

عواملی که دارای اهمیت فراوانی است عبارتند از ظرفیت ما، رقابت تکنیکی ما، اعتبار و امنیت ما و نیز سیاست ما در خصوص داشتن ارتباطات مداوم هم در رابطه با کارهای بیمه اتکایی و هم با سهامداران»

شرکت به کار تعدیل ادامه می دهد و در حال حاضر در مرحله یکی کردن فعالیت های مدیریت سرمایه و عملیات بیمه ای مستقیم خود می باشد. دکتر شینزler توضیح می دهد که این تجدید ساختار سرمایه گذاری ها ما را با حرفه ای گری بیشتری همراه خواهد ساخت و همزمان محصولات مالی گروه مونیخ ری را برای اشخاص ثالث افزایش می دهد. «طبق برنامه، شرکت جدید Meag یا مدیریت دارایی مونیخ Ergo (Asset Management Munich Ergo) کار

خود را در ماه نوامبر شروع خواهد کرد.

دکتر شینزler مطمئن است که علیرغم تغییر مداوم شرایط بازار در آینده مونیخ ری در جایگاه اول باقی خواهد ماند. وی می افزاید: «ما می خواهیم در بیمه اتکایی در اوج باشیم. منظور من از در اوج بسودن، از نظر کیفی می باشد. به منظور دستیابی به این هدف، ما باید همیشه نوآور و خلاق، جسور و بسیار قابل انعطاف باشیم تا بتوانیم با تغییرات در نیاز مندی های مشتریان و بازار

سرمایه همگام باشیم. این هدف تنها با سخن گفتن و حرف زدن حاصل نمی شود و ما به طور مداوم ساختار سازمانی خود را برای رسیدن به این هدف منطبق و سازگار می کنیم»

او ادامه می دهد: «فرایند ادغام ها در بازار بیمه اتکایی ادامه پیدا خواهد کرد، بنابراین باعث کوتاه تر شدن زنجیره تغذیه و احتمالاً باعث تقسیم بندی متفاوتی در بازار خواهد شد. بهر حال، من انتظار دارم چیزهای زیادی همانگونه که هستند باقی بمانند؛ خصوصیت هایی همچون حرفه ای گری، سطح بالای کیفیت و اطلاعات، پوشش های بیمه ای مناسب با نیازهای خاص مشتریان مختلف، و قدرت مالی در ۱۰ یا ۲۰ سال آینده برای مشتریان ما بسیار مهم خواهد بود.»

مترجم: حجت اله مشتهی

منبع: Financial Times Business 1999, Rendez Vous 21, pp. 16-17.

## منافع غرب از بحران آسیا

در تمام کشورهای آسیا، بویژه در تایلند، هند و ویتنام، دولت ها در حال گفتگو درباره کاهش محدودیت های موجود بر

مالکیت خارجی شرکت های بیمه هستند. روند موجود نشانگر یک تغییر کلی در سراسر منطقه به سوی یک روش آزادتر است، که ناشی از ضرورت های اقتصادی و توصیه های سازمان تجارت جهانی (WTO) می باشد.

اغلب شرکت های داخلی دچار بحران در منطقه با بی میلی سیاست فروش مالکیت به شرکت های خارجی به منظور تأمین سرمایه بیشتر برای پیشگیری از خطرات ورشکستگی را انتخاب می کنند. ضمناً، برخی از شرکت های بین المللی معروف شانس خود را برای دسترسی فوری به بازارهای جدید با پایه مناسبی از مشتری های آماده پیدا می کنند. در حالیکه سایرین که اغلب دارای تاریخ طولانی از مشارکت با شرکت های محلی خاص بوده اند، اکنون با راهکار افزایش سرمایه در شرکت های مشترک مواجه هستند، چون سهامداران محلی با نقدینگی محدود مجبور به کاهش میزان سهام خود در این شرکت ها شده اند.

شاید تایلند بهترین مثال از این موضوع باشد که چگونه نیروهای اقتصادی ساختار صنعت بیمه را تغییر می دهد. براساس گزارش اخیر مرکز تحقیقات فارمرز تایلند (Thai Farmers Research Centre) در بانکوک: « تغییر قابل ملاحظه ای برای

صنعت بیمه در تایلند در طول چند سال آینده قابل پیش بینی است، که این امر ناشی از آزادسازی بازار در واکنش به تعهدات در قبال سازمان تجارت جهانی (WTO) است. در عین حال، بحران اقتصادی به آرامی شرکت های بیمه محلی را فرسوده می کند. بطور اجتناب ناپذیری، تعدیلات، هم از نظر مدیریت و هم از نظر راهبردهای بازاریابی با شدت گرفتن رقابت ضرورت بیشتری پیدا خواهد کرد. ظهور تعداد بیشتری از شرکت های بیمه خارجی در تایلند چالش ها و تهدیدات زیادی را برای صنعت بیمه محلی ایجاد خواهد کرد. « شرکت HIH Winterthur که در استرالیا مستقر است از جمله این شرکت ها است که بدنبال خرید شرکت های دیگر در آسیا است، که در سال گذشته ۸ میلیون دلار برای خرید ۲۴/۴۶ درصد از سهام شرکت بیمه اتوموبیل Nam Seng تایلند پرداخت کرده است.

