



ශ්‍රී ලංකා ගණකාධිකරණ ශිල්පීය ආයතනය

අදියර II විභාගය - 2022 ජනවාරි

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 ජනවාරි  
(204) ව්‍යාපාර කළමනාකරණය  
යෝජිත පිළිතුරු

(මුළු ලකුණු 25 කි)

A කොටස

පළමුවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

1.1 (4)

1.2 (3)

1.3 (3)

1.4 (2)

1.5 (4)

1.6 එලදායිතාවය

1.7 අලෙවිකරණ

1.8 ආත්ම පරිපූර්ණ

1.9 දැක්ම

1.10 සේවා

(එකකට ලකුණු 02 බැගින් මුළු ලකුණු 10)

1.11 සංවිධාන ව්‍යුහයන් වර්ග

(එකකට ලකුණු 01 බැගින් මුළු ලකුණු 05)

- 1 ශ්‍රීතිය ව්‍යුහය
- 2 ආංශික ව්‍යුහය
- 3 න්‍යාස සංවිධාන ව්‍යුහය
- 4 ධුරාවලි ව්‍යුහය
- 5 පැතලි ව්‍යුහය
- 6 ජාල ව්‍යුහය
- 7 රේඛීය ව්‍යුහය

(ලකුණු 02)

**1.12 අලෙවිකරණ කළමනාකරණය**

- 1) අලෙවිකරණ කළමනාකරණය යනු ඉලක්ක වෙළෙඳපොළ තෝරා ගැනීම සහ උසස් පාරිභෝගික වටිනාකමක් නිර්මාණය කිරීම, බෙදා හැරීම සහ සන්නිවේදනය කිරීම තුළින් ගනුදෙනුකරුවන් ලබා ගැනීම, තබා ගැනීම සහ වර්ධනය කිරීමේ කලාව සහ විද්‍යාවයි.
- 2) අලෙවි කළමනාකරණය යනු පුද්ගල සහ ආයතනික අරමුණු නිර්මාණය කිරීම, හුවමාරු කිරීම සහ තෘප්තිමත් කිරීම සඳහා අදහස්, භාණ්ඩ සහ සේවා සංකල්පය, මිලකරණය, ප්‍රවර්ධනය සහ බෙදා හැරීම සැලසුම් කිරීම සහ ක්‍රියාත්මක කිරීමේ ක්‍රියාවලියයි.
- 3) අලෙවිකරණ කළමනාකරණය යනු පාරිභෝගිකයින්ගේ අවශ්‍යතා තක්සේරු කිරීම සහ ඒවා සපුරාලීම සඳහා පර්යේෂණ හා සංවර්ධනය ආරම්භ කිරීම මගින් වෙළෙඳාම ප්‍රවර්ධනය කරන නිර්මාණාත්මක කළමනාකරණ කාර්යයකි.
- 4) අලෙවිකරණ කළමනාකරණය යනු පිළිගත හැකි ලාභයක් උත්පාදනය කිරීමේ මාධ්‍යයක් ලෙස සමාගම්වල නිෂ්පාදන පිරිනැමීම හෝ සේවාවන් සඳහා ඇති ඉල්ලුම නිර්මාණය කිරීම සහ තෘප්තිමත් කිරීම සඳහා නිර්මාණය කර ඇති අලෙවිකරණ වැඩසටහන්, ප්‍රතිපත්ති, උපාය මාර්ග සහ උපක්‍රම සැලසුම් කිරීම, සංවිධානය කිරීම, පාලනය කිරීම සහ ක්‍රියාත්මක කිරීමයි.

(ලකුණු 02)

**1.13 අභ්‍යන්තර බඳවා ගැනීමේ ප්‍රතිපත්තියක අවාසි**

- 1) නව දැනුම හා කුසලතා ආයතනය තුළට ඒම වළකයි.
- 2) පුරප්පාඩුව සඳහා වඩාත් සුදුසු පුද්ගලයෙකු තෝරා ගැනීමේ හැකියාව අඩුය.
- 3) අයදුම්කරුවන් අතර තරගය සාපේක්ෂව අඩුය.
- 4) නව අදහස් හා යෝජනා (New Blood) ආයතනය තුළට පැමිණීම වළක්වයි, පැරණි අදහස් හා යෝජනා (Old Blood) ආයතනය තුළ රඳවා තබා ගනී.
- 5) අවිධිමත් කණ්ඩායම් ශක්තිමත් වීම.
- 6) එය සංවිධානයක් තුළ පක්ෂග්‍රාහී සැලකිලි ඇති කරයි.

(ලකුණු 02)

**1.14 අලෙවිකරණයේදී භාවිත කරන මිලකරණ ක්‍රම**

- 1) පිරිවැය එකතු මිලකරණය
- 2) සලකුණු මිල කිරීම
- 3) ඉල්ලුම පදනම් මිලකරණය
- 4) තරගය පදනම් කරගත් මිලකරණය
- 5) වටිනාකම පදනම් මිලකරණය

(ලකුණු 02)

1.15 උපක්‍රමික පාලනයේ සහ මෙහෙයුම් පාලනයේ වෙනස

උපක්‍රමික පාලනය	මෙහෙයුම් පාලනය
මූලාශ්‍ර ගණනාවකින් දත්ත අවශ්‍ය වේ.	මූලාශ්‍ර කිහිපයක් පමණක් අවශ්‍ය වේ.
බාහිර මූලාශ්‍රවලින් වැඩි දත්ත ප්‍රමාණයක් අවශ්‍ය වේ.	අභ්‍යන්තර මූලාශ්‍රවලින් දත්ත අවශ්‍ය වේ.
උපකල්පනය කල තීරණවල නිරවද්‍යතාවය ගැනීම සඳහා වැඩි අවධානයක් යොමු කරනු ලබයි.	කිසියම් වූ ප්‍රතිඵලයක ප්‍රමාණාත්මක වටිනාකම කෙරෙහි මෙහෙයුම් තීරණ අවධානය යොමු කරයි.
උපක්‍රමික පාලනය සඳහා අවශ්‍ය කරන කාලය ඉතා දිගු වේ.	සාපෙක්ෂව කෙටි කාලයක් අවශ්‍ය වේ.
උපක්‍රමික පාලන ක්‍රමයන් සම්පූර්ණ නොවන හා නිරවද්‍යතාවය අතින් අඩු බවක් පෙන්වයි	මෙහෙයුම් පාලන ක්‍රමයන් ඉතා පටු විෂය පථයන් තුළ ක්‍රියාත්මක වන හෙයින් සම්පූර්ණත්වයෙන් හා නිරවද්‍යතාවයෙන් ඉහළ වේ.
උපක්‍රමික පාලනය කාල පරතරයක් තුළ සිදු කරනු ලබන විචල්‍ය වාර්තා මත පදනම් වේ.	මෙම මෙහෙයුම් මිනුම් සාමාන්‍යයෙන් කිසියම් කාල සීමාවක් තුළ සිදුවන ක්‍රියාකාරකම් හා සම්බන්ධව අධ්‍යයනය කෙරේ. උදා- සතියකට නිමවන කැලි ප්‍රමාණය, කාර්තුවකට ලැබෙන ලාභය වැනි දෑ දැක්විය හැක.
අනාගතය පදනම් කොටගෙන ගොඩ නැගේ.	ඝණික තීරණ ගැනීමට අවශ්‍ය වන හා ඝණිකව ව්‍යාපාරයට බලපෑ හැකි දෝෂ ඇති අවස්ථාවන්වලදී මෙහෙයුම් පාලන තීරණ ගත යුතු වේ.
කළමනාකරණ පාලන විශ්ලේෂණයේ ප්‍රධාන කාර්යයක් වනුයේ විකල්පයක් උත්පාදනය කිරීමයි.	මෙහෙයුම් හි ප්‍රධාන විශ්ලේෂණ කාර්යය වනුයේ සත්‍ය වශයෙන් ව්‍යාපාරයට සිදුවන්නේ කුමක්ද යන්න සොයා බැලීමයි.

