



රුහුණ විශ්වවිද්‍යාලය

පශ්චාත් උපාධි අධ්‍යයන පීඨය

**ව්‍යාපාර කළමනාකරණ පශ්චාත් උපාධි පාඨමාලාව දෙවන සමාසික අවසාන පරීක්ෂණය
(2019 මැයි/ජූනි)**

MBM 12063 - අලෙවිකරණය

කාලය : පැය තුනයි

ප්‍රශ්න පත්‍රය ප්‍රශ්න පහකින් (05) සමන්විත වේ.

පළමු කොටසෙහි සියලුම ප්‍රශ්ණ වලටද දෙවන කොටසෙහි ප්‍රශ්ණ දෙකකටද පිළිතුරු සපයන්න.

පළමු කොටස

රූපවාහිනියක් මිලදී ගැනීමේ උභයෝගෝචකය

1) තමන්ගේ එදින රාජකාරි හමාරවීමෙන් පසු නිවෙසවෙත යමින් සිටි තිස් හතර හැවිරිදි වෙනුර මහතා රූපවාහිනියක් මිලදී ගැනීමේ අපේක්ෂාවෙන් සාප්පුවක් වෙත පිවිස සේවක සහාය අපේක්ෂාවෙන් සිටින අතරේ අදාල වෙළෙඳසැලෙහි නියමිත නිලආදායමින් සැරසුණු සේවකයින් දෙදෙනෙකු දුටුවද ඔවුන් දෙදෙනා බරපතල සංවාදයක නිරතව සිටි බැවින් වෙනුර මහතා වෙත ඔවුන්ගේ අවධානයක් නොලැබුණි. මේ අතර වෙනුර මහතා වෙනත් සේවකයෙකුගේ සහාය ලබාගැනීමට උත්සාහ කලද ඔහුද තමන්ගේ ජංගම දුරකථනයෙන් යම් කිසිවෙකු සමග සංවාදයක නිරතව සිටි බැවින් එම උත්සාහයද අසාර්ථක විය.

අ) එවැනි අවස්ථාවකදී වෙනුර මහතා විසින් ගතහැකි යැයි ඔබ විසින් අනුමාන කරනු ලබන ක්‍රියාමාර්ග කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 04)

ආ) පාරිභෝගිකයෙකු ලෙස ඔබ මෙම අවස්ථාවට මුහුණපෑවේයැයි උපකල්පනය කරමින් ඔබ විසින් එවැනි අවස්ථාවකදී ගනුලබන ක්‍රියාමාර්ගය හෝ ක්‍රියාමාර්ග සඳහන් කරන්න. ඔබගේ ක්‍රියාමාර්ගය සාධාරණීය කිරීම සඳහා කරුණු ඉදිරිපත් කරන්න.

(ලකුණු 04)

ඇ) භාණ්ඩයක් මිලදී ගැනීමේ ප්‍රධාන වර්ගාවන් හතර සැලකිල්ලට ගැනීමේදී රුපවාහිනියක් මිලදී ගැනීම කුමන මිලදී ගැනීමේ වර්ගාවක් නිරූපනය කරයි ද යන්න එම මිලදී ගැනීමේ වර්ගාව හා සබැඳි සුවිශේෂී ලක්ෂණ ඇසුරෙන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 05)

ඈ) ඉහත රුපවාහිනිය මිලදී ගැනීමේ උදාහරණය ඇසුරෙන් පාරිභෝගික මිලදී ගැනීමේ ක්‍රියාවලියෙහි පියවරයන් පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 05)

ඉ) පාරිභෝගිකයෙකු ලෙස මෙම සිදුවීම නිසා බෙහෙවින් දොමනසටපත් වෙනුර මහතා කළමණාකරු වෙත පැමිණිලි කරයි. මෙම සාප්පුවෙහි කළමණාකරු ඔබ යැයි උපකල්පනය කරන්න. මෙම ගැටළුවට විසදුම ලෙස ඔබගේ ප්‍රවේශය කුමක්ද ?

(ලකුණු 05)

ඊ) මෙම වෙළෙඳපොළෙහි පාරිභෝගික සේවාවෙහි ගුණත්වය ඉහලතැංවීම සඳහා 'පාරිභෝගික වටිනාකම' යන සංකල්පය යොදාගත හැක්කේ කෙසේද?

