

## ریسک های یک نازک یا تضمین کار آمدن

دارد. آن هایی که این کار را انجام نمی دهند به سوی حذف شدن حرکت می کنند".

با ادامه روند همگرایی در صنعت، برای بیمه گران مشارکت با بخش مالی برای ارائه راه حل های پیشرفته پوشش ریسک های تجاری مشتریان معمول خواهد شد. با وجود این، دیگران در حال ایجاد گروه های تخصصی در داخل شرکت ها هستند. شرکت های AXA و Paribas از طریق مشارکت خود تحت عنوان Alternative Risk Finance تشکیل شرکت Financial Risk Strategies (استراتژی های ریسک مالی) را در ماه فوریه سال ۱۹۹۹ اعلام کردند. استراتژی های ریسک مالی (FIRST) برای ایجاد و اجرای استراتژی های ریسک مالی برای مشتریان بزرگ مثل شرکت ها و نهادهای مالی در مقیاس جهانی طراحی شده است. به گفته مارک رویانو، مدیر عامل استراتژی های ریسک مالی در شرکت AXA Global Risks و مدیر ارشد بخش Alternative Risk Finance Partnership (نوع دیگر مشارکت در تأمین مالی ریسک) در AXA / Paribas، "برخلاف بازارهای جدید شرکت بیمه اتکایی سویس و شرکت AIG، ما تلاش نمی کنیم تا همکاری را انجام دهیم تا گروه تخصصی مستقیماً بتواند در مورد محصولات بیمه ای مربوط کار کند. ما یک

تا چند سال قبل، اگر شما تلاش می کردید تا در زمینه بسته های ریسک یکپارچه با یک بیمه گر وارد بحث شوید، احتمالاً توفیقی پیدا نمی کردید. در گذشته، بیشتر فعالیت های بیمه اتکایی تنها براساس یک قرارداد یا به صورت اختیاری، با چند جایگزینی ریسک محدود، برای تنوع صورت می گرفت. امروز اغلب بیمه گران و بیمه گران اتکایی بر ارائه شیوه های ریسک یکپارچه و شیوه های تأمین مالی عام در واکنش به شرایط سهل تر بازار، ادامه همگرایی بین بیمه و بانکداری، و پذیرش فزاینده این نکته که آن ها باید روش های بیمه یکپارچه به مشتریان ارائه کنند، و نه بر ارائه صرف بیمه نامه های ساده، متمرکز شوند.

به گفته مارک با تروث، نایب رئیس Airmic و مدیر ریسک بیمه های گروهی در شرکت Prudential، "با ادامه شرایط سهل بازار در بخش بیمه اتکایی مقدار زیادی از ظرفیت بازار وجود دارد که در آن بیمه گران در جستجوی پذیرش انواع مختلف ریسک هستند. نوآوری محرکی مهم است. تا حد معینی یک روش "من هم همین طور" برای این که بیمه گران و بیمه گران اتکایی با بانک ها و بازارهای سرمایه وارد همکاری شوند وجود

روش متفاوت داریم. ما ترجیح می دهیم تا یک گروه کوچک از خود گذشته داشته باشیم که گروهی مدیریت پروژه باشند و ما بیشتر بر دارایی های گروه متمرکز می شویم".

به طور مشابه، بانک سلطنتی اسکاتلند (RBS) یک واحد بازرگانی جدید، با عنوان راه حل های مالی، با مشارکت شرکت Royal & SunAllianc تأسیس کرده است. به گفته دیوید هنریکس، رئیس بخش راه حل های مالی، که بخشی از گروه بازار سرمایه در بانک سلطنتی اسکاتلند است، این واحد یک تشکیلات منحصر به فرد است. بخش بیمه در گذشته به عنوان یک سطل زباله که فعالیت های ناخواسته و بی اهمیت بانکداران به آن منتقل می شد تلقی می گردید. شرکت ها و بانک ها به طور سنتی فعالیت ها را در خلا مورد مذاکره قرار می دادند. آن چه در RBI در حال رخ دادن است کاملاً متفاوت است.

