



**කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව**

**දුරස්ථ සහ අඛණ්ඩ අධ්‍යාපන කේන්ද්‍රය**

**වාණිජ හා කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය**

**ව්‍යාපාර කළමනාකරණවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි දෙවන පරීක්ෂණය (බාහිර) - 2019**

**මැයි - 2023**

**BMGT E2015 - අලෙවි කළමනාකරණය**

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : අටයි (08)

කාලය: පැය 03 යි

මිනූම් ප්‍රශ්න පහකට (05) පිළිතුරු සපයන්න.

**ප්‍රශ්න අංක 01**

අ) "අලෙවි කළමනාකරණය" යන යෙදුම නිර්වචනය කරන්න.

(ලකුණු 05)

ආ) "අලෙවිකරණය" සහ "වෙළෙඳපොළ" යන යෙදුම්වල වෙනස පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 05)

ඇ) 'අලෙවිකරණ කළමනාකරණ' සංකල්ප පිළිබඳ ව්‍යවසායකයෙකු ඉගෙන ගත යුත්තේ ඇයි? පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

**ප්‍රශ්න අංක 02**

"අලෙවිකරණ පරිසරය සමාගමක අලෙවිකරණ ක්‍රියාකාරකම්වලට බලපාන සහ එහි ව්‍යාපාරයේ විවිධ අංශ කෙරෙහි බලපෑම් කරන බාහිර හා අභ්‍යන්තර සාධක ඇතුළත් වේ. ව්‍යාපාරයක ප්‍රධාන අලෙවිකරණ තීරණ හැඩගැස්වීමේදී, එක් එක් ආයතනය සඳහා අන්‍යය ලක්ෂණ සහිතව එය ඉතා වැදගත් කාර්යභාරයක් ඉටු කරයි. ශ්‍රී ලංකා වෙළෙඳපොළට විදුලි මෝටර් රථ අලෙවි කිරීමට සැලසුම් කර ඇති සමාගමක් සලකා,

අ) මෙම සමාගම සඳහා වන අලෙවිකරණ පරිසරය හඳුනාගෙන පැහැදිලි කරන්න. (මෙම සමාගමෙහි නිෂ්පාදනය සඳහා බලපාන සමාජ බලවේග, තාක්ෂණික බලවේග, දේශපාලන බලවේග, තරඟකාරී බලවේග, නීතිමය සහ නියාමන බලවේග, අභ්‍යන්තර සාධක සහ ආර්ථික බලවේග ගැන ඔබ ඔබේ පිළිතුරෙහි සඳහන් කළ යුතුය)

(මුළු ලකුණු 20)

**ප්‍රශ්න අංක 03**

ස්මාර්ට් දුරකථන වෙළඳපොළ ඉතා තරඟකාරී වේ. අලුතින් සංවර්ධනය කරන ලද "සැම්සන්" (SAMZUNG) ස්මාර්ට් ජංගම දුරකථනය ශ්‍රී ලංකා වෙළඳපොළට දියත් කිරීම භාරව සිටින්නේ ඔබ යැයි සිතන්න. මෙම නිෂ්පාදනය සඳහා ශුද්ධ (SWOT) විශ්ලේෂණයක් පහත ආකෘතිය භාවිතා කරමින් සකස් කරන්න.

| ශුද්ධ විශ්ලේෂණය | නිර්වචනය | ලදාහරණ               |
|-----------------|----------|----------------------|
| ශක්තිකා         |          | 1.<br>2.<br>3.<br>4. |
| දුර්වලතා        |          | 1.<br>2.<br>3.<br>4. |
| අවස්ථා          |          | 1.<br>2.<br>3.<br>4. |
| තර්ජන           |          | 1.<br>2.<br>3.<br>4. |

