

**A STUDY ON THE FACTORS DETERMINING
THE CUSTOMER SWITCHING BEHAVIOUR TO
THE SUPER MARKETS**



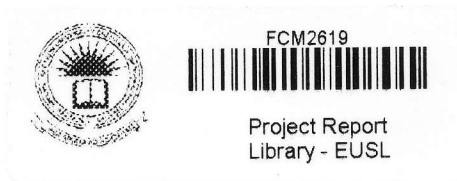
BY:

ROOHUL HAQ FATHIMA NISREEN

Registration No: EU/ES/06/MS/59

Exam Index No: EX/MS/945

A Project Report submitted to Faculty of Commerce and Management, Eastern University of Sri Lanka, as a partial fulfillment of Requirement of Bachelor of Business Administration (BBA) Degree



DEPARTMENT OF MANAGEMENT

FACULTY OF COMMERCE AND MANAGEMENT

EASTERN UNIVERSITY OF SRILANKA

2021

**PROCESSED
MAIN LIBRARY, EUSL**

ஆய்வுச் சுருக்கம்

தற்போது மாறிவரும் உலக மாற்றங்களுக்கேற்ப வாடிக்கையாளர்களும் மாறிக்கொண்டு வருகின்றனர். பாரம்பரிய சில்லறைக் கடைகளில் இருந்து தற்போது பல்பொருள் சிறப்புச் சந்தையை நோக்கி நகர்வடைகின்றனர். சிறப்புச் சந்தைகள் அதிகரிக்க அதிகரிக்க வாடிக்கையாளர்களின் பல்பொருள் சிறப்புச் சந்தையை நோக்கிய மாற்றம் அதிகரிக்கின்றது. இவ்வாறான நிலையில் பாரம்பரிய சில்லறைக் கடைகளிலிருந்து பல்பொருள் சிறப்புச் சந்தை நிலையங்களுக்கு வாடிக்கையாளர்கள் மாறுவதனை நிர்ணயிக்கும் காரணிகளின் தாக்கத்தினை ஆராயும் முகமாகவே இவ்வாய்வு மேற்கொள்ளப்படுகிறது.

சில்லறை வியாபாரிகளின் விற்பனையை அதிகரிப்பதற்கும் வாடிக்கையாளர் மாற்றத்தில் சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் காணப்படும் மாறிகளான வியாபாரப் பொருட்கள், அமைவிடம், விலை, மேம்படுத்தல், பணியாளர்கள், நடைமுறை, இயற்பியல் சான்று எனும் காரணிகள் ஏற்படுத்தியுள்ள தாக்கத்தை கண்டறிந்து பொருத்தமான சிபாரிசுகளை முன்வைப்பதையும் நோக்காகக் கொண்டு காணப்படுகின்றது.

எமது பிரதேசத்தில் சுமார் 20 பல்பொருள் சிறப்புச் சந்தைகள் காணப்படுகிறது. இச்சந்தைக்கு வாடிக்கையாளர் செல்வது அதிகரித்துக் காணப்படுகிறது. இது ஏன் இவ்வாறு காணப்படுகிறது என்பதைக் கண்டறிவதற்காக கோறளைப் பற்று மேற்கு பிரதேசத்தில் காணப்படும் 08 கிராம சேவகர் பிரிவில் வசிக்கும் 100 வாடிக்கையாளர்கள் எழுமாறாகத் தெரிவு செய்யப்பட்டு வினாக்கொத்துக்கள் வழங்கி அதன் மூலம் நிலைமை கண்டறியப்பட்டது.

பகுப்பாய்வின் அடிப்படையில் வாடிக்கையாளர் மாற்றத்திற்கான காரணிகளில் வியாபாரப் பொருட்கள், இடம், விலை, மேம்படுத்தல், பணியாளர்கள், நடைமுறை மற்றும் இயற்பியல் சான்று ஆகிய காரணிகள் அனைத்தும் தூண்டும் காரணியாக மாறுவதை அவதானிக்க முடிந்தது. இந்த வகையில் அதிகளவு தாக்கம் ஏற்படுத்தும் காரணியாக வியாபாரப் பொருட்கள் அதற்கு அடுத்த படியாக பணியாளர்களும் காணப்படுவதை அவதானிக்க முடிந்தது.

அதற்கமைவாக சில்லறை வியாபாரிகள் வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைத்துக் கொள்வதற்காகவும் விற்பனையை அதிகரிப்பதற்கும் மேற்கொள்ளப்பட வேண்டிய முன்னெடுப்புக்கள் பற்றியும் பொருத்தமான சிபாரிசுகளையும்,பரிந்துரைகளையும் உள்ளடக்கி இவ்வாய்வு காணப்படுகின்றது.