شبه سرمایه گذاری مشترک ما با RSA به این معناست که ما اشتراک منافع داریم. بیمه گر تنها بیمه نامه صادر نمی کند، بانک به مشتریان وام می دهد و ریسک ها را با بیمه گر تنظیم می کند. در این روش بیمه نامه برای بانک نیز قابل پذیرش است".

از طرف دیگر، بیمه اتکایی سویس در حال کسب تخصص مالی از بخش بانکداری

است تا بتواند به ارائه راه حل های ریسک یکپارچه کمک کند. گایدو فورر، رئیس کل تأمین مالی طراحی شده شرکت Swiss Re New Markets (SRNM) می گوید، "تخصص های ما از مردم حاصل می شود. ما از بازارهای مالی برای کنترل ریسک های مالی به صورتی پویا استفاده می کنیم زیرا این نوع بازار، بسیار کارآمد و سیال است. مردم همه چیز هستند، آن چه شما نیاز دارید این است که کارشناسانی با تخصص های لازم، ظرفیت مورد نیاز و تکنولوژی لازم برای اداره محصولات بیمه ای یکپارچه داشته باشید. اگر شما بتوانید یک زبان مشترک ایجاد و مجموعه مهارت های متفاوت و دانش را کسب کنید خواهید توانست بدون کار مشترک با بانک ها فعالیت کنید".

مطمئناً نیاز به تخصص، خواه از طریق مشارکت استراتژیک یا یک گروه تخصصی فداکار، وجود دارد. به نظر باترورث از Airmic، "در یک فعالیت نسبت به فعالیت های دیگر هیچ گونه مزیت روشنی وجود ندارد. برای آن دسته از بیمه گرانی که مشارکت نمی کنند، به نظر می آید که بانکداران و تأمین کنندگان مالی شرکت ها را به سازمان خود برای به دست آوردن تخصص آن ها اضافه می کنند لذا در حقیقت به این بستگی دارد که شما چگونه

می خواهید نیازتان تأمین شود. شما نباید انتظار داشته باشید که صادرکننده بیمه به همین سادگی ریسک های مالی را تحت کنترل درآورد.

ولی وی تأکید می کند که یک بیمه گر در وضعیتی نیست که خدمات ریسک یکپارچه را تنها با دانش سنتی که بیمه گر از آن برخوردار است ارائه کند. وی می گوید، "حرکت به سوی حوزه هایی که بازارهای سرمایه و بانک ها به طور سنتی کنترل می کرده اند، در صورتی که شرکت بیمه معتقد باشد که می تواند وارد آن بازار شود و فعالیت ها را از چنگ این شرکت ها خارج کند تنها یک نوع تکبر و خیال خام است. آن ها مطمئناً نیاز دارند که تخصص پیدا کنند، هم در داخل شرکت و هم پس از مشارکت با شرکای بانکی. به گفته آقای فورر از بیمه اتکایی سوئیس، "شرکت ها باید برای کنترل و ورود در مقوله چنین ریسک هایی، کار را از داخل آغاز کنند. عامل کلیدی این است که آیا ارائه کننده خدمات بیمه ای می تواند رفتار ریسک محصولات بیمه ای یکپارچه را درک کند یا خیر. برای کنترل ریسک ترکیبی به صورت پویا اندکی دانش و اندکی امکانات زیربنایی مورد نیاز است."

