

أثر التطورات الاقتصادية العالمية على أسواق التأمين

أ.د. بن حمودة محبوب

أ.د. بوشنافة أحمد

جامعة الجزائر 3 - الجزائر / جامعة طاهري محمد بشار .

litalger3.dz@gmail.com

- الملخص:

أمام التحولات السريعة التي يشهدها الاقتصاد العالمي، أصبح من الضروري انتهاز إستراتيجية فعالة لإعادة إدماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، وبالسعي لإصلاح الأوضاع الحالية بالقيام بمجموعة من الإجراءات المتوافقة مع برامج تحرير الاقتصاد والمنسجمة مع التوجهات الدولية الحالية. والتي انعكست بشكل واضح على الأنظمة التأمينية. هذه التطورات التي حملتها ظاهرة العولمة التي كانت لها تأثيرات واسعة، فيوجد خلاف في الرأي حول الآثار الاقتصادية للتطورات العالمية على القطاع التأميني محليا، عربيا وعالميا، حيث يرى البعض أن هناك كثير من المزايا والمكاسب التي تتحقق نتيجة لتلك التطورات، و يرى البعض الآخر أن هناك آثار سلبية، خاصة وأن معظم أسواق التأمين في الدول النامية بما فيها الجزائر لازالت غير مؤهلة للاندماج في الاقتصاد العالمي سواء من حيث الالتزام باتفاقية تحرير الخدمات التأمينية التي أقرتها منظمة التجارة العالمية أو مواجهة المنافسة التي ستفرضها هذه التطورات. الكلمات المفتاحية: الاقتصاد العالمي - التأمين - الأنظمة التأمينية - منظمة التجارة العالمية - تحرير الخدمات.

Abstract:

In the face of rapid changes in the global economy, it is necessary to adopt an effective strategy for the reintegration of the Algerian economy into the world economy, and to seek to reform the current situation by taking a series of measures compatible with economic liberalization programs and in line with current international trends. Which is clearly reflected in the insurance regulations. These developments, carried by the phenomenon of globalization, which had wide impact, there is a disagreement on the economic effects of global developments on the insurance sector locally, Arab and global, where some believe that there are many advantages and gains that result from those developments, and others believe that there Most insurance markets in developing countries, including Algeria, are still not eligible for integration into the global economy, either in terms of adherence to the WTO insurance services liberalization agreement or the competition that these developments will impose.

Keywords: World Economy - Insurance - Insurance Systems - WTO - Liberalization of Services.

1. مقدمة :

تعتبر الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (GATS) اتفاقية جديدة نسبياً. فقد دخلت هذه الاتفاقية حيز التنفيذ في يناير 1995 كنتيجة لمفاوضات جولة أوروغواي لتضيق امتداداً لنظام التجارة في الخدمات متعدد الأطراف. ويهدف تحقيق مستوى أعلى متنامي من التحرير، التزم أعضاء منظمة التجارة العالمية بالدخول في جولات أخرى من المفاوضات حول الخدمات، حيث بدأت أولى هذه الجولات في يناير 2000.

2. تحرير قطاع التأمين

تمثل جولة الاورغواي في 1986/09/20 أول بروز للاتفاقية العامة لتجارة الخدمات (GAT Services) كأول اتفاقية تشمل التجارة الدولية في الخدمات. فهي أهم الجولات التي شهدتها الجات نظراً لأنها شملت معظم جوانب التجارة الدولية، مثل التجارة في السلع وخاصة السلع الزراعية والمنسوجات، وكذلك التجارة الدولية في قطاع الخدمات وحقوق الملكية الفكرية¹، والأمور المتعلقة بالاستثمار وإرساء قواعد عامة للتجارة الدولية، وأخيراً الموافقة على إنشاء منظمة التجارة العالمية. وقد ركزت جولة أروغواي فيما يتعلق بتجارة الخدمات على ثلاث محاور رئيسية هي:

- 1- وضع قواعد مناسبة لتجارة الخدمات بين الدول الأعضاء.
- 2- تحديد المجال الذي يغطيه الاتفاق.
- 3- مواجهة الاستفادة بالمنافع دون تحمل تكاليف. فقد شمل قطاع الخدمات المالية كما حددته جولة أروغواي على:²
 - أ - قطاع التأمين والخدمات المتعلقة به، مثل خدمات التأمين على الحياة وغيرها من أنواع التأمين وخدمات إعادة التأمين ونشاط شركات السمسرة التي تعمل في هذا المجال.
 - ب - قطاع البنوك والخدمات المالية الأخرى) باستثناء التأمين (وتشمل المؤسسات التي تقبل الودائع وتقدم القروض للعملاء وتمول المعاملات التجارية، والشركات التي تعمل في مجال بيع وشراء الأسهم والسندات، والشركات والمؤسسات التي تعمل في مجال أسواق النقد والقطع الأجنبي والمشتقات المالية والتي تتعامل في الأصول النقدية والمالية. وسوف تقتصر هذه الدراسة على قطاع التأمين والخدمات المتعلقة به دون التطرق إلى قطاع البنوك. بموجب هذه الاتفاقية تلتزم الدول الأعضاء بمايلي:

- 1- فتح أسواقها أمام شركات التأمين وإعادة التأمين الأجنبية بحيث تعمل هذه الشركات جنباً إلى جنب مع الشركات والمؤسسات الوطنية.
- 2- تقوم شركات التأمين في دولة معينة ببيع خدماتها إلى عملاء في دول أخرى، بمعنى أن الوجود المادي لهذه الشركات في الدولة المضيفة غير ضروري.



3- السماح لشركات تأمين مشتركة (رأسمال أجنبي ورأسمال وطني) ، بأن تزاوّل أعمالها في الدولة المضيفة.

كما فرضت الاتفاقية ثلاث التزامات علي الدول المتقدمة لمساعدة الدول النامية هي:

1- مساعدة الدول النامية في الحصول علي تكنولوجيا المعلومات لتعزيز قدرتها في إنتاج خدماتها المحلية، وزيادة كفاءتها وقدرتها علي المنافسة، ويكون ذلك بمقابل مادي.

2- مساعدة الدول النامية في الحصول علي المعلومات عن طريق تحسين إمكانية الوصول إلي قنوات التوزيع وشبكات المعلومات الدولية، من خلال إقامة قنوات الاتصال لتسهيل وصول موردي الخدمات في الدول النامية إلي المعلومات المتصلة بالأسواق وتكنولوجيا الخدمات اللازمة³.

3- التزام الدول المتقدمة بتحرير أسواقها في القطاعات الخدمية التي لها أهمية تصديرية في الدول النامية وعلي الدول النامية تنفيذ وتطبيق هذه المادة علي الوجه الأكمل.

تتمثل الخدمات الواردة في الاتفاقية فيما يلي:

- الخدمات التي يتم تبادلها من منطقة إلى أخرى مثل الاتصالات،
- الخدمات التي يتم توفيرها وتقديمها داخل الدولة لمستهلك أجنبي مثل السياحة،
- الخدمات التي يتم توفيرها من طرف هيئة تابعة لدولة ما داخل مناطق الدول الأخرى أو ما يسمى بالكيان التجاري مثل البنوك و شركات التأمين، وكالات و مكاتب المحاسبين القانونيين...الخ.
- الخدمات التي يوفرها فرد دولة ما داخل الدولة الأخرى مثل الخدمات الاستشارية أو التدريبية⁴. و بصفة عامة تتمثل الخدمات التي تشتملها اتفاقية الجات للخدمات في الخدمات المصرفية، التأمين، سوق المال، النقل البري و البحري و الجوي، المقاولات، السياحة، الاتصالات السلكية و اللاسلكية، و الخدمات المهنية مثل مكاتب الاستشارات. فاتفاقية الجات ستساهم في النمو السريع و الكبير في مجال الخدمات المالية و هذا من خلال عدة عوامل نذكر منها مايلي⁵:

- تطور مجال تجارة الخدمات المالية و سهولة الانتقال (الفرد و المعلومة) من دولة إلى دولة و من سوق إلى سوق باستخدام وسائل الاتصال و التكنولوجيات الحديثة.
- انفتاح الأسواق أمام تحويل و انتقال الفوائض المالية.
- يعد قطاع التأمين كما سبق الذكر أحد القطاع التي شملتها اتفاقية المنظمة العالمية للتجارة و الذي يتم تحريره ضمن قواعد و مبادئ الاتفاق العام للتجارة في مجال الخدمات (GATS) الذي تم التوصل إليه في جولة الاورغواي التي تم التوقيع على ما جاء فيها في مراكش 1994⁶. فالخدمة المالية تعرف على أنها أية خدمة ذات طابع مالي يقدمها



