



ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය

අදියර II විභාගය - 2022 ජූලි

යෝජිත උත්තර

(204) ව්‍යාපාර කළමනාකරණය (BMA)

ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය

නො. 540, පූජ්‍ය මුරුතේන්ද්‍රවෙලී ආනන්ද නාහිමි මාවත,

නාරාහේන්පිට, කොළඹ 05.

දුරකථන: 011-2-559 669

මෙය අධ්‍යාපන හා පුහුණු කිරීම් අංශයේ ප්‍රකාශනයකි

ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය
 අදියර II විභාගය - 2022 ජූලි
 (204) ව්‍යාපාර කළමනාකරණය
 යෝජිත පිළිතුරු

(මුළු ලකුණු 25 කි)

A කොටස

පළමුවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

1.1 (4)

1.2 (4)

1.3 (2)

1.4 (1)

1.5 (1)

1.6 අධිකාරිත්වය

1.7 මමත්ව

1.8 පහළට ගලා යන

1.9 රැකියා පළපුරුද්ද

1.10 බාහිර



(එකකට ලකුණු 02 බැගින් මුළු ලකුණු 10)

(එකකට ලකුණු 01 බැගින් මුළු ලකුණු 05)

1.11

කාර්යක්ෂමතාවය යනු ආයතනික අරමුණු සහ පරමාර්ථ ලගා කර ගැනීමේදී සීමිත සම්පත්වලින් උපරිම නිමවුමක් ලබා ගැනීම අදහස් වේ.

සම්ප්‍රදායිකතාව යනු ආයතනික අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා යෙදවුම් භාවිත කිරීමෙන් අපේක්ෂිත ප්‍රතිඵලය ලබා ගැනීමේ හැකියාවයි. පීටර් ඩ්‍රැකර්ට අනුව, සම්ප්‍රදායිකතාවය යනු 'නිවැරදි දේ ඉටු කර ගැනීමයි.'

(ලකුණු 02)

1.12

1. ප්‍රතිසම්පාදනය
2. තාක්ෂණික සංවර්ධනය
3. මානව සම්පත් කළමනාකරණය
4. යටිතල පහසුකම්

(ලකුණු 02)

1.13

1. සේවකයින්ගේ විත්ත ධෛර්යය වැඩි දියුණු කරයි
2. අඩු අධීක්ෂණ පිරිවැය සහ කාලය
3. කාර්මික අනතුරු අවම කරයි
4. ඵලදායීතාව වැඩි වීම
5. උසස් වීමේ අවස්ථා
6. සේවක කාර්යසාධනය ඉහළ නැංවීම
7. සේවකයින් ගේ රැකියා තෘප්තිය වැඩි දියුණු කරයි
8. සේවක රඳවා තබා ගැනීම වැඩි දියුණු කරයි/ සේවක පිරිවැටුම අඩු කරයි
9. අනතුරු අඩු වීම

(ලකුණු 02)

1.14

1. සැලසුම්කරණය
2. සංවිධානකරණය
3. නායකත්වය
4. පාලනය

(ලකුණු 02)

1.15

1. එය සජීවී, ක්‍රියාකාරී සහ පණ ඇති සම්පතක් වීම.
2. එයට ප්‍රතිචාර දැක්වීමට හා සිතීමට හැකියාව ඇත.
3. කාලයත් සමඟ එහි වටිනාකම වැඩි වේ.
4. කණ්ඩායම් / සංගම් ලෙස සංවිධානය වීමේ හැකියාව ඇත.
5. නිර්මාණශීලීත්වය සහ නවෝත්පාදනය.
6. එහි හැසිරීම සංකීර්ණ බැවින් අනපේක්ෂිත ය.
7. එහි පිරිවැය (ගෙවීම්) තීරණය කිරීම කෙරෙහි බලපෑම් කිරීමේ හැකියාව ඇත.
8. අනෙකුත් සියලු සම්පත් සම්බන්ධයෙන් තීරණ ගැනීමේ හැකියාව ඇත.

(ලකුණු 02)

(මුළු ලකුණු 25)

A කොටසෙහි අවසානය

දෙවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 01 - කළමනාකරණය හැඳින්වීම සහ විවිධ කළමනාකරණ දර්ශනයන්

(a)

1. ආයතනයේ ඇති විවිධ භෞතික, මූල්‍ය සහ මානව සම්පත් කාර්යක්ෂමව භාවිත කිරීමෙන් (සම්පත් ප්‍රශස්ත ලෙස භාවිත කිරීම) ආයතනික අරමුණු සඵලදායී ලෙස සාක්ෂාත් කර ගැනීමට එය හැකියාව ලබා දෙයි.
2. ගතික පාරිසරික තත්ත්වයන්ට සාර්ථකව මුහුණ දීමට සංවිධානය සූදානම් කරයි.
3. ආයතනයේ සම්පත් නාස්තිය අවම කිරීමටත් එමගින් පිරිවැය අඩු කිරීමටත් මග පාදයි.
4. වඩා හොඳ කළමනාකරණ පද්ධතියක් ඇති ආයතනවලට ඇල්මැති පාර්ශ්වයන් ගේ අරමුණු ඉටු කර ගැනීමට හැකියාව පවතී.
5. වඩා හොඳ කළමනාකරණයක් තුළින් ආයතනික අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා සාර්ථක ආයතනික ව්‍යුහයක් නිර්මාණය කර ගැනීමට මග පාදයි.
6. සංවිධානය වර්ධනයට සහ ව්‍යාප්තිය සඳහා උපකාර වේ.
7. සේවකයින් දිරිමත් කරයි.

(ලකුණු 04)

(b)

1. පිරිවැය වැඩි වීම

රට මුහුණ දී ඇති පවතින ආර්ථික අර්බුදයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස නිෂ්පාදන පිරිවැය සැලකිය යුතු ලෙස ඉහළ ගොස් ඇත. එබැවින් වර්තමානයේ ශ්‍රී ලංකාවේ කළමනාකරුවන්ට පිරිවැය පාලනය ප්‍රධාන අභියෝගයක් වී ඇත.

