



ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය

AA1 විභාගය - 2018 ජනවාරි

**ප්‍රශ්න සහ යෝජිත උත්තර
විෂය අංකය (AA15)**

**ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් සහ කළමනාකරණය
(BOM)**

ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය
අංක 540, පූජ්‍ය මුරුත්තෙට්ටුවේ ආනන්ද නාහිමි මාවත,
නාරාහේන්පිට, කොළඹ 05.

දුරකථන : 011-2-559 669

මෙය අධ්‍යාපන හා පුහුණු කිරීම් අංශයේ ප්‍රකාශනයකි.

ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය
 අධ්‍යාපන හා පුහුණු කිරීම් අංශය
AA1 විභාගය - 2018 ජනවාරි
(AA15) ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් සහ කළමනාකරණය
යෝජිත උත්තර

A කොටස

වාස්තවික පරීක්ෂණ ප්‍රශ්න (OTQs)
 අනිවාර්ය ප්‍රශ්න විස්සකි. (20)
 (මුළු ලකුණු 40)

1 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

ප්‍රශ්නය	උත්තරය
1.1	(3)
1.2	(4)
1.3	(4)
1.4	(2)
1.5	(3)
1.6	(1)
1.7	(4)
1.8	(4)
1.9	(2)
1.10	(1)
1.11	(3)
1.12	(3)
1.13	(1)
1.14	(2)
1.15	(4)
1.16	කාර්යාල ස්වයංක්‍රීයකරණ පද්ධතිය
1.17	ව්‍යංග දැනුම
1.18	ක්‍රියාකාරීත්වය
1.19	භූමිකා රංගනය
1.20	විවිධාංගීකරණය කළ හැකි බවයි.

(මුළු ලකුණු 40)

A කොටසෙහි අවසානය.

අනිවාර්ය ප්‍රශ්න හතරකි. (04)

(මුළු ලකුණු 40)

2 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

(a)

සීමාසහිත පෞද්ගලික සමාගම් හා සීමාසහිත පොදු සමාගම් අතර වෙනස්කම්:

සීමාසහිත පෞද්ගලික සමාගම්	සීමාසහිත පොදු සමාගම්
අවම කොටස්කරුවන් ගණන 01 සහ උපරිමය 50 කි.	අවම කොටස්කරුවන් ගණන 01 කි. උපරිමයක් නොමැත. (අසීමිතයි)
අවම අධ්‍යක්ෂවරු සංඛ්‍යාව 01 කි.	අවම අධ්‍යක්ෂවරු සංඛ්‍යාව 02 කි.
කොටස් හෝ වෙනත් සුරැකුම්පත් ප්‍රසිද්ධියේ මහජනතාවට නිකුත් කළ නොහැක.	කොටස් හෝ වෙනත් සුරැකුම්පත් ප්‍රසිද්ධියේ මහජනතාවට නිකුත් කළ හැකිය.
මූල්‍ය වාර්තා ඇතුළු වාර්ෂික වාර්තා ප්‍රසිද්ධ කිරීම අනිවාර්ය නොවේ.	මූල්‍ය වාර්තා ඇතුළු වාර්ෂික වාර්තා ප්‍රසිද්ධ කිරීම අනිවාර්ය වේ.
කොටස් පැවරීම නිදහසේ කළ නොහැක.	කොටස් පැවරීම නිදහසේ කළ හැකිය.
සමාගමේ නමට සීමාසහිත සහ පෞද්ගලික යන යෙදුම් භාවිත කළ යුතුය.	නිල ලැයිස්තුගත සමාගමක් නම් 'සීමාසහිත' හා 'පොදු' යන යෙදුම් භාවිත කළ යුතුය.

(ලකුණු 04)

(b)

(I) සඵලදායී සන්නිවේදනය වැදගත් වීමට හේතු:

- i. ව්‍යාපාරික හවුල්කරුවන්, හිමිකරුවන්, කළමනාකරුවන් අතර තොරතුරු, අදහස් හුවමාරු කරගැනීමට
- ii. විකුණුම්කරුවන්, නිෂ්පාදකයන්, තරගකරුවන් අතර වඩා හොඳ සබඳතාවක් ඇති කිරීමට
- iii. විකුණුම් ප්‍රවර්ධනයට
- iv. නීතිමය බැඳියාවන් / වගකීම් දැනගැනීමට
- v. ප්‍රචාරණ / අලෙවිකරණ කටයුතු සඳහා
- vi. සේවය - සේවක සම්බන්ධතාව ඇති කිරීමට සහ පවත්වාගෙන යාමට
- vii. රජය ඇතුළු ව්‍යාපාර සහ අනෙකුත් බාහිර පාර්ශ්වයන් සමඟ සම්බන්ධතාව පවත්වා ගැනීම සඳහා

