

પ્રકરણ ૧૫

નૈતિકતા અને આચારસંહિતા

અનુક્રમણિકા

અભ્યાસક્રમ શીખવાના પરિણામ

ક. નૈતિકતા એટલે શું ?	૧૫.૪
ખ. વિશિષ્ટ અને નૈતિક વર્તાવ	૧૫.૫
ગ. નૈતિકતાના વ્યવસાયિક લાભો	૧૫.૪
ઘ. વિશિષ્ટ નૈતિક વ્યવહાર	૧૫.૩
ચ. નૈતિક આચારસંહિતા સહિતના નૈતિકતાના ધોરણો	૧૫.૧, ૧૫.૨
છ. વ્યવસાયિક જવાબદારીઓને ટેકો આપે છે	૧૫.૨
ત. મુલ્યાંકન, નિરીક્ષણ અને શિસ્તતા	૧૫.૪
થ. ઈરડા દ્વારા નિશ્ચિત કરાયેલ આચાર સંહિતા	૧૫.૧

શીખવાના હેતુ

આ પ્રકરણ શીખ્યા બાદ તમે નીચેની બાબતોમાં પાવરધા બની શકશો:

- નૈતિકતાનો અર્થ સમજાવવામાં;
- અને નૈતિક વર્તાવના જોખમનું વિશ્લેષણ કરવામાં;
- વ્યક્તિ અને વીમા કંપની માટે નૈતિકતાનું મહત્વ સમજાવવામાં;
- વિશિષ્ટ નૈતિક વર્તાવનું વિશ્લેષણ કરવામાં;
- નૈતિકતાના ધોરણોના ઘટક સમજાવવામાં;
- વ્યવસાયિક જવાબદારીઓને ટેકાનું મહત્વ સમજાવવામાં;

- વીમા કંપનીઓ દ્વારા અનુસરાતી નૈતિકતાના મુલ્યાંકન, નિરીક્ષણ અને શિસ્તનું મહત્વ સમજાવવામાં;
- ઈરડા દ્વારા નિશ્ચિત કરાયેલ આચાર સંહિતા અંગે ચર્ચા કરવામાં.

રજૂઆત

પોતાના ગ્રાહક સાથે દરેક સમયે વ્યવસાયિક અને નૈતિક રીતે વર્તવાનું વીમા એજન્ટ માટે મહત્વનું છે એ આપણે પ્રકરણ ૧૦માં જોઈ ગયા, પરંતુ 'નૈતિકતા' એટલે શું ?

'નૈતિકતા' - 'ethics' મૂળ ગ્રીક શબ્દ 'ethikos' પરથી આવ્યો છે, જે વ્યક્તિના લક્ષણ (ચારિત્ર્ય) સાથે સંબંધિત છે. વીમામાં નૈતિકતા એટલે વીમા એજન્ટો અને વીમા કંપનીઓએ પોતાના વ્યવસાયની નફાશક્તિ જાળવી રાખીને વેપારમાં અનુસરવાના રહેતાં કેટલાક ધારાધોરણો અથવા સિદ્ધાંતો.

સરળ શબ્દોમાં કહીએ તો, વેચાણનું લક્ષ્યાંક બાજુએ રાખીને, વીમા કંપનીની મુખ્ય કામગીરી પોલીસિધારકોની જરૂરિયાતો તથા આવશ્યકતાઓની ચિંતા કરવાની અને કોઈ દાવા ઊભા થાય તો તેમાં વીમાધારક અને તેમના પરિવારને સહાય પૂરી પાડવાની હોવી જોઈએ. અનૈતિક વ્યવહારથી કદાચ ટૂંકા ગાળે લાભ થઈ શકે પરંતુ લાંબે ગાળે, તે વીમા કંપનીની છબીને નુકસાન પહોંચાડશે. નકારાત્મક છબી - ચાલુ તથા ભાવિ વ્યવસાયને નુકસાન પહોંચાડી શકે છે.

વીમા વ્યવસાયમાં નૈતિક ધોરણો અનુસરવાનું મહત્વ શું છે અને અનૈતિક ધોરણો અનુસરવાથી શું પ્રતિકૂળ અસરો પડી શકે છે તેના પર આ પ્રકરણમાં અમે પ્રકાશ પાડશું.

છેવટે, વીમા એજન્ટોના વ્યવહાર પર નિરીક્ષણ કરવા અને શિસ્તતા લાવવા ઈરડા દ્વારા નિશ્ચિત કરાયેલ આચારસંહિતા અંગે આપણે ચર્ચા કરશું.

મુખ્ય મુદ્દા

આ પ્રકરણ નીચેના શબ્દો અને ખ્યાલોની સમજને આવરી લે છે.

નૈતિકતા	ચર્નીંગ (વલોવી નાંખવા)	શિસ્તતા	અનૈતિક વર્તાવ
દાવાની પતાવટમાં ઢીલ	નૈતિક આચારસંહિતા	વ્યવસાયિક જવાબદારીઓને ટેકો આપવો	વીમા પોલીસિઓનું વધુ પડતું વેચાણ થવું
હકારાત્મક છબી	મુલ્યાંકન અને નિરીક્ષણ	વીમા પોલીસિઓનું ઓછું વેચાણ થવું	નૈતિકતા ઠોકી બેસાડવી

ક: નૈતિકતા એટલે શું ?

ભૂતકાળમાં ખોટા વેચાણના નોંધાયેલા કિસ્સાઓને ધ્યાનમાં લઈએ તો, ભારતમાં વીમા ઉદ્યોગ માટે સૌથી મોટી ચિંતાનો વિષય અને ચર્ચાનો મુદ્દો વીમાના વેચાણ વખતે નૈતિક વ્યવહારના ઊંચા ધોરણની આવશ્યકતાને લગતો છે.

નૈતિકતાની વ્યાખ્યા નીચે પ્રમાણે કરી શકાય:

- સામાન્ય રીતે આપણે જે મૂલ્યો ધરાવીએ છીએ તે 'સારા' અને 'સાચા' હોવા જોઈએ ;
- વ્યવહાર જે વ્યક્તિની સદાચાર નીતિમત્તાની ધારણાં પર આધારિત હોવો જોઈએ; અને
- કોઈ વ્યક્તિની પોતાની કામગીરી કેમ ખરી અથવા ખોટી પડે છે તેનો અભ્યાસ.

નૈતિકતાના ધોરણોનો આધાર વીમા પ્રોડક્ટસ પર સલાહ આપવા, વેચાણ કરવા અને તેના માટે સેવા પૂરી પાડવાની પ્રક્રિયામાં સંકળાયેલા દરેક જણ દ્વારા કરાતી કામગીરી - પછી તે સાચી હોય કે ખોટી - પર રહેલો છે. આમાં વીમા એજન્ટો પોતે અને વીમા કંપનીઓના અધિકારી તથા વ્યવસ્થાપકો પણ આવી જાય છે.

એક વીમા એજન્ટનું નૈતિક ધોરણ તે પોતાની ઈચ્છા પ્રમાણેનું પરિણામ લાવવા એટલે કે વેચાણનું લક્ષ્યાંક પૂરું કરવા કેવો વ્યવહાર અપનાવે છે તેના પરથી પ્રદર્શિત થઈ જાય છે. ઉદાહરણ તરીકે, નૈતિક ધોરણના વ્યવહારનો અર્થ પોતાને ઊંચું કમિશન મળતું હોવા છતાં તેવા પ્રોડક્ટસ અંગે ગ્રાહકને સલાહ ન આપવી, જો સદર પ્રોડક્ટ ગ્રાહકને યોગ્ય ન હોય.

ધ્યાન રાખો

પોતાના ગ્રાહકને પોતે જરૂરિયાત પ્રમાણેના પ્રોડક્ટસ માટે જ ભલામણ કરે તેની તકેદારી રાખવાની એજન્ટની જવાબદારી છે. પોતાના ગ્રાહકને વીમા પ્રોડક્ટ વેચવા એજન્ટ અનૈતિક ધોરણ અપનાવે તો તે તેના ગ્રાહકને શ્રેષ્ઠ સેવા પૂરી પાડવામાં નિષ્ફળ ગયો ગણાય.

વીમા ઉદ્યોગમાં નૈતિકતાના હેતુઓ નીચે પ્રમાણે વર્ણવી શકાય:

- વીમાના વેચાણમાં વીમા એજન્ટો/વીમા કંપનીઓ માટે નૈતિક ધોરણો ઘડવા માટે.
- વીમાના વેચાણમાં 'આમ કરો' અને 'આમ નહીં કરો' ની વ્યાખ્યા કરવા માટે.
- વીમા કંપનીના નૈતિક અને અનૈતિક વ્યવહાર હાથ ધરવા.
- ચોક્કસ સ્થિતિમાં વીમા એજન્ટે અનુસરવાના રહેતા ખરા અને યોગ્ય વ્યવહાર પર માર્ગદર્શન આપવા માટે.
- વીમા કંપની અને મધ્યસ્થી દ્વારા અનુસરાતા ખોટા અને અયોગ્ય વ્યવહાર પર નિયમન લાવવા માટે.

