



කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව

දුරස්ථ සහ අඛණ්ඩ අධ්‍යාපන කේන්ද්‍රය

වාණිජ හා කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය

ව්‍යාපාර කළමනාකරණවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි දෙවන පරීක්ෂණය (බාහිර) - 2022

දෙසැම්බර් - 2024

BMGT E 2015 - අලෙවි කළමනාකරණය

කාලය: පැය 03 යි

ප්‍රශ්න අංඛ්‍යාව : හයයි (06)

පළමු ප්‍රශ්නය (01) අනිවාර්යය වේ.

පළමු ප්‍රශ්නය ඇතුළුව වෙනත් ඕනෑම ප්‍රශ්න තුනකට (03) පිළිතුරු සපයන්න.

ප්‍රශ්න අංක 01

HARBOUR VIEW RESIDENCES
BY
LOTUS

කොළඹ වරාය අභිමුඛ,
මහස්කාන්ත දසුන් යාගල,
කොළඹ 13 හි පිහිටි
වර්ග අඩි 550ක
සුපිරි මහල් නිවාස

**කාමර දෙකකින්
සමන්විත මහල් නිවාස**

රු. මිලියන 11 + අපල ඔෆ්
ඇ.ඛො. 32,500 සිට

විදේශයන්හි සේවයේ නිසුණු ශ්‍රී ලාංකිකයින් හට
අවුරුදු 5ක විශේෂ ගෙවුම් කුම

විදේශයන්හි වෙසෙන ශ්‍රී ලාංකිකයින්ට සහ විදේශික පුරවැසියන්ට, අමෙරිකානු ඩොලර් මගින්
වකවානු කරනු ලබන ගෙවීම් සඳහා **10%** දක්වා විශේෂ ආකර්ෂණීය වට්ටමක් හිමිවන අතර
අමෙරිකානු ඩොලර් මගින්, වාරික දෙකකින් කරනු ලබන ගෙවීම් සඳහා **5%** වට්ටමක් හිමිවේ.

මේ දැන්ම අප අමතන්න
ක්ෂණික ඇමතුම් අංකය : 011 77 94 111
0715 335 357 / 0777 269 740

සාමාන්‍ය සංවර්ධන අධිකාරිය, 6 වන අංක, 'සෙන්ටරොයා' ඔස්සන්හිදී 10120
දුරකථන : 0715 335 357 / 0777 269 740 | සබ්ද දුරකථන : 011 28 75 907
වෙබ් අඩවි : www.housing.uda.lk

අ) ලබා දී ඇති වෙළඳ දැන්වීමට අදාළව අලෙවිකරණ මිශ්‍රය විශ්ලේෂණය කර එම අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ එක් එක් සංරචක (නිෂ්පාදනය, මිල, ස්ථානය සහ ප්‍රවර්ධනය) මෙම වෙළඳ දැන්වීම තුළ නිරූපණය වන ආකාරය සහ එය සමස්ත අලෙවිකරණ උපාය මාර්ගයට දායක වන ආකාරය පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 20)

ආ) ලබා දී ඇති දැන්වීමට අදාළ පහත සංකල්ප පැහැදිලි කරන්න.

- (i) වෙළඳපල බණ්ඩනය
- (ii) වෙළඳපල ඉලක්ක කිරීම
- (iii) ස්ථානගත කිරීම
- (iv) අපේක්ෂිත පාරිභෝගික තීරණ ගැනීමේ හැසිරීම

(ලකුණු 5 x 4 = 20)

(මුළු ලකුණු 40)

ප්‍රශ්න අංක 02

අ) ආයතනයක් තම සාර්ථකත්වය කරා ගමන් කිරීමේදී අලෙවිකරණ අරමුණු පිහිටුවීම අනිවාර්ය වේ. එසේ ආයතනයක පිහිටුවා ගන්නා අලෙවිකරණ පරමාර්ථයක් කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 05)

ආ) දී ඇති අලෙවිකරණ සංකල්ප පැහැදිලි කර, ආයතනික උපාය මාර්ග කෙරෙහි ඒවායේ බලපෑම පැහැදිලි කරන්න.

- (i) නිෂ්පාදන සංකල්පය
- (ii) නිෂ්පාදිත සංකල්පය
- (iii) විකුණුම් සංකල්පය
- (iv) අලෙවිකරණ සංකල්පය
- (v) සමාජ අලෙවිකරණ සංකල්පය

(ලකුණු 15)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 03

අ) අලෙවිකරණ පරිසරයේ සංරචක උදාහරණ සපයමින් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 10)

ආ) ආර්ථිකයේ ඇති වන වෙනස්වීම් සමාගමක අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග කෙරෙහි බලපාන ආකාරය සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 04

අ) අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග සැකසීමේදී පාරිභෝගික හැසිරීම අධ්‍යයනයෙහි වැදගත්කම සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 05)

ආ) පාරිභෝගික තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ පියවර ගෙනහැර දක්වා නිෂ්පාදනයක් මිලදී ගැනීමකදී පාරිභෝගිකයන්ගේ හැසිරීම එම එක් එක් පියවරයන්හිදී බලපාන ආකාරය කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 15)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 05

අ) BCG ආකෘතිය (BCG Matrix) ඇඳ දක්වන්න. (තරු, මුදල් ගෙවීම් (මූල්‍ය දෙන), ප්‍රශ්නාර්ථ ලකුණු සහ සුනඛ). ව්‍යාපාර උපාය මාර්ග තීරණයේදී එක් එක් කාණ්ඩය වැදගත් වන්නේ මන්දැයි කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 10)

ආ) BCG Matrix හි එක් එක් කාණ්ඩය සඳහා සමාගමක් භාවිතා කළ යුතු උපාය මාර්ග කෙටියෙන් සාකච්ඡා කරන්න.

1. තරු (Stars) වර්ධනය කරන්නේ කෙසේද හෝ නඩත්තු කරන්නේ කෙසේද?
2. මුදල් ගෙවීම් (මූල්‍ය දෙන) (Cash Cows) වෙතින් උපරිම ලාභයක් ලබා ගන්නේ කෙසේද?
3. ප්‍රශ්නාර්ථ ලකුණු (Question marks) වල ආයෝජනය කිරීම හෝ ඉවත් කිරීම තීරණය කරන්නේ කෙසේද?
4. සුනඛ (Dogs) හසුරුවන්නේ හෝ ඉවත් කරන්නේ කෙසේද?

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)

ප්‍රශ්න අංක 06

අ) අලෙවිකරණ සංවිධානයක් විසින් සපයනු ලබන ප්‍රධාන අරමුණු සහ එය සමාගමක අරමුණු සාක්ෂාත් කර ගැනීමට දායක වන ආකාරය පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 10)

ආ) අලෙවිකරණයේදී සැලසුම් කිරීම සහ ක්‍රියාත්මක කිරීම අතර සම්බන්ධය සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 10)

(මුළු ලකුණු 20)