

مواكبة الخدمات التأمينية لإستيفاء متطلبات السياسات البيئية الحديثة

رسالة مقدمة من الطالبة

لمياء عبد الصبور فوزي البتانوني

بكالوريوس التجارة- المعهد العالي للدراسات التعاونية والإدارية ١٩٩٥

لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير
فى العلوم البيئية

قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية
معهد الدراسات والبحوث البيئية
جامعة عين شمس

٢٠١١

صفحة الموافقة على الرسالة
(مواكبة الخدمات التأمينية لإستيفاء متطلبات السياسات البيئية الحديثة)

رسالة مقدمة من الطالبة

لمياء عبد الصبور فوزي البتانوني
بكالوريوس التجارة- المعهد العالي للدراسات التعاونية والإدارية ١٩٩٥

لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير
فى العلوم البيئية
قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية

وقد تمت مناقشة الرسالة والموافقة عليها :

اللجنة :
التوقيع

١. أ. د/ فيصل ذكى عبد الواحد
أستاذ القانون المدنى- كلية الحقوق جامعة عين شمس

٢. أ. د / حسن عبد المنعم الحيوان
أستاذ مساعد كلية التجارة – جامعة عين شمس

٣. أ. د / أحمد محمد أحمد عبد الله
أستاذ مساعد كلية التجارة – جامعة عين شمس

(مواكبة الخدمات التأمينية لإستيفاء متطلبات السياسات البيئية الحديثة)

رسالة مقدمة من الطالبة

لمياء عبد الصبور فوزي البتانوني

بكالوريوس التجارة- المعهد العالي للدراسات التعاونية والإدارية ١٩٩٥

لإستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير

فى العلوم البيئية

قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية

تحت إشراف:

+ أ.د/ حسن محمد خير الدين

أستاذ التسويق والإعلان المتفرغ- كلية التجارة - جامعة عين شمس

٤ د /على جمال عبد البر

مدرس بقسم إدارة الأعمال- كلية التجارة - جامعة عين شمس

ختم الإجازة

أجيزت الرسالة بتاريخ / / ٢٠١١

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس المعهد

/ / ٢٠١١

/ / ٢٠١١

**Consistency Of Insurance Services For Fulfilling Requirements
Of Modern Environmental Policies**

Submitted By

Lamiaa Abd El-Sabour Fawzy El-Betanony

Bachelor of Commerce – Institute of Higher
Studies of the collaborative and administrative 1995

**A thesis submitted in Partial Fulfillment
Of
The Requirement for the Master Degree
In
Environmental Science**

Department of Environmental Economics , Law and
Management Science
Institute of Environmental Studies and Research
Ain Shams University

2011

بسم الله الرحمن الرحيم

((والراسخون فى العلم يقولون آمنا به كل من عند ربنا وما يذكر

إلا أولوا الألباب))
صدق الله العظيم

((قالوا سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا إنك أنت العليم الحكيم))

صدق الله العظيم

إهداء

أهدى هذه الرسالة إلى أبى وأمى اللذان بذلا الكثير من الجهد من أجل تربيته ، وإلى أساتذتى الأفاضل الذين أدين لهم بالكثير لما قدموا لى من عون ومساعدة لإعداد هذا البحث ، فلهم جميعا كل الشكر والعرفان بالجميل .

