

EXECUTIVE LEVEL

Commercial Insight for Management (Pilot Paper)

- අයදුම්කරුවන්ට උපදෙස්**
1. කාලය පැය 03 යි.
 2. 1(අ) කොටස : බහුවරණ ප්‍රශ්න 10 කි - සියළුම ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු සැපයීම අනිවාර්ය වේ.

1(අ) කොටස : කුඩා ප්‍රශ්න 10 කි. - සියළුම ප්‍රශ්නවලට පිළිතුරු සැපයීම අනිවාර්ය වේ.

2 කොටස : ප්‍රශ්න 04 කි. - ඕනෑම ප්‍රශ්න තුනකට පිළිතුරු සැපයීම කළයුතු වේ.

3 කොටස : එක් අනිවාර්ය ප්‍රශ්නයකි.
 3. 1(අ) කොටසේ වන ප්‍රශ්න 10 සඳහා පිළිතුරු සැපයීමට, ඔබට සපයනු ලබන විශේෂ පිළිතුරු පත්‍රය භාවිතයට ගත යුතු වේ. ඒ ඒ ප්‍රශ්නය සඳහා දෙන ලද ප්‍රකාශ හතරෙන්, ඉතාම යෝග්‍ය පිළිතුර දැක්වෙන ප්‍රකාශයට අදාළ අංකය, පිළිතුරු පත්‍රයේ, අදාළ ප්‍රශ්න අංකය ඉදිරියේ ලියා දක්වන්න.

අනෙකුත් සියළුම කොටස්වල වන ප්‍රශ්න සඳහා පිළිතුරු සැපයීමට, ඔබට සපයනු ලබන " පිළිතුරු පොත් " භාවිතය ගත යුතුවේ.
 4. 2 සහ 3 යන කොටස් වල වන එක් එක් ප්‍රශ්නයට පිළිතුරු සැපයීම, "පිළිතුරු පොත් " අලුත් පිටුවකින් ආරම්භ කරන්න.
 5. ඉල්ලුම් කරන ලද මාධ්‍ය අනුව,
එක් භාෂාවකින් පමණක් පිළිතුරු සැපයීම සැමවිටම පිලිපැදිය යුතුවේ.

K
E
5

2015 March

1 කොටස

ප්‍රශ්න විස්සටම පිළිතුරු සැපයීම අනිවාර්ය වේ.

1 - කොටස සඳහා මුළු ලකුණු ගණන 50 ක් වේ.

මෙම කොටසට පිළිතුරු සැපයීම සඳහා නිර්දේශිත කාලය මිනිත්තු 90 ක් වේ.

ප්‍රශ්න අංක 01

1 (අ) ඔබ විසින් ඒ ඒ ප්‍රශ්නය සඳහා, ඉතාම යෝග්‍ය පිළිතුර තෝරා ගැනීම කළයුතු වේ (මුළු ලකුණු 20)

1.1 ආර්ථික විද්‍යාව යනු නිශ්චය කිරීමේ ක්‍රමවේදය (Allocation) පිළිබඳව වූ විෂයකි. පහත ප්‍රකාශයන්ගෙන් කවරක්, ආර්ථික නිගමනය පිළිබඳ වූ නිදසුනක් නොවන්නේද?

(අ) සුනිමල් එහ සෙනසුදුරා "සිරිපැරකුම්" චිත්‍රපටය නැරඹීමට යන්නේ නම්, ඔහුට අයිස්ක්‍රීම් බඳුනක් මිලදී ගැනීම කළ නොහැකි වනු ඇත.

(ආ) අද සවස පැවැත්වෙන ආර්ථික විද්‍යා තරඟ වැඩසටහනට සුදානම් වන්නේ නම්, සිය බල්ලා ඇවිදවීමට ජයන්තිට කාලයක් නොලැබී යනු ඇත.

(ඇ) ආසියා මෝටර් රථ සමාගම සිය සුබෝපහේච් රථ නිෂ්පාදනය මෙම වසර තුළදී වැඩි කරන්නේ නම්, නව ප්‍රචාරණය සඳහා ඉහළ වැයක් දැරීමට සමාගමට සිදුවනු ඇත.

(ඈ) ABC පොත් ආයතනය, එය ඉදිරිපත් කරන පොත් වර්ග ගණන වැඩිකරන්නේ නම්, අළුත් පොත් වර්ග තැබීම සඳහා, සිය රාක්ක ඉඩකඩ නැවත බෙදා වෙන්කරලීමට සිදුවනු ඇත.

