

تنظيم المنافسة في سوق التأمين المصري

دكتور شوقي سيف النصر
كلية التجارة - جامعة القاهرة

مقدمه :

تختلف طبيعته خدمه التأمين عن طبيعته الخدمات الاخرى (١) وخاصه ان تكلفه الخدمه التأمينيه يتم تحديدها بنا على قواعد واصول فنيه تعتمد على خبره توزيع الخسائر نفسى الماضى للاخطار موضوع التسمير وفرض توافر قانون الاعداد الكبيره ، ولايضع التسمير لقانون المرض والطلب أو لقواعد التسمير الجبريه المحدده من قبل الجهات الحكوميه للرقابه على الاسمار ، كما تتوحد اسمار التأمين داخل نطاق أو حدود الدوله الواحده فى كثير من المجتمعات ومنها السوق المصرى للتأمين ولذالك تظل المنافسه بين الشركات منافسه غير حمريه وتتحصر فقط فى تقديم الخدمه التأمينيه المتأخره لحمله الوثائق ، ولكن فى السنوات المشرا الاخيره ، وخاصه منذ بدايه الثمانينات ومع ظهور شركات التأمين القطعاع الخاص وزواله بعض البنوك والمؤسسات الماليه للقليل من الانشطه التأمينيه ، بالاضافه الى ظهور بعض الاخطار الجديده كبيره الحجم والتي ليس لها اسمار وارده فى التعريفات ، والاضافه الى قله الطلب الفعال على الخدمه التأمينيه ونقص الوعى التأمينى لدى افراد المجتمع المصرى ، لهذه الاسباب مجتمعه أصبح هناك مجالاً كبيراً للمنافسه داخل سوق التأمين المصرى والتي عمل فى احيان كثيره الى حد المنافسات الغير مشروعه بين شركات التأمين الباعر داخل هذه السوق .

ويتكون سوق التأمين المصرى حالياً من ثلاث شركات تأمين باعمر قطاع عام هى شركات مصر والشرق والاهليه بالاضافه الى شركه متخصصه فى اعاده التأمين هى الشركه المصريه لاعاده التأمين وثلاث شركات تأمين باعمر قطاع خاص هى شركه قناة السويس والمهندس والذات وشركتان تعملان فى المناطق الحره هما المربيه الدوليه والحريره الامريكه وان كان مجال المنافسه مع الشركتان الاخيرتان محدوداً للغاية لقصر نشاطهما على العمل نفسى المناطق الحره فقط والمعله الصعبه واستعداد الشركه التخصصيه فى اعاده التأمين لانها لاتتعامل مع جمهور حمله الوثائق باعمره نجد ان المنافسه الفعاله تقتصر على شركات التأمين الباعر مصر والشرق والاهليه وقناة السويس والمهندس والذات ، وقد أدت المنافسه الفاعله بين هذه الشركات الى ما يلى : (٢)

١ - مؤه نتائج كثيره من فروع التأمين نتيجته الارتفاع الشديد والمستمر فى معدلات الخسائر فى السنوات القليله الماضيه وخاصه فروع اجسام السفن والطيران والهندسى والسيارات الاجبارى

٢ - الانخفاض فى معدلات العائد الصافى على الاستثمار .

الهدف من الدراسة :

محاولة التعرف على الآثار السببه للنافه الفارة داخل السوق المصرى بين شركات التأمين الباعز والعد من هذه الآثار بقدر الامكان بالاضافه الى تعريف هذه الشركات لاستقرار اوضاع السوق وتحسن نتاجه .

أهميه الدراسة :

- ١ - تخضر النكبه التأمينيه عامه وكتبه سوق التأمين المصرى على وجه الخصوص الى الدراسات العميقه والتفيدة فى مجال دراسته وتحليل النافين واجراء بحوث السوق المستمرة ولذ لك تهتم هذه الدراسة ببيان أهميه دراسته وتحليل النافين كأحد العناصر الهامه التى تتضمنها استراتيجيات التسويق الطبقيه بقطاع التأمين والاساليب المستخدمه لتحقيق ذلك والمشاكل التى تواجههم وكيفية التغلب عليها .
- ٢ - التغيرات الكبيرة التى حدثت فى شكل وتكوين السوق المصرى من ناحيه ونى توجهه الاخطار وشكلها من ناحيه اخرى تطلب التعاون المستمر وضافه الجهود بين الشركات حتى لا تحدث خسائر جسيمة متلاحقه تهدد ضناعه التأمين داخل السوق .

فروض البحث :

- ١ - تعتبر دراسته وتحليل النافين ليست أحد العناصر الاساسيه التى تتضمنها الاستراتيجيات التسويقيه لقطاع التأمين المصرى .
- ٢ - أصبحت النافه لا تعتمد على تقديم الخدمة التأمينيه فقط ولكن أصبحت تشمل توفير اقل سعر بغض النظر عن درجة الخطر .
- ٣ - عدم وجود قواعد وبنائق شرف للمهنة تلتمزم به الشركات .
- ٤ - ضعف قوانين الاشراف والرقابه فى مساندة وتنظيم السوق .
- ٥ - ضعف نظم المعاملات المتكامله عن السوق .

حدود الدراسة :

- ١ - جميع شركات التأمين العامه فى السوق المصرى حتى ١٩٨٩/٦/٣٠ وتبلغ عددها ٦ شركات تتلصق منها شركات تأمين قطاع عام هى مصر والشرق والاهليه وشركه قطاع ظمى هى قاة السويس والمهندسين والدلائل مع اعتماد شركتى القطاع المشترك والشأتان وضا لثانين امشار رأس المال المصرى والاجنبى وهما العربيه الدوليه والصريه الامريكه لان هذه الشركات اغبر حرم لها جزاؤه نشاط التأمين واعادة التأمين داخل السوق المصرى وتقتصر نشاطها على العمل فى الناطق الحرة فقط والمعله الصعبه .

٢ - تمثلت وحدة المعاينة في رؤساء ونواب رؤساء مجالس إدارة هذه الشركات والأعضاء
الضدعيين ومدبري الموم رؤساء المناطق رؤساء المجموعات الانتاجية ومدبري الانتاج
او المسئولين عن ادارة اى نشاط يتعلق بالانتاج او التصنيع في حالة عدم وجود وحدة
تطبيقه تحمل نفس الاسم .

٣ - تم تصميم قائمتي استخا اعدادها موجهة لوحيد : المعاينة السابقة والاخرى موجهة
لرؤساء مجالس الادارة او من ينوب عنهم فقط ، وقد اتبع في استخا معلومات هذه القوائم
اسلوب القابلة الشخصية ولذلك كانت نسبة الاستجابة واستخا المعلومات ١٠٠% وقد
تم توزيع اعداد القائمتين كما يلي :

جدول رقم (١)

توزيع قوائم الاستخا المستخا

القطاع	القائمة الاولى العدد	القائمة الثانية العدد	الاجمالي
العام	٣٠	٧	٣٧
الخاص	١٢	٥	١٧
الاجمالي	٤٢	١٢	٥٤

وقد شملت القائمة الاولى ١٤ مؤالا كما شملت القائمة الثانية ١٠ أسئلة تدور معظمها حول
الاستراتيجية الفعلية المستخدمة في الصناعة فنطاق التأمين العمري وخصائصها ومعلوماتها
ومعظمها أسئلة مغلفة (١١ مؤالا مغلفا في القائمة الاولى وجميع أسئلة القائمة الثانية) وتمتاز
الأسئلة المغلفة بالسهولة والدقة والتوحيد في جمع المعلومات وتوجد أيمه أسئلة فقط مفتوحة
للمتمرن على الآراء والاتجاهات المتخرفة في موضوع الصناعة .

وقد سبق اعداد القائمة النهائية المستخدمة اجراء اختبارات للمصاغة والمدق على عينه
من وحدات المعاينة السابقة وتم التعديل واصبحت نهائية واستخدمت في جمع المعلومات .

محتويات البحث :

- البحث الاول : مؤصراع حجم ونشاط شركات التأمين الصناعية في السوق العمري .
- البحث الثاني : نتائج الدراسه الميدانية .
- البحث الثالث : النتائج والتوصيات .

