



ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය

අදියර II විභාගය - 2021 ජූලි

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 කිරීම අංශයේ ප්‍රකාශනයකි

ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය
අදියර II විභාගය - 2021 ජූලි
(204) ව්‍යාපාර කළමනාකරණය
යෝජිත පිළිතුරු

(මුළු ලකුණු 25 කි)

A කොටස

පළමුවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

1.1 (2)

1.2 (3)

1.3 (4)

1.4 (2)

1.5 (3)

(එකකට ලකුණු 02 බැගින් මුළු ලකුණු 10 කි)

1.6 සංවිධානකරණය

1.7 සේවා

1.8 අවශ්‍යතා ධූරාවලි න්‍යාය

1.9 නිෂ්පාදිත සංකල්පය

1.10 පරිවර්තනීය වෙනස

(එකකට ලකුණු 01 බැගින් මුළු ලකුණු 05 කි)

1.11 මැක්ස් වෙබර්ට අනුව නිලතන්ත්‍රවාදී කළමනාකරණ න්‍යායේ ලක්ෂණ

- 1 විශේෂීකරණය
- 2 ධූරාවලිය
- 3 කොන්දේසි
- 4 අපෞද්ගලිකත්වය
- 5 පත් කරන ලද නිලධාරීන්
- 6 වෘත්තීය නිලධාරීන්
- 7 පූර්ණ කාලීන නිලධාරීන්
- 8 පොදු/ පෞද්ගලික විභජනය

(ලකුණු 02 යි)

1.12 සැලසුම්කරණ මූලධර්ම

- 1 ලැදිකම පිළිබඳ මූලධර්මය
- 2 නිර්මාණාත්මකභාවය පිළිබඳ මූලධර්මය
- 3 බලපෑම් කිරීම පිළිබඳ මූලධර්මය
- 4 ප්‍රමුඛතාකරණය පිළිබඳ මූලධර්මය
- 5 නම්‍යතාවය පිළිබඳ මූලධර්මය
- 6 කාලය පිළිබඳ මූලධර්මය
- 7 කණ්ඩායම් වැඩ පිළිබඳ මූලධර්මය
- 8 ක්‍රියාත්මක කර හැකි බව පිළිබඳ මූලධර්මය

(ලකුණු 02 යි)

1.13 සන්නිවේදනයට ඇති බාධා

- 1 භාෂාමය බාධක
- 2 මනෝවිද්‍යාත්මක බාධක
- 3 කායික බාධක
- 4 භෞතික බාධක
- 5 පද්ධති බාධක
- 6 ආකල්පමය
- 7 ප්‍රජා විද්‍යාත්මක බාධක (සංස්කෘතික වෙනස්කම්, සමාජ තත්වයේ වෙනස්කම්, ජාතීන් අතර පවතින වෙනස්කම්, ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය, වයස, ආගම, අධ්‍යාපනය)

(ලකුණු 02 යි)

1.14 කළමනාකරුවන් සහ නායකයන් අතර ඇති වෙනස්කම්

කළමනාකරුවන්	නායකයන්
වැඩ කටයුතු කරගෙන යාමට උපදෙස් දෙයි.	ප්‍රශ්න ඇසීමට සහ නිවැරදි දේ සිතීමට අනුගාමිකයන්ට ඉඩ දෙයි.
උපදෙස් වලට අවනත වන යටත් නිලධාරීන් සිටියි.	බලපෑම් කළ හැකි අනුගාමිකයන් සිටියි.
බොහෝ විට දේවල් සිදු කිරීම සඳහා ඒකාධිපති ශෛලියක් භාවිත කරයි.	සේවකයන්ට බලපෑම් ඇති කිරීම සඳහා අභිප්‍රේරණ ශෛලියක් තබා ගනියි.
කළ යුතු දේ පවසයි.	කුමක් කළ යුතුද සහ කෙසේ කළ යුතුද යන්න පෙන්වයි.
හොඳ අදහස් ඇති අතර අනුගමනය කිරීමට අන් අයගෙන් ඉල්ලා සිටියි.	හොඳ අදහස් ක්‍රියාත්මක කර අන් අයට අනුගමනය කිරීමට පෙන්වයි.
සේවා තත්වයන් වෙනස් කිරීමට ප්‍රතික්‍රියා කරයි.	අනුගාමිකයන්ගේ ජීවිතයේ වෙනසක් ඇති කරයි.
ඔවුන්ගේ කාර්යාලවල වීරයන් වීමට උත්සහ කරයි.	අවට සිටින සෑම කෙනෙකුගේම ජීවිත තුළ ඔවුන් වීරයන් කරනු ලබයි.
මිනිසුන් කෙරෙහි බලය පාවිච්චි කරයි.	මිනිසුන් සමඟ බලය වර්ධනය කරයි.

(ලකුණු 02 යි)

1.15 වෙනස කළමනාකරණය

බාහිර හා අභ්‍යන්තර ගනුදෙනුකරුවන්ගේ වෙනස් වන අවශ්‍යතා සපුරාලීම සඳහා සංවිධානයේ දිශාව, ව්‍යුහය හා හැකියාවන් අඛණ්ඩව අලුත් කිරීමේ ක්‍රියාවලියයි.

නැතහොත් වෙනස කළමනාකරණය යනු අවශ්‍ය ව්‍යාපාර ප්‍රතිඵල ලබා ගැනීම සඳහා මිනිසුන්ගේ පැතිකඩින් වෙනස කළමනාකරණය කිරීමේ ක්‍රියාවලිය, මෙවලම් හා ශිල්පක්‍රම වේ.

තවදුරටත් විස්තර කරන්නේ නම් වෙනස කළමනාකරණය යනු සංවිධානයේ අරමුණු ක්‍රියාවලින් තාක්ෂණයන්හි සංක්‍රාන්තියන් හෝ පරිවර්තනයන් සමග කටයුතු කිරීම සඳහා වූ ක්‍රමානුකූල ප්‍රවේශයකි.

වෙනස්කම් කළමනාකරණය යනු එය සැලසුම් සහගතව හා ක්‍රමානුකූලව හඳුන්වාදෙමින් වෙනස සුමට ලෙස ක්‍රියාත්මක කිරීමේ ක්‍රියාවලියයි.

(ලකුණු 02 යි)

(මුළු ලකුණු 25 යි)



A කොටසෙහි අවසානය

දෙවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 02 - III කොටස - සංවිධාන ව්‍යුහය හා නිර්මාණය

(a) අධිකාරීත්වය හා වගකීම අතර ඇති වෙනස්කම්

අධිකාරීත්වය	වගකීම
පුද්ගලයකුට හෝ ප්‍රධානියෙකුට තම සහයකයන්ට විධාන දීමට ඇති නෛතික අයිතියකි.	සහයකයන්ට තමන්ට පැවරුණු කාර්යය ඉටු කිරීමට ඇති බැඳීමයි.
අධිකාරීත්වය ප්‍රධානියාගේ තනතුර හා බැඳී පවතී.	වගකීම යනු ප්‍රධානී සහයක සබඳතාව නිසා හටගන්නා අතර එමගින් සහයකයා තමන්ට ලබා දුන් කාර්යය ඉටු කිරීමට එකඟ වේ.
ප්‍රධානියාගේ සිට සහයකයාට අධිකාරීත්වය බෙදා හැරිය හැකිවේ.	වගකීම මාරු කල නොහැකි හා ස්ථාවර වේ.
ඉහළ සිට පහළට ගලා යයි.	පහළ සිට ඉහළට ගලා යයි.

