



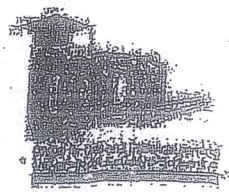
කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය-ශ්‍රී ලංකාව

විවෘත සහ දුරස්ථ අධ්‍යයන කේන්ද්‍රය

වාණිජ හා කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය

ව්‍යාපාර කළමනාකරණවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි

තෙවන සහ ද්විතීයික පරීක්ෂණය (බාර්) - 2008



BMGT 33015/BMG 303.2 - උපායශීලී කළමනාකරණය

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : 07

කාලය : පැය 03 යි

පළමු ප්‍රශ්නය සහ තවත් ප්‍රශ්න 04 කට පිළිතුරු සපයන්න.

(01)

මයි ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනයේ ගැටළු

මයි ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනය බිස්කට්, සීරියල්, කුළුබඩු, ජෑම් සහ ජෙලි වර්ග නිෂ්පාදනය කර බෙදාහරින ආයතනයකි. මෙම ආයතනය තම නිෂ්පාදන දේශීය වෙළඳපොළේ මෙන්ම අසල්වැසි රටවල වෙළඳපොළවල් වලටද අපනයනය කරයි. මෙම ආයතනයට තමා සතුව දේශීය ප්‍රවර්ධන වැඩපිලිවෙලක්ද පවතී. මෙම ආයතනය සතුව දිවයිනේ විවිධ ප්‍රදේශවල කර්මාන්තශාලා 75 ක් පවතින අතර, විවිධ නිෂ්පාදන 70 ක් පමණ එම එකිනෙක වෙළඳනාම යටතේ නිෂ්පාදනය කර බෙදා හරිනු ලැබේ. මයි ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනයේ සියළු නිෂ්පාදන ආහාර ද්‍රව්‍ය හා සම්බන්ධ ඒවා වුවද එම නිෂ්පාදන වෙනත් කිසිදු ආකාරයකින් එකිනෙක හා සම්බන්ධ නොවේ. සමහර නිෂ්පාදන සඳහා ඉතා ඉහල ලාභ ආන්තිකයක් පවතින අතර අනෙක් නිෂ්පාදන සඳහා පවතින ලාභ ආන්තිකය ඉතා කුඩා වේ. නිෂ්පාදන ක්‍රියාවලියේදී හා ඇසිරීමේදී ද විවිධ වූ අමුද්‍රව්‍ය භාවිතා කරයි. නමුත් මෙම සියළු භාණ්ඩ විකුණනු ලබන්නේ කොඟ හා සිල්ලර යන වෙළඳ ක්‍රමය මඟිනි.

මයි ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනයේ කළමනාකරණය මධ්‍යගත එකක් වේ. අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලයේ ප්‍රධානී, සභාපති සහ උප සභාපතිවරුන් සකර දෙනා විකුණුම්, නිෂ්පාදන, ගැණුම් සහ ආයතනයේ නීත්‍යානුකූල කටයුතු සම්බන්ධයෙන් වගකීම් දරනු ලැබේ. මීට අමතරව එවුන් මිය ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනයට අදාළ සාමාන්‍ය ප්‍රතිපත්ති සැකසුම් කමිටුවේද කටයුතු කරයි. ආයතනයේ විකුණුම්, ප්‍රචාරණ, විකුණුම් ප්‍රවර්ධනය සම්බන්ධයෙන් විකුණුම් උප සභාපති වගකීම් දැනු ලබයි. සියළු කම්හල් මෙහෙයුම්, පර්යේෂණ සහ ඉංජිනේරු දෙපාර්තමේන්තුව නිෂ්පාදන උප සභාපතිට වාර්තා කරයි. මූල්‍ය කටයුතු සම්බන්ධයෙන් වගකීම් දරනු ලබන්නේ සභාපති විසිනි. සේවා - සේවක සබඳතා ඒ ඒ අදාළ උප සභාපති විසින් පාලනය කරනු ලබයි.

මයි ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනය ස්ථාපිත කරනු ලැබ ඇත්තේ ආහාර නිෂ්පාදන ආයතන කිහිපයක් ඒකාබද්ධ කිරීමෙනි. මයි ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනය ස්ථාපිත කිරීමෙන් පසු එය තවත් ආයතන කිහිපයක්ද අත්පත් කරගෙන ඇත. මයි ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනයේ කළමනාකාරිත්වය විශ්වාස කරනු ලබන්නේ එක් විකුණුම්කරුවකු එක් ප්‍රදේශයක් ආවරණය කිරීම.

විකුණුම්කරුවන් කිහිප දෙනෙකු එම ප්‍රදේශය ආවරණය කිරීමට වඩා වාසිදායක බවය. කාලය ඉතිරිකරගැනීම ඉතා වාසිසහගත ලෙස බේදාගැරීමේ ක්‍රියාවලියට බලපාන අතර මෙම විකුණුම් ප්‍රතිපත්තිය ආයතනයේ සාර්ථකත්වය කෙරෙහි තදින්ම බලපා ඇත.

