

**A STUDY ON THE CUSTOMER SATISFACTION  
ON THE NEW SERVICES OF SRILANKA  
TELECOM LTD IN THE VAVUNIYA DISTRICT**

**RATNASINGAM ELANGOPAN**



FC01334



Project Report  
Library - EUSL

**DEPARTMENT OF MANAGEMENT  
FACULTY OF COMMERCE AND MANAGEMENT  
EASTERN UNIVERSITY  
SRI LANKA  
2006**

## ஆய்வுச்சுருக்கம்

இன்றைய போட்டிமிகுந்த வியாபார குழுவிலே நிறுவனத்தின் சேவையை பொறுத்த வரையில் மக்கள் மத்தியில் மிகவும் முக்கியத்துவம் வாய்ந்ததாகக் காணப்படுகின்றது. இதனால் நிறுவனங்கள் தமது வாடிக்கையாளரின் தேவையை திருப்திப்படுத்தக் கூடிய வகையில் தமது சேவையை வழங்குவதில் கூடிய கவனம் எடுத்து வருகின்றன. இந்த வகையில் நிறுவன வாடிக்கையாளரை சிறந்த முறையில் திருப்திப்படுத்துவதன் ஊடாக நிறுவன இலக்கை இலகுவாக அடையக்கூடியதாக உள்ளது. வணியா மாவட்ட வரையறுக்கப்பட்ட சிறிலங்கா ரெலிக்கொம் நிறுவனத்தினால் வாடிக்கையாளருக்கு வழங்கப்படுகின்ற சேவை தொடர்பாக வாடிக்கையாளரின் திருப்தி எவ்வாறு உள்ளது என்பதை யற்றிய ஆய்வாக இவ் ஆய்வு காணப்படுகின்றது. இங்கு வணியா மாவட்ட வரையறுக்கப்பட்ட சிறிலங்கா ரெலிக்கொம் நிறுவனத்தின் வாடிக்கையாளரின் திருப்தியானது போதுமானதாக காணப்படவில்லை. அங்கு திருப்தியின்மைக்குரிய அபிவிருத்திகள் காணப்படுகின்றன. எனவே இவ் ஆய்வின் மூலம் திருப்தியினை அளவிடுவதன் ஊடாக நிறுவன இலக்கினை இலகுவாக அடைவதுடன் வாடிக்கையாளரின் எதிர்பார்ப்பு தேவைகளை நிறைவேற்றுவதாக காணப்படுகின்றது.

இங்கு வாடிக்கையாளரின் திருப்திக்குரிய மாறிகளாக பல்வேறு காரணிகள் செல்வாக்கு செலுத்துகின்ற போதும் போதுமான காரணிகளாக CDMA தொழில்நுட்ப அறிமுகம், SLT passport card வெற்றியாளருக்கு விமான சீட்டினை வழங்குதல், SLTnet இனால் இலவச சேவை வழங்குதல், LIFE LINE வழங்கும் ஆயுள் காப்புறுதி வசதிகள், பெறுமதிசே வசதிகள் என்ற 5 மாறிகள் கவனத்தில் எடுக்கப்பட்டு அவற்றின் ஊடாக வாடிக்கையாளரின் திருப்தி அளவிடப்படுகின்றது. இவ்ஆய்வினை மேற்கொள்வதற்காக வணியா மாவட்ட வரையறுக்கப்பட்ட சிறிலங்கா ரெலிக்கொம் நிறுவனத்தில் இருந்து சேவையை பெற்றுக்கொள்கின்ற வாடிக்கையாளர்களில் எழுமாற்று மாதிரி ஒப்பு மூலம் 200 பேர் தேர்வு செய்யப்பட்டு ஆய்வுக்காக வடிவமைக்கப்பட்ட வினாக்கொத்து மூலம் அவர்களிடமிருந்து தரவுகள் சேகரிக்கப்பட்டு தனிமாறிப் பகுப்பாய்வின் அடிப்படையில் ஒவ்வொரு மாறிக்குமான இடைப்பெறுமதி கனிப்பீடு செய்யப்பட்டு பகுப்பாய்வு மேற்கொள்ளப்படுகின்றது. இதன்போது வாடிக்கையாளரை பொறுத்தளவில் பெரும்பாலான மாறிகளில் திருப்தியற்ற நிலையே காணப்படுகின்றது. எனவே இங்கு வாடிக்கையாளரின் திருப்தியை ஏற்படுத்துவதற்கென புதிய தொழில்நுட்பங்களை விரைவாக அறிமுகப்படுத்துதல், குறிப்பிட்ட கால எல்லைக்குள் வழங்குகின்ற சேவைக்கான கால அளவினை அதிகரித்தல், தொலைபேசி இணைப்பிலே காணப்படுகின்ற தடைகள், தெளிவின்மையை நீக்குதல் போன்ற சேவைகளை வாடிக்கையாளர் சார்வாக மேற்கொள்வதன் மூலம் வாடிக்கையாளர் திருப்தியை அதிகரித்துக்கொள்ள முடியும்.

