

## أثر تطبيق التأمين الإلكتروني على تحسين أداء شركات التأمين في الأردن

### The impact of the application of electronic insurance on improving the performance of insurance companies

إن التأمين الإلكتروني سيحدث نقلة نوعية مستقبلاً من ناحية توفير النفقات الإدارية والمصاريف العامة بالإضافة إلى اعتماد الخدمة المثلى ذات الجودة العالية للعملاء على اعتبار أن حملة الوثائق هم المسؤولون أولاً وأخيراً عن خياراتهم وتوجهاتهم (www.alkhaleej.ae).

وتسعى الشركات بشكل عام إلى تحسين جودة خدماتها المقدمة إلى الزبائن وسرعة إنجاز المعاملات وتحسين أداء موظفيها لضمان تقديم خدماتها بشكل أفضل ومميز عن الشركات وتكمن مشكلة الدراسة في السعي للأجابة عن بعض الاسئلة:

ما هو المقصود بالتأمين الإلكتروني؟ وما هو تأثير تبني التأمين الإلكتروني على دقة أداء شركات التأمين وسرعة إنجاز معاملات الزبائن؟

وتبرز أهمية الدراسة في بيان أهمية التأمين الإلكتروني في تطوير صناعة التأمين ودقة أداءها في إنجاز معاملاتها والنهوض بواقع شركات التأمين الأردنية وتطويرها من أجل الارتقاء بمستوى أدائها في كل أنشطتها لمواكبة التطورات الحديثة فيما يتعلق بصناعة التأمين.

وانتهت هذه الدراسة الأسلوب الوصفي الفكري التحليلي وكان من أهم مصادرها الدراسات السابقة العربية والاجنبية الحديثة والكتب والدوريات المختلفة. وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها :

- 1- تبين عدم وجود اهتمام واضح من قبل شركات التأمين الأردنية بتطبيق التأمين الإلكتروني في بيع منتجاتها واعتمادها على الاسلوب التقليدي في ذلك.
- 2- تبين أن تطبيق التأمين الإلكتروني يتطلب توفير تقنية عالية لتنفيذه بشكل ناجح.
- 3- هناك أهمية للتأمين الإلكتروني في تحسين جودة خدمات التأمين المقدمة للعملاء من حيث دقة وحدثة المعلومات وسهولة الحصول عليها من قبل العملاء.
- 4- المشورة التلقائية عبر الانترنت تحسن امكانية وصول المنتجات الى العملاء.

واستنادا الى نتائج الدراسة وتحليل الباحث فإن الباحث يوصي بما يلي:

- 1- هناك ضرورة الى زيادة الوعي لدى الاداره العليا في شركات التأمين بأهمية التأمين الإلكتروني في توسيع فرص المنافسة وأن من يمتلك التكنولوجيا في نشاطه يحصل على الميزة التنافسية.
- 2- إعادة هيكلة شركات التأمين بما يتناسب مع متطلبات التأمين الإلكتروني ونشر ثقافة التأمين الإلكتروني بين العاملين.
- 3- إعادة تأهيل العاملين وتدريبهم بما يتناسب مع أسلوب تطبيق التأمين الإلكتروني في نشاطاتهم المختلفة.
- 4- تفعيل خدمة التخاطب المباشر مع العملاء عبر الانترنت مما يؤدي الى زيادة الحصة السوقية لشركات التأمين.
- 5 - ندعوا شركات التأمين الى تطوير أنظمتها الإلكترونية وإدخال وسائل دفع الأقساط الكترونياً.
- 6- أوصي الباحثين الى عمل مزيد من الأبحاث بموضوع التأمين الإلكتروني وتغطيته من جوانب مختلفة.

أثر تطبيق التأمين الإلكتروني على تحسين أداء شركات التأمين في الأردن

The impact of the application of electronic insurance on  
improving the performance of insurance companies

(دراسة وصفية عن شركات التأمين في الأردن)

## الملخص:

تمحورت مشكلة الدراسة في الإجابة على مجموعة من الأسئلة أهمها، ما هو تأثير تبني التأمين الإلكتروني على دقة أداء شركات التأمين وسرعة إنجاز معاملات الزبائن؟ وما هي الفائدة المتوقعة أن تجنيها شركات التأمين من تبني أسلوب البيع الإلكتروني؟ وتركزت أهداف الدراسة على بيان دور وأهمية التأمين الإلكتروني في تطوير صناعة التأمين وبرزت أهميته في الفائدة المتوقعة أن تجنيها شركات التأمين من تطبيقها للتأمين الإلكتروني، وكان من أهم نتائج الدراسة عدم وجود إهتمام واضح من قبل شركات التأمين الأردنيه بتطبيق التأمين الإلكتروني في ممارسة نشاطاتها المختلفة وأن هناك أهمية للتأمين الإلكتروني في تحسين جودة خدمات التأمين المقدمه للعملاء من حيث دقه وحداثة المعلومات وسهولة الحصول عليها من قبل العملاء، وقد توصل الباحث الى مجموعة من التوصيات منها ضرورة زيادة الوعي لدى الاداره العليا في شركات التأمين بأهمية التأمين الإلكتروني على توسيع فرص المنافسة وأن من يمتلك التكنولوجيا في نشاطه يحصل على الميزة التنافسيه، واعادة تاهيل العاملين وتدريبهم بما يتناسب مع اسلوب تطبيق التأمين الإلكتروني في نشاطاتهم المختلفه.

الكلمات الدالة: شركات التأمين، التأمين الإلكتروني، البيع الإلكتروني، الاداء.

## Abstract:

The problem of the study focused on answering a set of questions, the most important questions are: What is the impact of adopting electronic insurance on the accuracy of the performance of insurance companies and the speed of completion of customer transactions? What is the expected benefit that insurance companies will get from adopting electronic selling? The objectives of the study focused on the role and importance of electronic insurance in the development of the insurance industry and highlighted its importance in the expected benefit that insurance companies may get from the application of electronic insurance. One of the most important results of the study was the absence of clear attention by Jordanian insurance companies in the application of electronic insurance. Also, there is importance to electronic insurance in improving the quality of insurance services provided to customers in terms of accuracy, up-to-date information, and accessibility by customers. The researcher reached a set of recommendations, including the need to raise awareness among senior management in the insurance companies of the importance of electronic

insurance in order to expand the chances of competition, the one who has and applies technology in his activity gets a competitive advantage, and rehabilitation and training of employees in line with the method of applying electronic insurance in their various activities.

