



ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය

අදියර II විභාගය - 2023 ජනවාරි

යෝජිත උත්තර

**(204) ව්‍යාපාර කළමනාකරණය (BMA)**

ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය  
නො. 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  
අදියර II විභාගය - 2023 ජනවාරි  
(204) ව්‍යාපාර කළමනාකරණය  
යෝජිත පිළිතුරු

(මුළු ලකුණු 25 කි)

A කොටස

පළමුවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

1.1 (2)

1.2 (2)

1.3 (1)

1.4 (4)

1.5 (4)

1.6 නිත්‍යානුකූල බලය

1.7 නිෂ්පාදිත

1.8 වගවීම

1.9 පාරිභෝගිකයා ගේ පෞද්ගලිකත්වය ආරක්ෂා කිරීම

1.10 රැකියාවේ වටිනාකම

(එකකට ලකුණු 02 බැගින් මුළු ලකුණු 10 කි)



(එකකට ලකුණු 01 බැගින් මුළු ලකුණු 05 කි)

1.11 සන්නම්කරණය වැදගත් වීමට හේතු

- සන්නම්කරණය පිළිගැනීම දෙසි
- සන්නම්කරණය ව්‍යාපාරයේ වටිනාකම වැඩි කරයි
- සන්නම්කරණය නව පාරිභෝගිකයන් උත්පාදනය කරයි
- සේවක අභිමානය සහ කාර්යක්ෂමත්වය වැඩි දියුණු කරයි
- වෙළෙඳපොළ තුළ විශ්වාසය ඇති කරයි

(ලකුණු 02 යි)

**1.12 ප්‍රතිප්‍රේරණය / අභිප්‍රේරණය නොවූ සේවකයෙකුගේ ලක්ෂණ**

- 1 රැකියාව පිළිබඳ කැපවීමක් නොමැතිකම
- 2 අඛණ්ඩ ප්‍රමාදය හෝ නොපැමිණීම
- 3 උපදෙස්වලට අවනත වීමට ඇති කැමැත්ත අඩු බව
- 4 ගැටලු නිර්මාණය කිරීම සහ කටකතා පතුරුවා හැරීම
- 5 ඵලදායීතාව සහ කාර්යක්ෂමතාව නැතිවීම
- 6 පුද්ගලික වර්ධනය සහ ආයතනික වර්ධනය සඳහා උනන්දුවක් නොමැතිකම
- 7 රැකියාවේ වින්දනය සහ ආශාව පිළිබඳ දෘශ්‍යමාන ලකුණක් නොමැතිකම

(ලකුණු 02 යි)

**1.13 සංවිධානයක් විසින් බාහිරින් සේවකයන් බඳවා ගැනීමට වඩා අභ්‍යන්තරයෙන් සේවකයන් බඳවා ගැනීමට නැඹුරු වීමට හේතු**

- 1 සේවක විත්ත දෛර්යය වැඩි දියුණු කරයි
- 2 අඩු පිරිවැය
- 3 වත්මන් සේවකයින් දිරිමත් කරයි
- 4 අඩු කාලයක් ගත වීම
- 5 හොඳ ශ්‍රම-කළමනාකරණ සම්බන්ධතාවයක් පවත්වා ගැනීමට උපකාරී වේ
- 6 සුදුසු සේවකයින් රඳවා තබා ගැනීමේ හැකියාව

(ලකුණු 02 යි)

**1.14 සඵලදායී බණ්ඩනය සඳහා අවශ්‍යතාවන්**

- 1 මැනිය හැකි බව
- 2 ළඟා කරගත හැකි බව
- 3 ප්‍රමාණවත් බව
- 4 වෙන්කොට හඳුනාගත හැකි බව
- 5 ක්‍රියාකාරී බව

(ලකුණු 02 යි)

**1.15 ව්‍යාපාර ක්‍රියාවලි ප්‍රති ඉන්ජිනේරුකරණයේ ප්‍රධාන ලක්ෂණ**

- 1 රැකියා කිහිපයක් එකකට ඒකාබද්ධ වේ.
- 2 තීරණ ගැනීම සේවකයින් ගේ රැකියාවේ කොටසක් බවට පත් වීම (සේවකයින් සවිබල ගැන්වීම).
- 3 ක්‍රියාවලියේ අදියරය ස්වාභාවික පිළිවෙලකට සිදු කිරීම හා කාර්යය කිහිපයක් එකවර ඉටු කිරීම.
- 4 ක්‍රියාවලින් විවිධ ස්වරූපයෙන් යුතු වීම. මෙමගින් මහා පරිමාණ නිෂ්පාදන මගින් පරිමාණුකුල ඵල ශක්තිමත් කරන අතර ම භාණ්ඩ සහ සේවා පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවය අනුව නිපදවයි.
- 5 කාර්යය වඩාත් ම ගැලපෙන අවස්ථාවේ දී ඉටු කිරීම.
- 6 අගය එකතු නොකරන කාර්යයන් අවම කිරීම පාලනය කිරීම හා පරීක්ෂාවන් සිදුකිරීම.

- 7 බාහිර සම්බන්ධතා ලක්ෂයන් අවම කිරීම හා වෙනත් ආයතන සමග සම්මුතීන් ඇතිකර ගැනීම තුළින් බාහිර පාර්ශ්වයන් සමග සිදුවිය යුතු සමාදානයන් අඩුවීම.
- 8 එක් සම්බන්ධතා ඒකකයක් පාරිභෝගිකයන්ට ලබාදීම.
- 9 මෙහෙයුම් කටයුතුවලදී මධ්‍යගතකරණයේ හා විමධ්‍යගතකරණයේ සම්මිශ්‍රනයක් භාවිත කිරීම.

(ලකුණු 02 යි)

(මුළු ලකුණු 25 යි)



A කොටසෙහි අවසානය

**දෙවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

**පරිච්ඡේදය 01 - කළමනාකරණය හැඳින්වීම සහ විවිධ කළමනාකරණ දර්ශනයන්**  
**පරිච්ඡේදය 07 - උපායමාර්ගික කළමනාකරණය**

**(a)**

**1 ඩිජිටල් පරිවර්තනය (Digital Transformation)**

ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් අතරතුර එක් එක් තාක්ෂණික කොටස් ඒකාබද්ධ වී ඇති ආකාරය සලකා බලන කල ඩිජිටල් පරිවර්තනය ව්‍යාපාර කටයුතු සුමට ව සිදුවන බව සහතික කිරීම සඳහා තීරණාත්මක විය හැකිය.

**2 වලාකුළු විකල්පයන් (Cloud Solutions)**

වලාකුළු විකල්පයන් දත්ත ආරක්ෂාව සහ ප්‍රවේශයේ පහසුවෙහි සැලකිය යුතු වාසි ඇත. කෙසේ වෙතත්, ඒවා වෙනස් ආකාරයකින් නිර්මාණය කර ඇති අතර ඒවා ව්‍යාපාරික මෙහෙයුම්වලට ඒකාබද්ධ කිරීමේ දී පැහැදිලි උපාය මාර්ග අවශ්‍ය වේ. වලාකුළු ව්‍යාපාරික මෙහෙයුම් සමග ඒකාබද්ධ කිරීම අභියෝගාත්මක ය. දත්ත කාන්දු වීමක් සිදුවුවහොත් එය සයිබර් ප්‍රහාරකට ලක් වීමට හේතු විය හැක.

**3 දත්ත ආරක්ෂාව (Data Security)**

දත්ත උල්ලංඝනය කිරීම දත්ත ආරක්ෂාවට ඇති මූලික තර්ජනයකි. එය ව්‍යාපාරයක මූල්‍ය තත්ත්වයට සහ තරගකාරී වාසි ලබා ගැනීමට බලපායි. එබැවින් අද ලෝකයේ සයිබර් ආරක්ෂාව වඩාත් අභියෝගාත්මක වේ.

**4 ස්වයංක්‍රීයකරණය (Automation)**

නිෂ්පාදන කර්මාන්ත ක්‍රියාවලිය වේගවත් කිරීමට, නිෂ්පාදන පිරිවැය අඩු කිරීමට සහ සේවක ආරක්ෂාව වැඩි කිරීමට ස්වයංක්‍රීය මෙවලම් භාවිත කරයි. නව ස්වයංක්‍රීය මෙවලම් හඳුන්වා දීම ආයතනවල සාමාන්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයට බලපායි. නවීන තාක්ෂණය භාවිත කරන ආකාරය ඉගෙන ගැනීමට සේවකයින්ට කාලය ගත විය හැකිය.

