

કોર્પોરેટ એજન્ટ-સામાન્ય પ્રકરણો (અધિકૃત ચકાસણીકર્તાઓ)

સ્વીકૃતિ

આ કોર્સ ઇન્શ્યોરન્સ રેગ્યુલેટરી એન્ડ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી ઓફ ઈન્ડિયા (આઇઆરડીએઆઇ) દ્વારા નિર્ધારિત કરેલા સુધારેલા અભ્યાસક્રમ આધારિત છે અને ઇન્શ્યોરન્સ ઇન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ ઈન્ડિયા, મુંબઈ દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવેલ છે.

લેખકો / સમીક્ષકો (મૂળાક્ષરોના ક્રમમાં)

ડો. આર. કે. દુગ્ગલ

ડો. શશિધરન કે. કુદી

શ્રી વેપાચેડુ જયંત કુમાર

સીએ પી. કોટેશ્વર રાવ

પ્રદિપ સરકાર ડો

ડો.રમેશકુમાર સતલુરી

પ્રો.માધુરી શર્મા

ડો. જ્યોર્જ ઇ. થોમસ

પ્રો અર્ચના વાઝે

શ્રી કૃષ્ણમોહન વાય

આ અભ્યાસક્રમના ગુજરાતી અનુવાદ અને મૂલ્યાંકન આમની મદદથી કરવામાં આવ્યા છે.

સી-ડેક, પૂણે.

કુ.દિપ્તી રાવલ

કુ.રૂત્વા પાઠક



ભારતીય વીમા સંસ્થાન
**INSURANCE
INSTITUTE OF
INDIA**

કોર્પોરેટ એજન્ટ-સામાન્ય પ્રકરણો (અધિકૃત ચકાસણીકર્તાઓ)

આવૃત્તિ વર્ષ : 2025

તમામ હકો અનામત રાખવામાં આવ્યા છે

આ કોર્સ સામગ્રી ઇન્શ્યોરન્સ ઇન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ ઇન્ડિયા (III)નો કોપીરાઇટ છે. આ કોર્સ ઇન્શ્યોરન્સ ઇન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ ઇન્ડિયાની પરીક્ષાઓમાં બેસનારા વિદ્યાર્થીઓ માટે શૈક્ષણિક માહિતી પૂરી પાડવા માટે તૈયાર કરવામાં આવ્યો છે. આ કોર્સ સામગ્રી સંસ્થાની પૂર્વ લેખિત સ્પષ્ટ મંજૂરી વિના આંશિક કે સમગ્ર રીતે વાણિજ્ય ઉદ્દેશ માટે પુનઃઉત્પાદિત થઈ શકે નહીં.

આ કન્ટેન્ટ્સ પ્રચલિત શ્રેષ્ઠ પદ્ધતિઓ આધારિત છે અને તકરાર, કાનૂની અથવા અન્ય કોઈ કિસ્સામાં અર્થઘટનો અથવા ઉકેલો આપવાનો ઇરાદો ધરાવતા નથી.

આ માત્ર સંકેતાત્મક અભ્યાસ સામગ્રી છે. કૃપા કરીને નોંધ લો કે પરીક્ષામાં પ્રશ્નો માત્ર આ અભ્યાસ સામગ્રી સુધી મર્યાદિત નહીં હોય.

પ્રકાશન કરનાર: સેક્રેટરી જનરલ, ઇન્શ્યોરન્સ ઇન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ ઇન્ડિયા, જી-બ્લોક, પ્લોટ સી-46, બાંદ્રા કુર્લા કોમ્પ્લેક્સ, બાંદ્રા(ઇ), મુંબઈ - 400 051 અને અહીં પ્રિન્ટ થયેલ છે

આ અભ્યાસ સામગ્રીને લગતા કોઈ પત્રવ્યવહાર અભ્યાસ શિર્ષક અને કવર પેજ પર ઉલ્લેખ કરેલી પ્રકાશન સંખ્યાનો ઉલ્લેખ કરીને ctd@iii.org.inને સંબોધિત કરી શકાય છે

પ્રસ્તાવના

ઇન્શ્યોરન્સ ઇન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ ઇન્ડિયા (સંસ્થા)એ વીમા એજન્ડ્સ માટે ઇન્શ્યોરન્સ રેગ્યુલેટરી એન્ડ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી ઓફ ઇન્ડિયા (આરડીએઆઇ) દ્વારા નિર્ધારિત અભ્યાસક્રમને આધારે આ અભ્યાસ સામગ્રી વિકસાવી છે. ઉદ્યોગના નિષ્ણાતો આ અભ્યાસ સામગ્રી તૈયાર કરવામાં સામેલ હતા.

આ કોર્સ જીવન, સામાન્ય અને આરોગ્ય વીમાનું પાયારૂપ જ્ઞાન પૂરું પાડે છે, જે સંબંધિત લાઇન્સમાં એજન્ડ્સને તેમની વ્યાવસાયિક કારકિર્દીને યોગ્ય દૃષ્ટિકોણથી સમજવા અને તેની મૂલ્યાંકન કરવા સક્ષમ બનાવે છે.

આ કોર્સ ચાર વિભાગોમાં રચવામાં આવ્યો છે. (1) નિરીક્ષણ - વીમા એજન્ડ્સે જાણવા આવશ્યક એવો સામાન્ય વિભાગ જે વીમાના સિદ્ધાંતો, કાનૂની સિદ્ધાંતો અને નિયમનકારી બાબતોને આવરે છે. (2) જીવન વીમા એજન્ડ્સ (3) સામાન્ય વીમા એજન્ડ્સ અને (4) આરોગ્ય વીમાના એજન્ડ્સ બનવા માટે ઇચ્છુક હોય એવા લોકો માટે અલગ વિભાગો પૂરા પાડવામાં આવ્યા છે.

વિદ્યાર્થીઓને પરીક્ષાનાં ફોર્મેટ અને પૂછવામાં આવી શકે એવા હેતુલક્ષી પ્રશ્નોના પ્રકારનો ખ્યાલ આપવા માટે કોર્સમાં મોડલ પ્રશ્નોનો સેટ સામેલ કરવામાં આવ્યો છે. મોડલ પ્રશ્નો તેમને તેઓ જે શીખ્યા છે તેનું પુનરાવર્તન કરવામાં પણ મદદ કરશે.

વીમો ગતિશીલ પરિસ્થિતિમાં કાર્ય કરે છે. એજન્ડ્સ બજારમાં થતા ફેરફારો અંગે જાણકાર રહે તે આવશ્યક છે. તેમણે વ્યક્તિગત અભ્યાસ અને સંબંધિત વીમા કંપનીઓ દ્વારા યોજેલા ઇન-હાઉસ તાલિમ કાર્યક્રમોમાં સહભાગિતા મારફતે સક્રિયપણે જ્ઞાન મેળવવું જોઈએ.

સંસ્થાને આ કાર્ય સોંપવા બદલ સંસ્થા આઇઆરડીએઆઇનો આભાર માને છે. આ સંસ્થા સામગ્રીનો અભ્યાસ કરવામાં રસ ધરાવતા તમામ લોકોને વીમા માર્કેટિંગમાં સફળ કારકિર્દીની શુભેચ્છા પાઠવે છે.

વિષય

પ્રકરણ સંખ્યા	શિર્ષક	પાના સંખ્યા
વિભાગ	સામાન્ય પ્રકરણો	
C-01	વીમાનો પરિચય	2
C-02	વીમાના મુખ્ય ઘટકો	24
C-03	વીમાના સિદ્ધાંતો	37
C-04	વીમા કરારની વિશેષતાઓ	55
C-05	અન્ડરરાઇટિંગ અને રેટિંગ	65
C-06	દાવાની પ્રક્રિયા	75
C-07	દસ્તાવેજીકરણ	84
C-08	ગ્રાહક સેવા	96
C-09	તકરાર નિવારણ કાર્યપ્રણાલી	116
C-10	કોર્પોરેટ એજન્ટો માટે નિયમનકારી પાસાઓ	127
C-11	ડિસ્ટન્સ માર્કેટિંગની માર્ગદર્શિકાઓ	151
C-12	ટેલિકોલર્સ માટે આચાર સંહિતા - શિષ્ટાચાર, કરવા જેવી અને નહીં કરવા જેવી બાબતો	154

विभाग
निरीक्षण

પ્રકરણ C-01

વીમાનો પરિચય

પ્રકરણનો પરિચય

આ પ્રકરણનો હેતુ વીમાની મૂળભૂત બાબતો, તેના વિકાસનો ઇતિહાસ અને તેની કામગીરી વિશે પરિચય આપવાનો છે. અણધારી કે અનપેક્ષિત ઘટનાઓને પરિણામે સર્જાતા આર્થિક નુકસાન સામે વીમો કેવી રીતે સુરક્ષા પૂરી પાડે છે અને જોખમ હસ્તાતરણના માધ્યમ તરીકે કેવી રીતે કાર્ય કરે છે તે વિશે પણ તમે જાણકારી મેળવશો.

અભ્યાસના પરિણામો

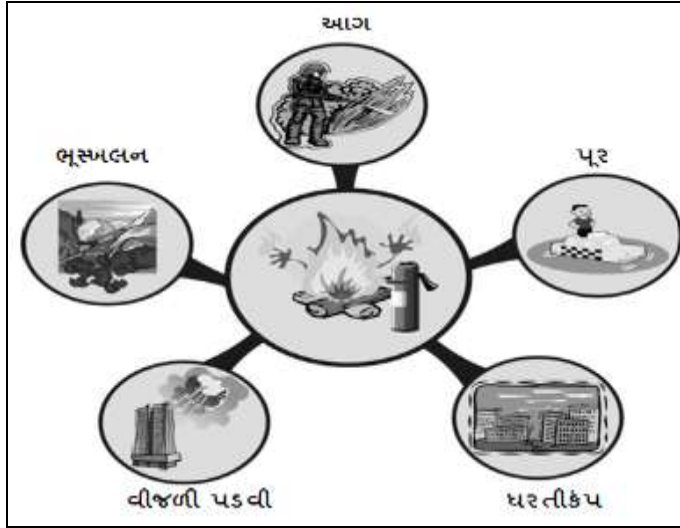
- A. વીમો - ઇતિહાસ અને વિકાસ
- B. જોખમ હસ્તાતરણ (પુલિંગ)નો સિદ્ધાંત
- C. જોખમ વ્યવસ્થાપનની પદ્ધતિઓ
- D. જોખમના વ્યવસ્થાપન માટેના માધ્યમ તરીકે વીમો
- E. વીમો પસંદ કરતા પહેલા વિચારણાઓ
- F. વીમા બજારના ખેલાડીઓ
- G. સમાજમાં વીમાની ભૂમિકા

A. વીમો - ઇતિહાસ અને વિકાસ

આપણે અનિશ્ચિતતાનાં વિશ્વમાં જીવીએ છીએ. આપણે નીચેની બાબતો વિશે સાંભળીએ છીએ:

- ✓ ટ્રેનોના અકસ્માતો
- ✓ પુરના કારણે સમગ્ર સમુદાયોનો નાશ
- ✓ મકાનોનો નાશ કરતા ભૂકંપ
- ✓ અનપેક્ષિત રીતે મૃત્યું પામી રહેલા યુવાન લોકો

આકૃતિ 1: આપણી આસપાસ બનતી ઘટનાઓ



આ ઘટનાઓ આપણને વ્યથિત અને ભયભીત કેમ કરે છે ?

તેનું કારણ સરળ છે.

- i. સૌ પ્રથમ આ તમામ ઘટનાઓ અણધારી હોય છે. જો આપણે કોઈ ઘટનાની ધારણા બાંધી શકીએ અને આગાહી કરી શકે તો આપણે તેના માટે તૈયાર રહી શકીએ.
- ii. બીજું, આવી અણધારી અને અનિચ્છનિય ઘટનાઓ ઘણી વખત આર્થિક નુકસાન અને દુઃખનું કારણ બને છે.

કોઈ સમુદાય વહેંચણી અને પારસ્પારિક સહયોગની વ્યવસ્થા ધ્વારા આ પ્રકારની દુર્ઘટનાઓના ભોગ બનેલા લોકોની સહાયતા કરી શકે છે.

વીમાનો વિચારનો જન્મ હજારો વર્ષ જૂનો છે. છતાં પણ, વીમાનો પ્રવર્તમાન પ્રકાર માત્ર બે થી ત્રણ સદી જૂનો છે.

1. વીમાનો ઇતિહાસ

વીમો એક અથવા અન્ય પ્રકારે ઇ.સ. પૂર્વે 3000થી અસ્તિત્વ ધરાવે છે. સદીઓથી વિવિધ સંસ્કૃતિઓએ તેમના સમુદાયના કેટલાક સભ્યોને થયેલા તમામ પ્રકારના નુકસાનને તેમની વચ્ચે વહેંચવાની અને ભડોળનો વિચારનો ઉપયોગ કર્યો છે. ચાલો, આ પદ્ધતિ કેવી રીતે લાગુ પડી હતી તેની કેટલીક રીતો પાર આપણે નજર નાખીએ.

2. વીમા ક્ષેત્ર - સદીઓની સફર

બોટમી લોન્સ	બેબિલોનના વેપારીઓ અને તેમના ધિરાણકર્તાઓને જો જહાજ ગુમ થાય કે ચોરાઈ જાય તો તેમની લોન રદ કરવા માટે વધારાનાં નાણાં ચુકવતા હતા. ભરૂચ અને સુરતના વેપારીઓ પણ આવી જ પદ્ધતિઓ ધરાવતા હતા.
કલ્યાણકારી સમાજ / મૈત્રીપૂર્ણ સમાજ	સાતમી સદીના અંતે ગ્રીક્સ મૃત્યું પામનાર પરિવારના સભ્યો માટે અને સભ્યની અંતિમક્રિયાના ખર્ચની પણ સંભાળ લેવા માટે પણ એડવાન્સમાં ચુકવણી કરવામા આવતી હતી. સમાન પ્રથાઓ ઇંગ્લેન્ડમાં પણ અનુસરવામાં આવતી હતી.
રોડ્સ	સમૃદ્ધ મારફતે સામાન મોકલતા રોડ્સના વેપારીઓએ એવી પદ્ધતિ અપનાવી હતી, જેમા “જેટીસર્નિંગ” (જહાજમાથી વજન ઘટાડવા અને સંતુલન પુનઃસ્થાપિત કરવા કેટલીક ચીજવસ્તુઓ ફેકી દેવી) ના કારણે લીધે તેમના સામાનને કોઈ પણ નુકસાન થાય તો સામાના માલિકો નુકસાનની વહેંચણી કરતા હતા.
ચીનના વેપારીઓ	પ્રાચીન દિવસોમાં ચીનના વેપારીઓ તેમના સામાન વિવિધ નૌકાઓમાં મોકલતા હતા, જેથી જો કોઈ નૌકાઓ ડૂબી જાય તો તેમનું નુકસાન આંશિક થતું હતું.

3. વીમાની આધુનિક વિભાવના

ભારતમાં જીવન વીમાનો સિદ્ધાંત સંયુક્ત કુટુંબની પ્રણાલીને પ્રતિબિંબિત કરતો હતો. કોઈ એક સભ્યનાં મૃત્યુને લીધે ઊભા થતા નુકસાનની વહેંચણી પરિવારના વિભિન્ન

સભ્યો દ્વારા કરવામાં આવતી હતી, જેથી પરિવારનો દરેક સભ્ય સુરક્ષાની લાગણી અનુભવતો હતો.

આધુનિક યુગમાં સંયુક્ત પરિવારની પ્રણાલી તૂટવાથી અને વિભક્ત પરિવારના ઉદય થવાથી દૈનિક જીવનનાં તણાવને લીધે સુરક્ષા માટે વૈકલ્પિક વ્યવસ્થાઓ વિકસાવવી આવશ્યક બની છે. આ પરિસ્થિતિ કોઈ પણ વ્યક્તિ માટે જીવન વીમાના મહત્વ પર પ્રકાશ પાડે છે.

- i. લોયડ્સ: લંડનમાં લોયડ્સ કોફી હાઉસ ખાતે આધુનિક વાણિજ્ય વીમાનાં મૂળની શરૂઆત થઈ હતી, જ્યાં વેપારીઓ વિભિન્ન દરિયાઈ જોખમોને લીધે તેમને થતા નુકસાનની વહેંચણી કરવા માટે સંમત થયા હતા.
- ii. લંડનમાં 1706માં સ્થાપવામાં આવેલી એમિકેબલ સોસાયટી ફોર પર્પેચ્યુઅલ એશ્યોરન્સ વિશ્વમાં પ્રથમ જીવન વીમા કંપની હોવાનું માનવામાં આવે છે.

4. ભારતમાં વીમાનો ઇતિહાસ

- a) ભારત: ભારતમાં આધુનિક વીમાની શરૂઆત 1800ના આરંભમાં અથવા તેની આસપાસ થઈ હતી, જેમાં વિદેશી વીમા કંપનીઓની એજન્સીઓએ સમુદ્રી વીમા કારોબાર શરૂ કર્યો હતો.

ધ ઓરિએન્ટલ લાઇફ ઇન્શ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ	ભારતમાં સ્થાપિત થનારી પ્રથમ જીવન વીમા કંપની એક અંગ્રેજી કંપની હતી
ટ્રિટોન ઇન્શ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ	ભારતમાં સ્થાપિત થનારી પ્રથમ બિન-જીવન વીમા કંપની છે
બોમ્બે મ્યુચ્યુઅલ એશ્યોરન્સ સોસાયટી લિમિટેડ	પ્રથમ ભારતીય વીમા કંપની. તે મુંબઈમાં 1870માં રચવામાં આવી હતી
નેશનલ ઇન્શ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ	ભારતમાં સૌથી જૂની વીમા કંપની છે. તે 1906માં સ્થાપવામાં આવી હતી

સદીના અંતે સ્વદેશી ચળવળનાં પરિણામ સ્વરૂપે ઘણી અન્ય ભારતીય કંપનીઓની સ્થાપિત થઈ હતી.

- a) વીમા ધારો 1938, ભારતમાં વીમા કંપનીઓનાં સંચાલનનું નિયમન કરનારો પ્રથમ કાયદો હતો. સમયાંતરે સુધારવામાં આવેલો આ કાયદો હજુ પણ અમલમાં છે.
- b) જીવન વીમા વ્યવસાયનું રાષ્ટ્રીયકરણ 1 સપ્ટેમ્બર 1956ના રોજ થયું હતું અને ભારતિય જીવન વીમા નિગમ (એલઆઇસી)ની સ્થાપના થઈ હતી. 1956 થી 1999 સુધી, ભારતમાં જીવન વીમા વ્યવસાય કરવાનો વિશિ એલઆઇસી વિશેષ્ટ હકો ધરાવતી હતી.
- c) 1972 માં બિન-જીવન વીમાનો વ્યવસાય પણ રાષ્ટ્રીયકૃત્ત થયો હતો અને જનરલ ઇન્શ્યોરન્સ કોર્પોરેશન ઓફ ઈન્ડિયા (જીઆઇસી) અને તેની ચાર પેટાકંપનીઓની સ્થાપના થઈ હતી.
- d) મલ્હોત્રા સમિતિએ 1994માં રજૂ કરેલા તેના અહેવાલમાં ખાનગી ક્ષેત્ર સાથે સ્પર્ધા માટે બજારને ખોલવાની ભલામણ કરી હતી.
- e) વીમા નિયામનકારક અને વિકાસ ધારો, 1999 (આઇઆરડીએઆઇ) પસાર કરીને વીમા બજારનું 2000માં ઉદારીકરણ કરવામાં આવ્યું હતું, જેને પગલે એપ્રિલ 2000માં વીમા ઉદ્યોગ માટે કાયદેસર નિયમનકારી સંસ્થા તરીકે ઇન્શ્યોરન્સ રેગ્યુલેટરી એન્ડ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી ઓફ ઈન્ડિયા (આઇઆરડીએઆઇ)ની રચના થઈ હતી.
- f) વર્ષ 2021માં વીમા ધારામાં થયેલા સુધારા અંતર્ગત વિદેશી રોકાણકારોને ભારતીય વીમા કંપનીમાં પેઇડ અપ ઇક્વિટી મૂડી 74% સુધી રાખવા માટે મંજૂરી મળી છે. વિદેશી વીમા કંપનીઓ રિઇન્શ્યોરન્સ કરવા માટે હવે ભારતમાં શાખાઓ પણ સ્થાપી શકે છે.
 - a. અત્યારે વીમા ઉદ્યોગ (30 સપ્ટેમ્બર, 2021ના રોજ)
 - a) અત્યારે ભારતમાં 24 જીવન વીમા કંપનીઓ કાર્યરત છે. તેમાંથી લાઇફ ઇન્શ્યોરન્સ કોર્પોરેશન (એલઆઇસી) જાહેર ક્ષેત્રની કંપની (પીએસયુ) છે અને બાકીની 23 જીવન વીમા કંપનીઓ ખાનગી ક્ષેત્રની છે.
 - b) 34 સામાન્ય વીમા કંપનીઓ છે, જેમાંથી 4 - નેશનલ ઇન્શ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ, ઘ ન્યુ ઈન્ડિયા એશ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ, ઘ ઓરિએન્ટલ ઇન્શ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ અને યુનાઇટેડ ઈન્ડિયા ઇન્શ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ - પીએસયુ કંપનીઓ છે જેઓ સામાન્ય વીમાની તમામ શાખાઓમાં કાર્ય કરે છે. 26 ખાનગી કંપનીઓ પણ

સામાન્ય વીમાની તમામ શાખાઓમાં કાર્ય કરે છે. 6 સામાન્ય વીમા કંપનીઓ માત્ર આરોગ્ય વીમામાં કાર્ય કરે છે. 2 વિશિષ્ટ વીમા કંપનીઓ - એગ્રિકલ્ચરલ ઇન્શ્યોરન્સ કંપની (એઆઇસી) અને એક્સપોર્ટ ક્રેડિટ એન્ડ ગેરંટીઝ કોર્પોરેશન (ઇસીજીસી) બંને જાહેર ક્ષેત્રની એન્ટિટીઝ તરીકે સ્થાપવામાં આવી છે.

- c) એક રિઇન્શ્યોરન્સ કંપની છે - જનરલ ઇન્શ્યોરન્સ કોર્પોરેશન ઓફ ઇન્ડિયા (જીઆઇસી રિ) અને 11 વિદેશી રિઇન્શ્યોરન્સ કંપનીઓ જેઓ શાખાની ઓફિસો મારફતે કાર્ય કરે છે.
- d) ભારત સરકારનો ટપાલ વિભાગ (ઇન્ડિયા પોસ્ટ તરીકે ઓળખાય છે) પણ જીવન વીમામાં વ્યવસાય કરે છે, જે પોસ્ટલ લાઇફ ઇન્શ્યોરન્સ તરીકે ઓળખાય છે. ઇન્ડિયા પોસ્ટને વીમા નિયમનકારનાં કાર્યક્ષેત્રમાંથી મુક્ત રાખવામાં આવી છે.

સ્વયંપરિક્ષણ 1

નીચેનામાંથી કઈ સંસ્થા ભારતમાં વીમા ઉદ્યોગ માટે નિયમનકાર છે ?

- I. ઇન્શ્યોરન્સ ઓથોરિટી ઓફ ઇન્ડિયા
- II. ઇન્શ્યોરન્સ રેગ્યુલેટરી એન્ડ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી ઓફ ઇન્ડિયા
- III. લાઇફ ઇન્શ્યોરન્સ કોર્પોરેશન ઓફ ઇન્ડિયા
- IV. જનરલ ઇન્શ્યોરન્સ કોર્પોરેશન ઓફ ઇન્ડિયા

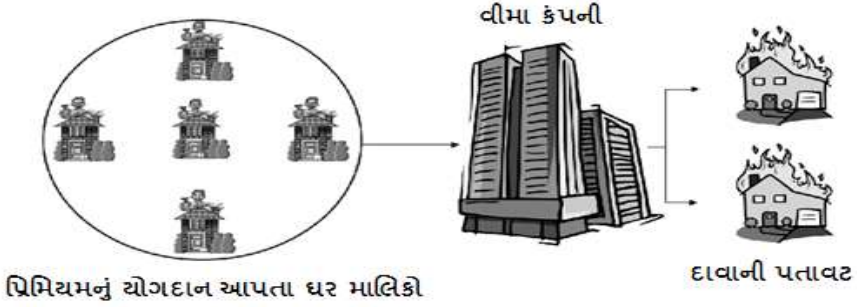
વીમો કેવી રીતે કાર્ય કરે છે

આધુનિક વાણિજ્યની સ્થાપના સંપત્તિની માલિકીના સિદ્ધાંત પર કરવામાં આવી છે. જ્યારે કોઈ ચોક્કસ ઘટનાના કારણે કોઈ અસ્કયામત મૂલ્યને નુકસાન (નુકસાન અથવા વિનાશ દ્વારા), થાય ત્યારે અસ્કયામતના માલિકને આર્થિક નુકસાન થાય છે. જોકે આ પ્રકારની સંપત્તિ ધરાવતા ઘણા માલિકો દ્વારા નાના યોગદાનથી એકત્રિત કરેલા સામાન્ય ભંડોળમાંથી નુકસાનની ભરપાઈ કરી શકાય છે. નુકસાન કરતી ઘટનાની શક્યતાઓ અને પરિણામને હસ્તાંતરિત કરવાની પ્રક્રિયા એ વીમો છે.

જોખમોના હસ્તાંતરણની કાર્યપ્રણાલી મૃત્યુ અને અપંગતાના કિસ્સામાં અલગ અલગ રીતે કાર્ય કરે છે, કારણ કે વાણિજ્ય અસ્કયામતનું કોઈ નુકસાન/ વિનાશ હોતો નથી.

તેથી વીમાને એક એવી પ્રક્રિયા તરીકે ગણી શકાય છે, જેમાં થોડા લોકોનું નુકસાન અનિશ્ચિત ઘટનાઓ/ પરિસ્થિતિઓનો સામનો કરતા ઘણા લોકોમાં વહેંચવામાં આવે છે.

આકૃતિ 2: વીમો કેવી રીતે કાર્ય કરે છે



જોકે એવા કેટલાક પ્રશ્નો છે જેના ઉત્તર આપવાની જરૂર છે.

- i. શું લોકો તેમની સખત મહેનતથી કમાવેલા નાણાંથી આવા સામાન્ય ભંડોળની રચના કરવા માટે સંમત થશે ?
- ii. તેમના યોગદાનનો ઉપયોગ ઇચ્છિત ઉદ્દેશ માટે કરવામાં આવશે એ અંગે તેઓ કેવી રીતે વિશ્વાસ કરી શકશે ?
- iii. તેઓ ઘણું વધારે કે ઓછું ચુકવી રહ્યા છે એ અંગે કેવી રીતે જાણશે ?
- iv. આ ભંડોળનાં સંચાલન અને જેમને નુકસાન થશે તેમને ચુકવણી કરવાની જવાબદારી કોણ લેશે ?

વીમા કંપની માટેની જરૂરિયાત - આ તમામ પ્રશ્નોનો ઉત્તર છે. વીમા કંપની જોખમની આકારણી કરે છે, વ્યક્તિગત યોગદાનો (પ્રિમિયમ) નક્કી કરી એકત્રિત કરે છે, જોખમની આકારણી કર્યા બાદ જેમને નુકસાન થાય છે તેમને ચુકવણી કરવાની વ્યવસ્થા કરે છે. વીમા કંપનીએ વ્યક્તિઓ અને સમુદાયનો વિશ્વાસ પણ જીતવો જ જોઈએ.

1. વીમો એ “મૂલ્ય” વિશે છે

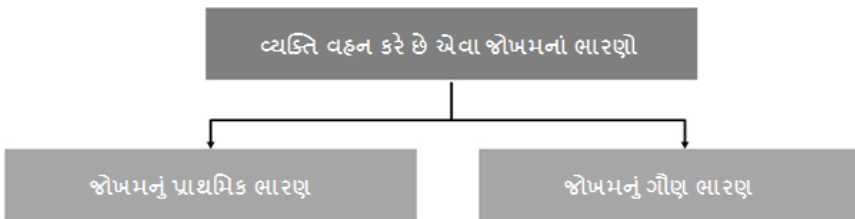
- a) સૌ પ્રથમ, એક એવી અસ્કયામત હોવી જોઈએ, જેનું આર્થિક મૂલ્ય હોય. અસ્કયામત:
 - i. ભૌતિક (જેમ કે કાર અથવા બિલ્ડિંગ) અથવા

- ii. બિન-ભૌતિક (જેમ કે પ્રતિષ્ઠા, સદ્ભાવના, કોઈ વ્યક્તિને ચુકવણી કરવાની જવાબદારી) અથવા
- iii. વ્યક્તિગત (જેમ કે વ્યક્તિની આંખ, અંગો, શરીર અને શારીરિક ક્ષમતાઓ).
- b) જો અમુક ઘટના સર્જાય તો અસ્કયામત તેનું મૂલ્ય ગુમાવી શકે છે. નુકસાનની આ શક્યતાને જોખમ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. જોખમની ઘટનાનું કારણ સંકટ તરીકે ઓળખાય છે.
- c) એક સિદ્ધાંત પુલિંગ તરીકે ઓળખાય છે. જે વિભિન્ન વ્યક્તિઓ દ્વારા આપવામાં આવેલ સંખ્યાબંધ વ્યક્તિગત યોગદાનો (પ્રિમિયમ) એકત્રિત કરીને બને છે. આ વ્યક્તિઓ સમાન પ્રકારની અસ્કયામતો ધરાવે છે અને સમાન જોખમોનો સામનો કરે છે. તેમની અસ્કયામતોને પણ ઘણા સંદર્ભોમાં 'જોખમો' તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.
- d) ભંડોળના આ પુલનો ઉપયોગ સંકટ દ્વારા થયેલા નુકસાનનો સામનો કરનારને વળતર આપવા માટે થાય છે.
- e) ભંડોળનાં ઊભું કરવાની અને કમનસીબ લોકોને વળતર આપવાની આ પ્રક્રિયા ઇન્શ્યોરર (વીમા કંપની) તરીકે ઓળખાતી સંસ્થા મારફતે હાથ ધરવામાં આવે છે.
- f) વીમા કંપની પુલિંગની આ કાર્યપ્રણાલીમાં સહભાગી થવા ઇચ્છતી દરેક વ્યક્તિ સાથે વીમા કરાર કરે છે. સહભાગી થતા લોકોને વીમાધારક તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

2. વીમો જોખમનું ભારણ ઘટાડે છે

જોખમનું ભારણ આપેલા નુકસાનની પરિસ્થિતિ/ ઘટનાનાં સંપર્કમાં આવવાનાં પરિણામ સ્વરૂપે વ્યક્તિએ વેઠવા પડતા ખર્ચ, નુકસાન અને અક્ષમતાઓને સંદર્ભિત કરે છે.

આકૃતિ 3: વ્યક્તિ વહન કરે છે એવા જોખમનાં ભારણો



વ્યક્તિ વહન કરે છે એવા બે પ્રકારનાં જોખમ ભારણ હોય છે - પ્રાથમિક અને ગૌણ.

a) જોખમનું પ્રાથમિક ભારણ

જોખમનું પ્રાથમિક ભારણ શુદ્ધ જોખમ ઘટનાઓનાં પરિણામ સ્વરૂપે પરિવારો (અને કારોબાર એકમો) દ્વારા સહન કરવામાં આવતા વાસ્તવિક નુકસાનનું બનેલું હોય છે. આવા નુકસાન સામાન્યપણે પ્રત્યક્ષ અને માપી શકાય એવા હોય છે; અને તેને વીમા કંપની દ્વારા સરળતાથી ભરપાઈ કરી શકાય છે.

ઉદાહરણ

જ્યારે ફેક્ટરી આગને લીધે નાશ પામે ત્યારે નુકસાન પામેલા કે નાશ થયેલા સામાનનાં વાસ્તવિક મૂલ્યનો અંદાજ લગાવી શકાય છે અને જે ફેક્ટરીને નુકસાન વેઠવું પડ્યું હોય તેના માલિકને વળતર ચુકવી શકાય છે.

આ જ પ્રમાણે, જો વ્યક્તિને હૃદયની સર્જરી કરાવવી પડે ત્યારે તેનો તબીબી ખર્ચ જાણીને તેનું વળતર આપવામાં આવે છે. આ ઉપરાંત તેનું પરોક્ષ નુકસાન પણ હોઈ શકે છે.

ઉદાહરણ

આગ લાગવાથી કારોબારની કામગીરીમાં અવરોધ ઊભો થઈ શકે છે અને તેને લીધે નફાનું નુકસાન થાય છે, જેનો પણ અંદાજ લગાવી શકાય અને જેમને આવા નુકસાન થયા છે તેમને વળતર ચુકવી શકાય છે.

કોઈ વ્યક્તિ જેમનું સ્કૂટર માર્ગ પર ચાલતી વ્યક્તિને અથડાય તો તેઓ ભોગ બનનારી વ્યક્તિને કોર્ટ નક્કી કરે તે વળતર ચુકવવા માટે જવાબદાર હોય છે.

b) જોખમનું ગૌણ ભારણ

જ્યારે આવી કોઈ ઘટના ન સર્જાય અને કોઈ નુકસાન ન થાય ત્યારે પણ સંકટનો સામનો કરી રહેલા લોકો કેટલુંક ભારણ વહન કરે છે. એટલે કે પ્રાથમિક ભારણ ઉપરાંત તેઓ જોખમનું ગૌણ ભારણ પણ વહન કરે છે.

જોખમનાં ગૌણ ભારણમાં ખર્ચ અને તણાવ સામેલ હોય છે, જે જણાવેલી ઘટના ન સર્જાય છતાં પણ વ્યક્તિએ વેઠવા પડે છે, માત્ર એ હકીકતથી કે વ્યક્તિ નુકસાનની સ્થિતિનો સામનો કરે છે.

ચાલો આપણે આમાંના કેટલાક ભારણને સમજીએ:

- i. સૌ પ્રથમ, ભય અને ચિંતાને લીધે શારીરિક અને માનસિક તાણ થાય છે. આને લીધે તણાવ થઈ શકે છે અને વ્યક્તિના સ્વાસ્થ્ય પર અસર થાય છે.
- ii. બીજું એ કે, જ્યારે વ્યક્તિ નુકસાન થશે કે નહીં એ અંગે અનિશ્ચિત હોય છે, ત્યારે આવી પરિસ્થિતિને પહોંચી વળવા માટે ભંડોળ અનામત રાખી મૂકવામાં જ

સમજદારી છે. આવા ભંડોળ તરલ સ્વરૂપમાં અને ઓછા વળતર સ્વરૂપે હોઈ શકે છે.

વીમા કંપનીને જોખમનું હસ્તાંતરણ કરવાથી માનસિક રાહત અનુભવી શકાય છે, અને વ્યક્તિનાં ભંડોળનું વધુ અસરકારક રીતે રોકાણ કરવું પણ શક્ય બને છે. આ ચોક્કસ કારણોસર વીમો જરૂરી હોય છે.

ભારતમાં, જે વ્યક્તિઓ વાહનની માલિકી ધરાવતા હોય અને જાહેર માર્ગ પર વાહન ચલાવવા માગતા હોય તેમના માટે ત્રાહિત પક્ષનો વીમો ખરીદવો ફરજિયાત છે. બીજી બાજુ તે ફરજિયાત ન હોય તેમ છતાં પણ કારને નુકસાન થવાની સંભાવનાને આવરવું વિવેકપૂર્ણ હશે. માલિક/ડ્રાઇવર માટે પર્સનલ એક્સિડન્ટ કવર ધરાવવું પણ ફરજિયાત છે.

તમારી કસોટી કરો 2

નીચેનામાંથી કયું જોખમનું ગૌણ ભારણ છે ?

- I. કારોબારમાં અવરોધનો ખર્ચ
- II. માલસામાનને થયેલા નુકસાનનો ખર્ચ
- III. ભવિષ્યમાં સંભવિત નુકસાનને પહોંચી વળવા માટેની જોગવાઈ તરીકે અનામત એક બાજુ રાખી મૂકવી
- IV. હાર્ટ એટેકનાં પરિણામ સ્વરૂપે હોસ્પિટલમાં દાખલ થવાનો ખર્ચ

B. જોખમ સંયોજન(પુલિંગ)નો સિદ્ધાંત

વીમા કંપનીઓ વિભિન્ન એન્ટિટીઝ જેવા કે પોલિસી ધારકો અથવા કોર્પોરેટ્સ સાથે કરાર કરે છે. પોલિસી ધારકોને તેઓ કરાર આધારિત રકમ ચુકવે છે. જ્યારે વીમા કંપનીઓ જોખમ લેવા અને જ્યારે નુકસાન થાય ત્યારે તેનું વળતર આપવા આર્થિક રીતે સક્ષમ હોય ત્યારે જ વીમા કરારો અર્થસભર બને છે. માળખું પરસ્પરતા અથવા સંયોજનના સિદ્ધાંતના ઉપયોગથી ઊભું થાય છે.

પરસ્પરતા અને વૈવિધ્યકરણ નાણાકીય બજારોમાં જોખમ ઘટાડવા માટેના બે મહત્વપૂર્ણ માર્ગો છે. તેઓ મૂળભૂત રીતે જુદા છે.

વૈવિધ્યકરણ	પરસ્પરતા
અહીં ભંડોળ વિભિન્ન અસ્કયામતોમાં ફેલાયેલું હોય છે (ઇંડા વિભિન્ન ટોપલામાં મૂકવામાં આવે છે).	પરસ્પરતા અથવા પુલિંગ હેઠળ વિભિન્ન વ્યક્તિઓનાં ભંડોળ એકત્રિત કરવામાં આવે છે (તમામ ઇંડા એક ટોપલામાં મૂકવામાં આવે છે).
ભંડોળ એક સ્ત્રોતમાંથી ઘણા સ્થળોમાં પ્રવાહિત થાય છે.	ભંડોળ ઘણા સ્ત્રોતમાંથી એકમાં પ્રવાહિત થાય છે.

આકૃતિ 4: પરસ્પરતા - પરસ્પરતા (ભંડોળ ઘણા સ્ત્રોતોમાંથી એકમાં પ્રવાહિત થાય છે)



પરસ્પરતાનો સિદ્ધાંત વીમા કરારોને તેમની ક્ષમતા અને વિશિષ્ટતા આપે છે. નાનું યોગદાન ચુકવીને (પ્રિમિયમ) વીમાધારક વ્યક્તિ તાત્કાલિક મોટી માત્રાનું ભંડોળ રચે (કોર્પસ) છે, જે વીમાકૃત જોખમને લીધે ઊભા થતા નુકસાનની ઘટનામાં તેમને/ તેણી માટે ઉપલબ્ધ હોય છે. નાણાંનું આ સંભવિત કોર્પસ વીમાને તમામ નાણાકીય પ્રોડક્ટ્સમાં કોઈ પૂરક વિના વિશિષ્ટ બનાવે છે.

C. જોખમનું વ્યવસ્થાપન કરવાની પદ્ધતિઓ

કોઈ વ્યક્તિ એ પૂછી શકે કે વીમો તમામ પ્રકારની જોખમની પરિસ્થિતિઓ માટે યોગ્ય ઉકેલ છે કે કેમ? ઉત્તર છે 'ના'.

વીમો માત્ર એવી પદ્ધતિઓ પૈકીની એક છે જેના દ્વારા વ્યક્તિઓ તેમના જોખમનું વ્યવસ્થાપન કરી શકે છે. અહીં તેઓ તેમની સામે આવનારા જોખમોને વીમા કંપનીને હસ્તાંતરિત કરે છે. જોકે જોખમોનો સામનો કરવાની અન્ય પદ્ધતિઓ છે, જેને નીચે સમજાવી છે:

1. જોખમ ટાળવું

નુકસાનની પરિસ્થિતિને ટાળીને જોખમ ઘટાડવામાં આવે તેને જોખમ ટાળવું કહેવામાં આવે છે. તેથી વ્યક્તિ એવી પ્રવૃત્તિઓ કે પરિસ્થિતિઓ ટાળવાનો અથવા સંપત્તિ કે વ્યક્તિઓ સાથેના વ્યવહારને ટાળવાનો પ્રયત્ન કરી શકે છે, જેને લીધે જોખમ થઈ શકે છે.

ઉદાહરણ

- i. વ્યક્તિ ઉત્પાદન માટે અન્ય કોઈ સાથે કરાર કરીને ઉત્પાદનનાં કેટલાક જોખમો ટાળી શકે છે.
- ii. વ્યક્તિ અકસ્માત થવાના ભયથી ઘરની બહાર નીકળવાનું સાહસ ન કરી શકે અથવા તેઓ જ્યારે વિદેશમાં હોય ત્યારે બિમાર પડી જવાના ભયથી બિલકુલ પ્રવાસ કરવાનું ટાળે.

જોખમ ટાળવાને જોખમને સંચાલિત કરવાની નકારાત્મક રીત ગણવામાં આવે છે. વ્યક્તિઓએ અને સમાજ તેમની પ્રગતિ માટે પ્રવૃત્તિઓ કરવા માટે કેટલુંક જોખમ લેવું પડે છે. આ પ્રકારની જોખમ લેવાની પ્રવૃત્તિઓને ટાળવાથી આવી પ્રવૃત્તિથી થતા લાભ ગુમાવવાની પુરી શક્યતા છે.

2. જોખમ પ્રતિધારણ (જોખમનું વ્યવસ્થાપન પોતાની રીતે કરવું)

કોઈ વ્યક્તિ જોખમના સંભવિત પરિણામનું વ્યવસ્થાપન કરવાનો અને જોખમ ઉઠાવવાનો તથા તેની અસરોને પોતાની રીતે ઉઠાવવાનો નિર્ણય કરે છે. આ પધ્ધતિ સ્વ-વીમાકરણ તરીકે ઓળખાય છે.

ઉદાહરણ

કોઈ વેપારી ગૃહ અમુક મર્યાદા સુધી નાનું નુકસાન વેઠી શકવાની તેની ક્ષમતા અંગેના અનુભવને આધારે પોતાની જાતે જોખમ ઉઠાવવાનો નિર્ણય લઈ શકે છે.

3. જોખમમાં ઘટાડો અને નિયંત્રણ

જોખમને ટાળવા કરતા આ અભિગમ વધુ વ્યવહારિક અને સુસંગત છે. તેનો અર્થ એ થયો કે નુકસાનની શક્યતાને ઘટાડવા અને/ અથવા જો આવું નુકસાન સર્જાય તો તેની અસરની ગંભીરતાને ઘટાડવા માટે પગલાં ભરવા.

નુકસાન કરતી ઘટના ઘટવાની શક્યતાને ઓછી કરવા માટેનાં પગલાંને 'નુકસાન નિવારણ' તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. જો નુકસાન સર્જાય તો એવા કિસ્સામાં નુકસાનનાં પ્રમાણને ઘટાડવા માટેનાં પગલાંને 'નુકસાન ઘટાડવું' / નુકસાન લઘુત્તમ કરવું તરીકે ઓળખાય છે. જોખમના ઘટાડામાં નીચેની બાબતો મારફતે નુકસાનીના પ્રમાણ અને/અથવા કદ સામેલ છે:

- વિભિન્ન પ્રકારના કર્મચારીઓનું યોગ્ય જોખમ પદ્ધતિઓ માટેનું શિક્ષણ અને તાલિમ - દા.ત. (i) 'ફાયર ડ્રિલ્સ'માં ભાગ લેવો; (ii) કારમાં સીટબેલ્ટ્સ હેલ્મેટ્સ પહેરવા.
- પર્યાવરણીય ફેરફારો કરવા - જેમ કે શારીરિક પરિસ્થિતિઓ સુધારવી - દા.ત. (i) ફાયર એલાર્મ્સ મૂકવા; (ii) મેલેરિયાનો ફેલાવો ઘટાડવા માટે મચ્છરો મારવા રસાયણોનો છંટકાવ કરવો.
- ખતરનાક કે જોખમકારક કામગીરીઓમાં ફેરફારો - જ્યારે મશીનરી અને ઉપકરણોનો ઉપયોગ કરતી વખતે અથવા અન્ય કામગીરીમાં કરતા હોય ત્યારે દા.ત. (i) બાંધકામ સાઇટ્સની અંદર હેલ્મેટ્સ પહેરવા; (ii) રસાયણોને સંચાલિત કરતી વખતે હાથનાં મોજા અને ફેસ શિલ્ડ પહેરવા.
- સ્વસ્થ જીવનશૈલી જીવવી - બિમાર પડવાની ઘટનાને ઓછી કરવામાં મદદ કરે છે દા.ત. (i) નિયમિત તબીબી તપાસ કરાવવી; (ii) નિયમિતપણે યોગ કરવો.
- કોઈ એક સ્થળમાં દુર્ઘટનાની અસરને ઘટાડવા માટે સંપત્તિની વિભિન્ન ચીજવસ્તુઓને વિવિધ સ્થળો પર અલગ કરવી અથવા ફેલાવવી - દા.ત. (i) મોટી માત્રામાં દહનશીલ પદાર્થોને અલગ અલગ સ્થળો પર સંગ્રહિત કરવા; (ii) ફેક્ટરીઓના હાનિકારક ક્ષેત્રોમાં ફાયર પુફ દરવાજાઓ લગાવવા.

4. જોખમનું સ્વવ્યવસ્થાપન -

આનો અર્થ એવો થઈ શકે કે નુકસાનને પહોંચી વળવા માટે ભંડોળની જોગવાઈ કરવી.

- જાતે ભંડોળ પૂરું પાડીને જોખમનું વ્યવસ્થાપન કરવામાં કોઈ પણ નુકસાન થાય ત્યારે તેને પોતાની રીતે ચુકવણી કરવાની બાબત સંકળાયેલી છે. આ પ્રક્રિયામાં કંપની પોતાની જાતે પોતાના જોખમનો અંદાજ નક્કી કરે છે અથવા ભંડોળ ઉછીનું લે છે. આ પદ્ધતિ સ્વ-વીમાકરણ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

- b) મોટા જૂથની અંદર જોખમ પ્રતિધારણ: જો જોખમ પેરેન્ટ કંપની જેવા મોટા જૂથનો એક ભાગ હોય તો જોખમ મોટા જૂથની અંદર જાળવી શકાય છે, જે નુકસાનને ભંડોળ આપશે. આ પરસ્પરની સંમતિથી રચેલું જૂથ પણ હોઈ શકે છે.
- c) જોખમ હસ્તાંતરણ જોખમ પ્રતિધારણનો એક વિકલ્પ છે. તેમાં નુકસાનની જવાબદારીને અન્ય પક્ષને સ્થાનાંતરિત કરવાનો સમાવેશ થાય છે.

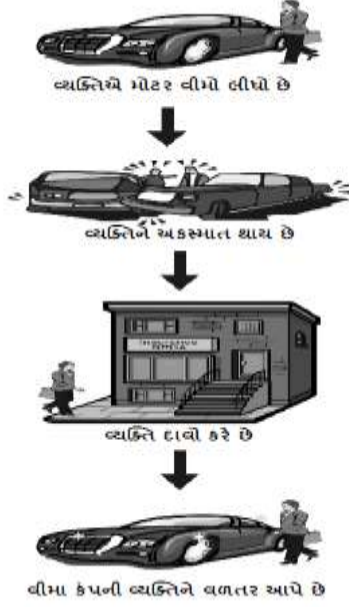
વીમો જોખમ હસ્તાંતરણના મુખ્ય પ્રકારો પૈકીનો એક છે. અન્ય ઘણા પ્રકારોની અનિશ્ચિતતાનો સામનો કરવાને બદલે લોકો વીમો પસંદ કરે છે, કારણ કે તે નિશ્ચિતતા અને મનની શાંતિ પૂરી પાડે છે.

5. ઇન્શ્યોરન્સ (વીમો) વિરુદ્ધ એશ્યોરન્સ (બાંધધરી)

વીમો મોટા ભાગના સામાન્ય વીમાના કરારો માટે ઉપયોગમાં લેવાય છે, જે અપેક્ષિત અથવા અનઅપેક્ષિત ઘટનાની સામે સુરક્ષા પૂરી પાડે છે અને જેમાં નુકસાનનાં પ્રમાણની આકારણી ઘટના સર્જાય પછી જ થઈ શકે છે. વધુમાં વ્યક્તિ જ્યારે મૃત્યું પામે છે ત્યારે થતા આર્થિક નુકસાનનાં પ્રમાણનો અંદાજ લગાવવો શક્ય નથી. નુકસાનની જે રકમ ચુકવવાની હોય તે અગાઉથી નક્કી થયેલી હોવી જોઈએ. તેથી લોકો જીવન વીમાના કિસ્સામાં 'એશ્યોરન્સ' શબ્દનો ઉપયોગ કરે છે.

આ પ્રકારના સૂક્ષ્મ ટેકનિકલ તફાવતો હોવા છતાં પણ ભારત સહિતના મોટા ભાગનાં બજારોમાં 'ઇન્શ્યોરન્સ' અને 'એશ્યોરન્સ' શબ્દોનો એકબીજાનાં સ્થાને ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. [ભારતમાં મોટી સામાન્ય વીમા કંપનીઓ પૈકીની એકનું નામ છે - ન્યુ ઈન્ડિયા એશ્યોરન્સ કંપની લિમિટેડ અને ભારતમાં કોઈ લાઇફ કંપની તેના નામમાં 'એશ્યોરન્સ' શબ્દનો ઉપયોગ કરી રહી નથી.]

આકૃતિ 5: વીમો વીમાધારક વ્યક્તિને કેવી રીતે વળતર આપે છે



સ્વયંપરિક્ષણ 3

નીચેનામાંથી કઈ જોખમ હસ્તાંતરણની પદ્ધતિ છે ?

- I. બેંક ફિક્સ ડિપોઝિટ
- II. વીમો
- III. ઇક્વિટી શેર
- IV. રિઅલ એસ્ટેટ

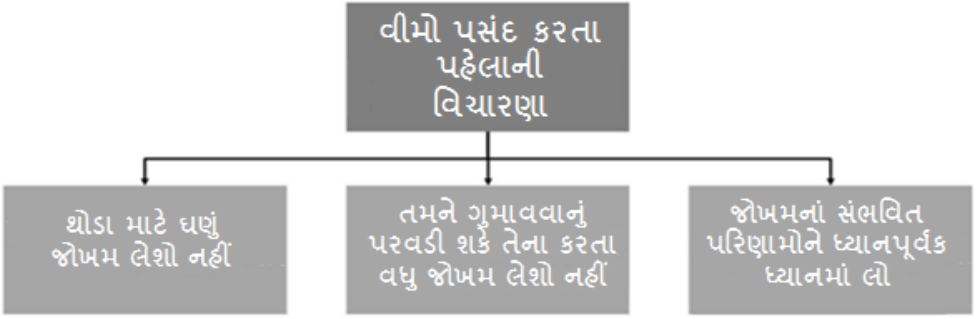
D. જોખમનું વ્યવસ્થાપન કરવાના માધ્યમ તરીકે વીમો

‘જોખમ’ શબ્દનો અર્થ વાસ્તવિક રીતે થયેલું નુકસાન નથી થતો, પરંતુ થવાની શક્યતા હોય એવું નુકસાન થાય છે. તેથી તે અપેક્ષિત નુકસાન છે. આ અપેક્ષિત નુકસાનનો ખર્ચ બે પરિબલોની ઉપજ છે:

- i. સંભાવના, જે નુકસાની તરફ દોરી શકે તેવું વિમાકૃત સંકટ છે
- ii. ગંભીરતા (અસર) અથવા નુકસાનની રકમ, જે સંકટનું પરિણામ હોઈ શકે

જોખમનો ખર્ચ એ જોખમની શક્યતા અને ગંભીરતા (નુકસાનનાં પ્રમાણ) - બંને સાથે પ્રત્યક્ષ સમપ્રમાણમાં વધશે. આ વિવિધ રીતે કાર્ય કરે છે - (એ) જો નુકસાનનું પ્રમાણ ખૂબ ઊંચું હોય અને તે થવાની શક્યતા ઓછી હોય તો જોખમનો ખર્ચ ઓછો હશે, કારણ કે આવી ઘટનાઓ ખૂબ ઓછી હોઈ શકે છે. (બી) જો નુકસાનનું પ્રમાણ નાનું હોય, જો તે થવાની શક્યતા ખૂબ ઊંચી હોય તો જોખમનો ખર્ચ ઊંચો હશે, કારણ કે આવી ઘણી ઘટનાઓ હશે. વીમાને વ્યક્તિનાં જોખમને સંચાલિત કરવા માટેનાં શક્તિશાળી સાધન તરીકે જોઈ શકાય છે. તે વ્યક્તિને થતા નુકસાનની બાંધધરી લઈ, વ્યક્તિની અસ્કયામત/ સંપત્તિ ગુમાવવાની આર્થિક અસરથી સુરક્ષિત રાખે છે.

આકૃતિ 6: વીમો પસંદ કરતા પહેલાની વિચારણા



E. વીમો પસંદ કરતા પહેલા વિચારવાલાયક બાબતો

વીમો લેવો કે નહીં તે નક્કી કરતી વખતે વ્યક્તિએ જોખમને જાતે ઊઠાવવાના ખર્ચની સામે જોખમને હસ્તાંતરિત કરવાના ખર્ચ [વીમા પ્રિમિયમ]નું મૂલ્યાંકન કરવું જોઈએ. જ્યાં નુકસાનની અસર ખૂબ ઊંચી હોઈ શકે ત્યાં વીમાની સૌથી વધુ જરૂર હશે, પરંતુ શક્યતા (અને તેથી પ્રિમિયમ) ખૂબ નીચું હોય છે. દા.ત. (i) ભૂકંપની શક્યતા; (ii) જહાજ ડૂબવાની શક્યતા.

- a) થોડા માટે ઘણું જોખમ લેશો નહીં: જોખમ સ્થાનાંતરિત કરવાના ખર્ચ અને મેળવેલા મૂલ્ય વચ્ચે વ્યાજબી સંબંધ હોવો જોઈએ.

સામાન્ય બોલ પેનનો વીમો લેવાનો કોઈ અર્થ રહેશે ખરો ?

- b) તમને ગુમાવવાનું પરવડી શકે તેના કરતા વધુ જોખમ લેશો નહીં: ઘટનાનાં પરિણામ સ્વરૂપે ઊભું થઈ શકે એવું નુકસાન જો નાદારીનું કારણ બને તેટલું મોટું હોય તો જોખમ જાળવી રાખવું યોગ્ય રહેશે નહીં.

જો મોટી ઓઇલ રિઝાઇનરી નુકસાન પામે તો માલિકો નુકસાન વેઠી શકશે નહીં.

c) જોખમનાં સંભવિત પરિણામોને ધ્યાનપૂર્વક ધ્યાનમાં લો: જેના માટે નુકસાન થવાની (પુનરાવૃત્તિ) શક્યતા ઓછી હોય, પરંતુ સંભવિત અસર (ગંભીરતા) ઊંચી હોય એવી અસ્કયામતોનો વીમો લેવો શ્રેષ્ઠ છે.

અવકાશના સેટેલાઇટને થતું નુકસાન ખૂબ ખર્ચાળ હોઇ શકે છે, જેનો વીમો લેવો પડે છે.

સ્વયંપરિક્ષણ 4

નીચેનામાંથી કઈ પરિસ્થિતિમાં વીમાની જરૂર હોય છે ?

- I. પરિવારની એક માત્ર કમાતી વ્યક્તિનું અકાળે મૃત્યું થઈ શકે છે
- II. વ્યક્તિ તેમનું પાકિટ ગુમાવી શકે છે
- III. શેરના ભાવો નોંધપાત્ર ઘટી શકે છે
- IV. ઘર પ્રાકૃતિક ઘસારાને લીધે મૂલ્ય ગુમાવી શકે છે

F. વીમા બજારના ખેલાડીઓ

વીમા કંપનીઓ (ઇન્શ્યોરર્સ) વીમા ઉદ્યોગની મુખ્ય ખેલાડીઓ હોય છે. વીમા કંપનીઓ ઉપરાંત બહુવિધ પક્ષો હોય છે, જેઓ વીમા મૂલ્ય શુંખલાનો એક ભાગ છે. વીમા નિયમનકાર હોય છે, જે સમગ્ર બજારનું નિયમન કરે છે.

મધ્યસ્થીઓ જેવા કે એજન્ટ્સ, દલાલો, બેંક્સ (બેન્કશ્યોરન્સ મારફતે) ઇન્શ્યોરન્સ માર્કેટિંગ કંપનીઓ અને પોઇન્ટ ઓફ સેલ્સ પર્સન્સ સંભવિત ગ્રાહકો / વીમાધારકો સાથે વાતચીત કરવાનાં ક્ષેત્રમાં હોય છે, જેઓ તેમની જરૂરિયાત શોધવા, તેમને તેમની જરૂરિયાત પ્રમાણે ઉપલબ્ધ પોલિસીઓ અંગે માહિતી આપે છે.

સર્વેયર અને નુકસાન મુલ્યાંકનકાર/ એડ્જસ્ટર્સ દાવાઓ અને સંલગ્ન કાર્યોની આકારણી કરે છે. ત્રાહિત પક્ષના વહીવટકારો આરોગ્ય અને પ્રવાસ વીમાના દાવાઓ સાંભળે છે. નિયમનમાં જોગવાઈ છે કે તમામ મધ્યસ્થીઓ ગ્રાહક પ્રત્યેની જવાબદારી ધરાવે છે.

એજન્ટ્સ, વીમા કંપની અને વીમાધારક વચ્ચેના મધ્યસ્થી હોવાથી તે એ સુનિશ્ચિત કરવાની તેની જવાબદારી છે કે જોખમ અંગેની તમામ વાસ્તવિક માહિતી વીમાધારક દ્વારા વીમા કંપનીને પૂરી પાડવામાં આવે.

મહત્વપૂર્ણ

સંભવિત ગ્રાહક પ્રત્યે વીમા એજન્ટ / મધ્યસ્થીની ફરજ

IRDAI (આઇઆરડીએઆઇ) નિયમન જોગવાઇ કરે છે કે મધ્યસ્થીઓની સંભવિત ગ્રાહક પ્રત્યે કેટલીક જવાબદારીઓ ધરાવે છે. મધ્યસ્થીની વીમા કંપની પ્રત્યે પણ જવાબદારી છે.

નિયમન જણાવે છે કે સંભવિત ગ્રાહક વીમા કંપની અથવા તેના એજન્ટ અથવા વીમા મધ્યસ્થીની સલાહ પર નિર્ભર હોવાથી આવી વ્યક્તિએ સંભવિત ગ્રાહકને વાજબી અને સાચી સલાહ આપવી જોઇએ. તે એ પણ જણાવે છે કે “વીમા કંપની અથવા તેના એજન્ટ અથવા અન્ય મધ્યસ્થીએ સંભવિત ગ્રાહક તેમના અથવા તેણીના હિતમાં શ્રેષ્ઠ હોય એવા કવર અંગે નિર્ણય લેવા સક્ષમ બને તે માટે સંભવિત ગ્રાહકને પ્રસ્તાવિત કવરનાં અનુસંધાનમાં તમામ સાચી માહિતી પૂરી પાડશે.”