ઉદાહરણ

સુશીલ મહેતાની નવા વીમા એજન્ટ તરીકે નિમણૂક થઈ છે. નવો જ ભરતી થયો હોવાથી તેને વેપારનો ખાસ અનુભવ નથી અને માટે પોતાનું નામ બનાવવા પ્રારંભમાં તે સંઘર્ષ કરી રહ્યો છે. દર મહિને ઓછામાં ઓછી ત્રણ વીમા પોલીસિ વેચવા તેને જણાવાયું છે.

મહિનો પૂરો થવા આવ્યો છે અને સુશીલ એક પણ પોલીસિ વેચી શક્યો નથી. પોતાની કામગીરી દર્શાવવા અને મહિનાનો ટાર્ગેટ પૂરો કરવા તે ભારે દબાણ હેઠળ છે . આગામી ત્રણ દિવસમાં તે જે પાંચ સંભવિત ગ્રાહકોને મળવાની યોજના ધરાવે છે તેમના માટે તે નાણાંકીય આયોજન પર પ્રસ્તાવના તૈયાર કરી રહ્યો છે.

સુશીલે તેની પ્રસ્તાવનામાં સુધારો કરવા નિર્ણય કર્યો અને વીમા કંપની દ્વારા બહાર પડાયેલા નવા પ્રોડક્ટ માટે તેના સંભવિત ગ્રાહકોને, તેમને આ પ્રોડક્ટ જોઈએ છે કે નહી તે જાણવા વગર, તેનું સૂચન કર્યું.

ગ્રાહકો સાથેની ચર્ચામાં તેણે આ પ્રોડક્ટની માત્ર સારી બાજુ જ રજૂ કરી હતી અને કેટલાક દરો, બાકાતી, મુદતો તથા શરતો તેમનાથી છૂપાવી હતી. તેણે આમ કર્યું કારણ કે ગ્રાહકો તે નકારી કાઢશે એવો તેને ભય હતો. બે ગ્રાહકોને તેમની જરૂરિયાતોને બંધબેસતા ન હોવા છતાં આ પ્રોડક્ટ ખરીદવા માટે સમજાવવામાં તે સફળ રહ્યો.

સુશીલનો આ વ્યવહાર શું નૈતિક છે ?

ના, એમ નથી- કારણ કે સુશીલે ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો પર ધ્યાન આપવાને બદલે પોતાનો સેલ્સ ટાર્ગેટ પૂરો કરવા અનૈતિક વ્યવહાર અપનાવ્યો હતો.

વીમા એજન્ટે ક્યારેય પણ આવો અયોગ્ય અને અનૈતિક વ્યવહાર અપનાવવો જોઈએ નહી. પોતાના હિતો કરતાં ગ્રાહકોના હિતોને તેણે હંમેશા પ્રાધાન્ય આપવું જોઈએ.

આના પર વિચારો

તમારા મતે, ઉપરના ઉદાહરણમાં વીમા કંપનીની ભૂમિકા શું હોવી જોઈએ ? આવી ઘટનાઓ ન બને તે માટે વીમા કંપની કેવા પગલાં લઈ શકે છે ?

ખ: વિશિષ્ટ અનૈતિક વર્તાવ

ભૂતકાળમાં વીમા ઉદ્યોગ માટે એક સામાન્ય નિવેદન કરાતું હતું કે, 'જીવન વીમો ગ્રાહકો ભાગ્યેજ ખરીદતા હતાં, ખરેખર તો તેને વેચવામાં આવતો હતો.' આ નિવેદન આજે પણ કરાય છે અને ગ્રાહકો સાથેના પોતાના વ્યવહારમાં અનૈતિકતા ખાળવા વીમા કંપનીઓ અને વીમા એજન્ટો માટે મહત્વનું હોવા પર ભાર આપે છે.

ભારતીય વીમા બજારમાં આચરતાં કેટલાક સામાન્ય સ્વરૂપના અનૈતિક વ્યવહાર નીચે પ્રમાણે છે:

- સંબંધિત યોજના હેઠળ ભરપૂર લાભ હોવાનું જણાવવામાં આવે છે (ઉદાહરણ તરીકે રોકવામાં આવતાં નાણાં ત્રણથી પાંચ વર્ષમા બમણા થઈ જશે એવું વચન આપવામાં આવે છે)

- નિયમિત પ્રીમિયમ પેમેન્ટ પોલીસિને એકસામટા (સિંગલ) પ્રીમિયમ પેમેન્ટ પોલીસિ તરીકે અથવા મર્યાદિત પ્રીમિયમ પેમેન્ટ પોલીસિ તરીકે પધરાવી દેવી.
- સંબંધિત પ્રોડક્ટ અને તેની વિશિષ્ટતા અંગે પૂરી અને સંપૂર્ણ માહિતી જાહેર ન કરવી.
- સંભવિત ગ્રાહકની સંપૂર્ણ માહિતી ન મેળવવી.
- પોલીસિ ખરીદવાના બદલામાં વળતર (રિબેટ) આપવાની લાલચ બતાવવી.
- પ્રોડક્ટની જોગવાઈઓમાં ન હોય છતાં ગ્રાહકને પોલીસિની સંપૂર્ણ મુદત સુધી પ્રીમિયમ ભરવું નહીં પડે એવું જણાવી પોલીસિનું વેચાણ કરવું.

બ૧: અનૈતિક વ્યવહારના જોખમો

ઉપર જણાવ્યા પ્રમાણેના અનૈતિક વ્યવહારોના પરિણામો સંપૂર્ણ વીમા ઉદ્યોગ ઉપર અસર કરે છે. અનૈતિક વ્યવહારો અનુસરવાના શું પરિણામો આવી શકે છે તે અંગે આપણે આ પ્રકરણમાં ચર્ચા કરશું:

- **જરૂરથી મોટી વીમા પોલીસિઓનું વેચાણ** વધુ પડતા મહત્વાકાંક્ષી વીમા એજન્ટો ગ્રાહકોને ગેરમાર્ગે દોરી શકે છે અને તેમને તેમની આવશ્યકતા કરતાં અથવા પરવડતા હોય તેના કરતાં ઊંચા વીમા આવરણ વેચે છે. વીમા પોલીસિઓનું વધુ પડતા વેચાણમાં પોલીસિધારક પ્રીમિયમ ભરી શકવાની ક્ષમતામાં ન હોય તો પોલીસિ લેપ્સ થવાની શક્યતા વધુ રહેલી છે.

ઉદાહરણ

મુદતી વીમા પોલીસિ અને યુનિટ લિન્કડ વીમા પોલીસિ (યુલિપ)નું અપરિણીત વ્યક્તિને વેચાણ કરવું એ વધુ પડતાં વેચાણનું ઉદાહરણ છે. એક અપરિણીત યુવા વ્યક્તિ પર કોઈ નિર્ભર રહેતું ન હોય તો તેને મુદતી પોલીસિની કદાચ આવશ્યકતા રહેતી નથી હોતી. અપરિણીત વ્યક્તિની મૂળભૂત જરૂરિયાત તેમના વધારાના નાણાંનું રોકાણ કરવાની અને તેમની સંપત્તિમાં વૃદ્ધિ કરવાની છે. આવી વ્યક્તિ માટે યુલિપ પૂરતી થઈ રહેશે કારણ કે તે તેની સુરક્ષાની જરૂરિયાતો પૂરી પાડશે અને સાથોસાથ તેની સંપત્તિમાં વૃદ્ધિ પણ કરાવશે.

- **જરૂરથી નાની વીમા પોલીસિઓનું વેચાણ** પોતાના વેચાણ લક્ષ્યાંક પૂરા કરવા વીમા એજન્ટસ વીમા આવરણ પર સમાધાન કરીને ગ્રાહકને કદાચ વીમાની નીચી રકમ સૂચવે છે. આવું એટલા માટે કરવામાં આવે છે કારણ કે નીચા આવરણ સાથેની વીમા પોલીસિનું પ્રીમિયમ નીચું હોય છે અને નીચું પ્રીમિયમ ગ્રાહકને વધુ આકર્ષક હોય છે આમ એજન્ટનો ગ્રાહક મેળવવાનો દર ઊંચો રહી શકે છે. ઊંચા પ્રીમિયમ દર સાથેની ભલામણ ગ્રાહકની નાણાંકીય મર્યાદાઓને કારણે એજન્ટ માટે વેપારમાં ખોટ સાબિત થઈ શકે છે. આવા કિસ્સાઓમાં, નીચી રકમના વીમા આવરણના પરિણામ જો પોલીસિધારકના અકાળે મૃત્યુ થાય તો તેના પરિવાર પર પડી શકે છે કારણ કે વીમાનું આવરણ પરિવારની નાણાં જવાબદારીઓ પૂરી કરી શકે એટલું પૂરતું નથી હોતું.

