



شبكة الاقتصاديين العراقيين

IRAQI ECONOMISTS NETWORK
www.iraqieconomists.net

أوراق تأمينة

المحامي منذر عباس الأسود*: وكالات التأمين في العراق

تقديم

ترجع خلفية هذه الورقة التي كتبها الزميل منذر عباس الأسود إلى مخاطباتي معه ومع زميلات وزملاء آخرين حول تحديث المعلومات عن وكالات التأمين، شركات وأفراد، في العراق بعد 2003: فهل هناك حقًا شركات أو أفراد يعملون في هذا المجال؟ ورقته هي إجابة على هذا السؤال وتكشف الوضع البائس لقنوات توزيع المنتج التأميني.

بالنسبة لشركتي التأمين العامتين، شركة التأمين الوطنية وشركة التأمين العراقية، وحسب المعلومات التي نُقلت لي، فإنهما تعملان مع أربع وكالات للتأمين، اثنتين لكل منهما، ومع عدد (غير معروف) من المنتجين بالتعاقد. لكن المعلومات حول فعالية هذه الوكالات وحجم مساهمتها في إنتاج أعمال التأمين ليس معروفًا. والملاحظ أن إحصائية نشاط شركات التأمين العاملة بالعراق، التي تصدرها سنويًا جمعية التأمين العراقية، لا تضم أية معلومات عن وكالات التأمين أو وسطاء التأمين. ولا يضم موقع ديوان التأمين معلومات عن الوكالات، ولا نقرأ أو نسمع أخبارًا عن وكلاء التأمين في وسائل التأمين العراقية.

من المؤسف أن شركات التأمين العامة والخاصة لم تنجح في تطوير توزيع المنتج التأميني من خلال وكالات التأمين والوكلاء الأفراد العاملين بالتعاقد. وهذا في زمن نشهد فيه آلاف العاطلين من خريجي الجامعات والمعاهد والذين يبحثون عن العمل ربما في أي مجال؛ وفي زمن تعمل فيه الحكومات العراقية منذ 2003 على ما يسمى بتحديث الاقتصاد العراقي، وتخليصه من مركزية القطاع العام، وتعزيز اقتصاد السوق الحر. ومن المؤسف أن نقرأ في ورقة زميلنا منذر أن الشركة التي يديرها لم تنجح في استقطاب وتجنيب عدد من المنتجين للعمل لديها. ترى أين الخطأ؟

أمل أن تفتح ورقة الزميل منذر الأسود الباب أمام المعنيين بواقع ومستقبل قطاع التأمين العراقي مناقشة ذات قيمة حول توزيع منتجات التأمين ودور شركات التأمين أو جمعية التأمين العراقية بهذا الشأن، ودور الخدمات الساندة في رفد عمل شركات التأمين بالخبرات المتخصصة.

ملاحظة

قمت بإضافة بعض الهوامش للورقة.

مصباح كمال

28 كانون الثاني 2021



أوراق تأمينية

(1)

إن الموضوع الذي تشير إليه مهم جداً وأعتقد أن ما كتبناه أنت وأنا والسيد فؤاد شمقار كانت دراسة بسيطة بسبب صعوبة الحصول والعثور على المعلومات.¹ كما تعلم أن العراق قد تعرض لكثير من الأزمات والتحديات بعد أن تفاقمت المشكلات وازدادت عمقاً من حيث الأثر والنتيجة بسبب ضعف صياغات السياسات الحكومية والتلكؤ في تنفيذ ما تم إقراره منها مع غياب تام للسياسات.

لهذا فإن دور الوكلاء كأفراد أو منتجين في الوقت الحاضر يكاد أن يكون غائباً تماماً ولا دور لهم بسبب كثرة تأسيس شركات التأمين الجديدة الخاصة والفروع الخاصة بها في العديد من المحافظات العراقية والتي تعود ملكيتها لأشخاص معظمهم بعيدين عن مجال التأمين وبعض المصارف. إن عدد الوكالات قليلة جداً تُعد بأصابع اليد الواحدة سواء لدى الشركات الحكومية أو الأهلية، وحتى إن وجدت فإنها لم تقم بعملها بالشكل المطلوب لأنها لا تمتلك الخبرة والإلمام المعرفي بموضوع التأمين، وهذا مؤسف جداً.

(2)

فيما يخص وكالات التأمين التي تعمل مع شركات التأمين الأهلية سأركز على شركة الحمراء للتأمين، واعتقد أن الوضع لا يختلف كثيراً لدى الشركات الأخرى. للشركة وكالتين مجازيتين من

¹ مصباح كمال ومشاركة منذر الأسود وفؤاد شمقار، "وكالات التأمين في العراق: محاولة أولية لاستثارة البحث"، مدونة مجلة التأمين العراقي: <http://misbahkamal.blogspot.co.uk/2010/01/1.html>

مصباح كمال، "وكالات التأمين في العراق عام 1936: محاولة في التوثيق"، مدونة مجلة التأمين العراقي: <http://misbahkamal.blogspot.com/2012/05/1936-19-2012-1936-1936-883.html>

مصباح كمال، "مجيد أحمد الياسين: مساهمة في التعريف بشخصية تأمينية، 1931-1985"، مدونة مجلة التأمين العراقي: <http://misbahkamal.blogspot.com/2012/11/majeed-ahmad-al-yaseen-introducing.html>



أوراق تأمينية

قبل ديوان التأمين² كان المفترض بهما أن تقوموا بجميع أعمال التأمين التي تتعاطى بها الشركة، واحدة في محافظة بابل والأخرى في محافظة كربلاء. ومع الأسف، توقفت أعمالهما ولم تقدم أي منهما أي طلب تأمين للشركة لغرض إجراء التغطية التأمينية منذ إجازتهما وحتى اليوم.