2. අනාගතය පිළිබඳ අනපේක්ෂිත බව සහ අවිනිශ්චිත බව

වර්තමාන සන්දර්භය තුළ ව්‍යාපාරයේ අනාගතය පිළිබඳ විශාල අවිනිශ්චිතතාවයක් පවතී. කළමනාකරුවන් අවිනිශ්චිතභාවය අවබෝධ කර ගනිමින් ඔවුන්ගේ මෙහෙයුම් සැලසුම් කළ යුතුය.

3. දුරස්ථව වැඩ කිරීම / සේවකයින් භෞතිකව පැමිණීම සීමා කිරීම

ඉන්ධන අර්බුදය සහ ප්‍රවාහන ගැටලු හේතුවෙන් බොහෝ සේවකයන්ට සේවයට වාර්තා කිරීම දුෂ්කර වී තිබේ. සමහර ආයතනවල ක්‍රියාකාරිත්වයට මෙය බලපා ඇත.

4. නිෂ්පාදන යෙදවුම්/අමුද්‍රව්‍ය නොතිබීම

දැනට පවතින ආනයන සීමා කිරීම් සහ විනිමය අනුපාතිකයේ උච්චාවචනයන් හේතුවෙන් ඇතැම් අමුද්‍රව්‍ය ආනයනය සීමා/තහනම් කර ඇත. ව්‍යාපාර කටයුතු සුමටව පවත්වාගෙන යාමට මෙය විශාල බාධාවක් වී ඇත.

5. සේවකයින්ගේ සහ වෘත්තීය සමිතිවල ඉල්ලීම

ජීවන වියදම වැඩිවීම සහ උද්ධමනය වැඩිවීම නිසා සේවකයන් සහ වෘත්තීය සමිති වැටුප් වැඩිකිරීම් ඉල්ලීමට හේතු වී ඇත.

6. අඩු සේවක චිත්ත ධෛර්යය

රටේ පවතින ආර්ථික අවපාතය හේතුවෙන් සේවකයන් තම වෘත්තීය සහ අනාගතය පිළිබඳව අවිනිශ්චිත තත්ත්වයකට පත්ව ඇත. මෙය සේවක චිත්ත ධෛර්යය අඩුවීමට හේතු වී ඇත. මෙම ගැටලු කළමනාකරුවන් විසින් ඉතා සංවේදී ලෙස හැසිරවිය යුතු ය.

7. තාක්ෂණයේ දියුණුව

වර්තමාන සන්දර්භය තුළ, තාක්ෂණයේ වෙනස් වීමේ වේගය ඉතා වේගවත් වී ඇත, එබැවින්, වඩාත් තරගකාරී වීමට මෙන්ම ඇතම් අවස්ථාවල ව්‍යාපාරයේ පැවැත්ම සඳහා, නව තාක්ෂණික දියුණුව අනුගමනය කිරීම කළමනාකරුවන්ට නොවැළැක්විය හැකි ය.

8. සදාචාරාත්මක සහ සමාජීය වගකීම් ඉටු කිරීම සහ යහපාලනය කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කිරීම

බොහෝ සංවිධාන සදාචාර විරෝධී ක්‍රියාවන්හි නිරත වීම අවාසනාවන්ත කරුණකි. එබැවින් ආයතන තම කටයුතු සඳහා තමන්ගේ ම ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් නිර්මාණය කළ යුතු අතර එයට හොඳ ආයතනික පාලනයක් තිබිය යුතු ය. මෙය සංවිධානවලට අභියෝගයකි. තවද පරිසරය ආරක්ෂා කිරීම සහ පාරිසරික හානි වළක්වා ගැනීම සඳහා ආයතනවලට සමාජ වගකීමක් ඇත.

9. ගුණාත්මකභාවයේ වැදගත්කම

වර්තමාන සන්දර්භය තුළ කළමනාකරුවෙකු සඳහා තවත් වැදගත් අභියෝගයක් වන්නේ ගුණාත්මකභාවය කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමයි. විශේෂයෙන් ම මෙය තරගයට මුහුණ දීම සඳහා වැදගත් සාධකයකි. එය ආයතනික ඵලදායිතාවයට බලපායි.

10. ගෝලීයකරණය

ගෝලීයකරණය කළමනාකරණයේ විශාල අභියෝග ඇති කරන සාධකයකි. ආයතනික කළමනාකාරීත්වය ගෝලීයකරණය වූ වෙළෙඳපොලක විවිධ දේපල හිමිකම, වටිනාකම පිළිබඳ විවිධ විශ්වාසයන්, සේවක හැසිරීම්වල විවිධත්වය වැනි තත්වයන්ට මුහුණ දිය හැකි ය.

(ලකුණු 06)

(මුළු ලකුණු 10)

තුන්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 02 (i) - ආයතනික තීරණ ගැනීම හා පරිච්ඡේදය 02 (iii) - සංවිධාන ව්‍යුහය හා නිර්මාණය

(a)

1. බුද්ධි කලම්බනය
2. නාමික කණ්ඩායම් ශිල්ප ක්‍රමය
3. ඩෙල්ෆි ශිල්ප ක්‍රමය
4. උපදේශනාත්මක අන්තර්ක්‍රියාව

(ලකුණු 02)

(b)

තීරණ ගැනීමේ අදියර	තොරතුරුවල කාර්යභාරය
ගැටලුව / අවස්ථාව හඳුනා ගැනීම සහ ව්‍යුහගත කිරීම	ගැටලුවක් හඳුනාගෙන එය ක්‍රමානුකූල ක්‍රමවේදයකට තබා ගැනීමට තොරතුරු අවශ්‍ය වේ. තොරතුරු නොමැතිව, තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය ආරම්භ කිරීමට පවා නොහැකි වේ.
ගැටලුව විශ්ලේෂණය කිරීම	ගැටලුව සිදු වී ඇති සන්දර්භය පිළිබඳව ප්‍රමාණවත් තොරතුරු නොමැතිව කෙනෙකුට ඒ පිළිබඳව කිසිදු තීරණයක් ගත නොහැක. කෙසේ වෙතත් සන්දර්භය පිළිබඳ තොරතුරු ගැටලුව විසඳා ගත හැකි කරයි.
විකල්ප උත්පාදනය/ හඳුනා ගැනීම	තීරණ ගැනීම සඳහා විකල්ප ඇගයීමේදී ද තොරතුරු ප්‍රධාන කාර්යයක් ඉටු කරයි. එලදායී විකල්ප හඳුනා ගැනීම සඳහා තොරතුරු ජනනය කිරීමට කළමනාකරුවන් විවිධ මට්ටම්වල පර්යේෂණවල නිරත විය යුතු ය. යමෙකුට විකල්ප ජනනය කිරීම සඳහා ලබා දිය හැකි විසඳුම් පිළිබඳ තොරතුරු පැවතීම අත්‍යවශ්‍ය කරුණක් වේ.

