබඳ විශ්වාසය තහවුරු කිරීම සඳහා ඉල්ලු විට ආපසු මුදල් ලබා දීම සඳහා සංවිතයක් පවත්වාගෙන යා යුතුය. මේ සඳහා ඕනෑම වාණිජ බැංකුවක් තම වත්කම්වලින් කොටසක් ද්‍රවශීල වත්කම් ලෙස තබා ගනී. ද්‍රවශීලතාව රැක ගැනීම වාණිජ බැංකුවක පැවැත්ම තීරණය කරනු ලබන ප්‍රධාන සාධකයකි. අතැති මුදල්, මහ බැංකුවෙන් අයවිය යුතු ශේෂ ළඟ ඇති විදේශ ව්‍යවහාර මුදල්, භාණ්ඩාගාර බිල්පත් ආදිය ද්‍රවශීල වත්කම් ලෙස සලකයි.

ලාභදායීත්ව වර්ධනය යනු වාණිජ බැංකුව ආයෝජනයට ප්‍රමාණවත් ඉපයීමක් ලැබීමට ඇති හැකියාවයි. කොටස්කරුවන්ට ප්‍රමාණවත් ගෙවීමක් කිරීමටත්, අනාගත වර්ධනයටත්, තරගයට සාර්ථක ව මුහුණ දීමටත්, ප්‍රමාණවත් ලාභයක් ඉපයිය යුතුය. මේ වෙනුවෙන් වාණිජ බැංකු තම වත්කම්වලින් ද්‍රවශීල නොවන වත්කම් (ලාභදායී වත්කම්) තබා ගනී.

- වාණිජ බැංකුවල ඇති ද්‍රවශීලතාව ආරක්ෂා කර ගැනීම හා ලාභදායීත්වය යන ද්විත්ව අරමුණු එකිනෙකට ගැටෙන සුළුය. එනම් ලාභදායීත්වය හා ද්‍රවශීලතාව අතර ඇත්තේ ප්‍රතිලෝම සම්බන්ධයකි. ද්‍රවශීලතාවය ආරක්ෂා කොට ගෙන මහජන විශ්වාසය දිනා ගැනීමට කටයුතු කරන්නේ නම් ලාභදායීත්වය අඩු වන අතර ලාභදායීත්වය වැඩි කිරීමට නම් ද්‍රවශීලතාවය අඩු කොට ආයෝජනය කෙරෙහි නැඹුරු විය යුතුය. එවිට ඵදිනෙදා කටයුතු අඩපණ වී මහජන විශ්වාසය ගිලිහී යනු ඇත. එබැවින් වාණිජ බැංකු තම වත්කම් ව්‍යුහය සකස් කර ගැනීමේ දී ලාභ ඉපයීම හා ද්‍රවශීලතාව පවත්වා ගැනීම යන අරමුණු අතර තුලනයක් ඇති කර ගැනීම කළ යුතුය.

### වාණිජ බැංකුවක මූලික කාර්යයන්

වාණිජ බැංකුව මූලික කාර්යයන් හෙවත් සේවා ප්‍රධාන කොටස් දෙකක් යටතේ දැක්විය හැකිය.

1. තැන්පතු ආශ්‍රිත සේවා
2. ණය ආශ්‍රිත සේවා

ඉහතින් ප්‍රධාන සේවා දෙකක් ලෙස දැක්වුව ද එම ප්‍රධාන සේවා දෙකට අමතරව නියෝජිත සේවා සැපයීමට ද වාණිජ බැංකුව විසින් සිදු කරනු ලබයි. ඒ අනුව වාණිජ බැංකුවක් සපයන සේවා ප්‍රධාන කාර්යයන් හතරක් යටතේ මෙසේ දැක්විය හැකි ය.

1. මහජනතාවගේ තැන්පතු භාර ගැනීම හා සම්බන්ධ සේවා
2. ණය අයිරා හා අත්තිකාරම් ලබා දීම.

- 3. නියෝජිත සේවා සහ ආයෝජන බැංකු සේවා
  - ගනුදෙනුකරුවන්ගේ නමින් නිත්‍ය නියෝග ක්‍රියාත්මක කිරීම
  - ගනුදෙනුකරුවන්ගේ නම් විවිධ අයපත් රැස් කිරීම.
  - මිල කළ සමාගම්වල කොටස් නිකුතු කළමනාකරණය
  - මූල්‍ය උපදේශන සේවා සැපයීම
  - භාණ්ඩාගාර බැඳුම්කරු පිලිනපත් මිල දී ගැනීම හා විකිණීම
- 4. පොදු උපයෝගීතා සේවා සැපයීම
  - බැංකු අණකර හා ගෙවුම් ඇණවුම් නිකුත් කිරීම හා මාරු කිරීම
  - ණයවර ලිපි නිකුත් කිරීම
  - .....
  - .....
  - .....
  - .....
  - .....
  - .....

**ජංගම ගිණුම් (ඉල්ලුම් තැන්පතු)**

වෙක්පත් මගින් ගිණුමේ ඇති මුදල් ගනුදෙනු සඳහා යෙදවීමට හැකියාව ලැබෙන පරිදි ඉඩපහසුකම් සලසා ඇති ගිණුම් විශේෂයකි. ගිණුමේ ඇති මුදල් ඉල්ලු ඕනෑම විටෙක ආපසු ගැනීමට හෝ අනෙකෙකුට පැවරීමට හෝ හැකියාව ඇත. මෙම ගිණුම්වල ශේෂය මත පොලී නෙගෙවන අතර, වෙක්පත් ගාස්තු සහ බැංකු ගාස්තු බැංකුව විසින් අය කරනු ලබයි. ජංගම ගිණුම් ව්‍යාපාරික හා පෞද්ගලික ලෙස කොටස් දෙකක් දක්නට ඇත.

**ජංගම ගිණුම් හිමියෙකුට ලබා ගත හැකි ප්‍රයෝජන**

- 1. වෙක්පත් මගින් සිය ගෙවීම් සිදු කළ හැකි වීම.
- 2. නිත්‍ය නියෝග ගෙවීමට බැංකුවට උපදෙස් දීමට හැකි වීම.
- 3. නිත්‍ය නියෝග ලබා ගැනීමට හැකි වීම.
- 4. බැංකු අයිරා පහසුකම් ලබා ගත හැකි වීම.

.....

.....

.....

.....

**ඉතිරිකිරීමේ ගිණුම්**

ජනතාවගේ ඉතිරි කිරීමේ පුරුද්ද ඇති කිරීමේ පරමාර්ථයෙන් හා ගනුදෙනුකරුවන්ගේ මුදල් ඉතිරි කිරීමේ අරමුණෙන් මෙම ගිණුම් විශේෂය හඳුන්වා දී ඇත. ගිණුම් හිමියාට තැන්පතු ශේෂය හා කාලය පදනම් කර ගෙන පොලියක් හිමි වේ. මෙම ගිණුමට ඕනෑම වේලාවක මුදල් තැන්පත් කළ හැකි අතර ආපසු ගිණුමේ ඇති මුදල් ගැනීමට ද හැකියාව ඇත. පාස් පොතක් ගිණුම් හිමියාට බැංකුවෙන් නිකුත් කරනු ලබන අතර බැරපත් භාවිතයෙන් ද ගනුදෙනු කළ හැකිය .

**ස්ථාවර තැන්පතු**

නිශ්චිත කාලයක් සඳහා නිශ්චිත මුදල් ප්‍රමාණයක් තැන්පත් කොට නිශ්චිත පොලියක් ලබා ගැනීමට තැන්පත්කරුට හැකි වන සේ ආරම්භ කළ හැකි ගිණුම් විශේෂයකි. ස්ථාවර තැන්පතුවක් සඳහා කාඩ්පතක් හිමි වන අතර ඉතිරි කිරීමේ තැන්පතුවක ශේෂයට ගෙවන පොලියට වැඩි පොලියක් ස්ථාවර තැන්පතුවකට හිමි වේ. කල් පිරීමට ප්‍රථම කෙටි දැනුම්දීමකින් මුදල් නැවත ගිණුම් හිමියාට ලබා ගැනීමට හැකියාව ඇති අතර එවැනි අවස්ථාවක දී හිමිවන්නේ ඉතිරි කිරීමේ තැන්පතු සඳහා ගෙවන පොලි ප්‍රතිශතය යි.

**කාලීන තැන්පතු**

මෙම තැන්පතු ද ස්ථාවර තැන්පතු ගිණුමට සමාන වේ. එහෙත් වෙනසකට ඇත්තේ නිශ්චිත කල්පිරීමක් දක්නට නොමැති අතර වරින් වර මුදල් තැන්පත් කිරීමට ඇති හැකියාවයි.

වාණිජ බැංකුවක් මගින් ලබා දෙන මුදල් ණය ද ප්‍රධාන කොටස් දෙකකි.

.....  
.....

ව්‍යාපාරික ණය ලෙස හඳුන්වන්නේ පුද්ගලයෙකුට හෝ ආයතනයකට සිය ව්‍යාපාරික කටයුතු සඳහා කෙටි, මැදි හා දිගු කාලීන වශයෙන් ණය සැපයීමයි.

පාරිභෝගික ණය යනු පුද්ගලයෙකුට වත්කම් මිලට ගැනීම, හදිසි ආපදාවල, උත්සව අවස්ථාවල දී ආදී ලෙස පුද්ගලික කටයුතු සඳහා සපයනු ලබන ණය යි.

ඇප සුරැකුම් තැබිය යුතු වීම ණයක් ලබා ගැනීමේ දී සිදු විය හැක්කකි. ඒවා ද දේපල ඇප හා පුද්ගල ඇප වශයෙන් වර්ග දෙකකි.

**දේපල ඇප වශයෙන් පිළිගන්නා ඇප සුරැකුම්**

- 1. ඉතිරි කිරීමේ හා ස්ථාවර තැන්පතු
- 2. ජීවිත රක්ෂණ ඔප්පු

.....  
.....  
.....

**මූල්‍ය ආයතන විසින් ණය සැපයීමේ දී අනුගමනය කරනු ලබන ක්‍රියා පිළිවෙළ**

1. ණය ඉල්ලුම්පත සම්පූර්ණ කර බැංකුවට ඉදිරිපත් කිරීම.
2. ණය ඉල්ලුම්කරු පිළිබඳ ගවේෂණය

.....

.....

**වාණිජ බැංකුවල අනෙකුත් සේවා**

**බැංකු අණකර හිකුත් කිරීම**

කිසියම් පුද්ගලයෙකු වෙනුවෙන් යම් මුදල් ප්‍රමාණයක් තැන්පතු ලෙස භාර ගෙන වෙනත් පුද්ගලයෙකුට එම මුදල ගෙවීම පිණිස බැංකුව එකඟවෙමින් නිකුත් කරන අණකරය මින් අදහස් කරයි. අණකරයේ සඳහන් මුදල් ප්‍රමාණය ආදායකයාට ගෙවීම මෙමගින් සහතික කෙරේ.

**සුරක්ෂිතාගාර පවත්වා ගෙන යාම**

පුද්ගලයන්ගේ හා ව්‍යාපාර ආයතනවල වටිනා භාණ්ඩ හා වැදගත් ලිපි ලේඛන ආරක්ෂා කර දී වෙනුවෙන් බැංකු විසින් විශේෂිත සේප්පු විශේෂයක් හඳුන්වා දෙනු ලබයි. මේවා ඉතා ම ආරක්ෂිත වන අතර පුද්ගලයන් මෙම සේප්පු, කුලියට ගෙන තම රත්‍රන්, මුතු, මැණික්, ඔප්පු වැනි වටිනා ලියකියවිලි ආදිය තැන්පත් කොට පවත්වාගෙන යයි.

**බැංකු අණකර හිකුත් කිරීම**

සිය ගනුදෙනුකරුවන්ට ඔවුන්ගේ ඉල්ලීම පරිදි ඔහුගේ මූල්‍ය තත්ත්වය පිළිබඳ සහතිකයක් බාහිර පාර්ශ්වයන් වෙත නිකුත් කරනු ලබයි. රේගුවට, විදේශ ආනයනකරුවන්ගේ බැංකුවට ආදිය මේවා නිකුත් කිරීම නිදසුන් වේ.

**චෙක්පත් උපලබ්ධි කිරීම / අයහපත් උපලබ්ධි කර දීම**

චෙක්පත් බැංකුගත කර දීම, උපලබ්ධි කිරීම ලෙස හඳුන්වන අතර සියලුම දෑ ගිණුමට රැස් කිරීම බැංකුවට ලබා දීම අයහපත් උපලබ්ධි කරදීම ලෙස සලකයි.

**ස්ථාවර නියෝග (නිත්‍ය) ඉටු කිරීම**

තම ගනුදෙනුකරුවන්ගේ විවිධ ගෙවීම් ඉටු කිරීමට බැංකුව වෙත ලබාදිය හැකිය. මාසික ගෙවල් කුලිය, ණය වාරිකය නිත්‍ය ගෙවීම් ගෙවීමට බැංකු ඇපකැප වී සිටී.

**මුදල් ප්‍රේෂණය කිරීම**

විශේෂයෙන් විදේශයක සිටින පුද්ගලයෙකුට මුදල් පැවරීම මෙන්ම විදේශයක සිටින පුද්ගලයන්ගෙන් ලැබෙන මුදල් රැස් කර දීම වැනි සේවා වාණිජ බැංකු ඉටු කරනු ලබයි. මෙම මුදල් ප්‍රේෂණ විදේශයක සිට රැස් කෙරෙන විට ආමුඛ ප්‍රේෂණ නමින් ද විදේශයකට මුදල් යැවීම ප්‍රතිමුඛ ප්‍රේෂණ නමින් ද හඳුන්වයි.

**ණයවර ලිපි නිකුත් කිරීම**

විශේෂයෙන් ම ණයවර ලිපි නිකුත් කරනු ලබන්නේ ආනයනකරුගේ බැංකුව අපනයනකරුගේ බැංකුව වෙත යි. එනම් ආනයනකරු, අපනයනකරුට මුදල් ලබා දෙන බව සහතික වෙමින් මෙය නිකුත් කරයි.

**කොටස් ප්‍රාරක්ෂණය**

සමාගමක් කොටස් නිකුත් කිරීමේ දී අවම සහභාගී මුදල නොලැබේ ය යන අවදානම රක්ෂණය කිරීම මෙහි දී සිදු වේ. (ව්‍යාපාර සංවිධාන පාඩමේ දී හා රක්ෂණය යන පාඩමේ දී වැඩිදුරටත් හැඳෑරේ)

**කල්බදු සේවා**

එනම් ව්‍යාපාරවලට අවශ්‍ය ස්ථාවර වත්කම් කල්බදු ක්‍රමයට ලබා ගැනීමට අවශ්‍ය මූල්‍ය පහසුකම් සැපයීම සේවාවක් ලෙස සිදු කරයි.

**විදේශ විනිමය මිල දී ගැනීම හා විකිණීම**

විදේශ මුදලින් කටයුතු කරන ගනුදෙනුකරුවන්ට අවශ්‍ය කෙරෙන විදේශ විනිමය මිලට ගැනීමත්, ඔවුන්ට අවශ්‍ය විදේශ විනිමය විකිණීමත් වාණිජ බැංකු විසින් ඉටු කරනු ලබන විශේෂ සේවයකි.

**නියෝජිත සේවා**

සිය ගනුදෙනුකරුවන් වෙනුවෙන් විවිධ කාර්යයන්හි දී නියෝජිතයෙකු ලෙස වාණිජ බැංකු ඉදිරිපත් වේ. බොහෝ විට වෙළඳ ගිවිසුම්වල දී තම ගනුදෙනුරුකවකු වෙනුවෙන් නියෝජිතයෙකු ලෙස කටයුතු කිරීම නිදසුනකි.

**උකස් සේවා**

විශේෂයෙන් ම ස්වර්ණාභරණ ආදිය ඇපයට තබා ගෙන ගනුදෙනුකරුවන්ට අවශ්‍ය මුදල් අඩු පොලී අනුපාතයක් යටතේ ලබා දීම වාණිජ බැංකු විසින් සිදු කරනු ලබන සුවිශේෂ සේවාවකි.

**දුරකථන බැංකු සේවා**

සිය ගනුදෙනුරුකවන් බැංකුව වෙත නොගොස් දුරකථන භාවිත කිරීමෙන් වාණිජ බැංකු සේවා ඉටු කර ගැනීමට හැකිවන සේ පහසුකම් සැලසීම මින් සිදු කෙරේ.

**ගෘහස්ථ බැංකුකරණය**

තම පෞද්ගලික පරිගණකය මගින් අන්තර්ජාලය මගින් සිය බැංකුවේ වෙබ් අඩවියට පිවිස රහස් අංකය භාවිත කොට ස්වයංක්‍රීයව ම බැංකු පහසුකම් ලබා ගැනීම මෙහි අදහසයි. පැය 24 පුරාම මෙමගින් කටයුතු කිරීමට හැකි වීම විශේෂත්වයකි. මෙයට විද්‍යුත් බැංකුකරණය අන්තර්ජාල බැංකුකරණය යන නමද මෙයට යෙදේ.

**ස්වයංක්‍රීය බැංකු සේවා**

“ස්වයංක්‍රීය බැංකු සේවා” මගින් වර්තමානයේ බැංකු ක්ෂේත්‍රය වඩාත් පුළුල් වී තිබේ. මෙම සේවාවට විද්‍යුත් අරමුදල් හුවමාරු ක්‍රමය ලෙස ද හඳුන්වන අතර බැංකුවේ ගිණුම් හිමියන්ට තම බැංකුවෙන් ලබා දී ඇති පහසුකම් බොහොමයක් බැංකුවට නොගොස් දවසේ ඕනෑම වේලාවල ලබා ගැනීමට හැකිවන සේ හඳුන්වා දී ඇති පහසුකමකි.

**වාණිජ බැංකු තම ගනුදෙනුකරුවන්ට අත්තිකාරම් සපයනු ලබන ප්‍රධාන ආකර දෙකක් නම්, බැංකු ණය හා බැංකු අයිරා සැපයීමයි.**

**බැංකු ණය**

බැංකු ණය යනු කිසියම් පොලී ප්‍රතිශතයක් යටතේ අදාළ පොලිය හා ලබා ගන්නා ණය මුදල ආපසු ගෙවීමට යටත්, ගිවිස ගත් කොන්දේසි යටතේ දෙනු ලබන වටිනාකමකි.

වාණිජ බැංකු මෙන්ම වෙනත් මූල්‍ය ආයතන තම ප්‍රධාන ආදායම් මාර්ගය ලෙස සලකන්නේ ණය දීමෙන් ලබාගන්නේ පොලී ආදායමයි. එම නිසා එහි ප්‍රධාන කාර්යය ණය ලබා දීම ලෙස සැලකිය හැකිය. ණය ප්‍රධාන වශයෙන් කොටස් දෙකකි.

**විකුණුම් ණය**

මුදල් වෙනුවට ණයපත් මගින් භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවි කිරීම විකුණුම් ණය ලෙස හැඳින් වේ.

**මුදල් ණය**

මූල්‍ය ආයතන විසින් ගනුදෙනුකරුවන්ට සෘජුවම මුදල් ණයට සැපයීම මුදල් ණය ලෙස හඳුන්වයි. නියමිත කොන්දේසි යටතේ නියමිත කාලයට නියමිත මුළු ණය මුදල හා අදාළ පොලිය ගෙවිය යුතුය.

**බැංකු අයිරා**

බැංකු අයිරා යනු සිය ජංගම ගිණුම පදනම් කරගෙන නිකුත් කරනු ලබන කෙටි කාලීන ණය විශේෂයකි. ජංගම ගිණුමේ බැර ශේෂය ඉක්මවා යමිකිසි නිශ්චිත මුදල් ප්‍රමාණයක් දක්වා වෙක්පත් අණ කිරීමට නැතිනම් හර කිරීමට ලබා දී ඇති අයිතිය ලෙස ද බැංකු අයිරාව හඳුන්වා දිය හැකිය.

මේ අනුව බැංකු ණය ලබා ගැනීමට ජංගම ගිණුමක් අත්‍යවශ්‍ය නොවන අතර බැංකු අයිරා ලබා ගැනීමට ජංගම ගිණුමක් අත්‍යවශ්‍ය වේ.

**බැංකු අයිරා වර්ග**

.....  
.....

**තාවකාලික බැංකු අයිරාවක්** යනු දින 30 සිට දින 90 දක්වා කාල සීමාවක් සඳහා දෙනු ලබන එම කාල සීමාව තුළ පියවා දීමේ යුතු අයිරා විශේෂයකි. කෙටි දැනුම් දීමකින් සහ ඇප තැබීමකින් තොර ව ලබා ගැනීමට හැකියාව ඇත. මෙම අයිරා ක්ෂණික අයිරා ලෙස ද හඳුන්වයි.

**ස්ථාවර බැංකු අයිරාවක්** යනු සාමාන්‍යයෙන් වර්ෂයක් වැනි කාලයකින් පියවිය හැකි, සාපේක්ෂ ව පොලිය අඩු, ඇප තැබීමක් හා ගිණුම් හිමියාගේ ලිඛිත ඉල්ලීමක් මත නිකුත් කරනු ලබන අයිරා විශේෂයකි.

**3.3 වෙක්පත් සහ විද්‍යුත් මුදල්**

**3.3.1 වෙක්පත්**

වෙක්පතක් යනු නිශ්චිත පුද්ගලයෙකුට හෝ ඔහුගේ විධානයට හෝ ඉල්ලූ විට නිශ්චිත මුදල් ප්‍රමාණයක් ගෙවිය යුතු යැයි නියම කරමින් ජංගම ගිණුම් හිමියෙකු විසින් සිය අත්සන යොදා බැංකුකරු වෙත නිකුත් කරන කොන්දේසි විරහිත ලිඛිත නියෝගයකි.

**වෙක්පතකට සම්බන්ධ පාර්ශ්ව**

ප්‍රධාන පාර්ශ්වයන් තුන් දෙනෙකි.

.....

.....

.....

මීට අමතරව පහත පාර්ශ්ව ද දැකිය හැකිය

- ධාරකයා - පැවරුමකින් අතට පත්වන අය
- පැවරුම්කරු - අන් අයෙකුට පවරන්නා
- පැවරුම්ලාභියා - පැවරුම ලබන්නා

(පැවරුම්කරු ආදායකයා විය හැකි අතර පැවරුම්ලාභියා ධාරකයා විය හැකිය)

**වෙක්පතකට සම්බන්ධ පාර්ශ්වයන් අතර පවතින නීතිමය බැඳීම**

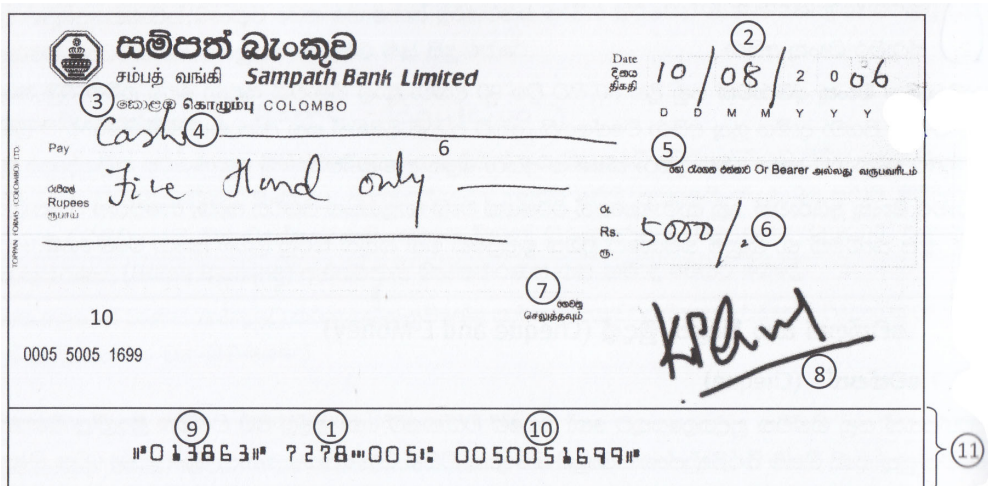
**- අණකරු හා ආදායකයා**

යම් අණකරුවෙකු විසින් ආදායකයාගේ නමට වෙක්පතක් ලියා පැවරුව හොත් ඉන් ඔප්පු වන්නේ එම අණකරු එම ආදායකයාට වෙක්පතෙහි සඳහන් මුදල් ප්‍රමාණයට ණය වී ඇති බවයි. එනම් මුදල් ගෙවීමට අණකරු බැඳී ඇති බවයි. ඒ සම්බන්ධයෙන් අධිකරණය වෙත යාමේ අයිතිය එම වෙක්පතේ දිනයේ සිට වසර හයක් යනතුරු ආදායකයාට ඇත.

**- අණකරු හා අණලද්දා**

ජංගම ගිණුම විවෘත කරන විටම අණකරු (ගිණුම් නිමියා) බැංකුවට බාරදෙන අයදුම්පතට අනුව එම අණකරු හා අණලද්දා (බැංකුකරු) අතර ඇති වන්නේ නියෝජිත සම්බන්ධතාවකි. එනම් අණකරු ප්‍රධානියා වන අතර බැංකුව නියෝජිතයා වේ. අණකරු වෙක්පතින් දෙන ලබන අණ සාධාරණ හේතුවකින් තොරව නොසලකා හැරීමට බැංකුවට අයිතියක් නොමැත. සාධාරණ හේතුවකින් තොරව වෙක්පතක් අගරු කොට ආපසු එවනු ලැබුව හොත් ඉන් සිදු වන පාඩුව කොපමණ වුවත් වෙක්පතේ වටිනාකම නොසලකා එම පාඩුම ගෙවීමට බැංකුකරු බැඳී සිටී.

**වෙක්පතක ඇතුළත් මූලිකාංග (මූලික ලක්ෂණ)**



.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**ව්‍යාපාරිකයන්ට සෘජුව ම මුදල් ගෙවනවාට වඩා වෙක්පත්වලින් ගෙවීම කිරීම වාසිදායක වීමට හේතු**

- ගෙවීම් කළ බව පහසුවෙන් ඔප්පු කිරීමට හැකි වීම
- වෙක්පත්වලින් ගෙවීම් කිරීම වඩා ආරක්ෂාකාරී වීම

.....  
.....  
.....

වෙක්පතෙහි නම සඳහන් ආදායකයාගේ ජංගම ගිණුමෙහි පමණක් තැන්පත් කළ හැකි වෙක්පත මින් අදහස් කරන අතර පහත සඳහන් අංගවලින් වෙක්පත වෙන් කර හඳුනා ගත හැකිය.

**ධාරක වෙක්පත්**

ධාරක වෙක්පත් යනු දරන්නාට අයිතිය හිමි වන හුදු බාර දීමෙන් අයිතිය පැවරිය හැකි වෙක්පත්ය. වෙක්පතේ මුද්‍රිත ව ඇති හෝ රැගෙන එන්නාට යන පදය කපා නොහල වෙක්පතකි. මුදලේ ක්‍රියාකාරීත්වයට බොහෝ සෙයින් සමාන මේවා කුඩා ගනුදෙනු සඳහා යොදා ගනී. ධාරක වෙක්පතක පහත සඳහන් කරුණු අන්තර්ගත විය හැකිය.

1. ආදායකයාගේ නම වෙනුවට මුදල් යන වචනය ලියා තිබීම.
2. ආදායකයාගේ නම ලියා හෝ රැගෙන එන්නාට යන මුද්‍රිත වචනය සඳහන්ව තිබීම (එනම් රැගෙන එන්නාට යන්න ඉරකින් කපා නොතිබීම.)
3. අවසාන පිටසන හිස් පිටසනකින් යුත් විධාන වෙක්පතක් වීම.

මෙහි දී බැංකුවේ ආරක්ෂාව පිණිස ධාරක වෙක්පතකට වුව ද මුදල් ගැනීමේ දී පිටසන යෙදීම ප්‍රායෝගික ව සිදු වේ.

**විධාන වෙක්පත**

විධාන/ඇණවුම් වෙක්පත් ආදායකයාට හෝ ඔහුගේ විධානයට පමණක් හෝ වෙක්පතේ සඳහන් මුදල ගෙවනු ලබන වෙක්පත් මේ නමින් හැඳින්වේ. විධාන වෙක්පතක් වෙනත් අයෙකුට පැවරීමේ දී පිටසන් කිරීම අනිවාර්යය වේ. එම නිසා විධාන වෙක්පත් ධාරක වෙක්පත්වලට වඩා ආරක්ෂාකාරී වේ. මෙවැනි වෙක්පතක අනිවාර්යයෙන්ම පහත ලක්ෂණ අඩංගු වේ.

1. “හෝ අණට” යන මුද්‍රිත වචන කපා නොහැරීම.
2. “හෝ රැගෙන එන්නාට” යන මුද්‍රිත වචන කපා හැර තිබීම.

ඉහත සඳහන් ප්‍රධාන වෙක්පත් වර්ග දෙකට අමතරව වෙක්පත ලියන ආකාරය අනුව හා කාලය අනුව පහත අයුරින් ද වෙක්පත් හඳුන්වා දිය හැකිය.

**මතු දාතම යෙදූ වෙක්පත**

ඉදිරි දාතම යෙදූ වෙක්පත ලෙස ද හඳුන්වන මෙහි විශේෂ ලක්ෂණය වනුයේ වෙක්පත ලියා පවරන දිනයට අනාගත දිනයක් වෙක්පතෙහි දිනය ලෙස නම් කිරීමයි.

**මතු දාතම යෙදූ වෙක්පතක් ඔබට ලැබුණු විට ගත හැකි විකල්ප ක්‍රියාමාර්ග**

1. වෙනත් ගනුදෙනුවක් සඳහා හුවමාරු කිරීම
2. වට්ටම් ආයතනයකට ලබා දී මුදල් ලබා ගැනීම
3. කල් පිරෙන තුරු ළඟ තබා ගැනීම

**විවෘත වෙක්පත සහ සංචාත වෙක්පත**

විවෘත වෙක්පතක් යනු රේඛනය නොකරන ලද වෙක්පතකි. ආදායකයාට අදාළ බැංකු කවුන්ටරයෙන් කෙලින්ම මුදල් කරගත හැකිය. රේඛනය කරන ලද වෙක්පත සංචාත වෙක්පතක් නැතිනම් රේඛිත වෙක්පතක් ලෙස හැඳින්වෙයි.

**යල්පිහු වෙක්පත**

කිසියම් නිශ්චිත කාල සීමාවක් දක්වා ඇති වෙක්පතකට අදාළ කාල සීමාව තුළ බැංකු වෙත ඉදිරිපත් කරනු නොලැබ විට වෙක්පත යල්පිහු වෙක්පතක් බවට පත් වේ. වලංගු කාලය පිළිබඳ නිශ්චිත සීමාවක් දක්වා නොමැති අවස්ථාවක වෙක්පතක වලංගු කාලය වසර හයකි. කෙසේ වෙතත් බැංකුකරුවන් පොදුවේ අනුගමනය කරනු ලබන උපරිම ගෙවීම් කාලය මාස හයකි.

**වෙක්පතක් ලිවීමේ දී සැලකිලිමත් විය යුතු කරුණු**

.....

.....

.....

.....

.....

- පිළිපතෙහි අදාළ විස්තර සටහන් කර ගැනීම
- හිස් වෙක්පත්වල අත්සන් යෙදීමෙන් වැළකීම
- මුදල් වෙක්පත් ඕනෑම අයෙකුට මාරු කරගත හැකි නිසා ඒවා ලිවීම හැකි තාක් දුරට අඩු කිරීම හා ඒවා ලියන්නේ නම් රේඛනය කිරීම.
- වෙක්පතෙහි ආදායකයාගේ නම නිවැරදි ව සඳහන් කිරීම

**වෙක්පත් රේඛනය**

වෙක්පතක් රේඛනය කිරීම යනු වෙක්පතක මුහුණත හරහා සමාන්තර ඉරි දෙකක් යෙදීම හෝ බැංකුවක නමක් සඳහන් කිරීමයි. වෙක්පත් රේඛනය කිරීමේ වැදගත්කම වන්නේ එම රේඛිත වෙක්පත සඳහා බැංකු කවුන්ටරයෙන් කෙලින්ම මුදල් ලබා ගැනීමට වෙක්පත් හිමිකරුට නොහැකි වීමය.

**වෙක්පත් රේඛනයක වැදගත්කම / අවශ්‍යතාව**

- වෙක්පතෙහි සඳහන් වටිනාකම එහි ආදායකයාට ලැබීම සහතික කිරීම.
- වෙක්පතට අමතර ආරක්ෂාවක් ලබාදීම.
- ගිණුමකට බැර කිරීමෙන් තොරව බැංකු කවුන්ටරයෙන් මුදල් ලබා ගැනීම වැළැක්වීම.

**රේඛන වර්ග**

ප්‍රධාන රේඛන වර්ග දෙකකි.

1. සාමාන්‍ය රේඛනය
2. විශේෂ රේඛනය

සාමාන්‍ය රේඛනයක් කිරීමට නම් වෙක්පත මුහුණත හරහා සමාන්තර ඉරි දෙකක් ඇදීම කළ යුතු අතර විශේෂ රේඛනයක දී බැංකුවක නමක් සඳහන් කිරීම ප්‍රමාණවත් අතර සමාන්තර රේඛා දෙක අනිවාර්ය නොවේ.

*"සාමාන්‍ය රේඛනය හා විශේෂ රේඛනය ලෙස වෙනස්ත් රේඛනය කළ හැකිය. එහෙත් විශේෂ රේඛනයක දී වෙනස්ත් හරහා ඔබ්බෙන් ඉරි දෙකක් ඇඳීම ඔබ විටම අවශ්‍ය නොවේ."*

**ගනුදෙනු කළ නොහැකිය**

ගනුදෙනු කළ හැකි ලියවිල්ලක ඇති පැවරුම්ලාභියාට පූර්ණ හා පැහැදිලි හිමිකමක් තිබීම යන ලක්ෂණය අදාළ නොවන බව මෙම වෙක්පතෙන් අදහස් කරයි. එනම් පැවරුම් ලබන්නාට ලැබෙනුයේ පැවරුම්කරුගේ යම් දෝෂයක් පවතින්නේ නම් එම දෝෂය ද සමඟය. එම නිසා වෙක්පත පැවරුම්ලාභියා පවරනු ලබන පුද්ගලයා පිළිබඳ මනා පරීක්ෂාවකින් පසුව පමණක් වෙක්පත භාරගත යුතු බව මෙමගින් අදහස් කරයි.

**රු. 1000 ක් දක්වා පමණි.**

වෙක්පතක අකුරුවලින් හා ඉලක්කමෙන් දක්වා ඇති මුදල් ප්‍රමාණය වංචාකාරී ලෙස වෙනස් කිරීමේ අරමුණට අමතර ආරක්ෂා මාර්ගයක් ලෙස මෙම යෙදුම උපයෝගී කර ගනී.

**ආදායකයාගේ ගිණුමට පමණි**

රේඛනයට මෙම වචන එක් කිරීමේ පරමාර්ථය වන්නේ ආදායකයාගේ ගිණුමට හැර වෙනත් ගිණුමකට වෙක්පත සඳහා අය ලබා නොගන්නා ලෙස බැංකුවට දැනුම් දීමයි. මෙවැනි රේඛනයක් කිරීම මගින් වෙක්පතට උපරිම ආරක්ෂාවක් ලබාගත හැකිය. මෙසේ රේඛනය කර ඇති වෙක්පත් අනිත් අයෙකුට පැවරිය නොහැකිය. එනම් වෙක්පතෙහි නම සඳහන් ආදායකයාගේ ජංගම ගිණුමෙහි පමණක් තැන්පත් කළ හැකි වෙක්පත පහත සඳහන් අංගවලින් වෙක්පත වෙන් කර හඳුනා ගත හැකිය.

.....

.....

.....

.....

**වෙක්පතකට රේඛනයක් සිදු කළ හැකි පාර්ශවයන්**

1. අණකරුට වගන්තියක් සහිතව හෝ රහිතව සාමාන්‍ය හෝ විශේෂ රේඛනයක් කළ හැකිය.
2. ධාරකයාට පහත සඳහන් කටයුතු කළ හැකිය.

.....  
 .....  
 .....

3. අය ලබා ගන්නා බැංකුවට හෝ අණලදුට රේඛනය කළ හැකි වීම.
4. රේඛනයේ නම සඳහන් වන බැංකුවට රේඛනය කළ හැකි වීම.

**වෙක්පතක රේඛනයක් අවලංගු කළ හැකි පාර්ශවයන්**

රේඛනයක් අවලංගු කිරීමට බලය ඇත්තේ අණකරුට පමණි. මෙහි දී “රේඛනය අවලංගු කරන ලදී. කරුණාකර මුදල් ගෙවන්න.” ලියා ආදර්ශ අත්සන යෙදීමෙන් රේඛනය අවලංගු කළ හැකිය.

**ගෙවීම් කිරීමේ දී විවෘත වෙක්පත්වලට වඩා රේඛිත වෙක්පත් භාවිත කිරීමේ වැදගත්කම**

- වෙක්පතේ වටිනාකම එය ලැබිය යුතු තැනැත්තාටම ලැබීම සහතික වීමක් සිදු වීම.
- වංචාවක් හෝ වෙනත් හේතුවක් මත ගෙවීම් නතර කිරීමට අවශ්‍ය නම් එයට ඉඩකඩක් ලැබීම.
- ගනුදෙනු කළ නොහැකිය යන රේඛනයකින් අණකරුට ලැබෙන විශේෂ රැකවරණය

**රේඛිත වෙක්පත් ව්‍යාපාරකයින් අතර ජනප්‍රිය වීමට හේතු**

- අදාළ පුද්ගලයාටම ලැබීම තහවුරු වීම නිසා වංචනික ක්‍රියාවලට අවකාශ අවම වීම.
- කිසියම් වංචාවක් සිදු කළේ නම් ඔහුට විරුද්ධව නීත්‍යානුකූල කටයුතු කිරීමට ඇති හැකියාව.
- ගෙවීම් ප්‍රමාද කිරීමට අවස්ථාව ලැබීම
- සුරක්ෂිතභාවය හෙවත් ආරක්ෂා සහගත වීම
- තැපැලෙන් යවන වෙක්පත් සඳහා අමතර ආරක්ෂාවක් ලැබීම

**3.3.2 වෙක්පතක් පිටසන් කිරීම**

පිටසන් කිරීම යනු වෙක්පතෙහි සඳහන් වන ආකාරයට ම ආදායකයා සිය නම ගලායන පරිදි වෙක්පත පිටුපස ලිවීමයි. මෙහි දී ආදායකයාගේ නම ලියනවා මිස ඔහුගේ අත්සන යෙදීම අවශ්‍ය නැත. ආදායකයෙකු නොවන අයෙකුට වුව ද අන් අයෙකුට පැවරීමේ දී ඔහුගේ නම ලිවීම සිදු කළ යුතුය. මෙහි දී සිදු වන්නේ වෙක්පතෙහි අයිතිය පැවරීමයි. නැතිනම් අයිතිය අහෝසි කිරීමයි. එනම් තම හිමිකම පැවරුම්ලාභියාට ආදායකයා විසින් පැවරීමයි.

**වෙක්පතක පිටසනක් යෙදූ විට ඇති වන හිතහනුකුල බලපෑම**

- වෙක්පත පැවරීමට පෙර වෙක්පත පිළිබඳ හොඳ හිමිකමක් තිබෙන බව පෙන්වීම
- තම වෙක්පත පිටසන් කරන විට එය නිර්ව්‍යාජ වෙක්පතක් බව පෙන්වීම
- තමාගේ පිටසනට පෙර තිබූ සියලු පිටසන් නිර්ව්‍යාජ ඒවා බවට සහතික වීම.

