P: ISSN NO.: 2321-290X RNI : UPBIL/2013/55327 VOL-IV* ISSUE-II*October-2016
E: ISSN NO.: 2349-980X **Shrinkhla Ek Shodhparak Vaicharik Patrika**

भारतीय जीवन बीमा व्यवसाय की तेजी में यूलिप्स एवं जीवन बीमा कम्पनियों की भूमिका

पी0 के झा
एसोसिएट प्रोफेसर,
वाणिज्य विभाग,
कतरास कॉलेज, कतरासगढ़,
धनबाद, झारखण्ड

देवेन्द्र कुमार ओझा
शोधार्थी,
वाणिज्य विभाग,
विनोबा भावे विश्वविद्यालय,
हजारीबाग, झारखण्ड

सारांश

जो उपलब्धियाँ भारतीय जीवन बीमा निगम परम्परागत योजनाओं के बलबूते 44–45 वर्षों में प्राप्त नहीं कर सका वे उपलब्धियाँ यूलिप्स एवं 23 जीवन बीमा कम्पनियों (भारतीय जीवन बीमा निगम सहित) ने मिलकर प्रारंभिक 10 वर्षों में ही प्राप्त कर भारतीय जीवन बीमा व्यवसाय में अभूतपूर्व भूमिका निर्वाह किए। वर्ष 2000 से इरडा द्वारा निजी कम्पनियों को जीवन बीमा व्यवसाय करने से संबंधित लाईसेंस निर्गत प्रारंभ करने से लेकर जैसे–जैसे बीमा कम्पनियों में वृद्धि होती गई वैसे–वैसे कुल जीवन बीमा प्रीमियम, प्रत्यक्ष कर्मचारियों, व्यक्तिगत अभिकर्ताओं, बीमा कार्यालयों आदि में अप्रत्याशित वृद्धि होती गई। परन्तु इस वृद्धि में केवल जीवन बीमा कम्पनियों का ही योगदान नहीं है अपितु सबसे लोकप्रिय जीवन बीमा पॉलिसी यूलिप्स का प्रशंसनीय योगदान है क्योंकि यूलिप्स योजनाओं ने ही निजी कम्पनियों एवं व्यक्तिगत अभिकर्ताओं को जीवन बीमा व्यवसाय में आकर्षित की और अधिकतम लाभ, अधिकतम प्रीमियम तथा कमीशन कमाने का अवसर प्रदान की। वर्ष 2001–10 की अवधि में कुल जीवन बीमा प्रीमियम में यूलिप्स योजनाओं से प्राप्त प्रीमियम का लगभग 50% का सराहनीय योगदान था। वर्ष 2001 से ही यूलिप्स योजनाओं के कारण कुल जीवन बीमा प्रीमियम में वृद्धि होती गई तथापि भारत का जीवन बीमा घनत्व तथा जीवन बीमा प्रवेशन क्रमशः 55.7 डॉलर एवं 4.4% हो गया जो कि वर्ष 2000 में यही आँकड़ा 7.60 डॉलर एवं 1.77% पर था। वर्ष 2001 में कुल जीवन बीमा प्रीमियम 34898 करोड़ से बढ़कर वर्ष 2010 में 265447 करोड़ रू0 हो गया। कुल जीवन बीमा प्रीमियम में वृद्धि होने के कारण वैश्विक जीवन बीमा प्रीमियम के दृष्टिकोण से दुनिया में भारत का स्थान 2000 ई0 में 20वाँ से 2003 में 18वाँ और बाद के वर्षों में 15वाँ स्थान प्राप्त हुआ तथा एशिया में भारत का स्थान 5वाँ हो गया।

मुख्य शब्द : यूलिप्स, इरडा, स्टॉक मार्केट (सेंसेक्स)।

प्रस्तावना

वित्त किसी भी अर्थव्यस्था के लिए रीढ़ होता है। वित्तीय सुदृढ़ीकरण के बिना किसी भी औद्योगिक क्षेत्र का विकास नहीं किया जा सकता है। भारत का चतुर्दिक विकास करने एवं आर्थिक विकास की गति को तीव्र करने के उद्देश्य से भारतीय वित्तीय सेवा क्षेत्र का तेजी से विकास एवं पर्याप्त आधारभूत संरचनाओं के सुधार को प्राथमिकता सूची में रखा गया। भारत के आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह करने वाला दूसरा सबसे बड़ा वित्तीय क्षेत्र जीवन बीमा औद्योगिक क्षेत्र में विकास की असीम संभावनाओं को देखते हुए आर.एन. मल्होत्रा समिति की सिफारिश पर इसे उदारीकृत, निजीकृत एवं वैश्विकृत किया गया।