شرکت خدمات مالی زوریخ (ZFS) دیگر شرکت بیمه خارجی که بدنبال این است تا به محض اینکه دولت برنامه خود برای کاهش مقررات مالکیت خارجی شرکت های بیمه تایلند به میزان ۲۵ درصد را نهایی کند، اقدام به افزایش سهم خود در بازار بیمه تایلند نماید. در سال ۱۹۹۷ شرکت زوریخ ۲۵ درصد از مالکیت شرکت بیمه زوریخ - تایلند

(Thai - Zurich) را که به شرکت تای متروپول (Thai - Metropole) تغییر نام یافته، بدست آورد و بدنبال این است که با تغییر قوانین آن را به ۷۵ درصد برساند.

آقای برونو اودرمتات (Bruno Odermatt) مدیر عامل تای - زوریخ، در مورد تغییرات برنامه ریزی شده در قوانین و مقررات تایلند گفت، « ما خیلی امیدوار هستیم. تنها سوالی که وجود دارد در مورد زمان است در حال حاضر مسائل در پارلمان مطرح است، ما عملاً خوشبین می باشیم. » هم اکنون مذاکرات مرحله اول برای افزایش سهم مالکیت خارجی به ۴۹ درصد در حال انجام است و قرار است که این سهم در یک دوره پنج ساله به ۱۰۰ درصد برسد.

مسئله کنترل مدیریت برای اغلب معاملات پیشنهادی بسیار مهم است. بنظر می آید که شرکت زوریخ علیرغم سهم اندک آن با مشکلاتی مواجه می باشد. به گفته آقای اودرمتات، « این کار یک سرمایه گذاری مشترک است و ما در این مورد یک موافقت نامه داریم. در نهایت امر این تنها روش کار با یک شریک محلی است. ما یک شراکت خوب با همکاری کامل داریم. تاثیر متقابل این همکاری درست است، ولی ما بسیار خوش

شانس بوده ایم و این امر هرگز یک مشکل نبوده است. »

همچنین تایلند در سال گذشته محل اولین سرمایه گذاری مشترک شرکت بیمه NRMA استرالیا که بدنبال یک سهم ۲۰ درصدی در شرکت Safety Insurance بود، واقع شد. در حالی که شرکت بیمه American International بدنبال خرید ۲۵ درصد از سهام شرکت تازه مجوز گرفته « بیمه عمر چارونن » (Charoen Life Assurance) از شرکت Sino - Thai بود. شرکت بیمه بین المللی آتنا (Atena International) نیز هدف مشابهی را در شرکت بیمه اوسوتسپا (Osotspa Insurance) دنبال می کند، و شرکت بیمه خانوادگی جنوب شرقی (Family - run South East Insurance) در جستجوی تزریق سرمایه ای به میزان ۸۰۰ میلیون بات ( ۲۰ میلیون دلار) توسط سرمایه گذاران خارجی است.

شرکت های بیمه بزرگ غربی تنها شرکت هایی نیستند که در جستجوی کسب فرصت هایی برای افزایش حضور خود در آسیا هستند. برخی از شرکت های قوی تر در منطقه نیز در حال گسترش فعالیت های خود در کشورهای همسایه می باشند. یکی از این شرکت ها شرکت بیمه آسیا (Asia

(Insurance) مستقر در سنگاپور است، که چشم به بازار ویتنام دارد. وزیر دارایی ویتنام قول داده است که این کشور بازار بیمه خود را به روی مشارکت کنندگان خارجی بگشاید. شرکت بیمه آسیا یکی از دو شرکت بیمه سنگاپوری است که قبلاً، با ایجاد شعباتی در شهرهای هانوی و هوشی مینه در سال ۱۹۹۴، در این کشور حضور داشته است.