**වෙක්පතක් පිටසන් කළ යුතු අවස්ථා**

1. ආදායකයා විසින් වෙක්පත බැංකුවෙහි තැන්පත් කිරීමේ දී
2. විධාන වෙක්පතක් නම් අන්අයෙකුට පවරන අවස්ථාවේ දී
3. රේඛනය නොකරන ලද වෙක්පත් බැංකු කවුන්ටරයට ඉදිරිපත් කොට මුදල් ලබා ගැනීමේ දී

**පිටසනක විධිමත් බව තහවුරු වීම සඳහා අනුගමනය කළ යුතු වැදගත් රීතින්**

1. ඉංග්‍රීසියෙන් පිටසන් කරන්නේ නම් පිටසන වැල් අකුරෙන් විය යුතු ය.
2. එකම භාෂාවකින් පිටසන සිදු කළ යුතු ය.
3. පිටසන යෙදීමේ දී ගරු නාම / තනතුරු නාම නොයෙදිය යුතු ය.
4. වෙක්පතෙහි ආදායකයාගේ නම මුලකුරු රහිතව ලියා ඇති විටෙක වුවත් පිටසනෙහි මුලකුරු ද ඇතුළත් විය යුතු ය.
5. විවාහයට පෙර පැවති නමින් වෙක්පතක් ලැබුණු කාන්තාවකට විවාහයට පසු නමින් පිටසන් කළ හැකි අතර ඒ සමගම විවාහයට පෙර නම ද වරහන් කුළ දැක්විය යුතු ය.
6. මිය ගිය පුද්ගලයෙකු වෙනුවෙන් වෙක්පතක් ලැබුණු විට පොල්මාකාරයා හෝ අද්මිනිස්ත්‍රාසිකරු හෝ විසින් පිටසන් කළ යුතු ය.
7. පිටසනෙහි ආදායකයාගේ නමෙහි අක්ෂර වින්‍යාසය වැරදි වුවොත් ඒ ආකාරයටම පිටසන් කළ යුතුය.
8. අකුරු ලිවීමට නොදත් ආදායකයෙකුට හෝ පිටසන් ලද්දෙකුට සාක්ෂිකරුවකු ඉදිරියේ ඇඟිලි සලකුණු යෙදීම කළ හැකිය. එවිට සාක්ෂිකරු පිටසන්කරුගේ නම ලියා සිය පුරුදු අත්සන යෙදිය යුතුය.

**පිටසන් වර්ග**

- **හිස් පිටසන**

පැවරුම්කරුගේ නම පමණක් පිටසන ලෙස යොදා ඇත්නම් එය හිස් පිටසනකි. මෙහි දී ඇතවුම් වෙක්පතක් ධාරක වෙක්පතක් බවට පත් වේ. මෙම නිසා අදාළ වෙක්පත නැති වුවහොත් හෝ සොරකම් කරනු ලැබුවහොත් හෝ හිමිකමක් නොමැති පාර්ශ්වයකට අදාළ මුදල ලැබීමේ අවදානමක් පවතී.

- **සීමාකාරී පිටසන**

ගෙවීම ලැබිය යුතු අයගේ නම සඳහා කොට වෙක්පත තවදුරටත් අතින් අත පැවරීමේ හැකියාව අහෝසි කරන පිටසනයයි.

උදා :- සුසිලා ගමගේට පමණක් ගෙවන්න - සිරිපාල ගමගේ

- **විශේෂ පිටසන**

ගෙවීම ලැබිය යුතු පුද්ගලයාගේ නම විශේෂයෙන් සඳහන් කෙරෙන පිටසනයයි.

උදා :- සුසිලා ගමගේට හෝ ඇණවුමට පමණක් ගෙවන්න - සිරිපාල ගමගේ

- **කොන්දේසි සහිත පිටසන**

වෙක්පත පැවරීම කිසියම් කොන්දේසියක් ඉටු කිරීමට යටත්ව කෙරෙන පිටසනයයි. කෙසේ වෙතත් කොන්දේසි අදාළ වන්නේ පිටසන්කරුට සහ පිටසන් ලද්දාට පමණි.

උදා :- බඩු තොගය ලැබී ඇත්නම් පමණක් ගෙවන්න - සිරිපාල ගමගේ

**3.3.3 වෙක්පතක් අගරු වීම**

වෙක්පතකට මුදල් ගෙවීම සඳහා බැංකුවට ඉදිරිපත් කළ විට මුදල් නොගෙවීම (ගරු නොකිරීම) වෙක්පතක් අගරු වීම යනුවෙන් අදහස් කරයි.

**වෙක්පතක් අගරු විය හැකි විවිධ ආකාර හෙවත් අවස්ථා**

- 1. ගිණුමේ මුදල් නොමැති වීම :-** වෙක්පතට ගෙවීමට ප්‍රමාණවත් මුදල් ප්‍රමාණයක් අණකරුගේ ගිණුමේ නොමැති වීම නිසා “අණකරු විමසනු” යන්න සඳහන් කොට වෙක්පත අගරු කරයි.
- 2. අණකරු විසින් බැංකු ගිණුමෙන් ගෙවීම නවතා ඇති විට :-** කිසියම් හේතුවක් නිසා ගෙවීම නතර කරන ලෙසට අණකරු බැංකුවට නියෝගයක් නිකුත් කොට ඇත්නම් බැංකුව වෙක්පත් සඳහා ගෙවීම් නොකරයි. මෙහි දී “අණකරු ගෙවීම් නවතා ඇත” යනුවෙන් අගරු සටහනක් යොදයි.
- 3. වෙක්පත හිසියාකාරව ලියා නොමැති විට :-** වෙක්පතේ අත්සන ආදර්ශ අත්සනට නොගැළපීම, අකුරින් හා ඉලක්කමෙන් ඇති මුදල අසමාන වීම ආදී කරුණු නිසා දෝෂ සහිත විට අදාළ දෝෂය අගරු සටහන ලෙස ලියා අගරු කරයි.
- 4. ගිණුම වසා ඇති විට :-** එනම් ගිණුම අණකරු විසින් වසා ඇති විට වෙක්පත අගරු වෙයි. “ගිණුම වසා ඇත” යනුවෙන් අගරු සටහන යොදයි.
- 5. වෙක්පත බොද වී, අපහැදිලි වී ඇති විට :-** මෙවැනි අවස්ථාවක වෙක්පතෙහි මුහුණතෙහි “විකල වෙක්පතකි” යනුවෙන් අගරු සටහන යොදයි.

**අගරු වූ වෙක්පතක් සම්බන්ධයෙන් ධාරකයෙකුට ගත හැකි විකල්ප ක්‍රියාමාර්ග**

1. අණකරුට ලිඛිතව දැනුම් දී වෙක්පතෙහි අය ලබා ගැනීමට කටයුතු කිරීම.
2. ලිඛිත දැනුම් දීමට පිළිතුරක් නොමැති බැවින් නඩු නො දැමීමට හේතු දක්වන ලෙස දක්වා නීතිඥයෙකු ලවා එන්තරවාසියක් යැවීම.
3. එන්තරවාසියට ද පිළිතුරක් නොමැති නම් නඩු පැවරිය හැකි වීම.

**ඔබට ලැබුණු වෙක්පතක් අස්ථාන ගත වූ විට ඔබ ගතයුතු නිවැරදි ක්‍රියා මාර්ගය**

1. හැකි ඉක්මනින් බැංකුවට දැනුම් දීම. මෙම දැනුම් දීම ලිඛිතව තහවුරු කිරීම අත්‍යවශ්‍යය
2. අණකරු මගින් වෙක්පතකට ගෙවීම් නො කරන ලෙස ලිඛිතව බැංකුවට දැන්විය යුතු වීම.

**බැංකුවක් විසින් වෙක්පත් මිල දී ගැනීම**

කිසියම් ගිණුම් හිමියෙකුට කලින්ම ලැබුණ ඉදිරි දිනයක් යොදන ලද වෙක්පතක් බැංකු ගිණුමේ තැන්පත් කොට උපලබ්ධි වන තුරු නොසිට කළමනාකරුගේ අනුමැතිය ඇතිව එම අවස්ථාවේ දී ම මුදල් කර ගැනීමක් සිදු කරයි නම් එය බැංකුවක් විසින් වෙක්පත් මිල දී ගැනීම ලෙස හඳුන්වයි. බොහෝ විට රජයේ ආයතනවල වෙක්පත් හා පිළිගත් පෞද්ගලික ආයතනවල වෙක්පත් මෙසේ මිල දී ගනු ලබයි.

**වෙක්පත් සහතික කිරීම**

වෙක්පත් සහතික කිරීම යනු විශාල වටිනාකමක් සහිත ගනුදෙනුවක් වෙක්පතකින් ගෙවීමේ දී එම වෙක්පත ලබා දෙන පුද්ගලයා (අණකරු) විසින් නිකුත් කොට ඇති බැංකුවේ කළමනාකරු ලවා එය ගිණුමේ මුදල් ඇති බවට සහතික කරවා ගැනීමක් සිදු කරයි. එනම් වෙක්පත් අගරු වීමේ අවදානමක් නොමැති බවට සහතිකයක් බැංකුකරුගෙන් ලබා ගැනීමයි.

**ඡායාගත පිළිබිඹු වෙක්පත**

වෙක්පත් නිශ්කාශණ සඳහා භෞතික වෙක්පත යැවීම වෙනුවට පරිගණක තාක්ෂණය මගින් එහි ඉදිරිපස සහ පිටුපස ඡායාගත කරන ලද පිළිබිඹුව යැවිය හැකි පරිදි සකස් කළ නව වෙක්පත් විශේෂය ඡායාගත පිළිබිඹු වෙක්පතක් ලෙස හඳුන්වා දිය හැකිය. පරිගණක ආශ්‍රිත දත්ත යැවීම හා ගබඩා කිරීමේ ඉඩකඩ අවම වන පරිදි වෙක්පත සකස් කිරීම මෙහි විශේෂ ලක්ෂණයයි.

**ඡායාගත පිළිබිඹු වෙක්පත් නිෂ්කාශන ක්‍රමයකට ගැලපෙන නව වෙක්පතක් ලෙස පිළියෙල කිරීමේ නම් වුවදී වෙක්පතක දක්නට ලැබෙන වැදගත් ලක්ෂණ**

1. වෙක්පත මතුපිට පසු තලය අඩු වර්ණවත් පාටවලින් (ලා පාටින්) මුද්‍රණය කර තිබීම. වෙක්පත මතුපිට මුද්‍රණය කරනු ලබන සිත්තම් ද ලා පාටින් මුද්‍රණය කර තිබීම.
2. වෙක්පත මතුපිට දක්නට ඇති පහත සඳහන් ස්ථානයන්හි කිසිම සිත්තමක් ඇතුළත් නොවීම
  - දිනය
  - ආදායකයාගේ නම
  - ඉලක්කමෙන් සඳහන් වටිනාකම
  - වචනවලින් සඳහන් වටිනාකම
  - අණකරුගේ අත්සන
3. එම්.අයි.සී.ආර්. සංකේත සඳහන් වෙක්පතේ පහළ තීරුව
4. දිනය DD MM YY ලෙස දැක්වීම.
5. වෙක්පතේ වටිනාකම ඉලක්කමෙන් සටහන් කරනු ලබන කොටුවේ රේඛාවක් ඉතා අඩු වරණයකින් මුද්‍රණය කර තිබීම.
6. ඉලක්කමෙන් වටිනාකම සඳහන් කොටුව තුළ දැනට සඳහන් රු. (Rs.)සලකුණ කොටුව ඉදිරියෙන් දැක්වීම.

**ඡායාගත පිළිබිඹු වෙක්පත් නිෂ්කාශන ක්‍රමය**

- **ලංකාවේ මෙම ක්‍රමය ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා ගන්නා ලද පියවරයන්**

සීමාසහන ලංකා ක්ලියර් (පුද්ගලික) සමාගම, මහ බැංකුව හා වාණිජ බැංකුවල නිලධාරීන්ගෙන් සමන්විත කමිටුවක් විසින් ලංකාවේ මෙවැනි ක්‍රමයක් ක්‍රියාත්මක කිරීමට ගතයුතු පියවරයන් කිහිපයක් හඳුනා ගෙන ඇත.

  1. ඡායාගත පිළිබිඹුව වෙක්පත් ක්‍රමයට පහසුව සලසන නව වෙක්පතක් හඳුන්වා දීම.
  2. දැනට ලංකාවේ පවතින නීති රීතිවල අවශ්‍ය වෙනස්කම් සිදු කිරීම.

3. වෙක්පත්වල ඡායාගත පිළිබිඹු නිශ්කාෂණය කළ හැකි පිරිදි අවශ්‍ය පරිගණක උපකරණ ප්‍රධාන නිරීක්ෂණාගාරයේ සවි කිරීම.
4. ප්‍රාදේශීය වශයෙන් සේවා සපයන මධ්‍යස්ථාන 10 ක් සහ කොළඹ එක් සේවා සපයන මධ්‍යස්ථානයක් පිහිටුවීම.

**ඡායාගත පිළිබිඹුව සහතික වෙක්පත් ක්‍රමයක් මගින් වාණිජ බැංකුවලට අත්වන ප්‍රතිලාභ**

1. මෙහෙයුම් කාර්යක්ෂමතාව ඉහළ යාම හා වර්තමාන නිශ්කාෂණ ක්‍රමයට අදාළ ක්‍රියා පටිපාටිය එතරම් වෙනසකට භාජනය නොකිරීම.
2. ඡායාගත පිළිබිඹු වෙක්පත් නිෂ්කාශන ක්‍රමය නිසා බැංකු විසින් ප්‍රවාහන පහසුකම්වලට ගෙවන ගාස්තු අඩුවීම.
3. වෙක්පත්වලින් ලබාගන්නා ලද ඡායාගත පිළිබිඹු බැංකුවල නොයෙකුත් පසු කාර්යාල කටයුතු සඳහා භාවිත කළ හැකි වීම. වෙක්පත්වල දිනය ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අත්සන වෙක්පත ගෙවීමට මුදල් ප්‍රමාණවත් ද යන්න ස්වයංක්‍රීයව පරීක්ෂා කිරීමට හැකිවනු ඇත.
4. බැංකු විසින් රැස් කරන ලද හා ගෙවන ලද වෙක්පත්වල තොරතුරු ඉතා කුඩා ඉඩ ප්‍රමාණයක තැන්පත් කළ හැකි වීම.

**අගරු වූ වෙක්පත් නිවේදනය**

ඡායාගත පිළිබිඹු වෙක්පත් නිශ්කාෂණ ක්‍රමය යටතේ වෙක්පතක් අගරු වූ අවස්ථාවේ දී වෙක්පත වෙනුවට වෙක්පත තැන්පත් කළ ගනුදෙනුකරුට ලබා දෙන දැනුම් දීමේ ලියවිල්ල මින් අදහස් කෙරේ. මෙම නිවේදනය අගරු වූ වෙක්පත පිළිබඳ සියලු විස්තර අඩංගු ලියවිල්ලක් වන අතර එය අගරු වෙක්පත වෙනුවට යොදා ගත හැකි ආදේශකයක් වේ. එම නිසා නැවත නිශ්කාශනයට ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා වෙක්පත වෙනුවට මෙය භාවිත කළ යුතු ය.

**3.3.4 විද්‍යුත් මුදල්**

අන්තර්ජාල හුවමාරු ගනුදෙනු වලදී අතරමැදි මාධ්‍යයක් ලෙස භාවිතා කරන හුවමාරු මාධ්‍ය අන්තර්ජාල මුදල් හෙවත් විද්‍යුත් මුදල් ලෙස හැඳින්වෙනවා. වර්තමානයේ භාවිතා වන හරපත් බැරපත හා ATM කාඩ්පත් මෙන්ම විද්‍යුත් මුදල් පසුම්බිය වලට උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැකිය.

නමුත් වර්තමානයේ දී E-money ලෙස හැඳින් වූ සැතියන් අපට අසන්නට ලැබෙන්නේ (Forex, Fiverr, Business Online, Google AdSence) දැක්විය හැකිය.

**3.4 සන්නිවේදනයේ ක්‍රියාවලිය**

යම් පාර්ශවයක් සතු තොරතුරක් තවත් පාර්ශවයක් සතු කිරීමෙන් යම් බලපෑමක් ඇති කිරීමට ගන්නා ක්‍රියා මාර්ගයක්, නැතිනම් එකිනෙකා අතර පණිවිඩ හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා සිදු කරනු ලබන සියල්ල සන්නිවේදනය ලෙස අදහස් වේ.

ඉහත හැඳින්වීමට අනුව සන්නිවේදනය යන්නට පහත දෑ අයත්ය.

- කෙනෙකු තවත් කෙනෙකුට පණිවිඩයක් යැවීම.
- කෙනෙකුගෙන් තවත් කෙනෙකුට පණිවිඩයක් ලැබීම
- එම පණිවිඩය නිවැරදිව තේරුම් ගැනීම

මේ අනුව සන්නිවේදනය යන්නට පහත අර්ථකථන ලබාදිය හැකිය

1. සන්නිවේදනය යනු එක් පාර්ශ්වයක් තවත් පාර්ශ්වයකට තොරතුරු යැවීම, ලැබීම, තේරුම් ගැනීම හා බෙදා ගැනීම
2. පුද්ගලයින් දෙදෙනෙක් හා ඊට වැඩි පිරිසක් අතර තොරතුරු හුවමාරු කිරීමේ හා තේරුම් ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය

**3.4.1 වාණිජ්‍යයේ උපකාරක සේවාවක් ලෙස සන්නිවේදනයේ ඇති වැදගත්කම**

වෙළෙඳාමක් ඊට උපකාරක වන අනෙකුත් උපකාරක සේවාවන් සමඟ අන්තර් සම්බන්ධතා පවත්වා ගනිමින් වාණිජ කටයුතු වඩාත් ඵලදායීව හා කාර්යක්ෂම ව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා සන්නිවේදනය වැදගත් කාර්යය භාරයක් ඉටු කරයි. ඒවා අතර

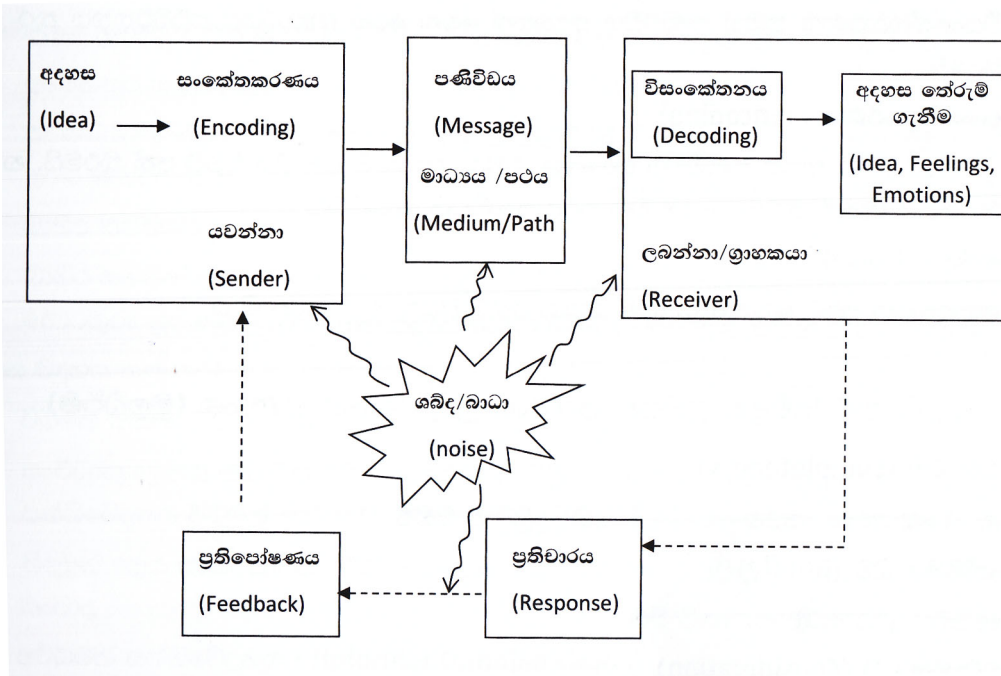
1. වෙළෙඳ ගනුදෙනුවල දී අදාළ පාර්ශ්ව අතර අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම (ඇනවුම් භාර ගැනීම, ඇණවුම් කිරීම, ඇණවුම් යැවීම)
2. සේව්‍ය සේවක සම්බන්ධතා පවත්වා ගැනීමේ දී
3. ....
4. ....
5. ....

ව්‍යාපාරයක කළමනාකරුවෙකුට සන්නිවේදනය තම ව්‍යාපාරික කටයුතු කාර්යක්ෂම ව පවත්වා ගෙන යාමට උපකාරී වේ. එනම්

- ව්‍යාපාරයේ අරමුණු, පරමාර්ථ ස්ථාපිත කිරීමට හා සැලසුම් කරන පරිදි සකස් කිරීමට
- මානව හා භෞතික සම්පත් මානව සංවිධානය කිරීමට
- .....
- .....
- .....

### 3.4.2 සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය

කිසියම් පාර්ශවයක් සතු පණිවිඩයක් තවත් පාර්ශවයක් සතු කිරීමේ ක්‍රියාවලිය සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ලෙස හඳුන්වයි.



### 3.4.3 සන්නිවේදන ක්‍රමයක් සාර්ථකව සිදු වීමට අවශ්‍ය මූලිකාංග

මූලිකාංග හයකි.

**1. පණිවිඩය යවන්නා**

.....

.....

**2. පණිවිඩය**

.....

.....

**3. පණිවිඩය ලබන්නා**

.....

.....

**4. යොදා ගන්නා මාධ්‍ය**

එනම් යවන්නා හා ලබන්නා අතර පණිවිඩය සිදු වන ආකාරය මින් අදහස් කරයි. එනම් පණිවිඩය සිදුවන්නේ කොහි ද, කෙසේ යන්න හා අවස්ථාව යන්න ද යෙදේ.

**5. අරමුණු**

පණිවිඩය ලබා දීමට හේතු මින් අදහස් කරයි. සන්නිවේදන විවිධ හේතු පදනම් කර ගෙන ඇති විය හැකිය. ඒවා අතර තොරතුරක් දැනුම්දීම, යමක් පැහැදිලි කිරීම, යමක් විස්තර කිරීම, කථාවක් කිරීම, යමක් නිර්දේශ කිරීම, විනෝදාස්වාදය ලබා දීම, හැඟීම් විස්තර කිරීම, සමාජ සම්මත අනුමත කිරීම හා යමක් යමෙකුට අවබෝධ කිරීම විය හැකිය.

**6. ප්‍රතිපෝෂණය හා ප්‍රතිචාරය**

එනම් ලබන්නා විසින් පණිවිඩයට දක්වන ප්‍රතිචාරය මින් අදහස් කරයි. මෙය ඉතා වැදගත් ක්‍රියාවකි. එනම් පණිවිඩය සාර්ථක අසාර්ථක භාවය මේ තුළින් මැන ගත හැකිය. නිවැරදි අවබෝධය නැතිනම් පණිවිඩය තේරුම් ගත බවක් මේ තුළින් වටහා ගත හැකිය. පණිවිඩයේ අඩංගු තොරතුරු ලැබුණු පසු ග්‍රාහකයා දක්වන හැසිරීම් රටා ප්‍රතික්‍රියා වේ.

මීට අමතරව පහත සඳහන් දෑ ද මූලිකාංග යටතට එක් කළ හැකිය.

- **විසංකේතකරණය**

විසංකේතකරණය තුළින් පණිවිඩය අදහසක් ගෙන දෙන ආකාරයට පරිවර්තනය කර ගැනීම සිදු වේ.

- **සංකේතකරණය**

යවන්නා විසින් අදාළ පණිවිඩය සංකේත, වචන, ඇඟවීම් යනාදිය බවට පත් කිරීමයි. නැතිනම් මාධ්‍යයට ඇතුළු කිරීමට හැකි වන පරිදි පණිවිඩය සැකසීමයි.

- **ශබ්ද**

තොරතුරක් සුමට ලෙස ගලා යාම සඳහා ඇති බාධක හෝ බලපෑම් ය.

**3.4.4 ඵලදායී සන්නිවේදන ක්‍රමයක පැතිරී යෑම යහපත් ගුණාංග (මූලධර්ම)**

- 1. ....
- 2. ....
- 3. ....
- 4. ....
- 5. ආචාරශීලිභාවය
- 6. නිවැරදි බව
- 7. ආරක්ෂාව හෙවත් රහස්‍ය භාවය
- 8. අවම පරිවැය
- 9. සුලභතාවය
- 10. වේගවත් බව

**3.4.5 සන්නිවේදන ක්‍රම / ක්‍ෂේත්‍ර**

සන්නිවේදන ක්‍රම විවිධ පදනම් යටතේ වර්ගීකරණයට ලක් කෙරෙන බව පෙනී යයි.

සන්නිවේදනය මාධ්‍ය අනුව පහත පරිදි වර්ග කළ හැකි ය.

.....

.....

.....

සන්නිවේදනය හුවමාරු වන ක්‍ෂේත්‍රය නැතිනම් ව්‍යාපාර පරිසරයට අනුව පහත පරිදි වර්ග කළ හැකි ය.

1. අභ්‍යන්තර සන්නිවේදනය

අභ්‍යන්තර සන්නිවේදනය යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ ව්‍යාපාර ආයතනය තුළ විවිධ පාර්ශ්වයන් අතර තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා යොදා ගන්නා විවිධ ක්‍රම ඇතුළත් සන්නිවේදනයයි.

2. බාහිර සන්නිවේදනය

බාහිර සන්නිවේදනය යනු ව්‍යාපාර ආයතනයක් ව්‍යාපාර ආයතනයෙන් බැහැර පාර්ශ්වයන් සමඟ තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා යොදා ගන්නා විවිධ ක්‍රම ඇතුළත් සන්නිවේදනයයි.

සංවිධාන ව්‍යුහය තුළ සන්නිවේදනය සිදුවන ආකාරය අනුව සන්නිවේදනය පහත පරිදි වර්ග කළ හැකිය.

1. විධිමත් සන්නිවේදනය

සංවිධාන ව්‍යුහය මගින් ස්ථාපිත කොට ඇති පිළිගත්, නිල වශයෙන් ක්‍රියාත්මක වන ආයතනයේ සන්නිවේදනය විධිමත් සන්නිවේදනය ලෙස සලකයි.

නිදසුන් ලෙස සාකච්ඡා, රැස්වීම්, චක්‍රලේඛ, ලිපි, මෙමෝ, ඊ මේල්, පුවත්පත්දැන්වීම්, දුරකථන සංවාද

2. අවිධිමත් සන්නිවේදනය

ආයතනයක සිටින අවිධිමත් කණ්ඩායම් අතර පවත්නා නිල නොවන පණිවුඩ හුවමාරු වීමේ ක්‍රම අවිධිමත් සන්නිවේදනය ලෙස හඳුන්වා දිය හැකිය.

නිදසුන් ලෙස නිර්නාමික දුරකථන ඇමතුම්, නිර්නාමික ලිපි, කටකථා, පෙන්සම්, අවිධිමත් සාකච්ඡා හා රැස්වීම්

භාවිත කරන තාක්ෂණය අනුව සන්නිවේදනය වර්ග දෙකකි.

1. විද්‍යුත් සන්නිවේදනය

විදුලි සංදේශ ජාලයන් හෝ අංකිත තාක්ෂණය හරහා සිදු කරන තොරතුරු හුවමාරුව විද්‍යුත් සන්නිවේදනය ලෙස හැඳින්විය හැකිය. වර්තමානයේ ව්‍යාපාරවල සන්නිවේදන කටයුතු සඳහා බෙහෙවින්ම භාවිත කරන මෙම විද්‍යුත් සන්නිවේදන උපකරණ නිසා ව්‍යාපාර කටයුතු කාර්යක්ෂමව හා සඵලදායී ව පවත්වාගෙන යාමට අවකාශ ලැබී ඇත.

2. සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය

**3.4.6 සන්නිවේදනය සිදු කළ හැකි විවිධ මාර්ග**

සන්නිවේදනය විවිධ මාර්ග ඔස්සේ සිදු විය හැකි අතර මෙහි දී යම් පාර්ශ්වයක් සතු පණිවුඩයක් වෙනත් පාර්ශ්වය සඳහා යොදා ගන්නා විවිධ ආකාරයන් දක්නට ලැබේ.

- අංග වලනය                      - වාචිකව
- ලිඛිතව                                - විද්‍යුත්
- හඬ                                        - සංඥා හා සංකේත

**3.4.7 සන්නිවේදනය ව්‍යාපාරයකට වැදගත් වීමට හේතු**

අභ්‍යන්තර සන්නිවේදනය	බාහිර සන්නිවේදනය
ආයතනයේ අංශ අතර සම්බන්ධතා පවත්වා ගැනීමට හැකි වීම	ආයතනය හා බාහිර ආයතන සමග සම්බන්ධතා ඇතිකර ගැනීම සහ පවත්වා ගැනීමට හැකි වීම
සේව්‍ය සේවක සම්බන්ධතා වර්ධනය කර ගැනීමට හැකි වීම	ආයතනයේ භාණ්ඩ හා සේවා පිළිබඳ තොරතුරු වෙළෙඳපොළට දැනුම් දීමට හැකි වීම
සේවක අභිප්‍රේරණය හා කණ්ඩායම් මෙහෙය වීමට හැකි වීම	ගනුදෙනුකරුවන්ට හා මහජනතාවට යම් යම් දේ දැනුම් දීමට හැකි වීම
තීරණ ගැනීමේ දී, ගැටලු විසඳීමේ දී තොරතුරු හුවමාරු කරගැනීමට හැකි වීම	විමසීම්වලට ප්‍රතිචාර දැක්වීමට හැකි වීම

**3.4.8 සඵලදායී සන්නිවේදනයට ඵල්ලුවන බාධා**

- **භෞතික සාධක :** ශබ්ද, කැරලි කෝලාහල, අනතුරු
- **පද්ධතියේ වැරදි අඩුපාඩු :** දත්ත පද්ධතිය තුළ පවතින අඩුපාඩු, අන්තර්ජාල ගැටලු
- **සාමාන්‍යම ක සිතුවම් :** නවීන තාක්ෂණික සන්නිවේදන ක්‍රම පිළිබඳව සේවකයන් තුළ පවතින සාමාන්‍යම ක සිතුවම්.
- **මනෝවිද්‍යාත්මක සාධක :** විවිධ පුද්ගලයින් සන්නිවේදනය කරන අවස්ථාවන්හි දී විවිධ මානසික තත්ත්වය යටතේ සිටිය හැකිය. එබැවින් සියල්ලන්ට ම එක හා සමාන ඵලදායකත්වයෙන් යුතුව සන්නිවේදනය කිරීමට අවස්ථාව නොලැබේ.

**3.5 රක්ෂණ මූලධර්ම හා වර්ගීකරණය**

**3.5.1 රක්ෂණය යන්නෙහි අර්ථකථනය**

.....

.....

.....

.....

**නැතහොත්**

අවදානම් ඇති වේ යයි අපේක්ෂා කරන පුද්ගලයන් රාශියකගේ දායකත්වයෙන් යුත් අරමුදලකින් ගොඩනගා ගන්නා වූ පොදු අරමුදලක් මගින් නිශ්චිත වශයෙන්ම අවදානමට මුහුණ දුන් අයහට වන්දි ගෙවන්නා වූ සමායක්(යහපත්) මාර්ගයකි රක්ෂණය.

**රක්ෂණය පදනම් වී ඇති මූලධර්මය වන්නේ “අවදානම් ඒකරාශීකරණයයි.”**

රක්ෂණ අරමුදල ගොඩනැගී ඇත්තේ අවදානම් දරීමට අනාගතයේ සිදු වේ යැයි සිතන සියලුම රක්ෂිතයන්ගේ වාරික මුදල්වල එකතුවෙනි. එහෙත් එම සියලු ම රක්ෂිතයන් හට අවදානම් සිදු නොවන අතර නිශ්චිත වශයෙන්ම අවදානම්වලට ලක්වන අයට රක්ෂණයෙන්ව වන්දි ලැබේ. එම නිසා රක්ෂණයේ පදනම නැතිනම් පැවැත්ම රැඳී ඇත්තේ අවදානම් ඒකරාශීකරණය හෙවත් සාමූහික සහභාගිත්වය යන මූලධර්මය මතයි.

**රක්ෂණය සම්බන්ධ අවධානම**

කිසියම් හානියක් සිදු වීමට ඇති සම්භාවිතාව හෙවත් ඉඩකඩ අවදානම ලෙස හැඳින් වේ. වෙනත් ලෙසකින් කිවහොත් අනතුරකට පත්වීමට ඇති ඉඩකඩයි. අවදානමක් මගින් ගම්‍යවන ප්‍රධාන ලක්ෂණ 3 කි.

**1. ....**

අවදානමේ පදනම අවිනිශ්චිතතාව හෙවත් නොදැනුවත්කමයි. එනම් දැනුම නොමැතිකම නිසා හෝ අවධාන දැනුමේ උනන්දුව නිසා අනාගතය පිළිබඳව ඇති වන සැකසංකා වේ.

**2. ....**

කිසියම් සිද්ධියක දී සිදු වූ ප්‍රතිඵලයේ ප්‍රමාණය පිළිබඳව සංකල්පයයි. ඇතැම් සිද්ධීන් නිතර ම සිදු වූවත් භයානක ප්‍රතිඵල ගෙන දෙන්නේ ඉඳහිටය. එසේම යම් සිද්ධියක් ඉඳහිට සිදුවූවත් අලාභය විශාල වේ.

නිදසුන් :- ගුවන් අනතුරු

**3. ....**

හානි හෙවත් අලාභ ඇතිවීමට හේතුව උපද්‍රව ලෙස හැඳින්විය හැකිය. පුද්ගලයන් හා ඔවුන් සතු දේපලවලට විවිධ හේතූන් නිසා අලාභ ඇති වේ.

නිදසුන් : පිපිරීම්, කලකෝලාහල, ස්වාභාවික විපත්, ගිනි ගැනීම්

අවදානම් යන්න මූල්‍යමය අවදානම් හා මූල්‍යමය නොවන අවදානම් ලෙස හඳුනා ගත හැකිය. මූල්‍යමය අවදානම යනු හානිය කොපමණදැයි මැනිය හැකි අවදානම් වේ. කිසියම් දේපලකට සිදුවන හානි නිදසුන් ලෙස දැක්විය හැකිය. මූල්‍යමය නොවන අවදානම් යනු මුදලින් මැනිය නොහැකි අපහසුව පීඩාව වැනි අලාභයන්ය. මේවා මනිනු ලබන්නේ මිනිස් මිනුම්වලිනි.

**3.5.2 රක්ෂණය කළ හැකි අවදානමක් ලෙස පිළිගැනීමට භාවිත කරන නිර්ණායක**

**1. අදාළ අවදානම පුරෝකථනය කළ හැකි වීම.**

අනාගතයේ දී සිදු විය හැකි අවදානම (අලාභය) සංඛ්‍යාත්මක වශයෙන් ගණනය කළ හැකි වීම.

නිද : ගොඩනැගිල්ලකට, වාහනයකට සිදු වන හානි

**2. අවදානම අහඹු ලෙස සිදුවීම**

පාඩුව සිදුවිය යුත්තේ අහඹුවකින් මිස නියතියකින් නොවන බව මෙහි අදහසයි.

නිදසුන් : හදිසි අනතුරු

**3. සම්බන්ධතාවයකින් තොරවීම**

සිදු වූ පාඩුව වෙනත් රක්ෂිත අලාභවලින් වෙන්කර හඳුනා ගත හැකි ලෙස ස්වාධීන විය යුතුයි.

**4. සත්‍යාපනය කළ හැකි වීම**

අලාභ සිදුවීමේ හේතුව, ස්ථානය, වේලාව හා ප්‍රමාණය විශ්ලේෂණය කළ හැකි වීම.

**3.5.3 ව්‍යාපාරිකයෙකුට රක්ෂණය කළ නොහැකි අවදානම**

- මූල්‍යමය වශයෙන් ගණනය කළ නොහැකි අනාගතයේ දී ඇති විය හැකි අලාභ
- කළමනාකරුවන්ගේ හෝ ව්‍යවසායකයින්ගේ තීරණ නිසා සිදු වන අලාභ
- ස්වාභාවික හේතූන් මත ඇති වන ව්‍යාපාරික අවදානම් (යල් පැනීම, ක්ෂය වීම, වාෂ්ප වීම)

.....

.....

.....

**3.5.4 පුද්ගලයෙකුට රක්ෂණය කළ හැකි හානි (අවදානම්)**

- තම ජීවිතය පිළිබඳ අවදානම
- හදිසි අනතුරුවලින් ඇති විය හැකි අවදානම
- ගොඩනැගිලිවලට හා වෙනත් වත්කම්වලට ගින්නෙන් ඇති වන හානි
- වාහන අනතුරුවලින් සිදු වන හානි

.....

.....

.....

.....

**3.5.5 රක්ෂණය, ව්‍යාපාර කටයුතුවල සංවර්ධනයට දායක වන ආකාරය**

රක්ෂණ සමාගම් විවිධ ව්‍යාපාරවල අවදානම් ආවරණය කිරීම සඳහා විශාල රක්ෂණ ඔප්පු ප්‍රමාණයක් හඳුන්වා දී ඇත. මෙම හේතුව නිසා ව්‍යාපාරවල අවදානම් රක්ෂණය කිරීමක් හා අවදානම්වලට ලක් වූ විට ඒ සඳහා වන්දි ලබා දීමක්, හේතුවෙන් ව්‍යාපාර කටයුතු සාර්ථකව කරගෙන යාමට නැතිනම් අඛණ්ඩව පවත්වාගෙන යාමට හැකි වීම නිසා රක්ෂණ කටයුතු ව්‍යාපාර සංවර්ධනයට දායක වී ඇති බව පෙනේ.

**3.5.6 රටක ආර්ථික සංවර්ධන කාර්යභාරයට රක්ෂණය දායක වන ආකාරය**

- රක්ෂණ කටයුතුවල නියුතු රක්ෂණ සමාගම් විවිධ ආයෝජන කටයුතුවල යෙදීම.  
උදා : රජයේ සුරැකුම්පත්වල කෙරෙන ආයෝජන
- විවිධ රක්ෂණ ක්‍රම හඳුන්වා දීම නිසා ව්‍යාපාරික කටයුතු පුළුල් වීම මගින් ජාතික නිෂ්පාදනය වැඩිවීම හා ආර්ථික වර්ධනය
- රක්ෂණ කටයුතු නිසා රටෙහි රැකී රක්ෂා විශාල ප්‍රමාණයක් ජනිත වීම මගින් රැකියා විසුකිතියට පිළියමක් වීම.
- මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ දියුණු වීම.

මේ අනුව බලන විට රක්ෂණයේ ප්‍රතිලාභ සමස්තයක් ලෙස පහත අයුරින් දැක්විය හැකිය.

- රටේ ආර්ථික සංවර්ධනයට අවශ්‍ය ආයෝජනයට උපකාරී වීම.
- අවදානම වැඩි පිරිසක් වෙත බෙදී යාම නිසා අවදානම තුනී කර ගත හැකි වීම.
- ව්‍යාපාරවල සංවර්ධනයට, අඛණ්ඩ පැවැත්මට හිතකර ලෙස බලපෑම, එනම් සොරසතුරු උවදුරු, ස්වාභාවික විපත් හා සේවක වංචා ආදියට පිළියමක් ලෙස යොදා ගැනීම.
- අන්තර් ජාතික වෙළෙඳාම සංවර්ධනය වීම.  
හොඳ ආයෝජන මාර්ගයක් වීම හා අවිනිශ්චිතතාවලින් මිදීම
- යැපෙන්නන්ට ආවරණයක් වීම

**රක්ෂණ ගිවිසුම**

රක්ෂණ ආවරණයක් ඉල්ලා සිටින්නා ඉදිරිපත් කරන රක්ෂණ යෝජනා පත්‍රයක් රක්ෂණ ආයතනයක් විසින් පිළිගැනීමෙන් පසුව දෙපාර්ශ්වය අතර ඇති කර ගන්නා ලිඛිත එකඟතාවන් රක්ෂණ ගිවිසුම වේ.

**රක්ෂණ ඔප්පුව**

රක්ෂණ ගිවිසුමක් ඇති වූ බවට එනම් කිසියම් ජීවිතයකට හෝ දේපලකට අදාළ ව රක්ෂණ සමාගම විසින් රක්ෂිතයාට දෙනු ලබන සහතිකය රක්ෂණ ඔප්පුවයි. මෙය රක්ෂණ ගිවිසුමක් නොවන අතර රක්ෂණ ගිවිසුමක් ඇති වූ බවට සාක්ෂියක් පමණි.