හොඳම විකල්පය තෝරා ගැනීම	විකල්පවල යෝග්‍යතාවය පිළිබඳ ලබාගත් තොරතුරු මත පදනම්ව, හොඳ ම විකල්පය තෝරාගැනීම සඳහා තේරීමක් සිදු කෙරේ. ඒවායින් හොඳ ම විකල්පය තෝරා ගැනීම සඳහා එක් එක් විකල්පය ඇගයීමට කළමනාකරුවන් සතුව තොරතුරු රාශියක් තිබිය යුතු ය.
--------------------------------	--

(ලකුණු 06)

(c)

1. මෙය පාරිභෝගික අවශ්‍යතා වටා කේන්ද්‍රගත වී ඇති ව්‍යාපාරයට ඇති අවධානය නිවැරදිව ලබා දීමට උපකාරී වීම.
2. ආයතනයට පිරිවැය වාසි ලබා දෙන අතර ව්‍යාපාරයේ තරගකාරී වාසි සලසා ගැනීමටත් උපකාරී වේ.
3. ක්‍රියාව සිදුවන්නේ කෙසේද ක්‍රියාවලිය දියුණු කළ හැක්කේ කෙසේද වැනි ප්‍රධාන ප්‍රශ්න විමසීමෙන් මෙහෙයුම් ක්‍රියාවලියේ දිගුකාලීන උපාය මාර්ග දිරිමත් කරවීමට මෙය උපකාරී වීම.
4. ශ්‍රීතික සීමාවන් පිළිබඳව දැඩි ලෙස සිතීම තුළින් කෙටිකාලීනව දැක්මක් ඇති කිරීම සඳහා මෙය උපකාරී වේ. සමස්ථ ක්‍රියාවලියට ම අවධානය යොමුකරමින් මුලු සංවිධානයට ම බලපාන පරිදි ක්‍රියාකාරකම් ගොඩනැගීම හා පුහුණු කිරීම සිදු වීම.
5. අනවශ්‍ය ක්‍රියාකාරකම් ඉවත් කිරීමෙන් සංවිධානයේ සංකීර්ණත්වය අඩු කිරීමට මෙය උපකාරී වේ.

(ලකුණු 02)

(මුළු ලකුණු 10)

හතරවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 02 (iv) - මෙහෙයවීමේ ක්‍රියාවලිය (නායකත්වය සහ අභිප්‍රේරණය) හා පරිච්ඡේදය 03 - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය

(a)

සැලසුම්කරණය සහ පාලනය යනු එකිනෙකට වෙනස් කළමනාකරණ කාර්යයන් දෙකක් වුවද ඒවා අතර සමීප සම්බන්ධයක් පවතී. මෙම කාර්යයන් දෙකට ම අදාළ විෂය පථයන් එකිනෙක අත්වැල් බැඳ ගනී. සැලසුම්කරණයේ පදනමක් නොමැතිව පාලන කාර්යයන් පදනම් විරහිත වන අතර පාලනයක් නොමැති වීම නිසා නිසා සැලසුම්කරණය අර්ථ විරහිත වේ. පාලනයකින් තොර වූ විට කිසිදු පරමාර්ථයක් ඉටු කර ගත නොහැක. තවද, සැලසුම් කිරීම සහ පාලනය අතර සම්බන්ධය මෙසේ පැහැදිලි කළ හැක.

- සැලසුම්කරණය පාලනයට මග පෙන්වන අතර පාලනය සැලසුම්කරණයේ සාර්ථකත්වය තහවුරු කරයි.
- සැලසුම්කරණය සහ පාලනය එකිනෙකින් වෙන් කළ නොහැකි කළමනාකරණ කාර්යයන් වේ.
- සැලසුම්කරණය තුළින් කළ යුතු කාර්යයන් නිවැරදිව තීරණය කරන අතර ඒවා නිවැරදි ආකාරයෙන් නිවැරදි ස්ථානයේ පිහිටවීම පාලනය මගින් සිදු කරනු ලබයි.

තවද, සැලසුම් කිරීම සහ පාලනය කිරීම එකිනෙකාව ශක්තිමත් කරයි. ව්‍යාපාරයක් සුමටව පවත්වාගෙන යාම සහතික කිරීම සඳහා සැලසුම්කරණය සහ පාලනය යන දෙක ම තිබිය යුතු ය. මෙය පහත පරිදි දැක්විය හැක.

සැලසුම් කිරීම => ප්‍රතිඵල => පාලනය හරහා ක්‍රියා පටිපාටි නිවැරදි කිරීම

(ලකුණු 03)

(b) සංවිධානයේ සාර්ථකත්වය සඳහා මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ ප්‍රධාන කාර්යයන්

1. සැපයුම් දාම කළමනාකරණය
2. ඉල්ලුම පුරෝකථනය කිරීම
3. ධාරිතා සැලැස්ම
4. පහසුකම් පිරියත සැලසුම් කිරීම
5. නිෂ්පාදන උපලේඛනගත කිරීම
6. තත්ත්ව කළමනාකරණය
7. මෙහෙයුම් සැලසුම් කිරීම
8. උපායමාර්ගය

(ලකුණු 03)

(c)

1. **ඉල්ලුම හඳුනා ගැනීම** - ඉල්ලුම මත පදනම් වූ සැලසුම් සහ තත්‍ය කාලීන ඉල්ලුම් අවබෝධය සහ ඉල්ලුම හැඩගැස්වීම මත පදනම්වූ ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් ආකෘතියක් යොදා ගැනීම.

