

التأمين الإلكتروني بين النظرية والتطبيق
دراسة من وجهة نظرة عملاء شركات التأمين في
الأردن



شركة الشرق الأوسط للتأمين
Middle East Insurance Co.

قدمت هذه الدراسة للترشح لجائزة مؤتمر العقبة للبحوث

التأمينية لعام 2019 م

الباحثة: نهى فخري حجازين

هاتف رقم (0775588995)

المحتويات

الصفحة	الموضوع
2	المحتويات
3	الملخص باللغة الإنجليزي
4	الملخص باللغة العربية
الفصل الأول : مقدمة الدراسة وأهميتها	
5	المقدمة
5	مشكلة الدراسة
6	أسئلة الدراسة
6	أهمية الدراسة
7	أهداف الدراسة
7	فرضيات الدراسة
9	مصطلحات الدراسة
9	الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار النظري	
12	أولاً: الخدمات الإلكترونية
14	ثانياً: التأمين الإلكتروني
14	ثالثاً: تعريف التأمين الإلكتروني
14	رابعاً: أهمية التأمين الإلكتروني
16	خامساً: خصائص التأمين الإلكتروني
16	سادساً: فوائد التأمين الإلكتروني
18	سابعاً : تحديات التأمين الإلكتروني

الصفحة	الموضوع
19	ثامناً: خطوات التحول إلى التأمين الرقمي
الفصل الثالث: المنهجية التصميم	
22	أولاً: منهج الدراسة
22	ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة
23	ثالثاً: وصف خصائص عينة الدراسة (خصائص الديموغرافية)
24	رابعاً: مصادر جمع البيانات
25	خامساً: أداة الدراسة
25	سادساً: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة
26	سابعاً: الأساليب الإحصائية
26	ثامناً: النتائج
33	ثامناً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة
الفصل الرابع: المناقشة والتوصيات	
37	أولاً: المناقشة والتوصيات
37	ثانياً: التوصيات
39	المراجع
43	الملاحق

Abstract

The study aimed to identify the opinions of the customers in the application of electronically insurance services in Jordan, and to clear-out the importance of its application in the insurance companies in Jordan and to show the impact of its application on customer satisfaction and in increasing the demand for insurance companies services. The study followed the descriptive and analytical method based on a questionnaire applied to a sample of 339 employees in three insurance companies (Middle East Insurance Company, Al Nisr Al Arabi Insurance Company and Jordanian Insurance Company). The study concluded that the application of insurance services electronically in Jordan receives a significant level of acceptance among the customers of the insurance companies. In a similar manner Satisfy customer satisfaction and increase their interest in insurance services.

In light of the results, the study recommended that the electronic services should be applied electronically in Jordan. The electronic services should be characterized by quality, efficiency, reliability, responsiveness, information adequacy, simplicity and ease of use.

المخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على آراء بعض عملاء شركات التأمين في تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن، وبيان أثر تطبيقه على رضا العملاء وزيادة الإقبال للحصول على الخدمات التأمينية، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي والمنهج التحليلي اعتماداً على استبانة تم تطبيقها على عينة بلغت 339 من عملاء ثلاث شركات تأمين وهي : (شركة الشرق الأوسط للتأمين، النسر العربي للتأمين والتأمين الأردنية)، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يلقى درجة عالية من القبول لدى عملاء شركات التأمين ويرتبط بشكل دال إحصائياً برضى العملاء وزيادة إقبالهم على خدمات التأمين.

وعلى ضوء النتائج أوصت الدراسة بالعمل على تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن على أن تتسم الخدمات الإلكترونية بالجودة والكفاءة والموثوقية وسرعة الاستجابة وكفاية المعلومات، والبساطة والسهولة في الاستخدام.

مشكلة الدراسات:_____ة:

لعبت تكنولوجيا الاتصالات والإنترنت دوراً كبيراً في التأثير على واقع الثقافة الاقتصادية والاجتماعية في كافة المجتمعات، و أصبحت الوسيلة الأكثر استخداماً في الأعمال والأكثر انتشاراً بين أفراد المجتمع، وبانت الشركات والمؤسسات تقدم خدماتها عبر تلك الوسائل لأنها أكثر الوسائل وصولاً إلى الأفراد وأكثر سهولة وأقلها تكلفة، وقد اتجهت بعض الحكومات إلى تصميم برامج إلكترونية من شأنها أن تتيح للأفراد إجراء معاملاتهم والحصول على الخدمات الحكومية من خلال الإنترنت، وهذا ما يشير إلى أن كافة الأنشطة في القطاعين العام والخاص تتجه نحو التحول إلى العالم الرقمي.