**3.5.7 රක්ෂණ ගිවිසුමකට සම්බන්ධ ප්‍රධාන පාර්ශ්වකරුවන්**

1. රක්ෂිතයා - එනම් රක්ෂණය මගින් ආවරණය ලබන්නා හෙවත් රක්ෂණ ආවරණය ඉල්ලීම් කරන යෝජකයා
2. රක්ෂකයා - එනම් රක්ෂණ යෝජනාව පිළිගන්නා පුද්ගලයා හෙවත් රක්ෂණ සමාගම

- 3. තුන්වන පක්ෂය - ගිවිසුමේ පළමුවන හා දෙවන පක්ෂයට අමතරව ගිවිසුමේ ක්‍රියාකාරීත්වයට සම්බන්ධ බාහිර සියලු පුද්ගලයින් හා දේපල

**ගිවිසුමක් ඇතිවීම සඳහා තිබිය යුතු මූලික අවශ්‍යතා (මූලිකාංග)**

- 1. නෛතික බැඳීමක් ඇති කර ගැනීමේ අදහස
- 2. අර්පනය හෙවත් යෝජනාව (රක්ෂිතයා යෝජනා කරයි)
- 3. ප්‍රතිග්‍රහණය හෙවත් පිළිගැනීම (රක්ෂකයා යෝජනාව පිළිගනී)

.....

.....

.....

**3.5.8 රක්ෂණ මූලධර්ම**

රක්ෂණය ක්‍රියාත්මක වනුයේ මූලධර්ම හෙවත් සිද්ධාන්ත සමූහයක් පදනම් කර ගෙනය. රක්ෂණ ඔප්පුවක් ලබා ගැනීමේ දී, පවත්වාගෙන යාමේ දී හා ප්‍රතිලාභ ලබා ගැනීමේ දී හා රක්ෂණ ගිවිසුම අහෝසි කිරීමේ දී මෙම මූලධර්මවලට අනුව කටයුතු කළ යුතුය.

**මෙම මූලධර්ම හඳුන්වා දීමේ ප්‍රධාන අරමුණු**

.....

.....

.....

රක්ෂණ මූලධර්ම හරහක් හා උප මූලධර්ම දෙකක් ක්‍රියාත්මක වේ.

- 1. රක්ෂණ හිමිකම
- 2. උපරිම විශ්වාසය
- 3. හානිපූර්ණය

.....

.....

- 4. ආසන්නතම හේතුව

**රක්ෂණ හිමිකම**

රක්ෂණය කරනු ලබන විෂය වස්තුව (පුද්ගල, දේපල) පිළිබඳ රක්ෂණ ඔප්පුව ලබාගන්නාට හිමිකමක් තිබිය යුතුය යන්න මෙහි අදහසයි. කිසියම් වස්තුවකට රක්ෂණීය හිමිකමක් ඇති වීමට නම් පහත සඳහන් ලක්ෂණ තිබිය යුතුයි.

- අදාළ ජීවිතය හා දේපල පැවතීමෙන් වාසියක් එය විනාශ වීමෙන් අවාසියක් සිදුවීම.
- ලබන වාසිය හා අවාසිය මුදලින් ගණනය කළ හැකි වීම.
- රක්ෂිතයා හා දේපල අතර සම්බන්ධතාවය නීතිමය වශයෙන් ඔප්පු කළ හැකි වීම.

**පුද්ගලයෙකුට රක්ෂණ හිමිකමක් ඇති දෘවලට හිඳසුන්**

1. සැමියාට බිරිඳ පිළිබඳවත්, බිරිඳට සැමියා පිළිබඳවත් රක්ෂණීය හිමිකමක් ඇත.
2. ගොඩනැගිල්ලක් පිළිබඳ රක්ෂණීය හිමිකම එහි අයිතිකරුට මෙන්ම බදුකරුට ද ඇත.
3. ණය හිමියෙකුට, ණය ගැතියෙකුගේ ජීවිතය තම ණය ප්‍රමාණයට රක්ෂණය කිරීමට හිමිකමක් ඇත.

.....

.....

.....

**පහත සඳහන් එක් එක් රක්ෂණයේ දී රක්ෂණ හිමිකම ඔප්පු කළ යුතු අවස්ථාව**

- මුහුදු උවදුරු රක්ෂණය - හිමිකම් පාන අවස්ථාවේ දී
- ජීවිත රක්ෂණය - ඔප්පුව ලබා ගැනීමේ දී එනම්, මූලාරම්භයේ දී
- අනෙකුත් රක්ෂණ - මූලාරම්භයේ දී මෙන්ම හිමිකම් පාන අවස්ථාවේ

**උපරිම විශ්වාසය**

රක්ෂණය කරනු ලබන විෂය වස්තුව (ඔප්පුවක්) සම්බන්ධයෙන් වැදගත් වේ යයි සලකනු ලබන සියලු ම කරුණු පිළිබඳව සම්පූර්ණ සත්‍ය තොරතුරු සපයීමට රක්ෂකයා හා රක්ෂිතයා යන දෙපාර්ශවයම කටයුතු කරනවා යැයි යන විශ්වාසය මින් අදහස් කරයි. එනම් දෙපාර්ශවයම නොවලහා සියලු කරුණු හෙළිදරව් කරනවා යයි යන විශ්වාසය උපරිම විශ්වාසය නමැති මූලධර්මයෙන් අදහස් කරයි.

මේ යටතේ දෙපාර්ශවය ම විසින් හෙළදරව් කළ යුතු වැදගත් කරුණු කීපයකි.

**රක්ෂිතයා විසින් හෙළදරව් කළ යුතු කරුණු**

- ජීවිත රක්ෂණය සම්බන්ධව
1. පුද්ගලයා පිළිබඳ සියලු විස්තර (නම, වයස, ලිපිනය)
  2. සෞඛ්‍ය තත්ත්වය (වෛද්‍ය පරීක්ෂණයකින් පසුව පිළිගැනේ)

.....

.....

.....

**- භාහි රක්ෂණය සම්බන්ධව**

- 1. රක්ෂණයේ හිමිකම තහවුරු කිරීමට අවශ්‍ය තොරතුරු
- 2. වත්කම්වල ගත් මිල හා වෙළඳ අගය
- 3. ගිවිසුම්වලට සම්බන්ධ වී තිබේ නම් ඒවා පිළිබඳ තොරතුරු

**රක්ෂකයා විසින් හෙළදරව් කළ යුතු වැදගත් කරුණු**

- 1. ඔප්පුවේ ස්වභාවය
- 2. වාරික ප්‍රමාණය, අප්‍රාණික වීම, නැවත ප්‍රාණවත් කිරීම.
- 3. ප්‍රතිලාභ

.....

.....

.....

.....

**උපරිම විශ්වාසය (සද්භාවය) කඩවිය හැකි විවිධ ආකාර**

- 1. අනාවරණය නොකිරීම (හෙළදරව් නොකර සිටීම)
- 2. හිතාමාන වැදගත් කරුණු වසන් කිරීම.

.....

.....

.....

**රක්ෂිතයෙකු උපරිම විශ්වාසය කඩ කළ විට ගත හැකි ක්‍රියාමාර්ග**

- හිමිකම් පෑ විට වන්දි ගෙවීම ප්‍රතික්ෂේප කිරීම.
- නඩු පැවරීම.

.....

.....

**භාහිපූර්ණය**

කිසියම් රක්ෂිත දේපලකට හානියක් (අලාභයක්) සිදු වූ විට එම දේපල යථා තත්ත්වයට පත් කිරීමට ප්‍රමාණවත් වන්දියක් පමණක් ගෙවීම මෙහි අදහසයි. මෙම රක්ෂණ මූලධර්මය මගින් රක්ෂණයෙන් ලාභ ලැබීම වලක්වයි. මෙම මූලධර්මය ජීවිත රක්ෂණයට බල නොපායි. එයට හේතුව වන්නේ ශරීරයේ කොටසකට හානි සිදු වුවහොත් එය නැවත පෙර තිබූ තත්ත්වයට පත් කළ නොහැකි වීමයි.

**හානිපූර්ණ මූලධර්ම උභය රක්ෂණයේ දී හා අධිරක්ෂණයේ දී බලපාන ආකාරය.**

වත්කමේ නියම අගයට වඩා අඩු වටිනාකමක් සඳහන් කොට රක්ෂණය කිරීම උභය රක්ෂණයයි. මෙවැනි අවස්ථාවක දී අදාළ දේපලට හානියක් සිදුවුවහොත් වන්දිය ගණන් බලන්නේ පහත සඳහන් ආකාරයට ය.

$\frac{\text{රක්ෂිත වටිනාකම}}{\text{සත්‍ය වටිනාකම}} \times \text{සිදු වූ හානිය} = \text{ගෙවන වන්දියේ වටිනාකම}$
--

අධිරක්ෂණය යනු වත්කමේ නියම අගයට වඩා වැඩි වටිනාකමක් මත කිසියම් දේපලක් රක්ෂය කර තිබීමයි. හානිපූර්ණය සිද්ධාන්තය යටතේ පූර්ණ අලාභයක් සිදු වුවහොත් වෙළෙඳපොළ අගය ද අර්ධ අලාභයක් සිදු වුවහොත් සිදු වූ අලාභයේ ප්‍රමාණයට ද වන්දි ගෙවනු ලැබේ. මෙහි දී වෙළෙඳපොළ අගය රක්ෂිත අගයට වඩා වැඩි නම් ගෙවනු ලබන්නේ රක්ෂිත වටිනාකමයි.

**දායකත්වය**

එකම අවදානමක් සඳහා රක්ෂණ ආයතන කීපයක රක්ෂන ආවරණ ලබා ගෙන තිබේ නම් (ද්විත්ව රක්ෂණය) අදාළ දේපල සඳහා අලාභයක් වූ විට රක්ෂණ ඔප්පු නිකුත් කර ඇති සියලු ම ආයතනවල රක්ෂණ ඔප්පු වටිනාකමේ අනුපාතකියන්ට අනුව වන්දි ගෙවීම සිදු කරයි. මෙම මූලධර්මයෙන් රක්ෂණය මගින් ලාභ ඉපයීම වළක්වන අතර මෙය ජීවිත රක්ෂණයට අදාළ නොවේ.

**ආදේශනය**

යම් දේපලකට හානි වූ විට ඒ සම්බන්ධව වන්දියක් ලබා ගත් අවස්ථාවක රක්ෂිතයාට මේ පිළිබඳ වෙනත් බාහිර පාර්ශවයන්ගෙන් ලබාගත හැකි වාසි හා සියලුම අයිතීන් අදාළ රක්ෂකයාට පැවරීම මින් අදහස් කරයි. මෙම අයිතිය රක්ෂකයාට රක්ෂිතයා විසින් ආදේශන ලිපියක් මගින් ලබාදේ. ජීවිත රක්ෂණයට මෙය ද බල නොපාන අතර මෙම මූලධර්මය නිසා ද රක්ෂණයෙන් ලාබ ලැබීම වළක්වනු ලබයි.

ආදේශන අයිතිය ලබා ගැනීම සම්බන්ධයෙන් පහත සඳහන් සිද්ධාන්ත කෙරෙහි අවාධනාය යොමු කළ යුතුය.

1. රක්ෂකයා විසින් වන්දි ගෙවීමෙන් අනතුරුව තමාට ලැබිය යුතු අතුරු අවාරණ ලබා ගැනීමට කටයුතු කළ යුතුය.
2. එසේ ලබාගන්නා අතුරු ආවරණ මුදල් ගෙවූ වන්දි මුදල නොඉක්ම විය යුතුය.
3. රක්ෂණ සමාගම “දයාන්විත වන්දියක්” ගෙවූ විට ආදේශන අයිතිය රක්ෂකයාට හිමි නොවේ.
4. ආදේශන වත්කමේ සුන්බුන් අගය වන්දි ගෙවූ සමාගමට හිමි වේ.

ආදේශන මූලධර්මය බලනොපාන රක්ෂණ ගිවිසුම් දෙකකි.

1. ජීවිත රක්ෂණය
2. හදිසි අනතුරු රක්ෂණය

**ආසන්නතම හේතුව**

රක්ෂිත දේපලකට හානි සිදු වූ විට බැලූ බැල්මට එම හානිය සිදු වීමට හේතු කීපයක් තිබිය හැකිය. එම හේතු අතරින් ආසන්නතම හේතුව රක්ෂණ ඔප්පුවෙන් ආවරණය විය යුතු යන්න මෙහි අදහසයි. වෙනත් ලෙසකින් කිවහොත් හාසිය සිදු වීමට බලපාන ලද ප්‍රධානතම හේතුව රක්ෂණ ඔප්පුවෙන් ආවරණය විය යුතු බව මෙම මූලධර්මයෙන් කියවේ.

### දයාන්විත වන්දිය

රක්ෂණ ඔප්පුවක් හා සම්බන්ධව වන්දි ගෙවීම පිළිබඳව යම් ගැටලුකාරී තත්ත්වයක් පැන නැගුන විට රක්ෂණ සමාගමට නීත්‍යානුකූල වශයෙන් වන්දි නොගෙවා සිටීමට හැකියාව පැවතියත් රක්ෂිතයා අහිංසක පාර්ශවයක් යයි සලකා නැතිනම් අහිංසක දුර් නිරූපනයක් ලෙස සලකා ඔහුට වන්දි ලබා දේ නම් එය දයාන්විත වන්දියක් වේ.

### දයාන්විත වන්දියක් ලබාදෙනු ලබන අවස්ථා

1. රක්ෂණ නියෝජිතයෙකු විසින් රක්ෂිතයෙකුට ගිවිසුමට අදාළ කරුණු පිළිබඳව වැරදි අවබෝධයක් ලබා දී ඇති විට
2. රක්ෂිතයා රක්ෂකයාගේ කොන්දේසි වැරදි ආකාරයට අවබෝධ කරගෙන ඇති අවස්ථාවක

### ප්‍රතිරක්ෂණය

රක්ෂණ සමාගමක් තමන් වෙත රක්ෂණය කර ඇති රක්ෂිතයන්ගේ රක්ෂිත ඔප්පු, රක්ෂිතයන්ගේ අනුදැනුම ඇතිව වෙනත් රක්ෂණ සමාගමක රක්ෂණයට යටත් කිරීම මින් අදහස් කරයි. මේ සඳහා වාරික ගෙවනු ලබන්නේ රක්ෂණ සමාගම විසිනි. මෙය රක්ෂකයෙකු හට වැදගත් වන්නේ තමා වෙත් පැවරී ඇති අවදානම අඩු කර ගත හැකි වීම නිසාය.

### ප්‍රතිරක්ෂණයේ ප්‍රයෝජන

- විශාල වටිනාකමක් ඇති දේපල රක්ෂණය කළ හැකි වන්දි ලැබෙන බවට සහතික වීමක් සිදු වීම.
- ප්‍රතිරක්ෂණයෙන් රක්ෂිතයාට ලැබෙන සුරක්ෂිතතාවය මත රක්ෂිතයාගේ වාරික අඩු වීමකි සිදුවිය හැකිය.
- රක්ෂණ ව්‍යාපාරයේ දියුණුව සහ අඛණ්ඩතාවය සඳහා ප්‍රයෝජනවත් වීම.
- අවදානම් වැඩි පිරිසක් වෙත බෙදී යාම

### ද්විත්ව රක්ෂණය

රක්ෂිතයෙකු සිය අවදානම (ජීවිත හෝ දේපල) රක්ෂණ සමාගම් දෙකක හෝ කිහිපයක රක්ෂණයට යටත් කිරීම ද්විත්ව රක්ෂණය යි. නැතිනම් එකම අවදානමක් සඳහා රක්ෂණ ආයතන කිහිපයකින් වෙන් වෙන් වශයෙන් ඔප්පු ලබා ගැනීමයි. මෙහි දී වාරික ගෙවනු ලබන්නේ රක්ෂිතයා විසිනි. දේපලක් සම්බන්ධයෙන් නම් වන්දි ගෙවීමේ දී දායකත්වය නැමැති මූලධර්මය බලපායි.

### ප්‍රාරක්ෂණය

විශාල වටිනාකමක් ඇති අවදානමක් කොටස් වශයෙන් වෙන්කර රක්ෂණ සමාගම් කිහිපයකට බාර දීම මෙහි දී සිදු වේ.

### ඌන රක්ෂණය

අදාළ දේපලෙහි සත්‍ය වටිනාකමට වඩා අඩු අගයකට රක්ෂණය කිරීමයි. මෙහි දී වන්දි ගෙවනු ලබන්නේ අනුපාතිකව වීම නිසා සිදු වූ අලාභයට අඩු අලාභයක් වන්දි වශයෙන් ලැබේ. එම නිසා ඌන රක්ෂණය අවාසිදායක කටයුත්තකි. එහෙත් ඌන රක්ෂණයක් සිදුවන්නේ රක්ෂණය අනිවාර්ය වූ විටක එනම් නීතිමය අවශ්‍යතාවය සඳහා රක්ෂණය ලබා ගැනීමේ දී හා අඩු රක්ෂණ වාරිකයක් ගෙවීමට හැකි වීම වැනි හේතු මතයි.

**අධි රක්ෂණය**

අදාළ දේපලෙහි සත්‍ය වටිනාකමට වැඩි අගයකට රක්ෂණය කිරීමයි. මෙහිදී ද හානි සිදු වුවහොත් සම්පූර්ණ හානියක දී වෙළෙඳපොළ අගය හා සත්‍ය අගය යන දෙකෙන් අඩු අගය ලබාදෙන අතර අර්ථ අලාභයක දී එම අලාභය සම්පූර්ණයෙන් ගෙවයි.

**ව්‍යාපාරවලට ලබා ගත හැකි අවදානම් අවාරණය කරන විවිධ රක්ෂණ ඔප්පු වර්ග**

ව්‍යාපාරයකට මුහුණ පෑමට සිදු වන අනේකවිධ අවදානම් වෙනුවෙන් රක්ෂණ ආයතන විසින් විවිධ වර්ගයේ රක්ෂණ ඔප්පු ලබා ගැනීමට පහසුකම් සපාය ඇත. එම විවිධ රක්ෂණ ඔප්පු වර්ග කිහිපයක් පහත දැක් වේ.

- ජීවිත රක්ෂණ ඔප්පුව
- ගිනි රක්ෂණ ඔප්පුව
- සොර බිය රක්ෂණ ඔප්පුව

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

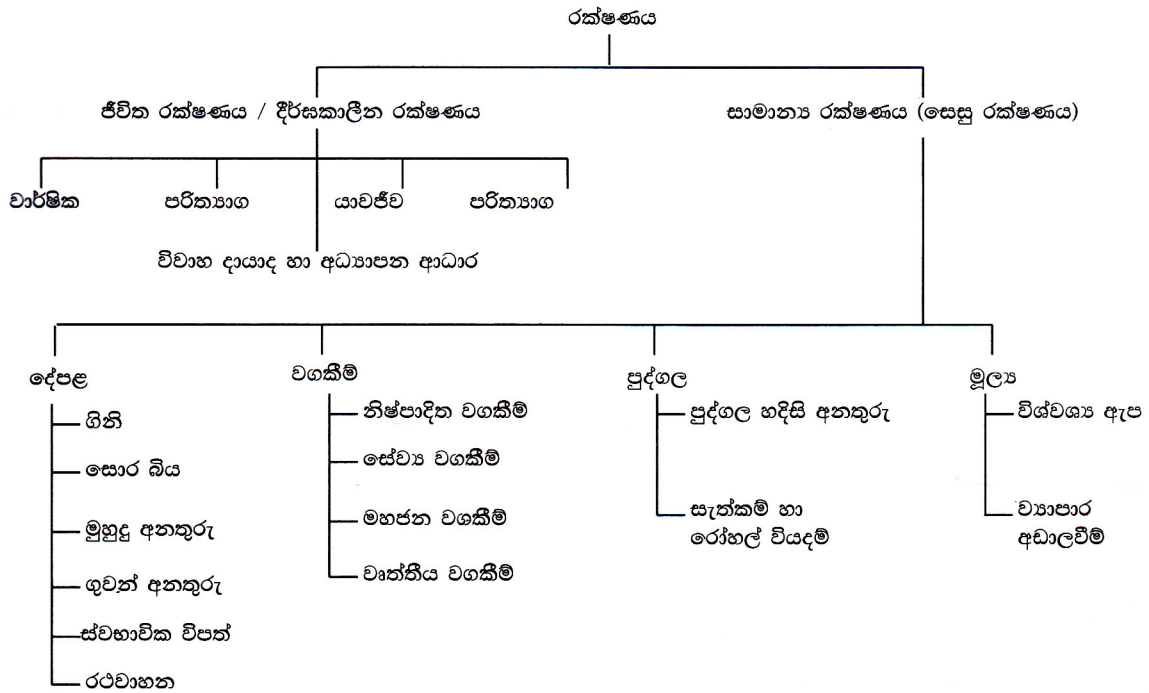
**3.5.9 රක්ෂණ වර්ගීකරණය**

රක්ෂණයට ප්‍රධාන වශයෙන් කොටස් දෙකකට බෙදා දැක්විය හැකිය.

.....

.....

ආරක්ෂණය යනු ජීවිත රක්ෂණයයි. රක්ෂණය යනු දේපළ හෝ වගකීම් හෝ අයිතිය සම්බන්ධ රක්ෂණයයි. මේ අනුව රක්ෂණයට අයත් ප්‍රධාන ක්ෂේත්‍ර කිහිපයක් ගැලීම් සටහනක් ඇසුරෙන් පහත ලෙස දැක්විය හැකිය.



රක්ෂණය - (Insurance)		ආරක්ෂණය - (Assurance)	
රක්ෂණය යනු දේපල හා වගකීම් පිළිබඳ අයිතිය		ආරක්ෂණය යනු පුද්ගලයාට සම්බන්ධ	
වෙනස්කම්			
පීවිත රක්ෂණය		සෛස්‍ර රක්ෂණ වර්ග	
පුද්ගලයෙකු හා සම්බන්ධ වේ		දේපලක් හා සම්බන්ධ වේ	
අවදානම නිශ්චිතය		නිශ්චිත අවදානමක් නොමැත	
හානි පූර්ණය, ආදේශනය හා දායකත්වය යන මූලධර්ම බලනොපායි		හානි පූර්ණය ආදේශනය හා දායකත්වය යන මූලධර්ම බලපායි	
පීවිත රක්ෂණය ඉතිරි කිරීමකට සමානය		හානි සිදු වුවහොත් පමණක් ගෙවූ වාරික ආපසු ලබා ගත හැකිය	
පොලී, ලාභ, ණය පහසුකම් ලැබේ		පොලී, ලාභ, ණය පහසුකම් නො ලැබේ	
ඔප්පුව පැවරිය නො හැකිය		ඔප්පුව පැවරිය හැකිය	
දිගු කාලයක් (නිතිපතා) වාරික ගෙවිය යුතුය		වර්ෂයකට එක් වතාවක් පමණක් වාරික ගෙවිය යුතුය	
හානි පූර්ණය කළ නොහැකිය		හානි පූර්ණය කළ හැකිය	

**3.6 ප්‍රවාහනයේ සංරචක හා මාධ්‍යයන්**

**3.6.1 ප්‍රවාහනය හෙවත් පරිවහනය**

එක් ස්ථානයක සිට තවත් ස්ථානයකට විවිධ මාද්‍යයන් භාවිත කරමින් පුද්ගලයින් හෝ ද්‍රව්‍ය ගෙන යාමේ භෞතික ක්‍රියාවලිය නැතිනම් භෞතික බෙදා හැරීම පරිවහනය ලෙස දැක් විය හැකිය.

ආර්ථිකයක කාර්යක්ෂම හා සුවපහසු ප්‍රවාහන පද්ධතියක් පවතී නම් රටක ආර්ථික වර්ධනය සීඝ්‍ර කරන අතර ප්‍රාදේශීය සංවර්ධනය සම්බන්ධයෙන් ඇති විෂමතාව ද අඩු කරනු ඇත. එම නිසා “ප්‍රවාහනය යනු සාමාජීය අවශ්‍යථාවකි.” යන්න පහත කරුණු පිළිබඳ අවධානය යොමු කිරීමෙන් අවබෝධ කර ගත හැකිය.

- මානව සම්බන්ධතා ඇතිකර ගැනීම සඳහා උපකාරී වීම (ගමන් බිමන්)
- පුද්ගල සංවර්ධනය ඇතිකර ගැනීමට උපකාරී වීම (අධ්‍යාපනික, විනෝදාත්මක, සංස්කෘතික වශයෙන්)

.....

.....

.....

.....

**3.6.2 ප්‍රවාහනයේ ප්‍රයෝජන**

**නිෂ්පාදකයාට**

- අවශ්‍ය භෞතික හා මානව සම්පත් කලට වේලාවට ලබා ගැනීම
- නිමවුම් ද්‍රව්‍ය කලට වේලාවට වෙළෙඳපොළට සැපයීම

**වෙළෙඳුන්ට**

.....

.....

.....

**පාරිභෝගිකයාට**

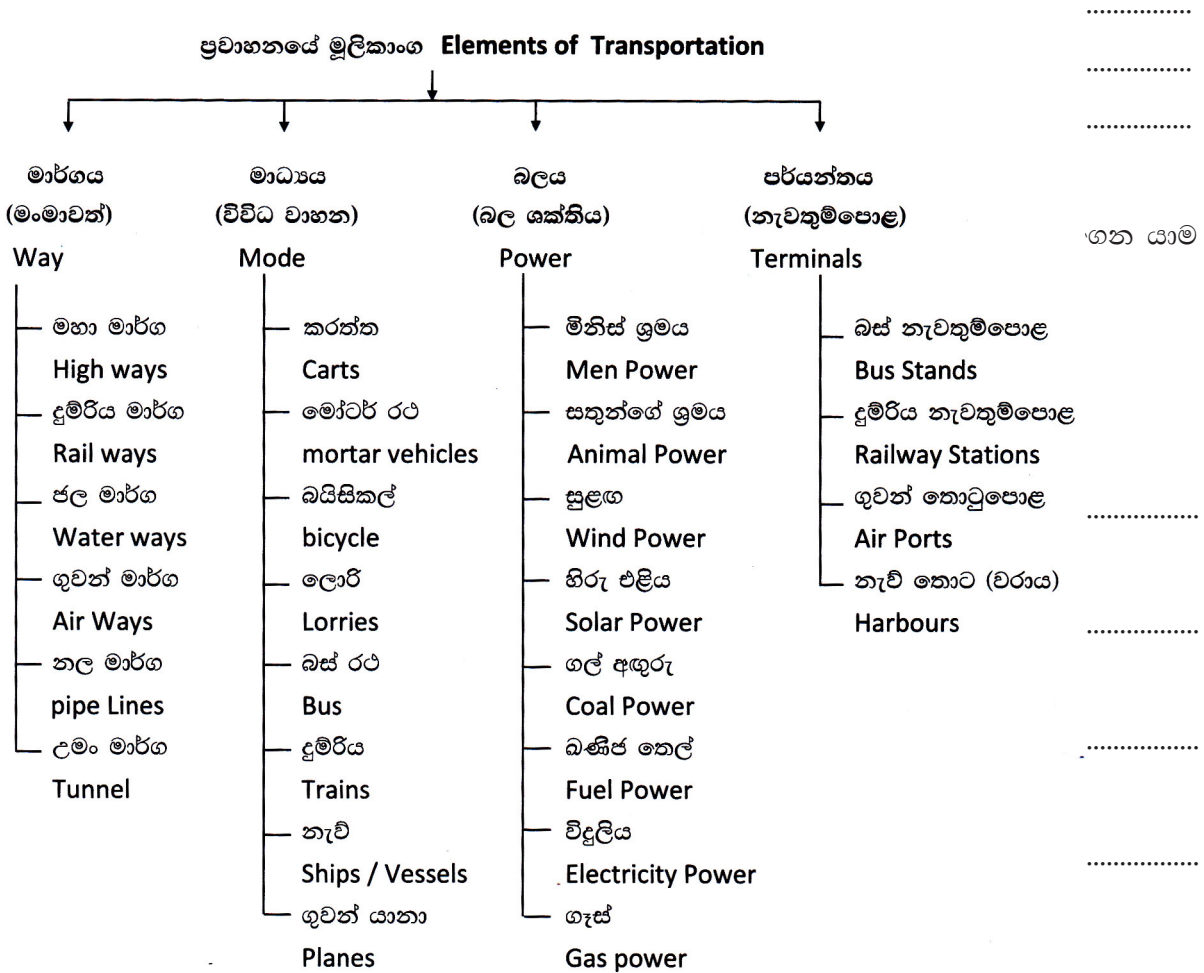
- නියමිත වේලාවට නියම වෙළෙඳපොළ වෙත ළඟා වීම
- අවශ්‍ය කරන භාණ්ඩ කලට වේලාවට ලබා ගෙන නිවෙස් කරා රැගෙන යාම.

.....

.....

**ආර්ථිකයට**

- සේවා නියුක්තිය වර්ධනය වීම
- ජාත්‍යන්තර සබඳතා වර්ධනය වීම.



**3.6.4 හොඳ ප්‍රවාහන ක්‍රමයක ගුණාංග**

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ප්‍රමිතීන් හා අන්තර්ජාතික සම්මත**

භාණ්ඩ ප්‍රවාහනයේ දී මෙන්ම ඒවා පැටවීමේ දී හා බැමේ දී අනුගමනය කළ යුතු යැයි පිළිගෙන ඇති සම්මතයන් මින් අදහස් කරයි. ශ්‍රී ලංකාවේ මගීන් ප්‍රවාහනයේ දී මෙවැනි ප්‍රමිතීන්වල අවශ්‍යතාව වර්තමානයේ දී ඉතා වැදගත් වේ.

1. ප්‍රවාහනය කළ යුතු මගීන් සංඛ්‍යාව
2. අන්තර්ජාතික ගුවන් ගමන් සේවා සම්මුති.

.....

.....

.....

**තෛතික පැවැත්ම**

ප්‍රවාහන ක්‍රමයක පැවතිය යුතු ගුණාංගයක් ලෙස ප්‍රවාහනයේ දී රියදුරු බලපත්‍ර, මාර්ග බලපත්‍ර වැනි ප්‍රවාහනයට අවශ්‍ය කරන නීතිමය තත්ත්වයන්ට අනුකූල වීමත්, ධාවනයේ දී මාර්ග නීතිරීති පිළිපැදීමත්, විනයගරුක වීමත් වැනි වර්තමානයේ බෙහෙවින් කතාබහට භාජනය වී ඇති තත්ත්වයන් තෛතික පැවැත්ම යටතේ සාකච්ඡා කෙරේ.

ජනතාවගේ ජීවන තත්ත්වය නගා සිටුවීම සඳහා කාර්යක්ෂම පරිවහන ක්‍රමය සෘජු දායකත්වයක් දක්වයි. පහත කරුණුවලින් එය වඩාත් තහවුරු වේ.

1. මහා පරිමාන නිෂ්පාදනය සඳහා උපකාරී වීම මගින් නිෂ්පාදනය ඉහළ යාම.
2. වෙළෙඳපොළ පුළුල් වීම මගින් පාරිභෝජනය පහසු වීම.
3. කලට වේලාවට භාණ්ඩ ලබා ගැනීමට හැකි වීම.

.....

.....

.....

.....

.....

**3.7 ප්‍රවාහන හා සැපයුම් සේවා**

තම පරිභෝගික අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීම සඳහා වුවමනා ඉටු කිරීම තහවුරු කිරීමේ අරමුණ පෙරදැරිව තම නිෂ්පාදිත භාණ්ඩ හා සේවා අදාළ තොරතුරු ඉදිරියට හා පසුපසට ගලා යාම එනම් භාණ්ඩ සේවා හා අදාළ තොරතුරු ආරම්භක අවස්ථාවේ පටන් අවසන් පාරිභෝගිකයා වෙතට නැතිනම් පාරිභෝජන අවස්ථාව තෙක් කාර්යක්ෂමව හා සඵලදායී වූ ලබා දීමේ ක්‍රියාවලිය සැලසුම් කිරීම සංවිධානය කිරීම හා ක්‍රියාත්මක කිරීම හා පාලනය සම්බන්ධ කටයුතු ප්‍රවාහනය හා සැපයුම් සේවා යන්නට අයත්ය.

ප්‍රවාහන හා සැපයුම් සේවා මූලික ක්‍රියාවලි දෙකක් ඔස්සේ ක්‍රියාත්මක වන බව පෙනේ.

1. අමුද්‍රව්‍ය හෝ නිම් භාණ්ඩ සැපයුම්කරුවන්ගෙන් මිල දී ගැනීමේ සිට නිෂ්පාදන අවස්ථා දක්වා වලනයන්
2. නිෂ්පාදනයෙන් පසු නිෂ්පාදිත හෝ අදාළ තොරතුරු නිෂ්පාදන ආයතනයේ සිට අවසාන පාරිභෝගිකයා තෙක් සැපයීම දක්වා වූ වලනයන්

**3.7.1 සැපයුම් හා සේවා පද්ධති**

**1. සමබර වූ ප්‍රවාහන හා සැපයුම් සේවා පද්ධති**

නිෂ්පාදිත ආයතනය තෙක් ප්‍රවාහනය මෙන්ම නිෂ්පාදනයෙන් පසු අවසන් පාරිභෝගිකයා දක්වා ප්‍රවාහනය එකසේ සමානව පවත්වාගෙන යන පද්ධති මින් අදහස් කරයි.

**2. නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය දක්වා ප්‍රවාහනය සංකීර්ණ වූ පද්ධති.**

නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය දක්වා ප්‍රවාහනය සංකීර්ණ වූ පද්ධති එනම් නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියෙන් පසුව පාරිභෝගිකයා වෙතට ගෙනයාම තෙක් සිදුවන ක්‍රියාදාමයකි. බොහෝ විට ඇතැම් නිපදවනු ලබන මහා පරිමාණ නිෂ්පාදිත වන ගුවන් යානා නැව් ආදියෙහි නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය දක්වා ඉතා සංකීර්ණ වූ ක්‍රියාදාමය නිදසුනක් ලෙස දැක්විය හැකිය.

**3. නිෂ්පාදනයෙන් පසු අවසන් පාරිභෝගිකයාට අතට පත් කිරීම සංකීර්ණ වූ පද්ධති**

ආයතනය නිෂ්පාදනය කරනු ලබන නිෂ්පාදිතයේ ස්වරූපය අනුව නිෂ්පාදනයෙන් පසුව සංකීර්ණ ක්‍රියාදාමයක් පාරිභෝගිකයා වෙතට ලබාදීම දක්වා ක්‍රියාත්මක කළ යුතු සැපයුම් සේවා පද්ධති මින් අදහස් කරයි. කාන්දු වීම්, වාණිජ වීම් හා අනතුරුදායක විය හැකි ද්‍රව්‍ය, පුපුරුණු ද්‍රව්‍ය නිෂ්පාදන, රසායන ද්‍රව්‍ය නිෂ්පාදන ආයතනය වල භාණ්ඩ හෝ ද්‍රව්‍ය ගබඩා කිරීම, ඇසිරීම හා ප්‍රවහනය විශේෂ වූ ක්‍රම යටතේ විශේෂ අවදානයකින් යොමු කොට සිදුකල යුතුය. එබැවින් නිෂ්පාදනයෙන් පසුව පාරිභෝගිකයාට ලබාදෙන තෙක් ක්‍රියාවලින් සංකීර්ණය.

**4. නිෂ්පාදිත අලෙවියෙන් පසු ආපසු ප්‍රවාහනය සහිත පද්ධති**

පාරිභෝගිකයා වෙත භාණ්ඩ ලබා දීමෙන් පසුව ද නිෂ්පාදිත සැපයුම් ආයතන සමග සම්බන්ධ ප්‍රවාහයක් සහිත පද්ධති මින් අදහස් කරයි.

1. නිවැරදි නිෂ්පාදිතය, නිවැරදි ප්‍රමාණයෙන් හා ගුණත්වයෙන් නිවැරදි වේලාවට, නිවැරදි ස්ථානයේ දී නිවැරදි මිලට හා නිවැරදි පාරිභෝගිකයා වෙතට ඉතාම හොඳ තත්ත්වයෙන් යුතුව එනම් ආරක්ෂිත ව සැපයීමට හැකියාව ලබා දෙන්නේ ප්‍රවාහන හා සැපයුම් සේවා මගිනි.
2. ද්‍රව්‍ය මිල දී ගැනීම, තොග පාලනය, නිෂ්පාදන සැලසුම්කරණය ප්‍රවාහනය ආදී කාර්යයන් සාර්ථකව සිදුවන්නේ ප්‍රවාහනය හා සැපයුම් සේවා කාර්යක්ෂම ව හා සඵලදායී ව ක්‍රියාත්මක වීමෙනි.
3. නිෂ්පාදන ආයතනයක් තම නිෂ්පාදනයට අවශ්‍ය නියම ද්‍රව්‍ය නියම ප්‍රමාණයෙන්, නියම ගුණත්වයෙන්, නියම වේලාවට හා නියම මිලට ලබා ගැනීමට හැකියාව ප්‍රවාහන හා සැපයුම් සේවා ක්‍රියාත්මක වීම මගින් ලැබිය හැකි ප්‍රයෝජනයකි.
4. නිෂ්පාදන ආයතනයක වෙළෙඳපොළ පිළිබඳ පර්යේෂණ, අවශ්‍යතා සැලසුම් කිරීම. නිපදවීම් හා මිල දී ගැනීම පිළිබඳ තීරණය ගැනීම සිදු කරමින් පිරිවැය අවම කිරීමට හා සැපයුම් දාමය අඛණ්ඩව පවත්වාගෙන යාමටත් අවශ්‍ය මග පෙන්වීම ලැබෙනුයේ ප්‍රවාහන හා සැපයුම් සේවා මගිනි.

**3.7.2 ව්‍යාපාර ආයතනයකට ප්‍රවාහන හා සැපයුම් සේවා මගින් ලබාගත හැකි වාසි හෙවත් ප්‍රයෝජන**

1. අඛණ්ඩ ව පාරිභෝගික වුවමනා ඉටු කිරීමට හැකියාව ලැබීම.
2. තම සියලු කාර්යයන් සැලසුම් සහගතව සිදු කිරීම තුළින් නාස්තිය හා අපනයනයන් අවම වීමෙන් පිරිවැය අඩු වීම.
3. තරඟකාරීත්වයට සාර්ථකව මුහුණ දීමට හැකියාව උදාවීම.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

# 04.

## ව්‍යාපාර සංවිධානවල වෙළෙඳාම

### 4.1 වෙළෙඳාම යන්න අර්ථ දැක්වීම

#### 4.1.1 වෙළෙඳාම හා ඒ හා සම්බන්ධිත කාර්යයන්

භාණ්ඩ හා සේවා විකිණීමේ හා මිලදී ගැනීමේ කාර්යය වෙළෙඳාම ලෙස අර්ථ දැක්විය හැකිය.

වෙළෙඳාමෙහි මූලික ආකාරය තුළ ප්‍රධාන පාර්ශවයන් දෙකක් හඳුනාගත හැකිය.

- ගැනුම්කරු - තම අවශ්‍යතා තෘප්තිමත් කර ගැනීම සඳහා භාණ්ඩ හෝ සේවා මිල දී ගනු ලබන පාර්ශවය යි.
- විකුණුම්කරු - තොග තුළ භාණ්ඩ එක් රැස් කර තබා ගැනීම හෝ විකිණීම සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කිරීම සිදු කරනු ලබන පාර්ශවයයි.

#### 4.1.2 වෙළෙඳාමෙහි වැදගත්කම

- වෙළෙඳාම මගින් පාරිභෝගිකයන්ට තමන්ට අවශ්‍ය භාණ්ඩ මිල දී ගැනීමට ඉඩ සලස්වයි.
- එකී භාණ්ඩ හෝ සේවා සම්පාදනය මගින් ආදායමක් උපයා ගැනීමට විකුණුම්කරුට ඉඩ සලස්වයි.
- වෙළෙඳාම යම් ආර්ථිකයක් තුළ නව අවස්ථා ජනිත කරයි.

.....

.....

.....

### 4.2 බෙදාහැරීමේ මාර්ග

#### 4.2.1 බෙදාහැරීම යනු කුමක් ද ?

පාරිභෝගිකයන් අතට භාණ්ඩ ප්‍රවේශ කරලීම, බෙදාහැරීම ලෙස අරුත් දැක්විය හැක. වෙනත් ආකාරයකින් සඳහන් කළ හොත්, යම් භාණ්ඩයක් අවශ්‍ය කරනු ලබන පාර්ශවයන් එය තම භාවිතයට ගැනීම දක්වා වූ ක්‍රියාවලියයි.