(ලකුණු 02)

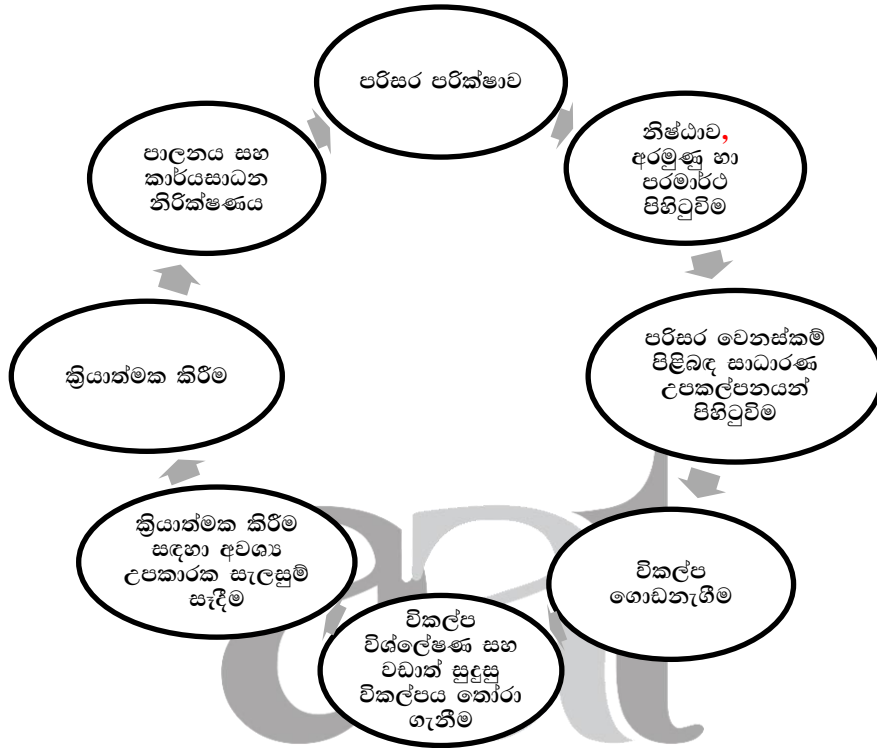
(මුළු ලකුණු 25)

**A කොටසෙහි අවසානය**

දෙවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු

පරිච්ඡේදය 02 (ii) - සංවිධාන සැලසුම්කරණය

(a) සැලසුම්කරණ ක්‍රියාවලියේ පියවර



(ලකුණු 04)

පරිච්ඡේදය 02 (ii) - සංවිධාන සැලසුම්කරණය

(b) සැලසුම්කරණයට ඇති බාධක

- 1) බිය - මූල්‍ය බංකොලොත්භාවයට ඇති බිය, වෙළෙඳපොළ තත්ත්වයන් සහ වෙනස්කම් පිළිබඳ දැනුම නොමැතිකම, ජ්‍යෙෂ්ඨ කළමනාකාරීත්වය අනාගතය සඳහා සැලසුම් කිරීම මගහැර දෙෙනික මෙහෙයුම් මතම අවධානය යොමු කිරීමටත් පෙළඹේ. මෙය දුර නොදක්නා වර්යාවකට මගපෙන්වයි.
- 2) සෘණාත්මක බව - එයින් අදහස් වන්නේ අනාගතය, ඉලක්ක සහ සැලසුම් සඳහා ධනාත්මක අදහස් නොමැතිකමයි.
- 3) දුර්වල සන්නිවේදනය - භාෂා හෝ සංස්කෘතික වෙනස්කම් හෝ කළමනාකරු අකාර්යක්ෂම සන්නිවේදකයෙකු වීම නිසා සන්නිවේදන බාධක පැන නැගිය හැක. කණ්ඩායම් තුළ හෝ අතර සන්නිවේදනය බිඳ වැටෙන විට හෝ නොපවතින විට, සැලසුම් කිරීම අකාර්යක්ෂම වේ.
- 4) නිර්මාණශීලීත්වය නොමැතිකම - මෙය දුර්වල නායකත්වයක් සමඟ බැඳී ඇති අතර, නිර්මාණශීලීත්වය නොමැතිකම හේතුවෙන් සේවකයින් කම්මැලිකමට සහ අධෛර්යයට පත්වීමට

හේතු විය හැක, එසේ සිතන සේවකයින්ට ඔවුන්ගේ උපරිමය කළ නොහැක. එබැවින් එලදායී සැලසුම්කරණය සඳහා අවශ්‍ය වන නව අදහස් සහ ඉදිරිදර්ශන මතු නොවේ.

5) **කැපවීම නොමැතිකම** - කැපවීම නොමැතිකම සඳහා විය හැකි හේතුවක් වනුයේ අසාර්ථක වීමට ඇති බිය විය හැකිය. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන්, කළමනාකරුවන් සැලසුම් ක්‍රියාවලියේදී කාර්යයන් අඩුවෙන් කිරීම හෝ කිසිවක් නොකර සිටීමට පෙළඹෙයි.

6) **නොවැදගත් තොරතුරු** - යල් පැන ගිය, ගුණාත්මක බව අඩු හෝ ප්‍රමාණවත් නොවන තොරතුරු සැලසුම්කරණයේ ප්‍රධාන බාධාවන් වේ.

7) **කෙටි කාලීන දිශානතිය** - කෙටි කාලීන ගැටලු අවධාරණය කිරීම නිසා සැලැස්මේ දිගුකාලීන බලපෑම් සලකා බැලීමට අපොහොසත් වීම අනාගතය සඳහා සුදානම් වීමේ ගැටලුවලට තුඩු දිය හැකිය.

8) **පාලනය කර ගත හැකි විචල්‍යයන් කෙරෙහි පමණක් අවධානය යොමු කිරීම.**

9) **වෙනස් වීමට ඇති අකමැත්ත** - ප්‍රතිරෝධයට අනුගත වීම සඳහා හදිසි සැලසුම් ඕනෑම විස්තීරණ සැලසුම් ක්‍රියාවලියකට ඇතුළත් කළ යුතුය.

10) **සම්පත් ප්‍රමාණවත් නොවීම** - සාර්ථකව සැලසුම් කිරීම සඳහා කළමනාකරුවන් එලදායී සන්නිවේදනයක් භාවිත කළ යුතු අතර, ගුණාත්මක තොරතුරු ලබා ගැනීමට සහ කාර්යයන්වලට අන් අය පෙළඹවීම සිදු කළ යුතුය.

11) **නිසි තත්ව විශ්ලේෂණයක් නොමැතිකම.**



(ලකුණු 04)

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

(c)

තීරණ ගැනීමේදී කළමනාකරුවන් සලකා බැලිය යුතු කොන්දේසි තුනක් තිබේ.

1. නිශ්චිතභාවය
2. අවදානම
3. අවිනිශ්චිතතාවය

(ලකුණු 02)

(මුළු ලකුණු 10)

**තුන්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

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

**(a)**

**1) වර්ධනය අඩපන කරන දුර්වල ආර්ථිකයන්**

විදේශ විනිමය අර්බුදය, බොරතෙල් මිල ඉහළ යාම, උද්ධමනය, ඉහළ බදු අනුපාත සහ ණය වැඩි කිරීම වැනි ආර්ථික විචලාවල විශාල අස්ථාවරත්වය ආදිය වර්තමාන ශ්‍රී ලංකාවේ කළමනාකරුවන්ට අභියෝගයක් ලෙස සැලකිය හැකිය.

**2) තාක්ෂණය සහ ඩිජිටල්කරණය**

ඩිජිටල්කරණය තවදුරටත් විකල්පයක් නොවේ, නමුත් පැවැත්ම සඳහා අවශ්‍යතාවයකි. වර්තමානයේ නව තාක්ෂණය සඳහා දැනුම අඛණ්ඩව පරිණාමය වන බැවින් කළමනාකරුවන් ඒ පිළිබඳ යාවත්කාලීන වීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

**3) ගෝලීයකරණය**

ගෝලීයකරණය කළමනාකරණයේ විශාල අභියෝග ඇති කරන සාධකයකි. ආයතනික කළමනාකාරීත්වය ගෝලීයකරණය වූ වෙළෙඳපොළක විවිධ දේපළ හිමිකම, වටිනාකම පිළිබඳ විවිධ විශ්වාසයන්, සේවක හැසිරීමවල විවිධත්වය වැනි තත්ත්වයන්ට මුහුණ දිය හැකිය.

**4) ආචාරධර්ම, සමාජ වගකීම් සහ යහපාලනය සමඟ ඇති සම්බන්ධය**

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

**5) කළමනාකරණයේ ඇති විවිධත්වය**

වර්තමානයේ ආයතනවල විවිධ අදහස් දරන, විවිධ රුචිකත්වයක් ඇති, විවිධ මත දරන සහ හැසිරීම් සහිත පුද්ගලයින් රාශියක් සිටිය හැක. ඔවුන්ගේ එම අදහස් සහ ප්‍රතිචාර සෘජුවම කළමනාකරණයට බලපායි.

**6) ගුණාත්මය පිළිබඳ ඇති වැදගත්කම**

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

**7) ආයතනික සංස්කෘතිය සහ ව්‍යුහාත්මක වෙනස්කම්**

ශක්තිමත් ආයතන සංස්කෘතියක් ජීවමානව තබා ගැනීම විශාලතම අභියෝගය වනු ඇත. ආයතන සංස්කෘතිය සේවක සහභාගීත්වයේ සහ ඵලදායිතාවයේ ප්‍රධාන උත්ප්‍රේරකයකි. ආයතනික අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා කළමනාකරුවන් ආයතන සංස්කෘතියක් නිර්මාණය කළ යුතුය. ව්‍යාපාර අඛණ්ඩ සැලසුම් ආරම්භ කරන ලද බොහෝ සංවිධාන ඕනෑම තැනක සිට වැඩ කිරීමට ඩිජිටල් කණ්ඩායම් සහ නම්‍යශීලී වැඩ විධිවිධාන ආරම්භ කරන ලදී. එවැනි මූලපිරීම්වල ප්‍රතිඵලය ද

අභියෝගාත්මක වන අතර එය ආයතනික ව්‍යුහය, සංස්කෘතිය, වැඩ කාලසටහන් සහ තාක්ෂණයේ වෙනස්කම් ඇති කිරීමට හේතු වී ඇත.