- **ચર્ચા** ચર્ચા (સમજ માટે પ્રકરણ ૧૦નો વિભાગ ૬૪એ જુઓ) ભાગ્યેજ કોઈ કિસ્સામાં થવું જોઈએ, જોકે વીમા એજન્ટો દ્વારા પ્રોડક્ટસના ખોટા વેચાણ માટે તેનો અનેકવાર ઉપયોગ થાય છે. કેટલાક એજન્ટો તેમના ગ્રાહકોને ચોક્કસ પોલીસિઓ માટે એવી સલાહ આપે છે કે તેઓ ચોક્કસ સમયગાળા બાદ પોલીસિ સરન્ડર કરી શકે છે અને તેમના નાણાં પાછા ખેંચી શકે છે. વીમા એજન્ટો દ્વારા ચર્ચા કરવાનું મુખ્ય કારણ રોકાણ કરેલું ભંડોળ પાછું ખેંચીને તેને વીમા કંપની દ્વારા વહેતા મુકાતા નવા પ્રોડક્ટસમાં રોકવાનું હોય છે જેના વેચાણ માટેનું પણ એજન્ટને ચોક્કસ લક્ષ્યાંક હોય છે.

ચર્ચાની અનૈતિક પ્રક્રિયામાં સૌથી વધુ નુકસાન પોલીસિધારકને થાય છે. તેઓ તેમના રોકાણ પર નુકસાન કરી શકે છે અને તેઓ તેમની રોકેલી મૂળ રકમ પણ પાછી મેળવી શકતાં નથી. કારણ કે પોલીસિ તેની સામાન્ય મુદત પહેલાં બંધ થઈ જતી હોવાથી આવા કિસ્સામાં વીમા કંપનીને પણ નુકસાન જઈ શકે છે.

ધ્યાન રાખો

પ્રોડક્ટસના વેચાણમાં વીમા એજન્ટો દ્વારા અનુસરાતા અનૈતિક વ્યવહાર, જેને કારણે તેમને ઊંચી રકમનું કમિશન મળે છે તે વીમા ઉદ્યોગમાં સૌથી મોટી ચિંતાની બાબત છે.

- **દાવાની પતાવટની પ્રક્રિયા દરમિયાન દાવાની ચૂકવણીમાં ઢીલ/નકારવી** જો પોલીસિ અનૈતિક ધોરણે વેચાઈ હોય તો (એટલે કે ગ્રાહકને એવા લાભ વિશે જણાવવું જે માટે તેઓ પાત્ર જ ન હોય) દાવાની પતાવટની ચૂકવણી કરવામાં ઢીલ/નકારાઈ શકે છે. ખોટા વેચાણને કારણે, પોલીસિધારક એજન્ટે આપેલા ખોટા વચનને કારણે લાભો મેળવી શકતાં નથી અને પરિણામે વ્યક્તિને નાણાંનું નુકસાન જાય છે સાથોસાથ વીમા કંપની પરથી તેનો વિશ્વાસ પણ ઉઠી જાય છે. દાવાની પતાવટની પ્રક્રિયા દરમિયાન દાવાની ચૂકવણીમાં બિનજરૂરી ઢીલ, કંપની માટે નકારાત્મક પ્રચાર ઊભો કરી શકે છે અને માટે તે ટળાવું જોઈએ. દાવાની પતાવટનો સમયગાળો પરિવાર માટે મુશ્કેલ સમયગાળો હોય છે અને વીમા કંપનીએ આવા વખતે શક્ય એટલા શ્રેષ્ઠ માર્ગે તેમને મદદ કરવી જોઈએ.

આવા પ્રકારના અનૈતિક વ્યવહાર વીમા એજન્ટો અને તેઓ જે કંપનીનું પ્રતિનિધિત્વ કરે છે તેના માટે નબળી જાહેર છાપ ઊભી કરવામાં પરિણમ્યા છે અને છેવટે તેને પરિણામે સંપૂર્ણ વીમા ઉદ્યોગ પરનો વિશ્વાસ ઘટે છે. આને કારણે જ અનૈતિક વ્યવહાર અપનાવાય નહી તેવી આશા સાથે ઈરડાએ વીમા ઉદ્યોગ નૈતિક ધોરણો સ્વીકારવા હકારાત્મક રહે માટે તેમને પ્રોત્સાહિત કરવાની બાબતને પ્રાથમિકતા આપી છે.

ગ: નૈતિકતાના વ્યવસાયીક લાભો

પોતાના વીમા પ્રોડક્ટસના વેચાણ માટે અને દાવાની પતાવટની પ્રક્રિયામાં વીમા કંપની નૈતિક વ્યવહાર અનુસરે તો કંપનીની લાંબા સમય સુધી સારી છાપ ઊભી કરવામાં મદદ મળે છે. પરંતુ વેચાણ લક્ષ્યાંક પૂરા કરવા વીમા કંપની અને તેના એજન્ટસ દ્વારા અયોગ્ય વ્યવહારનો ઉપયોગ કંપનીની છાપ ખરાબ કરશે અને જેની વીમા કંપનીના વેપાર અને લાંબે ગાળે સંપૂર્ણ ઉદ્યોગ પર પ્રતિકૂળ અસર પડશે.

ગ૧: વ્યક્તિ અને વીમા કંપની માટે નૈતિકતાનું મહત્વ

નૈતિક ધોરણો કંપનીને તેનો વેપાર વધારવામાં મદદ કરે છે. વીમા પ્રોડક્ટસના નૈતિક વેચાણ માત્ર કંપની માટે જ લાભદાયી છે એટલું જ નહીં પરંતુ વ્યક્તિગત વીમા એજન્ટ માટે સારી છાપ ઊભી કરવામાં પણ તે મદદ કરે છે. એટલું જ નહીં, વ્યક્તિને વીમા પોલીસિ વેચવામાં વીમા કંપની અને એજન્ટ નૈતિક રહે અને યોગ્ય પોલીસિ જ વેચાઈ હોય તો, કોઈ કમનશીબ ઘટના બને અને દાવો કરવાનો આવે તો ગ્રાહકને જંગી નાણાંકીય બોજ સહન કરવામાંથી તે બચાવી શકે છે.

વ્યક્તિગત એજન્ટ અને તેમની વીમા કંપનીઓ માટે નૈતિકતાનું મહત્વ સંક્ષેપમાં નીચે પ્રમાણે છે:

હકારાત્મક છાપ → • વીમા કંપની નૈતિક વ્યવહારનું ઊંચું ધોરણ અપનાવે તો તેનાથી કંપની માટે લોકોમાં વિશ્વાસ અને શ્રદ્ધા ઊભી કરવામાં મદદ મળે છે. હકારાત્મક છાપ કંપની માટે લાંબે ગાળે સફળતાના સંકેતો છે. નામાંકીત કંપનીના વીમા પ્રોડક્ટસના વેચાણ, વીમા એજન્ટ માટે વીમાના વેચાણની પ્રક્રિયાને નોંધપાત્ર રીતે સહેલી બનાવે છે.

છાપ (પાઘડી/ગુડવીલ) → • નૈતિક વ્યવહાર વીમા કંપનીની છાપ ઊભી કરવામાં મદદ કરે છે. એક વખત જાહેર ટેકો મળી ગયા બાદ વેચાણ અને કંપનીની નફાશક્તિ પર તેની સીધી અસર જોવા મળે છે. કંપની અને તેના એજન્ટસ વિશે મૌખિક પ્રચારના હકારાત્મક શબ્દો ગ્રાહકમાં લાંબા ગાળાનો વિશ્વાસ ઊભો કરવામાં મદદ કરે છે જે કંપનીને નવા ગ્રાહક પણ સૂચવી શકે છે.

બંને પક્ષો દ્વારા સુરક્ષા → • ઊંચું નૈતિક ધોરણ કંપની અને વ્યક્તિ બંને માટે લાભદાયી રહે છે. નૈતિક ધોરણો વેચાતો વીમો, વીમા કંપનીને પતાવટની પ્રક્રિયા ઝડપથી પૂરી કરવામાં મદદ કરે છે. દાવાની રકમ સમયસર મળવાથી પરિવારના સભ્યોને ભાવનાત્મક અને નાણાંકીય ખોટ પૂરવામાં મદદ મળે છે.

