نوآوری در بیمه زندگی استرالیا

خیر،در بررسی پوشش‏های چند رشته‏ای و تنظیم‏ متن‏های کارگزاری باید توجه خاصی شود.

مقامات مونیخ ری در سمینار اعلام خطر کردند که‏ استدلال این که‏"سال 2000 یک حادثه شناخته شده و قابل پیش‏بینی است و بنابراین تحت پوشش نیست‏" ممکن است صدق نکند.آقای باکس اظهار داشت‏ "چون آسیب به اموال دیگر و خسارت ممکن است‏ اتفاقی تلقی شود.

در طول سمینار،مونیخ ری هم‏چنین اعلام خطر کرد که مشکل هزاره ممکن است به قشرهای مختلف‏ بیمه تأثیر گذارد؛از جمله مسؤولیت مدیران و افسران، مسؤولیت خسارت حرفه‏ای،خطاها و سهل‏انگاری‏ها و مسؤولیت عمومی شخص ثالث و بیمه‏دریایی.

در رشته بیمه‏دریایی،بیمه‏گران کالا ممکن است با ادعاهای خسارت زیاد ناشی از هدایت اشتباهی کالا و کانتینرها یا خرابی در دستگاه‏های سردساز مواجه‏ شوند در صورتی که بیمه‏گران بدنه ممکن است با خسارت ناشی از عملکرد اشبتاه دستگاه‏های‏ الکترونیکی کشتی،خطای ناوبری و آسیب‏ها در طول‏ بارگیری و تخلیه ناشی از دستگاه‏های بندری معیوب‏ مواجه شوند.

آقای آندریاس ویدلینج،مدیرکل بازاریابی،منابع‏ انسانی و سیستم‏های اطلاعاتی در مونیخ ری‏ سنگاپور،در خاتمه به 70 شرکت کننده شناخته شده‏ گفت:"عقربه زمان به جلو می‏رود!اقدام فوری‏ ضروری است."

منبع:

Asia Insurance June 1998.

نوآوری در بیمهء زندگی استرالیا

دراین مقاله آقای راب ویلی مدیر گروه‏ شرکت‏های بیمهء عمر Deloitte Touche Tohmatsua Natioal ضمن پیشگویی آینده مسیری‏ را برای بیمهء عمر استرالیا ترسیم می‏کند. Anon می‏گوید:«به آنچه که داده‏های آماری می‏گویند معتقد نشوید مگر اینکه دقیقا بررسی کنید که این اطلاعات‏ آماری چه چیزی را نمی‏گویند.»

Anon می‏گوید از داده‏های آماری استفاده نکن‏ مگر آن‏که به محدودیت‏های آن وقوف کامل داشته‏ باشی.تا یک نسل پیش،تقریبا به مدت 150 سال دو محصول کلیدی صنعت بیمهء عمر را در استرالیا هدایت‏ می‏کردند.این دو عبارت بودند از بیمه عمر و مستمری‏ کامل.بعدها از طریق امریکا بیمهء عمر به شرط فوت‏ وارد بازار استرالیا شد.آن‏گاه حضور بیمه‏نامه‏های به‏ هم‏پیوسته و یا تنها با پوشش‏های مربوط به‏ سرمایه گذاری و ریسک،یا جداگانه که نیازهای‏ گوناگون افراد باهوش و فهمیده را تأمین می‏کند،به‏ تدریج در بازاراحساس شد.

در اواخر در دههء 1980،دولت استرالیا مانند سایر دولت‏ها متوجه شد که تغییر هرم سنی جمعیت بدین‏ معنی است که باید از بیشتر مردم بخواهند تا بازنشستگی خود را به‏طور کامل یا تاحدی ذخیره‏ کنند و در نتیجه آن را قانونی نمایند.البته همراه با اقدامات تشویقی لازم و تنبیهی قوی‏تر.در نتیجه‏ تأمین،سالخوردگی به محصول پول‏سازی بدل شد.

بدین ترتیب در اواسط 1998بازار کجا قرار دارد؟ و از آن مهم‏تر به کجا می‏رود؟گزارش Deloitte Life Insurance Industry Survey به برخی از پرسش‏ها جواب می‏دهد.

