EASTERN UNIVERSITY, SRI LANKA

Faculty of Commerce and Management

Part III Examination in Bachelor of Business Administration -2001/2002

(Proper/Repeat) External Degree Programme

LIBRARY
02 JUN 2008
Eastern University, Sri Lanka.

BBA 403 Strategic Management

முதலாம் வினா உட்பட ஐந்து வினாக்களுக்கு விடையளிக்குக.

நேரம் : 03 மணித்தியாலங்கள்

Q1. ஆய்வு விடயம்

Nokia – தளம்பலான சந்தையில் முன்னணி வாய்ந்த நிறுவனம்

பொருளியலாளர்களால் 2002 நவம்பர் மாதம் Nokia, எதிர் Microsoft பற்றி வெளியிடப்பட்ட ஓர் விசேட அறிக்கை: 400 மில்லியன் தொலைபேசிகள் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன (10% ஆனவை நடமாடும் புகைப்படக் கருவியுடன் வடிவமைக்கப்பட்டவையாகும்), தற்போது ஒரு பில்லியனுக்கும் அதிகமான நடமாடும் தொலைபேசிப் பாவணையாளர்கள் காணப்படுகின்றனர். நிலையான இணைப்புத் தொலைபேசியை விட கூடியளவு நடமாடும் தொலைபேசிகள் காணப்படுகின்றது. மேலும் இணையம் இணைக்கப்பட்ட கணனிகளின் எண்ணிக்கையை இணையம் இணைக்கப்பட்ட தொலைபேசிகளின் எண்ணிக்கை பின்தள்ளியுள்ளது. 10 வருடங்களின் முன்பு கணனிகள் கொண்டிருந்த ஆற்றல்களை அதாவது நிறத்திரைகள், புகைப்படக்கருவிகள், மற்றும் downlodable games போன்ற வசதிகளை இன்றைய நவீன தொலைபேசிகள் கொண்டு காணப்படுகின்றன. இதுவரைக்கும் பிரச்சனையாக இருந்த 3G தொழினுட்ப மாற்றமானது நடமாடும் ரெலிகொம் கைத்தொழிலில் குழப்பத்தை விளைவித்திருந்தது.

- இரட்டை எண்களின் வளர்ச்சியிலான ஒரு தசாப்தங்களை அண்டிய வகையில் handsets இனுடைய சந்தையானது தெவிட்டல் (saturated) நிலையை அடைந்திருந்தது. சனத்தொகையில் 70% ஐரோப்பியர்களும் 50% அமெரிக்கர்களும் தற்போது கையடக்கத் தொலைபேசிகளை சொந்தமாக வைத்திருக்கின்றனர்.
- Voice call இன் வருமானங்கள் மட்டமான நிலையை அடைந்தன. எனவே நிறுவனங்கள் தமது வருமானத்தை அதிகரிப்பதற்காக புதிய சேவைகளை அதாவது புகைப்படச் செய்திகள், விளையாட்டுக்கள் மற்றும் அமைவிடத்தின் அடிப்படையிலான தகவல்களை நோக்குகின்றன.

- ❖ Wireless Application Protocol (WAP), a cut – down, Simple Application of the web என்பன பாவணையாளர்களது ஈடுபாட்டையும் அவர்களது வருமான உருவாக்கத்தையும் தோல்வியுறச் செய்திருந்தது.
- ❖ 3G சேவைகள் எல்லா இடங்களிலும் தாமதமாகியுள்ள போதிலும் ஐரோப்பாவில் மட்டும் அது சீராகக் காணப்பட்டது.

எனவே சிக்கலானதும் தளம்பலானதுமான இக் கைத்தொழில் துறையின் முக்கிய பங்காளிகள் யார்?