(ලකුණු 02)

1.2 ආර්ථිකයක නිෂ්පාදන හැකියා වක්‍රය පිටතට විතැන්වීමට, පහත සඳහන් කවර සිදුවීම් හේතු වන්නේද?

- (i) සේවා විද්‍යුත්ති මට්ටමේ අඩුවීමක්
- (ii) ආයෝජන අනුපාතයේ වැඩිවීමක්
- (iii) එක් නිෂ්පාදන සාධකයක මිලෙහි පහත වැටීමක්
- (iv) ඒකලාභී නිමවුමෙහි ඉහළයාමක්

(අ) (i) සහ (ii) පමණි.

(ආ) (i),(ii) සහ (iii) පමණි

(ඇ) (i), (iii) සහ (iv) පමණි

(ඈ) (ii) සහ (iv) පමණි.

(ලකුණු 02)

1.3 පහත ඒවායින් කවර ප්‍රකාශයක් සත්‍ය නොවන්නේද?

(අ) සැලසුම්කළ ආර්ථිකයන්හි මෙන්ම, නිදහස් වෙළඳපොළ ආර්ථිකයන්හිද, මූලික ආර්ථික ගැටළුව, එකක්ම වේ.

(ආ) මූලික ආර්ථික ගැටළුව, විකල්ප අතුරින් එකක් තේරීම පිළිබඳ වුවකි.

(ඇ) නිෂ්පාදන සාධකයන්හි සැපයුම සීමිත වේ.

(ඈ) පාරිභෝගික අවශ්‍යතා සීමිත වීම නිසා, තේරීම අවශ්‍යම වේ.

(ලකුණු 02)

1.4 පහත ඒවායෙන් කවරකින්, ඉල්ලුමේ මිල නම්‍යතාවය නියෝජනය කරන්නේද?

(අ) $\left| \frac{\Delta Q}{P} \right| \div \left| \frac{\Delta P}{Q} \right|$

(ආ) $\left| \frac{\Delta Q}{P} \right| + \left| \frac{\Delta P}{Q} \right|$

(ඇ) $\left| \frac{\Delta Q}{\Delta P} \right| \times \left| \frac{P}{Q} \right|$

(ඈ) $\left| \frac{\Delta Q}{P} \right| - \left| \frac{P}{Q} \right|$

(ලකුණු 02)

1.5 සාමාන්‍ය ඵලදාව සහ ආන්තික ඵලදාව අතර පවත්නා සම්බන්ධතාවයට අදාලව පහත ඒවායින් කවරක් නිවරදි වන්නේද?

(අ) ආන්තික ඵලදා වකුයේ ඉහළම ලක්ෂයේදී, ආන්තික ඵලදා වකුය, සාමාන්‍ය ඵලදා වකුය ජේදනය කරයි.

(ආ) සාමාන්‍ය ඵලදාව උපරිම වනවිට, ආන්තික ඵලදාවද උපරිම මට්ටමේ පවතී.

(ඇ) සාමාන්‍ය ඵලදාව , ආන්තික ඵලදාව ඉක්මවා යන විට, සාමාන්‍ය ඵලදාව පහළ වැටෙමින් පවතී.

(ඈ) සාමාන්‍ය ඵලදාව = ආන්තික ඵලදාව වන විට, මුළු ඵලදාව උපරිමව පවතී.

(ලකුණු 02)

1.6 හෙන්රි මිනිට්ස්බර්ග්, කළමනාකරණ කාර්යභාරයන් දොළහ, අන්තර් පුද්ගල, අන්තර් සංවිධාන සහ තීරණ ගැනීම් හා සම්බන්ධ වශයෙන් කාණ්ඩ තුනකින් හඳුනා ගන්නේය.

(අ) ඉහත ප්‍රකාශය සත්‍ය වේ

(ආ) ඉහත ප්‍රකාශයේ වැරදි එකක් ඇත.

(ඇ) ඉහත ප්‍රකාශයේ වැරදි දෙකක් ඇත.

(ඈ) ඉහත ප්‍රකාශයේ වැරදි තුනක් ඇත.

(ලකුණු 02)

1.7 භාණ්ඩ කොටස් හෝ සම්පූර්ණ භාණ්ඩය, සමූහ වශයෙන් (in groups) නිපදවනු ලබන නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලිය හඳුන්වනුයේ:

- (අ) කාණ්ඩ (Batch) නිෂ්පාදනය නම්වේ.
- (ආ) කාර්ය (Job) නිෂ්පාදනය නම්වේ.
- (ඇ) ප්‍රවාහ (Flow) නිෂ්පාදනය නම්වේ.
- (ඈ) මහාපරිමාන (Mass) නිෂ්පාදනය නම්වේ.