અન્યો માટે આદર્શરૂપ → • ઊંચું નૈતિક ધોરણ અપનાવતી વીમા કંપની તેના વ્યવસાયની સફળતા અને સમય જતાં તેણે ઊભા કરેલ એક ઉમદા ગ્રાહકવર્ગના આધારે ઉદાહરણરૂપ બનીને અન્ય વીમા કંપનીઓને પણ આમ કરવા માટે પ્રેરણા આપે છે.

વિશ્વસ્તિયતા → • સત્યશોધક પ્રક્રિયા દરમિયાન, ગ્રાહક તેની દરેક વ્યક્તિગત, વ્યવસાયીક તથા પારિવારિક માહિતી એજન્ટને પૂરી પાડે છે. નૈતિક વ્યવહારની દૃષ્ટિએ ગ્રાહકની દરેક માહિતી ગુપ્ત રહે અને આ માહિતીનો ક્યાંય દૂરુપયોગ ન થાય તેની એજન્ટે ખાતરી રાખવાની રહે છે.

પ્રશ્ન ૧૫.૧

ધ: વિશિષ્ટ નૈતિક વ્યવહાર

ગ્રાહકને સલાહ આપતી વખતે તેનો વ્યવહાર નૈતિકતાભર્યો બની રહે તેની તકેદારી રાખવા એજન્ટે નીચેના પગલાંઓ પ્રમાણે કામ કરવું જોઈએ.

ગ્રાહકને જરૂરિયાત આધારિત યોગ્ય વીમા પોલીસિની ભલામણ કરવી



મળવાને પાત્ર પોલીસિ લાભો પ્રાપ્ત કરવા પ્રોડક્ટના લાભો શરતો સાથે સંપૂર્ણ રીતે સમજાવવા તથા કોઈપણ બાકાતી જો લાગુ થતી હોય તો તે પણ સમજાવવી



પૂરતી રકમના વીમાની ભલામણ કરવી



ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો પર આધારિત પેમેન્ટની યોગ્ય પદ્ધતિની ભલામણ કરવી



ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો મુજબ મુદતો અને શરતો સમજાવવી

ઉદાહરણ

મદન મોહન એક ટેલિફોન કંપનીમાં જુનિયર એન્જિનિયર છે. તેને ત્રણ વર્ષનો પુત્ર રોહન છે. મદન, રોહનના શિક્ષણ અને લગ્ન માટે રોકાણ કરવા માંગે છે. વીમા કંપનીના ગ્રાહક સંભાળ વિભાગને તેણે ફોન કર્યો અને તેની બાળ યોજના વિશે પૂછપરછ કરી. તેણે ગ્રાહક સંભાળ અધિકારીને કોઈ વીમા એજન્ટને પોતાના ઘરે મોકલવા અનુરોધ કર્યો જેથી તે કંપનીની બાળ યોજના અંગે વિગતવાર સમજી શકે.

રાહુલ ગુપ્તે નવો જ નિયુક્ત થયેલો વીમા એજન્ટ હતો જેણે મદનના ઘરની મુલાકાત લીધી. રાહુલે તેની કંપનીની બાળ યોજના અંગે મદનને સમજાવવાનું શરૂ કર્યું. તેની સાથે વાતચીત કરતાં રાહુલને સમજાયું કે બજારમાં ઉપલબ્ધ વિવિધ વીમા યોજનાઓથી મદન સારી રીતે વાકેફ છે. આવકના રક્ષણ માટે મદને મુદતી પ્લાન તથા બચતમાં વૃદ્ધિ માટે યુલિપ લીધો હોવાની રાહુલને જાણ થઈ. રાહુલને એની પણ જાણ થઈ કે મદને બાળ યોજનાઓ પર સારું સંશોધન કર્યું છે અને આ અંગે તેણે તેના મિત્રો તથા સાથીદારો સાથે ચર્ચા કરવા ઉપરાંત ઉપલબ્ધ વિવિધ પ્રકાશિત સામગ્રીનું વાંચન પણ કર્યું છે.

મદને ત્યારબાદ રાહુલને બાળ યોજના પોલીસિમાં વપરાતાં કેટલાક શબ્દપ્રયોગ જેમ કે 'ડીફરમેન્ટ પીરિયડ', 'વેસ્ટિંગ ડેટ' અને 'રિસ્ક કમેન્સમેન્ટ ડેટ' અંગે પૂછ્યું. રાહુલ નવો જ નિયુક્ત થયેલો વીમા એજન્ટ હોવાથી મદને માંગેલી ચોક્કસ માહિતીથી તે ખાસ વાકેફ નહતો. પોતાના મેનેજરે આપેલા વિવિધ પેમ્ફલેટ પર રાહુલે નજર નાંખી પણ મદને જે માહિતી માંગી હતી તે તેને તેમાં જોવા મળી નહીં.

આવી સ્થિતિમાં રાહુલ માટે પ્રક્રિયામાં આગળ વધવાનો નૈતિક માર્ગ કયો હોઈ શકે ?

૧. શું રાહુલે તેના ગ્રાહકનું સંબંધિત પ્રોડક્ટની અન્ય વિશિષ્ટતા જેમ કે ભાવ, જે અંગે રાહુલ સારી રીતે જાણે છે તે તરફ ધ્યાન વાળી લેવું જોઈએ ?
૨. શું રાહુલે મદનને ૧૫-૨૦ વર્ષ બાદ તેના પુત્રના શિક્ષણ માટે (મદન બાળ યોજના વિશે સારી રીતે જાણે છે) ઉપલબ્ધ થનારી પાકતી મુદતની રકમ વિશે વાત કરવી જોઈએ ?

૩. શું રાહુલે તેના સેક્સ મેનેજરને બોલાવવો જોઈએ જે વધુ અનુભવી અને જાણકાર છે અને મદનના સવાલનો જવાબ આપવા શક્તિમાન છે.
૪. જવાબ છે ક્રમાંક ૩. નૈતિક રીતે રાહુલ માટે તેના સેક્સ મેનેજર, જે વધુ અનુભવી છે, જાણકાર છે અને મદનના સવાલનો જવાબ આપવા શક્તિમાન છે તેને બોલાવવાનું યોગ્ય રહેશે જેથી મદનને પોલીસિની શરતો બાબત દરેક માહિતી સાચી પૂરી પાડી શકાય જેમ કે જોખમ ક્યારે શરૂ થશે, ડીફરમેન્ટ પીરિયડ એટલે શું અને અધિકારનું મહત્વ શું છે.

પોલીસિની વિશિષ્ટતા અને તેની સાથે સંકળાયેલ વિવિધ શરતો સારી રીતે સમજવામાં ગ્રાહકને મદદ મળે માટે વીમા એજન્ટ તથા વીમા કંપનીએ ગ્રાહકને દરેક માહિતી પૂરી પાડવાનું મહત્વનું છે તે તમે જોઈ શકો છો. કંઈપણ છૂપાવવું જોઈએ નહીં. બાળ યોજના અંગે વીમા એજન્ટ કરતાં ગ્રાહક વધુ જાણે છે, તે હકીકત બદલાવાની નથી.

ચ: નૈતિક આચારસંહિતા સહિતના નૈતિકતાના ધોરણો

એક સંસ્થાની અંદર નૈતિક સંસ્કૃતિનું સિંચન થાય તે ઘણું મહત્વનું છે. આ સિંચન નીચેના ઘટકોને સુસંગત હોય એવા માળખાના વિકાસ મારફત થઈ શકે છે.

- નૈતિક આચારસંહિતા
- નૈતિકતા સિંચવા માટેના માળખા અને પ્રક્રિયાઓ

ચ૧: નૈતિક આચારસંહિતા

નૈતિક આચારસંહિતા વીમા કંપની માટે ઘણી મહત્વની છે. કર્મચારીઓ તથા બોર્ડના સભ્યોમાં વ્યવહાર અંગેની જવાબદારી સ્થાપિત કરવા આચારસંહિતા ઘડવામાં આવી છે. વીમા કંપનીમાં સીઈઓથી ડાયરેક્ટર અને કર્મચારીઓ સુધીના દરેક જણ આ આચારસંહિતાનું પાલન કરે તેવી અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે. આવી આચારસંહિતાનો ભંગ થાય એવી સ્થિતિ ઊભી થતી અટકાવવાની બોર્ડના દરેક સભ્યો તથા કર્મચારીઓની ફરજ છે.

વીમા કંપનીઓ તેમના પોતાના અનેરા નૈતિક ધોરણો ઘડી શકે છે અથવા તે ઉદ્યોગને લગતી આચારસંહિતા અપનાવી શકે છે.

