

**STUDY ON CONSUMER BEHAVIOUR OF MALT MILK
PURCHASE WITH SPECIAL REFERENCE TO
BATTICALOA DISTRICT**

1344

NADESAN KRISHANTH



Project Report
Library - EUSL

DEPARTMENT OF MANAGEMENT

FACULTY OF COMMERCE AND MANAGEMENT

EASTERN UNIVERSITY, SRI LANKA

2013

ஆய்வுச் சுருக்கம்

மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தில் உள்ள 14 பிரதேச செயலக பிரிவுகளில் வாழ்கின்ற மக்களில் பாதுகாக்கப்பட்ட பால் பாணம் கொள்வனவு செய்யும் நுகர்வோரின் நடத்தை எவ்வாறு உள்ளது என இவ் ஆய்வின் மூலம் அறியப்பட்டுள்ளது.

இவ் ஆய்விற்காக நுகர்வோர் நடத்தையில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகளான சந்தைப்படுத்தல் கலவைஇ கொள்வனவாளர் பண்பு என்றும் ஏனும் இரு மாறிகள் ஆய்விற்கு உட்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

ஆய்விற்கு உட்படுத்தப்பட்ட மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தில் உள்ள 14 பிரதேச செயலகங்களிலும் உள்ள குடும்பங்களில் பாதுகாக்கப்பட்ட பால் பாணம் கொள்வனவு செய்த 100 கொள்வனவாளர்களிடம் 5 புள்ளி லீக்கேட் அளவை மூன்றை மூலம் வினாக்கொத்து வழங்கி ஆய்விற்கான தரவுகள் சேகரிக்கப்பட்டன. இங்கு மட்டக்களப்பு மாவட்ட செயலக பிரிவில் வாழும் மக்களின் விகிதாசாரத்திற்கு ஏற்ற பாதுகாக்கப்பட்ட பாணம் கொள்வனவு செய்வோரின் திருப்தி நிலையை இடைநிதியம் விலகல் என்றும் அடிப்படையில் கணிப்பீடு செய்யப்பட்டு பகுப்பாய்வு மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. இதற்காக ஏராளமான நடுஉருட மென்யொருட்கள் மூலம் பகுப்பாய்விற்கு உட்படுத்தப்பட்டு உருக்கள், அட்டவணைகள் வடிவிலும் அளவு பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டுள்ளது.

பகுப்பாய்வின் முடிவுகளுக்கிணங்க சந்தைப்படுத்தல் கலவைஇ கொள்வனவாளர் பண்புகள் ஆகிய இரு மாறிகளின் குறிகாட்டிகளில் செல்வாக்கு செலுத்தும் காரணிகளை இளங்கண்டு அந்நூரிய சிபார்சுகளை எதிர்காலத்தில் கருத்தில் கொண்டு மாற்றங்களை மேற்கொண்டு இலக்கினை அடையக்கூடியவாறு முன்னெடுத்து செல்வதன் ஊடாக பாதுகாக்கப்பட்ட யான விநயனையினை அதிகரிக்கப்பதனுடாக நிறுவன இலக்கினை அடைவதுடன் பாதுகாக்கப்பட்ட யான பாவனையாளர்களையும் அதிகரித்துக் கொள்ள முடியும்.

பொருளடக்கம்

	பக்க இல.
விடயம்	
நன்றியுரை	i
ஆய்வுச் சருக்கம்	ii
பொருளடக்கம்	iii - iv
அப்டவணைகள்	v
உருக்கள்	vi
அத்தியாயம் - 01: அறிமுகம்	1 - 5
1.1 ஆய்வுப் பின்னணி	1
1.2 ஆய்வுப் பிரச்சினை	3
1.3 ஆய்வு வினாக்கள்	3
1.4 ஆய்வின் நோக்கங்கள்	4
1.4 ஆய்வின் முக்கியத்துவம்	4
1.5 ஐக்கோள்கள்	4
1.6 வரையறைகள்	5
அத்தியாயம் - 02: நூலாய்வு	6 - 14
2.1 அறிமுகம்	6
2.2 நுகர்வோர் நடத்தை	6
2.2.1 நுகர்வோர் நடத்தையில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகள்	7
2.2.2 நுகர்வோர் நடத்தையின் வகைகள்	11
2.2.3 நுகர்வோர் கொள்வனவு தொடர்பான 6 செயற் படிமுறைகள் ..	11
2.3 கலாச்சாரம்	12
2.3.1 கலாச்சார பரிமாணங்கள்	13
2.4 முடிவுரை	14
அத்தியாயம் - 03: எண்ணக் கருவாக்கமும் நடைமுறையாக்கமும்	15 - 24
3.1 அறிமுகம்	15
3.2 எண்ணக்கருவாக்கம்	15
3.2.1 எண்ணக்கருவாக்கத்திற்கான கட்டமைப்பு	15
3.2.2 நுகர்வோர் கொள்வனவு நடத்தை	16
3.2.3 அந்நடைப்படுத்தல் கலவை	16
3.3 கொள்வனவாளர் பண்புகள்	18
3.4 நடைமுறையாக்கம்	22
3.4.1 நடைமுறையாக்க மதிப்பீட்டு அப்டவணை	23
3.5 முடிவுரை	24

அத்தியாயம் - 04: ஆய்வு முறைமை	25 - 30
4.1 அறிமுகம்	25
4.2 மாதிரி எடுப்பு முறை	25
4.3 தரவு சேகரிப்பு முறை	27
4.4 தரவு மதிப்பீட்டு முறை	28
4.5 தரவு முன்வைப்பும், தரவு பகுப்பாய்வும்	29
4.6 முடிவுரை	30
அத்தியாயம் - 05: தரவு முன்வைத்தலும் பகுப்பாய்வும்	31 - 48
5.1 அறிமுகம்	31
5.2 தனிப்பட்ட தரவுகள்	31
5.3 ஆய்வுத் தரவுகள்	34
5.4 சந்தைப்படுத்தல் கலை	35
5.5 கொள்வனவாளரின் பண்புகள்	40
5.6 மொத்தமாறிகள்	45
5.7 முடிவுரை	47
அத்தியாயம் - 06: கலந்துரையாடல்	48 - 53
6.1 அறிமுகம்	48
6.2 தனிப்பட்ட தரவுகள் தொடர்பான கலந்துரையாடல்	48
6.3 ஏனைய ஆய்வு மாறிகள் தொடர்பான கலந்துரையாடல்	49
6.3.1 சந்தைப்படுத்தல் கலை	49
6.3.2 கொள்வனவாளரின் பண்புகள்	51
6.4 முடிவுரை	53
அத்தியாயம் - 07 முடிவுகளும் சிபாரிசுகளும்	54 - 57
7.1 அறிமுகம்	54
7.2 முடிவுகளும் சிபாரிசுகளும்	54
7.2.1 தனிநபர் காரணிகள்	54
7.2.2 ஆய்வுத் தகவல்	54
7.2.3 சிபாரிசுகள்	55
7.3 முடிவுரை	57
பிள் இணைப்புகள்	58 - 63
> உசாத்துறை நூல்கள்	58
> விளக்ககொத்து	59 - 63