2. **සම්පූර්ණ පිරිවැය අයිතිය** - මිල නොව සමස්ත පිරිවැය හිමිකම කෙරෙහි අවධානය යොමු කරයි. සැපයුම් දාම පිරිවැය විකුණුම් මිල ගැන පමණක් නොව විවිධ පාර්ශ්වකරුවන් වෙත ගෙන යා හැකි වටිනාකම ගැනද සලකා බලයි.

3. **තාක්ෂණයේ වටිනාකම සහ අවදානම් තේරුම් ගැනීම** - සැපයුම් දාමය තාක්ෂණයේ වැදගත්කම සහ එය වඩාත් උචිත ලෙස භාවිත කළ යුත්තේ කෙසේද යන්න හඳුනාගත යුතුය. එසේම, තාක්ෂණය අවදානම් මෙන්ම ප්‍රතිලාභද ගෙන එන බව මතක තබා ගත යුතුය. මෙම පැති දෙක ම වඩා හොඳින් අවබෝධ කර ගැනීම සාර්ථක වීමට අත්‍යවශ්‍ය දෙයකි.

4. **නිෂ්පාදන සැලසුම් සහ නිෂ්පාදන කළමනාකරණය ප්‍රශස්ත කිරීම** - සැපයුම, නිෂ්පාදනය සහ තිරසාර බව උදෙසා නිෂ්පාදන සැලසුම් සහ නිෂ්පාදන කළමනාකරණය ප්‍රශස්ත කිරීම තුළින් ලාභදායී නවෝත්පාදනයන් වේගවත් කිරීම. නිෂ්පාදනයේ සැලසුම සහ අන්තර්ගතය පාරිභෝගිකයාට පමණක් නොව අනෙකුත් පාර්ශ්වකරුවන්ටද පිළිගත හැකි විය යුතු ය.

5. **ව්‍යාපාර අරමුණු සමඟ සැපයුම් දාමය එකාබද්ධ කිරීම** - විකුණුම් සහ මෙහෙයුම් සැලසුම් ආයතනික ව්‍යාපාර සැලසුම් සමඟ ඒකාබද්ධ කිරීම මගින් සැපයුම් දාමය ව්‍යාපාරික ඉලක්ක සමඟ පෙළගැස්විය හැක. සැපයුම් දාම ක්‍රියාකාරකම් තනිව ඇති වන ක්‍රියාවලියක් නොවන නමුත් එය ව්‍යාපාරයේ සමස්ත ව්‍යාපාරික කාර්යයන් ඒකාබද්ධ කරන සම්බන්ධක සාධකයකි.

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 10)

පස්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය

(a)

1. **ආයතනයක අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා යොදාගත හැකි වඩාත් ම වැදගත් ම සම්පත මානව සම්පත් වේ.**

නිෂ්පාදන ආයතනවල විවිධ වර්ගයේ සම්පත් තිබේ. ඒ සෑම සම්පතක් ම තිබීම තුළින් ආයතනයේ අරමුණු ඉටුකිරීමේ හැකියාව ලබා දුන්නද මානව සම්පත තුළින් පමණක් අරමුණු ඉටු කිරීම සිද්ධ කරයි. එහි අර්ථය වන්නේ, 'වෙනත් සම්පත් මගින් දේවල් කළ හැකි නමුත්, මානව සම්පත් පමණක් දේවල් සිදු කරයි' යන්නයි.

2. මානව සම්පත් කළමනාකරණය යනු සෑම කළමනාකරුවෙකුගේ ම ඉතා වැදගත් වගකීමකි.

මානව සම්පත් කළමනාකරණය (HRM) සේවකයන් කළමනාකරණය කරන සියලු ම කළමනාකරුවන්ගේ වගකීමක් ලෙස සැලකේ. ආයතනයක සෑම කළමනාකරුවෙකු ම මිනිසුන් සමග වැඩ කරන නිසාත් මිනිසුන්ගෙන් වැඩ ගන්නා නිසාත්, ඔවුන් සෑම කෙනෙකු තුළ ම මානව සම්පත් කළමනාකරණයේ ප්‍රමාණවත් නිපුණතාවයක් තිබිය යුතු ය.

3. කළමනාකරණයේ අනෙකුත් ක්ෂේත්‍රවල සාර්ථකත්වය මානව සම්පත් කළමනාකරණයේ සාර්ථකත්වය මත රඳා පවතී.

මානව සම්පත් කළමනාකරණයේ ක්‍රියාවලීන් සහ ක්‍රියාකාරකම් නිෂ්පාදනයේ තිරසාර වාසියක් ලබා ගැනීම සඳහා දක්ෂ, කැපවූ සහ අභිප්‍රේරණය වූ කළමනාකරුවන් සහ සේවකයින් කණ්ඩායමක් උත්පාදනය කිරීමේ සහ රඳවා ගැනීමේ වගකීම දරයි. එබැවින් වෙනත් ශ්‍රීතිය ක්ෂේත්‍රවල සාර්ථකත්වය රඳා පවතින්නේ ආයතනයක මානව සම්පත් කළමනාකරණයෙහි සාර්ථකත්වය මත ය.

4. මානව සම්පත් කළමනාකරණ ඉගෙනීම සහ සංවර්ධනය සඳහා උපකාර වේ.

ඉගෙනීම අඛණ්ඩ ක්‍රියාවලියක් වන අතර එය සේවකයින්ගේ ඵලදායිතාවය වර්ධනය කිරීමට අත්‍යවශ්‍ය වේ. මානව සම්පත් කළමනාකරුවන් නව ආයතනයට හඳුන්වා දීමට සහ අනුස්ථාපනයට මෙන් ම දැනට සිටින සේවකයින් ගේ වෘත්තීය සංවර්ධනයට වගකිව යුතු ය. තවද සේවකයින්ට පුහුණුව අවශ්‍ය ක්ෂේත්‍ර හඳුනා ගැනීමට සහ එය විශ්ලේෂණය කිරීමට ඔවුන්ට හැකියාව තිබිය යුතු ය.

5. මානව සම්පත් කළමනාකරණ සේවකයින්ගේ තෘප්තිය වැඩි දියුණු කරයි.