**8) අනාගතය පිළිබඳ අවිනිශ්චිතතාවය**

මේ සියලු අවිනිශ්චිතතාවයන් සඳහා ප්‍රතිවිපාක ඇත. නිදසුනක් වශයෙන්, එය අපගේ මානසික යහපැවැත්මට සහ තීරණ ගැනීම කෙරෙහි බලපෑ හැකිය. අනාගතයේ ඇති අවිනිශ්චිතතාවය නිසා එය පිළිගෙන වැළඳ ගනිමින් තීරණ ගැනීමට සිදුවේ.

**9) සේවකයින්ගේ යහපැවැත්ම**

කොවිඩ්-19 වසංගතය පුද්ගලයන්ගේ සහ ව්‍යාපාර යන දෙඅංශයේම සෞඛ්‍යයට බලපාන අයහපත් තර්ජනයක් බව පැහැදිලිවම ඔප්පු වී ඇත. ආයතනික අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමේදී කළමනාකරුවන් සේවකයින්ගේ යහපැවැත්ම පිළිබඳ සිතිය යුතුය. ඔවුන්ට නිවසේ සිට වැඩ කිරීම, නම්‍යශීලී පැය ගණන වැනි උපාය මාර්ග අනුගමනය කළ හැකිය.

**10) නිවැරදි දක්ෂතා ඇති සේවකයින් බඳවා ගැනීම**

සේවකයන් බඳවා ගැනීම කිසි විටෙක පහසු කාර්යයක් නොවේ. බොහෝ කළමනාකරුවන් නිවැරදි කුසලතා සමඟ දක්ෂතා සොයා ගැනීමට අරගල කරයි.

**11) රෙගුලාසි සහ අනුකූලතාවය**

රෙගුලාසි සමඟ කටයුතු කිරීම සහ අනුකූල වීම අද කළමනාකරුවන් මුහුණ දෙන ප්‍රධාන අභියෝගයක් බවට පත්ව ඇත. කොවිඩ්-19 රෙගුලාසි, ආදායම් බදු යනාදී නව මාර්ගෝපදේශවලට සමාගම් වේගයෙන් ප්‍රතිචාර දැක්විය යුතුය.

**12) කුසලතා වැඩි දියුණු කිරීම අවශ්‍ය වේ**

ශ්‍රම බලකායට ඇති කුසලතා ඉදිරි වසර දෙක සඳහා අදාළ විය යුතුය. එමෙන්ම මෙම සේවක කුසලතා ව්‍යාපාරය දියුණුවත් සමඟ වැඩි දියුණු විය යුතුය. කළමනාකරුවන් තම සේවකයින්ට කුසලතා වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා පුහුණු අවස්ථා ලබා දිය යුතුය.

**13) සේවක පිරිවැටුම**

සේවකයන් රඳවා ගැනීම පහසු කාර්යයක් නොවේ. සේවකයන් දිරිමත් කරන අතරම සේවක පිරිවැටුම අඩු කිරීමට කළමනාකරුවන් උපාය මාර්ග සකස් කළ යුතුය.

**14) කණ්ඩායම් අතර සන්නිවේදනය කළමනාකරණය කිරීම**

එලදායි සන්නිවේදනයක් මත ගොඩනගා ඇති ආයතන සංස්කෘතියක් සාමාන්‍ය කණ්ඩායමකින් විශිෂ්ට කණ්ඩායමක් වෙන්කර හඳුනාගත හැකිය. නමුත් මෑතකාලීන වැඩ ප්‍රවණතා කණ්ඩායම් අතර සන්නිවේදනයේ අභියෝග වැඩි කර ඇත.

(ලකුණු 04)



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

**(b)**

බටහිර (සාම්ප්‍රදායික) කළමනාකරණ ශෛලිය	ජපන් කළමනාකරණ ශෛලිය
ධනවාදී වේ.	මිත්‍රත්වය මත පදනම් වේ.
ලාභය උපරිම කිරීම අරමුණු කරයි.	එකතු කළ අගය වැඩි කිරීම අරමුණ වේ.
සමාගම වර්ධනය වේ.	සමාගම සමඟ වර්ධනය වේ.
කොටස් හිමියන්ගේ තෘප්තිය අරමුණු කරයි.	පාරිභෝගික තෘප්තිය අරමුණු කරයි.
කාර්යාලයට ප්‍රමුඛත්වය දේ.	වැඩ පොළට ප්‍රමුඛත්වය දේ.
පද්ධතිවලට නැඹුරුතාවයක් දක්වයි.	සේවකයන් කෙරෙහි ප්‍රමුඛතාවය දක්වයි.
නව්‍යතා ප්‍රවේශය (Innovative approach) අනුගමනය කරයි.	Kaizen ප්‍රවේශය අනුගමනය කරයි.
ඉහළ සිට පහළට ගලා යන ප්‍රවේශයකි.	ඉහළ සිට පහළට හා පහළ සිට ඉහළට ගලා යන ප්‍රවේශයකි.
විශේෂඥ න්‍යායන් භාවිත කරයි.	සෑම පුද්ගලයෙකුගේම හැකියාවන් භාවිත කරයි.
ප්‍රතිඵල මත නැඹුරුතාවයක් දක්වයි.	ක්‍රියාවලි කෙරේ නැඹුරුතාවය දක්වයි.
නවීන තාක්ෂණය යොදා ගනී.	සරල තාක්ෂණය යොදා ගනී.
ප්‍රශස්ථීකරණය	නිරන්තර අභියෝගයන්.

(ලකුණු 02)

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

**(c) සංවිධානයක් සඳහා පාලනයේ වැදගත්කම**

**1) ප්‍රමිතියන්හි නිරවද්‍යතාවය නිගමනය කිරීම**

කාර්යසාධන නිර්ණායක, ප්‍රමිතීන් සහ යෙදෙන උපාය මාර්ගවල නිරවද්‍යතා මට්ටම තක්සේරු කිරීමට පාලනය කිරීම වැදගත් වේ.

**2) සම්පත් කාර්යක්ෂමව භාවිත කිරීම**

පාලනය කිරීම, නාස්තිය තුරන් කිරීමට සහ සීමිත සම්පත්වලින් ප්‍රශස්ත භාවිතයක් ලබා ගැනීමට උපකාරී වේ. පාලනය කිරීම දෝෂ සහ නාස්තිය අවම කිරීමට උපකාරී වේ. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස සම්පත් ඉතා හොඳින් මෙන්ම සඵලදායීව භාවිතයට ගනු ලැබේ.

**3) සේවක අභිප්‍රේරණය ඉහළ නැංවීම**

පාලන පද්ධතිය සේවකයින්ගේ කාර්යසාධනය සඳහා තක්සේරු කිරීමේ අරමුණු සහ ප්‍රමිතීන් සන්නිවේදනය කරන අතර, කළ යුතු දේ සහ කළ යුතු ආකාරය අවධාරණය කරමින් සේවකයින් දිරිමත් කිරීමේ පද්ධතිය සමඟ ඔවුන් සම්බන්ධ කරයි.

**4) ක්‍රමවත්භාවය සහ ව්‍යාපාර තුළ විනය තහවුරු කිරීම**

පාලනය තුළින් සංවිධානයක් තුළ කාර්යයන්හි ක්‍රමවත්භාවය හා විනය ඇති කිරීමට අදාළ පරිසරය ගොඩනගයි. එසේම යටත් නිලධාරීන් තම කාර්යයන් සඵලදායීව ඉටුකරන බවට තහවුරු කිරීම සඳහා සඵලදායී පාලන පද්ධතියක් උපකාරී වේ. ඉතා නිවැරදි පාලන ක්‍රමයක් තුළින් සේවකයන්ගේ කාර්ය සම්බන්ධ දූෂණ හා වංචනික අවස්ථාවන් ද හොඳින් අනාවරණය කර ගත හැක.

**5) සම්බන්ධීකරණයට පහසුකම් සපයයි**

පාලනය කිරීම දිශානතියේ ඒකීයභාවය සපයයි. එසේම, එය නිසි මගපෙන්වීම සහ විවිධ සාධක පවත්වා ගෙන යාමට වග බලා ගනී. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ව්‍යාපාරයේ සෑම අංශයක්ම හොඳින් සම්බන්ධීකරණය වී ඇත.

**6) සේවක කාර්යසාධනය වැඩි දියුණු කිරීම**

පාලනය තුළින් අඛණ්ඩව සේවකයින් අධීක්ෂණයට භාජනය කරනු ලබන අතර සංවිධානයේ කාර්යයන්හි ක්‍රමවත්භාවය හා විනය ඇති කරනු ලබයි. එහිදී සියලුම සේවකයන් තම රාජකාරිය හා වගකීම් පිළිබඳව හොඳින් දැනුවත් වී ඇති බවට පාලනය තුළින් තහවුරු කරනු ලබයි. එසේම මෙම සේවකයන් විසින් තම කාර්යඵල කුමන ප්‍රමිත මත පිහිටා අධීක්ෂණය කරන්නේද යන්න පිළිබඳව පැහැදිලි අවබෝධයෙන් සිටිය යුතු වේ. ඒ හේතුවෙන් මෙම ප්‍රමිත සේවකයන් හට සඵලදායීව ක්‍රියාකිරීම සඳහා උපකාරී වේ.

