بیمه خانوار یک هدف اینترنتی

انتخاب‏های پیش روی جامعهء اروپا

مقامات مالیاتی در کشورهای دیگر اروپایی، ممکن است به زودی این حرکت دولت انگلیس را دنبال کنند.در پی تصمیم به اجرای گردش پول‏ واحد اروپایی در 11 کشور از اول ژانویهء 1999، شایع شده است که جامعهء اروپا در حال بررسی‏ تمامی جنبه‏های مربوط به گروه‏بندی مالیات بر ارزش افزوده است.جامعهء اروپایی سه گزینه را پیش روی خویش شناسایی کرده است:1.ملغی‏ کردن کلی تسهیلات گروه‏بندی مالیاتی در سراسر جامعه اروپا؛2.تعمیم تسهیلات گروه‏بندی به‏ تمامی کشورهای عضو به همراه هماهنگ‏سازی‏ قوانین مربوط؛3.نگهداری و حفظ وضعیت فعلی‏ که شامل هماهنگ کردن قوانین در کشورهایی است‏ که تسهیلات گروه‏بندی دارند.در حالی که‏ گفت‏وگوهایی در این مورد ادامه دارد به نظر می‏رسد که جامعهء اروپا تصمیم دارد تا وضعیت را تغییرندهد.

منبع:

ReinsuranceṣAugust 1998.

مالزی و امکان زیاد برای بیمهء اسلامی

به گفتهء آقای انور ابراهیم معون نخست وزیر و وزیر اقتصاد مالزی،هنوز امکان زیادی به ویژه بین جامعهء مسلمانان مالزی برای مشارکت در بیمهء اسلامی یا تکفل وجود دارد.آقای انور گفته است که هزینهء خدمات بیمهء تکفل خانوادگی بسیار کمتر از بیمهء زندگی متداول است.

به گفتهء معاون نخست وزیر مالزی تنها بین24 تا 25 درصد از مالزیایی‏ها تحت پوشش بیمه هستند و از این تعداد تنها 9 درصد از نژاد مالالیی هستند.وی‏ از بخش‏های دولتی و خصوصی تقاضا کرده است‏ که به کارمندان خود فرصت بدهند تا با تکفل(بیمهء اسلامی)آشنا شوند و خودشان تصمیم بگیرند که‏ در آن شرکت کنند یا خیر.آقای انور هم‏چنین تأکید کرده است که منظور وی از این گفتار،کم‏رنگ جلوه‏ دادن نقش و سهم صنعت بیمهء متداول نیست.

منبع:

Asia Insurance ReviewṣAugust 1998.

بیمهء خانوار،یک هدف اینترنتی

بر اساس یک گزارش،احتمال می‏رود که رقابت‏ فزایندهء سوپرمارکت‏ها،مؤسسات عام المنفعه و شبکهء اینترنت فشار بیشتری بر بیمه‏گران خانوار وارد آورند.این گزارش که بیمهء«خانوار انگلیسی»نام‏ دارد ادعا میکند که نزدیک به یک پنجم مشتریان‏ مایلند که بیمهء وسایل منزل خود را از طریق اینترنت‏ خریداری کنند.

در حال حاضر،توزیع وسایل منزل به منزل را بانک‏ها و مؤسسات ساختمانی کنترل می‏کنند.در گزارش مذکور که آن را شرکت تحلیل‏گر«دیتا مانیتور»ارائه داده است،ادعا می‏شود که 70 درصد وثیقه‏گذاران‏[رهن‏گذاران‏]انگلستان برای خرید بیمهء خانوار به وامداران خود مراجعه می‏کنند.

ارقام نشان می‏دهد که وثیقه‏گذاران در حفظ مشتریان خود بسیار موفق عمل می‏کنند و در حال‏ حاضر وفاداری مشتریان بسیار بالاست.به هر حال، از آنجا که همگی این شرکت‏ها شناخته شده،دارای‏ تجربهء خرده‏فروشی غنی و مشتریان بسیار دارند لذا حضور در بازار بیمهء سوپر مارکت‏های غول‏آسای‏ تسکو،سینزبوری و شرکت عام المنفعهء سنتریکا تکاپوی جدیدی می‏طلبد.

خانم سارا ویلیامن از شرکت دیتامانیتور می‏گوید:«کانال‏های جدید توزیع در دست عمل‏ کردن پیوندی که به طور سنتی بین فعالیت‏های وامی به رهنی و توزیع بیمهء خانوار وجود داشته است‏ توانایی لازم را دارند.هر کدام نتایج خاص خود را دارد.مزیت اصلی سوپرمارکت‏ها داشتن پایگاهی‏ عظیم از مشتریان وفادار است که با آنها تماس‏ همیشگی دارند.در مورد شرکت‏های عام المنفعه‏ این مزیت به معنای کسب نام بسیار معتبر است.

مزیت عمدهء اینترنت،به منزلهء وسیلهء توزیع بیمهء خانوار،آسان کردن کار مشتریان در امر مقایسهء قیمت‏هاست.»

منبع:

Insurance DayṣMay 5ṣ1998.

زنان در بیمهء اتکایی

طرح‏هایی به منظور ایجاد شبکه‏ای بین‏المللی برای‏ زنان حرفه‏ای در بیمهء اتکایی و زمینه‏های وابسته در دست اقدام است.این شبکه«زنان در بیمهء اتکایی» نام دارد و دست در کاران آن به همین منظور در مونت‏کارلو نشستی خواهند داشت.هدف گروه‏ ارائه‏دهندهء طرح،ایجاد شبکه‏ای برای تبادل‏ اطلاعات و بحث است.گروه در فکر ایجاد حلقه‏های خصوصی در هر یک از مراکز اصلی بیمهء اتکایی در سراسر جهان و به کارگیری گروه‏های‏ بین‏المللی مانند Pender-vouse است.گروه‏ هم‏چنین،به انتشار فهرستی از اعضای خود در پایان‏ سال تمایل دارد.

گروه«زنان در بیمهء اتکایی»در حال سازماندهی‏ یک گردهمایی فرعی در مونت‏کارلوست که در تاریخ ششم سپتامبر 1998 از ساعت 11 صبح تا 2 بعد از ظهر در هتلی برگزار خواهد شد.سخنران‏ میهمان آقای هاری‏لویس رومی مدیر عامل انجمن‏ بازار بین‏المللی بیمه و بیمهء اتکایی از لندن است.

منبع:

Reinsrance August 1998.