



කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව

දුරස්ථ සහ අධ්‍යයන අධ්‍යාපන කේන්ද්‍රය

වෘත්තීය හා කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය

ව්‍යාපාර කළමනාකරණවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි දෙවන පරීක්ෂණය (බාහිර) - 2016

සැප්තැම්බර් - 2022

BMGT E2015 - අලෙවි කළමනාකරණය

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : පහයි (05)

කාලය: පැය 03 යි

ප්‍රශ්න හතරකට (04) පමණක් පිළිතුරු සපයන්න.

ප්‍රශ්න අංක එක (01) අනිවාර්ය වන අතර තවත් ප්‍රශ්න තුනකට (03) පිළිතුරු සපයන්න.

ප්‍රශ්න අංක 01

L B නියෝග සමාගම පාවහන් අලෙවිසැලක් ලෙස ආරම්භ කළ නමුත් කාලයත් සමඟ එය ටයර නිෂ්පාදනය සහ අලෙවි කරන සමාගමක් දක්වා වර්ධනය විය. ඉහළම, උසස් තත්ත්වයේ වෙළඳ භාණ්ඩ සැපයීමට අමතරව හැකි හොඳම පාරිභෝගික සේවාව සැපයීමේ වැදගත්කම නියෝග සැමවිටම විශ්වාස කරයි. 1996 දී මෙම වෙළඳසැල පිළිබඳ වඩාත් ප්‍රසිද්ධ කතාවක් වන්නේ නියෝග වෙළඳසැලකට පැමිණි පාරිභෝගිකයෙකු සමාගමෙන් මිලදී ගත් ටයර කට්ටලයක් ආපසු ලබා දීමට ඉල්ලා සිටීමයි. නියෝග කිසිවිටෙක අලෙවිකල ටයර ආපසු භාර නොගත්තද, ඔවුන් ආපසු භාරදීම පිළිගෙන වහාම පාරිභෝගිකයාගේ ගිණුමට මුදල් බැර කළේය. මෙය ආරම්භයේ සිටම ක්‍රියාත්මක වන පාරිභෝගික සේවා ප්‍රතිපත්තියයි. කෙසේ වෙතත් නියෝග මෑතකදී පාරිභෝගික ආපසු හරවා එවීම ප්‍රමාණයේ වැඩිවීමක් දැක ඇති අතර එය ගැටළුවක් බවටද පත්ව ඇත.

ඔබ සමාගමේ අලෙවිකරණ සහ විකුණුම් කළමනාකරු යැයිද පාරිභෝගිකයින් ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදන ආපසු ලබා දෙන්නේ මන්දැයි තීරණය කිරීම සඳහා අලෙවිකරණ පර්යේෂණයක් පැවැත්වීම භාරව සිටින්නේ ඔබ යැයි උපකල්පනය කරන්න.

ඒ අනුව ඔබ,

(අ) පර්යේෂණ ගැටලුව හඳුනා ගන්න. (ලකුණු 05)

(ආ) පර්යේෂණ අරමුණු තුනක් (03) ලියස්තුගත කරන්න. (ලකුණු 05)

(ඇ) පහත ප්‍රධාන අංග ආමන්ත්‍රණය කරමින් පර්යේෂණ සැලැස්ම කෙටියෙන් සංවර්ධනය කරන්න.

- ලබා දිය හැකි ප්‍රතිඵල
- නියදි සැලැස්ම (සංගහනය, නියදි ඒකකය, නියදියේ ප්‍රමාණය, නියදිය තොරාගැනීමට යොදාගත් ක්‍රමය)
- කාලරේඛා සටහන
- අයවැය
- සදාචාරාත්මක සහ වැඩිදුර සලකා බැලීම්

(ලකුණු 10)

(ඈ) ඔබ භාවිතා කිරීමට අදහස් කරන දත්ත රැස්කිරීමේ ක්‍රමය සඳහන් කර ඔබගේ තේරීම සාධාරණීකරණය කරන්න.

(ලකුණු 05)

(මුළු ලකුණු= 25)

ප්‍රශ්න අංක 02

පාරිභෝගිකයින්ගේ පරිසරික ගැටළු සැබෑ ය. ඒ අනුව, තම ජීවිත කාලය තුළ ගෝලීය උණුසුම ඉහළ යාම බරපතල තර්ජනයක් වනු ඇතැයි විශ්වාස කරන ශ්‍රී ලාංකික තරුණ තරුණියන්ගේ ප්‍රතිචාරය 1998 දී සියයට 10 සිට 2018 දී සියයට 30 දක්වා වැඩි වී ඇති බව අලෙවිකරණ පර්යේෂණ සොයා ගැනීම්වලින් එකකි. තවදුරටත්, ඉදිරි වසර 10ක කාලය තුළ ශ්‍රී ලංකාවේ පිරිමින් සහ කාන්තාවන්ගෙන් තුනෙන් එකක් පමණ පරිසර හිතකාමී නිෂ්පාදන සඳහා යොමු වීමට සැලසුම් කර ඇති බව මෙම පර්යේෂණයෙන් වැඩිදුරටත් අනාවරණය වී ඇත. මෙම පර්යේෂණ තොරතුරු මත පදනම්ව, අලෙවිකරුවෙකු ලෙස ඔබ ශ්‍රී ලංකාවේ පාරිභෝගික වෙළඳපොළ සඳහා නව පරිසර හිතකාමී නිෂ්පාදනයක් සංවර්ධනය කිරීමට සැලසුම් කරන්නේ යැයි සිතමු. මේ අනුව,