**7) දෝෂ අවම කිරීම**

සුළු දෝෂ හෝ අනපසුවීම් සංවිධානයට විශාල බලපෑමක් සිදු නොකරයි. නමුත් මෙම දෝෂ නැවත නැවතත් සිදු වුවහොත් එය බරපතල කාරණයක් බවට පත්වන අතර එය සංවිධානයට විනාශකාරී විය හැකිය. මෙහිදී අඛණ්ඩව සිදුවන අධීක්ෂණය සහ පරීක්ෂාව මගින් දෝෂ අවම කර ගැනීමට උපකාරී වේ. කළමනාකරුවන් නියමිත වේලාවට දෝෂය හඳුනා ගැනීමත් අදාළ නිවැරදි කිරීමේ ක්‍රියාමාර්ග ගැනීමත් තුළින් දෝෂවලින් සිදු විය හැකි හානිය අවම කරයි.

**8) සමස්ත ආයතනික අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට දායක වීම**

සංවිධානය තුළ සැලසුම් සකස් කරන විට ඒවා ආයතනික අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීම සඳහා යොමු කර ඇති අතර පාලන කාර්යය මඟින් සංවිධානයේ සියලුම ක්‍රියාකාරකම් සැලැස්මට අනුව සිදුවන බවට සහතික වන අතර යම් අපගමනය තිබේ නම්, උචිත මෙන්ම කාලයට ගැලපෙන නිවැරදි කිරීමේ ක්‍රියාමාර්ග ගැනීම තුළින් ඒවා නැවත නිවැරදිව ක්‍රියාත්මක වන බවට තහවුරු කරනු ලබයි. එසේ සියලු කාර්යයන් නිවැරදිව සැලසුමට අනුව ක්‍රියාත්මක වන විට ආයතනයේ අරමුණුද ස්වයංක්‍රියවම ලඟාකර ගත හැක.

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 10)

**හතරවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

**පරිච්ඡේදය 03 - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය**

**(a)**

**1 ඉල්ලුම පුරෝකථනය කිරීමේ දුෂ්කරතා**

පුරෝකථනය කළ විකුණුම් ප්‍රමාණාත්මකව මැනිය නොහැකි බැවින් ඉටු කළ යුතු සේවා මට්ටම තීරණය කිරීමට බලපෑමක් සිදු කරනු ලබයි.

**2 මෙහෙයුම් පිරිවැය තීරණය කිරීමේ දුෂ්කරතා**

සම්පත් බොහෝ දුරට බුද්ධිමය සහ අස්පාශ්‍ය ලෙස උපයෝජනය කර ඇති හෙයින් එක් එක් අවස්ථාවන්හි පිරිවැය තීරණය කිරීම දුෂ්කර වන අතර කාලය ගතවන විට සහ විවිධ ගනුදෙනුකරුවන්ට සේවය කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා නිපුණතා මට්ටම නිවැරදිවම මිල කළ නොහැක.

**3 පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවය අවබෝධ කර ගැනීමේ දුෂ්කරතා**

ස්පාශ්‍ය නිෂ්පාදන මෙන් නොව, සේවා සැපයීමේදී පාරිභෝගිකයන් විවිධ පැතිකඩයන් බලාපොරොත්තු වේ. මේ අනුව, පාරිභෝගිකයින්ට සැබවින්ම අවශ්‍ය වන්නේ කුමක්ද යන්න තේරුම් ගැනීම ඉතා අපහසුය.

**4 සන්නිවේදනයේ දුෂ්කරතා**

බොහෝ විට සන්නිවේදනය, සේවා සැපයීමේදී අත්‍යවශ්‍ය අංගයකි. භාෂාව, තාක්ෂණය, සංස්කෘතිය, සමාජ සම්මතයන් සහ නියාමන ක්‍රියා පටිපාටි සේවා සැපයීමේදී ජයගත යුතු සන්නිවේදන බාධක කිහිපයකි.

**5 පාරිභෝගික අපේක්ෂාවට සරිලන පරිදි පහසුකම් සකස් කිරීමේ දුෂ්කරතා**

සීමිත පහසුකම් සහිතව ක්‍රියාත්මක වන විට කාලය, ස්ථානය සහ භාෂාව යනාදී පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවයන් සපුරාලීමට පහසුකම් සකස් කිරීම ව්‍යාපාරයට අපහසු වේ.

(ලකුණු 06)

**පරිච්ඡේදය 3 - මෙහෙයුම් කළමනාකරණය**

**(b)**

- 1) මෙහෙයුම් සමග අලෙවිකරණ ක්‍රියාකාරකම් ඒකාබද්ධ කිරීම
- 2) මෙහෙයුම් සඳහා පාරිභෝගික සේවය ඇතුළත් කිරීම
- 3) ගබඩා මෙහෙයුම් සහ සැපයුම් දාම ක්‍රියාකාරකම් අවම කිරීම
- 4) බාහිර අවධානය
- 5) නිපුණතා ඒකාබද්ධ කිරීම
- 6) සේවා විවිධාංගීකරණය
- 7) මිල මගින් තරග කිරීම
- 8) නව සේවා සංවර්ධනය කිරීම

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 10)

**පස්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

**පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය**

(a)

- 1) සියලුම නව කාර්ය මණ්ඩල සාමාජිකයින් සඳහා සුදුසු පුහුණුවක් ලබා දීමට.
- 2) අඛණ්ඩව පවත්වගෙන යා යුතු පුහුණු අවශ්‍යතා හඳුනා ගැනීමට.
- 3) නව කාර්ය මණ්ඩල සාමාජිකයන් ඉතා ඉක්මනින් ව්‍යාපාර කටයුතුවලට දායක වීම වැඩි දියුණු කිරීමට.
- 4) පරිවාස කාලය තුළ අභිවාද්ධියක් ඇති කිරීමට.
- 5) සේවකයන් තුළ ඇති බිය ඉවත් කිරීමට සහ විශ්වාසය ගොඩනැගීමට.
- 6) ඵලදායිතාවය සහ ඵලදායිතාවයේ ගුණාත්මකභාවය වැඩි දියුණු කිරීමට.
- 7) අයිතිය සහ පක්ෂපාතිත්වය පිළිබඳ හැඟීමක් ගොඩනැගීමට.
- 8) රැකියා තෘප්තිය සහ ආරක්ෂාව පිළිබඳ හැඟීමක් ඇති කිරීමට.

(ලකුණු 04)

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

(b)

- 1) සන්නිවේදනය යනු තීරණ ගැනීම සහ ගැටලු විසඳීම සඳහා අවශ්‍ය තොරතුරු මූලාශ්‍රයකි. එසේම, එය විකල්ප ක්‍රියාකාරකම් නිර්ණය කිරීමට සහ ඇගයීමට ඉඩ සලසයි.
- 2) සන්නිවේදනය යනු සේවකයින් සහ අනෙකුත් ඇල්මැති පාර්ශ්ව අභිප්‍රේරණය කිරීමේ උපාය මාර්ගයකි. සිදු කළ යුතු ක්‍රියා පටිපාටි, ඔවුන් ක්‍රියා පටිපාටිය ක්‍රියාත්මක කරන ආකාරය සහ ඒවායේ කාර්යක්ෂමතාව ඉහළ නංවා ගන්නේ කෙසේද යන්න පිළිබඳව විමසීමට සඵලදායී සන්නිවේදනය උපකාරී වනු ඇත.
- 3) ගනුදෙනුකරුවන්, වෙළෙඳපොළ තත්ත්වයන්, තරගකරුවන්ගේ ප්‍රතික්‍රියා, සුදුසු සේවකයින් තෝරා ගැනීම, සැපයුම්කරුවන් සහ බෙදාහරින්නන් සම්බන්ධ කර ගැනීම සඳහා ව්‍යාපාරික සංවිධානවලට සන්නිවේදනය වැදගත් වේ.
- 4) පුද්ගලයන්ගේ හැසිරීම වෙනස් කිරීමේදී සන්නිවේදනය වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි. නිදසුනක් වශයෙන්, අඩු දැනුවත්භාවයකින් යුතු සේවකයෙකුට වඩා ඉතා හොඳ දැනුවත්භාවයකින් යුතු සේවකයෙකුට ඉතා හොඳ මනෝභාවයක් සහ ධනාත්මක වැඩ ආකල්පයන් තිබිය හැක. ආයතනික ප්‍රකාශන, සම්මන්ත්‍රණ සහ වෙනත් විවිධ ආකාරයේ ප්‍රකාශිත යොදාගැනීම සේවකයාගේ හැසිරීම් ගොඩ නැංවීමට උපකාරී වේ.
- 5) සන්නිවේදනය ව්‍යාපාරයේ මානව අන්තර්ක්‍රියා සඳහා පහසුකම් සපයන අතර රැකියා ස්ථානයේ සිටින පුද්ගලයින්ගේ සමාජීය සහ චිත්තවේගීය අවශ්‍යතා ඉටු කරයි. ව්‍යාපාර ආයතනයක් තුළදී පුද්ගලයන්ට අනෙක් අය සමඟ සම්බන්ධ වී කටයුතු කිරීම අතිශය වැදගත් වේ.
- 6) සන්නිවේදනය නවෝත්පාදනය සඳහා මෙන්ම ඒවා ප්‍රවර්ධනය සඳහාත් පහසුකම් සපයන අතර හැකියාවන් උපරිම ප්‍රයෝජනයට ගැනීමට අවකාශය උදා කරයි. සන්නිවේදන කුසලතා දුර්වල වීම

හේතුවෙන් කාර්ය මණ්ඩලයට ඔවුන්ගේ අදහස් නිවැරදිව ප්‍රකාශ කිරීමට නොහැකි වුවහොත් එම අදහස් උපරිමයෙන් ක්‍රියාත්මක හැකියාව නොලැබෙනු ඇත.

