



ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය

AA1 විභාගය - 2019 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 - 2019 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	නිර්දේශනය
1.1	2	1 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් කටයුතු හැඳින්වීම
1.2	1	1 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් කටයුතු හැඳින්වීම
1.3	3	5 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර පරිසරය
1.4	1	4 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර උපකාරක සේවා
1.5	3	6 පරිච්ඡේදය මෙහෙයුම් කළමනාකරණය
1.6	4	4 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර උපකාරක සේවා
1.7	4	1 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් කටයුතු හැඳින්වීම
1.8	1	2 පරිච්ඡේදය කළමනාකරණයේ මූලික සංකල්ප
1.9	3	5 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර පරිසරය
1.10	4	4 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර උපකාරක සේවා
1.11	3	10 පරිච්ඡේදය තොරතුරු කළමනාකරණය
1.12	2	7 පරිච්ඡේදය මානව සම්පත් කළමනාකරණය
1.13	3	12 පරිච්ඡේදය නව සහස‍්‍රයේ ව්‍යාපාර අභියෝග
1.14	4	9 පරිච්ඡේදය අලෙවිකරණ උපායමාර්ග
1.15	1	7 පරිච්ඡේදය මානව සම්පත් කළමනාකරණය
1.16	ගෝලීයකරණය	12 පරිච්ඡේදය නව සහස‍්‍රයේ ව්‍යාපාර අභියෝග
1.17	රක්ෂණය	1 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් කටයුතු හැඳින්වීම
1.18	විකුණුම් සංකල්පය	7 පරිච්ඡේදය මානව සම්පත් කළමනාකරණය
1.19	අලෙවිකරණය හා විකුණුම්	5 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර පරිසරය
1.20	පොදු පිළිගැනීම්	1 පරිච්ඡේදය ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් කටයුතු හැඳින්වීම

(මුළු ලකුණු 40)

A කොටසෙහි අවසානය.

අනිවාර්ය ප්‍රශ්න හතරකි. (04)

(මුළු ලකුණු 40)

2 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

(a)

5 පරිච්ඡේදය - ව්‍යාපාර පරිසරය

PEST විශ්ලේෂණය දේශපාලනික, ආර්ථික, සමාජීය හා තාක්ෂණික පරිසරය අධ්‍යයනය සඳහා යොදා ගනී. ව්‍යාපාරයකට බලපෑම් කරන බාහිර පරිසර හා ගෝලීය සාධක PEST විශ්ලේෂණය මගින් අධ්‍යයනය කරයි.

දේශපාලනික පරිසරය

රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති ව්‍යාපාරයකට සෘජුව හෝ වක්‍රව යන දෙයාකාරයෙන්ම බලපායි. R & D වියදම් ධෛර්යමත් කිරීම සඳහා බදු සහන ලබාදීම වැනි කාර්යයන් තුළින් සෘජුවම බලපෑම් කළ හැකි අතර උදාහරණයක් ලෙස ශබ්ද උපකරණ නිසා පරිසරයට සිදුකරන බලපෑම අවම කිරීමට මෝටර් රථවල ඇති ස්ටීරියෝ යන්ත්‍ර සීමා කිරීමට නීති පැනවීම මගින් පුද්ගලයින් මෝටර් රථ භාවිතය අඩු කිරීම වැනි දෑ තුළින් වක්‍ර ආකාරයෙන් බලපෑම් කළ හැකිය.

ආර්ථික පරිසරය

ආර්ථික පරිසරයේ සාධකවල වෙනස්වීම් ව්‍යාපාරයක් තුළට විශාල වශයෙන් බලපෑම් කරයි. මේ තුළට පාරිභෝගික ක්‍රියාකාරකම් ද ඇතුළත් වේ. එනම් පාරිභෝගිකයන්ගේ වියදම් කිරීමේ ආකාර, වියදම් කිරීමේ මුළුමනාව යනාදියයි. එමෙන්ම ආර්ථික විචල්‍යයන් ලෙස උද්ධමනය, සේවා විප්ලවය, ආර්ථික ප්‍රතිපත්ති, පොලී අනුපාතය, හුවමාරු අනුපාතය, ශ්‍රම වෙළෙඳපොළේ වෙනස්වීම් ආදිය ද දැක්විය හැක.