(ලකුණු 02 යි)

පරිච්ඡේදය 02 - II කොටස - සංවිධාන සැලසුම්කරණය

(b) සංවිධානකරණ ක්‍රියාවලියේ ඇති පියවරයන්

- 1 කාර්යය හඳුනාගැනීම හා බෙදීම
- 2 දෙපාර්තමේන්තුකරණය
- 3 රාජකාරි පැවරීම
- 4 වාර්තා කිරීමේ සබඳතා ස්ථාපිත කිරීම

(ලකුණු 04 යි)

පරිච්ඡේදය 02 - I කොටස - ආයතනික තීරණ ගැනීම

(c) කළමනාකරුවෙකුට තීරණ ගැනීම වැදගත් වන්නේ

1 තීරණ ගැනීම කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේ සැලසුම්කරණ අදියරට පසුව සිදුවේ. මෙය සැලසුම්කරණයේ දී තීරණය කරන ලද ව්‍යාපාරික ඉලක්ක සපුරා ගැනීමට අවශ්‍ය ක්‍රියාවන් සිදුකිරීමට යොමු වන අතර එම නිසා තීරණ ගැනීම සම්පූර්ණ කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියටම පහසුකම් සැලසීමට උපකාරී වේ. එලෙසම තීරණ ගැනීම සැලසුම්කරණයේ එක් ප්‍රභේදයක් වේ. තීරණයක් යනු නිශ්චිත ඉලක්කයක් සපුරා ගැනීම සඳහා සම්පත් යෙදවීම සම්බන්ධ වූ සැලසුම් වර්ගයක් වේ. තවදුරටත් තීරණ ගැනීම සංවිධානකරණය, මාණ්ඩලීකරණය, සම්බන්ධීකරණය, සන්නිවේදනය වැනි කාර්යයන් පවත්වා ගැනීමටද වැදගත් වේ.

2 තීරණ ගැනීම නිරන්තරයෙන් සිදුවේ.

ආයතන ධූරාවලියේ සියළුම මට්ටම් වලට අයත් කළමනාකරුවන්ට ඔවුන්ට අයත් වගකීම පිළිබඳ තීරණ ගැනීමට සිදුවේ. නිරන්තර තීරණ ගැනීම් පසුවිපරම් කටයුතුවලටද පහසුවක් වේ.

3 තීරණ ගැනීම ආයතනයකට නව ගැටලු හා අභියෝග සමඟ කටයුතු කිරීමට අවකාශ සලසයි.

බාහිර ව්‍යාපාර පරිසරයේ අනපේක්ෂිත වෙනස්කම් තුළින් නව අභියෝග ඇති කරනු ලබයි. නමුත් සඵලදායීම අභියෝග ජයගැනීම සඳහා විධිමත් තීරණ අවශ්‍ය වේ.

4 තීරණ ගැනීම විවේචනාත්මක කාර්යයකි.

කළමනාකරුවන් සඵලදායී හා ඉක්මන් තීරණ ගත යුතු අතරම ඔවුන් නිවැරදි තීරණ ගත යුතුය. නිවැරදි තීරණ ව්‍යාපාර සාර්ථකත්වය කරා ගෙන යන අතරම වැරදි තීරණ ව්‍යාපාර අස්ථාවරභාවයට හා අලාභ තත්වයන් කරා ගෙන යයි.

5 පවත්නා සම්පත් ප්‍රශස්ත හා උපරිම ලෙස භාවිතය

ප්‍රශස්ත හා උපරිම ලෙස පවතින භෞතික හා මානව සම්පත් උපයෝජනය කරමින් නිෂ්පාදන තීරසාර බව ඇති කිරීම මත ඵලදායී තීරණ ගැනීම මත රඳා පවතී.

6 කළමනාකරුවන්ගේ සාර්ථකත්වය මැනීම

ව්‍යාපාරයේ අරමුණු හා ඉලක්ක සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා කළමනාකරුවන් විසින් ගනු ලබන තීරණ ඉතා වැදගත් වන අතර ව්‍යාපාරය අසාර්ථක නොවීම මෙම තීරණ මත රඳා පවතී. කළමනාකරුවන් විසින් ගනු ලබන තීරණවල ගුණාත්මකභාවය මත ඔවුන්ගේ කාර්යක්ෂමතාවය මැනීම සිදු කරනුයේ එබැවිනි.

7 අවධානම් අඩු කිරීම සඳහා

වර්තමාන ව්‍යාපාර බොහෝ අවධානම්වලට මුහුණ දෙයි. මෙම අවධානම් අවම කිරීම සඳහා කළමනාකරුවන් දැඩි තීරණ ගත යුතුය. මෙම තීරණ සම්පූර්ණයෙන්ම කරුණු මත පදනම් විය යුතුය (දැනුම, තාර්කිකබව යනාදිය). එවිට කළමනාකරුවන්ගේ තීරණ වඩාත් විශ්වාසදායක වන අතර ව්‍යාපාරික අවධානම්ද අඩු කල හැකිය.

(ලකුණු 04 යි)

(මුළු ලකුණු 10 යි)

තුන්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය

(a) මානව සම්පත් හිඟය සඳහා උපාය ක්‍රම

- 1 අතින් කාල වැඩ ක්‍රියාත්මක කිරීම
- 2 උපකොන්ත්‍රාත්තු ලබාදීම
- 3 ආධුනිකයන් සඳහා පුහුණුවීම් අවස්ථා සැපයීම
- 4 අර්ධකාලීන සේවකයින් බඳවා ගැනීම
- 5 අනියම් සේවකයින් බඳවා ගැනීම
- 6 තාවකාලික සේවකයින් බඳවා ගැනීම
- 7 පූර්ණකාලීන සේවකයින් බඳවා ගැනීම
- 8 ප්‍රාග්ධනය ආදේශනය කිරීම

(ලකුණු 02 යි)

(b)

පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය

Covid-19 වසංගතය තුළ ආයතනික අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා මානව සම්පත් කළමනාකරණයෙහි කාර්යයන්

Covid-19 වසංගතය හමුවේ ඕනෑම සංවිධානයක ප්‍රධාන අරමුණ වෙළෙඳපොළේ රැඳී සිටීමයි. එබැවින් එම අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට ආයතනවල සියලුම කාර්යයන් සහය විය යුතුයි.

1 සේවා තක්ත්වයන්

Covid-19 වසංගතය හේතුවෙන් සේවකයන්ගේ සේවා කොන්දෙසි වෙනස් වී ඇති අතර නිවසේ සිට වැඩ කිරීම හේතුවෙන් මානව සම්පත් කළමනාකරණය මේ පිළිබඳව අවධානය යොමු කරමින් බාධාවකින් තොරව නිවසේ සිට වැඩ කිරීමට කටයුතු සැලැස්විය යුතුය. සමහර සේවකයන්ට නිවසේ සිට වැඩ කිරීමට අවශ්‍ය උපාංග නොමැති විය හැකි අතර මානව සම්පත් කළමනාකරණය මගින් එම පහසුකම් සකස් කළ යුතුය. එසේම ආයතනවලට දුරස්ථව වැඩ කළ හැකි දෙමුහුන් වැඩ කාල සටහන්වලට අනුගත විය හැකිය.

2 කාර්ය මණ්ඩලය

Covid-19 වසංගතය අතරතුර ආයතනයේ කාර්ය මණ්ඩලය ඉතා වැදගත් තීරණාත්මක කාර්යයක් බවට පත් ව ඇත. මන්දයත් ආයතනය සියලුම සේවකයන් සඳහා විශාල පිරිවැයක් දැරීමට නොහැකි වීමයි. මේ නිසා මානව සම්පත් කළමනාකරණය ආයතනයේ සියලුම ක්‍රියාකාරකම් සමබර ලෙස පවත්වා ගනිමින් වැටුප් වියදම් අඩු වන ආකාරයට කටයුතු කළ යුතුය. ආයතනවලට නව බඳවා ගැනීමේ පිළිවෙත් ක්‍රියාත්මක කළ හැකිය.

උදා- විද්‍යුත් බඳවා ගැනීම්, මාර්ගගත තේරීම්

3 ප්‍රතිලාභ කළමනාකරණය

Covid-19 වසංගත කාලය තුළ සියලුම සේවකයන් පාහේ නිවසේ සිට වැඩ කරන බැවින් මානව සම්පත් කළමනාකරණය විසින් එක් එක් සේවකයා විසින් ඉටු කරන කාර්යය මනිනු ලබන අතර ඔවුන්ගේ කාර්යය සාධනය මත ආයතනයේ අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට හැකි වේද යන්න සොයා බැලිය යුතුය. ආයතනවලට ඉලක්ක සැකසීම, කාර්යය සාධනය ඇගයීමට හා මාර්ගගත කණ්ඩායම්කරණය වැනි නව ක්‍රම හඳුන්වාදිය හැකිය.

