

جامعة بغداد			
المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية			أسم الكلية / المعهد
قسم الدراسات المالية / تأمين			القسم
افتخار جبار عبد			أسم الباحث
الدكتورة خلود هادي الربيعي			أسم المشرف
			الأيمل
أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	مدرس مساعد
	دكتوراه		✓ ماجستير
تطبيق الادارة الإلكترونية في شركات التأمين إنموذج مقترح في شركة التأمين العراقية العامة			عنوان البحث
			السنة
			اللغة
			العربية
<p>لقد شهد العالم في العقود الأخيرة تطورات تقنية متسارعة أثرت على ميادين الحياة المتعددة كانت لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحظ الأوفر فيها، إذ أوجدت حالة جديدة تماماً خصت حياة وتطور مؤسسات الأعمال، كما أن هذه التطورات غيرت كثيراً بالمقابل من وجه المؤسسات الحكومية ومؤسسات المجتمع المدني وربطت المواطن وتلك المؤسسات باختلاف تخصصاتها ضمن نسق إلكتروني متميز الاستخدامات سمي في الأدبيات المعاصرة بالادارة الإلكترونية.</p> <p>حاول هذا البحث إبراز أهمية الاستثمار في بناء الادارة الإلكترونية من خلال ربط المواطنين والمؤسسات الحكومية وشركات التأمين بنمط إلكتروني موحد يوفر مختلف التعاملات ببسر وباقتصاد كبير في الجهد والمال والوقت.</p> <p>وقد سعى البحث لتحقيق أهداف عدة، ركزت على تشخيص الواقع الحالي لتعاملات التأمين في العراق ، وأهم سلبياته، مقابل تطبيق إنموذج عمل إلكتروني متمثلاً بالادارة الإلكترونية،</p> <p>وتم اختيار شركة التأمين العراقية العامة كميدان للتطبيق، من خلال دراسة حالة هذه الشركة كمنهج علمي تضمن اقتراح تطبيق الادارة الإلكترونية مستنداً على استخدام استمارة استبانة، لغرض الاستفادة من تحليل نتائجها في دعم تطبيق الادارة الإلكترونية.</p> <p>وقد استند البحث على الفرضية الآتية: إن تطبيق الادارة الإلكترونية يساهم في تطوير مجال عمل التأمين في العراق عموماً وفي شركة التأمين العراقية العامة بشكل خاص واعتماداً على الاستنتاجات التي توصل إليها البحث والتي تأتي في مقدمتها، أن هناك إمكانية لتصميم النظام المقترح وتشغيله وباتجاه تطبيق الادارة الإلكترونية، من خلال توافر متطلبات ضرورية للتصميم والتطبيق في الشركة المبحوثة، فضلاً عن أن</p>			الخلاصة

تطبيق الادارة الإلكترونية سيساعد في تطوير مجال عمل التأمين للشركة المبحوثة.

جامعة بغداد			
المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية			أسم الكلية / المعهد
قسم الدراسات المالية / تأمين			القسم
انسام محمد جعفر			أسم الباحث
أ.م.د. تغريد جليل ايوب سرسم			أسم المشرف
			الأيمل
أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	مدرس مساعد
دكتوراه		√ ماجستير	
إعادة التأمين وأثرها في تطوير صناعة التأمين			عنوان البحث
دراسة استطلاعية مقارنة بين شركتي التأمين الوطنية والتأمين العراقية			
٢٠١٢			السنة
العربية			اللغة
<p>تسعى معظم دول العالم لتوفير متطلبات الحماية لممتلكاتها الاقتصادية وذلك حفاظا على اقتصادها من الخسائر التي قد تصيبها. ولم يكن هناك سبيل للمحافظة على تلك الممتلكات سوى تأمينها لدى شركات التأمين ولما كانت شركات التأمين داخل كل دول العالم تتجنب وقوع خسائر فادحة وكبيرة تؤدي الى الانهيار والافلاس والتصفية اصبحت شركات التأمين تبحث عن يساندها ويساعدها في تحمل هذه الخسائر وتحمل مسؤولية تأمين ممتلكات قد تؤدي خسارتها الى انهيار اقتصاد الدول. وخير معنى لها هو شركات اعادة التأمين.</p> <p>ترمي هذه الدراسة الى بيان اثر اعادة التأمين في تطوير صناعة التأمين في شركات التأمين العراقية العامة وصولا الى ايجاد حلول غير تقليدية للتعاون والتكامل فيما بينهما بغية النهوض بقطاع التأمين وتطوره متواكبا مع التطورات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية , وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في اجراء البحث , وتم استخدام استمارة استبيان عدت من قبل الباحثة كاسلوب لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة , وتم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الارتباط سبيرمان ومعامل الانحدار الخطي البسيط للتعرف على العلاقة والاثار لاعادة التأمين في تطوير صناعة التأمين لشركات التأمين العامة</p>			الخلاصة

