ఛాప్టర్ 1

1 బీమా కంపెనీలు ఎలా పనిచేస్తాయి

విషయం	సిలబస్ మరియు నేర్చుకునే అంశాలు
నేర్చుకునే లక్ష్యాలు	
పరిచయం	
కీలక పదాలు	
ఎ) బీమా అంటే ఏమిటి?	**1.1**
బి) ఫైనాన్షియల్ సర్వీసెస్ మరియు బీమా పాత్ర	**1.1**
సి) ప్రొఫెషనల్ బీమా మార్కెట్ యొక్క లాభాలు	**1.2**
డి) బీమా యొక్క చరిత్ర	**1.3**
ఈ) బీమా సంస్థలు మరియు వాటి పాత్ర	**1.3,1.6**
ఎఫ్) బీమా పంపిణి	**1.4**
జి) బీమా ఉత్పత్తులు	**1.5**
హెచ్) ఏజెంట్ యొక్క పాత్ర మరియు విధులు	**1.7**
కీలకాంశాలు	
ప్రశ్నలు మరియు జవాబులు	
స్వీయ సామర్థ్య పరీక్షకు ప్రశ్నలు మరియు జవాబులు	

<u>నేర్చుకునే లక్ష్యాలు:</u>

ఈ చాప్టర్ మీకు బీమాకు సంబంధించిన ఈ క్రింది విషయాల్లో అవగాహన కల్పిస్తుంది.

- బీమా యొక్క ఆవశ్యకత;
- బీమా ఎలా పనిచేస్తుందో వివరించడం;
- దేశ ఆర్థిక వ్యవస్థ నిర్మాణంలో ఫైనాన్షియల్ సర్వీసెస్ సెక్టార్ మరియు అందులో భాగమైన బీమా సెక్టార్ యొక్క పాత్ర;
- ప్రొఫెషనల్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్ వల్ల ఒనగూడే లాభాలు;
- భారతదేశంలో బీమా చరిత్ర, ఇటీవల బీమా రంగంలో చోటుచేసుకున్న మార్పులు;
- బీమా మార్కెట్ యొక్క నిర్మాణం, విభిన్న రకాలైన బీమా కంపెనీలు మరియు బీమా పరిశ్రమలో గల విభిన్న పాత్రలను వివరించడం;
- బీమా ఉత్పత్తుల పంపిణీ;
- మార్కెట్లో లభిస్తున్న విభిన్న రకాల బీమా ఉత్పత్తులు;
- బీమా ఏజెంట్ యొక్క పాత్ర మరియు విధులు;

<u>పరిచయం</u>

ఒక ప్రొఫెషనల్ మరియు విజయవంతమైన జీవిత బీమా ఏజెంట్ అయ్యేందుకు తొలిదశగా , జీవిత బీమా అంటే ఏమిటి, ఎందుకు జీవిత బీమా అవసరం అన్న విషయాలను పరిశీలిద్దాము.

భారతదేశంలోని బీమా మార్కెట్‌ను అర్థం చేసుకోవడానికి జీవిత బీమా యొక్క కొన్ని కీలకమైన సూత్రములు, ఆలోచనలు, మీ క్లయింట్‌లకు విక్రయించాల్సిన బీమా ఉత్పత్తులు మరియు వారికి వాస్తవంగా అవసరమయిన ఉత్పత్తులనే వారికి విక్రయించేందుకు కావలసిన, అవసరమైన సమాచారాన్ని ఈ ఛాప్టర్ మరియు తదుపరి కొన్ని చాప్టర్ల ద్వారా అర్థం చేసుకోవచ్చు.

బీమా అనేది ఒక విధంగా, **అనుకోకుండా సంభవించే నష్టాన్ని భర్తీ చేయడానికి ఉపయోగించే సాధనంగా భావించవచ్చును.** ఇది కేవలం మానవ జీవితాలకే కాకుండా, వివిధ రకాల వస్తువులకు కూడా వర్తింప చేయవచ్చును. అందువలన, జీవిత బీమా ఎలా పని చేస్తుందన్న విషయాన్ని తెలుసుకొనే ముందు మనం బీమా మార్కెట్ మొత్తాన్ని ఒకటిగా చూడవలసిన అవసరం వున్నది, అయితే, ఒక ప్రొఫెషనల్ మరియు విజయవంతమైన జీవిత బీమా ఏజెంట్ కావడానికి, జీవిత బీమాకు సంబంధించిన విషయాలపై దృష్టి సారించాలి.

ఇందులో భాగంగా ఈ చాప్టర్‌లో మనం జీవిత బీమా అంటే ఏమిటి? ప్రజలకు జీవిత బీమా ఎందుకు అవసరం అన్న విషయాల గురించి తెలుసుకుందాం.

<u>కీలక పదాలు</u>

దిగువ పేర్కొన్న పదాలు, వాటి ప్రయోగాలు మరియు ఉపయోగాలకు సంబంధించిన వివరణలను పరిశీలిద్దాం.

బీమా	రిస్క్ బదిలీ	రిస్క్ రిటెన్షన్	రీ ఇన్స్యూరెన్స్
సరళీకరణ	జీవిత బీమా	సాధారణ బీమా	బీమా మధ్యవర్తి
ఈ సేల్స్	బ్యాంక్ ద్వారా తన కస్టమర్లకు బీమా పథకాలను అమ్మడం	బీమా బ్రోకర్	డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్
ఇన్ డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్	అండర్ రైటర్	సాంఖ్యక శాస్త్ర నిపుణుడు (ఏక్చురీ)	థర్డ్ పార్టీ అడ్మినిస్ట్రేటర్లు(టిపిఎలు)
రెగ్యులేటర్ (నియంత్రణ సాధికారిక సంస్థ)	వ్యక్తిగత ఏజెంట్లు	టర్మ్ ఇన్స్యూరెన్స్	ఎండోమెంట్ ఇన్స్యూరెన్స్
మనీ బ్యాక్ ఇన్స్యూరెన్స్	యూనిట్ లింక్డ్ ఇన్స్యూరెన్స్ ప్లాన్(యుఎల్ఐపి)	పెన్షన్ ప్లాన్	

గమనిక:

ఈ ఛాప్టర్ లో ప్రశ్నలకు చాప్టర్ యొక్క చివర సమాధానాలు లభిస్తాయి.

ఎ) జీవిత బీమా అంటే ఏమిటి?

బీమాను ఈ విధంగా నిర్వచించవచ్చును:

బీమా కంపెనీ(ఇన్స్యూరర్) మరియు పాలసీదారునికి (ఇన్స్యూర్డ్) మధ్య జరిగే ఒప్పందమే బీమా.

ఈ ఒప్పందము ప్రకారం, అంగీకరించబడిన ఘటన ఏదైనా సంభవిస్తే పాలసీదారుడు చెల్లించే, ముందుగా నిర్ధారించబడిన నిర్దిష్ట వాయిదారుసుములకు (ప్రీమియంలకు) ప్రతిఫలంగా బీమా కంపెనీ ఒప్పందంలో అంగీకరించబడిన నిర్దిష్ట మొత్తాన్ని(బీమా మొత్తాన్ని) చెల్లించడానికి వాగ్దానం చేస్తుంది.

బీమా యొక్క ఉద్దేశ్యాన్ని, ఉపయోగతనూ అర్థం చేసుకోవాలంటే బీమా అంటే ఏమిటో ముందుగా తెలుసుకోవాలి.

ఎ1 బీమా యొక్క ఆవశ్యత

బీమా యొక్క ఆవశ్యతను అర్థం చేసుకుసేందుకు ఈ క్రింది ఉదాహరణని గమనించండి:

ఉదాహరణ (కేస్ స్టడీ)

అజయ్ వయస్సు 35 సంవత్సరాలు. ఒక మల్టీ నేషనల్ కార్పొరేషన్(ఎమ్ఎన్‌సి)లో పనిచేస్తుంటాడు. అజయ్ యొక్క భార్య గృహిణి. అతనికి పది సంవత్సరాల కొడుకు, విజయ్ డాక్టర్ కావాలని అజయ్ అభిలషిస్తున్నాడు. అజయ్ యొక్క తల్లిదండ్రులు రిటైర్ అయ్యారు. వారిద్దరూ అతనిపై ఆధారపడి ఉన్నారు. అజయ్‌కు ఇంటి రుణం చెల్లింపుకూ, తన యొక్క కుమారుని ఉన్నత విద్య మరియు పెళ్లి కొరకు, ఇంకా తన సొంత రిటైర్‌మెంట్ తదుపరి అవసరాలకు అతడు నెలవారీ పొదుపు చేస్తున్నాడు. తన కుమారుడు విజయ్‌కు తాను చేయగలిగినదంతా చేయడం మరియు తన యొక్క తల్లిదండ్రులు రిటైర్‌మెంట్ తరువాత తనపై ఏ విధంగా ఆధారపడి ఉన్నారో, అదే విధంగా తాను తన కొడుకు మీద ఆధారపడకూడదని అనుకున్నాడు. ఆ విధంగానే ఇప్పటి వరకు అంతా అజయ్ అనుకున్నట్లుగా

బాగానే సాగుతోంది. కానీ అన్నీ మనం అనుకున్నవి అనుకున్నట్లుగా జరగకపోతే ఏవైనా అవాంతరాలు వస్తే, వేసుకున్న ప్లానులు తలక్రిందులైతే.....?

అజయ్ విషయంలో కూడా అదే జరిగింది.

ఒక రోజు ఆఫీసు నుంచి ఇంటికి వస్తున్నప్పుడు అజయ్‌కు యాక్సిడెంట్ అయింది, దురదృష్టవశాత్తూ, మరణం సంభవించింది. ఈ పరిస్థితులలో ఈ క్రింది సమస్యలకు పరిష్కారం ఎలా లభిస్తుంది?

- అజయ్ కుటుంబాన్ని ఎవరు ఆదుకుంటారు / పోషిస్తారు?
- విజయ్ యొక్క చదువు, తదుపరి వివాహం యొక్క బాధ్యత ఎలా నెరవేరుతుంది?
- అజయ్ యొక్క ఇంటికి తీసుకున్న ఋణం చెల్లింపు ఎలా జరుగుగుతుంది?
- అజయ్ లేని పరిస్థితుల్లో తన కుటుంబాన్ని రక్షించడానికి ఉన్న మార్గాలు, అవకాశాలు ఏమిటి?

ఒక్క నిమిషం అజయ్ స్థానం లో మనని ఊహించుకుందాం. కుటుంబంలో పెద్ద దిక్కుగా, సంపాదనపరుడై, దురదృష్టవసత్తూ అల్లాంటి పరిస్థితి కలిగితే ఏ విధంగా ఎదుర్కోవాలో ఆలోచిద్దాం.

అ) ఆందోళనకు గురికాకపోవడం

ఆ) సరైన పంథాలో భవిష్యత్ ప్రణాళికను ఆలోచించి అమలు పరచడం

ఇ) ప్రతి నెలా క్రమంగా పొదుపును అమలుపరచడం

ఈ) బీమా యొక్క ప్రాముఖ్యతను అర్థం చేసుకోవడానికి ప్రయత్నించి అమలు పరచడానికి ఆలోచించడం.

ఇట్టి పరిస్థితులలో బీమా ఏ విధంగా పైన ఉదహరించిన సమస్యలకు పరిష్కారం కల్పిస్తుందో చూద్దాం.

కుటుంబంలో ఆదాయం సంపాదించే వ్యక్తి హఠాత్తుగా మరణిస్తే, జీవిత బీమా ఆ కుటుంబానికి సంరక్షణ కల్పిస్తుంది. ఒకవేళ అజయ్‌కు సరిపడినంత బీమా ఉండి, దురదృష్టవశాత్తూ మరణం సంభవించినట్లైతే బీమా కంపెనీ నుంచి లభించే డబ్బు మొత్తం ఆ కుటుంబానికి మద్దతు ఇవ్వడానికి సాయపడుతుంది. బీమా మొత్తం ఆ కుటుంబం యొక్క రోజువారీ ఖర్చుకు, విజయ్ యొక్క చదువు మరియు వివాహం మరియు ఇంటి రుణం తీర్చడం మొదలైనవాటికి ఉపయోగపడుతుంది.

ఒక వ్యక్తి జీవితంలో ఊహించని ఘటనలు జరిగినప్పుడు జీవిత బీమా (ప్రత్యేకంగా చెప్పుకోవాలంటే పై ఘటనలో), ఆ కుటుంబాన్ని ఏ విధంగా ఆధుకుంటుందో అర్థం చేసుకోవచ్చు.

ఈ క్రింది విషయాన్ని ఆలోచించండి:

పై ఉదాహరణలోని ఘటన గాని, అవాంతరం గాని ఎదురైతే నిజ జీవితంలో కుటుంబానికి ఆదాయాన్ని సమకూర్చే వ్యక్తిగా మీరు ఎలాంటి రిస్క్ లకు గురవుతారు? మీ కుటుంబాన్ని సంరక్షించడానికి మీకు ఏదైనా ఫైనాన్షియల్ గోల్స్ ఉన్నాయా?

A2 బీమా ఎలా పనిచేస్తుంది?

పై ఉదాహరణవల్ల బీమా యొక్క అవశ్యకతను గురించి తెలుసుకున్నాం. ఇప్పుడు బీమా ఖచ్చితంగా ఎలా పనిచేస్తుందో తెలుసుకుందాం

అజయ్ యొక్క ఉదాహరణనే మనం కొనసాగిద్దాం. పైన పేర్కొన్న ప్రీ మెచ్యూర్ డెత్ అంటే అకస్మాత్తుగా మరణించడం అనేది అనుకోని హఠాత్తుగా ఏర్పడే రిస్కుల్లో ఒకటి. ఇవి కాక వేరే ఇతర రిస్కులు కూడా ఉండవచ్చు. కొన్ని సార్లు వైద్య సహాయం అవసరం కావచ్చు. ఫైర్ ఆక్సిడెంట్ వల్ల కానీ, సైక్లోన్ వల్ల కానీ, భూకంపంవల్ల కానీ ఇంటి భద్రతకు ప్రమాదం ఏర్పడవచ్చు. ఇలాంటి రిస్కులను విభిన్న పద్ధతుల్లో ఎదుర్కొనవచ్చు.

రిస్కు రిటెన్షన్ :

రిస్క్ ను స్వయంగా భరించడం. ఈ రిస్క్ లను స్వయంగా ఎదుర్కొనడం లేదా స్వయంగా భరించడం అనేది అంత తెలివైన పద్ధతి కాదు. ఉదాహరణకు రిస్క్ ను అజయ్ భరించగలిగే పరిస్థితులలో, అతడు ఏమీ చేయాల్సిన అవసరం లేదు. అదృష్టవశాత్తూ, పైన పేర్కొన్న వాటిలో ఏదీ జరగనట్లయితే, అజయ్ ఏ మాత్రం ఆందోళన చెందాల్సిన అవసరం లేదు. కానీ వీటిలో ఏదైనా ఒక్కటి జరిగినట్లయితే, అజయ్ చిక్కుల్లో పడతాడు, కనుక రిస్క్ ను కలిగి ఉండటం లేదా ఈ రిస్క్ ను స్వయంగా ఎదుర్కొనడం అనేది అంత తెలివైన నిర్ణయం కాదు.

రిస్కు ట్రాన్స్ఫరు లేదా రిస్క్ బదలాయింపు:

ఇలాంటి రిస్క్ లను ఎదుర్కొనడంలో ఉన్న మరొక పద్ధతి, వీటిని సక్రమంగా హ్యాండిల్ చేసే వేరే ఎవరికో ఒకరికి వీటిని బదలాయించడం. సరళంగా చెప్పాలంటే రిస్క్ లను భరించే సామర్థ్యం లేని వ్యక్తినుంచి రిస్క్ లను భరించే సామర్థ్యం ఉన్న వ్యక్తికి రిస్క్ ను బదలాయించే ప్రక్రియనే బీమా అనవచ్చు.

ఇప్పుడు బీమాకు పైన ఇవ్వబడిన నిర్వచనాన్ని తిరిగి పరిశీలిద్దాం..

బీమా అనేది ఒక విధంగా, అనుకోకుండా సంభవించే నష్టాన్ని భర్తీ చేయడానికి ఉపయోగపడే సాధనము. నిజ జీవితంలో మనిషి మరణానికి సంబంధించి దాని వలన కలిగే నష్టాన్ని భరించడం లేదా దాన్ని భర్తీచేయడం సాధ్యం కాదు. కానీ సదరు మరణం వల్ల జరిగే / కలిగే ఆర్థిక ఇబ్బందులను సమర్థవంతంగా ఎదుర్కోవడానికి జీవిత బీమా ఉపయోగపడుతుంది.

