

Changes in Consumption pattern in post war: Special reference to Chavakachcheri urban area

யுத்தத்தின் பின்னர் நுகர்வு அமைப்பில் ஏற்பட்ட மாற்றம்: சாவகச்சேரி நகர
சபையை அடிப்படையாக கொண்ட ஆய்வு.

பிரமிலன்¹ & விஜயகுமார்.சி²

^{1,2} பொருளியந்துறை, யாழ் பல்கலைக்கழகம், இலங்கை

¹piramilan10@gmail.com, ²vijai114@gmail.com

1. அறிமுகம்

21^{ம்} நூற்றாண்டு பொருளாதாரங்களில் தவிர்க்க முடியாத ஒன்றாக நுகர்வுக்கான செலவு காணப்படுகின்றது. ஒரு பொருளாதாரத்தில் வீட்டுத்துறையினரால் குறிப்பிட்ட வருமான மட்டத்தில் பொருட்கள் சேவைகளைக் கொள்வனவு செய்வதற்காக மேற்கொள்ளப்படுகின்ற பணச் செலவீட்டின் அளவு நுகர்வுக்கான செலவு என வரையறுக்கலாம். பொருளாதாரம் ஒன்றில் நுகர்வு என்பது தவிர்க்க முடியாத ஒன்றாகவும் அவசியமான ஒன்றாகவும் காணப்படுகின்றது. ஏனெனில் மக்கள் தமது வாழ்க்கைத்தரத்தினை மாற்றிக்கொள்வதற்கும் இதனை வேறுபடுத்திக்காட்டவும் நுகர்வு அவசியமானது எனலாம். நுகர்வுக்கட்டமைப்பானது உணவில் மாத்திரமல்லாமல் கல்வி, சுகாதாரம், ஆடம்பரப்பொருட்கள், போக்குவரத்து, தொலைபேசிப்பாவனை, இணையப்பாவனை, மின்சாரப் பாவனை போன்றவற்றை குறிப்பிடலாம்.

நுகர்வு அமைப்பானது காலத்துக்கு காலம் மாறுபட்டு வருகின்ற தன்மையினை அவதானிக்கலாம். இதற்கு பல காரணங்கள் அடிப்படையாக அமைந்து வருகின்ற தன்மையினை அவதானிக்கலாம். மாற்றம் ஏற்படுவதற்கு பிரதான காரணிகளாக வருமானம், வங்கிக்கடன்கள், வெளிநாட்டு மற்றும் உள்ளூர் உதவிகள், விளம்பரங்கள், அயலவரின் நுகர்வு போன்ற பல காரணிகள் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றது. மக்களின் வாழ்க்கைத் தரத்தை அறிந்து கொள்ளும் முயற்சியில் “எர்னெஸ்ட் எங்கல்” என்ற ரஷ்ய நாட்டுப் புள்ளியியல் தலைவர் “சாக்ஸனின்” நகர்புறத்தில் 1851 இல் ஓர் ஆய்வினை மேற்கொண்டார். வசதிபடைத்தோர், நடுத்தரவர்கத்தினர், ஏழைகள் என்ற மூன்று பிரிவினரின் வருமானம் நுகர்வு செலவு இவற்றுக்கிடையேயான உறவு முறைகளை ஆராய்ந்து அவர் சில முடிவுகளை தந்துள்ளார். இம்முடிவுகளே “எங்கெல்ஸின் நுகர்வு விதி” என்று அழைக்கப்படுகின்றது. மக்களின் வருமானம் உயரும் போது அவர்களின் தேவை எவ்விதம் மாறுகிறது என்பதனை இவ் விதி உணர்த்துகின்றது.

அல்பிரட் மார்சல் என்ற அறிஞர் பதிலீட்டு விதி எனும் கோட்பாட்டை உருவாக்கினார். ஒரு செயலை அல்லது தேவையை ஒன்றுக்கு மேற்பட்ட பொருட்களால் நிறைவேற்றிக்கொள்ள முடியும் என்ற நிலையில் எது எளிதில் கிடைக்கின்றதோ அதை மனிதமனம் நாடும் என்பதையே இவ்விதி விளக்குகின்றது. நாம் ஒன்றுக்கு பதிலாக மற்றொன்றை பயன்படுத்திக் கொள்ள முடியும். தாகத்தை தணிக்கின்ற ஆற்றல் குளிப்பாணத்திற்கும் சாதாரண குடிநீருக்கும் இருக்கின்றது. குளிப்பாணம் வாங்கிக் குடிக்க இயலாதவர்கள் சாதாரண குடிநீரைப் பெற்று தாகத்தை தணித்துக் கொள்கின்றனர். இத்தகைய கருத்தினையே இக்கோட்பாடு விளக்குகின்றது. நுகர்வோரும் தொழிலதிபரும் குறைந்த விலைப் பொருளைக் கொண்டு தங்கள் தேவைகளினை நிறைவேற்றிக் கொள்ளும் செயலினை பதிலீட்டு விதியாக மார்சல் வகுத்துள்ளார்.

மக்கள் இன்றைய விரைவான வேலைப்பழுவடன் கூடிய உலகத்தில் தமது வேலைகளை இலகுவடுத்துவதையே பெருமளவு விரும்புகின்ற தன்மையினை காணலாம். இதன் காரணத்தினால் தமது வேலைகளை இலகுவடுத்தக்கூடிய பாவனைப் பொருட்கள் நுகர்வு மாற்றத்தினை ஏற்படுத்துகின்ற தன்மையினை காணலாம். இதன் காரணத்தினால் வேலைகள் இலகுவடுத்தப்படுகின்ற தன்மை காணப்படுகின்றது. இது பொருட்களின் நுகர்வில் மாற்றம் ஏற்படுவதற்கு காரணமாக அமைகின்றது. இன்றைய காலகட்டத்தில் அபிவிருத்தி அடைந்து வரும் நாடுகளில் அண்மைக்காலங்களில் நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டு வருகின்ற தன்மையினை காணலாம். இத்தகைய பின்னணியில் யாழ் மாவட்டத்தில் தென்மராட்சி பிரதேசத்தில் சாவகச்சேரி நகர சபையை அடிப்படையாக கொண்ட பிரதேசத்தில் அண்மைக்காலத்தில் நுகர்வு அமைப்பில் ஏற்பட்ட மாற்றம் பற்றி ஆய்வு செய்கின்றது.

