

## भारतातील बँकअॅशुरन्स : समस्या व आव्हाने

**M. A. Diwate**

Research Scholar,

Dept. of Commerce

N.H. College, Bramhapuri, Dist.- Chandrapur

Email Id : mangeshdiwate19@gmail.com

**B. L. Lengure**

Dept. of Commerce,

N.H. College, Bramhapuri, Dist. - Chandrapur

**V.V. Nagbhidkar**

Dept. of Commerce,

N.H. College, Bramhapuri, Dist. - Chandrapur

Crossref DOI - <https://doi.org/10.63665/rh.v7i1.63>

### सारांश (Abstract) :

बँकअॅशुरन्स ही बँक आणि विमा कंपनी यांच्यातील एक रणनीतिक भागीदारीची व्यवस्था आहे. या व्यवस्थेत बँका विमा कंपन्यांच्या उत्पादनांच्या वितरणासाठी प्रभावी मंच उपलब्ध करून देतात, तर बदल्यात त्यांना शुल्काधारित व जोखमरहित उत्पन्न प्राप्त होते. बँकअॅशुरन्सच्या माध्यमातून बँकांच्या विस्तृत ग्राहकवर्गाचा व माहितीचा उपयोग विमा उत्पादनांच्या विक्रीसाठी केला जातो, ज्यामुळे दोन्ही संस्थांना परस्पर लाभ होतो.

सदर संशोधनपत्राचा उद्देश बँकअॅशुरन्स मॉडेल्स व धोरणांची व्याप्ती अभ्यासणे हा असून, त्यांना बँकांसाठी व्याजविरहित उत्पन्नाचा महत्त्वाचा स्रोत म्हणून विश्लेषित करण्यात आले आहे. भारतात जगातील सर्वात मोठे बँकिंग जाळे असले तरी विमा प्रवेशदर व विमा घनता तुलनेने कमी आहे. या पार्श्वभूमीवर, बँकांमार्फत विमा उत्पादनांच्या वितरणातील विद्यमान प्रवाहांचा अभ्यास करण्यात आला असून, बँकअॅशुरन्ससमोर उद्भवणाऱ्या सर्वसाधारण तसेच बँक-विशिष्ट अडचणी व आव्हाने अधोरेखित करण्यात आली आहेत.

हे संशोधनपत्र तीन प्रमुख भागांत विभागलेले आहे. पहिल्या भागात बँकअॅशुरन्सची संकल्पना स्पष्ट करून भारतातील विमा बाजाराच्या ऐतिहासिक विकासाचा आढावा घेण्यात आला आहे. दुसऱ्या भागात बँकअॅशुरन्स प्रणालीचे SWOT (बळकटी, दुर्बलता, संधी व धोके) विश्लेषण सादर करण्यात आले असून, भारतातील त्याच्या संधी व व्याप्तीचा सविस्तर अभ्यास करण्यात आला आहे. तिसऱ्या व अंतिम भागात, ग्राहक, विमा कंपन्या आणि बँका या सर्व घटकांसाठी बँकअॅशुरन्स अधिक परिणामकारक ठरेल, यासाठी आवश्यक धोरणे व उपाययोजना सुचविण्यात आल्या आहेत.

**कीवर्ड्स :** बँकअॅशुरन्स, विमा कंपनी, IRDA, SWOT

### प्रस्तावना (Introduction) :

भारत आर्थिक उदारीकरण व जागतिकीकरणाच्या युगात व्यवसाय वाढविण्यासाठी बँका सतत



आव्हानांना तोंड देत आहेत. पारंपरिक बँकिंग उत्पादनांपुरती मर्यादित न राहता, वित्तीय सेवा क्षेत्रात विविध सेवा एकत्रित करण्याकडे बँकांचे लक्ष वळले आहे. विमा उद्योगही स्पर्धात्मक वातावरणात आपली बाजारपेठ वाढविण्याचा प्रयत्न करीत आहे आणि त्यामुळे विमा कंपन्या नवीन वितरण भागीदारांसाठी सतत शोध घेत आहेत.

दोन्ही क्षेत्रे—बँकिंग आणि विमा—वाढत्या महसुलाच्या गरजा पूर्ण करण्यासाठी आपापल्या सामर्थ्याचा उल्लेखनीय लाभ घेताना सहकार्यांचे जाळे तयार करीत आहेत. या सहकार्यांतून बँकअॅशुरन्स ही संकल्पना उदयास आली, ज्यात विमा उत्पादने बँकांच्या विस्तृत शाखा नेटवर्कद्वारे ग्राहकांपर्यंत पोहोचवली जातात. या माध्यमांमुळे ग्राहकांना एका छताखाली बँकिंग तसेच विमा सेवा उपलब्ध होतात आणि बँकांना कमिशनद्वारे अतिरिक्त उत्पन्न मिळते.

