

Eastern University, Sri Lanka
Faculty of Commerce & Management
External Degree



Part I (2nd Year) Examination in Bachelor of Business Administration – 2010/2011

August/September/October – 2015

(Proper/ Repeat)

EXB 204 Marketing Management

பைனத்து வினாக்களுக்கும் விடை தருக

முன்று மணித்தியாலம்

பின்வரும் விடய ஆய்வினை வாசித்து அதன் கீழுள்ள வினாக்களுக்கு விடை தருக.

Adidas – சந்தைப்படுத்தல் கலவை ஒவ்வொரு நிறுவனமும் அவற்றின் சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கைகளை சந்தைப்படுத்தல் கலவைகள் சார்பாக உற்று நோக்குதல் வேண்டும். இந்தச் சந்தைப்படுத்தல் கலவையானது 4Ps தொடர்பிலானது. அதாவது ஒவ்வொரு கலவையும் எவ்வாறு நுகர்வோரது தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்து சமநிலையினைப் பேணுகின்றது என்பது தொடர்பிலானது. சந்தைப்படுத்தல் கலவையின் கூறுகளாக பொருள், விலை, இடம் மற்றும் பொருத்தமான மேம்படுத்தல்களைக் குறிப்பிடலாம். ஒவ்வொரு கூறும் சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் முக்கியமானதாகக் கருதப்படுகின்றது. எவ்வாறெனினும், அதிகரித்துச் செல்லும் போட்டிச் சந்தையில் புத்தம்புதிய மேம்படுத்தல் நடவடிக்கைகள் போட்டி மூலமான நன்மைகளை உருவாக்குகின்றன. மேம்படுத்தல் நடவடிக்கைகள் பொருட்கள், பண்டக்குறியீடு தொடர்பிலான தகவல்களை நுகர்வோருக்கு வழங்க பயன்படுத்தப்படுகின்றன. 14-19 வயதினாள் உள்ளடக்கப்படுகின்றதான இளம் வாடிக்கையாளர்களை எவ்வாறு புதிய நுட்பங்களைப் பயன்படுத்திக் கவரலாம் என்பது Adidas இனது சந்தைப்படுத்தல் தந்துரோபாயத்தில் காணப்படும் சவாலாகும். இந்த வயதெல்லையினரைக் கவருவதற்கு லண்டனில் 2012 இல் ஒலிம்பிக்கினை அனுசரணை செய்தமை உதவியது. ஆனால், அது உலகளாவிய ரீதியாகவே இக்குறிப்பிட்ட வயதெல்லையினையுடைய வாடிக்கையாளர்களைக் கவர்ந்தெடுத்தது. GB அணிக்கு “முன்னணிக்குக் கொண்டு வருவோம்” (take the stage) எனும் வாசகத்தினூடாக தேசிய ஆதரவினை வழங்குவது இதன் இலக்காகக் காணப்பட்டது. மேம்படுத்தல் செயற்பாட்டினைத் திட்டமிடும் போது AIDA மிகவும் பயனுள்ள நுட்பமாகக் காணப்படுகின்றது.

மேம்படுத்தலின் இலக்காகப் பின்வருவன காணப்படுகின்றன.

- வாடிக்கையாளர் மத்தியில் விழிப்புணர்வினை ஏற்படுத்தல்
- பொருளுக்கான ஆர்வத்தினையும் பொருளினை வைத்திருக்க வேண்டும் என்னும் விருப்பத்தினையும் உருவாக்கல்
- கொள்வனவுக்கான நடவடிக்கைகளை உறுதிப்படுத்தல்

மேம்படுத்தலுக்குப் பல வழிமுறைகள் காணப்படுகின்றன. வரிசைக்கு மேற்பட்ட மேம்படுத்தல் (Above the line) நடவடிக்கைகளானவை, பாரம்பரிய நடைமுறைகளான செய்தித்தாள்களில் மற்றும் சஞ்சிகைகளில் அச்சிடுதல், விளம்பரப்பலகைகளில், இணையத்தளங்களில், தொலைக்காட்சிகளில் விளம்பரப்படுத்துதலைக் குறிப்பிடுகின்றது. இத்தகைய விளம்பரப்படுத்தல் முறையானது செலவு கூடியதாகக் காணப்படுகின்றது. பாரிய அளவிலான வாடிக்கையாளர்களைக் கவர்ந்தெடுப்பது என்பது மிகவும் கடினமானதாகக் காணப்படுகின்றது. அதிகப்படியான மக்கள் தொலைக்காட்சி நிகழ்ச்சிகளைப் பதிவு செய்து கொள்கின்றனர், அத்துடன், விளம்பரங்களைப் பாராது அவற்றினைத் தவிர்த்தே பதிவு செய்து கொள்ளுகின்றனர்.