Nokia, Motorola, Siemens, Sony, Ericsson & Samsung என்பன சுமாராக 80% ஆன தொலைபேசிகளைக் கொண்டுள்ளன. இவை மேலும் Symbian மென்பொருளுடன் கூட்டுமுயற்சியை ஏற்படுத்தியுள்ளது, இவற்றுக்கு ஏற்புடையதான புதியன புகுதலுக்கு திறந்ததும் நெகிழ்ச்சித் தன்மையுடையதுமான நியமங்கள் வழிவகுக்கின்றன. இங்கு வேறு சில கூட்டிணைப்பாளர்கள் அதாவது Mobile Processor Interface Alliances & the Digital Home Working Group என்பன மேலும் சீரான சிறந்த பாவணையை உயர்வடையச் செய்திருந்தன. நடமாடும் தொலைபேசியை இயக்குபவர்கள், (Vodaphone, Orange, T–Mobile & O2 in the United Kingdom) வாடிக்கையாளர்களுக்கும் Handsets makers க்கும், தொலைபேசியின் பாகங்களை வழங்குபவர்களுக்கும் இடையே முக்கிய நபராகத் தொழிற்படுகின்றனர். (இவற்றுள் சில 3G அனுமதிப் பத்திரங்களுக்கு பில்லியன் அளவில் செலுத்திய பின்பு பாரிய அளவிலான கடன் சுமையைக் கொண்டுள்ளன.)

3G இன் வெற்றியானது தொலைபேசிப் பாகங்களின் விற்பனை, சேவைகளுக்கான வழிகளைக் கண்டறிவதில் தங்கியுள்ளது. ஊடக நிறுவனங்களும், வங்கிகளும் Mobile Virtual Network Operators (MVNOs) ஆக சந்தையில் நுழைந்து கொள்ள முடியும். Bsky B, Vodaphonen & 3 ஆகியன Premier காற்பந்தாட்ட போட்டிகளுக்கான 90 நிமிடக் காட்சியை ஒலிபரப்புவதற்கான உத்தரவுளைப் பெறக்காத்திருக்கின்றன. (*Times, 6 Augst 2003*)

ஆயினும் 3G கூட ஜப்பானிய, கொரிய உற்பத்தியாளர்கள் ஐரோப்பாவிற்குள் நுழைவதற்கும், ஐரோப்பியர்கள் ஜப்பானுக்குள் நுழைவதற்கும் ஓர் வாய்பாக உள்ளது. Ericsson ஆனது Sony, Toshiba உடனும் Siemens உடனும் ஒன்றிணைகின்றது. Koreவிலும் Americaவிலும் Samsung ஏற்கனவே செல்வாக்குப் பெற்றிருந்ததோடு நம்பகரமானதும் இலகுவாகப் பயன்படுத்தக் கூடியதுமான தொலைபேசிகளை உற்பத்தி செய்வதனை அதன் போக்குகள் பற்றிய அறிக்கை காட்டுகின்றது. UKஇன் High street phones 4U ஆனது சந்தையில் முன்னணி வாய்ந்த

நிறுவனமாக வருவதற்காகவும் Carphones, Wharehouse போன்ற போட்டியாளர்களுக்காகவும் High street விலைப் போரை ஆரம்பித்திருக்கின்றது. (*Times, 4 Augst 2003*)