అట్టి సమర్థతను కలగజేసేదే, బీమా కంపెనీ (ఇన్స్యూరర్) మరియు పాలసీదారుని (ఇన్స్యూర్డ్) కి మధ్య జరిగే ఒప్పందం. దీనిసే బీమా అని అంటారు. ఈ ఒప్పందం ప్రకారం, పాలసీదారుడు అంగీకరించబడిన కాలానికి నిర్దిష్ట వాయిదా రుసుములు (ప్రీమియములు) బీమా కంపెనీ కి

చెల్లిస్తాడు. ఆ కాలంలో (పీరియడ్ / టర్మ్) ఏదేని నిర్దిష్ట ఘటన జరిగితే, బీమా కంపెనీ, ఒప్పందంలో అంగీకరించబడిన మొత్తాన్ని పాలసీదారుని వారసులకు చెల్లిస్తుంది.

అందువలన, బీమా అనేది రిస్క్ బదిలీ మెకానిజం తప్ప మరొకటి కాదు. ఇందులో బీమా తీసుకునే వ్యక్తి తన యొక్క రిస్క్ లను వాయిదా రుసుముల చెల్లింపు ద్వారా(ప్రీమియం ద్వారా) బీమా కంపెనీకి బదలాయిస్తాడు. అజయ్ విషయానికి వస్తే, అతడు బీమాను తీసుకొని, ప్రీమియం చెల్లించి, తన యొక్క రిస్క్ లను బీమా కంపెనీకి బదలాయించవచ్చు. ఈ విధంగా ఒకే రకమైన రిస్క్ ను ఎదుర్కొనే అజయ్ వంటి వ్యక్తుల నుంచి ప్రీమియం సేకరించి, బీమా కంపెనీలు ఆ డబ్బును రిస్క్ పూల్‌లో పెడతాయి. ఇందులో గమనించవలసిన విషయం ఏమిటంటే, బీమా చేసిన ప్రతి ఒక్కరికి, ఒకే సమయంలో బీమా చేసిన ఘటన సంభవించదు; అయితే ఎవరికయితే బీమా ఒప్పందం లోని ఘటన సంభవిస్తుందో వారికి ఈ రిస్క్ పూల్ నుండి ఒప్పందం ప్రకారం అంగీకరించబడిన మొత్తాన్ని బీమా కంపెనీ చెల్లిస్తుంది.

పై వివరణ అనంతరం బీమా అంటే ఏమిటో మనం ఈ క్రింది విధంగా అర్థం చేసుకోవచ్చు.

- బీమా చేసిన వ్యక్తి నుంచి (పాలసీదారుడు), రిస్కు ని బదలాయించే ప్రక్రియ.
- బీమా కంపెనీ (రిస్కు ని భరించే కంపెనీ) కి రిస్కు ని బదలాయించే ప్రక్రియ.
- అంగీకరించబడిన నిర్దిష్ట వాయిదా రుసుము (ప్రీమియము) చెల్లింపు జరిగే ప్రక్రియ.

బీమా వ్యాపారం అనేది ఒక విధంగా ఆస్తుల పరిరక్షణకు ఉపయోగపడే సాధనం గా పరిగణించ వచ్చు. ఎందుకంటే ఒక ఆస్థి యజమానికి ఎంతో విలువైనది, దాని ద్వారా అతనికి ఎన్నో లాభాలు ఒనగూరతాయి. ఈ లాభాల ఆస్థి యొక్క విలువ కంటే ఎక్కువగా ఆదాయాన్ని ఇవ్వవచ్చు. ఉదాహరణకి కారుని అద్దెకివ్వడం లేదా కారుని తన యొక్క స్వంత సౌకర్యానికి ఉపయోగించుకోవడం లాంటివి.

ఇదే ప్రమాణాన్ని (లాజిక్కుని) మనుష్యులకు కూడా వర్తింపజేయవచ్చు. మనుష్యులను కూడా ఆస్థులుగా పరిగణించవచ్చు. ఎందుకంటే వారు తమంతట తాము ఆస్థులను ఉత్పత్తి చేసే సామర్థ్యం కలిగి ఉంటారు. ప్రతి వ్యక్తికి నిర్ధిష్ట జీవితకాలం ఉంటుంది. అదేవిధంగా ప్రతి మనిషి జీవితంలో మరణం కూడా అనివార్యమైనది, కానీ ఎప్పుడు మరణిస్తారన్న విషయం ఎవరూ ఖచ్చితంగా చెప్పలేరు. ఒకవేళ ఏ వ్యక్తైనా తన పనిచేసే వయస్సులో దురదృష్టవశాత్తూ అకస్మాత్తుగా మరణించినట్లయితే, ఆ వ్యక్తి భవిష్యత్తులో పనిచేసే కాలం మొత్తంలో సంపాదించగల ఆదాయాన్ని ఆ కుటుంబం కోల్పోతుంది. ఆ కుటుంబం యొక్క అవసరాలను తీర్చడానికీ, ఆర్ధికంగా ఆదుకోవడానికి ఉపయోగపడే సాధనమే జీవిత బీమా. ప్రతి ఒక్కరికీ ఎప్పుడు మరణం సంభవిస్తుందో చెప్పలేం. కనుక ప్రతి వ్యక్తికి కుటుంబం యొక్క మరియు భవిష్యత్ ఆర్ధిక అవసరాలకు సంరక్షణ కల్పించడం కోసం చిన్న వయస్సులోనే జీవిత బీమా అవసరం అవుతుంది.

అంటే, సంపాదించే వ్యక్తి హఠాత్తుగా మరణించడం వల్ల, ఆదాయాన్ని కోల్పోవడం, తద్వారా ఎదురయ్యే ఆర్థిక ఇబ్బందుల నుండి జీవిత బీమా ఆ కుటుంబాన్ని కాపాడుతుంది.

గమనించాల్సిన అంశం:

ఏ వ్యక్తిని కూడా బీమా చేసిన ఘటన బారిన పడకుండా జీవిత బీమా కాపాడలేదు. బీమా చేసిన ఘటన జరిగినట్లయితే, దాని ఫలితంగా ఏర్పడ్డ ఆర్థిక అవసరాన్ని మాత్రమె తీర్చగలుగుతుంది.

ప్రశ్న 1.1

బీమా కొనుగోలు చేయడం అనే విషయం ఎటువంటి చర్య? :

ఎ) రిస్క్ బదిలీ లేదా

బి) రిస్క్ ను కలిగి ఉండటం

జీవిత బీమా గురించి మరింత అవగాహన కొరకు ఈ క్రింద సూచించబడిన పనిని చేయండి:

జీవిత బీమా కొనుగోలు చేసిన మీ కుటుంబసభ్యులు లేదా స్నేహితులతో మాట్లాడండి. బీమా కొనుగోలు చేయడానికి ముందు వారు పరిగణనలోకి తీసుకున్న అంశాలు మరియు వారు బీమా కొనుగోలు చేయడానికి గల కారణాలను తెలుసుకోండి. అప్పుడు జీవిత బీమా గురించి మరింతగా అర్థం చేసుకోవడానికి అవకాశం కలుగుతుంది.

ఇప్పుడు, బీమా ఎలా పనిచేస్తుందో తెలుసుకున్నాం. జీవితంలో జరిగే అనుకోని ఘటనల ద్వారా తలెత్తే నష్టాలను / ఆర్థిక అవసరాలను ఎదుర్కొనేలా సంరక్షణ కల్పించడం ద్వారా వ్యక్తులు ఏవిధంగా లాభపడతారో చూశాం. అయితే వ్యక్తులతో పాటు బీమా, మరియు బీమా పరిశ్రమకు మరియు సమాజానికి కూడా కొన్ని ఉపయోగాలు ఉంటాయి. ఈ దిగువ సెక్షన్లలో మనం వాటి గురించి చూద్దాం.

B. ఫైనాన్షియల్ సర్వీస్‌లు మరియు బీమా యొక్క పాత్ర

దేశం యొక్క ఆర్థికాభివృద్ధిలో లాభాలను పెంపొందించడానికి మరియు పెట్టుబడికి నిధులు అందించడంలోనూ ఫైనాన్సియల్ సర్వీసెస్ ఇండస్ట్రీ కీలక పాత్ర పోషిస్తోంది. సమాజం, ఆర్థికంగా, సామాజికంగా లబ్ధి పొందడానికి బీమా ఇండస్ట్రీ దోహదపడుతుంది. సమాజంలో వ్యక్తుల పరంగా ఏదైనా దుర్ఘటన జరిగి, దాని ఫలితంగా తలెత్తే ఆర్థిక ఒడిదుడుకుల నుంచి వ్యక్తులను ఇది కాపాడుతుంది. ఉదాహరణకు కుటుంబానికి ఆదాయాన్ని అందించే వ్యక్తిని కోల్పోవడం వల్ల జరిగే నష్టం పిల్లల యొక్క ఉన్నత చదువులకు, వారి భవిష్యత్తుకూ అడ్డంకిగా మారరాదు.

ఆర్థికంగా, సమాజంలో బీమా ఉపాధిని కల్పిస్తుంది, పరిశ్రమలో ఇది నేరుగా ఉపాధిని కల్పిస్తుంది. ఎలాగంటే, బీమా కంపెనీలు తాము బీమా చేసిన వ్యక్తుల వద్ద నుంచి వసూలు చేసిన ప్రీమియం

లను/నిధులను రిజర్వు లో ఉంచవు. ఆ నిధులను వ్యాపారాల్లో పెట్టుబడికి ఉపయోగిస్తాయి. తద్వారా నిధుల పెంపుదలకు, సమాజాభివృద్ధికి తోడ్పడతాయి.

బీమా కంపెనీల వల్ల జరిగే ఈ ఆర్థికపరమైన పాత్ర ఎంతో ముఖ్యమైనది. ఎందుకంటే, ప్రభుత్వం యొక్క అంచనా ప్రకారం, ప్రస్తుత ఆర్థికాభివృద్ధి రేటుతో దేశం ముందుకు సాగాలంటే ప్రాథమిక మౌలిక సదుపాయాల కల్పనకు భారీ నిధులను పెట్టుబడి పెట్టాల్సి ఉంది. ప్రభుత్వం తన ఆదాయాని కంటే ఎక్కువే ఖర్చు పెడుతోంది. మరి ప్రభుత్వానికి నిధుల సమీకరణకు ఎవరు ఎలా తోడ్పడతారు? ఇట్టి పరిస్థితుల్లో ఈ మౌలిక సదుపాయాల కల్పనకు సమాజంలోని వివిధ పరిశ్రమలు, కంపెనీలు (ప్రైవేటు మరియు పబ్లిక్) పెట్టుబడులు పెట్టడానికి దోహదపడతాయి. బీమా కంపెనీలు తాము బీమా చేసిన వ్యక్తుల వద్ద నుంచి వసూలుచేసిన ప్రీమియములను, తద్వారా సమకూడిన నిధులనూ దేశంలో మౌలిక సదుపాయాల కల్పనకు పెట్టుబడులు పెడతాయి. సమాజానికి ఉపయోగపడే వివిధ రంగాలలో, అంటే నీటి పారుదల, గృహ నిర్మాణం, త్రాగు నీరు, మురుగు నీటి పారుదల, పారిశుద్ధ్యం మరియు తదితర రంగాల పై ఖర్చు పెట్టడం జరుగుతుంది. ఈ విధంగా కేవలము బీమా చేసిన వ్యక్తికే కాకుండా మొత్తం సమాజానికి బీమా ఫలాలు అందుతాయి.

జీవిత బీమా అనేది జీవిత బీమా చేసిన వ్యక్తికి మరియు బీమా కంపెనీ కి మధ్య జరిగే ఒప్పందం. మరియు ఇది ఒక దీర్ఘకాలిక కమిట్‌మెంట్‌గా చెప్పవచ్చు. సంవత్సరం తరువాత సంవత్సరం అలా అనేక సంవత్సరాల పాటు అతడు ప్రీమియం చెల్లించాల్సి ఉంటుంది. ఈ సంబంధం దీర్ఘకాలిక సంబంధం కావడం వల్ల, బీమా కంపెనీ వద్ద నిధులు సమకూడుతాయి. ఆ నిధులను మౌలిక సదుపాయాల ప్రాజెక్టులు అయిన ఎయిర్‌పోర్టులు, రోడ్లు, బ్రిడ్జిలు, పోర్టులు మరియు పవర్‌ప్లాంట్‌లపై పెట్టుబడులను పెట్టడానికి బీమా పరిశ్రమకు అవకాశం ఏర్పడుతుంది. ఎందుకంటే ఈ ప్రాజెక్టులు అన్నీ కూడా అభివృద్ధి చెందడానికి దీర్ఘకాలం పడుతుంది. దీనివల్ల అర్థం అయ్యేదేమిటంటే, బాగా అభివృద్ధి చెందిన బీమా సెక్టార్ వల్ల ఆర్థికాభివృద్ధితోపాటు, దేశానికి మౌలిక సదుపాయాల కల్పనలో రిస్క్ తీసుకునే సామర్థ్యం పెరుగుతుంది.

సమాజస్థాయిలో కాకుండా వ్యక్తిగత స్థాయిలోనూ బీమా ప్రధాన పాత్ర పోషిస్తుంది. మరియు బీమా వ్యక్తిగత ఒడిదుడుకులనుండి రక్షణ కల్పిస్తుంది. పాలసీదారులకు ఉండే కొన్ని సౌలభ్యాలు ఈ క్రింద చూపించబడ్డాయి:

ఇన్వెస్ట్ మెంట్ ఆప్షన్ (పెట్టుబడికి ఒక అవకాశం)	బీమా ఉత్పత్తులు అద్భుతమైన పెట్టుబడికి అవకాశాలు. పాలసీదారుడు బీమా కవర్ సౌలభ్యాన్ని పొందడంతోపాటు, తన పెట్టుబడులకు బదులుగా రాబడి కూడా పొందవచ్చు.
ఆర్థిక భద్రతకు పరిరక్షణ	బీమా చేసిన ఆస్థులకు లేదా బీమా చేసిన వ్యక్తులకు ఏదైనా జరిగితే బీమా కంపెనీలు పాలసీలోని నియమనిబంధనలకు అనుగుణంగా నష్టపరిహారాన్ని ఇస్తాయి. ఆదాయాన్ని సమకూర్చే వ్యక్తిని కోల్పోయిన కుటుంబాల యొక్క అవసరాలను మరియు పిల్లల చదువు, వివాహానికి సాయపడటం ద్వారా ఆ కుటుంబాన్ని జీవిత బీమా సంరక్షిస్తుంది. వ్యక్తిగతంగా జరిగే నష్టాన్ని ఈ విధంగా గణనీయంగా తగ్గిస్తుంది.
టాక్స్ బెనిఫిట్లు	ఇన్‌కంటాక్స్ చట్టం ప్రకారం బీమాకు గణనీయమైన టాక్స్ బెనిఫిట్లు ఉంటాయి. లక్ష రూపాయల వరకు చెల్లించే ప్రీమియములను కొన్ని నియమనిబంధనలకు లోబడి ఇన్‌కంటాక్స్ చట్టంలోని సెక్షన్ 80 సి ప్రకారం టాక్స్ చెల్లించే మొత్తం నుండి తగ్గించేందుకు అర్హత లభిస్తుంది. నామినీ లేదా పాలసీదారుడు పొందే డెత్ బెనిఫిట్లకు లేదా మెచ్యురిటీ బెనిఫిట్లకు ప్రీమియం లక్షరూపాయలు లోపు చెల్లించినప్పుడు, అమల్లో ఉన్న నియమాల ప్రకారం చట్టంలోని సెక్షన్ 10(10డి) ప్రకారం పన్ను మినహాయింపు లభిస్తుంది.

జీవిత స్థాయి అవసరాలకు ప్లానింగ్	ప్రస్తుత కాలం లో విభిన్న వయస్సు గ్రూపులకు చెందిన వ్యక్తుల అవసరాలకు సరిపడే విధంగా బీమా కంపెనీలు వివిధ రకాల బీమా ఉత్పత్తులను డిజైన్ చేస్తున్నాయి. దీనివల్ల మారుతుండే వివిధ రకాల ప్రాధామ్యాలు తీరే విధంగా వ్యక్తులు బీమా పాలసీల్లో పెట్టుబడి పెట్టేందుకు అవకాశం ఏర్పడుతుంది.