જો પ્રસ્તાવ અને અન્ય સંબંધિત પત્રો ગ્રાહક દ્વારા ભરવામાં ન આવે તો ગ્રાહક પાસેથી પ્રસ્તાવ ફોર્મના અંતે એક એવું પ્રમાણપત્ર સામેલ કરવામાં આવે છે કે ફોર્મ અને દસ્તાવેજોના વિગતો તેમને સંપૂર્ણપણે સમજાવવામાં આવી છે અને તેમણે પ્રસ્તાવિત કરારનાં મહત્વને સંપૂર્ણપણે સમજેલ છે.

ગ્રાહક વીમા કંપનીને જ્યારે પ્રિમિયમ માટે ચુકવણી કરે છે ત્યારે વીમા કંપની રસીદ જારી કરવા બંધાયેલી હોય છે. ભલે, પ્રિમિયમ એડવાન્સમાં ચુકવ્યું હોય તો પણ.

G. સમાજમાં વીમાની ભૂમિકા

વીમા કંપનીઓ દેશના આર્થિક વિકાસમાં મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે. તેઓ સુનિશ્ચિત કરે છે કે દેશની સમૃદ્ધિ સુરક્ષિત અને સંરક્ષિત છે. તેમના યોગદાનો પૈકીના કેટલાક નીચે આપવામાં આવ્યા છે.

- વીમો પરસ્પરતાના સિદ્ધાંત પર સ્થાપિત કરવામાં આવ્યો છે, જેમાં આર્થિક નુકસાન થયું હોય એવા કેટલાક દુર્ભાગ્યપૂર્ણ સભ્યોને ટેકો આપવા માટે સમુદાયની સામૂહિક શક્તિ એક સાથે લાવવામાં આવે છે. વીમાનો કોઇ પૂરક નથી.
- વીમા કંપનીઓ પ્રિમિયમની નાની રકમ એકત્રિત કરે છે અને તેને એકસાથે સંયોજન કરી મોટું ભંડોળ એકત્રિત કરે છે. આ ભંડોળ પોલિસી ધારકોના હિત અને સમુદાયના લાભ માટે રાખી મૂકી તેમાં રોકાણ કરવામાં આવે છે. તેમનું સદાકીય સાહસોમાં અનુચિત રીતે રોકાણ કરવામાં આવતું નથી.

- c) વીમો સંખ્યાબંધ વીમાકૃત - વ્યક્તિઓ અને ઉદ્યમો બંનેને અકસ્માત અથવા આકસ્મિક ઘટનાઓને લીધે થતા નુકસાન સામે સુરક્ષાના લાભ પૂરા પાડે છે. તે મૂડીને સાચવે છે અને દેશની વૃદ્ધિમાં મદદ કરતા કારોબાર તથા ઉદ્યોગના વિકાસ માટે તેને મુક્ત કરે છે.
- d) વીમો મૂડીના રોકાણને સક્ષમ બનાવે છે, જેને લીધે વાણિજ્ય અને ઔદ્યોગિક વિકાસ થાય છે. તે ઉદ્યમતા સાથે સંકળાયેલા ભય, ચિંતા અને ઉચવાટને દૂર કરવામાં પણ મદદ કરે છે.
- e) ઘણી બેંકો અને નાણાંકીય સંસ્થાઓ સંપત્તિને નુકસાન અથવા હાનિ સામે વીમાથી સુરક્ષિત કરવામાં ન આવી હોય ત્યાં સુધી તેના પર લોન આપતી નથી. ઉપરાંત, તેમની ઘણી પોલિસીને કોલેટરલ જામીનગીરી તરીકે સોંપવાનો આગ્રહ કરે છે.
- f) મોટા જટીલ જોખમોને સ્વીકારતા પહેલા સામાન્ય વીમા કંપનીઓ લાયકાત ધરાવતા એન્જિનિયર્સ / અન્ય નિષ્ણાતો દ્વારા સંપત્તિની તપાસ કરાવે છે. તેઓ જોખમની આકારણી કરીને જોખમ ઘટાડવા અને રેટિંગમાં મદદ કરવા માટે જોખમ સંચાલનનાં પગલાં સૂચવે છે.
- g) વીમો ટ્રેડ, શિપિંગ અને બેંકિંગ સેવાઓમાં દેશ માટે વિદેશી ચલણ પણ અર્જિત કરે છે.
- h) વીમા કંપનીઓ આગથી થતા નુકસાન નિવારણ, કાર્ગો નુકસાન નિવારણ, ઔદ્યોગિક સુરક્ષા અને માર્ગ સુરક્ષામાં સામેલ સંસ્થાઓ સાથે પણ સંકળાયેલી હોય છે.
- i) ઉદ્યોગ સાહસિકોને વીમા દ્વારા ઓફર કરવામાં આવતી સુરક્ષાની સાથે નવા અથવા તુલનાત્મક રીતે અજાણ્યા ક્ષેત્રોમાં રોકાણ કરવાનો વિશ્વાસ પ્રાપ્ત થાય છે.

માહિતી

વીમો અને સામાજિક સુરક્ષા

- a) સામાજિક સુરક્ષા રાજ્યની ફરજ છે. સામાજિક સુરક્ષાનાં સાધન તરીકે રાજ્યની સામાજિક સુરક્ષા યોજનાઓમાં ફરજિયાત અથવા સ્વૈચ્છિક વીમો સામેલ છે. કર્મચારી રાજ્ય વીમા ધારો, 1948 એમ્પ્લોઇઝ સ્ટેટ ઇન્શ્યોરન્સ કોર્પોરેશનને ઔદ્યોગિક કર્મચારીઓ અને તેમના પરિવારો જેમને આવરવામાં આવ્યા હોય તેમની બિમારી, અક્ષમતા, પ્રસુતિ અને મૃત્યું માટે ચુકવણી કરવાની જોગવાઈ કરે છે.
- b) વીમા કંપનીઓ સરકાર દ્વારા સ્પોન્સર કરેલી નીચેની સામાજિક સુરક્ષા યોજનાઓમાં મહત્ત્વની ભૂમિકા ભજવે છે:

1. પીએમજેજેબીવાય - પ્રધાનમંત્રી જીવન જ્યોતિ બીમા યોજના

2. પીએમએસબીવાય - પ્રધાનમંત્રી સુરક્ષા બીમા યોજના
3. પીએમએફબીવાય - પ્રધાનમંત્રી ફસલ બીમા યોજના
4. પીએમજેએવાય - પ્રધાનમંત્રી જન આરોગ્ય યોજના (આયુષ્માન ભારત)
5. પીએમવીવીવાય - પ્રધાનમંત્રી વય વંદના યોજના - પેન્શન યોજના
6. એપીવાય - અટલ પેન્શન યોજના

આ, અને અન્ય સરકારી યોજનાઓ ભારતીય સમાજ/ સમુદાયને લાભ આપી રહી છે.

- c) સરકારી યોજનાઓને ટેકો આપવા ઉપરાંત વીમા ઉદ્યોગ વાણિજ્ય ધોરણે વીમા કવર્સ ઓફર કરે છે, જે સામાજિક સુરક્ષા પૂરી પાડવાનો અંતિમ ઉદ્દેશ ધરાવે છે. વાણિજ્ય ધોરણે કાર્યરત ગ્રામીણ વીમા યોજનાઓ ગ્રામીણ પરિવારોને સામાજિક સુરક્ષા પૂરી પાડવા માટે તૈયાર કરવામાં આવી છે.

સ્વયંપરિક્ષણ 5

નીચેનામાંથી કઈ વીમા યોજના ભારત સરકાર દ્વારા સ્પોન્સર કરવામાં આવે છે ?

- I. પીએમ જન આરોગ્ય યોજના - આયુષ્માન ભારત
- II. પીએમ ફસલ બીમા યોજના
- III. પીએમ સુરક્ષા બીમા યોજના
- IV. ઉપરની તમામ

સંક્ષિપ્ત

- વીમો જોખમ પુલિંગ મારફતે જોખમ સ્થાનાંતરણ છે.
- આજે પ્રચલિત વાણિજ્ય વીમા કારોબાર લંડનમાં લોયડ કોફી હાઉસ ખાતે શરૂ થયો હતો.
- વીમા કરારમાં નીચેની બાબતો સામેલ છે:
 - ✓ અસ્કયામત
 - ✓ જોખમ
 - ✓ સંકટ

- ✓ કરાર
- ✓ વીમા કંપની અને
- ✓ વીમાધારક
- જ્યારે વ્યક્તિઓ સમાન પ્રકારની અસ્કયામતો ધરાવે, સમાન પ્રકારનાં જોખમોનો સામનો કરે, ભંડોળના સામાન્ય પુલમાં યોગદાન આપે ત્યારે તેને પુલિંગ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.
- વીમા ઉપરાંત જોખમ સંચાલનની અન્ય ટેકનિક્સમાં સામેલ છે:
 - ✓ જોખમ ટાળવું
 - ✓ જોખમ નિયંત્રણ
 - ✓ જોખમ પ્રતિધારણ
 - ✓ જોખમને ભંડોળ પૂરું પાડવું અને
 - ✓ જોખમ સ્થાનાંતરણ
- વીમા માટેના મહત્ત્વના સિદ્ધાંત:
 - ✓ વ્યક્તિને ગુમાવવાનું પરવડી શકે તેના કરતા વધુ જોખમ ન લેવું
 - ✓ જોખમનાં સંભવિત પરિણામોને ધ્યાનપૂર્વક ધ્યાનમાં લો અને
 - ✓ થોડા માટે ઘણું જોખમ ન લેવું

મુખ્ય પારિભાષિક શબ્દો

1. જોખમ
2. પુલિંગ
3. અસ્કયામત
4. જોખમનું ભારણ
5. જોખમ ટાળવું
6. જોખમ નિયંત્રણ
7. જોખમ પ્રતિધારણ
8. જોખમને ભંડોળ પૂરું પાડવું
9. જોખમ સ્થાનાંતરણ

તમારી કસોટીના ઉત્તર

ઉત્તર 1 - સાચો વિકલ્પ II છે.

ઉત્તર 2 - સાચો વિકલ્પ III છે.

ઉત્તર 3 - સાચો વિકલ્પ II છે.

ઉત્તર 4 - સાચો વિકલ્પ I છે.

ઉત્તર 5 - સાચો વિકલ્પ IV છે.

પ્રકરણ C-02

વીમાના મુખ્ય ઘટકો

પ્રકરણનો પરિચય

આ પ્રકરણમાં આપણે વીમાના કેટલાક ચાવીરૂપ ઘટકો અને સિદ્ધાંતો વિશે શીખીશું, જે વીમાની કામગીરીને નિયંત્રિત કરે છે.

અભ્યાસનાં પરિણામો

A. વીમાના ઘટકો

સંપત્તિ અને જોખમ

હાનિ અને સંકટ

જોખમ સંયોજન (પુલિંગ)

આ પ્રકરણનો અભ્યાસ કર્યા પછી વ્યક્તિ નીચેની બાબતો સમજવા સક્ષમ બનશે:

1. અસ્કયામતો સમજવી
2. જોખમ, હાનિ અને સંકટ સમજવા
3. જોખમ વ્યવસ્થાપનનું મૂલ્યાંકન કરવું
4. વીમામાં જોખમ પુલિંગ સમજવું

A. વીમાના ઘટકો

આપણે જોયું છે કે વીમાની પ્રક્રિયા ત્રણ ઘટકો ધરાવે છે

- ✓ અસ્કયામત
- ✓ જોખમ
- ✓ જોખમ સંયોજન

ચાલો આપણે વીમાની પ્રક્રિયાના વિભિન્ન ઘટકોને વિગતવાર જોઈએ.

1. અસ્કયામત

વ્યાખ્યા

અસ્કયામતને એટલે - 'એવું કશું પણ, જે કંઈક લાભ આપતું હોય અને તેના માલિક માટે આર્થિક મૂલ્ય ધરાવતું હોય'

અસ્કયામત નીચેની વિશેષતાઓ ધરાવતી હોવી જોઈએ:

- આર્થિક મૂલ્ય: અસ્કયામત આર્થિક મૂલ્ય ધરાવતી હોવી જોઈએ. મૂલ્ય બે રીતે ઊભું કરી શકાય છે.
 - a) આવકનું સર્જન: અસ્કયામત ઉત્પાદક હોઈ શકે છે અને આવકનું સર્જન કરી શકે.

ઉદાહરણ

બિસ્કિટ્સનું ઉત્પાદન કરવા માટે ઉપયોગમાં લેવાતું મશીન અથવા દૂધ આપતી હોય એવી ગાય, આ બંને તેમના માલિક માટે આવકનું સર્જન કરે છે. સ્વસ્થ કામદાર એ સંસ્થા માટે એક અસ્કયામત છે.

- b) સેવાઓ પૂરી પાડવી: અસ્કયામત એક અથવા એકથી વધુ જરૂરિયાતો સંતોષીને મૂલ્યનો ઉમેરો પણ કરી શકે છે.

ઉદાહરણ

રેફ્રિજરેટર આહારને ઠંડો કરે છે અને સુરક્ષિત રાખે છે, જ્યારે કાર પરિવહનમાં આરામ અને અનુકૂળતા આપે છે, આ જ પ્રમાણે બિમારી મુક્ત શરીર વ્યક્તિના પોતાના માટે અને પરિવાર માટે મૂલ્યનો ઉમેરો કરે છે.

➤ અછત અને માલિકી

હવા અને સૂર્યપ્રકાશ વિશે શું ? શું તે અસ્કયામતો નથી ? ઉત્તર છે 'ના'.

કેટલીક બાબતો હવા અને સૂર્યપ્રકાશ જેટલી મૂલ્યવાન હોય છે. આપણે તેમના વિના જીવી શકતા નથી. તેમ છતાં પણ તેમને આર્થિક દૃષ્ટિએ અસ્કયામત ગણી શકીએ નહીં.

આના માટેનાં બે કારણો છે:

- ✓ તેમનો પુરવઠો ભરપૂર માત્રામાં હોય છે અને અછત હોતી નથી.
- ✓ તે કોઈ એક વ્યક્તિની માલિકી નથી હોતી, પરંતુ તે બધાને વિના મૂલ્યે ઉપલબ્ધ હોય છે.

આનો અર્થ એ થાય છે કે “અસ્કયામત” હોવા માટે બે વધુ શરતોને સંતોષવી આવશ્યક છે – તેની અછત અને અન્ય વ્યક્તિની માલિકી અથવા કબજો.

➤ અસ્કયામતોનો વીમો

વીમો માત્ર અણધારી ઘટનાઓથી સર્જાતા નાણાકીય નુકસાનની સામે સુરક્ષા પૂરી પાડે છે, પરંતુ સમય જતા વપરાશને લીધે અસ્કયામતોને થતા કુદરતી ઘસારાને નહીં.

આપણે નોંધ લેવી જોઈએ કે વીમો નુકસાન અથવા હાનિથી અસ્કયામતને સુરક્ષિત રાખી શકે નહીં. ભૂકંપ ઘરનો વિનાશ કરશે, પછી ભલે વીમાકૃત્ત હોય કે ન હોય. વીમા કંપની માત્ર નાણાંની રકમ પૂરી પાડી શકે છે, જે નુકસાનની આર્થિક અસરને ઘટાડશે.

જ્યારે કરારનું ઉલ્લંઘન થાય ત્યારે નુકસાન થઈ શકે.

ઉદાહરણ

આયાતકાર માલ-સામાન સ્વીકારવાનો ઇન્કાર રે અથવા ચુકવણી કરવામાં ચૂક કરે તો નિકાસકારને મોટું નુકસાન થશે.

➤ જીવન વીમો

આપણા જીવનનું શું ? આપણા પોતાના જીવન અને આપણા સ્નેહીજનોનાં જીવનથી મૂલ્યવાન કશું જ નથી. કોઈ અકસ્માત અથવા બિમારી ને લીધે આપણું જીવન ગંભીરપણે અસર પામી શકે છે.

આ બે રીતે અસર પામી શકે છે:

✓ સૌ પ્રથમ કોઈ વિશેષ રોગની સારવારનો ખર્ચ હોય છે.

✓ બીજું એ કે મૃત્યું અથવા વિકલાંગતાને લીધે આર્થિક કમાણીનું પણ નુકસાન થઈ શકે છે.

આ પ્રકારનાં નુકસાન વ્યક્તિના વીમા અથવા વીમાની વ્યક્તિગત શાખાઓ દ્વારા કવર કરવામાં આવે છે. વીમો કોઈ પણ બાબત માટે શક્ય છે, જે એવી અસ્કયામતો ધરાવતા હોય, જેમનું મૂલ્ય હોય [એટલે કે જે આવકનું સર્જન કરતી હોય અથવા કેટલીક જરૂરિયાતોને પહોંચી વળે]; જેનું નુકસાન [અચાનક થતી અથવા આકસ્મિક ઘટનાઓને લીધે] નાણાકીય નુકસાનનું કારણ બને, જેને [નાણાનાં સંદર્ભમાં માપી] શકાય.

તેથી આવી અસ્કયામતોને સામાન્યપણે વીમાની ભાષામાં વીમા વિષય વસ્તુ તરીકે ઉલ્લેખ કરવામાં આવે છે.

2. જોખમ

વીમાની પ્રક્રિયામાં બીજો ઘટક જોખમનો વિચાર છે. જોખમને નુકસાનની શક્યતા તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે. તેથી જોખમ કોઈ ઘટના થવાથી થતા સંભવિત નુકસાન અથવા હાનિ તરીકે ઉલ્લેખાય છે. [જોખમનો ઉપયોગ ક્યારેક વીમાની વિષય વસ્તુ તરીકે પણ કરવામાં આવે છે]. સામાન્યપણે વ્યક્તિને એવી અપેક્ષા નથી હોતી કે તેમનું ઘર સળગી જશે અથવા તેમની કારને અકસ્માત થશે. છતાં પણ તે થવાની શક્યતા છે.

જોખમના ઉદાહરણ જેવાકે ઘર સળગી જવાથી અથવા તોડફોડ કે ચોરીને લીધે થતા આર્થિક નુકસાનની શક્યતા છે અથવા અકસ્માતને લીધે અંગ ગુમાવવાની શક્યતા છે.

આ બે સૂચિતાર્થો ધરાવે છે.

i. સૌ પ્રથમ, તેનો અર્થ થાય છે કે નુકસાન થઈ શકે કે ન પણ થઈ શકે.

ii. બીજું, એવી ઘટના, જે થવાથી વાસ્તવિકપણે નુકસાન થાય છે તેને સંકટ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. આ નુકસાનનું કારણ છે.

ઉદાહરણ

સંકટોના ઉદાહરણ આગ, ભૂકંપ, પૂર, વીજળી, ઘરફોડ, હાર્ટ એટેક વગેરે છે.

કુદરતી ઘસારા

એ સાચું છે કે કશું પણ હંમેશાં માટે રહેતું નથી. દરેક અસ્કયામત મર્યાદિત જીવનકાળ ધરાવે છે, જે દરમિયાન તે કાર્યરત હોય છે અને લાભ ઉપાજિત કરે છે. આ કુદરતી પ્રક્રિયા છે અને વ્યક્તિ પોતાના મોબાઇલ્સ, વોશિંગ મશીન્સ અને વસ્ત્રો જ્યારે ઘસાઇ જાય ત્યારે તેનો નિકાલ કરે છે. તેથી સામાન્ય ઘસારાથી ઊભા થતા નુકસાનને વીમામાં આવરવામાં આવતા નથી.

જોખમનો સામનો થવો : સંકટ સર્જવાથી નુકસાન થાય એવું જરૂરી નથી. મુંબઈમાં રહેતી વ્યક્તિને આંધ્રપ્રદેશના દરિયાકાંઠામાં આવેલા પુરને લીધે કોઈ નુકસાન થતું નથી. નુકસાન થવા માટે અસ્કયામત માટે સંકટ આવવું જરૂરી છે. વીમાનાં વળતર માટે માત્ર જોખમનો સામનો થવો પર્યાપ્ત આધાર નથી.

ઉદાહરણ

આગ વાસ્તવિક નુકસાન કર્યા વિના ફેક્ટરીનાં પરિસરમાં ફાટી શકે છે. જો સંકટનાં પરિણામ સ્વરૂપે વાસ્તવિક આર્થિક (નાણાકીય) નુકસાન થાય માત્ર તો જ વીમો ભૂમિકા ભજવે છે.

જોખમ એક્સપોઝર (પ્રકાશન) ની માત્રા:

બે અસ્કયામતો સમાન સંકટનો સામનો કરી શકે છે, પરંતુ નુકસાન થવાની શક્યતા અથવા નુકસાનની માત્રામાં ઘણો મોટો તફાવત હોઈ શકે છે. પાણી લઈ જતી ટેન્કર કરતા સ્ફોટકો લઈ જતાં વાહનને આગથી ઘણું મોટું નુકસાન થઈ શકે છે.

3. જોખમ સંચાલન

➤ સંભવિતપણે થનારા નુકસાનની માત્રા

આ નુકસાનની માત્રા વ્યક્તિ અથવા કારોબાર પર તેની અસર દ્વારા આપવામાં આવે છે. આના આધારે વ્યક્તિ ત્રણ પ્રકારની જોખમ ઘટનાઓ અથવા પરિસ્થિતિઓને ઓળખી શકે છે:

➤ ગંભીર

જ્યાં નુકસાન એટલી હદ સુધીનું હોય; જે ટોટલ નુકસાન અથવા નાદારીમાં પરિણમી શકે છે. જે અકસ્માત નોંધપાત્ર અને ગંભીર અસરમાં, વિકલાંગતા, ઉપકરણ અને પર્યાવરણનાં નુકસાનમાં પરિણમે, તેને કેટલાક અંશ સુધી સુલટાવી શકાય છે. ગંભીર ખોટમાં એવા નુકસાન સામેલ થાય છે, જેને લીધે ગંભીર નાણાકીય નુકસાન થાય અને કંપનીને કામગીરી ચાલુ રાખવા માટે ઉધાર લેવા માટેની ફરજ પડે.

ઉદાહરણ: ગંભીર

- ✓ ગુડગાંવમાં એક મોટી બહુરાષ્ટ્રીય કંપનીના એકમમાં આગથી રૂ. 1 કરોડ સુધીની ઇન્વેન્ટરીનો નાશ થાય છે. આ નુકસાન ભારે છે, પરંતુ એટલું ઊંચું નથી, જેને લીધે નાદારી થાય.
- ✓ એક ચાંચિયાનાં જહાજમાંથી ટોપેડો સમગ્ર યાત્રી જહાજને ડૂબાડે છે, પરંતુ મોટા ભાગના યાત્રીઓને બચાવી લેવામાં આવે છે.
- ✓ મોટા અકસ્માતને લીધે કિડનીને નુકસાન થાય છે, જેને લીધે કિડની પ્રત્યારોપણનાં ઓપરેશનની જરૂરિયાત ઊભી થાય છે, જેનાથી નિષેધાત્મક ખર્ચ થાય છે

➤ આપત્તિજનક

આપત્તિજનક નુકસાન મોટી સંખ્યામાં લોકો માટે મૃત્યું અથવા ટોટલ વિકલાંકતા, સંપત્તિનું વ્યાપક નુકસાન, નોંધપાત્ર પર્યાવરણીય નુકસાન જે વ્યવહારું રીતે સુલટાવવાની શક્યતા હોતી નથી. આપત્તિજનક નુકસાન સામાન્યપણે હોનારત દર્શાવે છે, જે અચાનક, વ્યાપક અને અણનમ હોય છે.

ઉદાહરણ: આપત્તિજનક

- ✓ ભૂકંપ અથવા પુર કેટલાક ગામડાઓનો સંપૂર્ણપણે નાશ કરે છે
 - ✓ મોટી આગ, જે એક મોટા ક્ષેત્રમાં કરોડોની સંસ્થાઓનો સંપૂર્ણપણે નાશ કરે છે
 - ✓ વર્લ્ડ ટ્રેડ સેન્ટર પર 9/11ના આંતકવાદી હુમલાથી મોટી સંખ્યામાં લોકોને ઇજા થઈ હતી
 - ✓ કોવિડ - 19 જેવી મહામારી વિશ્વભરમાં લોકોની બિમારીનું કારણ બની રહી છે.
- આંશિક /મામૂલી

જ્યાં સંભવિત નુકસાન મામૂલી હોય અને તેને કોઈ અનુચિત નાણાકીય દબાણ વિના વ્યક્તિ અથવા કંપનીની પ્રવર્તમાન અસ્કયામતો અથવા પ્રવર્તમાન આવકથી સરળતાથી ભરપાઈ કરી શકાય છે.

ઉદાહરણ

- ✓ એક નાના કાર અકસ્માતને લીધે સહેજ ઘસરકો થાય છે, જેને લીધે થોડા પેઇન્ટને નુકસાન થાય છે અને ફેન્ડર સહેજ વળી જાય છે.
- ✓ વ્યક્તિ સામાન્ય શરદી અને ઉધરસથી પીડાતી હોય.

4. હાનિ અને સંકટો

એવી સ્થિતિ કે સ્થિતિઓ જે નુકસાનની શક્યતા અથવા તેની ગંભીરતાને વધારે અને તેથી અસર(રો)ને હાનિ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. જ્યારે વીમા કંપનીઓ જોખમની આકારણી કરે ત્યારે તે સામાન્યપણે સંપત્તિને પહોંચેલી હાનિનાં સંદર્ભમાં હોય છે, જેમાં સંપત્તિ વિષય હોય છે.

વીમાની ભાષામાં શબ્દ હાનિ એવી પરિસ્થિતિઓ કે વિશેષતાઓ કે લાક્ષણિકતાઓને સંદર્ભિત કરે છે, જે આપેલા સંકટમાંથી ઊભા થતા નુકસાનની શક્યતાનું સર્જન કરે છે અથવા વધારે છે. વિભિન્ન જોખમોનું સંપૂર્ણ જ્ઞાન, જેનાથી હાનિ સામનો કરવો પડે છે, તે અન્ડરરાઇટિંગ માટે ખૂબ આવશ્યક હોય છે. અસ્કયામતો, સંકટો અને હાનિ વચ્ચેની કડીના ઉદાહરણ નીચે આપવામાં આવ્યા છે.

અસ્કયામત	સંકટ	હાનિ
જીવન	કેન્સર	વધુ પડતું ધુમ્રપાન કરવું
ફેક્ટરી	આગ	અવગણેલી વિસ્ફોટક સામગ્રી
કાર	કાર અકસ્માત	ચાલક દ્વારા બેદરકારીપૂર્વકનું ડ્રાઇવિંગ
કાર્ગો	વાવાઝોડું	કાર્ગોમાં પાણી ધૂસી જવું અને બગાડ થવો; કાર્ગો વોટરપ્રુફ કન્ટેઇનર્સમાં પેક કરવામાં ન આવ્યા હોય

મહત્વપૂર્ણ

- હાનિના પ્રકાર

a) ભૌતિક હાનિ એવી ભૌતિક સ્થિતિ છે જે નુકસાનની શક્યતા વધારે છે.

ઉદાહરણ

- i. બિલ્ડિંગમાં ખામીયુક્ત વાયરિંગ
- ii. પાણીની રમતોમાં વ્યસ્ત હોવું
- iii. બેઠાડું જીવનશૈલી જીવવી

b) નૈતિક હાનિ વ્યક્તિમાં અપ્રામાણિકતા અથવા ચરિત્રમાં ખામી હોવાનું ઉલ્લેખે છે, જે નુકસાનની પુનરાવૃત્તિ અથવા ગંભીરતાને પ્રભાવિત કરે છે. અપ્રામાણિક વ્યક્તિ છેતરપિંડી કરવાનો પ્રયત્ન કરી શકે છે અને વીમાની સુવિધાનો દુરુપયોગ કરીને નાણાં બનાવી શકે છે.

ઉદાહરણ

જો કોઈ વ્યક્તિ કોઈની સંપત્તિને ઇરાદાપૂર્વક આગ લગાવે અને પોલિસી હેઠળ થયેલા નુકસાન સામે દાવાઓ વસૂલે તો આવા દાવાઓ સ્પષ્ટપણે છેતરપિંડી છે અને તેમને ઉચિતરૂપથી નામંજૂર કરી શકાય છે.

નૈતિક હાનિનું એક ઉત્કૃષ્ટ ઉદાહરણ ફેક્ટરી માટે વીમાની ખરીદી અને ત્યાર પછી વીમાની રકમ એકત્રિત કરવા માટે તેને આગ લગાવવી છે અથવા કોઈ મોટી બિમારીની શરૂઆત પછી આરોગ્ય વીમો ખરીદવો છે.

c) કાનૂની હાનિ નુકસાન માટે ચુકવણી કરવાની જવાબદારીઓને સામેલ કરતા કિસ્સાઓમાં વધુ પ્રચલિત છે. તે જ્યારે કાનૂની વ્યવસ્થા અથવા નિયમનકારી પરિસ્થિતિની કેટલીક વિશેષતાઓ નુકસાનની ઘટનાઓ અથવા ગંભીરતાને વધારી શકે ત્યારે ઊભા થાય છે.

ઉદાહરણ

અકસ્માતોના કિસ્સામાં કામદારોનાં વળતરનું નિયમન કરતા કાયદાનાં અમલથી ચુકવવા પાત્ર જવાબદારીની રકમને નોંધપાત્ર વધી શકે છે.

વીમામાં મુખ્ય સંબંધ જોખમો અને સંકળાયેલી હાનિ વચ્ચેનો સંબંધ છે. અસ્કયામતોને આના આધાર પર વિભિન્ન જોખમ વર્ગોમાં વર્ગીકૃત્ત કરવામાં આવે છે અને જો સંકળાયેલી હાનિની ઉપસ્થિતિનાં પરિણામ સ્વરૂપે ઊભા થતા નુકસાનની સંભાવના ઊંચી હોય તો વીમા કવરેજ માટે ચાર્જ કરવામાં આવતી કિંમત [પ્રિમિયમ્સ] વધશે.

5. વીમાનો ગાણિતિક સિદ્ધાંત (જોખમ પુલિંગ)

વીમાનો ત્રીજો ઘટક ગાણિતિક સિદ્ધાંત છે, જે વીમાને શક્ય બનાવે છે. તેને જોખમ પુલિંગના સિદ્ધાંત તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

ઉદાહરણ

ધારો કે, 100000 આરસીસી મકાનો આગનાં જોખમનો સામનો કરે છે અને તેને લીધે રૂ. 50000નું સરેરાશ નુકસાન કરી શકે છે. જો ઘરમાં આગ લાગવાની શક્યતા 1000માંથી 2 હોય [અથવા $2/1000 = 0.002$], તો તેનો અર્થ થાય છે કે થનાર નુકસાનની કુલ રકમ રૂ. 10000000 [= $50000 \times 0.002 \times 100000$] હશે.

જો વીમા કંપનીને પ્રત્યેક 100000 મકાનોના માલિકો પાસેથી રૂ. 100નું યોગદાન પ્રાપ્ત થયું હોત અને આ યોગદાન ($100000 \times 100 =$ રૂ. 10000000) એક ભંડોળમાં પુલ કરવામાં આવ્યું હોત તો, આગથી પિડાયેલા કેટલાક દુર્ભાગ્યપૂર્ણ લોકોના નુકસાન માટે ચુકવણી કરવા માટે આ પર્યાપ્ત હોત.

તમામ વીમાધારકમાં ઇક્વિટી [નિષ્પક્ષતા] છે એ સુનિશ્ચિત કરવા માટે આવશ્યક છે કે મકાનો સમાન પ્રકારનું જોખમ ધરાવતા હોવા જોઈએ. ઉપરના ઉદાહરણમાં માટીનાં મકાનોનું જોખમ અલગ હશે.

a) વીમામાં સિદ્ધાંત ચોક્કસપણે કેવી રીતે કાર્ય કરે છે ?

વીમાધારકના જોખમ અને તેની નાણાકીય અસરને ધારી શકે એવા સંકટને લીધે થતા નુકસાનની સંભાવના માટે સમાનપણે મૂકેલા અને સામનો કરતા તમામ વીમાધારકોનાં જોખમોની પુલિંગ સંખ્યા દ્વારા થાય છે.

મોટી સંખ્યામાં લોકો	પ્રિમિયમ ચુકવે છે	પ્રિમિયમ	જેમને નુકસાન થાય છે એવા થોડા લોકોને દાવા ચુકવે છે
ઘણા લોકો ચુકવે છે	પ્રિમિયમ તરીકે નાણાંની નાની રકમ	આ નાની રકમ સામાન્ય ભંડોળ તરીકે એક સાથે એકત્રિત કરવામાં આવે છે, જે આંકડાકીય રીતે અંદાજિત દાવાઓની સંખ્યાને ચુકવવા માટે ઘણા પર્યાપ્ત છે.	નુકસાન થયું હોય એવા લોકોને મોટી રકમ ચુકવવામાં આવે છે

b) જોખમ સંયોજન (પુલિંગ) અને મોટી સંખ્યાનો નિયમ

નુકસાનની સંભાવના ઉપરના ઉદાહરણમાં 1000માંથી 2 અથવા 0.002 પ્રાપ્ત થયા પ્રમાણે એવા આધારનું નિર્માણ કરે છે, જેના પર પ્રિમિયમ નિર્ધારિત થાય છે. વીમા કંપનીનો વાસ્તવિક અનુભવ અપેક્ષા મુજબનો હોય તો નુકસાનનાં જોખમનો સામનો કરવો પડશે નહીં. આવી પરિસ્થિતિમાં સંખ્યાબંધ વીમાધારકોનાં પ્રિમિયમ્સ સંકટ દ્વારા અસર પામેલા લોકોનાં નુકસાનને સંપૂર્ણપણે વળતર આપવા માટે પૂરતા હશે. જો વાસ્તવિક અનુભવ અપેક્ષા કરતા વિપરિત હોત અને વસૂલેલા પ્રિમિયમ્સ ઠાવાઓની ચુકવણી કરવા માટે પર્યાપ્ત ન હોત તો વીમા કંપનીને જોખમનો સામનો કરવો પડ્યો હોત.

વીમા કંપની તેની આગાહી અંગે નિશ્ચિત કેવી રીતે હોઈ શકે ? આ “મોટી સંખ્યાના નિયમ” (law of large numbers) તરીકે ઓળખાતા સિદ્ધાંતને લીધે શક્ય બને છે. તે જણાવે છે કે લીધેલા જોખમોની પુલની સંખ્યા જેટલી મોટી એટલું વાસ્તવિક સરેરાશ નુકસાન અંદાજિત અથવા અપેક્ષિત સરેરાશ નુકસાનની નજીક હશે.

c) વીમા કંપનીઓની સધ્ધરતા (સોલ્વનસી) :

જો રચવામાં આવેલા જોખમોનાં અને પ્રિમિયમ્સનું એકત્રિકરણ ઠાવાઓની (જો તેઓ સર્જાય એવા કિસ્સામાં) ચુકવણી કરવા માટે જવાબદારીઓને પૂરી કરવા માટે પૂરતા ન હોય તો જોખમ સંયોજન અને વીમાની વ્યવસ્થા નિષ્ફળ જઈ શકે છે. વીમા કંપનીઓ તમામ સભ્યો માટે તેમના વચનો પાળવા માટે તેમની પાસે પૂરતા નાણાં ધરાવતી હોય તે આવશ્યક છે. જો તેઓ પર્યાપ્ત નાણાં ધરાવતી હોય તો તેઓ સોલ્વન્ટ ગણવામાં આવે છે અને જો તેઓ તેમની ફરજો પૂરી કરવા માટે નાણાં ધરાવતી ન હોય તો તેઓ ઇન્સોલ્વન્ટ(નાદાર) બને છે.

અન્ય શબ્દોમાં કહીએ તો વીમા કંપનીઓ અપેક્ષિત અને વાસ્તવિક ઠાવાઓની પરિસ્થિતિઓ વચ્ચે અણધાર્યાં વિચલનોને પહોંચી વળવા માટે તેમની પાસે કેટલાક સરપ્લસ (વધારાના) નાણાં (સોલ્વનસી માર્જિન) રાખવા આવશ્યક છે. સોલ્વનસી ગુણોત્તર એ આકારણી કરે છે કે અસ્કયામતો ભવિષ્યની ચુકવણી માટે વીમા કંપનીઓની વચનબદ્ધતાને આવરવા માટે કેટલી હદ સુધી ઉપલબ્ધ છે. વિભિન્ન દેશો સોલ્વનસી ગુણોત્તરની આકારણી કરવા માટે વિભિન્ન રીતોનો ઉપયોગ કરે છે. ભારતમાં આઈઆરડીએઆઈએ અનિવાર્ય કર્યું છે કે વીમા કંપનીઓએ 1.5ના લઘુત્તમ સોલ્વનસી ગુણોત્તરને જાળવવાની જરૂર હોય છે.

ઉદાહરણ

સરળ ઉદાહરણ આપવા માટે સિક્કાને ઉછાળવા પર હેડ મળવાની સંભાવના 2માંથી 1 હોય છે. પરંતુ વ્યક્તિ જો સિક્કો ચાર વખત ઉછાળવામાં આવે તો વાસ્તવમાં 2 હેડ્સ પ્રાપ્ત કરશે એ અંગે નિશ્ચિત હોઈ શકે નહીં.

માત્ર જ્યારે સિક્કો ઉછાળવાની સંખ્યા ઘણી મોટી હોય અને અનંતની નજીક થાય ત્યારે દરેક બે વખત ઉછાળેલા સિક્કા માટે એક વખત હેડ આવવાની શક્યતા એકની નજીક હોય છે.

તે અનુસરે છે કે વીમા કંપનીઓ માત્ર ત્યારે જ તેમના આધાર માટે નિશ્ચિત હોઈ શકે છે જ્યારે તેઓ મોટી સંખ્યામાં વીમાધારકોને વીમો આપવા માટે સક્ષમ હોય. એવી વીમા કંપની, જેને માત્ર હજારો મકાનોને વીમો આપ્યો હોય, તે લાખો મકાનોને વીમો આપ્યો હોય એવી કંપની કરતા વધુ અસર પામે એવી શક્યતા હોય છે.

મહત્ત્વપૂર્ણ

જોખમના વીમા માટેની સ્થિતિઓ

વીમા કંપનીના દૃષ્ટિકોણથી જોખમને સુરક્ષિત કરવાનો અર્થ ક્યારે બને છે ?

વીમા લાયક હોવાનું માની શકાય એવા જોખમ માટેની છ વ્યાપક જરૂરિયાત નીચે આપવામાં આવી છે.

- i. પર્યાપ્ત રીતે મોટી સંખ્યાના સમરૂપ [સમાન] જોખમનો સામનો કરેલા એકમો નુકસાનને વ્યાજબી રીતે અનુમાન લગાવવા યોગ્ય બનાવે છે. આ મોટી સંખ્યાના નિયમને અનુસરે છે. તેના વિના આગાહી કરવી મુશ્કેલ હશે.
- ii. જોખમ દ્વારા ઉત્પન્ન થયેલું નુકસાન નિશ્ચિત અને માપવા યોગ્ય હોવું જોઈએ. જો કોઈ નિશ્ચિતપણે કહી ન શકે કે નુકસાન થયું છે અને કેટલું થયું છે તો વળતર નક્કી કરવું મુશ્કેલ હોય છે.
- iii. નુકસાન અચાનક અથવા આકસ્મિક થયેલું હોવું જોઈએ. તે એવી ઘટનાનું પરિણામ હોવું જોઈએ, જે સર્જાઈ હોઈ શકે અથવા ન પણ સર્જાઈ હોઈ શકે. ઘટના વીમાધારકનાં નિયંત્રણની બહારની હોવી જોઈએ. કોઈ વીમા કંપની એવા નુકસાનને આવરશે નહીં, જે વીમાધારક દ્વારા ઇરાદાપૂર્વક કરવામાં આવ્યું હોય.

- iv. થોડાનાં નુકસાનની ઘણા દ્વારા વહેંચણી માત્ર ત્યારે જ કારગર નીવડી શકે છે, જ્યારે નાની ટકાવારીમાં વીમાધારકનું જૂથ આપેલી કોઈ પણ સમય અવધિમાં નુકસાન વેઠે છે.
- v. આર્થિક રીતે વ્યવહારક્ષમ: વીમાનો ખર્ચ સંભવિત નુકસાનનાં સંબંધમાં ઊંચો હોવો ન જોઈએ; નહીંતર વીમો આર્થિક રીતે વ્યવહારક્ષમ નહીં હોય.
- vi. જાહેર નીતિ: આખરે કરાર જાહેર નીતિ અને નૈતિકતાથી વિરુદ્ધ ન હોવો જોઈએ.

તમારી કસોટી કરો 1

નીચેનામાંથી કયો વિકલ્પ વીમા પાત્ર જોખમને રજૂ કરતો નથી ?

- I. આગ
- II. ચોરાયેલી ચીજવસ્તુઓ
- III. ઘરફોડ ચોરી
- IV. જહાજ ઉલટી પડવાને લીધે માલસામનને થયેલું નુકસાન

સંક્ષિપ્ત

- a) વીમાની પ્રક્રિયા ચાર ઘટકો (અસ્કયામત, જોખમ, જોખમ પુલિંગ અને વીમાનો કરાર) ધરાવે છે.
- b) અસ્કયામત એવી હોઈ શકે છે, જે કેટલાક લાભ આપતી હોય અને તે તેના માલિક માટે આર્થિક મૂલ્ય ધરાવતી હોય.
- c) નુકસાનની શક્યતા જોખમ રજૂ કરે છે.
- d) સ્થિતિ અથવા સ્થિતિઓ જે નુકસાનની શક્યતા અથવા ગંભીરતા વધારે તેને હાનિ તરીકે સંદર્ભિત કરવામાં આવે છે.
- e) ગાણિતિક સિદ્ધાંત, જે વીમાને શક્ય બનાવે તેને જોખમ પુલિંગના સિદ્ધાંત તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

મુખ્ય પારિભાષિક શબ્દો

- a) અસ્કયામત
- b) જોખમ
- c) હાનિ
- d) જોખમ પુલિંગ

e) ઓફર અને સ્વીકૃત્તિ

f) કાયદાકીય વિચારણાં

તમારી કસોટીના ઉત્તર

ઉત્તર 1 - સાચો વિકલ્પ ॥ છે.

પ્રકરણ C-03

વીમાના સિદ્ધાંતો

પ્રકરણનો પરિચય

આ પ્રકરણમાં આપણે સિદ્ધાંતોની ચર્ચા કરીશું, જેને આધારે વીમાની કાર્યપ્રણાલી કાર્ય કરે છે.

- સંપૂર્ણ ભરોસો અથવા “ઉબરિમા ફાઇડસ”ને “પ્રસ્તાવિત થઈ રહેલા જોખમ માટે તમામ વાસ્તવિક હકીકતોને, પછી ભલે તેની વિનંતી કરવામાં આવી હોય કે ન હોય, છતાં પણ તેમને સ્વૈચ્છિક રીતે, ચોક્કસપણે અને સંપૂર્ણપણે જાહેર કરવાની સકારાત્મક ફરજ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે.” તમામ વીમા કરારો ઉબરિમા ફાઇડસ ના સિદ્ધાંત આધારિત હોય છે
- ‘વીમા પાત્ર હિત’નું અસ્તિત્વ દરેક વીમા કરારનો મહત્ત્વનો ઘટક છે અને તેને વીમા માટે કાનૂની પૂર્વ-આવશ્યકતા તરીકે માનવામાં આવે છે.
- ક્ષતિપૂર્તિ સુનિશ્ચિત કરે છે કે વીમાધારકને આકસ્મિક ઘટના સર્જાય ત્યારે તેમના નુકસાનની હદ સુધી વળતર આપવામાં આવે.
- સબ્રોગેશન (પ્રતિસ્થાપન)નો અર્થ વીમા વિષય વસ્તુનાં અનુસંધાનમાં તમામ હકો અને ઉપાયોને વીમાધારકથી વીમા કંપની સુધી પહોંચાડવા એમ થાય છે.
- યોગદાનના સિદ્ધાંતનો અર્થ એ થાય છે કે જો સમાન સંપત્તિ માટે એક કરતા વધુ વીમા કંપની પાસેથી વીમો લેવામાં આવ્યો હોય તો તમામ વીમા કંપનીઓ દ્વારા એક સાથે ચુકવવામાં આવતું વળતર થયેલા વાસ્તવિક નુકસાનથી વધુ હોઈ શકે નહીં.
- નિકટવર્તી કારણ વીમાનો મુખ્ય સિદ્ધાંત છે અને તેનો સંબંધ વાસ્તવિકપણે કેટલું નુકસાન અથવા હાનિ થઈ છે અને તે વીમાકૃત્ત સંકટનું પરિણામ છે કે નહીં તેની સાથે છે.

અભ્યાસનાં પરિણામો

- A. ઉબરિમા ફાઇડસ
- B. વીમા પાત્ર હિત
- C. નિકટવર્તી કારણ
- D. ક્ષતિપૂર્તી
- E. સબ્રોગેશન (પ્રતિસ્થાપન)
- F. યોગદાન

A. ઉબરિમા ફાઇડસ

વીમા કરારો વિભિન્ન ખાસ વિશેષતાઓ ધરાવે છે, જેની ચર્ચા નીચે કરવામાં આવી છે:

1. સંપૂર્ણ ભરોસો અથવા “ઉબરિમા ફાઇડસ”

અત્યંત સદ્ભાવ અથવા ‘ઉબરિમા ફાઇડસ’ વીમા કરારોના મૂળભૂત સિદ્ધાંતો પૈકીનો એક છે, જેને “પ્રસ્તાવિત થઈ રહેલા જોખમ માટે તમામ વાસ્તવિક હકીકતોને, પછી ભલે તેની વિનંતી કરવામાં આવી હોય કે ન હોય, છતાં પણ તેમને સ્વૈચ્છિક રીતે, ચોક્કસપણે અને સંપૂર્ણપણે જાહેર કરવાની સકારાત્મક ફરજ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે.”

તમામ વાણિજ્ય કરારો એટલી હદ સુધી ભરોસા પર આધારિત હોય છે કે જાણકારી આપતી વખતે અથવા વ્યવહાર કરતી વખતે કોઈ છેતરપિંડી કે કપટ કરવામાં આવશે નહીં. અહીં અવલોકિત કરવામાં આવેલો નિયમ “કેવિએટ એમ્પટર”નો છે, જેનો અર્થ ખરીદદાર સાવધાન એવો થાય છે. કરારના પક્ષકારો કરારની વિષય વસ્તુની તપાસ કરે એવી અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે અને જ્યાં સુધી એક પક્ષ અન્યને ગેરમાર્ગે ન દોરે અને ઉત્તર તથ્યપૂર્ણ રીતે આપવામાં આવે ત્યાં સુધી અન્ય પક્ષ કરારને ટાળતા હોવાનો કોઈ પ્રશ્ન જ ઊભો થતો નથી.

વીમા કરારો એક અલગ સ્તર પર ઊભા છે, કારણ કે કરારની વિષય વસ્તુ અમૂર્ત હોય છે અને તેનાથી વીમા કંપની સરળતાથી માહિતાગર હોતી નથી. વળી, એવી ઘણી હકીકતો છે, જે માત્ર પ્રસ્તાવ કરનાર જ જાણતા હોઈ શકે છે. વીમા કંપનીએ માહિતી માટે સમગ્રપણે પ્રસ્તાવ કરનાર પર જ આધાર રાખવાનો હોય છે. તેથી પ્રસ્તાવ કરનાર વીમા કંપની સમક્ષ વીમાની વિષય વસ્તુ અંગે તમામ વાસ્તવિક માહિતી જાહેર કરવા માટેની કાનૂની ફરજ ધરાવે છે. એટલે કે વીમાધારક વીમા કરાર માટે મહત્વપૂર્ણ હોય એવી કોઈ પણ હકીકત અંગે કોઈ ગેરરજૂઆત કરતા હોવા ન જોઈએ. વીમા કરારનાં અનુસંધાનમાં સંપૂર્ણ રજૂઆત અને સંપૂર્ણ જાહેરાતની નમ્ર ફરજ તેમને સંપૂર્ણ ભરોસાનો કરાર બનાવે છે.

જો સંપૂર્ણ ભરોસાનો કોઈ પણ પક્ષ દ્વારા પાલન કરવામાં ન આવે તો, કરાર અન્ય પક્ષ દ્વારા ટાળી શકાય છે. આ બાબત એ તર્કને અનુસરે છે કે ખાસ કરીને વીમાનો કરાર કરતી વખતે કોઈને પણ પોતાની ભૂલનો લાભ લેવા દેવો જોઈએ નહીં.

a) વાસ્તવિક હકીકત એટલે એવી હકીકત કે, જે વીમા અન્ડરરાઇટરને જોખમ સ્વીકારવું કે નહીં તે નક્કી કરવાના અને પ્રિમિયમના દર અને નિયમો તથા શરતો અંગેનો નિર્ણય

લેવા પર અસર કરે છે. વીમાધારક તમામ હકીકતો કે જે વીમા કરાર માટે મહત્વપૂર્ણ હોય તેને સંપૂર્ણપણે અને ચોક્કસપણે જાહેર કરવાની ફરજ ધરાવે છે.

અપ્રગટ હકીકત મહત્વપૂર્ણ છે કે નહીં તે વ્યક્તિગત કિસ્સાનાં સંજોગો પર આધાર રાખશે અને તેનો નિર્ણય માત્ર કોર્ટમાં લઈ શકાય છે. વીમાધારક જોખમને અસરે એવી હકીકતો જાહેર કરવાની હોય છે.

વાસ્તવિક હકીકતો એ માહિતી દર્શાવે છે, જે વીમા કંપનીઓને નીચેની બાબતો નક્કી કરવા સક્ષમ બનાવે છે:

✓ તેઓ જોખમ સ્વીકારશે કે નહીં ?

✓ જો હા, તો પ્રિમિયમના કયા દરે અને કયા નિયમો તથા શરતોને આધારે ?

સંપૂર્ણ ભરોસો કાનૂની ફરજ સામાન્ય કાયદા હેઠળ ઊભી થાય છે. ફરજ પ્રસ્તાવ કરનાર જાણતા હોય માત્ર એવી વાસ્તવિક હકીકતોને જ લાગુ નથી થતી, પરંતુ તે એવી વાસ્તવિક હકીકતોને પણ લાગુ થાય છે, જે તેમણે જાણવી જોઈએ. વીમા કંપનીની પણ સમાન ફરજ છે કે તેઓ વીમાધારક સમક્ષ પોલિસીને લગતી કોઈ માહિતી ન છુપાવે.

ઉદાહરણ

પ્રસ્તાવ કરતી વખતે પ્રસ્તાવ કરનારે જાહેર કરવી જોઈએ એવી વાસ્તવિક હકીકતના કેટલાક ઉદાહરણ નીચે આપવામાં આવ્યા છે:

- i. જીવન વીમો : વ્યક્તિનો પોતાનો તબીબી ઇતિહાસ, વારસાગત બિમારીઓનો પારિવારિક ઇતિહાસ, ધુમ્રપાન અને મદ્યપાનની આદતો, કાર્યમાંથી ગેરહાજરી, વય, શોખ, પ્રસ્તાવ કરનારની આવકની વિગતો જેવી નાણાકીય માહિતી, અગાઉથી અસ્તિત્વ ધરાવતી જીવન વીમા પોલિસીઓ, વ્યવસાય વગેરે.
- ii. આગ વીમો : બાંધકામ, જોખમનું સ્થળ / પરિસ્થિતિ અને બિલ્ડિંગનો ઉપયોગ, બિલ્ડિંગની વય, પરિસરમાં રહેલી ચીજવસ્તુઓના પ્રકાર વગેરે.
- iii. મરીન વીમો : ચીજવસ્તુઓનું વર્ણન, પેકેજિંગની પદ્ધતિ અને ટ્રાન્સિટનો પ્રકાર વગેરે.
- iv. મોટર વીમો : વાહનનું વર્ણન, ખરીદીની તારીખ અને પ્રાદેશિક નોંધણી સત્તાધિકારી વગેરે.

v. સ્વાસ્થ્ય વીમો : અગાઉથી અસ્તિત્વ ધરાવતો રોગ, વય વગેરે.

- b) હકીકત ક્યારે 'વાસ્તવિક' બને છે: એવી કેટલાક પ્રકારની વાસ્તવિક હકીકતો જેને વ્યક્તિએ જાહેર કરવાની આવશ્યકતા હોય જેમકે વિશેષ જોખમ સામાન્યપણે અપેક્ષિત હોઈ શકે તેના કરતા ઘણું વધુ જોખમ રજૂ કરતું હોય.

ઉદાહરણ

જહાજ દ્વારા મોકલવામાં આવતા કાર્ગોની જોખમી પ્રકૃતિ, બિમારીનો ભૂતકાળ, ઘરમાં તોડફોડ ચોરીનો ભૂતકાળ.

- i. તમામ વીમા કંપનીઓ પાસેથી લીધેલી પોલિસીઓનું અસ્તિત્વ અને તેમની પ્રવર્તમાન સ્થિતિ
- ii. વીમા માટે પ્રસ્તાવ ફોર્મ અને અરજીમાં તમામ પ્રશ્નો મહત્ત્વપૂર્ણ માનવામાં આવે છે, કારણ કે તે વીમાની વિષય વસ્તુના વિભિન્ન પાસાઓ અને તેની સામેનાં જોખમને સંબંધિત છે. તેમનો તથ્યપૂર્ણ રીતે અને તમામ સંદર્ભોમાં સંપૂર્ણ ઉત્તર આપવો આવશ્યક છે.

નીચે કેટલીક પરિસ્થિતિઓ આપવામાં આવી છે, જેમાં વાસ્તવિક હકીકતો જાહેર કરવાની આવશ્યકતા નથી.

માહિતી

- a. વાસ્તવિક હકીકતો જે જાહેર કરવાની આવશ્યકતા નથી: અન્ડરરાઇટર્સ દ્વારા વિશિષ્ટ પૂછપરછ કરવામાં ન આવે ત્યાં સુધી પ્રસ્તાવ કરનાર નીચે જણાવેલી હકીકતો જાહેર કરવાની ફરજ ધરાવતા નથી:
 - i. જોખમ ઘટાડવા માટે લીધેલાં પગલાં. દા.ત.: ફાયર અગ્નિશામકની હાજરી
 - ii. એવી હકીકતો, જે વિશે વીમાધારકને પોતે ખબર જાણતા ન હોય અથવા તેનાથી અજાણ હોય. દા.ત.: એવી વ્યક્તિ, જેમને હાઇ બ્લડપ્રેશર હોય, પરંતુ પોલિસી લેતી વખતે તેના વિશે ખબર ન હોય તો તેમના પર આ હકીકતની બિન-ઘોષણાનો આરોપ લગાવી શકાય નહીં.
 - iii. જેને વ્યાજબી પ્રયત્નથી શોધી શકાય છે. દરેક મિનિટની વાસ્તવિક હકીકત જાહેર કરવી આવશ્યક નથી. અન્ડરરાઇટર્સ જો તેમને વધુ માહિતીની આવશ્યકતા હોય તો

તેના માટે પૂરતા પ્રશ્નો પૂછે તે માટે સભાન હોવા જોઈએ. દા.ત.: જ્યારે ટેક્સાઇલની દુકાનનો વીમો કરી રહ્યા હોય ત્યારે વ્યક્તિએ સ્પષ્ટપણે એ જણાવવાની જરૂર નથી કે દુકાનમાં કેટલાક સિન્થેટિક કપડાં અત્યંત જ્વલનશીલ છે.

- iv. કાયદાની બાબતો : દરેક વ્યક્તિ જમીનનો કાયદો જાણતા હોવા જોઈએ. દા.ત.: વિસ્ફોટકો સંગ્રહિત કરવા અંગે મહાનગરપાલિકાના કાયદા
- v. જેના વિશે વીમા કંપની લાપરવાહ દેખાતી હોય (અથવા વધુ માહિતી માટેની જરૂરિયાત છોડી દીધી હોય)

આવા કિસ્સાઓમાં વીમા કંપની પછીથી એ આધાર પર જવાબદારીથી ઇન્કાર કરી ન શકે કે ઉત્તર અધૂરા હતા.

b. જાહેર કરવાની ફરજ: વીમા કરારોના કિસ્સામાં જાહેર કરવાની ફરજ પ્રસ્તાવ સ્વીકારી અને જીવન વીમા પોલિસી જારી કરવામાં ન આવે ત્યાં સુધી વાટાઘાટોની સમગ્ર અવધિ દરમિયાન હોય છે.

જીવન વીમા પોલિસી એક વખત સ્વીકારવામાં આવે ત્યાર પછી પોલિસીની અવધિ દરમિયાન સામે આવી શકે એવી કોઈ વાસ્તવિક હકીકતો જાહેર કરવાની આવશ્યકતા હોતી નથી.

ઉદાહરણ

શ્રીમાન રાજનને પંદર વર્ષની અવધિ માટે જીવન વીમા પોલિસી લીધી છે. પોલિસી લીધાના છ વર્ષ પછી શ્રીમાન રાજનને કેટલીક હૃદયની સમસ્યાઓ આવે છે અને તેમણે થોડી સર્જરી કરાવવી પડે છે. શ્રીમાન રાજનને આ હકીકત વીમા કંપની સમક્ષ જાહેર કરવાની જરૂર નથી.

[જોકે, જો પોલિસી નિયત ચુકવણી વખતે પ્રિમિયમ્સ ચુકવવામાં નિષ્ફળ જવાને પગલે લેપ્સ (બંધ) થયાની સ્થિતિમાં હોય અને પોલિસી ધારકે પોલિસી કરારને રિવાઇવ (ચાલુ) કરવા અને ફરી અમલી કરવા માગતા હોય તો, તેમણે આવા રિવાઇવલના સમયે આ નવી પોલિસી હોય એવી રીતે વાસ્તવિક અને સુસંગત હોય એવી તમામ હકીકતો જાહેર કરવાની ફરજ ધરાવે છે.]

પોલિસી રિન્યુ કરતી વખતે જો તેઓ આરોગ્ય વીમો ધરાવતા હોય તો, શ્રીમાન રાજને આ આરોગ્યની સ્થિતિ વિશે વીમા કંપનીને જાણ કરવાની હોય છે.

આ જ પ્રમાણે સામાન્ય વીમાના કિસ્સામાં ઉદ્યોગસાહસ / ફેક્ટરી માટે આગની પોલિસી રિન્યુ કરતી વખતે વીમાધારકે વીમા કંપનીને મકાનનાં કબજામાં ફેરફાર થયો છે કે કેમ એ અંગેની જાણ કરવાની હોય છે.

જહાજ માટે “હલ” (hull) પોલિસી રિન્યુ કરતી વખતે વીમાધારકે વીમા કંપનીને જહાજ વિભિન્ન પ્રકારના કાર્ગો જેવા કે કહોળને સ્થાને હાનિકારક રસાયણો લઈ જવા માટે પાછળથી નક્કી કરવામાં આવ્યું છે કે કેમ એ અંગેની જાણ કરવાની હોય છે.

c. બિન-ઘોષણાની પરિસ્થિતિઓ ત્યારે સર્જાય છે જ્યારે વીમાધારક વાસ્તવિક હકીકતો અંગે મૌન રહે છે, કારણ કે વીમા કંપનીએ કોઈ વિશિષ્ટ પૂછપરછ કરી નથી. આવી પરિસ્થિતિઓ વીમા કંપની દ્વારા ઉઠાવેલા પ્રશ્નોના ઉદ્ભવ ઉત્તર મારફતે પણ ઊભી થઈ શકે છે.

