

01 JAN 7
Eastern University

EASTERN UNIVERSITY, SRI LANKA
FACULTY OF COMMERCE AND MANAGEMENT
SECOND YEAR /FIRST SEMESTER EXAMINATION IN BBA/COM
2002/03 (JUNE/JULY- 2003)
MGT-2014 MARKETING MANAGEMENT

எல்லா வினாக்களுக்கும் விடை அளிக்குக.

நேரம்:- 03 மணித்தியாலம்

Q1

கொழும்பு ஜெய்சீஸ், நிறுவனம்

சந்தைப்படுத்தல் எப்போதும் ஆச்சரியம் நிறைந்த ஒன்றாகும். பிரபல்யமும், பொழுதுபோக்கு மிக்கதுமான ஒரு தொழில்சார் உதைபந்தாட்டத் துறையில் கூட; கொழும்பு ஜெய்சீஸ்சின் பசுந்தோல் போர்த்த உதைப்பந்தாட்டையே கதியாக கொண்டவரான ஜெய்சீஸ்க்கும், Kandy Dodgers இன் முகாமையாளரான எட்வேட் குணதாசவிற்கும், இடையில் பிணக்குகளை தீர்ப்பதோடும் தொடர்புபட்டுள்ளது.

டேவிற் தயாளன் ஒருபோதுமே சலிப்படைபாமைக்கு இதுவும் ஒரு காரணமாகும். “நான் வியாபார வணிகக்கல்வியை நிறைவு செய்தபோது பாரிய கடதாசிப் பொருள் கம்பனியில் சந்தைப்படுத்தல் ஆய்வு அல்லது கொழும்பு ஜெய்சீஸ்சினை சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவற்றில் ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டிய நிலைக்குத்தள்ளப்பட்டேன்” என கொழும்பு ஜெய்சீஸ்சின் நிறைவேற்று உதவித் தலைவரான தயாளன் தெரிவித்தார். “மேலும் இது ஒரு உண்மையான தீர்மானமாக இருந்திருக்கவில்லை ஏனெனில் என்றோ ஒருநாள், வேறுபட்ட வகையிலும் ஊக்கமுட்டக்கூடிய அடிப்படையில் அத்தொழிலில் இருக்கப்போவதில்லை எனவும் அவர் தெரிவித்தார்”.

நிறுவனம்

விளையாட்டுத் துறையில் உள்ள ஏனைய குழுக்களைப்போலவே, பல வருடங்களுக்கு மேலாக ஜெய்சீஸ் அணி பல ஏற்ற இறக்கங்களைக் கண்டிருந்தது. ஆனால் அவ் அணிக்கு சிறப்பான உதைபந்தாட்டத்திற்கான சில விருதுகள் அளிக்கப்பட்டிருந்தது. 1994, 1995, 1996, 1997, 1999 மற்றும் 2002 ஆகிய வருடங்களில் மாகாணப் பிரிவுகளிலும்; 1997, 2000 மற்றும் 2002ம் ஆண்டுகளில் தேசியப் போட்டிகளிலும்; 1997இல் சார்க் (SAARC) தொடரிலும் விருதுகள் பெற்றுக்கொண்டது. இவ் அணியானது புதிதாக நிர்மாணிக்கப்பட்டதும், கொழும்பு Eagles Rugby அணி

பயன்படுத்திக்கொண்டிருப்பதுமான Veterans விளையாட்டு அரங்கிற்கு 2001இல் தனது செயற்றிட்டத்தினை நகர்ந்திருந்தது.

“நாங்கள் சமூகத்திற்கு சேவையாற்றும் ஒரு தனியார் வியாபாரம்.” எனவும் “எது செலவுகளைச் சமாளிப்பதற்கு மேலாக அதிகளவு வருமானம் பெறுவதை நாம் உறுதிப்படுத்தவேண்டும்” எனவும் டேவிற்தயாளன் குறிப்பிட்டார். அவர் பல முக்கியமான வருமான மூலங்களை அடையாளம் கண்டு அவற்றின் வருடாந்த நூற்றுவீதங்களையும் அண்ணளவாகத் தருகின்றார்(பின்வரும் அட்டவணையைப் பாரக்கவும்.)

