

**“A STUDY ON MARKETING CULTURE IN REGIONAL
DEVELOPMENT BANK – BATTICALOA DISTRICT”**



THINES KUMAR

REG.NO: EU/EX/06/MS/02/37

INDEX NO: EU/EX/1021



Project Report
Library - EUSL

A Project Report Submitted to the Faculty of Commerce and Management. Eastern University, Sri Lanka as a partial fulfillment of the requirements of the Bachelor of Business Administration (External) Degree Programme.

**DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF COMMERCE AND MANAGEMENT
EASTERN UNIVERSITY, SRILANKA**

ஆய்வுச் சுருக்கம்

சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரம் என்பது நிறுவனத்தின் பகிர்வு மதிப்பு மற்றும் நம்பிக்கைகள் என்பவற்றினை ஊழியர் புரிந்து கொண்டு சந்தைப்படுத்தல் செயற்பாட்டில் நிறுவனத்திற்கு ஒத்துழைப்பு வழங்குதல் ஆகும். இன்றய காலகட்டத்தில் கிராமியத்துறைக்கு நிதி உதவிகளை வழங்கும் பிரதேச அபிவிருத்தி வங்கியானது, மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தின் பிரதேச வாரியான முன்னேற்றத்தில் அதன் பங்களிப்பு அதிகமாக இருப்பதைக் காணக்கூடியதாக உள்ளது.

மேலும் இங்கு பிரதேச அபிவிருத்தி வங்கி கிராமப்புற மக்களிற்கு அதிகமாக சிறிய மற்றும் குழுக் கடன்கள் அதிகம் வழங்குவதனால், குறித்த வங்கிக் கடன் மீளப் பெறுகையில் எழுகின்ற இடர்களினால் அவை அறவிடமுடியாக் கடனாக வங்கி சுட்டிக்காட்டும் அதேவேளை ஊழியர்களின் மீது சுமத்தப்படும் பணிச்சமையும் அழுத்தங்களும் அதிகரிக்கின்றது. இதனால் வங்கியின் சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரம் அதிகளவில் பாதிப்படைகின்றது. எனவே இவ் பிரச்சினையினைத் தீர்க்கும் வகையில் ஆய்வின் நோக்கங்களாக மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தில் பிரதேச அபிவிருத்தி வங்கியின் சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரம் மற்றும் பிரதேச அபிவிருத்தி வங்கியின் சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரகாரணிகள் எவ்வாறான நிலையில் காணப்படுகின்றது என்பதை கண்டறிதல்.

மேலும் மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தில் உள்ள பிரதேச அபிவிருத்தி வங்கிகளில் பணிபுரியும் ஊழியர்களிடம் சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரத்தின் நிலையினைக் கண்டறிவதற்கு சேவைத் தரம், ஒருவருக்கொருவர் இடையே காணப்படும் உறவு, விற்பனை இலக்கு, நிறுவனம், உள்ளக தொடர்பாடல், புதுமைபுனைதல் போன்ற மாறிகள் ஆராயப்படுகின்றன. மேலும் இவற்றின் முடிவுகளினை ஆராய்கையில் ஒவ்வொரு காரணிகளும் நடுநிலமையில் காணப்படுகின்றமை குறிப்பிடத்தக்கதாகும். மேலும் மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தில் பிரதேச அபிவிருத்தி வங்கியின் சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரம் நடுத்தர மட்டத்தில் காணப்படுகின்றமை இங்கு கண்டறியப்பட்டது. எனவே இதனை உயர்மட்டத்திற்கு அதிகரிக்கும் வகையில் உரிய நடவடிக்கைகளை பிரதேச வங்கிகள் எடுப்பதன் மூலம் அவற்றின் சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரத்தினை உயர்த்த முடியுமென பல சிபாரிசுகள் முன்வைக்கப்பட்டுள்ளதுடன், எதிர்கால ஆய்விற்கான முன்மொழிவுகளும் சுட்டிக் காட்டப்பட்டுள்ளன.

திறவுச் சொற்கள் : பிரதேச அபிவிருத்தி வங்கி, சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரம்