02. ஆய்வின் நோக்கம்

1. யுத்தத்தின் பின்னர் பொருட்களின் நுகர்வு மாற்றத்தினை அறிதல்.
2. மக்களின் வருமானம் மற்றும் வாழ்க்கைத்தர மாற்றத்தினை அறிதல்.
3. நுகர்வோர் நடத்தைப் போக்குப் பற்றி அறிதல்.

03. முன்னர் செய்யப்பட்ட ஆய்வுகளின் மீளாய்வு

James Duesenberry (1950) இன் கருத்துப்படி ஒரு வீட்டுத்துறையினரின் நுகர்வு தனியே அவர்களது சொந்த வருமானத்தில் தங்கியிருக்காது பதிலாக அது அவர்களது சார்பு வருமானத்திலும் (அயலவரது வருமானம்) சேமிப்பிலும் தங்கியிருக்கும். இங்கு ஒரு நபர் தனது வருமானம் குறைவாக உள்ள நிலையிலும் தமது அயலவர் வருமானம் உயர்வாக உள்ள நிலையில் அவர்களது உயர்வான நுகர்வு நடத்தையை ஒப்பீடு செய்து அவர்களினைப் போல தாமும் நுகர்வு செய்ய முனைவர்.

Franco Modigliani and Richard Brumbey (1954) என்பவர்களின் வாழ்க்கை வட்ட கருதுகோள் அடிப்படையிலான நுகர்வுக் கோட்பாட்டின் படி வருமானத்தில் மாத்திரமல்லாது வாழ்க்கைக் காலம் முழுவதும் அவர்கள் ஒரு வீட்டுத்துறையினரது அல்லது தனிநபரது நுகர்வு சேமிப்பானது தனியே அவர்களது நடைமுறை பெறும் வருமானத்தினால் தீர்மானிக்கப்படுகின்றது என்றனர்.

Milton Fridman (1957) இன் கருத்துப்படி நிரந்தர வருமான கருதுகோள் அடிப்படையில் நுகர்வு என்பது நடைமுறை வருமானத்தில் மாத்திரம் தீர்மானிக்கப்படுவதில்லை. எதிர்காலத்தில் எதிர்பார்க்கும் வருமானத்தையும் கொண்டு தீர்மானிக்கப்படுகின்றது. இதனால் நுகர்வோர் தமது வாழ்நாள் முழுவதும் திட்டமிட்டு தமது நுகர்வினை மேற்கொள்ளலாம்..

Vijayakumar (2012) யாழ்ப்பாண மாவட்டத்தின் நடுத்தர குறைவான வருமானம் தொடர்பாக கவனத்தை ஈர்க்கக் கூடிய நுகர்வும் நுகர்வு நடத்தையின் பார்வையும் என்ற ஆய்வின் படி 10 வருட காலப் போருக்குப் பின்னர் யாழ் மாவட்ட சமூக கலாசார மாற்றங்களில் நுகர்வு நடத்தையில் அதிக மாற்றத்தினை காட்டுவதில் முயற்சியளிக்கின்றனர் என்பதனை இவ் ஆய்வில் தெளிவுபடுத்துகிறார். இவர் புள்ளிவிபரவியல் தரவுகளினூடாக இதனை விளக்குகிறார். 100%இனால் உயரும் வருமானத்தில் அந்தஸ்து தேடலுக்கு 48% பங்கினை ஒதுக்கியுள்ளனர். மேலும் ஆண்கள் 65.3% பெண்கள் 75.2% கவனத்தினை ஈர்க்கக்கூடிய நுகர்விற்கு ஒதுக்குவதாக ஏற்றுக்கொள்கின்றனர். இவ் ஆய்வானது குறைந்த வருமானம் மற்றும்

வறுமை பற்றி கூறுவதோடு வியாபார நிறுவனங்கள் மக்களின் நுகர்வு நடவடிக்கை பற்றியே தீர்மானம் எடுப்பதற்கு உதவுகின்றது.

Kumar NA and Josepn (2014) கிராமப்புற நுகர்வோர் தொடர்பாக நோக்கும் போது குறைந்த மட்ட வருமானம், குறைந்த மட்ட கல்வியறிவு, வியாபாரக்குறி தொடர்பான குறைந்தளவான விழிப்புணர்வு, தகவல் பற்றாக்குறை, குறைந்தமட்ட தொடர்பாடல் மற்றும் போக்குவரத்து வசதிகள் என்பன காணப்படுகின்றன. இந்தியாவில் Ernairuiam பிரதேசத்தில் உள்ள கிராமப்புற மற்றும் நகர்ப்புற Fmcg உற்பத்திகளை மக்கள் நுகர்வதில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகளின் பங்களிப்பு அறியப்பட்டது. கிராமத்து மக்கள் அதிகளவில் தரத்துக்கு முதன்மை கொடுக்கின்றமை எனும் முடிவு எட்டப்பட்டது. Mridanishjha (2013) கிராம மக்களின் நுகர்வு சார் தீர்மானம் எடுத்தல் செயற்பாட்டில் குடும்ப அளவு, உற்பத்தி, பொதியிடல், வயது, கலாசாரம் மற்றும் விளம்பரம் போன்ற காரணிகள் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றன. கிராம நுகர்வோர் நகர நுகர்வோரிடமிருந்து அடிப்படையில் வேறுபடுகின்றனர். குறைந்தமட்ட கல்வியறிவு உற்பத்தி மற்றும் சேவைகளின் வரையறுக்கப்பட்ட வெளிப்பாடு என்பன கிராமத்தில் காணப்படுகின்றது. இதனால் நுகர்வு நடத்தையிலும் வேறுபாடு காணப்படுகின்றன. Income levels, Income flows and Inter dependency என்பன நுகர்வோர் நடத்தையில் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றன. Analytical hierarchy process techniques இணை பயன்படுத்தி இவ் ஆய்வின் முடிவு பெறப்பட்டது.