<u>ఉదాహరణ:</u>

అప్పుడే సంపాదించడం మొదలు పెట్టిన ఒక యువకుడు పూర్తిగా సంరక్షణ కొరకు టర్మ్ ఇన్స్యూరెన్స్‌ను కొనుగోలు చేయవచ్చు, లేదా రిస్క్ ఆధారంగా ఎక్కువ రిటర్న్ ల కొరకు యులిప్(యూనిట్ లింక్డ్ ఇన్స్యూరెన్స్ ప్లాన్) ను ఎంచుకోవచ్చు.

- 25 నుండి 30 సంవత్సరాల వయస్సు ఉన్న వ్యక్తులు తమ కుటుంబం యొక్క భవిష్యత్తు
- పిల్లల యొక్క చదువు, వివాహం మొదలైనవాటికి సంబంధించి రిస్క్ ప్రొఫైల్ ఆధారంగా వివిధ రకాల చైల్డ్ యులిప్‌లు లేదా ఎండోమెంట్ ప్లాన్‌ల్లో పెట్టుబడి పెట్టవచ్చు.
- భవిష్యత్తు లో రిటైర్‌మెంట్ ఆదాయం కొరకు ఎదురుచూసే వ్యక్తులు పెన్షన్ ప్లాన్‌లలో పెట్టుబడి పెట్టవచ్చు
- తమ జీవిత కాలమంతా రిస్కు కవర్ అయ్యే విధంగా జీవితకాలపు పాలసీల్లో వ్యక్తులు పెట్టుబడి పెట్టవచ్చు

పొదుపు చేసే గుణాన్ని అభివృద్ధి చేస్తుంది	బీమా ప్రీమియంను చెల్లించడం కొరకు వ్యక్తులు తమ యొక్క ఆదాయంలో కొంత మొత్తాన్ని పొదుపు చేయడం నేర్చుకుంటారు.ఇది వ్యక్తుల్లో పొదుపు లక్షణాన్ని పెంపొందిస్తుంది.

బీమా పాలసీపై రుణం	వ్యక్తులు తమ యొక్క బీమా పాలసీలపై పాలసీ యొక్క సౌలభ్యాలు మరియు నియమనిబంధనలకు అనుగుణంగా, పాలసీ బెనిఫిట్లపై ఏ మాత్రం ప్రభావం పడకుండా రుణాన్ని తీసుకోవచ్చు.
పెట్టుబడి నిర్వహణ నుంచి విడుదల	కంపెనీ ఎదుర్కొనే అనేక రిస్క్ లు బీమా ద్వారా కవర్ చేయబడుతున్నాయని కంపెనీ యొక్క యాజమాన్యం తెలుసుకుంటే, ఈ రిస్కులు జరిగినప్పుడు వాటి యొక్క ప్రభావాన్ని తగ్గించుట కొరకు ప్రత్యేకంగా నిధులను ఒక పక్కన పెట్టాల్సిన అవసరం లేదు. వారు స్వేచ్ఛగా తమ యొక్క వ్యాపార అభివృద్ధి, పెరుగుదలపై దృష్టి సారించవచ్చు. సదరు నిధులు కంపెనీ మరింత సమర్థంగా పనిచేయడానికి, మరియు దేశం యొక్క మొత్తం ఆర్థికాభివృద్ధికి దోహదపడుతుంది.

అయితే, ప్రజలు తమ అవసరాలకు తగ్గ పాలసీనే కొనుగోలు చేసామని, అదేవిధంగా బీమా చేసిన ఘటన జరిగినప్పుడు పాలసీ వారిని కాపాడుతుందని నమ్మినప్పుడు మాత్రమే బీమా పరిశ్రమ సమాజానికి సానుకూల తోడ్పాటును అందించగలుగుతుంది. ఒకవేళ ప్రజలకు ఈ తరహా నమ్మకం లేనట్లయితే, వారు బీమా కొనుగోలు చేయరు /చేయలేరు. తద్వారా పైన ఉదహరించబడిన బెనిఫిట్లన్నీ కోల్పోబడతాయి లేదా తగ్గించబడతాయి. కనుక, బీమా విపణి/మార్కెట్ బీమాకి సంబంధించిన విషయాల్లో మరియు పెట్టుబడి విషయాల్లో ఎంతో ప్రొఫెషనల్‌గా వ్యవహరించాల్సి ఉంటుంది.

C. ప్రొఫెషనల్ బీమా మార్కెట్ యొక్క లాభాలు

ఎంతో నిజాయితీగా కస్టమర్‌లతో వ్యవహరిస్తూ, కస్టమర్ యొక్క ప్రయోజనాలకు ఎల్లప్పుడూ పెద్ద పీట వేసేదే ప్రొఫెషనల్ బీమా మార్కెట్. ఇలాంటి దృక్పథాన్ని అవలంబించడం వల్ల ఎన్నో లాభాలున్నాయి. వాటిని మనం ఇక్కడ గమనిద్దాం.

వ్యక్తిగత అవసరాల ఆధారంగా అమ్మకాలు

ఒక ప్రొఫెషనల్ మార్కెట్‌లో కంపెనీ ఏది అమ్మాలనుకుంటే దానిని అమ్మే బదులు, కస్టమర్ తన అవసరం కోసం ఏ ప్రోడక్ట్ సరిపోతుందని అనుకుంటాడో, దానిని పొందే అవకాశం కల్గించాలి. దీన్నే **అవసరాల ఆధారిత అమ్మకాలు** అని అంటారు. తన అవసరాలను తీర్చే ఉత్పత్తి మాత్రమే తనకు అమ్మబడిందని కస్టమర్ విశ్వసిస్తే, మరింత ఎక్కువ కొనడానికి, మళ్లీ మళ్లీ కొనడానికి, మరియు ఇతరులకు సిఫార్సు చేయడానికి అవకాశం ఉంటుంది.

బీమా పరిశ్రమ యొక్క రెగ్యులేటర్ (ఐఆర్‌డిఎ) ఎంతో ముందు జాగ్రత్తగా మిస్‌సెల్లింగ్ కు సంబంధించిన సమస్యలపై దృష్టిసారించింది. కస్టమర్ యొక్క అవసరాలను ఏదో ఒక విధంగా తీర్చలేని పాలసీని కస్టమర్‌కు అమ్మడం వల్ల, బీమా యొక్క విలువలపై ప్రజల్లో సందేహాలు రేకెత్తే అవకాశం ఉంటుంది. ప్రొఫెషనల్ మార్కెట్ అనేది ఎంత నిజాయితీగా వుంటే ప్రజల్లో అంత విలువను పొందుతుంది.

బహిరంగ ప్రకటనలు (DISCLOSURES)

ఇదేవిధంగా, ప్రొఫెషనల్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్ అనేది వ్యవహారాల్లో ఎంతో పారదర్శకంగా ఉండాలి. బీమా సంబంధిత అన్ని రకాల సమాచారాన్ని స్పష్టంగా వెల్లడించాలి. ఉదాహరణకు యూనిట్ లింక్డ్ ఇన్స్యూరెన్స్ ప్లాన్స్ లో(యులిప్‌ల్లో) ప్రీమియంల యొక్క బ్రేక్‌అప్‌లు (అన్ని రకాల ఛార్జీలు కలుపుకొని) పాలసీలో ఇవ్వబడతాయి. బెనిఫిట్ ఇలస్ట్రేషన్ డాక్యుమెంట్‌లో ఏజెంట్లు పొందే కమీషన్ల గురించి వెల్లడించడం రెగ్యులేటర్ ద్వారా అనివార్యం చేయబడింది. ఈ పద్ధతి వల్ల ఎంత మొత్తం

లైఫ్‌కవర్ ఇన్వెస్ట్‌మెంట్‌కు మరియు ఇతర ఖర్చులకు చెల్లించబడుతుందో, అలాంటి సమాచారాన్ని కస్టమర్ పొందే అవకాశం ఉంటుంది.

ఈ తరహా ప్రొఫెషనల్ విధానంలో పనిచేసే బీమా మార్కెట్ ద్వారా కస్టమర్లకు, సమాజానికి మరియు విస్తృతమైన ఆర్థిక వ్యవస్థకు ఎన్నో ప్రయోజనాలున్నాయి.

పాలసీదారుల్లో ఎక్కువ నమ్మకం	బీమా అమ్మకాల్లో(అవసరాల ఆధారిత అమ్మకాలు మరియు అవసరమైన సమాచారము వెల్లడించే దృక్పథాన్ని అమలు చేయడం వల్ల) రెగ్యులేషన్, గ్రీవెన్స్ రిడ్రెసల్ వ్యవస్థ, అంబుడ్స్‌మెన్ మరియు ఐఆర్‌డిఎ గ్రీవెన్స్‌కాల్‌సెంటర్ (సెక్షన్ D4 ను చూడండి) వంటి మంచి పద్ధతులు బీమా వ్యవస్థ పట్ల ప్రజల్లో నమ్మకాన్ని కలిగించడానికి ఎంతగానో దోహదపడతాయి. బీమా పరిశ్రమ తమ పట్ల ఎంతో నిజాయితీగా వ్యవహరించిందని ప్రజలకు నమ్మకం కలగాలి. ఒకవేళ వారికి ఏదైనా చట్టబద్ధమైన సమస్య ఏర్పడినట్లయితే రెగ్యులేటర్ వారికి సాయపడాలి. అప్పుడే వారు బీమా అనేది తమ యొక్క అవసరాలను తీర్చే ఒక ఆచరణాత్మక విధానం అని గ్రహిస్తారు.
బీమా యొక్క విస్తరణ పెరుగుదల	భారతదేశం అనేది ప్రపంచంలో రెండో అత్యధిక జనాభా కలిగిన దేశం కనుక ప్రపంచంలో రెండో పెద్ద ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్ అయ్యే అవకాశం

	ఉంది. బీమా గురించి దృష్టి సారించాల్సిన మార్కెట్ ఎంతో పెద్దది, కనుక, ప్రస్తుతం ఉన్న బీమా పాలసీదారులను పంచుకోవడంలో పోటీ పడే కంటే బీమా కంపెనీలు కొత్త కస్టమర్లను సమకూర్చుకునే అవకాశం ఉంది. ఇది ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్ యొక్క విస్తరణను పెంచుతుంది, అయితే బీమాను కొనుగోలు చేయడం ద్వారా వారి యొక్క అవసరాలు తీర్చబడతాయని ప్రజల్లో నమ్మకం పెరిగినప్పుడు మాత్రమే ఇది సాధ్యం.
సామాజిక లాభాలు	బీమా వ్యాపారం అనేది భారతదేశ సమాజంలోని అనేక ప్రాంతాలకు విస్తరించడం ద్వారా ప్రజలు ఇది ఒక భద్రమైన మరియు విలువైన ఆప్షన్ అని గ్రహిస్తారు. ఎందుకంటే, ఏదైనా దుర్ఘటన జరిగినప్పుడు, కుటుంబంలో విషాదం చోటుచేసుకున్నప్పుడు, ఆర్థిక పరమైన ఒడిదుడుకులను అతి తక్కువ మంది మాత్రమే ఎదుర్కొనగలరు.
ఉపాధి కల్పన	బీమా వ్యాపారం విస్తరించడం అంటే మరిన్ని ఉపాధి అవకాశాలు పెరగడమే అని అర్థం. తమ యొక్క ఉత్పత్తుల అమ్మకం కొరకు బీమా కంపెనీలు నిరంతరం కొత్త ఉద్యోగులు మరియు

	ఏజెంట్లను నియమించుకుంటూనే ఉంటాయి డైనమిక్ మార్కెట్ మరియు కొత్త అవకాశాలు ఏర్పడుతుండటంతో ప్రొఫెషనల్స్ ఎప్పుడూ కూడా కొత్త అవకాశాల కొరకు ఎదురు చూస్తుంటారు. బీమా మార్కెట్‌కు ఒక ప్రొఫెషనల్ ఇండస్ట్రీ అన్న పేరు ఉండటంతో బీమాను కెరీర్‌గా ఎంచుకునే మంచి నైపుణ్యం ఉన్న వ్యక్తులను ఆకర్షించే అవకాశం ఉంది. ఇది మార్కెట్ యొక్క ప్రొఫెషనలిజంను పెంచడానికి దోహదపడుతుంది.
బీమా కంపెనీ యొక్క లాభాలలో పెరుగుదల	ఒక కంపెనీ తన యొక్క బీమా ఉత్పత్తులను అమ్మడంలో ప్రొఫెషనల్ విధానాన్ని అనుసరిస్తే, ప్రజల్లో నమ్మకం పెరుగుతుంది, మరియు మరింత ఎక్కువ బీమా అమ్మే అవకాశం ఉంటుంది. ఇది బీమాను కొత్త కస్టమర్లకు విస్తరించే అవకాశం కల్పిస్తుంది. ఆ విధంగా బీమాలో నమ్మకం పెరిగితే, బీమా కంపెనీ యొక్క లాభాలు పెరుగుతాయి.

ప్రొఫెషనల్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్ యొక్క లాభాలు పెరిగితే “**సెక్షన్ B**” లో పేర్కొన్న విధంగా, విస్తృత ఆర్థిక వ్యవస్థ లో బీమా అందించే మొత్తం లాభాల వాటా పెరుగుతుంది. మరింత లాభదాయక కంపెనీలు, మరిన్ని ఉద్యోగాలు , వ్యక్తుల స్థాయిలో, కార్పొరేట్ స్థాయిలో అతి తక్కువ ఆర్థిక ఒడుదుడుకుల కారణంగా భారత ఆర్థిక వ్యవస్థ మొత్తం ఆర్థిక విజయం సాధించడానికి అవకాశాలు

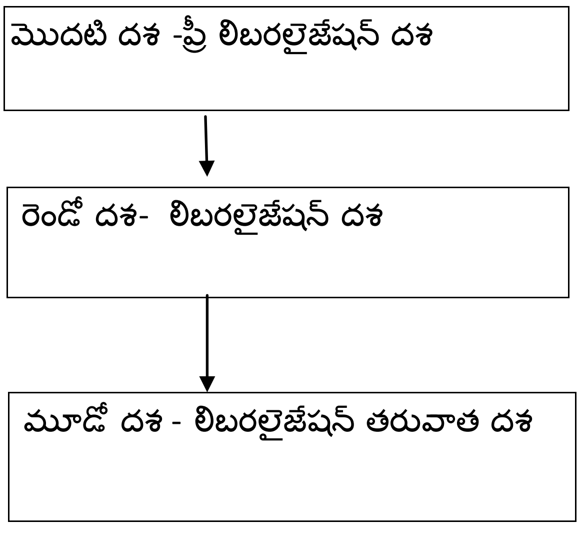
మెరుగవుతాయి. వ్యాపారాలు మరియు మౌలిక సదుపాయాలకు మరిన్ని నిధులు విడుదల చేయడానికి అవకాశం ఏర్పడుతుంది.

ఇప్పుడు మనం బీమా అనేది వ్యక్తులకు లాభం చేకూర్చడమే కాకుండా మొత్తం సమాజానికి ఏవిధంగా లాభం చేకూరుస్తుందో గమనించాం. భారతదేశంలోని బీమా మార్కెట్ ప్రస్తుతం ఉన్నట్లుగా గతంలో లేదు. ఇది అనేక సంవత్సరాల్లో ఏ విధంగా అభివృద్ధి చెందినదో ముున్ముందు గమనిద్దాం.

D. బీమా చరిత్ర

భారతదేశ బీమా చరిత్ర సుదీర్ఘమైనది. మనదేశంలో తొలినాటి నుంచి బీమా అనేది విభిన్న రూపాల్లో ఉండేది. కాలానుగుణంగా, తరువాతి సంవత్సరాలలో భారతదేశంలో బీమా అనేది ఇతర దేశాల నుంచి (మరీ ముఖ్యంగా ఇంగ్లాండ్ నుంచి) వివిధ పథకాలనూ, ఆలోచనలనూ తీసుకొని అభివృద్ధి చెందింది. భారతదేశ బీమా చరిత్రను దిగువ పేర్కొన్న విధంగా మూడు దశలు గా విభజించవచ్చు.