विश्व की दूसरी बड़ी जनसंख्या तथा मुख्य बचतकर्ता वाला देश के रूप में पहचान बना चुका भारत का वैश्विक परिदृश्य में जीवन बीमा व्यवसाय अत्यन्त पिछड़ा हुआ है। वर्ष 1994 तक भारत की कुल जनसंख्या का मात्र 22 प्रतिशत जनसंख्या का जीवन बीमा किया गया था। बीसवीं सदी के अन्त तक भारत के जी.डी.पी. में जीवन बीमा प्रीमियम का औसतन 1.5 प्रतिशत का योगदान था। जबकि प्रति व्यक्ति प्रीमियम (घनत्व) एवं प्रति व्यक्ति प्रवेशन क्रमशः 6.10 अमेरिकी डॉलर एवं 1.39% था। यह आंकड़ा जीवन बीमा के परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत किया गया है।

भारत की अर्थव्यवस्था तेजी से उभरने के साथ ही विश्व का एक विशाल बाजार है। जहाँ जीवन बीमा व्यवसाय के विकास की वृहत् संभावना है। साथ ही भारत के जी.डी.पी. में वित्तीय सेवा क्षेत्र का 40 प्रतिशत से 56 प्रतिशत तक योगदान में बीमा क्षेत्र का प्रमुख अंशदान एवं भविष्य में इसकी और वृद्धि की

संभावनाओं को देखते हुए मल्होत्रा समिति के मद्देनजर भारतीय जीवन बीमा क्षेत्र में (सम्पूर्ण बीमा क्षेत्र) निजी तथा प्रत्यक्ष विदेशी निवेश (प्रारम्भिक चरण में 26% तक) को अनुमति दी गई जिसके आधार पर जीवन बीमा व्यवसाय में प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण तैयार किया गया है। इससे ग्राहकों को गुणात्मक सेवा के साथ–साथ लचीला, अधिकतम प्रतिफल वाला उन्नत उत्पाद आदि सेवाएँ दी जा सकती हैं एवं अधिकाधिक जीवन बीमा प्रीमियम प्राप्त करने तथा जीवन बीमा बाजार का विस्तार करने के लक्ष्य को प्राप्त किया जा सकता है।

भारतीय अर्थव्यवस्था में निजीकरण, वैश्वीकरण, जीवन बीमा व्यवसाय के विकास की असीम संभावनाएँ, भारतीय जीवन बीमा निगम की वर्षों से एक ही प्रकार की परम्परागत जीवन बीमा योजनाओं के प्रति बीमा ग्राहकों की अरूचि, बीमा मध्यस्थों की कमी तथा उनके द्वारा परम्परागत योजनाओं को बेचने में आने वाली कठिनाइयाँ, बढ़ती जीवन बीमा लागत को पूरा करने के उद्देश्य से जीवन बीमा बाजार में 21वीं सदी के प्रारम्भ के साथ ही एक क्रांतिकारी परिवर्तन आया। अक्टूबर 2000 ई0 में इरडा द्वारा जीवन बीमा व्यवसाय करने के लिए लाईसेंस जारी करने के साथ ही दर्जनों निजी कम्पनियाँ (भारतीय तथा विदेशी कम्पनियों के संयुक्त साहस के तहत्) भारतीय बीमा बाजार में उपस्थिति दर्ज करा चुकी हैं। वर्ष 2003–04 में 16 से बढ़कर जीवन बीमा कम्पनियों की संख्या भारत में वर्ष 2010 तक 23 हो गई थी। जिसमें भारतीय जीवन बीमा निगम सबसे बड़ी एवं पुरानी कम्पनी के रूप में विराजमान थी।