4 පුහුණුව හා සංවර්ධනය

බොහෝ සේවකයන් නිවසේ සිට වැඩ කරන බැවින් ඔවුන් සඳහා නව තාක්ෂණය පිළිබඳව අවශ්‍ය පුහුණුව ලබා දිය යුතු අතර ඒ සඳහා අවශ්‍ය පහසුකම් මානව සම්පත් කළමනාකරණය මගින් සැලසිය යුතුය. එලෙසම ආයතනවලට උපදේශනය, පුහුණු වැඩසටහන්, දුරස්ථ නායකත්ව වැඩසටහන්, අභ්‍යන්තර පුහුණු කිරීම් හා දුක් ගැනවිලි කළමනාකරණය සඳහා ද අවධානය යොමු කිරීම වැදගත් වේ.

5 වන්දි කළමනාකරණය

මානව සම්පත් කළමනාකරණය විසින් රෝහල් වැනි Covid-19 වසංගතයේ අතිශය අවධානම් ස්ථානවල කටයුතු කරන සේවකයන් මනා ලෙස හැසිරවිය යුතු අතර එම ස්ථානවල සේවය කරන සේවකයන් සඳහා වන්දි ලබා දීමද නිසි ලෙස අවධානය යොමු කළ යුතුය.

6 සෞඛ්‍ය හා ආරක්ෂාව කළමනාකරණය

සේවකයාට මානසිකව හෝ ශාරීරිකව හිංසා කළ හැකි හෝ මරණයට හේතු විය හැකි සියලුම උපද්‍රවවලින් තොරව සේවා ස්ථානය පවත්වා ගත යුතු අතර මෙය මානව සම්පත් අංශයේ වගකීමකි. එබැවින් ආයතනයේ සෞඛ්‍ය හා ආරක්ෂාව ශක්තිමත් කළ යුතුය.

(ලකුණු 06 යි)

පරිච්ඡේදය 06 - වෙනස කළමනාකරණය

(c) වෙනසට ඇති ප්‍රතිරෝධයන් ජය ගත හැකි ක්‍රම

- 1 අධ්‍යාපනය හා සන්නිවේදනය
- 2 සහභාගීත්වය හා සම්බන්ධ වීම
- 3 පහසුකම් සැලසීම් හා සහය ලබා දීම
- 4 කතිකාවන් හා එකඟතාවන්
- 5 මෙහෙයවීම හා සහයෝගය
- 6 සේවකයන්ට විවෘත වීම
- 7 සන්නිවේදන මාර්ග විවෘතව තබා ගැනීම
- 8 වෙනස පිළිගැනීමේ අවශ්‍යතාවය පිළිබඳව පැහැදිලි අදහසක් පවත්වා ගැනීම
- 9 වගවීමට ඉඩ සැලසීම
- 10 යථාර්ථවාදී වීම

(ලකුණු 02 යි)
(මුළු ලකුණු 10 යි)

හතරවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 07 - උපායමාර්ගවල ස්වභාවය

(a) ව්‍යාපාරයක පවතින විවිධ උපාය මාර්ග

- 1 ව්‍යාපාර උපායමාර්ග
- 2 මෙහෙයුම් උපායමාර්ග
- 3 පරිවර්තනීය උපායමාර්ග
- 4 ශ්‍රීතිය මට්ටමේ උපායමාර්ග
- 5 සාංගමික මට්ටමේ උපායමාර්ග

(ලකුණු 03 යි)

පරිච්ඡේදය 07 - උපායමාර්ගවල ස්වභාවය

(b)

පිරිවැය නායකත්ව උපායමාර්ගය (Cost Leadership) හා ප්‍රභේදන උපායමාර්ගය (Differentiation Leadership) අතර වෙනස

පිරිවැය නායකත්වය

ආයතනයේ පිරිවැය නායකත්වය උපායමාර්ග කරා යොමු වීමට නම් ආයතන මහා පරිමාණ සම්මත නිෂ්පාදිත නිෂ්පාදනය කළ යුතු අතර මහා පරිමාණ බෙදා හැරීම හා මහා පරිමාණ අලෙවිකරණය තිබිය යුතුය. සංවිධානවලට මහා පරිමාණ ආර්ථික පිරිමැසුම් තුළින් පිරිවැය අවම කර ගැනීමට හා මිල අඩු කිරීමෙන් කර්මාන්තයේ පිරිවැය නායකයා බවට පත්වීමට හැකියාව ලැබේ.

ප්‍රභේදන උපායමාර්ගය

පාරිභෝගිකයන්ගේ අභිරුචිය සලකා බලමින් වෙනස් වන අවශ්‍යතා හා වුවමනාවන් තෘප්තිමත් කිරීම පිණිස සංවිධාන විසින් භාණ්ඩ හා සේවාවන්වල වෙනස්කම් සිදු කිරීම ප්‍රභේදන උපායමාර්ගය වේ. සුවිශේෂී වූ අනන්‍ය නිෂ්පාදන බිහි කිරීම මගින් ඉහළ මිලක් අයකරමින් වාසිය ලබා ගත හැකිය.

(ලකුණු 03 යි)

පරිච්ඡේදය 02 - VI කොටස - සංවිධානමය පාලනය

(c) පාලනයේ පවතින සීමා

1 ප්‍රමාණාත්මක ප්‍රමිත පිහිටුවීමේ අපහසුව

ප්‍රමාණාත්මක කාර්යඵල ප්‍රමිත නිර්ණය කළ නොහැකි නිසා පාලන පද්ධතියේ සඵලදායීතාවය බිඳ වැටේ. තවද මානව හැසිරීම, කාර්යක්ෂමතා මට්ටම්, රැකියා තෘප්තිය, සේවක ධෛර්යය හා ඵලදායී අනෙකුත් සාධක ප්‍රමාණාත්මකව මැනීමද ඉතා අපහසු වේ. ඵලදායී අවස්ථාවක සම්පූර්ණ නිගමනය කළමනාකරුගේ අභිමතය මත සිදු වේ.

2 බාහිර සාධක පාලනයකට ලක් නොවීම

රාජ්‍ය ප්‍රතිපත්ති, තාක්ෂණික වෙනස්වීම්, කාර්යයන්හි ඇතිවන වෙනස්වීම්, තරගකරුවන්ගේ සිදුවන වෙනස්වීම් වැනි බාහිර සාධක ව්‍යාපාරයකට පාලනය කළ නොහැකි වේ.

3 සේවකයින්ගෙන් ඇතිවන විරෝධයන්

බොහෝවිට පාලන ක්‍රමයන්වලට සේවකයින් විරෝධය පල කරයි. මේ නිසා පාලනයේ සඵලදායීතාවය අඩු වේ. සේවකයින් බොහෝවිට සිතනුයේ මෙම පාලන ක්‍රමය නිසා ඔවුන්ගේ නිදහස සීමා වන බවයි. මෙවැනි අවස්ථාවන් වලදී උදාහරණයක් ලෙස කැමරා මගින් ඔවුන් සැමවිටම නිරීක්ෂණය කිරීම වැනි පාලන ක්‍රමවලට දැඩි ලෙස විරෝධය පල කරයි.