Heena upadoyoy and Rajini pathania (2013) 1987-2002 ற்கு இடைப்பட்ட தரவுகளை regression analysis technique இணைப் பயன்படுத்தி இந்தியாவில் கிராமத்தில் வீட்டுத்துறையினரின் வருமானத்துக்கும் நுகர்வோருக்கும் இடையே நேரான தொடர்பை விளக்க முயன்றார். இந்த ஆய்வு Ordinary least square modal இணைப் பயன்படுத்தி மேற்கொள்ளப்பட்டது. இதன் மூலம் குறித்த காலத்தில் உணவு செலவுக்கான அளவு கிராம நகரங்களிடையே குறைகின்றது. ஆனால் உணவல்லாத ஏனைய செலவுகள் உயர்வடைகின்றது. உணவு செலவு வளர்ச்சி வீதம் கிராமத்தை விட நகரத்தில் அதிகம். அதேபோல உணவல்லாத பொருட்களின் செலவு வளர்ச்சி வீதம் நகரங்களைவிட கிராமங்களில் அதிகம். இந்தியாவில் கிராமத்தின் வீட்டுத்துறையின் வருமானத்துக்கும் செலவுக்கும் இடையே நேரான தொடர்பு காணப்படுகின்றது முதலான முடிவுகள் எடுக்கப்பட்டது.

04. ஆய்வுமுறையியல்

ஆய்வுப்பிரதேசத்தில் உள்ள குறிக்கப்பட்ட குடும்பங்களினை தெரிவு செய்து அண்மைக்காலத்தில் நுகர்வு அமைப்பில் ஏற்பட்ட மாற்றத்தினை அறிந்து கொள்வதற்காக முன்வைக்கப்படும் ஆய்வு அணுகுமுறையாக அளவு மற்றும் பண்புரீதியான அணுகுமுறைகள் பயன்படுத்தப்படுகின்றது. இங்கு அண்மைக்காலத்தில் நுகர்வு அமைப்பில் ஏற்பட்ட மாற்றத்தினை ஆய்வு செய்வதற்கு முதலாம் நிலைத்தரவுகள் இரண்டாம் நிலைத்தரவுகள் பெறப்பட்டு அளவு ரீதியாகவும் பண்புரீதியாகவும் பகுப்பாய்வு மேற்கொள்ளப்படுகின்றது. இவ் ஆய்வில் பின்வரும் நுட்பங்கள் முதலாம் நிலைத்தரவுகள் பெறுவதற்கு பயன்படுத்தப்பட்டவை.

முதலாம் நிலைத்தரவுகளானவை வினாக்கொத்து வடிவில் சாவகச்சேரி நகரசபைக்குரிய பிரதேசத்தில் வாழும் மக்களிடம்(குடும்பத்திடம்) வழங்கப்பட்டு தரவுகள் சேகரிக்கப்படுகின்றன. வினாக்கொத்துக்கள் திறந்த வினாக்களை உடையதாகவும் அமைந்துள்ளது. வினாக்கொத்து (Likert Scale) இல் அமைக்கப்பட்டு உயர் அளவில் ஏற்றுக்கொள்கின்றேன். ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை முற்றாக ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை எனும் ஒழுங்கு முறையில் தமது சரியான தெரிவினை தெரிவு செய்வதற்காக அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

இரண்டாம் நிலைத்தரவுகள் என்பன ஏற்கனவே செய்யப்பட்ட ஆய்வுகள் ஆய்வுக்கட்டுரைகள் சஞ்சிகைகள் புத்தகங்கள் மத்திய வங்கி ஆண்டறிக்கைகள் என்பவற்றிலிருந்து பெறப்பட்ட தரவுகளாக காணப்படுகின்றன. இவ் ஆய்வுக்கு தேவையான புள்ளிவிபரங்கள் மற்றும் முறைசார் தகவல்கள் என்பன தென்மராட்சி பிரதேச செயலகம் புள்ளிவிபரவியல் அறிக்கைகள் சாவகச்சேரி நகரசபை புள்ளிவிபரவியல் அறிக்கைகள் ஆய்வுக்கட்டுரைகள் புத்தகங்கள் இணையதளங்கள் போன்ற இரண்டாம் நிலைத்தரவுகளாக பெறப்பட்டவையாகும். சாவகச்சேரி நகரசபைக்குட்பட்ட பிரதேசத்தில் 5000 குடும்பங்கள் வசித்து வருகின்றன. 5000 குடும்பங்களில் 4 வீதமான 200 குடும்பங்கள் எளிய எழுமாற்று அடிப்படையில் தெரிவு செய்யப்பட்டு வினாக்கொத்து வழங்கி தகவல் திரட்டப்படுகின்றது.

