

**A STUDY ON THE CHALLENGES AND STRATEGIES FOR THE
SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF INSURANCE INDUSTRY IN
THE BATTICALOA DISTRICT. A SPECIAL REFERENCE TO
CEYLINCO LIFE INSURANCE COMPANY LTD.**



MR. S.E. SITHARTHAN PAIVA

1006



Project Report
Library - EUSL

Faculty of Commerce and Management

EASTERN UNIVERSITY

SRI LANKA

2005.

இவ் ஆய்வானது காப்புறுதித் துறையின் நிலையான அபிவிருத்தி எனும் கருப்பொருளை மையமாக கொண்டு அமையப்பெற்றதாகும். இக் கருப்பொருளை ஆராய்வதற்கு செலிங்கோ நிறுவனத்தின் சந்தைச் செயற்பாடுகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு இவ் ஆய்வானது அமைந்துள்ளது. காப்புறுதி எனும் சேவை வியாபாரமானது எவ்வாறு தனது நடவடிக்கைகளை வியாபித்த வன்மைாக உள்ளது என்பதனை எடுத்து மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தை ஆய்வுக் களமாகக் கொண்டு மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. பொதுவாக சந்தைப்படுத்தலின் பிரதான பாகங்களாக உள்ள 4P களை அடிப்படையாக வைத்து இக் காப்புறுதிச் சேவையின் நிலையான அபிவிருத்தி எனும் கருப்பொருள் ஆய்விற்குட்படுத்தப்பட்டுள்ளது. அந்த வகையில் காப்புறுதி யூட்கை, மேம்படுத்தல், விசையிடல், விநியோகம், எனும் நான்கு பிரதான அம்சங்களே இங்கு ஆய்விற்குட்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

அந்த வகையில் இவ்ஆய்வில் சந்தைப்படுத்தலின் பிரதான கூறுகளும், சேவைச் சந்தைப்படுத்தலின் பிரதான கூறுகளும், காப்புறுதிச் சேவையின் பிரதான அம்சங்களுமே நூலாய்வாக கொள்ளப்பட்டுள்ளது என்பது இங்கு பிரதானமான விடயமாகும். அதுபோல் மேலே கூறப்பட்ட 4P க்களை மையமாகக் கொண்டு வடிவமைக்கப்பட்ட பிரதான கூறுகளின் விளிவாக்கமே எண்ணக்கருவாக்கமும், நடைமுறையாக்கமுமாக அமையப்பெற்றுள்ளது.

இவ்வாறு இவ் ஆய்வானது மட்டக்களப்பு மாவட்டத்தில் காப்புறுதிச் சேவையில் தம்மை வாடிக்கையாளராக இணைத்துக் கொண்டுள்ள 100 பேரை மையமாக வைத்து ஆராயப்பட்டுள்ளது. இவ்வாறு தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட 100 பேருக்கும் வினாக்கொத்துக்கள் வழங்கப்பட்டும், அவர்களின் சினை தேர்காணல் செய்ததன் மூலமும் பெறப்பட்ட தரவுகள் முறையாக பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டு கிடைக்கப்பெற்ற தரவு வீதாசாரங்களை அடிப்படையாகக் கொண்டும், நிறுவன ஊழியர்களின் தேர்காணல் மற்றும் நிறுவனப் பதிவேட்டுத் தரவுகளை நணுக்கமாக ஆராய்ந்ததன் மூலமும் பெறப்பட்ட தரவுகளையும், மையமாக வைத்தே இத் தரவும் பகுப்பாய்வானது மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது.

