

**القياس الإحصائي للعوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل
لشركة تأمين بالتطبيق على فرع التأمينات العامة بسوق
التأمين المصري**

د. حسني أحمد الخولي

أستاذ مساعد بكلية التجارة - جامعة بنى سويف

(*) **د حسنى أحمد الخولى** أستاذ مساعد بقسم الرياضة والتأمين بكلية تجارة بنى سويف، حاصل على بكالوريوس التجارة شعبة تأمين من كلية التجارة جامعة القاهرة عام ١٩٧٧م ، حاصل على درجة الماجستير فى التأمين من كلية التجارة جامعة القاهرة عام ١٩٨٥م، حاصل على درجة دكتوراه من كلية تجارة جامعة القاهرة بتاريخ ١٩٩٢/١١/٢٣. له بحوث عديدة في مجال التأمينات.

Abstract:

This research aims to determine the important factors that attract the customers to contract with Specific Insurance Company and prefer than any other Insurance Company.

The research will benefit the principals of market planning of Insurance services, to persuade more prospective customers to contract with a specific insurance company.. The researcher used factor analysis method to divide the important factors into seven principal groups that effect and contribute in decision of selecting a specific insurance company.

المخلص:

البحث يهدف إلى تحديد العوامل الهامة لجذب العملاء إلى التعامل مع شركة التأمين النوعية وتفضلها عن باقي شركات التأمين. هذا البحث سوف يفيد في تخطيط سوق خدمات التأمين ويقنع العملاء المحتملين للتعاقد مع شركات التأمين النوعية. الباحث استخدم طريق عناصر التحليل لتقسيم العوامل الهامة إلى ٧ عوامل اساسية التي تؤثر وتساهم في قرار إختيار شركة التأمين النوعية.

مقدمة :-

يعمل بسوق التأمين المصري في الوقت الحالي العديد من شركات التأمين سواء كانت تابعة للقطاع العام أم الخاص أم الاستثماري ذات الجنسيات المتعددة ، وتتنافس جميعها في الحرص على ضمان استمرار تعامل حملة أصحاب الوثائق السارية معها خلال السنوات القادمة ، بل والعمل على جذب المزيد من العملاء المرتقبين بشتى الطرق^(١) من خلال تقديم الجديد من أنواع الخدمات التأمينية المتميزة ذات الجودة العالية والتي تحقق لشركات التأمين هدف الريادة والسيادة والسيطرة على أكبر قدر من العمليات التأمينية سواء من ناحية عدد الوثائق أو قيم مبالغ التأمين أو الأقساط المحصلة وذلك ضمانا لتحقيق قانون الأعداد الكبيرة^(٢) والذي يعد الأساس في استمرار صناعة التأمين. وأمام هذا العدد الكبير والمتنوع من شركات التأمين العاملة بالسوق المصري ، نجد أن العملاء سواء كانوا من غير المؤمن لهم^(٣) أو من الراغبين أو الباحثين عن التعامل مع شركة تأمين معينة ، أو لديهم قدراً من الوعي التأميني يؤهلهم لتلبية احتياجاتهم التأمينية المتنوعة سواء في فرع الحياة أو التأمينات العامة أو المسؤولية ، مثل هؤلاء العملاء جميعهم يواجهون أمراً شائكاً ويحتاج إلى المزيد من التروي في حسمه وهو السؤال عن أهم العوامل التي تؤخذ في الاعتبار عند اختيارهم وتفضيلهم لشركة تأمين معينة دون الأخرى للتعامل معها. مع الأخذ في الاعتبار أن مقياس جودة أي شركة تأمين من وجهة نظرهم لا يتضح منذ البداية ، ولكنهم ينتظرون للحكم على مصداقية أي شركة تأمين عندما يتحقق لديهم خسارة ، وتقرر شركة التأمين السداد الفوري للخسائر المحققة وإرجاع العملاء لنفس الموقف المالي الذي كانوا عليه قبل تحقق الحادث أو اتخاذ قرار بتأجيل التعويض حتى استكمال المستندات اللازمة والتي قد تستمر لسنوات طويلة^(٤) أو رفض سداد التعويض جزئياً أو كلياً لوجود المبررات والأسباب والأسانيد التي تخول لشركة التأمين إسقاط حق العميل في التعويض^(٥)

وفي مثل هذه الحالات يدرك العملاء من حملة الوثائق السارية أنهم وبعد فوات الأوان قد أخطأوا في اختيارهم وتحديدهم لشركة التأمين التي تعاقدوا معها ، وبالتالي كان لزاماً عليهم منذ البداية التأكد من توافر أهم العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار عند اختيارهم وتحديدهم لشركة تأمين معينة للتعاقد معها لتغطية أخطارهم بصفة عامة وفي فرع التأمينات العامة بصفة خاصة ويمثل ذلك المشكلة التي سيتم تناولها في هذا البحث.

(١) د. حسني الخولي ، تقييم أساليب تسويق التأمين ، بحث غير منشور.

(٢) George, E. RejDA, Principles of Risk Management and Insurance, 9th Edition., Boston, San Francisco, New York, 2004,

(٣) د. حسني الخولي ، تنمية الطلب على تأمين الحياة في السوق المصري باستخدام الأساليب الكمية ، رسالة دكتوراه في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٢.

(٤) حسني الخولي ، تأمين خيانة الأمانة - تقييم التجربة في السوق المصرية ، رسالة ماجستير في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٥.

(٥) د. حسني الخولي ، القياس الكمي لأهمية أسباب التعويضات المرفوضة من شركات التأمين بالتطبيق على فرع التأمينات العامة بالسوق المصري ، بحث منشور بمجلة كلية تجارة بنها ، ٢٠٠٥.

أهمية البحث :-

- تتضح أهمية هذا البحث عند عرض النقاط الآتية :-
- ١- نقص الدراسات التأمينية المتخصصة في هذا الموضوع سواء من جانب العاملين بشركات التأمين أو من أساتذة التأمين بالجامعات المصرية.
 - ٢- تركيز أساتذة التسويق بمعظم الجامعات على العوامل المؤثرة في اختيار العميل للمصارف أو المؤسسات الأخرى وعدم التعرض لمثل هذا الموضوع بالنسبة لقطاع التأمين.
 - ٣- رغبة معظم العملاء من حملة الوثائق السارية أو المرئيين إلى الرجوع لمؤشرات أو معايير علمية وعملية يمكنهم الاعتماد عليها عند اختيارهم وتفضيلهم لشركة تأمين معينة دون غيرها.
 - ٤- ارتفاع القيم المالية لممتلكات التأمينات العامة كالمنشآت البترولية والصناعية والتجارية ووسائل النقل بأنواعها وبالتالي زيادة قيم الخسائر المتوقع حدوثها والتي نحتاج بالتالي إلى اختيار شركات تأمين متميزة لتواجه مثل هذه المخاطر عند تحققها.
 - ٥- حرص المسؤولين عن الخطط التسويقية بشركات التأمين بكافة أنواعها لمعرفة أهم العوامل التي تجذب العملاء للتعامل معها دون غيرها واتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان توافر مثل هذه العوامل لاستمرار بقاء مثل هذه الشركات في ممارسة نشاطها والحرص على الريادة والسيطرة على سوق التأمين من خلال زيادة أعداد العملاء وعملياتهم التأمينية المتنوعة.
 - ٦- استفادة العاملين بالجهاز التسويقي بشركات التأمين من نتائج هذا البحث حيث يترتب على معرفة أهم العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين الحرص على توفيرها وتأكيدتها للعملاء الحاليين والمرئيين عند تقديم الخدمات التأمينية لهم لضمان قبولهم التعاقد مع تلك الشركات التي تلبى رغباتهم وشروطهم في اختيار شركة تأمين دون أخرى.

هدف البحث :-

- يهدف هذا البحث إلى تحقيق عدة أهداف نذكر من أهمها :-
- ١- تأكيد دور الجامعة في خدمة المجتمع عند إعداد مثل هذه الدراسات التي تخدم كافة شركات التأمين العاملة بأسواق التأمين على اختلاف أنواعها سواء المصرية أو العربية أو العالمية.
 - ٢- استفادة العاملين من شركات التأمين والمقيدين بالدراسات العليا للحصول على درجة الدبلوم أو الماجستير أو الدكتوراه في مجال التأمين من نتائج هذه الأبحاث التي يتم مناقشتها معهم عند تطبيقها في مجال العمل بكافة الوظائف التي يزاولونها.

- ٣- إعداد معايير علمية وعملية قابلة للاستفادة منها لقياس العوامل المؤثرة في اختيار شركة تأمين دون أخرى أمام العملاء المرتقبين لشركات التأمين مستقبلاً.
- ٤- تحديث وتطوير وإعادة النظر في السياسات التسويقية المتبعة حالياً بشركات التأمين لجذب العملاء المرتقبين بل والمحافظة على حملة الوثائق السارية في الوقت الحالي من خلال نتائج هذه الدراسة.
- ٥- التوصل إلى الأسباب التي تدفع بعض العملاء من حملة الوثائق السارية بفرع التأمينات العامة إلى الانسحاب من شركة تأمين والتحول إلى غيرها لاكتشافهم عدم توافر أهم العوامل التي تدفع العملاء الحاليين إلى البقاء والاستمرار في التعامل مع شركة تأمين معينة دون غيرها.
- ٦- إعادة تأهيل وتنشيط المعلومات التأمينية اللازمة للعاملين بمجال التسويق سواء القدامى أو الجدد حول أهم العوامل التي تجذب العملاء لاقتناعهم بالتعاقد مع شركة تأمين دون أخرى.
- ٧- تصميم الحملات الإعلانية الهادفة التي تأخذ في اعتبارها العوامل التي يهتم بها العميل عند اختياره لشركة تأمين دون أخرى.
- ٨- حرص أصحاب القرار في شركات التأمين والمسؤولين عن تقدير الخطط المستهدفة والمستقبلية لشركاتهم على ضرورة الاهتمام بالعوامل التي تجذب العملاء للتعامل مع شركة تأمين دون أخرى وذلك في ظل المنافسة القوية بين كافة الشركات سواء كانت تابعة للقطاع العام أم الخاص أم الاستثماري.
- ٩- استفادة المسؤولين بهيئات الرقابة على التأمين بوجهة نظر أصحاب حملة الوثائق الحالية أو المرتقبين في شروط اختيارهم لشركة تأمين دون أخرى للعمل على توفيرها من خلال الوسائل الرقابية المتاحة لهم.

حدود البحث :-

سوف يتعرض البحث بصورة محددة إلى حصر وتحديد أهم العوامل التي تؤثر في قرار العميل باختيار شركة تأمين معينة دون غيرها سواء كانت تابعة للقطاع العام أو الخاص أو الاستثماري وبالتطبيق على فرع التأمينات العامة بالسوق المصري.

