

14. අලෙවි කළමනාකරණය

241. අලෙවිකරණය ව්‍යාපාරිකයාට, පාරිභෝගිකයාට මෙන් ම ආර්ථිකයට ද වැදගත් වේ. එසේ වැදගත් වීමට හේතු කීපයක් පහත දක්වා ඇත.

- A - සේවා නියුක්තිය ඉහළ යාම.
- B - වෙළෙඳ පොළ තුළ භාණ්ඩ හා සේවා සුලභ වීම.
- C - නිෂ්පාදන විවිධාංගීකරණයක් ඇති වීම.
- D - වෙළෙඳ පොළ කොටස පුළුල් වීම.
- E - තමා වියදම් කරන මුදලට උපරිම තෘප්තියක් ලැබීම.
- F - ආදායම් බෙදීයාමේ විෂමතාව අඩු වීම.
- G - ජීවන තත්වය ඉහළ නංවා ගත හැකි වීම.
- H - ලාභ ලැබීම අඩුණ්ඩ ව පවත්වා ගත හැකි වීම.
- I - තරගකාරිත්වයට සාර්ථක ව මුහුණ දීමට හැකි වීම.

පිළිවෙළින් ඉහත තොරතුරු අතරෙන් ව්‍යාපාරිකයාට, පාරිභෝගිකයාට හා ආර්ථිකයට වැදගත් වීමට හේතු නිවැරදි ව ඉදිරිපත් කර ඇති කාණ්ඩය වන්නේ,

	ව්‍යාපාරිකයාට	පාරිභෝගිකයාට	ආර්ථිකයට
(1)	A B C	D E F	G H I
(2)	B E F	G H I	A B C
(3)	A D G	B E H	C F I
(4)	D H I	B E G	A C F
(5)	D E C	B F G	A H I

(.....)

242. පහත දැක්වෙන සංකල්ප අතරෙන් අලෙවිකරණ හර සංකල්ප පමණක් ඇතුළත් වන කාණ්ඩය වන්නේ,

- (1) භාණ්ඩ, සේවා, අදහස්, ස්ථාන, ක්‍රියාකාරකම් ය.
- (2) අවශ්‍යතා, චුළුමනා, භාණ්ඩ, සේවා, වෙළෙඳ පොළ, ගනුදෙනු ය.
- (3) සංවිධාන, සේවා, හුවමාරුව, ගනුදෙනුව, ස්ථාන, ක්‍රියාකාරකම් ය.
- (4) හැඟීම, චුළුමනා, ඉල්ලුම, පිරිනැමුම්, වටිනාකම්, තෘප්තිය ය.
- (5) පුද්ගලයන්, සේවා, ඉසව්, චුළුමනා, හුවමාරුව, තරගකාරිත්වය ය.

(.....)

243. X තීරුවෙන් අලෙවිකරණ හර සංකල්ප කිහිපයක් ද Y තීරුවෙන් එම අලෙවිකරණ හර සංකල්පවල අදහස ද ඉදිරිපත් කර ඇත.

X	Y
A - පිහිටුවීම	(1) ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළ වෙත ළඟා වීමට අලෙවිකරුවෝ යොදා ගන්නා විවිධ ප්‍රවේශ.
B - පිරිනැමුම්	(2) විභව හා පවතින සමජාතීය නිෂ්පාදිත සහ ආදේශකයන් මගින් ඇති කරනු ලබන බලපෑම.
C - අලෙවිකරණ මාර්ග	(3) සන්නිවේදන මාධ්‍ය අතරින් තමා භාවිත කරන සන්නිවේදන මාධ්‍ය කොතරම් විෂය පථයක් ආවරණය වනවා ද යන්න පිළිබඳ ව්‍යාපාරිකයාගේ දෘෂ්ටිය.
D - හැඟීම	(4) කිසියම් නිෂ්පාදියක් පිළිබඳව පාරිභෝගිකයාගේ මනසෙහි යහපත් ආකල්පයක් ගොඩනැගීම.
E - තරගකාරිත්වය	(5) ව්‍යාපාරිකයන් විසින් ගනුදෙනුකරුවෙකුගේ අවශ්‍යතා තෘප්තිමත් කිරීම සඳහා ඉදිරිපත් කරනු ලබන වටිනාකම් සමූහය.

ඉහත X තීරුව හා Y තීරුව නිවැරදිව ගැළපූ විට ලැබෙන පිළිතුරු කාණ්ඩය ඇතුළත් වරණය වන්නේ,

- (1) A3, B5, C1, D4, E2 (2) A1, B3, C2, D5, E4
 (3) A4, B5, C1, D3, E2 (4) A2, B3, C4, D1, E5
 (5) A5, B2, C3, D2, E4

(.....)

