

මානව සම්පත් අභිවර්ධන ආයතනය
කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය - ශ්‍රී ලංකාව
ශ්‍රම අධ්‍යාපනවේදී උපාධි පරීක්ෂණය - III කොටස - 2014/2015

(දෙවන සෙමෙස්තරය)

(පවත්වන ලද්දේ 2017 මැයි)

BLE 307 - අලෙවි කළමනාකරණය

අයදුම්කරුවන්ට උපදෙස් :

- (1) ප්‍රශ්න පහකට (05) පමණක් පිළිතුරු සැපයිය යුතුය.
- (2) මෙම ප්‍රශ්න පත්‍රය ප්‍රශ්න හතකින් (07) සහ පිටු දෙකකින් (02) සමන්විත වේ.
- (3) කාලය පැය තුනයි. (03)
- (4) පිළිතුරු පත්‍රයේ සියලුම පිටුවල විභාග අංකය යොදන්න.
- (5) ප්‍රශ්න පත්‍රයේ යම් පිටුවක් හෝ කොටසක් පැහැදිලිව මුද්‍රණයවී නොතිබේ නම් කරුණාකර විභාග ඒ බව ශාලාධිපතිට දැනුම් දෙන්න.

01. i. "සෑම කළමනාකරණ මට්ටමකම සිටින කළමනාකරුවන් මෙන්ම ආයතනයේ සේවයේ නියුතු සෑම සේවකයෙකුටම අලෙවිකරණය පිළිබඳ අවබෝධය වැදගත් වේ."

ඉහත ප්‍රකාශය හා ඔබ එකඟ වන්නේද? ඔබගේ පිළිතුර පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 08)

ii. "ඒ ඒ කර්මාන්තයේ ස්වභාවය මත අලෙවිකරුවන් විසින් සිය භාණ්ඩය/සේවාව අලෙවි කිරීම සඳහා විවිධ අලෙවිකරණ ප්‍රවේශයන් යොදා ගන්නා ලදී."

භාණ්ඩ/සේවා අලෙවිකරණයේදී හඳුනාගෙන ඇති විවිධ අලෙවිකරණ සංකල්පයන්ගේ ප්‍රායෝගිකත්වය විවිධ ව්‍යාපාරික ක්ෂේත්‍රයන්ගෙන් උදාහරණ සපයමින් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 12)

(මුළු ලකුණු 20)

02. i. හෙන්රි ඇසල්ගේ චතුර්විධ මිලදී ගැනීමේ වර්ග ආදර්ශකය උදාහරණ දක්වමින් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 08)

ii. පාරිභෝගික මිලදී ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය සුදුසු උදාහරණයක් සමඟින් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 12)

(මුළු ලකුණු 20)

03. i. ව්‍යාපාරික ආයතනයක් සිය අලෙවිකරණ පරිසරය පිළිබඳ නිරන්තරයෙන් විමසිලිමත් විය යුත්තේ මන්දැයි කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 08)

ii. ABC ඇගළුම් ආයතනයේ අලෙවිකරණ පුහුණුවන්නෙකු ලෙස ඔබ සේවයට බැඳුණේ යැයි සිතන්න.

ABC ආයතනයේ අලෙවිකරණ පරිසරය පිළිබඳ විශ්ලේෂණයක් කර වාර්තාවක් ඉදිරිපත් කරන ලෙස ඔබගේ ප්‍රධානියා ඔබට දැනුම් දී තිබේ. ප්‍රධානියා වෙත ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා සාර්ව පරිසරාත්මක හා සුක්ෂම පරිසරාත්මක සාධකයන් පැහැදිලි කරමින් වාර්තාවක් සකසන්න.

(ලකුණු 12)

(මුළු ලකුණු 20)

04. i. "වෙළඳපල බණ්ඩනයක මූලික අරමුණ අවම පිරිවැයක් තුළ හිඳිමින් වෙළඳපල කොටස ප්‍රසාරණය කර ව්‍යාපාරික ස්ථාවරත්වය සාක්ෂාත් කර ගැනීමයි".

ඉහත ප්‍රකාශය උදාහරණ සමඟින් කරුණු දක්වා සනාථ කරන්න.

(ලකුණු 08)

- ii. "නූතන ව්‍යාපාරික තරඟකාරීත්වය හමුවේ ව්‍යාපාරික ආයතන වඩාත් ගැලපෙන වෙළෙඳපොළ කොටස/කොටස් තෝරාගැනීම සඳහා විවිධ උපක්‍රම යොදා ගනී." පාරිභෝගික වෙළෙඳපල ධනාත්මක සඳහා උපයෝගීකර ගනු ලබන සාධක සුදුසු උදාහරණයක් සමගින් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 12)

(මුළු ලකුණු 20)

05. i. ව්‍යාපාරික ආයතනයක් සිය භාණ්ඩය හෝ සේවාව සඳහා මිල නියම කිරීමේ අරමුණු කෙටියෙන් විස්තර කර, පාරිභෝගිකයා භාණ්ඩ/සේවා වලට සංවේදී නොවන අවස්ථා මොනවාදැයි උදාහරණ සමගින් දක්වන්න.

(ලකුණු 08)

- ii. බෙදාහැරීමේ මාර්ග සැලසුම් කිරීමේදී ආයතනයක් විසින් සලකා බැලිය යුතු කරුණු කෙටියෙන් විස්තර කර පළතුරු බීම ව්‍යාපාරයක් ඇරඹීමට සැලසුම් කරන ව්‍යාපාරිකයෙකුට සුදුසු මිල කිරීම් හා බෙදාහැරීමේ උපක්‍රමයන් දෙක බැගින් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 12)

(මුළු ලකුණු 20)

06. i. මයිකල් පෝටර් (Michael Porter) විසින් හඳුන්වා දී ඇති පස්වැදෑරුම් තරඟකාරීත්ව බලවේග විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 08)

- ii. බොස්ටන් උපදේශක කණ්ඩායමේ ව්‍යාපාරික ප්‍රවේශයන්ගේ ව්‍යාපාරික වැදගත්කම පැහැදිලි කර, එක් එක් ප්‍රවේශයන්ට අදාළ ව්‍යාපාරික ඒකකවල ලක්ෂණ හුවා දක්වමින් එක් ව්‍යාපාර ඒකක විසින් ගතයුතු ව්‍යාපාරික උපක්‍රම දක්වන්න.

(ලකුණු 12)

(මුළු ලකුණු 20)

07. i. සේවා අලෙවි මිශ්‍රය උදාහරණ සමගින් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 08)

- ii. ඇන්සෝෆ් (Ansoff) විසින් හඳුන්වා දුන් නිපැයුම්/අලෙවි ව්‍යාපාරික දර්ශකයට අදාළ චතුර්විධ වෙළෙඳපල උපායමාර්ග, සේවා අලෙවිකරණය ඇසුරෙන් උදාහරණ සපයමින් විස්තර කරන්න.

(ලකුණු 12)

(මුළු ලකුණු 20)