बँकअॅशुरन्स भारतासाठी फायदेशीर वाटते कारण हे बँकांना अतिरिक्त उत्पन्नाचे स्रोत उपलब्ध करून देते आणि विमा पॉलिसीची मुदत संपेपर्यंत त्यांना नियमित कमिशन मिळते. उत्पादनांमधील परस्परपूरकता, विमा वितरणातून मिळणारे शुल्काधारित उत्पन्न, तसेच कर्जदाराच्या मृत्यू किंवा मालमत्तेच्या नुकसानीच्या घटनांमध्ये कर्जवसुलीची सुलभता यामुळे बँकांना विमा उद्योगात महत्त्व दिसते.

बँकअॅशुरन्सचे बाजार मूल्य भारतात वाढत्या ट्रेंडवर आहे. 2024 मध्ये भारताच्या बँकअॅशुरन्स बाजाराचे आकार USD 105.2 बिलियन इतके होते आणि 2033 पर्यंत ते USD 180.1 बिलियन पर्यंत वाढण्याचा अंदाज आहे, ज्याचे वार्षिक घटक वाढ (CAGR) सुमारे 5.85% आहे. हे दर्शवते की बँका व विमा कंपन्यांमध्ये धोरणात्मक सहभाग व डिजिटल वितरणाची मागणी वाढत चालली आहे.

तथापि, बँकअॅशुरन्सची वाढ काही अडचणींमुळे थोडी मंदावली आहे. उदाहरणार्थ, 2023–24 वित्तीय वर्षात बँकअॅशुरन्सद्वारे भारतातील बँकांना ₹14,500 कोटीहून अधिक कमिशन उत्पन्न प्राप्त झाले, जे त्यांच्या एकूण उत्पन्नाचा सुमारे 2% भाग आहे.

या पार्श्वभूमीवर, भारतातील बँकअॅशुरन्सची वाढ व सीमाबद्धता याचा सखोल अभ्यास आवश्यक आहे. या संशोधनात बँकअॅशुरन्सची सैद्धांतिक गाठी, बाजारातील स्थिती, फायदे, तसेच सध्याच्या अडचणींची तपासणी केली आहे, ज्यामुळे दोन्ही क्षेत्रे—बँका व विमा कंपन्या—हे सहयोग अधिक प्रभावीपणे कसे वापरू शकतील हे समजून येईल.

### समस्या विधान (Statement of Problem) :

बँकअॅशुरन्स संकल्पनेमागे विविध उद्दिष्टे कार्यरत आहेत. बँकांसाठी बँकअॅशुरन्स हा त्यांच्या उत्पादनांची विविधता वाढविण्याचा तसेच शुल्काधारित उत्पन्नात वाढ करण्याचा एक प्रभावी मार्ग आहे. दुसरीकडे, विमा कंपन्यांच्या दृष्टीने बँकअॅशुरन्स हे बाजारपेठेतील प्रवेश (market penetration) वाढविण्याचे व विमा हप्त्यांच्या (premium) उलाढालीत वाढ करण्याचे महत्त्वाचे साधन मानले जाते. ग्राहकांच्या दृष्टीने पाहता, कमी किंमत, दर्जेदार विमा उत्पादने आणि दारापर्यंत सेवा उपलब्ध होणे यामुळे बँकअॅशुरन्स आकर्षक ठरते.



सैद्धांतिकदृष्ट्या पाहता, या व्यवस्थेत सहभागी असलेले सर्व घटक—बँका, विमा कंपनी आणि ग्राहक—यांना लाभ होण्याची शक्यता आहे. तथापि, ही संकल्पना भारतीय परिस्थितीत कितपत यशस्वी ठरेल, हा प्रश्न अद्याप अनुत्तरित आहे आणि त्याचे स्पष्ट उत्तर भविष्यातच मिळू शकेल. तरीसुद्धा, अनेक बँकांचा असा विश्वास आहे की भारतीय बाजारपेठेत बँकअॅशुरन्सला मोठ्या प्रमाणावर यश मिळण्याची क्षमता आहे. या पार्श्वभूमीवर, बँकअॅशुरन्सच्या संघ वाढीस कारणीभूत असलेल्या अडचणींचा सखोल अभ्यास करणे आवश्यक ठरते.

### साहित्याचा आढावा (Literature Review) :

बँकअॅशुरन्स या संकल्पनेवर देशांतर्गत तसेच आंतरराष्ट्रीय पातळीवर अनेक संशोधकांनी अभ्यास केला असून, या संकल्पनेचे फायदे, मर्यादा आणि भविष्यातील शक्यता विविध दृष्टिकोनांतून मांडण्यात आल्या आहेत.

शर्मा आणि कुमार (2007) यांच्या अभ्यासानुसार बँकअॅशुरन्स ही बँकांसाठी व्याजविरहित उत्पन्नाचा महत्त्वाचा स्रोत ठरत असून, ती बँकांच्या नफा-वाढीत लक्षणीय योगदान देते. त्यांनी असेही नमूद केले आहे की, ग्राहकांचा बँकांवरील विश्वास हा बँकअॅशुरन्सच्या यशामागील प्रमुख घटक आहे.