**5 අනුකූල වීම (Compliance)**

අනුකූලතා අවශ්‍යතා ආයතනයේ ප්‍රමාණය, කර්මාන්තය ආදිය මත පදනම්ව වෙනස් වේ. තවද නිශ්චිත තාක්ෂණයට අනුකූල වීම සඳහා, රෙගුලාසි මගින් ව්‍යාපාර මෙහෙයුම් වසා දැමිය හැකි දඩ මුදල් ගෙවීමට හේතු වේ.

**6 ඒකාබද්ධ කිරීම සහ වැඩිදියුණු කිරීම (Integration & Upgrades)**

ඩිජිටල් පරිවර්තනයේ දී ඒකාබද්ධ කිරීම සහ වැඩිදියුණු කිරීම් ඉතා වැදගත් වේ. නව තාක්ෂණික යටිතල ව්‍යුහයන් වැඩිදියුණු කිරීම සහ ඒකාබද්ධ කිරීම සැමවිට ම සාර්ථක නොවිය හැක.

**7 කෘතීම බුද්ධිය (AI) සහ යන්ත්‍ර ඉගෙනීම (Artificial Intelligence (AI) and Machine learning)**

කෘතීම බුද්ධිය සහ යන්ත්‍ර ඉගෙනීම යනු ස්වයංක්‍රීය මෙවලම්වල ක්‍රියාකාරීත්වය පිටුපස ඇති ක්‍රියාවලි වේ. නිශ්චිත කාර්යයන් ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා කෘතීම බුද්ධිය භාවිත කිරීම කෙරෙහි ව්‍යාපාර අවධානය යොමු කරයි. නිශ්චිත ආයතන සඳහා නිවැරදි කෘතීම බුද්ධිය සොයා ගැනීම සහ යන්ත්‍ර ඉගෙනීම අභියෝගාත්මක ය.

(ලකුණු 04 යි)

(b)

- 1 පුරුද්දෙන් ඇති වූ ක්‍රම වෙනුවට කාර්යයන්වල විද්‍යාත්මක අධ්‍යයනය මත පදනම්ව විද්‍යාත්මකව ක්‍රම ලබා දීම
- 2 සේවක බඳවා ගැනීම් සහ තෝරා ගැනීම් විද්‍යාත්මකව සිදු කිරීම
- 3 විද්‍යාත්මකව සංවර්ධිත ක්‍රම සේවකයන් භාවිත කරන බව සහතික වීම
- 4 කළමනාකරුවන් සහ සේවකයින් අතර කාර්යය සහ වගකීම සමාන ව බෙදා දීම

(ලකුණු 02 යි)

(c)

**1 උපායමාර්ගය අනාගතය සඳහා සංවිධානයක් සුදානම් කිරීමට උපකාරී වේ**

උපායමාර්ගය ඉදිරි දැක්මක් වන අතර එම නිසා එය කෙටි කාලීන ව හැර වෙනත් දේ කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමට සංවිධානයට උපකාර කරයි.

**2 එය සංවිධානයක් අන් අයගෙන් වෙන්කර හඳුනා ගැනීමට උපකාරී වේ**

උපායමාර්ගය ආයතනයකට එහි අද්විතීය වත්කම් සහ විශේෂාංග කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමට සහ ඒවා අර්ථවත් ආකාරයකින් ගවේෂණය කිරීමට උපකාරී වේ. එහි තරගකරුවන්ට වඩා යම් වෙනසක් නොමැතිනම් පාරිභෝගිකයින්ට යම් සංවිධානයක් සඳහා තෝරා ගැනීමට හේතුවක් නැත.

**3 එය සංවිධානයකට යම් ස්ථාවරත්වයක් සපයයි**

සංවිධානවලට යම් මග පෙන්වීමක් සහ ස්ථාවරත්වයක් අවශ්‍ය වන අතර උපාය මාර්ගයෙන් සපයන්නේ එයයි.

**4 උපායමාර්ගය පොදු නිර්දේශ රාමුවක් ලෙස ක්‍රියා කරයි**

තත්ත්වයන් වෙනස් වුවද උපායමාර්ගය සංවිධානයකට පොදු නිර්දේශ රාමුවක් ලබා දෙයි.

**5 එය අභ්‍යන්තර සහ බාහිර පෙළගැස්ම සඳහා සහාය වේ**

සංවිධානයක් විසින් සැලකිල්ලට ගත යුතු වැදගත් ම අභ්‍යන්තර හා බාහිර සාධක පිළිබඳ ඒකාබද්ධ දළ විශ්ලේෂණයක් උපාය මාර්ගය සපයයි. එය සංවිධානය අභ්‍යන්තරව හා බාහිරව පෙළගැස්වීමට උපකාරී වේ.

**6 එය සංවිධානාත්මක ක්‍රියාවන්ට මග පෙන්වයි**

එය සංවිධානයක් කරන දෙයට මග පෙන්වීමක් ලබා දෙයි. එවැනි මග පෙන්වීමක් නොමැතිව සංවිධානය දේවල් වැරදි ආකාරයෙන් සිදු කරනු ලබයි.

**7 උපායමාර්ගය ව්‍යාපාරයේ නිපුණතා සහ සම්පත් පදනම වර්ධනය කිරීමට උපකාරී වේ**

නිශ්චිත ඉලක්කයක් සපුරා ගැනීම සඳහා ඕනෑ ම උපාය මාර්ගයක් ක්‍රියාත්මක කිරීමට නිපුණතා සහ සම්පත් අවශ්‍ය වේ. වෙනත් තරගකාරී ආයතනවලට අනුකරණය කළ නොහැකි අවශ්‍ය මූලික නිපුණතා සහ සම්පත් වර්ධනය කිරීමට උපාය මාර්ගය උපකාර වේ.

**8 උපායමාර්ගය ව්‍යාපාරික දිශාව සහ විෂය පථය නිර්වචනය කරයි**

උපායමාර්ගය ව්‍යාපාරය ක්‍රියාත්මක වීමට නියමිත කර්මාන්ත සහ වෙළෙඳපොළ පරාසය නිර්වචනය කරයි.

**9 උපාය මාර්ග සම්පත් යෙදවීමට උපකාරී වේ**

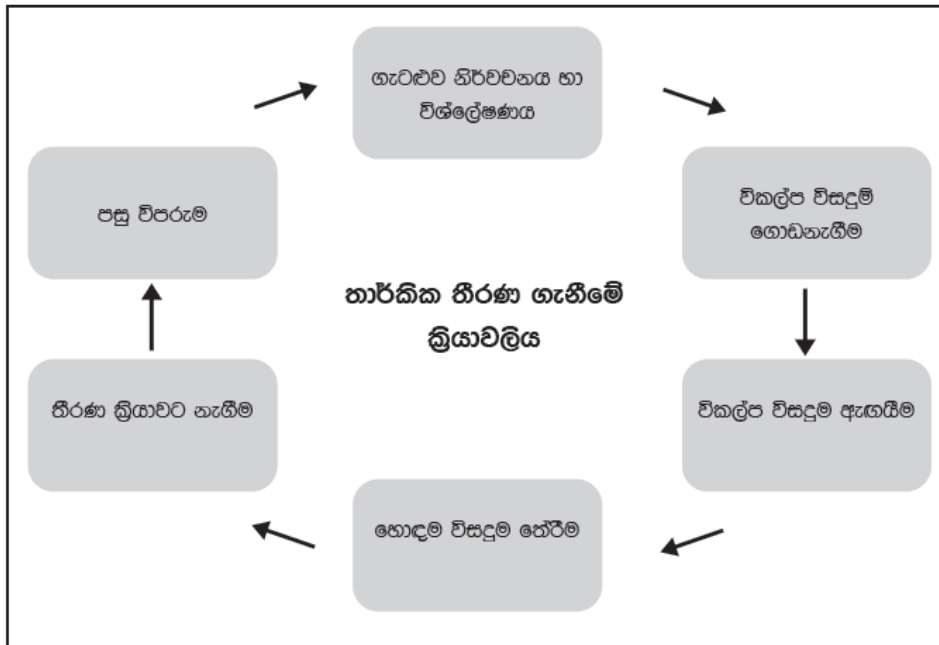
උපායමාර්ගය යනු සංවිධානයක සම්පත් තරගකාරී ව්‍යාපාරික ක්ෂේත්‍රවලට යෙදවීමේ ක්‍රමයකි.

