

# بیمه در اروپا

ترجمه: دکتر شیرین هشترودی

## شروع کار

آقای ون وینکل، شخصیت معروف در امور مالی، اگر پس از دو دهه غیبت به دنیای تجارت بازمی‌گشت با ناباوری چشم به این صحنه می‌دوخت: بانکداران زحمت کش، با جدیت و فعالیت شدید به موفقیت‌های زیادی در خدمات مالی رسیده‌اند. دلال‌های سهام بیست و چهار ساعته مشغول رقابتند. فقط بیمه‌گران، هوشیار و ملایم و میانه‌رو، به همان‌سان که ون وینکل آنها را ترک کرد باقی مانده‌اند. البته ظاهر آنها گمراه‌کننده است.

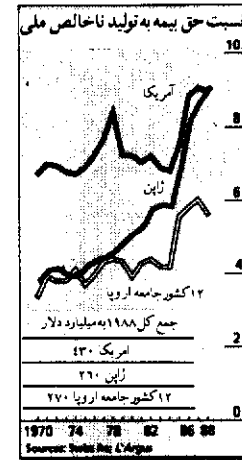
شرکتهای بیمه اروپا — ثروتمند، مقتدر، دارای احساسات میهنی و بدون هیچگونه خصوصیت فریبنده — به آهستگی در برابر نیروهائی که چشم انداز مالی اطرافشان را تغییر شکل می‌داد عکس‌العمل نشان دادند. در برخی از بازارها حمایت از این شرکت‌ها توسط مدیران وضع‌کننده مقررات شرکت‌های مزبور صورت گرفت که معتقد بودند بیمه بیش از پیش از سایر خدمات مالی برای مصرف‌کنندگان اهمیت دارد. در سایر بازارها این حمایت از طریق خاصیت عدم تداخل اظهارنامه‌های مالی و خدمات شرکت به عمل آمد. اما در حال حاضر، حذف قوانین — رقابت و تکنولوژی که موجب تبدیل بانکها و مؤسسات خرید و فروش اوراق بهادار به سازمانهای بین‌المللی با هدفهای متعدد شده‌اند شرکت‌های بیمه را نیز به همان سومی‌کشاند.

دورنمای بازار واحد اروپائی در بخش خدمات انگیزه‌ای بسیار قوی بوده است اگرچه حرکت شرکت‌های بیمه قبل از سال ۱۹۹۲ به مراتب اهمیتی بیش از المپیک بارسلون داشت. تا چند ماه اخیر نظریه مورد قبول چنین بود که در قرن فعلی، موانع قانونی در برابر فروش بیمه در کشورهای دیگر — لااقل به افراد و شرکت‌های کوچک —

برطرف نخواهند شد. چنین بنظر می‌رسد که این نظر فعلاً جنبه بدبینی پیدا کرده است زیرا آرشیتکت‌های سال ۱۹۹۲ به این نتیجه رسیده‌اند که بدون یک بازار آزاد و رقابتی در بیمه حتی سخن از بازار آزاد و رقابتی در سایر خدمات مالی بی‌معنا خواهد بود. بیمه بسیار وسیع و بخش عمده و اصلی به شمار می‌رود. دلیل این امر، تغییر اساسی در پیر شدن اروپائیان و نحوه پس‌انداز کردن آنهاست. نسل بعد از جنگ اکنون به سن بازنشستگی رسیده است. این نسل می‌تواند که خدمات اجتماعی گسترده دولت قادر به تأمین آسایشی که در سنین پیری خواستار آنست نباشد. بدین جهت به خرید بیشتر بیمه عمر و خدمات متعدد پس‌انداز که تحت این نام تغییر ظاهر داده‌اند روی می‌آورد. نسل مزبور، همچنین، اندوخته‌های دیگری شامل ۱۲۰ میلیون ماشین سواری و ۱۵۰ میلیون واحد مسکونی جمع کرده است و انتظارات بیشتری از کارفرمایان، تولیدکنندگان، اطباء و افرادی که در خیابان موجب وقوع تصادفاتی به ضررش می‌شوند دارد. تمام این موارد منجر به صدور تعداد زیادی بیمه‌نامه می‌شود.

حق بیمه لااقل در پانزده سال گذشته رشدی سریعتر از تولید ناخالص داخلی داشته است. ضمناً رشد آن اخیراً در اروپا سریعتر از آمریکا بوده است (رجوع شود به نمودار شماره ۱) برای نمونه، حق بیمه عمر در فرانسه بین سالهای ۱۹۷۸ و ۱۹۸۸ بیش از پنج برابر شده است حال آنکه پس از آن رشدی کمتر از پنجاه درصد داشته‌اند. رشد بیمه در آلمان غربی به حدی سریع بوده است که یک چهارم پس‌انداز سالانه در این کشور را تشکیل میدهد. در بسیاری از کشورهای سپرده‌های شخصی در بانکها و مؤسسات ساختمانی به تدریج کاهش می‌یابند و شرکتهای بیمه به مهمترین مجرای پس‌انداز اروپا تبدیل می‌شوند.

شرکت های یاد شده - در کنار صندوق های بازنشستگی که غالباً اداره وجوهشان با شرکت های بیمه است - در مقایسه با دیگر شرکت ها، بزرگترین سرمایه گذاران را تشکیل می دهند. برای نمونه، در انگلستان، بیمه گران حدود ۲۸۵ میلیارد لیره (برابر ۴۷۵ میلیارد دلار) دارایی های سرمایه گذاری شده در اختیار



استفاده قرار می دهند. آنها، همچنین، از بانکها و سایر گردآورندگان سپرده - به ویژه از طریق معاملات مشترک که تولیدات آنها را با شبکه شعب بانکها پیوند می دهد استفاده می کنند. البته این سؤال نیز پیش می آید که شاید بدین ترتیب بانکها آنها را مورد استفاده قرار می دهند؟ روزی نیست که شاهد اعلان برنامه های مشترک مبنی بر اتحاد یک شرکت بیمه با یک مؤسسه ساختمانی انگلیسی یا مؤسسه اعتباری ایتالیایی گمنام نباشیم. پیشنهادات خصمانه برای خرید سهام شرکت های بیمه در بورس های اروپا قیمت ها را به شدت افزایش داده اند: پیشنهاد شرکت ای. ام. پی را برای خرید سهام شرکت بیمه پرل<sup>۱</sup>، گروه سوئز برای خرید سهام ویکتوار<sup>۲</sup>، شرکت هوی لیک برای بی. ای. تی<sup>۳</sup> (صاحب شرکت های فارمرز، ایگل استار و الاید دانبار). انتقال کنترل شرکت ها به قیمت هائی آن چنان گراف صورت می گیرد که سایر بیمه گران به هیچ بهائی خواستار آن نیستند.

مادام که معاملات کلان عناوین مهم را به خود اختصاص می دهند رقابت در واحدهای کوچک نیز شدت می یابد. بیمه های عمر در آلمان غربی در مرحله رقابتی شدید برای جلب دارندگان بیمه نامه از طریق پرداخت جایزه قرار دارند. ایتالیایی ها عاملین فروش کم کار شرکت های سرمایه گذاری را مجبور کرده اند تا بیمه نامه های خود را به فروش برسانند. بیمه گران انگلیسی علی رغم تلاش زیاد موفق نشده اند که از افزایش حق العمل کاری بیمه تا میزان یک سوم مبلغ بیمه جلوگیری کنند. آنچه موجب شگفتی است اینست که این قضایا در مدت زمان طولانی به وقوع پیوسته اند.

#### درک روشنی از مسائل

آنچه احساس می شود این است که این تغییرات یعنی همگرایی، ادغام و اتحاد بین شرکت های موجود در کشورهای هم مرز تازگی ندارند در این خصوص بانکها و مؤسسات سرمایه گذاری پیشقدم بوده اند و حتی بانکهای پس انداز نیز نیمی از این راه را طی کرده اند.

از لحاظ تئوری در این پدیده ها هیچگونه گرفتاری و یا گرفتاری زیادی وجود ندارد. آنچه مشکل است مربوط به هزینه و زمان بندی می شود. بیمه گران به سرعت در حال

دارند. قوانینی که سرمایه گذاری بیمه گران بر طبق آنها صورت می گیرد (برخی قوانین وضع شده و برخی را خود تکمیل کرده اند)، شرایطی که به دشواری از واسطه های بازار سرمایه گرفته اند، روشی که آرای سهامداران خود را اعمال می کنند، تماماً بر بازارهای مالی و اقتصاد کشورهای اروپائی تأثیر می گذارند. اگر واقعاً تنها یک بازار از دو بلین تا آتن وجود داشت، درآمد حق بیمه این بازار بالغ بر ۲۷۰ میلیارد دلار یعنی  $\frac{1}{3}$  درآمد مشابه در آمریکا و کمی بیشتر از بازار ژاپن می شد. این بازار سومین بازار بزرگ بیمه جهان (آلمان غربی) و چهل و دومین بازار بیمه دنیا (یونان) را شامل می شد. جمعیت ۳۲۵ میلیونی این بازار قادر به انتخاب شرکت بیمه مورد نظر خود از میان ۴۰۰۰ شرکت بود که مقایسه آن با ۵۴ شرکت بیمه که در اختیار ۱۲۲ میلیون ژاپنی اند قابل تأمل است.

تعداد زیاد شرکت های بیمه در اروپا موجب بیقراری آنها برای اتحاد و پیوستگی شد که از دو سال پیش شاهد آن هستیم بدین ترتیب که تعداد بسیار زیادی شرکت های بیمه با سرمایه متوسط برای بازار رقابتی واحد بوجود آمده است. بدین سان شرکت های بیمه در کشور خود ادغام میشوند و به امید در دست گرفتن توزیع بیمه و انحصار بازار بیمه به فعالیت و رقابت می پردازند. قوی ترها، ضعیف ترها را به عنوان پله ای جهت دستیابی به کل اروپا مورد

زمان مصادف با گشوده شدن پر رونق ترین بازارهای اروپا به روی رقابت های موثر خواهد بود. حق بیمه عمر در اسپانیا، ایتالیا و فرانسه با رشدی بیش از ۲۰ درصد در سال روبروست. در لیسبون، فقط ۵ تا ۱۰ درصد خانه هائی که طعمه حریق در این شهر شدند مشمول بیمه بودند. اگر چه نمی توان پذیرفت که یونانی ها خواستار بیمه سرانه ای معادل آلمانی ها باشند و یا از عهده این میزان بیمه برآیند ولی در میان این دو، فاصله بسیار است که شاید بتوان آن را پر نمود.

اما در اینجا یک نکته منفی نیز وجود دارد. پذیره نویسی در بیمه های غیر عمر در بسیاری از طبقات اجتماعی و کشورها همانند گذشته رضایت بخش نیست. در بیمه با ریسکهای کلان، قیمتها از سال ۱۹۸۶ عموماً معقول بوده اند. ۱۲ ماه پرحادثه پیشین - که با طوفانهای ماه ژانویه به اوج خود رسید و موجب خسارتی معادل ۱ میلیارد دلار خسارتی که شرکت های بیمه در سال ۱۹۸۹ در رابطه با دعوی ناشی از سقوط هواپیما پرداختند موجب بالا رفتن نرخها در این قسمت از صنعت بیمه نشد.

در قسمت بیمه عمر مسایل پیچیده تر می شوند. آزادی مالی به معنای رقابت بیشتر است بیمه گران باید سخت تر از پیش و نه تنها با یکدیگر بلکه با تازه واردین ثروتمند که عمده ترین آنها را بانکها تشکیل می دهند مبارزه کنند. آنها با ارائه شرایط بهتر به بیمه گذاران و عاملین فروش بیمه می توانند به رقابت پردازند. بیمه گران انگلیسی و ایتالیائی معتقدند که منافع ناشی از بیمه عمر در حال کاهش است. نگرانی دیگر مربوط به درآمد حاصل از سرمایه گذاری است که به همراه منافع ناشی از صدور بیمه نامه، سود نهائی یک شرکت بیمه را تشکیل می دهند. بازارهای مالی از میانه دهه ۱۹۸۰ در حال رشد بوده اند. این وضعیت پایدار نخواهد بود و زمانی که این روند متوقف شود بیمه گران باید مواظب هزینه های اصلی خود باشند.

ترکیب عوامل یاد شده برای خبرگان بیمه دشوار است. مشکل دیگری نیز وجود دارد. یک مسأله بدیهی است و آن عبارت از اینست که بیمه عمر - بخصوص - خریداری نمی شود بلکه فروخته می شود و تمامی برنامه های مشترک و

گسترش فعالیت های خود هستند در حالیکه بنظر میرسد منافع آنها در حال نقصان است.

در بین بیمه گران تعصبی به سوی توسعه و بزرگ شدن بوجود آمده است. بیمه گران مایلند که با صدور هر چه بیشتر بیمه نامه ریسک فعالیت های خود را کاهش دهند. هزینه واقعی بیمه نامه را فقط می توان حدس زد. مطالبه های دارندگان بیمه نامه غالباً سالها پس از فروش بیمه عنوان می شوند. ولی، حتی اگر برای یک بیمه نامه قیمتی کمتر از لحاظ فنی تعیین شده باشد (مقصود اینست که مطالبات و هزینه ها بیش از حق بیمه شوند) در مقابل، حق بیمه، درآمدی ناشی از سرمایه گذاری آن برای شرکت های بیمه ایجاد می کند. این مطلب، به ویژه در حال حاضر، که عواید دارائی های مالی در بالاترین نقطه قرار دارند مصداق پیدا می کند. اگر بیمه گری نسبت به سرمایه خود بیمه نامه های بیشتری صادر کند و یا متوجه شود که تعداد زیادی بیمه عمر به گروهائی مانند معتادان به سیگار فروخته است می تواند تعدادی از این بیمه نامه ها را به بیمه گران اتکائی منتقل کند.

گرایش یاد شده معمولاً و بر برخی اوقات با شدت زیاد در دوره نامطلوب رونق - ورشکستگی مالی که بیمه های غیر عمر مستعد گرفتار شدن در آن هستند متوقف می شود. سودآوری زیاد، ظرفیت بیشتری را به سوی خود می کشاند - کاهش قیمت ها موجب تقلیل سودآوری می شود - خطرات احتمالی شدت می یابند و یا نرخ های بهره سقوط می کنند - پول از دست می رود و ظرفیت به میزان زیادی تقلیل می یابد. ولی در حال حاضر بیمه گران توسعه طلب به شدت بر روی نکات مثبت غیر دوره ای تأکید می کنند و نکات منفی را از یاد می برند.

در خصوص نکات مثبت، گرایش به سوی تقاضای بیشتر برای بیمه عمر و سرمایه گذاری در دهه های آینده ادامه خواهد داشت. بحث بر علیه واقعیت های عینی دشوار است. برای نمونه؛ در حال حاضر کار دو کارگر فرانسوی قادر به تأمین حقوق بازنشستگی دولتی یک فرانسوی است حال آنکه در گذشته کار پنج کارگر فرانسوی برای این منظور کفایت می کرد.

نکته مثبت دیگر آنکه سال ۱۹۹۲ و یا حوالی این

سه فعالیت مختلف را دربرمیگیرد که هر یک از آنها نیروهای ایجادکننده فعالیت و اصول مدیریت و برنامه ریزی خود را دارا میباشند. با وجود این غالباً در زیر سقف یک شرکت جمع می‌شوند. نمودار شماره ۲ (تا آنجا که تغییرات غیرمعمول در روش های حسابداری کشورهای مختلف اجازه دهد) به مقایسه بزرگترین بیمه گران اروپا می‌پردازد.

شیوه رایج، تقسیم بیمه به سه گروه است:

۱ - بیمه عمر که به نحو فزاینده ای شامل نوعی از پس انداز به اضافه پوشش عمر، بیمه بازنشستگی و بیمه درمانی می‌شود.

۲ - بیمه غیرعمر یا بیمه عمومی (در آمریکا، بیمه حوادث / املاک) که به دو نوع «امور شخصی» و «خطرات دسته جمعی» - برای نمونه بیمه مسکن و بیمه اتومبیل - تقسیم می‌شود که افراد آنها را خریداری می‌کنند و «خطرات عظیم» صنعتی و تجارتي که شرکتهای و مؤسسات حرفه ای خود را در مقابل حوادث و خسارتهای بزرگ و مسئولیت های حرفه ای بیمه می‌کنند.

۳ - بیمه اتکائی - نوعی از بیمه که بیمه گران برای خود خریداری می‌کنند تا در مقابل مطالبات بزرگ و خطرات غیرقابل پیش بینی محفوظ بمانند و یا اینکه بیش از ظرفیت سرمایه ای خود بیمه نامه صادر کنند.