الباحثة

المستخلص

تهدف الدراسة إلى دراسة السياسات التسويقية الموجودة في قطاع التأمين في مصر والعمل على أن تواكب الخدمات التأمينية وتستوفي متطلبات السياسات البيئية الحديثة حيث أنه في ظل الظروف البيئية المتغيرة والتغيرات المتلاحقة على الصعيدين العالمي والمحلي أثر ذلك على كافة القطاعات ومن بين هذه القطاعات قطاع التأمين ، مع وجود تحديات القرن الـ ٢١ أصبح قطاع التأمين يواجه مشكلات كبرى لدخول أسواق الدول النامية ، والتي وجهت إستثماراتها وأنشطتها التجارية طبقاً لإتفاقية الجات والتغير في البيئة المادية المصاحبة لتقييم الخدمة المستخدمة في شركات التأمين والمؤثرة على تسويق مختلف أنواع التأمين وبات من الضروري العمل على مواكبة الخدمات التأمينية للمستجدات الحديثة في ظل مقاييس الجودة العالمية (الأيزو) والتي يقاس على أساسها جودة الأداء وتتحدد مدى الكفاءة التنافسية فعصر العولمة أصبح يحتاج لأساليب جديدة لمواكبة المستجدات والتغيرات التي طرأت على البيئة ومنها على سبيل المثال لا الحصر الطفرة التكنولوجية في النقل والإتصالات والإدارة والثورة المعلوماتية وفي ظل توقيع مصر لإتفاقية الجات ، ووجود إقتصاد عالمي متمثل في الشركات متعددة الجنسية ، وفي ظل المنافسة الشديدة ومنطق البقاء للأقوى و الأكفأ كان لزاماً أن تصبح الوسيلة المثلى لمواجهة المنافسة هي تقديم خدمات عالية الجودة وبمواصفات عالمية تشبع إحتياجات العملاء ولذلك بات حتمياً تحسين جودة وكفاءة تقديم الخدمات كوسيلة لحل مشكلات التنمية الإقتصادية وأصبح من المهام الرئيسية لمتخذ القرارات التسويقية إستخدام العوامل التي يمكن التحكم فيها (عناصر المزيج التسويقي) في التقليل من تأثير العوامل التي لايمكن التحكم فيها

(العوامل الديموجرافية والإقتصادية والسياسية والتكنولوجية والقانونية والمنافسة والبيئية) وتهتم الدراسة بتوضيح أهمية ودور التسويق بالمشكلات المتعلقة بالبيئة الداخلية والبيئة الخارجية لشركات التأمين وكيفية تحقيق رضا العميل عن جودة الخدمة المقدمة وتوصى الدراسة بالإهتمام بالبحوث التسويقية ومعالجة المشكلات البيئية والتسويقية والموجودة فى شركات التأمين للوصول لأعلى مستويات جودة تقديم الخدمة التأمينية والنهوض بقطاع التأمين .

المخلص

فى ظل الظروف البيئية المتغيرة والتغيرات المتلاحقة على الصعيدين العالمى والمحلى أثر ذلك على كافة القطاعات ومن بين هذه القطاعات قطاع التأمين ، مع وجود تحديات القرن الـ ٢١ أصبح قطاع التأمين يواجه مشكلات كبرى لدخول أسواق الدول النامية ، والتي وجهت إستثماراتها وأنشطتها التجارية طبقا لإتفاقية الجات.

التغير فى البيئة المادية المصاحبة لتقييم الخدمة المستخدمة فى شركات التأمين والمؤثرة على تسويق مختلف أنواع التأمين. وبات من الضرورى العمل على مواكبه الخدمات التأمينية للمستجدات الحديثة فى ظل مقاييس الجودة العالمية (الأيزو) والتي يقاس على أساسها جودة الأداء وتتحدد مدى الكفاءة التنافسية ، عصر العولمة أصبح يحتاج لأساليب جديدة لمواكبه المستجدات والتغيرات التى طرأت على البيئة، الطفرة التكنولوجية فى النقل والإتصالات والإدارة والثورة المعلوماتية. فى ظل توقيع مصر لإتفاقية الجات، ووجود إقتصاد عالمى متمثل فى الشركات متعددة الجنسية ، وفى ظل المنافسة الشديدة ومنطق البقاء للأقوى والأكفأ . كان لزاما أن تصبح الوسيلة المثلى لمواجهة المنافسة هى تقديم خدمات عالية الجودة وبمواصفات عالمية تشبع إحتياجات العملاء. لذلك بات حتميا تحسين جودة وكفاءة تقديم الخدمات كوسيلة لحل مشكلات التنمية الإقتصادية، قد أصبح السوق المصرى مهينا لدخول رؤوس أموال أجنبية.