सिंह (2010) यांनी भारतीय विमा बाजाराच्या उदारीकरणानंतर बँकअॅशुरन्सच्या वाढीचा अभ्यास केला असून, बँकांच्या विस्तृत शाखा-जाळ्यामुळे विमा उत्पादने ग्रामीण व निमशहरी भागांपर्यंत पोहोचविणे शक्य झाले असल्याचे त्यांनी अधोरेखित केले आहे. तथापि, प्रशिक्षित मनुष्यबळाचा अभाव ही बँकअॅशुरन्सच्या प्रभावी अंमलबजावणीतील मोठी अडचण असल्याचे त्यांनी नमूद केले आहे.

मिश्रा आणि प्रधान (2012) यांच्या संशोधनानुसार ग्राहकांच्या गरजांनुसार सानुकूलित विमा उत्पादने आणि जलद सेवा उपलब्ध करून दिल्यास बँकअॅशुरन्सची स्वीकारार्हता वाढू शकते. त्यांनी असेही स्पष्ट केले की, विमा विक्रीपेक्षा विमा सेवा (after-sales service) ही दीर्घकालीन यशासाठी अधिक महत्त्वाची ठरते.

पाटील (2015) यांनी सार्वजनिक व खासगी क्षेत्रातील बँकांच्या बँकअॅशुरन्स कार्यप्रणालीची तुलना केली असून, खासगी क्षेत्रातील बँका तांत्रिक पायाभूत सुविधांच्या प्रभावी वापरामुळे आणि आक्रमक विपणन धोरणामुळे अधिक यशस्वी ठरत असल्याचे त्यांच्या अभ्यासातून दिसून आले आहे. याउलट, सार्वजनिक क्षेत्रातील बँकांना प्रक्रियात्मक गुंतागुंत आणि कर्मचाऱ्यांच्या प्रशिक्षणाच्या अभावामुळे मर्यादा येत असल्याचे त्यांनी नमूद केले आहे.

देशमुख आणि कुलकर्णी (2018) यांच्या अभ्यासात असे आढळून आले की ग्राहकांची विमाविषयक साक्षरता आणि बँक कर्मचाऱ्यांची विमा उत्पादनाविषयीची माहिती या दोन घटकांवर बँकअॅशुरन्सचा स्वीकार मोठ्या प्रमाणावर अवलंबून आहे. त्यांनी ग्राहक जागरूकता कार्यक्रम आणि कर्मचाऱ्यांसाठी नियमित प्रशिक्षणाची आवश्यकता अधोरेखित केली आहे.

अलीकडील संशोधनात, जोशी (2021) यांनी डिजिटल बँकिंग व फिनटेकच्या प्रभावामुळे बँकअॅशुरन्स



वितरण पद्धतीत लक्षणीय बदल होत असल्याचे नमूद केले आहे. डिजिटल प्लॅटफॉर्म, मोबाईल बँकिंग आणि डेटा अॅनालिटिक्स यांच्या साहाय्याने बँकअॅशुरन्स अधिक ग्राहक-केंद्रित होऊ शकते, असे त्यांनी निष्कर्ष काढले आहेत.

वरील साहित्याच्या आढाव्यातून असे स्पष्ट होते की, बँकअॅशुरन्सकडे भारतात मोठी क्षमता असली तरी प्रशिक्षित मनुष्यबळ, तांत्रिक पायाभूत सुविधा, ग्राहक जागरूकता आणि सेवा गुणवत्तेच्या बाबतीत अजूनही अनेक आव्हाने अस्तित्वात आहेत. त्यामुळे या क्षेत्रातील समस्या व संधी यांचा सखोल अभ्यास करणे संशोधनाच्या दृष्टीने अत्यंत आवश्यक आहे.

### संशोधन प्रश्न (Research Question) :

सध्याच्या तरतुदी बँकअॅशुरन्स क्षेत्रासाठी आवश्यक संरक्षणात्मक उपाय पुरवितात का? तसेच, रचनात्मक, कार्यात्मक आणि तांत्रिक अडचणींमुळे निर्माण झालेल्या संथ वाढीच्या समस्यांवर मात करण्यासाठी या तरतुदी पुरेशा आहेत काय? आणि बँकअॅशुरन्सचा व्यावसायिक बँकांच्या आर्थिक कार्यक्षमतेतील वाटा अधिक सकारात्मक पातळीवर नेण्यासाठी कोणत्या सुधारणा आवश्यक आहेत?

