

الإستهلال

قال الله تعالى :

{ وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ
مِنْ أَمْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ
إِلَّا قَلِيلًا } .

صدق الله العظيم

سورة الإسراء ، الآية (85)

{ قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ
وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُوا
الْأَلْبَابِ } .

صدق الله العظيم

سورة الزمر ، الآية (9)

الإهداء

إلى وطني الحبيب بجميع ربوعه

إلى روح أمي التي وضع الله الجنة تحت أقدامها إعترافاً بفضلها، تقبلها
الله

إلى والدي العزيز أمدّ الله في عمره

إلى كل أفراد أسرتي وأصدقائي المخلصين

إلى الأرض الطيبة التي أنجبت أهلي وعشيرتي

إلى كل من علمني حرفاً

أهدي هذا الجهد المتواضع.

الشكر والعرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد (صلى الله عليه وسلم) خاتم الأنبياء والمرسلين.

الشكر أولاً وأخيراً لله رب العالمين. ثم الشكر لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا التي أتاحت لي فرصة الدراسة وفتحت أبوابها لكل راغب في التعليم، والشكر لجامعة أمدرمان الإسلامية موطني الأول .

ثم الشكر للدكتورة/ **عرفة جبريل أبو نصيب** ، التي كان لها القدر المعلى في أن يرى هذا الجهد المتواضع النور فإنها نعم الأخت والأستاذة لقد جادت عليّ من وقتها بالكثير ، وعلمتني الصبر والمثابرة وحب العلم جزاك الله عنا خير أستاذتي الجليلة.

كما أتقدم بأسمى آيات الشكر لكل زملائي وإخواني وأساتذتي بجامعة أم درمان الإسلامية كلية العلوم الإدارية

الشكر أيضاً لشركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين بالخرطوم والموظفين والعاملين بها الذين لم يخلوا عليّ بكل ما طلبته من معلومات تخص هذا البحث وأخص بذلك إدارة التدريب بالشركة، وعلى رأسهم الأستاذ/ **محمد إبراهيم آدم**.

ثم الشكر للأساتذة الذين حكموا الاستبانة بعد أن عدلوا فيها إلى أن خرجت بصورتها الحالية.

ثم الشكر للدكتور / **عبد الرحمن الطيب** الذي قام بتصحيح الدراسة من الناحية اللغوية.

الشكر لكل من ساهم ولو بكلمة استحسان سائل الله أن يجعل كل المساعدات التي قدمت في موازين مقدميها .

الباحث،،،

مستخلص الدراسة

- تناولت هذه الدراسة أثر الأزمة المالية العالمية على تسويق خدمات التأمين بالتطبيق على شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين المحدودة . وتتمثل مشكلة الدراسة في مدى تأثير الأزمة المالية على الخدمات التأمينية في شركة شيكان للتأمين المحدودة من حيث الخدمة التسويقية التأمينية ، ملائمة أساليب الترويج ، سياسات التوزيع ، استراتيجية السعر الفاعل للخدمة التأمينية .
- هدفت الدراسة إلى الآتي: إبراز العناصر الأساسية التي يجب ان تراعيها الإدارة التأمينية في التصدي للأزمة وتسويق خدماتها التأمينية، التعرف على مدى إدراك الإدارات القائمة على شركة شيكان للتأمين وخصوصاً إدارة التسويق للأزمة المالية الراهنة وكيفية مواجهتها والحد من أثارها . ومعرفة العوامل التي تزيد من ربحية شركة شيكان ورفع كفاءتها الخدمية.
- اختبرت الدراسة الفرضيات التالية:
- تؤثر الأزمة المالية العالمية على تسويق خدمات التأمين وتشتمل هذه الفرضية على الفروض الفرعية التالية :
 - 1. تؤثر الأزمة المالية العالمية على الخدمة التأمينية المقدمة .
 - 2. تؤثر الأزمة المالية العالمية على أساليب ترويج الخدمة التأمينية.
 - 3. تؤثر الأزمة العالمية على سياسات توزيع الخدمة التأمينية.
 - 4. تؤثر الأزمة المالية العالمية على استراتيجية تسعير الخدمة التأمينية.
- وأثبتت الدراسة عدم صحة الفرضيات أعلاه :
- اعتمدت الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي والإحصائي في جمع وتحليل البيانات من واقع المصادر الأولية والثانوية . وقد أجريت الدراسة على الإطار النظري والدراسة الميدانية.
 - توصلت الدراسة إلى النتائج الآتية:
 - إن الخدمة التأمينية في شركة شيكان لم تتأثر بالأزمة المالية.
 - سياسات تسويق خدمات التأمين في شركة شيكان قادرة على مواجهة الأزمة المالية العالمية.
- خرجت الدراسة بالتوصيات التالية :
- الحفاظ على مقومات جودة الخدمة التأمينية والعمل على تقديم الخدمة باستمرار ليلائم التطور المستمر أذواق ورغبات المستهلكين.
 - الاهتمام بوظيفة بحوث التسويق حتى يتم التعرف على اتجاهات سوق التأمين ودرجة المنافسة السائدة واحتياجات العملاء الجدد.