مورد خدمات مالية في فترة معينة، وتشمل الخدمة كل من الخدمات التأمينية بجميع أنواعها وكذا الخدمات

المتصلة بالتأمين، جميع الخدمات المصرفية، غيرها من الخدمات المالية (باستثناء التأمين). حيث تتمثل خدمات

التأمين و الخدمات المتصلة بها في مايلي:

- التأمين المباشر (بما فيه التأمين المشترك): ويشمل التأمين على الحياة و بقية أنواع التأمين الأخرى،
- إعادة التأمين و التعويضات،
- الوساطة في التأمين كالمساسة و الوكلاء العامون أو الوكالة بصفة عامة،
- الخدمات المساعدة للتأمين كالخدمات الاستشارية و تقرير المخاطر، و تسوية المنازعات⁷. فهناك مبررات للاستثناء قطاع الخدمات التأمينية من التزامات الدولة و أخرى لإدماجه يمكن أن نوجزها فيما يلي:

أولاً - حجج استثناء قطاع التأمين من الاتفاقية:

- طبيعة خدمات التأمين التي تتأثر بتغيرات النظام المالي و الاقتصاد العالمي،
- حدة المنافسة في قطاع الخدمات التأمينية خاصة على المستوى الدولي. حيث يتميز بهيمنة عدد محدود من الشركات العالمية الكبرى.
- قطاعات التأمين تتميز بحداتها خاصة في الدول النامي و العربية منها. فهي تحتاج إلى فترات انتقالية حتى تتمكن من مواجهة المنافسة الأجنبية.
- القوانين و التشريعات التي تصدرها الدولة لتنظيم قطاع التأمين.

ثانياً: حجج إدماج قطاع التأمين ضمن التزام الدول التي وقعت على الاتفاقية :

- إنعاش الاستثمارات الأجنبية في الدولة،
- تحسين الفعالية و تعزيز القدرات التنافسية لشركات الوطنية و رفع كفاءتها من خلال عملها لمواجهة المنافسة الأجنبية و تطوير خدماتها و تحسينها. بالإضافة إلى تعزيز الإفصاح و الشفافية⁸.
- توسيع نطاق التجارة الالكترونية و تعزيز إمكانية الوصول إلى أسواق جديدة و خلق قنوات توزيع و شبكات معلومات عالمية.

4. الآثار المتوقعة من تحرير الخدمات التأمينية على قطاع التأمين

بعد تطبيق الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات، والتحرير الكلي لأسعار التأمين، سوف يسيطر نظام الاقتصاد

الحر على قطاع التأمين، وبالتالي سوف يصبح سوق التأمين ميدانا للمنافسة بين شركات التأمين الوطنية والأجنبية⁹. حيث تتمتع أسواق التأمين في الدول النامية و العربية بما فيها الجزائر بمزايا نسبية تجذب شركات التأمين الأجنبية إليها، وخاصة بعد أن انخفضت مبيعات تلك الشركات من منتجات تأمينات الحياة في مواطنها الأصلية نتيجة انخفاض عدد السكان وارتفاع متوسط الأعمار بها و الأزمات المالية التي شهدتها هذه الدول¹⁰. و بالتالي فإن شركات التأمين الأجنبية سوف تسعى لاستثمار أموالها في أسواق التأمين العربية، علي اعتبار أنها أسواق تنافسية تتمتع بالمزايا التالية:

1- يعد سوق التأمين العربية سوقا واعدا: خاصة أن مبادئ الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات (GATS) التي التزمت بها الدول العربية قد قدمت جداول زمنية تتعهد فيها بتنفيذ هذه الالتزامات، وهناك تعديلات طرأت على مختلف القوانين بما فيها قوانين الإشراف والرقابة بمعظم الدول العربية، وخاصة التي تمنح تسهيل إجراءات الترخيص لشركات التأمين الأجنبية للعمل في أسواق التأمين العربية، مما يتيح سرعة دخول هذه الشركات إلى الأسواق العربية. بالإضافة إلى الاتجاه المتزايد في خصخصة قطاع التأمين في الدول العربية، مع إلغاء الدعم والحماية التي تتمتع بها شركات التأمين العربية من قبل حكوماتها، وبذلك سوف تتنافس الشركات الأجنبية مع الشركات الوطنية بحرية في ظل نظام السوق المفتوح. مع ملاحظة عدم اهتمام شركات التأمين العربية بقطاع تأمينات الحياة والتأمين الصحي، ولذلك يعتبر هذان القطاعان أداة جذب للشركات الأجنبية لتقديم خدمات التأمين في هذا المجال.

