

MARKETING MANAGEMENT (Part-IX)

S. Madushanka

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

University of Sri Jayewardenepura

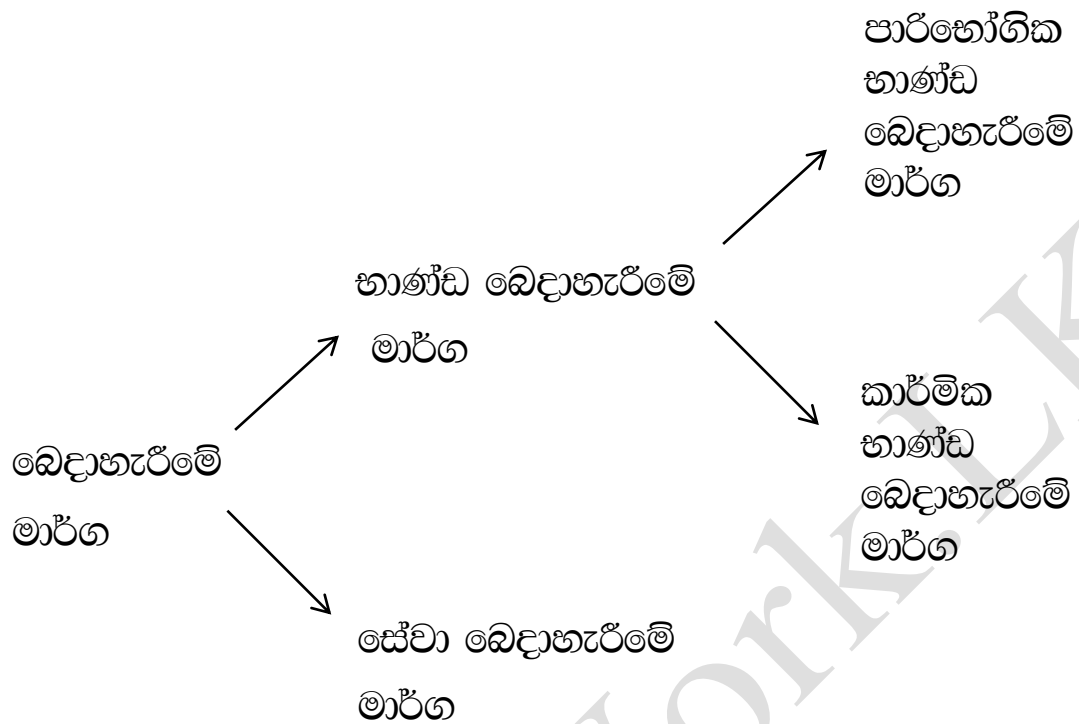
බෙදාහැරීම

භාණ්ඩ හා සේවා නිෂ්පාදකයා සිට පාරිභෝගිකයා වෙත ළඟා කර දීමේ ක්‍රියාවලිය බෙදාහැරීම යි. නැතිනම් නිෂ්පාදිත ඉලක්ක ගනුදෙනුකරුවන් වෙත සාර්ථක ව ළඟා කර දීමේ ක්‍රියාවලිය බෙදාහැරීම යි.