(ලකුණු 04)

(II) අභ්‍යන්තර සන්නිවේදන උපකරණ:

- i. දුරකථන / දුරකථන සංවාද / ඉන්ටර්කොම්
- ii. අභ්‍යන්තර මෙමෝ පත්‍ර
- iii. ටෙලෙස්
- iv. ෆැක්ස්

- v. ලිපි
- vi. විද්‍යුත් තැපෑල
- vii. අභ්‍යන්තර ජාලය
- viii. දැන්වීම් / දැන්වීම් පුවරු
- ix. අභ්‍යන්තර චක්‍රලේඛන

(ලකුණු 02)
(මුළු ලකුණු 10)

3 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

(a) සේවාවල ලක්ෂණ:

- ගබඩා කළ නොහැකි වීම : භාණ්ඩයක් මෙන් හිමි කරගැනීමට සහ ගබඩා කරගැනීම කළ නොහැකිය.
- අස්පෘෂ්‍ය බව : භාණ්ඩ මෙන් ස්පර්ශ කළ නොහැකි වීම.
- වෙන් කළ නොහැකි බව : සේවය ලබාදෙන පුද්ගලයාගෙන් එම සේවය වෙන් කළ නොහැකි වීම.
- විෂමජාතීය බව : සේවාව, සේවාවේ ගුණත්වය, සේවාව ලබාදෙන ආකාරය යනාදිය සේවය ලබාදෙන පුද්ගලයාගෙන් පුද්ගලයාට වෙනස් වෙයි. සරල ලෙස ප්‍රකාශ කරන්නේ නම්, එකම සේවාව, එය සපයනු ලබන පුද්ගලයා අනුව වෙනස් වේ.
- නිතර පරිභෝජනය (භාවිතය) : භාණ්ඩවලට සාපේක්ෂව සේවාවන් නිතරම පරිහරණය / භාවිත වේ. සේවාවන් භූගෝලීය සහ විමධ්‍යගතව විසිරී පවතී.

(ලකුණු 04)

(b)

1. වඩා හොඳ සැලසුම් කිරීමක් තොග සහ ඇණවුම් කිරීමක් ඇති කිරීමට
හොඳ තොග කළමනාකරණයක් ඇති විට, ආයතනය සතුව තබාගත යුතු / පවත්වාගත යුතු නියම තොග මට්ටම දැනගැනීමට පහසු වේ. මේ මගින් නිෂ්පාදිත හිඟයන් අවම කරගනිමින්, විශාල ප්‍රමාණයේ තොග ගබඩාවල පවත්වා නොගෙන අවශ්‍ය තරමක් පමණක් තබා ගැනීමට උපකාරී වේ. තවද, නිසි වේලාවේදී තොග ඇණවුම් කිරීමට ද මෙය උපකාරී වේ.
2. මෙමගින් වඩා සංවිධානාත්මක භාණ්ඩ ගබඩාවක් පවත්වා ගැනීමට ප්‍රධාන වශයෙන් ඉවහල් වේ.
හොඳ තොග කළමනාකරණයක්, සංවිධානාත්මක ගබඩාවක් පවත්වා ගැනීමට උපකාරී වේ. සංවිධානාත්මක ගබඩාවක් නොමැති විට, තොග කළමනාකරණය වඩා අසීරු කටයුත්තක් වේ. බොහෝ ආයතන ඉහළ අලෙවියක් ඇති භාණ්ඩ වෙත පහසුවෙන් ළඟා විය හැකි ලෙස තම ගබඩා මනා ලෙස පවත්වා ගැනීම කරනු ලබයි. මෙය අනෙක් අතට ඇණවුම් නිසි වේලාවට, ඉක්මනින් ඉටුකිරීමටත්, එමගින් පාරිභෝගිකයන් සතුටට පත් කිරීමටත් උපකාරී වේ.

3. තොග කළමනාකරණය කාලය සහ මුදල් ඉතිරි කරයි.

