

IMPULSE BUYING BEHAVIOR OF CREDIT CARD HOLDERS IN SUPER MARKETS

CAJETON THANANJAYAN THIAGARAJAH



Project Report
Library - EUSL

DEPARTMENT OF MANAGEMENT

FACULTY OF COMMERCE AND MANAGEMENT

EASTERN UNIVERSITY, SRI LANKA

2013

ஆய்வுச் சுருக்கம்

இவ் ஆய்வானது மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தின் மண்முனை வடக்குப் பிரதேச செயலகப் பிரிவுகளுக்குட்பட்ட பல்பொருள் சந்தைகளில் கடன் அட்டை மூலம் கொள்வனவில் ஈடுபடும் கொள்வனவாளர்களின் உந்தப்பட்ட கொள்முதல் நடத்தை எவ்வாறு உள்ளது என்பது பற்றி ஆய்வு செய்வதாகும்.

இவ் ஆய்வறிக்கையானது மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தின் மண்முனை வடக்குப் பிரதேச செயலகப் பிரிவுகளுக்குட்பட்ட பிரதேசங்களில் உள்ள கடன் அட்டை மூலம் கொள்வனவில் ஈடுபடும் கொள்வனவாளர்களின் உந்தப்பட்ட கொள்முதல் நடத்தையில் வெளித்தூண்டல் காரணிகள், உள்தூண்டல் காரணிகள் மற்றும் அதன் உப காரணிகள் எவ்வாறு செல்வாக்குச் செலுத்துகின்றது என்பது பற்றி ஆய்வு செய்வதாகும். இதற்காக மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தின் மண்முனை வடக்குப் பிரதேச செயலகப் பிரிவுகளுக்குட்பட்ட 3 மிகப்பெரிய பல்பொருள் சந்தைகளுக்கு வரும் கடனட்டை வைத்திருக்கும் வாடிக்கையாளர்கள் 100 பேரிடம் பெறப்பட்ட தகவல்களை அடிப்படையாகக் கொண்டு இவ் ஆய்வானது மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

இதன்போது பெறப்பட்ட ஆய்வுத் தகவல்களை பகுப்பாய்வு செய்ததன் மூலம் பெறப்பட்ட முடிவானது மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தின் மண்முனை வடக்குப் பிரதேசசெயலகப் பிரிவுகளுக்குட்பட்ட பிரதேசங்களில் உள்ள கடன் அட்டை மூலம் கொள்வனவில் ஈடுபடும் கொள்வனவாளர்களின் உந்தப்பட்ட கொள்முதல் நடத்தையில் வெளித்தூண்டல் காரணிகள், உள்தூண்டல் காரணிகள் மற்றும் அதன் உப காரணிகள் தாக்கம் செலுத்தியுள்ளது என்பது இவ்ஆய்வின் மூலம் வெளிப்படுத்தப்பட்டுள்ளது. எனவே இதற்கான தீர்வுகளுக்கும், சிபாரிசுளும் இவ்ஆய்வினூடாக முன்வைக்கப்படுகின்றது.

ஆய்வாளர்.

உள்ளடக்கம்

பக்கங்கள்

நன்றியுரை	i
ஆய்வுச் சுருக்கம்	ii
அத்தியாய உள்ளடக்கம்	iii-viii
அட்டவணைப் பட்டியல்	ix-x
உருக்களின் பட்டியல்	xi-xii

அத்தியாயம் - 1

அறிமுகம்

1.1	ஆய்வுப் பின்னணி	1-3
1.2	ஆய்வுப் பிரச்சினை	4
1.3	ஆய்வு வினாக்கள்	4
1.4	ஆய்வின் நோக்கங்கள்	5
1.5	ஆய்வு விசாலம்	5
1.6	ஆய்வின் முக்கியத்துவம்	5
1.7	ஆய்வின் வரையறைகள்	6

அத்தியாயம் - 2

நூலாய்வு

2.1	அறிமுகம்	7
2.2	உந்தப்பட்ட கொள்வனவு	8-11
2.3	உந்தப்பட்ட கொள்வனவின் சிறப்பம்சங்கள்	11
2.4	உந்தப்பட்ட கொள்வனவின் வரலாறு	12-15
2.5	உந்தப்பட்ட கொள்வனவு நடத்தையில் பல்பொருள் சந்தைகளின் தாக்கம்	16
2.6	உந்தப்பட்ட கொள்வனவு நடத்தையில் கடன் அட்டையின் தாக்கம்	16-17
2.7	உந்தப்பட்ட கொள்வனவில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகள்	17

