



කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව

ධානීප විභාග අංශය

වාණිජ හා කළමනාකරණ අධ්‍යයන පීඨය

ව්‍යාපාර කළමනාකරණවේදී (සාමාන්‍ය) උපාධි ද්විතීය පරීක්ෂණය (බාහිර)-2010

2012 ජනවාරි

BMGT E 2015 – අලෙවි කළමනාකරණය

ප්‍රශ්න සංඛ්‍යාව : 07

විභාග අංකය -

කාලය : පැය 03 යි

උපදෙස් :

ඔබ විසින් පළමු සහ දෙවන කොටස් වල දැක්වෙන සියළුම ප්‍රශ්නවලටත් තුන්වන කොටසෙහි සඳහන් ප්‍රශ්න අතුරින් ඕනෑම තෝරාගත් ප්‍රශ්න හතරකටත් (04) ලෙස ප්‍රශ්න තෝරාගත යුතුය. පළමු කොටස සඳහා පිළිතුරු ප්‍රශ්න පත්‍රයෙහිම සටහන් කර දෙවන සහ තෙවන කොටසට අදාළ පිළිතුරු පත්‍රය සමඟ අමුණා ආපසු භාරදිය යුතුය.

I - කොටස

- (01)
- (01) පහත ඒවායින් අලෙවිකරණය යන්න සාර්ථකව නිර්වචනය කරනුයේ,
  - (අ) සමාගමේ විකුණුම් උපරිම කිරීමයි.
  - (ආ) සංවිධානයේ වෙළඳපල කොටස වැඩිදියුණු කිරීමයි.
  - (ඇ) හඳුනාගත් පාරිභෝගික අවශ්‍යතා සමඟ සංවිධානයක ඇති සම්පත් ගැලපීමයි.
  - (ඈ) ගැනුම්කරුවන් සහ හිමිකරුවන්ගේ ලාභදායීත්වය පිළිබඳව කටයුතු කිරීමයි.
- (02) ඇන්සෝෆ්ස්, න්‍යාසයේ (Ansoff's matrix) දැක්වෙන ආයතනයක් සඳහා වඩාත් බලපෑම් කරන අවදානම්කාරී උපක්‍රමය කුමක්ද?
  - (අ) නිෂ්පාදන/සේවා සංවර්ධනය
  - (ආ) වෙළඳපල විනිවිදයාම
  - (ඇ) අපනයනය
  - (ඈ) විවිධාංගීකරණය
- (03) අලෙවිකරණ ඉතිහාසය තුළ නිෂ්පාදන සංකල්පයේ කාලපරිච්ඡේදය නිමාවන්නේ කවදාද?
  - (අ) 1800 අගභාගයේ
  - (ආ) 1900 අගභාගයේ
  - (ඇ) 1920 කාලපරිච්ඡේදයේ
  - (ඈ) දෙවන ලෝක යුද්ධය අවසානයේදී
- (04) අලෙවිකරණ දර්ශනය මගින් සාරාංශ ගත කරන ලද යෙදුමක් මගින් දක්වනුයේ, "හොඳ නිෂ්පාදනයක් ඒ තුළින්ම අලෙවි කර ගත හැකිය" යන්නයි. මෙම ලක්ෂණය දැකිය හැකි වන්නේ කුමන අලෙවිකරණ සංකල්පය තුලද?
  - (අ) නිෂ්පාදන
  - (ආ) විකුණුම්
  - (ඇ) අලෙවිකරණ
  - (ඈ) අලෙවි