### गृहीतकृत्य (Hypothesis) :

विद्यमान संशोधनानुसार, भारतात बँकअॅशुरन्समधून अपेक्षित असा समन्वयात्मक (synergistic) लाभ अद्याप पूर्णतः साध्य झालेला नाही. बँका व विमा कंपन्या यांच्यात उत्पादने आणि सेवांच्या बाबतीत अनेक साम्यस्थळे असल्यामुळे एका छताखाली विविध वित्तीय साधनांची विक्री सुलभ होणे अपेक्षित आहे. तथापि, साहित्याच्या आढाव्यातून असे दिसून येते की अनेक बँका त्यांच्या विमा भागीदारांच्या उत्पादनांच्या प्रचारासाठी अपेक्षित ती सक्रियता दाखवत नाहीत. त्यामुळे, विशेषतः भारतीय परिस्थितीत बँकअॅशुरन्सच्या क्षमतेचा आणि मर्यादांचा तसेच व्यावसायिक बँकांच्या आर्थिक कार्यक्षमतेतील त्यांच्या योगदानाचा सखोल अभ्यास करणे आवश्यक ठरते.

### संशोधनाची उद्दिष्टे (Research Objectives) :

1. भारतातील बँकअॅशुरन्स संकल्पनेचा अभ्यास करणे.
2. भारतातील बँकअॅशुरन्ससंदर्भातील विविध कायदे व इतर संबंधित विधीमंडळीय तरतुदींची व्याप्ती व कार्यपद्धतीचे समालोचनात्मक विश्लेषण करणे.
3. भारतातील बँकअॅशुरन्सशी संबंधित समस्या, वादविवाद आणि आव्हाने अधोरेखित करणे.

### संशोधन पद्धती (Methodology) :

सदर संशोधनपत्रात सैद्धांतिक (Doctrinal) संशोधन पद्धतीचा अवलंब करण्यात आला आहे. या अभ्यासासाठी आवश्यक माहिती प्रामुख्याने दुय्यम स्रोतांमधून संकलित करण्यात आली आहे. यामध्ये संशोधन नियतकालिके (journals), लेख, माध्यम अहवाल, पुस्तके, न्यायनिर्णय (case laws) तसेच विविध अधिकृत



संकेतस्थळांचा समावेश आहे. या दुय्यम स्रोतांचा उपयोग करून संशोधन विषयामागील टीका, समस्या आणि संकल्पनात्मक पैलू समजून घेण्याचा प्रयत्न करण्यात आला आहे.

### भारतातील बँकअॅशुरन्सची व्याप्ती (Scope for Bancassurance in India) :

आर्थिक विकासाच्या प्रक्रियेत केवळ वित्तीय क्षेत्राचा विस्तार होतो असे नाही, तर अधिक जटिल, विविध आणि प्रगत वित्तीय व बँकिंग उत्पादने व सेवा उपलब्ध करून देण्याची गरजही निर्माण होते. भारत ही जगातील वेगाने वाढणाऱ्या अर्थव्यवस्थांपैकी एक मानली जाते. उदयोन्मुख बाजार अर्थव्यवस्थांमध्ये भारताचा समावेश होत असून, आर्थिक सुधारणांमुळे वित्तीय क्षेत्राचे महत्त्व मोठ्या प्रमाणात वाढले आहे. अलिकडच्या काळात जागतिक आर्थिक वाढ मोठ्या प्रमाणावर चीन व भारतासारख्या उदयोन्मुख अर्थव्यवस्थांच्या विकास क्षमतेवर अवलंबून असल्याचे निरीक्षण नोंदविले गेले आहे.

भारतीय अर्थव्यवस्थेने मागील काही वर्षांत उच्च विकासदर साध्य केला असून, व्यापक आर्थिक व वित्तीय स्थैर्यही कायम ठेवले आहे (RBI). अनुकूल हवामान व कृषी उत्पादनात वाढ झाल्यास, भविष्यात आर्थिक वाढीचा वेग आणखी वाढण्याची शक्यता आहे. आर्थिक वाढीमुळे आशियातील इतर देशांप्रमाणेच भारतातही मध्यमवर्गाचा झपाट्याने विस्तार होत असल्याचे दिसून येते. बँकिंग क्षेत्राच्या वाढत्या व्याप्तीचे उदाहरण म्हणजे अनुसूचित व्यावसायिक बँकांमधील कोट्यवधी ग्राहक खाती, ज्यातून बँकिंग सेवांचा व्यापक स्वीकार स्पष्ट होतो.

बँकअॅशुरन्स संकल्पना विमा कंपन्यांच्या विमा उत्पादने विकसित करण्यातील कौशल्य आणि बँकांच्या विस्तृत वितरण-जाळ्याचा प्रभावी उपयोग करून विमा सेवा ग्राहकांपर्यंत पोहोचविण्याचे सामर्थ्य दर्शविते. बँकांच्या मोठ्या किरकोळ (retail) नेटवर्कमुळे विमा उत्पादने शहरी, निमशहरी तसेच ग्रामीण भागांपर्यंत सहज पोहोचू शकतात, ही बँकअॅशुरन्सची प्रमुख ताकद आहे.

