MARKETING MANAGEMENT (Part-II)

S. Madushanka

B.Sc (Mgt) Accounting (Special) (U.G)

University of of Sri Jayewardenepura

අලෙවිකරණ දර්ශනය

ව්‍යාපාරයක් සිය අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා අනුගමනය කළ යුතු මූලික ක්‍රමවේදයන් පිළිබඳ මඟපෙන්වීම අලෙවිකරණ දර්ශනය ලෙස හැඳින්විය හැකිය.

තරඟකාරිත්වය, තාක්ෂණයේ වෙනස්වීම් හා පාරිභෝගික බලගැන්වීම් ආදී තත්ත්වයන්ගේ වෙනස් වීමත් සමඟ අලෙවිකරණ දර්ශනයන් ද ක්‍රමිකව විවිධ වෙනස්වීම් ඔස්සේ වර්තමානය දක්වා විකාශනය වී ඇති එම අලෙවිකරණ දර්ශනයන් පහත සඳහන් පරිදි දැක්විය හැකි ය.

ClassWork.LK

අලෙවිකරණ දර්ශනයේ විකාශනය

- නිෂ්පාදන සංකල්පය
- නිෂ්පාදිත සංකල්පය
- විකුණුම් සංකල්පය
- අලෙවිකරණ සංකල්පය
- ගනුදෙනුකරු සංකල්පය
- සාකල්‍යවාදී අලෙවිකරණ සංකල්පය

ClassWork.LK

නිෂ්පාදන සංකල්පය

අලෙවිකරුවන්ට මඟ පෙන්වන ලද පැරණි ම සංකල්පයයි. මෙය විකුණුම්කරු අභිමුඛ සංකල්පයකි. මින් අදහස් වන්නේ අඩු පිරිවැයක් යටතේ නිෂ්පාදකයින්ට කැමති භාණ්ඩ වෙළෙඳ පොළ සුලභ කිරීම මඟින් සිය නිෂ්පාදිත සාර්ථකව අලෙවි කර ගැනීමට හැකියාව ඇති බවයි.

මෙහි දී පාරිභෝගික අවශ්‍යතා පිළිබඳ එතරම් සැලකිල්ලක් නොදක්වන අතර නිෂ්පාදන ධාරිතාව ඉහළ නැංවීම කෙරෙහි පමණක් ව්‍යාපාරිකයෝ උනන්දු වූහ.

Class Work.LK

<u>මෙම සංකල්පයට අනුව අලෙවිකරුවන් විසින් කෙරෙහි අවධානය යොමු කරන ලද කාර්යන්</u>

- නිෂ්පාදනය හැකිතාක් වර්ධනය කිරීම/ කාර්යක්ෂම කිරීම.
- අඩු පිරිවැය (නිෂ්පාදන ඒකක මිල අඩු කරලීම)
- බෙදාහැරීම වඩාත් පුළුල්ව සහ කාර්යක්ෂමව සිදු කිරීම.

<u>නිෂ්පාදිත සංකල්පය</u>

ඉහළ ගුණාත්වයකින් හා ක්‍රියාකාරිත්වයකින් යුක්ත මෙන්ම නව්‍ය හා සිත් ඇද ගන්නා ලක්ෂණාවලින් මන්විත නිෂ්පාදිත මිල දී ගැනීමට පාරිභෝගිකයා පෙලඹේය යන දෘෂ්ටියෙන් කටයුතු කරනු ලබන විකුණුම්කරු අභිමුඛ සංකල්පයකි.

ClassWork.LK

මෙම සංකල්පයට අනුව අලෙවිකරුවන් විසින් කෙරෙහි අවදානය යොමු කරන ලද කාර්යන්

- සිය අභිමතය පරිදි ආයතනයේ නිෂ්පාදිතවල ගුණාත්වය පිළිබඳ අවදානය යොමු කිරීම.

- සිය නිෂ්පාදිතයන් සුපිරි තත්ත්වයට පත් කිරීමට අඛණ්ඩව තම කාලය හා ශ්‍රමය වැය පර්යේෂණ හා සංවර්ධන කටයුතු සිදු කිරීම.