- هياكل البحث

- مراجع البحث

المبحث الاول

مؤشرات حجم ونشاط شركات التأمين المنافسة في السوق الحرة

مقدمه :

أصبحت المنافسة ذات اهمية خاصة في الوقت الحاضر وخاصة في منشآت التأمين ، ولا يمكن ان تتم المنافسة بنجاح الا من خلال خطط واستراتيجيات تموقيه واضحه تبينها الشركات وتعرف استراتيجيه الترويج (٢) بأنها مجموعه الاهداف والسياسات والقواعد التي تستخدم في توجيه خدماتها ومنتجات النشاط بما يتفق واحتياجات السوق وتقوى مركز الشركة التنافسي خلال فترة زمنية مستقبليه مع الاستجابة دائما للمتغيرات المستمرة داخل النشاط وخارجها .

على ان هناك عوامل اساسيه وهامه في صناعة التأمين تدعم من مركز منشأة التأمين وتساعد ها على النجاح في رسم سياساتها الترويجيه الناجحه وتقوى من مركزها التنافسي في السوق ، ومن اهم هذه العوامل :

- ١ - حجم استثمارات منشأة التأمين .
- ٢ - حجم الانشطة المعاصرة .
- ٣ - حجم الخصومات الفنيه .

وتعرض فيما يلي دارسه تحليليه مقارنة لهذه العوامل وتأثيرها على تدعيم المراكز التنافسيه للشركات .

جدول رقم (٢)

بيان بأجالي الاشتراكات لبركة التأمين المتأخرين في السوق المصري (بخصمه - حصة) القيمة بالمليون جنيه مصري

القطاع	التركة	السنة											
		٨٢ / ٨٣	٨٤ / ٨٤	٨٥ / ٨٤	٨٦ / ٨٥	٨٦ / ٨٥	٨٧ / ٨٦	٨٨ / ٨٧	٨٨ / ٨٧	٨٩ / ٨٨	المتوسط العام		
		قيمة	%	قيمة	%	قيمة	%	قيمة	%	قيمة	%	قيمة	%
ملاص عام	الاعليه	٨٣	١٣	١٦	١٣	٢٧٠	٢٨	٢٨٠	٢٨	٣٤٠	٣٨	٤٣٣	٤٣
	السوق	١٧٧	٢٩	٢٧٠	٢٨	٥١١	٥٢	٦٢٧	٦٤	١٠٧١	١٠٧	١٠٧١	١٠٧
	مصر	٣١٦	٥٢	٥١١	٥٢	٥١١	٥٢	٦٢٧	٦٤	١٠٧١	١٠٧	١٠٧١	١٠٧
ملاص على	الاجالي	٥٧٦	٩٤	٦٨٥	٦٨	١١٦٨	١١٦	١١٦٩	١١٦	١١٦٩	١١٦	١١٦٩	١١٦
	ملاص المصن	٩٢	١٥	١٥٠	١٥	٢٠٢	٢٠	٢٠٢	٢٠	٢٠٢	٢٠	٢٠٢	٢٠
ملاص على	الاجالي	١٧	٢٨	٢٤	٢٤	٢٨	٢٨	٢٨	٢٨	٢٨	٢٨	٢٨	٢٨
	الاجالي	١	١	١٤	١٤	١٨	١٨	٢٤	٢٤	٢٨	٢٨	٢٨	٢٨
ملاص على	الاجالي	٣٢	٥	٥٤	٥	٦٧	٦	٨١	٨	١١١	١١	١١١	١١
	الاجالي	٢٠٨	٣٢	١٧١	١٧	١٧١	١٧	١٧١	١٧	١٧١	١٧	١٧١	١٧
ملاص على	الاجالي	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠
	الاجالي	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

المصدر: القابض السوي من نشاط سوق التأمين في ج ٢٠٠٤. أعداد السجلات المالية من ٨٣/٨٤ إلى ٨٩/٨٨

يتضح من الجدول السابق مايلي :

- ١ - يستحوذ القطاع العام على ٩٤,٤% من اجمالي الاستثمارات على مستوى السوق والنظري يكون نصيب القطاع الخاص ٥,٦% من اجمالي استثمارات السوق .
- ٢ - تصدر شركة مصر للتأمين جميع شركات التأمين الجائز العاملة في السوق المصري حيث تستحوذ على ٥٣,٦% من اجمالي استثمارات الشركات اى اكثر من نصف محفوظه استثمارات السوق ، تليها شركة الشرق للتأمين حيث عمل النسبه المتوسطه فيها ٢٧,٤% وتمثل الشركتان معا مجتمعتان ٨١% من اجمالي الاستثمارات على مستوى السوق .
- ٣ - تصدر شركة المهندسين للتأمين شركات التأمين القطاع الخاص حيث تستحوذ على ٢,٢% من اجمالي استثمارات السوق ، ٤٤,٦% من اجمالي استثمارات القطاع الخاص ، وتتذيل القامه شركة الدلتا للتأمين حيث تبلغ متوسط نسبه اجمالي الاستثمارات في هذه الشركه ١% من اجمالي استثمارات السوق .
- ٤ - حافظت الشركات على ترتيبها واهميتها النسبيه بالنسبه لاجمالي الاستثمارات نفسى جميع سنوات الدراسه باستثناء السنه العاليه الاخيريه حيث تبادلت شركتى قناة السويس والدلتا مكانهما في الترتيب ، كما ان الفرق النسبيه بين الشركتين تكاد ان تكون ثابتة تقريبا .

القطاع	الفرقة	ال														
		٨٢ / ٨٣	٨١ / ٨٢	٨٠ / ٨١	٨١ / ٨٥	٨٦ / ٨٥	٨٦ / ٨٦	٨٧ / ٨٦	٨٨ / ٨٧	٨٨ / ٨٨	٨٩ / ٨٨	القيمة	المتوسط العام			
قطاع عام	مصر	٨٧	٣٥٠	١٠٠٠	٣٦١	١٢٥٤	٣٧١	١٣٩١	٣٧٢	١٧٤٢	٣٧٨	١١٩١	٣٦٨	١٣٧٩	٣٢١	٣١١٦
	السوق	٧٥٠٢	٣٠٠٣	٨٣٨	١٠٠٣	١١٧٢	٣١١٢	١١٧٢	١٧٢٦	٣١١٢	٣١١٢	١٧٢٦	٣١١٢	١١٦	٣١١٦	٣١١٦
	الاعطيه	٤٥٠٢	١٨٨	٥٠٠٢	١٨٨	٥٣٨	١٦٢	٥٩٠	١٦٢	٧٣٢	١٥٨	٨٠٠	١٦	٦١١	١٦	١٦
قطاع خاص	الاجال	٢٠٧٢	٨٣٢	٢٣٤١	٨٢٢	٢٨٢	٨٥٢	٣١٦٨	٨٤٢	٣١١٢	٨٢٢	٤٥٨٢	٨٢٢	٣١٥٢	٨٢٢	٨٢٢
	مقاصد	١١١	٢٠٢	١٢٢	١٢٢	١٢٢	٣٢١	١٨٢	١٢٢	٢٠٢	٢٢٢	٢٢٢	٢٢٢	١٦٢	١٦٢	١٦٢
	البنك	١٧٢	١٦٢	١٧٢	١٦٢	١٦٢	١٦٢	٢٣٢	١٦٢	٢٧٨	٦	٣١٢	٣١٢	٢٢١	٢٢١	٢٢١
قطاع على	الدعا	١٢٢	٥	١٤٢	١٢٢	١٢٢	٥	١٧٢	١٢٢	٢٤٢	٢٤٢	٢٨٢	٢٨٢	١١	١١	١١
	اجالي	٤٠٢	١١	٤٤٢	٤٨٢	٤٨٢	١٤٢	٥٩٢	١٥٨	٧٢٢	١٥٨	٨٢٢	١٥٨	٥٨١	٥٨١	٥٨١
قطاع السوق		٢٤٨	١٠٠	٢٧١	٣٢١	٣٢١	١٠٠	٣٧٦	١٠٠	٤٦٣	١٠٠	٤٤٣	١٠٠	٢٧٣	١٠٠	١٠٠

المصدر: التقابلي من قطاع سوق التأمين في ٢٠٢٠ ع من البيانات التالية من ٨٢ / ٨٨ الى ٨١ / ٨٨

يتضح من الجدول السابق ما يلي :