Key words: Insurance companies, Electronic insurance, Electronic selling, Performance.

#### المقدمة:

تعتبر صناعة التأمين من الصناعات المتطورة في الدول المتقدمة والتي تساهم مساهمة فعالة في الاقتصاد الكلي للدولة وفي العديد من المجالات بدءاً من توفير الحماية التأمينية للأفراد والمؤسسات، وانتهاءً بالعديد من الاستثمارات التي تقوم بها شركات التأمين من أجل دعم موقفها المالي الأمر الذي سيعمل على دعم نواحي عديدة في اقتصاديات الدولة، ويعتبر قطاع التأمين أحد دعائم قطاع الخدمات المالية وذلك من خلال توفير آليات المخاطر والتشجيع على الاستثمار مما يجعله من أهم العوامل المساعدة على النهوض في الاقتصاد الوطني (المعهد المالي، 2016).

ويجمع خبراء التأمين على أن تبني شركات التأمين للتقنية في صناعة التأمين والتحول الرقمي في عمليات الاكتتاب والتسويق والبيع بالإضافة إلى اعتماد منتجات تكنولوجية مستحدثة لم تكن في وقت سابق قبل سنوات معدودة مثل «الروبوت» والسيارات ذاتية القيادة أو حتى الكهريائية منها، بالإضافة إلى اللجوء لتقنيات التطبيقات الذكية والبلوك تشين والذكاء الاصطناعي والذي من شأنه أن يقلل من نفقات الشركات العامة بنسب تتراوح بين 10-15% من إجمالي المصاريف السنوية التي تتكبدها شركات القطاع التأميني وبالتالي تحقيق أرباح بأحجام نمو مركب سنوياً.

وأن ما يعرف بالتأمين الإلكتروني سيحدث نقلة نوعية مستقبلاً من ناحية توفير النفقات الإدارية والمصاريف العامة بالإضافة إلى اعتماد الخدمة المثلى ذات الجودة العالية للعملاء على اعتبار أن حملة الوثائق هم المسؤولون أولاً وأخيراً عن خياراتهم وتوجهاتهم. ([www.alkhaleej.ae](http://www.alkhaleej.ae)).

#### مشكلة الدراسة وأسئلتها:

تسعى الشركات بشكل عام الى تحسين جودة خدماتها المقدمة الى الزبائن وسرعة انجاز المعاملات وتحسين أداء موظفيها لضمان تقديم خدماتها بشكل أفضل ومميز عن الشركات الأخرى مما يخلق لها الميزة التنافسية ويحسن رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة لهم.

وقد شهدت السنوات الأخيرة تحولا جذرياً في طبيعة أداء الشركات لأعمالها وتجلي ذلك فيما يعرف بالتجارة الإلكترونية إذ حققت الكثير منها تحوُّلاً من الأعمال التقليدية الى الأعمال الإلكترونية إستجابتنا للتطورات البيئية المحيطة، إلا أن صناعة التأمين تأخرت في هذا التحول وتعاملت معه بحذر برغم الاستفادة الواضحة من الخدمات المقدمة من شبكة الانترنت وتحول الكثير من المعاملات عبر الانترنت وتعالج معظمها الكتروني، وهنا تكمن مشكلة الدراسة في عدم تبني شركات التأمين الأردنية التأمين الإلكتروني بشكل واضح. وبناءً على ذلك فإن مشكلة الدراسة تكمن في السعي للأجابة عن الاسئلة التالية:

1- ما هو المقصود بالتأمين الإلكتروني؟

2- ما هو تأثير تبني التأمين الإلكتروني على دقة أداء شركات التأمين وسرعة إنجاز معاملات الزبائن؟

3- ما هي الفائدة المتوقعة أن تجنيها شركات التأمين من تبني أسلوب البيع الإلكتروني؟

4- ما هي معوقات تبني التأمين الإلكتروني من قبل شركات التأمين الأردنية؟

#### أهداف الدراسة:

1- بيان دور وأهمية التأمين الإلكتروني في تطوير صناعة التأمين ودقة أداءها في إنجاز معاملاتها.

2- النهوض بواقع شركات التأمين الأردنية وتطويرها من أجل الارتقاء بمستوى أدائها في كل أنشطتها لمواكبة التطورات الحديثة فيما يتعلق بصناعة التأمين.

3- مساعدة شركات التأمين الأردنية على التكيف مع التطورات البيئية المحيطة في ظل العولمة والسوق المفتوح.

4- تعزيز القدرة التنافسية لشركات التأمين الأردنية التي تتبنى الأسلوب الإلكتروني في إنجاز معاملاتها وبيع البوالص لزبائنها.

#### أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية التجارة الالكترونية التي تُعد من أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية التي يتسم بها عصرنا الحالي، وتبرز أهميتها في:

1- سرعة ودقة الأداء في انجاز معاملات الزبائن مما ينعكس إيجاباً على تعزيز رضا الزبائن من شركات التأمين .

2- الفائدة التي من المتوقع أن تجنيها شركات التأمين الأردنية كزيادة قاعدة الزبائن وتوسيع الحصة السوقية وزيادة الفرص المتوقعة في حصول شركات التأمين على أعمال من أنحاء العالم كافة، وتساهم أيضاً في نقل آخر مستجدات التقنية المتقدمة بصورة مستمرة من أسواق التأمين المتطورة الى شركات التأمين الأردنية.

3- تعزيز قدره التنافسيه لشركات التأمين التي تتبنى التأمين الإلكتروني.

4- وتكتسب أهمية هذه الدراسة من أنها تعتبر من الدراسات القليلة في مجال التأمين الإلكتروني.

#### منهجية الدراسة:

أتبعت هذه الدراسة الأسلوب الوصفي الفكري التحليلي من خلال توضيح:

- ماهية التأمين الإلكتروني وأهميته وأنواعه وتأثيره على أداء شركات التأمين الأردنية.
- الاطلاع على الدراسات السابقة لمعرفة وجهات النظر المختلفة حول موضوع الدراسة.

#### مصادر الدراسة:

حيث ارتكزت الدراسة على مجموعة من الدراسات السابقة والمتمثلة في الرسائل الجامعية والمجلات العلمية المحكمة والكتب والدوريات وشبكة الانترنت.