સામાન્યપણે બિન-ઘોષણા અજાણતા થતી હોય છે(તેનો અર્થ થાય છે કે તે વ્યક્તિની જાણકારી અથવા ઇરાદા વિના થયું હોઈ શકે છે) અથવા પ્રસ્તાવ કરનારે એવું વિચાર્યું હશે કે હકીકત વાસ્તવિક નથી. આવા કિસ્સામાં તેઓ નિર્દોષ હોય છે.

જ્યારે કોઈ હકીકતને ઇરાદાપૂર્વક દબાવવામાં આવે ત્યારે તેને છુપાવ્યું હોવાનું માનવામાં આવે છે. અહીં, છેતરવાનો ઇરાદો હોય છે.

d. ગેરરજૂઆત : વીમાના કરારની વાટાઘાટો દરમિયાન કરવામાં આવેલાં નિવેદનને રજૂઆત કહેવામાં આવે છે. રજૂઆત હકીકતનું ચોક્કસ નિવેદન, માન્યતા, ઇરાદા અથવા અપેક્ષાનું નિવેદન હોઈ શકે છે. એવી અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે કે નિવેદન નોંધપાત્ર અને સાચું હોવું જોઈએ. માન્યતા અથવા અપેક્ષાની બાબતોને સંબંધિત રજૂઆતો સદ્ભાવનામાં કરવામાં આવવા જોઈએ. ગેરરજૂઆતો બે પ્રકારની હોય છે:-

i. નિર્દોષ રીતે કરેલી ગેરરજૂઆત અચોક્કસ નિવેદનો સાથે સંબંધિત હોય છે, જે કોઈ છેતરપિંડીના ઇરાદા વિના આપવામાં આવે છે.

ii. જ્યારે બીજી બાજુએ છેતરપિંડીયુક્ત ગેરરજૂઆત ખોટા નિવેદનોને સંદર્ભિત કરે છે, જે વીમા કંપનીને છેતરવાના ઇરાદા સાથે આપવામાં આવે છે અથવા સત્ય પ્રત્યેના યોગ્ય આદર વિના બેદરકારીથી આપવામાં આવે છે.

જ્યારે છેતરપિંડીના ઇરાદાથી છુપાવવાનો સ્પષ્ટ કિસ્સો હોય અથવા કપટપૂર્ણ ગેરરજૂઆત હોય ત્યારે વીમા કરાર સામાન્યપણે રદબાતલ થાય છે.

વીમા ધારા, 1938માં કરેલા સુધારા (માર્ચ, 2015)માં એવી શરતો વિશેની કેટલીક માર્ગદર્શિકાઓ પૂરી પાડવામાં આવી છે, જેના હેઠળ છેતરપિંડી માટે પોલિસી પર પ્રશ્ન ઉઠાવી શકાય છે. નવી જોગવાઈઓ નીચે પ્રમાણે છે

- e. છેતરપિંડી : “છેતરપિંડી” વીમા ધારા (2015માં સુધારેલા)ની સેક્શન 45 હેઠળ સ્પષ્ટ કરવામાં આવી છે. તદનુસાર, વીમા કંપની દ્વારા સમય અવધિની અંદર છેતરપિંડીના આધાર પર જીવન વીમા પોલિસી પર પ્રશ્ન ઉઠાવવામાં આવી શકે છે, તેના પછી નહીં. જોકે વીમા કંપનીઓ આવું (એ) પોલિસી જારી કર્યાની તારીખથી (બી) જોખમની શરૂઆતની તારીખથી, (સી) પોલિસી રિવાઇઝલની તારીખથી અથવા (ડી) પોલિસીમાં રાઇડરની તારીખથી, એટલે કે આમાંથી જે કોઈ પછી આવે છે તેનાથી માત્ર ત્રણ વર્ષની અંદર કરી શકે છે.

વીમા કંપનીએ એ કારણો વિશે જાણ કરવી આવશ્યક છે, જેના આધાર પર વીમાધારક અથવા તેમના/તેણીના પ્રતિનિધિઓ, નોમની અથવા એસાઇનીને લેખિતમાં પોલિસી પર પ્રશ્ન ઉઠાવવામાં આવ્યા છે.

“છેતરપિંડી”નો અર્થ વીમા કંપનીને છેતરવાના અથવા વીમા પોલિસી જારી કરવા માટે વીમા કંપનીને પ્રેરિત કરવા માટેના ઇરાદા સાથે વીમાધારક દ્વારા કરવામાં આવતું કૃત્ય છે. એ પણ જોગવાઈ કરવામાં આવે છે કે જો પોલિસીધારક જીવિત ન હોય તો છેતરપિંડી સાબિત કરવાની જવાબદારી લાભાર્થીઓ પર રહે છે.

B. વીમા પાત્ર હિત

‘વીમા પાત્ર હિત’નું અસ્તિત્વ દરેક વીમા કરારનો આવશ્યક ઘટક છે અને તેને વીમા માટે કાનૂની પૂર્વ-આવશ્યકતા માનવામાં આવે છે.

વીમા પાત્ર હિતના ત્રણ આવશ્યક ઘટકો:

- i. સંપત્તિ, અધિકાર, હિત, જીવન અથવા સંભવિત જવાબદારી વીમાકૃત્ત થવા માટે સક્ષમ હોવા જોઈએ.
- ii. આવી સંપત્તિ, અધિકાર, હિત, જીવન અથવા સંભવિત જવાબદારી વીમાના વિષયને આધિન હોવા જોઈએ.
- iii. વીમાધારકે વિષયવસ્તુ સાથે એ રીતે કાયદેસરનો સંબંધ રાખવો જોઈએ કે તેઓ સંપત્તિ, અધિકાર, હિત, જીવન અથવા જવાબદારીની સ્વતંત્રતાથી લાભ મેળવતા હોય. તે જ

રીતે વિષયવસ્તુને કોઇ પણ નુકસાન, હાનિ, ઇજા અથવા જવાબદારી દ્વારા આર્થિક રીતે નુકસાન થતું હોવું જોઇએ.

ચાલો આપણે જોઇએ કે વીમો જુગાર અથવા હોડના કરારથી અલગ કેવી રીતે હોય છે.

a) જુગાર અને વીમો: પત્તાની રમત કે જેમાં વ્યક્તિ જીતી કે હારી શકે છે, તેનાથી વિપરીત આગ માત્ર એક પરિણામ ધરાવી શકે છે - ધરના માલિકનું નુકસાન.

માલિક એ સુનિશ્ચિત કરવા માટે વીમો લે છે કે થયેલાં નુકસાનની સમાન રીતે ભરપાઇ થાય.

અન્ય શબ્દોમાં જણાવીએ તો વીમા પાત્ર હિત એ વીમાધારક વીમાની વિષય વસ્તુમાં ધરાવતા હોય તે હિત છે. વીમા પાત્ર હિત વીમા કરારને કાયદા હેઠળ માન્ય અને અમલપાત્ર બનાવે છે.

ઉદાહરણ

જો શ્રીમાન પટેલે બેંકમાંથી રૂ. 15 લાખની મોર્ગેજ લોનથી ઘર ખરીદ્યું છે અને તેમણે આ રકમના 15 લાખની પુનઃચુકવણી કરી છે, તો બેંકનું વ્યાજ ચુકવવાની બાકી રહેતી માત્ર શેષ ત્રણ લાખની રકમ બાકી રહેશે.

તેથી બેંક ચુકવવાની બાકી શેષ રકમ માટે ધરમાં નાણાકીય રીતે વીમા પાત્ર હિત ધરાવે છે અને બેંક એ સુનિશ્ચિત કરશે કે તેને પોલિસીમાં સહ-વીમાધારક બનાવવામાં આવે.

શ્રીમાન પટેલ ધરની માલિકી ધરાવે છે, જેના માટે તેમણે બેંક પાસેથી રૂ. 15 લાખની મોર્ગેજ લોન લીધી છે. નીચે આપેલા પ્રશ્નો પર વિચાર કરો:

- ✓ શું તેઓ ધરમાં વીમા પાત્ર હિત ધરાવે છે ?
- ✓ શું બેંક ધરમાં વીમા પાત્ર હિત ધરાવે છે ?
- ✓ તેમના પડોશી વિશે શું ?

શ્રીમાન દાસ એક પરિવાર ધરાવે છે, જેમાં પત્નિ, બે બાળકો અને વૃદ્ધ માતા-પિતા સામેલ છે. નીચેના પ્રશ્નો પર વિચાર કરો:

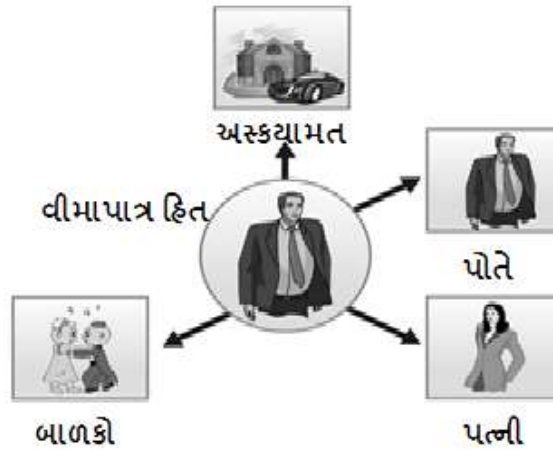
- ✓ શું તેઓ તેમના સ્વાસ્થ્યમાં વીમા પાત્ર હિત ધરાવે છે ?
- ✓ તેમાંથી કોઇને હોસ્પિટલમાં દાખલ કરવામાં આવે તો શું તેમને નાણાકીય નુકસાન સહન કરવું પડશે ?
- ✓ તેમના પડોશીનાં બાળકોનું શું ? શું તેઓ તેમનામાં વીમા પાત્ર હિત ધરાવશે ?

અહીં વીમાની વિષય વસ્તુ અને વીમા કરારની વિષય વસ્તુ વચ્ચે તફાવત કરવો એ યોગ્ય હશે.

વીમાની વિષય વસ્તુ ખરેખર વીમાકૃત્ત થનારી સંપત્તિ સાથે સંબંધ ધરાવે છે, તેનું એક પોતાનું વાસ્તવિક મૂલ્ય હોય છે.

બીજી તરફ વીમા કરારની વિષય વસ્તુ તે સંપત્તિમાં વીમાધારકનું નાણાકીય હિત છે. આ માત્ર ત્યારે હોય છે, જ્યારે વીમાધારક સંપત્તિમાં એટલું હિત ધરાવતા હોય કે તેઓ/ તેણી વીમો લેવાનો કાનૂની અધિકાર ધરાવે છે. કડક શબ્દોમાં વીમા પોલિસી માત્ર સંપત્તિને કવર કરતી નથી, પરંતુ સંપત્તિમાં વીમાધારકનાં નાણાકીય હિતને પણ કવર કરે છે.

આકૃત્તિ 1: સામાન્ય નિયમ અનુસાર વીમા પાત્ર હિત



b) એવો સમય જ્યારે વીમાપાત્ર હિત ઉપસ્થિત હોવું જોઈએ: જીવન વીમામાં વીમાપાત્ર હિત પોલિસી લેતી વખતે ઉપસ્થિત હોવું જોઈએ. સામાન્ય વીમામાં વીમાપાત્ર હિત કેટલાક અપવાદોની સાથે પોલિસી લેતી વખતે અને દાવો કરતી વખતે એમ બંને વખતે ઉપસ્થિત હોવું જોઈએ, જેમ કે મરીન પોલિસીઓ, જેમાં આ દાવા વખતે હાજર હોવું જોઈએ.

આગ અને અકસ્માત વીમાના કિસ્સામાં વીમાપાત્ર હિત પોલિસી લેતી વખતે અને નુકસાનના સમયે એમ બંને વખતે ઉપસ્થિત હોવું જોઈએ.

પોતાના સિવાય આરોગ્ય અને પર્સનલ એક્સિડેન્ટ વીમાના કિસ્સાઓમાં પરિવાર પણ પ્રસ્તાવ કરનાર દ્વારા વીમાકૃત્ત થઈ શકે છે, કારણ કે જો પરિવાર અકસ્માતનો સામનો કરે છે અને હોસ્પિટલમાં દાખલ થાય છે તેમને/તેણીએ નાણાકીય નુકસાન વેઠવું પડે છે. જોકે મરીન કાર્ગો વીમામાં વીમાપાત્ર હિતની આવશ્યકતા માત્ર નુકસાનના સમયે હોય

છે, કારણ કે કિંમતની ચુકવણી થાય છે ત્યારે માલસામાનની માલિકી બદલાઈ જાય છે, જે પરિવહનની અવધિ દમિયાન થઈ શકે છે.

C. નિકટવર્તી કારણ

નિકટવર્તી કારણ વીમાનો મુખ્ય સિદ્ધાંત છે અને તેનો સંબંધ નુકસાન અથવા હાનિ વાસ્તવિકપણે કેવી રીતે સર્જાઈ અને તે વીમાકૃત્ત સંકટનાં પરિણામ સ્વરૂપે થયું છે કે કેમ તેની સાથે છે. જો નુકસાન વીમાકૃત્ત સંકટ દ્વારા થયું હોય તો જ વીમા કંપની જવાબદાર હોય છે. જો ત્વરીત કારણ વીમાકૃત્ત સંકટ હોય તો વીમા કંપની નુકસાનની ભરપાઈ કરવા માટે બંધાયેલી હોય છે, નહીંતર તે નથી. આ સિદ્ધાંતનો અમલ બિન-જીવન વીમા દાવાઓનાં અનુસંધાનમાં વધુ વ્યવહારું છે.

જ્યારે નુકસાન થાય છે, ત્યારે સામાન્યપણે ઘટનાઓની શુંખલા હોઈ શકે છે, જે બનાવનું કારણ બને છે અને તેથી ક્યારેક નજીકનું અથવા નિકટવર્તી કારણ નક્કી કરવું મુશ્કેલ હોય છે. આ નિયમ હેઠળ વીમા કંપની મુખ્ય કારણની તપાસ કરે છે, જે નુકસાન સર્જનારી ઘટનાઓની શુંખલાને ગતિ આપે છે. આવશ્યક નથી કે તે આખરી ઘટના નુકસાન થયાના ઠીક પહેલા થઈ હોય એટલે કે આવશ્યક નથી કે એક ઘટના નુકસાનનાં કારણ માટે સૌથી નજીક અથવા ત્વરીત જવાબદાર હોય. ઉદાહરણ માટે આગથી પાણીની પાઇપ ફાટી શકે છે. પરિણામી નુકસાન પાણીનું નુકસાન હોવા છતાં પણ આગ હજુ પણ ઘટનાનું નિકટવર્તી કારણ માનવામાં આવશે. અન્ય કારણોને દૂરસ્થ કારણો તરીકે વર્ગીકૃત્ત કરી શકાય છે, જે નિકટવર્તી કારણો કરતા અલગ હોય છે. દૂરસ્થ કારણો ઉપસ્થિત હોઈ શકે છે, પરંતુ ઘટના સર્જવામાં અસરકારક હોતા નથી.

વ્યાખ્યા

નિકટવર્તી કારણને સક્રિય અને અસરકારક કારણ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે, જે ઘટનાઓની શુંખલાને ગતિ આપે છે, જે કોઈ બળનું હસ્તક્ષેપ વિના નવા તથા સ્વતંત્ર સ્ત્રોતથી પ્રવૃત્તપણે કાર્ય કરે છે અને પરિણામ લાવે છે.

નિકટવર્તી કારણનો સિદ્ધાંત વીમા કરારો પર કેવી રીતે લાગુ થાય છે ? વીમો મૃત્યુના કારણને ધ્યાનમાં લીધા વિના મૃત્યુના લાભની ચુકવણી પૂરી પાડતો હોવાથી નિકટવર્તી કારણનો સિદ્ધાંત સામાન્યપણે લાગુ થશે નહીં. જોકે ઘણા વીમા કરારો અકસ્માતના વધારાના લાભ પણ ધરાવતા હોઈ શકે છે, જેમાં વધારાની વીમાકૃત્ત રકમ અકસ્માતને લીધે થતા મૃત્યુની ઘટનામાં ચુકવવા પાત્ર હોય છે. આવી પરિસ્થિતિમાં કારણ નિર્ધારિત કરવું

આવશ્યક છે - કે મૃત્યું અકસ્માતનાં પરિણામ સ્વરૂપે સર્જાયું છે કે કેમ. નિકટવર્તી કારણનો સિદ્ધાંત આવી ઘટનાઓમાં લાગુ થશે.

નિકટવર્તી કારણનો સિદ્ધાંત સમજવા માટે નીચેની પરિસ્થિતિ વિચારો:

ઉદાહરણ

પરિસ્થિતિ 1 : શ્રીમાન અજયે ગેરાજમાં તેમની કાર પાર્ક કરી હતી અને લાંબી રજા પર જતા રહ્યા હતા. છ મહિના પછી તેઓ પાછા ફર્યા અને કાર શરૂ કરી, તેમને નોંધ્યું કે કારનું એર કન્ડિશનિંગ કામ કરતું નથી. શ્રીમાન અજયે એર-કન્ડિશનિંગ રિપેરિંગના ખર્ચ માટે વીમા કંપનીમાં દાવો ફાઇલ કર્યો અને વીમા કંપનીએ દાવાને નામંજૂર કર્યો. વીમા કંપની દ્વારા આપવામાં આવેલું કારણ એ હતું કે નુકસાન કારના 'સામાન્ય ઘસારા'ને લીધે થયું હતું અને એર-કન્ડિશનિંગ સિસ્ટમ વીમા પોલિસીમાં બાકાત રાખવામાં આવેલું સંકટ હતું. શ્રીમાન અજય કોર્ટમાં ગયા અને સર્વેક્ષણ અહેવાલની તપાસ કર્યા પછી, જેમાં કહેવામાં આવ્યું હતું કે કાર 12 વર્ષ જૂની હતી અને કાર કે એર-કન્ડિશનિંગને અગાઉના 6 વર્ષ દરમિયાન સર્વિસ/રિપેર કરવામાં આવ્યા નથી, નુકસાન 'સામાન્ય ઘસારા'ને લીધે થયું હતું અને તેથી વીમા કંપની દાવો ચુકવવા માટે જવાબદાર નથી.

પરિસ્થિતિ 2 : ઘોડે સવારી કરતી વખતે શ્રીમાન પિન્ટો જમીન પર પડી જાય છે અને તેમનો પગ તૂટી ગયો હોવાથી તેમને હોસ્પિટલમાં લઈ જવામાં આવ્યા તે પહેલા તેઓ લાંબા સમય સુધી ભીની જમીન પર સૂતા રહ્યા હતા. ભીની જમીન પર સૂઈ રહેવાને લીધે તેમને તાવ આવ્યો અને તે ન્યુમોનિયામાં પરિણમ્યો, આખરે આ કારણે તેમનું મૃત્યું થયું. ન્યુમોનિયા ત્વરિત કારણ હોય એવું લાગી શકે છે તેમ છતાં પણ હકીકતમાં તેઓ અકસ્માતથી પડ્યા હતા, જે નિકટવર્તી કારણ તરીકે ઊભરી આવ્યું હતું અને દાવો પર્સનલ એક્સિડન્ટ વીમા હેઠળ ચુકવવામાં આવ્યો હતો.

કેટલાક નુકસાન એવા હોય છે, જે વીમાધારકને આગનાં પરિણામ સ્વરૂપે વેઠવા પડે છે, પરંતુ તે આગને લીધે થયું છે એવું કહી શકાય નહીં. વ્યવહારુ રીતે આમાંના કેટલાક નુકસાનની ભરપાઈ વ્યવસાય દ્વારા આગ વીમા પોલિસીઓ હેઠળ કરવામાં આવે છે.

આવા નુકસાનના ઉદાહરણ હોઈ શકે છે -

- ✓ આગ હોલવવા માટે ઉપયોગમાં લેવામાં આવેલા પાણીના લીધે સંપત્તિને થયેલું નુકસાન

- ✓ ફાયર બ્રિગેડ દ્વારા તેમની ફરજ કરતી વખતે સંપત્તિને થયેલું નુકસાન
- ✓ સળગતી બિલ્ડિંગમાંથી સુરક્ષિત સ્થાન પર હટાવતી વખતે સંપત્તિને થયેલું નુકસાન

સ્વયંપરિક્ષણ 1

શ્રીમાન પિન્ડોને ઘોડે સવારીથી થયેલા અકસ્માત પછી ભીની જમીન પર સૂઈ રહેવાનાં પરિણામ સ્વરૂપે ન્યુમોનિયા થયો હતો. ન્યુમોનિયાથી શ્રીમાન પિન્ડોનું મૃત્યું થયું હતું. મૃત્યુંનું નિકટવર્તી કારણ કયું છે ?

- I. ન્યુમોનિયા
- II. ઘોડો
- III. ઘોડે સવારીથી અકસ્માત
- IV. દુર્ભાગ્ય

D. ક્ષતિપૂર્તિ

ક્ષતિપૂર્તિનો સિદ્ધાંત બિન-જીવન વીમા પોલિસીઓને લાગુ થાય છે. તેનો અર્થ થાય છે કે નુકસાન વેઠે છે એવા પોલિસી ધારકને વળતર આપવામાં આવે છે, જેથી તેઓ નુકસાનની ઘટના સર્જાઈ તે પહેલાની જે સ્થિતિમાં હતા તે જ આર્થિક સ્થિતિમાં તેમને રાખવામાં આવી શકાય. વીમા કરાર બાંધધરી આપે છે કે વીમાધારકને નુકસાનની રકમ સુધી ક્ષતિપૂર્તિ કરવામાં અથવા વળતર આપવામાં આવશે, પણ તેનાથી વધુ નહીં.

દર્શનશાસ્ત્ર મુજબ વ્યક્તિએ તેમની અસ્કયામતનો વીમો લઈને અને નુકસાન કરતા વધુ વસૂલીને નફો કરવો જોઈએ નહીં. વીમા કંપની થયેલા નુકસાનનાં આર્થિક મૂલ્યની આકારણી કરશે અને તે પ્રમાણે વળતર આપશે.

ઉદાહરણ

રામે તેમના ઘરનો સંપૂર્ણ રકમ માટે રૂ. 10 લાખ સુધીનો વીમો લીધો છે. તેમને આગને લીધે અંદાજિત રૂ. 70,000નું નુકસાન થયું છે. વીમા કંપની તેમને રૂ. 70,000ની રકમ ચુકવશે. વીમાધારક કોઈ વધુ રકમ માટે દાવો કરી શકે નહીં.

ચુકવવામાં આવનારી ક્ષતિપૂર્તિ વ્યક્તિ જે વીમો લે છે તેના પ્રકાર પર આધાર રાખે છે. ક્ષતિપૂર્તિ પતાવટના નીચેના એક કે વધુ પ્રકારની હોઇ શકે છે:

- ✓ રોકડ ચુકવણી
- ✓ નુકસાન પામેલી વસ્તુનું સમારકામ
- ✓ ગુમાવેલી કે નુકસાન પામેલી વસ્તુને બદલવું (રિપ્લેસમેન્ટ)
- ✓ રિઇન્સ્ટેટમેન્ટ - પુનઃસ્થાપન(રિસ્ટોરેશન). દા.ત. આગ દ્વારા નાશ પામેલા ઘરનું પુનઃનિર્માણ

આકૃતિ 2: ક્ષતિપૂર્તિ



a) સંમત થયેલું મૂલ્ય: અમુક એવી વિષય વસ્તુ હોય છે, જેનાં મૂલ્યનો નુકસાનના સમયે સરળતાથી અંદાજ લગાવી કે ખાતરી કરી શકાતી નથી. ઉદાહરણ તરીકે પારિવારિક વારસાગત અથવા દુર્લભ કલાકૃતિઓના કિસ્સામાં કિંમત આંકવી મુશ્કેલ હોઇ શકે છે. આ જ પ્રમાણે મરીન વીમા પોલિસીઓમાં મધ્ય માર્ગમાં જહાજ અકસ્માતમાં કેટલી હદ સુધીનું નુકસાન થયું છે તેનો અંદાજ લગાવવો મુશ્કેલ હોય છે.

આવા કિસ્સાઓમાં 'સંમત થયેલા મૂલ્ય'નો સિદ્ધાંત અપનાવવામાં આવે છે. વીમા કંપની અને વીમાધારક વીમા કરારની શરૂઆતમાં વીમાકૃત્ત થનાર સંપત્તિનાં મૂલ્ય પર સંમત થાય છે. કુલ નુકસાનની ઘટનામાં વીમા કંપની પોલિસીની સંમત થયેલી રકમ ચુકવવા માટે સંમત થાય છે. આ પ્રકારની પોલિસીને "એગ્રિડ વેલ્યુ પોલિસી" તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

b) અન્ડરઇન્શ્યોરન્સ: હવે એક એવી પરિસ્થિતિનો વિચાર કરો, જેમાં સંપત્તિનો તેના સંપૂર્ણ મૂલ્ય માટે વીમો લેવામાં આવ્યો નથી. પછી વ્યક્તિ તેમના વીમા જેટલા જ પ્રમાણમાં નુકસાનની ક્ષતિપૂર્તિ માટે હકદાર બનશે.

ધારો કે રૂ. 10 લાખ સુધીના એક ઘર માટે રૂ. 5 લાખની રકમનો વીમો લેવામાં આવ્યો છે. જો આગને લીધે રૂ. 60,000નું નુકસાન થાય છે, તો વ્યક્તિ આ સમગ્ર રકમનો દાવો કરી શકે નહીં. એવું માનવામાં આવે છે કે ઘર માલિકે માત્ર અડધા મૂલ્ય સુધીનો વીમો લીધે છે અને તેથી તેઓ નુકસાનની રકમના માત્ર 50% [રૂ. 30,000]ના દાવા માટે હકદાર બને છે. આને અન્ડરઇન્શ્યોરન્સ કહેવામાં આવે છે.

સંપત્તિ અને જવાબદારી સાથે સંબંધિત બિન-જીવન વીમા પોલિસીઓના મોટા ભાગના પ્રકારમાં વીમાધારકને નુકસાનની વાસ્તવિક રકમની હદ સુધીમાં એટલે કે પ્રવર્તમાન બજાર કિંમત ઓછા અવમૂલ્યન પર નુકસાન કે નુકસાન પામેલી સંપત્તિને રિપ્લેસ કરવા માટે આવશ્યક નાણાંની રકમ સુધીનું વળતર ચુકવવામાં આવે છે.

E. સબ્રોગેશન (પ્રતિસ્થાપન)

સબ્રોગેશન (પ્રતિસ્થાપન)નો અર્થ વીમા વિષય વસ્તુનાં અનુસંધાનમાં તમામ હકો અને ઉપાયોને વીમાધારકથી વીમા કંપનીને સ્થાનાંતરિત કરવું થાય છે. સબ્રોગેશન ક્ષતિપૂર્તિના સિદ્ધાંતનું પાલન કરે છે. તેથી તેને ક્ષતિપૂર્તિનો 'ઉપસિદ્ધાંત' કહેવામાં આવે છે.

અન્ય શબ્દોમાં જણાવીએ તો જો વીમાધારકને નુકસાન થાય અને નુકસાનની ક્ષતિપૂર્તિ વીમા કંપની દ્વારા કરવામાં આવી હોય તો વીમાધારકનો તે નુકસાન માટે કોઈ ત્રાહિત પક્ષ દ્વારા વળતર પ્રાપ્ત કરવાનો અધિકાર વીમા કંપનીને સ્થાનાંતરિત કરવામાં આવશે. નોંધપાત્ર છે કે વીમા કંપની દ્વારા એકત્રિત થઈ શકે એવી નુકસાનની માત્રા વીમા કંપની દ્વારા ચુકવવામાં આવેલી રકમની હદ સુધી જ હોય છે.

મહત્ત્વપૂર્ણ

સબ્રોગેશન (પ્રતિસ્થાપન): તે એવી પ્રક્રિયા છે જેનો ઉપયોગ વીમા કંપની પોલિસી ધારકને ચુકવેલી દાવાની રકમની વસૂલી બેદરકાર ત્રાહિત પક્ષ પાસેથી કરવા માટે કરે છે.

સબ્રોગેશનને વીમાધારક દ્વારા વીમા કંપનીને અધિકારોનાં સરન્ડર તરીકે પણ કહી શકાય છે, જેમાં ત્રાહિત પક્ષની સામે દાવાની ચુકવણી કરવામાં આવી હોય.

ઉદાહરણ

શ્રીમાન કિશોરનો ઘરેલું સામાન સિલ્વેઇન ટ્રાન્સપોર્ટ સર્વિસ દ્વારા લઈ જવામાં આવ્યો હતો. ડ્રાઇવરની બેદરકારીને લીધે તેને રૂ. 45,000 સુધીનું નુકસાન થયું હતું અને વીમા કંપનીએ શ્રીમાન કિશોરને રૂ. 30,000ની રકમની ચુકવણી કરી હતી. વીમા કંપની સિલ્વેઇન ટ્રાન્સપોર્ટ્સ પાસેથી માત્ર રૂ. 30,000ની હદ સુધીની રકમ સબ્રોગેટ(પ્રતિસ્થાપિત) કરવાને આધિન છે અને તે રકમ વસૂલી શકે છે.

જો તે બાબત મુકદ્દમામાં જાય અને કોર્ટ સિલ્વેઇન ટ્રાન્સપોર્ટ્સને શ્રીમાન કિશોરને વળતર પેટે રૂ. 35,000 ચુકવવાનો નિર્દેશ આપે તો તેઓ વીમા કંપનીને સબ્રોગેશન ક્લોઝ હેઠળ રૂ. 30,000ની દાવાની રકમ ચુકવવા અને શેષ રૂ. 5,000 તેમની પાસે રાખશે માટે જવાબદાર હોય છે.

સબ્રોગેશન ક્લોઝ વીમાધારકને વીમા કંપની પાસેથી અને કોઈ પણ ત્રાહિત પક્ષ પાસેથી નુકસાનથી વધુની વસૂલાત કરતા રોકે છે. સબ્રોગેશન માત્ર ક્ષતિપૂર્તિના કરારોના કિસ્સામાં જ ઊભા થાય છે અને જીવન વીમા પોલિસી કે પર્સનલ એક્સિડેન્ટ પોલિસી જેવી લાભ પોલિસીઓની સામે નહીં.

ઉદાહરણ

શ્રીમાન સુરેશ હવાઈ અકસ્માતમાં મૃત્યું પામે છે. તેમનો પરિવાર પર્સનલ એક્સિડેન્ટ પોલિસી જારી કરનાર વીમા કંપની પાસેથી રૂ. 50 લાખની સંપૂર્ણ વીમાની રકમ વત્તા ઉક્રયન કંપની પાસેથી ચુકવવામાં આવતું વળતર રૂ. 15 લાખ મેળવવા માટે હકદાર બને છે.

F. યોગદાન:

સબ્રોગેશનની જેમ 'યોગદાન' પણ ક્ષતિપૂર્તિના સિદ્ધાંતને અનુસરે છે. તેથી તેને ક્ષતિપૂર્તિનો 'ઉપસિદ્ધાંત' પણ કહેવામાં આવે છે. યોગદાન એવો સિદ્ધાંત છે, જે સામાન્ય વીમા કરારોમાંથી ઊભું થાય છે. તે આપણને વીમાધારક એક કરતા વધુ વીમા કંપની પાસેથી વીમો લે ત્યારે જવાબદારી કેવી રીતે પૂરી કરવામાં આવે છે તે જણાવે છે. યોગદાનનો અર્થ એ થાય છે કે સમાન સંપત્તિ માટે એક કરતા વધુ વીમા કંપની પાસેથી વીમો લેવામાં આવે ત્યારે તમામ વીમા કંપનીઓ દ્વારા એક સાથે ચુકવવામાં આવતું વળતર વાસ્તવિક થયેલા નુકસાનથી વધી શકે છે. પોલિસી ધારક પ્રત્યેક વીમા કંપની પાસેથી તેમની વીમાકૃત્ત રકમના સમપ્રમાણમાં જ નુકસાનના હિસ્સાનો દાવો કરી શકે છે.

ઉદાહરણ: જો શ્રીમાન શ્રીનિવાસે બે વીમા કંપનીઓ પાસેથી તેમના ઘર પર આગની પોલિસી લીધી છે, બંનેની સાથે તેમણે રૂ. 12 લાખનાં સંપૂર્ણ મૂલ્ય માટે વીમો લીધો છે. ધારો કે, આગ ફાટી નીકળે અને તેમને પરિણામ સ્વરૂપે રૂ. 3 લાખનું નુકસાન થાય તો તેઓ દરેક વીમા કંપનીઓ પાસેથી રૂ. 1.5 લાખની રકમનો જ દાવો કરી શકે છે.

યોગદાનનો સિદ્ધાંત માત્ર ક્ષતિપૂર્તિ પોલિસીઓને લાગુ થાય છે. તે જીવન વીમાના કિસ્સામાં ઊભા થતા નથી, કારણ કે જીવન ગુમાવવાને લીધે થયેલા નુકસાન પર કોઈ ઉપલી મર્યાદા રાખવામાં આવી શકે નહીં.

તમારી કસોટી કરો 2

નીચેનામાંથી કયો વિકલ્પ બળજબરીનું ઉદાહરણ છે ?

- I. રમેશ ફાઇન પ્રિન્ટની જાણકારી વિના કરાર પર હસ્તાક્ષર કરે છે
- II. રમેશ મહેશને જો તે કરાર પર હસ્તાક્ષર ન કરે તો તેને મારી નાખવાની ધમકી આપે છે
- III. મહેશ કરાર પર હસ્તાક્ષર કરે તે માટે રમેશ પોતાની વ્યાવસાયિક સ્થિતિનો ઉપયોગ કરે છે
- IV. રમેશ મહેશ કરાર પર હસ્તાક્ષર કરે તે માટે ખોટી માહિતી પૂરી પાડે છે

તમારી કસોટી કરો 3

નીચેનામાંથી કયા વિકલ્પનો વીમો રમેશ દ્વારા થઈ શકે નહીં ?

- I. રમેશનું ઘર
- II. રમેશના જીવનસાથી
- III. રમેશનો મિત્ર
- IV. રમેશના માતા-પિતા

તમારી કસોટી કરો 4

યોગદાનના સિદ્ધાંતનું મહત્ત્વ શું છે ?

- I. તે સુનિશ્ચિત કરે છે કે વીમાધારક પણ વીમા કંપનીની સાથે દાવાના કેટલાક હિસ્સાનું યોગદાન આપે
- II. તે સુનિશ્ચિત કરે છે કે પુલનો હિસ્સો હોય એવા તમામ વીમાધારકો પુલના સહભાગી દ્વારા કરવામાં આવેલા દાવામાં તેમના દ્વારા ચુકવવામાં આવેલા પ્રિમિયમનાં સમપ્રમાણમાં યોગદાન આપે

- III. તે સુનિશ્ચિત કરે છે કે સમાન વિષય વસ્તુને આવરતી બહુવિધ વીમા કંપનીઓ; એક સાથે આવે અને વિષય વસ્તુમાં તેમના એક્સપોઝરના સમપ્રમાણમાં દાવાની રકમનું યોગદાન આપે
- IV. તે સુનિશ્ચિત કરે છે કે વીમાધારક દ્વારા વર્ષ દરમિયાન સમાન હપ્તાઓમાં પ્રિમિયમનું યોગદાન આપવામાં આવે.

સંક્ષિપ્ત

- વીમા પોલિસીઓની ખાસ વિશેષતાઓમાં સામેલ છે:
 - i. ઉબરિમા ફાઇડસ
 - ii. વીમા પાત્ર હિત
 - iii. નિકટવર્તી કારણ
 - iv. ક્ષતિપૂર્તિ
 - v. સબ્રોગેશન
 - vi. યોગદાન

મુખ્ય પારિભાષિક શબ્દો

1. બિન-ઘોષણા
2. ગેરરજૂઆત
3. વાસ્તવિક હકીકતો
4. સંમત થયેલું મૂલ્ય
5. અન્ડરઇન્શ્યોરન્સ

તમારી કસોટીના ઉત્તર

- ઉત્તર 1 - સાચો વિકલ્પ III છે
- ઉત્તર 2 - સાચો વિકલ્પ II છે
- ઉત્તર 3 - સાચો વિકલ્પ III છે
- ઉત્તર 4 - સાચો વિકલ્પ III છે

પ્રકરણ C-04

વીમા કરારની વિશેષતાઓ

પ્રકરણ પરિચય

આ પ્રકરણમાં આપણે વીમા કરારની કાર્યકારી અને ખાસ વિશેષતાઓને સંચાલિત કરતા ઘટકોની ચર્ચા કરીશું.

અભ્યાસનાં પરિણામો

- A. વીમા કરારના કાનૂની પાસાઓ
- B. માન્ય કરારના ઘટકો
- C. એડવાન્સમાં પ્રિમિયમની ચુકવણી
- D. વિનંતી
- E. ગ્રેસ પિરિયડ અને ફી-લુક જેવી જોગવાઈઓ સક્ષમ કરવી

A. વીમા કરારો - કાનૂની પાસાઓ અને વિશેષ વિશેષતાઓ.

આ પ્રકરણમાં આપણે વીમા કરારના કાનૂની પાસા અને ખાસ વિશેષતાઓ વિશે ચર્ચા કરીશું.

1. વીમા કરાર

વીમામાં એક કરારાત્મક સમજૂતી સામેલ હોય છે, જેમાં વીમા કંપની પ્રિમિયમના બદલામાં ચોક્કસ પ્રકારનાં નિર્દિષ્ટ જોખમો સામે નાણાકીય સુરક્ષા પૂરી પાડવા સંમત થાય છે. કરારાત્મક સમજૂતી વીમા પોલીસીનું સ્વરૂપ લે છે.

2. વીમા કરારના કાનૂની પાસાઓ

આ વિભાગ વીમા કરારની કેટલીક વિશેષતાઓની ચર્ચા કરીશું અને સામાન્યરૂપથી વીમા કરારોને નિયંત્રિત કરતા કાનૂની સિદ્ધાંતોનો વિચાર કરીશું.

મહત્વપૂર્ણ

કરાર બે પક્ષો વચ્ચેની એક સમજૂતી છે, જે કાયદાથી લાગુ કરી શકાય છે. ભારતીય કરાર ધારા, 1872ની જોગવાઈઓ વીમા કરારો સહિત ભારતમાં તમામ કરારોને નિયંત્રિત કરે છે.

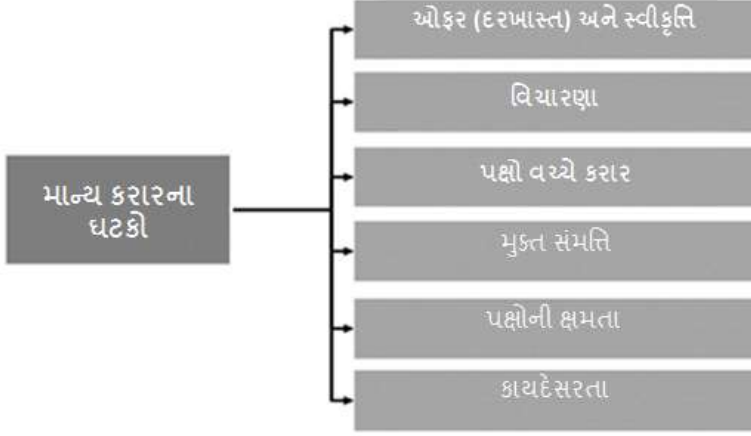
વીમા પોલિસી બે પક્ષો એટલે કે વીમા કંપની તરીકે ઓળખાતી કંપની અને વીમાધારક તરીકે ઓળખાતા પોલિસી ધારક વચ્ચેનો કરાર છે અને ભારતીય કરાર કાયદા, 1872માં સમાવિષ્ટ જરૂરિયાતો પૂરી કરે છે.

આકૃતિ 1: વીમા કરાર



B. માન્ય વીમાના ઘટકો

આકૃતિ 2: માન્ય કરારના ઘટકો



માન્ય કરારના ઘટકો છે:

1. ઓફર (દરખાસ્ત) અને સ્વીકૃતિ

જ્યારે એક વ્યક્તિ બીજી વ્યક્તિની સંમતિ પ્રાપ્ત કરવા માટે બીજી વ્યક્તિને કોઈ કાર્ય કરવા અથવા બીજી વ્યક્તિની સંમતિ પ્રાપ્ત કરવાની દૃષ્ટિએ કશું પણ કરવા માટે અથવા કરવાથી દૂર રહેવાની તેમની ઇચ્છા દર્શાવે ત્યારે તેમણે ઓફર અથવા પ્રસ્તાવ કર્યો હોવાનું જણાવવામાં આવે છે. સામાન્યપણે, પ્રસ્તાવ કરનાર દ્વારા ઓફર કરવામાં આવે છે અને વીમા કંપની દ્વારા સ્વીકૃતિ આપવામાં આવે છે.

કોઈ વ્યક્તિ જેને ઓફર કરવામાં આવી હોય તેઓ તેના માટે સંમતિ દર્શાવે ત્યારે તેને સ્વીકૃતિ માનવામાં આવે છે. તેથી જ્યારે પ્રસ્તાવ સ્વીકારવામાં આવે ત્યારે તે વચન બને છે. સ્વીકૃતિની જાણ પ્રસ્તાવ કરનારને કરવી આવશ્યક હોય છે, જે કરારની રચનામાં પરિણમે છે.

જ્યારે પ્રસ્તાવ કરનાર વીમા યોજનાની શરતોને સ્વીકારે છે અને થાપણ રકમ ચુકવીને તેમની/ તેણીની સંમતિ દર્શાવે છે, જે પ્રસ્તાવની સ્વીકૃતિ પર પ્રથમ પ્રિમિયમમાં રૂપાંતરિત થાય ત્યારે પ્રસ્તાવ પોલિસી બને છે. જો કોઈ શરત મૂકવામાં આવે ત્યારે તે કાઉન્ટર ઓફર બને છે. પોલિસી બોન્ડ કરારનો પુરાવો બને છે.

2. વિચારણા

આનો અર્થ એ થાય છે કે કરારમાં પક્ષો માટે કેટલાક પરસ્પરના લાભ ધરાવતો હોવો જોઈએ. પ્રિમિયમ વીમાકૃત્ત પાસેથી લીધેલી રકમ છે અને ક્ષતિપૂર્તિનું વચન વીમા કંપનીની વિચારણા છે.

3. પક્ષો વચ્ચેનો કરાર (કન્સેસસ એડ-ઇડેમ)

બંને પક્ષો વીમા કંપની અને પોલિસી ધારક સમાન અર્થમાં સમાન બાબત માટે સંમત થવા જોઈએ. અન્ય શબ્દોમાં કહીએ તો બંને પક્ષો વચ્ચે “કન્સેસસ એડ-ઇડેમ” હોવું જોઈએ.

4. મુક્ત સંમતિ

કરાર કરતી વખતે મુક્ત સંમતિ હોવી જોઈએ. સંમતિ ત્યારે મુક્ત કહેવામાં આવે છે, જ્યારે તે નીચેના કારણોથી થઈ ન હોય

- ✓ જબરદસ્તી / બળજબરી
- ✓ અનુચિત પ્રભાવ
- ✓ છેતરપિંડી
- ✓ ગેરરજૂઆત
- ✓ ભૂલ

જ્યારે કરાર માટેની સંમતિ જબરદસ્તી, છેતરપિંડી અથવા ગેરરજૂઆતથી કરવામાં આવે ત્યારે કરાર રદ થાય છે.

5. પક્ષોની ક્ષમતા

કરારમાં બંને પક્ષો કરારમાં દાખલ થવા માટે કાયદાકીય રીતે સક્ષમ હોવા જોઈએ. પોલિસી ધારક પ્રસ્તાવ પર હસ્તાક્ષર કરતી વખતે કાયદાકીય રીતે પુખ્ત અને માનસિક રીતે સ્વસ્થ હોવી જોઈએ અને કાયદા હેઠળ ગેરલાયક ઠરવી ન જોઈએ. ઉદાહરણ તરીકે સગીરો વીમા કરારોમાં દાખલ થઈ શકે નહીં.

6. કાયદેસરતા

કરારનો ઉદ્દેશ કાયદેસરનો હોવો જોઈએ, ઉદાહરણ તરીકે વીમો ગેરકાયદેસર કાર્યો માટે હોઈ શકે નહીં. દરેક કરાર, જેનો ઉદ્દેશ અથવા વિચારણા ગેરકાયદેસર હોય તે રદ થાય છે. વીમા કરારનો ઉદ્દેશ કાયદેસરનો ઉદ્દેશ છે.

આ ઉપરાંત વીમા કરાર પોતાની સ્વતંત્ર ઇચ્છાથી, કોઈ બાબજબરી, ભય અથવા ભૂલ વિના કરવો જોઈએ.

C. એડવાન્સમાં પ્રિમિયમની ચુકવણી

ભારતીય કાયદા અનુસાર વીમા કંપનીઓને જ્યાં સુધી તેઓ એડવાન્સમાં પ્રિમિયમ પ્રાપ્ત ન થાય ત્યાં સુધી તેમને જોખમ સ્વીકારવાની મંજૂરી નથી. અન્ય શબ્દોમાં કહીએ તો વીમા સુરક્ષા ભારતમાં ક્રેડિટના આધારે વેચી શકાતી નથી.

વીમા ધારો 1938ની સેક્શન 64 VB જણાવે છે કે, “જ્યાં સુધી પ્રિમિયમ એડવાન્સમાં પ્રાપ્ત કરવામાં ન આવે ત્યાં સુધી કોઈ જોખમ માનવામાં આવતું નથી”. કોઈ વીમા કંપની એડવાન્સમાં પ્રિમિયમ પ્રાપ્ત ન થાય અથવા ચુકવવાની બાંધધરી આપવામાં ન આવે અથવા સૂચિત રીતે એડવાન્સમાં ડિપોઝિટ ન થાય ત્યાં સુધી કોઈ જોખમ માની શકાય નહીં. ભારતમાં વીમા ઉદ્યોગની આ મહત્ત્વપૂર્ણ વિશેષતા છે.

વીમાના ખાસ વર્ગોનાં અનુસંધાનમાં વીમા નિયમ, 1939 પ્રિમિયમની એડવાન્સ ચુકવણીની આ શરત માટે કેટલાક અપવાદો પૂરા પાડે છે. વીમા નિયમોની સેક્શન 59 કેટલીક શરતોને આધિન સિકનેસ(માંદગી) ઇન્શ્યોરન્સ, ગ્રુપ પર્સનલ એક્સિડેન્ટ ઇન્શ્યોરન્સ મેડિકલ બેનિફિટ્સ ઇન્શ્યોરન્સ અને હોસ્પિટલાઇઝેશન ઇન્શ્યોરન્સ સ્કિમ્સનાં અનુસંધાનમાં હપ્તાઓમાં પ્રિમિયમ સ્વીકારવાની મંજૂરી આપે છે. વીમા નિયમોની સેક્શન 59 સરકારી અને અર્ધસરકારી સંસ્થાઓ, સરકારી અને અર્ધસરકારી કર્મચારીઓને આવરતી ફિડેલિટી ગેરંટી ઇન્શ્યોરન્સ પોલિસીઓ, વર્કમેન્સ કમ્પેન્સેશન પોલિસીઝ, કેશ ઇન ટ્રાન્ઝિટ પોલિસીઝ અને વીમાના અન્ય કેટલાક વર્ગો માટે છૂટની મંજૂરી આપે છે, જે કેટલીક શરતોને આધિન છે.

આગ્રહ (વિનંતી)

વીમાને માત્ર ખરીદવામાં/ વેચવામાં આવતી પ્રોડક્ટ તરીકે નહીં, પરંતુ હંમેશાં પ્રોડક્ટની યોગ્ય સમજ પછી ખરીદવામાં આવનારી કોઈ ચીજ તરીકે માનવામાં આવે છે. તેથી ગ્રાહક દ્વારા વીમાની ‘વિનંતી’ કરવામાં અથવા તેને માગવામાં આવે છે. પરંપરાગત રીતે વીમા કંપનીઓ ઘોષિત કરે છે કે “વીમો આગ્રહ ની વિષય વસ્તુ છે”. સ્પષ્ટ કરવા માટે વીમો તરત વેચી ખરીદી/શકાય એવી બિસ્કિટનાં પેકેટ કે ચોકલેટ બારની જેમ રેડીમેડ પ્રોડક્ટ નથી. ગ્રાહકોએ તેમની વીમા જરૂરિયાતો વિશે તેના માટે કોઈ લાયક વ્યક્તિ સાથે ચર્ચા કરવાની હોય છે અને વ્યાવસાયિક સલાહને આધારે યોગ્ય વીમા પ્રોડક્ટ ખરીદવાની હોય છે. વીમા

પ્રોડક્ટ સમજવાની હોય છે અને પોલિસી કવરેજ, એક્સક્લુઝન્સ (બાકાત રાખવામાં આવતી બાબતો), નિયમો અને શરતોનાં સંદર્ભમાં ગ્રાહકની વિશિષ્ટ જરૂરિયાતો અને આવશ્યકતાઓ માટે સૌથી યોગ્ય દરખાસ્તને ધ્યાનમાં લેવાની હોય છે.

‘વચન’ સામાન્યપણે ત્યારે શરૂ થાય છે, જ્યારે વીમા કંપની અથવા અધિકૃત મધ્યસ્થી કોઈ સંભવિત ગ્રાહક પાસેથી તેમની /તેણીની વીમા જરૂરિયાતો સમજવા માટે સંપર્ક કરે છે અને યોગ્ય વીમા પ્રોડક્ટ્સ પસંદ કરવામાં વ્યાવસાયિક સલાહ પૂરી પાડે છે. સંભવિત ગ્રાહક યોગ્ય ઉકેલની વિનંતી કરે છે અને મધ્યસ્થીને તમામ આવશ્યક વિગતો પૂરી પાડે છે. આઈઆરડીએઆઈનાં નિયમનો અનુસાર, વીમા એજન્ટ્સની નિયુક્તિ વીમા પોલિસીઓને જારી કરવા, રિન્યુઅલ અથવા રિવાઇવલને સંબંધિત કારોબાર સહિતના વીમા કારોબારનો આગ્રહ કરવા અને પ્રાપ્ત કરવામાં સામેલ કરવાના ઉદ્દેશ માટે વીમા કંપની દ્વારા કરવામાં આવે છે. વીમા કંપનીઓના માત્ર અધિકૃત કર્મચારીઓ અને લાઇસન્સ ધરાવતા મધ્યસ્થીઓના આ ઉદ્દેશ માટે તાલિમ પ્રાપ્ત અને અધિકૃત નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓને વીમાની વિનંતી અને વેચાણની પ્રક્રિયાનો ભાગ બનાવી શકે છે.

D. સમર્થ જોગવાઈઓ કરવી

1. ગ્રેસ પિરિયડ (છૂટની અવધિ)

ગ્રેસ પિરિયડ પ્રિમિયમની ચુકવણીની નિયત તારીખ પછીની તરત જ આવતી નિર્દિષ્ટ અવધિ છે, જે દરમિયાન રાહ જોવાની અવધિ અને અગાઉથી અસ્તિત્વ ધરાવતા રોગોનાં કવરેજ ચાલુ રાખવાના લાભ ગુમાવ્યા વિના પોલિસીને રિન્યુ કરવા કે જારી રાખવા માટે ચુકવણી કરી શકાય છે. પ્રિમિયમ પ્રાપ્ત ન થયું હોય તે અવધિ માટે કવરેજ ઉપલબ્ધ હોતું નથી. ગ્રેસ (છૂટ)ના દિવસોની ગણતરી પ્રિમિયમની ચુકવણી માટેની નક્કી કરેલી નિયત તારીખ પછીના દિવસથી ગણવામાં આવે છે.

જીવન વીમા માટે જો ગ્રેસ પિરિયડ ન હોય તો ચુકવણીમાં એક વિલંબથી પણ સામાન્યપણે પોલિસી લેપ્સ થઈ શકે છે. જે વીમાધારક, વીમા કંપની અને વીમા ઉદ્યોગ માટે હાનિકારક છે. આઈઆરડીએઆઈ નિયમન પ્રિમિયમની વસૂલાતના માસિક પ્રકાર(મોડ) ના કિસ્સામાં 15 દિવસનો અને અન્ય મોડ્સમાં 30 દિવસનો ગ્રેસ પિરિયડ માન્ય હોય છે.

આરોગ્ય વીમાનાં અનુસંધાનમાં પણ વ્યક્તિગત આરોગ્ય પોલિસીઓનાં રિન્યુઅલ માટે ગ્રેસ પિરિયડ તરીકે અમુક સંખ્યાના દિવસોની મંજૂરી હોય છે. આ અવધિ કંપનીની પોલિસી અને ઓફર કરેલી પ્રોડક્ટ પર આધાર રાખે છે. જો પોલિસી ગ્રેસ પિરિયડની અંદર રિન્યુ કરવામાં આવે તો જારી રાખવાના તમામ લાભ જાળવવામાં આવે છે. આઈઆરડીએઆઈ નિયમન

અનુસાર પ્રિમિયમની વસૂલાતના માસિક મોડના કિસ્સામાં 15 દિવસનો અને અન્ય મોડ્સમાં 30 દિવસનો ગ્રેસ પિરિયડ હોય છે.

મોટર પોલિસીઓ સામાન્યપણે એક વર્ષની અવધિ માટે માન્ય છે અને નિયત તારીખ પહેલા રિન્યુ કરવાની હોય છે. પ્રિમિયમ ચુકવવા માટે ગ્રેસ પિરિયડ લાગુ થતો નથી. જો એક સમગ્રલક્ષી પોલિસી 90 દિવસ કરતા વધુ સમય માટે લેપ્સ થાય છે તો ઉપાજિત થયેલા નો ક્લેઇમ બોનસ (એનસીબી)ના લાભ પણ પૂરા થાય છે.

કોવિડ-19 મહામારી દરમિયાન કામગીરીનાં સરળ સંચાલનના હિતમાં આઇઆરડીએઆઇએ નીચેની છૂટને મંજૂરી આપી છે:

- i. જીવન વીમા પોલિસીઓના કિસ્સામાં વીમા કંપનીઓને જો પોલિસી ધારકો ઇચ્છે તો તેમને વધારાના 30 દિવસના ગ્રેસ પિરિયડને લંબાવવા માટે જણાવવામાં આવ્યું હતું.
- ii. આરોગ્ય વીમા પોલિસીઓના કિસ્સામાં વીમા કંપનીઓને રિન્યુઅલમાં વિલંબને 30 દિવસ સુધી માફ કરવા અને તે પણ આવી માફીને પોલિસીમાં વિરામ માન્યા વિના કરવા માટે જણાવવામાં આવ્યું હતું. વીમા કંપનીઓને ક્વરેજમાં વિલંબને ટાળવા માટે અગાઉથી વીમા ધારકોનો સંપર્ક કરવાની વિનંતી કરવામાં આવી હતી.
- iii. મોટર વ્હીકલ થર્ડ પાર્ટી ઇન્શ્યોરન્સ પોલિસિઝ, જે કોવિડ-19ની પરિસ્થિતિને લીધે રિન્યુઅલ માટે બાકી હોય અને પ્રિમિયમ્સની ચુકવણી થઈ શકી ન હોય તેના માટે આઇઆરડીએઆઇએ 15 મે, 2020 સુધીનો ગ્રેસ પિરિયડ માન્ય રાખ્યો હતો.

2. “આઇઆરડીએઆઇ” દ્વારા રજૂ કરવામાં આવેલો ફી-લુક પિરિયડ

વીમા કરારનો મુસદ્દો વીમા કંપની દ્વારા તૈયાર કરવામાં આવે છે અને અન્ય પક્ષે જો તેઓ/તેણી વીમો લેવા માગતી હોય તો તેમણે તેનું પાલન કરવાનું હોય છે. આવા કરારો, જેમાં વ્યક્તિએ કરાર જેવો છે તે રીતે સ્વીકારવાનો હોય છે અને તેમાં કોઇ ફેરફાર કરી શકાતા નથી, તેમને કાયદેસર રીતે કોન્ટ્રાક્ટ્સ ઓફ એડ્હેશન કહેવામાં આવે છે. આ એક તરફી પરિસ્થિતિને લીધે અદાલતો હંમેશાં વીમા કંપનીઓને આ નિયમો અને શરતોનું અર્થઘટન કરવા માટે ઊભી થતી કોઇ અસ્પષ્ટતા અથવા મૂંઝવણ માટે જવાબદાર ઠેરવે છે.

આ એક તરફીપણાંને ઘટાડવા અને વીમાના વ્યવહારોને વધુ ગ્રાહક અનુકૂળ બનાવવા માટે આઇઆરડીએઆઇએ તેના નિયમનોમાં ‘ફી-લુક પિરિયડ’ તરીકે ઓળખાતી ગ્રાહક અનુકૂળ

જોગવાઈ બનાવી છે, જેના દ્વારા જો ગ્રાહક પોલિસીના કોઈ નિયમ અને શરતથી સંતુષ્ટ ન હોય તો તેઓ/ તેણી તેને પરત કરી શકે છે અને રિફંડ મેળવી શકે છે. આ જોગવાઈથી પોલિસી ધારકોને જો તેઓ પોલિસીથી સંતુષ્ટ ન હોય તો જીવન વીમા અને આરોગ્ય વીમા પોલિસીઓ (ઓછામાં ઓછી 1 વર્ષની અવધી ધરાવતી હોય) માટે રજૂ કરવામાં આવેલા પોલિસી દસ્તાવેજ પ્રાપ્ત કર્યા પછીના 15 દિવસની અંદર પોલિસી રદ કરવાનો વિકલ્પ આપવામાં આવે છે (ઇલેક્ટ્રોનિક પોલિસીઓ અને ડિસ્ટન્સ મોડ મારફતે સોર્સ કરેલી પોલિસીઓના કિસ્સામાં 30 દિવસ). કંપનીએ લેખિતમાં જાણ કરવાની હોય છે અને પ્રિમિયમ ક્વર, ખર્ચ અને ચાર્જિસની અવધિ માટે ઓછા, સમપ્રમાણનાં જોખમ પ્રિમિયમને રિફંડ કરવામાં આવે છે.

પોલિસીઓ રદ થવી: જ્યારે પોલિસી વીમા કંપની દ્વારા રદ થાય ત્યારે વીમાની સમાપ્તિ અવધિને લગતા પ્રિમિયમનો હિસ્સો વીમા કંપની દ્વારા ચાર્જ / જાળવી રાખવામાં આવે છે અને વીમાની સમાપ્ત નહીં થયેલી અવધિને અનુરૂપ હિસ્સો વીમાધારકને પરત કરવામાં આવે છે, જે કોઈ પણ દાવો પોલિસી હેઠળ ચુકવવામાં ન આવ્યો હોય તે શરતને આધિન છે. આવી પ્રિમિયમની પ્રમાણસરની ગણતરીને પ્રો-રેટા પ્રિમિયમ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

જ્યારે વાર્ષિક પોલિસીઓ વીમાધારક દ્વારા રદ થાય ત્યારે વીમા કંપનીઓ સામાન્યપણે ઊંચા દરે પ્રિમિયમ ચાર્જ કરે છે/ જાળવી રાખે છે અને પ્રો-રેટા પ્રિમિયમની ગણતરી કરવાને સ્થાને ઊંચા દરે પ્રિમિયમ્સ પરત કરે છે. આ વીમા કંપનીઓ સામેની પ્રતિ-પસંદગીને રોકશે અને વીમા કંપનીના આરંભિક ખર્ચની સંભાળ લેશે. આવા દરો વીમા કરારના નિયમો અને શરતોના ભાગ તરીકે જાહેર કરવામાં આવે છે અને ટૂંકી અવધિના સ્કેલ્સ તરીકે સંદર્ભિત કરવામાં આવે છે.

