

ظاهرة إنخفاض الطلب على التأمين على الحياة في دولة الكويت

دراسة تحليلية

د. معوض حسن حسنين *

مقدمة

إن قطاع التأمين على الحياة في دولة الكويت لم يحظ بالقدر الكافي من الاهتمام من قبل شركات التأمين الكويتية، على اعتبار أنه يمثل أحد القطاعات الاقتصادية الهامة بالدولة.

فالملاحظ أن شركات التأمين في دولة الكويت تهتم من الناحية العملية بمحفظه التأمينات العامة كمصدر رئيس للعائد الفني وبمحفظه الاستثمارات كمصدر للعائد الاستثماري. ولعل المطلع على البيانات المنشورة عن نشاط سوق التأمين على الحياة بدولة الكويت يجد أن هناك انخفاضاً ملحوظاً في الطلب على التأمين على الحياة، وعزوفاً من قبل العملاء عن الإقبال على هذا النوع من التأمين.

وتتمثل صور العزوف في إلغاء وثائق التأمين في السنوات الأولى من التعاقد، وتصفية وثائق التأمين السارية المفعول، والحصول على قيمة التصفية نقداً في السنوات الأولى من التعاقد، أو طلب قروض بضمان هذه الوثائق وعدم سداد القروض في مواعيدها. ولقد أصبحت هذه الحقيقة تمثل ظاهرة عامة تعاني منها في السنوات الأخيرة جميع شركات التأمين العاملة في دولة الكويت.

* رئيس قسم التأمين والاحصاء - كلية التجارة/جامعة الكويت

ولعل محاولة التعرف على الأسباب الحقيقية لانخفاض الطلب على التأمين على الحياة بدولة الكويت وعزوف الأفراد عن الإقبال على التعاقد على التأمين إنما يرتبط بدور شركات التأمين الكويتية في تنشيط السوق وتقديم الخدمات التأمينية وتطويرها بما يتفق واحتياجات المواطنين. ويفيد أيضاً في هذا المجال معرفة إلى أي مدى تتفاوت هذه الشركات في تقديمها للتغطيات التأمينية سواء من حيث نوعية الغطاء (وثائق فردية - وثائق مركبة - وثائق خاصة - تأمين جماعي) وسعر التغطية والمزايا الإضافية.

ومن الأمور الأخرى ذات العلاقة المباشرة بظاهرة انخفاض الطلب على التأمين على الحياة والعزوف عن السعي نحو التعاقد عليه: التعرف على مدى تطبيق وسطاء التأمين (المتجدين والسماسرة ومكاتب التأمين بالعمولة) للمفاهيم الحديثة للإنتاج في مجال تسويق التأمين على الحياة وإلى أي حد تهتم شركات التأمين بوظيفة الإنتاج ضمن الهيكل الوظيفي للشركة.

وجدير بالذكر أن الانخفاض المستمر في حجم إنتاج الحياة الجديد وتقلص حجم الوثائق السارية المفعول خلال فترة زمنية معينة إنما يعني أن عملاء شركات التأمين الحاليين (المؤمن لهم) والعملاء المرتقبين إنما يحملون بعض الاتجاهات السلبية تجاه التأمين على الحياة.

وحيث أن اهتمام الباحث يتركز على دراسة ظاهرة انخفاض الطلب على التأمين على الحياة في دولة الكويت. والتعرف على أسباب هذه الظاهرة والتوصية بعلاجها، فإنه سوف يوضح في البداية طريقة الدراسة وبعض المؤشرات الإحصائية الخاصة بمشكلة البحث ثم يعرض بعد ذلك تحليل النتائج المتعلقة بالدراسة.

أولاً : طريقة الدراسة

إن أهمية هذا البحث إنما تأتي من الدور الهام الذي يلعبه التأمين على الحياة في أي مجتمع في مجال تجميع المدخرات وتأمين الحماية التأمينية من الأضرار المادية التي يتعرض لها الفرد أو من يعوله بسبب الوفاة المبكرة أو العجز الدائم أو المرض والعجز المؤقت أو البطالة أو الشيخوخة .

الهدف من البحث:

يهدف هذا البحث إلى دراسة ظاهرة انخفاض الطلب على التأمين على الحياة بدولة الكويت، والتعرف على الأسباب الحقيقية لهذه الظاهرة من وجهة نظر المسؤولين عن قطاع التأمين على الحياة بشركات التأمين العاملة بالكويت. وبالتحديد فإن أهداف هذا البحث تلخص فيما يلي:

- ١- حصر التغطيات التأمينية التي تقدمها شركات التأمين العاملة بالكويت ومدى التشابه والاختلاف بينها.
- ٢- تحديد إلى أي مدى تهتم شركات التأمين العاملة بالكويت بالمفهوم الحديث للإنتاج في مجال تسويق التأمين على الحياة.
- ٣- تحديد موقف عملاء شركات التأمين العاملة بالكويت (المؤمن لهم) الحاليين والمرتبين بالنسبة للتأمين على الحياة، وذلك من جهة نظر الهيئة الإدارية لهذه الشركات.

المشكلة وفروض البحث:

من واقع الدراسات النظرية والشواهد العملية فقد تم تكوين الإطار النظري والعملي للبحث وتحديد النقاط التي يجب اختبارها بصفة أولية. وقد قام الباحث بدراسة أولية لإحدى شركات التأمين المتخصصة في الحياة بدولة الكويت، ومن خلال المناقشة الجادة مع المسؤولين بالشركة، فقد تأكد لدى الباحث أن هناك مشكلة تتعلق بالتأمين

على الحياة بدولة الكويت، وأنه من الممكن دراستها من الناحية العملية، واختبار النقاط المراد تناولها بالبحث والدراسة. وفي ضوء تحليل نتائج المناقشات والمقابلات الشخصية مع المهتمين بالموضوع بصفة عامة فإنه قد أمكن تحديد مشكلة البحث على أنها دراسة ظاهرة انخفاض الطلب على التأمين على الحياة في دولة الكويت من حيث حقيقة هذه الظاهرة وأسبابها الرئيسة والتوصية بعلاجها.

ولدراسة هذه المشكلة فقد تم وضع مجموعة فروض كما يلي:

الفرض الأول:

تقدم شركات التأمين الوطنية والشركة الأمريكية للتأمين على الحياة بدولة الكويت نفس مجموعة برامج التأمين على الحياة (وثائق التأمين على الحياة الفردية والجماعية) على الرغم من تفاوت مراكزها المالية ومجالات نشاطاتها الرئيسة وحجم محافظ أعمالها، ومدة خبرتها العملية.

الفرضان الثاني والثالث: من الأسباب الرئيسة لانخفاض الطلب على التأمين على الحياة والعزوف عن الاستمرار في التعاقد على هذا النوع من التأمين في دولة الكويت ما يلي:

الفرض الثاني:

عدم اهتمام شركات التأمين بدولة الكويت بوظيفة الإنتاج في مجال تسويق التأمين على الحياة.

الفرض الثالث:

يحمل عملاء شركات التأمين الحاليين والمرتقبين بعض الاتجاهات السلبية تجاه التأمين على الحياة.

خطوات البحث:

تحدد خطوات البحث في ضوء مجموعة الفروض السابق ذكرها بحيث يؤدي التصميم

النهائي للبحث إلى تكامل خطواته وارتباطها وتناسقها وتحقيقها للهدف المنشود من البحث. ويدخل أيضا ضمن تصميم البحث - بالإضافة إلى تحديد خطواته - توضيح إطار التكامل في العلاقات بين أجزائه، والتوقيت الزمني والمكاني لكل خطوة من خطوات إنجازه، والنواحي الإجرائية لتنفيذها من الناحية النظرية والعملية.

ولعل الطابع المميز لهذا البحث هو الدراسة الميدانية والتحليلية للمشكلة. فالملاحظ أن هذا النوع من التحليل بالنسبة للاحصائيات الخاصة بالإنتاج لم يسبق تناوله في بحث ميداني سابق بالنسبة لقطاع التأمين على الحياة بدولة الكويت. كما أن الدراسة الميدانية للمشكلة والتعرف على أبعادها الحقيقية سوف يساعد على تحديد المعوقات الفعلية للإقبال على شراء التأمين على الحياة في دولة الكويت.

مجتمع الدراسة:

إن دراسة الجزء الأول من البحث وهو التعرف على حقيقة المشكلة وأبعادها الرئيسة يقتضي جمع بعض الاحصائيات التي تهتم في تحديد المشكلة، وذلك على أساس الحصر الشامل لجميع الشركات (شركة الكويت - الشركة الأهلية - شركة الخليج - الشركة الأمريكية) التي تتعامل في مجال التأمين على الحياة (الاصدارات الجديدة)*. ولعل تحديد اتجاهات التعامل في هذا النشاط خلال الفترة من ١٩٨٠ - ١٩٨٦م (الفترة الزمنية السابقة واللاحقة لأزمة المناخ) يفيد في التعرف على طبيعة المشكلة وتطورها.

أما بالنسبة لدراسة الجزء الثاني من البحث وهو التعرف على الأسباب الرئيسة لظاهرة انخفاض الطلب على التأمين على الحياة وعزوف المؤمن لهم على الاستمرار في التعاقد على التأمين على الحياة فقد تناول البحث دراسة هذه الأسباب - في ضوء فروض البحث - من وجهة نظر الهيئة الادارية لشركات التأمين التي تتعامل في التأمين

* لازالت بعض فروع شركات التأمين العربية والأجنبية (الاتحاد الوطني والضمان اللبنانية) تدير محفظة التأمين على الحياة الخاصة بها على الرغم من توقفها عن الاصدار الجديد ولكن نظرا لأن عدد الوثائق السارية المفعول في هذه المحافظ ضئيل جدا فقد أهمل دراستها.

على الحياة على أساس الحصر الشامل للشركات التي تنطبق عليها شرط التعامل في السوق في الوقت الحاضر، وإصدار وثائق جديدة.

وقد كانت وحدة الدراسة مدير إدارة الحياة ومدير إدارة الإنتاج في كل شركة على حدة نظرا لدورهما الهام في تزويد الباحث بالبيانات والمعلومات اللازمة لإتمام البحث وقدرتهما على الإفادة في هذا المجال من خلال وظيفة كل منها.

وقد قام الباحث أيضا في هذا المجال بالتعرف على آراء المنتجين بشركات التأمين ووسطاء التأمين المهتمين بالتعامل في فروع التأمين على الحياة، بصفتهم المسؤولين عن الأنشطة الرئيسة المتعلقة مباشرة بالعملية الإنتاجية والاتصال بالمؤمن لهم والمستفيدين في شركات التأمين بأسلوب الحصر الشامل، أما بالنسبة لوسطاء التأمين فقد تم الاتصال بالوسطاء الذي يتعاملون في فرع الحياة فقط.

وفي ضوء هذا التحديد لمجتمع الدراسة فقط بلغ عدد المديرين والمنتجين الذين يعملون لدى شركات التأمين مجال الدراسة وعدد وسطاء التأمين الذين يعملون لدى مكاتب التأمين بالعمولة، والذين يساهمون بأرائهم في إتمام البحث والدراسة الميدانية كما يلي*:

٦ مدراء إدارات الحياة بشركات التأمين - ١ مدير دائرة إنتاج - ٣٧ منتج ووسيط تأمين.

وقد قام الباحث بتوزيع قوائم الاستقصاء بواسطة المقابلات الشخصية لجميع مفردات مجتمع الدراسة، وأعطيت لهم الفترة الزمنية الكافية ثم جمعت الاستمارات

* بالنسبة لمديري إدارات الحياة بشركات التأمين فقد تم تحديدهم بأسلوب الحصر الشامل ومقابلة مدير إدارة الحياة بكل شركة على حدة. أما بالنسبة لمديري الإنتاج فقد تبين أن هناك شركة واحدة فقط (الشركة الأهلية) لديها مدير الإنتاج أما باقي الشركات يتولى مدير الحياة الإشراف على عملية الإنتاج. وقد تم تحديد المنتجين الذين يعملون لدى الشركات طوال الوقت Full Time بأسلوب الحصر الشامل أما وسطاء التأمين فقد تم اختيارهم على أساس تعاملهم في مجال التأمين على الحياة.

أسطة الباحث رغبة في التأكد من أن جميع الأسئلة المطلوب الإجابة عليها تم استيعابها
أسطة مفردات المجتمع.

وقد تمكن الباحث من الحصول على ٤٢ استمارة مستوفاة الإجابة الصحيحة والتي
ثل ٩٥٪ من مجتمع الدراسة. وقد استعان الباحث أيضا ببعض المساعدين في جمع
لبيانات من الميزانيات والتقارير السنوية عن نشاط قطاع التأمين بدولة الكويت، والتي
صدرها وزارة التجارة والصناعة^(١).

محددات الدراسة:

١- يقصد بانخفاض الطلب على التأمين على الحياة تناقص عدد وثائق التأمين
المصدرة، وانخفاض حجم أقساط ومبالغ هذه الوثائق. ويعتبر عزوف المؤمن لهم
عن الاستمرار في التعاقد على التأمين (الإلغاء - التصفية - القروض) نوعا من
الاتجاه السلبي نحو التأمين على الحياة.

٢- على الرغم من أن الدراسة الميدانية قد شملت بالإضافة إلى الشركات الوطنية والشركة
الأمريكية بعض الشركات العربية والأجنبية الأخرى، ومكاتب التأمين بالعمولة، فإن
الدراسة الاحصائية سوف تقتصر فقط على شركات التأمين الوطنية التي تمارس التأمين
على الحياة، والشركة الأمريكية للتأمين على الحياة على اعتبار أن حجم نشاط هذه
الشركات يمثل أكثر من ٩٥٪ من حجم نشاط السوق^(٢).

٣- نظرا لأهمية مشكلة البحث وتشعب ضروبها، ورغبة في تحديد أبعاد المشكلة، فإن
الدراسة سوف تقتصر على مناقشة أسباب انخفاض الطلب على التأمين على الحياة،
وعزوف الأفراد عن الإقبال في التعاقد على هذا النوع من التأمين، وذلك من
وجهة نظر الهيئة الإدارية المختصة بشركات التأمين السابق ذكرها ومكاتب التأمين
بالعمولة.

(١) التقارير السنوية لسوق التأمين في دولة الكويت ١٩٨٠/١٩٨٦ - وزارة التجارة والصناعة - إدارة
الشركات والتأمين.

(٢) التقارير الشهرية لنشاطات شركات التأمين الكويتية خلال عام ١٩٨٦ - وزارة التجارة والصناعة -
إدارة الشركات والتأمين (غير منشورة).