2 - حجم العملاء: يتميز سوق التأمين العربي بارتفاع عدد السكان، ووجود قاعدة عريضة من الشباب، فبدراسة الاتجاهات في المواليد والعمر المتوقع والخصوبة والتركيب العمري ومعدل الوفاة في الدول العربية¹¹

3- الشفافية: التي تلزم بها الدولة بموجب مبادئ اتفاقية تجارة¹².

4- إمكانيات التوسع: يعتبر سوق التأمين العربي من الأسواق الصغيرة من حيث الإمكانيات المادية والتقنية، غير أنه قابل للتوسع واستيعاب عدد كبير من الشركات.

5. تحديات سوق التأمين العربية و أفاق الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات

في ظل الظروف الحالية لصناعة التأمين في الدول العربية و خاصة الجزائر و المتمثلة أساسا في كون معظم شركات التأمين غير مستعدة لمواجهة المنافسة المفروضة من الشركات الأجنبية و التي تمتلك موارد و إمكانيات و قدرات

أكبر. بالإضافة إلى تدهور حال الشركات الوطنية و تدفق أقساط تأمين و تحويل أرباح الشركات الأجنبية، مما

سيؤثر سلباً على مستويات الاستثمار و تحويل رؤوس الأموال¹³. فيجب على الشركات إتباع مجموعة من السياسات لموا
جهة المنافسة الأجنبية و دراسة عدة عوامل قبل تحرير أسواقها، وإلغاء التعريفات الملزمة لأسعار التأمين، والسماح
بدخول الشركات الأجنبية لتنافس الشركات الوطنية. ويمكن ترتيب هذه العوامل طبقاً للمجالات التالية:

أولاً: في مجال القدرة الاستيعابية وتطوير برامج إعادة التأمين:

أ - القدرة الاستيعابية: تتمثل القدرة الاستيعابية في مقدرة ورغبة المؤمنین لتغطية الأخطار، وقد أشارت كثير من
الدراسات إلى العوامل المؤثرة في هذه القدرة، وتتلخص أهم هذه العوامل في¹⁴:

1- مستوى وفائض العمليات التأمينية: إذا كان لدى المؤمن مستوى غير كافي من الأرباح ستصبح الاحتياطات
الرأسمالية والفنية غير كافية وقد يعوق ذلك قدرته علي قبول أخطار جديدة.

2 - الاتجاهات الشخصية للمكتتبين تجاه الخطر: إن الحكم الشخصي لمديري شركة التأمين يؤثر كثيراً في تحديد حدود
الاكتتاب، ومن العوامل الهامة والمؤثرة في هذا الحكم هو الاتجاهات الشخصية لهؤلاء المديرين، حيث أن الإدارة
المتحفظة في تحمل الخطر تضع حدود اكتتاب متحفظة أو منخفضة، بينما تضع الإدارة المفضلة لتحمل الخطر تضع
حدوداً أعلى لقبول المخاطر¹⁵

3 - المعرفة والمهارة الاكتتابية: أثبتت الدراسات السابقة أن توفر مستوي عال من المعرفة والمهارة والخبرة للمكتتب قد
تساعد في زيادة القدرة الاستيعابية لشركة التأمين¹⁶.

4 - درجة تجانس الأخطار¹⁷.

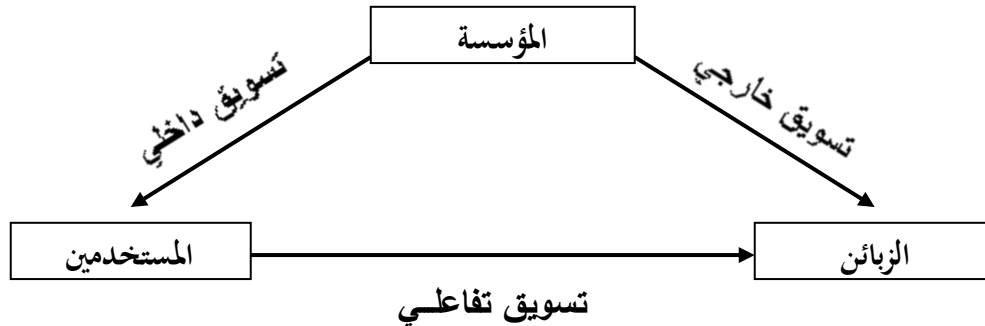
5 - تكلفة الفرصة البديلة للأرصدة المتاحة.

