



(دور التدريب في تطوير وتنمية عمل مندوبي البيع في شركات التأمين)

دراسة استطلاعية في شركة التأمين الوطنية

م. م. قاسم جواد كاظم

المستخلص

من الواضح أن مفهوم التدريب لم يعد مفهوماً اعتيادياً محصوراً بتنظيم دورات تدريب تقليدية بل أصبح أحد الخيارات الاستراتيجية المهمة في منظومة استثمار وتنمية الموارد البشرية، لذا يسعى البحث الحالي الإجابة على الجوهر الاساسي لمشكلة الدراسة، وهي:

إلى أي مدى يمكن لبرامج التدريب بشكلها التقليدي إن تفي باحتياجات الشركة المبحوثة لتنمية عمل مندوبي البيع وثائق التامين بمختلف أنواعها؟

ومن أجل تحقيق اهداف البحث الحالي تم اختيار مقر شركة التأمين الوطنية العامة موقعاً لتطبيق البحث وتكونت عينة البحث من عدد من خبراء ومسؤولي الأقسام والفروع والوحدات في الشركة. وجمعت البيانات من عينة البحث باستعمال الاستبانة واعتمدت التقارير السنوية للشركة ايضاً كبيانات اولية للبحث وعولجت البيانات باستعمال الأساليب الإحصائية المختلفة كمقاييس النزعة المركزية المتمثلة بمقياس الوسط الحسابي والانحراف المعياري واحتسبت علاقات الارتباط والأثر بين متغيرات البحث باستعمال معامل ارتباط بيرسون والانحدار الخطي البسيط.

وفي ضوء النتائج والتحليلات توصل الباحث إلى عدد من الاستنتاجات أهمها هناك علاقة ارتباط وتأثير معنوية بين التدريب وتنمية عمل مندوبي بيع وثائق التامين بشكل عام.

واستناداً إلى الاستنتاجات قدم الباحث عدد من التوصيات كان أبرزها تبني القيادات العليا لعملية التدريب؛ بوصفها حاجة ملحة وضرورة وأساسية هدفها تطوير الموارد البشري والارتقاء بمستوى برامج التدريب لتنمية عمل مندوبي بيع وثائق التامين في شركة التأمين الوطنية، فضلاً عن تخصيص مبالغ مالية كافية للتدريب واستحداث قسم متخصص في الهيكل التنظيمي يعنى بالتدريب وعمل مندوبي البيع في الشركة يرتبط بشكل مباشر بالمدير العام مع تزويده بالموارد البشرية من حملة الشهادات الجامعية والخبرات العملية.

Abstract:

الكلمات المفتاحية : التدريب، مندوبي بيع وثائق التأمين

It is clear that the concept of training is no longer an ordinary concept limited to organizing traditional training courses, but rather it has become one of the important strategic options in the system of investment and development of human resources. Therefore, the current research seeks to answer the basic essence of the problem of the study, which is to what extent can training programs in their traditional form meet the needs of the company under study. To develop the work of sales representatives of various types of insurance documents.

In order to achieve the objectives of the current research, the headquarters of the National General Insurance Company was chosen as a site for implementing the research. The research sample consisted of a number of experts and officials of departments, branches and units in the company. Data was collected from the research sample using a questionnaire.

The company's annual reports were also adopted as primary data for the research, and the data was processed using methods. Statistics Various measures of central tendency represented by the arithmetic mean and standard deviation, and the correlation and effect relationships between the research variables were calculated using the Pearson correlation coefficient and simple linear regression.

In light of the results and analysis, the researcher reached a number of conclusions, the most important of which is that there is a significant correlation and influence between training and developing the work of insurance policy sales representatives in general.

Based on the conclusions, the researcher presented a number of recommendations, the most prominent of which was the senior leadership's adoption of the training process as an urgent, necessary and fundamental need whose goal is to develop human resources and raise the level of training programs to develop the work of insurance policy sales representatives in the National Insurance Company, as well as allocating sufficient amounts of money for training and creating a specialized department in the organizational structure. It is concerned with training and the work of sales representatives in the company. It is directly linked to the general manager, while providing him with human resources who hold university degrees and practical experience.