වෙළෙඳාමේ දී යම් බෙදාහැරීමක් සිදු කිරීමට පෙර භාණ්ඩ, එහි විකුණුම්කරු සන්තකයේ පවතී. බෙදාහැරීම අවසන් වූ පසු එකී භාණ්ඩ ගැනුම්කරු සන්තක වේ. සාමාන්‍යයෙන් බෙදාහැරීම අවසානයේ පාරිභෝගිකයා භාණ්ඩවල හිමිකරු බවට පත් වේ.

### 4.2.2 බෙදාහැරීමේ ක්‍රම

ගනුදෙනුකරුවන්ට අවශ්‍ය කරනු ලබන භාණ්ඩ ඔවුන් වෙත ලබා දෙන්නේ කෙසේ ද යන්න පිළිබඳව විකුණුම්කරු විසින් තීරණය කළ යුතුය. ප්‍රධාන වශයෙන් බෙදාහැරීමේ මාර්ග වර්ග දෙකකට බෙදිය හැකිය.

- සෘජු බෙදාහැරීම මෙහි දී විකුණුම්කරු විසින් ගැනුම්කරු වෙත භාණ්ඩ සෘජුවම ලබා දේ. මෙහිදී විකුණුම්කරු විසින් අදාළ භාණ්ඩ ඒවායේ ගැනුම්කරුවන් සමීපයට පත් කරලීම හෝ ගැනුම්කරු විකුණුම්කරු සමීපයට ගොස් භාණ්ඩ මිල දී ගැනීම හෝ සිදු කරනු ලබයි. මෙය ශුන්‍ය අතරමැදි බෙදාහැරීමේ මාර්ගය ද ලෙස ද ඇතැම් විට හඳුන්වනු ලබයි.



සාමාන්‍යයෙන් මෙම ආකෘතිය තුළ පහත සඳහන් ලක්ෂණ දක්නට ලැබේ.

.....

.....

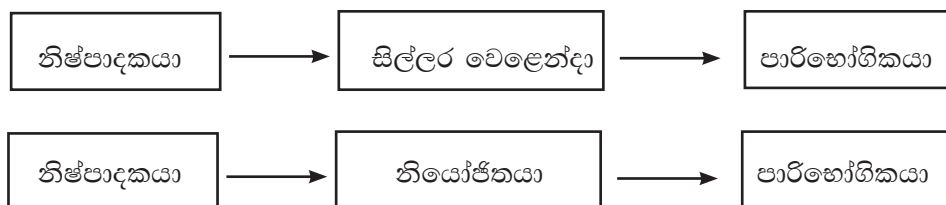
.....

.....

**වක්‍ර බෙදාහැරීම :** ගැනුම්කරු හා විකුණුම්කරු එකිනෙකා සමඟ සම්මුඛ නොවන අතර භාණ්ඩ විකුණුම්කරුගේ සිට ගැනුම්කරු වෙත ප්‍රවාහනය කිරීම සහ බෙදාහැරීම සඳහා සමහර අතරමැදියන් සම්බන්ධ වේ. වක්‍ර බෙදාහැරීමේ මාර්ග පහත පරිදි විශ්ලේෂණය කළ හැකිය.

#### 1. තනි අතරමැදියෙකු සහිත බෙදාහැරීමේ මාර්ග

ව්‍යාපාරයකට භාණ්ඩ ගනුදෙනුකරු වෙත බෙදාහැරීම සඳහා එක් අතරමැදියෙකු පමණක් යොදාගත හැකිය



සාමාන්‍යයෙන් මේ තුළ පහත සඳහන් ලක්ෂණ දැකිය හැක.

.....

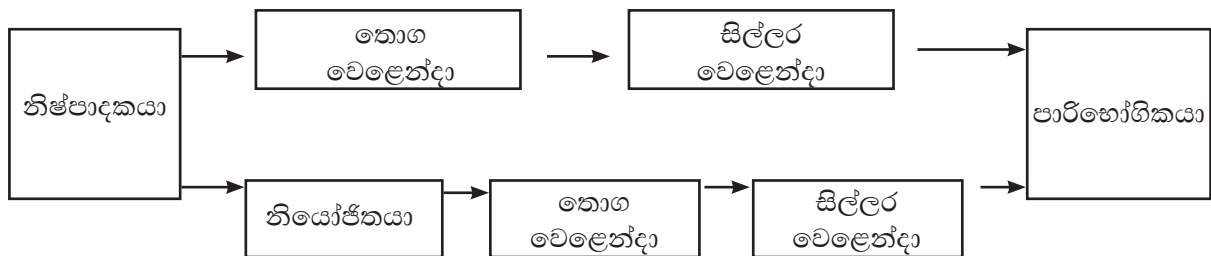
.....

.....

.....

**2. අතරමැදියන් කිහිප දෙනෙකු සහිත බෙදාහැරීමේ මාර්ග**

මෙහි දී බෙදාහැරීමේ කටයුතු සඳහා එක් අතරමැදියෙකුට වඩා වැඩි පිරිසක් සහභාගී වන නමුත් ඒ සියලු දෙනාම ව්‍යාපාරයේ පාලනයට සහ උපදේශනයට නතු වේ.



මේ තුළ පහත සඳහන් ලක්ෂණ දක්නට ලැබේ.

.....

.....

.....

.....

.....

**4.2.3 බෙදාහැරීමේ මාර්ගවල ඇති වැදගත්කම**

- වෙළෙඳපලට ඇතුළුවීම සඳහා උපකාරී වීම - උචිත බෙදාහැරීමේ මාධ්‍යයක් භාවිතා කිරීම හා නිවැරදි වේලාවට නිවැරදි ගනුදෙනුකරු වෙත ළඟාවීම සඳහා ව්‍යාපාරයකට ඉඩ සලස්වයි.
- බෙදාහැරීමේ කාර්යක්ෂමතාවය - උචිත බෙදාහැරීමේ මාධ්‍යයක් භාවිතයට ගැනීම හා බෙදාහැරීමේ පිරිවැය අවම කිරීමට හේතු වේ.
- අතිරේක සේවා සැපයීම - බෙදාහැරීමේ මාර්ග මගින් භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය, නිෂ්කාශනය හා ගබඩාකරණය වැනි සේවාවන් සපයනු ලබයි.

- **ව්‍යාපාරයකට ඇති වැඩි ප්‍රමාණය අඩුවීම** - බෙදාහැරීමේ කටයුතු වඩා උචිත හා විශ්වාසනීය ආකාරයට හසුරුවන්නේ නම් බෙදාහැරීමට අදාළ ප්‍රශ්නවලින් මිදීමට ව්‍යාපාරයකට හැකි වේ.
- **බෙදාහැරීමේ වේගය වැඩිවීම** - උචිත බෙදාහැරීමේ මාධ්‍යයක් භාවිතා කිරීම තුළින් වෙළෙඳපලක් තුළට අවම කාලයකින් ප්‍රවේශ වීමට හැකි වේ.

බෙදාහැරීමේ මාර්ග නිසි ලෙස කළමනාකරණය නොකිරීම නිසා ව්‍යාපාරයකට පහත සඳහන් අවාසිදායක තත්ත්වයන්ට මුහුණ පෑමට සිදු වේ.

- **ලාභ අහිමිවීම** - වැරදි බෙදාහැරීම් තුළින් පිරිවැය වැඩිවීම නිසා ව්‍යාපාරයක භවය ලාභය අඩු වේ.
- **අහිතකර ගනුදෙනුකරු සම්බන්ධතාවය** - බෙදාහැරීමේ මාර්ග නිවැරදි ලෙස ක්‍රියාත්මක නොවන්නේ නම් ව්‍යාපාරයක් එහි ගනුදෙනුකරුවන්ගේ විවේචනයට ලක්වන අතර ඒ තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ පවතින සම්බන්ධතාවය අයහපත් වනු ඇත.
- **කීර්තිනාමයට හානි පැමිණීම** - බෙදාහැරීමේ මාධ්‍ය සම්බන්ධයෙන් ගනුදෙනුකරුවන්ට අයහපත් අත්දැකීම් පැවතිය හොත් එය ගනුදෙනුකරුවන්ට ව්‍යාපාරය කෙරෙහි පවතින විශ්වාසය අඩුවීමට හේතුවිය හැකි අතර අවසාන වශයෙන් ව්‍යාපාරයේ කීර්තිනාමයට හානිදායක තත්ත්වයක් ඇතිවිය හැකිය.
- **තෛතික පිරිවැය ඉහළ යෑම** - බෙදාහැරීමේ කටයුතු සඳහා සම්බන්ධ වන පාර්ශවයන් සම්බන්ධයෙන් වූ පියවරයන් ගැනීම සඳහා මෙන්ම ගනුදෙනුකරුවන්ගේ පැමිණිලි කළමනාකරණය කිරීම සඳහා වන්දි සහ අනෙකුත් තෛතික වියදම් ගෙවීම සඳහා ද විවිධ පිරිවැය දැරීමට ව්‍යාපාරයකට සිදු වේ.
- **තරඟකාරීත්වයේ වාසි අහිමි වීම** - උචිත නොවන බෙදාහැරීමේ මාර්ග භාවිතා කිරීම නිසා ගනුදෙනුකරුවන්ට ප්‍රතිචාර දැක්වීමේ කාලය මන්දගාමීවන අතරම ඒ නිසා ව්‍යාපාරයකට වෙළෙඳාම තුළ තරඟ කිරීමට ඇති හැකියාව අහිමි වේ.
- **වෙළෙඳපල කොටසට හානි වීම** - පාරිභෝගිකයන් ව්‍යාපාරයක් වෙත රඳවා ගැනීම සඳහා එම ව්‍යාපාරය විසින් සපයනු ලබන්නේ කුමක් ද යන්න මෙන් ම සපයනු ලබන්නේ කෙසේද යන්නද වැදගත් වේ. මේ නිසා අනුචිත බෙදාහැරීමේ මාධ්‍ය භාවිත කිරීම ව්‍යාපාරයක වෙළෙඳපල කොටස කෙරෙහි අහියෝගයක් ඇති කරයි.

**4.2.4 බෙදාහැරීමේ මාර්ගයක් තීරණය කිරීම**

බෙදාහැරීමේ මාර්ගයක් තෝරා ගැනීම විවිධ සාධක මත රඳා පවතී.

- **නිෂ්පාදනයේ ස්වභාවය** - කල්පැවැත්ම, ගබඩා කිරීම හා ප්‍රවාහනය සඳහා අවශ්‍ය විශේෂ භෞතික තත්ත්වයන්, නිෂ්පාදනයේ ප්‍රමාණය හා කොටස් යනාදිය.
- **බෙදාහැරීමේ ප්‍රමාණය** - බෙදාහැරීමට අපේක්ෂා කරනු ලබන තොග සඳහා විවිධ අවස්ථාවලදී විවිධ බෙදාහැරීමේ පහසුකම් අවශ්‍ය වේ.
- **ප්‍රවාහනය කළ යුතු දුර සීමාව** - භාණ්ඩ බෙදාහැරීමට ලබන්නේ සමීප ස්ථානයකට ද දුරස්ථ ස්ථානයකට ද යන්න මත අවශ්‍ය වන බෙදාහැරීමේ මාර්ග විවිධ වනු ඇත.

- **අතරමැදියක්** - බෙදාහැරීමේ මාර්ග තුළ සිටින අතරමැදියන්, ඔවුන්ගේ අදාළතාවය සහ විශ්වාසනීයත්වය හා ඔවුන් විසින් සපයනු ලබන සේවාවන් යනාදිය.
- **බෙදාහැරීමේ පිරිවැය** - බෙදාහැරීම සඳහා පවතින අවම පිරිවැයක් සහිත ක්‍රමය පිළිබඳව අවබෝධ කර ගැනීම හා එම ක්‍රමය තෝරා ගැනීම ව්‍යාපාරයක් විසින් සිදුකළ යුතු ය.
- **වෙළෙඳපොල රෙගුලාසි** - ඇතැම් භාණ්ඩ බෙදාහැරිය යුතු මාර්ග පිළිබඳව රෙගුලාසි පැවැතිය හැකිය.
- **තරඟකාරිත්වයේ වාසි** - ව්‍යාපාරයක් තම තරඟකරුවන් විසින් භාවිත කරනු ලබන බෙදාහැරීමේ ආකාර පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබාගත යුතු අතර වෙළෙඳපල තුළ විශේෂ වාසි ලබා ගැනීම සඳහා වූ බෙදාහැරීමේ මාර්ගය ඒ අනුව තීරණය කළ යුතුය.

### 4.2.5 බෙදාහැරීමේ මාර්ග හා සම්බන්ධ පාර්ශව

#### 1. නියෝජිතයන්

කිසියම් නිෂ්පාදන සමාගමක ගිණුමක් ලෙස ක්‍රියාකරනු ලබන පුද්ගලයන් හෝ සමාගම් නියෝජිතයන් ලෙස හඳුන්වයි. නිෂ්පාදිතයක් එහි අවසන් පාරිභෝගිකයා වෙත අලෙවි කිරීමේ දී එහි නිෂ්පාදකයා වෙනුවෙන් පෙනී සිටීම නියෝජිතයන්ගේ ප්‍රධාන කාර්යභාරය වේ. මේ නිසා ඔවුන් බෙදාහැරීමේ ක්‍රියාවලිය තුළ භාණ්ඩවල හිමිකාරිත්වය ලබා නොගත්ත ද භාණ්ඩ තමා සන්තකයේ තබා ගැනීම සිදුකරනු ලබයි. ඔවුන් ගාස්තු හෝ කොමිස් ලෙස ලාභ උපයනු ලබයි.

#### 2. තොග වෙළෙන්දන්

තොග වෙළෙන්දන් ඔවුන් විසින් බෙදාහරිනු ලබන භාණ්ඩවල අයිතිය තමා සතු කර ගනු ලබයි. ඔවුන් ස්වාධීනව ද කටයුතු කරනු ලබයි. ඔවුහු භාණ්ඩ විශාල පරිමානයෙන් තොග ලෙස මිලදී ගෙන විකුණන ලබන තෙක් තම ගබඩා තුළ ගබඩාකර තබාගනු ලබති. ඔවුන් අවසන් පාරිභෝගිකයා වෙත භාණ්ඩ විකිණීමක් සිදු කිරීම ඉතා දුර්ලභ වන අතර බොහෝ විට ඔවුන් භාණ්ඩ විකුණනුයේ වෙනත් අතරමැදියෙකු වෙත ය.

#### 3. බෙදාහරින්නන්

බෙදාහරින්නන් ද තොග වෙළෙන්දන් හා සමාන කාර්යභාරයක් ඉටු කරනු ලබයි. ඔවුන් විසින්ද භාණ්ඩවල හිමිකම ලබා ගැනීම, ගබඩා කිරීම හා ලාභයක් තබාගෙන සිල්ලර වෙළෙඳුන් හා වෙනත් අතරමැදියන් වෙත භාණ්ඩ විකිණීම යන කාර්යයන් සිදු කරනු ලබයි. නමුත් ප්‍රධානතම වෙනස වනුයේ බෙදාහරින්නන් අනුපූරක භාණ්ඩ කෙරෙහි නැඹුරුවක් දැක්වීමයි.

#### 4. සිල්ලර වෙළෙන්දන්

.....  
.....  
.....

### 4.3 වෙළෙඳාමේ හවු පුවණතා

- **තාක්ෂණික හැඳුරුතාවය** - තිරු කේත භාවිතය, ක්ෂණික ප්‍රතිචාර කේත, ස්වයං සේවා කියෝස්ක්ස් භාවිතය, සබැඳි විමසීම හා ඇණවුම් කිරීම යනාදිය. තවද තාක්ෂණය හේතුකොට ගෙන ජංගම දුරකථන භාවිතා කරමින් වඩාත් අන්තර්ජාල වූ අත්දැකීමක් ළඟාකර ගැනීමට ගනුදෙනුකරුවන්ට හැකියාව ලැබී ඇත.
- **එකම වහලක් යට අවශ්‍යතාවයන් සපුරා ගැනීමට හැකි වීම** - එකම ස්ථානයක් තුළ දී විවිධ භාණ්ඩ හා සේවා සැපයීම හේතු කොටගෙන වඩාත් තෘප්තිමත් වූ මිලදී ගැනීමේ අත්දැකීමක් ලබා ගැනීමට පාරිභෝගිකයන්ට හැකි වේ.
- **දීර්ඝ කරන ලද ව්‍යාපාරික පැය** - පාරිභෝගිකයන්ට පහසු වේලාවන්හිදී ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතාවයන් සපුරාගත හැකි වන සේ සමහරක් ව්‍යාපාර ආයතන සතියේ සෑම දිනකම පැය 24 පුරාම (24/7) විවෘතව පවතී.
- **ව්‍යාප්ත කරන ලද වෙළෙඳපොළවල්** - ගනුදෙනුකරුවන් වැඩි ප්‍රමාණයක් ආවරණය වන ලෙස හා ගනුදෙනුකරුවන්ට රට තුළ ඕනෑම ප්‍රදේශයක දී භාණ්ඩ හා සේවා ලබා ගැනීමට හැකියාව ලැබෙන පරිදි ශාඛා වැඩි ප්‍රමාණයක් ඇරඹීමට ඇතැම් ව්‍යාපාර ආයතන කටයුතු කර ඇත.
- **වැඩි පාරිභෝගික සේවාවක්** - උදා 24 X 7 සංකල්පය

### 4.4 මූලික වෙළෙඳාම වර්ග දෙක (අභ්‍යන්තර හා විදේශීය)

#### 4.4.1 අභ්‍යන්තර වෙළෙඳාම හා විදේශීය වෙළෙඳාම

අභ්‍යන්තර වෙළෙඳාම හා විදේශීය වෙළෙඳාම ලෙස වෙළෙඳාම ප්‍රධාන කොටස් දෙකකට බෙදිය හැකි ය. රටක දේශ සීමාව තුළ භාණ්ඩ හා සේවා විකිණීමේ හා මිලට ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය දේශීය වෙළෙඳාම නම් වේ. අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම ලෙස ද හඳුන්වනු ලබන විදේශීය වෙළෙඳාම තුළින් අදහස් වන්නේ රටක දේශසීමාවෙන් ඔබ්බට වූ භාණ්ඩ හා සේවා විකිණීමේ හා මිලදී ගැනීමේ ක්‍රියාවලියයි.

දේශීය වෙළෙඳාම හා විදේශීය වෙළෙඳාම අතර පහත සඳහන් වෙනස්කම් පවතී.

ලක්ෂණය	දේශීය වෙළෙඳාම	අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම
තේතික පද්ධතිය	තනි රටක් - තනි නීති පද්ධතියක්	විවිධ රටවල් - විවිධ නීති පද්ධති
මුදල් ඒකක	තනි මුදල් ඒකකයක්	විවිධ මුදල් ඒකක
බදුකරණය	දේශීය වෙළෙඳ බදු පමණි (විකතු කළ අගය මත බදු, ජාතික ගොඩනැගීමේ බදු යනාදිය)	දේශීය හා අන්තර්ජාතික වෙළෙඳ බදු (තීරබදු, සෙස් බදු යනාදිය)
ගෙවීම් ක්‍රම	මුදල් හා මුදල් සමාන දේ	ණයවර ලිපි වැනි සාපේක්ෂ සංකීර්ණ ක්‍රම

## 4.5 තොග වෙළෙඳාම හා සිල්ලර වෙළෙඳාම

### 4.5.1 දේශීය වෙළෙඳාම වර්ග කිරීම

යම් රටක දේශ සීමාව තුළ සිදුකරනු ලබන භාණ්ඩ හා සේවා විකිණීමේ හා මිලදී ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය දේශීය වෙළෙඳාම නම් වේ. දේශ සීමාව ලෙස හඳුන්වන්නේ රටක දේශපාලනික වශයෙන් පාලනය කරනු ලබන කලාපය වන අතර එය එරට ගොඩබිම, මුහුදු සීමාව හා අභස යනාදියෙන් සමන්විත වේ.

දේශීය වෙළෙඳාම තවදුරටත් තොග වෙළෙඳාම හා සිල්ලර වෙළෙඳාම ලෙස වර්ග කළ හැකිය.

**තොග වෙළෙඳාම යනු :** තොග වෙළෙන්දෙක් විසින් නිෂ්පාදකයෙකු වෙතින් භාණ්ඩ මිලට ගෙන ඒවා සිල්ලර වෙළෙන්දන් වෙත අලෙවි කිරීම යි.

**සිල්ලර වෙළෙඳාම යනු :** සිල්ලර වෙළෙන්දෙකු විසින් තොග වෙළෙන්දන්ගෙන් භාණ්ඩ මිල දී ගෙන ඒවා අවසන් පාරිභෝගිකයා වෙත අලෙවි කිරීමයි.

තොග වෙළෙඳාමෙන් සිල්ලර වෙළෙඳාම වෙන්කොට දැක්වීමේ මූලික නිර්නායකය වන්නේ ගැනුම්කරුගේ පරමාර්ථයයි. ගැනුම්කරුගේ පරමාර්ථය නැවත විකිණීමක් වන විට එය තොග වෙළෙඳාම ලෙස හඳුන්වනු ලබයි. පරමාර්ථය තම පරිභෝජනය පමණක් වන විට එය සිල්ලර වෙළෙඳාම ලෙස හැඳින් වේ.

යම් ව්‍යාපාරයක් වෙතින් නිරන්තරයෙන්ම භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගනු ලබන යම් පුද්ගලයෙක් යම් පාර්ශවයක් ගනුදෙනුකරුවකු ලෙස හැඳින් වේ.

පාරිභෝගිකයන් ලෙස හඳුන්වනුයේ තම අවශ්‍යතා හා චූළමනා සම්පූර්ණ කර ගැනීම සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා පාවිච්චි කරනු ලබන යම් පුද්ගලයෙකි.

### 4.5.2 තොග වෙළෙඳාම හා සිල්ලර වෙළෙඳාම අතර වෙනස්කම්

ලක්ෂණය	තොග වෙළෙඳාම	සිල්ලර වෙළෙඳාම
පාර්ශවය	නිෂ්පාදක (විකුණුම්කරු) සහ තොග වෙළෙන්දා (ගැණුම්කරු)	සිල්ලර වෙළෙන්දා (විකුණුම්කරු) සහ පාරිභෝගිකයා (ගැණුම්කරු)
විකිණීමේ මාධ්‍යය	සාමාන්‍යයෙන් බහුල වශයෙන් ණයට විකිණීම සිදු කෙරේ	සාමාන්‍යයෙන් බහුල වශයෙන් සිදුවන්නේ අත්පිට මුදලට විකිණීමයි
වෙළෙඳාම් සිදුවන වාර ගණන	එකම පාර්ශව අතර නිතර නිතර ගනුදෙනු සිදුවේ	හැම විටම එකම ගැණුම්කරු හා විකුණුම්කරු සහභාගී නොවේ
වෙළෙඳ වට්ටම්	බොහෝ විට යොදා ගනී	එතරම් යොදා නොගනී

## 4.6 ආනයනය හා අපනයනය

### 4.6.1 විදේශීය වෙළෙඳාමට අදාළ ක්‍රියාකාරකම් හඳුනා ගැනීම

යම් රටක දේශ සීමාව ඉක්මවා සිදුකරනු ලබන වෙළෙඳ කටයුතු විදේශීය වෙළෙඳාම ලෙස හැඳින් වේ. වෙළෙඳාම යනු ගැණුම් හා විකුණුම් වන අතර අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමේ දී එය ආනයනය හා අපනයනය ලෙස හඳුනා ගනී.

**ආනයන** - තවත් රටකින් භාණ්ඩ හා සේවා මිල දී ගැනීම.

**අපනයන** - තවත් රටකට භාණ්ඩ හා සේවා විකිණීම

### 4.6.2 විදේශ වෙළෙඳාමට හේතු

- **වැඩි ලාභ අවස්ථා** - දේශීය වෙළෙඳපලක් තුළ සිටිනුයේ ගණුදෙනුකරුවන් සීමිත සංඛ්‍යාවක් වන අතර ඔවුනට අවශ්‍ය භාණ්ඩ හා සේවා ප්‍රමාණය විකිණීමෙන් පමණක් ව්‍යාපාරයකට එතරම් ලාභයක් ඉපයා ගැනීමට නොහැකි වේ.
- **අමුද්‍රව්‍ය හා සේවාවලට ප්‍රවේශ වීම** - ව්‍යාපාරයකට අවශ්‍ය සියලුම අමුද්‍රව්‍ය හා සේවාවන් එක් රටක් තුළ පමණක් පැවතිය නොහැක. මේ නිසා අඩ පිරිවැයකට වැඩි ගුණත්වයෙන් යුතු අමුද්‍රව්‍ය ලබා ගැනීමට ව්‍යාපාරවලට අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමෙහි නියුක්තවීම අවශ්‍ය වේ.
- **තරගකාරිත්වයේ වාසි** - දේශීය ලෙස පවතින දැඩි තරගකාරිත්වය නිසා දේශීය වෙළෙඳපල ව්‍යාපාරවලට ආකර්ශනීය නොවිය හැකිය.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 4.6.3 අන්තර්ජාතික වෙළෙඳපල

අන්තර්ජාතික වෙළෙඳ ගණුදෙනුවලදී විකුණුම්කරුගේ හා ගැණුම්කරුගේ කාර්යභාරය නිර්වචනය කිරීම සඳහා අන්තර්ජාතික වෙළෙඳපල යොදා ගනී. ගැණුම්කරු හා විකුණුම්කරු අතර ඇති කරගනු ලබන ගිවිසුමේ දී පහත සඳහන් දෑ තීරණය වේ.

- ගැණුම්කරුගේ හා විකුණුම්කරුගේ වගකීම
- වෙළෙඳ කටයුතුවලට අදාළ රක්ෂණ කටයුතු, බලපත්‍ර ලබා ගැනීම් හා අවසර ලබා ගැනීම් යනාදිය සිදුකරනු ලබනුයේ කවුරුන්ද යන්න

- ප්‍රවාහන කටයුතු සම්පාදනය කිරීම කවරෙකු විසින් කවර අවස්ථාවක් දක්වා සිදුකරනු ලබන්නේ ද යන්න
- විකුණුම්කරුගෙන් ගැණුම්කරු වෙත පිරිවැය හා අවදානම් යනාදිය හුවමාරු වන්නේ කවර අවස්ථාවක දී ද යන්න

**FAS (Free Alongside Ship)**

නම් කරන ලද වරායෙහි පවතින නැවක් තුළ භාණ්ඩ තබන තෙක් ප්‍රවාහනයට අදාළ කටයුතු විකුණුම්කරු විසින් සිදුකරනු ලබයි. ආනයනය සඳහා භාණ්ඩ නිෂ්කාශනය කිරීම විකුණුම්කරු විසින් සිදු කරයි. එකී අවස්ථාවේ සිට භාණ්ඩවලට අදාළ සියලු පිරිවැය හා භාණ්ඩ නැතිවීමෙන් සිදුවන අලාභ යනාදිය ගැණුම්කරු විසින් විද දරා ගත යුතුය. මෙය නාවික ප්‍රවාහනයේ දී පමණක් භාවිත වන පදයකි.

**FOB Free on Board (මිල, රක්ෂණය, ගාල් කුලී)**

නම් කරන ලද වරායෙහි නැව් පටිය (Ship's rail) තෙක් භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය කිරීමට විකුණුම්කරු බැඳී සිටී. එකී අවස්ථාවෙහි සිට භාණ්ඩවලට අදාළ සියලුම පිරිවැය හා අවදානම් ගැණුම්කරු විසින් විද දරා ගත යුතුය.

**CIF (Cost, Insurance, Freight) (මිල, රක්ෂණය, ගාල් කුලී)**

ප්‍රවාහන කටයුතු සිදුකරනු ලබන වරායෙහි ජැටියට භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය කළ විට විකුණුම්කරු විසින් භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය කිරීම සිදුකරන ලදැයි සැලකේ. නම් කරන ලද වරාය දක්වා භාණ්ඩ ගෙන ඒමට අදාළ පිරිවැය හා ගැලකුලී විකුණුම්කරු විසින් දරිය යුතුය. භාණ්ඩ නැතිවීම හා හානිවීම පිළිබඳ අවදානම් CFR හි මෙන් වේ. නෞකාවෙන් භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය කරන අතරතුර නැතිවීම් හා හානි වීම් හේතුවකට ගෙන ගැනුම්කරු රිසිනි විද දරා ගත යුතු වන අලාභවලට අදාළව නාවික රක්ෂණයක් විකුණුම්කරු විසින් ලබාගත යුතු වේ. අපනයනයට අදාළව භාණ්ඩ නිෂ්කාශනය කිරීම විකුණුම්කරු විසින් සිදුකළ යුතුය.

**DAT (Delivered at Terminal)**

ආනයන නිෂ්කාශනයට අදාළ පිරිවැය හැර බහාලුම් පර්යන්තය තෙක් භාණ්ඩ ප්‍රවාහනයට අදාළ ගැල් කුලී විකුණුම්කරු විසින් ගෙවනු ලබයි. බහාලුම් පර්යන්තයේ දී භාණ්ඩ ගොඩබෑන තෙක් වන සියලුම අවදානම් විකුණුම්කරු විසින් විද දරා ගනී.

**DAP (Delivered at Place)**

ආනයන නිෂ්කාශනයට අදාළ පිරිවැය හැර නම් කරන ලද ස්ථානයක් වන තෙක් භාණ්ඩ ප්‍රවාහනයට අදාළ වන ගැල්කුලී විකුණුම්කරු විසින් ගෙවනු ලබයි. ගැණුම්කරුට භාණ්ඩ ගොඩ බෑ හැකිවන ආකාරයට සූදානම් කරනු ලබන තෙක් වන සියලු අවදානම් විකුණුම්කරු විසින් විද දරා ගත යුතු වේ.

#### 4.6.4 අන්තර්ජාතික ගෙවීම් ක්‍රම

සෑම විටම ගනුදෙනුකරු විසිනි විකුණුම්කරුවෙකු වෙත ගෙවීම් කටයුතු සිදු කිරීමේ කාලය පිළිබඳව අවිනිශ්චිත තත්ත්වයක් පවතී. ගෙවීම් ලබා ගැනීම හැකිතාක් ඉක්මනට සිදුකර ගැනීම අපනයනකරුවන්ගේ අභිප්‍රාය වේ. අනෙක් අතට ආනයනකරුවන්ගේ අභිප්‍රාය වන්නේ හැකිතාක් ඉක්මනට භාණ්ඩ ලබා ගැනීමත් ඊට අදාළ ගෙවීම් කටයුතු සිදු කිරීම හැකිතාක් ප්‍රමාද කිරීමත්ය. විවිධ තත්ත්වයන් යටතේ විවිධ කාලසීමාවලදී ගෙවීම් කටයුතු සිදුකරනු ලැබිය හැකි විවිධ අන්තර්ජාතික ගෙවීම් ක්‍රම හඳුන්වා දී ඇත. එවැනි ප්‍රාථමික ගෙවීම් ක්‍රම කිහිපයක් පිළිබඳව මෙහි දී සාකච්ඡා කෙරේ.

#### මුදල් අත්තකාරම්

භාණ්ඩවල අයිතිය හුවමාරු වීමට පෙර භාණ්ඩ සඳහා වන ගෙවීම් සිදු කෙරේ. මෙය අපනයනකරුට වාසිදායක වුවත් ආනයනකරුට එතරම්ම වාසිදායක නැත.

#### ණයවර ලිපි

අවශ්‍ය කරනු ලබන සියලුම ලිපිලේඛන ලබාදීමෙන් අනතුරුව වෙළෙඳාමට අදාළ වන සියලු කොන්දේසි සපුරා ඇතැයි නිගමනය කළ පසු අපනයනකරු වෙත වෙළෙඳ කටයුත්තට අදාළ ගෙවීම් සිදුකරනු ලබන බවට ආනයනකරුගේ බැංකුව විසින් කරනු ලබන සහතික වීමයි.

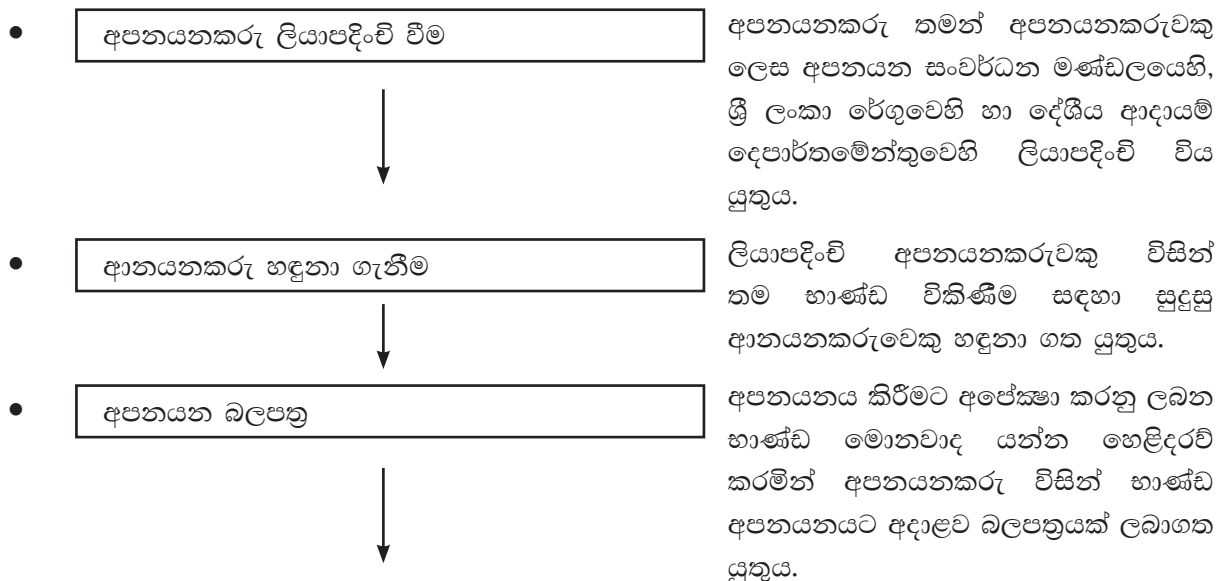
#### ලියවිලි භාර ගැනීම

ගෙවීම් කිරීම සඳහා ගැණුම්කරු වෙත ලියවිලි නිදහස් කිරීමට අදාළ උපදෙස් සඳහන් කරමින් ආනයනකරුට භාණ්ඩ නිදහස් කිරීමට අවශ්‍ය ලියවිලි අපනයනකරු විසින් අපනයනකරුගේ බැංකුව හා ආනයනකරුගේ බැංකුව වෙත ලබා දේ.

#### විවෘත ගිණුම්

විවෘත ගිණුම් ගනුදෙනුවක් යනු ගෙවීම් සිදුකිරීමට පෙර භාණ්ඩ නැව්ගත කිරීම හා ප්‍රවාහනය කර දීමයි.

#### 4.7.1 අපනයන ක්‍රියාපටිපාටිය



- ආනයනකරුගේ ඉන්ඩෙන්ට්‍රව්

↓
- ප්‍රවාහන හා රක්ෂණ කටයුතු සකස් කිරීම

↓
- නැව්ගත කිරීම

↓
- ඉන්වොයිස් කිරීම

↓
- භාර ගැනීම

භාණ්ඩවල අවශ්‍යතාවය පිළිබඳව ආනයනකරුගෙන් තහවුරු කිරීමක් ලබා ගැනීම

භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය සඳහා නැවක/ගුවන් යානයක ඉඩකඩ වෙන් කරවා ගැනීම සහ අදාළ රක්ෂණ ඔප්පුවක් ලබා ගැනීම.

භාණ්ඩ නැව්ගත කිරීම හා අපනයනකරු විසින් නැවෙන් නෞභාරපතක් ලබා ගැනීම.

භාණ්ඩ වලට අදාළ වටිනාකම වෙනුවෙන් හා අපනයනකරු විසින් දරන ලද වියදම් වෙනුවෙන් අපනයනකරු විසින් ඉන්වොයිසියක් පිළියෙල කිරීම.

අපනයනකරු වෙත ලැබිය යුතු මුදල් වෙනුවෙන් ලේඛනවල සත්‍ය පිටපත් හුවමාරු කරගැනීම.

**4.7.2 ආනයන ක්‍රියාපටිපාටිය**

- සැපයුම්කරු තෝරා ගැනීම

↓
- මිල විමසීම හා ඉල්ලුම් කිරීම

↓
- ආනයන බලපත්‍රය

↓
- ඉන්ඩෙන්ට්‍රව් නිකුත් කිරීම

↓
- ගෙවීම් කටයුතු

↓

පිළිගත හැකි තත්වයකින් යුක්ත භාණ්ඩ දැරිය හැකි මිලකට සැපයිය හැකි අපනයනකරුවෙකු ආනයනකරු විසින් තෝරාගත යුතුය.

සැපයුම්කරුගෙන් මිල විමසීමක් සිදු කිරීම හා අවශ්‍ය කරන භාණ්ඩ සඳහා ආනයනකරු විසින් ඉල්ලීමක් සිදු කිරීම.

ආනයන කළ යුතු භාණ්ඩ හෙළිදරව් කරමින් ආනයනය කිරීමට අදහස් කරනු ලබන භාණ්ඩවලට අදාළව ආනයන බලපත්‍රයක් ලබා ගැනීම.

අවශ්‍යතාවය පිළිබඳව අපනයනකරු වෙත සන්නිවේදනය කිරීම හා භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය සඳහා සුදානම් කරන ලෙස ඉල්ලීමක් සිදු කිරීම.

ආනයනකරු විසින් අපනයනකරු වෙත ගෙවීම් කටයුතු සිදු කිරීම සඳහා තම බැංකුව හෝ වෙනත් මාර්ගයක් හරහා අවශ්‍ය කරන පියවර ගනී.

- ලියවිලි භාරගැනීම

↓

අනතුරුව බැංකුව සමඟ එකඟ වූ වැඩකටයුතු තෘප්තිමත් කිරීමෙන් සැපයුම්කරු විසින් එවන ලද ලියවිලිවල සත්‍ය පිටපත් ආනයනකරු විසින් භාර ගැනීම.
- නිෂ්කාශනය

↓

ලියවිලිවල සත්‍ය පිටපත් ආනයනකරු විසින් රේගුව වෙත යොමු කිරීම හා ආනයන කීරුබදු ගෙවීම.
- භාණ්ඩ නිදහස් කිරීම

රේගුව විසින් භාණ්ඩ නිදහස් කිරීම. මෙයින් පසුව ආනයනකරුගේ ප්‍රයෝජනය සඳහා සුදුසුවන තත්ත්වයක භාණ්ඩ පවතී.

**4.7.3 විදේශ වෙළෙඳාමේදී භාවිතා වන ප්‍රාථමික ලියවිලි**

ලියවිල්ල	ඉදිරිපත් කරන්නා	අරමුණ
.....	අපනයනකරු	ආනයනකරුගෙන් තහවුරු කිරීමක් ලබා ගැනීම සඳහා භාණ්ඩවල තොරතුරු ලබාදීම. මෙහි භාණ්ඩවල මිල, ප්‍රමාණය, ප්‍රවාහන මාධ්‍ය, ගැල්කුළි, පිරිවැය හා බෙදාහැරීමේ ආකාරය, රක්‍ෂණය හා භාණ්ඩ පැටවීමේ දිනය, භාණ්ඩවල බර, ඇසුරුම් වර්ගය, පෙට්ටි ප්‍රමාණය, ලබා දෙන මිල සහ අදාළවන දිනය යන තොරතුරු අන්තර් ගත වේ.
.....	අපනයනකරු	භාණ්ඩ මිල හා අපනයනකරු විසින් දරන ලද අනෙකුත් වියදම් පිළිබඳව සන්නිවේදනය කරනු ලබන අවසාන ඉන්වොයිසිය යි.
.....	අපනයනකරු	මෙය වෙළෙඳාම් කරනු ලබන භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කරනු ලද රට තහවුරු කර ගැනීම සඳහා අවශ්‍ය වේ. භාණ්ඩ වල අයිතිය ලබා ගැනීම සඳහා හිමිකමෙහි සාක්‍ෂියක් ලෙස මෙහි සත්‍ය පිටපතක් ආනයනකරු ට අවශ්‍ය වේ.
.....	අපනයනකරු	භාණ්ඩ නැව්ගත කරන්නා හා නැව අතර එළඹුණු ගිවිසුම තහවුරු කර ගැනීම සඳහා මෙම ලියවිල්ල අවශ්‍ය වේ. භාණ්ඩවල අයිතිය ලබා ගැනීම සඳහා හිමිකමෙහි සාක්‍ෂියක් ලෙස මෙහි සත්‍ය පිටපතක් ආනයනකරුට අවශ්‍ය වේ.