विश्व की दूसरी सबसे बड़ी जनसंख्या वाला देश भारत की 70% जनसंख्या गाँवों में निवास करती है जिसका वर्ष 2000 ई0 तक मात्र 18% जीवन बीमा हो पाया था। अतः बीमा व्यवसाय के विकास के लिए गाँव सभी कम्पनियों की पहली पसंद बनी हुई थी। गाँवों में गरीबी अधिक है फिर भी छोटे–बड़े, मंझोले किसान, काश्तकार, नौकरी, पेशा तथा व्यापार करने वाले सभी में बचत करने का गुण पाया जाता है। अतः वे अपनी आमदनी में से बचत करते रहते हैं और बैंकों अथवा जीवन बीमा येाजनाओं में निवेश करते हैं जिससे उनको थोड़ी बहुत आमदनी भी होती है एवं धन सुरक्षित रहता है परन्तु उनका यह निवेश भविष्य की आवश्यकताओं को पूरा करने में असमर्थ रहता है। बैंकों तथा परम्परागत बीमा योजनाओं से निवेशकों को पर्याप्त प्रतिफल अथवा महंगाई के अनुरूप निवेश आय में वृद्धि नहीं होती थी। इसलिए जीवन बीमा कम्पनियों ने एक ऐसी बीमा योजना तैयार की जो भारतीय शेयर बाजार में आए उछाल का लाभ देने के साथ–साथ अनेकों लाभ बीमा ग्राहकों को दे सके। इस योजना का नाम है यूनिट लिंक्ड इंश्योरेंस प्लान्स। भारतीय जीवन बीमा बाजार में यूलिप्स नाम से प्रसिद्ध यह एक ऐसी जीवन बीमा योजना है जिसके प्रीमियम को बीमा आवरण तथा वित्तीय बाजार में अधिकतम प्रतिफल देनेवाले आस्तिओं (शेयर/डिबेंचर आदि) में लगाया जाता है। मूलतः यह योजना शेयर मार्केट से जुड़ी होती है। अतः संक्षेप में इसे लिंक्ड प्लांस भी कहा जाता है। भारतीय स्टॉक बाजार में उत्तरोतर वृद्धि तथा बीमा ग्राहकों की पसंद और आवश्यकताओं के मद्देनजर एक साथ अनेकों लाभ देनेवाली जीवन बीमा योजनाएँ यूलिप्स को लाया गया। जीवन बीमा, निवेश, कर–बचत, लोचता आदि गुणों के कारण यूलिप्स बीमा ग्राहकों को बहुत आकर्षित करने लगी। निजी कम्पनियाँ अपनी प्रबंधकीय कुशलता, गुणात्मक ग्राहक सेवा एवं आकर्षक विज्ञापन के माध्यम से जीवन बीमा बाजार में प्रवेश किया और एक से बढ़कर एक यूलिप्स उत्पादों को बेचने लगे। बीमा ग्राहकों के द्वारा परम्परागत उत्पाद की जगह यूलिप्स उत्पादों की मांग में वृद्धि की जाने लगी। एजेन्टों को भी तुलनात्मक दृष्टिकोण से यूलिप्स से प्रथम वर्ष प्रीमियम पर 10–40% तक कमीशन कमाने का अवसर प्राप्त होने लगा। अधिकतम कमाई के लालच में एजेन्ट यूलिप्स योजनाओं को बेचने पर ध्यान केन्द्रित करने लगे। फलस्वरूप बीमा बाजार में शुरूआत से ही यूलिप्स का धूम मचने लगा और इस प्रकार यूलिप्स की बिक्री में बाढ़ सी आ गई।

भारतीय जीवन बीमा क्षेत्र में निजी कम्पनियों एवं यूलिप्स बीमा उत्पादों का एक साथ प्रार्दुभाव हुआ था। वर्ष 2001–10 की अवधि में भारतीय अर्थव्यवस्था के प्रत्येक क्षेत्र में तेजी थी। जिससे भारत का आर्थिक विकास तीव्र गति से बढ़ रहा था। उक्त अवधि में भारत का विकास दर औसतन 7–9% तक बना हुआ था। प्रति व्यक्ति आय तथा रोजी रोजगार में भी वृद्धि हो रही थी। फलस्वरूप जीवन बीमा बाजार में बीमा कम्पनियों की संख्या एवं यूलिप्स योजनओं की मांग में उत्तरोतर वृद्धि हो रही थी। जिससे भारतीय जीवन बीमा व्यवसाय में तेजी बनी हुई थी।

