

Business Plan ව්‍යාපාර සැලැස්ම



Sandeepa Jayasekera

MBA (PIM-SJP), B.Sc. (Acct.) Hons. Gold Medal Winner, FCA, ACCA (UK), SAT, ACMA (SL), CIMA Passed Finalist, CA Prize Winner for AFR subject in Strategic Level II, CA First in Order of Merit Prize Winner in CAB II Level, CIMA Strategic Level Aggregate Prize Winner

1



What is a Business Plan?
ව්‍යාපාර සැලැස්ම කියන්නේ මොකක්ද?

2



3

Need of a Business Plan

ව්‍යාපාර සැලැස්මක් අවශ්‍ය වෙන්නේ ඇයි?

To Clarify the Vision Where you want to be ව්‍යාපාරයට දැක්මක් තදාගන්න කොතෙට්ද අපි යන්න තදන්නේ?	To Source Finance Investors, Lenders need ව්‍යාපාරයට අවශ්‍ය මූල්‍ය සම්පාදනය කරගන්න ආයෝජකයෝ ණය සපයන බැංකු ව්‍යාපාර සැලැස්ම බලාපොරොත්තු වෙනවා.	To Manage the Risk අවදානම කළමනාකරණය කරන්න	To Align Team Members කණ්ඩායමේ සාමාජිකයෝ එකම අරමුණකට ගොනු කරන්න	To Grow the Business ව්‍යාපාරය වර්ධනය කරන්න
---	---	---	---	---

4



Key Elements of a Strategic Business Plan

උපායමාර්ගික ව්‍යාපාර සැලැස්මක අංග

5

Key Elements of a Strategic Business Plan			
උපායමාර්ගික ව්‍යාපාර සැලැස්මක අංග			
Strategic Direction උපායමාර්ගික දිශානතිය	Environment Analysis පාරිසරික විශ්ලේෂණය	Business Strategies ව්‍යාපාර උපායමාර්ග	Evaluation and Controls ඇගයීම සහ පාලනය
Deciding where does the business want to be in future. ව්‍යාපාරය අනාගතයේ මොන වගේ තැනකටද යන්නේ කියන එක තීරණය කරන එක Vision දැක්ම Mission මෙහෙවර Strategic Objectives උපායමාර්ගික ඉලක්ක Values වටිනාකම්	Understanding where does the business stands at present. ව්‍යාපාරය දැනට පවතින තත්ත්වය අවබෝධ කර ගැනීම • SWOT ශබ්දානු • PESTEL	Action plan to reach from current position to future direction. ව්‍යාපාරය දැනට තිබෙන මට්ටමේ සිට අනාගතයේ යන්න බලාපොරොත්තු වන මට්ටමට යෑමට කළ යුතු ආයතනික උපායමාර්ග • Corporate Strategies • Business Strategies • Functional Strategies	Controls to ensure the strategies are achieved උපායමාර්ග ළඟා කරගත්තේ දැයි මැන බැලීමට අවශ්‍ය පාලනයන් • KPIs • Balanced Score Card • Performance Appraisal • Variance Analysis