బొమ్మ1.1



D1. తొలి దశ – లిబరలైజేషను కు ముందు

1818-1829	తొలి బీమా కంపెనీ: 1818లో కోల్‌కతా(అప్పటి కలకత్తా)లోని ఓరియంటల్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ, భారతదేశంలో జీవిత బీమా వ్యాపారాన్ని ప్రారంభించిన తొలి సంస్థ. అయితే ఈ సంస్థ 1834లో విఫలమైంది. 1829లో మద్రాస్ ఈక్విటబుల్ అనేది మద్రాస్ ప్రెసిడెన్సీలో జీవిత బీమా లావాదేవీల వ్యాపారాన్ని ప్రారంభించింది.
1870	1870లో బ్రిటిష్ ఇన్స్యూరెన్స్ యాక్ట్ అమల్లోకి రావడంతో, 19వ శతాబ్దం యొక్క చివరి మూడు దశాబ్దాల్లో బాంబే మ్యూచ్యువల్(1871), ఓరియంటల్(1874) మరియు ఎంపైర్ ఆఫ్ ఇండియా(1897) బాంబే రెసిడెన్సీలు ప్రారంభమయ్యాయి.
1912	జీవిత బీమా వ్యాపారాన్ని నియంత్రించడానికి 1912లో వచ్చిన ఇండియన్ లైఫ్ ఎస్స్యూరెన్స్ కంపెనీ యాక్ట్ అనేది తొలి చట్టపరమైన చర్య.
1928	ఇండియన్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీస్ యాక్ట్ 1928 ప్రకారం భారతదేశంలో భారతదేశ మరియు విదేశీ ఇన్స్యూరర్‌లు మరియు ప్రావిడెంట్ ఇన్స్యూరెన్స్ సొసైటీల ద్వారా జరిగే జీవిత బీమా, జీవిత బీమాయేతర వ్యాపార లావాదేవీలకు సంబంధించిన గణాంకాల సమాచారాన్ని సేకరించే అధికారం ప్రభుత్వానికి ఉంటుంది.
1938	బీమా చేసిన వ్యక్తుల యొక్క ప్రయోజనాలను కాపాడటం కోసం అంతకు ముందు ఉన్న చట్టంలో మార్పులు చేపట్టి, 1938 బీమా చట్టంగా ఆమోదించారు. దీని ద్వారా ఇన్స్యూరర్‌ల యొక్క కార్యకలాపాలపై ప్రభుత్వానికి సమర్థమైన పట్టు లభించింది.
1950 లలో	1950ల లో బీమా వ్యాపారంలో పోటీ గణనీయంగా ఉండేది, మరియు అనైతిక వ్యాపార సరళి కనిపించేది. దీని వలన భారత ప్రభుత్వం ఇన్స్యూరెన్స్ వ్యాపారాన్ని జాతీయం చేయడానికి నిశ్చయించింది. 1956 లో బీమా జాతీయం చేయబడింది.

1957	జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కౌన్సిల్(జిఐసి) ఏర్పడటం: సాధారణ బీమా కంపెనీల యొక్క సమిష్టి ప్రయోజనాలకు జిఐసి ప్రాతినిధ్యం వహిస్తుంది. ఈ కౌన్సిల్ ఉమ్మడి ప్రయోజనాలున్న అంశాలను పరిశీలిస్తుంది. విధానాల రూపకల్పనకు సంబంధించిన చర్చల్లో పాల్గొంటుంది. బీమా పరిశ్రమలో కస్టమర్‌కు ఉన్నత విలువలతో కూడిన సేవలు అందించడానికి దిశానిర్దేశం చేస్తుంది.
1972	సాధారణ బీమా వ్యాపారం(జాతీయకరణ) చట్టం 1972 లో (జి ఐ బి ఎన్ ఎ) పాస్ అయింది. జిఐబిఎన్ఎ లోని సెక్షన్ 9(1) కు అనుగుణంగా జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కార్పొరేషన్ ఆఫ్ ఇండియా(జిఐసి) ఏర్పడింది. దీన్ని 1956 కంపెనీల చట్టానికి అనుగుణంగా, 22 నవంబర్ 1972లో ఒక ప్రయివేటు కంపెనీగా ఏర్పాటు చేశారు.

D2 రెండో దశ – లిబరలైజేషను

సంస్కరణల ప్రారంభం. 1990ల లో అంతర్జాతీయ చెల్లింపుల సంక్షోభం తారస్థాయికి చేరింది. అప్పటికి ప్రభుత్వం వద్ద దిగుమతులకు చెల్లించడానికి కొన్ని రోజులకు సరిపడే విదేశీ మారకద్రవ్య నిధులు మాత్రమే ఉన్నాయి. దీని దృష్ట్యా ప్రభుత్వం పారిశ్రామిక విధానాలు మరియు నిబంధనలపై మళ్లీ దృష్టి సారించింది.

1993	మల్హోత్రా కమిటీ: బీమా రంగంలో సంస్కరణలకు ప్రతిపాదనల నిమిత్తం 1993లో భారతప్రభుత్వం మాజీ రిజర్వ్ బ్యాంక్ గవర్నర్ ఆర్. ఎన్ మల్హోత్రా నేతృత్వంలో ఒక కమిటీని ఏర్పాటు చేసింది. ఈ కమిటీ తన (1994) రిపోర్ట్ లో బీమా రంగంలో ప్రయివేటు సెక్టారు మరియు విదేశీ కంపెనీ (కేవలం భారత భాగస్వామితో జాయింట్ వెంచర్) లను బీమా రంగంలో అనుమతించాలని సూచించింది.

1999	ఐఆర్‌డిఎ ఏర్పడటం: మల్హోత్రా కమిటీ రిపోర్ట్ యొక్క సిఫార్సులు ఆధారంగా, బీమా నియంత్రణ మరియు అభివృద్ధికి 1999లో ఒక స్వతంత్ర ప్రతిపత్తి కలిగిన ఇన్స్యూరెన్స్ రెగ్యులేటరీ అండ్ డెవలప్‌మెంట్ అథారిటీని ఏర్పాటు చేశారు. ఐఆర్‌డిఎ ఏప్రిల్ 2000 లో ఒక చట్టబద్ధ సంస్థగా ఏర్పాటైంది.

D3 మూడో దశ - లిబరలైజేషను తరువాత

మల్హోత్రా కమిటీ యొక్క ప్రతిపాదనల ఆధారంగా ప్రభుత్వం

బీమా రంగం లో ప్రయివేటు సంస్థలను అనుమతించింది. భారత కంపెనీలతో జాయింట్ వెంచర్(జెవి) ద్వారా భారతీయ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్‌లోకి ప్రవేశించేందుకు విదేశీ కంపెనీలకు అనుమతి లభించింది. ప్రస్తుత నిబంధనల ప్రకారం బీమా జాయింట్ వెంచర్‌లో విదేశీ భాగస్వామి యొక్క వాటా 26 శాతానికి మించడానికి వీలులేదు.

ఐఆర్‌డిఎ యొక్క ప్రధాన లక్ష్యాలు ఏమిటంటే, బీమా రంగంలో పోటీని పెంచడం, తద్వారా కస్టమర్‌కు మరిన్ని అవకాశాలు కల్పించడం, అతి తక్కువ ప్రీమియములతో వివిధ రకాల పాలసీలు మరియు కస్టమర్‌కు అత్యధిక సంతృప్తిని కలిగించడం మరియు బీమా మార్కెట్ యొక్క ఆర్థిక భద్రతను కాపాడటం. ఐఆర్ డిఎకు 1938 బీమా చట్టంలో సెక్షన్ 114 ఎ కు అనుగుణంగా రెగ్యులేషన్‌లను చేసే అధికారం కల్పించబడింది. 2000 సంవత్సరం నుండి ఐఆర్ డిఎ ఇన్స్యూరెన్స్ వ్యాపారం చేయడానికి కంపెనీల యొక్క రిజిస్ట్రేషన్ మొదలుకొని పాలసీదారుల యొక్క ప్రయోజనాలను కాపాడటానికి సంబంధించిన వివిధ రకాల రెగ్యులేషన్స్ చేసింది. ఐ ఆర్ డి ఏ కు 1939 బీమా చట్టానికి అనుగుణంగా నియమ నిబంధనలను చేసే అధికారం ఉంది.

1938 బీమా చట్టం మరియు జి ఐ బి ఎన్ లకు సవరణ కల్పించడం ద్వారా సాధారణ బీమా వ్యాపారాన్ని జి ఐ సి మరియు దానియొక్క నాలుగు సబ్సిడరీలు మాత్రమే చేసేందుకు గల ప్రత్యేక

అధికారం తొలగించారు. దీని ఫలితంగా భారతదేశంలో సాధారణ బీమా వ్యాపారం అనేది ప్రయివేటు సెక్టార్‌లో ప్రారంభించడానికి అవకాశం ఏర్పడింది.

21, మార్చి 2003 నుంచి అమల్లోకి వచ్చిన సాధారణ బీమా వ్యాపారం (జాతీయకరణ) సవరణ చట్టం 2002, ప్రకారం జి ఐ సి మిగిలిన నాలుగు సబ్సిడరీ కంపెనీల యొక్క యాజమాన్యాన్ని, హోల్డింగ్ కంపెనీ అధికారాన్ని తొలగించింది. ఆ నాలుగు సబ్సిడరీ కంపెనీల యాజమాన్యాలు భారతప్రభుత్వానికి దఖలు పడ్డాయి. జి ఐ సి రీ-ఇన్సూరెన్సు కంపెనీగా నోటిఫై చేయబడింది.

<u>ప్రశ్న 1.2</u>

భారతప్రభుత్వం బీమా రంగాన్ని ఎందుకు జాతీయం చేయాలని 1950 లలో అనుకుంది?

ప్రస్తుతం భారతదేశంలో వ్యాపారం చేస్తున్న జీవితబీమా మరియు సాధారణ బీమా కంపెనీల యొక్క పేర్లు అనుబంధం ఒకటిలో ఇవ్వబడినవి. విభిన్న రంగాల్లో ఎన్ని కంపెనీలు పనిచేస్తున్నాయో గమనిస్తే, బీమా జాతీయకరణ, విజాతీయకరణ వల్ల భారత దేశంలో బీమా అభివృద్ధి గురించి అవగాహన కలుగుతుంది.

<u>గమనిక :</u>

ఈ పాఠ్యాంశాలను వ్రాసేటప్పుడు (జనవరి2011) లో ఇన్స్యూరెన్స్ రంగంలో విదేశీ ప్రత్యక్ష పెట్టుబడు (ఎఫ్‌డిఐ) లను 26శాతం నుంచి 49శాతానికి పెంచాలన్న ప్రతిపాదన పార్లమెంట్ ఆమోదానికి ఎదురు చూస్తోంది.

D4. బీమా పరిశ్రమలో ఇటీవల చోటు చేసుకున్న పరిణామాలు

2010 నాటికి భారత్, ప్రపంచంలో ఐదవ అతి పెద్ద బీమా మార్కెట్‌గా అవతరించి, త్వరితగతిన ఇంకా ఎదుగుతూనే ఉంది. బీమా పరిశ్రమలో ప్రయివేటు సెక్టార్‌కు ద్వారాలు తెరవడంతో గత దశాబ్దకాలంలో అనేక మార్పులు చోటుచేసుకున్నాయి. గత కొద్ది సంవత్సరాలుగా చోటు చేసుకున్న కొన్ని ముఖ్యమైన మార్పులను ఈ సెక్షన్‌లో చూద్దాం.

ఐ టి (ఇన్ఫర్మేషన్ టెక్నాలజీ) యొక్క ప్రాముఖ్యత పెరగడం	కస్టమర్లకు సర్వీసులో సౌలభ్యాన్ని పెంచడానికి మరియు తమ యొక్క వ్యాపారలబ్ధికై అన్ని బీమా కంపెనీలు ఇప్పుడు ఇన్ఫర్మేషన్ టెక్నాలజీ (ఐటీ) ని ఉపయోగిస్తున్నాయి. కంపెనీల యొక్క వెబ్‌సైట్ల ద్వారా ఇప్పుడు కస్టమర్లు తమ యొక్క ప్రీమియములను చెల్లించగలరు మరియు పాలసీకి సంబంధించిన ఇతర వివరాలను చెక్ చేసుకోగలరు. ప్రీమియం చెల్లింపు లేదా పాలసీలకు సంబంధించిన నూతన మార్పులు తదితర విషయాలు పాలసీదారునికి మొబైల్ ఎస్ఎమ్ఎస్ ద్వారా పంపబడతున్నాయి.
బ్యాంక్ ఎస్యురెన్స్	బీమా ఉత్పత్తులను తమ యొక్క కస్టమర్లకు క్రాస్ సెల్లింగ్ కొరకు అనేక బ్యాంకులు బీమా కంపెనీలతో జత కలిసాయి. బ్యాంకుల యొక్క విస్తృతమైన నెట్‌వర్క్ మరియు నమ్మకమైన కస్టమర్‌ల ద్వారా బీమా కంపెనీలు లబ్ధి పొందుతాయి. ఇన్స్యూరెన్స్ అమ్మకాలకు సంబంధించి బ్యాంక్ ఎస్యురెన్స్ అందిస్తున్న మద్దతు, గత కొద్ది సంవత్సరాలుగా గణనీయంగా పెరుగుతోంది. వాల్యూ యాడెడ్ సేవలను తమ కస్టమర్లకు అందించడం ద్వారా బీమా కంపెనీల నుంచి ఫీజు రూపంలో వచ్చే ఆదాయం ద్వారా బ్యాంకులు లబ్ధి పొందుతాయి. అనేక బ్యాంకులు తమ యొక్క స్వంత జీవిత బీమా

	సబ్సిడరీలను కూడా ప్రారంభించాయి.
ఆన్‌లైన్ అమ్మకాలు	చాలా బీమా కంపెనీలు ఇప్పుడు ఆన్‌లైన్‌లో బీమా ఉత్పత్తులను అమ్మడం ప్రారంభించాయి. ఇది మధ్యవర్తుల అవసరాన్ని తొలగిస్తుంది, తద్వారా ఖర్చులు తగ్గడానికి అవకాశం ఏర్పడుతుంది. దీన్ని కస్టమర్‌లకు తగ్గించిన ప్రీమియముల రూపంలో అందించవచ్చు.
సూక్ష్మ బీమా (మైక్రో ఇన్స్యూరెన్స్)	ఐఆర్‌డిఎ ద్వారా 2005 లో మైక్రో ఇన్స్యూరెన్స్ మార్గదర్శకాలు విడుదల చేయబడ్డాయి. మైక్రో ఇన్స్యూరెన్స్ ఉత్పత్తులు, అల్పాదాయ వర్గాల ప్రజలు అంటే స్వయం సహాయక బృందాల్లోని సభ్యులు, రైతులు, రిక్షా కార్మికులు మరియు ఇతరులకు, మరియు వారి ఆస్తుల యొక్క రిస్క్ కు బీమా కల్పించబడుతుంది. ఈ ఉత్పత్తుల యొక్క ప్రీమియం కనీసంగా 15 రూపాయలుగా ఉంటుంది. మరియు వారాల లెక్కన వీటిని సేకరిస్తారు. ఈ కేటగిరికి సంబంధించి రెగ్యులేటర్ నిర్ధారించిన కనీస బీమా మొత్తం ఐదువేల రూపాయలు కాగా, గరిష్టంగా యాభై వేల రూపాయల వరకు ఉంటుంది. వ్యవసాయం, వ్యవసాయాధారిత పనుల్లో వ్యక్తులు సాధారాణంగా ప్రకృతి విపత్తుల బారిన పడుతుంటారు. రుతుపవనాలు ఆలస్యంగా రావడం, వరదలు మొదలైన రిస్క్ ల నుంచి వారికి రక్షణ అవసరం. ఇలాంటి సందర్భాల్లో మైక్రో ఇన్స్యూరెన్స్ ఎంతగానో ఉపయోగపడుతుంది.
బాధా నివారణ (గ్రీవెన్సు రిడ్రెసల్)	ఎప్పుడైనా ఏదైనా పరిశ్రమ శరవేగంగా వృద్ధి చెందుతుంటే, దాని ద్వారా ఏర్పడే సమస్యలు కూడా ఎక్కువగానే ఉంటాయి. బీమా పరిశ్రమ దీనికి అతీతమైనదేమీ కాదు. కస్టమర్ సర్వీస్‌కు సంబంధించి, అదేవిధంగా కస్టమర్ యొక్క క్లెయిముల సెటిల్‌మెంట్‌కు సంబంధించి వచ్చే ఫిర్యాదుల సంఖ్య గణనీయంగా పెరిగింది. ఇంతకు ముందు చెప్పుకున్నట్లు పాలసీదారుల

	యొక్క ప్రయోజనాలను కాపాడేందుకు ఐ ఆర్ డి ఎ వివిధ రకాల చర్యలు తీసుకుంటోంది. ఐ ఆర్ డి ఎ, ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీలను ఇంటర్నల్ కస్టమర్ గ్రీవెన్సు రిడ్రెసల్ సెల్స్ / డిపార్ట్‌మెంట్‌లను ఏర్పాటు చేయాలని ఆదేశించింది. అంతేకాక ఇన్స్యూరెన్స్ అంబుడ్స్‌మెన్‌ను కూడా ఏర్పాటు చేసింది. తాజాగా ఐఆర్‌డిఎ ఒక కాల్‌సెంటర్‌ను ఏర్పాటు చేసింది. దీనికి కాల్ చేయడం ద్వారా ఇన్స్యూర్ చేసిన వ్యక్తి తనకు, తనకు బీమా ఇచ్చిన ఇన్స్యూరర్ ద్వారా తనకు కలిగిన ఇబ్బందిని పరిష్కరించమని కోరవచ్చు. సంతృప్తి చెందని కస్టమర్ టోల్‌ఫ్రీ నెంబరు అయిన 155255 కు లేదా ఈ-మెయిల్ (complaints@irda.gov.in) ద్వారా తమ ఫిర్యాదులను దాఖలు చేయవచ్చు.

