සමාජ ව්‍යවසාය අත්පොත

Funded by the European Union

care

Chrysalis
Catalyzing change

BRITISH COUNCIL

Lanka Social Ventures
Supporting entrepreneurship & innovation for social change

සමාජ ව්‍යවසාය අත්පොත

අපට ලෝකය වෙනස් කර
එය වඩාත් හොඳ තැනක් කළ හැකිය.
වෙනසක් කිරීම ඔබ සතුය.

නෙල්සන් මැන්ඩෙලා

බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලය විසින් යුරෝපා හවුලේ
ඒකාබද්ධ ග්‍රාමීය සංවර්ධන වැඩසටහනේ 'එන්ටර්ප්‍රයිස්' ව්‍යාපෘතිය
අනුග්‍රහයෙන් ප්‍රකාශයට පත් කරන ලදී.
ලංකා සෝෂල් වෙන්චර්ස් සමාගම විසින් සම්පාදනය කරන ලදී.

Funded by the European Union
In collaboration with the Government of Sri Lanka
care
Chrysalis Catalyzing change
BRITISH COUNCIL
Lanka Social Ventures

බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලයේ ප්‍රකාශනයකි

BRITISH COUNCIL

බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලය
49, ඇල්ෆ්‍රඩ් හවුස් ගාඩ්න්ස්
කොළඹ 03

ප්‍රථම මුද්‍රණය 2022

© 2022 by British Council
All rights reserved

ISBN : 978-624-5548-11-8

අප සැමට ජීවත් වීමට
වඩා යහපත් ශ්‍රී ලංකාවක් ඇති කිරීමට
වෙහෙස මහන්සි වන
සියලූම සමාජ ව්‍යවසායකයන් වෙත
මෙම ප්‍රකාශනය පිරිනමන්නෙමු

පටුන

පෙරවදන vii

පිළිගැන්වීම viii

මෙම අත්පොත කා සඳහාද? 1

01 පරිච්ඡේදය - සමාජ ව්‍යවසායයන් හඳුනාගැනීම 3

02 පරිච්ඡේදය - සමාජ ව්‍යවසායයන්ගේ ප්‍රධාන ලක්ෂණ 8

03 පරිච්ඡේදය - විවිධ සමාජ ව්‍යවසාය ව්‍යාපාර ආකෘති 18

04 පරිච්ඡේදය - සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කරන්නේ කෙසේද? 22

05 පරිච්ඡේදය - සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමේ පියවර 26

06 පරිච්ඡේදය - සමාජ ව්‍යවසාය අදහස් ජනනය කිරීම,
තෝරා බේරා ගැනීම සහ ඇගයීම 39

07 පරිච්ඡේදය - සමාජ ව්‍යවසාය පිහිටුවීමට සැලසුම් කිරීම.................................. 57

08 පරිච්ඡේදය - සමාජ බලපෑම යනු කුමක්ද සහ ඔබ අදහස් කළ බලපෑම,
ඔබ සාක්ෂාත් කර ගෙන ඇත්දැයි දැන ගන්නේ කෙසේද? 69

සමාජ ව්‍යවසායකයින් සඳහා වැඩිදුර තොරතුරු සහ ඉගෙනුම් මූලාශ්‍ර 71

WELCOME to the 2012 SOCIAL ENTERPRISE CONFERENCE
"Go out into the world and do well. But, more importantly, GO INTO the WORLD & DO GOOD"
SHARED value
where FINANCIAL RETURN & SOCIAL IMPACT INTERSECT
NEVER UNDERESTIMATE SIMPLICITY
I DO IT BECAUSE I LOVE IT
NON/FOR PROFIT HYBRID (SHARED VALUE)
AWARENESS of WASTE LEADS to REDUCTION of WASTE
A BALANCE of ENTREPRENEURIAL SPIRIT & ADVICE
INNOVATION
INCLUSION
IMPACT
TEST NEW IDEAS
PARTNERSHIPS
COLLABORATION
HOW WILL YOU WORK TOGETHER?
INTERSECTIONS
LOOK FOR OPPORTUNITY in the INBETWEEN
LEADERSHIP
WHAT'S WORKING?
TRANSPARENCY
SUCCESSFUL SOCIAL ENTREPRENEURS
SOCIAL IMPACT BONDS will only WORK WHEN YOU HAVE PROVEN SOCIAL PROGRAMS
IT IS POSSIBLE to SCALE with PHILANTHROPIC DOLLARS
take the RISK NOW
CONTINUOUS IMPACT MEASUREMENT
FEEDBACK
SCALE
HELP YOUR FRIENDS BE AS COURAGEOUS AS YOU
YOU HAVE THE POWER TO KEEP THE ENGINE GOING
PATH to SCALE ISN'T ALWAYS CLEAR
BE VULNERABLE
BE POWERFUL
THINK SIMPLE
PARTNERSHIP
PASSION
FAIL FAST & ITERATE LEARN TRY AGAIN
WHEN EVERYONE IS A CHANGEMAKER WE ALL BENEFIT/ WE NEED TO PROMISE OURSELVES THAT WE WILL HELP EVERYONE GET THERE
INNOVATION INCLUSION IMPACT
FERTILE TERRITORY for SOCIAL ENTERPRISE INNOVATION
EXPAND the BOUNDARIES of ECONOMIC MARKETS TO INCLUDE MARGINALIZED POPULATIONS
GLOBAL FORCE LOCAL CITIZEN
WELL+GOOD
PROVIDING GRAPHICS, PROCESS DESIGN & FACILITATION

පෙරවදන

සමාජ ව්‍යවසායකත්ව සංකල්පය ශ්‍රී ලංකාව තුල ප්‍රචලිත කිරීමට බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලය 2013 සිට විවිධ වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරන ලදී. මෙහි එක් සංධිස්ථානයක් ලෙස 2017 වර්ෂයේදී යුරෝපා සංගමයේ ආධාර මත ක්‍රියාත්මක කිරීම ආරම්භ කළ 'එන්ටර්ප්‍රයිස්' ව්‍යාපෘතිය හැඳින්විය හැක. මෙම ව්‍යාපෘතිය කෙයාර් ජර්මන් (Care Germany) ආයතනය, ක්‍රිසලිස් (Chrysalis) සහ බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලය (British Council) එක්ව ක්‍රියාත්මක කෙරිණි.

මෙම ව්‍යාපෘතිය යටතේ බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලය සමාජ ව්‍යවසාය සම්බන්ධ වැඩසටහන් මාතලේ, නුවරඑලිය, බදුල්ල සහ මොනරාගල දිස්ත්‍රික්කවල දියත් කළ අතර සමාජ ව්‍යාපාර සංකල්පය ව්‍යවසායකයින් හට හඳුන්වාදීම, සමාජ ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමට දිරිගැන්වීම මෙන්ම සමාජ ව්‍යාපාර ප්‍රගමනයට අවශ්‍ය වටපිටාවක් ඇතිකිරීමට කටයුතු කරන ලදී. වැඩසටහන ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී ව්‍යවසායකයින්, සමාජ ව්‍යවසායකයින්, ව්‍යාපාර ආරම්භ කිරීමට බලාපොරොත්තුවන්නන් මෙන්ම රාජ්‍ය සහ රාජ්‍ය නොවන ආයතනවල නිලධාරීන් රැසක් සහභාගී කර ගන්නා ලදී.

මෙම "සමාජ ව්‍යවසාය අත්පොත"සමාජ ව්‍යවසායකත්ව සංකල්පය පිළිබඳ දැනුම තවදුරටත් ලබාගැනීමට අපේක්ෂිත පරිශීලකයින් ඉල්ලක්ක කරගෙන එළිදක්වන ලදී. මෙහි අන්තර්ගත සමාජ ව්‍යවසාය සිද්ධාන්ත, සංකල්ප සහ අනෙකුත් තොරතුරු ශ්‍රී ලංකාව තුළ සමාජ ව්‍යවසායකයින් බිහිකිරීමට සහ සවිබලගැන්වීමට හේතු පාදක වන බව නොවනුමානයි.

සංජීවනී මුණසිංහ

වැඩසටහන් ප්‍රධානී - බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලය

පිළිගැන්වීම

මෙම සමාජ ව්‍යවසාය අත්පොත සකස් කිරීමේ වගකීම අපහට පැවැරීම පිළිබඳවත්, මේ සඳහා දැක්වූ සහයෝගය පිළිබඳවත් බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලයට සහ එහි වැඩසටහන් ප්‍රධානී සංජීවනී මුණසිංහ මහත්මිය ඇතුළු සමාජ ව්‍යවසාය කණ්ඩායමට අපගේ ස්තුතිය පිරිනමන්නෙමු.

පසුගිය වසර හත තුළ ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ ව්‍යවසායයන් හා කටයුතු කිරීමේදී අප ලබාගත් දැනුම හා පළපුරුද්ද මෙම අත්පොත සැකසීමේදී මහඟු ලෙස ප්‍රයෝජනවත් විය.

මෙම අත්පොත සෑම ව්‍යවසායෙකුටම තම සමාජ ව්‍යවසාය ආරම්භ කිරීමේදී සහ පවත්වාගෙන යාමේදී ඉටුකළ යුතු දේවල් පිළිබඳව ඉතා සරල ලෙස විස්තර කර ඇත. මෙය සෑම ව්‍යවසායෙකුටම ප්‍රයෝජනවත් වනු ඇතැයි අපි විශ්වාස කරමු.

ආචාර්ය ලලිත් වෙලමැදගේ
කළමණාකාර අධ්‍යක්ෂ සහ ප්‍රධාන විධායක
ලංකා සෝෂල් වෙන්චර්ස් සමාගම

Lanka Social Ventures
Supporting entrepreneurship & innovation for social change

මෙම අත්පොත කා සඳහාද?

මෙම අත්පොත ඔබට හෝ ඔබේ සංවිධානයට නව සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කිරීමට හෝ සංවර්ධනය කිරීමට අවශ්‍ය මූලික දැනුම ලබා දෙයි. නව සමාජ ව්‍යවසායයන් දියුණු කිරීමට උපකාර කිරීම කෙරෙහි මෙම අත්පොත අවධානය යොමු කර ඇතත් මෙය විශේෂයෙන් ම ප්‍රයෝජනවත් වනුයේ:

- සමාජ හෝ පාරිසරික අරමුණක් සඳහා ව්‍යවසායක් ආරම්භ කිරීමට අපේක්ෂා කරන පුද්ගලයන් හෝ පුද්ගල කණ්ඩායම්වලට
- සමාජ ව්‍යවසායක් බවට පරිවර්තනය වීමට අපේක්ෂා කරන ස්වේච්ඡා සංවිධාන, ප්‍රජා සංවිධාන සහ නිෂ්පාදන කණ්ඩායම්වලට
- සමාජ ව්‍යවසාය නැවත උත්පාදනය කිරීමට හෝ තම ප්‍රජාව සඳහා රැකියා උත්පාදනය කිරීමට සුදුසු ක්‍රමයක් දැයි ගවේෂණය කරන ප්‍රජා කණ්ඩායම් හෝ සංවිධාන
- තම ප්‍රජාවේ සමාජ හා ආර්ථික සුභ සිද්ධිය ඇතිකිරීම සඳහා ගැළපෙන ක්‍රමවේද ගවේෂණය කරන ප්‍රජා කණ්ඩායම් හෝ සංවිධානවලට
- සමාජ ව්‍යවසායයන් සඳහා උපදෙස් හෝ මාර්ගෝප සපයන උපදේශකවරුන් හට

මෙම අත්පොත ඔබේ සමාජ ව්‍යවසාය ආරම්භ කිරීම සඳහා පියවරෙන් පියවර ප්‍රවේශයක්, ඉතා සරල ලෙස ඉදිරිපත් කරන අතර ව්‍යවසාය සැලසුම් කිරීම පිළිබඳ ව මූලික දැනුමක් ලබා දීමට උත්සාහ කරයි. මෙම අත්පොත ඕනෑම ව්‍යවසායකයෙකු, ප්‍රජා කණ්ඩායමක්, හෝ ස්වේච්ඡා සංවිධානයක් සඳහා හොඳ කළමනාකරණ මෙවලමක් වශයෙන් භාවිතා කළ හැක.

1 සමාජ ව්‍යවසායයන් හඳුනාගැනීම

සමාජ ව්‍යවසාය යනු කුමක්ද?

සමාජ ව්‍යවසාය යනු ලෝකය යහපත් ලෙස වෙනස් වෙනස් කිරීමට උත්සාහ දරන ව්‍යාපාර සංවිධාන ලෙස හැඳින්විය හැක. සාම්ප්‍රදායික ව්‍යාපාර මෙන් සමාජ ව්‍යවසායයන්ද ලාභ ඉපැයීම අරමුණු කරන නමුත් ඔවුන් පැහැදිලි ලෙස වෙනස් වෙන්නේ ඔවුන්ගේ ලාභයෙන් ඔවුන් කරන දෙයයි. එනම් ධනාත්මක සමාජ වෙනසක් ඇති කිරීම සඳහා ලබන ආදායමේ අතිරික්තයෙන් හෝ ලාභයෙන් කොටසක් හෝ සම්පූර්ණ වශයෙන් තම සමාජ හෝ පාරිසරික අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා නැවත ආයෝජනය කිරීමයි. එසේ නැත්නම් පරිත්‍යාග කරයි, සමාජ ව්‍යවසායයන් ඕනෑම ප්‍රජාවක, එනම් ග්‍රාමීය හෝ නාගරික ප්‍රජාවන් තුළ ක්‍රියාත්මක කළ හැක.

වෙළඳපලේ භාණ්ඩ හා සේවා විකිණීමෙන්, සමාජ ව්‍යවසායයන් රැකියා උත්පාදනය කරන අතර ඔවුන්ගේ ලාභය ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාරයට සහ තම ප්‍රජාවගේ උන්නතිය සඳහා නැවත ආයෝජනය කරයි. මෙය ඔවුන්ට සමාජ ගැටලු විසඳීමට, මිනිසුන්ගේ ජීවන අවස්ථා වැඩි දියුණු කිරීමට, වෙළඳපළෙන් දුරස්ථ අයට පුහුණුව සහ රැකියා අවස්ථා ලබා දීමට, ප්‍රජාවන්ට සහාය වීමට සහ පරිසරය ආරක්ෂා කිරීමට ඉඩ සලසයි.

සමාජ ව්‍යවසායයන් විවිධ ක්ෂේත්‍ර වල ක්‍රියාත්මක වේ. විශේෂයෙන්ම කෘෂිකාර්මික, ධීවර සහ සමුද්‍රීය, පාරිභෝගික භාණ්ඩ සහ සේවා සහ ආහාර පාන නිෂ්පාදනය සහ බෙදා හැරීම, සෞඛ්‍ය සහ සමාජ ආරක්ෂණ සේවා, පරිසර ආරක්ෂණය, ප්‍රතිචක්‍රීකරණය සහ අධිචක්‍රීකරණය, විකල්ප බලශක්ති ජනනය, සංස්කෘතික විවිධත්වය සහ උරුමය ආරක්ෂා කිරීම, අධ්‍යාපනය, ළමා සුරැකුම්, ජාතීන් සහ සමාජ සමානාත්මතාවය, සහ තොරතුරු සහ සන්නිවේදනය යන ක්ෂේත්‍ර වල සමාජ ව්‍යවසායයන් බහුලව දැකිය හැක.

තවද, සමාජ ව්‍යවසායයන් විශේෂයෙන්ම සමාජයේ විශේෂිත වූ මෙන්ම ආන්තික කණ්ඩායම් කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කර ඇත. මෙම කණ්ඩායම් අතරින් ජ්‍යෙෂ්ඨ පුරවැසියන්, ළමුන්, තනි මව්වරුන්, ආබාධිත පුද්ගලයින්, හිටපු රැඳවියන්, සහ අඩු ආදායම්ලාභීන් සමාජ ව්‍යවසායයන්ගේ විශේෂ අවධානයට ලක් වී ඇති අතර ඔවුන් සඳහා භාණ්ඩ හා සේවා සැපයීම පිණිස සමාජ ව්‍යවසායන් ආරම්භ කර සාර්ථකව ක්‍රියාත්මක කර ඇත.

සමාජ ව්‍යවසාය යනු ලෝකය යහපත් ලෙස
වෙනස් කරන ව්‍යාපාර වේ. සම්ප්‍රදායික ව්‍යාපාර
මෙන් ඔවුන් ලාභ ඉපැයීම අරමුණු කරන නමුත්,
ඔවුන් සම්ප්‍රදායික ව්‍යාපාර වලින් වෙනස් වන්නේ
ඔවුන්ගේ ලාභයෙන් කරන දෙයයි.
එනම් ධනාත්මක සමාජ වෙනසක් ඇති කිරීම
සඳහා ඵලදායී ලෙස නැවත යෙදවීමයි.

Social Enterprise UK

සමාජ නවෝත්පාදන (Social Innovations)

සමාජ නවෝත්පාදන යනු යම් සමාජමය අවශ්‍යතාවයක් හෝ සමාජය වෙනසක් සඳහා නව නිෂ්පාදන, සේවා සහ ආකෘති අදහස් නිර්මාණය කිරීමයි.
මෙම නව සංකල්ප අපේ සමාජයට සහ පරිසරයට මුල්තැන දෙන පවතින සමාජ, සංස්කෘතික, ආර්ථික සහ පාරිසරික අභියෝග විසඳීමට උපකාරී වේ.
සමහර සමාජ නවෝත්පාදන යම් පවත්නා පද්ධති සහ ක්‍රමවේද නව්‍යකරණය කරයි එසේත් නැතිනම් ස්ථිර ලෙස වෙනස් කරයි.

ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ ව්‍යවසායයන්

ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ ව්‍යාවසායයන් වලට දීර්ඝ ඉතිහාසයක් ඇති අතර එය මහනුවර දිස්ත්‍රික්කයේ ප්‍රථම සමුපකාර සමිතියේ උපත සිදු වූ 1904 දක්වා ඈතට දිව යයි. කාලයාගේ ඇවෑමෙන් විවිධ නම්වලින් හැඳින්වුව ද, වාණිජ කටයුතු සිදු කරන සමාජ සංවිධාන රටේ සමාජ-ආර්ථික සංවර්ධනය සඳහා විශාල කාර්යභාරයක් ඉටු කර ඇත. මෙම ක්ෂේත්‍රයේ දියුණුව සඳහා විවිධ රජයන් හි සමාජ සුබසාධන ප්‍රතිපත්ති වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කර ඇත.

බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලය විසින් 2018 කරන ලද ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ ව්‍යවසායයන් පිළිබඳ අධ්‍යයනයට අනුව සමාජ ව්‍යවසාය ලක්ෂණ සපුරාලන සංවිධාන සංඛ්‍යාව ආසන්න වශයෙන් 11,000 ක් ලෙස ගණන් බලා ඇත. සමාජ ව්‍යවසායයන් අනෙකුත් ව්‍යාපාරවලට මෙන්ම ඔවුන්ගේ ම විශේෂිත අභියෝගවලට මුහුණ දිය හැකි ය. පසුගිය වසර පහ තුළ, රට තුළ ජනප්‍රිය නව ව්‍යාපාර රැල්ලක් බවට පත් වෙමින් සමාජ ව්‍යවසායයන් කැපී පෙනෙන ප්‍රගතියක් දක්වා ඇත.

ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ ව්‍යවසාය අංශය ප්‍රධාන වශයෙන් පහත සඳහන් සංවිධාන සහ පුද්ගලයන්ගෙන් සමන්විත වේ.

- සිවිල් සමාජ සංවිධාන
- නිෂ්පාදන සංවිධාන
- සමුපකාර සමිති
- දේශීය රාජ්‍ය නොවන සංවිධාන
- වෘත්තීය සංවිධාන
- පළමු සහ දෙවන පරම්පරාවේ පවුල් ව්‍යාපාර
- කුඩා සහ මධ්‍යම පරිමාණ ව්‍යවසායයන්
- නව පරම්පරාවේ ව්‍යවසායකයින් සහ නවෝත්පාදකයින්

ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රමුඛ සමාජ ව්‍යවසායයන්

2 සමාජ ව්‍යවසායන්ගේ ප්‍රධාන ලක්ෂණ

සමාජ ව්‍යවසායන්හි පොදු සහ විශේෂිත වූ ලක්ෂණ කිහිපයක් ඇත. සමාජ ව්‍යවසායයන්ගේ වැදගත්ම ලක්ෂණය වන්නේ ඔවුන් මිනිසුන්ගේ ජීවිත හෝ පරිසරය වැඩිදියුණු කිරීම අරමුණු කරගනිමින් සමාජ සහ පාරිසරික ගැටළු ආමන්ත්‍රණය කිරීමට කටයුතු කිරීමයි. ඒ අනුව ඔවුන් සමාජීය සහ පාරිසරික අරමුණු තම ව්‍යාපාරික අරමුණු සමග ඒකාබද්ධ කරමින් ව්‍යාපාර පවත්වාගෙන යයි. සම්ප්‍රදායික ව්‍යවසායන් මෙන් නොව සමාජ ව්‍යවසායකයින් අරමුණු කරන්නේ අයිතිකරුවන්ට සහ කොටස් හිමියන්ට ලාභ ඉපැයීමට වඩා සමාජ බලපෑම සාක්ෂාත් කර ගැනීමයි. තවද ඔවුන් සමාජ බලපෑම ලාභයට වඩා වැදගත් කොට සලකයි.

සමාජ ව්‍යවසායයන්හි ප්‍රධාන ලක්ෂණ වනුයේ:

- ආර්ථික බලපෑමට වඩා සමාජ බලපෑම වැදගත් කොට සලකයි.
- ලාභයෙන් වැඩි ප්‍රමාණයක් ව්‍යවසායයේ සමාජ අරමුණු මත නැවත ආයෝජනය කෙරේ.
- සමාජ සහ පාරිසරික ගැටළු ආමන්ත්‍රණය කරයි, එනම්, ඔවුන් ප්‍රජාවන් හෝ මිනිසුන්ගේ ජීවිත වැඩිදියුණු කිරීම හෝ පරිසරය ආරක්ෂා කිරීම අරමුණු කරයි.

සමාජ ව්‍යවසායන්හි පහත ලක්ෂණද ඇත

- නිශ්චිත සමාජ අරමුණු - Explicit social objectives
- මූල්‍ය සංයුතිය - Funding composition
- අවදානම් ව්‍යවර්ථනය - Risk aversion
- පරිමාව - Scale
- සමාජ ව්‍යවසායකත්වය - Social entrepreneurship
- සම්බන්ධ වන පුද්ගලයන් සහ ආයතන - Stakeholders
- ශ්‍රම ආයෝජනය - Sweat equity

සමාජ ව්‍යවසායයක් සාර්ථක වීමට බලපාන සාධක

සාර්ථක ව්‍යවසායක ගුණාංග තිබීම

පැහැදිලි සාමාජීය සහ ව්‍යාපාරික අරමුණු තිබීම

සවිමත් සහ ප්‍රබෝධමත් නායකත්වයක් තිබීම

ඉලක්ක කණ්ඩායමට සහ වෙළඳපලට ගැලපෙන ලෙස ව්‍යාපාරය සකස්වීම

නිෂ්පාදනය කරන භාණ්ඩය හෝ සේවාව අන් අයට ප්‍රයෝජනවත් වීම

මනා ව්‍යාපාරික සහ සාමාජීය අන්තර් සම්බන්ධතා පවත්වා ගැනීම

සවිමත් ව්‍යාපාර ව්‍යුහයක් සහ කලමනාකරණ ක්‍රමවේදයක් තිබීම

මූල්‍ය කටයුතු පිළිබඳව දැඩි ග්‍රහණයක් සහ මූල්‍ය විනයක් තිබීම

ලාභදායීවීම සහ තිරසර පැවැත්ම

අළුත් දේවල් ඉගෙනීමට ඇති කැමැත්ත

විවෘත හා විනිවිද භාවය

නවෝත්පාදන සංස්කෘතියක් තිබීම

සමාජ ව්‍යවසායක් යනු කුමක්ද?

සමාජ හෝ පාරිසරික ගැටළුවක් ආමන්ත්‍රණය කරයි

රැකියා සහ ආදායම් උත්පාදනය කරයි

උපයාගත් ආදායම් සමාජ අරමුණු මත නැවත ආයෝජනය කරයි

මිනිසුන්ගේ ජීවන තත්ත්වය නංවාලයි

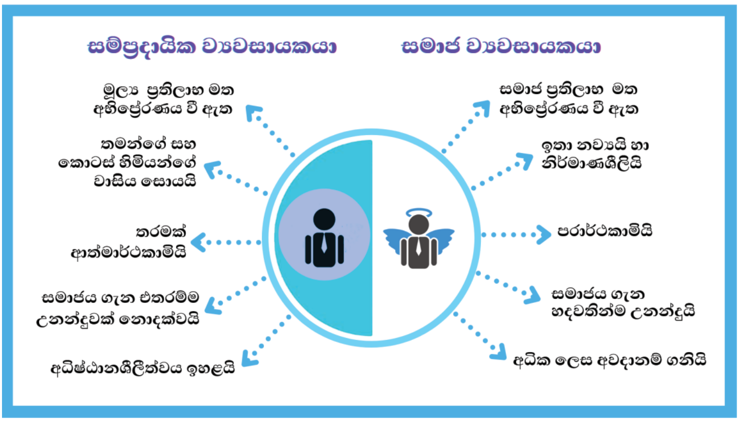
සමාජ ව්‍යවසායකයින් සහ සම්ප්‍රදායික ව්‍යවසායකයින් අතර ඇති වෙනස

සම්ප්‍රදායික ව්‍යවසායකයා

ලාභ අපේක්ෂාවෙන් අවදානමක් දරා යම් වාණිජ කාර්යයක් සඳහා මූල්‍ය ආයෝජනයක් කරන තැනැත්තා

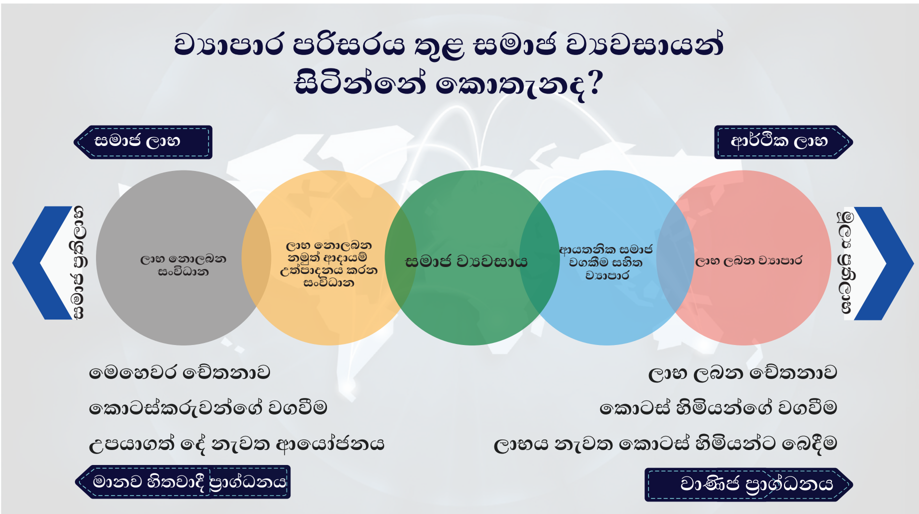
සමාජ ව්‍යවසායකයා

සමාජ හෝ පරිසර ගැටළුවක් ආමන්ත්‍රණය කිරීමේ අරමුණෙන් අවදානමක් දරා යම් වාණිජ කාර්යයක් සඳහා මූල්‍ය ආයෝජනයක් කරන තැනැත්තා



ව්‍යාපාර ලෝකයේ සමාජ ව්‍යවසාය ස්ථාන ගත වී ඇති අයුරු

සමාජ ව්‍යවසායයන් සහ සමාජ ව්‍යවසාය නිර්මාතෘවරුන් ව්‍යාපාරික ලෝකයේ ඉතා වැදගත් කොටසක් ලෙස සැලකිය හැක. එමනිසා ව්‍යාපාරික ලෝකයේ සමාජ ව්‍යවසායයන් ස්ථානගතවී ඇත්තේ කුමන ස්ථානයේදැයි හඳුනාගත යුතුය. ව්‍යාපාරික ලෝකයේ ප්‍රධාන සංවිධාන වර්ග කිහිපයක් ඇත. ඒවා නම් ලාභය අරමුණු කරගත් සංවිධාන (profit-oriented organisations), ලාභය ඉලක්ක කරගත් ආයතනික සමාජ වගකීම් සහිත සංවිධාන (corporate social responsiblility), වාණිජ ක්‍රියාකාරකම් තුළින් ආදායම් උපදවන ලාභ නොලබන සංවිධාන (income generating non-profit) සහ ලාභ නොලබන සංවිධාන (non-profit). මේ අනුව සමාජ ව්‍යවසායයන් දෙමුහුන් සංවිධානයක් (hybrid) ලෙස සලකනු ලබන්නේ ලාභය ලබන සහ ලාභ නොලබන ආයතන දෙකෙහිම ලක්ෂණ ඇති බැවිනි. පහත රූප සටහන මඟින් සමාජ ව්‍යවසායයන් ව්‍යාපාරික ලෝකයේ ස්ථානගත වී ඇත්තේ කොතැනද යන්න පෙන්වයි.