وتكمن مشكلة الدراسة في أنه على الرغم من ذلك الانتشار الواسع للخدمات الإلكترونية إلا أن شركات التأمين في الأردن لا زالت تمارس أعمالها وتقدم خدماتها بالشكل التقليدي الذي يتطلب من العملاء الذهاب لتلك الشركات للحصول على الخدمة مما يسبب هدر في الوقت والجهد.

أسئلة الدراسات:_____ة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي:

ما أهمية تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن من وجهة نظرة عملاء شركات التأمين في الأردن؟

ومن خلال تساؤل الدراسة الرئيس تم اشتقاق التساؤلات الفرعية التالية:

- ١) ما هي إمكانية تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن؟
- ٢) ما مدى حاجة العملاء إلى الاستفادة من خدمات التأمين إلكترونياً؟
- ٣) هل هناك علاقة بين تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً ورضى العملاء؟
- ٤) هل هناك علاقة بين تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً وإقبال العملاء على خدمات التأمين؟
- ٥) ما هي المعوقات التي تواجه العملاء في الحصول على خدمات التأمين إلكترونياً؟

أهمية الدراسات:_____ة:

لدراسة الحالية أهمية عملية وعلمية يمكن شرحها على النحو التالي:

(١) الأهمية العملية: تتبع أهمية الدراسة العملية من طبيعة الخدمات التي تقدمها شركات التأمين للمواطنين وللشركات والمؤسسات؛ فمن شأن الدراسة الحالية أن تعطي مؤشرات لإدارات شركات التأمين عن أهمية تسهيل حصول العملاء على خدماتها من خلال التطبيقات الإلكترونية، مما يؤدي إلى زيادة درجة التنافس بين شركات التأمين وتحقيق الربحية، كما تفيد الدراسة الحالية العملاء في تسهيل حصولهم على الخدمة التأمينية والحفاظ على وقتهم وتشجيعهم على الاستفادة من مختلف الخدمات التي تقدمها شركات التأمين في الأردن.

(٢) الأهمية العلمية: تتبع الأهمية العلمية للدراسة الحالية في أنها من الدراسات القليلة وتكاد تكون النادرة التي تتناول موضوع التأمين الإلكتروني؛ في ضوء قلة المراجع العربية لهذا الموضوع كونه من المواضيع الحديثة جداً الأمر الذي زاد من الاعتماد الدراسة على المراجع الأجنبية، وما يميز هذه الدراسة أيضاً أنها تناولت آراء وطموحات عملاء بعض شركات التأمين في الأردن في الحصول على الخدمات التأمينية إلكترونياً، كما أنه من شأن هذه الدراسة أن تشكل منطلقاً للباحثين المستقبليين في إجراء دراسات تتعلق بالخدمات الإلكترونية وخاصة في مجال التأمين.

أهداف الدراسة:—————ة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- (١) التعرف على آراء العملاء في تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن.
- (٢) بيان أهمية تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن.
- (٣) تحليل العلاقة بين تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً ورضى العملاء؟
- (٤) بيان المعوقات التي تواجه العملاء في الحصول على خدمات التأمين إلكترونياً.
- (٥) التوصل إلى نتائج وتوصيات من شأنها أن تساهم في تحسين الخدمات التي تقدمها شركات التأمين بصورة إلكترونية وزيادة أعداد المستفيدين منها.

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى:

هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لتطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن على رضا عملاء شركات التأمين.