05. கருதுகோள் பரிசீலனையும் தரவுப்பகுப்பாய்வும்

H₁ = அண்மைக்காலத்தில் நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது

சமையலறை உபகரண நுகர்வில் ஏற்பட்ட மாற்றம், நீண்ட கால பாவனைப் பொருட்களின் நுகர்வில் ஏற்பட்ட மாற்றம், கல்வி மற்றும் சுகாதார வசதிகள் தொடர்பான நுகர்வில் ஏற்பட்ட மாற்றம், மோட்டார் சைக்கிள் மற்றும் தொலைபேசி இணைய சேவைகளுக்கான நுகர்வு அமைப்பில் ஏற்பட்ட மாற்றம், நுகர்வு அமைப்பு மாற்றத்தினை தூண்டுபவை என்கின்ற தலைப்புகளுக்கு கீழ் கருதுகோள் பரிசோதனை இடம் பெறுகின்றது.

அட்டவணை – 5.1

	ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது	நடுநிலையாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது	ஏற்றுக்கொள்ளவில்லை
காஸ் அடுப்பு பாவனையில் மாற்றம் ஏற்பட்டது	80.5%	3.5%	16%
குளிர்சாதனப்பெட்டிப்பாவனையில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	83%	2.5%	14.5%
கிறைண்டர் பாவனையில் ஏற்பட்டுள்ளது	89.5%	2.5%	9%
ஏனைய சமையலறை உபகரணங்களில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	87%	11.5%	1.5%
தொலைக்காட்சிப் பாவனை அதிகரித்துக் காணப்படல்	95%	4.5%	0.5%
மின்விசிறி பாவனை அதிகரித்துக்காணப்படல்	96%	3%	1%
மின்னழுத்தி பாவனை அதிகரித்துக்காணப்படல்	95.5%	1.5%	3%
ஏனைய வீட்டுப்பாவனை உபகரண அதிகரித்தல்	94.5%	5%	0.5%

தனியார் வைத்திய சுகாதார வசதிகளுக்கான நுகர்வு செலவு அதிகரித்துள்ளமை	90%	9%	1%
தனியார் கல்விக்கான நுகர்வு செலவு அதிகரித்துள்ளமை	88.5%	4.5%	7%
ஆடம்பர பொருட்களுக்கான நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	86%	13%	1%
மின்சாரப் பாவனையில் அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ளது	94.5%	5%	0.5%
நுகர்வு செலவில் அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ளது	95%	3.5%	1.5%
மோட்டார் சைக்கிள் பாவனையின் நுகர்வு அதிகரித்துள்ளது	84.5%	4%	11.5%
தொலைபேசி மற்றும் இணையத்தின் நுகர்வு செலவு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	90%	7.5%	2.5%

(மூலம் - களஆய்வு,2017)

அண்மைக்காலத்தில் உயர்ந்தளவான காஸ் அடுப்பினை பாவனை செய்வதனை அவதானித்தால் 80.6% மக்கள் இதன் பாவனை செகின்ற தன்மையால் காஸ்அடுப்பு நுகர்வால் ஏற்பட்ட பாரிய மாற்றாக காணப்படுகின்றது. 2009 க்கு முன்னர் குளிர்சாதனப்பெட்டியின் பாவனை குறைவாகவே காணப்படுகின்றது. 24 மணிநேரமும் மின்சாரத்தினை பெற்றுக்கொள்ள முடியாத தன்மை குளிர்சாதனப்பெட்டியினை பெற்றுக்கொள்வது கடினமானதாகும். விலை கூடுதலாகவும் காணப்பட்டது. இதன் பாவனை தொடர்பாக மக்கள் பெருமளவுக்கு நாட்டம் காட்டாத தன்மை என்பவற்றினை அண்மைக்காலத்தில் ஆய்வுப்பிரதேசத்தில் 83% மக்கள் குளிர்சாதன பெட்டியினை பாவனை செய்கின்றமையினை அவதானிக்கலாம். உணவு வகைகளினை பாதுகாப்பதற்கு குளிர்சாதன பெட்டியில் முக்கியம் பெற்றமை என்பன இதன் பாவனை அதிகரிப்பதற்கு காரணமாகும்.

சமையலறை உபகரணங்களில் முக்கியமான ஒன்றாக கிறைன்டர் காணப்படுகிறது. இது முக்கியமாக பல செயற்பாடுகளை செய்கின்றது. மா அரைத்தல், உழுந்து, அரைத்தல், தேங்காய் அரைத்தல் போன்ற செயற்பாடுகளினை செய்வதுடன் மக்களின் வேலைகளையும் இலகுவாக்குகின்ற தன்மையினை காணலாம். 2009 க்கு முன்னைய காலப்பகுதியில் கிறைன்டர் பாவனை காணப்பட்டாலும் அம்மி ஆட்டுக்கல் போன்றவற்றினை பயன்படுத்தல் தன்மையினை காணலாம்.

அண்மைக்காலத்து கிறைன்டைர் பாவனை (89.5%) ஆக இருக்கின்ற தன்மை கிறைன்டைர் நுகர்வில் பாரிய மாற்றத்தினை அவதானிக்கலாம். ஏனைய சமையலறை உபகரணங்கள் நுகர்வில் மாற்றம் ஏற்படும் தன்மையினை அவதானிக்கலாம். ஏனைய உபகரணங்கள் எனும் பொழுது மின்னடுப்பு, மக்ரோகவுன், காஸ் அடுப்பு, பாவனையுடன் தொடர்புபட்ட பாத்திரங்கள் மரக்கறி வெட்டப்படும் உபகரணங்கள் போன்ற பல உபகரண நுகர்வில் 87% மாற்றம் ஏற்படுகின்ற தன்மையினை அவதானிக்கலாம். இவை மக்களின்