- ١ - يحتجز القطاع العام على ٨٤٫٤٪ من اجمالي الاقساط المباشرة للتأمينات العامة على مستوى السوق والثالثي يصل نصيب القطاع الخاص الى ١٥٫٦٪ .
- ٢ - تصدر شركة مصر للتأمين جميع شركات التأمين المباشرة العاملة في السوق المصري حيث تحتجز على ٣٦٫٩٪ من اجمالي الاقساط المباشرة للتأمينات العامة على مستوى السوق ، تليها شركة الشرق للتأمين حيث يحمل هذه النسبتيهما الى ٣١٫٩٪ والثالثي تحتجز الشركتان معا مجتمعتان على ٦٨٪ من اجمالي الاقساط المباشرة للتأمينات العامة على مستوى السوق .
- ٣ - تصدر شركة المهندس للتأمين شركات التأمين القطاع الخاص حيث تحتجز على ٦٫٩٪ من اجمالي الاقساط المباشرة للتأمينات العامة على مستوى السوق ، كما يحمل هذه النسبة الى ٣٩٫٤٪ من اجمالي الاقساط المباشرة للتأمينات العامة في القطاع الخاص فقط ، وتتبدل القائمة شركة قناة السويس للتأمين حيث تحتجز على ٤٫٩٪ من اجمالي الاقساط المباشرة للتأمينات العامة على مستوى السوق .
- ٤ - حافظت الشركات على ترتيبها واهميتها النسبية في جميع سنوات الدراسة باستثناء السنة العاليه ٨٦/٨٧ حيث تبادلت شركتي قناة السويس والدلتا مكانهما في الترتيب .
- ٥ - تناقصت تدريجيا الحصة النسبية لشركة التأمين الاهليه من الاقساط المباشرة للتأمينات العامة على مستوى السوق باستثناء السنة العاليه الاخيره ، كما تناقصت الحصة النسبية لشركة قناة السويس والمهندس في السنوات الثلاثه الاولى من الدراسة واصبحت تفسير منتظمه بعد ذلك في باقي السنوات .

جدول رقم (٢/٣)
 ما بين مجال الاطصاد الباعرة لرباطة عايقا عالجاء الربوبه الساربه
 اليمه بالليبون جنبه مسرى

القطاع	النركه	ال										
		٨٣ / ٨٢	٨٤ / ٨٣	٨٥ / ٨٤	٨٥ / ٨٥	٨٦ / ٨٦	٨٧ / ٨٦	٨٨ / ٨٧	٨٨ / ٨٨	٨٩ / ٨٨	الترطم العام	
	قيمه	%	قيمه	%	قيمه	%	قيمه	%	قيمه	%	قيمه	%
قطاع عام	مصر	١٧٧	١٩٦	٢١١	٢٣٠	٢٦٦	٢٩٥	٣٣٢	٣٥٤	٣٥٤	٣٥٤	٣٥٤
	الشرق	١٣٨	٢٨٦	١٨٧	٢١٣	٢١٣	٢١٣	٢١٣	٢١٣	٢١٣	٢١٣	٢١٣
	الاطفه	٤	١١١	٦٣	٧	٨٧	١٣٣	١٣٣	١٣٣	١٣٣	١٣٣	١٣٣
	الاجمال	٣٥٧	١٨٥٢	١٦٦	١٨٥	١٦٦	١٦٦	١٦٦	١٦٦	١٦٦	١٦٦	١٦٦
قطاع خاص	فناطلمص*	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	البنين	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	الاندلس	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
جبال السوق	اجبال	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	جبال السوق	٣٦١	١٠٠	٤٧٣	١٠٠	٥٣٤	١٠٠	٦٤٧	١٠٠	٨١٨	١٠٠	٥٩٦

المعزة: القباب السبوى عن يعساط سبوى الاثبن سبج م٠ ع٠ عن السبوا السالابه من ٨٣ / ٨٢ الى ٨٩ / ٨٨
 * لم تجرول قضاة الصوم للثابن اصدار وانق حياه فوره سب السبوا السالابه ٨٩ / ٨٨ ودايت هذا السبوا نى اصدار سبوا لرباطة

الجماعيه نقه سبوا .

يوضح من الجدول السابق مايلي :

- على اساس المتوسط العام لسنوات الدراسة السابقة نجد أن :
- ١ - يحتجز القطاع العام على ٩٥% من اصدارات وثائق الحياة الفردية السارية على مستوى السوق وبالتالي يصل نصيب القطاع الخاص الى ٥% مؤتمنا على شركتى المهندس والد لتأ فقط والتماوى تقرها حيث ان شركة قناة السويس للتأمين لم تصدر وثائق حياة فردية طوال سنوات الدراسة .
 - ٢ - تصدر شركة مصر للتأمين جميع شركات التأمين المباشر العاملة فى السوق المصرى حيث تحتجز على ٤٦% من اجمالى اصدارات الحياة للوثائق الفردية السارية على مستوى السوق وفى جميع سنوات الدراسة كمتوسط عام واستثناء السنه العاليه ٨٨/٨٧ حيث تفوق عليها شركة الشرق للتأمين التى تلى شركة مصر فى الاهميه حيث تصل نسبه ما تحصل عليه شركة الشرق من السوق كمتوسط عام ٤٠% أى ان محفظه وثائق الحياة الفردية السارية فى شركتى مصر والشرق تبلغ ٨٢% من اجمالى السوق .
 - ٣ - اخذت الحصة النسبيه لشركة التأمين الاهليه فى الناقص المستمر خلال الثلاث سنوات الاخيره من الدراسة .

التيسه بالليون جنيه مري

بيان باجمال الاطاط البانبره بواقف المياه الجاهليه السائمه

القطاع	التركه	ال														
		٨٤ / ٨٣	٨٤ / ٨٤	٨٥ / ٨٤	٨٦ / ٨٥	٨٦ / ٨٦	٨٧ / ٨٦	٨٧ / ٨٧	٨٨ / ٨٧	٨٨ / ٨٨	التوسط العام					
قطاع مياه	الاجليه	٦١	١١٦	١٨	١٥٥	٢٣	١٥٥	١٣٨	١٣٢	١٠٧	١٣٨	١٠٧	١٣٦	١٣٦	١٠٧	١٣٦
	السوق	٤١	٤١	١٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦	١٣٦
	مصر	٢٨	٢٨	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠
	السوق	٢٨	٢٨	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠
	الاجليه	٦١	١١٦	١٨	١٥٥	٢٣	١٥٥	١٣٨	١٣٢	١٠٧	١٣٨	١٠٧	١٣٦	١٣٦	١٠٧	١٣٦
قطاع على المينى الكلسه	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	السوق	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
قطاع على المينى الكلسه	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	السوق	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
قطاع على المينى الكلسه	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	السوق	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
قطاع على المينى الكلسه	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	السوق	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
قطاع على المينى الكلسه	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	السوق	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
قطاع على المينى الكلسه	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	السوق	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
قطاع على المينى الكلسه	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	السوق	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
قطاع على المينى الكلسه	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	السوق	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
قطاع على المينى الكلسه	الاجليه	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢
	السوق	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢	١٢

المصدر : التقاط الصور من بساتين سوق الطابن نخ ٢٠٠٠ مع اعداد البساتين السائمه من ٨٢ / ٨٤ الى ٨٨ / ٨٨

• تم حساب التوسط العام لتمام الصمغ من ستين نقطه مري بدائمه مد وبارافيا لاطار واقف المياه الجاهليه

يوضح من الجدول السابق مايلي :

- على أساس المتوسط العام لسنوات الدراسة السابقة نجد ان :
- ١ - يستحيز القطاع العام على ٨٢٫٩٪ من اجمالي الاقساط المباشرة لوثائق الحياة الجماعية السارية على مستوى السوق وبالتالي يصل نصيب القطاع الخاص الى ١٢٫٠ ٪ .
 - ٢ - تصدر شركة الشرق للتأمين جميع شركات التأمين المباشرة العاملة في السوق المصري حيث تستحيز على ٩٣٫٧٪ من اجمالي الاقساط المباشرة لوثائق الحياة الجماعية السارية على مستوى السوق وقد بلغت هذه النسبة اقصاها في السنة المالية ٨٦/٨٥ ثم بدأت حصة النسبة داخل السوق تنقل من سنة لآخرى في السنوات التالية فبسبب الرخوة الذي بدأ فيه الحصة النسبية لشركة مصر للتأمين في الزيادة المستمرة فبسبب الثلاث سنوات الاخيرة من الدراسة .
 - ٣ - اخذت حصة شركة التأمين الاهلية في التناقص الملحوظ خلال الثلاث سنوات الاخيرة من الدراسة لنفس النسبة .
 - ٤ - تصدر شركة قناة السويس للتأمين شركات التأمين القطاع الخاص حيث تبلغ نسبته اصداراتها من وثائق الحياة الجماعية السارية على مستوى السوق ٥٫٧٪ وتمثل هذه النسبة ٩٢٫٨٪ من اجمالي اصدارات القطاع الخاص فقط ولهذا النوع وذلك بالرغم من حداثة عهد شركة قناة السويس في اصدارات وثائق الحياة الجماعية حيث انها لم تزال هذا النشاط الا في آخر سنتين مالم يتبين من سنوات الدراسة .

