

A STUDY OF MARKETING PROBLEMS AND SOLUTIONS -
SPECIAL REFERENCE TO FARMERS OF THAMPALAGAMAM
DS DIVISION.



PIRASHANTHINI SUKUMAR



Project Report
Library - EUSL

DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF COMMERCE & MANAGEMENT
EASTERN UNIVERSITY
SRI LANKA

ஆய்வுச்சுருக்கம்

சந்தைப்படுத்தலானது நவீன விபாபாரத்தில் சக்தி வாய்ந்ததும் சவால்களைக் கொண்டதுமான ஒரு தொழிற்பாடாகக் காணப்படுகின்றது. அதுபோலவே விவசாய சந்தைப்படுத்தலானது தற்போதைய காலப்பகுதியில் முக்கியத்துவம் பெற்று எடுத்துக்காட்டாக விளங்கி வருகின்றது. விவசாய துறையின் மேம்பாடு ஒரு சீரான சந்தைப்படுத்தலிலேயே தங்கியுள்ளது. விவசாயிகள் இலாபம் அடைவதற்கு சந்தைப்படுத்தல் இன்றியமையாததாகக் காணப்படுகின்றது. அந்த வகையில் இந்த ஆய்வின் நோக்கமானது தம்பலகாமம் பிரதேச செயலகப்பிரிவு விவசாயிகள் நெல் சந்தைப்படுத்தல் சம்பந்தமாக ஏதோநோக்கும் பிரச்சனைகளை இனங்காணல் ஆகும். இவ்விவசாயிகளின் வருமானமானது வினைத்திறமான நெல் சந்தைப்படுத்தலிலேயே தங்கியுள்ளது. இந்த ஆய்வின் நோக்கத்திற்காக எண்ணகருவாக்கமானது நான்கு பகுதிகளைக் கொண்டுள்ளது. அவையாவன விநியோகம், வசதிகள், சந்தைப்படுத்தல் அறிவு, மற்றும் அரசாங்க கொள்கை. இந்த ஆய்விற்காக எல்லா கிராம சேவகர் பிரிவுகளையும் தெரிவுசெய்து 200 வினாக்கொத்து விகிதாசார அடிப்படையில் விநியோகிக்கப்பட்டு அதன்படி ஆய்வின் நோக்கத்திற்காக தரவு சேகரிக்கப்பட்டது. இத் தரவை பகுப்பாய்வுசெய்வதற்கு கணினி சமூகவிஞ்ஞான புள்ளி விபரவியல் பொதி (SPSS) மூலமாக தனிமாறி பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டது. ஆய்வின் முடிவிற்கிணங்க விவசாயிகளின் சந்தைப்படுத்தல் நடவடிக்கையில் விநியோகம், வசதிகள், சந்தைப்படுத்தல் அறிவு, மற்றும் அரசாங்க கொள்கை போன்றவை செல்வாக்கு செலுத்துகின்றன. விநியோகம், அரசாங்க கொள்கை மத்திய நிலையிலும், வசதிகள், சந்தைப்படுத்தல் அறிவு குறைந்த நிலையிலும் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றன. ஆகவே நெல் சந்தைப்படுத்தல் போது நான்கு மாறிகளையும் கருத்தில் கொள்ள வேண்டும். அத்தூடன் விவசாயிகளின் சந்தைப்படுத்தலை மேம்படுத்த என்னால் சில சிபாரிசுகள் முன்வைக்கப்பட்டுள்ளது.

TABLE OF CONTENTS

| | Page No. |
|---|----------------|
| Acknowledgement | I |
| Abstract | II - III |
| Contents | IV -VI |
| List of tables | VII |
| List of figures | VIII |
| | |
| Chapter 01 Introduction | 01 - 05 |
| 1.1 Overview | 01 |
| 1.2 Problem statement | 04 |
| 1.3 Research objectives | 04 |
| 1.4 Significance of research study | 05 |
| 1.5 Assumption | 05 |
| 1.6 Limitation | 05 |
| | |
| Chapter 02 Literature review | 06 - 26 |
| 2.1 Introduction | 06 |
| 2.2 Definition of marketing | 06 |
| 2.3 Elements of modern marketing system | 08 |
| 2.4 The environment of marketing | 09 |
| 2.5 Marketing functions and performers | 10 |
| 2.6 Effective marketing | 11 |
| 2.6.1 Product | 12 |
| 2.6.2 Price | 13 |
| 2.2.3 Place | 13 |
| 2.6.4 Promotion | 14 |
| 2.7 Distribution | 14 |
| 2.8 Facilities | 21 |
| 2.9 Marketing knowledge | 22 |
| 2.10 Government policy | 23 |
| 2.11 Agricultural marketing | 25 |
| 2.11.1 Farmer marketing problem | 25 |
| 2.11.2 Factors influencing Paddy prices | 26 |

| | |
|--|----------------|
| Chapter 03 Conceptualization & Operationalization | 27 - 33 |
| 3.1 Introduction | 27 |
| 3.2 Conceptualization | 27 |
| 3.2.1 Effective marketing | 28 |
| 3.2.2 Distribution | 29 |
| 3.2.3 Facilities | 29 |
| 3.2.4 Marketing knowledge | 31 |
| 3.2.5 Government policy | 31 |
| 3.3 Operationalization | 32 |
| 3.4 Summary | 33 |
| | |
| Chapter 04 Methodology | 34 - 39 |
| 4.1 Introduction | 34 |
| 4.2 Methods of data collection & measures | 34 |
| 4.2.1 Types of data required | 34 |
| 4.2.2 Source of data | 34 |
| 4.2.3 Structure of questionnaire | 35 |
| 4.2.4 Sampling | 36 |
| 4.2.4.1 Sample size | 37 |
| 4.2.4.2 Sample method | 37 |
| 4.2.4.3 Sample distribution | 37 |
| 4.3 Methods of data presentation & data analysis | 38 |
| 4.4 Method of data evaluation | 38 |
| 4.5 Summary | 39 |
| | |
| Chapter 05 Data presentation and Data analysis | 40 - 51 |
| 5.1 Introduction | 40 |
| 5.2 Personal information | 40 |
| 5.3 Research information | 45 |
| 5.3.1 Distribution | 45 |
| 5.3.2. Facilities | 47 |
| 5.3.3. Marketing knowledge | 48 |

| | |
|--|-------------------|
| Chapter 06 Discussion, Conclusions & Recommendation | 52 - 66 |
| 6.1 Introduction | 52 |
| 6.2 Discussion on personal information | 52 |
| 6.3 Research information | 53 |
| 6.3.1 Distribution | 53 |
| 6.3.2 Facilities | 57 |
| 6.3.3 Marketing Knowledge | 60 |
| 6.3.4 Government policy | 63 |
| 6.4 Summary | 66 |
| | |
| Reference | 67 - 68 |
| | |
| Appendix | IX - XVIII |
| Appendix 01 | IX |
| Appendix 02 | XIV |