

***A STUDY ON THE MARKETING PROBLEMS OF
JEWELLERS IN THE JAFFNA DISTRICT***



MR. THEVAMANOCHARAN JAYASHAGAR

861



PCNBBH
Project Report
Library - EUSL

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

ஆய்வுச் சுருக்கம்

ஆடம்பரம் பண்டம் என்ற வகையிலும் நங்கையர் மனைத கொள்ளை கொள்ளும் என்ற வகையிலும் சமய சடங்குகளுடன் பின்னிப் பிணைந்தது என்ற வகையிலும் தங்கநகை விநியோகமானது தளக்கென ஒரு இடத்தை பிடித்தது எனினும் யாழ் மாவட்டத்தில் அதிக தங்கநகை நுகர்வோர் உள்ளபோதிலும் விற்பனை ஒப்பீட்டு ரீதியில் குறைவாக உள்ளது. எனவே அந்த வகையில் யாழ் மாவட்ட விநியோகாளர்களின் விற்பனை பிரச்சனைகளை பற்றிய ஓர் ஆய்வாகவே இவ் ஆய்வு அமைகின்றது.

இவ் ஆய்விற்காக இறக்குமதி, கறுப்புச் சந்தை, சந்தையப்படுத்தல் கலையையும் ஏனைய விநியோக உபாயங்களும், குழல், சந்தை துண்டமாக்கப்படுதலும் என்ற 5 எண்ணக்கருக்கள் பயன்படுத்தப்பட்டு மூலதனம், நீண்டகாலம் இயங்கும் தன்மை, கிளை போன்ற சிறப்பம்சங்களை கொண்டு யாழ் மாவட்டத்தில் இருந்து 100 மாதிரிகள் தெரிவு செய்யப்பட்டு அவற்றிற்கு இவ் 5 எண்ணக்கருக்கள் சம்பந்தமாக 24 வினாக்கள் வீதம் வழங்கி இவ் ஆய்வு அமைகின்றது.

மேலும் இவ்வாய்விற்காக தங்கநகை விநியோகாளர்களின் சுயவிபரம் சம்பந்தமாகவும் தகவல்கள் திரட்டப்படுகின்றது. அத்துடன் 5எண்ணக்கருக்களிளதும் மொத்தமாக பிரதிநிதித்துவப்படுத்தும் வகையில் 24 வினாக்கள் தெரிவு செய்யப்பட்டு அவை ஒவ்வொன்றுக்குமான விடைகளாக திரும்தியில்லை, குறைந்த திரும்தி, மத்திம திரும்தி, திரும்தி, மிகத்திரும்தி என 5தெரிவுகளை உள்வடக்கிய (five point likert scale) முறையை பயன்படுத்தி Excel மென்பொதிகளை பயன்படுத்தி பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டுள்ளது.

மேலும் பகுப்பாய்வு மூலம் பெறப்பட்ட தரவுகளை கொண்டு ஒவ்வொரு எண்ணக்கருக்களும் கொண்டுள்ள திரும்தி நிலையினை அட்டவணை ரீதியாகவும், வளர்பட ரீதியாகவும் இங்கு விளக்கப்பட்டுள்ளது.

மேலும் இவ்வாறு பெறப்பட்ட பகுப்பாய்வு தரவுகளின் படி எக்காரணங்களுக்காக இவ் எண்ணக்கருக்கள் சம்பந்தமாக பிரச்சனைகள் உள்ளன என கலந்துரையாடுவதாகவும் அத்துடன் பெறப்பட்ட முடிவுகள் எந்த நிலையிலுள்ளது என்பது பற்றிக் குறிப்பிடுவதாகவும் இறுதியாக இப்பிரச்சனைக்குரிய தீர்வாக சிபார்க்களை முன்வைப்பதாக இவ்வாய்வு அமைகின்றது.

உள்ளடக்கம்

விடயம்	மக்கள்
ஆய்வுச்சுருக்கம்	I
நன்றியுரை	II
Abstract	III
பொருளடக்கம்	IV - IX
பின்னிணைப்புகள்	

அத்தியாயம் - 01 ----- 01 -05

அறிமுகம்

I.1 ஆய்வுக்கான பின்னணி	1
I.2 ஆய்வின் குறிப்பிட்ட பிரச்சினை	2
I.3 ஆய்வின் நோக்கம்	3
I.4 வரையறைகள்	3
I.5 எடுகோள்கள்	4
I.6 எண்ணக்கருவாக்கம்	4
I.7 முடிவுரை	5

அத்தியாயம் - 02 ----- 06 -28

நூலாய்வு

2.1 அறிமுகம்	6
2.2 வரிவிதித்தல்	8
2.2.1 உதவி மானியம் வழங்கல்	9
2.3 பொருளின் தரம்	11
2.3.1 குறியிடல்	11
2.4 உயர்நதயட்ச கட்டுப்பாட்டு விலை	12
2.5 குறைந்த பட்ச கட்டுப்பாட்டு விலை	12
2.6 தொழிற்சங்கம்	14
2.6.1 அடிப்படை குறிக்கோள்	14
2.6.2 தொழிற்சங்கமொன்றின் ஏனைய நோக்கங்கள்	15
2.6.3 ஒரு தொழிற்சங்கம் அங்கத்தவர்களிற்கு வழங்கும் நன்மைகள்	15
2.7 சந்தைப்படுத்தல்	16
2.7.1 சந்தைப்படுத்தலுடன் தொடர்புடைய எண்ணக்கருக்கள்	16
2.7.2 நிறுவனமொன்றின் சந்தைப்படுத்தல் யங்களிப்பு	16
2.7.3 வேறுபட்ட நிறுவன கண்ணோட்டம்	17
2.7.4 விற்பனைக் கருதுகோள்	17