Keywords: training, insurance policy sales representatives

(المبحث الأول _ منهجية البحث)

يسعى المبحث الاول إلى تحديد منهجية علمية تضع الأساس الفكري الذي يستند إليه البحث الحالي والمنهجية تعد بمثابة المسار والطريق الذي يوضح توجه البحث لتحقيق الأهداف الخاصة، من خلال إيضاح مشكلة البحث وأهميته وأهدافه وفرضياته، فضلاً عن حدوده ومصادر جمع البيانات على وفق المحاور الآتية:

اولاً: مشكلة البحث :-

يعد مفهوم التدريب في الوقت المعاصر خياراً إستراتيجياً في بيئة العمل الاستثمارية وتنمية الموارد البشرية، وعلى الرغم من الاهتمام المتزايد بمدربي البيع وثائق التأمين في الشركات العامة والخاصة، فإن برامج تنمية هذا النوع من مندوبي البيع وثائق التأمين تظل موضع تساؤل، فالى أي مدى يمكن لبرامج التدريب بشكلها التقليدي ان تفي باحتياجات تنميته، وفي ضوء ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث عن طريق مجموعه من التساؤلات البحثية الآتية:

- هل تتوافر مقومات التدريب مندوبي البيع وثائق التأمين في شركة التأمين الوطنية ؟
- هل يوجد أثر للتدريب في شركة التأمين الوطنية؟
- هل هناك علاقة بين دعم الإدارة العليا في شركة التأمين الوطنية للتدريب ومندوبي البيع لوثائق التأمين؟

ثانياً: أهمية البحث: -

تتبع أهمية البحث من أنه يركز على موضوع مهم جداً ويؤثر في تنمية الشركة وقدرتها التنافسية وهو موضوع التدريب؛ إذ يعد التدريب استثمار طويل الأجل لأهم موارد الشركة وهو الموارد البشرية، وتكمن أهمية البحث في النقاط الآتية:

أ- دراسة تدريب الموارد البشرية في شركة التأمين الوطنية لما له من تأثير في الخدمات التأمينية المقدمة لزبائن الشركة.

ب- توجيه الاهتمام إلى فئة خاصة من الموارد البشرية في شركة التأمين الوطنية إذ يعتمد عليها بشكل اساسي في تطوير وازدهار الشركة لامتلاكها الخبرة والمعرفة اللازمة والمهارات الضرورية والقدرة الإبداعية بما يجعل تنميتها والمحافظة واستثمارها أمراً ضرورياً لا بد للقيادات العليا الاهتمام بها.

ثالثاً: أهداف البحث :-

يسعى هذه البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- أ- تشخيص واقع التدريب في شركة التأمين الوطنية ، ودوره في تنمية عمل مندوبي بيع وثائق التأمين .
- ب- تزويد الإدارة العليا في شركة التأمين الوطنية بتصور علمي وعملي يمكن عن طريقه تطوير أساليب التدريب الحالية وتنمية مهارات وقدرات وخبرات موظفيها وبما يحقق أهداف الشركة .
- ج- الوقوف على مدى ملائمة البرامج التدريبية في شركة التأمين الوطنية بما يوافق الاحتياجات التدريبية لتنمية وتطوير عمل مندوبي بيع وثائق التأمين.

رابعاً: فرضيات البحث :-

يهدف البحث إلى تحقيق الفرضيات الآتية

الفرضية الرئيسية (1): تُوجد توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التدريب و تنمية عمل مندوبي بيع وثائق التأمين لشركة التأمين الوطنية.

الفرضية الرئيسية (2): هناك تأثير ذو دلالة معنوية بين أثر التدريب وعمل مندوبي بيع وثائق التأمين في لشركة التأمين الوطنية.

خامساً: حدود البحث :-

حُدود البحث من خلال.

1- الحدود المكانية : اختير شركة التأمين الوطنية العامة / مركز الشركة.

2- الحدود الزمانية: يتناول البحث المدة (6 أشهر)، فيما يتعلق بحالة شركة التأمين الوطنية / مركز الشركة كجانب تطبيقي فيها لمعرفة مدى التغيير الحاصل في الشركة

سادساً: الأساليب المعتمدة في جمع البيانات والمعلومات: -

بسبب تنوع البيانات والمعلومات اللازمة لتحقيق أهداف البحث، واعتماد الأساليب ومصادر الحصول عليها، كان من الضروري استعمال عدة أدوات في الجانبين النظري والعملي. يمكن تلخيص هذه الأساليب والوسائل فيما يأتي:

1- الجانب النظري:

لتغطية الجانب النظري، أُعتمد على البيانات والمعلومات المتوفرة والمتاحة من المصادر العربية والأجنبية التي تناولت موضوع البحث، مثل الكتب، الدوريات، البحوث، الرسائل الجامعية، وشبكة المعلومات (الإنترنت)، وذلك بهدف بناء إطار نظري يدعم الجانب العملي للبحث.