ප්‍රකට සමාජ ව්‍යවසායයන් සහ ඒවායේ නිර්මාතෘවරුන් පිළිබඳ උදාහරණ කිහිපයක්

බයෝලයිට් එනර්ජි, නිව්යෝර්ක්, ඇමරිකා එක්සත් ජනපදය
Bio-Lite Energy, New York, United State of America

සමාජ නවෝත්පාදකයා

ඇලෙක් ඩ්‍රමන්ඩ් සහ ජොනතන් සිඩර් යන ඉංජිනේරු උපාධිධාරීන් දෙදෙනා විසින් 2006 දී ආරම්භ කරන ලද මෙම සමාජ ව්‍යවසාය මගින් බලශක්ති අඩුවෙන් භාවිතා කරන ආලෝකකරණ සහ ඉවුම් පිහුම් උපකරණ නිෂ්පාදනය කර අලෙවි කරයි.

හඳුනාගත් සමාජ ගැටලුව

ලෝකයේ සංවර්ධනය වෙමින් පවතින රටවල්වල අඩු ආදායම් ලබන ජනතාව නිවෙස් ආලෝක කිරීම සහ ආහාර පිසීම සඳහා සාමූහිකව වාර්ෂිකව වියදම් කරන මුදල ඩොලර් බිලියන 27 පමණ වේයැයි අනුමාන කෙරේ. ලෝකයේ බිලියන 3ක් පමණ ජනතාවක් ආහාර පිසීම සඳහා තවමත් දැව භාවිතා කරති. ගෘහස්ථ ආහාර පිසීමේදී ඇතිවන දහන දුමෙන් මිලියන 4 ක් ශ්වසන සහ හෘද ආශ්‍රිත රෝග වලින් පීඩා විඳිති. බිලියන 2.5 ක ජනතාවකට තවමත් ගෘහස්ථ විදුලි පහසුකම් නැත.

සමාජ විසඳුම සහ බලපෑම

BioLite ඉන්ධන මෙන්ම දව භාවිතයෙන් පිරිසිදු, ආරක්ෂිත සහ පහසු ලෙස ආහාර පිසීම සඳහා උසස් බලශක්ති නිෂ්පාදන සංවර්ධනය කර නිෂ්පාදනය කරන අතරම ජංගම දුරකථන සහ LED ආලෝකකරණ උපකරණ වලට විදුලි බලය ආරෝපණය කිරීමටද හැකිය. BioLite නිෂ්පාදන 50,000 පමණ රටවල් 23ක අලෙවි කර ඇත. පුද්ගලයන් 1,785,509 ක් දැන් BioLite නිෂ්පාදන හරහා පිරිසිදු බලශක්තිය ජනනය කරමින් භාවිතා කරයි.

අර්ත්බවුන්ඩ් ක්‍රියේෂන්ස්, බෝවල, මහනුවර
Earth Bound Creations, Bowala, Kandy

සමාජ නවෝත්පාදකයා

Earth Bound යනු මහනුවර තරුණයෙකු වූ සාගර ලියනගේ විසින් 2013 දී ආරම්භ කරන ලද සමාජ ව්‍යවසායක් වන අතර එය ප්‍රතිචක්‍රීකරණය කරන ලද පරණ පුවත්පත් කඩදාසි යොදා අතින් සාදන ලද අත්කම්, කඩදාසි පැන්සල්, කඩදාසි හස්ත කර්මාන්ත, කඩදාසි බෑග් සහ තවත් බොහෝ දේ නිෂ්පාදනය කරයි. ව්‍යාපාරය සමාජ ව්‍යවසාය ආකෘතියක් ලෙස ක්‍රියාත්මක වන අතර එහි දී සේවකයින් තම නිවසේ සිටම වැඩ කරන අතර කාන්තාවන්ගේ ආදායම් මාර්ග සුරක්ෂිත කරමින් සහ ග්‍රාමීය තරුණ තරුණියන් සවි බල ගන්වමින් සාදන ලද නිෂ්පාදන ව්‍යාපාරයට විසින් අලෙවි කරයි.

හඳුනාගත් සමාජ ගැටලුව

පරිසර දූෂණය විසඳිය යුතු ගැටලුවක් ලෙස හඳුනා ගෙන ඇත. ඊට අමතරව තම ප්‍රජාව තුළ දිළිඳු සහ අඩු ආදායම්ලාභී පවුල් කිහිපයක් සිටින බවත් බොහෝ කාන්තාවන් රැකියා සොයා මැදපෙරදිගට සංක්‍රමණය වන බවත් ඔහු හඳුනා ගෙන ඇති අතර මෙය මෙම ප්‍රජාව තුළ විශාල සමාජ ප්‍රශ්නයක් වී තිබේ.

සමාජ විසඳුම සහ බලපෑම

ආරම්භයේ දී පුද්ගලයන් 3 දෙනෙකු පමණක් සේවයේ යොදවා ආරම්භ කරන ලද මෙම ව්‍යවසාය 2021 වන විට ශිල්පීන් 700 කට අධික සංඛ්‍යාවක් සේවය කරයි. සාර්ථකත්වයේ ප්‍රධාන ලක්ෂණය වන්නේ නිෂ්පාදනවලට ආවේණික වූ සුවිශේෂී ශ්‍රී ලාංකේය නිර්මාණ රසයයි. නුපුහුණු අයගේ සිට අර්ධ නිපුණතා මෙන්ම දක්ෂ වෘත්තිකයන් දක්වා දේශීය දක්ෂතා යොදවා අපද්‍රව්‍ය භාවිතයෙන් කෙරෙන සමස්ත නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියම පරිසර හිතකාමී වේ. ඉතාලිය, එක්සත් රාජධානිය, ඇමරිකා එක්සත් ජනපදය, ඕස්ට්‍රේලියාව, කටාර්, ජර්මනිය, හොංකොං, මාලදිවයින සහ නෙදර්ලන්තය යන රටවලට අපනයනය කරමින් විදේශ විනිමය රටට උපයා දෙයි.

අඩු මිල සනීපාරක්ෂක තුවා, කොයිම්බටූර්, ඉන්දියාව
Low-cost Sanitary Pads, Coimbatore, India

සමාජ නවෝත්පාදකයා

අරුණාචලම් මුරුගානන්දම් මහතා පාසල හැර ගිය අයෙකි, පසුව වෙල්ඩින් වැඩපලක සහායකයෙකු ලෙස රැකියාවක් සොයා ගත්තේය. සමාජ ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස ඔහු අඩු වියදම් සනීපාරක්ෂක තුවා සාදන යන්ත්‍රයක නිපැයුම්කරු වන අතර ග්‍රාමීය ඉන්දියාවේ ඔසප් වීම සම්බන්ධ සාම්ප්‍රදායික අපිරිසිදු පිළිවෙත් පිළිබඳව දැනුවත් කිරීම සඳහා බිම් මට්ටමේ යාන්ත්‍රණ නවීකරණය කිරීමේ ගෞරවය හිමි වේ. ඔහුගේ කුඩා යන්ත්‍රවලට, වෙළඳපලේ පවතින මිලෙන් තුනෙන් එකකට වඩා අඩු මුදලකට සනීපාරක්ෂක තුවා නිෂ්පාදනය කළ හැකිය.

හඳුනාගත් සමාජ ගැටලුව

ඉන්දියාවේ කාන්තාවන්ගෙන් 88% ක් තම ඔසප් කාලය තුළ විවිධ සනීපාරක්ෂක නොවන ක්‍රම භාවිතා කිරීමට පෙලඹී ඇත. මෙම අපිරිසිදු පිළිවෙත් හේතුවෙන්, කාන්තාවන්ගෙන් 70% කට වඩා වැඩි ප්‍රමාණයක් ප්‍රජනක ආසාදනවලින් පීඩා විඳිති, ඒ ආශ්‍රිත පිළිකා වැළඳීමේ අවදානම වැඩි කරයි.

සමාජ විසඳුම සහ බලපෑම

අරුණාචලම් මුරුගානන්දම්, කාන්තා සනීපාරක්ෂාව පිළිබඳ විප්ලවීය වෙනසක් සිදු කර ඇති අතර බොහෝ දුරට ග්‍රාමීය ඉන්දියාවේ කාන්තාවන්ගේ සෞඛ්‍ය සහ ජීවනෝපාය කෙරෙහි කල්පවත්නා බලපෑමක් ඇති කර තිබේ. ඔහුගේ පේටන්ට් බලපත්‍රලාභී අඩු වියදම් සනීපාරක්ෂක තුවා සෑදීමේ යන්ත්‍ර දැරිය හැකි පහසු මිලකට ලබා ගත හැකිය. මේ වන විට ඉන්දියාවේ ප්‍රාන්ත 23 ක සහ රටවල් 10 කට අධික ප්‍රමාණයක මෙම යන්ත්‍ර දහසකට වඩා අලෙවි කර ඇත.

හවුස් ඔෆ් ලොනාලි
House of Lonali, Sri Lanka

සමාජ නවෝත්පාදකයා

තරුණ විලාසිතා නිර්මාණ ශිල්පිනියක සහ කාන්තා සමාජ ව්‍යවසායකයෙකු වන ලොනාලි රොද්‍රිගෝට සැමවිටම අවශ්‍ය වූයේ ලෝකය යහපත් කිරීමට උපකාරී වන දෙයක් කිරීමට ය. ලොනාලි නිර්මාණකරුවෙකු බවට පත් වූ පසු, පරිසරය කෙරෙහි ධනාත්මක බලපෑමක් ඇති කිරීම සඳහා ඇයගේ කුසලතා සහ නිර්මාණශීලීත්වය භාවිතා කළ හැකි විවිධ ක්‍රම පිළිබඳව ඇය ක්‍රියාශීලීව සොයා බැලුවාය. හවුස් ඔෆ් ලොනාලි යනු මිනිසුන් සහ පෘථිවිය යන දෙකම හදවතේ තබා ගනිමින් සම්මුති විරහිත විලාසිතා සහ විලාසිතාවන් නිර්මාණය කරන සවිඥානික ජීවන රටා සන්නාමයයි. ලොනාලි විශ්වාස කරන්නේ සෑම දෝෂයක් තුළම අද්විතීය අලංකාරයක් ඇති අතර කාලයත් සමඟ අප කරන කුඩා තේරීම් අනාගතය යහපත් ලෙස වෙනස් කිරීමට හැකියාව ඇති බවයි. හවුස් ඔෆ් ලොනාලි ශ්‍රී ලංකාවේ පුරෝගාමී අධිචක්‍රීයකරණ (upcycle) සන්නාමය ලෙස අපතේ යන රෙදිපිළි භාවිතා කරමින් අද්විතීය විලාසිතා භාණ්ඩ චක්‍රාකාර මනසකින් මිනිසුන්ට සහ පෘථිවියට ධනාත්මක බලපැමක් ඇතිකරන අතරම නිෂ්පාදනයේ දී සහ පරිභෝජනයේ දී ඇතිවිය හැකි ඍනාත්මක බලපෑම අවම කරයි.

හඳුනාගත් සමාජ ගැටලුව

ශ්‍රී ලංකාව එහි වර්ධනය වන සදාචාරාත්මක ඇඟලුම් කර්මාන්තය සඳහා ප්‍රසිද්ධය. එය අපනයන ආදායමට මෙන්ම රටේ ශ්‍රම බලකායට ද දායක වේ. පරිභෝජනයට පෙර කර්මාන්තයෙන් ඉවතලන අනවශ්‍ය රෙදිපිළි අපද්‍රව්‍ය අමු ද්‍රව්‍ය ලෙස භාවිතා කිරීමට සහ එයින් හොඳ අනාගතයක් සැලසුම් කිරීම ලොනාලිගේ ප්‍රයත්නයයි.

සමාජ විසඳුම සහ බලපෑම

ව්‍යවසායයේ ප්‍රධාන සම්පත වන්නේ පෙර පාරිභෝගික අපද්‍රව්‍ය (ප්‍රධාන වශයෙන් රෙදිපිළි) වන අතර, කුණු ගොඩවල්වල හෝ පුළුස්සා දැමීමට ලක් විය හැකි සියලුම රෙදිපිළි අපද්‍රව්‍ය ගණනය කෙරේ. මේ වන විට රෙදිපිළි අපද්‍රව්‍ය කිලෝග්‍රෑම් 3,862ක් නැවත භාවිත කර විලාසිතා භාණ්ඩ 18,362ක් නිෂ්පාදනය කර ඇත. පුද්ගලයින් 15,730 ක් දෙනෙක් අතර සාකච්ඡා, වැඩමුළු සහ පුහුණු වැඩසටහන් මගින් දැනුම බෙදා ගෙන තිබේ.

කන්ටලා සමාගම, ශ්‍රී ලංකාව
Kantala, Sri Lanka

සමාජ නවෝත්පාදකයා

විකුම් රාජපක්ෂ සහ නදිශාන් ශාන්තිකුමාර් විසින් 2013 දී ආරම්භ කරන ලද කන්ටලා සමාගම වසර 300 කට අධික පැරණි දුම්බර හණ පැදුරු වියන ශිල්පයේ ආභාෂය ලත් තිරසාර වීගන් (vegan) විලාසිතා සන්නාමයකි. ප්‍රතිජනනය කරන හණ ශාක, Fair Trade සහතික කරන ලද අත්‍යන්ත්‍ර සහ Pinatex වැනි ස්වභාවික තන්තු සත්ව මාංශ නිෂ්පාදන වලින් තොර හා තිරසාර ද්‍රව්‍ය පමණක් භාවිතා කරමින්, කන්ටලා කාන්තා ටෝට් බෑග්, ක්ලච් බෑග්, පසුම්බි සහ උපාංග රැසක් පිරිනමයි. කන්ටලා සිය සන්නාමගත නිෂ්පාදන සැලසුම් කිරීම, මූලාශ්‍ර කිරීම, සන්නාමගත කිරීම, අලෙවිකරණය සහ විකිණීමේ නිරත වන අතර සියලුම බාහිර නිෂ්පාදන කටයුතු ශ්‍රී ලංකාවේ ගෘහ, ක්ෂුද්‍ර සහ කුඩා ව්‍යවසායන් විසින් සිදු කරයි. සෑම කන්ටලා නිෂ්පාදනයක්ම මිනිසුන්ට සහ පෘථිවියට හිතකර බව සහතික කරනු ලැබේ.

හඳුනාගත් සමාජ ගැටලුව

ග්‍රාමීය සහ අවදානමට ලක්විය හැකි ප්‍රජාවන් සඳහා සාධාරණ ආර්ථික අවස්ථා නිර්මාණය කිරීමට උපකාරී වන සම්ප්‍රදායික සහ දේශීය ශිල්ප ක්ෂේත්‍රවල අස්පෘශ්‍ය සංස්කෘතික වත්කම් රාශියක් ශ්‍රී ලංකාව සතුව ඇත. එසේම ශතවර්ෂ ගණනක වටිනා දේශීය දැනුම ද රැගෙන මෙම ශිල්ප බොහෝමයක් වඳ වී යාමට ආසන්නව පවතී. මෙම සාම්ප්‍රදායික සහ දේශීය අත්කම් සමකාලීන, උසස් තත්ත්වයේ සහ සුවිශේෂී නිෂ්පාදනවලට අනුවර්තනය කිරීමෙන්, කාන්තාවන්, තරුණයින් සහ අනෙකුත් ආන්තික ප්‍රජාවන්ට ආරක්ෂිත සහ ගෞරවනීය ජීවනෝපායක් ලබා දීම කන්ටලා අරමුණු කරයි. එසේම, කන්ටලා පාරිභෝගිකයින්ට වගකීමෙන් යුත්, උසස් තත්ත්වයේ සහ හොඳින් සැලසුම් කර ඇති විලාසිතා උපාංග සඳහා මිනිසුන්ට සහ පෘථිවියට හානිකර නොවන විකල්පයක් සපයයි.

සමාජ විසඳුම සහ බලපෑම

දුම්බර හණ පැදුරු සාම්ප්‍රදායික ශිල්පීන් සමඟ සමීප සහයෝගීතාවයෙන් කටයුතු කරන කන්ටලා, සමකාලීන මෝස්තර සහ ගුණාත්මක ප්‍රමිතීන්ට අනුකූල වන අද්විතීය තිරසාර වීගන් විලාසිතා උපාංග පෙළක් නිෂ්පාදනය කිරීමට හැකි සැපයුම් දාමයක් එක් කර ඇත. අතින් වියන ලද දුම්බර හණ පැදුරු සමඟ ඒකාබද්ධ වූ සැපයුම් දාමයක් නිර්මාණය කරමින්, කන්ටලා පාරම්පරික ශිල්පීන්ට හණ පැදුරු ගෙතීම පිළිබඳ විශේෂඥ දැනුමක් ලබා දී ඇති අතර, ඔවුන්ට උසස් තත්ත්වයේ පැදුරු නිෂ්පාදනය කිරීමටත් එමගින් ඉහළ ජීවන වැටුපක් උපයා ගැනීමටත් හැකි වේ. ඒ අතරම සාමාන්‍ය වයස් මට්ටම් ද රැගෙන එම අංශයට තරුණ දක්ෂතා ආකර්ශනය කර ගැනීමට කන්ටලා සමත් වී ඇත.

3 විවිධ සමාජ ව්‍යවසාය ව්‍යාපාර ආකෘති

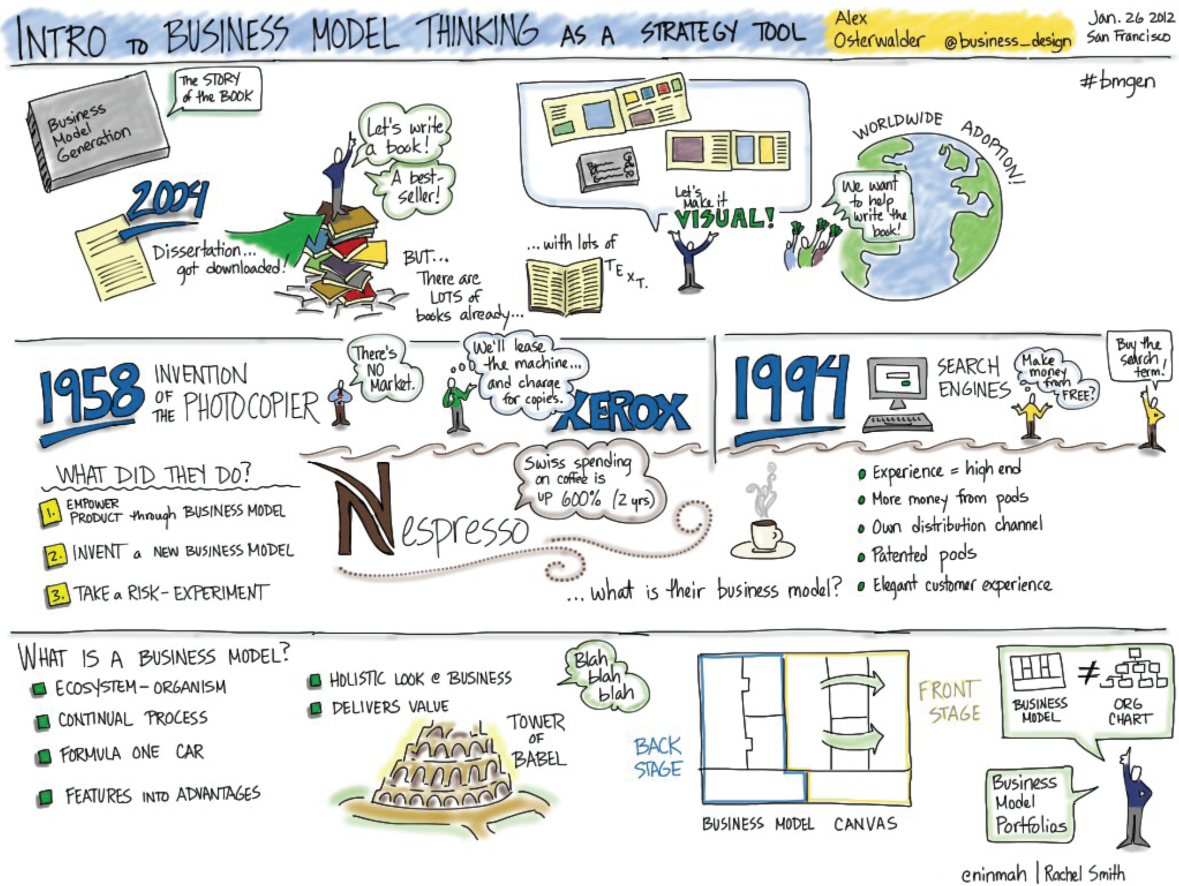
සමාජ ව්‍යවසායයන් සමාජ ගැටලු සඳහා විවිධ ව්‍යාපාරික විසඳුම් ගෙන එයි. අවසාන ඉලක්කය වන්නේ ප්‍රදාන සහ පරිත්‍යාග මත පමණක් රඳා නොසිට නව්‍ය ක්‍රමවලින් මූල්‍යමය තිරසාරත්වය ළඟා කර ගැනීමයි. එම නිසා සමාජ ව්‍යවසායයෙන් ලැබෙන ලාභය සම්පූර්ණයෙන්ම හෝ ඉන් කොටසක් සංවිධානයේ අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා නැවත ආයෝජනය කිරීමට හැකියාව ලැබේ.

ව්‍යාපාර ආකෘතියක ප්‍රධාන අංග දෙකක් ඇත:

1. සංවිධානයේ අපේක්ෂිත බලපෑම නිර්මාණය කිරීම සඳහා තීරණාත්මක වන අභ්‍යන්තර ආයතනික ව්‍යුහය සහ බාහිර හවුල්කාරිත්වයන් ඇතුළත් මෙහෙයුම් උපාය මාර්ගයක්
2. සංවිධානය තම කාර්යය කිරීමට අවශ්‍ය සම්පත් (මූල්‍ය සහ මානව) ලබා ගන්නේ කොහෙන්ද, කෙසේද සහ කුමන කොන්දේසි මතද යන්න නිර්වචනය කරන සම්පත් උපාය මාර්ගයක්,

සමාජ ව්‍යවසායක ව්‍යාපාර ආකෘතිය යනු යෙදවුම් ප්‍රතිඵල බවට පරිවර්තනය කරන නාලිකාවයිග සමාජ වටිනාකම (මැනිය හැකි බලපෑම) සහ ආර්ථික වටිනාකම (ආදායම) යන දෙකම උත්පාදනය කරන ආකාරය පවසන ආකෘතියයි.

විසිවන (20) පිටුවේ සාරාංශ කර ඇති විවිධ වර්ගයේ සමාජ ව්‍යවසාය ව්‍යාපාර ආකෘතීන් ආයතන, වැඩසටහන් හෝ සේවා සැපයීම සඳහා සමානව යෙදිය හැක. මෙම ආකෘති නිර්මාණය කර ඇත්තේ සමාජ ව්‍යවසායන්ගේ මූල්‍ය හා සමාජ අරමුණු, මෙහෙවර, වෙළඳපල, සේවාදායක අවශ්‍යතා හෝ හැකියාවන් සහ නීතිමය පරිසරයට අනුකූලවය. බොහෝ ව්‍යාපාරික ආකෘති සංවිධානය තුළ අන්තර්ගත වන පරිදි සකස් කර ඇත.