أسئلة البحث :-

سنحاول من خلال هذا البحث الإجابة على الأسئلة الآتية :-

- ١- هل يهتم العملاء من أصحاب الوثائق السارية بفروع التأمينات العامة بحصر أهم العوامل التي دفعتهم إلى اختيار شركة التأمين التي تعاقدوا معها ؟
- ٢- من المسئول عن توجيه العملاء من أصحاب الوثائق السارية بفروع التأمينات العامة للتعامل مع شركة تأمين معينة ؟

- ٣- ما هي الأسباب ودرجة أهميتها التي تدفع العملاء المرتقبين للتعامل مع شركة تأمين دون أخرى ؟
- ٤- هل تهتم شركات التأمين بأنواعها بحصر أهم الأسباب التي تدفع العميل للتعامل مع شركة دون أخرى ؟
- ٥- ما هي الانعكاسات السلبية على شركات التأمين التي ينسحب منها العملاء تدريجياً ويتعاقدون مع شركات تأمين أخرى ؟
- ٦- هل يمكن حصر أهم العوامل التي تدفع العميل حسب خبرته ووجهة نظره الشخصية للتعامل مع شركة تأمين دون أخرى ؟
- ٧- هل يمكن إجراء قياس كمي لدرجة أهمية كل عامل من عوامل اختيار شركة تأمين دون أخرى ؟
- ٨- هل يمكن حصر العوامل الفرعية المتعددة في مجموعات وحزم رئيسية كي يسهل التعامل معها من الناحية التطبيقية ؟
- ٩- هل يمكن القياس الكمي لنسبة مساهمة كل مجموعة رئيسية في تحديد رغبات العميل لاختيار شركة تأمين دون أخرى ؟
- ١٠- هل يمكن لشركات التأمين الاستفادة من نتائج هذا البحث في ظل المنافسة القوية للحرص على جذب المزيد من العملاء وتوفير العوامل التي تدفعهم للتعامل مع شركة تأمين معينة دون غيرها ؟
- ١١- هل يمكن للقائمين بتسويق الخدمات التأمينية الاستفادة من نتائج هذا البحث وتفعيلها عند عرض الخدمات التأمينية لكافة العملاء في مجال التأمينات العامة ؟
- ١٢- هل يستجيب أصحاب القرار بشركات التأمين من قيادات الإدارة العليا لنتائج مثل هذه الأبحاث والعمل على الاستفادة منها في مجال التسويق في ظل المنافسة الحادة بين مختلف شركات التأمين سواء العاملة في السوق المصري أو العربي أو العالمي ؟

مجتمع البحث وعينة الدراسة :-

قام الباحث بتصميم وإعداد استمارة إحصائية (قائمة استقصاء) مبيّناً بها أهم العوامل المؤثرة والمحددة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين معينة دون غيرها لبيان درجة أهمية هذه العوامل وذلك بهدف إعداد القياس الإحصائي للمؤشرات الواجب مراعاتها عند اختيار العملاء لشركات التأمين التي يتعاملون معها.

مجتمع البحث :

يمثل مجتمع البحث العملاء من حملة الوثائق السارية في فروع التأمينات العامة ممن قاموا باختيار شركة تأمين معينة أو عدة شركات وأصبح في حياتهم وثائق تأمين سارية المفعول.

عينة الدراسة :

قام الباحث بالاستعانة بالعاملين في مجال تسويق التأمين ممن لديهم معرفة وعلاقات وطيدة بالعملاء من حملة الوثائق السارية في مجال التأمينات العامة ، وتم تسليمهم الاستثمارات الإحصائية واستعادتها بعد توزيعها على عينة من العملاء بأسلوب العينة العمدية المقصودة^(١). وتم فحص وفرز الاستثمارات لتحديد الصالح منها للتشغيل الإحصائي والذي تم إعداده بمعهد الدراسات الإحصائية التابع لجامعة القاهرة تحت إشراف أساتذة متخصصون في مجال الاستشارات الإحصائية في مختلف العلوم الاجتماعية وتم تشغيل عدد ٢٠٠ استمارة إحصائية وحصلنا منها على مؤشرات ونتائج سيتم عرضها خلال الفصول التالية للبحث.

أسلوب البحث :-

تم الاعتماد على المصادر الآتية لإعداد البحث :-

- المصدر الأول:- يتمثل في المراجع العلمية من كتب ودوريات ونشرات وأبحاث علمية في مجال التأمين والتسويق تفيد في موضوع البحث.
- المصدر الثاني:- يتمثل في استخدام أسلوب الاستبيان كمصدر ميداني لقياس وتحليل درجة أهمية العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين دون غيرها كما سيتضح ذلك بالجزء الإحصائي بالبحث.

محتويات البحث :-

يحتوي هذا البحث على أربعة فصول رئيسية فضلاً عن المقدمة السابقة وفقاً للترتيب

التالي :-

- الفصل الأول :- أهم العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين.
- الفصل الثاني : الأساليب الإحصائية المستخدمة.
- الفصل الثالث : نتائج التحليل الإحصائي.
- الفصل الرابع : نتائج البحث وتوصياته.
- المراجع.

(١) د. حسني الخولي ، مبادئ الإحصاء الوصفي ، مكتبة كلية تجارة بنى سويف ، ٢٠٠٤.

الفصل الأول

أهم العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين

تواجه شركات التأمين العاملة في سوق التأمين المصري في الوقت الحالي سواء كانت تابعة للقطاع العام أم الخاص أم الاستثماري ذات الجنسيات المتعددة منافسة شديدة فيما بينها ، وبالتالي فإن الأمر يتطلب دائماً البحث عن عملاء جدد حتى يمكن لمثل هذه الشركات الاستمرار والبقاء والريادة على سوق التأمين المصري. وسنحاول في هذا البحث تقديم خطة تسويقية متميزة تعتمد على تحديد المعايير العلمية والعملية التي تجذب العملاء نحو التعامل مع شركة تأمين معينة وتفضيلها على غيرها.

ولتحقيق الهدف السابق تم تصميم قائمة استقصاء تحتوي على عدة محددات وبنود تمثل عوامل اختيار العميل لشركة تأمين وتم صياغتها اعتماداً على عدة مصادر من بينها :-

- أ- القيادات العليا بشركات التأمين في مصر والوطن العربي.
- ب- المسؤولين عن تخطيط البرامج التسويقية بشركات التأمين.
- ج- المشاركين في برامج تدريبية في شتي فروع التأمين داخل مصر وخارجها.
- د- خبرة الباحث الأكاديمية والتدريبية لعدة سنوات سابقة وحتى الآن.

وسنعرض في هذا البحث شرحاً مختصراً لأهم العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين حسب ورودها بقائمة الاستقصاء كما يلي⁽¹⁾ :

1- معرفة أسماء كبار العملاء المتعاملين مع الشركة:

تبين عند توصيف المستأمن المصري⁽²⁾ أن هناك عدة فئات لديها رغبة مؤكدة في اقتناء وثائق تأمين من كافة الأنواع سواء في مجال تأمينات الحياة أو التأمينات العامة. وهذه الفئات لديها أيضاً القدرة المالية على دفع تكاليف شراء مثل هذه الوثائق التأمينية المتنوعة. وتشمل هذه الفئات غالباً كبار العملاء من كافة التخصصات والمهن ، وهذا الاتجاه يدفع الكثير من العملاء المرتقبين نحو محاكاة غيرهم من نفس الفئات والتعامل مع شركة التأمين التي استطاعت أن تجذب مثل هذه الأسماء الكبيرة سواء كانوا من رجال الأعمال أو أصحاب المشروعات الكبيرة أو المهن أو الوظائف أو التخصصات المختلفة ، مما يؤكد على كفاءة ومصداقية مثل هذا النوع من شركات التأمين.

(1) سيتم إعداد ترتيب آخر للعوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين طبقاً لنتائج التحليل الإحصائي بالفصل الثالث بهذا البحث.

(2) د. حسني الخولي ، تسمية الطلب على تأمين الحياة في سوق التأمين المصري باستخدام الأساليب الكمية ، مرجع سبق ذكره.

ولذلك نلاحظ أن معرفة أسماء كبار العملاء المتعاملين مع شركة تأمين يمثل أحد العوامل القوية التي تؤثر في قرار العملاء المرتقبين والراغبين في شراء حماية تأمينية لممتلكاتهم نحو اختيار شركة تأمين معينة وتفضيلها على غيرها ، بل ويساعد القائمين على تسويق خدمات التأمين من الاعتماد على هذا التوصيف وقاعدة البيانات المتوفرة عن كبار أسماء العملاء للانطلاق نحو جذب المزيد من العمليات التأمينية الكبيرة وبدرجة عالية من الاستجابة والاقتناع بضرورة التعاقد مع مثل هذا النوع من شركات التأمين المتميزة بسوق التأمين سواء كان المصري أو العربي

٢- سمعة الشركة الطيبة بين كافة العملاء :-

يرى الباحث أن أي شركة تأمين تستحق أن نطلق عليها أنها ذات سمعة طيبة بين عملائها ، إذا تمكنت من تحقيق وتوفير عدة متطلبات وشروط مهنية وعملية من أهمها :-

١- التزايد السنوي والمستمر في نسبة عدد العملاء لديها منذ إنشائها وحتى الآن وأيضاً عند مقارنتها بشركات التأمين الأخرى^(١).

٢- الاتجاه العام المتزايد في قيم مبالغ التأمين والأقساط المحصلة بكافة فروع التأمين.

٣- المصداقية في سرعة سداد التعويضات المستحقة لعملائها في الوقت المناسب بعد استيفاء كافة المستندات المطلوبة.

٤- عدم اللجوء إلى رفض سداد بعض التعويضات المستحقة لأصحاب الوثائق السارية إلا بعد التأكد من عدم أحقية العميل في الحصول على التعويض لوجود الأسباب القوية التي تبرر هذا الرفض^(١).

٥- انخفاض عدد القضايا المرفوعة ضد شركة التأمين لدى المحاكم نظراً للمرونة المهنية والعملية في التفاوض نحو تسوية التعويضات مع العملاء من أصحاب المطالبات المستحقة.

٦- وجود الجهاز التسويقي المتميز القادر على تقديم خدمة تأمينية صادقة بعيدة عن المزايا الوهمية التي تدفع العملاء إلى إلغاء^(٢) وثائقهم بعد التعاقد نظراً لاكتشافهم خداع المنتج وإلحاحه نحو التعاقد بهدف تحقيق التزامه والحصول على العمولات التي تمنحها له شركة التأمين عند تحصيل القسط الأول من العملاء الجدد.

(١) د. حسني الخولي ، تقييم معدلات الأداء بشركات التأمين ، بحث منشور بمجلة كلية تجارة بنى سويف ، ١٩٩٩.

(١) د. حسني الخولي ، القياس الكمي لأهمية أسباب التعويضات المرفوضة من شركات التأمين ، مرجع سبق ذكره.

(٢) عمر عبد الجواد ، دراسة تحليلية لظاهرة الإلغاءات بالسوق المصري ، رسالة ماجستير في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦.

٧- تلبية رغبات العميل التأمينية طبقاً لاحتياجاته التي قد تختلف من عميل لآخر ، حيث يتم تصميم وإعداد برامج تأمينية تتناسب مع احتياجات العملاء الفعلية بدلاً من عرض نفس المزايا التأمينية بوثائق التأمين لكافة العملاء رغم تباين الاحتياجات التأمينية لهم بكافة فروع التأمين^(٣).

ويرى الباحث أن توافر مثل هذه المتطلبات وغيرها لا بد أن يخلق السمعة الطيبة لدى كافة العملاء الحاليين والمرتبين مما يدفع الكثير منهم إلى تفضيل واختيار التعامل مع مثل هذه الشركات دون غيرها.

٣- أسعار التأمين مناسبة عن غيرها من الشركات:

تناول العديد من أساتذة التأمين^(١) الشروط الأساسية لأسعار التأمين والتي من أهمها أن تكون عادلة وكافية ومناسبة لدرجة الخطر. كما أن حساب القسط التجاري في التأمينات العامة^(٢) يتوقف على معدل تكرار الحوادث ومتوسط التعويض عن الحادث الواحد ومعدل الفائدة الفني بالإضافة إلى المصروفات الإدارية وعمولات الإنتاج وهامش الربح. ونظراً لظروف المنافسة القوية الآن بكافة أسواق التأمين بصفة عامة وسوق التأمين المصري بصفة خاصة لوجود شركات تأمين قطاع عام وخاص واستثماري ، وجميعها تسعى إلى استقطاب المزيد من العمليات التأمينية وسبيلهم في ذلك هو تخفيض الأسعار إلى أدنى حد ممكن لجذب وإرضاء العميل وفي بعض الأحيان يكون ذلك على حساب الناحية الفنية لتسعير التأمين حيث أنه من المنطقي ألا يقل السعر عن حد أدنى معين لكي يكون قادراً على تغطية القسط الصافي على الأقل ولا يمثل خطورة في المستقبل بشأن استمرار شركات التأمين في أداء التزاماتها أمام العملاء في الوقت المناسب لذلك.