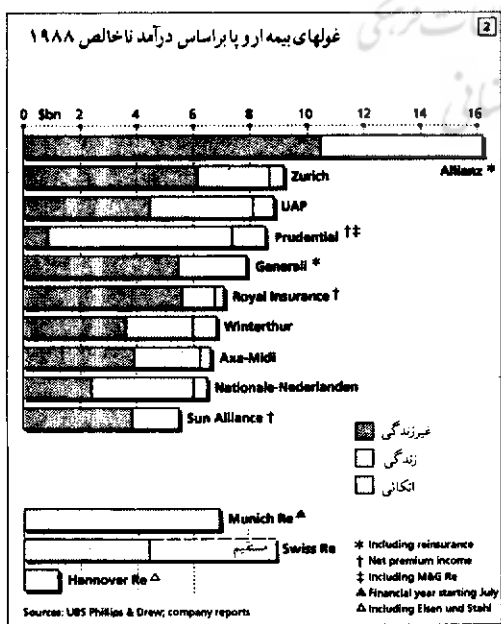
ادغام شرکتهای بیمه اقداماتی برای بهبود مسأله توزیع بیمه است. در حال حاضر روشهای فروش بیمه در تمامی بازارهای اروپایی در حال تغییر هستند: از فروش توسط بازاریاب ها تا فروش از طریق پست، از فروش بوسیله دلال های مستقل تا عاملان وابسته و فروش در دفاتر بیمه. این مشکل برای شرکتهای بیمه وجود دارد که بدانند چه خدماتی را به کار گیرند و اهداف خود را چگونه مشخص کنند. مسأله توزیع ممکن است کلیدی برای صنعت بیمه باشد اما به هیچ وجه روشن نیست که کلید توزیع در ۵ یا ۱۰ سال آینده چه خواهد بود.

امروزه هیچ امری دشوارتر از تعیین خط مشی سیاستهای صنعت بیمه نیست. ظرفیت فروش مسلماً عامل تعیین کننده ای است، همانطور که در سایر معاملات خرده فروشی اهمیت دارد. شاید بتوان شرکتهایی را خرید که دارائی های خود را کمتر از قیمت واقعی برآورد کرده اند و در عین کارآمد نبودن قابلیت اصلاح داشته باشند و شاید قیمت های گزاف کنونی که برای تحصیل مالکیت شرکتی پرداخت می‌شود در آینده ارزان بنظر آیند و شاید در آینده اقتصادهایی در اروپای بزرگ<sup>۴</sup> بوجود آیند و به تعداد بیشتری شرکتهای قوی امکاناتی جهت کاهش هزینه ها بدهند همانطور که رقابت در اروپای بزرگ قیمت ها را کاهش خواهد داد. شاید درست باشد که اهمیتی ندهیم و بیش از اعتبار خود خرج کنیم. شاید...

تفاوت عمده بیمه با سایر خدمات مالی در مدت زمان آن است. بیمه گران همانند معامله کنندگان نیستند و اساساً با نرخ بهره ها بازی نمی‌کنند. توسعه تجارت آنها دهها سال طول می‌کشد و مسئولیتهای آنها نیز همین وضعیت را دارد. آنها به یک بازی طولانی مدت در زمینه برنامه ریزی اشتغال دارند. بازی آنها بیشتر شطرنج است تا بازی «مونوپولی». برنامه آینده هرچه باشد و بازی آنها هرچه نامیده می‌شود، بیمه گران سرانجام بر سر میز بازی نشسته اند.

سه نوع فعالیت در یک شرکت بیمه

در دنیای شلوغ امور مالی، بیمه اساساً دنیایی جدا برای خویش است با زبان و دید خاص خود. این صنعت



«مرتبط» که متکی به نحوه فعالیت یک شرکت سرمایه گذاری است.

به نظر شرکت بیمه پرودنشال<sup>۵</sup> در انگلستان، در حال حاضر بیش از هشتاد درصد بیمه ها را بیمه پس انداز کمتر از بیست درصد آن را بیمه عمر می پوشاند.

نمودار شماره ۳، به مقایسه درآمد سرانه، نرخ پس انداز، درصد آخرین حقوق تأمین شده توسط صندوق بازنشستگی و مستمری و حق بیمه سرانه عمر درشش کشور بزرگ اروپائی می پردازد. به نظر می رسد که قوی ترین ارتباط با تمایل به خرید بیمه عمر را انتظارات نسبتاً کم مستمری بازنشستگی دارا می باشد. انگلیسی ها و ایرلندی ها در مقایسه با سایر کشورهای جامعه اروپائی پول بیشتری برای خرید بیمه عمر مصرف می کنند. (البته کمتر از سوئیس ها) در مقابل اسپانیائی ها، یونانی ها و پرتغالی ها تقریباً پولی برای بیمه عمر نمی پردازند.

آنچه در نمودار نشان داده نشده است تأثیر ارفاق های مالیاتی در مورد حق بیمه های عمر پرداخت شده در اکثر کشورهای اروپائی است (البته این مطلب در انگلستان که ارفاق های مالیاتی جدیدی برای مستمریهای بازنشستگی غیردولتی به وجود آمده است دیگر مصداق ندارد). مضافاً جدول مزبور دو عامل دیگر که بویژه در انگلستان اهمیت دارند را منعکس نمی کند. نخستین عامل، تأثیر نوسانات بازار مسکن بر حجم بیمه نامه های مختلط پس انداز<sup>۶</sup> است که بسیاری از وام گیرندگان برای تضمین باز پرداخت وام رهنی اخذ می کنند. این بیمه نامه ها با خرید خانه ها از میانه سال ۱۹۸۸ از بین رفت.

دومین عامل اینکه سقوط بازار سهام در اکتبر ۱۹۸۷ فروش (بیمه نامه های عمر بر پایه سهام) را متوقف ساخت.

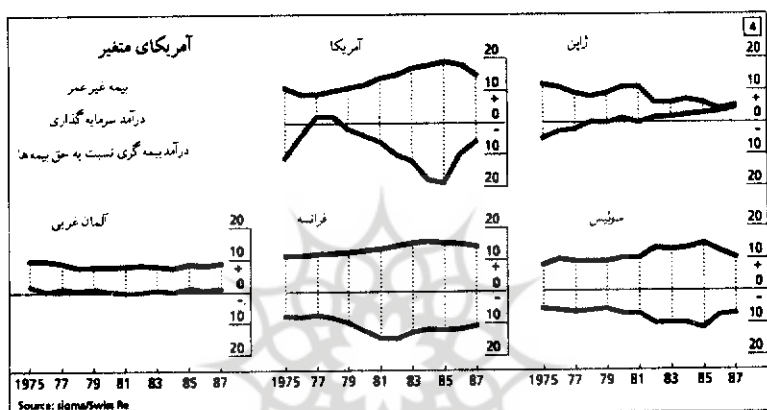
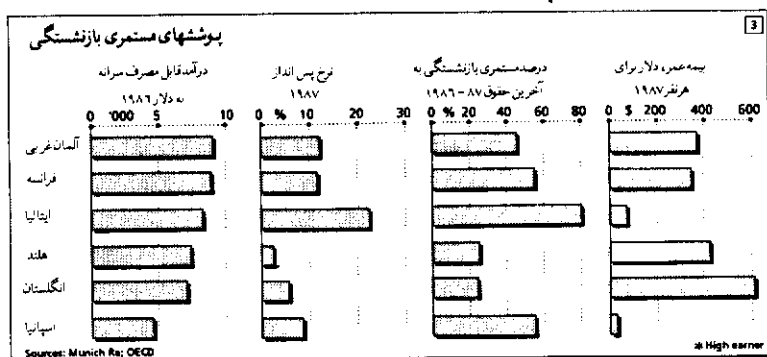
#### آن سوی مسئله

بیمه های غیرعمر نوع متفاوتی از معاملات را دربر می گیرد. تقاضا برای این گونه از بیمه ها ارتباط کلی با رشد اقتصادی، مطالعه جمعیت و درآمدها دارا می باشد. هرچه اتومبیل بیشتری توسط افراد ثروتمند خریداری شود، هرچه این ها کارخانه های بیشتری تأسیس کنند به بیمه های بیشتری نیاز دارند. اما حجم حق بیمه دریافتی همیشه پیرو

بیمه عمر به معنای اخص، شخص را در مقابل حادثه مشخصی مانند مرگ حمایت می کند. بیمه عمومی فرد را در برابر اتفاقات غیرقابل پیش بینی مانند تصادف اتومبیل و یا انفجار یک کارخانه محافظت می کند. احتمالات در بیمه عمر را می توان به خوبی تخمین زد و به سبب طولانی مدت بودن مسئولیت، بیمه گران به مقدار زیادی سرمایه پایه نیاز دارند. در مقابل، بیمه گران عمومی به سرمایه پایه بیشتری نیازمندند. آنها بیمه نامه های بیشتری صادر می کنند تا خطراتی که کمتر قابل تخمین هستند را پوشانند. ضمناً این گروه از بیمه گران غالباً مجبورند مطالبات خود را سریع تر پرداخت کنند.

بیمه عمر، بیمه نامه های شخصی و بیمه معاملات کوچک تر عموماً در داخل یک کشور و یا حتی یک منطقه فروخته می شوند. بازاریابی، کلید سنتی این حرفه است. خطرات بزرگ تر، مشمول بیمه و بیمه اتکائی در سطح بین المللی می شوند و قسمت اعظم آنها از طریق کارگزاران مستقل به ویژه در شهر لندن انجام می شود. قیمت، کلید فروش بیمه است. حق بیمه عمر و سایر خدمات بیمه فقط نیمی از درآمد مستقیم آن (یعنی بجز بیمه اتکائی) در اروپا را شامل می شود. این نوع بیمه از سریع ترین رشد و سریع ترین تحول برخوردار بوده است و معمولاً سودآورترین بیمه نیز به شمار می رود. اروپائی ها در مقایسه با آمریکائی ها و ژاپنی ها تحت پوشش بیمه کمتری هستند. حق بیمه پرداخت شده توسط اروپائی ها معادل ۳۹۰ دلار برای هر نفر است حال آنکه این رقم برای آمریکائی ها ۷۲۵ دلار و برای ژاپنی ها ۱۵۶۰ دلار می باشد. در قرن حاضر نرخ طول عمر ۵۰ درصد افزایش داشته است. سنین پیری، بیماریهای پیچیده تر داروهای پیچیده تر و معالجات گرانتر را به همراه دارد. در حال حاضر اروپائی ها بیشتر نگران دوران بازنشستگی خود هستند و کمتر در مورد مرگ تشویش دارند.

امروزه گرایش افراد به سوی خرید بیمه عمری است که قبل از مرگشان حق بیمه های پرداخت شده را به طور کامل به آنها بازگرداند: برای نمونه بیمه نامه های «باسود» که خریداران را در سود حاصل از سرمایه گذاران در حق بیمه های پرداختی سهام می کند و یا بیمه نامه های



بازده را در سرمایه گذاری داشته است).

در میان کشورهای اروپایی، فرانسه بدترین نتیجه را بدست آورده است. به هر تقدیر، مقایسه آمار بیمه در اروپا به شدت گمراه کننده است. سیستم حسابداری مالیاتی فرانسه احتمالاً موجب می شود که شرکتها منافع حاصل از صدور بیمه نامه را کمتر از میزان واقعی آن اظهار کنند. سوئیس ها، چهره ای بدتر از واقعیت را ارائه می دهند زیرا مالیات ها در هزینه های اجرائی گنجانده شده اند. در آلمان غربی برخلاف سایر کشورها، سود و زیان سرمایه از یکدیگر مجزا نمی شوند. آنچه درمی یابیم اینست که در اروپا فاصله بین سطوح بالا و پائین مانند آمریکا زیاد نیست.

یکی از دلایل این تفاوت، رقابت پشت پرده و دیگری مرزهای بین کشورهاست. رقابت در داخل بازارهای ملی نیز وجود دارد ولی این رقابت سرمایه های بین المللی را جذب نمی کند. آقای هنر کافمان<sup>۷</sup> مدیرعامل شرکت بیمه اتکائی سوئیس (سوئیس ری) اظهار می دارد: «ما از آن

تقاضا برای آن نیست. نرخ ها در برخی از کشورها کنترل می شود (مانند بیمه اجباری اتومبیل در فرانسه، ایتالیا، اسپانیا و آلمان غربی)

رشد حق بیمه تحت تأثیر روندهای غیراقتصادی نیز قرار دارد مانند آرای دادگاههای اروپا در خصوص تمهیدات شرکتهای بیمه. نرخ بیمه های غیرعمر نیز به شدت تحت تأثیر نوسانات دوره ای حجم فعالیت و رقابت است. دوره صدور بیمه نامه، در بدترین شرایط، تصویری از بازار آمریکای شمالی و وابستگان آن است (بیمه اتکائی): تعداد زیادی از خطرات صنعتی و تجارتي در لندن به ویژه در شرکت لویدز بیمه می شوند، بیمه گران انگلیسی و هلندی بر طبق سنت بالاترین میزان حق بیمه را از آن سوی اقیانوس اطلس جذب می کنند.

نمودار شماره ۴ به مقایسه نتایج فعالیت بیمه گران در بخش بیمه غیرعمر سه کشور اروپایی با نتایج مشابه در آمریکا و ژاپن می پردازد. آلمان غربی پیوسته بهترین نتیجه را در صدور بیمه نامه کسب کرده است (وظاهرأ کمترین

وحشت داریم که با ادغام اقتصادی اروپا، یک دوره متحدالشکل صدور بیمه نامه همانند آنچه در آمریکا وجود دارد در اروپا گسترش یابد». تحول دیگر شامل سوبسید (کمک) خطرات انبوه به خطرات بزرگ است. مردم پول زیادی برای بیمه اموال داخل خانه پرداخت می‌کنند و شرکتها حق بیمه ناچیزی برای بیمه آتش سوزی می‌پردازند. رقابت بیشتر به قیمت گذاری غیرگروهی بیشتر بر محصولات معین منجر خواهد شد.

### محدوده، آسمان است

در میان سه نوع بیمه ذکر شده، بیمه اتکائی بین المللی ترین نوع بیمه و ضمناً از نظرات قانونی کمتری برخوردار است. کمتر از یک دهم بیمه مستقیم در جهان بیمه اتکائی می‌شود. قریب هشتاد درصد حق بیمه های اتکائی از بیمه های غیرعمر ناشی می‌شود (البته در این مورد بین کشورها تفاوت وجود دارد؛ در انگلستان بیمه عمر دویزیم کل بیمه های اتکائی را تشکیل می‌دهد، در ایتالیا شرکتهای جدید بیمه عمر در شروع ملزم به بیمه اتکائی سی درصد از حق بیمه های خود هستند) اروپائی ها در مقایسه با آمریکائی ها و ژاپنی ها نسبت بیشتری از خطرات را بیمه اتکائی می‌کنند. دو شرکت عمده بیمه اتکائی در جهان اروپائی هستند.

در بیمه اتکائی، احتمال نوسانات در ظرفیت زیاد است زیرا تنها عواملی که مورد نیازند سرمایه و یک پذیره نویس و صادرکننده بیمه نامه است. هجوم «تازه واردین» به بازار این بیمه در اوایل دهه ۱۹۸۰ متوقف شد و بیمه گران اتکائی معتقدند که گروه مزبور به این بازار باز نخواهند گشت. بیمه گران مستقل آمریکائی می‌گویند که آنها حدود بیست میلیارد دلار دعاوی غیرقابل پوشش از بیمه های اتکائی دارند و بدین جهت در حال حاضر دقت بیشتری در انتخاب بیمه گران اتکائی خود بعمل می‌آورند. بیمه گران آمریکائی، همانند همکاران اروپائی خویش، خطرات بیشتری در دفاتر خود ثبت می‌کنند و این مسأله برای بیمه گران اتکائی یک نوع رقابت به شمار می‌رود.

بیمه گران نخستین، در مقایسه با چهار یا پنج سال گذشته، از نظر مالی در وضعیت بهتری قرار دارند. مسأله

ادغام موجب شده که شرکتهای بزرگتری در بخش بیمه مستقیم بوجود آیند که دارای ترازنامه های قوی و دامنه جغرافیائی وسیع تر از لحاظ قبول خطرات هستند. ادغام اقتصادی در اروپا روند مزبور را تقویت خواهد کرد. بیمه گران اتکائی به ناچار جهت جبران خلاء درآمد به دنبال بازارهای جدید هستند. شرکت های بیمه اتکائی مونیخ (مونیخ ری) و سوئیس (سوئیس ری) در حال حاضر خدمات جدیدتری به مشتریان خود عرضه می‌کنند. این خدمات شامل نرم افزارهای کامپیوتری مربوط به بیمه است. «سوئیس ری»، جهت متعادل کردن معاملات بیمه اتکائی خود به توسعه فعالیت در زمینه صدور مستقیم بیمه نامه های شخصی پرداخته که از ثبات بیشتری برخوردار است. بیمه بدون واسطه معادل یک سوم منافع گروه در سال ۱۹۸۸ را ایجاد کرد، «مونیخ ری» می‌گوید که ترجیح می‌دهد فعالیت هائی را انجام دهد که به خوبی از عهده آنها برآید. البته شرکت مزبور در حال حاضر سهام عظیمی در شرکتهای بیمه بدون واسطه شامل بزرگترین شرکت بیمه عمومی آلمان غربی (آلیانز) و بزرگترین شرکت بیمه عمر (آلیانزلین) و یک شرکت بزرگ بیمه خصوصی درمانی دارا می‌باشد.