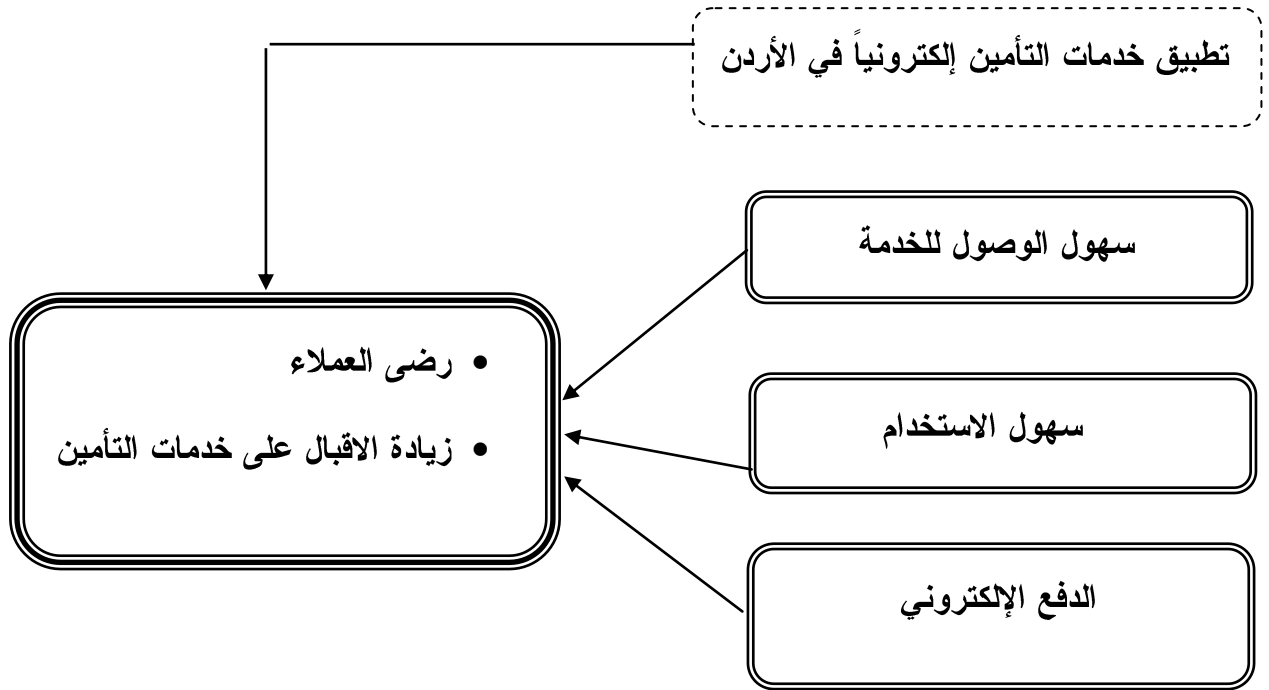
الفرضية الثانية:

هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لتطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن على زيادة الإقبال على خدمات شركات التأمين.

الفرضية الثالثة:

هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لآراء أفراد عينة الدراسة حول تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن تعزى إلى الخصائص الديموغرافية للمستجيب (الجنس، العمر، المؤهل).

أنموذج الدراسة:



المصدر: من إعداد الباحث

مصطلحات الدراسات:_____ة:

سهول الوصول للخدمة: ويقصد بها حصول العميل على الخدمة بأقل تكاليف وبأبسط الطرق دون الحاجة إلى الوصول إلى الشركة.

سهول الاستخدام: ويقصد بها مدى إمكانية المراجع من استخدام المواقع الإلكترونية للحصول على الخدمة.

الدفع الإلكتروني: وهي مدى تقبل العملاء للدفع من خلال طرق الدفع الإلكترونية (بطاقات ائتمان، مواقع الدفع الإلكترونية).

رضى العملاء: هو شعور المراجع بالامتتان والسرور لتقديم الخدمة إلكترونياً.

زيادة الإقبال على خدمات التأمين: ويقصد بها زيادة الطلب على مختلف خدمات التأمين.

الدراسات السابقة:_____ة :

هدفت دراسة مروة وعبد الرزاق (2017) إلى التعرف على دور نظم المعلومات الإلكترونية في إدارة المخاطر الصناعة التأمينية في شركات التأمين الناشطة بولاية تيارت، الجزائر، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي إضافة إلى المنهج الاستقرائي، وصممت الدراسة استمارة وزعت على مديري وعمال الوكالات التأمينية (الشركة الجزائرية للتأمين، الشركة الوطنية للتأمين، الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين، اليانس للتأمينات، الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين) استناداً إلى اختلاف نظم المعلومات الإلكترونية المطبقة في كل شركة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ان نظم المعلومات الإلكترونية تسهم وبشكل فعال في تسيير مختلف المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها شركات التأمين. ولخصت الدراسة عدة توصيات أهمها ضرورة التحديث المستمر لنظم المعلومات الإلكترونية في شركات التأمين.

هدفت دراسة أبو عرة (2018) إلى التعرف على مدى

تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء

شركات التأمين في مدينة رام الله. وقد وزعت الدراسة الاستبيان على عينة مكونة من

(98) موظف في فروع كبرى من شركات التأمين في رام الله، حيث تم تحليل الاستبانة

باستخدام (SPSS)، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها على شركات التأمين إلى توفير

أجهزة الحاسوب والمعدات والأدوات اللازمة لموظفيها لتنفيذ أعمالها بالسرعة والدقة المطلوبة واهتمامها بتوفير قواعد بيانات دقيقة وخالية من الأخطاء، وذلك لتسهيل وصول الموظفين لها. كما أظهرت النتائج امتلاك شركات التأمين شبكات اتصال فعالة لربط كافة الأقسام ببعضها البعض وتيسير وتسهيل عملية نقل المعلومات، كما تسعى إلى تطوير شبكات الاتصال بشكل دوري وتوفير وسائل الأمن والحماية لشبكاتهما. وخلصت الدراسة إلى عدة توصيات أهمها صياغة نموذج معرفي لتقييم أداء شركات التأمين من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات، وضرورة زيادة التنسيق بين شركات التأمين في فلسطين والمؤسسات الأكاديمية والمصرفية.