7) ඵලදායීතාව වැඩිදියුණු කිරීම මෙන්ම ප්‍රමාදයකින් තොරව ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීම හා වේගවත් කිරීම මගින් සංවිධානයේ වර්ධනයට සන්නිවේදනය දායක වේ. සන්නිවේදනයේ දුර්වලතා ඕනෑම සංවිධානයක බිඳවැටීමට තුඩු දෙයි. සන්නිවේදනය ඵලදායීතාවයට ද හේතු විය හැකි අතර ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී අනවශ්‍ය ප්‍රමාදයන් වළක්වා ගැනීමට උපකාරී වේ.

8) සන්නිවේදනය මගින් ආයතනයේ සන්නාමය පිළිබඳ විශ්වාසය වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා සංවිධානයට අභ්‍යන්තරව සහ බාහිරව විනිවිදභාවය සහතික කරයි.

9) ඵලදායී කණ්ඩායමක් ගොඩනගයි. සේවා ස්ථානයක් තුළ විවෘත සන්නිවේදනය දිරිමත් කළහොත් වඩාත් ඒකාබද්ධ හා ඵලදායී කණ්ඩායමක් බිහිවනු ඇත. කණ්ඩායමක් තුළ හොඳ සන්නිවේදනයක් සේවකයාගේ චිත්ත ධෛර්යය ඉහළ නැංවීමට ද නැඹුරු වේ. සමාගමේ දිශානතිය සහ දැක්ම පිළිබඳව තමන් හොඳින් දැනුවත්ව සිටින බව සේවකයින්ට හැඟෙන විට, ඔවුන්ගේ භූමිකාව තුළ වැඩි සේවයක් ඉටු කරනු ලබයි.

(ලකුණු 06)

(මුළු ලකුණු 10)

**හයවන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

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

**(a) පරිවර්තනීය නායකත්වයේ මූලිකාංග**

- පරමාදර්ශ බලපෑම (Idealized influence)
- ප්‍රමෝදමත් පෙළඹවීම (Inspirational motivation)
- පුද්ගල යොමුව (Individualized consideration)
- බුද්ධිමය උත්තේජනය (Intellectual stimulation)

(ලකුණු 03)

**පරිච්ඡේදය 06 - වෙනස කළමනාකරණය**

**(b)**

**1 සැලසුම් කළ වෙනස (Planned change)**

පරිසර විශ්ලේෂණයකින් අනතුරුව සංවිධාන වෙනස පැහැදිලිව සැලසුම් කරනු ලබයි. සැලසුම් ගොඩනගනු ලබන්නේ සංවිධානය ස්ථාවර සහ පුරෝකථනය කළ හැකි පරිසරයක් තුළ ක්‍රියාත්මක වන බව උපකල්පනය කරමිනි. මෙය පෙර සැලසුම් කළ, තාර්කික හෝ පද්ධතියක වශයෙන් මධ්‍යගතව ක්‍රියාත්මක වන වෙනස්වීම් ලෙස අවධාරණය කරයි.

**2 උක්ෂව (මතු වන) වෙනස (Emergent change)**

වෙනස නිරන්තරයෙන් සිදුවන ලෙස දකින පුරෝකථනය කළ නොහැකි හා විවෘත පරිසරයට මෙම ප්‍රවේශය වඩා සුදුසු වේ. උපායමාර්ගය වර්ධනය වන්නේ සැබෑ තත්ත්වයට මුහුණ දීමෙන් පසුව වන අතර යථාර්ථවාදී නොවන උපකල්පනවලින් තොරව උපාය මාර්ගය මතු වීමට ඉඩ දීමෙනි.

**3 වර්ධනය වන වෙනස (Incremental Change)**

විකුණුම් වර්ධනය හෝ බොහෝ විට තාක්ෂණික දියුණුව වැනි පාරිසරික උපනතීන්ට ප්‍රතිචාර දැක්වීම මගින් සිදුවන වෙනස වර්ධනය වන වෙනස තුළ අන්තර්ගත වේ. එය අවසාන ප්‍රතිඵලයට කුඩා සංශෝධනයක් සිදු කිරීමක් ලෙසද දැක්විය හැකිය. මෙහිදී ව්‍යාපාර පරිසරය තුළ සාමාන්‍යයෙන් යමක් කරන ආකාරය පියවරෙන් පියවර වෙනස් කිරීමක් සිදුවන අතර ඒ සඳහා පවතින බල ව්‍යුහයේ හෝ පවතින කාර්යන් සිදු කිරීමේ ක්‍රමයේ සැලකිය යුතු මට්ටමින් වෙනස්කම් කර ඒවා අවධානමකට ලක් නොකරයි.

**4 පියවර වෙනස (Step Change)**

පියවර වෙනස අවශ්‍ය වන්නේ යම් සාධකයක වර්ධන ප්‍රවණතාව නතර වී එකම ආකාරයෙන් ක්‍රියාත්මක වන විට හෝ සැලකිය යුතු හා අපේක්ෂා නොකළ ලෙස එය ඉහළට හෝ පහළට යාම නිසායි. පියවර වෙනස පෙර නියා වළක්වා ගැනීම ඉතා අපහසු මෙන්ම සමහර විට කළ නොහැකි දෙයකි.

**5 පරිවර්තනීය වෙනස (Transformational Change)**

මෙහිදී විශාල වෙනසක් ඇතිවන අතර සංවිධානය පවතින සුසමාදර්ශයන්වලට (paradigm) පිටින් ක්‍රියා කරයි. මෙවැනි වෙනස්කම් සාර්ථකව ඉටු කිරීම සඳහා ඉතා විශාල සංස්කෘතික පරිවර්ථනයක් අවශ්‍ය වේ.

**6 උපායමාර්ගික වෙනස (Strategic Change)**

උපාය මාර්ගික වෙනස සැලකිලිමත් වන්නේ පුළුල් හා දිගුකාලීන හා සංවිධානාත්මකව වෙනස්වීම් සම්බන්ධ ගැටලු සම්බන්ධයෙනි. එය සංවිධානයේ අරමුණු, මෙහෙවර සේවකයන්ගේ ගනුදෙනුකරුවන්ගේ වර්ධනය, ගුණාත්මකභාවය, නව උත්පාදනය සහ සාරධර්ම, තරගකාරී ස්ථානගත කිරීම හා තරගකාරී වාසි අත්කර ගැනීම සහ පවත්වාගෙන යාම වැනි දෑ ආවරණය කරයි.

**7 මෙහෙයුම් වෙනස (Operational Change)**

මෙහෙයුම් වෙනස සම්බන්ධ වන්නේ සංවිධානයේ කොටසක් තුළ වැඩ කිරීමේ විධිවිධාන කෙරෙහි ක්ෂණික බලපෑමක් කරන පද්ධති, ක්‍රියාපටිපාටි ව්‍යුහය හා තාක්ෂණය කෙරෙහිය. නමුත් එහි බලපෑම පුළුල් උපායමාර්ග වෙනසට වඩා මිනිසුන් කෙරෙහි වැදගත් විය හැකි අතර එය පරිස්සමෙන් කළ යුතුය.

(ලකුණු 03)



(c)

1) **ආයතනික සංස්කෘතිය** - උපායමාර්ගය සංස්කෘතිය අනුගමනය කරන අතර සංස්කෘතිය උපායමාර්ගය අනුගමනය කළ යුතුය. එබැවින් මූලික උපකල්පන, සිරිත් විරිත්, වාරිත්‍ර වාරිත්‍ර, වැඩ ආචාර ධර්ම සහ සම්මතයන් ඇතුළත් වන සංවිධානයක මූලෝපාය සහ සංස්කෘතිය අතර එකඟතාවයක් සහතික කළ යුතුය.

2) **කළමනාකරණය** - මෙයට කළමනාකරණ ප්‍රවේශය, ව්‍යුහය සහ තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය ඇතුළත් වේ. සමාගමේ උපාය මාර්ගය සකස් කිරීමට පෙර පහත සඳහන් කරුණු ඇගයීමට ලක් කළ යුතුය.

- ආයතනය උපායමාර්ගික කළමනාකරණ සංකල්ප භාවිත කරන්නේද?
- ආයතනයේ අරමුණු මැනිය හැකිද?
- එය සන්නිවේදනය වී ඇත්ද?
- ආයතනික ව්‍යුහය සුදුසුද?
- ආයතනයේ සේවකයන්ගේ පැමිණීම සතුටුදායකද?