4 පිරිවැය අධික වීම

සේවක කාර්යසාධනය නිරීක්ෂණය සඳහා දැඩි අවධානයක් යොමු කල යුතු අතර ඒ සඳහා වැඩි කාලයක් හා ආයාසයක් දැරීමට සිදු වේ. මේ නිසා මෙය පිරිවැයෙන් ඉතා අධික කාර්යයක් ලෙස සැලකේ. එසේම ඉතා හොඳ පාලන පද්ධතියක් මිලදී ගැනීම සඳහා අධික පිරිවැයක් දැරීමට සිදු වේ. එහිදී කළමනාකරණය විසින් සැමවිටම මෙම පාලන පද්ධති පිහිටුවීමට වැය වන පිරිවැය හා ඉන් ලැබෙන ප්‍රතිලාභ පිළිබඳව සැසඳීමක් කල යුතු වේ. ඒ අනුව පිරිවැයට වඩා සැමවිටම ඉන් ලැබෙන ප්‍රතිලාභ වැඩි විය යුතු අතර එය සඵලදායීතාවය ඉහල යාමට හේතු වේ. ප්‍රතිලාභයට වඩා පිරිවැය වැඩි සෑම අවස්ථාවකම කාර්යක්ෂමතාවය අඩුය.

(ලකුණු 04 යි)
(මුළු ලකුණු 10 යි)

පස්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 03 - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය

(a) පොට්ටෝ වටිනාකම් ක්‍රියාදාමයේ සහයක ක්‍රියාකාරකම්

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

(ලකුණු 02 යි)

(b) ව්‍යාපාර සාර්ථකත්වය සඳහා මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ කාර්යභාරය

ශ්‍රිතයේ භූමිකාව	පැහැදිලි කිරීම
පාරිභෝගිකයන්ට අවශ්‍ය දේ සැදීම	වෙළෙඳපොළේ ගනුදෙනුකරුවන් සැබවින්ම සොයන්නේ නිෂ්පාදන මිස ව්‍යාපාරය නොවේ. ගනුදෙනුකරුවන් වෙළෙඳපොළේ ව්‍යාපාර සමඟ ගනුදෙනු කරන්නේ ඔවුන් ළඟ නිෂ්පාදිතය ඇති නිසා පමණි. එම නිසා, වෙළෙඳපොළ තුළ ව්‍යාපාරය සජීවීව පවත්වා ගෙන යාමට මෙහෙයුම් ක්‍රියාවලියේදී නිර්මාණය කරන ලද නිෂ්පාදනය හේතු වේ.
ව්‍යාපාර සඳහා වෙළෙඳනාමය සැදීම	ප්‍රමුඛ පෙළේ ව්‍යාපාර නාමයන් ප්‍රසිද්ධ වන්නේ ඔවුන් කවුරුන්ද යන්න නිසා නොව ඔවුන් සාදන දේ නිසාය. නිෂ්පාදිතය ලොවට ව්‍යාපාර හඳුන්වා දෙයි. එබැවින් කීර්තිය හෝ දොස් පැවරීම රඳා පවතින්නේ මෙහෙයුම් කාර්ය සාධනය මත වේ.

<p>තරගකාරී වාසි සඳහා සම්පත් හා නිපුණතා උපයෝජනය කර ගැනීම</p>	<p>ව්‍යාපාරයේ සාර්ථකත්වයේ රහස වෙළෙඳපොළේ තරගකාරී වාසියක් නිර්මාණය කර ගැනීමයි. තරගකාරී වාසිය යනු මෙහෙයුම්වලදී භාවිත කරන අද්විතීය සම්පත් සහ මූලික නිපුණතාවල ක්‍රියාකාරීත්වයයි. එම නිසා ව්‍යාපාරය ක්‍රියාකාරීව තබා ගැනීම සඳහා අනෙකුත් සියලුම ඒකක සහ අංශවලට ශක්තිය ලබා දෙන ව්‍යාපාරයේ හදවත ලෙස මෙහෙයුම් කළමනාකරණය කටයුතු කිරීම අවශ්‍ය වේ.</p>
<p>ලාභදායීතාවයේ පදනම නිර්මාණය කිරීමය</p>	<p>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.</p>
<p>වෙළෙඳපොළ නායකත්වය සඳහා පදනම සැදීම</p>	<p>ඉහළ වෙළෙඳපොළ කොටසක් පවත්වා ගැනීමට ආයතන තරග කරයි. නමුත් ගනුදෙනුකරුවන් වඩා හොඳ වටිනාකමක් ව්‍යාපාර පිරිනමන දෑ වලින් බලාපොරොත්තු වේ. එබැවින් මෙහෙයුම් කළමනාකරණයේ සාපේක්ෂ කාර්යසාධනය යනු ආයතන වෙළෙඳපොළේ ප්‍රමුඛයෙක්ද නැද්ද යන තීරණයයි.</p>

(ලකුණු 04 යි)

(c) ප්‍රධාන නිෂ්පාදන ක්‍රම

<p>ක්‍රමය</p>	<p>පැහැදිලි කිරීම</p>
<p>කාර්යය නිෂ්පාදනය</p>	<p>පාරිභෝගිකයාගෙන් ලැබෙන තනි ඇණවුමක් සඳහා නිෂ්පාදනය සිදු වේ. නිෂ්පාදනයේ සැකසුම සහ අනෙකුත් අංග පාරිභෝගිකයාගේ ප්‍රමුඛතාවන්ට වඩා වෙනස් විය හැකි බැවින් පාරිභෝගිකයා සුදානම් කළ නිෂ්පාදන මිලදී ගැනීමට අකමැති වේ. එම නිසා මෙම ක්‍රමයේ දී ව්‍යාපාරයේ නිමි භාණ්ඩ තොගයක් තබාගත නොකෙරේ. මෙම ව්‍යාපාර ප්‍රමුඛතාවය ලබා දෙන්නේ පාරිභෝගිකයාගේ ඉල්ලීම මත සාදන ලද නිෂ්පාදන සඳහා බැවින් ව්‍යාපාරය ඇණවුම් ලැබෙන තෙක් බලා සිටින අතර පාරිභෝගිකයාගෙන් ඇණවුම තහවුරු වූ පසු නිෂ්පාදනය ආරම්භ වේ. ගනුදෙනුකරුවන්ගේ පොරොත්තු කාලය අඩු කිරීම සඳහා අවශ්‍ය අමුද්‍රව්‍ය කල්තියා ගබඩා කර තැබිය හැකිය. වඩු වැඩ ඉදිකිරීම් ආහාරපාන වැනි පාරිභෝගිකයාගේ ඉල්ලීම මත තැණුනු නිෂ්පාදන සඳහා මෙම ක්‍රමය වඩාත් සුදුසු වේ.</p>
<p>කණ්ඩායම් නිෂ්පාදනය</p>	<p>නිෂ්පාදන කාණ්ඩ ලෙස සාදා ඇත. වරකට නිශ්චිත ධාරිතාවක් සැකසීම සඳහා නිෂ්පාදන යන්ත්‍රෝපකරණ සංවිධානය කර ඇති බැවින් සෑම කාණ්ඩයකටම නිශ්චිත ඒකක සංඛ්‍යාවක් ඇත. නිෂ්පාදන ඒකක සංඛ්‍යාව ස්ථාවර ධාරිතාවට වඩා අඩු නම්,</p>