ويرى الباحث أن الأمر يتطلب أن تتخذ هيئة الإشراف والرقابة على التأمين كافة الإجراءات اللازمة لضمان عدم استمرارية تدني الأسعار بين شركات التأمين في ظل المنافسة الحادة بينهم ، وأيضاً المحافظة على حقوق أصحاب الوثائق تجاه الشركات التي يتعاملون معها لضمان مصداقية الحماية التأمينية لممتلكاتهم ، وبالتالي لا يمكن القول أن أسعار التأمين المناسبة من وجهة نظر العملاء التي تدفعهم إلى اختيار شركة تأمين معينة دون غيرها من العوامل الهامة جداً في اتخاذ مثل هذا القرار ، لأنه قد ثبت من الممارسة العملية أن شركات التأمين التي تقبل عمليات تأمينية بأسعار متدنية بحجة استمرار وحدة المنافسة بين شركات التأمين ، تواجه الكثير من الانعكاسات السلبية في أدائها ومصداقيتها في سداد التزاماتها مستقبلاً تجاه العملاء وأيضاً تجاه معيدي التأمين محلياً وأجانباً.

وسيتضح ذلك من خلال نتائج الدراسة الميدانية بالفصل الثالث بهذا البحث.

(٣) د. أحمد عبد العظيم ، إعداد برنامج للتأمين على الحياة ، باستخدام الأساليب الرياضية ، رسالة دكتوراه في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٠.

(١) د. مدوح حمزة ، رياضيات التأمينات العامة ، مركز التعليم المفتوح ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة.

(٢) د. محمد محمود الكاشف وآخرون ، التأمين ، كلية التجارة ، جامعة بنى سويف ، ٢٠٠٤.

٤- وجود فروع قريبة لشركة التأمين من موقع العمل :-

أثبتت إحدى الدراسات التأمينية السابقة^(١) أن عدم وصول مندوب التأمين إلى العملاء يمثل أحد أسباب انخفاض الطلب على التأمين ، وكذلك توصلت إحدى الدراسات المصرفية^(٢) أن قرار اختيار البنوك له علاقة كبيرة بوجود فروع متعددة للتعامل مع بنك معين دون الآخر ، وبالتالي تحرص كلا من شركات التأمين والبنوك على التواجد بالقرب من مواقع العمل للعملاء حتى يسهل عليهم أداء معاملاتهم سواء كانت تأمينية أو مصرفية.

وقد حرصت شركات تأمين القطاع العام في مصر منذ إنشائها إلى الانتشار والتواجد في كافة المناطق والمحافظات والمراكز وحتى القرى لكي يسهل على العملاء التعامل مع تلك الشركات ، وأيضاً محاولة منها لنشر الوعي التأميني بمثل هذه المناطق ، وبالتالي نجد أن وجود فروع قريبة لشركة التأمين من موقع العمل يعتبر من العوامل التي تدفع الكثير من العملاء للتعامل مع شركة تأمين دون غيرها ، مع ملاحظة أن قرار إنشاء فروع لأي شركة تأمين في مناطق معينة يحتاج إلى المزيد من دراسات الجدوى لضمان التأكد من قدرة مثل هذه الفروع على تغطية المصروفات الإدارية والتأمينية اللازمة لاستمرار بقاء مثل هذه الفروع كما يلاحظ أنه في بعض الأحيان تضطر شركات التأمين إلى اتخاذ قرار بإغلاق بعض الفروع المنتشرة في المناطق التي لا تتمكن من استقطاب القدر الكافي من العمليات التأمينية التي تساهم في سداد المصروفات الإدارية والتأمينية اللازمة لاستمرارها.

٥- سرعة أداء التعويضات لعملاء سابقين:

يعتبر مبدأ التعويض من المبادئ القانونية الهامة في التأمين ، والذي بموجبه يقرر المؤمن دفع التعويضات الفعلية التي لا تزيد عن الخسائر الحقيقية الناتجة عن الحادث ويجب ألا يحق المؤمن له أرباحاً نتيجة حدوث خسائر لديه.

ولقد ثبت من دراسات تأمينية سابقة أن بعض التعويضات المستحقة لدى شركات التأمين في مجال التأمينات العامة تستغرق مدداً طويلة في سدادها حتى يصدر حكم جنائي نهائي في مثل هذه القضايا بالمحاكم^(١) وبالتالي لا يستفيد المؤمن له من خدمات التأمين وذلك بسبب التسباطؤ في سداد التعويضات بعد استكمال كافة المستندات المؤيدة للمطالبة وعلى نفقة المؤمن له صاحب المطالبة. ولقد ثبت عملياً أن الشركات التي تهتم بسرعة صرف التعويضات للعملاء بعد التأكد من أحقية العميل في التعويض المستحق تمثل أحد العوامل الهامة التي تدفع العميل للتعامل معها دون غيرها ، ويكون ذلك من خلال معرفة العميل المرتقب لمثل هؤلاء العملاء السابقين الذين استفادوا من خدمات شركات التأمين بعد تحقق حوادث لديهم وترتب عليها خسائر تستحق السداد لهم من جانب شركات التأمين.

(١) د. حسني الخولي ، تنمية الطلب على تأمين الحياة في السوق المصري ، مرجع سبق ذكره.

(٢) د. محمد اسماعيل العادلي ، قرار اختيار البنوك ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، رقم القيد في سجل الدوريات ٢٠٤٨٠.

(١) د. حسني الخولي ، تأمين خيانة الأمانة ، مرجع سبق ذكره.

٦- المرونة في سداد الأقساط:

توصلت إحدى الأبحاث التأمينية^(٢) أن بعض شركات التأمين تواجه مشكلة كبيرة تتمثل في انخفاض الأقساط المحصلة مقارنة بالمكثبة في بداية التعاقد ، ويترتب على هذا الانخفاض الكثير من الانعكاسات المالية السلبية على شركات التأمين المباشر من أهمها نقص السيولة ، والتأثير على انتظام عائد المحفظة الاستثمارية ، وتحمل تكاليف إنشاء إدارة للتحويل ودفع نسبة معينة للمحصلين ، وحصول معيد التأمين على حصته من الأقساط المكتتبة بغض النظر عن الأقساط المحصلة ، ومن ناحية أخرى تتجه شركات التأمين إلى مثل هذه المرونة في تحصيل الأقساط المكتتبة من العملاء لأسباب كثيرة من بينها المنافسة الحادة بين شركات التأمين ، والمحافظة على استمرار العملاء في التعامل مع شركة تأمين لسنوات قادمة ، وتعتبر بعض أصحاب الوثائق السارية عن السداد لظروف مالية لديهم مثل نقص السيولة. وبالتالي نجد أن الكثير من العملاء يفضلون التعامل مع شركات التأمين التي تمنحهم مرونة في سداد الأقساط وثائقهم على الرغم من الآثار الضارة التي تواجه شركات التأمين عند اتباع هذا الاتجاه الذي فرضه واقع سوق التأمين المصري بصفة خاصة والعربي بصفة عامة.

وسيتضح ذلك من نتائج الدراسة الميدانية التي سيتم عرضها بالفصل الثالث بهذا البحث.

٧- حضور المحصلين لاستلام الأقساط في مكان العمل :

يرغب الكثير من العملاء سواء كانوا من أصحاب الوثائق السارية أو المرتقبة حضور المحصلين إلى مواقع عملهم لاستلام أقساط التأمين سواء كانت شهرية أو ربع سنوية أو نصف سنوية ، حيث يحقق ذلك لمثل هؤلاء العملاء الكثير من المزايا والتي من بينها خفض التكلفة لديهم والاستفسار من المحصلين عن بعض القضايا التأمينية أو طلب تغطيات إضافية أو تغيير في شروط بعض التغطيات. ويعتبر هذا الاتجاه نوع من أنواع الاتصال المطلوب بين العملاء وشركات التأمين وبالتالي نجد أن هذا العامل من العوامل التي يفضلها الكثير من العملاء لتعاملهم مع شركة تأمين دون غيرها.

٨- التفشي المستمر والمنتظم من قبل المختصين بشركات التأمين :

يفضل الكثير من العملاء بكافة فروع التأمينات العامة من أصحاب الوثائق السارية حضور مندوبين من شركات التأمين للتأكد من سلامة واستمرار أجهزة الوقاية والمنع الخاصة بمشروعاتهم وأن درجة الخطر واحتمال حدوث الخسارة ثابتة لديهم ، وإعداد تقارير يتم تقديمها لأصحاب مثل هذه المشروعات تفيد الحضور والتفتيش المستمر والمنتظم من قبل المختصين بشركات التأمين. ويخلق ذلك لدى العملاء اتجاهًا إيجابيًا لدى مثل هذه الشركات التي تسلك هذا الأسلوب ويفضلون استمرار التعامل معها دون غيرها لسنوات قادمة. ويجب على شركات التأمين أن تركز على مثل هذه الجوانب التي تساعد على الحفاظ بل وجذب المزيد من العملاء المرتقبين لشركات التأمين في ظل المنافسة التي تسود أسواق التأمين بصفة عامة.

(٢) د. حسني الخولي ، تقييم معدلات الأداء لشركات التأمين ، مرجع سبق ذكره.

٩- قوة ومثانة المركز المالي لشركة التأمين :-

يرى نسبة كبيرة من أصحاب المشروعات العملاقة بكافة أنواعها في مجال التأمينات العامة ضرورة التعاقد مع شركات تأمين قوية ذات مركز مالي متميز ، حيث أن من أهم واجبات شركات التأمين هو إعادة المؤمن له صاحب مثل هذه المشروعات إلى نفس الموقف المالي الذي كان عليه قبل حدوث الحادث. ويتساءل الكثير من أصحاب الوثائق السارية أو المرتقبة كيف تتمكن شركات التأمين صاحبة المركز المالي المحدود من مواجهة خسائر تقدر بالملايين عند تحققها لدى أصحاب مثل هذه المشروعات الكبيرة ، ونظراً لغياب الوعي التأميني لدى الكثير من أصحاب مثل هذه المشروعات والذي يتمثل في ضرورة وجود اتفاقيات إعادة تأمين مع شركات تأمين محلية أو أجنبية والتي توفر طاقة استيعابية تمكن شركات التأمين المباشرة من سداد التعويضات المستحقة لمثل هؤلاء العملاء عند تحقق الخطر وحدث خسارة قبل التعاقد معهم عند قبول هذه المخاطر ، وبالتالي يعتبر هذا العامل من العوامل التي تدفع العملاء للتعامل مع شركة تأمين معينة دون غيرها. وسيوضح ذلك من نتائج الدراسة الميدانية.