2- الجانب العملي:

اعتمد الباحث عدة أساليب في جمع البيانات والمعلومات التي تخدم الأغراض الأساسية للبحث:

- أ- استبانة الدراسة تعد الأداة الرئيسة التي اعتمدها الدراسة في عملية جمع البيانات اللازمة لاختبار قبول الفرضيات، التي أُعدت بالاعتماد على مراجعة ما متاح من المصادر العلمية ذات الارتباط المباشر بالتدريب وتنمية وتطوير عمل مندوبي البيع ، ومراجعة بعض الدراسات السابقة والمقالات والدوريات.
 - ب- الزيارات الميدانية لشركة التأمين الوطنية والمقابلات الشخصية مع عدد من المديرين أو من ينوب عنهم في الشركة عينة البحث.
 - ت- التقارير السنوية وسجلات شركة التأمين الوطنية العامة.
- سابعاً: مجتمع وعينة البحث: -

أنصب مجتمع البحث على مركز شركة التأمين الوطنية، حيث بلغ حجم المجتمع (50) موظفاً من العاملين في مركز الشركة المبحوثة، وتكونت عينة البحث من الخبراء ومديري الأقسام والفروع أو من ينوب عنهم في الشركة وبلغت عدد الاستثمارات الصالحة للتحليل (50) استمارة استبانة من مجموع عينة البحث القصدية البالغة (55) شخص.

التدريب في شركات التأمين

أولاً: مقدمة عن التدريب في شركات التأمين: -

تسعى شركات التأمين إلى رفع الكفاءة الإنتاجية للإفراد العاملين لديها باستعمال عدة طرق وأساليب، أبرزها تخطيط وتنفيذ برامج تدريبية عالية المستوى من أجل رفع قدرات مندوبي البيع وثنائق التأمين العلمية والعملية مما يساهم في تحقيق أكبر قدر ممكن من بيع وثنائق التأمين بأقل جهد وأقل كلفة وقت (هاجر وآخرون ، 2019 : 2).

ثانياً : مفهوم التدريب

يعد التدريب عنصر أساسيا في عملية التنمية الإدارية والبشرية، ومن النشاطات الأساسية المسندة لإدارة الموارد البشرية، بعد إن ازداد إدراك أرباب العمل لحقيقة التدريب وأهميته في تسيير مواردها البشرية، وتحسين وتطوير

مهاراتهم وتغيير سلوكهم واتجاهاتهم بشكل ايجابي ببناء؛ إذ يؤدي التدريب أهم الوظائف التي تسهم في تأهيل وتطوير القوة العاملة من مندوبي البيع شركات التأمين بينما يتفق مع احتياجات الشركة.(نشاش، 2020 : 35).

وعليه يمكن تعريف التدريب: على انه نشاط مخطط يهدف إلى تزويد الفرد بمجموعة من المعلومات والمهارات التي تؤدي إلى زيادة معدلات إنتاج الأفراد العامة في العمل(باغي،2010: 26).

كذلك عرف التدريب بأنه منهج علمي وعملي يسعى إلى تحقيق الأهداف التنظيمية (عبدالباقي،2002 : 208).

ثالثاً : أهمية وأهداف التدريب ودورها في زيادة مبيعات وثائق التأمين لمختلف فروعها:-

تسعى شركات التأمين إلى تدريب مندوبيها نظراً لأهمية ذلك في إكسابهم معارف ومهارات جديدة ومتطورة تساعدهم على أداء واجباتهم ومسؤولياتهم الوظيفية بفاعلية، مما يسهم في زيادة وتطوير معلوماتهم كما تهدف هذه التدريبات إلى تزويد المندوبين بالمهارات اللازمة التي تمكنهم من إنجاز مهامهم بأقل جهد ممكن، مما يساهم في تنمية مهاراتهم وتحسين أدائهم (عيشي ، 20217 : 26) .