جامعة بغداد			
المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية			أسم الكلية / المعهد
قسم الدراسات المالية / تأمين			القسم
رابحة محمد الشونة			أسم الباحث
أ.م.د. علاء عبد الكريم			أسم المشرف
			الأيمل
أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	مدرس مساعد
دكتوراه		√ ماجستير	
معوقات تسويق وثيقة تأمين السيارات / التكميلي (بحث استطلاعي في شركة التأمين الوطنية)			عنوان البحث
			السنة
			اللغة
			الخلاصة
<p>يعد تأمين السيارات التكميلي واحداً من أهم محافظ التأمين التي تديرها شركة التأمين الوطنية ، بحكم تغطيته مخاطر ذوات تماس مباشر مع الجمهور، نظراً لتواتر حوادث السيارات تسعى شركات التأمين الى ترويج هذا النوع ليس فقط لدوافع تجارية صرف ، بل لما تستثيره هذه الوثائق من وعي تأميني لدى الجمهور يصب في مصلحة محافظ التأمين الأخرى في نهاية المطاف. وعلى هذا الأساس أختار الباحث موضوعه (معوقات تسويق وثيقة تأمين السيارات التكميلي لبحث إستطلاعي في شركة التأمين الوطنية" أذ تواجه الشركة معوقات ومحددات كثيرة في تسويق وثائق هذه المحفظة تعود الى عوامل ومؤثرات خارج تحكم الشركة ، وأخرى داخلية ترتبط بتدني فاعلية البرامج التسويقية للشركة. وتستهدف الدراسة تسليط الضوء على العوامل الداخلية التي بمستطاع الشركة التحكم بها وسبل مواجهتها ومعالجة نتائجها. وقد أستطاع الباحث من توظيف البيانات الاحصائية التأريخية منها والجارية في تحليل النتائج التسويقية لمحفظة تأمين السيارات التكميلي . ومن أجل التأكد من الاستنتاجات التي توصل اليها الباحث عمد الى أعداد أستمارة تشتمل عددا من الاسئلة ضمن أربعة محاور هي : محور المعلومات الشخصية، ومحور معوقات أنتاج الخدمة، ومحور معوقات العوامل البيئية الداخلية والخارجية ومحور رابع معوقات المزيج التسويقي. ووزعت الاستمارة على عينة من (٥٠) فردا موجهة الى شخصيات معينة بوثائق تأمين السيارات التكميلي، سواء داخل الشركة أم من الزبائن والمواطنين فضلا عن المقابلات الشخصية في الشركة ودائرة المرور العامة.</p>			