மாறாக வரிசைக்குக் கீழ்ப்பட்ட மேம்படுத்தல்களானவை (Below the line) பாரிய அளவிலான வாடிக்கையாளர்களை ஈடுபடுத்துவதனால் அதிகளவில் முக்கியத்துவம் வாய்ந்தவைகளாகக் காணப்படுகின்றன. Adidas இனது வரிசைக்கு மேற்பட்ட நடவடிக்கைகளானவை விளையாட்டு, அலங்காரப்பாணி முறைகளை உள்ளடக்கியதான திறன்களை தொலைக்காட்சி விளம்பரங்களில் வெளிப்படுத்தியிருப்பதுடன், கலைஞர்களின் உணர்வலைகளையும் சஞ்சிகைகளிலும் வெளிப்படுத்தியிருந்தது. வரிசைக்குக் கீழ்ப்பட்ட மேம்படுத்தல்களானவை பாரிய வாடிக்கையாளர்களைக் கவருவதற்கு வழிகோலுகின்றன. உதாரணமாக, அனுசரணைகள், நேரடிச் சந்தைப்படுத்தல்கள், மக்கள் தொடர்புகள், மற்றும் சமூக வலைப்பின்னல்கள் மூலமாக இவை இடம்பெறுகின்றன. வரிசைக்குக் கீழ்ப்பட்ட மேம்படுத்தல் முறைமையானது இளம் வாடிக்கையாளர்களை இலக்காக வைத்து மேற்கொள்ளப்படுகின்றது. இதன் மூலம் adidas இனது சந்தையின் இலக்கு அடையப்படுகின்றது. பாரம்பரிய தொலைத்தொடர்பு சாதனங்களுடன், சமூக மற்றும் இலத்திரனியல் சாதனங்களையும் இணைத்து பாரிய அளவிலான மேம்படுத்தல் திட்டத்தினையும் உருவாக்கி அதனைப் பயன்படுத்துகின்றது. சமூக வலைப்பின்னலானது மிகவும் முக்கியமான பங்கினை இங்கு கொண்டிருந்தது. உதாரணமாக twitter இல் “முன்னணிக்குக் கொண்டு வருவோம்” எனும் வாசகமானது GB குழுவினரான கோடைகாலத்திற்கான போக்காகக் காணப்பட்டது. youtube இல் பதிவேற்றம் செய்யப்பட்ட வீடியோக்களை இலட்சக் கணக்கான பார்வையாளர்கள் விருப்பத்துடன் பார்வையிட்டிருப்பதுடன், GB குழுவினரது பாடலாக

‘எம்மை நிறுத்த வேண்டாம்’ (Don’t stop me) என்னும் பாடலும் காணப்பட்டது, இதற்கும் மேலாக ஸ்ராபோட் எனும் இடத்தில் மிகப்பிரம்மாண்டமான புகைப்படக்காட்சிப்படுத்தல்களும் வைக்கப்பட்டிருந்தன. பொது மக்கள் GB குழுக்களுக்கு ஒத்துழைப்பு வழங்குவதற்காக அங்கு சென்ற வண்ணம் இருந்தனர். காற்பந்து வீரர் டேவிட் பேக்காம் அவர்களின் வியப்பூட்டும் வருகையும் மேற்குறிப்பிட்ட வீடியோக்களிற்கு 3.2 மில்லியன் பார்வையாளர்களை அதிகரித்ததுடன், சர்வதேச தொலைக்காட்சியின் அந்தஸ்தினையும் ஏற்படுத்தியது.

i. Adidas இன் மட்டில் அதனது சந்தைக் கலவையினை ஆராய்க.

(06 புள்ளிகள்)

ii. விளம்பரப்படுத்தல் தொடர்பில் AIDA என்னும் பதத்தினை ஆராய்க.

(06 புள்ளிகள்)

iii. மேம்படுத்தலின் நோக்கங்களை விபரித்து Adidas இனது மேம்படுத்தல் பற்றிய உமது கருத்தினை ஆராய்க.