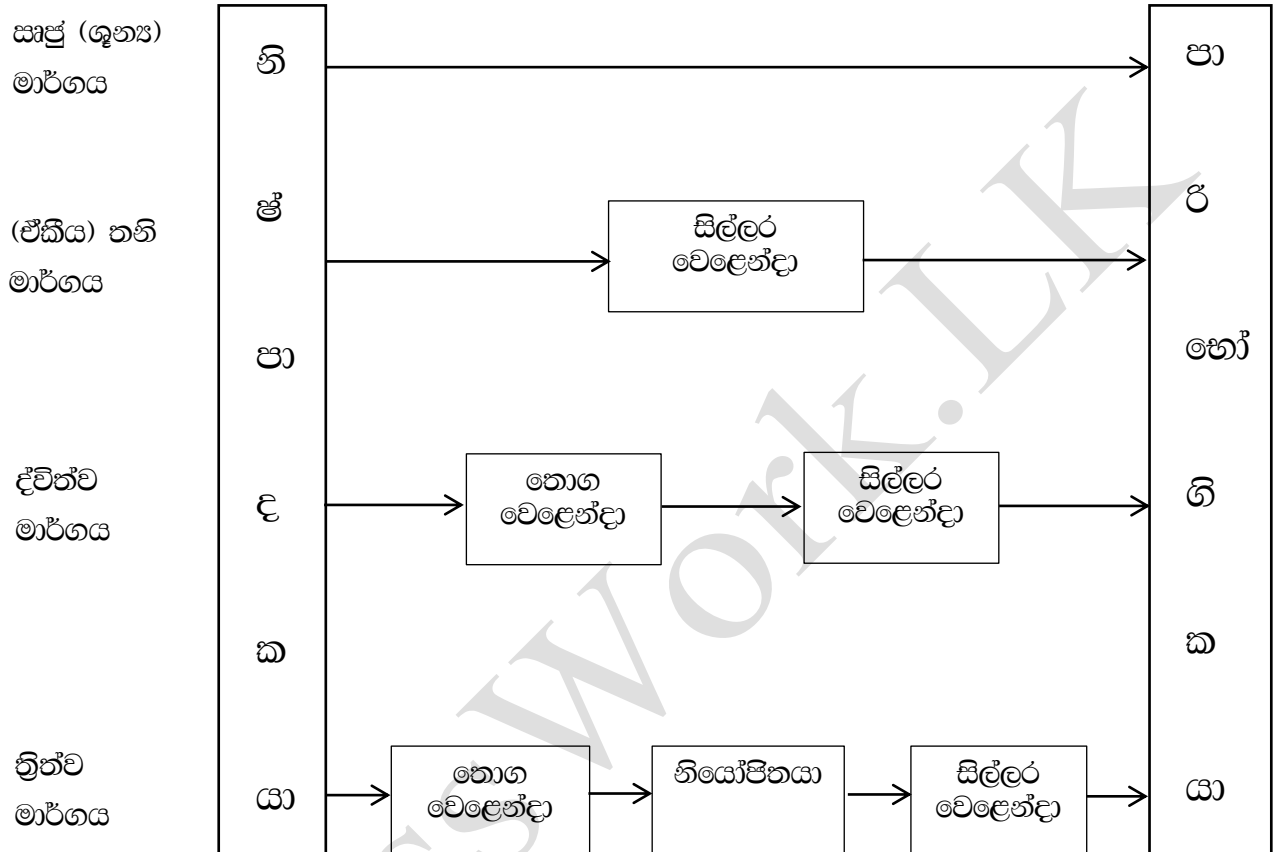
බෙදාහැරීමේ වැදගත්කම

- පාරිභෝගිකයාට විවිධ නිෂ්පාදිත පරිභෝජනයට අවස්ථාව ලැබීම.
- නිෂ්පාදනයේ ස්වභාවය, වෙළෙඳ පොළ ස්වභාවය ඉල්ලුම වැනි සාධක මත බෙදාහැරීම සිදු කළ හැකි වීම.
- වෙළෙඳ පොළ ව්‍යාප්තියට පිටුවහලක් වීම.

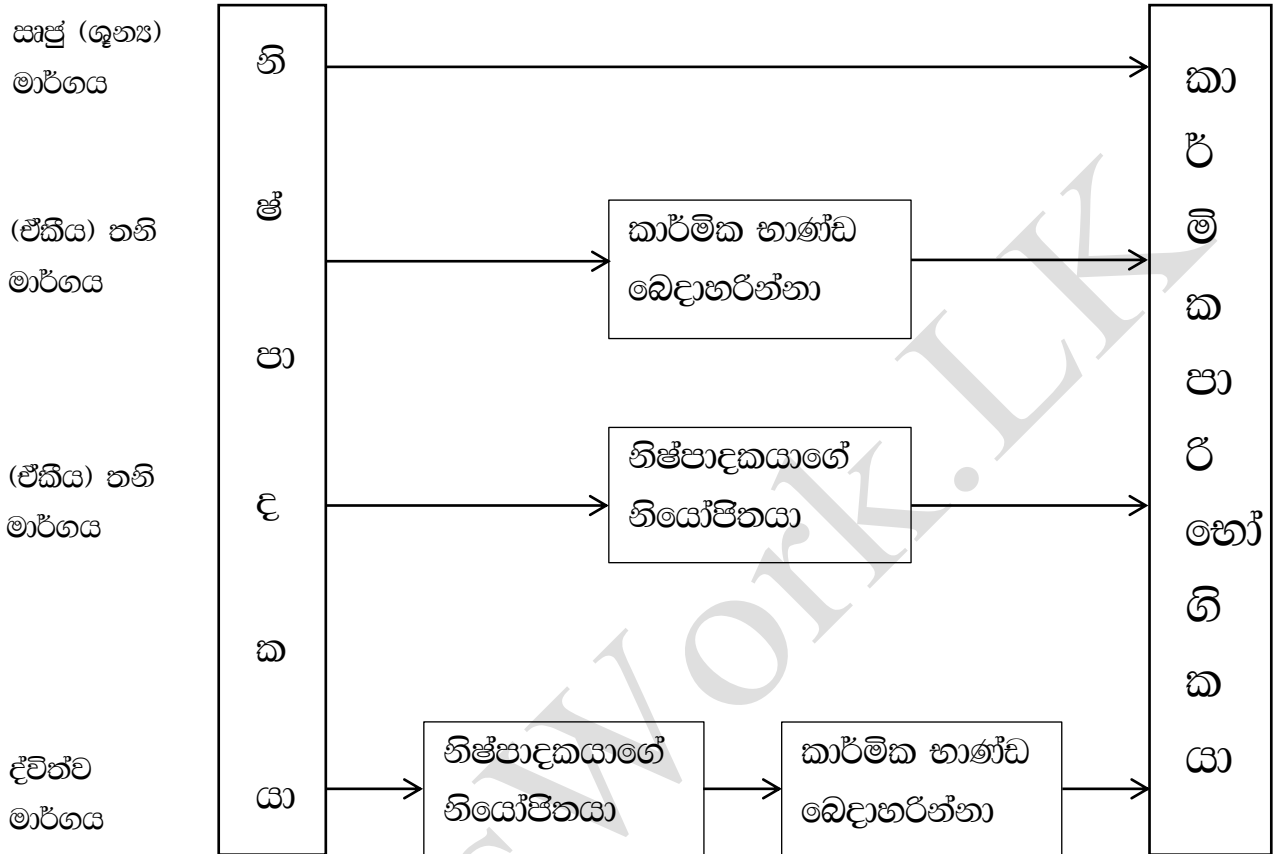
නිෂ්පාදිත බෙදාහැරීමේ මාර්ග පහත සටහනින්
දැක්වේ.