244. දිවයිනේ ජනප්‍රිය ගායකයෙකු වූ විරාන් රත්නායක හා ඉෂාන් ප්‍රනාන්දුට ලැබුණු ආරාධනයක් පරිදි නෙලුම් පොකුණ රඟහලෙහි පැවැත්වෙන සංගීත ප්‍රසංගයක් සඳහා ඔවුන් පැමිණි අතර, එය නැරඹීමට ප්‍රසන්න අන්තර්ජාලය හරහා ප්‍රවේශපත් ඇණවුම් කොට, දුම්ඵයෙන් පැමිණෙන විට බොහෝ කල් වේලා ඉක්ම ගොස් තිබිණි.

ඉහත සිද්ධිය තුළ අන්තර්ගත වී ඇති නිෂ්පාදිත පිළිවෙළින් දැක්වෙන වරණය වන්නේ,

- (1) පුද්ගලයින්, සේවා, ඉසව්, තොරතුරු, ස්ථාන
 (2) පුද්ගලයින්, ඉසව්, ස්ථාන, තොරතුරු, සේවා
 (3) පුද්ගලයින්, ස්ථාන, ඉසව්, සේවා, තොරතුරු
 (4) පුද්ගලයින්, සේවා, ඉසව්, තොරතුරු, ස්ථාන
 (5) පුද්ගලයින්, ස්ථාන, ඉසව්, තොරතුරු, සේවා

(.....)

245. පහත සඳහන් වාක්‍ය කාණ්ඩය අතරින් නිවැරදි ප්‍රකාශය තෝරන්න.

- (1) ආයතනයක් යම්කිසි මුදලක් ගෙවා රූපවාහිනී, සඟරා, සජීවී සංදර්ශක වෙළෙඳ දැන්වීම් පුවරු (Display Adds) වැනි මාධ්‍යවල පළ කරන දැන්වීම් උපයන ලද මාධ්‍ය ලෙස අදහස් කරයි.
- (2) ගනුදෙනුකරුවෙකුගේ අවශ්‍යතා තෘප්තිමත් කිරීම සඳහා ඉදිරිපත් කරනු ලබන වටිනාකම් සමූහය පිළිගැන්වීම් හෙවත් නිෂ්පාදිත ලෙස හඳුන්වයි.
- (3) වෙළෙඳ පොළක් එක් එක් අලෙවි මිශ්‍රයට කැමති සමජාතීය පාරිභෝගික කණ්ඩායම් ඇතුළත් වන පරිදි උප කොටස්වලට බෙදීම ඉලක්ක වෙළෙඳ පොළ ලෙස හඳුන්වයි.
- (4) සන්නිවේදන මාධ්‍ය කෙරෙහි පාරිභෝගිකයා කොතරම් දුරට අවදානය යොමු කරන්නේ ද එසේම සක්‍රිය ලෙස සම්බන්ධ වන්නේ ද යන්න පිහිටුවීම යන්නෙන් අදහස් වේ.
- (5) ආයතනයක් තමාගේ ම වෙබ් අඩවි, මුහුණු පොත (Facebook) වැනි මාධ්‍යවල පළ කරන දැන්වීම් ගෙවන ලද මාධ්‍ය ලෙස අදහස් කරයි.

(.....)

246. පහත X තීරුවෙන් නිෂ්පාදිත වර්ග පැහැදිලි කර ඇති ආකාරයත් Y තීරුවෙන් නිෂ්පාදිතවලට අයත් අයිතම දැක්වේ.

X	Y
(1) යම්කිසි කාර්යක් සඳහා පුද්ගලයෙකු ලබා ඇති විශේෂඥ දැනුම නව ගනුදෙනුකරුවකුට අලෙවි කිරීම.	A - සේවා
(2) කිසියම් නිශ්චිත වුවමනාවක් ඉටු කිරීම වෙනුවෙන් සැකසූ වැඩ සටහනක්	B - අදහස්
(3) වෙළෙඳ පොළට ඉදිරිපත් කරන නිෂ්පාදිත පිළිබඳ ව නිෂ්පාදකයා තුළ හටගන්නා අලෙවි කළ හැකි සිතුවිල්ල	C - අත්දැකීම්
(4) මිනිස් වුවමනාවක් සපුරාලීම සඳහා පුද්ගලයෙකු සතු දක්ෂතාවක් හෝ හැකියාවක්	D - ක්‍රියාකාරකම්

X තීරුව සහ Y තීරුව සමඟ නිවැරදි ව ගැළපූ විට ලැබෙන පිළිතුර කාණ්ඩය වන්නේ,

- (1) 1C, 2B, 3D, 4 A (2) 1D, 2C, 3B, 4A (3) 1C, 2D, 3A, 4B
- (4) 1C, 2D, 3B, 4A (5) 1D, 2C, 3A, 4B

(.....)

