

PRAISE BE TO ALLAH LOAD OF THE WORLD

PR

PERMANENT REFERENCE

CONSUMER BEHAVIOUR AND MARKETING PROBLEM IN THE EASTMEN WASHING SOAP IN AMPARA DISTRIC

ISMALEBBE MARZOON
INDEX NO :COM 48
REGD. :EU/IS/89/COM/07
COLOMBO :EU/SL/TT/89/COM/153



EASTERN UNIVERSITY OF SRILANKA

VANTHARUMOLAI, CHENKALADI
1995/1996

201-4 3801 5793
MAR



Library - EUSL

25379

PROCESSED
Main Library, EUSL

பொருளடக்கம்

பக்கம்

அத்தியாயம் 1

1 - 5

- 1.1 அறிமுகம்
 1.2 பிரச்சினையை அடையாளப்படுத்தலும் அதன் முக்கியத்துவமும்
 1.3 ஆய்வின் குறிக்கோள்கள்
 1.4 ஆர்மான்ட்கள்
 1.5.1 ஆய்வுமுறை
 1.5.2 மாதிரி எடுப்பு முறை
 1.5.3. ஆய்வுக்கான கருவிகள்
 1.5.4 மதிப்பீட்டு முறை
 1.5.5 தரவு சேகரிப்பு
 1.6 வரையறைகள்

அத்தியாயம் 2

6 - 59

- 2.1 கோட்பாடுகளிலும் விளக்கங்களிலும் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகள்
 2.2 உற்பத்தி என்பது
 2.3 ஆய்வுப் பொருள் தொடர்பான அறிமுகம்
 2.4 உற்பத்தி பொருள் ஒன்றின் வாழ்க்கைச் சுற்றோட்ட நிலை
 2.5 பொருளின் வாழ்க்கை
 2.5.1 பொருளின் வடிவம்
 2.5.2 பொருளின் நிலையான தன்மை
 2.5.3. பொருளின் கலவை
 2.5.4 பொருளின் வடிவத்தை இடத்துக்கேற்ப மாற்றியமைத்தல்
 2.5.5 பொருளின் சூனாதிசயம்
 2.5.6 பொருட்களை வகைப்படுத்தல்
 2.6 துகர்வோர் கொள்வனவு தொடர்பாக வகைப்படுத்தல்
 2.6.1 துகர்வுப் பொருட்களின் வகைகள்
 2.7. பொருளின் விலை
 2.8 பொருளைப் பொதியிடல்
 2.9 சலவைச் சவர்க்காரத்தின் பண்புகள்
 2.10 ஈலிமன் சலவை சவர்க்காரத்தின் வாங்கும் நடத்தையைப் பாதிக்கும் மாறும் காரணிகள்
 2.11 ஈலிமன் சலவை சவர்க்காரம் தொடர்பான விபரங்களை அறிந்த கொள்ளல்

- 2.12 டுகர்வோர் நடத்தை என்றால் என்ன ?
- 2.12.1 டுகர்வோரின் வாங்கும் நடத்தையில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகளும் கோட்பாடுகளும்
- 2.12.2 ஏதாவதொரு உற்பத்தி தொடர்பான டுகர்வோரின் வாங்கும் நடத்தை
- 2.12.3 டுகர்வோர் கொள்வனவு தீர்மான செய்முறை
- 2.13 கொள்வனவில் பங்குபற்றுவோர்கள்
- 2.13.1 கொள்வனவுத் தீர்மானம் எடுத்தலின் பங்குபற்றுவோர்களின் வகைப்படுத்தல்
- 2.14 5 கட்டங்களைக் கொண்ட நடத்தை மாதிரி
- 2.14.1 பிதட்சிணையை அடையாளம் காணல்
- 2.14.2 தகவல்களைச் சேகரித்தல்
- 2.14.3 பல்வேறு மாற்று வழிகளை மதிப்பீடு செய்தல்
- 2.14.4 கொள்வனவுத் தீர்மானம்
- 2.14.5 கொள்வனவுக்குப் பின்பான நடத்தை
- 2.15 டுகர்வோரின் வாங்கும் நடத்தை தொடர்பான மாதிரிகள்
- 2.15.1 டுகர்வோர் நடத்தை தொடர்பான விரிவான மாதிரி
- 2.15.2 டுகர்வோர் நடத்தை தொடர்பான எளிய அல்லது இலகு வான மாதிரி
- 2.15.3 தனிப்பட்ட உள்வகளுக்குரிய வாய்மொழி மாதிரிகள்
- 2.15.4 கடிப்புப் பெட்டி மாதிரி
- 2.15.5 டுகர்வோர் நடத்தையும் நீண்டு செல்லக் கூடிய மாதிரிகள்
- 2.15.6 உறவார்ட் ஒலிலண்ட் மாதிரி
- 2.16 டுகர்வோர் வாங்கும் நடத்தையில் முக்கிய செல்வாக்கு செலுத்தும் காரணிகள்.
- 2.16.1 கலாச்சார காரணிகள்
- 2.16.2 சமூகக் காரணிகள்
- 2.16.3 தனிப்பட்ட காரணி
- 2.16.4 உளவியல் காரணிகள்
- 2.17 கொள்வனவாளரின் கொள்வனவு பழக்கத்தைப் பாதிக்கும் விளம்பர முறைகள்.
- 2.18. சந்தைப்படுத்தல் முகாமை
- 2.19 சந்தைப்படுத்தல் எண்ணக்கரு
- 2.20 சந்தைப்படுத்தல் தொழிற்பாடுகள்
- 2.21 சந்தைப்படுத்தல் தந்திரோபாயம்
- 2.22 சந்தைப்படுத்தலின் போட்டி

அத்தியாயம் 3 60 - 81
தரவுகளைச் சமர்ப்பித்தல்
அட்டவணை 3.1 தொடக்கம் 3.21 வரை

அத்தியாயம் 4 82 - 92

பகுதி 1

தரவுகளை ஆய்வு செய்தல்

4.1 தொடக்கம் 4.21 வரை

பகுதி 11

93

அனுமானத்தை ஆய்வு செய்தல்

அத்தியாயம் 5 94 - 97

தீர்வுகளும் சிபார்சுகளும்

5.1 தீர்வுகள்

5.2 சிபார்சுகள்