ثانياً: المؤشرات الإحصائية التي تتعلق بمشكلة البحث

تعتبر المؤشرات الإحصائية الخاصة بظاهرة معينة من الأساليب الهامة التي تعطي للقارئ فكرة عامة عن طبيعة هذه الظاهرة وأبعادها الحقيقية. كما تفيد المؤشرات الإحصائية أيضاً في تحديد الإطار العام للمشكلة واختيار المسارات المناسبة لحلها^(١). ففي ضوء دراستنا لظاهرة انخفاض الطلب على التأمين على الحياة في دولة الكويت وعزوف الأفراد عن الإقبال على التعاقد على هذا النوع من التأمين، فإننا سوف نعرض في هذا الجزء من البحث بعض المؤشرات الإحصائية التي تفيد في مجال الدراسة والتعليق عليها في حدود متطلبات هذا البحث. وسوف يتولى الباحث بعد الانتهاء من هذا البحث إعداد دراسة أكثر شمولية تستند إلى التحليل الإحصائي للبيانات الواردة في هذا الجزء من البحث. وحيث أن مشكلة البحث تتمثل في دراسة ظاهرة انخفاض الطلب على التأمين على الحياة فإن الإحصائيات الخاصة بالإصدارات الجديدة من حيث عدد الوثائق ومبالغ التأمين وحجم الأقساط تعتبر كلها مؤشرات توضح الصورة بالنسبة لقطاع التأمين على الحياة في دولة الكويت:

١- عدد الشركات التي تمارس التأمين على الحياة في دولة الكويت

إن المتتبع للتطورات التي حدثت في سوق التأمين الكويتي وبصفة خاصة فرع التأمين على الحياة، يلاحظ أن هناك تحولاً قد حدث في السنوات الأخيرة في غير صالح هذا الفرع. فالملاحظ أن عدد شركات التأمين التي تتعامل في التأمين على الحياة قد انخفض، وقامت بعض الشركات بتصفية محافظ أعمالها في هذا الفرع أو تحويل نشاطها إلى شركات أخرى لازالت تعمل في مجال التأمين على الحياة. وجدير بالذكر أن أغلب فروع ووكالات شركات التأمين العربية والأجنبية العاملة في الكويت في الوقت الحاضر تقصر نشاطها على التأمينات العامة فقط^(٢).

(١) Sellers, G.R. Elementry Statistics, Saunders College Publishing, N.Y., 1982, pp 1-8.

(٢) ميزانيات شركات التأمين عن عام ١٩٨٦ - وزارة التجارة والصناعة - إدارة الشركات والتأمين (غير منشورة).

ويوضح جدول (١) عدد شركات التأمين العاملة في دولة الكويت ونوع النشاط
لذي تزاوله منذ عام ١٩٨٠م وحتى الآن

جدول (١)
عدد شركات التأمين المباشرة العاملة بدولة الكويت
ونوع النشاط الذي تزاوله ١٩٨٠/١٩٨٧م*

السنة	عدد الشركات المقيدة في السجل	نوع النشاط	
		حياة وعامة	حياة
١٩٨٠	١٨	١٧	٧
١٩٨١	١٩	١٨	٧
١٩٨٢	١٩	١٨	٧
١٩٨٣	١٩	١٨	٧
١٩٨٤	١٩	١٨	٧
١٩٨٥	١٩	١٨	٧
١٩٨٦	١٩	١٨	٧
١٩٨٧	١٩	١٨	٦

* المصدر: وزارة التجارة والصناعة - إدارة الشركات والتأمين

يتضح من الجدول السابق أن جميع شركات التأمين المسجلة لدى مراقبة التأمين بوزارة التجارة والصناعة بدولة الكويت تعمل في مجال التأمينات العامة، فيما عدا الشركة الأمريكية للتأمين على الحياة التي تعمل في مجال الحياة فقط. ويلاحظ أن من بين شركات التأمين العاملة في سوق التأمين توجد ثلاث شركات وطنية تعمل في مجال التأمين على الحياة، إلى جانب التأمينات العامة (الكويت للتأمين - الخليج للتأمين - الأهلية للتأمين) بالإضافة إلى الشركة الأمريكية.

٢- أقساط التأمين على الحياة:

تعتبر أقساط التأمين على الحياة من المؤشرات الإحصائية الهامة ذات العلاقة المباشرة بظاهرة الطلب على التأمين على الحياة والتي تعطي لأول وهلة انطباعاً للقارئ عن مدى الإقبال على شراء هذا النوع من التأمين والتطور الذي طرأ على حجم هذه الأقساط خلال فترة الدراسة.

ويوضح جدول (٢) حجم أقساط التأمين على الحياة الفردية والجماعية للوثائق الجديدة والسارية المفعول بالنسبة للشركات مجال الدراسة في هذا البحث خلال الفترة من سنة ١٩٨٠ وحتى سنة ١٩٨٦ م^(١).

(١) تقرير عن نشاط سوق التأمين الكويتي خلال الفترة ١٩٧٠/١٩٨٦ - وزارة التجارة والصناعة - إدارة الشركات والتأمين (غير منشورة).

جدول (٣)
أقساط التأمين على الحياة في شركات التأمين
العاملة بالكويت ١٩٨٠/١٩٨٦ م

[illegible]

ويتضح من جدول (٢) أنه على الرغم من أن أقساط التأمين على الحياة للساري (فردى) لازالت تمثل المصدر الرئيس للإيراد بالنسبة لفرع الحياة فى الشركات مجال الدراسة، إلا أن هناك تحولاً نحو شراء التأمين على الحياة الجماعى، على حساب التأمين الفردى. فالإنجاه العام - خلال الخمس سنوات الأخيرة - لأقساط التأمين على الحياة (فردى) فى تناقص مستمر فى حين نجد العكس صحيح بالنسبة لأقساط التأمين على الحياة (الجماعى).

٣- عدد وثائق التأمين على الحياة المصدرة ومبالغ التأمين

يعتبر عدد وثائق التأمين على الحياة التى تصدرها شركات التأمين ومبالغ تأمين هذه الوثائق من المؤشرات الإحصائية الهامة التى توضح مدى القناعة بأهمية التأمين على الحياة كأحد الوسائل الهامة لتأمين الحماية والأمان للفرد والأسرة والمجتمع بأسره. فالملاحظ أن شراء التأمين على الحياة عادة ما يكون إما لأسباب عائلية أو لأسباب تتعلق بالعمل. ولذلك فإن زيادة الوثائق المصدرة (فردى وجماعى) وكبر حجم مبالغ التأمين إنما يعكس: ١- مدى الترابط الأسرى ورغبة رب الأسرة فى الوصول بأسرته إلى بر الأمان. ٢- مدى الاهتمام بالعمال والموظفين والباحثين من قبل أرباب الأعمال. ٣- المحافظة على حياة الشركاء فى شركات الأشخاص. ٤- تنشيط حركة البيع بالتقسيط^(١).

(١) السيد عبدالمطلب عبده - التأمين على الحياة - دار الكتاب الجامعى - القاهرة - ١٩٧٦ - ص ٢٤-٢٨.

جدول (٣)
عدد وثائق التأمين على المصدرة سنويا ومبالغ التأمين في شركات التأمين
المبالغ بالآلاف الدنانير
السنة ١٩٨٠/١٩٨١

إصدار الشركات	فردى										جماعي									
	الكويت		الأهلية		الأمريكية		الاجمالي		الكويت		الأهلية		الاجمالي		الكويت		الأهلية		الاجمالي	
	عدد	مبالغ	عدد	مبالغ	عدد	مبالغ	عدد	مبالغ	عدد	مبالغ	عدد	مبالغ	عدد	مبالغ	عدد	مبالغ	عدد	مبالغ	عدد	مبالغ
١٩٨٦م	٥٩	٦٣٪	٧١٪	١١٪	٦٩٪	٧٢٪	٣٨٪	٦٧٨٨	٨٦٦	٧٥٪	٣١٥١	٦٪	٥٤٣١	٦٪	٦٨٪	١١٪	٣٣٧٣	—	—	١١ ٧١٢١١١
١٩٨٥م	١٦٤	٧٨٦٨	١٠٨١	٤٣٪	٧٨٪	١١٪	٧٨٪	٧٨٨	١٣١٣	١٣٪	٣١٣٣	١٣٪	٣٦٧٨	١٣٪	١٣٪	١١٪	٣٣١١٠	—	—	١١ ٧١٢١١١
١٩٨٤م	١٣٥	١٥٦٩	٨١٪	١٠٪	٥٧٪	٨٢٪	٧٧٪	٦٣٥	١٣١	٣١٪	٣٨١١٥	٥٪	١٦٣٧	٧٨٪	١١٪	١٨٪	١١٣٣٢	—	—	٣٥ ١١٣٨١١
١٩٨٣م	١٥٣	١١١٣	٨٧٣١	٥١٪	٧١٪	٣٨٪	١١٪	٦٢٣	١٣٧٨	٣١٪	٣٣١١٥	٥٨٪	٣٣٣٦	٧٨٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	٣٥ ١١٣٨١١
١٩٨٢م	١٥٣	١١١٣	٨٧٣١	٥١٪	٧١٪	٣٨٪	١١٪	٦٢٣	١٣٧٨	٣١٪	٣٣١١٥	٥٨٪	٣٣٣٦	٧٨٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	٣٥ ١١٣٨١١
١٩٨١م	٣١١	٦٥٥	٧٦٣	٦١٪	٨٢٪	١٣٪	١١٪	١٠٥	٣١١٣	٣٪	١١٣٨	٥٨٪	١٥٢٨	٦٨٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	٥٨ ١٧٨١١
١٩٨٠م	٣١١	٦٥٥	٧٦٣	٦١٪	٨٢٪	١٣٪	١١٪	١٠٥	٣١١٣	٣٪	١١٣٨	٥٨٪	١٥٢٨	٦٨٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	٥٨ ١٧٨١١
١٩٨٨م	٧٧٨	٦٢٣	٣٥٣	١٢٪	٨٣٪	٥٣٪	١١٪	٥٦٣	١٣٧٨	١١٪	١٣٧٨	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	١٣ ٥٦٥٣٣
١٩٨٧م	٧٧٨	٦٢٣	٣٥٣	١٢٪	٨٣٪	٥٣٪	١١٪	٥٦٣	١٣٧٨	١١٪	١٣٧٨	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	١٣ ٥٦٥٣٣
١٩٨٦م	٧٧٨	٦٢٣	٣٥٣	١٢٪	٨٣٪	٥٣٪	١١٪	٥٦٣	١٣٧٨	١١٪	١٣٧٨	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	١٣ ٥٦٥٣٣
١٩٨٥م	٧٧٨	٦٢٣	٣٥٣	١٢٪	٨٣٪	٥٣٪	١١٪	٥٦٣	١٣٧٨	١١٪	١٣٧٨	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	١٣ ٥٦٥٣٣
١٩٨٤م	٧٧٨	٦٢٣	٣٥٣	١٢٪	٨٣٪	٥٣٪	١١٪	٥٦٣	١٣٧٨	١١٪	١٣٧٨	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	١٣ ٥٦٥٣٣
١٩٨٣م	٧٧٨	٦٢٣	٣٥٣	١٢٪	٨٣٪	٥٣٪	١١٪	٥٦٣	١٣٧٨	١١٪	١٣٧٨	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	١٣ ٥٦٥٣٣
١٩٨٢م	٧٧٨	٦٢٣	٣٥٣	١٢٪	٨٣٪	٥٣٪	١١٪	٥٦٣	١٣٧٨	١١٪	١٣٧٨	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	١٣ ٥٦٥٣٣
١٩٨١م	٧٧٨	٦٢٣	٣٥٣	١٢٪	٨٣٪	٥٣٪	١١٪	٥٦٣	١٣٧٨	١١٪	١٣٧٨	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	١٣ ٥٦٥٣٣
١٩٨٠م	٧٧٨	٦٢٣	٣٥٣	١٢٪	٨٣٪	٥٣٪	١١٪	٥٦٣	١٣٧٨	١١٪	١٣٧٨	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٪	١١٣٣٢	—	—	١٣ ٥٦٥٣٣

يتضح من جدول (٣) أن هناك تفاوتاً نسبياً في حجم الإصدارات الجديدة لشركات التأمين في مجال التأمين على الحياة وتفاوت مبالغ تأمين هذه الإصدارات. ومن الملاحظ أن هذا التفاوت النسبي والتغير في حجم إصدارات شركات التأمين الوطنية خلال فترة الدراسة ١٩٨٠/١٩٨٦م يقابله زيادة مضطردة في حجم إصدارات الشركة الأمريكية للتأمين على الحياة في السنوات الأخيرة. فقد زاد نصيب الشركة من ١٢٪ من إجمالي الإصدارات الجديدة (فردى) للشركات مجال دراستنا في سنة ١٩٨٢م إلى ٢٤٪ في سنة ١٩٨٦م وقد زادت مبالغ تأمين الإصدارات الجديدة (فردى) للشركة من ٤٪ من إجمالي مبالغ تأمين الإصدارات الجديدة لكل الشركات في سنة ١٩٨٢م إلى ٢٩٪ في سنة ١٩٨٦م^(١).

(١) ميزانيات شركات التأمين عام ١٩٨٦ - وزارة التجارة والصناعة - إدارة الشركات والتأمين.

ثالثاً: نتائج الدراسة

يمكننا في ضوء التطبيق العملي لخطوات البحث - المقابلات الشخصية والإجابة على الأسئلة الواردة في قوائم الاستقصاء وتحليل النتائج - اختبار الفروض الخاصة بالبحث والحصول على النتائج التالية:

الفرض الأول

«تقدم شركات التأمين الوطنية والشركة الأمريكية للتأمين على الحياة بدولة الكويت نفس مجموعة برامج التأمين على الحياة - وثائق التأمين على الحياة الفردية والجماعية - على الرغم من تفاوت مراكزها المالية ومجالات نشاطاتها الرئيسة وحجم محافظ أعمالها».

إن اختبار صحة هذا الفرض يتطلب من الباحث تحليل البيانات والمعلومات الخاصة بالمراكز المالية لشركات التأمين مجال الدراسة ونوعية نشاطاتها الرئيسة وحجم محافظ أعمالها في فروع التأمين، على الحياة على وجه الخصوص من حيث عدد الوثائق ومبالغ التأمين، وحجم الأقساط، وأنواع التغطيات التأمينية. ويوضح جدول (٤)، أوجه التفاوت بين شركات التأمين التي تمثل مجتمع دراستنا فيما يتعلق بالخصائص الرئيسة التالية:

حقوق المساهمين - الاحتياطيات الفنية - عدد وثائق التأمين - مبالغ التأمين - أقساط التأمين - نوع النشاط - سنة التأسيس.