LIBRARY 02 JUN 2008 Eastern University, Sri Lanka

நடமாடும் தொலைபேசிச் சந்தையில் Nokia ஓர் பிரதான பங்காளியாகும். உலக சந்தையில் இதன் பங்கு 2002இல் 36% ஆக இருந்து 2003இல் 39% ஆக அதிகரித்துள்ளது (ஐரோப்பாவில் 50% ஆகும்). அது தனக்கு மிகவும் நெருங்கிய மூன்று போட்டியாளர்களையும் ஒன்றிணைந்த வகையில் இது வெளியேற்றியது. இதன் தற்போதைய ஆண்டு விற்பனை 130 நாடுகளில் 30 பில்லியன் US$, ஒவ்வொரு வினாடியும் 5 தொலைபேசிகள் விற்பனை செய்யப்படுகின்றன. இது Radio தொழில்நுட்பம், Digital Singnal Processing, மின்னியல் உற்பத்திகள், Software Platforms & கட்டட நிர்மாணக்கலை என்பனவற்றில் மூல இயலுமையை (Core Competencies) அடைந்துள்ளது. பொருளியலாலர்களின் கருத்துப்படி, Microsoft Windowsக்கு இணையாக Nokia's தொடர் 60 மென்பொருள் என்னும் நடமாடும் தொலைபேசியாக தற்போது வரை தோன்றியுள்ளது. கம்பனியின் போக்குகள் பற்றிய அறிக்கையில் புதிய வடிவமைப்பானது User Changeable Handsets Covers, Scroll – Down text bars & உறுதிப்படுத்தப்பட்ட எழுத்துருவிலான தகவல்கள் என்பனவற்றை உள்ளடக்கியுள்ளது. இது 34 தொலைபேசிகளை 2002இல் அறிமுகப்படுத்தியதுடன் 2003 இலும் இதே அளவான தொலைபேசிகளை உற்பத்தி செய்ய ஓர் ஆரம்பமாக இருந்தது. ஆய்வும் அபிவிருத்தியும் என்பதன் கீழ் 40% ஆன தொழிலாளர்கள் ஈடுபட்டு இருந்தனர், இதன் மூலம் 2002இல் 10% நிலையான விற்பனையையும், US$ 3 பில்லியன் வருடாந்த செலவையும் உண்டுபண்ணும்.

1999ம் ஆண்டில் இருந்து உலகில் முன்னணி வகிக்கின்ற நடமாடும் தொடர்பாடலின் வடிவமைப்பு இல்லாமாக Nokia தன்னை வெளிப்படுத்தியது, இது 1999இல் நடந்த Paris Fashion Weekஇல் 8210 எனும் வடிவத்தை அறிமுகம் செய்தது. இதனை ஊடகத்தின் ஊடாக கலாசார artefacts and icons ஆக தனது தொலைபேசியினை விபரித்தது. நுகர்வோரது கணிப்பீட்டின்படி Nokia ஆனது ஏனைய நடமாடும் தொலைபேசிப் பண்டக்குறியைவிட அதிகமாகவுள்ளது என ஆய்வுகள் காட்டுகின்றன. இதன் வாடிக்கையாளர்கள் ஏனைய நடமாடும் தொலைபேசி இயக்குனர்களைவிட Nokia வில் அதிக நம்பிக்கையைக் கொண்டுள்ளதோடு மேலும் 2002இல் US$30 மில்லியன் மதிப்புமிக்க, உலகில் 6வது இடத்தில் மிகவும் பெறுமதிமிக்க பண்டக்குறியாக Nokia வானது இருந்தது. Nokia கழகமானது தனது வாடிக்கையாளர்களுடன் மிகவும் நெருங்கிய தொடர்பினைக் கொண்டிருப்பதுடன்

தொலைபேசி இயக்குனர் மூலமாக அல்லது சில்லறை வியாபாரி மூலமாக வழங்கப்படக்கூடிய கூறுகளையும் உதிரிப்பாகங்களையும் விற்பனை செய்வதை சாத்தியமாக்கியது.