મહત્વપૂર્ણ

- i. જબરદસ્તી - ગુનાઈત માધ્યમો મારફતે લાગુ કરેલું દબાણ સામેલ હોય છે.
- ii. અનુચિત પ્રભાવ - અન્ય વ્યક્તિની ઇચ્છાશક્તિ પર પ્રભુત્વ મેળવવા માટે, તે વ્યક્તિનો અનુચિત લાભ પ્રાપ્ત કરવા માટે કોઈના હોદ્દાનો ઉપયોગ કરવો.
- iii. છેતરપિંડી - એવી રજૂઆત જેને એક વ્યક્તિ સાચું હોવાનું માનતી ન હોય તેના કારણે સર્જાતી ખોટી માન્યતા પર અન્ય વ્યક્તિ કાર્ય કરતી હોવાનો સમાવેશ થાય છે. તે તથ્યોને જાણી જોઈને છુપાવવાને લીધે અથવા તેમની ખોટી રજૂઆત કરીને ઊભી થઈ શકે છે.

iv. ભૂલ - વ્યક્તિના જ્ઞાનમાં ત્રુટી અથવા માન્યતા કે કોઈ બાબત કે ઘટનાની ખોટી રજૂઆત. આને લીધે સમજમાં અને કરારની વિષય બાબત અંગે સમજમાં અને સમજૂતીમાં ત્રુટી સર્જાઈ શકે છે.

તમારી કસોટી કરો 1

નીચેનામાંથી કયો વિકલ્પ માન્ય વીમા કરારમાં ઘટક હોઈ શકે નહીં ?

- I. ઓફર અને સ્વીકૃત્તિ
- II. જબરદસ્તી
- III. વિચારણા
- IV. કાયદેસરતા

સંક્ષિપ્ત

- i. વીમો કરારાત્મક સજૂતી સામેલ કરે છે, જેમાં વીમા કંપની પ્રિમિયમ તરીકે ઓળખાતી કિંમત કે રકમ માટે નિર્દિષ્ટ જોખમોની સામે નાણાકીય સુરક્ષા પૂરી પાડવા માટે સંમત થાય છે.
- ii. કરાર પક્ષો વચ્ચેની સમજૂતી છે, જે કાયદાને આધારે લાગુ થવા પાત્ર હોય છે.
- iii. માન્ય વીમાના ઘટકોમાં સામેલ છે:
 - ઓફર અને સ્વીકૃત્તિ
 - વિચારણા
 - પક્ષો વચ્ચે કરાર
 - મુક્ત સંમતિ
 - પક્ષોની ક્ષમતા
 - કાયદેસરતા

મુખ્ય પારિભાષિક શબ્દો

1. ઓફર અને સ્વીકૃત્તિ
2. કાયદેસરની વિચારણા
3. કંસેસસ એડ હડેમ

તમારી કસોટી કરો 2

ફી-લુક અવધિ દરમિયાન જો પોલિસી ધારક જેમણે એજન્ટ મારફતે પોલિસી ખરીદી હોય તેઓ કોઈ નિયમો અને શરતોથી અસંમત હોય તો તેઓ/ તેણી તેને પરત કરી શકે છે અને નીચેની શરતોને આધિન રિફંડ મેળવી શકે છે:

- I. તેઓ/ તેણી પોલિસી દસ્તાવેજ પ્રાપ્ત કર્યાના 15 દિવસની અંદર આ વિકલ્પનો ઉપયોગ કરી શકે છે
- II. તેમણે/ તેણીએ કંપનીને લેખિતમાં જણાવવાનું હોય છે
- III. પ્રિમિયમનાં રિફંડને કવર પરની અવધિ માટેનાં જોખમ પ્રિમિયમનાં સમપ્રમાણ, તબીબી તપાસ અને સ્ટેમ્પડ્યુટીના ચાર્જિસ પર વીમા કંપનીને થયેલા ખર્ચની સામે સમાયોજિત કરવામાં આવશે.
- IV. ઉપરના તમામ

તમારી કસોટી કરો 3

જો પોલિસી ધારકે પોલિસી ખરીદી છે અને તેમને તે જોઈતી નથી, તો તેઓ/ તેણી તેને _____ અવધિ દરમિયાન પરત કરી શકે છે અને રિફંડ મેળવી શકે છે.

- I. ફી ઇવેલ્યુએશન
- II. ફી-લુક
- III. કેન્સલેશન
- IV. ફી ટ્રાયલ

તમારી કસોટીના ઉત્તર

ઉત્તર 1 - સાચો વિકલ્પ II છે.

ઉત્તર 2 - સાચો વિકલ્પ IV છે.

ઉત્તર 3 - સાચો વિકલ્પ II છે.

પ્રકરણ C-05

અન્ડરરાઈટિંગ અને રેટિંગ

પ્રકરણનો પરિચય

આ પ્રકરણમાં તમે અન્ડરરાઈટિંગ અને રેટિંગની મૂળભૂત બાબતો વિશે શીખશો. તમે જોખમનાં રેટિંગની પ્રક્રિયામાં જોખમો સાથે વ્યવહાર કરવાની વિભિન્ન પદ્ધતિઓ અંગે શીખશો. તમે અન્ડરરાઈટિંગ, પ્રોડક્ટની મંજૂરી અને રેટિંગના સામાન્ય પાસાઓનું મૂલ્યાંકન કરી શકશો.

અભ્યાસનાં પરિણામો

- A. અન્ડરરાઈટિંગની મૂળભૂત બાબતો
- B. આઈઆરડીએઆઈ સમક્ષ પ્રોડક્ટ ફાઇલ કરવી
- C. રેટમેકિંગની મૂળભૂત બાબતો
- D. રેટિંગનાં પરિબળો

આ પ્રકરણનો અભ્યાસ કર્યા પછી તમે નીચેની બાબતો માટે સક્ષમ બનશો:

1. અન્ડરરાઈટિંગની મૂળભૂત બાબતોને વ્યાખ્યાયિત કરવા
2. ભારતમાં પ્રોડક્ટ મંજૂરીઓની મૂળભૂત બાબતોને સમજવા
3. રેટિંગ પરિબળોની આકારણી કરવી અને રેટમેકિંગનું મહત્ત્વ

A. અન્ડરરાઇટિંગની મૂળભૂત બાબતો

અગાઉનાં પ્રકરણોમાં આપણે જોયું કે વીમાના વિચારમાં સંયોજન(પુલિંગ) મારફતે જોખમ સંચાલન સામેલ હોય છે. વીમા કંપનીઓ વ્યક્તિઓ / વાણિજ્ય / ઔદ્યોગિક કંપનીઓ / સંસ્થાઓ દ્વારા આપેલા પ્રિમિયમ્સનું એકત્રીકરણ કરે છે.

જોખમ સમજવાની, જોખમો વર્ગીકૃત્ત કરવાની, તેઓ કઈ કેટેગરીમાં આવે છે તે ઓળખવાની, જોખમ સ્વીકારવું કે નહીં તે નક્કી કરવાની આ પ્રક્રિયા અને જો હા, તો વીમા કંપનીએ કેટલા પ્રમાણમાં જોખમ સ્વીકારવું જોઈએ અને જોખમ પર કોઈ વધારાની શરતો લાગુ થશે કે નહીં વગેરે અન્ડરરાઇટિંગનો એક ભાગ છે.

કયો દર લાગુ કરવામાં આવશે અને તે કેવી રીતે તૈયાર થાય છે તે જાણવું પણ મહત્વપૂર્ણ છે.

વ્યાખ્યા

અન્ડરરાઇટિંગ વીમા માટે ઓફર કરવામાં આવતું જોખમ સ્વીકાર્ય છે કે નહીં અને જો હા તો કયા દરે, કયા નિયમો અને શરતો પર તે નિર્ધારિત કરવાની પ્રક્રિયા છે.

અન્ડરરાઇટિંગમાં નીચેના મુદ્દાઓનો સમાવેશ થાય છે:

- i. નુકસાનની પુનરાવૃત્તિ અને નુકસાનની ગંભીરતાની દૃષ્ટિએ હાનિ અને જોખમની આકારણી અને મૂલ્યાંકન
- ii. પોલિસી કવરેજ અને નિયમો તથા શરતોની રચના
- iii. પ્રિમિયમના દરો નક્કી કરવા

અન્ડરરાઇટર જોખમ સ્વીકારવું કે નહીં તે નક્કી કરે છે

આગામી પગલું દરો, નિયમો અને શરતો નક્કી કરવાનું હશે, જેના હેઠળ જોખમ સ્વીકારવામાં આવે છે.

અન્ડરરાઇટિંગની કુશળતા પર્યાપ્ત તાલિમ, ફિલ્ડ એક્સપોઝર અને ઊંડી આંતરદૃષ્ટિને સમાવતી સતત શીખવાની પ્રક્રિયા પર આધારિત છે. આગ વીમાના અન્ડરરાઇટર બનવા માટે વ્યક્તિને આગ લાગવાનાં સંભવિત કારણો, વિભિન્ન ભૌતિક સામાન અને સંપત્તિ પર આગની અસર, ઉદ્યોગમાં સામેલ પ્રક્રિયા, ભૂગોળ, હવામાનની સ્થિતિ વગેરેનું સાફ જ્ઞાન હોવાની જરૂર છે.

આ જ પ્રમાણે મરીન વીમાના અન્ડરરાઇટર બંદર / માર્ગની સ્થિતિઓ, કાર્ગો/ માલસામાનને પરિવહન દરમિયાન અથવા સંગ્રહમાં થતી સમસ્યાઓ, જહાજો અને તેમની સમૃદ્ધી યોગ્યતા વગેરે વિશે જાણકારી હોવી જરૂરી છે.

આરોગ્યના અન્ડરરાઇટરે વીમાકૃત વ્યક્તિની જોખમ પ્રોફાઇલ, વય, તબીબી પાસાઓ, તંદુરસ્તીનાં સ્તર અને પારિવારિક ઇતિહાસ સમજવાની અને જોખમને પ્રભાવિત કરતા દરેક પરિબલોની અસરને માપવાની આવશ્યકતા હોય છે.

અન્ડરરાઇટિંગ માટે માહિતીના સ્ત્રોતો

કોઇ પણ સંખ્યાત્મક (અથવા આંકડાકીય) વિશ્લેષણનું પ્રથમ પગલું ડેટા એકત્રિત કરવાનું હોય છે. જ્યારે જોખમનું મૂલ્ય નિર્ધારિત કરવામાં આવે ત્યારે અન્ડરરાઇટરે ચોક્કસ આકારણીને સહાયરૂપ બને તે માટે શક્ય બને તેટલી વધુ માહિતી એકત્રિત કરવી જોઇએ.

માહિતીના સ્ત્રોતો નીચે પ્રમાણેના છે:

- i. પ્રસ્તાવ ફોર્મ અથવા અન્ડરરાઇટિંગની રજૂઆત
- ii. જોખમ સર્વેક્ષણો
- iii. ઐતિહાસિક દાવાઓના અનુભવના ડેટા: કારોબારના કેટલાક વર્ગો માટે જેવા કે વ્યક્તિગત અને મોટર લાઇન્સ, અન્ડરરાઇટર સામાન્યપણે ભવિષ્યના સંભવિત દાવાના અનુભવનો સંકેત પૂરો પાડવા અને યોગ્ય પ્રિમિયમ પર પહોંચવા માટે ઐતિહાસિક દાવાઓના અનુભવનો ઉપયોગ કરે છે.

અન્ડરરાઇટિંગ, ઇક્વિટી અને કારોબારની ટકાઉપણું

વીમામાં ધ્યાનપૂર્વકનાં અન્ડરરાઇટિંગ અને જોખમ વર્ગીકરણ માટેની જરૂરિયાત એ સરળ હકીકત પરથી ઊભી થાય છે કે તમામ જોખમો સમાન હોતા નથી. તેથી દરેક જોખમની યોગ્ય રીતે આકારણી કરવાની અને નુકસાનનાં સર્જન તથા ગંભીરતાની શક્યતા અનુસાર કિંમત નક્કી કરવાની જરૂરિયાત હોય છે.

તમામ જોખમો એક સરખા ન હોવાથી વીમાકૃત થયેલા તમામને એક સમાન પ્રિમિયમ ચુકવવાનું જણાવવું યોગ્ય ગણાશે નહીં. અન્ડરરાઇટિંગનો ઉદ્દેશ જોખમને વર્ગીકૃત કરવા માટે હોય છે, જેથી તેમની લાક્ષણિકતાઓ અને તેમની સામે રહેલા જોખમની માત્રાને આધારે પ્રિમિયમના યોગ્ય દર ચાર્જ કરવામાં આવી શકે છે. અન્ડરરાઇટર માટે એ સુનિશ્ચિત કરવું મહત્ત્વપૂર્ણ હોય છે કે જોખમનું મૂલ્યાંકન યોગ્ય રીતે થાય અને ચાર્જ કરવામાં આવેલું

પ્રિમિયમ જોખમ આવરવા માટે એટલું બધું નીચું ન હોવું જોઈએ અથવા તેને બિન-સ્પર્ધક બનાવે તેટલું ઊંચું પણ ન હોવું જોઈએ.

અન્ડરરાઈટિંગની મુખ્ય વિશેષતાઓ નીચે પ્રમાણેની છે

- i. લાક્ષણિકતાઓને આધારે જોખમ ઓળખવું
- ii. પ્રસ્તાવ કરનાર દ્વારા રજૂ થતા જોખમનું સ્તર નિર્ધારિત કરવું

ટ્રેકમાં અન્ડરરાઈટિંગના ઉદ્દેશો પ્રિમિયમની સ્વીકાર્યતા, પર્યાપ્તતા અને અન્ય શરતોનાં સ્તર નક્કી કરવા માટેના છે.

B. આઇઆરડીએઆઇ સમક્ષ પ્રોડક્ટ ફાઇલ કરવી

દરેક વીમા પ્રોડક્ટને વેચાણ માટે તેને ઓફર કરવામાં આવે તે પહેલા મંજૂરી માટે આઇઆરડીએઆઇ સમક્ષ ફાઇલ કરવી જરૂરી હોય છે. આઇઆરડીએઆઇ દરેક વીમા પ્રોડક્ટ માટે યુનિક આઇડેન્ટિફિકેશન નંબર (યુઆઇએન) ફાઇલ છે. એક વખત પ્રોડક્ટ્સ બજારમાં રજૂ કરવામાં આવે ત્યાર પછી પ્રોડક્ટ પાછી ખેંચવા માટેની પણ માર્ગદર્શિકાઓ હોય છે, જેને અનુસરવાની હોય છે.

1. નિયમનકાર વીમા કંપનીનાં બોર્ડ પાસેથી એ સ્પષ્ટ વચનબદ્ધતા માગે છે કે તે પોલિસીમાં જોખમોને સ્વીકારવા માટે તૈયાર છે અને દાવાઓની ચુકવણી કરવા સંમત છે. તે વીમા કંપનીને એ પણ પ્રતિબદ્ધતા માટે પૂછે છે કે પોલિસી વર્ડિંગ્સ (શરતો) ગ્રાહકો માટે વાજબી હોય અને કિંમતો વૈજ્ઞાનિક ધોરણે નક્કી કરવામાં આવી હોય.
2. વીમા કંપનીએ ભવિષ્યમાં પ્રોડક્ટ્સને પાછી ખેંચવાની શક્યતા અને વિકલ્પોની માટેની પણ યોજના કરવી જોઈએ, જે પ્રોડક્ટ પાછી ખેંચવા પર પોલિસી ધારકો પાસે ઉપલબ્ધ હોય.
3. પાછી ખેંચેલી પ્રોડક્ટ સંભવિત ગ્રાહકોને ઓફર કરવામાં આવશે નહીં.

C. રેટમેકિંગની મૂળભૂત બાબતો

વીમો વીમા કંપનીને જોખમ સ્થાનાંતર કરવા પર આધારિત છે. વીમા પોલિસી ખરીદીને વીમાધારક જે સંકટ સામે સંપત્તિને વીમાકૃત્ત કરવામાં આવી હોય તે સંકટથી ઊભા થતા આર્થિક નુકસાનની અસરને ઘટાડી શકે છે. વીમા કંપનીએ નફાના માર્જિન સહિત વીમાના દાવાઓ અને ખર્ચના ભવિષ્યના ખર્ચને આવરવા માટે કિંમત (પ્રિમિયમ) નક્કી કરવાની પ્રક્રિયા અપનાવવાની જરૂર હોય છે. આને રેટમેકિંગ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.

દર (રેટ) વીમાના આપેલા યુનિટની કિંમત છે. ઉદાહરણ તરીકે, દર ભૂકંપના ક્વરેજ માટે મિલે (પ્રતિ હજાર) વીમાકૃત્ત રકમદીઠ રૂ. 1.00 તરીકે વ્યક્ત કરી શકાય છે. દરેક દર પ્રવર્તમાન પર્યાવરણનાં ભૂતકાળનાં વલણો અને ફેરફારો કે જે ભવિષ્યમાં સંભવિત નુકસાનને પ્રભાવિત કરી શકે તેને ધ્યાનમાં લીધા પછી સ્થાપિત થાય છે.

નોંધવા લાયક છે કે, બધા પ્રિમિયમ્સના દર(રેટ) સમાન હોતા નથી.

$$\text{પ્રિમિયમ} = (\text{વીમાકૃત્ત રકમ}) \times (\text{રેટ})$$

ઉદાહરણ

આરોગ્ય વીમાનું ઉદાહરણ લઈને સંખ્યાકીય અથવા ટકાવારીની આકારણી જોખમના દરેક ઘટક પર થાય છે. વય, વંશ, વ્યવસાય, આદતો વગેરે જેવા પરિબલોની તપાસ થાય છે અને પૂર્વનિર્ધારિત માપદંડને આધારે આંકડાકીય રીતે સ્કોર કરવામાં આવે છે.

યુકવવામાં આવતા પ્રિમિયમની રકમ તેના દર (રેટ) પર આધાર રાખે છે, જે બે પરિબલો દ્વારા નિર્ધારિત થાય છે;

- ✓ નુકસાનની ઘટના (વીમાકૃત્ત સંકટ દ્વારા થયેલી)ને લીધે નુકસાનની સંભાવના અને
- ✓ નુકસાનની ઘટનાને લીધે ઊભા થઈ શકે એવા નુકસાનની અંદાજિત રકમ

ઉદાહરણ

ધારો કે, આગ દ્વારા વિનાશ પામેલા ઘરની સરેરાશ રકમ રૂ. 1,00,000 છે.

આગ દ્વારા વિનાશ થનારા ઘરનાં નુકસાનની સંભાવના 100માંથી 1 [અથવા 0.01] છે. એટલે કે, અનુભવ છે કે 100 વીમાકૃત્ત ઘરોમાંથી એક ઘરનો આગથી વિનાશ થાય છે.

અપેક્ષિત સરેરાશ નુકસાન રૂ. 1,00,000 x 0.01 = રૂ. 1000.

તેથી વીમા કંપનીઓને રૂ. 1,00,000નાં મૂલ્યનાં ઘરને વીમાકૃત્ત કરવા માટે લઘુત્તમ રૂ. 1000નો ચાર્જ કરવાની જરૂર રહેશે.

વીમા કંપનીએ એ સુનિશ્ચિત કેવી રીતે કરી શકે છે વાસ્તવિકપણે થયેલા નુકસાનની ભરપાઈ કરવા માટે પુલ (એક્ટ્રિત પ્રીમિયમ) પર્યાપ્ત છે ?

અગાઉ જોયું તે પ્રમાણે વીમાની સમગ્ર કાર્યપ્રણાલીમાં ઘણા સામાન જોખમોનું પુલિંગ સામેલ છે, જેથી નુકસાનની સંખ્યાની સંભાવના (પુનરાવૃત્તિ) તેમ જ નુકસાનની હદ (ગંભીરતા)ની આગાહી કરી શકાય છે. આ સિદ્ધાંત, જેને 'મોટી સંખ્યાના નિયમ' કરીકે

ઓળખવામાં આવે છે, તે જણાવે છે કે જેમ નમૂનાની સંખ્યા વધે છે તેમ પરિણામો અપેક્ષિત મૂલ્યની નજીક આવે છે. વીમા કંપનીઓએ તેમની અપેક્ષાઓ / આગાહીને કાર્યરત બનાવવા માટે વધુ ને વધુ લોકોને વધુ પોલિસી વેચવાની જરૂર હોય છે.

એક ઉદાહરણ એ છે કે જો સિક્કો ઉછાળવામાં આવે તો 'હેડ્સ' અથવા 'ટેઇલ્સ' મળવાની શક્યતા 50:50 હોય છે. જોકે સિક્કો માત્ર એક વખત ઉછાળવામાં આવે તો પરિણામ 100% હેડ્સ અને 0% 'ટેઇલ્સ' અથવા 0% 'હેડ્સ' અને 100% 'ટેઇલ્સ' હોઇ શકે છે. જોકે જો વ્યક્તિ સિક્કોને ઘણી વખત ઉછાળવામાં આવે તો 'હેડ્સ' અને 'ટેઇલ્સ'ની સરેરાશ સંખ્યાની શક્યતા 100% અને 0% હશે અને તે 50:50ની નજીક આવશે.

ઉદાહરણ

સંપત્તિના વીમાનાં ક્ષેત્રમાં લાકડાનાં માળખાંને આગ પકડવાની શક્યતા પથ્થરનાં માળખાં કરતા વધુ હોય છે; તેથી લાકડાનાં માળખાંના વીમા માટે ઊંચા પ્રિમિયમની આવશ્યકતા હોય છે.

સમાન વિચાર જીવન અને આરોગ્ય વીમાને પણ લાગુ થાય છે. હાઇ બ્લડ પ્રેશર અને ડાયાબિટિસથી પિડાતી વ્યક્તિને હાર્ટ એટેક થવાની શક્યતા ઊંચી હોય છે.

તમારી કસોટી કરો 1

વીમાનાં રેટમેકિંગને અસર કરતા બે પરિબલો ઓળખો.

- I. જોખમની સંભાવના અને ગંભીરતા
- II. જોખમનો સ્ત્રોત અને પ્રકાર
- III. જોખમનો સ્ત્રોત અને સમય
- IV. જોખમનો પ્રકાર અને અસર

1. પ્રિમિયમનો દર નિર્ધારિત કરવો

ભૂતકાળના નુકસાનના અનુભવને આધારે પ્રિમિયમના શુદ્ધ દર પર પહોંચવામાં આવે છે. તેથી ભૂતકાળના નુકસાનને લગતા આંકડાકીય ડેટા દર નક્કી કરવાના ઉદ્દેશ માટે સૌથી આવશ્યક હોય છે. દરો નક્કી કરવા માટે જોખમોને 'ગાણિતિક મૂલ્ય' આપવું આવશ્યક હોય છે.

ઉદાહરણ

જો મોટી સંખ્યામાં મોટર સાઇકલ્સનાં નુકસાનનો અનુભવ 10 વર્ષની અવધિ માટે એકત્રિત કરવામાં આવે છે તો આપણે વાહનોને થયેલી ક્ષતિમાંથી પરિણમતા નુકસાનની કુલ રકમ મેળવી શકીએ. આ નુકસાનની રકમને મોટર સાઇકલ્સનાં કુલ મૂલ્યની ટકાવારી તરીકે વ્યક્ત કરીને આપણે જોખમના 'ગાણિતિક મૂલ્ય'ને નક્કી કરી શકીએ છે. આને નીચે આપેલા સમીકરણમાં વ્યક્ત કરવામાં આવી શકે છે:

$M = \frac{L \times 100}{V}$	L નુકસાનની કુલ રકમ અને V તમામ મોટર સાઇકલ્સનું કુલ મૂલ્ય અને M સરેરાશ નુકસાનની ટકાવારી દર્શાવે છે.
------------------------------	---

ચાલો આપણે ધારીએ,

- ✓ મોટર સાઇકલનું મૂલ્ય: રૂ. 50,000/- છે
- ✓ નુકસાનનો અનુભવ: 1000 મોટર સાઇકલમાંથી 50 મોટર સાઇકલ 10 વર્ષમાં ચોરાઇ જાય છે
- ✓ સરેરાશ, દર વર્ષે ચોરાઇ જવાને લીધે 5 મોટર સાઇકલ કુલ નુકસાન બને છે

સમીકરણને લાગુ કરીને પરિણામ હશે:

વર્ષદીઠ નુકસાન (રૂ. 50,000 X 5) = રૂ. 2,50,000

1000 મોટર વ્હીકલ્સનું કુલ મૂલ્ય (રૂ. 50,000 x 1000) = રૂ. 5,00,00,000

આનો અર્થ એ થાય છે કે વાહનદીઠ સરેરાશ નુકસાનની ટકાવારી $(L/V) \times 100 = [2,50,000/5,00,00,000] \times 100 = 0.5\%$

તેથી મોટર સાઇકલના માલિક ચુકવે છે તે પ્રિમિયમનો દર રૂ. 50,000/-ની અડધી ટકાવારી છે - એટલે કે રૂ. 250/- પ્રતિ વર્ષ. આને 'શુદ્ધ' પ્રિમિયમ કહેવામાં આવે છે, અને તેને 'બર્નિંગ કોસ્ટ' તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે.

મોટર સાઇકલદીઠ રૂ. 250ના દરે રૂ. 2.5 લાખ વસૂલવામાં આવે છે, જેને 5 વાહનોનાં કુલ નુકસાન પરના દાવાઓમાં ચુકવવામાં આવે છે.

ઉપરની ગણતરી મુજબ શુદ્ધ પ્રિમિયમ એકત્રિત કરવામાં આવે છે તો તે ભંડોળની રચના કરશે, જે માત્ર નુકસાન માટેની ચુકવણી કરવા પૂરતા જ ભંડોળને એકત્રિત કરી શકશે.

ઉપર આપેલા ઉદાહરણમાં આપણે જોઈ શકીએ છીએ કે કોઈ સરપ્લસ નથી. પરંતુ વીમા કામગીરીઓમાં વહીવટી (સંચાલનના ખર્ચ) ખર્ચ અને કારોબારની પ્રાપ્તિના ખર્ચ (એજન્સી કમિશન) સામેલ હોય છે. અનપેક્ષિત જંગી નુકસાન માટે માજિન પૂરા પાડવા પણ આવશ્યક છે.

આખરે, વીમાનો વ્યવહાર વાણિજ્ય ધોરણે થતો હોવાથી અન્ય કોઈ કારોબારની જેમ લાભના માજિન માટે જોગવાઈ કરવી આવશ્યક છે, જે કારોબારમાં રોકાણ કરેલી મૂડી પરનું વળતર છે.

તેથી, 'શુદ્ધ પ્રિમિયમ' ખર્ચ, અનામતો અને નફા માટેની જોગવાઈ કરવા ટકાવારી ઉમેરીને યોગ્ય રીતે લોડ કરી શકાય અથવા વધારી શકાય છે.

પ્રિમિયમનો આખરી દર નીચેના ઘટકોનો બનેલો હશે:

- ✓ નુકસાનની ચુકવણી
- ✓ નુકસાનના ખર્ચ (દા.ત. સર્વે ફી)
- ✓ એજન્સીનું કમિશન
- ✓ સંચાલનના ખર્ચ
- ✓ અનપેક્ષિત જંગી નુકસાન માટેની અનામતોનું માજિન દા.ત. 5 અપેક્ષિત સામે કુલ 7 નુકસાન
- ✓ નફા માટેનું માજિન

તમામ સુસંગત રેટિંગ પરિબલોને ધ્યાનમાં લઈને વ્યક્તિ સુનિશ્ચિત કરી શકે છે દર સમાન પ્રકાર, ગુણવત્તાનાં જોખમો વચ્ચે પર્યાપ્ત કે વધુ પડતા અથવા અયોગ્ય રીતે ભેદભાવપૂર્ણ છે.

તમારી કસોટી કરો 2

શુદ્ધ પ્રિમિયમ શું છે ?

- I. માત્ર નુકસાન માટે ચુકવણી કરવા માટે પર્યાપ્ત મોટું પ્રિમિયમ
- II. સમાજના સિમાંત સભ્યો પર લાગુ થવા પાત્ર પ્રિમિયમ
- III. વહીવટી ખર્ચ માટે લોડિંગ પછી પ્રિમિયમ
- IV. સૌથી તાજેતરના નુકસાનના અનુભવની અવધિથી પ્રાપ્ત થયેલું પ્રિમિયમ

2. ડિડક્ટિબલ

'ડિડક્ટિબલ' અથવા 'એક્સેસ વીમા કંપની અને વીમાધારક વચ્ચે ખર્ચની વહેંચણીની જોગવાઈ છે. ડિડક્ટિબલ્સ એવી જોગવાઈ કરે છે કે વીમા કંપની દ્વારા માત્ર વિશેષ મર્યાદા (થ્રેશોલ્ડ)થી વધુના દાવાઓ ચુકવવા પાત્ર હોય છે. અન્ય શબ્દોમાં કહીએ તો વીમા કંપની

સ્પષ્ટ કરેલા સ્તરથી નીચેના દાવાઓ માટે જવાબદાર રહેશે નહીં. સ્તર અથવા મર્યાદા (થ્રેશોલ્ડ)ની સ્થાયી રકમ અથવા ટકાવારી કે દર્શાવેલ સમય અવધિ તરીકે નિર્ધારિત કરવામાં આવે છે (તેને સમય-અધિક રહેવામાં આવે છે). સ્વાસ્થ્ય પોલિસીઓના કિસ્સામાં એવી શરત હોય છે કે જો હોસ્પિટલાઇઝેશનના દિવસ/ કલાક નક્કી કરેલ સંખ્યાથી વધારે હોય માત્ર તો જ દાવાઓ ચુકવવા પાત્ર હશે. ડિડક્ટિબલ્સ જીવન પોલિસીઓમાં ઉપયોગમાં લેવામાં આવતી નથી.

સંપત્તિ, મોટર અને ઘરના વીમાઓ જેવી પ્રોડક્ટ્સમાં ડિડક્ટિબલ્સ પૂર્વનિર્ધારિત કરેલી રકમ હોય છે, જે વીમાધારકને ક્ષતિપૂર્તિના દાવાઓ માટે ચુકવવી આવશ્યક હોય છે. ડિડક્ટિબલ્સ કેટલીક પોલીઓ માટે ફરજિયાત અથવા સ્વૈચ્છિક હોઈ શકે છે. વીમા કંપનીઓ સામાન્યરીતે જ્યારે વીમાધારક ઊંચા ડિડક્ટિબલ્સ માટેનો વિકલ્પ સ્વૈચ્છિક પસંદ કરે છે ત્યારે તેમને નીચા પ્રિમિયમ્સ ચાર્જ કરે છે. એજન્ટે વિશિષ્ટ ડિડક્ટિબલ્સ કેવી રીતે કાર્ય કરે છે તેની તપાસ કરવી જોઈએ અને વીમાધારકને ડિડક્ટિબલ 'પ્રતિ વર્ષ' અથવા 'પ્રતિ ઘટના'ના ધોરણે લાગુ થવા પાત્ર છે કે કેમ તેની જાણ કરવી જોઈએ.

ડિડક્ટિબલ્સ હોવા માટેના વિભિન્ન કારણો હોય છે. ફેક્ટરીઝ, બહુવિધ કાર્ગો કન્સાઇન્મેન્ટ્સ, કર્મચારીનાં મોટા જૂથ, જાહેર જવાબદારીના એક્સપોઝર્સ વગેરેને આવરતા કોર્પોરેટ ગ્રાહકો અને જંગી રકમની વીમાકૃત્ત રકમ ધરાવતા હોવાથી તેઓ તેમની જાતે નાના દાવાઓ ચુકવવાનું અને દાવાઓ સાબિત કરવા માટે દસ્તાવેજીકરણ ટાળવાનું પસંદ કરી શકે છે. ઉદાહરણ તરીકે લાખો અથવા રૂપિયામાં પ્રિમિયમની ચુકવણી કરતા એક મોટી ફેક્ટરીના માલિક મશીનનાં રિપેર માટે લગભગ રૂ. 2,000ની રકમના નાના ખર્ચ અંગે ચિંતા કરી શકે નહીં.

અમુક પ્રકારની પોલિસીઓ વીમાધારકને નુકસાનના કેટલાક ભાગને સહન કરવાનું પણ આવશ્યક બનાવી શકે છે, જેથી એ સુનિશ્ચિત થશે છે કે કે તેઓ/ તેણી યોગ્ય તકેદારી રાખે છે. ઉદાહરણ તરીકે આરોગ્ય વીમા કંપનીઓ ડિડક્ટિબલ્સનો આગ્રહ કરી શકે છે, જેથી વીમાધારક વીમો હોવાને લીધે મોંઘી હોસ્પિટલના ખર્ચાળ રૂમ્સ પર વધુ પડતો ખર્ચ કરશે નહીં. કેટલીક વીમા કંપનીઓ નાના દાવાઓની પ્રક્રિયા કરવા પર સમય ખર્ચવાનું પસંદ કરી શકે નહીં. આ ઉપરાંત અમુક પરિસ્થિતિઓમાં વીમા કંપનીઓ એક સ્થળે નાના નુકસાનની મોટી સંખ્યા એકત્રિત થવાને લીધે થતા નાણાકીય તણાવનો સામનો કરવા ન પણ માગતી હોય. ઉદાહરણ તરીકે, ઔદ્યોગિક એસ્ટેટ ક્ષેત્રમાં નાના પુર તે વિસ્તારના તમામ વેરહાઉસ પાસેથી નાના મૂલ્યનાં ઘણા દાવાઓ ઊભા કરી શકે છે.

ફેન્ડાઇઝી : ફેન્ડાઇઝી “થ્રેશોલ્ડ સેટને” (મર્યાદિત રકમ) સંદર્ભિત કરે છે, સામાન્યપણે વીમાકૃત રકમની ટકાવારી તરીકે, જેની નીચેના કોઈ દાવા સ્વીકાર્ય હોતા નથી, જે રીતે ડિસ્ક્રિબલ્સના કિસ્સામાં હોય છે તે રીતે. જોકે જ્યારે દાવાની રકમ ફેન્ડાઇઝીની મર્યાદા કરતા વધુ હોય છે ત્યારે સમગ્ર દાવો વીમા કંપની દ્વારા સ્વીકાર્ય હોય છે. અન્ય શબ્દોમાં કહીએ તો ફેન્ડાઇઝી વીમા કંપનીઓની નાણાકીય જવાબદારીની લઘુત્તમ થ્રેશોલ્ડ(મર્યાદા) નિર્ધારિત કરે છે. ફેન્ડાઇઝી થ્રેશોલ્ડથી નીચેના દાવાઓના કિસ્સામાં ડિસ્ક્રિબલ્સની જેમ સમાન રીતે અને સમાન કારણો માટે પોલિસીને લાગુ થશે, પરંતુ ફેન્ડાઇઝીથી વધી જતા દાવાની ઘટનામાં નુકસાનની સંપૂર્ણ રકમ ચુકવવામાં આવશે.

D. રેટિંગનાં પરિબલો

સંબંધિત દરો ઉમેરવા માટે અને રેટિંગ યોજના તૈયાર કરવા માટે ઉપયોગમાં લેવામાં આવતા સુસંગત ઘટકોને રેટિંગનાં પરિબલો તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. વીમા કંપનીઓ જોખમ નિર્ધારિત કરવા માટે અને તેઓ ચાર્જ કરવાની કિંમત નક્કી કરવા માટે ‘રેટિંગનાં પરિબલો’નો ઉપયોગ કરે છે.

- ✓ વીમા કંપની પાયાનો દર નક્કી કરવા માટે તેની આકારણીઓનો ઉપયોગ કરે છે.
- ✓ ત્યાર પછી વીમા કંપની આ દરને સકારાત્મક વિશેષતાઓ જેવી કે સંપત્તિના જોખમ પર શ્રેષ્ઠ આગ સુરક્ષા અને પરિસરમાં જ્વલનશીલ સામગ્રીની ઉપસ્થિતિ જેવી વિપરિત વિશેષતાઓ માટે લાગુ થતા લોડિંગ્સ માટે નક્કી કરેલા ડિસ્કાઉન્ટ્સ સાથે સમાયોજિત કરે છે.
- ✓ જીવન વીમામાં વિપરિત આરોગ્ય, આદતો, વારસાગત અથવા વ્યાવસાયિક પરિબલો માટે લોડિંગ લાગુ કરવાની સામાન્ય રીત છે.

મુખ્ય પારિભાષિક શબ્દો

- ડિસ્ક્રિબલ્સ
- ફેન્ડાઇઝી

તમારી કસોટીના ઉત્તર

ઉત્તર 1 – સાચો વિકલ્પ । છે.

ઉત્તર 2 – સાચો વિકલ્પ । છે.

પ્રકરણ C-06

દાવાની પ્રક્રિયા

પ્રકરણનો પરિચય

વીમાધારકને વીમાનો લાભ ત્યારે જ ચાખવા મળશે જ્યારે તેઓ નુકસાનથી અસરગ્રસ્ત થાય. સમગ્ર વીમા ઉદ્યોગ વીમાધારકને થતા નુકસાન માટે સંવેદનશીલ હોય છે અને તેઓ જે કોઈ દાવાઓ ઊભા થાય છે તેમની પતાવટ શક્ય બને તેટલી સૌહાર્દપૂર્ણ રીતે અને વહેલી તકે કરવાનો પ્રયત્ન કરે છે.

અભ્યાસનાં પરિણામો

- A. નુકસાનની આકારણી અને દાવાની પતાવટ
- B. દાવાની શ્રેણીઓ
- C. આર્બિટ્રેશન(મધ્યસ્થી/લવાઈ)
- D. તકરાર નિવારણની અન્ય કાર્યપ્રણાલીઓ

આ પ્રકરણનો અભ્યાસ કર્યા પછી તમે નીચેની બાબતો સમજવા સક્ષમ બનશો:

1. દાવાની પતાવટ
2. દાવાની પ્રક્રિયાનું મહત્ત્વ

A. નુકસાનની આકારણી અને દાવાની પતાવટ

દાવાઓની આકારણી (નુકસાનની આકારણી) વીમાધારકને થયેલું નુકસાન વીમા પોલિસી દ્વારા આવરવામાં આવ્યું છે કે નહીં તે નિર્ધારિત કરવાની પ્રક્રિયા છે, એટલે કે, નુકસાન કોઇ એક્સક્લુઝન(બાકાત રાખવામાં આવેલી બાબતો) હેઠળ નથી આવતું અને વોરંટીનું કોઇ ઉલ્લંઘન થતું નથી.

દાવાઓની પતાવટ નિષ્પક્ષતાની વિચારણાને આધારિત હોય છે. વીમા કંપની માટે દાવાની ઝડપી પતાવટ તેમની સેવાઓ માટેની કાર્યક્ષમતાનું માપદંડ છે. દરેક કંપની દાવાની પ્રક્રિયામાં લેવામાં આવતા સમય અંગેની આંતરિક માર્ગદર્શિકાઓ ધરાવે છે, જેને તેના કર્મચારી અનુસરે છે.

આને સામાન્યપણે પારિભાષિત શબ્દ “ટર્નએરાઉન્ડ ટાઇમ” (TAT) તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. કેટલીક વીમા કંપનીઓએ વીમાધારક માટે સમયાંતરે ઓનલાઇન દાવાઓની સ્થિતિ તપાસવા માટેની સુવિધા પણ પૂરી પાડી છે. કેટલીક વીમા કંપનીઓએ દાવાઓની ઝડપી પ્રક્રિયા માટે ક્લેઇમ્સ હબની પણ સ્થાપના કરી છે.

વીમાના દાવાઓમાં મહત્ત્વપૂર્ણ પાસાઓ

મોટા ભાગની કંપનીઓ તેમના ટીએટીથી (TAT) બંધાયેલી હોય છે તેમ છતાં પણ એજન્ટ માટે દાવાઓની પતાવટ કરવા માટે જે પાસાઓ જોવામાં આવે છે તે જાણવા મહત્ત્વપૂર્ણ છે. બિન-જીવન દાવાઓ માટેના છ મહત્ત્વપૂર્ણ પાસાઓ નીચે આપવામાં આવ્યા છે.

- i. નુકસાન કરતી ઘટના પોલિસીના વિસ્તાર ની અંદર આવે છે કે કેમ
- ii. વીમાધારકે પોલિસીની શરતોનું પાલન કર્યું છે કે કેમ
- iii. વોરંટીઝનું અનુસરણ. સર્વેક્ષણ અહેવાલ વોરંટીઝનું પાલન કરવામાં આવ્યું છે કે કેમ તેનો સંકેત આપશે.
- iv. પોલિસી ચાલુ હોય તે દરમિયાન પ્રસ્તાવ કરનાર દ્વારા સંપૂર્ણ ભરોસાનું પાલન કરવું.
- v. નુકસાન થવા પર વીમાધારક પાસે એવી અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે કે જાણે તેઓ વીમાધારક ન હોય. અન્ય શબ્દોમાં કહીએ તો તેઓ નુકસાનને ઘટાડવા માટેના પગલાં ભરવાની ફરજ ધરાવે છે.
- vi. ચુકવવા પાત્ર રકમ નિર્ધારિત કરવી. ચુકવવા પાત્ર નુકસાનની રકમ વીમાકૃત્ત રકમને આધિન હોય છે. જોકે ચુકવવા પાત્ર રકમ નીચેની બાબતો પર પણ આધાર રાખશે:

- ✓ અસર પામેલી સંપત્તિમાં વીમાધારકના વીમાપાત્ર હિતની હદ
- ✓ સાલ્વેજ (બચાવ)નું મૂલ્ય
- ✓ અન્ડરઇન્શ્યોરન્સની અરજી
- ✓ યોગદાન અને સબ્રોગેશન શરતોની અરજી

જીવન વીમાને લગતા દાવાઓની બાબતમાં વીમા કંપની તપાસે છે કે

- 1) પોલિસીની શરતોનું ઉલ્લંઘન થયું છે કે નહીં
- 2) સંપૂર્ણ ભરોસાનું પાલન કરવામાં આવ્યું છે કે કેમ અને
- 3) કોઈ વાસ્તવિક હકીકતો કપટપૂર્વક છુપાવવામાં આવી નથી.

B. દાવાની શ્રેણીઓ

વીમા દાવાઓ નીચેની શ્રેણીઓ હેઠળ આવે છે:

i. પ્રમાણભૂત દાવાઓ

આ એવા દાવાઓ છે, જે પોલિસીના નિયમો અને શરતોની અંદર સ્પષ્ટપણે હોય છે. દાવાની આકારણી વીમાના વિભિન્ન વર્ગો માટેના અવકાશ અને પસંદ કરેલી વીમાની રકમ અને બનાવેલી ક્ષતિપૂર્તિની અન્ય પદ્ધતિઓને ધ્યામાં લાખીને કરવામાં આવે છે.

ii. સરેરાશ અથવા સરેરાશ ક્લોઝની શરત

આ શરત કેટલીક પોલિસીઓમાં છે, જે વીમાધારકને તેમની સંપત્તિનો વીમો તેના વાસ્તવિક મૂલ્ય કરતા ઓછી રકમ પર લેવા માટે દંડ કરે છે, જેને અન્ડરઇન્શ્યોરન્સ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. દાવાની ઘટનામાં વીમાધારક અન્ડરઇન્શ્યોર થયેલી રકમ અનુસાર તેમના વાસ્તવિક નુકસાનનાં સમપ્રમાણમાં ઘટાડવામાં આવેલી રકમ પ્રાપ્ત કરે છે. આવી પરિસ્થિતિઓ બિન-જીવન વીમાના કિસ્સામાં વધુ સર્જાય છે.

iii. એક્ટ ઓફ ગોડ (કુદરતી) સંકટો - આપત્તિજનક નુકસાન

કુદરતી સંકટો જેવા કે વાવાઝોડા, ચકાવાત, પૂર, જળપ્રલય અને ભૂકંપને “એક્ટ ઓફ ગોડ” સંકટો તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. આવા સંકટોથી અસર પામેલા પ્રદેશમાં વીમા કંપનીની ઘણી પોલિસીઓ નુકસાનમાં પરિણમી શકે છે. બિન-જીવન વીમાના દાવાઓની કેટલીક શ્રેણીઓની આકારણી માટે સર્વેક્ષણ કરનારાઓની નિમણૂક કરવામાં આવે છે.

આવા મોટા અને આપત્તિજનક નુકસાનોમાં સર્વેક્ષણ કરનારને વહેલી આકારણી માટે અને નુકસાનને ઘટાડવાના પ્રયત્નો માટે તાત્કાલિક ધોરણે નુકસાનનાં સ્થળે જવા માટે જણાવવામાં આવે છે. વળી, જ્યારે સામેલ રકમ મોટી હોય છે ત્યારે વીમા કંપનીઓના અધિકારીઓ પણ સ્થળની મુલાકાત લે છે. મુલાકાતનો ઉદ્દેશ નુકસાનના પ્રકાર અને હદનો સ્થળ પર ત્વરીત ખ્યાલ મેળવવા માટેનો હોય છે.

જો સર્વેક્ષણ કરનારાઓ આકારણીને લગતી કોઈ સમસ્યાઓનો સામનો કરે છે તો પ્રાથમિક અહેવાલો પણ રજૂ કરી અને તેમના દ્વારા વીમા કંપનીઓ પાસેથી માર્ગદર્શન અને સૂચનાઓ પણ માગવામાં આવે છે, તેથી તેમને જો આવશ્યક લાગે તો વીમાધારક સાથે સમસ્યાઓની ચર્ચા કરવાની તક પણ આપવામાં આવે છે.

iv. ઓન એકાઉન્ટ ચુકવણી

બિન-જીવન વીમા દાવાઓમાં પ્રાથમિક અહેવાલો ઉપરાંત વચગાળાના અહેવાલો સમયાંતરે રજૂ કરવામાં આવી શકે છે, જ્યાં લાંબી અવધિ દરમિયાન રિપેર (સમારકામ) અને/ અથવા રિપ્લેસમેન્ટ્સ કરવામાં આવે છે. વચગાળાના અહેવાલો વીમા કંપનીને નુકસાનની આકારણીના વિકાસનો ખ્યાલ આપે છે. જો વીમાધારક ઇચ્છે તો દાવાની “ઓન એકાઉન્ટ ચુકવણી”ની ભલામણમાં પણ તે મદદ કરે છે. જો નુકસાન મોટું હોય અને આકારણી પૂર્ણ થવા માટે વધુ સમય લાગી શકે તો સામાન્યપણે આ થાય છે.

જો દાવો યોગ્ય હોવાનું જાણવા મળે તો દાવો કરનારને ચુકવણી કરવામાં આવે છે અને કંપનીના રેકોર્ડ્સમાં નોંધણી કરવામાં આવે છે. સહવીમા કંપનીઓ અને રિઇન્શ્યોરર્સ પાસેથી યોગ્ય રિકવરીઝ કરવામાં આવે છે. કેટલાક કિસ્સાઓમાં વીમાધારક જેમને નાણાં ચુકવવામાં આવી રહ્યા હોય એ વ્યક્તિ ન પણ હોય એવું બને.

v. ડિસ્ચાર્જ વાઉચર્સ

દાવાની પતાવટ પોલિસી હેઠળ ડિસ્ચાર્જ પ્રાપ્ત કર્યા પછી જ કરવામાં આવે છે. ઇજાઓ માટે દાવાઓ (પર્સનલ એક્સિડેન્ટ વીમા હેઠળ) માટેની ડિસ્ચાર્જ રસીદનો નમૂનો નીચેની લાઇન્સની સાથે લખવામાં આવ્યો છે: (કંપનીથી કંપની અલગ હોઇ શકે છે)

વીમાધારકનું નામ

દાવા સંખ્યા.

પોલિસી સંખ્યા

તરફથી પ્રાપ્ત કરેલ

ધ કંપની લિમિટેડ

_____ પર અથવા તેની આસપાસ થયેલા અકસ્માતને લીધે મને/અમને થયેલી ઇજાઓને પગલે મને/ અમને નિયત વળતરની સંપૂર્ણ અને આખરી પતાવટમાં રૂ. _____ ની રકમ હું/અમે જણાવેલા દાવાનાં અનુસંધાનમાં પ્રત્યક્ષ અથવા પરોક્ષ રીતે ઊભા થતા મારા/ અમારા પ્રવર્તમાન અથવા ભવિષ્યના તમામ દાવાની સંપૂર્ણ અને આખરી પતાવટમાં કંપનીને આ ડિસ્ચાર્જ રસીદ આપું છું.

તારીખ

(સહી)

vi. પતાવટ પછીની કાર્યવાહી

અન્ડરરાઈટિંગનાં સંબંધમાં બિન-જીવન દાવાની પતાવટ પછી ભરવામાં આવતા પગલાં કારોબારના એક વર્ગથી અન્ય વર્ગમાં અલગ હોય છે.

ઉદાહરણ

આગ પોલિસી હેઠળ વીમાની રકમ ચુકવવામાં આવાલે દાવાની રકમ અગાઉ ચુકવેલ રકમ જેટલી ઘટી જાય છે. જોકે તેને પ્રો-રેટા પ્રિમિયમની ચુકવણી પર પુનઃસ્થાપિત કરી શકાય છે, જે ચુકવેલા દાવાની રકમથી ડિડક્ટ થાય છે.

પર્સનલ એક્સિડેન્ટ પોલિસી હેઠળ વીમાકૃત મૂડી રાશીની ચુકવણી પર પોલિસી રદ થાય છે.

આ જ પ્રમાણે વ્યક્તિગત ફિડેલિટી ગેરંટી પોલિસી હેઠળ દાવાની ચુકવણી આપમેળે પોલિસીને રદ કરે છે.

vii. સાલ્વેજ (બચાવ)

સાલ્વેજ સામાન્યપણે નુકસાન પામેલી સંપત્તિને દર્શાવે છે. નુકસાનની ચુકવણી બાદ સાલ્વેજ વીમા કંપનીઓની હોય છે.

ઉદાહરણ

જ્યારે મોટર દાવાઓની પતાવટ કુલ નુકસાનને આધારે કરવામાં આવે ત્યારે નુકસાન પામેલું વાહન વીમા કંપનીઓ દ્વારા લઈ લેવામાં આવે છે. સાલ્વેજ આગ દાવાઓ, મરીન કાર્ગો દાવાઓ વગેરે જેવા અન્ય બિન-જીવન વીમાઓમાં પણ ઊભા થઈ શકે છે.

કંપનીઓ દ્વારા નિર્ધારિત પ્રક્રિયા અનુસાર ઉદ્દેશસહ સાલ્વેજનો નિકાલ કરવામાં આવે છે. સર્વેયર્સ જેમણે નુકસાનની આકારણી કરી હોય તેઓ નિકાલની પદ્ધતિઓની પણ ભલામણ કરે છે.

viii. વસૂલાત (રિકવરીઝ)

દાવાઓની પતાવટ કર્યા પછી વીમા કરારોને લાગુ થવા પાત્ર સબ્રોગેશન અધિકારો હેઠળ વીમા કંપનીઓ સંબંધિત લાગુ થવા પાત્ર કાયદા હેઠળ વીમાધારકોના અધિકારો અને ઉપાયો માટે તથા નુકસાન માટે જવાબદાર હોય એવા ત્રાહિત પક્ષ પાસેથી નુકસાનની ચુકવણી મેળવવા હકદાર હોય છે. તેથી વીમા કંપનીઓ શિપિંગ કંપનીઓ, રેલ્વેઝ, રોડ કેરિઅર્સ, વિમાની કંપનીઓ, પોર્ટ ટ્રસ્ટ ઓથોરિટીઝ વગેરે પાસેથી નુકસાનની વસૂલાત કરી શકે છે.

ઉદાહરણ

કન્સાઇનમેન્ટની બિન-ડિલિવરીના કિસ્સામાં કેરિઅર્સ નુકસાન માટે જવાબદાર હોય છે. આ જ પ્રમાણે પોર્ટ ટ્રસ્ટ પર સુરક્ષિત રીતે લેન્ડ થયેલા, પરંતુ પછીથી ગુમ થયેલા સામાન માટે તે જવાબદાર હોય છે. આ ઉદ્દેશ માટે ઉચિત રીતે સ્ટેમ્પ થયેલો સબ્રોગેશનનો પત્ર દાવાની પતાવટ પહેલા વીમાધારક પાસેથી પ્રાપ્ત કરવામાં આવે છે.

ix. દાવાઓ સંબંધિત તકરારો

શ્રેષ્ઠ પ્રયત્નો કરવા છતાં પણ ક્યારેક ચુકવણીમાં વિલંબ, દાવાઓની બિન ચુકવણી (અસ્વીકૃત્તિ) અથવા ઓછી રકમ માટે દાવાનો સ્વીકાર કરવામાં આવે છે, જેને લીધે વીમા કંપની અને વીમાધારક વચ્ચે અસંતોષ અને તકરાર સર્જાઈ શકે છે.

આ ઉપરાંત, સૌથી સામાન્ય કારણો નીચે મુજબના છે:

- ✓ વાસ્તવિક હકીકતો જાહેર ન કરવી
- ✓ કવરેજનો અભાવ

- ✓ બાહ્ય સંકટો દ્વારા થયેલું નુકસાન
- ✓ પર્યાપ્ત વીમાકૃત્ત રકમનો અભાવ
- ✓ વોરંટીનું ઉલ્લંઘન
- ✓ અન્ડરઇન્શ્યોરન્સ, અવમૂલ્યન વગેરેને લીધે માત્રાને સંબંધિત સમસ્યાઓ

ઉપરોક્ત તમામ બાબતો, વીમાધારક જ્યારે તેઓ નુકસાનને લીધે ઊભા થયેલા આર્થિક તણાવોથી પહેલાથી જ પિડાઇ રહ્યા હોય એવા સમયે નોંધપાત્ર દુઃખ પહોંચાડી શકે છે. તેમની પિડાને ઘટાડવા માટે તકરાર નિવારણ અને વિવાદનો ઉકેલ લાવતી પ્રક્રિયાઓ પોલિસીમાં જ સારી રીતે નિર્ધારિત કરવામાં આવી હોય છે. આગ અથવા સંપત્તિની પોલિસીઓ તેમાં જ “આર્બિટ્રેશન”ની શરત ધરાવતી હોય છે.

C. આર્બિટ્રેશન (મધ્યસ્થતા)

આર્બિટ્રેશન કરારોમાંથી ઊભી થતી તકરારોની પતાવટ કરતી એક પદ્ધતિ છે. આર્બિટ્રેશન મધ્યસ્થતા અને સમાધાન ધારા, 1996ની જોગવાઈઓ અનુસાર કરવામાં આવે છે. કરાર અમલી કરવાની અથવા તેની હેઠળ તકરારની પતાવટ કરવાની સામાન્ય પદ્ધતિ અદાલતમાં જવાની છે. જોકે આવા મુકદ્દમામાં નોંધપાત્ર વિલંબ અને ખર્ચ સામેલ હોય છે. મધ્યસ્થતા ધારો પક્ષોને એક કરાર હેઠળ તકરારોને આર્બિટ્રેશનની વધુ અનૌપચારિક, ઓછા ખર્ચાળ અને ખાનગી પ્રક્રિયામાં રજૂ કરવાની મંજૂરી આપે છે.

તકરાર થયેલા પક્ષો દ્વારા એક અથવા એક કરતા વધુ આર્બિટ્રેટર દ્વારા આર્બિટ્રેશન કરી શકાય છે, જેમની પસંદગી તેમના દ્વારા જાતે જ કરવામાં આવે છે. એક આર્બિટ્રેટરની ઘટનામાં પક્ષોએ તે વ્યક્તિ વિશે સંમત થવાનું હોય છે. ઘણી વાણિજ્ય વીમા પોલિસીઓ આર્બિટ્રેટર ક્લોઝ ધરાવે છે, જે મુજબ તકરારો આર્બિટ્રેશનને આધિન રહેશે. આગ અને મોટા ભાગની પરચૂરણ પોલિસીઓ પણ આર્બિટ્રેશન ક્લોઝ ધરાવે છે, જે એવી જોગવાઈ કરે છે કે જો પોલિસી હેઠળ જવાબદારી કંપની દ્વારા સ્વીકારવામાં આવે અને ચુકવવાની માત્રા અંગે તફાવત હોય તો આવા તફાવતનો નિર્ણય આર્બિટ્રેશનને સોંપવો જોઈએ. સામાન્યપણે આર્બિટ્રેટરનો નિર્ણય બંને પક્ષ માટે આખરી અને બંધનકર્તા હોય છે.

શરતોના શબ્દો દરેક પોલિસીએ બદલાય છે. સામાન્યપણે તે નીચે પ્રમાણેની જોગવાઈ કરે છે:

- i. વિવાદ પક્ષો દ્વારા નિયુક્ત થનારા એક આર્બિટ્રેટરના નિર્ણય માટે અથવા એક આર્બિટ્રેટરની નિયુક્તિ અંગે તેમની વચ્ચે અસંમતિની ઘટનામાં પક્ષો દ્વારા નિયુક્ત પ્રત્યેક બે આર્બિટ્રેટરનાં નિર્ણય માટે રજૂ કરવામાં આવે છે.
- ii. આ બે આર્બિટ્રેટર્સ અમ્પાયરની નિમણૂક કરશે, જે બેઠકોની અધ્યક્ષતા કરે છે. આ બેઠકો દરમિયાન પ્રક્રિયા અદાલતોમાં થતી બેઠકો સમાન હોય છે. દરેક પક્ષ પોતાનો કેસ જણાવે છે, જો આવશ્યક લાગે તો કાઉન્સેલરની અને સાક્ષીઓની મદદથી તપાસ કરવામાં આવે છે.
- iii. જો બે આર્બિટ્રેટર્સ નિર્ણય અંગે સંમત ન થાય તો તે બાબત અમ્પાયર સમક્ષ રજૂ કરવામાં આવે છે, જેઓ તેમનો નિર્ણય આપે છે.
- iv. આર્બિટ્રેટર / આર્બિટ્રેટર્સ અથવા નિર્ણય આપતા અમ્પાયરની મનસૂઝી પર ખર્ચ આપવામાં આવે છે.

જવાબદારીના પ્રશ્નને લગતી તકરારોની પતાવટ મુકદ્દમા મારફતે કરવામાં આવે છે.