جدول رقم (٤)
 اجناس السماعات اليدوية المفرقة الابواب المتكافئة في السوق المصري اليه بالطنون جنيه مصري
 حفنوز حمله المواضع (ماسه وجهه)

القطاع	التركه	السنة																									
		٨٣ / ٨٢		٨٥ / ٨٤		٨٦ / ٨٥		٨٧ / ٨٦		٨٨ / ٨٧		٨٩ / ٨٨															
		قيمة	%	قيمة	%	قيمة	%	قيمة	%	قيمة	%	قيمة	%														
قطاع عام	مصر	٢١٠	٥١	٢٥٧٢	٣٢٦٨	٣٨٢٢	٤٠٦١	٤٠٦٢	٤١٩٥	٢٦٦	٢٨٦١	٤٠٦١	٤٠٦٢	٤٠٦١	٤٠٦٢	٤٠٦١	٤٠٦٢	٤٠٦١	٤٠٦٢	٤٠٦١	٤٠٦٢	٤٠٦١	٤٠٦٢				
	الاحلح	٢٥٧	١٥٦	٨١٦	١٦٢	١٩٢	١١٦٢	١٤٦١	١٤٦١	١٤	١٤٦١	١٤	١٤٦١	١٤	١٤٦١	١٤	١٤٦١	١٤	١٤٦١	١٤	١٤٦١	١٤	١٤٦١	١٤	١٤٦١		
	الاجال	٣١٢٢	١٥٠٢	٤٨٢٤	١٤٦	٦٠٧٦	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	١٤٦١	
	قطاع لصوص	٣٨	٠٦	٤٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦	٠٦
قطاع على الدكا	١٧٢	٦٧	١٣٨	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧	٦٧
	٤٨	٦٢	٧٦	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢	٦٢
	١٦٦	٤٨	٢٦٦	٤٨	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	٤٢٦١	
اجيال السوق			٠٠١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١	١٠٠	١٤٦١
				٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢	٤١٣٢

المصدر : التقابن بين أسعار سوق التابض في ج ٠٢٠٢ ومن البيطا العامه من ٨٢ / ٨٣ الى ٨٩ / ٨٨

يوضح من الجدول السابق مايلي :

- على أساس المتوسط العام لسنوات الدراسة السابقة نجد أن :
- ١ - يحتجز القطاع العام على ٩٤,٧% من اجمالي المخصصات الفنية (حقوق حملة الرائق) على مستوى السوق ، وبالتالي يحتجز القطاع الخاص ٥,٣% من اجمالي المخصصات الفنية للسوق .
 - ٢ - تصدر شركة مصر للتأمين جميع شركات التأمين المباشر العاملة في السوق المصري حيث تحتجز على ٥١,٣% من اجمالي المخصصات الفنية على مستوى السوق وتليها شركة الشرق للتأمين حيث تمثل ٢٨,٣% من اجمالي المخصصات الفنية على مستوى السوق كما تمثل الشركتان معا ٧٩,٦% من محفظة المخصصات الفنية لسوق التأمين المصري .
 - ٣ - تصدر شركة المهندس للتأمين شركات التأمين القطاع الخاص حيث تحتجز على ٢٩,٨% من اجمالي المخصصات الفنية للسوق ، ٤٦% من اجمالي المخصصات الفنية للقطاع الخاص فقط ، وتتدبل قائمة الشركات تامة السهم حيث تبلغ نسبة المخصصات الفنية فيها على مستوى السوق ١,٢% .
 - ٤ - حافظت الشركات على ترتيبها واهميتها النسبية داخل السوق بالنسبة لحجم المخصصات الفنية ولم يختلف الترتيب في اى سنة من سنوات الدراسة والفرق النسبية بين الشركات تكاد تكون ثابتة تقريبا .

الخلاصة :

- ١ - يمثل القطاع العام الحجم الأكبر والغالب لسوق التأمين المصري وسيطر على معظم نشاط التأمين داخل السوق وصحح مجال المنافسة محدود جداً بالنسبة لشركات التأمين القطاع الخاص ما ينعكس من المركز التنافسي لهذه الشركات .
- ٢ - بالرغم من أن شركة مصر للتأمين تتحيز على أكثر من نصف الاستثمارات والمخصصات الفنية على مستوى السوق ما يقوى ودعم مركزها التنافسي إلا أن نصيبها من الاقساط المباشرة لوثائق التأمينات العامة والحياة انخفض للثالث تقريباً على مستوى السوق وعلى العكس من ذلك تماماً نجد أن شركة الشرق للتأمين تمتلك أقل من ثلث حجم الاستثمارات وأقل من ثلث حجم المخصصات الفنية إلا أن نصيبها من حجم الاقساط المباشرة للتأمينات العامة على مستوى السوق يقترب من الثلث أى يقترب من نصيب شركة مصر للتأمين وتتفوق على جميع الشركات بالنسبة لحجم الاقساط المباشرة لامدادات الحياة حيث يمثل في المتوسط إلى ٤٣,٧% من إجمالي السوق بما يؤكد أن شركته الشرق للتأمين تتجه نحو الأسلوب العلمي الجيد في رسم استراتيجيتها التسويقية الفعالة داخل السوق المصري .
- ٣ - بالرغم من تدني نصيب القطاع الخاص في الاستثمارات والمخصصات الفنية إلا أن نصيبه النسبي من حجم الاقساط المباشرة للتأمينات العامة على مستوى السوق يعتبر كبيراً وهذا يعني عدم اغفال دور القطاع الخاص الفعال في مجال المنافسة المنظمة مع جميع الشركات العاملة في السوق وتصدر هذا القطاع شركة المهندس للتأمين .

المبحث الثاني
نتائج الدراسة الميدانية

أولاً : تحليل قائمة الاستقصاء الأولى

جدول رقم (٥)

مدى وجود منافسة داخل سوق التأمين المصري

الاجابه	التكرار	النسبه %
نعم	٤٢	١٠٠
لا	—	صفر
المجموع	٤٢	١٠٠

يوضح من الجدول السابق اجماع المسؤولين بشركات التأمين المباشر العاملة في السوق المصري على مواجهه خدماتهم التأمينيه لمنافسه حقيقيه داخل السوق .

جدول رقم (٦)

درجة حدة المنافسة التي تواجهها الشركات

درجة المنافسة	منافسه حادة (٥)	فوق العاديه (٤)	منافسه عاديه (٣)	اقل من المتوسط (٢)	منافسه غير حادة (١)	المجموع
التكرار	١٥	٨	١٩	—	—	٤٢
النسبه %	٣٦	١٩	٤٥	—	—	١٠٠

وحساب المتوسط الحسابي الموزون (٤) لدرجة حدة المنافسة نجد أنه = ٤,٣

ويوضح من الجدول السابق أن المنافسة التي تواجهها شركات التأمين المباشر داخل السوق المصري مع بعضها البعض من منافسه فوق العاديه في اغلب الاحوال مايفرض عليها وعلى هذه الدراسة أهميه خاصه .