இக் கம்பனியானது Nokia நடமாடும் தொலைபேசி, Nokia வலையமைப்பு, Nokia முயற்சியாளர் நிறுவனம் (பிளவுபடாத தொழில்நுட்பம்), புதிய வியாபார மாதிரிகள், முயற்சியாளர்களுடனான உறுதிப்படுத்தல்கள் போன்றவற்றை நோக்கும் உள்ளக மற்றும் வெளிநாட்டுக் குழுக்கள் இதனுள் உள்ளடங்கும். மற்றும் Nokia ஆய்வு மையம் சார்பாக தட்டையானதும் படிமுறையமைப்பற்ற கட்டமைப்பினை கொண்டுள்ளது. மேலும் நடமாடும் தொலைபேசி வியாபாரமானது சுமராக 9 வியாபாரத் துண்டங்களாகப் பிரிக்கப்பட்டுள்ளது. இதில் ஒன்று CDMA வலையமைப்பு சார்பான நோக்கத்தையும் முன்னேற்றும் சந்தையை நோக்காகக் கொண்டும் புதிய பொருட் தொகுதி உள்நுழைவையும் கற்பனைக் குழுவானது புகைப்படத் தொலைப்பேசி உற்பத்திகளையும், விளையாட்டு மற்றும் பொழுதுபோக்குக் கொண்ட குழுக்களும் (responsible for the N-gage game mechine) வியாபாரப் பகுதிக் குழுவையும் (புதிய தொலைபேசிகளுக்கும், நடமாடும் இலத்திரனியல், தகவல் அனுப்பும் இயற்திரங்கள் என்பனவற்றிற்கு பொறுப்பாகவும்) உள்ளடக்கியுள்ளது.

Jorma Olla எனும் நிறுவனம் தனது மிகவும் நெருங்கிய நான்கு சகாக்களுடன் 1985, 1990 வரையும் இலாபம், வளர்ச்சித் தந்திரோபாயம் சார்பாக முன்னணியில் உள்ளது. ஏறக்குறைய ஒவ்வொரு வேலைகளும் குழுக்களுக்கு வழங்கப்பட்டு ஆட்சேபனைகள் எதுவும் இன்றி நிறுவனம் நிர்வகிக்கப்படும். கூட்டாக வேலை செய்வது உற்சாகப்படுத்தப்படுகின்றது, மேலும் Nokiaவானது பரந்தளவிலான இணைந்த மற்றும் கூட்டு முயற்சியாளர்களின் இலக்கான சந்தையை வளர்ச்சியடைய வைத்தல், வாடிக்கையாளர்களின் வாழ்க்கையை இலகுபடுத்தல் என்பவற்றில் ஈடுபட்டுள்ளது. Finlandக்கு வெளியில் அரைப்பங்கு ஊழியர்கள் இருக்கின்றார்கள். Nokia வின் அமெரிக்கப் பணிப்பாளர்கள் பற்றி முன்னனியில் உள்ள ***Fortune*** எடுத்துக் கூறுவது:

Nokia ஓர் இணையற்ற நிலையில் உள்ளது. அது முகாமையாளர்களை ஓர்குழுவாகக் கொண்டுள்ளது. அது ஒருமித்த பல வருடங்களுக்கு வேலைபுரிகின்றது. ஆயினும் Nokia தற்போது வெளியில் இருந்து பல அனுபவம் மிக்கவர்களைப் பெற்றுள்ளதுடன் அவர்கள் ஒன்றாகச் சேர்ந்து நிறுவனத்தை முன்னேற்றுகின்றனர்(***Fortune, May 2000***).

ஐரோப்பாவில் முதல் 10 நிறுவனங்களுக்குள் Nokia வேலை செய்வதுடன், ஒன்றிணைந்த பங்களிப்பைத் தூண்டுவதற்காக Nokiaவின் வழியானது விழுமியங்களின் தொகுப்பையும், தந்திரோபாயத் திட்டமிடல் செயன்முறைகளையும் கொண்டுள்ளது. இதன் மூலம் ஒரு தெளிவான போக்கையும் ஒழுக்க நடைமுறைப்படுத்தலையும் அடையலாம். புதிய முகாமைத்துவ பணிப்பாளர்கள் உயர் தரத்திலான செயற்திறன் முகாமைத்துவம் மற்றும் வெகுமதிப் படிமுறைகள் என்பனவற்றை அறிமுகப்படுத்தியுள்ளனர். ஆயினும் இதன் நடமாடும் ரெலிகொம் உபகரண வியாபாரம் (Nokia வானது Ericsson, Lucent, Nortel & Motorolaக்கு எதிராகப் போட்டியிடுகின்றது) நட்டத்தை ஏற்படுத்துகின்றது. ஏனெனில் ரெலிகொம் இயக்குனர்களுக்கு முலதனத்தில் பெருந்தொகை செலவிடப்படுகின்றது. Nokia CDMA சந்தையைப் பிடித்துக் கொள்வதிலும்கூடப் பங்குபற்றுகின்றது. (The digital standard championed by Qualcomm of San Diego & adopted by most US cellular operators), இது ஐக்கிய அமெரிக்காவிலும் ஆசியாவிலும் துரிதமாக வளர்ச்சியடைந்த துறையாக 10%க்கும் குறைந்த பங்குகளைக் கொண்டு காணப்படுகின்றது.