#### الجانب النظري:

#### مفهوم التأمين:

هناك العديد من المفاهيم للتأمين بشكل عام وهنا سنستعرض نوعان رئيسيان من التعريفات وهما:

1 - المفهوم القانوني للتأمين.

## 2 - المفهوم الفني للتأمين.

1 - المفهوم القانوني للتأمين: حيث يهتم هذا المفهوم في النظر الى عقد التأمين كوسيلة قانونية يترتب عليها التزامات معينة وتنشأ حقوقاً للطرفين المتعاقدين، حيث يبرز العلاقة بين المؤمن والمؤمن له ويحدد التزامات كل طرف منهما والمزايا المترتبة على هذا التعاقد دون مراعاة للجانب الفني للتأمين (فلاح، 2008).

2 - المفهوم الفني للتأمين: حيث يهتم بإبراز الخصائص الفنية لعملية التأمين والوسيلة التي يتبعها التأمين لتحقيق الهدف منه وهو تقليل الشعور بظاهرة عدم التأكد والمساعدة في اتخاذ القرارات في المواضيع المختلفة التي تتعرض لها المنظمة، وعليه يمكن تعريف التأمين الفني بأنه وسيلة لتعويض الفرد عن الخسارة المالية التي يمكن أن تحل به نتيجة لوقوع خطر معين وذلك بواسطة توزيع الخسارة على مجموعة كبيرة من الأفراد يكون جميعهم معرضون لهذا الخطر (حامد، 2001).

### التأمين الإلكتروني:

وبالرغم من صدور قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية نجد أن التأمين ظل يمارس وفق الطريقة التقليدية، وعرف المشرع العقد الإلكتروني في قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية النافذ على أنه (إرتباط الإيجاب الصادر من أحد العاقدين بقبول الآخر على وجه يثبت أثره في المعقود عليه، والذي يتم بوسيلة الكترونية (بشار، دودين، 2010) وفقاً للتعريف المتقدم يمكن اجراء التأمين الكترونياً وذلك لكونه عقد تقدم فيه الطلبات والمستندات والمعاملات بوسائل الكترونية.

وهناك دول أصدرت قرارات لإشاعة مفهوم التأمين الإلكتروني، وعلى سبيل المثال قرار رقم (2) لسنة 2012 بشأن استخدام النظام الإلكتروني الفلسطيني لتأمين المركبات وتنظيم آلية عمله، فهذه خطوة نحو استخدام شبكة الانترنت في عرض خدمات التأمين، وبناءً على ما تقدم يمكن لنا أن نعرف التأمين الإلكتروني وذلك بالاستعانة بقانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية رقم 78 لسنة 2012 على انه (العقد الذي يلتزم به المؤمن بتقديم التغطيات التأمينية وما يتعلق به من عرض أو تعاون وتعاقد عبر الإنترنت في مقابل أقساط أو أي دفعة مالية اخرى يؤديها المؤمن له عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني) (هبة، عبدالله، 2011).

## خصائص التأمين الإلكتروني الخاصة:

يتميز التأمين الإلكتروني بخصائص تعكس ذاتية الخاصة، وتميزه عن غيره من العقود ويمكن بيان تلك الخصائص من خلال النقاط التالية:

أولاً: التأمين الإلكتروني عقداً الكترونياً:

يتميز التأمين الإلكتروني بأنه عقد يتم إبرامه عن بعد، لأن عملية بيع وشراء خدمات التأمين تتم عبر شبكات الإنترنت، حيث أن أطراف العقد غير متواجدين في مجلس العقد من حيث المكان، فهو تعاقد بين غائبين من حيث المكان وتعاقد بين حاضرين من حيث الزمان، كما يتم الوفاء في العقد الكترونياً (حسن، الجميحي، 2009).

ثانياً: التأمين الإلكتروني من عقود الإذعان:

إن ما يميز التأمين الإلكتروني كونه من عقود الإذعان على اعتبار أن المستهلك لا يملك إلا أن يضغط في عدد من الخانات المقترحة أمامه في الموقع الإلكتروني لشركة التأمين، فالمستهلك يجد أمامه طلب التأمين ثم شروط محددة مسبقاً، فهو لا يملك أن يناقش أو يعارض شركة التأمين حول شروط التعاقد، لأنه لا يملك إلا التوقيع في حالة القبول أو عدم التوقيع في حالة الرفض (عصام سليم، 2008).

ثالثاً: التأمين الإلكتروني من عقود حسن النية:

إن إبرام المستهلك عقد التأمين إلكترونياً يعتمد بشكل كبير على الثقة المتبادلة بين شركة التأمين والمستهلك (المؤمن له)، وذلك لعدم التقاء الطرفين، حيث أن آلية بيع هذه الخدمات تكون عن طريق إفصاح طالب التأمين عن البيانات التي تتطلبها الشركة من خلال ملئ نموذج إستمارة البيانات الكترونياً، وفي ضوء ماتقدم تقوم شركة التأمين بتحديد درجة الخطر وأسعار خدماتها التأمينية المناسبة له، وفي حالة تحقق الخطر المؤمن ضده سوف تلجأ شركة التأمين بالتأكد من البيانات التي أفصح عنها المؤمن له، فإذا تبين أن البيانات المقدمة غير صحيحة لا يحصل المؤمن له على التعويضات وهو ما ينسجم مع مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود (عبد الهادي الحكيم، 2003).

مزايا التأمين الإلكتروني:



1 - يساهم التأمين الالكتروني في توسيع نطاق التجارة الالكترونية وتقنية المعلومات بإعتباره من وسائل المبادلات الالكترونية التي تنسجم مع النشاطات التجارية التي تمتاز بالسرعة والمرونة (نضال، برهم، 2011).

2 - إن اجراء عملية التأمين الكترونياً يساعد في اختصار عمليات التأمين التقليدية والطويلة، لأن التأمين عملية معقدة ذات اجراءات طويلة، فالتأمين الالكتروني يختصر هذه العمليات بأقل خطوات مكنة.

3- يساعد التأمين الالكتروني على انتشار وتوسيع أنواع معينة من التأمين، كالتأمين على السيارات والتأمين على السكن والمستلزمات المنزلية والمشاريع الاستثمارية، لأنها أكثر ملائمة للتوزيع عبر الانترنت، لأن وضعها وتقدير قيمتها يكون باستعمال عدد قليل من المقاييس (محمد، مطالقه، 2006).