247. “වෙළෙඳ පොළ” යන්න වඩාත් හොඳින් අර්ථ දැක්වෙන ප්‍රකාශය තෝරන්න.

- (1) නිෂ්පාදකයාගේ සිට යම් නිෂ්පාදිතයක් පාරිභෝගිකයා අතට පත් වන ආකාරයක්
- (2) සත්‍ය හා විභව ගනුදෙනුකරුවන්, සැපයුම්කරුවන් හා බෙදාහරින්නන් සම්මුඛ වන ඕනෑ ම අවකාශයක්
- (3) හුවමාරුවකට සම්බන්ධ වන දෙපාර්ශ්වයක් යම් වටිනාකමක් සහිත භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් හුවමාරු කර ගන්නා අවස්ථාවක්
- (4) අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටු කර ගැනීම පිණිස එක් පාර්ශ්වයක් අනික් පාර්ශ්වය සමඟ භාණ්ඩ හා සේවා යම් අගයකට හුවමාරු කර ගන්නා ස්ථානයක්
- (5) අවශ්‍යතා හා වුවමනා තෘප්තිමත් කර ගැනීම පිණිස හුවමාරුවට සම්බන්ධවීමට කැමති හා ක්‍රය ශක්තියක් ඇති සත්‍ය හා විභව ගනුදෙනුකරුවන් සියල්ලන්ගේ ම එකතුවක්

(.....)

248. “Teakfit” ආයතනය නව වසර සඳහා දැවලින් සාදන ලද නවත ම මාදිලියේ දූව භාණ්ඩ නිපදවූයේ “Teakfit” යන (A) සන්නම් නාමයෙනි. නව වසර වෙනුවෙන් ආයතනයෙන් මිල දී ගන්නා දූව භාණ්ඩ සඳහා (B) 10% ක වට්ටමක් මෙන් ම ගෙවීම සඳහා ගෙවීම් කාලයක් ද ලබා දෙන අතර භාණ්ඩ නිවසට ම (C) ප්‍රවාහනය කර දීමට බලාපොරොත්තු වේ. නව ද ඉදිරි සතියේ දී සේල් පැවැත්වෙන බව මහජනයා දැනුවත් කළේ (D) ප්‍රචාරණ ක්‍රමයක් වූ අත් පත්‍රිකා මගිනි.

ඉහත සිද්ධියේ ඉරි ඇඳි පද පිළිවෙළින් අලෙවිකරණ මිශ්‍රයේ කුමන විචල්‍යයන්ට නියෝජනය කරයි ද?

- (1) නිෂ්පාදිතය, බෙදා හැරීම, මිල, ප්‍රවර්ධනය
- (2) ප්‍රවර්ධනය, මිල, බෙදා හැරීම, නිෂ්පාදිතය
- (3) නිෂ්පාදිතය, මිල, බෙදා හැරීම, ප්‍රවර්ධනය
- (4) ප්‍රවර්ධනය, නිෂ්පාදිතය, මිල, බෙදාහැරීම
- (5) බෙදා හැරීම, මිල, ප්‍රවර්ධනය, නිෂ්පාදිතය

(.....)

249. සන්නමයෙහි උච්චාරණය කළ හැකි කොටස,

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| (1) සන්නම් සංකේතය යි. | (2) සන්නම් ලකුණ යි. |
| (3) සන්නම් නාමය යි. | (4) සන්නම් මෝස්තරය යි. |
| (5) සන්නම් ලාංඡනය යි. | |

(.....)

250. අලෙවි කළ හැකි විවිධ නිෂ්පාදිත X තීරුවෙන් ද නිදසුන් Y තීරුවෙන් ද දැක්වේ.

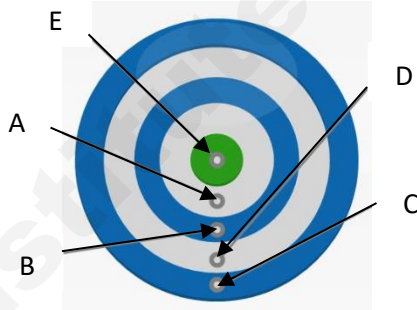
X	Y
1. ස්ථාන	A - මහ බැංකුව
2. තොරතුරු	B - නකල්ස් කඳවැටිය
3. සේවා	C - අන්තර්ජාලය
4. සංවිධාන	D - අධ්‍යාපනය
5. භාණ්ඩ	E - පොත්

ඉහත නිෂ්පාදිත හා නිදසුන් පිළිවෙළින් ගැලපූ විට නිවැරදි පිළිතුර වන්නේ,

- (1) 1B, 2C, 3A, 4D, 5E ය. (2) 1A, 2E, 3D, 4B, 5A ය.
 (3) 1B, 2C, 3D, 4A, 5E ය. (4) 1D, 2E, 3A, 4B, 5C ය.
 (5) 1A, 2C, 3D, 4B, 5E ය.