جدول رقم (٧)
صادر النافسه ومداهما

المتوسط الحسابي الموزون	الاجمالي		غير حاده		اقل من المتوسط (٢)		عاديته (٣)		فوق العاديه (٤)		نافسه حاده (٥)		درجه النافسه صادر النافسه
	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
٤٢	١٠٠	٤٢	-	-	-	-	١٤٣	٦	٢١٩	١	٦٤٣	٢٧	شركات تأمين قطاع عام
٤٢	١٠٠	٤٢	-	-	٤٧	٢	١٦٧	٧	٢٨٦	١٢	٥٠	٢١	شركات تأمين قطاع خاص
٤٢	١٠٠	٤٢	٧٦	٣٢	٤٨	٢	١١٩	٥	٢٩	٣	-	-	شركات تأمين الناطق الحره
٤٢	١٠٠	٤٢	٧٦	٣٠	١٩	٥	١١٩	٥	٤٨	٢	-	-	البنوك
٤٨	١٠٠	١٢٨	٢٦٩	٦٢	٥٣	١	١٣٧	٢٣	١٥٥	٢٦	٢٨٦	٤٨	الاجمالي

يتضح من الجدول السابق مايلي :

- ١ - ان شركات التأمين المباشر القطاع العام هي المصدر الاساسي والكبير للنافسه الحاده في سوق التأمين المصري .
- ٢ - مازالت شركات التأمين المباشر القطاع الخاص مصدر هام للنافسه في سوق التأمين المصري وهي نافسه فوق العاديه .
- ٣ - تواجه شركات التأمين المباشر نافسه محدوده أو غير حاده من شركات تأمين الناطق الحره والبنوك
- ٤ - تتوزع النافسه داخل السوق المصري بين شركات التأمين بعضها البعض وبين المؤسسات الماليه الأخرى التي تتراول انواعا محدوده جدا ولها علاقه بالتأمين .

جدول رقم (٨)
مصادر التأمين وماها

التوسط الحسابي الموزن	الاجمالي		غير حادة (١)		اقل من العادية (٢)		عادية (٣)		حادثة (٤)		حادثة جدا (٥)		نوع التأمين
	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
٣,٦٧	١٠٠	٤٢	٧,١	٣٠	-	-	٣٥,٧	١٥	٣٥,٧	١٥	٢١,٦	٩	تأمين بحري
٣,٧	١٠٠	٤٢	١١,١	٥	٤,٨	٢	٢٨,٦	١٢	١١,٩	٥	٤٢,٨	١٨	تأمين غير بحري
٣,٦٧	١٠٠	٨٤	١٨,٢	٨	٢,٦	٢	٣٢,٣	٢٧	٢٣,٨	٢٠	٣٢,٤	٢٧	الاجمالي

يوضح من الجدول السابق مايلي :

- ١ - توجد منافسات حادة بحرية وغير بحرية داخل سوق التأمين البحري .
- ٢ - بالرغم من توحيد الاسعار داخل السوق ومن طريق اتحاد التأمين البحري الا انه مازال هناك مخالفات من جانب الشركات لهذه الاسعار بما يضعف من دور هيئة الاشراف والرقابة على التأمين من ناحية ، كما انه مازال هناك العديد من الاخطار الغير مسعرة او الغير واردة في التعريفه وهي المجال الاكبر للمنافسات البحرية وتظهر بصفة خاصة في بعض الاخطار في التأمينات الهندسية وتأمين الحريق كما تظهر في وثائق تأمين الحماية الجماعية وذلك من ناحية اخرى .

بيان أهمية العناصر التالية في تدعيم المركز التنافسي للشركة في سوق الخدمات التأمينية

الترتيب	المتوسط الحسابي الموزن	الاجمالي		(١)		(٢)		(٣)		(٤)		أقصى أهمية (٥)		مدى الأهمية	العنصر
		%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد		
١	٤٩	١٠٠	٤٢	-	-	-	-	-	-	١٤٣	٦	٨٥,٧	٣٦	مستوى تقديم الخدمة	
٥	٣,٦	١٠٠	٤٢	٧	٣	-	-	٤٠	١٧	٣٥,٧	١٥	١٦,٧	٧	الإعلان والترويج	
٢	٤,٣	١٠٠	٤٢	٤	٢	-	-	-	-	٣٥,٧	١٥	٥٩	٢٥	الاتصالات الشخصية مع العملاء	
٦	٣,٣	١٠٠	٤٢	٤	٢	٣٧,٢	١١	٧	٣	٤٢,٩	١٨	١٩	٨	مستويات الأسعار	
٣	٤	١٠٠	٤٢	٤	٢	٧	٣	١٩	٨	٢٦,٣	١١	٤٢,٩	١٨	دراسة وتحليل المنافسين	
٤	٣,٨	١٠٠	٤٢	-	-	٩	٤	٣٣,٣	١٤	٢٨,٦	١٢	٢٨,٦	١٢	دراسة مواقع الفرع	
-	-	١٠٠	٢٥٢	٣٦	٩	٧	١٨	١٦,٧	٤٢	٣٠	٧٧	٤٢,٩	١٠٦	الاجمالي	

يتضح من الجدول السابق مايلي :

- ١ - يعتبر مستوى تقديم الخدمة في شركات التأمين المصرية أهم العناصر في تدعيم مراكز الشركات التنافسية وليه في ذلك الاتصالات الحسنة الشخصية مع العملاء باستمرار
- ٢ - تعتبر دراسة وتحليل المنافسين من الأهمية بمكان حيث تحتل المرتبة الثالثة كما أن نحو ٤٣% من المسؤولين اعطوها أهمية قصوى ونحو ٨٨% اعطوها أهمية على الأقل لهذا فيجب أخذها في الاعتبار عند وضع الاستراتيجيات التسويقية لذلك يجب الاهتمام بها مستجيلا .
- ٣ - تأتي في المرتبة الأخيرة مستويات الأسعار وهذه حقيقة مسلم بها فالغرض أن المنافسات المصرية تنافس بالخدمة التأمينية وتجعل التأمين مجالاً للمضاربات الغير نقيه والغير مشروعه والتي تؤدي بالشركات للهلاك التام .

جدول رقم (١٠)

بيان بالمشاكل التي تواجهها الشركات نتيجة المنافسة

الترتيب التصاعدي حسب الأهمية	التكرار		المشكلة
	النسبة %	العدد	
١	٢٤٫٨	٣٥	- انخفاض مبيعات الوثائق التأمينية
٥	١٤٫٢	٢٠	- تناقص الأرباح
٢	٢٣٫٤	٣٣	- انخفاض حصة الشركة في السوق
٣	١٩٫٢	٢٧	- زيادة تكلفة الاصدارات التأمينية
٤	١٨٫٤	٢٦	- عدم الاقبال المشجع على بعض الوثائق التأمينية
-	١٠٠	١٤١	

« انخفض العدد إلى أقل من ٤٢ وهي عدد قوائم الاستملاء حيث أن المطلوب تحديد أهم المشاكل التي تواجهها الشركات برتبة حسب أهميتها وليس بالضرورة مواجهه كل هذه المشاكل مجتمعة من جانب الشركات »

يوضح من الجدول السابق ان اهم المشاكل التي تواجهها الشركات من جراء المنافسة هي انخفاض مبيعات الوثائق التأمينية وانخفاض نصيب الشركة من مبيعات السوق حيث تمثل المشكلتان معا نحو ٤٨٫٢% من كافة المشاكل التي تواجه الشركات .
وفيما يلي أهم الجهود المبذولة من جانب الشركات للتصدي للمشاكل السابقة :

- ١ - الاهتمام بالاعلان والترويج والاصحال الشخصي لجذب عملاء جدد للشركة .
- ٢ - خلق علاقات طيبة مع العملاء وتقديم أفضل الخدمات لهم وخاصة عند حداد التعميمات .
- ٣ - محاولة تخفيض تكاليف الاصدارات التأمينية والبحث عن اسباب ذلك من خلال إعادة التسعير حسب الخبرة الفعلية للوثائق .
- ٤ - ضغط معدلات التكلفة الادارية والانتاجية .
- ٥ - وضع خطط واستراتيجيات طموحة للمنافسة .
- ٦ - فتح فروع جديدة في الأماكن المناسبة .
- ٧ - اضافة مزايا جديدة لبعض الوثائق الحالية (تطويرها)
- ٨ - اصدار وثائق وتنطيات جديدة .
- ٩ - اعداد ميثاق شرف للمهنة وتدعيم العلاقات الطيبة والتفاهم المستمر مع شركات التأمين الاخرى .