يتضح من جدول (٤) أن هناك تفاوتاً بين شركات التأمين التي تمثل مجتمع الدراسة من حيث قوة مراكزها المالية وحجم تعاملها ومدة خبرتها في سوق التأمين الكويتي. وفي ضوء المعايير السابقة يمكن تصنيف شركات التأمين مجال دراستنا في فئات أو مجموعة مختلفة. فعلى الرغم من كبر حجم محفظة أعمال شركة الكويت للتأمين والشركة الأمريكية وشركة الخليج من حيث عدد وثائق التأمين على الحياة السارية المفعول في آخر سنة ١٩٨٦م فإننا نلاحظ أن مجموع مبالغ التأمين على الحياة يزيد بالنسبة للشركة الأهلية عن مجموع مبالغ التأمين على الحياة بالنسبة للشركات الثلاثة

البيانات المالية لشركات التأمين العاملة بالكويت ١٢/٣١/١٩٨٦م
جدول (٤)

المبالغ بالآلاف الدنانير

نوع النشاط	سنة التأسيس	أقساط التأمين		مبالغ التأمين		عدد عقود ووثائق التأمين السارية المفعول آخر السنة		الاحتياطيات الفنية		رأس المال واحتياطياته	الشركة
		عامة	حياة	عامة	حياة	عامة	حياة	عامة	حياة		
عامة وحياة	١٩٦٠	١٥٨٧٣	٤١٨٧	٣٥٦١٦٠٥	٥٢٣٠٣	١٦١٣٦٨	٣١٣٨	١٣٣٩٠	١٨٤٧٩	٢٨٢٩٩	الكويت
عامة وحياة	١٩٦٢	١٠٧٩٠	١٤٢٣	٢٣٤٥٩٢٨	١٩٢٠٦٢	١٢٠٦٥٩	٩٤٧	٨٨٩١	٣٧٨٩	١٤٤٧٦	الأهلية
عامة وحياة	١٩٦٢	١٠٠٨١	١١١٧	١٩٧٥٠٢١	١٠٧٦٩٢	١١٩٤١٥	٢٢٨٥	٧٩٧١	٣٢٢٢	٢٣٠٣٣	الخليج
حياة	١٩٥٤	٥٤*	٩٧١	٦٠٣٦	٢٣٤٨٩	١٢٧*	٣٢٥٢	١٦*	٤٣٣٧	—	الأمريكية
عامة وحياة		٣٦٧٩٨	٧٦٩٨	٧٨٨٨٥٩٠	٣٧٥٥٤٦	٤٠١٥٦٩	٩٦٢٢	٣٠٢٦٨	٢٩٨٢٧	٦٥٨٠٨	الاجمالي

تصنف الشركة الأمريكية للتأمين على الحياة وثائق التأمين ضد الحوادث الشخصية في بند التأمينات العامة حسب الميزانية التي ترسل إلى وزارة التجارة والصناعة.

الأخرى جميعاً. أما إذا أخذنا أقساط التأمين على الحياة كمعيار للتفرقة بين الشركات الأربعة فإننا نلاحظ أن نصيب شركة الكويت للتأمين يزيد عن مجموع أقساط الحياة الخاصة بالشركات الثلاثة الأخرى.

ومن حيث مدة الخبرة نجد أن الشركة الأمريكية هي أقدم الشركات في التأسيس وتعمل في سوق التأمين بالكويت منذ عام ١٩٥٤م وحتى الآن. ويمكننا القول: إنه بالنسبة للشركات الوطنية فإن هناك علاقة طردية بين حجم نشاط الشركة ومدة خبرتها في السوق.

فشركة الكويت للتأمين هي الأقدم في التأسيس بالنسبة للشركات الوطنية والأكبر حجماً من حيث عدد الوثائق السارية المفعول وأقساط التأمين ورأس المال والاحتياطيات الفنية. وتحظى شركتنا الخليج والأهلية بالمرتبة التالية في الترتيب في ضوء المعايير سالفة الذكر. أما بالنسبة للشركة الأمريكية التي تأتي في المرتبة الأخيرة فإنه على الرغم من عدم وجود رأس مال لها على اعتبار أنها فرع من فروع الشركة الأم بالولايات المتحدة الأمريكية، وانخفاض مجموع مبالغ التأمين والأقساط الخاصة بوثائقها بالمقارنة بالشركات الأخرى، إلا أنها تعتبر من أقدم الشركات التي تأسست في الكويت وتعتبر من الشركات الرائدة في إصدارات الحياة (الوثائق الفردية) وتحظى بنصيب لا بأس به من نشاط سوق التأمين على الحياة الكويتي.

وفي ضوء الإطلاع على التقارير السنوية لشركات التأمين والمقابلات الشخصية مع المسؤولين بهذه الشركات وإجابات مديري الحياة ومديري الإنتاج على قوائم الاستقصاء التي أعدت لهذا الغرض فإنه قد اتضح للباحث أن أنواع التغطيات التأمينية التي تقدمها جميع شركات التأمين للمؤمن لهم تتشابه إلى حد كبير وكذلك الخدمات الأخرى المرتبطة بإصدار وثائق التأمين على الحياة.

ويتضح من جدول (٥) أن شركات التأمين العاملة في فرع التأمين على الحياة بدولة الكويت تعرض نفس التغطيات التقليدية (المختلط - المؤقت - مدى الحياة)، وتنحصر الاختلافات بين هذه الشركات في كيفية تطوير هذه التغطيات التقليدية وتقديم بعض المزايا الإضافية الأخرى لإقناع العملاء وتشجيعهم على شراء التأمين على الحياة. فالشركة الأمريكية للتأمين وبعض الشركات الأخرى تعرض بالإضافة إلى التغطيات

المبالغ بآلاف الدينار
أنواع التغطيات التأمينية التي تعرضها شركات التأمين
العاملة بالكويت في مجال التأمين على الحياة وعدد وثائقها

نوع التأمين	البيان	الكويت		الأهلية		الخليج		الأمريكية		الاجمالي	
		مع الأرباح	بدون أرباح	مع الأرباح	بدون أرباح	مع الأرباح	بدون أرباح	مع الأرباح	بدون أرباح	مع الأرباح	بدون أرباح
مختلط		٢٦٦٤	٨١	٦٥٩	٥٣	١٩٠١	٥١	٢٥٦٧	١٢٨	٧٧٩١	٣١٣
مؤقت		—	١٣٨	—	٦٠	—	٢٨١	—	١٢٣	—	٦٠٢
مدى الحياة		٢	١	—	—	٢	—	٧١	٣٣	٧٥	٣٤
تجمعي		—	—	—	٨٧	—	٥	—	—	—	—
الوالد والطفل		٤٠	١٩٢	٦٥	١٦	—	—	—	—	١٠٥	٢٠٨
مختلط مع رد الأقساط		٦	—	—	—	—	—	—	—	٦	—
رأس مال مؤجل		—	١٢	—	—	—	—	—	—	—	١٢
ذو دخل محدود		—	٢	٢	٥	—	—	—	٣٣٠	٢	٣٣٧
الاجمالي		٢٧١٢	٢٥٠٦	٧٢٦	٢٢١	١٩٠٣	٣٣٧	٢٦٣٨	٦١٤	٧٩٧٩	١٦٧٨

تقليدية المتعارف عليها سلسلة الحارس Guardian Series من الوثائق التي تضمن لمؤمن له الحصول على مبلغ التأمين مجزءاً خلال مدة التأمين بدلا من الانتظار حتى باية مدة التأمين، كما هو متعارف عليه في وثائق التأمين المختلط التقليدية. وتعرض شركة أيضا برنامج حماية التعليم Education Protector من خلال مجموعة وثائق تضمن لأبناء نسبة معينة من مبلغ التأمين بصفة دورية في حالة وفاة دافع الأقساط خلال مدة التأمين على أن يستحق مبلغ التأمين والعلاوات في تاريخ استحقاق الوثيقة. وتقدم شركة أيضا برنامج الدخل المتنامي Income Growth Flow حيث يسمح هذا البرنامج لمشارك بأن يحصل على مرتب تقاعدي لدى الحياة إلى جانب مزايا أخرى.

وبناءً عليه يمكن القول: بأن شركات التأمين - مجال هذه الدراسة - تقدم نس التغطيات التأمينية والخدمات الأخرى المرتبطة بهذه التغطيات، سواء من حيث يع التغطية، أو المزايا الإضافية، ولذلك يمكن قبول الفرض الأول للدراسة.

ويمكن تأكيد صحة الفرض الأول من واقع ما يحدث فعلا في الحياة العملية. فعلى الرغم من كبر حجم أقساط التأمين على الحياة التي تحصلها شركات التأمين، والأحتياجات الفنية المتراكمة لدى هذه الشركات، وزيادة الفائض الفني فإن المبالغ لمخصصة للإنفاق على الدعاية والإعلان والترويج للخدمات التأمينية وإعداد البحوث والدراسات الخاصة بتطوير هذا الفرع من التأمين ضئيلة نسبيا. ولذلك تعتمد شركات لتأمين في تسويق التأمين على الحياة على المنتجين ومكاتب التأمين بالعمولة وأسلوها في اقناع المؤمن لهم بالتعاقد على التأمين على الحياة. ومن نتائج تحليل جدول (٥) بين أن غالبية إصدارات شركات التأمين من التأمين المختلط مع الأرباح حيث يركز لمتتجون على تسويق هذا النوع من التأمين لما فيه من نسب عمولة عالية. ففي نهاية مام ١٩٨٦م - إجمالي محافظ الحياة (فردى) لشركات التأمين - كانت نسبة عدد الوثائق لسارية المفعول من التأمين المختلط تمثل ٨٥٪، ونسبة مبالغ التأمين تمثل ٨١٪، ونسبة لأقساط تمثل ٩١٪، وذلك من إجمالي عدد وثائق التأمين السارية المفعول لجميع لشركات، ومجموع مبالغ تأمينها وحجم أقساطها على التوالي^(١).

(١) التقارير الشهرية لنشاطات شركات التأمين الكويتية عام ١٩٨٦ - وزارة التجارة والصناعة - إدارة الشركات والتأمين (غير منشور).

المفهوم السلوكي للإنتاج

إن اهتمام المسؤولين بشركات التأمين بوظيفة الإنتاج إنما يرجع إلى الدور الهام الذي تلعبه هذه الوظيفة في تحقيق أهداف هذه الشركات من حيث البقاء والاستمرار في السوق، وزيادة حجم الإنتاج. وتعتبر هذه الوظيفة هي حجر الزاوية لقيام أي شركة تأمين واستمرارها في السوق. فبقدر النجاح الذي تحوزه الشركة في مجال الإنتاج يكون نموها وتطورها وتحقيقها لأهدافها المرجوة. والملاحظ في الوقت الحاضر أن شركات التأمين تهتم بتطوير وتحديث أساليب وطرق الإنتاج، وإعداد برامج متطورة لتدريب المنتجين ووسطاء التأمين على استخدام المدخل السلوكي في جذب العملاء وإقناعهم بأهمية التأمين على الحياة، واستحداث تغطيات تأمينية جديدة تتلاءم والاحتياجات المتطورة والمتغيرة للعملاء الحاليين والمرتقبين^(١).

ولقد تطورت وظيفة الإنتاج بشركات التأمين من مجرد وظيفة يعتمد أداؤها على نتائج الحملات الاعلانية والدعائية التي تقوم بها إدارة العلاقات العامة بالشركة، إلى وظيفة فنية تعتمد على الأسس العلمية والدراسات السيكولوجية في التعامل مع الراغبين في شراء الحماية التأمينية. فبدأت شركات التأمين في الوقت الحاضر في التحرك باتجاه العملاء والبحث عنهم من خلال مكاتب التأمين بالعمولة والمنتجين والسامرة، على اعتبار أن التأمين خدمة تباع وتحتاج إلى جهد كبير في سبيل عرضها والإقناع بقبولها، وتقوم الشركات أيضا بمساعدة العملاء في اتخاذ قراراتهم التأمينية وتقديم الاستشارات الفنية وتسهيل عملية الإصدار وتأمين التغطيات المناسبة بهدف المحافظة عليهم والإبقاء على تعاملهم مع الشركة في الأجل الطويل^(٢).

وتعتبر مرحلة المفهوم السلوكي للإنتاج أحدث مراحل التطور في مفهوم الإنتاج وتسويق الخدمات التأمينية.

* على الرغم من أن التأمين على الحياة على وجه الخصوص من الخدمات غير الملموسة التي تحتاج إلى عرض مقنع من قبل شركات التأمين، إلا أن هناك عدداً كبيراً من العملاء لديهم الاقتناع بأهميته ويطلبون هذا النوع من التأمين وبخاصة أولئك أصحاب الوعي التأميني الناضج.

(١) ussell, G.H. and Black, K., Human Behavior and Life Insurance, Prentice Hall, Inc. N.J. 1963, pp.225-233.

(٢) نبيل محمد رحيم - الياس نجيب بدوي - تسويق التأمين - الهيئة العامة للتعليم التطبيقي - الكويت

وقد بدأت هذه المرحلة في الظهور في السنوات الأخيرة كنتيجة للتطورات الحديثة في مجال العلوم السلوكية. ويقوم مفهوم الإنتاج في هذه المرحلة على إثارة الدوافع فريزية الكامنة لدى الفرد، للبحث عن الأمان والاحتياط للمستقبل من مخاطر الزمن فدره بالنسبة لرب الأسرة ومن يعولهم. ويرجع ذلك إلى أن أفضل السبل لإقناع الفرد اتخاذ قرار معين وبخاصة إذا كان يتعلق بشراء التأمين على الحياة هو إثارة بواعث لغير فيه، وإشعاره بمسئوليته تجاه نفسه في الحاضر والمستقبل وكذلك تجاه أسرته وأبنائه سنان مستقبلهم.

إن المدخل السلوكي للإنتاج يتطلب من المنتج أو الوسيط أو يحفز الشخص تفائل ويزيد من تفاؤله ويعرض عليه التغطيات التأمينية التي تهتم بالنواحي الاستثنائية لدرجة الأولى، مثل: التأمين المختلط، والتأمين الاستثنائي، Unit Linked Insurance، دفعات المعاش، والتأمين مع الأرباح، والتغطيات التأمينية المستحدثة في هذا نوع. فالتفائل ينظر إلى المستقبل نظرة تفاؤلية، لذلك فإن عرض وثائق تأمين بمبالغ غير ترتبط بالتغير في أسعار الأسهم ومعدلات التضخم، سوف يحفز لديه دوافع شراء، ويغريه على اقتناء التغطيات التأمينية المناسبة. وعلى النقيض من ذلك فإن تشائم له نظرة تشاؤمية بالنسبة للمستقبل، ويشعر دائما بالخوف والتردد. ويستطيع نتج الواعي أن يثير لدى هذا النوع من الأفراد غرائز الخوف من الوفاة المبكرة، أو إصابة بحادث أو مرض، وما يمكن أن يترتب على ذلك من مشاكل مادية، ويوضح كيف أن التأمين على الحياة يعتبر من الأساليب المناسبة لمواجهة مثل هذه الأمور، بعفيه من القلق والألم النفسي^(١).