සමාජීය පරිසරය

පාරිභෝගිකයන් යනු භාණ්ඩ හා සේවා පාරිභෝජනය කරන පුද්ගලයන් වේ. එම නිසා ඔවුන් වටා ඇති සමාජ සාධක ව්‍යාපාරයට වැදගත් වේ. මෙම සාධක යටතේ විවිධ දෑ අන්තර්ගත කළ හැකිය. ඒවා නම් සමාජ තත්ත්වය, සංස්කෘතිය, ආගම, ජීවන රටාව යනාදියයි. එසේම ප්‍රජාවිද්‍යාත්මක සාධක සමාජ සංස්කෘතියේ කොටසක් ලෙස ද දැක්විය හැකිය. අද වනවිට පාරිසරික දැනුවත්භාවය වැඩිවීම, සෞඛ්‍ය පිළිබඳ සැලකිලිමත් බව වර්ධනය වීම, ශ්‍රම බලකායේ විවිධත්වය වැඩිවීම යනාදිය සමාජ පරිසරය තුළ දැකිය හැකි ප්‍රධාන වෙනස්කම් ලෙස කිව හැකිය.

තාක්ෂණික පරිසරය

තාක්ෂණය සිසුයෙන් වෙනස් වන තත්වයක් තුළ ව්‍යාපාර ක්‍රියාත්මක වේ. එම නිසා නව තාක්ෂණයේ බලපෑම කෙසේ සිදු වේදැයි ව්‍යාපාර නිරන්තරයෙන් විමර්ශනය කළ යුතුය. මේ තුළින් නිෂ්පාදන ඉතා ඉක්මනින් යල්පැන යන අතර නිෂ්පාදන ක්‍රම ද භාවිතයෙන් ඉවත් වේ. එමෙන්ම නව තොරතුරු තාක්ෂණය නිසා පවත්නා සන්නිවේදන මාර්ගවල අකාර්යක්ෂම බව ද පිළිබිඹු විය හැකිය.

දේශපාලනික හා නෛතික	ආර්ථික	සමාජ සංස්කෘතික	තාක්ෂණික
රජයේ ස්වභාවය	ආර්ථික දියුණුව	සිරිත්, අගනාකම්, ඇදහිලි, විශ්වාස	නව ප්‍රවාහන ජාල ඇති වීම.
දේශපාලන දෘෂ්ඨිය	ඒක පුද්ගල ආදායම	භාෂාව	සේවකයින්ගේ තාක්ෂණික කුසලතා මට්ටම්
බදු නීතිය	GDP උපනතීන්	ප්‍රජා විද්‍යාත්මක වෙනස්වීම්	අන්තර්ජාල භාවිත කිරීමේ හැකියාව
රාජ්‍ය ස්ථායීතාව	සේවා වියුක්ත මට්ටම	ජීවිත අපේක්ෂාවන්	තාක්ෂණික හුවමාරු රෙගුලාසි
විදේශ සමාගම් පිළිබඳ රජයේ ආකල්පය	ආර්ථික සංවිධානවල සාමාජිකත්වය උදා:- WTO, EU, ASEAN	විදේශිකයන් කෙරෙහි ඇති හැඟීම	පරිගණක හැක් කිරීම් (hacking) තාක්ෂණය
		සමාජ ආයතන	නව බලශක්ති සම්පත්
විරුද්ධවාදී කණ්ඩායම්වල ශක්තීන්	මූල්‍ය ප්‍රතිපත්තිය හා පිස්කල් ප්‍රතිපත්තිය	සමාජීය තත්ව සංකේත ආගමික විශ්වාස	වෙළෙඳ ලකුණු හා ජේටන්ට් බලපත්‍රයේ ආරක්ෂාව
		ජීවන ශෛලිය	ස්වාභාවික සම්පත්වල සුලභතාවය
වෙළෙඳ නීතිරීති හා රෙගුලාසි	තරගකාරීත්වයේ ස්වභාවය	මානව අයිතිවාසිකම්	
විදේශ ප්‍රතිපත්ති නීති පද්ධතිය	ගෝලීය මූල්‍ය පද්ධතිය	පරිසරවේදීන්ගේ ක්‍රියාකාරකම්	විදුලි සංදේශ යටිතල පහසුකම්

SRI LANKA

(ලකුණු 06)

(b)

3 පරිච්ඡේදය - ව්‍යාපාර සංවිධාන

සීමාසහිත පෞද්ගලික සමාගමක වාසි

- සීමිත වගකීම : එනිසා හවුල් ව්‍යාපාරයකට සාපේක්ෂව වැඩි ප්‍රාග්ධනයක් ඇදගත හැකිය.
- මහා පරිමාණ මෙහෙයුම් කටයුතු නිසා ආර්ථික පිරිමැසුම් ලබාදීම
- බදු සහන වලට හිමිකම් ලැබීම
- කොටස් පැවරීමට බාධා ඇති නිසා හිමිකම් පවුලේ සාමාජිකයින් සහ මිතුරු කණ්ඩායම් අතර පවත්වා ගත හැකි වීම.

