

## ව්‍යාපාර පරිසරය

තරංග ජයනන්ද

### ව්‍යාපාර පරිසරය - 60%

- ව්‍යාපාර හා ආයතනික පරිසරය
  - ව්‍යාපාර සංවිධාන හැඳින්වීම
  - **ව්‍යාපාර පරිසරය**
  - ආචාරධර්ම සහ සමාජ වගකීම
- ව්‍යාපාර කළමනාකරණයේ ස්වභාවය සහ අවකාශය
  - ව්‍යාපාර කළමනාකරනය
- කළමනාකරණයේ කාර්යයන්
  - සැලසුම්කරණය සහ පාලනය
  - සංවිධාන ව්‍යුහය
  - නායකත්වය, අභිලේඛණය සහ සන්නිවේදනය

## ව්‍යාපාර පරිසරය - 60%

- ව්‍යාපාරවල ක්‍රියාකාරී ක්ෂේත්‍ර
  - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය
  - අලෙවි කළමනාකරණය
  - මානව සම්පත් කළමනාකරණය
  - කළමනාකරණ තොරතුරු පද්ධති සහ ව්‍යාපෘති කළමනාකරණය



## පරිච්ඡේදයේ අන්තර්ගතය

- 1 සංවිධාන පරිසරය
- 2 සංවිධානමය පරිසර වර්ගීකරණය
- 3 සුකෂ්ම පරිසරය
- 4 ව්‍යාපාර පරිසර විශ්ලේෂණය
- 5 සාර්ව පරිසරය
- 6 දේශපාලනික ආර්ථික හා නෛතික පරිසරය
- 7 සමාජීය හා ජනවිද්‍යාත්මක උපනතීන්
- 8 සංස්කෘතික උපනතීන්
- 9 සංවිධාන කෙරෙහි තාක්ෂණයේ බලපෑම
- 10 ගෝලීය පරිසරයේ නව ප්‍රවණතා
- 11 තරඟකරුවන් හා සංවිධාන කෙරෙහි ඔවුන්ගේ බලපෑම
- 12 තරඟකාරී බලවේග



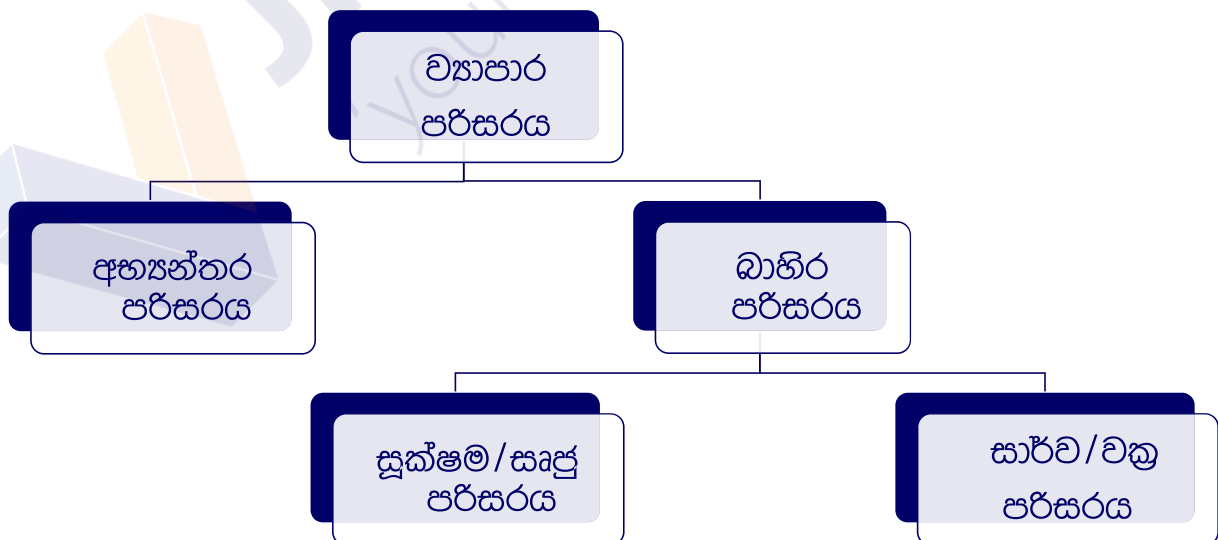
## සංවිධාන පරිසරය

සංවිධානයක පරිසරය යනු, “ආයතනයක ක්‍රියාකාරීත්වය කෙරෙහි සෘජුව හෝ වක්‍රව බලපාන අභ්‍යන්තර සාධක හා බාහිර ආයතන හා බලවේගයන්ගේ එකතුවයි.”

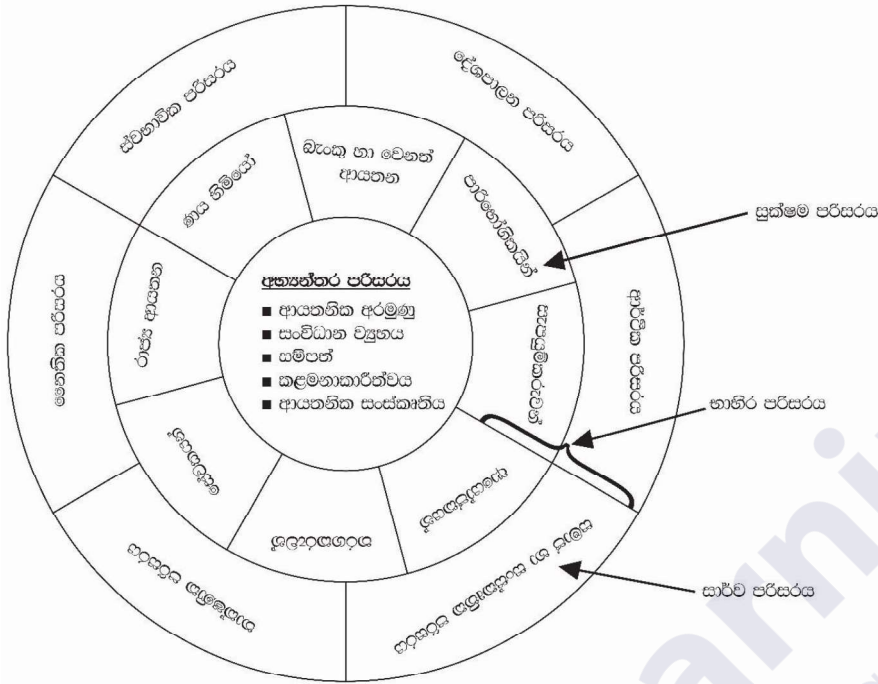
සංවිධානයක් එක් පද්ධතියක් වශයෙන් තම ව්‍යාපාරයට බලපාන විවිධ අභ්‍යන්තර හා බාහිර බලවේග පිළිබඳව සලකා බැලිය යුතුය

විවෘත පද්ධතියක් වශයෙන් සංවිධාන යක් තම පරිසරයෙන් ලබා ගන්නා යෙදවුම් අභ්‍යන්තර ක්‍රියාවලි තුළින් නැවත පරිසරයට ලබා දෙන නිමැවුම් බවට පරිවර්තනය කරයි.

## ව්‍යාපාර පරිසර වර්ගීකරණය



## සංවිධාන පරිසරය



## ඇල්මැනි පාර්ශවයන් (Stakeholders)

සංවිධානය සමඟ සිටින හෝ සංවිධානය කෙරෙහි උනන්දුවක් දක්වන තනි පුද්ගලයන් හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම් වේ. මොවුන් විසින් සංවිධානය සහ එහි පරිසරය අතර වැදගත් සම්බන්ධතාවයක් නියෝජනය කරයි. සංවිධානයක විවිධ ඇල්මැනිපාර්ශව විවිධ මට්ටමින් බලය සහිත වුවත් වේ.

- ☐ අභ්‍යන්තර ඇල්මැනි පාර්ශව (Connected Stakeholders)
  - සංවිධානයක සීමාව ඇතුළත ක්‍රියාත්මක වේ. මොවුන්ට සේවකයන් හා කළමනාකරණය අයත් වේ

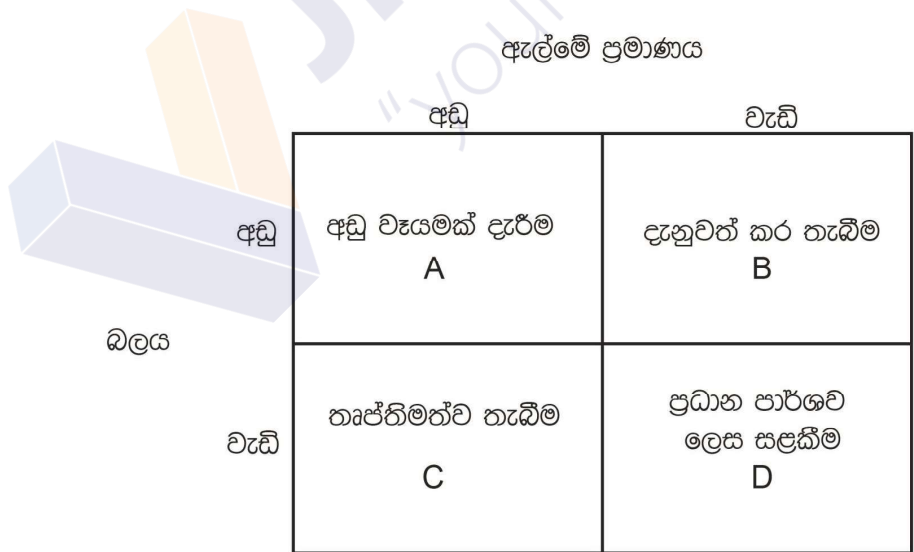
❑ සම්බන්ධිත ඇල්මැනි පාර්ශව

- සංවිධානයෙන් පිටත පාර්ශව වන අතර, සංවිධානයේ කටයුතු කෙරෙහි සෘජුවම උනන්දුවක් දක්වන සැපයුම්කරුවන්, පාරිභෝගිකයන් හා කොටස්කරුවන් අයත් වේ

❑ බාහිර ඇල්මැනි පාර්ශව

- රජය, රාජ්‍ය ආයතන, පොදු ප්‍රජාව, බලපෑම් කරන කණ්ඩායම් (Pressure Groups) යනාදී පාර්ශව ඇතුළත් වේ.

ඇල්මැනි පාර්ශව සිතියම්කරණය (මෙන්නිඩෙලෝගේ න්‍යාය)



- (D) ප්‍රධාන පාර්ශව වේ. අවම වශයෙන් ක්‍රමෝපායන් ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතාවයන්ට අනුකූල විය යුතුය. ප්‍රධාන පෙළේ පාරිභෝගිකයකු, අයිතිකරුවන්, ණයනිමියන්, සැපයුම්කරුවන් වැනි පාර්ශ්වයන් මේ සඳහා උදා උදාහරණ ලෙස ගත හැකිය
- (C) තෘප්තිමත් ව තැබියයුතු පාර්ශවයයි. බොහෝවිට විරෝධය නොපාන නමුත් ඔවුන් (D) කොටසට මාරු වීමට ඇති ඉඩකඩ බොහෝය. එහෙයින් සෂ්‍රීමකට පත්වන ආකාරයෙන් තබාගත යුතුය. ආයතනයේ සේවකයන් මේ සඳහා උදාහරණ ලෙස ගත හැකිය
- (B) මෙම පාර්ශවයන්ට ක්‍රමෝපායන්ට බලපෑමක් කිරීමට හැකියාවක් නැත. නමුත් පෙළඹවීම් තුළින් වඩාත් උනන්දුකාර පාර්ශවයන් පෙළඹවීමට තරම් ඔවුන්ගේ අදහස් වැදගත් වේ ප්‍රජා නියෝජිතයන්, පුණ්‍යායතන වැනි අය උදාහරණ වෙයි
- (A) අඩු වැයමක් දැරිය යුතු පාර්ශ්වයකි - සමාජ සංවිධාන .