3) **අලෙවිකරණය** - මෙයට පාරිභෝගික විශ්ලේෂණය, නිෂ්පාදිත සැලසුම්කරණය, මිලකරණය, බෙදාහැරීම්, වෙළෙඳපොළ පර්යේෂණ සහ පිරිවැය ප්‍රතිලාභ විශ්ලේෂණය ඇතුළත් වේ. අලෙවිකරණයට අනුව, උපායමාර්ගය ක්‍රියාත්මක කිරීමට පෙර අලෙවිකරණ කාර්ය මණ්ඩලයට ප්‍රමාණවත් පළපුරුද්දක් තිබේද, බෙදාහැරීම ප්‍රමාණවත්ද යන්න ආදිය සමාගම විසින් ඇගයීමට ලක් කළ යුතුය. මෙමගින් පහත දෑ හඳුනාගත හැකිය.

- වෙළෙඳපොළ බන්ධනය සාර්ථකද?
- වෙළෙඳපොළ තත්ත්වය වර්ධනය වන්නේද?
- බෙදාහැරීමේ ජාල ප්‍රයෝජනවත් සහ කාර්යක්ෂමද?
- නිෂ්පාදනයේ ගුණාත්මකභාවය ප්‍රමාණවත්ද?
- අලෙවිකරණ කාර්ය මණ්ඩලයට ප්‍රමාණවත් පළපුරුද්දක් තිබේද?

4) **මූල්‍ය සහ ගිණුම්කරණ සාධක** - මූලික වශයෙන්, මූල්‍ය තත්ත්වය සලකා බලනු ලැබේ. එයට කාරක ප්‍රාග්ධනය, මුදල් ප්‍රවාහය, ලාභදායීත්වය, වත්කම් භාවිතය සහ ප්‍රාග්ධන ව්‍යුහය ඇතුළත් වේ. මේ යටතේ පහත තොරතුරු ලබා ගත හැක.

- ආයතනික මූල්‍ය තත්ත්වය ශක්තිමත්ද?
- කෙටි කාලීන ප්‍රාග්ධනය සපුරාගත හැකිද?
- ප්‍රමාණවත් කාරක ප්‍රාග්ධනයක් තිබේද?
- ආයෝජකයින් සමඟ සබඳතා තිබේද?

5) **නිෂ්පාදනය සහ මෙහෙයුම්** - යෙදවුම්, පරිවර්තන ක්‍රියාවලීන්, නිමවුම් සහ ප්‍රතිඵල ඇතුළත් ව්‍යාපාරයේ හඳුනා මෙයයි. පහත තොරතුරු රැස්කරනු ලැබේ.

- සැපයුම්කරුවන් විශ්වාසනීයද?
- අමුද්‍රව්‍ය, යන්ත්‍ර සහ පහසුකම් හොඳ තත්ත්වයේ තිබේද?
- ගුණත්ව පාලන ප්‍රතිපත්ති ඵලදායීද?
- තාක්ෂණික කුසලතා තිබේද?

6) පර්යේෂණ සහ සංවර්ධන - ව්‍යාපාරයේ සහ පර්යේෂණ සංවර්ධන කටයුතු එම උපාය මාර්ග සංවර්ධනයේදී සලකා බලනු ලැබේ. පහත විස්තර දැක්විය හැකිය.

- ආයතනය සතුව පර්යේෂණ සහ සංවර්ධන ඒකකයක් තිබේද?
- මෙම අංශයේ සේවකයින් දක්ෂද?
- ප්‍රමාණවත් සම්පත් එම අංශයට තිබේද?
- එම අංශය සමඟ සන්නිවේදනය කර තිබේද?

7) තොරතුරු පද්ධති කළමනාකරණය - යාවත්කාලීන තොරතුරු පද්ධති තිබීම සහ පුහුණු සේවකයින් තීරණ ගැනීම සහ අනෙකුත් ව්‍යාපාරික මෙහෙයුම් සඳහා එය භාවිත කරන ප්‍රමාණය සලකා බලයි. මේ යටතේ ඇති ප්‍රධාන කරුණු පහත දැක්වේ.

- සියලුම කළමනාකරුවන් තීරණ ගැනීමේදී තොරතුරු පද්ධතිය භාවිත කරන්නේද?
- තොරතුරු කළමනාකරණය සඳහා කිසියම් කළමනාකරුවෙක් සිටීද?
- තොරතුරු පද්ධතිය භාවිතය යාවත්කාලීන කර තිබේද?
- අඛණ්ඩ පුහුණුව ලබා දෙනවාද?
- තොරතුරු පහසුවෙන් ලබාගත හැකිද?



(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 10)

**B කොටසෙහි අවසානය**



**හත්වන ප්‍රශ්නය සඳහා යෝජිත පිළිතුරු**

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

(a)

**1) පැහැදිලි දැක්මක් පිහිටුවීම**

මෙයින් අදහස් කරන්නේ සංවිධානයේ අනාගත තත්ත්වය අවබෝධ කර ගැනීමට සහ පිළිගැනීමට සේවකයින්ව පෙළඹවීමයි. මෙම භූමිකාවේ දැක්ම සහ වැදගත්කම පැහැදිලි කරමින් හොඳ නායකයෙකු සේවකයින්ට ඔවුන්ගේ රාජකාරි ඉටු කිරීමට යොමු කරනු ලබයි.

**2) ව්‍යාපාරය එහි දැක්ම පවත්වාගෙන යන බවට සහතික කිරීම**

දැක්ම යනු ව්‍යාපාරයක් ඉටු කිරීමට අදහස් කරන උපාය මාර්ගික දිශාවයි. ව්‍යාපාරයේ මානව බලවේග මෙම දිශාවට ක්‍රියා කළ යුතුය. මෙය සඵලදායී කර ගැනීම සඳහා නිවැරදි නායකත්වයක් මගින් නිසි පරිදි සේවකයින් නිවැරදි මාවතට යොමු කිරීම සහතික කරනු ඇත.

**3) විත්ත දෛර්‍යය කරා පෙළඹවීම**

සේවකයින්ට හරි දේ දැන ගැනීමට අවශ්‍යයි. යම් තීරණාත්මක අවස්ථාවන්හිදී, ඔවුන්ගේ ඉල්ලීමකින් තොරව ඔවුන්ව දැනුමක් කිරීම, ක්‍රියාශීලී සහ අවදියෙන් තබා ගැනීමට සහායක් තිබිය යුතුය. සඵලදායී නායකයෙකු සෑම විටම ආයතනික අරමුණු ඉටු කරගන්නා අතරම තම සේවකයින්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාලනු ඇත.

**4) විවිධත්වය වැළඳ ගැනීම සඳහා සංවිධානයකට මග පෙන්වීම**

නූතන යුගයේ දී විවිධ අංශවල විවිධත්වය අද්විතීය ලක්ෂණයකි. හොඳ නායකයෙකු තම කණ්ඩායම විවිධත්වය කරා මෙහෙයවනු ඇති අතර එම නිසා සංවිධානය විවිධත්වය අතර නිවැරදි මාවත ඔස්සේ ගමන් කරන බවට වග බලා ගනියි.

**5) නව උපායමාර්ගික දිශාවන් සන්නිවේදනය කිරීම**

පාරිසරික අවිනිශ්චිතතාව සහ පුරෝකථනය කළ නොහැකි තත්වයක් තුළ දිගුකාලීන අභිලාෂයන්, වෙළෙඳපොළ අභියෝග සහ විකල්ප ක්‍රියාමාර්ග අත්‍යවශ්‍ය වේ. එවැනි තීරණාත්මක අවස්ථාවන්හිදී, විකල්ප උපාය මාර්ග හරහා නායකයෙකුට තමා සහ තම කණ්ඩායම විශ්වාසයෙන් තබා ගත හැකි අතර ඉටු කළ යුතු ඉලක්ක කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ හැකිය.

**6) සේවකයින් අභිප්‍රේරණය සහතික කිරීම**

අභිප්‍රේරණය යනු සෑම තැනකම අවශ්‍ය කාර්යයකි. විවිධ සාධක නිසා කම්මැලිකම, උනන්දුව අඩුවීම හෝ වෙනතකට යොමුවීම මිනිසාගේ සාමාන්‍ය ස්වභාවයක් වන බැවින් සේවකයන් අභිප්‍රේරණය කිරීම අත්‍යවශ්‍ය වේ. අඛණ්ඩ සන්නිවේදනය, කණ්ඩායම් වැඩ සහ වෙනත් වේතනාවන් හෝ ආකාර තුළින් නායකයෙකුට තම කණ්ඩායම අභිප්‍රේරණය කර තබා ගනිමින් ඉලක්ක සපුරා ගත හැකිය.

**7) අවශ්‍ය සම්පත් සහ සහාය ලබා ගැනීම**

නියමිත වේලාවට නිවැරදි සම්පත් තම කණ්ඩායම සතු බව නායකයා විසින් තහවුරු කළ යුතුය. ජෝෂ්ඨ කළමනාකාරිත්වය සමඟ නිවැරදි සන්නිවේදන උපාය මාර්ගයක් තුළින් මෙය කළ හැකිය.

තවද, නායකයෙකු යනු බුද්ධිමය සහ සංකල්පීය කුසලතා අනුව සම්පත්දායක පුද්ගලයෙකි. එබැවින්, වෙන් කරන ලද කාර්යය සම්පූර්ණ කිරීම සඳහා නායකයාට තම කණ්ඩායමට දිගුකාලීන සහයෝගයක් ලබා දීමට හැකි වනු ඇත.