பொருளடக்கம்

பக்க எண்

நன்றியுரை	i
ஆய்வுச்சுருக்கம்	ii
உள்ளடக்கம்	iii-viii
அட்டவணை	ix
வரைபடங்கள்	x

அத்தியாயம்-01 அறிமுகம்

1.1. ஆய்வுப் பிண்ணனி	1-2
1.2. ஆய்வுப் பிரச்சினை	3
1.3. ஆய்வு நோக்கம்	4
1.4. ஆய்வு வினாக்கள்	4
1.5. ஆய்வு விசாலம்	5
1.6. ஆய்வு முக்கியத்துவம்	5
1.7. ஆய்வு வரையறைகள்	6

அத்தியாயம்-02 நூலாய்வு

2.1. அறிமுகம்	7-8
2.2. பாரம்பரிய சந்தைக்கும், சிறப்புச் சந்தைக்குமிடையிலான வேறுபாடுகள்	8-9
2.3. பல்பொருள் சிறப்புச் சந்தையின் வேகமான வரலாறு	
2.3.1. சுயசேவை	10
2.3.2. இக்கடைகளின் தொடர்ச்சியான மக்கள் தொகை அதிகரிப்பு	10
2.3.3. பல்பொருள் சிறப்புச் சந்தை	10
2.3.4. புற நகர் மற்றும் கொடுக்கல் வாங்கல் நிலையங்கள்	11
2.3.5. கழிவகமும் களஞ்சிய சாலையும்	11
2.3.6. மேந்தர கடைகளும் களஞ்சியசாலையும் தூண்டுதல்களும்	11-12
2.3.7. வளர்ச்சியும் அபிவிருத்தியும் நாடுகளும்	12-13
2.3.8. சிறப்புச் சந்தை வகைகள்	13-14
2.3.9. பல் பொருள் சிறப்புச் சந்தையின் வளர்ச்சி மட்டம்	14-15
2.4. எண்ணக்கருக்கள்/ வாடிக்கையாளர் மாற்றத்திற்கான காரணிகள்	
2.4.1. வியாபாரப் பொருட்களும் வாடிக்கையாளர் மாற்றமும்	15-16
2.4.2. விலையும் வாடிக்கையாளர் மாற்றமும்	16
2.4.3. இடமும் வாடிக்கையாளர் மாற்றமும்	16
2.4.4. மேம்படுத்தலும் வாடிக்கையாளர் மாற்றமும்	16-17

2.4.5. பணியாளர்களும் வாடிக்கையாளர் மாற்றமும்	17
2.4.6. நடைமுறையும் வாடிக்கையாளர் மாற்றமும்	18
2.4.7. இயற்பியல் சான்றும் வாடிக்கையாளர் மாற்றமும்	18
2.5. சுருக்கம்	18

அத்தியாயம்-03 எண்ணக்கருவாக்கமும் நடைமுறையாக்கம்

3.1. அறிமுகம்	19
3.2. எண்ணக்கருவாக்கம்	19
3.3. மாறிகள்	
3.3.1. வியாபாரப் பொருட்கள்	20
3.3.2. அமைவிடம்	20
3.3.3. விலை	20
3.3.4. மேம்படுத்தல்	20
3.3.5. பணியாளர்கள்	20
3.3.6. நடைமுறை	21
3.3.7. இயற்பியல் சான்று	21
3.4. நடைமுறையாக்கம்	22-23
3.5. சுருக்கம்	23

அத்தியாயம்-04 ஆய்வு முறைமை

4.1. அறிமுகம்	24
4.2. மாதிரிப் பரம்பலும், மாதிரி எடுப்பு முறையும்	
4.2.1. மாதிரிப் பரம்பல்	24
4.2.2. மாதிரி எடுப்பு முறை	24
4.3. தரவு சேகரிப்பு முறை	
4.3.1. ஆரம்பத் தரவு (1ம் நிலைத் தரவு)	25
4.3.1.1. பால்	25
4.3.1.2. வயது	25
4.3.1.3. தொழில் தகைமை	26
4.3.1.4. மாத வருமானம்	26
4.3.2. துணைத்தரவு	26
4.4. தரவு மதிப்பீட்டு முறை	26-27
4.5. தரவு முன்வைத்தல் மற்றும் தரவுப் பகுப்பாய்வும்	
4.5.1. தரவு முன்வைத்தல்	27
4.5.2. தரவுப் பகுப்பாய்வு	27
4.6. சுருக்கம்	27

