

Faculty of Commerce & Management
Eastern University, Sri Lanka.

LIFE ASSURANCE TRADE AND IT'S
MARKET SHARE OF INSURANCE
COMPANY IN THE DISTRICT OF
POLONNARUWA

PERMANENT REFERENCE

50140321632205493
RAGA
PR

MR. SITHAMPARAPILLAI - RAGULAN



DEPARTMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF COMMERCE AND MANAGEMENT
EASTERN UNIVERSITY
SRI LANKA.

2001

FCM449



Project Report
Library - EUSL

ஆய்வுச் சுருக்கம்

இவ் ஆய்வானது ஆயுள் காப்புறுதியின் நிறுவன ரீதியான பங்களிப்பு எவ்வாறு உள்ளது என்பதையும் ஆயுள் காப்புறுதி செய்துள்ள வாடிக்கையாளர்களின் தீருப்பு நிலையானது எவ்வாறு காணப்படுகிறது என்பதையும். வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்பிற்கேற்ற விதமான காப்புறுதிப் பத்திரங்கள் விற்பனை செய்யப்படுகின்றதா? தேவைக்கேற்ப போதிய பூரணமான விளக்கங்களும் தெளிவான அறிவிப்புத்தல்களும் வழங்கப்படுகின்றதா? அவ்வாறு பூரணமான தெளிவான விளக்கங்கள் வழங்கப்படாது விட்டால் அதற்கான காரணம் யாது? எவ்வாறான வழிகளிலும்பாக இவர்களிலுடைய எதிர்பார்க்கைகளை பூர்த்தி செய்து ஆயுள் காப்புறுதி செய்யவர்களின் எண்ணிக்கையை அதிகரித்து நிறுவனங்களின் சந்தைப்பங்கை அதிகரிக்கலாம் என்பது தொடர்பாகவும் அதற்கேற்ற விதத்திலும் அத்தியாயம் அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

இதன்படி அறிமுகம், நூலாய்வு, ஆய்வு முறையும் தரவு மதிப்பீடும், தரவு முன்வைத்தலும் பகுப்பாய்வும், கலந்துரையாடல், முடிவுறையும் சிபார்க்களும் என 6 அத்தியாயங்களைக் கொண்டு காணப்படுகிறது. முதலாவது அத்தியாயமானது ஆய்வு செய்யக் காரணமாக இருக்கும் பிரச்சினைகள், ஆய்வுக்கான நோக்கங்கள், அதற்காக உருவாக்கப்பட்ட எண்ணிக்கருக்கள், ஆய்வுக்கான எடுக்கங்கள், வரையறைகள் என்பதைக் குறிப்பிடுகிறது. இரண்டாவது அத்தியாயமானது ஏற்கனவே ஆயுள் காப்புறுதி பற்றி கூறப்பட்ட கருத்துக்கள் அது தொடர்பாக சந்தைப்படுத்தல் கலவையில் ஒவ்வொரு எண்ணிக்கருக்களுடன் எவ்வாறு தொடர்பைக் கொண்டுள்ளது என்பதைக் குறிப்பிடுகிறது.

மூன்றாவது அத்தியாயம் இவ்வாய்வை மேற்கொள்வதற்கு பயன்படுத்தப்படுகின்ற வினாக்கள் வினாவப்படுகின்ற அடிப்படையையும் அதற்கான ஆய்வு முறையும் தரவு மதிப்பீடும் இடம்பெறுகின்றது. நான்காவது அத்தியாயமானது வினாக் கொத்துக்கள் மூலம் வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து பெற்றுக் கொண்ட தரவுகள், அத்தியாயம் 3 இல் வரையறுத்த பகுப்பாய்வு முறைக்கேற்ப செய்யப்பட்ட மதிப்பீடாக காணப்படுகிறது.

ஐந்தாவது அத்தியாயமானது நான்காவது அத்தியாயத்தில் உள்ள தரவுகளும் பகுப்பாய்வும் வெளிப்படுத்திய பெறுபோகள் பற்றிய கலந்துரையாடல்களாக அமைகிறது. இதுத் தீர்த்த அத்தியாயமானது முடிவாக இவ் ஆய்வு எதனைக் குறிப்பிடுகிறது என்பதாக காணப்படுகிறது. அதாவது போலன்நறுவை மாவட்டத்தில் ஆயுள் காப்புறுதி செய்துள்ள வாடிக்கையாகளின் எதிர்பார்க்கைகளைப் பூர்த்தி செய்வதன் மூலம் ஏனையோரையும் ஆயுள் காப்புறுதி செய்யத் தூண்டுவது தொடர்பான சிபார்க்களையும் வெளிப்படுத்துகிறது.