### අභ්‍යන්තර පරිසරය

ආයතන පද්ධතියක දක්නට ලැබෙන එකිනෙකට සම්බන්ධ වූ අනු පද්ධති අභ්‍යන්තර පරිසරය නම් වේ

ව්‍යාපාරය තුළ සිටින ව්‍යාපාරයේ මෙහෙයුම් කටයුතු වලට බලපෑම් කරන සියලු සාධක වල එකතුව හෙවත් ව්‍යාපාරයේ කළමනාකරණ විෂය පථය තුළ වන කළමනාකරුවන්ගේ පාලනය යටතේ වන සාධකයන් ව්‍යාපාරයේ අභ්‍යන්තර පරිසරය ලෙස හැඳින්වේ



## අන්තර්ජාල පරිසර විචල්‍යයන්

- සේවක බලකාය හෝ සේව්‍ය, සේවක සම්බන්ධතා
- කළමනාකරණය හා කළමනාකරණ ශෛලිය
- විධිමත් සංවිධාන ව්‍යුහය
- සංවිධාන සංස්කෘතිය (සාමූහික වටිනාකම් හා වර්ගවත් - කාර්යයන් ඉටුකරනු ලබන ආකාරය)
- විකුණුම් හා අලෙවිකරණ භූමිකාව සහ පද්ධති සීමා තලය
- තාක්ෂණය (උපකරණ, පද්ධති සහ වැඩ සංවිධාන)
- අන්තර්ජාල වටිනාකම් දාම හෝ ක්‍රියාවලීන්
- මානව සම්පත්.

## බාහිර පරිසරය

ව්‍යාපාරයක බාහිර පරිසරය යනු ව්‍යාපාර සංවිධානයට වක්‍රාකාරයෙන් බලපෑම් එල්ල කරන ව්‍යාපාරයේ කළමනාකණ විෂය පථයට පිටතින් වන සියළු පාර්ශවයන් හා බලවේගයන් වේ.

බාහිර පරිසරය **කාර්ය පරිසරය** හා **පොදු පරිසරය** ලෙස නැවත් කොටස් දෙකකට බෙදා දැක්විය හැක.

### කාර්ය පරිසරය (Task Environment)

'කාර්ය පරිසරය' යනු සංවිධානයකට තම ඉලක්ක කෙරෙහි ලගාවීම සඳහා බලපෑම් කරනු ලබන බාහිර පරිසරය වේ. කාර්ය පරිසරය යන්නට සංවිධානය සමග සෘජු සම්බන්ධතාවයක් පවතින ඕනෑම ව්‍යාපාරයක් හෝ පාරිභෝගිකයෙක් අයත් වේ.

උදාහරණ: තරඟකරුවන්, පාරිභෝගිකයන්, සැපයුම්කරුවන් සහ අනාගත සේවකයන්

## පොදු පරිසරය

සංවිධානයකට වක්‍රව බලපෑමක් ඇතිකරන සියළුම බලවේග මෙයට ඇතුළත් වේ. මේවා PEST සාධක ලෙස වර්ග කළ හැක (P – Political-legal, E – Economic, S – Social

Cultural, T – Technological)

උදාහරණ: තරඟකරුවන්, පාරිභෝගිකයන්, සැපයුම්කරුවන් සහ අනාගත සේවකයන්



## සුකෂ්ම හා සාර්ව පරිසරයන්

ව්‍යාපාරයකට බලපාන ප්‍රධාන ආර්ථික පරිසර වර්ග දෙකකි.

□ **සුකෂ්ම පරිසරය**  
වෙළඳපල/මිල යාන්ත්‍රණය කෙසේ ක්‍රියා කරන්නේද යන්න පිළිබඳව සලකා බලයි.

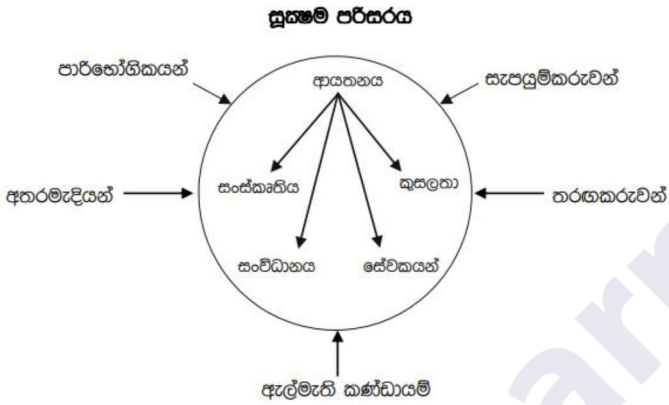
- **සාර්ව පරිසරය**  
පහත දෑ අන්තර්ගත වේ.
- **දේශීය බලපෑම්:** ව්‍යාපාර වක්‍රය, රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති (ලිස්කල් හා මූල්‍ය ප්‍රතිපත්ති), පොලී අනුපාත, විනිමය අනුපාත, උද්ධමනය
  - **ගෝලීය බලපෑම:** වෙළඳාම ජාත්‍යන්තරකරණය, EU වැනි ප්‍රාන්තික ආර්ථික ගිවිසුම් කණ්ඩායම්, වෙළඳපොල ගෝලීයකරණය





# සුඤ්ඤා පරිසරය

සැපයුම්කරුවන් තරඟකරුවන්, පාරිභෝගිකයන්, ඇල්මැති පාර්ශවයන් සහ අතරමැදිකරුවන්ගෙන් සමන්විත වන සංවිධානයකට ආසන්න මෙහෙයුම් පරිසරය සුඤ්ඤා පරිසරයයි



## ව්‍යාපාර පරිසර විශ්ලේෂණය

භෞතික හෝ සමාජීය වශයෙන් සංවිධානයක් වටා ඇති ඕනෑම දෙයක් පරිසරය යටතට ගැනේ.

ජොන්සන් සහ ස්කෝල් (Johnson and Scholes) පරිසර විශ්ලේෂණය සඳහා පහත ක්‍රියා පටිපාටීන් යෝජනා කර තිබේ

පියවර 1 : පාරිසරික ස්වභාවය තක්සේරු කිරීම. (උදා: විය වෙනස් වෙනවාද?)

පියවර 2 : ව්‍යාපාර සංවිධානය කෙරෙහි බලපෑම් චල්ල කළ හා අනාගතයේ බලපෑම් චල්ල විය හැකි දෑ හඳුනා ගැනීම.

පියවර 3 : ආසන්නතම හා තරඟකාරී වැඩ පරිසරය තුළ ප්‍රධාන බලවේග හඳුනා ගැනීම සඳහා ව්‍යුහාත්මක විශ්ලේෂණයක් (Structural Analysis) සකස් කිරීම

පියවර 4 : අනෙකුත් ව්‍යාපාර හා සැසඳීමේදී තම ව්‍යාපාරය සිටින තත්ත්වය කුමක්ද? යන්න හඳුනා ගැනීම

පියවර 5 : පරිසරය තුළින් පෙන්නුම් කරන තර්ජන හා/හෝ ඉඩ ප්‍රස්ථාවන් (Opportunities) මොනවා දැයි හඳුනා ගැනීම.

## ව්‍යාපාර පරිසර විශ්ලේෂණය

සංවිධාන පරිසරය විශ්ලේෂණය කිරීමේදී විවිධ ආකාර යොදා ගත හැක

### ගෝලීය/දේශීය (Global/ Local)

සමහර ව්‍යාපාර, ලෝකය පුරා තම ව්‍යාපාර කටයුතු සිදු කරයි. කෙසේ වෙතත් මෙම සියලුම ව්‍යාපාර, එම ව්‍යාපාර ක්‍රියාත්මක වන හෝ අපනයනය කරන රටවල් හා වෙළඳපොළ වල දේශීය අවශ්‍යතා පිළිබඳව සංවේදී විය යුතුයි. මෙහිදී සමහර ව්‍යාපාර අනෙකුත් ව්‍යාපාර වලට වඩා ගෝලීයකරණයට ඉතා හොඳින් මුහුණ දේ.

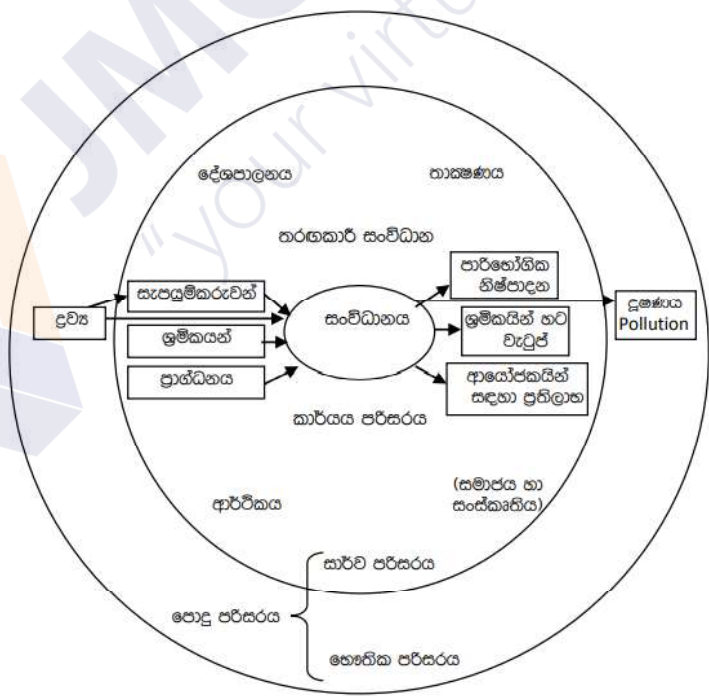


## පොදු/කාර්යය පරිසරය

සෑම සංවිධානයක් සඳහාම වක්‍රාකාරව බලපාන සාධක පොදු පරිසරය යටතේ ආවරණය වේ

උදා: පොදු ආර්ථික උපනතීන්, ජනගහන වර්ධනය, නව තාක්ෂණය

අමුද්‍රව්‍ය අත්පත්කර ගැනීමේ හැකියාව, තරඟකරුවන් හා පාරිභෝගිකයන් වැනි සෘජුවම සංවිධානයට බලපෑම් එල්ල කළ හැකි සාධක කාර්යය පරිසරය යටතේ ආවරණය කෙරේ



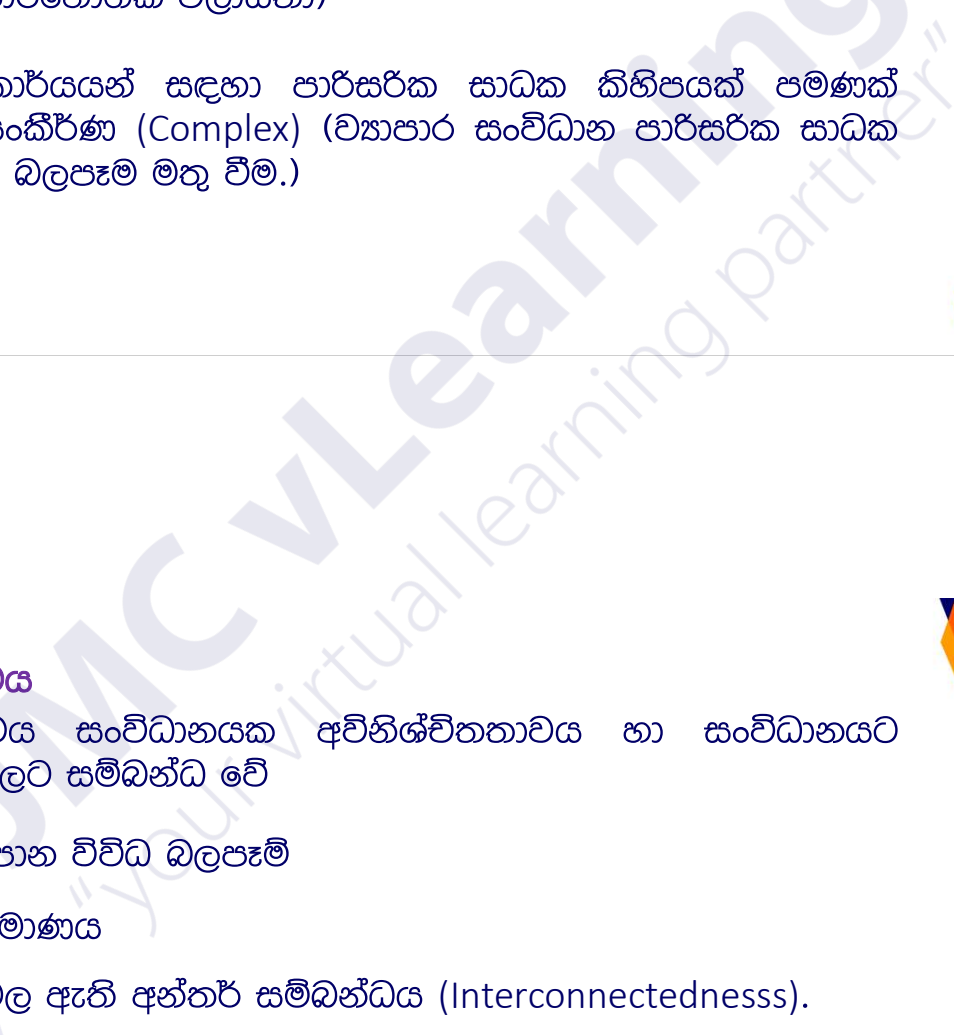
## පාරිසරික අවිනිශ්චිතතාවය (Environmental Uncertainty)

සංවිධානයක් කෙරෙහි ඇති මූලිකම අභියෝගයක් වනුයේ එහි බාහිර පරිසරයේ ඇති අවිනිශ්චිතතාවය

- පාරිසරික අවිනිශ්චිතතාව ඇති වන ආකාරයන්.