4- يساعد التأمين الالكتروني المستهلكين للوصول مباشرة الى المدراء والمسؤولين في شركات التأمين الالكتروني ويمكن تحقق ذلك من خلال برامج الوسيط الالكتروني وفي أي وقت يشاء وكذلك الاجابات الفورية عن المسائل المتعلقة بالعملية التأمينية.

5- ان استعمال تقنيات التأمين الالكتروني يساعد في تقليل الوقت والكلفة على المستهلكين وتوفير آلية سريعة في الوفاء والأداء المالي بعيداً عن الاجراءات التقليدية التي تحتاج الى جهد مادي ومالي وهو قد لا نجده في اللجوء الى خدمات التأمين الكترونياً (محمد، منصور، 2006).

آثار عقد التأمين الالكتروني:

التزامات المستهلك (المؤمن له):

الفرع الأول:

الالتزام بتقديم البيانات الخاصة بالخطر عند ابرام العقد وبعد ابرامه:

يمثل الخطر حجر الزاوية التي يقوم عليها التأمين الالكتروني، فالمقصود من هذا الاخير هو تفادي أو تخفيف أثر الخطر (محمد، ابو الهيجا، 2005)، فالمؤمن يحرص على معرفة اكبر قدر من المعلومات عن الخطر.

الفرع الثاني

الالتزام بأداء قسط التأمين:

يعد الالتزام بأداء قسط التأمين من أبرز الالتزامات على عاتق المستهلك (المؤمن له)، لأنه يعد المقابل الذي يدفعه نظير التزام شركة التأمين بضمان الخطر، والواقع أن هذه الاقساط تكون لشركات التأمين الإلكترونية سلطة في تقديرها حسب نوع الخطر المؤمن ضده وبناءً على البيانات التي تم الحصول عليها من قبل المؤمن له (يوسف، يوسف، 2012).

الفرع الثالث:

الالتزام بأشعار المؤمن بتحقق الخطر المؤمن منه:

إذا تحقق الخطر المؤمن منه التزمت شركة التأمين بدفع مبلغ التأمين أو تعويض الضرر الذي لحق بالمؤمن له، وهذا لا يحدث تلقائياً ما لم يقوم المؤمن له بإعلام المؤمن بوقوع الخطر لكي يتخذ التدابير اللازمة لحصر نطاق الضرر والرجوع عن المسؤول عن وقوع الخطر وحيث أن عملية التأمين إلكترونياً، فإن بإمكان المؤمن له إرسال رسالة إلكترونية يشعر فيها المؤمن بتحقق الخطر المؤمن منه، ويتم إرسال الرسالة إلى الموقع الإلكتروني لشركة التأمين، وعلى هذه الأخيرة أن ترسل رسالة إلى المؤمن له تعلمه فيها بتلقي الإشعار واستلامه.

التزامات المؤمن:

يمثل الالتزام الأبرز على عاتق شركة التأمين الإلكترونية هو دفع مبلغ التأمين عند تحقق الخطر المؤمن ضده أو طول أجل العقد إذا كان التزام المؤمن مضافاً إلى أجل، وهذا ما نصت عليه المادة (988) من القانون المدني العراقي على أنه (متى تحقق الخطر، أو حل أجل العقد، أصبح التعويض أو المبلغ المستحق بمقتضى عقد التأمين واجب الاداء).

ويشترط لإستحقاق مبلغ التأمين أن يكون المستهلك (المؤمن له) قد أوفى بجميع التزاماته التي فرضها عليه عقد التأمين الإلكتروني تجاه شركة التأمين (توفيق، فرج، 2012).

الأداء: (الوادي، سمير، الشيخ، مصطفى، 2017)

ويعرف الأداء بأنه "انعكاس كيفية استخدام المؤسسة للموارد المادية والبشرية وإستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها" هذا المفهوم للأداء يركز على السبل التي توصل المؤسسة إلى غاياتها وأهدافها، متمثلة بالطرق والصيغ التي تعتمد في استغلال الموارد المتاحة، ومدى نجاح المؤسسة في هذا الاستغلال و كما يقصد بمفهوم الأداء "المخرجات أو الأهداف التي يسعى النظام لتحقيقها، وهو مفهوم يعكس كلا من الأهداف والوسائل اللازمة لتحقيقها، أي أنه مفهوم يربط بين أوجه النشاط وبين الأهداف التي تسعى المنظمة إلى تحقيقها" ويبين هذا التعريف أن الأداء هو

المخرجات التي ينتجها نظام معين (فرد، آلة، منظمة...) وذلك باستعمال مدخلات معينة، أي الوسائل المستخدمة في إنتاج المخرجات.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

دراسة ماهر الخيكاني (2018)، بعنوان الاصلاح التشريعي طريق نحو الحكومة الرشيدة ومكافحة الفساد.

وتكمن صعوبة هذا البحث أن أغلب دول العالم لم تنظم التأمين الالكتروني في قانون مستقل، إلا أن بعضها قد تبني فكرة عرض خدمات التأمين الكترونياً على أرض الواقع مستندا في ذلك الى قوانين التجارة الالكترونية والتوقيع الالكتروني والتي عرفت العقد الالكتروني بوجه عام وكيفية ابرامه وتنفيذه الكترونياً، بينما نجد في العراق على الرغم من صدور قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم 78 لسنة 2012، الا أن التأمين ظل يمارس وفق الطريقة التقليدية وهو ما لمسناه واقعيًا لدى شركات التأمين الوطنية التي تمارس التأمين بصورته التقليدية فقط وكان من أهم النتائج التي توصل اليها هذا البحث أن فكرة التأمين الالكتروني حديثة عند أغلب الدول وخصوصاً النامية منها، فهي تتطلب مستلزمات تقنية وفنية تساهم في النهوض بواقع التأمين التقليدي وأن التطور الهائل في واقع التجارة الإلكترونية استلزم ظهور التسوق الالكتروني لخدمات التأمين، لذلك على الدول أن تسعى جاهدة نحو التحول الى اجراء عقود التأمين الكترونياً" بما يساهم في زيادة التنمية الاقتصادية وجذب الاستثمارات الى بلدانها.