(ලකුණු 02)

1.8 “කළමනාකරණය” නිර්වචනය කරන, වඩාත්ම යෝග්‍ය ප්‍රකාශය තෝරන්න.

- (අ) සංවිධානයේ සම්පත් කාර්යක්ෂමව භාවිතයට ගැනීම.
- (ආ) නිවර්තී දෑ, නිවර්තී ආකාරයට කිරීම
- (ඇ) සංවිධානයක සේවකයන්ගේ තෘප්තිමය මට්ටම ඉහළ නැංවීම
- (ඈ) සංවිධානයන්හි ලාභදායීතාවය ඉහළ නැංවීම.

(ලකුණු 02)

1.9 සංවිධානයක මෙහෙවර (Mission) ප්‍රකාශයන් භාවිතයට ගනු ලබන්නේ:

- (අ) එහි උපායමාර්ගික මූලිකාංග තීරණය කිරීම සඳහාය
- (ආ) පැහැදිලි අරමුණු (objectives) සහ ඉලක්ක (goals) තීරණය කිරීම සඳහාය.
- (ඇ) එහි ප්‍රගතිය, හිතියත සමාලෝචනය කල හැකි වීම සඳහාය.
- (ඈ) ව්‍යාපාරයේ ස්වභාවය සහ දිසාව (Nature and Direction) තීරණය කිරීම සඳහාය.

(ලකුණු 02)

1.10 ප්‍රථම මට්ටමේ කළමනාකරුවන්ට, රැකියාමය දැනුම සහ ශිල්පීයකුම අදාලවන සිය කාර්යයන් (tasks) කාර්යක්ෂම ලෙස ඉටුකිරීමෙහි ලා පහත ඒවායින්, වඩාත් වැදගත්වන කුසලතාවය කුමක්ද?

- (අ) මානව කුසලතා
- (ආ) සංකල්පමය (conceptual) කුසලතා
- (ඇ) තාක්ෂණික කුසලතා
- (ඈ) පරිපාලනමය කුසලතා

(ලකුණු 02)

1. (ආ) චිකිතෘක ප්‍රශ්නයේදී, ඔබ විසින් කරනු ලැබිය යුතුවන කාර්යයන්ට අදාළ ක්‍රියාපද (Action) වලට අවදානය යොමු කරමින්, සියළුම ප්‍රශ්නවල කෙටි පිළිතුරු සපයන්න.

(මුළු ලකුණු 30)

1.11 උද්ධමනය යනු පොදු මිල මට්ටමෙහි වැඩිවීමක් පවත්නා බවයි. උද්ධමනයට ප්‍රධාන වශයෙන් හේතුවන්නේ, අධික වූ සමස්ථ ඉල්ලුම (ඉල්ලුමෙන් ඇදුනු උද්ධමනය) හෝ සැපයුමට අදාළ සාධකයි (පිරිවැයෙන් තල්ලුවන උද්ධමනය). ඉල්ලුමෙන් ඇදුනු උද්ධමනය නිතරම පාහේ මූල්‍යමය ප්‍රභවයක් සහිත වේ.

ඉහත සඳහන් ප්‍රකාශයට අදාලවන හේතු විස්තර කරන්න

(ලකුණු 03)

1.12 භාණ්ඩයක මිලෙහි සිදුවන වෙනසකට, ඉල්ලුම් කරනු ලබන ප්‍රමාණය වෙනස්වීම මගින් සිදුවන ප්‍රතිචාර දැක්වීමේ ප්‍රමාණය, ඉල්ලුමෙහි මිල නම්‍යතාවය නමින් හැඳින්වේ. දෙනලද භාණ්ඩයක මිලෙහි සිදුවන ප්‍රතිශතාත්මක වෙනසකට අනුරූපව, ඉල්ලුම්කරනු ලබන ප්‍රමාණයේ ප්‍රතිශතාත්මක වෙනස්වීම, එමගින් මනිනු ලබයි.

පහතට බෑවුම් වන සරල රේඛාවක හැඩය ගන්නා ඉල්ලුම් වක්‍රයක් දිගේ ඇති ඉල්ලුමේ මිල නම්‍යතාවය, සෑම තැන්හිම එකම අගයක් ගනී.