١٠- اختيار شركة التأمين لمعدي تأمين متميزين دولياً :

يلاحظ أنه على الرغم من عدم وجود علاقة مباشرة بين صاحب الخطر ومعدي التأمين ، إلا أن بعض أصحاب المشروعات الكبيرة يصرون دائماً على معرفة أسماء معدي التأمين التي تتعامل معها شركات التأمين المباشرة ويخلق ذلك لديهم نوعاً من الاطمئنان إلى قدرة مثل هذه الشركات المباشرة في سداد التعويضات المحتملة عند تحققها في المستقبل. كما يلجأ بعض أصحاب المشروعات الكبيرة إلى طلب الحصول على شرط تأميني يسمى Cuit Through من المؤمن المباشر ، والذي يسمح لهم بالاتصال مباشرة بمعدي التأمين والحصول على التعويض المناسب منهم في حالة إفلاس شركة التأمين المباشرة وعجزها عن سداد المطالبات المستحقة لمثل أصحاب هذه المشروعات الكبيرة. وبالتالي نجد أن اختيار شركات التأمين لمعدي تأمين متميزين دولياً يعتبر من العوامل التي تدفع العملاء الحاليين أو المرتقبين إلى التعامل مع شركة تأمين معينة وتفضيلها عن غيرها. ويركز القائمون بتسويق التأمين على إبراز هذه الميزة عند تقديم الخدمات التأمينية لكبار العملاء من أصحاب المشروعات الضخمة.

١١- كفاءة ومهنية وتماييز أعضاء مجلس إدارة شركة التأمين :

تتشرط هيئات الرقابة على التأمين عند منح ترخيص لممارسة نشاط التأمين بأي فرع من الفروع أن يكون من بين المؤسسين من لهم خبرة عملية وعلمية في مجال التأمين ومزاولته ، حيث أن ذلك يساعد في إعطاء التفسيرات المهنية للقضايا المطروحة والمشاكل التي تنتج أثناء مزاولة النشاط التأميني. ويتميز أعضاء مجلس الإدارة بأنهم القادرون على حسم الكثير من الخلافات بين العملاء من أصحاب التأمينات السارية أو المرتقبة وبين الجهات التنفيذية بشركات التأمين ، وبالتالي نجد أن توافر الكفاءة المهنية لدى أعضاء مجلس الإدارة يخفض الكثير من القضايا المطروحة أمام القضاء تجاه شركات التأمين حيث أن لديهم فهماً علمياً وعملياً لصناعة التأمين وما لها من سمات ومتطلبات وقرارات خاصة تدفع العملاء إلى التعامل مع مثل هذه الشركات دون غيرها.

١٢- مصداقية أفراد الجهاز الإنتاجي :

أثبتت إحدى الدراسات التأمينية السابقة^(١) أن المزايا الوهمية التي يصرح بها المنتج للعميل عند التعاقد وعدم التأكد من صحتها بعد التعاقد ، يدفع الكثير من العملاء من أصحاب الوثائق السارية إلى الإلغاء^(٢). وبالتالي يبحث الكثير من العملاء في شتى فروع التأمين على المنتج الذي يتميز بمصداقية في عرض المزايا التأمينية التي تمنحها له وثائق التأمين سواء في فروع الحياة أو التأمينات العامة ، ونظراً لغياب الوعي التأميني لدى نسبة كبيرة من العملاء من أصحاب الوثائق السارية أو المرتقبة ، فإنهم يعتمدون فقط على مصدر وحيد في إعطائهم المعلومات التأمينية وهذا المصدر هو المنتج الذي يقدم لهم الخدمات التأمينية. ولذلك نجد أن مصداقية أفراد الجهاز الإنتاجي من العوامل التي تدفع العملاء بكافة أنواعهم إلى التعامل مع شركة تأمين معينة دون أخرى. وسيوضح ذلك من نتائج الدراسة الميدانية بالفصل الثالث بهذا البحث.

١٣- إرسال خبراء لمعاينة وسائل الأمان بصفة مستمرة على حساب شركة التأمين :

يفضل الكثير من العملاء من أصحاب المشروعات من يطمئنهم على سلامة وأمان أجهزة الوقاية والمنع التي تهدف إلى تخفيض بل ومنع الخسارة عند حدوثها لديهم بمثل هذه المشروعات ، وتوجه بعض شركات التأمين حالياً إلى إشباع رغبات مثل هؤلاء العملاء عن طريق إرسال خبراء متخصصين في هذا المجال وعلى نفقتها الخاصة لإجراء المعاينات المستمرة لوسائل الأمان وإبداء الملاحظات الهامة بشأن ضمان واستمرار سلامة مثل هذه الأجهزة حالياً ومستقبلاً. ومن المنطقي أن مثل هذا الإجراء يدفع الكثير من العملاء الحاليين والمرقبين إلى تفضيل التعامل مع مثل هذه الشركات الحريصة على ممتلكات عملائها من خلال متابعة أجهزة الأمان القادرة على تخفيض ومنع الخسارة المحتملة دون تحملهم أي تكاليف أو أعباء إدارية بهذا الشأن.

١٤- تعتبر شركة التأمين مستشاراً فنياً وتأمينياً للعميل :

تبتكر بعض شركات التأمين الكثير من الأفكار والمقترحات الهادفة لجذب الكثير من العملاء الحاليين والمرقبين لضمان استمرار تعاملهم معها وعدم الانتقال إلى شركات تأمين أخرى منافسة ، ومن أهم هذه الأفكار والمقترحات هو قيام شركات التأمين بتقديم استشارات فنية وتأمينية لعملائها في شتى النواحي مثل فن إدارة الأخطار و الطرق الممكنة لمواجهة الأخطار بأفضل الوسائل وأقل التكلفة واختيار أفضل الوثائق المناسبة للخطر المعروض حسب احتمال حدوثه ودرجة خطورته ، وتدريب العاملين على استخدام وسائل الأمان المتاحة بالمشروعات ، وعقد دورات تدريبية للعاملين في شتى فروع المعرفة كالإدارة والمحاسبة والحاسب الآلي والنواحي الفنية والقانونية للتأمين. ومثل هذه المقترحات تدفع الكثير من العملاء

(١) د. حسني الخولي ، تسمية الطلب على تأمين الحياة في سوق التأمين المصري باستخدام الأساليب الكمية ، مرجع سبق ذكره.

(٢) د. عمر عبد الجواد ، دراسة تحليلية لظاهرة الإلغاءات في السوق المصري ، مرجع سبق ذكره.

من أصحاب الوثائق السارية إلى تفضيل التعامل مع مثل هذه الشركات دون غيرها وذلك عند تجديد الوثائق الخاصة بهم خلال السنوات القادمة.

١٥- سرعة وسهولة إصدار الوثيقة خلال فترة محدودة من التعاقد :

يُلاحظ في الحياة العملية أن الكثير من العملاء ممن أصبح لديهم قناعة تامة بحياسة وثائق تأمين لمواجهة كافة المخاطر سواء المتعلقة بالحياة أو التأمينات العامة ، وبعد الانتهاء من كافة الإجراءات المتعلقة بالتفاوض والمعينة والإصدار والتسعير وسداد الأقساط كاملة أو جزء منها ، مثل هؤلاء العملاء يفضلون دائماً سرعة الحصول على وثيقة التأمين الدالة على إتمام إجراءات التعاقد وبدائية الحماية التأمينية من شركات التأمين^(١) ، حتى يتفرغون للإنتاج بكفاءة ومهارة عالية بعيداً عن القلق والتوتر الذي قد يصاحب الكثير من رجال الأعمال وغيرهم. وبالتالي نجد أن سرعة وسهولة إصدار الوثيقة الأصلية خلال فترة محدودة من التعاقد من العوامل الهامة لدى نسبة كبيرة من العملاء الحاليين أو المرتقبين لاختيار شركة تأمين معينة دون غيرها وذلك نتيجة لعدم قناعتهم قانونياً وتأمينياً بجدوى وأهمية إشعار التغطية المؤقت^(٢) الذي تصدره بعض شركات التأمين لحين إصدار الوثيقة النهائية التي يتم توقيعها من الإدارة العليا بشركات التأمين^(٣) والذي قد يستغرق وقتاً معيناً حسب حجم العمل بكل شركة تأمين.

١٦- إعادة مبلغ التأمين إلى أصله تلقائياً دون قسط إضافي:

يتميز تأمين الحريق بإمكانية إعادة مبلغ التأمين إلى أصله خلال السنة التأمينية بعد قيام شركات التأمين بسداد الخسائر الناتجة عن تحقق الحوادث المغطاة تأمينياً. وطبقت للقواعد القانونية للتأمين والتي من بينها مبدأ التعويض فإنه عند حدوث خسائر أخرى خلال السنة التأمينية فإن المؤمن له قد يتعرض لتطبيق قاعدة النسبية لأن مبلغ التأمين أصبح أقل من قيمة الشيء موضوع التأمين بمقدار الخسائر التي تم سدادها للعميل وبالتالي حرصاً على مصلحة العميل وعدم تعرضه لسداد جزء من الخسارة فقط فإنه يفضل أن يتم إعادة مبلغ التأمين إلى أصله مرة أخرى حتى يتم سداد الخسارة بالكامل عند تحققها خلال السنة التأمينية. ويتطلب إعادة مبلغ التأمين إلى أصله قيام المؤمن له بسداد قسط إضافي يتناسب مع النقص في قيمة مبلغ التأمين عن القيمة الأصلية للشيء موضوع التأمين ، وأيضاً مع المدة الباقية لانتهاج العقد. وتفضل بعض شركات التأمين إعفاء المؤمن له من سداد هذه التكلفة المطلوبة وتعيد مبلغ التأمين إلى أصله تلقائياً دون قسط إضافي من العميل بهدف حصول المؤمن له على تعويض كامل عند حدوث خسائر أخرى للمؤمن له خلال السنة التأمينية ومثل هذا الإجراء يدفع الكثير من العملاء من أصحاب الوثائق السارية أو المرتقبة عند معرفتهم بهذه الخاصية المميزة ضرورة الاختيار والاستمرار مع هذه الشركات وتفضيلها عن غيرها لتأمين ممتلكاتها ضد أخطار الحريق والأخطار الإضافية له خلال السنوات القادمة.

١٧- إزالة الأقساض مقابل سعر رمزي في حالة التهديم :

(١) د. سامي نجيب ، دراسات في التأمين ، دار النهضة العربية ، كلية التجارة ، جامعة بنى سويف ، ٢٠٠٤
 (٢) د. شوقي سيف النصر ، المبادئ العلمية للخطر والتأمين ، دار الثقافة العربية ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، ٩٥ / ١٩٩٦
 (٣) د. علي شاکر ، التأمين الأصول العلمية والمبادئ العملية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٠ .

نظراً لاستمرار وزيادة حدة المنافسة بين شركات التأمين المصرية بكافة قطاعاتها سواء العام أو الخاص أو الاستثماري ، وأيضاً بكافة أسواق التأمين العربية والعالمية ، فإن الكثير من هذه الشركات تبتكر المزيد من الآراء والمقترحات التي تجذب العملاء نحو التعامل معها دون غيرها ، ومن أهم هذه الأفكار عرض خدمة إزالة الأنقاض الناتجة عن التهدم بعد حوادث الحريق والتي قد تحتاج إلى جهود مالية وإدارية كبيرة ، وأيضاً تحتاج إلى المزيد من الوقت حتى يتم إخلاء المواقع مرة أخرى من مثل هذه الأنقاض بعد تحقق حوادث الحريق ، وتعرض شركات التأمين تقديم هذه الخدمات لعملائها مقابل سعر رمزي عند التعاقد معها بهدف ضمان المحافظة على عملائها لسنوات قادمة وبالتالي يعتبر هذا العامل من العوامل التي تؤخذ في الاعتبار عند المفاضلة بين شركة تأمين وأخرى للتعامل معها.