(අ) නව පරිසර හිතකාමී නිෂ්පාදනයක් යෝජනා කරන්න (ලකුණු 05)

(ආ) ඔබ කිසියම් නව අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගයක් තීරණය කිරීමට පෙර ඔබේ නිෂ්පාදනය තක්සේරු කිරීමට ශුද්ධත (SWOT) විශ්ලේෂණයක් සුදානම් කරන්න

(ලකුණු 20)

(මුළු ලකුණු= 25)

ප්‍රශ්න අංක 03

ගුණාත්මක පාරිභෝගික සේවාව සැබවින්ම සමාගම් ලාභය කරා ගෙන යයි” ඔබ මෙම ප්‍රකාශය සමඟ එකඟද? ශ්‍රී ලංකා වෙළෙඳපොළෙන් ඕනෑම සමාගම් දෙකක් තෝරාගෙන ඔබේ පිළිතුර සාධාරණීකරණය කරන්න.

(ලකුණු 25)

(මුළු ලකුණු= 25)

ප්‍රශ්න අංක 04

ඔබ ඔබේම ව්‍යාපාරයක් ආරම්භ කර ඖෂධයක් ලෙස ශාකසාර නිෂ්පාදනයක් විකිණීමට සැලසුම් කරනවා යැයි සිතමු. මෙම ඖෂධීය නිෂ්පාදනය කැපී සහ උණ ඇති පුද්ගලයින් සඳහා වඩාත් සුදුසු වේ.

(අ) මෙම ඖෂධීය සඳහා වෙළඳපල කණ්ඩනයන් දෙකක් (02) ලැයිස්තුගත කරන්න? ඔබේ පිළිතුර සාධාරණීකරණය කරන්න.

(ලකුණු 05)

(ආ) තෝරාගත් වෙළඳපල කණ්ඩනයන් ප්‍රයෝජනවත් වීමට නම්, එවා "මැනිය හැකි, ප්‍රමානවත්, ප්‍රවේශ විය හැකි, වෙනස් කළ හැකි සහ ක්‍රියාත්මක කළ හැකි (measurable, substantial, accessible, differentiable, and actionable)" විය යුතුය. ඔබ ඉහත හඳුනාගත් වෙළඳපල කණ්ඩනයන් දෙක සඳහා මෙම නිර්ණායක අදාළ වන ආකාරය පැහැදිලි කරන්න. ඔබේ පිළිතුර පැහැදිලි කිරීමට පහත ආකෘතිය භාවිතා කරන්න.

| නිර්ණායක | නිර්වචනය | පළමු වෙළඳපල බණ්ඩනය සඳහා නිර්ණායකයන් අදාළ වන ආකාරය | දෙවන වෙළඳපල බණ්ඩනය සඳහා නිර්ණායකයන් අදාළ වන ආකාරය |
|--------------------------|----------|---|---|
| 1. මැනිය හැකිබව : | | | |
| 2. ප්‍රමානවත්බව : | | | |
| 3. ප්‍රවේශ විය හැකිබව : | | | |
| 4. වෙනස් කළ හැකිබව : | | | |
| 5. ක්‍රියාත්මක කළ හැකිබව | | | |

(ලකුණු 20)

(මුළු ලකුණු= 25)

ප්‍රශ්න අංක 05

(අ) නිෂ්පාදන ජීවන චක්‍රයක අවස්ථා උදාහරණ සමඟින් පැහැදිලි කරන්න (ලකුණු 08)

(ආ) රන්සිරි මීට වසර පහකට පෙර බේකරි ව්‍යාපාරයට අවතීර්ණ වූ අතර 2019 අවසන් වන විට ඔහු සැලකිය යුතු විකුණුම් පරිමාවක් සහ ලාභයක් රැස් කර ගෙන සිටියේය. කෙසේ වෙතත්, 2020 දශකයේ මුල් භාගයේදී අනපේක්ෂිත COVID-19 පැතිරීම හේතුවෙන්, පෙර වසරට සාපේක්ෂව 2020 වසරේ විකුණුම් වර්ධන වේගය මන්දගාමී විය. සංඛ්‍යාලේඛනවලට අනුව, බේකරිය මූලික ව්‍යාපාර සඳහා විවෘත කරන විට සාමාන්‍ය ලාභ සහ විකුණුම් වාර්තා කළේය. 2022 පළමු භාගය තුළදී, ව්‍යාපාරය සැලකිය යුතු විකුණුම් පහත වැටීමක් අත්විඳින බව නිරීක්ෂණය කළේය. රටේ ආර්ථික තත්ත්වය මෙයට හේතුවක් බව රන්සිරි විශ්වාස කරයි.

i) රන්සිරි බේකරි නිෂ්පාදනය සඳහා නිෂ්පාදන ජීවන චක්‍රය අදින්න. (ලකුණු 02)

ii) රන්සිරි ව්‍යාපාරය පවත්වාගෙන යාමට ඔබට යෝජනා කළ හැකි අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග පහක් (05) ලැයිස්තුගත කර කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 15)
(මුළු ලකුණු = 25)

.....