- (05) එකිනෙකට තරඟකාරී වූ අලෙවිකරණ දර්ශනයන් එක්ව ආයතනයක අලෙවිකරණ භූමිකාවන්ට සහ අලෙවිකරණ ක්‍රියාකාරම්වල දැඩිව බලපෑම් කරයි. පහත ඒවායන් අලෙවි කළමනාකරණ දර්ශනයක් නොවනුයේ,
- (අ) පාරිභෝගික නැඹුරුව
  - (ආ) ලාභදායීත්ව නැඹුරුව
  - (ඇ) අලෙවිකරණ නැඹුරුව
  - (ඈ) තරඟකාරී නැඹුරුව
- (06) බාහිර අලෙවිකරණ පරිසරය තුළින් තොරතුරු ඒකරාශී කිරීමේ ක්‍රියාවලිය වනුයේ,
- (අ) පාරිසරික කළමනාකරණය
  - (ආ) පාරිසරික සුපිරික්සනය
  - (ඇ) අලෙවිකරණ කළමනාකරණය
  - (ඈ) අලෙවිකරණ පර්යේෂණ
- (07) පාරිභෝගික ආදායම පිළිබඳ සැලකිලිමත් වීමේදී අලෙවිකරුවන් වැඩි රුචියක් දක්වනුයේ,
- (අ) අභිමත ආදායම පිළිබඳව
  - (ආ) විලම්භිත ආදායම පිළිබඳව
  - (ඇ) උද්ධමනීය ආදායම පිළිබඳව
  - (ඈ) වැයකල හැකි ආදායම පිළිබඳව
- (08) නව තාක්ෂණයේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස නව භාණ්ඩ හා සේවා බිහිවේ. ඒ මඟින් තවදුරටත්,
- (අ) පවතින නිෂ්පාදන වල ගුණත්වය බාලවේ.
  - (ආ) පාරිභෝගික සේවාවේ පවතින තත්වය බාලවේ.
  - (ඇ) නිෂ්පාදන සහ බෙදාහැරීමේ ක්‍රම හරහා මිල පහල යයි.
  - (ඈ) යල්පිහු නිෂ්පාදන වෙළඳපල වෙත ගෙන ආ හැක.
- (09) පහත දැක්වෙන උදාහරණයන් අතුරින් කුමක් වොයෝටා දෙමුහුන් වාහන නිෂ්පාදන තාක්ෂණයට පෙළඹවීමක් ඇති කලේද?
- (අ) ජපන් වාහන කර්මාන්තය මෝස්තර පිළිබඳ සැලකිලිමත්වීම වෙනුවෙන්
  - (ආ) දහනය කාර්යක්ෂම කරමින් අවම විෂ වායුන් නිකුත් වීමක් තුල වාහනයක් සංවර්ධනය කිරීමට වූ සමාජ අවශ්‍යතාවය වෙනුවෙන්
  - (ඇ) සිත්ගන්නා සුළු ආකාරයේ නිෂ්පාදනයක් සඳහා බොහෝ ඉංජිනේරුවන්ගේ වූ කැමැත්ත වෙනුවෙන්
  - (ඈ) ජපන් සමාජයේ තාක්ෂණික අවශ්‍යතාවයක් වෙනුවෙන්
- (10) පාරිභෝගික වර්ගාව යන යෙදුම තුළින් හැඳින්වනුයේ,
- (අ) සංවිධාන සහ ආයතනික මිලදී ගැනීමේ වර්ගාව
  - (ආ) සංවිධාන සහ පාරිභෝගික මිලදී ගැනීමේ වර්ගාව
  - (ඇ) ව්‍යාපාරික සහ පාරිභෝගික මිලදී ගැනීමේ වර්ගාව
  - (ඈ) තනි පාරිභෝගික හා කුටුම්භ මිලට ගැනීමේ වර්ගාව

