

MARKETING MANAGEMENT (Part-VIII)

S. Madushanka

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

University of Sri Jayewardenepura

මිල

මිල යනු කිසියම් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් හෝ සඳහා ගැනුම්කරුවකු විසින් ගෙවන ලද මුදල්මය අගය යි. භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් හෝ ලබා ගැනීම හෝ භාවිත කිරීම හෝ මගින් පාරිභෝගිකයා ලබන ප්‍රතිලාභය හා තෘප්තිය වෙනුවෙන් හුවමාරු කරගැනීමට කැමති වටිනාකම මිල ලෙස පුළුල් ව දැක්විය හැකි ය.

මිල නොයෙක් නම්වලින් ප්‍රකාශිත වේ.

උදා : කඩ කුලිය, බදු කුලිය, පොළී, වාරික, වැටුප්, ලෙස .

ගැනුම්කරුවකු භාණ්ඩයක් මිල දී ගැනීමේ දී සලකා බලන ප්‍රධාන ම සාධකය මිල වේ. අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ විචල්‍යයන් ඇසුරින් ආදායම් ලබා දෙන එක ම විචල්‍ය මිල වන අතර අනෙකුත් සියලු ම විචල්‍යයන්ගෙන් නියෝජනය කරන්නේ පිරිවැය යි. ඒ අනුව භාණ්ඩ හා සේවා සඳහා මිල තීරණය කිරීමේ දී ඒ සඳහා වැඩි අවධානයක් යොමුකළ යුතු වනවා මෙන් ම පාරිභෝගිකයා ද මිල දී ගැනීමක් තීරණය කිරීමේ දී මිල පිළිබඳ ව වැඩි අවධානයක් යොමු කළ යුතු වේ.

මිල කිරීමේ පරමාර්ථ

- වෙළෙඳ පොළ තුළ රැඳී සිටීම/පැවැත්ම
- වර්තමාන ලාභ උපරිම කිරීම
- වෙළෙඳ පොළ කොටස උපරිම කිරීම
- වෙළෙඳ පොළ සාරය උරා ගැනීම
- නිෂ්පාදිත ගුණාත්මක භාගයකිනි.

මිල කිරීමේ දී සලකා බලන සාධක

- පිරිවැය
- තරගකරුවන්ගේ මිල
- ඉල්ලුම

පිරිවැය, තරගකරුවන්ගේ මිල ගණන් හා ගනුදෙනුකරුවන්ගේ ඉල්ලුම යන සාධක තුන ම හෝ කීපයක් සලකා බලා මිල තීරණය කරන ක්‍රමයක් තෝරා ගනී.

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 Sri Jayewardenepura