**8) අඛණ්ඩව ඉගෙනීම දිරිමත් කිරීම**

නූතන ව්‍යාපාර බොහෝ විට ඉගෙනුම් සංවිධාන වේ. ලෝකය දත්ත සහ දැනුම මත ක්‍රියාත්මක වන බැවින් කාර්ය මණ්ඩලය සෑම ක්‍රියාකාරකමකදීම දිනපතා අලුත් දේවල් ඉගෙන ගනී. එබැවින්, නායකයෙකු තම කණ්ඩායම අඛණ්ඩව ඉගෙනීමෙහි නිරත විය යුතු අතර එමඟින් ඔවුන් වැඩ පිළිවෙත්, ව්‍යවස්ථාපිත සහ ව්‍යාපාර අවශ්‍යතා සහ තරගකාරී වාසියෙන් යල්පැන නොයනු ඇත.

**9) සාමූහික අනන්‍යතාවයක් ඇති කිරීම**

නායකයෙකු යනු සාර්ථක කණ්ඩායමක් පිටුපස අත්‍යවශ්‍ය අංගයකි. නායකයෙක් වැඩ කරන්නේ තමන් වෙනුවෙන් නොව කණ්ඩායම වෙනුවෙනි. කණ්ඩායම් උත්සහය සාර්ථක කර ගනිමින් නායකයා එහි ගෞරවය කණ්ඩායම සමඟ බෙදා ගනී. මෙය කණ්ඩායම් හැඟීම සහ කණ්ඩායම් වැඩ සඳහා අද්විතීය අනන්‍යතාවය දිරිමත් කරනු ඇත.

**10) නායකයා කණ්ඩායම් වැඩ සංවර්ධනය කරයි**

කණ්ඩායම් කාර්යයේ වැදගත් නිර්ණායක තුන වන්නේ නායකයා, පිරිස සහ පරිසරයයි. මෙම සාධක ස්වාධීන වේ. වැඩ කිරීමට සුදුසු පරිසරයක් නිර්මාණය කිරීම නායකයාගේ වගකීමකි. කණ්ඩායමක් ලෙස වැඩ කිරීමට නායකයා සේවකයින් දිරිමත් කරයි.

(ලකුණු 06)

**පරිච්ඡේදය 04 - අලෙවි කළමනාකරණය**

**(b)**

අලෙවිකරණයේ ඩිජිටල්කරණය වූ ප්‍රවේශයක් මඟින් ව්‍යාපාරයට නව වෙළෙඳපොළ සොයා ගැනීමට සහ සුලු ආයෝජනයකින් ගෝලීය වශයෙන් වෙළෙඳාම් කිරීමට ඉඩ සලසයි.

**ඩිජිටල් අලෙවිකරණයේ වාසි**

**1) ගෝලීය ප්‍රවේශය**

වෙළෙඳපොළ ඩිජිටල්කරණය තුළින් ව්‍යාපාරවලට නව වෙළෙඳපොළවල් සොයා ගැනීමට සහ සුලු ආයෝජනයක් මගින් ගෝලීය වශයෙන් වෙළෙඳාම් කිරීමට අවස්ථාව උදා වේ.

**2) අඩු පිරිවැය**

නිසි ලෙස සැලසුම් කරන ලද සහ හොඳින් ඉලක්ක කරගත් ඩිජිටල් අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලියක් මගින් ව්‍යාපාරයකට සාම්ප්‍රදායික අලෙවිකරණ ක්‍රමවලට වඩා ඉතා අඩු වියදමකින් නිවැරදි පාරිභෝගිකයන් වෙත ළඟා විය හැකිය.

**3) ප්‍රතිඵල නිරීක්ෂණය කිරීමට සහ මැනීමට ඇති හැකියාව**

වෙබ් අඩවි විශ්ලේෂණ සහ අනෙකුත් මාර්ගගත මෙවලම් මඟින් ව්‍යාපාරයේ මාර්ගගත අලෙවිකරණය විශ්ලේෂණය කර ව්‍යාපාරය කොතරම් ලාභදායීද යන්න තහවුරු කර ගත හැකිය.

**4) පුද්ගලික සේවා සැපයීමේ හැකියාව**

පාරිභෝගික දත්ත සමුදාය ව්‍යාපාරික වෙබ් අඩවියට සම්බන්ධ කර ඇත්නම්, යමෙක් වෙබ් අඩවියට පිවිසෙන විට, ව්‍යාපාරයට ගනුදෙනුකරුවාට ඉලක්කගත විශේෂ දීමනා ලබා දී ඔවුන්ට සේවා සැපයිය හැකිය. ඔවුන් ව්‍යාපාරයෙන් වැඩි වැඩියෙන් මිල දී ගන්නා තරමට, ව්‍යාපාරයට පාරිභෝගිකයා කෙරෙහි ඵලදායී සේවාවක් සැපයීමට මෙම පෞද්ගලික දත්ත උපයෝගී කර ගත හැකිය.

**5) විවෘතභාවය**

සමාජ මාධ්‍ය සමඟ සම්බන්ධ වීම හා ඒවා සැලකිල්ලෙන් කළමනාකරණය කිරීම මගින් ව්‍යාපාරයට පාරිභෝගික පක්ෂපාතිත්වය ගොඩනගා ගත හැකි අතර එමගින් ඔවුන් සමඟ පහසුවෙන් සම්බන්ධ වී රඳවා ගැනීම සිදු කළ හැකිය.

**6) සමාජීය මුදල්**

අන්තර්ගත අලෙවිකරණ උපක්‍රම භාවිතා කරමින් ඩිජිටල් අලෙවිකරණය ව්‍යාපාර වලට අලෙවිකරණ ක්‍රියාකාරකම් කිරීමට වැඩි අවස්ථාව සලසයි. මෙම අන්තර්ගත සමාජීය මුදල් ලෙස ලබා ගත හැකිය. පින්තූර, විඩියෝ, ලිපි මේ යටතේ වේ. මේවා පරිශීලකයන් අතර හුවමාරු වී පසුව රැල්ලක් බවට පත් වෙයි.

**7) සන්නාම පක්ෂපාතිත්වය වැඩි වීම**

ඩිජිටල් අලෙවිකරණය සන්නාම පෞරුෂය ශක්තිමත් කරන බැවින්, එය පාරිභෝගික තෘප්තිය වැඩි කිරීමට හේතු වේ. එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස පාරිභෝගික තෘප්තිය වැඩි වීම සන්නාමය පිළිබඳ ඇති ලැදියාව වැඩි කිරීමට හේතු වේ.

**8) පරිවර්තන අනුපාතය වැඩි වීම**

ව්‍යාපාරයට වෙබ් අඩවියක් තිබේ නම්, එහි ගනුදෙනුකරුවන්ට මිලදී ගැනීමක් සිදු කිරීමට ඇත්තේ ක්ලික් කිරීම් කිහිපයක් පමණි. අනෙකුත් මාධ්‍ය මෙන් මිනිසුන්ට දුරකථන ඇමතුමක් ගැනීමට හෝ සාප්පුවකට යාමට අවශ්‍ය නොවන අතර, ඩිජිටල් අලෙවිකරණයේදී බාධාවකින් තොරව සහ ක්ෂණිකව ව්‍යාපාර කටයුතු කළ හැකිය.

**ඩිජිටල් අලෙවිකරණයේ අවාසි**

**1) කුසලතා සහ පුහුණුව**

ඩිජිටල් අලෙවිකරණය සාර්ථකව සිදු කිරීමට කාර්ය මණ්ඩලයට නිවැරදි දැනුමක් සහ ප්‍රවීණත්වයක් ඇති බව ව්‍යාපාරය විසින් සහතික කළ යුතුය. පරිගණක ආශ්‍රිත උපාංග සහ ප්‍රවණතා නිරන්තරයෙන් වෙනස් වන අතර ඒවා පිළිබඳ යාවත්කාලීන වී සිටීම අත්‍යවශ්‍ය වේ.

**2) විශාල කාලයක් අවශ්‍ය වීම**

මාර්ගගත වෙළෙඳ ප්‍රචාරණ ක්‍රියාත්මක කිරීම සහ අලෙවිකරණ ක්‍රියාවලි නිර්මාණය කිරීම වැනි කාර්යයන් සඳහා බොහෝ කාලයක් ගතවනු ඇත. ඒ නිසා ආයෝජනවල ප්‍රතිලාභ සඳහා ප්‍රතිඵල මැනීම අනිවාර්යයෙන්ම සිදු කළ යුතුය.

**3) ඉහළ තරගකාරීත්වය**

ඩීජිටල් අලෙවිකරණය හරහා ගෝලීය වශයෙන් පාරිභෝගිකයන් වෙත යොමු වීමත් සමඟ ව්‍යාපාරවලට ගෝලීය වශයෙන් පවතින තරගකාරීත්වයට එරෙහිව නැගී සිටීමට සිදු වේ. තරගකරුවන් අභිබවා යාම සහ මාර්ගගත පාරිභෝගිකයින් ඉලක්ක කරගනිමින් සිදුවන ප්‍රචාරණය තුළින් පාරිභෝගිකයන් ආකර්ෂණය සහ රඳවා ගැනීම අද විශාල අභියෝගයකි.

