

කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

ශාස්ත්‍ර පීඨය

ශාස්ත්‍රවේදී දෙවන වසර පරීක්ෂණය 2018 / 19

(දෙවන සෛමස්තර අවසාන විභාගය)

ECN 2217 - අලෙවිකරණ න්‍යාය සහ භාවිතය

කාලය පෑ දෙකකි (02)

ප්‍රශ්න අංක එක (01) ඇතුළු ව ඕනෑම ප්‍රශ්න හතරකට (04) පිළිතුරු සපයන්න

(ප්‍රශ්න අංක එක (01) අනිවාර්ය ය වේ)

ප්‍රශ්න අංක 01

- a) අලෙවිකරණය යනුවෙන් අදහස් කරන්නේ කුමක් ද? (ලකුණු 05)
- b) සුදුසු උදාහරණ භාවිත කරමින් අලෙවිකරණය (Marketing) සහ අලෙවිය (Selling) අතර වෙනස පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 08)
- c) "ශ්‍රී ලංකාව ආසියාවේ ආශ්චර්ය ය බවට පත්වී ඇත". විවේචනාත්මකව සාකච්ඡා කරන්න. (ලකුණු 12)

ප්‍රශ්න අංක 02

- a) පාරිභෝගික හැසිරීම් වලට බලපාන ලක්ෂණ යනුවෙන් අදහස් කරන්නේ කුමක් ද? (ලකුණු 06)
- b) සුදුසු උදාහරණ භාවිත කරමින් පාරිභෝගික හැසිරීම් වලට බලපාන පහත දැක්වෙන සාධක වෙන වෙනම පැහැදිලි කරන්න.
 - i. සංස්කෘතික සාධක (Cultural Factors)
 - ii. සමාජයීය සාධක (Social Factors)
 - iii. පුද්ගලික සාධක (Personal Factors)
 - iv. මනෝවිද්‍යාත්මක සාධක (Psychological Factors) (ලකුණු 12)
- c) අලෙවිකරණයේ දී මැස්ලෝගේ අවශ්‍යතා පිළිබඳ ව වූ දුරාවලිය (Maslow's Hierarchy of Needs) ඔබ භාවිතා කරන්නේ කෙසේ ද? (ලකුණු 07)

ප්‍රශ්න අංක 03

- a) වර්තමාන ව්‍යාපාරික මෙහෙයුම් වල දී පාරිභෝගිකයාගේ වැදගත්කම ඔබ හඳුනා ගන්නේ කෙසේ ද? (ලකුණු 07)
- b) පාරිභෝගික සත්කාරය (Customer care) යනුවෙන් අදහස් කරන්නේ කුමක් ද? (ලකුණු 06)

- c) පහත සඳහන් පාරිභෝගිකයන් වර්ග (customer types) පැහැදිලි කර, සාර්ථක ව්‍යාපාරය කටයුත්තක දී ඔබ එවැනි ගනුදෙනුකරුවන් කළමනාකරණය කරන්නේ කෙසේ දැයි පැහැදිලි කරන්න.
 - i. කතාබහට බර පාරිභෝගිකයා (Talkative Type Customer)
 - ii. අවිශ්වාසයෙන් සහ සැකයෙන් යුතු පාරිභෝගිකයා (Disbelieving and Suspicious Type Customer)
 - iii. කටයුතු කල් දමන පාරිභෝගිකයා (Procrastinating Type Customer)
 - iv. නො සිතා කටයුතු කරන පාරිභෝගිකයා (Impulsive Type Customer)
 - v. ආබාධයකින් යුත් පාරිභෝගිකයා (Handicapped Type Customer)
 - vi. කිසිවක් නො දී යම් දෙයක් බලාපොරොත්තු වන පාරිභෝගිකයා (Something-for Nothing Type Customer)

(ලකුණු 12)

ප්‍රශ්න අංක 04

- a) ගැනුම්කාර තීන්දු ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය (Buyer Decision Process) යනුවෙන් අදහස් කරන්නේ කුමක් ද? (ලකුණු 05)
- b) සුදුසු උදාහරණ භාවිත කරමින් ගැනුම්කාර තීන්දු ගැනීමේ ක්‍රියාවලියේ (Buyer Decision Process) අදියර පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 10)
- c) සංචාරකයන් විසින් ගමනාන්තයක් ලෙස ශ්‍රී ලංකාව තෝරා ගනු ලැබීමේ දී, ගැනුම්කාර තීන්දු ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය (Buyer Decision Process) තුළ තල්ලු කිරීමේ සහ ඇදීමේ සාධක (Push and Pull Factors) ඔබ භාවිතා කරන්නේ කෙසේ ද? (ලකුණු 10)

ප්‍රශ්න අංක 05

- a) සුදුසු උදාහරණ භාවිත කරමින් කළමනාකරුවාගේ සහ නායකයාගේ ප්‍රධාන ලක්ෂණ පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 15)
- b) වර්තමාන නායකයන් මුහුණ දෙන විශාලතම අභියෝග මොනවා ද? (ලකුණු 10)

ප්‍රශ්න අංක 06

- a) වෙළෙඳපොළ වර්ගීකරණය යන්නෙහි තේරුම කුමක් ද? (ලකුණු 05)
- b) ව්‍යාපාර කටයුතුවල සාර්ථකත්වය තීරණය කිරීමේ දී එය වැදගත් වන්නේ ඇයි? (ලකුණු 08)
- c) සුදුසු උදාහරණ භාවිත කරමින් වෙළෙඳපොළ වර්ගීකරණයේ ආකාර හතර (04) පැහැදිලි කරන්න. (ලකුණු 12)