جامعة بغداد			
المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية			أسم الكلية / المعهد
قسم الدراسات المالية / تأمين			القسم
ساهرة كاظم حسين			أسم الباحث
أ.م.د. عبد الامير عبد الحسين			أسم المشرف
			الأيمل
أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	مدرس مساعد
	دكتوراه		ماجستير ✓
المزيج التسويقي ودوره في تعزيز مكانة شركات التأمين في ذهنية الزبون / بحث أستطلاعي مقارنة بين شركة التأمين العراقية العامة والشركة الاهلية للتأمين			عنوان البحث
			السنة ٢٠١٢
			اللغة العربية
<p>في ظل الواقع الجديد لقطاع التأمين في العراق لم تعد المفاهيم التسويقية المعاصرة مجرد أطروحات نظرية أكاديمية بل أصبحت حاجة فعلية , إذ لم تعد أرادة سوق التأمين متمثلة في شركة تأمين متخصصة ومحتكرة بل عدة أرادات لكل منها منهجها التسويقي الذي يترجم الى سياسات وبرامج تسويقية , تشق طريقها في ظروف تنافسية , وعلى هذا النحو تتبلور بوضوح أرادة الاختيار لدى المؤمن له في التعامل مع الجهة التأمينية التي توفر له الخدمة الافضل , سواء على مستوى الوثائق والاعطية التأمينية أم خدمات مابعد البيع وفي مقدمتها الخدمة التعويضية.</p> <p>حيث يوضح هذا البحث مفهوم تكامل عناصر المزيج التسويقي الخدمي ودوره في تعزيز مكانة شركات التأمين في ذهنية الزبون , فالتسويق ليس نشاطاً تتولاه شركة التأمين فحسب بل هي فلسفة تنظيمية تؤثر على عملياتها وتقوم بتوجيهها , حيث ان مفهوم التسويق الحديث يسند على اربعة اركان , هي التوجه نحو الزبون والربحية والجهود الكلية للشركة والمسؤولية الاجتماعية, حيث أن الركن الاول هو ما تضمنه بحثنا هذا , حيث ان مفهوم التسويق يقوم على اساس اشباع حاجات الزبون ورغباته , وإن قدرة شركات التأمين على تحقيق اهدافها يعتمد على مدى قدرتها في تلبية متطلبات الزبائن , وهذا يتطلب منها تحديد الاسواق المستهدفة والاستجابة لحاجات ورغبات الاسواق , فان المهارة هو ان تقنع الشركة ان تعمل ما هو لمصلحة الزبون فاذا ما اقتنع الزبون بالخدمة المقدمة اليه فانه سيكرر التعامل معها , وحيث ان كلفة الحفاظ على الزبائن الحاليين هي اقل من كلفة استقطاب زبائن جدد , فان على شركات التأمين ان تعمل جاهدة على المحافظة على زبائنها , فكلما زاد رضا الزبون عن الخدمات المقدمة له زاد ولائه وضعفت قدرة المنافسين على اغراءهم .</p> <p>وتطرقت الباحثة في الجانب النظري الى مشكلة البحث والتمثلة من خلال الاجابة على بعض التساؤلات الاساسية في دور المزيج التسويقي في تعزيز مكانة شركات التأمين ,</p>			الخلاصة

وماهي طبيعة ومستوى تأثير المزيج التسويقي في مكانة شركات التأمين في ذهنية الزبون , ومن هي الجهات المسؤولة عن هذا النشاط وهل هي جهات متخصصة في المجال نفسة.	
---	--

جامعة بغداد			
المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية			أسم الكلية / المعهد
قسم الدراسات المالية / تأمين			القسم
شروق صباح جابر			أسم الباحث
أ.م.د. علاء عبد الكريم			أسم المشرف
			الأيمل
أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	الدرجة العلمية
دكتوراه		ماجستير ✓	
دور المزيج الترويجي في تفعيل الخدمة التأمينية بحث استطلاعي في شركة التأمين الوطنية			عنوان البحث
٢٠١٢			السنة
العربية			اللغة
يعد قطاع التأمين من القطاعات ذات التأثير الحيوي في الاقتصاد الوطني وبرنامج التنمية وتؤثر شركات التأمين كونها مؤسسات مالية في الجوانب الاجتماعية والاقتصادية وكذلك مشاركة المؤسسات في التعويض عن المخاطر والخسائر المحتملة وكذلك الأفراد، ويقدم قطاع التأمين خدمة تأمينية ينبغي أن تتصف بالجودة وإشباع حاجات ورغبات الزبون، لذا فإن رفع الوعي التأميني لدى المجتمع وأفراده ومؤسساته سيساعد في المحافظة على حركة الإنتاج وتقديم الخدمات بالمواصفات، والجودة التي يسعى المؤمن لهم الحصول عليها، وكذلك أن تطوير برامج الترويج والتسويق واستعمال التقانة والوسائل الفنية المتاحة تمكن الشركة من تحقيق أهدافها وكذلك تقديم الخدمة التأمينية. وفي ظل الواقع العراقي والتحول الاقتصادي ومتطلبات اقتصاد السوق والخصخصة ينبغي أن تطور أساليبها الترويجية وتخصصات الملاكات العاملة بما يمكن الشركة من الحصول على مزايا تنافسية في سوق العمل. لذا جاءت هذه الدراسة لوصف واقع النشاط الترويجي في قطاع التأمين واثرها في تقديم الخدمة التأمينية بالجودة التي تحقق رغبات الزبائن. وقد بحثت هذه الدراسة جانبيين النظري والذي بحث بالعرض والتفصيل مدخلاً لماهية التسويق والمزيج الترويجي ومقوماته وعناصره والوسائل المستخدمة، وكذلك اهمية التقانة والوسائل التكنولوجية التي أصبحت تمثل عنصراً مهماً في نشاط شركات التأمين وزياده مبيعاتها وكسب رضا الزبون، فضلاً عن تطور الاداء الاستراتيجي وكان الجانب العملي قد اختار شركة			الخلاصة

