

CA



THE INSTITUTE OF
CHARTERED ACCOUNTANTS
OF SRI LANKA

மாதிரி விடைகள்

SUGGESTED SOLUTIONS

KE5 – Commercial Insight for Management

September 2015

பிரிவு 01

விடை 01

1.1.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு: 1.5.1

1.5.1 முகாமைக் கணக்காளருடன் ஒப்பிடுகையில் நிதிக் கணக்காளரின் பொறுப்புக்களை கூறக்கூடிய மாணவரின் இயலுமையை பரீட்சித்தல்.

சரியான விடை: C

கிரயக் கணக்கீடு முகாமைக் கணக்காளரின் நோக்கெல்லைக்கு உட்பட்டது. நிதிக்கணக்காளரினது அல்ல.

1.2.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு: 2.2.1

2.2.1 வினைத்திறன் மற்றும் விளைவுத் திறனுக்கு இடையிலான வேறுபாட்டை வியங்கிக்கொள்ளல்.

சரியான விடை: C

வினைத்திறன் என்பது உள்ளீடுகள் மற்றும் வெளியீடுகள் தொடர்புபட்ட விகித அளவீடு ஆகும். இது உற்பத்தித்திறனுடன் இணைந்தது. உதா: ஒரு அலகு உற்பத்திக்கான விரயத்தை அதிகுறைந்த மட்டத்தில் பேணுதல். விளைவுத்திறன் என்பது குறிக்கோள் அல்லது இலக்கு பற்றியது. உதா: பொருளின் தரம் பொதுவான குறிக்கோள்களில் ஒன்றாகும்.

1.3.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு: 3.5.1

3.5.1 சந்தைக் கேள்வி மற்றும் நிரம்பலை பாதிக்கும் காரணிகளை இனங்காணல்.

சரியான விடை: C

1.4

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு: 3.11.1

சரியான விடை: C

சந்தை அதிகாரம் என்பது, பரிமாற்றக் கட்டுறுப்புக்கள் மற்றும் நிபந்தனைகள் மீது நிறுவனம் கட்டுப்பாட்டினை கொண்டிருத்தல். தனியுரிமைப் போட்டியில் (monopolistic competition) நிறுவனம் சந்தை அதிகாரத்தினை கொண்டிருப்பதற்குக் காரணம், ஒப்பீட்டளவில் குறைவான எண்ணிக்கையான போட்டியாளர்கள் இருப்பதும், நிறுவனங்கள் பாகுபடுத்தப்பட்ட பொருட்களை (differentiated products) விற்பதனாலும் ஆகும். சந்தை அதிகாரம், அந்த நிறுவனங்கள் கீழ்நோக்கிச் சரிந்து செல்லும் கேள்வி வளையிக்கு முகங்கொடுப்பதனை குறிக்கின்றது. கேள்வி வளையி தட்டையாக இல்லாதபோதிலும் அதிக நெகிழ்ச்சி உடையதாகும். தனியுரிமைப்போட்டி நிறுவனமொன்று அதன் வாடிக்கையாளர்கள் எல்லோரையும் இழக்காமலே அதன் விலையை அதிகரிக்க முடியும். போட்டியாளர்களுக்கிடையில் அழிவினை நல்கவல்ல விலைப்போருக்கு (price war) வழிமைக்காமலேயே நிறுவனம் விலையை குறைக்க முடியும்.

1.5

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 4.4.1
கேள்வி ஈர்ப்பு / கிரயத் தள்ளுகை பணவீக்கங்களை விபரித்து வியாபாரம் மற்றும் தேசிய பொருளாதாரத்தில் பணவீக்கக் கிரயத்தினை இனங்காணல்.

சரியான விடை : D

1.6.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 4.4.3
பொருளாதாரமொன்றில் பணநிரம்பல், பணவீக்கம் மற்றும் வட்டி வீதங்களுக்கு இடையில் தொடர்பினை விளங்கிக்கொள்ளல்.

சரியான விடை : D

பணநிரம்பலில் அதிகரிப்பு எந்தவொரு பொருளின் நிரம்பலில் அதிகரிப்பின் அதே தாக்கத்தை கொண்டிருக்கும். இது “பணத்தின் விலை”யை வீழ்ச்சியுறச் செய்யும். அதாவது, வட்டி வீதம் பணத்திற்கான விலையாகும்.

1.7.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 4.7.1
4.7.1 மூலதனச் சந்தையை ஏற்படுத்தும் நிறுவகங்களை தெரிந்துகொள்ளல்.

சரியான விடை : D

ஒரு சொத்தை அல்லது காப்பாவணத்தை சொத்தின் விலையில் பாதிப்பின்றி சந்தையில் வாங்கும் அல்லது விற்கும் இயலுமை மட்டம் திரவத்தன்மை ஆகும். திரவத்தன்மை உயர்ந்த மட்ட வியாபார செயற்பாடுகளின் விளைவாக ஏற்படும்.

1.8.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 6.2.1
தொழிற்பாட்டு முகாமைத்துவத்தை (operations management) பொருள்வரையறை செய்தல்.

சரியான விடை : D

விளைவுத்திறனான வெகுமதி முறைமையை தயாரித்தல் ஊழியரை உந்துக்கப்படுத்துவதற்கு ஆகும். இது தொழிற்பாடுகள் முகாமையின் நோக்கெல்லைக்குள் வராது.

1.9.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 6.5.1
அளவிடைச் சிக்கனத்தையும் நோக்கெல்லைச் சிக்கனத்தையும் வேறுபடுத்துதல்.

சரியான விடை : A

B,C,D குறிப்பது அளவிடைச் சிக்கனத்தை. நோக்கெல்லைச் சிக்கனத்தை அல்ல.

1.10.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 6.6.1
பிரதான உற்பத்தி முறைகளை வேறுபடுத்தும் இயலுமை.

சரியான விடை : A

B – குறிப்பது தொடர்ச்சியான பாய்வு உற்பத்தி
C – குறிப்பது பணி உற்பத்தி (Job production)
D – குறிப்பது அணி உற்பத்தி (batch production)

(மொத்தம் 20 புள்ளிகள்)

விடை 02

2.1

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு:1.6.1.

தற்கால வேலைச் சூழலின் மாறுபடும் தன்மையையும் கணக்காளர் ஒருவரின் வகிபாகத்தில் அவற்றின் தாக்கத்தையும் இனங்காணல்.

