

ව්‍යාපාර සැලසුම් ආකෘතිය

පාසල් කාණ්ඩය

**1 කොටස: ව්‍යවසායක පැතිකඩ**

**සාමාජික අංක 1**

1.1.1 සම්පූර්ණ නම: \_\_\_\_\_

1.1.2 ස්ථාවර ලිපිනය: \_\_\_\_\_

1.1.3 දිස්ත්‍රික්කය: \_\_\_\_\_

1.1.4 ප්‍රා.ලේ. කොට්ඨාශය: \_\_\_\_\_

1.1.5 ජාතික හැඳුනුම්පත් අංකය (තිබේ නම්): \_\_\_\_\_

1.1.6 උපන්දිනය: \_\_\_\_\_

1.1.7 ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය: \_\_\_\_\_

1.1.8 දුරකථන අංකය: \_\_\_\_\_

**සාමාජික අංක 2(අදාළ වන්නේ නම්) :**

1.2.1 සම්පූර්ණ නම: \_\_\_\_\_

1.2.2 ස්ථාවර ලිපිනය: \_\_\_\_\_

1.2.3 දිස්ත්‍රික්කය: \_\_\_\_\_

1.2.4 ප්‍රා.ලේ. කොට්ඨාශය: \_\_\_\_\_

1.2.5 ජාතික හැඳුනුම්පත් අංකය (තිබේ නම්): \_\_\_\_\_

1.2.6 උපන්දිනය: \_\_\_\_\_

1.2.7 ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය: \_\_\_\_\_

1.2.8 දුරකථන අංකය: \_\_\_\_\_

**සාමාජික අංක 3 (අදාළ වන්නේ නම්) :**

1.3.1 සම්පූර්ණ නම: \_\_\_\_\_

1.3.2 ස්ථාවර ලිපිනය: \_\_\_\_\_

1.3.3 දිස්ත්‍රික්කය: \_\_\_\_\_

1.3.4 ප්‍රා.ලේ. කොට්ඨාශය: \_\_\_\_\_

1.3.5 ජාතික හැඳුනුම්පත් අංකය (තිබේ නම්): \_\_\_\_\_

1.3.6 උපන්දිනය: \_\_\_\_\_

1.3.7 ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය: \_\_\_\_\_

1.3.8 දුරකථන අංකය: \_\_\_\_\_

සාමාජික අංක 4 (අදාළ වන්නේ නම්) :