ClassWork.LK

විකුණුම් සංකල්පය

පාරිභෝගිකයා පෙලඹවීමකින් තොරව නිෂ්පාදිත අලෙවි කිරීමට නොහැකි බව විකුණුම් සංකල්පයේ මූලික හරයයි.

එනම් තරගකාරී විකුණුම් ප්‍රතිපත්ති හා විකුණුම් ප්‍රවර්ධන ක්‍රම අනුගමනය කිරීමෙන් විකුණුම් වැඩි කර ගැනීම මඟින් ලාභය හා වෙළෙඳ පොළ කොටස වැඩි කර ගැනීමයි. මෙය ද විකුණුම්කරු අභිමුඛ සංකල්පයකි.

අලෙවිකරණ සංකල්පය

මෙම සංකලප් යේ හරය වන්නේ නිෂ්පාදනය කළ හැකි භාණඩ නිෂ්පාදනය කරනවා වෙනුවට අලෙවි කළ හැකි භාණ්ඩ නිෂ්පාදනය කිරීම යි.

ClassWork.LK

එනම් තම ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළේ අවශ්‍යතා හා වුවමනා හඳුනාගෙන ඊට අනුකූල ව භාණ්ඩ හා සේවා නිර්මාණය කළ යුතු බවත්, ඒ මඟින්, පාරිභෝගික තෘප්තිය ළඟා කර දිය යුතු බවත් මෙම සංකල්පයෙන් අදහස් වේ.

මෙය පාරිභෝගික අභිමුඛ සංකල්පයකි. නිෂ්පාදිතයාට වඩා පාරිභෝගික අවශ්‍යතාවලට හා වුවමනාවලට මුල් තැනක් හිමි වේ. මෙම සංකල්පය ද්වීසාධක අලෙවිකරණ සංකල්පය ලෙස හඳුන්වයි.

ClassWork.LK

ගනුදෙනුකරු සංකල්පය

ගනුදෙනුකරුවන් වෙන් වෙන් ව ගෙන ඒ ඒ ගනුදෙනුකරුට ගැළපෙන පරිදි නිෂ්පාදිත ඉදිරිපත් කිරීමත්, සියලු අලෙවිකරණ උපක්‍රම ඒ ඒ ගනුදෙනුකරු මුල් කරගෙන සිදු කිරීමත් මඟින් සිය අලෙවිකරණ ප්‍රයත්නය සාර්ථක කර ගැනීම මෙම සංකල්පයේ අදහස වේ.

මෙම සංකල්පයෙන් බලාපොරොත්තු වන්නේ දිගු කාලීනව ගනුදෙනුකරුට වටිනාකමක් ලබාදීමෙන් පසු ගනුදෙනුකරුගේ පක්ෂපාතිත්වය ලබා ගැනීම යි.

ClassWork.LK

සමාජීය අලෙවිකරණ සංකල්පය

පාරිභෝගික හා සමාජයීය යහ පැවැත්ම ආරක්ෂා වන හෝ වැඩි දියුණු වන පරිදි ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළේ අවශ්‍යතා හා වුවමනා තෘප්තිමත් කිරීම සමාජයීය අලෙවිකරණ සංකල්පය ලෙස හැඳින්වේ.

අලෙවිකරණ ප්‍රතිපත්ති තීරණය කෙරෙන විට වෙළෙඳ ලාභය, පාරිභෝගික අවශ්‍යතා, මෙන්ම සමාජීය හිතකරභාවය පිළිබඳ කරුණු කෙරෙහි ද මෙහිදී අවධානය යොමු කෙරේ.

මෙම සංකල්පය ත්‍රිසාධක අලෙවිකරණ සංකල්පය ලෙස හඳුන්වයි.

ClassWork.LK

සාකල්‍යවාදී අලෙවිකරණ සංකල්පය

ව්‍යාපාර ආයතනයක වඩා උසස් ප්‍රතිඵල ලබා ගැනීමට නම් අලෙවිකරණයේ සියලු ම සංරචක එක ම අරමුණකින් යුතු ව ක්‍රියාත්මක කිරීමේ වැදගත්කම අවධාරණය කෙරෙයි. එනම් තරගකාරී ව්‍යාපාර පරිසරයට වඩා යෝග්‍ය වන්නේ පරිපූර්ණ ඒකාබද්ධ ප්‍රවේශයකි.