# பொருளடக்கம்

	பக்கம்
நன்றியுரை	i
ஆய்வுச் சுருக்கம்	ii-iii
பொருளடக்கம்	iv - v
அட்டவணைகள்	vi
விளக்கப்படங்கள்	viii
<b>அத்தியாயம் - 01</b>	<b>01- 04</b>
<b>அறிமுகம்</b>	
1.1 ஆய்வுப்பிரச்சனை	02
1.2 ஆய்வின் நோக்கம்	02
1.3 ஆய்வின் வரையறைகள்	03
1.4 ஆய்வின் எடுக்காள்கள்	04
1.5 ஆய்வின் முக்கியத்துவம்	04
<b>அத்தியாயம் - 02</b>	<b>05-25</b>
<b>நூலாய்வு</b>	
2.1 அறிமுகம்	05
2.2 சந்தைப்படுத்தல் தொடர்பான வழிமுறைகள்	06
2.3 சந்தைப்படுத்தல் கலை	11
2.4 வாடிக்கையாளர் திருப்தி	16
2.5 சுருக்கம்	25
<b>அத்தியாயம் - 03</b>	<b>26-36</b>
<b>எண்ணக்கருவாக்கமும் நடைமுறையாக்கமும்</b>	
3.1 அறிமுகம்	26
3.2 எண்ணக்கருவாக்கம்	27
3.3 நடைமுறையாக்கம்	34
3.4 சுருக்கம்	36

அத்தியாயம் - 04	37-43
ஆய்வு முறைமை	
4.1 அறிமுகம்	37
4.2 தரவு சேகரித்தலும் அளவிடல் முறையும்	38
4.3 தரவு முன்வைப்பும் தரவுப்பகுப்பாய்வும்	42
4.4 சுருக்கம்	43
அத்தியாயம் - 05	44-51
தரவு முன்வைத்தலும் தரவுப் பகுப்பாய்வும்	
5.1 அறிமுகம்	44
5.2 தனிப்பட்ட தரவுகளின் பகுப்பாய்வு	45
5.3 ஆய்வுக்கான தரவுகளின் பகுப்பாய்வு	46
5.4 சுருக்கம்	51
அத்தியாயம் - 06	52-62
கலந்துரையாடல் முடிவுரையும் சிபார்சும்	
6.1 அறிமுகம்	52
6.2 ஆய்விற்க்கான விடயங்கள் தொடர்பான கலந்துரையாடல்	53
6.3 ஆய்விற்க்கான விடயங்கள் தொடர்பான முடிவு	56
6.4 சிபார்சுகள்	58
6.5 சுருக்கம்	62
பின்னினைப்புகள்	63-65
வினாக்கொத்து	63-64
உசாத்துணை நூல்கள்	65