ومن الملاحظ أن أغلب شركات التأمين تطبق حاليا في مجال تسويق التأمين مفهوم السلوكي للإنتاج. ويؤكد ذلك المراجعة المستمرة لبرامج الإنتاج والتسويق، سواء المؤسسات التعليمية أو التدريبية، حيث نجد أن العلوم السلوكية تتداخل مع العلوم أخرى في مناهج الدراسة وبرامج التدريب.

وقد تأكد ذلك أيضا في تعامل المنتجين، وسماسرة التأمين، مع العملاء الحاليين

(١) احمد شكري الحكيم - التأمين واعادة التأمين في اقتصاديات الدول النامية - مكتبة الانجلو المصرية القاهرة ١٩٧١ - ص ٨٧-٩٤.

والمرتقبين لشركات التأمين، وتركيزهم على أهمية التأمين على الحياة في توطيد العلاقات والروابط الأسرية، والحد من انحراف الأبناء في حالة الوفاة المبكرة للآباء^(١) ولعل المتابعة المستمرة للعملاء الحاليين (المؤمن لهم) والاتصال المستمر بهم من المهام الأساسية للمنتجين ووسطاء التأمين وذلك بهدف الإبقاء عليهم، وإثارة دوافعهم ومكانم البحث عن الأمان لديهم بصفة مستمرة. وإضافة إلى ذلك فإن البحث مدى كفاية الغطاء التأميني المتعاقد عليه وتغطيته للاحتياجات الفعلية للمؤمن عليه سوف يساعد على تخفيض معدلات الإلغاء والتصفيات، والحد من الطلب على القروض بضمان الوثائق. ولعل التغير في سلوكيات الأفراد حسب الظروف المحيطة بهم يقتضي المتابعة الديناميكية لبرامج التأمين على الحياة بهدف الإبقاء على العملاء الحاليين، وجلب عملاء جدد، والبحث عن العملاء المرتقبين^(٢).

ففي حالة تسويق التأمين عن طريق البنوك على سبيل المثال نجد أن استراتيجيات البنك في حالة ارتفاع معدلات الفائدة فجأة وسحب أصحاب الودائع لأموالهم والبحث عن أوعية ادخارية بديلة، إنما تقوم على أساس عرض برامج تأمين على الحياة تضم للمؤمن لهم معدلات فائدة مرتفعة على الأجزاء الادخارية في التأمين^(٣).

الفرض الثاني

«عدم اهتمام شركات التأمين الكويتية بالمفهوم الحديث للإنتاج في مجال تسويق التأمين على الحياة».

ولاختبار صحة هذا الفرض، فقد طلب من مدير إدارة الحياة، ومدير إدار الإنتاج، بكل شركة تأمين تعريف الإنتاج من وجهة نظره (السؤال الأول من قائ الاستقصاء نموذج ١). كما عرضت مجموعة مفاهيم للإنتاج، وطلب من المنتجين ووسطاء التأمين اختيار مفهوم الإنتاج الذي يرونه مطبقاً في الحياة العملية، من خلا تعاملهم مع العملاء (السؤال الأول من قائمة الاستقصاء نموذج ٢).

(١) augham, J.E., Fundamentals of Risk and Insurance, John Wiley & Sons, N.Y., 1982, pp. 72-73.

(٢) زهير حنفي علي - الأسس العلمية للإنتاج من شركات التأمين - دار النهضة العربية - ١٩٧٨ ص ٤٠.

(٣) loes, C.E., Marketing Insurance Products Throuth Banks and Saving and loans Records, Society of tuaries, Oct. 14-16, 1985, pp. 1759-82.

وقد أدرج ضمن هذه المفاهيم التعريف الأمثل للإنتاج الذي يعتبر أن وظيفة الإنتاج يجب أن تركز على دراسة سلوكيات العملاء، بهدف تحديد احتياجاتهم من التأمين، واختيار التغطيات المناسبة لإشباع هذه الاحتياجات، بغرض المحافظة على هؤلاء العملاء في تعاملهم مع المؤمن في الأجل الطويل.

وفي ضوء تحليل إجابات المديرين والمتجيين ووسطاء التأمين على السؤال الخاص بمفهوم الإنتاج فيما يلي النتائج التي أمكن التوصل إليها:

- ١- اتضح من المقابلات الشخصية مع مديري الحياة في شركات التأمين أن أغلب شركات التأمين الكويتية ليس لديها مدير للإنتاج، ويتولى مدير الحياة القيام بمهام إدارة الإنتاج، بجانب مهام وظيفته الرئيسية.
- ٢- اتضح من الإجابات الخاصة بمفهوم الإنتاج: أن هناك تفاوتاً كبيراً بين المديرين في تعريفهم للإنتاج، وذلك من واقع الإجابات التالية على السؤال الأول في قائمة الاستقصاء الخاصة بالمديرين (نموذج ١):

مفهوم الإنتاج من وجهة مديري الحياة ومديري الإنتاج عدد المديرين

- | | |
|---|--|
| ٣ | - القدرة على الإقناع والأمانة والصدق في التعامل |
| ١ | - الإنتاج: هو بيع وثائق التأمين |
| ١ | - الإنتاج: هو الوظيفة الخاصة بالدعاية للتأمين |
| ٢ | - عدم الإجابة على السؤال الخاص بمفهوم الإنتاج في قائمة الاستقصاء |

٣- اتضح للباحث أن بعض مديري الحياة في شركات التأمين ليست لديهم الدراية الكافية بمفهوم الإنتاج.

فقد تبين من نتائج المقابلات الشخصية أن أحد المديرين حديث العهد بالوظيفة ومفهومه للإنتاج هو مجرد بيع وثائق تأمين فقط. وهناك دليل آخر يؤكد وجهة نظر الباحث في هذا الشأن، وهو أنه لا توجد إجابة واحدة من إجابات المديرين تتفق مع المفهوم الحديث للإنتاج.

٤- يلاحظ أن أكثر من ٢٥٪ من مديري الحياة لم يوضحوا رأيهم في مفهوم الإنتاج مما يعطي انطباعاً بأن مفهوم الإنتاج غير واضح بالنسبة لهم.

٥- لقد اتضح للباحث من عدة شواهد أن وظيفة الإنتاج لا تحظى بالأهمية المناسبة لها في شركات التأمين للأسباب التالية:

أ- عدم الاهتمام بوظيفة مدير الإنتاج في أغلب شركات التأمين الكويتية.

ب- تبعية إدارة الإنتاج إلى بعض الإدارات الأخرى.

ج- عدم الاهتمام بتدريب المنتجين.

د- الاهتمام ببحوث ودراسات الإنتاج محدود للغاية في شركات التأمين الكويتية.

٦- في ضوء التعاريف المختلفة التي وضعها الباحث لمفهوم الإنتاج - السؤال الأول في قائمة الاستقصاء الخاصة بالمنتجين ووسطاء التأمين (نموذج ٢) - فإنه يمكن تلخيص اختيارات المنتجين ووسطاء التأمين فيما يلي:

يتضح من جدول (٦) أن ٧٢٪ من المنتجين ووسطاء التأمين قد اختاروا التعريف الأمثل للإنتاج، على اعتبار أنه الوظيفة التي تهتم بدراسة احتياجات العملاء واختيار التغطيات التأمينية المناسبة لهذه الاحتياجات، بهدف المحافظة على هؤلاء العملاء في تعاملهم مع الشركة في الأجل الطويل.

ومن ناحية أخرى فإن هناك ١١٪ يعتبرون أن الهدف من وظيفة الإنتاج مجرد الدعاية والترويج للتأمين على الحياة، بهدف بيع هذا النوع من التأمين. ويرى ١٤٪ من المشتركين في الإجابة على الاستقصاء أن وظيفة الإنتاج تهدف إلى المحافظة على استمرارية الشركة عن طريق جلب عملاء جدد.

ويرى الباحث أن اختيار ٧٢٪ من المنتجين ووسطاء التأمين للتعريف الثاني للإنتاج جاء متحيزاً، لا يتفق مع ما هو مطبق فعلاً في الحياة العملية. فالباحث لم يتوقع أن يختار ٧٢٪ من المنتجين ووسطاء التأمين التعريف الثاني. ويمكن تفسير ذلك بأن الاختيار - بلا شك - جاء متحيزاً لصياغة التعريف بالصورة التي تتفق والمفهوم النظري للإنتاج من وجهة نظر هؤلاء المنتجين ووسطاء التأمين. ويؤكد رأي الباحث في هذا الشأن أن ما يزيد عن ٧٥٪ من المنتجين ووسطاء التأمين يعتبرون أن عمولة الانتاج التي يحصل عليها المنتج هي العامل الأكثر أهمية الذي يضعه المنتج أو الوسيط في اعتباره عند البحث عن العميل واختيار الغطاء التأميني له، كما يتضح من السؤال الثاني (أ) من قائمة الاستقصاء الخاصة بالمنتجين ووسطاء التأمين نموذج (٢). كما أن ما يزيد

جدول (٦)
مفهوم الانتاج من وجهة نظر المنتجين ووسطاء التأمين

النسبة المئوية	عدد المشاركين	مفهوم الانتاج
١١٪	٤	(أ) الانتاج هو الوظيفة التي تهدف إلى الدعاية والاعلان والترويج لأهمية التأمين على الحياة بهدف بيع وثائق هذا النوع من التأمين للراغبين فيه.
٧٢٪	٢٥	(ب) الانتاج هو الوظيفة التي تهتم بدراسة وتحديد الاحتياجات الفعلية للمؤمن لهم، واختيار التغطيات المناسبة لهذه الاحتياجات بهدف المحافظة على هؤلاء العملاء في تعاملهم في الأجل الطويل.
٣٪	١	(ج) الانتاج هو الوظيفة الخاصة بتقديم تغطيات تأمينية للمؤمن لهم بأسعار منافسة.
١٤٪	٥	(د) الانتاج هو الوظيفة التي تهدف إلى المحافظة على استمرارية الشركة وبقائها عن طريق جلب عملاء جدد للشركة.
—	—	(هـ) الانتاج هو الوظيفة التي تؤدي إلى تحقيق حصص الانتاج المخطط لها مسبقا.
١٠٠٪	٣٥	

عن ٨٠٪ من المنتجين ووسطاء التأمين يركزون في تعاملهم مع العملاء المرتقبين على تسويق
التأمين المختلط لما فيه من أجزاء ادخارية عالية، وكبر حجم أقساطه، وسهولة إقناع العميل
بشرائه. السؤال الثاني (ج) من قائمة استقصاء المنتجين (نموذج ٢).

أما بالنسبة لوجهة نظر مديري الحياة ومديري الانتاج في شركات التأمين، فإن التطبيق العملي لوظيفة الانتاج بواسطة المنتجين ووسطاء التأمين يحكمه اعتبارات تتعارض مع مفهوم الانتاج الذي اختاره غالبية المنتجين ووسطاء التأمين. ويؤكد هذا الرأي إجابات السؤال الرابع من قائمة الاستقصاء الخاصة بالمنتجين، (نموذج ٢)، والتي تؤكد أن عمولة الانتاج تعتبر أهم عامل بالنسبة للمنتج أو وسيط التأمين أثناء اقناعه للعميل بشراء التأمين على الحياة. ويوضح جدول (٧) ذلك.

جدول (٧)
العوامل التي تراعى عند البحث
عن العملاء من وجهة نظر المنتجين
ووسطاء التأمين

الترتيب*	مجموع النقاط	الترتيب						العوامل
		١	٢	٣	٤	٥	٦	
١	٣١	-	٢	١	-	-	-	العمولة المتوقعة
٤	٢٨	٢	-	-	٥	-	-	الغطاء التأميني المناسب للعميل
٥	٢٦	١	١	١	١	٢	١	حصص الانتاج المخطط لها مسبقا
٢	٣٠	-	-	٢	٢	٢	١	قدرة العميل على السداد
٦	٢٤	١	-	٢	٣	١	-	والاستمرار في التأمين
								المحافظة على العميل
								التركيز على تسويق
٣	٢٩	١	-	٢	-	٢	٢	التأمين المختلط

* قام كل منتج ووسيط تأمين بترتيب أهمية العوامل التي تراعى عند البحث عن العملاء من وجهة نظره. وقد تم ترجيح التكرارات بأن أعطى العامل الأول في الترتيب رقم ترجيحي ٦، والثاني في الترتيب رقم ترجيحي ٥، والثالث في الترتيب رقم ترجيحي ٤ وهكذا.

يتضح من جدول (٧) أن غالبية المنتجين ووسطاء التأمين يهدفون من تعاملهم مع الراغبين في شراء الحماية التأمينية إلى الحصول على أقصى عمولة إنتاج من الوثائق المشتراة. وقد تأكد للباحث أثناء مناقشته للمسؤولين في شركات التأمين والعاملين في حقل الإنتاج أن تركيز القائمين على الإنتاج في ضوء توجهات الإدارة يكون على بيع التأمين المختلط، لارتفاع نسبة عمولة الإنتاج فيه من ناحية، واستفادة شركات التأمين من استثمار احتياطات هذا النوع من التأمين من ناحية أخرى. وتأكيدا على أن اهتمام المنتجين ووسطاء التأمين ينصب بالدرجة الأولى على العمولة التي يحصلون عليها، فإنه من الملاحظ أن عناصر التعريف الأمثل للإنتاج (الغطاء المناسب والمحافظة على العميل) قد جاءت في المرتبة الأخيرة في ترتيب القائمين على الإنتاج (المنتجين ووسطاء التأمين)، للعوامل التي تؤخذ في الحسبان عند البحث عن عملاء جدد لشركات التأمين على الحياة.

ويستطيع الباحث أن يؤكد بأن الهيئات الإدارية لشركات التأمين الكويتية قد ساعدت المنتجين ووسطاء التأمين على فهم وظيفة الإنتاج على أنها مجرد أداء يؤدي في النهاية إلى زيادة حجم الإنتاج وتحقيق خطط الإنتاج المحددة مسبقا من قبل الشركة. وفي ضوء قدرة المنتج على تحقيق هذه الأهداف يتم تقييمه ومكافأته. فالمنتج الناجح من وجهة نظر إدارة الشركة هو الذي يحقق زيادة كبيرة في حجم الإنتاج بصرف النظر عن عوامل أخرى غاية في الأهمية مثل نوعية هذا الإنتاج والجهد الذي يبذله المنتج في جلب عملاء جدد للشركة عن قناعة حقيقية بأهمية التأمين على الحياة. ويوضح جدول (٨) ترتيب أهمية العوامل التي تأخذها إدارة شركة التأمين في الحسبان عند تقييم أداء المنتجين، ومكاتب التأمين بالعمولة التي تتعامل معها شركات التأمين. ويعتبر هذا الجدول ملخص لإجابة السؤال السادس من قائمة استقصاء المديرين (نموذج ١).