அத்தியாயம்-05 தரவு முன்வைத்தலும் தரவுப்பகுப்பாய்வும்

5.1.	அறிமுகம்	28
5.2.	தனிப்பட்ட தரவு முன்வைத்தலும் பகுப்பாய்வு செய்தலும்	
5.2.1.	பால்	28-29
5.2.2.	வயது	29-30
5.2.3.	தொழில் தகைமை	30-31
5.2.4.	மாதவருமானம்	31-32
5.3.	ஆய்வு மாறிகளின் தரவுமுன்வைத்தலும் பகுப்பாய்வு செய்தலும்	32-34
5.3.1.	வியாபாரப்பொருட்கள்	35
5.3.1.1.	பல்வகைப் பொருட்கள்	35
5.3.1.2.	வியாபாரக் குறிகளுடன் பொருள் தரப்படுத்தல்	35
5.3.1.3.	வியாபாரக் குறிகளுடன் பொருள் வேறுபடுத்தல்	36
5.3.1.4.	ராக்கைகள் மூலம் பொருள் காட்சிப்படுத்தப்படல்	36
5.3.2.	இடம்	36
5.3.2.1.	இலகுவாகச் சென்றடைதல்	37
5.3.2.2.	வாகனத் தரிப்பிட வசதி	37
5.3.2.3.	பிரயாண நேரம் குறைவு	37
5.3.2.4.	பாதுகாப்பான அமைவிடம்	37
5.3.3.	விலை	38
5.3.3.1.	நியாயமான விலை வழங்கல்	38
5.3.3.2.	நிலையான விலை காணப்படல்	38
5.3.3.3.	குழுவிலையில் வழங்கல்	38
5.3.3.4.	பெறுமதி ரீதியான விலையில் வழங்கல்	39
5.3.4.	மேம்படுத்தல்	39
5.3.4.1.	கழிவீடு வழங்கல்	39
5.3.4.2.	கொள்வனவில் வேறு சில இலவசம்	40
5.3.4.3.	பரிசுக் கூப்பன் வழங்கல்	40
5.3.4.4.	வாழ்த்துக்கள் வழங்கல்	40
5.3.5.	பணியாளர்கள்	40
5.3.5.1.	நட்புறவு	41
5.3.5.2.	அறிவு	41
5.3.5.3.	தயார் நிலை	41
5.3.5.4.	உதவி செய்தல்	41
5.3.6.	நடைமுறை	41-42
5.3.6.1.	கருமபீடங்களின் எண்ணிக்கை	42
5.3.6.2.	பற்றுச் சீட்டின் துல்லியம்	42
5.3.6.3.	செயற்பாட்டு நேரம்	42
5.3.6.4.	தள்ளு வண்டிப் பாவனை	43

5.3.6.5. கடனட்டை உபயோகம்	43
5.3.7. இயற்பியல் சான்று	43
5.3.7.1. அலங்காரங்கள்	44
5.3.7.2. காட்சி	44
5.3.7.3. பணிச் சூழல்	44
5.3.7.4. தூய்மை	44
5.3.7.5. தயாரிப்பு மற்றும் பொதி	44
5.4. ஒட்டு மொத்தப் பகுப்பாய்வு	45-46
5.5. சுருக்கம்	46

அத்தியாயம்-06 கலந்துரையாடல்

6.1. அறிமுகம்	47
6.2. தனிப்பட்ட தரவுகள்	47
6.3. ஆய்வு மாறிகள்	47
6.3.1. வியாபாரப் பொருட்கள்	48
6.3.2. இடம்	48-49
6.3.3. விலை	49
6.3.4. மேம்படுத்தல்	50
6.3.5. பணியாளர்கள்	50-51
6.3.6. நடைமுறை	51-52
6.3.7. இயற்பியல் சான்று	52
6.4. சுருக்கம்	53

அத்தியாயம்-07 முடிவுகளும் சிபாரிசுகளும்

7.1. அறிமுகம்	54
7.2. முடிவுகள்	54-55
7.2.1. தனிப்பட்ட தகவல்களின் முடிவுகள்	55
7.2.2. ஆய்வுத்தகவல்களின் முடிவுகள்	56
7.2.2.1 வியாபாரப் பொருட்கள்	56
7.2.2.2 இடம்	56
7.2.2.3 விலை	57
7.2.2.4 மேம்படுத்தல்	57
7.2.2.5 பணியாளர்கள்	57
7.2.2.6 நடைமுறை	57
7.2.2.7 இயற்பியல்சான்று	58
7.3. சிபாரிசுகள்	58
7.3.1 வியாபாரப் பொருட்கள்	58-59
7.3.2 இடம்	59
7.3.3 விலை	59-60
7.2.4 மேம்படுத்தல்	61
7.2.5 பணியாளர்கள்	62

7.2.6 நடைமுறை

7.2.7 இயற்பியல் சான்று

பக்க எண்

63-64

64-65

பின்னிணைப்புக்கள்

உசாத்துணை

66-68

வினாக்கொத்துக்கள் - தமிழ்

69-73

வினாக்கொத்துக்கள் - ஆங்கிலம்

74-78

சில்லறை வியாபாரியின் வீழ்ச்சி அளவு

79