රක්‍ෂණ සහතිකය	අපනයනකරු/ ආනයනකරු	අන්තර්ජාතික සීමාව හරහා ප්‍රවාහනය කරනු ලබන භාණ්ඩ සඳහා ප්‍රමාණවත් රක්‍ෂණයක් ලබාගෙන ඇති බවට තහවුරු කර ගැනීම සහඳා මෙම ලියවිල්ල වැදගත් වේ.
ඉන්ඩෙම්නිටි ලියවු	අපනයනකරු	නැව්ගත කරන ලද භාණ්ඩවලට අදාළ කිසියම් හවා හානියක් පිළිබඳව වූ අවදානම අපනයනකරු විසින් භාර ගන්නා බවත් එම නිසා පිරිසිදු නොභාරපතක් නිකුත් කරන ලෙසටත් නැවෙන් ඉල්ලීමක් කරන ලද බවටත් තහවුරු කරමින් නිකුත් කරන ලියවිල්ල වේ.
සනීපාරක්‍ෂක සහතිකය	අපනයනකරු	සමහර භාණ්ඩ සඳහා භාණ්ඩවලට තත්ත්වය පිළිබඳව

#### 4.8 අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම සඳහා ගෝලීය පරිසරයේ බලපෑම්

**- වෙළෙඳ තහනම්**

එක් රටක් හෝ රටවල් කිහිපයක් තවත් රටක්, සංවිධානයක් හා පුද්ගලයෙකු ඉලක්ක කරමින් පනවනු ලබන වාණිජ්‍යමය හා මූල්‍යමය දඬුවම් මෙයින් අදහස් වේ. මෙසේ තහනමට ලක් වූ පාර්ශවයන් සමඟ වෙළෙඳ කටයුතු සිදු කිරීමේ දී දැඩි අවදානමකට මුහුණපෑමට සිදුවන බැවින් එම පාර්ශව සමඟ වෙළෙඳ කටයුතු සිදු නොකරන ලෙසට රටවල්වලට උපදෙස් දී ඇත.

**- ඒකපාර්ශවීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්**

අනෙක් පාර්ශවය පිළිබඳව තැකීමකින් තොරව යම් රටක් විසින් ඇතිකරගනු ලබන වාණිජ්‍යමය ගිවිසුමකි. මේ තුළින් ප්‍රතිලාභ ලැබෙනුයේ කිසියම් එක් රටකට පමණි. අනෙක් පාර්ශවය කිසිදු තේරීමකට යටත් නොවන බැවින් මෙය ඒකපාර්ශවීය ලෙස සැලකේ. මෙහි දී කේවල් කිරීමට ඉඩක් නොමැත

**- ද්විපාර්ශවීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්**

මෙය රටවල් දෙකක් අතර සිදුවන වෙළෙඳ කටයුතුවලට අදාළ වේ. මේ තුළින් ඒ ඒ රටට අනෙක් රටෙහි වෙළෙඳපලට පිවිසීමට ඉඩකඩ සලසයි. මෙය වෙළෙඳාමෙහි හා ආර්ථිකයෙහි වර්ධනයට ඉවහල් වේ. ගිවිසුමෙහි සඳහන් වන වගන්ති මගින් ව්‍යාපාරවල මෙහෙයුම් කටයුතු හා සිදුකරනු ලබන මට්ටම කිසියම් ප්‍රමිතියකට ලක් කරනු ලබයි.

**- බහුපාර්ශවීය වෙළෙඳ ගිවිසුම්**

රටවල් තුනක් හෝ වැඩි ගණනක් අතර ඇතිකරගනු ලබන වෙළෙඳ ගිවිසුම් මින් අදහස් වේ. මෙම ගිවිසුම් මගින් තීරුබදු අඩු කිරීමක් සිදුකරන අතර ව්‍යාපාරවලට ආනයන හා අපනයන කටයුතු සිදු කිරීම පහසු කරයි. මෙය රටවල් කිහිපයක් අතර ඇති කරගනු ලබන බැවින් කේවල් කිරීම අපහසුය.

- **යුරෝපා සංගමය**

යුරෝපා සංගමයට අයත් සියලුම රටවල් ආර්ථික හා මූල්‍යමය එකමුතුවෙහි සාමාජිකත්වය දරති. ඔවුහු යුරෝපා සංගමයේ ආර්ථික අරමුණු මුදුන් පමුණුවා ගැනීමට ඉවහල්වන ආකාරයට තම ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති සකසා ගනිති. නමුත් සාමාජික රටවල් බොහෝමයක් තවත් පියවරක් ඉදිරියට තබමින් තම රටවල් පැවති මුදල් ඒකක වෙනුවට යුරෝ නමින් තනි මුදල් ඒකකයක් භාවිතයට පටන්ගෙන තිබේ. මෙම රටවල් විසින් යුරෝපා කලාපය බිහිකර ඇත.

- **Brexit**

ජනමත විචාරණය ප්‍රතිඵලයක් ලෙස යුරෝපා සංගමයෙන් ඉවත් වීමට බ්‍රිතාන්‍ය විසින් 2016 ජූනි 23 දින ගන්නා ලද තීරණය මෙමගින් අදහස් වේ.

- **BRICS**

එක්සත් ජාතීන්ගේ මහා සමුළුවට සමගාමීව පැවති විදේශ අමාත්‍යවරුන්ගේ සාකච්ඡාවක ප්‍රතිඵලයක් ලෙස 2006 වසරේ සිටම නිල නොවන මට්ටමින් වූ සම්බන්ධීකරණයක් බ්‍රසීලය, රුසියාව, ඉන්දියාව හා චීනය (BRIC) යන රටවල් අතර ඇතිව තිබිණි. එයටත් පෙර සිටම මූල්‍ය වෙළෙඳ විසින් නිර්වචනය කරන ලද BRIC යන කෙටි යෙදුම, එයින් පසුව හුදෙක්ම එම නැගී එන ආර්ථිකයක් හඳුනාගැනීම සඳහාම වෙන් වූ පදයක් නොවින. බ්‍රසීලියානුවන්ට හා අනෙකුත් සාමාජික රටවල පුරවැසියන්ට ස්ථාවර ප්‍රතිලාභ සැලසීමට හැකියාවක් ඇති ප්‍රදේශ අතර සම්බන්ධීකරණයක් ගොඩනැගිය හැකි යාන්ත්‍රණයක් බවට BRIC පත් විය.

**4.9 ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳාම**

අන්තර්ජාලය හෝ පරිගණකගත ජාලයක් හරහා භාණ්ඩ හා සේවා මිලදී ගැනීම හා විකුණුම් කටයුතු සිදුකිරීම ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳමයි.

ඉලෙක්ට්‍රොනික් වාණිජ්‍ය හෙවත් E-commerce සංකල්පයේ දියුණුව සමඟ මෙම වෙළෙඳම බිහිවීම හා සංවර්ධනය සිදුවූ බව දක්විය හැකිය. මෙම ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳම බිහිවීමට තවත් එක් ප්‍රධාන සාධකයක් ලෙස ඉලෙක්ට්‍රොනික් ව්‍යාපාර E-business සංකල්පයද හේතුවිය. අන්තර්ජාලය භාවිත කරමින් සිදුවන වෙළෙඳාමට සහාය වන සියලුම ව්‍යාපාරික උපකාරක සේවාවන් ඉලෙක්ට්‍රොනික් වාණිජ්‍යය ලෙස හැඳින් වේ.

විද්‍යුත් වාණිජ්‍යය හා විද්‍යුත් ව්‍යාපාර ලෙස දක්වා ඇත්තේ මෙම සංකල්පයන් ය.



**4.9.1 ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳාම ජනප්‍රිය වීමට හේතු**

- දවසේ ඕනෑම වේලාවක ව්‍යාපාරික කටයුතුවල යේදීමේ හැකියාව
- ආරම්භක පිරිවැය අවම වීම.
- වෙළෙඳපොළ පුළුල් වීම

- අතරමැදියන් අවම වන බැවින් මිල මට්ටම පහල වීම.
- නව භාණ්ඩ පරිහරණයට අවස්ථාව ලැබීම.

.....

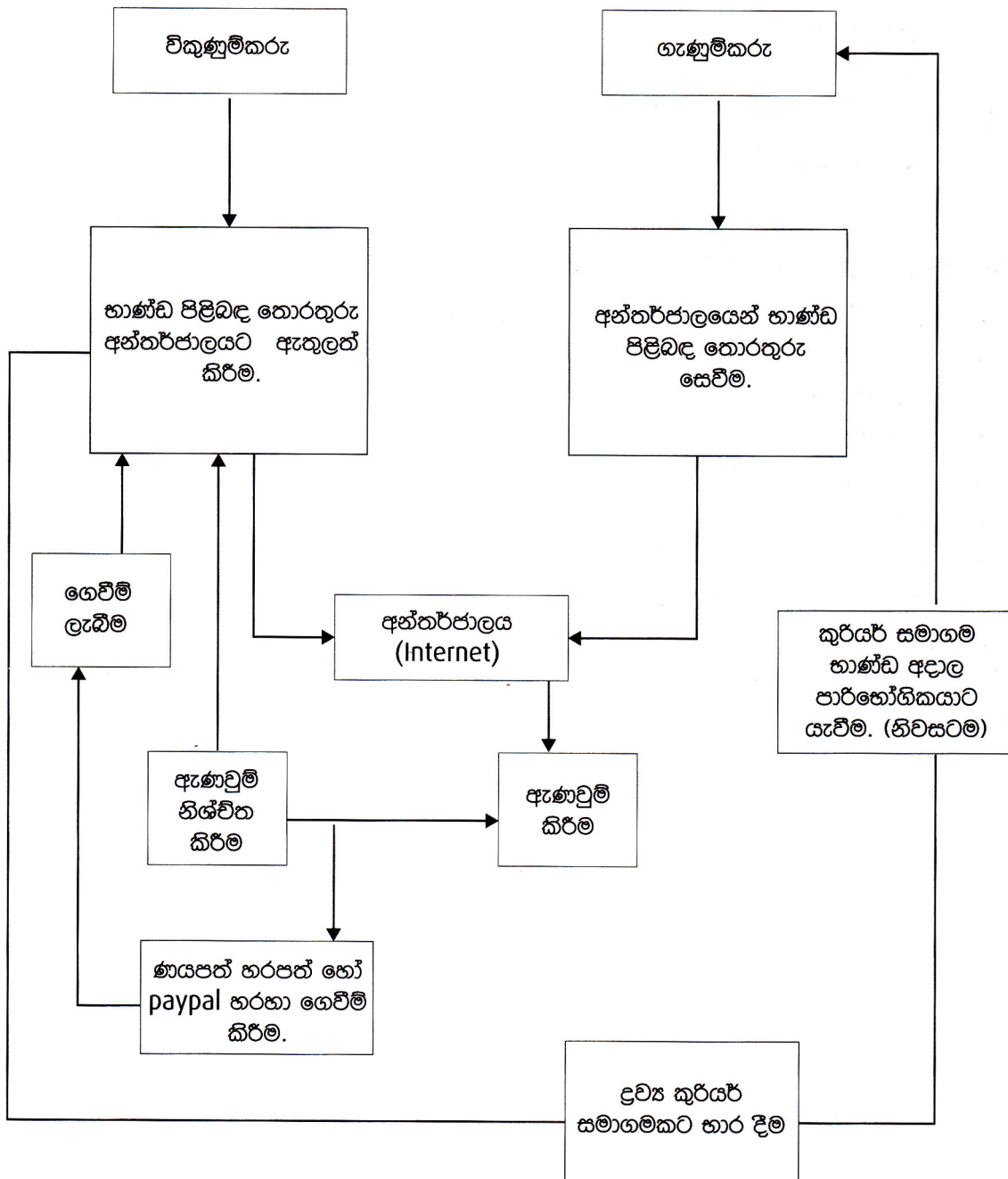
.....

.....

.....

.....

**ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළඳාම සිදුවන ආකාර.**



**4.9.2 ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳුම් ව්‍යාපාරක වාසි**

1. කාර්යක්ෂම හා ඵලදායී වීම මත ව්‍යාපාරිකයන්ගේ වෙළෙඳපොළ වර්ධනය වීම.
2. තොග රඳවා ගැනීමේ හෝ ලිපි ලේඛන හෝ අතරමැදි පිරිවැය අවම වීම.

.....

.....

.....

**4.9.3 ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳුම් ව්‍යාපාරක අවාසි**

1. පාරිභෝගික හා අන්තර්ජාල පහසුකම් සීමාවීම.
2. ගෙවීම් ක්‍රමවල පවතින ගැටලු

.....

.....

.....

**4.9.4 ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳුම් පාරිභෝගික වාසි**

1. හාණ්ඩ තෝරා ගැනීමේ ඉඩකඩ පුළුල් වීම.
2. පහසුවෙන් ඇනවුම් කලහැකි වීම.

.....

.....

.....

**4.9.5 ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳුම් පාරිභෝගික අවාසි**

1. හාණ්ඩ භෞතික පරීක්ෂා කිරීමට නොහැකි වීම.
2. තමා වෙන් කරන ලද හාණ්ඩයම ලැබෙදැයි පාරිභෝගිකයා තුළ පවතින අවිශ්වාසනීයත්ව හැඟීම.

.....

.....

.....

**4.9.6 ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳුම් සිදුවන ආකාර**

ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳුම් සිදුවීම සම්බන්ධව බලයලත් ප්‍රධාන ආයතන 3 ක් ඇත. එනම් ව්‍යාපාර, පාරිභෝගිකයා හා රජයයි. (G,C,B) එම අංශ අතර ඇතිවිය හැකි වෙළෙඳුම් ආකාර පහත පරිදි වේ.

**ව්‍යාපාරිකයාගෙන් ව්‍යාපාරිකයාට**

ව්‍යාපාරය තවත් ව්‍යාපාරයක් සමඟ සිදුකරන ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳාම් කටයුතු වේ.

උදා : සී/ස පුබුදු ලී බඩු සමාගම විසින් රු. 700,000/- ක් වටිනා ලී බඩු තොගයක් සී/ස කැන්ඩි ගෝලඩීස් හෝටලටය විද්‍යුත් ඇනවුම් සහතිව අලෙවි කිරීම.

**ව්‍යාපාරිකයාගෙන් පාරිභෝගිකයාට**

ව්‍යාපාරිකයන් විසින් පාරිභෝගිකයෙකුට අන්තර්ජාලය හරහා සිදු කරන ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳාම් කටයුතු වේ. මෙය බොහෝ විට ඉලෙක්ට්‍රොනික් සිල්ලර වෙළෙඳාම් ලෙස ජනප්‍රිය යි.

උදා :- කොළඹ සිට යාපනය දක්වා ගමන්ගන්නා දුම්රියේ ආසනයක් අන්තර්ජාලය හරහා වෙන් කිරීම.

**පාරිභෝගිකයාගෙන් පාරිභෝගිකයාට**

පාරිභෝගිකයෙකු විසින් සෘජුවම තවත් පාරිභෝගිකයෙකුට භාණ්ඩයක් අන්තර්ජාලය හරහා අලෙවි කිරීමයි.

උදා : පුද්ගලයෙකු ikman.lk හරහා තමාගේ ජංගම දුරකථනය තවත් පුද්ගලයෙකුට අලෙවි කිරීමයි.

**ව්‍යාපාරිකයෙකුගෙන් රජයට**

ව්‍යාපාරිකයා විසින් රජයට හෝ රාජ්‍ය ආයතනයකට අදාළව ඉලෙක්ට්‍රොනික් මාධ්‍යයක් හරහා වෙළෙඳාම් කිරීමයි.

උදා : දම්රෝ සමාගම අන්තර්ජාලය ඔස්සේ ජනාධිපති ලේකම් කාර්යාලයට මේස හා ගෘහ භාණ්ඩ කට්ටලයක් අලෙවි කිරීම.

මීට අමතරව

රජයෙන් ව්‍යාපාරිකයාට (G2B), රජයෙන් පාරිභෝගිකයාට (G2C), පාරිභෝගිකයාගෙන් රජයට (C2G), රජයෙන් රජයට (G2G), ලෙස ද ඉලෙක්ට්‍රොනික් වෙළෙඳාම දැකිය හැකිය.

## 05.

# ව්‍යාපාර කෙරෙහි රජයේ බලපෑම්, ව්‍යාපාරයකට ව්‍යාපාර ආචාරධර්මවල ඇති වැදගත්කම

### 5.1 රජයක් විසින් ආර්ථිකය මෙහෙයවීමේ අරමුණු

#### ආර්ථික වර්ධනය හා සංවර්ධනය

ආර්ථික වර්ධනය හෙවත් ආර්ථික වෘද්ධිය යනුවෙන් අදහස් කරන්නේ රටක මූර්ත ජාතික ආදායම වසර ගණනක සිට දිගු කාලීන ව අඛණ්ඩව ඉහළ යාම හෙවත් වර්ධනය යි.

ආර්ථික සංවර්ධනය යනු ආර්ථික වර්ධනය තුළින් ඇති වන ප්‍රතිලාභ රටේ සමස්ත ජනතාව වෙත බෙදිගොස් ඔවුන්ගේ ගුණාත්මක තත්ත්වය ඉහළ නැංවීමේ ක්‍රියාවලියකි.

#### පූර්ණ සේවා නියුක්තිය

රටක් සතු සියලු ම සම්පත් නිෂ්පාදනය සඳහා යොදවා ඇති තත්ත්වයක් පූර්ණ සේවා නියුක්තිය ලෙස හඳුන්වා දිය හැකිය. සේවා නියුක්තිය අවම කොට ඉහළ සේවා නියුක්තියක් අත්පත් කර ගැනීම තුළින් පූර්ණ සේවා නියුක්තියක් බිහි කර ගැනීම රජයේ අරමුණකි.

#### ආර්ථික ස්ථායීතාව

රටක ආර්ථිකයක උච්චාවචනයකින් තොරව පවත්වා ගෙන යෑම සහ වර්ධනය කිරීම මෙහි අදහසයි. රටේ සාමාන්‍ය මිල මට්ටම ස්ථාවරව පවත්වා ගැනීම හෙවත් මිල ස්ථායීතාව, සේවා නියුක්තිය ස්ථාවරභාවය හා ගෙවුම් ශේෂ ස්ථාවරභාවය යන කරුණු කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමෙන් ආර්ථික ස්ථායීතාව හෙවත් ආර්ථික ස්ථාවරභාවය රටකට අත්පත් කර ගත හැකිය.

#### සාධාරණ ආදායම් ප්‍රතිව්‍යාප්තියක් බිහි කිරීම

රටක සමස්ත ජනතාව අතර ඵරට ජාතික නිෂ්පාදිතය සාධාරණ ව බෙදා හැරීම රජයේ අරමුණකි. ආදායම් විෂමතාව වැඩි වීම නිසා සාධාරණත්වය යන මූලධර්මය කඩවීමෙන් ඇති විය හැකි සමාජ ආර්ථික ගැටලු අවම කිරීම සඳහා රජයන් විසින් ආදායම් ප්‍රතිව්‍යාප්තියක් ඇති කිරීම සඳහා ව්‍යාපාර කෙරෙහි සෘජු මෙන්ම වක්‍ර බලපෑම් රාශියක් සිදු කරනු ලබයි. බදුපැනවීම මෙන් සුභසාධක කටයුතු ක්‍රියාත්මක කිරීම රජයක් සිදුකරන්නේ සාධාරණතාවය රැකීම ද වෙනුවෙනි.

#### යහපත් අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමක් බිහි කිරීම

රටක් බාහිර ලෝකයා සමග සිදු කරනු ලබන සියලු වෙළෙඳ කටයුතු රටේ සංවර්ධනයට හිතකර ලෙස පවත්වා ගෙන යාම රජයේ අපේක්ෂාවයි. මෙහි දී විශේෂයෙන් ම ගෙවුම් ශේෂ ස්ථාවර භාවය පිළිබඳ අවධානය යොමු කරයි. එනම් ගෙවුම් ශේෂ හිඟතාවයන් හා අතිරික්තතාවයන්ගෙන් තොරව ස්ථාවර ව පවත්වා ගෙන යෑම තුළින් යහපත් අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාමකට මග පෑදේ.

### තිරසර සංවර්ධනය

තිරසර සංවර්ධනය යනු, අනාගත පරම්පරාවේ අවශ්‍යතා සපුරා ගැනීමට ඇති අයිතිය උල්ලංඝනය නොකරමින් වර්තමාන අවශ්‍යතා ළඟා කර ගන්නා වූ සංවර්ධනයයි. තිරසර සංවර්ධනය ගොඩනැගී ඇත්තේ සමාන වැදගත්කමක් ඇති කුළුණු තුනක් මතය. ඒවා නම්,

.....  
.....  
.....

### 5.2 රජයේ ආර්ථික අරමුණු ඉටුකර ගැනීමට ව්‍යාපාරවල දායකත්වය

- .....  
ව්‍යාපාර සඳහා අවශ්‍ය මානව සම්පත් සේවයට බඳවා ගැනීම මගින් සේවනියුක්ති අනුපාතය ඉහළ දැමීමට ව්‍යාපාර අංශය දායක වේ. මෙම තත්වය රජයේ අරමුණු ඉටු කරලීමට සහාය වේ. විශේෂයෙන් සේවා නියුක්ති ස්ථාවර බව, ආර්ථික වර්ධනය හා සංවර්ධනයට හා ආදායම් ධන ප්‍රතිව්‍යාප්තියට හිතකර තත්වයන් උදා කරයි.

- .....  
වර්තමානයේ පැන නැගී ඇති තිරසර සංවර්ධනයට අදාළ ක්ෂේත්‍රයක් ලෙස පරිසරය දැක්විය හැකිය. පරිසරයට සිදු වන හානිය අවම කරමින්, හරිත නිෂ්පාදනයට යොමු වෙමින් අපද්‍රව්‍ය හා කසල මනාව කළමනාකරණය කරමින් පරිසර හිතකාමී ප්‍රවේශයකට ව්‍යාපාර යොමු වෙමින් පවතී.

- .....  
රටේ සම්පත් උපරිම ලෙස තම ව්‍යාපාර කටයුතු සඳහා එක් කරමින් දේශීය සම්පත් ප්‍රයෝජනයට ගැනීම මගින් ජනතාවගේ ක්‍රය ශක්තිය ඉහළ නැංවීමට ඇති හැකියාව ඉහළ යී. ඒ තුළින් රටේ ආර්ථික සංවර්ධනයට, ආර්ථික වෘද්ධියට, පූර්ණ සේවා නියුක්තියට දක්වන දායකත්වය ඉහළ අගයක් ගනී.

- .....  
ව්‍යාපාර විසින් රජයට ගෙවිය යුතු බද්ද පැහැර හැරීමෙන් තොරව කලට වේලාවට තම ආදායම හෝ ලාභය පදනම් කරගෙන ගෙවීම සිදු කරයි. එය රජයේ කාර්යභාරය කරගෙන යාමට අවශ්‍ය අරමුදල් සම්පාදනය කරනු ලැබීමත් හෙයින් රජයේ ආර්ථික අරමුණු ඉටුකර ගැනීමට දායක වීමට බදු ගෙවීම මගින් හැකියාව රජයට ලැබේ.

- .....  
රජය විසින් වරින් වර ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන ප්‍රතිපත්ති ඉටු කිරීමට ව්‍යාපාර බැඳී සිටී. එම නිසාම රජයේ පිස්කල් ප්‍රතිපත්තිය හා මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කිරීමේ දී ව්‍යවසායකයන් විශාල දායකත්වය අත්පත් කර දෙයි.

රජය විසින් වරින් වර පනවනු ලබන නීති ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී ව්‍යාපාර විසින් ඒවා පිළිපැදීම සිදු කරයි. එමගින් යහපත් ව්‍යාපාරික පරිසරයක් නිර්මාණය කර ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාර දායක වෙයි.

### 5.3 ව්‍යාපාර හා රජය අතර පවතින අන්‍යෝන්‍ය සබඳතාවේ වැදගත්කම

ව්‍යාපාර හා රජය අතර පවතින සබඳතාව මගින් රජයේ අරමුණු මෙන්ම ව්‍යාපාර අරමුණු ද ඉටු කර ගැනීමට අවස්ථාව උදා වී ඇත. රජයේ අරමුණු ඉටුකර ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාරවලට අවශ්‍ය යටිතල පහසුකම්, බදු සහන, දේශපාලන ස්ථාවරභාව, වෙළෙඳපොළ පහසුකම් මෙන්ම පෞද්ගලික අංශයට සැපයිය නොහැකි වෙනත් දෑ සපයමින් ව්‍යාපාර පැවැත්මට මෙන්ම වර්ධනයට ද විශාල දායකත්වයක් රජය ලබා දෙන අතර එය ජාතික මට්ටමින් මධ්‍යම රජය දල පළාත් මට්ටමෙන් ඒ ඒ පළාත් සභාවන් මගින් දල ප්‍රාදේශීය මට්ටමින් පළාත් පාලන ආයතන ද සිදු කරයි. අනෙක් අතට සේවා නියුක්තියට දායක වෙමින් විශාල රැකියා ප්‍රමාණයක් සපයමින් දේශීය සම්පත් භාවිත කරමින් පූර්ණ සේවා නියුක්තියක් ලබා දීමට ද භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කරමින් දළ දේශීය නිෂ්පාදනය ඉහළ නැංවීමට දායක වෙමින් ආර්ථික වර්ධනයට ද ව්‍යාපාර උර දෙයි. එසේම නියමිත පරිදි බදු ගෙවීමෙන් රජයේ ආදායම ඉහළ දැමීමට ව්‍යාපාර දායක වෙන බව පෙනේ. රජයට අවශ්‍ය තිරසර සංවර්ධනය ඇති කිරීමට අපද්‍රව්‍ය කළමනාකරණය කරමින් රජය පනවන ලබන නීතිරීති අනුගමනය කරමින් ව්‍යාපාර තම කටයුතු මෙහෙයවීම රජයට පහසුවකි.

එසේම හදිසි අපදා අවස්ථාවලදී මෙන්ම ස්වාභාවික විපත්වල දී රජය අපහසුතාවට පත්වන විට සමාජ සත්කාර කරමින් රජයේ කාර්යඛාරය පහසුකිරීම ද වර්තමානයේ දැකිය හැකි සුවිශේෂතාවකි. ඒ සමගම ව්‍යාපාර සමාජ වගකීම් ඉටුකරමින් ව්‍යාපාර ආචාර ධර්ම සංග්‍රහ සකස් කර ඒ අනුව තම ව්‍යාපාර කටයුතු කිරීමෙන් යහපත් ව්‍යාපාර පරිසරයක් රට තුළ නිර්මාණය කර ගැනීමට උත්සාහ දරන අතර එය රජයට තම කාර්යයන් පහසු කරන අතර රජයේ අරමුණු ඉටුවීමෙන් රට සෞභාග්‍ය කරා ගෙන යාමටත් ව්‍යාපාර අරමුණු ඉටුවීමෙන් ව්‍යාපාර කටයුතු ප්‍රසාරණය වීමෙන් රටේ සෞභාග්‍ය පවත්වා ගෙන යාමටත් හැකිවීම මගින් ව්‍යාපාර හා රජය අතර පවතින අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතාව අඛණ්ඩව ශක්තිමත් ලෙස පැවතිය යුතුය යන්න පොදු පිළිගැනීම යි.

### 5.4 රජයක විවිධ අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට රජයක් විසින් ව්‍යාපාරවලට සිදු කරනු ලබන බලපෑම්

#### 5.4.1 රජයක විවිධ අරමුණු

- ආර්ථික කටයුතු කළමනාකරණය කිරීම
- සමාජීය ප්‍රාග්ධනය සඳහා සම්පත් සැපයීම
- රැකියා විරහිත අයට, පහළ මට්ටමේ ආදායම් ලබන්නන්ට, විශ්‍රාමිකයින්ට සුබසාධන පහසුකම් සැපයීම.
- වෙළෙඳපොළ ඒකාධිකාරී තත්ත්වයන් පාලනය කොට තරඟකාරීත්වය වැඩි දියුණු කිරීම
- පෞද්ගලික අංශය නො සපයන පොදු හා සුබසාධන භාණ්ඩ සැපයීම

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**5.4.2 රජය ව්‍යාපාරවලට බලපෑම් කරන ආකාරය**

**- ගනුදෙනුකරුවකු ලෙස රජය ව්‍යාපාරවලට සිදු කරන බලපෑම**

රජයට අවශ්‍ය කරනු ලබන විවිධ භාණ්ඩ හා සේවා රජය විසින් ව්‍යාපාරවලින් මිල දී ගැනීම තුළින් රජය ව්‍යාපාර කෙරෙහි විශාල බලපෑමක් ගනුදෙනුකරුවෙකු ලෙස සිදු කරයි. ව්‍යාපාරවල පැවැත්ම මෙන්ම සංවර්ධනය සඳහා ද මෙම ගනුදෙනුකරුවෙකු ලෙස සිදුකරන බලපෑම පෙන්වා දිය හැකිය.

**හිඳසුන්**

.....

.....

.....

**- තරඟකරුවකු ලෙස රජය ව්‍යාපාරවලට කෙරෙන බලපෑම**

රජය ද යම් යම් ව්‍යාපාර කටයුතු පෞද්ගලික අංශය හා තරඟකාරී ව සිදු කරයි. රාජ්‍ය සංස්ථා, දෙපාර්තමේන්තු, රාජ්‍ය සමාගම් වැනි රාජ්‍ය ව්‍යවසායන් මගින් භාණ්ඩ හා සේවා සපයමින් පෞද්ගලික ව්‍යාපාර අංශය සමග තරඟකාරීත්වයෙන් යුතු ව කටයුතු කරයි.

**හිඳසුන්**

.....

.....

.....

.....

.....

- **යටිතල පහසුකම් හා අත්‍යවශ්‍ය සේවා සපයන්නකු ලෙස ව්‍යාපාරවලට කෙරෙන බලපෑම.**

ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමට මෙන්ම පවත්වාගෙන යාම සඳහා අවශ්‍ය මූලික හා අත්‍යවශ්‍ය පහසුකම් වන මහා මාර්ග, සන්නිවේදන ජාල, විදුලි බල පහසුකම්, ජල පහසුකම්, අධ්‍යාපනය, සෞඛ්‍ය පහසුකම්, මිනිස් බල සංවර්ධනය, ආරක්ෂක සේවා හා සනීපාරක්ෂක සේවා යනාදිය රජයක් විසින් සපයා දීම සිදු කරනු ලබයි. පෞද්ගලික අංශය දිරි ගැන්වීම සඳහා ලබා දෙන ආර්ථික හා සමාජ යටිතල පහසුකම් ලෙස මේවා හඳුන්වා දිය හැකිය.

- **නියාමකයෙකු ලෙස රජය ව්‍යාපාරවලට කෙරෙන බලපෑම**

රටේ ව්‍යාපාර කටයුතු පරිපාලනය මෙන්ම සුපරීක්ෂණය කිරීම ද වගකිව යුතු රජයක් සිදුකරන කාර්යයකි. රජයේ දෙපාර්තමේන්තු, සංස්ථා, ව්‍යවස්ථාපිත මණ්ඩල, කොමිෂන් සභා යනාදි විවිධ ආයතන පිහිටුවමින් හා ක්‍රියාත්මක කරමින් රටේ සමස්ත ව්‍යාපාර මෙහෙයවීමක් රජය සිදු කරයි. ඒ සඳහා පිහිටුවා ඇති ආයතන රාශියකි.

**හිඳසුන්**

- මහ බැංකුව
- විනිමය හා සුරැකුම්පත් කොමිසම
- රක්ෂණ මණ්ඩලය
- සමාගම් රෙජිස්ට්‍රාර් කාර්යාලය

.....

.....

.....

.....

- **දිරි ගැන්වීම් සපයන්නකු ලෙස රජය ව්‍යාපාරවලට කරන බලපෑම**

ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යාමටත්, පුළුල් කිරීමටත්, සංවර්ධනය කිරීමටත් හා යම් යම් දිරිගැන්වීම් රජයක් විසින් සිදු කරනු ලබයි. මධ්‍යම රජය මෙන්ම පළාත් සභා හා ප්‍රාදේශීය සභා ද නොයෙකුත් අයුරින් ව්‍යාපාර දිරිගැන්වීමට කටයුතු කරයි.

උදා :-

- මූල්‍ය පහසුකම් සැපයීම
- බදු විරාම, බදු සහන, බදු ප්‍රතිදාන, බදු නිදහස් කිරීම්
- ජාත්‍යන්තර ණය යෝජනා ක්‍රම හඳුන්වා දීම

.....

.....

.....

.....

මූල්‍ය පහසුකම් සැපයීම මගින් ව්‍යාපාර සංවර්ධනය ඇති කිරීම සඳහා රජය සහාය වේ.

**මූල්‍ය පහසුකම්**

රාජ්‍ය බැංකු හා වෙනත් රාජ්‍ය මූල්‍ය ආයතන විසින් ව්‍යාපාරිකයින්ට සහනදායී කොන්දේසි යටතේ ලබා දෙන ණය මුදල් මෙන් ප්‍රධාන වේ. විවිධ ආයෝජන කටයුතුවල නිරත කරවීම හා පෙළඹවීම පිණිස සඳහා ඔවුන්ට අවශ්‍ය ස්ථාවර ප්‍රාග්ධන අවශ්‍යතා හා කාරක ප්‍රාග්ධන අවශ්‍යතා වෙනුවෙන් මූල්‍ය පහසුකම් සපයයි.

**මූල්‍ය පහසුකම් සපයන රජයේ ආයතන**

- 1. ජාතික සංවර්ධන බැංකුව
- 2. සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකත්ව බැංකුව
- 3. රාජ්‍ය උකස් හා ආයෝජන බැංකුව

.....

.....

.....

**මූල්‍ය පහසුකම් සැපයීමේ දී යොදා ගන්නා උපාය මාර්ග**

- ප්‍රතිමූල්‍ය පහසුකම්
- සරල කොන්දේසි යටතේ ණය ලබාදීම
- කල්බදු ක්‍රම හඳුන්වා දීම

.....

.....

.....

**මූල්‍ය පහසුකම් සපයන විවිධ ක්‍ෂේත්‍ර**

- කෘෂිකාර්මික ණය
- ගොඩනැගිලි ඉදිකිරීම හා අලුත්වැඩියාව සඳහා ණය
- කාර්මික ණය

.....

.....

.....

**මූල්‍ය පහසුකම්වලට අතිරේක ව්‍යාපාරිකයින්ට රජය මගින් ලබාදෙන අනුග්‍රහයන්**

**1. ව්‍යාපාර සඳහා උපදෙස් හා පුහුණුව ලබාදීම.**

රජයේ විවිධ දෙපාර්තමේන්තු හා වෙනත් රාජ්‍ය ආයතන මගින් නිෂ්පාදන, තාක්ෂණ, ගුණත්ව පාලනය, ව්‍යාපාර සැලසුම්කරණය, ව්‍යාපාර මූල්‍යනය හා අලෙවිකරණය ඇතුළු විවිධ ක්ෂේත්‍ර සඳහා උපදෙස් ලබා දීම සිදු කරයි. එම ආයතන අතර

- කාර්මික සංවර්ධන මණ්ඩලය
- කාර්මික තාක්ෂණික ආයතනය
- ජාතික ව්‍යාපාර කළමනාකාරීත්ව ආයතනය
- අපනයන සංවර්ධන මණ්ඩලය

**2. ව්‍යාපාර සඳහා තොරතුරු සැපයීම**

රජය ව්‍යාපාරවලට අවශ්‍ය වන තොරතුරු විශාල ප්‍රමාණයක් ලබාදීම සඳහා ක්‍රම හා ආයතන පද්ධතියක් හඳුන්වා දී ඇත. ජනලේඛන හා සංඛ්‍යාලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව වැනි ආයතන විවිධ තොරතුරු සපයන අතර අපනයන සංවර්ධන මණ්ඩලය හා වාණිජ දෙපාර්තමේන්තුව වැනි ආයතන ද අපනයනයට සම්බන්ධ තොරතුරු ලබා දීම උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැකිය.

**3. විනිමය පහසුකම් සැපයීම**

ව්‍යාපාරික අවශ්‍යතා සඳහා විදේශීය මුදල් මිලට ගැනීමේ දී විශේෂ පහසුකම් සැපයීම හා විනිමය ගනුදෙනු සම්බන්ධව ඇති අවහිරතා අවම කිරීම, විදේශ විනිමයෙන් ගිණුම් ආරම්භ කිරීමට අවසර ලබා දීම ආදිය මෙහි දී දැක්විය හැකිය.

**5.4.3 රාජ්‍ය ආයතන මගින් ලබාදෙන විවිධ පහසුකම්**

**ශ්‍රී ලංකා ව්‍යාපාර සංවර්ධන මධ්‍යස්ථානය**

1. පුහුණුව හා මග පෙන්වීම මගින් කළමනාකාරීත්ව දක්ෂතා දියුණු කිරීම.
2. ශ්‍රී ලංකාවේ පෞද්ගලික අංශය හා රාජ්‍ය අංශය වඩාත් ඵලදායී ලෙස සැලසුම් කොට ව්‍යාපාරික කටයුතු කිරීම වෙනුවෙන් අවශ්‍ය පසුබිම සකස් කිරීම.
3. මූලික වශයෙන් ව්‍යවසායකත්වය දියුණු කිරීම.

**ජාතික මෝස්තර මධ්‍යස්ථානය**

.....  
.....  
.....  
.....

**ජාතික ආධුනිකත්ව හා කාර්මික පුහුණු කිරීමේ අධිකාරිය**

1. පාසැල් හැර ගිය අය සඳහා විවිධ වෘත්තීය පාඨමාලා සංවිධානය කිරීම.
2. විවිධ වෘත්තීන් සඳහා පුහුණු සේවකයින් අනුයුක්ත කිරීම තුළින් රැකියා අවස්ථා ඇති කිරීම.
3. වෘත්තීන් පිළිබඳ සේවා ප්‍රමිති සකස් කිරීම

**ජාතික ඇසුරුම් මධ්‍යස්ථානය**

.....  
.....  
.....

**ජාතික ව්‍යාපාර කළමනාකාරිත්ව ආයතනය**

1. කළමනාකාරිත්ව සංවර්ධනය - මේ යටතේ රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික අංශයේ කළමනාකරුවන් හා ඊට සම්බන්ධ අධීක්ෂණ අංශයේ නිලධාරීන් පුහුණු කිරීම.
2. කළමනාකාරිත්ව පර්යේෂණ සිදු කිරීම - අදාළ ක්ෂේත්‍රය පිළිබඳ පර්යේෂණ කිරීම හා දත්ත රැස් කිරීම.
3. පරිගණක සේවා - පුහුණු පාඨමාලා සංවිධානය කිරීම හා විවිධ ආයතනවලට කොන්ත්‍රාත් ක්‍රමය යටතේ පරිගණක වැඩසටහන් සකස් කර දීම.

**කාර්මික තාක්ෂණ ආයතනය**

.....  
.....  
.....

**බදු අයකරන නියෝජිතයකු ලෙස රජය ව්‍යාපාරවලට කෙරෙන බලපෑම**

රජයක් විසින් ව්‍යාපාරවලින් විවිධ බදු අය කරමින් ව්‍යාපාර කෙරෙහි බලපෑම් සිදු කරයි. එකතු කළ අගය මත බදු පුද්ගලික ආදායම් බදු, නිෂ්පාදන බදු (සුරාබදු), ව්‍යාපාර ලාභ මත බදු, ලාභාංශ බදු, තීරු බදු හා මෝටර් රථ ලියාපදිංචි බදු මේ සඳහා උදාහරණ වේ. මේවා අය කිරීම සඳහා පහත සඳහන් ආයතන පිහිටුවා ඇත.

1. දේශීය ආදායම් දෙපාර්තමේන්තුව
2. සුරා බදු දෙපාර්තමේන්තුව

.....

.....