يتضح من تحليل جدول (٨) أن حجم الإنتاج (أقسط - مبالغ التأمين - عدد الوثائق) يعتبر من وجهة نظر مديري الحياة ومديري الإنتاج أهم عامل مع العوامل التي تدخل في تقييم الأداء للمنتجين ووسطاء التأمين. ويأتي التزام المنتج ووسيط التأمين بتحقيق خطط الإنتاج التي تحددها له الشركة في المرتبة التالية مباشرة، مما يؤكد أن شركات التأمين لا تعطي للعوامل الأخرى مثل نوعية الإنتاج والجهد الذي يبذله

المنتج أو الوسيط القدر الكافي من الاهتمام عند تقييم الأداء. ويتمثل التطبيق العملي لذلك في أن المنتجين ووسطاء التأمين يفسرون وظيفة الانتاج على أنها مجرد دعابة وإعلان يؤدي إلى زيادة حجم الانتاج.

جدول (٨)

ترتيب أهمية العوامل التي تحددها إدارة الانتاج
بالشركة عند تقييم أداء المنتجين ووسطاء التأمين

الترتيب*	مجموع النقاط	الترتيب							العوامل
		٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	
١	٤٢	-	-	١	-	١	١	٤	أ - حجم الانتاج
٤	٣١	-	١	١	١	٢	٢	-	ب - نوعية الانتاج
٧	١٦	٣	٢	١	-	-	١	-	ج - الشكاوي في حق المنتجين ووسطاء التأمين
٣	٣٧	-	١	-	١	١	٢	٢	د - مدى استمرارية المؤمن عليهم في التعاقد على التأمين
٢	٤١	-	-	-	١	١	٣	٢	هـ - التزام المنتج أو وسيط التأمين بتحقيق خطط الانتاج المحددة
٥	٢٩	-	١	١	٣	١	-	١	و - الجهد الذي يبذله المنتج أو وسيط التأمين في إقناع العملاء بالأهمية الحقيقية للتأمين
٦	١٧	٣	١	٢	-	-	١	-	ز - التزام المنتجين ووسطاء التأمين بحضور دورات التدريب واستخدام الأساليب الحديثة في الانتاج

* قام كل مدير بترتيب العوامل المذكورة بالجدول، حسب أهميتها من وجهة نظر الشركة، في تقييم أداء المنتجين ووسطاء التأمين. وقد تم ترجيح التكرارات بأن أعطي العامل الأول في الترتيب رقم ترجيحي ٧، والثاني رقم ترجيحي ٦، والثالث رقم ترجيحي ٥، وهكذا.

ولعل استعانة شركات التأمين بالمنتجين ووسطاء التأمين الذين لا تتوافر لديهم الخبرة الكافية في مجال الانتاج وتسويق التأمين لدليل آخر على عدم اهتمام شركات التأمين الكويتية بوظيفة الانتاج ودورها في مجال تسويق الخدمات التأمينية. ففي ضوء الاجابة على السؤال السابع من قائمة استقصاء المديرين (نموذج ١)، يتبين أن أغلب المنتجين ووسطاء التأمين ليست لديهم الخبرة الكافية على الاطلاق من وجهة نظر الهيئة الادارية المباشرة لهم، كما يتضح من جدول (٩).

جدول (٩)

نسبة المنتجين ووسطاء التأمين العاملين لدى
شركات التأمين الكويتية ولديهم خبرة
في مجال الانتاج
(رأي مديري الحياة ومديري الانتاج)

النسبة	عدد المديرين المشاركين في إبداء الرأي	فئات خبرة المنتجين ووسطاء التأمين العاملين في مجال الانتاج لدى شركات التأمين
٨٦٪	٦	صفر - ٢٥٪
١٤٪	١	٢٦٪ - ٥٠٪
—	—	٥١٪ - ٧٥٪
—	—	٧٦٪ - ١٠٠٪
١٠٠٪	٧	المجموع

يوضح جدول (٩) أن غالبية مديري الحياة ومديري الانتاج بشركات التأمين

الكويتية يعتقدون أن نسبة كبيرة من المنتجين ووسطاء التأمين ليست لديهم الخبرة الكافية. في مجال الإنتاج. فالملاحظ أن ٨٦٪ من هؤلاء المديرين يرون أن نسبة المنتجين ووسطاء التأمين الذين لديهم خبرة في مجال الإنتاج لا يتعدى ٢٥٪ من إجمالي العاملين في هذا المجال. أما باقي المديرين ويمثلون ١٤٪ فيعتقدون أن نسبة المنتجين ووسطاء التأمين الذين لديهم خبرة في الإنتاج إنما يتراوح ما بين ٢٥٪ - ٥٠٪ من إجمالي العاملين في حقل الإنتاج.

وتأكيدا للنتائج السابقة فقد تم توجيه السؤال الخاص بالخبرة في مجال الإنتاج بطريقة أخرى إلى المنتجين ووسطاء التأمين أنفسهم - السؤال السادس من قائمة الاستقصاء الخاصة بالمنتجين ووسطاء التأمين (نموذج ٢) - للتعرف على مدة خبرة كل منتج في مجال الإنتاج كما يتضح من جدول (١٠)

جدول (١٠)

توزيع المنتجين ووسطاء التأمين حسب فئات الخبرة في مجال الإنتاج

التكرار	فئات الخبرة بالسنوات
٢٠	أقل من ٥ سنوات
٧	من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات
٣	من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة
٥	١٥ سنة فأكثر

يتضح من جدول (١٠) أن أكثر من ٥٠٪ ممن المنتجين ووسطاء التأمين خبرتهم في مجال الإنتاج تقل عن خمس سنوات. وفي ظل الرأي القائل بأن التأمين من الأنشطة التي تحتاج إلى خبرات طويلة في مجال التسويق، فإن أكثر من ٧٥٪ من العاملين في حقل الإنتاج ذوي خبرة محدودة. وقد لاحظ الباحث أثناء المقابلات الشخصية مع الهيئات الادارية لشركات التأمين شكواهم من ارتفاع معدل دوران العاملين في وظيفة

لانتاج الذي يؤدي بدوره إلى نقص خبرة العاملين في هذا الفرع من فروع التأمين. يمكن تفسير ظاهرة هروب العاملين في حقل الانتاج إلى عدة عوامل:

أ- عائد الانتاج غير مجزي.

ب- عدم الرضا عن الوظيفة.

ج- العمل بوظيفة الانتاج لحين الانتقال إلى وظيفة أخرى.

وقد أوضحت الدراسة أن كافة العوامل المتعلقة بمصلحة المنتج سواء المادية كالعمولة، أو الوظيفية كتتحقيق حصص الانتاج المخطط لها مسبقا، قد حظيت بالاهتمام من قبل المنتجين ووسطاء التأمين، سواء في علاقاتهم بالشركة من ناحية، أو بالعملاء من ناحية أخرى. وتأكيدا لصحة هذا الرأي فقد طلب من المنتجين ووسطاء التأمين ترتيب أهمية بعض العبارات التي تتعلق بطبيعة عملهم وعلاقاتهم مع أطراف التعاقد، والواردة بالسؤال الثاني من قائمة الاستقصاء الخاصة بالمنتجين ووسطاء التأمين، (نموذج ٢)، والتي يوضح نتائجها جدول (١١):

فيتين من جدول (١١) أن غالبية المنتجين ووسطاء التأمين يركزون في تعاملهم مع عملاء شركات التأمين المرتقبين على تسويق التأمين المختلط، تحقيقا لهدف مزدوج النتيجة، يتمثل في حصولهم على عمولة عالية من شركات التأمين، وتحقيق حصص الإنتاج التي تتمثل عادة في حجم معين من الأقساط.

وتؤكد نتائج إجابات المنتجين ووسطاء التأمين أن ٩٧٪ منهم قد وافقوا على الرأي القائل بأن التركيز في التعامل مع العملاء المرتقبين لشركات التأمين يكون على التأمين المختلط، بصرف النظر عما إذا كان ذلك لا يتناسب واحتياجات هؤلاء العملاء المرتقبين. وتأكيدا للارتباط المباشر والإيجابي بين العبارات الثلاثة (أ)، (ب)، (ج)، فإن ٧٣٪ من المنتجين ووسطاء التأمين يعتبرون أن عمولة الإنتاج هي العامل الأكثر أهمية الذي يضعه المنتج نصب عينيه عند تحديد الغطاء التأميني للعميل المرتقب. و٦٣٪ منهم يرون أن شركة التأمين تضع حصص إنتاج معينة يجب على المنتج تحقيقها إذا أراد أن يستمر في تعامله مع الشركة.

الآراء المختلفة التي تعبر عن وجهة نظر المتجبن ووسطاء التأمين فيما يتعلق بطبيعة عملهم وعلاقاتهم مع أطراف التعاقد على التأمين

جدول (١١)

عدد المشتركين في الاجابات	غير موافق على الاطلاق	غير موافق	موافق جدا	المعارات
٣٥	٩ %	١٨ %	٦٤ %	أ - تعتبر عمولة الانتاج التي يحصل عليها المنتج هي العامل الأكثر أهمية الذي يضعه المنتج أو الوسيط في اعتباره عند البحث عن العميل واختيار الغطاء التأميني له.
٣٥	١٧ %	٢٠ %	٢٣ %	ب - تضع شركة التأمين عادة حصص إنتاج معينة يجب على المنتج تحقيقها خلال السنة وإلا تعرض للمساءلة التي تصل إلى حد الشطب من سجل المتجبن، لذلك فإن المنتج عادة ما يسعى لاقناع العميل بإتمام عقد التأمين وسداد القسط الأول
٣٥	-	٣ %	٨٠ %	ج - يركز أغلب المتجبن ووسطاء التأمين في تعاملهم مع العملاء المرتقبين على تسويق التأمين المختلط، لما فيه من أجزاء ادخارية عالية، وكبر حجم أقساطه، وسهولة إقناع العميل بشرائه.

وعلى الرغم من أن التأمين المختلط ليس هو الغطاء التأميني المناسب في جميع الأحوال، إلا أنه هو النوع الوحيد الذي يضمن للمنتج ووسيط التأمين عمولة إنتاج عالية، ويحقق له حصص الإنتاج المطلوبة.

وخلاصة القول فإن المنتجين ووسطاء التأمين يركزون في تعاملهم على معايير الإنتاج الملموسة (العمولة - مبالغ التأمين - الأقساط - حصص الإنتاج) دون التركيز على المعايير الأخرى غير الملموسة، التي تهم العميل بالدرجة الأولى: (نوعية الغطاء التأميني - استمرارية العملاء في علاقاتهم مع الشركة - رضا وقناعة العملاء بالتأمين).

ولعل خطورة مشكلة الإنتاج في قطاع التأمين على الحياة في دولة الكويت تكمن في أن غالبية عملاء شركات التأمين يعتمدون على المنتجين ووسطاء التأمين في اختيار وثائق التأمين التي تحقق احتياجاتهم ورغباتهم.

وعلى ذلك فالاختيار إذا كان سليماً ومناسباً فإن المؤمن لهم سوف يستمرون في سداد الأقساط في مواعيدها، ما لم تحدث ظروف خارجة عن إرادتهم، تقتضي الإلغاء أو التصفية. أما إذا كان المنتج أو الوسيط غير أمين في اختياره للغطاء المناسب وفضل مصلحته الخاصة على مصلحة عميله، فإن المؤمن له سرعان ما يكتشف ذلك ويتوقف عن سداد الأقساط في الحال، ويطالب برد الأقساط المدفوعة، أو المزايا الوهمية الموعود بها من قبل المنتج أو الوسيط. ويؤكد السؤال العاشر من قائمة الاستقصاء الخاصة بالمنتجين ووسطاء التأمين (نموذج ٢) دور المنتج أو الوسيط في اختيار الغطاء التأميني لعملائه.

ويوضح جدول (١٢) نسبة المؤمن لهم الذين يعتمدون كلياً على المنتج أو الوسيط في اختيار وثائقهم:

جدول (١٢)

نسبة المؤمن لهم الذين يعتمدون على المنتجين ووسطاء التأمين في اختيار الغطاء التأميني المناسب (رأي المنتجين ووسطاء التأمين)

النسبة المئوية	عدد المنتجين أو وسطاء التأمين المشتركين في ابداء الرأي في التأمين للمؤمن لهم	فئات المؤمن لهم الذين يعتمدون على المنتج أو الوسيط في اختيار وثائقهم
—	—	صفر - ٢٥٪
٣٪	١	٢٦٪ - ٥٠٪
٤٣٪	١٥	٥١٪ - ٧٥٪
٥٤٪	١٩	٧٦٪ - ١٠٠٪

يتضح من الجدول السابق أن ٥٤٪ من المنتجين ووسطاء التأمين الذين يمثلون مجتمع الدراسة أفادوا بأن ما بين ٧٦٪ - ١٠٠٪ من العملاء (المؤمن لهم) يعتمدون على المنتج كلية في اختيار الغطاء التأميني المناسب لهم، وأفاد ٤٣٪ منهم بأن ما بين ٥١٪ - ٦٥٪ من العملاء (المؤمن لهم) يعتمدون على المنتج كلية في اختيار وثائقهم. وفي المتوسط فإن ٧٦٪ من عملاء شركات التأمين يعتمدون كلية على المنتجين ووسطاء التأمين في اختيار وثائقهم نيابة عنهم.

نخلص من التحليل السابق للنتائج الخاصة بالفرض الثاني بأن شركات التأمين التي تمارس التأمين على الحياة بدولة الكويت لم تعط لوظيفة الإنتاج الاهتمام الكافي الذي يتفق وطبيعة نشاط هذه الوظيفة. فالملاحظ أن التركيز في عملية الإنتاج يكون على المعايير المادية (العمولات - عدد الوثائق - حجم الأقساط - مبالغ التأمين)، بدرجة أكبر من التركيز على المعايير غير المادية والهامة بالنسبة للإنتاج: (نوعية الخدمة - طريقة

تقديم الخدمة - الجهد اللازم لإقناع العميل بأهمية التأمين على الحياة - العملاء المرتقبين). وكذلك فإن الإلمام بالمفاهيم الحديثة للإنتاج غير واضح لدى القائمين على عملية الإنتاج. فالإنتاج يعني عند الهيئة الإدارية والمنتجين ووسطاء التأمين مجرد زيادة عدد وثائق التأمين المصدرة، وزيادة حجم الأقساط المحصلة. ولعل الواقع يدل على أن تنفيذ وظيفة الإنتاج في شركات التأمين الكويتية إنما يتم بالأسلوب الذي يحقق أهداف هذه الشركات في الأجل القصير فقط.