(ලකුණු 04 යි)  
(මුළු ලකුණු 10 යි)

**තුන්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

(a)

**පරිච්ඡේදය 02 (i) - ආයතනික තීරණ ගැනීම**



(ලකුණු 03 යි)

**පරිච්ඡේදය 02 (ii) - සංවිධාන සැලසුම්කරණය**

(b)

**උපාය මාර්ගික සැලසුම්කරණය**

සම්පූර්ණ සංවිධානය ම ආවරණය වන පරිදි දිගුකාලීන (අවු 05ට වඩා වැඩි) සැලසුම්කරණයක් මින් අදහස් වේ. ඉහළ කළමනාකාරීත්වය උපායමාර්ගික සැලසුම් සකස් කිරීමට සම්බන්ධ වේ. එසේ උපක්‍රමික අරමුණු වෙත ලඟා වීම උදෙසා සංවිධානයේ සම්පත් විභජනය/ බෙදාහැරීම, කාර්යයන් ප්‍රමුඛතාකරණය යන ක්‍රියාවන්ට අදාළ වූ පොදු සැලැස්මක් ලෙස මෙම උපායමාර්ගික සැලසුම් හඳුනාගත හැක.

**උපායක්‍රමික සැලසුම්කරණය**

ඉහළ සහ මධ්‍යම මට්ටම්වල කළමනාකරුවන් එක්ව උපායමාර්ගික සැලසුම් කළමණාකරණය කළ හැකි සැලසුම්වලට වෙන්කර දක්වනු ලබන අතර ඒවා කෙටිකාලීන සහ මධ්‍යකාලීන සැලසුම් වේ. උපායක්‍රමික සැලැස්මක් එක් එක් අංශය තුළ පහළ මට්ටමේ ඒකක කළ යුතු දේ, ඔවුන් එය කළ යුතු ආකාරය සහ එක් එක් මට්ටම් භාරව සිටින්නේ කවුරුන්ද යන්න පිළිබඳ ව සැලකිලිමත් වේ.

උපායක්‍රම යනු උපාය මාර්ගයක් ක්‍රියාත්මක කිරීමට සහ එය ක්‍රියාවට නැංවීම තුළින් එම උපායන් සිදුවන බව තහවුරු කරන කාර්යයකි.

**මෙහෙයුම් සැලසුම්කරණය**

මෙහෙයුම් සැලසුම්කරණය මඟින් සංවිධානයේ පුළුල් හෝ උප ඒකකයක අරමුණු සහ පරමාර්ථ උපකල්පනය කරන අතර ඒවා සාක්ෂාත් කර ගැනීමට මාර්ග නියම කරයි. මෙහෙයුම් සැලසුම් කිරීම යනු උපායමාර්ගික සහ උපායක්‍රමික සැලසුම් සඳහා සහාය වන නිශ්චිත ක්‍රියාකාරී පියවරයන් සංවර්ධනය කිරීම සඳහා සැලසුම් කර ඇති කෙටි පරාසයක (වසරකට අඩු) සැලසුම්කරණයකි.

(ලකුණු 04 යි)

**පරිච්ඡේදය 02 (ii) - සංවිධාන සැලසුම්කරණය**

(c)

**1 අවිනිශ්චිත බාධක මැඩපැවැත්වීම**

ව්‍යාපාරයේ නායකයන් අවිනිශ්චිතභාවය මගහරවා ගැනීම සඳහා අවසාන ප්‍රතිඵල හඳුනාගෙන ද්වි-මාර්ග විවෘත සන්නිවේදනය පවත්වා ගත යුතුය.

**2 නායකත්වය ලබා දීම**

සංවිධානය තුළ සාර්ථකය දිශාව සහ වේගය නිර්වචනය කරන සැලසුම් වඩා හොඳින් සැලසුම් ක්‍රියාත්මක කිරීමට ඵලදායී නායකත්වය වැදගත් වේ. සැබෑ නායකයන් අන් අයට අනුගමනය කිරීමට ආදර්ශ සපයයි.

**3 වෙනස් වීමේ ක්‍රියාවලිය කළමනාකරණය**

සැලසුම් ඵලදායී ලෙස ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා මෙන් ම බලාපොරොත්තු වන පරිදි අන්‍යයන්ගේ සහාය ලබා ගැනීම සඳහා ඵලදායී වෙනස්වීමේ කළමනාකරණය ඉතා වැදගත් වේ.

**4 සම්පත් ප්‍රමාණවත් නොවීමේ බාධක මග හරවා ගැනීම**

සංවිධානය විසින් සම්පත් සීමිත වීමට හේතු සාධක වන කරුණු හඳුනාගත යුතු අතර සමස්ත සංවිධානය සඳහා ම සැලසුම්කරණය බල පැවැත්වෙන හෙයින් සංවිධානය තුළින් ම සැලසුම්කරණය සඳහා අවශ්‍ය සම්පත් සොයා ගත යුතුය. එසේ නොමැතිනම් සම්පත් ලබාගැනීමේ ක්‍රමවේදයක් සකස් කළ යුතුය.

**5 ප්‍රතිකරණය නොමැති වීම සහ විශ්ව සන්නිවේදන බාධා මැඩ පැවැත්වීම**

සංවිධානයේ සියලු ම පාර්ශ්වයන් වෙත සැලසුම්කරණයේ ඉලක්ක සහ අරමුණු ඵලදායී ලෙස සන්නිවේදනය කළ යුතුය. එසේ ම ක්‍රියාවලිය සිදුවන ආකාරය සහ අත්කර ගෙන ඇති දේ පිළිබඳව නිරන්තරයෙන් යාවත්කාලීන තොරතුරු ඔවුන් වෙත සැපයීම ඉතා වැදගත් වේ.

**6 අභිප්‍රේණය, විත්ත ධෛර්යය සහ ඵලදායීතා බාධක මැඩ පැවැත්වීම**

සංවිධානයේ අධ්‍යක්ෂවරු සහ විධායක කළමනාකරුවන් නම්‍යශීලී තීරණ ගැනීමට ඉඩ දීමෙන් සහ සේවකයන්ට පාරිතෝෂිත ලබා දීම හා ඔවුන්ට සහාය වීමෙන් ආයතනයේ ප්‍රතිඵල ලගාකර ගැනීම



සඳහා වගකීම් ගත යුතුය. සේවකයින් තීරණ ගැනීමට සම්බන්ධ වීම තුළින් වෙනස් වීමට ඇති අකමැත්ත මැඩ පවත්වා ගැනීමට උපකාරී වේ.

(ලකුණු 03 යි)  
(මුළු ලකුණු 10 යි)

**හතරවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

**පරිච්ඡේදය 02 - (iii) - සංවිධාන ව්‍යුහය හා නිර්මාණය**

(a)

- 1 දෙපාර්තමේන්තු ඔවුන්ගේ ම ආකාරයෙන් විශේෂිත වන අතර සමස්ත සංවිධානයේ අරමුණු දෙස බැලීමට අපොහොසත් වේ. එබැවින් ආයතනික අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම දුෂ්කර වේ.
- 2 දෙපාර්තමේන්තු ප්‍රධානීන් තම දෙපාර්තමේන්තුව සංවිධානය තුළ බලවත් ශ්‍රීතයන් කිරීමට උත්සහ දරයි. මෙය විවිධ දෙපාර්තමේන්තු අතර ගැටුම් ඇති වීමට හේතු වේ.
- 3 දෙපාර්තමේන්තු විශාල වන විට එය සම්බන්ධීකරණය කිරීම අපහසු වේ.
- 4 ආයතනික ඉලක්ක සාක්ෂාත් කර ගැනීමට නොහැකි වූ විට පවා සියලු ම දෙපාර්තමේන්තු එකිනෙක අන්තර් සම්බන්ධ වන බැවින් වගකීම් පැවරීම අපහසු වේ.
- 5 සේවකයින් සහ කළමනාකරුවන් පුහුණු කරනු ලබන්නේ එක් ශ්‍රීතයක් සඳහා පමණි. එනම්, ඔවුන් අයත් වන දෙපාර්තමේන්තුව වේ. මේ නිසා අන් අයගේ මතය ඇගයීමට අපහසු වීම නිසා නමාශීලී නොවන තත්ත්වයක් හට ගනී.
- 6 සමස්ත සංවිධානයේ අපේක්ෂාවන් දැකීමට අසමත් වීම.

