



කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව

ඩාහිර විභාග අංශය

වාණිජ හා කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය

ව්‍යාපාර කළමනාකරණවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි තෘතීය පරීක්ෂණය (බාහිර)- 2009
2010 ඔක්තෝබර්

BMGT E 3015 - උපායශීලී කළමනාකරණය

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : 07

කාලය : පැය 03 යි

පළමු ප්‍රශ්නය සහ තවත් ඕනෑම ප්‍රශ්න හතරකට (04) පිළිතුරු සපයන්න.

01. පහත සඳහන් සිද්ධිය කියවා අවසානයේ අසා ඇති ප්‍රශ්න වලට පිළිතුරු සපයන්න.

මෝටර් රථ කර්මාන්තය

ලෝක ආර්ථික අර්බුදය සාජු ලෙසම මෝටර් රථ කර්මාන්තයට බලපා ඇත. ඇමරිකාව, එංගලන්තය හා ජපානයෙහි බොහෝ මෝටර් රථ නිෂ්පාදන ආයතන තම ව්‍යාපාර කටයුතු වසාදමා ඇති අතර ඇතැම් ආයතන පිරිවැය අවම කිරීම අරමුණු කර ගනිමින් සතියකට දින දෙකක් හෝ තුනක් වැඩකරනු ලැබේ.

ලෝක මෝටර් රථ අලෙවියෙහි පසුබෑම, නිෂ්පාදකයින් ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදනය, රැකියාවන් සහ ධාරිතාවය අඩුකිරීම තුළින් තම මෙහෙයුම් කටයුතු නොතැයි පවත්වාගෙන යාමට සමත්ව ඇත. කෙසේ වෙතත් ඔවුන් ඉදිරි ඒකාබද්ධකරණ (Forward Integration) කටයුතු මගින් ආදායම් ඉපයීමට සහ පිරිවැය අඩුකරගැනීමට අවස්ථා උදාකරගෙන ඇත. මෝටර් රථ නිෂ්පාදකයින් අනුගමනය කරන ඇතැම් ඉදිරි ඒකාබද්ධ (Forward Integration) කටයුතු සඳහා උදාහරණ ලෙස මෝටර් රථ විකිණීම, මූල්‍යනය, රක්ෂණ පහසුකම් සහ කල්බදු පහසුකම් සැපයීම, අමතර කොටස් සැපයීම, අළුත් වැඩියා සහ සේවා පහසුකම් සැපයීම යනාදිය වේ. නමුත් වෙළඳපොළ තුළ තවත් අවස්ථා රැසක් පවතී.

ෆෝර්ඩ් ඔවුන්ගේ ප්‍රධාන ව්‍යාපාරික අරමුණ, මෝටර් රථ නිෂ්පාදනයට වඩා මෝටර් රථ නිෂ්පාදන හා සේවා සැපයීම ලෙස නිර්වචනය කර ඇත. මෝටර් රථ නිෂ්පාදනය ෆෝර්ඩ් හි සාම්ප්‍රදායික ව්‍යාපාරික කටයුත්ත වුවද ඉදිරි ඒකාබද්ධ කටයුතු තුළින් ඉහළ ආදායමක් ලබාගැනීමට බලාපොරොත්තු වේ. එම ඉදිරි ඒකාබද්ධ කටයුතු අතර ණය පහසුකම්, සාජු විකුණුම් සහ විද්‍යුත් ව්‍යාපාර කටයුතු (E - business activities) අයත් වේ. මෙහි ඇති ඉතා සුවිශේෂී අංශය වනුයේ පාරිභෝගික කැමැත්ත පිළිබඳ තොරතුරු සාජු වම කර්මාන්ත ශාලාවට යොමුකළ හැකි වීමයි. වෙනත් ආකාරයකින් කිවහොත් ගණුදෙනු කරුවන්ගේ අවශ්‍යතා පරිදි ඔවුන්ගේ අවශ්‍යතාවලට ගැලපෙන ලෙස මෝටර් රථ නිෂ්පාදනය සිදුකරයි. (Tailor made cars) මේ සඳහා 1999 දී ෆෝර්ඩ්, කවික් ෆීට් නමින් පරිගණක දත්ත ගබඩාවක් (data base) අත්පත් කරගත් අතර මේ සඳහා ගණුදෙනුකරුවන්ට සාජු වම සම්බන්ධ විය හැක. තමන්ගේ පැරණි මෝටර් රථ අළුත් වැඩියාව සහ සේවා සැපයීම සඳහා ජෙතරල් මෝටර්ස් (Europe) ආයතනය වොක්ෂෝල් මාස්ටර් ෆීට් නමින්ද ෆෝර්ඩ් ආයතනය රැපිඩ් ෆීට් නමින්ද වෙනමම දෙපාර්තමේන්තු දෙකක් පවත්වාගෙන යාමට අදහස් කරයි. එමෙන්ම මෝටර් රථ නිෂ්පාදකයින් තමන්ගේම මෝටර් රථ බෙදාහැරීමේ