એ નોંધવું મહત્વનું છે કે નૈતિક વર્તણૂક સંજોગોને આધીન, વ્યક્તિએ ખરાખોટાની બાંધેલી ધારણાં પર વધુ આધાર રાખે છે, પરંતુ એક વીમા એજન્ટ દરેક સ્થિતિ માટે તૈયાર કરાયેલ ચેકલિસ્ટ અનુસરી શકતો નથી. આમ છતાં, સામાન્ય ચેકલિસ્ટ અને આચારસંહિતા વીમા કંપનીને તથા વીમા એજન્ટને નૈતિક વર્તણૂકના નિરીક્ષણ અને મુલ્યાંકન માટે માર્ગદર્શન પૂરું પાડવા મહત્વનું માધ્યમ બની શકે છે.

ધ્યાન રાખો

ભારતમાં વીમા નિયામક ઈરડાએ , ઈરડા (લાયસન્સિંગ ઓફ ઈન્સ્યોરન્સ એજન્ટસ) રેગ્યુલેશન્સ ૨૦૦૦માં વીમા એજન્ટો માટે આચારસંહિતા ઘડી કાઢી છે.

ચ-૨ : નૈતિકતાનું સિંચન

સિંચનનો અર્થ નૈતિકતાનું વેપારના દરેક સ્તરે દરેક સ્થિતિને સુસંગત અને સતત રીતે પાલન થાય તેની ખાતરી રાખવી. પોતાની કંપની દ્વારા અનુસરાતી નૈતિક આચારસંહિતાથી દરેક કર્મચારી વાકેફ હોવો જરૂરી છે અને આ આચારસંહિતાનું પાલન થાય તેની ખાતરી રાખવા સારી ધારણાંઓ લાગુ કરવી જોઈએ. આમ કરવા માટે કંપની એવા મૂલ્યો પ્રદર્શિત કરવા શક્તિમાન હોવી જોઈએ જે નૈતિક આચારસંહિતાને મજબૂત બનાવતા હોય.

ધ્યાન રાખો

પોતાના ગ્રાહકોની નીચે પ્રમાણે સંભાળ લેવાની વીમા કંપનીઓની જવાબદારી છે:

- ગેરમાર્ગે દોરતા પ્રચારોનો ઉપયોગ ટાળવો અને યોગ્ય પ્રોડક્ટસ જ વેચાય તેની ખાતરી રાખવી;
- પોલીસિની મુદતો અને શરતોની સંપૂર્ણ માહિતી પૂરી પાડવી ;
- ગ્રાહકોને પૂરતી રકમના વીમા આવરણ માટે ભલામણ કરવી અને પૂરા પાડવા; અને
- ગ્રાહકને દાવાની નક્કી થયેલી રકમ ચૂકવો અને દાવાની રકમની ચૂકવણીમાં બિનજરૂરી ઢીલ ટાળો.

વીમા કંપની તેના ગ્રાહકોને ઉપરની સેવાઓ પૂરી પાડવામાં નિષ્ફળ જાય તો, તે કંપનીની નૈતિક આચારસંહિતા સામે પ્રશ્ન ઊભો થઈ શકે છે.

છ: વ્યવસાયીક જવાબદારીઓને ટેકો આપે છે

વીમા કંપની અને વીમા એજન્ટ્સની ટેકારૂપ વ્યવસાયીક જવાબદારીઓ ઘડી કાઢવાની જવાબદારી ઈરડા અને જીવન વીમા કાઉન્સિલની છે.

છ૧: ઈરડાના હેતુ

ઈરડાના મુખ્ય હેતુ નીચે પ્રમાણે છે:

પોલીસિધારકોના હિતોનું રક્ષણ કરવાની. નિયામકે પોલીસિધારકોના હિતોના રક્ષણ માટે (પ્રકરણ ૧૪માં ચર્ચાયા મુજબ) ઈરડા (પોલીસિધારકોના હિતોના રક્ષણ) નિયમનો ૨૦૦૨ જારી કર્યા છે.



વીમા ઉદ્યોગનું નિયમન, વિસ્તાર તથા ક્રમબદ્ધ વિકાસ કરવાની (પ્રકરણ ૧૩માં જોયા પ્રમાણે)



દરેક હિસ્સેદારો દ્વારા વીમાનો વેપાર નૈતિક રીતે થાય તેની ખાતરી રાખવાની, આ હેતુ સિદ્ધ થાય તેની ખાતરી રાખવા ઈરડાએ આચારસંહિતા જારી કરી છે જે દરેક વીમા એજન્ટે અનુસરવાની રહે છે (આચાર સંહિતા અંગે આ પ્રકરણના વિભાગ થ - માં આપણે ચર્ચા કરશું)

છ - ૨ : લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ કાઉન્સિલ (જીવન વીમા પરિષદ)ના હેતુઓ

લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ કાઉન્સિલનો મુખ્ય હેતુ લોકોને તેમની સમૃદ્ધિ તરફની યાત્રામાં સહાય કરીને ભારતના વીમા ઉદ્યોગને ધમધમતી, વિશ્વસ્તિય અને નફાકારક સેવા બનાવવાનો છે. લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ કાઉન્સિલના અન્ય હેતુ નીચે પ્રમાણે છે.

પોલીસિધારકોને સેવા પૂરી પાડવા તથા વ્યવહારના ઊંચા ધોરણો જાળવવા માટે સહાય, સલાહ અને ટેકો પૂરો પાડી શકે એવા સક્રિય મંચ તરીકે કામકાજ કરવાનો છે.



નીતિવિષયક બાબત, સરકાર તથા અન્ય સંબંધિત સંસ્થાઓ સાથે ચર્ચા કરવાનો



ભારતમાં વીમા પ્રત્યે જાગૃતિ લાવવા સક્રિય ભૂમિકા ભજવવાનો



વીમામાં શિક્ષણ અને સંશોધનના વિકાસ માટે પગલાં લેવા.

વીમા કંપનીઓ અને તેમના એજન્ટોમાં નૈતિક જવાબદારીના ઊંચા ધોરણો સ્થાપવા, લાગુ કરવા અને નિરીક્ષણ કરવાની પણ લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ કાઉન્સિલની જવાબદારી છે.

સૂચવાયેલી પ્રવૃત્તિ

આગેવાન વીમા કંપનીઓની કોઈપણ ત્રણ વિજ્ઞાપનો પસંદ કરો. દરેક વિજ્ઞાપનમાં અપાયેલી પ્રચાર માહિતીનું વિશ્લેષણ કરો. કોઈપણ માહિતી ગેરમાર્ગે દોરનારી હોય એવું તમને જણાયું ?

ત: મુલ્યાંકન, નિરીક્ષણ અને શિસ્તતા

વીમા કંપની અને વીમા એજન્ટો દ્વારા અનુસરાતા નૈતિક ધોરણોનું મુલ્યાંકન અને નિરીક્ષણ કરવું સરળ નથી. કંપનીના પ્રોડક્ટસ અને સેવાઓ જેમ કે પ્રીમિયમની વસૂલી, દાવાની પતાવટ વગેરે જે તે કંપનીના વ્યવહાર કેવા છે તેનું પ્રતિબિંબ પાડતાં હોય છે તેની સામે નોંધાયેલી ફરિયાદોના આંકડા મેળવવામાં આવે છે.

ત૧: મુલ્યાંકન અને નિરીક્ષણ

ત૧એ: લેપ્સ/રદ/ફી લુક પીરિયડ

પોલીસિ રદ થવા પાછળના કારણ પ્રીમિયમ ચૂકવવાની ગ્રાહકની અક્ષમતા અથવા કંપનીની સેવા સામે અસંતોષ હોઈ શકે છે. આ બંને સ્થિતિ સેલ્સ ટાર્ગેટ પૂરા કરવા પોલીસિના વેચાણમાં વીમા એજન્ટસ દ્વારા અપનાવાયેલા અનૈતિક વલણનું પરિણામ હોઈ શકે છે. પ્રીમિયમ ચૂકવવાની ગ્રાહકની અક્ષમતાને કારણે પોલીસિ લેપ્સ અથવા રદ થઈ ગઈ હોય તો, ગ્રાહકની નાણાંકીય અસ્કયામતો તથા જવાબદારીઓની યોગ્ય રીતે આકારણી કરાઈ નહીં હોવાના આનાથી સંકેત મળે છે. આ એજન્ટની નિષ્ફળતા છે જેને કારણે ગ્રાહક તથા વીમા કંપની બંનેને નુકસાન ખમવાનો વારો આવે છે.