வருமான மூலங்கள்	அண்ணளவாக நூற்றுவீதத்தில்
1. பற்றுச்சீட்டு விற்பனை (home and away games)	40
2. தேசிய ஊடகம் (Network T.V and radio)	20
3. உள்ளூர் ஊடகம் (over-the-air TV, pay TV, radio)	25
4. விளம்பரம் (in-stadium, publications co-sponsorship promotions)	10
5. சலுகை தள்ளுபடி (food, souvenirs)	5
மொத்தம்	100

இவ்வருமானங்களுக்கு எதிரான மீதி ஆனது பிரதானமாக விளையாட்டு வீரர்களுக்கான சம்பளம் (வருடாந்தம் பல ஆயிரத்துக்கு மேல்) மற்றும் ஐம்பதுக்கு மேற்பட்ட முழுநேர ஊழியர்களுக்கான சம்பளத்தை செலவாகக் கொண்டுள்ளது. ஏனைய செலவுகளாக, 20 தொடக்கம் 40 பேர் வரையிலான புதிய விளையாட்டு வீரர்களைத் தேடுதலும் பயிற்சியளித்தல் தொடர்பான வருடாந்த செலவு, ஆறு சிறிய கழகங்களை பராமரித்தல் தொடர்பான செயற்பாட்டு செலவு, ஜெய்சீஸ்சின் 81 உள்ள விளையாட்டுகளுக்கான Veterans விளையாட்டரங்கிற்கான வாடகை மற்றும் செயற்பாட்டு செலவுகளை(ஒரு விளையாட்டுக்கான ஊழியப்படை 400 நபர்கள்) உள்ளடக்குகின்றது.

பிரச்சினை

ஜெய்சீஸ்சின் வருமானம் வருடாந்தம் ஜெய்சீஸ்சின் உள்ளக விளையாட்டுக்களுக்கும் வருகைதரும் இரண்டு மில்லியனுக்கு மேலான பார்வையாளர்களின் எண்ணிக்கையிலேயே தங்கியுள்ளது. ஆனால் பாரம்பரிய சந்தைப்படுத்தல் முயற்சிகளும் மேம்படுத்தல்களும் நிரந்தரமான பொருட்களிற்கு அனுசரணையாவது

போல இங்கு சிறப்பாக துணைபுரிவதில்லை. “விளையாட்டுச் சந்தைப்படுத்தலில் (Sports marketing) எதை உம்மால் சொல்ல முடியும் என்பதை சரியாக உம்மால் உறுதிப்படுத்த முடியாது” என தயாளன் வர்ணிக்கிறார். “ஒரு கொடிகட்டிப்பறக்கும் கழகத்தின் வெற்றியை அறுதியிட்டுக் கூறும் போது உண்மை நிலைமை முற்றுமுழுதாக மாறுபட்டதாக காணப்படலாம்.”

விசேட நிகழ்வுகளுக்கான மேம்படுத்தல்கள் பார்வையாளர்களின் வரவை மேம்படுத்துவதுடன் பாரிய உடைபந்தாட்டப் போட்டியை இதுவரை பார்வையிட வராதவர்களைக்கூட முதல் தரம் வருவிக்கச் செய்கின்றது. “எமது விசேட மேம்படுத்தல்கள் இரண்டு வகைப்படுத்தலுக்குள் உள்ளடக்கப்படுகின்றன: மேம்படுத்தல் அல்லது கூடுதல் பரிசு நாட்கள் மற்றும் நிகழ்வு நாட்கள்” என ஜெய்சீஸ்சின் உதவி சந்தைப்படுத்தல் இயக்குநரான றொகான் சமரசேகர விளக்குகிறார். பரிசு நாட்கள், இலவச பரிசுகளுடன் சம்பந்தப்பட்டது அதாவது தொப்பிகள், மேலங்கிகள் போன்றவற்றை உள்ளடக்கும். நிகழ்வு நாள் அம்சங்களாக படக்காட்சி இரவு வாணவேட்கைகள் மற்றும் புராநன விளையாட்டுக்கள் போன்றவற்றை உள்ளடக்குகின்றது. உள்ளூர் மற்றும் தேசிய வியாபார நிறுவனங்கள் பரிசு நாட்களில் தமது பெயர்களை வியாபாரப் பொருட்களின்மீது பதிப்பிதன் மூலம் அடிக்கடி ஜெய்சீஸ்க்கு அனுசரணை வழங்கின.

சில விசேட நிகழ்வு நாட்கள், சமரசேகர நம்பியிருந்ததற்கு மேலாக மிகவும் “சிறப்பாக” காணப்பட்டது. அதில் ஒன்று தீக்கோழி பந்தயமாகும். பார்வையாளர் முன்பாக தீக்கோழிகள் அவற்றின் வண்டிகளை இழுத்துச் செல்லும்போது ஏற்பட்ட திகிலால் ஜெய்சீயின் ஒலிபரப்பாளர்கள் பயமுற்று முன்வரிசையில் இருந்து எழுந்து நின்றார்கள்.