තොග කළමනාකරණය තත් කාලය සහ මූල්‍යමය වාසි ලබා දේ. ආයතනයට තමන් සතුව පවතින සහ ඇණවුම් කළ යුතු භාණ්ඩ පිළිබඳව දැනුමක් පවතින්නේ නම්, එමගින් තොග සම්බන්ධ සත්‍යතාව දැනගැනීමට කළ යුතු, තොග නැවත ගණනය කිරීම් ආදිය සිදු කිරීමට යන වැයම ඉතිරි කර ගත හැක. තවද, හොඳ තොග කළමනාකරණයක් මගින් අවම වශයෙන් අලෙවි වන භාණ්ඩ මත වැය වන අනවශ්‍ය මුදල් ද ඉතිරි කරගත හැකිය.

4. තොග කළමනාකරණය මගින් සංවිධානයේ කාර්යක්ෂමතාව සහ ඵලදායකත්වය ඉහළ යයි.

සංවිධානාත්මක ගබඩාවක් හරහා සංවිධානයේ තොග කළමනාකරණ උපක්‍රමයන් (එනම්, තොග කළමනාකරණ මෘදුකාංග වැනි), කාර්යක්ෂමතාවය සහ ඵලදායීතාවය ඉහළ නංවයි. මෙවැනි උපකරණ / උපක්‍රම මගින් සංවිධානයේ සේවකයන් භෞතික කටයුතුවලින් ඉවත් කර, එම කාලය ව්‍යාපාරයේ වඩා වැදගත් අංශවලට යොමු කළ හැකිය.

5. තොග කළමනාකරණය, පාරිභෝගික තෘප්තිය ඉහළ නැංවීමට උපකාරී වේ.

තොග කළමනාකරණය මගින් ඉතා ඉක්මනින් පාරිභෝගිකයන්ට භාණ්ඩ සැපයීම / ඇණවුම් සම්පූර්ණ කිරීම කළ හැකිය. එය පාරිභෝගිකයන් සමග වඩා ශක්තිමත් සම්බන්ධතාවක් ඇති කිරීමට මෙන්ම එම පාරිභෝගිකයන් වැඩියෙන් නැවත තමන් වෙත පැමිණීමට උපකාරී වේ.

(ලකුණු 06)

(මුළු ලකුණු 10)

4 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

(a)

සේවකයෙකු විසින් ලබාගන්නා ප්‍රතිලාභ කෙරෙහි බලපාන අභ්‍යන්තර සහ බාහිර සාධක:

අභ්‍යන්තර සාධක	බාහිර සාධක
ප්‍රතිලාභ ගෙවීමේ ප්‍රතිපත්ති	ශ්‍රම වෙළෙඳපොළේ තත්ත්වයන්
සංවිධානයේ / සේව්‍යයාගේ ගෙවීමේ හැකියාව	රටේ පවතින ආර්ථික තත්ත්වයන්
රැකියාවේ සාපේක්ෂ වටිනාකම	ජීවන වියදම
	රාජ්‍ය මැදිහත් වීම්
	කම්කරු සංවිධානවල බලපෑම්

(ලකුණු 04)

(b)

දුක්ගැනවිලි කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේ පියවරයන්:

- පළමු පියවර වන්නේ දුක්ගැනවිල්ල නිවැරදිව හඳුනාගැනීමයි. එනම්, සේවක සේවිකාවන්ගේ දුක්ගැනවිලි ආයතනයේ කළමනාකරණයට යොමු කිරීමට නිසියාකාර ක්‍රමවේදයක් තිබිය යුතු වීම
- දෙවන පියවර වන්නේ දුක්ගැනවිල්ලට අදාළ හේතුව / හේතු කාරණා හඳුනාගැනීමයි. එම හේතු පෞද්ගලික හෝ සංවිධානමය විය හැකිය.
- තෙවන පියවරේදී කෙටිකාලීන විසඳුම් පිරි නැමේ. මෙම කෙටිකාලීන විසඳුම් පිරිනැමීමේ අරමුණ වන්නේ අදාළ දුක්ගැනවිල්ලට තාවකාලිකව සහනයක් ලබා දී එමගින් මානසික ඉවිභංගත්වය අවම කිරීමයි.
- හතරවැනි අදියරේදී ඉහත දී ලබාදුන් කෙටිකාලීන විසඳුම් ක්‍රියාවලිය නියාමනය කිරීම අත්‍යාවශ්‍යය.
- ඉන් අනතුරුව, දුක්ගැනවිල්ල සම්පූර්ණයෙන්ම නැති කිරීමට දිගුකාලීන විසඳුමක් / විසඳුම් ලබාදීම සහ අනාගතයේ දී එම දුක්ගැනවිල්ල නැවත නැවත ඇතිවීම වැළැක්වීමට ක්‍රියා කළයුතුය.
- අවසාන පියවර වන්නේ, හඳුනාගත් දුක්ගැනවිල්ල විසඳීමට අදාළ විසඳුම ක්‍රියාත්මක කිරීම සහ සාධාරණ කාලයක් තුළ දී එහි ප්‍රතිඵල නියාමනය කිරීමය.