التأمين رضا الزبون، فضلاً عن تطور الاداء الاستراتيجي وكان الجانب العملي قد اختار شركة التأمين الوطنية عينة للدراسة، إذ تم دراسة واقع الشركة، ومدى تطبيقها لاساليب الترويج والوسائل المتاحة والتقنيات ومجالات التطوير والتدريب ومعدلات النمو للانتاجيه وحجم التعويضات والوثائق واعتمدت المقابلات الشخصية والاستبانة المحكمة في جمع المعلومات ثم تحليلها باستخدام (spss). وقد توصلت الدراسة إلى جملة من الاستنتاجات، والتوصيات تبلورت جميعها في سبل واتجاهات تطوير شركة التأمين الوطنية وكذلك قطاع التأمين عن طريق ايجاد السبل العملية والفنية في استخدام التقانة في مجال الترويج، وكذلك تحسين مستوى الاداء للخدمة التأمينية ذات الجودة، والمواصفات العالية

جامعة بغداد			
المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية			أسم الكلية / المعهد
قسم الدراسات المالية / تأمين			القسم
غروب كامل محمد			أسم الباحث
أ.م.د. حسين عاشور العتابي			أسم المشرف
			الأيمل
أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	الدرجة العلمية
	دكتوراه	ماجستير	
تقويم كفاءة أداء الاستثمارات			عنوان البحث
بحث تطبيقي في شركتي التأمين الوطنية والتأمين العراقية للمدة 2001-2010			
٢٠١٢			السنة
العربية			اللغة
<p>يحاول هذا البحث تقويم كفاءة أداء الاستثمارات لدى قطاع شركات التأمين ومدى أهميته لهذه الشركات ولالاقتصاد البلد، وأجري هذا البحث في شركتي التأمين الوطنية والتأمين العراقية وللمدة من ٢٠٠١ - ٢٠١٠ بهدف معرفة المجالات الاستثمارية والمقارنة بين نشاط الاستثمار والعائد المتحقق عنها ، فضلا عن المقارنة بين أداء كل من الشركتين في مجال الاستثمار، وقد اعتمد البحث على مجموعة من التقارير السنوية والميزانية العمومية لكلا الشركتين، وتناول هذا البحث في عدة فصول الجوانب النظرية والعملية للاستثمارات والعوائد المتحققة منها واستند على فرضية رئيسية متضمنة أربعة أجزاء من الفرضيات الفرعية ومفادها (وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية لمقدار الاستثمار في معدل العوائد المتحققة).</p> <p>وتوصل البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات وأهمها:</p>			الخلاصة