සීමාසහිත පෞද්ගලික සමාගමක අවාසි

- සමාගමක් ස්ථාපනය කිරීමට නීතිමය ක්‍රියාදාමයක් සිදුකිරීමට අවශ්‍ය වේ. එම නිසා මේවා හවුල් ව්‍යාපාරයකට වඩා සංකීර්ණ වේ.
- කොටස් ප්‍රසිද්ධියේ මහජනතාවට නිකුත් කිරීමට හෝ කොටස් වෙළෙඳපොළ තුළින් අලෙවි කිරීමට නොහැක. එනිසා පොදු සමාගමක් සමඟ සැසඳීමේදී ප්‍රාග්ධනය සීමිතය.
- කොටස් හිමියන්ට මුදල් අවශ්‍ය වූ විට පහසුවෙන් කොටස් පැවරීම කළ නොහැකිය.

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 10)

3 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

(a)

7 පරිච්ඡේදය - මානව සම්පත් කළමනාකරණය

- (i) ● යෝග්‍ය කුසලතා, පළපුරුද්ද සහ ප්‍රවීණත්වය සමඟ අවශ්‍ය පුද්ගලයන් ආකර්ශනය හා රඳවා ගැනීම.
- අනාගත අවශ්‍යතා නිශ්චය කිරීම සහ අතිරික්තය සහ මිනිස් බල හිඟය (lack of man-power) තක්සේරු කිරීම.
- විභව අතිරික්තය හෝ පුද්ගල හිඟය පිළිබඳ වන ගැටලු කළින් හඳුනාගැනීම.
- හොඳින් පුහුණු වූ හා නම්‍යශීලී සේවක කණ්ඩායමක් සංවර්ධනය කිරීම, මෙලෙස අවිනිශ්චිත සහ වෙනස් වන පරිසරයට අනුවර්ථනය වීමට සංවිධානයට ඇති හැකියාවට දායක වීම.
- රඳවා තබා ගැනීම ක්‍රමවත්ව සිදු කිරීම සේ ම සේවක සංවර්ධන උපාය මාර්ග අනුගමනය කිරීම තුළින් ප්‍රධාන කුසලතා අවම සැපයුමක් පවත්වා අවස්ථාවක බාහිර බඳවා ගැනීම මත රඳා පැවතීම අවම කිරීම.
- කාර්යයන් සඳහා ඉතා නම්‍යශීලී පද්ධති හඳුන්වා දීම මඟින් පුද්ගල උපයෝගීතාව ඉහළ නැංවීම.
- ආකර්ශනයට සහ තෝරා ගැනීමට උපකාරී වීම
- ඉහළ නිමවුම්/ඵලදායීතා මට්ටම් පවත්වාගෙන යාම.

(ලකුණු 03)

(ii)

7 පරිච්ඡේදය - මානව සම්පත් කළමනාකරණය

- බඳවා ගැනීම අත්හිටුවීම
- ප්‍රතිලාභ සඳහා වන වියදම් අඩු කිරීම
- ස්වේච්ඡාවෙන් ඉල්ලා අස්වීම (Attrition)ට ඉඩදීම
- වේලාසනින් විශ්‍රාම යැවීම
- තාවකාලිකව ඉවත් කිරීම (Lay off)
- අස්වීමට අනුබල දීම
- වෙනස් ආයතනවල රැකියා සොයා දීම (Formal out placement)
- සේවය අවසන් කිරීම (Termination)

(ලකුණු 02)

(b) (i)

6 පරිච්ඡේදය - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය

- 1 ගුණත්වය කළමනාකරණය කළ හැකිය සහ කළ යුතුය.
- 2 පාරිභෝගිකයා ගුණත්වය අර්ථ දැක්වයි සහ එය පාරිභෝගිකයාගේ තෘප්තියේ ප්‍රධානම අරමුණ වේ. එය අවශ්‍යතාවයක් වන අතර ඒ පිළිබඳ තර්ක කළ නොහැකිය.
- 3 කළමනාකරණය සම්බන්ධ විය යුතුය සහ නායකත්වය සැපයීම කළ යුතුය.
- 4 අඛණ්ඩ ගුණත්ව සංවර්ධනය උපායශීලී අරමුණක් වේ. එම නිසා එය සැලසුම් කිරීම හා සංවිධානය කිරීම කළ යුතුය.