**ප්‍රතිපත්ති සම්පාදකයෙකු ලෙස රජය ව්‍යාපාරවලට කරන බලපෑම**

රජයක මූලික ම අරමුණ වන රටේ ආර්ථික සංවර්ධනයක් බිහි කිරීම සඳහා ප්‍රතිපත්ති සම්පාදකයෙකු ලෙස මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තිය සහ පිස්කල් ප්‍රතිපත්තිය ක්‍රියාත්මක කරනු ලබයි. මෙම ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීමේ දී රටේ ව්‍යාපාර කෙරෙහි ද විශාල බලපෑමක් ඇති කරනු ලබයි.

**5.5 ව්‍යාපාර ආචාර ධර්ම**

ව්‍යාපාර ආචාර ධර්ම යනු ව්‍යාපාරයක් තම කටයුතු කර ගෙන යාමේ දී තමාටත්, සෙසු පාර්ශ්වයන්ටත් හා පුළුල් වශයෙන් මුළු මහත් සමාජයටත් යහපතක් සැලසෙන පරිදි කටයුතු කිරීමයි. නැති නම් හොඳ නරක පිළිබඳ මනා වැටහීමකින් තම ව්‍යාපාරික කටයුතු සිදු කිරීමයි.

**5.5.1 ආචාර ධර්ම සංග්‍රහ**

ව්‍යාපාරයක සේවකයන් විසින් අනුගමනය කළ යුතු නැති නම් සේවකයන්ගේ ආචාර ධර්මානුකූලව හැසිරීමට අදාළ වූ ආචාර ධර්ම ඇතුළත් ලිඛිත සංග්‍රහයකි. මෙසේ ලිඛිතව පළ කිරීම නිසා සේවකයින් ඒවා හොඳින් කියවා බලා තේරුම් ගන්නා අතර ප්‍රායෝගිකව යොදා ගැනීමට උනන්දු වේ යැයි අපේක්ෂා කරයි. එමගින් ආයතනයේ කීර්ති නාමය වර්ධනය වන අතර පැන නැගිය හැකි විෂමාචාර ක්‍රියා වළක්වා ගැනීමට ද හැකියාව පවතී. ආචාර ධර්ම සංග්‍රහ මගින් පහත සඳහන් ප්‍රතිලාභ අපේක්ෂා කෙරේ.

.....

.....

.....

.....

ඉහත ප්‍රතිලාභ අත්පත් කර ගැනීමට හැකි වීම මගින් ආචාර ධර්ම සංග්‍රහ පිළිපැදීමේ වැදගත්කම සේවකයින් සම්බන්ධයෙන් පමණක් නොව විවිධ වෘත්තීන් සඳහා ද ඉදිරිපත් කොට ඇත. ඒ තුළින් වෘත්තීය සඳහා ගෞරවයක්, විශ්වාසයක්, ඉහළ පිළිගැනීමක් ලැබෙන අතර උසස් සේවයක් ලබා දීමට ද එය ඉවහල් වේ. වෛද්‍ය වෘත්තීය, ගුරු වෘත්තීය, ගිණුම්කරණ වෘත්තීය, විගණන වෘත්තීය ආදී වෘත්තීන් වෙනුවෙන් එම වෘත්තීයක් විසින් වෘත්තීය සාදාචාර ප්‍රතිපත්ති සකස් කොට ක්‍රියාත්මක කරයි.

**ව්‍යාපාර ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් ගොඩනැංවීමේ දී සැලකිල්ල දැක්විය යුතු කරුණු**

- තම ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය
- ව්‍යාපාරයේ අයිතිකරුවන් කවුරුන් ද, ඔවුන්ගේ ආකල්ප සංජානනයන්, ප්‍රතිමාන, වටිනාකම් ආදිය
- ව්‍යාපාරයේ සේවකයින් කවුරුන් ද, ඔවුන්ගේ ආකල්ප සංජානනයන්, ප්‍රතිමාන, වටිනාකම් ආදිය
- ගනුදෙනුකරුවන් පිළිබඳව සැලකිල්ල යොමු කිරීම.

.....

.....

.....

.....

.....

**ව්‍යාපාර ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් ස්ථාපිත කොට ක්‍රියාත්මක කිරීම නිසා ව්‍යාපාරයක් අත්පත් කර ගන්නා ප්‍රතිලාභ**

- ව්‍යාපාරය පිළිබඳ ගනුදෙනුකරුවන්ගේ විශ්වාසය තහවුරු වීම.
- තරඟකාරීත්වයට සාර්ථක ලෙස මුහුණ දීමට හැකි වීම.
- ව්‍යාපාරයේ මූල්‍ය කටයුතු කාර්යක්ෂමව පවත්වා ගැනීමට හැකි වීම.

**ව්‍යාපාර ශ්‍රිතයන්ට අනුව වෘත්තීය ආචාර ධර්ම මූල්‍ය අංශයට අදාළ ආචාර ධර්ම**

මූල්‍ය ක්ෂේත්‍රය තුළ සිදුවිය යුතු විෂමාවාර පිටු දැකීම සඳහා උසස් ගුණාත්මක භාවයෙන් යුතුව මූල්‍ය කටයුතු පවත්වා ගෙන යාම සඳහා මූල්‍ය අංශයට අදාළ ව ආචාර ධර්ම ගොඩනැගිය හැකිය. උදාරභණ ලෙස පහත සඳහන් දෑ අවම කිරීම එම ආචාර ධර්ම යොදා ගත හැකිය.

.....

.....

.....

.....

**මානව සම්පත් කළමනාකරණයට අදාළ ආචාර ධර්ම**

කාර්මික සබඳතා හෙවත් සේව්‍ය සේවක සම්බන්ධතා ආශ්‍රිත ව පැන නගින ගැටුම් හා අර්බුද අවම කිරීමටත්, වළක්වාලීම සඳහාත් ආචාර ධර්ම වැදගත් වේ. මේ යටතේ

1. සේව්‍ය සේවක යුතුකම් හා අයිතිවාසිකම්
2. වෘත්තීය අනාරක්ෂිත බව

.....

.....

.....

.....

ආදිය පිළිබඳ ආචාර ධර්ම ගොඩනැගිය හැකිය

**අලෙවිකරණයට අදාළ ආචාර ධර්ම**

මිල උපාය මාර්ග, විකුණුම් ප්‍රවර්ධන උපාය මාර්ග, ප්‍රචාරණ උපාය මාර්ග තුළින් විෂමතා සිදු කිරීම අවම කිරීමට අලෙවිකරණ ආචාර ධර්ම යොදා ගනී.

කෙසේ වුවද මෙවැනි ආචාර ධර්ම පිළිපැදීම නිසා සේවකයන් ආයතනයට කැපවීමෙන් කටයුතු කිරීමත්, උසස් ප්‍රමිතීන්ට අනුව පාරිභෝගිකයන් ලෙස භාණ්ඩ සැපයීම තුළින් ව්‍යාපාරයේ විශ්වාසවන්ත භාවය ඉහළ නැංවීමත් හා පොදුවේ පවතින නීතිරීතිවලට අනුව තම කටයුතු උසස් තත්ත්වයෙන් පවත්වා ගෙන යාමටත් හැකියාව ලැබේ.

**නිෂ්පාදනයට අදාළ ආචාර ධර්ම**

භාණ්ඩ හා සේවා නිපදවන ව්‍යාපාර සිය නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය මෙන්ම සිය නිෂ්පාදිත අනතුරුදායක නොවීමට වග බලා ගත යුතුය. ලෝකයේ දියුණු කාර්මික රටවල්වල සිදුවන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය සඳහා නවීන තාක්ෂණය යොදා ගැනීමත් අදාළ නිෂ්පාදිත භාවිතය පුද්ගලයන්ට මෙන්ම පරිසරයට හානිදායක වීමත් නිසා නිෂ්පාදනයට අදාළ ආචාර ධර්ම පිළිබඳ මුළුමනක් ලෝකය ම අවධානය යොමු කරන බව පෙනේ. එනම් පරිසර දූෂණය අධික වීම, ගෝලීය උෂ්ණත්වය ඉහළ යාම හා ජෛව විවිධත්වයට හානි සිදුවෙමින් පැවතීම වැනි පරිසර අර්බුද නිර්මාණය වීම එම සාධකයි. එම නිසා නිෂ්පාදනය සම්බන්ධයෙන් ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් ස්ථාපිත කිරීම තුළින් පහත සඳහන් අවස්ථා උදා කර ගත හැකි.

1. මිනිසාට හානිකර නිෂ්පාදන වන මත්කුඩු, මත්පැන්, අවිආයුධ හා රසායනික නිෂ්පාදන ආදිය පිළිබඳ පාලනයක් ඇති කිරීම.
2. පරිසර දූෂණය අවම කිරීම.

.....

.....

.....

.....  
.....

**බුද්ධිමය දේපළට අදාළ ආචාර ධර්ම**

සිය බුද්ධිය, දැනුම හා කුසලතාවන් මගින් බිහි කරන ලද දෑ මිනිසාට පහසුවෙන් හිමිකර ගත හැකි වන්නේ වේ. එහෙත් ගවේෂණය, නිර්මාණය, සංවර්ධනය වැනි අවස්ථාවල අදාළ වන්නේම අයිතිය කාට හිමිවිය යුතු ද යන්න පිළිබඳ මතභේද ඇතිවන අවස්ථාවක දී බුද්ධිමය දේපළට අදාළ ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් මගින් විසඳුම් ලබාදීමට ඇති හැකියාව මෙහිදී වැදගත් වේ.

1. වෙළෙඳ ලකුණ, ප්‍රකාශන අයිතිය. ස්වාධිකාරය හෙවත් පෙටන්ට් අයිතිය වංචනික ලෙස යොදා ගැනීම.
2. සේවක දක්ෂතා යටපත් කිරීම.
3. ව්‍යාපාර පිළිබඳ රහස් තොරතුරු ලබා දීම සඳහා වර පුරුෂ සේවය පවත්වා ගෙන යාම විෂමාචාර වළක්වා ගැනීමට අදාළ ආචාර ධර්ම ඉවහල් වේ.

ව්‍යාපාරයක් අදාළ නීතිරීති රෙගුලාසිවලට කටයුතු කරනවා සේම ආචාර ධර්මානුකූලව කටයුතු කිරීමට පෙළඹී ඇත. ඒ සඳහා ව්‍යාපාර පහත සඳහන් අයුරින් කටයුතු කළ යුතුය.

.....  
.....  
.....

**5.5.2 ව්‍යාපාර ආචාර ධර්මවලට පටහැනි ව කටයුතු කරන අවස්ථා**

- තරඟකාරී ව්‍යාපාරවල තොරතුරු සොරා ගැනීම
- ව්‍යාපාරික රහස් සොරා ගැනීම
- සේවක අයිතීන් සොරා ගැනීම හා සේවක දක්ෂතා යටපත් කිරීම
- තරඟකරුවන්ගේ සේවකයන්ට අල්ලස් දීම
- දුරකතන පණිවිඩවලට රහසින් සවන් දීම

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

5.6.2 සමාජ වගකීම් පිළිබඳ නිර්වචන

- “සමස්ත සමාජයේ සහ ප්‍රාදේශීය ජනතාවගේත් සේවකයින් හා ඔවුන්ගේ පවුල්වලත්, ජීවන තත්ත්වය නංවාලීමට සහ රටේ සංවර්ධනයට දායක වන බවට හා සදාචාරාත්මකව හැසිරෙන බවට ඇප කැප වීම මෙවන් ව්‍යාපාරවල සමාජ වගකීමයි.”

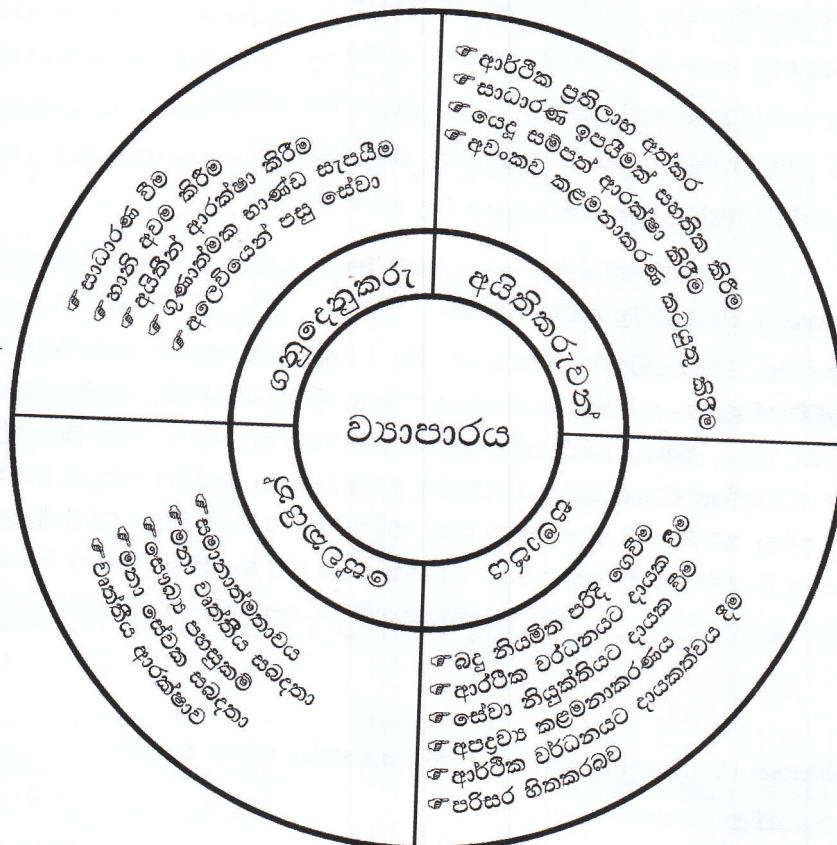
- මිලන් පාකර්-

- “ව්‍යාපාරවලට ඇත්තේ එකම එක සමාජ වගකීමක් පමණි. එනම් රැවටීම් යන සාපරාධී වංචාවලින් තොරව විවෘත හා නිදහස් කරගතකාරී වෙළෙඳපොළ තුළ නීතිරීතිවලට අනුව රැඳී සිටීමින් ව්‍යාපාරයේ ලාභය වැඩි වන ආකාරයට සම්පත් භාවිත කරමින් කටයුතුවල නියුක්ත වීමයි.”

- මිල්ටන් ෆ්‍රීඩ්මාන් -

- “සමස්ත සමාජයේ සහ ප්‍රදේශයේ ජනතාවගේත්, සේවකයින්ගේ හා ඔවුන්ගේ පවුල්වලටත්, ජීවන තත්ත්වය නංවාලීමට සහ රටේ ආර්ථික සංවර්ධනයට දායකවන බවට හා සදාචාරාත්මකව හැසිරෙන බවට ව්‍යාපාරවල අඛණ්ඩ කැපවීම ව්‍යාපාරයන්හි සමාජ වගකීමයි.”

- තිරසර සංවර්ධනයක් සඳහා වූ ලෝක ව්‍යාපාර කවුන්සිලය -



එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානය විසින් ව්‍යාපාරවල සමාජ වගකීම ලෙස ප්‍රමුඛතාව දිය යුතු අංශ 4 ක් දක්වා ඇත.

.....  
.....  
.....  
.....

සමාජ වගකීම යටතේ ව්‍යාපාරයක් ලාභ ලැබීම, පාරිභෝගිකයා තෘප්තිමත් කිරීම, සේවකයන් පිළිබඳ සහ සමාජය වෙනුවෙන් එක්තරා බැඳීමක් ඇති කර ගැනීම යන සිව් වැදෑරුම් කාර්යයන් සමාජ වගකීම යටතේ අවධාරණය කරයි.

**5.6.3 සමාජ වගකීම් ක්ෂේත්‍ර**

සමාජ වගකීම් පිළිබඳ වර්තමාන දෘෂ්ටිය ක්ෂේත්‍ර 4 ක් ඔස්සේ දිව යයි.

.....  
.....  
.....  
.....

**- සමාජය කෙරෙහි ව්‍යාපාරවල සමාජ වගකීම**

ව්‍යාපාර කටයුතු මගින් පරිසර දූෂණය සිදු වන බවත් එසේ නොවන ආකාරයට කටයුතු කිරීම පිළිබඳව වර්තමානයේ දැඩි ලෙස සාකච්ඡාවට ලක්වන කරුණකි. එනම් ව්‍යාපාරයක් විසින් සමාජයට සිදුකරනු ලබන බාහිර සමාජ අවාසි මග හැරවීම සඳහා ලොව පුරා පරිසරවේදීන්ගේ මෙන්ම ජනතාවගේ අවධානය ව්‍යාපාර කෙරෙහි යොමු වී ඇත. ගෝලීය උණුසුම ඉහළ යාමත් ලෝක ජනතාවට ප්‍රබල තර්ජනයක් ලෙස මතුව ඇත. එසේම අම්ල වැසි නිසා වනාන්තර හා ජලාශ විනාශ වී ඇත. මෙම නිසා පරිසර දූෂණය අවම කර ගැනීමට ව්‍යාපාර වහාම මැදිහත් වන ලෙසත් ඔවුන්ට බල කිරීම හේතුවෙන් ම සමාජ වගකීමක් ලෙස ව්‍යාපාර පරිසරය පිළිබඳ සැලකිල්ල යොමු කරයි.

**- පාරිභෝගිකයන් කෙරෙහි ඇති ව්‍යාපාරවල සමාජ වගකීම**

- 1. පාරිභෝගික වගකීම
- 2. සමාජ වගකීම

පාරිභෝගිකයින් තෘප්තිමත් වන අයුරින් ඔවුන්ට භාණ්ඩ සැපයීමට අමතරව අවංක වීම, වංචාවෙන් තොර වීම, සාධාරණ බව හා පාරිභෝගිකයින්ට ගෞරව කිරීම ව්‍යාපාරිකයින් වශයෙන් සිදු කළ යුතුය. ඒ සඳහා ව්‍යාපාරිකයින් විසින් පහත සඳහන් ක්‍රම අනුගමනය කළ යුතුය.

.....  
.....

සමාජ වගකීම යනු තමාගේ පාරිභෝගිකයන්ට පමණක් නොව සමාජයේ වෙසෙන සෑම පාර්ශ්වයට ම සාධාරණ වන අයුරින් කටයුතු කළ යුතුය යන්න මූලික සමාජ වගකීම් දෙකකි. එනම්

1. පරිසරයට හානි නොවන අයුරින් කටයුතු කිරීම.
2. සමාජයේ කිසිදු පුද්ගලයෙකුට නින්දා අපහාස හෝ හේදකාරී වන ලෙස කටයුතු නොකිරීම.

- **සේවකයන් කෙරෙහි ව්‍යාපාරවල සමාජ වගකීම**

සේවකයන්ගේ වෘත්තීය සුරක්ෂිත භාවය, සෞඛ්‍ය මෙන්ම සමානාත්මතාව සුරකින ලෙස ව්‍යාපාර කටයුතු කළ යුතුය. පහත සඳහන් ක්‍රියා මාර්ග අනුගමනය කිරීම තුළින් සේවකයන් කෙරෙහි ඇති සමාජ වගකීම ඉටු කිරීම සඳහා කටයුතු කළ හැකිය.

- සේව්‍ය සේවක සබඳතා වර්ධනය කිරීම සඳහා කටයුතු කිරීම
- සේවකයන්ගේ ආකල්ප ධනාත්මක වන අයුරින් ව්‍යාපාර කටයුතු මෙහෙයවීම
- සේවකයන්ගේ පෞද්ගලික අරමුණු කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීම.
- සේවකයන්ගේ අනාගත සුරක්ෂිතතාව පිළිබඳ යහපත් හැඟීම් ඇති කිරීම.

- **ආයෝජකයන් කෙරෙහි ඇති ව්‍යාපාරවල සමාජ වගකීම**

ව්‍යාපාරය සඳහා අරමුදල් යොදවන අයිතිකරුවන්ගේ මෙන්ම කොටස්කරුවන්ගේ හා වෙනත් පාර්ශ්වයන්ගේ මුදල් සඳහා සාධාරණ ඉපයීමක් ලබා දීමත් වෙනත් ආර්ථික ප්‍රතිලාභ ලබා දීමත් සම්පත් මෙහෙයවන කළමනාකරුවන්ගේ වගකීමකි. එසේ නොමැතිව අකාර්යක්ෂමව හා විනිවිද භාවයකින් තොරව සම්පත් අනිසි ලෙස පරිහරණය නොකිරීමට වගබලා ගැනීම කළමනාකරුවන්ගේ වගකීමකි. එනම් ව්‍යාපාරයේ සම්පත් කාර්යක්ෂමතාවයෙන් හා සඵලදායීතාවයෙන් යුතුව මෙහෙයවා ව්‍යාපාර අරමුණු කරා අවංක ව මෙහෙයවීම සිදු කළ යුතු ය.

**5.6.4 ව්‍යාපාරවලට සමාජ වගකීම් ඉටු කිරීම මගින් අත්පත් කර ගත හැකි ප්‍රතිලාභ (වාසි)**

- ව්‍යාපාර කටයුතු කරගෙන යම සඳහා සමාජයේ සහය ලැබීම
- යහපත් සමාජ පරිසරයක් ගොඩනැගෙන නිසා ව්‍යාපාරවලට අවශ්‍ය යෙදවුම් මෙන්ම වෙළෙඳපොළ ද පහසුවෙන් ලබා ගත හැකි වේ.

.....  
.....  
.....  
.....

**5.6.5 ව්‍යාපාර සමාජ වගකීම ඉටු කිරීම නිසා සිදු විය හැකි අයහපත් ප්‍රතිඵල**

- ව්‍යාපාර සමාජ වගකීම් ඉටු කිරීමට යන විට ව්‍යාපාරික ලාභ උපරිමයකට බාධාකාරී වේ.
- ව්‍යාපාරයේ කාර්යක්ෂමතාවට බාධාකාරී වේ.

.....  
.....  
.....

**5.6.6 සමාජ වගකීම් සඳහා විවිධ ප්‍රවේශ**

මෑත කාලයේ සිට බොහෝ සමාගම් තම සමාජ වගකීම් ඉටු කරන බව පෙන්වුම් කිරීම සඳහා විවිධ උපාය මාර්ග අනුගමනය කරන බව පෙනේ. සමාජ සත්කාර ව්‍යාපෘති දියත් කරමින් එම වගකීම ඉටු කිරීම සුළබ ක්‍රියාවකි. ළමුන්ගේ අධ්‍යාපනයට උපකාරී කිරීම, වැඩිහිටියන්ට විවේකී සුවයෙන් ගත කිරීමට, ගෞරව කිරීමට ව්‍යාපෘති දියත් කිරීම හා පරිසර වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කිරීම ආදිය දැකිය හැකිය. ලෝකයේ බහුජාතික සමාගම් ද මේ සඳහා දායකත්වයක් දක්වනු ලබයි. වත්මනෙහි අන්තර්ජාතික මට්ටමෙන් මෙම ව්‍යාපෘති දියත් කර තිබේ. සමහර සමාගම් සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල දුප්පත්කම තුරන් කිරීමේ ව්‍යාපෘති පවා අරඹා ඇත.

අලෙවිකරණය නමැති පුළුල් ක්‍රියාවලිය තුළට ආචාර ධර්ම මාලාවක් ඇතුළත් කරමින් වටිනාකම, ප්‍රතිනිර්මාණය කරමින්, තම සමාජ වගකීම ඉටු කිරීමට උපාය මාර්ග හඳුන්වා දී තිබේ. ඒවා නම්,

1. **වර්තා කිරීම :** බොහෝ ආයතන ආයතනයේ තොරතුරු ප්‍රසිද්ධ කිරීම හා මහජනතාවට යම් යම් ආරාධනා කිරීමේ දී විවිධ මූල්‍ය තොරතුරු ලබා දීම සිදු කරයි. මෙය නෛතික අවශ්‍යතාවයක් ලෙස ද ලබා දේ.
2. **විනිවිද භාවය :** එනම් “යහපාලනය” ක් සඳහා කරන දේ කියන, කියන දේ කරන බව ප්‍රකාශ කිරීම.
3. **මූලධර්ම :** එනම් තම ව්‍යාපාර කටයුතු කරගෙන යාමේදී පිළිගත් ප්‍රතිපත්ති රාමුවක යෙදෙමින් කළ යුතු දේ නොකළ යුතු දේ පිළිබඳ කල් තියා තීරණය කිරීම.
4. **සංකේත :** මෙමගින් තොරතුරු ලබා දීම, ආයතනයේ උසස් බව හා අන් අයට ගරු කිරීම වැනි දේ පිළිබිඹු කිරීම.
5. **වගවීම :** එනම් තමන් කරන කටයුතු සඳහා වගකීම බාර ගැනීමට ඇති බැඳීම. විශේෂයෙන් කළමනාකරුවන් වගකීම පිළිබඳව වගවීම සිදු කරයි.
6. **සත්‍යාපනය :** තම කටයුතු පිළිබඳ සොයා බැලීම තුළින් ඒවා විමර්ශනයකට භාජනය කිරීම.

### 5.7 තිරසාර පරිසරය

අනාගත පරම්පරාවටත් පැවැත්ම තහවුරු මවන පරිදි වර්තමාන පරිභෝජනය සඳහා සම්පත් උපරිම වශයෙන් ළඟාකරගෙන ලබා ගන්නා සංවර්ධනය විරස්ථායී සංවර්ධනය හෙවත් තිරසාර සංවර්ධනය නම් සංකල්පයකි. මෙම තිරසාර සංවර්ධනය පිළිබඳ සංකල්පයේ එන ප්‍රධාන කුලුණු 3 ක් ඇත. ඒ අතර වර්තමානයේ බහුලව සාකච්ඡා කරන සංකල්පය වන්නේ තිරසාර පරිසර ආකර්ෂණය හෙවත් තිරසාර පරිසරයයි.

තිරසාර පරිසරය යන තිරසාර සංවර්ධන ක්‍රියාවලියේම තවත් පියවරකි. පරසරයේ තුලනතාවය ආරක්ෂා කර ගනිමින් හෙට දවස සඳහා පාරිසරික සම්පත් පිරිමැස්මක් කොට වර්තමාන පරිසර සම්පත් භාවිතය තිර කිරීම අපේක්ෂා කෙරේ. ඒ අනුව තිරසාර පරිසරයක තුලනතාවය හා පරිසර මූලාශ්‍ර වල භාවිතයේ ප්‍රමිති ගත ව පවත්වා ගැනීම පිළිබඳ දැඩිව සාකච්ඡා කෙරේ

1992 දී බ්‍රසීලයේ රියෝදේ ජයිරෝ නුවර රටවල් 178 ක සහභාගීත්වයෙන් පැවති මිහිකක සමුළුව හරහා මෙම පරිසර තිරසරභාවය පිළිබඳව දැඩිව සාකච්ඡා කර එම රටවල් අතර එකඟතාවයන් ද ගොඩනගා ඇත. එසේ ගොඩනගා ගත් එකඟතාවය කිසිදු ප්‍රඥප්තිය ලෙස හැඳින්වේ. එම ප්‍රඥප්තියට අදාල සම්මුතීන් කිහිපයකි.

1. යම් භූමියක පරිසර දූෂණය කරන කටයුතු නොකිරීම.
2. රටක සංස්කෘතිය විනාශකරන කිසිදු කටයුත්තක් නොකිරීම.

.....

.....

.....

මෙම මිහිකක සමුළුව හෙවත් පරිසරය සහ සංවර්ධනය පිළිබඳ එක්සත් ජාතීන්ගේ සම්මේලනය රැස්වී පහත ක්ෂේත්‍ර පිළිබඳව දැඩිව සාකච්ඡා කරන ලදී.

1. වේගයෙන් වර්ධනය වන ලෝක ජල හිඟය
2. රථවාහන වලින් සිදුවන වායු දූෂණය
3. ගෝලීය දේශගුණය වෙනස් කිරීමට හේතුවන පාශාණ භූත ඉන්දන වෙනුවට යොදාගත හැකි විකල්ප බලශක්ති මූල

.....

.....

තිරසාර පරිසරය අනාගත ප්‍රජාවට පහසුවෙන් ජීවත්විය හැකි හා වර්තමාන ප්‍රජාව තම නිෂ්පාදන කටයුතු පරිසර හිතකාමීව හා පාරිසරික සම්පත් ආරක්ෂාකාරී පාරිභෝජනයකින් යුතුව ලබා ගනිමින් සිදු කෙරෙන සංවර්ධන සැලැස්මක් ලෙස දැක්විය හැකිය. මෙය ව්‍යාපාර හා පරිසරය අතර අන්තර් සුහදත්වයක් හා පරිසරය මත වූ අන්තර් රැදීම දිගුකාලීනව පවත්වාගෙන යාමට ගොඩනගා ගත් ආධාරක සැලැස්මක් ලෙස හැඳින්විය හැක.

## 06.

### කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර රටේ ප්‍රමුඛ උපාය මාර්ගික අංශයක් ලෙස සලකනු ලබන අතර රටේ ආර්ථිකයේ කොළ නාරටිය ද වේ. කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර බොහෝමයක් රටේ පෞද්ගලික අංශයට අයත් වන අතර ව්‍යාපාර සඳහා ආයෝජන ක්‍රමයක් ලෙස, දේශීය ඉතුරුම් ඒකරාශී කිරීමේ දී වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි. සාමාන්‍යයෙන්, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා විවිධ රටවල් හා ආයතන විසින් භාවිත කරන කෙටි යෙදුම් කිහිපයක් තිබේ.

ලෝක බැංකුව, යුරෝපා සංගමය, එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානය සහ ලෝක වෙළඳ සංවිධානය වැනි ජාත්‍යන්තර සංවිධාන විසින් ඔවුන්ගේ නිල කාර්යයන්වලදී "SME" යන කෙටි යෙදුම් භාවිත කරයි.

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර හෝ "SMBs" යන යෙදුම ප්‍රධාන වශයෙන් ඇමරිකා එක්සත් ජනපදයේ භාවිත වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ, ක්ෂුද්‍ර, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා "SME" යන යෙදුම භාවිත වන අතර ආසියාවේ වෙනත් රටවල ක්ෂුද්‍ර කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා "MSME" යන යෙදුම භාවිත කරනු ලබයි.

#### 6.1 කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා අර්ථ දැක්වීම්

සේවයේ යොදවා ඇති සේවකයින්/පුද්ගලයන් සංඛ්‍යාව, ආයෝජිත ප්‍රාග්ධනයේ ප්‍රමාණය, පිරිවැටුමේ ප්‍රමාණය හෝ ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය සහ යන්ත්‍ර හා උපකරණවල ආයෝජිත ප්‍රමාණය යන විවිධ වූ පරාමිතීන් යොදාගනිමින් කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල විවිධ රටවල් විසින් ඔවුන්ගේ සංවර්ධනය මත විවිධාකාරයෙන් අර්ථ දැක්වා ඇත.

ආර්ථික සහයෝගීතාව හා සංවර්ධනය සඳහා වූ සංවිධානය (OECD) කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර මෙසේ අර්ථ දැක්වා ඇත.

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර යනු දෙන ලද සේවක සංඛ්‍යාවට වඩා අඩු සේවක සංඛ්‍යාවක් සේවය කරනු ලබන පරිපාලිත නොවන ස්වාධීන ව්‍යාපාර ආයතනයකි. මෙම සංඛ්‍යාව රටින් රටට වෙනස් වේ. යුරෝපා සංගමයට අනුව, කුඩා හා මධ්‍ය ව්‍යාපාර සඳහා සේවක සංඛ්‍යාවේ උපරිමය නැතහොත් ඉහළම සීමාව සේවකයින් 250 දෙනෙකි. කෙසේ වුවත්, සමහර රටවල් සේවකයින් 200 ක් ලෙස සීමාව තිබීම කර ඇති අතර එක්සත් ජනපදය සේවකයින් සංඛ්‍යාව 500 ට වඩා අඩුවෙන් සේවය කරනු ලබන ව්‍යාපාර ආයතන, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ලෙස අර්ථ දැක්වයි.

#### ලෝක බැංකුව

ඕනෑම ව්‍යාපාරයක සේවක සංඛ්‍යාව පුද්ගලයින් 99 ට වඩා අඩුනම් එය කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ලෙස අර්ථ දැක්වනු ලබයි.

**ශ්‍රී ලංකා සන්දර්භය තුළ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර අර්ථ දැක්වීම**

කර්මාන්ත හා වාණිජ කටයුතු අමාත්‍යාංශය විසින්, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සංවර්ධනය සඳහා වන ජාතික ප්‍රතිපත්ති රාමුව යටතේ 2015 දී කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා අර්ථ දැක්වීමක් සකස්කර ඇති අතර මෙය ශ්‍රී ලංකාවේ පිළිගත් අර්ථ දැක්වීමක් ලෙස සැලකේ.

එක් එක් අංශය සඳහා වාර්ෂික පිරිවැටුම හා සේවක සංඛ්‍යාව පහත දැක්වා ඇත.

අංශය	නිර්ණායකය	මධ්‍ය	කුඩා	ක්ෂුද්‍ර
නිෂ්පාදන	වාර්ෂික පිරිවැටුම	රු.මි. 251 - 750	රු.මි. 16 - 250	රු.මි. 15 ට වඩා අඩු
	සේවක සංඛ්‍යාව	51 - 300	11 - 50	10 ට වඩා අඩු
සේවා	වාර්ෂික පිරිවැටුම	රු.මි. 251 - 750	රු.මි. 16 - 250	රු.මි. 15 ට වඩා අඩු
	සේවක සංඛ්‍යාව	51 - 200	11 - 50	10 ට වඩා අඩු

මූලාශ්‍ර : කර්මාන්ත හා වාණිජ කටයුතු අමාත්‍යාංශය

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර කාණ්ඩය සේවකයන් 300 කට වඩා අඩුවෙන් සේවය කරන හා වාර්ෂික පිරිවැටුම රු. මි. 750 නොඉක්මවන ව්‍යාපාර ආයතනයන්ගෙන් සකස් වී ඇත. යම් ව්‍යාපාර ආයතනයක් එක් කාණ්ඩයකට වඩා වැඩි ගණනකට යටත්වන අවස්ථාවකදී තීරණාත්මක සාධකය විය යුත්තේ සේවා නියුක්ති මට්ටමයි.

**6.2 කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල වැදගත්කම**

ශ්‍රී ලංකා රජයේ සමස්ථ ප්‍රතිපත්තිමය රාමුව තුළ ශ්‍රී ලංකා රජය විසින් උපාය මාර්ගික අංශයක් ලෙස කුඩා හා මධ්‍ය ව්‍යාපාර හඳුනා ගෙන ඇති අතර පුළුල් පරාසයක ආර්ථික වර්ධනය, කලාපීය සංවර්ධනය රැකියා උත්පාදනය හා දරිද්‍රතාවය අවම කිරීම වෙනස් කිරීමේ ධාවකයා ලෙස ක්‍රියා කරයි.

ප්‍රවීණ කළමනාකරණ විද්‍යාත්මක වන පිටර් ඩුකර් විසින් අවධාරණය කරනු ලබන්නේ ආර්ථික සංවර්ධනයේ ප්‍රධාන උත්ප්‍රේරක, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර නියෝජනය කරනු ලබන බවයි. එම කුඩා ව්‍යාපාර, සමාජ හා ආර්ථික ප්‍රගතියේ කොළ නාරටිය බවට පත්වෙමින් ඕනෑම ජාතික ආර්ථිකයක මූලික අරමුණු සාක්ෂාත් කරගැනීම සඳහා දැඩි දායකත්වයක් ලබා දේ.

.....

ලෝක බැංකු වාර්තාවට අනුව විධිමත් කුඩා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර නැගී එන ආර්ථිකයන්හි ජාතික ආදායමෙන් (දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයෙන්) 40% ක් දක්වා දායක වේ. අවිධිමත් කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ඇතුළත් කල විට මෙම ප්‍රතිශතය සැලකිය යුතු ලෙස වැඩිය. ශ්‍රී ලංකාවේ දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයෙන් 52% කට ආසන්න ප්‍රමාණයක් කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවලින් සමන්විත වන අතර එය අනෙකුත් දකුණු ආසියානු හා ගිනිකොණදිග ආසියානු රටවලට සාපේක්ෂව ඉහළ අගයකි.

රැකියා අවස්ථා උත්පාදනය කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල වාසි අතුරින් එකක් වන අතර සංවර්ධිත හා සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල රැකියා විශාල ප්‍රමාණයක් නිර්මාණය කර ඇත්තේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවලිනි.

සංගණන හා සංඛ්‍යා ලේඛන දෙපාර්තමේන්තුව (2017) විසින් කරන ලද කාර්මික සමීක්ෂණයට අනුව 45% ප්‍රමාණයක් රැකියා උත්පාදනය කොට ඇත්තේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවලිනි.

ප්‍රාග්ධනය ගොඩනැගීමේ ක්‍රියාවලියක් ලෙස දේශීය ඉතුරුම් ඒකරාශී කිරීම දැක්විය හැකිය. ව්‍යාපාර කටයුතු කරගෙන යාම සඳහා කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ප්‍රාග්ධනය රැස් කරයි.

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සීමිත ආයෝජනයකින් ආරම්භ කරන බැවින් ඕනෑම මට්ටමක සිටින පුද්ගලයන්ට ආරම්භක ව්‍යවසායකත්වයක් සඳහා අවස්ථාවන් සපයයි. එය ව්‍යවසායකයන්ට ලාභ උපයා ගැනීමට දායකත්වය ලබා දෙන සේම පුද්ගලයන්ගේ දිළිඳුකම අඩු කරමින් රැකියා අවස්ථා ලබා ගැනීමට අවස්ථාව සලසයි.

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර රැකියා උත්පාදනය සඳහා දායක වේ. විශේෂයෙන් අර්ධ නිපුණතා සහ නුපුහුණු ශ්‍රමය අවශෝෂණය කරගැනීමේ ද්විතීක ශ්‍රම වෙළෙඳපොළේ ප්‍රධාන සේවා යෝජකයින් ලෙස ඔවුන්ගේ කාර්යභාරය අවම ආදායම් කොට්ඨාශයක සිටින අයට කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරයේ වැටුපෙන් ඉපැයීම් ඉහළ නැංවීමට උපකාරී වේ. මෙම සුවිශේෂී කාර්යභාරය සමාජයේ විවිධ කණ්ඩායම් අතර ඉපැයීම් ධාරිතාවයේ පුළුල් පරතරයක් පවතින සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල සමාජ අසමානතාවයට එරෙහිව සටන් කිරීම දක්වා විහිදේ. ආදායම් පරතරය පටු කිරීම සඳහා කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල කාර්යභාරය ආර්ථිකයන් අතර තීරණාත්මක වුවද, අඩු ආදායම් ලබන සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවලට එය වඩා වැදගත් වේ.

**ප්‍රාදේශීය සංවර්ධනය**

**හමයශීලී බව හා නව ආර්ථික වටපිටාවට අනුවර්ථනය වීමේ හැකියාව**

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල එක් සුවිශේෂී ලක්ෂණයක් වන්නේ ඒවායේ නම්‍යතාවයයි. එයින් ඉස්මතුවන්නේ අඩු ප්‍රාග්ධන අවශ්‍යතා (අඩු ප්‍රාග්ධන සුක්ෂ්ම) සහ වැඩි ශ්‍රම ශක්තිය (වැඩි ශ්‍රම සුක්ෂ්ම) වැඩි වශයෙන් පුහුණු හා අර්ධ නිපුණතා සහිත ශ්‍රමිකයන් භාවිත කරනු ලබන වෙනස් කිරීමට පහසු සරල කළමනාකරණ ව්‍යුහයක් ඇති බවයි. පවත්නා නිෂ්පාදන පෙළ ලාභ නොලබන ලෙස ආර්ථික කම්පන මතුවන විට කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරිකයන්ට නිෂ්පාදනය මුළු මුනින්ම වසා දමා නව නිෂ්පාදනය පෙළක් ආරම්භ කිරීමට හැකියාව ඇත. ප්‍රාග්ධන හාණ්ඩ සඳහා ඔවුන්ගේ අඩු ආයෝජනයද නම්‍යශීලී බවට දායක වේ.

**6.3.1 ශ්‍රී ලංකාවේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල කාර්ය සාධනය**

ශ්‍රී ලංකා රජය විසින් කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ආර්ථිකයේ කොඳු නාරටිය ලෙස හඳුනාගනු ලබන අතර 2017 දී මුළු ව්‍යාපාර ආයතනයන්ගෙන් 75% කට වඩා වැඩි අගයක් මෙන්ම 45% ක සේවා නියුක්තියක්ද ලබා දී තිබේ. එපමණක් නොව 2017 දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයෙන් 52% ප්‍රමාණයකට දායකත්වය සපයා ඇත්තේ ද කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර විසිනි.