(.....)

251. එහත රූපයේ දැක්වෙන්නේ නිෂ්පාදිතයක විවිධ මට්ටම් ය.



ඉහත දැක්වෙන නිෂ්පාදිත මට්ටම් වන (1) හර ප්‍රතිලාභ, (2) මූලික නිෂ්පාදිතය, (3) අපේක්ෂිත නිෂ්පාදිතය, (4) වැඩි දියුණු කළ නිෂ්පාදිතය හා (5) විභව නිෂ්පාදිතය වේ. එය පිළිවෙළින් ගලපා ඇති පිළිතුරු කාණ්ඩය තෝරන්න.

- (1) 1A, 2E, 3B, 4D, 5C (2) 1A, 2B, 3C, 4D, 5E
 (3) 1E, 2A, 3C, 4D, 5B (4) 1E, 2A, 3B, 4D, 5C
 (5) 1B, 2A, 3C, 4D, 5E

(.....)

252. සන්නමක් යන්නට වඩාත් නිවැරදි පැහැදිලි කිරීම වන්නේ,

- (1) නිෂ්පාදකයෙකු නව නිෂ්පාදිත තරගකාරී නිෂ්පාදිත වලින් වෙන් කොට හඳුනා ගැනීම සඳහා බුද්ධිමය දේපළ පනත යටතේ ලියාපදිංචි කරන ලද සලකුණකි.
- (2) තරගකාරී නිෂ්පාදිතවලින් වෙන් කොට හඳුනා ගැනීම සඳහා භාණ්ඩයක ඇසුරුමෙහි සඳහන් වන වචනයක් හෝ සංකේතයකි.
- (3) භාණ්ඩ හා සේවා අලෙවි වර්ධනය සඳහා යොදා ගන්නා ප්‍රචාරණ උපක්‍රමයකි.
- (4) යම් නිෂ්පාදිතයක් තරගකාරී නිෂ්පාදන වලින් වෙන් කොට හඳුනා ගැනීම සඳහා භාවිත කළ හැකි දෘශ්‍යමාන ලාංඡනයක් හෝ අක්ෂර කාණ්ඩයක් හෝ එහි සංයෝගයක් වේ.
- (5) නිෂ්පාදකයෙකු තම භාණ්ඩ පහසුවෙන් හඳුනා ගැනීම සඳහා දවටනයෙහි ඇතුළත් කරන සංකේතයක් හෝ සලකුණකි.

(.....)

253. සන්නමක් බුද්ධිමය දේපළ පනත යටතේ ලියාපදිංචි කළ විට එය හඳුන්වන්නේ,

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| (1) වෙළෙඳ ලකුණ ලෙස ය. | (2) සන්නම් නාමය ලෙස ය. |
| (3) සන්නම් ලකුණ ලෙස ය. | (4) සන්නම් සංකේතය ලෙස ය. |
| (5) සන්නම් සංයෝගය ලෙස ය. | |

(.....)

254. පහත සඳහන් වන්නේ සන්නමක් පිළිබඳ ප්‍රකාශ කීපයකි.

- A - කෙටි හා සරල වීම.
- B - ලියාපදිංචි කළ යුතු වීම.
- C - තරගකරුවන්ගේ සන්නම්වලට සමාන වීම.
- D - වෙන් වෙන් වූ සන්නම් භාවිත කිරීම.
- E - උච්චාරණය හා මතක තබා ගැනීම පහසු වීම.
- F - තරගකරුවන්ගේ සන්නම්වලට වඩා වෙනස් විය යුතු වීම.

ඉහත ප්‍රකාශ අතරින් සන්නමක ගුණාංග පමණක් දක්වන්නේ,

- | | |
|------------------|------------------|
| (1) A, B හා C ය. | (2) B, C හා D ය. |
| (3) C, D හා E ය. | (4) D, E හා F ය. |
| (5) A, E හා F ය. | |

(.....)