ඉහත ප්‍රකාශය සමග ඔබ එකඟ වන්නේද යන්න පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 03)

1.13 පරිමානානුකූල පිරිමැසුම් සහ ක්ෂේත්‍ර බද්ධ ප්‍රතිලාභ (Economies of Scope) යනු, පහළම තලයේ සිට වර්ධනය වැඩිදියුණුකර ගැනීමෙහිලා තීරණ ගැනීමට අදාළ, ව්‍යවසායකයින්ට ඉතාමත් වැදගත්වන සංකල්ප දෙකකි.

පරිමානානුකූල පිරිමැසුම් සහ ක්ෂේත්‍ර බද්ධ ප්‍රතිලාභ අතර පවත්නා වෙනස්කම් දෙකක් (02) හඳුනාගන්න.

(ලකුණු 03)

1.14 විනිමය අනුපාතය යනු, එක් ව්‍යවහාර මුදල් වර්ගයක් තවත් ව්‍යවහාර මුදල් වර්ගයකට හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා වෙළඳපොල මිලයි. වර්තමානයේදී, ස්ථාවර විනිමය අනුපාතික වලට වඩා පාවෙන විනිමය අනුපාතික වඩාත් ජනප්‍රිය වේ.

පාවෙන විනිමය අනුපාතිකයන්හි ඇති වාසි තුනක් (03) ලැයිස්තුගත කරන්න.

(ලකුණු 03)

1.15 පවත්නා සම්පත් සීමා සහිත හෝ හිඟවීම හේතුවෙන්, තනි පුද්ගලයෙකු වේවා ව්‍යාපාරයක වේවා, සෑම තීරණ ගන්නෙක්ම සිය තීරණ ගැනීමෙහිදී, විකල්ප අතර තේරීමක් කළ යුතුව ඇත.

ආවස්ථික පිරිවැය සංකල්පය නිර්වචනයකර, එය ආර්ථික තීරණයන්ට අදාළ වන ආකාරය සඳහන් කරන්න.

(ලකුණු 03)

1.16 "යම් තනතුරක් දරණ හෝ තරාතිරමක සිටින පුද්ගලයෙකුගෙන්, කළමනාකරණය අපේක්ෂාකරන වර්ගය, කාර්යභාරය (Role) වශයෙන් නිර්වචනය කළ හැකිය. සංවිධානයේ අරමුදල් ආරක්ෂා කරන අතරම, තීරණ ගැනීමට උපකාරීවන තොරතුරු සැපයීමත් මූල්‍ය ප්‍රතිඵල වාර්තා කිරීමත් ඔහු විසින් කරනු ලබයි."

අවදානම් කළමනාකරණ විශේෂඥයෙකු වශයෙන් ව්‍යාපාරයක් තුළ ගණකාධිකාරීවරයෙකුගේ කාර්යභාරය විස්තර කර, සංවිධානයක් තුළ ඔහුට ඉටුකලහැකි අනිකුත් කාර්යභාරයන්ද සඳහන් කරන්න.

(ලකුණු 03)

1.17 ඉහළ, මධ්‍යම සහ පහළ කළමනාකරුවන් යන මට්ටම් තුනෙන් එකකට අයත්වන කෙනෙකු හැටියට සංවිධානයක කළමනාකරුවන් වර්ගීකරණය කළ හැකිය. කළමනාකරුවකු සිටින මට්ටම පිළිබඳ අවධානය යොමු නොකරම, ඔහු විසින් ඉටුකළ යුතු කාර්යභාරයන් දහයක් හඳුනාගත් හෙන්රි මින්ට්ස්බර්ග් ඒවා, ප්‍රධාන ප්‍රභේද තුනකට වර්ගීකරණය කළේය.

කළමනාකරණ න්‍යායවාදියෙකු වන මින්ට්ස්බර්ග්, එසේ ප්‍රධාන ප්‍රභේද තුනකට වර්ගීකරණය කර දක්වන්නට යෙදුන, කළමනාකරණ කාර්යභාරයන් දහය (10) ලැයිස්තුගත කර දක්වන්න.

(ලකුණු 03)

1.18 සංවිධානයේ ඉලක්ක (Goals) සපුරාගැනීම සඳහා තමනට ලැබී ඇති මානව සහ මානව නොවන සම්පත් කාර්යක්ෂම ලෙසත් සඵලවත් ලෙසත් (Effectively) භාවිතයට ගැනෙන බවට සහතික වීම, සංවිධානයන්හි කළමනාකරුවන් ගෙන් සිදුවිය යුතුය.