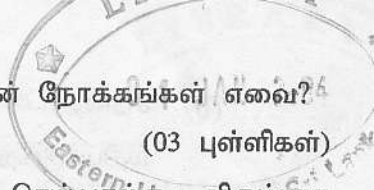
விசேட நிகழ்வுகளுக்கான மேம்படுத்தல் மற்றும் விளம்பர திட்டமிடல்கள் முன்னைய பருவகாலத்தின் யூலை அல்லது ஓகஸ்ட் மாதத்தில் ஆரம்பமாகியிருந்தது. வழமையான பருவகாலம் ஆரம்பிப்பதற்கு முன்பு, பெப்ரவரி, மார்ச் மற்றும் ஏப்ரல் மாதங்களிலேயே ஜெய்சீயின் வீரர்கள் விளம்பரப்படுத்தல், பகிரங்கப்படுத்தல் மற்றும் நுழைவுச் சீட்டு விற்பனை ஆகியவற்றில் ஈடுபட்டிருந்தனர். இது 1998இல் கொழும்பு பார்வையாளர்கள் மீதான எல்லை மீறிய அபிமானத்தை பிரதிபலித்தது. தோழமை மிக்க பசுந்தோல் போர்த்திய மிருகங்கள் ஜெய்சீயின் உள்ளக விளையாட்டுக்களில் காணப்பட்டன. அவ்விளையாட்டுக்கள் அவ்வருடம், பல பொதுசன உறவுமுறைத் தோற்றங்களை ஏற்படுத்தின.

ஒரு பாரிய கூட்டுறவு மிக்க விளையாட்டுக்கழகம் அச்சமுகத்தின் ஒரு விசேட பரிமாணமாகும். ஜெய்சீஸ்சின் சந்தைப்படுத்தல் இயக்குநர், ஜெயம் மனோகரன் விமர்சிக்கிறார்: “ஒரு சமுகத்தின் கீழ்மட்டத்தின் தாக்கமானது, சமுகத்திலேயே பிரதிபலிக்கின்றது. உங்கள் சமுகத்திற்காக என்ன செய்தீர்கள் என்பதும் அச்சமுகத்திற்கு உங்களால் எதை வழங்கமுடியும் என்பதிலேயே சமுகத்தில் இருந்து எதை நீங்கள் பெற முடியும் என்பது தங்கியுள்ளது.”

வினாக்கள்

- (01) ஜெய்சீஸ்சினால் சந்தைப்படுத்தப்படும் “பொருள்” என்ன? எவ்வாறான கவன ஈர்ப்பு ஜெய்சீஸ்சினால் பயன்படுத்தப்படுகின்றது? (04 புள்ளிகள்)
- (02) எவ்வாறு “கொழும்பு ஜெய்சீஸ்சின் சந்தைப்படுத்தல்”, நுகர்வுப் பொருட்களான காலை உணவு அல்லது கேக் கலவை போன்ற பொருட்களின் சந்தைப்படுத்தலிலிருந்து வேறுபடுகின்றது? (07 புள்ளிகள்)
- (03) மேம்படுத்தல் கலவையிலுள்ள எல்லா கூறுகளையும் கருத்தில் கொள்க (விளம்பரம், தனிநபர் விற்பனை, விற்பனை மேம்படுத்தல் மற்றும் பகிரங்கப்படுத்தல்) இவற்றில் குறிப்பாக எவ் மேம்படுத்தல் நடவடிக்கைகளை ஜெய்சீஸ்சின் பயன்படுத்த வேண்டும்? பருவகாலங்களில் எவை? பருவமற்ற காலங்களில் எவை? (07 புள்ளிகள்)
- (04) எவ்வகையான விசேட மேம்படுத்தல்கள் மற்றும் விசேட நிகழ்வுகளை துண்டங்களின் இலக்குப்படுத்தல் மீதான கவனயீர்ப்பை அதிகரிப்பதற்கு பயன்படுத்தமுடியும்? இதற்குப் பின்வரும் துண்டங்களை அடிப்படையாகக் கொள்க:
- (a) வயது (14 வயதுக்குக் கீழ் எதிர் 15 வயதுக்கு மேல்)
- (b) பால் (ஆண்பால் எதிர் பெண்பால்)
- (c) உதைபந்தாட்டப் பார்வையாளர்கள் எதிர் இதுவரைக்கும் உதைபந்தாட்டத்தைப் பார்வையிடாதோர்?