6 - تسهيلات إعادة التأمين و التأمين المشترك: تعتبر برامج إعادة التأمين و التأمين المشترك من المؤثرات الهامة على القدرة
الاكتتابية للمؤمن فعندما يقوم المؤمن بتحويل جزء من الخطر إلى معيدي التأمين، إذ تلجأ شركات التأمين إلى التأمين
المشترك و إعادة التأمين في حالة الأخطار الغير مقبولة و التي تمثل عبئ كبير للشركة في حالة تحققها. و الواقعة فوق
المنحنى الذي يمثل حدود قبول الخطر، أي في منطقة الأخطار الغير مقبولة¹⁸. حيث تزداد قدرته على قبول وحدات خطر
جديدة على الأقل مؤقتاً.

7 - قوانين الإشراف والرقابة¹⁹.

ب - تطوير برامج إعادة التأمين : عند إبرام أو تجديد عقود إعادة التأمين يحتاج إلي تطوير في كفاية وكفاءة إعداد المعلومات الواجب تقديمها لمعيدي التأمين، وتحديد عمولات إعادة التأمين بشكل واقعي وعادل، وإعادة النظر في حجم الضريبة المقتطعة من إعادة التأمين²⁰.

ثانياً: في مجال تطوير المنتج التأميني ووسائل تسويقه: يتطلب تسويق الخدمات في الشركات العربية و الشركات الجزائرية بصفة خاصة فضلاً على التسويق الخارجي، تسويقاً داخلياً و آخر تفاعلياً، حيث يرى كوتلر أن تسويق الخدمة يركز على ثلاثة أقطاب أساسية هي: المؤسسة، زبائنها، موظفيها، و الشكل الموالي يوضح ذلك.



الشكل رقم 1-2: التسويق في المؤسسة

- source: [Michel Langlois](#), [Gerard Tocquer](#), Marketing des services le défi relationnel, 1ère édition, édition [Gaëtan Morin](#), France, 1998.

- يقوم مفهوم التسويق الداخلي على اعتبار الموظفين داخل المؤسسة كزبائن داخليين للمؤسسة، إذ يتعين عليها تحقيق رضاهم من خلال إشباع حاجياتهم و رغباتهم، الأمر الذي يكون له انعكاس مباشر على تحقيق أنشطة المؤسسة، إذ أن رضى الزبون الخارجي يكون مربوط بمدى رضى الزبون الداخلي، فالقاعدة في التسويق الداخلي تقول: "زبون داخلي راضي يعني زبون خارجي راضي" فالتسويق الداخلي يمكن المؤسسة من²¹:

- المحافظة على الموظفين و كسب ولائهم.
- توفير جو عمل مناسب يساعدها على تقديم خدمات متميزة .



● مساعدة الموظفين على فهم و إدراك أهمية الأنشطة التي يقومون بها إذ أن نجاح التسويق الداخلي مرتبط بـ

- المناخ التنظيمي السائد في المؤسسة: ويتعلق بمجموعة الخصائص المميزة لجو العمل داخل المؤسسة و الذي له تأثير مباشر على أداء الموظفين فيها.

- أما التسويق الخارجي فيتعلق بالأنشطة الاعتيادية للتسويق في علاقة المؤسسة مع السوق بصفة عامة و زبائنها بصفة خاصة من اجل ترقية صورة المؤسسة و تمييز خدماتها على منافسيها، من خلال التأكيد على جودة خدماتها، إضافة إلى العمل على تنمية ولاء زبائنها من جهة، و كسب زبائن جدد من خلال عملية الاتصال التي تقوم بها. و تسيير العلاقة بين الزبون الداخلي (مقدم الخدمة) و الزبون الخارجي من اجل كسب وفائه و ربط علاقة جيدة بينه وبين مقدم الخدمة هو ما يقصد به التسويق التفاعلي و الذي يزيد من وفائه الزبون و يصبح أداة للترويج لخدمات المؤسسة من خلال نقل تجربته إلى الآخرين، كما يهدف التسويق التفاعلي إلى جعل كل فرد في المؤسسة يقوم بعملية التسويق للمؤسسة و خدماتها.