6



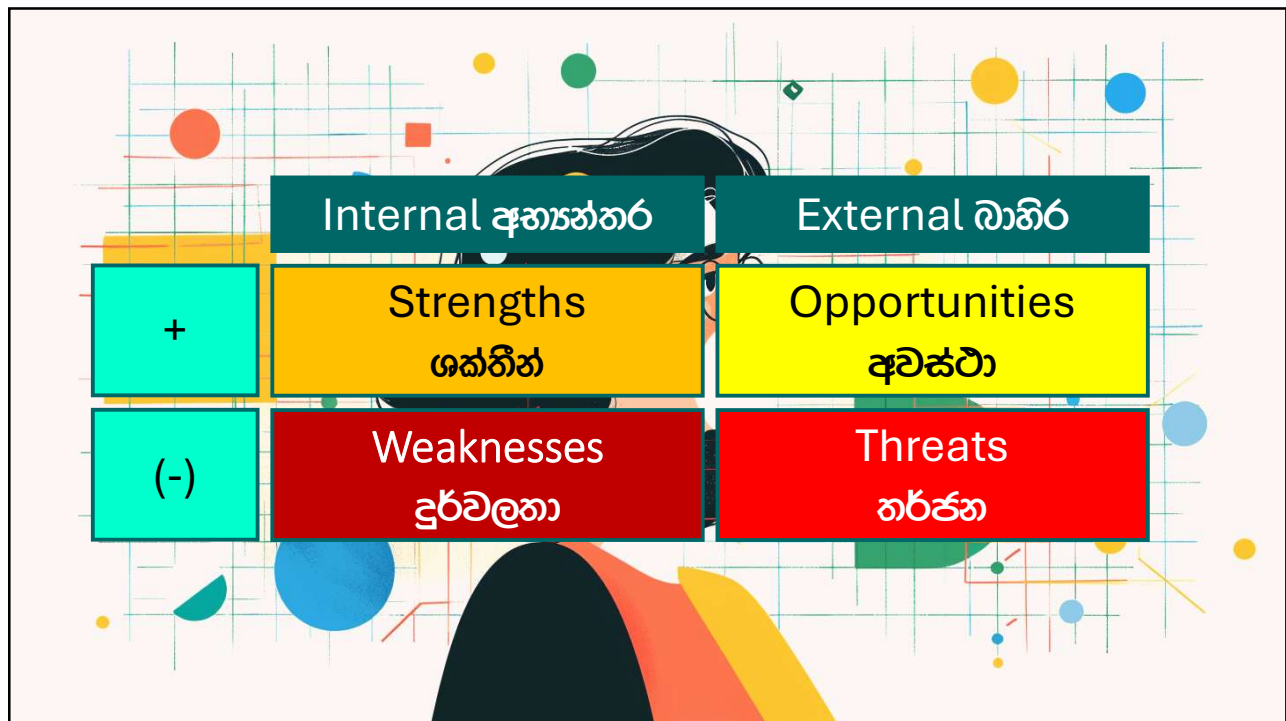
7

Strategic Direction using BYD BYD ඇසුරින් උපායමාර්ගික දිශානතිය ගැන ඉගෙන ගමු.			
Vision දැක්ම	Mission මෙහෙවර	Strategic Objectives උපායමාර්ගික ඉලක්ක	Values චරිතාකම්
What we want to be අපිට වෙන්න වුවමනා තත්ත්වය	What we do අපි කරන දේ	Specific things we must do අප කළ යුතු නිශ්චිත දේවල්	What we believe in අපි විශ්වාස කරන දේ
To become a world's largest EV and Hybrid Vehicle Manufacturer	• Creating zero emission transportation • Promoting affordable energy solutions. • Developing innovative sustainable solutions . • Making sustainable tech. available for mass market	• Leading the EVs and Plug in Hybrid vehicle market • Create low-cost energy storage & durable batteries • Entering Asia, Europe, America and Africa markets. • Achieve carbon neutral manufacturing.	• Innovation • Sustainability • Safety • Quality • Accessibility