- (11) පහත ඒවායින් කුමක් වික්තවේගී මානසික තත්වය (affective mental state) විස්තර කෙරේද?
- (අ) ආකල්ප
  - (ආ) අදහස්
  - (ඇ) අගයන්
  - (ඈ) සංජානනය
- (12) අනාගතයේදී ඇති විය හැකි තත්වයන් පූර්වාපේක්ෂා කිරීමේ සහ සංවිධානයේ පරමාර්ථ ළඟා කර ගැනීමේ වඩාත් හිතකරම ක්‍රමය ස්ථාපිත කිරීමේ ක්‍රියාවලිය හඳුන්වනුයේ,
- (අ) පර්යේෂණය කිරීම
  - (ආ) සැලසුම් කිරීම
  - (ඇ) පාලනය කිරීම
  - (ඈ) කළමනාකරණය
- (13) උපායශීලී අලෙවිකරණ සැලසුම් ක්‍රියාවලිය ආරම්භ වනුයේ,
- (අ) මෙහෙවර ප්‍රකාශය ලේඛනගත කිරීම මඟින්
  - (ආ) ආයතනයේ පරමාර්ථ ප්‍රතිෂ්ඨාපනය කිරීම මඟින්
  - (ඇ) අලෙවිකරණ සැලසුම් ස්ථාපිත කිරීම මඟින්
  - (ඈ) අලෙවිකරණ උපක්‍රම ක්‍රියාත්මක කිරීම මඟින්
- (14) ශුද්ධතා විශ්ලේෂණයක් මඟින් දැක්විය හැකි තර්ජනයක් ලෙස පහත ඒවායින් කුමක් හඳුනාගත හැකි වන්නේද?
- (අ) උසස් තාක්ෂණය මත බිහිවන පිරිවැය වාසි
  - (ආ) අවශ්‍ය තාක්ෂණය ළඟා කර ගැනීම මත ආයතනයට අත්පත්කර ගැනීමට ඇති අවස්ථා
  - (ඇ) නව තරඟකරුවන් වෙළඳපලට පිවිසීම
  - (ඈ) පටු නිෂ්පාදන පෙළක් ආයතනය සතුවීම
- (15) අන්තර් ජාතික වෙළඳපල කාර්යයන් අතර ප්‍රධාන වශයෙන් සැලකිලිමත් වනුයේ,
- (අ) ගෝලීය සන්නම් ස්ථාපනය පිළිබඳව
  - (ආ) නිෂ්පාදන උපදෙස් එක් එක් භාෂාවට පරිවර්තනය කිරීම පිළිබඳව
  - (ඇ) අනෙකුත් රටවලට අනුගත විය හැකි ආකාරයට වෙළඳපල මිශ්‍රය සකස් කිරීම පිළිබඳව
  - (ඈ) අනෙකුත් රටවල වෙළඳපලට ඇතුළත්වීම සඳහා වෙළඳපල මිශ්‍රය පරිවර්ථනය කිරීම පිළිබඳව
- (16) ..... මානව ක්‍රියාකාරකමක් වනුයේ, “දැනුම මූලික සංකල්පය කර ගනිමින් අද්විතීය ප්‍රතිඵලයක් උපදවීම සඳහාය”.
- (අ) විවේචනාත්මක ඥානය
  - (ආ) අවදානම භාරගැනීමට ඇති හැකියාව
  - (ඇ) නවෝත්පාදන
  - (ඈ) නිර්මාණශීලීභාවය

- (17) පහත ඒවායින් උපායශීලී අලෙවි සැලසුම්කරණ උපාංගයක් වනුයේ,
  - (අ) බී. සී. ජී. න්‍යාසය
  - (ආ) පාරිභෝගික වර්ග ආදර්ශ
  - (ඇ) ව්‍යාපාර අවස්ථා න්‍යාසය
  - (ඈ) වෙළඳපල විස්තාරණ විශ්ලේෂණ
  
- (18) 2018 වසරේදී පොදු රාජ්‍ය මණ්ඩල ක්‍රීඩා උළෙල පැවැත්වීමට යෝජනා වී ඇති රට වන්නේ,
  - (අ) ඕස්ට්‍රේලියාව
  - (ආ) කැනඩාව
  - (ඇ) ශ්‍රී ලංකාව
  - (ඈ) ඉන්දියාව
  
- (19) "ගුගල් යනු බොහෝ දෙනෙකු භාවිතා කරන අන්තර් - ජාල සෙවුම් යන්ත්‍රයකි" ගුගල් සෙවුම් යන්ත්‍ර නිෂ්පාදනයෙහි පුරෝගාමීන් වනුයේ,
  - (අ) සර්ජ් බ්‍රින් සහ ස්ටීව් ජොබ්ස්
  - (ආ) සර්ජ් බ්‍රින් සහ ලැරි පේජ්
  - (ඇ) ස්ටීව් ජොබ්ස් සහ ස්ටීව් වොස්නික්
  - (ඈ) සර්ජ් බ්‍රින් සහ ස්ටීව් වොස්නික්
  
- (20) 2011 වසරේදී සාර්ත් රාජ්‍ය නායකයන්ගේ සමුළුව පැවැත්වූ රට වනුයේ,
  - (අ) ශ්‍රී ලංකාව
  - (ආ) ඉන්දියාව
  - (ඇ) නේපාලය
  - (ඈ) මාලදිවයින

(මුළු ලකුණු 20)

(21) නිර්මාණශීලීත්වය සහ විචේචනාත්මක ඥානය (creativity & critical thinking) අතර වෙනස කුමක්ද?