وأصبحت من المهام الرئيسية لمتخذ القرارات التسويقية إستخدام العوامل التى يمكن التحكم فيها (عناصر المزيج التسويقى) فى التقليل من تأثير العوامل التى لايمكن التحكم فيها(العوامل الديموجرافية والإقتصادية والسياسية والتكنولوجية والقانونية والمنافسة والبيئية) . ويمكن تحقيق ذلك فإن شركات التأمين تحتاج

لتقسيم السوق إلى قطاعات طبقاً لأوجه التشابه والاختلاف والتعامل مع كل قطاع كهدف تسعى للوصول إليه من خلال توجية المجهودات والأنشطة التسويقية التي تناسب هذا القطاع حتى يمكن التعرف على أفضل الفرص التسويقية، عدم استخدام بحوث التسويق ودراسات إحتياجات العملاء عدم دراسة دوافع الشراء إنخفاض الوعي التأمينى. كان لابد من دراسة السياسات التسويقية الموجودة فى قطاع التأمين فى مصر والعمل على أن تواكب الخدمات التأمينية وتستوفى متطلبات السياسات البيئية الحديثة . وهناك مشكلات كثيرة فى شركات التأمين تؤثر على تسويق الخدمات منها مشكلات البيئة الداخلية ومشكلات البيئة الخارجية والتي يجب العمل على حلها.

المقدمة

واجهت العالم خلال الخمسين سنة الماضية العديد من المتغيرات العالمية التى تعمل على إعادة تشكيل الإقتصاد العالمى ، من أهم هذه المتغيرات إتجاه الدول المتقدمة إلى تطبيق سياسات تجارية من شأنها تحرير التجارة الدولية ، وذلك من خلال توقيع إتفاقية الجات ، والتى تحولت فيما بعد إلى المنظمة العالمية للتجارة

.World Trade Organization (WTO)

وتعتبر إتفاقية الجات من أهم أحداث القرن العشرين والحادى والعشرون على الإطلاق ، وذلك لما يترتب عليها من العديد من الآثار الإقتصادية والإجتماعية والثقافية والبيئية على كل دول العالم سواء التى وقعت عليها أو التى لم توقع عليها . وفى ظل تحرير التجارة العالمية سوف تشتد المنافسة فى السوق العالمى ويصبح البقاء للمنتجات ذات الجودة العالية والتكلفة المناسبة، مما يتطلب الإرتقاء بالمستوى الفنى والتكنولوجى والتسويقى والإدارى للمنتجات فى الدول النامية بما فيها مصر حتى تستطيع المنافسة حيث أن التسويق هو العجلة التى تدفع بالشركات للنجاح والإهتمام بعناصر تسويق الخدمة وعناصر المزيج التسويقي وإزالة

المعوقات التى تواجه تسويق الخدمة التأمينية من أهم أساليب تحقيق التنمية والنهوض بالإقتصاد القومى .

منهجية الدراسة

تحقيقا لأغراض الدراسة فقد إعتمدت الدراسة على الدراسة المكتبية وتشمل الكتب والمراجع الأجنبية والعربية و الدوريات العربية والأجنبية البحوث والتقارير المتعلقة بموضوع البحث والرسائل العلمية المتاحة المتعلقة بموضوع البحث ، أيضا تم عمل زيارات للعديد من شركات التأمين وفروعها العاملة فى جمهورية مصر العربية التابعة للقطاع العام و التابعة للقطاع الخاص و التابعة للقطاع التعاونى للإطلاع عمليا على ما يقابلها من معوقات وما تتبعه من أساليب لتسويق خدمة التأمين وتم عمل لقاءات مع عملاء شركات التأمين من الأفراد فقط والذين يتعاملون فى خدمة أو أكثر من الخدمات التى تقدمها شركات التأمين فى مصر و مديرى تسويق الخدمات فى شركات التأمين وفروعها من خلال عمل الباحث فى أحد مؤسسات التأمين التعاونى وذلك لأنها تخدم أكبر عدد من العملاء و تساهم فى خدمة الإقتصاد القومى وللوقوف على ما يقابلها من معوقات.

خطة الدراسة

تتمثل خطة الدراسة فى العناصر التالية :-

أولا: مواكبه الخدمات التأمينية للمتغيرات البيئية المستجدة على الساحة .

ثانيا : مفهوم تسويق الخدمة التأمينية وكيفية تطبيقه على شركات التأمين .

ثالثا : متطلبات تسويق الخدمة التأمينية .

رابعا : سوق التأمين فى مصر .

خامسا: أهمية قطاع التأمين فى السوق المصرى .

سادسا : مؤشرات قياس جودة وكفاءة الخدمة التأمينية.

سابعا : معوقات تسويق الخدمة التأمينية فى مصر.

ثامنا : الخلاصة والتوصيات والنتائج .