بیشتر بیمه گران و بیمه گران اتکایی بزرگ در حال هدایت فعالیت های خود به حوزه های جدید، با محصولات جدید و بکر هستند. از بعضی جهات آن ها بیشتر شبیه بانک های سرمایه گذاری می شوند که در مبادلات شرکت ها نقش های مختلفی برعهده می گیرند. حضور فزاینده آن ها در بازارهای مالی، با ایجاد واحدهای بازار سرمایه، علامت روشنی است که با همگرایی در حال رشد صنایع بانکداری و بیمه، آن ها معتقدند که ابزارهای مالی نقش عمده ای در مبادلات بیمه ای آینده ایفا خواهند کرد. به گفته آقای فورر، "بیمه اتکایی سوئیس نیروی انسانی، ظرفیت، تجربه و تکنیک های مورد نیاز را دارد که آن را قادر می سازد تا چند نوع فعالیت را ترکیب کند. در گذشته شما فقط بخش بیمه ای داشتید که تخصص آن در ریسک های بیمه ای بود، و در بخش بانکی شما می توانستید دانشش گسترده ای را در محصولات طراحی شده و در حوزه اوراق بهادار فرعی توسعه دهید. اکنون زمان آن فرا رسیده است که این دو حوزه با هم ترکیب شوند زیرا آن ها به طور واقعی فعالیت هایی جدای از هم نیستند. اگر شما یک نوع حق انتخاب در بازار مالی را قیمت گذاری کنید، تکنیک های مدیریت ریسک کاملاً مشابه آن هایی است که

در بخش بیمه هستند، گرچه واژگان تخصصی و مدیریت ریسک دو حوزه کاملاً متفاوت است. توسعه بازار اوراق فرعی این ارتباط را امکان پذیر می‌سازد. پانزده سال قبل اوراق بهادار فرعی تقریباً وجود نداشتند و صنعت بانکداری در آن زمان کاملاً متفاوت با فعالیت های بیمه بود. ولی از طریق این نسوع ابزارها، این دو صنعت می‌توانند به یکدیگر نزدیک شوند". همان طور که بیمه گران اتکایی بازارهای سرمایه ای را برای انتقال ریسک به روش های مختلف ایجاد می‌کنند، در حال یافتن راه های بهتری برای حفظ مشتریان هستند. این شناخت که در طول ۱۰ تا ۱۵ سال گذشته رشد یافته مقدمه ای بر برنامه های ریسک های یکپارچه است که امروزه پیشنهاد شده اند.

به گفته آقای روجانو از شرکت AXA Global Risks ، "آن چه ما به مشتریان خود ارائه می‌کنیم توانایی خود برای ساختار بندی یک طرح و اجرای آن است. اول از همه ما و شرکت AXA / Paribas تلاش داریم تا بین ظرفیت بیمه و ظرفیت بازارهای مالی آریتراز برقرار کنیم. برای مثال، اگر شما اعتبار دارید بین قیمت گذاری بانکی و قیمت گذاری بیمه ای آریتراز وجود دارد".

آقای فورر از شرکت SRNM در مورد روش شرکت خود می‌گوید: "در بخش

فعالیت های بیمه ای روش های هنرگونه آکچوئری و وسایلی داریم که ما همه از آن ها برای فعالیت های سنتی بیمه استفاده می‌کنیم، و در بخش مالی از روش های پیشرفته بازار سرمایه بهره می‌بریم. شما دو نوع توزیع زیان دارید - یکی برای بخش بیمه ای و یکی نیز برای بازارهای مالی و چالش اصلی ترکیب این دو".

شرکت امریکایی Reliance National در اوایل سال ۱۹۹۹ یک بیمه نامه جامع، که برای حمایت یک شرکت در مقابل کاهش درآمدها طراحی شده است؛ ایجاد کرد. پوشش بیمه ای جدید، که به نام بیمه حمایت از درآمدهای شرکت (EPI) خوانده می‌شود، ریسک های مالی، ریسک های عملیاتی و سایر مخاطرات را، که اغلب شرکت ها تأمین می‌کنند، به همراه یک مجموعه بیمه نامه های جامع پوشش بیمه ای، شامل می‌شود. ماریودیتال، رئیس دفتر خدمات ریسک شرکت Reliance National ، می‌گوید: "محصول جدید شرکت نه تنها ریسک های حوادث تصادفی را که همیشه بیمه پذیر بوده است پوشش می‌دهد، بلکه مجموعه گسترده تری از ریسک های عملیاتی برای مثال مرتبط با عرضه کنندگان، مشتریان و توزیع کنندگان، و به طور کلی آن چه را تاکنون بیمه پذیر نبوده