ශ්‍රී ලංකාවේ කාර්මික ආයතනවලින් 20% කට ආසන්න ප්‍රමාණයක් කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සමූහයට අයත් වන අතර සේවා අංශයේ ඔවුන්ගේ කොටස 90% ඉක්මවයි.

දකුණු ආසියානු හා ගිනිකොන දිග ආසියානු රටවල් සලකා බැලීමේ දී ශ්‍රී ලංකාවේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල දළ දේශීය නිෂ්පාදිතයේ දායකත්වය ඉහළම ස්ථානයක පවතින අතර එය අනාගතයේ දී ශ්‍රී ලංකාවේ සංවර්ධනය සඳහා විශාල ශක්තියක් වනු ඇත.

**6.3.2 කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල කාර්ය සාධනය ඉහළ නැංවිය හැකි ආකාර**

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින්ට සහාය වීම සහ දිරිගැන්වීම ශ්‍රී ලංකා රජයේ ප්‍රධාන සංවර්ධන න්‍යාය පත්‍රයකි. 2015 දී කර්මාන්ත හා වාණිජ කටයුතු අමාත්‍යාංශය විසින් ශ්‍රී ලංකාවේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල ක්‍රියාකාරීත්වය ඉහළ නැංවීම සඳහා ප්‍රතිපත්ති රාමුවක් සකස් කරන ලදී. පරිසරය සක්‍රීය කිරීම, නවීන සුදුසු තාක්ෂණය, ව්‍යවසායකත්ව සංස්කෘතිය සහ කුසලතා සංවර්ධනය, මූල්‍ය සඳහා ප්‍රවේශය, වෙළෙඳපල පහසුකම් සැපයීම, පර්යේෂණ සහ සංවර්ධනය කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් සංවර්ධනය කිරීමේ දී කලාපීය සමතුලිතතාවය සහ සම්පත් කාර්යක්ෂමතාව සක්‍රීය කිරීම යන ප්‍රධාන අංශ අටකට ප්‍රධාන ප්‍රතිපත්තිමය මැදිහත්වීම් හඳුනාගෙන ඇත.

.....  
කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සංවර්ධනය සඳහා හිතකර වාතාවරණයක් ඇති කිරීම සඳහා තරඟකාරීත්වය සහ සහයෝගය වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා ව්‍යාපාර කිරීමේ පහසුව වැඩි කිරීම සඳහා ශ්‍රී ලංකා රජය නිසි සම්බන්ධීකරණය, සරල කිරීම සහ ක්‍රියා පටිපාටි තාර්කිකකරණය ඇතුළු ව්‍යවස්ථාදායකද නියාමන හා ආයතනික රාමුව වැඩිදියුණු කිරීම සඳහා ප්‍රතිපත්ති සකස් කරන ලදී.

.....  
කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් සඳහා ගුණාත්මක, නවෝත්පාදන, ඵලදායී හා තරඟකාරී නිෂ්පාදන වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා අති නවීන හා සුදුසු පිරිසිදු තාක්ෂණයන් අත්පත් කර ගැනීමට හා භාවිතා කිරීමට රජය පහසුකම් සැපයිය යුතුය. කලාපීය කාර්මිකකරණය කෙරෙහි අවධානය යොමු කරන අතරම දැනුම පදනම් කරගත් තාක්ෂණික හිවු කර්මාන්තය ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා කාර්මික ප්‍රතිපත්ති සකස් වී ඇත.

.....  
රජය විසින් ව්‍යවසායකත්ව සංවර්ධනය ප්‍රවර්ධනය කිරීම, පහසුකම් සැපයීම, පාසල්, විශ්ව විද්‍යාල, තාක්ෂණික හා වෘත්තීය පුහුණු ආයතනවල ධාරිතාවය වර්ධනය කිරීම, තරුණ හා කාන්තා කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීම, ව්‍යවසායකත්වය සහ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සංවර්ධනය පිළිබඳ එවැනි පුහුණු හා කුසලතා සංවර්ධනය සපයන ආයතනවල ධාරිතාවය ශක්තිමත් කිරීම කල යුතුය.

.....

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින්ට බැංකු හා මූල්‍ය ආයතන හරහා පහසුවෙන් හා දැරිය හැකි ලෙස මුදල් ලබා ගැනීමේ යාන්ත්‍රණයන් සඳහා රජය විසින් පහසුකම් සැපයිය යුතු අතර එම යාන්ත්‍රණයන් ශක්තිමත් කල යුතුය. සෑම බැංකුවකටම කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර සඳහා ණය ලබා දීම සහ පුළුල් කිරීම සඳහා ක්‍රමවේදයක් තිබිය යුතුය. අරමුදල් ක්‍රම සහ ව්‍යාපාර විධිවිධාන තවදුරටත් ස්ථාපිත කිරීම ශ්‍රී ලංකාවේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ශක්තිමත් කරනු ඇත.

.....

- විශාල ව්‍යවසායන් සහ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර අතර ව්‍යාපාරික සම්බන්ධතා ප්‍රවර්ධනය කිරීම සහ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් සඳහා සහතික වෙළඳපොලක් සහතික කිරීම සඳහා ගැනුම්කරුවන්ගේ විකුණුම් රැස්වීම් සහ මිලදී ගැනීම් සහ උප කොන්ත්‍රාත් කටයුතු සඳහා පහසුකම් සැපයීම.
  - වෙළෙඳපොළ සහ ප්‍රදර්ශන තුළින් දේශීය හා ජාත්‍යන්තර වෙළෙඳපොළට සහභාගී වීමට කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවලට සහාය වීම.
  - විදේශීය වෙළෙඳපල තොරතුරු කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින්ට ජාත්‍යන්තර වෙළෙඳපොළට ප්‍රවේශ වීම සඳහා ලබා දෙනු ඇත. අපනයනකරුවන්ට විදේශීය ප්‍රදර්ශන සහ වෙළඳ ප්‍රදර්ශන සඳහා සහභාගී වීම සඳහා සහනාධාර ලබා දීමෙන් තාක්ෂණික සහාය ලබා දෙනු ඇත.
  - කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරිකයන්ට ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන අලෙවි කිරීම සඳහා විශාල වශයෙන් සංචාරකයන් ගැවෙසනු ලබන ස්ථාන ආශ්‍රිතව. මාර්ගාශ්‍රිත අලෙවිසැල් ප්‍රසාරණය කරනු ලබයි.
  - රජයේ ප්‍රසම්පාදනයේ දී වෙළෙඳපොළ කොටස වැඩි කිරීම සඳහා ප්‍රසම්පාදන අභිරුචි ප්‍රතිපත්ති සැකසීම තුළින් කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරයන්ට සහය ලබා දීම.
  - දේශීය හා විදේශීය වශයෙන් තරඟ කිරීමට සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින්ගේ නිෂ්පාදන සංවර්ධනය, ගුණාත්මකභාවය වැඩිදියුණු කිරීම. ආචාර ධර්ම භාවිතයන්. ඇසුරුම්කරණය. වෙළඳ නාමකරණය සහ වෙළෙඳපල ජාලකරණයට සහාය වීම.
- .....

නිෂ්පාදන සංවර්ධනය, ක්‍රියාවලි සංවර්ධනය. එලදායිතා වැඩිදියුණු කිරීම සහ තරඟකාරිත්වය ඉහළ නැංවීමේ අරමුණින් පිරිවැය සඵලදායී නවීන තාක්ෂණයන්, නවෝත්පාදන සහ වෙළෙඳපල නැඹුරු නව සැලසුම් සංවර්ධනය කිරීම සඳහා ප්‍රබල ක්‍රියාවලියක් ලෙස පර්යේෂණ හා සංවර්ධනයේ වැදගත්ම රජය හඳුනා ගනී.

.....

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින්ගේ තරඟකාරිත්වය පිරිවැය ඉතිරිකිරීම තුළින් වැඩිදියුණු කරන බැවින් සම්පත් කාර්යක්ෂමතාවයේ වැදගත්කම රජය විසින් හඳුනාගෙන ඇති අතර එය ස්වාභාවික පරිසරය ආරක්ෂා කිරීමට උපකාරී වන අතර එමඟින් අනාගත සංවර්ධනය සඳහා තිරසාර පදනමක් පවත්වා ගනී.

සමස්ථ ආර්ථික සංවර්ධන උපාය මාර්ගයට අනුව සමතුලිත ප්‍රාදේශීය වර්ධනයේ වැදගත්කම රජය විසින් හඳුනාගෙන ඇති අතර ඒ සඳහා විවිධ දිරිගැන්වීම් යෝජනා ක්‍රම සමඟ රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික අංශයේ මූල්‍ය හා මූල්‍ය නොවන ව්‍යාපාර සංවර්ධන සේවා සපයන්නන් සඳහා සැපයුම සහ ඉල්ලම වැඩි දියුණු කරයි.

කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් අතර දැනුවත්භාවය ඇති කිරීම, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර විශාල සමාගම්, විදේශීය සෘජු ආයෝජන සහ ආයෝජන මණ්ඩල සමාගම් සමඟ සම්බන්ධ කිරීම සහ පවත්නා කලාප වැඩි දියුණු කිරීම නව කාර්මික කලාප සහ කලාප පොකුරු පිහිටුවීම ශ්‍රී ලංකා රජය විසින් නිර්දේශ කරනු ලබන ප්‍රධාන උපාය මාර්ග වේ.

**6.4 ශ්‍රී ලංකාවේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර මුහුණපාන අභියෝග**

1. කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර තරඟකාරිත්වය සඳහා උපායමාර්ගික සම්පත් වෙත ප්‍රවේශ වීමේ හැකියාව ඉතා වැදගත් වේ.
2. නිපුණතා හිඟතාවයන්, දුර්වල කළමනාකරණ පිළිවෙත් සහ දුර්වල ශ්‍රම බලකා පුහුණුව, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල ඵලදායිතාව සහ නව්‍යකරණය සීමා කරයි.
3. ඩිජිටල්කරණය කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින්ට ගෝලීය ආර්ථිකයට සහභාගී වීමට නව අවස්ථා ලබා දෙයි.

ඩිජිටල් තාක්ෂණයන් කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින්ට වෙළඳපල බුද්ධිය වැඩි දියුණු කිරීමට හා සාපේක්ෂව අඩු වියදමකින් ගෝලීය වෙළඳපල සහ දැනුම් ජාල වෙත පිවිසීමට ඉඩ දෙයි. ඩිජිටල් සංක්‍රාන්තිය කුඩා ව්‍යාපාර බිහිවීමට පහසුකම් සපයන අතර කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින්ට නිෂ්පාදන හෝ සේවා නවෝත්පාදන සහ වැඩිදියුණු කළ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලීන් තුළින් දේශීය හා ගෝලීය වෙළඳපල තුළ ඔවුන්ගේ තරඟකාරිත්වය වැඩි දියුණු කිරීමට නව අවස්ථා ලබා දෙයි.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**6.5 කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර අසමත් වීමට හේතු**

සංවර්ධනය වෙමින් පවතින හා සංවර්ධිත රටවල සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර 50% කට වඩා වැඩි ප්‍රමාණයක් ඔවුන්ගේ ආරම්භක කාලසීමාව තුළදීම අසමත් වීම වන අතර අසාර්ථක වීමේ හේතු සාධක සෙවීම සම්බන්ධයෙන් අධ්‍යයන කිහිපයක් සිදු කර ඇත.

- **අභ්‍යන්තර සාධක**

අභ්‍යන්තර සාධක යනු ආයතනය තුළ පැන නගින සාධක සහ එය කළමනාකරණයට බලපෑම් කළ හැකි සහ පාලනය කළ හැකි සාධක යි. ශ්‍රී ලංකාව තුළ ව්‍යවසායකයාගේ සහ කළමනාකරුවන්ගේ දුර්වල සැලසුම්, කළමනාකරණ කුසලතා හා තීක්ෂණ බුද්ධිය නොමැතිකම, නම්‍යශීලී බව, නුසුදුසු පෞද්ගලික වර්ත, ව්‍යාපාරය දෙවන පරම්පරාවට ගෙනයාමට අනුප්‍රාප්තික සැලසුම් නොමැතිකම සහ මූල්‍ය විනය නොමැතිකම වැනි කළමනාකරණ අකාර්යක්ෂමතාවයන් අසාර්ථක වීමට ප්‍රධාන හේතු වේ.

කළමනාකරණ අකාර්යක්ෂමතාවයන්ට අමතරව දුර්වල වාර්තා තබා ගැනීම, පර්යේෂණ හා නවෝත්පාදන නොමැතිකම, පුද්ගලික දුර්වල කාරක ප්‍රාග්ධන කළමනාකරණය සඳහා අරමුදල් හරවා යැවීම, නුසුදුසු මුදල් ප්‍රවාහ විශ්ලේෂණය සහ අධික වෙළඳාම වැනි මෙහෙයුම් ක්‍රියාවලිය තුළින් හටගන්නා සමහර අභ්‍යන්තර සාධක ද ඇත. මෙම සාධක මෙහෙයුම් ක්‍රියාවලියට අදාළ සාධක ලෙස වර්ගීකරණය කළ ද ඒවා කළමනාකරණ අකාර්යක්ෂමතාවයන් සමඟ සම්පව සම්බන්ධ වේ.

- **ක්ෂණික පාරිසරික සාධක**

අසාර්ථක සාධක හටගන්නේ පාරිභෝගික, සැපයුම්කරු, මූල්‍ය ආයතන වැනි ආසන්න පරිසරයෙන් ය. සැපයුම්කරුවන්ගේ ජාලය අතර සම්බන්ධීකරණයේ දුර්වලතාවයන්, සේවා ගුණාත්මකභාවයේ මදිකම සහ මූල්‍ය ආධාර ලබා ගැනීම සඳහා මූල්‍ය ආයතනවල අවශ්‍යතා සපුරාලීමේ හැකියාව, ප්‍රධාන පාරිභෝගිකයාගේ හෝ සැපයුම්කරුගේ බංකොලොත්භාවය ප්‍රධාන අසාර්ථක සාධකයක් ලෙස සැලකේ.

- **සාර්ව පරිසරය**

මූල්‍ය හා මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තිවල වෙනස්වීම් සුළු හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාරවල ව්‍යාපාර ක්‍රියාකාරීත්වයට බලපායි. බදුකරණය සම්බන්ධයෙන් රජයේ ප්‍රතිපත්තිවල වෙනස්වීම් ලෝක බැංකුව, ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල, ආසියානු සංවර්ධන බැංකුව සහ වෙනත් ඕනෑම ආධාර දෙන ආයතනයක් වැනි ජාත්‍යන්තර ආයතනවල සහාය නොමැතිකම හා රටවල් අතර සහ රටවල් තුළ ගැටුම් මේ යටතේ හඳුනා ගත හැක.

## 07. ව්‍යවසායකත්වයේ දායකත්වය

“ව්‍යවසායකත්වය” යන්න විවිධ ආකාරයෙන් අර්ථ දැක්විය හැකිය. රටක පවතින අර්ථ ක්‍රමය වෙනස් කිරීම සඳහා අවදානම් බාර ගැනීම, නව නිර්මාණ බිහි කිරීම, ජාතික නිෂ්පාදනයට වැඩි වටිනාකමක් එකතු කිරීම, ව්‍යාපාර අවස්ථා හමා ගොස් ඒවා ව්‍යාපාරික අවස්ථා බවට පරිවර්තනය කිරීම හා මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා තෘප්තිමත් කිරීමේ කාර්යයේ නියැලී පුළුල් ක්‍රියාවලියක් ව්‍යවසායකත්වයට අයත්ය. කෙසේ වුවද “ව්‍යවසායකත්වය” යන්න විවිධ පුද්ගලයන් හා ආයතන ලබා දී ඇති නිර්වචන කිහිපයක් පරීක්ෂා කිරීමෙන් ව්‍යවසායකත්වය පිළිබඳ අවබෝධයක් ලබා ගැනීමට හැකි වනු ඇත.

### 7.1 “ව්‍යවසායකත්වය” යන්නට ලබා දී ඇති විවිධ නිර්වචන

- ප්‍රාග්ධනය හා ශ්‍රමය අතර අතරමැදිකරු ලෙස කටයුතු කිරීම ව්‍යවසායකත්වය යි.  
- ඔක්ස්ෆර්ඩ් ශබ්ද කෝෂය -
- නව නාණ්ඩ හා සේවා හඳුන්වා දීමෙන් හෝ නව සංවිධාන ක්‍රම නිර්මාණය කිරීමෙන් හෝ නව අමුද්‍රව්‍ය භාවිත කිරීමෙන් හෝ පවත්නා අර්ථ ක්‍රමය වෙනස් කිරීමේ ක්‍රියාවලිය ව්‍යවසායකත්වය යි.  
- ජෝසප් ඉම් පීටර් -
- නව ව්‍යාපාරයක් දියත් කොට සාර්ථක ව පවත්වා ගෙන යාමට ඇති හැකියාව ව්‍යවසායකත්වය යි.  
- අන්තර් ජාතික කම්කරු සංවිධානය -

ඉහත සියලු නිර්වචනයන් හි හරය ගත්කළ ව්‍යවසායකත්වය යන්න පහත අයුරින් දැක්විය හැකිය. ව්‍යාපාර අවස්ථා හඳුනා ගෙන මිනිස් වශයෙන් වෙනුවෙන් වුවමනා තෘප්තිමත් කිරීම සඳහා නව්‍යතා සම්පාදනය හා අවදානම් කළමනාකරණය ව්‍යවසායකත්වය යි.

#### 7.1.1 ව්‍යවසායකයා

.....

.....

.....

.....

.....

#### 7.1.2 “ව්‍යවසායකයා” යන්නට ලබා දී ඇති විවිධ නිර්වචන

- නව නාණ්ඩ හා සේවා හඳුන්වා දීමෙන් හෝ නව සංවිධාන ක්‍රම නිර්මාණය කිරීමෙන් හෝ නව අමුද්‍රව්‍ය භාවිත කිරීමෙන් හෝ පවත්නා අර්ථ ක්‍රමය වෙනස් කරන පුද්ගලයා ව්‍යවසායකයා ය.  
- ජෝසප් ඉම් පීටර් -
- නව සංවිධානයක් නිර්මාණය කරන පුද්ගලයෙකි.  
- වෙස්පර් -

- අවස්ථා දැක විය ඉදිරියට ගෙන යාම සඳහා සවිධානය ගොඩනගන පුද්ගලයා ව්‍යවසායකයා වේ.  
-බයිග් ඊඑ-
- වෙනත් තැනක සේවා නියුක්ත නොවන ව්‍යාපාරයක ප්‍රධාන හිමිකරුවා හා කළමනාකරුවා වන පුද්ගලයා ය.  
-බ්‍රොක්හවුස් -
- වෙළඳපොළෙහි ඇති වන වෙනස්කම් ව්‍යාපාර සඳහා ඇති අවස්ථාවක් ලෙස සලකන පුද්ගලයා ව්‍යවසායකයා ය.  
ඔහුගේ ආයුධය වන්නේ තව්‍යනා සම්පාදනය යි.  
-ජීටී එල්. ඩුකර්-

**මේ අනුව ව්‍යවසායකයෝ**

- ගවේෂකයෝ ය
- විශ්මිත දෑ කරන්නෝ ය
- අභිමතාර්ථ ඉෂ්ඨ කරන්නෝ ය
- වෙනස්කම් කරන නියෝජිතයෝ ය
- අවදානම් කළමනාකරණය කරන්නෝ ය

.....

.....

.....

.....

.....

**7.2 ව්‍යවසායකයකු සතු විය යුතු ගති ලක්ෂණ**

1. ....  
යමක් කෙසේවිය යුතු ද එය අනාගතයේ කවර තත්ත්වයකට පත්විය යුතු ද යන්න පිළිබඳ දිගුකාලීන නිවරදි අවබෝධයක් ව්‍යවසායකයාට තිබිය යුතුය.
2. ....  
නිර්මාණශීලී භාවය හෙවත් නව්‍යතා සම්පාදනය ව්‍යවසායකයෙකු සතු වැදගත් ම ගුණාංග යයි. අලුත් විදියට හිතන්න හා අලුත් ක්‍රමයට යමක් කරන්නට ඇති හැකියාව මින් අදහස් කරයි. ගතානුගතික නොවී අභියෝග භාර ගැනීමටත් නව භාණ්ඩයක්, නව සේවාවක් හෝ නව අදහසක් හෝ නිර්මාණය කිරීමට ව්‍යවසායකයා නිතර ම පෙලඹේ.
3. ....  
තම අරමුණු සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා තමා තුළ තමා පිළිබඳ ප්‍රබල ආත්ම විශ්වාසයක් පවතී. එම අරමුණු පැහැදිලිව ඉටුකර ගැනීමට සෘජු ව ක්‍රියා කරයි. පරාජයන් හෝ පසු බැසීම් ඇති වුවද ඉන් නොසැලේ. කනස්සල්ලට පත් නොවේ. දැඩි අධිෂ්ඨානයකින් යුතුව සියල්ලට මුහුණ දී සාර්ථකත්වය කරා මෙහෙයවීමේ හැකියාව ව්‍යවසායකයා සතු විය යුතු වැදගත් ගුණාංගයකි.

4. ....

යමක් සිදුවීමට පෙර එය දැකීම හෙවත් දුර දක්නා නුවණ නැතිනම් ව්‍යාපාර පරිසරයේ වෙනස් වීම් කල් තියා දැකීම අවබෝධය නම් වේ. මෙවිට ඕනෑම අභියෝගයකට මුහුණ දීමට හැකි වන අතර ඊට පුර්ව ලෙස සූදානම් වීමට හැකියාව ඇත.

5. නව ව්‍යාපාරික අවස්ථා හඳුනා ගැනීමේ හැකියාව

ආර්ථික ක්‍රමය කුමක් වුවත් ව්‍යාපාර පරිසරය කොතරම් සංකීර්ණ වුවත් නව ව්‍යාපාරික අවස්ථා අතුරින් සුදුසුම විකල්පය තෝරා බේරා ගැනීමටත් ව්‍යවසායකයා සතු හැකියාව මින් අදහස් කරයි.

6. අවදානම් කළමනාකරණය කිරීමේ හැකියාව

ව්‍යවසායකයා හැමවිටම අවදානම අභියෝගයක් ලෙස සලකයි. එය බාර ගෙන ඉතා ක්‍රමානුකූල ලෙස මැන තක්සේරු කරයි. සාර්ථක වීමේ ප්‍රවණතාවට වඩා අසාර්ථක වීමේ ප්‍රවණතාව අඩු නම් පමණක් අවදානම බාර ගනී. බාරගත් අවදානම හැකිතාක් දුරට අවම කරයි. එනම් අවදානම මනා ලෙස කළමනාකරණය කරයි.

7. “අභිප්‍රේරණතාව” හෙවත් අභිප්‍රේරණය වී සිටීම

සාර්ථකත්වය සඳහා දිගු කාලයක් කැප වී කටයුතු කිරීමට පවතින උනන්දුව උද්යෝගය නැතිනම් පෙළඹීම ව්‍යවසායකයෙකු සතු විය යුතු වැදගත් ගුණාංගයකි.

**අභිප්‍රේරණයක් ඇතිවීමට බලපාන සාධක**

- ව්‍යාපාරයේ ප්‍රධානියා තමා ය යන හැඟීම
- පෞද්ගලික තෘප්තිය

.....

.....

.....

8. නිර්මාණශීලීත්වය හා නවෝත්පාදනය

“අලුත් අදහසක් ඉදිරිපත් කිරීම නිර්මාණශීලීත්වය යි. එය සාර්ථක ව ක්‍රියාත්මක කිරීමට හැකි තත්ත්වයට පත් කිරීම නවෝත්පාදනය යි”

**නවෝත්පාදනය යටතට අයත් දෑ**

- නව භාණ්ඩයක් හෝ සේවයක් නිපදවීම
- නව නිෂ්පාදන ක්‍රමයක් හඳුන්වා දීම
- නව වෙළෙඳපොළකට පිවිසීම
- නව ව්‍යාපාර සංවිධාන ක්‍රමයක් හඳුන්වා දීම
- පවත්නා භාණ්ඩයක ගුණාත්මක වෙනසක් ඇති කිරීම

.....

.....

.....

.....

.....

**9. තීරණවලට පැමිණීමේ හැකියාව**

තීරණයක් ගැනීම සඳහා විශාල කාලයක් මිඩංගු නොකර ඉක්මනින් නිවැරදි තීරණවලට එළඹීමේ හැකියාව මින් අදහස් කරයි.

**10. කැපවීම**

තම අරමුණු ඉටුවන තෙක් ම මහන්සි නොබලා වැඩ කිරීමේ හැකියාව මින් අදහස් කරයි. ඒ තුළින් නිතරම ශ්‍රමයට ආදරය කරන හා ගරු කරන පුද්ගලයෙක් බවට ව්‍යවසාකයා පත් වේ.

**11. ස්වාධීන බව**

තමා හිතන අයුරු තම අභිමතය පරිදි වැඩ කිරීමට, තීරණ ගැනීමට නිදහස සලසා ගැනීම මින් අදහස් කරයි. ඔහු වෙනත් අයගේ අදහස් මතම යැපෙන්නෙකු නොවේ.

**12. අභිලාස මුදුන් පමුණුවා ගැනීමේ වුවමනාව**

තම අභිලාසයන් ඉටු කර ගැනීම සඳහා ප්‍රබල ආශාවකින් කටයුතු කිරීම. මෙහි අදහසයි. එක් අභිලාසයක් ඉටු කර ගත් විට ඔහු තව තවත් ඉදිරියට ගමන් කරයි. එක් ඉලක්කයක් ඉටු කර ගත් විට ඊළඟ ඉලක්කය පිහිටුවා ගනී.

**13. සුභවාදී බව**

'නැහැ' 'බැහැ' නො පවසා ධනාත්මක ආකල්පයෙන් යමක් දෙස බලයි. සෘණ ආකල්ප බැහැර කරයි. සුභවාදී මිනිසා කිසිවිටෙකත් අනාගතය පිළිබඳ අඳුරු සෙවනැලි දැකීමට උත්සාහ නොකරයි.

**14. භව්‍යශීලී බව**

නිතර වෙනස් වන ව්‍යාපාරික පරිසරයට අනුව සාර්ථක ව හැඩ ගැසීමට ඇති හැකියාව මෙහි අදහසයි. පරිසරයේ වෙනස්වීම් සිදු වන තෙක් බලා නොසිට ඔහු ප්‍රථමයෙන් ක්‍රියා කරන්නෙක් බවට පත් වේ.

ඉහත ගුණාංගවලට අමතරව පහත සඳහන් ගුණාංගයන් ද ඇති බව සලකන්න.

- ආරම්භණ හැකියාව
- නායකත්වය
- සම්පත් සංවිධානය
- ස්වයං අවබෝධය

.....

.....

.....

.....

.....

**7.2.1 ව්‍යවසායකත්ව කුසලතා**

ව්‍යවසායකයකු සතු විය යුතු වර්ධනය කර ගත යුතු හැකියා සමූහයක් පවතී.

**භාගකත්ව කුසලතා**

තමාගේ ව්‍යාපාරයේ නායකයා තමා ම ය. ඔබ ව්‍යාපාරයේ සිටින්නේ සේවකයන් හෝ අනුගාමිකයන් ය. තම අනුගාමිකයන් ලවා කාර්ය ඉටු කරවා ගැනීම සඳහා උනන්දුවෙන් හා ධෛර්යමත් ව කටයුතු කිරීම අනුගාමිකයන් යොමු කිරීම හා ඔවුන්ගේ හැසිරීම්වලට බලපෑම් කිරීම මෙම කුසලතාව මගින් පිළිබිඹු කරයි.

**අන්තර් පුද්ගල කුසලතා**

අභ්‍යන්තර පාර්ශ්ව සමග තමනට බාහිර පාර්ශ්ව සමග ව්‍යාපාර කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා මනා සම්බන්ධතාවක් පවත්වා ගෙන යාමට ව්‍යවසායකයා සතු හැකියා මින් අදහස් කරයි. නැතිනම් සියලු පාර්ශ්ව පිළිබඳ අවබෝධයෙන් යුතු ව තම කාර්යයන් කෙරෙහි නැඹුරු කර ගැනීමට හැකි ලෙස කටයුතු කිරීමට ඇති හැකියාවයි.

**සන්නිවේදන කුසලතා**

අරමුණු ඉටු කර ගැනීමට හැකි වන සේ තොරතුරු භාවිත කිරීමට ඇති හැකියාව නැතිනම් තමන් සතු දේ අවබෝධයක් ලැබෙන ආකාරයට අන් අයෙකු සතු කිරීමේ ක්‍රියාවලිය මනාව මෙහෙයවීම මගින් තම අරමුණු ඉටු කර ගැනීම.

**මූලික කළමනාකරණ කුසලතා**

සැලසුම්කරණය, සංවිධානකරණය, මෙහෙයවීම හා පාලනය යන මූලික කළමනාකරණ ශ්‍රිතයන් පිළිබඳ කුසලතා පූර්ණ වීම.

**7.2.2 ව්‍යවසායකයෙකුගේ කාර්යභාරය**

1. ව්‍යාපාරික අවස්ථා හඳුනා ගැනීම හා එම අවස්ථාවලින් ප්‍රයෝජන ගැනීම.
2. ශ්‍රමය, භූමිය හා ප්‍රාග්ධනය යන නිෂ්පාදන සාධක මනා ලෙස හසුරුවමින් නව භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම හා නවීකරණය කළ භාණ්ඩ හා සේවා නිපදවීම.

.....

.....

.....

### 7.2.3 ව්‍යවසායකයා හා කළමනාකරුවා

සෑම ව්‍යවසායකයෙක් ම කළමනාකරුවෙකි. නමුත් සෑම කළමනාකරුවෙකු ම නව්‍යතා සම්පදානය නොකරයි. අවදානමට මුහුණ නොදෙයි. කළමනාකරුවා වැටුපක් සඳහා කටයුතු කරන අතර සෑම කළමනාකරුවෙක් ම ව්‍යවසායකයකු ලෙස සැලකිය නොහැක.

ව්‍යවසායකයා	කළමනාකරුවා
ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට මූලික ව කටයුතු කරයි	ඇරඹූ ව්‍යාපාරය පවත්වාගෙන යයි
අවදානම් දරන ව්‍යවසායකයා ඒ වෙනුවෙන් ලාභ හෝ පාඩු අත් විඳී	කළමනාකරුවා ව්‍යාපාර කටයුතු මනා ලෙස කරගෙන යාමට තම හැකියාව මෙහෙයවයි. ඒ වෙනුවෙන් වැටුප් හා වෙනත් දීමනා ලබා ගනී
ව්‍යවසායකයා ව්‍යාපාරයේ අයිතිකරු වේ	කළමනාකරුවා ව්‍යාපාරයේ සේවකයෙකු වේ
ව්‍යවසායකයා ව්‍යාපාරය වෙනුවෙන් සමාජයට, රජයට වගකිව යුතුය	කළමනාකරුවකු තම කටයුතු වෙනුවෙන් ව්‍යාපාරයේ අයිතිකරුට වගකිව යුතුය
බලය තමන් විසින් නිර්මාණය කර ගනී	තනතුරු මත අධිකාරී බලය ලැබේ
ව්‍යාපාරික අවස්ථා හඳුනා ගනී	ව්‍යාපාරික ගැටලු හඳුනා ගනී
සමාජ ප්‍රතිලාභ කෙරෙහි ද සමාජ වගකීම් කෙරෙහි ද අවධානය යොමු කරයි	ව්‍යාපාරයේ ප්‍රතිලාභ කෙරෙහි අවධානය යොමු කරයි

### 7.2.4 ව්‍යවසායකයා හා ව්‍යාපාරිකයා

ව්‍යවසායකයා හා ව්‍යාපාරිකයා අතර වෙනස දැක්වීමේ දී පෙනී යන්නේ ව්‍යවසායකයා අනිවාර්යයෙන් ම ව්‍යාපාරිකයකු වූවත් ව්‍යාපාරිකයා අනිවාර්යයෙන් ම ව්‍යවසායකයකු නොවිය හැකි බවයි.

ව්‍යවසායකයා	ව්‍යවසායකයකු නොවන ව්‍යාපාරිකයා
තමාගේ අදහස් හා නව සංකල්පයන් අනුව ව්‍යාපාරය ඇරඹයි	පවතින අදහස් හෝ සංකල්පයක් අනුව ව්‍යාපාරය ඇරඹයි
ව්‍යාපාරික ප්‍රතිවාදියා වන්නේ තමා ම ය	අනෙකුත් ව්‍යාපාර ප්‍රතිවාදීන් වේ
නව ව්‍යාපාර අවස්ථා කෙරෙහි අවදානය යොමු කරයි	නිතරම තමාගේ ව්‍යාපාර කටයුතුවල නිරත වෙයි
නවෝත්පාදකයෙකි	සාම්ප්‍රදායිකයෙකි
අවදානමට මුහුණ දෙයි	ආරක්ෂාකාරී ව කටයුතු කරයි
ගැටලු ඇති වූ විට ඒවා පිටු දැකීමට ධෛර්යමත් ව කටයුතු කරයි	ගැටලු මඟහරී, අධෛර්යයට පත් වෙයි
නව ව්‍යාපාරික අවස්ථා දකියි. ප්‍රයෝජනය ගනියි	වෙනත් අයෙකු විසින් දකින ලද අවස්ථා භාවිත කරයි

### 7.3 ව්‍යවසායකත්වයේ වැදගත්කම

අන් කවරදාකටත් වඩා වර්තමානයේ ව්‍යවසායකත්වයේ වැදගත්කම හෙවත් අවශ්‍යතා ඉස්මතු වී පෙනේ. එසේ වීමට බොහෝ හේතු බලපා ඇත. ඒවා නම්

1. වර්තමාන ව්‍යාපාර ලෝකයේ පවතින දැඩි කරගතකාරීත්වය හේතුවෙන් ව්‍යාපාරික ලෝකයේ රැඳී සිටීමට නම් අලුත් අලුත් දේ බිහි කළ යුතුය. එනම් නවෝත්පාදනවල අවශ්‍යතාව
2. පවතින සම්පත් කාර්යක්ෂම ව භාවිත කිරීමට විවිධාංගීකරණයෙන් යුත් ව්‍යාපාර ඇති කිරීමේ අවශ්‍යතාව
3. වෙනස් වන ලෝකය තුළ ගෝලීයකරණය හමුවේ නව තාක්ෂණය උපයෝගී කර ගනිමින් ව්‍යාපාර කටයුතු වෙනස් කර ගැනීමේ අවශ්‍යතාව
4. වේගවත් ලෙස වෙනස් වන ව්‍යාපාරික පරිසරය තුළ සාර්ථක ව ව්‍යාපාර කටයුතු මෙහෙයවීමේ අවශ්‍යතාව

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

#### 7.3.1 ව්‍යවසායකත්වය හා ව්‍යාපාර අතර ඇති සම්බන්ධතාව

ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමට නම් ව්‍යවසායකයන් විසින් අවස්ථා හඳුනා ගෙන නිර්මාණශීලීත්වය තුළින් නව්‍යතා සම්පාදනය කිරීම කළ යුතුය. එම නව්‍යතා ඉදිරිපත් කිරීම බොහෝ විට ව්‍යාපාර විසින් සිදු කරයි. ඒ සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා නිර්මාණය කිරීම හා බෙදා හැරීම සිදු කරයි. එය වඩාත් සුමට කිරීමට අනුබද්ධ සේවා උපයෝගී කර ගනී.

මේ අනුව ව්‍යාපාර දෙස පුළුල් ලෙස බැලීමේ දී ඒවා සියල්ල ව්‍යවසායකයන් නොවන බව ද පැහැදිලි වේ. නමුත් ව්‍යවසායකත්වයේ අවසාන ප්‍රතිඵලය ව්‍යාපාර ලෙස සැලකිය හැකිය. එම ව්‍යවසායකත්වය තුළින් ව්‍යාපාර බිහි වේ.

### 7.4 ව්‍යවසායකත්ව ප්‍රතිලාභ

ව්‍යවසායකත්ව මගින් ඇති කරනු ලබන ප්‍රතිලාභ පුද්ගලයාට පමණක් නොවේ. සමාජ හා ආර්ථික ප්‍රතිලාභ රාශියක් ද අත්පත් කර දීමට සමත් ව ඇත.

#### 7.4.1 ව්‍යවසායකත්වයේ පුද්ගල ප්‍රතිලාභ

1. පුද්ගල හැකියාවලින් උපරිම ප්‍රයෝජන ගැනීමට ඉඩ ප්‍රස්ථා ලබා දීම.
2. ඉහළ කැපවීමක් සිදු කරන්නේ නම් ඉහළ ප්‍රතිලාභ ද ලබා ගැනීමට මඟ පෑදීම
3. පුද්ගලයාට සමාජයේ පිළිගැනීමක් ඇති වීම / සමාජ තත්ත්වය හා කීර්ති නාමයක් ඇති වීම.
4. ඉහළ ජීවන මට්ටමක් ගත කළ හැකි වීම.

5. පෞද්ගලික මූල්‍යමය හැකියාව හා ප්‍රතිලාභ

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**7.4.2 ව්‍යවසායකත්වයේ ආයතනික ප්‍රතිලාභ**

- 1. ව්‍යාපාර කටයුතු පුළුල් කර ගැනීමට අවකාශ බිහි වීම.
- 2. තරගකාරිත්වයට පහසුවෙන් මුහුණදීමට හැකි වීම.
- 3. වෙළෙඳපොළ කොටස පුළුල් කර ගැනීමට හැකිවීම.
- 4. ව්‍යාපාරය අඛණ්ඩව පුළුල් කරගැනීමට හැකි වීම.
- 5. ව්‍යාපාරයේ පැවැත්ම තහවුරු වීම.

.....  
.....  
.....  
.....  
.....

**7.4.3 ව්‍යවසායකත්වයේ සමාජ හා ආර්ථික ප්‍රතිලාභ**

- 1. නව රැකියා අවස්ථා ජනිත කිරීම
- 2. නව ආදායම් හා සේවා පරිභෝජනයට අවස්ථා උදා කිරීම.
- 3. නව භාණ්ඩ හා සේවා පරිභෝජනයට අවස්ථා උදා කිරීම.
- 4. ප්‍රාදේශීය සම්පත් නිෂ්පාදනයට යොදා ගැනීම
- 5. නව වෙළෙඳපොළවල් සංවර්ධනය

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

### 7.5 ව්‍යවසායකත්වය හා ආර්ථික සංවර්ධනය

රටක කොතරම් භෞතික හා මානව සම්පත් පැවතිය ද ව්‍යවසායකත්වයෙන් තොරව ආර්ථික සංවර්ධනයක් බිහි කර ගැනීම සිදු කළ නොහැක. රටක ආර්ථික සංවර්ධනයේ තීරණාත්මක සාධනය ව්‍යවසායකත්වය යි. ආර්ථික සංවර්ධන යන්ත්‍රයක් ලෙස සැලකුවහොත් එම යන්ත්‍රය ක්‍රියාකරවීමට අත්‍යවශ්‍ය ඉන්ධන ව්‍යවසායකත්වය යි. එම නිසා ව්‍යවසායකත්වය හා ආර්ථික සංවර්ධනය එක්ව ගමන් කරන විට රටක් සංවර්ධන මාවතට ප්‍රවේශ වීමටත් සංවර්ධිත රටක් බවට පත්වීමටත් ඇති හැකියාව ඉහළ අගයක් ගනී. ආර්ථික සංවර්ධනය ව්‍යවසායකත්වය සිදු කරන දායකත්වය පහත කරුණු තුළින් වඩාත් පැහැදිලි වේ.