255. පවුල් සන්නම නිවැරදි ව හැඳින්වෙන ප්‍රකාශය වන්නේ,

- (1) යම් ආයතනයක් විවිධ නිෂ්පාදිත සඳහා වෙන් වෙන් වූ සන්නම් භාවිත කිරීම.
- (2) යම් නිෂ්පාදකයෙකුගෙන් ලබා ගත් භාණ්ඩ සඳහා වෙළෙන්දෙකු විසින් නව සන්නමක් නිර්මාණය කර ගැනීම.
- (3) යම් නිෂ්පාදන ආයතනයක් එක ම සන්නමක් යටතේ භාණ්ඩ පෙළක් වෙළෙඳ පොළට ඉදිරිපත් කිරීම.
- (4) නිෂ්පාදකයෙක් සිය එක ම නිෂ්පාදිතය, ස්වකීය සන්නම යටතේ වෙළෙඳ පොළට ඉදිරිපත් කිරීම.
- (5) විවිධ නිෂ්පාදකයන් විසින් විවිධ සන්නම් යටතේ වෙළෙඳ පොළට භාණ්ඩ ඉදිරිපත් කිරීම.

(.....)

256.



A



B



C



D

ඉහතින් දැක්වෙන්නේ ජාතික සන්නම, පවුල් සන්නම, පෞද්ගලික සන්නම හා භාණ්ඩ සන්නම යන සන්නම් වර්ග 4 සඳහා නිදසුන් ය. එය පිළිවෙලින් ගලපා ඇති පිළිතුර තෝරන්න.

- | | |
|----------------|----------------|
| (1) D, B, C, A | (2) D, A, C, B |
| (3) B, A, C, D | (4) A, D, C, B |
| (5) A, B, C, D | |

(.....)

257. නිෂ්පාදිතයක ඇසුරුම, නිෂ්පාදකයට, වෙළෙන්දාට මෙන් ම පාරිභෝගිකයාට ද ප්‍රයෝජනවත් වේ. එය තහවුරු කෙරෙන කරුණු කීපයක් පහත දැක්වේ.

- A - වෙනත් ප්‍රයෝජන සඳහා භාවිත කළ හැකි වීම.
- B - ආකර්ෂණීය පෙනුමක් ලබා දීම.
- C - තෝරා ගැනීමට.
- D - ගබඩාකරණයට පහසු වීම.
- E - නිෂ්පාදිතය ප්‍රදර්ශනයට ඇති පහසුව.

මේ අතරින් ඇසුරුමකින් වෙළෙන්දාට ඇති ප්‍රයෝජන පමණක් ඇතුළත් වන්නේ,

- (1) A, B ය. (2) A, C ය. (3) B, C ය. (4) C, D ය. (5) D, E ය.

(.....)

258. භාණ්ඩ ප්‍රවාහනය කිරීමේ දී නිෂ්පාදනයේ ස්වභාවය මත බහාලුම් භාවිත කළ ද නිෂ්පාදනයට ආරක්ෂාව සලසා දීම සඳහා නිෂ්පාදකයන් ඇසුරුම් භාවිත කරයි. මෙම ඇසුරුම් හඳුන්වන්නේ,

- (1) ප්‍රාථමික ඇසුරුම් ය. (2) ද්විතීයික ඇසුරුම් ලෙස ය.
- (3) තෘතීයික ඇසුරුම් ලෙස ය. (4) ප්‍රවාහන ඇසුරුම් ලෙස ය.
- (5) තෘතීයික හා ප්‍රවාහන ඇසුරුම් ය.

(.....)

259. ආරක්‍ෂාකාරී ව ගබඩා කළ යුතු හා භාවිත කළ යුතු නිෂ්පාදනයන් පිළිබඳ ව උපදෙස් ඇතුළත් කරනුයේ,

- (1) ප්‍රාථමික ඇසුරුමේ පමණි. (2) ද්විතීයික ඇසුරුමේ පමණි.
- (3) තෘතීයික ඇසුරුමේ පමණි. (4) ප්‍රවාහන ඇසුරුමේ පමණි.
- (5) මේ සියලු ම ඇසුරුම්වල ය.

(.....)

260. පාරිභෝගිකයෙක් නිෂ්පාදනයක් මිල දී ගැනීමේ දී එහි මිල පිළිබඳ ව සිය අවධානය යොමු කරයි. අලෙවිකරණ දෘෂ්ටිකෝණයෙන් ගත් කළ මිල පිළිබඳ නිවැරදි ප්‍රකාශය වන්නේ,

- (1) නිෂ්පාදනයකට මිලක් නියම කිරීමේ දී සලකා බලන සාධකය වන්නේ නිෂ්පාදන පිරිවැය යි.
- (2) භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් ලබා ගැනීමෙන් පාරිභෝගිකයා ලබන තෘප්තිය මිල වේ.
- (3) කිසියම් භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් වෙනුවෙන් ගැනුම්කරුවන් විසින් ගෙවන ලද මුදල්මය අගය යි.
- (4) ව්‍යාපාරයක අපේක්ෂිත පරමාර්ථ ඉටු කර ගැනීමට යොදා ගන්නා මූලික උපකරණය මිල යි.
- (5) භාණ්ඩයක මිලෙහි ඇතුළත් වන්නේ එම භාණ්ඩයේ පිරිවැය හා ලාභය යි.