است، شامل می شود. بیمه نامه جدید تا سطح ۵۰ میلیون دلار در یک سال پرداخت خواهد کرد، ولی تنها در صورتی که کاهش در درآمدها و زیان رخ داده خارج از کنترل شرکت باشد. زیان های به وجود آمده از طریق سازماندهی مجدد و تجدید ساختار، سیاست ها و روش های حسابداری، پرداخت های بازنشستگی و مستمری، اعتصاب ها ادغام ها و خرید شرکت های دیگر، معاملات احتکار و سوداگری کالا، و مسائل رایانه ای سال ۲۰۰۰ با این بیمه نامه پوشش داده نمی شود.

به گفته آلین شرودر، مدیر عامل و رئیس بخش بیمه اموال و حوادث شرکت Painewebber، "در مواجهه با آن، این محصول جدید، و سایر محصولات مانند آن، به نظر می آید که یک پوشش کاملا جامع را ارائه می کند. مع هذا، جامعیت این پوشش بیمه ای کمتر از آن است که نام آن نشان می دهد. این بیمه نامه ها تنها یک دسته از ریسک های معمول و البته برخی از ریسک های غیرمعمول بیمه ای را پوشش می دهند". ریسک قابلیت اتکا به این بیمه نامه ها در حداقل خود است، زیرا بیمه نامه ها تنها برای یک سال هستند، حق بیمه انتظار می رود که درصد بالایی از حد قابل پوشش

باشد، و بخشی از ریسک به بیمه گران اتکایی منتقل شود.

بیشتر شرکت ها در حال ارائه محصولات و خدمات جدید جالب، با ترکیب ریسک های مختلف مرتبط و غیرمرتبط، هستند. ولی آیا این ریسک ها قابل پیوند خوردن با یکدیگر خواهند بود؟ به گفته آقای باترورث از Airmic، "این مسأله متفاوت است. انواع خاصی از ریسک، مانند ارزشهای خارجی، بسیار نزدیک به خانواده ریسک های بیمه ای هستند، و هم چنین مواردی چون تأثیر آب و هوا بر عملکرد شرکت که در آن شما یک شاخص قابل اندازه گیری دارید". ولی هنگامی که شما به سایر انواع ریسک نگاه می کنید مثل ریسک های شهرت و علامت تجاری و ریسک بازاریابی کالای جدید، هنوز شناسایی یک عامل محرک روشن مشکل است".

با وجود ظاهر آن، برنامه های بیمه ریسک یکپارچه که ریسک های بیمه سنتی را با ریسک های مالی ترکیب می کند نمی تواند به راحتی مورد قبول عامه قرار گیرد.

از میان ۸۶۵ سازمان امریکایی که به بررسی انجام گرفته به همت انجمن مدیریت بیمه و ریسک (Risk and Insurance Management Society = RIMS) پاسخ داده اند، انجمن مدیریت ریسک نیویورک، از هر

۱۰ شرکت تنها یکی بوده است که ریسک های بیمه و مالی را در یک برنامه واحد ترکیب کرده است، و تنها ۱۱ درجه از آن ها چنین بیمه ای را خریداری کرده اند.

آقای باترورث می گوید: "من از شنیدن آمارهای حاصل از این مطالعه متعجب نشدم. چون در شرایط حاضر ماهیت چرخه این چنین است. بحث های زیادی انجام خواهد گرفت تا اعتماد مدیران ریسک افزایش یابد و نیز درک آن ها از این که این محصولات چگونه کار می کنند رشد کند. تمام مشکلات در چند ماه اول رفع نخواهد شد. هم چنین یک عامل تأخیری به این صورت که مدیران ریسک معمولاً مجموعه خدماتی چند ساله طراحی می کنند و ممکن است در توافقات دو یا سه ساله سازمان هایی آن ها با بیمه گران قرار گرفته باشد و تمایل ندارند تا ترتیبات فوق را برهم زنند، وجود دارد".