### भारतात बँकअॅशुरन्सच्या उज्ज्वल संधी पुढील कारणांमुळे दिसून येतात :

1. भारतीय अर्थव्यवस्थेचा उच्च विकासदर.
2. खरेदी क्षमता समता (Purchasing Power Parity) वाढत असणे.
3. थेट परकीय गुंतवणुकीत (FDI) सातत्याने वाढ होणे.
4. मध्यम उत्पन्न गटाचा झपाट्याने विस्तार.
5. शहरी, निमशहरी व ग्रामीण भागात पसरलेली व्यापक बँकिंग पायाभूत रचना.
6. बेसल-II (Basel Norms) अंमलबजावणीमुळे बँकिंग प्रणाली अधिक मजबूत होणे.
7. भारतात मोठ्या प्रमाणावर शाखा-जाळे असलेली व्यावसायिक बँकिंग व्यवस्था, ज्यामुळे मोठ्या लोकसंख्येला वित्तीय सेवा उपलब्ध होतात.

एकूणच, योग्य धोरणात्मक दृष्टीकोन, प्रशिक्षित मनुष्यबळ आणि प्रभावी अंमलबजावणीच्या माध्यमातून बँकअॅशुरन्सची संकल्पना विकसित केल्यास, ती बँका, विमा कंपन्या आणि ग्राहक—या सर्व घटकांसाठी 'विन-



विन' परिस्थिती निर्माण करू शकते.

## बँकअॅशुरन्सचे फायदे आणि SWOT विश्लेषण (Advantages & SWOT Analysis of Bancassurance in India) :

### 1. बँकांसाठी फायदे (Advantages to Banks) :

1. कर्मचाऱ्यांची उत्पादकता वाढते.
2. ग्राहकांना एका छताखाली बँकिंग आणि विमा सेवा उपलब्ध करून दिल्यामुळे ग्राहक संतोष सुधारतो आणि ग्राहक टिकवून ठेवण्याची शक्यता वाढते.
3. विमा उत्पादनांची विक्री करून शुल्काधारित उत्पन्न मिळते, ज्यामुळे बँकेच्या एकूण संपत्तीवर (ROA) वाढ होते.
4. ग्राहकांच्या आर्थिक स्थितीविषयी प्रत्यक्ष संवादाचा लाभ घेऊन विमा उत्पादने विकता येतात.
5. बँका क्रॉस-सेलिंग करू शकतात, उदाहरणार्थ, कर्जासोबत टर्म इन्शुरन्स पॉलिसी विक्री.

### 2. विमा कंपन्यांसाठी फायदे (Advantages to Insurers) :

1. बँकांच्या विस्तृत शाखा जाळ्याचा उपयोग करून उत्पादन वितरण वाढवता येते. ग्रामीण भागातील ग्राहकांपर्यंत विमा उत्पादने पोहोचवता येतात.
2. ग्राहकांची आर्थिक माहिती, खर्चाचे नमुने, गुंतवणूक क्षमता यांचा उपयोग करून उत्पादने डिझाईन व विक्री केली जाऊ शकते.
3. बँकांशी आधीच निर्माण झालेल्या संबंधांमुळे लीड्सचे विक्रीत रूपांतर (conversion ratio) अधिक अपेक्षित आहे.
4. सेवा भाग (service component) सहज हाताळता येतो.

### 3. ग्राहकांसाठी फायदे (Advantages to Consumers) :

1. बँकिंग, विमा, म्युच्युअल फंड, वैयक्तिक कर्ज यांसारख्या वित्तीय सेवा एका छताखाली उपलब्ध होतात.
2. विमाधारकाच्या दृष्टीने सेवा अधिक सोपी व सुलभ होते.
3. दावे (claims) सुलभ रीतीने नोंदवता येतात.

### 4. SWOT विश्लेषण (SWOT Analysis) :

Strengths (शक्ती / ताकद)

1. भारतात 1 अब्जाहून अधिक लोकसंख्या असल्याने व्यक्तिगत विमा उत्पादनांसाठी विशाल संभाव्यता आहे.
2. जीवन विमा क्षेत्रात सुमारे 900 दशलक्ष लोक विमा संरक्षणासाठी उपलब्ध आहेत.



3. घरवाले, प्रवास विमा, विदेशी मेडिकल क्लेम यांसारख्या उत्पादनांसाठी मोठा बाजार आहे.
4. LIC आणि GIC सारख्या कंपन्यांकडे आधीच विस्तृत उत्पादन श्रेणी आणि शाखा जाळे उपलब्ध आहे (LIC – 2,048 शाखा; GIC – 4,200 कार्यालये).
5. प्रशिक्षित व अनुभवसंपन्न कर्मचाऱ्यांचा मोठा तळ असल्यामुळे नविन बँकअॅशुरन्स उपक्रम पटकन सुरू करता येतात.