Abstract

This study approaches the impact of world financial crisis on marketing of insurance services with application on Shekan for insurance and reinsurance CO. Ltd. The focus of the study is represented in the extent to which the financial crisis affect the insurance services at Shekan for insurance CO, with regard to marketing of insurance services, suitability of sales promotion manners, distribution polices, and strategies of practical price of insurance service.

The main objectives of this study is to point out the essential elements that should be noticed by the insurance management while encountering the crisis and marketing its insurance services.

The study tests three hypotheses:

- 1- The marketing services applicable at Shekan Company wouldn't be able to encounter the financial crisis.
- 2-The manners of sales promotion applicable at Shekan Company wouldn't be able to encounter the financial crisis.
- 3- Services distribution polices applicable at Shekan Company are insufficient to encounter the financial crisis.

The study follows descriptive, analytical, and statistical methods in collecting and analyzing data from its primary and secondary sources. The study has been carried out on both theoretical frame and field levels.

The study concludes to the following:

- 1- The insurance service at Shekan Company has not been affected by the financial crisis.
- 2- The service distribution policies at Shekan Company are competent and quite able to encounter the world financial crisis.

The study recommends the following:

- Factors of quality of insurance services should be maintained and continued so as to catch up with the developing tastes and wishes of customers.
- Marketing inquiry should be given attention so as to recognize trends of insurance market, degree of competition, and needs of the new clients.

فهرس الموضوعات

الموضوع	رقم الصفحة
الاستهلال	أ
الإهداء	ب
الشكر والعرفان	ج
ملخص الدراسة	د
Abstract	هـ
فهرس الموضوعات	و
فهرس الجداول	ح
فهرس الأشكال	ي
المقدمة	
الإطار العام للدراسة	
المبحث الأول : المقدمة المنهجية.	2
المبحث الثاني : الدراسات السابقة.	8
الفصل الأول الأزمة المالية العالمية	
المبحث الأول: مفهوم وتعريف وخصائص وأسباب الأزمة المالية العالمية.	15
المبحث الثاني: تصنيف ومراحل وآثار الأزمة المالية العالمية.	24
الفصل الثاني تسويق خدمات التأمين	
المبحث الأول: تسويق خدمات التأمين.	36
المبحث الثاني: المزيج التسويقي لخدمات التأمين.	48
الفصل الثالث شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين	
المبحث الأول: نشأة وتطور شركة شيكان للتأمين.	59
المبحث الثاني: البناء التنظيمي والإداري لشركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين.	66
المبحث الأول: السياسات التسويقية لشركة شيكان للتأمين وأثر الأزمة عليها	78
الفصل الرابع الدراسة الميدانية	
المبحث الأول: إجراءات الدراسة الميدانية	87
المبحث الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة	93
المبحث الثالث: تحليل بيانات الدراسة الميدانية	96
المبحث الرابع: اختبار فرضيات الدراسة	104