මේ අනුව සාකල්‍යවාදී අලෙවිකරණ සංකල්පය බිහි විය. මෙම සංකල්පය පහත දැක්වෙන අංශ 4 පිළිබඳ අවධානය යොමු කරයි.

ClassWork.LK

සාකල්‍යවාදී අලෙවිකරණ සංකල්පය අවධානය යොමු කරන අංශ

1. සම්බන්ධතා අලෙවිකරණය - Relationship Marketing
2. සමෝධානිත අලෙවිකරණය - Intergrated Marketing
3. අභ්‍යන්තර අලෙවිකරණය - Internal Marketing
4. කාර්ය සාධන අලෙවිකරණය - Performance Marketing

සම්බන්ධතා අලෙවිකරණය

ව්‍යාපාරයේ සියලු ම ඇල්මැති පාර්ශ්වයන් දීර්ඝ කාලීනව දෙපාර්ශ්වයට ම ප්‍රතිඵලදායී සම්බන්ධතා ගොඩනැගීම සම්බන්ධතා අලෙවිකරණයේ ඉලක්කය යි. එහි ප්‍රතිඵලය වන්නේ ව්‍යාපාරයක් එහි සියලුම ඇල්මැති පාර්ශවයන් අතර ලාභදායි සම්බන්ධතා සහිත අලෙවිකරණ ජාලයක් නිර්මාණය වීමයි.

ClassWork.LK

සමෝධානිත අලෙවිකරණය

අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ සියලු ම විචල්‍යයන් (4Ps) ඉලක්ක ගනුදෙනුකරුවන් තෘප්තිමත් කිරීම අරමුණු කර ගෙන ක්‍රියාත්මක විය යුතු බව මෙහි අදහස යි. එසේ නැතහොත් ව්‍යාපාර ආයතනයේ සියලු ම කළමනාකරුවන්ගේ හා සේවකයන්ගේ කාර්යන් අලෙවිකරණ කාර්ය හා සමායෝජනය විය යුතු බව.

අභ්‍යන්තර අලෙවිකරණය

ව්‍යාපාර ආයතනයේ නියුක්ත සියලු ම සේවකයන්ගේල එනම් ඉහළ ම කළමනාකරුගේ සිට පහළ ම සේවකයා තෙක් ගනුදෙනුකරුට හොඳ සේවාවක් ලබා දීමට සහයෝගයෙන් හා සක්‍රියව එකතු වීම අභ්‍යන්තර අලෙවිකරණය යි. මේ අනුව ආයතනයේ සියලු දෙනාම යෝග්‍ය මූලධර්ම භාවිත කරන බව තහවුරු කර ගනී.

ClassWork.Lk

කාර්ය සාධන අලෙවිකරණය

අලෙවිකරණ වැඩසටහන් හා ක්‍රියා මාර්ග සැකසිමේ දී හා ක්‍රියාත්මක කිරීමේ දී සමාජ වගකීම් හා ආචාර ධර්ම හා පරිසරය පිළිබඳ අවධානය යොමු කළ යුතු බව මෙයින් අදහස් කරයි. එනම් ව්‍යාපාරික ඉලක්ක සහ පාරිභෝගික තෘප්තිය කෙරෙහි අවධානය යොමු කරන අතරම සමාජය කෙරෙහිත්, ආචාර ධර්ම කෙරෙහිත් එක සේ අවධානය යොමු කළ යුතුම බව අවධාරණය කෙරේ.

ClassWork.LK

2021
2022
2023

උසස් පෙළ

ගිණුම්කරණය
ආර්ථික විද්‍යාව
ව්‍යාපාර අධ්‍යයනය

2021
2022

සාමාන්‍ය පෙළ

ව්‍යාපාර හා ගිණුම්කරණ අධ්‍යයනය

තනි හෝ කණ්ඩායම් පන්ති

(English & Sinhala Medium)

0763655550

S. Madushanka
B.Sc (Mgt) Accounting (Special) (U.G)
University of of Sri Jayewardenepura