



**කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව**

**දුරස්ථ සහ අඛණ්ඩ අධ්‍යාපන කේන්ද්‍රය**

**වාණිජ හා කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය**

**ව්‍යාපාර කළමනාකරණවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි දෙවන පරීක්ෂණය (බාහිර) - 2012**

**2015 ජූනි/ජූලි**

**BMGT E2015 - අලෙවි කළමනාකරණය**

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : 05 (පහයි)

කාලය : පැය 03

ප්‍රශ්න අංක එක (01) ඇතුළුව තවත් ප්‍රශ්න හතරකට (04) පිළිතුරු සපයන්න.  
පළමුවන ප්‍රශ්නයට පිළිතුරු සැපයීම අනිවාර්ය වේ.

01 කොළඹ කේන්ද්‍ර කරගෙන පිහිටා ඇති ඒ. අයි. එන්. ආයතනය දුරස්ථ අධ්‍යයන උපාධි පාඨමාලා සඳහා ඉතා ඉහළ මට්ටමක ප්‍රසිද්ධියක් උසුලයි. මෙහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස, මෑතක සිට මෙම ආයතනය විසින් ජාතික විශ්වවිද්‍යාලවලට ඇතුළුවීමේ අවස්ථාව නොලද සිසුන් විශාල ප්‍රමාණයක් මෙම ආයතනයට ආකර්ශනය කරගන්නා ලදී. මේ හරහා උත්පාදනය කරගත් ආදායම් ආයතනයේ වාර්ෂික අයවැය ආදායම් තුළ සැලකිය යුතු දායකත්වයක් පෙන්වා ඇත. තවදුරටත්, ආයතනය දුරස්ථ - අධ්‍යනය සඳහා බඳවා ගන්නා සිසුන්ට උපකාර කිරීම පිණිස ආයතනය තුළ වෙනම දෙපාර්තමේන්තුවක් පිහිටුවා, එයින් පාඨමාලා දේශීයව ප්‍රවර්ධනය කරනු ලබයි.

සියලු කටයුතු මෙසේ සිදුවුවද, මෙම වසරේදී ආයතනයට ලැබුණු අයදුම්පත් සංඛ්‍යාව සැලකිය යුතු මට්ටමකින් අඩු වී ඇත. මේ අනුව ආයතනයට පැමිණෙන සිසුන් සහ උනන්දුවක් දක්වන විවිධ බලපෑම් කණ්ඩායම් (අධ්‍යාපන ආයතන සහ ඉහළ සේව්‍යයෝ) ආයතනයේ අධ්‍යාපන ක්‍රියාවලිය කොතෙක් අවබෝධ කරගනීද යන්න සොයා බැලීමට පර්යේෂණයක් සිදුකිරීමට ආයතන කළමනාකරණය තීරණය කරන ලදී. ආයතනය විසින් දැනටමත් ඉහළ වෙළඳපලක් සහිත ප්‍රධාන පළාත් තුනක් (බස්නාහිර, මධ්‍යම, ඌව) ආශ්‍රිත කරගෙන ගුණාත්මක පර්යේෂණ සිදු කරමින් එය ඉදිරියට ගෙනයාම ආරම්භ කර ඇත.

ඔබේ පර්යේෂණ නියෝජිත ආයතනයේ සෑම ඉලක්කගත පළාතකටම අයත් පර්යේෂණ නිලධාරීන් සිටින අතර ඔවුන් මෙම ව්‍යාපෘතිය සඳහා ශිව්සුම් ගත වී සිටී. නියෝජිත ආයතනයේ යෝජනාව වනුයේ, පොත පත ඇසුරින් කරන්නා වූ පර්යේෂණයක් මගින් ප්‍රශ්නාවලියක් සංවර්ධනය කළ යුතු බවයි. ඊලඟ පියවර ලෙස නියෝජිත ආයතන දුරකථන සාකච්ඡා පවත්වන අතර ඒ සමඟම සෑම පළාතකම ක්ෂේත්‍ර පර්යේෂණ පැවැත්වීමේ වගකීම ද නියෝජිත ආයතන සතු වේ. පසුවට පළාත් නියෝජිත ආයතනයන්ගේ කොළඹ පිහිටි මධ්‍යම කාර්යාලයට සමස්ථ ප්‍රතිඵල, විශ්ලේෂණය සඳහා ලබාදෙනු ඇත. මාස 03 ක කාලයක් තුළ මෙම පර්යේෂණ කටයුතු සම්පූර්ණ කිරීම සහ වාර්තා කිරීමට ආයතනය විසින් අවසන් දිනයක් ලබා දී ඇත.

- අ. i. ප්‍රශ්නාවලිය සංවර්ධනය කිරීම සඳහා කුමන ආකාරයේ ද්විතීක දත්ත වර්ග උපයෝගී කරගත යුතුද?
- ii. පර්යේෂණ සඳහා උපයෝගී කරගත හැකි ද්විතීක දත්ත වර්ග (03) තුනක්වත් අවම වශයෙන් හඳුනාගන්න.
- iii. මෙම දත්ත කුමන ස්ථානවලින් සපයා ගත හැකිදැයි පැහැදිලි කරන්න.
- iv. මෙම එක් එක් දත්ත වැදගත් වන්නේ ඇයිදැයි පහදන්න.

(ලකුණු 12)

ආ. යෝජනා කර ඇති ආකාරයට, එක් එක් පළාත් සඳහා තනි තනිව ක්ෂේත්‍ර පර්යේෂණ පැවැත්වීමේ වාසි පහදමින් මධ්‍යම කාර්යාලය විසින් දුරකථන සාකච්ඡා පැවැත්වීමේ වාසි පහදන්න.