به نظر می‌رسد شرایط و آگذاری بیشتر بیمه اتکائی نیز در حال تحول است که احتمالاً اثرات و نتایج زیادی به دنبال خواهد داشت. دوروش اساسی (و حدود یکصد روش فرعی) برای بیمه های اتکائی موجود است. بیمه گر اتکائی ممکنست موافقت کند قسمتی یا «سهیمه ای» از یک معامله را از بیمه گران مستقیم و بدون واسطه دریافت کند. در این مورد بیمه گر اتکائی درصدی از مطالبات را می‌پردازد و در مقابل درصد مشابه از حق بیمه های دریافتی توسط بیمه گر بدون واسطه را به صورت خالص (یعنی بدون در نظر گرفتن سهمش در مخارج بیمه گر مستقیم) دریافت می‌کند. بیمه گر اتکائی همچنین می‌تواند در مورد پرداخت مطالبات بیش از یک حد معین (غالباً برای این حد سقفی قائل می‌شوند) توافق کند و در مقابل تقبیل این «مازاد ضرر»، حق بیمه مورد توافق را دریافت دارد. در برخی از بازارها و طبقات به نظر می‌رسد که روندی مشخص به دور از روش «سهیمه» و به رویه «مازاد ضرر» وجود دارد.

## افسردگی لایم استریت

شدیدترین نوع رقابت در شهر لندن بچشم میخورد که مرکز بیمه اتکائی و همچنین بیمه بدون واسطه بین المللی با خطرات عظیم بویژه بیمه دریائی و هوائی است. در طول سالهای گذشته به علت رشد سریعتر اقتصاد سایر کشورهای اروپائی، سهم لندن در صنعت بیمه کاهش یافته است. مشکلات در بیمه لویدز (به مقاله مربوطه مراجعه شود) برخی از مشتریان را بطور کلی از لندن گریزان کرده است. بعضی از بیمه گران اتکائی که در اوایل دهه ۱۹۸۰ معاملات مربوط به آمریکا را از طریق لندن قبول کرده و متضرر شده بودند سوگند خوردند که بیشتر معاملات مربوط به آمریکا را در خود این کشور انجام دهند. برخی از تخصص های مربوط به صنعت بیمه جلب مراکز دیگر می شوند: برای نمونه، حدود ۷۰ درصد بیمه هوائی که در پاریس صادر می شود به خطرات «غیرفرانسوی» مربوط می شود. کارگزاران بزرگ بین المللی انگلیسی - آمریکائی مانند مارش اند مک لنان بورینگ و سدویک<sup>۱</sup> دفاتر خود را در سراسر دنیا توسعه می دهند.

علیرغم آنچه گفته شد ساختمانهای اداری شلوغ مجاور «لایم استریت» هنوز جایگاه بزرگترین و حرفه ای ترین کارگزاران و شرکتهای بیمه است. صنعت بیمه که در میان سایر تأسیسات مالی انگلستان از کمترین هیاهو برخوردار است بیشترین سهم را در درآمدهای غیرمرئی در خارج از کشور داشته است (جدول شماره ۱) البته این درآمدها در سالهای ۱۹۸۷ و ۱۹۸۸ با کاهش روبرو شدند.

شرکت لویدز و بطور کلی بازار لندن در حال حاضر تکنولوژی جدید و روش های سریع تر ارائه می دهند. لندن، همزمان با گشایش و ادغام بازارهای بیمه اروپا با معاملات کمتری روبرو می شود ولی به هر تقدیر به عنوان رابط بین خطرات آمریکائی و بیمه گران اروپائی در مقام بالای خود باقی خواهد ماند.

## بازار بیمه واحد

آقای روبرت کارتر استاد رشته بیمه در دانشگاه ناتینگهام می گوید: «من در خصوص یک بازار واحد

اگر ثابت شود که این روند موفقیت آمیز و پایدار است در این صورت نه تنها منافع بیمه های اتکائی قادر خواهند بود کنترل بیشتری را بر قیمت های بازار بیمه های بدون واسطه اعمال کنند. در معاملات «سهمیه ای» بیمه گران اتکائی نظرات و تصمیمات بیمه گر اولیه را می پذیرد. در معاملات «مازاد زیان» بیمه گر اتکائی نرخ حق بیمه را خود تعیین می کنند. در فرض علمی، بیمه گران اتکائی از نفوذ زیادی برخوردارند زیرا احتمال کمی وجود دارد که بیمه گران اولیه قیمت هائی بر روی معاملات بیمه بگذارند که برای بیمه گران اتکائی غیر قابل قبول باشد. در عمل نفوذ بیمه گر اتکائی دارای قاطعیت کمتری است. بالغ بر نیمی از درآمد حق بیمه بزرگترین بیمه گر جهان، «مونیکری» از بازار داخلی خود یعنی آلمان غربی تأمین می شود. با وجود این شرکت مزبور قادر به جلوگیری از سقوط نرخهای واقعی حق بیمه آتش سوزی صنعتی در آلمان غربی نبوده است و تنها توانسته است با مجزا کردن خطرات ناشی از آلودگی محیط زیست، شرایط بیمه آتش سوزی را در بعضی موارد دقیق تر و سخت تر اعمال کند. سرانجام این مسأله که آیا بیمه گران اتکائی قیمت بیمه را تعیین می کنند و یا اینکه آن را می پذیرند بستگی دارد به اینکه آنها تا چه حد خواستار معامله ای هستند.

## عواید ماورای بحار مؤسسات مالی انگلستان به میلیون پوند

	۱۹۸۸	%	۱۹۸۰	%
بیمه	۳/۷۷۲	۵۱/۳	۱۰۹۶	۵۲/۸
بانکداری	۹۲۶	۱۲/۶	۱۴۰	۶/۷
صندوق بازنشستگی	۵۵۹	۷/۶	۸۷	۴/۲
دفاتر صادرات و تاجار	۵۵۵	۷/۵	۲۷۲	۱۳/۱
معامله گران اوراق	۴۳۶	۵/۹	۸۲	۴/۰
مبادلات بهاداربانک	۳۳۴	۴/۵	۱۸۱	۸/۷
مؤسسات سرمایه گذاری	۲۹۸	۱۴/۱	۳۴	۱/۶
سایر واسطه ها	۲۱۷	۳/۰	۶۴	۳/۱
شرکتهای سرمایه گذاری	۱۹۵	۲/۷	۸۲	۴/۰
اجاره	۴۰	۰/۶	۱۴	۰/۷
سازمان ثبت کشتی درلویدز	۱۸	۰/۲	۲۳	۱/۱
جمع کل	۷/۳۵۰	۱۰۰	۲۰۷۵	۱۰۰



مورد شرکتهای بیمه نسبتاً سبک و در آلمان غربی، ایتالیا، یونان و پرتغال این مقررات نسبتاً سنگین است. انگلستان پس از تغییراتی که در سال ۱۹۸۸ در قوانین ایجاد شد - در مورد بازاریابی بیمه سختگیری و کنترل بیشتری را اعمال می‌دارد. آزادی استقرار تأسیسات موجب شد تا شرکتهای بیمه به ۱۲ بازار ملی دسترسی یابند. آزادی خدمات، یک شرکت بیمه که قانوناً در یک کشور جامعه اروپائی تأسیس شده می‌تواند خدمات خود را در سایر کشورهای جامعه، براساس مقررات کشور میزبان عرضه کند. آقای رندون از بیمه جنرالی معتقد است که: «آزادی خدمات مختلف است و همین امر موجب رقابت می‌شود».

احکام دادگاه عدالت اروپا در پایان سال ۱۹۸۶، اصل آزادی خدمات در صنعت بیمه را تضمین کرد ولی این آزادی محدود به معاملاتی شد که مصرف‌کنندگان بیمه در آنها دخالت نداشته باشند. دادگاه مقرر داشت که ماهیت ناپایدار مسأله نظارت بر بیمه در بعضی از کشورها این حق را برای سایر کشورها بوجود می‌آورد که ضوابط حمایتی خود از مصرف‌کنندگان عادی بیمه را - تا زمانی که ضابطه مشترکی مورد موافقت قرار نگرفته است - اعمال دارند.

کمیسیون بروکسل - با تلاش زیاد در این مختصر محدوده - موفق شد دو دستورالعمل جدید به تصویب برسانند. اولین دستورالعمل این اجازه را به بیمه‌گران می‌دهد که پوشش بیمه برای خطرات عظیم را (تشخیص این خطرات از طریق وسعت شرکت خریدار بیمه‌نامه صورت می‌گیرد) به عنوان یک نوع خدمت به فروش برسانند. این دستورالعمل از اول ژوئیه سال جاری قابل اجراست (این دستورالعمل در مورد کشورهای اسپانیا، پرتغال، یونان و ایرلند بعدها اعمال خواهد شد) و همزمان با آن اقدام دیگری در خصوص آزادسازی جریانات سرمایه آغاز خواهد شد که محدودیت‌های اشخاص در خصوص بیمه خطرات در خارج از مملکت محل اقامت آنها را برطرف خواهد کرد. دومین دستورالعمل بیمه که بحث‌انگیزترین آنهاست و احتمالاً در نیمه آغازین سال ۱۹۹۰ به تصویب خواهد رسید و از سال ۱۹۹۳ قابل اجراست به اشخاص حقیقی اجازه می‌دهد که خود پیشقدم

اروپائی برای صنعت بیمه تردید دارم «البته اگر کسی در ماه ژانویه گذشته با من پانصد به یک شرط می‌بست که دیوار برلین تا پایان سال برجیده خواهد شد من آن شرط را قبول نمی‌کردم». «آزادسازی فروش بیمه، آخرین وظیفه خطیر گروه زحمتکش خدمات مالی در کمیسیون اروپا است. روند آزادسازی از دوده پیش آغاز شد. فروش بیمه اتکائی در سال ۱۹۶۴ رسماً آزاد اعلام شد. براساس یک سلسله دستورالعمل در دهه ۱۹۷۰، آزادی تأسیس مؤسسات در سراسر جامعه اروپائی به بیمه‌گران بدون واسطه اعطا شد که مشروط به تأیید مقامات محلی بود. ضریب عمومی قدرت پرداخت دیون (نسبت سرمایه آزاد به بیمه‌نامه‌های صادر شده) نیز تعیین شد ولی اثرات تعدیل‌کننده و هماهنگ‌کننده آن محدود بود زیرا علیرغم معین بودن نسبت یاد شده چگونگی رسیدن به آن روشن نبود. آزادی استقرار مؤسسات منجر به موج زودرسی از مالکیت در آن سوی مرزها شد.

به هر حال، با استثنائاتی چند، آزادی استقرار، نوآوری زیادی به همراه نیاورد. به نظر آقای انریکو رندون، ریاست بیمه ایتالیائی جنرالی<sup>۱۱</sup> «تازه‌واردین همان کارهائی را انجام می‌دهند که دیگران می‌کردند» (دلیل اصلی این موضوع اینست که جزئیات مقررات صنعت بیمه بیشتر از سایر خدمات مالی است. برخلاف مؤسسات اوراق بهادار و حتی بانکها، حصارگری گراگردد بیمه‌گران کشیده شده است. بیشتر تنظیم‌کنندگان مقررات، بیمه‌گران را ملزم به تنظیم فرم بیمه‌نامه استاندارد و با تصویب بیمه‌نامه‌ها قبل از صدور می‌کنند، قیمت‌ها در بعضی از انواع بیمه تعیین شده است (بیمه اجباری اتومبیل)، سود بیمه‌گران در بعضی از کشورها تعیین و یا محدود می‌شود، جدولهای مرگ و میر یا نرخ بهره را برای بیمه‌گران معین می‌کنند. تمام کشورها قوانین و مقرراتی دارند که میزان اندوخته و کانالهای سرمایه‌گذاری بیمه‌گران را تعیین و به نحوی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهند.

اگرچه مقررات به خاطر مصرف‌کننده وضع می‌شوند اما در برخی از آنها تأکید بیشتری بر حق انتخاب مصرف‌کننده و در برخی دیگر بر حمایت از مصرف‌کننده، می‌شود. در انگلستان و هلند، مقررات در

سرمایه گذاری دارائی ها، انتخاب قانون حاکم بر قرار داد، تعریف شرایط بیمه نامه و یکسان سازی ذخایر فنی می باشند. قانون آخری - که احتمالاً از لحاظ سیاسی تفرقه انگیزترین است - در پیش نویس دستورالعمل جداگانه ای در مورد حسابهای شرکتهای بیمه گنجانیده شده است و هم اکنون اولین شور آن در پارلمان اروپا به پایان رسیده است. در بروکسل صحبت از نافذ شدن جواز بیمه واحد در سال ۱۹۹۵ به گوش می رسد. این جهت زمانی احتمالاً خوش بینانه است.

همانند بیشتر مسائل مالی، کشورهای اصلی درگیر در این بحث و جدول عبارتند از انگلستان، که موضع نرم تر مقررات آنها موجب شده که لندن مرکز بین المللی بیمه قرار گیرد و آلمان، که اجرای مقررات از رقابت شدید در داخل کشور جلوگیری کرده است و موجب شده تا دو شرکت بیمه گر آلمانی در میان بزرگترین و قوی ترین شرکتهای بیمه جهان قرار گیرند. معذک، امکان سازش وجود دارد. در حال حاضر، در آلمان سرمایه دار روحیه ماجراجویانه تری مشاهده می شود که شاید به خاطر رقابتی است که به آرامی و بیرحمانه در بازار داخلی این کشور شکل می گیرد. به نظر می رسد که در لندن نیز بیمه گران حاضر به قبول مقررات بیشتری در کشورشان هستند. پیش بینی موفقیت برای «اصولی» که گفته شد هنوز خیلی زود است ولی آنچه مسلم است انتظارات از یک بازار واحد به سرعت افزایش یافته است.

دولتهائی که هدفشان تا حدی بروکسل است شروع به تعدیل مقررات بیمه کرده اند. فرانسه قانون بیمه خود را اصلاح کرده است، دفتر اتحادیه شرکتهای بیمه آلمان غربی پیشنهاد تخفیف مقررات در مورد متن بیمه نامه و نرخ آن را داده است، کشور سوئیس (که در سال گذشته موافقت نامه ای با جامعه اروپا در خصوص تضمین آزادی متقابل استقرار برای شرکتهای بیمه غیرعمر انعقاد کرد) تثبیت قیمت ها در کل صنعت بیمه را در بعضی از انواع معاملات ممنوع کرده است. با این وجود، دو نوع مانع قانونی دیگر از اهمیت برخوردارند که عبارتند از مالیات و تفاوت پولهای کشورهای که موضوع اخیر مهمتر است. سیاست های مالیاتی بیمه در برخی کشورها؛ دولت فرانسه

شوند و از شرکت هائی که در کشور خودشان تأسیس نشده اند بیمه عمر خریداری کنند.

به نظر آقای پیتر اسمیت - مشاور مدیر در شرکت ارنست اندیانگ - دستورالعمل مربوط به بیمه غیرعمر شاید ۲۰ تا ۳۰ درصد حق بیمه های دریافتی توسط بیمه گران اموال و حوادث را تحت تأثیر قرار دهد، بیشترین خطرات عظیم در حال حاضر در سطح بین المللی به فروش می رسند. حتی سرلیون برتین - مأمور خدمات مالی جامعه اروپا - تصدیق کرد که در اکثر کشورها، دستورالعمل بیمه عمر همانند «موشی بود که به عقب می دوید» تا اینکه توافقات نهائی موجب تحکیم و تقویت آن شد.

علیرغم آنچه گفته شد هردو دستورالعمل بیشتر جنبه نمایش به وسیله علائم (سمبولیک) را دارند. اقدام مربوط به بیمه غیرعمر شاید «بازار میانی» بزرگ شرکتهای اروپائی را آتقدر وسعت بخشد که بتوانند در سراسر اروپا به معامله پردازند ولی این شرکتها از نظر رقابت با بیمه لویدز از بنیه مالی کافی برخوردار نخواهند بود. کمیسیون با تلاش زیاد و تحصیل این امتیاز که رجوع فرد به دلال محلی به عنوان ابتکار شخصی تلقی میشود موجب شد که دستورالعمل بیمه عمر شباهت کمتری به یک «موش» داشته باشد. هردو دستورالعمل میتوانند همزمان نقش دلان مستقل را در اروپا تقویت کنند و رقابت را افزایش دهند.