ઉદાહરણ

જો વીમા કંપનીઓ એ તર્ક આપે કે નુકસાન ચુકવવા પાત્ર નથી, કારણ કે તે પોલિસી હેઠળ આવરવામાં આવ્યું નથી, તો આ બાબતનો નિર્ણય અદાલત દ્વારા કરવામાં આવે છે. ફરી વખત જો વીમા કંપનીઓ એ આધાર પર દાવાની ચુકવણી કરવાનો ઇન્કાર કરે કે પોલિસી રદબાતલ થાય છે, કારણ કે તે વાસ્તવિક હકીકતોની કપટપૂર્ણ રીતે ઘોષણા નહીં કરીને પ્રાપ્ત કરવામાં આવી હતી ('સંપૂર્ણ ભરોસા'ની કાનૂની ફરજનું ઉલ્લંઘન) તો આ બાબતનો ઉકેલ મુકદ્દમા મારફતે લાવવામાં આવે છે.

D. તકરાર નિવારણની અન્ય કાર્યપ્રણાલીઓ

આઇઆરડીએઆઇ નિયમન અનુસાર જો વીમાધારક કોઈ કારણોસર વીમા કંપનીની સેવાથી અસંતુષ્ટ હોય તો તમામ પોલિસીઓમાં વીમાધારક સમક્ષ ઉપલબ્ધ તકરાર નિવારણ કાર્યપ્રણાલી અંગે ઉલ્લેખ કરવાનો હોય છે.

કારોબારની વ્યક્તિગત શાખાઓ હેઠળ દાવાઓના કિસ્સામાં અસંતુષ્ટ વીમાધારક વીમા લોકપાલનો સંપર્ક કરી શકે છે. પ્રક્રિયાની વિગતવાર ચર્ચા પ્રકરણ 9 માં કરવામાં આવી છે.

વીમા લોકપાલની ઓફિસની વિગતો પોલિસીમાં આપવામાં આવે છે. લોકપાલનો નિર્ણય વીમા કંપની માટે બંધનકર્તા હોય છે, પરંતુ વીમાધારક માટે નહીં.

નાણાકીય અધિકૃતતા અને લોકપાલની મર્યાદાઓ જેવી બાબતોની વિગતવાર ચર્ચા પણ પ્રકરણ 9માં કરવામાં આવી છે.

તમારી કસોટી 1

નીચેનામાંથી કઈ પ્રવૃત્તિઓ દાવાઓની વ્યાવસાયિક પતાવટ હેઠળ વર્ગીકૃત કરવામાં આવશે નહીં ?

- I. નુકસાનનાં કારણને લગતી માહિતી માગવી
- II. પૂર્વગ્રહ સાથે દાવા સુધી પહોંચવું
- III. નુકસાન વીમાકૃત્ત સંકટનાં પરિણામ સ્વરૂપે હતું કે નહીં તેની ખાતરી કરવી
- IV. દાવા હેઠળ ચુકવવા પાત્ર રકમની માત્રા નિર્ધારિત કરવી

તમારી કસોટીના ઉત્તર

ઉત્તર 1 - સાચો વિકલ્પ II છે.

મુખ્ય પારિભાષિક શબ્દો

ટર્ન એરાઉન્ડ ટાઇમ

સાલ્વેજ (બચાવ)

રિકવરિઝ

દાવાઓની આકારણી

પ્રકરણ C-07

દસ્તાવેજીકરણ

પ્રકરણનો પરિચય

વીમા ઉદ્યોગમાં આપણે મોટી સંખ્યામાં ફોર્મ્સ અને દસ્તાવેજો સાથે વ્યવહાર કરતા હોઈએ છીએ. આની જરૂરિયાત વીમાધારક અને વીમા કંપની વચ્ચેના સંબંધમાં સ્પષ્ટતા લાવવાની હોય છે. આ પ્રકરણમાં આપણે પ્રસ્તાવના તબક્કે સામેલ વિભિન્ન દસ્તાવેજો અને તેમના મહત્ત્વની ચર્ચા કરીશું.

અભ્યાસનાં પરિણામો

નીચેની બાબતોનું મહત્ત્વ સમજાવો:

- A. માહિતીપત્ર (પ્રોસ્પેક્ટસ)
- B. પ્રસ્તાવનું ફોર્મ
- C. નો ચોર કસ્ટમ (કેવાયસી) દસ્તાવેજો

આ પ્રકરણનો અભ્યાસ કર્યા પછી તમે નીચેની બાબતો કરવા સક્ષમ બનશો:

- પ્રસ્તાવનો તબક્કો અને તેનું મહત્ત્વ સમજવા
- માહિતીપત્રના ઉદ્દેશો સાથે માહિતગાર થવા
- પ્રસ્તાવ ફોર્મનું મહત્ત્વ સમજવા
- સામાન્યપણે તમામ પોલિસીઓ માટે વ્યવહારુ રીતે લાગુ થઈ શકે એવા એન્ટિ-મની લોન્ડરિંગ (એએમએલ), નો ચોર કસ્ટમર (કેવાયસી) ધોરણો અને મહત્ત્વના દસ્તાવેજોને સમજવા માટે
- વયના પુરાવા અને સ્વીકાર્ય દસ્તાવેજોનું મહત્ત્વ

A. માહિતીપત્ર (પ્રોસ્પેક્ટસ)

માહિતીપત્ર (પ્રોસ્પેક્ટસ) પ્રસ્તાવ તબક્કાનો એક દસ્તાવેજ છે. માહિતીપત્ર વીમા કંપનીઓ દ્વારા ઉપયોગમાં લેવામાં આવતો ઔપચારિક કાનૂની દસ્તાવેજ છે, જે પ્રોડક્ટ અંગેની વિગતો પૂરી પાડે છે. તેનો અર્થ થાય કે પ્રોસ્પેક્ટસ એ વીમા કંપની દ્વારા વીમા પ્રોડક્ટ્સનું વેચાણ કરવા અથવા પ્રમોટ કરવા માટે ફિઝિકલ, ઇલેક્ટ્રોનિક અથવા અન્ય ફોર્મેટમાં જારી કરવા આવતો દસ્તાવેજ છે. આ ઉદ્દેશ માટે વીમા પ્રોડક્ટ્સમાં ઓફર કરેલા એડ-ઓન કવર્સ/ રાઇડર્સ પણ સામેલ હોય છે. માહિતીપત્ર પરિચય આપતા દસ્તાવેજ જેવો હોય છે, જે સંભવિત પોલિસીધારકને કંપનીની પ્રોડક્ટ્સથી માહિતગાર કરવામાં મદદ કરે છે.

આઇઆરડીએઆઇના (પોલિસીધારકોના હિતની સુરક્ષા) નિયમનો, 2017 અનુસાર માહિતીપત્ર સંભવિત ગ્રાહકો પોલિસીની ખરીદીને લગતો માહિતગાર નિર્ણય લઇ શકે તે માટે આવશ્યક હોય એવી તમામ હકીકતો ધરાવતો હોવો જોઇએ. તે વીમાની દરેક યોજના માટે નીચેની બાબતો ધરાવતો હોવો જોઇએ:

- સંબંધિત વીમા પ્રોડક્ટ્સ માટે ઓથોરિટી દ્વારા ફાળવેલો યુનિક આઇડેન્ટિફિકેશન નંબર (યુઆઇએન)
- વીમા કવરની હદ
- લાભ/ અધિકારોનો અવકાશ - બાંધધરીયુક્ત અને બિન-બાંધધરીયુક્ત
- સ્પષ્ટીકરણ સાથે વોરંટીઝ, વીમા કવરના એક્સક્લુઝન્સ (બાકાત રાખેલી બાબતો) / અપવાદો
- વીમા કવરના નિયમો અને શરતો
- વીમા દ્વારા આવરાવમાં આવતી આકસ્મિકતા અથવા આકસ્મિકતાઓનું વર્ણન
- આવા માહિતીપત્રની શરતો હેઠળ વીમા માટે લાયક ઠરતા જીવન અથવા સંપત્તિનો વર્ગ અથવા વર્ગો
- યોજના સહભાગી છે કે બિન-સહભાગી

પ્રોડક્ટ પર માન્ય એડ-ઓન કવર્સ (જીવન વીમામાં રાઇડર્સ તરીકે પણ ઓળખાય છે) અને તેમના લાભ પણ જણાવવામાં આવે છે.

અન્ય મહત્વપૂર્ણ માહિતી, જે માહિતીપત્રમાં સામેલ હોય છે:

1. કવર્સ અને પ્રિમિયમમાં કોઈ તફાવતો ઠા.ત. વિભિન્ન વયજૂથો માટે અથવા વિભિન્ન પ્રવેશ વય માટે
2. પોલિસીની અવધિની રિન્યુઅલની શરતો
3. અમુક સંજોગો હેઠળ પોલિસીને રદ કરવાની શરતો
4. વિભિન્ન સંજોગો હેઠળ લાગુ થવા પાત્ર કોઈ ડિસ્કાઉન્ટ્સ અથવા લોડિંગની વિગતો
5. પ્રિમિયમ સહિત પોલિસીની શરતોમાં કોઈ ફેરફાર અથવા સુધારાની શક્યતા
6. પોલિસી ધારકોને સમાન વીમા કંપનીની સાથે વહેલા પ્રવેશ, સતત રિન્યુઅલ્સ, અનુકૂળ ઠાવાઓનો અનુભવ વગેરે માટે પુરસ્કૃત્ત કરવા માટે કોઈ પ્રોત્સાહનો
7. માહિતીપત્ર આઈઆરડીએઆઈ દ્વારા ફાળવેલો પ્રોડક્ટ યુઆઈએન ધરાવતો હોવો જોઈએ
8. આઈઆરડીએઆઈ નિયમનો ફરજિયાત બનાવે છે કે માહિતીપત્ર સેક્શન 41ની નકલ ધરાવશે. આ પોલિસી પર ચુકવવા પાત્ર કમિશનના સમગ્ર કે આંશિક રિબેટ સહિત સેક્શન વ્યક્તિને નવો વીમો ખરીદવા માટે, ભારતમાં જીવન અથવા સંપત્તિને લગતો કોઈ પણ પ્રકારનો વીમો જારી રાખવા અથવા રિન્યુ કરવા માટે પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ પ્રલોભન આપતા રોકે છે.

વિશેષ રીતે માહિતીપત્ર પ્રસ્તાવ કરનારને નોમિનેશનની સુવિધાની ઉપલબ્ધતા અંગે પણ જાણ કરે છે.

તમારી કસોટી કરો 1

નીચેનામાંથી કયો વિકલ્પ સામાન્યપણે વીમા માહિતીપત્રનો ભાગ નથી હોતો ?

- I. લોકપાલનું નામ
- II. લાભના અવકાશની તારીખ
- III. અધિકારો
- IV. અપવાદો

B. પ્રસ્તાવ ફોર્મ

વીમા પોલિસી વીમા કંપની અને પોલિસી ધારક વચ્ચેનો કાયદેસરનો કરાર છે. કોઈ પણ કરાર માટે આવશ્યક હોય તે પ્રમાણે તે પ્રસ્તાવ અને તેની સ્વીકૃત્તિ ધરાવે છે.

“પ્રસ્તાવ ફોર્મ” એક અરજી દસ્તાવેજ છે, જેનો ઉપયોગ પ્રસ્તાવ કરવા માટે થાય છે. આ એક એવું ફોર્મ છે, જેને પ્રસ્તાવ કરનાર દ્વારા લેખિતમાં અથવા ઇલેક્ટ્રોનિક અથવા સત્તાધિકારી દ્વારા માન્ય અન્ય કોઈ ફોર્મેટમાં ભરવામાં આવે છે. તે વીમા કંપની દ્વારા જોખમને આવરવા માટેનો સ્વીકાર કરવો કે અસ્વીકાર કરવો તે નિર્ધારિત કરવા માટેની આવશ્યક તમામ માહિતીઓ ધરાવે છે. જો જોખમ સ્વીકારવામાં આવે તો વીમા કંપની આ માહિતીને આધારે મંજૂર થનારા કવરના દર, નિયમો અને શરતો નક્કી કરી શકે છે.

સંપૂર્ણ ભરોસાનો સિદ્ધાંત અને વાસ્તવિક માહિતીની જાહેરાતની ફરજ વીમા માટે પ્રસ્તાવ ફોર્મની સાથે શરૂ થાય છે. પ્રસ્તાવ કરનારે તમામ માહિતી સચોટપણે અને સંપૂર્ણપણે પૂરી પાડવી જોઈએ, કારણ કે આ દસ્તાવેજ વીમો મંજૂર કરવાનો આધાર બને છે અને કોઈ ખોટી કે છુપાવેલી માહિતીનાં પરિણામસ્વરૂપે દાવાને નામંજૂર કરવામાં આવી શકે છે.

જાહેર કરવાની આ ફરજ પ્રસ્તાવ તબક્કા પછી પણ અને વીમા કરારને અંતિમ સ્વરૂપ આપ્યા પછી પણ જારી રહે છે. એટલે કે વીમાની અવધિ દરમિયાન કોઈ પણ સમયે વાસ્તવિક ફેરફાર વિશે બિન-જીવન પોલિસીઓમાં જાહેર કરવાની આવશ્યકતા હોય છે.

વીમા પોલિસીની વિનંતી અથવા વીમા પોલિસી જારી કરવામાં આવે તે દરમિયાન પ્રસ્તાવ ફોર્મમાંથી એકત્રિત કરેલી માહિતી ગોપનીય હોય છે અને તેની આપ-લે કોઈ ત્રાહિત પક્ષ સાથે કરવી ન જોઈએ. જ્યારે પ્રસ્તાવ ડિપોઝિટ કોઈ પણ કારણસર સંભવિત ગ્રાહકને રિફંડ કરવા પાત્ર હોય છે ત્યારે તે પ્રસ્તાવ અંગેના અન્ડરરાઈટિંગ નિર્ણયની તારીખથી 15 દિવસની અંદર રિફંડ કરવામાં આવશે.

આઇઆરડીએઆઇ માર્ગદર્શિકાઓ અનુસાર, વીમા કંપનીની ફરજ છે કે તે વીમાધારકને પ્રસ્તાવની સ્વીકૃત્તિના 30 દિવસની અંદર વીમા ધારક દ્વારા સુપરત કરેલા પ્રસ્તાવની નકલ વિનામૂલ્યે પૂરી પાડે. એજન્ટ પાસેથી આ સમયમર્યાદાનો ટ્રેક રાખવાની, ગ્રાહક સેવા તરીકે જ્યારે પણ આવશ્યક લાગે ત્યારે સંભવિત ગ્રાહક/ વીમાધારક સાથે આંતરિક રીતે ફોલો-અપ કરવાની અને સંવાદ કરવાની અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે.

a) પ્રસ્તાવ ફોર્મ - વિગતો

પ્રસ્તાવ ફોર્મ દસ્તાવેજીકરણનો પ્રથમ તબક્કો છે, જેના મારફતે વીમાધારક વીમા કંપનીને નીચેની બાબતોની જાણ કરે છે:

- ✓ તેઓ / તેણી કોણ છે
- ✓ તેમને / તેણીને કયા પ્રકારના વીમાની જરૂર છે
- ✓ તેઓ / તેણી શેનો વીમો લેવા માગે છે તેની વિગતો અને
- ✓ કેટલી સમય અવધિ માટે
- ✓ જોખમની વિગતો (દા.ત. જીવન અને આરોગ્ય વીમાઓ માટે - આરોગ્ય અથવા પિડાતા હોય એવી કોઈ બિમારીની વિગતો આપવાની હોય છે)
- ✓ વિગતોમાં વીમા વિષય બાબત પર પ્રસ્તાવિત કરેલું નાણાકીય મૂલ્ય અને પ્રસ્તાવિત વીમા સાથે જોડાયેલી તમામ વાસ્તવિક હકીકતો સામેલ થશે.

અન્ય શબ્દોમાં પ્રસ્તાવ ફોર્મ પ્રસ્તાવ કરનારની ઓળખ અંગેની વિગતો એકત્રિત કરે છે, જેવી કે નામ, પિતાનું નામ, સરનામું અને અન્ય ઓળખને લગતી માહિતી. તેમના ગ્રાહકોની ખરી ઓળખ નિર્ધારિત કરવા માટે પ્રસ્તાવની સાથે સરનામાંનો પુરાવો, પાન કાર્ડ, ફોટોગ્રાફ વગેરે જેવા દસ્તાવેજો એકત્રિત કરવામાં આવે છે.

જીવન અને આરોગ્ય વીમા પોલિસીઓનાં અનુસંધાનમાં પ્રસ્તાવ કરનારના પરિવારના સભ્યોની (માતા-પિતા સહિત) તેમનું આયુષ્ય, આરોગ્યની સ્થિતિ અને તેઓ કોઈ પિડાતા હોય એવી બિમારીનો સંકેત આપતી વિગતો એકત્રિત કરવામાં આવે છે. પ્રોડક્ટને આધારે વીમા માટે જીવન વીમાનો પ્રસ્તાવ કરનારની તબીબી વિગતો, વ્યક્તિગત લાક્ષણિકતાઓ અને રોગ અંગે તેમના/ તેણીના વ્યક્તિગત ઇતિહાસ વિશે પણ પૂછવામાં આવી શકે છે.

વીમાની વિષય વસ્તુ અંગે પ્રસ્તાવિત નાણાકીય મૂલ્યની વિગતો અને પ્રસ્તાવિત વીમા સાથે સંબંધિત વાસ્તવિક હકીકતો વીમાની ઘણી બાબતો માટે એકત્રિત કરવામાં આવશે.

વીમા સલાહકારની ભલામણો અને તેના માટેનાં કારણો પ્રસ્તાવ ફોર્મનો પણ એક ભાગ હોઈ શકે છે. તેમાં એવી ઘોષણાઓ હશે કે ભલામણ કરેલી પોલિસીની વિગતો પ્રસ્તાવ કરનારને સંપૂર્ણપણે સમજાવવામાં આવી છે અને તેઓ તેમને સમજ્યા છે.

પ્રસ્તાવ ફોર્મ નીચેના વિભાગો ધરાવતા હોય છે -

વીમા કંપની, એજન્ટ, પ્રોડક્ટની વિગતો, વીમાની રકમ, પ્રિમિયમ્સની ચુકવણીના પ્રકારની વિગતો વગેરે. ફોર્મ એ હકીકતના પુરાવા તરીકે પ્રસ્તાવ કરનારની સહી પણ ધરાવશે કે તેમણે / તેણીએ ફોર્મ ભર્યું છે અને પ્રસ્તાવ સુપરત કર્યો છે.

પૂછવામાં આવેલી અન્ય વિગતોમાં પ્રસ્તાવ કરનારનું નામ, જન્મતારીખ, સંપર્કની વિગતો, લગ્નની સ્થિતિ, રાષ્ટ્રીયતા, માતા-પિતા અને જીવનસાથીનાં નામ, શૈક્ષણિક લાયકાતો, આદતો અને ઓળખનો પુરાવો, પરિવારની વિગતો, રોજગારીની વિગતો, બેંકની વિગતો, નોમિની/ એપોઇન્ટીનાં નામ; પ્રવર્તમાન વીમાની વિગતો અને પોલિસી પસંદ કરવા માટેનાં કારણો સામેલ છે.

પ્રોડક્ટને આધારે વીમા માટે પ્રસ્તાવિક જીવન ધારકની તબીબી વિગતો, વ્યક્તિગત લાક્ષણિકતાઓ, રોગ અંગેનો તેમનો/તેણીનો વ્યક્તિગત ઇતિહાસ પણ પૂછવામાં આવી શકે છે.

પ્રસ્તાવિત જીવન વીમાધારકના કાર્યની અવધિ, અંદાજિત આવક અને ખર્ચ તેમ જ બચત અને હપ્તા, આરોગ્ય, નિવૃત્તિ અને વીમાની જરૂરિયાતો જેવા તેમના/તેણીની વ્યક્તિગત નાણાકીય યોજનાને સંબંધિત પાસાઓની પણ પૂછપરછ કરવામાં આવી શકે છે.

એજન્ટ્સની ભલામણો અને તેના માટેનાં કારણો પ્રસ્તાવ ફોર્મનો પણ એક ભાગ હોઈ શકે છે. ઉપર ઉલ્લેખ કરવામાં આવેલા આઇઆરડીએઆઇનાં નિયમનોનાં અનુસરણમાં એજન્ટ એવી ઘોષણા કરશે કે ભલામણ કરેલી પોલિસીની વિગતો પ્રસ્તાવ કરનારને સંપૂર્ણપણે સમજાવવામાં આવી છે અને તેઓ તેમને સમજ્યા છે.

વીમા કંપનીઓ દ્વારા વીમા કંપનીનાં નામ, લોગો, સરનામું અને જેના માટે ઉપયોગમાં લેવામાં આવે છે તે વીમા/ પ્રોડક્ટના વર્ગ/ પ્રકારની સાથે પ્રસ્તાવ ફોર્મ્સ પ્રિન્ટ કરવામાં આવે છે. વીમા કંપનીઓ માટે પ્રસ્તાવ ફોર્મમાં પ્રિન્ટ કરેલી નોંધ ઉમેરવાની પ્રથા છે, તેમ છતાં પણ આ સંબંધમાં કોઈ પ્રમાણભૂત ફોર્મેટ કે પ્રથા નથી.

b) પ્રસ્તાવ ફોર્મમાં ઘોષણા

વીમા કંપનીઓ સામાન્યપણે પ્રસ્તાવ ફોર્મના અંતે ઘોષણા ઉમેરે છે, જેના પર પ્રસ્તાવ કરનાર દ્વારા હસ્તાક્ષર કરવાના હોય છે. આ સુનિશ્ચિત કરે છે કે વીમાધારક ફોર્મને ચોક્કસાઇપૂર્વક ભરવાની તસ્દી લે છે અને તેમાં આપેલી હકીકતોને સમજી છે, તેથી દાવાના સમયે હકીકતોની ગેરરજૂઆત કરવામાં આવી હોવાના આધાર પર મતભેદો માટેનો કોઈ

અવકાશ રહે નહીં. આવી ઘોષણાઓ સંપૂર્ણ ભરોસાના સામાન્ય કાયદાના સિદ્ધાંતને અત્યંત સદ્ભાવનાની કરારાત્મક ફરજમાં રૂપાંતરિત કરે છે.

ઉદાહરણ

આવી ઘોષણાઓના ઉદાહરણ છે:

‘હું/ અમે અહીં ઘોષણા કરીએ છીએ અને બાંધકામ આપીએ છીએ કે ઉપરનાં નિવેદનો તમામ સંબંધોમાં સાચા છે અને સંપૂર્ણ છે અને વીમા માટેની અરજીને સંબંધિત હોય એવી અન્ય કોઈ માહિતી નથી, જેને તમારી સમક્ષ જાહેર કરવામાં આવી નથી.’

‘હું/ અમે સંમત છીએ કે આ પ્રસ્તાવ અને ઘોષણાઓ મારા/ અમારા અને (વીમા કંપનીનું નામ) વચ્ચેનો કરારનો આધાર હશે.’

તમારી કસોટી કરો 2

નીચેનામાંથી કયો વિકલ્પ પ્રસ્તાવ ફોર્મનાં અનુસંધાનમાં સુસંગત નથી ?

- I. સંપૂર્ણ ભરોસો
- II. દાવો થઈ શકે એ રકમ
- III. વાસ્તવિક હકીકતો જાહેર કરવાની ફરજ
- IV. આપેલી વિગતોની ગોપનીયતા

આવી નોંધના કેટલાક ઉદાહરણ નીચે આપ્યા છે:

‘વીમાધારક દ્વારા જોખમની આકારણી માટેની વાસ્તવિક હકીકતની બિન-ઘોષણા, ગેરમાર્ગે દોરતી માહિતી પૂરી પાડવી, છેતરપિંડી અથવા અસહકાર જારી કરેલી પોલિસી હેઠળ કવર રદ થશે.’

‘પ્રસ્તાવ કંપની દ્વારા સ્વીકારવામાં ન આવે અને સંપૂર્ણ પ્રિમિયમની ચુકવણી કરવામાં ન આવે ત્યાં સુધી કંપની જોખમ પર નહીં હોય’.

C. નો ચોર કસ્ટમર (કેવાયસી) ધોરણો

એન્ટી-મની લોન્ડરિંગ અને કેવાયસી ધોરણો

મની લોન્ડરિંગ એવી પ્રક્રિયા છે, જેના દ્વારા ગુનેગારો ગુનાઈત પ્રવૃત્તિઓની આવકનાં વાસ્વિક મૂળ અને માલિકી છુપાવવા માટે ભંડોળ ટ્રાન્સફર કરે છે. ગેરકાયદેસર પ્રવૃત્તિઓ

મારફતે પ્રાપ્ત થયેલા ભંડોળને કાયદેસર નાણાં બતાવવા માટે ગુનેગારો દ્વારા મની લોન્ડરિંગ પ્રક્રિયાઓનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. આ પ્રક્રિયામાં તેઓ નાણાંનું ગુનાઇત મૂળ છુપાવવાનો અને તેને માન્ય બતાવવાનો પ્રયત્ન કરે છે.

ગુનેગારો તેમના નાણાંની હેરફેર કરવા માટે બેંકો અને વીમા સહિત નાણાકીય સેવાઓનો ઉપયોગ કરવાનો પ્રયત્ન કરે છે. તેઓ ખોટી ઓળખનો ઉપયોગ કરીને વ્યવહારો કરે છે, ઉદાહરણ તરીકે વીમાનાં કેટલાક સ્વરૂપ ખરીદીને અને ત્યાર પછી તે નાણાં પાછા ખેંચવાની વ્યવસ્થા કરે છે અને ત્યાર પછી તેમના ઉદ્દેશ પૂરા થઈ જાય ત્યાર પછી ગાયબ થઈ જાય છે. ભારત સહિત વિશ્વભરની સરકારો આ પ્રકારની નાણાંની હેરફેરના પ્રયત્નોને રોકવાનો સતત પ્રયત્ન કરી રહી છે.

વ્યાખ્યા

નાણાંની હેરફેર ગેરકાયદેસર નાણાંને તેના ગેરકાયદેસર મૂળને છુપાવીને અર્થતંત્રમાં લાવવાની પ્રક્રિયા છે, જેથી તે કાયદેસર રીતે પ્રાપ્ત કર્યા હોવાનું દેખાય. ભારત સરકારે નાણાંની હેરફેરની પ્રવૃત્તિઓ પર અંકુશ લાવવા માટે પીએમએલએ, 2002 રજૂ કર્યું હતું.

નાણાંની હેરફેરની પ્રવૃત્તિઓને નિયંત્રિત કરવા અને નાણાંની હેરફેરથી પ્રાપ્ત કરેલી સંપત્તિની જપ્તિ માટે જોગવાઈ પૂરી પાડવા માટે નાણાંની હેરફેર પ્રતિબંધન ધારો (પીએમએલએ), 2002ને 2005માં અમલી બનાવવામાં આવ્યો હતો.

તેના પછી તરત આઈઆરડીએઆઈ દ્વારા જારી કરેલી નાણાંની હેરફેરની માર્ગદર્શિકાએ વીમા સેવાઓ માટે વિનંતી કરી રહેલા ગ્રાહકોની ખરી ઓળખ નિર્ધારિત કરવા માટે, શંકાસ્પદ વ્યવહારોની જાણ કરવા અને નાણાંની હેરફેરને સામેલ કરતા અથવા સામેલ કરવાની શંકા ધરાવતા કેસોના યોગ્ય રેકોર્ડ જારી કરવા માટેના ઉચિત પગલાંઓને સંકેત આપ્યો છે. કરારના આરંભથી જ સતર્ક રહેવાની અને એ સુનિશ્ચિત કરવાની આવશ્યકતા છે કે આ કોઈ પણ રીતે નાણાંની હેરફેર કરવા માટેનાં સાધનનો ઉદ્દેશ ધરાવતું નથી.

નાણાંની હેરફેર પ્રતિબંધન ધારો, 2002 (પીએમએલએ) 1 જુલાઈ, 2005થી અમલમાં આવે એ રીતે ભારત સરકાર દ્વારા અમલી બનાવવામાં આવ્યો હતો. આ કાયદા અનુસાર દરેક બેંકિંગ કંપની, નાણાકીય સંસ્થા (વીમા કંપનીઓ સહિત) અને મધ્યસ્થીએ પીએમએલએ હેઠળ સૂચવેલા તમામ વ્યવહારોનો રેકોર્ડ જાળવવાનો રહેશે. તદનુસાર આઈઆરડીએઆઈએ 31 માર્ચ, 2006ના રોજ એન્ટિ-મની લોન્ડરિંગ / કાઉન્ટર ફાયનાન્સિંગ ઓફ ટેરરિઝમ (એએમએલ/ સીએફટી) અંગેની માર્ગદર્શિકા જારી કરી હતી.

નો ચોર કસ્ટમર કારોબાર દ્વારા પોતાના ગ્રાહકોની ઓળખની ખરાબ કરવા માટે ઉપયોગમાં લેવામાં આવતી પ્રક્રિયા છે. બેંકો અને વીમા કંપનીઓ ઓળખની ચોરી, નાણાકીય છેતરપિંડી અને નાણાંની હેરફેરને રોકવા માટે પોતાના ગ્રાહકો પાસે વિગતવાર માહિતી પૂરી પાડવા અંગેની માગણી કરી રહી છે. કેવાયસી માર્ગદર્શિકાનો ઉદ્દેશ ગુનાખોર તત્વો દ્વારા નાણાકીય સંસ્થાઓનો નાણાંની હેરફેરની પ્રવૃત્તિઓ માટે થતા ઉપયોગને રોકવાનો છે.

તેથી વીમા કંપનીઓએ તેમના ગ્રાહકોની ખરી ઓળખ નક્કી કરવાની જરૂર રહે છે. એજન્ટોએ સુનિશ્ચિત કરવું જોઈએ કે કેવાયસી પ્રક્રિયાના ભાગ તરીકે પ્રસ્તાવ કરનાર વ્યક્તિ નીચે આપવામાં આવેલા પુરાવાની સાથે પ્રસ્તાવ ફોર્મ સુપરત કરે:

- i. ઓળખનો પુરાવો - ડ્રાઇવિંગ લાઇસન્સ, પાસપોર્ટ, મતદાર ઓળખપત્ર, પાન કાર્ડ, ફોટોગ્રાફ્સ વગેરે.
- ii. સરનામાંનો પુરાવો - ડ્રાઇવિંગ લાઇસન્સ, પાસપોર્ટ, ટેલિફોન બિલ, વીજળીનું બિલ, બેંકની પાસબુક વગેરે. વ્યક્તિઓ, કોર્પોરેટ્સ, ભાગીદાર કંપનીઓ, ટ્રાસ્ટ્સ અને ફાઉન્ડેશન્સ માટે વિભિન્ન દસ્તાવેજો સૂચવવામાં આવ્યા છે
- iii. ખાસ કરીને ઊંચા મૂલ્યના વ્યવહારોના કિસ્સામાં આવકના પુરાવાના દસ્તાવેજો અને નાણાકીય સ્થિતિ
- iv. વીમા કરારનો ઉદ્દેશ

a) વયનો પુરાવો - વ્યક્તિગત લાઇસન્સ માટે

જીવન, આરોગ્ય, પર્સનલ એક્સિડેન્ટ વગેરે જેવા વીમાઓને સંબંધિત વ્યક્તિ સાથે વ્યવહાર કરતી વખતે વીમા કંપનીઓ વીમાધારકની જોખમ પ્રોફાઇલને નિર્ધારત કરવા માટે વયને મહત્વનાં પરિબલ તરીકે ઉપયોગમાં લે છે. જીવન કારોબારમાં વય શ્રેષ્ઠ મહત્વ ધરાવતી હોવાથી વીમા કંપનીઓ વયને લગતા દસ્તાવેજોના વધુ વિગતવાર ધોરણોને અનુસરે છે. [જોકે સરકાર, ભારતીય રિઝર્વ બેંક અને આઇઆરડીએઆઇ કેવાયસી ધોરણોનાં અનુસરણ પર વધુ કડક બની છે.] અન્ડરરાઇટિંગ પ્રક્રિયાનો એક મહત્વપૂર્ણ ભાગ વયના પુરાવાની ચકાસણી કર્યા પછી વયની સ્વીકૃતિ છે.

i. વયના પ્રમાણભૂત પુરાવા

વયના બે પ્રકારના પ્રમાણ છે, જે વીમા કંપનીઓ સમક્ષ વયના પુરાવા તરીકે સામે આવે છે. વયના માન્ય પુરાવા પ્રમાણભૂત અથવા બિન-પ્રમાણભૂત હોઈ શકે છે.

- ✓ વયના પ્રમાણભૂત પુરાવાઓ સામાન્યપણે જાહેર સત્તાધિકારીઓ જેવા કે મહાનગરપાલિકા દ્વારા અથવા અન્ય સરકારી સંસ્થા દ્વારા જારી કરેલું જન્મનું પ્રમાણપત્ર, શાળા છોડ્યાનું પ્રમાણપત્ર, પાસપોર્ટ વગેરે દ્વારા જારી કરવામાં આવે છે.
- ✓ બિન-પ્રમાણભૂત, જ્યારે ઉંમરનો પ્રમાણભૂત પુરાવો ઉપલબ્ધ ન હોય ત્યારે (તરત જ સ્વીકારવામાં આવતા નથી)

વયના પ્રમાણભૂત પુરાવા તરીકે માનવામાં આવતા કેટલાક દસ્તાવેજો નીચે આપવામાં આવ્યા છે:

- i. શાળા કે કોલેજનાં પ્રમાણપત્ર
 - ii. મહાનગરપાલિકાના રેકોર્ડ્સમાંથી મેળવેલું જન્મનું પ્રમાણપત્ર
 - iii. પાસપોર્ટ
 - iv. પાન કાર્ડ
 - v. સર્વિસ રજિસ્ટર
 - vi. લશ્કરી કર્મચારીના કિસ્સામાં ઓળખ કાર્ડ
 - vii. યોગ્ય સત્તાધિકારી દ્વારા જારી કરેલું લગ્નનું પ્રમાણપત્ર
- ii. વયના બિન-પ્રમાણભૂત પુરાવા

ઉપર જણાવવામાં આવેલા વયના પ્રમાણભૂત પુરાવા જ્યારે ઉપલબ્ધ ન હોય ત્યારે જીવન વીમા કંપની વયના બિન-પ્રમાણભૂત પુરાવા સુપરત કરવાની મંજૂરી આપી શકે છે. વયના બિન-પ્રમાણભૂત પુરાવા તરીકે ઓળખાતા કેટલાક દસ્તાવેજો નીચે આપેલા છે:

- i. જન્માક્ષર
- ii. રેશન કાર્ડ
- iii. સ્વ-ઘોષણા કરીને કરેલું સોગંધનામું
- iv. ગ્રામપંચાયતનું પ્રમાણપત્ર

તમારી કસોટી કરો ૩

નીચેનામાંથી કયો વિકલ્પ વચના માન્ય પુરાવા તરીકે સ્વીકારવામાં આવતો નથી ?

- I. મ્યુનિસિપલ રેકોર્ડ્સમાંથી પ્રાપ્ત કરેલું જન્મનું પ્રમાણપત્ર
- II. ધારાસભ્ય દ્વારા જારી કરેલું જન્મનું પ્રમાણપત્ર
- III. પાસપોર્ટ
- IV. પાન કાર્ડ

તમારી કસોટીના ઉત્તર

ઉત્તર 1 - સાચો વિકલ્પ I છે.

ઉત્તર 2 - સાચો વિકલ્પ II છે.

ઉત્તર 3 - સાચો વિકલ્પ II છે.

સંક્ષિપ્ત

- માહિતીપત્ર વીમા કંપનીઓ દ્વારા ઉપયોગમાં લેવામાં આવતો ઔપચારિક કાનૂની દસ્તાવેજ છે, જે પ્રોડક્ટ અંગેની વિગતો આપે છે.
- પ્રસ્તાવ કરવા માટે ઉપયોગમાં લેવામાં આવતા અરજી દસ્તાવેજને સામાન્યપણે 'પ્રસ્તાવ ફોર્મ' તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.
- વચના પ્રમાણભૂત પુરાવા તરીકે ગણવામાં આવતા કેટલાક દસ્તાવેજોમાં શાળા અથવા કોલેજનું પ્રમાણપત્ર, મ્યુનિસિપલ રેકોર્ડ્સમાંથી મેળવેલું જન્મનું પ્રમાણપત્ર વગેરે.
- વીમા કંપનીઓએ તેમના ગ્રાહકોની ખરી ઓળખ નિર્ધારિત કરવાની જરૂર હોય છે. સરનામાંનો પુરાવો, પાન કાર્ડ અને ફોટોગ્રાફ્સ વગેરે જેવા કેવાયસી દસ્તાવેજોને કેવાયસી પ્રક્રિયાના ભાગરૂપે એકત્રિત કરવા આવશ્યક હોય છે.

મુખ્ય પારિભાષિક શબ્દો

1. માહિતીપત્ર
2. પ્રસ્તાવ ફોર્મ
3. નૈતિક હાનિ

4. નો યોર કસ્ટમર (કેવાયસી)
 5. વયનો પુરાવો
 6. વયના પ્રમાણભૂત અને બિન-પ્રમાણભૂત પુરાવા
 7. ફી-લુક અવધિ
-

પ્રકરણ C-08

ગ્રાહક સેવા

પ્રકરણનો પરિચય

આ પ્રકરણમાં તમે ગ્રાહક સેવાનું મહત્ત્વ શીખશો. તમે ગ્રાહકોને સેવા પૂરી પાડવામાં એજન્ટ્સની ભૂમિકા વિશે શીખશો. તમે ગ્રાહકો સાથે કેવી રીતે સંવાદ કરવો અને સંબંધ સ્થાપવો તે પણ શીખશો.

અભ્યાસનાં પરિણામો

- A. ગ્રાહક સેવા - સામાન્ય વિચારો
- B. ગ્રાહક સેવા પૂરી પાડવામાં એજન્ટની ભૂમિકા
- C. ગ્રાહક સેવામાં સંવાદની કુશળતા
- D. બિન-શાબ્દિક સંવાદ
- E. નૈતિક વ્યવહાર

આ પ્રકરણમાં અભ્યાસ કર્યા પછી તમે નીચે બાબતો માટે સક્ષમ બનશો:

ગ્રાહક સેવાનું મહત્ત્વ સમજવું

1. સેવાની ગુણવત્તા વર્ણવો
2. વીમા ઉદ્યોગમાં સેવાનું મહત્ત્વ તપાસવું
3. સારી સેવા પૂરી પાડવામાં વીમા એજન્ટની ભૂમિકાની ચર્ચા કરવી
4. સંવાદની પ્રક્રિયા વર્ણવો
5. બિન-શાબ્દિક સંવાદનું મહત્ત્વ પ્રદર્શિત કરવું
6. નૈતિક વર્તણુકની ભલામણ કરવી

A. ગ્રાહક સેવા - સામાન્ય વિચારો

1. ગ્રાહક સેવા કેમ ?

ગ્રાહક કોઈ પણ ઉદ્યોગનો એક મહત્ત્વપૂર્ણ ભાગ છે અને કોઈ પણ ઉદ્યોગસાહસને તેમની સાથે ઉદાસીન વ્યવહાર કરવાનું પરવડી શકે નહીં. સેવા ક્ષેત્રમાં ગ્રાહક સેવા અને સંબંધોની ભૂમિકા મહત્ત્વપૂર્ણ હોય છે અને વીમા માટે તો વધુ મહત્ત્વપૂર્ણ છે.

દરેક ઉદ્યોગસાહસ તેના ગ્રાહકોને ખુશ કરવાનો ઉદ્દેશ ધરાવે છે. વીમો ખરીદવો એ કાર ખરીદવા કરતા કેવી રીતે અલગ હોય છે તેની તપાસ કરીને વર્ણવી શકાય છે.

કારને જોઈ, સ્પર્શી, ટેસ્ટ ડ્રાઇવ અને અનુભવી શકાય છે, જ્યારે કારનો વીમો અકસ્માતને લીધે કારને થતા નુકસાન કે હાનિના કિસ્સામાં ચુકવણી કરવા માટેનું માત્ર એક વચન છે. આ વચન અમૂર્ત છે - તેને જોઈ, સ્પર્શી કે અનુભવી શકાતું નથી.

કારનો ગ્રાહક કારને સરળતાથી સમજી અને અનુભવી શકશે, જ્યારે વીમાના ગ્રાહકે ખરીદેલી વીમા સુરક્ષાનું મૂલ્યાંકન અને અનુભવ માત્ર ત્યારે જ કરી શકે છે જ્યારે નુકસાન થાય છે અને વીમા કંપની દાવાની વતાવટ કરે છે. તમામ ગ્રાહકો આનો અનુભવ કરવાની તક મળતી નથી. વીમામાં જ્યારે આવી પરિસ્થિતિ સર્જાય ત્યારે જો સેવા અપેક્ષાને વટાવી દે છે ત્યારે ગ્રાહક પ્રસન્ન થશે.

2. સેવાની ગુણવત્તા

વીમા કંપનીઓ અને તેમના એજન્ટ્સ સહિતના તેમના કર્મચારીઓ માટે ગ્રાહકને ઉચ્ચ ગુણવત્તાની સેવા આપવી અને પ્રસન્ન કરવા આવશ્યક છે.

પરંતુ ઉચ્ચ ગુણવત્તાની સેવા શું છે ? તેના લક્ષણો કયા છે ?

ઝેઇથમલ, પરસુરામન અને બેરીના સેવાના ગુણવત્તા માટેનો જાણિતો સર્વકવોલ અભિગમ સેવાની ગુણવત્તાના 5 મુખ્ય સૂચકાંકો પર પ્રકાશ પાડે છે:

- વિશ્વાસનીયતા : વચન આપેલી સેવા વિશ્વસનીય રીતે અને ચોક્કસપણે કરવાની ક્ષમતાને સારી સેવાનો સૌથી મહત્ત્વપૂર્ણ સૂચક માનવામાં આવે છે. આ એવો પાયો છે, જેના પર વિશ્વાસનું નિર્માણ થાય છે.
- પ્રતિભાવ: ગ્રાહકોને સહાય કરવા અને તેની જરૂરિયાત માટે ત્વરિત પ્રતિસાદ પૂરો પાડવા માટે સેવા કર્મચારીની તૈયારી અને ક્ષમતાને સંદર્ભિત કરે છે. તેને સેવા પૂરી પાડતી વખતે ઝડપ, ચોક્કસાઈ અને વલણ જેવા સૂચકાંકો દ્વારા માપવામાં આવી શકે છે.

- c) ખાતરી : ગ્રાહકોની જરૂરિયાત સમજવા અને પૂરી કરવામાં કર્મચારી અથવા એજન્ટ દ્વારા પ્રદર્શિત કરવામાં આવતા જ્ઞાન, ક્ષમતા અને શિષ્ટાચારનું સંદર્ભિત કરે છે, જેનાથી તેઓ વિશ્વાસ અને આત્મવિશ્વાસ વ્યક્ત કરે છે.
- d) સહાનુભૂતિ: સહાનુભૂતિને માનવીય સંબંધ તરીકે વર્ણવવામાં આવે છે. તે ગ્રાહકોને તરફની કાળજી અને આપેલા વ્યક્તિગત વલણ દ્વારા પ્રતિબિંબિત થાય છે.
- e) મૂર્ત બાબતો : ભૌતિક પર્યાવરણીય પરિબલો જેવા સ્થળ, લેઆઉટ અને સ્વચ્છતાની સાથે વ્યાવસાયિકતાની ભાવના પણ રજૂ કરે છે, જેનો અનુભવ ગ્રાહકને સેવા પ્રદાતાનો સંપર્ક કરે ત્યારે થાય છે. પ્રથમ છાપ લાંબા સમય સુધી રહે છે.

3. ગ્રાહક સેવા અને વીમો

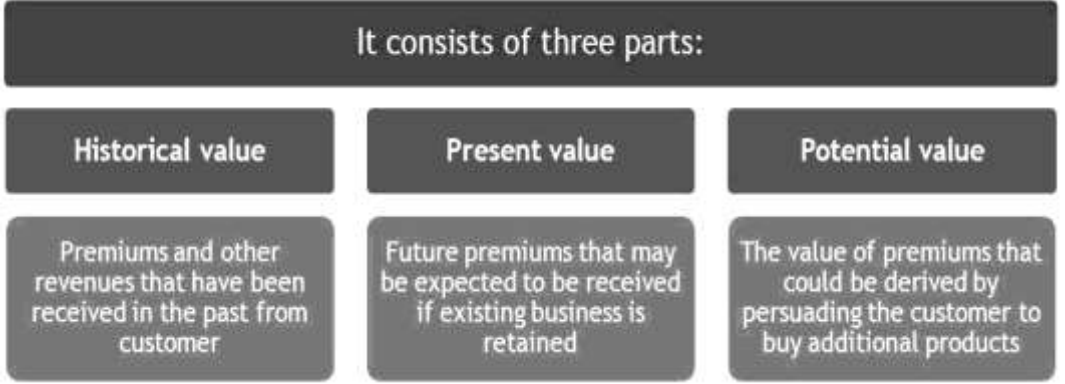
વીમા ઉદ્યોગમાં અગ્રણી વેચાણ ઉત્પાદકો જણાવે છે કે ટોચ પર પહોંચવાનું અને ત્યાં ટકી રહેવાનું રહસ્ય મોટી સંખ્યામાં પ્રવર્તમાન ક્લાયન્ટ્સનું સમર્થન અને વિશ્વાસ મેળવવાનું છે, જેમની મદદથી વ્યવસાયનું નિર્માણ થાય છે. આ ક્લાયન્ટ્સ પ્રવર્તમાન કરારોનાં રિન્યુઅલથી કમિશન મેળવવાનો સ્ત્રોત છે. આ નવા ગ્રાહકો પ્રાપ્ત કરવા માટેના મૂલ્યવાન સ્ત્રોત હોઈ શકે છે.

વીમા વેચાણમાં સફળતાનું એક શ્રેષ્ઠ મંત્ર પોતાના ગ્રાહકોને પોતાના ક્લાયન્ટ્સમાં રૂપાંતરિત કરવામાં સક્ષમ થવું છે. ગ્રાહકો એ છે જેઓ પ્રોડક્ટ ખરીદે છે. જ્યારે બીજી બાજુએ ક્લાયન્ટ્સ એવા લોકો છે જેમની સાથે એજન્ટ્સ જીવનભર માટે સંબંધ બાંધે છે, જેઓ તેમની/ તેણીની પાસેથી ખરીદવાનું જારી રાખે છે અને અન્ય ગ્રાહકો સુધી પહોંચવા અને તેમને વેચાણ કરવામાં તેમની/તેણીની મદદ કરે છે અને સંભવતઃ તેમનું સમર્થન કરે છે.

વ્યક્તિના ગ્રાહકોને સેવા આપવાની ઊંડી વચનબદ્ધતા સાથે કાર્ય કરીને ક્લાયન્ટ્સનું નિર્માણ થાય છે. ગ્રાહકોને ખુશ રાખીને એજન્ટ અને કંપનીને તે કેવી રીતે લાભ કરે છે તે સમજવા માટે વ્યક્તિએ ગ્રાહકનાં આજીવન મૂલ્યને સમજવું જોઈએ.

ગ્રાહકનું આજીવન મૂલ્યને આર્થિક લાભોના સરવાળા તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે, જે લાંબી સમય અવધિ દરમિયાન ગ્રાહક સાથે દૃઢ સંબંધનાં નિર્માણમાંથી પ્રાપ્ત કરી શકાય છે.

આકૃતિ 1: ગ્રાહકનું આજીવન મૂલ્ય



એક એજન્ટ કે જે સેવા પૂરી પાડે છે અને તેમના ગ્રાહકો સાથે ગાઢ સંબંધોનું નિર્માણ કરે છે તેઓ ભરોસો અને બ્રાન્ડ મૂલ્ય બનાવે છે, જે કારોબાર વિસ્તરણમાં કરવામાં મદદ કરે છે.

તમારી કસોટી કરો 1

ગ્રાહક આજીવન મૂલ્યનો અર્થ શું થાય છે ?

- I. ગ્રાહકને તેમના જીવનકાળ દરમિયાન સેવા આપવામાં થયેલા ખર્ચનો સરવાળો
- II. સર્જેલા કારોબારને આધારે ગ્રાહકને આપેલો રેન્ક
- III. આર્થિક લાભનો સરવાળો, જેને ગ્રાહક સાથે લાંબા ગાળાના સંબંધનું નિર્માણ કરીને તેને પ્રાપ્ત કરી શકાય છે
- IV. મહત્તમ વીમો, જેનો શ્રેય ગ્રાહકને આપી શકાય છે

4. ગ્રાહક સંબંધ અને સેવા

ગ્રાહક સેવા એ સંતુષ્ટ અને વફાદાર ગ્રાહકો બનાવવામાં મુખ્ય ઘટક છે અને તેમની સાથે મજબૂત સંબંધનું નિર્માણ કરવું પણ આવશ્યક છે. ગ્રાહકના વીમા કંપની અંગેના વિચાર વીમા કંપની જે સેવા અને સંબંધ ઓફર કરે છે તેના પર આધાર રાખે છે.

સ્વસ્થ સંબંધ બનાવવા માટે શેની જરૂર હોય છે ? સ્વાભાવિક છે, તે વિશ્વાસ છે. તેની સાથે સાથે અન્ય ઘટકો પણ હોય છે, જે વિશ્વાસને મજબૂત બનાવે છે અને પ્રોત્સાહિત કરે છે. ચાલો આપણે કેટલાક ઘટકોનું વર્ણન કરીએ.

આકૃતિ 2: વિશ્વાસના ઘટકો



- i. દરેક સંબંધ આકર્ષણ સાથે શરૂ થાય છે: આકર્ષણનો અર્થ પસંદ આવવું અને ગ્રાહક સાથે સંબંધ બનાવવા સક્ષમ બનવું થાય છે, જે શ્રેષ્ઠ પ્રથમ છાપનું સર્જન કરીને શરૂ થાય છે. આકર્ષણ દરેક હૃદયને ખોલવાની યાવી માનવામાં આવે છે. તેના વિના સંબંધ ભાગ્યે જ શક્ય બને છે. સેલ્સ પર્સન જો ગ્રાહકને પસંદ ન આવે તો તે વધુ આગળ વધી શકે નહીં.
- ii. સંબંધનો બીજો ઘટક જ્યારે આવશ્યકતા હોય ત્યારે ત્યાં વ્યક્તિની ઉપસ્થિતિ છે.
- iii. સંવાદ: વ્યક્તિ સંપૂર્ણપણે ઉપસ્થિત ન હોય અને ગ્રાહકની તમામ અપેક્ષાઓનો સંપૂર્ણ ન્યાય આપવામાં અસક્ષમ હોય તેમ છતાં પણ વ્યક્તિ ખાતરીપૂર્ણ, સહાનુભૂતિથી ભરપૂર અને જવાબદારીના ભાવને વ્યક્ત કરવાની રીતથી સંવાદ કરીને મજબૂત સંબંધ જાળવી શકે છે.

સંવાદનાં ઉપર જણાવેલા પરિમાણો માટે શિષ્ટ અને કુશળતાની આવશ્યકતા હોય છે. તે આખરે વ્યક્તિ કેવી રીતે વિચારે છે અને જુએ છે તે પ્રતિબિંબિત કરે છે.

કંપનીઓ ગ્રાહક સંબંધ સંચાલન પર ભાર મૂકે છે, કારણ કે ગ્રાહકને જાળવી રાખવાનો ખર્ચ નવો ગ્રાહક પ્રાપ્ત કરવાના ખર્ચ કરતા ઘણો ઓછો હોય છે. ગ્રાહક જાળવવાની તક વિભિન્ન સ્પર્શ બિંદુઓ પર ઊભી થાય છે, દા.ત. ગ્રાહકોની વીમા જરૂરિયાતોને સમજતી વખતે ક્લરેજની સમજ આપતી વખતે, ફોર્મ આપતી વખતે વગેરે.

B. ગ્રાહક સેવા પૂરી પાડવામાં વીમા એજન્ટની ભૂમિકા.

હવે ચાલો આપણે વિચારીએ કે એજન્ટ ગ્રાહકને શ્રેષ્ઠ સેવા કેવી રીતે પૂરી પાડી શકે છે. એ સમજવું અગત્યનું છે કે સેલ્સ પર્સન દ્વારા ગ્રાહકનો જે ક્ષણથી સંપર્ક કરવામાં આવે ત્યારથી દાવાની પતાવટના આખરી બિંદુ સુધી ગ્રાહક અનુભવની એક સફર પર જાય છે, જેને આપણે 'ગ્રાહક સફર' કહીએ છીએ. એજન્ટે કરારની સમગ્ર અવધિ દરમિયાન ગ્રાહક સાથે

ભાગીદારી કરવાની, દરેક તબક્કે યાદગાર અનુભવનું સર્જન કરવા માટે સફરના દરેક તબક્કામાં તેમનો / તેણીનો હાથ પકડી રાખવાની જરૂર હોય છે.

ચાલો આપણે સફરમાં કેટલાક સીમાચિહ્નો પર અને દરેક પગલે ભજવેલી ભૂમિકા પર ધ્યાન આપીએ.

1. વેચાણ

એવું કહેવાય છે કે વેચાણ એ કળા અને વિજ્ઞાન બંને છે. તે વિજ્ઞાન છે, કારણ કે તે એક નિર્ધારિત પ્રક્રિયાની માંગ કરે છે, જો તેને સતત અને યોગ્ય રીતે અનુસરવામાં આવે તો તે સફળતા તરફ દોરી શકે છે. તે એક અર્થમાં કળા પણ છે કે દરેક સેલ્સ પર્સન પોતાની વિશિષ્ટ માન્યતાઓ, શૈલી અને વ્યક્તિત્વને પ્રક્રિયામાં લાવે છે અને પરિણામ એ વાત પર નિર્ભર કરે છે કે પ્રત્યેક વ્યક્તિ પ્રક્રિયામાં શું મૂકે છે.

- પ્રોસ્પેક્ટિંગ: વેચાણ પ્રક્રિયા પ્રોસ્પેક્ટિંગ સાથે શરૂ થાય છે, જેનો શાબ્દિક અર્થ સંભવિત ગ્રાહક માટેની 'શોધ' થાય છે. શોધ કરવી મહત્ત્વપૂર્ણ છે, કારણ કે 'વ્યક્તિ જ્યાં સુધી શોધ ન કરે ત્યાં સધી મેળવી શકતો નથી', આ પ્રક્રિયામાં એક મહત્ત્વપૂર્ણ પગલું છે. એજન્ટ સામાન્યપણે તેમના અથવા તેણીના પ્રાકૃતિક બજારથી શરૂ કરે છે, જે જાણીતા અને સરળતાથી પહોંચી શકાય એવા લોકોથી બનેલું હોય છે. જેઓ વ્યક્તિના ત્વરીત વર્તુળની બહાર હોય - તેમને જાણવવામાં અને તેમના નેટવર્ક સુધી પહોંચવું એ પડકારજનક છે.

તે તમામ લોકો જેને વ્યક્તિ જાણે છે અને તેમનો સંપર્ક કરે છે તેઓ વીમા માટે યોગ્ય ઉમેદવાર ન પણ હોઈ શકે અથવા તેઓ ખરીદવામાં રસ ધરાવતા ન પણ હોઈ શકે. તેથી તેમને લાયક બનાવવા આવશ્યક છે, જેથી વ્યક્તિ માત્ર એવા લોકોને લક્ષ્યાંકિત કરે જેઓ વીમો ખરીદવાની શક્યતા ધરાવતા હોય. જ્યારે એજન્ટ સંભવિત ગ્રાહક સાથે મજબૂત સંબંધ સ્થાપે માત્ર ત્યારે જ પ્રોસ્પેક્ટિંગ પ્રક્રિયા સફળ બને છે. તેથી કોઈ પણ સેલ્સ પર્સનનું પ્રથમ કાર્ય વિશ્વાસ વેચાવનું અને આત્મવિશ્વાસનું નિર્માણ કરવાનું છે.

- ઇન્ટરવ્યુ માટે આમંત્રિત કરવા: વ્યક્તિગત સંબંધો પાયો હોય છે, જેના આધાર પર વીમા કારોબારનું નિર્માણ થાય છે વ્યક્તિ જે શાખ પ્રાપ્ત કરે છે તેને વેચાણમાં રૂપાંતરિત કરવી જરૂરી છે. જ્યારે સેલ્સ પર્સન વિગતવાર સેલ્સ ઇન્ટરવ્યુ માટે ઔપચારિક એપોઇન્ટમેન્ટ નિર્ધારિત કરે છે ત્યારે આ શરૂ થાય છે. આ પગલું વ્યક્તિની વ્યાવસાયિક ઓળખ સ્થાપિત કરવા માટે અને કારોબારને અનૌપચારિક ચર્ચાઓથી અલગ રાખવા માટે પણ આવશ્યક છે.

- જરૂરિયાતો નિર્ધારિત કરવી અને ઉકેલની ભલામણ કરવી: સેલ્સ ઇન્ટરવ્યુનું હાર્દ એવા પગલાં છે, જેમાં સેલ્સ એજન્ટ સંભવિત ગ્રાહકને ચોક્કસ જરૂરિયાતો અંગે જાગૃત્ત કરે છે, જેના માટે વીમો એક ઉકેલ છે. કુશલ સેલ્સ પર્સન અલગ હોય છે જે પોતાની આવડતથી સંભવિત ગ્રાહકને હળવા પ્રશ્નો પૂછીને તેની વીમાની જરૂરિયાતનું સર્જન કરતી સુરક્ષામાં રહેલા અંતર વિશે માર્ગદર્શન આપે છે, જેથી વીમાની જરૂરિયાત વધે.

એજન્ટની જવાબદારી હોય છે કે તેઓ સંભવિત ગ્રાહકને તેમની/ તેણીની જરૂરિયાતો પૂરી કરવા માટે યોગ્ય પ્રકારના વીમા ઉકેલો અંગે શ્રેષ્ઠ સલાહ પૂરી પાડે. પ્રથમ તેઓ નિર્ધારિત કરે છે અને સંભવિત ગ્રાહકને ચોક્કસ જરૂરિયાતો અંગે જાગૃત્ત કરે છે, જેના માટે વીમો એક ઉકેલ છે. તેમાં ખરીદવામાં આવનારી વીમાની રકમ અંગે પણ યોગ્ય સલાહ આપવાનો સમાવેશ થાય છે. ઉદાહરણ તરીકે કોઈ વ્યક્તિ દ્વારા ખરીદવામાં આવનારા જીવન વીમાની રકમને તેમની/ તેણીની આવક અને ચુકવવાની ક્ષમતા સાથે જોડવાની જરૂર હોય છે.

ખાસ કરીને બિન-જીવન વીમો ખરીદતી વખતે પાયારૂપ ધારણાને ધ્યાનમાં રાખવી પણ મહત્ત્વપૂર્ણ છે: જ્યાં જોખમને સંચાલિત કરી શકાતું હોય ત્યારે વીમાની ભલામણ કરશો નહીં. વીમાની આવશ્યકતા છે કે નથી તે સંજોગો પર આધાર રાખે છે. જો પ્રિમિયમની ચુકવણી સામેલ નુકસાનની તુલનામાં વધારે હોય તો માત્ર જોખમ ઊઠાવવાની સલાહ આપી શકાય. જ્યારે બીજી બાજુએ જો જોખમનાં નુકસાનનાં પરિણામો ગંભીર હોવાની શક્યતા હોય તો તેની સામે વીમો લેવો સમજદારી છે.