විකල්ප උත්තර

- (b) 1. දුක්ගැනවිල්ලේ ස්වභාවය සම්පූර්ණයෙන් හා පැහැදිලිව විස්තර කිරීම හා නිර්වචනය කිරීම
2. දුක්ගැනවිල්ල ඇතිවීමට හේතු වූ සියලු සාධක එනම්, කෙසේ, කවදා, කොහේද, ඇයි හා කාහට ද යන්න තීරණය කිරීම
3. දුක්ගැනවිල්ලට අදාළ තාවකාලික විසඳුම් ඉදිරිපත් කිරීම
4. තාවකාලික විසඳුමට අදාළ වලංගු භාවය සෙවීමට අදාළ වැඩිදුර තොරතුරු එකතු කිරීම
5. විසඳුම යෙදීම
6. සතුටුදායක අන්දමට සිද්ධිය විසඳා ඇති බව සැකහැර දැනගැනීම සඳහා පසු විපරම සහ දුක්ගැනවිල්ල ඉවත් වී ඇති බව දැනගැනීම.

විකල්ප උත්තර

- (b) 1. අසතුටුභාවය පිළිගැනීම
2. ගැටලුව නිර්වචනය කිරීම
3. සාධක ලබාගැනීම
4. විශ්ලේෂණය සහ තීරණය කිරීම
5. පසු විපරම

විකල්ප උත්තරය

- (b) 1. දුක්ගැන්විල්ල පිළිගැනීම
- 2. ගැටලුව හඳුනා ගැනීම
- 3. සාධක එකතු කිරීම
- 4. දුක්ගැන්විල්ලට හේතු වූ කරුණු විශ්ලේෂණය කිරීම
- 5. තීරණය ගැනීම
- 6. තීරණය ක්‍රියාත්මක කිරීම

(ලකුණු 06)
(මුළු ලකුණු 10)

5 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

(a)

අලෙවිකරණ මිශ්‍රයෙහි 4P පැහැදිලි කිරීම:

නිෂ්පාදනය	නිෂ්පාදනය යනු, යම් නිශ්චිත පාරිභෝගික කණ්ඩායමකගේ අවශ්‍යතා තෘප්තිමත් කිරීම සඳහා නිෂ්පාදනය කරනු ලබන භාණ්ඩයකි. නිෂ්පාදනය එහි ස්පාශ්‍ය සහ අස්පාශ්‍යභාවය මත සේවා සහ භාණ්ඩ යනුවෙන් කොටස් දෙකකි.
මිල	නිෂ්පාදනයේ මිල යනු, සාමාන්‍යයෙන් පාරිභෝගිකයෙකු විසින් නිෂ්පාදනය අත්පත් කරගැනීම සඳහා ගෙවන වටිනාකමයි. මෙම සාධකය ආයතනයේ ලාභය සහ පැවැත්ම තීරණය කරන බැවින් සැලසුම් සකස් කිරීමේදී විශේෂ සංරචකයකි. නිෂ්පාදනයේ මිලෙහි ඇතිවන වෙනස්කම් නිසා සම්පූර්ණ අලෙවිකරණ උපායමාර්ගවලට මෙන්ම නිෂ්පාදනයේ විකුණුම් සහ ඉල්ලුමට ද දැඩි බලපෑමක් ඇති කරයි.
ස්ථානය	විභව පාරිභෝගිකයාට (ඉලක්කගත වෙළෙඳපොළ) ළඟාවිය හැකි ලෙස අදාළ නිෂ්පාදනය ස්ථානගත කිරීම සහ බෙදාහැරීමයි. සරලවම ස්ථානගත කිරීම යනු, නියමිත වේලාවේදී අදාළ භාණ්ඩය ඉලක්කගත වෙළෙඳපොළේ ඉලක්කගත පාරිභෝගිකයාට ළඟාවිය හැකි ලෙස තැබීමයි.
ප්‍රවර්ධනය	විකුණුම් සහ වෙළෙඳ පිළිගැනීම උසස් කිරීමට හැකි නිසා මෙය විශේෂ වැදගත්කමක් ඇති අයිතමයකි. ප්‍රවර්ධනය එනම් විකුණුම් ප්‍රවර්ධනය, සෘජු අලෙවිකරණය, මහජන සම්බන්ධතාවන් වැනි විවිධ අංගවලින් සමන්විත වී ඇත. අනෙක් අතට බලන විට, මෙය පාරිභෝගිකයාට කෙරෙන සන්නිවේදනයක් ද වේ.

