

අලෙවිකරණය.

- ❖ අලෙවිකරණය සියලු අවශ්‍යතා හා වුවමනා තෘප්තිමත් කිරීම සඳහා වටිනාකමින් යුත් නිශ්පාදිත නිර්මාණය කිරීමේ හා පිළිගැන්වීමේ ක්‍රියාවලියයි.
- ❖ අලෙවිකරණ කාර්යයන් ලෙස, භාණ්ඩ හා සේවා නිර්මාණය කිරීම, නිශ්පාදිත භාණ්ඩ පාරිභෝගිකයන් වෙත හඳුන්වා දීම, සාධාරණ මිලක් නියම කිරීම හා භාණ්ඩ අලෙවියෙන් පසු පාරිභෝගිකයන්ට අවශ්‍ය සේවා සැපයීම යන කරුණු දැක්විය හැක.
- ❖ ව්‍යාපාර සඳහා අලෙවිකරණයේ වැදගත්කම ලෙස ආයතනයේ සාර්ථකත්වය රඳවා ගැනීමට, ලාභ ලැබීම අඛණ්ඩව පවත්වාගෙන යාමට, තරඟකාරීත්වයට සාර්ථකව මුහුණදීමට, වෙළඳපොළ කොටස පුළුල් කර ගැනීමට කරුණු දැක්විය හැක.
- ❖ ගැනුම්කරුවන් හා විකුණුම්කරුවන් හමුවන හෝ සම්බන්ධ වන ඕනෑම ක්‍රියාවලියක් වෙළඳපොළක් වේ.
- ❖ ඉලක්ක වෙළඳපොළක් සඳහා තෝරා ගැනීමේදී වෙළඳපොළක සිටින සියලුම පාරිභෝගික වුවමනා සපුරාලීමට අලෙවිකරුවන්ට හැකියාවක් නොමැත. එම නිසා ව්‍යාපාරයක් සමස්ථ වෙළඳපොළෙහි සිටින පාරිභෝගිකයන් අතරින් තමන්ට වඩාත් හොඳින් තෘප්තිමත් කළ හැකි පාරිභෝගික කොටස තෝරා ගත යුතුය. .
- ❖ අලෙවිකරණ මිශ්‍රය යනු ඉලක්ක වෙළඳපොළෙහි ව්‍යාපාරයේ අලෙවිකරණ පරමාර්ථ ඉටුකර ගැනීම සඳහා උපයෝගී කර ගන්නා විචල්‍යයන් සමූහයයි. එය 4PS ලෙසද හඳුන්වයි.

Product	නිශ්පාදිතය
Price	මිල
Place	ස්ථානය
Promotion	ප්‍රවර්ධනය

- ❖ නිශ්පාදිතය ලෙස මිනිස් අවශ්‍යතා හා වුවමනා ඉටු කර ගැනීම සඳහා වෙළඳපොළට ඉදිරිපත් කරන ඕනෑම දෙයක් හැඳින්විය හැකි වේ. එහිදී භාණ්ඩ හා සේවා මූලික වේ.
- ❖ යම්කිසි භාණ්ඩයක් හෝ සේවාවක් සැපයීම වෙනුවෙන් අය කිරීමට අපේක්ෂා කරන එකඟ වූ වටිනාකම මිල ලෙස හැඳින් වේ.

- ❖ පාරිභෝගිකයන්ට අවශ්‍ය භාණ්ඩ හා සේවා ලබා දීම හා සම්බන්ධ කටයුතු ස්ථානය ලෙස හඳුන්වයි. මෙය බෙදාහැරීම ලෙසද හඳුන්වයි.

සෘජු බෙදාහැරීම

නිශ්පාදකයා - පාරිභෝගිකයා

අතරමැදියන් මගින් බෙදාහැරීම

නිශ්පාදකයා - තොග වෙළෙඳුන්දා - සිල්ලර වෙළෙඳුන්දා - පාරිභෝගිකයා

නිශ්පාදකයා - අතරමැදියන් / නියෝජිතයන් - පාරිභෝගිකයා

- ❖ ව්‍යාපාරයක් විසින් තම අලෙවිය වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා භාවිත කරන නොයෙකුත් උපක්‍රම ප්‍රවර්ධනය නම් වේ.