- 5 ගුණත්වය සංවර්ධනය සෑම සේවකයෙකුගේ වගකීමකි. සියලුම සේවකයින් ගුණත්ව සංවර්ධනය ළඟා කර ගැනීම සඳහා පුහුණු වීම් සහ දැනුවත් වීම කළ යුතුය.
- 6 ගුණත්ව ගැටලු, ක්‍රියාවලි තුළදී සොයාගත යුතුය සහ ගැටලු විසඳීම වෙනුවට ඒවා වළක්වා ගත යුතුය.
- 7 තත්ත්ව ප්‍රමිති දෝෂ සහිත නොවිය යුතුය.
- 8 ගුණත්වය මැනිය යුතුය; ගුණත්ව පාලන උපකරණ භාවිතය ඉතා වැදගත්ය. විශේෂයෙන් ම සංඛ්‍යාත්මක ගුණාත්මක පාලන ශිල්පක්‍රම යොදා ගැනීම අවශ්‍ය වේ.

(ලකුණු 03)

6 පරිච්ඡේදය - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය

කාලය සහ කාල රාමුව	සේවාව ලබා ගැනීමට පාරිභෝගිකයා කොපමණ වේලා බලා සිටින්නේද සහ එය නියමිත වේලාවට සම්පූර්ණ කරනවා ද? උදාහරණයක් ලෙස රාත්‍රී තැපැල් ඇසුරුමක් රාත්‍රියේම බෙදාහරින්නේ ද?
සම්පූර්ණත්වය (Completeness)	ගනුදෙනුකරු ඉල්ලු සියලු දේ සැපයුවා ද? උදාහරණයක් ලෙස බෙදාහරින විට තැපෑලෙන් කරන ලද ඇනවුම් සම්පූර්ණ ලෙස බෙදාහැර තිබේ ද?
ආචාරශීලීත්වය (Courtesy)	පාරිභෝගිකයින්ට සේවකයින් සලකන්නේ කෙසේ ද? උදාහරණයක් ලෙස ආයතනයේ දුරකථන ක්‍රියාකරවන්නන් ආචාරශීලී ලෙස අමතන්නේ ද?
සංගතතාවය (Consistency)	එක සමාන මට්ටමේ සේවාවන් එක් එක් පාරිභෝගිකයා සඳහා එක් එක් වේලාවේදී සපයයි ද? උදා - ඔබගේ පුවත්පත සෑම උදෑසනකම නියමිත වේලාවට ලැබේ ද?
ප්‍රවේශ විය හැකි බව සහ පහසුව (Accessibility and convenience)	සේවා ලබා ගැනීමට පහසු කෙසේ ද? උදාහරණයක් ලෙස ඔබ ආයතනයට කථා කරන විට සේවා නියෝජිතයෙකු ඉක්මනින් පිළිතුරු ලබාදේ ද?
නිරවද්‍යතාව (Accuracy)	සේවා සෑම වේලාවක ම නිවැරදි ව ඉදිරිපත් කරයි ද? ඔබගේ බැංකු හෝ හරපත් ප්‍රකාශය සෑම මාසයක ම නිවැරදි ද?
ප්‍රතිචාර්යතාව (Responsiveness)	සමාගමක් විශේෂ අවස්ථාවල දී කොපමණ හොඳින් ප්‍රතිචාර දක්වන්නේ ද? මෙය සේවා සමාගමක් තුළ නිරන්තරයෙන් සිදු වේ. උදාහරණයක් ලෙස දුරකථන මෙහෙයුම් සමාගමකට පාරිභෝගිකයාගේ ප්‍රශ්නවලට ප්‍රතිචාර දැක්වීම කොතරම් හොඳින් සිදුකළ හැකි ද?

(ලකුණු 02)

(මුළු ලකුණු 10)

4 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

(a)

9 පරිච්ඡේදය - අලෙවිකරණ උපායමාර්ග

පාරිභෝගිකයාට :

- පාරිභෝගිකයාට හානිදායක පහසුවෙන් හඳුනාගත හැකි වීම.
- සන්නම් නාමයක් සහිත හානිදායක මිලට ගැනීමේදී පාරිභෝගිකයාට අහිමානවත් හැඟීමක් ඇති වීම.
- පාරිභෝගිකයා දැනටමත් හානිදායක ගුණත්වය, ගුණාංග හා අනෙකුත් වාසි පිළිබඳ දැනුවත් බැවින් මිලට ගැනීමේ අවදානම (risk in purchasing) අඩු වීම.

- සන්නම මගින් පාරිභෝගිකයා ආකර්ෂණය කර ගන්නා බැවින් ඉක්මන් මිලට ගැනීමේ තීරණ වලට එළඹීමට හැකි වීම.