وتوصل الباحث الى بيان أهم الآثار التي يرتبها إبرام عقد التأمين الالكتروني فهو يفرض التزامات على المستهلك (المؤمن له) وعلى المؤمن (شركة التأمين) وهي بطبيعة الحال تمثل حقوقاً لكلا الطرفين، وتوصل الباحث الى مجموعة من التوصيات منها دعوة وزارة المالية للنهوض بواقع شركات التأمين في العراق وتطوير إمكانيات العاملين فيها وادخالهم في دورات حول معرفة تسويق التأمين الكترونياً. وكما يوصي شركات التأمين في العراق ان تنشأ مواقع الكترونية افتراضية تعرض من خلالها خدمات التأمين بما يسهل وصول المستهلكين اليها.

دراسة الوادي، سمير، الشيخ، مصطفى (2017)، أثر التسويق الداخلي في رفع كفاءة أداء العاملين في المستشفيات،

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التسويق الداخلي على رفع كفاءة أداء العاملين في المستشفيات الخاصة الأردنية في مدينة عمان. فقد تم أخذ عينة ملائمة حجمها (120) استبانته وزعت على الأطباء، الممرضين، مساعدين الممرضين، إداريين وصيادلة في المستشفى الاسلامي،

والمستشفى التخصصي، ومستشفى الاسراء كعينة عن المستشفيات الأردنية الخاصة في مدينة عمان.

توصلت الدراسة إلى وجود تقصير واضح من قبل مستشفيات عينة الدراسة على تحفيز العاملين في حالة إبداعهم في العمل وكذلك هناك تقصير بالنسبة للرواتب مقارنة مع انجازاتهم وأهمية الدور الذي يقومون فيه وكذلك أبرزت الدراسة أهمية التدريب في رف كفاءة العاملين حيث تولي المستشفيات أهمية اقل بهذا المتغير حسب نتائج الدراسة. كما وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة قوية بين التسويق الداخلي وأداء العاملين ينعكس بشكل ايجابي على رضا المرضى وولائهم.

. دراسة (حمودة، 1998)، بعنوان الأسس العلمية والعملية لتقييم الأداء في شركات التأمين.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أهم الأسس العلمية والعملية لتقويم الأداء في شركات التأمين ومعرفة الاتجاهات والتطورات والدراسات الحديثة في هذا المجال، وقد قام الباحث بتطبيق هذه الدراسة على عدد من شركات التأمين في مصر. وقد توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج أهمها أن هناك عدة معايير نظرية لتقويم أداء شركات التأمين، من أهمها الخدمة الجيدة للعملاء، وأن هناك عوامل كثيرة تؤثر في أداء شركات التأمين مثل العوامل القانونية والسياسية والاجتماعية والفنية التي يجب الاهتمام بها كمقاييس للأداء إلى جانب المقاييس المالية. كما اتضح من نتائج هذه الدراسة عدم فاعلية بعض النسب المالية عند تطبيقها على شركات التأمين المصرية من جهة، ومن جهة أخرى أن نتائج تطبيق بعض هذه النسب على شركات التأمين المصرية يبعد عن المعدلات العالمية.

. دراسة سالم عبود و فائزة محمد (2011)، بعنوان أثر استراتيجية التسويق الالكتروني في نشاط التأمين في العراق.

تكمن مشكلة هذا البحث في عدم اعتماد التجارة الالكترونية في صناعة التأمين وتحديدًا في شركة التأمين الوطنية بما ينعكس على مستوى الأداء للخدمات المقدمة، ويستمد البحث أهميته من أهمية التجارة الالكترونية التي تُعد من أبرز ما حققته الثورة التقنية والمعلوماتية التي يتسم بها عصرنا الحالي ، وتتمثل أهداف هذا البحث في بيان دور التجارة الالكترونية في صناعة التأمين واختبار مدى إمكانية تطبيقها في شركة التأمين الوطنية على وفق المفاهيم الحديثة المرتبطة بهذا المجال والنهوض بواقع شركة التأمين الوطنية وتطويرها من أجل الارتقاء بمستوى ادائها في كل أنشطتها لمواكبة التطورات الحديثة وتوصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج منها أن هناك ضعفًا في الوعي التأميني لدى الأفراد وبعض منظمات الأعمال والمؤسسات الحكومية بأهمية التأمين وما زال قطاع التأمين يعمل في ظل نظام الدولة مما تقيدده الكثير من الضوابط والاجراءات الروتينية وان هناك محدودية خدمة التخاطب المباشر مع العملاء ، وهذا يعني عدم زيادة عدد العملاء جراء استعمال الانترنت على الرغم من تأسيس الشركة موقعاً إلكترونياً على شبكة الانترنت لعرض خدماتها على العملاء الحاليين والمرتقبين، مما يدل على ضعف الوعي التأميني الالكتروني لدى المواطنين، وتوصلت الدراسة الى مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة قيام شركة التأمين

الوطنية بنشر الوعي التأميني بين المواطنين باستعمال وسائل الترويج والاعلان سواءً أكان ذلك عن طريق وسائل الاعلام واعتماد موازنة خاصة للصرف على هذا النشاط الحيوي المهم وضرورة وجود قوانين وأنظمة وتعليمات تساعد في إدخال برامج التجارة الالكترونية في مختلف القطاعات لاسيما قطاع التأمين واستعمال الانترنت والبريد الالكتروني في فروع وأقسام شركة التأمين الوطنية كافة كونها مقتصرة على فروع وأقسام معينة فقط وتفعيل خدمة التخاطب المباشر مع العملاء عبر شبكة الانترنت لما يعنيه ذلك من زيادة الحصة السوقية للشركة.

. دراسة نور اليارد رساله ماجستير(2014)، بعنوان أثر متغيرات البيئة الداخلية في أداء شركات التأمين.