1.4.1 සම්පූර්ණ නම: \_\_\_\_\_

1.4.2 ස්ථාවර ලිපිනය: \_\_\_\_\_

1.4.3 දිස්ත්‍රික්කය: \_\_\_\_\_

1.4.4 ප්‍රා.ලේ. කොට්ඨාශය: \_\_\_\_\_

1.4.5 ජාතික හැඳුනුම්පත් අංකය (තිබේ නම්): \_\_\_\_\_

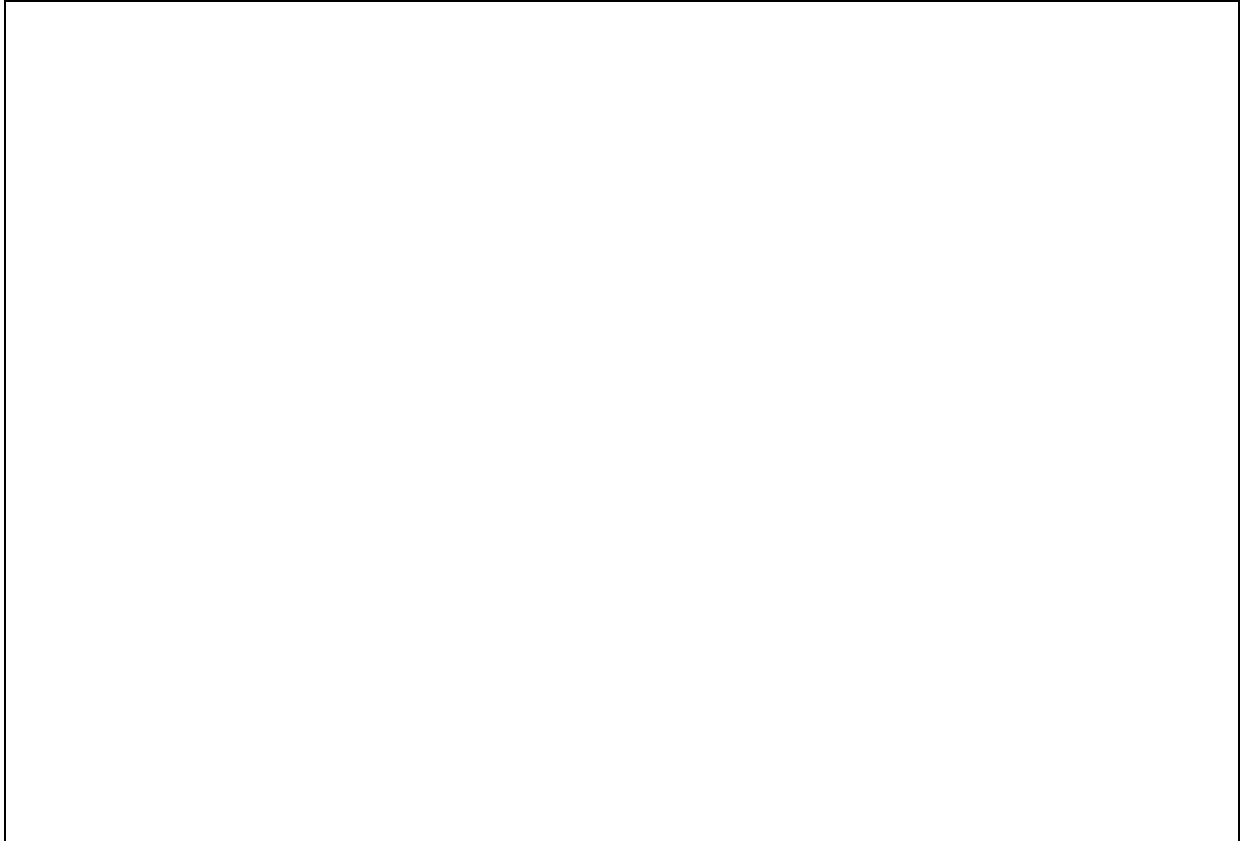
1.4.6 උපන්දිනය: \_\_\_\_\_

1.4.7 ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය: \_\_\_\_\_

1.4.8 දුරකථන අංකය: \_\_\_\_\_

1.5 ව්‍යාපාරික අදහස ඉදිරිපත් කිරීමට ඔබව පෙලඹවූයේ කුමක්ද? (ආර්ථික/පුද්ගලික/සමාජ හේතු)

*උදා. පවුලේ ආදායම වැඩි කිරීම, මූල්‍යමය වශයෙන් ස්වාධීන වීම, ඔබට ඇති කුසලතා සහ අත්දැකීම් භාවිතා කිරීම, පවතින සම්පත් ඵලදායී ලෙස භාවිතා කිරීම, මෙම ක්ෂේත්‍රයට ආදර්ශයක් වීම, නවෝත්පාදකයෙකු වීම සහ තමන්ගේම අනන්‍යතාවයක් වර්ධනය කිරීම හෝ වෙනත් හේතු.*



