

**AN ANALYSIS OF CONSUMER BUYING BEHAVIOUR TO
NESPRAY MILK IN MANMUNAI-NORTH, BATTICALOA
DISTRICT**

By

THIYAGARAJAH THAYANITHI

REGISTRATION NO: EU/ES/06/MS/02/45

INDEX NO: EX/MS/1029



Project Report
Library - EUSL



A Project Report has been 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, SRI LANKA**

**PROCESSED
MAIN LIBRARY, EUSL**

இவ்வாய்வுக்கு சகல வழிகளிலும் ஆலோசனைகளையும் கருத்துக்களையும் வழங்கி உதவி புரிந்த அனைவருக்கும் நன்றி கூறக் கடமைப்பட்டுள்ளேன்.

முதலில் இவ்வாய்வினை சிறப்பாக மேற்கொள்ள எனக்கு சகல வழிகளிலும் சிரமங்களைப் பாராது மேற்பார்வை செய்து ஆலோசனைகளையும் கருத்துக்களையும் வழங்கி சிறந்த முறையில் நெறிப்படுத்திய முகாமைத்துவ சிரேஷ்ட விரிவுரையாளர் கலாநிதி. T. பிரபாகரன் அவர்களுக்கு எனது நன்றியைத் தெரிவித்துக் கொள்கிறேன்.

மேலும் இவ் ஆய்வுக்கான தலைப்பை ஏற்று எனக்கு அனுமதி வழங்கிய வர்த்தக முகாமைத்துவ பீடாதிபதி துறை தலைவர் மற்றும் வர்த்தக முகாமைத்துவப் பீட வெளிவாரி கற்கைநெறி இணைப்பாளர் திருமதி. F.B.கென்னடி அவர்களுக்கும் வர்த்தக முகாமைத்துவப் பீடத்திற்கும் எனது நன்றியைத் தெரிவித்துக் கொள்கிறேன்.

மேலும் இவ் ஆய்வுக்கான தகவல்களை மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தின் மண்முனை வடக்குப் பிரதேச செயலகப் பிரிவுகளுக்குட்பட்ட நெஸ்பிநே மென்பான நுகர்வோருக்கும், தரவுகளை வழங்கிய மட்டக்களப்பு மாவட்ட நெஸ்பிநே மென்பான ஏக விநியோகஸ்தர் மற்றும் ஊழியர்களுக்கும் எனது நன்றியைத் தெரிவித்துக் கொள்கின்றேன்.

இப்பட்டப்படிப்பை பூர்த்தி செய்ய எனக்கு ஆக்கமும், ஊக்கமும் அளித்த எனது பெற்றோர் எனது நண்பர்களுக்கும் நன்றியைத் தெரிவித்துக் கொள்கின்றேன்.

தி.தயாநிதி

ஆய்வுச் சுருக்கம்

இன்றைய உலகில் உற்பத்தி வியாபார நடவடிக்கைகள் நுகர்வோர், சந்தைப்படுத்தல் செயற்பாடுகளுடன் - இணைந்ததாகவே காணப்படுகின்றன. ஒரு பொருளுக்கான நுகர்வில் அதிகரிப்பை ஏற்படுத்த வேண்டுமாயின் நுகர்வில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்ற காரணிகளை கண்டறிந்து அவற்றில் சாதகமான மாற்றங்களை ஏற்படத்துவதன்மூலம் அதிகரிப்பை ஏற்படுத்தலாம்.

இவ் ஆய்வானது “மட்டக்களப்பு மாவட்ட மண்முனை வடக்கு பிரதேச செயலாளர் பிரிவுக்குட்பட்ட நெஸ்பிறே மென்பான நுகர்வோர் கொள்வனவு நடத்தை பற்றியதாகும்” இவ் ஆய்விற்காக நுகர்வோர் நடத்தையில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்ற மாறிகளான சந்தைப்படுத்தல் கலவை, கொள்வனவாளர் பண்பு என்னும் மாறிகள் ஆய்விற்கு உட்படுத்தப்பட்டு அவற்றின் செல்வாக்கு நிலை ஆராயப்பட்டுள்ளது. இதனை ஆராயும் வகையில் இவ் ஆய்வு 7 அத்தியாயங்களை உள்ளடக்கி காணப்படகின்றது.