உள்ளடக்கம்

நன்றியுரை	i
ஆய்வுச் சுருக்கம்.....	ii
உள்ளடக்கம்	iii
அட்டவணைகள்.....	vi
படங்கள்	vii
அத்தியாயம் 01.....	8
அறிமுகம்.....	8
1.1 ஆய்வுப்பின்னணி	8
1.2 ஆய்வுப்பிரச்சினை	9
1.3 ஆய்வு வினாக்கள்	10
1.4 ஆய்வின் நோக்கங்கள்.....	11
1.5 ஆய்வு விசாலம்	11
1.6 ஆய்வின் முக்கியத்துவம்	11
1.7 ஆய்வின் எடுகோள்கள்	11
1.8 ஆய்வின் வரையறைகள்	11
1.9 சுருக்கம்	12
அத்தியாயம் 02.....	13
நூலாய்வு	13
2.1 அறிமுகம்	13
2.2 சேவை.....	13
2.2.1 சேவைத் தரம்.....	13
2.2.2 சேவைத் தரத்தின் முக்கியத்துவம்	14
2.2.3 சேவைத்தர இடைவெளி	15
2.2.4 சேவைத்தரத்தினைத் தீர்மானிக்கும் காரணிகள்.....	15
2.3 நிறுவனக் கலாச்சாரம்	18
2.3.1 கலாச்சாரத்தின் கூறுகள்.....	19
2.3.2 கலாச்சாரச் செயன்முறைகள்	20
2.3.3 கலாச்சாரப் பன்மைத்துவம்.....	21
2.4 சந்தைசார் கலாச்சாரம்	21
2.4.1 சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரக் கூறுகளின் அடுக்கமைவு.....	22
2.4.2 சந்தைப்படுத்தல் நடைமுறைத் தன்மை.....	23
2.4.3 சந்தைப்படுத்தல் சார் கலாச்சாரத்தின் கூறுகளை விளக்குதல்	24
2.4.4 சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சார விழுமியங்கள்	25
2.4.5 சந்தைக் கலாச்சார தொல்லியல் படைப்புகள்.....	25
2.4.6 கலாச்சார ஆதிக்கத்தில் தாக்கம் செலுத்தும் காரணிகள்.....	25

2.5 சந்தைக் கலாச்சார மதிப்பீடு.....	28
2.5.1 சேவைத்தரம்.....	30
2.5.2 நபர்களுக்கிடையிலான உறவுகள்.....	30
2.5.3 விற்பனை முறை.....	31
2.5.4 நிறுவகித்தல்.....	31
2.5.5 உள்ளக தொடர்பாடல்.....	31
2.5.6 புத்தாக்கம்.....	31
2.6 சுருக்கம்.....	32
அத்தியாயம் 03.....	33
எண்ணக்கருவாக்கமும் நடைமுறையாக்கமும்.....	33
3.1 அறிமுகம்.....	33
3.2 எண்ணக்கருவாக்க மாதிரி.....	33
3.3 சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரக் காரணிகள்.....	33
3.4 நடைமுறை ஆக்கம்.....	35
3.5 சுருக்கம்.....	35
அத்தியாயம் 04.....	36
ஆய்வு முறைமை.....	36
4.1 அறிமுகம்.....	36
4.2 தரவு மூலங்கள்.....	36
4.2.1. முதல் நிலைத்தரவுகள்.....	36
4.2.2 இரண்டாம் நிலைத் தரவுகள்.....	37
4.3 மாதிரிபரம்பல்.....	37
4.4 தரவுப் பகுப்பாய்வு முறையும் மதிப்பீடும்.....	38
4.5 தரவு முன்வைத்தல்.....	38
4.6 ஆய்வுச் சுருக்கம்.....	39
அத்தியாயம் 05.....	40
தரவுமுன்வைப்பும் பகுப்பாய்வும்.....	40
5.1 அறிமுகம்.....	40
5.2 தனிப்பட்ட தகவல்கள்.....	40
5.2.1 வங்கிப் பிரிவுகள்.....	40
5.2.2 பால் நிலை.....	41
5.2.3 விவாக நிலை.....	41
5.2.4 வயதுப் பிரிவு.....	41
5.2.5 கல்வி நிலை.....	42
5.2.6 பதவி நிலை.....	42
5.2.7 வருமானம்.....	42
5.2.8 அனுபவம்.....	43

5.3 ஆய்வுத் தகவல்களுக்கான பகுப்பாய்வு.....	44
5.3.1 சேவைத் தரம்.....	44
5.3.2 புரிந்துணர்வு	45
5.3.3 விற்பனை இலக்கு	45
5.3.4 நிறுவகித்தல்.....	46
5.3.5 உள்ளகத் தொடர்பாடல்	47
5.3.6 புதுமைபுனைதல்	47
5.3.7 சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரம்	48
5.4 சுருக்கம்	48
அத்தியாயம் 06.....	50
கலந்துரையாடல்.....	50
6.1 அறிமுகம்	50
6.2 ஆய்வுத் தகவலுக்கான கலந்துரையாடல்.....	50
6.2.1 மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தில் பிரதேச அபிவிருத்தி வங்கியின் சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரம் எத்தகைய நிலையில் காணப்படுகின்றது என்பது தொடர்பில் ஆராய்தல்.....	50
6.2.2 மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தில் பிரதேச அபிவிருத்தி வங்கியின் சந்தைப்படுத்தல் கலாச்சாரத்தினை கையாளுதல் தொடர்பில் தீர்வுகள் எவை என்பது தொடர்பில் ஆராய்தல்.....	53
6.3 சுருக்கம்	54
அத்தியாயம் 07.....	56
முடிவுரையும் சிபார்சுகளும்	56
7.1 அறிமுகம்	56
7.2 முடிவுரை	56
7.3 சிபார்சுகள்.....	57
7.4 எதிர்கால ஆய்விற்கான பரப்புக்கள்.....	59
7.5 சுருக்கம்	59
உசாத்துணை	60
இணைப்புகள் - வினாக்கொத்து	61