١٨- المعرفة الشخصية ببعض المسؤولين بشركة التأمين :

يقرر الكثير من العملاء الحاليين أو المرتقبين التعامل مع شركة تأمين معينة دون غيرها ، لأن له معرفة شخصية بقيادات الشركة والمسؤولين عن اتخاذ القرارات التأمينية المتعلقة بالقبول أو الإصدار أو التسعير أو تسوية المطالبات أو سدادها بسرعة بعد اكتمال المستندات الدالة على صحة المطالبات. وهذا الاعتقاد السائد بين العملاء له جانب كبير من الصواب لأن الدراسات التأمينية السابقة^(١) أثبتت أن الكثير من قضايا المطالبات تستغرق سنوات طويلة حتى يتم سدادها وينعكس هذا الاتجاه السلبي على قيمة وأهمية التأمين والتي تتادي بضرورة إرجاع المؤمن له لنفس الموقف المالي الذي كان عليه قبل تحقق الحادث في أسرع وقت حتى لا يتعرض للمزيد من الخسائر والتي من أهمها سمعة العميل ومكانته التجارية التي تتضاءل بمرور الوقت لأنه لم يستعيد نفسه خلال فترة محدودة. ولذلك نجد أن هذا العامل يعتبر من العوامل الهامة التي تجعل العميل يفضل التعامل مع شركة تأمين معينة دون غيرها.

١٩- عمر شركة التأمين في سوق التأمين :

يرى نسبة كبيرة من أصحاب وثائق التأمين بكافة الفروع سواء تأمينات حياة أو ممتلكات أن التعاقد مع شركات تأمين لها عمر طويل في ممارسة التأمين ، له مزايا متعددة من أهمها الثقة والطمأنينة والسمعة الطيبة ومثانة المركز المالي ، والاحتياطات القوية والتعامل مع معيدي تأمين متميزين ، ومصداقية الجهاز الإنتاجي ، وغير ذلك من العوامل الأخرى التي تدفع العملاء من أصحاب الوثائق السارية أو المرتقبة في تفضيل التعامل مع الشركات ذات العمر الطويل في مزاولة التأمين . ولكن يرى الباحث أن هذا الاعتقاد جانبه الصواب حيث أن الشركات الجديدة ذات العمر المحدود ، لها رؤية خاصة في كيفية اختراق السوق ، ومنافسة الشركات الكبيرة ذات العمر الطويل ، والتي من أهمها تنويع المنتجات التأمينية ، وإتباع المفهوم الحديث في التسويق ، حيث يتم إعداد بحوث السوق التي يتبين من خلالها أهم احتياجات العملاء التأمينية ، ومحاولة إشباعها ، واختيار وتأهيل وتدريب جهاز إنتاجي قادر على استقطاب الكثير من عمليات التأمين الكامنة والرافض أصحابها قبول فكرة التأمين نهائياً. والدليل على ذلك أن سوق التأمين المصري^(١) أصبح لديه العديد من شركات التأمين الجديدة الخاصة ، والاستثماري

(١) د. حسني الخولي ، تأمين خيانة الأمانة ، مرجع سبق ذكره.

(١) التقارير السنوية للكتاب الإحصائي ، الهيئة المصرية للرقابة على التأمين (إصدارات سنوية متعددة).

ذات الجنسيات المتعددة ، والتي أثبتت قدرتها التأمينية في استقطاب وخلق طلب جديد للتأمين بكافة فروعها سواء تأمينات حياة أو تأمينات عامة . ويرى الباحث أن نتائج الاستقصاء سوف تحدد أهمية هذه العوامل^(٢) في تحديد قرار العميل لاختيار شركة تأمين معينة.

٢٠ - الشركة تابعة للقطاع العام أم الخاص :

يعتقد البعض أن تبعية شركات التأمين للقطاع العام من المزايا التي تدفعهم إلى شراء الحماية التأمينية منها حيث أنها مملوكة للحكومة التي تتميز بالقوة والمصداقية في أداء تعاملاتها مع أفراد المجتمع ، ويطلق ذلك لدى نسبة كبيرة من العملاء تفضيل التعامل مع شركات تأمين القطاع العام دون غيرها من شركات تأمين القطاع الخاص. ويرى فريق آخر من العملاء أن القطاع الخاص يتميز بالمرونة وسرعة الأداء والاستجابة لمطالب العملاء من ناحية التسعير أو شمول التأمين لأخطار مرفوضة أحيانا عن شركات تأمين القطاع العام أو التسهيل في سداد الأقساط أو وجود تغطيات تأمينية جديدة وغير ذلك ، ولكل طرف من المؤيدين والمعارضين للقطاع العام أو الخاص الحجج والأسانيد التي يعتقدون فيها. والحسم في النهاية سيكون لنتيجة الاستقصاء الذي تم إعداده للبيت في مثل هذه الأمور النسبية من وجهة نظر العملاء من أصحاب وثائق التأمين العامة بسوق التأمين المصري.

وفي نهاية هذا الفصل الذي تم من خلاله عرض مختصر لأهم العوامل التي تؤثر في قرار اختيار العميل لشركة تأمين معينة دون غيرها حسب ورودها في قائمة الاستقصاء التي تم إعدادها ، وسوف نعرض في الفصل الثاني من هذا البحث الأساليب الإحصائية المستخدمة والتي تناسب الدراسة الميدانية التي تم إعدادها بهدف القياس الإحصائي للعوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين معينة وتفضيلها على غيرها من شركات التأمين الأخرى وأيضاً إعداد مجموعات رئيسية تشتمل بداخلها على بنود فرعية تمثل المعايير العملية التي يجب على شركات التأمين التركيز عليها عند التخطيط للحملات التسويقية سنوياً وذلك حسب نتائج التحليل الإحصائي والتي ستوضح بالفصل الثالث من هذا البحث.

(2) سيتم عرض نتائج التحليل الإحصائي بالفصل الثالث

الفصل الثاني

الأساليب الإحصائية المستخدمة

تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية التي تناسب البحث من بينها الأساليب الوصفية⁽¹⁾ والتي تشمل تصميم الاستمارة الإحصائية مع مراعاة أهم شروطها وكيفية صياغة الأسئلة بها والتي تمثل في هذا البحث أهم العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين دون غيرها. وقد تم استخدام أسلوب ليكرت ذات الخانات الخمس لقياس درجة أهمية كل عامل من العوامل المحددة لاختيار شركة تأمين وتم إعداد الجداول التكرارية بالقيم المطلقة والنسبية وأيضا التجميعية لإجابات المشتركين في العينة.

وتم أيضا الاعتماد على الأسلوب التحليلي حيث يناسب البحث استخدام أسلوب التحليل العامل⁽²⁾ كأحد أساليب التحليل الإحصائي،

وفيما يلي بعض الجوانب الهامة والمتعلقة بالنموذج الإحصائي المقترح استخدامه.

مفهوم التحليل العامل:

أسلوب إحصائي يهدف إلى تبسيط الارتباطات بين مختلف المتغيرات الداخلة في التحليل وصولا إلى العوامل المشتركة التي تصف العلاقة بين هذه المتغيرات وتفسيرها. ويعد التحليل العامل مناهجا إحصائيا لتحليل بيانات متعددة ارتبطت فيما بينها بدرجات مختلفة من الارتباط في صورة تصنيفات مستقلة قائمة على أسس نوعية للتصنيف. ويعتبر التحليل العامل من أهم الأساليب الإحصائية المفيدة في اختزال البيانات ووصف مجموعة من المتغيرات الإحصائية والعلاقات المتداخلة بينها إلى مجموعة أصغر من المتغيرات المتميزة والتي تُسمى العوامل المشتركة.

أهداف التحليل العامل :- كثيرة نذكر منها :

- 1- تكوين الفروض واختبارها.
- 2- تحديد أصغر عدد من العوامل المحددة التي يمكن أن تفسر العلاقات التي نلاحظها بين عدد كبير من الظواهر الواقعية.
- 3- تقدير مساهمة كل عامل من العوامل المحددة في تحقق الظاهرة موضوع الدراسة.

(1) د. حسني الخولي ، مبادئ الإحصاء الوصفي ، مرجع سبق ذكره.

(2) تم الاعتماد على عدة مصادر علمية حول أسلوب التحليل العامل نذكر منها :-

- Ledyard R. Tucker and Robert C. Mac Callum, Exploratory Factor Analysis, Available at:- www.unc.edu/Mrcm/book/factor.pdf.

- د. بدر محمد الأنصاري ، أسلوب التحليل العامل : عرض منهجي لعينة من الدراسات استخدمت التحليل العامل ، بحث مقدم إلى ندوة البحث العلمي في المجالات الاجتماعية في الوطن العربي ، سوريا ، 1999.

- Available at
<http://www.baderansari.info/bader%20conference%20paper>.

- د. صفوت فرج ، التحليل العامل في العلوم السلوكية ، دار الفكر العربي ، 1980.
- د. أحمد حسن يوسف ، د. فؤاد عبد الله العواد ، مدى تلبية مخرجات قسم الأساليب الكمية لاحتياجات سوق العمل في مدينة الرياض ، مركز بحوث كلية العلوم الإدارية ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، السعودية ، 1424هـ.

فكرة التحليل العاملي :- تتمثل في الآتي :-

- ١- استخراج أقل عدد من العوامل المفسرة للظاهرة حيث هو منج علمي ينحو نحو الإيجاز والدقة وتفسير الكثرة بالقلّة وهذا هو مبدأ الاختزال.
- ٢- عدم إهمال جزء من التباين الجوهرية الذي يكشف عن الفروق الفردية للمشاركين في الدراسة وقد يكون هذا الجزء الذي تركه هاماً في تفسير الظاهرة موضوع البحث وهذا هو مبدأ الكثرة أو التعدد.

ويفترض التحليل العاملي أن تباين المتغير يتكون من جزئين أحدهما مشترك وهو الجزء من تباين المتغير الذي يشترك فيه مع بقية المتغيرات والجزء الآخر هو ذلك الجزء من تباين المتغير الذي يختص به هذا المتغير ولا يشترك فيه مع بقية المتغيرات

مراحل التحليل العاملي :-

هناك ثلاث مراحل أساسية لاستخدام التحليل العاملي لعدد K من المتغيرات

وهي كالآتي :-

أ- تحديد قيم المعاملات المؤقتة : a_{ij} للعوامل الابتدائية Initial factors من المعادلة التالية :

$$Z_i = a_{i1} F_1 + a_{i2} F_2 + \dots + a_{im} F_m + e_i,$$

حيث Z_i هي المتغير الأصلي المعياري رقم يتوقع صفر وتباين يساوي الواحد $i = 1, 2, \dots, K$ ، وهذه الرموز $a_{i1}, a_{i2}, \dots, a_{im}$ عبارة عن قيم ثابتة تمثل الأوزان العاملية Factor loading للمتغير (i) . بينما F_1, F_2, \dots, F_m هي مجموعة مكونة من m ($m < k$) من العوامل المشتركة Common Factors غير المرتبطة ببعضها وكل واحد منها له توقع صفر وتباين واحد. في حين e_i هو العامل الخاص Specific factor الذي يمثل ذلك الجزء من المتغير الأصلي Z_i الذي يتعلق به فقط ويكون غير مرتبط بأي عامل مشترك وله توقع صفر. وبغض النظر عن الطريقة المستخدمة في إيجاد المعاملات a_{ij} فإن هناك عدد غير نهائي من الحلول لنموذج التحليل العاملي. وهذا يقودنا إلى المرحلة التالية.