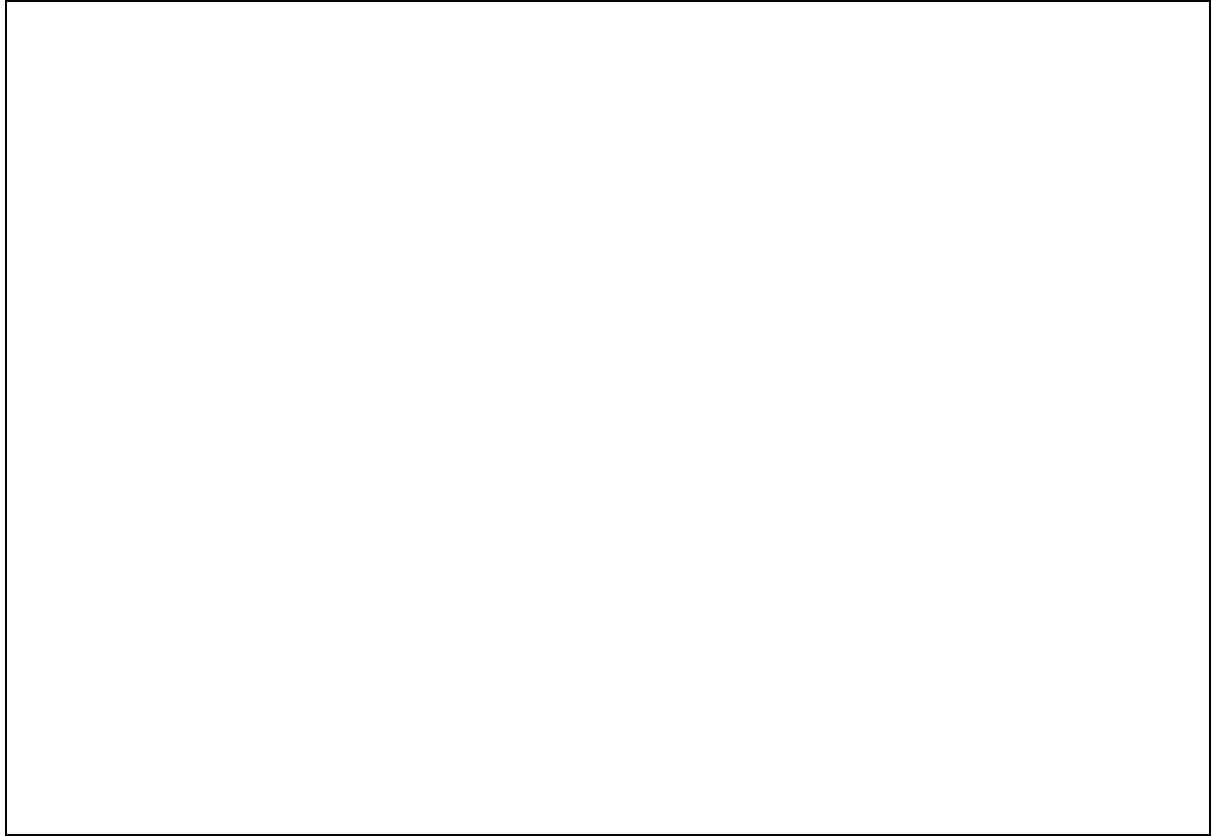
1.6 ඔබ විසින් කණ්ඩායම පිහිටුවා ගත්තේ කෙසේද? කණ්ඩායමේ සාමාජිකයන් එකිනෙකා හඳුනන්නේ කෙසේද? (කණ්ඩායම් සඳහා පමණක් අදාළ වේ)

උදා. පාසල් මිතුරන්, රැකියා ස්ථානයේ මිතුරන්, ආදිය.



1.7 කණ්ඩායමේ එක් එක් සාමාජිකයාගේ කාර්යභාරය කුමක්ද? (කණ්ඩායම් සඳහා පමණක් අදාළ වේ)

උදා. සාමාජික අංක 1 සමස්ථ මෙහෙයුම් (CEO) කළමනාකරණය කරන කණ්ඩායම් නායකයා වන අතර, සාමාජික අංක 2 මූල්‍ය කටයුතු (CFO) මෙන්ම අලෙවිකරණය (CMO) ද, සාමාජික අංක 3 මෙහෙයුම් කටයුතු (COO) භාරව සිටී. එක් පුද්ගලයෙකු එක් භූමිකාවකට වඩා නිරූපණය කළ හැකිය.



**2 කොටස: ව්‍යාපාරික අදහස**

2.1 ව්‍යාපාරික ක්‍රියාකාරකම් අදාළ වන අංශය (කෘෂිකාර්මික/පශු සම්පත්/ධීවර/තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණ/නිෂ්පාදන/සේවා



2.2 ව්‍යාපාරික ක්‍රියාකාරකම් වල ස්වභාවය (ව්‍යාපාර අදහස පිළිබඳ කෙටි විස්තරයක් සපයන්න)



2.3 ව්‍යාපාරයේ නම: \_\_\_\_\_

2.4 ව්‍යාපාර ලියාපදිංචි අංකය. (නිබේ නම්) : \_\_\_\_\_

2.5 ව්‍යාපාරික ස්ථානයේ ලිපිනය:  
\_\_\_\_\_

### 3 වන කොටස: ව්‍යාපාරික අදහස තක්සේරු කිරීම

#### 3.1 වෙළඳපළ පර්යේෂණ

3.1.1 ඔබේ ඉලක්කගත වෙළඳපොළෙහි ප්‍රමාණය විස්තර කරන්න. විභව පාරිභෝගිකයින් කී දෙනෙක් සිටීද?