	<p>පිරිවැය ඉහළ යෑමක් හෝ අඩු බර නිසා යන්ත්‍රසූත්‍ර ක්‍රියාත්මක නොවීමක් විය හැක. සෑම කාණ්ඩයක්ම මෝස්තර හෝ වර්ණය වැනි සීමිත අංශවලින් පාරිභෝගිකයන්ට අවශ්‍ය පරිදි කළ හැකි නමුත් එකම කාණ්ඩයේ අයිතම සමාන වේ. නිෂ්පාදන පරිමාව ඉහළ බැවින් විකිණීම සඳහා අවස්ථාවන් ලැබෙන තෙක් නිමි භාණ්ඩ ගබඩා කර තබයි. මෙම නිෂ්පාදන ක්‍රමය ජ්ලාස්ටික්, ගෘහ භාණ්ඩ වැනි දිගු කල් පවතින භාණ්ඩ සඳහා සුදුසු වේ.</p>
<p>මහා පරිමාණ නිෂ්පාදනය</p>	<p>විශාල භාණ්ඩ ප්‍රමාණයක් එකවර නිෂ්පාදනය කිරීම මෙහිදී සිදුවේ. මෙම ක්‍රමයේදී නිෂ්පාදන වඩාත් ප්‍රමිතිගත වන අතර එකලස් කිරීමේ රේඛා හෝ ස්වයංක්‍රීය තාක්ෂණය භාවිත කරමින් ක්‍රියාවලිය බොහෝ විට සිදු වේ. සමාන නිෂ්පාදන විශාල ප්‍රමාණයක් කාර්යක්ෂමව නිෂ්පාදනය කිරීම මෙහි අරමුණයි. වාහන ටයර් වැනි තොග වශයෙන් නිතර වෙළෙඳාම් කරන නිෂ්පාදන සඳහා මෙම නිෂ්පාදන ක්‍රමය බොහෝ දුරට සුදුසු ය.</p>
<p>නිසිකල් ඇණවුම් නිෂ්පාදනය</p>	<p>මෙම නිෂ්පාදන ආකෘතිය තොග තබා නොගනිමින් වෙළෙඳපල ඉල්ලුම සපුරාලීම සඳහා නිෂ්පාදනය කෙරෙහි අවධානය යොමු කරයි. මෙම නිෂ්පාදන ක්‍රමයේ පරමාර්ථ වන්නේ අධිනිෂ්පාදනය සහ අතිරික්ත තොග නිසා ඇති වන නාස්තිය වළක්වා ගැනීමයි. මෙය පාරිභෝගික ඉල්ලුම මත පදනම් වූ නිෂ්පාදනයක් බැවින් සමහර අවස්ථාවලදී මෙය කාර්යය නිෂ්පාදනය ලෙස හැඳින්වේ. මෙහි දැකිය හැකි මූලික වෙනස වන්නේ සාම්ප්‍රදායික තාක්ෂණය මත පදනම් වූ කුඩා පරිමාණ නිෂ්පාදනයක් ඉලක්ක කර ගත් රැකියා නිෂ්පාදනයයි. ජස්ට් ඉන් ටයිම් (Just in Time) යනු නවීකරණය කරන ලද ආකෘතියක් වන අතර එය නිෂ්පාදන තාක්ෂණය සමග එක්ව වැඩි ධාරිතාවක් නිෂ්පාදනය කරයි. මෙම ක්‍රමය අනුගමනය කරනු ලබන්නේ පාරිභෝගික ඇණවුම ලබා දුන් විට පමණක් පිසින පීසා හට් (Pizza Hut), බර්ගර් කිං (Burger King) වැනි ප්‍රමුඛ පෙළේ වරලත් ආයතනයයි.</p>
<p>ලීන් නිෂ්පාදනය</p>	<p>නිෂ්පාදන තාක්ෂණයක් ලෙස හැඳින්වීමට වඩා, ලීන් නිෂ්පාදනය නිෂ්පාදන දර්ශනයක් ලෙස හැඳින්වේ. මෙම ජපන් දර්ශනය ප්‍රධාන අංශ දෙකක් පිළිබඳ අවධානය යොමු කරයි.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ පාරිභෝගිකයාට වටිනාකම උපරිම කිරීම ▪ සියලු සම්පත් භාවිතය අවම කිරීම <p>ගනුදෙනුකරුවන්ගේ අවධානය ඉහළ වටිනාකමින් යුත් නිෂ්පාදනයක් අඩු පිරිවැයක් යටතේ ගැනීමට යොමු වන අතර, ලීන් නිෂ්පාදනය අවධානය දක්වන ඉහත සඳහන් ප්‍රධාන කරුණු</p>

	<p>දෙක ව්‍යාපාරවලට දිගුකාලීන වෙළෙඳපොළක් පවත්වා ගැනීමට හැකියාව ලබා දේ. මෙම අරමුණ සඳහා ව්‍යාපාර පාරිභෝගිකයාට ඇහුම්කන් දීම පමණක් නොව (Just in Time වැනි නිෂ්පාදනය), අභ්‍යන්තර ක්‍රියාවලීන්වල අනවශ්‍ය තොග, වටිනාකම් එකතු නොවන ක්‍රියාවලීන් සහ නාස්තිය ඉවත් කිරීමෙන් සම්පත් භාවිත පිරිවැය අඩු කිරීම ද අවශ්‍ය වේ.</p>
<p>තල්ලු සහ අදින නිෂ්පාදන ක්‍රම</p>	<p>තල්ලු නිෂ්පාදනය යනු ව්‍යාපාර මූලික නිෂ්පාදනය කර නිෂ්පාදන පසුව වෙළෙඳපොළට දමන ක්‍රමයකි. එබැවින් නිෂ්පාදන විකුණන තෙක් ව්‍යාපාරය තොග ගබඩා කිරීම අවශ්‍ය වන අතර නිෂ්පාදන තීරණය වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම නොසලකන බැවින් නිෂ්පාදන විකිණීමේ අවිනිශ්චිතතාවයක් පවතී. එසේම, විශාල පරිමාවක් වෙළෙඳපොළට දැමීමට උත්සහා කරන විට එම අතිරික්ත සැපයුම නිසා මිල පහළ වැටේ. එබැවින් ව්‍යාපාරයට තම භාණ්ඩ අඩු විකුණුම් මිලක් යටතේ විකිණීමට සිදුවිය හැකිය. අදින නිෂ්පාදන ක්‍රමය යනු ව්‍යාපාරයෙන් නිෂ්පාදන ඉවත් කර ගැනීමට වෙළෙඳපොළට ඉඩ දීමයි. එනම්, පළමුව වෙළෙඳපොළ ඉල්ලුම නිර්මාණය වී පසුව ව්‍යාපාරය නිෂ්පාදනය කරයි. මෙම ආකාරයේ දී ඉල්ලුම පවතින බැවින් සමස්ත නිෂ්පාදනය වෙළෙඳපොළේ විකුණනු ලැබේ. එම නිසා, ව්‍යාපාරයට අවම නිමි භාණ්ඩ තොගයක් සහ අවම අලාභහානි, පාරිභෝගික ඉල්ලුමට ඉක්මන් ප්‍රතිචාර දැක්වීම සහ වෙළෙඳපොළ සංඥාවන් සමඟ ව්‍යාපාරයේ චලනය භුක්ති විඳිය හැකිය.</p>

(ලකුණු 04 යි)

(මුළු ලකුණු 10 යි)

හයවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 04 - අලෙවි කළමනාකරණය

(a) සඳාචාර විරෝධී වෙළෙඳ දැන්වීම්කරණය

- 1 අන්වාදේශ දැන්වීම්කරණය
- 2 අතිශෝක්තියෙන් දැක්වීම / මවා පෙන්වීම
- 3 අතිශයෝක්ත දැන්වීම්කරණය
- 4 තහවුරු නොකළ හිමිකම්
- 5 අන් වෙළෙඳ නාම සමඟ අනවශ්‍ය සැසඳීම
- 6 වෙළෙඳ දැන්වීම්වලට දරුවන් හෝ ළමුන් යොදා ගැනීම

(ලකුණු 02 යි)

(b) ආචාරධර්ම අලෙවිකරණය සඳහා අවශ්‍ය වන්නේ ඇයි

1 පාරිභෝගික පක්ෂපාතිත්වය

ආචාරධර්ම මූලික මානව ස්වභාවය සහ එහි ස්වභාවයෙන් සත්‍ය වන සන්නම සඳහා යෑමට ප්‍රවනතාවක් තිබෙන අතර එහි පිරිනමන භාණ්ඩ සහ සේවා දිගුකාලීන පදනම මත සමාගමක පාරිභෝගික විශ්වාසය සහ පක්ෂපාතිත්වය දිනා ගැනීමට උදව් වේ.

2 දිගුකාලීන වාසි

අලෙවිකරණයේ ආචාරධර්මවල වැදගත්කම අවබෝධ කර ගැනීම දිගුකාලීන අරමුණක් හා සමාගමේ පරමාර්ථයක් නොවන නමුත් පාරිභෝගික පක්ෂපාතිත්වය, වෙළෙඳපොළ තුළ සහ පාරිභෝගිකයන්ගේ මනස තුළ වැඩි විශ්වාසනීයත්වය, වැඩිවන වෙළෙඳපොළ කොටස වැඩි දියුණු වන සන්නම් වටිනාකම සහ වැඩි විකුණුම් වැනි විවිධ කෙටිකාලීන සහ දිගුකාලීන යන අරමුණු දෙකම සමාගමට සාර්ථක අන්දමින් සම්පූර්ණ කිරීමට හැකිය.