අ) ස්ථාවර Stable (සිදුවන වෙනස්කම් සෙමින් සිදුවන අතර ඒවා පෙරනිසා හඳුනාගත හැක.) හෝ ගතික Dyanmic (වෙනස්කම් ඉතා ඉක්මණින් හා නිතරම සිදුවන අතර පෙරනිසා හඳුනාගත නොහැක, උදා: ශීඝ්‍ර තාක්ෂණික නවෝත්පාදන, පාරිභෝගික විලාසිතා)

ආ) සරල (ව්‍යාපාර කාර්යයන් සඳහා පාරිසරික සාධක කිහිපයක් පමණක් බලපෑම) හෝ සංකීර්ණ (Complex) (ව්‍යාපාර සංවිධාන පාරිසරික සාධක බොහෝමයකගේ බලපෑම මතු වීම.)



## පරිසරයේ සංකීර්ණත්වය

පාරිසරික සංකීර්ණත්වය සංවිධානයක අවිනිශ්චිතතාවය හා සංවිධානයට බලපාන විවිධ සාධක වලට සම්බන්ධ වේ

- අ) සංවිධානයක් මුහුණපාන විවිධ බලපෑම්
- ආ) අවශ්‍යවන දැනුම් ප්‍රමාණය
- ඇ) පාරිසරික බලපෑම්වල ඇති අන්තර් සම්බන්ධය (Interconnectedness).

## පාරිසරික ගතික බව

කිසිදු මැදිහත්වීමකින් තොරව ශීඝ්‍ර හා පහසු වර්ධනයක් ලබාගැනීමට ආර්ථිකයට ඇති හැකියාව පාරිසරික ගතික බවින් විස්තර කරයි



සංකීර්ණ හා ගතික පරිසරයක ක්‍රියාත්මක වන ව්‍යාපාර ගොඩනැගීම සඳහා පහත පියවරයන් අනුගමනය කළ හැක.

□ ව්‍යාපාර සැලසුම්කරණයේදී නම්‍යශීලී බව

- වෙනස්වීම් ක්‍ෂණිකව සන්නිවේදනය කළයුතු නිසා ඉතා සරල කළමනාකරණ ව්‍යුහයක් අවශ්‍ය බව මෙයින් හැඟවේ

□ එක් එක් පරිසර තත්වයන් යටතේ ආවේණික (Inherent) අවදානම් පිළිබඳ දැනුවත්කම

- මෙහිදී අවදානම් විශ්ලේෂණයේ හා අනාගත ව්‍යාපාර උපක්‍රම සඳහා පිළියෙල කළ සම්භාව්‍යතා/විකල්ප සැලසුම්වල (Contingency Planning) වැදගත්කම අවධාරණය කරයි

**පාරිසරික ආකූලතාවය Environmetal Turbulence**

ආකූලතාවය යනු පරිසරයේ ඇති අස්ථිරතාවයේ මට්ටමයි. අන්තර්ජාතික වෙළඳ පරිසරය ගතික බවින් යුතුවීම නිසා විවිධ ප්‍රභවයන්ගෙන් ආකූලතාවයන් බිහිවිය හැක.

අ) රාජ්‍ය පාලනය, ආණ්ඩු මාරු වීම හා දේශපාලනික අස්ථිරබව (Instability), ත්‍රස්තවාදය වැනි අනෙකුත් දේශපාලන ගැටළු ද ආකූලතාවයේ මූලයන් වේ

ආ) ආර්ථික වර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ප්‍රාදේශීය වශයෙන් බලය බෙදීයෑමේදී විශාල වෙනස්කම් සිදුවිය හැක

ඇ) හුවමාරු අනුපාතිකය තීරණය කිරීම, පෙර මෙන් වෙළඳාම මගින් සිදු නොවේ. එසේම ප්‍රාග්ධනයට වෙළඳපොළ තුළින් සිදුවන බලපෑම ගෝලීය වශයෙන් බලපායි. 1997 දී ඇති වූ ආසියානු අර්බුදය නිසා ආසියානු මුදලේ වටිනාකම හා කොටස්වල මිල සැලකිය යුතු ප්‍රමාණයෙන් පහළ බැසීම මීට උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැක.

## වෙනස්වන පරිසරය සාර්ථකව හැසිරවීම

වෙනස්වන පරිසරයට සාර්ථකව මුහුණ දීම සඳහා ව්‍යාපාර විසින් ගැටළු කිහිපයක් සැලකිල්ලට ගැනීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

- අ) පාරිසරික බුද්ධිමය/තොරතුරු (Environmental Intelligence)
- ආ) වෙනස පුරෝකථනය කිරීම (Forecasting Change)
- ඇ) වෙනස සඳහා සංවිධානය වීම (Organising for Change)
- ඈ) වෙනස අලෙවිකරණය (Marketing Change)
- ඉ) වෙනසට මුහුණ දෙන සංස්කෘතියක් ආරම්භ කිරීම. (Promoting a Culture of Change)

## ආයතනික විපර්යාසයන්/වෙනස්වීම්

අන්තර්ජාතික තරඟයට නිරාවරණය වීමත්, අන්තර්ජාතික වෙළඳපොළවල් වලට ඇති ප්‍රවේශයන් වැඩි වීමත් නිසා සමාගම් වලට ඔවුන් වඩාත් කැමති සංවිධාන ව්‍යුහයන් තෝරා ගැනීමට බාධා ඇති වේ. යාන්ත්‍රිකකළ (mechanistic) හා නිලතන්ත්‍රවාදී (beureaucratic) සංවිධානවලින් බැහැරව ඉතා පැහැදිලි හා මෙහෙයවීමේ නම්‍යශීලීභාවය ඉතා ඉහළ සංවිධාන කලා ගමන් කිරීම මෙයට උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැක

ජාල සංවිධාන සහ අතර්‍ය/තාත්වික නොවන(Virtual) සංවිධාන, මෙම නැඹුරුතාවයට තවත් නිදසුන් ලෙස දැක්විය හැක

මෙහිදී විදේශීය වෙළඳපොළවල් හඳුනා ගැනීම මෙන්ම ප්‍රවේශ වීම සඳහා ඇති අවශ්‍යතාවය නිසා උපක්‍රමික අන්තර්ජාතික ගිවිසුම් (Strategic International Alliances) වලටවිලඹීමේ අවශ්‍යතාවය ඉහළ ගොස් තිබේ.මෙම සම්බන්ධතාවය ගොඩනැගීම සඳහා මූලික වූ ප්‍රධානතම සාධකය වනුයේ සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ (විද්‍යුත් තැපෑල සහ අන්තර්ජාලය) දියුණුවයි.

# සාර්ව පරිසරය

සාර්ව පරිසරයේ ප්‍රධාන කොටස් වනුයේ:

- දේශපාලන
- නීතිමය
- ආර්ථික
- සමාජ හා ජන
- විකාශන ප්‍රවණතා
- සංස්කෘතික හා
- තාක්ෂණික



# දේශපාලනික හා නෛතික පරිසරය

රටක ආර්ථික පරිසරය, නීතිමය රාමුව, කර්මාන්ත ව්‍යුහය සහ සමහරක් මෙහෙයුම් ගැටළුවලට බලපෑම් කිරීමේ හැකියාව රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තීන්වලට ඇත. දේශපාලනික අස්ථාවරත්වය යනු අවදානමකට හේතුවකි. විවිධ රටවල් විසින් දේශපාලනික පරිසරය (Political Instability) සඳහා විවිධ ආකාරයේ ප්‍රවේශයන් යොදා ගනී

දේශපාලනික පරිසරය සංවිධානයකට විවිධ ආකාරයෙන් බලපානු ලැබේ

- අ) පොදුවේ භාවිතාවන මූලික නීතිමය රාමුවට
- ආ) ගැටළුවක් ව්‍යාපාරයකට හෝ කර්මාන්තයකට අදාළ බව පිළිබඳව මතයකට වළඹීමේ හැකියාව රජය සතු වේ
- ඇ) රජයක් විසින් හසුරුවන ලබන සමස්ත ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති ව්‍යාපාර සඳහා අදාළවේ.

සම සමාගමක් සඳහාම බලපාන හිතීම සාධක කිහිපයකි.

සාධකය	උදාහරණ
පොදු හිතීම රාමුව; හිඳිනුම්, හිඳිනුම් හිතිය, හිඳිනුම/හිඳිනුම (General legal framework: contract, tort, agency)	ව්‍යාපාර කරනු ලබන මූලික ආකාරයන්, හොඳකිසිදුමත් ක්‍රියාවන්.
අපරාධ හිතිය (Criminal Law)	සොරකම්, රහස් ගනුදෙනු, අල්ලස්, වංචාවන්
සමාගම් හිතිය (Company law)	අධ්‍යක්ෂවරු සහ ඔවුන්ගේ කාර්යයන්, වාර්තා කිරීමේ අවශ්‍යතා, පවරා ගැනීමේ ක්‍රියාවන්, කොටස්කරුවන්ගේ අයිතීන්, බුන්වත් බව/බංකොලොත්බව (insolvency)
රැකියා පිළිබඳ හිතිය (Employment law)	වෙළඳ සංගම් හඳුන්වාදීම්, අවම වැටුප්, අභ්‍යාධාරණ සේවක ඉවත් කිරීම්, මාතෘත්වය, සේවකයන් හට සමාන අවස්ථා.
සෞඛ්‍ය හා ආරක්ෂාව (Health and safety)	ගින්නෙන් පුර්වාරක්ෂාව සැපයීම, ආරක්ෂාව පිළිබඳ ක්‍රියාමාර්ග
දත්ත පුරුකරණය (Data protection)	සේවකයින් හා පාර්ශ්වකරුවන් පිළිබඳව තොරතුරු භාවිතය
අලෙවිකරණ හා විකුණුම් හිතිය (Marketing and sales)	පාර්ශ්වකරුවන් ආරක්ෂා කිරීම සඳහා හිතිය (උදා: මුදල් ආපසු දීම දැන්වීම්කරණයේදී භාවිතා කළයුත්තේ මොනවාද හා භාවිතා නොකළ යුත්තේ මොනවාද යන්න).
පරිසර හිතිය (Environment)	පරිසර දූෂණය පාලනය කිරීම, අපතල/කසල (waste) බැහැර කිරීම.
බදු හිතිය (Tax law)	සමාගම් බදු ගෙවීම්, ආදායම් බදු වත් කිරීම, වටිනාකම් අයකිරීමේ බදු (VAT), ජාතිය ගොඩනැගීමේ බදු (NBT)

### රාජ්‍ය බලපෑම

රජයක් විසින් සාප්තවම රටක ආර්ථික ව්‍යුහයට බලපෑම් විල්ලකළ කළ හැකි ආකාර කිහිපයක් පෝටර් (Porter) විසින් පෙන්වා දී තිබේ. ඒවා පහත සඳහන් පරිදි විස්තර කෙරේ.

- අ) ධාරිතා ප්‍රසාරණය
- ආ) ඉල්ලුම
- ඇ) ආයෝජන ඉවත් කිරීම හා යථාර්ථකරණය
- ඈ) දියුණුවන හා නවීන කර්මාන්ත
- ඉ) පිටිසම් බාධා
- උ) තරඟය



## රජයට බලපෑම් කිරීම

ව්‍යාපාර විසින් රජයකට බලපෑම් කළ හැකි ආකාර

- අ) ව්‍යාපාරවල එක් එක් සිද්ධීන් ඇමතිවරයෙකුට හෝ සිවිල් සේවකයෙකුට ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා බලපෑම් කරන්නන් සේවයේ යෙදවිය හැක
- ආ) තම ව්‍යාපාර හා සම්බන්ධ නීති සම්පාදනය දේශපාලනඥයන් විසින් ඉටුකරනු ඇතැයි යන බලාපොරොත්තුව මත දේශපාලනඥයන් තම ව්‍යාපාරයේ විධායක නොවන අධ්‍යක්ෂකවරුන් (non executive directorships) ලෙස පත් කරගත හැක
- ඇ) දැන්වීම්කරණය මගින් මහජන අදහසට බලපෑම් කළ (influence public opinion) හැකි අතර ඒ තුළින් රජයේ නීති සම්පාදනයටද බලපෑම් කළ හැක.

## අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම

අන්තර්ජාතික වෙළෙඳාම යනු අන්තර්ජාතික නීතිය සහ රෙගුලාසිවල තවත් එක් අංශයකි/ස්ථරයකි

### යුරෝපීය සංගමය (European Union)

ශ්‍රමය, භාණ්ඩ හා සේවා නිදහස් හුවමාරුව සහ නිදහස් තරඟයකට ඉඩ සලස්වමින් යුරෝපීය සංගමය විසින් යුරෝපීය රටවල් සියල්ල එක් යුරෝපීය වෙළෙඳපොළක් ලෙස මෙහෙයවනු ලැබේ

### ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානය - World Trade Organization (WTO)

වෙළෙඳ හවුල්කරුවන් අතර නිදහස් වෙළෙඳාම ප්‍රවර්ධනය කිරීම සහ වෙළෙඳ ආරවුල් විසඳීමට ලෝක වෙළෙඳ සංවිධානය (WTO) පිහිටුවා තිබේ.

## සමාජීය හා ජනවිද්‍යාත්මක උපහතීන් (Social and Demographic Trends)

ව්‍යාපාරයක් විසින් පරීක්ෂාකාරී විය යුතු සමාජීය උපහතීන් තුළ වයස් ව්‍යුහය, පවුල් ජීවන චක්‍රය (family life cycle) සහ සමාජ ව්‍යුහයන්හි පරිණාමය යන දෑ අනන්‍ය වේ.



## ජනගහනය හා ශ්‍රම වෙළඳපොළ (Population & Labour Market)

සංවිධානයක ශ්‍රම සැපයුම සඳහා ජනගහනය බලපාන අතර එය ශ්‍රමිකයින් බඳවා ගැනීම සහ මානව සම්පත් කළමනාකරණය කිරීමේ ප්‍රතිපත්තීන් වලට බලපෑමක් එල්ල වේ.

- වර්ධනය වන ජනගහනයක් තුළින් විශාල ශ්‍රම වෙළඳපොළක් බිහි වේ
- උපන් අනුපාතය ඉහළ යාම තුළින් අදහස් වනුයේ තරුණ මිනිසුන්/පුද්ගලයින් වැඩි වීමයි
- මරණ අනුපාතය අඩුවීම යනු වයස් ගත පුද්ගලයින්ගේ සංඛ්‍යාව වැඩි වීමයි.

## ශ්‍රම බලකාය තුළ කාර්තා සහභාගීත්වය ඉහළ යාමට හේතු

- අර්ධ කාලීන රැකියා වැඩි වීම (Part-time jobs)
- පුරුෂයින්ගේ සේවා විඤ්ඤනය. බොහෝමයක් කර්මාන්ත තුළ පුරුෂයින් සේවයේ යෙදවීම අඩු වී තිබීම
- සේවා අංශයේ වර්ධනය - ශ්‍රී ලංකාව තුළ කෘෂි කර්මාන්තයේ සිට සේවා අංශය වෙත ශ්‍රම බලකාය සංචලනය වීමක් දක්නට ලැබෙන අතර නාගරික ප්‍රදේශයන්හි සේවා අංශය තුළ ඉහළ සේවා නියුක්තියක් දැකිය හැකි වීම
- කාර්තාවන්හට දරුවන් ලැබීමේ සාමාන්‍ය වයස් සීමාව ඉහළ යාම.

## සේවා යෝජකයින් සඳහා ඇඟවීම් (Implications for Employers)

සංවිධානයක් විසින් මෙම ජනවිද්‍යාත්මක හා අධ්‍යාපනික උපහතීන් සාර්ථකව හසුරුවන්නේ කෙසේද?

අ) සංවිධානය විසින් මෙහෙයුම් පවත්වාගෙන යන වෙළඳපොළ තුළින් ශ්‍රම බලකා වෙළඳපොළ ගොඩ නගා ගැනීම

ආ) ආයතනයේ ඵලදායී පෝෂක අංශ සොයා ගැනීම

ඇ) ශ්‍රම බලකායේ ඵලදායී අංශ සඳහා සැපයුම් අංශයේ උපහතීන් වටහා ගැනීම

ඈ) ප්‍රදේශයේ අධ්‍යාපනික උපහතීන් මොනවාද යන පරීක්ෂා කිරීම

(අවසන් දස වසර තුළ ශ්‍රී ලංකාවේ සංඛ්‍යා ලේඛන වලට අනුව ශ්‍රම බලකායේ අධ්‍යාපනය ක්‍රමයෙන් වර්ධනය වී තිබේ)

- ඉ) පුද්ගලයෙකුට අවශ්‍ය කරන කුසලතා පිළිබඳව අනෙකුත් සේවා යෝජකයින්ගෙන් ඇති ඉල්ලුම තක්සේරු කිරීම.
- ඊ) ඔබගේ ඉල්ලීම අනෙකුත් මූලයන් : උදා විදේශ ශ්‍රම වෙළඳපළ තුළින් සපයා ගත හැකිද තක්සේරු කිරීම.



## පවුල් ජීවන චක්‍රය (Family Life Cycle)

පවුල් ජීවන චක්‍රය (FLC) යනු අලෙවිකරණයේ නියුතු පුද්ගලයින් විසින් ජනවිද්‍යාත්මක සාධක භාවිතා කරන බවට යොදාගත හැකි උදාහරණයක් වේ

- මෙය, වයස, විවාහක හෝ අවිවාහක බව, වෘත්තීය තත්වය (ආදායම) සහ ළමයින් සිටින හැදීද යන විචල්‍යයන්ගේ එකතුවකි
- මෙය කුටුම්භයන්ගේ විවිධ අදියරයන්හි ප්‍රගතිය හඳුනා ගැනීමට සමත් වේ. ඉන් පැහැදිලි වන කරුණක් නම් ජීවන චක්‍රයේ විවිධ අදියරයන්හිදී පුද්ගලයින්ට අලෙවි කළ හැකි භාණ්ඩ හා සේවා විවිධ වන බවයි.

**මෙම පවුල් ජීවන චක්‍රයේ එක් එක් අදියර ඉලක්ක කර ගනිමින් වියට විශේෂිත වූ භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවිකළ හැක.**

අදියර	විස්තරය	පාරිභෝගික රුචිකත්වය
<b>තනිකඩ/අවිවාහක (Bachelor)</b>	ස්වාධීන වේ. තරුණයි. වෘත්තීය හා ඉපැයීමේ මුල් අදියරේ සිටී.	ඇඳුම් පැලඳුම්, වාහන, විනෝදය, සංචාරය
<b>අළුත වවාහ වූ (Newly Married)</b>	ආදායම් මාර්ග දෙකකි. සාපේක්ෂ වශයෙන් ස්වාධීන වේ. වර්තමානය හා අනාගතය ගැන වඩාත් සිතයි.	ගෙදර දොර බඩු බාහිරාදිය. සංචාරය, ඇඳුම් පැලඳුම්. කල්පවත්නා භාණ්ඩ, චිකම්බුව සිටීම සඳහා ඇති කැමැත්ත.
<b>පරිපූර්ණ පවුල 1 (Full Nest 1)</b>	ලාබාලතම දරුවා වයස අවු. 6 ට අඩු වේ. එක් ආදායම් මාර්ගයක් හෝ තවත් ඉන් අඩක් පමණ උපයයි. සීමිත ස්වාධීනත්වය. අනාගතය ගැන වඩාත් සිතයි.	දරුවා සඳහා නිෂ්පාදිත භාණ්ඩ හා සේවා, පවුල සඳහා වූ භාණ්ඩ, භාණ්ඩවල ප්‍රායෝගික වටිනාකම හා ආර්ථිකයට ගැලපෙන භාණ්ඩ

අදියර	විස්තරය	පාරිභෝගික රුචිකත්වය
<b>පරිපූර්ණ පවුල 2 (Full Nest 2)</b>	ලාබාලතම දරුවා වයස අවු. 6 ට අඩු වේ. ආදායම් මාර්ග 1 සිට 2 ක් දක්වා ඉපැයීම. යැපෙන්නන්. අනාගතය ගැන වඩාත් සිතයි.	ඉතුරුම්, ගෙදර දොර, භාණ්ඩ, අධ්‍යාපනය, දරුවා සඳහා නිෂ්පාදිත භාණ්ඩ, පවුලේ නිවාඩු කාලය (family vacations) සැප පහසුව හා සුඛෝපභෝගී භාවය පිළිබඳව ආකර්ෂණය.
<b>පරිපූර්ණ පවුල 3 (Full Nest 3)</b>	ලාබාලතම දරුවා ගෙදර වාසය කරන අතර ඕනෑ ස්වාධීන වේ. ඉහළ ආදායම් තත්වය, ස්වාධීන වේ, විශ්‍රාම ගැනීම් පිළිබඳව සැලකිලිමත් වේ.	අධ්‍යාපනය. ළමයින් සඳහා පවත්නා ඉතා වටිනා භාණ්ඩ. දෙමව්පියන් සතු කල්පවත්නා භාණ්ඩ ප්‍රතිස්ථාපනය හෝ සංවර්ධනය. සැපපහසුව හා සුඛෝපභෝගී භාවය පිළිබඳව ආකර්ෂණය.

අදියර	විස්තරය	පාරිභෝගික රුචිකත්වය
<b>හිස් වූ පවුල 1 (Empty Nest 1)</b>	ලමයින් ගෙදර වාසය නොකරයි, ස්වාධීන වේ. හොඳ ආදායම් තත්වයන්, තමන් ගැන මෙන්ම විශ්‍රාම ගැනීම ගැන සැලකිලිමත් වේ.	විශ්‍රාමික නිවාස, සංචාරය, විනෝදය, සුඛෝපභෝගීත්වය, ස්වසන්තෝෂය පිළිබඳව සැලකිලිමත් වේ.
<b>හිස් වූ පවුල 2 (Empty Nest 2)</b>	විශ්‍රාමිකය, සීමිත ආදායම්, වර්තමානය ගැන සිතයි.	සංචාරය, විනෝද ක්‍රියා, සෞඛ්‍ය සම්බන්ධ භාණ්ඩ, සුඛෝපභෝගීත්වය කෙරෙහි සුළු ලැදියාවක් ඇත. පහසුව කෙරෙහි වැඩි ආකර්ෂණයක් පවතී.

අදියර	විස්තරය	පාරිභෝගික රුචිකත්වය
<b>තනිව සිටින්නා 1 (Sole Survivor 1)</b>	එක් කාලනයක් පමණක් ජීවත්ව සිටී. හොඳ ආදායම් තත්වයන්. රැකියා නියුක්තයි. වර්තමානය පිළිබඳව වැඩි අවධානයක් ඇත.	රැකියාව හා යහළුවන් කෙරෙහි වැඩි ඇලීම. සංචාරය, විනෝදය, ඇඳුම් පැලඳුම්, සෞඛ්‍ය.
<b>තනිව සිටින්නා 2 (Sole Survivor 2)</b>	එක් කාලනයක් පමණක් ජීවත්ව සිටී. සීමිත ආදායම්. විශ්‍රාමික	සංචාරය, විනෝදය, සෞඛ්‍ය හා සම්බන්ධ භාණ්ඩ. ආර්ථික තත්වය හා සමාජීය ක්‍රියාකාරකම් කෙරෙහි ආකර්ෂණය වේ.

## සමාජ ව්‍යුහයන් හා පන්ති

මෙහි මූලික අදහස වනුයේ රැකියාව, ආදායම් මට්ටම, අධ්‍යාපන පසුබිම සහ අනෙකුත් ලක්ෂණ සාමාජිකයින් අතර පොදුවේ භුක්ති විඳින විවිධ පුද්ගල කණ්ඩායම් ලෙස සමාජය පුළුල් ස්තර වලට බෙදා දැක්වීමයි

- බලය තක්සේරු කිරීම
- ප්‍රවේණිගත ධනය
- අධ්‍යාපනික ගෞරවය
- තරාතිරම හෝ ගරුසරු බව
- ආදායම
- පුද්ගලයින්ගේ වටිනාකම්
- ආකල්ප සහ හැසිරීම් මත ඔවුන් උසස් හා පහත් පන්ති ලෙස වෙන්කර හඳුනාගතහැකි වේ.