	خاتمة.
119	النتائج
120	التوصيات .
123	قائمة المراجع .
128	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
86	توزيع العينة حسب النوع	(4/1/1)
87	توزيع العينة حسب العمر بالسنوات	(4/1/2)
88	توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	(4/1/3)
89	أفراد العينة حسب الدورات التدريبية في تسويق خدمات التأمين	(4/1/4)
92	قائمة بأسماء وعناوين محكمي أداة الدراسة	(4/2/5)
93	معامل ارتباط كل عبارة بمحورها لقياس الصدق والثبات	(4/2/6)
95	جودة الخدمة التأمينية التي توفرها شركة شيكان تأثرت بالأزمة المالية العالمية	(4/2/7)
96	مبيعات الشركة تراجعت في ظل الأزمة المالية العالمية	(4/2/8)
97	أساليب ترويج الخدمة التأمينية التي تستخدمها شركة شيكان غير قادرة على التصدي اللازمة المالية العالمية	(4/2/9)
98	الحملات الإعلانية التي بها الشركة عن الخدمات التأمينية غير كافية لمواجهة الأزمة المالية	(4/2/10)
99	منافذ توزيع خدمات التأمين لشركة شيكان كانت غير كافية لمواجهة الأزمة المالية العالمية	(4/2/11)
100	استراتيجية توزيع الخدمة التأمينية التي تتبعها شركة شيكان غير قادرة على مواجهة الأزمة المالية العالمية	(4/2/12)
101	سياسة تسعير الخدمة التأمينية في شركة شيكان غير مستقرة بسبب الأزمة المالية العالمية	(4/3/13)
102	سعر وثيقة التأمين في شركة شيكان تأثر بالأزمة المالية العالمية	(4/4/14)
104	الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الأولى	(4/4/15)
105	نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الأولى	(4/4/16)
106	ملخص نتائج اختبارات الفرضية الأولى	(4/4/17)
107	الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية	(4/4/18)
108	نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الثانية	(4/4/19)
109	ملخص نتائج اختبارات الفرضية الثانية	(4/4/20)
110	الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثالثة	(4/4/21)
111	نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الثالثة	(4/4/22)
112	ملخص نتائج اختبارات الفرضية الثالثة	(4/4/23)
113	الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الرابعة	(4/4/24)

114	نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق لإجابات الفرضية الرابعة	(4/4/25)
115	ملخص نتائج اختبارات الفرضية الرابعة	(4/4/26)
115	التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية	(4/4/27)

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
7	نموذج الدراسة	(1/1)
38	مراحل تطور مفهوم التسويق	(2/1)
71	الهيكل لتنفيذي العام لشركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين	(3/1)
73	الانتشار الجغرافي لشركة شيكان	(3/2)
74	المكاتب المختصة	(3/3)
88	توزيع العينة حسب النوع	(4/2/1)
89	توزيع العينة حسب العمر بالسنوات	(4/2/2)
90	توزيع العينة حسب الحالة الاجتماعية	(4/2/3)
92	أفراد العينة حسب الدورات التدريبية في تسويق خدمات التأمين	(4/2/4)



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

أثر الأزمة المالية العالمية على تسويق خدمات التأمين
بالتطبيق على شركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين المحدودة 2008-
2009م

The Impact of world Financial crisis on marketing of
.insurance services
2008-2009 Application on Shekan for insurance and reinsurance)
(CO. Ltd

بحث مقدم لنيل درجة ماجستير العلوم في
إدارة الأعمال

إعداد الطالب
إبراهيم أحمد الأمين

إشراف الدكتورة
عرفة جبريل أبو نصيب موسى

1431هـ 2010م