નીતિમત્તા ન જાળવતા એજન્ટો સામે, પોલીસિધારકને રક્ષણ આપવા પોલીસિ પ્રાપ્ત થયાના ૧૫ દિવસ સુધી ઈરડાએ પોલીસિધારક માટે ફી લુક પીરિયડ મંજૂર કર્યો છે. આ સમયગાળા દરમિયાન પોલીસિધારક પોતે ખરીદેલી પોલીસિ પેટેના પોતાના નિર્ણય પર ફેરવિચાર કરી શકે છે.

પોલીસિધારકને એવું લાગે કે:

- પોલીસિ તેમની જરૂરિયાત પૂરી કરી શકે એમ નથી; અથવા
- પોલીસિની મુદતો અને શરતો પોલીસિ વેચતી વખતે એજન્ટે જણાવ્યા પ્રમાણેની ન હોય; અથવા
- તેઓ વીમા કંપનીની સેવાથી અસંતુષ્ટ થયા હોય; તો

તેઓ ૧૫ દિવસની અંદર પોલીસિ પરત કરી શકે છે અને તેમણે ભરેલા પ્રીમિયમનું રિફન્ડ માંગી શકે છે.

વીમા કંપની દ્વારા પૂરી પડાયેલી સેવાથી અસંતુષ્ટ થઈને પોલીસિ લેપ્સ અથવા સરન્ડર કરાઈ હોય (ઉદાહરણ તરીકે એજન્ટ દ્વારા વેચાણ બાદની સેવામાં અસરકારકતા અને સમયબદ્ધતાનો અભાવ હોય). આને કારણે કંપની તેની જવાબદારીઓ સમયસર અને સક્ષમ રીતે પાર પાડવા કાર્યક્ષમતા ધરાવે છે કે કેમ તે અંગે શંકાઓ ઊભી થાય છે.

માટે ફી -લુક પીરિયડ દરમિયાન પોલીસિ લેપ્સ થવાની, સરન્ડર કરવાની અથવા પોલીસિ પરત કરવાની સંખ્યા જેટલી ઊંચી, વીમા કંપની અને તેના એજન્ટ દ્વારા અનુસરાતી નૈતિકતા સામે શંકાઓ એટલી વધુ ઊભી થાય છે.

ત૧બી: ફરિયાદની માત્રા

વીમા કંપની દ્વારા પૂરા પડતાં ચોક્કસ પ્રોડક્ટ અથવા સેવા સામે થતી વારંવાર ફરિયાદો એવા સંકેત આપે છે કે સમસ્યાઓ દૂર થઈ નથી. ફરિયાદોમાં ઉપસ્થિત કરાયેલા મુદ્દાઓના વિશ્લેષણથી વીમા કંપની આ મુદ્દો અથવા મુદ્દાઓ

હાથ ધરવા યોગ્ય પગલાં અંગે નિર્ણય લઈ શકશે. કંપની તેના ઘણાબધા પ્રોડક્ટસ અને સેવાઓ સામે વધુ પડતી ફરિયાદો પ્રાપ્ત કરતી હોય તો એવું સમજી શકાય કે કેટલાક એવા વિશિષ્ટ મુદ્દાઓ છે જે વેચાણ, પ્રીમિયમની વસૂલી અને દાવાની પતાવટની પ્રક્રિયા દરમિયાન કંપનીના કર્મચારીઓના વ્યવહાર અને નૈતિક ધોરણોને લગતા છે.

ત૧ સી: પૂરા પડતાં પ્રોડક્ટસનું વિશ્લેષણ

વીમા કંપની અને તેના એજન્ટોએ તેમના ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો સાથે બંધબેસતા હોય તેવા જ પ્રોડક્ટ વેચવા જોઈએ. માટે, પ્રોડક્ટનું વિશ્લેષણ, તે હેઠળ પૂરા પડતાં લાભો હકીકતમાં પૂરા પાડવામાં આવે છે કે કેમ, તે દૃષ્ટિએ થવું જોઈએ અને લાભો પૂરા ન પડતાં હોય તો તેમ શા માટે થાય છે તેના કારણો જોવા જોઈએ. આ કારણોના આધારે પ્રોડક્ટની, ગ્રાહકોની જરૂરિયાત પ્રમાણે નવેસરથી રચના કરી શકાય.

ત-૨: શિસ્તતા

નૈતિક વ્યવહાર સંદર્ભમાં એજન્ટો માટે ઈરડાની આચાર સંહિતા જેનું દરેક વીમા એજન્ટો દ્વારા પાલન થાય એવી અપેક્ષા રાખવામાં આવતી હોય છે તે ઉપરાંત અનુસરવાની રહેતી વીમા કંપનીની પોતાની આંતરિક માર્ગદર્શિકા અને શિસ્તની પ્રક્રિયા હોઈ શકે છે. તેમની પાસે એવી આંતરિક પ્રક્રિયા હોઈ શકે છે જે હેઠળ ભૂલ કરતાં કોઈપણ વીમા એજન્ટ સામે સુધારાત્મક પગલાં લેવામાં આવે છે. કોઈપણ વીમા એજન્ટ જે વીમા કંપનીની આંતરિક માર્ગદર્શિકાનો ભંગ કરે છે અથવા વીમા કંપની માટે નુકસાનકારક હોય એવા ગેરવર્તવ માટે જવાબદાર જણાય છે તેને દંડ કરવામાં આવે છે. વીમા કંપનીએ એક વખત વીમા એજન્ટના ગેરવર્તનની ફરિયાદ અથવા મુદ્દાનું વિશ્લેષણ કરી લીધા બાદ યોગ્ય જણાય તો શિસ્તના પગલાં લેવામાં આવે છે.

ચોક્કસ કિસ્સામાં સંબંધિત મુદ્દા પર વધુ પૂછપરછ અને ઉપાયરૂપ પગલાંની આવશ્યકતા રહી શકે છે.

આંતરિક વ્યવસ્થા અને પ્રક્રિયાની નવેસરથી રચના કરવી

વીમા કંપનીએ એક એવું માળખું ઘડી કાઢવાનું હોય છે જે તેની સંસ્થાની અંદર નૈતિકતાનો પ્રસાર કરે અને જેમાં વીમા એજન્ટોએ નૈતિક વ્યવહાર માટે 'શું કરવું અને શું નહીં' તેની યાદી પણ હોય છે. નૈતિક વ્યવહારના ભાવિ ધોરણો સુધારવા ઉપાયરૂપ પગલાંઓમાં નૈતિક વર્તણૂંક માટેની માર્ગદર્શિકા અને ચેકલિસ્ટની પુનઃસમીક્ષા અને ફરીથી લખવાની બાબત તથા આંતરિક વ્યવસ્થા અને પ્રક્રિયાઓમાં સુધારા કરવાની બાબતનો સમાવેશ હોવો જોઈએ.

ગુનેગારો સામે શિસ્તના પગલાં

•ભૂલ કરતાં અથવા અનૈતિક વીમા એજન્ટો વિરુદ્ધ કંપની દ્વારા કાયમી અથવા ચોક્કસ સયમગાળા સુધી પ્રોત્સાહનો અટકાવી રાખવા, નીચલી પાયરી પર ઊતારવા, સસ્પેન્શન અથવા કાયમી રદબાતલ, જેવા શિસ્તના પગલાંઓ લઈ શકાય છે.

પ્રશ્ન ૧૫.૨

સારા નૈતિક વ્યવહારના કેટલાક વિશિષ્ટ ઉદાહરણો જણાવો

થ: ઈરડા દ્વારા નિશ્ચિત કરાયેલ આચારસંહિતા

ઈરડા (વીમા એજન્ટોને લાયસન્સીંગ) નિયમનો ૨૦૦૦ વીમા એજન્ટો માટે આચારસંહિતા ઘડે છે. લાયસન્સ ધરાવતી દરેક વ્યક્તિએ નિયમનોમાં ઉલ્લેખાયેલ આચાર સંહિતાનું પાલન કરવાનું રહે છે. આચાર સંહિતા નીચે પ્રમાણે ઘડાઈ છે:

(૧) દરેક વીમા એજન્ટે:

(એ) પોતાની અને તે જે વીમા કંપનીનો વીમા એજન્ટ છે તેની ઓળખ આપવાની રહે છે;

(બી) સંભવિત ગ્રાહક માંગે તો તેનું લાયસન્સ બતાવવું જોઈએ;

(સી) પોતાની વીમા કંપની દ્વારા વેચાણ માટે પૂરા પડતાં વીમા પ્રોડક્ટસ સંબંધમાં જરૂરી માહિતી આપવી જોઈએ અને કોઈ ચોક્કસ વીમા યોજનાની ભલામણ કરતી વખતે સંભવિત ગ્રાહકની જરૂરિયાતોને ધ્યાનમાં લેવી જોઈએ ;