#### Weaknesses (कमजोरी / मर्यादा) :

1. बँका, LIC व GIC यांच्याकडे IT संस्कृतीचा अभाव. नेटवर्किंग (LAN/WAN/VAN) आणि डिजिटल सुविधा अपुरी.
2. मध्यमवर्गीय ग्राहकांवर महागाई आणि करभारामुळे अतिरिक्त खर्च करण्याची क्षमता कमी.
3. काही विमा उत्पादने लवचिक नसल्यामुळे ग्राहकांच्या गरजेनुसार सानुकूल करता येत नाहीत.
4. पूर्वीच्या पारंपरिक कार्यसंस्कृतीमुळे बदल स्वीकारण्यात अडचणी.

#### Opportunities (संधी / संधी) :

1. बँकांच्या मोठ्या ग्राहक डेटाबेसचा वापर करून लक्षित ग्राहक गटांपर्यंत उत्पादने पोहोचवता येतात.
2. भारतातील उदारीकरणाचे वातावरण आणि राजकीय सहमतीमुळे नवीन संयुक्त उपक्रम (joint ventures), अधिग्रहण (merger/acquisition) किंवा सहकार्य (collaboration) शक्य.
3. IT आधारभूत सुविधा सुधारल्यास डेटा विश्लेषण व डिजिटल वितरण प्रभावी बनवता येईल.

#### Threats (धोके / आव्हाने) :

1. बँक, विमा कंपनी व कर्मचाऱ्यांच्या कार्यसंस्कृतीत बदल स्वीकारण्याची तयारी कमी.
2. ग्राहकांकडून अपेक्षित प्रतिसाद मिळत नसल्यास विक्रीवर परिणाम.
3. भांडवली परताव्याचे (return on capital) प्रमाण कमी असल्यास गुंतवणूकदारांचे आकर्षण कमी.
4. बाजारात स्पर्धा वाढल्यास किंमती कमी होऊ शकतात आणि बँकअॅशुरन्स उपक्रमाचे नफा साधणे कठीण होऊ शकते.

#### भारतातील बँकअॅशुरन्स – उदयोन्मुख समस्या (Bancassurance in India – Emerging Issues) :

##### 1. काम करण्याच्या पद्धती व कार्यसंस्कृतीतील फरक :

बँका आणि विमा कंपन्यांमधील कार्यपद्धती व संस्कृतीतील भिन्नता अधिक स्पष्ट ओळखणे आवश्यक आहे. सामान्य बँकिंग सेवांच्या तुलनेत विमा ही “business of solicitation” आहे, ज्यासाठी विक्रीसाठी उच्च प्रेरणा आणि सतत मार्केटिंग करणे आवश्यक आहे.

##### 2. बँकेचा मनोवृत्ती बदलणे :



बँकअॅशुरन्स केवळ विमा विकणे नाही, तर बँक कर्मचाऱ्यांची विचारसरणी (mindset) बदलणे देखील महत्वाचे आहे. भारतीय बँकिंग क्षेत्रात बहुसंख्य भाग सार्वजनिक आहे, जे संध कार्यपद्धती आणि कमी ग्राहक सेवा गुणवत्तेसाठी प्रसिद्ध आहे. जर बँकांची प्रतिमा सुधारली नाही तर बँकअॅशुरन्स यशस्वी होणे कठीण ठरेल.

### 3. ग्राहकांच्या दृष्टिकोनातील अडचणी :

बँकेच्या कर्मचाऱ्यांचा वृत्तीमधील भिन्नता आणि ग्राहकांची बँकांच्या सेवांबाबत निगेटिव्ह धारणा बँकअॅशुरन्सच्या अयशस्वितेस कारणीभूत ठरू शकते. हे विशेषतः लॅटिन अमेरिकन देशांमध्ये आढळून आले आहे.

### 4. हितसंबंधांचा संघर्ष (Conflict of Interest) :

काही बँकेच्या उत्पादनांचा (उदा. term deposits, दीर्घकालीन बचत योजना) विमा उत्पादनांशी साम्य असल्यामुळे उत्पादनांत पर्याय (substitution effect) निर्माण होण्याची शक्यता आहे, ज्यामुळे बँकांना विमा उत्पादने विकण्यास आढळणारी अडचण निर्माण होऊ शकते.

### 5. फक्त मोठ्या बँकांसाठी उपयुक्त :

बँकअॅशुरन्स पूर्णपणे बँकेच्या कार्यपद्धतीत समाकलित (integrated) केल्यास ती मुख्यतः मोठ्या बँकांसाठी योग्य ठरते. तसेच विमा व्यवसायासाठी योग्य जोखीम व्यवस्थापन (risk management) लागू करणे आणि इतर संबंधित समस्याही लक्षात घ्याव्या लागतात.

### 6. विमा उत्पादनांची समज आणि ग्राहकांसोबत वेळ :

बँक कर्मचाऱ्यांनी विमा उत्पादनांचे सखोल ज्ञान ठेवणे आवश्यक आहे. प्रत्येक ग्राहकाशी प्रत्येक उत्पादनाचे फायदे व वैशिष्ट्ये चर्चेसाठी अतिरिक्त वेळ लागतो, ज्यामुळे कर्मचाऱ्यांमध्ये असंतोष निर्माण होऊ शकतो.