يعتبر قطاع التأمين من القطاعات الداعمة للاقتصاد المحلي لأي دولة نظرا لما يتمتع به هذا القطاع من حيوية في عملية تجميع رؤوس الأموال والادخار والاستثمار، إلا أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة على أداء الشركات العاملة في القطاع التأميني، وتنقسم إلى عوامل داخلية وخارجية وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر متغيرات البيئة الداخلية في أداء شركات التأمين في سورية. وقد اعتمدت الباحثة على المدخل المنهجي الفرضي الاستنباطي كما قامت بتصميم استبانة، وتوصلت الباحثة إلى العديد من النتائج وهي أن العمل في مجال التأمين يحتاج إلى مهارات متعددة كالتفاوض والإقناع، وأن هناك احترافية في إدارة العلاقة بين الإدارة والعميل باستثناء موضوع مشاركة العامل بالرأي في المستويات الدنيا، بالإضافة إلى أن سلوك الفرد واتجاهاته تتأثر بالبيئة المحيطة، وضعف الخبرات في مجال التأمين نتيجةً لإحتكاره من قبل القطاع العام لفترة طويلة.

. دراسة سامي، مرسي (2016)، بعنوان العوامل التي تحد من استخدام التسويق الإلكتروني بشركات التأمين السودانيه.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على العوامل التي تحد من استخدام التسويق الإلكتروني في تقديم الخدمات التأمينيه وذلك من خلال استقراء وجهة نظر كل من المديرين ورؤساء الاقسام في شركات التأمين السودانيه حيث أظهرت نتائج الانحدار المتعدد وجود تأثير لجميع متغيرات الدراسة في الحد من استخدام التسويق الإلكتروني بشركات التأمين، كما بينت نتائج الدراسة وجود اختلافات جوهريه في اجابات عينات الدراسة وفقا لمتغيرات الوظيفة الحاليه، وأوصت الدراسة باعادة الهيكلة التنظيمية لشركات التأمين بما يتوافق مع الاسلوب الإلكتروني والعمل على نشر ثقافة التسويق الإلكتروني في شركات التأمين ونقل هذه الثقافة الى المؤمن لهما يعمل على تعزيز نشر هذا النوع من التسويق واستخدام الاسلوب الإلكتروني في تسير معاملات شركات التأمين.

. دراسة أسامة سليمان (2011)، بعنوان معوقات تبني إستراتيجية للإعلان الإلكتروني في سوق التأمين المصري.

على الرغم من الأهمية البالغة للإعلان الإلكتروني، كأحد أساليب التسويق الحديثة التي تعتمد على شبكة الإنترنت في تسويق المنتجات، إلا أن تلك الأساليب لم تلاقي أي اهتمام من جانب شركات التأمين في سوق التأمين المصري. وتوصلت الدراسة الحالية إلى أن أهم العوامل التي كانت عائقاً في هذا الشأن تمثلت في: حداثة مفهوم الإعلان الإلكتروني وعدم الاهتمام بالإعلان بصفة عامة في الترويج للخدمات التأمينية، بالإضافة إلى عدم التأيد الكاف من جانب الإدارة العليا لمثل هذه الأساليب الحديثة، وأخيراً عدم وجود الخبرة الكافية لتخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية على شبكة الإنترنت.

#### الدراسات الاجنبية:

6 - دراسة Tryambak Hiwarkar (2013)، بعنوان التأمين الإلكتروني: تحليل التصادم والادعاء في التجارة الإلكترونية بشأن التأمين والخدمات المصرفية.

في ظل البيئة والتي تميز بالغموض والديناميكية تتغير ظروف العمل وأعماله باستمرار، وفي كل يوم يتم تسليم المزيد من الخيارات والبدائل والتي تهدف إلى التكيف مع هذه المتغيرات لتناسب مع منظمات الأعمال ونشاطاتها. وفي السنوات الأخيرة وبسبب التوسع السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى حد كبير وتطوير وتوسيع الإنترنت واتجاه هذا التفاوت حيث كان هذا التطور سريع مما يترتب على منظمات الأعمال التكيف مع هذا التسارع في التكنولوجيا والسعي من أجل امتلاكها لتطوير أعمالها وتحسين مستواها التنافسي وتحسين أداء الأعمال بدقة وسرعة وجودة عالية وشركات التأمين هي من شركات الأعمال التي يتوجب عليها ادخال التكنولوجيا في نشاطاتها لتواكب التطورات البيئية والتكيف الايجابي معها.

. حسينيالى بختيار آبادي (2016)، ورقة مقدمة الى مؤتمر بعنوان التجارة الإلكترونية في صناعة التأمين: تحقيق في مواقف الخبراء مع الأخذ في الاعتبار المتغيرات الديموغرافية واتجاههم إلى الإنترنت.

بسبب زيادة الضغوط التنافسية في عالم الأعمال، يبدو أن الفهم الصحيح للتجارة الإلكترونية وتأثيراتها على تسويق التأمين أمر ضروري، بالإضافة إلى تعديلات التوقعات ويساعد هذا الاعتراف مديري صناعة التأمين على اتخاذ قرارات فعالة في الوقت المناسب ولها دور محوري في إعداد استراتيجيات التسويق الإلكتروني لشركات التأمين لأغتنام الفرص ومواجهة التهديدات التي تقدمها التكنولوجيا. ولذلك أجريت دراسة وصفية لتقييم تأثير التجارة الإلكترونية على مزيج التسويق التأميني في صناعة التأمين من وجهات نظر خبراء التجارة الإلكترونية، مع الأخذ في عين الاعتبار المتغيرات الديموغرافية والميل إلى الإنترنت. ووفقاً لنتائج هذه الدراسة تبين ان هناك

اختلاف كبير بين مواقف الخبراء تجاه تأثير التجارة الإلكترونية على عنصر المزيج التسويقي في خدمة التأمين وهو مرتبط بالخصائص الديموغرافية.

. ورقة مقدمة الى الرابطة الدولية لمشرفي التأمين (IAIS) (2018)، بعنوان الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا الرقمية في التأمين وتأثيرها على المستهلك.

الرابطة الدولية لمشرفي التأمين (IAIS) هي منظمة عضوية طوعية لمشرفي التأمين والهيئات التنظيمية من أكثر من 200 سلطة قضائية وأُنشئت في عام 1994، IAIS هي هيئة تقوم بوضع المعايير الدولية والمسؤولة عن تطوير المبادئ والمعايير والمواد الداعمة الأخرى للإشراف على قطاع التأمين والمساعدة في تنفيذها.

وهذه الورقة المقدمة الى الهيئة تتحدث عن زيادة استخدام التكنولوجيا الرقمية في أعمال التأمين وتأثيرها على نتائج المستهلك العادلة وسلوك الإشراف على الأعمال وكان من أهم نتائجها.