සේවා යෝජක හා සේවක සබඳතාව ශක්තිමත් කිරීම සඳහා මාර්ග නිර්මාණය කිරීම මගින් ශ්‍රම බලකායේ කාර්යසාධනය, චිත්ත ධෛර්යය සහ තෘප්තිය මට්ටම් සාක්ෂාත් කර ගැනීමට මානව සම්පත් ආයතනයට උපකාර කරයි. සේවයෝජකයා සහ සේවකයා අතර යහපත් සම්බන්ධයක් තිබේ නම් එය සේවකයින්ගේ තෘප්තියමත්භාවය වැඩි කිරීමට හේතු වේ.

6. ආයතනික සාර්ථකත්වයට සහ සමාජීය සාර්ථකත්වයට මානව සම්පත් කළමනාකරණය වැදගත් වේ.

ආයතනය තුළ හොඳ මානව සම්පත් කළමනාකරණයක් ඇති විට, එයින් අදහස් වන්නේ සංවිධානය තුළ සංවර්ධිත මානව සම්පත් ඇති බවත් එමගින් ඔවුන්ගේ මූලික අවශ්‍යතා සහ වුවමනා සපුරාලීමට අවස්ථාවක් ඇති බවත් ය. අනෙක් අතට, ආයතනික අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමේ හැකියාවද ඇත. එබැවින් මානව සම්පත සමාජ සංවර්ධනයට දායක වේ.

(ලකුණු 06)

(b)

- සේවකයින්ගේ පක්ෂපාතිත්වය වැඩි දියුණු කිරීම
- සේවක පිරිවැටුම අඩු කිරීම
- සේවක නොපැමිණීම අවම කිරීම
- සේවක චිත්ත ධෛර්යය වැඩි කිරීම
- බඳවා ගැනීමේ කාර්යය වඩාත් සාර්ථකව සිදු කිරීමට (සුදුසු අයදුම්කරුවන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට)
- සේවක කාර්යක්ෂමතාවය සහ සඵලදායිත්වය වැඩි දියුණු කිරීම

(ලකුණු 04)
(මුළු ලකුණු 10)

හයවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 04 - අලෙවි කළමනාකරණය

(a)

1. අදාළ බව:

වෙළඳ නාමය ගනුදෙනුකරුගේ අවශ්‍යතාවලට අදාළව පදනම් විය යුතු ය. එයින් අදහස් වන්නේ සන්නාමී නාමය සහිත නිෂ්පාදනය ඒ මිලදී ගන්නා ගනුදෙනුකරුවන්ට අදාළ බවට සන්නිවේදනය විය යුතු බවයි. නිදසුනක් වශයෙන්, සිගරට්ටුවලට අදාළ සන්නමක් පාසල් දරුවන්ට සන්නිවේදනය වීම අහිතකර ය.

2. පැහැදිලි බව:

සන්නාමය විසින් සපයන පණිවිඩය පරිශීලකයාට ඉතා පැහැදිලි විය යුතු ය. භාෂාව, වචන භාවිතය, පණිවිඩය පිළිගත හැකි බව අනුව, පාරිභෝගිකයාට ධනාත්මක හැඟීමක් ඇති විය යුතු ය. උදාහරණයක් ලෙස, භාණ්ඩයක සන්නමක් පාරිභෝගිකයින්ට නිසි ලෙස තේරුම් ගත නොහැකි භාෂාවකින් යොදාගෙන නිර්මාණය කර ඇත්නම් එය සාර්ථක සන්නාමකරණයක් නොවේ.

3. සුසංයෝගය:

එනම් ගුණාත්මකභාවය, කල්පැවැත්ම සහ පාරිභෝගික වටිනාකම අනුව සමාන ලක්ෂණ පවතින නිෂ්පාදන සමූහයකට සන්නමක් භාවිත කිරීමයි. විවිධ නිෂ්පාදන කිහිපයක් සඳහා තනි වෙළෙඳ නාමය භාවිත කළ හැකි නමුත්, සන්නම තුළින් ගුණාත්මකභාවය වැනි පොදු ලක්ෂණයක් නිරූපණය කළ යුතු ය. උදාහරණයක් ලෙස, ප්‍රසිද්ධ වෙළෙඳ නාමයක් සහිත ඉලෙක්ට්‍රොනික නිෂ්පාදනයක් එකම වෙළෙඳ නාමය භාවිත කරමින් අලුතින් හඳුන්වා දුන් අඩු ගුණාත්මක නිෂ්පාදනයක් හඳුන්වා දී නව නිෂ්පාදනය අසාර්ථක වුවහොත්, එය කලින් ගොඩනගාගත් වෙළෙඳ නාමයට ද එමගින් හානි සිදු විය හැක.

4. ඉවසීම:

වෙළෙඳ නාමයෙන් ප්‍රතිලාභ ලබා ගැනීමට බොහෝ කාලයක් ගත වේ, මන්ද පාරිභෝගිකයින් අතර සන්නාමය හා එහි වටිනාකම වටහා ගැනීමට බොහෝ කාලයක් ගත වේ.

(ලකුණු 04)

(b)

- 1. එකාග්‍රතා වෙළෙඳපොල
- 2. විවිධාංගික / විභේදනය වූ වෙළෙඳපොල
- 3. විවිධාංගික නොවූ (විශාල) වෙළෙඳපොල

(ලකුණු 02)

(c)

1. සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රශස්තකරණය (SEO)

වෙබ් අඩවියක් තුළ යම් නිශ්චිත නිෂ්පාදනයක් ප්‍රමුඛතාවයේ පවත්වාගැනීමේ ක්‍රියාවලියයි. උදාහරණයක් ලෙස ඔබ Google හි යම් නිෂ්පාදනයක් සොයන විට එම නිෂ්පාදනය අනෙක් නිෂ්පාදනවලට වඩා ඉහළින් ශ්‍රේණිගතව පැවතීමයි. සෙවුම් යන්ත්‍රවලින් ලැබෙන ප්‍රතිඵලවල තම නිෂ්පාදිතය ඉහළින් ශේණිගතව පැවතීමයි සෙවුම් යන්ත්‍රවලින් ලැබෙන ප්‍රතිඵලවල තම නිෂ්පාදිතය ඉහළින් ශේණිගත කිරීමේ ක්‍රියාවලිය මෙම සෙවුම් යන්ත්‍ර ප්‍රශස්තකරණයයි. මෙමගින් ප්‍රතිලාභ ලබන නාලිකාවලට වෙබ් අඩවි, බ්ලොග් සහ තොරතුරු ග්‍රැෆික්ස් ඇතුළත් වේ.