### تعیین چهارچوب آتی برنامه ها

شاید اگر سرلیون تصمیم نگرفته بود که قدمی برای تأمین آزادی کامل خدمات برای انواع بیمه و خریداران آن قائل شود هم اکنون شاهد ضعف و سستی بازار در میان توده ای پیش نویس دستورالعملهای محکوم به فنا بودیم. نامبرده در سخنرانی ماه نوامبر برنامه های مربوط به ایجاد «جواز بیمه واحد» مانند «جواز بانکداری واحد» که در سال گذشته اتخاذ شد را تشریح کرد. دستورالعمل های «اصول» ابتدا برای بیمه غیرعمر و سپس بیمه عمر در سال جاری مطرح خواهند شد.

جهت پیروی از احکام دادگاه در خصوص حمایت از مصرف کننده، چندین مقررات احتیاطی و اصولی باید هماهنگ شوند. این ها شامل قوانین مربوط به

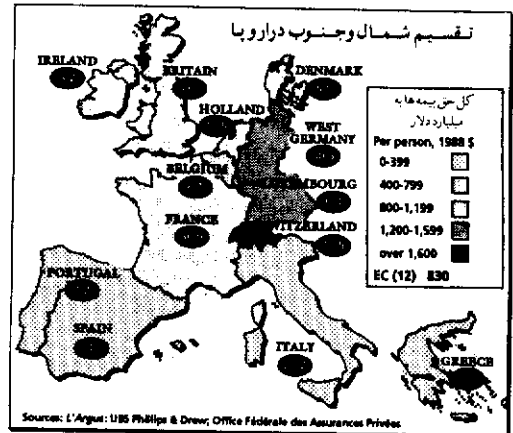
بزرگترین مانع برای نیل به یک بازار واحد، تفاوت‌های ذاتی نوع خرید و نحوه فروش توسط اشخاص است. برای فهم این مطلب، خطی از شرق به غرب اروپا از طریق کوه‌های آلپ رسم می‌کنیم. مردمی که در شمال این خط قرار می‌گیرند در مقایسه با مردمی که در جنوب آن هستند بیمه‌های بیشتری از تمام انواع آن خریداری می‌کنند و این بدان جهت نیست که مردم شمال اروپا ثروتمندتر هستند. مردم سوئیس (این کشور عضو جامعه اروپا نیست) نسبت به بقیه جهان پول بیشتری برای بیمه مصرف می‌کنند، پرتغالی‌ها در مقایسه با روس‌ها بیمه کمتری می‌خرند.

خدماتی که به افراد عرضه می‌شود و یا ترجیح می‌دهند که بخرند نیز متفاوتند. در سال ۱۹۸۸، چهار پنجم حق بیمه‌های عمر در آلمان غربی به بیمه‌های مختلط پس‌انداز<sup>۱۱</sup> تخصیص یافت (مردم آلمان غربی برای بیمه‌های مختلط پس‌انداز بخشودگی مالیاتی دریافت می‌کنند ولی برای بیمه‌های Unit-Linked هیچگونه بخشودگی تعلق نمی‌گیرد). در بین بیمه‌های عمومی، بیمه‌نامه‌های «تمام‌خطر» در انگلستان رایج هستند ولی در دیگر کشورهای قاره اروپا که بیمه‌گران ترجیح می‌دهند خطرات را مشخص می‌کنند رواجی ندارند. در آلمان غربی، بیمه‌گران سالیانه بیش از ۱/۵ میلیارد دلار می‌پردازند تا اطمینان داشته باشند که قادر به پرداخت هزینه‌های حقوقی احتمالی هستند، این مبلغ در انگلستان حداکثر ۱۰۰ میلیون دلار است. در هلند نسبت حق بیمه‌های دریافتی از بیمه درمانی به کل حق بیمه‌ها از کشورهای دیگر بیشتر است. قریب نیمی از بیمه‌های فروخته شده در ایتالیا به بیمه اتومبیل اختصاص دارد.

انواع خدمات بیمه یکسان است حال آنکه قیمت‌ها متفاوتند. نتایج حاصل از بررسی انجام شده برای کمیسیون اروپا که در سال ۱۹۸۸ انتشار یافت حاکی از آنست که اگر بیمه‌های مختلف در سراسر اروپا به قیمت‌های متوسط چهار کشوری که پائین‌ترین قیمت‌های بیمه را دارند فروخته می‌شدند، خریداران بیمه مبلغی حدود ۲/۴۵ میلیارد اکو (واحد پولی اروپا) معادل ۲/۹ میلیارد دلار پس‌انداز می‌کردند. بر این اساس، قیمت‌ها در ایتالیا

که در سال گذشته سیاست کاهش مالیات بر بیمه‌نامه‌ها را آغاز کرد هنوز مالیاتی بالغ بر ۳۵ درصد برای بیمه‌نامه اتومبیل وصول می‌کند. در بیشتر کشورهای مالیات بر درآمد به حق بیمه عمر تعلق نمی‌گیرد و در برخی دیگر این مالیات به پرداختیها به دارندگان بیمه‌نامه تعلق نمی‌گیرد. مشکل‌ترین مسأله، محاسبه مالیات شرکتهای بیمه است بویژه میزانی که می‌توانند از بابت ذخیره‌ها کسر کنند و چگونه به سود سرمایه‌گذاری‌ها مالیات تعلق می‌گیرد. شرکتهای بیمه در بیشتر کشورهای تحت فشار هستند بویژه در انگلستان احتمالاً یکنوع هماهنگ‌سازی در این خصوص کافی خواهد بود.

واحدهای مختلف پول در اروپا مانعی در مسیر پیدایش بازار اروپائی در بیمه عمر به‌شمار می‌روند یک فرد اسپانیائی هیچگاه مایل نیست که برای سنین بازنشستگی خود فرانک فرانسه ذخیره کند و بحث بدین ترتیب ادامه می‌یابد. در واقع شاید تعدادی زیادی از افراد بامسأله بالا موافق باشند. در عین حال بیمه‌گران می‌دانند که باید بیمه‌نامه‌ها را به ارزشهای بفروشدن که مناسب بازارهای مختلف باشد و همچنین مدیران سرمایه‌گذاری می‌دانند که باید ذخیره‌های خود را به نحو سودآوری سرمایه‌گذاری کنند. برای نمونه، تعدادی از بیمه‌گران، در حال حاضر، بیمه‌نامه‌هایی به پولهای خارجی در کشور هلند عرضه می‌کنند گروه بیمه ویکتوار در نظر دارد تا بیمه‌نامه‌های عمر به مارک آلمان در کشور فرانسه ارائه کند. بطور یقین شرکتهای بیشتری از این تصمیمات پیروی خواهند کرد.



بازار اروپائی مدتها به طول خواهد انجامید، برای رسیدن به این هدف نیاز به یک تسلسل است ولی تا آن زمان وجود یک شبکه اجرائی در محل بسیار اهمیت دارد (در حالیکه بروکسل سرعت مشغول انجام کارهاست بیمه گران اروپا به سوی توزیع خدمات بیمه در سطح وسیعی پیش می‌روند.

#### ایجاد محدودیت

سرمارک وین برگ رئیس بزرگترین شرکت بیمه عمر Unit-Linked انگلستان، الاید دونبار<sup>۱۲</sup> و پایه گذار دومین شرکت بیمه عمر انگلستان، ابی لایف<sup>۱۳</sup> می‌گوید: «اگر بخواهم بیمه‌نامه‌های بیشتری به فروش برسانم باید عامل فروش بیشتری استخدام کنم». توزیع به همان اندازه که مهم و ساده است مشکلات زیادی نیز به همراه دارد به ویژه زمانی که بیمه‌نامه به اشخاص فروخته می‌شود.

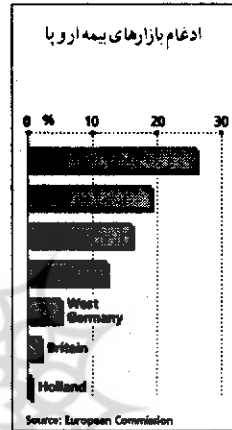
هزینه‌های فروش، پس از هزینه‌های مربوط به مطالبات و دعاوی، بزرگترین رقم را در هزینه‌های عملیاتی بیمه گران تشکیل می‌دهد (این هزینه‌ها در شرکت بیمه جنرالی دو برابر هزینه‌های اداری هستند).

یک شرکت بیمه عمر انگلیسی معتقد است که در برابر هر یکصد لیره انگلیسی که یک عامل فروش بیمه به عنوان کارمزد فروش بیمه‌نامه دریافت می‌کند، سهامداران شرکت تنها پنجاه لیره در کل مدت سند بیمه بدست می‌آورند. جای تعجب نیست که بیمه گران در سراسر اروپا تلاش می‌کنند که قبل از رقبای خود برای کارگزاران فروش، نمایندگی‌ها، حق العمل کاران محلی و فهرست پستی مشتریان و از همه بیشتر بیمه گران دیگر محدودیت قائل شوند. بازار محلی بیشترین اهمیت را داراست.

ادغام بین شرکت‌های محلی در فرانسه بسیار آشکار است در این کشور تلاش برای کنترل بازار بیمه در طول دو سال گذشته به وضوح جدال‌های مالی عمده‌ای را بوجود آورد. دو گروه قدرتمند در بخش خصوصی بیمه پدیدار شده‌اند، هیچیک از این دو قبلاً وجود نداشتند. ادغام شرکت بیمه آکسا با میدی<sup>۱۴</sup> در سال ۱۹۸۸ گروه نیرومندی از نظر سرمایه ایجاد کرده است که دومین شرکت بزرگ بیمه در فرانسه (از لحاظ حق بیمه‌های دریافتی) به شمار می‌رود. در ماه دسامبر، یو-ای-پی با

می‌توانستند تا ۵۱ درصد کاهش داشته باشند، این کاهش برای اسپانیا ۳۲ درصد و برای بلژیک ۳۱ درصد می‌شود ولی در هلند و انگلستان هیچ کاهشی را در قیمت‌ها نمی‌توان انتظار داشت.

هریک از بازارها تجارب خاص خود و مالیات‌ها و مقررات متفاوت دارند. میزان مرگ و میر ناشی از تصادفات رانندگی بر حسب مسافتی که یک وسیله نقلیه می‌پیماید در کشور فرانسه دو برابر هلند است. آق‌سای دیت نانهوف عضو هیئت مدیره شرکت بیمه مونیخ ری می‌گوید «مرگ و میر را نمی‌توان صادر کرد» احتمال مرگ جوانان آلمانی بر اثر تصادفات رانندگی بیش از جوانان انگلیسی است. در سال گذشته تعداد بسیار زیادی از کارخانه‌های



روبانحطاط صنعت نساجی در اسپانیا طعمه حریق شدند ولی این موضوع تعجب کسی را برنیا نگیخت. این ضوابط و سایر ضوابط غیرمشترک نشان می‌دهد که چرا بیمه گران اروپا در خریدن شرکت‌های خارجی از یکدیگر سبقت می‌گیرند و این در زمانی است که کمیسیون بروکسل تلاش می‌کند که استقرار فیزیکی شرکت‌ها را بی‌مورد سازد. اگرچه آزادی خدمات هدف مفیدی به شمار می‌رود ولی بیمه گران مستقماً معتقدند که این مسأله لا اقل در کوتاه مدت مسأله بی‌اهمیتی برای صنعت بیمه آنهاست: فروش اکثر انواع بیمه همچنان به شکل معامله شخص با شخص توسط شرکت‌های محلی و واسطه‌های محلی به خریداران محلی صورت خواهد گرفت. تحقق مجوز واحد در بیمه موجب افزایش رقابت، البته به کندی، خواهد شد و سپس بر قیمت‌ها و آنگاه بر خدمات بیمه در محدوده بازارهای ملی تأثیر خواهد گذارد.

آق‌سای ژان پیرلوار رئیس بیمه دولتی یو. ای. پی (بزرگترین شرکت بیمه فرانسه) معتقد است: «ایجاد یک

بشدت افزایش داده‌اند، به ویژه آنها توجه خود را به گروه‌های شغلی مانند رانندگان تاکسی یا زارعین معطوف داشته و یک رشته بیمه‌نامه‌های جدید و ارزان قیمت برای این گروه طراحی کرده‌اند.

واکنش شرکت‌های سهامی بیمه بدین ترتیب است که آنها در معاملات با کارگزارانشان انعطاف بیشتری نشان می‌دهند. در ایتالیا شرکت‌های هائی نظیر آر. ای. اس شروع به فروش بیمه‌نامه‌های عمر خود از طریق عاملین فروش شرکت‌های سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این عاملین پس از سقوط بازار سهام در سال ۱۹۸۷ با کم کاری روبرو هستند و دستمزد کمتری در مقایسه با شبکه قبلی کارگزاران بیمه دریافت می‌کنند. فروش مستقیم بیمه سالها در هلند و انگلستان رایج بوده و همچنان در هردو کشور توسعه دارد، در آلمان غربی این روش بیش از گذشته معمول شده‌است. این تحولات بویژه در کشور انگلستان چشمگیرتر است. در سال ۱۹۸۸ مقرراتی در این کشور به مرحله اجرا درآمد که به موجب آن وابسته‌های بیمه ملزم به وابستگی به یک شرکت و یا ارائه مشورت جامع به عنوان شرکت‌های بیمه (به ویژه شرکت‌های بیمه عمر مشترک) که اتکای بیشتری به معاملات مرجوعی توسط واسطه‌های مستقل بیمه داشتند شده‌است. رقابت برای جلب عاملان فروش در صنعت بیمه و برای سایر امکانات مانند شرکت‌های ساختمانی<sup>۱۷</sup> و کارگزاران بنگاه‌های املاک همراه با اتمام زمان قراردادی که حداکثر حق العمل پرداختی به کارگزاران مستقل بیمه را مشخص می‌کرد، موجب بالا بردن حق العمل فروش تا ۳۰ درصد شده‌است.

در بیشتر کشورها، شگفت آورترین روند، تجدید روابط بین بانکها یا بانکهای پس انداز و بیمه‌گران است. علاقمندان به این مسأله آنرا «بانک بیمه» می‌نامند و همگی بدین باورند که به ناچار مسأله مزبور منتهی به ایجاد فروشگاه‌های بزرگ مالی (سوپرمارکت مالی) خواهد شد. چند نمونه‌آخر را نقل می‌کنیم:

— یو. ای. پی قراردادی با ب. ان. پ — بزرگترین بانک دولتی فرانسه — منعقد ساخته است که به موجب آن هردو مؤسسه موظف به توزیع خدمات یکدیگر هستند و نهایتاً ۱۰ درصد از سهام خود را با یکدیگر مبادله خواهند کرد.

همکاری گروه بزرگ سوئز، سرمایه‌گذاری پیچیده‌ای در گروه بیمه ویکتوار (مالک جدید شرکت کلونیا، دومین شرکت بزرگ بیمه غیرعمر آلمان غربی) به عمل آورد. یو. ای. پی و ویکتوار می‌گویند که آنها همچنان در داخل فرانسه با یکدیگر رقابت خواهند کرد ولی در خارج فرانسه باهم همکاری می‌کنند.

در ایتالیا چندین شرکت بیمه کوچک در حال ادغام هستند. ولی مسأله مهمتر اینست که جنرالی و گروه بیمه لاقوندیاریا<sup>۱۵</sup>، به ترتیب بزرگترین و سومین شرکت بزرگ بیمه خصوصی ایتالیا، ممکنست احتمالاً بسیار نزدیک شوند. در ماه دسامبر آقای کاملیو دوبندیتی<sup>۱۶</sup> کنترل لاقوندیاریا را در دست داشت. آقای دوبندیتی از سهامداران عمده و معاون رئیس هیئت مدیره شرکت جنرالی نیز می‌باشد.

در بیشتر کشورها، مبارزه برای تقسیم منطقی بازارها اگرچه نسبتاً شدید بوده است ولی به همان نسبت مؤثر نبوده است. کارگزاران وابسته یا مستقل بیمه، واسطه‌ها و بانکها همگی به فروش بیمه در کشورهای اروپائی اشتغال دارند.

کارگزاران وابسته یا نیمه‌وابسته بر بازار بیمه اروپا تسلط بسیاری دارند. بیش از سه چهارم بیمه در آلمان غربی و بالغ بر ۸۰ درصد آن در ایتالیا توسط این گروه به فروش می‌رسد. (به جدول شماره ۳ مراجعه شود).

در کشور فرانسه، اغلب کارگزاران بیمه از حقوق انحصای جهت توزیع بیمه در حیطه جغرافیائی خود برخوردارند و توانسته‌اند از اقدامات شرکت‌هایی که مایل به توسعه و گسترش توزیع بوده‌اند جلوگیری کنند. در اسپانیا بازار فروش بیمه عمر در اختیار شرکت‌های وابسته به بانکهاست. در انگلستان و هلند کارگزاران و واسطه‌های مستقل پیوسته نقشی عمده را در بازار بیمه ایفا کرده‌اند. به هر تقدیر الگوها در حال تغییرند و این تغییر در کشورهایی چون انگلستان، هلند و فرانسه که حق العمل فروشندگان بیمه بالا است بسیار سریع است.