(ડી) સંભવિત ગ્રાહક પૂછે તો વેચાણ માટેના વીમા પ્રોડક્ટસ પેટેના કમિશનની માત્રા જાહેર કરવી જોઈએ;

(ઈ) વેચાણ માટે પૂરા પડાયેલા વીમા પ્રોડક્ટ પેટે વીમા કંપની કેટલું પ્રીમિયમ વસૂલશે તેના સંકેત આપવા જોઈએ;

(એફ) પ્રસ્તાવ ફોર્મમાં વીમા કંપની દ્વારા માંગવામાં આવતી માહિતીના પ્રકાર અંગે સંભવિત ગ્રાહકને જાણ કરવી જોઈએ અને વીમા કરારની ખરીદી કરતી વખતે મૂળ હકીકતો જાહેર કરવાનું કેટલું મહત્વનું છે તે સમજાવવું જોઈએ;

(જી) સંભવિત ગ્રાહકની ખરાબ આદતો અથવા આવકમાં વધઘટ અંગેની માહિતી રિપોર્ટના રૂપમાં (જે વીમા એજન્ટના ગુપ્ત અહેવાલ તરીકે ઓળખાય છે) અને કોઈપણ મૂળ હકીકત જે વીમા કંપનીના પ્રસ્તાવના સ્વીકાર સંબંધી અન્ડરરાઈટિંગ નિર્ણય ઉપર પ્રતિકૂળ અસર કરતી હોય તે, સંભવિત ગ્રાહકની યોગ્ય તપાસ કરીને વીમા કંપનીને સુપરત કરાતા દરેક પ્રસ્તાવ સમયે ધ્યાનમાં લાવવી જોઈએ;

(એચ) વીમા કંપની દ્વારા પ્રસ્તાવ સ્વીકારાયો કે નકારાયો તેની સંભવિત ગ્રાહકને તરત જ માહિતી પૂરી પાડવી જોઈએ;

(આઈ) વીમા કંપની સમક્ષ પ્રસ્તાવ ફોર્મ રજૂ કરતી વખતે જરૂરી દસ્તાવેજો મેળવવા; અને પ્રસ્તાવ પૂરો કરવા માટે વીમા કંપની દ્વારા ત્યારબાદ માંગવામાં આવે તો અન્ય દસ્તાવેજો પણ મેળવવા;

(જે) દાવાની પતાવટ માટે વીમા કંપની દ્વારા માંગવામાં આવતા દસ્તાવેજ પૂરા પાડવામાં પોલીસિધારક અથવા દાવેદાર અથવા લાભકર્તાને આવશ્યક સહાય કરવી;

(કે) દરેક વ્યક્તિગત પોલીસિધારકને નોમીનેશન અથવા એસાઈનમેન્ટ અથવા સરનામામાં કંઈ ફેરફાર અથવા કિસ્સા પ્રમાણે ઉપલબ્ધ વિકલ્પનો ઉપયોગ કરવા સલાહ આપવી અને આવશ્યકતા પડે ત્યાં આ બાબત જરૂરી સહાય પૂરી પાડવી;

(૨) કોઈપણ વીમા એજન્ટ

(એ) યોગ્ય લાયસન્સ વગર વીમા વ્યવસાય વિશે સમજાવી શકે નહીં અથવા તે ધંધો મેળવી શકે નહીં;

- (બી) પ્રસ્તાવ ફોર્મમાં કોઈપણ ખરી માહિતી છૂપાવવા સંભવિત ગ્રાહકને સલાહ આપી ન શકે;
- (સી) પ્રસ્તાવના સ્વીકાર માટે વીમા કંપનીને પ્રસ્તાવ ફોર્મમાં ખોટી માહિતી અથવા ખોટા દસ્તાવેજો સુપરત કરવા માટે લાલચ ન આપી શકે;
- (ડી) સંભવિત ગ્રાહક સાથે અપમાનિત પદ્ધતિએ વર્તી ન શકે;
- (ઈ) અન્ય વીમા એજન્ટ દ્વારા લવાયેલી કોઈ દરખાસ્તમાં દરમિયાનગીરી કરી ન શકે;
- (એફ) વીમા કંપની દ્વારા પૂરી પડાતી હોય તેના કરતાં અલગ દરો, લાભ, મુદત અને શરતો જણાવી ન શકે;
- (જી) વીમા કરાર હેઠળ લાભકર્તાને મળતી રકમ(દાવાની)માં ભાગ માંગી ના શકે અથવા ભાગ મેળવી ન શકે;
- (એચ) ચાલુ પોલીસિ રદ કરી, પોલીસિ રદ કરાયાના ત્રણ વર્ષની અંદર પોતાની પાસેથી નવી પોલીસિ ખરીદવા પોલીસિધારકને દબાણ કરી ન શકે;
- (આઈ) કોર્પોરેટ એજન્ટ વીમા વેપારનો પોર્ટફોલિઓ ધરાવી શકે નહી, કે જેની હેઠળ કોઈપણ વર્ષમાં, કોઈ એક વ્યક્તિ પાસેથી, (જે એક વ્યક્તિ ન હોય) અથવા સંસ્થા અથવા સંસ્થાઓના જૂથ પાસેથી મેળવેલ પ્રીમિયમ, કુલ મેળવાયેલ પ્રીમિયમના પચાસ ટકાથી વધુ હોય;
- (જે) નિયુક્ત વ્યક્તિ દ્વારા અગાઉ લાયસન્સ રદ કરાયું હોય અને રદ થયાની તારીખથી પાંચ વર્ષનો સમયગાળો પૂરો થયો ન હોય તો તેવા કોઈપણ એજન્ટ, વીમા એજન્ટ તરીકેની પ્રવૃત્તિ માટે નવેસરથી લાયસન્સ માટે અરજી કરી શકે નહી;
- (કે) કોઈપણ વીમા કંપનીના ડાયરેક્ટર બની અથવા રહી શકે નહી.

(૩) પોતે મેળવેલા વીમા વેપારને જાળવી રાખવા પોલીસિધારક દ્વારા નિશ્ચિત સમયની અંદર પ્રીમિયમ ભરવામાં આવે તેની ખાતરી રાખવાના હેતુ સાથે વીમા એજન્ટો પોલીસિધારકને મૌખિક અથવા લેખિત રીતે નોટિસ આપવા સહિતના દરેક પ્રયાસો કરતાં હોય છે.

થ - ૧: આચારસંહિતાનું પાલન ન કરવું

વીમા એજન્ટનું લાયસન્સ ધરાવતાં દરેક વ્યક્તિએ નિયમનોમાં જણાવ્યા પ્રમાણે આચારસંહિતાનું પાલન કરવાનું રહે છે. વીમા ધારા ૧૯૩૮ની કલમ ૪૨ (૪) (જી) જણાવે છે કે સદર ઓથોરિટી દ્વારા ઘડી કઢાયેલા નિયમનો હેઠળ રચાયેલી આચાર સંહિતાના કોઈપણ ભંગ એજન્ટને ગેરલાયક ઠેરવવાને પાત્ર બની શકે છે.

કલમ ૪૨ (૪) (સી) જણાવે છે કે જો એજન્ટ ફોજદારી ગેરરીતિ, વિશ્વાસનો ભંગ, છેતરપિંડી, બનાવટ અથવા આવા કોઈ ગુના કરવાના પ્રયાસ અથવા તે માટે ઉત્તેજના આપવા બદલ કોઈ સક્ષમ અદાલત દ્વારા ગુનેગાર ઠરાવાયો હોય તો તે પણ ગેરલાયકાતને પાત્ર બને છે.

સદર ઓથોરિટી દ્વારા ઉપરના કારણોસર એજન્ટ ગેરલાયક ઠરવા ઉપરાંત જો કોઈ વીમા કંપનીને તેનો એજન્ટ ખોટું કામ કરવા બદલ અથવા ગેરવર્તાવ કરવા બદલ ગુનેગાર જણાયો હોય જે વીમા કંપનીના અથવા તેના પોલીસિધારકના હિતો માટે જોખમી હોય તો જે તે વીમા કંપની સદર વીમા એજન્ટ વિરુદ્ધ આંતરિક પ્રક્રિયા હાથ ધરી શકે છે (આ પ્રકરણના વિભાગ ત-૨માં ચર્ચાયા પ્રમાણે)

મુખ્ય મુદ્દા

નૈતિકતા એટલે શું ?

નૈતિકતાની નીચે પ્રમાણે વ્યાખ્યા કરી શકાય:

- એવા નૈતિક મુલ્યો જેને આપણે 'સારા' અને 'સાચા' માનીએ છીએ;
- વ્યક્તિની નૈતિક ધારણાં પર આધારિત વર્તણૂંક; અને
- એક અભ્યાસ જે કોઈની કામગીરીને ખરી અથવા ખોટી કહી શકે.