8



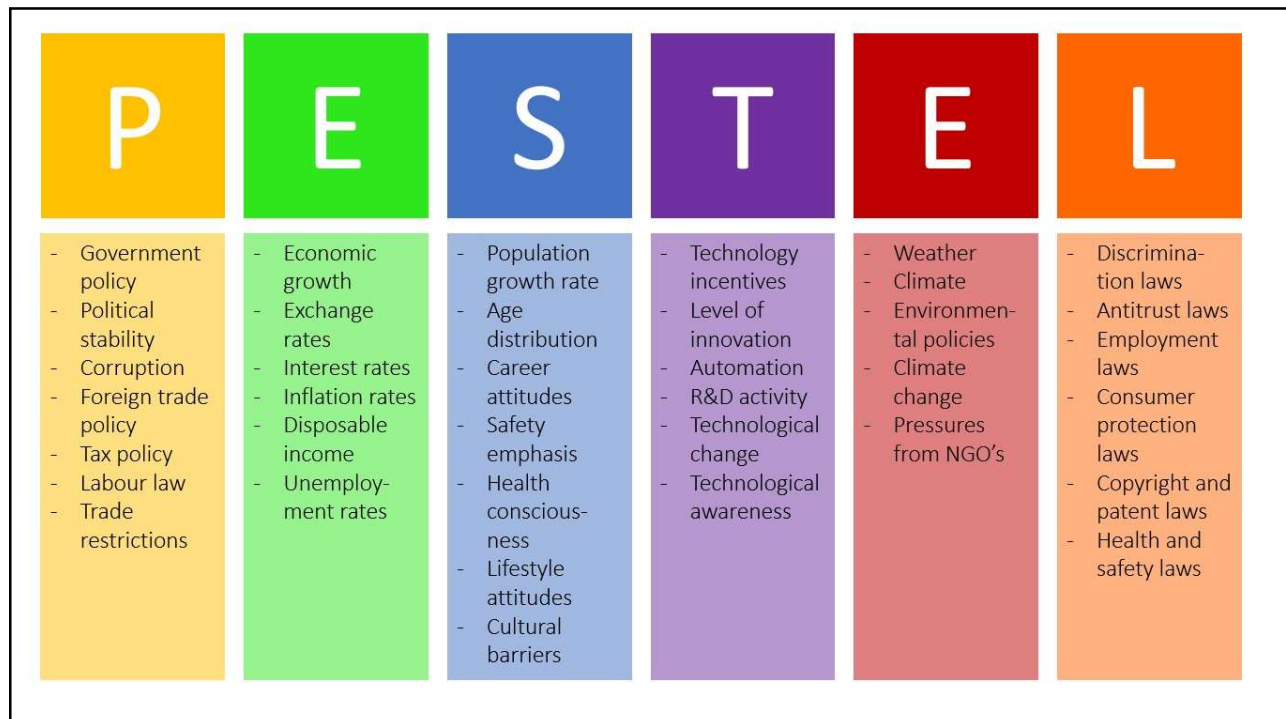
9



10



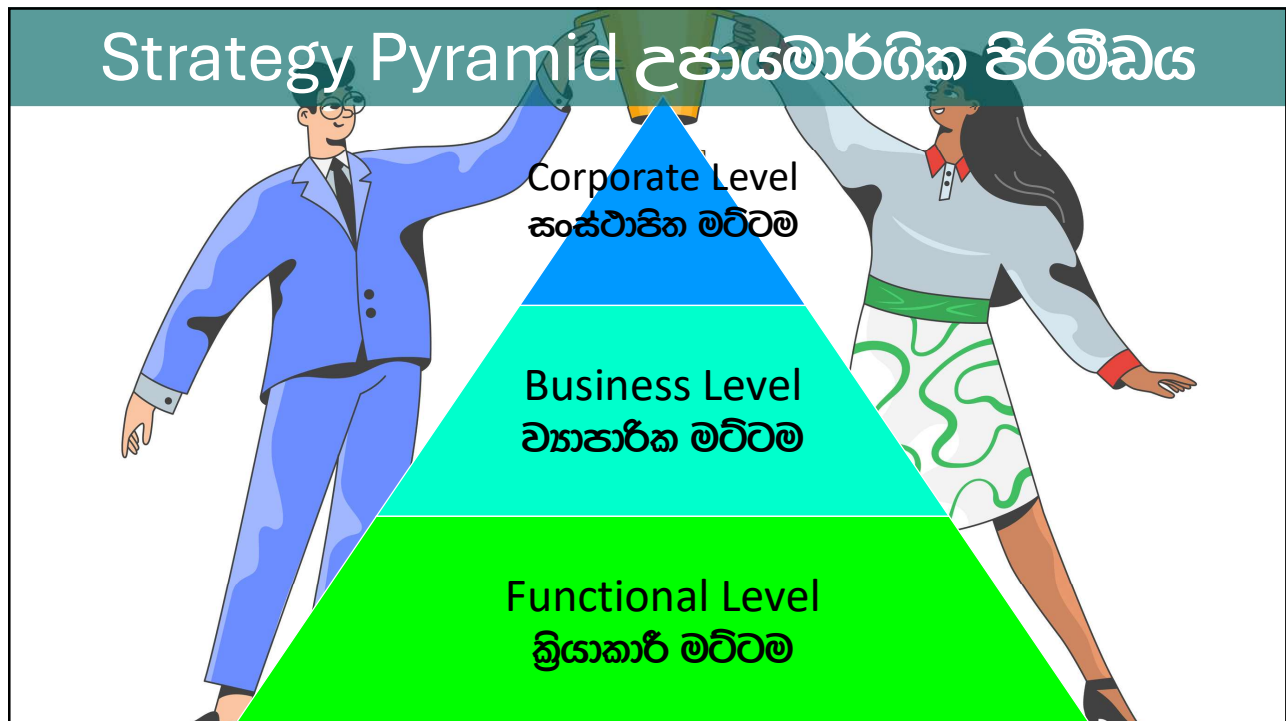
11



12



13



14

Corporate Level Strategies සංස්ථාපිත මට්ටමේ උපායමාර්ග			
New Market අලුත් වෙළඳපොළ Existing Market පවතින වෙළඳපොළ	Market Development වෙළඳපොළ සංවර්ධනය - IKEA in India - BYD in Asia, Africa - Apple in India Mexico		Diversification විවිධාංගීකරණය - Virgin - Tata - Hela-Go
	Market Penetration වෙළඳපොළ විහිවීම - Coca – Cola Promos - Uber Discounts - Mc-Donalds Ext. Hrs.		Product Development නිෂ්පාදන සංවර්ධනය - Toyota - Netflix - Gaming - Damro - Electronics
	Existing Product පවතින නිෂ්පාදිතය		New Product අලුත් නිෂ්පාදිතය

15

Business Level Strategies ව්‍යාපාරික මට්ටමේ උපායමාර්ග			
		Competitive Advantage තරගකාරීත්ව වාසිය	
		Cost නිර්වැය	Differentiation විශේෂීකරණය
Scope of Market වෙළඳපොළ ප්‍රාසය	Broad පුළුල්	Cost Leadership නිර්වැය නායකත්වය - Costco - Walmart - BYD	Differentiation විශේෂීකරණය - Apple - Tesla
	Narrow පටු	Cost Focus නිර්වැය කෙරෙහි අවධානය - Ryanair - Piyestra - Shops in Pettah	Differentiation Focus විශේෂීකරණය කෙරෙහි අවධානය - Ferrari - Rolex - Santani

