MARKETING MANAGEMENT (Part-III)

S. Madushanka

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

University of of Sri Jayewardenepura

වෙළෙඳ පොළ ඛණ්ඩනය

විවිධ පාරිභෝගික ගති ලක්ෂණ උපයෝගී කර ගනිමින් ඕනෑ ම වෙළෙඳ පොළක් උපකොටස්වලට බෙදා දැක්විය හැකි ය. විෂම ගති ලක්ෂණවලින් යුක්ත සමස්ත වෙළෙඳ පොළ, සමජාතීය ගති ලක්ෂණවලින් යුක්ත වූ කණ්ඩායම්වලට බෙදා වෙන් කිරීම වෙළෙඳ පොළ ඛණ්ඩනය ලෙස හැඳින්වේ.

පාරිභෝගික වෙළෙඳ පොළ ඛණ්ඩනය යොදා ගන්නා පදනම්

- භූගෝලීය සාධක
- ප්‍රජා විද්‍යාත්මක සාධක
- මනෝ විද්‍යාත්මක සාදක

ClassWork.LK

පාරිභෝගික වෙළෙඳ පොළ කණ්ඩනයට යොදා ගන්නා පදනම් රූප සටහනක් මඟින්

වෙළෙඳ පොළ ඛණ්ඩනයේ පදනම්

- භූගෝලීය සාධක
  - රටවල්, කලාප, ප්‍රදේශ
  - දේශගුණ සාධක
  - නගරවල විශාලත්වය
  - ජනගහන ඝනත්වය
- ප්‍රජා විද්‍යාත්මක සාධක
  - ස්ත්‍රී, පුරුෂ භාවය
  - වයස
  - ආදායම
  - පවුලක ප්‍රමාණය
  - පවුල් ජීවන චක්‍රය
  - වෘත්තිය
  - අධ්‍යාපනය
  - ජාතිය
  - ආගම
- මනෝ විද්‍යාත්මක සාධක
  - සමාජ පන්ති
  - ජීවන රටාව
  - පෞරුෂත්වය
- චර්යාත්මක සාධක
  - ප්‍රතිලාභ/ ප්‍රයෝජන
  - මිලට ගන්නා
  - භාවිත කරන්නන්ගේ
  - භාවිත කරන
  - පක්ෂපාතිත්වය
  - භාවිත කරන්නන්ගේ
  - මිලට ගැනීමට

ClassWork.LK

සඵලදායි වෙළෙඳ පොළ ඛණ්ඩනයක් සඳහා තිබිය යුතු අවශ්‍යතා

- මැනිය හැකි වීම - Measurable
- ප්‍රමාණවත් බව - Substantial
- ළඟා විය හැකි බව (ප්‍රවේශ විය හැකි බව) - Accessible
- වෙන් කොට හඳුනා ගත හැකි බව - Differentiable
- ක්‍රියාත්මක කළ හැකි බව - Actionable

ClassWork.LK

වෙළෙඳ පොළ බණ්ඩනයේ ප්‍රයෝජන

- සමස්ත වෙළෙඳ පොළ ම විශ්ලේෂණයට භාජනය කෙරෙන නිසා වෙළෙඳ පොළ පිළිබඳ ව හොඳ අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි වීම.

- උචිත හා කාලීන වෙළෙඳ පොළ අවස්ථා හඳුනාගත හැකි වීම.

- ආයතනය සතු සීමිත සම්පත් සවිලදායි හා කාර්යක්ෂම ලෙස යොදා ගැනීමට හැකි වීම.

- ආයතනයට වෙළෙඳ පොළ පිළිබඳ ඇති අවදානම අවම කර ගත හැකි වීම.

- අලෙවිකරණ වැඩසටහන් වඩාත් සාර්ථක ව ක්‍රියාත්මක කළ හැකි වීම.

ClassWork.LK

ඉලක්ක වෙළඳ පොළ (Target Market)

ඉලක්ක වෙළඳ පොළ (Target Market) පහත දැක්වෙන අයුරින් හැඳින්විය හැකි ය. සමස්ත වෙළෙඳ පොළ තුළ සිටින විවිධ ගති ලක්ෂණවලින් යුක්ත ගනුදෙනුකරුවන් හඳුනා ගෙන ඒ අතරිනුත් ආයතනයට වඩාත් ආකර්ෂණීය ලෙස මෙන් ම ලාභදායි ව සේවය කළ හැකි වෙළෙඳ පොළ කොටස ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළ ලෙස හැඳින්වේ.

තෝරා ගත් ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළට ගැළපෙන නිෂ්පාදිතය හෙවත් පිළිගැන්වීම (Offering) සංවර්ධනය කිරීම අලෙවිකරුවන්ගේ කාර්යභාරය යි. වෙළෙඳ පොළෙහි ස්ථාපිත කිරීම (Markert Positioning) යනු භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් හෝ පිළිබඳ ව පාරිභෝගිකයන්ගේ මනසෙහි ඉඩක් ඇති කර ලීමයි. අලෙවිකරණයේ ජයග්‍රහණය වනුයේ යම් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් හෝ වෙළෙඳ පොළෙහි ඉතා හොඳින් ස්ථාපිත වීම යි.

ClassWork.LK

වෙළෙඳ පොළෙහි ස්ථාපිත විය හැකි ආකාර පහත පරිදි දැක්විය හැකි ය.

- භාණ්ඩය තුළ විවිධ ගුණාංග හා ප්‍රයෝජන ඇතුළත් කිරීම.
- තරගකරුවන්ට සාපේ
- පක්ෂ ව වඩා ඉහළ සේවාවක් ලබා දීම.
- විවිධ ප්‍රවර්ධන උපක්‍රම භාවිත කරමින් ගනුදෙනුකරුවන්ගේ මනස තුළ භාණ්ඩය හෝසේවාව හෝ ගැඹුරින් තැන්පත් කිරීම.

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