பாவனைகளினை இலகுவாக்குகின்ற தன்மையும் மக்களின் நுகர்வுகளானவை காலத்துக்கு ஏற்ப மாற்றமடைந்து செல்கின்ற தன்மை என்பவற்றினை கூறலாம். அண்மைக்காலத்தில் அதிகரித்த நுகர்வு போக்கு காணப்படுகிறது. 95% மக்கள் தொலைக்காட்சிப்பாவனை நுகர்கின்ற தன்மையினை காணலாம். மின் விசிறிப் பாவனையானது அண்மைக்காலத்தில் (96%) கடுமையான அதிகரிப்பினை காட்டுகிறது. அண்மைக்காலத்தில் வீடுகளில் 95.5% வீடுகளில்மின்னழுத்தி நுகர்வானது காணப்படுகின்ற தன்மையினை அவதானிக்கலாம். இதன் விலைகள் குறைவாகக்காணப்படுவது 24 மணிநேர மின்சாரம் இதனைப் பாவிப்பது சுலபமானதாக காணப்படுகின்றமை போன்றன இதன் பாவனை அதிகரிப்பிற்கு முக்கியமான காரணங்களாகும்.

5.2 விபரணப் புள்ளிவிபரவியல் முடிவு

	No	mean	Std. Deviatim
காஸ் அடுப்பு பாவனையில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.7650	1.219151
குளிர்சாதன பொட்டி பாவனையில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.690	1.16218
கிறைன்டர் பாவனையில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.5600	1.01070
ஏனைய சமையலறை உபகரணங்களில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.5550	0.77458
மோட்டார் சைக்கிள் பாவனையின் நுகர்வு அதிகரித்துள்ளது	200	1.7250	1.11607
தொலைபேசி மற்றும் இணையத்தின் நுகர்வு செலவு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.5400	1.050608
ஆடம்பர பொருட்களுக்கான நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.6450	0.74279
மின்சார பாவனையில் அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.3950	0.94520
நுகர்வு செலவில் அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.3050	0.53235

காஸ் அடுப்பு பாவனையில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.7650 கிடைக்கப்பெற்றமை. ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. குளிர்சாதனப் பொட்டி பாவனையில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. என்பது தொடர்பான சராசரி 1.690 கிடைக்கப் பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது. என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. கிறைன்டர் பாவனையில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது என்பது தொடர்பான சராசரி 1.5600 கிடைக்கப்பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. ஏனைய சமையலறை உபகரணங்களின் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. என்பது தொடர்பான சராசரி

1.5550 கிடைக்கப்பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தினை விளக்குகின்றது.

மோட்டார் சைக்கிள் பாவனையின் நுகர்வு அதிகரித்துள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.7250 கிடைக்கப் பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. தொலைபேசி மற்றும் இணையத்துக்கான நுகர்வு செலவு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.5400 கிடைக்கப்பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. ஆடம்பர பொருட்களுக்கான நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.6450 கிடைக்கப் பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. மின்சாரப் பாவனையில் அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.3950 கிடைக்கப் பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. நுகர்வு செலவில் அதிகரிப்பு ஏற்பட்டுள்ளது. என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.3050 கிடைக்கப்பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது.

நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றத்தினை ஏற்படுத்துகின்ற காரணிகள் அட்டவணை 5.3

	ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது	நடுநிலையாக ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது	ஏற்றுக் கொள்ளவில்லை
லீசிங் மூலம் நுகர்வு அதிகரித்தல்	88%	11%	1%
வேளிநாட்டவர் வருகை நுகர்வில் மாற்றத்தினை ஏற்படுத்தியுள்ளது	73.5%	22%	4.5%
அயலவர் நுகர்வு	81%	14%	5%
விளம்பரங்களானவை நுகர்வை தூண்டுகின்றது	85%	9.5%	5.5%
கலாசார மாற்றங்களும் நுகர்வை தூண்டுகின்றது	78.5%	17.5%	4%

நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்படுமென 88% ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். வேளிநாட்டு உதவிகள் மற்றும் அவர்களின் வருகை மூலம் நுகர்வில் மாற்றம் ஏற்படுகின்றது என 78.5% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். அயலவர்களின் நுகர்வு அதிகரிக்கும் பொழுது தமது நுகர்வு அதிகரிக்குமென 81% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்ற தன்மையினை காணலாம். 85% மானவர்கள் விளம்பரங்கள் மூலம் நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்படுகின்றது என்கிறார்கள். கலாசார மாற்றங்கள் ஏற்படுகின்ற பொழுது அதனுடன் தொடர்ச்சியாக நுகர்வு மாற்றமும் ஏற்படுகின்றது. 73.5% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றார்கள்.

H2:மக்களின் வாழ்க்கைத்தரத்தில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது.

வீட்டுப் பொருட்கள் மற்றும் வீட்டு வசதிகளில் ஏற்பட்ட மாற்றம், கல்வி மற்றும் வைத்திய சுகாதார வசதிகளில் ஏற்பட்ட மாற்றம், வங்கிகளின் அதன் உட்கட்டமைப்பு வசதிகளில் ஏற்பட்ட மாற்றம், மலசலகூட வசதிகள் கழிவகற்றல் செயற்பாடுகள் மற்றும் சுத்தமான குடிநீரை பெறக்கூடிய தன்மை, மின்சாரம், போக்குவரத்து மற்றும் தொலைத்

தொடர்பு வசதிகளில் ஏற்பட்ட மாற்றம், வருமானத்தை பெறக்கூடிய வாய்ப்புக்களும், சந்தை வாய்ப்புக்களும் என்கின்ற தலைப்புக்களின் கீழ் கருதுகோள் பரிசோதனை இடம்பெறுகிறது.