උදා. ඔබ විසින් ඔබේ නගරය කේන්ද්‍ර කරගනිමින් නිවසේ සාදන ලද විස්කෝතු ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කරන්නේ නම්, නගරයෙහි කොපමණ පිරිසක් ජීවත් වනවාද සහ විස්කෝතු මිලදී ගැනීමට කොපමණ පිරිසක් උනන්දු විය හැකිද යන්න තක්සේරු කරන්න.

---

---

3.1.2 ඔබේ ප්‍රධාන තරඟකරුවන් හඳුනා ගන්න. ඔවුන් වර්තමානයේ නියුතු ව්‍යාපාරික ක්‍රියාකාරකම් සහ ඔවුන් තම නිෂ්පාදන හෝ සේවාවන් සඳහා මිල නියම කරන්නේ කෙසේද යන්න?.

උදා. ඔබ කෝපි අවන්හලක් විවෘත කරන්නේ නම්, ඔබේ ප්‍රදේශයේ අනෙකුත් කෝපිහල් ලැයිස්තුගත කර විවිධ වර්ගයේ කෝපි සහ කෙටි ආහාර සඳහා ඒවායේ මිල විස්තර කරන්න.



### 3.3 අවශ්‍ය සම්පත්

3.3.1 ඔබගේ ව්‍යාපාරය සඳහා අවශ්‍ය භෞතික, මානව සහ ඩිජිටල් (අදාළ නම්) සම්පත් ලැයිස්තුගත කරන්න.

Physical (tangible) භෞතික (ස්පර්ශ කළ හැකි)	Physical (intangible) භෞතික (ස්පර්ශ කළ නොහැකි)	Human මානව
උදා. බේකරියක් සඳහා වන මුළුතැන්ගෙයි උපකරණ	උදා. මාර්ගගත ඇණවුම් සඳහා වෙබ් අඩවියක්	උදා. දක්ෂ බේකරිකරුවෙක්
	උදා. ආහාර විකිණීමට බලපත්‍රය.	

### 4 වෙනි කොටස: ව්‍යාපාරික අදහස ක්‍රියාත්මක කිරීම

#### 4.1 ව්‍යාපාරය සඳහා ඉලක්ක

4.1.1 වසරක් , තෙවසරක් සහ දසවසරක් තුළ ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාරය දකින්නේ කිනම් ස්ථානයක ද ?

උදා. වසරකින්: දේශීය පාරිභෝගික පදනමක් ස්ථාපිත කිරීම. තෙවසරකින්: දෙවන වෙළඳසැල විවෘත කිරීම. වසර 10 කින්: කලාපීය වශයෙන් සුප්‍රසිද්ධ සන්නාමයක් බවට පත් කිරීම.

වසරකින්: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

තෙවසරකින්: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

වසර දහයකින්: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



## 4.2 වටිනාකම් යෝජනාව

### 4.2.1 ඔබේ භාණ්ඩය හෝ සේවාව අද්විතීය වන්නේ කුමක් නිසා ද?

උදා. අපගේ විසිකෝතු දේශීය මූලාශ්‍ර, කාබනික අමුද්‍රව්‍ය වලින් සාදා ඇති අතර, වෙනත් වෙළඳසැල් වල නොමැති අද්විතීය රසයන්ගෙන් ලබා ගත හැක.

## 4.3 මූලික ක්‍රියාකාරකම්

### 4.3.1 ඔබේ ව්‍යාපාරය සාර්ථක වීමට සිදු කළ යුතු මූලික ක්‍රියාකාරකම් මොනවාද?

උදා. බේකරියක් සඳහා: දිනපතා නැවුම් විසිකෝතු සැකසීම්, සමාජ මාධ්‍ය ප්‍රචාරණය සහ නොග කළමනාකරණය කිරීම.