2.7.5 சந்தைப்படுத்தல் கருதுகோள்	18
2.8 சந்தைப்படுத்தலும், குழலும்	18
2.8.1 கட்டுப்படுத்தக்கூடிய காரணிகள்	19
2.8.2 கட்டுப்பாட்டுக்கு உட்படா காரணிகள்	20
2.9 சந்தை துண்டமாக்கலும், இலக்குச்சந்தைப்படுத்தலும்	21
2.9.1 சந்தை துண்டமாக்கலும், இலக்குப்படுத்தல், இடம் பதித்தல் ஆகியவற்றின் படிநிலைகள்	22
2.10 பொருள் திட்டமிடல்	23
2.10.1 பூதிய பொருள் அபிவிருத்தி	24
2.11 விலைத்திட்டமிடல்	24
2.11.1 விலையிடல் தீர்மானங்களை பாதிக்கின்ற காரணி	24
1.11.2 விலையில் உபாயமொன்று பலவீனமாகச் செயற்படுவதற்கான அறிகுறி	24
2.12 மேம்படுத்தல் திட்டமிடல்	25
2.12.1 மேம்படுத்தலின் முக்கியத்துவம்	26
2.12.2 விளம்பரப்படுத்தல்	26
2.12.2.1 பகிரங்க சமர்ப்பித்தல்	27
2.12.2.2 பரவும் தன்மை	27
2.12.2.3 கவர்ச்சியான வெளிப்படுத்தல்	27
2.12.2.4 ஆள்சாரத் தன்மை	27
2.13 முடிவுரை	28

அத்தியாயம் -03 ----- 29 -34

எண்ணக்கருவாக்கலும், நடைமுறைப்படுத்தலும்	
3.1 அறிமுகம்	29
3.2 எண்ணக்கருவாக்கம்	29
3.2.1 விலை	30
3.2.2 பொருள்	30
3.2.3 மேம்படுத்தல்	31
3.2.4 சந்தை துண்டமாக்கலும் இலக்குச்சந்தையும்	31
3.2.5 குழல்	31
3.2.6 உள்ளச் சந்தை / கறுப்புச்சந்தை	32
3.2.7 இறக்குமதி	32
3.3 நடைமுறையாக்கம்	32
3.4 முடிவுரை	34

4.1 அறிமுகம்	35
4.2 தரவு சேகரிக்கும் முறைமையும் மதிப்பீடு	35
4.2.1 தரவின் வகைகள்	35
4.2.1.A முதன்மைத் தரவுகள்	35
4.2.1.B. துணைநிலைத் தரவுகள்	36
4.2.2 தரவு மூலகங்கள்	36
4.2.3 வினாக்கொத்தின் கட்டமைப்பு	36
4.2.4 மாதிரி	37
4.2.4.1. மாதிரி அளவு	37
4.2.4.2 மாதிரி முறைமை	37
4.2.4.3 மாதிரிப்பரம்பல்	38
4.3 தரவு முன்வைப்பும் பகுப்பாய்வும்	39
4.4 தரவு மதிப்பீட்டு முறை	39
4.5 முடிவுரை	40

தரவு முன்வைப்பும் பகுப்பாய்வும்	
5.1 அறிமுகம்	41
5.2 சுய விபரத் தரவுகளின் பிரதிநிதித்துவம்	41
5.2.1 தங்க நகை விற்பனை அமைந்துள்ள இடம்	41
5.2.2 தங்க நகை செய்யத் தெரிந்தவர் அத்துடன் தங்க நகை வியாபாரம் செய்யவர் / தங்க நகை விற்பனை மட்டும் செய்யவர்	43
5.2.3 யால்	43
5.2.4 வயது	44
5.2.5 தொழிலின் வகை	45
5.2.6 கல்வி நிலை	46
5.2.7 கிளை	46
5.3 ஆய்வுத் தரவுகள் பிரதிநிதித்துவம்	47
5.3.1 இறக்குமதி (தங்கநகை)	47
5.3.2 கறப்புச்சந்தை	48
5.3.3 விற்பனைக் கலவையும் ஏனைய விற்பனை உபாயங்களும்	49
5.3.4 குழல்	50
5.3.5 சந்தை துண்டமாக்கலும் இலக்குச் சந்தையும்	51
5.4 மொத்த பகுப்பாய்வு	52
5.5 முடிவுரை	53

கலந்தரையாடல், முடிவு சிபார்சு

6.1 அறிமுகம்	54
6.2 தனிநபர் விபரங்கள் பற்றிய கலந்தரையாடல்	54
6.3 ஆய்வுத் தரவு பகுப்பாய்வு பற்றிய கலந்துரையாடல்	56
6.3.1 தங்க நகை இறக்குமதி	56
6.3.2 கறுப்புச் சந்தை நடவடிக்கை	57
6.3.3 சந்தைப்படுத்தல் கலைவ	57
6.3.4 குழல்	59
6.3.5 சந்தை துண்டமாக்கலும், இலக்குச் சந்தையும	60
6.4 முடிவு	63
6.4.1 தங்க நகை இறக்குமதி	63
6.4.2 கறுப்புச் சந்தை நடவடிக்கை	64
6.4.3 சந்தைப்படுத்தல் கலைவ	64
6.4.4 குழல்	64
6.4.5 சந்தை துண்டமாக்கலும், இலக்குச் சந்தைப்படுத்தலும்	64
6.5 சிபார்சுகள்	65
6.6 முடிவுரை	67