3 විශ්වාසනීයත්වය ගොඩනැගීම

සමාගම ඔවුන්ගේ අලෙවිකරණය සහ ප්‍රවර්ධන කටයුතු කිරීමේදී ඒකාකාරී සහ අඛණ්ඩව පදනමින් අලෙවිකරණයේ ආචාරධර්ම අනුගමනය කරන විට එය කර්මාන්තය තුළ සමාගම සඳහා විශ්වාසනීයත්වය ගොඩනැගීමේ සාධකය ලෙස ප්‍රතිඵල දෙන සත්‍ය හා අව්‍යාජ සන්නමක් ලෙස වෙළෙඳපොළ තුළ විශේෂ කුඩා කොටස හෙමින් සහ ක්‍රමක්‍රමයෙන් ගොඩනැගේ.

4 මූලික මිනිස් අවශ්‍යතා සහ චූළමනා තෘප්තිමත් කිරීම

අලෙවිකරණයේ ආචාරධර්ම අනුගමනය කිරීම, මූලික මිනිස් අවශ්‍යතා සහ චූළමනා තෘප්තිමත් කරන අතර සමාගම විසින් පිරිනමන භාණ්ඩ සහ සේවා මිලදී නැගීම තුළ සන්නමෙන් පාරිභෝගිකයා බලාපොරොත්තු වන විශ්වාසනීයත්වය සහ අවංක බව යන මූලික සාධක ඇති වේ. සමාගම පාරිභෝගිකයාගේ අවශ්‍යතා සහ චූළමනා තෘප්තිමත් කිරීමට හැකිවන විට පාරිභෝගික පක්ෂපාතිත්වය සන්නමේ විශ්වාසය සහ පිරිනැමීමිඵල විශ්වාසය වැනි දිගුකාලීන ප්‍රතිලාභ භුක්ති විඳින අතර කට වචනයෙන් ඇති වන ප්‍රචාරණය සමාගමට විවිධ දෑ උපයා ගනී.

5 නිපුණත්වය අත්පත්කර ගැනීම

අලෙවිකරණයේ ආචාරධර්ම අනුගමනය කරන සහ අවබෝධ කරගන්නා ආයතනවලට සම්බන්ධව අභ්‍යන්තර සේවකයන්, විකුණුම්කරුවන් හෝ උපදේශකයන් ලෙස සම්බන්ධ වීමට කැමති නිපුණත්වයෙන් යුත් වෘත්තිකයන්ට ආකර්ශණය කිරීමට සමාගමට උදව් කරයි. එය සාර්ථක අන්දමින් සහ කෙටි කාලය තුළ අරමුණු සහ පරමාර්ථ සමාගමට ළඟාකර ගැනීමට උදව් දෙයි.

6 මූල්‍ය අරමුණු ළඟාකර ගැනීම

ව්‍යාපාර කටයුතු වර්ධනය කිරීම සහ ව්‍යාප්ත කිරීම සඳහා සමාගමේ කළමනාකරණය වෙළෙඳපොළ තුළ නව නිෂ්පාදන ජේළියක් ආරම්භ කිරීම, නව වෙළෙඳපොළ අවස්ථාවලට යොමුවීම සහ නවෝත්පාදන අලෙවි සහ ප්‍රවර්ධන ක්‍රම උත්සාහ කිරීමට පහසුකම් සපයන අවශ්‍ය අරමුදල් සහ

ආයෝජන සැපයිය හැකි ආයෝජකයන් සහ මූල්‍ය හවුල්කරුවන් නිතරම අවශ්‍ය විය හැකිය. එම නිසා මූල්‍ය අරමුණු ළඟාකර ගැනීමට එහි ව්‍යාපාරයේ මෙහෙයුම් සහ පිරිනැමීම් අව්‍යාජ වන සන්නමක් ඇති ආයතනය දෙන නිසා අලෙවිකරණයේ ආචාරධර්ම අනුගමනය කරන සහ අවබෝධ කර ගැනීම සමාගමට වැදගත් වේ.

7 සන්නම් වටිනාකම වැඩි කිරීම

සමාගමක අලෙවිකරණයේ ආචාරධර්ම අනුගමනය කරන්නේ නම් වෙළෙඳපොළ තුළ වඩාත් විශ්වාසනීය ඇති සමාගමේ සන්නම් වටිනාකම වැඩි කිරීමට ප්‍රතිඵල දෙයි.

(ලකුණු 04 යි)

(c)

බොහෝ අලෙවිකරණ හා ප්‍රචාරණ දෙපාර්තමේන්තු Covid-19 හේතුවෙන් ඇති වූ අභියෝගවලට මුහුණ දෙන අතර ව්‍යාපාරික ලෙස නිර්මාණාත්මක හා නව්‍ය අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග සහ භාවිතය සඳහා නව සාමාන්‍යකරණය හරහා යොමු වී ඇත. මෙමගින් වෙළඳ ප්‍රචාරණය අලෙවිකරණය ප්‍රවර්ධනය සහ මාධ්‍ය වියදම් මෙන්ම තමන් හා අනාගත ප්‍රචාරණය සහ අලෙවිකරණ ක්‍රියාකාරකම්වලටද බල පෑ ඇති අතර එය ස්ථාවර ආදායම් ප්‍රවාහයක් පවත්වා ගැනීමට සෘජුව බලපායි.

ප්‍රචාරණය

Covid-19 වසංගතය හේතුවෙන් ආයතනවලට ඔවුන්ගේ වෙළඳ ප්‍රචාරණ උපාය මාර්ග නිර්මාණාත්මකව මෙන්ම උපායශීලීව අලෙවිකරණ ක්‍රම හා ඉලක්කගත වෙළෙඳ ප්‍රචාරණය වෙත විතැන් වී ඇති අතර සමාජ මාධ්‍ය ඵලදායී ලෙස භාවිත කරමින් ඩිජිටල් අලෙවිකරණයට යොමු වී ඇත.

අලෙවිකරණය

Covid-19 වසංගතය හේතුවෙන් ආයතන තම අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග FB, Whatsap, Instagram වැනි අන්තර්ජාලය මූලික කරගත් මාර්ගගත වේදිකා වෙත යොමු කිරීමට සිදු විය. බොහෝ විට රට අගලු දමා ඇති නිසා පාරිභෝගිකයන් නිවසේ සිටම අන්තර්ජාලය හරහා භාණ්ඩ ඇණවුම් කිරීමට යොමු වී ඇත.

අභිරුචිය වෙනස් වීම

Covid-19 වසංගතය හේතුවෙන් බොහෝ දෙනෙකුට රැකියා අහිමි වීම් හා වැටුප කප්පාදු කිරීම්වලට මුහුණ දීමට සිදු විය. මේ නිසා පාරිභෝගිකයාට සුබෝපභෝගි භාණ්ඩ පරිභෝජනය වෙනුවට අත්‍යවශ්‍යම අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරා ගැනීම කෙරෙහි වැඩි අවධානයක් යොමු කිරීමට සිදු වී ඇත. එබැවින් පශ්චාත් වසංගත කාලයේදී ආයතනවලට නව භාණ්ඩ හා සේවා කරා යොමු වීම තුළින් පාරිභෝගික අවශ්‍යතා හා වුවමනා සපුරාලීමට අවකාශය හඳුනා ගත යුතුය.