ولذلك فإن هذا القصور في الكيفية التي تمارس بها هذه الوظيفة يؤدي إلى التأثير السلبي على نوعية الخدمة التي تقدم لعملاء شركات التأمين.

الفرض الثالث

«يحمل عملاء شركات التأمين الحاليين والمرتقبين بعض الاتجاهات السلبية تجاه التأمين على الحياة».

يعتمد اختبار هذا الفرض على وجهة نظر الهيئة الإدارية (مديري الحياة ومديري الإنتاج) والقائمين على التنفيذ (المنتجين ووسطاء التأمين) من خلال تعاملهم مع المؤمن لهم ودراسات السوق بشأن عملاء شركات التأمين المرتقبين. وقد اتضح من نتائج الاستقصاء - السؤال الحادي عشر من قائمة الاستقصاء الخاصة بالمديرين (نموذج ١) - أن الوازع الديني وانخفاض الوعي التأميني لدى المواطنين والمفاهيم الخاطئة عن التأمين ومزاياه التي يعرضها المنتجون ووسطاء التأمين على العملاء تعتبر من الأسباب الرئيسة لانخفاض الطلب على التأمين على الحياة. وتؤدي هذه الأسباب أيضا إلى التخلي عن التأمين والتحول إلى الأوعية الادخارية الأخرى المنافسة لشركات التأمين مثل البنوك وشركات الاستثمار. ويوضح جدول (١٣) أهمية الأسباب الرئيسة لانخفاض الطلب على التأمين على الحياة من وجهة نظر مديري الحياة، ومديري الإنتاج في شركات التأمين مجال دراستنا.

توضح النتائج السابقة أن مديري الحياة ومديري الإنتاج يرون أنه على الرغم من أن الظروف الاقتصادية تؤثر بدرجة كبيرة على الطلب على التأمين على الحياة، إلا أنه يجب ألا يغفل أيضا دور فقهاء الشريعة الإسلامية من ناحية ودور المنتجين

جدول (١٣)
الأسباب الرئيسة لانخفاض الطلب على
التأمين على الحياة بدولة الكويت (وجهة نظر المديرين)

الترتيب*	مجموع النقاط	الترتيب								الأسباب
		٨	٧	٦	٥	٤	٣	٢	١	
٤	٣٥	١	-	٢	-	-	-	٤	-	أ- الوازع الديني
٢	٤٢	-	١	-	١	-	٢	-	٣	ب- انخفاض الوعي التأميني
١	٤٣	-	-	-	١	٢	١	١	٢	ج- الظروف المالية والاقتصادية
٣	٣٨	-	١	١	١	-	١	١	٢	د- المفاهيم الخاطئة عن التأمين (تضخيم مزايا التأمين)
٤	٣٥	-	-	-	١	١	٣	١	١	هـ- عدم كفاية الدعاية
٧	٣٢	١	١	-	٣	-	-	-	٢	و- مزايا التأمينات الاجتماعية
٨	٢٦	٣	١	-	-	-	١	١	١	ز- منافسة الأوعية الادخارية
٦	٣٣	١	١	١	-	١	-	٢	١	ز- عدم الاستقرار الوظيفي

* طلب من كل مدير ترتيب الأسباب حسب أهميتها من وجهة نظره ثم تم ترجيح التكرارات (الأول في الترتيب ٨ × والثاني في الترتيب ٧ ×، الثالث في الترتيب ٦ ×، وهكذا) ثم تم الترتيب النهائي للأهمية حسب مجموع التكرارات المرجحة.

ووسطاء التأمين من ناحية أخرى في هذا الشأن. فالملاحظ أن الكثير من فقهاء الشريعة الإسلامية يشككون في شرعية التأمين على الحياة، على اعتبار أنه نوع مستحدث من المعاملات لم يكن موجوداً في العصور الإسلامية. وقد ترك هذا التشكيك بلا ريب آثاراً سلبية على إصدارات التأمين على الحياة.

ومن الملاحظ أن للمنتجين ووسطاء التأمين دوراً في انخفاض الطلب على التأمين على الحياة من خلال احتكاكهم بالمؤمن لهم. فاستخدام البعض للمفاهيم الخاطئة في تفسير مزايا التأمين واتباع أسلوب التضخيم في المزايا لإقناع العملاء بالتعاقد على التأمين لاشك يؤدي إلى فقدان العملاء المرتقبين وتحول العملاء الحاليين إلى الأوعية الادخارية المنافسة.

ويؤكد المتجرون ووسطاء التأمين أنفسهم وجهة نظر الهيئة الإدارية بشأن الأسباب الرئيسة لانخفاض الطلب على التأمين على الحياة: السؤال الثاني العبارتان (هـ)، (ز) من قائمة الاستقصاء المتجدين ووسطاء التأمين نموذج (٢) فيوضح جدول (١٤) الإجابات على هاتين العبارتين:

جدول (١٤)
الأسباب الرئيسة لانخفاض الطلب على
التأمين على الحياة بدولة الكويت (وجهة نظر المتجدين ووسطاء التأمين)

عدد المشتركين الإجابات	غير موافق على الإطلاق	غير موافق	موافق	موافق جدا	الأسباب
٣٥	٦٪	٢٩٪	٤٥٪	٢٠٪	(هـ) إن تحريم التأمين على الحياة من قبل فقهاء الشريعة الإسلامية من أهم أسباب انخفاض الطلب على التأمين في دولة الكويت.
٣٥	-	٤٤٪	٤١٪	١٥٪	(ز) إن التفاوت الكبير بين الصورة التي رسمها المؤمن له في ذهنه عن التأمين على الحياة والواقع العملي أحد الأسباب الرئيسة لانخفاض الطلب التأمين على الحياة، وإلغاء التأمين وتصفية وثائق التأمين على الحياة

يتضح من إجابات المديرين جدول (١٣)، وإجابات المنتجين ووسطاء التأمين جدول (١٤): أن هناك اتفاقاً في الرأي على أن لفقهاء الشريعة الإسلامية دوراً هاماً في انخفاض الطلب على التأمين على الحياة. وتؤكد نتائج الإجابات أيضاً أن التفاوت السلبي بين المزايا التي يتوقعها المؤمن لهم والمزايا الفعلية للتأمين قد ساعد على انخفاض الطلب على التأمين على الحياة.

جدول (١٥)
الأسباب الرئيسية لالغاء وثائق التأمين على الحياة
(وجهة نظر المديرين)

الترتيب*	مجموع النقاط	الترتيب					الأسباب
		٥	٤	٣	٢	١	
٤	٢٠	٢	١	١	٢	١	(١) اقتناع المؤمن لهم بعد التعاقد على أن التأمين على الحياة حرام.
١	٣١	—	١	—	١	٥	(٢) عدم القدرة المالية للمؤمن لهم على الاستمرار في سداد الأقساط في مواعيدها
٥	١٨	٢	٢	١	١	١	(٣) التقليد والمحاكاة للآخرين
٢	٢٣	١	١	٢	١	٢	(٤) المفاهيم الخاطئة التي يعتمد عليها المنتجين في تسويق التأمين على الحياة وإغراء المؤمن لهم بالتعاقد بصرف النظر عن النتائج التي تترتب على ذلك.
٣	٢١	١	٢	١	٢	١	(٥) اقتناع المؤمن لهم في السنوات الأولى من التعاقد بأن التأمين على الحياة ليس هو الوسيلة المناسبة للضمان والأمان بالنسبة للمستقبل

وقد أثبت الواقع العملي أن تأثير الاتجاهات السلبية للمؤمن لهم تجاه التأمين على الحياة ينعكس على زيادة نسب الإلغاءات والتصفيات وطلب القروض بضمان الوثائق. يوضح جدول (١٥) نتائج الاستقصاء الخاص بالمديرين بشأن أسباب الإلغاءات أولاً من السؤال الثالث عشر (نموذج ١).

يتضح من جدول (١٥) أن عدم القدرة المالية للمؤمن لهم على الاستمرار في مداد الأقساط تعتبر السبب الرئيس لإلغاء التأمين. أما الأسباب الأخرى التي تحفز لمؤمن لهم على إلغاء التأمين والتوقف عن سداد الأقساط فهي اقتناعهم بأن التأمين على الحياة ليس هو الوسيلة المناسبة للضمان والأمان، وبسبب المعلومات الخاطئة التي أعطاها لهم المنتجون ووسطاء التأمين عن مزايا التأمين.

جدول (١٦)

الأسباب الرئيسة لتصفية وثائق التأمين
على الحياة بدولة الكويت (وجهة نظر المديرين)

الترتيب	مجموع النقاط	الترتيب						الأسباب
		٦	٥	٤	٣	٢	١	
٢	٢٧	-	١	-	٢	١	٢	١- حاجة المؤمن له لأموال سائلة
٥	١٩	١	١	١	٢	١		٢- منافسة الأوعية الادخارية
١	٣٠	١	-	١	١	٢	٢	٣- عدم القدرة على الاستمرار في سداد الأقساط المستحقة
٢	٢٧	١	-	٢	١	٢	١	٤- الاقتناع بآراء فقهاء الشريعة في شأن تحريم التأمين على الحياة
٦	١٦	٢	٢	٢	١			٥- زوال الأسباب الداعية للطلب على التأمين على الحياة
٤	٢٦	١	٢	-	١	١	٢	٦- عدم تطابق الصورة التي أعطاها المنتج أو وسيط التأمين للمؤمن له عن أهمية التأمين على الحياة مع الواقع العملي

* طلب من كل مدير ترتيب الأسباب حسب أهميتها من وجهة نظره ثم تم ترجيح التكرارات (الأول في الترتيب ٦ × الثاني في الترتيب ٥ × ... وهكذا) ثم تم الترتيب النهائي للأهمية حسب مجموع التكرارات المرجحة.

يتضح من الجدول السابق أن النتيجة المباشرة لاقتناع المؤمن لهم بتحريم التأمين على الحياة وعدم رضائهم عنه كوسيلة للحماية والادخار هو التوقف عن سداد الأقساء في مواعيدها، والمطالبة بتصفية الوثائق.

وتؤكد النتائج التي يمكن استخلاصها من جدول (١٦) أنه على الرغم من أن الظروف المالية للمؤمن لهم من أهم الأسباب الرئيسة لتصفية وثائق التأمين على الحياة، إلا أن الاقتناع بعدم شرعية التأمين على الحياة وعدم تطابق الصورة التي يعطيها المنتج أو الوسيط للمؤمن له عن أهمية التأمين على الحياة مع الواقع العملي تعتبر من العوامل الأساسية أيضاً التي تحمل عملاء شركات التأمين الحاليين والمرتكبين لاتجاهات سلبية تجاه التأمين على الحياة. وفي ضوء النتائج السابقة يمكن قبول الفرض الثالث من فروض البحث. فالملاحظ أن الوازع الديني لدى المؤمن لهم ومغالة المنتجين ووسطاء التأمين في عرض مزايا التأمين على الحياة كعوامل مؤثرة في الطلب على التأمين على الحياة، وتصفية وثائق التأمين تأتي في المرتبة التالية مباشرة، حيث يسبقها في ذلك عوامل أخرى تتعلق غالبيتها بالظروف المالية للمؤمن لهم. وبصفة عامة فإن الظروف المالية للمؤمن لهم قد جاءت في جميع الحالات في المرتبة الأولى، يليها في ذلك تأثير الآراء الفقهية، والمغالة في سرد مزايا التأمين غير الحقيقية.

النتائج والتوصيات

١. لا: نتائج الدراسة:

لقد خلصت الدراسة إلى بعض النتائج الهامة في ضوء اختبارات الفروض الثلاثة سابق ذكرها، وهي:

- أنه على الرغم من تفاوت شركات التأمين الوطنية والشركة الأمريكية للتأمين على الحياة من حيث رأس المال وحجم الأقساط ومبالغ التأمين وعدد الوثائق وفترة الخبرة في السوق، إلا أنها تقدم نفس التغطيات التأمينية التقليدية. وعلى الرغم من أن الشركات تحاول تطوير تغطياتها في أضيق الحدود إلا أن غالبية إصدارات الحياة (الفردية) في جميع شركات التأمين على الإطلاق تتركز في التأمين المختلط مع الأرباح. وتحظى أيضا إصدارات التأمين لمدى الحياة والمؤقت والوالد والطفل والتأمين المختلط بدون أرباح بالاهتمام من أغلب الشركات.

وتهتم شركات التأمين الوطنية بإصدارات التأمين الجماعي بحيث يمثل هذا النوع من التأمين المصدر الرئيس لأقساط هذه الشركات. أما الشركة الأمريكية فليس لديها محفظة خاصة بالعقود الجماعية، وتركز نشاطها في العقود الفردية فقط. وفي ضوء هذه النتيجة فقد قبل الفرض الأول الذي ينص على أن شركات التأمين الوطنية والشركة الأمريكية للتأمين على الحياة بدولة الكويت تقدم نفس مجموعة برامج التأمين على الحياة على الرغم من تفاوت مراكزها المالية ومجالات نشاطاتها الرئيسة وحجم محافظ أعمالها ومدة خبرتها العملية.

١- لقد أوضحت نتائج الاستقصاء - نموذج (١) الخاص بمديري الحياة ومديري الانتاج، ونموذج (٢) الخاص بالمنتجين ووسطاء التأمين - أن شركات التأمين بدولة الكويت لم تعطى لوظيفة الإنتاج في مجال التأمين على الحياة القدر الكافي من الاهتمام. وقد انعكس من قبل شركات التأمين هذا التقصير على وجهات نظر مديري الحياة،

ومديري الإنتاج في تحديد مفهوم الإنتاج ، حيث لم يعط أي منهم تعريفا لهذا النشاط يقترب من المفهوم الحديث للإنتاج . أما بالنسبة للمنتجين ووسطاء التأمين فعلى الرغم من أن الغالبية منهم قد اختارت التعريف المناسب للمفهوم الحديث للإنتاج إلا أن الواقع قد أثبت أنهم يتصرفون في الحياة العملية على خلاف ما يدركونه من معاذ يتضمنها هذا التعريف . فقد تأكد للباحث أن اهتمام المنتجين ووسطاء التأمين يتركز بالدرجة الأولى في تسويق نوع معين من التأمين (التأمين المختلط) لتحقيق أقصى عمولة إنتاج ممكنة .