## සංස්කෘතික උපනතීන් (Cultural Trends)

බොහෝ රටවල සිදුවූ වැදගත් සංස්කෘතික උපනතීන් ලෙස සෞඛ්‍ය කෙරෙහි දැඩි අවදානය, කාන්තාවන්ගේ සමාජ තත්වයේ ඇති වූ වෙනස සහ පරිසරය පිළිබඳ සැලකිලිමත්භාවය ඉහළ යෑම දැක්විය හැකිය

### ➤ සංස්කෘතික උපනතීන්වල බලපෑම

- ✓ සෞඛ්‍ය හා ආහාර ගැටළු
- ✓ ව්‍යාපාර කෙරෙහි සෞඛ්‍ය හා ආහාර පුරුදුවල බලපෑම
- ✓ ස්ත්‍රීන්ගේ රැකියා නියුක්තිය (Women at Work)
- ✓ පරිසර හැඹුරුතාවය (Environmentalism)
- ✓ ව්‍යාපාරික ප්‍රතිචාරය (The Business Response)

අ) හරිත නිෂ්පාදන (Green Products)

ආ) භාවිතයන් වෙනස් කිරීම (Changed Practicas)

ඇ) සීමා (Limits)

ඈ) අධ්‍යාපනය සහ ව්‍යාකූලතාවය (Education and Confusion)

පාරිසරික බලපෑම තක්සේරු කිරීම Environmental Impact Assessments .

## සංවිධාන කෙරෙහි තාක්ෂණයේ බලපෑම



නවීන ව්‍යාපාර පරිසරයේ සංවර්ධනය උදෙසා තොරතුරු පද්ධති සහ තොරතුරු තාක්ෂණය සුවිශේෂී කාර්යභාරයක් ඉටු කරන අතර සංවිධාන ව්‍යුහය සරල කිරීම (flattening) සහ පාලන අවකාශය පුළුල් කිරීම සඳහා පෙළඹවීමක් මෙමඟින් ඇති කරයි.

## තොරතුරු තාක්ෂණයේ අනෙකුත් බලපෑම්

- වර්ෂානුගත (Routine) සැලසුම්. (විශාල ප්‍රමාණයන්, වැඩි වේගය, වැඩි නිරවද්‍යතාවය)
- සංඛ්‍යාංක (Digital) තොරතුරු සහ වාර්තා තබා ගැනීම
- නව කුසලතාවල අවශ්‍යතාවය සහ වැඩ කිරීමේ නව ක්‍රම
- තොරතුරු තාක්ෂණය පිළිබඳ විශ්වාසය
- සන්නිවේදනය නව ක්‍රම හා පාරිභෝගික සේවා සැපයීම
- අන්තර්ක්‍රියාවේ යෙදවීම (සංවිධාන සීමා වලින් තොර සහයෝගීතාවය දිරිමත් කිරීම) සහ විවෘත පද්ධති
- තොරතුරු වටිනා සම්පත් ලෙස සැලකීම
- තොරතුරු මිලදී ගත හැකි, විකිණිය හැකි සහ හුවමාරු කළ හැකි වෙළඳ භාණ්ඩයක් ලෙස සැලකීම.



## සංවිධාන ව්‍යුහය

නවීන ව්‍යාපාර පරිසරයේ සංවර්ධනය උදෙසා තොරතුරු පද්ධති සහ තොරතුරු තාක්ෂණය සුවිශේෂ කාර්යභාරයක් ඉටුකර තිබේ. උදාහරණයක් ලෙස නවීන සන්නිවේදන තාක්ෂණය තුළින් විමධ්‍යගත සංවිධාන පිහිටුවීමේ හැකියාව ලබා දී ඇත. මේ තුළින් බලය පැවරූ පහළ මට්ටමේ සේවකයින්ට තීරණ ගැනීමට හැකියාව ලබා දීම හෝ සමහර තීරණ ගැනීම බාහිර සමාගමකට පැවරීම කළ හැක.

කුඩා සහ කඩිසර සමාගම් (agile companies) කෙරෙහි නැඹුරුතාවයක් වර්තමානයේ දක්නට ලැබේ. තරඟකාරී වාසි (competitive advantage) ලබා ගැනීම සඳහා නම්‍යතාවය හා වේගය ඉතා වැදගත් වේ. තොරතුරු තාක්ෂණයේ දියුණුව තුළින් ඉතා සංකීර්ණ මෙහෙයුම් ක්‍රියාවලීන් වේගයෙන් සිදු කිරීමටත්, ප්‍රතිපෝෂණයන් ඉතා ඉක්මණින් ලබා ගැනීමටත් අවකාශය සලසා ඇත.

සංවිධානයක ව්‍යුහය සහ සංවිධානයේ තොරතුරු පද්ධතිය පිළියෙල වී ඇති ආකාරය

### මධ්‍යගත (Centralised) පද්ධතිය

ප්‍රධාන කාර්යාලයේ ඇති පරිගණක මධ්‍යස්ථානයක් වැනි දත්ත ග්‍රහණය කරන හා සැකසීම සිදු කරන එක් මධ්‍යස්ථානයක් මධ්‍යගත පද්ධතියක් වන අතර දුරස්ථ කාර්යාල (භූගෝලීය වශයෙන් වෙන්වූ), සහ අනෙකුත් ස්ථාන වලින් එක් මධ්‍යස්ථානයකට දත්ත රැස් කරනු ලැබේ.

### විමධ්‍යගත (Decentralised) පද්ධතිය

විමධ්‍යගත පද්ධතිය යනු මධ්‍යස්ථානයෙන් හෝ ප්‍රධාන කාර්යාලයෙන් බාහිරව විවිධ ස්ථාන වලදී දත්ත හා තොරතුරු සැකසීම සිදු කරන ස්ථානයයි.

## තොරතුරු තාක්ෂණයේ ඇති අනෙකුත් බලපෑම්

### වර්ගානුගත ක්‍රියාවලිකරණය (Routine Processing)

තොරතුරු තාක්ෂණය දුන්න විශාල ප්‍රමාණයකින්, වැඩි වේගයකින් සහ වැඩි නිරවද්‍යතාවකින් යුතුව සැකසීම සඳහා වර්ගානුගත ක්‍රියාවලියට හැකියාව ලැබේ

- සංඛ්‍යාංක (Digital) තොරතුරු සහ වාර්තා තබා ගැනීම
- රැකියා පිළිබඳ ගැටළු
- තාක්ෂණික වෙනස
- පාරිභෝගික සේවා
- තොරතුරු වෙළඳපොළවල
- සන්නිවේදනයේ වර්ධනය (E-mail & Voice mail) .



## තොරතුරු තාක්ෂණය හා සේවක/සේව්‍ය සම්බන්ධතාව (Employee/Employer Relationship)

සංවිධානය තුළ තොරතුරු තාක්ෂණය භාවිතය එහි සේවකයින් හා සේවා යෝජකයින්ගේ සම්බන්ධතාවට බලපා ඇත. එනම්

- නියෝග දාමයේ (Chain of command) අවශ්‍යතාවය අඩු වීම
- තොරතුරු වැඩි වීම (අධිභාරය)
- කාර්යය ස්වභාවය
- භූගෝලීය ස්ථානවල වෙනස නිසා ඇති වන බාධා මඟහරිමින් ඉතා සමීප සම්බන්ධතා ගොඩ නැගීම.
- ඉතා නම්‍යශීලී ලෙස කාර්යයන් කිරීමේ පහසුකම්
- ඉතා ඉහළ අධීක්ෂණය හා පාලනය.

## නිවසේ සිට වැඩ කිරීම හා සුපරීක්ෂණය (Homeworking and Supervision)

සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුව නිසා සේවකයින් කාර්යාලයෙහි වැඩට පැමිණීමේ අවශ්‍යතාවය අඩු වුණි

- අ) දුන්න ඇතුළත් කිරීම නිවසේ සිට සේවකයකු කිරීම
- ආ) ප්‍රධාන කාර්යාලය හා සම්බන්ධ වූ විදුලි සන්දේශන ක්‍රම මඟින් සුදානම් කළ දුන්න හවුමාරු කිරීම
- ඇ) කිසියම් ඉල්ලීමක් පවතින අවස්ථාවක සමාගමට නොබැඳි සේවකයින් (freelance) කාණ්ඩයක් සේවයේ යෙදවීම. මෙම ක්‍රමය බොහෝවිට ප්‍රකාශන හා පුවත්පත් තුළින් සිදු වේ

**උදා : ප්‍රාදේශීය වාර්තාකරණය**

## තොරතුරු තාක්ෂණයේ බාහිර සේවාර්ථනය (Outsourcing of IT)

කිසියම් මෙහෙයුම් කාර්යයක් හෝ සේවාවක් කරවා ගැනීම සඳහා බාහිර පාර්ශවයන් (Vendor - වෙළෙඳුන්) හා ගිවිස ගැනීම බාහිර සේවාර්ථනය (outsourcing) නම් වේ. විවිධ අභ්‍යන්තර පාලන මට්ටම් පවත්වා ගනිමින් බාහිර සේවාර්ථනය කළ හැකි විවිධ විකල්ප ක්‍රම පවතී.



## බාහිර සේවාර්ථන වර්ග (Types of Outsourcing)

වර්ගීකරණය	අර්ථකථනය
තත්කාර්යය (Ad hoc)	තොරතුරු පද්ධති (IS) හා තොරතුරු තාක්ෂණයේ (IT) ඉහළ කුසලතාවයන්ගේ කෙටිකාලීන අවශ්‍යතාවයන් තිබේ. උදාහරණයක් ලෙස කිසියම් මෘදුකාංගයක් නිපදවීමට වැඩසටහන්කරණය සඳහා පරිගණක වැඩසටහන් කරුවන් යෙදවීමට කෙටිකාලීන ගිවිසුම්වලට විලඞීම් දැක්විය හැක.
ව්‍යාපෘති කළමනාකරණය (Project Management)	කිසියම් තොරතුරු පද්ධතියක් හෝ තොරතුරු තාක්ෂණ ව්‍යාපෘතියක් ගොඩනැගීම හා ස්ථාපනය කිරීම සඳහා බාහිර සේවාර්ථනය කළ හැක. උදා: හව ගිණුම්කරණ පද්ධතියක්.
අර්ධ වශයෙන් (Partial)	සමහරක් IS/IT සේවා බාහිර සේවාර්ථනය කෙරේ. උදා: දෘඩාංග නඩත්තුව, ජාල කළමනාකරණය, දිගින් දිගටම වන වෙබ් අඩවි කළමනාකරණය.
සම්පූර්ණ වශයෙන් (Total)	ව්‍යාපාරයේ බොහෝ IS/IT සේවා සැපයීම බාහිර සැපයුම්කරුවකු විසින් සිදුකරනු ලැබේ. උදා: IT උපකරණ, මෘදුකාංග සහ සේවක මණ්ඩලය තුන්වන පාර්ශවයකගේ වගකීම හෝ අයිතිය යටතේ පැවතීම.

## සේවා ප්‍රතිදාන මට්ටම් (Levels of Service provision)

කිසියම් තුන්වන පාර්ශවයක් හට IS/IT සේවාවල ප්‍රතිදානය හෝ කළමනාකරණය පැවරීම සංවිධාන දෙකෙහිම පවත්නා තත්ත්වය හා කුසලතා අනුව වෙනස් වේ.

### අ) කාල පරිහරණය (Time-Share)

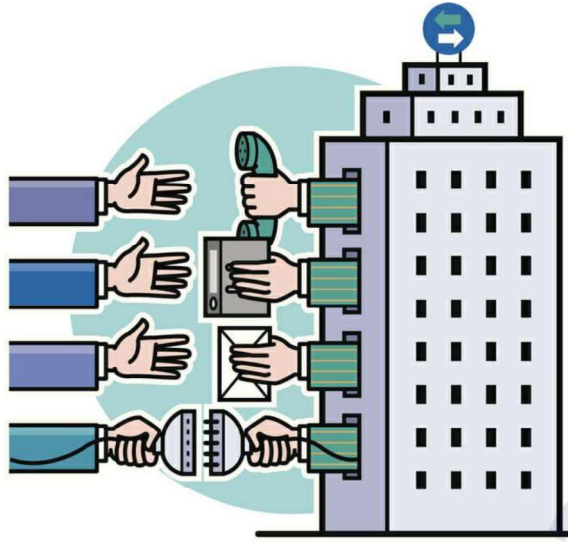
කාල පදනම මත කිසියම් බාහිර සැකසුම් පද්ධතියක් (External Processing System) සඳහා ප්‍රවේශය ලබා දී විකුණුම්කරු විසින් මුදලක් අය කරනු ලැබේ.

### ආ) සේවා කාර්යාංශ (Service Bureaux)

සේවා කාර්යාංශ සාමාන්‍යයෙන් යම්කිසි ක්‍රියාවක් කෙරෙහි පමණක් අවධානය යොමු කරනු ලැබේ. බොහෝ සංවිධාන වලට සේවාවක පඩි සැකසීම වැනි චිකම ආකාරයේ විශේෂිත සේවා සැපයීම සාම්ප්‍රදායිකව සේවා කාර්යාංශවල සිදු කරයි.