அட்டவணை 5.4

	ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது	நடுநிலையாக ஏற்றுக்கொள்ளப்பட்டது	ஏற்றுக் கொள்ளவில்லை
வீட்டு வசதிகளில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	94%	5%	1%
சமயலறை உபகரணங்களில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	87%	11.5%	1.5%
வீட்டு பாவனை பொருட்களில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	95%	4.5%	0.5%
வைத்திய, சுகாதார வசதிகளில் முன்னேற்றம் ஏற்படுகின்றது	94.5%	5%	0.5%
கல்வி வசதிகளில் முன்னேற்றம் ஏற்படுகின்றது	88.5%	7.5%	4%
தனியார் வைத்திய சாலையில் நாடுகின்ற மக்கள் பெரும்பாலனவர்கள்	90%	19%	4%
வங்கிகளின் வசதிகளானவை அதிகரிக்கப்பட்டுள்ளது	94.5%	5.5%	0
வங்கிகளுடனான தொடர்புகள் அதிகரித்துள்ளது	87.5%	11.5%	1%
வங்கிகளில் சேமிப்புக்கானவை அதிகரித்துள்ளது	85.5%	13.5%	1%
வங்கி கடன்களை இலகுவாக பெறக்கூடிய சூழல் அதிகரித்துள்ளது	82.5%	16.5%	1%
மலச்சலகூட வசதிகள் பாதுகாப்பாகவும் முன்னேற்றமடைந்தும் உள்ளது	95.5%	4%	0.5%

குழிவகற்றல் செயற்பாடுகள் சிறந்த முறையில் காணப்படுகின்றது	95.5%	4%	0.5%
சுத்தமான குடிநீரினை பெற்றுக் கொள்ளக்கூடிய வசதிகள்	92%	6%	2%
24 மணி நேர மின்சாரத்தை பெற்றுக் கொள்வதற்கான தன்மை காணப்படுகின்றது	99.5%	0.5%	0
தொலைபேசி, இணைய வசதிகளை பெற்றுக் கொள்ளக்கூடிய குழல் காணப்படுகின்றது	99.5%	0.5%	0
போக்குவரத்து வசதிகளில் முன்னேற்றம் காணப்படுகின்றது	92%	7.5%	0.5%
அண்மைக்காலத்தில் சந்தை வாய்ப்புக்கள் அதிகரித்துள்ளது	83%	15.5%	1.5%
அண்மைக்காலத்தில் வருமானத்தினை பெறுவதற்கான வாய்ப்புக்கள் அதிகரித்துள்ளது	85.5%	13.5%	1%

(மூலம் - களஆய்வு,2017)

மனிதனின் அடிப்படைத் தேவைகளில் ஒன்றாக வீட்டு வசதிகள் காணப்படுகின்றது. மனிதனுக்கு பாதுகாப்பு காரணமாகவும் தங்குமிட வசதியாகவும் காணப்படுகின்றது. வீட்டு வசதிகளை அதிகரித்த தன்மை மக்களின் வாழ்க்கைத்தர மாற்றத்தினை காட்டுகின்றது. அண்மைக்காலத்தில் வீட்டு வசதிகளில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. 94% ஏற்றுக் கொள்கின்றனர்.சுகாதார வைத்திய வசதிகளில் முன்னேற்றம் ஏற்பட்டதனை 94.5% ஆனவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். 90% தனியார் வைத்திய துறையினை நாடுகின்ற தன்மையால் இத்துறையில் விருத்தியையும், மக்கள் வருமானம் அதிகரித்ததன் காரணத்தினால் தான் தனியார் துறையை நோக்கி செல்கின்ற தன்மையையும் காட்டுகிறது.கல்வியுடன் தொடர்புபட்ட வசதிகளானவை 2009க்கு முற்பட்ட காலப்பகுதியினை விட அதிகரித்துள்ளது. 88.5% மக்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர்.வங்கிகளுக்கு வசதிகளானவை அதிகரிக்கப்பட்டுள்ள தன்மையினை 94.5% மக்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். வங்கிகளுக்கும் பொது மக்களுக்கும் இடையிலான தொடர்புகள் அதிகரித்துள்ளமையை 87.5% ஏற்றுக் கொள்கின்றனர்.வங்கிகளில் சேமிப்புக்களானவை அதிகரித்துக் கொண்டு செல்லும் என 85.5% மக்கள் ஏற்றுக் கொண்டுள்ளனர்.வங்கிகளில் சுலபமாக கடன்களினை

பெறக்கூடிய தன்மை காணப்படுகின்றது என 82.5% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர்.இது மக்களின் வாழ்க்கைத்தரத்தினை உயர்த்துகின்ற செயற்பாடாக காணப்படுகின்றது.மலசலகூட வசதிகளானவை பாதுகாப்பாகவும் முன்னேற்றகரமானதாகவும் காணப்படுகின்றது என 95.5% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். கழிவகற்றல் செயன்முறைகளானது சிறந்த முறையில் மேற்கொள்ளப்பட்டு வருகின்றது.என 95.5% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர். குடிநீரினை பெற்றுக் கொள்வதற்கான வசதிகள் காணப்படுவதாக 92% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர்.மையினை 24 மணிநேர மின்சாரம் கிடைக்கின்ற தன்மையினை 99% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொண்ட தன்மையினை காணலாம்.தொலைபேசி மற்றும் இணையத்தின் வசதிகளினை பெற்றுக் கொள்ளக்கூடிய சூழல் காணப்படுவதனை 99% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்றனர்.போக்குவரத்து வசதிகளில் முன்னேற்றம் ஏற்பட்டதாக 92% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொள்கின்ற தன்மையினை காணலாம். இத்தகைய வாய்ப்புக்கள் வாழ்க்கைத்தரத்தில் மாற்றத்தினை காட்டுகின்றது.சந்தைப்படுத்தல் வாய்ப்புக்கள் அதிகரித்துள்ளதென 83% மானவர்கள் ஏற்றுக் கொண்ட தன்மையினை காணலாம்.85.5% மான மக்கள் வருமானத்தினை பெற்றுக் கொள்வதற்கான வாய்ப்புக்கள் அதிகரித்துள்ளதாக ஏற்றுக் கொள்கின்றனர்.இத்தகைய வாய்ப்புக்கள் போது மக்களின் வாழ்க்கைத்தரம் அதிகரிக்கின்ற தன்மையை காணலாம்

