

фирмы. На практике же взаимоотношения различных отделов часто характеризуются соперничеством, что отрицательно влияет на реализацию целей фирмы. В фирме, состоящей из отделов, решающих различные задачи в рамках общей цели, обычно функцию координации деятельности всех отделов в отношении потребителей старается выполнять отдел маркетинга.

Оценка маркетинга может производиться на основе использования двух принципиально разных подходов к сбору данных – опроса менеджеров и независимой экспертизы состояния маркетинга. Первый способ требует меньших затрат времени и более применим для получения информации менеджерами с целью дальнейшего управления совершенствованием маркетинга. Второй – более сложен, он требует больше времени, поскольку связан с аудитом состояния маркетинговой деятельности предприятия.

Полноту осуществления комплекса маркетинга предлагается оценивать через круг решаемых маркетинговых задач из общего перечня типовых задач маркетинга. Благодаря такому исследованию можно определить положение маркетинговой службы на предприятии, ее уровень по сравнению с другими предприятиями и проблемные стороны.

<http://edoc.bseu.by>

Шаврук И. В.

***Совет Республики Национального собрания
Республики Беларусь (Минск)***

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В СТРАХОВАНИИ КНР

Привлечение зарубежных инвестиций в страховую деятельность в Китае в 90-х годах ограничивалось государством. Китайское правительство осторожно выдавало иностранным компаниям страховые лицензии, строго регулировало использование ими страховых резервов.

Иностранные страховые компании рассматривались в качестве финансовых учреждений, поэтому до начала своей коммерческой деятельности в течение двух лет они должны были иметь на территории КНР представительство и отвечать определенным требованиям по величине уставного капитала и активов.

Инвесторам разрешалось основывать иностранные или совместные (до 49% капитала) предприятия для осуществления страхования гражданской ответственности и продавать полисы на страхование жизни только иностранцам или частным гражданам Китая и в определенных регионах страны.

Первой разрешение Народного банка Китая на осуществление страховых операций в 1992 году получила американская международная группа AIG.

Завершающий период переговорного процесса в рамках ВТО и присоединение к этой организации дали самый мощный за последние 20 лет импульс развитию страхования в стране в связи с более широким открытием внутренних рынков, допуску на них зарубежных страховщиков.

КНР сняла ряд ограничений для создания в Китае зарубежных страховых компаний. Компаниям, не занимающимся операциями по страхованию жизни, было разрешено создавать филиалы или совместные компании в Китае и предоставлять услуги в городах Шанхай, Гуанчжоу, Далинь, Шэньчжэнь и Фушань, ранее был открыт доступ для иностранных инвестиций в страхование в Пекине и Тяньцзине. Были отменены количественные лимиты по предельной численности учреждений, работающих на китайском рынке.

Через пять лет после присоединения Китая к ВТО будут сняты все географические ограничения в отношении доступа иностранных страховых организаций на китайский рынок.

Зарубежные страховые компании, желающие открыть собственные или совместные компании в Китае, должны отвечать следующим требованиям: заниматься страхованием свыше 30 лет; иметь свое представительство в Китае не менее 2 лет; обладать общими активами более 5 млрд. долл. США на конец года перед обращением с ходатайством.

Иностранцам можно участвовать в СП и иметь до 50% акционерного капитала предприятий, специализирующихся на страховании жизни, и 51% - в занимающихся другими видами страхования и перестрахованием.

Китай стал более привлекательным для иностранных инвесторов. Зарубежные страховые компании заинтересованы в освоении огромного и перспективного рынка. Они стремятся создать свои отделения в стране несмотря на то, что эффективность их деятельности пока ограничивается географическими рамками.

В целом рынок страховых услуг в Китае имеет прекрасные перспективы для внутренних и внешних инвесторов. Сегодня количества имеющихся страховых организаций явно недостаточно для формирования рациональной системы конкуренции между субъектами рынка, полного удовлетворения потребительского спроса, расширения охвата населения и различных видов хозяйственной активности услугами. Поэтому требуется создание новых страховых компаний.