أولا : مواكبه الخدمات التأمينية للمتغيرات البيئية المستجدة على الساحة:

الوسيلة المثلى لمواجهة المنافسة هي تقديم خدمات عالية الجودة وبمواصفات عالمية تشبع إحتياجات العملاء. لذلك بات حتميا تحسين جودة وكفاءة تقديم الخدمات كوسيلة لحل مشكلات التنمية الإقتصادية حيث أن شركات التأمين تواجه الكثير من المشكلات والتي تؤثر على تسويق الخدمات ومنها على سبيل المثال لا الحصر ÷

مشكلات متعلقة بالبيئة الداخلية لشركات التأمين ÷

د تلوث بيئة العمل نتيجة التدخين داخل أماكن العمل المغلقة مما يؤثر بالسلب على صحة العاملين بالشركة ، يحدث إصابات فى الجهاز التنفسى وأمراض صدرية، ويتسبب فى مضايقة العملاء من نوعية الهواء الموجودة فى المكان.

وقد جاء القانون رقم ٥٢ لسنة ١٩٨١ م والذى تنص المادة (٦) فية على الآتى: يحظر التدخين فى وسائل النقل العام والأماكن العامة والمغلقة التى يصدر بتحديدھا قرار من وزير الدولة للصحة. (١).

والذى عدل بالقانون رقم ١٥٤ لسنة ٢٠٠٧ م بتعديل بعض احكام القانون رقم ٥٢ لسنة ١٩٨١ م فى شأن الوقاية من أضرار التدخين. المادة ٦ مكرر ٣ والتي تنص على الآتى: (٢).

يحظر التدخين نهائيا بكافة صورة فى مختلف المنشآت الصحية والتعليمية والمصالح الحكومية والنوادي الرياضية والإجتماعية ومراكز الشباب والأماكن

^١ - القانون رقم ٥٢ لسنة ١٩٨١ م فى شأن الوقاية من أضرار التدخين الجريدة الرسمية العدد ٢٦ فى ١٩٨١/٦/٢٥ م

^٢ - القانون رقم ١٥٤ لسنة ٢٠٠٧ م فى شأن الوقاية من أضرار التدخين الجريدة الرسمية العدد ٢٦٢ فى ٢٠٠٧/١١/١٧ م

الأخرى التى يصدر بها قرار من وزير الصحة ، ويلتزم المدير المسئول فى هذه الأماكن باتخاذ الإجراءات الكفيلة بمنع التدخين فيها ويعاقب عن إخلاله بهذا الإلتزام بغرامة لا تقل عن ألف جنية ولا تزيد عن عشرين ألف جنية ، كما يعاقب المدخن بغرامة لا تقل عن خمسين جنيها ولا تزيد عن مائة جنية.

٢ وجود ضوضاء فى أماكن العمل مما يقلل من نسبة التركيز وكفاءة أداء العمل ويزيد من معدل الأخطاء فى العمل.

٣ عدم وجود لوحات إرشادية تساعد العملاء باختلاف أنواعهم على تحديد أماكن تقديم الخدمة المطلوبة.

٤ أسلوب التعامل غير اللائق بين الموظفين وبعضهم أو بينهم وبين العملاء مما يؤثر بالسلب على إنطباعات العملاء.

٥ عدم وجود أماكن لانتظار السيارات قريبا من مقر الشركة يؤثر على مستوى رضا العملاء عن الخدمات.

٦ العلاقات الغير ودية بين الزملاء وخلق المشاكل الشخصية بمشكلات العمل.

٧ غياب الوضوح والشفافية فى التعامل مع العملاء وتوضيح ما يسمى بآلية التعويض فى شركات التأمين .

٨ التعيين فى كثير من شركات التأمين فى مصر يكون بالوساطة مما يجعل مفهوم الثواب والعقاب غائبا .

٩ الترقى للمناصب القيادية والدرجات الوظيفية العليا لا يكون بالدرجة الأولى للكفاءة والخبرة ومصلحة العمل وإنما يكون هناك اعتبارات ومصالح شخصية أخرى تدبر دفة القرار.