در فرانسه شرکت‌های بیمه مشترک (مالکیت این شرکت‌ها به بیمه‌گذاران تعلق دارد) فروش خدمات خود را بدون واسطه انجام می‌دهند و سهم خود از بازار بیمه را

بحث تصمیم به صدور مستقیم بیمه عمر گرفت و همین اقدام موجب پیروی «آلیانز» و «درسدنر بانک» نیز شد. بانکهای فرانسه - در دهه منتهی به سال ۱۹۸۸ - سهم خود را در صدور بیمه نامه های عمر و پس انداز را به دو برابر با ۳۸ درصد بازار این دو نوع بیمه افزایش دادند. «کردی اگریکول»، بزرگترین بانک تعاونی فرانسه، چهار سال پیش، یک شرکت وابسته بیمه عمر تشکیل داد. در سال ۱۹۸۸ این شرکت وابسته، «پردیکا»، دومین شرکت بزرگ بیمه عمر در فرانسه شد و اینک «کردی اگریکول» تصمیم به آزمایش دیگر بازارهای بیمه گرفته است وضعیت «کردی لیونه» نیز که شرکت وابسته بیمه عمر هم آن جزو ده شرکت بزرگ فرانسه است به همین ترتیب می باشد.

تعدادی از بانکهای تهرانی انگلستان سالهاست که به آرامی به صدور بیمه نامه اشتغال دارند. در سال ۱۹۸۴ رویال بانک آ و اسکاتلند در ارائه مستقیم بیمه اتومبیل پیشقدم شد. بارکلیز پیش از بانک اخیر تشکیلات کوچک و سودآوری جهت ارائه بیمه عمر دایر کرده بود. یکی از شرکتهایی که کمتر شناخته شده و از رشدی سریع برخوردار است بانک تعاونی «تی. اس. بی» است که در سال ۱۹۸۶ تأسیس شد. اخیراً لویدزبانک با در اختیار گرفتن بیشتر سهام «ای بی لایف» این شرکت را به شرکت وابسته بیمه کوچکی که داشت اضافه نمود.

#### لبخندی بر چهره ببر

در بیشتر کشورهای اروپا، مبارزه برای جلب پس اندازها بین بانکها و شرکتهای بیمه وجود دارد. در فرانسه و آلمان پس اندازهایی که هنوز به مراکز جلب

ای. ام. ای. وی سومین شرکت بزرگ بیمه هلند تعدادی از سهام خود را با وی. اس. پی که یک بانک پس انداز است مبادله کرده است. کشور هلند در ماه ژانویه مالکیت مشترک بانکها و شرکتهای بیمه را مجاز می کرد و انتظار می رود که تعدادی از سهام متقابلاً مبادله شوند.

شرکت بیمه کمرشیاال یونیون - سومین شرکت بزرگ بیمه مختلط انگلستان (که بیمه عمر و بیمه غیر عمر عرضه می کند - با شرکت میدلند بانک بیمه عمر مشترک صادر می کنند. همچنین شرکت بیمه اسکاتیش اکوئیل با شراکت رویال بانک آ و اسکاتلند به عرضه بیمه پرداخته اند. شرکت استاندارد لایف ۳۵ درصد سهام بانک آ و اسکاتلند را چهار سال قبل خریداری کرد. این شرکت بزرگترین شرکت سرمایه گذاری انگلستان است و بتازگی قراردادی انحصاری برای توزیع با «هالی فاکس»، بزرگترین تعاونی ساختمانی خود منعقد کرده است. بیمه گران تابحال با ۸ تعاونی ساختمانی از ۱۰ تعاونی ساختمان بزرگ انگلستان قراردادهای انحصاری توزیع بیمه منعقد کرده اند.

«آشنر» و «مون شنر» (ای. ام. بی) - گروه بزرگ خدمات مالی و بیمه آلمان غربی اتحادیه تجاری بانک «فورجمین ویرشافت» را خریداری کرده است. «آلیانز» که بزرگترین شرکت بیمه آلمان غربی به شمار می رود قرارداد توزیع با «درسدنیر» - دومین بانک بزرگ آلمان غربی - منعقد کرده و قرار است سهام خود را به میزان ۱۰ درصد مبادله کنند.

بانکها، بانیان این تحولات بودند. «دویچ بانک» - بزرگترین بانک تجاری آلمان غربی - پس از مدتها

#### نحوه فروش بیمه

#### جدول شماره ۳

انگلستان	هند		ایتالیا		فرانسه		آلمان غربی کل بازار	درصد سهم از بازار سال ۱۹۸۶
	کل	زندگی	غیرزندگی	غیرزندگی	زندگی	غیرزندگی		
زندگی غیرزندگی								
*	۳	۲۵	-	-	۲۷	۱۰	۳	مؤسسات بدون واسطه
*	۳	۱۳	-	-	-	۳۲	۲	بانکها
۷۰	۴۴	۲۰	۱۰	۲۰	۲۱	۲۶	۱۶	واسطه ها
*	۵۰	۴۲	۹۰	۸۰	۵۲	۳۲	۷۹	کارگزاران و عواملان فروش

• آمار در دسترس نیست

پس اندازه‌ها هدایت نشده‌اند توسط بانکداران جذب می‌شوند ولی این مسأله در همه جا بدین ترتیب نیست. در آلمان غربی بانکها ۹۰ درصد شرکتهای سرمایه‌گذاری را در دست دارند در حالی که در انگلستان شرکت‌های بیمه ۶۰ درصد شرکت‌های سرمایه‌گذاری را اداره می‌کنند بیمه گران قاره اروپا به رقابت مستقیم با بانکها پرداخته‌اند، در انگلستان بیمه گران به طور مستقیم با بانکهای تجاری (برای اداره وجوه) رقابت می‌کنند و از آنجائیکه میزان زیادی از بیمه‌ها در انگلستان توسط صاحبان خانه‌ها خریداری می‌شود بیمه گران برای فروش بیمه، وابستگی زیادی به شرکت‌های ساختمانی انگلستان دارند و این همانا توصیف تلاش بیمه گران است. بیمه گران تصور می‌کنند که می‌توانند با بانکها همکاری کنند و بدین طریق از آنها جهت رفع نیازهایشان استفاده کنند. اما ممکن است مانند خانم جوانی که خندان بر پشت ببری سوار شد دریابند که سرانجام این ببری بود که چهره اش خندان شد.

تمایل بانکداران به فعالیت در رشته بیمه به خاطر رشد سریع تر این صنعت در مقایسه با بانکداری است در بورس اوراق بهادار نیز غالباً سهام بیمه‌ها با ضریب‌های بالاتری از لحاظ درآمد و دارائی محاسبه می‌شوند. بانک‌ها به خاطر هزینه‌های ثابت بالای خود مجبورند فروش بیشتری از طریق شبکه‌های موجود شعب خود داشته باشند. برخی نیز بعلمت اینکه کنترل زیادی بر سپرده‌ها ندارند در جستجوی مبالغ مالی جدیدند و مایلند رأساً به صدور بیمه‌نامه پردازند و در این حال چه کسی بهتر از یک شریک بیمه می‌تواند راهنمای آنها باشد. منافع کوتاه مدت بیمه گران از همکاری با بانکها بسیار روشن است. بانکها مشتری‌هایی دارند که بیمه گران متکی به کارگزاران مستقل از وجود آنها محرومند. بانکها می‌توانند به فروش بیمه‌نامه به عنوان یک کارفرعی پردازند و حق العمل آنها از کارگزاران بیمه کمتر است (در فرانسه حق العملی که بانکها برای فروش بیمه دریافت می‌کنند ۳ درصد حق بیمه است در صورتی که حق العمل کارگزاران ۱۰ تا ۲۰ درصد می‌باشد). یکی از دست‌اندرکاران قدیمی بیمه می‌گوید که یک نماینده فروش با کمک بانکها می‌تواند انتظار فروش پنج بیمه‌نامه را در مدت یک هفته داشته باشد در

صورتی که اگر به صورت انفرادی اقدام کند می‌تواند انتظار فروش یک یا دو بیمه‌نامه را داشته باشد.

میزان صرفه‌جویی در هزینه‌های بیمه گران بستگی به نوع و شرایط معامله دارد. اما اگر بیمه گران بیمه‌نامه‌هایشان را از طریق بانکها یا تعاونی‌های ساختمانی به فروش برسانند می‌توانند انتظار هزینه‌های بازاریابی و اداری کمتری را داشته باشد. سود شرکت بیمه «کمرشیا یونیون»<sup>۱۸</sup> از شرکت وابسته‌ای که با همکاری میدلند بانک تأسیس کرده لااقل معادل سودیست که از عملیات خود شرکت مادر عاید می‌شود. ولی به راستی بانکها تا چه حد در فروش بیمه موفق بوده‌اند؟

بیشتر بیمه گران عقیده دارند که بانکها در فروش بیمه موفقیت زیادی نداشته‌اند اگرچه همین بیمه گران اکثراً شرکای خود را در این مورد استثنا می‌دانند. عاملان فروش بیمه - برخلاف کارمندان حقوق بگیر بانکها - معمولاً مزدشان را به صورت کارمزد و حق العمل دریافت می‌کنند و بدین جهت تلاش بیشتری برای فروش بیمه می‌کنند. خدمات بیمه بسیار پیچیده است و نیاز به راهنمایی متخصصین بیمه دارد، حال آنکه بانکداران در برابر پرسش‌های مشتریان شعب خود واکنش انفعالی نشان می‌دهند (تماس کارکنان بانکها با مشتریان به حداقل رسیده است، در اکثر بانکها پول به وسیله ماشین‌های خودکار، دریافت و پرداخت می‌شود) به نظر آقای مایکل رمزی<sup>۱۹</sup>، مدیر عامل شرکت بیمه عمر و بازنشستگی تی. اس. بی برای کارآمد بودن روابط بین بیمه و بانکداری، باید این دو رشته به عنوان دو مرکز جداگانه با فروشندگان و کارکنان مجزا فعالیت کنند ولی فروشندگان بیمه به مشتریان بانک‌ها دسترسی داشته باشند و از این منبع برای فروش خدمات خود استفاده کنند. آقای رمزی می‌گوید ۹۵ درصد معاملات شرکت او از طریق روابط شرکت با شعب بانکها صورت می‌گیرد و حق بیمه‌های دریافتی توسط قسمت او در طول ۵ سال گذشته از ۲۰ درصد رشد سالیانه برخوردار بوده است. براساس اظهارات آقای دتلبرم کامپ<sup>۲۰</sup> مدیر کل آلیانز اروپا، برای شرکت آلیانز در آلمان غربی که ۴۳۰۰۰ کارگزار وابسته دارد علت اصلی انعقاد قرارداد با درسدمز، کاهش هزینه‌ها

شده است مایل است که گرفتاری خود را در محل بازگو کند نه اینکه با یک تلفن و یا ماشین پاسخگو در شهر «ریدینگ»<sup>۲۴</sup>. ولی هنوز دلایلی وجود دارند که بتوان در مورد این واقعیت تردید کرد.

مهمترین دلیل، هزینه‌ها هستند. شرکتها مایل نیستند که اطلاعاتی در خصوص میزان هزینه‌های نسبی فروش از راههای مختلف ارائه دهند. براساس ارقام مربوط به فعالیت بیمه‌گران در آمریکا که توسط «ایگل استار» تهیه شده است فروش مستقیم (از طریق تلفن یا پست) هزینه‌ای معادل ۱۰ تا ۱۲ درصد حق بیمه دربر دارد، هزینه فروش مستقیم (از طریق واسطه‌های شرکت یا شعب) معادل ۱۲/۵ تا ۱۷/۵ درصد حق بیمه دریافتی و هزینه فروش از طریق کارگزاران مستقل برابر ۲۵ تا ۳۰ درصد حق بیمه‌هاست. این تفاوت در اروپا که فروش مستقیم توسط پست ناشناخته است و احتمالاً با استقبال مواجه نخواهد شد کمتر می‌باشد. اما این مقایسه نظرات خاصی را در فکر انسان وارد می‌کند. در واکنش به این مسأله، شرکت ایگل استار در انگلستان به تازگی ۲۴ درصد از سهام شرکت «اتومبیل اسوسیشن اینشورنس سرویس»<sup>۲۵</sup> را خریداری کرد و قرار است شرکت اخیر، بیمه عمر ایگل استار را از طریق پست و نیز از طریق شعب خود به اعضا بفروشد. این که چگونه و به چه کسی باید فروخت — به ویژه برای کشورهایی که به صورت اروپای متحد درخواست دهند — مشکل حادی به شمار می‌رود.

بسیاری از بازارها فاقد واسطه‌های مستقل با سابقه هستند. اما به مرور زمان خریداران بیمه که از مشاهده یک رشته خدمات جدید گنج شده‌اند در جستجوی مشاوره بی طرفانه برمی‌آیند و همچنین واسطه‌ها نیز با فرصت‌ها و موقعیت‌های جدید روبرو می‌شوند و در نتیجه مسائل پیش گفته شده دچار تحول می‌شوند. اما — در حال حاضر — آنهایی که مایل به فروش هر نوع بیمه، به غیر از پوشش خطرات بزرگ، هستند و مخالف این نظرند که فروش مستقیم فقط قسمت کوچکی از یک برنامه توزیع چندگانه را تشکیل می‌دهد باید در جستجوی شبکه جدیدی باشند و یا آن را ایجاد کنند. برای تازه واردین، این موضوع کار دشواریست.

نبود، بلکه منظور اصلی، بهره‌برداری هردو سازمان از مشتریان یکدیگر بود.

آقای ژان پیر لوار از بیمه یو.ای.پی در فرانسه تقریباً همین نظر را دارد ولی نکته را اضافه می‌کند: مقصود یو.ای.پی از همکاری با بانک، وارد شدن این سازمان به فعالیتهای «شبه بانکی» است که عبارتست از کمک به بانکها جهت یافتن وام گیرندگان در برابر حق العمل و یافتن این فرصت که وام را پشت نویسی و بیمه کند. شرکت بیمه پروندشال در انگلستان نیز که هنوز شریک بانک محلی ندارد مایل است راهی به حیطه عملیات بانکها پیدا کند.

آقای مایکل بات<sup>۲۱</sup> رئیس هیئت مدیره شرکت بیمه ایگل استار<sup>۲۲</sup> انگلستان معتقد است: «بین بانکها و شرکت‌های بیمه یک شراکت و همکاری طبیعی وجود دارد در صورتی که این شراکت درست بکار برده شود.» ولی این مسأله آنقدرها هم آسان نیست. آقای برم کامپ تصور می‌کند که «در طولانی مدت ممکنست روابطی بین شرکت‌های بیمه و بانکها و شرکت‌های ساختمانی ایجاد شود که در این ارتباط موضوعات تخصصی به متخصصین ارجاع خواهد شد.» این روش بین شرکایی که از قدرت مالی برابر برخوردارند کارآئی بهتری خواهد داشت.

### اگر آنها اشتباه کرده باشند

آقای مایکل هفر رئیس هیئت مدیره لویذز ابی لایف<sup>۲۳</sup> می‌گوید: «بیمه‌گران باید این مسأله را در نظر بگیرند که آیا مایلند مدیون عاملان نیرومند توزیع بیمه باشند که زمین مشتریان را در اختیار دارند» تمام برنامه روابط درازمدت بین بیمه‌گران و بانکداران (یا در حقیقت بین بیمه‌گران و کارگزاران املاک یا هر فرد دیگری) براین فرض استوار است که عمده بیمه همچنان توسط افراد واسطه فروخته خواهد شد. بحث در اینجاست که خدمات بیمه عمر و سایر خدمات مربوط به پس انداز بسیار پچیده هستند و فروش آنها نیاز به مشاوره اشخاص دارد، خدمات پس از فروش در بیمه غیرعمر بسیار اهمیت دارد به عنوان نمونه شخصی که خانه اش در شهر لیون فرانسه بود دستبرد واقع



## شروع اقدامات

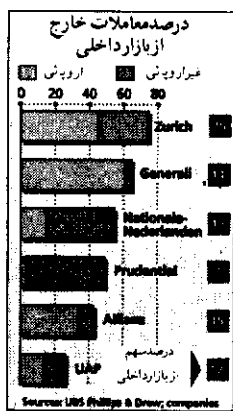
ایتالیایی ها، هجوم نیرومند بیمه گران خارجی به بازار ایتالیا را همانند ۱۵۰۰ سال پیش می‌دانند که بربرها امپراطوری روم قدیم را ساقط کردند. شرکت آلیانز کنترل دومین شرکت بزرگ بیمه ایتالیا یعنی آر. ای. اس<sup>۲۶</sup> را در سال ۱۹۸۷ بدست گرفت. شرکت رویال<sup>۲۷</sup>، سال گذشته، لویدا ایتالیکو<sup>۲۸</sup> را خریداری کرد و شرکت لابلوار<sup>۲۹</sup> سوئیس، شرکت تیرنا<sup>۳۰</sup> را ماه پیش خریداری کرد. مجمع بیمه گران ایتالیا عقیده دارند که شرکت های خارجی در حال حاضر یک سوم کل حق بیمه های جدید را بخود اختصاص داده اند.