அட்டவணை 5.5விபரணப் புள்ளிவிபரவியல் முடிவு

	No	Mean	Std. Deviation
வீட்டு வசதிகளில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.3850	0.63148
சுமையலறை உபகரணங்களில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.5550	0.774558
வீட்டு பாவனை பொருட்களில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது	200	1.3550	0.59222
வங்கிகளின் வசதிகளானவை அதிகரிக்கப்பட்டுள்ளது	200	1.5550	0.57380
வங்கிகளுடனான தொடர்புகள் அதிகரித்துள்ளது	200	1.7350	0.69801
வங்கிகளின் சேமிப்புக்களானவை அதிகரித்துள்ளது	200	1.7850	0.72899
வுங்கிக் கடன்னளானவை இலகுவாக பெறக்கூடிய சூழல் அதிகரித்துள்ளது	200	1.7850	0.74939
24 மணிநேர மின்சாரத்தை பெற்றுக் கொள்வதற்கான தன்மை காணப்படுகின்றது	200	1.0150	0.15780

தொலைபேசி இணைய வசதிகளை பெற்றுக் கொள்ளக்கூடிய சூழல் காணப்படகின்றது	200	1.0850	0.31347
போக்குவரத்து வசதிகளில் முன்னெற்றும் காணப்படுகின்றது	200	1.8200	0.57380
அண்மைக்காலத்தில் சந்தை வாய்ப்புக்கள் அதிகரித்துள்ளது	200	1.8600	0.67280
அண்மைக்காலத்தில் வருமானத்தினை பெறுவதற்கான வாய்ப்புக்கள் அதிகரித்துள்ளது	200	1.9900	0.64184

(மூலம் - களஆய்வு,2017)

மேற்குறித்த வாழ்க்கைத்தர வசதிகளில் ஏற்பட்ட மாற்றம் தொடர்பான மொத்த தரவுகளின் அடிப்படையில் மேற்கொள்ளப்பட்ட விபரணபுள்ளிவிபரவியல் ஆய்வில் வீட்டு வசதிகளில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.3850 கிடைக்கப்பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது. என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. சமையலறை உபகரணங்களில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.5550 கிடைக்கப்பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. வீட்டு பாவனை பொருட்களில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.3550 கிடைக்கப் பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகிறது. வங்கி வசதிகளானவை அதிகரிக்கப்பட்டுள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.5550 கிடைக்கப்பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. வங்கிகளுடனான தொடர்புகள் அதிகரித்துள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.7350 கிடைக்கப்பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. வங்கிகளில் சேமிப்புக்களானது அதிகரித்துள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.7850 கிடைக்கப் பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது. என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது. வங்கி கடன்களை இலகுவாக பெறக்கூடிய சூழல் அதிகரித்துள்ளது என்பது தொடர்பில் சராசரி 1.7850 கிடைக்கப்பெற்றமை ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்டது என்ற கருத்தை விளக்குகின்றது.

6.0 முடிவுகளும் பரிந்துரைகளும்

அண்மைக்காலத்தில் நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. என்பதனுள் நுகர்வு அமைப்பு மற்றும் வாழ்க்கைத்தரத்தில் மாற்றம் ஏற்பட்ட போக்கினை பகுபாய்வில் பெற்றுக் கொண்ட முடிவுகளை அடிப்படையாக கொண்டு நோக்குவோம்.

நுகர்வு அமைப்பில் ஏற்பட்ட மாற்றத்தினை அவதானிக்கின்ற பொழுது சமையலறை உபகரணங்கள் நுகர்வில் 87% மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளமையை அவதானிக்கலாம். மக்கள் பழைய சமையலறை உபகரண முறைகளில் இருந்து விலகி காஸ் அடுப்பு பாவனை 80.5% குளிர்சாதனப் பொட்டி பாவனை 83% கிறைன்ட்ர பாவனை 89.5% அதிகரித்த தன்மையை காணலாம். மற்றும் ஏனைய சமையலறை உபகரணங்களினை பயன்படுத்துன்ற தன்மையினை அவதானிக்கலாம். நீண்ட கால பாவனைப் பொருட்களிலும் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளமையை அவதானிக்கலாம். தொலைக்காட்சி பாவனை 95% மின்விசிறி பாவனை 96% மின்னழுத்தி பாவனை 95.5% மற்றும் ஏனைய வீட்டுப்பாவனை உபகரணங்களில் பாவனை நுகர்வு 94.5% அதிகரித்த தன்மையினை காணலாம். இதனைமுன்புநுகர்வு செய்யாத மக்களும் அண்மைக்காலத்தில் நுகர்வு செய்கின்றனர் எனலாம். வைத்திய சுகாதாரப் மற்றும் கல்விக்கான நுகர்வு அமைப்பில் மாற்றம் ஏற்பட்டுள்ளது. அரசாங்கத்துறை இலவசமாக இச்சேவைகளை வழங்கினாலும் தனியார் துறையினை மக்கள் நாடுகின்ற தன்மையினை அவதானிக்கலாம். இதன் காரணமாக தனியார் வைத்திய துறையினை 90% மானவர்கள் நாடுகின்றமையையும் தனியார் கல்விக்கான நுகர்வு செலவு 88.5% அதிகரிக்கின்றது. இது நுகர்வு மாற்றத்தினையே காட்டுகின்றது.