ઉદાહરણ

પુરની સંભાવના ધરાવતા વિસ્તારમાં રહેતા ઘરના માલિક માટે પુરની સામે એડ-ઓન કવર ખરીદવું મદદરૂપ સાબિત થશે. જ્યારે બીજી બાજુએ જો ઘરના માલિક એવા સ્થળે ઘર ધરાવે જ્યાં પુરનું જોખમ નજીવું હોય તો આવું કવર પ્રાપ્ત કરવું આવશ્યક નથી.

ઘણા ગ્રાહકો ખર્ચેલા પ્રતિ રૂપિયે મહત્તમ વીમો પ્રાપ્ત કરવા માટે એટલા બધા ચિંતિત ન હોઈ શકે, પરંતુ તેઓ જોખમને સંચાલિત કરવાના ખર્ચને ઘટાડવામાં રસ ધરાવતા હશે. તેથી ચિંતા એવા જોખમોને ઓખળવાની હશે જેને ગ્રાહક જાળવી રાખી શકે નહીં અને તેથી તેનો વીમો કરવો જોઈએ.

એજન્ટ માત્ર ત્યારે જ સફળ થાય છે જ્યારે તેઓ/ તેણી શ્રેષ્ઠ સલાહ આપે છે. એજન્ટે ગ્રાહકની તુલનામાં પોતાની ભૂમિકા વિશે સતત પોતાની જાતને પૂછવું જોઈએ. તેમણે માત્ર વેચાણ કરવા માટે ગ્રાહક પાસે જવું ન જોઈએ, પરંતુ ગ્રાહક સાથે એવા કોચ અને ભાગીદાર

તરીકે જોડાણ કરવા માટે જવું જોઈએ, જે તેમને તેમના જોખમોને વધુ અસરકારક રીતે સંચાલિત કરવામાં મદદ કરી શકે.

- વાંધાઓને સંચાલિત કરવા અને વેચાણ ક્લોઝ કરવું: ગ્રાહકને ખરીદવા માટેની યોગ્ય પ્રોડક્ટ્સ અંગે માત્ર શ્રેષ્ઠ સલાહ અને ભલામણો આપવી પૂરતી ન પણ હોઈ શકે. તેમણે તેને/ તેણીને ખરીદવાનો નિર્ણય લેવા માટે સમજાવવાની પણ જરૂર હોય છે. ઘણી વખત ગ્રાહક ઘણા બધા પ્રશ્નો ધરાવતા હોઈ શકે અને તેઓ/ તેણી ખરીદવાનો નિર્ણય લે તે પહેલા ઊભા થયેલા વાંધાઓનો ઉકેલ લાવવાની આવશ્યકતા હોય છે. આ વાંધાઓને સંચાલિત કરતી વખતે એ સમજવું અત્યંત આવશ્યક છે કે ઉઠાવવામાં આવેલા વાંધાઓ તેની પાછળ રહેલી ચિંતાઓને પ્રતિબિંબિત કરી શકે છે, જેને ઓળખવાની અને તેનો ઉકેલ લાવવાની જરૂર છે.

સંક્ષિપ્તમાં, વીમા એજન્ટની ભૂમિકા માત્ર સેલ્સ પર્સનની ભૂમિકા કરતા ઘણી વધુ છે. તેમણે/ તેણીએ જોખમ મૂલ્યાંકનકાર, અન્ડરરાઇટર, જોખમ સંચાલન કાઉન્સેલર, કસ્ટમાઇઝ્ડ ઉકેલોના ડિઝાઇનર અને સંબંધના નિર્માણકાર (જે વિશ્વાસ અને લાંબા ગાળાના સંબંધોનું નિર્માણ કરવાનો પ્રયત્ન કરે છે) બનવાની જરૂર હોય છે.

2. પ્રસ્તાવનો તબક્કો

એજન્ટે ગ્રાહકને વીમા માટે પ્રસ્તાવ ભરવામાં સહાય કરવાની હોય છે. વીમાધારકે તેમાં કરવામાં આવેલા નિવેદનો માટે જવાબદારી લેવાની આવશ્યકતા હોય છે. પ્રસ્તાવ ફોર્મના મુખ્ય પાસાઓની ચર્ચા પછીના પ્રકરણમાં કરવામાં આવી છે.

એજન્ટે પ્રસ્તાવ ફોર્મમાં રહેલા દરેક પ્રશ્નોના ઉત્તર તરીકે ભરવાની વિગતો અંગે પ્રસ્તાવ કરનારને સમજાવી અને સ્પષ્ટતા કરવી જોઈએ. યોગ્ય અને સંપૂર્ણ માહિતી પૂરી પાડવામાં નિષ્ફળતાથી ગ્રાહકના દાવાને જોખમમાં મૂકી શકે છે.

ઘણી વખત જો પોલિસી પૂર્ણ કરવા માટે વધારાની માહિતી જરૂર હોય તો કંપની ગ્રાહકને સીધી અથવા એજન્ટ/ સલાહકાર મારફતે જાણ કરી શકે છે. એજન્ટે ગ્રાહકને આવી ઔપચારિકતાઓ પૂરી કરવામાં, તેઓ શા માટે આવશ્યક છે સમજાવવામાં મદદ કરવી જોઈએ.

IRDAI (ઇ-ઇન્શ્યોરન્સ પોલિસીઝ જારી કરવી) નિયમન, 2016 ઇ-પ્રસ્તાવ ફોર્મ માટેની જોગવાઈ કરેલ છે, જે ડિઝિટલ પ્રસ્તાવ ફોર્મ સમાન હોય છે અને પ્રસ્તાવ માટે પોતાની સંમતિ આપવા માટે સંભવિત ગ્રાહક માટે જોગવાઈ ધરાવે છે, જેને વન ટાઇમ પાસવર્ડ (મોબાઇલ ફોન ઓટીપી) દ્વારા માન્ય કરી શકાય છે.

3. સ્વીકૃત્તિનો તબક્કો

a) કવર નોટ્સ / વીમાનાં પ્રમાણપત્રો

અન્ડરરાઈટિંગ પૂર્ણ થાય ત્યાર પછી પોલિસી જારી કરવામાં થોડો સમય લાગી શકે છે. પોલિસી તૈયારી બાકી હોય અથવા જ્યારે વીમા માટેની વાટાઘાટો થઈ રહી હોય અને હંગામી ધોરણે કવર પૂરી કરવું આવશ્યક હોય અથવા લાગુ થવા પાત્ર વાસ્તવિક દર નિર્ધારિત કરવા માટે પરિસરની તપાસ કરવામાં આવી રહી હોય ત્યારે પોલિસી હેઠળ સુરક્ષાની પુષ્ટિ કરવા માટે કવર નોટ જારી કરવામાં આવે છે.

કવર નોટ્સ અને વીમા પ્રમાણપત્રો મુખ્ય રીતે કારોબારના મરીન અને મોટર વર્ગોમાં ઉપયોગમાં લેવામાં આવતી હોવાથી કવર નોટ્સની ચર્ચા સામાન્ય વીમા વિભાગમાં વિગતવાર કરવામાં આવેલ છે.

જ્યાં લાગુ થવા પાત્ર હોય ત્યાં વીમાધારકને કંપની દ્વારા કવર નોટ જારી કરવામાં આવે એ સુનિશ્ચિત કરવાની જવાબદારી એજન્ટની છે. આ સંબંધમાં તત્પરતા ગ્રાહકને સૂચિત કરે છે કે તેમના હિત એજન્ટ અને કંપનીના હાથમાં સુરક્ષિત છે.

b) પોલિસી દસ્તાવેજ

પોલિસી ઔપચારિક દસ્તાવેજ છે, જે વીમા કરારનો પુરાવો પૂરો પાડે છે. આ દસ્તાવેજ ભારતીય સ્ટેમ્પ ધારો, 1899ની જોગવાઈઓ અનુસાર સ્ટેમ્પ થયેલો હોવો જોઈએ. વીમા કંપની વીમાધારકને પોલિસી દસ્તાવેજ આપવા માટે બંધાયેલી છે.

4. પ્રિમિયમની ચુકવણી

વીમા કરાર હેઠળ વીમાની વિષય બાબતનો વીમો લેવા માટે વીમા કંપનીને વીમાધારક દ્વારા ચુકવવામાં આવતી રકમ એ પ્રિમિયમ છે.

સારો એજન્ટ એ સુનિશ્ચિત કરવામાં સક્રિય રસ ધરાવે છે કે વીમાધારક પોતાની પોલિસી લેવા અથવા જારી રાખવા અથવા રિન્યુ કરવા માટે પ્રિમિયમ ચુકવે અને એ ગ્રાહકને પ્રિમિયમની ચુકવણી માટે ઉપલબ્ધ વિભિન્ન વિકલ્પોથી માહિતગાર કરે.

5. પ્રિમિયમની ચુકવણી કરવાની પદ્ધતિ

વીમા પોલિસી લેવાનો પ્રસ્તાવ કરનાર કોઈ વ્યક્તિ દ્વારા અથવા વીમાધારક દ્વારા વીમા કંપનીને ચુકવવામાં આવનારા પ્રિમિયમ નીચેનામાંથી કોઈ એક અથવા વધુ પદ્ધતિઓમાં કરી શકાય છે:

- a) રોકડ
- b) કોઈ પણ માન્યતાપ્રાપ્ત બેંકિંગ નેગોશિએબલ સાધન જેવા કે ચેક, ડિમાન્ડ ડ્રાફ્ટ, પે ઓર્ડર, ભારતમાં કોઈ પણ શિડ્યુઅલ બેંક પર ડ્રો કરેલા બેંકરના ચેક્સ;
- c) પોસ્ટલ મની ઓર્ડર;
- d) ક્રેડિટ અથવા ડેબિટ કાર્ડ્સ;
- e) બેંક ગેરંટી અથવા રોકડ ડિપોઝિટ;
- f) ઇન્ટરનેટ;
- g) ઇ-ટ્રાન્સફર
- h) બેંક ટ્રાન્સફર્સ મારફતે પ્રસ્તાવ કરનાર અથવા પોલિસી ધારક અથવા જીવન વીમાધારકના સ્થાયી નિર્દેશ મારફતે સીધા ક્રેડિટ કરવા;
- i) સમયાંતરે સત્તાધિકારી દ્વારા માન્ય કરવામાં આવતી અન્ય કોઈ પદ્ધતિ અથવા ચુકવણી;

IRDAI નિયમન અનુસાર જો પ્રસ્તાવ કરનાર/ પોલિસી ધારક નેટ બેંકિંગ અથવા ક્રેડિટ/ ડેબિટ કાર્ડ મારફતે પ્રિમિયમની ચુકવણી કરવાનો વિકલ્પ પસંદ કરે તો ચુકવણી માત્ર નેટ બેંકિંગ ખાતા અથવા આવા પ્રસ્તાવ કરનાર/ પોલિસી ધારકનાં નામ પર જારી કરેલા ક્રેડિટ/ ડેબિટ કાર્ડ મારફતે થવી જોઈએ.

6. પોલિસી દસ્તાવેજ જારી કર્યા પછી સેવા અને પ્રિમિયમની રસીદ

ગ્રાહક દ્વારા પ્રિમિયમની ચુકવણી કર્યા પછી વીમા કંપની રસીદ જારી કરવા માટે બંધાયેલી હોય છે. જો પ્રિમિયમ એડવાન્સમાં ચુકવવામાં આવ્યું હોય તો પણ રસીદ જારી કરવાની હોય છે.

એજન્ટ વીમાધારકનો સંપર્ક કરી શકે છે અને વીમા કંપની પાસેથી પોલિસી દસ્તાવેજ પ્રાપ્ત થયો છે કે કેમ તેની તપાસ કરી શકે છે. એજન્ટ માટે આ ગ્રાહક સાથે જોડાણ કરવાની શ્રેષ્ઠ તક રજૂ કરે છે. એજન્ટ કોઈ પણ શંકાઓ દૂર કરવા અને પોલિસીની વિભિન્ન જોગવાઈઓ અને પોલિસીધારકના અધિકારો અને વિશેષાધિકારો સમજાવવા

પણ સક્ષમ બનશે. આ ગ્રાહક માટેની વચનબદ્ધતા પ્રદર્શિત કરે છે અને સતત સહાય અને સેવાનું વચન આપવાની તક પૂરી પાડે છે. એજન્ટે ગ્રાહકને ફી-લુક અવધિની જોગવાઈની પણ જાણ કરવી જોઈએ, જે અવધિ દરમિયાન પોલિસી પરત કરી શકાય છે અને પ્રિમિયમનું રિફંડ પ્રાપ્ત થઈ શકે છે.

જો ખરીદવામાં આવનારી પોલિસી ઇલેક્ટ્રોનિક વીમા પોલિસી હોય તો એજન્ટ ગ્રાહકને રજિસ્ટર્ડ ઇન્શ્યોરન્સ રિપોઝિટરી મારફતે ઇ-ઇન્શ્યોરન્સ એકાઉન્ટ (E-I-A) ખોલવા માટે ગ્રાહકને મદદ કરી શકે છે.

આ આગામી પગલાં માટે પણ માર્ગ મોકળો કરે છે, જેમાં ગ્રાહકને તેઓ/તેણી જાણતા હોય એવા અન્ય લોકોનાં નામ અને વિગતો પૂછી શકાય કે જેઓ એજન્ટની સેવાઓથી સંભવિત લાભ મેળવી શકે છે. જો ક્લાયન્ટ પોતે આ લોકોનો સંપર્ક કરે અને તેમની સમક્ષ એજન્ટનો પરિચય કરાવે તે વધુ સારું રહેશે.

7. પોલિસી રિન્યુઅલ

મોટા ભાગની સામાન્ય વીમા પોલિસીઓ દર વર્ષે રિન્યુ કરવાની હોય છે. સામાન્ય વીમા પોલિસીઓ માટે દરેક રિન્યુઅલ વખતે ગ્રાહક પાસે જે તે કંપની પાસે વીમો જારી રાખવાની અથવા અન્ય કંપની પસંદ કરવાનો વિકલ્પ છે. જીવન વીમા પોલિસીના કિસ્સામાં ગ્રાહક પ્રિમિયમ ચુકવણીની અવધિ મુજબ નિયમિત અંતરાયે પ્રિમિયમની ચુકવણી કરે ત્યાં સુધી પોલિસી અમલી રહે છે. આ એક વખતની ચુકવણીઓ પર લાગુ થતું નથી.

સામાન્ય વીમા કંપનીઓ સામાન્યપણે પ્રિમિયમ ચુકવણીની અવધિની સમાપ્તિની તારીખથી ઘણા વહેલા રિન્યુઅલ નોટિસ મોકલે છે અને પોલિસીનાં રિન્યુઅલ માટે અનુરોધ કરે છે.

પોલિસી રિન્યુ કરવાની કે જારી રાખવાની ગ્રાહકની પસંદગી મોટે ભાગે એજન્ટ અને કંપની દ્વારા સર્જેલા વિશ્વાસ અને શાખ પર આધાર રાખે છે અને એજન્ટે નિયત તારીખથી ઘણા સમય પહેલા પોલિસી રિન્યુ કે જારી રાખવા અંગે ગ્રાહકને યાદ અપાવવા માટે સંપર્કમાં રહેવાની જરૂર છે.

ઉચ્ચ ઉત્પાદક એજન્ટ્સ તેમના ગ્રાહકો સાથે સતત સંપર્કમાં રહે છે અને સેવા તથા સંબંધની વિભિન્ન ક્રિયાઓ જેવી કે તહેવારો અથવા પારિવારિક કાર્યક્રમો જેવા વિભિન્ન પ્રસંગો પર તેમના ક્લાયન્ટ્સને શુભેચ્છા પાઠવવી અને તેમના સુખ અને દુઃખમાં સહભાગી થઈને તેમની સાથે રહેવું વગેરે મારફતે તેમનો વિશ્વાસ તથા વફાદારી જીતે છે.

8. દાવાનો તબક્કો

મહત્વનું પરીક્ષણ દાવાની પતાવટ વખતે આવે છે. એજન્ટે એ સુનિશ્ચિત કરવું જોઈએ કે દાવાને જન્મ આપતી ઘટનાની જાણ વીમા કંપનીને ત્વરિત કરવામાં આવે અને ગ્રાહક તમામ ઔપચારિકતાઓને સાવચેતીપૂર્વક અનુસરે. એજન્ટ નુકસાનની આકારણી કરવા માટે આવશ્યક તમામ તપાસમાં સહાય પણ કરી શકે છે. સારો એજન્ટ ગ્રાહક અને તેમના પ્રતિનિધિઓને દાવો દાખલ કરવાની ઔપચારિકતાઓને ઝપડથી, ખરી રીતે અને સંપૂર્ણપણે પૂરી કરવામાં સહાય કરે છે.

તમારી કસોટી કરો 2

એ પરિસ્થિતિને ઓળખો, જેમાં વીમાની આવશ્યકતા પર ચર્ચાની જરૂર ન હોય.

- I. સંપત્તિનો વીમો
- II. વેપાર જવાબદારી વીમો
- III. ત્રાહિત પક્ષની જવાબદારી માટે મોટર વીમો
- IV. આગ વીમો

C. ગ્રાહક સેવામાં સંવાદની કુશળતા

કાર્યસ્થળે અસરકારક દેખાવ માટે એજન્ટ પાસે માટે વ્યવહારિક કુશળતા હોવી જોઈએ.

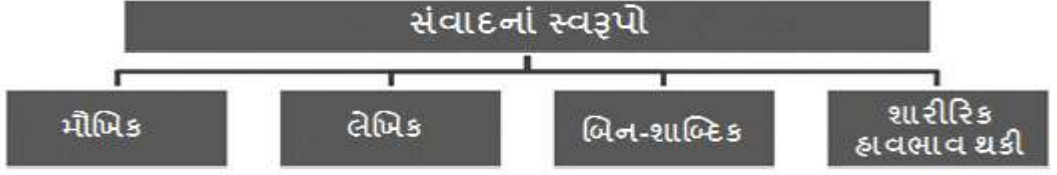
વ્યવહારિક કુશળતા કાર્ય અને બહાર બંને સ્થળે અન્યો સાથે અસરકારક રીતે વાતચીત કરવાની વ્યક્તિની ક્ષમતા સાથે સંબંધિત છે. આમાં સંવાદની કુશળતા સૌથી મહત્વપૂર્ણ હોય છે.

1. સંવાદની પ્રક્રિયા

સંવાદ શું છે ?

તમામ સંવાદ માટે મોકલનારની, જે સંદેશ મોકલે છે અને એવી વ્યક્તિ જે સંદેશ પ્રાપ્ત કરે છે તેની જરૂર હોય છે. જ્યારે પ્રાપ્ત કરનાર મોકલનારનો સંદેશ સમજે છે ત્યારે પ્રક્રિયા પૂર્ણ થાય છે.

આકૃતિ ૩: સંવાદનાં સ્વરૂપો



સંવાદ રૂબરૂ, ફોન પર અથવા મેઇલ કે ઇન્ટરનેટ દ્વારા થઈ શકે છે. તે ઔપચારિક અથવા અનૌપચારિક હોઈ શકે છે. સંદેશના કન્ટેન્ટ કે સંદેશનાં સ્વરૂપ કે માધ્યમનો ઉપયોગ ગમે તે હોય, પરંતુ સંવાદની અસરકારકતા એ બાબત પર આધાર રાખે છે કે પ્રાપ્ત કરનારે જે કોઈ સંવાદ કરવામાં આવ્યો હતો તે સમજ્યો છે કે નહીં.

વીમા પોલિસી અનિવાર્યપણે એક વચન હોવાથી એ બાબત મહત્ત્વની છે કે વીમા કંપની દ્વારા જે કોઈ વચન આપવામાં આવ્યું છે તે વીમાધારક દ્વારા સ્પષ્ટપણે સમજવામાં આવે. એજન્ટે એક મધ્યસ્થી તરીકે ગ્રાહકને વીમાની શરતોનો માત્ર સંપૂર્ણ, ચોક્કસ અને સ્પષ્ટ આધાર પૂરો પાડવાનો નથી હોતો, પરંતુ ગ્રાહકની શંકા અથવા પ્રશ્નો જાણવાના અને સ્પષ્ટતા કરવાની પણ હોય છે.

2. અસરકારક સંવાદમાં અવરોધો

ઉપરની પ્રક્રિયામાં અસરકારક સંવાદમાં વિભિન્ન પ્રકારના અવરોધો દરેક પગલાં પર ઊભા થઈ શકે છે, જેને લીધે સંવાદ બગડી શકે છે. અવરોધોની કલ્પના કરવી, સમજવા અને દૂર કરવા એ પડકાર છે.

તમારી કસોટી કરો ૩

સ્વસ્થ સંબંધ બનાવવા માટે શેની જરૂર હોતી નથી ?

- I. આકર્ષણ
- II. વિશ્વાસ
- III. સંવાદ
- IV. અણગમો

D. બિન-શાબ્દિક સંવાદ

ચાલો આપણે કેટલાક વિચારો જોઈએ, જેને એજન્ટે સમજવાની જરૂર છે.

મહત્ત્વપૂર્ણ

1. શ્રેષ્ઠ પ્રથમ છાપ ઉપસાવવી

પ્રસ્તાવ કરનાર એજન્ટને તેમના દેખાવ, શારીરિક ભાષા, રીતભાત, વસ્ત્રો અને બોલીને આધારે આંકે છે. આકર્ષણ સંબંધનો પ્રથમ પાયો હોવાથી અને પ્રથમ છાપ લાંબા સમય સુધી રહેતી હોવાથી સારી પ્રથમ છાપ બનાવવા માટેની કેટલીક ટિપ્સ નીચે આપવામાં આવી છે:

- i. હંમેશાં સમયસર રહો. તમામ પ્રકારના સંભવિત વિલંબ માટે અનુકુળતા રાખીને થોડી મિનિટ વહેલા પહોંચવાની યોજના બનાવો.
- ii. તમને પોતાને યોગ્ય રીતે રજૂ કરો.
 - ✓ પ્રથમ છાપ બનાવવા માટે યોગ્ય દેખાવ હોવો જોઈએ
 - ✓ વસ્ત્રો મિટિંગ કે પ્રસંગ અનુરૂપ હોવા જોઈએ
 - ✓ દેખાવ ચોખ્ખો અને વ્યવસ્થિત હોવો જોઈએ – સારા હેરકટ અને શેવ, સ્વચ્છ અને વ્યવસ્થિત વસ્ત્રો, સ્વસ્થ અને વ્યવસ્થિત મેક અપ
- iii. હુંફાળું, આત્મવિશ્વાસ ધરાવતું અને મન જીતનારું સ્મિત વ્યક્તિ અને તેમના/તેણીના પ્રેક્ષકોને ત્વરિત એકબીજા સાથે સહજ બનાવે છે.
- iv. મુક્ત, આત્મવિશ્વાસુ અને સકારાત્મક બનવું
 - ✓ શારીરિક ભાષા આત્મવિશ્વાસ અને અડગતા દર્શાવતી હોવી જોઈએ
 - ✓ ટદાર ઊભા રહો, સ્મિત આપો, આંખનો સંપર્ક બનાવો, દ્રઢતાથી હાથ મિલાવીને અભિવાદન કરો
 - ✓ કેટલીક ટીકાઓનો સામનો કરો અને બેઠક અપેક્ષા પ્રમાણે ચાલી રહી ન હોય ત્યારે પણ સકારાત્મક રહો
- v. અન્ય વ્યક્તિમાં રુચિ – સૌથી મહત્ત્વપૂર્ણ બાબત અન્ય વ્યક્તિમાં ખરેખર રુચિ હોવી એ છે.
 - ✓ એક વ્યક્તિ તરીકે ગ્રાહક વિશે જાણવા માટે થોડો સમય ફાળવો

- ✓ કાળજી કરો અને તેઓ કે તેણી જે કંઈ કહે તેના માટે સચેત રહો
 - ✓ તમારા ગ્રાહક માટે સંપૂર્ણપણે ઉપસ્થિત અને ઉપલબ્ધ રહો
 - ✓ ઇન્ટરવ્યુ દરમિયાન પોતાના મોબાઇલ ફોનમાં વ્યસ્ત રહેશો નહીં
-

2. શારીરિક ભાષા

શારીરિક ભાષા હલનચલન, હાવભાવ અને શારીરિક અભિવ્યક્તિને સંદર્ભિત કરે છે. આપણે જે રીતે બોલીએ, ચાલીએ, બેસીએ અને ઊભા રહીએ છીએ, આ બધુ આપણા વિશે અને આપણી અંદર શું ચાલી રહ્યું છે તેના વિશે કંઈક કહે છે.

સામાન્યપણે એવું કહેવામાં આવે છે કે લોકો વાસ્તવિકપણે કહેવામાં આવતી વાતોની માત્ર થોડી માત્રા જ સાંભળે છે. આપણે જે કંઈ કહી નથી શકતા તે આપણા વિશે ઘણા ઊંચા અવાજે બોલી શકે છે. સ્વાભાવિકપણે વ્યક્તિએ પોતાની શારીરિક ભાષા વિશે વધુ સાવધ રહેવાની જરૂર છે.

a) આત્મવિશ્વાસ

અહીં આત્મવિશ્વાસ અને અડગ કેવી રીતે દેખાવું, જેથી કોઈ વ્યક્તિને ગંભીરતાથી સાંભળવામાં આવી રહ્યા હોય એવી છાપ ઉપસે તે માટેની ટિપ્સ:

- ✓ મુદ્રા - ખભા પાછળ રાખીને ટદાર ઊભા રહેવું.
- ✓ આંખનો દૃઢ સંપર્ક - “હસતા” ચહેરા સાથે
- ✓ ઉદ્દેશપૂર્ણ અને ઇરાદાપૂર્વકના હાવભાવ

b) વિશ્વાસ

- ✓ ઘણી વખત સેલ્સ પર્સનના શબ્દો બેરા કાનમાં પણ અથડાય છે, કારણ કે પ્રેક્ષકોને તેમના/ તેણી પર વિશ્વાસ હતો નથી - તેમની/ તેણીની શારીરિક ભાષા એ ખાતરી નથી આપતી કે તેઓ/ તેણી તેઓ જે કહે છે તેના માટે તેઓ નિષ્ઠાવાન છે

3. સાંભળવાની કુશળતા

સંવાદની કુશળતાના ત્રીજા સેટ વિશે વ્યક્તિ જાગૃત્ત હોવી જોઈએ અને તેમણે સાંભળવાની કુશળતા વિકસિત કરવી જોઈએ. આ વ્યક્તિગત અસરકારકતાના જાણિતા સિદ્ધાંતથી અનુસરે છે - ‘સમજાવતા પહેલા સૌ પ્રથમ સમજવાનો પ્રયત્ન કરવો’.

પ્રવૃત્તપણે સાંભળવા માટે નીચેની આવશ્યકતા હોય છે:

- ✓ પ્રશ્નો પૂછતા પહેલા બોલનારને તેના દરેક મુદ્દાને પૂર્ણ કરવા દો
- ✓ કોઈ પણ દલીલ કરીને બોલનારને અવરોધશો નહીં
- ✓ આના માટે આવશ્યક છે કે આપણે સંદેશ પર વિચાર કરીએ અને જે જણાવવામાં આવ્યું છે તે સ્પષ્ટ કરવા માટે પ્રશ્ન પૂછીએ
- ✓ પ્રતિસાદ પૂરો પાડવાનો અન્ય માર્ગ બોલનારના શબ્દોનો સારાંશ કરવો અને તેનું તેમની કે તેણીની સમક્ષ સમયાંતરે અથવા વાતચીતના અંતે પુનરાવર્તન કરવું છે.

ચાલો આપણે પ્રવૃત્તપણે સાંભળવા માટે આવશ્યક કુશળતાઓ પર ધ્યાન આપીએ:

a) પ્રદર્શિત કરવું કે કોઈ સાંભળી રહ્યું છે:

- ✓ ઉદાહરણ તરીકે વ્યક્તિ:
- ✓ ક્યારેક ક્યારેક માથું હલાવે અને સ્મિત કરી શકે છે
- ✓ એવી મુદ્રા અપનાવો જે મુક્ત હોય અને અન્ય વ્યક્તિને સ્વતંત્ર રીતે બોલવા માટે આકર્ષિત કરે
- ✓ નાની શાબ્દિક ટિપ્પણી આપો જેવી કે “હું સમજું છું”, “બરાબર” અને “હમમમ” આપો.

b) ધ્યાન આપવું

વ્યક્તિએ બોલનાર તરફ અવિભાજિત ધ્યાન આપવાની જરૂર હોય છે અને તેમને સ્વીકૃત્તિ આપવી જોઈએ. ધ્યાન આપવા માટેના કેટલાક પાસાઓ નીચે આપવામાં આવ્યા છે:

બોલનાર તરફ સીધું જુઓ

- ✓ વિચલિત કરતા વિચારોને અલગ રાખો
- ✓ માનસિક રીતે ખંડન કરવાની તૈયારી કરશો નહીં
- ✓ તમામ બાહ્ય વિક્ષેપો ટાળો [ઉદાહરણ તરીકે, તમારા મોબાઇલને સાઇલેન્ટ મોડ પર રાખો]
- ✓ બોલનારની શારીરિક ભાષાને “સાંભળો”

c) ફિલ્ટર્સ દૂર કરવા:

આપણે જે કંઈ સાંભળીએ છીએ તે કોઈના વ્યક્તિગત ફિલ્ટર્સ જેવા કે વ્યક્તિની ધારણાઓ, અનુમાન અને માન્યતાઓ દ્વારા વિકૃત થઈ શકે છે.

નિર્ણાયક ન બનવું: જો શ્રોતા નિર્ણાયક હોય તો, ભલે પછી બોલનાર જે બોલે છે તે સાંભળી રહ્યા હોય, તેઓ માત્ર તેમના પૂર્વગ્રહયુક્ત અર્થઘટન પ્રમાણે જ સમજશે.

d) સહાનુભૂતિપૂર્વક સાંભળવું:

સહાનુભૂતિ એટલે અન્ય વ્યક્તિએ જે કંઈ કહેવાનું હોય છે તે સાંભળવું અને ધીરજપૂર્વક તથા સંપૂર્ણ ધ્યાનપૂર્વક સાંભળવું થાય છે, ભલે પછી વ્યક્તિ તેનાથી સંમત ન હોય. બોલનારની સ્વીકૃતિ દર્શાવવી મહત્ત્વની છે, સંમતિ જરૂરી નથી.

e) યોગ્ય રીતે પ્રતિસાદ આપવો:

પ્રવૃત્તપણે સાંભળવાનો અર્થ બોલનાર જે જણાવે છે તે માત્ર સાંભળવા કરતા ઘણો વધારે થાય છે. સંવાદ માત્ર ત્યારે જ પૂર્ણ થઈ શકે છે જ્યારે સાંભળનાર શબ્દ અથવા ક્રિયા મારફતે અમુક રીતે પ્રતિસાદ આપે. એ સુનિશ્ચિત કરવા માટે કેટલાક નિયમોને અનુસરવા આવશ્યક છે કે જેથી બોલનારને નીચું જોવાનું ન આવે, પરંતુ તેમની સાથે આદરપૂર્વક વ્યવહાર થાય.

આમાં સામેલ છે:

- ✓ પોતાના પ્રતિસાદમાં સ્પષ્ટ, મુક્ત અને પ્રામાણિક બનવું
- ✓ પોતાના અભિપ્રાયો આદરપૂર્વક રજૂ કરવા
- ✓ અન્ય વ્યક્તિ સાથે એવો વ્યવહાર કરવો કે જેવો વ્યવહાર આપણે આપણી પોતાની સાથે થાય એવું ઇચ્છીએ

ઉદાહરણ

સ્પષ્ટતા માટે પૂછવું - “મને લાગે છે કે આપણે અમારા હેલ્થ પ્લાન્સના કેટલાક લાભ વિશે સ્પષ્ટ થઈ શક્યા નથી. શું તમે અમને તમારી શંકાઓ પૂછીને અમારી મદદ કરી શકો છો ?”

બોલનારના ચોક્કસ શબ્દોને સ્પષ્ટ કરીને - “તો, તમે કહી રહ્યા છો કે ‘અમારા હેલ્થ પ્લાન્સ એટલા આકર્ષક નથી - શું હું તમને બરાબર સમજું છું ?’

તમારી કસોટી કરો 4

નીચેનામાંથી કયો વિકલ્પ પ્રવૃત્તપણે સાંભળવાનો ઘટક નથી ?

1. સારી રીતે ધ્યાન આપવું

II. અત્યંત નિર્ણાયક બનવું

III. સહાનુભૂતિપૂર્વક સાંભળવું

IV. યોગ્ય રીતે પ્રતિસાદ આપવો

E. નૈતિક વર્તણુક

તાજેતરના વર્ષોમાં અયોગ્ય વર્તણુકના ઘણા અહેવાલો સામે આવ્યા છે અને કારોબારમાં નૈતિક વર્તણુક અંગે ગંભીર ચિંતાઓ ઉભી થઈ છે, જેનાથી વિશ્વાસનો ભંગ થાય છે.

આને લીધે ઉત્તરદાયિત્વ, કોર્પોરેટ ગવર્નન્સ અને વીમામાં ગ્રાહકો સાથે ઉચિત વ્યવહાર જેવા વિચારો અંગે ચર્ચા કરવામાં આવી છે, જે વ્યવસાયમાં “નૈતિકતા”નો એક ભાગ રચે છે.

વ્યક્તિનાં હિતો પર ધ્યાન આપવામાં કશું ખોટું નથી. પરંતુ અન્યોનાં હિતોના ભોગે કરવું ખોટું છે. જ્યારે અન્યો માટે કોઈ ચિંતા ન હોય અને માત્ર પોતાના માટે વધુ ચિંતા હોય ત્યારે અનૈતિક વર્તણુક સર્જાય છે.

વીમો વિશ્વાસનો કારોબાર છે. વિશ્વાસનો ભંગ એ છેતરપિંડી બરાબર છે. જ્યારે સંભવિત ગ્રાહકોને વીમો ખરીદવા માટે લલચાવવા ખોટી માહિતી આપવામાં આવે અથવા જો આપેલો વીમો સંભવિત ગ્રાહકની વિશિષ્ટ જરૂરિયાતો પૂરી ન કરે ત્યારે ખોટું થાય છે.

વિભિન્ન નિયમનોમાં IRDAI દ્વારા જણાવેલી નૈતિક સંહિતા નૈતિક વર્તણુક તરફ નિર્દેશ કરે છે. સંહિતા જાણવી માત્ર એટલું પૂરતું નથી. વીમા કંપનીઓ અને તેમના પ્રતિનિધિઓ માટે સૌથી મહત્વપૂર્ણ બાબત સંભવિત ગ્રાહક/ પોલિસી ધારકનાં હિતોને હંમેશાં પ્રથમ રાખવા એ છે.

લાક્ષણિકતાઓ: નૈતિક વર્તણુકની કેટલીક લાક્ષણિકતાઓ નીચે આપવામાં આવી છે:

- કલાયન્ટનાં શ્રેષ્ઠ હિતોને પોતાના પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ લાભોથી ઉપર રાખવા
- કલાયન્ટની બાબતોને લગતી તમામ વ્યવસાયલક્ષી અને વ્યક્તિગત માહિતીને પૂર્ણ વિશ્વાસમાં રાખવી અને વિશેષાધિકાર તરીકે ગણવી
- કલાયન્ટને માહિતગાર નિર્ણયો લેવામાં સક્ષમ બનાવવા માટે તમામ હકીકતો સંપૂર્ણપણે અને પર્યાપ્તપણે જાહેર કરવી

નીચેની પરિસ્થિતિઓમાં નૈતિકતા સાથે છૂટછાટ થવાની શક્યતા હોઈ શકે છે:

- બે યોજનાઓ વચ્ચે પસંદગી કરવી, એક યોજના અન્ય યોજના કરતા ઘણું ઓછું પ્રિમિયમ અથવા કમિશન આપે છે
- પ્રવર્તમાન પોલિસીને બંધ કરવાની અને નવી પોલિસી લેવાની ભલામણ કરવા માટે લલચાવવું
- એવા સંજોગોથી અવગત હોવું કે જે વીમા કંપનીને જાણ થશે તો તે ક્લાયન્ટનાં હિતને અથવા દાવાના લાભાર્થીઓને વિપરિત રીતે અસર કરી શકે છે.

તમારી કસોટી કરો 5

નીચેનામાંથી કઈ નૈતિક વર્તણુકની લાક્ષણિકતા નથી ?

- ક્લાયન્ટ્સને એક માહિતગાર નિર્ણય લેવા સક્ષમ બનાવવા માટે પર્યાપ્ત જાહેરાતો કરવી
- ક્લાયન્ટના કારોબાર અને વ્યક્તિગત માહિતીની ગોપનીયતા જાળવવી
- ક્લાયન્ટનાં હિત પહેલા પોતાનું હિત રાખવું
- ક્લાયન્ટનાં હિતને પોતાના હિત પહેલા રાખવું

સંક્ષિપ્ત

- ગ્રાહક સેવા અને સંબંધોની ભૂમિકા અન્ય પ્રોડક્ટ્સ કરતા વીમાના કિસ્સામાં ઘણી વધુ મહત્ત્વપૂર્ણ હોય છે.
- સેવા ગુણવત્તાના પાંચ મુખ્ય સૂચકોમાં વિશ્વસનીયતા, પ્રતિભાવ, ખાતરી, સહાનુભૂતિ અને મૂર્ત બાબતો સામેલ છે.
- ગ્રાહક આજીવન મૂલ્ય ગ્રાહક સાથે લાંબી સમય અવધિ દરમિયાન મજબૂત સંબંધનું નિર્માણ કરીને પ્રાપ્ત થઈ એવા આર્થિક લાભના સરવાળા તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે.
- ગ્રાહક સેવામાં વીમા એજન્ટની ભૂમિકા એકદમ મહત્ત્વપૂર્ણ હોય છે.
- સક્રિયપણે સાંભળવામાં ધ્યાન આપવું, પ્રતિસાદ આપવો અને યોગ્ય રીતે પ્રતિક્રિયા આપવાનો સમાવેશ થાય છે.

f) એફ) નૈતિક વર્તણુકમાં ગ્રાહકના હિતને પોતાનાં હિત પહેલા રાખવાનો સમાવેશ થાય છે.

મુખ્ય પારિભાષિક શબ્દો

- a) સેવાની ગુણવત્તા
- b) સહાનુભૂતિ
- c) શારીરિક ભાષા
- d) પ્રવૃત્તિપણે સાંભળવું
- e) નૈતિક વર્તણુક

તમારી કસોટીના ઉત્તર

ઉત્તર 1 - સાચો વિકલ્પ III છે.

ઉત્તર 2 - સાચો વિકલ્પ III છે.

ઉત્તર 3 - સાચો વિકલ્પ IV છે.

ઉત્તર 4 - સાચો વિકલ્પ II છે.

ઉત્તર 5 - સાચો વિકલ્પ III છે.

પ્રકરણ C-09

તકરાર નિવારણ કાર્યપ્રણાલી

પ્રકરણનો પરિચય

વીમા ઉદ્યોગ મૂળભૂત રીતે સેવા ઉદ્યોગ છે, જ્યાં ગ્રાહકની અપેક્ષાઓ સતત વધી રહી છે. સેવાઓના ધોરણ માટે અસંતોષ છે. પ્રોડક્ટમાં સતત નવીનીકરણ અને આધુનિક ટેકનોલોજીના ઉપયોગથી સહાય મળી હોવાને લીધે ગ્રાહક સેવાનાં સ્તરમાં નોંધપાત્ર સુધારો થયો હોવા છતાં પણ ઉદ્યોગ ગ્રાહકના અસંતોષ અને નબળી છબીની દૃષ્ટિએ ખરાબ રીતે પિડાઈ રહ્યો છે. સરકાર અને નિયમનકારે પરિસ્થિતિમાં સુધારો લાવવા માટે સંખ્યાબંધ પહેલ કરેલ છે.

પોલિસી ધારકોના હિતોના રક્ષણ માટેના આઇઆરડીએઆઇનાં નિયમન, 2017 ફરજિયાત કરે છે કે દરેક વીમા કંપની પોલિસી ધારકોની સુરક્ષા માટે તેમના પોતાના બોર્ડથી માન્યતા પ્રાપ્ત નીતિ ધરાવતી હોવી જોઈએ, જેમાં સામેલ છે

- i. સેવા પરિમાણો, જેમાં પૂરી પાડેલી વિભિન્ન સેવાઓ માટેનો ટર્નઓરાઉન્ડ સમયનો સમાવેશ થાય છે.
- ii. ફરિયાદોનાં ઝડપી ઉકેલ માટેની પ્રક્રિયા.

અભ્યાસનાં પરિણામો

- A. તકરાર નિવારણ કાર્યપ્રણાલી
- B. સંકલિત તકરાર સંચાલન પ્રણાલી (IGMS)
- C. કન્ઝ્યુમર કોર્ટ્સ (ગ્રાહક અદાલત)
- D. ગ્રાહક તકરાર નિવારણ એજન્સીઓ
- E. વીમા લોકપાલ
- F. માહિતી અધિકાર

A. ગ્રાહક તકરાર

જ્યારે ગ્રાહક ફરિયાદ ધરાવે ત્યારે ઉચ્ચ અગ્રીમતા ધરાવતી કાર્યવાહીનો સમય હોય છે. યાદ રાખો કે ફરિયાદના કિસ્સામાં ગ્રાહક સેવાની નિષ્ફળતાને લીધે ક્રોધિત હોય છે. આ વાર્તાનો માત્ર એક ભાગ છે.

ઘણી વખતે ગ્રાહકો પરિસ્થિતિને ખોટી રીતે સમજતા હોવાથી નારાજ થઈ જાય છે. સેવાઓમાં તમામ નિષ્ફળતાઓ બે પ્રકારની ભાવનાઓનું કારણ બને છે:

1. એવી ભાવના કે વીમા કંપની અન્યાયી હતી (છેતરાઈ રહ્યા હોવાની ભાવના)
2. અંહકારને ઠેસ પહોંચી હોવાની ભાવના (નાના દેખાડવા અને અનુભવ કરાવવો)

ગ્રાહકો મૂલ્યવાન હોવાનો અનુભવ કરવા માગે છે અને માનવીય અભિગમ સ્પર્શ આ સ્થિતિમાં મહત્ત્વપૂર્ણ છે. સૌ પ્રથમ, વ્યાવસાયિક વીમા સલાહકાર તરીકે એજન્ટ આવી ફરિયાદની પરિસ્થિતિ ઉપસ્થિત થવા દેશે નહીં. તેઓ આ બાબત કંપનીના યોગ્ય અધિકાર સમક્ષ લઈ જશે.

ફરિયાદ ગ્રાહક સંબંધમાં મહત્ત્વપૂર્ણ “સત્યની ક્ષણ” છે. જો એજન્ટ / કંપની પરિસ્થિતિનો ઉપયોગ સ્થિતિને સ્પષ્ટ કરવામાં કરી શકે તો પરિસ્થિતિ વાસ્તવિકપણે ગ્રાહકની વફાદારીમાં સુધારો કરી શકે છે.

યાદ રાખો, કંપનીમાં કોઈ પણ વ્યક્તિ પાસે ક્લાયન્ટની સમસ્યાની એટલી જવાબદારી નથી હોતી જેટલી એજન્ટ પાસે હોય છે.

ફરિયાદો / તકરારો આપણને એ દર્શાવવાની તક આપે છે કે આપણે ગ્રાહકનાં હિતોની કેટલી કાળજી રાખીએ છીએ. તેઓ હકીકતમાં સ્તંભ છે, જેના પર વીમા એજન્ટ શાખ અને કારોબારનું નિર્માણ કરે છે. મૌખિક પ્રચાર(સારો/ ખરાબ) શબ્દ વેચાણ અને સેવામાં મહત્ત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે.

તકરાર નિવારણ માટેની પ્રક્રિયા દરેક પોલિસી દસ્તાવેજના અંતે વિગતવાર આપવામાં આવે છે. આ ગ્રાહકોના ધ્યાનમાં લાવવી જોઈએ. નિયમન અનુસાર પોલિસી ધારકની કોઈ ફરિયાદ સૌ પ્રથમ વીમા કંપનીના ગ્રિવેન્સ સેલ સમક્ષ રજૂ કરવી જોઈએ. જો તેનો સંતોષકારક ઉકેલ ન આવે તો ફરિયાદી સંકલિત તકરાર સંચાલન પ્રણાલી મારફતે નિયમનકારનો સંપર્ક કરી શકે છે.

B. સંકલિત તકરાર સંચાલન પ્રણાલી (IGMS)

દરેક વીમા કંપની તેની પોતાની તકરાર નિવારણ પ્રણાલી ધરાવે છે. વીમા કંપનીઓની તમામ કાર્યરત / નિયંત્રણ / કોર્પોરેટ ઓફિસો તકરાર નિવારણ અધિકારીઓ ધરાવે છે. પોલિસી ધારક કોઈ તકરાર માટે સીધો તેમનો સંપર્ક કરી શકે છે.

આઇઆરડીએઆઇએ સંકલિત તકરાર સંચાલન પ્રણાલી (IGMS) રજૂ કરી છે, જે ઓનલાઇન ગ્રાહક ફરિયાદ નોંધણી પ્રણાલી તરીકે કાર્ય કરે છે. વીમા કંપનીઓએ તેઓ જે તમામ તકરારો પ્રાપ્ત કરે છે તેમને પ્રણાલીમાં નોંધવાની હોય છે, જે આઇઆરડીએઆઇની IGMS સાથે સંકલિત હોય છે. IGMS ઉદ્યોગમાં તકરાર નિવારણની દેખરેખ કરવામાં IRDAI ની મદદ કરે છે અને તે વીમા તકરારના ડેટાની સેન્દ્રલ રિપોઝિટરી તરીકે પણ કાર્ય કરે છે.

પોલિસી ધારકો કોઈ તકરાર માટે સૌ પ્રથમ સંબંધિત વીમા કંપનીનો સંપર્ક કરી શકે છે. જો તેઓ વીમા કંપની પાસેથી કોઈ પ્રતિસાદ પ્રાપ્ત ન કરે અથવા જો પ્રાપ્ત થયેલા પ્રતિસાદ/ ઉકેલથી તેમને સંતોષ ન હોય તો તેઓ આઇજીએમએસ હેઠળ નિયમનકારનો સંપર્ક કરી શકે છે. ફરિયાદ નોંધણી પ્રક્રિયામાં બે પગલાં સામેલ છે - (1) પોતાની પોલિસીની વિગતો દાખલ કરીને પોતાની નોંધણી કરવી અને (2) પોતાની ફરિયાદો નોંધવી અને ફરિયાદોની સ્થિતિ જોવી. ત્યાર પછી ફરિયાદો સંબંધિત વીમા કંપનીઓને મોકલવામાં આવે છે અને IRDAI ફરિયાદનો નિકાલ લાવવા માટે સુવિધા કરી આપે છે.

IGMS ફરિયાદો અને તેમના ઉકેલ માટે લાગતા સમયને ટ્રેક કરે છે. ફરિયાદીઓ નીચેના URL પર નોંધણી કરી શકે છે:

http://www.policyholder.gov.in/Integrated_Grievance_Management.aspx

C. ગ્રાહક સુરક્ષા

ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો, 2019: 1986નો આ મૂળ ધારો “ગ્રાહકોનાં હિતોને વધુ સારું રક્ષણ પૂરો પાડવા અને ગ્રાહકોની તકરારોની પતાવટ માટે કન્ઝ્યુમર કાઉન્સિલ્સ અને અન્ય સત્તાધિકારીઓની સ્થાપના માટે જોગવાઈ કરવા માટે” પસાર કરવામાં આવ્યો હતો. આ કાયદો ગ્રાહક સુરક્ષા (સુધારા), ધારો, 2002 દ્વારા અને પછી 2019ના રોજ સુધારવામાં આવ્યો હતો. ધારામાં પૂરી પાડવામાં આવેલી કેટલીક વ્યાખ્યાઓ નીચે પ્રમાણે છે:

“સેવા”નો અર્થ કોઈ પણ વર્ણનની સેવા થાય છે, જે સંભવિત વપરાશકારોને ઉપલબ્ધ કરવામાં આવે છે અને તેમાં બેકિંગ, ફાયનાન્સિંગ, વીમો, પરિવહન, પ્રક્રિયા, વીજ અથવા અન્ય ઊર્જાના પુરવઠા, બોર્ડ અથવા આવાસ અથવા બંને, આવાસ બાંધકામ, મનોરંજન વગેરે સાથે જોડાયેલી સુવિધાઓની જોગવાઈનો સમાવેશ થાય છે. વીમાને સેવા તરીકે સામેલ કરવામાં આવે છે. જો કે “સેવા” માં કોઈ પણ સેવા વિના મૂલ્યે કે વ્યક્તિગત સેવાના કરાર હેઠળ આપવાનો સમાવેશ થતો નથી.

“ગ્રાહક”નો અર્થ એવી કોઈ વ્યક્તિ, જે

- ✓ યુકવણીના બદલામાં સામાન ખરીદે છે. તેમાં આવી ચીજવસ્તુઓના કોઈ વપરાશકારનો સમાવેશ થાય છે. (તેમાં એવી કોઈ વ્યક્તિ સામેલ નથી, જેઓ પુનઃવેચાણ માટે અથવા કોઈ વાણિજ્ય ઉદ્દેશ માટે આવી ચીજવસ્તુને પ્રાપ્ત કરે) અથવા
- ✓ યુકવણીના બદલામાં કોઈ સેવા ભાડા પર લે છે કે પ્રાપ્ત કરે છે. તેમાં આવી સેવાઓના લાભાર્થીઓનો સમાવેશ થાય છે. (તેમાં એવી કોઈ વ્યક્તિ સામેલ નથી, જેઓ આવી સેવાઓ કોઈ વાણિજ્ય ઉદ્દેશ માટે પ્રાપ્ત કરે.)

“ત્રુટી”નો અર્થ દેખાવની ગુણવત્તા, પ્રકૃતિ અને રીતમાં કોઈ ખામી, અપૂર્ણતા, ઊણપ, અપર્યાપ્તતા થાય છે, જેને કોઈ કાયદા દ્વારા કે તેના હેઠળ જાળવવી આવશ્યક છે અથવા કરારનાં અનુસરણમાં કે કોઈ સેવાના સંબંધમાં વ્યક્તિ દ્વારા પ્રદર્શિત કરવા માટે કરવામાં આવે છે.

“ફરિયાદ”નો અર્થ ફરિયાદી દ્વારા લેખિતમાં કરેલા કોઈ પણ આક્ષેપ છે કે:

- ✓ અયોગ્ય વેપાર પદ્ધતિ કે પ્રતિબંધિત વેપાર પદ્ધતિ અપનાવવામાં આવી છે
- ✓ તેમના દ્વારા ખરીદવામાં આવેલો સામન એક અથવા વધુ ખામીઓ ધરાવે છે
- ✓ તેમણે ભાડે લીધેલી કે પ્રાપ્ત કરેલી સેવાઓમાં કોઈ પણ પ્રકારની ત્રુટી છે
- ✓ ચાર્જ કરવામાં આવેલી કિંમત કાયદા દ્વારા નક્કી કરેલી અથવા પેકેજ પર પ્રદર્શિત કરેલી કિંમત કરતા વધુ છે
- ✓ એવો સામાન છે કે જેનો ઉપયોગ કરવામાં આવે ત્યારે જીવન અને સુરક્ષા માટે હાનિકારક હોય તેમ જ કાયદાની જોગવાઈઓનું ઉલ્લંઘન કરી જાહેર જનતાને વેચવા માટે ઓફર કરવામાં આવે છે, જેના માટે વેપારીએ આવા માલસામાન કન્ટેન્ટ, પ્રકાર અને તેના ઉપયોગની અસર અંગેની માહિતી પ્રદર્શિત કરવી આવશ્યક હોય છે.

“ગ્રાહક તકરાર”નો અર્થ એવી તકરાર છે, જેમાં જે વ્યક્તિની સામે ફરિયાદ કરવામાં આવી હોય તેઓ ફરિયાદમાં સામેલ આક્ષેપોને નકારે છે અને વિવાદ કરે છે.

D. ગ્રાહક તકરાર નિવારણ એજન્સીઓ

ગ્રાહક તકરાર નિવારણ એજન્સીઓ જિલ્લા, રાજ્ય અને રાષ્ટ્રીય સ્તરે સ્થાપિત થયેલી હોય છે.

i. જિલ્લા ગ્રાહક તકરાર નિવારણ પંચ

✓ જિલ્લા ગ્રાહક તકરાર નિવારણ પંચ (જિલ્લા પંચ) એવી ફરિયાદોને ધ્યાનમાં લેવાનું અધિકારક્ષેત્ર ધરાવે છે, જેમાં માલસામાન અથવા સેવાનું મૂલ્ય રૂ. 1 કરોડથી વધુ ન હોય. જિલ્લા પંચ સિવિલ કોર્ટની સત્તા ધરાવે છે.

ii. રાજ્ય ગ્રાહક તકરાર નિવારણ પંચ

✓ રાજ્ય ગ્રાહક તકરાર નિવારણ પંચ (રાજ્ય પંચ) એવી ફરિયાદોને ધ્યાનમાં લેવાનું અધિકારક્ષેત્ર ધરાવે છે, જેમાં માલસામાન/ સેવા અને જો કોઈ દાવો કરવામાં આવ્યો હોય તો, વળતરનું મૂલ્ય રૂ. 1 કરોડથી વધુ હોય, પરંતુ રૂ. 10 કરોડથી વધુ ન હોય.

✓ તે જિલ્લા પંચ પાસેથી અપીલને ધ્યાનમાં લેવા માટે એપેલેટ અને સુપરવાઇઝરી અધિકારક્ષેત્ર પણ ધરાવે છે.

✓ અન્ય સત્તા અને સત્તાધિકાર જિલ્લા પંચને સમાન હોય છે.

iii. રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક તકરાર નિવારણ પંચ

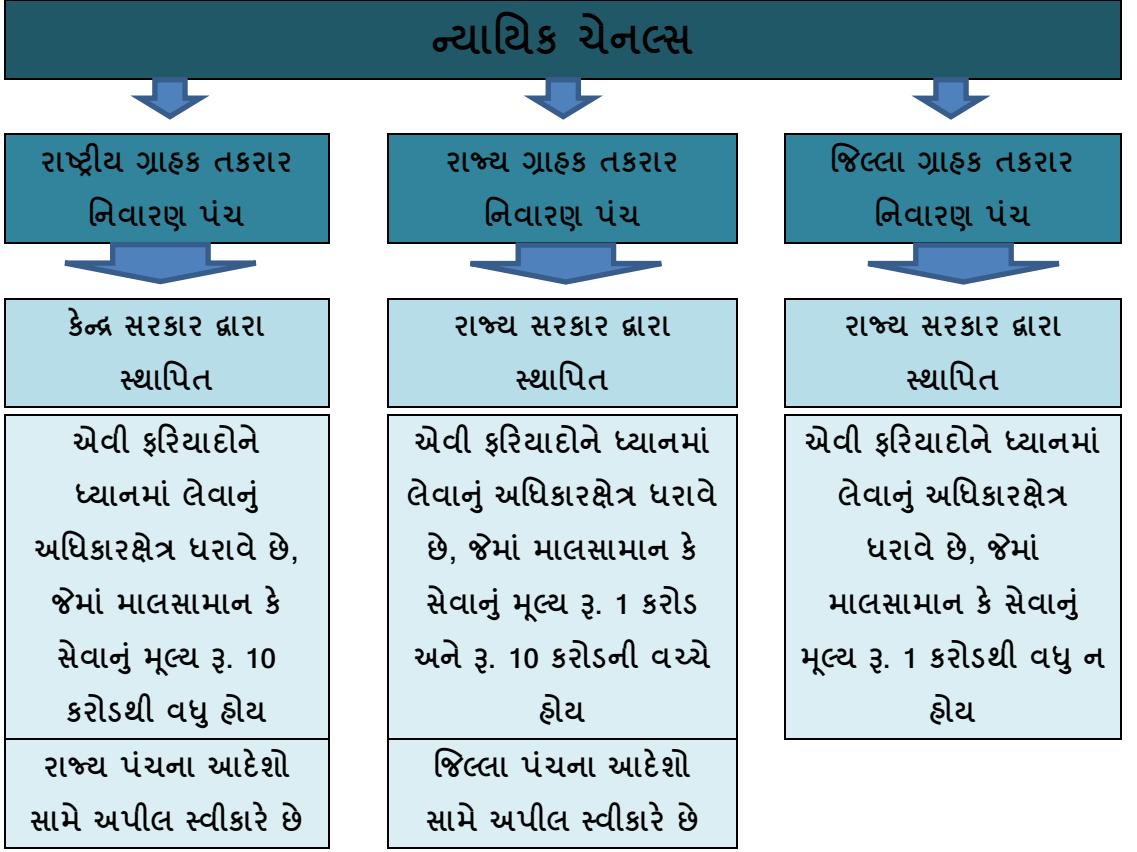
✓ રાષ્ટ્રીય ગ્રાહક તકરાર નિવારણ પંચ (રાષ્ટ્રીય પંચ) કાયદા હેઠળ સ્થાપિત આખરી સત્તાધિકારી છે.

✓ તે તકરારોને ધ્યાનમાં લેવા માટે મૂળ અધિકારક્ષેત્ર ધરાવે છે, જ્યાં માલસામાન/ સેવાઓ અને દાવો કરેલા વળતર રૂ. 10 કરોડથી વધુ હોય.

✓ તે રાજ્ય પંચ દ્વારા પસાર કરેલા આદેશોની અપીલોની સુનાવણી કરવા માટે એપેલેટ તેમ જ સુપરવાઇઝરી અધિકારક્ષેત્ર પણ ધરાવે છે.

જિલ્લા પંચ, રાજ્ય પંચ કે રાષ્ટ્રીય પંચ દ્વારા આપેલા દરેક આદેશ તેમના દ્વારા એ રીતે લાગુ કરવામાં આવે છે, જે રીતે તે કોઈ કોર્ટ દ્વારા તેમની સમક્ષ આવેલ દાવામાં આપેલો આદેશ હોય. રાષ્ટ્રીય પંચના આદેશોની સામેની અપીલ માત્ર સુપ્રીમ કોર્ટમાં કરવાની હોય છે.