ජාලයක් මගින් නිදහස්ව තම නිෂ්පාදන බෙදාහැරීමේ නැඹුරුවක් ඇති අතර, ඇතැම් නිෂ්පාදකයින් ඉතා දක්ෂ බෙදාහැරීමේ ආයතනවල හිමිකම් කොටස් මිලදී ගනිමින් සිටී.

මොටර් රථ ඉතා සංකීර්ණ භාණ්ඩයක් බවට පත්වීමත් සමගම ඒ සඳහා භාවිතා කරණ තාක්ෂණයද වඩාත් දියුණු වී ඇත. මොටර් රථ නිෂ්පාදකයින් අන්තර් ජාලය (Internet) සහ දුරකථන (Telematics) පද්ධති මගින් තම ව්‍යාපාරික අවස්ථා ලගාකර ගැනීමට බලාපොරොත්තු වේ. මොවුන් භාවිතා කරන වඩාත් උසස් තාක්ෂණයන් අතර ස්ථාන දැනගැනීමේ පද්ධති, ආරක්ෂණ පද්ධති සහ ජංගම බහු මාධ්‍ය උපකරණ වැදගත් වේ. මේ තුළින් ගණදෙනුකරුවන් සම්බන්ධ කර ගැනීමට අවස්ථා උදාවේ.

ප්‍රශ්න :

(අ) විවිධ මෝටර් රථ නිෂ්පාදකයින් යොමුව ඇති ඉදිරි ඒකාබද්ධකරණ (Foreword Integration) අංශයන් මොනවාදැයි පැහැදිලිව දක්වන්න.

(ලකුණු 08)

(ආ) ඕනෑම ව්‍යාපාරිකයකු නව ව්‍යාපාරික අංශයන්ට යොමුවීමේදී නව සම්පත් සහ නිපුණතාවයන් අත්කරගැනීමට සිදුවේ. සම්පත් සහ නිපුණතාවයන් අතර ඇති වෙනස හඳුනා ගනිමින් මෝටර් රථ නිෂ්පාදකයින් ඉදිරි ඒකාබද්ධකරණ කටයුතුවලට යොමුවීමේදී යොදාගත යුතු සම්පත් සහ නිපුණතාවයන් දැනට භාවිතා කරන සම්පත් සහ නිපුණතාවයන්ගෙන් වෙනස්වන්නේ කෙසේදැයි විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 10)

(ඇ) මෝටර් රථ නිෂ්පාදකයකුට යොමුවිය හැකි අදාළ සහ අදාළ නොවන (related & unrelated) ව්‍යාපාරික අවස්ථා මොනවාදැයි විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 28)

(02) කර්මාන්ත දෙකක පිවිසීමේ බාධා සහ කර්මාන්ත තරඟයෙහි වපසරිය තක්සේරු කර සංසන්දනය කරන්න.