- تحديات بيع و تسويق الخدمة في ظل السوق المفتوح:

فهناك مجموعة من التحديات ستواجه التسويق في ظل السوق المفتوح أهمها مايلي²²:

- غياب الفلسفة الفكرية التسويقية في المنشأة تتماشى و مستوى التحول أو التغيير في متطلبات الزبون،

- غياب الأدوات الابتكارية في صناعة القرارات التسويقية،

- تجاهل دور بحوث التسويق،

- غياب إستراتيجية لخلق جودة شاملة لخدمات التأمين،

- عدم الاهتمام بتطبيق أساليب المقارنة بالمنشآت المتميزة²³،

كما يجب على الهيئات المزاولة للتأمين أن تقدم المنتج الذي يحتاجه العميل، لذلك يجب أن تكون لأبحاث السوق أهمية كبيرة توضح الخدمات التأمينية المتوفرة في السوق (العرض)، والخدمات التأمينية التي يحتاجها العملاء (الطلب)، وهيكّل السوق من حيث عدد السكان والتركيب العمري لهم ومعدلات المواليد والوفيات والعمر المتوقع والحالة الاقتصادية، والمنتجات التأمينية المعروضة من قبل الشركات المنافسة. ثم يأتي دور إدارة تطوير المنتجات لتضع العوامل السابقة في الحسبان عند تصميم المنتج التأميني²⁴.

- أما في مجال تمييز المنتج التأميني والاستراتيجيات التسويقية المستحدثة كأحد السياسات التي يجب علي شركات التأمين العربية إتباعها لمواجهة المنافسة مع الشركات الأجنبية فيجب خلق استراتيجيات مستحدثة لتطوير المنتج التأميني و إيصاله إلى الزبون كما هو الحال في إستراتيجية صيرفة التأمين.



ثالثا: في مجال تسعير التأمين: في ظل السوق الحر تتحدد أسعار التأمين بواسطة الشركات المنافسة في السوق، لذلك فإن شركات التأمين العربية التي تعمل بنظام التعريفية المحددة الملزمة، سوف تواجه مشكلات صعبة في هذا الصدد، حيث يعتبر التسعير أحد الأسس التي تفرق بين المنافسة الصحيحة والمنافسة الضارة. فإذا كان السعر غير كاف، فإن ذلك يعني خسارة لشركة التأمين وعدم قدرتها على الوفاء بالتزاماتها وتعرضها للخروج من النشاط، وإذا كان السعر مبالغاً فيه، فإن ذلك يؤدي إلى عدم مصداقية العملاء للشركة، وتحولهم إلى الشركات المنافسة²⁵. فتحديد السعر النهائي يعد مرحلة أساسية يتعين على المؤسسة توفير كل الشروط اللازمة لكي يحقق السعر أهدافها من خلال الأخذ بعين الاعتبار²⁶:

- تحليل أسعار المنافسين،

- تحديد مدى قبول الزبون للسعر.

- رابعا: تطوير الكفاءات البشرية.

- خامسا: دور الإشراف والرقابة: يقصد بالإشراف والرقابة تلك القوانين واللوائح والأنظمة التي تضعها الدولة بغرض تنظيم سوق التأمين والمحافظة على حقوق حملة الوثائق والمستفيدين منها²⁷.

- الخاتمة:

إن انتشار ظاهرة العولمة كان لها أثارا كبيرة على مختلف الأنشطة الاقتصادية والمالية، حيث أدت إعادة العلاقات الاقتصادية في المجتمع الدولي على النحو الذي فرض كثيرا من التحديات (التحرير، إدارة المخاطر، تسويق، اندماج و تكتلات، استراتيجيات حديثة في تسييرية وإدارية حديثة) خاصة أمام الأنشطة المالية (المصرفية و التأمينية)، ويعد التقدم التكنولوجي من أهم العناصر التي ساهمت في تغيير ملامح المتعلقة بالخريطة المالية الدولية. وإن هذه التطورات التي اجتاحت العالم قد ألفت بظلالها على نظام عمل وتسيير قطاع التأمين الجزائري، ولذلك فإنه من الضروري القيام بإصلاحات عميقة لهياكله وآليات عمله مع خلق الوسائل الضرورية التي تسمح له بالتكيف مع المحيط الدولي، كما أن التغيرات الناجمة عن الإصلاحات الاقتصادية تكشف عن النقائص وعجز أجهزة التنظيم، حيث أن التأخير في تكييف المنظومة التأمينية، جعل المعايير المعمول بها في القطاع لا تتماشى مع المقتضيات الاقتصادية والاجتماعية الجديدة. و هو ما دفع إلى محاولة تدارك وتصحيح الأخطاء من خلال إجراء تعديلات و إصلاحات في عمل و نشاط المتدخلين في السوق

التأمينية. بالإضافة إلى تبني بعض الاستراتيجيات الحديثة في مجال التأمين كإدارة الإستراتيجية للمخاطر، التسويق الالكتروني و صيرفة التأمين.