INTRO TO BUSINESS MODEL THINKING AS A STRATEGY TOOL
Alex Osterwalder @business_design
Jan. 26 2012
San Francisco
#bmgen
Business Model Generation
The STORY of the BOOK
2004
Dissertation... got downloaded!
Let's write a book!
A best-seller!
BUT... There are LOTS of books already...
...with lots of TEXT.
Let's make it VISUAL!
We want to help write the book!
WORLDWIDE ADOPTION!
1958 INVENTION OF THE PHOTOCOPIER
There's NO Market.
We'll lease the machine... and charge for copies.
XEROX
WHAT DID THEY DO?
1. EMPOWER PRODUCT through BUSINESS MODEL
2. INVENT a NEW BUSINESS MODEL
3. TAKE a RISK - EXPERIMENT
Nespresso
Swiss spending on coffee is UP 600% (2 yrs)
...what is their business model?
1994
SEARCH ENGINES
Make money from FREE?
Buy the search term!
Experience = high end
More money from pods
Own distribution channel
Patented pods
Elegant customer experience
WHAT IS A BUSINESS MODEL?
ECOSYSTEM - ORGANISM
CONTINUAL PROCESS
FORMULA ONE CAR
FEATURES INTO ADVANTAGES
HOLISTIC LOOK @ BUSINESS
DELIVERS VALUE
Blah blah blah
TOWER OF BABEL
BACK STAGE
FRONT STAGE
BUSINESS MODEL CANVAS
BUSINESS MODEL ≠ ORG CHART
Business Model Portfolios
@ninmah | Rachel Smith

ව්‍යාපාර ආකෘතිය Business Model	එය ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය How it works	උදාහරණ Examples	ප්‍රධාන සාර්ථක සාධක Key Success Factors
අඩු ආදායම්ලාභී සේවාදායකයා Low-income client	සේවාදායකයින්ට සේවා සැපයීම සම්බන්ධයෙන් සේවා සඳහා වන ගාස්තුවට සමාන නමුත් එය වෙනත් ආකාරයකින් දැරිය නොහැකි අයට ප්‍රවේශය සැපයීම කෙරෙහි අවධානය යොමු කරයි	සෞඛ්‍යාරක්ෂාව (බෙහෙත් වට්ටෝරු, ඇස් කණ්ණාඩි), උපයෝගිතා වැඩසටහන්	නිර්මාණාත්මක බෙදා හැරීමේ පද්ධති, අඩු නිෂ්පාදන හා අලෙවිකරණ පිරිවැය, ඉහළ මෙහෙයුම් කාර්යක්ෂමතාව
සමුපකාරය Cooperative	සාමූහික සේවා තුළින් සාමාජිකයන්ට ප්‍රතිලාභ ලබා දෙයි	තොග මිලට ගැනීම, සාමූහික කේවල් කිරීම (වෘත්තීය සමිති), කෘෂිකාර්මික කෝප්, ණය සමිති	සාමාජිකයින්ට පොදු අවශ්‍යතා / අවශ්‍යතා ඇත, ප්‍රධාන පාර්ශවකරුවන් සහ ආයෝජකයින්
වෙළඳ පල සම්බන්ධතාවය Market linkage	සේවාදායකයින් සහ බාහිර වෙළඳපොළ අතර වෙළඳ සබඳතා සඳහා පහසුකම් සපයයි	සේවාදායකයින් සහ බාහිර වෙළඳපොළ අතර වෙළඳපොළ සබඳතා සඳහා පහසුකම් සපයයි.	සේවාදායකයින්ගේ නිෂ්පාදන විකුණන්නේ නැති නමුත් සේවාදායකයින් වෙළඳපොළට සම්බන්ධ කරයි
සේවා සහනාධාර Service subsidization	වෙනත් සමාජ වැඩසටහන් සඳහා අරමුදල් සැපයීම සඳහා නිෂ්පාදන හෝ සේවාවන් බාහිර වෙළඳපොළකට විකුණයි. මෙම ආකෘතිය ලාභ නොලබන සංවිධානය සමඟ ඒකාබද්ධ වී ඇත. ව්‍යාපාරික ක්‍රියාකාරකම් සහ සමාජ වැඩසටහන් ඒකාබද්ධව සිදුකරනු ලබයි.	උපදේශනය, රැකියා පුහුණුව, ලීසිං, මුද්‍රණ සේවා යනාදිය	ස්ථාවර වත්කම් (ගොඩනැගිලි, ඉඩම්, සේවකයින්) හෝ අස්පෘශ්‍ය (විශේෂ අවශ්‍යතා, ක්‍රමවේදයන් හෝ සබඳතා) උත්තේජනය කළ හැකිය.
සංවිධානාත්මක සහයෝගය Organizational support	සේවා සහනාධාරයට සමාන නමුත් බාහිර ආකෘතිය ව්‍යාපාරික ක්‍රියාකාරකම් සමාජ වැඩසටහන් වලින් වෙන් වේ	සේවා සහනාධාරයට සමානයි * එහි වත්කම් උත්තේජනය කරන ඕනෑම ආකාරයක ව්‍යාපාරයක්	සේවා සහනාධාරයට සමානය.
ව්‍යවසායක සහාය Entrepreneur support	එහි ඉලක්කගත ජනගහනයට ව්‍යාපාරික සහාය අලෙවි කරයි.	ක්ෂුද්‍ර මූල්‍ය සංවිධාන, උපදේශන හෝ තාක්ෂණික සහාය	ව්‍යවසායකයා සඳහා සුදුසු පුහුණුව
වෙළඳපොළ අතරමැදියා Market intermediary	ගනුදෙනුකරුවන්ට වෙළඳපල වෙත ප්‍රවේශ වීමට සේවා සැපයීම	සාධාරණ වෙළඳාම, කෘෂිකර්මාන්තය සහ හස්ත කර්මාන්ත සංවිධාන වැනි සමුපකාර	ආරම්භක පිරිවැය අඩු වීම, සේවාදායකයින්ට ඔවුන්ගේ ප්‍රජාව තුළ රැඳී සිටීමට සහ වැඩ කිරීමට ඉඩ සලසයි
රැකියා Employment	සේවාදායකයින්ට රැකියා අවස්ථා සහ රැකියා පුහුණුව ලබා දී එහි නිෂ්පාදන හෝ සේවාවන් විවෘත වෙළ්පොලේ අලෙවි කරයි	හු දර්ශන, කැෆේ, මුද්‍රණ හෝ වනත් ව්‍යාපාරවල රැකියා අවස්ථා සපයන ආබාධිත හෝ තරුණ සංවිධාන	රැකියා පුහුණුව යෝග්‍යතාවය සහ වාණිජමය ශක්‍යතාව
නොමිලේ සේවා Free-for-service	සමාජ සේවා කෙලින්ම සේවාදායකයින්ට තෙවන පාර්ශවයකට ගෙවන්නෙකුට විකිණීම	සාමාජික සංවිධාන, කෞතුකාගාර සහ සායන	ප්‍රතිලාභවලට වඩා සුදුසු ගාස්තු ව්‍යුහයක් ස්ථාපිත කිරීම

ඔබ සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමට පෙර සිතන්න - සමාජ ව්‍යවසාය ඔබට ගැලපෙනවාද?

ඔබ සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමට පෙර, ඔබට මුලින්ම සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමට අවශ්‍ය වන්නේ මන්දැයි සිතීම වැදගත් වන අතර එය ක්‍රියාත්මක කිරීමට අවශ්‍ය දේ ඔබ සතුව තිබේ ද යන්න පිළිබඳව ඔබටම අවංක විය යුතුය. ඔබ තවදුරටත් ඉදිරියට යාමට පෙර සලකා බැලිය යුතු කරුණු කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.

සමාජ ව්‍යවසායක් ඔබට හෝ ඔබ සංවිධානයට අරමුදල් සොයා ගැනීමට මාර්ගයක් නොවේ. එසේම, එය විශාල ලාභයක් ද උත්පාදනය නොකරනු ඇත.

සමාජ ව්‍යවසායයන් සමාජමය වෙනසක් ඇති කළ හැකි එකම මාර්ගය නොවේ.

ව්‍යාපාරයක් පවත්වා ගෙන යාම හරහා ඔබ අවංකවම සමාජ ගැටලුවකට විසඳුමක් ලබාදීමට කැපවී සිටිනවාද යන්න සිතා බැලිය යුතුය.

සමාජ ව්‍යවසායක් පිහිටුවීමට විකල්ප හේතු තිබේ. වෙනසක් කිරීමට අවශ්‍ය ඔබේ අභිප්‍රේරණය (Motivation) පිළිබඳව සැලකිලිමත් වන්න.

සමාජ ව්‍යවසායක් පවත්වාගෙන යාම අධික වියදමක් සහ කාලයක් වැය වෙන කාර්යයකි. සාමාන්‍ය ව්‍යවසායකට වඩා පිරිවැයක් අවශ්‍ය වේ.

සමාජ ව්‍යවසායක් සැලසුම් කිරීමට සහ ආරම්භ කිරීමට බොහෝ කාලයක් ගතවේ. ඔබේ සමාජ ව්‍යවසාය එහි වියදම් පියවා ගැනීමට තවත් වසර තුනක් හෝ හතරක් ගතවනු ඇත. කෙටි මාර්ග නොමැත. දුෂ්කර කාලයක් ගත කිරීම සඳහා ඔබ සූදානම්ද?

වෙහෙස මහන්සි වී වැඩ කිරීම කිසි විටෙකත් නතර නොවේ.

ව්‍යාපාරයක්, විශේෂයෙන් සමාජ ව්‍යවසායක් පවත්වාගෙන යාම කාලයත් සමඟ පහසු නොවේ. තරඟකාරිත්වය ඉහළ යයි. නිෂ්පාදන පිරිවැය ඉහළ යයි, ප්‍රධාන කාර්ය මණ්ඩලය වෙනත් රැකියා කරා ගමන් කරයි, සැපයුම්කරුවන් වෙනත් ව්‍යාපාර සමඟ සම්බන්ධ වෙයි. ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන සඳහා වෙළඳපල වෙනස් වේ - ඔබ ඔබේ සමාජ ව්‍යවසාය සමග දිගු ගමනක් යාමට සූදානම්ද?

4 සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කරන්නේ කෙසේද?

සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කිරීම වෙනත් ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කරනවා හා සමානය. එය අභියෝගාත්මක මෙන්ම ප්‍රතිලාභ දායක වන අතර ඕනෑම කෙනෙකුට හෝ ඕනෑම සංවිධානයකට තම අනාගතය වෙනුවෙන් ගන්නා ඉතා වැදගත් තීරණයකි. එය පහසු කාර්යයක් නොවන අතර එය සරල ක්‍රියාවලියක් ලෙස නො සැලකිය යුතු ය. ඒ සඳහා කාලය, ප්‍රාග්ධනය, ශක්තිය, අධිෂ්ඨානය, ඉවසීම සහ ශක්තිමත් දිගු කාලීන කැපවීමක් අවශ්‍ය වේ.

පුද්ගලයන්ට සහ සංවිධානවලට සමාජ ව්‍යවසායක් ලෙස සාර්ථක වීමට අවශ්‍ය නම්, ඔවුන් අවදානම් මඟහැරීමෙන් සහ ප්‍රදාන සෙවීමෙන් බැහැරව සංකීර්ණ පරිවර්තන ක්‍රියාවලියක් අනුගමනය කළ යුතු අතර ශක්තිමත් ව්‍යවසායක මානසිකත්වයක් ඇතිකර ගත යුතු ය.

සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කිරීමට කැමති ඕනෑම අයකුට සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කිරීම පිළිබඳ ව මනා අවබෝධයක් සහ දැනුමක් තිබිය යුතු ය. මීට අමතරව, සමාජ ව්‍යවසායයන් සඳහා දැඩි ආශාවක් ඇති සහ ව්‍යාපාරය සහ මෙහෙවර සමතුලිත කළ හැකි ශක්තිමත් නායකත්වයක් අවශ්‍ය වේ.

හොඳ ව්‍යාපාර සැලැස්මක්, ප්‍රමාණවත් ආරම්භක අරමුදල්, උපදෙස් සහ සහාය අනෙකුත් වැදගත් පූර්ව අවශ්‍යතා වේ. සමාජ ව්‍යවසායයන් ඕනෑම කුඩා ව්‍යවසායකට සමාන බව සැලකිල්ලට ගැනීම වැදගත් ය. ඔවුන් උපයන ආදායමේ ප්‍රමාණය අනුව වෙනස් වන අතර පළමු වසර තුනේ සිට පහ දක්වා ලාභයක් ඉපයීමට අපහසු ය. මෙය මනසේ තබා ගෙන, සමාජ ව්‍යවසායක් පිහිටුවීමට කැමති ඕනෑම අයකු එවැනි ක්‍රියාකාරකමක් ආරම්භ කිරීමට පෙර අවශ්‍ය සැලසුම් සකස් කර ගත යුතු ය.

සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කිරීමට පෙර යමෙක් ඔහුගෙන් හෝ ඇයගෙන් ම ඇසිය යුතු පළමු ප්‍රශ්නය වන්නේ "ඔබට සමාජ ව්‍යවසායක් පිහිටුවීමට අවශ්‍ය වන්නේ ඇයි?" යන්නයි. මෙය පළමු හා වැදගත් ම ප්‍රශ්නය විය යුතු ය. බොහෝ විට සමාජ ව්‍යවසාය අදහස මතුවන්නේ ව්‍යාපාරික අදහසක් තුළින් සමාජයට යම්කිසි සේවයක් කිරීමේ සහ සමාජයට ධනාත්මක බලපෑමක් ඇතිකිරීමේ අවශ්‍යතාවයක් මතය. ඕනෑම ආකාරයකින්, යහපතක් කිරීමට සහ ප්‍රජාවට උපකාර කිරීමට ඇති කැමැත්ත ව්‍යාපාරය පදනම් වී ඇති ආචාර ධර්ම විය යුතු ය.

සාමාන්‍යයෙන් එය පැන නගින්නේ පුද්ගලික අත්දැකීමකින්, ආශාවකින් හෝ හදවතට ඉතා සමීප හේතුවකිනි.

පුද්ගලයන් හෝ සංවිධාන සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීම ගැන සිතීමට විවිධ හේතු තිබේ. ඒවා සම්පූර්ණයෙන්ම මූල්‍යමය සිට මෙහෙවර මත පදනම් වේ. බොහෝ විට, ඒවා මේ දෙකේ සම්මිශ්‍රණයකි. ඕනෑම ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට ක්‍රම තුනක් ඇතඃ

- නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවා අදහසක් තිබීම
- අවශ්‍යතාවයක් හෝ අතිරික්ත ආදායමක් ඇති විශේෂිතපාරිභෝගික කණ්ඩායමක් හඳුනාගෙන තිබීම
- ආයෝජනය කිරීමට මුදල්, කාලය හා අවස්ථාව තිබීම

ඉහත කාරණා තුනට අමතරව යම් සමාජ හෝ පාරිසරික ගැටලුවකට විසඳුමක් ලෙස සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කිරීමට පෙළඹවීමද ප්‍රධාන හේතුවක් ලෙසද සඳහන් කල හැකිය. සමාජීය අරමුණු සඳහා සහාය වීමට සංවර්ධන ආධාර සඳහා අරමුදල් රැස් කිරීම සඳහා පුණ්‍යායතනයක් හෝ රාජ්‍ය නොවන සංවිධානයක් යම් වාණිජ ව්‍යාපාරයක් සමාජ ව්‍යාවසායයක් ලෙස ආරම්භ කරන ලද අවස්ථාවන් බොහොමයක් ඇත.

පොදුවේ ගත් කල, සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කළ හැකි පොදු ප්‍රවේශ තුනක් තිබේ. මෙම ප්‍රවේශයන් එකිනෙකට වෙනස් විය හැකි නමුත් මූලික කරුණු බොහෝ සෙයින් සමාන වේ.

ගැටලු මත පදනම් වූ ප්‍රවේශය

මෙම ප්‍රවේශය තුළ, ව්‍යවසායකයින් සමාජ හෝ පාරිසරික ගැටලුවක් සහ එහි මූලික හේතු හඳුනා ගනී. ඉන් පසුව, එම ගැටලුව විසඳිය හැකි විසඳුම් හඳුනා ගෙන එම විසඳුම් අතරින් ව්‍යවසායක විසඳුම් බවට පරිවර්තනය කළ හැකි විසඳුම් මොනවාද යන්න ගවේෂණය කරයි. අවසාන වශයෙන්, නව්‍ය නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් බවට පත් කළ හැකි විසඳුම මත ව්‍යවසාය ආරම්භ කරයි.

පවතින ව්‍යවසායක පරිවර්තනය පදනම් කරගත් ප්‍රවේශය

මෙම ප්‍රවේශය ව්‍යාපාරයක් කරන ව්‍යවසායකයින් විසින් තම ව්‍යාපාර මෙහෙයුම හරහා සමාජීය හෝ පාරිසරික ගැටලුවක් විසඳීම සඳහා ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාර ආකෘතිය තම අවශ්‍යතාවය අනුව වෙනස් කිරීමක් නැතහොත් විවිධාංගීකරණය කිරීමක් කරයි. තම නිෂ්පාදන, සේවාව හෝ නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හඳුනා ගත් ගැටලුවට විසඳුම ලෙසට යොදා ගනියි.

ආයතනික පරිවර්තනය මත පදනම් වූ ප්‍රවේශය

මෙම ප්‍රවේශය බොහෝ විට ලාභ නො ලබන සංවිධාන හෝ ප්‍රජා හෝ සිවිල් සමාජ සංවිධාන විසින් බහුලව භාවිතා කරනු ලැබේ. සාමාන්‍යයෙන් සිදු වන්නේ හඳුනා ගෙන ඇති සමාජ හෝ පාරිසරික ගැටලුවක් විසඳීම සඳහා සංවිධානය විසින් ඔවුන් දැනටමත් භාවිතා කරන විසඳුමක් හෝ විසඳුම් හඳුනා ගෙන ඒවා ව්‍යවසායක විසඳුම් බවට පරිවර්තනය කිරීමයි. ඉන් පසුව ඔවුන් සමාජ ව්‍යවසායයක් ලෙස සංවිධාන ආකෘතියට අවශ්‍ය ලෙස වෙනස්කම් සිදු කරයි.

සමාජ ව්‍යවසාය පොදු ප්‍රවේශයන්

සමාජ හෝ පාරිසරික ගැටළුවක් පදනම් කරගත් ප්‍රවේශය

ගැටළුව
↓
නිදන්ගත හේතු
↓
විසඳුම්
↓
ව්‍යවසායකත්ව විසඳුම්

පවතින ව්‍යවසායක පරිවර්තනය පදනම් කරගත් ප්‍රවේශය

ගැටළුව
↓
නිදන්ගත හේතු
↓
නිදන්ගත හේතු විසඳිය හැකි විසඳුම්
↓
ව්‍යවසායකත්ව විසඳුම්

පවතින සංවිධානයක පරිවර්තනය පදනම් කරගත් ප්‍රවේශය

ගැටළුව
↓
නිදන්ගත හේතු
↓
විසඳුම්
↓
තම විසඳුම්
↓
ව්‍යවසායකත්ව විසඳුම්

සමාජ මෙහෙවර

"සමාජ ව්‍යවසාය අනෙකුත් ප්‍රධාන ව්‍යාපාරවලට වඩා වෙනස් කරන ප්‍රධානතම දෙය වන්නේ සමාජ මෙහෙවරයි."

සමාජ මෙහෙවර යනු ඔබ පිහිටුවන සමාජ ව්‍යවසායයේ ප්‍රධාන අරමුණ පවසන තවත් ආකාරයකි. එය වැදගත් වන්නේ එය සමාජ ව්‍යවසායන් සැලසුම් කිරීමටත්, ඒවා ක්‍රියාත්මක වන බවට වග බලා ගැනීමටත් සහ ඔවුන්ට අවශ්‍ය දේ සාක්ෂාත් කර ගන්නේද යන්න දැන ගැනීමටත් උපකාරී වන බැවිනි. හැකිතාක් මුදල් ඉපයීම ප්‍රධාන අරමුණ වන ප්‍රධාන ධාරාවේ ව්‍යාපාරවලින් සමාජ ව්‍යවසායන් වෙනස් කරන්නේ ද එයයි.

"අපගේ මෙහෙවර වන්නේ ආහාර ද්‍රව්‍ය අපතේ යාම අවම කිරීම සහ ආහාර පරිසර පද්ධතිය නවීකරණය කිරීමයි. තිරසාර බව ජනතාවගේ එදිනෙදා ජීවිතයේ කොටසක් බවට පත් කිරීම අපගේ අරමුණයි. අපි පලතුරු සහ එළවළු අංශයේ ක්‍රියාත්මක වන්නේ අතිරික්ත හෝ 'විරූපී නිෂ්පාදන' අපගේම සන්නාමගත නිෂ්පාදන සහ තිරසාර මූලාශ්‍ර සහිත භාණ්ඩ අලෙවි කිරීමෙනි."

UGLYFOOD
EAT SUSTAINABLY, FOR THE BETTER GOOD

Ugly Food, Singapore

"ස්වයං උපකාර, සමාජ වෙළඳාම සහ ව්‍යාපාරික විසඳුම් හරහා අවස්ථා නිර්මාණය කිරීම මගින් දරිද්‍රතාවය දුරු කිරීම"

THE BIG ISSUE

Big Issue, UK

"අපි ගොවීන්ගේ සහ ඔවුන්ගේ පවුල්වල ජීවිත වැඩිදියුණු කරමින් ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතා වෙනුවෙන් පෙනී සිටිමු, එවිට අපි එක්ව තිරසාර හා සාධාරණ ලෝකයක් ගොඩනගමු. කොකෝවා ගොවීන්ගේ සම හිමිකාරීත්වය දරන එකම Fairtrade චොකලට් සමාගම අපියි."

Divine CHOCOLATE

Divine Chocolate, Ghana,UK

5 සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමේ පියවර

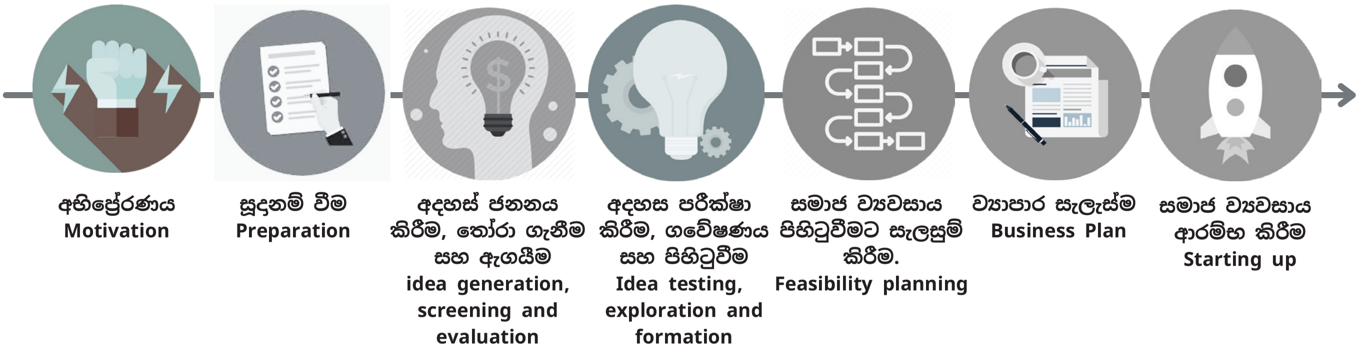
සමාජ ව්‍යවසායක් සැලසුම් කිරීම යනු අනාගතයේ දී ඔබ කොතැනක සිටිය යුතු ද යන්න සහ එහි යන්නේ කෙසේ ද යන්න සොයා බැලීමේ ක්‍රියාවලියයි. මෙම අත්පොත සමාජ ව්‍යාවසාය සැලසුම් ක්‍රියාවලිය, ව්‍යවසාය අදහස මූල්‍යමය වශයෙන් ශක්‍ය ද සහ සමාජීය හා පාරිසරික වශයෙන් වගකිව යුතු ද යන්න පරීක්ෂා කිරීමට භාවිතා කළ හැකි ය. තවද, ඔබගේ ව්‍යවසාය අදහස ක්‍රියාවට නැංවිය හැකි ද යන්න පරීක්ෂා කිරීමට ද හැකි ය. ව්‍යවසාය සැලසුම් කිරීමේ දී එය දියුණු කිරීමට සහ ව්‍යාපාර කළමනාකරණය පිළිබඳව ඉගෙන ගැනීමට කැමති සාමාජිකයින් පිරිසක් එක් කර ගැනීමේ මාර්ගයක් ලෙස ද භාවිතා කිරීමට ද පුළුවන. අවසාන වශයෙන් මනා ලෙස සැලසුම්කරණය කිරීමෙන් ආයෝජන සහ වෙනත් ආධාර සොයා ගැනීම සඳහා භාවිතා කළ හැකි ලේඛනයක් පිළියෙල කිරීම සඳහා තොරතුරු ලැබෙනු ඇත.

ඔබේ සමාජ ව්‍යවසායයේ සැලසුම් මූලික අදහස්වලින් සහ වඩාත් සම්පූර්ණ ව්‍යාපෘති සංකල්පයක් ගැන සිතන විට, එය පූර්ණ ක්‍රියාකාරී ව්‍යවසායයක් ලෙස අවධානය යොමු කළ හැකිය. එවිට ඔබ ඔබේ ව්‍යාපාර ආකෘතිය ගැන සිතීමට වැඩි වැඩියෙන් අවශ්‍ය වනු ඇත. සාමාන්‍යයෙන් ව්‍යාපාර ආකෘතියට ප්‍රධාන අංග තුනක් ඇත.

- **ඔබේ ප්‍රධාන අරමුණ (සමාජ බලපෑම) :** අරමුණු සහ සදාචාරාත්මක / දැක්ම, මෙහෙවර සහ ව්‍යාපාරික සහ සමාජ වටිනාකම්
- **ඔබේ උපාය මාර්ගය:** ඔබ කරන කාර්යය සමස්ථයක් ලෙස එකට ගැලපෙන ආකාරය සහ එය ඔබගේ අරමුණු ඉටුකර ගැනීමට උපකාර වන ආකාරය
- **ඔබ ලබා දෙන දේ:** ඔබ ඔබේ ගනුදෙනුකරුවන්ට සහ / හෝ ප්‍රතිලාභීන්ට ලබා දෙන්නේ කුමන නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් ද?

සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීම සම්බන්ධ සැලසුම් ක්‍රියාවලිය පහත අනුපිළිවෙළින් සිදුවේ. එය පියවරෙන් පියවර ප්‍රවේශයක් ලෙස සැලකිය හැකි ය.

සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමේ පියවරයන්



අභිප්‍රේරණය

සමාජ ව්‍යවසායක සාර්ථකත්වය සඳහා අභිප්‍රේරණය (Motivation) අත්‍යවශ්‍ය දෙයක් ලෙස සැලකේ. විවිධ ප්‍රකාශිත ලේඛන සහ සමාජ ව්‍යවසායකයන්ගේ උදාහරණ වලට අනුව, බොහෝ සමාජ ව්‍යවසායකයින් තමන්ගේ ම අත්දැකීම් වලින් අභිප්‍රේරණය වී ඇත. බොහෝ සමාජ ව්‍යවසායකයින් තම ප්‍රජාව තුළ මුණගැසෙන සමාජ ගැටලු සහ සපුරා නොමැති අවශ්‍යතා පිළිබඳ අවබෝධය සහ අත්දැකීම් මගින් අභිප්‍රේරණය වී ඇත.

ඔබ සමාජ ව්‍යවසායයක් දක්වා වර්ධනය වීමට බලාපොරොත්තු වන ආයතනයක් නම් උත්ප්‍රේරක සමාජ ව්‍යවසායකයෙකු සිටිය යුතුය. සාර්ථක සමාජ ව්‍යවසායන් ආරම්භ කරනු ලබන්නේ ඔවුන් කරන දෙයට ආශාවක් සහ කැමැත්තක් ඇති පුද්ගලයින් විසිනි.

සාර්ථක සමාජ ව්‍යවසායකයින් තම සිහිනය තනි තනිව සැබෑ කර ගත නොහැකි බව හඳුනා ගත්ත ද, ඔවුන් හා සම්බන්ධ වීමට අන් අයව පොළඹවන දැක්ම, අධිෂ්ඨානය, අවශ්‍ය සම්පත් සහ අභිප්‍රේරණය ඔවුන්ට තිබිය යුතු ය. සියල්ලටම වඩා, ඔවුන් එහි සිටින්නේ දිගු ගමනක් සඳහා මිස ඉක්මන් විසඳුමක් සඳහා නොවේ.

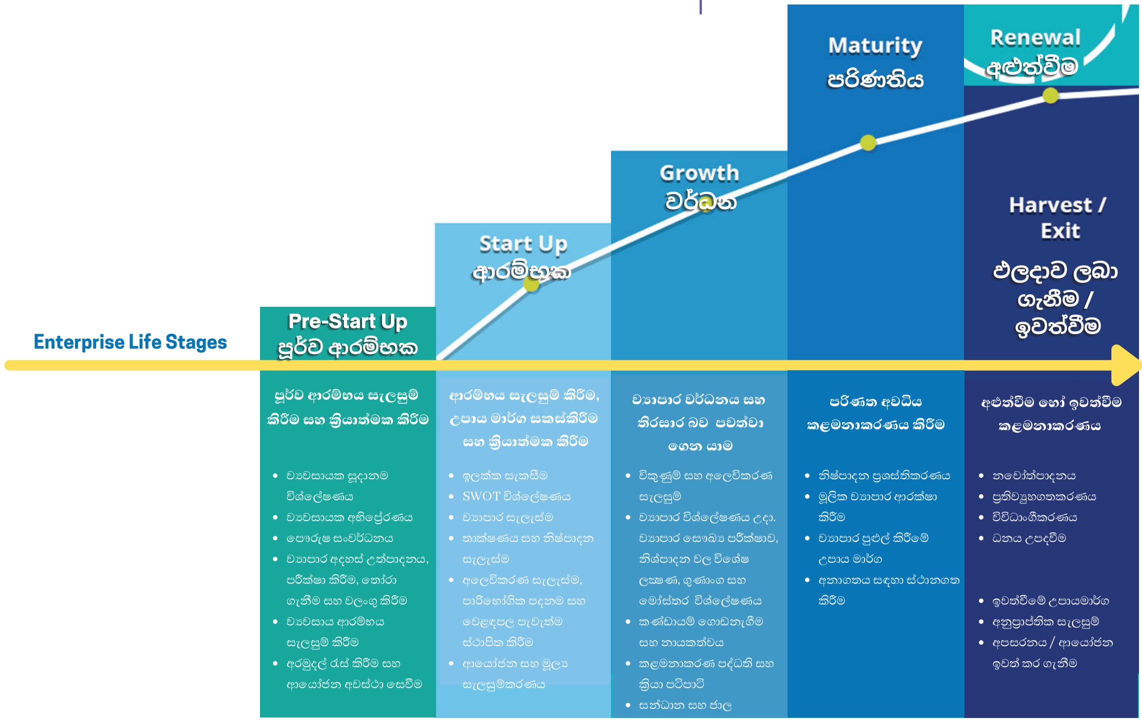
සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමේ අදහසින් ඔබ තව දුරටත් ඉදිරියට යාමට පෙර, ඔබ ඉදිරියෙහි ඇති මෙම දුෂ්කර ගමන සඳහා ඔබ සූදානම් විය යුතු අතර, නිසැකවම ඔබ ඉදිරියේ ඇති නොවැළැක්විය හැකි බාධක සහ අභියෝග ජය ගැනීමට ඔබ සම්පූර්ණයෙන්ම කැපවී සිටිය යුතු ය. එසේම, මෙම අවස්ථාවෙහි දී, ඔබ අදහස් ගවේෂණය එසේ නොමැති නම් අදහස් උත්තේජනය කිරීම වැදගත් වන අතර මෙය ඔබගේ අභිප්‍රේරණයට කොතරම් දුරට බලපාන්නේ දැයි බැලීම වැදගත් වේ. මෙහිදී, සමාජ ව්‍යවසායන් පිළිබඳව ඔබ දන්නා දේ ද ඉතා වැදගත් වේ.