در اسپانیا نیز روند مشابه ایتالیا آغاز شده است. اسپانیایی ها می‌گویند که بیش از نیمی از سرمایه صنعت بیمه آنها در دست شرکت های خارجی است. شرکت آلیانز سال گذشته (۵ درصد سهام ارکوس<sup>۳۱</sup> که در باسک مستقر است را خرید و در حال حاضر مشغول ادغام آن در شرکت خود و در عملیات شرکت آر. ای. اس در اسپانیا می‌باشد. همچنین آلیانز، ۵ درصد از سهام بانکو پوپولار<sup>۳۲</sup> را خریداری و قرارداد توزیع بیمه نیز با این بانک منعقد کرده است.

شرکت بیمه اسکاتیش پروویدنت<sup>۳۳</sup> شرکت کمپانی دومیدی<sup>۳۴</sup> را از صاحبان تازه شرکت «اکویتی اندلا»<sup>۳۵</sup> خریداری کرد. ایگل استار با همکاری «تاباکالرا» که انحصار تنباکورا در اختیار دارد، شرکت مشترک مدیریت وجوه بازنشستگی ایجاد کرده است. علائم تجاری سه شرکت بزرگ بیمه دولتی فرانسه و شرکت وینترتور سوئیس<sup>۳۶</sup> در مادرید شایع شده است. بزرگترین شرکت های بیمه اروپا سهام بسیار متفاوتی از بازارهای محلی غیرمشابه خود دارا می‌باشند. این سهام از ۷ درصد برای پرودنشال انگلستان تا ۲۵ درصد برای زوریخ متغیرند (رجوع شود به نمودار شماره ۷).

ارقام، موقعیت های نسبی متفاوت را پنهان می‌کند: جنرالی دو برابر و آلیانز بیش از دو برابر ظرفیت شرکت های بعدی یعنی دومین شرکتهای بزرگ رقیب محلی خود را دارا می‌باشند اما تفاوت عمده شرکت های بزرگ بیمه در اروپا میزان معاملات خارجی آنهاست. زوریخ و جنرالی،

پادشاهان قصرهای کوچک، بین المللی ترین شرکت ها بوده اند. این ارقام طی چند سال آینده به گونه ای متفاوت خواهند بود. بیمه گران بزرگ اروپا، به دلایل مختلف، حرفه اروپای واحد را کشف کرده اند. برخی شرکت ها مانند آلیانز و جنرالی دیگر در کشور خود جایی برای گسترش فعالیتهاشان ندارند. برخی دیگر مانند بیمه گران



مختلط در انگلستان، بازار آمریکا را بهیچ وجه سودده نمی‌دانند و نفوذ در بازار ژاپن را نیز بسیار مشکل می‌بینند. بعضی از شرکتهای میل به داشتن فرصت جهت گسترش خطرات، توازن معاملات و رشد سریع تر در بازارهای پر رونق اروپای جنوبی هستند. بیشتر شرکتهای میلند که قبل از رقبای خود در انجام معامله ای پیشقدم شوند. در اینجا مفهوم نهفته بازار واحد و حجم آن مطرح می‌شود اگرچه کسی به وضوح نمی‌داند که چه نوع اقتصاد مقیاسها در این بازار پدیدار خواهد شد. منافع و منابع صنعت بیمه در مقایسه با سه یا چهار سال پیش در وضعیت بهتری قرار دارند. بیمه گران احساس می‌کنند که می‌توانند همه امکانات را بررسی و از ظرفیت و توانائی خود استفاده کنند. آقای ژان پیرلوار از بیمه یو. ای. پی می‌گوید: «همه ما استراتژی واحدی را دنبال می‌کنیم». «در اروپا هر شرکتی که از قدرت بیشتری برخوردار است خواهان سلطه بر بازار اروپاست. تنها تفاوت عمده اینست که بعضی از شرکت ها به طرف بازار آمریکا هم کشیده شده اند.» به هر تقدیر، رویه ها متفاوتند. بیمه گران مختلط

شخصی معطوف داشته رقیبی در بازار داخلی برای خود نمی‌بیند. خرید سهام شرکت «کورن هیل» در انگلستان موجب شد که یک شعبه بیمه غیرعمرز سودده و یک شعبه بیمه عمر روبرو به رشد را به شرکت های خود اضافه کند. حق بیمه های دریافتی این شرکت از سال ۱۹۸۶ به سه برابر افزایش یافته اند.

خرید سهام شرکت آر.ای. اس که یکی از محدود شرکت های بیمه ایتالیا با شعب گسترده در خارج از کشور می باشد، فعالیت های شرکت آلیانز را در دیگر بازارهای اروپا تقویت کرد. با آنکه نتیجه سرمایه گذاری آلیانز در منافع بیمه «کمپانی دنویگاسیون میکست»<sup>۳۷</sup> (س. ان. م.) (که بانک پاری با<sup>۳۸</sup> در پیشنهاد مزایده آن ناموفق بود) نامعلوم است ولی آلیانز با خریداری آر.ای. اس موقعیت خوبی در کشور فرانسه دارد.

پس از آلیانز، شرکت بیمه جنرالی بنظر می رسد که از شالوده محکمی برخوردار است. بازار داخلی که تحت تسلط جنرالی است یکی از بازارهایی است که سریع ترین رشد را دارا می باشد و شرکت جنرالی خودداری املاک وسیع و دارائی های دیگر در کنار شرکت بیمه است. مرکز شرکت در شهر تریست<sup>۳۹</sup> است و مانند شرکت آر.ای. اس دارای شعبی در کشورهای آلمانی زبان اروپا می باشد که بازتابی از اجداد اتریشی - آلمانی شرکت جنرالی است. (مانند آلیانز، جنرالی هم پس از جنگ جهانی دوم تعداد زیادی از عملیات خود در اروپای شرقی را از دست داد که اکنون خواستار بازسازی آنهاست). موقعیت جنرالی در ارتباط با این موضوع که این شرکت تعداد کمی از سهام کمپانی دومیدی فرانسه را به قیمتی گزاف خریداری کرد و جزو سهامداران جزء این شرکت قرار دارد هنوز نامعلوم است (کمپانی دومیدی اکنون برخلاف میل جنرالی با شرکت آکسا ادغام شده اند) ولی شرکت جنرالی پیش از این موضوع، بزرگترین بیمه گر خارجی در کشور فرانسه بود. این شرکت در بلژیک و هلند نیز شعب فعالی دارد. حضور جنرالی در انگلستان به وسیله شرکت های بیمه ای نظیر نورتن استار<sup>۴۰</sup> و داگ بریدرز<sup>۴۱</sup> تجلی می کند.

شرکت بیمه دولتی یو.ای. پی که پیشرو این صنعت در فرانسه به شمار می رود پیشرفتی سریع تر از سه رقیب

انگلستان و بیمه گران هلند که در دهه های گذشته در ممالک انگلیسی زبان توسعه یافتند کمتر از آلمانی ها، فرانسویها و ایتالیائی ها توجه خود را معطوف اروپای متحد می کنند و بیشتر شرکت هایی که در بازارهایی هستند که در آنجا کارگزاران مستقل به طور سنتی فعالیت هایشان را انجام می دهند با آسودگی و شتاب کمتری به جستجوی توزیع بیمه در خارج می پردازند تا شرکت هایی که در داخل متکی به عاملین فروش وابسته هستند.

ابتدا، مسأله انتخاب بازار مطرح است. نام اسپانیا و ایتالیا در فهرست تمام شرکت ها وجود دارد و نام پرتغال و یونان در فهرست بیشتر شرکتها بچشم می خورد. بازار انگلستان و فرانسه از جاذبه زیادی برخوردارند زیرا هر دو کشور صنایع بیمه خود را با تعداد زیادی شرکت های بزرگ که ظرفیت مشابه دارند به اجزاء مختلف تقسیم کرده اند. در انگلستان، بیمه گران به داشتن دانش و اطلاعات قابل صدور در مورد بیمه عمر و پس انداز شناخته شده اند. فرانسه بعلت اینکه سهام شرکت های موفق خریداری شده و قیمت سهام سایر شرکت ها افزایش یافته است جذابیت خود را از دست می دهد. وارد شدن به بازار آلمان بسیار مشکل بنظر می رسد زیرا تارهای تنیده شده به واسطه خرید سهام متقابل شرکت ها، سهام کمی برای ارائه در بازار باقی گذارده است، و در هلند شرکت های داخلی خدمات بازار خود را کاملاً تأمین می کنند. دومین مسأله، انتخاب بیمه گر دیگری جهت گسترش و توزیع خدمات شرکت و چگونگی این انتخاب است. خریداری دیگر شرکت های بیمه، اولین انتخاب یک شرکت بزرگ بیمه بوده است. نمودار شماره ۸ نشان می دهد که چگونه هریک از چهار شرکت بزرگ بیمه مستقیم جامعه اروپا به خوبی در بزرگترین بازارهای خارجی استقرار یافته اند و همچنین نشان دهنده حرکت های اخیر این شرکت ها جهت تقویت موضعشان می باشد هر سه بیمه گر غیر انگلیسی طالب معاملات بیشتر در انگلستان هستند.

شرکت آلیانز که در سال ۱۹۸۶ به نحو فعالانه عملیات خود را گسترش داد بنظر می رسد که هم اکنون از بهترین موقعیت در اروپا برخوردار است. این شرکت ثروتمند و محافظه کار که در بازار داخلی فعالیت خود را به بیمه های

عمده خود دارد. این شرکت بدون تردید کمتر از دو شرکت پیش گفته شده در بازار داخلی خود تسلط دارد اما احتمالاً با خرید ۳۴ درصد از سهام «ویکتور»، فعالیت رقابتی یکی از دو بیمه گر بخش خصوصی را خنثی کرده است. این شرکت از سال ۱۹۸۷، از طریق شرکت رویال بلژ ، حضور چشمگیری در بازار بیمه کشور بلژیک داشته است. شرکت یو.ای.پی سهامی در شرکتهای بیمه ایرلند خریداری و شرکتهای دیگری در هلند را در شرکت خود ادغام کرده است همچنین با انجام معامله ای با بزرگترین شرکت بیمه عمر یونان به یکی از سهامداران جزئی این

شرکت تبدیل شده است. بعلاوه این شرکت در سال ۱۹۸۸ سهامی در شرکت بیمه سال لایف ۴۲ انگلستان خریداری کرد. اینکه تا چه اندازه این معامله مفید خواهد بود بستگی به خرید مقدار بیشتری از سهام سان لایف از شرکت ترس آتلانتیک هولدینگز ۴۳ آفریقای جنوبی دارد. در سال ۱۹۸۹، یو.ای.پی کنترل شرکت آل سکورز ۴۴ - شرکت وابسته گروه بیمه تورو ۴۵ که خود وابسته به شرکت فیات است - را در ایتالیا به دست گرفت. یو.ای.پی همچنین تصمیم به خرید شرکت جسا ۴۶ در بارسلون - اسپانیا گرفته است.

## ارتباطات اروپائی در سه بازار بزرگ غیر داخلی و بازار روبه گسترش اسپانیا

شرکت	درآمد حق بیمه در سال ۱۹۸۸	
آیانز	۲/۱۰۲ میلیارد دلار	ایتالیا - خرید ۵۱/۵ درصد سهام ۱۹۸۴-۸۷
	۱/۱۶۳ میلیارد دلار	انگلستان - خرید ۱۰۰ درصد سهام کورن هیل ۱۹۸۶
	۰/۳۴۵ میلیارد دلار	اسپانیا - امضای قرارداد همکاری با بانکو یوپولار در سال ۱۹۸۸ و خرید ۵۱ درصد سهام ارکوس در سال ۱۹۸۹ (۶۰ میلیون دلار درآمد ناشی از حق بیمه های دریافتی سال ۱۹۸۹)
جنرالی	۰/۳۱۱ میلیارد دلار	فرانسه - خرید ۵۰ درصد بهره بیمه در ۱۹۸۹ (۱/۴ میلیارد دلار درآمد حق بیمه های دریافتی در ۱۹۸۹)
	۱/۴۰۵ میلیارد دلار	فرانسه - خرید ۱۷ درصد سهام کمپانی دومیدی در سال ۱۹۸۹ (مالک اکوییتی اندلا در انگلستان، ادغام آکسامیدی - درآمد حق بیمه معادل ۶/۹ میلیارد دلار در ۱۹۸۹)
	۰/۸۶۱ میلیارد دلار	آلمان غربی
یو.ای.پی	۰/۶۳۷ میلیارد دلار	انگلستان
	۰/۲۴۵ میلیارد دلار	اسپانیا
	۱۳۸ میلیارد دلار	اسپانیا - خرید جمعاً در ۱۹۹۰ (درآمد حق بیمه ۲۰/۵ میلیون دلار در ۱۹۸۹)
پرودنشال	۱۳۴ میلیارد دلار	آلمان غربی - خرید ۳۴ درصد سهام گروه ویکتور در ۱۹۸۹ (کنترل گروه کولونیا - درآمد حق بیمه برابر ۱۳۴ میلیون دلار در ۱۹۸۹)
	۱۲۲ میلیارد دلار	ایتالیا - خرید آکسکورس در ۱۹۸۹ (درآمد حق بیمه ۱۳۴ میلیون دلار در ۱۹۸۹)
	نامشخص	انگلستان - خرید ۲۵ درصد سان لایف ۱۹۸۹ (درآمد حق بیمه ۱/۳۸ میلیون دلار ۱۹۸۹)
	۱۰۱ میلیارد دلار	ایتالیا - طرح مشترک همکاری با بنتون در ۱۹۸۸، تجدید ساختار بال اسیل (گروه ویکتور) در ۱۹۹۰

فعالیت های بازار را در اختیار دارد و شرکت بیمه عمر (نات‌ند) در اسپانیا یکی از سه شرکت بزرگ در این رشته جدید از فعالیت به شمار می‌رود. شرکت رویال نیز هم اکنون شرکت بیمه عمر خود را در اسپانیا تأسیس می‌کند اما این اقدام پس از خرید زیان‌آور یک شرکت محلی صورت گرفت که دارائی اصلی شرکت اخیر فقط یک بیمارستان روانی پر از بیمار بود.

همکاری با شرکت های محلی موجود از طریق مشارکت یا توافق برای بازاریابی شیوه سریعتری برای دست‌یابی به بازار خارجی است. بیمه‌گران غالباً خدماتی مشابه ارائه می‌دهند و این خدمات را نیز به آسانی به فروش نمی‌رسانند (شاید یک مورد استثنائی، شرکت اس. ای. آی. ۵۰ پنجمین شرکت بزرگ بیمه ایتالیا باشد که شرکت جی. ای. ان ۵۱ فرانسه سهامی با آن مبادله کرده است) بانکها شرکای مسلم بیمه‌گران به شمار می‌روند. کمرشیاال یونیون ۵۲ در نظر دارد که با همکاری کردیتوایتالیانو ۵۳ به فروش بیمه عمر و غیرعمر بپردازد و همچنین مصمم است از طریق کردی ماریتم ۵۴ به صید ماهیگیران فرانسوی رفته و بیمه عمر به آنها عرضه کند. آقای جان کارتریکی از مدیران شرکت کمرشیاال یونیون می‌گوید: «ما تصور می‌کنیم که از نظر کارائی سرمایه، روش های مؤثرتری برای گسترش فعالیت ها در اروپا وجود دارد و نیازی به خرید با قیمت های فعلی نیست».

بنظر می‌رسد ارتباط با خرده‌فروشان غیرمالی اقدام مؤثری باشد ولی برقراری این ارتباط دشوار است. زیرا بیشتر خرده‌فروشان - در مقایسه با گذشته - تمایل زیادی به فروش خدمات مالی از خود نشان نمی‌دهند، مانند بنتون که از پروژه مشترک خود با شرکت بیمه پرودنشال دست کشیده است. در مقابل، پرودنشال که فعالیت خود را در بیمه عمر متمرکز کرده است با یکی از شرکت های گروه فرانسوی ویکتوار به نام شرکت ابی قراردادی برای یک پروژه مشترک در ایتالیا منعقد کرده است.