(.....)

261. “මම නම් මගේ නිෂ්පාදිත ඉදිරිපත් කරන්නේ ඉහළ ම ක්‍රය ශක්තිය තියෙන පාරිභෝගික පිරිසටයි.”

ඉහත සඳහන් වන ප්‍රකාශය ඉදිරිපත් කරන නිෂ්පාදකයාගේ මිල කිරීමේ පරමාර්ථය වන්නේ

- (1) වෙළෙඳ පොළ තුළ රැඳී සිටීම යි. (2) වර්තමාන ලාභ උපරිම කිරීම යි.
- (3) වෙළෙඳ පොළ කොටස උපරිම කිරීම යි. (4) වෙළෙඳ පොළ සාරය උරා ගැනීම යි.
- (5) නිෂ්පාදන ගුණත්ව නායකත්වය යි.

(.....)

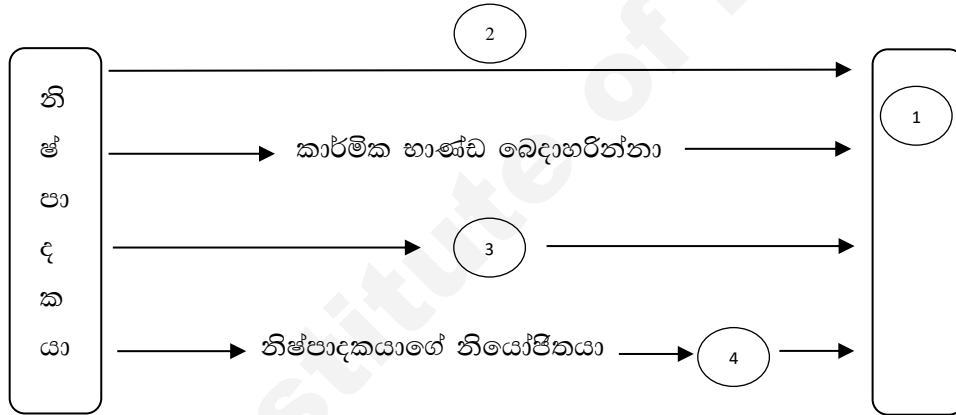
262. පහත දැක්වෙන්නේ නිෂ්පාදිත කීපයකි.

එළවුළු, සහල්, පොල් තෙල්, කිරිපිටි

ඉහත නිෂ්පාදිත පාරිභෝගිකයා අතට පත් කිරීමට සුදුසු ම බෙදා හැරීමේ ක්‍රමය වන්නේ,

- (1) නිෂ්පාදකයා → පාරිභෝගිකයා
- (2) නිෂ්පාදකයා → නියෝජිතයා → පාරිභෝගිකයා
- (3) නිෂ්පාදකයා → තොග වෙළෙන්දා → සිල්ලර වෙළෙන්දා → පාරිභෝගිකයා
- (4) නිෂ්පාදකයා → නියෝජිතයා → සිල්ලර වෙළෙන්දා → පාරිභෝගිකයා
- (5) නිෂ්පාදකයා → නියෝජිතයා → තොග වෙළෙන්දා → සිල්ලර වෙළෙන්දා → පාරිභෝගිකයා
(.....)

263. නිෂ්පාදිත බෙදා හැරීමේ මාර්ග සටහනක් පහත දැක්වේ. එහි පිළිවෙලින් 1, 2, 3, 4 හිස්තැන්වලට අදාළ වචනය/වචන අනුපිළිවෙලින් ඇතුළත් වරණය තෝරන්න.



- (1) පාරිභෝගිකයා / තොග වෙළෙන්දා / නිෂ්පාදකයාගේ නියෝජිතයා / කාර්මික භාණ්ඩ බෙදා හරින්නා
- (2) කාර්මික භාණ්ඩ පාරිභෝගිකයා / කිසිවෙක් නැත / නිෂ්පාදකයාගේ නියෝජිතයා / කාර්මික භාණ්ඩ බෙදා හරින්නා
- (3) පාරිභෝගිකයා / නිෂ්පාදකයාගේ නියෝජිතයා / තොග වෙළෙන්දා / සිල්ලර වෙළෙන්දා
- (4) පාරිභෝගිකයා / තොග වෙළෙන්දා / නියෝජිතයා / සිල්ලර වෙළෙන්දා
- (5) කාර්මික භාණ්ඩ පාවිච්චි කරන්නා / තොග වෙළෙන්දා / නිෂ්පාදකයාගේ නියෝජිතයා / කාර්මික භාණ්ඩ බෙදා හරින්නා

(.....)