- தரவு முறையாக்கம் மற்றும் பகுப்பாய்வுக்கு உதவியான ஆயுதங்களை பயன்படுத்தும் திறமை
- திறன்களை கவர்ந்து, விருத்திசெய்து முகாமை செய்வதற்கான தொழில்நுட்பத்தை பயன்படுத்தும் திறமை
- அறிவு முகாமைத்துவ திறமைகள் (Knowledge management skills)
- செயற்திட்ட (Project) முகாமைத்துவ திறமைகள்
- மாற்றங்களின் முகாமைத்துவ திறமை (Change management skills)

2.2

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு: 3.1.1

நிறுவன சூழலைப்பற்றி விளக்குதல் (அக மற்றும் பொதுவான பணிகள், நேர் மற்றும் நேரில் செயற்பாடுகள் மற்றும் நுண்மையான மற்றும் பேரண்டச் சூழல் உட்பட)

நிறுவனமொன்றின் அகச்சூழல் என்பது, நிறுவன உபமுறைமையின் இடைத்தொடர்புடைய உப முறைமைகளாகும். பொதுவாகக் கூறுவதானால், அகச்சூழல் காரணிகள் புறச்சூழல் காரணிகளைவிட இலகுவாக கட்டுப்படுத்தக்கூடியவை. உதா: நிறுவனத்தின் தூரநோக்கு கூற்று, தலைமைத்துவ பாங்கு, நிறுவனக் கலாச்சாரம், தொழில்நுட்பம், ஊழியர் நன்நடத்தை ஆகியன.

SWOT பகுப்பாய்வினை மேற்கொள்ளும்போது, நிறுவனத்தின் பலமும் பலவீனமும் அகச்சூழல் காரணிகளின் அடிப்படையில் இருக்கும். சந்தர்ப்பங்களும் அச்சுறுத்தல்களும் புறச்சூழல் காரணிகளின் அடிப்படையில் அமைந்தவையாகும்.

(ஒரு வியாபாரம் அதன் அக மற்றும் புறச் சூழல் காரணிகளின் அடிப்படையில் மேற்கொள்ளவுள்ள மாற்றங்களின் அனுசூலங்கள் மற்றும் பிரதிகூலங்களை தீர்மானிப்பதற்கு SWOT பகுப்பாய்வினை பயன்படுத்தமுடியும். ஒரு SWOT பகுப்பாய்வினை இரண்டு முக்கிய பகுதிகளாகப் பிரிக்கலாம். பலமும் பலவீனமும் அகச்சூழல் காரணிகளின் அடிப்படையில் இருக்கும். சந்தர்ப்பங்களும் அச்சுறுத்தல்களும் புறச்சூழல் காரணிகளின் அடிப்படையில் அமைந்திருக்கும்.)

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 3.6.2

வேறுபட்ட வகையைச் சார்ந்த நெகிழ்ச்சியினை கணித்தல்.

விளம்பர கேள்வி நெகிழ்ச்சி என்பது (AED) புதிய விற்பனைகளை உருவாக்குவதில் விளம்பர செலவினத்தின் விளைவுத் திறனின் அளவீடாகும். இதனை, கேள்விக் கணியத்தில் மாற்றச் சதவீதத்தை விளம்பரச் செலவினத்தில் மாற்றச் சதவீதத்தினால் பிரிப்பதனால் கணிக்கலாம்..

ஒரு நேரான விளம்பர நெகிழ்ச்சியானது விளம்பரத்தில் அதிகரிப்பு விளம்மரம் செய்யப்படும் பொருட்கள், அல்லது சேவைகளின் கேள்வியில் அதிகரிப்பிற்கு வழிவகுக்கும் என்பதனை குறிக்கின்றது.

விளம்பரச் செலவின அதிகரிப்பானது விற்பனைமீது கொண்டுள்ள தாக்கம் தொழிற்துறைகளை பொறுத்து மாறுபடும். தங்கம் மீதான விளம்பரமானது, தங்கம் செலவு மிக்கதாகவும் அவசர நோக்கத்தில் கொள்வனவு செய்யப்படாததாகவும் இருப்பதனால், ஒரு குறிப்பிட்ட காலத்தினுள் பயனைத் தருமென எதிர்பார்க்க முடியாததாகும். பொருளாதார நிலைமை, நுகர்வோர் நாட்டம் போன்ற பல வெளிக் காரணிகளும் அந்தப் பொருளுக்கான கேள்விக் கணியத்தில் மாற்றத்தை விளைவிக்கக்கூடியவை ஆதலினால், விற்பனைமீதான விளம்பரத்தின் தாக்கத்தினை எதிர்வு கூறுதலில் விளம்பர கேள்வி நெகிழ்ச்சி மாத்திரம் ஒரு மிகவும் செம்மையான காட்டியாகாது.

எனவே, இலாபத்தினை உச்சப்படுத்துவதற்கு அல்லது விலைகளை மாற்றுவதற்கு சரியான தந்திரோபாயம் அதிக விளம்பரமா என்பதனை தீர்மானிப்பதில் PED மற்றும் AED ஆகியவற்றின் ஒப்பீடு பயன்படுத்தப்படலாம்.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 3.13.1

வழங்குனர்களின் வேறுபட்ட வகைகளை இனங்காணல்.

- சில வழங்குனர்கள் சிறந்த தரமான பொருட்களை உற்பத்தி செய்யக்கூடும்.
- வழங்குனர்கள் வேறுபட்ட அளவில் இருப்பதனால், கட்டளையின் அளவுக்கு பொருந்தும் வகையில் பொருத்தமான வழங்குனரை தெரிவுசெய்யலாம்.
- சில வழங்குனர்களின் விலை மலிவானதாக இருக்கக்கூடும்.
- வழங்கல்களின் தரம் வழங்குனர்களிடையே மாறுபடுவதன் காரணமாக, அது தொடர்பான இடரிலிருந்து காப்பதற்காக பல நாடுகளிலிருந்து வழங்குனர்களை தெரிவுசெய்யக்கூடும்.
- உறுமுரிமைத் திட்டத்தின் விளைவுத்திறனான நடைமுறைப்படுத்தல்.

2.5

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 4.1.1.

பொதுவான சூழலின் பரிமாணங்களையும் வியாபாரத்தில் அவை கொண்டுள்ள தாக்கத்தினையும் விபரித்தல்.

- வட்டி வீதங்கள்
- வரி வீதங்கள்
- நாணயமாற்று வீதங்கள்
- பணவீக்கம்
- தொழில்வாய்ப்பு வீதம்

2.6

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 4.4.2

பணவீக்கத்தினை கட்டுப்படுத்த அரசாங்கத்தின் கொள்கைகளை எவ்வாறு பயன்படுத்தலாம் என்பதனை தெரிந்துகொள்ளல்.