અનૈતિક વર્તણૂંકના જોખમો

- અનૈતિક વ્યવહારો વીમા એજન્ટ તથા તે જે માટે કામ કરે છે તે વીમા કંપની માટે નકારાત્મક છાપ ઊભી કરે છે.

નૈતિકતાના વ્યવસાયીક લાભ

- કંપની દ્વારા અનુસરતા સારા નૈતિક વ્યવહારો કંપની માટે પ્રતિષ્ઠા અને હકારાત્મક છાપ ઊભી કરવામાં મદદ કરે છે.
- નૈતિક વ્યવહારના ઊંચા ધોરણો અનુસરતી કંપની, અન્ય કંપનીઓને તેમ કરવા માટે પ્રેરણા આપી શકે છે.

વિશિષ્ટ નૈતિક વ્યવહારો

વિશિષ્ટ નૈતિક વ્યવહારોમાં નીચેના વ્યવહારોનો સમાવેશ થાય છે:

- ગ્રાહકને જરૂરિયાત આધારિત યોગ્ય વીમા પોલીસિની ભલામણ કરવી
- મળવાને પાત્ર પોલીસિ લાભો પ્રાપ્ત કરવા પ્રોડક્ટના લાભો શરતો સાથે સંપૂર્ણ રીતે સમજાવવા તથા કોઈપણ બાકાતી જો લાગુ થતી હોય તો તે પણ સમજાવવી
- પૂરતી રકમના વીમાની ભલામણ કરવી
- ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો પર આધારિત પેમેન્ટની યોગ્ય પદ્ધતિની ભલામણ કરવી
- ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો મુજબ મુદતો અને શરતો સમજાવવી

નૈતિક આચારસંહિતા સહિતના નૈતિકતાના ધોરણો

- કર્મચારીઓ તથા બોર્ડના સભ્યોમાં વ્યવહાર અંગેની જવાબદારી તથા વ્યવહારના ધોરણ સ્થાપિત કરવા નૈતિક આચારસંહિતા ઘડવામાં આવી છે.
- વીમા કંપનીઓ તેમના પોતાના અનેરા નૈતિક ધોરણો ઘડી શકે છે અથવા તે ઉદ્યોગને લગતી આચારસંહિતા અપનાવી શકે છે.
- વીમા કંપનીમાં નૈતિકતાનું સિંચન થવું જરૂરી છે એટલે કે વેપારના દરેક સ્તરે સ્થિતિને સુસંગત અને સાતત્યપૂર્ણ નૈતિકતા અપનાવવી જોઈએ.

વ્યવસાયીક જવાબદારીઓને ટેકો આપવો

ઈરડા અને એલઆઈસી (લાઈફ ઈન્સ્યોરન્સ કાઉન્સિલ)ના હેતુઓ:

- પોલીસિધારકોના હિતોનું રક્ષણ કરવાના;
- વીમા ઉદ્યોગનો વિકાસ વધારવો
- વીમા કંપની અને તેના એજન્ટો વચ્ચે નૈતિક જવાબદારીના ઊંચા ધોરણો સ્થાપવા, લાગુ કરવા અને નિરીક્ષણ કરવું.
- વીમા ઉદ્યોગનું નિયમન કરવું અને વીમા ક્ષેત્રમાં દરેક વ્યવહાર પોલીસિધારકો પ્રત્યે યોગ્ય રહે તેની તકેદારી રાખવી.

મૂલ્યાંકન, નિરીક્ષણ અને શિસ્તતા

- વીમા કંપની દ્વારા અનુસરાતા નૈતિક ધોરણોનું મૂલ્યાંકન અને નિરીક્ષણ કંપનીના પ્રોડક્ટસ અને સેવાઓ જેમ કે પ્રીમિયમની વસૂલી અને દાવાની પતાવટ સામે નોંધાયેલી ફરિયાદોના આંકડાનું વિશ્લેષણ કરીને કરી શકાય છે.
- આચારસંહિતા અને નૈતિક ધોરણોનું પાલન વધારવા વીમા કંપની કદાચ આંતરિક પ્રક્રિયા અને વ્યવસ્થામાં સુધારો કરી શકે છે અને ગુનેગારો વિરુદ્ધ દંડાત્મક કામગીરી પણ હાથ ધરી શકે છે.

ઈરડાની આચારસંહિતા

- જીવન વીમાનું લાયસન્સ ધરાવતી દરેક વ્યક્તિએ જેનું પાલન કરવાનું રહે છે તે વીમા એજન્ટો માટે ઈરડાએ આચારસંહિતા ઘડી કાઢી છે. આમાં નિષ્ફળ જનાર ગેરલાયક ઠરી શકે છે.

સવાલજવાબ

૧૫.૧

વીમા પોલીસિઓનું ઓછું વેચાણ એટલે ગ્રાહકને ઊંચી રકમના પ્રીમિયમની આવશ્યકતા હોવા છતાં નીચી રકમના વીમા આવરણ માટે સૂચન કરવું. પોલીસિધારકનું અકાળે મૃત્યુ થાય તો આવા કિસ્સાઓમાં, તેના પરિવારે પરિણામો ભોગવવા પડતાં હોય છે કારણ કે વીમાનું આવરણ પરિવારની નાણાં જવાબદારીઓ અને જરૂરિયાતો પૂરી કરી શકે એટલું પૂરતું નથી હોતું.

૧૫.૨

નૈતિક વ્યવહારોમાં નીચેના વ્યવહારોનો સમાવેશ થાય છે:

- ગ્રાહકને જરૂરિયાત આધારિત યોગ્ય વીમા પોલીસિની ભલામણ કરવી
- મળવાને પાત્ર પોલીસિ લાભો પ્રાપ્ત કરવા પ્રોડક્ટના લાભો શરતો સાથે સંપૂર્ણ રીતે સમજાવવા તથા કોઈપણ બાકાતી જો લાગુ થતી હોય તો તે પણ સમજાવવી
- પૂરતી રકમના વીમાની ભલામણ કરવી
- ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો પર આધારિત પેમેન્ટની યોગ્ય પદ્ધતિની ભલામણ કરવી
- ગ્રાહકોની જરૂરિયાતો મુજબ મુદતો અને શરતો સમજાવવી

સ્વચકાસણી પ્રશ્નો

૧. વીમાનું વધુ પડતું વેચાણ એટલે શું ?
૨. નૈતિક આચારસંહિતા એટલે શું ટૂંકમાં વર્ણવો
૩. નૈતિક વ્યવહારો એક કંપનીને તેની હકારાત્મક છાપ ઊભી કરવામાં કઈ રીતે મદદ કરે છે ?

સ્વચકાસણી પ્રશ્નોત્તરી

૧. વધુ પડતા મહત્વાકાંક્ષી વીમા એજન્ટો ગ્રાહકોને તેમની આવશ્યકતા કરતાં વધુ વીમા આવરણ ખરીદવા ગેરમાર્ગે દોરી શકે છે. આને વીમાનું વધુ પડતું (જરૂરથી મોટી રકમના વીમાનું) વેચાણ કહેવાય છે. વીમા પોલીસિઓના વધુ પડતા મોટા વીમાના વેચાણમાં પોલીસિધારક પ્રીમિયમ ભરી શકવાની ક્ષમતામાં ન હોય તો પોલીસિ લેપ્સ થવાની શક્યતા રહેલી છે.
૨. એક વીમા કંપની માટે નૈતિક આચારસંહિતા મહત્વની છે. કર્મચારીઓ અને બોર્ડના સભ્યોમાં તેમના વ્યવહારમાં જવાબદારી સ્થાપિત કરવા નૈતિક આચારસંહિતા ઘડવામાં આવે છે. કંપનીમાં દરેક જણ નૈતિક આચારસંહિતાનું પાલન કરે તેવી અપેક્ષા રખાતી હોય છે. આવી આચારસંહિતાઓનો ભંગ થાય એવી સ્થિતિ ટાળવાની બોર્ડના સભ્યો અને કર્મચારીઓની ફરજ છે.
૩. વીમા કંપની દ્વારા અનુસરાતા નૈતિક વ્યવહારોના ઊંચા ધોરણો કંપનીમાં લોકોનો વિશ્વાસ અને શ્રદ્ધા ઊભી કરવામાં મદદ કરે છે. આ વિશ્વાસ અને શ્રદ્ધાને પરિણામે ગ્રાહકો તેમની કંપની વિશે હકારાત્મક વાત કરે છે જે કંપનીની હકારાત્મક છાપ ઊભી કરવામાં મદદ કરે છે.