فضلاً عن، بناء وتنمية الفرد وتغيير اتجاهاته ومفاهيمه ولكي يتمكن من أداء وظيفته بفاعلية (تنمية الاتجاهات). ويرى الباحث أن أهمية التدريب في زيادة مبيعات وثائق التأمين لمختلف فروعها:- تتجسد من خلال ما يأتي:-

- ❖ تحسين ربحية شركة التأمين.
- ❖ تحسين المعارف والمهارات مندوبي بيع وثائق التأمين.
- ❖ تحسين معنويات مندوبي بيع وثائق التأمين.
- ❖ مساعدة مندوبي بيع وثائق التأمين على الإلمام بمختلف المستندات الحاصلة في وثائق التأمين.
- ❖ مساعدة في تحقيق التنمية الذاتية والثقة بالنفس لمندوبي بيع وثائق التأمين.
- ❖ إمداد مندوب البيع بالمعلومات لتدعيم معارفهم ومهارتهم في الحوار وكسب الزبون.

رابعاً: التدريب ودوره في تنمية القدرات التنافسية لشركة التأمين :

يشمل التدريب العاملين بشركة التأمين؛ إذ إن من شأنه تحسين أداء ورفع كفاءتهم وتحسين المركز التنافسي للشركة في سوق التأمين وتحسن خدمة العملاء التأمين وكذاك جودة الخدمة التأمينية، ومن ناحية أخرى يعد التدريب ذات أهمية خاصة للعاملين من خلال ثقة العامل لأنه يعرف التأمين وأنه من خلال التدريب أصبح إنسان ذي قيمة فنية مهمة.

يؤدي التدريب دوراً مهماً في تنمية القدرات التنافسية لشركة التأمين من خلال ما يأتي

- ❖ التدريب يعزز جودة الخدمة التأمينية.
- ❖ التدريب يحقق ميزة تنافسية فريدة عن بقية شركات التأمين، ومن ثم مواجهة الضغوط التنافسية.
- ❖ التدريب يجعل تكاليف اقل بسبب قلة الأخطاء إنشاء القيام بمختلف الأنشطة التأمينية.
- ❖ التدريب يرفع مستوى أداء العاملين واستثمار قدراتهم بما يساعدهم على التقدم والتطور وتحقيق الميزة التنافسية.
- ❖ يعدُّ التدريب وتطوير أداة لتحقيق الميزة التنافسية فالميزة التنافسية ما هي إلا اسثمار لمجموعة الأصول المالية والبشرية والتكنولوجية.

❖ إن الخدمة المميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات تأمينية إضافية (مفتاح، 2004: بدون).

خامساً: مندوبي بيع وثائق التأمين:-

يستعمل مصطلح مندوبي البيع للدلالة على الشخص الذي يمارس المهام الأنشطة البيعية من خلال الاتصال مباشرة مع العملاء الحاليين والمرتبين بغرض تعريفهم وتحفيزهم إلى شراء المنتجات المعروضة للبيع.

ندوب البيع في مفهومه البسيط هو الشخص الذي يتولى عملية الترويج والبيع المباشر لمنتجات المؤسسة. ومع تطور المفهوم التسويقي، ادخلت صيغة جديدة على أثر مندوب البيع، حيث أصبح يعدُّ وسيلة ترويجية، على الرغم من أنه جزء من أساليب التوزيع. يمارس مندوبي البيع أثراً ترويجياً يدخل ضمن نشاط الترويج، حتى أطلق عليه "الترويج المباشر". وبهذا، تعدى أثر مندوب البيع المفهوم التجاري التقليدي إلى المفهوم المعاصر الذي أضاف له أدواراً جديدة تتجاوز مجرد عملية البيع. (الطائي 2009، 206-207).

سادساً: أهمية مندوب البيع في شركات التأمين:-

مندوب البيع، كغيره من العاملين في شركة التأمين، يلعب دوراً مهماً في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للشركة، بما في ذلك الربحية وتنمية حقوق المساهمين. وعلى الرغم من أنه لا يجب التقليل من أهميته، لا ينبغي أيضاً أن يُعطى دوراً يتجاوز حده. فكل فرد يؤدي دوره حسب مسؤوليته. ومع ذلك، يحتل مندوب البيع موقعاً هاماً لا يمكن التغاضي عنه، حيث يمثل بداية النشاط ونهايته، ويساهم بشكل كبير في نجاح الشركة في تحقيق أهدافها إذا كان ناجحاً، وقد يكون من أسباب فشلها إذا لم يكن كذلك. وتتبع أهمية مندوبي البيع في شركات التأمين من الجوانب التالية:

* يسهم مندوبو البيع لوثائق التأمين في دراسة السوق والتنبؤ بحجم المبيعات المتوقعة، وفي ضوء ذلك يتم الإنتاج ووثائق التأمين المطلوبة؛ لأن في التأمين هناك مبدأ ما ينتج يباع.