ولدى شركة الحمراء للتأمين وكالات عديدة لمكاتب السفر والسياحة في بغداد وبعض المحافظات لإصدار وثائق تأمين السفر للمواطنين وعملها جيد جداً. كما لديها منتجين يعملون بالتعاقد مع الشركة بصفة منتج متعاقد، أي بموجب عقد. وهؤلاء المنتجين الأفراد، مثل وكالات الإنتاج، لم يقدموا أي طلب تأمين للشركة. والسبب هو عدم معرفتهم وجهلهم بالتأمين مما يحول دون إنتاجهم لأعمال التأمين. وأستطيع لذلك أن أقول بأن وكلاء التأمين والمنتجين ليس لهم حضور حقيقي في السوق.

على فكرة، عند طلب الشركة للمنتجين بغرض توظيفهم كمنتجين مستقلين وبعد أداء الاختبارات وإدخالهم في دورة تدريبية أو حضورهم محاضرات في التأمين وجدنا أنهم لا يمتلكون أبسط المعلومات الأولية عن التأمين. لقد كان مهم الأساس الحصول على وظيفة دائمية بدوام رسمي في الشركة كباقي الموظفين في حين أن دورهم هو الانتشار في الأسواق المختلفة حيث تتواجد المتاجر وطرق أبواب المصانع والشركات التجارية والصناعية والخدمية لجلب طلبات تأمين لشركة التأمين. ويبدو أن جهودنا في خلق طاقم من المنتجين قادر على التواصل مع المؤمن لهم المرتقبين وترجمة هذا التواصل إلى طلب لشراء وثائق التأمين لم تتجح. إن المتقدمين للعمل كمنتجين مهم الجلوس على الطاولة داخل الشركة، وهذا مفهوم خطأ لوظيفة المنتج. ربما لم نكن محظوظين بالعينة التي تقدمت للعمل كمنتجين لأعمال التأمين.

² التعليمات المنظمة لعمل وكيل التأمين الصادرة من ديوان التأمين هي التعليمات رقم 11 لسنة 2008: تعليمات إجازة وكيل التأمين وتنظيم أعماله ومسؤوليته.

لا يضم موقف ديوان التأمين جدولاً بأسماء وكالات التأمين المجازة من قبله.



أوراق تأمينية

(3)

لا يخفى على المتابعين للنشاط التأميني أن الإطار العام للعمل التأميني، ممثلاً بالوضع السياسي والاقتصادي وغياب الرقابة الحقيقية من قبل ديوان التأمين، انعكس سلباً على واقع التأمين في العراق.

ومن وجهة نظرنا فإن غياب وكلاء التأمين له أسباب كثيرة وأهمها غياب الصفات الحقيقية لوكيل التأمين حيث يجب أن يتمتع وكيل التأمين بخبرة وثقافة تأمينية عالية وعلى إطلاع على كل ما هو جديد في مجال عمله.

إن قطاع التأمين في العراق يعاني من قلة المنتجين الحقيقيين لدى شركات التأمين الخاصة والعامّة. من المعروف أن شركة التأمين تعتمد على قسم التسويق/الإنتاج الذي يضم طاقماً من المنتجين يعملون كموظفين لديها أو منتجين أفراد بموجب عقد للترويج لوثائق التأمين وبيعها للأفراد والشركات. أما وكيل التأمين فإنه يعتمد على عدد من المنتجين، موظفين أو متعاقدين مع الوكالة، يقومون بتسويق وبيع وثائق تأمين الشركات التي يعملون معها.

إن المنتج يعتبر حلقة وصل بين شركة التأمين وبين الزبائن المرتقبين وإذا نجحت شركة التأمين في إعداد منتجين ناجحين فإنها تستطيع أن تسيطر على حصة من أعمال التأمين.

من المعروف أيضاً أن عملية تسويق منتجات التأمين عملية صعبة للغاية بسبب طبيعة المنتج التأميني. فرجال التسويق الذين يسوقون بضاعة ما (مواد غذائية أو كهربائية أو ملابس ... الخ) يتعاملون مع مادة ملموسة، وبذلك يختلف عملهم عن عمل مسوقي منتجات التأمين كونهم يسوقون بضاعة غير ملموسة، وهي وعد يوعد به الزبون إذا تحقق الخطر المؤمن منه يحصل المؤمن له على تعويض مناسب وحسب شروط وثيقة التأمين. هناك انعدام وفي أحسن الحالات



شبكة الاقتصاديين العراقيين

IRAQI ECONOMISTS NETWORK
www.iraqieconomists.net

أوراق تأمينية

ضعف في مستوى الثقة بين المواطنين وشركات القطاع الخاص وحتى شركات القطاع العام، وهو ما يُصعّب عملية التسويق. أضف إلى ذلك أن ثقافة التأمين لم تتجذر في العراق لا بل أنها تراجعت عمّا كانت عليه في الفترة الممتدة من خمسينيات القرن الماضي وحتى الثمانينيات.

لو كانت هناك شركة/شركات متخصصة لتدريب وتهيئة مسوقي التأمين ولها المؤهلات للتعليم والتدريب قادرة على نشر ثقافة التأمين وتسويق خدمات التأمين في نفس الوقت استطعنا أن نُفعل دور وكلاء التأمين والمنتجين الأفراد وبالتالي نفعل دور شركات التأمين.

(*) المدير المفوض لشركة الحمراء للتأمين، بغداد

حقوق النشر محفوظة لشبكة الاقتصاديين العراقيين. يسمح بإعادة النشر بشرط الإشارة إلى المصدر 1 شباط 2021 .

<http://iraqieconomists.net/ar/>