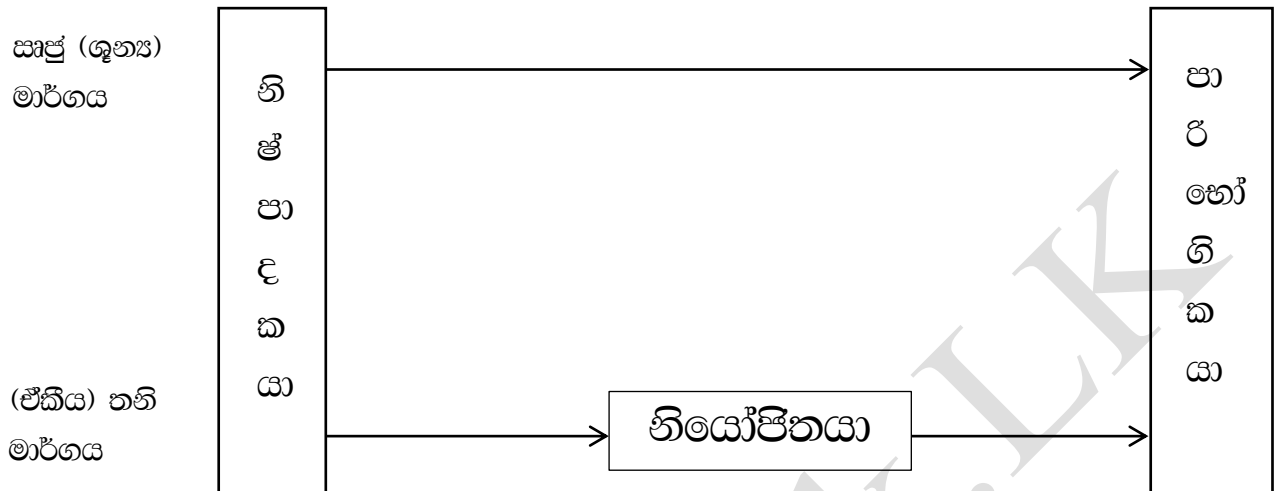
පාරිභෝගික භාණ්ඩ බෙදාහැරීමේ මාර්ග පහත සටහනින් දැක්වේ.



කාර්මික භාණ්ඩ බෙදාහැරීමේ මාර්ග පහත සටහනින් දැක්වේ.



සේවා බෙදාහැරීමේ මාර්ග පහත සටහනින්
දැක්වේ.



උචිත බෙදාහැරීම් මාර්ගයන් තීරණය කිරීමේ දී සලකා බැලිය යුතු කරුණු .

1. භාණ්ඩයේ ස්වභාවය	- පාරිභෝගික භාණ්ඩ ද ? - කාර්මික භාණ්ඩ ද ? - කල් පවතින භාණ්ඩ ද ? - ඉක්මනින් නශය වන භාණ්ඩ ද?
2. වෙළෙඳ පොළේ ස්වභාවය	- වෙළෙඳ පොළ ප්‍රමාණය විශාල ද? - ප්‍රදේශීය ද ? දේශීය ද ? - අන්තර්ජාතික ද ?
3. ඉල්ලුම් ස්වභාවය	- අඛණ්ඩ ඉල්ලුමක් ද? - කාලීන ව ඇති වන ඉල්ලුමක් ද?
4. තරගකරුවන්ගේ බෙදාහැරීමේ මාර්ග	- අනෙකුත් තරගකරුවන් ඒ ඒ භාණ්ඩ බෙදාහැරීම සඳහා යොදා ගන්නා බෙදාහැරීම් මාර්ග ඥායා බැලීම.
5. නිෂ්පාදකයාගේ ශක්ති	- මූල්‍ය ශක්තිය කොපමණ ද ? - ගබඩා පහසුකම් තිබේ ද ? - ප්‍රමාණවත් සේවකයෝ සිටිත් ද? - ප්‍රවාහණ පහසුකම් තිබේ ද?

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