* يسهم مندوب المبيعات في تطوير وثائق التأمين من خلال تحديد احتياجات المستهلك وفهم المنافسة والتحديات الخارجية.

* يعمل مندوب مبيعات ووثائق التأمين في بيع المنتجات وتحويلها إلى سيولة لتحويل الدورات المتتالية.

* يسهم بدور أساسي مندوب بيع ووثائق التأمين في تحصيل مستحقات الشركة لدى الزبائن التي تمثل المصدر الأساسي لتحويل الأنشطة

* يعد مندوب بيع ووثائق التأمين من المقاييس والمعايير الأساسية لتحديد وضع المنشأة التنافسي ويقدم معلومات وإرشادات مهمة وتوصيات للتطوير والتحسين.

* يعدُّ مندوب بيع ووثائق التأمين واجهة المنشأة أمام العملاء فإن كان حسنه فهي حسنه.

((مصطفى، 2007: 132)).

سابعًا: أهداف مندوب البيع وثائق التأمين :

تعتمد سياسة الاتصال التسويقي الناجحة على مدى قدرة رجال البيع في التأثير على سلوكيات المستهلكين. لذلك، يتطلب نجاح قوة البيع تحديد أهداف دقيقة بشروط واضحة، تكون قابلة للقياس ومحددة من حيث الوقت والمكان، لتوجيه رجال البيع نحو المهام والأعمال المطلوب إنجازها والمسار الصحيح لتحقيق الأهداف المرسومة. يمكن تصنيف هذه الأهداف إلى أهداف كمية، مثل زيادة حجم المبيعات، وأهداف نوعية، مثل تحسين رضا الزبائن وتعزيز العلاقات طويلة الأمد معهم:-

الأهداف الكمية:- وتتمثل الأهداف الكمية في تحقيق ما يلي:

- الاحتفاظ بمستوي معين من المبيعات .
 - الحصول علي حصة سوقية والاحتفاظ بها .
 - الإبقاء علي تكلفة مندوب البيع ضمن حدود معينة.
 - الاحتفاظ بمستوي المبيعات والأسعار بصورة تحقق أهداف المؤسسة.(الأكاديمية المالية)
- <https://fa.gov.sa/ar/Services/ProgramDetails/e65cfa9e-2095-4f6c-99d8-aebc00976333>

ثامنًا: الأسباب التي تجعل من مندوبي بيع وثائق التأمين مندوباً ناجحاً:-

1. التمتع بروح المرح والحس الاجتماعي.
2. لا تهتم بسخرية الآخرين.
3. قم بتحويل رفض الآخرين إلى ميزه لصالحك.
4. السعي نحو بناء شبكة العلاقات القوية.
5. إقامة علاقة ود بينك وبين العميل
6. السعي نحو ثقة عملائك.
7. الأمانة في التعامل وفي الكلام.
8. المصادقية في كل شيء.
9. التفهم لاحتياجات ورغبات عملائك وعدم الضغط والإلحاح.
- 10 . الخدمة وذلك من خلال تعاملك معهم وليس بمجرد البيع لهم
11. عزز ثقتك بنفسك وقوى من إمكانياتك.

12. اتخاذ المواقف والمبادرات السليمة.
13. القدرة على الترويج والاقناع والتسويق
14. امتلاك ابتسامة دائمة.
15. أن يكون متحدثاً من الدرجة الأولى.
16. القدرة على الإصغاء والمرونة.
17. الولاء للمكان الذي يعمل فيه.
18. تُعدّر تشغيل الوسائط
19. امتلاك قدرات محاسبيه وماليه عالية.
20. التمتع بمهارات قيادية عالية.
21. الوصول إلى كافة الزبائن (أكاديمية اعمل بيزنس))

المبحث الثالث

الجانب العملي

اختبار فرضيات البحث

الفرضية الرئيس

عد (دور التدريب في الشركة) مع متغير (عمل مندوبي بيع وثائق التأمين) (0.77) عند مستوى معنوية أقل من (0.01) مما يدل على وجود علاقة طردية بينهما أي أن زيادة أحدهما يؤدي إلى زيادة الآخر؛ فضلاً عن أن العلاقة بينهما معنوية، أي إن تغير قيمة دور التدريب في الشركة وحدة واحدة سيغير قيمة عمل مندوبي بيع وثائق التأمين بالمقدار نفسه.