**අූ) පහසුකම් කළමනාකරණය (FM – Facilities Management)**

බාහිර නියෝජිතයෙකු විසින් (IS/IT සන්දර්භය තුළ) සංවිධානයේ IS/IT පහසුකම් කළමනාකරණය කිරීම පහසුකම් කළමනාකරණය ලෙස දැක්විය හැක.



**බාහිර සේවාර්ථන සැකසුම්වල ප්‍රධාන ලක්ෂණ**

බාහිර සේවාර්ථන සැකසුම්			
ලක්ෂණය	සමඟම පරිසරණය	සේවාව	පහසුකම් කළමනාකරණය (FM)
කළමනාකරණ වගකීම (Management Responsibility)	බොහෝ විට රඳවාගනී.	සමහරක් රඳවාගනී.	ඉතා සුළු ප්‍රමාණයක් පමණක් රඳවා ගනී.
අරමුණුගත වීම (Focus)	මෙහෙයුම්	ක්‍රියාවක්/ලිපිනයක්	උපාය මාර්ගික
කාල පරිමාණය (Timescale)	කෙටි කාලීන	මධ්‍ය කාලීන	දිගු කාලීන
සාධාරණීයත්වය (Justification)	පිරිවැය ඉතුරුම්	ඉතා කාර්යක්ෂම වේ	ඉහළ ගුණත්වයේ සේවා ප්‍රතිපාදන නිසා ප්‍රවීණත්වයෙන් ඉහළ සේවා සඳහා ප්‍රවේශය.

## බාහිර සේවාර්ථනය කිරීමේ වාසි

- අ) දිගු කාලීන සේවා ගිවිසුම් නිසා කලින් තීරණය කළ ස්ථාවර මිලක් යටතේ සේවා සැපයීම හේතුවෙන් පිරිවැය පිළිබඳව අවිනිශ්චිතතාවයන් හට නොනඟී
- ආ) දිගුකාලීන ගිවිසුම් (වසර 10 ක් වත්) මගින් අනාගතය සඳහා සැලසුම් කිරීම ධෛර්යමත් කරයි
- ඇ) ආර්ථික පිරිමැසුම් වාසි (Economics of Scale) ලබා දේ
- ඈ) විශේෂඥ දැනුමක් ඇති සංවිධාන වලට කුසලතා හා දැනුම (Skills and Knowledge) රඳවා ගැනීමට හැකි වීම
- ඉ) නව කුසලතා හා දැනුම සංවිධානයට ලැබිය හැකි වීම
- ඊ) නම්‍යශීලී බව - ගිවිසුමට අනුව අවශ්‍ය කරනු ලබන සම්පත් ප්‍රමාණයේ අඩු හෝ වැඩි කිරීම කළ හැකි වේ.



## බාහිර සේවාර්ථනය කිරීමේ අවාසි

- අ) තොරතුරු හා වී සඳහා කරන ප්‍රතිපාදන යනු ව්‍යාපාරයට හා කළමනාකරණයට ආවේණික බවට තර්ක කෙරේ. කාර්යාල පිරිසිදු කිරීම, ආහාර සැපයීම වැනි කාර්යයන් වලට වඩා සංවිධානයක IT සේවා යනු ඉතා වැදගත් සංකෘතියක් වේ. තොරතුරු යනු කළමනාකරණයේ හඳවතයි
- ආ) සමාගම්වල පවතින ඉතා රහස්‍ය තොරතුරු බාහිර පාර්ශවයට පාලනය කිරීමට ලබා දීම වාණිජ හා නෛතික වශයෙන් ඉතා අවදානම් වේ
- ඇ) තුන්වන පාර්ශවයක් විසින් IS/IT සේවා පාලනය කරන අවස්ථාවක නව සංවර්ධන කටයුතු කිරීමට හෝ නව අදහස් ලබා දීමට අභ්‍යන්තර කළමනාකරණයට හැකියාවක් නැත. මෙහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස, තරඟකාරී වාසි ලබා ගැනීමේ හැකියාව මඟ හැරේ

අප) සංවිධාන ඔවුන් විසින්ම අතෘප්තිකාරක ගිවිසුම්වල සිරවී සිටිය හැකිය

ඉ) බාහිර සංවිධානයක් යොදා ගැනීම නිසා ඉදිරියේදී ව්‍යාපාරය තුළ IS/IT සඳහා ඇති විය හැකි පිරිවැය හා එයින් ලැබෙන වාසි පිළිබඳව සංවිධානය දැනුවත් වීමක් සිදු නොවිය හැකිය.



## ගෝලීය පරිසරයේ නව ප්‍රවණතා (New Dynamics of the Global Environment)

ගෝලීයකරණය (Globalization) තුළින් අදහස් වනුයේ “ලොව පුරා පැතිරෙන අයුරින් වෙළඳපොළ හා නිෂ්පාදන සංවර්ධනයයි”.



## ගෝලීයකරණයේ ආරම්භය

තීර්ථයක් අයකිරීම, අපනයන ගාස්තු සහ ආනයන පංගු ක්‍රම (Import quota) වැනි අන්තර්ජාතික වෙළඳ සීමා ලිහිල් කිරීම තුළින් ලෝකයේ ආර්ථික ක්‍රමය එක්සත් කිරීම හා එහි වර්ධනය ගෝලීයකරණය නම් වේ. අන්තර්ජාතික සහයෝගීතාවය, විශේෂීකරණය (specialization) හා තරඟය තුළින් කාර්යක්ෂමතාවය ඉහළ නැංවීමත් ජාත්‍යන්තර ශ්‍රම විභජනය (international division of labour) හරහා ද්‍රව්‍ය, ධනය, නිෂ්පාදිත සහ සේවා ඉහළ නැංවීමත් මෙහි අරමුණ වේ.

- අ) විදුලි සංදේශනය සහ ගුවන් ප්‍රවාහනය ඇතුළත්ව ලොව පුරා සන්නිවේදනය දියුණු කිරීම
- ආ) ජාතීන් විසින් වෙළඳාමේ වාසි ලබා ගැනීම උදෙසා වර්ජන හැසිරීම් රටා වලින් ඉවත් වීම හේතුවෙන් රට රටවල් අතර පැවති වෙළඳ බාධා ඉවත් වීම
- ඇ) දේශපාලනික වශයෙන් සිදු වූ වෙනස්කම් හේතුවෙන් ගෝලීය හෝ රාජ්‍ය සැලසුම්ගත ආර්ථික වලින් මිදී වෙළඳපොළ ක්‍රමවේදයන් වලට (market system) මාරු වීම.

## වෙනස්වන ගෝලීය පරිසරය (The Changing Global Environment)

ව්‍යාපාර පරිසරයේ වෙනස්වීම් ආකාර කිහිපයකින් සිදු වී ඇත. ඒ අතර සුවිශේෂ විකාශනයන් කිහිපයක් පහතින් දක්වා තිබේ.

- අ) ගෝලීයකරණය තුළින් ලොව පුරා තරඟය ඉහළ නැංවීමත් ලොව පුරා සිටින පාරිභෝගිකයන්ට ප්‍රභාවීමේ හැකියාවන් ලබා දී ඇත
- ආ) විද්‍යාව හා තාක්ෂණයේ දියුණුව විශේෂයෙන්ම සන්නිවේදනය (අන්තර්ජාලය සහ ඒ හා සම්බන්ධ තාක්ෂණයන්) සහ ප්‍රවාහනය හේතුවෙන් පිරිවැය අඩු වීම
- ඇ) බහු ජාතික ඒකාබද්ධ කිරීම්, අත්පත් කරගැනීම් සහ උපක්‍රමික සම්මුතීන් (Strategic alliances)
- ඈ) ගෝලීය කර්මාන්ත හා ආයතනවල වර්ධනය



ඉ) රජය හා මහජනයා විසින් ව්‍යාපාර තීරණ කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීම ඉහළ යාම

ඊ) වෙළඳාම ලිහිල් කිරීම, පාලන රීති හා සීමා කිරීම් ඉවත් කිරීම සහ ව්‍යාපාර හා රජය අතර සහයෝගීය ඉහළ යාම නිසා විදේශීය වෙළඳපොළවල් වලට පිවිසීම පහසු වීම

උ) විදෙස් රටවලටද බාහිර සේවාර්ථනය ඇතුලත්ව ව්‍යාපාර පිළිවෙත් වල සිදු වන වෙනස

ඌ) සමාගම් එහි සේවකයින්, පාරිභෝගිකයින් සහ ව්‍යාපාරයට සම්බන්ධ අනෙකුත් පාර්ශවයන් සමඟ ඇති සමාජීය හා ව්‍යාපාරික සම්බන්ධතාවය වෙනස් වීම.

### නිෂ්පාදන ගෝලීයකරණය කිරීමේ භාවිතය

සමාගමක නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේ සමහරක් කොටස් ඉතා ලාභදායීව ඉටුකර ගැනීමට අන් රට වලට ලබා දීම සඳහා නැඹුරු වී ඇත

නිෂ්පාදන පහසුකම් විවිධ රටවල පැවතීමට විවිධ හේතු,

- තීරු බදු මගින් ආරක්ෂිත වෙළඳපොළ වලට ප්‍රවේශය වීමට
- ප්‍රවාහන පිරිවැය අඩු කිරීමට
- භාණ්ඩ ඉල්ලුමට ජාතික හා ප්‍රාදේශීය වශයෙන් පවතින වෙනසෙන් ප්‍රයෝජන ගැනීම හා විකුණුම් වැඩි කර ගැනීමට
- අඩු ශ්‍රමය තුළින් නිෂ්පාදන පිරිවැය අඩු කර ගැනීමට
- පසුපසට සිරස් සමෝදානය/සංකලනය (Backward Vertical Integration) තුළින් සැපයුම් ආරක්ෂා කිරීමට සැපයුම් දාමයේ කලින් සිටි සැපයුම්කරුවකු අත්පත් කරගැනීම.

## ගෝලීයකරණය හේතුවෙන් ඇති වූ නවීන සමාගම් වල ලක්ෂණ

- අ) **ගෝලීය සැපයුම් දාමය (Global Supply Chains)**  
සමාගම ලොව සෑම දෙසින්ම නිෂ්පාදන හෝ උපාංග ලබා ගැනීම මත රඳා පැවතීම.
- ආ) **ජාල සංවිධාන (Network Organisations)**  
සමාගම් එහි ක්‍රියාකාරකම් සමහරක් ඔවුන් විසින්ම සිදු කරන අතර අනෙකුත් කොටස් සඳහා අඩු පිරිවැය යටතේ සැපයුම්කරුවන් සමග සේවා ගිවිස ගැනීම.
- ඇ) **ගෝලීය සහයෝගීතාවය (Global Collaboration)**  
දේශීය නීතිය මගින් විදෙස් සමාගම් වලට තමන්ගේම ව්‍යාපාරයක් එම රට තුළ පිහිටුවීමට අවසර නොදීම නිසා කර්මාන්තශාලා පිහිටුවීම සඳහා විදෙස් සමාගම් දේශීය සමාගම් සමග බද්ධ ව්‍යාපාර පිහිටුවා ගැනීම.



## ව්‍යාපාරයේ පිරිවැයට ගෝලීයකරණයේ ඇති බලපෑම

- අ) **ජනගහනයේ ප්‍රමාණය.**  
සමහරක් රටවල අධික ජනගහනයක් පැවතීම නිසා අඩු වේතන මට්ටමක් ඇත.
- ආ) **වඩා හොඳ කුසලතා පදනමක්.**  
සංවර්ධිත රටවල හිඟ සහ මිල ඉතා අධික කුසලතා වලින් පිරිපුන් ශ්‍රමිකයින් බිහි කිරීමට උචිත වන පරිදි සමහරක් රටවල් එහි අධ්‍යාපන පද්ධතිය සකසා ඇත.
- ඇ) **තෛතික/නීතිමය වෙනස්කම්.**  
වාර්ෂික නිවාඩු සඳහා ගෙවීම්, සේවක සෞඛ්‍ය හා සුභසාධනය, හෝ අවම වැටුප් ගෙවීම් ව්‍යාපාර තුළින් අපේක්ෂා නොකරන නිසා සමහරක් රටවල පිරිවැය අඩු මට්ටමක පවතී.



අෂ) විශේෂ සහය

ව්‍යාපාර ආකර්ෂණය සඳහා නොමිලේ ඉඩම් ලබා දීම, යටිතල පහසකුම් ගොඩනැගීම, ණය ලබා දීම සහ උදාරතර කාර්යයන් සඳහා ආයෝජන දීමනා ලබා දීම රජයක් හට කළ හැකිය

ඉ) ද්‍රව්‍ය හා අනෙකුත් සේවා පිරිවැය අවම වීම

අඩු පිරිවැය සහිත ආර්ථිකයක් තුළ කර්මාන්ත ශාලාවක් පිහිටුවීම, එහි වේතන පිරිවැය ඉතරු කිරීමට ඉඩහල් වේ.