අයිතිකරුවන්ට:

- තම භාණ්ඩ සඳහා ඉහළ මිලක් අය කිරීමට හැකි වීම.
- සැපයුම්කරුවන්ට සන්නම් සහිත භාණ්ඩ අලෙවිය මගින් ඔවුන්ගේ සැපයුම් ක්‍රියාවලිය පහසු කර ගැනීමට හා ගනුදෙනු සටහන් කර ගැනීම පහසු වීම.
- පාරිභෝගිකයාට භාණ්ඩය පිළිබඳව වැටහී ඇති වටිනාකම් හා ගුණාංග භාවිත කරමින් පේළි ප්‍රසාරණය (line extension) සඳහා අවස්ථාවක් හිමි වීම.
- පාරිභෝගික පක්ෂපාතීත්වය ලබාගත හැකි වීම.
- සන්නම මගින් ආයතනයට වටිනාකමක් එක් කරන අතර තරගකරුවන්ට පිවිසීමට බාධා පමුණුවීම.

අතරමැදියන්ට:

- සිල්ලර වෙළෙඳුන් සන්නම් සහිත භාණ්ඩ අලෙවියට වඩාත් ප්‍රිය කිරීම.
- සන්නම් සහිත භාණ්ඩ අලෙවිය පහසුවීම සහ ඇති විය හැකි ගැටලු අවම වීම.

(ලකුණු 06)

(b)

9 පරිච්ඡේදය - අලෙවිකරණ උපායමාර්ග

i) වෙළෙඳපොළ බණ්ඩනය

වෙළෙඳපොළ බණ්ඩනය, සමස්ත වෙළෙඳපොළ, පොදු අවශ්‍යතා සහිත හෝ අලෙවිකරණ කටයුත්තකට එකසේ ප්‍රතිචාර දක්වන පැහැදිලි බණ්ඩවලට බෙදා වෙන්කිරීමට උපකාරී වේ. එක් එක් බණ්ඩය තුළ විකල්ප වර්ධන හා ලාභ අවස්ථා ඇති අතර එකිනෙකට වෙනස් වූ අලෙවි මිශ්‍ර උපායමාර්ගවලට ප්‍රතිචාර දක්වයි. වෙළෙඳපොළ බණ්ඩනය, සමාගම්වලට, ඇතැම් නිෂ්පාදිත හා සේවා සඳහා එකිනෙකාට වෙනස් ආකාරයෙන් ප්‍රත්‍යක්ෂ වටිනාකමක් ඇති කරන විවිධ කාණ්ඩවල පාරිභෝගිකයන් ඉලක්ක කිරීමට ඉඩ සලසයි.

ii) ස්ථානගත කිරීම

ස්ථානගත කිරීම (හෝ නිෂ්පාදිත ස්ථානගත කිරීම) යනු එහි ප්‍රධාන තරගකරුවන්ට සාපේක්ෂව ඉලක්ක වෙළෙඳපොළ තුළ පාරිභෝගිකයන්ට දැනෙන පරිදි නිෂ්පාදිතය ඔවුන්ගේ මනසේ ස්ථානගත කරන්නේ කෙසේ ද යන්නයි. වෙනත් ලෙසකින් කිවහොත්, එහි පාරිභෝගිකයන්ට නිෂ්පාදිතය ඉදිරිපත් කරන්නේ කෙසේ ද, සහ එය අනෙකුත් තරගකාරී ඉදිරිපත් කිරීම් තුළින් වෙනස් වන්නේ කෙසේද යන්න අවධාරණය කිරීමයි. වෙළෙඳපොළ ස්ථානගත කිරීම යනු ඔබගේ ඉලක්ක වෙළෙඳපොළට ඔබගේ නිෂ්පාදිත හෝ සේවා පිළිබඳව සඵලදායීව පණිවිඩයක් ප්‍රකාශ කිරීමකි. මෙය ප්‍රධාන වශයෙන් ආයතනය ඉතා තරගකාරී වෙළෙඳපොළක් තුළ කටයුතු කරන විට හෝ ඔවුන් සතුව පුළුල් පරාසයක නිෂ්පාදිත පවතින විට ඉතා වැදගත්වන අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගයකි.