පහත දැක්වෙන්නේ ඔබේ අභිප්‍රේරණය, ගුණාංග සහ වටිනාකම් ගැන සිතීමට උපකාර වන ප්‍රශ්නාවලියකි. ඔබ සමාජ ව්‍යවසායකයෙකු ලෙස ඔබේ ගමන ආරම්භ කිරීමට පෙර, ඔබ විසින් ම මෙම ප්‍රශ්න ඔබෙන් ම අසා ඒවාට සාධාරණ පිළිතුරු ඔබ සතුව ඇත් දැයි බැලීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

ඔබ සමාජ ව්‍යවසායක් ආරම්භ කිරීමට සූදානම්ද?

ඔබ සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමට ඔබ ව පොලඹවන්නේ කුමක් ද?.
ඔබට සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමට අවශ්‍ය ඇයි?
සමාජ ව්‍යවසාය ගැන ඔබට ප්‍රමාණවත් දැනුමක් තිබේ ද?
ඔබට හෝ ඔබේ සංවිධානය සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමට අදහස් කරන්නේ නම් ඒ වෙනුවට වෙනත් විකල්ප තිබේ ද?
ඔබට සාක්ෂාත් කර ගැනීමට අවශ්‍ය වන්නේ කුමක් ද?
ඔබේ පාර්ශවකරුවන් ඔබ සමඟ සිටින බව ඔබ සහතික කරන්නේ කෙසේ ද?
ඔබට හොඳ ව්‍යාපාරික අදහසක් තිබේ ද?
සමාජ ව්‍යවසායෙන් ප්‍රයෝජන ලැබෙන්නේ කාට ද?
ඔබට ඇත්තටම ව්‍යාපාරයක් කිරීමට අවශ්‍ය ද?
සාර්ථක වීමට අවශ්‍ය ශක්තිය සහ අධිෂ්ඨානය ඔබට තිබේ ද?
ව්‍යවසාය වර්ධනය කිරීමට සහ සංවර්ධනය කිරීමට අවශ්‍ය දිගුකාලීන කැපවීම සඳහා ඔබ සූදානම් ද?
ඔබ අවදානම සම්පූර්ණයෙන්ම තේරුම් ගන්නවා ද? නැතහොත් ඔබට හෝ ඔබේ සංවිධානයට සෘජුවම සම්බන්ධ වන අවදානම් මොනවා ද?
ඔබට පැහැදිලි සමාජ අරමුණු තිබේ ද නැතහොත් ඔබ විසඳීමට අදහස් කරන සමාජ ගැටළු සැබවින්ම ඔබ අවබෝධ කරගෙන තිබේ ද?

ව්‍යවසාය ජීවන අවධීන්



ඔබ විසඳීමට බලාපොරොත්තු වන ගැටලුව හොඳින් හඳුනා ගැනීම, නිර්වචනය කිරීම සහ ඔබේ විසඳුම

ඔබ සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමට අදහස් කරන්නේ නම්, එය පැහැදිලිවම ඔබ විසින් හඳුනාගත් සමාජ හෝ පාරිසරික ගැටලුවක් විසඳීමට ඔබ තුළ ඇති ආශාව නිසා ඔබ පෙලඹී ඇති බව උපකල්පනය කළ හැකිය. එබැවින්, ඔබේ සමාජ ව්‍යවසාය සැලසුම් කිරීම සඳහා, එය ක්‍රියාත්මක කරන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව ඔබට පැහැදිලි අදහසක් තිබිය යුතුය. එසේ කිරීම සඳහා, ඔබට ඔබ විසඳීමට බලාපොරොත්තු වන ගැටලුව, ඔබට ගෙන ඒමට අවශ්‍ය වෙනස සහ අවශ්‍ය ක්‍රියාමාර්ග පිළිබඳව වැඩිදුර ගවේෂණය කිරීමට අවශ්‍ය වනු ඇත. මෙහිදී, ඔබ ගවේෂණය කළ යුතු වැදගත් මූලික කරුණු 3ක් ඇත.

1. ගැටලුවේ න්‍යාය - Theory of Problem

- ඔබ විසඳීමට උත්සාහ කරන ගැටලුව කුමක්ද?
- මෙම ගැටලුවට මුහුණ දෙන්නේ කවුද සහ ඔවුන්ගේ අත්දැකීම් මොනවාද?
- ගැටලුවේ පරිමාණය කුමක්ද?
- මෙම ගැටලුව පවතින්නේ ඇයි?
- ඔබ හඳුනාගෙන ඇති ගැටලුවේ වත්මන් තත්ත්වය කුමක්ද?

2. ඇතිකිරීමට යන වෙනසේ හෝ වෙනස් වීමේ න්‍යාය - Theory of Change

- ඉහත අර්ථ දක්වා ඇති ගැටලුව විසඳීම සඳහා ඔබේ උපාය මාර්ගය
- ‘වෙනස් වීමේ න්‍යාය’ ක්‍රියාවලියේ අරමුණ වන්නේ ඔබ ආමන්ත්‍රණය කිරීමට සූදානම් වන ගැටලුවේ මූල හේතු වටා ගොඩනැගුණු ශක්තිමත් විසඳුම් උපාය මාර්ගයක් වර්ධනය කිරීමට ඔබට උපකාර කිරීමයි.

3. ක්‍රියාවේ න්‍යාය - Theory of Action

- ප්‍රධාන මැදිහත්වීම් (ඔබේ ක්‍රියා/මෙහෙයුම්), වෙනස් කිරීමේ විසඳුමේ න්‍යාය ක්‍රියාත්මක කිරීමට උපකාරී වේ.

ගැටලුවේ න්‍යාය පිළිබඳ උදාහරණයක්

වර්තමාන තත්වය	ඉලක්ක තත්ත්වය
දිළිඳු සහ ආන්තික ප්‍රජාවන්හි ආබාධිත පුද්ගලයන්, විශේෂයෙන්ම ආබාධිත කාන්තාවන් සාමාජීය වශයෙන් කොන් වීමට ලක් වී ඇත. එමනිසා ඔවුන්ගේ මානසික හා කායික සෞඛ්‍ය සහ පවුලේ යහපැවැත්ම පිරිහීමට ලක්වෙයි.	ආබාධිත කාන්තාවන් සමාජීය සහ ආර්ථික වශයෙන් ක්‍රියාකාරී වන අතර පවුල් සෞඛ්‍ය සහ යහපැවැත්ම ධනාත්මක වේ.

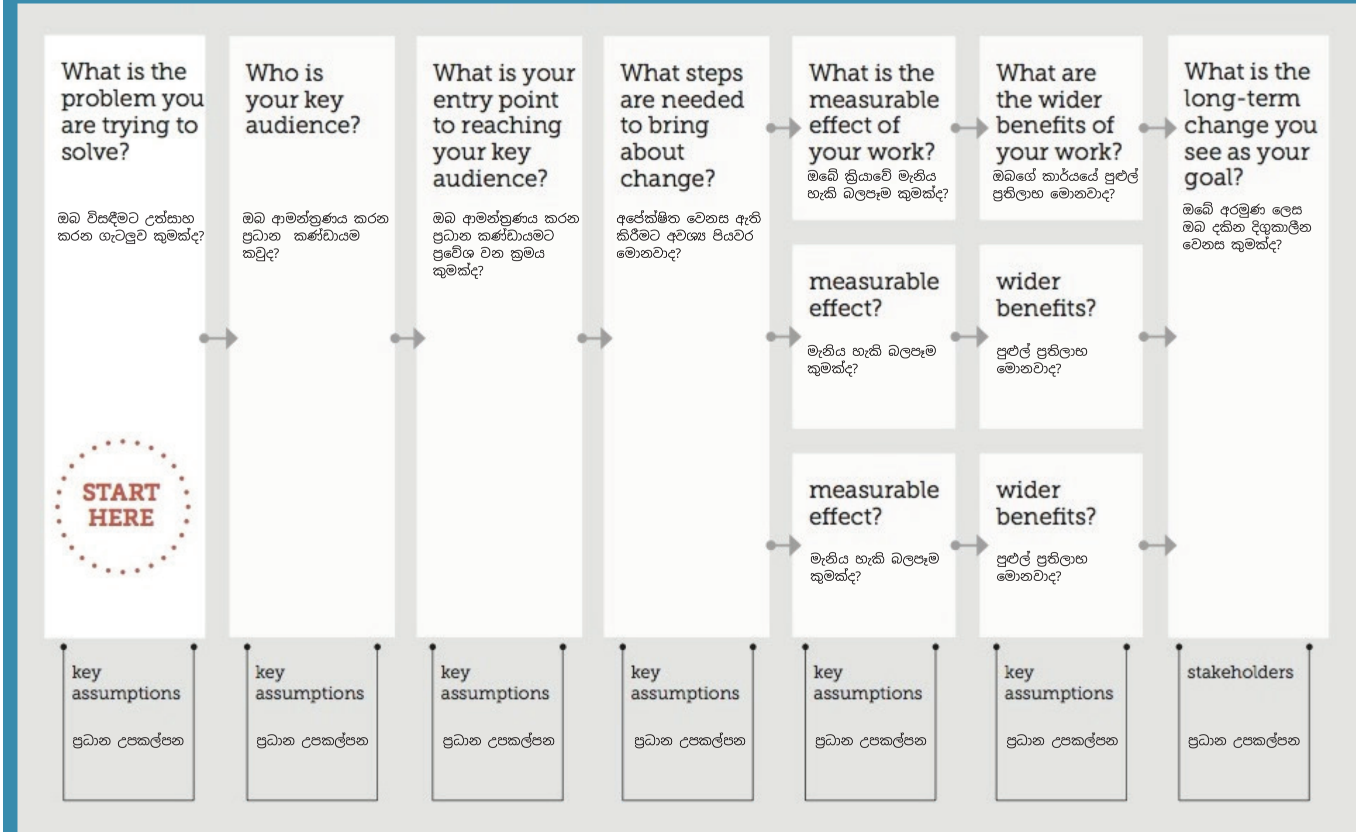
මෙම ගැටලුව අත්විඳින්නේ කවුද?	ගැටලුවේ පරිමාණය කුමක්ද?	මෙම ගැටලුව පවතින්නේ ඇයි?
ආබාධිත කාන්තාවන්, ඔවුන්ගේ පවුල්වල සාමාජිකයන්,	ආබාධිත කාන්තාවන් සංඛ්‍යාව පවුල් සහ යැපෙන්නන් සංඛ්‍යාව	දුප්පත්කම සහ අඩු ආදායම් තත්ත්ව, අධ්‍යාපනය නොමැතිකම රැකියා නිපුණතා නොමැතිකම, සමාජ හා සංස්කෘතික බාධක දුර්වල පොදු සේවාවන් හෝ සේවාවන් වෙත ප්‍රවේශ වීමට නොහැකි වීම

සමාජ අරමුණු පිහිටුවීම

- ඔබේ සහ සමාජ ව්‍යවසායයේ සමාජ අරමුණු මොනවාද?
- වෙළඳපලේ සහ සමස්ත සමාජය තුළ ව්‍යවසාය ආමන්ත්‍රණය කළ යුතු අවශ්‍යතා මොනවාද?
- මෙම ව්‍යවසාය පුරවන්නේ වෙළඳපලේ කුමන හිඩැසක්ද?
- ව්‍යවසාය හරහා ඔබට අත්කර ගැනීමට අවශ්‍ය සමාජ ප්‍රතිඵල මොනවාද සහ කවුරුන් සඳහාද?
- සමාජ ප්‍රතිඵල ඔබේ සමාජ අරමුණු සමඟ සෘජුවම සම්බන්ධද?
- මෙම ඔබේ අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගෙන ඇති බව ඔබ දන්නේ කෙසේ ද? ඔබගේ ජයග්‍රහණ පෙන්නුම් කරන සාර්ථක දර්ශක මොනවාද?
- මෙම සමාජ ප්‍රතිඵල ඔබේ සංවිධානයේ සමාජ මෙහෙවරට සම්බන්ධ වන්නේ කෙසේ ද?

ඇතිකිරීමට යන වෙනසේ හෝ වෙනස් වීමේ න්‍යාය Theory of Change

වෙනස් වීමේ න්‍යාය යනු සමාජ ව්‍යවසායකත්ව වෘත්තිකයන් අතර සමාජයේ අපේක්ෂිත ධනාත්මක වෙනසක් ඇති කිරීමට ඔවුන් ගෙන යන පියවරයන් සිතියම්ගත කිරීම සඳහා බහුලව භාවිතා වන මෙවලමකි. මෙය මාර්ග සිතියමක් ලෙස හෝ තමන් කැමති සමාජ ගැටළුවක් විසඳීම සඳහා පිළිගත හැකි සහ තිරසාර විසඳුමක් ලෙස භාවිතා කළ හැක.



සූදානම් වීම

මෙම අදියර වන විට ඔබ මෙම සමාජ ව්‍යවසාය ආරම්භ කිරීම සඳහා ඔබ අභිප්‍රේරණය වී ඇතිදැයි ඔබ දැනටමත් හඳුනාගෙන ඇත. සමාජ ව්‍යවසාය යනු කුමක් ද යන්න පිළිබඳ ව ඔබට යම් අවබෝධයක් තිබිය යුතු අතර ඔබට ගවේෂණය කිරීමට අවශ්‍ය ව්‍යාපාරික අදහසක් සිතේ තිබිය යුතුය. ව්‍යාපාර සංවර්ධන ක්‍රියාවලියේ තීරණාත්මක මූලධර්මයක් වන්නේ ඔබ කළ හෝ ඉගෙන ගත් දේ අඛණ්ඩව සමාලෝචනය කිරීමයි. අවශ්‍ය නම්, ඔබේ සමාජ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය කරන්නේ කෙසේ ද යන්න නැවත තක්සේරු කිරීමට ඔබට පියවරක් පසුපසට ගැනීමට සිදුවනු ඇත. එමෙන්ම සමාජ ව්‍යවසායක් පවත්වාගෙන යාමට ඔබේ කුසලතා සහ හැකියාව තක්සේරු කිරීම ද වැදගත් වේ. ඔබට හෝ ඔබේ සංවිධානයට සිදුවිය හැකි වෙනස්කම් ගැන අවධානය යොමුකිරීම අවශ්‍යවන අතරම අවදානම පිළිබඳව ඔබේ ආකල්පය සහ ව්‍යාපාරය වර්ධනය කිරීම සඳහා ඔබගේ මූල්‍ය සූදානම පිළිබඳව ද යම් තක්සේරුවක් කිරීමද වැදගත් වේ. මේ අතර ඔබේ පාර්ශවකරුවන් හඳුනාගෙන විශ්ලේෂණය කිරීම ද වැදගත් වේ.

පුද්ගලයෙකු හෝ සංවිධානයක් ලෙස ඔබේ ව්‍යවසායකත්ව සූදානම තක්සේරු කිරීම සඳහා, ඔබට පහත ප්‍රශ්න ඔබ විසින්ම ඇසිය හැකි අතර ඔබ සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කිරීමට සූදානම්ද යන්න තීරණය කළ හැක.

> **"ආරම්භක ව්‍යවසායයන් සියල්ලම එකම, පුරෝකථනය කළ හැකි මාර්ග අනුගමනය නොකරයි, නමුත් ඒවා සමාන අදියර කරා ළඟා විය යුතුය. ආරම්භක සූදානම පරීක්ෂණය යනු එයයි. ආරම්භක සූදාන්ම් පරීක්‍ෂණය තමන්ගේ ව්‍යවසායකත්ව හැකියාවන් සහ ව්‍යවසායකත්ව ගුණාංග දෙස විමර්ශනාත්මකව බැලීමට මාර්ගෝපදේශයක් සපයයි.සාර්ථකත්වය කරා විවිධ අදියරයන් හරහා ආරම්භක ව්‍යවසායක ප්‍රගතිය නිරීක්ෂණය කළ හැකිය."**

ව්‍යවසායක සූදානම් පරීක්ෂණය

	ඔව්	නැත	අදහසක් නැත
ඔබ ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කිරීමට සූදානම් යැයි සිතනවාද?			
ඔබේ ව්‍යාපාරයට ඔබේ පවුලේ අයගෙන් සහ මිතුරන්ගේ සහය තිබේද?			
ඔබ ආරම්භ කරන දෙයට සමාන ව්‍යාපාරයක ඔබ කවදා හෝ වැඩ කර තිබේද?			
ඔබ ව්‍යවසායකයෙකු යැයි ඔබ දන්නා අය පිළිගන්නවාද?			
කුඩා ව්‍යාපාර පාඨමාලාවක් හෝ සම්මන්ත්‍රණයකට සහභාගි වී තිබේද?			
ඔබ ඔබේම තීරණ ගන්න කැමතිද?			
තීරණ ගැනීමට උදව් සඳහා අන්අය වෙත යොමුවනවාද?			
ඔබ තරඟයට කැමතිද?			
ඔබට බලය හා ස්වයංවිනය තිබේද?			
ඔබ යමක් කිරීමට පෙර සැලසුම් කරනවාද?			
ඔබට අන් අය කැමතිද?			
ඔබ අන් අය සමඟ සම්බන්ධකම් පවත්වනවාද?			
ඔබ සමාජශීලී බව ඔබ දන්නා අය පවසයිද?			
ඔබේම ව්‍යාපාරයක් පවත්වා ගෙනයාමට දිනකට පැය 12කට වඩා වැඩ කිරීමට,සහ ඉරිදා දිනවල සහ නිවාඩු දිනවල වැඩ කිරීමට අවශ්‍ය බව ඔබ දන්නවාද?			
ඵලදායි ලෙස කටයුතු කිරීමට ඔබට චිත්ත ශක්තිය තිබේද?			
ඔබේ ව්‍යාපාරය ස්ථිර ලෙස ස්ථාපිත වන තෙක් ඔබේ එදිනෙදා කටයුතු මදක් නැවැත්වීමට ඔබ සූදානම් ද?			
ඔබේ ඉතුරුම් වලින් කොටසක් ව්‍යාපාරය සඳහා භාවිතා කිරීමට ඔබ සූදානම්ද?			
සාර්ථක ව්‍යාපාරයක් පවත්වාගැනීම සඳහා ඔබට අවශ්‍ය මූලික කුසලතා පිළිබඳව ඔබ දන්නවාද?			
ඔබට එම කුසලතා තිබේද?			
ඔබට පරිගණක දැනුම තිබේද?			
ඔබ කවදා හෝ කළමනාකරණ හෝ අධීක්ෂණය කටයුතු වල සේවය කර තිබේද?			
සේවකයන් බඳවාගැනීම, කාර්යයන් පැවරීම සහ විනය පවත්වාගෙන යාම ඔබට පහසු යැයි සිතනවාද?			
ඔබේම ව්‍යාපාරයට අවශ්‍ය මූලික කුසලතා ඔබ සතුව නොමැති බව ඔබ සොයා ගත්තේ නම්, අවශ්‍ය නිපුණතා ලබාගන්නා තෙක් ඔබේ සැලසුම ප්‍රමාද කිරීමට ඔබ කැමතිද?			

සංවිධාන ව්‍යවසායක සූදානම පරීක්ෂණය

ඔබේ සංවිධානයේ මූලික සාරධර්ම මොනවා ද?

ඔබේ සංවිධානයේ අරමුණ කුමක් ද?

ඔබගේ වර්තමාන ක්‍රියාකාරකම් මොනවා ද සහ ඒවා ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී ඔබ කෙතරම් සාර්ථක ද?

ව්‍යාපාරයක් පවත්වාගෙන යාමට අවශ්‍ය ආයතනය තුළ ඔබට කුසලතා සහ අත්දැකීම් පරාසයක් තිබේ ද?

ඔබ සංවිධානයට උපාය මාර්ගයක් තිබේ ද සහ සමාජ ව්‍යවසායක් සංවර්ධනය කිරීම මෙයට ගැලපෙන්නේ කෙසේද?

ඔබේ සංවිධානය වෙනස්වීම්වලට ප්‍රතිචාර දක්වන්නේ කෙසේද?

ඔබ පවතින ක්‍රියාකාරකම් ඇගයීම සහ නව වර්ධනයන් සඳහා සැලසුම් කරන්නේ කෙසේද?

සමාජ ව්‍යවසායයක් බවට පත්වීමට අවශ්‍ය වෙනස්කම් සිදුකිරීමට පාලක මණ්ඩලය සහ ප්‍රධාන කාර්ය මණ්ඩලය සහාය දෙනවාද?

සමාජ ව්‍යවසායයක් බවට පත්වීමට සහය වීම සඳහා ඔබට සංවර්ධනය කිරීමට හෝ වෙනස් කිරීමට අවශ්‍ය ප්‍රතිපත්ති, ක්‍රියා පටිපාටි සහ පද්ධති පිළිබඳව හොඳ අවබෝධයක් තිබේද?

පාර්ශවකරු විශ්ලේෂණය

පාර්ශ්වකරු විශ්ලේෂණය (Stakeholder Analysis) යන්නෙන් අදහස් වන්නේ ඔබේ සමාජ ව්‍යවසායයට කිසියම් සම්බන්ධයක් හෝ බලපෑමක් ඇති සියලුම පුද්ගලයන් සහ සංවිධාන හඳුනා ගැනීමයි. ඔබේ පාර්ශවකරුවන් කවුරුන්දැයි ඔබ දන්නේ නම්, එය ඔබේ සමාජ ව්‍යවසායයේ සංවර්ධනය සැලසුම් කිරීමට උපකාරී වේ. හවුල්කරුවන් සහ ගනුදෙනුකරුවන් සමඟ සම්බන්ධ වීමේ හොඳම ආකාරය තේරුම් ගැනීමටද එය ඔබට උපකාර කරයි. සමාජ ව්‍යවසායන්ට පාර්ශවකරුවන් සහ ගනුදෙනුකරුවන් යන දෙගොල්ලන්ම සිටිය හැකිය. පාර්ශවකරුවන් සමඟ හොඳ ව්‍යාපාරික සබඳතා ඇති කර ගැනීමට සහ හොඳම නිෂ්පාදනයක් හෝ සේවාවක් අවබෝධකර සැපයීම සඳහා ඔවුන්ගේ ගනුදෙනුකරුවන් කවුරුන්ද යන්න දැන ගැනීම සඳහා ඔවුන් කවුරුන්ද යන්න දැන ගැනීම වැදගත් වේ.

ප්‍රධාන වශයෙන් පාර්ශවකරුවන් වර්ග තුනකට අයත් වේ.

1. ප්‍රාථමික පාර්ශ්වකරුවන්

තම අභිලාෂයන් සමාජ ව්‍යවසායයේ කේන්ද්‍රයේ ඇති අයයි. මෙම කණ්ඩායම් සමහර විට ඉලක්ක කණ්ඩායම හෝ ප්‍රධාන පාරිභෝගිකයන් ලෙස හැඳින්වේ. ඔවුන් සාමාන්‍යයෙන් සාමාජිකයින්, සේවා භාවිතා කරන්නන්, වැදගත් වෙළඳ හවුල්කරුවන් හා ස්වේච්ඡා සේවකයන් වේ.

2. ද්විතීයික පාර්ශවකරුවන්

ප්‍රාථමික පාර්ශවකරුවන් වෙත ළඟා වීම සඳහා සමාජ ව්‍යවසාය සමඟ සහයෝගයෙන් කටයුතු කරන අයයි. ඔවුන් සාමාන්‍යයෙන් සැපයුම්කරුවන්, බැංකු, හවුල්කරුවන්, රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික අංශයේ සංවිධාන සහ තරඟකරුවන් වේ.

3. තෘතියික පාර්ශවකරුවන්

වෙළඳ හවුල්කරුවන්, මූල්‍ය ආයතන සහ බාහිර උපදේශකයින් වේ. මෙම වර්ගය කුඩා කණ්ඩායම් සඳහා අදාළ නොවනු ඇත, නමුත් විශාල සමාජ ව්‍යවසායන් සඳහා මෙය වැදගත් කණ්ඩායමක් විය හැක.

පාර්ශවකරු විශ්ලේෂණයක් කරන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳ උදාහරණයක් පහත දැක්වේ.

- ඔබේ ප්‍රධාන පාර්ශවකරුවන් ඔවුන්ගේ වැදගත් කම අනුව ප්‍රමුඛතා ගත කරන්න. මෙයට ගනුදෙනුකරුවන්, අරමුදල් සපයන්නන්, ස්වේච්ඡා සේවකයන්, සේවා භාවිතා කරන්නන්, සාමාජිකයින්, කාර්ය මණ්ඩලය යනාදිය ඇතුළත් විය හැකිය.
- ඔබේ ව්‍යාපාරයට ඉහළ මට්ටමේ බලපෑමක් ඇති කිරීමට ඉඩ ඇති පාර්ශවකරුවන් හඳුනාගන්න.
- ඔබ ලැයිස්තුගත කර ඇති පාර්ශවකරුවන් සමග ඔබ සම්බන්ධ වන්නේ කෙසේදැයි හඳුනාගන්න.

පාර්ශවකරුවන් සිතියම්ගත කිරීම

සම්බන්ධතා සිතියම් ගතකිරීම තුළින් ඔබට බලපෑම් කළහැකි ප්‍රධාන පුද්ගලයින් හෝ ආයතන හඳුනා ගැනීමට ඉඩ දෙයි. ඔබේ පාරිභෝකයන්ගේ අවශ්‍යතා සහ වෙළඳපලේ හිදැස් හඳුනාගැනීමට මෙම මෙවලම ඔබට උපකාරී වේ.

6 සමාජ ව්‍යවසාය අදහස් ජනනය කිරීම, තෝරා බේරා ගැනීම සහ ඇගයීම

ඇත්ත වශයෙන්ම, සමාජ ව්‍යවසායකත්ව අදහස් “ත්‍රිත්ව පහළ රේඛාව” (Triple Bottom Line) යන ආකෘතිය සමග බැඳී ඇත. එය සාම්ප්‍රදායික ලාභ, ආයෝජන මත ප්‍රතිලාභ සහ කොටස් හිමියන්ගේ වටිනාකම යන සාම්ප්‍රදායික මිනුම්වලින් ඔබ්බට ගොස් පාරිසරික හා සාමාජීය කාරණා අන්තර්ගත වී ඇත.

“ත්‍රිත්ව පහළ රේඛාව” යනු සුප්‍රකට ව්‍යවසායකයෙකු වන John Elkington විසින් නිර්මාණය කරන ලද සංකල්පයක් වන අතර, ව්‍යාපාර ශේෂ පත්‍රයක් ඩොලර් වලින් ඔබ්බට විහිදිය යුතු බවත් එය පහත සඳහන් ප්‍රධාන කොටස් තුන කෙරෙහි අවධානය යොමු යුතු බවත් පැවසීය, එනම්:

- මිනිසුන් People
- ලෝකය Planet
- ලාභය Profit

අදහස් ජනනය කිරීම

බොහෝ දෙනා අතර තිබෙන වැරදි මතයක් වන්නේ අපට ව්‍යාපාරික අදහස් පැමිණෙන්නේ ක්ෂණිකව හෝ වසර ගණනාවක් තිස්සේ ඒ පිළිබඳව කල්පනා කිරීමෙන් පසුව බවයි.

