



කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව

දුරස්ථ සහ අධ්‍යක්ෂිත අධ්‍යාපන කේන්ද්‍රය

වාණිජ හා කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය

වාණිජ විද්‍යාවේදී (විශේෂ) උපාධි දෙවන වසර පරීක්ෂණය (බාහිර) -2016

2022 - මැයි

**BCOME 2015 - අලෙවි කළමනාකරණය**

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : (පහයි) 05

සියලුම ප්‍රශ්න සඳහා පිළිතුරු සපයන්න.

කාලය : පැය 03 යි

**ප්‍රශ්න අංක 01**

- අ . අලෙවිකරණයේ ප්‍රධාන අරමුණ සුදුසු උදාහරණයකින් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.  
(ලකුණු 04)
- ආ . අලෙවිකරණය මානව අවශ්‍යතා අපේක්ෂා කිරීම කොතරම් දුරට අවධාරණය කරයිද? සැබෑ ලෝකයේ උදාහරණ ගෙන ඔබේ පිළිතුරු පැහැදිලි කරන්න.  
(ලකුණු 06)
- ඇ . සුදුසු උදාහරණ සමඟ අලෙවිකරණ සංකල්පය සහ විකුණුම් සංකල්පය අතර වෙනස හඳුනා ගන්න.  
(ලකුණු 10)  
(මුළු ලකුණු 20)

**ප්‍රශ්න අංක 02**

- අ . අලෙවිකරණ තොරතුරු පද්ධතියේ කොටස් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.  
(ලකුණු 04)
- ආ . "ඇතැම් අවස්ථාවලදී, අලෙවිකරණ තොරතුරු උත්පාදනය කිරීම මුදල් වියදම් කිරීමට සිදු නොවේ" ඔබ මෙම ප්‍රකාශය සමඟ එකඟද? සුදුසු උදාහරණ සමඟ ඔබේ පිළිතුරු සාධාරණීකරණය කරන්න.  
(ලකුණු 06)
- ඇ . "නවීන අලෙවිකරණ තොරතුරු අවශ්‍යතා නව තාක්ෂණික පිරිනැමීම් සමඟ විප්ලවීය වෙනසක් සිදු කර ඇත". අලෙවිකරණ තොරතුරු රැස් කිරීමේ පැරණි ක්‍රමවලට එරෙහිව ඉහත ප්‍රකාශය ඇගයීමට ලක් කරන්න.  
(ලකුණු 10)  
(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 03

අ. සුදුසු උදාහරණයක් සමඟ නිෂ්පාදනයේ මට්ටම් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 04)

ආ. ප්‍රායෝගික උදාහරණ සමඟ පාරිභෝගික භාණ්ඩ වර්ග අතර වෙනස හඳුනා ගන්න (ලකුණු 06)

ඇ. "භාණ්ඩයක් සඳහා වටිනාකම් දාම ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ හවුල්කරුවන් සංඛ්‍යාව නිෂ්පාදනයේ මට්ටම්වලට අනුරූප වේ". ඔබ මෙම ප්‍රකාශය සමඟ එකඟ වන්නේද? සුදුසු උදාහරණ සමඟ ඔබේ පිළිතුර සාධාරණීකරණය කරන්න. (ලකුණු 10) (මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 04

අ. සුදුසු උදාහරණ සමඟ නව නිෂ්පාදන මිලකරණ උපාය මාර්ග කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 04)

ආ. "භාණ්ඩයක් සඳහා මිල අඩු කිරීම සෑම විටම ඉහළ විකුණුම් ලබා දෙන්නේ නැත" ඔබ මෙම ප්‍රකාශය සමඟ එකඟද? ඔබගේ පිළිතුර සුදුසු සාධාරණීකරණයන් සහිතව පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 06)

ඇ. "විවිධ නිෂ්පාදන ජීවන චක්‍ර අවස්ථා වලදී සමාගම් විවිධ මිලකරණ උපාය මාර්ග අනුගමනය කරයි" ඔබ මෙම ප්‍රකාශය සමඟ එකඟ නොවන්නේද? සැබෑ ලෝකයේ උදාහරණ ගනිමින් ඔබේ පිළිතුර සාධාරණීකරණය කරන්න. (ලකුණු 10) (මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 05

අ. "සමාගම් සෑම විටම සමස්ථ වෙළඳපොළට සේවය කිරීමටම තෝරා නොගනී" මෙම ප්‍රකාශය සැබෑ ලෝකයෙන් සුදුසු උදාහරණ සමඟ කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 04)

ආ. "විවිධ පාරිභෝගික හැසිරීම් මත පදනම්ව, අලෙවිකරුවන් විවිධ අලෙවිකරණ ඛණ්ඩාංකයන් අනුගමනය කරයි". මෙම ප්‍රකාශය සුදුසු සාධාරණීකරණයන් සහිතව ඇගයීමට ලක් කරන්න. (ලකුණු 06)

ඇ. BCG න්‍යාසය (matrix) වලට එරෙහිව සැබෑ ලෝක සන්දර්භය FMCG කාණ්ඩයේ නිෂ්පාදන පෙළක් ඇගයීමට ලක් කරන්න. (ලකුණු 10) (මුළු ලකුණු 20)