இருந்தபோதிலும் Nokia தனது ஆதிக்கத்தை, தொழில்நுட்பத்தை சொந்தமாக வைத்திருப்பதன் மூலம் அடையவில்லை எனவும், திறந்த போட்டிநிலைக்கேற்ப தன்னால் முடியுமானவற்றை புதியவற்றை கண்டுபிடிப்பதன் மூலம் மக்களின் மனதில் நிலையான அடையாளத்தைப் பதிய வைத்து அவர்களை தன்வசம் வைத்திருப்பதன் மூலம் interesting battleலை முடிவுக்கு கொண்டு வருகின்றதென பொருளியலாளர்களால் எதிர்வு கூறப்படுகின்றது.

<u>ஆய்வு விடைய வினாக்கள்</u>

1. எந்த அளவிற்கு இது ஒரு கவர்ச்சிகரமான சந்தையானது இருக்கப்போகின்றது? (08 புள்ளிகள்)
2. Nokiaவின் பிரதான பலம், பலவீனம், அச்சுறுத்தல், வாய்ப்புக்கள் எவை? (10 புள்ளிகள்)
3. Nokiaவின் கண்ணோட்டத்தில் இருந்து 2007ம் ஆண்டுக்கான சிறந்ததும் மிகவும் மோசமானதுமான நிகழ்வுகளை விபரமாகக் காட்டுக? (10 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 28 புள்ளிகள்)

Q2.

a. "சூழல்கள் எப்பொழுதும் மாற்றமடைகின்றன எனவும் ஒரு கம்பனி தற்பொழுது வெற்றிகரமாக செயற்படுகின்ற போதிலும் இம்மாற்றங்களுக்கு அக்கம்பனி ஈடுகொடுக்கத் தவறின் அது எதிர்காலத்தில் தோல்வியடையும் எனவும் கூறப்படுகின்றது".

02 JUN 200

1. சூழல் நுட்ப ஆராய்ச்சி (Environmental Scanning) நுட்பத்தினை உபயோகித்து நீங்கள் தெரிவு செய்யும் நிறுவனமொன்றின் சூழலிலுள்ள காரணிகளை அடையாளம் கண்டு விளக்குக.
2. சூழல் அச்சுறுத்தல் வாய்ப்புக்கூற்று (Environmental threat opportunity profile) எனும் நுட்பத்தினை உபயோகித்து அச்சுறுத்தல் வாய்ப்புக்களாக கருதப்படும் மேலே உள்ள வினாவில் நீங்கள் குறிப்பிடும் காரணிகளைத் தருக.

(06 புள்ளிகள்)

கம்பனி 'A' ஆனது அட்டவணையில் காட்டப்பட்டுள்ளவாறு பத்து தந்திரோபாய வியாபார அலகுகளைக் (SBU) கொண்டுள்ளது. Boston Consulting Group,[BCG] வார்ப்புரு ஆய்வை பயன்படுத்தி இக்கம்பனி ஆரோக்கியமாக நிலையில் உள்ளதா என்பதை தீர்மானிக்குக. எதிர் காலத்தில் அதன் தந்திரோபாய வியாபார அலகுகளுக்கு என்ன வகையான தந்திரோபாயங்களை அது கவனத்தில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டும் என்பதையும் குறிப்பிடுக.