भारतीय जीवन बीमा व्यवसाय में आई तेजी का शुरूआती परिणाम सुखद एवं उत्साहवर्धक रहा जिसे निम्न तालिका में प्रस्तुत किया जा रहा है।

P: ISSN NO.: 2321-290X RNI : UPBIL/2013/55327 VOL-IV* ISSUE-II*October-2016
E: ISSN NO.: 2349-980X **Shrinkhla Ek Shodhparak Vaicharik Patrika**

विवरण	वर्ष									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
जीवन बीमा घनत्व (डॉलर में)	9.1	11.7	12.9	15.7	18.3	33.2	40.4	41.2	47.7	55.7
जीवन बीमा प्रवेशन (जी.डी.पी. के % में)	2.15	2.59	2.26	2.53	2.53	4.1	4.0	4.0	4.6	4.4
कुल जीवन बीमा प्रीमियम (करोड़ रू0 में)	34898	50094	55748	66654	82855	105876	156076	201351	221785	265447
एजेन्टों की संख्या	135146	–	–	–	–	1422609	1985457	2498513	2906281	2978283
जीवन बीमा कार्यालयों की संख्या	2199	2306	2445	2612	3001	3865	5373	8913	11815	12018
प्रत्यक्ष बीमा कर्मचारियों की संख्या	–	–	–	–	–	152449	187403	254332	285244	301257
जीवन बीमा कम्पनियों की संख्या	11	15	–	16	17	–	20	21	22	23
यूलिप्स से प्राप्त प्रीमियम (करोड़ में)	–	–	–	–	26927.87	44256.16	88807.24	141549.75	90488.28	115469.44
कुल जीवन बीमा प्रीमियम में यूलिप्स का हिस्सा (% में)	–	–	–	–	32.54	44.78	56.92	46.14	40.87	43.52
यूलिप्स पॉलिसी की संख्या (हजार में)	–	–	–	–	–	–	–	–	70443	79835.29

उपरोक्त तालिका में भारतीय जीवन बीमा व्यवसाय से जुड़ी दस महत्वपूर्ण बिन्दुओं को प्रदर्शित करते हुए प्रस्तुत आलेख के शीर्षक की यथार्थता को स्पष्ट किया गया है। उक्त तालिका से प्रकट होता है कि जो उपलब्धियाँ भारतीय जीवन बीमा निगम परम्परागत योजनाओं के बलबूते 44–45 वर्षों में प्राप्त नहीं कर सका वे उपलब्धियाँ यूलिप्स एवं 23 जीवन बीमा कम्पनियों (भारतीय जीवन बीमा निगम सहित) ने मिलकर प्रारंभिक 10 वर्षों में ही प्राप्त कर भारतीय जीवन बीमा व्यवसाय में अभूतपूर्व भूमिका निर्वाह किए। वर्ष 2000 से इरडा द्वारा निजी कम्पनियों को जीवन बीमा व्यवसाय करने से संबंधित लाईसेंस निर्गत प्रारंभ करने से लेकर जैसे–जैसे बीमा कम्पनियों में वृद्धि होती गई वैसे–वैसे कुल जीवन बीमा प्रीमियम, प्रत्यक्ष कर्मचारियों, व्यक्तिगत अभिकर्ताओं, बीमा कार्यालयों आदि में अप्रत्याशित वृद्धि होती गई। परन्तु इस वृद्धि में केवल जीवन बीमा कम्पनियों का ही योगदान नहीं है अपितु सबसे लोकप्रिय जीवन बीमा पॉलिसी यूलिप्स का प्रशंसनीय योगदान है क्योंकि यूलिप्स योजनाओं ने ही निजी कम्पनियों एवं व्यक्तिगत अभिकर्ताओं को जीवन बीमा व्यवसाय में आकर्षित की और अधिकतम लाभ तथा कमीशन कमाने का अवसर प्रदान की। वर्ष 2001–10 की अवधि में कुल जीवन बीमा प्रीमियम में यूलिप्स योजनाओं से प्राप्त प्रीमियम का लगभग 50% का सराहनीय योगदान था। वर्ष 2001 से ही यूलिप्स योजनाओं के कारण कुल जीवन बीमा प्रीमियम में वृद्धि होती गई तथापि भारत का जीवन बीमा घनत्व तथा जीवन बीमा प्रवेशन क्रमशः 55.7 डॉलर एवं 4.4% हो गया जो कि वर्ष 2000 में यही आँकड़ा 7.60 डॉलर एवं 1.77% पर था। वर्ष 2001 में कुल जीवन बीमा प्रीमियम 34898 करोड़ से बढ़कर वर्ष 2010 में 265447 करोड़ रू0 हो गया। कुल जीवन बीमा प्रीमियम में वृद्धि होने के कारण वैश्विक जीवन बीमा प्रीमियम के दृष्टिकोण से दुनिया में भारत का स्थान 2000 ई0 में 20वाँ से 2003 में 18वाँ और बाद के वर्षों में 15वाँ स्थान प्राप्त हुआ तथा एशिया में भारत का स्थान 5वाँ हो गया।