<ul style="list-style-type: none"> • إن كل من شركتي التأمين الوطنية والتأمين العراقية لا تتمتع بالمرونة الكافية للتوسع بالمشاريع الاستثمارية وذلك بسبب امتلاكها للدولة وتخضع للقوانين والأنظمة التي تضعها في هذا المجال. • تتضمن الاستثمارات مخاطر عدة نحو مخاطر أسعار صرف العملات، مخاطر هبوط أسعار الأسهم والسندات، مخاطر تقلب أسعار الاستثمارات العقارية، مخاطر تغير أسعار الفائدة فضلاً عن مخاطر تسديد المقترضين. • اعتماد شركات التأمين على مبدأ تنويع الاستثمارات وهو يعد من المبادئ المهمة والأساسية التي تحكم الاستثمارات في المؤسسات المالية بشكل عام وشركات التأمين بشكل خاص وهذا يؤدي إلى تحسين ربحية الاستثمارات وتقليل مخاطره فضلاً عن توفير سيولة عالية على مدار السنة. 	
--	--

جامعة بغداد			
المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية			أسم الكلية / المعهد
قسم الدراسات المالية / تأمين			القسم
ليث شاكر محسن			أسم الباحث
أ.د. علاء فرحان طالب الداعي			أسم المشرف
			الأيمل
أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	الدرجة العلمية
دكتوراه		ماجستير ✓	
دور إدارة الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة - دراسة استطلاعية في شركة التأمين العراقية العامة			عنوان البحث
٢٠١٢			السنة
العربية			اللغة
سعت هذه الدراسة إلى التعرف على دور إدارة الجودة الشاملة متمثلة بمتغيراتها (التزام ودعم الإدارة العليا لفلسفة TQM، التخطيط الاستراتيجي للجودة الشاملة، التركيز على الزبون، التحسين المستمر، مشاركة العاملين، تدريب وتأهيل العاملين) في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة متمثلة بأبعادها (المقدرة الجوهرية، الثقافة الإبداعية، تكنولوجيا المعلومات، المرونة الإستراتيجية) (دراسة استطلاعية في شركة التأمين العراقية العامة).			الخلاصة
حددت مشكلة الدراسة بعدد من التساؤلات "ما هو حجم التصور الذي يمتلكه المدراء في الشركة المبحوثة عن مبادئ إدارة الجودة الشاملة؟ ما طبيعة مبادئ			

<p>إدارة الجودة الشاملة في الشركة المبحوثة ؟ هل يمتلك المدراء في الشركة المبحوثة تصوراً واضحاً عن دور إدارة الجودة الشاملة في تحقيق أبعاد الميزة التنافسية المستدامة؟"، وتم وضع بنية إجرائية لها تتطلب تصميم أنموذج افتراضي يعكس طبيعة العلاقة والتأثير بين إدارة الجودة الشاملة وبين أبعاد الميزة التنافسية المستدامة ونتج عنها مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية التي تعكس هذه العلاقات. ولاختبار صحة الفرضيات تم جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات نموذج الدراسة باعتماد استبانته أعدت لهذا الغرض ولأجل معالجة البيانات والمعلومات استخدمت الدراسة أساليب إحصائية (التحليل العاملي، معامل الانحدار البسيط والمتعدد، ومعامل ارتباط كندال) واستخرجت النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS, Ver.10).</p> <p>وبهذا فقد تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات التي تخص الجانب التطبيقي كانت من أهمها، وجود علاقة ارتباط وتأثير بين مبادئ إدارة الجودة الشاملة والميزة التنافسية المستدامة في الشركة قيد البحث وقبول فرضيات الدراسة</p>	
---	--

جامعة بغداد			
المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية		أسم الكلية / المعهد	
قسم الدراسات المالية / تأمين		القسم	
مروة جمال عمر		أسم الباحث	
د. خلود هادي الربيعي		أسم المشرف	
		الأيمل	
أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	مدرس مساعد
	دكتوراه	√ ماجستير	
دور نظم المعلومات الإدارية في تعزيز الميزة التنافسية في شركات التأمين - دراسة استطلاعية في شركة التأمين العراقية		عنوان البحث	
		السنة	
		اللغة	
تؤدي نظم المعلومات الإدارية دوراً هاماً في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات خاصة مع ما يشهده العالم الآن من التحول نحو العولمة والاتجاه المتزايد نحو التحول إلى اقتصاد الخدمات، والعمل عن بعد وغيرها من الظواهر، إذ تصبح معها المعلومات سلاحاً إستراتيجياً يدعم بقاء المنظمات واستمراريتها في السوق.		الخلاصة	
فالسريعة، المرونة والجودة والقدرة على التفاعل فضلا عن انخفاض التكاليف			