ప్రశ్న 1.3

బ్యాంక్ ఎస్యురెన్స్ అంటే ఏమిటి?

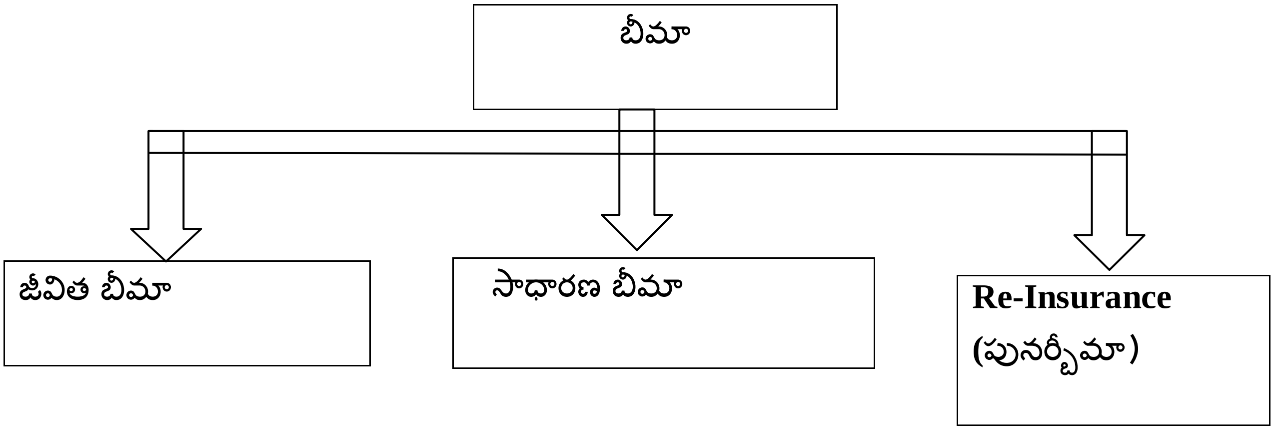
ఇంతవరకు బీమా పరిశ్రమపై వచ్చిన అవగాహనను బట్టి సంస్థలు వాటి యొక్క పాత్ర మరియు వాటి యొక్క లక్షణాలను గమనించడం ద్వారా భారతదేశంలోని ఇన్స్యూరెన్స్ పరిశ్రమను నిశితంగా పరిశీలిద్దాం.

E. ఇన్సూరెన్స్ సంస్థలు మరియు వాటి యొక్క పాత్ర

E1. ఇన్సూరెన్స్ సంస్థల రకాలు

ఇన్సూరెన్స్ సంస్థలను దిగువ చిత్రంలో చూపించిన విధంగా మూడురకాలుగా విభజించవచ్చు. వివిధ రకాల బీమా సంస్థలు అందించే వివిధ రకాల ఉత్పత్తులకు సంబంధించి క్లుప్తంగా **సెక్షన్ G** లో చూద్దాం.

పటం 1.2: **ఇన్సూరెన్స్ సంస్థల రకాలు**



E1 A - జీవిత బీమా కంపెనీలు

మానవ జీవితాలకు సంబంధించిన రిస్క్ లను జీవిత బీమా కంపెనీలు కవర్ చేస్తాయి. వివిధ రకాల పథకాలకు సంబంధించి విభిన్న రకాల బెనిఫిట్లను అందిస్తాయి. అకాల మరణం, వృద్ధాప్యంలో జీవితానికి సంబంధించిన రిస్క్ లు కవర్ అవుతాయి. సంప్రదాయ పాలసీల్లో, అంటే టర్మ్ బీమా వంటి పాలసీల్లో బీమా కంపెనీలు డెత్ కవర్‌ను అందిస్తాయి. ఒకవేళ బీమా చేసిన వ్యక్తికి పాలసీ యొక్క టర్మ్ లో దురదృష్టవశాత్తు మరణం సంభవిస్తే, అప్పుడు నామిని / లబ్ధిదారునికి నిర్దిష్ట మొత్తాన్ని (అంటే బీమా చేసిన మొత్తాన్ని) చెల్లిస్తారు. ఈ ఛాప్టర్ యొక్క ప్రారంభంలో అజయ్ యొక్క ఉదాహరణలో ఇలాంటి పరిస్థితిని మనం చూడడం సంభవించింది. పెన్షన్ పాలసీల ద్వారా బీమా

కంపెనీలు, బీమా చేసిన వ్యక్తి యొక్క రిటైర్‌మెంట్ సమయంలో సాయపడేందుకు నెలవారీగా చెల్లింపులు జరుపుతాయి.

E1 B - సాధారణ బీమా (నాన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్) కంపెనీలు

సాధారణ బీమా (నాన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్) కంపెనీలు సాధారణంగా మానవ జీవితాలపై రిస్కు మినహా మిగిలిన రిస్క్ లను కవర్ చేస్తాయి. అయితే, వ్యక్తిగత ప్రమాదం మరియు ఆరోగ్య బీమాలు దీనికి మినహాయింపు. వీటిని సాధారణ బీమా (నాన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్) కంపెనీలు కూడా అందిస్తాయి. ఆస్తులపై నిలకడైన ఆదాయాన్ని (ఉదాహరణకు ఇంటి ద్వారా వచ్చే అద్దె) లేదా సౌకర్యాన్ని (ఉదాహరణకు ఒక ప్రాంతం నుంచి మరో ప్రాంతానికి కారు ప్రయాణ సౌలభ్యం) కలిగించే వాటిని బీమా చేయవచ్చు. అన్ని ఆస్తులకు కూడా విభిన్న రకాలైన రిస్క్ లుంటాయి. అట్టి ఆస్తులు పాడైపోవచ్చు. అగ్నిప్రమాదానికి గురికావొచ్చు, భూకంపాలు, అల్లర్లు, దొంగతనం, వరదలు, తుపానులు మొదలైనవాటికి లోనుకావచ్చు. ఒకవేళ ఆస్తులు ఇలాంటి రిస్క్ ల వల్ల ధ్వంసం అయితే వాటి యజమానికి అసౌకర్యం / నష్టం ఏర్పడుతుంది. అతడు ఆదాయాన్ని కోల్పోతాడు. సాధారణ బీమా (నాన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్) కంపెనీలు ఈ రిస్క్ లను కవర్ చేసి, ఒక వేళ పైన పేర్కొన్న కారణాల వల్ల ఆస్థులు విధ్వంసం అయితే యజమానికి నష్టపరిహారాన్ని చెల్లిస్తాయి. తమ యొక్క ఆస్థులను పరిరక్షించేందుకు వ్యక్తులు ఈ తరహా కంపెనీల నుంచి వివిధ రకాల పథకాలను కొనుగోలు చేయవచ్చు. ఉదాహరణకు, అగ్నిప్రమాదం నుంచి వచ్చే రిస్క్ ని కవర్ చేసి తద్వారా ఇళ్లకు జరిగే నష్టాన్ని పూరించడం లాంటివి.

E1 C పునర్బీమా (రీ ఇన్స్యూరెన్స్) కంపెనీలు

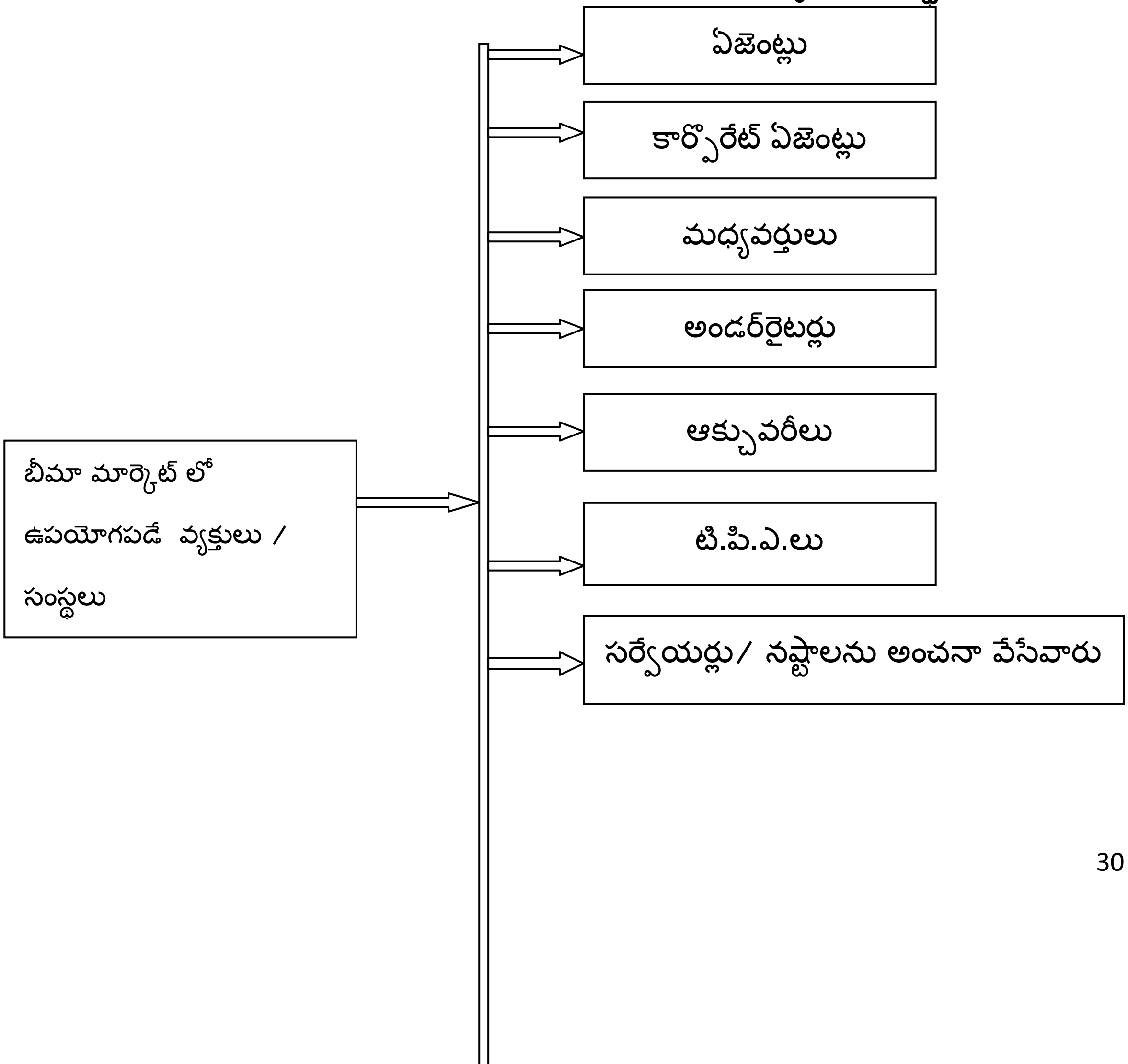
బీమా అనేది రిస్క్ ను బదలాయించే యంత్రాంగం అని మనం **సెక్షన్ A2** లో చూసాం. రిస్క్ ఎవరైతే భరించలేరో వారి నుంచి రిస్క్ భరించే వారికి రిస్క్ బదలాయింపు జరుగుతుంది. అయితే బీమా కంపెనీలు కొంత మేరకు మాత్రమే రిస్క్ ను భరించే క్షమతను కలిగి ఉంటాయి. ఈ పరిమితిని దాటిన

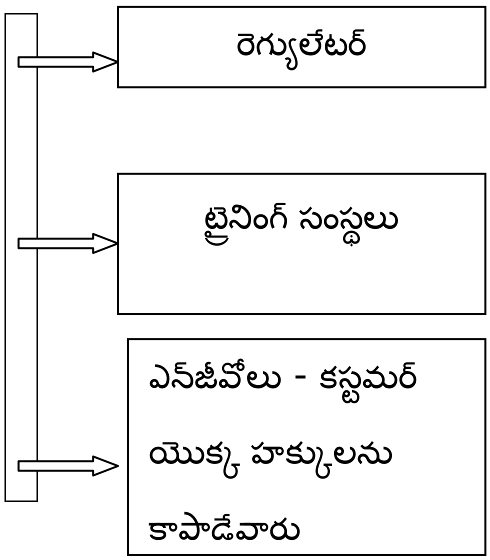
తరువాత బీమా కంపెనీ యజమాని, నష్టాల బారిన పడవచ్చు. అట్టి పరిస్థితిని అధిగమించడానికి బీమా కంపెనీ తన యొక్క రిస్క్ లో కొంత భాగాన్ని మరి ఎవరికైనా బదలాయించాలనుకుంటుంది. ఇలాంటి సమయాల్లోనే పునర్బీమా (రీ ఇన్స్యూరెన్స్) కంపెనీల ఆవశ్యకత కనిపిస్తుంది. పునర్బీమా కంపెనీ అనేది **బీమా కంపెనీకి బీమా కంపెనీ**. పునర్బీమా కంపెనీలు బీమా కంపెనీల నుంచి కొంత మొత్తం ప్రీమియం వసూలు చేసి ఒరిజినల్ బీమా కంపెనీ యొక్క మొత్తం రిస్క్ నుంచి కొంత శాతం రిస్క్ ను భరిస్తాయి

E2 బీమా పరిశ్రమ యొక్క పాత్ర

బీమా కంపెనీ మరియు పాలసీదారునితో పాటు బీమా పరిశ్రమలో బీమా పరిశ్రమ అభివృద్ధి చెందడానికి, మరియు సర్వీసుల, వివిధ వ్యక్తుల మరియు సంస్థల పాత్ర ఈ క్రింది విధంగా ఉంటుంది,

పటం 1.3: **బీమా పరిశ్రమలో వ్యక్తులు/సంస్థలు**





ఏజెంట్లు	భారతదేశంలో వీరి ద్వారా గరిష్టశాతం బీమా అమ్మకాలు జరుగుతాయి. ఏజెంట్ యొక్క ప్రాథమిక విధి, భావి క్లయింట్‌ను కలవడం, అతని యొక్క అవసరాలను అర్థం చేసు కొనడం మరియు దానికి అనుగుణంగా సరైన బీమా పథకాలను సూచించడం. ఏజెంట్ల యొక్క పాత్ర గురించి **“సెక్షన్ H”** లో వివరంగా చర్చిద్దాం.
కార్పొరేట్ ఏజెంట్లు	వీటిలో బ్యాంకులు మరియు బ్రోకర్లు ఉంటారు. వీటికి సంబంధించిన మరిన్ని వివరాలు సెక్షన్ F2లో చూడవచ్చు.
మధ్యవర్తులు	వీరు వ్యక్తులు కావచ్చు లేదా సంస్థలు అయిన ఫర్మ్ లు, బ్యాంకులు మరియు కాంపోజిట్ బ్రోకర్లు కావొచ్చు. మధ్యవర్తులు, బీమా కంపెనీల వ్యాపారం కొరకు భావి కస్టమర్లను అభ్యర్థిస్తారు.
అండర్‌రైటర్లు	బీమా ప్రతిపాదనను అంగీకరించాలో లేదా తిరస్కరించాలో వీరు నిర్ధారిస్తారు. ఒకవేళ ప్రతిపాదన అంగీకరించినట్లయితే, ఏ ధరకు అంగీకరించాలో అండర్‌రైటర్ నిర్ణయిస్తాడు.