- வரி அதிகரிப்பு.....(தரப்பட்டபடி). (இறைவரிக் கொள்கை)
- அரச செலவினத்தை குறைத்தல் (தரப்பட்டபடி)....(இறைவரிக் கொள்கை)
- பலவந்தமான சேமிப்பு. உதா: கட்டாயமான சேமலாப நிதியத் திட்டத்தின் அறிமுகம் (இறைவரிக் கொள்கை)
- பாதிட்டு மிகைகள் (இறைவரிக் கொள்கை)
- வட்டி வீதங்களை உயர்த்துதல்..... (நாணயக் கொள்கை)
- பண நிரம்பலை குறைப்பதற்காக இலங்கை மத்திய வங்கியானது திறந்த சந்தையில் காப்பாவணங்களை விற்பனை செய்தல். (நாணயக் கொள்கை)
- இலங்கை மத்திய வங்கி தெரிவு அடிப்படையில் கடன் கட்டுப்பாட்டு நடவடிக்கைகளை அறிமுகப்படுத்துதல். உதா: நுகர்வோர் கடனை கட்டுப்படுத்துவதற்கு எல்லை வைப்புத் தேவைப்பாடுகளை (margin) அதிகரித்தல். (நாணயக் கொள்கை)
- கூட்டுமொத்த நிரம்பலை அதிகரித்து, கூட்டுமொத்த கேள்வியை குறைப்பதற்காக நடவடிக்கைகள். (ஏனைய முறைகள்) உதா: அத்தியாவசிய பொருட்களின் உற்பத்தியை அதிகரிக்க (உதா: அருமையான மூலப்பொருட்களை இறக்குமதி செய்தல்), விலைக் கட்டுப்பாடு, அனுமதிப் பங்கீடு ஆகிய நடவடிக்கைகள்

2.7.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 5.3.3

அதிகாரப் பகிர்வுச் செயன்முறையை விளங்கிக்கொள்ளல்.

- கீழ்நிலை ஊழியர் தமது பணியை செய்வதற்கு ஏதுவாக தேவையான அதிகாரம் மற்றும் வளங்களை அளித்தல்.
- கீழ்நிலை ஊழியர் தமது பணியை செய்ய அனுமதிப்பதுடன், அவருக்கு உதவிகள் கிடைப்பதற்கு வழிசெய்தல்.
- முன்னேற்றத்தை மீளாய்வு செய்வதுடன், செயற்பாட்டுப் பின்னூட்டிகளை வழங்குதல்.

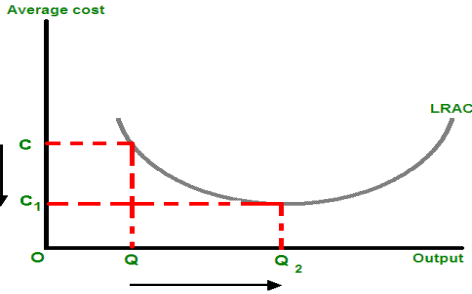
2.8.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு :6.3.1.

6.3.1. வேறுபட்ட கிரயக் கோட்பாடுகளையும் குறுங்கால கிரய நடத்தையினையும் விளங்கிக்கொள்ளல்.

அளவிடைச் சிக்கனம் என்பது, நிறுவனமொன்று அதன் அளவு, உற்பத்தி மட்டம் அல்லது தொழிற்பாட்டு அளவிடை காரணமாக பெறுகின்ற அனுசூலங்களாகும். இங்கு, உற்பத்தி அளவிடை அதிகரிக்கும்போது நிலையான கிரயம் அதிகளவு உற்பத்தி அலகுகளுக்கு பரவுதலால், உற்பத்தியின் ஒரு அலகுக்கான கிரயம் வீழ்ச்சியடையும்.

அனேகமாக, உற்பத்தி அளவுத்திட்டம் அதிகரிக்கும்போது தொழிற்பாட்டு வினைத்திறனும் அதிகரித்து மாறும் கிரயமும் குறைவடைய வழியமைக்கும். தரப்பட்ட வரைபடத்தில், உற்பத்திக் கணியமானது Q விலிருந்து Q₂ க்கு அதிகரிக்கும்போது ஒவ்வொரு அலகினதும் சராசரிக் கிரயம் C யிலிருந்து C₁ க்கு வீழ்ச்சியடையும்.



எனினும், சிக்கன அளவிடையானது அனேகமாக ஒரு வரையறையினை (உத்தம உற்பத்தி மட்டத்தை) கொண்டிருக்கும் (உதா: Q₂ உற்பத்தி மட்டம்). அந்தப் புள்ளிக்கு அப்பால் மேலதிக அலகு ஒன்றிற்கான கிரயம் அதிகரிக்கும். பொதுவான வரையறைகள் கிடைக்கக்கூடிய மூலப்பொருள் நிரம்பலின் அளவினை உள்ளடக்கும். ஒரு அலகுக்கான குறைந்த கிரயத்தின் வரையறை, அதிக நிறையுடைய பண்டங்கள் பிரதேச சந்தையில் நிரம்பல் நிலையை அடைந்தமையால் அவற்றை சிக்கனமில்லாத தூர இடங்களுக்கு அனுப்பவேண்டிய நிலைமை ஏற்படுதலை உள்ளடக்கும். பிற வரையறைகள் வினைத்திறனற்ற முறையில் எரிபொருள் / மின்சக்தியினை பயன்படுத்துதல் அல்லது உற்பத்திக் குறைபாடுகள் அதிக மட்டத்தில் காணப்படுதல் ஆகியவற்றை உள்ளடக்கும்.

அளவிடைச் சிக்கனமின்மை ஏற்படுவது, சகல உற்பத்திக் காரணிகளிலும் ஒரு குறித்த சதவீத அதிகரிப்பு உற்பத்தியில் குறைவான சதவீத அதிகரிப்பினை விளைவிக்கும் சந்தர்ப்பங்களில் ஆகும்.