رئیس شرکت بیمه آسیا آقای تان انگ هنگ (Tan Eng Heng) می گوید که شرکت وی منتظر است تا دولت ویتنام مقررات موجود در بخش بیمه این کشور را سهل تر کرده و اجازه دهد تا این شرکت در یک سرمایه گذاری مشترک مشارکت کند. به گفته آقای Tan، « ما از گسترش فعالیت های خود در این منطقه منتفع می شویم. بازار در منطقه ای مانند ویتنام تاکنون رشد کمی داشته است، ولی هنوز منافعی در آنجا وجود دارد و تعدادی از شرکت ها هستند که برای ایجاد شعبات، شرکت های فرعی و سرمایه گذاری های مشترک پافشاری می کنند. ولی تاکنون، امتیازات اندکی را بدست آورده اند. » معهذاً، وی اضافه می کند که، « برای شرکت های آسیایی رقابت با بیمه گران بزرگ بین المللی از نظر توان مالی و سرمایه مشکل است. »

در سنگاپور، که از اثرات زیان بار بحران اقتصادی آسیا درامان مانده است، دولت از قبل شروع به آزادسازی تدریجی برای اعطای اجازه به بیمه گران خارجی برای ورود به بازار این کشور کرده است. به گفته آقای تان، که معتقد است ادغام ها و تجدید ساختار در بخش بانکداری می تواند به عنوان عامل کمکی برای معاملات بیمه ای عمل کند، تعدادی از شرکت ها در جستجوی سهمی از شرکت های محلی هستند. »

شرکت Manulife Financial شرکت دیگری است که به دنبال فرصت هایی است که در منطقه با آزادسازی بازارها بوجود می آید. معامله شاخص این شرکت در ژاپن با شرکت تعاونی بیمه های زندگی دای هی اکو (Daihyako) برای تشکیل شرکت بیمه زندگی Manulife Century، شرکت Manulife Financial را تشویق کرد تا مبلغ یک میلیارد دلار در سرمایه شرکت جدید مشارکت نماید. آقای مار استرلینگ (Mare Sterling) رئیس بخش توسعه شرکت Manulife در اظهارات خود درباره بازار آسیا می گوید:

« بازارهای بیمه آسیا قطعاً در حال آزادسازی هستند. آن ها هیچ راه دیگری ندارند. فعالیت های خانوادگی فاقد توان مالی است، و مانند سایر شرکت ها مادر جستجوی خرید

شرکت های دیگر هستیم. « شرکت وی در جستجوی فرصت های « کم و بیش گسترده » در منطقه زمانی که محدودیت ها برداشته می شود هستند. وی اضافه می کند، « مقررات در حال منطقی تر شدن هستند. آن ها در جستجوی ورود به کره جنوبی هستند والا ناچار خواهند شد شرکت ها را بسزودی تعطیل کنند.» شرکت Manulife قبلاً در اندونزی فعال بوده است، ولسی در تایلند و مالزی بطور آشکاری خلاء هایی وجود دارد که باید همراه با چین، هند و ویتنام پوشش داده شود. وی می گوید، ولی گزینش شرکت های جذاب از شرکت های غیرکارآمد بصورت مورد به مورد مسئله ای است که باید حل شود.

مترجم: علی حبیبی

Reactions, March 1999, pp. 21 -22

منبع:

آن بالغ بر ۱۷/۴ میلیارد فرانک سوئیس (۱۲ میلیارد دلار) از بازار داخلی سوئیس حاصل شده بود و در حدود ۵۰ درصد از حق بیمه مذکور از بقیه کشورهای اروپایی، ۳۱ درصد از ایالات متحده و کانادا، ۱۱ درصد در ناحیه آسیا اقیانوسیه و ۳/۵ درصد از امریکای لاتین بدست آمد.

استراتژی شرکت بیمه اتکایی سوئیس، بنا بر آنچه بالاترین مقام اجرایی آن آقای والتر کیل هولز، اخیراً بیان کرد، توانایی کسب درآمد حتی در صورت لزوم از طریق خروج از بازارهای با درآمد کمتر است.

بنابراین استراتژی در ۱۹۹۷، سهم بیمه های غیرزندگی، به طور متناسب افزایش یافت و بیمه های عمر و درمانی رشد بیشتری در ارقام اسمی و همچنین در مقایسه با دیگر رشته هایی که توسط گروه صادر شده، داشته اند.

حجم حق بیمه عمر و درمانی سوئیس ری به ۶/۱ میلیارد فرانک سوئیس در مقایسه با رقم ۳/۱ میلیارد سال ماقبل رسید. در صورتی که ۸۵ درصد این رشد، در نتیجه تملک شرکت بیمه اتکایی Mercantile & General (مرکنتال و جنرال) بدست آمده است. همچنین کسب درآمد از بخش بیمه های زندگی و درمانی، بالاتر از حد متوسط بوده

## مقاومت در برابر روند جهانی بیمه

یکی از شرکت های سوئیس که به طور خاصی تحت تاثیر روند بازار جهانی است، شرکت سوئیس ری است. در ۱۹۹۷ تنها در حدود ۳ درصد از حجم حق بیمه ناخالص