ఆక్చువరీస్	వివిధ బీమా పథకాల యొక్క స్టాండర్డ్ (price) ధర ను వీరు లెక్కిస్తారు. కంపెనీ యొక్క గతంలోని క్లెయిముల అనుభవం మరియు స్టాటిస్టికల్ డేటాను పరిగణనలోకి తీసుకుంటారు. వ్యక్తిగత పథకాల యొక్క ప్రీమియములతో పాటు, నిర్ణీత కాలవ్యవధుల్లో వీరు కంపెనీ యొక్క ఓవరాల్ ఫైనాన్షియల్ అసెస్‌మెంట్ ను నిర్వహిస్తారు. తద్వారా భవిష్యత్తు చెల్లింపులకు సంబంధించి కంపెనీ సరిపడినన్ని నిధులను విడిగా కేటాయిస్తుంది.
థర్డ్ పార్టీ అడ్మినిస్ట్రేటర్లు(టిపిఎలు)	వీరు ఆసుపత్రి నెట్‌వర్క్ లను పెంపొందించడానికి సహాయ పడుతూ ఉంటారు. హాస్పిటల్ క్యాష్‌లెస్ అడ్మిషన్లకు సంబంధించిన అప్రూవల్స్, అదేవిధంగా డిశ్చార్జ్ సమయంలో బిల్లును సెటిల్ చేయడం వంటి విషయాలలో వీరు సాయపడతారు.
నష్టాన్ని అంచనా వేసేవారు/ సర్వేయర్లు	బీమా కంపెనీకి ఒక క్లెయిం అప్లికేషన్ వచ్చినప్పుడు వీరు నష్టాన్ని అంచనా వేసి సర్టిఫికేషన్ చేసే పనిని చేపడతారు. సాధారణ బీమా వ్యాపారం (నాన్‌లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ బిజినెస్)లో వీరు కీలక పాత్ర పోషిస్తారు.
రెగ్యులేటర్	బీమా సెక్టార్ సజావుగా నడిచేటట్లు చూడాల్సిన బాధ్యత రెగ్యులేటర్‌పై ఉంటుంది. ఇన్స్యూరెన్స్ రెగ్యులేటరీ అండ్ డెవలప్‌మెంట్ అథారిటీ (ఐఆర్‌డిఎ) అనేది భారతదేశంలో ఇన్స్యూరెన్స్ రెగ్యులేటర్. ఐ ఆర్ డి ఎ బీమా కంపెనీలకు లైసెన్స్ లు జారీ చేస్తుంది మరియు అన్ని బీమా కంపెనీలు అన్ని సమయాల్లో నియమనిబంధనలకు అనుగుణంగా పనిచేస్తున్నాయో లేదో గమనిస్తుంది. ఎంతో బలవంతమైన బీమా కంపెనీల విరుద్ధ నియమ నిబంధలన నుంచి చిన్న పాలసీదారుల యొక్క

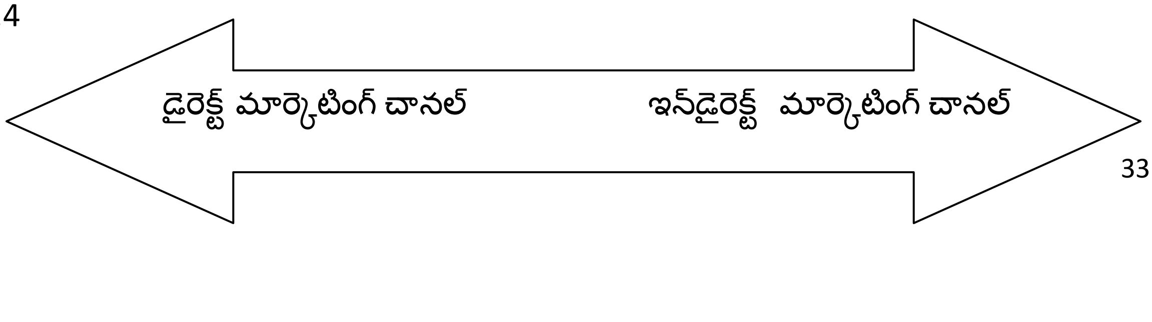
	ప్రయోజనాలను కాపాడాల్సిన బాధ్యత కూడా రెగ్యులేటర్ పైన ఉంది.
ట్రైనింగ్ ఇనిస్టిట్యూట్స్	బీమా పరిశ్రమలో నిపుణులైన పనివారికి పెరుగుతున్న డిమాండ్‌కు అనుగుణంగా నిపుణులైన పనివారిని అందించాల్సిన బాధ్యత వీరిపై ఉంటుంది. ఇన్స్యూరెన్స్ ఇనిస్టిట్యూట్ ఆఫ్ ఇండియా(ఐఐఐ), ఇన్స్యూరెన్స్ ఇనిస్టిట్యూట్ ఆఫ్ రిస్క్ మేనేజ్‌మెంట్ (ఐఐఆర్ఎమ్) మరియు నేషనల్ ఇన్స్యూరెన్స్ అకాడమి(ఎన్ఐఎ)లు ఇన్స్యూరెన్స్ రంగంలో శిక్షణ ఇచ్చే ప్రధాన సంస్థలు
ఎన్‌జీవోలు - కస్టమర్‌ల యొక్క హక్కులను కాపాడేవారు	ప్రభుత్వేతర సంస్థలు (ఎన్‌జీవో)లు బీమా ఉత్పత్తుల పట్ల కస్టమర్లకు అవగాహన కల్పించడం మరియు కస్టమర్ యొక్క హక్కుల పరిరక్షణలో కీలక పాత్ర పోషిస్తున్నాయి. గ్రామీణ ప్రాంతాల్లో ఎన్‌జీవోల యొక్క పాత్ర ఎంతో కీలకమైనది ఎందుకంటే వారు స్వయం సహాయక బృందాలు మరియు సూక్ష్మ బీమా ఉత్పత్తులను అమ్మడానికి క్షేత్రస్థాయిలో చొచ్చుకుపోయిన బీమా కంపెనీలతో కలిసి పనిచేస్తారు.

పైన వివరించిన వారిలో కొందరు బీమా ఉత్పత్తులను మార్కెట్లో అమ్మేవారిగా లేదా బీమా పంపిణీదారులుగా పిలవబడతారు. వారు దీన్ని ఏవిధంగా చేస్తారు? మరియు తత్సంబంధ ఇతర విషయాలను ఈ క్రింది సెక్షన్ లో తెలుసుకుందాము.

F బీమా పంపిణి

బీమా ఉత్పత్తుల (ఇన్స్యూరెన్స్ ప్రొడక్ట్) యొక్క మార్కెటింగ్ రెండు ఛానల్స్ ద్వారా జరుగుతుంది:

పటం 1.4



గమనించ వలసిన అంశం :

సెక్షన్ E లో పేర్కొన్న ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్‌లోని అంగాలను ఒక్కసారి చూడండి. బీమా పంపిణిలో ఉన్న వీటిలో దేనిని డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్ ఛానల్ గా మరియు దేనిని ఇన్‌డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్ ఛానల్ గా పరిగణించవచ్చు?

F1 - డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్ ఛానల్స్

డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్ ఛానల్‌లో ఇన్సురెన్స్ కంపెనీ బీమా విక్రయదారులను (సేల్స్ ఫోర్స్) మరియు ఉద్యోగులను నియమించుకొని, వారిని ఫుల్‌టైమ్ స్టాఫ్‌గా తన యొక్క ఆఫీసులో నిర్ధిష్ట కార్యక్రమాల్లో వినియోగించుకొంటుంది. ఈ సేల్స్ ఫోర్స్ ఎడ్వర్‌టైజ్‌మెంట్‌ల ద్వారా నిర్ధిష్ట టార్గెట్ ఆడియెన్స్ ను చేరుకుంటారు. ఈ ప్రక్రియ టెలివిజన్ ద్వారా, ఈ మెయిల్ మార్కెటింగ్, న్యూస్ పేపర్లు, హోర్డింగ్‌లు లేదా ఆన్‌లైన్ ఎడ్వర్‌టైజ్‌మెంట్‌ల ద్వారా ఉండవచ్చు. ఎలాంటి మధ్యవర్తి లేకుండా బీమా కంపెనీ మరియు బీమా చేసిన వ్యక్తికి మధ్య బీమా ఒప్పందం జరుగుతుంది.

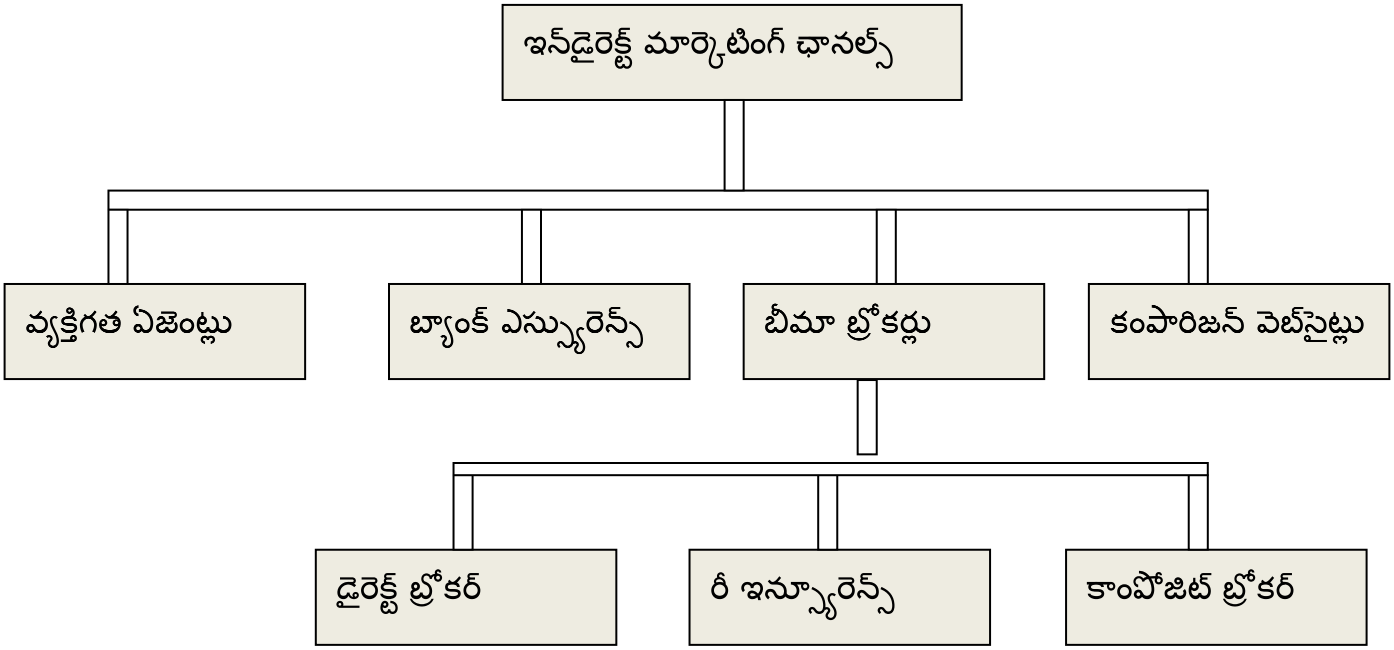
F1 A - ఈ- సేల్స్

ఈ-సేల్స్ అనేది ఇంటర్నెట్ ద్వారా బీమా ఉత్పత్తుల అమ్మకం. ఈ ఛానల్ ద్వారా బీమా ఉత్పత్తులు అమ్మడం అనేది భారతదేశంలో కొత్తవిషయమే, కానీ సంప్రదాయ విధానానికి సమాంతర వేగంగా ఇది అభివృద్ధి చెందుతోంది. కొంతకాలంగా బీమా కంపెనీలు ఆన్‌లైన్ పేమెంట్ గేట్‌వేలను రెన్యువల్ ప్రీమియంలు సేకరించడానికి ఉపయోగిస్తున్నాయి, అదేవిధంగా, బీమా ఉత్పత్తులకు సంబంధించిన కస్టమర్ యొక్క సందేహాలను, తమ వెబ్‌సైట్ల ద్వారా తీరుస్తున్నాయి. 2009 లోనే బీమా ఉత్పత్తులను ఇంటర్‌నెట్ ద్వారా ఎలాంటి మధ్యవర్తులు లేకుండా నేరుగా విక్రయించడం అనేది ప్రారంభమైంది. ఈ ఆన్‌లైన్ ఉత్పత్తులను ఎలాంటి మధ్యవర్తులు లేకుండా నేరుగా కస్టమర్‌కు విక్రయిస్తారు, తద్వారా బీమా కంపెనీలు తమ ఉత్పత్తులను రెగ్యులర్ ప్రీమియం కంటే తక్కువగా మధ్యవర్తి కమిషన్లను మినహాయించి అమ్ముకోవచ్చు.

F2 - ఇన్‌డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్ ఛానల్

ఆన్‌లైన్ బీమా అమ్మకాలు గరిష్టవేగంతో అమ్ముడవుతున్నప్పటికీ, బీమా కంపెనీ ఉత్పత్తుల అమ్మకంలో మధ్యవర్తులే ఇంకా గణనీయమైన పాత్ర పోషిస్తున్నారు. మధ్యవర్తులు ఈ విధంగా ఉంటారు:

పటం 1.5



వ్యక్తిగత ఏజెంట్లు	బీమా కంపెనీలు వీరిని నియమించి, వీరికి అవసరమైన ట్రైనింగ్ ఇస్తుంది. నిర్ధిష్ట పరీక్ష పాసైన తరువాత, మరియు వారు తమ లైసెన్స్ ను పొందిన తరువాత, తమ బీమా కంపెనీ కొరకు ఈ ఏజెంట్లు బీమా వ్యాపారాన్ని ప్రారంభిస్తారు. ఏజెంట్లు బీమా కంపెనీ యొక్క పేరోల్స్ లో ఉండరు, కానీ వారు చేసిన అమ్మకాలకు అనుగుణంగా వారికి కమీషన్ చెల్లించబడుతుంది. ప్రస్తుత నిబంధనల ప్రకారం ఒక వ్యక్తి ఒక సమయంలో ఒకే జీవిత బీమా కంపెనీకి ఏజెంట్‌గా వ్యవహరించే అవకాశం ఉంటుంది.

బ్యాంక్ ఎస్స్యురెన్స్	బీమా కంపెనీలు తమ ఉత్పత్తులను అమ్మడానికి బ్యాంకులను భాగస్వాములుగా చేసుకుంటాయని మనం సెక్షన్ D4 లో గమనించాం. భారతదేశంలోని ప్రస్తుత నిబంధనల ప్రకారం, ఒక సమయంలో ఒక బ్యాంకు, ఒక జీవిత బీమా కంపెనీకి మాత్రమే ఏజెంట్‌గా వ్యవహరించగలదు.
ఇన్స్యూరెన్స్ బ్రోకర్లు	వీరు అనేక కంపెనీల బీమా ఉత్పత్తులను అమ్మగలరు. వివిధ రకాల బీమా కంపెనీలు అందించే బీమా ఉత్పత్తులను సరి పోల్చగల / కంపేర్ చేయగల సౌలభ్యం వీరికి ఉంటుంది, తద్వారా కస్టమర్ యొక్క అవసరాలను తీర్చే చక్కటి పాలసీని వీరు అందించగలుగుతారు. బ్రోకర్ క్లయింట్‌కు ప్రాతినిధ్యం వహిస్తాడు, మరియు నిర్ధిష్ట బీమా కంపెనీ లేదా నిర్ధిష్ట ఉత్పత్తికి అనుకూలంగా కాకుండా, కస్టమర్ యొక్క ఆవశ్యకతలను దృష్టిలో పెట్టుకొని వ్యవహరిస్తాడు.
కంపారిజన్ వెబ్‌సైట్లు	ఇది ఇటీవల ఏర్పడ్డ ఒక విధానం మరియు ఇంటర్నెట్‌ను ఉపయోగించి, వివిధ రకాల బీమా కంపెనీలకు సంబంధించి సమిష్టిగా కొటేషన్స్ అందిస్తుంది. వ్యక్తులు తమ యొక్క వివరాలను పొందుపరిచి, వివిధ కంపెనీలకు చెందిన కొటేషన్స్‌ను పోల్చుకోవచ్చు. తద్వారా తమ యొక్క అవసరాలకు సరిపడే దాన్ని ఎంచుకోగలుగుతారు. అయితే, ఈ వెబ్‌సైట్‌లకు ఎలాంటి నియమనిబంధనలు లేవు, కనుక కస్టమర్లు కొనుగోలుకు సంబంధించిన తుది నిర్ణయం తీసుకునే ముందు ఎంతో తెలివిగా వ్యవహరించాల్సి ఉంటుంది.