ب- تحويل العوامل الابتدائية إلى عوامل أخرى جديدة أسهل في التفسير عن طريق تدوير المحاور (تحويل العوامل) Rotation of factor . وهناك نوعان من التدوير هما التدوير المتعامدي Orthogonal أو غير المتعامدي Oblique في التدوير المتعامدي تكون العوامل المشتركة الجديدة غير مرتبطة ببعضها ، مثل العوامل المشتركة الابتدائية ، أما في التدوير غير المتعامدي فإن العوامل المشتركة الجديدة تكون مرتبطة ببعضها ، وبغض النظر عن نوع التدوير المستخدم ، فإن الهدف دائماً هو أن تكون معاملات الأوزان Loading Factor قريبة جداً من الصفر أو بعيدة جداً عنه حتى يمكن تفسير مدى قوة العلاقة أو ضعفها مع العوامل المشتركة. وتعتبر طريقة Varimax إحدى طرق التدوير المتعامدي الشائعة الاستخدام ، وتعتمد هذه الطريقة على افتراض أن القدرة على تفسير العامل F_i يمكن قياسه بواسطة تباين مربع المعاملات a_{ij}^2 ، $i = 1, 2, \dots, K$ فإذا كان هذا التباين كبيراً فإن قيم a_{ij}^2 تميل إلى أن

تكون إما قريبة من الصفر أو قريبة من الواحد ، ولذلك فإن طريقة Varimax تهدف إلى تكبير مجموع هذه التباينات لجميع العوامل . هناك عدة طرق أخرى للتحويلات المتعامدة ، ولكننا سوف نقتصر في هذا البحث على طريقة Varimax الشائعة الاستخدام.

ج- بعد عملية تحويل العوامل المشتركة الابتدائية إلى عوامل مشتركة أخرى أكثر سهولة في التفسير يأتي دور تحديد القيم العاملية Factors Scores . هناك عدة طرق مختلفة لحساب القيم العاملية للمفردات ، ولكننا سوف نقتصر على استخدام طريقة تحليل المكونات الرئيسية Principal Component ، لأنها إحدى الأساليب التي تستخدم في اشتقاق العوامل المشتركة الابتدائية ، وهي تعتمد على اختيار أول (m) من المكونات الرئيسة التي تعطي أكبر نسبة ممكنة ممن التباين الكلي ، وفي الوقت نفسه تكون غير مرتبطة ببعضها. ومن ثم يمكن تمثيل المتغير الأصلي (i) كدالة خطية في العوامل المشتركة F بعد استخدام تحويله Varimax كالتالي :-

$$Z_i = b_{i1}F_1 + b_{i2}F_2 + \dots + b_{im}F_m + e_i$$

يلاحظ أن العوامل المشتركة الأصلية F يمكن كتابتها كدوال خطية تامة في المتغيرات الأصلية المعيارية Z_i كالآتي :-

$$F = (B'B)^{-1} B'Z$$

حيث $Z' = (Z_1, Z_2, \dots, Z_k)$ و $F' = (F_1, F_2, \dots, F_m)$. أما B فهي مصفوفة المعاملات المسماة بالأوزان العاملية.

وبعد الانتهاء من تحديد معالم أسلوب التحليل العاملي سنعرض بالفصل الثالث نتائج التحليل الإحصائي والتي تم استخراجها من الدراسة الميدانية التي شملها هذا البحث.

الفصل الثالث نتائج التحليل الإحصائي

قام الباحث بإعداد دراسة ميدانية لاستنتاج أهم العوامل المحددة لقرار اختيار العميل لشركة تأمين دون غيرها لبعض أصحاب وثائق التأمين السارية في مجال التأمينات العامة وقد تم تصميم استمارة إحصائية تحتوي على أهم هذه العوامل (والتي تم عرضها بالفصل الأول من هذا البحث) ، وأيضاً تم توزيع وتجميع الاستمارات الإحصائية وفرزها وبيان الصالح منها للتشغيل الإحصائي والذي تم تنفيذه بمعهد الدراسات والبحوث الإحصائية التابع لجامعة القاهرة.

وسنعرض فيما يلي بيان نتائج التحليل الإحصائي التي تم الحصول عليها:

أولاً: نتائج التحليل الوصفي للدراسة:

يتبين من الجدول التالي التكرار المطلق والنسبي لدرجة أهمية العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين دون غيرها حسب إجابات المشتركين في الاستبيان.

جدول رقم (١)

التكرارات المطلقة والنسبية حسب درجة الأهمية للعوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين دون غيرها حسب ورودها بالاستمارة الإحصائية وعددها ٢٠٠ استمارة (*)

م	العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين		هام جدا		هام		متوسط الأهمية		غير هام		غير هام على الإطلاق	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
١.	١٠٢	٥١,٣	٥٠	٢٥,١	٢٤	١٢,١	١٩	٩,٥	٤	٢		
٢.	١٢٥	٦٢,٥	٥٣	٢٦,٥	١٣	٦,٥	٦	٣	٣	١,٥		
٣.	١٢٠	٦٠,٥	٥١	٢٥,٥	١٩	٩,٥	٩	٤,٥	١	٠,٥		
٤.	١٠٤	٥٢,٥	٦٠	٣٠	١٨	٩	١٥	٧,٥	٣	١,٥		
٥.	١٣٣	٦٦,٥	٥٠	٢٥	٨	٤	٩	٤,٥	-	-		
٦.	٥٩	٢٩,٥	٦٦	٣٣	٣٧	١٨,٥	٢٧	١٣,٥	١١	٥,٥		
٧.	٤٨	٢٤	٦٢	٣١	٤٢	٢١	٣٤	١٧	١٤	٧		
٨.	٣٣	١٦,٥	٤٩	٢٤,٥	٦٧	٣٣,٥	٤١	٢٠,٥	١٠	٥		
٩.	٣٠	١٥	٤٩	٢٤,٥	٦٤	٣٢	٤٤	٢٢	١٣	٦,٥		
١٠.	٦٠	٣٠	٤٨	٢٤	٤٤	٢٢	٣٣	١٩	١٠	٥		
١١.	٣٢	١٦	٤٣	٢١,٥	٦٦	٣٣	٤٥	٢٢,٥	١٤	٧		
١٢.	٦٥	٣٢,٨	٣٨	١٩,٢	٣٩	١٩,٧	٤٨	٢٤,٢	٨	٤		
١٣.	٢٧	١٣,٥	٤٤	٢٢	٦١	٣٠,٥	٥٥	٢٧,٥	١٣	٦,٥		
١٤.	٣٢	١٦,١	٤٢	٢١,١	٦٥	٣٢,٧	٤٧	٢٣,٦	١٣	٦,٥		
١٥.	٢٣	١١,٦	٥٣	٢٦,٦	٥٣	٢٦,٦	٥٥	٢٧,٦	١٥	٧,٥		
١٦.	٢٩	١٤,٥	٦٣	٣١,٥	٥٤	٢٧	٣٩	١٩,٥	١٥	٧,٥		
١٧.	٢٥	١٢,٦	٤٢	٢١,٢	٥٠	٢٥,٣	٥٦	٢٨,٣	٢٥	١٢,٦		
١٨.	١٥	٧,٥	٣٦	١٨	٥٦	٢٨	٥٦	٢٨	٣٧	١٨,٥		
١٩.	٢١	١٠,٧	٢٥	١٢,٧	٣٧	١٨,٨	٨١	٤١,١	٣٣	١٦,٨		
٢٠.	٢١	١٠,٦	٢٦	١٣,١	٤٠	٢٠,١	٥٧	٢٨,٦	٥٥	٢٧,٦		

(*) المصدر: نتائج التحليل الإحصائي للدراسة الميدانية.

يتبين من الجدول السابق التكرارات المطلقة والنسبية لدرجة أهمية العوامل المؤثرة في قرار العميل لاختيار شركة تأمين معينة دون غيرها ولسهولة التعامل مع هذه النتائج من الناحية العملية سيتم إعداد المتوسط العام لدرجة أهمية كل عامل على حدة حتى يمكن الاستفادة من نتائج هذه الدراسة عند تخطيط الحملات التسويقية الهادفة إلى جذب المزيد من العملاء المرتقبين لشركات التأمين وأيضاً تساعد العملاء الباحثين عن شركة تأمين متميزة للتعامل معها مستقبلاً لشراء حماية تأمينية ، ويتضح ذلك بالجدول التالي :-

جدول رقم (٢)

المتوسط العام لدرجة أهمية العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين معينة دون غيرها (*)

م	العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين	المتوسط العام	توصيف درجة الأهمية
١.	معرفة أسماء كبار العملاء المتعاملين مع الشركة	١,٨٥	هام
٢.	سمعة الشركة الطيبة بين كافة العملاء	١,٥٤	هام
٣.	أسعار التأمين مناسبة عن غيرها من الشركات	١,٥٥	هام
٤.	أن يكون لشركة التأمين فروع قريبة من موقع العمل	١,٧٦	هام
٥.	سرعة أداء التعويضات لعملاء سابقين	١,٤٦	هام
٦.	المرونة في سداد الأقساط	٢,٣٣	هام
٧.	حضور المحصلين لاستلام الأقساط في مكان العمل	٢,٥٢	متوسط الأهمية
٨.	التفتيش المستمر والمنتظم من قبل المختصين بشركة التأمين	٢,٧٣	متوسط الأهمية
٩.	قوة ومهارة المركز المالي لشركة التأمين	٢,٨١	متوسط الأهمية
١٠.	اختيار شركة التأمين لمعيدي تأمين متميزين دولياً	٢,٣٥	هام
١١.	كفاءة ومهنية وتميز أعضاء مجلس إدارة شركة التأمين	٢,٨٣	متوسط الأهمية
١٢.	مصادقية أفراد الجهاز الإنتاجي	٢,٤٥	هام
١٣.	إرسال خبراء لمعاينة وسائل الأمان بصفة مستمرة على حساب شركة التأمين	٢,٩٢	متوسط الأهمية
١٤.	تعتبر شركة التأمين مستشاراً فنياً وتأمينياً للعميل	٢,٨٢	متوسط الأهمية
١٥.	سرعة وسهولة إصدار الوثيقة خلال فترة محدودة من التعاقد	٢,٩١	متوسط الأهمية
١٦.	إعادة مبلغ التأمين إلى أصله تلقائياً دون قسط إضافي	٢,٧٤	متوسط الأهمية
١٧.	إزالة الأقساض مقابل سعر رمزي في حالة التهدم	٣,٠٤	متوسط الأهمية
١٨.	المعرفة الشخصية ببعض المسؤولين بشركة التأمين	٣,٣٢	متوسط الأهمية
١٩.	عمر شركة التأمين في سوق التأمين	٣,٣٥	متوسط الأهمية
٢٠.	الشركة تابعة للقطاع العام أم الخاص	٣,٥٨	غير هام

(*) المصدر: من إعداد الباحث

يتبين من الجدول السابق ما يلي :-

١- توجد ثمانية عوامل هامة تؤثر في قرار العميل لاختيار شركة تأمين هي كما يلي حسب ترتيب قيمة المتوسط العام لدرجة أهمية كل منها :-

- سرعة أداء التعويضات لعملاء سابقين.
- سمعة الشركة الطيبة بين كافة العملاء.
- أسعار التأمين مناسبة عن غيرها من الشركات.
- أن يكون للشركة فروع قريبة من موقع العمل.
- معرفة أسماء كبار العملاء المتعاملين مع الشركة.
- المرونة في سداد الأقساط.
- اختيار شركة التأمين لمعيدي تأمين متميزين دولياً.
- مصداقية أفراد الجهاز الإنتاجي.

ويرى الباحث أن مثل هذه العوامل التي أظهرتها الدراسة الوصفية يجب على المسؤولين بكافة شركات التأمين أخذها في الحسبان عند التخطيط لإعداد وتنفيذ الحملات التسويقية ، والحرص على توافرها بدرجة عالية من المصداقية أمام العملاء المرتقبين الباحثين عن شركة تأمين متميزة للتعامل معها.