(ලකුණු 08)

(b)

ලාභ අරමුණු කර නොගත් සංවිධානවලට අලෙවිකරණය භාවිතයෙන් අත්වන ප්‍රතිලාභ:

- i. වෙළෙඳ නාමයට ඇති පක්ෂපාතිත්වය / ලැදිකම ඉහළ යාම
- ii. ක්‍රියාකාරකම් / සේවා ප්‍රකාශනය කළ හැකි වීම
- iii. නව සාමාජිකයන් / සේවකයන් ආකර්ශනය කරගත හැකි වීම
- iv. විභව අනුග්‍රාහකයන් / දායකයන් ආකර්ශනය කරගත හැකි වීම

(ලකුණු 02)

(මුළු ලකුණු 10)



B කොටසෙහි අවසානය.

අනිවාර්ය ප්‍රශ්නයකි.
(මුළු ලකුණු 20)

6 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

(a)

අවස්ථා සහ තර්ජන:

අවස්ථා:	තර්ජන:
<ul style="list-style-type: none"> බංග්ලාදේශය වැනි නව අන්තර්ජාතික වෙළෙඳපොළට ප්‍රවේශ වීමට අවස්ථාවක් ලැබීමකි. නුදුරු අනාගතයේ දී බංග්ලාදේශය සහ ශ්‍රී ලංකා රජය අතර අත්සන් කිරීමට යන නිදහස් වෙළෙඳ ගිවිසුම සංවර්ධිත වෙළෙඳපොළවලට සාපේක්ෂව සංවර්ධනය වෙමින් පවතින වෙළෙඳපොළවලින් අවම මිලකට ලබාගත හැකි ශ්‍රමය ව්‍යාපාරය, ඒකාබද්ධ ව්‍යාපාර, ඒකාබන්ධයෙන් අත්පත් කරගැනීම දක්වා ව්‍යාපාරය වර්ධනය කරගැනීමට 	<ul style="list-style-type: none"> ඉන්දියාව, චීනය සහ බංග්ලාදේශය වැනි රටවල නිෂ්පාදනය කරන ඇඟලුම්වලින් එන තරගකාරීත්වය බංග්ලාදේශ රජය විසින් බදු නිදහස් කිරීම් ඉවත් කිරීමට ගෙන ඇති තීරණය පොලී ප්‍රතිශතයේ සහ විනිමය අනුපාතිකයේ අවදානම්මය වෙනස්වීමේ මට්ටම ඉහළ යාම ගෝලීයකරණ මෙහෙයුම් ප්‍රමාණයේ ඉහළ යාම සමග ගැලපීම වෙනස් කාල පරාසයන්, සංස්කෘතීන්, ආගම් සහ විවිධාකාර සේවක පිරිස් සමග කටයුතු කිරීමට සිදුවීම

(ලකුණු 04)

(b)