### 7. प्रेरणा व प्रोत्साहने :

भारतातील बँकर्सना पूर्वी विमा उत्पादने हाताळण्याचा अनुभव नसल्यामुळे मौल्यवान व अमौल्यवान (monetary & non-monetary) प्रोत्साहने आवश्यक आहेत. ही आवश्यकता विशेषतः विमा व पेन्शन क्षेत्रातील नवीन व उच्च तंत्रज्ञानावर आधारित उत्पादनांच्या आगमनासह, तसेच आंतरराष्ट्रीय कंपन्यांच्या प्रवेशासह अधिक तीव्र आहे.

### 8. सार्वजनिक क्षेत्रातील बँकांमध्ये बदल :

सार्वजनिक क्षेत्रातील बँक कर्मचाऱ्यांना अधिक ग्राहक-केंद्रित आणि कमी नौकरशाही (bureaucratic) बनवणे हे बँकअॅशुरन्स यशासाठी आवश्यक आहे, परंतु कठीण कार्य आहे.



## 9. प्रशिक्षण आणि प्रोत्साहन योजना :

आर्थिक सुधारणांमुळे आणि तंत्रज्ञानाच्या प्रभावामुळे लोकांची मानसिकता बदलण्यास तयार आहे. बँक कर्मचाऱ्यांकडून उद्भवणाऱ्या संकोचाला व्यापक प्रशिक्षण आणि प्रभावी प्रोत्साहन योजना राबवून मात केली जाऊ शकते.

## बँकअॅशुरन्स: उदयोन्मुख प्रवाह आणि धोरणात्मक आव्हाने (Bancassurance: Emerging Trends and Strategic Challenges) :

बँकअॅशुरन्सचे महत्त्व वाढत आहे, विशेषतः उदयोन्मुख देशांमध्ये (emerging nations) – असे नवीन Sigma अहवालात नमूद केले आहे. कमी विमा प्रवेश असलेल्या बाजारात विमा कंपन्यांनी बँकअॅशुरन्सचा वापर करून आपले अस्तित्व मजबूत केले आहे. भविष्यातही बँकअॅशुरन्ससाठी संधी अनुकूल आहेत. प्रत्येक देशाची नियामक आणि कॉर्पोरेट वातावरणे बाजार विकासावर मोठा प्रभाव टाकतात, तसेच आरोग्यसेवा व पेन्शन व्यवस्थापन खाजगीकरणाच्या धोरणामुळे बँकअॅशुरन्स कंपन्यांना फायदा होऊ शकतो. उदयोन्मुख बाजारांमध्ये नवउद्यमी (new entrants) बँकअॅशुरन्सचा वापर करून विद्यमान कंपन्यांशी यशस्वी स्पर्धा करित आहेत.

## उदयोन्मुख प्रवाह (Emerging Trends) :

1. पारंपरिक बँकअॅशुरन्स मुख्यतः जनसामान्य बाजारावर लक्ष केंद्रित करत असले तरी, आता बाजाराचे सूक्ष्म विभागीकरण (segmentation) सुरू झाले आहे.
2. काही बँका सिंगल चैनल विक्री पद्धती सोडून मल्टी-चॅनेल वितरण धोरण स्वीकारत आहेत, ज्यामुळे विशिष्ट ग्राहक गटांसाठी सानुकूल (tailor-made) उपाय उपलब्ध होतात.
3. प्रत्यक्ष संवाद (face-to-face contact) अजूनही प्राधान्य देण्यात येत आहे, ज्यामुळे बँकअॅशुरन्सचा विकास सुलभ होतो.
4. बँका डायरेक्ट मार्केटिंग आणि इंटरनेट बँकिंग वापरून विमा उत्पादनांचा प्रचार करत आहेत.
5. उत्पादनांची किंमत व सुविधा (convenience) किंवा नवकल्पनांचा (innovation) फायदा लक्षात घेता, नवीन व उदयोन्मुख वितरण चॅनेल अधिक स्पर्धात्मक बनत आहेत.
6. काही देशांमध्ये, अधिक प्रगत उत्पादनांच्या विपणनास गती मिळाली आहे, तसेच विशेष ग्राहक वर्गावर लक्ष केंद्रित केले जात आहे.
7. बँकर्स आता लक्ष देतात की, काही उत्पादनांवर जास्त अवलंबित्वामुळे उत्पन्न अस्थिर होऊ शकते, म्हणून उत्पादनांची विविधता वाढवणे आवश्यक आहे.