සමාජ ව්‍යවසාය අදහස ඕනෑම තැනක සිට පැමිණිය හැකි නමුත් සමාජ ව්‍යවසාය අදහස් ජනනය කිරීම සඳහා ප්‍රධාන මාර්ග දෙකක් ඇත.

- වාණිජමය ව්‍යාපාරික අදහසක් ලෙස
- සමාජ හෝ පාරිසරික ගැටලුවකට ව්‍යවසායක විසඳුමක් ලෙස

බොහෝ විට ඉහත කී කාරණා ඉතා හොඳින් එක්ව ක්‍රියා කරයි. උදාහරණයක් ලෙස සමාජ ව්‍යවසායක් ලාභ බෙදා හැරීම හරහා සමාජ ගැටලු විසඳීමට සහය විය හැක. ඒ අතරම රාජ්‍ය ආයතනයක් විසින් මහජනතාවට නොමිලයේ සේවා සැපයීම සඳහා සමාජ ව්‍යවසායයක් සමග ගිවිසුම් ගත විය හැක. තවද සමාජ හෝ පාරිසරික අරමුණු මත ක්‍රියාකරන ව්‍යවසායයන් පිහිටුවීමට රජය විසින් අවශ්‍ය සහාය ලබා දිය හැක.

හඳුනාගත් සමාජ හෝ පාරිසරික ගැටලුව විසඳීම සඳහා නව අදහස් උත්පාදනය කිරීම සමාජ ව්‍යවසායකයා සතු වගකීමකි. යම් හෙයකින් කිසියම් විශේෂිත ගැටලුවක් විසඳීමට නිවැරදි මාර්ගයක් නොමැති වුවත්, ගැටලුව නිර්මාණාත්මකව ලෙස විසඳන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳ ක්‍රමානුකූල චින්තන ක්‍රියාවලියක (systematic thinking process) යෙදීම වඩා වැදගත් වේ.

ව්‍යවසාය අදහස් ජනිත කිරීමේදී සැලකිය යුතු කරුණු කිහිපයක් ඇත. ඔබ ජනිත කරන අදහස් ලියා තැබීමට ඉතාම වැදගත් ය. ඔබ දකින සිහින අනාගතයේ විශාල වෙනසක් සඳහා හොඳ ප්‍රවේශයක් විය හැක. එබැවින් පහත සඳහන් කාරණා ඔබට අදහස් ජනිත කිරීමේ ක්‍රියාවලියට වැදගත් වනු ඇත.

ඔබට වැඩිදියුණු කිරීමට හෝ වෙනස් කිරීමට අවශ්‍ය දෙය කුමක්ද?

එය වැඩිදියුණු කළ යුත්තේ ඇයි? - වැඩි දියුණු කිරීමෙන් ප්‍රතිලාභ ලබන්නේ කවුද?

මේ මොහොතේ එහි ඇති වරද හෝ අඩුපාඩුව කුමක් ද?

අන් අය අසමත් වූ තැන ඔබ සාර්ථක වන්නේ ඇයි?

එය වැඩිදියුණු කිරීමට ඔබ යෝජනා කරන්නේ කෙසේ ද?

එය වැඩිදියුණු කිරීමට අවශ්‍ය කාර්යය කිරීමට ඔබට දැනුමක් තිබේ ද?

එසේ නොවේ නම්, ඔබට උපකාර ලබා ගත හැකි ද? ඔබට උදව් කළ හැක්කේ කාටද?

එය වෙනත් දෙයක් සමඟ ඒකාබද්ධ කළ හැකිද?

හොඳ පාර්ශවකරුවන් පිරිසක් ගොඩනගා ගත හැකිද?

අදහස් පුනීලය

අදහස් පුනීලය (Idea Funnel) යනු අදහස්වල ශක්‍යතාව සඳහා පරීක්ෂා කළ හැකි නිරන්තර අදහස් ප්‍රවාහයක් සක්‍රීය කරන යාන්ත්‍රණයකි. අදහස් පුනීලයයේ මූලිකම දෙය නම් හැකිතාක් අදහස් ජනනය කිරීම සහ පසුව බොහෝ අදහස් වලින් අදහස් කිහිපයක් තෝරා ගැනීමයි. හොඳම අදහස් පවතිනු ඇති බැවින්, නව්‍ය අදහස්වලට ප්‍රමුඛත්වය දීමට සහ හොඳම අදහස් සම්පූර්ණයෙන්ම සංවර්ධනය කිරීමට හෝ වෙනත් නවෝත්පාදන දියත් කිරීමට හැකි බව සහතික කිරීමට අදහස් පුනීලය විශිෂ්ට මෙවලමකි.

ව්‍යාපාර අදහස් වල සුදුසු නුසුදුසු බව මැන බැලීමේදී පළමු පියවර ලෙස පහත සඳහන් ප්‍රශ්න වලට පිළිතුරු සැපයීමෙන් ව්‍යාපාර අදහස් හෝ සංකල්ප පිළිබඳව මනා අවබෝධයක් ලැබීමට උපකාරී වනු ඇත. ප්‍රශ්නවලට ලැබෙන පිළිතුරු ප්‍රමාණවත් නොවේ නම් ව්‍යාපාර අදහස් හෝ සංකල්ප පිළිබඳව තවදුරටත් හොඳින් අධ්‍යයනය කළ යුතු ය.

ඔබේ භාණ්ඩය/සේවාව සඳහා සැබෑ අවශ්‍යතාවයක් තිබේද?

ලාභදායී ව්‍යාපාරයක් පවත්වාගෙන යාමට සරිලන ඉල්ලුමක් ඔබගේ නිෂ්පාදනයට/සේවාවට තිබේද ?

තරගකරුවන් දැනට සමාන නිෂ්පාදන/සේවා සපයන්නේද? 'ඔව්' නම්, ඔබේ ව්‍යාපාර අදහසින් පාරිභෝගිකයාට ඔබගේ තරගකරුවන්ගෙන් නොලැබෙන ප්‍රතිලාභ ලැබේද? නිෂ්පාදනය/සේවාව පහසුවෙන් නිෂ්පාදනය කළ හැකිද?

භාණ්ඩය/සේවාව නීත්‍යානුකූලද? එය ආරක්ෂිත ද?

භාණ්ඩය/සේවාව කල් පවතී නම්, එය පහසුවෙන් නඩත්තු සේවා කළ හැකිද? (එම නඩත්තු සේවය කරන්නේ කවුද?)

ඔබේ නිෂ්පාදනය (භාණ්ඩය හෝ සේවාව) සාර්ථක ලෙස සංවර්ධනය කිරීමට අවශ්‍ය මූල්‍ය ස්ථාවරත්වයක් ඔබට තිබේද? භාණ්ඩය හෝ සේවාව නිෂ්පාදනය කිරීමට සහ අලෙවි කිරීමට අවශ්‍ය මූල්‍ය සම්පත් ඔබ සතුව තිබේද?

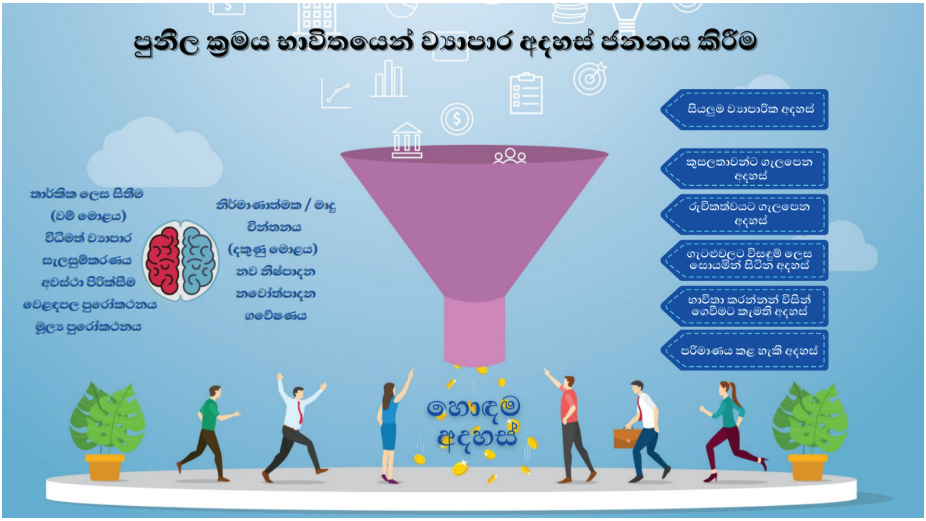
ඔබට ව්‍යාපාරයේ සාර්ථකව රැඳී සිටීමට හැකිවන ලෙස ආපසු ගෙවීමේ කාලය (Payback Period) කෙටි කාලයක් තුළ ළඟා කරගත හැකිද?

ඔබගේ මුල් නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව සාර්ථක වූවානම්, ඉන් පසුව එය තවදුරටත් සමාන හෝ ගැලපෙන වෙනත් නිෂ්පාදන පෙලක් දක්වා වර්ධනය කළ හැකිද?

ඔබට පේටන්ට් බලපත්‍රයක් හෝ ප්‍රකාශන හිමිකමක් සමග නිෂ්පාදනය ආරක්ෂා කළ හැකිද?

නිෂ්පාදනය වෙනත් කෙනෙකුගේ පේටන්ට් බලපත්‍ර හෝ ප්‍රකාශන හිමිකම් උල්ලංඝනය කරයිද?

අවශ්‍ය සියලුම අමුද්‍රව්‍ය සහ සැපයුම් පහසුවෙන් ලබා ගත හැකිද?



අදහස් ඇගයීම

අදහස් උත්පාදන අවධියේ දී, අදහස් කිහිපයකින් හොඳම අදහස් දෙකක් හෝ තුනක් තෝරාගෙන ඇති අතර දැන් එක් වඩාත් සුදුසු අදහසක් තෝරාගත යුතුය. වඩාත් සුදුසු අදහස තෝරා ගැනීමේදී තෝරාගත් අදහස් දෙක හෝ තුන විශේෂ ඇගයීමකට ලක් කළ යුතුව ඇත. ඉන් අනතුරුව තෝරාගත් අවසන් අදහස ක්‍රම කිහිපයක් භාවිතා කිරීමෙන් එම අදහසේ ශක්‍යතාවය සනාථ කරගත හැකි වෙනු ඇත. හොඳම අදහස්වල ශක්‍යතාව තක්සේරු කිරීම සඳහා ඊළඟ පිටුවේ දක්වා ඇති ක්‍රමවේද සටහන උපයෝගී කරගත හැක.

ව්‍යාපාරික අදහස ඇගයීමේදී, අවශ්‍ය තොරතුරු රැස් කිරීමට සහ විශ්ලේෂණය කිරීමට සහ ඒවා භාවිතා කිරීමෙන් නිවැරදි තීරණ ගැනීමට යම් කාලයක් ගත කළ යුතු ය. අවශ්‍ය නම් මේ සඳහා ව්‍යාපාර උපදේශකයන්ගේ සහාය ලබාගත හැක.

සමාජ හා ආර්ථික සාධක විශ්ලේෂණය කිරීමෙන් අවසාන අදහස් තෝරා ගැනීම
Final idea selection by analysing social and economic factors

ව්‍යාපාර අදහස	ඇගයීමේ නිර්ණායක								ලකුණු
	ආර්ථික සාධක				සමාජ සාධක				
	වෙළඳ පල ශක්‍යතාවය	සම්පත් සුලබතාවය	ලාබදායිතාවය	අවදානම් කළමණාකරණ හැකියාව	ප්‍රතිලාභීන් සංඛ්‍යාව	දිගුකාලීන පැවැත්ම	රැකියා සංඛ්‍යාව	පරිසර හිතකාමී බව	

ලකුණු ලබා දීම : 5 විශිෂ්ටයි 4 ඉතා හොඳයි 3 හොඳයි 2 සාමාන්‍යයි 1 දුර්වලයි

ශක්තීන්, දුර්වලතා, අවස්ථා සහ තර්ජන (SWOT) විශ්ලේෂණය

වර්තමාන සහ වෙනස්වන පරිසරයන් තුළ සමාජ ව්‍යවසාය ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය අවබෝධ කර ගැනීම ව්‍යාපාර සැලසුම් ක්‍රියාවලියේ වැදගත් පියවරකි. SWOT (ශක්තීන්, දුර්වලතා, අවස්ථා සහ තර්ජන) විශ්ලේෂණයක් මගින් සමාජ ව්‍යවසායයට අදාළ ශක්තීන්, දුර්වලතා, අවස්ථා සහ තර්ජන හඳුනා ගැනීමට උපකාරී වේ. ශක්තීන් සහ දුර්වලතා යනු සංවිධානය විසින් පාලනය කළ හැකි අභ්‍යන්තර සාධක වේ. අවස්ථා සහ තර්ජන යනු සංවිධානයට පාලනය කළ නොහැකි බාහිර සාධක වේ. මෙම අවබෝධය සමගින්, දුර්වලතා සහ විභව තර්ජන වල අවදානම අවම කර ගනිමින් ශක්තීන් සහ අවස්ථා උපරිම කරන උපාය මාර්ග ගොඩනගා ගැනීමට වඩා හොඳින් හැකි වේ. SWOT විශ්ලේෂණයක් පියවරෙන් පියවර කරන ආකාරය පහත දැක්වේ.

ශක්තීන් - Strengths

SWOT විශ්ලේෂණයක පළමු අංගය වන්නේ ශක්තීන් ය. මෙය ව්‍යවසාය විශේෂයෙන් සාර්ථකව කරන දේවල් හඳුනා ගනියි. මෙය සමාගමේ සන්නාම ගුණාංග වැනි ගුණාත්මක දේවල් හෝ විශේෂිත නිෂ්පාදන පෙළක අද්විතීය විකුණුම් යෝජනාවක් (USP - Unique Selling Proposition) වැනි වඩාත් පහසුවෙන් අර්ථ දැක්විය හැකි දෙයක් විය හැකිය. එය ඔබගේ සේවකයින්, ශක්තිමත් නායකත්වය හෝ විශිෂ්ට ඉංජිනේරු කණ්ඩායමක් විය හැකිය.

- ව්‍යවසාය ඉතා හොඳින් සිදුකරන දේවල්
- තරඟකරුවන්ගෙන් ව්‍යවසාය වෙන් කරන ගුණාංග
- දක්ෂ, දැනුමැති කාර්ය මණ්ඩලය වැනි අභ්‍යන්තර සම්පත්
- බුද්ධිමය දේපල, ප්‍රාග්ධනය, හිමිකාර තාක්ෂණයන් යනාදී වත්කම්.

දුර්වලතා - Weaknesses

ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය අඩාල කරන දේවල් සහ හේතූන් මොනවාද යන්න හඳුනාගැනීමට උපකාරී වේ. දුර්වලතා ලෙස නිපුණතා ඇති සෙවකයන්ගේ හිඟය හෝ මූල්‍ය සීමාවන් වැනි ආයතනික අභියෝග ද ඇතුලත් විය හැක. පැහැදිලිවම නිර්වචනය කරන ලද තම වෙළඳපලට ගැලපෙන අද්විතීය විකුණුම් යෝජනාවක් (USP) නොමැතිකම වැනි දුර්වලතාවයන් ද මෙයට ඇතුලත් විය හැක.

- ව්‍යවසාය සතුව නොමැති අත්‍යාවශ්‍ය දේවල්
- ඔබේ තරඟකරුවන් ඔබට වඩා හොඳින් කරන දේවල්
- තමන් සතුව ඇති සම්පත් යොදා ගැනීමට ඇති සීමාවන්
- නොපැහැදිලි අද්විතීය විකුණුම් යෝජනාවන් (USP)

අවස්ථාවන් - Opportunities

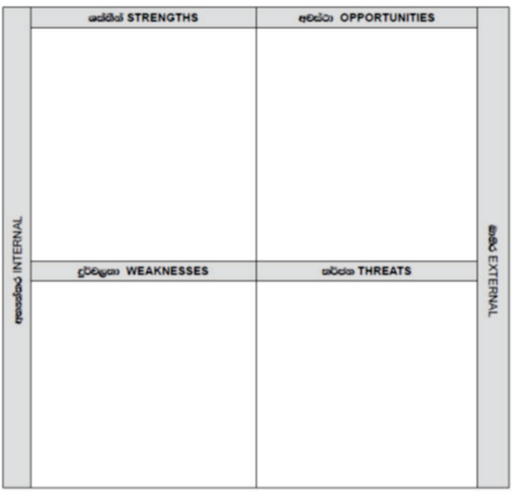
වෙළඳපල අවස්ථාවන් හෝ ඉල්ලුම් අනෙකුත් ව්‍යාපාරවලට සපුරාලිය නොහැකි අවස්ථාවන් මෙයට ඇතුලත් වේ. තම ව්‍යාපාරයට වෙළඳපල විවෘත කරන නව්‍ය අදහසක් නිර්මාණය කරමින් සිටීම, විකුණුම් සහ විකුණුම් ක්‍රමවේද වැඩිදියුණු කිරීම, ව්‍යාපාරයක් ලෙස සාර්ථකව වර්ධනය වීමට හෝ ව්‍යාපාරයේ සමාජ හා ව්‍යාපාරික අරමුණු ඉදිරියට ගෙන යාමට කළහැකි සියල්ල මෙහි ආවරණය වෙයි.

- නිෂ්පාදන හෝ සේවා සඳහා තිබෙන වෙළඳපල
- සීමිත තරඟකරුවන්
- නිෂ්පාදන හෝ සේවා සඳහා නැගී එන අවශ්‍යතා
- ව්‍යාපාරයේ ප්‍රචාරණය සහ ව්‍යාපාරය පිළිබඳව පාරිභෝගිකයන් අතර ඇති දැනුවත්භාවය

තර්ජන - Threats

ව්‍යාපාරයට හෝ එහි සාර්ථකත්වයට හෝ වර්ධනයට අවදානමක් ඇති කරන සෑම දෙයක්ම අයිති වේ. මෙයට නැගී එන තරඟකරුවන්, නියාමන නීතියේ වෙනස්කම්, මූල්‍ය අවදානම් සහ ව්‍යාපාරයේ අනාගතය අනතුරේ දැමිය හැකි අනෙකුත් සියල්ල වැනි දේවල් ඇතුළත් විය හැකිය.

- නැගී එන තරඟකරුවන්
- වෙනස් වන නියාමන පරිසරය.
- සෘණාත්මක මාධ්‍ය ආවරණය
- ව්‍යාපාරය කෙරෙහි පාරිභෝගික ආකල්ප වෙනස් වීම



PESTEL විශ්ලේෂණය

PESTEL විශ්ලේෂණය යනු ව්‍යාපාරය ක්‍රියාත්මක වන බාහිර පරිසරය පරීක්ෂා කිරීමේ මෙවලමකි.

එය බොහෝ විට උපාය මාර්ගික සැලසුම් ක්‍රියාවලියේ කොටසක් ලෙස බහුලව භාවිතා වන මෙවලම් වලින් එකකි. PESTEL යන්නෙන් අදහස් වන්නේ - දේශපාලන (Political), ආර්ථික (Economic), සමාජීය (Social), තාක්ෂණික (Technological), පාරිසරික (Environmental) සහ නීතිමය (Legal) යන සාධකයි. එය තීරණ ගැනීම සහ උපාය මාර්ගික සැලසුම්කරණයට සහාය වීම සඳහා ව්‍යාපාරයක වර්තමාන සහ අනාගත යන දෙඅංශයේම පාරිසරික බලපෑම් විගණනය කිරීමේ රාමුවකි. ව්‍යාපාරයක්, ව්‍යාපෘතියක් හෝ වැඩසටහනක් බාහිර පරිසරය තුළ පිහිටා ඇති ස්ථානය සොයා ගැනීමට PESTEL විශ්ලේෂණයක් ප්‍රයෝජනවත් මෙවලමක් වන අතර එමගින් අභ්‍යන්තර පරිසරයට සිදුවන බලපෑම් අවම කරගත හැක.

සලකා බැලීමේ සාධකය	ධනාත්මක සාධක	ඍණාත්මක සාධක
දේශපාලන තත්ත්වය		
දේශීය හා ජාතික දේශපාලන තත්ත්වය		
මෑත දේශපාලන වෙනස්කම්		
රජයේ අවශ්‍යතා සහ ප්‍රමුඛතා		
ආර්ථික තත්ත්වය		
ග්‍රාමීය, නාගරික සහ ජාතික ආර්ථිකය		
ගෘහ ආදායම		
පාරිභෝගිකයින්ගේ මිලදී ගැනීමේ බලය		
වෙළඳපළ තත්ත්වය සහ වෙනස්කම්		
සමාජ සංස්කෘතික තත්ත්වය		
වාර්ගික ගැටලු		
ආගමික ගැටලු		
ව්‍යාපාරයෙන් සමාජයට ඇති කරන බලපෑම		
සමාජ ගැටුම්		
තාක්ෂණික තත්ත්වය		
තාක්ෂණික වෙනස්කම්		
තාක්ෂණය පහසුවෙන් ලබා ගැනීමට ඇති හැකියාව		
ව්‍යාපාරයට තාක්ෂණය ලබා ගැනීමේ හැකියාව		
පාරිසරික තත්ත්වය		
පරිසර දූෂණය වැළැක්වීම		
අපද්‍රව්‍ය බැහැර කිරීම		
බලශක්ති කළමනාකරණය		
පරිසර සංරක්ෂණයේ සහාය සේවා		
නෛතික තත්ත්වය		
ව්‍යාපාර ලියාපදිංචිය		
කම්කරු නීති		
පාරිසරික නීති		
බදු සහ අනෙකුත් නීතිමය ගැටලු		

අදහස පරීක්ෂා කිරීම සහ ගවේෂණය

අදහස පරීක්ෂා කිරීම යනු හොඳ ව්‍යාපාරික යෝජනාවක් ඇති බව සහතික කර ගැනීම සඳහා කළ යුතු වැදගත් කාර්යයන් වලින් එකකි. අවශ්‍යතාවයක් හඳුනා ගෙන තිබිය හැකි නමුත් වෙළඳපලක් සහතික කරනු ඇත්තේ භාණ්ඩය හෝ සේවාව සඳහා ගෙවීමට යමෙකුට අවශ්‍යතාවයක් සහ කැමැත්තක් ඇත්නම් පමණි.

මෙහිදී විභව වෙළඳපල කුමක්ද යන්න පරීක්ෂා කිරීමෙන්, පාරිභෝගිකයින් කවුරුන්ද යන්න හඳුනා ගෙන හඳුනා ගත හැකිය. ඊට අමතරව, මෙම අභ්‍යාසය සමතුලිතතා ලක්ෂ්‍ය (break-even point) සඳහා ඉලක්ක පිරිවැටුම කුමක් දැයි හඳුනා ගත හැකිය.

මෙහිදී සලකා බැලිය යුතු සාධකඃ

පාරිභෝගිකයන් කවුද?

ඔවුන් භාණ්ඩ හෝ සේවා මිලදී ගනීවිද? එසේ නම්, ඔවුන් ගෙවීමට සූදානම් වන්නේ ඇයි සහ කොපමණ ද?

ඉහත ප්‍රශ්න වලට පිළිතුරු සොයා ගැනීම සඳහා අදහස ගැන බොහෝ පළපුරුදු අය සමග කතා කිරීම ඉතාමත්ම වැදගත් වේ. හැකි නම් පවතින ව්‍යාපාරයකට හෝ සමාජ ව්‍යාපාරයකට ගොස් එහි කළමණාකාරිත්වය හමුවී එම ව්‍යවසාය පිලිබඳව අධ්‍යයනයක් කළ හැකිය. ඉහත කාර්යන්ට අමතරව වෙළඳපල පර්යේෂණ ද සිදුකළ හැකිය. සමාජ ව්‍යවසාය ආරම්භ කළ පසුවත් මෙය අඛණ්ඩ ක්‍රියාකාරකමක් වනු ඇත.

වෙළඳපළ පර්යේෂණ සිදු කිරීම

ප්‍රාථමික පර්යේෂණ

- තරඟකරුවන්ගෙන් හෝ අනාගත ගනුදෙනුකරුවන්ගේ කුඩා කණ්ඩායම් වලින් විමසීම
- තරඟ කරන්නේ කුමක්ද හෝ අනාගත ගනුදෙනුකරුවන් කරන්නේ කුමක්ද යන්න සොයා බැලීම
- නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව පිළිබඳ වෙළඳපල පරීක්‍ෂාව

ද්විතියික පර්යේෂණ

- වෙළඳ සඟරා වලින් ලබා ගන්නා තොරතුරු සහ දත්ත
- රජයේ ආයතනවලින් නිකුත් කරන වාර්තා සහ සංඛ්‍යාලේඛන වලින් ලබා ගන්නා තොරතුරු සහ දත්ත
- අන්තර්ජාලය පරිශීලනය කිරීමෙන් ලබාගන්නා තොරතුරු සහ දත්ත
- තරඟකරුවන්ගේ ප්‍රවර්ධන මාධ්‍ය තොරතුරු සහ මිළ සටහන්
- ඔබේ ඉලක්ක වෙළඳපල ඉලක්ක කරගත් ප්‍රකාශන සහ අනෙකුත් මාධ්‍ය
- 'සමීක්ෂණ' හෝ ප්‍රශ්නාවලි භාවිතයෙන් තොරතුරු ලබා ගැනීම

ව්‍යාපාර අදහස තවදුරටත් ගවේෂණය කිරීම සඳහා, නිෂ්පාදන/සේවාව, පාරිභෝගික පැතිකඩ (customer profile), තරඟකාරිත්වය සහ තරඟකරුවන්ගේ විශ්ලේෂණය (competition and competitor analysis) මිල ප්‍රතිපත්තිය (pricing policy), ස්ථානය (location) සහ අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග (marketing strategy) බැලීම. ගැඹුරු වෙළඳපල පර්යේෂණ කිහිපයක් කිරීම ප්‍රයෝජනවත් වේ. ව්‍යාපාර අදහස ඉදිරියට ගෙන යාමට අවශ්‍ය සම්පත් හඳුනා ගැනීමට ද මෙය උපකාර වනු ඇත.

තරඟකරුවන් විශ්ලේෂණය

අපගේ සමාජ ව්‍යවසාය	තරඟකරුවන්
අපගේ නිෂ්පාදන/සේවා මිලදී ගත හැක්කේ කාටද?	ඔවුන් අපට වඩා වෙනස් වන්නේ කෙසේද?
අපේ තරඟකරුවන් කවුද?	ඔවුන්ගේ තරඟකරුවන් කවුද?
අපගේ වෙළඳපල විභවය කුමක්ද?	වෙළඳපොලේ තරඟකරුවන් සිටින්නේ කොතැනද සහ අප ගැලපෙන්නේ කොතැනටද?
අපගේ ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අවශ්‍යතා මොනවාද සහ අපට ඒවා සපුරාලිය හැක්කේ කෙසේද?	අපගේ තරඟකරුවන් ඔවුන්ගේ පාරිභෝගික අවශ්‍යතා සපුරාලන්නේ කෙසේද?
අපගේ පාරිභෝගිකයින්ට බෙදා හැරීමට අපට යම් සීමාවන් තිබේද?	තරඟකරුවන් මෙම සීමාවන් ජයගෙන ඇත්තේ කෙසේද?
අපේ ව්‍යාපාරයේ අනාගත බලාපොරොත්තු මොනවාද?	අපගේ තරඟකරුවන් පුළුල් වී ඇත්තේ කෙසේද?