(ලකුණු 04යි)

(මුළු ලකුණු 10 යි)

B කොටසෙහි අවසානය

හත්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

(a)

පරිච්ඡේදය 02 - IV කොටස - මෙහෙයවීමේ ක්‍රියාවලිය (නායකත්වය, අභිප්‍රේරණය හා සන්නිවේදනය)

Gag Ltd. සඳහා නායකත්වයේ භූමිකාව තීරණාත්මක හා වැදගත් වන්නේ

1 ව්‍යාපාරය එහි දැක්මට අනුව කටයුතු සිදුවන බවට සහතික කර ගැනීම

සේවකයන් නිවැරදි මාවතට යොමු කිරීම, සහතික කිරීම සඳහා නිවැරදි නායකත්වයක් තිබිය යුතුය. සංවිධානයට දැක්මක් ඇති බව සහතික කිරීම සඳහා ව්‍යාපාරික නායකයෙකු සෑම විටම අවධියෙන් සිටිය යුතු අතර එම දැක්ම සාක්ෂාත් කර ගැනීම කලා ගමන් කළ යුතුය.

2 චිත්ත ධෛර්යය කරා පෙළඹවීම

ව්‍යාපාර නායකයෙකුගේ ස්ථාවරය වන්නේ බීම කර්මාන්තයේ ප්‍රධාන තරගකරුවෙකු ලෙස ව්‍යාපාරය රඳවා තබා ගැනීම සඳහා ආයතනයේ සේවකයන් අතර චිත්ත ධෛර්යය ඇති කිරීමයි. සේවකයින්ට නිවැරදි දේ දැන ගැනීමට අවශ්‍යයි. ආයතනික අරමුණු සඳහා වැඩ කරන අතරම එලදායි නායකයෙකු සෑම විටම සේවකයන්ගේ අවශ්‍යතා ගැන සොයා බලයි. විශේෂයෙන්ම වසංගතය තුළ පාරිභෝගිකයන් සමඟ අත්දැකීම් බෙදා ගැනීමට විකල්ප ක්‍රම සෙවීමේ ක්‍රියාවලියේදී GAG Ltd සේවකයින් දිරිමත් කළ යුතුය. ඔවුන් සේවකයින් දිරිමත් කිරීමට ක්‍රම කිහිපයක් සිදු කර ඇත.

3 විවිධත්වය වැළඳ ගැනීම සඳහා සංවිධානයකට මග පෙන්වීම

හොඳ නායකයෙකු විවිධත්වය කරා කණ්ඩායම් මෙහෙයවන අතර සංවිධානයේ විවිධත්වය නිවැරදි මාවත හරහා ගමන් කරන බවට වග බලා ගත යුතුය. GAG Ltd විසින් පවත්වාගෙන යනු ලබන ආයතනික කළමනාකාරිත්වය මත පදනම්ව ආයතනයක් විවිධත්වය වැළඳ ගනී. පාරිභෝගිකයාගේ සෞඛ්‍ය පිළිබඳ අවධානය යොමු කරමින් ආයතනයේ කළමනාකාරිත්වය විසින් නෙක්ට්‍රාස් වෙළෙඳපොළට හඳුන්වා දී ඇත. GAG Ltd හි කළමනාකාරිත්වය ඉලක්ක වෙළෙඳපොළ පිළිබඳව අවබෝධයක් ලබාගෙන නව නිෂ්පාදන වෙළෙඳපොළට හඳුන්වා දී ඇත.

4 නව උපාය මාර්ගික දිශාවන් සන්නිවේදනය කිරීම

තීරණාත්මක අවස්ථාවන්හිදී නායකයාට මුළු සමාගමම විශ්වාසයෙන් තබා ගත හැකි අතර විකල්ප උපාය මාර්ග හරහා ඉටු කළ යුතු ඉලක්ක කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ හැකිය. සංවිධානයේ කළමනාකාරිත්වය සංවිධානය සඳහා නව උපායමාර්ගික දිශාවක් තීරණය කළ පසු නායකත්වය විසින් මෙය කාර්ය මණ්ඩලයට දැනුම් දිය යුතුය. GAG Ltd. තම සේවකයින් සඳහා අඛණ්ඩව වැඩිමුළු සහ පුහුණු වැඩසටහන් කිහිපයක් සංවිධානය කර ඇත.

5 අඛණ්ඩව ඉගෙනීම දිරිමත් කිරීම

GAG Ltd. ඉගෙනීමේ සංවිධානයක් බව පෙනේ. මෙහි දී GAG Ltd. සිය සේවකයින් සඳහා අඛණ්ඩව වැඩමුළු සහ පුහුණු වැඩසටහන් සංවිධානය කර ඇත. මේ අනුව, නායකයා විසින් කණ්ඩායම යල් පැන නොයන ලෙස අඛණ්ඩ ඉගෙනීමෙහි නිරත කර ඇත.

6 අවශ්‍ය සම්පත් සහ සහාය ලබා ගැනීම

වඩා හොඳ නායකයෙකු සේවකයින්ගෙන් තමාට තමා වඩා හොඳින් සවි බල ගැන්වීමට උපකාරී වන්නේ මොනවාදැයි අසනු ලබයි. තොරතුරු සමග ව්‍යාපාරික නායකයා අවශ්‍ය සම්පත් අත්පත් කර ගැනීම සඳහා යොමු කර එය පසු විපරම් කරනු ඇත.

7 සේවකයින්ගේ හැසිරීම්වලට බලපෑම් කිරීමට උපකාරී වේ

GAG Ltd හි අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා ඔවුන්ගේ උපරිම උත්සාහය දරන ආකාරයට නායකයා විසින් සේවකයින් ඔහුගේ/ඇයගේ පාලනය යටතට ගෙන එයි.

8 අවශ්‍ය වෙනස්කම් හඳුන්වා දීමට උපකාරී වේ

COVID-19 වසංගත තත්ත්වය හේතුවෙන් ව්‍යාපාරික පරිසරයේ වෙනස්කම් කිහිපයක් හඳුනාගත හැකිය. වෙනස්වන පරිසරයට මුහුණ දීම සඳහා නායකයා විසින් සංවිධානය තුළ බොහෝ වෙනස්කම් හඳුන්වා දිය යුතුය.

9 සාමූහික අනන්‍යතාවයක් ඇති කිරීම

කණ්ඩායම් ප්‍රයත්නයන් සාර්ථක කර ගැනීමටත් කණ්ඩායම් හැඟීම දිරිමත් කිරීමටත් නායකත්වය වැදගත් වන අතර කණ්ඩායම් ක්‍රියාකාරකම් සඳහා අද්විතීය අනන්‍යතාවයක් මෙමගින් නිර්මාණය කරයි.

10 සේවකයින් අභිප්‍රේරණය කිරීම සහතික කිරීම

විවෘත සන්නිවේදනය, කණ්ඩායම් වැඩ සහ වෙනත් සුදුසු චේතනාවන් හරහා ඉලක්ක සපුරා ගැනීම සඳහා පෙළඹවීම සඳහා නායකයාගේ කාර්යභාරය වැදගත් වේ.

(ලකුණු 08 යි)

(b)

පරිච්ඡේදය 02 - IV කොටස - මෙහෙයවීමේ ක්‍රියාවලිය (නායකත්වය, අභිප්‍රේරණය හා සන්නිවේදනය)

1 ඵලදායීතාව වැඩි වීම

ක්‍රියාවලියක් ලෙස අභිප්‍රේරණය සේවකයාගේ ඵලදායීතාව වැඩි කරයි. අභිප්‍රේරණය සේවකයාගේ අවශ්‍යතා සපුරාලන අතර එමගින් ඔහුගේ හැකියාවන්ගෙන් උපරිම ලෙස වැඩ කිරීමට තල්ලුවක් නිර්මාණය කරයි. තවත් අධෛර්යමත් වූ සේවකයෙකුට වඩා අභිප්‍රේරිත සේවකයකු සංවිධානයේ අභිවෘද්ධිය සඳහා වැඩි උත්සාහයක් දැරීමට කැමති වනු ඇත.

2 ආයතනික කාර්යක්ෂමතාව සහතික කරයි

සංවිධානයේ සේවකයන්ගේ ආකල්ප වෙනස් කිරීමට අභිප්‍රේරණය ප්‍රධාන කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි. උදාසීන ආකල්පය වඩාත් කාර්යක්ෂමව ඉදිරිපත් කරනුයේ අභිප්‍රේරණයෙනි. එවැනි වාසිදායක ආකල්පයක් පැවතීම සංවිධානයට සාර්ථක වීමට ඉඩ සලසයි.