<p>أصبحت من العوامل المحددة لحصول أي منظمة على ميزة تنافسية، كما أصبحت قدرة متخذي القرار على الوصول و بصفة سريعة إلى نتائج جيدة تعتبر الحد الفاصل الذي يفصل بين حياة أو موت المنظمة، وبالرغم من كل ما ذكر لاحظت الباحثة إن شركات التأمين في العراق لديها قصور في تصور وإدراك عمق العلاقة بين نظم المعلومات الإدارية والميزة التنافسية.</p> <p>وعلى هذا الأساس تناولت الدراسة موضوع (نظم المعلومات الإدارية ودورها في تعزيز الميزة التنافسية لدى شركات التأمين) دراسة استطلاعية في شركة التأمين العراقية ، باختيار عينة قوامها (٦٦) فردا من الشركة المبحوثة، وقد استخدمت استمارة الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات فضلا عن المقابلات الشخصية لبعض مدراء الشركة ، وتم اختبار فرضيات الدراسة التي اهتمت بوجود العلاقة والأثر بين متغيرات الدراسة عن طريق الأساليب الإحصائية ذات الصلة بالموضوع ، ولغرض اختبار فرضيات العلاقة تم اعتماد معامل الارتباط سبيرمان ، واختبار علاقات التأثير تم اعتماد معامل الانحدار الخطي البسيط .</p>	
--	--

جامعة بغداد			
المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية			أسم الكلية / المعهد
قسم الدراسات المالية / تأمين			القسم
يسرى عبد الله			أسم الباحث
أ.م.د. حمزة فائق وهيب الزبيدي			أسم المشرف
			الأيمل
أستاذ	أستاذ مساعد	مدرس	الدرجة العلمية
	دكتوراه	√ ماجستير	
العوامل المؤثرة في انخفاض الطلب على الوثائق الفردية للتأمين على الحياة			عنوان البحث
بحث استطلاعي			
٢٠١٢			السنة
العربية			اللغة
تناول هذا البحث العوامل المؤثرة في انخفاض الطلب على الوثائق الفردية للتأمين على الحياة في شركة التأمين العراقية العامة .			الخلاصة
واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي في تحديد ومعالجة متغيراتها والتي تتمثل في (إدراك المخاطر - حاجة الفرد - اتجاهات الفرد - الدخل الشخصي للفرد - الوعي التأميني للفرد - العادات والتقاليد المجتمعية - المعتقد الديني للفرد - سن وجنس الفرد -			

الأساليب الترويجية للشركة - البدائل المنافسة لخدمة التأمين على الحياة - التضخم النقدي - أسعار خدمة التأمين على الحياة (كمتغيرات مستقلة والطلب على وثائق التأمين على الحياة كمتغير تابع ، ولغرض تحقيق أهداف البحث صيغت ثلاث فرضيات ، تم اختبارها على عينة من الأشخاص غير المؤمنين على حياتهم البالغ عددهم (١٥٠) فرداً ، واستخدمت الباحثة استمارة الاستبانة في جمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة ، وقد تضمنت محورين ، خصص الأول للمعلومات العامة التي تختص بإفراد عينة الدراسة ، وخصص الثاني للمتغيرات الرئيسية سابقة الذكر .

توصل البحث إلى عدد من الاستنتاجات أبرزها خضوع التأمين على الحياة لقوانين الاقتصاد السلعي، إذ أن التأمين على الحياة منتج له قيمة تتمثل في القدرة على إشباع حاجة ، إلا أن الشعور بهذه الحاجة وطلب إشباعها لا يحكمها مجرد العامل الاقتصادي المتمثل بمتوسطات الدخل والارتفاع المستمر في الأسعار العامة (التضخم) ، بل يحكمها الوعي بالمخاطر موضوع التغطية التأمينية والتحسس بآثارها المحتملة أيضاً ، فضلاً عن الوعي الاجتماعي لدى الزبائن المرتقبين ومستواهم الثقافي ، ومدى ملائمة التأمين على الحياة مع المعتقدات الدينية للزبائن المرتقبين .