- වෙළෙඳපොළ ආර්ථිකය තුළ ඒකාධිකාරී තත්වයක් බිහි වීම පිටු දැකීම සඳහා තරඟකාරීත්වය දියුණු කිරීම හා කාර්යක්ෂමතාව වර්ධනය කිරීම තුළින් හාණ්ඩ මිල අඩු කිරීමට හැකි වීම.
- නව නිෂ්පාදන බිහි වීම තුළින් වෙළෙඳපොළ ප්‍රසාරණය වීම.
- රටක ප්‍රයෝජනයට නොගත් සම්පත් ඵලදායී නිෂ්පාදන අංශවලට යොමු කිරීමට හැකි වීම.
- ශ්‍රම සුක්ෂම නිෂ්පාදන අවස්ථා බිහි කිරීම.
- රැකියා ප්‍රශ්නයට සාර්ථක විසඳුමක් ලබා දීම.
- රජයේ ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති යටතේ බිහිවන සුළු පරිමාණ කර්මාන්තවල පැවැත්ම තහවුරු කිරීමට හැකි වීම.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

### 7.6 ව්‍යවසායකත්වයේ ප්‍රවණතා

#### 1. අභ්‍යන්තර ව්‍යවසායකත්වය

ව්‍යාපාර සංවිධානවල සේවකයන් නිර්මාණශීලීත්වය තුළින් බිහි කෙරෙන ව්‍යවසායකත්වය අභ්‍යන්තර ව්‍යවසායකත්වයයි. පවතින ව්‍යාපාර සංවිධානයක ප්‍රධාන තනතුරුවල කටයුතු කෙරෙන නිර්මාණශීලී පුද්ගලයන් බොහෝ විට සිය නිර්මාණශීලී හැකියාව ව්‍යාපාරයේ නිෂ්පාදිත හා නිෂ්පාදිත ක්‍රම දියුණු කිරීම සඳහා යොදා ගැනීම මගින් ව්‍යාපාර අභ්‍යන්තරයෙන් ව්‍යවසායකත්වය පැන නගී. ඒ සඳහා ආයතනයක අභ්‍යන්තර ව්‍යවසායකත්වය සඳහා පහත ක්‍රියාකාරකම් අනුගමනය කළ හැකිය .

.....

.....

.....

.....

.....

**2. සමාජයීය ව්‍යවසායකත්වය**

සමාජයට මෙහෙවරක් කිරීමේ අරමුණෙන් නව්‍යතා සම්පාදනයේ යෙදීම මින් අදහස් කරයි. ලාභය හෝ ධනය ඉපයීම තම අරමුණ නොවන අතර සමාජයීය වටිනාකම්, සාරධර්ම පෝෂණය කිරීම, පරිසරය සංරක්ෂණය, සෞඛ්‍යය සේවා, පරෝපකාරය හා ආපදා යනාදී ක්ෂේත්‍රයන්හි මෙම ව්‍යවසායකත්ව ප්‍රවණතාව ඉස්මතු වේ. පුද්ගලික ව ඇති කර ගත හැකි මානසික තෘප්තිය, පිළිගැනීම ප්‍රසංසාව, යනා දී ප්‍රතිලාභ සමාජයීය ව්‍යවසායකත්වය මගින් ලැබිය හැකිය.

**3. හරිත ව්‍යවසායකත්වය**

පාරිසරික ගැටලු හා සමාජයීය ගැටලු හෝ අවශ්‍යතා සඳහා ඉතා ඉහළ අවදානමක් යොමු කරමින් ස්වාභාවික පරිසරයට ධනාත්මක බලපෑම් ඇති කිරීමට අවශ්‍ය දැනුවත් භාවයකින් සිදු කිරීමට අදාළ ව්‍යවසායකත්ව ක්‍රියාකාරකම් හරිත ව්‍යවසායකත්වය මගින් සිදු කෙරේ. පරිසරය සුරැකීම ඔවුන් හර සංකල්පයයි. පරිසර ගැටලුවලට සංවේදී වෙමින් තව ව්‍යවසායකත්ව මෙහෙයවන ආකාර මෙම ව්‍යවසායකයන්ගේ ව්‍යාපාර කටයුතු පරිසරයට ඉතා සුවදායී වේ. පරිසරය රැක ගැනීම, පරිසරයට හානි නොකිරීම හා පරිසරය සංරක්ෂණය කිරීමට අදාළ නිෂ්පාදිත බිහි කිරීම සඳහා මොවුන්ගේ කාලය වැය කරති.

**4. ගෝලීය ව්‍යවසායකත්වය**

ලෝකයේ කුමන ස්ථානයක සිටිය ද තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතයෙන් දේශ සීමා මායිම්වලින් බැහැර ව සන්නිවේදන ජාලය විහිදා තම නිෂ්පාදනයේ වෙනස් විය යුතු ද යන්න අවබෝධ කර ගනිමින් ඒ අනුව තම නිෂ්පාදන වෙනසකට භාජනය කරමින් ලොව පුරා වෙළෙඳාමේ යෙදීමට හැකිවන මේ කටයුතු කිරීම ගෝලීය ව්‍යවසායකත්වය තුළින් පිළිබිඹු කරයි. බොහෝ දුරට විවිධ නිෂ්පාදිත රටවල් පුරා බෙදාහැරීමට හා ඒවා යේ පැවැත්ම හා භාවිතය ඒ ඒ රටවල දේශපාලනයට හා මිනිසුන්ගේ සංස්කෘතියට සිතුවම්, පැතුම්වලට, නීතිරීතිවලට දේශපාලන වාතාවරණයට ආර්ථිකයට යනා දී ක්ෂේත්‍රයට ගැළපෙන අයුරෙන් සිය නිෂ්පාදිත රටවල් කරා ගෙන යාමට ගෝලීය ව්‍යවසායකත්වය සමත් වෙති. මෙම ව්‍යවසායකත්වය නිසා ගුණත්වයෙන් යුතු භාණ්ඩ භාවිත කිරීමටත්, හොඳ තෝරා ගැනීමකින් යුතු තම වුවමනා සපරා ගැනීමටත්, වටිනාකමෙන් ඉහළ භාණ්ඩ හා සේවා පරිභෝජනයට ලැබීමෙන් ජීවන තත්ත්වය උසස්කර ගැනීමට ගෝලීය ව්‍යවසායකයන්ගේ සිය නිෂ්පාදිත පරිභෝජනයෙන් විවිධ රටවල ජනතාවට අවස්ථාව සලසා දෙති.

**5. කාන්තා ව්‍යවසායකත්වය**

ශ්‍රී ලංකාවේ කාන්තාවන් ව්‍යාපාර කටයුතුවලට වැඩි නැගීමක් ඇති බව පසුගිය දශකය තුළ සිට දක්නට ලැබෙන ප්‍රවණතාවයකි. මෙය ශ්‍රී ලංකාවේ ආර්ථික සංවර්ධනයට හිතකර ලක්ෂණයක් ලෙස දැක්විය හැකිය. පහත සඳහන් හේතු සාධක ශ්‍රී ලංකාවේ කාන්තා ව්‍යවසායකත්වය ඉහළ යාමට බලපෑ බව කිව හැකිය.

1. කාන්තාවන් තුළ අධ්‍යාපන මට්ටම දියුණු වීම.
2. ශ්‍රම බලකාය තුළ කාන්තා නියෝජනය ඉහළ යාම
3. සාමාජීය ආකල්පවල ඇති වෙනස්කම් (කාන්තාවන් වෘත්තීයක නියැලීම හා ව්‍යාපාර කටයුතුවලට දායක විය යුතු පාර්ශ්වයක් ලෙස සැලකීම)

.....  
.....  
.....  
.....

**කාන්තා ව්‍යවසායකත්වය මුහුණ පාන අභියෝග**

1. නිවසේ කටයුතු සඳහා වැඩි කාලයක් කැප කළ යුතු වීම.
2. ඇතැම් ජන කොටස්වල පවතින එදිරිවාදි ආකල්ප

.....  
.....  
.....

## 08

# ශ්‍රී ලංකාවේ මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ

### 8.1 මූල්‍ය වෙළෙඳපොලෙහි අර්ථය හා නිර්වචනය කිරීම

මූල්‍යමය හිමිකම්පැමි, වත්කම් හා සුරැකුම්පත් හුවමාරුවන වෙළෙඳපල මූල්‍ය වෙළෙඳපොල ලෙස හඳුන්වනු ලබන අතර එය මුදල් අතිරික්තයක් පවතින සැපයුම්කරුවකු වෙතින් මුදල් හිඟයක් පවතින ඉල්ලුම්කරුවකු වෙත අරමුදල් ගලායාමේ මාර්ගයද වේ. ණය සහ ප්‍රාග්ධනය වෙනුවෙන් පවතින වෙළෙඳපොල ලෙස ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව විසින් මූල්‍ය වෙළෙඳපොල හඳුන්වා දී ඇත.

**ඉයුපීන් බ්‍රිග්හැවිට් අනුව “පුද්ගලයන්ට හා සංවිධානවලට ණයට ගැනීමට අවශ්‍ය කරන මුදල් එම මුදල් අතිරික්තයක් පවතින පුද්ගලයන්ද සමඟ ගෙන එනු ලබන ස්ථානය” මූල්‍ය වෙළෙඳපොල නම් වේ.**

### 8.2 මූල්‍ය වෙළෙඳපොලෙහි කාර්යභාරය

ආර්ථිකයක වර්ධනය වේගවත් කිරීම මූල්‍ය වෙළෙඳපලක වැදගත් එක් කාර්යභාරයකි. මේ සඳහා මූල්‍ය වෙළෙඳපල ක්ෂණික හා ඔරොත්තු දිය හැකි ස්වභාවයෙන් යුක්ත විය යුතුය. මූල්‍ය වෙළෙඳපලක් රටක ආර්ථිකයට පහත ආකාරයෙන් දායක වේ.

1. ....  
මූල්‍ය වෙළෙඳපල තුළ පවතින ආයතන අතරමැදිකරුවන් කාර්යභාරයක් ඉටු කරන බැවින් මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ මාර්ග තුළ පවතින ආයතනය විසින් කුටුම්භ, ව්‍යාපාර ආයතන හා රජය සතුව පවතින අතිරික්ත මුදල් ආයෝජන අවශ්‍ය කරන හිඟ ඒකක වෙත ලබා දේ.
2. ....  
අරමුදල් අවශ්‍ය කරන ඒකකවලට අවශ්‍ය එම අරමුදල් සම්පාදනය කිරීමේ ප්‍රධාන කාර්යභාරයක් මූල්‍ය වෙළෙඳපොල විසින් ඉටුකරනු ලබයි.
3. ....  
මූල්‍ය වෙළෙඳපොලවල් විසින් අතරමැදිකරණ කාර්යයක් ඉටු කරනු ලබන බැවින් අතිරික්ත ඒකකවල සිට හිඟ ඒකක දක්වා අඛණ්ඩව අරමුදල් ගලායාමට සැලැස්වීම මගින් ජාතික වර්ධනය සඳහා දායක වේ.
4. ....  
අවශ්‍යකරණ මූල්‍ය සම්පත් සුලභ කිරීම මගින් ව්‍යවසායකත්ව සංවර්ධනය සඳහා මූල්‍ය වෙළෙඳපොලවල් උපකාරී වේ.
5. **කාර්මික සංවර්ධනයට දායක වීම.**  
මූල්‍ය වෙළෙඳපලවල්වල පවතින විවිධ සංරචක මගින් රටක කාර්මික හා ආර්ථික වර්ධනය වේගවත් කරනු ලබන අතරම එමගින් ජීවන තත්ත්වය හා සමාජ සුබසාධනය සඳහා දායක වේ.

### 8.3 මූල්‍ය වෙළෙඳපොළවල සංරචක හා උපාංග

ප්‍රධාන වශයෙන් මූල්‍ය හිමිකම්පෑම්වල කල්පිරෙන කාලය සැලකිල්ලට ගනිමින් මූල්‍ය වෙළෙඳපොළවල් මුදල් වෙළෙඳපොළ හා ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ ලෙස වර්ග දෙකකට බෙදනු ලබයි. මුදල් වෙළෙඳපොළ යනු වසරකට වඩා අඩු කාලයක දී කල් පිරෙන භාණ්ඩාගාර බිල්පත්, වාණිජ පත්‍රිකා හා තැන්පතු සහතික වැනි කෙටි කාලීන පොලී සහිත වත්කම් සඳහා පවතින වෙළෙඳපොළ වන අතර එය රටක ද්‍රවශීලතා කළමනාකරණය සඳහා පහසුකම් සලසයි.

**ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ යනු :** වසරකට වඩා වැඩි කල්පිරීම් කාලයක් සහිත භාණ්ඩාගාර බැඳුම්කර, පෞද්ගලික ණය සුරැකුම්පත් (බැඳුම්කර හාණිකර) සහ හිමිකම් සුරැකුම්පත් (කොටස්) ගනුදෙනුවක වෙළෙඳපොළයි. ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළෙහි ප්‍රධාන කාර්යභාරය වන්නේ දිගු කාලීන අරමුදල් සම්පාදනය සඳහා පහසුකම් සැපයීමයි.

මීට අමතරව, සුරැකුම්පත් අනුව මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ, ණය වෙළෙඳපොළ හා හිමිකම් වෙළෙඳපොළ ලෙස වර්ග කර දැක්විය හැකිය. ණයකර වෙළෙඳපොළ. ස්ථාවර අදායම් සුරැකුම්පත් වෙළෙඳපොළ ලෙස ද හඳුන්වනු ලබන අතර රාජ්‍ය සුරැකුම්පත් වෙළෙඳපොළ (භාණ්ඩාගාර බිල්පත් හා බැඳුම්කර) හා පෞද්ගලික ණය සුරැකුම්පත් වෙළෙඳපොළ (වාණිජ්‍ය පත්‍රිකා, පෞද්ගලික බැඳුම්කර හා ණයකර) ලෙස කොටස් දෙකකින් සමන්විත වේ. තවදුරටත් ප්‍රාථමික හා ද්විතීය වෙළෙඳපොළ ලෙස මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ වර්ග කර දැක්විය හැකිය. ප්‍රාථමික වෙළෙඳපොළ තුළ කොටස් හා ණය සුරැකුම්පත් අලුතින් නිකුත් කරනු ලබන අතර ද්විතීය වෙළෙඳපොළ තුළ දැනටමත් නිකුත් කර ඇති සුරැකුම්පත් ගනුදෙනු වේ.

#### මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ වර්ග

- මූල්‍ය හිමිකම් පදනම් කර ගනිමින්  
.....  
.....
- මූල්‍ය හිමිකම් කල්පිරීමේ කාලය අනුව  
.....  
.....
- මූල්‍ය හිමිකම්පෑම් නිකුත් කිරීමේ කාලය පදනම් කර ගනිමින්  
.....  
.....
- මූල්‍ය හිමිකම් පෑම් බෙදාහැරීමේ කාලය පදනම් කර ගනිමින්  
.....  
.....
- මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ සංවිධාන සංයුතිය පදනම් කර ගනිමින්  
.....  
.....

## 8.4 ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල

### 8.4.1 ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල අර්ථ දැක්වීම හා නිර්වචනය කිරීම

ව්‍යාපාර ආයතනවලට අවශ්‍ය කරන දිගුකාලීන අරමුදල් ණයට ගැනීම හා ණයට දීම සිදුවන වෙළෙඳපොල ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල ලෙස හැඳින් වේ. ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල සුදුසුම බාහිර අරමුදල් සම්පාදනය කර දෙනු ලැබේ. මධ්‍යකාලීන හා දිගුකාලීන ණය ලබා ගැනීම හා ණය ලබාදීම සඳහා අවශ්‍ය කරනු ලබන සියලුම පහසුකම් හා ආයතනික විධිවිධාන සපයනු ලබයි. අනෙකුත් වෙළෙඳපොලවල්වල මෙන්ම ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල තුළද අරමුදල් ඉල්ලුම් කරුවන් (ණය ගන්නන්) හා අරමුදල් සැපයුම් කරුවන් (ණය ලබා දෙන්නන්) ලෙස පාර්ශව දෙකක් දක්නට ලැබේ. ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල සංවර්ධන බැංකු, වාණිජ බැංකු හා කොටස් වෙළෙඳපොල වලින් සමන්විත වේ.

### 8.4.2 ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොලෙහි ලක්ෂණ

#### 1. සුරැකුම්පත් වෙළෙඳපොල

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල තුළ ගනුදෙනු සිදුවන්නේ කොටස් හා ණයකර වැනි සුරැකුම්පත් හරහා ය. මේ නිසා ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල සුරැකුම්පත් වෙළෙඳපොල ලෙස ද හැඳින් වේ.

#### 2. මිල

සුරැකුම්පත්වලට පවතින ඉල්ලුම හා සැපයුම මත සුරැකුම්පත්වල මිල තීරණය වේ.

#### 3. සහභාගීච්ඡන්

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළක් තුළ බොහෝ පාර්ශ්වයන් කටයුතු කරනු ලබයි. මෙම පාර්ශ්වයන් යටතට පුද්ගලයන්, සමාගම්, රජය, බැංකු හා අනෙකුත් මූල්‍ය ආයතන යනාදිය අයත් වේ.

#### 4. ස්ථානය

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ යම් නිශ්චිත ස්ථානයකට සීමා වී නොපවතින නමුත් කොටස් හුවමාරුව වැනි ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොලෙහි ඇතැම් කොටස් යම් යම් මධ්‍යස්ථානවල ස්ථානගතව පවතී.

#### 5. මූල්‍ය වත්කම් සඳහා වූ වෙළෙඳපොල

දිගු කාලීන මූල්‍ය වත්කම් ගනුදෙනු කිරීම සඳහා අවශ්‍ය කරන ඉඩකඩ ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල මගින් සපයනු ලබයි.

### 8.4.3 ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල වර්ග

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල ප්‍රාථමික වෙළෙඳපොල හා ද්විතියික වෙළෙඳපොල ලෙස කොටස් දෙකකට බෙදිය හැක.

**1. ප්‍රාථමික වෙළෙඳපොල**

නව නිකුතු හෝ නව මූල්‍ය හිමිකම් පදම් සඳහා වූ වෙළෙඳපොල ප්‍රාථමික වෙළෙඳපොල නම් වේ. මේ නිසා මෙය නව නිකුතු වෙළෙඳපොල ලෙස ද හඳුන්වනු ලබයි. මහජනතාවට ප්‍රථම වරට නිකුත් කරනු ලබන සුරැකුම්පත් සමබන්ධයෙන් මෙම වෙළෙඳපල කටයුතු කරනු ලබයි. මෙහිදී ණය ගැනුම්කරුවන් දිගුකාලීන අරමුදල් වෙනුවෙන් නව සුරැකුම්පත් හුවමාරු කරනු ලැබේ. මේ නිසා ප්‍රාග්ධන සම්පදානය සඳහා අවශ්‍ය කරන පහසුකම් ප්‍රාථමික වෙළෙඳපොල තුළින් ලබා දේ.

**2. ද්විතියික වෙළෙඳපොල**

දැනටමත් නිකුත් කර ඇති සුරැකුම්පත් සඳහා පවතින වෙළෙඳපොල ද්විතියික වෙළෙඳපොල නම් වේ. ප්‍රාථමික වෙළෙඳපොල තුළ දැනටමත් නිකුත් කර ඇති සුරැකුම්පත් මෙහි දී හුවමාරු වේ. මෙයට කොටස් වෙළෙඳපොල හා Over the counter market යන වෙළෙඳපොල ද්විත්වයම අයත් වේ.

**8.4.4 ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොලවල කාර්යභාරය හා වැදගත්කම**

**1. ඉතුරුම් හා ප්‍රාග්ධන සම්පාදනය**

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොල රටක විවිධ පාර්ශවයන් (පුද්ගලයන් සමාගම් හා රජය වැනි) අතර අරමුදල් හුවමාරුවට පහසුකම් සපයයි. සුරැකුම්පත්වල ආයෝජනය කරන්නන්ට සාධාරණ ප්‍රතිලාභ හා කොටස් වෙළෙඳපොල තුළ පවතින ද්‍රවශීලතාවය යන වාසි දෙකම ලැබේ. මෙය රටක ප්‍රාග්ධන සම්පාදනය වේගවත් කිරීමට ඉවහල් වේ.

**2. ස්ථාවර ප්‍රාග්ධනය**

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළවල් කොටස් හුවමාරු පැවතීම මගින් සමාගම්වලට අවශ්‍ය කෙරෙන ස්ථාවර ප්‍රාග්ධනය ලබා ගැනීමට ඉඩකඩ සැලසේ. කිසියම් ස්ථාවර කාල සීමාවක් සඳහා අරමුදල් හිමිකර තැබීමට ආයෝජනයන්ට නොහැකි වුවද සමාගම්වලට අරමුදල් අවශ්‍ය වනුයේ කිසියම් ස්ථාවර කාලසීමාවක් සඳහාය. නමුත් මෙම ගැටළුව විසඳීමට කොටස් හුවමාරුවට හැකියාව ලැබී ඇත. එනම්, සමාගම්වල ස්ථාවර ප්‍රාග්ධනය කෙරෙහි බලපෑමක් ඇති නොකරන ආකාරයට ආයෝජකයන්ට සුරැකුම්පත් මිලදී ගැනීමට හා විකිණීමට එමගින් හැකියාවක් ලැබීම යි.

**3. කාර්මික වර්ධනය**

ආර්ථිකයක කාර්මික ක්‍ෂේත්‍රයන්වලට අදාළව සම්පත් හුවමාරුවීමට පවතින මධ්‍ය වෙළෙඳපොල කොටස් හුවමාරුව නම් වේ. මෙමගින් ඵලදායී මාර්ගවල ආයෝජනයන් සිදු කිරීමට පුද්ගලයන්ට දිරිමත් කරනු ලබයි. සාංගමික බැඳුම්කරවලට අරමුදල් සංක්‍රමණය කිරීම මගින් කාර්මික වර්ධනය හා ආර්ථික වර්ධනය වේගවත් කිරීමට එමගින් ඉඩකඩ සැලකේ.

**4. සුදාකූම්පත් හා අඛණ්ඩ වෙළෙඳපොල**

සුදාකූම්පත් මිල දී ගැනීම සඳහා ගැණුම්කරුවන්ට හා විකුණුම්කරුවන්ට අවශ්‍ය කෙරෙන පහසුකම් සැලසීමට කොටස් හුවමාරුවක් මගින් ඉඩකඩ සැලසේ. ඉක්මනින් අලෙවි කිරීමට ඇති හැකියාව, අනෙකුත් වත්කම්වලට සාපේක්ෂව සුදාකූම්පත්වල ද්‍රවශීලතාවය ඉහළ නැංවීමට හේතුවක් වේ.

**5. අරමුදල් නිවැරදිව යොමු කිරීම**

සුදාකූම්පත්වල පවතින වෙළෙඳපල මිල හා ඵලදායීතාවය යන සාධක, පුද්ගලයන් කිසියම් සමාගමක් වෙත ආයෝජන යොමු කිරීම සඳහා බලපානු ලබන ප්‍රධාන සාධක වේ. මෙමගින් පොදු යහපත වෙනුවෙන් සම්පත් කාර්යක්ෂම ලෙස භාවිතා කිරීමට හැකියාව ලැබේ.

**6. විවිධ සේවාවන් සැපයීම.**

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපල තුළ පවතින ආයතන මගින් ව්‍යවසායකයන් සඳහා අවශ්‍ය කෙරෙන දිගුකාලීන හා කෙටිකාලීන ණය පහසුකම් සැපයීම, පුරුකුණු පහසුකම් සැපයීම, සමාගම් ප්‍රවර්ධනය කිරීම, හිමිකම් ප්‍රාග්ධනය සඳහා දායකවීම හා විශේෂඥ උපදේශ සේවා සැපයීම වැනි විවිධ පහසුකම් සපයනු ලබයි.

**7. ඌණ සංවර්ධන ප්‍රදේශ සංවර්ධනය කිරීම**

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපල පැවතීම මගින් ඌණ සංවර්ධන ප්‍රදේශ කෙරෙහි අමුදල් යොමු කිරීමට පහසුකම් සැලසේ. එමගින් එම ප්‍රදේශවල ආර්ථික වර්ධනයක් ඇති වේ. එලෙස යොමු කරනු ලබන අරමුදල් එම ප්‍රදේශවල පවතින සංවර්ධන ව්‍යාපෘති සඳහා යොමු කෙරේ.

**8. විදේශ අරමුදල්**

ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොලවල් පැවතීම විදේශ අරමුදල් ලබා ගැනීම සඳහා ද පහසුවක් වේ. උදාහරණයක් ලෙස ඉන්දීය සමාගම්වලට අවශ්‍ය කරන අරමුදල්, බැඳුම්කර හා වෙනත් සුදාකූම්පත් නිකුත් කිරීම මගින් විදේශ වෙළෙඳපොළවල් වලින් ලබා ගැනීම දැක්විය හැක. රජයෙන් මගින් රටවල්වල සෘජු විදේශ ආයෝජනයන්ද ලිබරල්කරණයට ලක්කර ඇත.

**9. ඉහළ ද්‍රවශීලතාවය**

ද්විතීය වෙළෙඳපොළ මගින් ආයෝජකයන්ට තම සුදාකූම්පත් විකුණා ද්‍රවශීල මුදල් බවට පත්කර ගැනීමට ඉඩකඩ සැලසේ.

**8.5 මුදල් වෙළෙඳපොල**

කෙටිකාලීන අරමුදල් වෙනුවෙන්ම පමණක් පවතින වෙළෙඳපොළ මුදල් වෙළෙඳපොළ නම් වේ. මෙහි ගනුදෙනු වන සුදාකූම්පත්වල කල් පිරීමේ කාලය වසරකට වඩා අඩු වේ. මුදල් වෙළෙඳපොළ තුළ පවතින ප්‍රධාන සුදාකූම්පත් වන්නේ භාණ්ඩාගාර බිල්පත්, වාණිජ්‍ය පත්‍රිකා හා තැන්පතු සහතික යනාදිය යි.

**මුදල් වෙළෙඳපොලෙහි ලක්ෂණ**

1. එය කෙටිකාලීන අරමුදල් වෙනුවෙන්ම පවතින වෙළෙඳපොළක් හෝ ඉතා ළඟදීම ඇරයුම් කිරීම සඳහා පවතින මූල්‍ය වත්කම් වෙන්වෙන් වූ වෙළෙඳපළක් වේ.
2. වසරකට වඩා අඩු කල් පිරීමේ කාලයක් සහිත සුරැකුම්පත් මෙහි දී ගනුදෙනු වේ.
3. අලාභයකින් තොරව හා අඩු ගනුදෙනු පිරිවැයක් යටතේ ඉක්මනින්ම මුදල් බවට පත්කර ගත හැකි වත්කම් වෙනුවෙන් කටයුතු කරනු ලබයි.
4. සාමාන්‍යයෙන් ගනුදෙනු සිදු වනුයේ දුරකථන භාවිතය මගිනි. ලේඛණ හා ලිඛිත සන්නිවේදනයන් පසුව හුවමාරු වේ. ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළවල පවතින කොටස් හුවමාරුවල මෙන් විධිමත් ස්ථානයක් මෙහි දක්නට නැත.
5. එය තනි සමජාතීය වෙළෙඳපොළක් නොවේ. කිසියම් එක් මූල්‍යයන ක්‍රමයකට විශේෂීකරණය වූ අප වෙළෙඳපොළවල් මෙහි පවතී.

.....

.....

.....

.....

.....

**8.5.1 මුදල් වෙළෙඳපොළක් තුළ සහභාගි වන පාර්ශ්ව**

1. රජය
2. මහ බැංකුව
3. පෞද්ගලික හා රාජ්‍ය බැංකු
4. අන්‍යෝන්‍ය අරමුදල්

.....

.....

.....

.....

.....

### 8.6 මුදල් වෙළෙඳපොළ හා ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ

ලක්ෂණ	මුදල් වෙළෙඳපොළ	ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ
අරමුදල් වල කාලසීමාව	වසරකට වඩා අඩු කාලසීමාවක් ඇති ණය මුදල් පිළිබඳව කටයුතු කරයි	වසරකට වඩා වැඩි කාලසීමාවක් ඇති දිගුකාලීන අරමුදල් පිළිබඳව කටයුතු කරයි
මුදල් සැපයුම	සමාගම්වල ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් කටයුතු වලට අදාළ කාරක ප්‍රාග්ධන අවශ්‍යතා හා රජයේ කෙටිකාලීන මූල්‍ය අවශ්‍යතා මූල්‍යයනය කිරීම වෙනුවෙන් අරමුදල් සපයයි	වෙළෙඳ හා වාණිජ කටයුතුවලට අදාළ ස්ථාවර ප්‍රාග්ධන අවශ්‍යතා හා රජයේ දිගුකාලීන අරමුදල් අවශ්‍යතා මූල්‍යයනය කිරීම පිළිබඳව කටයුතු කරයි
භාවිතා වන සුරැකුම්පත්	වාණිජ බිල්පත් (විනිමය බිල්පත්, භාණ්ඩාගාර බිල්පත්, වාණිජ පත්‍රිකා) මෙහිදී ගනුදෙනු වේ	කොටස්, ණයකර, භාණ්ඩාගාර බැඳුම්කර යනාදිය ගනුදෙනු වේ
ප්‍රධාන ආයතනවල කාර්යභාරය	මුදල් වෙළෙඳපොළ සම්බන්ධ ප්‍රධාන ආයතන වනුයේ, මහ බැංකුව හා වාණිජ බැංකු ය	සංවර්ධන බැංකු හා රක්ෂණ සමාගම්, ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ තුළ ප්‍රමුඛ කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි
සුරැකුම්පත්වල සුලභතාවය	මුදල් වෙළෙඳපොළ තුළ හුවමාරුවන සුරැකුම්පත්වලට අදාළව සාමාන්‍යයෙන් ද්විතීයික වෙළෙඳපොළක් නොමැත	ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ තුළ පවතින සුරැකුම්පත් වෙනුවෙන් ද්විතීයික වෙළෙඳපොළක් පවතී
බණ්ඩනය කිරීම	මුදල් වෙළෙඳපොළ තුළ බණ්ඩනය කිරීමක් නොමැත	ප්‍රාථමික වෙළෙඳපොළ හා ද්විතීයික වෙළෙඳපොළ ලෙස බණ්ඩනය කිරීමක්, ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපොළ තුළ පවතී
ගනුදෙනු සිදුවන ස්ථානය	බොහෝ විට දුරකථනය හරහා ගනුදෙනු සිදුවන අතර ගනුදෙනු සිදුකිරීම සඳහා විධිමත් ස්ථානයක් නොමැත	ගනුදෙනු විධිමත් ස්ථානයක සිදුවේ උදා: කොටස් හුවමාරුව

### 8.7 කොළඹ කොටස් හුවමාරුවෙහි හා මූල්‍ය වෙළෙඳපොළ සුරැකුම්පත්වල කාර්යභාරය හා වැදගත්කම

#### 8.7.1 කොටස් හුවමාරුවක් යනු කුමක් ද ?

කොටස් හුවමාරුව හා සංවිධානගත වූ වෙළෙඳපොළක් තුළින් ආයෝජකයන්ට සුරැකුම්පත් මිල දී ගැනීමට හා විකිණීමට ඉඩකඩ සැලසේ. වෙළෙඳපොළ තුළ විශාල ප්‍රමාණයක ගැණුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් ප්‍රමාණයක් සහභාගී වන බැවින් දැඩි වෙළෙඳපොළ තරඟකාරීත්වයක් පවතී. ඊට අමතරව කොටස් හුවමාරුව මගින් වෙන්දේසි වෙළෙඳපොළක් නිර්මාණය කරනු ලබන අතර ඒ තුළින් මිලෙහි අඛණ්ඩතාවය හා ද්‍රවශීලතාවය පිළිබඳ සහතික වීමක් ලබාගැනීමට ආයෝජකයන්ට හැකියාව ලැබේ.

### 8.7.2 කොළඹ කොටස් හුවමාරුවෙහි කාර්යභාරය හා වැදගත්කම

කොළඹ කොටස් හුවමාරුව 1985 වර්ෂයේදී කොළඹ දී ආරම්භ විය. 2018 ජනවාරි 18 වන දින වන විට මෙහි කේන්ද්‍ර 20 ක් යටතේ සමාගම් 298 ක් ලැයිස්තුගතව පැවතීණි. කොළඹ කොටස් වෙළෙඳපොළ ශ්‍රී ලංකා ආර්ථිකය තුළ පවතින එකම කොටස් හුවමාරුවද වේ. ඒ තුළ ආයතනවලට හා පුද්ගලයන්ට ප්‍රාග්ධන වෙළෙඳපල කටයුතු කිරීමට හැකියාව ලැබෙන පරිදි විනිවිධතාවයකින් හා නියාමනයකින් යුතු පරිසරයක් සකස් කර ඇත.

වර්තමානයේ කොළඹ කොටස් හුවමාරුව, ආයෝජන බැංකු, අරමුදල් කළමනාකරුවන්, මූල්‍ය උපදේශකයන්, වෙළෙඳපල දත්ත අලෙවිකරුවන් හා ආයෝජකයන් වැනි ඇල්මැති පාර්ශව ගණනාවක් හා සම්බන්ධ වේ. මෙයට අමතරව සමහරක් සමාගම්, සංස්ථා, ඒකක භාර හා වාණිජ්‍ය බැංකු ද කොටස් වෙළෙඳපොළෙහි ආර්ථික අභිවෘද්ධිය වෙනුවෙන් වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කරනු ලබයි.

### 8.7.3 කොටස් වෙළෙඳපොළෙහි කාර්යභාරය

#### 01. සුදානම් හා අඛණ්ඩ වෙළෙඳපොළක් වීම

කොටස් හුවමාරුව දැනටමත් නිකුත් කර ඇති සුරැකුම්පත් සඳහා වන වෙළෙඳපොළෙකි. යම් ආයෝජකයෙකුට සුරැකුම්පත් විකිණීමට අවශ්‍ය නම් ඔහුට ඒවා කොටස් හුවමාරුව තුළ අලෙවි කළ හැක. එනම් ඔහුට සුරැකුම්පත් මුදල් බවට පහසුවෙන් පරිවර්තනය කර ගත හැකි අතරම මුදල් ද පහසුවෙන් සුරැකුම්පත් මුදල් බවට පත්කර ගැනීම සහ ඒවායේ අගය ඉහළ නංවාලීමට හේතු වේ.

#### 2. සුරැකුම්පත් නිවැරදිව සමාලෝචනය කිරීම

සුරැකුම්පත් මිලට ගත් හා විකුණන ලද මිල ගණන් වාර්තාගත කරනු ලබන අතර ඒවා ප්‍රසිද්ධියටද පත් කෙරේ. මෙම මිල ගණන් “වෙළෙඳපොළ මිල කැඳවුම්” ලෙස හැඳින් වේ. මෙම කැඳවුම් හරහා තවත් අයෙකු සතුව ඇති සුරැකුම්පතක් පහසුවෙන් සමාලෝචනය කිරීමට තවකෙකුට ඉඩකඩ සැලසේ. ණය මුදලක් වෙනුවෙන් ලබාදෙන ලද සුරැකුම්පතක වටිනාකම පහසුවෙන් අගය කිරීමට ණය ලබාදෙන පාර්ශවයට හැකි වේ.

#### 3. ආයෝජකයන්ට ආරක්ෂාවක් සැපයීම.

කොටස් හුවමාරුවක් තුළ සිදුකරනු ලබන සියලුම ගණුදෙනු නිශ්චිතව නිර්වචනය කරන ලද රීති හා රෙගුලාසිවලට අනුව සිදු කෙරේ. එම නිසා කොටස් වෙළෙඳපොළ තුළ ආරක්ෂාව සහතික කිරීම සඳහා සාධාරණ විධික්‍රම පවතින අතරම සුරැකුම්පත් විකිණීම හා මිලට ගැනීම සාධාරණ ආකාරයට සිදු වේ.

#### 4. ප්‍රාග්ධනය නිවැරදිව යොමු කිරීම

හොඳ ලාභයක් ලබාදෙන සුරැකුම්පත්වල ආයෝජනය කිරීමට පුද්ගලයන් රුචිකත්වයක් දක්වනු ලබයි. යම් කාලසීමාවක් පුරා හොඳ ලාභාංශ නිකුත් කරන ලද සමාගම්වල කොටස් කෙරෙහි පුද්ගලයන්ගේ ඉතුරුම් යොමු කෙරේ.

**5. අරමුදල් සම්පදානය සඳහා සහභාගිවීම.**

විවිධ කාර්මික සුරැකුම්පත්වලට කොටස් හුවමාරුව විසින් ලබාදෙන ප්‍රසිද්ධිය, ඒවායේ මිල ගණන්, මිලදී ගැනීම හා විකිණීම සඳහා ඒ තුළින් ලබාදෙන පහසුකම් යනාදිය පුද්ගලයන් ඉතිරි කිරීම් හා ආයෝජනය සඳහා පොළඹවාලනු ලබයි. මේ නිසා කර්මාන්තවලට අඛණ්ඩව මුදල් ප්‍රවාහයක් ගලායාම කොටස් හුවමාරුව මගින් සහතික කරනු ලබන අතර එය කාර්මික සාධනය සඳහා පිටිවහලක් වේ.

**6. සම්පේක්ෂණය සඳහා පහසුකම් සැපයීම**

සම්පේක්ෂණය කොටස් වෙළෙඳපල මෙහෙයුම් කටයුතුවල අන්තර්ගත කොටසකි. සම්පේක්ෂණය නිසා සුරැකුම්පත් සඳහා වන ඉල්ලුම හා සැපයුම සමතුලිත තත්ත්වයකට පත් කෙරේ. මේනිසා මිල වෙනස්වීම් සුමට ආකාරයට සිදු වේ.

**7. සුරැකුම්පත්වල නියමිත කාලය**

නව සමාගම් විසින් නිකුත් කරනු ලබන සුරැකුම්පත් සම්පේක්ෂකයන් හා ප්‍රාරක්ෂකයන් විසින් යම් තාවකාලික කාලසීමාවක් සඳහා තබා ගනී. නව නිකුතු වෙළෙඳපල මගින් අවශෝෂනය කර ගැනීමට ඉඩකඩ ලැබෙන තුරු ඒවා ගනුදෙනු වීමක් සිදු නොවේ.

**8. ව්‍යාපාර තොරතුරු නිෂ්කාශනය කිරීම**

සමාගම්වල මූල්‍ය තත්ත්වය පිළිබඳව විස්තර ඇතුළත් ග්‍රන්ථ ඔවුන් විසින් වාර්ෂිකව ප්‍රසිද්ධ කරනු ලබයි. මේ නිසා මෙමගින් ආයෝජන පිළිබඳ තීරණ ගැනීමට මහජනතාවට අවශ්‍ය වැදගත් තොරතුරු ලබා දේ.

**8.7.4 කොළඹ කොටස් හුවමාරුවෙහි වැදගත්කම**

**සමාජයට / රටට ඇති වැදගත්කම**

- එලදායී අරමුණු කෙරෙහි අඛණ්ඩව ඉතුරුම් යොමු කිරීම මගින් ආර්ථික වර්ධනය වේගවත් කිරීම
- හොඳින් කළමනාකරණය කරනු ලබන ලාභ උපයන සමාගම්වලට අවශ්‍ය කරන අරමුදල්, නිරන්තරයෙන් සිදුකරනු ලබන කොටස් නිකුතු හරහා ලබා ගැනීමට අවකාශය සැලසේ.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ආයතනවලට ඇති වැදගත්කම**

- කොටස් හුවමාරුවල ලැයිස්තුගත සමාගම්වලට ඉහළ කීර්තිනාමයක් හා ණය ශ්‍රේණිගත කිරීමක් හිමි වේ.
- එම සුරැකුම්පත් සඳහා වඩා පුළුල් වෙළෙඳපලක් පවතී.

.....

.....

.....

.....

.....

**ආයෝජකයන්ට ඇති වැදගත්කම**

- ආයෝජකයන්ට තම කොටස් පහසුවෙන් මුදල් බවට පත්කර ගැනීමේ අවශ්‍ය පහසුකම් සැපයීම නිසා ඔවුන්ගේ ආයෝජනවලට ද්‍රවශීලතාවය ඉහළ යාම
- කොටස් වෙළෙඳපොල තුළ හුවමාරුවන සුරැකුම්පත් ණය ලබා ගැනීමේ දී සුරැකුම්පත් ලෙස ලබා දීමට හැකි වේ.
- කොටස් හුවමාරුව ආයෝජනයන්ගේ ඇල්ම සුරක්ෂිත කරනු ලබන අතරම දැඩි රීති හා රෙගුලාසි පැනවීම මගින් සාධාරණ ගනුදෙනුවක් සිදුකිරීමට අවකාශය සලසා දේ.

.....

.....

.....

.....

.....