2. සමාජ මාධ්‍ය අලෙවිකරණය

මෙමගින් ව්‍යාපාරයේ සන්නම ප්‍රචාරණය සහ නිෂ්පාදිත අන්තර්ගතය පිළිබඳ සමාජ මාධ්‍ය හරහා අවබෝධයක් ලබාදෙමින් ව්‍යාපාර ප්‍රවර්ධනය කරයි. සමාජ මාධ්‍ය අලෙවිකරණයේදී භාවිත කළ හැකි නාලිකාවලට ඇතුළත් වන්නේ:

- Facebook
- Twitter
- LinkedIn
- Instagram
- Snap chat
- Pinterest

3. අන්තර්ගත අලෙවිකරණය

වෙළෙඳනාමය පිළිබඳ දැනුවත්භාවය ඇති කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා ක්‍රමවේදයකි. අන්තර්ගත අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගයට සහය සපයන නාලිකා ලෙස බ්ලොග් සටහන්, විද්‍යුත්-පොත්, වයිට් පෙපර්, තොරතුරු චිත්‍රක (ග්‍රැෆික්ස්) දැක්විය හැකිය. මේවා මගින් වෙළෙඳනාමය පිළිබඳ දැනුවත්භාවය, පරිශීලකයන් වර්ධනය වීම හා ආයතනික විකුණුම් ධාරිතාව වැඩි කර ගත හැකි ය.

4. Pay Per Click (PPC)

මෙම ක්‍රමය මගින් දැන්වීම් ක්ලික් කරන සෑම අවස්ථාවකම පරිශීලකයා ඊට අදාළ වෙබ් අඩවියට ගමන් කිරීම සිදුවේ. දැන්වීම් ප්‍රකාශකයාට දැන්වීම ක්ලික් කරන සෑම අවස්ථාවක ම ගෙවීමක් සිදු වේ.

වර්තමානයේ වඩාත් ජනප්‍රිය ම PPC ක්‍රමය වන්නේ Google Ads. මේ සඳහා භාවිත කළ හැකි අනෙකුත් නාලිකාවලට ඇතුළත් වන්නේ: ෆේස්බුක්හි ගෙවීම් දැන්වීම්, Twitter දැන්වීම් ප්‍රචාරණය, LinkedIn හරහා අනුග්‍රහක පණිවිඩ යැවීම යනාදියයි.

5. අලෙවිකරණ ස්වයංක්‍රීයකරණය

අලෙවිකරණ ස්වයංක්‍රීයකරණය යනු මූලික අලෙවිකරණ මෙහෙයුම් මෘදුකාංගයක් හරහා ස්වයංක්‍රීයව සිදු කිරීමයි. බොහෝ අලෙවිකරණ දෙපාර්තමේන්තුවලට ඔවුන් අතින් සිදු කරන පුනරාවර්තන කාර්යයන් ස්වයංක්‍රීයව කළ හැකිය. එනම්: විද්‍යුත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර, සමාජ මාධ්‍ය උපලේඛනගත කිරීම, ව්‍යාපාර ලුහුබැඳීම සහ වාර්තා කිරීම යනාදී ය.

6. විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණය

සමාගම් ඔවුන්ගේ පාරිභෝගිකයන් සමඟ සන්නිවේදනය කිරීමේ මාර්ගයක් ලෙස විද්‍යුත් තැපැල් අලෙවිකරණය භාවිත කරයි. විද්‍යුත් තැපැල බොහෝ විට නිෂ්පාදිත අන්තර්ගතය, වට්ටම් ප්‍රවර්ධනය කිරීම මෙන් ම ව්‍යාපාරික වෙබ් අඩවි වෙත පුද්ගලයන් යොමු කර ගැනීම සඳහා භාවිත කරයි.

7. මාර්ගගත පෞද්ගලික නියෝජනය (Online PR)

ඔන්ලයින් පෞද්ගලික නියෝජනය යනු ඩිජිටල් ප්‍රකාශන, බ්ලොග් සහ අනෙකුත් අන්තර්ගතයන් පදනම් කරගත් වෙබ් අඩවි මාර්ගගතව සුරක්ෂිත කිරීමේ ක්‍රමවේදයකි. එය බොහෝ දුරට සාම්ප්‍රදායික වන නමුත් මාර්ගගත අවකාශයේ සිදු කරනු ලබයි.

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 10)

B කොටසෙහි අවසානය

හත්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 02 (iv) - මෙහෙයවීමේ ක්‍රියාවලිය (නායකත්වය සහ අභිප්‍රේරණය)

(a)

1. අන් අයව ප්‍රබෝධමත් කිරීම සහ අභිප්‍රේරණය කිරීම
2. ඉහළ අඛණ්ඩතාව සහ අවංකභාවය විදහා දැක්වීම
3. ගැටලු විශ්ලේෂණය කිරීම හා ඒවා විසඳීම
4. ප්‍රතිඵල කරා හඹායෑම
5. බලවත්ව හා බහුලව සන්නිවේදනය කිරීම
6. සබඳතා ගොඩනගා ගැනීම
7. තාක්ෂණික / වෘත්තීය විශේෂඥතාව විදහා දැක්වීම
8. උපාය මාර්ගික දෘශ්ටිකෝණයක් පෙන්වීම
9. අන් අයව සංවර්ධනය කිරීම
10. නව්‍යකරණය ඇති කිරීම

(ලකුණු 04)

පරිච්ඡේදය 02 (iv) - මෙහෙයවීමේ ක්‍රියාවලිය (නායකත්වය සහ අභිප්‍රේරණය)

(b)