مطمئننا این مسأله درست است که محصولات جدید نیاز به سابقه ثبت شده روشن دارند. به دلیل مشخصه های فنی مورد نیاز برای ایجاد محصولات یکپارچه آقای فورر با این مسأله موافق است که مدیران ریسک نیاز به زمان کافی برای هماهنگی با محیط دارند، و نیز موفقیت چنین محصولاتی به طور ناگهانی اتفاق نخواهد افتاد. وی می گوید: "این مسأله یک فرایند یادگیری برای هر دو

طرف است. ارائه کنندگان خدمات بیمه ای در گذشته عمدتاً در حال مذاکره با مدیران ریسک شرکت ها، که به ویژه بر بخش بیمه تأکید می کردند، بودند. در نتیجه یک فرایند یادگیری وجود دارد که در آن شما تمام گروه های مرتبط در سمت مشتریان را، شامل گروه های مالی، متقاعد سازید که قادر هستید تا چنین مفاهیمی را اجرا کنید. البته این امر زمان می برد و باید هدایت شود. ارزش افزوده بسیار آشکار است در صورتی که شما بر حسب هزینه های ریسک فکر کنید. من همیشه برای این موضوع از بازارهای اوراق بهادار فرعی مثال می زنم: اولین معاملات اوراق مذکور در اواخر دهه ۱۹۸۰ انجام گرفت و چندین سال طول کشید تا بازار به طور واقعی رونق گیرد. ولی تنها پنج سال بعد حجم معاملات بازار مذکور حیرت انگیز بود".

مع هذا، بیمه گذارانی که خواهان خرید محصولات جدید ریسک یکپارچه هستند باید برای یک فرایند طولانی خرید آماده باشند. چنین برنامه ای نوعاً تا یک سال زمان برای توافق نیاز دارد، و حداقل ۱۰ نفر از بخش های مختلف در شرکتی که در جست و جوی پوشش های مختلف است باید وارد مذاکره شوند. بسیاری از بخش های مدیریت ریسک برای چنین کاری کارمندان کافی در اختیار ندارند. به گفته آقای فورر، "شما با یک

محصول ترکیبی وارد مذاکرات می شوید و باید مطمئن شوید که این محصول تمام مواردی را که واحدهای مختلف بیمه گذار در معرض خطر آن قرار دارند پوشش می دهد. این کار یک فرایند مشکل است. تنظیم قانونی و مدیریتی فعالیت ها برای هر شرکت متفاوت است."

برخی متخصصان معتقدند که خریداران پوشش های بیمه ای یکپارچه می توانند از صرفه جویی در هزینه ها و پوشش بهتر خودشان در قبال مشکلات مالی بهره مند شوند. به گفته دیوید فیلدز، نایب رئیس ارشد در AIG، بیمه گذاران می توانند انتظار داشته باشند که بین ۱۰ تا ۲۰ درصد از هزینه های کل ریسک را با ترکیب ریسک های سنتی و ریسک های شرکتی صرفه جویی کنند. برنامه های بیمه معمولاً کاراتر هستند و با کاهش تعداد بیمه نامه های مورد نیاز ساده تر شده اند. آن ها اغلب انعطاف پذیرترند و - مانند برنامه های چند ساله - می توانند ظرفیت و قیمت گذاری قابل پیش بینی تری را ارائه کنند.