ව්‍යවසාය සඳහා සුදුසු ස්ථානයක් තෝරා ගැනීම

බොහෝ ව්‍යාපාර සඳහා පිහිටීම එහි සාර්ථකත්වයේ තීරණාත්මක සාධකයකි. සුදුසු ස්ථානයක් තෝරා ගැනීමට පෙර ව්‍යාපාරය සඳහා භාවිතා කිරීමට අදහස් කරන ස්ථානයේ සහ පරිශ්‍රයේ වාසි සහ අවාසි මැන බැලිය යුතු ය. සලකා බැලිය යුතු සාධක කිහිපයක්:

- ව්‍යාපාරය කරන ආකාරය තීරණය කරන්න
  (උදා: නිවසේ සිට, වාණිජ ව්‍යාපාරික ස්ථානයක්, ජංගම ව්‍යාපාරයක්)
- ව්‍යාපාරික ස්ථානයේ පිරිවැය මූල්‍ය සීමාවන් තුළ ඇති බවට වග බලා ගන්න
- ඔබේ වෙළඳ නාමය සලකා බලන්න
- ගැණුම්කරුවන් සහ සැපයුම්කරුවන් ගේ පහසුව ගැන සිතන්න
- ආරක්ෂිත ස්ථානයක් දැයි තහවුරු කර ගන්න
- ඉල්ලුම තියෙන තැනක් දැයි සොයා බලන්න
- ස්ථානය සේවකයින්ට පහසු දැයි සොයා බලන්න
- ප්‍රවාහන පහසුකම් ඇති ස්ථානයක් තෝරා ගන්න

සමාජ ව්‍යවසාය සඳහා සුදුසු නීතිමය ව්‍යුහයක් හඳුනා ගැනීම සහ තෝරා ගැනීම

සමාජ ව්‍යවසායන් අනෙකුත් වාණිජ හා සමාජ සංවිධානවලට වඩා වෙනස් නොවේ. එබැවින්, සමාජ ව්‍යවසායන්ට ද සුදුසු නීතිමය ව්‍යුහයක් සහ නීතිමය අනන්‍යතාවයක් තිබිය යුතුය.

අපේ රටේ සමාජ ව්‍යවසාය යනු කුමක්ද යන්න පිළිබඳව තවමත් නීතිමය නිර්වචනයක් නොමැති බැවින්, රට තුළ පවතින විවිධ නෛතික ආකෘතිවලින් සුදුසු එකක් තෝරා ගැනීමට සිදුවනු ඇත. 'ගැළපෙන' සමාජ ව්‍යවසාය නෛතික ව්‍යුහය යනු කුමක්ද යන්න පිළිබඳ බොහෝ අදහස් සහ මත තිබේ. නමුත් වැදගත් වන්නේ ව්‍යවසායය සඳහා එහි සාමාජීය සහ වාණිජ පරමාර්ථවලට ගැළපෙන නීතිමය ආකෘතියක් තෝරා ගැනීමයි. එමනිසා, පහත සඳහන් කරුණු සලකා බැලීම නිවැරදි තීරණයක් ගැනීමට උපකාරී වේ.

පුද්ගලයෙක් හෝ සංවිධානයක් සමාජ ව්‍යවසායයක් බවට පත් කරන්නේ නෛතික ව්‍යුහය නොවේ - එහි ක්‍රියාකාරකම් ය.

ඔබගේ අරමුදල් සහ ආදායම් උත්පාදන අවස්ථා ඔබ තෝරා ගන්නා නෛතික ව්‍යුහයට විශාල බලපෑමක් ඇති කරයි.

සමාජ ව්‍යවසායක් සඳහා සුදුසු නීතිමය ව්‍යුහයක් තෝරාගැනීමේදී සහ අනුගමනය කිරීමේ දී සලකා බැලිය හැකි කරුණු කිහිපයක් පහත සඳහන් කර ඇත.

- සමාජ ව්‍යවසායට සම්බන්ධ වෙන පාර්ශවකරුවන්ගේ අවශ්‍යතාවයන්
- සමාජ ව්‍යවසාය මගින කිරීමට බලාපොරොත්තු වෙන ව්‍යාපාරික සහ සමාජමය ක්‍රියාකාරකම් වල ස්වභාවය
- ගනුදෙනුකරුවන්, අරමුදල් සපයන්නන්, සැපයුම්කරුවන් සහ සේවකයින් සමඟ විශ්වසනීයත්වය තහවුරු කිරීම
- පුද්ගලික වගකීම් වලින් සමාජ ව්‍යවසායට සම්බන්ධ පුද්ගලයින් ආරක්ෂා කිරීම
- සමාජ ව්‍යවසායයේ හිමිකාරිත්වය, පාලන යාන්ත්‍රනයෙහි ස්වභාවය කෙටිකාලීන සහ දිගුකාලීන අරමුදල් සපයා ගැනීම
- ලාභය හෝ අතිරික්තය පිළිබඳ තීරණ

සමාජ ව්‍යවසායයන් විසින් තම ව්‍යාපාර ලියාපදිංචි කිරීම සඳහා යොදා ගත හැකි නීතිමය ව්‍යුහයන් පහත සඳහන් කර ඇත.

1. පළාත් සභා ව්‍යාපාර නාම ලියාපදිංචිය යටතේ තනි හිමිකාරිත්ව හෝ හවුල්කාරිත්ව ව්‍යාපාර

2. 2007 අංක 07 දරන සමාගම් පනත යටතේ
   - සීමාසහිත පෞද්ගලික සමාගමක්
   - සීමාසහිත පොදු (ලැයිස්තුගත) සමාගමක්
   - සීමාසහිත පොදු (ලැයිස්තුගත නොවන) සමාගමක්
   - සීමාසහිත සමාගමක් (ඇපයෙන් සීමිත)
   - සීමාරහිත සමාගමක්
   - භාර ආඥාපනත යටතේ පුණ්‍යායතනයක්
   - සමුපකාර සමිති නීතිය යටතේ සීමාසහිත සමුපකාර සමිති සමාගමක්
   - ස්වේච්ඡා සමාජ සේවා සංවිධාන (ලියාපදිංචිය සහ අධීක්ෂණය) යටතේ ස්වේච්ඡා සමිතියක් හෝ සංගමයක් ලෙස

ව්‍යවසායයේ ව්‍යුහය තීරණය කළ යුත්තේ ව්‍යවසාය හරහා ළඟා කර ගැනීමට බලාපොරොත්තු වන දේ අනුව ය. කෙටි කාලීන අවශ්‍යතා සපුරාලීම සඳහා ව්‍යුහයක් තෝරා ගැනීමෙන් දිගු කාලීන අවශ්‍යතා සහ මේවාට අහිතකර ලෙස බලපාන ආකාරය ගැන සිතීම ද වැදගත් ය.

සමාජ ව්‍යාපාර ආකෘතිය නිර්මාණය කිරීම සහ සමාජ බලපෑම මැන බැලීම

සමාජ ව්‍යාපාර ආකෘතිය - Social Business Model

සමාජ ව්‍යවසායක් හුදෙක් වාණිජමය සාර්ථකත්වයට වඩා වැඩි යමක් පෙන්නුම් කළ යුතුය. එය එහි සමාජීය බලපෑම පෙන්නුම් කරමින් සමාජ ආකෘතියේ ශක්‍යතාව සනාථ කළ යුතුය. කෙසේ වෙතත්, ව්‍යාපාර ආකෘතියක ශක්‍යතාවය මූල්‍ය දර්ශක සමූහයක් මගින් පරීක්ෂා කර සනාථ කළ හැකි නමුත්, සමාජ ආකෘතිය ක්‍රියාවන් සහ ක්‍රියාව ප්‍රදර්ශනය කිරීමෙන් කිරීමෙන් සනාථ කළ යුතුය. ව්‍යවසායේ සමාජ බලපෑම (එනම් මැදිහත්වීම්වල බලපෑම) මැනීම සඳහා වඩාත් සුදුසු දර්ශක හඳුනාගැනීමට සහ තෝරාගැනීමට මෙම අත්පොත උපකාර වෙනු ඇත. සමාජ බලපෑම මැනීම මැනීම සඳහා පොදු දර්ශක සහිත පුළුල් විසඳුම් සහ ක්‍රමවේදයන් නිර්මාණය කර ඇත.

ව්‍යාපාර ආකෘතිය යනු සමාජ ආකෘතිය, ඉලක්ක, උපාය මාර්ග සහ මෙහෙයුම් සැලසුම් එකට කැටිකරන ඒකාබද්ධ දර්ශනයකි. ව්‍යාපාර ආකෘතිය ඔබගේ ව්‍යවසායයේ සමාජ හා ව්‍යාපාර ඉලක්ක සැකසීම, සහ ඒවායේ සාර්ථකත්වය මැනීම සඳහා පැහැදිලි ක්‍රමවේදයක් සපයයි. තවද, ව්‍යවසාය ක්‍රියාත්මක කරගෙන යාමේදී ලබා ගන්නා අත්දැකීම් සහ ඉගෙනීම් මත ව්‍යාපාර ආකෘතිය සමාලෝචනය කර සංශෝධනය කිරීමටද හැකියාවක් ලැබෙනු ඇත. මෙමගින් ඔබට ඔබගේ සමාජ ආකෘතිය ක්‍රියාත්මක වන බව සනාථ කිරීමට සහ නියමු ක්‍රියාවලියෙන් ඉගෙනීම මත පදනම්ව ආකෘතිය සංශෝධනය කිරීමට හැකි වේ.

ව්‍යාපාර ආකෘතිය

ව්‍යාපාරයට අරමුදල් සපයන ආකාරය පිළිබඳ සැලැස්මකි.

ගනුදෙනුකරුවන් ඇතුළු එහි පාර්ශවකරුවන් සඳහා ව්‍යාපාරය වටිනාකමක් ඇති කරන්නේ කෙසේදැයි පවසයි;

ව්‍යාපාරයෙන් දෙන දේ අවසන් පරිශීලකයින් වෙත ලබා දී බෙදා හරින ආකාරය පවසයි;

මෙම ක්‍රියාවලිය හරහා ආදායම් උත්පාදනය කරන්නේ කෙසේදැයි පවසයි;

සමාජ බලපෑම

ඉතා සරල ලෙස පැවසුවහොත්, 'සමාජ බලපෑම' (Social Impact) යනු සංවිධානයක් තම ක්‍රියාවන් තුළින් ඇති කරන සමාජමය වෙනසයි. එනම් එහි මැදිහත්වීම්වල බලපෑමයි. වෙනස්වීම් පිළිබඳ න්‍යාය (Theory of Change) තුළ අර්ථ දක්වා ඇති පරිදි මැදිහත්වීම්වල ස්වභාවය අනුව සමාජ ව්‍යවසායේ සැබෑ මැදිහත්වීමෙන් පසුව සිදුවන දේවල් සමාජ බලපෑමට ඇතුළත් විය හැකියග සමාජ ව්‍යවසායකයන් විසින් වැදගත් කොට ලෙස සැලකිය යුතු කරුණක් වන්නේ සමාජ බලපෑම තෝරාගත් ඉලක්කගත ජනගහනයට වඩා පුළුල් පුද්ගලයින් පිරිසකට බලපාන බවයි.

මීට අමතරව, එක්සත් ජාතීන්ගේ සංවිධානය විසින් ප්‍රකාශයට පත් කරන ලද කරන ලද තිරසර සංවර්ධන ඉලක්ක (Sustainable Development Goals) සඳහා සහාය වීම පිළිබඳව සමාජ ව්‍යවසායයන් සැලකිලිමත් විය යුතුයි. තිරසර සංවර්ධන ඉලක්ක 17 පහත රූපයේ දක්වා ඇත.

සමාජ ව්‍යාපාර ආකෘති කැන්වසය භාවිතයෙන් ව්‍යාපාර ආකෘති නිර්මාණය

ව්‍යාපාර ආකෘතිකරණය (Business Modelling) යනු විද්‍යාත්මක කළමනාකාරීත්ව ක්‍රමවේදයකි. ව්‍යාපාර ආකෘතියක් සැකසීමේදී සාමාන්‍යයෙන් උපකල්පනයකින් ආරම්භ කරන අතර එය ක්‍රියාත්මක ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී ලබාගන්නා අත්දැකීම මත අවශ්‍ය විටෙක සංශෝධනය සශෝධනය කළ හැක. අද බොහෝ අය මෙම නියමයන් එකම අරමුණු සඳහා භාවිතා කළද, ව්‍යාපාර ආකෘතියක් උපාය මාර්ගයක් ලෙස සැලකිය නොයුතුය.

ස්විට්සර්ලන්ත ව්‍යාපාරික න්‍යායාචාර්ය සහ ව්‍යවසායකයෙකු වන ඇලෙක්ස් ඔස්ටර්වෝල්ඩර් විසින් නිර්මාණය කරන ලද ව්‍යාපාර ආකෘති කැන්වසය ව්‍යවසායකයින් ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාර ආකෘතිවල විවිධ කොටස් සිතියම් ගත කිරීමට සහ සැලසුම් කිරීමට භාවිතා කරන සංදර්ශකයකි. විවිධ කැන්වස් වර්ග කිහිපයක් ඇත, Business Model Canvas සහ Lean Canvas (සිහින් කැන්වසය) බහුලව භාවිතා වේ. සමාජ ව්‍යාපාර ආකෘති කැන්වසය සමාජ ව්‍යවසායයන් සඳහා භාවිතා කරනු ලබයි. චිත්‍ර කැන්වසයකින් මෙන්ම ඩිජිටල් දෘඩ පිටපත් කැන්වස් ද බහුලව භාවිතා වේ.

සමාජ ව්‍යාපාර ආකෘති කැන්වසයේ බොහෝ කොටස් ව්‍යාපාර ආකෘති කැන්වසයේ සහ සිහින් ආකෘති කැන්වසයේ භාවිතා කරන ඒවාට සමාන වේ. Tandemic ආයතනය විසින් වර්ධනය කරන ලද වෙනස්කම් කිහිපයක්, සමාජ ව්‍යවසායකත්ව ව්‍යාපාරවලට අනන්‍ය වූ ක්ෂේත්‍ර කෙරෙහි අවධානය යොමු කරයි.

නිදසුනක් වශයෙන්, නව ක්ෂේත්‍රවලට ඔබ නැවත ලබා දෙන හෝ වර්ධනය කරන්නේ කුමන ආකාරයේ සමාජ බලපෑමද යන්න, ලාභ හෝ අතිරික්තය නැවත ආයෝජනය කිරීමට අදහස් කරන ස්ථානය සහ ප්‍රතිලාභීන් පිළිබඳ තොරතුරු, සහ සමාජ සහ පාරිභෝගික වටිනාකම් යෝජනා ද ඇතුළත් වේ. උදාහරණ ලෙස ගතහොත්, යම් සමාජ ව්‍යවසායක් පරිසර අරමුණක් මත රෝපණය කරන ලද ගස් සංඛ්‍යාව, නවාතැන් සපයා රැක බලගන්නා ලද සරණාගත පුද්ගලයන් සංඛ්‍යාව, රැකියා උත්පාදනය කිරීම හෝ කරන ලද ආයෝජන වැනි සංඛ්‍යාත්මක තොරතුරු ඇතුලත් විය හැකිය. තමන්ගේ සමාජ බලපෑම මැනීමට භාවිතා කරන ක්‍රමවේදයන් එකිනෙකට වෙනස්විය හැකි නමුත් තම කැන්වසයට අනුව යොදාගන්නා මිනුම් ක්‍රමය තම බලපෑම මැනීමට අවශ්‍ය පරිදි සකස් කරගනී.

සමාජ ව්‍යාපාර ආකෘති කැන්වසය

SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS

ප්‍රධාන සම්පත්

ඔබේ ක්‍රියාකාරකම් ක්‍රියාත්මක කිරීමට අවශ්‍ය සම්පත් මොනවාද?

හවුල්කරුවන් + ප්‍රධාන පාර්ශවකරුවන්

අත්‍යවශ්‍ය කණ්ඩායම් කවුරුන්ද?
ඔබට විශේෂ ප්‍රවේශයක් හෝ අවසරයක් අවශ්‍යද?

ප්‍රධාන ක්‍රියාකාරකම්

ඔබ විසින් සිදු කරනු ලබන වැඩසටහන් සහ වැඩසටහන් නොවන ක්‍රියාකාරකම්

මැදිහත්වීමේ වර්ගය

ඔබගේ මැදිහත්වීමේ ආකෘතිය කුමක්ද?
නිෂ්පාදනයක්ද සේවාවක්ද

නාලිකා (ප්‍රවේශයන්)

ඔබ ඔබේ පරිශීලකයින් සහ ගනුදෙනුකරුවන් වෙත ළඟා වන්නේ කෙසේද?

කණ්ඩායම් වර්ග/කාණ්ඩ

ප්‍රතිලාභියා

ඔබේ මැදිහත්වීමෙන් ප්‍රතිලාභ ලබන අය

ගනුදෙනුකරුවන්

ඔබේ ගනුදෙනුකරුවන් කවුරුන්ද?

ප්‍රස්තුත අගයන්

පරිශීලක ප්‍රස්තුත අගයන්

බලපෑම් මිනුම්

ඔබ සමාජ බලපෑමක් ඇති කරන බව පෙන්වන්නේ කෙසේද?

පාරිභෝගික ප්‍රස්තුත අගයන්

ඔබේ ගනුදෙනුකරුවන්ට ඔබෙන් ලබා ගැනීමට අවශ්‍ය කුමක්ද?

පිරිවැය ව්‍යුහයන්

ඔබගේ විශාලතම වියදම් මොනවාද?ඔබේ පරිමාණය ඉහළ යන විට ඒවා වෙනස් වන්නේ කෙසේද?

අතිරික්තය

ඔබේ ලාභය ආයෝජනය කිරීමට ඔබ සැලසුම් කරන්නේ කොතැනද?

ආදායම

ඔබේ ආදායම් ප්‍රභවයන් ප්‍රතිශතයන් ලෙස දක්වන්න

7 සමාජ ව්‍යවසාය පිහිටුවීමට සැලසුම් කිරීම

සමාජ ව්‍යවසාය පිහිටුවීමේ දී ප්‍රධාන අවශ්‍යතාවයක් වන්නේ ව්‍යාපාර සැලැස්මයි. සමහරු තර්ක කරන්නේ ව්‍යාපාර සැලැස්මක් එතරම් වැදගත් නොවන බවත් එය නොමැතිව ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කළ හැකි බවත් ය. නමුත් ඔබ සමාජ ව්‍යවසායයක් ආරම්භ කරන්නේ නම්, අවම වශයෙන් සරල ව්‍යාපාර සැලැස්මක් සකස් කළ යුතු වේ. එවිට ඔබට ඉදිරියේදී මුහුණදිය හැකි අහිතකර බලපෑම් අවම කර ගත හැකිය.

ඔබ සියලු සූදානම් කිරීමේ කටයුතු කලින් සිදු කර ඇත්නම් හොඳ ව්‍යාපාර සැලැස්මක් පිළියෙල කිරීම එතරම් අපහසු නොවේ. කළමනාකරණය කළ හැකි පියවරවලට සකස් කිරීමෙන් සැලසුමට ඇතුළත් කළ යුතු දේ තීරණය කිරීමට උපකාරී වේ. එබැවින් ඔබ රැස් කරගත් සියලු තොරතුරු පරීක්ෂා කර සමාලෝචනය කිරීම සහ ලිවීම පමණක් සිදුකළ යුතු ය. ව්‍යාපාර සැලැස්මක් ලිවීමට බොහෝ ක්‍රම තිබේ. මෙහි ඉදිරිපත් කරන සැකැස්ම එක් ක්‍රමයක් පමණි. බොහෝ බැංකුවලට ඔවුන්ගේ ම ව්‍යාපාර සැලසුම් ඇති බැවින් ඔබේ ම සැලසුමක් සෑදීමට පෙර ඒවා අධ්‍යයනය කරන්න.

“ව්‍යාපාර සැලසුම් කිරීම ව්‍යවසායකයින් සඳහා ඉතා වැදගත් උපාය මාර්ගයකි. හොඳ ව්‍යාපාර සැලැස්මක් ව්‍යවසායකයින්ට ව්‍යාපාරික අදහස් සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා අවශ්‍ය නිශ්චිත පියවර කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමට පමණක් නොව, කෙටි කාලීන හා දිගු කාලීන අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට ද උපකාරී වේ.”

තීරක සාර්ථක සාධක

සරලව කිවහොත් තීරක සාර්ථක සාධක (Critical Success Factors) යනු ඕනෑම ව්‍යවසායක සාර්ථකත්වයට බලපාන සාධක වේ. සමාජ ව්‍යාවසායයක් සඳහා පහත කරුණු වැදගත් විය හැක.

- ශක්තිමත් නායකත්වය
- පැහැදිලි සහ සාක්ෂාත් කරගත හැකි සමාජ සහ ව්‍යාපාරික අරමුණු
- ව්‍යවසායයට සම්බන්ධ සියලු දෙනාගේ (සේවකයින් ඇතුළුව) අභිප්‍රේරණය සහ කැපවීම
- සක්‍රීය සහ ධනාත්මක නෛතික/නියාමන පරිසරය
- නව්‍ය සංකල්පයේ ආකර්ශනීය බව සහ පැහැදිලි බව
- කළමනාකරණ හැකියාව
- වඩා හොඳ සහ මානව හිතකාමී සේවාවක් ලබා දීමට කැපවීම සහ ආශාව වැනි පුද්ගලික ගුණාංග
- සමාජ ප්‍රාග්ධනය සමඟ ඵලදායී සහයෝගීතාවය
- ප්‍රජා සහභාගීත්වය
- නිවැරදි මූල්‍ය වාර්තා තබා ගැනීම සහ අවශ්‍ය අය සමග බෙදා හදා ගැනීම

සමාජ ව්‍යාපාරයක් සඳහා හොඳ පාලන ක්‍රමයක ඇති වැදගත්කම

හොඳ යහපාලන ක්‍රමයක් යනු ව්‍යවසායක (විශේෂයෙන් පුද්ගලයන් කිහිපදෙනෙක් ගෙන් සමන්විත හෝ සංවිධානයක) සමස්ත දිශානතිය, ඵලදායී බව, අධීක්ෂණය සහ වගකීම් සහතික කරන පද්ධතියක් සහ ක්‍රියාවලියකි. අනිකුත් ව්‍යවසායන් මෙන් නොව සමාජ ව්‍යවසායයන් ආදායම් ඉපයීම පමණක්ම නොව අපේක්ෂිත සමාජ බලපෑම සහ ප්‍රතිලාභ පිළිබඳවද සැලකිලිමත් විය යුතුයි. මෙවැනි පසුබිමක සමාජ ව්‍යවසායක සාර්ථකත්වය රඳා පවතින්නෙ හොඳ පාලන යාන්ත්‍රණයක් මතය. බොහෝ සමාජ ව්‍යවසායයන් ශක්තිමත් පාලන යාන්ත්‍රණයක් අවශ්‍යතාවය වටහාගෙන ඇතිමුත් එය මනා ලෙස පවත්ගෙන යාමේදී යම් යම් අතපසුවීම් දැනුවත්ම හෝ නොදැනුවත්ම සිදුවේ. එසේ වන්නේ පාලන යාන්ත්‍රණය තම කළමනාකරණ පද්ධතියට අනවශ්‍ය බලපෑමක් ඇති කරයි යන අනියත බියක් ඇතිකර සිටින නිසාය.

පාලන යාන්ත්‍රණයක් යනු සමාජ ව්‍යවසාය පිළිබඳව වගකීම් දැරිය හැකි පුද්ගලයන් කිහිප දෙනෙකුගෙන් සමන්විත නීතිමය වලංගුභාවයක් සහිත පාලක මණ්ඩලයකි. එමගින් සමාජ ව්‍යවසායේ නායකත්වය සහ කළමනාකාරිත්වය ශක්තිමත් කරන අතරම ව්‍යවසායේ අරමුණු සාක්ෂාත් කරගැනීම සඳහා කිහිප ආකාරයකින් දායක වෙයි.

- උපායමාර්ගික සහාය සහ විශේෂිත දැනුම
- සමාජ ව්‍යවසායට වැඩදායි බාහිර පුද්ගලයන් සහ ජාලයන් සමග සම්බන්ධතා ඇතිකර ගැනීම (උදා: අරමුදල් ප්‍රවාහ, නීතිමය, දැනුම සහ කුසලතා)
- දැක්ම සහ අනාගත පැවැත්ම තහවුරු කිරීම
- විශ්වාසනීයත්වය ඇති කිරීම සහ තහවුරු කිරීම

සමාජ ව්‍යවසායේ ස්වභාවය, අරමුණු, සහ කාර්යයන්ට ගැලපෙන අයුරින් පාලක මණ්ඩල ව්‍යුහය සකස් කරගැනීම ඉතා අවශ්‍යය. පාලක මණ්ඩලයේ කාර්යයන් කලින් කලට සමාලෝචනය කර සමාජ ව්‍යවසායයේ අවශ්‍යතාවයන්ට අනුව අවශ්‍ය වෙනස්කම් සිදුකල යුතු ය.

පාලක මණ්ඩලයක ව්‍යුහය සහ කාර්යභාරය

- දැක්ම සහ පරමාර්ථ නිර්මාණය කිරීම
- ව්‍යාපාර සැලස්ම සෑදීමට සහය වීම සහ එය අනුමත කිරීම
- බාහිර පාර්ශවකරුවන්ගෙන් උපදෙස් ලබාගැනීම
- ප්‍රගති නිර්ණායකයන් තීරණය කිරීම
- ව්‍යවසායේ දෘශ්‍යතාවය වැඩිකිරීම
- තත්ත්ව පාලනය
- අවශ්‍ය සම්පත් සම්පාදනය
- බාහිර සම්බන්ධතා ඇතිකිරීම
- අනුප්‍රාප්ති සැලසුම
- නව ව්‍යාපාර අවස්ථා හඳුනාගැනීම
- ආයතනික වෙනස්වීම වල අවශ්‍යතාවයන් තහවුරු කිරීම
- සමාජ බලපෑම සහ ප්‍රථිලාභ ඇගයීම

අලෙවිකරණය

අලෙවිකරණය යනු ගණුදෙනුකරුවන් සොයා ගැනීමට, ජයග්‍රහණය කිරීමට සහ පාරිභෝගිකයින් තෘප්තිමත් කිරීමට සහ ලාභදායීව තබා ගැනීමට ව්‍යාපාරයක් කළ යුතු විශේෂිත කාර්යයන්ය. සලකා බැලිය යුතු වැදගත් කාරණා ගණනාවක් තිබේ:

- මිල (Price) - පාරිභෝගිකයා විසින් භාණ්ඩය හෝ සේවාව මත තබා ඇති අගය පිළිබිඹු විය යුතුය.

- නිෂ්පාදනය (Product) - සේවාවක් මෙන්ම භෞතික නිෂ්පාදනයක් ද අදහස් කළ හැක. එය ස්පර්ශ කළ හැකි සහ නොහැකි ලක්ෂණ ඇතුළත් වේ. එයට පුද්ගලයින් සහ වෙළඳ නාමය හා සම්බන්ධ වටිනාකම් ද ඇතුළත් වේ.

- ස්ථානය (Place) - භාණ්ඩය හෝ සේවාව, පාරිභෝගිකයාට අවශ්‍ය තැන හා ඔවුන්ට අවශ්‍ය විට.

- ප්‍රවර්ධනය (Promotion) - ප්‍රචාරණය, සෘජු තැපැල, මහජන සම්බන්ධතා, සෘජු ඇමතුම්, වෙළෙඳ ප්‍රදර්ශන, ජාල කරණ, 'මුඛ වචනය' යනාදිය ඇතුළත් විය හැක.

- පුද්ගලයන් (People) - දිය හැකි විශේෂ කුසලතා හෝ පළපුරුද්ද

- ක්‍රියාවලිය (Process) - පුද්ගලයින් තුළ ආයෝජනය, සමාන අවස්ථා හෝ පාරිසරික ප්‍රමිතීන් වැනි ප්‍රවර්ධනය කිරීමට ඔබට ගුණාත්මක ප්‍රමිතීන්

- අරමුණ (Purpose) - සමාජ අරමුණ, වෙළඳපොලේ අද්විතීය ස්ථානයක් ලබා දෙනවාද? සමාජ ව්‍යවසාය 'සමාජ අරමුණ' මත එහි අලෙවි කිරීමට අවශ්‍ය නම් එයින් කෙරෙන බලපෑම ඔප්පු කර පෙන්විය හැකිද?