සියළුම ප්‍රචාරක කටයුතු අධීක්ෂණය කරනු ලබන්නේ ප්‍රචාරණ කළමනාකරු විසින් වුවද අවසන් තීරණ ගනු ලබන්නේ විකුණුම් උප සහාපති විසිනි. සෑම කර්මාන්තශාලාවක්ම මෙහෙයවන්නේ කම්හල් අධිකාරීවරයකු වන අතර ඔහු වැටුප් ගෙවීම්, නඩත්තු, පිරිවැය, නිමවුම්, තත්ත්වය, බදවාගැනීම් අධීක්ෂණ කටයුතු සහ අනෙක් කර්මාන්ත මෙහෙයුම් කටයුතු සම්බන්ධයෙන් වගකීම් දරනු ලබයි. කම්හල් අධිකාරී ප්‍රාදේශීය නිෂ්පාදන කළමනාකරුවන් 08 දෙනෙකුට වාර්තා කරන අතර, ඔවුන් තම කාර්යයන් නිෂ්පාදන උප සහාපතිට වාර්තා කරයි. කම්හලේ සමස්ථ නිෂ්පාදනය සටහන් කරනු ලබන්නේ නිෂ්පාදන පාලන කණ්ඩායම වන අතර, ඔවුන් එය මෙහෙයුම් උප සහාපතිට වාර්තා කරයි. අවසන් කාලසටහන් සකස් කරනු ලබන්නේ විකුණුම් උප සහාපතිගෙන් උපදෙස් අනුවය.

පසුගිය වසර 10 තුළ මයි ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනය සිය ලාභය අතින් දෙකුණයක් පමණ විශාල වී තිබේ. කම්හල් ප්‍රමාණයද දෙගුණයක් වී ඇත. ගැනුම් ප්‍රමාණයද වැඩි වී ඇත. නව බදු සහ රජයට සැපයිය යුතු වාර්තා වැඩිවීම නිසා ද මයි ග්‍රෑඩ්ස් ආයතනයේ කටයුතු සංකීර්ණ වී ඇත. ආයතනයේ කළමනාකාරිත්වය මෙම ගැටළු සහගත තත්ත්වයක් තවදුරටත් ව්‍යාප්ත වීමට පෙර වලක්වාගත යුතු බව වටහාගෙන ඇත.

මෙම කාල පරිච්ඡේදයේදී ආයතනයේ සමහර භාණ්ඩ පාරිභෝගිකයින් අතර පවත්වාගෙන ජනප්‍රියතාවය ක්‍රමයෙන් පහල බැසීය. නිෂ්පාදන කළමනාකරු මෙම තත්ත්වය සහ ඊට හේතු හඳුනාගෙන විකුණුම් උප සහාපතිට දැන්වුවද ඔහුට ඒ සම්බන්ධයෙන් යහපත් ක්‍රියාමාර්ගයක් ගැනීමට නොහැකි විය. මෙයට ප්‍රධානතම හේතු වී ඇත්තේ ඔහුට තමා සතුව ආයතනයේ, නිෂ්පාදන විශාල ප්‍රමාණයක් සම්බන්ධයෙන් විකුණුම් වගකීම් පැවරී ඇති නිසා විය හැකිය. මේ අතර ආයතනයේ නිලධාරීන්ට තමාට පැවරී ඇති වගකීම් ප්‍රමාණය ඉතා විශාල නිසා තමා සතු සියළු වගකීම් සම්බන්ධයෙන් සෑම විටම අවධානයෙන් සිටීමට නොහැකි වී ඇත.

නිෂ්පාදනයන් වැඩිකර ආයතනය තවදුරටත් ව්‍යාප්ත කිරීමට ඇති අවස්ථා ආයතනයට අහිමි වී ඇත. මෙයට හේතුව ආයතනයේ විධායක නිලධාරීන්ට එම නව නිෂ්පාදන පාලනය සහ අධීක්ෂණය කිරීමට තරම් කාලයක් නොමැති වීමයි.

විශේෂිත වූ නිෂ්පාදන ඊට අදාළ වෙළඳනාම යටතේ අලෙවිකරන ඕනෑම ව්‍යාපාරයක් සිය ව්‍යාපාර කමිටු සාර්ථකව ඉදිරියට ගෙන යාමට නව නිෂ්පාදන නිකර්ම වෙළඳපොලට ඉදිරිපත් කල යුතු අතර දැනට පවතින නිෂ්පාදන සම්බන්ධයෙන් නිකර්ම අධ්‍යයනය කර ඒ හා සම්බන්ධ විකුණුම් ප්‍රවර්ධන හා ප්‍රචාරණ කටයුතු සම්බන්ධයන් තීරණ ගත යුතුය.