(08 புள்ளிகள்)

iv. Adidas இனைப் பொறுத்த வரையில் வரிசைக்குக் கீழ்ப்பட்ட மேம்படுத்தல்களா அல்லது வரிசைக்கு மேற்பட்ட மேம்படுத்தல்களா மிகவும் பொருத்தமானவையாகும் என்பதற்கு ஆதாரம் தந்து விமர்சிக்குக.

(08 புள்ளிகள்)

(மொத்தப் புள்ளிகள் 28)

i) “வினைத்திறனுள்ள சந்தை ஆய்வானது வெற்றிகரமான சந்தைத் தந்துரோபாயத்திற்கு இட்டுச் செல்லும்”. சந்தை ஆய்வினது படிமுறைகளை உதாரணத்துடன் விபரிக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

ii) ‘வணிகமானது பேரினச் சூழல் காரணிகளையும், முக்கியத்துவம் வாய்ந்த நுண்ணிய சூழல் காரணிகளையும் நுணுக்கமாக கண்காணிக்க வேண்டும்’. இக்கூற்றினை உமது அனுபவத்தினை கவனத்திற் கொண்டு ஆராய்க.

(06 புள்ளிகள்)

iii) ‘புதிய பொருள் அபிவிருத்தி என்பது புதிய பொருளொன்றினை சந்தைக்குக் கொணரும் பூரணமான செயற்பாடாகும்’. புதிய பொருள் அபிவிருத்தியின் அவசியத்தினைக் குறிப்பிட்டு புதிய பொருள் அபிவிருத்திச் செயன்முறையின் படிமுறையினையும் விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

(மொத்தப் புள்ளிகள் 18)

i) சந்தைப்படுத்தலில் வினியோகச் செயற்பாட்டின் முக்கியத்துவத்தினை விபரித்து, வினியோகச் செயன்முறையினை வடிவமைக்கும் போது கவனத்திற் கொள்ள வேண்டிய விடயங்களையும் ஆராய்க.

(06 புள்ளிகள்)

ii) சந்தைத் தகவல் முறைமையினை விபரித்து, சந்தை தொடர்பில் போட்டித் தன்மை வாய்ந்த தகவல்களைப் பெறும் மூலங்களையும் குறிப்பிடுக.

(06 புள்ளிகள்)

iii) நுகர்வோர், திருப்தி எவ்வாறு அளவீடு செய்யப்படுகின்றது என்பதனை உதாரணத்துடன் விபரித்து, வாடிக்கையாளர் வாழ்நாள் பெறுமதி என்பதனை நீர் எவ்வாறு விபரிப்பீர் என்பதனையும் விளக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

(மொத்தப் புள்ளிகள் 18)

Q4. i) சிறப்பான சந்தைத் தொடர்பாடலை மேற்கொள்ளுவதற்கு சிறப்பான சந்தைத் தொடர்பாடலை விருத்தி செய்தல் அவசியமாகும். சிறப்பான சந்தைத் தொடர்பாடலை விருத்தி செய்வதற்கான படிமுறைகளை உதாரணத்துடன் விபரிக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

ii) பொருள் வாழ்க்கை வட்டத்தினை விபரித்து, ஒவ்வொரு படியிலும் மேற்கொள்ளப்பட வேண்டிய தந்துரோபாயங்களை சுருக்கமாக ஆராய்க.

(06 புள்ளிகள்)

iii) சேவைக்கலவையினை விபரித்து சேவைத்தரத்தினைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகளையும் உதாரணத்துடன் விபரிக்குக.

(06 புள்ளிகள்)

(மொத்தப் புள்ளிகள் 18)

Q5. i) தேவை, கேள்வி, விருப்பம் போன்ற பதங்களை உதாரணத்துடன் விபரிக்குக.

(03 புள்ளிகள்)

ii) விலையினைத் தீர்மானிக்கும் படிமுறைமையினை உதாரணத்துடன் விபரிக்குக.

(05 புள்ளிகள்)

iii) சந்தைத்துண்டாடல், இலக்குச் சந்தைப்படுத்தல், நிலைநிறுத்தல் போன்றவற்றினை உதாரணத்துடன் விபரித்து, நுகர்வோர் சந்தையினைத் துண்டாடுவதற்கு ஏதுவான அடிப்படைக் காரணிகளையும் விபரிக்குக.

(10 புள்ளிகள்)

(மொத்தப் புள்ளிகள் 18)