اولویت جدید:مدیریت پول

گزارش تأیید می‏کند که از بسیاری جهات اصطلاح‏ بیمهء عمر اسم بی‏مسمایی است.صنعت در حال حاضر درگیرودار نوسازی خود است و مهیا کنندهء درجات‏ وسیعی از سرمایه گذاری و پوشش‏های مربوط به بیمهء بازنشستگی با تأکید کمتر بر پوشش‏های ریسک‏ است.موارد ذیل از جمله دستاوردهای کلیدی‏ هستند:

-انتظار می‏رود که یکی از رشد یافته‏ترین بخش‏های‏ صنعت بیمهء عمر باشد.انتظار می‏رود که بیمهء عمر مانند محصولات دیگر بازار از رشد مضاعف برخوردار شود.

-صنعت بیمه تا حد زیادی کاهش هزینه‏ها را به عهده‏ می‏گیرد اما ماهیت ثابت این بازار بدین معنی است که‏ تمام کاهش هزینه‏ها به نقطهء سربه‏سر می‏رسد.

-فن‏آوری اطلاعات مهمترین موضوعی است که‏ صنعت با آن مواجه است.

-ایجاد تنوع مورد انتظار سکوهای توزیع.

چشم انداز رشد قوی

پس‏انداز،بازنشستگی و صنعت بیمه ظرفیت رشد جالب توجهی در اقتصاد دارند.در این بازارها شرکت‏های بیمهء عمر برای همکاری در موضع قوی‏ قرار دارند.انتظار می‏رود که رشد چشم‏گیر سه سال‏ آینده محصولات مربوط به بیمهء مقرری مادام العمر سالانه 15 درصد و شرکت‏های سرمایه گذاری در سهام سالانه 20 درصد باشد.پیش‏بینی می‏شود که‏ پوشش مربوط به ریسک خالص 10 درصد رشد داشته باشد.با فرض تداوم 2 الی 3 درصد رشد فعلی‏ GDP و تورم پایین،مذکور سطح مذکور رشد بیشتر از دو برابر رشد کل سیستم اقتصادی است.با چنین سطح‏ رشدی،بیمه‏نامه‏های پس‏انداز و بازنشستگی جاذبه‏ رقابتی چشم‏گیری دارند.

تنگنای سود محدود

با در نظر گرفتن ماهیت رقابتی این صنعت در حال‏ رشد دست‏اندرکاران به کاهش هزینه‏ها به منظور بهبود یا تحکیم سودآوری متمرکز شده‏اند.محصولاتی که‏ انتظار می‏رود کاهش هزینه‏هایشان بیشتر باشد عبارتند از سرمایه گذاری‏های مربوط به بازار سرمایه گذاری در شرکت‏های سرمایه گذاری در سهام‏ و پوشش‏های ریسک خالص.جالب آنکه انتظار می‏رود با پایین آوردن هزینه از طریق ادغام‏ها به‏ میزانی بیش از کاهش هزینه‏های جاری؛منابع جدید کاهش هزینه به وجود آید.این مطلب را با صرفه‏جویی‏های ناشی از ارائه خدمات در مقیاس‏ وسیع که در سایهء رشد چشم‏گیر و تازهء فعالیت‏های‏ اقتصادی حاصل می‏شود،می‏توان توضیح داد.اما توانایی صنعت در کاهش هزینه‏ها ادغام را در سطحی که مشخص شده است باید با در نظر گرفتن‏ تأثیر طرف‏های ثالث در فرایند ادغام مورد سؤال قرار داد.به طور غریزی باید انتظار داشته باشیم که تمرکز زیاد برکاهش هزینه‏های جاری،موجب کنترل‏ بیشتری از جانب مدیریت بر روی اجزاء آن می‏شود.

نیروی محرکه‏ای که پشت تمایل صنعت به کاهش‏ هزینه‏ها قرار دارد از حرکت برای افزایش بازدهی در مواجهه با رقابت فزاینده ناشی می‏شود و انتظار می‏رود این رقابت منجر به تحت فشار قرار گرفتن هزینه‏های‏ سه سال آینده گردد.به عنوان مثال،هزینه‏های جاری‏ مدیریت درباره کل فروش محصولا سرمایه گذاری‏ به طور متوسط 15 واحد از قیمت اولیه پایین‏تر رفته است.هزینه‏های ورودی کل فروش 45 واحد و هزینه‏های خروجی 30 واحد تا حدی تعجب‏آور است که طی 12 ماه گذشته کاهش نهایی فقط در سطح‏ هزینه‏ها بوده است.

پویایی کاهش هزینه برای صنعت بیمه مثبت است. ولی آن را باید در ارتباط با سقوط قابل پیش‏بینی‏ بعدی در سطح نرخ‏ها تفسیر کرد.بنابراین بدون اصلاح درهزینه‏ها سودآوری،تحت فشار قرار خواهد گرفت.