நிறுவனங்கள் மிகவும் பாரிய நிலையை அடையும்போது அளவிடைச் சிக்கனமின்மை ஏற்படலாம். இந்த நிலையானது நிறுவனம் அதன் சொந்தப் பாதுகாப்பு நடவடிக்கைகள், மருத்துவ பாதுகாப்பு வழங்குதல், மற்றும் நிறுவனம் திறமையை கொண்டிராத விடயங்களை மேற்கொள்ளுதல் போன்றவற்றிற்கு நிதியளிப்பு செய்யவேண்டியமையினால் ஏற்படும். இந்த நிலையானது, பாரிய அளவில் கிரயங்கள் அதிகரிப்பதற்கு வழியமைப்பதுடன், நிறுவனம் அளவிடைச் சிக்கனமின்மைக்கு ஆளாகும். ஒரு குறிப்பிட்ட புள்ளியில் குறுங்கால சராசரி மொத்தக் கிரய வளையியின் (Short Run Average Total Cost Curve) அதி குறைந்த மட்டம் அதன் தாழ்ந்த புள்ளியில் இருப்பதுடன், நிறுவனம் அளவிடை மாறிலி வருவாயை மாத்திரமே பெறும். அந்தப் புள்ளிக்கு அப்பால் உற்பத்தியை அதிகரித்தலானது அளவிடைச் சிக்கனமின்மைக்கு வழியமைப்பதுடன், நீண்டகால சராசரி மொத்தக் கிரய வளையி மேல்நோக்கிச் சரியும். அதாவது, படத்தில் Q₂ க்கு அப்பால்.

2.9.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு:6.12.3

மனித வள முகாமைத்துவத்தின் (HRM) முக்கிய தொழிற்பாடுகளை ஆராய்தல்.

- வேலைப் பகுப்பாய்வு, வேலை வடிவமைப்பு (Job analysis, job designing)
- வேலைக்கு ஆட்சேர்ப்பு (Recruitment)
- ஊழியர்களை தக்கவைத்தல் (Retention)
- எதிர்கால தேவைகளை மதிப்பிடல் (Assessing future needs)
- திறமை மட்டத்தினை அதிகரிப்பதற்கு பயிற்சி வழங்கலும் தக்கவைத்தலும் (Training and retaining)
- பாதிடலும் கிரயக் கட்டுப்பாடும் (Budgeting and cost control)

2.10.

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு:6.14.1

நிறுவனத்தில் அடிப்படைத் தகவல் முறைமைகளை இநங்காணுதல்.

- முகாமைத் தகவல் முறைமை (MIS) - உரிய ஊடுசெயல் முறைப்படுத்தல் முறைமைகளிலிருந்து தரவினை தொகுக்கப்பட்ட கோப்புக்களுக்கு மாற்றுதல்.
- நிறைவேற்றுனர் தகவல் முறைமை (EIS) - சிரேட்ட முகாமையாளர்களுக்கு பிரதான அக மற்றும் புறத் தகவல்களை இலகுவாக பெறும் இயலுமையை வழங்குதல்.
- தீர்மான உதவியளிப்பு முறைமை (DSS) - முகாமையாளர் தீர்மானங்களை மேற்கொள்வதில் பயன்படுத்துபவை.
- அலுவலக சுயஇயக்க முறைமை (OAS) - வழமையாக அலுவலகங்களில் மேற்கொள்ளப்படும் ஆவண முகாமை, தொடர்பாடலை வசதிப்படுத்தல் மற்றும் தரவுகளை முகாமைசெய்தல் போன்ற பிரதான செயற்பாடுகளுக்கு உதவியளிப்பவை.
- ஊடுசெயல் முறைப்படுத்தல் முறைமை (TPS) - கிரமமான ஊடுசெயல்களை மேற்கொள்ளல் மற்றும் அவற்றை பதிவுசெய்யும் முறைமை.

(மொத்தம் 30 புள்ளிகள்)

பிரிவு 2

வினா 03

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு :

2.8.2 பொருளாதாரப் பொருட்களின் வகைகளை (சாதாரண பொருட்கள், ஜிபன்(Giffen) பொருட்கள், தரம் குறைந்த பொருட்கள், வெப்லன் (Veblen) பொருட்கள், மற்றும் பொதுப் பொருட்கள் அடங்கலாக) விபரித்தல்.

3.6.1 வியாபாரத் தீர்மானங்களில் கேள்வி மற்றும் நிரம்பலின் விலை நெகிழ்வு, வருமான நெகிழ்வு, குறுக்கு விலை நெகிழ்வு மற்றும் விளம்பர நெகிழ்வு ஆகிய கோட்பாடுகளை விபரித்தல்.

இந்த வினா சந்தைக்கு வழங்கப்படும் வேறுபட்ட வகைப் பொருட்களுக்கு இடையிலான வேறுபாடுகள் மற்றும் வருமானத்தினை அதிகரிப்பதற்கு வேண்டிய நடவடிக்கைகளை கூறக்கூடிய இயலுமையை பரீட்சித்தல்.

கேள்வியின் விலை நெகிழ்ச்சிக் கோட்பாட்டினை விபரித்தல்.

(a) உள்ளீடு, செயன்முறை, வெளியீடு (Input, Process, Output)

(b)

- சாதாரண பொருட்கள்: நுகர்வோரின் வருமானம் அதிகரிக்கும்போது, அந்தப் பொருளுக்கான கேள்வி அதிகரிக்கும் (உதா: ஆடை)
- தரம் குறைந்த பொருட்கள்: நுகர்வோர் வருமானம் அதிகரிக்கும்போது, அந்தப் பொருளுக்கான கேள்வி குறைவடையும். (உதா: முழுத் தானிய பாண்டன் ஒப்பிடுகையில் (whole meal bread) நியமமான பாண் ஒரு தரம் குறைந்த பாண்)
- வெப்லன் கொருள்: பொருளின் விலை அதிகரிக்கும்போது, அந்தப் பொருளுக்கான கேள்வியும் ஒரு குறிப்பிட்ட புள்ளி வரை அதிகரிக்கும் ஆடம்பரப் பொருட்கள். (உதா: ஆடம்பர கார்கள், வடிவமைப்பாளர் ஆடைகள் (designer wear) ஆகியன).

(c)

வருமானத் தாக்கம் என்பது, உண்மையான வருமானத்தில் மாற்றத்தின் விளைவாக நுகர்விலை ஏற்படும் மாற்றம் என வரைவிலக்கணப்படுத்தப்பட்டது. வருமான மாற்றமானது இரு வழிகளில் ஏற்படலாம்: (a) வெளிவாரி மூலங்களிலிருந்து; (b) தற்சமயம் செலவுசெய்யப்படும் பொருளின் விலையில் வீழ்ச்சியினால் விடுவிக்கப்படும் வருமானம்.

முதலாவது வகையில் கிடைக்கும் வருமான மாற்றத் தாக்கம் வருமான-நுகர்வு வளையியால் காட்டப்படும். இரண்டாவது வகை மாற்றம் வருமானத் தாக்கத்தினால் காட்டப்படும்.

