



කැළණිය විශ්ව විද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව

දුරස්ථ සහ අඛණ්ඩ අධ්‍යාපන කේන්ද්‍රය

වාණිජ හා කළමනාකරන අධ්‍යයන පීඨය

වාණිජ විද්‍යාවේදී (විශේෂ) උපාධි දෙවන වසර පරීක්ෂණය (බාහිර)-2014

2017 - නොවැම්බර්

BCOME 2015 - අලෙවි කළමනාකරණය

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : (හයයි) 06

කාලය : පැය 03 යි

මිනූම් ප්‍රශ්න පහකට (05) පිළිතුරු සපයන්න.

ප්‍රශ්න අංක 01

අ. "අලෙවිකරණය" නිර්වචනය කරන්න

(ලකුණු 04)

ආ. වටිනාකම් නිර්මාණය කිරීම අලෙවිකරණයේ මූලික පදනමයි. පැහැදිලි කරන්න

(ලකුණු 06)

ඇ. වටිනාකම් සාධායක අවශ්‍යතාවය අලෙවිකරණයේ දැඩි ලෙස අවධාරණය කරන්නේ ඇයි ?

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 02

අ. අලෙවිකරණය දුර නොපෙනීම (Marketing Myopia) ලෙස කුමක් අදහස් කරන්නේද?

(ලකුණු 04)

ආ. අලෙවිකරණය දුර නොපෙනීමට අදාළ අලෙවිකරණ සංකල්ප ගැන කෙටි හැඳින්වීමක් කරන්න.

(ලකුණු 06)

ඇ. අලෙවිකරණයේ දුර නොපෙනීමේ ඇති අවාසි මොනවාද යන්න පැහැදිලි කරන්න

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 03

අ. අලෙවිකරණ පරිසරය යනු කුමක්ද

(ලකුණු 04)

ආ. අලෙවිකරණ පරිසරයේ සංරචක වර්ගීකරණය කර පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 06)

ඇ. අලෙවිකරුවා විසින් අලෙවිකරණ පරිසරයේ අහියෝග පිළිබඳ හොඳ අවබෝධයෙන් සිටිය යුතු බවට පවසන්නේ ඇයි?

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 04

- අ. මිල යනු කුමක්ද? (ලකුණු 04)
- ආ. "අතීතයේදී පාරිභෝගික මිලදී ගැනීම මිල මත රඳා පැවතුනද වර්තමානයේ මිල නොවන සාධක කෙරේද අවධානය යොමු කෙරේ". මෙම කියමන පහදන්න. (ලකුණු 06)
- ඇ. වෙළඳපොළ සාරය උරා බීමේ මිල ක්‍රමය (Market Skimming Pricing) හා ශුන්‍ය වෙළඳපොළ (Niche market) අතර තර්කානුකූල සම්බන්ධතාවයක් ගොඩනගන්න (ලකුණු 10)  
(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 05

- අ. භාණ්ඩයක් යනු කුමක්ද? (ලකුණු 04)
- ආ. නිෂ්පාදිතයක විවිධ මට්ටම් අලෙවිකරණයේදී තරගකාරී වාසි ලබාගැනීමට අලෙවිකරුවෙකු භාවිතා කරන්නේ කෙසේද යන්න පහදන්න. (ලකුණු 06)
- ඇ. කාර්මික භාණ්ඩ අලෙවිකරණය බොහෝවිට පාරිභෝගික ඇදීමේ උපක්‍රමය වන අතර පාරිභෝගික භාණ්ඩ පාරිභෝගික තල්ලු කිරීමේ උපක්‍රමයයි. ඔබ මෙයට එකඟ වන්නේද ? පහදන්න. (ලකුණු 10)  
(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 06

පහත පද සඳහා කෙටි සටහන් ලියන්න

- I. තරගකාරී වාසි.
- II. වෙළඳපොළ හරහා යාමේ මිල ක්‍රමය.
- III. සමාජ අලෙවිකරණ සංකල්පය.
- IV. අභ්‍යන්තර අලෙවිකරණය.

(එකකට ලකුණු 05 බැගින්)  
(මුළු ලකුණු 20)