264. උචිත බෙදා හැරීමේ මාර්ගයක් තීරණය කිරීමේ දී සලකා බැලිය යුතු කරුණු පමණක් ඇතුළත් වන වරණය වන්නේ,

- (1) භාණ්ඩයේ ස්වභාවය/ වෙළෙඳ පොළේ ස්වභාවය/ ඉල්ලුමේ ස්වභාවය/ තරගකරුවන්ගේ බෙදා හැරීමේ මාර්ග/ නිෂ්පාදකයාගේ ශක්ති
- (2) භාණ්ඩයේ ස්වභාවය/ නිෂ්පාදිත පිරිවැය/ තරගකරුවන් ස්වභාවය/ ඉල්ලුමේ ස්වභාවය/ යොදා ගන්නා මාධ්‍යය
- (3) නිෂ්පාදිත පිරිවැය/ ඉල්ලුමේ ස්වභාවය/ වෙළෙඳ පොළ ප්‍රමාණය/ ගබඩා පහසුකම්/ භාණ්ඩයේ ස්වභාවය
- (4) තරගකරුවන්ගේ බෙදා හැරීමේ මාර්ග/ මූල්‍ය ශක්තිය/ ගබඩා පහසුකම්/ නිෂ්පාදිතයේ ස්වභාවය
- (5) ඉල්ලුමේ ස්වභාවය/ තරගකරුවන් ප්‍රමාණය/ වරකට සැපයිය යුතු ප්‍රමාණය/ පාරිභෝගික භාණ්ඩ ද කාර්මික භාණ්ඩ ද යන වග/ ප්‍රමාණවත් මූල්‍ය පහසුකම් තිබේ ද?

(.....)

265. අලෙවිකරණ මිශ්‍රයට අයත් තොරතුරු පහත දක්වා ඇත.

- | | | | |
|--------------------|----------------|-------------------|--------------|
| A. ගුණත්වය | B. ප්‍රදේශය | C. ආවරණය | D. දීමනා |
| E. වගකීම | F. ප්‍රචාරණය | G. සෘජු අලෙවිකරණය | H. ප්‍රවාහනය |
| I. උැසුරුම | J. අංග | K. තොග | L. ණය |
| | | | කොන්දේසි |
| M. පොද්ගලික අලෙවිය | N. ගෙවීම් කාලය | | |

ඉහත තොරතුරු විචල්‍යයන් යටතේ නිවැරදි ව ඇතුළත් කර ඇති වරණය තෝරන්න.

	නිෂ්පාදිතය	මිල	ස්ථානය	ප්‍රවර්ධනය
(1)	DLNI	ABC	EFGH	JKM
(2)	AEIJ	DLN	BCHK	FGM
(3)	BCIJ	CHK	GLMN	ADF
(4)	CEGH	ABD	IJKM	LFN
(5)	CDEF	GHK	JGNM	ABI

(.....)

266. ව්‍යාපාරිකයන් විසින් තම නිෂ්පාදිත අලෙවිය වැඩි කර ගැනීම සඳහා යොදා ගනු ලබන උපක්‍රම කීපයක් පහත දැක්වේ.

- A - මිල අඩු කිරීම.
- B - කැටලොග් මගින් අලෙවි කිරීම.
- C - ත්‍යාග පිරිනැමීම.
- D - තැපැල් මගින් අලෙවි කිරීම.
- E - අනුග්‍රාහකත්වය ලබා දීම.
- F - සාම්පල් ලබා දීම.

මෙම ක්‍රම අතරින් ප්‍රචර්ධන ක්‍රමයක් ලෙස සෘජු අලෙවිකරණයට පමණක් අදාළ වන්නේ,

- (1) A හා B ය. (2) B හා D ය.
- (3) C හා E ය. (4) D හා F ය.
- (5) G හා E ය.

(.....)

267. සුදුසු මිල කිරීමේ ක්‍රමයක් තීරණය කිරීමේ දී අභ්‍යන්තර සාධක හා බාහිර සාධක ලෙස කොටස් දෙකකි. පහත සාධක අතරින් අභ්‍යන්තර සාධක පමණක් ඇතුළත් පිළිතුරු කාණ්ඩය වන්නේ,

- (1) අපේක්ෂිත ලාභය, ආදේශක භාණ්ඩවල මිල, වෙළෙඳ පොළ ඉල්ලුම
- (2) අදාළ භාණ්ඩයේ පිරිවැය, වෙළෙඳ පොළ ඉල්ලුම, ජීවන වියදම
- (3) අලෙවිකරණ උපාය මාර්ග, අදාළ භාණ්ඩයේ පිරිවැය, අපේක්ෂිත ලාභය
- (4) වෙළෙඳ පොළ ඉල්ලුම, අපේක්ෂිත ලාභය, ජීවන වියදම
- (5) මිල පාලනය, තරගකාරී භාණ්ඩවල මිල, වෙළෙඳ පොළ ඉල්ලුම

(.....)