அய்வாளன்

அத்தியாயம் - ஒன்று	
பொருளடக்கம்	
ஆய்வு முன்மொழிவு	
1.0 அறிமுகம்	1
1.1 பிரச்சினையை அடையாளம் காணல்	3
1.2 ஆய்வின் நோக்கம்	4
13 ஆய்வு முறை	4
1.3.1 முதலாந்தரத் தரவுகள்	4
1.3.2. இரண்டாந்தரத் தரவுகள்	5
1.3.3. சேகரிக்கும் முறை	5
1.3.4 கருதுகோள்கள்	5
1.3.5. தரவுப் பகுப்பாய்வும் மதிப்பீடும்	5
14 எண்ணக்கருவாக்கம்	7
15 வரையறைகள்	10
அத்தியாயம் - இரண்டு	
நுாலாய்வு	
2.0 அறிமுகம்	11
2.1 சந்தைப்படுத்தல்	11
2.2 சந்தைப்படுத்தல் கலவை	13
2.3 சந்தைப்பங்கு	14
2.4 சந்தைப்படுத்தல் கலவைக்கும் சந்தைப் பங்கிற்குமிடையிலான தொடர்பு	15
2.4.1 சந்தைப்படுத்தல் கலவையை எவ்வாறு விருத்தி செய்யலாம்	15
2.5 பொருள்	16
2.6 இடம்	18
2.7 மேம்படுத்தல்	20
2.7.1 விளம்பரம்	21
2.7.2 தனியாள் விற்பனை	22
2.7.3 விற்பனை மேம்படுத்தல்	22
2.7.4 பிரசித்தப்படுத்தல்	22
2.8 விலை	23
2.9 நுகர்வோர் நடத்தை	26

அத்தியாயம் - முன்று	
3.0 ஆய்வு முறையும் தரவுமதிப்பீடும்	28
3.1 மாதிரி	28
3.2 தரவுகளின் வகை	28
3.2.1. முதலாந்தரத் தரவுகள்	28
3.2.2. இரண்டாந் தரவுகள்	29
3.3. தகவல் சேகரிக்கும் முறை	29
3.4 மதிப்பீட்டு முறை	31
(அ) தனிப்பட்ட பகுப்பாய்வு	31
(ஆ) மொத்தப் பகுப்பாய்வு	42
அத்தியாயம் - நான்கு	
தரவு முன்வைத்தல்	
4.0 அறிமுகம்	43
4.1 கயவிபரத் தரவு முன்வைத்தல்	44
4.2 ஆய்வுத்தரவுகளின் பிரதிநிதித்துவம்	47
4.2.1 விலை	47
4.2.2 மேம்படுத்தல்	48
4.2.3 பொருள்	49
4.2.4 இடம்	49
4.2.5 வாடிக்கையாளர் நடத்தை	50
4.2.6 சந்தைப்பங்கு	51
4.3 நிறுவன ரீதியான தரவு முன்வைத்தல்	52
4.3.1 சிலிங்கோ நிறுவனம்	52
4.3.2 யூனியன் அஷ்ட்யூரன்ஸ்	53
4.3.3 சீ.ஐ.சி. கிள் நிறுவனம்	53
4.3.4 சனசக்தி நிறுவனம்	54
4.4 சந்தைப்படுத்தல் கலவைக்கும் சந்தைப்பங்கிற்கு மிடையிலான தொடர்பின் அல்லது இணைவின் தரவு ரீதியான பிரதிநிதித்துவம்	55
4.4.1 விலை- சந்தைப்பங்கு	55
4.4.2 மேம்படுத்தல்- சந்தைப்பங்கு	55
4.4.3 பொருள்- சந்தைப்பங்கு	56
4.4.4 இடம்- சந்தைப்பங்கு	56
4.4.5 நுகர்வோர் நடத்தை- சந்தைப்பங்கு	56
4.4.6 சந்தைப் பங்கு	56
4.5 கருதுகோள் பரிசோதனை (சாராமாறி- சார்ந்த மாறி)	57
4.6 மொத்தப்பகுப்பாய்வு	57

அத்தியாயம் - ஜந்து தரவுப்பகுப்பாய்வு	
5.0 அறிமுகம்	59
5.1 தனிப்பட்ட தரவுகின் பகுப்பாய்வு	59
5.2 ஆய்வுத்தரவுகளின் பகுப்பாய்வு- சந்தைப்படுத்தல் கலைவழிடன் நுகர்வோன் நடத்தையும் சந்தைப்பாங்கும்	61
5.2.1 விலை	61
5.2.1 மேம்படுத்தல்	62
5.2.3 பொருள்	63
5.2.4 இடம் , விதியோக வழிமுறை	63
5.2.5 நுகர்வோன் நடத்தை	64
5.2.6 சந்தைப் பங்கு	65
5.2.7 மாறிகளுக்கிடையிலான இணைவு	65
5.3 நிறுவனங்களுக்கிடையிலான பகுப்பாய்வு	66
5.3.1 செலிங்கோ நிறுவனம்	66
5.3.2 யூனியன் அவ்யூரன்ஸ்	67
5.3.3 ஈகிள்	68
5.3.4 சனசக்தி	68
5.4 மொத்தப் பகுப்பாய்வு	70
 அத்தியாயம் - ஆறு முடிவுரையும் சிபார்சுகளும்	
6.0 அறிமுகம்	71
6.1 முடிவுரைகள்	71
6.2 சிபாரிசுகள்	73
 பின்னிணைப்புக்கள்	
வினாக்களாத்து	
உசாத்துணை நூல்கள்	