සංවිධානයේ ධුරාවලිය තුළ විවිධ කළමනාකරුවන් සතුවිය යුතු කළමනාකරණ කුසලතාවයන්හි වැදගත්කම සාකච්ඡාකරන්න.

(ලකුණු 03)

1.19 සැලසුම්කිරීම, වැඩසටහන් ක්‍රියාත්මක කිරීම සහ පාලනය සඳහා වන තීරණ ගැනීම් වස් දත්ත රැස්කර, ඒවා සැකසුම්කර ලබාගන්නා තොරතුරු සෑම වටිනාකම සිටින කළමනාකරුවන්ට ලබාදෙන පද්ධතියක් ලෙස, කළමනාකරණ තොරතුරු පද්ධතිය දැක්විය හැකිය.

සංවිධානයන්, භාවිතයට යොදා ගන්නා කළමනාකරණ තොරතුරු වර්ග හයක් (06) ලැයිස්තු ගත කර දක්වන්න.

(ලකුණු 03)

1.20 පාරිභෝගික තෘප්තිය හැරවීම සඳහා නූතන ව්‍යාපාරයන් ඉදිරිපත් කරන වටිනාකම් පිරිනැමීම් (Value Offerings) ගණනාවක්ම පවතී.

විවැහි වටිනාකම් පිරිනැමීම් හයක් ලැයිස්තුගත කර දක්වන්න.

(ලකුණු 03)

2 - කොටස

දෙනලද ප්‍රශ්න හතරෙන්, තුනකට පිළිතුරු සපයන්න. 2 - කොටස සඳහා වන මුළු ලකුණු ගණන 30 කි. මෙම කොටසට පිළිතුරු සැපයීමට නිර්දේශිත කාලය මිනිත්තු 54 කි.

ප්‍රශ්න අංක 02

සීමා සහිත AB (පුද්ගලික) සමාගම, රූප ලාවනය වෙළඳපොළේ වසර 30 කටත් වඩා පළපුරුද්ද ලබා ඇත. සමාගම දැනට කාන්තාවන් සඳහා විවිධ සන්නම් නාම යටතේ ඡෛත්‍ය වර්ග, රූප ලාවනය ක්‍රීම් වර්ග සහ වර්ග ගණනාවක මුහුණ සේදුම් (Face washes) නිෂ්පාදනය කරයි. සමාගමේ මෙම ව්‍යාපාර කටයුතු, පිරිමි පාර්ශවයේ රූප ලාවනය වෙළඳපොළට ප්‍රවේශ වීම සඳහා විවිධාංගීකරණය කිරීමක් පිළිබඳව පසුගිය කළමනාකරණ රැස්වීමේදී සාකච්ඡාවට ගැණින. පිරිමි පාර්ශවයේ රූප ලාවනය වෙළඳපොළ, දැනට ලෝකයේ වර්ධනය වන වෙළඳපොළකි.

කෙසේවුවද මෙම නව වෙළඳපොළ ප්‍රවේශයට ආරම්භයක් වශයෙන් 'C' නැමැති රටෙන් පිරිමි පාර්ශවයේ රූපලාවනය නිෂ්පාදිත ආනයනය කිරීම සමාගම විසින් කරනු ලැබිය යුතුව ඇත. ඊට හේතුව, එකී නිෂ්පාදිත සඳහා ශ්‍රී ලංකාව තුළ මැහවින් නවීකරණය වූ නිෂ්පාදන පහසුකම් නොතිබීමයි.

ඔබ කළයුතු දෑ:

I. මෙම නව ව්‍යාපාරයට අදාළ පොදු පරිසරයේ ප්‍රධාන පැතිකඩ (Main Dimensions) ලැයිස්තුගත කර දක්වමින් නව ව්‍යාපාරය තුළ ඒවායින් දෙකක් තුලින් ඇතිකරන බලපෑම (Impact) විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 05)

II. 'C' රටෙන්, පිරිමි පාර්ශවයේ රූපලාවනය නිෂ්පාදිත ආනයනය කිරීමේ ව්‍යාපාරික සැලැස්මට විනිමය අනුපාතික සහ උද්ධමන තත්වය වෙතින් ඇතිවිය හැකි බලපෑම සාකච්ඡා කරන්න

(ලකුණු 05)

(මුළු ලකුණු 10)

ප්‍රශ්න අංක 03

විවෘත, නම්‍ය සහ සාපේක්ෂව සුලබ ශ්‍රම වෙළඳපොලක පැවැත්ම සැලකිල්ලට ගැනීමේදී, අවශ්‍යතා පැන නැගී වහාම සේවකයන් බඳවාගැනීම කළ හැකිවන හෙයින්, මානව සම්පත් කළමනාකරණයේ ඇති වටිනාකම අල්ප බව, සමාගම් කළමනාකරුවකු විශ්වාස කරයි.