ප්‍රශ්න සඳහා පිළිතුරු පත්‍රය

ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර	ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර	ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර	ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර	ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර
1	5	46	3	91	2	136	2	181	4
2	1	47	2	92	4	137	2	182	1
3	3	48	3	93	1	138	3	183	4
4	3	49	4	94	1	139	5	184	2
5	2	50	3	95	5	140	5	185	2
6	3	51	5	96	1	141	3	186	2
7	3	52	5	97	3	142	3	187	3
8	4	53	3	98	3	143	2	188	5
9	3	54	1	99	4	144	2	189	1
10	4	55	5	100	3	145	4	190	5
11	2	56	2	101	1	146	3	191	4
12	1	57	4	102	2	147	2	192	3
13	3	58	3	103	1	148	2	193	3
14	1	59	1	104	5	149	5	194	3
15	3	60	1	105	2	150	4	195	2
16	1	61	1	106	5	151	1	196	5
17	3	62	2	107	4	152	4	197	1
18	5	63	2	108	2	153	3	198	1
19	2	64	4	109	2	154	4	199	1
20	3	65	3	110	2	155	4	200	4
21	4	66	2	111	2	156	2	201	1
22	1	67	3	112	3	157	1	202	5
23	5	68	5	113	4	158	2	203	5
24	4	69	2	114	2	159	1	204	4
25	4	70	1	115	1	160	5	205	5
26	4	71	2	116	1	161	2	206	1
27	5	72	5	117	4	162	2	207	5
28	2	73	5	118	5	163	3	208	2
29	4	74	4	119	4	164	2	209	2
30	1	75	3	120	2	165	5	210	4
31	2	76	1	121	3	166	4	211	5
32	1	77	4	122	1	167	2	212	2
33	3	78	3	123	5	168	3	213	3
34	1	79	4	124	5	169	3	214	5
35	1	80	3	125	2	170	5	215	2
36	4	81	4	126	4	171	5	216	5
37	4	82	2	127	2	172	5	217	3
38	1	83	3	128	3	173	5	218	2
39	1	84	3	129	4	174	1	219	4
40	3	85	2	130	3	175	1	220	5
41	2	86	4	131	2	176	5	221	2
42	3	87	3	132	3	177	1	222	4
43	2	88	2	133	4	178	3	223	3
44	2	89	4	134	4	179	4	224	2
45	1	90	5	135	5	180	5	225	4

ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර	ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර	ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර	ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර	ප්‍රශ්න අංකය	පිළිතුර
226	1	251	4	276	3	301	2	326	1
227	5	252	4	277	2	302	5	327	1
228	2	253	1	278	3	303	4	328	2
229	5	254	5	279	5	304	3	329	4
230	5	255	3	280	2	305	3	330	1
231	2	256	5	281	4	306	2	331	3
232	1	257	5	282	3	307	3	332	1
233	2	258	4	283	4	308	5	333	4
234	5	259	5	284	4	309	3	334	1
235	2	260	3	285	2	310	3	335	3
236	3	261	4	286	4	311	5	336	2
237	4	262	3	287	3	312	3	337	5
238	4	263	2	288	1	313	1	338	1
239	3	264	1	289	2	314	1	339	3
240	2	265	2	290	2	315	1	340	3
241	4	266	2	291	4	316	1	341	5
242	4	267	3	292	1	317	4	342	2
243	3	268	3	293	1	318	5	343	1
244	5	269	1	294	5	319	2	344	5
245	2	270	3	295	4	320	3	345	2
246	4	271	5	296	2	321	3	346	3
247	5	272	3	297	3	322	2	347	3
248	3	273	4	298	3	323	2	348	2
249	3	274	5	299	2	324	3	349	1
250	3	275	1	300	4	325	4	350	3



A/L NOTE BOOK

All about AL Notes ready for GCE AL Examination

DOWNLOAD

Notes

Short Notes

Unit Test Papers

Term Test Papers

From



www.ALNoteBook.com

Your Ultimate Resource for GCE A/L Notes and Study Guides

“The A/L notebook website is a dedicated online platform designed to provide comprehensive study materials and notes specifically tailored for students preparing for the General Certificate of Education Advanced Level (GCE A/L) examinations for free. The website offers a wide range of resources, including detailed subject notes, past exam papers, practice questions, and study guides. These materials cover various subjects and are curated by experienced educators to ensure they align with the curriculum and exam requirements.”