வருமானத் தாக்கமானது, கொள்வனவு வலுவில் மாற்றத்தின்மூலம் அவதானிக்கப்படும் ஒரு தோற்றப்பாடாகும். இது இப்போது கொள்வனவு செய்யப்பட்டுவரும் பொருளின் விலைவீழ்ச்சி காரணமாக உண்மை வருமானத்தில் மாற்றத்தினால் கொண்டுவரப்படும் கேள்விக் கணியத்தில் மாற்றத்தினை காட்டுகின்றது.

விலையில் எந்தவொரு அதிகரிப்பும் அல்லது வீழ்ச்சியும் முறையே நுகர்வோரின் உண்மை வருமானத்தில் வீழ்ச்சியை அல்லது அதிகரிப்பை ஏற்படுத்துவதுடன், இது அதே அல்லது வேறு பொருட்கள் அல்லது சேவைகளின் குறைந்த அல்லது அதிகரித்த கேள்வியை விளைவிக்கும். உதாரணமாக, நுகர்வோன் ஒருவர் தமது வருமானத்தின் அரைப்பங்கை பாணை கொள்வனவு மாத்திரம் செலவு செய்வாராயின், பாணின் விலையில் 50 சதவீத வீழ்ச்சியானது அதே தொகையினால் அதிக பாணை அல்லது வேறுபொருட்களை கொள்வனவு செய்வதில் செலவு செய்வதற்கு அவருக்குக் கிடைக்கும் சுயாதீன பணத்தின் அளவை அதிகரிக்கச் செய்யும். இது விலை மாற்றத்தினால் ஏற்படும் இரண்டு தாக்கங்களில் ஒன்றாகும். மற்றையது பிரதியீட்டு தாக்கமாகும் (substitution effect).

பிரதியீட்டுத் தாக்கமானது, விலை மாற்றம் ஒரு குறித்த பொருளில் அல்லது வேறு பொருளில் நுகர்வோனது கேள்வியின் அளவில் ஏற்படுத்தவல்ல மொத்தத் தாக்கத்தின் ஒரு பகுதியாகும். மற்றையது வருமானத் தாக்கமாகும்.

இதன் கருத்து ஒரு பொருளின் விலை வீழ்ச்சியடையும்போது நுகர்வோர் அதிக செலவுகூடிய உருப்படிகளுக்குப் பதிலாக செலவு குறைந்த மாற்றுப் பொருட்களை கொள்வனவு செய்வர் என்பதாகும். செலவு கூடிய பொருட்களிலிருந்து செலவு குறைந்த பொருட்களுக்கு மாறுகின்ற இந்தப் போக்கானது, பிரதியீட்டுத் தாக்கத்தின் விளைவாக ஏற்படுகின்றது. அந்தப் பொருளின் விலைவீழ்ச்சி அதிக விலைக்கு வாங்கப்பட்டுவரும் ஏனைய பொருட்களுடன் ஒப்பிடுகையில் பொருளை மலிவானதாக ஆக்கும்.

அதன்படி, ஒரு பொருளின் விலையில் வீழ்ச்சியானது இருதாக்கங்களின் காரணமாக அதற்கான கேள்வியை அதிகரிக்கச் செய்யும். (a) விலைவீழ்ச்சியின் காரணமாக உண்மை வருமானத்தில் ஏற்பட்ட அதிகரிப்பின் விளைவான வருமானத் தாக்கம். (b) அதே விலைவீழ்ச்சி காரணமாக விலைகூடிய பொருட்களிலிருந்து மலிவான பொருட்களுக்கு பிரதியீட்டினை மேற்கொள்ளும் பிரதியீட்டுத் தாக்கம்.

(d)

- i. PED 1.5: மொத்த வருமானத்தை அதிகரிப்பதற்கு ஏதுவாக விலையை குறைக்கும்.
- ii. PED 0.5: மொத்த வருமானத்தை அதிகரிப்பதற்கு ஏதுவாக விலையை அதிகரிக்கும்.

(மொத்தம் 10 புள்ளிகள்)

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 4.5

நாணயமாற்று விகிதங்கள் எவ்வாறு தீர்மானிக்கப்படுகின்றன மற்றும் அந்த மாற்றங்கள் வியாபாரத்தை எவ்வாறு தாக்கத்திற்கு உள்ளாக்குகின்றன என்பதனை விளங்கிக்கொள்ளல்.

(a) FPL வியாபாரத்தின்மீது இலங்கை ரூபாவின் பெறுமதி இழப்பின் தாக்கங்கள்

(i) கொழும்பில் விற்பனை செய்யப்படும் இறக்குமதியான மங்கையர் காலணிகள் இலங்கை ரூபாவின் பெறுமதி வீழ்ச்சி என்பது இறக்குமதிகள் அதிக செலவானவையாக இருக்கும் என்பதாகும். இது அந்த மங்கையர் காலணிகளுக்கான கேள்வியை வீழ்ச்சி அடையச்செய்யும். எனினும் பெறுமதி வீழ்ச்சியின் மொத்தத் தாக்கம் கீழ்வருவனவற்றில் தங்கியுள்ளது:

ஏற்றுமதிகள் மற்றும் இறக்குமதிகளுக்கான கேள்வி நெகிழ்ச்சி (Elasticity of demand).. தற்போதைய பெறுமதி வீழ்ச்சி, இறக்குமதிகளை ஊக்கமிழக்கச் செய்து ஏற்றுமதிகளை ஊக்குவிப்பதன் மூலம் வியாபார இடைவெளியை (trade gap) குறைக்கும் நோக்கம் கொண்டதாகும். மங்கையர் காலணிகளுக்கு கேள்வி விலை நெகிழ்ச்சி உடையதாயின், இறக்குமதி விலையில் அதிகரிப்பு விற்பனைக் கணியத்தில் கணிசமான வீழ்ச்சியினை ஏற்படுத்தும். இதன் காரணமாக விற்பனைப் பெறுமதி உண்மையில் வீழ்ச்சியடையும்.

நிறுவனங்கள் அதிகரித்த இறக்குமதிக் கிரயத்தை நுகர்வோருக்கு கடத்த முடியாவிடில், அவை குறைந்தபட்சம், குறுங்கால ஓட்டத்திலாவது, அவற்றின் இலாப எல்லையை குறைக்கக்கூடும்.

மேலும், இறக்குமதி விலைகளில் அதிகரிப்பானது, இறக்குமதிகளில் அதிகளவில் தங்கி இருக்கவேண்டிய நாட்டில் பணவீக்கத் தாக்கத்தினை ஏற்படுத்தும். அதுவும் மங்கையர் காலணிகளின் விற்பனையில் சில எதிர்மாறான தாக்கத்தினை விளைவிக்கும்.