آقای باترورث می پرسد: "منافع قطعی برای مشتری، به ویژه در حوزه های ریسک با تکرار کم و شدت بالا وجود دارد. آیا خرید یک مجموعه بیمه ای برای سطوح بالای غرامت و سپس استفاده از خطوط اعتبار بانکی به منظور تأمین مالی انواع متفاوت ریسک یا هزینه های قابل وقوع عاقلانه است؟ اگر شما بتوانید یک

چتر پوشش کلی داشته باشید. امکان صرفه جویی در هزینه ها وجود خواهد داشت. مع هذا، لازم است که این روش با ترتیبات موجود مقایسه شود. حداقل قضیه این است که تمام مدیران ریسک می توانند دست کم به این راه به عنوان یک انتخاب نگاه کنند." آقای فورر اضافه می کند، "شما باید دلیل متقاعد کننده داشته باشید و آن را باید با اعداد و ارقام بیان کنید. اگر شما بتوانید با دو تا چهارتا کردن ثابت کنید که محصولات ترکیبی کاراتر از برنامه های سنتی هستند، آن گاه این روش قابل اجرا خواهد بود."

طبق نظر اکثریت شرکت کنندگان در کنفرانس MCE در رم در اوایل سال ۱۹۹۹، امکان به تصویر کشیدن دقیق وضعیت ریسک یک شرکت به صورت کمی امکان پذیر نیست. در حدود ۶۶ درصد از شرکت کنندگان، عمدتاً مدیران ریسک، بیمه گران و کارگزاران بیمه ای معتقد بودند که این امر امکان پذیر نیست و ۳۴ درصد دیگر اعتقاد داشتند که امکان پذیر است. بیشتر آن ها اعتقاد داشتند که در پنج سال آینده بیشتر شرکت ها باید بیمه های خود را به صورت یکپارچه خریداری کنند. تنها ۲۸ درصد معتقد بودند که شرکت ها باید بیمه های مالی، عملیاتی و استراتژیک ترکیبی را خریداری کنند؛ در حالی که ۲۱ درصد با این مسأله موافق نبودند.

بخشی از انگیزه برای نوآوری و تغییر را باید مدیران ریسک شرکت ها ایجاد کنند. آن ها باید به پوشش بیمه ای یکپارچه به عنوان بخشی از روش گسترده تری برای مدیریت ریسک، علاوه بر سایر محصولات بیمه ای، نگاه کنند. به گفته آقای رومانو، "یکی از مسائل کلیدی داشتن مدیریت ریسک به عنوان بخشی از گروه هدایت مالی است. در اغلب شرکت های اروپایی شما هنوز مدیر ریسکی دارید که به مسوول گروه مالی گزارش پس نمی دهد، ولی هنگامی که شما در حال مدیریت ریسک هستید نیاز دارید که هرکس شامل آن شود".

شغل مدیر ریسک قبلا برای در نظر گرفتن تغییرات در روندهای بازار شکل گرفته است. برای توجه کامل به آن چه در حال رخ دادن است آن ها به طور فزاینده ای در حال همکاری با سایر بخش ها - شامل بخش صندوق، بخش خرید و عملیات - برای مدیریت ریسک هستند. به گفته آقای باترورث، "مدیر ریسک سنتی، که ممکن است در زمینه تمرکز بر ریسک های غیرمالی وظیفه ای برعهده داشته باشد، اکنون در حال کار با عرضه کنندگانی هستند که برای ریسک های بازار سرمایه و ریسک های مالی راه حل هایی ارائه می کنند. مدیر ریسک دست در دست گروه های مالی شرکت ها در داخل سازمان خود

قرار داده است. به همان روشی که بیمه کران در حال ایجاد اتحاد با بانک ها و بازارهای سرمایه برای کسب تخصص هستند، باید در داخل شرکت ها نیز این روش به کار برده شود". ولی مدیر ریسک نقشی در حال پیشرفت را ایفا می کند. محصولاتی که در دوره های بیمه ای از طریق ماه ها، و حتی سال ها تحقیق به وجود آمده است باید به شرکت های نا آشنا با دامنه و قابلیت کارکرد محصولات ارائه شده فروخته شود. به گفته جنیفر کارتمل، مدیر کل بخش مدیریت ریسک در شرکت تکزاکو و مدیر عامل کپتو تکزاکو مستقر در برمودا، "این کار به مدیر ریسک بسیار شجاع نیاز دارد تا وارد یک دنیای ناشناخته شود".