**4) පැමිණිලි සහ ප්‍රතිපෝෂණ**

සන්නාමය පිළිබඳ ඕනෑම සෘණාත්මක ප්‍රතිපෝෂණයක් හෝ විවේචනයක් සමාජ මාධ්‍ය සහ සමාගමේ වෙබ් අඩවිය සියලුම පාරිභෝගිකයන්ට දැකිය හැකිය. කාර්යක්ෂම පාරිභෝගික සේවාවක් මාර්ගගතව පවත්වාගෙන යාම විශාල අභියෝගයකි. සෘණාත්මක අදහස් දැක්වීම් හෝ ඵලදායී ලෙස ප්‍රතිචාර දැක්වීමට අපොහොසත් වීම ආයතනික සන්නාමයට හා කිර්තිනාමයට හානියකි.

**5) ආරක්ෂාව සහ පෞද්ගලික ගැටලු**

ඩීජිටල් අලෙවිකරණ අරමුණු සඳහා පාරිභෝගික දත්ත රැස් කිරීම සහ භාවිත කිරීම සම්බන්ධයෙන් නීතිමය කරුණු ගණනාවක් තිබේ. එබැවින් පෞද්ගලිකත්වය සහ දත්ත ආරක්ෂණය සම්බන්ධ නීතිරීතිවලට අනුකූල විය යුතුය.

(ලකුණු 08)

**පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය**

**(c)**

- 1) දැනුම, කුසලතා සහ ආකල්ප සහිත වඩාත් සුදුසු සේවකයින් ආකර්ෂණය කර රඳවා ගැනීම.
- 2) අනාගත අවශ්‍යතා පුරෝකථනය කිරීම සහ මිනිස් බල අතිරික්තයන් සහ හිඟයන් තක්සේරු කිරීම.
- 3) හොඳින් පුහුණු වූ සහ නම්‍යශීලී ශ්‍රම බලකායක් සංවර්ධනය කිරීම, එමඟින් අවිනිශ්චිත හා වෙනස්වන පරිසරයට අනුවර්ථනය වීමට සංවිධානයට ඇති හැකියාවට දායක වීම.
- 4) ව්‍යාපාරයේ උපාය මාර්ගික සැලසුම් ක්‍රියාත්මක කිරීම.
- 5) බඳවා ගැනීමට සහ තෝරා ගැනීමට සහාය වීම.
- 6) රඳවා තබා ගැනීම ක්‍රමවත්ව සිදු කිරීම මෙන්ම සේවක සංවර්ධන උපාය මාර්ග අනුගමනය කිරීම තුළින් ප්‍රධාන කුසලතා අවම සැපයුමක් පවත්නා අවස්ථාවක බාහිර බඳවා ගැනීම් මත රඳා පැවතීම අවම කිරීම.
- 7) විභව අතිරික්තය හෝ පුද්ගල හිඟය පිළිබඳ වන ගැටලු කලින් හඳුනා ගැනීම.
- 8) කාර්යයන් සඳහා ඉතා නම්‍යශීලී පද්ධති හඳුන්වා දීම මඟින් පුද්ගල උපයෝගීතාවය ඉහළ නැංවීම.
- 9) ඉහළ නිමැවුම්/ඵලදායීතා මට්ටම් පවත්වාගෙන යාම.

(ලකුණු 04)

**පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය**

**(d)**

- 1) අපේක්ෂිත රැකියා කාර්යඵල ජනිත නොවීම.
- 2) නිවැරදි පුද්ගලයා තෝරාගැනීමෙන් ලබා ගත හැකිව තිබූ සුදුසු / අපේක්ෂිත දායකත්වය අහිමි වීම.
- 3) පාඩු හා වියදම් සිදුවීමේ හැකියාව.
- 4) සේවදායකයාව අනුස්ථාපනය සහ පුහුණු කිරීම වෙනුවෙන් දරන ලද පිරිවැය අපතේ යාම.
- 5) ඉවත් කිරීමේ තීරණයකින් පැන නගින දුක්ගැනවිලි විසඳීමේ පිරිවැය.
- 6) යෝග්‍යතම නව නිවැරදි සේවකයෙකු ප්‍රතිස්ථාපනය සඳහා වෙනම පිරිවැයක් දැරීමට සිදු වීම.
- 7) සංස්කෘතික ගැටුම්.
- 8) කාර්මික අනතුරු.
- 9) පාරිභෝගිකයන්ගෙන් පැමිණිලි වැඩි වීම.
- 10) අවසාන වශයෙන් සංවිධානයට තම අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට නොහැකි වීම.

(ලකුණු 03)

**පරිච්ඡේදය 05 - මානව සම්පත් කළමනාකරණය**

**(e)**

**සුදුසු උපාය මාර්ගය ලෙස පිරිවැය නායකත්වය උපාය මාර්ගය තෝරා ගන්නේ නම්;**

පශ්චාත් කොවිඩ්-19 හි වෙළෙඳපොළ තත්ත්වය අනුව ඇතිනාට පිරිවැය නායකත්ව උපායමාර්ගය වඩාත් සුදුසු වේ. පවතින පහසුකම්, තාක්ෂණය සහ කාර්ය මණ්ඩලය සමඟින්, මෙම ආයතනයට සිය සේවා බෙදාහැරීම සහ මෙහෙයුම් තවදුරටත් පුළුල් කර මහා පරිමාණයෙන් බෙදාහැරීම, අලෙවිකරණය කළ හැකි අතර එමඟින් සේවා පිරිවැය සහ වෙළෙඳපොළ මිල අඩු කළ හැකිය. ඇතිනාට විශාල ශිෂ්‍ය සමූහයක් ඉලක්ක කර ගනිමින් මෙහෙයුම් කාර්යක්ෂමතාවය භාවිත කරමින් අඩු පිරිවැය සහිත ප්‍රමිතිගත සේවාවක් සැපයීම වඩාත් යෝග්‍ය වේ.

**සුදුසු උපාය මාර්ගය ලෙස ප්‍රභේදන උපායමාර්ගය තෝරා ගන්නේ නම්;**

ඇතිනා සිසුන් සඳහා සේවා බෙදාහැරීම සඳහා නව සහ වෙනස් ක්‍රම අනුගමනය කළ යුතුය. එය සිසුන්ට වැදගත් වන එක් ලක්ෂණයක් හෝ ලක්ෂණ කිහිපයක් තෝරා ගත යුතුය. මෙහිදී ඇතිනාහට ඔවුන්ගේ වෙනස් සේවාවන් සඳහා ඉහළ මිලක් අය කිරීමෙන් වාසි ලබා ගත හැක.

ඇතිනාට ප්‍රභේදන උපාය මාර්ගය අනුගමනය කළ හැකි ආකාරය සඳහා උදාහරණ වනුයේ:

- අනෙකුත් ආයතනවලට වඩා ආකර්ෂණීය හා ක්‍රියාශීලී දේශන සහාය ලබා දීම.
- උසස් තත්ත්වයේ අධ්‍යයන ද්‍රව්‍ය ලබා දීම.
- අධ්‍යයන සම්පත් සඳහා වැඩි ප්‍රවේශයක් ලබා දීම. (උදා: සම්පූර්ණ ඉගෙනුම් කළමනාකරණ පද්ධතියක් සංවර්ධනය කිරීම)
- සිසුන්ට අධ්‍යයන මාදිලිය තේරීමේ විකල්පය ලබා දීම. (මාර්ගගත/භෞතික)

**සුදුසු උපාය මාර්ගය ලෙස ඉලක්කගත උපායමාර්ගය තෝරා ගන්නේ නම්;**

ඉලක්කගත උපායමාර්ගයට වර්ග දෙකක් ඇත. පළමු වර්ගයේ උපාය මාර්ගය වන්නේ පිරිවැය වාසි සඳහා නැඹුරු වීම සහ ඒ හරහා ඉලක්ක වෙළෙඳපොළෙන් වාසි ලබා ගැනීමයි. අනෙක් උපාය මාර්ගය වන්නේ ඉලක්ක වෙළෙඳපොළේ වඩා හොඳ වෙනස්කම් කිරීමට නැඹුරු වීමයි. ආයතන පටු වෙළෙඳපොළක (niche market) තරග කිරීමට බලාපොරොත්තු වේ. මෙම උපාය මාර්ගයේදී, ආයතනය එක් කර්මාන්තයක් හෝ වෙළෙඳපොළ කොටසක් තෝරාගෙන ඒ මත පදනම්ව උපාය මාර්ග සකස් කර අනෙකුත් ගනුදෙනුකරුවන්ට වඩා වෙනස් ලෙස තම පාරිභෝගිකයින්ට ඔවුන්ගේ සේවාව ලබා දෙයි. පටු වෙළෙඳපොළක් වෙත අවධානය යොමු කරන බැවින් ඉලක්කගත උපායමාර්ග දෙකෙහිම සාර්ථකත්වය ළඟා කර ගැනීම සඳහා ඇතිනා සතුව ඔවුන්ගේ තරගකරුවන්ට වඩා වෙනස් නිෂ්පාදන සහ ක්‍රියා පටිපාටි තිබිය යුතුය.

(ලකුණු 04)

(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)