1- إن التحويل الرقمي يكون متسارعا ويحتمل أن يعطل أعمال التأمين. أمثلة مثل الأجهزة المحمولة، إنترنت الأشياء (IoT)، "التعلم الآلي والذكاء الاصطناعي AI، Chatbots" وغيرها لها تأثير في جميع مراحل سلسلة قيمة التأمين: من التصميم، والاككتاب وتسعير المنتجات، والتسويق والتوزيع، ومن خلال معالجة المطالبات والإدارة المستمرة للعملاء.

2- الهدف من هذه الورقة هو النظر في تأثير الاستخدام المتزايد للتكنولوجيا الرقمية في التأمين على نتائج المستهلكين والإشراف على التأمين في ضوء المبدأ الأساسي للتأمين بشأن تصريف الأعمال.

3- فيما يتعلق بتصميم المنتج، قد يؤثر التوزيع الرقمي (الاقتصاد المشترك ، والتأمين المستند إلى الاستخدام والتأمين عند الطلب) في تغطية التأمين. يمكن أن يؤدي هذا إلى خدمة عملاء أوسع ولكن يحتاج المؤمنون إلى التكيف مع المتطلبات المتطورة من السوق.

4- من حيث التسويق والترويج، سيكون للتأثير الرقمي تأثير على المعلومات المقدمة للمستهلكين. بغض النظر عن استخدام التكنولوجيا الرقمية، يجب أن تكون المعلومات المقدمة في الوقت المناسب، واضحة، دقيقة وليست مضللة.

5- إن طريقة المبيعات الناشئة الخاصة هي استخدام نصيحة الروبوت أو المشورة التلقائية عبر الإنترنت. من المحتمل أن يؤدي ذلك إلى تحسين إمكانية وصول المنتجات إلى العميل.

6- بشكل أعم فيما يتعلق بالرقمنة، تؤثر الابتكارات على عرض المعلومات والكشف عنها وقد يكون من الصعب قراءة وفهم كميات كبيرة من المعلومات، على سبيل المثال عند استخدام الهواتف الذكية.

7- ومع تغيير التكنولوجيا الرقمية لطريقة تصميم وتوزيع منتجات التأمين يتعين على المشرفين رصد هذه التطورات وإشراك أصحاب المصلحة داخل قطاع التأمين وخارجه والنظر في استجابات إشرافية جديدة لحماية مصالح المستهلكين.

#### مناقشة النتائج:

بناءً على المناقشة والتحليل والاطلاع على ادبيات التأمين الإلكتروني والدراسات السابقة العربية والعالمية ومراجعة وجهة النظر في موضوع التأمين الإلكتروني وتأثيره على أداء شركات التأمين توصلنا بعون الله إلى النتائج التالية:

- 1 - تبين عدم وجود اهتمام واضح من قبل شركات التأمين الأردنية بتطبيق التأمين الإلكتروني في بيع منتجاتها واعتمادها على الأسلوب التقليدي في ذلك.
- 2 - تبين أن تطبيق التأمين الإلكتروني يتطلب توفير تقنية عالية لتنفيذه بشكل ناجح.
- 3 - هناك أهمية للتأمين الإلكتروني في تحسين جودة خدمات التأمين المقدمة للعملاء من حيث دقة وحدثة المعلومات وسهولة الحصول عليها من قبل العملاء.
- 4 - المشورة التلقائية عبر الإنترنت تحسن إمكانية وصول المنتجات إلى العملاء.
- 5 - يوجد علاقة واضحة بين مستوى استخدام التكنولوجيا من قبل شركات التأمين ومستوى أداء هذه الشركات مما يعكس على سرعة إنجاز المعاملات.
- 6 - يساعد التأمين الإلكتروني مدراء شركات التأمين على سرعة ودقة اتخاذ القرارات الإدارية وسهولة الحصول على المعلومات خاصة في ظل الثورة المعلوماتية العالمية وإمكانية الحصول على أي معلومات من خلال الشبكة العنكبوتية.

#### التوصيات :

واستناداً إلى نتائج الدراسة وتحليل الباحث فإن الباحث يوصي بما يلي:

- 1- هناك ضرورة إلى زيادة الوعي لدى الإدارة العليا في شركات التأمين بأهمية التأمين الإلكتروني في توسيع فرص المنافسة وأن من يمتلك التكنولوجيا في نشاطه يحصل على الميزة التنافسية.



- 2- إعادة هيكلة شركات التأمين بما يتناسب مع متطلبات التأمين الإلكتروني ونشر ثقافة التأمين الإلكتروني بين العاملين.
- 3- عادة تأهيل العاملين وتدريبهم بما يتناسب مع أسلوب تطبيق التأمين الإلكتروني في نشاطاتهم المختلفة.
- 4- تفعيل خدمة التخاطب المباشر مع العملاء عبر الانترنت مما يؤدي الى زيادة الحصة السوقية لشركات التأمين.
- 5- ندعوا شركات التأمين الى تطوير أنظمتها الإلكترونية وإدخال وسائل دفع الأقساط إلكترونياً.
- 6- أوصي الباحثين الى عمل مزيد من الأبحاث بموضوع التأمين الإلكتروني وتغطيته من جوانب مختلفة.

## المراجع:

- ◉ ابراهيم، حمودة (1998)، الأسس العلمية والعملية لتقييم الأداء في شركات التأمين، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، القاهرة، العدد5، مجلد12، ص32.
- ◉ احمد، شرف الدين(1991)، احكام التأمين ، دراسة في القانون والقضاء المقارنين، بغداد: مطبعة نادي القضاة، ط3، ص 34.
- ◉ أسامة ، سليمان (2011)، معوقات تبني إستراتيجية للإعلان الإلكتروني في سوق التأمين المصري، مجلة الباحث، مجلد7 ، عدد9 ، ص54.
- ◉ باسم، صالح (1987)، القانون التجاري، بغداد: منشورات دار الحكمة، ط1، ص65.
- ◉ بشار، دودين (2010)، الاطار القانوني للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط2، ص87.
- ◉ توفيق، فرج (1996)، احكام التأمين، القواعد العامة للتأمين، الاسكندرية: مؤسسة الثقافة الجامعية، ط2، ص56.
- ◉ حامد، محمد (2001)، عقد التأمين فقها وقضاء، السودان: مركز شريح للطبع، ط2، ص3.
- ◉ حسن، الجمعي (2000)، اثبات التصرفات القانونية التي يتم ابرامها عن طريق الانترنت، القاهرة: دار النهضة العربية، ط2، ص210.
- ◉ حسينيالي، آبادي (2016)، التجارة الإلكترونية في صناعة التأمين، المؤتمر الدولي للادارة والمحاسبة طهران، جامعة الشهيد بهشني.
- ◉ خميس، خضر (1974)، عقد التأمين في القانون المدني، القاهرة: مكتبة القاهرة الحديثة، ط2، ص71.
- ◉ الزيادات، محمد، عواد والعوامرة، عبدالله (2012)، إستراتيجيات التسويق، عمان: دار الحامد للنشر، ط1، ص319.
- ◉ سالم، عبود، فائزه، محمد (2011)، أثر استراتيجيات التسويق الالكتروني في نشاط التأمين في العراق، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد27، مجلد3، ص205.