ද්විත්ව සාධක න්‍යායට අනුව, සේවකයින් ඔවුන්ගේ තෘප්තිය තීරණය කරන වෙනස් වූ සාධක දෙකකට මුහුණ දෙයි. එවා නම් ස්වස්ථතා සාධක සහ අභිප්‍රේරක සාධක වේ. "ට්‍රයල්" සමාගම තුළ, ජීවන වියදම සහ දේශීය මුදලේ ක්ෂයවීම් මත පදනම්ව සමාගම සේවකයන්ට අමතර දීමනාවක් ගෙවන අතර ආහාර සහ ප්‍රවාහනය නොමිලයේ ලබා දෙන බැවින් සේවකයින් දිරිමත් කිරීමට ස්වස්ථතා සාධක යොදා ගනී. එසේම, සුසන්න විශ්වාස කරන පරිදි, සේවකයින්ට නිදහස ලබා දීම, අභියෝගාත්මක වැඩ, වෘත්තීය දියුණුව සහ සවිබල ගැන්වීම වැනි අභිප්‍රේරණ සාධක භාවිත කිරීමෙන් අභිප්‍රේරණය වැඩි වන අතර එමඟින් ධනාත්මක ලෙස ඵලදායිතාවය වැඩි වේ.

මෙම න්‍යායට අනුව අභිප්‍රේරක සේවකයෙකු යනු වැඩි තෘප්තියක් සහ අතෘප්තිය අඩු තැනැත්තා ය. "ට්‍රයල්" සමාගමට සේවකයන් ගේ අතෘප්තිය අවම කිරීමට ස්වස්ථතා සාධකවන වැටුප්, සේවා කොන්දේසි, රැකියා සුරක්ෂිතභාවය, අධීක්ෂණය සහ රැකියාවේ අන්තර් පුද්ගල සම්බන්ධතා යහපත්ව පවත්වා ගැනීම භාවිත කල හැකිය.

(ලකුණු 06)

පරිච්ඡේදය 04 - අලෙවි කළමනාකරණය

(c)

■ **භූගෝලීය ඛණ්ඩනය** - වෙළෙඳපොළ පිහිටීම, දේශගුණික තත්ත්වයන් සහ වෙනත් භූ විද්‍යාත්මක සාධක මත පදනම්ව වෙළෙඳපොළ කුඩා කොටස්වලට බෙදීමයි. උදාහරණයක් ලෙස, බැංකු සහ මූල්‍ය සමාගම් පළාත් පදනම් ශාඛා සහ සුපිරි ශේණියේ නගර ශාඛා ලෙස සිදු කරන ඛණ්ඩනය දැක්විය හැකි ය.

■ **මනෝවිද්‍යාත්මක (ජීවන ශෛලීය පදනම් කරගත්) ඛණ්ඩනය** - ගනුදෙනුකරු සහ ඔවුන්ගේ ජීවන රටාව අවබෝධ කර ගනිමින් ගනුදෙනුකරුවන්ගේ විවිධ ජීවන රටාවන් මත පදනම්ව වෙළෙඳපොළ කොටස් කිරීමයි. යම් විශේෂිත නිෂ්පාදනයක් භාවිත කරමින් ගනුදෙනුකරුවන් තමා තෘප්තිමත් වන ආකාරය පිළිබඳව ව්‍යාපාරය විසින්ම විශ්ලේෂණයක් සිදු කිරීම සිදු වේ. උදාහරණයක් ලෙස සන්නාම් ගත නිෂ්පාදන සොයන පුද්ගලයින් සැලකුවහොත් ඔවුන් භාවිත කරන මිල අධික වාහන ආදිය ඉහළ මට්ටමේ නිෂ්පාදන පරාසයන් මගින් ඉලක්ක කළ හැකි ය.

■ ප්‍රජා විද්‍යාත්මක බණ්ඩනය - ජනගහන ව්‍යුහය මත පදනම්ව ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය, වයස් ව්‍යුහය, අධ්‍යාපන මට්ටම, සමාජීය හා සංස්කෘතික විශ්වාසයන් වැනි අංග අනුව වෙළෙඳපොළ වර්ගීකරණය කළ හැකි ය. උදාහරණයක් ලෙස පුජා ස්ථානයක් ආසන්නයේ ස්වභාවික මල් වෙළෙන්දෙක් සැලකිය හැකි ය. එසේම බැංකු මගින් වයස්ගත පුද්ගලයින් සඳහා විශේෂ ඉතුරුම් යෝජනා ක්‍රමයක් ලබාදීම සලකා බැලිය හැක.

■ වර්ගීකරණ බණ්ඩනය - පාරිභෝගිකයා භාණ්ඩ මිලදී ගන්නේ කුමන අරමුණක් සඳහාද කොපමණ කාලයකට වරක් මිලදී ගැනීමේ සිදු කරන්නේද, කොපමණ ප්‍රමාණයක් මිලදී ගන්නේද වැනි පාරිභෝගිකයාගේ වර්ගීකරණ අවබෝධ කරගෙන ඒ මත බණ්ඩනය කිරීමයි. උදාහරණයක් ලෙස, පෙප්සි සමාගම එහි නිෂ්පාදිත භාවිත කරන අවස්ථාව හා ආකාරය අනුව පදනම්ව කුඩා, මධ්‍යම, මෙහා සහ පවුලේ ඇසුරුම වැනි විවිධ පැකේජවල සිසිල් බීම සපයයි.

(ලකුණු 04)

පරිච්ඡේදය 07 - උපායමාර්ගික කළමනාකරණය

(d)

1. නව්‍යත්වය

උපාය මාර්ගයේ නව්‍යත්වය ඇතිවන්නේ නිර්මාණශීලී උපාය මාර්ග සැකසීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙනි. ඒවා පෙර යොදාගත් ක්‍රම නොවන අතර සෑම විට ම නව/නව්‍ය අදහස් මත පදනම් වේ. නව්‍යත්වයක් නොමැති නම් තරගකරුවන් උපාය මාර්ගය අනුකරණය කිරීමේ ඉහළ සම්භාවිතාවක් ඇත. එබැවින්, උපාය මාර්ගය පොදු නොවූ හා තරගකරුවන්ගෙන් වෙන්කොට හඳුනා ගැනීම සඳහා නවකතාවක් / නිර්මාණාත්මක කොටසකින් සමන්විත විය යුතු ය.