به راستی معنای این پیوستگی ها در اروپا چیست؟ جهت یافتن معنایی برای خریداری شرکت ها در آنسوی مرزها که هزینه زیادی نیز در بر دارد، بیمه‌گران باید معتقد به این مسأله باشند که بزرگی شرکت ها و سهم آنها

حضور شرکت بیمه پرودنشال در اروپا در حال حاضر چشمگیر نمی‌باشد. این شرکت در بازار داخلی پر حریف خود نیرومند و سودده است (با وجود زیانهای سنگینی که به علت تنوع بخشیدن به فعالیت های خود و ایجاد دفتر معاملات املاک متحمل شد) و آخرین معامله بزرگ پرودنشال، خرید یک شرکت بیمه آمریکائی در سال ۱۹۸۶ می‌باشد.

این شرکت فعالیت هائی در برابر ایرلند و بلژیک دارد و تلاش مختصر ولی موفقیت آمیزی برای اشتغال در فعالیتهای بیمه عمر در ایتالیا داشته است که همکاری با گروه بنتون ۴۷ اولین تلاش محسوب می‌شود. در اولین سال همکاری، میزان فروش سه برابر میزان موردنظر بود و معامله در همین سال سودآور شد. پرودنشال در نظر دارد اقدامات بعدی خود را در بازار کشورهای اسپانیا، آلمان غربی یا فرانسه به عمل آورد.

آقای میک نیومارچ ۴۸ که در ماه آوریل رئیس هیئت مدیره شرکت بیمه پرودنشال خواهد شد می‌گوید: من مایل به خرید شرکتی که در فعالیت های خود نرمش نداشته و در برخورد ها جدی است نیستم «مسأله در اینست که تا چه حد این موضوع فوریت دارد. پاسخ اینست که فوریت های من هستند که این معاملات را انجام می‌دهند» راه حل های دیگری به غیر از خرید برای شرکتهائی که منابع کمتری از آلیانز دارند وجود دارد.

معامله ای را به تنهائی انجام دادن اولین قدم است. اگر خوش بینانه به مسأله نگاه کنیم، این معامله، معامله ای درازمدت خواهد بود و اگر برعکس بدبینانه به آن بنگریم معامله مزبور زیان آور خواهد بود. بیمه‌گران عمومی می‌توانند انتظار دریافت معاملات را از کارگزاران آزاد داشته باشند برای مثال شرکت سان آلیانس فعالیت خود را در اروپا از طریق فعالیت های شرکت در ۱۲ کشور عضو جامعه اروپائی گسترش داده است. بهرحال، شرکت های بیمه عمر نسبت به موضوع استخدام و آموزش عوامل فروش و سپس سعی در انجام معامله با شرکت های محلی با سابقه امید چندانی ندارند. البته برخی نیز در این مسیر موفق هستند. شرکت بیمه عمر نات‌ند ۴۹ هلند فعالیت خود در بازار یونان را از هیچ آغاز کرد و هم اکنون ۱۲ درصد

از بازار اهمیت حیاتی دارد، که اقتصاد مقیاس‌ها صنعت بیمه را نیز شامل می‌شود، که فعالیت در بزرگترین بازارهای اروپا باعث رشد آنها می‌شود. و احتمالاً - (رشد بحرانی) نمی‌تواند خیلی «وخیم» باشد.

بیشتر بیمه‌گران قبول دارند که بزرگی شرکت فی‌نفسه اهمیت دارد. ولی این اهمیت بستگی به میزان بزرگی شرکت دارد و اینکه به چه طبقه‌ای تعلق دارند. در بیمه خطرات بزرگ، بسیاری معتقدند که داشتن ظرفیت زیاد برای صدور بیمه‌نامه و سرمایه فراوان جهت پخش خطرات بین دیگر شرکتها ضرورت فراوان دارد. در بیمه‌های شخصی این موضوع از اهمیت کمتری برخوردار است و در بیمه عمر اصلاً اهمیت ندارد. بزرگی شرکتها، مزایای غیرفنی نیز دربردارد.

آقای راجر تیلور مدیرعامل گروهی که فعالیتهای خارجی شرکت سان‌آلیانس را در دست دارند می‌گوید: «در جایی که ما رهبری بازار را در دست داریم، پول بیشتری نیز می‌سازیم» (تخصص و درک عمیق مسائل بیمه فقط با داشتن حجم زیاد معاملات بدست می‌آید). این مسأله که تقریباً تمامی شرکت‌های بیمه (آلیانز، جنرال‌لی و پرودنشال) درآمد بیشتری در بازار داخلی خود - محلی که سهم بیشتری از بازار را در دست دارند - بدست می‌آورند نمی‌تواند اتفاق باشد.

البته این مسأله احتمالاً در ارتباط با یو. ای. پی شاید صحیح نباشد زیرا این شرکت در واقع سهم بیشتری از بازار بلژیک را دارد تا بازار فرانسه بحث دیگری که در مورد «بزرگی» شرکت‌ها می‌توان مطرح کرد اینست که کارگزاران بیمه تمایل بیشتری به معرفی خدمات یک شرکت بزرگ و شناخته شده دارند. در سرمایه‌گذاری «بزرگ بودن» بدون شک یک مزیت است. آقای هیوجنکینز که به تازگی مدیریت سرمایه‌گذاری پرودنشال را در دست گرفته معتقد است: «امروزه ویژه فردا» (بزرگی) از محسنات خواهد بود» «در دنیایی که ما در آن زندگی می‌کنیم برای نظام‌ها، برای تفوق در کیفیت سرمایه‌گذاری و برآورده شدن خواسته‌هایمان باید ثروت زیادی پرداخت». دیگران خاطرنشان می‌کنند که هرچه سرمایه‌گذاری بزرگ‌تر باشد به همان نسبت شرایط معامله

در بازارهای مالی با صرفه‌تر خواهد بود.

شاید بهترین دلیل برای «بزرگ بودن» نیاز به سرمایه‌گذاری در کامپیوتر و نظام‌های ارتباطی است که مطمئناً در آینده گسترش خواهد یافت. آقای جوپالمریکی از مدیران شرکت انگلیسی لیگال اند جنرال<sup>۵۵</sup> می‌گوید: «تکنولوژی، کلید مدیریت و توزیع خدمات است». «سرمایه‌گذاری برای شرکت‌هایی که عمدتاً در بازار داخلی فعالیت می‌کنند در حال حاضر قابل کنترل است ولی اگر بازاری با ۳۲۵ میلیون جمعیت در مقابل ما باشد هزینه و مقیاس کار عظیم خواهند بود.»

اقتصاد مقیاس‌ها در صنعت بیمه نامشخص‌تر از سایر صنایع است. ولی آیا تشریک مساعی بین بازارهایی که برای طراحان اروپای واحد مزیتی قایلند وجود دارد؟ (این مزیت در مقایسه با طرحی است که فقط بازارهای ملی را باهم جمع می‌کند) آیا داشتن عملیات مرتبط و نسبتاً بزرگ در چند بازار اروپایی، هزینه انجام معامله در هر یک از بازارها را کاهش خواهد داد یا اینکه تنها میزان معاملات را افزایش می‌دهد؟ و آیا برای ارائه خدمات به مشتری و حمایت از کارگزاران بیمه، عدم تمرکز شرکت‌های بیمه واجب است؟ آقای مایکل بات از بیمه ایگل استار می‌گوید: «مشکل اساسی اقتصاد مقیاس‌ها در اروپای واحد اینست که عادات مشتریان به کندی تغییر و تحول می‌یابد ولی این بدان معنا نیست که این اقتصادها هرگز وجود نخواهد داشت.»

در مدت طولانی‌تر، با مرکزیت بخشیدن به کارهای اداری مربوط به صدور بیمه‌نامه و انجام امور مربوط به مطالبات، کامپیوتری کردن این عملیات (در اسپانیا، شرکت آلیانز از برنامه کامپیوتری جهت صدور بیمه‌نامه برای بازار هلند استفاده می‌کند) با اداره حساب شرکت‌های بین‌المللی و یکسان نمودن طرح خدمات اصلی می‌توان پس‌اندازهایی ذخیره کرد.

تعداد کمی از شرکتها (از جمله سان‌آلیانس) به آزمایش یک رشته از برنامه‌های کامپیوتری برای بازار داخلی خود پرداخته‌اند. در برابر این مسائل، مشکلات مدیریت عملیات پیچیده تعهد خطرات ناشناخته، و بالاتر از همه مشکلات مربوط به ایجاد سود اضافی برای توجیه

هزینه‌های سنگین توسعه عملیات وجود دارند. زیرا در تصمیمات مربوط به انتخاب خط مشی به همان میزان که فلسفه وجودی طرح در نظر گرفته می‌شود منابع مالی نیز باید مورد نظر قرار گیرند. این انتخاب‌ها براساس کشور و شرکت بسیار متفاوت می‌باشند.

#### بررسی هزینه‌ها

گروه فرانسوی «ویکتوار» سهام شرکت کلونیا<sup>۵۶</sup> در آلمان غربی را به ۵ برابر ارزش این سهام در بازار آزاد خریداری کرد. در ایتالیا، آقای کامیلو دوبندتی برای سهام فوندياریا ۵۰ درصد بیش از قیمت سهام در بازار پرداخت کرد. آقای انریکو رندون از شرکت جنرالی می‌گوید: «پولی که مردم پرداخت می‌کنند به دیوانگی می‌ماند.»

اکثریت اشخاص با گفته آقای رندون موافقت می‌کنند ولی اطمینان در این خصوص مشکل است. وقایع غیرعادی و مرتبط حسابداری بیمه، مقررات خرید و کنترل شرکت‌ها و ارزیابی‌های بازار سهام در اروپا همگی موانعی در برابر مقایسه شرکت‌ها جهت خرید آنها به شمار می‌روند.

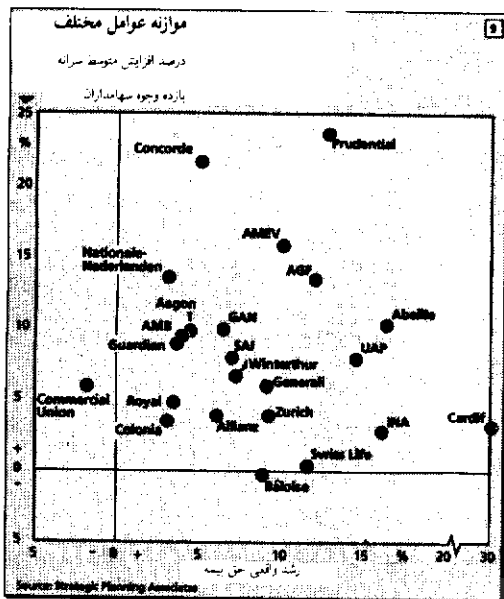
در آلمان غربی شرکت‌ها مبالغ نامشخصی از وجوه را به ذخایر پنهانی منتقل و دارایی‌های خود را به کسری از ارزش واقعی آنها ارزیابی و در دفاتر ثبت می‌کنند. سوئیس‌ها نیز مانند آلمانی‌ها مشکلات مربوط به عواید سالانه خود را با انتقال به حساب منابع مالی مخصوص و یا انتقال از این حساب برطرف می‌کنند. فرانسوی‌ها گرایش به انجام کارهای عجیب و غیرعادی با سود حاصل از سرمایه نشان می‌دهند. بعضی از شرکت‌های انگلیسی معاملات بیمه عمر خود را براساس یک «ارزش ثابت شده» منعکس می‌کنند که این امر عواید ملی آینده را مطرح خواهد کرد. تشبیت این روش همانند یک کابوس است. همین وضعیت در مورد مقررات خرید و کنترل شرکت‌ها وجود دارد. شرکتی که تصمیم به خرید شرکت دیگر در انگلستان دارد باید تمام سهام آن شرکت را از سهامدارانش خریداری کند، در ایتالیا می‌تواند با خرید ۵۱ درصد از سهام این کار را انجام دهد.

پس جای تعجب نیست وقتی مشاهده می‌شود که یک

شرکت ایتالیایی با قیمتی بیش از حداقل مجاز خریداری می‌شود. بازارهای سهام هرکاری بتوانند با اطلاعات موجود انجام می‌دهند ولی نتیجه بسیار نامفهوم و گیج‌کننده است. سرمایه‌گذاران انگلستان و هلند معمولاً شرکت‌های بیمه را چند برابر کمتر از درآمدهای اظهار شده و ارزش خالص دارایی ارزیابی می‌کنند. آنها گمان می‌کنند که ارزش واقعی این ارقام را می‌دانند، شرکت‌های موجود در این بازارها خرید شرکت‌های دیگر را مشکل می‌بینند. برای نمونه مذاکرات شرکت رویال و شرکت ویکتوار در مورد ادغام به دلیل عدم توافق روی قیمت‌ها با شکست مواجه شد. در مقابل باید گفت که شرکت‌های انگلیسی خود هدف‌های خوبی برای خرید و کنترل مدیریت به شمار می‌روند. در سال ۱۹۸۳، شرکت آلیانز تلاش کرد تا شرکت ایگل استار را خریداری کند ولی با شکست مواجه شد، شرکت میدی در سال ۱۹۸۷ موفق به خرید اکوییتی اندلا شد. در ماه نوامبر، شرکت استرالیایی موجوال پروویدنت<sup>۵۷</sup> بعد از تلاشی طولانی موفق به خرید شرکت بیمه عمر پرل به قیمت ۱/۲۴ میلیارد لیره (۲/۱ میلیارد دلار) شد.

شرکت‌های با ظرفیت متوسط تا بزرگ روز به روز از تعدادشان در اروپا کاسته می‌شود. با وجود آنکه بیشتر خریداران عمده و بالقوه قاره اروپا در مورد پیشنهاد قیمت برای خرید سایر شرکت‌ها محتاطانه عمل می‌کنند ولی هنوز هستند شرکت‌هایی که پول برای دور ریختن در اختیار دارند.

ارزش کلی سرمایه شرکت آلیانز (که بیش از دو برابر سرمایه بزرگترین بانک اروپا یعنی بارکلیز می‌باشد) نشان‌دهنده برآورد سرمایه‌گذاران از «ذخیره‌های ناگفته» شرکت است. شرکت آکسامیدی ادعا می‌کند که اگر بخواهد قادر است به صورت نقد شرکت فارمرز<sup>۵۸</sup> را به مبلغ ۴/۵ میلیارد دلار خریداری کند (اگر تنظیم کنندگان مقررات در آمریکا و سهامداران شرکت بی.ای.تی موافقت کنند). شرکت دولتی یو.ای.پی ذخیره زیادی ندارد ولی در نظر دارد که از قانون جدید کشور فرانسه در خصوص بیمه استفاده کند براساس این قانون مالکیت دولتی که قبلاً کاهش یافته بود می‌تواند تا ۵ میلیارد



فرانک فرانسه در سال جاری افزایش یابد. ضمناً این شرکت شاید بتواند از حمایت گروه عظیم کولونیا-ویکتوار برخوردار شود. شرکت جنرالی بدون تلاش زیادی سرمایه خود را به دو برابر افزایش داد تا کمبود ذخیره هایش - پس از خرید شرکت میدی در سال گذشته - را جبران کند. شرکت نات‌اند نیز بازارها را برای این منظور مورد بهره‌برداری قرار داده است.

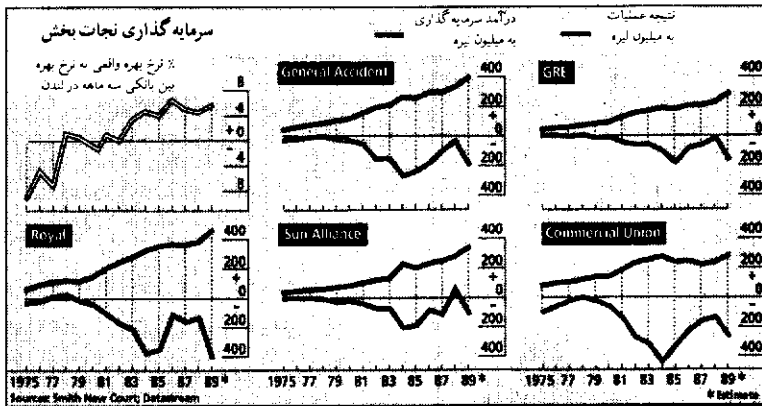
### آیا برای تولید درآمد باید پول خرج کرد

با در نظر گرفتن استانداردهای متعدد حسابداری، مقررات مالیاتی و اولویت‌های سرمایه‌گذاران، مقایسه نرخ واقعی سوددهی شرکت‌ها در اروپا تقریباً غیرممکن است. آقای ژان استن از دفتر استراتژیک پلانینگ اسوشیتس (دفتر مشاوران مدیریت که مالکیت آن آمریکائی است) اقدام متهورانه‌ای برای روشن کردن وضعیت شرکت‌ها انجام داده است. نامبرده با بیان مجدد ارقام مالی شرکت‌ها (در بعضی موارد با استفاده از فرضیاتی که خود اختیار کرده) ارزش واقعی دارائی‌ها را منعکس کرده است و با حذف ذخیره‌های اضافی و ارقام مشابه، نرخ رشد و بازده وجوه سهامداران را در مدت ۵ سال منتهی به سال ۱۹۸۸ بدست آورده است. (نمودار شماره ۹).