දේශපාලන - නෛතික	ආර්ථික	සාමාජික - සංස්කෘතික	තාක්ෂණික
බදු නීතිය : බදු නිදහස් කිරීම, ඉවත් කිරීම, සංස්ථාපිත බදු අනුපාතිකය ඉහළ නැංවීම	බංග්ලාදේශයේ ආර්ථික සංවර්ධනය අවම මට්ටමක පැවතීම	ශ්‍රී ලංකාව හා සැසඳීමේදී ආගමික සහ සංස්කෘතික වෙනස්කම්	බංග්ලාදේශ සේවකයන්ට සාපේක්ෂව ශ්‍රී ලංකා සේවකයන්ගේ සාක්ෂරතාවය ඉහළ මට්ටමක පැවතීම. කුසලතා පිරිපුන් සේවකයන්
වෙළෙඳ රෙගුලාසි : ශ්‍රී ලංකාව සහ බංග්ලාදේශය අතර අත්සන් කිරීමට යන නිදහස් වෙළෙඳ ගිවිසුම	SAARC / SAFTA (සාර්ක් / සැෆ්ටා) වැනි ගිවිසුම්	භාෂාවේ වෙනස්කම් (දේශීය සහ අන්තර්ජාතික වශයෙන්) උදා :- ත්‍රිකුණාමලයේ ඇති කර්මාන්ත ශාලාවට සේවකයන් බහුතරයක් දමිළ සේවකයන් වීම	දුර බැහැර ප්‍රදේශවලට වඩා නාගරික ප්‍රදේශවල අන්තර්ජාල ප්‍රවේශය ඉහළ මට්ටමක පැවතීම

බංග්ලාදේශ රජයේ ස්ථාවරභාවය අවම වීම, රජයේ සහ පොදු අංශයේ ඇති දූෂණ සහ අල්ලස් ගැනීම් කටයුතු	බංග්ලාදේශයේ සේවා විසුකෑම් මට්ටම ඉහළ අගයක් ගැනීම	විදේශිකයන් සම්බන්ධයෙන් බංග්ලාදේශය සතුව පවතින ආකල්ප	ශ්‍රී ලංකාවේ නාගරික ප්‍රදේශවල පවතින සේවයට උපකාර කරන තාක්ෂණික පහසුකම්වල උසස් තත්වය
රටවල් අතර පවතින විදේශ ප්‍රතිපත්ති	තරගකාරිත්වයේ ස්වභාවය : ශ්‍රී ලංකාවේ ඇගයුම් නිෂ්පාදනයට සාපේක්ෂව බංග්ලාදේශයේ ඇගයුම්වල පවතින පිරිවැය සහ මිල ගණන්වල තරගකාරී බව	බංග්ලාදේශය සහ ශ්‍රී ලංකාව තුළ පවතින මානව අයිතීන් උල්ලංඝනය කිරීම්	කාලය හා මුදල් ඉතිරි කරගැනීම සඳහා අන්තර්ජාතික මට්ටමින් හඳුන්වා දී ඇති නව නිෂ්පාදන තාක්ෂණයන්
බංග්ලාදේශයේ ඇති නෛතික පද්ධතිය	මූල්‍ය සහ පිස්කල් ප්‍රතිපත්ති	ශ්‍රී ලංකාවේ සේවක පිරිස් වඩා හොඳ සේවක අයිතීන් ඉල්ලා සිටීම	විදුලි සංදේශ යටිතල පහසුකම්
විරුද්ධ පාර්ශ්වයන්ගේ ශක්තිමත්භාවය	කටයුතු පිටස්තර පාර්ශ්වයන්ට පැවරීමේ හැකියාවන්	ජීවන විලාශය	ප්‍රවාහන ජාලය

(ලකුණු 08)

(c)

කාර්යසාධන ඇගයීම් ක්‍රියාවලිය ශක්තිමත් කිරීමට ගත යුතු පියවර:

- i. කාර්යසාධනය ඇගයීමේ පරමාර්ථ පිහිටුවීම
- ii. කාර්යසාධනයට / කාර්යඵල ඇගයීමට අදාළ ප්‍රතිපත්තිමය තීරණ ගැනීම
- iii. කාර්යසාධනය ඇගයීමේ මිනුම් සහ ප්‍රමිති තීරණ ගැනීම
- iv. කාර්යසාධනය ඇගයීමේ ක්‍රම තීරණය කිරීම
- v. කාර්යසාධනයට සම්බන්ධ වන ඇගයුම්කරුවන්ට පුහුණුව ලබාදීම
- vi. ඇගයීම
- vii. සේවකයන් සමග ප්‍රතිඵල සාකච්ඡා කිරීම
- viii. කාර්යසාධන ප්‍රතිඵලවලට අනුව අවශ්‍ය තීරණ ගැනීම
- ix. කාර්යසාධන පද්ධතිය සමාලෝචනය කිරීම හා ප්‍රතිසංස්කරණය කිරීම

(ලකුණු 04)