ఈ క్రింది విషయాన్ని పరిశీలించండి.

డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్ లేదా ఇన్‌డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్ - బీమాను అమ్మడంలో ఏది మెరుగు? మీరు ఏమని భావిస్తున్నారు?

ప్రశ్న 1.4

ఇంటర్నెట్ ద్వారా తమ ఉత్పత్తులను అమ్మే బీమా కంపెనీలు తమ కస్టమర్లకు అతి తక్కువ ప్రీమియంలు ఎలా అందించగలుగుతాయి?

ఇప్పుడు, మనం మన బీమా ఉత్పత్తులను ఎలా అమ్మాలి? ఎవరు వీటిని అమ్ముతారు? అమ్మడం కోసం మనకు ఎలాంటి ఉత్పత్తులు లభ్యమవుతున్నాయి? అన్న విషయాలను పరిశీలించాలి. ఇప్పుడు, లభ్యమవుతున్న బీమాఉత్పత్తుల గురించి అవగాహన పెంచుకుందాం.

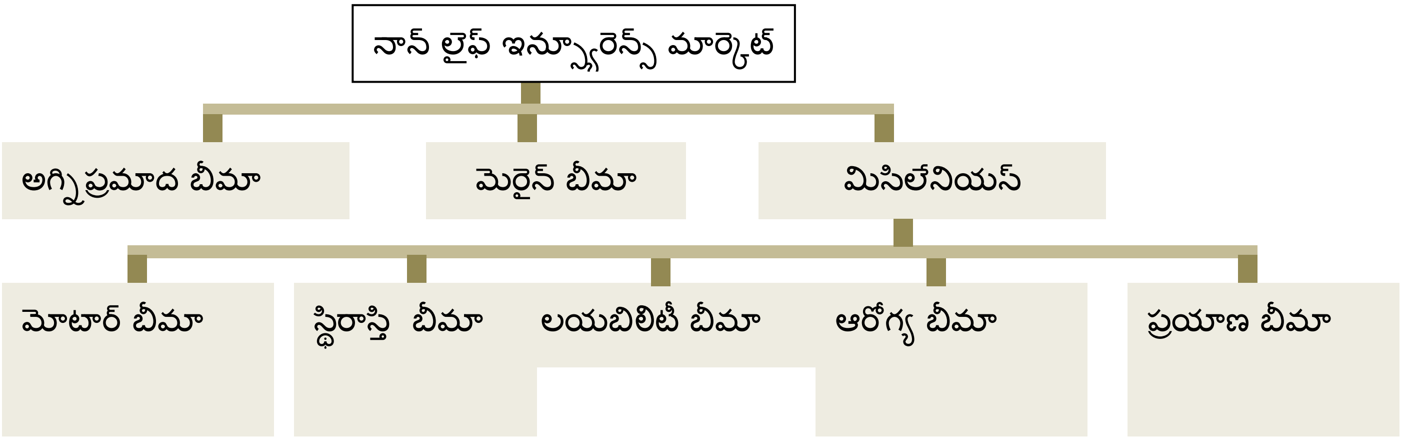
G. బీమా ఉత్పత్తులు

బీమా మార్కెట్‌ను పునర్బీమా (రీ-ఇన్సురెన్స్) కాకుండా మరో రెండు కేటగిరీలు, లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ మరియు నాన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ గా విభజించవచ్చని మనం **సెక్షన్ E1** లో గమనించాం. లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్, వ్యక్తుల జీవితాలకు ఏర్పడే రిస్క్ ను కవర్ చేస్తుంది. ఇతర రిస్క్ లు అన్ని కూడా నాన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ లేదా జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ లో కవర్ అవుతాయి.

G1 నాన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్

నాన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్‌ను మళ్లీ రెండు ఉప కేటగిరీలుగా విభజించవచ్చు

పటం 1.6 నాన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్

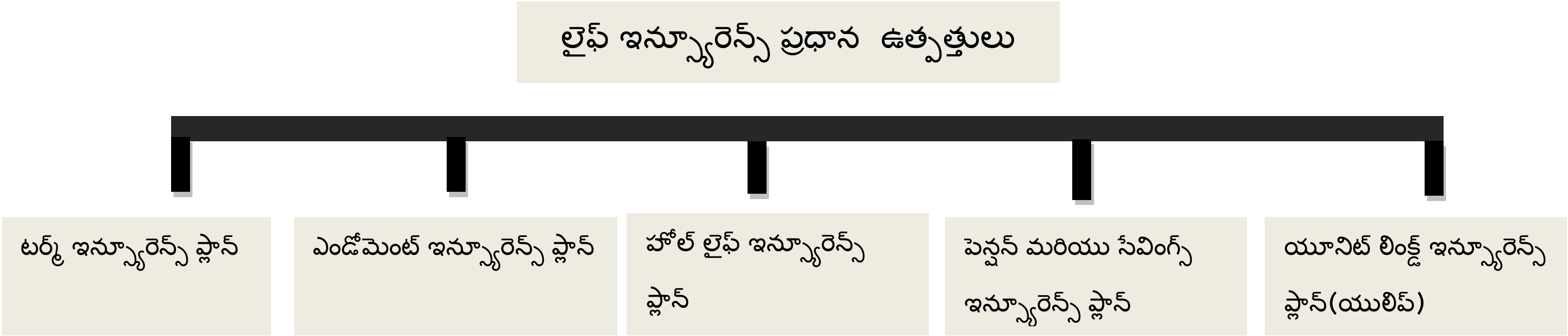


బీమా అనేది నిరంతరం అభివృద్ధి చెందుతున్న మార్కెట్ మరియు సమాజం యొక్క సమయానుకూల అవసరాలకు అనుగుణంగా కొత్త ఉత్పత్తులు దీనికి జతచేయబడతాయి.

G2 - లైఫ్ ఇన్సూ్యరెన్స్ మార్కెట్ (జీవిత బీమా మార్కెట్)

లైఫ్ ఇన్సూ్యరెన్స్ మార్కెట్‌లో అనేక ఉత్పత్తులు లభ్యమవుతున్నాయి మరియు వీటిని ఐదు, ఆరు, ఏడు ఛాప్టర్లలో వివరంగా చూద్దాం. అయితే, ప్రధాన రకాలకు సంబంధించిన సంక్షిప్త వివరణను ఇక్కడ చూద్దాం. తద్వారా మీకు ఎలాంటి ఉత్పత్తుల అమ్మకంలో మీరు నిమగ్నం కాదల్చుకున్నారు అనే దాని మీద అవగాహన వస్తుంది. జీవిత బీమా కింద ఆఫర్ చేసే ఉత్పత్తులు ఈ దిగువ విధంగా ఉంటాయి.

పటం 1.7: ప్రధాన జీవిత బీమా ఉత్పత్తులు



గమనిక:

సాధారణ బీమా ఉత్పత్తులకు సంబంధించిన చర్చ అనేది ఈ పుస్తకం యొక్క పరిధికి వెలుపలిది.

అవగాహన పెంపొందించుకోవడానికి చేయవలసిన పని:

మీ స్నేహితుల యొక్క మరియు మీ కుటుంబ సభ్యుల యొక్క   జీవిత బీమా ప్లాన్‌ల గురించి అడగండి. ఆ నిర్దిష్ట ప్లాన్‌లను వారు ఎందుకు ఎంచుకున్నారో అడిగి తెలుసుకోండి.

ఇంతవరకు బీమా పరిశ్రమలో వివిధ భాగాలు, అవి అందించే సేవలు, పనులు మరియు బీమా ఉత్పత్తుల గురించి తెలుసుకున్నాం. తదుపరి ఛాప్టర్‌లోకి వెళ్లే ముందు బీమా వెనక ఉన్న భావనలను గమనిద్దాం. ఏజెంట్‌పరంగా ఇవి ఏమిటో ఒక్కటొక్కటిగా చూద్దాం.

H - ఏజెంట్ యొక్క పాత్ర మరియు విధులు

H1 - ఏజెంట్ కావడం

ఎవరైనా ఒక వ్యక్తి, జీవిత బీమా ఏజెంట్ కావాలనుకుంటే ఆ క్రమంలో అనేక దశలు పూర్తి చేయాల్సి ఉంటుంది, మరియు అనేక నియమనిబంధనలను పూర్తి చేయాల్సి ఉంటుంది. బీమా చట్టం ప్రకారం బీమా ఏజెంట్‌కు తప్పనిసరిగా లైసెన్స్ అవసరం. లైసెన్స్‌లు, ఏజంట్లకు సంబంధించిన ఇతర విషయాలను ఐ ఆర్ డి ఎ పర్యవేక్షిస్తుంది. ఈ ప్రక్రియలో భాగంగా అన్ని మార్గదర్శకాలను తప్పనిసరిగా పాటించాల్సి ఉంటుంది. ఈ నియమనిబంధనలు మరియు ఆవశ్యకాలకు సంబంధించిన పూర్తి వివరాలు స్టడీ టెక్స్ట్ లో తరువాత ప్రస్తావించబడతాయి. ఈ చాప్టర్‌లో ఏజెంట్ కావడానికి దోహదపడే ప్రక్రియ మరియు ఒక ఏజెంట్ ఏమి చేస్తాడన్న విషయాలు స్థూలంగా ప్రస్తావించబడ్డాయి.

H2 - ఏజెంట్ యొక్క పాత్ర

ఏజంట్లు బీమా కంపెనీ ద్వారా కమీషను పేమెంట్ ఆధారంగా నియమింపబడేవారు. మరియు వీరు బీమా కంపెనీకి మరియు బీమా చేసే వ్యక్తి మధ్య ప్రధాన వారధిలా ఉంటారని **సెక్షన్ F2** లో చూసాం. క్లయింట్ యొక్క అవసరాలను తీర్చే విధంగా క్లైయింట్‌కు సరైన ఉత్పత్తులను సూచించడం వీరి యొక్క విధి. ఇదే సమయంలో బీమా కంపెనీ యొక్క ప్రయోజనాలను దృష్టిలో పెట్టుకొని, కస్టమర్ తనకు అవసరమైన ఉత్పత్తిని ఎంపిక చేయడంలో ఎలాంటి లోపం జరగకుండా చూడాలి.

దీని వలన బీమా వ్యాపారంలో ఏజెంట్‌యొక్క పాత్ర ఎంతో కీలకమని తెలిస్తుంది.

బీమాకు సంబంధించిన పేపర్‌వర్క్ ను క్లయింట్ పూర్తి చేయడానికి సాయపడటంతోపాటు బీమా ఉత్పత్తుల అమ్మకం సులభతరంగా జరిగేట్లుగా ఏజెంట్లు వ్యవహరిస్తారు. పాలసీని అమ్మిన తరువాత మెచ్యూరిటీ వరకు లేదా క్లెయిము ల సమయంలో సర్వీస్ సక్రమంగా ఉందా లేదా అని చూస్తుంటారు. క్లెయిము ల సమయంలో త్వరగా సెటిల్‌మెంట్ జరగడం కొరకు ఏజెంట్ క్లయింట్‌కు సాయపడతాడు.

భారతదేశంలో జీవితబీమా ఏజంట్లు ఈ దిగువ కేటగరీలో ఇవ్వబడ్డ ఉత్పత్తుల అమ్మకాలు జరుపుతుంటారు. మరియు వారి భవిష్యత్ క్లయంట్ లకు కావలసిన ఉత్పత్తులను వారి వారి అవసరాలు తీర్చే విధంగా అమ్మకాలు జరుపుతారు.

ప్రాథమిక జీవిత బీమా ఉత్పత్తులు - టర్మ్ ఇన్సూరెన్స్ మరియు హోల్ లైఫ్ పాలసీలు, సేవింగ్స్ ప్రోడక్ట్‌లు మరియు ఇతర ఫైనాన్షియల్ ప్రొడక్ట్‌లు, ఆరోగ్య బీమాలు మరియు యాక్సిడెంట్ డెత్ ప్లాన్‌లు – పైన పేర్కొన్న ఉత్పత్తుల గురించి తరువాతి ఛాప్టర్లలో వివరించబడతాయి

లైసెన్స్ లభించి, అపాయింట్‌మెంట్ పొందిన తరువాత ఏజెంట్ ఒక వ్యక్తిగత స్వతంత్ర వృత్తినిపుణుడవుతాడు. ఏజెంట్ ఎల్లప్పుడూ మనస్సులో పెట్టుకోవాల్సిన అంశం ఏమిటంటే, అన్నింటి కంటే కస్టమర్ యొక్క ప్రయోజనాలే పరమావధిగా చూడటం

H3 - ఏజెంట్లకు ప్రవర్తనా నియమావళి

ఏజెంట్లకు సాయపడేందుకు, వారు తమ పాత్రను ఎంతో ప్రొఫెషనల్‌గా నిర్వర్తించేందుకు, ప్రతి లైసె న్స్డ్ ఏజెంట్ ఐఆర్‌డిఎ ఇన్స్యూరెన్స్ రెగ్యులేటరీ అండ్ డెవలప్‌మెంట్ అథారిటీ (ఇన్స్యూరెన్స్ ఏజెంట్ల లైసెన్సింగ్) 2000 యొక్క ఎనిమిదవ నిబంధన లో పేర్కొన్న ప్రవర్తనా నియమావళిని తెలుసుకుని తీరాలి.

ఈ ప్రవర్తనా నియమావళిలో ఏజెంట్లు ఏది చేయాలి, ఏది చేయకూడదన్న విషయానికి సంబంధించిన వివరాలు ఇవ్వబడినవి. ఉదాహరణకు ఏజెంట్ తాను ప్రాతినిధ్యం వహిస్తున్న బీమా కంపెనీ యొక్క

వివరాలన్నింటినీ బహిర్గతం చేయాల్సి ఉంటుంది, అదే సమయంలో భవిష్యత్ బీమా క్లయంట్ లకు తాను ప్రతిపాదించే ఉత్పత్తుల యొక్క వివరాలను సైతం బహిర్గతం చేయాల్సి ఉంటుంది. కస్టమర్ యొక్క ప్రయోజనాలను దృష్టిలో పెట్టుకోవాలి, అదే సమయంలో సదరు భవిష్యత్ క్లయింటు బీమా కంపెనీ కి నష్టదాయికమైన తప్పుడు ఎంపిక కారాదు (ఈ సమాచారాన్ని మనం ఛాప్టర్ నాలుగులో చర్చిద్దాం.) దీనికి అదనంగా బీమా ఏజెంట్లు తమ కంపెనీ కోసం తాము చేసిన వ్యాపారాన్ని నిలుపుకోవాల్సి ఉంటుంది. పాలసీదారులు నిర్దిష్ట సమయంలో ప్రీమియం చెల్లించే విధానంలో ఉన్న అన్ని రకాల అవకాశాలు, మౌఖికంగాను, రాతపూర్వకంగా తెలియచేస్తూ ఉండాలి.

ప్రతి ఏజెంట్ కూడా ప్రవర్తనా నియమావళిని తెలుసుకొని ఉండాలి.

<u>కీలకాంశాలు:</u>

ఈ ఛాప్టర్‌లో వివరించిన ప్రధాన విషయాలను సంక్షిప్తీకరిస్తే ఈ విధంగా ఉంటాయి.

ఆర్థిక సర్వీసుల యొక్క పాత్ర

ఒకదేశం యొక్క ఆర్థికాభివృద్ధిలో ఫైనాన్షియల్ సర్వీసెస్ సెక్టార్ (బీమారంగంతో కలిపి) కీలక పాత్ర పోషిస్తాయి.

వ్యక్తులు కొనుగోలు చేసిన బీమా ఉత్పత్తుల ద్వారా బీమా కంపెనీ లకు లభించిన డబ్బును, ఇతర కంపెనీల్లో పెట్టుబడులకు మరియు ప్రాజెక్టులకు పెట్టుబడులుగా ఉపయోగిస్తాయి.