කළමනාකාරීත්වය සිතන පරිදි ව්‍යාපාරයට නව ව්‍යාපාර අවස්ථා අහිමි වීමට, තම වෙළඳපොළ අහිමිවීමට සහ අනෙකුත් ගැටළු වලට හේතුව වී ඇත්තේ ව්‍යාපාරය පාලනය කරගැනීමට බැර මට්ටම දක්වා ව්‍යාජත වී තිබීමය.

ප්‍රශ්න :-

(අ) දැනට පවතින ආයතනික ව්‍යුහය දැනට වෙනස් වී ඇති ආයතනයේ ව්‍යාපාර කටයුතු පාලනය කිරීමෙහිලා කොතරම්දුරට එලදායී ලෙස කටයුතු කරන්නේදැයි විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 14)

(ආ) ආයතනයේ ව්‍යාපාර උපාය මාර්ගය ආයතනයේ ව්‍යුහයට සම්බන්ධ කරමින් දැනට පවතින ගැටළුකාරී තත්ත්වය මඟහරවාගැනීමට ඔබට දියහැකි විසඳුම් මොනවාද? (දැනට පවතින දුර්වලතා හඳුනාගෙන ඒ සඳහා අවශ්‍ය විසඳුම් යෝජනා කරන්න.)

(ලකුණු 14)

(මුළු ලකුණු 28)

(02) (අ) ව්‍යාපාරික පරිසරය, ව්‍යාපාරයේ තීරණ කෙරෙහි විශාල වශයෙන් බලපෑම් කරයි. ආයතනයක අයිතිකරුවන් සහ ආයතනය අතර පවතින සම්බන්ධතාවය පදනම් කරගෙන ආයතනික පරිසරය පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 09)

(ආ) ආයතනයක මෙහෙවර (Mission) අරමුණු (Objective) සහ පරමාර්ථ (Goals) අතර පවතින වෙනස පහදන්න.

(ලකුණු 09)

(මුළු ලකුණු 18)

(03) (අ) උපායශීලී කළමනාකරණය යනු කුමක්දැයි නිර්වචනය කර ආයතනයක උපායශීලී කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියට අදාල සංකල්ප පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 09)

(ආ) එලදායී උපායශීලී කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියත් තුලින් ආයතනයකට ඇතිවන ප්‍රතිලාභ කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 09)

(මුළු ලකුණු 18)

(04) (අ) මයිකල් පෝටර්ගේ තරඟකාරීත්වයට අදාල "බලවේග 05 ආකෘතිය" (Five Forces Model) විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 09)

(ආ) මෙම ආකෘතිය භාවිතා කරමින් ශ්‍රී ලංකාවේ ඇඟළුම් නිෂ්පාදනය කරන ආයතනයක තරඟකාරීත්වය කෙසේ පවතීදැයි පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 09)

(මුළු ලකුණු 18)

(05) (අ) කිසියම් ආයතනයක් තමාගේ අවශ්‍යතාවය අනුව භාෂිත කලහැකි විවිධ වර්ගයේ උපායමාර්ගයන් මොනවාදැයි කෙටියෙන් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 09)

(ආ) උපායමාර්ගයන් නිර්මාණය කිරීම සහ උපාය මාර්ගයන් ක්‍රියාත්මක කිරීම අතර පවතින වෙනස පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 09)

(මුළු ලකුණු 18)

(06) (අ) උපායමාර්ගයන් ක්‍රියාත්මක කිරීමේදී ආයතනයක ඉහල කළමනාකාරීත්වය පිටුපසින් සිදුකරන කාර්යභාරය පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 9)

(ආ) ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ පාරිභෝගිකයින් වෙත පරිගණක මාදුකය සපයන ශ්‍රී ලාංකික ආයතනයක් සඳහා සේවකයින් බඳවාගැනීමට ආල උපායමාර්ගයන් මොනවාදැයි යෝජනා කර පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 9)

(මුළු ලකුණු 8)

(07) පහත සඳහන් මාතෘකා වලින් මාතෘකා 03 ක් ගැන කෙටි සටහන් ලියන්න.

(අ) උපායමාර්ගයන් සැලසුම්කරණය

(ආ) අරමුණු (Objectives) සහ පරමාර්ථ (Goals) අතර පවතින වෙනස

(ඇ) ශ්‍රිතාත්මක උපායමාර්ගයන් (Functional Strategies)

(ඈ) ව්‍යාපාරික පරිසරය

(ඉ) උපායමාර්ගයන් ඇඟයීම

(ඊ) පරිසර සාධක ඇඟයීමේ ආකෘතිය

(Environmental Factor Evaluation matrix - EFEM

(එකකට 6 බැගින් මුළු ලකුණු 8)