- ١٠ - تشجيع وسطاء التأمين بوضع لائحة جديدة لتقليل لهم د خلا ممتازا وساندة فوهه وساعد على جذب زيادة العاملين بهذا العنقل .
- ١١ - اعطاء الاولوية في التعامل مع الشركات المحلية وشركات الناطق الحره قبل البحث عن اعادة التأمين في الخارج .
- ١٢ - الحد من المنافسة في السوق عن طريق تدعيم قوانين الاشراف والرقابه وساندة تطبيقها .

جدول رقم (١١)

مدى وجود نظام رسي مكتوب وملن لتقييم انشطة المنافسين

الاجابة	النسبة %	النسبة %
نعم	٢١	٩
لا	٧٩	٢٣
الاجمالي	١٠٠	٤٢

يتضح من الجدول السابق انه لا يوجد انظمة رسميه متكامله وملنه داخل الشركات لتقييم انشطة المنافسين وقد اجمع نحو ما يقرب من ٨٠% من الصلاولين في الشركات على ذلك ونسبه قليلة تؤكد وجود نظام ولكن قد يكون شفوي غير مكتوب او مكتوب ولكن غير كاملا .

أما الجواب أو العناصر المختلفه التي تؤخذ في الاعتبار عند اعداد انظمة متكامله ومكتوبه لتقييم انشطة المنافسين يمكن عرضها من خلال الجدول التالي :

جدول رقم (١٢)
الجواب المختلفه لانظمه دراسه وتحليل المنافسين

الترتيب حسب الاهميه	التكرار *	العنصر
١	١٢	حجم الامدادات من الوائىق
١	١٢	موقع تسروع المنافسين
٦	٩	الامحالات الشخصيه مع العملاء
٦	٩	مستوى تقديم الخدمه
١	١٢	مستوى اسعار المنافسين
٦	٩	الاملان والترىج
١	١٢	حوافىز وسطاء التامين
١١	٣	صوره المنافسين فى نظر العملاء
١٠	٦	استراتيجيات المنافسه
٦	٩	انصبه السوق بالنسبه للمنافسين
١١	٣	اهداف شركات التامين الناقسه
١	١٢	نواحي القوه والضعف بالنسبه للمنافسين

* عدد التكرارات امام كل عنصر مختلفه لان مستوى الاستقصاء يحدد اهم العناصر فقط ولا يطلب منه جميع العناصر كما لا يطلب منه ترتيبها *

جدول رقم (١٣)
صادر الحصول على المعلومات الخاصة بالنافسين

الترتيب	التكرار	المصدر
١	٤٢	تقرير المراكز العاليه للنافسين
٤	٢١	موظفي الشركه
٣	٢٧	الوسطاء
٦	١٨	جهاز العلاقات العامه
٥	٢٠	دليل الاعمال
٢	٣٠	العملاء (حله الوثائق)
٧	١٦	العلاقات مع النافسين

يتضح من الجدول السابق ان تقارير المراكز العاليه المنشوره للنافسين هي المصدر الأول والأساسي للحصول على معلومات عن النافسين ولها في الأهمية العملاء حله الوثائق ثم وسطاء التأمين وان كما نرى أن طبعه المعلومات التي يمكن الحصول عليها عن النافسين تختلف من مصدر لآخر ويصح المعلومات التي تحصل عليها الشركه من الوسطاء ثم من حمله الوثائق هي أهم المعلومات من وجهه نظر المسؤولين في الشركه بحيث تحتوي على كثير من التفاصيل السريه والتي لا تظهرها تقارير المراكز العاليه المنشوره للنافسين .

جدول رقم (١٤)

مدى وجود نظام تسجيلي احصائي عن البيانات التسويقية الكاملة للخدمات
التأهيلية التي يقدمها المنافسون

الاجابه	التكرار	النسبه %
نعم	٨	١٩
لا	٣٤	٨١
الاجمالي	٤٢	١٠٠

يوضح من الجدول السابق أن الغالبية العظمى من الشركات لا يوجد لديها نظام مكتسب أو سجل احصائي كامل عن البيانات التسويقية الكاملة للخدمات التأهيلية التي يقدمها المنافسون بالرغم من اهمية هذه المعلومات خاصة بعد استخدام الحاسب الآلي بتوسع في شركات التأمين المصرية فوجود هذه الأنظمة والمعلومات ومن ثم تحليلها تفيد الشركة بوجه خاص وصناعة التأمين بوجه عام .

يرى المسؤولون في الشركات الذين يؤمنون بوجود مثل هذه النظم والمعلومات أنها

تفيد فيما يلي :

- ١ - التخطيط للمستقبل .
- ٢ - دراسته وسائل الحد من الخاسر .
- ٣ - العمل على التجديد والتنوع الدائم في الاصدارات لتلبية احتياجات العملاء المستمره والمتطورة كما يرى الغالبية من المسؤولين الذين لا يؤمنون بوجود مثل هذه النظم والمعلومات أن اسباب عدم وجودها يرجع لما يلي :
- ١ - كل شركة تحفظ بياناتها وتمتصها سره تماما بالنسبه للشركات الاخرى .
- ٢ - يوجد بعض البيانات المخترقة والناسه عن المنافسين وليست نظم احصائيه كامله .
- ٣ - يوجد نظام مغفوي عن كثير من المعلومات عن المنافسين ولكنه غير موثوق .
- ٤ - ضعف نظم المعلومات والحاسبات الآليه بالشركات .
- ٥ - عدم توافر هذه البيانات في السوق مع صعوبة الحصول عليها .
- ٦ - يرى كثير من المسؤولين أن معظم هذه البيانات ممرزفه ومعلنه ولاداعي لتوثيقها والاحتفاظ بها .
- ٧ - لا توجد الوحدة التطبيقية في هياكل الشركات والتي يمكن أن تسند لها القيام بمثل هذه المهام .
- ٨ - الضعف التقني والاداري على مستوى قطاع التأمين المصري ككل .
- ٩ - المنتجين حذر هام لاداء الشركات عبكاته البيانات السريه الخاصه بشروط أي تأمين خلص بشركه اخرى منافسه ولاداعي لوجود نظم معلومات كامله وسجله سبقه .

- ١٠ - عدم توافر الكوادر والقدرات الجهدية للحصول على البيانات الخاصة بالتسويق لدى شركات التأمين المنافسة للاستفادة منها .
- ١١ - القليل جدا من المسؤولين في الشركات يؤمنون بأهمية نظم القياس والتحليل والمقارنة ثم الاعتراف بنقاط الضعف في شركاتهم ودراستها وتحليلها للتغلب عليها .
- ١٢ - الاعتماد في الشركات حاليا على خبرات تاريخية غير مدعومة بالضحج العلمي أثرسي خلق الاجيال والكوادر التاليه .
- ١٣ - سلوك اجتماعي عام الطموحات داخل الشركات محدودة جدا والرضى بما يتحقق ملوك عام حتى في شركات التأمين القطاع الخاص .

جدول رقم (١٥)

التغيير في الاستراتيجيات التسويقية طبقا للتغيرات في استراتيجيات المنافسين

النسبة %	التكرار	المسمى
٥٤,٨	٢٣	يتم ذلك الى حد كبير
٢٦,٢	١١	يتم ذلك الى حد ما
١١,٩	٥	أحيانا ما يتم ذلك
-	-	لا يتم ذلك لحد ما
٧,٩	٣	لا يتم ذلك لحد كبير
١٠٠	٤٢	الإجمالي

يتمتع من الجدول السابق أن نحو ٨١٪ من الشركات تقوم بأحداث تغييرات في خططها واستراتيجيتها التسويقية المتعلقة بخدماتها الرئيسية في ضوء أي تغييرات تحدث أو من المتوقع أن تحدث في اتجاهات واستراتيجيات شركات التأمين المنافسة داخل السوق ومن ذلك بدرجة واضحة أو كبيرة جدا ، ونظرا لان غالبية شركات التأمين المنافسة داخل السوق ومن ذلك بدرجة لديها نظم رسمية مكتوبة ومعلومات كاملة عن المنافسين الا انها بحكم وجودها في السوق وامتدادها على المعلومات التسويقية الغالبية تضطر لاحداث تغييرات بدرجة كبيرة في سياساتها التسويقية كرد فعل طبيعي لما يحدث في السوق والا ستخلف تخلفا ملحوظا يؤثر على حصتها ونتائج اعمالها في السوق .