٢- يوجد أحد عشر عاملاً ذات أهمية متوسطة لاتخاذ العميل قرار التعامل مع شركة تأمين معينة هي كما يلي حسب ترتيب قيمة المتوسط العام لدرجة الأهمية:-

- حضور المحصلين لاستلام الأقساط في مكان العمل.
- التفثيش المستمر والمنظم من قبل المختصين بشركة التأمين.
- إعادة مبلغ التأمين إلى أصله تلقائياً دون قسط إضافي.
- قوة ومثانة المركز المالي لشركة التأمين.
- تعتبر شركة التأمين مستشاراً فنياً وتأمينياً للعميل.
- كفاءة ومهنية وتمايز أعضاء مجلس إدارة شركة التأمين.
- سرعة وسهولة إصدار الوثيقة خلال فترة محدودة من التعاقد.
- إرسال خبراء لمعاينة وسائل الأمان بصفة مستمرة على حساب شركة التأمين.
- إزالة الأنقاض مقابل سعر رمزي في حالة التهدم..

جدول (٣)

العوامل الرئيسية وما ينتمي إليها من عوامل فرعية تؤثر في قرار العميل باختيار شركة تأمين معينة ونسبة مساهمة كل عامل رئيسي في تحقق الظاهرة (*)

٤	العوامل الفرعية لقرار اختيار العميل لشركة تأمين معينة دون غيرها	ترتيب العوامل الرئيسية	نسبة مساهمة كل عامل في التباين	
			النسبة المئوية	التكرار المتجمع النسبي
	<ul style="list-style-type: none"> • معرفة أسماء كبار العملاء المتعاملين مع الشركة • سمعة الشركة الطيبة بين كافة العملاء • أسعار التأمين مناسبة عن غيرها من الشركات • أن يكون لشركة التأمين فروع قريبة من موقع العمل • سرعة أداء التعويضات لعملاء سابقين 	الأولى	١٩,٢٤٢	١٩,٢٤٢
	<ul style="list-style-type: none"> • المرونة في سداد الأقساط • حضور المحصلين لاستلام الأقساط في مكان العمل • التفشيح المستمر والمنتظم من قبل المختصين بشركة التأمين 	الثانية	١٢,٧٩٥	٣٢,٠٣٧
	<ul style="list-style-type: none"> • كفاءة ومهنية وتماييز أعضاء مجلس إدارة شركة التأمين • مصداقية أفراد الجهاز الإنتاجي • إرسال خبراء لمعاينة وسائل الأمان بصفة مستمرة على حساب شركة التأمين 	الثالثة	١١,٤٥٩	٤٣,٤٩٥
	<ul style="list-style-type: none"> • إعادة مبلغ التأمين إلى أصله تلقائياً دون قسط إضافي • إزالة الأقساض مقابل سعر رمزي في حالة التهدم • المعرفة الشخصية ببعض المسؤولين بشركة التأمين 	الرابعة	٧,١٢٥	٥٠,٦١٨
	<ul style="list-style-type: none"> • عمر شركة التأمين في سوق التأمين • الشركة تابعة للقطاع العام أم الخاص 	الخامسة	٦,٢١٦	٥٦,٨٣٤
	<ul style="list-style-type: none"> • تعتبر شركة التأمين مستشاراً فنياً وتأمينياً للعميل • سرعة وسهولة إصدار الوثيقة خلال فترة محدودة من التعاقد 	السادسة	٥,٣٢٧	٦٢,١٦١
	<ul style="list-style-type: none"> • قوة ومثانة المركز المالي لشركة التأمين • اختيار شركة التأمين لمعدي تأمين متميزين دولياً 	السابعة	٥,٠٩٨	٦٧,٢٥٩

(٥) النتائج المستخرجة من تطبيق أسلوب التحليل العائلي في تشغيل البيانات

يتبين لنا من الجدول السابق عدة ملاحظات نذكر منها ما يلي :-

١- الاتفاق التام بين نتائج التحليل الوصفي والعملي في شأن مجموعة من العوامل لها درجة هامة في قرار العميل لاختيار شركة تأمين معينة دون غيرها ولها الترتيب الأول في المساهمة في هذا القرار وبنسبة قدرها ١٩,٢٤٢ حسب نتائج التحليل العملي ، وهذه العوامل هي :-

- معرفة أسماء كبار العملاء المتعاملين مع الشركة.
- السمعة الطيبة لشركة التأمين بين كافة العملاء.
- أسعار التأمين مناسبة عن غيرها من الشركات.
- وجود فروع قريبة لشركة التأمين قريبة من موقع العمل.
- سرعة أداء التعويضات لعملاء سابقين.

ويرى الباحث أن مثل هذه النتائج حققت لنا أهداف البحث وهي اكتشاف وتحديد المتغيرات ذات التأثير الهام وذات المساهمة الملموسة في تحديد قرار العميل لاختيار شركة تأمين معينة دون غيرها.

ويقدم الباحث هذه النتائج الميدانية والتي أصبح لها الشكل العلمي والقابلة للتطبيق العملي لكلاً من طرفي العملية التأمينية وهما شركات التأمين التي تقدم الخدمة التأمينية لعملائها وأيضاً العملاء المرتقبين الباحثين عن خدمات تأمينية متميزة. ولذلك يجب اتخاذ عدة توصيات بخصوص هذه النتائج سيتم تحديدها لاحقاً ضمن توصيات هذا البحث.

٢- تم تخفيض العوامل الفرعية المؤثرة في قرار العميل لاختيار شركة تأمين معينة دون غيرها من عشرين عاملاً إلى سبع مجموعات رئيسية فقط ويعتبر ذلك من مزايا استخدام أسلوب التحليل العملي.

٣- تبين لنا نسبة مساهمة كل مجموعة من العوامل الرئيسية في تحقيق الظاهرة ويفيد ذلك شركات التأمين في التخطيط للمدى القصير والطويل عند تصميم الحملات التسويقية الهادفة إلى جذب المزيد من العملاء المرتقبين لشركات التأمين في المستقبل.

٤- عند تحليل العوامل الفرعية التي تنتمي إلى المجموعة الثانية من العوامل الرئيسية والتي لها نسبة مساهمة قدرها ١٢,٧٩٥ يتبين لنا أنها لا تمثل إلا سوى إجراءات إدارية يسهل تنفيذها مثل حضور المحصلين لاستلام الأقساط في مكان العمل أو التفتيش المستمر والمنظم من قبل المختصين بشركات التأمين. ويلاحظ أن كلاً من هذين العاملين يوفران راحة نفسية وإدارية ومالية للعملاء سواء كانوا من أصحاب الوثائق السارية أو المرتقبة وهذا هو ما يهدف إليه كافة العملاء عند اتخاذ قرار بشراء وثائق تأمين لتغطية ممتلكاتهم. ويرى الباحث أن المتغير الآخر وهو المرونة في سداد الأقساط يهتم به الكثير من العملاء أصحاب الوثائق السارية وأيضاً المرتقبة ولكن يجب على شركات التأمين عدم الإفراط في

تلبية رغبات العملاء لأن هذه المرونة لها الكثير من الانعكاسات المالية السلبية التي تعرضت لها الكثير من البحوث التأمينية السابقة^(١).

٥- ساهمت المجموعة الثالثة من العوامل الرئيسية في قرار اختيار العميل لشركة تأمين بنسبة قدرها ١١,٤٥٩ وشملت عوامل هامة مثل مصداقية أفراد الجهاز الإنتاجي والتي تعتبر العمود الفقري لصناعة التأمين حيث نجد أن هؤلاء الأفراد يمثلون واجهة صناعة التأمين وهم القادرون على خلق واكتشاف واستقطاب عمليات تأمينية جديدة تساهم في استمرار صناعة التأمين طبقاً لقانون الأعداد الكبيرة^(٢).

٦- شملت المجموعة الرابعة التي ساهمت بنسبة قدرها ٧,١٢٢ في تحقق الظاهرة موضوع الدراسة على عدة عوامل فرعية من بينها إعادة مبلغ التأمين إلي أصله تلقائياً دون قسط إضافي. ويرى الباحث أن هذا العامل لا يدرك أهميته الكثير من العملاء من حملة الوثائق السارية إلا بعد تحقق حوادث أخرى خلال السنة التأمينية وذلك لغياب الوعي التأميني لدى الكثير من عملائنا وأيضاً نتيجة قصور في أداء بعض العاملين بشركات التأمين في عدم إعطاء العميل معلومات تأمينية تفيد في المحافظة على ممتلكاته وإعادته لنفس الموقف المالي الذي كان عليه قبل تحقق الحادث^(٣). وبالتالي نجد أن مثل هذا المتغير يحتاج إلى المزيد من التوضيح من قبل شركات التأمين لأنه يحافظ على ممتلكات العميل ولا يعرضه لتطبيق قاعدة النسبية^(٤).

٧- ساهمت كل من المجموعة الخامسة والسادسة بنسب قدرها ٦,٢١٦ ، ٥,٣٢٧ على التوالي في تحقق الظاهرة ، ويجب على شركات التأمين أيضاً أخذ ذلك في الاعتبار حيث تحتوي المجموعة السادسة على عامل هام وهو سرعة إصدار وثيقة التأمين للعملاء بعد إجراءات التفاوض والتسعير وتقييم الخطر لأن الواقع العملي يؤيد حدوث بعض حوادث الحريق قبل إصدار الوثيقة الأصلية وبعد تقديم المستندات ودفع جزء من القسط. ويثار في هذا الشأن الكثير من المناقشات القانونية والتي تبرر حق العميل في التعويض من عدمه طالما أنه لم يستلم الوثيقة الأصلية في حين يقرر القانون أحقيته لأنه قد استلم إشعار تغطية مؤقت وله نفس قوة وثيقة التأمين الأصلية.

٨- ساهمت المجموعة الأخيرة من العوامل الرئيسية بنسبة محدودة في تحقق الظاهرة وقدرها ٥,٠٩٨ واشتملت على عاملين فقط وهما قوة ومثانة المركز المالي لشركة التأمين ونوعية معيدي التأمين. ويرى الباحث أن السبب الرئيسي في انخفاض نسبة مساهمة هذين العاملين

(١) د. حسني الخولي ، التحليل المالي لمعدلات الأداء ، مرجع سبق ذكره.

(٢) W.A. Dinsdale and DC Mc Mardie, Elements of Insurance , 5th Ed., The Chartered Insurance Institute, 1980.

(٣) A.J. Oakes, Fire Insurance, Risks and Claims, Blackwell Science, Inc. Commerce Place, U.S.A., 1997.

(٤) ER Hardy Ivamy, Fire and Motor Insurance, Butter Worth and Co (Publishers) Ltd, London, 1984.

أن حملة الوثائق السارية أو المرقبة ليس لديهم الوعي التأميني الكافي الذي يمكنهم من فهم وتحليل المؤشرات التأمينية الدالة على قوة ومنانة المركز المالي لشركات التأمين أو تقييم نوعية معيدي التأمين^(١) الذي تتعامل معه شركات التأمين وذلك على الرغم من الأهمية النسبية لهذين المتغيرين في استمرار وبقاء صناعة التأمين في ظل المنافسة التي تسود أسواق التأمين بصفة عامة.

ويرى الباحث أن ما يؤكد صلاحية النتائج السابقة المستخرجة من تطبيق أسلوب التحليل العملي في تحليل وقياس العوامل المؤثرة في قرار العميل باختيار شركة تأمين معينة دون غيرها أن معامل الثبات^(٢) لنتائج البحث بلغ ٧٦,٤٤% ، وأن معامل الصدق والذي يمثل الجزر التريبيعي لمعامل الثبات بلغ ٨,٧٤% وهذه النسب تمثل درجة عالية من المصدقية في البحث العلمي.