(ලකුණු 02 යි)

**පරිච්ඡේදය 02 - (iii) - සංවිධාන ව්‍යුහය හා නිර්මාණය**

(b)

සංවිධානයක උපායමාර්ගය යනු සමස්ත ව්‍යාපාරය සඳහා වන එහි සැලැස්ම වන අතර එමගින් සංවිධානය එහි ප්‍රධාන සම්පත් භාවිත කරන ආකාරය අර්ථ දැක්වයි. ආයතනික ව්‍යුහය යනු ආයතනික අරමුණු කාර්යක්ෂම ව හා ඵලදායී ලෙස සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා සංවිධානය ක්‍රියා කරන ආකාරය, අධිකාරිය සහ සම්පත් බෙදා වෙන් කර ඇති ආකාරය යි. එබැවින්, ව්‍යුහය යන්නෙන් අදහස් කරන්නේ සංවිධානයක ධුරාවලිය ගැන සිතන ආකාරය, කාර්ය මණ්ඩලයට කාර්යයන් පැවරීම සහ එහි ශ්‍රම බලකාය පොදු ඉලක්කයක් සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා සහයෝගයෙන් ක්‍රියා කරන ආකාරය ඉස්මතු කරන සංවිධානයක අභ්‍යන්තර ගොඩනැගීම යි. ආයතනික උපාය මාර්ග ඵලදායී ලෙස ක්‍රියාත්මක කිරීම සඳහා සංවිධාන උපාය මාර්ග සහ ව්‍යුහය අතර නිසි ගැලපීමක් තිබිය යුතුය.

ව්‍යුහය උපාය මාර්ගයට සහාය වේ. සංවිධානයක් සිය උපාය මාර්ගය වෙනස් කරන්නේ නම්, එය නව උපාය මාර්ගයට සහාය වීම සඳහා එහි ව්‍යුහය වෙනස් කළ යුතුය. එසේ ම, උපාය මාර්ගය ව්‍යුහයට සහාය වේ. සංවිධානයක් එහි ව්‍යුහය වෙනස් කරන විට, නව ව්‍යුහයට ගැලපෙන පරිදි උපාය මාර්ගය වෙනස් කළ යුතුය. ඒ අනුව උපාය මාර්ග ඵලදායී ලෙස ක්‍රියාත්මක කිරීම සහ ඉලක්ක සපුරා ගැනීම සඳහා ව්‍යුහය සහ උපායමාර්ග අතර මනා ඒකාබද්ධතාවයක් තිබිය යුතුය.

(ලකුණු 04 යි)

**පරිච්ඡේදය 03 - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය**

(c)

කාර්යයේ භූමිකාව	පැහැදිලි කිරීම
පාරිභෝගිකයන්ට අවශ්‍ය දේ සැදීම	වෙළෙඳපොළේ සිටින පාරිභෝගිකයින් සැබවින්ම සොයන්නේ නිෂ්පාදන මිස ව්‍යාපාරය නොවේ. ඔවුන් වෙළෙඳපොළේ ව්‍යාපාරය සමග ගනුදෙනු කරන්නේ ඔවුන් සතුව ඇති නිෂ්පාදිතය නිසා පමණි. එබැවින්, වෙළෙඳපොළ තුළ ව්‍යාපාරය සිටිවිට පවත්වාගෙන යාමට මෙහෙයුම් ක්‍රියාවලියේ දී නිර්මාණය කරන ලද නිෂ්පාදනය හේතු වේ.
ව්‍යාපාර සඳහා වෙළෙඳ නාමය සැදීම	ප්‍රමුඛ පෙළේ ව්‍යාපාර නාමයන් ප්‍රසිද්ධ වන්නේ ඔවුන් කවුරුන්ද යන්න නිසා නොව, ඔවුන් සාදන දේ නිසාය. ව්‍යාපාරය ලෝකයට නිෂ්පාදන හඳුන්වා දෙයි. එබැවින් කීර්තිය හෝ දොස් පැවරීම රඳා පවතින්නේ මෙහෙයුම් කාර්ය සාධනය මත වේ.
තරගකාරී වාසි සඳහා සම්පත් සහ නිපුණතා උපයෝජනය කර ගැනීම	ව්‍යාපාරයේ සාර්ථකත්වයේ රහස වෙළෙඳපොළේ තරගකාරී වාසියක් නිර්මාණය කර ගැනීමයි. තරගකාරී වාසිය යනු මෙහෙයුම්වල දී භාවිත කරන අද්විතීය සම්පත් සහ මූලික නිපුණතාවල ක්‍රියාකාරීත්වයයි. එබැවින්, ව්‍යාපාරය ක්‍රියාකාරී ව තබා ගැනීම සඳහා අනෙකුත් සියලු ම ඒකක සහ අංශ වෙත ශක්තිය ලබා දෙන ව්‍යාපාරයේ හදවත ලෙස මෙහෙයුම් කළමනාකරණය කටයුතු කිරීම අවශ්‍ය වේ.
ලාභදායීතාවයේ පදනම නිර්මාණය කිරීම	ඉලක්කගත ආදායම සහ නිෂ්පාදන පිරිවැය අතර පරතරයක් තබා ගැනීම සඳහා සැපයුම් දාමය සහ අභ්‍යන්තර ක්‍රියාකාරකම් කළමනාකරණය කිරීමෙන් මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ දී නිෂ්පාදන පිරිවැය කළමනාකරණය සක්‍රීය කෙරේ.
වෙළෙඳපොළ නායකත්වය සඳහා පදනම සැදීම	ඉහළ වෙළෙඳපොළ කොටසක් පවත්වා ගැනීමට ආයතන තරග කරයි. නමුත් ගනුදෙනුකරුවන් ව්‍යාපාරවල පිරිනැමීම් හරහා වඩා හොඳ වටිනාකමක් සොයයි. එබැවින් මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ සාපේක්ෂ කාර්යසාධනය යනු ආයතනය වෙළෙඳපොළේ ප්‍රමුඛයෙක්ද නැද්ද යන්න තීරණයයි.

(ලකුණු 04 යි)  
(මුළු ලකුණු 10 යි)

**පස්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

(a)

**පරිච්ඡේදය 02 (v) - සංවිධාන සන්නිවේදනය**

- සන්නිවේදනය සේවකයින්ට අනුගමනය කළ යුතු ක්‍රියා පටිපාටිය සහ ඔවුන්ගේ කාර්යක්ෂමතාව වැඩි දියුණු කරන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව සේවකයන්ට දැනුම් දීම සහ පැහැදිලි කිරීම මගින් සේවකයන් අභිප්‍රේරණය කරයි.
- සන්නිවේදනය යනු විකල්ප ක්‍රියාමාර්ග හඳුනා ගැනීමට සහ තක්සේරු කිරීමට උපකාර වන බැවින් තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය සඳහා ආයතනික සාමාජිකයින්ට තොරතුරු මූලාශ්‍රයකි.

3 සන්නිවේදනය මගින් අන්තර් ක්‍රියාකාරීත්වයට ඉඩ සලසන අතර සේවකයින්ගේ සමාජ සහ විත්තවේගීය අවශ්‍යතා සපුරාලීමට උපකාරී වේ.

4 සන්නිවේදනය මගින් කළමනාකරුවන්, සේවකයින් සහ ගනුදෙනුකරුවන් ඇතුළු පුද්ගල හැසිරීම් වෙනස් කළ හැකිය.