الصعوبات التي تحدث من مقدرة أي شركة على منافسة الشركات الاخرى

- ١ - تركيبة قطاع التأمين المصري الى قطاع عام ذو محافظ هائلة يتحكم فيها قرارات سيادية في اغلب النشاط الاقتصادي في الدولة حيث أن معظم عملائهم من القطاع العام وقطاع خاص في المراحل الاولى من انشائه بمحافظة الحدود وما يجعل المنافسة غير متكافئة بين شركات القطاع الخاص وشركات القطاع العام مهما وظفت القدرات والامكانيات المتاحة .
- ٢ - المنافسة الشديدة والتغير مشروعه في الاسعار للحصول على العمليات الجديدة والقديمة (المجددة) .
- ٣ - التزام بعض الشركات التام بأسعار التأمين الحدودية بمعرفته اتحاد التأمين تحدد من المنافسة السعرية .
- ٤ - عدم التعاون بين الشركات واستخدام اماليها غير مشروعه (غير شرعية) ، بمنح العملاء خصوصا تغير قانونيه من الشركات الاخرى المنافسة .
- ٥ - عدم وجود ميثاق شرف للمهنة .
- ٦ - عجز جهاز الاشراف والرقابة عن القيام بدورة كاملة في رقابة شركات ثلاثية وضروية تطوير القرارات واللوائح الادارية حيث انها كانت تتفق مع مرحله الستينات ولا زالت تطبق حتى الآن دون تعديل .
- ٧ - مفاهيم ادارة منشآت التأمين الكاملة غير واضحة لدى قيادات بعض الشركات المنافسة فيركزون على التسويق بصرف النظر عن السعر أو تكلفة الحصول عليه وأثر ذلك على باقي المؤشرات .
- ٨ - نقص الوعي التأميني لدى العملاء في الحكم على كفاءة التغطيات فلا يهتم العميل الا السعر بغض النظر عن الخدمة ومدى ملاءمة التغطية وكايتها .

مسائل التعلب على المعوقات السابقة وتحسين المراكز التنافسية للشركات في سوق التأمين الحرى

١ - التزام جميع الشركات بالتمويه المحدد من قبل الاتحاد وتظل المنافسة في الخدمة فقط .

٢ - تقوية وتدعيم جهاز الاشراف والرقابة واعطائه سلطات رقابية أوسع مع تدعيمه بالقوانين الفنية المناسبة .

٣ - العمل على اصدار ميثاق شرف للمهنة (وضع بروتوكول) للتعاون والحد من المنافسة الضارة ولتعزيز من التعاون الجاد بين القطاعين العام والخاص على اساس سياسه مملنه تحقق تكافؤ الفرص .

٤ - إعادة تنظيم الشركات داخلها .

٥ - تدعيم الترويج ودراسات السوق .

٦ - الالتزام بقرارات المجلس الأعلى للتأمين من ناحية شبيهة المملاء والالتزام بالتمريفات المحدده .

٧ - الاهتمام وزيده من الاعماله بالمملاء .

٨ - التوسع في نظم المشاركة الاجباريه بين الشركات في الاخطار الغير مسجوره .

٩ - الاهتمام بدراسه وتحليل المنافسين واجراء بحوث السوق باستمرار .

ثانياً - تحليل قائمة الاعضاء الثانيه

التوصيف الموزون	الاجمالي		غير موافق على الاطلاق (١)		غير موافق (٢)		موافق (٣)		موافق (٤)		موافق (٥)		الاراءى (درجه الموافقة) الاتيمية
	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	%	عدد	
٢ر١	١٠٠	١٢	-	-	٢٥	٣	١٦ر٧	٢	٥٠	٦	٨ر٣	١	١ - تعتبر دراهه وتحليل البنائين اهم العوامل في تحقيق النركه لاهدافها .
٢ر٨	١٠٠	١٢	-	-	٨ر٣	١	٢٥	٣	٥٠	٦	١٦ر٧	٢	٢ - يتم رسم الاستراتيجيات التوقيفيه فسي النركه على غرض دراهه وتحليل البنائين
٢ر٦	١٠٠	١٢	٨ر٣	١	-	-	٣٣ر٣	٤	٤١ر٧	٥	١٦ر٧	٢	٣ - هناك بعض الجوانب البنائيه ولا تقوم النركه بدراستها بالزمن المكافئ ذلك
٤ر٣	١٠٠	١٢	-	-	١٦ر٦	٢	-	-	١٦ر٧	٢	١٦ر٧	٨	٤ - عدم النركه عند ما تبني البنائيه يتاسف مع احتياجها للملاءم وايضا عدم البنائين
٢ر٧	١٠٠	١٢	-	-	١٦ر٧	٢	٢٥	٣	٣٣ر٣	٤	٢٥	٣	٥ - من ساهه النركه تظهر عند ما تبني البنائيه في نمو التغير في استراتيجيات البنائين
٢ر٣	١٠٠	١٢	-	-	٣٣ر٣	٤	١٦ر٧	٢	٤١ر٧	٥	٨ر٣	١	٦ - من ساهه النركه دراهه وتحليل البنائين يمكن ذوى تنظيم .
٤ر٣	١٠٠	١٢	-	-	-	-	١٦ر٧	-	١٦ر٧	٨	٣٣ر٣	٤	٧ - وايضا ما تبني النركه بمجموعه اللغز مساهه التي يقدمها البنائين
٤ر٣	١٠٠	١٢	-	-	-	-	١٦ر٦	٢	٤١ر٧	٥	٤١ر٧	٥	٨ - يحتاج ساهه النركه الخاصه بدراسه وتحليل البنائين الى اعاده النظر
٢	١٠٠	١٢	١٦ر٧	٢	٢٥	٣	-	-	٥٨ر٣	٧	-	٩ - يساهم المسؤولون من نشاط التوافق في النركه بدراجه محدود في دراهه وتحليل البنائين .	
٤ر٣	١٠٠	١٢	-	-	-	-	١٦ر٧	٢	٣٣ر٣	٤	٥٠	٦	١٠ - الاتجاه الى الابتكار والتجديد في سوي الاعمال البنائيه زاد من اهميه دراهه وتحليل البنائين

يتضح من الجدول السابق مايلي :

- ١ - تعتبر دراسته وتحليل المنافسين ليست أهم العوامل في تحقيق الشركة لاهدافها ولكنها من العوامل الهامة التي يجب عدم إغفالها وقد أبدى ذلك ٨٣% من المسؤولين .
- ٢ - يتم رسم الاستراتيجيات التصوفية في الشركة على نحو " دراسة وتحليل المنافسين وقد أبدى ذلك ٦٦,٧% من المسؤولين .
- ٣ - هناك بعض الجوانب التنافسية ولا تقوم الشركة بدراستها بالرغم من إمكانه ذلك ويرجع السبب الى معوقات في التنظيم الإداري ونقص في نظم المعلومات الكاملة وعدم وجود الكفاءات القادرة .
- ٤ - عدم الشركة خدماتها التأمينية بما يتناسب مع احتياجات العملاء وما يقدمه المنافسون وقد أبدى ذلك بقسوة نحو ٨٣% من المسؤولين .
- ٥ - من سياسة الشركة تطوير خدماتها التأمينية في نحو "التفكير في استراتيجيات المنافسين وقد أبدى ذلك نحو ٨٣% من المسؤولين .
- ٦ - ليس من سياسة الشركة دراسة وتحليل المنافسين بشكل دوري منتظم .
- ٧ - دائما تهتم الشركة بجودة الخدمات التي يقدمها المنافسون وقد أبدى ذلك بقسوة جميع المسؤولين .
- ٨ - تحتاج سياسة الشركة الخاصة بدراسة وتحليل المنافسين التي أعادت نظر وقد أبدى ذلك بقسوة ٨٣% من المسؤولين .
- ٩ - يساهم المسؤولون من نشاط التسويق في الشركة بدرجة محدودة في دراسته وتحليل المنافسين .
- ١٠ - الحاجة الى الابتكار والتجديد في سوق الاعمال التأمينية زاد بدرجة كبيرة من أهميته دراسة وتحليل المنافسين وقد أبدى ذلك بقسوة ٨٣% من المسؤولين .