SBU	விற்பனை (ரூபாவில்)	வருடாந்த சந்தை வளர்ச்சி வீதம் (%)	சந்தைப்பங்கு (%) கம்பனி அதன் போட்டியாளர்களதும் (Market Share (%) – Company "A" and its Competitors)				
			A	B	C	D	E
1	1,200,000	4	50	50	-	-	-
2	1,500,000	2	40	20	20	20	-
3	1,700,000	8	30	60	10	-	-
4	400,000	12	40	10	5	5	-
5	100,000	14	90	9	1	-	-
6	600,000	13	30	20	10	20	20
7	500,000	10	20	45	15	10	10
8	200,000	6	30	60	-	-	-
9	300,000	7	10	90	-	-	-
10	1,000,000	5	20	80	-	-	-

(12 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)

0 2 JUN 200
Eastern University, Sri

" நிறுவன அக்கறையுடையோர் (stakeholders) அவர்களது குறிக்கோள்களில் சிலவற்றை அடைவதற்கு நிறுவனத்தில் தங்கியுள்ளனர். அதே வேளை நிறுவனம் தனது நோக்கத்தினை அடைவதற்கு அவர்களில் தங்கியுள்ளது.

1. நீங்கள் அறிந்த நிறுவனமொன்றின் பிரதான நிறுவன அக்கறையுடையோர்களை அடையாளம் காண்க.
2. அவ்வாறான நிறுவன அக்கறையுடையோரது பிரதான கோரல்களை (Claims) சுருக்கமாக விளக்குக.
3. நிறுவன அக்கறையுடையோர் ஆய்வு, எடுகோள் எடுத்தல் மற்றும் பரிசோதித்தல் (Stakeholders Analysis and Assumption Surfacing and Testing) என்ற நுட்பத்தை உபயோகித்து ஆதரவான மற்றும் எதிர்ப்பான சக்திகள் என அக்கோரல்களை வகைப்படுத்தி தந்துரோபாயத்தின் மீது அவைகளின் ஒட்டுமொத்த தாக்கத்தினை மதிப்பீடு செய்வதற்கான எடுகோள் நிலைப்படுத்தல் வரைபில் (Assumption Surfacing Graph) அவற்றை குறிப்பிடுக.

(06 புள்ளிகள்)

காலப்போக்கில் சாதாரண கட்டமைப்பு (simple structure) வார்புருகட்டமைப்பாக (Matrix structure) உருவாகின்றது. நிறுவன வாழ்க்கைச் சுற்று வட்டத்தினைக் (organizational Life – cycle) கொண்டு இக்கூற்றை விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

போட்டிப் பகுப்பாய்வில் "பெறுமதி சங்கிலி" (value chain) அணுகுமுறை மிகவும் பயனுள்ளதாகும். கலந்துரையாடுக.

(06 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)

நீங்கள் விரும்பிய நிறுவனமொன்றை தெரிவு செய்து அந் நிறுவனம் தொடர்பாக பின்வரும் சொற்பதங்களை விளக்குக.

தூர நோக்கு (Vision)

பாரிய குறிக்கோள் கூற்று (Mission Statement)

நோக்கங்கள் (Goals)

செயற்றிறன் குறிகாட்டிகள் (Performance indicators)

(06 புள்ளிகள்)

ஒரு நிறுவனம் தந்திரோபாயத்தை அமுலாக்குகின்ற போது அதன் ஊழியர்களின் எதிர்ப்புக்களை (Resistance) எதிர்நோக்கும். அந் நிறுவனத்திற்கு நீங்கள் ஒரு முகாமையாளராயின் இந்நிலைமையை எவ்வாறு முறியடிப்பீர்?