अध्ययन का उद्देश्य

प्रस्तुत शोधकार्य का उद्देश्य निम्नलिखित है

1. भारतीय जीवन बीमा उद्योग में उक्त अवधि में कुल जीवन बीमा प्रीमियम का अध्ययन करना।
2. उक्त अवधि में यूलिप्स पॉलिसियों की संख्या का अध्ययन करना।
3. कुल जीवन बीमा प्रीमियम में यूलिप्स से प्राप्त प्रीमियम के योगदान का अध्ययन करना।
4. कुल जीवन बीमा में यूलिप्स की हिस्सेदारी का अध्ययन करना।
5. प्रति व्यक्ति जीवन बीमा घनत्व एवं प्रवेशन का अध्ययन करना।
6. समग्र भारतीय जीवन बीमा व्यवसाय की तेजी में यूलिप्स तथा जीवन बीमा कम्पनियों की भूमिका का अध्ययन करना।
7. जीवन बीमा व्यवसाय में बीमा कार्यालयों, प्रत्यक्ष कर्मचारियों, बीमा एजेन्टों आदी की प्रगति का अध्ययन करना।

अध्ययन अवधि

वर्ष 2001–10 तक।

शोध विधि

प्राथमिक विधि एवं सहायक विधि।

निष्कर्ष

उपरोक्त अध्ययनों के आधार पर निष्कर्षतः कहा जा सकता है कि भारतीय जीवन बीमा क्षेत्र में यूलिप्स योजनाओं के व्यवसाय में तथा बीमा कम्पनियों की संख्या में साथ–साथ वृद्धि हो रही थी। परिणामतः पॉलिसियों की संख्या, कुल जीवन बीमा प्रीमियम, एजेन्टों बीमा कार्यालयों आदि में ऐतिहासिक वृद्धि देखी गई। विभिन्न जीवन बीमा कम्पनियों ने करोड़ों की संख्या में यूलिप्स योजनाओं की बिक्री किये तथा कुल जीवन बीमा प्रीमियम में प्रशंसनीय वृद्धि हुई। इन्हीं जीवन बीमा कम्पनियों एवं यूलिप्स के कारण जीवन बीमा के मामले में भारत को दुनिया में सम्मानजनक स्थान प्राप्त हुआ है। स्पष्टतः कहा जा सकता है कि भारतीय जीवन बीमा व्यवसाय की तेजी में यूलिप्स तथा जीवन बीमा कम्पनियों की महत्वपूर्ण भूमिका रही थी।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. एम. एन. मिश्रा व डॉ0 एस.बी. मिश्रा, इंश्योरेन्स सिद्धान्त एवं व्यवहार, एस. चाँद एण्ड क0, पृष्ठ संख्या 215, (हिन्दी रूपान्तरित), 2004–05
2. एच. चतुर्वेदी (डाईरेक्टर), बिरला इंस्टीट्यूट ऑफ मैनेजमेन्ट टेक्नोलॉजी, इण्डिया इंश्योरेंस रिपोर्ट सीरिज–1, 2004–05
3. सी. एस. राव (पूर्व इरडा अध्यक्ष), इण्डिया इंश्योरेन्स रिपोर्ट सीरीज–1, पृष्ठ संख्या 1 2004–05
4. अरूप चटर्जी, इण्डिया इंश्योरेन्स रिपोर्ट सीरीज–1, पृष्ठ संख्या 68, 2004–05
5. इरडा के विभिन्न वार्षिक रिपोर्ट, 2001–2010
6. इंटरनेट वेबसाईट