5 සන්නිවේදනය සේවකයින්ට කළ යුතු කාර්යයන්, ඔවුන් කාර්යය ඉටු කරන ආකාරය පැහැදිලි කරනු ලබයි. එසේ ම සේවක කාර්යසාධනය අපේක්ෂිත මට්ටමට නොගැලපේ නම් ඔවුන්ගේ කාර්ය සාධනය වැඩි දියුණු කරන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව දැනුවත් කිරීම සහ පැහැදිලි කිරීම මගින් අභිප්‍රේරණය ප්‍රවර්ධනය කරයි.

6 පුද්ගලයාගේ ආකල්ප වෙනස් කිරීමේ දී සන්නිවේදනය තීරණාත්මක කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි. එනම්, හොඳින් දැනුවත් පුද්ගලයෙකු තුළ අඩු දැනුවත් පුද්ගලයෙකුට වඩා යහපත් මානසික තත්ත්වයක් පවතී. ආයතනික සඟරා, ප්‍රකාශන, රැස්වීම් සහ වෙනත් විවිධ ආකාරයේ වාචික සහ ලිඛිත සන්නිවේදන ක්‍රම සේවකයන්ගේ ආකල්ප හැඩගැන්වීමට උපකාරී වේ.

7 සන්නිවේදනය ද සමාජගත වීමට උපකාරී වේ. සන්නිවේදනය නොමැති ව කෙනෙකුට ජීවත් විය නොහැක.

8 සන්නිවේදනය පාලන ක්‍රියාවලියට ද සහාය වේ. එය විවිධ ආකාරවලින් ආයතනික සාමාජිකයින්ගේ හැසිරීම පාලනය කිරීමට උපකාරී වේ. සංවිධාන ව්‍යුහයේ විවිධ මට්ටම් හා ඇතැම් සංකල්ප සහ නිර්දේශයන් ආයතනයක සේවකයින් විසින් අනුගමනය කළ යුතුය. ඔවුන් ආයතනික ප්‍රතිපත්තිවලට අනුකූල විය යුතු අතර, ඔවුන්ගේ රැකියා කාර්යභාරය කාර්යක්ෂමව ඉටු කළ යුතු සේම ඕනෑ ම කාර්යය ආශ්‍රිත ගැටලු සහ දුක්ගැන්වීම් ඔවුන්ගේ ඉහළ නිලධාරීන්ට සන්නිවේදනය කළ යුතුය. මේ අනුව, සන්නිවේදනය කළමනාකරණයේ කාර්යයන් පාලනය කිරීමට උපකාරී වේ.

(ලකුණු 06 යි)

**පරිච්ඡේදය 02 (v) - සංවිධානමය පාලනය**

**(b)**

**1 පාලනය සෑම කළමනාකරුවෙකුගේ ම අත්‍යවශ්‍ය කාර්යයකි**  
සියලු ම ව්‍යාපාරික නොවන සහ ව්‍යාපාරික ආයතනවල පාලනය කිරීම කළමනාකරණයේ අත්‍යවශ්‍ය කාර්යභාරයකි. සෑම කළමනාකරණ මට්ටමක් තුළදී ම පාලනය සිදු කෙරේ. එසේ ම සැලසුම්වලට සහ ඉලක්කවලට අනුකූලව සැබෑ කාර්ය සාධනය වන බව සහතික කිරීම සංවිධානයේ සෑම කළමනාකරුවෙකුගේ ම යුතුකමකි.

**2 පාලනය යනු කළමනාකරණයේ මූලික කාර්යයකි**  
සැලසුම් කිරීම, කාර්ය මණ්ඩලකරණය, මෙහෙයවීම, සංවිධානකරණය සහ පාලනය යන සියල්ල ම කළමනාකරණ කාර්යයන් වේ. කෙසේ වෙතත්, පාලනය ඉතාමත් වැදගත් ලෙස සලකනු ලැබේ, මන්ද එම කාර්යය නොමැතිව අනෙකුත් කාර්යයන් ඉටු කිරීම අර්ථ විරහිත වේ.

**3 පාලනය යනු අඛණ්ඩව සිදුවන කාර්යයකි**  
පාලනය යනු සෑම අවස්ථාවකදී ම අඛණ්ඩව භාවිත වන ක්‍රියාවලියකි. එය එක් වරක් පමණක් සිදු නොකළ යුතු අතර දිගු කාල පරාසයන් ඇතිව සිදු නොකළ යුතුය. පාලනය යටතේ, ප්‍රගතිය අඛණ්ඩව තක්සේරු කළ යුතුය.

**4 පාලනය ප්‍රතිඵල හා සම්බන්ධ වේ**  
ප්‍රගති කාර්ය සාධනය ප්‍රතිඵල මත පදනම් ව තක්සේරු කර ඒ අනුව සුදුසු ක්‍රියාමාර්ග ගන්නා බැවින් පාලනය කිරීම ප්‍රතිඵල හා සම්බන්ධ ක්‍රියාවලියකි.

**5 පාලනය යනු ඉදිරිය දෙස බැලීමකි**  
අවශ්‍ය ඕනෑ ම අවස්ථාවක පසු විපරමක් සිදු කළ හැකි වන පරිදි සෑම විට ම පාලනය කිරීම අනාගතය දෙස අවධානය යොමු කරනු බලයි.

6 පාලනය යනු කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේ ආරම්භය මෙන්ම අවසානයද වේ  
කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේ ආරම්භයේ දී මෙන් ම අවසානයේ දී ද පාලනයේ අවශ්‍යතාවය මතු වේ.

7 පාලනය සැලසුම්කරණය හා සම්බන්ධ වේ

පාලනය සහ සැලසුම්කරණය යනු එකිනෙක බැඳී පවත්නා කළමනාකරණ කාර්යයන් දෙකකි. සැලසුම් නොමැතිව පාලනය කිරීම අර්ථ විරහිත වන අතර පාලනයකින් තොරව සැලසුම් කිරීම ඵල රහිත වේ. සැලසුම් මගින් පාලනය ක්‍රම පෙර තියා හඳුනාගන්නා අතර පාලනය හේතුවෙන් සැලසුම් සාර්ථක වේ.

8 පාලනය යනු ගතික ක්‍රියාවලියකි

පාලනය කිරීම සඳහා විවිධ වූ විශ්ලේෂණ ක්‍රමවේදයන් අනුගමනය කිරීම අවශ්‍ය වන බැවින්, හැකි සෑම විට ම වෙනස්කම් සිදු කළ යුතුය.

(ලකුණු 04 යි )  
(මුළු ලකුණු 10 යි )

**හයවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

**පරිච්ඡේදය 01 - කළමනාකරණ හැඳින්වීම සහ විවිධ කළමනාකරණ දර්ශනයන්**

(a)

ඵලදායීතාවය යනු නිශ්චිත කාලපරිච්ඡේදයක් තුළ යෙදවුම් සහ නිමවුම් අතර සම්බන්ධතාවය වේ. ඵලදායීතාව වැඩිදියුණු කිරීම ක්‍රම දෙකකින් සිදු කළ හැකිය.

- o නිමවුම් වැඩි කිරීම
- o යෙදවුම් අඩු කිරීම

නිමවුම වැඩි කිරීම ආයතනික අරමුණු සමග සම්බන්ධ වන අතර එය ඵලදායීතාව වැඩි වීම ලෙස විස්තර කළ හැකිය. නිමවුම යනු ආයතනයක් යම් නිශ්චිත කාල කාලපරිච්ඡේදයක් තුළ බිහිකළ භාණ්ඩ හා සේවා සංඛ්‍යාව විය යුතුය.

යෙදවුම් අඩු කිරීම ආයතනික සම්පත් සමග සම්බන්ධ වන අතර කාර්යක්ෂමතාව වැඩි කිරීම ලෙස විස්තර කෙරේ.

මේ අනුව, නිශ්චිත කාලයක් සඳහා, යෙදවුම් නියතව පවතින විට නිමවුම් වැඩි කිරීම හෝ නිමවුම් නොවෙනස්ව පවතින විට යෙදවුම් අඩු කිරීම යන ප්‍රධාන ක්‍රම දෙක මගින් ආයතනවල ඵලදායීතාවය වැඩිදියුණු කරනු ලබයි.