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 10)

5 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

6 පරිච්ඡේදය - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය

- a) මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ කාර්යයන් අතරට වැඩ සංවිධාන කිරීම, ක්‍රියාවලි තේරීම, ආකෘති සැකසීම, පහසුකම් ඇති කිරීම, රැකියා නිර්මාණය, කාර්යසාධනය මැනීම, ගුණත්වය පාලනය, කාර්යය සැලසුම් කිරීම, තොග කළමනාකරණය හා නිෂ්පාදන සැලසුම්කරණය ඇතුළත් වේ.
 - 1) මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ ප්‍රධානම පරමාර්ථය වන්නේ භාණ්ඩ නිසි වේලාවට බෙදාහැරීම හා අමුද්‍රව්‍ය සාර්ථක ලෙස නිෂ්පාදනය බවට පරිවර්තනය කිරීම තහවුරු කිරීමයි.
 - 2) මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ ප්‍රමුඛ මූලිකාංගය වනුයේ තොග පාලනයයි. ආයතනයක් එහි මෙහෙයුම් අවශ්‍යතා වෙනුවෙන් අවධානය යොමු කරයි. මෙහෙයුම් කළමනාකරුවන් තොග මට්ටම් ප්‍රශස්ථ මට්ටමක තබාගැනීමට උත්සාහ කරයි.
 - 3) සමස්ත ඵලදායිතාවය වැඩි කිරීමට මෙහෙයුම් කළමනාකරණය උපකාරී වේ.
 - 4) මෙහෙයුම් කළමනාකරණය කිසියම් කර්මාන්තයක හෝ ආයතනයකට මෙහෙයුම්, සැලසුම්කරණය, සංවිධානය කිරීම, රැකියා නිර්මාණය, අධීක්ෂණය කිරීම, පාලනය කිරීම හා සුවිශේෂී මූලිකාංග මෙහෙයවීම හා අභිප්‍රේරණය කිරීම යන කාර්යයන්හි ස්වභාවය සැලකිල්ලට නොගෙන එක හා සමාන කළමනාකරණයක් සිදු කරයි.
 - 5) මෙහෙයුම් කළමනාකරණය යනු, ආයතනයක ඇති විවිධ ව්‍යාපාර කටයුතු කළමනාකරණය කිරීමත්, පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවලට ගැලපෙන ලෙස භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීමත් ය.
 - 6) මෙහෙයුම් කළමනාකරණය යටතේ සම්පත් උපරිම ලෙස භාවිත කරමින් විශාල ලාභයක් ලබාගැනීමට කටයුතු කරයි.
 - 7) ගුණත්ව කළමනාකරණය මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ එක් අංගයකි. ව්‍යාපාර ආයතනයක් එහි පාරිභෝගිකයන්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාන පරිදි හොඳ ගුණත්වයෙන් යුතු භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදනය කරයි.

(ලකුණු 06)

(b)

(1) මුදල් ඉතිරි කරයි.

අයහපත් අයවැයක් යහපත් කරගැනීමේ උපායමාර්ගික ක්‍රියාමාර්ගයක් ලෙස බාහිරකරණය දැක්විය හැකිය. මනාව කළමනාකරණය කරන ලද උපායමාර්ගයක් භාවිත කරන ආයතනවලට 40 - 80 ප්‍රතිශතයක පිරිවැය ඉතිරියක් ලබාගත හැකිය.

(2) මූලික නිපුණතා ගැන දක්වන අවධානය

ව්‍යාපාරයේ ප්‍රාථමික නොවන කාර්යයන් සඳහා බාහිරකරණ උපායමාර්ගයක් යොදා ගැනීමෙන් ව්‍යාපාරයකට එහි ප්‍රාථමික ශ්‍රිතයන් පිළිබඳ ඵලදායී අවධානයක් යොමු කිරීමට හැකි වේ. තොරතුරු තාක්ෂණයට සම්බන්ධ කටයුතු බාහිරකරණය කිරීමෙන් කළමනාකරුවන් තාක්ෂණය සඳහා යන කාලය ඉතුරු කරගත හැකි අතර ව්‍යාපාර ගැටලු හඳුනා ගැනීමට හා ඒවා විසඳා ගැනීමට ඇති කාලය ඉතිරි කරගත හැකිය.

(3) නමගිලි කාර්ය මණ්ඩල මට්ටමක් ළඟා කරගැනීම

පොදුකාර්යය පිරිවැයේ වැඩිවීමකින් තොරව ව්‍යාපාර වර්ධනය සිදු කරගැනීමට බාහිරකරණ උපායමාර්ගය හරහා හැකියාව ලැබේ.

(4) ගෝලීය සම්පත් සඳහා මඟ පෑදේ.