.....

.....

.....

(ලකුණු 02)

(22) සංවිධානයක මෙහෙවර (mission) සහ පරමාර්ථ (objectives) අතර වෙනස වනුයේ,

.....

.....

.....

(ලකුණු 02)

(23) බී. සී. ජී. න්‍යාසය තුළ ඇති ප්‍රධාන කොටු හතරින් දැක්වෙනුයේ,

.....

.....

.....

.....

(ලකුණු 02)

(23) බී. සී.පී. න්‍යාසය තුළ ඇති ප්‍රධාන කොටු හතරින් දැක්වෙනුයේ,

.....  
.....  
.....  
.....

(ලකුණු 02)

(24) සමාජ වගකීම් වල දැක්වෙන ප්‍රධාන පැතිකඩ (Dimensions) හතර (04) ලියා දක්වන්න.

.....  
.....  
.....  
.....

(ලකුණු 02)

(25) ප්‍රවර්ධනයෙහි පරමාර්ථ මොනවාද?

.....  
.....  
.....

(ලකුණු 02)

(මුළු ලකුණු 10)

(01) (අ)

ලයිලා තේ යනු ලොව සුපතල තේ සඳහා වන සන්නම් නාමයකි. ලයිලා තේ සමාගමේ මව් සමාගම ශ්‍රී ලංකාවේ පිහිටා ඇත. දැනට ලොව පුරා ලයිලා තේ විකුණුම්හල් 500 ක් පිහිටා ඇත. ඉදිරියට ඇති වසර කිහිපය තුළදී මෙය තව දුරටත් විකුණුම්හල් 800 දක්වා වැඩිකිරීමට ආයතනය බලාපොරොත්තු වේ. මෙම ආයතනයේ ප්‍රධාන විධායක නිලධාරීන්ය ලෙස කටයුතු කරන ෂලනී ප්‍රකාශ කරනුයේ "අපට අවශ්‍ය වනුයේ තේ සඳහා විශේෂ කැමැත්තක් ගොඩනැගීම නොව ලයිලා සන්නම් නාමය ලොවපුරා ප්‍රචලිත කිරීමයි." යන්නවේ. එසේම ලයිලා සන්නම්නාම ලාංඡනය වැදගත් වනුයේ ඒ තුළ ඔවුන්ගේ නිෂ්පාදනයේ ඇති සුවිශේෂ රසය පිළිබඳවද දැක්වීමයි. තවදුරටත් ලයිලා නිෂ්පාදන සඳහා ලොව සුපතල ප්‍රතිරූපයක්ද හිමිය.

ලොව පුරා සිටින තේ සඳහා ආදරය දක්වන්නන් ඉලක්ක කිරීම සමාගමේ උපක්‍රමයන්ගෙන් එක් උපක්‍රමයක් ලෙස දැක්විය හැක. ඕස්ට්‍රේලියානුවන් සිතනුයේ ලයිලා තේ තුළ නැවුම් බවක් මෙන්ම සුමිහිරි රසයක් ද පවතින බවයි. නමුත් එක්තරා ඉතාලියානු පුවත්පත් වාර්තාකරුවකු දක්වන්නේ, "ලයිලා සුමිහිරි වුවද තරමක් දුරට පරණ සන්නමක් බවයි". කෙසේ වුවද ලයිලා සමාගම තනි පුද්ගලයන්ට සහ නිවසේ පාරිභෝජනය සඳහා කුඩා ප්‍රමාණ වලින් යුත් තේ පැකැට්ටු ආසියානු වෙළඳපලට විකිණීම සහ බෙදාහැරීමද සිදුකරයි.

එසේම අන්තර්ජාතික විකුණුම් හල් සඳහා නිවැරදි ස්ථාන සෙවීම සහ ගවේශනය ලයිලා සමාගමේ සැලසුම් අතර ඇති එක්තරා සැලසුමකි. තව දුරටත් සුවිශේෂී වූ කරුණක් වනුයේ ජපානයේ පාරිභෝගිකයන් වඩා වෙනස් තේ රසයක් සඳහා හුරුවී සිටින නිසා ලයිලා තේ සඳහා කැමැත්තක් නොදැක්වීමත්ය.