3 පක්ෂපාතී ශ්‍රම බලකායක් සහතික කරයි

හොඳින් අභිප්‍රේරිත ශ්‍රම බලකායක් යනු පක්ෂපාතී ශ්‍රම බලකායකි. අභිප්‍රේරිත සේවකයින්ට එහි අරමුණු හා පරමාර්ථ කෙරෙහි ඉහළ කැපවීමක් සහ විත්ත ධෛර්යයක් ඇත. මේ අනුව අභිප්‍රේරණය සේවක පිරිවැටුම අඩු කරන අතර නව සේවකයින් නිරන්තරයෙන් හඳුන්වා දීමේ අවශ්‍යතාවය ද අඩු කරයි.

4 මෙහෙය වීම සඳහා පහසුකම් සපයයි

මෙහෙයවීම වැදගත් කළමනාකරණ කාර්යයක් වන අතර දැනටමත් සඳහන් කර ඇති පරිදි අභිප්‍රේරණය මෙහෙයවීමේ ප්‍රධාන කොටසකි. මෙහෙයවීම යනු සකස් කරන ලද සැලැස්මක් අනුව ක්‍රියා කිරීම හෝ ආරම්භ කිරීම ය. සේවකයින් කැපවීමෙන් හා පක්ෂපාතිත්වයෙන් අව්‍යාජව වැඩ කිරීම අවශ්‍ය වේ. මේ අනුව මෙහෙයවීමේ ක්‍රියාවලිය සිදු කල හැක්කේ සේවකයින් කළමනාකරු විසින් තීරණය කරන දිශාවට ඉදිරියට යන විටය. මේ සඳහා අභිප්‍රේරිත ශ්‍රම බලකායක් අවශ්‍ය වේ.

5 ක්‍රියාශීලී ශ්‍රම බලකායක් සහතික කරයි

වෙනස්වන ව්‍යාපාරික පරිසරයට අනුගත වීම ඕනෑම සාර්ථක ව්‍යාපාරයක වැදගත් ලක්ෂණයකි. වෙනස්කම්වලට පහසුවෙන් ප්‍රතිචාර දැක්වීමට සහ සුමට ක්‍රියාකාරිත්වය පවත්වා ගැනීමට, ආයතනයකට එහි සේවකයින්ගේ පුළුල් පක්ෂපාතිත්වය සහ කැපවීම අවශ්‍ය වේ. මෙය සංවිධානය කිරීමට අදහස් කරන වෙනස්කම්වලට ප්‍රතිරෝධය අඩු කරයි. මෙමගින් වෙනස්වන මනසට කාර්යක්ෂම අනුවර්තනය වීමට සංවිධානයට උපකාරී වේ.

(ලකුණු 06 යි)

(c)

පරිච්ඡේදය 04 - අලෙවි කළමනාකරණය

- 1 රූපවාහිනී හා ගුවන් විදුලිය මගින් වෙළෙඳ ප්‍රචාරණය
- 2 සමාගම් වෙබ් අඩවිය හෝ වෙළෙඳ ද්වාර (Merchant portals) හරහා මාර්ගගත මිලදී ගැනීම්
- 3 ජංගම යෙදුම්
- 4 වෙළෙඳාමේ විකිණීම මත පදනම්ව මාර්ගගතව බෙදා හැරීම
- 5 පුද්ගලික විකිණීම
- 6 මාර්ගගතව සෘජු අලෙවිකරණය
- 7 Covid-19 වැළැක්වීමේ වැඩසටහන් සඳහා අනුග්‍රාහකත්වය සහ පරිත්‍යාග
- 8 මහජන සම්බන්ධතා (මූලික වශයෙන් සමාජ මාධ්‍ය සහ සමාගම් විශේෂිත මාර්ගගත වේදිකා හරහා)

(ලකුණු 04 යි)

(d)

පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය

- 1 වෛද්‍ය ගාස්තු, රෝහල්ගත කිරීමේ වියදම්, රක්ෂණ පිරිවැය, ඵලදායීතාව අඩුවීම, නව සේවකයින් බඳවා ගැනීමේදී සහ පුහුණු කිරීමේදී දිරන වියදම්, කාර්මික අනතුරු සහ වෘත්තීය රෝග සඳහා වන වන්දි පිරිවැය වැනි සෘජු හා වක්‍ර වියදම් අඩු කිරීම.
- 2 වැඩ කිරීමට සේවක අභිප්‍රේරණය සහ චිත්ත ධෛර්යය වැඩි දියුණු කෙරෙන අවදානම් රහිත, අනතුරු අඩු සේවා ස්ථානයක් නිර්මාණය කිරීම.
- 3 Covid-19 කාලපරිච්ඡේදය තුළ යහපත් සෞඛ්‍ය සහ ආරක්ෂිත පිළිවෙත් සහතික කිරීම, එමඟින් ආයතනික ඵලදායීතාව වැඩිදියුණු කිරීමට උපකාරී වේ.
- 4 සේවක සෞඛ්‍ය සහ ආරක්ෂිත කළමනාකරණයේ නීතිමය අනුකූලතාව සහතික කිරීම; විශේෂයෙන්ම Covid-19 පශ්චාත් වසංගත කාලය තුළ.
- 5 නැවත නැවත සිදුවන අනතුරු හේතුවෙන් සේවකයන් අතර හිතියක් ඇති විය හැකි අතර, අපහසුතාවයට පත් සේවා පරිසරයක් ඇති කළ හැකි බැවින්, සේවකයන්ට සුවපහසු සේවා පරිසරයක් නිර්මාණය කිරීමේ හැකියාව.
- 6 ආයතනය සේවකයන්ට බලපාන උවදුරුවලින් නිදහස් වූ විට, ස්වභාවිකවම එය කර්මාන්තය තුළ හොඳ නමක් දිනා ගනී.
- 7 සමාගමට සෞඛ්‍ය සහ ආරක්ෂිත කළමනාකරණ පිළිවෙත් තිබේ නම්, ඔවුන්ට සේවක නොපැමිණීම සහ ශ්‍රම පිරිවැටුම් අනුපාත අඩු කළ හැකිය.

(ලකුණු 04 යි)

(e)

පරිච්ඡේදය 07 - උපායමාර්ගවල ස්වභාවය

- 1 සමාගමට එහි තරගකාරී වාසිය ලබා ගැනීමට උපකාර කරයි.
- 2 සමාගමේ මූල්‍ය කාර්ය සාධනය වැඩිදියුණු කරන ආකාරය පැහැදිලි කරයි.
- 3 පරිසරයේ ඇති අවදානම් හඳුනා ගැනීමට සහ එම වෙනස්කම්වලට අනුවර්තනය වීමට සංවිධානයට උපකාර කරයි.
- 4 අවධානය සහ දිශාව ස්ථාපිත කිරීම.
- 5 සම්පත් ඵලදායී ලෙස පාලනය කිරීම.
- 6 අවදානම් අවම කිරීම.
- 7 සේවකයින්ගේ අභිප්‍රේරණය වැඩි දියුණු කිරීම.
- 8 දිගුකාලීන සාර්ථකත්වයක් අත්කර ගැනීම.
- 9 එහි නව නිෂ්පාදනය තවදුරටත් විවිධාංගීකරණය කිරීමට/සංවර්ධනය කිරීමට; පළතුරු යුෂ.
- 10 Covid-19 පශ්චාත් වසංගතය තුළ නව වෙළඳපොළ කොටස්වලට ඇතුල් වීමට.
- 11 නව ගනුදෙනුකරුවන් ආකර්ෂණය කර ගැනීමට සහ පවතින පාරිභෝගික පදනම රඳවා ගැනීමට.
- 12 ගතික පරිසරයක් තුළ සමාගම් සම්පත් වඩා හොඳ ආකාරයකින් භාවිත කිරීමට; නව සාමාන්‍යකරණයට අනුකූලව.

(ලකුණු 03 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)