أ- بلغت قيمة ارتباط بعد (دعم الإدارة العليا للتدريب) مع متغير (عمل مندوبي بيع وثائق التأمين) (0.87) عند مستوى معنوية أقل من (0.01) مما يدل على وجود علاقة طردية بينهما ، أي أن زيادة أحدهما يؤدي إلى زيادة الآخر فضلاً عن أن العلاقة بينهما معنوية، أي أن تغير قيمة دعم الإدارة العليا للتدريب وحدة واحدة سيغير قيمة عمل مندوبي بيع وثائق التأمين بالمقدار نفسه.

ج- بلغت قيمة معامل ارتباط بعد (البرامج التدريبية) مع متغير (عمل مندوبي بيع وثائق التأمين) (0.85) عند مستوى أقل من (0.01) مما يدل على وجود علاقة طردية بينهما ، أي أن زيادة أحدهما يؤدي إلى زيادة الآخر؛ فضلاً عن أن العلاقة بينهما معنوية، أي أن تغير قيمة البرامج التدريبية وحدة واحدة سيغير قيمة عمل مندوبي بيع وثائق التأمين بالمقدار نفسه.

د- بلغت قيمة معامل ارتباط بعد (استعمال التكنولوجيا الحديثة في تطبيق برامج التدريب) مع متغير(عمل مندوبي بيع وثائق التأمين) (0.73) عند مستوى معنوية أقل من (0.01) مما يدل على وجود علاقة طردية بينهما ، أي أن زيادة أحدهما يؤدي إلى زيادة الآخر، فضلاً عن أن العلاقة بينهما معنوية، أي أن تغير قيمة استعمال التكنولوجيا الحديثة في التدريب وحدة واحدة سيغير قيمة عمل مندوبي بيع وثائق التأمين بالمقدار نفسه ، والجدول الآتي يوضح علاقة ارتباط متغير التدريب مع متغير عمل مندوبي بيع التأمين.

جدول(1) مصفوفة ارتباط أبعاد متغير التدريب مع متغير عمل مندوبي بيع التأمين

أبعاد التدريب		مندوبي بيع التأمين
دور التدريب في الشركة	ارتباط بيرسون Pearson Correlation	77.0
	مستوى المعنوية Sig. (2-tailed)	0.00
دعم الإدارة العليا للتدريب	ارتباط بيرسون Pearson Correlation	87.0
	مستوى المعنوية Sig. (2-tailed)	0.00
البرامج التدريبية	ارتباط بيرسون Pearson Correlation	85.0
	مستوى المعنوية Sig. (2-tailed)	0.00
استعمال التكنولوجيا الحديثة في تطبيق برامج التدريب	ارتباط بيرسون Pearson Correlation	73.0
	مستوى المعنوية Sig. (2-tailed)	0.00
مندوبي بيع التأمين	ارتباط بيرسون Pearson Correlation	1
	مستوى المعنوية Sig. (2-tailed)	0.00
	حجم العينة	50

الارتباط عند مستوى معنوية 0.01

Correlation is significant at the 0.01 level

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

ثانياً: تحليل أثر أبعاد متغير التدريب في تنمية متغير عمل مندوبي بيع وثائق التأمين

1- أثر التدريب في عمل مندوبي بيع وثائق التأمين

من أجل تحليل تأثير التدريب في تنمية عمل مندوبي بيع وثائق التأمين، صيغت الفرضية الآتية: (هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لدور التدريب في عمل مندوبي بيع وثائق التأمين)، ولأجل إثبات هذه الفرضية سنقوم بصياغة فرضية الاختبار على النحو الآتي:

❖ $H_a: B \neq 0$ / هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لدور التدريب في عمل مندوبي بيع وثائق التأمين.

ولإثبات فرضية الاختبار أعلاه سنقوم بتحليل أثر المتغير المستقل وأثر التدريب في مكونات المتغير التابع رأس المال الفكري كلاً على حدة.

جدول (2) قيم المعاملات المستعملة في قياس تأثير بعد أثر التدريب في عمل مندوبي بيع وثائق التأمين

Summary	Coefficients					المتغيرات	
	القيمة الثابتة	بيتا	المحسوس بـ T	الجدولية T	القيمة المعنوية	Y	X
معامل التحديد المصحح	2.01	0.84	2.88	2.009	0.00	عمل مندوبي بيع وثائق التأمين	دور التدريب

D.F=48 N=50 confidence level =95

المصدر : من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS .

أ- استناداً للجدول (2) كانت قيمة معامل التحديد المصحح (Adjusted R square Coefficient) تشير إلى الآتي:

- إن المتغير المستقل (أثر التدريب) أستطاع أن يفسر (78%) من التباينات (انحرافات) الكلية للمتغير التابع (عمل مندوبي بيع وثائق التأمين)، و(32%) من التباينات ترجع إلى عوامل عشوائية أخرى.

ب_ وفقا للجدول (2) كانت قيمة بيتا (BETA) تشير إلى الآتي:

- إن تغير قيمة المتغير المستقل (دور التدريب) وحدة واحدة يؤدي إلى تغير قيمة المتغير التابع (عمل مندوبي بيع وثائق التأمين) بمقدار (0.84).
- ج_ وفقا للجدول (2) كانت قيمة (T) المحسوبة كالاتي:
كانت القيمة المعنوية (P – Value) المرافقة لقيمة (T) المحسوبة أقل من 0.05 مما يدل على إن العلاقة معنوية وفي الوقت نفسه كانت قيمة (T) المحسوبة والبالغة (2.88) أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (2.009)، مما يدل على وقوع إحصاء الاختبار (T) في منطقة الرفض (رفض فرضية العدم $H_0:B = 0$)، الأمر الذي نستنتج منه قبول الفرضية البديلة ($H_a:B \neq 0$) وهي (هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لمتغير دور التدريب في عمل مندوبي بيع وثائق التأمين).
- كانت القيمة المعنوية (P – Value) المرافقة لقيمة (T) المحسوبة أقل من 0.05 مما يدل على أن العلاقة معنوية وفي الوقت نفسه كانت قيمة (T) المحسوبة والبالغة (5.03) أكبر من قيمتها الجدولية والبالغة (2.009)، مما يدل على وقوع إحصاء الاختبار (T) في منطقة الرفض (رفض فرضية العدم $H_0:B = 0$)، الأمر الذي نستنتج منه قبول الفرضية البديلة ($H_a:B \neq 0$) وهي (هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لمتغير أثر التدريب في عمل مندوبي وثائق التأمين) القرار: قبول الفرضية التي تنص على أن هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لأثر التدريب في تنمية وتطوير عمل مندوبي بيع وثائق التأمين لشركة التأمين الوطنية .

المبحث الرابع (الاستنتاجات والتوصيات)

أولاً: الاستنتاجات

في ضوء ما عرض وحل من نتائج في الإطارين النظري والميداني للبحث توصل البحث إلى الاستنتاجات الآتية:

1. إن العلاقة بين تنمية وتطوير عمل مندوبي بيع وثائق التأمين، والتدريب لها ما يبررها ، إذ إن القدرات العقلية والفكرية العالية التي يتمتع بها الموظفين تسهم بشكل كبير في تقديم مستويات أداء غير تقليدية في الشركة ، كما أن رأس المال الهيكلي وما يقدمه من دعم للتدريب له أثر في تحسين الأداء ، فضلاً عن رضا الزبائن (المؤمن لهم) يعد حكماً منهم على مستوى أداء الموظفين في الشركة عن طريق التدريب.
2. تعمل الشركة في ظل نظام مركزي مما تقيد به الكثير من الضوابط والإجراءات الروتينية ، ومنها ما يتعلق بالتدريب عن طريق الاشراف المباشر والمركزي من وزارة المالية في تدريب موظفي الشركة.
3. عدم اشراك الجهات المختصة الاكاديمية من اساتذة جامعات في اعداد وتصميم برامج التدريب في الشركة.
4. عدم اشغال التدريب موقعاً أساس في الهيكل التنظيمي للشركة ، ليأخذ دوره ويسهم بإعداد وتأهيل مهارات وقدرات الموارد البشرية بما يعود على تنمية وتطوير عمل مندوبي بيع وثائق التأمين للشركة بصورة دائمة ، واقتصاره على وحدة إدارية صغيرة في الشركة المبحوثة.
5. يشعر مديرو الاقسام والفروع في الشركة بالرضا لتوافر برامج التدريب داخل الشركة بشكل مستمر على الرغم من الأسلوب التقليدي في تنفيذ البرامج .
6. عدم اهتمام إدارة الشركة والتزامها بتطبيق مراحل عملية التدريب وتقييم برامج التدريب.