આકૃતિ 1 : ગ્રાહક તકરાર નિવારણ માટેની ચેનલ્સ



a) ફરિયાદ ફાઇલ કરવા માટેની પ્રક્રિયા

ફરિયાદ ફાઇલ કરવા માટેની પ્રક્રિયા ઉપરની તમામ ત્રણ એજન્સીઓમાં ખૂબ સરળ છે. ફરિયાદ કે અપીલ ફાઇલ કરવા માટેની કોઈ ફી નથી, પછી તે રાજ્ય પંચ સમક્ષ હોય કે રાષ્ટ્રીય પંચ સમક્ષ. ફરિયાદ ફરિયાદી દ્વારા જાતે અથવા કોઈ અધિકૃત એજન્ટ દ્વારા ફાઇલ કરી શકાય છે. તે વ્યક્તિગત રીતે ફાઇલ કરી શકાય છે અથવા પોસ્ટ દ્વારા પણ મોકલી શકાય છે. એ નોંધવું જોઈએ કે ફરિયાદ ફાઇલ કરવાના ઉદ્દેશ માટે કોઈ વકીલની આવશ્યકતા હોતી નથી.

b) ગ્રાહક પંચના આદેશો

જો પંચ સંતુષ્ટ હોય (એ) કે વિચારાધિન માલસામાન ફરિયાદમાં સ્પષ્ટ કરેલી ત્રુટિ ધરાવે છે અથવા (બી) કે સેવાઓ અંગેના આક્ષેપો સાબિત થાય છે; તો પંચ નીચેનામાંથી કશું પણ કરવાનો નિર્દેશ આપતો આદેશ વિરોધ પક્ષને જારી કરી શકે છે:

- i. ફરિયાદીને તેમના દ્વારા ચુકવેલી કિંમત (અથવા વીમાના કિસ્સામાં પ્રિમિયમ) અને/ અથવા ચાર્જિસ પરત કરવા
 - ii. વિરોધ પક્ષની બેદરકારીને લીધે ગ્રાહકને થયેલા કોઈ નુકસાન અથવા ઇજા માટે વળતર તરીકે આવી રકમ આપવા
 - iii. વિચારાધિન સેવાઓમાં ત્રુટિઓ અથવા ઊણપો દૂર કરવા.
 - iv. અયોગ્ય વેપાર પદ્ધતિ અથવા પ્રતિબંધિત વેપાર પદ્ધતિ બંધ કરવા અથવા તેમનું પુનરાવર્તન નહીં કરવા
 - v. ફરિયાદીઓને પર્યાપ્ત ખર્ચ પૂરા પાડવા માટે.
- c) ફરિયાદોની પ્રકૃતિ
- આ ત્રણ પંચો સમક્ષ વીમા કારોબારને લગતી મોટા ભાગની તકરારો નીચેની મુખ્ય શ્રેણીઓમાં આવે છે:
- i. દાવાઓની પતાવટમાં વિલંબ
 - ii. દાવાઓની પતાવટ ન કરવી
 - iii. દાવાઓનું ખંડન કરવું
 - iv. નુકસાનની રકમ અથવા માત્રા
 - v. પોલિસીના નિયમો, શરતો વગેરે

E. વીમા લોકપાલ

કેંદ્ર સરકારે વીમા નિયમનકાર અને વિકાસ સત્તાધિકારી ધારો, 1999ની સત્તા હેઠળ 25 એપ્રિલ, 2017ના રોજ સત્તાવાર રાજપત્રમાં પ્રકાશિત જાહેરનામાં દ્વારા વીમા લોકપાલ નિયમો 2017 બનાવ્યો હતો.

વીમા લોકપાલને લગતા નિયમો વીમાની તમામ વ્યક્તિગત લાઇન્સ, ગ્રુપ વીમા પોલિસીઓ, સોલ પ્રોપ્રિએટરશીપ અને સૂક્ષ્મ સાહસોને જારી કરવામાં આવતી પોલિસીઓ અંગેની ફરિયાદોનાં અનુસંધાનમાં તમામ વીમા કંપનીઓ અને તેમના એજન્ટ્સ તથા મધ્યસ્થીઓને લાગુ થાય છે. [‘વ્યક્તિગત લાઇન્સ’નો અહીં અર્થ કોર્પોરેટ સંસ્થાઓને વેચવામાં આવેલા વીમાથી વિપરિત વ્યક્તિગત ક્ષમતામાં લેવામાં આવેલો વીમો છે.] (એ) દાવાઓની પતાવટમાં વિલંબ IRDAI દ્વારા સ્પષ્ટ કરેલા સમયથી વધુ થાય, (બી) વીમા

કંપની દ્વારા દાવાની આંશિક અથવા સંપૂર્ણ અસ્વીકૃત્તિ, (સી) વીમા પોલિસીની શરતોમાં ચુકવેલા અથવા ચુકવવા પાત્ર પ્રિમિયમ અંગે તકરારો (ડી) પોલિસી દસ્તાવેજ અથવા પોલિસી કરારમાં કોઈ પણ સમયે પોલિસીના નિયમો અને શરતોની ગેરરજૂઆત, (ઇ) વીમા પોલિસીઓનું કાનૂની નિર્માણ જે દાવાને અસર કરતું હોય; અને (એફ) પોલિસીની સેવાઓ અને વીમા કંપનીઓ, અને તેમના એજન્ટ્સ તથા તેમના મધ્યસ્થીઓ સામે સંબંધિત તકરારોને લગતી ફરિયાદો.

- a) જીવન વીમો પોલિસીઓ, આરોગ્ય વીમા પોલિસી સહિતની સામાન્ય વીમા પોલિસી જારી કરવી, જે પ્રસ્તાવ કરનાર દ્વારા રજૂ કરવામાં આવેલા પ્રસ્તાવ ફોર્મને અનુરૂપ ન હોય.
- b) જીવન વીમા પોલિસી અને આરોગ્ય વીમા સહિતના સામાન્ય વીમામાં પ્રિમિયમ પ્રાપ્ત કર્યા પછી વીમા પોલિસી જારી ન કરવી અને
- c) વીમા ધારો, 1938ની જોગવાઈઓ અથવા સમયાંતરે IRDAI દ્વારા જારી કરેલા નિયમનો, પરિપત્રો, માર્ગદર્શિકાઓ અથવા સૂચનાઓ અને પોલિસીના કરારની શરતોનાં ઉલ્લંઘનને લીધે પરિણમેલી અન્ય કોઈ બાબત, જ્યાં સુધી તેઓ ક્લોઝ (એ)થી (એફ)માં ઉલ્લેખેલી બાબતો સાથે સંબંધ ધરાવે.

આ નિયમોનો ઉદ્દેશ ઉપર જણાવેલ તમામ પ્રકારની ફરિયાદોનો ખર્ચ અસરકારક રીતે અને નિષ્પક્ષ રીતે ઉકેલ લાવવાનો છે.

વીમાધારક અને વીમા કંપનીના પરસ્પરની સંમતિ દ્વારા લોકપાલ સંદર્ભની શરતોની અંદર મધ્યસ્થ અને કાઉન્સેલર તરીકે કાર્ય કરી શકે છે.

લોકપાલનો નિર્ણય પછી તે ફરિયાદને સ્વીકારવાનો કે નામંજૂર રાખવાનો હોય, તે આખરી રહેશે.

a) લોકપાલને ફરિયાદ

લોકપાલને કરવામાં આવેલી કોઈ ફરિયાદ લેખિતમાં હોવી જોઈએ અને તેના પર વીમાધારક અથવા તેમના કાનૂની વારસદાર, નોમિની અથવા એસાઇની દ્વારા હસ્તાક્ષર કરેલા હોવા જોઈએ અને એવા લોકપાલને સંબોધતી હોવી જોઈએ, જેમના અધિકારક્ષેત્રની અંદર વીમા કંપની શાખા/ઓફિસ ધરાવતી હોય. તેમાં ફરિયાદ ઊભી કરતી હકીકતો, આધારભૂત દસ્તાવેજો, ફરિયાદીને થયેલા નુકસાનનો પ્રકાર અને પ્રમાણ અને માગવામાં આવેલું વળતર સામેલ હોવા જોઈએ.

ફરિયાદો લોકપાલને કરી શકાય છે જો:

- i. ફરિયાદીએ વીમા કંપનીને અગાઉ લેખિતમાં રજૂઆત કરી હોય અને:
 - ✓ વીમા કંપનીએ ફરિયાદને નામંજૂર કરી હોય અથવા
 - ✓ વીમા કંપનીએ ફરિયાદ પ્રાપ્ત કર્યા પછીના એક મહિનાની અંદર કોઈ ફરિયાદીને કોઈ જવાબ ના આપ્યો હોય.
- ii. ફરિયાદી વીમા કંપની દ્વારા આપેલા ઉત્તરથી સંતુષ્ટ ન હોય
- iii. ફરિયાદ વીમા કંપની દ્વારા નામંજૂર કર્યાની તારીખથી એક વર્ષની અંદર કરવામાં આવી હોય
- iv. ફરિયાદ કોઈ કોર્ટ કે ગ્રાહક પંચ અથવા આર્બિટ્રેશનમાં પડતર ન હોય
- v. દાવો કરેલા ખર્ચ સહિત દાવાનું મૂલ્ય રૂ. 30 લાખથી વધુ ન હોય.

b) લોકપાલ દ્વારા કરવામાં આવેલી ભલામણો

લોકપાલ ફરિયાદી અને વીમા કંપની બંનેને ફરિયાદોની નકલો મોકલશે. લોકપાલ ફરિયાદ પ્રાપ્ત થયાના એક મહિનાની અંદર તેમની ભલામણો આપશે.

c) નિર્ણય

તકરારની પતાવટ મધ્યસ્થી દ્વારા થઈ શકે છે. જો તે શક્ય ન હોય તો લોકપાલ ફરિયાદી તરફથી તમામ આવશ્યકતાઓની પ્રાપ્તિની તારીખથી 3 મહિનાની અવધિની અંદર તેમને યોગ્ય લાગે એવો નિર્ણય વીમાધારક માટે પસાર કરશે અને ફરિયાદી તથા વીમા કંપનીને નિર્ણયની નકલ મોકલશે.

વીમા કંપની નિર્ણય પ્રાપ્ત થયાના 30 દિવસની અંદર નિર્ણયને અનુસરશે અને તેના અનુસરણ અંગેની જાણ લોકપાલને કરશે. લોકપાલનો નિર્ણય વીમા કંપની માટે બંધનકારક હશે.

F. માહિતીનો અધિકાર

વીમામાં તકરાર નિવારણ માટે વિશિષ્ટ હોય એવા નિયમો અને નિયમનો ઉપરાંત દેશમાં દરેક લોકો માટે સમાન કેટલાક સામાન્ય કાયદાઓ છે. ભારત સરકાર દ્વારા બનાવેલો માહિતી અધિકાર (RTI) ધારો, 2005 મહત્વનો કાયદો છે, જે ભારતના નાગરિકોને જાહેર સત્તાધિકારીઓ પાસે ઉપલબ્ધ માહિતી સુધીની પહોંચ આપે છે, જે આ સંસ્થાઓમાં પારદર્શકતા અને જવાબદારીને પ્રોત્સાહન આપે છે. આ કાયદો માહિતી માટેની વિનંતીઓનો

ઉકેલ લાવવા માટે ચીફ પબ્લિક ઇન્ફોર્મેશન ઓફિસર (CPIO)ની નિમણૂક પૂરી પાડે છે. IRDAI આ કાયદાની જોગવાઈઓ અનુસાર જાહેર જનતાને માહિતી પૂરી પાડવા માટે બંધાયેલી છે. એજન્ટ્સ જાગૃત્ત હોવા જોઈએ કે RTI કાયદા અનુસાર, IRDAI અને વીમા કંપનીઓએ ગ્રાહકો અને અન્યો સમક્ષ અમુક માહિતી જાહેર કરવાની હોય છે; આ ઉપરાંત તેમને કાર્ય, દસ્તાવેજ, રેકોર્ડ્સ, એક્સટ્રેક્ટ્સ અથવા દસ્તાવેજો/ રેકોર્ડ્સની પ્રમાણિત નકલો અને ઇલેક્ટ્રોનિક સ્વરૂપે સંગ્રહિત માહિતીઓની પણ તપાસ કરવાની મંજૂરી આપે છે. જોકે માહિતીના કેટલાક વર્ગોને ઘોષણામાંથી બાકાત રાખવામાં આવ્યા છે.

તમારી કસોટી કરો 1

_____ ફરિયાદોને ધ્યાનમાં લેવાનો અધિકારક્ષેત્ર ધરાવે છે, જ્યાં માલસામાન અથવા સેવાઓનું મૂલ્ય અને દાવો કરેલું વળતર રૂ. 20 લાખ સુધીનું હોય.

- I. જિલ્લા પંચ
- II. રાજ્ય પંચ
- III. જિલ્લા પરિષદ
- IV. રાષ્ટ્રીય પંચ

સંક્ષિપ્ત

- IRDAI સંકલિત તકરાર સંચાલન પ્રણાલી (IGMS) રજૂ કરી છે, જે વીમા તકરારના ડેટાની સેન્ટ્રલ રિપોઝિટરી તરીકે અને ઉદ્યોગમાં તકરાર નિવારણની દેખરેખ કરવા માટે સાધન તરીકે પણ કાર્ય કરે છે.
- ગ્રાહક તકરાર નિવારણ એજન્સીઓ દરેક જિલ્લા અને રાજ્ય તથા રાષ્ટ્રીય સ્તરે સ્થાપિત હોય છે.
- જ્યાં સુધી વીમા કારોબાર સાથે નિસ્બત છે ત્યાં સુધી, મોટા ભાગના ગ્રાહક તકરારો દાવાઓની પતાવટમાં વિલંબ, દાવાઓની પતાવટ ન થવી, દાવાઓનું ખંડન, નુકસાનની માત્રા અને પોલિસીના નિયમો અને શરતો વગેરે જેવી શ્રેણીમાં આવે છે
- વીમાધારક અને વીમા કંપનીના પરસ્પરની સંમતિ દ્વારા લોકપાલ સંદર્ભની શરતોની અંદર મધ્યસ્થ અને કાઉન્સેલર તરીકે કાર્ય કરી શકે છે.

- જો તકરારની પતાવટ મધ્યસ્થી દ્વારા ન થાય તો લોકપાલ તેમને યોગ્ય લાગે એવો નિર્ણય વીમાધારક માટે પસાર કરશે અને તે વીમાધારકના નુકસાનને આવરવા માટે જરૂરી હોય તેના કરતા વધુ હોતો નથી.

મુખ્ય પારિભાષિક શબ્દો

1. સંકલિત તકરાર નિવારણ પ્રણાલી (IGMS)
2. ગ્રાહક સુરક્ષા ધારો, 2019
3. જિલ્લા પંચ
4. રાજ્ય પંચ
5. રાષ્ટ્રીય પંચ
6. વીમા લોકપાલ

તમારી કસોટીના ઉત્તર

ઉત્તર 1 - સાચો ઉત્તર । છે.

પ્રકરણ C-10

કોર્પોરેટ એજન્ટો માટે નિયમનકારી પાસાઓ

પ્રકરણ પરિચય

આ પ્રકરણમાં, અમે કોર્પોરેટ એજન્ટોના નિયમનકારી પાસાઓની ચર્ચા કરી છે.

શીખવાના પરિણામો

કોર્પોરેટ એજન્ટના નિયમન

IRDAI (કોર્પોરેટ એજન્ટની નોંધણી નિયમ) 2015, 1લી એપ્રિલ, 2016 થી અમલમાં આવ્યા.

આ પહેલાં, કોર્પોરેટ એજન્ટો લાઇસન્સિંગ વગેરે IRDAI (કોર્પોરેટ એજન્ટ્સ લાઇસન્સિંગ) 2002 મુજબ થતું.

કોર્પોરેટ એજન્ટ

IRDAI (કોર્પોરેટ એજન્ટ નોંધણી નિયમન) 2015. આ વિનિયમો, કોર્પોરેટ એજન્ટ કોણ બની શકે, નિયમનોનું કાર્યક્ષેત્ર અને લાગુ પાડવાની ક્ષમતા, નોંધણી, વિતરણ ઉત્પાદનો માટે વીમાદાતાઓ સાથેની ગોઠવણ, મહેનતાણું, આચારસંહિતા વગેરે બાબતો સંબંધિત કામ કરે છે.

નીચેની વ્યાખ્યાઓ સુસંગત છે.

1. વ્યાખ્યાઓ

(a) "અધિનિયમ"નો અર્થ વીમા અધિનિયમ, 1938 (1938 નો 4), સમય સમય પર થયેલ સુધારા મુજબ

(b) "અરજદાર" નો અર્થ છે -

- (i) કંપની એક્ટ, 2013 (2013 ના 18) હેઠળ રચાયેલી કંપની અથવા તેના કોઈ અધિનિયમ હેઠળ અથવા અગાઉ અમલમાં હોય એવા કંપની કાયદા હેઠળ રચાયેલ હોય અથવા
- (ii) લિમિટેડ લાયબિલિટી પાર્ટનરશિપ એક્ટ, 2008 હેઠળ રચાયેલ અને નોંધાયેલ મર્યાદિત જવાબદારી ભાગીદારી અથવા
- (iii) સહકારી મંડળી અધિનિયમ, 1912 અથવા સહકારી મંડળીઓની નોંધણી માટેના કોઈ પણ કાયદા હેઠળ નોંધાયેલ સહકારી મંડળી અથવા
- (iv) કાયદાની અધિનિયમ 2 ની કલમ 4Aમાં વ્યાખ્યાયિત કર્યા મુજબની બેંકિંગ કંપની અથવા
- (v) બેંકિંગ કંપની એક્ટ, 1949 (1949 ની 10) ની કલમ 5 ની પેટા કલમ 1 ની કલમ (da) અનુરૂપ નવી બેંક અથવા
- (vi) પ્રાદેશિક ગ્રામીણ બેંક અધિનિયમ, 1976 (1976 ની 21) કલમ 3 હેઠળ સ્થાપિત પ્રાદેશિક ગ્રામીણ બેંક અથવા
- (vii) સહકારી મંડળી અધિનિયમ, 1912 હેઠળ આવરી લીધેલ બિનસરકારી- સંસ્થા કે સૂક્ષ્મ ધિરાણ નાણાંકીય સંસ્થા અથવા ભારતીય રિઝર્વ બેંક સાથે નોંધાયેલ નોન-બેંકિંગ ફાઇનાન્શિયલ કંપની અથવા
- (viii) સત્તા દ્વારા કોર્પોરેટ એજન્ટ તરીકે કાર્ય કરવા માટે માન્યતા પ્રાપ્ત અન્ય કોઈ પણ વ્યક્તિ

- (c) “માન્ય સંસ્થા” એટલે શિક્ષણ અને/અથવા તાલીમમાં સંકળાયેલી કોઈ પણ સંસ્થા, ખાસ કરીને વીમા વેચાણ, સેવા અને માર્કેટિંગના ક્ષેત્રમાં અને સમય સમય પર સત્તાધિકારી દ્વારા મંજૂર અને સૂચિત કરવામાં આવેલ હોય અને તેમાં ઈન્સ્યોરન્સ ઈન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ ઈન્ડિયા, મુંબઈનો સમાવેશ થાય છે.
- (d) “અધિકૃત વેરિફાયર” એટલે ટેલિ માર્કેટર દ્વારા ટેલિફોન પર વિનંતી અથવા વેચાણના હેતુ માટે નિયુક્ત કરાયેલી વ્યક્તિ જે નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિ માટેની અધિનિયમની કલમ 7(3) હેઠળ આવશ્યક જરૂરિયાતો પૂર્ણ કરતી હોય અથવા.
- (e) “ઓથોરિટી” એટલે ઈન્સ્યોરન્સ રેગ્યુલેટરી એન્ડ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી એક્ટ, 1999 (1999 ની 41) ની કલમ 3 હેઠળ સ્થાપિત ઈન્સ્યોરન્સ રેગ્યુલેટરી એન્ડ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી ઓફ ઈન્ડિયા.
- (f) “કોર્પોરેટ એજન્ટ” એટલે ઉપરોક્ત કલમ (b)માં ઉલ્લેખિત કોઈ પણ અરજદાર જે જીવન, સામાન્ય અને આરોગ્યની કોઈ પણ ચોક્કસ શ્રેણી માટે વીમા વ્યવસાયની વિનંતી અને સેવા માટે આ નિયમો હેઠળ સત્તાધિકારી દ્વારા જારી કરાયેલ નોંધણીનું માન્ય પ્રમાણપત્ર ધરાવે છે.
- (g) “કોર્પોરેટ એજન્ટ (લાઇફ)” એટલે કોર્પોરેટ એજન્ટ કે જેઓ આ નિયમોમાં ઉલ્લેખિત જીવન વીમા કંપનીઓ માટે વીમા વ્યવસાયની વિનંતી અને સેવા માટે આ રીતે કાર્ય કરવા માટે નોંધણીનું માન્ય પ્રમાણપત્ર ધરાવે છે;
- (h) “કોર્પોરેટ એજન્ટ (જનરલ)” એટલે કોર્પોરેટ એજન્ટ કે જેઓ આ નિયમોમાં નિર્દિષ્ટ કર્યા મુજબ સામાન્ય વીમાદાતાઓ માટે વીમા વ્યવસાયની વિનંતી અને સેવા આપવા માટે આ રીતે કાર્ય કરવા માટે નોંધણીનું માન્ય પ્રમાણપત્ર ધરાવે છે;
- (i) “કોર્પોરેટ એજન્ટ (આરોગ્ય)” નો અર્થ એવો થાય છે કે આ નિયમોમાં ઉલ્લેખિત કર્યા મુજબ, આરોગ્ય વીમા કંપનીઓ માટે વીમા વ્યવસાયની વિનંતી અને સેવા માટે આ રીતે કાર્ય કરવા માટે નોંધણીનું માન્ય પ્રમાણપત્ર ધરાવે છે.;
- (j) “કોર્પોરેટ એજન્ટ (કમ્પોઝિટ)” કોર્પોરેટ એજન્ટ કે જે જીવન વીમાદાતા, સામાન્ય વીમાદાતા અને આરોગ્ય વીમાદાતા અથવા કોઈ પણ બે અથવા ત્રણેયના સંયોજન માટે વીમા વ્યવસાયની વિનંતી અને પ્રાપ્તિ માટે આ રીતે કાર્ય કરવા માટે ઉપરોક્ત કલમ f માં સ્પષ્ટ કર્યા મુજબ નોંધણીનું માન્ય પ્રમાણપત્ર ધરાવે છે

- (k) “પરીક્ષા સંસ્થા” એ આ વિનયમોના હેતુ માટે ઈન્સ્યોરન્સ ઈન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ ઈન્ડિયા, મુંબઈ અથવા કોર્પોરેટ એજન્ટોના મુખ્ય અધિકારી અને નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓ માટે પ્રમાણપત્ર પરીક્ષા લેવા માટે ઓથોરિટી દ્વારા માન્ય અને સૂચિત કોઈ પણ અન્ય સંસ્થા છે.
- (l) “ફિટ એન્ડ પ્રોપર” એ અરજદાર કે તેના મુખ્ય અધિકારી, નિર્દેશકો અથવા ભાગીદારો અથવા કોઈ પણ કર્મચારી સહિતની કોર્પોરેટ એજન્ટ તરીકે કામ કરવા માટે નોંધણીની યોગ્યતા નક્કી કરવા માટેનો માપદંડ છે.
- (m) કોર્પોરેટ એજન્ટ ના “પ્રિન્સિપલ ઓફિસર” નો અર્થ એ છે કે ડિરેક્ટર અથવા ભાગીદાર અથવા કોઈ પણ અધિકારી અથવા કર્મચારી કે જે તેના દ્વારા નિયુક્ત અને ઓથોરિટી દ્વારા મંજૂર કરાયેલ હોય અને જેને કોર્પોરેટ એજન્ટની પ્રવૃત્તિઓ પર દેખરેખ રાખવા માટે વિશિષ્ટ રીતે નિયુક્ત કરવામાં આવે છે અને જેની પાસે જરૂરી લાયકાતો અને વ્યવહારુ તાલીમ છે અને આ નિયમો હેઠળ આવશ્યકતા મુજબ પરીક્ષા પાસ કરેલ છે.
- (n) “નોંધણીનો ” અર્થ આ નિયમો હેઠળ કોર્પોરેટ એજન્ટ તરીકે કાર્ય કરવા માટે જારી કરાયેલ નોંધણીનું પ્રમાણપત્ર છે.
- (o) “રેગ્યુલેશન” એટલે ઈન્સ્યોરન્સ રેગ્યુલેટરી એન્ડ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી ઓફ ઈન્ડિયા, (કોર્પોરેટ એજન્ટ નોંધણી) રેગ્યુલેશન, 2015.
- (p) “નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિનો ” અર્થ કોર્પોરેટ એજન્ટનો કર્મચારી છે જે કોર્પોરેટ એજન્ટ વતી વીમા વ્યવસાયની માંગણી અને પ્રાપ્તિ માટે જવાબદાર છે અને તેણે આ નિયમોમાં ઉલ્લેખિત લાયકાત, તાલીમ અને પરીક્ષા પાસ કરવાની આવશ્યકતાઓને પૂર્ણ કરેલ છે.
- (q) “ટેલિ માર્કેટર” એટલે ટેલિકોમ કોમર્શિયલ કોમ્યુનિકેશન્સ કસ્ટમર પ્રેફરન્સ રેગ્યુલેશન્સ, 2010 ના પ્રકરણ III હેઠળ ટેલિકોમ રેગ્યુલેટરી ઓથોરિટી ઓફ ઈન્ડિયા સાથે નોંધાયેલ એન્ટિટી કે જે વ્યાપારી સંદેશા વ્યવહાર મોકલવાનો વ્યવસાય કરવા અને ઓથોરિટી દ્વારા જારી કરાયેલ પ્રમાણપત્ર ધરાવે છે;
- (r) ઉપયોગ કરેલ શબ્દો અને અભિવ્યક્તિઓ જે આ નિયમોમાં વ્યાખ્યાયિત નથી પરંતુ અધિનિયમ અને જેમાં સમયાંતરે સુધારો કરવામાં આવેલ હોય, વીમા નિયમનકારી અને વિકાસ સત્તા અધિનિયમ 1999 અથવા બનાવેલા કોઈ પણ નિયમો, માર્ગદર્શિકામાં વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવેલ હોય તો તેનો અર્થ જે અધિનિયમ, રેગ્યુલેશન, માર્ગદર્શિકામાં દર્શાવેલ હશે તે મુજબ થશે.

2. આ નિયમનોનું કાર્યક્ષેત્ર અને લાગુ પડવાની ક્ષમતા:

- (1) આ નિયમો નોંધણીના પ્રમાણપત્રની માન્યતા દરમિયાન જીવન વીમાદાતા, સામાન્ય વીમાદાતા અને આરોગ્ય વીમાદાતાના વીમા વ્યવસાયની વિનંતી, પ્રાપ્તિ અને સેવા આપવાના હેતુ માટે કોર્પોરેટ એજન્ટોની નોંધણીને આવરી લે છે.
 - (a) કોર્પોરેટ એજન્ટ (લાઇફ), તેમની વીમા પ્રોડક્ટ્સની માંગણી, પ્રાપ્તિ અને સેવા માટે વધુમાં વધુ ત્રણ જીવન વીમાકંપનીઓ સાથે વ્યવસ્થા કરી શકે છે.
 - (b) કોર્પોરેટ એજન્ટ (જનરલ), તેમની વીમા ઉત્પાદનોની માંગણી, પ્રાપ્તિ અને સેવા માટે વધુમાં વધુ ત્રણ સામાન્ય વીમા કંપનીઓ સાથે વ્યવસ્થા કરી શકે છે. વધુમાં, કોર્પોરેટ એજન્ટ છુટક સામાન્ય વીમા અને વાણિજ્યિક વીમા ઉત્પાદનોની માંગણી, પ્રાપ્તિ અને સેવા આપશે કે જેની કુલ વીમા રકમ તમામ વીમા સાથે જોખમ ટીઠ રૂ. પાંચ કરોડથી વધુ ના હોય.
 - (c) કોર્પોરેટ એજન્ટ (આરોગ્ય), તેમની વીમા ઉત્પાદનોની માંગણી, પ્રાપ્તિ અને સેવા માટે વધુમાં વધુ ત્રણ આરોગ્ય વીમા કંપનીઓ સાથે વ્યવસ્થા કરી શકે છે.
 - (d) કોર્પોરેટ એજન્ટ (કમ્પોઝિટ)ના કિસ્સામાં, કલમ (a) થી (c) માં ઉલ્લેખિત શરતો લાગુ પડશે.
 - (e) વીમા કંપનીઓ સાથેની વ્યવસ્થામાં કોઈ પણ ફેરફાર માત્ર ઓથોરિટીની પૂર્વ મંજૂરી અને વર્તમાન પોલિસીધારકોને સેવા આપવા માટે યોગ્ય વ્યવસ્થા બાદ જ કરવામાં આવશે.

3. અરજીની વિચારણા

- (1) સત્તાધિકારીએ નોંધણીની અનુદાન માટેની અરજી પર વિચાર કરતી વખતે કોર્પોરેટ એજન્ટની પ્રવૃત્તિઓને વહન કરવા માટે સંબંધિત તમામ બાબતોને ધ્યાનમાં લેવી જોઈએ.
- (2) પૂર્વગ્રહ વિના, સત્તાધિકારીએ ખાસ કરીને નીચેની બાબતો ધ્યાનમાં લેવી જોઈએ જેમ કે –
 - (a) શું અરજદાર અધિનિયમની કલમ 42Dની પેટા કલમ(5) હેઠળ ઉલ્લેખિત ગેરલાયકાત ધરાવતો તો નથી;

- (b) શું અરજદાર પાસે તેની પ્રવૃત્તિઓને અસરકારક રીતે નિભાવવા માટે જરૂરી માળખું ઉપલબ્ધ છે જેમ કે પૂરતી ઓફિસ જગ્યા, સાધનસામગ્રી અને ઓન રોલ પ્રશિક્ષિત માનવબળ;
- (c) શું અરજદાર સાથે પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ રીતે જોડાયેલી કોઈપણ વ્યક્તિને ભૂતકાળમાં સત્તા દ્વારા લાયસન્સ/નોંધણી આપવાની ના પાડેલ હોય
- (d) શું અરજદારના મુખ્ય અધિકારી સ્નાતક છે અને સત્તા દ્વારા મંજૂર કરાયેલ અભ્યાસક્રમ અનુસાર ઓછામાં ઓછી પચાસ કલાકની સૈદ્ધાંતિક અને પ્રેક્ટિકલ તાલીમ માન્યતા પ્રાપ્ત સંસ્થા પાસેથી લીધેલ છે તેમ જ તાલીમ સમય પૂરો થયા બાદ પરીક્ષા મંડળ દ્વારા હાથ ધરવામાં આવેલ પરીક્ષા પાસ કરેલ છે.
- જો મુખ્ય અધિકારી ઇન્ચોરન્સ ઇન્સ્ટીટ્યુટ ઓફ ઇન્ડિયા, મુંબઈના એસોસિએટ/ફેલો હોય અથવા CII, લંડનના એસોસિએટ/ફેલો હોય અથવા ઇન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ એક્યુરીઝ ઓફ ઇન્ડિયાના એસોસિએટ/ફેલો હોય અથવા ઇન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ ઇન્ચોરન્સ એન્ડ રિસ્ક મેનેજમેન્ટ, હૈદરાબાદની કોઈપણ અનુસ્નાતક લાયકાત ધરાવતા હોય તેવા કિસ્સામાં, સૈદ્ધાંતિક અને વ્યવહારુ તાલીમ પચીસ કલાકની રહેશે.
- (e) શું મુખ્ય અધિકારી, નિર્દેશક અને અરજદારના અન્ય કર્મચારીઓએ છેલ્લા ત્રણ વર્ષ દરમિયાન આ નિયમોની અનુસૂચિ III માં ઉલ્લેખિત આચારસંહિતાનું ઉલ્લંઘન કર્યું નથી;
- (f) શું અરજદાર, અરજદારનો મુખ્ય વ્યવસાય વીમા સિવાયનો હોય તેવા કિસ્સામાં, કોર્પોરેટ એજન્ટ તરીકેની તેની પ્રવૃત્તિઓ અને અન્ય પ્રવૃત્તિઓ વચ્ચે નાણાંકીય બાબતોમાં અંતર જાળવે છે.
- (g) શું મુખ્ય અધિકારી/નિર્દેશક/ભાગીદાર/નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓ પરિશિષ્ટ I માં કરેલ નિવેદનના આધારે ફિટ અને યોગ્ય છે.
- (h) ઓથોરિટીનો અભિપ્રાય છે કે નોંધણીની અનુમતિ પોલિસીધારકોના હિતમાં હશે.

- (3) અરજદારની નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓ નીચેની આવશ્યકતાઓ પૂર્ણ કરતા હોવા જોઈએ
- a. માન્ય બોર્ડ/સંસ્થામાંથી લઘુત્તમ 12મા ધોરણ અથવા સમકક્ષ પરીક્ષા પાસ કરેલ હોય

- b. (i) જીવન, સામાન્ય, આરોગ્યની ચોક્કસ શ્રેણીની નોંધણીની માંગ કરેલ હોય તે અનુરૂપ નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિએ ઓછામાં ઓછી પચાસ કલાકની તાલીમ લીધી હોવી જોઈએ, માન્ય સંસ્થા પાસેથી અને પરીક્ષા સંસ્થા દ્વારા લેવામાં આવતી પરીક્ષા પાસ કરી હોય;
- (ii) કોર્પોરેટ એજન્ટ (કમ્પોઝિટ) ની નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિએ માન્ય સંસ્થા પાસેથી ઓછામાં ઓછી પંચોતેર કલાકની તાલીમ લીધી હોવી જોઈએ તેમ જ પરીક્ષા સંસ્થા દ્વારા લેવામાં આવતી પરીક્ષા પાસ કરી હોય;
- c. કોર્પોરેટ એજન્ટ દ્વારા વીમા કારોબારની માંગણી કરવા અને પ્રાપ્ત કરવા માટે રોકાયેલા નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓ પાસે આ નિયમનોમાં ઉલ્લેખિત મુજબ ઓથોરિટી દ્વારા જારી કરાયેલ માન્ય પ્રમાણપત્ર હોવું જોઈએ.
- પ્રમાણપત્ર કોર્પોરેટ એજન્ટની માન્ય નોંધણીને આધીન જારી થયાની તારીખથી ત્રણ વર્ષના સમયગાળા માટે માન્ય રહેશે;
- નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિએ પ્રમાણપત્ર જારી કરવા માટે આ નિયમોના પરિશિષ્ટ 3 માં ઉલ્લેખિત ફોર્મમાં કોર્પોરેટ એજન્ટના મુખ્ય અધિકારી દ્વારા ઓથોરિટીને અરજી કરવી પડશે.
- d. જો કોર્પોરેટ એજન્ટની નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિ કોઈ અન્ય કોર્પોરેટ એજન્ટ સાથે જોડાવા ઇચ્છે તો તે વર્તમાન કોર્પોરેટ એજન્ટના “ના વાંધા પ્રમાણપત્ર” સાથે નવા કોર્પોરેટ એજન્ટ દ્વારા ઓથોરિટીને અરજી કરીને આમ કરી શકે છે.

જો વર્તમાન કોર્પોરેટ એજન્ટ 30 દિવસની અંદર “ના વાંધા પ્રમાણપત્ર” જારી કરતા નથી તો એવું માનવામાં આવશે કે કથિત કોર્પોરેટ એજન્ટને તેના સ્વિચ ઓવર કરવા સામે કોઈ વાંધો નથી. કોર્પોરેટ એજન્ટ તરફથી અરજી મળ્યા બાદ અધિકારી દ્વારા કોર્પોરેટ એજન્ટનું નામ બદલીને સ્વિચ ઓવરનો સંકેત આપતું સુધારેલું પ્રમાણપત્ર જારી કરવામાં આવે છે.

4. નોંધણી નવીકરણ : 1. આ નિયમન મુજબ, કોર્પોરેટ એજન્ટ, નોંધણીની મુદત પૂરી થયાના ત્રીસ દિવસની અંદર, રજીસ્ટ્રેશનના નવીકરણ માટે સત્તાધિકારીને જરૂરી ફી સહિત ફોર્મ Aમાં અરજી કરી શકે છે.

જો અરજી તે સમયગાળા કરતાં મોડેથી પરંતુ વર્તમાન નોંધણીની વાસ્તવિક મુદત પૂરી થાય તે પહેલાં સત્તાધિકારી પાસે પહોંચે તો એક સો રૂપિયાની વધારાની ફી અને લાગુ પડતા કર, સત્તાધિકારીને ચૂકવવાપાત્ર રહેશે.

વધુ જોગવાઈ છે કે સત્તાધિકારી અગાઉના જોગવાઈ દ્વારા આવરી લેવામાં ન આવતા વિલંબ માટે અરજદાર દ્વારા લેખિતમાં આપવામાં આવેલા પર્યાપ્ત કારણોસર, સાતસો પચાસની વધારાની ફીની ચુકવણી પર નોંધણીની સમાપ્તિની તારીખ પછી નવીકરણ માટેની અરજી સ્વીકારી શકે છે.

નોંધ: કોર્પોરેટ એજન્ટને રિન્યુઅલ માટે નોંધણીની સમાપ્તિના નેવું દિવસ પહેલાં નોંધણી અરજી સબમિટ કરવાની પરવાનગી છે.

(2) પહેલાં માગતા રિન્યુઅલ નોંધણીનું વ્યક્તિઓએ નિર્દિષ્ટ અને ઓફિસર પ્રિન્સિપલ, માન્ય સંસ્થા દ્વારા આપવામાં આવેલ સ્થાનિક અને વ્યવહારુ વરસાદના ઓછામાં ઓછા પચીસ કલાક પૂર્ણ કર્યા હશે.

(4) ઓથોરિટી સંતુષ્ટ થવા પર કે અરજદાર નોંધણીના નવીકરણ માટે ઉલ્લેખિત તમામ શરતોને પૂર્ણ કરે છે, ત્રણ વર્ષના સમયગાળા માટે ફોર્મ Cમાં નોંધણીનું નવીકરણ કરશે અને અરજદારને સૂચના મોકલશે.

5. પ્રક્રિયા જ્યાં નોંધણી મંજૂર નથી -

(1) જ્યાં નિયમન 4 અથવા નવીકરણ હેઠળ નોંધણીની મંજૂરી માટેની અરજી તેના નિયમન 11 હેઠળ, નિયમન 7 માં નિર્ધારિત શરતોને સંતોષતું નથી, ઓથોરિટી નોંધણીનું પ્રમાણપત્ર આપવા અથવા રિન્યુ કરવાનો ઇનકાર કરી શકે છે.

અરજી નકારવામાં આવે તે પહેલાં અરજદારને સુનાવણીની વાજબી તક આપવી પડશે.

(2) નોંધણીનું પ્રમાણપત્ર આપવા અથવા રિન્યુ કરવાનો ઇનકાર જણાવવામાં આવશે અરજદારે આવો ઇનકાર કર્યાના ત્રીસ દિવસની અંદર ઓથોરિટી દ્વારા જેના આધારે અરજી નામંજૂર કરવામાં આવી છે.

(3) ઓથોરિટીના નિર્ણયથી નારાજ થયેલા કોઈપણ અરજદાર પેટા-નિયમન (2) હેઠળ ઓથોરિટી દ્વારા કરવામાં આવેલા આદેશની નકલ જે તારીખથી પિસ્તાળીસ દિવસની અંદર, સિક્વોરિટીઝ એપેલેટ ટ્રિબ્યુનલમાં અપીલ કરી શકે છે. ઉપર તેના દ્વારા પ્રાપ્ત થાય છે.

6. નોંધણી આપવાનો ઇનકાર કરવાની અસર - એક અરજદાર, જેની અનુદાન માટેની અરજીનિયમન 4 હેઠળની નોંધણી અથવા નિયમન 11 હેઠળ તેના નવીકરણની, સત્તાધિકારી દ્વારા નકારવામાં આવી છે અથવા નકારી કાઢવામાં આવી છે, તે પ્રાપ્ત થયાની તારીખે અને ત્યારથી નિયમન 12(2) હેઠળ સંચાર કોર્પોરેટ એજન્ટ તરીકે કામ કરવાનું બંધ કરે છે.

જો કે, તે તેના દ્વારા પહેલાથી જ દાખલ થયેલા કરારોના સંદર્ભમાં સેવાઓ પ્રદાન કરવા માટે જવાબદાર રહેશે.

આવી સેવા તે હાલના કરારોની સમાપ્તિના સમયગાળા સુધી ચાલુ રહેશે, જે પહેલાથી જ બંધ થઈ ગયેલ છે, અથવા છ મહિનાના સમયગાળા માટે, જે સમયની અંદર પહેલા હોય તે તેઓ સંબંધિત વીમા કંપની સાથે યોગ્ય વ્યવસ્થા કરશે.

7. કોર્પોરેટ એજન્ટને નોંધણીની મંજૂરીની શરતો:

નિયમન 9 હેઠળ મંજૂર કરાયેલ નોંધણી અથવા નિયમન 11 હેઠળ મંજૂર કરાયેલ નવીકરણ

નીચેની શરતોને આધીન રહેશે:-

- (i) આ નિયમો હેઠળ નોંધાયેલ કોર્પોરેટ એજન્ટને ફક્ત ઉપરના નિયમન માં (3) માટે આપવા સેવા અને કરવાની વિનંતી માટે વ્યવસાય વીમા મુજબ કયાં ઉલ્લેખિત આવશે આપવામાં પરવાનગી;
- (ii) કોર્પોરેટ એજન્ટ એક્ટ, ઇન્સ્યોરન્સ રેગ્યુલેટરી એન્ડ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી એક્ટ, 1999ની જોગવાઈઓ અને ઓથોરિટી દ્વારા સમયાંતરે ત્યાં જારી કરાયેલા નિયમો, પરિપત્રો, માર્ગદર્શિકા અને અન્ય કોઈપણ સૂચનાઓનું પાલન કરશે;
- (iii) કોર્પોરેટ એજન્ટ આવી ફરિયાદ મળ્યાના 14 દિવસની અંદર તેના ગ્રાહકોની ફરિયાદોના નિરાકરણ માટે પર્યાપ્ત પગલાં લેશે અને આવા ક્લાયન્ટ્સ પાસેથી ફોર્મેટ અને રીતે મળેલી ફરિયાદોની સંખ્યા, પ્રકૃતિ અને અન્ય વિગતો વિશે ઓથોરિટીને માહિતગાર રાખશે. ઓથોરિટી દ્વારા સ્પષ્ટ કરી શકાય છે;
- (iv) કોર્પોરેટ એજન્ટ તેમના સંસાધનો અને તેઓ નોકરી કરે છે તે નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓની સંખ્યાને અનુરૂપ વીમા પોલિસીઓની વાજબી સંખ્યા માંગશે અને મેળવશે.
- (v) કોર્પોરેટ એજન્ટે ઓથોરિટી દ્વારા નિર્દિષ્ટ ફોર્મેટમાં રેકોર્ડ જાળવશે જે નીતિ મુજબની અને નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિ મુજબની વિગતો કેપ્યર કરશે જેમાં કોર્પોરેટ એજન્ટ દ્વારા માંગવામાં આવેલી દરેક પોલિસીને ચોક્કસ વ્યક્તિને ટેગ કરવામાં આવશે, સિવાય કે તે પ્રોડક્ટ્સ કે જે સરળ છે. , કાઉન્ટર પર વેચવામાં આવે છે અને ખાસ કરીને ઓથોરિટી દ્વારા મંજૂર કરવામાં આવે છે. કોર્પોરેટ એજન્ટે એવી પ્રણાલીઓ

સ્થાપિત કરવી જોઈએ જે ઓથોરિટી દ્વારા આવા રેકોર્ડ્સ અને વિગતોની નિયમિત એક્સેસની મંજૂરી આપે.

- (vi) કોર્પોરેટ એજન્ટ કોઈ પણ સંજોગોમાં વીમા ઉત્પાદનોની વિનંતી માટે બહુ-સ્તરીય માર્કેટિંગ કરશે નહીં;
- (vii) કોર્પોરેટ એજન્ટ તેના નિર્દેશકો, મુખ્ય અધિકારી અને નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓને લાગુ પડતી આચારસંહિતાના પાલનની ખાતરી કરશે;
- (viii) કોર્પોરેટ એજન્ટે નિયમન 31 માં નિર્દિષ્ટ કર્યા મુજબ તેમના કોર્પોરેટ એજન્સી વ્યવસાય માટે અલગ-અલગ હિસાબી પુસ્તકો જાળવવા પડશે;

8. ફીની ચૂકવણી અને ફી ચૂકવવામાં નિષ્ફળતાના પરિણામો -

- (1) દરેક કોર્પોરેટ એજન્ટે નોંધણી અને નવીકરણની અરજી સમયે રૂ. 10,000/-ની રિફંડપાત્ર અરજી ફી વત્તા લાગુ પડતા ટેક્સ ચૂકવવા પડશે. અરજી ફી વિના કોઈપણ અરજી પર પ્રક્રિયા કરવામાં આવશે નહીં.
- (2) ઓથોરિટી તરફથી નોંધણીની મંજૂરી માટે સંદેશાવ્યવહારની પ્રાપ્તિ પછી, અરજદારે 15 દિવસમાં રૂ. 25,000/-ની ફી, વત્તા લાગુ પડતા કર ચૂકવવા પડશે આવા સંદેશાવ્યવહારની રસીદ. ફીની પ્રાપ્તિ પર અને સંતોષકારક પાલન પર નોંધણીની મંજૂરી માટેના નિયમો અને શરતો, ઓથોરિટી કેટેગરી હેઠળ કોર્પોરેટ એજન્ટ તરીકે કામ કરવા માટે નોંધણી મંજૂર કરશે જેના માટે અરજી કરેલ હોય.
- (3) નવીકરણ માટે અરજી કરવા ઇચ્છુક કોર્પોરેટ એજન્ટે નિયત ફોર્મમાં નવીકરણ માટે 25,000/-ની ફી વત્તા કર લાગુ પડશે.

9. મહેનતાણું-

કોર્પોરેટ એજન્ટ દ્વારા મહેનતાણાની ચૂકવણી અથવા મહેનતાણુંની પ્રાપ્તિ સમયાંતરે સત્તાધિકારી દ્વારા આ વતી સૂચિત કરાયેલા નિયમો દ્વારા સંચાલિત કરવામાં આવશે.

10. હિતોનો સંઘર્ષ -

વીમા વ્યવસાય માટે વિનંતી કરતી વખતે અને પ્રાપ્ત કરતી વખતે, કોર્પોરેટ એજન્ટે નીચેની બાબતોનું પાલન કરવું જોઈએ:

- (i) વ્યવસાયની ચોક્કસ લાઇનમાં એક કરતાં વધુ વીમાદાતા સાથે જોડાણ ધરાવતા કોર્પોરેટ એજન્ટ, સંભવિત ગ્રાહકને વીમાદાતાઓની યાદી જાહેર કરે છે, જેમની સાથે તેઓ ઉત્પાદનોનું વિતરણ કરે છે અને તેમને આવા ઉત્પાદનોની વિગતો પ્રદાન કરે છે .

આગળ, જો સંભવિત દ્વારા પૂછવામાં આવે તો ઓફર કરાયેલ વીમા ઉત્પાદનના સંદર્ભમાં કમિશનના સ્કેલને જાહેર કરો;

- (ii) જ્યાં વીમાને મુખ્ય વ્યવસાય ઉત્પાદન સાથે આનુષંગિક ઉત્પાદન તરીકે વેચવામાં આવે છે, ત્યાં કોર્પોરેટ એજન્ટ અથવા તેના શેરહોલ્ડર અથવા તેના સહયોગીઓ મુખ્ય વ્યવસાય ઉત્પાદનના ખરીદનારને તેના દ્વારા વીમા ઉત્પાદન ખરીદવા માટે ફરજ પાડશે નહીં.

કોર્પોરેટ એજન્ટના પ્રિન્સિપાલ ઓફિસર અને સીએફઓ (અથવા તેના સમકક્ષ) અર્ધવાર્ષિક ધોરણે અનુસૂચિ VIII માં આપેલા ફોર્મોટમાં પ્રમાણપત્ર સત્તાધિકારી સમક્ષ ફાઇલ કરશે, જે પ્રમાણિત કરે છે કે કોઈપણ ભાવિને વીમા ઉત્પાદનનું બળજબરીપૂર્વક વેચાણ કરવામાં આવ્યું નથી.

11. ઓથોરિટી સમક્ષ જાહેરાતો-

1. કોર્પોરેટ એજન્ટ બનવાની ઈચ્છા ધરાવતા અરજદારે અરજી દાખલ કરતી વખતે ઓથોરિટીને અરજીની વિચારણા માટે સંબંધિત તમામ તથ્યો તેની જાતે જ જાહેર કરવા જોઈએ. તેમની અરજીની વિચારણા માટે પૂરી પાડવામાં આવેલ માહિતીમાં કોઈપણ ફેરફારના કિસ્સામાં, અરજી દાખલ કર્યા પછી અથવા અરજીની પ્રક્રિયા દરમિયાન, આવા ફેરફારને અરજદાર દ્વારા સ્વૈચ્છિક રીતે, સત્તાધિકારીની વિચારણા માટે જાહેર કરવામાં આવશે.
2. રીતે જ એ, કોર્પોરેટ એજન્ટ, સત્તાધિકારીને સ્વૈચ્છિક રીતે, ભૌતિક તથ્યોમાં કોઈપણ ફેરફાર, જેના આધારે તેમને નોંધણી કરવામાં આવી હતી, વાજબી સમયની અંદર પરંતુ આવા ફેરફાર થયાના નહીં પછી દિવસ 30, જાહેર કરે છે.
3. કોર્પોરેટ દ્વારા તેમની સામે શરૂ કરાયેલી ઓથોરિટીની કાર્યવાહીનો ખુલાસો કરવો પડશે અન્ય નિયમનકારી અથવા સરકારી સંસ્થાઓ વાજબી સમયની અંદર પરંતુ આવી કાર્યવાહી શરૂ કર્યાના 30 દિવસ પછી નહીં. આવી અન્ય સંસ્થાઓ દ્વારા જારી કરવામાં આવેલ કોઈપણ કાર્યવાહી અથવા નિર્દેશ પણ ઉપરોક્ત નિર્ધારિત સમય મર્યાદામાં સત્તાધિકારીને જાહેર કરવામાં આવશે.
4. વીમા તેઓ જેમાં કરશે જાહેર વિગતો ઓફિસની તેની ઓથોરિટીને એજન્ટ કોર્પોરેટ વ્યક્ત સ્પષ્ટ અને છે મૂકે પ્રસ્તાવ કરવાનો વિતરણ ઉત્પાદનોનુંતિઓની વિગતો સાથે તેમના પ્રમાણપત્ર નંબર સાથે સત્તામંડળ દ્વારા જારી કરવામાં આવે છેવધુમાં ., કોર્પોરેટ

એજન્ટ દ્વારા ઓફિસ ખોલવા અથવા બંધ કરવામાં આવે તો તેની જાણ ઓથોરિટીને કરવામાં આવશે.

5. પગલાંને નિયમનકારી નિષ્ફળતા કરવામાં પાલન શરતોનું નિર્ધારિત ઉપરોક્ત આકર્ષિત કરશે જેમ કે નોંધણીનું સસ્પેન્શન અથવા રદ કરવું, નાણાકીય દંડ લાદવો અથવા અન્ય કોઈપણ કાર્યવાહી.

12. ઉત્પાદનોના વિતરણ માટે વીમા કંપનીઓ સાથેની વ્યવસ્થા

- a) આ નિયમો હેઠળ નોંધાયેલા કોર્પોરેટ એજન્ટોએ ઉત્પાદનોના વિતરણ માટે વીમા કંપનીઓ સાથે ગોઠવણ કરવી પડશે. આવી વ્યવસ્થાઓ દાખલ કર્યાના 30 દિવસની અંદર આ વ્યવસ્થાઓ ઓથોરિટીને જાહેર કરવાની રહેશે. આવી વ્યવસ્થાનો લઘુત્તમ સમયગાળો એક વર્ષનો રહેશે;
- (b) આવી વ્યવસ્થાઓમાં પ્રવેશ કરતી વખતે, કોઈ કોર્પોરેટ એજન્ટ વચન આપતું નથી કે કોઈ વીમાદાતા કોર્પોરેટ એજન્ટને વિશિષ્ટ વીમાદાતાના ઉત્પાદનોનું વિતરણ કરવા દબાણ કરશે નહીં;
- (c) વ્યવસ્થામાં પોલિસીધારકો પ્રત્યે કોર્પોરેટ એજન્ટોની ફરજો અને જવાબદારીઓ, વીમાદાતાઓ અને કોર્પોરેટ એજન્ટોની ફરજો અને જવાબદારીઓ, વ્યવસ્થા સમાપ્ત કરવા માટેના નિયમો અને શરતોનો સમાવેશ કરવાની જોગવાઈઓ હોવી જોઈએ;
- (d) પોલિસીધારકોના હિતોની વિરુદ્ધ કોઈ વ્યવસ્થા કરવામાં આવશે નહીં;
- (e) જો કોઈ કોર્પોરેટ એજન્ટ કોઈપણ વીમાદાતા સાથેની વ્યવસ્થા સમાપ્ત કરવા ઈચ્છે છે, તો તેઓ વીમાદાતા અને સત્તાધિકારીને, વ્યવસ્થાના કારણો અથવા સમાપ્તિની જાણ કર્યા પછી તેમ કરી શકે છે. આવા કિસ્સાઓમાં, તેઓ એ સુનિશ્ચિત કરશે કે વીમાદાતા પાસે માંગવામાં આવેલી અને મૂકવામાં આવેલી પોલિસીઓ પોલિસીની સમાપ્તિ સુધી અથવા છ મહિનાની અવધિ માટે સેવા આપવામાં આવે છે, જે સમયની સાથે તેઓ સંબંધિત વીમાદાતા સાથે યોગ્ય વ્યવસ્થા કરશે;
- (f) જો વીમાદાતા કોઈપણ કોર્પોરેટ એજન્ટ સાથેની વ્યવસ્થા સમાપ્ત કરવા માંગે છે, તો તેઓ કોર્પોરેટ એજન્ટ અને સત્તામંડળને, વ્યવસ્થા સમાપ્ત કરવાના કારણોની જાણ કર્યા પછી તેમ કરી શકે છે. આવા કિસ્સાઓમાં, સંબંધિત વીમાદાતા કોર્પોરેટ એજન્ટ દ્વારા મેળવેલી પોલિસીની સેવા કરવાની જવાબદારી લેશે. આવા તમામ કેસોમાં, વીમાદાતાએ સંબંધિત પોલિસીધારકને સેવાની વ્યવસ્થામાં થયેલા ફેરફારોની જાણ કરવી જોઈએ;

- (g) કોઈપણ વીમાદાતા મુખ્ય અધિકારી, નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓ અને કોર્પોરેટ એજન્ટોના અન્ય કર્મચારીઓને સીધા પ્રોત્સાહનો (રોકડ અથવા બિન-રોકડ) ચૂકવશે નહીં;

13. પોલિસીધારકોની સેવા-

- (1) આ નિયમનો હેઠળ નોંધાયેલ કોર્પોરેટ એજન્ટને કરારના સમગ્ર સમયગાળા દરમિયાન તેના પોલિસીધારકોને સેવા આપવાની ફરજ રહેશે. સર્વિસિંગમાં કાયદાની કલમ 64VB હેઠળ જરૂરી પ્રીમિયમની ચુકવણીમાં મદદ કરવી, દાવાની સ્થિતિમાં જરૂરી સહાય અને માર્ગદર્શન આપવાનો સમાવેશ થાય છે.

14. ટેલી-માર્કેટિંગ મોડ અને કોર્પોરેટ એજન્ટની ડિસ્ટન્સ માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિઓ દ્વારા વીમાનું વેચાણ

- (1) કોર્પોરેટ એજન્ટ કે જે ટેલિમાર્કેટરની સેવાઓને જોડવાનો અથવા વીમા ઉત્પાદનોના વિતરણના હેતુથી અંતર માર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિઓમાં જોડાવવાનો ઇરાદો ધરાવે છે, તેણે અનુસૂચિ VII માં નિર્ધારિત સૂચનાઓનું પાલન કરવું જોઈએ.
- (2) કોર્પોરેટ એજન્ટે ટેલિમાર્કેટરની સેવાઓને જોડવા માટે નીચેની વધારાની શરતોનું પાલન કરવું પડશે:
- a. કોર્પોરેટ એજન્ટ દ્વારા રોકાયેલ ટેલીમાર્કેટરે વિવિધ પરિપત્રો અને/અથવા માર્ગદર્શિકાઓ અથવા આ બાબતે ટેલિકોમ રેગ્યુલેટરી ઓથોરિટી ઓફ ઈન્ડિયા દ્વારા જારી કરાયેલ અન્ય કોઈપણ નિર્દેશોનું પાલન કરવું જોઈએ;
- b. કોર્પોરેટ એજન્ટ વીમા મધ્યસ્થી માટે ટેલીમાર્કેટિંગ પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરવા માગે છે, તેણે આ નિયમોના પરિશિષ્ટ 4 પર ઓથોરિટી દ્વારા ઉલ્લેખિત ફોર્મમાં ઓથોરિટીની પૂર્વ મંજૂરી લેવી પડશે. સમાન મુદ્દાની ચકાસણી પરની સત્તા ટેલીમાર્કેટરને પ્રમાણપત્ર આપે છે;
- c. વધુમાં, કોર્પોરેટ એજન્ટે આ નિયમોના પરિશિષ્ટ 5 માં ઉલ્લેખિત ફોર્મમાં ટેલીમાર્કેટર દ્વારા રોકાયેલા/સૂચવવામાં આવેલા અધિકૃત વેરિફાયર્સના નામો ઓથોરિટી પાસે ફાઇલ કરવાના રહેશે.
- d. સમાન મુદ્દાની ચકાસણી પર સત્તાધિકાર અધિકૃત ચકાસણીકર્તાને પ્રમાણપત્ર આપે છે.