وقد أوضحت نتائج اختبار الفرض الثاني أن مصلحة المنتج ووسيط التأمين من ناحية ومصلحة شركة التأمين من ناحية أخرى هي الأساس في اختيار الغطاء التأميني للعميل .

٢- وقد أوضحت التطبيقات العملية أن شركات التأمين من جانبها قد ساعدت على صحة الفرض الثاني حيث تعطي إدارات الحياة والإنتاج في شركات التأمين الأولوية لحجم الإنتاج (عدد الوثائق وحجم الأقساط) ، بصرف النظر عن نوعية هذا الإنتاج عند ترتيب أهمية العوامل التي تؤخذ في الاعتبار عن تقييم المنتجين ووسطاء التأمين .

كما أوضح أغلب مديري الحياة ومديري الإنتاج أن نسبة المنتجين ووسطاء التأمين الذين لديهم خبرة في مجال إنتاج الحياة لا يتعدى ٢٥٪ فقط من إجمالي العاملين في هذا المجال من النشاط . وقد كانت هذه نتيجة منطقية لزيادة معدل دوران العاملين في هذه الوظيفة ، بحيث كانت مدة خبرة أغلب العاملين في هذا المجال أقل من خمس سنوات . وفي ضوء هذه النتائج فقد ثبت صحة الفرض الثاني الذي ينصر على عدم اهتمام شركات التأمين بدولة الكويت بوظيفة الإنتاج في مجال تسويق التأمين على الحياة .

٣- استنادا إلى رأي مديري الحياة ومديري الإنتاج في شركات التأمين الكويتية والمنتجين ووسطاء التأمين فقد تم اختبار الفرض الثالث . وقد أوضحت نتائج اختبار هذا الفرض أن مغالاة وتضخيم المنتجين ووسطاء التأمين لمزايا التأمين على خلاف

الحقيقة، وتحريم فقهاء الشريعة للتأمين على الحياة، خلق عند عملاء شركات التأمين الحاليين والمرتبين بعض الاتجاهات السلبية تجاه التأمين على الحياة. وقد تمثلت هذه الاتجاهات في انخفاض الطلب على التأمين على الحياة وزيادة نسب الإلغاءات، وتصفية وثائق التأمين. وعلى ذلك فقد أثبتت الدراسة صحة الفرض الثالث الذي ينص على أن عملاء شركات التأمين الحاليين والمرتبين يحملون بعض الاتجاهات السلبية تجاه التأمين على الحياة.

ثانياً: التوصيات

إن تحقيق الأهداف الطموحة لشركات التأمين في مجال التأمين على الحياة يقتضي ضرورة مراعاة بعض الاعتبارات التي تتعلق بتنشيط حركة الإنتاج في هذا المجال، على أسس علمية سليمة.

وفيما يلي توصيات الباحث في هذا المجال:

١- إن المحافظة على عملاء شركات التأمين الحاليين (المؤمن لهم) وتشجيعهم على الاستمرار في التعاقد على التأمين وسداد الأقساط في مواعيدها إنها يحتاج من المسؤولين بهذه الشركات تذكير المؤمن لهم بأن مزايا التأمين الموعودين بها من قبل مندوبي الشركات لم تتغير حسب الاتفاق، بل يمكنهم الاستفادة بمزايا إضافية للتأمين: كالتصفية، والحصول على قروض.

أما بالنسبة للعملاء المرتقبين فيجب على شركات التأمين أن توظف طاقاتها الانتاجية لجذب عملاء جدد يتمتعون بالقناعة التامة بأهمية التأمين على الحياة.

وبما لا شك فيه أن تقديم شركات التأمين لتغطيات تأمينية جديدة تتلاءم وظروف واحتياجات المجتمع سوف يجذب عملاء جدد لمحافظة أعمال هذه الشركات. ففي دولة الكويت مثلاً نجد أن تقديم غطاء تأميني يوفر الحماية التأمينية والاستثمار بها لا يتعارض وأحكام الشريعة، سوف ينال رضا وقبول قطاع كبير من المجتمع الكويتي. ولقد لمسنا ذلك من التحول الذي طرأ على شراء التأمين

على الحياة في السنوات الأخيرة من الشركة الأمريكية التي بدأت تقديم برامج تأمين وتغطيات جديدة تحقق أكبر إشباع ممكن للمواطنين والوافدين الراغبين في شراء التأمين على الحياة، بالصورة التي تتلاءم وظروفهم الاجتماعية وإمكاناتهم المادية.

٢- يلاحظ أن حملات الدعاية والاعلان عن مزايا التأمين على الحياة في دولة الكويت محدودة للغاية. لذلك نوصي بضرورة اهتمام شركات التأمين بالترويج للتأمين على الحياة بصفة عامة والدعاية بصفة خاصة لوثائق التأمين التي تحقق رغبات المؤمن لهم الاستثمارية ولا تتعارض مع مبادئ الشريعة الإسلامية. كما يجب على شركات التأمين أن تركز في حملاتها الاعلانية على التأمين الجماعي وتوضح مزاياه المزدوجة للمؤمن والمؤمن لهم. ففي الوقت الذي يمثل فيه هذا النوع من التأمين مصدر دخل رئيس للمؤمن في أغلب الأحوال فإنه يحقق للمؤمن لهم في حدود الامكانيات المادية المتاحة أفضل المزايا بأقل التكاليف.

٣- يجب على شركات التأمين الكويتية أن تهتم بوظيفة الانتاج على اعتبار أنها تمثل حجر الزاوية الذي يقوم عليه كيان الشركة. فتقوم كل شركة بتعيين مدير للانتاج يتولى وضع الخطط الاستراتيجية والاشراف على المنتجين، وإعداد الدراسات الخاصة باحتياجات العملاء. ويعتبر تدريب الجهاز الانتاجي للشركة وتوضيح المفاهيم الحديثة للانتاج من المهام الرئيسة لمدير الانتاج. فاستمرار المؤمن لهم في تعاقداتهم مع الشركة إنما يعني نجاح المنتج في جذب عميل جيد للشركة. لذلك يجب الربط بين عمولة الانتاج والفترة الزمنية لاستمرار التعاقد على التأمين.

٤- يوصي الباحث بضرورة الاهتمام بشكاوي المؤمن لهم، والتحقيق فيما جاء فيها من أقوال، والرد عليهم، وتوضيح وجهات نظر الشركة.

٥- يجب على شركات التأمين السعي المستمر لتشجيع عملاء شركات التأمين الحاليين (المؤمن لهم). والمرقبين على اتخاذ القرارات الايجابية بشأن التأمين على الحياة سواء بالاستمرار في التعاقد أو البحث عن التغطيات التأمينية المناسبة.

المراجع

١ المراجع العربية

١/٠ كتب

- ١ السيد عبدالمطلب عبده - التأمين على الحياة - دار الكتاب الجامعي القاهرة - ١٩٧٦م - ص ٢٤-٢٨.
- ٢ نبيل محمد رحيم - إلياس نجيب بديوي - تسويق التأمين - الهيئة العامة للتعليم التطبيقي الكويت - ١٩٨٤م ص ٧-٨.
- ٣ أحمد شكري الحكيم - التأمين وإعادة التأمين في اقتصاديات الدول النامية - مكتبة الانجلو المصرية - القاهرة ١٩٧١م ص ٨٧-٩٤.
- ٤ زهير حنفي علي - الأسس العلمية للإنتاج من شركات التأمين - دار النهضة العربية - ١٩٧٨م - ص ٤٠.
- ٥ تقارير وميزانيات
- ٦ التقارير السنوية لسوق التأمين في دولة الكويت ١٩٨٠/١٩٨١/١٩٨٢/١٩٨٣/١٩٨٤/١٩٨٥/١٩٨٦م - وزارة التجارة والصناعة - إدارة الشركات والتأمين.
- ٧ التقارير الشهرية لنشاطات شركات التأمين الكويتية خلال عام ١٩٨٦م - وزارة التجارة والصناعة - إدارة الشركات والتأمين.
- ٨ ميزانيات شركات التأمين عن عام ١٩٨٦م - وزارة التجارة والصناعة - إدارة الشركات والتأمين.
- ٩ تقرير عن نشاط سوق التأمين الكويتي خلال الفترة ١٩٧٠/١٩٨٦م وزارة التجارة والصناعة - إدارة الشركات والتأمين (غير منشور).

(III) المراجع الأجنبية

1 Books

- 10 Sellers, G.R., Elementry Statistics, Saunders. College Publishing, New York, 1982, pp 1-8.
- 11 Russell, G.H., and Black, K., Human Behavior and life Insurance, Prentice-Hall, Inc., N.J., 1963, pp 225-233.
- 12 Vaugham, J.E, Fundamentals of Risk and Insurance, John Wiley & Sons, N.Y., 1982, pp 72-73.
- 13 Moes C.E., Marketing Insurance Products Through Banks and saving and loans, Record, Society of Actuaries, Oct. 14-16, 1985, pp 1759-1782.

(III) قراءات حول موضوع البحث

- ١- سلامة عبدالله سلامة - الخطر والتأمين - دار النهضة العربية - القاهرة - ١٩٨٤ م.
- ٢- عبدالفتاح الشربيني والسيد عبده ناجي - المفهوم الحديث للتسويق وتخطيط الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الكويتية - مجلة دراسات الخليج والجزيرة العربية - إصدار خاص (١٢) - جامعة الكويت - ١٩٨٤ م.
- ٣- أحمد جاد عبدالرحمن - التأمين على الحياة - وزارة التربية والتعليم بالكويت ١٩٧٦-١٩٧٧ م.
- ٤- معوض حسن حسنين وشوقي سيف النصر - التأمين على الحياة - الجهاز المركزي للكتب الجامعية والمدرسية والوسائل التعليمية - القاهرة - ١٩٧٩ م.
5. Bennett, C.S., Economics for Insurance, Lestey and Page Services Limited, Cheltenham, 1984.

6. Lovelock, C.H., Services Marketing, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, 1984.
7. Mehr, R.I., Life Insurance, Learning Systems Companies, ILL. 1979.
8. Vaugham, J.E. and Elliott, M., Fundamentals of Risk and Insurance, John Wiley & Sons, Toronto, 1978.

قائمة استقصاء

نموذج (١)

المسئول الذي يجب على قائمة الاستقصاء: مدير الحياة ومدير الانتاج.
الرجاء التفضل بالاجابة على الأسئلة التالية:

١- في ضوء خبرتكم العملية في الشركة ما هو مفهومكم وتعريفكم لوظيفة انتاج الحياة بشركة التأمين؟

٢- ماهي الخدمات التي تقدمها شركتكم للسوق (للمؤمن لهم الحاليين والمرتبطين)؟

--

٢٥٠

موقف الشركة

ضع علامة (X) أمام الخدمة التي تقدمها الشركة.

الخدمات

(أ) إصدار وثائق تأمين على الحياة

١- مؤقت

٢- لمدى الحياة

٣- مختلط

٤- معاشات

٥- تأمين صحي

٦- وثائق خاصة

٧- وثائق استثمارية

٨- تأمين على الحياة مع الحوادث الشخصية

(ب) الغاء التأمين مع رد الأقساط المسددة

(ج) تصفية الوثائق:

١- نقدا

٢- تأمين مخفض مسدد الأقساط

٣- تقصير مدة التأمين

٤- شراء دفعات المعاش

(د) القروض بضمان الوثائق:

١- قروض بفوائد

٢- قروض بفوائد مخفضة

٣- قروض تلقائية لسداد الأقساط المتأخرة

موقف الشركة

(هـ) تحويل التأمين من نوع لآخر

(و) خدمات واستشارات تأمينية:

١- استشارات وخدمات تأمينية بدون أجر

٢- بناء واعداد برامج تأمين على الحياة للعملاء بأجر

(ز) إصدارات بمبالغ تأمين:

١- ثابتة طول مدة التعاقد

٢- متزايدة مع ارتفاع معدلات التضخم

٣- حسب حاجة المؤمن لهم

٤- بعملات أجنبية

٥- مع الأرباح

٦- بدون أرباح

خدمات أخرى:

- ١- فروع داخلية
 - ٢- فروع خارجية
 - ٣- إصدارات مع اليانصيب والجوائز المالية
 - ٤- الاعفاء من الكشف الطبي
 - ٥- خدمات آلية
 - ٦- إصدارات بأقساط مخفضة في بداية التعاقد
 - ٧- منح فترة سباح في حالة التوق عن السداد
- ٣- يرى البعض أن نجاح جهاز الانتاج في المساهمة في تحقيق أهداف الشركة يتوقف بالدرجة الأولى على الحجم الكمي للانتاج (عدد الوثائق المصدرة) الذي يحققه هذا الجهاز خلال العام. ما هي وجهة نظركم في هذا الرأي؟

٤- في ضوء خبرتكم العملية الرجاء ترتيب العوامل التالية حسب أهميتها النسبية بالنسبة للمنتج أو وسيط التأمين بصفة عامة أثناء اقناعه للعمل بشراء التأمين على الحياة. ضع (١) أمام العامل الأكثر أهمية و (٢) أمام العامل الذي يليه في الأهمية وهكذا.

الترتيب

- العوامل
- العمولة التي يتوقع أن يحصل عليها المنتج أو وسيط التأمين
 - الغطاء التأميني المناسب للعميل
 - حصص الانتاج المخطط لها مسبقا والتي يتعين عليه تحقيقها
 - قدرة العميل على سداد الأقساط والاستمرار في التعاقد على التأمين

الترتيب

- العوامل
- المحافظة على العميل الحالي والبحث عن العميل المرتقب
 - التركيز على تسويق التأمين المختلط

- ما هو مجال المنافسة الأكثر أهمية من وجهة نظركم في تقديم الخدمات للمؤمن لهم . ضع (١) أمام المجال الأكثر أهمية و(٢) أمام المجال الذي يليه في الأهمية وهكذا .

السعر
نوع الخدمة
طريقة تقديم الخدمة
يتم تقييم أداء المنتجين في ضوء مجموعة عوامل تحددها ادارة الانتاج بالشركة .
الرجاء ترتيب هذه العوامل حسب أهميتها النسبية بوضع (١) أمام العامل الأكثر أهمية و(٢) أمام العامل الذي يليه في الأهمية وهكذا .
العوامل
الترتيب

- حجم الانتاج (عدد الوثائق - الأقساط - مبالغ التأمين)
- نوعية الانتاج
- الشكاوى المقدمة للشركة في حق المنتج
- مدى استمرار المؤمن عليهم في التعاقد على التأمين
- التزام المنتج بتحقيق خطة الانتاج المحددة له من قبل الشركة
- الجهد الذي يبذله المنتج في جلب عملاء للشركة عن قناعة حقيقية بأهمية التأمين على الحياة
- مدى الالتزام بحضور الدورات التدريبية واستخدام الأساليب الحديثة في الانتاج
٧- في رأيك ما هي نسبة المنتجين ووسطاء التأمين الذين تتوافر لديهم الخبرة الكافية في مجال الانتاج وتسويق التأمين من بين اجمالي المنتجين ووسطاء التأمين الذين تتعاملون معهم . ضع علامة (x) في المرجع المناسب .