2.7.1	உந்தப்பட்ட கொள்வனவின் வெளித்தூண்டல் காரணிகள்	17-18
2.7.2	உந்தப்பட்ட கொள்வனவின் உள் தூண்டல் காரணிகள்	19
2.8	சுருக்கம்	19

அத்தியாயம் - 3

எண்ணக்கருவாக்கமும் நடைமுறையாக்கமும்

3.1	அறிமுகம்	20
3.2	எண்ணக்கருவாக்கம்	21
3.3	நடைமுறையாக்கம்	22-24
3.4	சுருக்கம்	24

அத்தியாயம் - 4

ஆய்வு முறைமை

4.1	அறிமுகம்	25
4.2	மாதிரிப் பரம்பலும் மாதிரி எடுப்பு முறையும்	25
4.3	தரவு சேகரிப்பு முறை	25
4.4	தரவு மதிப்பீட்டு முறை	26
4.5	தரவு முன்வைத்தல் மற்றும் தரவுப் பகுப்பாய்வு முறைகள்	26-27
4.6	சுருக்கம்	27

அத்தியாயம் - 5

தரவு முன்வைப்பும் பகுப்பாய்வும்

5.1	அறிமுகம்	28
5.2	தனிப்பட்ட தகவல்களும் ஆய்வுத் தகவல்களும்	28-29
5.2.1	மாதத்திற்கு பல்பொருள் சந்தைகளில் கொள்வனவுகளில் ஈடுபடும் தடவைகள்	30

5.2.2	அதிகமாக கொள்வனவுகளில் ஈடுபடும் நாட்கள்	31
5.2.3	அதிகமாக கொள்வனவுகளில் ஈடுபடும் நேரம்	32
5.2.4	பாலினம்	33
5.2.5	வயது	34
5.2.6	வருமானம்	35
5.2.7	கல்வி	36
5.2.8	தொழில்	37
5.2.9	வைத்திருக்கும் கடனட்டைகளின் எண்ணிக்கை	38
5.2.10	கொள்வனவு செய்யப் பயன்படுத்திய கடனட்டையின் வங்கி	39-40
5.2.11	பல்பொருள் சந்தையின் வடிவமைப்பு	41
5.2.12	பல்பொருள் சந்தையில் பொருட்களை வாங்குவதை வசதியாக உணருதல்	42
5.2.13	பல்பொருள் சந்தை விற்பனை விளம்பரங்கள்	43
5.2.14	சமீபத்தில் ஊடகங்கள் மூலம் விளம்பரப்படுத்தப்பட்ட பொருள்	44
5.2.15	ஊழியர்களது அணுகுமுறை, சேவையின் திருப்தி, வாடிக்கையாளரை கவரும் தன்மை	45
5.2.16	என்னுடன் வரும் நண்பர்கள், குடும்ப அங்கத்தவர்களின் தூண்டுதல்	46
5.2.17	பல்பொருள் சந்தையில் எதேச்சையாக சந்திக்கும் தெரிந்தவர்களின் தூண்டுதல்	47
5.2.18	பொருட்களின் கவர்ச்சிகரமான விலை, சலுகைகள், தள்ளுபடிகள்	48
5.2.19	புதியபொருட்களின் அறிமுகம் அவற்றின் சலுகைகள், தள்ளுபடிகள்	49
5.2.20	கடனட்டையில் மீதி அதிகமாக இருத்தல்	50
5.2.21	அடிக்கடி எதைப்பற்றியும் கவலைப்படாமல் மேலதிகமாக பொருட்களை கொள்வனவு செய்தல்	51
5.2.22	இப்போது இதை வாங்குவோம் பின்னர் யோசித்தல்	52
5.2.23	தேவையான பொருட்களை வாங்கி முடிந்தவுடன் இன்னும் வாங்கவேண்டும் என்ற உணர்வு ஏற்படுதல்	53

5.2.24	மற்றவர்கள் அதிகமாக கொள்வனவு செய்வதைப் பார்க்கும் போது நானும் வாங்குதல்	54
5.2.25	குறிப்பிட்ட ஒரு பொருளை தேடும் போது ஏனைய பொருட்களாலும் கவரப்படுதல்	55
5.2.26	பார்வைக்கு கவர்ச்சிகரமான ஒரு பொருள் காணப்படும் போது அதனை கொள்வனவு செய்தல்	56
5.2.27	என்னை அடையாளப்படுத்துவதற்காக மேலதிகமாக பொருட்களை கொள்வனவு செய்தல்	57
5.2.28	நீண்ட நாட்களாக வாங்கவேண்டும் என்று காத்திருந்த ஒரு பொருள் காணப்படும் போது அதை வாங்குதல்	58
5.2.29	விரும்பப்படும் பிரபல்யமான ஒரு பொருள் காணப்படும் போது அதை வாங்குதல்	59
5.3	சுருக்கம்	60