විකල්ප උත්තරය

(c)

කාර්යසාධනය මැන බලන මිනුම් ස්ථාපිත කිරීම



කාර්යසාධන සිදුවිය යුතු වාර ගණන නිර්ණය කිරීම



කාර්යසාධනය තෝරා ගැනීම සහ පුහුණු කිරීම



සුදුසු ආකෘති පත්‍ර නිර්මාණය කිරීම

විකල්ප උත්තරය

(c)

කාර්යසාධනයේ විශේෂිත අරමුණු හඳුනා ගැනීම



රැකියා අපේක්ෂාවන් ස්ථාපිත කිරීම (රැකියා විශ්ලේෂණය)



කාර්යඵල පරීක්ෂා කිරීම



කාර්යසාධනය ඇගයීම



සේවකයන් සමඟ කාර්යසාධනය සාකච්ඡා කිරීම

(d)

ගනුදෙනුකරුවන් ඉලක්ක කොට නිෂ්පාදිත ස්ථානගත කිරීමේ වැදගත්කම:

සීමාසහිත ෆැෂන් ගාමන්ට් (පෞද්) සමාගම විශාල තරගකාරීත්වයකට මුහුණ දී ඇත. එමනිසා, නිෂ්පාදිත ස්ථානගත කිරීම වෙළෙඳපොළේ, ආයතනයේ තරගකාරී ශක්තීන් සහ තරගකාරී ස්ථානගත කිරීම ඉහළ නැංවීමට උපකාරී වේ. එමෙන්ම, එය විශාල වෙළෙඳපොළ කොටසක් මෙන්ම හොඳ පාරිභෝගික පිරිසක් අත්පත් කරගැනීමට ද උපකාරී වේ. වඩා හොඳින් ස්ථානගත කළ නිෂ්පාදිතයක් වැනි තරගකාරී නිෂ්පාදිතවලින් වෙනස් කර දැක්වීමටත් පාරිභෝගිකයන්ට පහසුවෙන් තෝරා ගැනීමටත් හැකි වන ලෙස මාර්ගෝපදේශයක් වේ. තවදුරටත්, පාරිභෝගික ලැදියාව / පක්ෂපාතිත්වය ලබාගැනීම සඳහා මෙය වඩාත් අත්‍යවශ්‍ය වේ.

නිවැරදිව ස්ථානගත කළ නිෂ්පාදිතයක් ප්‍රචාරණය කිරීම පහසු වනවා මෙන් ම භාණ්ඩයේ මිල විචලනය කෙරෙයි. පාරිභෝගිකයාගේ නැඹුරුතාවය, මූල්‍ය සංවේදීතාවය අවම කිරීමට ද ඉවහල් වේ. එය පාරිභෝගිකයාගේ සහ විකුණුම්කරුගේ පක්ෂපාතිත්වය ඉහළ නැංවීමට කටයුතු කරයි.

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 20)



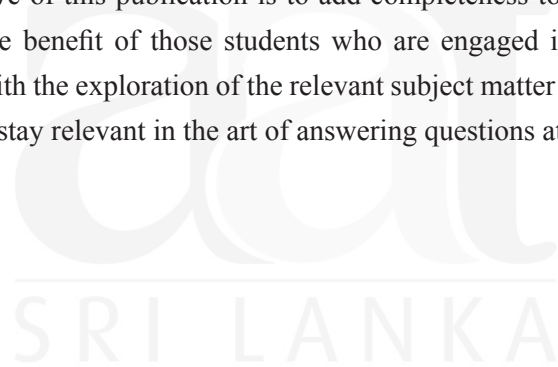
C කොටසෙහි අවසානය.

Notice :

These answers compiled and issued by the Education and Training Division of AAT Sri Lanka constitute part and parcel of study material for AAT students.

These should be understood as Suggested Answers to question set at AAT Examinations and should not be construed as the “Only” answers, or, for that matter even as “Model Answers”.

The fundamental objective of this publication is to add completeness to its series of study texts, designs especially for the benefit of those students who are engaged in self-studies. These are intended to assist them with the exploration of the relevant subject matter and further enhance their understanding as well as stay relevant in the art of answering questions at examination level.



© 2017 by the Association of Accounting Technicians of Sri Lanka (AAT Sri Lanka)

All rights reserved. No part of this document may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission of the Association of Accounting Technicians of Sri Lanka (AAT Sri Lanka)