(ii) ஆடைகளின் ஏற்றுமதி

நாணயமாற்று விகிதத்தில் பெறுமதி வீழ்ச்சி, ஏற்றுமதிக்கான போட்டித் தன்மையினை அதிகரிப்பதால், அந்நிய நாட்டினருக்கு இலாபமானதாக இருக்கும். இது ஆடைகளுக்கு கேள்வியை அதிகரிக்கச் செய்யும். எனினும், நிகரத் தாக்கமானது ஆடைகளுக்கான சில பொருட்கள் இறக்குமதி செய்யப்படுவதனால், உள்நாட்டில் மேற்கொள்ளப்படும் பெறுமதி சேர்ப்பின் (Value Addition) அளவில் தங்கியுள்ளது.

இந்தச் சந்தர்ப்பத்திலும் இறுதிவெளிப்பாட்டை தீர்மானிப்பதில் குறித்த ஆடைகளுக்கான கேள்வியின் நெகிழ்ச்சி ஒரு தீர்மானிக்கும் காரணியாகும்.

எனினும், இங்கு கருத்திற் கொள்ளவேண்டிய இன்னொரு காரணி, FPL இன் ஏற்றுமதிகள் அமெரிக்க டொலர்களில் (USD) விலையிடப்படுவதாகும். அந்த நடைமுறையின் கீழ், இலங்கை ரூபாவின் பெறுமானத் தேய்வானது ஏற்றுமதி விலைகள் தொடர்பில் ஏற்றுமதிகளில் தாக்கத்தினை ஏற்படுத்தாது.

பொருளாதாரத்தில் உணரப்படவுள்ள சாத்தியமான பணவீக்கத் தாக்கத்தின் காரணமாக, உள்நாட்டுக் கூலிகளை அதிகரிக்க வேண்டிய சூழ்நிலை உருவாவதுடன், அவ்வாறு நடைபெறும்பட்சத்தில் எதிர்காலத்தில் அதிகரிக்கும் உற்பத்திக் கிரயம் விற்பனைமீதான இலாப எல்லையில் குறைப்பினை விளைவிக்கும்.

- (iii) உற்பத்தியில் இறக்குமதி செய்யப்பட்ட உள்ளீடுகளை பயன்படுத்துவதன் காரணமாக, அவர்களின் உற்பத்திக்கிரயம் அதிகரித்து, அது வியாபாரத்தில் பாதகமான தாக்கத்தை ஏற்படுத்தும். தமது உற்பத்திக்கு உள்நாட்டு உள்ளீடுகளை பயன்படுத்தும் உள்நாட்டு நிறுவனங்களுடன் ஒப்பிடுகையில் அவர்களின் பொருட்கள் குறைந்த போட்டித்தன்மை கொண்டவையாக இருக்கும்.
- (iv) FYI இறக்குமதி, ஏற்றுமதி வியாபாரத்தில் ஈடுபட்டுள்ளது. எனவே, நாணய இடருக்கு ஆளாகும். எனினும், அந்த இடர் ஒரு குறிப்பிட்ட அளவுக்கு குறைக்கப்படக்கூடியது.
- (b)
- FYI அதன் ஏற்றுமதி மற்றும் இறக்குமதிகளுக்கு முன்னாற்று ஒப்பந்தங்களை (forward contacts) செய்வதன்மூலம் அந்நிய ஊடுசெயல்களினால் ஏற்படும் இழப்புகளுக்கான இடரினை குறைத்துக்கொள்ள முடியும்.
 - அவர்கள் தமது சில நடவடிக்கைகளை உள்நாட்டுச் சந்தைக்கு பொறுப்புக்கொடுத்தல், உள்நாட்டிலுள்ள மூலப்பொருட்களை கொள்வனவு செய்தல் ஆகிய நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளலாம்.
 - அவர்கள் ஏற்றுமதி, இறக்குமதி வியாபாரங்களில் ஈடுபட்டுள்ளதுடன், அவை எல்லாம் அமெரிக்க டொலரில் (USD) விலையிடப்படுவதால், அவை சுயமாகவே நாணயமாற்று விகித ஏற்றத்தாழ்வுகளை குறைக்கும்.

(மொத்தம் 10 புள்ளிகள்)

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 5.1
திட்டமிடற் செயன்முறையின் படிமுறைகளை இனங்காணுதல் மற்றும் முறைசார்ந்த திட்டமிடலின் அனுகூலங்களை நிரற்படுத்தும் இயலுமை. .

(a) முறைசார்ந்த திட்டமிடல் செயன்முறையின் படிமுறைகள்:

- i. அடையவேண்டிய நோக்கங்களை நிர்ணயித்தல்
- ii. அந்த நோக்கங்களை அடைவதற்கு உதவக்கூடிய மாற்றுத் தந்திரோபாயங்களை இனங்காணுதல்
- iii. ஒவ்வொரு தந்திரோபாயத்தையும் மதிப்பாய்வு செய்தல்
- iv. சிறந்த தந்திரோபாயத்தினை தெரிவுசெய்தல்
- v. தந்திரோபாயத்தினை நடைமுறைப்படுத்துதல்
- vi. கட்டுப்பாடும் மீளாய்வும் (செயன்முறையை கண்காணித்து, சரியான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளல்)

திட்டமிடலின் அனுகூலங்கள்

- எதனை அடையவேண்டும் என்பது தொடர்பில் முழு நிறுவனத்திற்கும் வழிகாட்டுதலை வழங்குதல்.
- நோக்க இணக்கப்பாட்டினை (goal congruence) அடைய உதவுதல். இது நிறுவனத்தின் நோக்கங்களுக்கும் பிரிவுமட்ட நோக்கங்களுக்கும் இடையில் இணக்கத்தின் தேவையை அழுத்திக் கூறுகின்றது.
- நிறுவனம் நீண்டகால (குறுங்காலத்தை விட) தோற்றப்பாட்டை நிறுவனம் கடைப்பிடிக்க உதவும்.
- வளங்களை பகுத்தறிவுடன் ஒதுக்குவதற்கு உயர் முகாமைத்துவத்திற்கு அடிப்படையை வழங்குகின்றது.
- மதிப்பாய்வை வசதிப்படுத்துகிறது. நிறுவனத்தின் உண்மைப் பெறுபேறுகளை அளவிட்டு கட்டுப்படுத்துவதற்காக நியமங்களை நிர்ணயிக்கின்றது.
- இது குறிப்பாக நிதி வழங்குனர்களுக்கு நம்பிக்கையை அளிப்பதுடன், ஊழியர் மற்றும் வழங்குனர்கள் நீண்டகாலம் தொடர்பாக சிந்திக்க ஊக்குவிக்கின்றது.

