

વીમા કંપનીઓ માટે સારા સમયના અંદાણ



કમલજી સહાય

જે થના અર્થતંત્રમાં જોવા મળતી તેજના અંધારા નીચે ઉપાદ્રવતા અને સેવા ભેટના તમામ ઉદ્યોગો માટે સારા દિવસો જોવા મળી રહ્યા છે. ચેરમ્બજાર તેજમય માહોલમાં છે અને વડાપ્રધાને જાહેર કરેલી જનવન યોજના યોગ્ય દિલચાલ છે. માગબાકીય ક્ષેત્રમાં કરવામાં આ વડું મૂડીનો કાગળ વધે તે સાથે બેંકીંગ ઉદ્યોગ માટે પણ સારા દિવસોની આશા રાખવામાં આવે છે. ઘણી કંપનીઓ વધારેલી કામતાનો ઉપયોગ કરવા માટે સજાજ બની રહી છે. પાછલા પાંચ વર્ષો દરમ્યાન જીવન વિમા ઉદ્યોગને પણ નોંધપાત્ર નુકસાન સહન કરવું પડ્યું હતું. તેમાં આર્થિક કામગીરી જીવન વિમા ઉદ્યોગની પોતાની હતી અને આર્થિક જવા બદારી નિયામક તંત્રની હતી. હવે નિયામક તંત્ર કેટલાક નિયમનો હળવા બનાવ્યા હોવાથી જીવન વિમા ઉદ્યોગ પણ સારા સમયની આશા રાખે છે. હવે આ ક્ષેત્રે નવી ઊભી ધપેલી તકની લાભ ઊકાવવા તેમજ ભુતકાળમાં જે ગુંસવાડો હતો, તેમાંથી બહાર નીકળવા માટે કમર કસવાની છે. અર્થતંત્રના હકારાત્મક સંકેતો જીવન વિમા ઉદ્યોગ માટે પણ સારા નિવડાશે. વિમા ઉદ્યોગમાં સંતુલન પ્રમાણ ઓછું છે અને લોકોમાં તેની ધનતા પણ સાંપેશમાં નીચી છે. તેનાથી અહીં વિકાસની ઘણી શક્યતા છે. ૨૦૦૮માં આ ઉદ્યોગે ષેરી કટોકટીનો સામનો કર્યો હતો. જો કે તે દુસ્વા આશીર્વાદ સમી નિવડી હતી. વિમા કંપનીઓ તેમજ નિયામક તંત્રને પોતાની ખામીઓ અને ત્રુટિઓ બારામાં નવેસરથી વિચારવાની તક આ કટોકટીએ પુરી પાડી હતી. ઉદ્યોગ સામે પહેલા પડકાર ગ્રાહકોનો વિશ્વાસ મેળવવાનો હતો. હવે જ્યારે અર્થતંત્રમાં તેજનો માહોલ જોવા મળે છે, ત્યારે અનેક લોકો રોજબારીની બજારમાં દાખલ થશે. તેમને લાંબા ગાળાની નાણાકીય સલામતિની જરૂર રહેલી સ્વાભાવિક છે. લગભગ દરેક આવકદ્રુષ ધરાવતા નવા ગ્રાહકો નરહથી જીવન વિમા માટેની માગણી ઊકશે.

લોકોની આવકના સ્તરમાં વધારો થાય તેની સાથે જીવન વિમા ઉદ્યોગ માટે પણ વિકાસની તક ઊભી થાય છે. જો કે દરેક ગ્રાહકોની જરૂરત અલગ અલગ રહેવાની અને તેમના નાણાકીય ઉદ્દેશોમાં પણ ભિન્નતા જોવા મળશે. આ માટે વિમા કંપનીઓએ સક્ષમ વિતરકો અને વેચાણકર્તાઓની યજ્ઞત ટીમ ઊભી કરવી જોઈએ. સમાજના વિવિધ વર્ગના લોકોને સમજાવી શકે તેવી કુશળતા ધરાવતા લોકોને ટીમમાં સામેલ કરવા જોઈએ. સાથે સાથે કોઈ ખોટી પ્રોડક્ટનું વેચાણ ન થાય તેની કાળજી પણ કંપનીઓએ લેવાની છે. ભુતકાળમાં અયોગ્ય પ્રોડક્ટોના વેચાણને કારણે જ આ ઉદ્યોગને સહન કરવાનું આવ્યું હતું. હવે આ વાત ભૂતકાળ બની ગઈ છે અને વેચાણ કટ ઉપર સફળતાનો આધાર છે. ગ્રાહકોમાં પ્રવૃત્તા માનસને કારણે ટૂંકા ગાળામાં યોટો અવસાચ મેળવવો કઠવ શક્ય ન બને. ઉદ્યોગ પાસે કુશળ મેનેજરો છે, તેઓ કામગીરીમાં વૃદ્ધિ કરી શકશે તેવો મને વિશ્વાસ છે, બજારમાં સફળ બનવા માટે લાંબા ગાળાના સંબંધો ધાંધવા જરૂરી છે. આ હકીકત વિમા કંપનીઓને સમજાવેલાની છે. ખરાબ સમયમાં પણ મોટા ભાગની કંપનીઓએ નફો કર્યો હતો. બેંકીંગ કરતાં વિમા ક્ષેત્ર અલગ છે, તેમાં સફળ બનવા માટેના માપદંડો સમજાવેલા જોઈએ. વિમા કંપનીઓના મેનેજરોમાં દીર્ઘકાળિ હોવી જોઈશે. કંપનીઓના ધોર યોગ્ય સુ હરવાના ધવી, તેના સુસાર અમલીકરણ ઉપર ભાર મુકવાની જરૂર છે. કંપનીઓએ ટૂંકા ગાળાના વેચાણ લાભોને બદલે લાંબા ગાળાની સફળતા ઉપર નજર દો પ્રવૃતી પડશે અને તો જ વિકાસ સાધી શકાશે. બજારમાં વિકાસની પાસવાર તરો છે. ખર્ચ ઉપર અંકુશ રાખીને, ગ્રાહકોને સંતોષ અપાય તે સમયની માગ છે. કંપનીઓએ જે મેકાન ગુમાવ્યું હતું, તે કરી મેળવવાની સમય આવી ગયો તેમ કહી શકાય. (કેમક જીઆઈસી આરઈના સલાહકાર અને ઈડિયા ફર્સ્ટ લાઇફ ઇન્સ્યુરન્સ કંપનીના ડાયરેક્ટર છે.)