(ලකුණු 05)

(මුළු ලකුණු 28)

2) ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රමුඛපෙළේ පුවත්පත් සන්නම් නාමයක් වන 'සිතිජය නිවස්පේපර්ස්' තමන්ගේ පාඨකයන් වෙනුවෙන් නව පුවත්පතක් හඳුන්වාදීම සඳහා ශ්‍රී ලාංකික පුවත්පත් වෙළෙඳපොළෙහි ඇති අවස්ථාවන් සෙවීම පිණිස පාරිභෝගික සමීක්ෂණයක් සිදුකරමින් පවතී. වඩාත්ම සුදුසු ඉලක්ක පාරිභෝගික කණ්ඩායම තෝරාගැනීම සඳහා ඔවුන් විසින් STP සංකල්පය යොදාගැනීමට අපේක්ෂා කරයි.

ඈ) පුවත්පත් වෙළෙඳපොළ බණ්ඩනය කිරීම පිණිස යොදාගතහැකි ප්‍රධාන පාරිභෝගික බණ්ඩන පදනම් හතර සඳහා උදාහරණය බැගින් සපයන්න.

(ලකුණු 04)

ඈ) එලදායී ඉලක්කකරණයක් සඳහා යොදාගන්නා නිර්ණායක භාවිතා කරමින් ඉහත සඳහන්කල පදනම් ඇසුරෙන් ඔබගේ ඉලක්ක වෙළෙඳපොළ තෝරාගන්න.

(ලකුණු 05)

ඈ) වෙළෙඳපොළ ස්ථාපනය සඳහා ඔබ යොදාගන්නා උපක්‍රම සාකච්ඡා කරන්න.

(ලකුණු 05)

(මුළු ලකුණු 14)

දෙවන කොටස

3) 'Maxmo' යනු ශ්‍රී ලාංකික ජංගම දුරකථන වෙළෙඳපල වෙත ප්‍රවේශ වීමට සැලසුම් කරමින් සිටින නවතම ජංගම දුරකථන සමාගම වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ ජංගම දුරකථන වෙළෙඳපලෙහි දැනට පවත්නා දුරකථන සන්නම් සහ ඒවායෙහි විවිධ පහසුකම් හා ලක්ෂණ විශ්ලේෂණය කිරීමෙන් අනතුරුව විවිධ ඉලක්ක පාරිභෝගික කණ්ඩායම් සඳහා විවිධ පහසුකම් හා ලක්ෂණ ඇතුළත්කරමින් ජංගම දුරකථන කිහිපයක් හඳුන්වාදීමට අලෙවි කළමණාකරු විසින් යෝජනා කර තිබේ. භාණ්ඩයක විවිධ වූ මට්ටම් යටතේ ජංගම දුරකථන පහසුකම් හා ලක්ෂණ හඳුනා ගැනීමට ඔහු ඔබගේ සහාය අපේක්ෂා කරයි.

අ) ජංගම දුරකථන පහසුකම් හා ලක්ෂණ භාණ්ඩයක විවිධ වූ මට්ටම් යටතේ හඳුන්වා දෙන්න.

(ලකුණු 05)

ආ) ජංගම දුරකථන පාරිභෝගිකයින් 'Maxmo' වෙත ආකර්ෂණය කරගැනීම පිණිස ඔබ විසින් නිර්දේශ කරනු ලබන්නේ 'තල්ලු කිරීමේ' (Push) උපක්‍රමය ද 'ඇදීමේ' (Pull) උපක්‍රමය ද යන්න පැහැදිලි කරන්න.

(ලකුණු 04)

(මුළු ලකුණු 09)

4) "ඕනෑම ව්‍යාපාර ආයතනයක සාර්ථකත්වය පිණිස අලෙවිකරණ පරිසරය අධ්‍යයනය කිරීම අත්‍යාවශ්‍ය කාරණයකි."

ශ්‍රී ලාංකික ව්‍යාපාරික සන්දර්භය සහ එහි මෑතකාලීන ප්‍රවණතා ඇසුරෙන් මෙම ප්‍රකාශය පැහැදිලි කරන්න.

(මුළු ලකුණු 09)

5) පහත සඳහන් සංකල්ප කෙටියෙන් පැහැදිලි කරන්න.

අ) සමාජීය අලෙවිකරණ සංකල්පය (Societal Marketing Concept)

ආ) පාරිභෝගික පක්ෂපාතිත්වය (Customer Loyalty)

ඇ) මිල ත්‍රිපාදය (Pricing Tripod)

(මුළු ලකුණු 09)

@@@@@@@@@@