١٠ عدم الإهتمام بوجود إدارة خاصة للبحوث والتطوير وتحسين الأداء فى شركات التأمين تكون مهمتها متابعة ما يدور فى سوق التأمين ومعرفة ما هو جديد والعمل على نقلة للشركة ، أيضا يكون من واجبات ومهام إدارة البحوث

متابعة مستوى أداء الشركة مقارنة بمستوى أداء الشركات الأخرى ، عمل بحوث ومقترحات للتطوير .

١١ غياب العدالة فى نظام الحوافز والمكافآت والمزايا فى بعض شركات التأمين مما يخلق شعور بالإحباط وعدم الرضا عند حصول الموظف على عائد أقل مما يستحق ، تمتع البعض الآخر بمزايا ومكافآت أكثر مما يستحق ، يمكن تلافى ذلك بوضع نظام عادل لتوزيع الحوافز والمكافآت على أسس موضوعية تراعى تقدير الجهود التى يبذلها العاملين والنتائج التى يحققونها حتى لا يتفشى بينهم الإحساس بأن العمل وبذل الجهد الإضافى والوصول لأعلى النتائج لا قيمة له ولا يتم تقديره من الإدارة العليا .

١٢ الشللية ووجود إنقسامات داخل العمل وأحزاب بينها صراعات ومؤامرات مما يؤثر بالسلب على مصلحة العمل وتشتتت مجهود العاملين بين العمل ومشكلاته والصراعات الداخلية مما يؤثر على جودة الخدمات المقدمة ويسبب للصورة الذهنية للمنشأة لدى الغير حيث أن مناخ بيئة العمل يجب أن يخلو من التوتر والصراعات ، على العكس يجب أن تسود روح الود والتعاون مما يؤثر تأثيرا إيجابيا على العمل ويزيد من رغبة العاملين وولائهم للشركة.

١٣ عدم الإلتزام بمواعيد الحضور للشركة ووجود نوع من عدم الإهتمام بالمواعيد مما يعرض الشركات لضياع بعض العمليات نتيجة إحساس العميل بأنه ليس محل إهتمام وقد يفقد الثقة فى الشركة ويشعر بعدم الإطمئنان لصرف التعويضات فى ميعادها.

١٤ عدم وجود نظام أرشيفى جيد لحفظ الملفات فى بعض الشركات مما يعرض حقوق العملاء للضياع بإعطاء معلومات غير كاملة .

مشكلات ومتغيرات متعلقة بالبيئة الخارجية لشركات التأمين:

- ١ إتفاقية الجات
- ٢ تحرير التجارة العالمية.
- 3 العولمة.
- ٤ المنافسة الشديدة بين شركات التأمين فى تقديم الخدمات.
- ٥.التغير فى أسعار العملات والذى له أثره على تسعير الوثائق بالعملات الأجنبية.

ثانيا : مفهوم تسويق الخدمة التأمينية وكيفية تطبيقه على شركات التأمين ÷

إن أى مدخل لدراسة مفهوم تسويق الخدمة إنما يبدأ من تعريف الخدمات ، وبالرغم من أن الخدمات تستحوذ على نصيب متزايد من دخل المستهلك والتي تتراوح ما بين ٣٠% و٤٠% من الإنفاق الإستهلاكى فإن الإهتمام الرئيسى للتسويق كان ولا يزال منصبا إلى حد كبير على تسويق السلع المادية وهناك إختلاف ملحوظ فى وجهات النظر المتعلقة بمفهوم الخدمة ، ومن ثم إختلافات فى تحديد مجالاتها الأساسية ، فمن التعاريف الشائعة فى هذا الصدد تعريف جمعية التسويق الأمريكية والتي عرفت الخدمة بأنها الأنشطة أو المنافع أو الإشباعات التى تعرض للبيع أو التى تعرض مرتبطة بالسلع المباعة.

كما تعرف الخدمات بأنها أوجه نشاط غير ملموسة تهدف إلى إشباع الرغبات والإحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك الأخير أو المشتري الصناعى مقابل دفع مبلغ معين من المال بحيث لا تقتصر هذه الخدمات ببيع منتجات أخرى.

واستنادا للتعريف السابق لا تشمل الخدمات تلك الخدمات التى يقوم المنتجون أو التجار بتقديمها مع المنتجات المباعة للمستهلك الأخير أو المشتري الصناعى كالإئتمان والصيانة وتوصيل السلعة للمنازل.....إلخ ، ولا تشمل أيضا الخدمات غير