(10 புள்ளிகள்)



- (a) வெற்றிகரமான சந்தைப்படுத்தல் தொழிற்பாடு ஒன்றின் நோக்கங்கள் எவை? (03 புள்ளிகள்)
 - (b) “சந்தைப்படுத்துநர்கள், நுகர்வோர் கொள்வனவு செய்வதற்கு விரும்பாத பொருட்களையும் கொள்வனவு செய்யத் தூண்டுகின்றனர்?” இக்கூற்றுடன் நீர் உடன்படுகிறீரா? உமது விடையை உதாரணங்களுடன் விளக்குக. (08 புள்ளிகள்)
 - (c) “அரசியல் சூழலில் ஏற்படும் அபிவிருத்திகளால் சந்தைப்படுத்தல் தீர்மானங்கள் மிகவும் வெகுவாகப் பாதிக்கப்படுகின்றன”. இலங்கையின் தற்போதைய அரசியல் சூழலானது சந்தைப்படுத்தல் வாய்ப்புக்களை தூண்டுவதில் எவ்வாறு செல்வாக்கு செலுத்துகின்றது என்பதை விளக்குக. (07 புள்ளிகள்)
- (மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)

- (a) நிறுவனக் கொள்வனவு தீர்மானம் எடுத்தல் செய்முறையின் பிரதான படிமுறைகள் என்பதனால் நீர் கருதுவது யாது? இது நுகர்வோர் கொள்வனவுத் தீர்மான செய்முறையோடு ஏதாவது ஒருமைப்பாடுகளைக் கொண்டுள்ளதாக நீர் கருதுகின்றீரா? விளக்குக. (07 புள்ளிகள்)
 - (b) எவ்வாறு ஒரு முகாமையானது, வாடிக்கையாளர் விருப்பத்தில் ஏற்படும் மாற்றம், புதிய போட்டியாளர்களின் முன்முனைவுகள் விநியோக வழிமுறைகளில் ஏற்படும் மாற்றம் மற்றும் ஏனைய விடயங்கள் பற்றி அறிந்துகொள்ள முடியும்? உமது வாதத்தை சந்தைப்படுத்தல் தகவல் முறைமையை அடிப்படையாகக் கொண்டு விளக்குக. (06 புள்ளிகள்)
 - (c) சில்லறை விற்பனையாளர்கள், நுகர்வோர் மற்றும் உற்பத்தியாளர்களின் கண்ணோட்டத்தில், வியாபார பெயரிடலின் நன்மைகளை விபரிக்குக. அத்துடன் வியாபாரக் குறிச் சமனிலையின் (Brand equity) போட்டி நன்மைகள் மூன்றைக்குறிப்பிடுக? (05 புள்ளிகள்)
- (மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)

- (a) வினைத்திறனான சந்தைத் துண்டமாக்கலுக்கான தகுதிவிதிகளை அடையாளம் காண்டு இது சிறிய நிறுவனங்களுக்கு மட்டும் பொருந்தக்கூடிய ஒரு தந்திரோபாயமாக மட்டும் இருக்கின்றதா அல்லது இல்லையா என்பதுபற்றிக் கலந்துரையாடுக. (07 புள்ளிகள்)

(b) சந்தைத் துண்டடமாக்கலின் கட்டமைப்புக் கவர்ச்சித் தன்மையை மதிப்பிடுவதற்கு நீர் எவ்வாறு Porter இன் ஐந்து சக்திகள் மாதிரியை பயன்படுத்துவீர் என விளக்குக?

(06 புள்ளிகள்)

(c) விநியோக வழிமுறையொன்றின் விளைத்திறனை மதிப்பீடு செய்வதற்கு நீர் பயன்படுத்தக்கூடிய தகுதிவிதிகள் எவை? உமது விடையை உதாரணத்துடன் பரிசீலிக்குக.

(05 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)

Q5 (a) “கொள்வனவுச் செய்முறைகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை விளங்கிக் கொள்ளல் போன்றவை ஒரு விளைத்திறனான சந்தைப்படுத்தல் தந்திரோபாயங்களைக் கட்டியெழுப்புவதற்கு மிகவும் அவசியமானவை” விளக்குக.

(08 புள்ளிகள்)

(b) புதிய பொருள் ஒன்றுக்கான விலையைத் தீர்மானிக்கும்போது கருத்தில் கொள்ள வேண்டிய காரணிகள் எவை?

(05 புள்ளிகள்)

(c) “திருப்தியடைந்த வாடிக்கையாளர்களாலேயே சிறப்பான விளம்பரம் மேற்கொள்ளப்படும்” இக்கூற்றை மதிப்பிடுக.

(05 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)