ඔබ කළයුතු දෑ:

I. මානව සම්පත් කළමනාකරණය නිර්වචනයකර, මානව සම්පත් කළමනාකරණයට අදාල පියවර සඳහන් කරන්න.

(ලකුණු 05)
(මුළු ලකුණු 10)

II. සෑම කළමනාකරුවෙකුටම මානව සම්පත් කළමනාකරණයේ ඇති වැදගත්කම හඳුනාගන්න.

(ලකුණු 05)
(මුළු ලකුණු 10)

ප්‍රශ්න අංක 04

වර්ථමාන (පුද්ගලික) සමාගම, ඉහළතම කුසලතාවලින් පිරිපුන් වැඩ බලකායක් (Work force) සහිත, සෙල්ලම් භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කරන ආයතනයකි. ඇණවුම්කල නිෂ්පාදිතයක්, නියමිත දිනට සැපයීමට සමාගම අපොහොසත් වීම නිසා, ප්‍රධාන ගනුදෙනු කරුවන්ගෙන් එක් අයෙකු මෑතකදී සමාගමට අනිමිටිය. තවදුරටත් නිරීක්ෂණය වූ කරුණක් වූයේ, වර්තමාන සංවිධාන ව්‍යුහය තුල, තරාතිරම් මට්ටම් ගණනාවක් (Many Layers) පැවතීම හේතුවෙන්, සමාගමේ තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය මන්දගාමීව තිබූ බවයි. සමාගම තුල, හරස් කාර්යබද්ධ (Cross Functional) සහ හරස් විෂය බද්ධ (Cross Disciplinary) සාමූහික/කණ්ඩායම් වැඩ (Team work) සඳහා සහාය දැක්වීමක් හෝ උනන්දු කිරීමක්ද දක්නට නොතිබින. එමනිසා, ගමන්මාර්ගයේ අතරමගදීම, කළයුතු කාර්යයන්හි අනන්‍යතාවය නැතිවී යමින් තිබින (Identity of the work gets lost half way). නිදසුනක් වශයෙන්, ප්‍රථම කාර්යබද්ධ කළමනාකරු (Functional Manager) යම් ක්‍රියාකාරකමක් මත සිය වැඩ නිමකල වහාම, එම කාර්යය ඊලඟ කළමනාකරුට මාරු කරන අතර, ඒ අයුරින් ක්‍රියාවලිය ඉදිරියට ඇදී ගියේය. ඒ අනුව අවසන් නිමවූම සඳහා වන වගකීම බාර ගැනීමට කිසිවෙකුත් නොසිටියේය. මේ අතර, අතිශය තරඟකාරී වූ සහ අතිශය ගතික වූ වෙළඳපොල වෙතින්, විවිධ කාර්යයන් අතර මානව සම්පත් බෙදාහදා ගැනීම (Sharing human resources) පිළිබඳව ඉහළ නම්‍යතාවයක් මෙන්ම, ගුණාත්මකව නිමවූ නිෂ්පාදිත අප්‍රමාදීව බාරදීම අපේක්ෂා කෙරින.

ඔබ කළයුතු දෑ:

I. වර්ථමාන (පුද්ගලික) සමාගමේ සංවිධාන ව්‍යුහය තුළ දැනට පවත්නා ප්‍රධාන ගැටළුව (Main Issue) හඳුනාගෙන විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 06)

II. ඉහත I යටතේ හඳුනාගත් ප්‍රධාන ගැටළුවට ලබාදිය යුතු විසඳුම, එය සාධාරණීය කරන හේතුද දක්වමින්, සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 10)