மக்களின் வாழ்க்கைத்தரத்தில் முன்னேற்றத்தினை ஏற்படுத்துவதில் வங்கிகள் முக்கியமானவை வங்கிகளில் வசதிகளானவை 94.5% அதிகரிக்கப்பட்டு காணப்படுகின்றது. அத்துடன் வங்கிகளுடன் தொடர்புகள் 87.5% சேமிப்புக்கள் 84.5% காணப்படுகின்றமை அதிகரித்த வீதத்தினையே காட்டுகின்றது. மேலும் வங்களில் இருந்த கடன்களினை இலகுவாக பெறக்கூடிய சூழல் 82.5% காணப்படுகின்றது. வாழ்க்கைத்தர மாற்றத்தினையே பிரதிபலிக்கிறது. மனிதனின் சுகாதாரத்திற்கு முக்கியமான அம்சங்களான சுத்தமான குடிநீரினை பெறக்கூடிய சூழல் 92% பாதுகாப்பான மலசலகூட வசதி 95.5% மற்றும் சிறந்த முறையில் கழிவுகற்றல் செயற்பாடுகள் 95.5% காணப்படுகின்றன. இவை முன்னேற்றகரமான தன்மையில் காணப்படுகின்றமை வாழ்க்கைத்தரத்தினையே காட்டுகின்றது எனலாம். 24 மணிநேர மின்சாரத்தை பெறக்கூடிய தன்மை 99.5% மும் தொலைபேசி மற்றும் இணைய வசதிகளை பெறக்கூடிய தன்மை 99.5% மும் போக்குவரத்து வசதிகளில் முன்னேற்றம் ஏற்பட்டமை 92% மும் காணப்படுகின்றமை வாழ்க்கைத்தர மாற்றத்தினையே காட்டுகின்றது. அதனைப்போலவே சந்தைப்படுத்தல் வாய்ப்புக்கள் 83% ஆக அதிகரித்தமையும் வருமானத்தினை பெற்றுக் கொள்ளக்கூடிய வாய்ப்புக்கள் 85.5% அதிகரித்தமையும் வாழ்க்கைத்தர மாற்றத்தையே புலப்படுத்துகிறது. நுகர்வு மற்றும் வாழ்க்கைத்தரத்துக்கான அதிகரித்த போக்கினையே காட்டுகின்றது. வீட்டுவசதிகளில் ஏற்படுகின்ற மாற்றத்தினை விட ஏனைய வீட்டுப் பாவனை பொருட்கள் மற்றும் சமையலறை உபகரணங்களின் நுகர்வு அதிகரித்த போக்கினை காட்டுகின்றது எனலாம். இவற்றின் அதிகரித்த நுகர்வினை குறைத்து வீட்டு வசதிகளில் அதிகரித்த நுகர்வுச் செலவினை செய்வது மிகவும் பொருத்தமானது எனலாம். ஆடம்பர பொருட்களுக்கான செலவானது மிகவும் அதிகரித்த போக்கினை காட்டுகின்றது. இவ் ஆடம்பர பொருட்களானவை வாழ்விற்கு அத்தியாவசியமானவை அல்ல. இவற்றினால் தாக்கங்கள் அதிகம் எனலாம். உதாரணமாக அழகு சாதனப் பொருட்கள் என்பவற்றில் பக்க விளைவுகளை அதிகம் எனவே இவற்றுக்கான நுகர்வுகளை இயன்ற வரை குறைத்தல் பொருத்தமானது.

உசாத்துணை நூல்கள்.

Anuradha Devadas, and Hansa Lysander Manohar (2011), Shopping behavior of rural consumer migrated to urban area in the Indian context - An emerging market, African Journal of Business Management, Vol 05 (06), pp.2276-228.

Bagwell .Is , Bernherim.Dm ,(1996) Veblen effects in a theory of conspicuous consumption, American economic review

Banerjee. Aand A.newman (1993) occupational choice and the process of development , journal of political economy

Chao.A and J.B schor empirical test of status consumption evidence from women's cosmetics JOC of economic psychology

Geetha,K T, (2011), Consumption patterns among selected rural and urban households in Coimbatore city, International Journal of Multidisciplinary Research, Vol 01 (02), pp.46-61.

Heena Upadhyay, and Rajni Pathania, (2013), Consumer Expenditure Behaviour in India: A Case of Rural and Urban Consumer, International Journal of Business and Management Invention, Vol 02 (02), pp.63-73.

Hemanth K P, and Shruthi V K, (2013), Determinants of Consumer Buying Behavior: A Theoretical Framework of Rural India, Journal of Exclusive Management Science, Vol 02 (03), pp.01-16.

Jagwinder Singh (2011), A Comparison Of Rural And Urban Buying Of Consumer Durables, Global Journals Inc. (USA), Vol 11 (05), pp.63-79.

Jagwinder Singh, and Ambedkar.B.R, (2008), Comparative Analysis of Rural and Urban Indian Consumers' Attitude towards Foreign Products, International Journal of Business and Management, Vol 03 (09), pp.35-39.

James Duesenberry, (1949), Income, Saving and the Theory of Consumer Behaviour. Cambridge: Harvard University Press.

Satyaki Roy, (2011), Trends and patterns in consumption expenditure A Review of Class and Rural-Urban Disparities, Institute for Studies in Industrial Development- working papers no 2011/14, pp.01-24.

Sivanesan.R, (2014), Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior -Comparative Study on Rural and Urban Consumers, International Journal of Research in Management & Business Studies, Vol 01 (02), pp.73-80.

Vijayakumar .s brezinova , olga (2012) An empirical study on visibility of conspicuous consumption motives of consumers in Jaffna , srilanka . international journal of trade, economics and finance