(ලකුණු 04 යි)

**පරිච්ඡේදය 03 - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය**

(b)

(i) සැපයුම්දාම කළමනාකරණය

සැපයුම්දාම කළමනාකරණය යනු ව්‍යාපාරය එහි අරමුණ සඳහා අවශ්‍ය ද්‍රව්‍ය ලබා ගැනීම සහතික කිරීම සඳහා සැපයුම්කරුවන්ගේ සම්බන්ධතා සහ අදාළ අංශ කළමනාකරණය කිරීමයි. මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ, පූර්ව සැලසුම් අදියරේ දී, ගබඩාවේ අවශ්‍ය ද්‍රව්‍ය සකස් කර ඇති බව සහතික කිරීම අවශ්‍ය වේ. එසේ නොමැති නම්, ගැටලුව නිවැරදි කිරීම සඳහා සැපයුම්කරු සමග කටයුතු කළ යුතුය.

නැතහොත් සැපයුම්දාමය යනු සැපයුම්කරු සහ පාරිභෝගිකයා අතර ක්‍රියාකාරකම් සහ මූලිකාංගවල එකතුවකි. ඒ අනුව, සැපයුම්දාම කළමනාකරණය, මෙහෙයුම් ක්‍රියාවලිය සුමට ව ගලා යාම සහතික කිරීම සහ නිෂ්පාදන වෙළෙඳපොළට කාර්යක්ෂම ව බෙදාහැරීම සහතික කිරීම සඳහා සැපයුම්කරුගේ පාර්ශ්වය සහ පාරිභෝගික පාර්ශ්වය තුළනය කිරීමෙන් මෙහෙයුම් ක්‍රියාවලියට උපකාරී වේ.

**(ii) තත්ත්ව කළමනාකරණය**

ගුණාත්මකභාවය යනු පාරිභෝගිකයාගේ අරමුණ සඳහා යෝග්‍යතාවයයි. නිසි තත්ත්ව කළමනාකරණය මගින් යෙදවුම්, ක්‍රියාවලි සහ නිමවුම් අපේක්ෂිත ගුණාත්මක මට්ටමින් පවතින බව සහතික කරයි. එමඟින් වෙළෙඳපොළේ පාරිභෝගිකයින්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාලීමට හැකි වේ.

නිෂ්පාදනය සැලසුම් කර ඇතත්, නිෂ්පාදන අවශ්‍ය ගුණාත්මකභාවයෙන් නිකුත් කිරීම සහතික කිරීම සඳහා එක් එක් ක්‍රියාවලිය සඳහා වැඩ කිරීමේ දී මෙන් ම ඒවායේ නිමවුම් නිරීක්ෂණය කිරීම වැදගත් වේ. තත්ත්ව කළමනාකරණය යනු නිෂ්පාදනයෙන් පසු සිදුවන ක්‍රියාවලියක් නොව නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හරහා සිදු වන ක්‍රියාවලියකි.

(ලකුණු 04 යි)

**පරිච්ඡේදය 03 - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය**

**(c)**

- 1 ක්‍රියාවලි කාර්යක්ෂමතාව වර්ධනය
- 2 වඩාත් හොඳ සැලසුම්කරණයක් සඳහා
- 3 වෙළෙඳපොළ පිළිබඳ යාවත්කාලීන වූ අවබෝධය ලබා ගැනීම සඳහා
- 4 මෙහෙයුම්වල දී ඵලදායී සම්පත් කළමනාකරණය සඳහා

(ලකුණු 02 යි)  
(මුළු ලකුණු 10 යි)



**B කොටසෙහි අවසානය**

**හත්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

**පරිච්ඡේදය 04- අලෙවි කළමනාකරණය**

(a)

එලදායි අලෙවි කළමනාකරණය මගින් ඩිලන්තගේ ව්‍යාපාරය පහත විස්තර කර ඇති පරිදි ජාත්‍යන්තර වශයෙන් වර්ධනය වීමට උපකාරී වේ.

**1 භාණ්ඩ හුවමාරුව, බෙදාහැරීම සඳහා අලෙවිකරණය උපකාරී වේ**

වෙළෙඳපොළ තුළ ගැනුම්කරුවන් සහ විකුණුම්කරුවන් සම්බන්ධ කිරීමේ දී අලෙවිකරණ ක්‍රියාකාරකම් වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි. මෙම සම්බන්ධතාවය වලංගු නොවන්නේ නම්, ගැනුම්කරුවන්ට ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාලීමට නොහැකි විය හැකි අතර විකුණුම්කරුට ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන විකිණීමට ද නොහැකි විය හැකිය.

**2 සමාජය තුළ ජීවත් වන මිනිසුන්ගේ ජීවන තත්ත්වය උසස් කිරීමට සහ පවත්වාගෙන යාමට අලෙවිකරණය උපකාරී වේ.**

අලෙවිකරණය තුළින් වෙළෙඳපොළ ගැනුම්කරුවන්ට එකිනෙකට වෙනස් විවිධ වූ විකල්ප නිෂ්පාදන හා සේවා සපයා දෙන අතර තරගකාරී සැපයුම්කරුවන්ට ඒවා සැපයීමට තරගකාරී අවස්ථා ද ලබා දේ. මෙම තරගය පොදු වෙළෙඳපොළ අවකාශයක් තුළ පවතින අතර ව්‍යාපාර විසින් ආචාර ධර්ම පද්ධතින් සහ විධිමත් ප්‍රමිතින් අනුගමනය කරයි. අලෙවිකරණය නිසා වෙළෙඳපොළ තුළ පවතින භාණ්ඩ හා සේවා පිළිබඳව ගැනුම්කරුවන් තුළ පවතින අවබෝධය සහ ඇති වන නිසි සැලකිල්ල නිසාද තත්ත්වයෙන් පහළ භාණ්ඩ මිලදී ගැනීම වැළකේ.

**3 අලෙවිකරණය රැකියා උත්පාදනය කරයි**

සෘජු අලෙවිකරණයේ දී අවසාන පාරිභෝගිකයා වෙත සෘජුව ම නිෂ්පාදනය කරන විට, අලෙවිකරණ ක්‍රියාකාරකම් ඉතා පටු වන අතර සහභාගී වීමට අඩු මිනිසුන් සබ්‍යාවක් ඇතුළත් වේ. නමුත් ප්‍රායෝගිකව අලෙවිකරණය ප්‍රධාන වශයෙන් ම වක්‍රව සිදුවන අතර එහි දී අලෙවිකරණ ක්‍රියාකාරකම් රාශියක් සිදුවන අතර අතරමැදියන් කිහිප දෙනෙකු සම්බන්ධ වේ.

**4 අලෙවිකරණය ආදායම් උත්පාදන මාර්ගයක් ලෙස ක්‍රියාත්මක වේ**

අලෙවිකරණය මගින් නිෂ්පාදකයින්ට ආදායම් උත්පාදන අවස්ථා පමණක් නොව බෙදාහැරීමේ දාමයට සහභාගී වන අතරමැදියන්ටද ඉපැයීමට අවස්ථාව ලැබේ. පුළුල් දෘෂ්ටිකෝණයකින්, ආර්ථිකයේ ඉපැයීම් මට්ටම ඉහළ නැංවීම සඳහා අලෙවිකරණය තවත් බොහෝ අවස්ථාවන් නිර්මාණය කරයි.

**5 තීරණ ගැනීමේ පදනමක් ලෙස අලෙවිකරණය ක්‍රියා කරයි**

වෙළෙඳපොළ තොරතුරු, පාරිභෝගික හැසිරීම, තරගකරුවන් ගේ ප්‍රතික්‍රියා සහ වෙළෙඳපොළ පිළිබඳ අනාවැකි වැනි අලෙවිකරණ තොරතුරු මගින් කළමනාකරුවන්ට ව්‍යාපාර පරිසරය තුළ අලෙවිකරණ ක්‍රියාකාරකම් හා සම්බන්ධ වැදගත් තීරණ ගැනීම සඳහා අලෙවිකරණය පාදක වේ.