ගෝලීයකරණයට පහසුතා වී ඇති තර්ක

අ) නව දියුණු වූ වෙළඳපොළවල් ඇති වීම. උදාහරණයක් ලෙස අඩු-සංවර්ධිත රටවල

ආ) විශාල නිෂ්පාදකයින් හා පාරිභෝගිකයින් සංඛ්‍යාවක් සිටින හෙයින් තරඟකාරීත්වය ඉහළ යාම

ඇ) දුර්වලව තිබූ ආර්ථිකවල දියුණුව. උදා. ලෙස චීනය

ඈ) ජාතීන් අතර ව්‍යාපාරික මිත්‍ර සම්මුතීන් හා ඒකාබද්ධ කිරීම්

ඉ) දුගී ජාතීන් සඳහා අන්තර්ජාතික වශයෙන් ආධාර කිරීම සහ එම රටේ ආර්ථික සංවර්ධනය සඳහා සහය ලබා දීම

ඊ) ලෝක ආර්ථික සමානත්වය.

## ගෝලීයකරණය කෙරෙහි ඇති විවේචන

- අ) ගෝලීයකරණය මෙහෙයවන ප්‍රධාන ආයතන විසින් G8 රටවලවල (ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදය, ජපානය, ජර්මනිය, කැනඩාව, ඉතාලිය, ප්‍රංශය, බ්‍රිතාන්‍ය සහ රුසියාව) සාමූහික කැමැත්ත නිතරම අනුගමනය කරන නිසා එම රටවල ආර්ථික සමෘද්ධිය කෙරෙහි වැඩි නැඹුරුතාවයක් දක්වයි.
- ආ) IMF, World Bank සහ G20 සමගින් ප්‍රබල බහු ජාතික සංවිධාන විසින් රටවල්වල ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි බලපෑම් වල්ල කළ ද ඔවුන්ගේ සංවිධාන තුළ එම රටවල් හා සම්බන්ධ කිසිදු නියෝජනයක් නොකරයි. දුර්වල වගකීමෙන් බැඳීම “ගෝලීය රජයකින් තොර ගෝලීය පාලනය” ලෙස හදුන්වයි. (ජෝශප් ස්ටීල්ට්ස්, ගෝලීයකරණය හා එහි අතෘප්තිය)

ඇ) ලොව දැගීබව තවමත් පවතින අතර ලෝක බැංකුව, ජාත්‍යන්තර මූල්‍ය අරමුදල සහ අනෙකුත් සංවිධානවල ප්‍රතිපත්තීන් පිළිබඳව බොහෝදෙනා සතුව පවතින බිය

උදා: අප්‍රිකාවට ලබා දෙන සහනාධාර සීමා කිරීම හා සහනාධාර යටතේ බටහිර රටවල නිපදවන භාණ්ඩ සඳහා ආනයන වෙළඳපොළ විවෘත කිරීම තුළින් සමහරක් ජාතීන් සත්‍යවශයෙන්ම දැගී බවට පත් වේ

ඈ) විරස්ථායී (stable) දේශපාලනික හෝ ආර්ථික ස්ථාවරත්වයක් (stability) ලොව පුරා නොපවතී. එක් ආර්ථිකයක කඩා වැටීමක් (උදා: දකුණු අප්‍රිකාව) අනෙකුත් සෑම රටකටම බලපෑ හැකිය.

ඉ) සියලුම රටවල් ගෝලීය ක්‍රියාකාරකම්වල නිරත නොවේ. එසේම එක් එක් ආර්ථිකයන් කෙරෙහි සමානාත්මකව කටයුතු කරන (දියුණුව කෙරෙහි) කලාපයේ රටවල් කණ්ඩායම් වීමේ ප්‍රවණතාවයක්ද පවතී.

උදා: යුරෝපා කලාපීය රටවල් (Eurozone)

## තරඟකරුවන් හා සංවිධාන කෙරෙහි බලපෑම

### තරඟකරුවන් (Competitor)

තරඟකරුවෙකු යනු, සමාන භාණ්ඩ හා සේවා සපයනු ලබන චිකම හෝ සමාන කර්මාන්තයක නියුතු ව්‍යාපාරිකයෙකි.

### තරඟකාරී තත්ත්වය (Competition)

තරඟකාරී තත්ත්වය යනු, වෙළඳපල කොටස, පිරිවැය, මිල ගණන්, ගුණාත්මකභාවය සහ යම් ව්‍යාපාර චක්කයක අත්දැකීම් චිකතුවක් හෝ තරඟකාරීත්වයට සාපේක්ෂව භාණ්ඩයෙහි තත්ත්වයයි.

## තරඟකරුවන් වර්ග

කොට්ලර් (Kotler) ට අනුව තරඟකරුවන් වර්ග හතරකි.

### සන්නාම තරඟකරුවන් (Brand Competitors)

සමාන භාණ්ඩ ලබාදෙන සමාන ආයතන  
උදා: McDonald's සහ Burger King

### කර්මාන්ත තරඟකරුවන් (Industry Competitors)

සමාන භාණ්ඩ ලබාදෙන මුත් භූගෝලීය වෙළඳපල හෝ භාණ්ඩ පරාසය ආදිය තුළින් වෙනස්කම් සහිත අනෙකුත් ආයතන

### සාමාන්‍ය තරඟකරුවන් (Generic Competitors)

විවිධ භාණ්ඩ තුළින් චිකම වැය කළ හැකි ආදායම මත තරඟ කරනන්  
උදා: විදේශ නිවාඩු සහ නිවාස වැඩි දියුණු කිරීම අතර තේරීම

## ආකෘතීය තරඟකරුවන් (Form Competitors)

චිකිත්සා මූලධර්මවලට අනුකූලව ප්‍රමාණාත්මකව වෙනසක්වී සහිත භාණ්ඩ සපයන තරඟකරුවන්

උදා: ගිනිකූරු සහ සීගරටි දල්වනය (lighters)



## තරඟකරුවන් විශ්ලේෂණය

තරඟකරුවන් විශ්ලේෂණය යනු, වඩාත් සාර්ථක තරඟකාරී උපායක්‍රම ගොඩනැගීම සඳහා ප්‍රමාණාත්මකව වැදගත් වන තරඟකරුවන්ගේ හා විභව තරඟකරුවන්ගේ ශක්තීන් හා දුර්වලතාවයන් හඳුනා ගැනීම හා ප්‍රමාණය කිරීමයි. සංවිධානයක් විසින් තරඟකරුවන් විශ්ලේෂණය කිරීමේදී පහත සඳහන් ප්‍රධාන සාධක හතර පිළිබඳව සැලකිලිමත් විය යුතුය

- තරඟකරුවන්ගේ ඉලක්ක (ආයතනය වශයෙන් සම්පූර්ණ හෝ ආයතනයෙහි එක් ව්‍යාපාර ඒකකයක්)
- කර්මාන්තය පිළිබඳ තරඟකරුවන්ගේ උපකල්පන
- තරඟකරුවන්ගේ ප්‍රවර්තන හා විභව තත්වය සහ උපාය ක්‍රම
- තරඟකරුවන්ගේ හැකියාව.

සාධකය	අර්ථ නිරූපණය
තරඟකරුවන්ගේ ඉලක්ක (ආයතනය සම්පූර්ණ වශයෙන් හෝ ආයතනයෙහි එක් ව්‍යාපාර ඒකකයක්)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ව්‍යාපාරයේ සඳහන් මූල්‍ය ඉලක්ක මොනවාද? දිගු කාලීන හා කෙටි කාලීන අරමුණු අතර කුමන හුවමාරු කරගැනීම් සිදුකළ හැකි වේද?</li> <li>අවදානම් කෙරෙහි තරඟකරුවන්ගේ ආකල්පය කුමක්ද?</li> <li>කළමනාකාර විශ්වාසයන් එහි ඉලක්ක කෙරෙහි බලපාන්නේද? (උදා:- ආයතනය වෙළඳපල නායකයකු වීම)</li> <li>සංවිධාන ව්‍යුහ: එක් එක් ශ්‍රේණිය අංශයන්හි අනෙක්තය තත්වය කෙසේද?</li> <li>කුමන දිරිගැන්වීමේ පද්ධතියක් සහිත වේද?</li> <li>කළමනාකරුවන් කුමක් සඳහා කැමැත්තක් දක්වන්නේද? ඔවුන් යම් එක් උපායක්‍රමයක් කෙරෙහි වැඩි කැමැත්තක් දක්වන්නේද?</li> <li>ව්‍යාපාරයක එක් කණ්ඩායමක කොටසක් වන්නේ නම්, කණ්ඩායමේ අනෙකුත් කණ්ඩායම් හා උපකාරී වශයෙන් කොතරම් දුරට ක්‍රියාකරයිද? ව්‍යාපාරයේ පරමාර්ථය කුමක්ද? කණ්ඩායම සඳහා මුදල් ඉපයීම වේද?</li> </ul>

සාධකය	අර්ථ නිරූපණය
කර්මාන්තය පිළිබඳව තරඟකරුවන්ගේ උපකල්පන	<ul style="list-style-type: none"> <li>කර්මාන්තයක තමන්ට සාපේක්ෂව පවත්නා තත්වය පිළිබඳව තරඟකරුවන්ගේ විශ්වාසය කුමක් වේද? (පිරිවැය, භාණ්ඩවල ගුණාත්මකභාවය ආදිය මත)</li> <li>කළමනාකරුවන්ගේ ප්‍රතිචාර දැක්වීම කෙරෙහි කිසියම් සංස්කෘතික හෝ ප්‍රාදේශීය වෙනසක් බලපානු ලබයිද?</li> <li>කර්මාන්තයෙහි අනාගතය පිළිබඳව තරඟකරුවන්ගේ පවත්නා විශ්වාසය කුමක් වේද?</li> <li>කර්මාන්තයෙහි ගතානුගතික/සම්ප්‍රදායික ඥානය තරඟකරුවන් විසින් අනුමත කරන්නේද?</li> </ul>

## වෙළඳපල ප්‍රමාණය, වෙළඳපල වර්ධනය සහ වෙළඳපල කොටස

තරඟකරුවන් විශ්ලේෂණය කිරීමේදී වෙළඳපල හා සම්බන්ධ පහත සඳහන් සංකල්ප තුන අතර වෙනස හඳුනා ගැනීම ඉතා වැදගත් වේ

### (අ) වෙළඳපල ප්‍රමාණය (Market Size)

තරඟකරුවන්ගේ මුළු විකුණුම් ප්‍රමාණය හෝ විකුණුම් වටිනාකම් පදනම් කරගෙන වෙළඳපල ප්‍රමාණය පිළිබඳව අදහසක් ලබා ගැනීම ප්‍රයෝජනවත් වේ. නමුත් සමහර අවස්ථා වලදී වෙළඳපල පැහැදිලිවම නිර්වචනය කර ගැනීමේ අපහසුතා පැවතිය හැකිය.

### (ආ) වෙළඳපල වර්ධනය (Market Growth)

තරඟකරුවන් විශ්ලේෂණය කිරීමේදී සැලකිලිමත් වන තවත් එක් සාධකයක් වනුයේ පසුගිය වර්ෂවල, විශේෂයෙන් ආසන්නතම වර්ෂය තුළ, වෙළඳපල වර්ධනය කොතරම් වේගයකින් සිදුවූවාද යන්නයි

### (ඇ) වෙළඳපල කොටස (Market Share)

වෙළඳපල කොටස යනු සංවිධානයක් විසින් තම භාණ්ඩ හා සේවා සපයනු ලබන වෙළඳපල කොටසයි. වෙළඳපල කොටසෙහි වැඩිවීමක් සෑම විටම ඉල්ලුමෙහි වැඩිවීමක් නිසා සිදු නොවිය හැකිය.