(ලකුණු 14)

ඇ. මෙම ව්‍යාපෘතිය සඳහා යොදාගනු ලබන නියැදිකරණයේ පවතින ප්‍රධාන ගැටලු පහදන්න. ඔබේ පිළිතුරු නිදසුන් සමඟ ගෙනහැර දක්වන්න.

(ලකුණු 14)

(මුළු ලකුණු 40)

02. කෝපි අලෙවිකරණ සමාගමක් විසින් හඳුනාගෙන ඇති ආකාරයට, බොහෝ විට කෝපි පරිභෝජනය සිදු වනුයේ රාත්‍රි කාලයේදීය. එසේ වුවද, සමාගම මෙම වර්ගය වෙනසකට ලක් කිරීමට බලාපොරොත්තු වන අතරම දිවා කාලය තුළදීද පිළිගත හැකි බීම වර්ගයක් ලෙස මේවා සකස් කිරීමට බලාපොරොත්තු වේ.

මෙම ක්‍රියාවලිය සඳහා කුමන ආකාරයේ බණ්ඩනයක් මොවුන් සිදුකළ යුතු වන්නේදැයි දක්වා ඔවුන්ගේ කැමැත්ත සඳහා දක්වන උපක්‍රමයක් ස්ථාපිත කරන්න? සුදුසු නිදසුන් ගෙනහැර දක්වමින් ඔබේ පිළිතුර තහවුරු කරන්න?

(මුළු ලකුණු 20)

03. මෑතකදී එම්.බී.බී.එස්. උපාධිය සමත්ව සිටින ලොකු බංඩාර මහතා, අක්‍රමාකාරී ප්‍රදේශයේ වෛද්‍ය මධ්‍යස්ථානයක් ආරම්භ කිරීමට කැමැත්තෙන් සිටී. වෛද්‍ය වෘත්තීයයන්ට ඔවුන්ගේ සේවය ප්‍රචාරණය කිරීමට ඉඩ ලබා නොදෙන බැවින් සහ ඉඩම් ගොඩනැගිලි සහ යන්ත්‍රෝපකරණ වෙනුවෙන් ඉහළ මට්ටමක ආයෝජනයක් කල යුතු බැවින් හැකි තරම් කෙටිකලකින් ස්ථාවර මට්ටමක් කරා ළඟා වීම මොහුගේ බලාපොරොත්තුව වේ.

මොහුගේ බාල සහෝදරයා වන පොඩි බංඩාර මහතා රාජ්‍ය විශ්වවිද්‍යාලයක කළමනාකරණ උපාධි පාඨමාලාවක් හදාරමින් සිටින අතරම අලෙවිකරණය පිළිබඳ මූලික දැනුමකින් උද්දාමයට පත්ව තීරණයෙන් ඒ පිළිබඳව කතා කරයි.

ලොකු බංඩාර මහතා පොඩි බංඩාර මහතාගෙන් බෙහෝ දේ අසා දැනගත් පසුව ඔහුට පවසා සිටියේ, ඔහුගේ පරමාර්ථ ළඟා කරගැනීමට භාවිතා කල හැකි සමස්ථ ප්‍රවර්ධන උපක්‍රම සඳහා වන සැලැස්මක් සකස් කරන ලෙසයි.

- අ. ඔබ පොඩි බංඩාර නම්, අලෙවිකරණය පිළිබඳ මූලික දැනුම උපයෝගී කර ගනිමින් ප්‍රවර්ධන උපක්‍රම සඳහා වන සැලැස්මක් සකස් කරන්නේ කෙසේද?
- ආ. වෛද්‍ය සේවාව සඳහා අලෙවිකරණ සැලැස්මක් සකස් කිරීමේදී සලකා බැලිය යුතු වැදගත් කරුණු මොනවාදැයි දක්වන්න?
- ඇ. වෛද්‍ය වෘත්තීයයන් සහ ඔවුන්ගේ සේවාව ප්‍රවර්ධනය සඳහා දැනට පවතින නවීන මාධ්‍යයන් මොනවාද?

(මුළු ලකුණු 20)

04. මෝටර් රථ සමාගමක අලෙවි කළමනාකරුවකු ලෙස, ශ්‍රී ලංකාවේ වෙළඳපලට නව විද්‍යුත් ස්කූටරයක් (scooter) හඳුන්වා දීමට ඔබට කාර්යයක් පැවරී ඇත.

- (අ) ඔබේ ඉලක්කය සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා ඔබ විසින් අදාළකර ගැනීමට බලාපොරොත්තු වන ක්‍රියාකාරකම් සහිත විස්තරාත්මක සැලැස්මක් පිළියෙල කරන්න.

(ආ) මෙම විද්‍යුත් ස්කූටරය හඳුන්වාදීම සඳහා වන අලෙවිකරණ උපක්‍රම සමඟ සම්බන්ධ අලෙවිකරණ ශ්‍රිතයන් විස්තර කරන්න.

(මුළු ලකුණු 20)

05. "ශ්‍රී ලංකාවේ පාරිභෝගික වර්ගාව හැඩගැන්වීමේදී පවුල සහ සමාජ පන්තිය සැලකිය යුතු මට්ටමක භූමිකාවක් ඉටු කරයි".

පාරිභෝගික වර්ගාව සඳහා අදාළ වන අනෙකුත් සමාජීය කීරකයන්ගේ භූමිකාව ගෙනහැර දක්වමින් මෙම ප්‍රකාශය සාකච්ඡා කරන්න.

(මුළු ලකුණු 20)