المبحث الثالث : النتائج والتوصيات

أولا : النتائج :

- ١ - تسيطر شركات التأمين القطاع العام على معظم نشاط التأمين داخل السوق المصري بمساند هاتي ذلك المراكز المالية القوية والمخصصات الفنية الضخمة والخبرة بالإضافة الى بعض القرارات السيادية التي تستند لهذه الشركات كثيرا من الاعمال وأتى نسي مقدمه هذه الشركات صر للتأمين ، وتظل شركات القطاع الخاص داخل السوق عاجزه عن مواجهة تيار المنافسة الشديد مع شركات القطاع العام .
- ٢ - تواجه شركات التأمين العاملة في السوق منافسات حادة سعرية وغير سعرية بالرغم من أن المنافسات الحادة السعرية تضر بالسوق وصناعة التأمين ولا بد من وقفه جادة من جهات الاشراف والرقابة والالتزام التام من جانب المسؤولين عن إدارة هذه الشركات .
- ٣ - لا يوجد أنظمة رسمية متكاملة ومعلنة داخل شركات التأمين لتقييم أنشطة المنافسين سواء كانت أنظمة مستقلة أو كجزء من نظم المعلومات المتكاملة داخل المشروع .
- ٤ - يعتبر الوسطاء وحمله الوثائق من أهم مصادر الحصول على المعلومات الغير منشورة عن الشركات المنافسة .
- ٥ - ضعف نظم المعلومات والحاسبات الآليه داخل الشركات .
- ٦ - الضعف التنظيمي والاداري على مستوى قطاع التأمين المصري .
- ٧ - عجز جهاز الاشراف والرقابة على القيام بدوره الرقابي كاملا .

ثانيا : التوصيات :

- ١ - تدعيم دور جهاز الاشراف والرقابة من ناحية القوانين والقرارات ومساندة تنفيذ ذلك عن طريق التزام الشركات بقرارات المجلس الأعلى للتأمين ، والالتزام بأسرع ما يمكن من إعداد ميثاق عرف وتعاون للمهنة تلتزم به جميع الشركات .
- ٢ - الالتزام من جانب الشركات بالتمهينات المحدده من قبل الاتحاد والاصراع داخل اتحاد التأمين المصري ومن طريق لجانته الفنية وذلك بعد تدعيمها بالخبراء باستيعاب الجديد من الاسعار لكافة الاخطار وما يتشع مع الخبرة المصرية الكاملة والتي أصبحت كافيته في الوقت الحاضر .
- ٣ - الاهتمام الجيد بنظم المعلومات والحاسبات الآليه داخل الشركات فهي لفه المصير والسبيل الوحيد لمعرفة المعلومات الكاملة عن المنافسين ومن ثم تحليلها والاستفادة منها عن طريق ادارات البحوث والتخطيط وأجهزة الانتاج حتى يمكن امداد الادارات الفنية الخاصة بالاكساب بالمعلومات الكافية والتي تساعد على اتخاذ القرار المناسب .
- ٤ - تدعيم الشركات بالكوادر والكفاءات الفنية الجيدة عن طريق الاهتمام بالتدريب الجيد وذلك لنقص هذه الكفاءات داخل السوق المصري للتأمين .

٥ - التوسع في نظم المشاركات الاجباريه بين الشركات وخاصة في الاخطار الغير مسمره وهذا احتيا سيقبل كثيرا من حدة المنافسات السمره التي يضر بصناعه التأمين من ناحيه وضمن التوزيع العادل للاخطار داخل السوق بين الشركات بعضها البعض من ناحيه اخرى ودعم التعاون وقلل من التنافس الضار بين الشركات من ناحيه أخيره .

٦ - التزام الشركات بالاطلوب الملص في وضع الخطط والاستراتيجيات الانتاجيه الكامله للمنافسه داخل السوق والاهتمام المستمر ببحوث السوق ودراسه وتحليل المنافسين ، وفيما يلي محور شامل لما يمكن أن تتضمنه خطه لدراسه وتحليل المنافسين داخل شركة التأمين .

عناصر الخطه :

- (أ) تحديد الاهداف الانتاجيه بوضوح
- (ب) تحديد المنافسين داخل السوق .
- (ج) تجميع المعلومات الكامله عن المنافسين سواء كانت معلومات منشوره أو من مصادر اخرى داخله أو خارجه .
- (د) صنيف المعلومات السابقه وطي سهيل المثال معلومات عن :
الوثائق (العملاء) - الأخطار - الامدادات الجديدة
- (هـ) تحليل المعلومات تحليل مالي وتحليل فني .
- (و) تكوين الخطه على أن تتضمن نواحي الهجوم وطرق الدفاع والمراحل المختلفه للدفاع وابلغ مراكز اتخاذ القرارات داخل الشركه .
- (ز) مروره الخطه وهذا يتطلب التعديل المستمر في النتائج وفقاً لأي معلومات جديده .
وتطلب وجود خطه مسبقه الاقتناع والابان الكامل من الادارة العليا بأهميه ذلك مع توفير الامكانيات الناديه والبشريه اللازمه لنجاحها والتعاون المستمر بين الادارات المعنيه بالنظام لتطبيق الخطه ونجاحها والتدعيم المستمر لمصادر الحصول على المعلومات .

هوامش البحث

- ١ - د / عشق سيف النصر، التأمين الاصول العمليه والبيادى العمليه ، دار الفكر العربي
القاهرة ١٩٨١ ، ص ٢٢٨ - ٢٢٩
- ٢ - الكتاب السنوى عن نشاط سوق التأمين فى ج . م مع أعداد السنوات التالية —
٨١/٨٢ الى ٨٩/٨٨
- ٣ - انظر المراجع التاليه :

- Brock, J. "Concepts for Analysis: some practical approaches"
Industrial marketing management, Vol. 1 , 1984.
- Buck, T. et al ., "Strategic management for competitive
advantage", Harvard Business Review, Vol. 50, July-August,
1980, P.P. 154 - 158.
- Harrell, G. and Miller, R. "Multinational strategic market
portfolios". Business topics, winter, 1981, P. 9-15.
- Kotler, P. Marketing Management: Analysis, planning and control,
N.J. Prentice - Hall, Englewood cliffs, 1979.

٤ - انظر المراجع التاليه :

- د / احمد صق الدين عوض ، الاحصاء العام ، دار العلوم و الرياض ، ١٩٨١
ص ١٢٧ - ١٢٠ .
- د / عبد الرحمن عدس ، بيادى الاحصاء لبرنامج الاعمال الاداريه والعاليه ، الطبعه
الاولى ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، عمان ١٩٨٩ ، ص ٩٢ - ٩٣ .
- Bernard osile, Statistics in research, second Edition,
Ames, Iowa, U.S.A. 1974 P. 35.
- J. Louncey, Introduction to statistical calculations,
London 1934, press LTD. by Richard clay, 1967, P. 13.
- The primer series, Statistics for Business and Economics,
Irwin Miller, 1968, P. 32.

قائمة المراجع

أولا : المراجع العربي

- ١ - د / احمد صفى الدين عوض ، الاحصاء العام ، دار العلوم ، الرياض ، ١٩٨٤
- ٢ - د / شوقى سيف النصر ، التأمين - الاصول العمليه والىادى العملييه ، دار الفكر العربى ، القاهرة ، ١٩٨٤
- ٣ - د / محمد الرحمن عيسى ، يادى الاحصاء لبرنامج الاعمال الاداريه والىاليه ، الطبعه الاولى ، دار الفكر للنشر والتوزيع ، عمان ، ١٩٨٩
- ٤ - الكتاب السنوى عن نشاط سوق التأمين فى ج م ، أعداد السنوات الالىيه ، من ٨٣ / ٨٤ الى ٨٨ / ٨٩

ثانيا : المراجع الاجنبى :

- 5- P. et al, Gluck, Strategic management for competitive advantage, Harvard Business Review, Vol. 58, 1980.
- 6- G. Harrell, and R. Kiefer, Multinational strategic market portfolios, Business topics, winter, 1981.
- 7- J. Brock., Competitor Analysis, some practical approaches, Industrial Marketing Management, Vol 13, 1984.
- 8- Mounsey, J., Introduction to statistical calculations, London EC4, Richard clay, 1967.
- 9- O. Bernard, Statistics in Research, second edition, Amer, IQA, U.S.A. 1974.
- 10- P. Kotler, Marketing Management: Analysis, planning and control, N.J. Prentice - Hall, Englewood cliffs, 1979.
- 11- The price series, statistics for Business and Economics, Irwin Miller, 1963.