සමාජ ව්‍යවසායයන් සඳහා විවිධ වෙළඳපළ අවස්ථා සහ ප්‍රවේශයන්

අනෙකුත් ව්‍යවසායන් මෙන්ම සමාජ ව්‍යවසායන් ද එකම එකම වෙළඳපලේ තරඟ කිරීමට සිදුවේ. වෙනත් ව්‍යවසායයන්ට වඩා සමාජ ව්‍යවසායයන්ට ඇති එකම වාසිය නම් භාණ්ඩ හෝ සේවා මිලදී ගැනීම සඳහා පාරිභෝගිකයින් ආකර්ෂණය කර ගැනීම සඳහා ඔවුන්ගේ සමාජ අරමුණ සහ බලපෑම පැවසීමේ හැකියාවයි. මෙය සංවේදන අලෙවිකරණය ලෙස හැඳින්වේ. එබැවින්, සමාජ ව්‍යවසාය එහි ප්‍රස්තුත අගය (value proposition) ඉලක්කගත පාරිභෝගික කොටස් වෙත සන්නිවේදනය කිරීමට සැලසුම් කරන්නේ කෙසේද යන්න අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගය විසින් නිර්වචනය කළ යුතුය. අලෙවිකරණ උපායමාර්ගය අංශ තුනක් කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ හැකිය.

- සන්නාම අනන්‍යතාවය (Brand Identity) - සමාජ ව්‍යවසාය එහි ප්‍රස්තුත අගය / වෙළඳපලට ලබා දෙන දේ සන්නිවේදනය කරන ආකාරය කෙසේද?
- වෙළඳපලේ හිමි ස්ථානය - සමාජ ව්‍යවසායයේ ප්‍රස්තුත අගය එහි තරඟකරුවන් හා පවසන්නේ කෙසේද?
- වෙළඳපළ ප්‍රවේශය - සමාජ ව්‍යවසාය එහි ප්‍රස්තුත අගය සමඟ ඉලක්කගත ප්‍රේක්ෂකයින් වෙත ළඟා වන්නේ කෙසේද?

සමාජ ව්‍යවසායක සන්නාම අනන්‍යතාවයට උදාහරණයක්

විශේෂාංග
උදා. 'සම්පූර්ණයෙන්ම ප්‍රතිචක්‍රීකරණය කළ හැකි ඇසුරුම්', 'උසස් ගුණාත්මක අමුද්‍රව්‍ය'

ප්‍රතිලාභ
උදා. 'පරිසරයට ඔබේ බලපෑම අඩු කිරීම', උසස් මට්ටමේ රසයක්.

+

වෙළඳ නාම අගයන්
උදා. 'පරිසරයට හිතකාමී ', 'අධිමිල'

>

වෙළඳ නාම සන්නාම අනන්‍යතාවය
උදා. සන්නාමයේ විශේෂාංග, ප්‍රතිලාභ සහ වටිනාකම් පිළිබිඹු කිරීම සඳහා ඔබේ අලෙවිකරණ මෙවලම් භාවිතයෙන් සන්නිවේදනය කිරීම

මූල්‍ය සැලසුම්කරණය

මූල්‍ය සැලසුම්කරණය ඕනෑම ව්‍යාපාරයක ඉතම වැදගත් අංගයකි. මූල්‍ය පුරෝකථනය ගැඹුරින් දැන ගැනීම වැදගත් වන්නේ ව්‍යවසායයට කලින් සැලසුම් කළ මුදලට වඩා වැඩි මුදලක් අවශ්‍ය දැයි එය පවසන බැවිනි. පුරෝකථනය අරමුදල් රැස් කිරීම පහසු කරනු ඇත, විශේෂයෙන් බැංකු හෝ අරමුදල් සපයන සංවිධාන සමඟ සම්බන්ධ වන විට එහි අවශ්‍යතාවය පැණ නගී. බැංකුවකින් හෝ ව්‍යාපාර උපදේශකයෙකුගෙන් ඔබේ මූල්‍ය අවශ්‍යතාවය පිළිබඳ දෙවන මතයක් ලබා ගැනීම ප්‍රයෝජනවත් විය හැක.

වඩාත්ම සාර්ථක ව්‍යාපාර වන්නේ සාමාන්‍යයෙන් කලින් සැලසුම් කරන සහ මූල්‍ය කටයුතු පිළිබඳ මනා අවබෝධයක් ඇත්නම් පමණයි. ඔවුන් අයවැය බුද්ධිමත්ව පාලනය කරන නිසා ඔවුන්ට අවශ්‍ය වේලාවට ප්‍රමාණවත් මුදල් තිබේ. මෙය ව්‍යාපාර සැලසුම් ක්‍රියාවලියේ වැදගත්ම අංගයකි. මෙහෙයුම් අයවැය හෝ මුදල් ප්‍රවාහ පුරෝකථන කරන්නේ කෙසේදැයි යම් ව්‍යවසායකුට නොතේරෙන්නේ නම් ඒ පිළිබඳව යම් පුහුණුවක් හෝ මූල්‍ය ආයතනයකින් උපදෙස් ලබා ලබා ගැනීම වැදගත් ය. දුර්වල මුදල් ප්‍රවාහ කළමනාකරණය ව්‍යාපාර අසාර්ථක වීමට වඩාත් පොදු හේතුවකි. කාර්යක්ෂම මුදල් ප්‍රවාහ කළමනාකරණය මඟින් වැඩි වූ හෝ අනපේක්ෂිත වියදම් සඳහා අමතර මුදල් අවශ්‍ය වන අවස්ථා සැලසුම් කිරීමට හැකියාව ලැබේ. ප්‍රාග්ධන අයිතම මිලදී ගැනීම් සැලසුම් කිරීමට සහ සම්පත් උපරිම ලෙස භාවිතා කිරීමට සහ පිරිවැය අඩු කිරීමට එය උපකාරී වනු ඇත. සියලුම පුරෝකථන ඇස්තමේන්තු වේ. මෙහිදී හැකිතාක් යථාර්ථවාදී වීමට උත්සාහ කළ යුතු අතර අනපේක්ෂිත වියදම් හෝ හදිසි අවස්ථා සඳහා යම් හදිසි අරමුදල් ප්‍රවාහයන් හෝ මූල්‍ය ප්‍රතිපාදන ගොඩනගා ගත යුතු ය. අයවැයකරණය යනු මුදල් ප්‍රවාහ පුරෝකථනයෙහි දක්වා ඇති අපේක්ෂාවන් සමඟ සැබෑ කාර්ය සාධනය සංසන්දනය කිරීමට උපකාර වන සැලසුම් මෙවලමකි.

මුදල් ප්‍රවාහ පුරෝකථනය

මුදල් ප්‍රවාහ පුරෝකථනය යම් කාල සීමාවක් තුළ ඔබේ ව්‍යාපාරය තුළට සහ ඉන් පිටතට පැමිණෙන මුදල් ප්‍රවාහය තක්සේරු කිරීමේ ක්‍රමයකි. මුදල් ප්‍රවාහ අනාවැකියක් ඔබේ ප්‍රක්ෂේපිත මුදල් ආදායම සහ වියදම් මත පදනම්ව පෙන්වන අතර අරමුදල්, ප්‍රාග්ධන වියදම් සහ ආයෝජන වැනි ක්‍රියාකාරකම් පිළිබඳ තීරණ ගැනීමේදී එය වැදගත් මෙවලමකි. මුදල් පුරෝකථනය කාල සීමාවන් සඳහා සිදු කළ හැක. කෙටි කාලීන මුදල් පුරෝකථනයක් ඉදිරි දින 30 ආවරණය කළ හැකි අතර ක්ෂණික කාලීනව ඕනෑම අරමුදල් අවශ්‍යතා හෝ අතිරික්ත මුදල් හඳුනා ගැනීමට භාවිතා කළ හැක. මධ්‍ය කාලීන මුදල් ප්‍රවාහ පුරෝකථනයක් ඉදිරි මාසයක් සහ වසරක් අතර ආවරණය විය හැකි අතර, දිගුකාලීන පුරෝකථනයක් අනාගතයේ දී විකුණුම් සහ මිලදී ගැනීම් දෙස විමර්ශනාත්මකව බැලීමට භාවිතා කිරීමට හැකි ය. පුරෝකථනයක් සාමාන්‍යයෙන් නිතිපතා යාවත්කාලීන වේ, වඩාත් සුදුසු සෑම මසකම, හෝ වසරක් පාසා වත්මන් යථාර්ථයන් මත පදනම්ව ව්‍යාපාරයේ සිදුවනු ඇතැයි අපේක්ෂා කරන දේ පිළිබඳ යාවත්කාලීන මතයක් ලබා දේ.

ආයෝජන මූල්‍ය

අන් ව්‍යාපාර මෙන්ම සමාජ ව්‍යවසායයන්ටද ආයෝජන මූල්‍ය අවශ්‍ය වේ. අවශ්‍ය විය හැකි ආයෝජන මූල්‍ය වර්ගයට බලපාන විවිධ සාධක ඇත, එනම්, සමාජ අරමුණු, වෙළඳපළ, සමාජ ව්‍යවසාය පවත්වා ගෙන යාමේ පළපුරුද්ද, මූල්‍ය සංචිත, අභ්‍යන්තර සම්පත්, ධාරිතාව, ව්‍යාපාරික අදහස යනාදිය වේ.

සමාජ ව්‍යවසායයන් සඳහා මූල්‍ය මූලාශ්‍ර කිහිපයක් :

- ණය මූල්‍ය (Debt finance)
- කොටස් මූල්‍ය (Equity finance)
- සැපයුම් දාම මූල්‍ය (Supply chain finance)
- සමාජ ආයෝජන (Social investment)
- සමාජ බලපෑම මත ආයෝජනය (Impact investment)
- ව්‍යාපාර ප්‍රාග්ධනය (Venture capital)
- ව්‍යාපාර දේවදූතයන් (Business Angels)
- රඳවා ගත් ලාභය නැවත ආයෝජනය කිරීම (Reinvestment of retained profit)
- සාමාජික/පාර්ශ්වකරුවන්ගේ ආයෝජනය (Member or stakeholder investment)
- සමූහ අරමුදල් (Crowdfunding)

ව්‍යාපාර සැලැස්ම

සමාජ ව්‍යවසාය ව්‍යාපාර සැලැස්මක් සමාජ ව්‍යවසායක පදනම විස්තර කරයි. ව්‍යාපාර සැලැස්මක් යනු ඔබේ ව්‍යවසායට අවශ්‍ය සමාජ හා ආර්ථික ක්‍රියාකාරකම් පිළිබඳ විස්තරයකි. සමාජ ව්‍යවසායකට බොහෝ පාර්ශවකරුවන් සිටින අතර ව්‍යාපාර සැලැස්ම අරමුදල් රැස් කිරීමට, ගැනුම්කරුවන් සොයා ගැනීමට සහ ආධාරකරුවන් සහ පාර්ශවකරුවන් සමඟ සම්බන්ධතා ඇති කර ගැනීමට සහ මනා අලෙවිකරණ ක්‍රමවේදයකට අවශ්‍ය වන ලේඛනයකි.

ව්‍යාපාර සැලැස්මක් තුළ ඔබ පැහැදිලිව ප්‍රකාශ කළ යුතු වැදගත් කරුණු කිහිපයක් පහත සඳහන් වේ.

- සමාජ ව්‍යවසායේ මෙහෙවර
- අරමුණු සහ අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා නිශ්චිත ක්‍රියාවන්ගේ දළ සටහන
- කාර්ය සාධනය සැලසුම් කිරීම, මැනීම සහ වැඩිදියුණු කිරීම සඳහා ඉලක්ක
- අවශ්‍ය සම්පත්, වියදම් සහ ආදායම් සටහන

ව්‍යාපාර සැලැස්මේ ව්‍යුහය

විධායක සාරාංශය

සමාජ ව්‍යවසාය කරන්නේ කුමක්ද, දැන් සිටින තැන, එයට යාමට අවශ්‍ය කොතැනටද සහ එය එහි යන්නේ කෙසේද පිළිබඳ කෙටි ප්‍රකාශයක්.

ව්‍යාපාරය පිළිබඳ තොරතුරු

මූලික විස්තර, නම, ලිපිනය, දුරකථන අංක, ඊමේල්, අන්තර්ජාල වෙබ් අඩවිය ආදිය; ව්‍යාපාරික අදහස; සමාජ අරමුණ; නීතිමය තත්ත්වය; ව්‍යුහය

සමාජ ව්‍යවසාය පිහිටුවන සංවිධානයේ තොරතුරු (අදාළ නම්)

සංවිධානයේ පසුබිම; සංවිධානයේ මෙහෙවර ප්‍රකාශය/ඉලක්ක; .නීතිමය ව්‍යුහය; කළමනාකරණ ව්‍යුහය; ඉහත පරිදි මූලික විස්තර

සමාජ අරමුණ

ප්‍රයෝජන ලැබෙන්නේ කාටද?; සමාජ ව්‍යාපාරයක් අවශ්‍ය ඇයි?; සමාජ ව්‍යාපාරයක් පවත්වාගෙන යාම අවශ්‍යතාවය සපුරාලන්නේ කෙසේද?; එය කුමන ආකාරයේ සමාජ ව්‍යවසායයක්ද? (උදා. සමාජ ආයතනය); බාහිර පාර්ශ්වකරුවන්ගේ අදහස් මොනවාද?

සමාජ බලපෑම

ඔබ ඔබේ සමාජ බලපෑම මනින්නේ කෙසේද?; මෙය කිරීමට ඔබට සහාය විය හැකි මෙවලම් මොනවාද?; අරමුදල් සපයන්නන්ට සහ මූල්‍ය සපයන්නන්ට අවශ්‍ය බලපෑම පිළිබඳ සාක්ෂි මොනවාද?; බලපෑම මැනීමේ පිරිවැය කොපමණද?; ඔබේ සමාජ බලපෑම මැනීමට ඔබට උපකාර වන සහාය කුමක්ද?

බාහිර සබඳතා

වෘත්තීය සහ නීති නියෝජිතයන්, අරමුදල් සපයන සංවිධාන, අධීක්ෂණ සංවිධාන, වෙළඳ සංගම්, ජාල ආදිය සමඟ සබඳතා

නිෂ්පාදනය හෝ සේවාව

නිෂ්පාදන, සේවා හෝ ක්‍රියාකාරකම් පිළිබඳ විස්තරය

වෙළඳපොළ

භාණ්ඩ/සේවා මිලදී ගන්නේ කවුද?; පාරිභෝගිකයන් ඔබෙන් මිලදී ගන්නේ ඇයි (USP)?; වයස් කාණ්ඩයේ වෙනස් වීම්, සංක්‍රමණය වන පුද්ගලයින්, සංචාරක ව්‍යාපාරයේ ඍතුමය බලපෑම් වැනි විශේෂාංග වැනි ප්‍රවණතා ඇතුළු වෙළඳපළ පර්යේෂණ; තරඟය; වෙළඳපළ පරීක්ෂාව; සමාන සමාජ ව්‍යවසායයන්

ව්‍යාපාරික පරිසරය

ව්‍යාපාරයට බලපෑ හැකි බාහිර ව්‍යාපාරික පරිසරයේ ඇති ප්‍රධාන ගැටලු කර්මාන්ත විශ්ලේෂණය; ක්‍රියාත්මක කිරීමට අදහස් කරන කර්මාන්තයට බලපාන ප්‍රධාන ගැටළු තීරක සාර්ථකත්වයේ සාධක; ව්‍යාපාර සංවර්ධනය සඳහා ප්‍රධාන තීරණාත්මක සාර්ථක සාධක; තීරණාත්මක සාර්ථක සාධක ඔබ සපුරාලීම සහතික කිරීමට ඔබේ උපාය මාර්ගය

පිරිවැටුම සහ තිරසාර බව

අපේක්ෂිත පිරිවැටුම; අපේක්ෂිත වාණිජ නොවන ආදයම; අපේක්ෂිත ලාභය; තිරසාරත්වය ළඟා කර ගැනීමට කොපමණ කාලයක් ගතවේද?; අපේක්ෂිත පිරිවැටුම, වාණිජ නොවන ආදයම සහ තිරසාරත්වය ලබා ගන්නේ කෙසේද?; අවස්ථා සැලසුම් කිරීම

අලෙවිකරණය සහ විකුණුම්

අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගය කුමක්ද?; මිලකරණ උපාය මාර්ගය කුමක්ද?; ප්‍රවර්ධන මිශ්‍රණය කුමක්ද?; පාරිභෝගික සත්කාර ප්‍රතිපත්තිය කුමක්ද?; පාරිභෝගික ප්‍රතිපෝෂණ ලබා ගන්නේ කෙසේද?; අලෙවිකරණයට සම්බන්ධ වන්නේ කවුද?; අලෙවිකරණ අයවැය කුමක්ද?; බෙද හැරීමේ උපාය මාර්ගය/ක්‍රියාවලිය කුමක්ද?; ඊ-වාණිජ්‍යය උපාය මාර්ගය කුමක්ද?

ස්ථානය සහ දේපල විස්තර

පිරිවැය සහ යෝජිත මූල්‍ය ක්‍රමය (මිලදී ගැනීම/කුලිය/බදු දීම); සැලසුම්, සෞඛ්‍ය සහ ආරක්ෂිත ගැටළු, ගොඩනැගිලි, ප්‍රතිසංස්කරණය හෝ අනුවර්තනය වීමේ පිරිවැය; රක්ෂණ

සැපයුම්කරුවන්

ප්‍රධාන සැපයුම්කරුවන් කවුද?; සැපයුම් දමයේ සිටින්නේ කවුද?; විකල්ප තිබේද?; මෙම සැපයුම්කරුවන් භාවිතා කිරීමේ වාසි

නිෂ්පාදනය සහ/හෝ මෙහෙයුම්

නිෂ්පාදන ක්‍රම සහ අධීක්ෂණය, තත්ත්ව පාලනය සහ ප්‍රමිති, සෞඛ්‍ය හා ආරක්ෂිත ක්‍රමවේද, මෙහෙයුම් ක්‍රමවේදය

උපකරණ

මිලදී ගැනීමට නියමිත උපකරණ, යන්ත්‍ර සූත්‍ර සහ වාහනවල විස්තර, යෝජිත පිරිවැය මූල්‍ය විධිවිධාන සහ ක්ෂයවීම් ප්‍රතිපත්තිය

ක්‍රියා සැලසුම

ප්‍රධාන සන්ධිස්ථාන/කාල සටහන් සහ ආශ්‍රිත ක්‍රියාකාරකම්; පිරිවැය සහ පිරිස් අවශ්‍යතා

මූල්‍ය විශ්ලේෂණය

අයවැය උපකල්පන (ප්‍රක්ෂේපිත ආදයම සහ වියදම්); යථාර්ථවාදී මුදල් ප්‍රවාහ පුරෝකථනය; ශේෂ පත්‍රය/ලාභය සහ පාඩුව; අවශ්‍ය මූල්‍ය සහ මූල්‍ය රැස්කිරීමේ ක්‍රම; අරමුදල් සුරක්ෂිත, පෙර අරමුදල් හෝ මහා පරිමාණ අරමුදල්; ආරක්ෂාවක් ලෙස ඇති වත්කම්; මූල්‍ය විකල්ප ක්‍රම; .මූල්‍ය කළමනාකරණ පද්ධති සහ සම්පත්; ණය මූල්‍ය පිළිබඳ පෙර අත්දැකීම්

සමාජ ව්‍යවසාය ආරම්භ කිරීම

සූදානම් වීමේ සහ සැලසුම් කිරීමේ අදියර අවසන් වූ පසු, ඊළඟට පැමිණෙන්නේ සමාජ ව්‍යවසාය ආරම්භයයි. මේ වන විට අවශ්‍ය සියලුම ක්‍රියාමාර්ග ගෙන එය ආරම්භ කිරීමට සූදානම්ව තිබිය යුතුය. පහත දැක්වෙන්නේ ආරම්භක ක්‍රියාවලිය නිසි දැයි සහතික කර ගැනීමට මාර්ගෝපදේශයක් හෝ පිරික්සුම් ලැයිස්තුවකි.

සමාජ ව්‍යවසායයට නායකත්වය දෙන පුද්ගලයාට සමාජ අරමුණ සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා ප්‍රමාණවත් වාණිජ අත්දැකීම් සහ ව්‍යාපාරික කුසලතා, නිවැරදි ආකල්ප සහ වටිනාකම් ඇති බව තහවුරු කර ගන්න.

තනි පුද්ගලයකුට අවශ්‍ය සියලුම නිපුණතා ඇතැයි අපේක්ෂා කළ නොහැක, එබැවින් ඔවුන්ගේ ම විශේෂඥතාවය පිළිබඳ අවධානය යොමු කළ හැකි ශක්තිමත් කණ්ඩායමක් සිටින බවට වග බලා ගන්න. අලෙවිකරණය, ව්‍යාපාර සංවර්ධනය, මූල්‍ය කළමනාකරණය, නිෂ්පාදන සංවර්ධනය, මෙහෙයුම් සහ මානව සම්පත් අත්දැකීම් සහිත කණ්ඩායමක් ගොඩනගන්න. හවුල් දැක්ම සහ වටිනාකම් සහිත කණ්ඩායමක් ගොඩනගන්න.

සමාජ ව්‍යවසාය සීමිත සම්පත් වලින් ක්‍රියාත්මක විය හැකි බැවින් මතු විය හැකි ගැටලු විසඳීමට නිසි නිපුණතා සහ ආකල්ප තිබිය යුතුය.

සමහර සැලසුම් කරන ලද දේවල් වෙනස් විය හැකි බැවින් බැවින් ව්‍යවසායකයා අදාල තත්ත්වයට අනුව සැලසුම් සමාලෝචනය කිරීමට සහ වෙනස් කිරීමට සූදානම් විය යුතුය.

හොඳ කණ්ඩායම් සන්නිවේදනයක් අත්‍යවශ්‍ය වේ. හොඳ පුහුණුවකින් ආරම්භ කළහොත් සංවිධානය වර්ධනය වන විට හොඳ ප්‍රතිලාභ ලැබෙනු ඇත.

කළමනාකරණයේ සියලුම සාමාජිකයින් සහ කාර්ය මණ්ඩලය සමඟ විශ්වාසය ගොඩනගා ගැනීම සහ එදිනෙදා කාර්යයන් සඳහා වගකීම පැවරීම වැදගත් වේ.

වෙළඳපල පිළිබඳව හොඳ අවධානයක් තබා ගැනීම විශේෂයෙන් විකුණුම් සම්බන්ධයෙන් පාරිභෝගිකයා සතුටින් තැබීම ඉතා වැදගත් වේ.

ඉවසීම තවත් වැදගත් කරුණකි. නව ව්‍යාපාරයක් ශක්‍යතා මට්ටම කරා ගමන් කිරීමට සාමාන්‍යයෙන් වසර තුන හතරක් ගත වේ.

ආශාව සහ කැපවීම අමතක නොකළ යුතුය. මිනිසුන් තුළ සහ අපගේ සමාජය තුළ ඔබට කිරීමට අවශ්‍ය වෙනස හෝ වෙනස නිරන්තරයෙන්ම ආවර්ජනය කිරීම වැදගත්ය.

8 සමාජ බලපෑම යනු කුමක්ද සහ ඔබ අදහස් කළ බලපෑම ඔබ සාක්ෂාත් කර ගෙන ඇත්දැයි දැන ගන්නේ කෙසේද?

'සමාජ බලපෑම' යනු සංවිධානයක් තම ක්‍රියාවන් තුළින් ඇති කරන සමාජ වෙනස එනම් එහි මැදිහත්වීම්වල (Interventions) ප්‍රතිඵල යි.

වෙනස් වීමේ න්‍යාය (Theory of Change) තුළ නිර්වචනය කර ඇති පරිදි සහ සමාජ ව්‍යවසායයේ මැදිහත්වීම්වල ස්වභාවය අනුව, සමාජ බලපෑම් ඉලක්කවලට සැබෑ මැදිහත්වීමෙන් පසුව සිදුවන දේවල් සහ / හෝ තෝරාගත් ඉලක්ක කණ්ඩායමට වඩා පුළුල් පුද්ගලයින් පිරිසකට බලපාන දේවල් ඇතුළත් විය හැකිය.

සමාජ බලපෑම් දර්ශක (Social Impact Indicators) යනු නිරීක්ෂණය කිරීමට සැලසුම් කරන නිශ්චිත, මැනිය හැකි දේවල් වන අතර මැදිහත්වීම්වල සඵලතාවය (බලපෑම) තක්සේරු කිරීමට හැකිවේ. නිශ්චිත සංවිධානයක් සඳහා නිර්වචනය කර ඇති දර්ශක යම් යම් තොරතුරු රැස් කිරීමට ඇති ප්‍රවේශය / හැකියාව සහ මෙම දර්ශක සන්නිවේදනය කිරීමට අවශ්‍ය පුද්ගලයින් මත රඳා පවතී.

සරලව කිවහොත්, බලපෑම් මැනීම යනු පහත සඳහන් ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු දීමට උපකාර වන අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියකි:

1. සෘජු ප්‍රතිලාභීන්ට/පාරිභෝගිකයින්ට අපගේ කාර්යය ඔවුන්ට ප්‍රතිලාභ ලැබෙන බව හැඟෙනවාද?

2. දිගුකාලීන බලපෑම සහතික කිරීම සඳහා සමාජ ව්‍යවසාය නිවැරදි පියවර ගන්නා බව ද්විතීයික පාර්ශවකරුවන් විශ්වාස කරනවාද?

3. සමාජ ව්‍යවසාය විසින් කරන කාර්යය කල් පවතින බලපෑමක් ඇති කරන බව සියලුම පාර්ශවකරුවන් දන්නවාද?

සමාජ ව්‍යවසායේ සමාජ බලපෑම මැනීමේ මූලික මූලධර්ම

- මෙහෙවර නිර්වචනය කිරීම
- ක්‍රියාකාරකම් සිතියම් ගත කිරීම සහ බලපෑම මැනීම
- ප්‍රතිලාභීන්ගේ සහභාගීත්වය
- ප්‍රතිඵල භාවිතා කිරීම
- සන්නිවේදන

සමාජ ව්‍යවසායක හෝ කිසියම් ලාභ නොලබන හෝ ලාභ ලබන සංවිධානයක සමාජ බලපෑම මැනීමේ ක්‍රම ගණනාවක් තිබේ. ආයෝජන මත සමාජ ප්‍රතිලාභය (SROI) යනු සමාජ, ආර්ථික සහ පාරිසරික සාධක ඇතුළුව මූල්‍ය ප්‍රකාශනවල සම්ප්‍රදායිකව පිළිබිඹු නොවන අගයන් මැනීමේ ක්‍රමයකි. ප්‍රජාව සඳහා වටිනාකමක් ඇති කිරීම සඳහා ව්‍යාපාරයක් එහි ප්‍රාග්ධනය සහ අනෙකුත් සම්පත් කෙතරම් ඵලදායි ලෙස භාවිතා කරන්නේද යන්න ඔවුන්ට හඳුනාගත හැකිය.

"සමාජ ව්‍යවසායකයෙකුගේ කැපවීම මගින් පෝෂණය වූ විට හොඳ ස්වල්පයක් හොඳ දෙයක් බවට පත්විය හැකිය."

ජෙෆ් ස්කෝල්, ස්කොල් පදනමේ නිර්මාතෘ සහ සභාපති

සමාජ ව්‍යවසායකයින් සඳහා වැඩිදුර තොරතුරු සහ ඉගෙනුම් මූලාශ්‍ර

සමාජ ව්‍යවසායන් සඳහා තොරතුරු මූලාශ්‍ර විශාල ප්‍රමාණයක් ඇතත් ඒවායින් බොහොමයක් මාර්ගගතව ඇත. පහත දැක්වෙන්නේ තෝරාගත් ඉගෙනුම් මූලාශ්‍ර කිහිපයකි.