**6 නව අදහස් ඇති කිරීමේ ප්‍රභවයක් ලෙස අලෙවිකරණය ක්‍රියා කරයි**

අලෙවිකරණය සැමවිට ම ගතික බැවින්, නවෝත්පාදන සඳහා ව්‍යාපාරික අවස්ථා ඇති වේ. උදාහරණයක් ලෙස මොස්තර ශිල්පයේ දියුණුයත් සමග දැනට පවතින නිෂ්පාදන කල් ඉකුත් වීම නිසා ඒවා නව නිෂ්පාදන මගින් ප්‍රතිස්ථාපනය කළ යුතු වේ. එබැවින් අලෙවිකරණය නව්‍යකරණය සඳහා අවස්ථා ලබා නොදෙන නමුත් ව්‍යාපාරයට නව්‍යකරණය කිරීම අනිවාර්ය කරයි.

**7 ආර්ථික සංවර්ධනය සඳහා අලෙවිකරණය උපකාරී වේ**

ජාතික මට්ටමෙන් මෙන්ම අන්තර්ජාතික වෙළෙඳපොළට අපනයන ධාරිතාව වැඩි දියුණු කිරීම තුළින් අලෙවිකරණය රටක ආර්ථික සංවර්ධනයට දායක වේ. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස රටේ වෙළෙඳ ගිණුම සහ ගෙවුම් ශේෂය යහපත් වේ.

**8 අලෙවිකරණය ව්‍යාපාර වර්ධනයට උපකාරී වේ**

අලෙවිකරණය ව්‍යාපාරයේ වර්ධනය සහතික කිරීම සඳහා වැදගත් උපාය මාර්ගයකි. වර්තමාන පාරිභෝගිකයින්ට සැමවිට ම ප්‍රමුඛතාවය හිමිවිය යුතු අතර, අලෙවිකරණ ක්‍රියාමාර්ග පදනම පුළුල් කිරීමට උපකාරී වේ. සමාජ මාධ්‍ය පළ කිරීම් සහ විද්‍යුත් තැපෑල වැනි කුඩා ක්‍රියාමාර්ග වර්තමාන පාරිභෝගිකයින් සම්බන්ධ කර ගැනීමට පමණක් නොව නව අනාගත ගනුදෙනුකරුවන් වෙත ද ප්‍රචාරය කළ හැකි අතරම එමගින් සිටින සහ නව පාරිභෝගිකයන් සමග කටයුතු කිරීමෙන් අනාගතය සුරක්ෂිත වේ.

**9 විභව වෙළෙඳපොළ සහ වෙළෙඳපොළ බණ්ඩනය සොයා ගැනීමට උපකාරී වේ**

විශේෂයෙන්ම, නවීන ගෝලීය වෙළෙඳපොළ සම්බන්ධයෙන් ගත් කල, එහි විවෘතභාවය සහ තරගකාරීත්වය හේතුවෙන්, නිෂ්පාදන විකිණීම සඳහා විභව වෙළෙඳපොළ බණ්ඩනය සොයා ගැනීම පහසු නැත. එසේම, ව්‍යාපාරය දැනට සමාජ මාධ්‍ය අලෙවිකරණය භාවිත කරන අතර එය ඩිජිටල් අලෙවිකරණය දක්වා වැඩිදියුණු කළ හැකි අතර පුළුල් වෙළෙඳපොළකට පහසුවෙන් ප්‍රවේශ විය හැකිය.

**10 පාරිභෝගික රුචිකත්වය පිළිබඳ වැඩි තොරතුරු ලබා ගැනීමට සහ වෙළෙඳපොළ නිසි ලෙස විශ්ලේෂණය කිරීමට හැකියාව ඇත**

එදායී අලෙවි කළමනාකරණය මගින් වෙළෙඳපොළ, පාරිභෝගික හැසිරීම් සහ ප්‍රවණතා විශ්ලේෂණාත්මකව වෙළෙඳපොළ පර්යේෂණ හරහා විශ්ලේෂණය කිරීමට උපකාරී වේ. එපමණක් නොව, අලෙවි කළමනාකරණය ඩිජිටල් ව්‍යාපාරයට පාරිභෝගික ප්‍රතිපෝෂණය ලබා ගැනීමට සහ සන්නාමය ස්ථානගත කිරීමට උපකාරී වන අතර එමගින් නිෂ්පාදනයේ දියුණුව, නව නිෂ්පාදන හඳුන්වාදීම සහ අලෙවිකරණ ප්‍රවර්ධනය සඳහා උපකාරී වේ.

(ලකුණු 06 යි)

**පරිච්ඡේදය 07 - උපායමාර්ගික කළමනාකරණය**

(b)

SWOT යනු උපාය මාර්ගික විශ්ලේෂණයේ (පරිසර පරීක්ෂාව) භාවිත කරන මෙවලමක් ලෙස සලකනු ලබන අතර එමගින් ආයතනවලට ඔවුන්ගේ උපාය මාර්ග සංවර්ධනය මෙන් ම වෙනස් කිරීම ද කළ හැකිය. ඩිජිටල් ගේ ව්‍යාපාරය මුහුණ දී ඇති තත්ත්වය සලකා බැලීමේදී ජාත්‍යන්තර වෙළෙඳපොළට පිවිසීම සඳහා තරගකාරී උපාය මාර්ග සැකසීමේදී අභ්‍යන්තර හා බාහිර පාරිසරික සාධක පහත පරිදි හඳුනාගත හැකිය.

**ශක්තීන්**

- පාරිභෝගිකයන් සහ සැපයුම්කරුවන් සමග අයිතිකරුගේ පුද්ගලික සම්බන්ධතා සහ දිගුකාලීන සබඳතා; අති නවීන තාක්ෂණයන් භාවිතය.
- සතියක් ඇතුළත බඩු තොග සැපයීමේ හැකියාව.
- පුද්ගලික සම්බන්ධතා තිබීම.
- සැපයුම්කරුවන් සමග දිගුකාලීන සබඳතාවයන් පැවතීම.
- අලෙවිකරණය සඳහා වියදම් නැත.

**දුර්වලතා**

- ඩිලන්ත සාම්ප්‍රදායික මිනිසෙක් ලෙස පෙනෙන අතර සම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණ ක්‍රම මත විශ්වාසය තබයි
- අභිප්‍රේරණය නොවූ සේවකයින්
- අභ්‍යන්තර වැටුප් ගැටලු
- ඩිලන්ත තම ව්‍යාපාරය පදනම් කර ගත්තේ පුද්ගලික සම්බන්ධතා මත පමණි
- අලෙවිකරණය සහ විකුණුම් සඳහා නිසි තාක්ෂණයක් නොමැති වීම

**අවස්ථාවන්**

- අපනයනය ඉලක්ක කරගත් ව්‍යාපාර සහ වෙළෙඳපොළ දිරිගැන්වීම සඳහා රජයේ ප්‍රතිපත්තිය.
- දේශීය හා විදේශීය වෙළෙඳපොළ සඳහා පළතුරු බීම නිෂ්පාදනය කිරීම.
- ඩිජිටල් අලෙවිකරණය භාවිත කිරීමේ හැකියාව.
- පළතුරු අපනයනය කිරීමේ අදහස.
- ව්‍යාපාරයට සැලකිය යුතු ආයෝජනයක් කිරීමට ඇති කැමැත්ත.
- විදේශීය වෙළෙඳපොළ සඳහා පළතුරු බීම සංවර්ධනය කිරීම.
- පාරිභෝගිකයන් කෙරෙහි අවධානය යොමු කිරීමට අපේක්ෂා කිරීම.