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 04

ජින් සමාගම ලයිම් (Lime) නම් රූපලාවන්‍ය නිෂ්පාදන අලෙවි කරයි. මෙම නිෂ්පාදනයෙන් සමාගම සැලකිය යුතු ලාභයක් හෝ පාඩුවක් අත්විඳින්නේ නැත. කෙසේ වෙතත්, සමාගම අලෙවිකරණ සංකල්පයට අනුගත නොවන අතර එහි ඉලක්ක වෙළඳපල මනාපවල වෙනස්කම් සඳහා පුළු සැලකිල්ලක් දක්වයි. මෑතකදී, සමාගමට සම්බන්ධ වූ උපාධිධාරියෙකු වන නිපුණ මහතා, පරිණාමය වන පාරිභෝගික මනාපයන්ට අනුවර්තනය වීමේ වැදගත්කම සහ ලයිම් (Lime) නිෂ්පාදනයේ අවශ්‍ය වෙනස්කම් ක්‍රියාත්මක කිරීමේ වැදගත්කම පිළිබඳව උපදෙස් දුන්නේය.

අ) පාරිභෝගික මනාපයට අදාළ සාධක පහක් (05) ලැයිස්තුගත කරන්න; සහ මෙම සාධක මෙම නිෂ්පාදනයේ පාරිභෝගික හැසිරීම හැඩගස්වන ආකාරය පැහැදිලි කරන්න

(ලකුණු 10)

ආ) මෙම නිෂ්පාදනයේ විකුණුම් වැඩි කිරීම සඳහා අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග මාලාවක් හඳුන්වා දෙන්න.

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 05

"විශාල, පුළුල් හෝ විවිධ වෙළඳපලවල සියලුම ගණුදෙනුකරුවන් සමඟ සමාගම්වලට සම්බන්ධ විය නොහැක"

පිලිප් කොට්ලර්

අ) මෙම ප්‍රකාශය සාකච්ඡා කරන සංකල්පය කුමක් ද? සංකල්පය නම් කර කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 05)

ආ) ඔබ මෙම ප්‍රකාශය සමඟ එකඟද? සැබෑ වෙළෙඳපොළ උදාහරණ සමඟ සාධාරණීකරණය කරන්න. (ඔබ අවම වශයෙන් සැබෑ වෙළෙඳපොළ උදාහරණ තුනක් (03) භාවිතා කළ යුතුය)

(ලකුණු 15)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 06

අ) නිෂ්පාදන ජීවන චක්‍රයේ අදියර හතර පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 10)

ආ) "වර්ධන අවධිය විකුණුම්වල වේගවත් නැගීමක් සලකුණු කරයි".

PLC හි වර්ධන අදියර පසුකරමින් සිටින "X" සන්නාමයේ සන්නාම කළමනාකරු ඔබ යැයි සිතමු.

"X" සන්නාමය සඳහා අලෙවිකරණ උපායමාර්ග ප්‍රකාශයක් සකස් කරන්න.

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 07

Blind සහ Light යනු කොළඹ කලාපය පුරා වැඩිහිටි සත්කාර සේවා සැපයීම අරමුණු කරගත් සමාගමක් වන අතර, ඔවුන්ගේ දෛනික කටයුතු සඳහා සහය සහ සහාය අවශ්‍ය වියේවැද්දී පුද්ගලයින්ට සත්කාර කරයි. මෙහිදී සේවා පැකේජ තුනක් (03) සැපයීමට සමාගම සැලසුම් කරයි.

අ) මෙම සමාගම සඳහා සේවා පැකේජ තුනක් (03) යෝජනා කරන්න.

(ලකුණු 06)

ආ) කොළඹ කලාපයේ පාරිභෝගිකයන් සඳහා නව සේවාව සංවර්ධනය කිරීමේදී සමාගම මුහුණ දෙන අභියෝග මොනවාද? පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 14)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 08

අ) 'නිෂ්පාදන විවිධාංගීකරණය යන යෙදුම නිර්වචනය කරන්න?

(ලකුණු 05)

ආ) නිෂ්පාදන විවිධාංගීකරණය සහ නිෂ්පාදන සන්නාමය අතර සම්බන්ධය පැහැදිලි කරන්න?

(ලකුණු 15)

(මුළු ලකුණු 20)