මක්නිසාද යත්, වෙළඳපලක තරඟකරුවන් ප්‍රමාණය වැඩිවීමත් සමඟ එම වෙළඳපල වර්ධනය විය හැකි වන අතරම සංවිධානයෙහි වර්ධනයක් සහිත වුවද වෙළඳපල කොටසෙහි අඩුවීමක් දැකිය හැකිය. කෙසේවුවද විශාල හා වර්ධනය වන වෙළඳපල කොටසක් තබා ගැනීම තුළින් උපක්‍රමශීලී වාසි අත්කරගත හැකි වනුයේ පහත සඳහන් හේතු නිසාවෙනි

- (i) ආර්ථික පිරිමැසුම්
- (ii) සැපයුම්කරුවන් හැර යාම
- (iii) මිල මත දැඩි බලපෑම



### තරඟකරුවන්ගේ ප්‍රතිචාර ආකෘතිය/පැතිකඩ

මෙය තුළින් නිරූපණය වන්නේ තරඟකරුවන්ගේ ආක්‍රමණශීලී බව හා ඔවුන් තරඟ කළ යුතු නියම තරඟකාරී ස්ථානය/පරිසරයයි. කොට්ලර් (Koter) විසින් මෙවැනි ප්‍රතිචාර ආකෘති හතරක් හඳුනා ගනී

- Laid back තරඟකරු ප්‍රතිචාරයක් නොදක්වයි
- Tiger තරඟකරු සෑම විරුද්ධ ක්‍රියාවක් සඳහාම ආවේගශීලීව ප්‍රතිචාර දක්වයි.
- Selective තරඟකරු සමහර වෙළඳපලවල සමහර බලපෑම් කෙරෙහි ප්‍රතිචාර දක්වන මුත් සියල්ලටම ප්‍රතිචාර නොදක්වයි
- Stochastic තරඟකරුගේ ප්‍රතික්‍රියා අනුමාන කළ නොහැක.

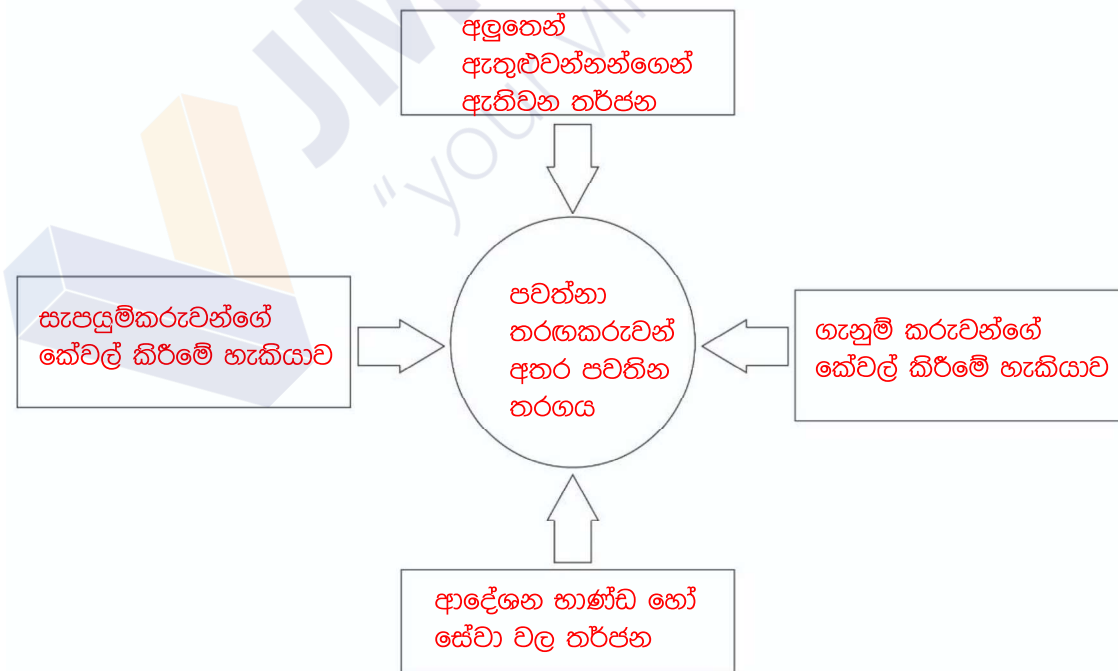
## තරඟකාරීත්වයෙහි වැදගත්කම/සුවිශේෂතාව

පහත සඳහන් දෑ සම්බන්ධව ආයතන අතර උපක්‍රමික සමානකම් දැකිය හැකි වේ නම්, තරඟකාරීත්වය තවත් තීව්‍ර විය හැක

- යොදාගන්නා තාක්ෂණය
- කළමනාකරණ කුසලතා
- බෙදාහැරීම් ජාලයන්
- පිරිනමනු ලබන භාණ්ඩ
- භූගෝලීය ආවරණය

ප්‍රවර්තන භාණ්ඩවල සමානකම් දැකිය නොහැකි නමුත්, වෙනත් අංශවල සමානකම් තුළින්ද තරඟකාරීත්වයක් ඇතිවිය හැක. උදාහරණයක් වශයෙන්, ඇඟළුම් සම්බන්ධ ආයතනයක් වුවද, ඔවුන්ගේ සන්නම යටතේම ආහාර අලෙවි කිරීමට යොමුවීම දැක්විය හැක.

## පෝටර්ගේ පංච බල විශ්ලේෂණය



## අලුතින් පැමිණෙන්නන්ගේ තරගය

අලුතින් ආයතන කර්මාන්තයට ඇතුළු වන විට එහි ධාරිතාව වැඩි වීම, වෙළෙඳපොළ කොටස වැඩි කර ගැනීමට උත්සාහ කිරීම හා විශාල සම්පත් ප්‍රමාණයක් වෙළෙඳපොළට ඇතුළු වීම සිදුවෙයි. එය වර්තමානයේ සිටින තරඟකරුවන්ගේ තත්ත්වය පිරිහීමට බලපාන අතර අලුතෙන් කර්මාන්තයට පිවිසෙන්නන්ගේ තර්ජන බොහෝ විට රඳා පවතින්නේ කර්මාන්තයට පිවිසීමට ඇති බාධාවන් ගේ ස්වරූපය මතයි. අලුතින් කර්මාන්තයට ඇතුළු වන්නන්ගේ බලපෑම ඉහළ නංවන සාධක පහත පරිදි වේ.

- වෙළෙඳපොළට ඇතුළුවීමට කුඩා ප්‍රාග්ධනයක් ප්‍රමාණවත් වීම
- ප්‍රවර්තන ආයතන වලට අලුතින් කර්මාන්තයට ඇතුළු වන්නන්ට බලපෑම් කිරීමේ හැකියාවක් නොමැති වීම
- ප්‍රවර්තන ආයතන වලට ස්වාධීකාරය අයිතීන්, වෙළෙඳ ලකුණු හෝ සන්නම් පක්ෂපාතී භාවයන් නොමැති වීම

- රජයේ නීති රෙගුලාසි අවම මට්ටමක පැවතීම
- වෙනත් නිෂ්පාදිතයකට මාරුවීමේදී පාරිභෝගිකයන්ට දැරීමට සිදුවන පිරිවැය අවම වීම
- ප්‍රවර්තකයින්ගේ නිෂ්පාදන සහ ප්‍රවේශකයින්ගේ නිෂ්පාදිත බොහෝ දුරට සමජාතීය වීවා වීම
- ප්‍රවේශකයින්ට ආර්ථික පිරිමැසුම් ලබාගැනීමට පහසු වීම.

## සැපයුම්කරුවන්ගේ කේවල් කිරීමේ බලය

නිෂ්පාදන සාධක සපයන සැපයුම්කරුවන් වෙළෙඳපොළ තුළ ශක්තිමත්ව සිටින තත්වයක් තුළ ඔවුන් විසින් තරගයට බලපෑම් කරනු ඇත. ඒ අනුව අමුද්‍රව්‍ය මිලදී ගන්නා ව්‍යාපාරවලට ඉහළ පිරිවැයක් යටතේ නිෂ්පාදන සාධක මිලදී ගැනීමට සිදුවන අතර එය ඔවුන්ගේ ලාභය කෙරෙහි සෘජුවම බලපෑම් කරයි. සැපයුම්කරුවන්ට සහ සැපයුම් කණ්ඩායම් වලට පහත තත්ත්වයන් මත ශක්තිමත් විය හැකිය.

- වෙළෙඳපොළ තුළ සැපයුම්කරුවන් සුළු ප්‍රමාණයක් සිටින විට
- සැපයුම්කරුවන් මහා පරිමාණ ව්‍යාපාර වන අතර ඉදිරිපසට සමෝධානය වීමේ හැකියාවක් පැවතීම
- ආදේශන නිෂ්පාදන සාධක සීමිත වීම
- සීමිත වූ නිෂ්පාදන සාධක වල හිමිකාරිත්වය සැපයුම්කරුවන් සතුවීම
- නිෂ්පාදන සාධක අතර මාරු වීමේ දී දැරීමට සිදුවන පිරිවැය ඉහල වීම .

**ගැනුම්කරුවන්ගේ කේවල් කිරීමේ බලය**

අඩු මිලක් ලබා ගැනීමට හෝ ගුණත්වය වැඩිකර ගැනීමට බලපෑම් කිරීමට ගැනුම්කරුවන්ට ඇති හැකියාව මත ගැනුම්කරුවන්ගේ කේවල් කිරීමේ හැකියාව වර්ධනය කරයි. ගැනුම්කරුවන් දිනාගැනීම සඳහා මිල අඩු කිරීම නිසා ආදායම් සීමා වීම හෝ ගුණත්වය වැඩි කිරීම නිසා පිරිවැය ඉහළ යාමෙන් ලාභ සීමාවේ. ගැනුම්කරුවන්ගේ බලය වැඩි කරන තත්ත්වයන් පහත පරිදි වේ.



- ගැනුම්කරුවන් විසින් විකුණුම්කරුවන්ගේ භාණ්ඩ හා සේවා වලින් වැඩි කොටසක් ගැනීම
- ගැනුම්කරුවන් පසුපසට සමෝධානය වීම තුලින් තමන් විසින් ද භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීමට හැකියාවක් පැවතීම
- ගැනුම්කරුවන් සංඛ්‍යාව සැපයුම්කරුවන්ට සාපේක්ෂව සීමිත වීම
- නිෂ්පාදිත අතර මාරුවීමේ පිරිවැය අවම වීම
- ආදේශන නිෂ්පාදිත විශාල ප්‍රමාණයක් පැවතීම
- ගැනුම්කරුවන් මිල සංවේදී වීම.



## ආදේශන භාණ්ඩ හා සේවා වල තර්ජන

එක හා සමාන අවශ්‍යතා සපුරාලන නමුත් භාණ්ඩ හා එහි ස්වරූපයෙහි විවිධ තත්වයන් සහිත වෙනත් නිෂ්පාදන ආදේශන භාණ්ඩ නම් වේ. ගැනුම්කරුවන්ට ආදේශන භාණ්ඩ අතර මාරු වීමට සිදුවන පිරිවැය අවම වන විට ආදේශන නිෂ්පාදිත වලින් ඇතිව වන බලපෑම ඉහළ වේ.

ඩීසල් සහ පෙට්‍රල් අතර මාරු වීමේ දී දැරීමට සිදුවන පිරිවැය ඉහළ වන බැවින් පෙට්‍රල් මිල ඉහළ ගිය ද ගැනුම්කරුවන් ඩීසල් වලට මාරු වීම සිදු නොවන අතර ගැනුම්කරුවන් සතු කේවල් කිරීමේ හැකියාව අවම වේ.

නමුත් තේ හා කෝපි ගැනුම්කරුවන්ට පහසුවෙන් අදාල නිෂ්පාදිත අතර මාරු වීම කළ හැකි බැවින් ගැනුම්කරුවන් සතු කේවල් කිරීමේ හැකියාව ඉහළ වේ .

## පවත්නා තරගකරුවන් අතර පවතින තරගය

ප්‍රචර්තන තරගකරුවන් වෙළඳපොළ කොටස දිනා ගැනීම සඳහා තරග කරන ආකාරය සහ තම තරගකරුවන් පැරදවීමට සිදුකරන විදිර්වාදිකම් නිසා ආයතන වල ලාභ සීමාවේ. ප්‍රචර්තන තරගකරුවන්ගේ විදිර්වාදිකම් වල බලපෑම් ඉහළ නංවන සාධක පහත පරිදි වේ.

- තරගකරුවන් විශාල ප්‍රමාණයක් සිටීම
- තරගයෙන් ඉවත් වීමේ බාධක ඉතා ඉහල වීම
- කර්මාන්තයේ වර්ධනය සීමා වීම හෝ සෘණ අගයක් ගැනීම
- තරගකරුවන් විසින් සමජාතිය නිෂ්පාදිත සපයන අතර පහසුවෙන් ආදේශ කිරීමේ හැකියාව
- තරගකරුවන්ගේ පරිමාණය සමාන වීම
- පාරිභෝගිකයන්ගේ පක්ෂපාතීභාවය පහළ මට්ටමක පැවතීම
- ප්‍රචර්තන තරගකරුවන් අතර පවතින ශක්තීන්.