(மொத்தம் 10 புள்ளிகள்)

விடை 06

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு : 6.8

சந்தைத் துண்டாக்கல் (market segmentation) இலக்குவைத்தல் (targeting) மற்றும் நிலைஎடுத்தல் (positioning) ஆகிய கோட்பாடுகளை இனங்கண்டு விபரிக்கும் இயலுமை.

(a)

- சந்தைத் துண்டாக்கம் என்பது, சந்தையை தெளிவாக வேறுபடுத்தியும், ஒரேவகையான உபகுழுக்களாக மேற்கொள்ளும் உபபிரிவாக்கமாகும். இந்த உபகுழுக்கள் பொதுவான குணம்சங்களை கொண்டவையாக இருக்கும்.
- சந்தை இலக்குவைத்தல் என்பது, கம்பனி சேவைசெய்ய விளையும், வேறான சந்தைப்படுத்தற் கலவையை கொண்ட தகைமைபெற்ற சந்தையின் பகுதியாகும்.
- சந்தை நிலையெடுத்தல் என்பது, ஏனைய பொருட்குறியினை கொண்டுள்ள பொருட்களுடன் ஒப்பிடுகையில் குறிப்பிட்ட பொருளை வாடிக்கையாளர் அறிந்துவைத்திருக்கும் முறையாகும்.

(b) பிளவுபடுத்தலின் அடிப்படைகள்:

- புவியியல் (Geographic) சார்ந்த: ஒரு புவியியற் பிரதேச வாடிக்கையாளர் தேவைகள் வேறொரு புவியியற் பிரதேச வாடிக்கையாளரின் தேவைகளிலிருந்து வேறுபடக்கூடும். உதா: நகர வாடிக்கையாளர் மற்றும் கிராம வாடிக்கையாளர்.
- இயல்புநிலை சார்ந்த (Demographic): சந்தையினை வயது, பால், வருமானம், பிரதேசம், சமுதாய வகுப்புக்கள் போன்ற மாறிகளின் அடிப்படையில் வகுத்தல். உதா: ஆண் மற்றும் பெண் வாடிக்கையாளர்கள், இளையோர் மற்றும் முதியோர் ஆகியன.
- உளவியல்ரீதியாக (Psychographic): வாங்குனர்களை உடல்வாகு (personality traits), வாழ்க்கைமுறை (lifestyle), பெறுமதிகளும் பொதுவான நாட்டங்களும் ஆகிய அடிப்படையில் வேறுபட்ட குழுக்களாகப் பிரித்தல். உதா: புதியனவற்றை கண்டுபிடிக்கும் அவா, இடர்களுக்கு முகங்கொடுக்க விருப்பம் போன்றவை.
- நடத்தை (Behavioural): பொருளுக்கான மனப்பாங்கு, அதன் பயன்பாடு அல்லது அதற்கான பதிலிறுத்தல் ஆகியவற்றின் அடிப்படையில் வாங்குனர்களை குழுக்களாக வகுத்தல். உதா: பொருளைப் பயன்படுத்தும் வீதம்.

(மொத்தம் 10 புள்ளிகள்)

பிரிவு 3

விடை 07

உரிய கற்கை வெளிப்பாடு: 3.5/3.7

3.7.1 உச்ச விலை, தரை விலை, வரிகள், மானியங்கள் மற்றும் அனுமதிப் பங்குகள் ஆகியவற்றின் ஊடாக போட்டிச் சந்தைகளிலும் வியாபார நடவடிக்கைகளிலும் அரசாங்கத் தலையீட்டின் தாக்கத்தை விளக்குதல்.

விபரமான மாதிரி விடை:

(a)

$$p = 160 - 0.35Q$$

$$P = 60 + 0.15Q$$

$$160 - 0.35Q = 60 + 0.15Q$$

$$100 = 0.5Q$$

$$200 = Q$$

$$p = 160 - 0.35Q$$

$$P = 160 - (0.35 * 200)$$

$$P = 90$$

எனவே, சமநிலைக் கணியம் = 200,000

சமநிலை விலை = Rs. 90,000

(b) (i) $97 = 160 - 0.35Q$

$$0.35Q = 160 - 97$$

$$Q = 180$$

$$\frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q}$$

$$= \frac{20}{7} * \frac{90}{200}$$

$$= 1.29$$

(ii) இந்தப் பொருள் நெகிழ்ச்சியான கேள்வியை கொண்டது.

(c) (i) பொருளில் செலவுசெய்த வருமானச் சதவீதம் – நுகர்வோர் வருமானத்தின் அதிக % பொருளில் செலவுசெய்யப்படுமாயின், அந்தப் பொருளின் விலையில் மாற்றமொன்று அவரின் ஓட்டுமொத்த வருமானத்தில் அதிக தாக்கத்தினை கொண்டுள்ளதுடன், அந்தப் பொருளுக்கான கேள்வியில் வீழ்ச்சியை ஏற்படுத்தும்.

(ii) பிரதியீட்டுப் பண்டங்கள் கிடைத்தல் - சந்தையில் அதிக பிரதியீட்டுப் பண்டங்கள் காணப்படும்போது, விலை அதிகரிப்பு பொருளுக்கான கேள்வியை அதிக விகிதத்தால் குறைக்கும்.

(iii) பொருளின் முக்கியத்துவம் - பொருள் ஒரு ஆடம்பரப் பொருளாக இருப்பின், அதன் விலை அதிகரிக்கும்போது, கேள்வி வீழ்ச்சியுறும். ஆனால், அது அவசியப் பொருளாக இருப்பின், வாங்குனர் விலை அதிகரிப்பினை கவனத்திற் கொள்ளாது பொருளை தொடர்ந்து வாங்குவார்.

(iv) கால வீச்சம் (time horizon).

(v) வழமையான கொள்வனவுகள் (Habitual purchasing)

(d) அரசாங்கம் ஒரு பொருளின் வழங்குனர்களுக்கு நிரம்பற்பக்க மானியத்தை வழங்கும்போது, நிரம்பல் வளையி வலப்பக்கமாக பெயரும். கேள்வி வளையி மாறாதிருக்கும். பொருளுக்கு மானியம் கிடைப்பதனால், வழங்குனர் பொருளை அதிகளவில் வழங்குவதற்கு ஊக்குவிக்க படுவதுடன், குறைந்த விலைகளிலும் அவற்றை மேற்கொள்வர். தற்பயன் கணனிகளின் விலை வீழ்ச்சியடைவதுடன். அது அதிகளவில் வழங்கப்படும். நடைமுறையில், நிரம்பற்பக்க மானியம் பொருளின் கேள்வியில் அதிகரிப்பை விளைவிக்கும்.