- ◉ سامي، مرسي (2016)، العوامل التي تحد من استخدام التسويق الالكتروني بشركات التأمين السودانية، مجلة أمارابك، المجله 7 ، العدد 20 ، ص ص 87 – 104.
- ◉ عبد الهادي، تقي الحكيم (2003)، عقد التأمين، حقيقته ومشروعيته، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية ط1، ص32.
- ◉ عصام، سليم (2008)، اصول عقد التأمين، الاسكندرية: منشأة المعارف، ط2، ص123.
- ◉ عمر، الموفي (2003)، التوقيع الالكتروني وقانون التجارة الالكترونية، عمان: ط1، ص34.
- ◉ عمر، الموفي (2003)، التوقيع الالكتروني وقانون التجارة الالكترونية، عمان: ط1، ص35-36.
- ◉ فلاح، مرز (2008)، استراتيجيات التسويق الالكتروني، الجزائر: جامعة منتوري، ط2، ص13.
- ◉ ماجد، سليمان (1429هـ)، العقد الالكتروني، الرياض: مكتبة الرشد، ط1، ص22.
- ◉ ماهر، الخيكاني (2018)، بحث مقدم الى مؤتمر (الاصلاح التشريعي طريق نحو الحكومة الرشيدة ومكافحة الفساد) الذي اقامته مؤسسة النبا للثقافة والاعلام وجامعة الكوفة/ كلية القانون، جامعة بابل.
- ◉ محمد، ابو الهيجاء (2005)، عقود التجارة الالكترونية، عمان: دار الثقافة، ط1، ص22.
- ◉ محمد، المطالقة (2006)، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية، عمان: الحامد للنشر والتوزيع، ط1، ص12.
- ◉ محمد، قاسم (2007)، القانون المدني، العقود المسماة، بيروت، لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية.
- ◉ محمد، قاسم (2007)، القانون المدني، العقود المسماة، بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، ص556.
- ◉ محمد، منصور (2006)، المسؤولية الالكترونية، الإسكندرية: دار الشروق، ط2، ص125.
- ◉ محمود، خيال (1998)، الانترنت وبعض الجوانب القانونية، القاهرة: دار النهضة العربية، ط2، ص145.
- ◉ محمود، خيال (1998)، الانترنت وبعض الجوانب القانونية، القاهرة: دار النهضة العربية، ط1، ص322.

- مصطفى، الجمال (1999)، أصول عقد التأمين (عقد الضمان)، لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، ص21.
- المعهد المالي، (2016)، مدخل الى أساسيات التأمين، الرياض، السعودية، رقم الايداع1437، ص8378.
- نضال، برهم (2011)، أحكام عقود التجارة الالكترونية، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط3، ص153.
- نور، البارد (2014)، رسالة ماجستير بعنوان أثر متغيرات البيئة الداخليه على أداء شركات التأمين، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، سوريا.
- هبة، عبد الله (2011)، عقود التجارة الالكترونية، منشورات زين الحقوقية، ط1، ص90.
- الوادي، سمير، الشيخ، مصطفى (2017)، أثر التسويق الداخلي في رفع كفاءة اداء العاملين في المستشفيات، مجلة مؤتمه للبحوث والدراسات، العدد 3، مجلد 32، ص71.
- يوسف، يوسف (2012)، التسويق الالكتروني، القاهرة: المركز القومي للاصدارات القانونية، ط1، ص65.

- Christopher H, Lovelock, (2010) Services Marketing, New Jersey: Prentice Hall Europe, P331.
- Ducoffe, R.H., (1996) "Advertising Value and Advertising on the Web", Journal of Advertising Research, 36, 5, pp21-35.
- Hanson, W., (1999), "Principles of Internet Marketing", (2nd Ed.), Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, p 435.
- International Association of Insurance Supervisors (IAIS) (2018).
- Internet Advertising Bureau Report, Accessed Aug. (2010), <http://Www.Iab.Net>.
- Kotler Philip and Levy S.J (1969), "Broadening the Concept of Marketing", Journal of Marketing, January, PP. 10-15.

- Rayport, Jeffrey F. & Jaworski, Bernard. (2001) "E-commerce" Mc Graw- Hill U.S.A New York.
- Schlosser, A.E., Shavitt, S.; And Kanfer, A. (1999) "Survey Of Internet Users' Attitudes Toward Internet Advertising Journal Of Interactive Marketing, pp 34-54.
- Shavitt, S.; Lowrey, P.; And Haefner, J. (1998)," Public Attitudes Toward Advertising: More Favorable Than You Might Think", Journal Of Advertising Research, 38, 4, pp, 7-22.
- The Increasing Use of Digital Technology in Insurance and its Potential Impact on Consumer Outcomes Tel: +41 61 280 8090 Fax: +41 61 280 9151 ([www.iaisweb.org](http://www.iaisweb.org)).
- Tryambak Hiwarkar, (2013) Electronic Insurance Journal of Business Management & Social Sciences Research JBM & SSR) ISSN No: 2319-5614, No, 6, p78. ([www.borjournals.com](http://www.borjournals.com) ).
- Turban, Efraim and King, David, (2003) "Introduction to e-commerce" U.S.A Hall, upper saddle River, New Jersey.
- Williams. C. Arthur and other's (1995)"Risk management and insurance seventh edition, Mc Graw - Hill.
- ([www.alkhaleej.ae](http://www.alkhaleej.ae)).