ප්‍රශ්න අංක 05

සීමා සහිත FP (පුද්ගලික) සමාගම, ඩෙනිම් කලිසම් නිපදවා ශ්‍රී ලංකාව තුළ ප්‍රධානපෙලේ සිල්ලර අලෙවිහල් අතර බෙදා හැරීම කරයි. සමාගම සෑම විටම, එක් කාණ්ඩයක් (Batch), නිමවුම් ඒකක 1,000 කින් සැදුණු විශාල කාණ්ඩවලින් එකී කාණ්ඩය නිපදවයි. කෙසේවුවද, පසුගිය මෑත වර්ෂ කිහිපය තුළදී දැනගන්නට ලැබුණ කරුණක් වූයේ, එක් එක් මොස්තරයකින් අඩු ප්‍රමාණයකින් සහ එක් ඇණවුමක් මෝස්තර ගණනාවකින්ම යුක්තවන පරිදි වූ ඇණවුම් සිල්ලර වෙළඳුන් වෙතින් ඉදිරිපත්වීම පෙනෙන්නට ඇති බවයි. ඒ අනුව සමාගමේ අලෙවිකරණ කළමනාකරු, කළමනාකාර අධ්‍යක්ෂට දිගින් දිගටම පෙන්වා දෙන්නට යෙදුනේ එක් මෝස්තරයකින් අවම වශයෙන් ඒකක 1,000 වන පරිදිවන ඇණවුම් ලබාගැනීම සඳහා සිල්ලර වෙළඳුන්ට බලකිරීම තවදුරටත් කළ නොහැකි හෙයින්, දැනට පවත්වා ගෙන යන ඒකක 1,000 න් සමන්විත කාණ්ඩ නිෂ්පාදන ක්‍රමය සමාලෝචනයකට භාජනය කළයුතුව ඇති බවයි.

ඔහු කළමනාකාර අධ්‍යක්ෂට තවදුරටත් දන්වා සිටියේ, තමා මෑතකදී සහභාගී වූ සම්මන්ත්‍රණයකදී, "ලීන් මැනුපැක්චරින්" (Lean manufacturing) නමින් හැඳින්වෙන, පාරිභෝගික ඉල්ලුම සමඟ වඩාත් බැඳුණු නිෂ්පාදන ක්‍රමයක් පිළිබඳව අසාදැනගත් බවත්, ඒ අනුව, මෙම සමාගමද, පවත්නා කාණ්ඩ නිෂ්පාදන ක්‍රමය වෙනුවට, එකී නිෂ්පාදන ක්‍රමය අනුගමනය කළ යුතු වන බවත්ය.

ඔබ කළයුතු දෑ:

I. කාණ්ඩ නිෂ්පාදනය (Batch Production) සහ කාර්ය නිෂ්පාදනය (Job Production) අතර පවතින වෙනස විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 02)

II. ඔබ, FP සමාගමේ අලෙවිකරණ කළමනාකරු සමඟ විකඟවන්නේද යන්න සාකච්ඡාකර, සමාගම කාණ්ඩ නිෂ්පාදන ක්‍රමය තුලින් දැනට මුහුණ පා සිටින අභියෝගය ජය ගැනීමට, "ලීන් මැනුපැක්චරින් ක්‍රමය" මගින් කෙසේ උපකාරීවිය හැකිද යන්න සම්බන්ධයෙන් උපදෙස් දෙන්න.

(ලකුණු 08)

(මුළු ලකුණු 10)

3 - කොටස

මෙම ප්‍රශ්නයට පිළිතුරු සැපයීම අනිවාර්ය වේ.
 3 - කොටස සඳහා වන මුළු ලකුණු ගණන 20 කි.
 මෙම කොටස සඳහා පිළිතුරු සැපයීමට නිර්දේශිත කාලය මිනිත්තු 36 කි.

ප්‍රශ්න අංක 06

XYZ කර්මාන්තය, ශ්‍රී ලංකාවේ නිෂ්පාදන කර්මාන්තයන්ගෙන් එකක් වන අතර, එය දැඩිලෙස විකිනෙක ආයතනය මත රඳා පවතින ආයතන ගණනාවකින් සැඟවීමෙන් එකකි. කර්මාන්තයක් ලෙස ඊට ප්‍රවේශ වීම සඳහා වන දැඩි බාධක පවතී. පසුගිය දශක කිහිපය තුළදීම ඊට ප්‍රවේශ වූ නව ආයතන ගණන දෙකක් පමණි. දැනට, 'A' නමැති භාණ්ඩය නිපදවන 'A' නම්වන ආයතනයත්, 'B' නමැති භාණ්ඩය නිපදවන 'B' නමැති ආයතනයත්, 'C' නමැති භාණ්ඩය නිපදවන 'C' නමැති ආයතනයත්, කර්මාන්තය තුළ සිය ආධිපත්‍ය පතුරුවත්. එකී නිෂ්පාදිත තුන සඳහා වන ඉල්ලුම් හා සැපයුම් ශ්‍රිතයන් (Demand and Supply Functions) පහත දැක්වෙන පරිදි වේ.