صفر - ٢٥ %

٢٦ % - ٥٠ %

٥١ % - ٧٥ %

٧٦ % - ١٠٠ %

٨- ما هي أهم شكاوى المنتجين بالنسبة للتغطيات التي تقدمها الشركة ؟
الرجاء ترتيب هذه الشكاوى حسب أهميتها بوضع (هامة جدا = ١ ، هامة (٢) ، عادية (٣) ، ثانوية (٤)

٩- ما هي أسباب شكاوى المنتجين؟ - الرجاء ترتيب الأسباب حسب أهميتها.

١٠- إن زيادة حجم الانتاج في شركة التأمين يحتاج إلى القيام بمجموعة وظائف ذات علاقة قوية بالانتاج. الرجاء ترتيب هذه الوظائف حسب أهميتها من وجهة نظرك. ضع (١) أمام الوظيفة الأكثر أهمية و(٢) أمام الوظيفة الأكثر أهمية وهكذا.

- الترتيب
- الدعاية والاعلان
 - بحوث ودورات التأمين
 - التدريب
 - التسعير
 - التخطيط والمتابعة
 - الاشراف والرقابة على وسطاء التأمين والمنتجين
 - أخرى (اذكر الوظائف الأخرى التي أضافتها)

١١- العبارات التالية تمثل الآراء المختلفة التي تتعلق بشأن تقديم تغطيات تأمينية وأسلوب تقديمها. الرجاء وضع دائرة حول الرقم الذي تروه مناسباً من وجهة نظركم.

الرأي	صائب جداً	صائب	غير صائب
(١) ان اصدار أنواع جديدة من وثائق التأمين يكون بناء على دراسات لاحتياجات السوق	٣	٢	١

١	٢	٣	(أن أهم وظيفة تساعد على تحقيق أهداف شركة التأمين هي الانتاج
	١٢	٣	(١) تغفل شركات التأمين تلبية احتياجات بعض القطاعات الهامة في المجتمع
١	٢	٣	(٢) ان البطيء في الاجراءات التنفيذية داخل الشركة من العوامل الرئيسية للتخلي عن الاستمرار في التأمين من قبل العملاء
١	٢	٣	(٤) تسعى شركات التأمين إلى اصدار تغطيات تأمينية مستحدثة تتلاءم واحتياجات المواطنين
١	٢	٣	(٦) تعطي شركة التأمين للعملاء الفرصة لبدء رأيهم في التغطيات التأمينية الجديدة التي تقدمها الشركة
١	٢	٣	(٧) ان التغطيات التأمينية التي تقدمها شركة التأمين للسوق محدودة ولا تحقق متطلبات المواطنين في هذا المجال
١	٢	٣	(٨) ان التغير في القوة الشرائية للنقود ومنافسة الأوعية الادخارية - الأخرى من الأسباب الرئيسية لتقديم تغطيات تأمينية جديدة
١	٢	٣	(٩) ان تعارض بعض المبادئ الفنية والقانونية للتأمين على الحياة مع أحكام الشريعة الاسلامية كان الدافع لتقديم تغطيات تأمينية جديدة تمنع هذا التعارض
١	٢	٣	(١٠) ان الطلب على التأمين على الحياة في دولة الكويت خلال فترة المناخ كان طلبا غير عاديا ويمثل طفرة في الانتاج وذلك في ضوء الاحصائيات المنشورة
١	٢	٣	(١١) يؤدي تصحيح ادارة الشركة لبعض المفاهيم الخاطئة لدى المؤمن لهم عن التأمين على الحياة إلى اعادة النظر في طلب الغاء وثائقهم أو تصفيتهم

١٢- العبارة التي تعكس أكثر من غيرها من وجهة نظركم السبب الرئيسي لانخفاض الطلب على التأمين على الحياة في دولة الكويت. الرجاء ترتيب الأسباب التالية حسب أهميتها بوضع (١) أمام السبب الأكثر أهمية و(٢) أمام السبب الذي يليه في الأهمية وهكذا.

الترتيب

الأسباب

(أ) الوازع الديني

(ب) انخفاض الوعي التأميني

(ج) الظروف المالية والاقتصادية

(د) المفاهيم الخاطئة التي يعتمد عليها المنتجين والوسطاء في اقناع المواطنين بأهمية التأمين على الحياة

(هـ) عدم كفاية الدعاية والاعلان للتأمين

(و) المزايا التي تقدمها التأمينات الاجتماعية لمواطني الدولة

(ز) منافسة الأوعية الادخارية الأخرى

(ح) عدم الاستقرار والضمان الوظيفي لغير الكويتيين

(ط) أسباب أخرى (أذكر الأسباب الأخرى)

١٣- فيما يلي مجموعة من الأسباب التي يرجع عزوف المؤمن لهم عن الاستمرار في التعاقد على التأمين على الحياة. الرجاء ترتيب هذه الأسباب حسب أهميتها من وجهة نظركم بوضع (١) أمام السبب الأكثر أهمية و(٢) أمام السبب الذي يليه في الأهمية وهكذا.

الترتيب

أولاً: الالغاءات

١- اقتناع المؤمن لهم بعد التعاقد على التأمين بأن التأمين على الحياة حرام.

٢- عدم القدرة المالية للمؤمن لهم على الاستمرار في سداد الأقساط في مواعيدها.

٣- التقليد والمحاكاة للآخرين.

٤- المفاهيم الخاطئة التي يعتمد عليها المنتجين في تسويق التأمين واغراء المؤمن لهم بالتعاقد بصرف النظر عن النتائج التي تترتب بعد ذلك.

٥- اقتناع المؤمن لهم في السنوات الأولى من التعاقد بأن التأمين على الحياة ليس هو الوسيلة المناسبة للضمان والأمان بالنسبة للمستقبل.

٦- أسباب أخرى (اذكر الأسباب الأخرى)

الترتيب

ثانياً: التصنيف

١- حاجة المؤمن له لأموال سائلة

٢- منافسة الأوعية الادخارية

٣- عدم القدرة على الاستمرار في سداد الأقساط المستحقة

٤- الاقتناع بآراء فقهاء الشريعة في شأن تحريم التأمين على الحياة

٥- زوال الأسباب الداعية للطلب على التأمين على الحياة

٦- عدم تطابق الصورة التي أعطاها المنتج أو وسيط التأمين للمؤمن له عن أهمية التأمين على الحياة مع الواقع العملي.

٧- أسباب أخرى (اذكر الأسباب الأخرى)

الترتيب

ثالثاً: القروض بضمان الوثائق

- ١- الحاجة إلى المال للبدء في ممارسة بعض الأنشطة
- ٢- انخفاض معدل الفائدة على القروض بضمان الوثائق بالمقارنة بمعدلات الفائدة في السوق ورغبة المؤمن لهم في الاستفادة من ذلك
- ٣- استخدام القروض في سداد الأقساط المتأخرة على المؤمن لهم
- ٤- أسباب أخرى (اذكر الأسباب الأخرى)

١٤- في رأيكم الشخصي وبناء على خبرتكم العملية ما هي نسبة المؤمن لهم بالتقريب الذين يتوقفون عن سداد الأقساط وتلغى وثائقهم بسبب شعورهم بأنهم قد غرر بهم من قبل المنتجين ووسطاء التأمين. ضع علامة (X) أمام المربع المناسب.

صفر - ٢٥٪

٢٦٪ - ٥٠٪

٥١٪ - ٧٥٪

٧٦٪ - ١٠٠٪

١٥- في رأيكم الشخصي وبناء على خبرتكم العملية ما هي نسبة المؤمن لهم الذين يطلبون تصفية وثائقهم سنوياً بسبب احساسهم بأن المنتج أو وسيط التأمين لم يوضح لهم الحقائق كاملة بشأن مزايا التأمين وألحقوق والالتزامات الناشئة عن التأمين على الحياة. ضع علامة (X) في المربع المناسب.

صفر - ٢٥٪

٢٦٪ - ٥٠٪

٥١٪ - ٧٥٪

٧٦٪ - ١٠٠٪

١٦- في رأيكم الشخصي وبناء على خبرتكم العملية ما هي نسبة المقترضين بضمان وثائق التأمين على الحياة الذي يسددون القروض وفوائدها في المواعيد المحددة ويبقون على وثائق التأمين على الحياة سارية المفعول. ضع علامة (X) في المربع المناسب.

صفر - ٢٥٪

٢٦٪ - ٥٠٪

٥١٪ - ٧٥٪

٧٦٪ - ١٠٠٪

١٧- اذكر سبل علاج ظاهرة انخفاض الطلب على التأمين على الحياة في دولة الكويت في ضوء خبرتكم العملية.

١٨- هل هناك أي إضافات أخرى بخصوص موضوع الاستقصاء؟

نموذج (٢)

المسئول الذي يجب على قائمة الاستقصاء : المنتجين والعاملين في ادارة الحياة ذو العلاقة بالانتاج .

الرجاء التفضل بالاجابة على الأسئلة التالية :

- ١- ما هي العبارة التي تعتقد أنها تعبر أكثر من غيرها عن مفهوم الانتاج من وجهة نظركم في ضوء ما هو مطبق فعلا في الحياة العملية . ضع علامة (x) أمام العبارة المناسبة .
 - الانتاج هو الوظيفة التي تهدف إلى الدعاية والاعلان والترويج لأهمية التأمين على الحياة بهدف بيع وثائق هذا النوع من التأمين للراغبين فيه .
 - الانتاج هو الوظيفة التي تهتم بدراسة وتحديد الاحتياجات الفعلية للمؤمن لهم واختيار التغطيات المناسبة لهذه الاحتياجات بهدف المحافظة على هؤلاء العملاء في تعاملهم مع الشركة في الأجل الطويل .
 - الانتاج هو الوظيفة الخاصة بتقديم تغطيات تأمينية للمؤمن لهم بأسعار منافسة .
 - الانتاج هو الوظيفة التي تهدف إلى المحافظة على استمرارية الشركة وبقاءها عن طريق جلب عملاء جدد للشركة .
 - الانتاج هو الوظيفة التي تؤدي إلى تحقيق حصص الانتاج المخطط لها مسبقا .

٢- العبارات التالية تمثل الآراء المختلفة التي تتعلق بطبيعة عمل المنتجين وعلاقتهم مع الشركة . الرجاء وضع دائرة حول الرقم الذي تروه مناسباً من وجهة نظركم .

الآراء	موافق	موافق	غير موافق	غير موافق
	جدا	موافق	موافق	على الإطلاق
	٤	٣	٢	١
(أ) تعتبر عمولة الانتاج التي يحصل عليها المنتج هي العامل الأكثر أهمية الذي يضعه المنتج أو الوسيط في اعتباره عند البحث عن العميل واختيار الغطاء التأميني له	٤	٣	٢	١
(ب) تضع شركة التأمين عادة حصص انتاج معينة يجب على المنتج تحقيقها خلال السنة والا تعرض للمسألة التي تصل إلى حد الشطب من سجل المنتجين . لذلك فإن المنتج عادة ما يسعى لاقتناع العميل باتمام عقد التأمين وسداد القسط الأول	٤	٣	٢	١
(ج) يركز أغلب المنتجين ووسطاء التأمين في تعاملهم مع العملاء المرتقبين على تسويق التأمين المختلط لما فيه من أجزاء ادخارية عالية وكبر حجم أقساطه وسهولة اقناع العميل بشرائه	٣	١٢		

- (د) ان قصور التغطيات الحالية في مجال التأمين على الحياة من تحقيق رغبات العملاء يعوق عمل المنتجين .
- (هـ) ان الزيادة غير الطبيعية بعمولات الانتاج كانت خلال فترة الرواج الاقتصادي في الكويت خلال عام ١٩٨٢ (فترة المناخ)
- (هـ) ان تحريم التأمين على الحياة من قبل فقهاء الشريعة الاسلامية من أهم أسباب انخفاض الطلب على هذا النوع من التأمين في دولة الكويت
- (و) ان اكتساب الخبرة في مجال الانتاج لا تغني عن حاجة المنتجين إلى برامج تدريبية تعرفهم بالجديد في مجال الانتاج .
- (ز) ان التفاوت الكبير بين الصورة التي رسمها المؤمن له في ذهنه عن التأمين على الحياة والواقع العملي أحد الأسباب الرئيسية لالغاء التأمين وتصفية وثائق التأمين على الحياة .

٣- اذكر الأسباب الحقيقية لانخفاض الطلب على التأمين على الحياة في دولة الكويت.

٤- اذكر الأسباب الحقيقية لتوقف المؤمن لهم عن سداد الأقساط والغاء التأمين.

٥- اذكر الأسباب الحقيقية لتصفية وثائق التأمين.

٦- الرجاء وضع علامة (X) في المربع المناسب الذي يوضح مدة خبرتكم في مجال الانتاج.

- أقل من ٥ سنوات

- من ٥ سنوات إلى أقل من ١٠ سنوات

- من ١٠ سنوات إلى أقل من ١٥ سنة

- ١٥ سنة فأكثر

--

٧- الرجاء وضع علامة (X) في المربع المناسب الذي يوضح المؤهل الدراسي والتخصص
تخصص تأمين أخرى

جامعي
معهد عال
ثانوية عامة
متوسط

٨- ما هي أهم الصعوبات التي تقابل المنتج عند بحثه عن العميل المرتقب؟

٩- ما هي أهم شكاوى المؤمن لهم تجاه الخدمات التي تقدمها الشركة؟

١٠- في رأيكم وبناء على خبرتكم العملية ما هي نسبة المؤمن لهم بالتقريب الذين يعتمدون على المنتج بالدرجة الأولى في اختيار وثائق تأمينهم. ضع علامة (x) في المربع المناسب.

صفر - ٢٥٪

٢٦٪ - ٥٠٪

٥١٪ - ٧٥٪

٧٦٪ - ١٠٠٪

١١- ان وظيفة الانتاج من الوظائف الهامة والشاقة في شركة التأمين ففي ضوء العائد المادي والمعنوي الرجاء تحديد درجة رضائك عن الوظيفة بوضع (x) أمام درجة الرضاء المناسبة.

رضاي جدا ☐ رضاي ☐ غير رضاي ☐ غير رضاي بالمرة ☐

١٢- اذكر سبل علاج ظاهرة انخفاض الطلب على التأمين على الحياة في دولة الكويت في ضوء خبرتكم العملية.

١٣- هل هناك أي اضافات أخرى بخصوص موضوع الاستقصاء؟

--