ప్రొఫెషనల్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్ వల్ల లాభాలు:

అవసర ఆధారిత అమ్మకాలు మరియు వివరాలను వెల్లడించడం ద్వారా ప్రొఫెషనల్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్ పాలసీదారుల్లో అత్యంత నమ్మకాన్ని కల్పిస్తుంది, తద్వారా బీమా రంగం మరింత చొచ్చుకుపోతుంది, ఉపాధికల్పన పెరుగుతుంది, తద్వారా పరిపూర్ణంగా బీమా కంపెనీ యొక్క విజయం సాధించబడుతుంది.

బీమా యొక్క చరిత్ర

భారతదేశంలో బీమా చరిత్రను మూడు దశలుగా విభజించవచ్చు

మొదటి దశ (ప్రీ లిబరలైజేషన్) - 1956లో ప్రభుత్వం వీటిని జాతీయం చేసేవరకు ప్రయివేటు మరియు విదేశీ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీలు ఈ రంగాన్ని శాసించాయి.

రెండో దశ(లిబరైజేషన్) - సంస్కరణలు చేపట్టబడ్డాయి మరియు ఇన్స్యూరెన్స్ సెక్టార్‌ను నియంత్రించేందుకు ఐ ఆర్ డి ఎ ఏర్పాటు చేయబడింది. ప్రయివేటు కంపెనీలకు మరియు ఎఫ్ డి ఐ లకు ఆహ్వానం పలకబడింది.

మూడో దశ (పోస్ట్ లిబరలైజేషన్) - విదేశీ భాగస్వాములతో జాయింట్ వెంచర్లుగా అనేక ప్రయివేటు సంస్థలు ఇన్స్యూరెన్స్ కార్యకలాపాలను ప్రారంభించాయి. ప్రస్తుతం దేశంలో 23 జీవిత బీమా సంస్థలు పనిచేస్తున్నాయి.

ఇటీవల కాలంలో ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీలు ఐ టీ ని గణనీయంగా సొంతం చేసుకున్నాయి. బ్యాంక్ ఎస్స్యూరెన్స్ మరియు మైక్రో ఇన్స్యూరెన్స్ లు ప్రవేశపెట్టబడ్డాయి, మరియు గ్రీవెన్స్ రిడ్రెసల్ వ్యవస్థలు ఏర్పాటు చేయబడ్డాయి.

బీమా సంస్థలు మరియు వాటి పాత్రలు

బీమా వ్యాపారాన్ని మూడు బీమా విభజించవచ్చు : లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్, నాన్-లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ మరియు రీ-ఇన్స్యూరెన్స్.

ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్‌లో ఏజెంట్లు, కార్పొరేట్ ఏజెంట్లు, మధ్యవర్తులు, అండర్‌రైటర్లు, ఏక్చువరీలు

మరియు టి.పి.ఎ.లు, సర్వేయర్లు, ట్రైనింగ్ సంస్థలు మరియు ఎన్‌జివోలుంటారు. వీరిని నియంత్రించడానికి రెగ్యులేటర్లు ఉంటారు.

బీమా పంపిణీ :

డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్ ఛానల్స్ (ఉద్యోగులు మరియు ఇంటర్నెట్ అమ్మకాలు) మరియు ఇన్‌డైరెక్ట్ మార్కెకింగ్ ఛానల్స్(ఏజెంట్లు, బ్యాంక్ అస్యూరెన్స్, బ్రోకర్ల) ద్వారా బీమా అమ్మకాలు జరుగుతాయి.

బీమా ఉత్పత్తులు

బీమా కంపెనీలు అందించే జీవిత బీమా ఉత్పత్తుల్లో టర్మ్ ఇన్స్యూరెన్స్ ప్లాన్స్, ఎండోమెంట్ అస్యూరెన్స్ ప్లాన్‌లు, హోల్ లైఫ్ ప్లానులు, పెన్షన్ మరియు సేవింగ్స్ ప్లాన్‌లు మరియు యూనిట్ లింక్డ్ ఇన్స్యూరెన్స్ ప్లాన్‌లూ ఉంటాయి.

ఏజెంట్ కావడం

ఏజెంట్ కావడం కొరకు ప్రతి వ్యక్తి నిర్ధిష్ట మొత్తంలో ఫీజును చెల్లించాలి, నిర్ధిష్ట విద్యార్హతలుండాలి, ప్రాక్టికల్ ట్రైనింగ్‌కు హాజరుకావాలి మరియు అవసరమైన పరీక్ష పాసవ్వాలి.

క్లయింట్ యొక్క అవసరాలను తీర్చే విధంగా సరైన ఉత్పత్తులను క్లయింట్‌కు తెలియజేయాలి అదే సమయంలో ఆ క్లయంట్ ఎంపిక బీమా కంపెనీకి తప్పుడు ఎంపిక కాకుండా ఉండాలి.

తన యొక్క సొంత బీమా కంపెనీ యొక్క ఉత్పత్తులకు సంబంధించి మరియు, ప్రత్యర్థి బీమా కంపెనీలకు చెందిన ఉత్పత్తులకు సంబంధించి ఏజెంట్ నిరంతరం పరిజ్ఞానాన్ని పెంపొందించుకోవాలి.

లైసెన్స్ కలిగిన ఏజెంట్లు ఎల్లప్పుడూ ప్రవర్తనా నియమావళిని పాటించాలి.

ప్రశ్నలకు సమాధానం

1.1 ఎ) రిస్క్ బదలాయింపు. పాలసీదారుడు భరించాల్సిన స్వంత రిస్క్ ను బీమా కంపెనీకి బదలాయించుట.

1.2 బీమా కంపెనీ ల మధ్య గొప్ప పోటీ ఉండేది అదేవిధంగా అనేక కంపెనీ ల పైన అనైతిక విధానాలకు సంబంధించిన ఆరోపణలు ఉండేవి.

1.3 బ్యాంక్ ఎస్స్యూరెన్స్ అనేది బ్యాంకు, ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీతో జత కలిసి బీమా ఉత్పత్తులను బ్యాంకు కస్టమర్లకు విక్రయించడం

1.4 మధ్యవర్తిని తొలగించడం వల్ల కమిషన్ చెల్లించాల్సిన అవసరం తగ్గుతుంది, ఈవిధంగా తగ్గిన ఖర్చును, పొదుపు చేసిన మొత్తాన్ని బీమా కంపెనీలు తమ యొక్క కస్టమర్లకు బదలాయించే అవకాశం ఉంది. తద్వారా ప్రీమియం లు తగ్గుతాయి.

స్వయం పరిజ్ఞానాన్ని పరిశీలించుకునేందుకు కొన్ని ప్రశ్నలు :

1. ప్రజలకు ఎందుకు జీవిత బీమా అవసరం

2. ప్రొఫెషనల్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్ వల్ల కలిగే లాభాలు ఏమిటి?

3. ఎ) భారతదేశంలో బీమా మార్కెట్ అభివృద్ధిలోని మూడు దశలు ఏవి?

బి) ఇటీవల కాలంలో బీమా పరిశ్రమ లో జరిగిన పరిణామాలను వివరించండి?

4. ఇన్స్యూరెన్స్ వ్యాపారంలో పాల్గొనేవారు, వారి వివరాల జాబితాను పొందుపరచండి?

5. బీమా కంపెనీలకు ఉన్న ఇన్‌డైరెక్ట్ మార్కెటింగ్ ఛానల్స్ ఏవి?

6. బీమా కంపెనీలు అమ్మే వివిధ రకాల ఉత్పత్తులు ఏవి?

మీరు వీటి సమాధానాలను ఈ దిగువ పొందగలరు.

స్వయం పరిజ్ఞానాన్ని పరిశీలించుకునేందుకు పైన వేయబడిన ప్రశ్నలకు జవాబులు:

1. ఆకస్మాత్తుగా మరణించడం వల్ల తమపై ఆధారపడ్డవారిని సంరక్షించేందుకు వ్యక్తులకు జీవిత బీమా సాయపడుతుంది. వీటిలో ఇవి ఉంటాయి:

- కుటుంబానికి కావల్సిన ఆదాయం
- పిల్లల చదువు మరియు
- పిల్లల వివాహం

2. ప్రొఫెషనల్ ఇన్స్యూరెన్స్ మార్కెట్ వల్ల లాభాలు ఏమిటంటే, ఇది అవసర ఆధారిత అమ్మకాలపై దృష్టి సారిస్తుంది మరియు వాటి యొక్క వివరాలను వెల్లడిస్తుంది, దీని వల్ల ఈ లాభాలు సమకూడుతాయి.

- పాలసీదారుల్లో అత్యధిక నమ్మకం
- బీమా వ్యవస్థ చొచ్చుకుపోవడం పెరుగుతుంది
- సామాజిక లాభాలు
- ఉపాధి కల్పన
- బీమా కంపెనీల లాభాలలో పెరుగుదల
- ప్రాజెక్టులకు పెట్టుబడి పెట్టడానికి నిధులు (పూల్ చేసిన ప్రీమియంల ద్వారా) లభిస్తాయి మరియు
- ఆర్థిక వ్యవస్థ యొక్క ఎదుగుదల

3. ఎ) భారతదేశంలో బీమా రంగ చరిత్రను మూడు దశలుగా విభజించవచ్చు

- ఫేజ్1 ప్రీ లిబరలైజేషన్
- ఫేజ్ 2 లిబరలైజేషన్ మరియు
- ఫేజ్ 3 పోస్ట్ లిబరలైజేషన్

బి) ఫేజ్3లో మల్హోత్రా కమిటీ చేసిన ప్రతిపాదనల వలన బీమా రంగంలో ప్రయివేటు కంపెనీలను ఆహ్వానించడం, విదేశీ కంపెనీలు కూడా భారతీయ కంపెనీలతో జాయింట్‌వెంచర్ల (జె వి) ద్వారా భారతీయ బీమా మార్కెట్‌లోకి ప్రవేశించేందుకు అనుమతి లభించింది. ప్రస్తుత నిబంధనల ప్రకారం విదేశీ భాగస్వామి యొక్క వాటా జాయింట్ వెంచర్‌లో 26 శాతాన్ని మించడానికి వీలు లేదు.

1938 ఇన్స్యూరెన్స్ యాక్ట్, సెక్షన్ 114A ప్రకారం నియమనిబంధనలను ఏర్పరిచే అధికారం ఐ ఆర్ డి ఎ కు ఉంది.

2000 సంవత్సరం నుంచి కంపెనీల రిజిస్ట్రేషన్ మొదలు పాలసీదారుల ప్రయోజనాలను కాపాడేందుకు అనేక నియమనిబంధనలను ఐఆర్ డిఎ ప్రవేశపెట్టింది.

4. బీమా మార్కెట్లో పాల్పంచుకునే వారిలో:

- ఏజెంట్లు
- కార్పొరేట్ ఏజెంట్లు
- మధ్యవర్తులు
- అండర్ రైటర్లు
- యాక్చువరీస్
- థర్డ్ పార్టీ అడ్మినిస్ట్రేటర్లు(టిపిఎలు)

- సర్వేయర్లు/ నష్టాన్ని అంచనావేసేవారు
- రెగ్యులేటర్
- ట్రెనింగ్ సంస్థలు మరియు
- ఎన్‌జివోలు - కస్టమర్ యొక్క హక్కులను పరిరక్షించేవారు.

5. భారతదేశంలో ఉన్న పరోక్ష (ఇండైరెక్ట్) మార్కెటింగ్ ఛానల్స్

- వ్యక్తిగత ఏజెంట్లు
- బ్యాంక్ ఎస్స్యూరెన్స్ / కార్పొరేట్ ఏజెంట్లు
- బీమా బ్రోకర్లు: వీరు ఇకపై డైరెక్ట్ బ్రోకర్‌గా, రీ ఇన్స్యూరెన్స్ బ్రోకర్ మరియు కార్పొరేట్ బ్రోకర్‌గా పరిగణించబడతారు. మరియు
- కంపారిజన్ వెబ్‌సైట్లు(ఇవి నియంత్రించ బడలేదు)

6. జీవిత బీమా కంపెనీలు అమ్మే వివిధ రకాల బీమా ఉత్పత్తులు

- టర్మ్ ప్లాన్‌లు
- ఎండోమెంట్ అస్యూరెన్స్ ప్లాన్‌లు
- మనీ బ్యాక్ ప్లాన్‌లు
- హోల్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ ప్లాన్‌లు
- పెన్షన్ అండ్ సేవింగ్స్ ప్లాన్స్ మరియు
- యూనిట్ ఆధారిత ఇన్స్యూరెన్స్ ప్లాన్‌లు(యుఎల్ఐపి)

ఛాప్టర్ 1

అనుబంధం 1.1: భారతదేశంలో యాక్టివ్‌గా ఉన్న బీమా కంపెనీలు(జనవరి 2011)

టేబుల్ 1.1 భారతదేశంలో జీవిత బీమా కంపెనీలు

సీరియల్ నెంబరు	జీవిత బీమా కంపెనీ పేరు
1	హెచ్ డి ఎఫ్ సి స్టాండర్డ్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
2	మాక్స్ న్యూయార్క్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
3	ఐ సి ఐ సి ఐ ప్రుడెన్షియల్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
4	కొటక్ మహేంద్ర ఓల్డ్ మ్యూచువల్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
5	బిర్లా సన్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
6	టాటా ఎ ఐ జి లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
7	ఎస్ బి ఐ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
8	ఐ ఎన్ జి వైశ్యా లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
9	బజాజ్ అలియంజ్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
10	మెట్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
11	రిలయన్స్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్ (గతంలో ఎ.ఎమ్.పి సన్‌మార్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ 3, జనవరి 2002 నుంచి 29 సెప్టెంబర్ 2005 వరకు)

12	అవీవా లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ ఇండియా లిమిటెడ్
13	సహారా ఇండియా లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
14	శ్రీరామ్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
15	భారతీ ఆక్సా లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
16	ఫ్యూచర్ జనరలీ ఇండియా లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
17	ఐ డి బి ఐ ఫెడరల్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
18	కెనరా-హెచ్ ఎస్ బి సి-వో బి సి లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
19	ఏగాన్ రెలిగేర్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
20	డి ఎల్ ఎఫ్ ప్రమేరికా లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
21	లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కార్పొరేషన్ ఆఫ్ ఇండియా లిమిటెడ్
22	స్టార్ యూనియన్ డాయిచీ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
23	ఇండియా ఫస్ట్ లైఫ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్

ఛాప్టర్ 1

అనుబంధం1.1: భారతదేశంలో యాక్టివ్ గా ఉన్న బీమా కంపెనీలు(జనవరి 2011)

టేబుల్ 1.2 భారతదేశంలోని సాధారణ బీమా కంపెనీలు

క్రమాంక సంఖ్య	సాధారణ బీమా కంపెనీ పేరు
1	బజాజ్ అలియంజ్ జనరల్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
2	ఇఫ్కో టోకియో జనరల్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
3	హెచ్ డి ఎఫ్ సి-ఈఆర్‌జివో జనరల్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
4	ఐ సి ఐ సి ఐ లాంబార్డ్ జనరల్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
5	ద న్యూ ఇండియా అస్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
6	ద ఓరియంటల్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
7	మాక్స్ బుపా హెల్త్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
8	రాయల్ సుందరమ్ అలియన్స్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
9	యునైటెడ్ ఇండియా ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
10	ఎస్ బి ఐ జనరల్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
11	టాటా ఎ ఐ జి జనరల్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
12	రిలయన్స్ జనరల్ ఇన్సూ్యరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్

13	చోళమండలం ఎమ్ ఎస్ జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
14	నేషనల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
15	శ్రీరామ్ జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
16	భారతీ ఆక్సా జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
17	ఫ్యూచర్ జనరెలీ ఇండియా ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
18	అగ్రికల్చర్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ ఆఫ్ ఇండియా
19	స్టార్ హెల్త్ అండ్ ఎలైడ్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
20	అపోలో మ్యూనిచ్ హెల్త్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
21	యూనివర్సల్ సొంపో జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
22	ఎక్స్ పోర్ట్ క్రెడిట్ అండ్ గ్యారెంటీ కార్పొరేషన్ ఆఫ్ ఇండియా లిమిటెడ్
23	రహేజా క్యూ బి ఈ జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్
24	ఎల్ అండ్ టి జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కంపెనీ లిమిటెడ్

టేబుల్ 1.3

పునర్బీమా చేసే కంపెనీలు	
1	జనరల్ ఇన్స్యూరెన్స్ కార్పొరేషన్(జిఐసి)