- e. જો અધિકૃત વેરિફાયર અન્ય ટેલીમાર્કેટર પર સ્વિચ કરવા માગે છે જે વીમા મધ્યસ્થી સાથે પણ કામ કરી રહ્યા છે, તો તેઓએ અગાઉના ટેલીમાર્કેટર પાસેથી નો ઓબ્જેક્શન સર્ટિફિકેટ મેળવવું પડશે અને તેને નવું પ્રમાણપત્ર આપવા માટે ઓથોરિટીને સબમિટ કરવું પડશે. જો હાલના ટેલીમાર્કેટરે તેના માટે અરજી કર્યાની તારીખથી 30 દિવસની અંદર નો ઓબ્જેક્શન સર્ટિફિકેટ જારી કર્યું નથી, તો એવું માનવામાં આવશે કે ટેલીમાર્કેટરને તેના સ્વિચ ઓવર કરવા સામે કોઈ વાંધો નથી;
- f. અધિકૃત ચકાસણીકર્તાઓને દૂર કરવા અથવા ઉમેરવા માટેની અરજી સંબંધિત કોર્પોરેટ એજન્ટ દ્વારા મુખ્ય અધિકારી દ્વારા કરવામાં આવશે;
- g. જો કોર્પોરેટ એજન્ટ TRAI સાથે ટેલીમાર્કેટર તરીકે નોંધણી કરાવે છે, તો કોર્પોરેટ એજન્ટ માત્ર તે જ વીમાદાતાઓ માટે ટેલીમાર્કેટર તરીકે કામ કરશે જેમની સાથે તેની વ્યવસ્થા છે;
- h. કોઈપણ કોર્પોરેટ એજન્ટ અથવા તેના ટેલીમાર્કેટરે કોઈ પણ વ્યક્તિને આઉટબાઉન્ડ કોલ કરવો જોઈએ નહીં સિવાય કે તેણે તે અસર માટે પૂછપરછ કરીને વીમા પોલિસી ખરીદવામાં રસ દર્શાવ્યો હોય. તેઓ આવી વ્યક્તિઓના ડેટાબેઝ અને ઓથોરિટી અથવા તેના દ્વારા અધિકૃત કોઈપણ વ્યક્તિ દ્વારા ચકાસણી અને ચકાસણી માટે કરવામાં આવેલી તપાસની જાળવણી કરશે.
- i. ટેલીમાર્કેટરે સંભવિત ગ્રાહકને નીચેની માહિતી જાહેર કરવી જોઈએ
- તેઓ જે કોર્પોરેટ એજન્ટનું પ્રતિનિધિત્વ કરે છે તેનું નામ;
 - કોર્પોરેટ એજન્ટનો નોંધણી નંબર;
 - ટેલીમાર્કેટર અને/અથવા કોર્પોરેટ એજન્ટનો સંપર્ક નંબર જો ગ્રાહક પાછા કોલ કરવા અથવા ટેલિસેલ્સ માહિતીની ચકાસણી કરવા ઇચ્છે છે;
 - ટેલી-કોલ કરનાર વ્યક્તિ (અધિકૃત ચકાસણીકર્તા) નું નામ અને ઓળખ નંબર.
- j. ટેલીમાર્કેટર સાથે સંકળાયેલા કોર્પોરેટ એજન્ટે ટેલીમાર્કેટર સાથે કરાર કરવો પડશે અને કરાર ડેટાબેઝનો સ્ત્રોત, ફરજો અને જવાબદારીઓ, ચુકવણીની વિગતો, કરારનો સમયગાળો, કાયદાના ઉલ્લંઘનના કિસ્સામાં લેવાતી કાર્યવાહી જેવી વિગતો પ્રદાન કરશે. નિયમો, માર્ગદર્શિકા, પરિપત્રો, ઓથોરિટી દ્વારા જારી કરાયેલા નિર્દેશો, અધિકૃત ચકાસણીકર્તાઓની આચારસંહિતા. કરારો જ્યારે અને

- જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે ઓથોરિટી અથવા ઓથોરિટી દ્વારા અધિકૃત કોઈપણ વ્યક્તિને ચકાસણી માટે ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવશે;
- k. દરેક ટેલીમાર્કેટર અને અધિકૃત વેરિફાયર કોર્પોરેટ એજન્ટોને લાગુ પડતા આચાર સંહિતાનું પાલન કરશે જે આ નિયમોના અનુસૂચિ III માં ઉલ્લેખિત છે.
- l. ઓથોરિટી પાસે ટેલિમાર્કેટરની જગ્યા અથવા અન્ય કોઈપણ જગ્યાનું નિરીક્ષણ કરવાની સત્તા હશે, જે ઓથોરિટીને રેકોર્ડ/દસ્તાવેજોની ચકાસણી માટે જરૂરી લાગે છે, અને કોઈપણ દસ્તાવેજ/રેકર્ડ, ટેલિમાર્કેટરના કોઈપણ કર્મચારીના નિવેદનો રેકોર્ડ કરવા અથવા તેની નકલો બનાવવાની સત્તા હશે. કોઈપણ દસ્તાવેજો/રેકોર્ડ તેની મુનસફી પ્રમાણે:
- m. ટેલીમાર્કેટરે આ બાબતે સમયાંતરે સત્તાધિકારી દ્વારા નિર્ધારિત કરવામાં આવેલ કોઈપણ અન્ય નિયમો અને શરતોનું પાલન કરવાનું રહેશે.
- (3) એક ટેલિમાર્કેટર ત્રણ કરતાં વધુ વીમાદાતાઓ અથવા વીમા સંબંધિત એકમો સાથે સંકળાયેલું હોવું જોઈએ નહીં

15. કોર્પોરેટ એજન્ટો માટે આચારસંહિતા-

- (1) દરેક કોર્પોરેટ એજન્ટ આ નિયમોના અનુસૂચિ III માં ઉલ્લેખિત આચાર સંહિતાનું પાલન કરશે,
- (2) કોર્પોરેટ એજન્ટ તમામ માટે જવાબદાર રહેશે (તેના મુખ્ય અધિકારી, નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓ અને અન્ય કર્મચારીઓના કૃત્યો અને અવગણના સહિત આ નિયમનો હેઠળ નિર્દિષ્ટ આચારસંહિતાનું ઉલ્લંઘન અને દંડ માટે જવાબદાર છે જે એક કરોડ રૂપિયા સુધી વિસ્તરી શકે છે. અધિનિયમની કલમ 102 ની જોગવાઈઓ.

16. રેકોર્ડની જાળવણી

કોર્પોરેટ એજન્ટે ઇલેક્ટ્રોનિક સ્વરૂપ સહિત નીચેના રેકોર્ડ્સ જાળવવા પડશે અને ઓથોરિટી દ્વારા જરૂરી હોય ત્યારે ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવશે -

- (i) સંબંધિત ઓથોરિટીની માર્ગદર્શિકા અને પ્રિવેન્શન ઓફ મની લોન્ડરિંગ એક્ટની જોગવાઈઓ હેઠળ આવશ્યકતા મુજબ ક્લાયન્ટના તમારા ક્લાયન્ટ (KYC) રેકોર્ડને જાણો;

- (ii) દરખાસ્ત ફોર્મની નકલ ક્લાયન્ટ દ્વારા યોગ્ય રીતે હસ્તાક્ષર કરવામાં આવે છે અને કોર્પોરેટ એજન્ટના નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિ દ્વારા સહી કરેલ ACR સાથે વીમા કંપનીને સબમિટ કરવામાં આવે છે;
- (iii) ગ્રાહકોની યાદી ધરાવતું રજિસ્ટર, પોલિસીની વિગતો જેમ કે પોલિસીનો પ્રકાર, પ્રીમિયમની રકમ, પોલિસી જારી કરવાની તારીખ, શુલ્ક અથવા ફી પ્રાપ્ત થાય છે;
- (iv) પ્રાપ્ત થયેલી ફરિયાદોની વિગતો ધરાવતું રજિસ્ટર જેમાં ફરિયાદીનું નામ, ફરિયાદનું સ્વરૂપ, જારી કરાયેલ/આગ્રહ કરાયેલી પોલિસીની વિગતો અને તેના પર લેવાયેલી કાર્યવાહીનો સમાવેશ થાય છે;
- (v) એક રજિસ્ટર જેમાં નામ, સરનામું, ટેલિફોન નંબર, ફોટોગ્રાફ, રોજગાર શરૂ કરવાની તારીખ, સેવા છોડવાની તારીખ, જો કોઈ હોય તો, ઉલ્લેખિત વ્યક્તિને ચૂકવવામાં આવેલું માસિક મહેનતાણું શામેલ હોવું જોઈએ;
- (vi) ઓથોરિટી સાથેના પત્રવ્યવહારની નકલો;
- (vii) સત્તાધિકારી દ્વારા સમયાંતરે નિર્દિષ્ટ કરવામાં આવેલ અન્ય કોઈપણ રેકોર્ડ.

17. હિસાબી પુસ્તકો, રેકોર્ડ વગેરેની જાળવણી -

- (1) એક કોર્પોરેટ એજન્ટ, જે ફક્ત વીમા મધ્યસ્થી હેતુઓ માટે જ સમાવિષ્ટ છે, દરેક નાણાકીય વર્ષ માટે નીચેના હિસાબોના પુસ્તકો તૈયાર કરશે -
 - (i) દરેક હિસાબી અવધિના અંતે બેલેન્સ શીટ અથવા બાબતોનું નિવેદન;
 - (ii) તે સમયગાળા માટે નફો અને નુકસાન ખાતું;
 - (iii) રોકડ/ફંડ પ્રવાહનું નિવેદન;
 - (iv) ઓથોરિટી દ્વારા સમયાંતરે જરૂરી વધારાના નિવેદનો.

નોંધ.1: આ નિયમનના હેતુઓ માટે, નાણાકીય વર્ષ 12 મહિનાનો સમયગાળો (અથવા તેથી ઓછો જ્યાં 1લી એપ્રિલ પછી વ્યવસાય શરૂ થયો હોય) હશે જે વર્ષના એપ્રિલના પ્રથમ દિવસે શરૂ થશે અને 31મી તારીખે સમાપ્ત થશે. પછીના વર્ષનો માર્ચ અને હિસાબો સંચયના આધારે જાળવવામાં આવશે.

નોંધ.2: તેમના નાણાકીય નિવેદનોનું શેડ્યુલ હોવું જોઈએ અથવા કોર્પોરેટ એજન્ટ દ્વારા

વીમાદાતા મુજબ, વીમાદાતા અને વીમાદાતાની જૂથ કંપનીઓ પાસેથી પ્રાપ્ત થયેલી તમામ

આવકની વિગતો અને જૂથ કંપનીઓ દ્વારા પ્રાપ્ત થયેલી ચૂકવણીઓની વિગતો પણ પ્રદાન

કરવી જોઈએ. /અથવા કોઈપણ વીમાદાતા પાસેથી કોર્પોરેટ એજન્ટના સહયોગીઓ અને તેની વિગતો.

(a) પેટા-નિયમન (1) માં જણાવ્યા મુજબ ઓડિટેડ નાણાકીય નિવેદનોની એક નકલ તેના પરના ઓડિટરના અહેવાલ સાથે દર વર્ષે 30મી સપ્ટેમ્બર પહેલા ઓડિટરની ટિપ્પણીઓ અથવા અવલોકનો સાથે, જો કોઈ હોય તો, સત્તામંડળને સબમિટ કરવામાં આવશે. આચરણ વ્યાપાર, ખાતાઓની સ્થિતિ, વગેરે, અને આવા અવલોકનો પર યોગ્ય સમજૂતી ઓથોરિટીમાં દાખલ કરવામાં આવેલા આવા એકાઉન્ટ્સમાં જોડવામાં આવશે.

(b) ઓડિટરના રિપોર્ટની તારીખથી નેવું દિવસની અંદર ઓડિટરના રિપોર્ટમાં કરવામાં આવેલી કોઈપણ ખામીઓને સુધારવા માટે જરૂરી પગલાં લેવા જોઈએ અને ઓથોરિટીને જાણ કરવી જોઈએ.

(c) તમામ હિસાબી પુસ્તકો, સ્ટેટમેન્ટ્સ, દસ્તાવેજ વગેરે, કોર્પોરેટ એજન્ટની હેડ ઓફિસ અથવા એવી અન્ય બ્રાન્ચ ઓફિસમાં જાળવવામાં આવશે, જેને નિયુક્ત કરવામાં આવશે અને ઓથોરિટીને સૂચિત કરવામાં આવશે, અને તે તમામ કામકાજના દિવસોમાં ઉપલબ્ધ રહેશે. ઓથોરિટીના આવા અધિકારીઓને, અને આ વતી નિરીક્ષણ માટે અધિકૃત.

(d) તમામ પુસ્તકો, દસ્તાવેજો, નિવેદનો, કરાર નોંધો વગેરે, આ નિયમનમાં ઉલ્લેખિત અને કોર્પોરેટ એજન્ટ દ્વારા જાળવવામાં આવે છે, જે તેઓ સંબંધિત છે તે વર્ષના અંતથી ઓછામાં ઓછા દસ વર્ષના સમયગાળા માટે જાળવી રાખવામાં આવશે. જો કે, દાવાઓની જાણ કરવામાં આવે છે અને કોર્ટમાંથી નિર્ણય લેવા માટે સમાધાન

બાકી હોય તેવા કેસોને લગતા દસ્તાવેજો, કોર્ટ દ્વારા કેસના નિકાલ સુધી દસ્તાવેજો જાળવવા જરૂરી છે.

- (2) કોર્પોરેટ એજન્ટોના કિસ્સામાં જેમનો મુખ્ય વ્યવસાય વીમા મધ્યસ્થી સિવાય અન્ય છે, તેઓએ વીમા મધ્યસ્થી માટે પ્રાપ્ત આવક અને વીમા કંપનીઓ પાસેથી અન્ય આવક મેળવતા સેગમેન્ટ મુજબની રિપોર્ટિંગ જાળવી રાખવી જોઈએ.
- (3) દરેક વીમાદાતા કે જેઓ કોર્પોરેટ એજન્ટની સેવાઓ સાથે સંકળાયેલા હોય તેમણે સીઈઓ અને સીએફઓ દ્વારા હસ્તાક્ષર કરવા માટે VIA શેડ્યુલમાં આપેલા ફોર્મેટમાં, આવા તમામ કોર્પોરેટ એજન્ટો માટે અલગથી પ્રમાણપત્ર ઓથોરિટી પાસે ફાઇલ કરવું જોઈએ. કોર્પોરેટ એજન્ટના પ્રિન્સિપલ ઓફિસર અને સીએફઓ (અથવા તેના સમકક્ષ) તરફથી સમાન પ્રમાણપત્ર વીમાદાતા પાસેથી મળેલ કમિશન/ મહેનતાણાનો ઉલ્લેખ કરતા, શેડ્યુલ VIB માં આપેલ પ્રમાણે સત્તાધિકારી પાસે ફાઇલ કરવામાં આવશે.

આચારસંહિતા

I. સામાન્ય આચાર સંહિતા

1. દરેક કોર્પોરેટ એજન્ટ વ્યાવસાયિક આચરણના માન્ય ધોરણોનું પાલન કરશે અને પોલિસીધારકોના હિતમાં તેમની ફરજો નિભાવશે. આમ કરતી વખતે-
 - a. દરેક સમયે અત્યંત સદ્ભાવના અને પ્રામાણિકતા સાથે ગ્રાહકો સાથે તેનો વ્યવહાર કરે;
 - b. કાળજી અને ખંત સાથે કાર્ય કરે;
 - c. ખાતરી કરો કે ગ્રાહક કોર્પોરેટ એજન્ટ સાથેના તેના સંબંધોને સમજે છે અને કોર્પોરેટ એજન્ટ કોના વતી કાર્ય કરી રહ્યો છે;
 - d. સંભવિત ગ્રાહકો દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવેલી તમામ માહિતીને પોતાને અને વીમાદાતા(ઓ) કે જેને વ્યવસાય ઓફર કરવામાં આવી રહ્યો છે તેને સંપૂર્ણ રીતે ગોપનીય ગણો;
 - e. તેમના કબજામાં રહેલા ગોપનીય દસ્તાવેજોની સુરક્ષા જાળવવા માટે યોગ્ય પગલાં લેવા;
 - f. કોઈ કંપનીના ડિરેક્ટર અથવા પેઢીના ભાગીદાર અથવા મુખ્ય કાર્યકારી અથવા મુખ્ય અધિકારી અથવા સ્પષ્ટ વ્યક્તિ અન્ય કોર્પોરેટ એજન્ટ સાથે સમાન હોદ્દો ધરાવતા નથી;

2. દરેક કોર્પોરેટ એજન્ટ કરશે

- a. તેના મુખ્ય અધિકારી અને દરેક નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિની અવગણના અને કમિશનના તમામ કૃત્યો માટે જવાબદાર;
- b. સુનિશ્ચિત કરો કે મુખ્ય અધિકારી અને તમામ નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિઓ યોગ્ય રીતે પ્રશિક્ષિત, કુશળ અને તેઓ જે વીમા ઉત્પાદનોનું માર્કેટિંગ કરે છે તેમાં જાણકાર છે;
- c. સુનિશ્ચિત કરો કે મુખ્ય અધિકારી અને નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિ નીતિના લાભો અને નીતિ હેઠળ ઉપલબ્ધ વળતર અંગે કોઈ ખોટી રજૂઆત ન કરે;
- d. ખાતરી કરો કે કોઈ પણ ભાવિને વીમા ઉત્પાદન ખરીદવાની ફરજ પાડવામાં ન આવે;

- e. વીમા ઉત્પાદનના સંબંધમાં વીમાધારકને વેચાણ પૂર્વે અને વેચાણ પછીની પર્યાપ્ત સલાહ આપો;
- f. દાવાની ઘટનામાં તમામ ઔપચારિકતાઓ અને દસ્તાવેજોની પૂર્ણતામાં વીમાધારકને તમામ શક્ય મદદ અને સહકાર આપો;
- g. એ હકીકતની યોગ્ય પ્રસિદ્ધિ આપો કે કોર્પોરેટ એજન્ટ જોખમને અન્ડરરાઈટ કરતા નથી
- h. અથવા વીમાદાતા તરીકે કાર્ય કરતા નથી; વીમા કંપનીઓ સાથે કરાર કરો જેમાં બંનેની ફરજો અને જવાબદારીઓ વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવી હોય

II. પૂર્વ-વેચાણ આચાર સંહિતા

- 3. દરેક કોર્પોરેટ એજન્ટ અથવા મુખ્ય અધિકારી અથવા નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિએ પણ નીચે ઉલ્લેખિત આચારસંહિતાનું પાલન કરવું જોઈએ:
 - i) દરેક કોર્પોરેટ એજન્ટ/મુખ્ય અધિકારી/નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિ, -
 - a) પોતાને ઓળખો અને માંગણી પર તેની નોંધણી/પ્રમાણપત્ર સંભવિતને જાહેર કરો;
 - b) વીમાદાતાઓ દ્વારા વેચાણ માટે ઓફર કરવામાં આવતા વીમા ઉત્પાદનોના સંબંધમાં જરૂરી માહિતીનો પ્રસાર કરો કે જેમની સાથે તેઓની વ્યવસ્થા છે અને ચોક્કસ વીમા યોજનાની ભલામણ કરતી વખતે સંભાવનાઓની જરૂરિયાતોને ધ્યાનમાં લે છે;
 - c) જો ભાવિ દ્વારા પૂછવામાં આવે તો વેચાણ માટે ઓફર કરવામાં આવેલ વીમા ઉત્પાદનના સંદર્ભમાં કમિશનના ધોરણો જાહેર કરો;
 - d) વેચાણ માટે ઓફર કરાયેલ વીમા ઉત્પાદન માટે વીમાદાતા દ્વારા વસૂલવામાં આવનાર પ્રીમિયમ સૂચવો;
 - e) સંભાવનાને વીમાદાતા દ્વારા દરખાસ્તના ફોર્મમાં જરૂરી માહિતીની પ્રકૃતિ અને વીમા કરારની ખરીદીમાં સામગ્રીની માહિતી જાહેર કરવાનું મહત્વ સમજાવો;
 - f) વીમાદાતાને સબમિટ કરવામાં આવેલ દરેક દરખાસ્ત સાથે ગોપનીય અહેવાલના રૂપમાં

સંભાવનાની કોઈપણ પ્રતિકૂળ આદતો અથવા આવકની અસંગતતા વીમાદાતાના ધ્યાન પર લાવો, અને કોઈપણ ભૌતિક હકીકત કે જે વીમાદાતાના અન્ડરરાઈટિંગ નિર્ણયને પ્રતિકૂળ અસર કરી શકે. દરખાસ્તની સ્વીકૃતિ અંગે, સંભાવના વિશે તમામ વાજબી પૂછપરછ કરીને;

- g) વીમાદાતા દ્વારા દરખાસ્તની સ્વીકૃતિ અથવા અસ્વીકાર વિશે સંભવિતને તરત જ જાણ કરો;
- h) વીમાદાતા પાસે દરખાસ્ત ફોર્મ ફાઇલ કરતી વખતે જરૂરી દસ્તાવેજો મેળવો, અને દરખાસ્ત પૂર્ણ કરવા માટે વીમાદાતા દ્વારા પછીથી માંગવામાં આવેલ અન્ય દસ્તાવેજો;

ii) કોઈ કોર્પોરેટ એજન્ટ / મુખ્ય અધિકારી / નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિ, ----- કરશે નહીં

- a. માન્ય નોંધણી/પ્રમાણપત્ર ધરાવ્યા વિના વીમા વ્યવસાય માટે વિનંતી કરવી અથવા પ્રાપ્ત કરવી;
- b. દરખાસ્ત ફોર્મમાં કોઈપણ સામગ્રીની માહિતીને છોડી દેવાની સંભાવનાને પ્રેરિત કરો;
- c. દરખાસ્તના ફોર્મમાં ખોટી માહિતી અથવા દરખાસ્તની સ્વીકૃતિ માટે વીમાદાતાને સબમિટ કરેલા દસ્તાવેજો સબમિટ કરવા માટે ભાવિને પ્રેરિત કરે;
- d. ભાવિ સાથે અવિચારી રીતે વર્તે;
- e. કોઈપણ અન્ય નિર્દિષ્ટ વ્યક્તિ અથવા કોઈપણ વીમા મધ્યસ્થી દ્વારા રજૂ કરાયેલ કોઈપણ દરખાસ્તમાં દખલ કરવી;

f. વીમાદાતા દ્વારા ઓફર કરાયેલા દરો સિવાયના વિવિધ દરો, લાભો, નિયમો અને શરતો

ઓફર કરે છે;

- g. પોલિસીધારકને વર્તમાન પોલિસી સમાપ્ત કરવા અને આવી સમાપ્તિની તારીખથી ત્રણ વર્ષની અંદર તેમની પાસેથી નવી દરખાસ્ત લાગુ કરવા દબાણ કરો;
- h. કોઈપણ કોર્પોરેટ એજન્ટ પાસે એક વ્યક્તિ અથવા એક સંસ્થા અથવા સંસ્થાઓના

એક

જૂથનો વીમા વ્યવસાયનો પોર્ટફોલિયો હોવો જોઈએ નહીં કે જેના હેઠળ પ્રીમિયમ કોઈપણ વર્ષમાં પ્રાપ્ત કુલ પ્રીમિયમના પચાસ ટકાથી વધુ હોય;

- i. ઓથોરિટીની પૂર્વ મંજૂરી સિવાય, કોઈપણ વીમા કંપનીના ડિરેક્ટર બનવું અથવા રહેવું,
- j. કોઈપણ પ્રકારની મની લોન્ડરિંગ પ્રવૃત્તિઓમાં સામેલ થવું;
- k. ગેરમાર્ગે દોરનારા કોલ્સ અથવા નકલી કોલ્સ દ્વારા પોતાના દ્વારા અથવા કોલ સેન્ટર્સ દ્વારા વ્યવસાયના સોર્સિંગમાં વ્યસ્ત રહેવું;
- l. વીમા ઉત્પાદનોની માંગણી અને પ્રાપ્તિ માટે બહુ-સ્તરીય માર્કેટિંગ હાથ ધરવું;
- m. વ્યવસાયમાં લાવવા માટે અપ્રશિક્ષિત અને અનધિકૃત વ્યક્તિઓને જોડાવું;
- n. વીમા કન્સલ્ટન્સી અથવા ક્લેમ કન્સલ્ટન્સી અથવા અન્ય કોઈપણ વીમા સંબંધિત સેવાઓ પૂરી પાડવી સિવાય કે વીમા ઉત્પાદનોની વિનંતી અને સેવા આપવા સિવાય નોંધણીના પ્રમાણપત્ર મુજબ.
- o. કોઈપણ વ્યક્તિ સાથે જોડાઓ, પ્રોત્સાહિત કરો, કરાર કરો અથવા તેની સાથે કોઈ પણ પ્રકારની વ્યવસ્થા કરો સિવાય કે, ચોક્કસ વ્યક્તિ, વીમા ઉત્પાદનના વિતરણને આગળ વધારવા માટે સંભવિત પોલિસી ધારકોનો સંદર્ભ આપવા, વિનંતી કરવા, લીડ બનાવવા, સલાહ આપવા, પરિચય આપવા, શોધવા અથવા તેમની સંપર્ક વિગતો પ્રદાન કરવા માટે;
- p. કોઈપણ વ્યક્તિ અથવા એન્ટિટીને વેચાણ, પરિચય, લીડ જનરેશન, સંદર્ભ અથવા શોધવાના હેતુ માટે કોઈપણ અન્ય નામથી કોઈપણ ફી, કમિશન, પ્રોત્સાહનની ચૂકવણી અથવા મંજૂરી આપવી

III. વેચાણ પછીની આચારસંહિતા

4. દરેક કોર્પોરેટ એજન્ટ -

- a. દરેક વ્યક્તિગત પોલિસીધારકને નોમિનેશન અથવા અસાઇનમેન્ટ અથવા સરનામાંમાં ફેરફાર અથવા વિકલ્પોની ક્વાયતને અસર કરવા માટે સલાહ આપો, કેસ હોય તે મુજબ, અને આ વતી જરૂરી સહાય પ્રદાન કરો, જ્યાં પણ જરૂરી હોય;
- b. તેમના દ્વારા પહેલેથી મેળવેલ વીમા વ્યવસાયને બચાવવા માટે, પોલિસીધારકોને મૌખિક અને લેખિતમાં નોટિસ આપીને, નિયત સમયની અંદર પોલિસીધારકો દ્વારા પ્રિમીયમ મોકલવાની ખાતરી કરવા માટે દરેક પ્રયાસ કરો.
- c. ખાતરી કરો કે તેનો ક્લાયન્ટ વીમાની સમાપ્તિ તારીખથી વાકેફ છે, પછી ભલે તે ક્લાયન્ટને વધુ કવર ઓફર ન કરવાનું પસંદ કરે:

- d. સુ નિશ્ચિત કરો કે નવીકરણની સૂચનાઓમાં જાહેરાતની ફરજ વિશે ચેતવણી શામેલ છે જેમાં પોલિસીની શરૂઆત અથવા છેલ્લી નવીકરણ તારીખથી થયેલા ફેરફારોને અસર કરતા પોલિસીને અસર કરતા ફેરફારોની સલાહ આપવાની આવશ્યકતા છે;
- e. ખાતરી કરો કે નવીકરણ નોટિસમાં કરારના નવીકરણના હેતુ માટે વીમાદાતાને પૂરી પાડવામાં આવેલ તમામ માહિતીનો રેકોર્ડ (પત્રોની નકલો સહિત) રાખવાની આવશ્યકતા છે;
- f. ખાતરી કરો કે ક્લાયન્ટને સમાપ્તિ તારીખ પહેલાં સમયસર વીમાદાતાનું નવીકરણ આમંત્રણ મળે છે.
- g. વીમાદાતા દ્વારા દાવાઓની પતાવટ માટેની આવશ્યકતાઓનું પાલન કરવા માટે પોલિસી ધારકો અથવા દાવેદારો અથવા લાભાર્થીઓને જરૂરી સહાય પ્રદાન કરો;
- h. તેના ગ્રાહકોને દાવાઓને તાત્કાલિક સૂચિત કરવા અને તમામ ભૌતિક હકીકતો જાહેર કરવા અને શક્ય તેટલી વહેલી તકે અનુગામી વિકાસની સલાહ આપવાની તેમની જવાબદારી સમજાવો;
- i. ક્લાયન્ટને સાચી, વાજબી અને સંપૂર્ણ જાહેરાત કરવાની સલાહ આપો જ્યાં તે માને છે કે ક્લાયન્ટે આવું કર્યું નથી. જો વધુ ખુલાસો ન થાય કે આગામી ન હોય તો તે ક્લાયન્ટ માટે આગળ કાર્યવાહી કરવાનો ઇનકાર કરવાનું વિચારશે;
- j. દાવા સંબંધિત કોઈપણ જરૂરિયાતો અંગે ક્લાયન્ટને તાત્કાલિક સલાહ આપો;
- k. દાવા અથવા ઘટના અંગે ક્લાયન્ટ પાસેથી પ્રાપ્ત થયેલ કોઈપણ માહિતી વિલંબ કર્યા વિના, અને કોઈપણ ઘટનામાં ત્રણ કાર્યકારી દિવસોમાં ફોરવર્ડ કરો;
- l. વીમાદાતાના નિર્ણયમાં અથવા અન્યથા દાવાની વિલંબ કર્યા વિના ગ્રાહકને સલાહ આપો; અને ક્લાયન્ટને તેના દાવાને અનુસરવામાં તમામ વાજબી સહાય આપો.
- m. વીમા કરાર હેઠળ લાભાર્થી પાસેથી આવકનો હિસ્સો માંગવો કે મેળવવો નહીં;
- n. સુનિશ્ચિત કરો કે પ્રશિક્ષકના પત્રો, નીતિઓ અને નવીકરણ દસ્તાવેજોમાં ફરિયાદો
- સંભાળવાની કાર્યવાહીની વિગતો શામેલ છે:
- o. ફોન દ્વારા અથવા લેખિતમાં ફરિયાદો સ્વીકારો:

- p. પત્રવ્યવહાર મળ્યાના ચૌદ દિવસની અંદર ફરિયાદ સ્વીકારો, સ્ટાફના સભ્યને સલાહ આપો કે જેઓ ફરિયાદ સાથે વ્યવહાર કરશે અને તેની સાથે વ્યવહાર કરવા માટેનું સમયપત્રક;
- q. ખાતરી કરો કે પ્રતિભાવ પત્રો મોકલવામાં આવ્યા છે અને ફરિયાદીને જાણ કરો કે જો તે પ્રતિસાદથી નાખુશ હોય તો તે શું કરી શકે છે;
- r. સુનિશ્ચિત કરો કે ફરિયાદોનો યોગ્ય રીતે વરિષ્ઠ સ્તરે નિકાલ કરવામાં આવે છે;
- s. ફરિયાદોના રેકોર્ડિંગ અને મોનિટરિંગ માટે એક સિસ્ટમ સ્થાપિત કરો.
-

પ્રકરણ C-11

ડિસ્ટન્સ માર્કેટિંગની માર્ગદર્શિકાઓ

ડિસ્ટન્સ માર્કેટિંગમાં નીચેની બાબતો મારફતે વીમા પ્રોડક્ટ્સની વિનંતી અને વેચાણની દરેક પ્રવૃત્તિ સામેલ થાય છે

- વોઇસ મોડ (ટેલિફોન, વોટ્સએપ કોલિંગ સહિત)
- શોર્ટ મેસેજિંગ સર્વિસ (એસએમએસ, વોટ્સએપ)
- ઇલેક્ટ્રોનિક મોડ (ઇમેઇલ અને ઇન્ટરેક્ટિવ ટેલિવિઝન - ડીટીએચ, વોટ્સએપ)
- અન્ય કોઇ પણ મોડ, જેની વિશેષ રીતે ડિસ્ટન્સ માર્કેટિંગ તરીકે આઇઆરડીએઆઇ (IRDAI) દ્વારા મંજૂરી આપવામાં આવી હોય

લાગુ થવા પાત્રતા પરિસ્થિતિઓ: માર્ગદર્શિકાઓ નીચેની બાબતો માટે ડિસ્ટન્સ મોડના ઉપયોગ માટે લાગુ થાય છે

- વીમો ખરીદવાના લોકોના ઇરાદાની ખાતરી કરવી
- વિનંતી તેમજ વેચાણ
- વીમા પ્રોડક્ટ્સની માહિતી અથવા વેચાણની માગણી કરતા સંભવિત ગ્રાહકો દ્વારા કરેલી વિનંતીઓનો ઉત્તર આપવો

પરિચય

અધિકૃત ખરાઇ કરનાર સંભવિત ગ્રાહકને નીચેની બાબતો જાહેર કરશે

- i. ખારાઇ કરનાર/ ટોલિ કોલરનું નામ અને વિશિષ્ટ ઓળખ/ કોડ નંબર
- ii. પ્રતિનિધિત્વ કરી રહ્યા હોય એવા મધ્યસ્થી (કોર્પોરેટ એજન્ટ/ વેબ એગ્રેગેટર / બ્રોકર/ આઇએમએફ, જે પ્રમાણે કેસ હોય તે પ્રમાણે)નું નામ અને નોંધણી નંબર
- iii. જે ગ્રાહક ટેલિસેલ્સ માહિતીની ખરાઇ કરવા માટે પરત કોલ કરવાની ઈચ્છા ધરાવતા હોય તો ટેલિમાર્કેટર અને અથવા મધ્યસ્થીનો સંપર્કનો નંબર
- iv. જે વીમા કંપનીની પ્રોડક્ટની ચર્ચા કરવામાં આવી રહી હોય તે કંપનીનું નામ સંચાર/ કોલની શરૂઆતમાં જાહેર કરવામાં આવશે

પ્રમાણભૂત સ્ક્રિપ્ટનો ઉપયોગ

અધિકૃત ખરાઇ કરનાર ડિસ્ટન્સ મોડ હેઠળ વેચાણ માટે ઓફર કરવામાં આવેલી પ્રત્યેક વીમા પ્રોડક્ટ્સ હેઠળ લાભ, વિશેષતાઓ અને જાહેરાતોની રજૂઆત માટે વીમા કંપનીની અધિકૃત પ્રમાણભૂત સ્ક્રિપ્ટ્સને સાવચેતીપૂર્વક અનુસરશે.

જરી રાખવા માટે સંભવિત ગ્રાહકની સંમતિ

- અધિકૃત ખરાઈ કરનાર ખાતરી કરશે કે સંભવિત ગ્રાહક વિષય અથવા કોલને જરી રાખવામાં રસ ધરાવે છે કે કેમ, અને માત્ર જ્યારે ચોખ્ખી અને સુસ્પષ્ટ સંમતિ પ્રાપ્ત થાય ત્યાર પછી ખરાઈ કરનાર આગળ વધશે.
- કોલ કરવામાં આવ્યો હોય તે કલાકો ટીઆરએઆઈ/ ડીઓટીની લાગુ થતી માર્ગદર્શિકા અનુસાર હશે
- અધિકૃત ખરાઈ કરનારનું નામ જાહેર કરવામાં આવશે અને ઉપલબ્ધ ભાષાના વિકલ્પોને સૂચવવા જોઈએ. ત્યાર પછી સંચાર સંભવિત ગ્રાહક દ્વારા પસંદ કરેલી ભાષામાં જ આગળ વધશે.
- ખરાઈ કરનાર સંભવિત ગ્રાહકોને જાણ કરશે કે કોલ રેકોર્ડ કરવામાં આવી રહ્યો છે અને સંભવિત ગ્રાહક જો તેઓ/ તેણી આમ કરવા માટે ઈચ્છુક હોય તો પોલિસીની અવધિ દરમિયાન કોઈ પણ સમયે અથવા દાવાની સંતોષકારક પતાવટ ન થાય ત્યાં સુધી, એટલે કે બંનેમાંથી જે કોઈ પછી આવે ત્યાં સુધી વોઈસ કોપી માટે હકદાર બને છે.
- કોલ/ વિનંતી દરમિયાન સંભવિત ગ્રાહકોને કોઈ અસુવિધા, ઉપદ્રવ અથવા હાનિ નહીં થાય.

સંભવિત ગ્રાહકની માહિતી

- સંભવિત ગ્રાહક તેમ જ વીમાકૃત થનાર વ્યક્તિ/ સંપત્તિને સંબંધિત કોઈ પણ લાગતી વળગતી માહિતી પ્રાપ્ત કરવામાં આવશે અને વિનંતી તથા પ્રોડક્ટ/પ્રોક્ટ્સની ભલામણ કરકપણે સંભવિત ગ્રાહકોની જરૂરિયાતનાં વિશ્લેષણને આધારે કરવામાં આવશે.
- કોલની વિગતો અને તેમાં એકત્રિત કરેલી માહિતીને સંબંધિત ગોપનીયતા, ગુપ્તતા અને બિન-જાહેરાતને જાળવવામાં આવશે.
- બચત/ રોકાણ ઘટક ધરાવતી જીવન વીમા પ્રોડક્ટ્સ અને યુનિટ લિન્કડ વીમા પ્રોડક્ટ્સનાં વેચાણ માટે સમયાંતરે લાગુ થતી વિશિષ્ટ નિયમનકારી આવશ્યકતાઓનું પાલન કરવામાં આવશે.

પ્રોડક્ટના લાભ અને વિશેષતાઓ

અધિકૃત ખરાઈ કરનારે નીચેની બાબતોની સામે સંમત/અસંમત, હા/ના, સ્વીકાર્ય/અસ્વીકાર્ય, સમજ્યા/ ન સમજ્યાનાં રૂપે સંભવિત ગ્રાહકના વિશિષ્ટ પ્રતિસાદોનાં સ્વરૂપમાં પ્રોડક્ટની રજૂઆત દરમિયાન લાગુ થતી અધિકૃત પ્રમાણભૂત સ્ક્રિપ્ટને અનુસરવાની રહેશે

- સૂચવવામાં આવેલા પ્રોડક્ટનું નામ, તેનો પ્રકાર અને પરિમાણો, વીમા કંપનીનું નામ
- વાર્ષિક પ્રિમિયમ અથવા વસૂલવા પાત્ર પ્રિમિયમ અને લાગુ થવા પાત્ર જીએસટીની નિર્દિષ્ટ રકમ માટે પ્રોડક્ટ હેઠળ ઉપલબ્ધ વીમા કવર
- કવરનો અવકાશ, આવરેલા અને નહીં આવરેલા જોખમો/ સંકટો, બાકાત રાખવામાં આવેલી બાબતો, કપાતો, સહ-ચુકવણીઓ, સેક્શન 64વીબી સહિત રાઈડર્સ/એડ ઓન કવર્સ

- જો લાગુ થવા પાત્ર હોય તો કી ફિચર્સ ડોક્યુમેન્ટ/ કી ઈન્ફોર્મેશન શીટ (મુખ્ય વિશેષતાઓ દસ્તાવેજ/ મુખ્ય માહિતી પત્રક)ના કન્ટેન્ટ્સ
- જીવન, સ્વાસ્થ્ય વીમા પોલિસીઓ માટે ફી લુક ઈન પિરિયડના વિકલ્પ હેઠળ જો પોલિસીના નિયમો અને શરતોથી અસંમત હોય તો પોલિસી પ્રાપ્ત થાય તેના 30 દિવસની અંદર પ્રોડક્ટ રદ કરવાનો અધિકાર.

જીવન વીમાનાં વેચાણના કિસ્સામાં પ્રિમિયમની ઉપલી મર્યાદાઓ

અધિકૃત ખરાઈ કરનારાઓ/ ટેલિ કોલર્સ સામાન્યપણે ડિસ્ટન્સ માર્કેટિંગ હેઠળ જીવન વીમા પોલિસીઓનાં અને વધુ વિશિષ્ટ રીતે સિંગલ/ નોન-સિંગલ પ્રિમિયમ અને યુનિટ લિન્કડ પોલિસીઓ જેવા પ્રોડક્ટના વર્ગો વગેરેનાં વેચાણના સંદર્ભમાં વિનંતીની તારીખના રોજ અમલી હોય એવી આઈઆરડીએઆઈની નિયમનકારી જોગવાઈઓ અનુસાર તેમને લાગુ થવા પાત્ર ઉપલી મર્યાદાઓનું કડકપણે પાલન કરશે.

વિનંતી પછીની પ્રક્રિયા

એક વખત સંભવિત ગ્રાહક પોલિસી ખરીદવા માટે સંમત થાય છે ત્યાર પછી પ્રસ્તાવનું ફોર્મ અને પ્રિમિયમની સ્વીકૃતિ માટે નીચેની બાબતોનું પાલન કરશે

- સમયાંતરે લાગુ થવા પાત્ર નિયમનકારી જોગવાઈઓ અનુસાર પ્રિમિયમની વસૂલાત
- પ્રક્રિયા દરમિયાન એએમએલ/ કેવાયસી અને પાન (PAN) માટે લાગુ થવા પાત્ર ધોરણોનું પાલન કરવામાં આવશે
- જ્યાં પોલિસી ભૌતિક સ્વરૂપે પ્રસ્તાવ વિના જારી કરવામાં આવે ત્યાં, વીમા કંપનીઓ પોલિસી બોન્ડની સાથે લાગુ થવા પાત્ર હોઈ શકે તે પ્રમાણે શાબ્દિક સિક્કપટ્ટસ, પ્રસ્તાવની પીડીએફ નકલ આગળ મોકલશે.
- કોઈ સેવાની જરૂરિયાત અથવા ફરિયાદ સેલ નંબરના કિસ્સામાં પોલિસી ધારક દ્વારા સંપર્ક કરી શકે તે માટે ઓફિસનું સરનામું અને ટોલ-ફ્રી ફોન નંબરની જાણ ગ્રાહકને કરવામાં આવશે.
- વેચાણ પૂર્ણ કરતા પહેલા, અધિકૃત ખરાઈ કરનાર સંભવિત ગ્રાહક સમક્ષ તેમનું/તેણીનું નામ અને વિશિષ્ટ કોડ નંબર જાહેર કરશે અને તે ભવિષ્યની ખરાઈ માટે રેકોર્ડ કરેલી વાતચીતનો એક ભાગ બનશે.

આચાર સંહિતા

અધિકૃત ખરાઈ કરનારાઓ અથવા ટેલિ-કોલર્સ એવા મધ્યસ્થી (કોર્પોરેટ એજન્ટ/ બ્રોકર/ વેબ એગ્રેગેટર/ આઈએમએફ, જે પ્રમાણે કેસ હોય તે મુજબ) જેમનું તેઓ પ્રતિનિધિત્વ કરી રહ્યા છે અથવા જેમના માટે કાર્ય કરી રહ્યા છે તેમને લાગુ થવા પાત્ર આચાર સંહિતાનું પાલન કરશે.

પ્રકરણ C-12

ટેલિકોલર્સ માટે આચાર સંહિતા – શિષ્ટાચાર, કરવા જેવી અને નહીં કરવા જેવી બાબતો

ટેલિ કોલિંગ માટેનાં પગલાં

- પગલું 1: શુભેચ્છા
- પગલું 2: સંભવિત ગ્રાહકનાં નામની પુષ્ટિ કરવી
- પગલું 3: તમારો, તમારા હોદ્દાનો, તમારી કંપનીનો પરિચય આપો અને ભાષાના વિકલ્પનો ઉલ્લેખ કરો
- પગલું 4: બોલવાની મંજૂરી માગો
- પગલું 5: કોલ કરવાનો ઉદ્દેશ જણાવો – લીડ જનરેશન/ વિનંતી
- પગલું 6: ગ્રાહક પાસેથી સંમતિ માગો
- પગલું 7: પ્રોડક્ટની વિશેષતાઓ, લાભ અને ફાયદાઓ સમજાવો
- પગલું 8: વાંધાઓ સંચાલિત કરો અને તમામ શંકાઓ દૂર કરો
- પગલું 9: ચુકવણી માટે આગળ વધવાની મંજૂરી લો
- પગલું 10: સંભવિત ગ્રાહકનો અભાર માનો અને કોલ પૂરો કરો

ટેલિકોન શિષ્ટાચારની ટિપ્સ

દરેક કોલર ફોન પર વાત કરવાની તેમની ઢબ ધરાવતા હોય છે. જો કે, જ્યારે પણ તમે ટેલિકોન સંચાર કરી રહ્યા હોય ત્યારે તમારે કેટલાક નિયમો અને ટેલિકોન શિષ્ટાચારની માર્ગદર્શિકા અનુસરવી જોઈએ. જેની ટૂંકમાં ચર્ચા નીચે કરવામાં આવી છે:

1. નમ્રતાથી અભિવાદન કરો: તમારી વાતચીતની શરૂઆત હૂંફ અને વ્યાવસાયિક અભિવાદનથી કરો, જેમ કે “ગુડ મોર્નિંગ/ ગુડ આફ્ટરનુન/ ગુડ ઈવનિંગ”
2. તમારી ઓળખ આપો: સ્પષ્ટપણે તમારું નામ જણાવો અને, જો લાગુ થાય તો તમારી કંપની કે વિભાગ જણાવો, જેથી કોલર જાણી શકે કે તેઓ કોની સાથે વાત કરી રહ્યા છે.
3. સક્રિયતાથી સાંભળો: કોલ કરનારની જરૂરિયાતો અથવા પ્રશ્નોને ધ્યાનપૂર્વક સાંભળો. હસ્તક્ષેપ કરવાનું ટાળો અને તમે સાંભળી રહ્યા છો તે બતાવવા માટે પુષ્ટિના સંકેતો આપો જેવા કે “હું સમજું છું” અથવા “બરાબર”

4. સ્પષ્ટપણે બોલો: પોતાના શબ્દોને સ્પષ્ટ રીતે બોલો અને સાધારણ ઝડપે બોલો. બબડાટ કરવાનું અથવા ઘણું ઝડપથી બોલવાનું ટાળો, કારણ કે આને લીધે કોલરને સમજવું મુશ્કેલ બની શકે છે.
5. સકારાત્મક ભાષાનો ઉપયોગ કરો: વાતચીત દરમિયાન સકારાત્મક અને અનુકૂળ ટોન જાળવો, ભલે પછી મુશ્કેલ કે નિરાશ કોલ કરનાર સાથે વ્યવહાર થઈ રહ્યો હોય.
6. ધિરજ રાખો: ધિરજ રાખો, ખાસ કરીને જો કોલ કરનાર મૂંઝવણમાં કે ઉદાસ હોય. તેમની ચિંતાઓથી સહાનુભૂતિ રાખો અને કોઈ પણ સમસ્યાઓને શાંતિથી અને અસરકારક રીતે ઉકેલવા માટે કાર્ય કરો.
7. સહાય ઓફર કરો: હંમેશાં સહાય ઓફર કરો અને તમારી શ્રેષ્ઠ જ્ઞમતાથી કોલ કરનારની જરૂરિયાતો પૂરી કરવાનો પ્રયત્ન કરો. જો તમે તાત્કાલિક ધોરણે ઉકેલ મેળવી ન શકો તો તેમને ખાતરી આપો કે તમે ઉકેલ શોધવાનો શ્રેષ્ઠ અથવા આ સમસ્યાને યોગ્ય રીતે આગળ મોકલવાનો પ્રયત્ન કરશો.
8. માહિતી પૂરી પાડો: જો કોલ કરનારને હોલ્ડ પર રાખવામાં આવી રહ્યા હોય અથવા તેમને અન્ય વિભાગમાં ટ્રાન્સફર કરવામાં આવી રહ્યા હોય તો તેમને અગાઉથી જાણ કરો અને ટ્રાન્સફર કરવા માટેનું કારણ જણાવો.
9. વ્યાવસાયિક રીતે સમાપ્ત કરો: જ્યારે કોલ સમાપ્ત કરી રહ્યા હોય ત્યારે તમારો સંપર્ક કરવા માટે કોલ કરનારનો આભાર વ્યક્ત કરો અને તેમને આવશ્યક હોય એવી વધારાની કોઈ સહાય ઓફર કરો. તેઓ ફોન મૂકે તે પહેલા સુનિશ્ચિત કરો કે તેઓ વાતચીતથી સંતુષ્ટ છે.
10. ફોલો-અપ: જો આવશ્યક લાગે તો વચન આપ્યા પ્રમાણે કોલ કરનારનો ફોલો અપ કરો અને કોલ દરમિયાન આપવામાં આવેલા વચન ત્વરિત પૂર્ણ કરો.
11. ગોપનીયાતા જાળવો: કોલ કરનારની ગોપનીયતાનો આદર કરો અને અનધિકૃત વ્યક્તિઓ સાથે સંવેદનશીલ માહિતીની ચર્ચા કરવાથી બચો.

ઉપર જણાવેલા ટેલિફોન શિષ્ટાચારની માર્ગદર્શિકાનું પાલન કરીને તમે ગ્રાહકનો સંતોષ વધારી શકો છો, વ્યાવસાયિક સંબંધો મજબૂત કરી શકો છો અને ફોન પર અસરકારક સંચાર સુનિશ્ચિત કરી શકો છો.

આટલું કરો

1. નમ્ર અને વિનયી રહો: હંમેશાં કોલ દરમિયાન અનુકૂળ અને આદરપૂર્ણ ટોન જાળવો.
2. તમારો પરિચય આપો: કોલની શરૂઆત તમારો અને તમારી કંપનીનો પરિચય આપીને કરો. સુનિશ્ચિત કરો કે પ્રાપ્તકર્તા જાણે કે તમે કોણ છો અને તમે શા માટે કોલ કરી રહ્યા છો.
3. સક્રિયતાથી સાંભળો: સામેની વાઈન પર રહેલી વ્યક્તિ શું કહી રહી છે તેના પર પૂરતું ધ્યાન આપો. તેમની જરૂરિયાતો અને ચિંતાઓને સક્રિયતાથી સાંભળો.

4. તૈયાર રહો: તમે વેચી રહ્યા હોય અથવા પ્રમોટ કરી રહ્યા હોય એ પ્રોડક્ટ અથવા સેવા અંગે તમામ આવશ્યક માહિતી પ્રાપ્ત કરો. પ્રાપ્તકર્તા જે કોઈ પ્રશ્ન પૂછે તેનો ઉત્તર આપવા માટે તૈયાર રહો.
5. સ્પષ્ટ અને સંક્ષિપ્ત બનો: તમારા સંદેશને સાદો અને મુદ્દાસર રાખો. પ્રાપ્તકર્તા સમજી ન શકે એવા શબ્દો કે ટેકનિકલ ભાષાનો ઉપયોગ કરવાનું ટાળો.
6. લાભ હાઈલાઈટ કરો: તમારી પ્રોડક્ટ કે સેવાની માત્ર વિશેષતાઓને સ્થાને તેમના લાભ પર ધ્યાન કેન્દ્રીત કરો. તે પ્રાપ્તકર્તાની સમસ્યાઓ કેવી રીતે ઉકેલી શકે છે અથવા તેમની જરૂરિયાતો પૂરી કરી શકે છે તે સમજાવો.
7. વાંધાઓને વ્યાવસાયિક રીતે હાથ ધરો: જો પ્રાપ્તકર્તાને કોઈ વાંધો અથવા ચિંતા હોય તો તેમનો શાંતિપૂર્વક અને વ્યાવસાયિક રીતે સંબોધો. તેમના વાંધાઓને સંબંધિત માહિતીથી દૂર કરવાનો પ્રયત્ન કરો.
8. ફોલો અપ: જો પ્રાપ્તકર્તા તમારી પ્રોડક્ટમાં રસ વ્યક્ત કરે, પરંતુ તેઓ પ્રતિબદ્ધ હોવા માટે તૈયાર નથી તો તેમને પછીના સમયે ફોલો અપ કરવાની ઓફર આપો. સુનિશ્ચિત કરો કે તમે આપેલા કોઈ પણ વચન પૂરા કરો.

આટલું ન કરો

1. દબાણ કરશો નહીં: પ્રાપ્તકર્તાને ખરીદી કરવા અથવા તમારી ઓફર માટે પ્રતિબદ્ધ થવા માટે દબાણ કરવાનું ટાળો. દબાણપૂર્વક વેચાણ કરવાની યુક્તિઓ લોકોને નારાજ કરી શકે છે અને તમારી કંપનીની પ્રતિષ્ઠાને નુકસાન થઈ શકે છે.
2. હસ્તક્ષેપ કરશો નહીં: પ્રાપ્તકર્તાને હસ્તક્ષેપ કર્યા વિના બોલવા દો. હસ્તક્ષેપ કરવો એ અસભ્ય અને અપમાનજનક લાગી શકે છે.
3. જૂઠું બોલશો નહીં અથવા અતિશયોક્તિ કરશો નહીં: તમારી પ્રોડક્ટ અંગે પ્રામાણિક અને પારદર્શક રહો. ખોટા દાવાઓ કરશો નહીં અથવા તેની સક્ષમતાઓને વધારીને બોલશો નહીં.
4. તેમના સમય પર એકાધિકાર કરશો નહીં: પ્રાપ્તકર્તાના સમયનો આદર કરો અને તમારો કોલ સંક્ષિપ્ત અને કેન્દ્રિત રાખો. વાતચીતને આવશ્યક કરતા લાંબા સમય સુધી ખેંચશો નહીં.
5. અસ્વીકૃત્તિને અવગણશો નહીં: જો પ્રાપ્તકર્તા તમારી ઓફરમાં રસ ધરાવતા ન હોય તો તેમની અસ્વીકૃત્તિને અવગણશો નહીં અથવા તેમની સાથે દલીલ કરવાનો પ્રયત્ન કરશો નહીં. તેમના સમય માટે આભાર વ્યક્ત કરો અને નમ્રતાથી કોલ સમાપ્ત કરો.
6. નોંધ લેવાનું ભૂલશો નહીં: પ્રાપ્તકર્તાની જરૂરિયાતો અને પસંદગીઓ અંગે મહત્વપૂર્ણ વિગતો યાદ રાખવા માટે કોલ દરમિયાન નોંધ લો. આ તમને તમારા ફોલો-અપ સંચારને વ્યક્તિગત કરવામાં સહાય કરી શકે છે.

7. અયોગ્ય સમયે કોલ કરશો નહીં: વહેલી સવારે, મોટી રાત્રે અથવા ભોજનના સમય દરમિયાન કોલ કરવાનું ટાળો. પ્રાપ્તકર્તાના શિડ્યુલનો આદર કરો અને તેઓ ઉપલબ્ધ હોઈ શકે એવા સમયે કોલ કરવાનો પ્રયત્ન કરો.
8. ફેલો અપ કરવાનું ભૂલશો નહીં: જો તમે પ્રાપ્તકર્તાને ફેલો અપ કરવાનું અથવા વધારાની માહિતી મોકલવાનું વચન આપ્યું હોય તો સમયસર રીતે આમ કરવાનું સુનિશ્ચિત કરો. ફેલો અપ દર્શાવે છે કે તમે વિશ્વસનીય છો અને તેમની જરૂરિયાત પૂરી કરવા માટે તમે વચનબદ્ધ છો.

વાંધાઓ હાથ ધરવા

વીમાનાં વેચાણમાં સંભવિત અવરોધો દૂર કરવા અને સંભવિત ગ્રાહકોને મનાવવા માટે વાંધાઓને અસરકારક રીતે હાથ ધરવા મહત્વપૂર્ણ છે. અહીં સંચરિત અભિગમ આપવામાં આવ્યો છે:

1. સક્રિયતાથી સાંભળો: સંભવિત ગ્રાહકને કોઈ પણ હસ્તક્ષેપ વિના સંપૂર્ણપણે તેમની ચિંતાઓ વ્યક્ત કરવા દો. તેમના અંતર્નિહિત કારણોને સમજવા માટે તેમના વાંધાઓ પર પૂરતું ધ્યાન આપો.
2. સ્વીકૃત્તિ આપો અને સહાનુભૂતિ રાખો: સંભવિત ગ્રાહકની ચિંતાઓ પ્રત્યે સહાનુભૂતિ અને સમજદારી દર્શાવો. તેમની ભાવનાઓને માન્ય કરવા માટે તેમના વાંધાઓને પ્રામાણિકતાથી સ્વીકારો.
3. સ્પષ્ટ કરો અને પુષ્ટિ કરો: તમે વાંધાને સાચી રીતે સમજ્યા છો તે સુનિશ્ચિત કરવા માટે સંભવિત ગ્રાહક સમક્ષ તેનું પુનરાવર્તન કરો. આ સક્રિયપણે સાંભળતા હોવાનું પ્રદર્શિત કરે છે અને પુષ્ટિ કરે છે કે તમે સાચા મુદ્દાને સંબોધિત કરી રહ્યા છો.
4. માહિતી પૂરી પાડો: સંભવિત ગ્રાહકના વાંધાને સંબોધિત કરવા માટે સંબંધિત માહિતી અથવા તથ્યો ઓફર કરો. તમારા વીમાનો ઉકેલ તેમની ચિંતાઓ અથવા જરૂરિયાતોને કેવી રીતે સંબોધે છે તે સમજાવવા માટે સ્પષ્ટ અને સંક્ષિપ્ત ભાષાનો ઉપયોગ કરો.
5. લાભ પર પ્રકાશ પાડો: સંભવિત ગ્રાહકના વાંધાનો સીધા સંબોધિત કરતી હોય એવી તમારી વીમા પ્રોડક્ટના લાભ પર ભાર મૂકો. તમારો ઉકેલ કેવી રીતે મૂલ્ય પૂરું પાડે છે અને તેમની વિશિષ્ટ જરૂરિયાતો પૂરી કરે છે તેના પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરો.
6. વિશિષ્ટ ચિંતાઓને સંબોધિત કરો: સંભવિત ગ્રાહકની વિશિષ્ટ ચિંતાઓને સંબોધવા માટે તમારો પ્રતિસાદ તૈયાર કરો. જો તેઓ ખર્ચ અંગે ચિંતિત હોય તો તમારી વીમા યોજનાની પોષણક્ષમતા અને મૂલ્યને સમજાવો. જો તે ક્વરેજ વિશે હોય તો તમારી પોલિસી જે સમગ્રલક્ષી રક્ષણ આપે છે તેના પર પ્રકાશ પાડો.
7. ઉકેલો ઓફર કરો: સંભવિત ગ્રાહકની ચિંતાઓ દૂર કરવા માટે ઉકેલો અથવા વિકલ્પોનો પ્રસ્તાવ મુકો. તેમાં ક્વરેજને સમાયોજિત કરવાનો, ચુકવણી યોજનામાં સુધારો કરવાનો અથવા તેમની જરૂરિયાત પૂરી કરવા માટે વધારાના લાભ ઓફર કરવાનો સમાવેશ થઈ શકે છે.

8. વાંધાઓને સક્રિયતાથી હાથ ધરો: અગાઉથી સામાન્ય વાંધાઓની અપેક્ષા કરો અને તમારા વેચાણની પિયમાં આગોતરા પ્રતિસાદો સામેલ કરો. વાંધાઓ ઊભા થાય તે પહેલા તેમને સક્રિયપણે સંબોધવાથી સંભવિત ગ્રાહકમાં વિશ્વાસનું અને વિશ્વસનીયતાનું નિર્માણ થઈ શકે છે.
9. સામાજિક પુરાવાનો ઉપયોગ કરવો: સંભવિત ગ્રાહકને તમારી વીમા ઓફરિંગ્સની અસરકારકતા અને વિશ્વસનીયતાની પુનઃખાતરી કરવા માટે સંતુષ્ટ ગ્રાહકો પાસેથી સફળ ગાથાઓ અથવા પ્રશંસાઓની આપલે કરો.
10. આત્મવિશ્વાસ સાથે સમાપ્ત કરો: એક વખત તમે સંભવિત ગ્રાહકના વાંધાઓને સંતોષકારક રીતે સંબોધિત કરવામાં આવે ત્યાર પછી આત્મવિશ્વાસ સાથે વેચાણને સમાપ્ત કરવા માટે આગળ વધો. તમારા વીમાના ઉકેલના લાભને સુદૃઢ કરો અને સંભવિત ગ્રાહકને નિર્ણય લેવા માટે માર્ગદર્શિત કરો.
11. ફોલો અપ: વાંધાઓ સંબોધ્યા પછી અને વેચાણ સમાપ્ત કર્યા પછી સંભવિત ગ્રાહકના સંતોષને સુનિશ્ચિત કરવા માટે અને તેમને જરૂરી હોઈ શકે એવી વધારાની સહાય પૂરી પાડવા માટે ફોલો અપ કરો. ગ્રાહકો સાથે મજબૂત સંબંધનું નિર્માણ કરીને પુનરાવર્તિત કારોબાર અને રેફરલ્સ પ્રાપ્ત કરી શકે છે.
12. યાદ રાખો કે વાંધાને હાથ ધરવા એ નિરંતર ચાલતી પ્રક્રિયા છે, જેના માટે સક્રિય રીતે સાંભળવું, સહાનુભૂતિ અને અસરકારક સંચારનાં કૌશલ્યોની આવશ્યકતા હોય છે. વાંધાઓને વ્યાવસાયિક રીતે સંબોધિત કરીને અને અનુકૂળ ઉકેલો પૂરા પાડીને તમે વીમા વેચાણમાં તમારા સફળતા દરને વધારી શકો છો.