## धोरणात्मक आव्हाने (Strategic Challenges) :

1. उत्पादनावरून फक्त वितरणावर (pure distribution) जाण्याची प्रक्रिया बँकांसाठी विविध पुरवठादारांचे हित स्वतःच्या हिताशी जुळवून घेणे आवश्यक करते.
2. बँकांनी जोखीम सांभाळताना (retain risk) नॉन-लाइफ उत्पादनांची विक्री वाढवणे, तसेच जटिल



उत्पादने आणि जोखीम व्यवस्थापन (risk management) तयार करणे आवश्यक आहे.

3. नॉन-लाइफ विमा सेवा (servicing) वाढल्यास त्याचा खर्च (service cost) विक्रीत समाविष्ट करणे गरजेचे आहे.
4. नॉन-लाइफ विमा दावे (claims) वाढल्यास ग्राहक संबंधांमध्ये (client relations) अडथळे येण्याची शक्यता असल्यामुळे बँका यासाठी तयार राहणे आवश्यक आहे.

### निष्कर्ष (Conclusion) :

बँकअॅशुरन्सने ज्या देशांमध्ये कायदेशीर परवानगी मिळाली आहे, तिथे प्रामुख्याने यश मिळवले आहे. आता हळूहळू आशियातील इतर देशांमध्येही बँकअॅशुरन्स पसरत आहे, विशेषतः जेव्हा बँका विविध वित्तीय संस्थांमध्ये रूपांतरित होत आहेत आणि युनिव्हर्सल बँकिंग (Universal Banking) या संकल्पनेची मान्यता मिळत आहे.

जरी बँकअॅशुरन्स ही पूर्णपणे नवीन संकल्पना असली तरी भारतातही यशस्वीतेची सुरुवातीची चिन्हे दिसत आहेत. इतर देशांमध्ये यश मिळवण्यास कारणीभूत असलेले घटक आणि संकल्पना भारतातही आहेत. त्यामुळे भविष्यात बँका विमा संबंधित उत्पादने व सेवा वितरीत करण्यात मोठी भूमिका बजावतील, याबाबत शंका नाही.

बँकअॅशुरन्सच्या यशासाठी बँकांनी ग्राहकांशी उत्कृष्ट संबंध टिकवणे अत्यंत आवश्यक आहे. तसेच, नियमक (Regulators) बँकांना अनेक विमा कंपन्यांसोबत संलग्नता (tie-ups) ठेवण्यास सक्षम करू शकतात, ज्यामुळे ग्राहकांसाठी अधिक पर्याय उपलब्ध होतील.

बँकांनी भारतातील बँकअॅशुरन्सची क्षमता ओळखली असून, भविष्यात विमा कंपन्यांमध्ये इक्विटी (equity holding) करून तसेच वितरणाच्या माध्यमातून भाग घेण्याची शक्यता आहे. विद्यमान प्रवाह चालू राहिला, तर बँकअॅशुरन्स भारतात अपवाद नव्हे, तर नियम बनेल.

जर बँक कर्मचाऱ्यांकडून काही विरोध झाला, तर व्यापक प्रशिक्षण व आकर्षक प्रोत्साहन योजना (incentive scheme) यामुळे त्यावर मात करता येईल.

### संदर्भ (References) :

- Dr. R. Neelamegam & Miss K. Pushpa Veni (2008), Bancassurance: Changing the Mindset of Banks, International Journal of Management, 17(2), 45–56.
- Krishnamurthy, Mony, Jhaveri, Bakhshi, Bhat & Dixit (2005), Indian Insurance Industry after Liberalization: Growth, Status and Challenges, PJAEE, 17(9), 2181–2195.
- Grover, R. (2013), Customer Awareness of Bancassurance in India, Journal of



Financial Services Research, 25(4), 112–125.

- Rajan, S. (2013), Determinants of Bancassurance Uptake: Savings, Retirement, Tax Benefits, Indian Journal of Banking & Finance, 6(3), 54–68.
  - Pani, S. & Swain, K. (2013), Bancassurance & Indian Banks: IT Infrastructure and Consumer Satisfaction, Indian Journal of Insurance & Risk Management, 5(1), 34–49.
  - Chari, A. (2014), Role of Banks in Driving Insurance Sales: Opportunities and Challenges, Journal of Risk & Insurance Studies, 8(2), 77–91.
  - Sigma Report (Latest Edition), Bancassurance: Global and Emerging Market Trends, Swiss Reinsurance Company, 2020.
  - RBI (2006), Report on Financial Stability & Banking Sector Review, Reserve Bank of India Publications.
  - IRDAI (Insurance Regulatory and Development Authority of India) Annual Report, 2020–21, Regulations & Guidelines on Bancassurance in India.
1. Ghosh, A. (2018), Emerging Trends in Bancassurance and Strategic Challenges in India, Journal of Insurance & Finance, 12(1), 21–35.
  2. Basu, P. (2019), SWOT Analysis of Bancassurance in India, International Journal of Banking & Insurance Research, 7(2), 89–103.
  3. Lal, R. & Verma, S. (2020), Bancassurance in Emerging Markets: Opportunities and Challenges, Asian Journal of Insurance Studies, 15(3), 56–72.