#### 4.4 මූලය

4.4.1 ඔබේ ව්‍යාපාරය පවත්වාගෙන යාම සඳහා වන ප්‍රධාන වියදම් හඳුන්වන්න.

*උදා. බේකරියක් සඳහා: කුලිය, වැටුප්, අමුද්‍රව්‍ය, ඇසුරුම් සහ උපයෝගීතා බිල්පත්.*

--

4.4.2 ඔබේ ව්‍යාපාරයෙන් ආදායම් උපයා ගන්නා ආකාරය විස්තර කරන්න.

*උදා. බේකරියක් සඳහා: වෙළඳසැල් තුළ විකුණුම්, මාර්ගගත ඇණවුම්, වැඩසටහන් සඳහා ආහාර සැපයීමේ සේවා සහ සෘතුමය විශේෂ නිෂ්පාදන වලින් ලැබෙන ආදායම.*

--

**4.5 පාරිභෝගික ඛණ්ඩනය**

**4.5.1 ඔබේ ඉලක්කගත පාරිභෝගිකයන් කවුද?**

උදා. අප ව්‍යාපාරයෙහි ඉලක්කගත පාරිභෝගිකයින් වනුයේ, ආහාර තෝරාගැනීමේදී පහසුව සහ ගුණාත්මක බව අගය කරන තරුණ වෘත්තිකයන් (වයස අවුරුදු 20-35) ය.

<b>Geographic</b> භූගෝලීය	<b>Psychographic</b> මනෝවිද්‍යාත්මක	<b>Behavioural</b> චර්යාත්මක
මහාද්වීපය	සමාජ පංතිය	රුචි
රට	ජීවන රටාව	අරුචි
කලාපය	වටිනාකම්	පක්ෂපාතීත්වය
දිස්ත්‍රික්කය	පෞරුෂය	වියදම් කිරීමේ රටාව
නගරය	සමාජ මාධ්‍ය භාවිතය	භාවිතය

<b>Demographic</b> ජන විකාශනය	
<b>B2C</b> (ව්‍යාපාරයෙන් පාරිභෝගිකයාට)	<b>B2B</b> (ව්‍යාපාරයෙන් ව්‍යාපාරයට)
වයස ස්ත්‍රී පුරුෂභාවය	කර්මාන්ත සේවක සංඛ්‍යාව
ආදායම	මූල්‍යමය
වාර්ගිකත්වය/සංස්කෘතිය/ආගම	ව්‍යාපාරික ආකෘතිය
භාෂාව	නිෂ්පාදන ආකෘතිය (ඇසුරුම්/ඇසුරුම් ප්‍රමාණය)
වෘත්තිය	ව්‍යාපාර පරිමාණය (කුඩා/මධ්‍ය/මහා පරිමාණ)


**4.6 පාරිභෝගික සබඳතා**

4.6.1 ඔබ විසින් ඔබේ ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ අඛණ්ඩ සබඳතා වර්ධනය කරගැනීම සඳහා වන අන්තර් ක්‍රියා සැලසුම් කරන්නේ කෙසේද?

*උදා. සමාජ මාධ්‍යන්හි නියැලීමෙන්, විද්‍යුත් තැපැල් පුවත් පත්‍රිකා සමඟ පසු විපරම් කිරීමෙන් සහ පුනරාවර්තන පාරිභෝගිකයින් සඳහා පක්ෂපාතීත්ව වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කිරීම.*

**4.7 මාධ්‍යයන්**

4.7.2 ඔබේ භාණ්ඩ හෝ සේවාවන් අලෙවි කිරීමට සහ විකිණීමට ඔබ භාවිතා කරන මාධ්‍යයන් මොනවාද?

*උදා. Instagram සහ දේශීය ආහාර බ්ලොග් හරහා අලෙවිකරණය; අන්තර්ජාල වෙළඳසැලක් සහ භෞතික වෙළඳසැලක් හරහා භාණ්ඩ හෝ සේවාවන් අලෙවි කිරීම.*