British Council – Social Enterprise

https://www.britishcouncil.org/society/social-enterprise

බ්‍රිතාන්‍ය කවුන්සිලය සමාජ හා පාරිසරික ගැටලු විසඳීමේ මාධ්‍යයක් ලෙස සමාජ ව්‍යවසාය සංවර්ධනය ප්‍රවර්ධනය කරන අතර ප්‍රජාවන්ට සහ සමාජයන්ට ධනාත්මක වෙනසක් ලබා දෙයි. එය සමාජ ව්‍යවසායකයින්ට පුහුණුවීම්, උපදේශන සහ අරමුදල් අවස්ථා ලබා දීම, පාසල් හා විශ්වවිද්‍යාලවල සමාජ ව්‍යවසාය අධ්‍යාපනය ප්‍රවර්ධනය කිරීම, ප්‍රතිපත්ති සංවාද කැඳවීම, පර්යේෂණ පැවැත්වීම සහ අධ්‍යයන චාරිකා සංවිධානය කිරීම සඳහා දැනුම සහ හොඳම භාවිතය සඳහා ජාත්‍යන්තර සංවර්ධනය සඳහා සක්‍රිය පරිසරයක් නිර්මාණය කිරීම සඳහා ප්‍රවේශය සපයයි.

Social Enterprise UK - Practical Guides

Social Enterprise UK හි වෙබ් අඩවියේ සමාජ ව්‍යවසායන් ආරම්භ කරන සහ පවත්වාගෙන යන අය සඳහා බොහෝ තොරතුරු සහ ප්‍රායෝගික මාර්ගෝපදේශ රාශියක් ඇත. මේවා ව්‍යාපාරික ජීවන චක්‍රයේ සෑම අදියරක්ම ආවරණය වන පරිදි ඉතා ප්‍රයෝජනවත් උපදෙස් සහ උපදෙස් ලබා දේ.

https://www.socialenterprise.org.uk/practical-guides/

UnLtd

එක්සත් රාජධානියේ සමාජ ව්‍යවසායකයින් සඳහා ප්‍රමුඛතම සේවා සපයන්නා වන අතර ලොව විශාලතම එවැනි ජාලය වේ.

http://unltd.org.uk/

Global Social Benefit Institute (GSBI)

දරිද්‍රතාවය සඳහා නව්‍ය විසඳුම් සංවර්ධනය කරන සමාජ ව්‍යවසායකයින්ට සහාය වේ. උපදේශනය, හොඳම ව්‍යාපාර පිළිවෙත් පිළිබඳ උපදෙස් සහ ආයෝජකයින්ට සම්බන්ධ කිරීම තුළින් මෙම ව්‍යවසායකයින්ට ඔවුන්ගේ ජීවන චක්‍රයේ සෑම අදියරකදීම සහාය වේ.

http://www.scu.edu/socialbenefit/entrepreneurship/gsbi/

ශ්‍රී ලංකාවේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් සහ සමාජ ව්‍යවසායන් සඳහා ව්‍යාපාරික සහාය සේවා සපයන්නන්

රජයේ නීති සහ නියාමන ආයතන

සමාගම් රෙජිස්ට්‍රාර් දෙපාර්තමේන්තුව http://www.drc.gov.lk

ව්‍යාපාර ලියාපදිංචි කිරීම, අධීක්ෂණය සහ වසා දැමීම සම්බන්ධයෙන් වගකීම දරයි. 2007 අංක 07 දරන සමාගම් පනත කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් සංස්ථාගත කිරීමට අදාළ නීති සහ විධිවිධාන පාලනය කරයි. වත්මන් නීතිමය විධිවිධාන යටතේ, සමාජ ව්‍යවසායකට පුද්ගලික සීමිත, පොදු සීමිත හෝ වගකීම් සීමිත සමාගමක් ලෙස ලියාපදිංචි විය හැක.

පාරිභෝගික කටයුතු අධිකාරිය http://www.caa.gov.lk

පාරිභෝගිකයින්ගේ අවශ්‍යතා ආරක්ෂා කිරීම සහ ශ්‍රී ලංකාවේ සාධාරණ වෙළඳපල තරඟකාරිත්වය සහතික කිරීම සඳහා CAA කටයුතු කරයි. භාණ්ඩ හා සේවා සපයන්නන් අතර එලදායී තරඟයක් පවත්වා ගනිමින් පාරිභෝගිකයින්ගේ අභිලාෂයන් ආරක්ෂා කිරීමට CAA අවශ්‍ය ක්‍රියාමාර්ග ගනී.

දේශීය ආදායම් දෙපාර්තමේන්තුව http://www.ird.gov.lk

ප්‍රධාන කාර්යයන් වන්නේ පුද්ගල සහ ව්‍යාපාරික බදු තක්සේරු කිරීම සහ එකතු කිරීමයි. පිරිවැටුම මිලියන 500 ට අඩු ව්‍යාපාර SMEs ලෙස සලකන අතර සියලුම SMEs 14% බදු අනුපාතයකට හිමිකම් කියයි.

ශ්‍රී ලංකා රේගුව https://www.customs.gov.lk

ප්‍රධාන කාර්යයන් වනුයේ, ආදායම් එකතු කිරීම ආදායම් කාන්දුවීම් සහ වෙනත් වංචා වැළැක්වීම නීත්‍යානුකූල වෙළඳාමට පහසුකම් සැලසීම, සංඛ්‍යාලේඛන සැපයීම සඳහා ආනයන අපනයන දත්ත රැස්කිරීමයි. ආනයන අපනයන සම්බන්ධ සියලු කටයුතු රේගුව විසින් සිදු කරනු ලබයි.

මධ්‍යම පරිසර අධිකාරිය (CEA) https://www.cea.lk

පරිසර දූෂණය වැළැක්වීම සහ පාලනය කිරීම මගින් පරිසරයේ ගුණාත්මක භාවය නියාමනය කිරීම, නඩත්තු කිරීම සහ පාලනය කිරීම සඳහා පවතින ප්‍රධාන ආයතනය ද එයයි. පාරිසරික ආරක්ෂණ බලපත්‍ර සැපයීම, පාරිසරික බලපෑම් ඇගයීම (EIA) මෙවලම, පාරිසරික නිර්දේශ, තොරතුරු සහ රසායනාගාර සේවා, අපද්‍රව්‍ය කළමනාකරණ බලපත්‍ර ලබාදීම ප්‍රධාන සේවාවන්ට ඇතුළත් වේ.

සමුපකාර සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව http://coop.gov.lk

සමුපකාර සංවර්ධන පළාත් දෙපාර්තමේන්තු ඒ ඒ පළාත්වල සමුපකාර අංශයේ සංවර්ධනය සඳහා වගකීම දරයි. ප්‍රධාන කාර්යයන් වනුයේ: සියලුම සමුපකාර සමිති ලියාපදිංචි කිරීම, පරිපාලනය සහ අධීක්ෂණය; සමුපකාර සමිතිවල අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩල, කළමනාකරුවන්, සේවකයින් සහ සාමාජිකයින් සඳහා මූල්‍ය ආධාර, පුහුණුව සහ අධ්‍යාපනය ලබා දීම.

නගර සභා සහ ප්‍රාදේශීය සභා http://www.lgpc.gov.lk

දේශීය බදු අරමුණු සඳහා ව්‍යාපාර ලියාපදිංචි කිරීම සහ මහජන සෞඛ්‍ය නීති බලාත්මක කිරීම.

ව්‍යවසාය සහාය සහ මූල්‍ය සේවා

ජාතික ව්‍යවසාය සංවර්ධන අධිකාරිය https://www.neda.gov.lk

අමාත්‍යාංශ, සහ පළාත් සභා සහ අනෙකුත් සේවා සපයන්නන් අතර ව්‍යවසාය සංවර්ධන කටයුතු සම්බන්ධීකරණය කරයි. මීට අමතරව, NEDA විසින් ව්‍යාපාරික උපදෙස්, පුහුණුව, වෙළඳපළ සම්බන්ධතා සහ මූල්‍ය වෙත ප්‍රවේශය පහසු කිරීම සහ තාක්ෂණික සහාය සඳහා S&T ආයතන සමග සම්බන්ධීකරණය කරයි. රාජ්‍ය අවධානය සහ සහයෝගය ලැබිය යුතු වැදගත් අංශයක් ලෙස සමාජ ව්‍යවසායන් හඳුනාගෙන ඇත.

කුඩා ව්‍යවසාය සංවර්ධන කාර්යාංශය http://www.sed.gov.lk/

ආර්ථික සංවර්ධනය සඳහා විභවයක් ඇති අංශවල කුඩා ව්‍යවසායයන් සඳහා සහය වන අතර පවතින කුඩා ව්‍යවසායයන් සංවර්ධනය කිරීමට සහාය වේ. එය උතුරු හා නැගෙනහිර පළාත් ඇතුළුව සෑම දිස්ත්‍රික්කයකම කාර්යාල පවත්වා ගෙන යන අතර මහජනතාවට තම සේවාවන් වෙත ප්‍රවේශ වීමට හැකි වන පරිදි මෙම කාර්යාල දිස්ත්‍රික් ලේකම් කාර්යාල පරිශ්‍රය තුළ පිහිටා ඇත

ශ්‍රී ලංකා අපනයන සංවර්ධන මණ්ඩලය https://www.srilankabusiness.com

අපනයනකරුවන්ට සහ කර්මාන්තවලට ජාත්‍යන්තරව තම ව්‍යාපාර ව්‍යාප්ත කිරීමට උපකාර කිරීම සහ අවස්ථා නිර්මාණය කිරීම, එමගින් කලාපයේ අපනයන විකුණුම් සහ රැකියා අපේක්ෂාවන් වැඩි කිරීම. මෙම අරමුණ සපුරාලීම සඳහා, අපනයන සංවර්ධන මණ්ඩලය විසින් ශ්‍රී ලංකාව පුරා පිහිටි කුඩා හා මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ ව්‍යාපාර සඳහා උපදේශන සේවා සපයන අතර කලාපයේ අපනයනකරුවන් සහ අනාගත අපනයනකරුවන් සඳහා නිර්මාණය කර ඇති අධ්‍යාපනික සම්මන්ත්‍රණ සහ පුහුණු වැඩසටහන් සඳහා අනුග්‍රහය සහ සම අනුග්‍රහය දක්වයි.

කාර්මික සංවර්ධන මණ්ඩලය https://www.idb.gov.lk

ශ්‍රී ලංකාවේ කාර්මික අංශයේ සංවර්ධනයේ වගකීම පැවරී ඇති ප්‍රමුඛතම රාජ්‍ය සංවිධානය ලෙස, IDB දිවයින පුරා පිහිටි කාර්යාල හරහා දිවයිනේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් සඳහා පූර්ණ සහය සපයයි.

කාර්මික තාක්ෂණ ආයතනය (ITI) http://iti.lk

ITI යනු කාර්මික හා කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායක අංශයට තාක්ෂණික උපදේශන සැපයීම, කර්මාන්ත පාදක සහ සහයෝගීතා පර්යේෂණ සිදු කිරීම, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් අතර තාක්ෂණික තොරතුරු බෙදාගැනීම සහ පුහුණුව පැවැත්වීම සඳහා පිහිටුවා ඇති රාජ්‍ය ආයතනයකි.

ශ්‍රී ලංකා ප්‍රමිති ආයතනය (SLSI) http://slsi.lk

SLSI යනු ජාතික ප්‍රමිතීන් සකස් කිරීම සහ ක්‍රියාත්මක කිරීම, ආර්ථිකයේ සෑම අංශයකම තත්ත්ව සහතිකය ප්‍රවර්ධනය කිරීම, වලංගු මිනුම් පිළිවෙත් ප්‍රවර්ධනය කිරීම සහ බෙදා හැරීම, ප්‍රමිතිකරණය සහ ගුණාත්මකභාවය පිළිබඳ සංකල්ප, භාවිතයන් සහ ශිල්පීය ක්‍රම පිළිබඳව කර්මාන්ත හා සේවා පුද්ගලයින් පුහුණු කිරීම සඳහා වගකිව යුතු රාජ්‍ය ආයතනයකි.

විදාතා මධ්‍යස්ථාන https://www.mostr.gov.lk

විදාතා වැඩසටහන 2004 දී තාක්ෂණ හා පර්යේෂණ අමාත්‍යාංශය විසින් ආරම්භ කරන ලදී "ග්‍රාමීය ආර්ථිකය නංවාලීම සහ ජාතික ආර්ථික සංවර්ධනය සඳහා එහි දායකත්වය ඉහළ නැංවීමේ අරමුණින්" විද්‍යාඥයින්ගේ විද්‍යාත්මක දැනුම සහ පර්යේෂණ නවෝත්පාදන කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් වෙත පැවරීම විදාතා අරමුණයි. දීප ව්‍යාප්ත විදාතා සම්පත් මධ්‍යස්ථාන ජාලයක් (VRC) හරහා බිම් මට්ටමේ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් (MSME) හට සේවා සපයයි.

කෘෂිකර්ම දෙපාර්තමේන්තුව (DoA) https://doa.gov.lk

කෘෂි ව්‍යවසායකත්වය සහ වාණිජ ගොවිතැන ප්‍රවර්ධනය කිරීම සහ සහාය දැක්වීම සඳහා කෘෂිකර්ම දෙපාර්තමේන්තුවේ කාර්යයයි. එය ගොවි සමිති, ප්‍රජා ගොවිපල ව්‍යාපාර, වාණිජ ගොවිපළ සහ රෝපණ ද්‍රව්‍ය වෙනත් වාණිජ සැපයුම්කරුවන්, ගැනුම්කරුවන් සහ ගොවිපල නිෂ්පාදන සකසන්නන් නිර්මාණය කිරීමට සහ සහාය වීමට විශේෂ වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරයි. සමාජ ව්‍යවසායන් ලෙස සැලකිය හැකි, DoA විසින් නිර්මාණය කරන ලද සහ සහාය දක්වන ගොවි මූලික ව්‍යවසායක සංවිධාන .

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව සහ රාජ්‍ය සහ වාණිජ බැංකු පද්ධතිය

ශ්‍රී ලංකා මහ බැංකුව රටේ සමතුලිතතාවය සහ ආර්ථික වර්ධනය සඳහා කලාපීය ප්‍රාදේශීය සංවර්ධනයේ වැදගත්කම ලබා දෙයි. සෞභාග්‍ය ණය යෝජනා ක්‍රමය, කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් සඳහා ණය ඇපකර යෝජනා ක්‍රමය, සෞභාග්‍ය COVID-19 පුනරුදය පහසුකම් පළමු අදියර, සෞභාග්‍ය COVID-19 පුනරුදය පහසුකම් අදියර II, පොලී සහනාධාර සහ ණය සහතික යෝජනා ක්‍රමය (Phaarantee Scheme) යන ප්‍රධාන යෝජනා ක්‍රම පහ සඳහා CBSL අඛණ්ඩව අරමුදල් සපයයි. SEPI ණය යෝජනා ක්‍රමය, SMILE III SMEs සහ SAPP-IFAD ණය යෝජනා ක්‍රමය දැනට ක්‍රියාත්මක වෙන ව්‍යවසාය ණය යෝජනා ක්‍රම වේ.

පළාත් සභා යටතේ ක්‍රියාත්මක වන ව්‍යාවසාය සංවර්ධන සහ සහායක සේවාවන්

http://www.isb.lk http://www.redacpgov.com http://ida.wp.gov.lk https://www.cm.sp.gov.lk

පළාත් සභා සියළුම ආකාරයේ MSMEs සහ ප්‍රජා පාදක සංවිධාන සහ ව්‍යාපාරික ආයතන සඳහා උපකාරක සේවා සපයන ඔවුන්ගේ ම ව්‍යාපාරික සහාය නියෝජිතායතන ක්‍රියාත්මක කරයි.

කුඩා කර්මාන්ත පිළිබඳ පළාත් දෙපාර්තමේන්තු - සියලුම පළාත් සභා

කුඩා කර්මාන්ත දෙපාර්තමේන්තුවේ ප්‍රධාන වගකීමක් වන්නේ පාරම්පරික ශිල්පීන්ට සහ ශිල්පීන්ට අවශ්‍ය සම්පත්, පුහුණුව, උපදෙස් සහ වෙළඳපල ප්‍රවේශය ලබා දීමයි.

සමෘද්ධි සංවර්ධන දෙපාර්තමේන්තුව https://www.samurdhi.gov.lk

මෙම ආයතනයේ ප්‍රධාන කාර්යයන් වනුයේ සමාජ ආරක්ෂාව, සමාජ සුබසාධනය, මානව ප්‍රාග්ධනය සංවර්ධනය, ජීවනෝපාය සංවර්ධන ක්‍රියාකාරකම් ප්‍රවර්ධනය, ක්ෂුද්‍ර මූල්‍ය සැපයීම සහ පරිසරය ආරක්ෂා කිරීම හා පෝෂණය කිරීම සඳහා සැලකිය යුතු දායකත්වයක් ලබා දීම තුළින් දුප්පත්, අඩු ආදායම්ලාභී සහ අනෙකුත් ප්‍රජාවන් සවිබල ගැන්වීම, කඩිනම් කිරීම. ජාතික සංවර්ධනය සහ ආහාර සුරක්ෂිතතාව සහ දරිද්‍රතාවයෙන් තොර සමාජ සාධාරණත්වය සහතික කරමින් සමෘද්ධිමත් ජාතියක් ගොඩනැගීම.

ලංකා වාණිජ මණ්ඩලය (CCC) http://www.chamber.lk

ශ්‍රී ලංකාවේ පැරණිතම ව්‍යාපාරික සාමාජික ආයතනයයි. එහි ආයතනික සහ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් 500කට අධික සංඛ්‍යාවක් සිටින අතර වෙළඳ සභා 20කට අධික සංඛ්‍යාවකට පහසුකම් සපයයි. CCC විසින් පරිත්‍යාගශීලීන්ගේ අරමුදල් සහිත SME ආධාරක වැඩසටහන් ගණනාවක් ක්‍රියාවට නංවා ඇත.

ලංකා වාණිජ හා කර්මාන්ත මණ්ඩල සම්මේලනය (FCCISL) **සහ කලාපීය සහ දිස්ත්‍රික් වාණිජ මණ්ඩල** http://www.fccisl.lk

FCCISL යනු කලාපීය සහ දිස්ත්‍රික් වාණිජ මණ්ඩලවල ඉහළම ආයතනයයි. එය ජාතික හා ප්‍රාදේශීය මට්ටමින් කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යාපාර ආශ්‍රිත ක්‍රියාකාරකම් සම්බන්ධීකරණය සහ පහසුකම් සපයයි.

සර්වෝදය ශ්‍රමදාන ව්‍යාපාරය https://www.sarvodaya.org/seeds

සර්වෝදය ශ්‍රී ලංකාවේ පැරණිත ම රාජ්‍ය නොවන සංවිධානය වන අතර ජාතික සහ බිම් මට්ටමේ පුරෝගාමී "සමාජ ව්‍යවසායකත්ව මුලපිරීම්" සමාජ ව්‍යවසායයන් ගණනාවක් ආරම්භ කර ඇත.

UN Citra Lab https://citralab.lk

Citra Lab යනු ශ්‍රී ලංකාවේ විද්‍යා හා තාක්ෂණ අමාත්‍යාංශය, අධ්‍යාපන අමාත්‍යාංශය සහ UNDP අනුග්‍රහයෙන් 2014 දී පිහිටුවන ලද සමාජ නවෝත්පාදන විද්‍යාගාරයකි. එහි පරමාර්ථය වන්නේ ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ නවෝත්පාදන දිරිමත් කිරීමයි. එහි පරමාර්ථය වන්නේ විවිධ දෘෂ්ටිකෝණවලින් ගැටලු සලකා බැලීමට, තිරසාර සංවර්ධන විසඳුම් ලබා දීමට හැකි පරිසරයක් පෝෂණය කිරීමයි.

සමාජ ව්‍යවසායයන් සඳහා ව්‍යවසාය උපදෙස්, පුහුණුව,
වෙළඳපළ සහ ආයෝජන ප්‍රවේශය සැපයීම

Lanka Social Ventures (LSV) http://www.lankasocialvenyures.com

නව සහ පවතින සමාජ ව්‍යවසායන් ප්‍රවර්ධනය කරන අතරම ඔවුන්ට ව්‍යවසාය සහායක සේවා සපයයි. සමාජ ව්‍යවසාය පුද්ගල සංවර්ධන අවශ්‍යතා මත පදනම්ව සමාජ ව්‍යවසායන් සඳහා සකස් කරන ලද ආධාරක වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කරයි. බොහෝ ව්‍යාපාරික සහය සේවා සපයනු ලබන්නේ තනි තනිව සහ කණ්ඩායම් පුහුණු කිරීම සහ උපදේශනය හරහා සාමාන්‍යයෙන් ඔවුන්ගේම පරිශ්‍රයේදී සහ ඔවුන්ට පහසු අවස්ථාවන්හිදීය. පුහුණු සහ උපදේශන සේවා සැපයීම විශේෂඥ පුහුණුකරුවන් සහ උපදේශකයන් විසින් සිදු කරයි. මීට අමතරව, සමාජ ව්‍යවසායන් පිළිබඳ මහජනතාව දැනුවත් කිරීම සඳහා ප්‍රතිපත්ති සංවාද, සම්මන්ත්‍රණ සහ සම්මන්ත්‍රණ පවත්වයි.

Good Market https://www.goodmarket.global

අවම ප්‍රමිතීන් සපුරාලන සහ මිනිසුන්ට යහපත් සහ පෘථිවියට යහපත් වන සමාජ ව්‍යවසායන් සහ වගකිවයුතු ව්‍යාපාර සඳහා සංවෘත වේදිකාවකි. එය සෙනසුරාදා දිනවල කොළඹ තුරඟ තරඟ පිටියේ රථගාලේදී එළිමහන් වෙළඳපලක් පවත්වන අතර මිනිසුන් සහ පරිසර හිතකාමී නිෂ්පාදන සඳහා උනන්දුවක් දක්වන දහස් ගණනක් නිත්‍ය පාරිභෝගිකයින් ආකර්ෂණය කර ඇත. Good Market තමන්ගේම කුඩා සුපිරි වෙළඳසැලක් සහ අවන්හලක් පවත්වාගෙන යයි. දැනට, Good Market හි මාර්ගගත වේදිකාවේ ව්‍යවසායකයින් 100 වඩා ප්‍රමාණයක් ලියාපදිංචි වී ඇත. විකුණුම්කරුවන්ට ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදනවල ගුණාත්මකභාවය සහ ප්‍රමිතීන් වැඩිදියුණු කිරීමට උපකාර වන විවිධ මාතෘකා පිළිබඳ පුහුණුව සහ උපදෙස් ලැබේ.

Lanka Impact Investing Network (LIIN) http://www.liin.lk

ධනාත්මක වෙනසක් ඇති කිරීම සඳහා සමාජ බලපෑම් ආයෝජකයින් සහ සමාජ ව්‍යවසායකයින් සම්බන්ධ කිරීම අරමුණු කරගනිමින් ශ්‍රී ලංකාවේ සමාජ බලපෑම් ආයෝජනයේ පුරෝගාමීන් වන්නේ LIIN ය. LIIN, සෝෂල් එන්ටර්ප්‍රයිස් ලංකා සහ හැටන් නැෂනල් බැංකුව එක්ව "ඇත් පවුර" රූපවාහිනී රියැලිටි වැඩසටහනක් ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම වරට දියත් කර ඇත.

Social Enterprise Incubation Lab (SEIL), University of Peradeniya
Social Enterprise Incubation Cell (SEIC) Uva Wellassa University

මධ්‍යම සහ ඌව පළාත් තුළ සමාජ ව්‍යවසායකත්වය පිළිබඳ අදාළ ආයතන අතර විධිමත් මග පෙන්වීම, උපදේශනය, පුහුණුව සහ සම්බන්ධීකරණය සැපයීම සඳහා සමාජ ව්‍යවසාය ඉන්කියුබේටර සේවා ඒකක දෙකක් පිහිටුවා ඇත..

Social Enterprise Lanka (SEL) http://socialenterprise.lk

පාර්ශ්වකරුවන් එකට එකතු කර ගනිමින්, සමාජ ව්‍යවසාය ජාල කේන්ද්‍රයක් ලෙස ක්‍රියාකරයි. SEL සමාජ ව්‍යවසායන් සඳහා වන "ඇත් පවුර" රූපවාහිනී රියැලිටි වැඩසටහනේ ප්‍රධාන හවුල්කරුවන්ගෙන් එකකි.

වෙනත් මූල්‍ය සහ ව්‍යාපාර ආධාරක සේවා

CrowdIsland https://crowdisland.lk

ආරම්භක අරමුදල් සපයන මෙම වේදිකාව ශ්‍රී ලංකාවේ තාක්ෂණික ආරම්භකයින්ට ඔවුන්ගේ අදහස් වලට ලොව පුරා ඔවුන්ගේ ව්‍යාපාර සඳහා අරමුදල් රැස් කිරීමට ඉඩ සලසයි.

Lanka Angel Network http://www.lankanangelnetwork.com

ආරම්භකයින් සඳහා සම්පත්, දැනුම සහ ඉන්කියුබේෂන් සඳහා අරමුදල් සපයන වැඩසටහනකි. තනි ආයෝජකයින්, ව්‍යාපාර ධනපතියන් සහ දේවදූත ආයෝජකයින්ගෙන් සමන්විත වන මෙම ජාලය මූලික වශයෙන්, මෙය ශ්‍රී ලංකාවේ ආරම්භක ආයෝජකයින්, ඉන්කියුබේටර් සහ උපදේශකයින්ගේ ප්‍රජාවකි.

Youth Business Sri Lanka (YBSL) http://www.ybsl.lk

තරුණ ව්‍යවසායකයින්ට විවිධ ආකාරවලින් දියුණු වීමට සහාය වන ජාතික සංවිධානයකි. මෙයට පුහුණුව, උපදේශනය, අරමුදල් සැපයීම සහ ඉන්කියුබේෂන් අවස්ථා ඇතුළත් වේ. මෙම සංවිධානය ලංකා වාණිජ මණ්ඩලයේ කොටසක් වන අතර ව්‍යවසායකයින් දිරිමත් කිරීම සඳහා සෑම වසරකම වැඩසටහන් සංවිධානය කරයි.

Good Life X https://goodlifex.com

ව්‍යවසායකත්වය, ආර්ථික හා සමාජීය සමෘද්ධිය ප්‍රවර්ධනය කරයි. ආසියාවේ පුනර්ජනනීය සහ ප්‍රතිස්ථාපන ව්‍යාපෘති නිර්මාණය කරන අතරම ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන සහ සේවා ගෝලීය වෙළඳපොල වෙත පරිමාණය කිරීමට ආරම්භක සහ කුඩා හා මධ්‍ය පරිමාණ ව්‍යවසායකයින් සමඟ කටයුතු කරයි.

අත්පොත සකස් කිරීමේදී මෙම මූලාශ්‍ර උපයෝගී කරගන්නා ලදී.

- ලංකා සෝෂල් වෙන්චර්ස් විසින් සකස් කරන ලද කරන ලද පුහුණු සහ පාඨමාලා උපදෙස් සටහන්, ඉගෙනුම් ද්‍රව්‍ය සහ මාර්ගෝපදේශ
- A Business Planning Guide to Developing a Social Enterprise, The Royal Bank of Scotland & NatWest
- Putting the pieces together: A business planning guide for social enterprises, Social Ventures Australia
- How to Measure and Report Social Impact: A Guide for investees, The Social Investment Business Group
- The State of Social Enterprise Sector in Sri Lanka, British Council
- Startup and Change the World: Guide for Young Social Entrepreneurs, Youth Social Enterprise Initiative, Thailand
- Start Your Social Enterprise, The Social Enterprise Guide, Social Enterprise UK

Photo credit:

- creativecommons.org
- biolite.com
- earthbound.lk
- Lanka Social Ventures

Find out more about our work to empower women and girls, support the growth of social enterprise, and foster a more inclusive, sustainable and prosperous world.

www.britishcouncil.org/society

Follow our social enterprise programme on Twitter:

@SocEntGlobal

© British Council 2022

The British Council is the United Kingdom's international organisation for cultural relations and educational organisation.

9 786245 548118