16



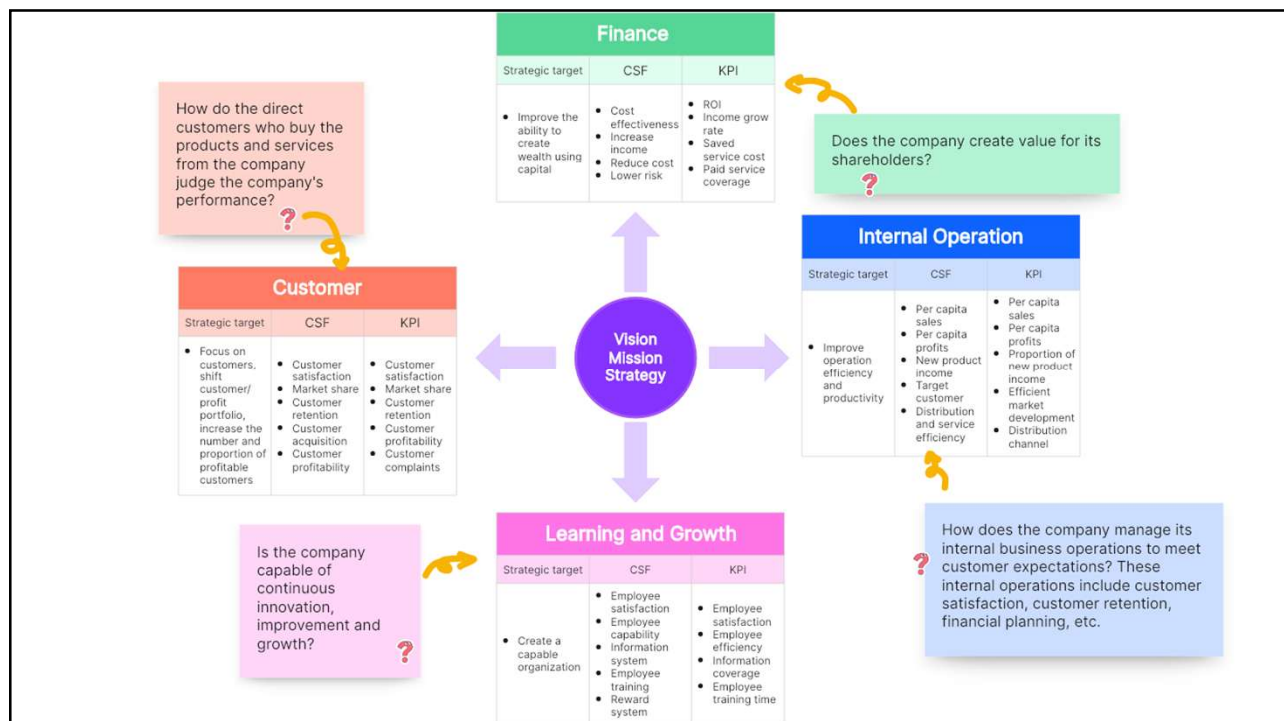
17



18

Key Elements under Evaluation and Control ඇගයීම සහ කාලනය යටතේ ඇති ප්‍රධාන අංග			
Key Performance Indicators (KPI) ප්‍රධාන කාර්යසාධන මිණුම්	Balance Score Card (BSC)	Ratio Analysis අනුපාත විශ්ලේෂණය	Budgets and Variance Analysis අයවැය සහ විචලන විශ්ලේෂණය
Quantifiable measures to track the strategic performance. KPIs can be set for individuals, teams etc. Sales growth, cost reduction, mkt share. ප්‍රධාන කාර්යසාධනය මැනීමට යොදාගන්නා සංඛ්‍යාත්මක මිණුම්.. අලෙවි වර්ධනය, පිරිවැය අඩුකිරීම, වෙළඳාමකට කොටස වර්ධනය සඳහා පුද්ගලයින්, කණ්ඩායම් ආදිය KPI සකස් කළ හැක	Performance evaluation against 4 perspectives. • Learning and Growth • Internal Process • Customer • Financial අංශ 4ක ඔස්සේ කාර්යසාධනය ඇගයීම • ඉගෙනීම සහ වර්ධනය • අභ්‍යන්තර ක්‍රියාවලිය • පාරිභෝගික • මූල්‍ය	Calculate financial ratios to assess the financial health. • Profitability • Liquidity • Efficiency • Leverage • Investor පහත අංශ ඔස්සේ මූල්‍යමය යනාදායකතම තක්සේරු කිරීමට මූල්‍ය අනුපාත ගණනය කිරීම • ලාභදායීත්වය • දූවශීලතාවය • කාර්යක්ෂමතාවය • තෝලනය • ආයෝජක	Measure the actual performance vs the budgeted performance or standards set. සත්‍ය කාර්යසාධනය සහ අයවැයගත කාර්යසාධනය අතර වෙනස තක්සේරු කිරීම

19



20