(ලකුණු 18)

(03) "කෙටිකාලයක් තුළදී සිංගප්පූරුව ආසියාවේ පුද්ගලික බවට පත්කරමින් ලී කුවාන් මහතා දුරදර්ශී නායකත්වයක් තිබීමේ සාර්ථකත්වය ඔප්පු කොට පෙන්වීය." සංවිධානයකට දුරදර්ශී නායකත්වයෙහි වැදගත්කම සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 18)

(04) "සංවිධාන වර්ගය සහ එහි සංයුතිය නොසලකා, සංවිධාන උපාය මාර්ගයන්හි අවයව (Elements of Corporate Strategy) පුළුල් ලෙස සමාන වුවත්, උපායශීලී ගැටළුවල (Strategic Issues) පරාසය සහ ස්වභාවය යම්තාක් දුරට සංවිධාන වර්ගය සහ සංයුතිය අනුව වෙනස් වේ."

මෙම ප්‍රකාශය පහත එක් එක් අවස්ථා සලකමින් සාකච්ඡා කරන්න.

(අ) කුඩා ව්‍යාපාරයක සංවිධාන උපාය මාර්ගය.

(ආ) බහුජාතික ව්‍යාපාරයක සංවිධාන උපාය මාර්ගය.

(ඇ) රාජ්‍ය අංශයේ සංවිධානයක සංවිධාන උපායමාර්ගය

(ලකුණු 18)

(05) ගනුදෙනුකරුවන්ට වටිනාකම බෙදාහරිමින් සංවිධානයන්ට තරඟකාරී වාසිය ලබාගැනීමට එම වටිනාකම නිර්මාණය වන්නේ හෝ නැතිවන්නේ කෙසේද යන්න ඔවුන් අවබෝධකරගත යුතුය. සංවිධානයක කරනු ලබන ක්‍රියාකාරකම් තුළින් වටිනාකම් නිර්මාණය වන්නේ හෝ නැතිවන්නේ කෙසේද යන්න අවබෝධකර ගැනීමට වටිනාකම් දාමය (Value Chain) හෝ වටිනාකම් ඡාලය (Values Network) යන සංකල්ප උදව් වේ. මෙය කෙටියෙන් සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 18)

(06) (අ) උපායමාර්ගයන්හි සාර්ථකත්වය මැනීම උපායශීලී කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේ අවසාන අදියර වේ. උපායමාර්ගයන්හි සාර්ථකත්වය මැනීම සඳහා යොදාගත හැකි උපාය මාර්ගික ශිල්පක්‍රම කිහිපයක් ඇත. වැඩි වශයෙන් මූල්‍යමය සුවක අභිමුඛ කරගත් සාම්ප්‍රදායික ප්‍රවේශයන්ට වඩා කප්ලාන් සහ නෝටන්ගේ තුලන ලකුණු පරිමා පත්‍රිකාව (Balance Score Card) උපායමාර්ගවල සාර්ථකත්වය මැනීම සඳහා වඩා ප්‍රයෝජනවත් ශිල්ප ක්‍රමයකි.

උපායශීලී කළමනාකරණ ක්‍රියාවලියේදී තුලන ලකුණු පරිමා පත්‍රිකාවෙහි (Balance Score Card) ඇති වැදගත්කම පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 12)

(ආ) උපායමාර්ගයන්හි කාර්යඵල ඇගයීම සඳහා යොදාගත හැකි ප්‍රමාණාත්මක හා ගුණාත්මක උපකරණ හඳුනාගන්න.

(ලකුණු 06)

(මුළු ලකුණු 18)

(07) පහත සඳහන් ඕනෑම මාතෘකා තුනක් (03) පිළිබඳ කෙටි සටහන් ලියන්න.

- (i) මැකින්සිගේ 7's (Mickinsay's) මූලධර්මය
- (ii) බාහිර සාධක ඇගයීම් න්‍යාසය
- (iii) PESTDN
- (iv) වර්ධන උපායමාර්ග
- (v) ව්‍යාපාර ක්‍රියාවලි ප්‍රති - ඉංජිනේරුකරණය

(ලකුණු 6x3)

(මුළු ලකුණු 18)