மட்டக்களப்பு மாவட்ட மண்முனை வடக்கு பிரதேச செயலாளர் பிரிவுக்குட்பட்ட 21 கிராமசேவகர் பிரிவில் வசிக்கும் மக்களின் விதத்தின் அடிப்படையில் 100 நெஸ்பிறே கொள்வனவாளர்களிடம் வினாக்கொத்து வளங்கியதன் மூலம் தரவு சேகரிக்கப்பட்டது. சேகரிக்கப்பட்ட தரவுகள் SPSS மென்பொருளைப் பயன்படுத்தி பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு நுகர்வோர் கொள்வனவு நடத்தையில் செல்வாக்குச் செலுத்துகின்ற மாறிகளின் செல்வாக்கு நிலை அறியப்பட்டது.

நெஸ்பிறே மென்பானம் பாவனை தொடர்பாக நுகர்வோரின் கொள்வனவு நடத்தையினை ஆய்வு செய்ததன் மூலம் மேல் குறிப்பிட்ட மாறிகள் நடுத்தர அளவு செல்வாக்கு நிலையை செலுத்துகின்றமையை அவதானிக்க முடிகின்றது. இதன் மூலம் நுகர்வோர் தேவைப்பாடு, பிரச்சினைகளை அடையாளம் கண்டு அவற்றை தீர்க்கும் முகமான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளல், உற்பத்தியாளர்கள் மற்றும் விநியோகத்தர்களுக்கு முன்னேற்றகரமான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ள ஆவணை செய்தல்.

ஆய்வாளன்

உள்ளடக்கம்.

நன்றியுரை	i
ஆய்வுச் சுருக்கம்	ii
உள்ளடக்கம்	iii
அட்டவணைப் பட்டியல்	iv
உருக்கள் பட்டியல்	v

அத்தியாயம் - 01

அறிமுகம்

1-5

1.1	ஆய்வுப் பின்னணி	1
1.2	ஆய்விற்கான பிரச்சினை	3
1.3	ஆய்வு வினாக்கள்	3
1.4	ஆய்வின் நோக்கம்	3
1.5	ஆய்வு விசாலம்	4
1.6	ஆய்வின் முக்கியத்துவம்	4
1.7	ஆய்வின் வரையறைகள்	5
1.8	ஆய்வின் எடுகோள்கள்	5
1.9	ஆய்வுச் சுருக்கம்	5

அத்தியாயம் - 02

நூலாய்வு

6-

30

2.1	அறிமுகம்	6
2.2	நுகர்வோர் நடத்தை	6
2.3	நுகர்வோர் நடத்தையின் முக்கியத்துவம்	7

2.4	கொள்வனவு நடத்தை மாதிரி	9
2.5	உள்ளீடு அல்லது காரணிகள்	11
2.6	கொள்வனவுத் தீர்மானச் செய்முறை	18
2.7	கொள்வனவுத் தீர்மானச் செய்முறையின் படிமுறைகள்	21
2.8	கொள்வனவு நடத்தையில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகள்	23
2.9	முடிவுரை	30

அத்தியாயம் - 03

எண்ணக்கருவாக்கமும் நடைமுறையாக்கமும்

31-

40

3.1	அறிமுகம்	31
3.2	எண்ணக்கருவாக்கம்	31
3.3	நடைமுறையாக்கம்	38
3.4	ஆய்வுச் சுருக்கம்	40

அத்தியாயம் -04

ஆய்வு முறைமை

41-

45

4.1	அறிமுகம்	41
4.2	மாதிரி எடுப்புமுறை	41
4.3	தரவு சேகரிப்பு முறை	43
4.4	தரவு மதிப்பீட்டு முறை	44
4.5	தரவு முன்வைத்தல் மற்றும் தரவுப்பகுப்பாய்வு முறைகள்	45
4.6	சுருக்கம்	45

அத்தியாயம் -05

தரவு முன்வைப்பும் பகுப்பாய்வும்
59

46-

5.1	அறிமுகம்	46
5.2	தனிநபர் தகவல்கள்	46
5.3	ஆய்வுத் தகவல்கள்	48
5.4		
	சந்தைப்படுத்தல் கலவை	49
5.5	கொள்வனவாளன் பண்புகள்	54
5.6		
	மொத்தமாறிகள்	59

அத்தியாயம் - 06

கலந்துரையாடல்
60-65

6.1	அறிமுகம்	60
6.2	தனிப்பட்ட தகவல்கள் பற்றிய கலந்துரையாடல்	60
6.3	ஆய்வு மாறிகள் பற்றிய கலந்துரையாடல்	61
6.4	ஆய்வுச் சுருக்கம்	65

அத்தியாயம் -7

முடிவுகளும் சிபார்சுகளும்
69

66-

7.1	அறிமுகம்	66
7.2	முடிவுகள்	66
7.3	சிபார்சுகள்	67