அத்தியாயம் - 6

கலந்துரையாடல்

6.1	அறிமுகம்	61
6.2	ஆய்வு மாறிகள் பற்றிய கலந்துரையாடல்	61
6.3	வெளித்தூண்டல் காரணிகள்	62
6.3.1	பல்பொருள் சந்தையின் பண்புகள்	62
6.3.1.1	பல்பொருள் சந்தையின் வடிவமைப்பு	62
6.3.1.2	பல்பொருள் சந்தையில் பொருட்களை வாங்குவதை வசதியாக உணருதல்	62
6.3.2	விற்பனை விளம்பரங்கள்	63
6.3.2.1	பல்பொருள் சந்தை விற்பனை விளம்பரங்கள்	63
6.3.2.2	சமீபத்தில் ஊடகங்கள் மூலம் விளம்பரப்படுத்தப்பட்ட பொருளானது காணப்படுதல்	63
6.3.3	ஊழியர்களது அணுகுமுறை	64
6.3.3.1	ஊழியர்களது அணுகுமுறை, சேவையின் திருப்தி, வாடிக்கையாளரை கவரும் தன்மை	64

6.3.4	நண்பர், குடும்ப அங்கத்தவரது செல்வாக்கு	64
6.3.4.1	என்னுடன் வரும் நண்பர்கள், குடும்ப அங்கத்தவர்களின் தூண்டுதல்	64
6.3.4.2	பல்பொருள் சந்தையில் எதேச்சையாக சந்திக்கும் தெரிந்தவர்களின் தூண்டுதல்	65
6.3.5	பொருட்களின் பண்புகள்	65
6.3.5.1	பொருட்களின் கவர்ச்சிகரமானவிலை, சலுகைகள், தள்ளுபடிகளால் கவரப்படுதல்	65
6.3.5.2	புதியபொருட்களின் அறிமுகம் அவற்றின் சலுகைகள் தள்ளுபடிகளால் கவரப்படுதல்	66
6.3.6	கடனட்டையின் பிரயோக எல்லை	66
6.3.6.1	கடனட்டையில் மீதி அதிகமாக இருத்தல்	66
6.4	உள்தூண்டல் காரணிகள்	67
6.4.1	மனோநிலை	67
6.4.1.1	அடிக்கடி எதைப்பற்றியும் கவலைப்படாமல் மேலதிகமாக பொருட்களை கொள்வனவு செய்தல்	67
6.4.1.2	இப்போது இதை வாங்குவோம் பின்னர் யோசித்தல்	67
6.4.2	உணர்ச்சிகள்	68
6.4.2.1	தேவையான பொருட்களை வாங்கி முடிந்தவுடன் இன்னும் வாங்கவேண்டும் என்ற உணர்வு ஏற்படுதல்	68
6.4.2.2	மற்றவர்கள் அதிகமாக கொள்வனவு செய்வதைப் பார்க்கும் போது நானும் வாங்குதல்	68
6.4.3	பல்வேறுவகையான பொருட்களைத் தேடுதல்	69
6.4.3.1	குறிப்பிட்ட ஒரு பொருளை தேடும் போது ஏனைய பொருட்களாலும் கவரப்படுதல்	69
6.4.3.2	பார்வைக்கு கவர்ச்சிகரமான ஒரு பொருள் காணப்படும் போது அதனை கொள்வனவு செய்தல்	69
6.4.4	கய அடையாளம்	70
6.4.4.1	என்னை அடையாளப் படுத்துவதற்காக மேலதிகமாக பொருட்களை கொள்வனவு செய்தல்	70

6.4.5	பொருட்கள் மீதான ஈடுபாடு	70
6.4.5.1	நீண்ட நாட்களாக வாங்கவேண்டும் என்று காத்திருந்த ஒரு பொருள் காணப்படுதல்	70
6.4.5.2	விரும்பப்படும் பிரபல்யமான ஒரு பொருள் காணப்படுதல்	71
6.5	சுருக்கம்	71

அத்தியாயம் - 7

முடிவுகளும் சிபாரிசுகளும்

7.1	அறிமுகம்	72
7.2	முடிவுகள்	72-73
7.3	சிபாரிசுகள்	74

பின் இணைப்புகள்

1	உசாத்துணைகள்	xiii
2	வினாக்கொத்துக்கள்	xiv-xviii