නමුත් ලයිලා තේ සමාගමේ අලෙවි විධායකයින් විසින් දැනටමත් ලයිලා තේ ලොව ප්‍රමුඛ පෙලේ ආපනශාලා වෙත සැපයීම සඳහා, අපනයනය ගිවිසුමක් සම්බන්ධයෙන් සාකච්ඡා කොට ඇත. එසේම අනෙක් අතට අවධානම් සහිත අලෙවිකරණ පරිසරයක් ලයිලා සමාගමද සතුවේ. මේ අතර එක්තරා තේ සන්නමක් වන ලීනා ඉදිරි වසර 5 තුළදී ලයිලා තේ වෙළඳපල කොටසින් 20% ක් පමණ ලබාගත හැකි බවට සාධක ලයිලා පර්යේෂණ අංශය විසින් හඳුනාගෙන ඇත. එසේම ලොව වටා අවදානම් සහිත පරිසරයක් තුළ ආයතනයක් වර්ධනය සඳහා ගමන් කිරීම පහසු කාර්යයක් නොවේ. ඒ අනුව දේශපාලනමය වශයෙන්ද ගැටළුකාරී තත්වයකට සමාගමට මුහුණ දීමට සිදුව ඇත. අනෙක් අතට සේවක - කළමනාකරණ ගැටුමක් හේතුවෙන් ඩුබායිහි ලයිලා අලෙවිසැල් වසා දැමීමට සිදුව ඇත.

කෙසේ නමුත් ලයිලා තේ සන්නම්නාමය සතුව වසර 150 ක අතීතයක් ලොව වටා වෙළඳපොලෙහි පවතී.

(අ) ලයිලා තේ සඳහා බලපාන ශුද්ධ අත සාධක හඳුනාගන්න.

(ආ) ලීනා තේ සමාගම සමඟ තරඟ කිරීමට ලයිලා සමාගමට යොදාගත හැකි උපක්‍රමයන් මොනවාද?

(ලකුණු 04)  
(මුළු ලකුණු 10)

**III - කොටස**

01 (අ) "අලෙවිකරණ සැලසුම්කරණය" ලෙස ඔබ කුමක් අදහස් කරන්නේද?

(ලකුණු 03)

(ආ) උපක්‍රමික (tactical) සැලසුම්කරණය - උපායශීලී (strategic) සැලසුම්කරණයෙන් වෙනස්වන්නේ කෙසේද?

(ලකුණු 04)

(ආ) ශ්‍රී ලංකාවේ විශාල පරිමාණයේ සෙල්ලම් භාණ්ඩ නිෂ්පාදන ආයතනයක අලෙවි කළමනාකරු ඔබ යයි සිතන්න. ආයතනයේ ඉහළ කළමනාකරණය විසින් විදේශීය වෙළඳපල වර්ධනය අනිවාර්යෙන් ළඟාකරගතයුතු පරමාර්ථයක් බව සලකයි. ප්‍රධාන විදේශීය ගැණුම්කරුවන් වන්නේ ඉන්දියාව සහ එංගලන්තයයි.

එක් එක් රටෙහි සමාජ - සංස්කෘතික පසුබිම ඔබේ ආයතනයේ අලෙවිකරණ උපායමාර්ග සකස් කිරීමේදී බලපෑම් කළ හැකිනම් ඒ කෙසේද?

(ලකුණු 08)  
(මුළු ලකුණු 15)

02. (අ) සම්භාවිතා නියැදිකරණය (probability) සම්භාවිතා නොවන නියැදිකරණයෙන් (Non probability) වෙනස් වන්නේ කෙසේදැයි විමසන්න?

(ලකුණු 03)

(ආ) ශ්‍රී ලංකාව තුළ හඳුනාගත හැකි ද්විතීක දත්ත ඒකරාශී කළ හැකි ද්විතීක දත්ත මූලාශ්‍රයන් (04) හතරක් ලියා දක්වන්න.