கேள்விச் சமன்பாடு

$$P = 160 - 0.35Q$$

புதிய நிரம்பற் சமன்பாடு (மானியத்தின் பின்னர்), $P = 60 + 0.15Q$ - மானியம்

$$P = 60 - 9 + 0.15Q$$

புதிய சந்தைச் சமநிலை $160 - 0.35Q = 51 + 0.15Q$

$$0.5Q = 109$$

$$Q = 218 > \underline{218,000 \text{ அலகுகள்}}$$

புதிய சந்தைச் சமநிலை விலை $P = 51 + 0.15(218) = \text{ரூபா } 83.7 > \underline{\text{ரூபா. } 83,700}$

(ii) சமநிலை விலையில் நிரம்பலிலும் கேள்விக்கணியத்திலும் அதிகரிப்பின் விளைவாக இறக்குமதி அதிகரிப்பின் காரணமாக அந்நிய நாணய வெளிப்பாய்வும் அதிகரிக்கும்.

(e)

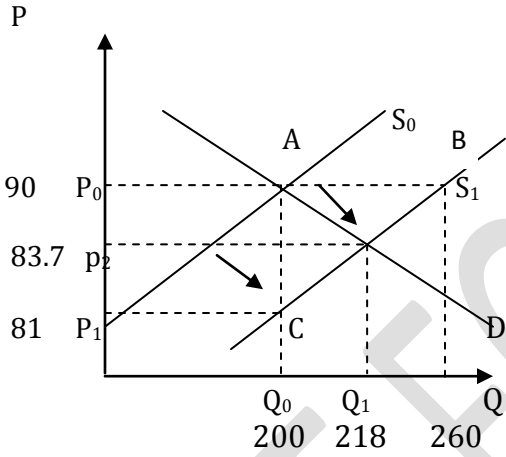
நிரம்பல் வளையியின் பெயர்ச்சி அதிக நிரம்பலை விளைவிப்பதுடன், அது ஈற்றில் சமநிலை விலையை வீழ்ச்சியுறச் செய்யும். ரூபா 90,000 ஆரம்ப விலையில் (ஆரம்ப நிரம்பல் வளையி சமநிலை விலை) 60,000 அலகுகள் மிகை நிரம்பல் காணப்படும். (அதாவது, ஆரம்பச் சமநிலைக் கணியம் 200,000 அலகுகளுக்கு எதிராக புதிய நிரம்பல் வளையியில் ரூபா 90,000 விலையில் புதிய நிரம்பல் 260,000 அலகுகளாகும். அதாவது; $Q = (90 - 51) \div 0.15$).

புள்ளிகள் "A" மற்றும் "B" யில் காட்டியவாறு, வழங்குனர்கள் 260,000 அலகுகளை விற்க விரும்புவர் (புள்ளி B); ஆனால், பாவனையாளர் 200,000 அலகுகளையே வாங்க விரும்புவர் (புள்ளி A). அதன்படி, கணனிப்பாவனையாளர்கள் வாங்க விரும்பும் அலகுகளை விட 60,000 அதிக அலகுகளை வழங்குனர் விற்பனை செய்ய விரும்புவர். இந்த மிகை நிரம்பல் 60,000 அலகுகள் தற்பயன் கணனிகளின் விலை வீழ்ச்சியடைய அழுத்தம் கொடுக்கும்.

இப்போது சமநிலை விலை புள்ளி D யில் = S1 அல்லது ரூபா 83,700. கணனிப் பாவனையாளர் உண்மையில் செலுத்தும் விலை அலகொன்றிற்கு ரூபா 83,700. ஆனால் வழங்குனர்கள் ஒரு அலகுக்கான மானியம் ரூபா 9,000 அடங்கலாக அலகிற்கு ரூபா 91,500 இனை பெறுவர்.

மானியத்தின் தாக்கம் நிரம்பலை அதிகரித்து (நிரம்பல் வளையியை ஆரம்ப S0 புள்ளியில் இருந்து புதிய S1 புள்ளிக்கு பெயர்த்தல்), அலகொன்றிற்கான சமநிலை விலையை ரூபா 90,000 இலிருந்து ரூபா 83,700 க்கு குறைத்து, கேள்விக் கணியத்தை ஆரம்ப சமநிலை மட்டமான 200,000 அலகுகளிலிருந்து புதிய மட்டமான 218,000 அலகுகளாக அதிகரித்தல் ஆகும்.

இறுதியாக, வழங்குனர்கள் அலகொன்றிற்கு மானியமாக ரூபா 9,000 இனை பெறுவதுடன், (அதாவது வளையியில் A யிலிருந்து C க்கு), கணனிப் பாவனையாளர்களும் அலகொன்றிற்கு ரூபா. 6,300 விலை அனுசூலத்தினை (அதாவது, ரூபா 90,000 - 83,700) பெறுவர். இதன் விளைவாக, தற்பயன் கணனிகளை வாங்கும் நிலையில் இல்லாத அல்லது வாங்க விரும்பாத 18,000 புதிய பாவனையாளர்கள் அவற்றினை வாங்கும் சந்தர்ப்பத்தினை பெறுவர்.



(f) விளம்பரப்படுத்துதல்
விற்பனை ஊக்குவிப்புக்கள்
விற்பனைக்குப் பிந்திய சேவைகள்
உத்தரவாதங்கள் (Warranties)
கிரயக் குறைப்பு

(g) குறைத்து விலையிடல் (under pricing)

(மொத்தம்: 20 புள்ளிகள்)

Notice of Disclaimer

The answers given are entirely by the Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (CA Sri Lanka) and you accept the answers on an "as is" basis.

They are not intended as “Model answers”, but rather as suggested solutions.

The answers have two fundamental purposes, namely:

1. to provide a detailed example of a suggested solution to an examination question; and
2. to assist students with their research into the subject and to further their understanding and appreciation of the subject.

The Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (CA Sri Lanka) makes no warranties with respect to the suggested solutions and as such there should be no reason for you to bring any grievance against the Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (CA Sri Lanka). However, if you do bring any action, claim, suit, threat or demand against the Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (CA Sri Lanka), and you do not substantially prevail, you shall pay the Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka's (CA Sri Lanka's) entire legal fees and costs attached to such action. In the same token, if the Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (CA Sri Lanka) is forced to take legal action to enforce this right or any of its rights described herein or under the laws of Sri Lanka, you will pay the Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (CA Sri Lanka) legal fees and costs.

© 2013 by the Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (CA 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 Institute of Chartered Accountants of Sri Lanka (CA Sri Lanka).