ගෝලීය ආයතන බාහිරකරණය කිරීම හරහා දේශීය ආයතනවලට ගෝලීය සම්පත්වලට ප්‍රවේශ ලැබේ. ගෝලීය විශේෂඥතාවය මගින් ව්‍යාපාරයකට ස්ථාන නොසලකා දක්ෂ ශ්‍රම සම්පත් හරහා වාසියක් ලබාගැනීමටත්, නිමවුම්වල වටිනාකම වැඩි කරගැනීමටත්, අවස්ථාව ලැබේ. මේ ආකාරයෙන් බාහිරකරණය හරහා පිරිවැය හෝ භූගෝලීය බාධකයන්ගෙන් තොරව කුඩා ව්‍යාපාරවලට අවස්ථාව ලබා දේ.

(5) වෙළෙඳපොළට ප්‍රවේශවීමේ කාලය අඩුවීම

කුඩා සංවිධානවලට විශාල සමාගම්වලට එරෙහිව ඵලදායී ලෙස තරග කිරීමට සලසා දෙමින් සම්ප්‍රදායික කුඩා ව්‍යාපාරවලට නම්‍යතාවයේ සහ ප්‍රතිචාර්යතාවයේ වාසිය බාහිරකරණය විසින් ලබා දේ.

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 10)



B කොටසෙහි අවසානය.

අනිවාර්ය ප්‍රශ්නයකි.

(මුළු ලකුණු 20)

6 වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත උත්තර

(a)

7 පරිච්ඡේදය - මානව සම්පත් කළමනාකරණය

1 අතෘප්තිකර ගෙවීම

රුබි, ඇයගේ වැටුප වැඩි කිරීම කිහිප වතාවක් ඉල්ලා සිටිය ද, එය සලකන ලද්දේ නැත.

2 අකාර්යක්ෂම සුපරීක්ෂකවරු

ව්‍යාපෘතිය අවසන් වූ පසු ව්‍යාපෘති කළමනාකරු වශයෙන් රුබිට, ඇයගේ රාජකාරි හා වගකීම් පිළිබඳ තදබල නොඑකඟතා අවස්ථා ගණනාවක දී ම ශිරෝමි සමග ඇති විය.

3 අන්තර්පුද්ගල ගැටලු

රුබි සහ ශිරෝමි එකිනෙකාට අකමැති වූ අතර එය බොහෝ සේවක රැස්වීම් හා ව්‍යාපෘති සමාලෝචන රැස්වීම්වල දී ප්‍රකට විය. රුබි සහ ශිරෝමි අතර ඇතැම් මත ගැටුම් බොහෝ දුරට පෞද්ගලික ප්‍රශ්න මත පැන නැගුණු ඒවා විය.

4 ගිවිසුම් කොන්දේසි

ව්‍යාපෘති කළමනාකරු ලෙස රුබිගේ රාජකාරි හා වගකීම් ගැන රුබිට ශිරෝමි සමග තදබල නොඑකඟතා විය.

(ලකුණු 06)

(b)

7 පරිච්ඡේදය - මානව සම්පත් කළමනාකරණය

1 අයදුම්පත ඇගයීම

2 තෝරාගැනීමේ විභාග (සේවක පරීක්ෂණ)

3 සම්මුඛ සාකච්ඡා කැඳවීම

4 පසුතල පරීක්ෂණය

5 අවසන් තීරණය හා රැකියාව ලබාදීම

(ලකුණු 05)

(c)

11 පරිච්ඡේදය - ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් තුළ තාක්ෂණික භාවිතයන්

දත්ත කැණීම යනු දත්ත ගබඩාවේ පවත්නා ප්‍රධාන භාවිතයකි. දත්ත කැණීම මගින් දත්ත ගබඩාවේ ඇති විවිධ ඓතිහාසික දත්ත මගින් සැඟවී ඇති ව්‍යාපාරික රටාවන් හා උපනතීන් විශ්ලේෂණය කරයි. මෙමගින් කළමනාකරුවන්ට උපක්‍රමික වෙනස් වීම්වලට අදාළව තීරණ ගත හැකි අතර ඒ තුළින් වෙළෙඳපොළ තුළ තරගකාරී වාසියක් ලබාගත හැකිය.

දත්ත කැණීම මඟින් දත්තවල ඇති නව සහසම්බන්ධතා රටාවන් හා ප්‍රවණතා හඳුනාගත හැකිය. දත්ත කැණීම් මෘදුකාංග ගණිතමය හා සංඛ්‍යාත්මක ශිල්ප ක්‍රම ආශ්‍රිතව දත්තයන්හි විවිධ සුක්ෂ්ම රටාවන් හඳුනා ගැනීමට හැකි අතර ඒවා ව්‍යාපාර උපායමාර්ග සම්පාදනයෙහි ලා වැදගත් වේ.