(06 புள்ளிகள்)

ஒரு நிறுவனத்திற்கு கிடைக்கக் கூடியதாக உள்ள தந்திரோபாயங்களை மதிப்பிடுவதற்கு மூன்று வகையான மதிப்பீட்டு தகுதி விதிகளை நிறுவனம் உபயோகிக்கக் கூடியதாக உள்ளது. இத் தகுதி விதிகளைப் சுருக்கமாகக் குறிப்பிடுக.

(06 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)

ஒரு நிறுவனம் தன் போட்டி நயத்தைக் (Competitive Advantage) தக்கவைத்துக் கொள்வதற்கு அது கவனம் செலுத்த வேண்டிய வளங்கள் எவை? அவற்றைச் சுருக்கமாக விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

நிலைக்குத்து ரீதியான வளர்ச்சி (vertical growth), கிடையான வளர்ச்சி (horizontal growth) மற்றும் பன்முகப்படுத்தல் தந்திரோபாயம்(diversification strategy) என்பவற்றிற்கிடையிலான வேறுபாட்டினை விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

கூட்டாண்மை மட்ட தந்திரோபாயங்கள் (corporate level strategies) தொழில்துறைத் தொகுதி மட்ட தந்நிரோபாயங்கள் (Business level Strategies), தொழிற்பாட்டு மட்டத் தந்திரோபாயங்கள் (Functional level strategies) என்பனவற்றை வேறுபடுத்துக?

(06 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)

பின்வரும் வியாபார அலகுத் தந்திரோபாயங்களை வேறுபடுத்துக.

1. முழுமொத்த செலவு முதன்மை தந்திரோபாயம் (Overall cost leadership)
2. வேறுபடுத்தல் தந்திரோபாயம் (Diffrentiation)
3. குவியம் (Focus)

(06 புள்ளிகள்)

ஏற்கனவே ஒரு தொழிற்துறையிலுள்ள ஒரு கம்பனி அத்தொழிற்துறையினுள் ஒரு புதிய போட்டியாளர் நுழைவதைத் தடுப்பதற்கு எவ்வாறான தடைகளை ஏற்படுத்த முடியும். ஒவ்வொன்றையும் சுருக்கமாக விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

02 JUN 2008
Eastern University, Sri L

நிறுவன செயற்பாட்டை அளவிடுவதற்கு பயன்படுத்தக்கூடிய சுட்டிகள் யாவை? அவை ஒவ்வொன்றையும் சுருக்கமாக விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)

.

மாற்றுத் தந்திரோபாயங்கள் மத்தியில் இருந்து தெரிவுகளை மேற்கொள்வதற்கு பயன்படுத்தப்படும் மூன்று படி நிலைக் கட்டமைப்பை ஒன்றை (a three–stage frame work) விபரிக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

. ஒரு நிறுவனம் ஒரு நிலமை ஆய்வினை (Situation audit) மேற்கொள்வதற்கு எத்தகைய நுட்பங்களை உபயோகிக்க முடியும்? சுருக்கமாக விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

c. கூட்டாண்மை பட்டியல் (corporate portfolio) அணுகு முறையில் உள்ள GE வார்புருவின் (GE Matrix), பங்கினை விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)

Q8.

a. ஏன் தந்திரோபாய உருவாக்கத்தை விட தந்திரோபாய அமுலாக்கம் மிகவும் கடினமாது? விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

b. “பரேட்டோ விதி” (Pareto law) மற்றும் செலவு நன்மை பகுப்பாய்வு (cost – benefit analysis) ஆகிய இரண்டும் மாற்றுத் தந்திரோபாயங்களை மதிப்பீடு செய்வதற்குப் பயன்படும் இரண்டு நுட்பங்களாகும். இவ்விரணடு நுட்பங்களினாலும் வழங்கப்படும் பங்களிப்பினை விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

c. தந்திரோபாய மதிப்பீடு மற்றும் தெரிவு செயற்பாட்டில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் பண்பு ரீதியான காரணிகளை விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

(மொத்தம் 18 புள்ளிகள்)