به گفته آقای فورر، "در بخش بازارهای جدید بیمه اتکایی سویس، فکر می کنیم که روش یکپارچه روشی بسیار مهم برای فعالیت است زیرا مشتری را قادر می سازد تا از تنوع ریسک داخلی خود استفاده کند. اگر شما نتوانید یک رشته خاص را به دلیل ویژگی ریسک آن یا پوشش محدود آن یکپارچه کنید در این صورت هنوز استفاده از یک رشته واحد توجیه پذیر خواهد بود". لذا راه حل ها و برنامه های تک رشته ای هم چنان عرضه خواهند شد، اما به تدریج سهم بیشتری به راه حل های یکپارچه داده خواهد شد.



آقای باترورث از Airmic عقیده ندارد که تحول کاملی رخ خواهد داد. وی می گوید: "مشتریان مختلف برای انتقال ریسک تمایلات متفاوتی دارند و برخی از آن ها نمی خواهند این محصولات ساده را خریداری کنند و ترجیح می دهند تا آن چه را می خواهند به دست آورند و آن چه را نمی خواهند کنار گذارند". بخشی از تأثیر اساسی مجموعه رسته های سفارشی این خواهد بود که بیمه گران را برای فروش آن و مشتریان را برای خرید آن مطمئن می سازد. ولی من نمی توانم پیش بینی کنم که در آینده این فهرست برای آن چه شما می خواهید در دسترس نخواهد بود". وی اعتراف می کند که گرچه شرکت هایی که بازار در حال تغییر را در نظر نمی گیرند خود را با خطر مواجه می سازند. وی می گوید: "برخی از شرکت ها، آگاهانه یا ناآگاهانه، ممکن است فعالیت های خود را به نفع شرکت هایی که روش های انعطاف پذیرتر و جالب تری ارائه می کنند؛ از دست بدهند. این ممکن است موجب شود که این شرکت ها مجبور به انتخاب ظرفیت ریسک یکپارچه برای حمایت از دفاتر خود شوند. ولی در فضای تجاری فکر می کنم آن دسته از شرکت ها که این مسأله را فراموش می کنند با خطر سازمان های نوآورتر مواجه هستند".

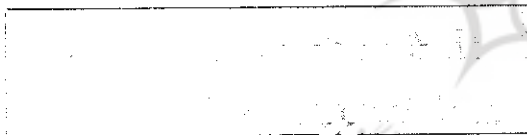
بیمه گران نمی توانند پیش بینی کنند که یک بیمه نامه تمام خطر به صورت استاندارد در

صنعت بیمه ایجاد شود. روند حرکت بازار به سوی یکپارچگی است، ولی این که گسترش آن تا چه حد خواهد بود جای بحث دارد. جنبه های مقرراتی، و نیز میزان اشتیاق بازار در آینده باید در نظر گرفته شود. آقای رومانو، از شرکت AXA در یک جمع بندی می گوید: "موضوع مورد بحث چیزی است که به صورت شگرفی گسترش خواهد یافت. ولی صحبت در مورد سرعت آن مشکل است".

مترجم: علی حبیبی

Reaction, April 1999, PP. 24-27.

منبع:



بازار بیمه مسوولیت کارفرمایان پس از دوره طولانی رکود نرخ ها، برای بیمه گران جذابیت بیشتری پیدا می کند. افزایش نرخ های حق بیمه رو به فزونی است و برای این که انتظار داشته باشیم این روند در سال ۲۰۰۰ نیز ادامه خواهد یافت دلایل خوبی وجود دارد. اما بازار مذکور هم چنان به عنوان حوزه ای که تخصص و تعهد هنوز بیشترین بازده را خواهد داشت، باقی خواهد ماند.