وفي النهاية يرى الباحث أنه يجب ضرورة استثمار النتائج المستخرجة من هذه البحوث الميدانية والتي تخدم كلاً من شركات التأمين من خلال إقناع عملائها الحاليين والمرقبين بضرورة التعامل مع شركات التأمين التي تتوافر بها مثل هذه الصفات والعوامل ذات الدرجات الهامة جداً ، والتي لها نسبة مساهمة كبيرة في اقتناع العميل بشركة التأمين كما أظهرتها الدراسة الميدانية والتحليل الوصفي والعملي بهذا البحث ، كما يستفيد من هذا البحث العملاء المرقبين والباحثين عن شركات تأمين متميزة من خلال توفير هذه العوامل التي تجذبهم نحو التعامل مع شركة تأمين متميزة دون غيرها من الشركات الأخرى العاملة في سوق التأمين سواء كان مصرياً أو عربياً أو أجنبياً.

(١) د. محمد نادي عزت ، ترشيد سياسات إعادة التأمين ، رسالة دكتوراه في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٣.

(٢) د. فؤاد بهي الدين ، علم النفس الإحصائي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، سنة النشر غير معلومة.

الفصل الرابع نتائج البحث وتوصياته

يحتاج قرار اختيار العميل لشركة تأمين معينة دون غيرها المزيد من الدراسات المتخصصة لتحديد أهم العوامل المؤثرة في اتخاذ مثل هذا القرار. وقد تعرض هذا البحث إلى عدة نتائج هامة في هذا المجال تفيد كلاً من شركات التأمين التي تقدم الخدمة التأمينية وأيضاً تفيد العملاء المرتقبين الراغبين والباحثين عن شركة تأمين متميزة يتوافر لديها أهم المحددات التي تدفعهم إلى اتخاذ قرار التعامل مع شركة تأمين معينة دون غيرها.

ولقد توصل هذا البحث إلى عدة نتائج هامة نذكر من بينها :-

- ١- يعتبر أفراد الجهاز التسويقي بشركات التأمين المسؤولين عن اتخاذ أصحاب وثائق التأمين السارية قرارهم التعامل مع شركة تأمين معينة دون غيرها.
- ٢- رغبة العملاء المرتقبين بفروع التأمينات العامة بمعرفة المحددات التي تدفعهم للتعامل مع شركة تأمين معينة وتفضيلها عن غيرها مستقبلاً.
- ٣- اهتمام شركات التأمين العاملة بسوق التأمين المصري والعربي والأجنبي بحصر أهم العوامل المؤثرة في قرار العملاء باختيار شركة تأمين دون غيرها.
- ٤- حرص شركات التأمين على ضرورة إعداد خطط تسويقية تبرز من خلالها العوامل التي يهتم العميل بها عند اتخاذ قرار اختيار شركة تأمين دون غيرها.
- ٥- بلغ عدد أهم العوامل المؤثرة في قرار اختيار العميل لشركة تأمين دون غيرها عشرون عاملاً.
- ٦- توصل البحث إلى إجراء قياس كمي لدرجة أهمية العوامل المؤثرة في قرار العميل لاختيار شركة تأمين دون غيرها.
- ٧- أظهرت نتائج القياس الوصفي إلى وجود ثمان عوامل ذات درجة هامة في اتخاذ العميل قرار التعامل مع شركة تأمين دون أخرى.
- ٨- تبين أن هناك أحد عشر عاملاً ذات درجة متوسطة في الأهمية تدفع العميل لاتخاذ قرار بالتعامل مع شركة تأمين دون أخرى.
- ٩- اتضح أن هناك عامل واحد فقط غير هام لاتخاذ قرار الاختيار.
- ١٠- تبين من استخدام التحليل العاملي وجود سبع مجموعات رئيسية تمثل العوامل المؤثرة في قرار العميل لاختيار شركة تأمين دون غيرها.
- ١١- وجود اتفاق تام بين أسلوب التحليل الوصفي والعاملي في حصر أهم العوامل المؤثرة على العميل لاتخاذ قرار التعامل مع شركة تأمين معينة.
- ١٢- بلغ معامل الثبات لنتائج البحث ٧٦,٤٤% وهي نسبة عالية تدل على مصداقية النتائج المستخرجة من الدراسة الميدانية لهذا البحث والتي يمكن لشركات التأمين العاملة حالياً والمتوقع دخولها مستقبلاً إلى سوق التأمين المصري أو العربي أو الأجنبي الاعتماد عليها لاستقطاب عملاء جدد بهدف الريادة والسيادة على أسواق التأمين في شتى الفروع بصفة عامة ومجال التأمينات العامة بصفة خاصة.

توصيات البحث :-

في ضوء نتائج البحث التي تم التوصل إليها سابقاً يمكن عرض بعض التوصيات الآتية التي تساعد كلاً من شركات التأمين في استقطاب عملاء جدد وتساعد أيضاً العملاء الجدد في التعاقد مع شركة تأمين متميزة في أدائها وتتوافر بها أهم الصفات اللازمة لشركة التأمين الناجحة والتي من أهمها :-

- ١- إنشاء قنوات اتصال علمية مشتركة بين هيئة الرقابة على التأمين وأقسام التأمين بالجامعات المصرية لمناقشة وتبادل ودراسة نتائج هذه الأبحاث التي تخدم قطاع التأمين في مصر والعالم العربي والأجنبي.
- ٢- ترسيخ الوعي التأميني والمعرفي لدى أفراد الجهاز التسويقي بنتائج مثل هذه الدراسات التأمينية التي تساعدهم في استقطاب المزيد من العملاء الجدد عند احاطتهم بمحددات اختيار العملاء.
- ٣- نشر نتائج هذه الدراسات بالمجلات المتخصصة حتي يستفيد منها أكبر عدد ممكن من المهتمين بمجال التأمين وتطوير آلياته كالتي تصدرها الشركة القابضة للتأمين.
- ٤- تفعيل نتائج هذه الدراسات لدى أصحاب القرار من المسؤولين عن تخطيط وإعداد وتصميم وتنفيذ الحملات التسويقية بشركات التأمين.
- ٥- إنشاء قنوات تليفزيونية متخصصة تخدم قطاع التأمين والمصارف يتم من خلالها عرض نتائج مثل هذه الأبحاث التي تخدم قطاع كبير من العملاء المرتقبين لشركات التأمين والمصارف عند اتخاذهم قرار التعامل مع شركة تأمين معينة أو مصرف معين.
- ٦- استحداث دبلوم دراسات عليا في مجال تسويق التأمين بأقسام التأمين بكلية التجارة بالجامعات المصرية واعتبار مثل هذه الأبحاث جزء من الدراسة المقررة على المنتسبين للحصول على هذه الشهادات الأكاديمية.
- ٧- عقد دورات تدريبية متخصصة يحاضر بها أساتذة متخصصون في فن تسويق خدمات التأمين وعرض نتائج هذه الأبحاث أثناء تنفيذ مثل هذه البرامج التدريبية.
- ٨- التخطيط القصير والطويل المدى بشركات التأمين لتوفير العوامل الهامة وذات المساهمة الفعالة في اتخاذ قرار العميل لشركة تأمين دون غيرها لجذب المزيد من العملاء المرتقبين حالياً ومستقبلاً.
- ٩- طبع نتائج هذه الدراسات على نفقة هيئة الرقابة على التأمين وتعميمها على العاملين بشركات التأمين .
- ١٠- اعتبار نتائج هذه الأبحاث ضمن أوراق العمل المقدمة في المؤتمرات العامة للاتحاد العربي للتأمين الذي يعقد سنوياً بالدول العربية المنضمة إلى هذا الاتحاد.

المراجع :أولاً: المراجع العربية :

- ١- د. أحمد حسن يوسف ، د. فؤاد عبد الله العواد ، مدى تلبية مخرجات قسم الأساليب الكمية لاحتياجات سوق العمل في مدينة الرياض ، مركز بحوث كلية العلوم الإدارية ، جامعة الملك سعود ، الرياض ، السعودية ، ١٤٢٤ هـ.
- ٢- د. أحمد عبد العليم ، إعداد برنامج للتأمين على الحياة باستخدام الأساليب الرياضية ، رسالة دكتوراه في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٠.
- ٣- د. بدر محمد الأنصاري ، أسلوب التحليل العملي ، عرض منهجي لعينة من الدراسات استخدمت التحليل العملي ، بحث مقدم إلى ندوة البحث العلمي في المجالات الاجتماعية في الوطن العربي ، سوريا ، ١٩٩٩.
- ٤- د. حسني الخولي ، تنمية الطلب على تأمين الحياة في سوق التأمين المصري باستخدام الأساليب الكمية ، رسالة دكتوراه في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٢.
- ٥- _____ ، مبادئ الإحصاء الوصفي ، دار النهضة العربية ، كلية التجارة ، جامعة بنى سويف ، ٢٠٠٤.
- ٦- _____ ، تقييم معدلات الأداء بشركات التأمين ، بحث منشور بمجلة كلية التجارة ، جامعة بنى سويف ، ١٩٩٩.
- ٧- _____ ، تقييم أساليب تسويق التأمين ، بحث غير منشور.
- ٨- _____ ، تأمين خيانة الأمانة ، تقييم التجربة في السوق المصرية ، رسالة ماجستير في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٥.
- ٩- _____ ، القياس الكمي لأهمية أسباب التعويضات المرفوضة من شركات التأمين بالتطبيق على فرع الحريق بالتأمينات العامة بالسوق المصري ، بحث منشور بمجلة كلية تجارة بنها ، ٢٠٠٥.
- ١٠- د. سامي نجيب ، دراسات في التأمين ، دار النهضة العربية ، كلية التجارة ، جامعة بنى سويف ، ٢٠٠٤.
- ١١- د. شوقي سيف النصر ، المبادئ العلمية للخطر والتأمين ، دار الثقافة العربية ، الطبعة الثانية ، القاهرة ، ١٩٩٦/٩٥.
- ١٢- د. صفوت فرج ، التحليل العملي في العلوم السلوكية ، دار الفكر العربي ، ١٩٨٠.
- ١٣- د. علي شاكر ، التأمين ، الأصول العلمية والمبادئ العملية ، دار النهضة العربية ، القاهرة ، ٢٠٠٠.

- ١٤- عمر عبد الجواد ، دراسة تحليلية لظاهرة الإلغاءات في سوق التأمين المصري ، رسالة ماجستير في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٨٦ .
- ١٥- د. فؤاد البهي السيد ، علم النفس الإحصائي ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، سنة النشر غير معلومة .
- ١٦- د. محمد محمود الكاشف ، التأمين ، كلية التجارة ، جامعة بنى سويف ، ٢٠٠٤ .
- ١٧- محمد نادي عزت ، ترشيد سياسات إعادة التأمين ، رسالة دكتوراه في التأمين ، كلية التجارة ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٣ .
- ١٨- د. محمد إسماعيل العادلي ، قرار اختبار البنوك ، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، رقم القيد في سجل الدوريات ٢٠٤٨ .
- ١٩- د. مملوح حمزة أحمد ، رياضات التأمينات العامة ، مركز التعليم المفتوح ، جامعة القاهرة .

ثانياً: المراجع الأجنبيّة :

- 1- A.J. Oakes, Fire Insurance, Risks and Claims, Blackwell Science, Inc. Commerce Place, U.S.A., 1997.
- 2- ER Hardy Ivamy, Fire and Motor Insurance, Butter Worth and Co. (Publishers) Ltd, London, 1984.
- 3- George E.REJDA, Principles of Risk Management and Insurance, Ninth Edition, Boston, San-Francisco, New York, 2004.
- 4- [http://www.baderansari.info/bader%20Conference % 20 paper.](http://www.baderansari.info/bader%20Conference%20paper)
- 5- Ledyard R. Tucker and Robert C. MaCollom Exploratory Factor Analysis Available at : www.uncedu/M/rcM/book,factor.pdf.
- 6- W.A. Dinsdale and DC McMardie, Elements of Insurance, fifth Edition, The chartered Insurance Institute, 1980.