இவ்வாறான தரவுகள் மூலம் கிடைக்கப்பெற்ற வீதாசார அளவீடுகளை அடிப்படையாக வைத்தே முடிவுகளும், சிபார்சுகளும், விதந்துரைக்கப்பட்டுள்ளன. இம் முடிவுகளும், சிபார்சுகளும், காப்புறுதித் துறையின் நிலையான அபிவிருத்திக்கு முற்றிலும், வழிகோலுபடவாக இருக்கும் என்பதில் ஐயமில்லை. இவ் ஆய்வானது வாடிக்கையாளரின் மனோநிலையை பெரும்பாலும் மையமாக வைத்து ஆராயப்பட்டதாகும். ஏனெனில் ஒரு சந்தைப்படுத்தலின் பிரதான யுகதியின் வாடிக்கையாளர் ஆவார். அதுபோல் காப்புறுதிச் சேவை விநியோகத்திலும், வாடிக்கையாளரே பிரதானமானவர்கள், எனவே தான் வாடிக்கையாளர் மனோநிலை காப்புறுதியை வரவேற்பதாக இருந்தால் அதன் நிலையான அபிவிருத்தித் தன்மை சிறப்பான வளர்ச்சி நிலையை அடைய முடியும். எனவே இங்கு வாடிக்கையாளரை திருப்திப்படுத்துவதே மிக மிக பிரதான விடயமாகும். இவ்வாறு வாடிக்கையாளரின் திருப்தியை ஒரு நிறுவனம் உச்சப்படுத்தும்போது அந் நிறுவனத்தின் அபிவிருத்திப் பாதை நிலையான அபிவிருத்தியை கொண்டதாக இருக்கும் என்பதே இவ் ஆய்வின் பிரதான உட்பொருளாகும்.

உள்ளடக்கம்

பக்க இல.

1. அத்தியாயம் 01 - அறிமுகம்	
அறிமுகம்.....	01
காப்புறுதிச் சேவையில் செலிங்கோவிள் பங்கு.....	02
வளர்ச்சிப்பாதையில் ஆயுள் காப்புறுதி எதிர்நோக்கும் பொதுவான சவால்கள்.....	04
ஆயுள் காப்புறுதி துறையில் செலிங்கோ நிறுவனம் எதிர்நோக்கும் பொதுவான சவால்கள்.....	05
ஆய்வு மேற்கொள்ளப்படும் முறைகள்.....	06
2. அத்தியாயம் 02 - நூலாய்வு	
அறிமுகம்.....	09
சந்தைப்படுத்தல் எண்ணக்கருக்கள்.....	11
சந்தைப்படுத்தல் உள்ளடக்கங்கள்.....	14
இலக்குச் சந்தை.....	16
சேவைச் சந்தைப்படுத்தல்.....	17
காப்புறுதிச் சேவை.....	18
காப்புறுதிச் சேவையின் சிறப்பம்சம்.....	19
3. அத்தியாயம் 03 - எண்ணக்கருவாக்கம்	
அறிமுகம்.....	22
காப்புறுதி முட்கைகள்.....	23
விலையிடல்.....	25
விநியோகித்தல்.....	28
மேம்படுத்தல்.....	29
4. அத்தியாயம் 04 - ஆய்வு முறைமை	
அறிமுகம்.....	33
வினாக்கொத்துமுறை.....	33
வாடிக்கையாளர் தேர் காணல்.....	35
நிறுவனப்பதிவேடுகள் ஆண்டறிக்கை மூலமான தகவல் சேகரிப்பு.....	36
நிறுவன ஊழியர்களை அல்லது உத்தியோகத்தர்களை தேர்காணல்.....	36

5. அத்தியாயம் 05 - தரவு முன்வைத்தலும், பகுப்பாய்வும்	
அறிமுகம்.....	40
சுயவிபரம்	41
காப்புறுதியீழ் பூட்கை.....	36
வாடிக்கையாளர் மனோநிலை.....	44
காப்புறுதி பூட்கைகள் கொண்டுவள்ள சலகைகளும் வசதிகளும்.....	47
மேம்படுத்தல்.....	50
வினியோகம்	56
விவையிடல்	59
I. அத்தியாயம் 06 - முடிவுரைகளும் சிபாரிசுகளும்	
அறிமுகம்.....	64
காப்புறுதி பூட்கை தொடர்பில் வாடிக்கையாளர்களின் மனோநிலை.....	65
விழிவாகம் தொடர்பில்	
விற்பனை ஆலோசகர்களின் பங்களிப்பு, செயற்பாடு, மனோநிலை.....	67
முகாமைப்பாளர்களின் செயற்பாடு.....	68
விவையிடல் இக்கட்டத்தினுள் உள்ளடங்கும் விடயங்கள் தொடர்பில்	
கிளையின் செயற்பாடும், நடவடிக்கைகளும்.....	70
மேம்படுத்தல் தொடர்பில்	
நிறுவனத்தின்/கம்பனியின் செயற்பாடும் நடவடிக்கைகளும்.....	71