නිෂ්පාදිතය	ඉල්ලුම	සැපයුම
A	$Q_d = 220 - 0.40 P$	$Q_s = 4P$
B	$Q_d = 171 - 0.42P$	$Q_s = 3P$
C	$Q_d = 157 - 1.14P$	$Q_s = 2P$

A, B, සහ C යන සමාගම් තුන සිය නිෂ්පාදිත තුනෙහි ඒකක මිල ගණන් අනුපිළිවෙලින් රු. 50, රු. 60 සහ රු. 70 යන ප්‍රමාණයන්ගෙන් වැඩි කිරීමට අපේක්ෂා කරත්. නිෂ්පාදිතයන් තුනම සඳහා පවත්නා සමතුලිත වෙළඳපොල මිල, ඒකකයට රු. 50 වන අතර එම මිල, කර්මාන්තයේ වෙළඳපොල (Market clearing price) ද වේ. 'A' නිෂ්පාදිතය, ප්‍රාථමික පැකේජයක් මගින් පමණක් අලෙවිකරණය කරනු ලබන අතර, මුද්‍රිත මාධ්‍යවලින් පමණක් ප්‍රචාරණය කරයි. 'B' සහ 'C' යන නිෂ්පාදිත දෙක මුද්‍රිත සහ විද්‍යුත් යන මාධ්‍ය දෙකම මගින් ප්‍රචාරණය කරනු ලබන 'A' නිපදවන ආයතනය වෙළඳපොල අපේක්ෂාවන්ට සරිලන පරිදි නව පැකේජයක් හඳුන්වාදීමට අපේක්ෂා කරන අතර, එම ක්‍රියාමාර්ගය මෂකකදී පවත්වන ලද වෙළඳපොල සමීක්ෂණයකින්ද ඉතා වැදගත් පියවරක් ලෙස විදහා දක්වා ඇත. මේ අතර 'D' නමැති නව නිෂ්පාදිතයක් රැගත් නව ආයතනයක් 2015 මැද භාගයේදී වෙළඳපොලට පිවිසීමට සැලසුම් කරමින් සිටී. එම ආයතනය තවදුරටත්, තරගකාරීන් පිළිබඳ තොරතුරු රැස්කරමින් සිටී. එයට ප්‍රතිචාර වශයෙන්, කර්මාන්තය තුළ දැනට සිටින ආයතන, ආක්‍රමණකාරී ලෙස නව ප්‍රවේශකයාට ප්‍රතික්‍රියා දැක්වීමට සූදානම් වෙමින් සිටිති. නිෂ්පාදනය සඳහා වන අමුද්‍රව්‍ය ඉන්දියාවෙන් සහ දකුණු ඇමරිකාවේ රටවල් කිහිපයකින් ලබාගත හැකිය. දකුණු ඇමරිකා රටවලින් ද්‍රව්‍ය ආනයනය කිරීමේදී දැරීමට සිදුවන අධික ප්‍රවාහන පිරිවැය හේතුවෙන්, බොහොමයක් ආයතන, ඉන්දියාවේ විශේෂිත එක් සැපයුම්කරුවෙකුගෙන් එකී ද්‍රව්‍ය ආනයනය කර ගනිති. දේශීය වෙළඳපොල තුළ, නිෂ්පාදිතය සඳහා වන සෘජු ආදේශක කිසිත් නොමැත.

ඔබ කළයුතු දෑ:

I. ප්‍රමාණවත්ලෙස සාධාරණීකරණය කරමින්, XYZ කර්මාන්තයේ වෙළෙඳපොල ව්‍යුහය කෙබඳු වකක්දැයි පහදා දෙන්න.

(ලකුණු 03)

II. මයිකල් ඊ පෝටර් විසින් හඳුන්වාදෙන ලද වෙළෙඳපොල බලවේග පහ පිළිබඳව වන 'ආදර්ශය' (Model) පදනම් කර ගනිමින් 'A' නම්වන නිෂ්පාදිතය ඉදිරිපත් කරන ආයතනයේ තරඟකාරී තත්වය (competitive position) සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 07)

III. එක් එක් තරඟකාරී ආයතනය වෙතින් ඉදිරිපත්වීමට ඉඩ ඇති ප්‍රතික්‍රියාවන්ද (reactions) සැලකිල්ලට ගනිමින්, ඒ ඒ ආයතනය සිය නිෂ්පාදිතය සඳහා යෝජිත මිල වැඩිකිරීම සිදුකිරීමෙන්, ඒ ඒ ආයතනයේ මුළු ආදායමට (Total revenue) සහ ලාභදායීත්වයට (profitability) ඇතිවිය හැකි බලපෑම (Impact) සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)