- المراجع:

- 1- صفية أحمد أبو بكر، الملتقى العربي الثاني: التسويق في الوطن العربي، الفرص والتحديات، جامعة الدوحة، قطر، 6-8 أكتوبر 2003، ص: 103.
- 2- نفس المرجع السابق، ص: 103.
- 3- نفس المرجع السابق، ص-ص: 103- 104.
- 4- عصام بن حسن كوثر، الجات و المؤسسات التدريبية: البقاء للأفضل، 31/05/2007، جدة www.bab.com/news/full-news.cfm
- 5- مصطفى رشدي، اتفاقية التجارة العالمية في عصر العولمة، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2004، ص-ص: 224-226
- 6- سمير محمد العزي، التجارة العالمية بين الجات و منظمة التجارة، مكتبة الشاع للنشر، مصر، 2001، ص: 350-351.
- 7- نفس المرجع السابق، ص-ص: 350-351.
- 8- محمود محمد عبيد محمد، منظمة التجارة العالمية ودورها في تنمية اقتصاديات البلدان الإسلامية، دار الكتب القانونية، مصر، 2007، ص: 727.
- 9- صفية أحمد أبو بكر، الملتقى العربي الثاني: التسويق في الوطن العربي، الفرص والتحديات، جامعة الدوحة، قطر، 6-8 أكتوبر 2003، ص: 103.
- 10- John Sanders, Look to Past, Big Initiatives, The Journal, Chartered Insurance Institute, March, 2000. pp 14-15.
- 11- صفية أحمد أبو بكر، مرجع سابق، ص: 113.
- 12- زوليخة الناصري، إستراتيجيات التأمين العربي في التعامل مع الجات (التمويل - التنظيم - إعادة - الهيكلة - التشريعات والرقابة)، الاتحاد العام العربي للتأمين، القاهرة، يناير، 1995 ص-ص: 17.
- 13- ياسر زغيب، اتفاقية الجات، دار الندى، لبنان، 1999، ص: 87.
- 14- Nielson, N., "Capacity Of Property-Casualty And The Insurance Industry", Journal of Risk and Insurance, Vol. 51, 1984, P-P. 393-411.
- 15- MacCrimmon, K. and O. Wehring, "Taking Risks: The Management Of Uncertainty", The Free Press, N.Y., 1988.
- 16- Fourgnier, Arne, "The Capacity Problem In Readings In Property And Casualty Insurance", By H. Wayne Sinder (ed.), Homewood, Ill., Irwin Inc, 1979, P. 184.
- 17- صفية أحمد أبو بكر، مرجع سابق، ص: 114.
- 18- Jean Le Ray-Gérer Les Risques-Pourquoi ?Comment?-Edition AFNOR, France. 2006. p:142
- 19- خيرى عبد الحميد سليم، التراخيص لشركات التأمين في ظل سياسات التحرر الاقتصاد، مؤتمر خلق سوق عالمية: التحول في قطاع التأمين المصري، الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية مصر، 2000. ص: 12.
- 20- صفية أحمد أبو بكر، مرجع سابق، ص: 116.
- 21- Michel Langlois, Gerard Tocquer, Marketing des services le défi relationnel, 1ère édition, édition Gaëtan Morin, France, 1998, p: 68.

22- طلعت أسعد عبد الحميد , التحديات الست التي تواجه التسويق في العالم العربي , المؤتمر العلمي السنوي السابع عشر الدولي , استراتيجيات التحديث والجودة للاقتصاديات العربية في إطار المنافسة العالمية , جامعة المنصورة, مصر, 1200, ص:9.

23- نفس المرجع السابق, ص-ص:9-10.

24- نفس المرجع : ص-ص:10-11.

25- صفية أحمد أبو بكر , مرجع سابق, ص:117.

26 - J. Charbonnier, Marketing et Management en Assurance, Edition l'Harmant, Paris 2000, p:89.

27- خيرى عبد الحميد سليم , مرجع سابق. ص: 14.