2. රහසිගතව උපාය යෙදීම

උපායමාර්ගයේ ප්‍රධාන සාධකය වන්නේ එය සෑම විට ම ක්‍රියා පටිපාටි සම්බන්ධයෙන් තරගකරුවන් කෙරෙහි උනන්දුවක් ඇති කිරීමයි. කළමනාකරුවන් විසින් ආයතනික උපායමාර්ගයන් හෙළිදරව් නොවීම සඳහා ක්‍රියා පටිපාටි නිර්මාණයේදී එය පෞද්ගලිකභාවයෙන් යුතු ක්‍රියාවක් සේ සැලකිය යුතු ය.

3. බුද්ධිමත් බව

උපාය මාර්ග විශිෂ්ට හා බුද්ධිමත් ආකාරයෙන් නිර්මාණය කළ යුතු ය. මක්නිසාද බුද්ධිමත් උපායමාර්ගයකට සංවිධානයට තීරණය වූ වාසි ලබා ගත හැකි ය.

4. වාටු හෝ රැවටීලි සහගත බව

උපාය මාර්ග නොමග යවන සුලු ලක්ෂණ වලින් යුක්ත වේ. එසේ ම එමගින් ඉලක්ක තරගකරුවන් නොමග යැවිය හැකි විය යුතු අතර එය ආචාරධර්ම ලෙස සිදු කළ යුතු ය. නමුත් නොමග යවන සුලු සාධකය යොදාගන්නා විට එය සීමාවෙන් පිටතට නොයැවීමට ප්‍රවේශම් විය යුතු ය. එසේ ම පුද්ගලයින් සදාචාරාත්මක නොවන ලෙස නොමග නොයැවිය යුතු ය.

5. පිරිවැය ඵලදායීතාවය

උපාය මාර්ගවලට සෑම විට ම ලාභ සම්ප්‍රේෂණයට ලඟා වීමට හැකි විය යුතු අතර ම වැය කරන ලද ආයෝජන පිරිවැය මත හොඳ ප්‍රතිලාභයක් ඇති කිරීමට ද එයට හැකි විය යුතු ය.

(ලකුණු 06)

(e)

1. සේවකයන්ට විවෘත වීම

සුසන්න ඇතුළු “ට්‍රයල්” හි කළමනාකාරිත්වය මේ වෙනස ගැන දැනගත් විගස ඒ සඳහා සේවකයන් පුහුණු කළ යුතු ය. එසේම, වෙනස ගැන කල්තියා සේවකයින් දැනුවත් කළ යුතු ය.

2. සන්නිවේදන මාර්ග විවෘතව තබා ගැනීම

දෛනිකව සහ නිතර ම සිදුවන වෙනස පිළිබඳ සුසන්න සන්නිවේදනය කළ යුතු ය. සේවකයින්ට ද ද්වි-මාර්ග සන්නිවේදනයේ නිරත වීමට අවස්ථාව ලබා දිය යුතු ය.

3. වගවීමට ඉඩ දීම සැලැස්වීම

සියලු ම පාර්ශ්වයන්ට පියවරක් ඉදිරියට තැබීමට වගවීමක් සිදුවන බව තේරුම් ගැනීම ඉතා වැදගත් වේ.

4. යථාර්ථවාදී වීම

සෑම විට ම වෙනස හා බාධා පිළිබඳ යථාර්ථවාදී විය යුතු ය.

5. අධ්‍යාපනය

මෙම උපායමාර්ගය තුළ කළමනාකාරිත්වය විසින් ශ්‍රම බලකාය අතර වෙනසෙහි අවශ්‍යතාවය පිළිබඳව දැනුවත් කළ යුතු ය.

6. කතිකාවන් හා එකඟවීම

මෙම උපාය මාර්ගය තුළින් ඉතා වැදගත් තීරණාත්මක අවස්ථාවන්හිදී කාර්ය මණ්ඩල නියෝජිතයින් සහ කළමනාකාරිත්වය අතර එකඟතාවයන්ට එළඹීම ඇතුළත් වේ. එකඟතාවයට පත් වූ විට කාර්ය මණ්ඩලය වෙනස ක්‍රියාත්මක කිරීමට පුරුණ සහාය ලබා දේ.

7. මෙහෙයවීම සහ සහයෝගය

වෙනසට බාධා ඇති කළ හැකි අයුරුන් පුද්ගලයන්ව නොමග යවන සුලු තොරතුරු ප්‍රකාශයට පත් වීම පාලනය කිරීම මෙහිදී සිදු වේ. උදාහරණයක් ලෙස සුසන්නට වෙනසට බාධා කරන පුද්ගලයින් හඳුනාගෙන, ඔවුන් හට වෙනස ක්‍රියාත්මක කිරීමට අදාළව ඇති විවිධ අධිකාරී බලයන් සහිත තනතුරු ලබා දීමෙන් වෙනස ඇති කිරීමට ඔවුන් යොදා ගත හැකි ය.

8. පහසුකම් සැලසීම සහ සහාය ලබා දීම

පහසුකම් සැලසීමේදී සහ සහාය ලබා දීමේදී බිය සහ ව්‍යාකූලත්වය අවම කර ගැනීමට උපදේශනය සහ පුහුණුව වැනි ශිල්පීය ක්‍රම තිබේ.

9. සහභාගීත්වය සහ සම්බන්ධ වීම

සහභාගීත්ව උපාය මාර්ගයේදී, කළමනාකාරිත්වය විසින් වෙනස් කිරීමේ ක්‍රියාවලිය සඳහා සේවක මණ්ඩලයේ සහභාගීත්වය ගත යුතු ය. ඔවුන් ඉවත් කළහොත්, සේවක මණ්ඩලය අදාළ කාර්යයන් වලට බාධා කිරීමට පටන් ගනී. එබැවින් කළමනාකාරිත්වය කාර්ය මණ්ඩලයේ උපදෙස් ලබා ගෙන ඔවුන් වෙනස් වීමේ ක්‍රියාවලියේ පාර්ශ්වකරුවන් බවට පත් කර ගත හැකි ය.

(ලකුණු 05)

(මුළු ලකුණු 25)

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 questions 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, design 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 and stay relevant in the art of answering questions at examination level.



© 2021 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)