(ලකුණු 03)

(d)

8 පරිච්ඡේදය - ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් තුළ අලෙවිකරණයේ භූමිකාව

(1) නිෂ්පාදිතය

නිෂ්පාදිත උපායමාර්ගය අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ මෙවලම් 4 න් 1ක් වන අතර ඒ තුළින් හුවමාරුව වඩාත් වටිනාකම් සහිත ක්‍රියාවලීන් බවට පත්කළ හැකිය. සමාජ අලෙවිකරණයේ “නිෂ්පාදිත” අරුත තුළ භෞතික ඉදිරිපත් කිරීමක් පමණක් ඇතුළත් නොවේ. මෙයට සේවා හා අදහස් ද ඇතුළත් වේ. මෙම අංශයේ අරමුණ මුදල් සඳහා හොඳ වටිනාකමක් හොඳ සේවාවක් පුරවැසියන්ට ලැබීම තහවුරු කර ගැනීමයි. එමෙන්ම මෙම අංශයේ නිෂ්පාදිත ප්‍රතිපත්තිය වන්නේ ජාතික අවශ්‍යතාවයන් ලෙස ආරක්ෂාව, වගකීමක් සහිත බව, සුරක්ෂිතතාව, අඛණ්ඩ වටිනාකම වැනි පැතිකඩයන් පිළිබඳව සලකා බැලීමයි.

(2) මිල

අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ දෙවන මූලිකාංගය මිල ප්‍රතිපත්තියයි. මිල යනු නිෂ්පාදිතයක් ලබාගැනීමට කැපකරන හෝ අත්හරින ලද වටිනාකමයි. රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්තිය අරමුණු හා අලෙවිකරණයේ අරමුණු සමඟ මිල සම්බන්ධ වේ. සමාගම්වල ලාභදායීත්වයේ හා පැවැත්මට මූලික සාධකය මිලකරණයයි. නමුත් ලාභ සඳහා නොවන අංශය තුළ මිලකරණය පිරිවැය ආවරණය හා මිල ඉහළ යාමට පුද්ගලයන්ගේ ප්‍රතිචාරය අතර තුළනයක් ඇති කිරීම පිළිබඳ ප්‍රශ්නයකි.

(3) ස්ථානය

ස්ථානය හෝ බෙදාහැරීමේ දාම අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ තුන්වන මූලිකාංගය වේ. අස්පාෂ්‍ය නිෂ්පාදිත ඉදිරිපත් කිරීම් වලට අදාළව සුදුසු, ප්‍රමාණවත් හා තරගකාරී බෙදාහැරීමක් හා ප්‍රතිචාර දාම තෝරාගත යුතු අතර ඒ තුළින් පාරිභෝගිකයාට තොරතුරු අදහස් සන්නිවේදනය කළ හැකිය. වැඩිදුරටත් රජයට හා ලාභ සඳහා නොවන සංවිධානයන්ට ඔවුන්ගේ ඉලක්කගත වෙළෙඳපොළ වෙත නිෂ්පාදිත/ඉදිරිපත් කිරීම් ප්‍රවේශ විය හැකි දැයි තහවුරු කරගත යුතුය.

(4) ප්‍රවර්ධනය

නිෂ්පාදිත සඳහා ඉල්ලුම නිර්මාණය කරගැනීමට හා එය පවත්වා ගැනීමට නිෂ්පාදිතවල ප්‍රතිලාභ සේවා ලාභියාට සන්නිවේදනය විය යුතුය. ඉලක්කගත පාරිභෝගිකයන්ට සංවිධානයේ නිෂ්පාදිත හා සේවාවන් ආකර්ෂණීය කිරීමේ අරමුණ සහිත ව පණිවිඩ සම්ප්‍රේෂණය කිරීමේ ක්‍රියාවලිය සන්නිවේදනයයි.

(ලකුණු 06)

(මුළු ලකුණු 20)

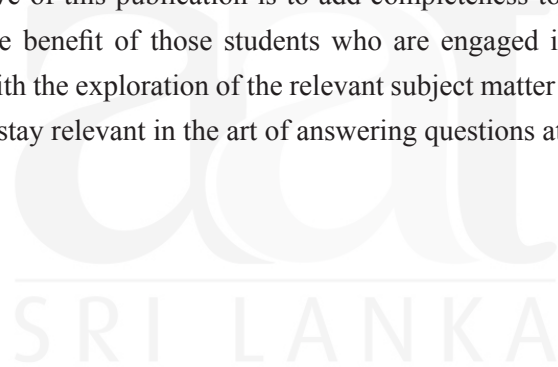
C කොටසෙහි අවසානය.

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.



© 2019 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)