نتیجه اقدام آقای ژان استن فکر انسان را تحریک میکند اگرچه دلیل و نشانه هیچ نوع نظریه علمی نیست. در محور افقی که نشان‌دهنده رشد واقعی بیمه است شرکت‌های فرانسوی برتری دارند و فقط یک شرکت دولتی ایتالیائی به نام آی.ان.ای در میان آنها به چشم می‌خورد. در محور عمودی که نشان‌دهنده سودآوری است هلندی‌ها، انگلیسی‌ها و شرکت فرانسوی کنکوردد برتری دارند (شرکت کنکوردد به طور جداگانه از مالک خود جنرالی - که رشدی سریع‌تر و سودآوری کمتر دارد - نشان داده شده است). شرکت‌های متوسط با رشد و سودآوری متوسط عمدتاً سوئیسی و آلمانی هستند. در محوطه چپ نمودار که نشان‌دهنده زیان‌دهی شرکت است، کمرشیال یونیون قرار گرفته است که به واسطه زیان‌های ناشی از معاملات آمریکائی دچار مشکلاتی شده بود و نهایتاً با کوشش بسیار موفق به تسویه بدهیهای خود شد.

همبستگی بین رشد و سودآوری با در نظر گرفتن هزینه‌های مربوط به معاملات جدید ضعیف‌تر از آنچه انتظار می‌رود جلوه‌گر خواهد شد. مقیاس رشد، فعالیت‌های بیمه شرکت‌هاست حال آنکه مقیاس سوددهی نتایج سرمایه‌گذاری را نیز شامل می‌شود. دو شرکتی که از سوددهی بالاتری برخوردارند عبارتند از پرودنشال که مدیریت وجوهی بالغ بر ۳۵ میلیارد لیره انگلیسی (۵۹ میلیارد دلار) را برعهده دو شرکت نات‌اند که وجوهی بیش از ۳۴ میلیارد دلار در اختیار دارد. پرودنشال رشدی سریع‌تر از رشد متوسط داشته است و نات‌اند از رشد آهسته‌تری برخوردار بوده است. اثر درآمد ناشی از سرمایه‌گذاری بر عواید شرکت بسیار مؤثرتر از اثر پذیره‌نویسی است.

حال باید دید با افزایش رقابت‌ها (آنچه در حال حاضر مصداق دارد) و تضعیف بازده مالی (که امکان آن بسیار است) چه اتفاقاتی بوقوع خواهد پیوست. متوسط نرخ بهره واقعی در ۵ اقتصاد بزرگ دنیا در حال حاضر معادل ۶ درصد است. این رقم دو برابر رقم مشابه ده سال پیش است. بازارهای سهام نیز در این مدت ترقی قابل توجهی کرده‌اند. پس از سقوط بازار سهام در اکتبر ۱۹۸۷ قیمت سهام در اروپا سالانه ۲۵ درصد افزایش یافته است. حال آنکه در تمام دهه منتهی به سال ۱۹۸۰ فقط ۴۰ درصد



افزایش در قیمت سهام مشاهده شد. این شکوفایی تا ابد ادامه نخواهد یافت و به دنبال آن نوع وضعی از ورشکستگی مالی پدیدار خواهد شد که در نتیجه هزینه‌های اضافی مربوط به هرنوع گسترش فعالیت‌ها باید از میان بروند.

بسیاری معتقدند که شرکت‌های بیمه (و یا برخی از آنها) به قدری تحت تأثیر قدرت زیاد مالی شان قرار گرفته‌اند که به اصول اولیه معاملاتشان توجه کافی می‌دول نمی‌دارند (این اصول پذیره‌نویسی صحیح، کنترل هزینه و خدمات می‌شود) و آن را فدای توسعه عملیات شرکت می‌کنند ولی به راستی اصول اولیه معاملات چیست: فروش بیمه معتبر یا سرمایه‌گذاری درآمدها؟

آقای انریکو اندون، رئیس محترم هیئت مدیره جنرالی معتقد است: «محصول واقعی بیمه‌گران خدمات آنهاست». آقای میک نیومارچ می‌گوید: شرکت پرودنشال «پول زیادی دریافت می‌کند و برای اداره این وجوه سودی اخذ می‌کند. این مهمترین قسمت معاملات ما می‌باشد» هر دو این آقایان، با در نظر گرفتن خط مشی صنعت بیمه در کشورشان که تفاوتی جزئی با هم دارند، نظرات صحیحی ابراز داشته‌اند. اصول بیمه حرفه پیچیده‌ای است در روزگاری که عواید مالی زیاد نبود، درآمد ناشی از سرمایه‌گذاری به مثابه حمایت بیشتری از بیمه‌گران در مقابل مطالبات آتی (بیش از میزان پیش‌بینی شده) به شمار می‌آمد. امروزه سرمایه‌گذاری درآمدها، کانون سوددهی شرکت‌های بیمه است. بازده سرمایه‌گذاری زیانهای معمول ناشی از پذیره‌نویسی بیمه غیر عمر را جبران می‌کند

و برتری یافتن در رقابت بر سر خدمات بیمه عمر و پس انداز را تقویت می‌کند (به نمودار شماره ۱۰ مراجعه شود)

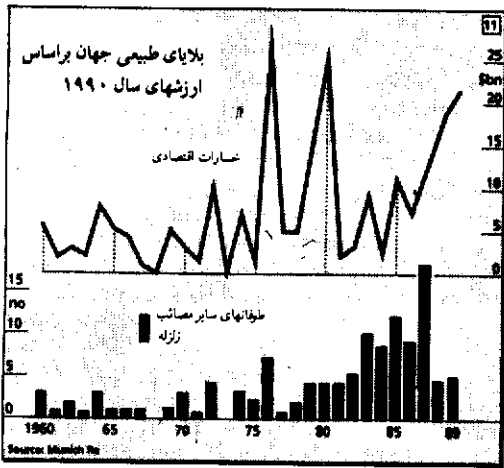
آقای کلود باربری مدیر عامل شرکت آکسا - میدی معتقد است: «اگر معامله صرفاً برای بازده سرمایه‌گذاری آن انجام شود اشتباهات بزرگی را به دنبال خواهد داشت. البته با در نظر گرفتن ساختار معاملات یک شرکت، اگر نتایج پذیره‌نویسی مثبت باشد، شرکت قیمت خدمات خود را بالا تر از حد عادی تعیین خواهد کرد.»

این روش اتکا بر درآمد سرمایه‌گذاری ممکنست اشتباه باشد و احتمال دارد که طبیعت دوره‌ای صدور بیمه‌نامه را تحریف کند ولی تنها یک فرد ساده‌اندیش انتظار خواهد داشت که شرکت‌های بیمه در بازاری رقابت‌آمیز به هنگام قیمت‌گذاری بر خدمات خود بازده سرمایه‌هایشان را نادیده بگیرند.

مدیران سرمایه‌گذاری روز به روز به هسته مرکزی خدمات شرکت نزدیک تر می‌شوند. در دهه ۱۹۵۰، سرمایه‌گذاری بخشی از قسمت حسابداری در شرکت بیمه مونیخ‌ری به شمار می‌رفت. در حال حاضر سرمایه‌گذاری قسمتی مستقل می‌باشد. مدیر عامل شرکت، آقای هورست جنوت آن را اداره می‌کند. رئیس جدید شرکت پرودنشال خود را سرمایه‌گذار خبره‌ای می‌داند که با کارآموزی در طول سالیان دراز به این تجربه دست یافته است. او شاید اولین نفری باشد که از این نسل موفق به کسب مقام مدیریت یک شرکت بزرگ بیمه در انگلستان شده است.

در حالی که بازار سرمایه به سوی نوسازی پیش می‌رود، بیمه‌نامه‌های عمر مرتبط با سرمایه‌گذاری





گسترش می‌یابد و رقابت موجب کاهش نرخ‌های بیمه غیر عمر می‌شود، سرمایه‌گذاری باید همچنان اهمیت کسب کند. طرح این مطلب که نتایج پذیره‌نویسی از اهمیت بیشتر برخوردار است، یا بهتر از سود حاصل از سرمایه‌گذاری است دیگر کهنه شده است. آقای ژان ژاک رزا به تازگی در روزنامه لوفیگار و اظهار داشته است که به دلیل شباهت روزافزون شرکتهای بیمه با بانکها، می‌توان چنین استدلال کرد که خسارات ناشی از پذیره‌نویسی آنها شاید بیشتر از بهره بانکها به سپرده‌های قابل سرزنش نباشد به طور خلاصه آنها مبلغی برای استفاده از وجوهی می‌پردازند و با سرمایه‌گذاری این وجوه سودی حاصل می‌کنند. در عین حال نظرات آنهاست که از این اوضاع احساس خطر می‌کنند نیز صحیح است. خطری که این گونه اشخاص با آن مواجه هستند اینست که در موقعیت کنونی، تمامی فعالیت‌ها متوجه فروش و سرمایه‌گذاری می‌باشند. این دو فعالیت به ترتیب قسمت عمده هزینه‌ها (به غیر از هزینه‌های مربوط به مطالبات از بیمه‌گران) و بیشتر منافع را برای شرکت‌های بیمه در بر دارند. در همین حال توجه کمتری به پذیره‌نویسان و ذخیره‌کننده‌ها - متخصصین فنی صنعت بیمه - مبذول می‌شود. تمام جنبه‌های بیمه باید با یکدیگر مرتبط باشند. آقای برم کامپ از بیمه آلیانز خاطر نشان می‌کند: «برای موفقیت در صنعت بیمه راه‌حلی خاصی وجود ندارد» «در این صنعت نمی‌توان حتی در یکی از جنبه‌های آن ضعیف عمل کرد.» چه رسد به آنکه این جنبه به از دست رفتن سالها سود منجر شود.

### بازی نهائی

ادغام اروپا، تحول توزیع، رقابت فزاینده، کاهش بازده سرمایه‌ها - تمامی این مسائل دلایلی برای دفاع از یک خط مشی بزدلانه به شمار نمی‌روند بلکه دلایلی جهت انتخاب شیوه محتاطانه هستند. نه تنها اروپا بلکه صنعت بیمه نیز در حال تحول است قبول تعهد خطرات احتمالی بنظر می‌رسد که خطرناک‌تر شده است!

آقای کارل ویت من، معاون مدیر عامل بیمه اتکائی مونیخ مسأله را چنین عنوان می‌کند: «فلسفه وجودی صنعت

بیمه عمدتاً حمایت در برابر خطر احتمالات و رویدادهای سهمگین نظیر گردباد هوگومی باشد. ما برای تخفیف بحران‌ها آمادگی داریم ولی به همان میزان آمادگی برای تحمل بار مسئولیت تحولات ساختاری وجود ندارد. با این وجود، خطر تحولات ساختاری در حال حاضر در اهم فعالیت‌های طبقه بندی شده صنعت بیمه حکمفرماست.»

هم اکنون مسئولیت‌های بیمه به طور نامحدودی از نظر زمانی در آینده و گذشته گسترش می‌یابند. دادگاهها، مسئولیت صنفی را به مورد آلودگی هوا نیز تعمیم داده‌اند که ممکن است حتی دهها سال پس از واقعه نیز ظاهر نشود. این موضوع در خصوص کار متخصصین زایمان - در صورت وقوع نقصی به هنگام تولد نوزاد - نیز صادق است. پرداخت‌های بیمه مسئولیت در حال افزایش است و این افزایش تنها به آمریکا محدود نمی‌شود. با وابستگی اقتصادهای دنیا به یکدیگر، اگر اشتباهی در بازاری واقع شود، به احتمال زیاد این اشتباه در بازار دیگر نیز روی خواهد داد. سقوط بازار سهام در سال ۱۹۸۷ موجب شد بیمه‌گذاران بیمه‌نامه‌های لندن و پاریس نقد کنند. بنظر می‌رسد که رویه‌ها نیز جنبه جهانی پیدا کرده‌اند. ایجاد حریق به منظور ادعای خسارت از شرکت بیمه، زمانی از نظر بیمه‌گران پدیده‌ای آمریکائی شناخته شده بود. ولی در حال حاضر امری رایج در بیشتر کشورهای غنی است. ایجاد توازن بین خطرات از طریق گسترش جغرافیائی آنها روزبه‌روز دشوارتر می‌شود.

هرچه صنعتی بزرگتر و پیچیده‌تر شود، احتمال وقوع

بیمه گران اروپائی اینک حرفه خود را ترک گفته و به بانکداری یا حرفه‌های دیگر روی آورند بلکه مقصود اینست که این بیمه گران باید فتح اروپا را به‌ویژه از نظر مالی در نظر داشته باشند، و هزینه‌های امروز را با در نظر داشتن سودهای فردا تعیین کنند و فرصت‌های قرن آینده را در همه حال در مد نظر داشته باشند. زیرا، اگر چه وقایع بعد از سال ۱۹۹۲ قابل پیش بینی نیستند ولی احتمال وقوع یک اندیشه بیشتر از دیگران است. بزرگترین بیمه گران دنیا، آمریکائیه‌ها و ژاپنی‌ها — تا به امروز نقشی در بازار اروپا نداشته‌اند. ولی این دو قدرت تا ابد نظاره گر این بازار نخواهند بود. آنهایی که امروز از بازی شطرنج اروپا پیروز برخاسته‌اند، فردا رقبای تازه‌ای پیش روی خواهند داشت.

مصایب بیشتری را نیز به دنبال خواهد آورد. در مجتمع‌های صنعتی در سراسر دنیا، سه سال گذشته شاهد خسارات زیادی بوده است که هر یک بیش از ۱۰۰ میلیون دلار هزینه در بر داشته است. اوج این خسارتها، واقعه انفجار سکوی نفتی پایپر آلفا در سال ۱۹۸۸ بود که خسارت ۱/۴ میلیارد دلاری آن بزرگترین رقمی بوده است که تا بحال بیمه گران برای یک واقعه پرداخت کرده‌اند. کیف‌های الهی نیز در حال افزایش هستند. خسارات اقتصادی ناشی از بلایای طبیعی هرگز از ۱۰ میلیارد دلار طی ۱۵ سال منتهی به ۱۹۷۵ تجاوز نکرده است در یک و نیم دهه بعدی شاهد خسارات‌هایی بالغ بر ۲۰ میلیارد دلار — فقط در سه سال آن — بوده‌ایم (به نمودار شماره ۱۱ مراجعه شود).

اما غرض از همه مسائلی که گفته شد این نیست که

پادرفی

- |  |   |
|--|---|
| 1—Pearl—AMP                                    | 30—Tirrena                                  |
| 2—Victoire                                     | 31—Ercos                                    |
| 3—Hoylake — BAT                                | 32—Banco Popular                            |
| 4—Economic Scale                               | 33—Scottish Provident                       |
| 5—Prudential                                   | 34—Compagnie du Midi                        |
| 6—Enslowment Policies                          | 35—Equity & Law                             |
| 7—Hans Kaufmann (General Manager of Swiss Re.) | 36—Winterthur                               |
| 8—Allianz                                      | 37—Compagnie de Navigation Mixte (C. N. M.) |
| 9—Marsh & McLennan Bowring, Sedgwick           | 38—Paribas                                  |
| 10—Generali                                    | 39—Trieste Insurance Company                |
| 11—Endouement Assurance                        | 40—Northern Star                            |
| 12—Allied Dunbar                               | 41—Dog Bneeders                             |
| 13—Abbey Life                                  | 42—Sun Life                                 |
| 14—Midi, AXA                                   | 43—Trans Atlantic Holdings of South Africa  |
| 15—La Fondiaria                                | 44—Allsecures                               |
| 16—Camillo de Bendetti                         | 45—Toro                                     |
| 17—Building Society                            | 46—Gesa                                     |
| 18—Commercial Union                            | 47—Benetton                                 |
| 19—Michael Ramsay                              | 48—Mick Newmarch                            |
| 20—Detler Bremkamp                             | 49—National Nederland—Natned                |
| 21—Michael Batt                                | 50—Sai                                      |
| 22—Eagle Star                                  | 51—Gan                                      |
| 23—Lloyds Abbey Life                           | 52—Commercial Union                         |
| 24—Reading                                     | 53—Credito Italiano                         |
| 25—Automobile Association Insurance Services   | 54—Credit Maritime                          |
| 26—R.A.S.                                      | 55—Legal & General                          |
| 27—Royal                                       | 56—Colonia                                  |
| 28—Lloyd Italic                                | 57—Mutual Provident                         |
| 29—La Baloise                                  | 58—Farmers                                  |