7. هناك تعاون بين الشركة المبحوثة مع الجامعات والأفراد والجهات الحكومية على إقامة المؤتمرات والندوات الخاصة بصناعة التأمين.

ثانياً: التوصيات

استناداً إلى ما توصلت إليه الدراسة من استنتاجات، فإنها تستكمل تلك الاستنتاجات بما تقتضيه بجملة من التوصيات من أهمها :

1. تبني الإدارة العليا لعملية التدريب على أنها ضرورة ملحة ومستمرة تهدف إلى تطوير المورد البشري، ولهذا يتوجب الارتقاء بمستوى برامج التدريب وتنمية وتطوير عمل مندوبي بيع وثائق التأمين في شركة التأمين الوطنية ، وتخصيص مبالغ كافية للتدريب .

2. الرجوع إلى مديري الأقسام والفروع والخبراء والموظفين المتميزين في الشركة والأخذ بمقترحاتهم وآرائهم في تصميم وإعداد برامج التدريب، حتى تؤدي هذه البرامج الغرض منها.

3. اخضاع برامج التدريب للدراسة وإعادة النظر بمفرداتها من إدارة الشركة ، بناء على المعايير والمقاييس العالمية بمساعدة الباحثين في الجامعات .

4. استعادة سياسة ابتعاث الموظفين إلى الخارج ، للإفادة من فرص التدريب لدى شركات التأمين وإعادة التأمين الأجنبية إذ تسهم في رفع المستوى المهني لهم ، وتبني سياسة تدريبية لإعداد الملاكات لتسهم المهام الإدارية والفنية لشاغلي الصفوف الأولى في الشركة عند مغادرتهم لها.

5. ضرورة تطوير برامج وأساليب التدريب على ضوء التطورات العالمية وإن يتيح التدريب الفرصة أمام المتدربين لمواجهة ما قد يحصل من تغيرات في العالم، وهذا يعني إعادة تدريبهم من وقت لآخر.

6. تبني الإدارة العليا في الشركة الوسائل التكنولوجية الحديثة لتطبيق برامج التدريب مثل إدخال الحاسوب وملحقاته في التدريب مما يوفر الوقت والجهد وفي تطوير العملية التدريبية، فضلاً عن الإفادة من تقنية الشبكة العالمية واستثمارها بشكل فعال في التواصل مع المتدربين في الشركات العالمية وفي تبادل الخبرات.

6. تطبيق برامج تدريب لموظفي الشركة المختصة بالتعامل مع الزبائن لغرض عدم اعطائهم الزبون انطباع سيء عن الشركة من تصرفات بعض الموظفين .

8. إن تعمل الشركة على تطوير نظم معلومات متكاملة وتتخصص بالبحث عن الأفكار الإبداعية ومتابعتها وتطويرها للاستفادة منها في مجال التدريب .

المصادر

1. ابن عيشي عمار (التدريب ودوره في الجودة الشاملة للمنظمات، دار اسامة للنشر والتوزيع عمان طبعة 1 السنة 2017).

2. عراس أمنة (مساهمة برامج التدريب في تحسين أداء شركات التأمين – دراسة حالة) جامعة فرحات عباس سطيف).
3. عشاري هاجر وآخرون (دور التدريب في تحسين الأداء الدخل المؤسسة الاقتصادية) 2019 رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة ماي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية الجزائر).
4. صالح الدين عبد الباقي (الاتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية ، دار الجامعة الجديدة للنشر ، الاسكندرية ، مصر 2002).
5. صالح مفتاح (إدارة الموارد البشرية وتسيير المعارف في خدمة الكفاءات، جامعة ورقلة: 2004).
6. الطائي، حميد عبد النبي، والعلاق، بشير عباس، (2009)، "تسويق الخدمات"، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
7. فضيلة نشاش (دور التدريب في تحسين الأداء الدخل المؤسسة الاقتصادية) 2020 رسالة ماجستير في علم الاجتماع جامعة احمد دراية – إدرار)
8. مصطفى، احمد سيد، (2007)، "إدارة الموارد البشرية رؤية استراتيجية ، مطابع الدار الهندسية ، ط2 القاهرة .
9. <https://www.e3melbusiness.com/>أكاديمية اعمل بزنس موقع الالكتروني
10. الأكاديمية المالية-<https://fa.gov.sa/ar/Services/ProgramDetails/e65cfa9e-2095-4f6c-99d8>aebc00976333 موقع الالكتروني