(ලකුණු 04)

(ඇ) යෞවනයන් සඳහා නිෂ්පාදනය කෙරෙන නව සම සුරැකීමේ නිෂ්පාදනයක් වෙළඳපලට ඉදිරිපත් කිරීමේ කාර්යයට ඔබ වගකිව යුත්තා යැයි සිතන්න. මෙහිදී කාන්තාවන් සහ පිරිමින් සඳහා වෙන් වෙන් වශයෙන් නිෂ්පාදන පෙළ දෙකක් පවතී. අලෙවිකරණ ක්‍රියාමාර්ග සකස් කිරීමට පෙර ඒ සඳහා අවශ්‍ය වන ප්‍රාථමික දත්ත ඒකරාශී කිරීමට ඔබ තීරණය කර ඇතැයි සිතන්න. මේ අනුව ඔබ යටතේ සිටින පර්යේෂණ සහායකයින් ඔබ A සහ B ලෙස කණ්ඩායම් දෙකකට බෙදයි. පසුව ඔබ A කණ්ඩායම සඳහා කේන්ද්‍රීය කණ්ඩායම් ක්‍රමය (Focus group method) යොදාගැනීමටත් B කණ්ඩායමට මාර්ගගත ප්‍රශ්නාවලි ක්‍රමය (on line questionnaire method) යොදාගැනීමටත් උපදෙස් දෙන්න.

අරමුණු මුද්‍රත් පමුණුවා ගැනීම සඳහා මෙම එක් එක් ක්‍රමවල දැකිය හැකි වාසි - අවාසි මොනවාද?

(ලකුණු 08)  
(මුළු ලකුණු 15)

03. (අ) පාරිභෝගික මිලදී ගැනීමේ වර්ගාව යන්න කෙටියෙන් හඳුන්වන්න.

(ලකුණු 04)

(ආ) "පාරිභෝගික මිලදී ගැනීම් සඳහා විවිධ සාධක බලපෑම් කරයි. මේ අතුරින් මනෝමය සාධක බොහෝ විට ප්‍රධාන බලපෑම් කරන්නකු බවට පත්වේ." ඔබ ඉහත ප්‍රකාශය සමඟ එකඟ වන්නේද? කෙටියෙන් විමසන්න.

(ලකුණු 05)

(ඇ) අනිල් රාජා ආයතනයක ප්‍රධාන පෙළේ තනතුරක් දරණ අතර ඉදිරි වසරේදී තීරුබදු රහිත මෝටර් රථයක් මිලදී ගැනීමේ වාහන බලපත්‍රය ඔහුට හිමිවීමට නියමිතය. මේ සඳහා දෙමුහුන් වාහනයක් (Hybrid Vehical) මිලදී ගැනීමේ බලාපොරොත්තුවක් ඔහුට ඇත.

ඔබ අනිල් නම් පාරිභෝගික මිලදී ගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ පියවරයන් අනුව දෙමුහුන් වාහනයක් (Hybrid Vehical) මිලදීගැනීම තෙක් කටයුතු කරන්නේ කෙසේද? උදාහරණ සහිතව විමසන්න.

(ලකුණු 06)

(මුළු ලකුණු 15)

04. (අ) පාරිභෝගික භාණ්ඩ හා ව්‍යාපාරික භාණ්ඩ අතර වෙනස දක්වන්න.

(ලකුණු 03)

(ආ) "වෙළඳපල බණ්ඩනය යනු සමස්ථ වෙළඳපල විවිධ වූ සමාන කණ්ඩායම් අතර බෙදීමේ ක්‍රියාවලියයි". සඵලදායී බණ්ඩනයක් සඳහා ඇති නිර්නායකයන් හතරක් හඳුනාගන්න.

(ලකුණු 06)

(ඇ) අලෙවිකරුවකු විසින් බණ්ඩන උපායමාර්ග සංවර්ධනය කිරීමේදී, පුද්ගලයකුගේ පවුලේ ජීවන වක්‍රයේ පියවරයන් තේරුම් ගැනීමට කැමැත්තක් දක්වනුයේ ඇයි? විමසන්න.

(ලකුණු 06)

(මුළු ලකුණු 15)

05. පහත සඳහන් මාතෘකා අතුරින් ඕනෑම තුනක් (03) තෝරාගෙන කෙටි සටහන් ලියන්න.

(අ) පෝටර්ගේ පස් වැදෑරුම් බලවේග ආකෘතිය

(ආ) අලෙවිකරණයේ දැක්වෙන ආචාර ධර්ම

(ඇ) විද්‍යුත් - අලෙවිකරණය

(ඉ) පාරිභෝගික සම්බන්ධීකරණ කළමනාකරණය

(3x5= 15)