**තර්ජන**

- ඉහළ තරගකාරීත්වය
- ජාත්‍යන්තර වෙළෙඳපොළට ඇතුළු වීමේදී නීතිමය බාධක
- විදේශ විනිමය අර්බුදය සහ විදේශ විනිමය අනුපාතිකයේ උච්චාවචනයන්
- දැනට සිටින සේවකයින් තරගකාරී ආයතන වෙත මාරු වීම
- දැඩි තරගකාරීත්වය හේතුවෙන් ඩිලන්තට ජාත්‍යන්තර වෙළෙඳපොළේ නොහැසී සිටීමට නොහැකි විය හැක.
- රට තුළ පවතින අර්බුදකාරී තත්ත්වය

(ලකුණු 06 යි)

**පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය**

**(c)**

- 1 මානව සම්පත් ඉල්ලුම පුරෝකථනය
- 2 මානව සම්පත් සැපයුම පුරෝකථනය
- 3 සැපයුම සහ ඉල්ලුම සලකා බැලීම් තුලනය කිරීම
- 4 උපායමාර්ග නිර්මාණය කිරීම
- 5 ඇගයීම සහ පාලනය කිරීම

(ලකුණු 05 යි)



**පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය**

**(d)**

- 1 සංවිධානයට සුදුසු සුදුසුකම් ඇති පුද්ගලයින් ආකර්ෂණය කර ගැනීම
- 2 සංවිධානයට වඩාත් ම සුදුසු සේවකයින් රඳවා තබා ගැනීම
- 3 සේවකයින් දිරිමත් කිරීම
- 4 නීතිමය අවශ්‍යතාවලට අනුකූල වීම
- 5 සාධාරණත්වය සහතික කිරීම සඳහා
- 6 සේවක පිරිවැය පාලනය කිරීම සඳහා

(ලකුණු 03 යි)

**පරිච්ඡේදය 06 - වෙනස කළමනාකරණය**

**(e)**

වෙනස්කම් සාර්ථකව වැළඳ ගැනීමට තම සේවකයන් දිරිමත් කිරීමට ඩිලන්තට පහත සඳහන් උපායමාර්ග භාවිත කළ හැකිය.

**1 සේවකයින්ට විවෘත වීම**

කළමනාකාරිත්වය වෙනස් පිළිබඳ දැනුවත් වූ වහාම, ඔවුන් තම සේවකයින්ට එයට පුහුණු කළ යුතුය. වෙනසට ඇති බාධක මගහරවා ගැනීමට හොඳම ක්‍රමය නම් වෙනස පිළිබඳව කල්තියා සේවකයින් දැනුවත් කිරීමයි.

**2 සන්නිවේදන මාර්ග විවෘතව තබා ගැනීම**

වෙනස පිළිබඳ සන්නිවේදනය දෛනිකව හා නිරන්තරව සිදු වේ. නිරන්තරයෙන් ම සේවකයන්ගෙන් ව්‍යාපාරය තුළදී කළමනාකරුවන්ට අවශ්‍ය දේ පැහැදිලි කිරීම සිදු කළ යුතු එසේම තම ගැටලු හෝ අපේක්ෂිත දෑ පිළිබඳව විවෘත ව ප්‍රකාශ කිරීමට අවශ්‍ය වාතාවරණය ව්‍යාපාරය තුළ ඇති කළ යුතුය. එය සේවකයන්ගේ ගැටලු, බිය හා වෙනස සිදු කිරීම කෙරෙහි ඇති අභියෝගයන් මනා ලෙස සන්නිවේදනය කිරීම තුළින් ඒවා විසඳා ගැනීම සිදු කළ හැකිය.

**3 වෙනස පිළිගැනීමේ අවශ්‍යතාවය පිළිබඳ පැහැදිලි අදහසක් පවත්වා ගැනීම**

බාධාවන් තිබේ නම්, ගැටලුව විවෘතව හා අවංකව සාකච්ඡා කිරීම වැදගත් වේ. සමාගමක විශාල පරිවර්තනයක් අතරතුර, මිනිසුන්ගේ කැමැත්ත සෙවීමට සහ අතෘප්තිමත් පුද්ගලයින් ගැන නිරන්තරයෙන් කරදර වීමට කාලය නොතිබිය හැකිය. ඔවුන් තවදුරටත් බාධා ඇති කරන්නේ නම් සහ ඔවුන් වෙනස පිළි නොගන්නේ නම්, ඔවුන් සන්නිවේදනය කිරීම ඉතා වැදගත් වේ.

**4 වගවීමට ඉඩ සැලැස්වීම**

වෙනසකදී එක් එක් පුද්ගලයා පුද්ගලිකව වගවීම සම්බන්ධයෙන් පියවරක් ඉදිරියට තබන බව වටහා ගැනීම ඉතා වැදගත් වේ.

**5 යථාර්ථවාදී වීම**

මිනිසුන් සෑම විට ම වෙනසට බාධා කරන්නේ නම්, සෑම විට ම බාධා ඇති වේ. එබැවින්, බාධා කිරීම පිළිබඳ යථාර්ථවාදී දැක්මක් තිබිය යුතුය.

**6 අධ්‍යාපනය සහ සන්නිවේදනය**

මෙම උපායමාර්ගය තුළ කළමනාකාරිත්වය විසින් ශ්‍රම බලකාය අතර වෙනසක අවශ්‍යතාවය පිළිබඳව දැනුවත් කළ යුතුය. වෙනස් කිරීම යුක්ති සහගත විය යුතුය. මෙය සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා හොඳම මාර්ගය වන්නේ සමාගමට මෙන් ම ශ්‍රම බලකායට ලැබෙන ප්‍රතිලාභ පැහැදිලි ව දැක්වීමයි. කටකතා වැළැක්වීම සඳහා ඵලදායී සන්නිවේදනය ඉතා වැදගත් වේ. මෙම වෙනස පැහැදිලිව ම හැකි සෑම අවස්ථාවකදී ම සහ සෑම විට ම අදාළ සියලු පාර්ශ්වයන්ට දැනුම් දිය යුතුය.

**7 සහභාගීත්වය සහ සම්බන්ධ වීම**

සහභාගීත්ව උපාය මාර්ගයක් තුළ, කළමනාකරණය වෙනස් කිරීමේ ක්‍රියාවලියට කාර්ය මණ්ඩලය සම්බන්ධ කර ගත යුතුය. ඔවුන් ඉවත් කළහොත්, කාර්ය මණ්ඩලය කාර්යය අවිශ්වාස කිරීමට පටන් ගනී. එබැවින් කළමනාකාරිත්වය කාර්ය මණ්ඩලයේ උපදෙස් ලබා ගත යුතු අතර ඔවුන් වෙනස් කිරීමේ ක්‍රියාවලියේ හවුල්කරුවන් බවට පත් කළ යුතුය.

**8 පහසුකම් සැපයීම සහ සහාය**

පහසුකම් සැලසීමේදී සහ උපකාර කිරීමේදී බිය සහ ව්‍යාකූලත්වය අවම කර ගැනීමට උපදේශනය සහ පුහුණුව වැනි ශිල්පීය ක්‍රම තිබේ. නිදසුනක් වශයෙන්, සේවකයින්ට අඩු විශ්වාසයක් දැනෙන අතර ඔවුන්ට නව පරිසරයක වැඩ කළ නොහැකි යැයි හැඟේ. කාර්ය මණ්ඩලයේ විශ්වාසය වැඩි කිරීම සඳහා පුහුණු වැඩසටහන් සකස් කළ යුතුය.

**9 සාකච්ඡාව සහ සම්මුති**

මෙම උපාය මාර්ගයට තීරණාත්මක අවස්ථාවන්හිදී කාර්ය මණ්ඩල නියෝජිතයින් සහ කළමනාකාරිත්වය අතර සාකච්ඡා කිරීම ඇතුළත් වේ. එකඟ වූ විට, කාර්ය මණ්ඩලය වෙනස් කිරීමට සහාය වනු ඇත.

**10 හැසිරවීම සහ සහයෝගය**

වෙනසට බාධා වන පරිදි පුද්ගලයින් නොමග යවන තොරතුරු ප්‍රසිද්ධ කිරීම පාලනය කිරීම අවශ්‍ය වේ. උදාහරණයක් ලෙස, වෙනස් කිරීම කාර්ය මණ්ඩලය අඩු කිරීමට හේතු නොවන බව කළමනාකාරිත්වය ප්‍රකාශ කරන අතර, මෙය සත්‍ය නොවේ. සහයෝගීතාවයෙන් වෙනස් වීමට බාධා කරන පුද්ගලයින් හඳුනා ගැනීමෙන්, වෙනස් වීමට අදාළ බලතල ලබා දීමෙන් වෙනසක් ඇති කිරීමට ඔවුන් යොදා ගත හැකිය.

**11 ප්‍රකාශිත හා අප්‍රකාශිත බලපෑම්**

වෙනසට නායකත්වය දීම සඳහා ප්‍රකාශිත සහ අප්‍රකාශිත තර්ජනාත්මක බලවේග (අතරමැදි) යන විවිධ බලවේග භාවිත කිරීම.

(ලකුණු 05 යි)  
(මුළු ලකුණු 25 යි)

**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)