هزینهء فن‏آوری اطلاعاتی

فن‏آوری اطلاعاتی مهم‏ترین موضوعی است که به‏ صنعت تحمیل می‏شود،و دست‏اندرکاران مقدار زیادی زمان و پول در فرآیند اصلی مهندسی برای‏ ارائه راه‏حل‏های رقابتی‏تر جهت فعالیت خود سرمایه گذاری می‏کنند.با توجه به تغییرات سریع که‏ در فن‏آوری اطلاعاتی رخ می‏دهد و باانگیزهء جهانی‏ برای بهبود نظام فن‏آوری اطلاعاتی،این اطمینان‏ وجود ندارد که کاهش هزینه در فن‏آوری اطلاعاتی‏ لزوما به مزیت‏های نسبی قابل توجهی منجر خواهد شد.

اشباع توزیع

یکی از درون مایه‏هایی که شرکت کنندگان در تحقیق آن را پرورش دادند اهمیت توزیع بود.با تعداد زیادی از رقبا در این صنعت در حال رشد یکی از عوامل واضح در موفقیت به دست آوردن حق توزیع‏ است.یکی از نتایج پژوهش مورد بحث ایجاد تنوع در سکوهای مورد انتظار توزیع است.در یک زمان پنج‏ ساله،اکثریت شرکت کنندگان امیدوارند که توزیع‏ محصولات تقریبا در حول و حوش کلیهء سکوهای‏ قابل دسترسی انجام پذیرد.امید می‏رود که اهمیت‏ شبکهء اینترنت و پست مستقیم به‏طور چشم‏گیری‏ افزایش یابد.در حالی‏که نمایندگان چند پیشه به عنوان‏ عمده‏ترین کانال توزیع طی پنج سال باقی می‏مانند، انتظار می‏رود که اینترنت از رده دوازدهمین کانال مهم‏ توزیع به ردهء پنجم،و پست مستقیم از ردهء پنجم توزیع‏ به ردهء سوم تا سال دیگر صعود کنند.

فرصت‏های بی‏شماره وجود دارد ولی‏ شرکت‏هایی که در یک دورهء پنج ساله خود را حفظ می‏کنند دیگر ماهیتشان تغییر یافته است.

منبع

Asia Insurance Review,Sept.1998.

کاهش ریسک مدیران انگلستان

بیمه‏گران مدیران و مسؤولین در پی‏تصمیم امسال‏ مجلس اعیان در مورد پرونده ویلیامز علیه شرکت‏ مواد غذایی سلامت حیات طبیع،نفسی به راحتی‏ کشیدند.

به نظر می‏رسد که توانایی مدیران در پناه بردن به‏ شخصیت حقوقی شرکت‏ها کاهش یافته و هزینهء بیمه‏ کردن آنان در برابر مسؤولیت‏های شخصی به بالاترین‏ حد خود رسیده بود تا اینکه مجلس اعیان تصمیم‏ قاضی و دادگاه استان را رد کرد.

به‏طور خلاصه در مورد پروندهء ویلیامز می‏توان‏ گفت که شرکت مواد غذایی سلامت حیات طبیعی‏ (حیات طبیعی)در سال 1986 به منظور اعطای امتیاز فروش به فروشگاه‏های غذای سالم توسط«ریچارد میستلین»دایر شد آقای میستلین سهامدار اصلی‏ شرکت،ریاست هیأت مدیره را برعهده داشت.شرکت‏ سه کارمند نیز داشت.در سال 1987 آقای ویلیامز و یکی از همکارانش(شاکی)جهت اعطای امتیاز به‏ یک فروشگاه غذای سالم که از نام«حیات طبیعی»نیز استفاده کند با شرکت«حیات طبیعی»وارد گفتگو شدند.

بروشوری از معرفی و شرح تحقیقات و یافته‏های‏ آقای میستلین و طرح‏های مالی مربوط به سودآوری‏ اعطای امتیاز فروش که هزینهء فراوانی برای آقای‏ میستلین در برداشت،برای شاکی فرستاده شد.

شاکی در هیچ مرحله‏ای با آقای میستلین مستقیما وارد معامله نشد و کلیهء اسناد پیش قراردادی در دفاتر شرکت موجود بود.

سپس براساس بروشور و طرح‏های مالی،شاکی با شرکت حیات طبیعی یک قرارداد اعطای امتیاز منعقد کرد.اما مبادلات به صورت چشمگیری پایین‏تر از آن‏ بود که تصور می‏رفت.