وهدفت دراسة (Ahonen, & Järvinen, 2003) إلى تحليل ومقارنة الوضع الحالي لخدمات التأمين الإلكترونية المقدمة في عدة بلدان (الولايات المتحدة، المملكة المتحدة، ألمانيا، فنلندا، السويد). ركزت الدراسة على خدمات التأمين الإلكترونية المقدمة عبر الإنترنت المقدمة للمستهلكين، حيث اعتمدت على الأدبيات المتعلقة بالخدمات الإلكترونية في قطاع التأمين، إضافة إلى الدراسة التجريبية التي أجريت في خريف (2003) لمقارنة الأجزاء الكمية والنوعية. وتكونت عينة الدراسة من (10) شركات تأمين (شركتين من كل بلد)، حيث كانت شركتا (AIG and GE) من الولايات المتحدة، وشركتا (Royal & SunAlliance and Marsh & McLennan) من المملكة المتحدة، وشركتا (Allianz and Gerling) من ألمانيا، وشركتا (Trygg-Hansa and Folksam) من السويد، وشركتا (Pohjola) من فنلندا. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود فروق كبيرة بين الأسواق المنفصلة في تقديم الخدمات الإلكترونية وجودة صفحات الإنترنت لشركات عينة الدراسة.

هدفت دراسة (Bazini & Madani, 2015) إلى إعطاء فهم أفضل لآثار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إدارة علاقات العملاء في صناعة التأمين في ألبانيا. تم جمع البيانات من خلال مراجعة الأدبيات ونتائج البحوث من الدراسات الأخرى في هذا المجال. ثم تم جمع البيانات من خلال البحوث الأولية باستخدام مسح لصانعي القرار حول تنفيذ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل شركات التأمين في ألبانيا. استخدمت الدراسة المقابلة كأداة لها في جمع البيانات، حيث أجريت المقابلات المباشرة مع صانعي القرار والموظفين في شركات التأمين في ألبانيا ووزعت عليهم الاستبيان، حيث بلغت عينة الدراسة (120) موظف. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن معظم المديرين التنفيذيين للتأمين وكبار المديرين

يرون أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد أدت إلى زيادة في الإنتاجية المؤسسية في شركات التأمين.

هدفت دراسة (Pahuja &Chitkara, 2016) إلى استكشاف مدى إدراك المستخدمين للتأمين الإلكتروني ووعيهم بالمفهوم، إضافة إلى اكتشاف المشكلات والتحديات المحتملة المرتبطة باستخدام التأمين الإلكتروني. تكونت عينة الدراسة من (1899 شخص لاكتشاف مدى إدراكهم للتأمين الإلكتروني في دولة الهند، حيث تم توزيع الاستبيان عليهم كأداة لجمع البيانات، وتم تحليلها باستخدام (SPSS). توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها استخراج ثلاثة عوامل تؤثر على اعتماد التأمين الإلكتروني، وهي "الاستدامة" و "التكلفة الفعالة" و "الفوائد التشغيلية"، وهي العوامل الرئيسية التي تؤثر على اعتماد التأمين الإلكتروني في السياق الهندي.

من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة يتبين للباحث أن الدراسة الحالية تتميز عن الدراسات السابقة في النقاط التالية:

- ١) في عنوانها الذي هو التأمين الإلكتروني بين النظرية والتطبيق.
- ٢) في مجتمعها من وجهة نظرة عملاء شركات التأمين في الأردن.
- ٣) في متغيراتها والتي شملت (سهول الوصول للخدمة، سهول الاستخدام، الدفع الإلكتروني) كمتغيرات مستقلة وتناولت الرضى وزيادة الإقبال على خدمات التأمين كمتغير تابع.

الفصل الثاني

الإطار النظري

مقدمة:

يعتبر قطاع التأمين من أهم القطاعات الاقتصادية الخدمية في منظمات الأعمال لإرتباطه بأفراد المجتمع بعدد من الجوانب (أبو المعالي، 2008).

وقد تباينت الآراء حول مفهوم التأمين فهناك ينظر إليه على أنه مجرد عقد بين طرفين، فيما أشار بو سبيعن وأعراب (2015) إلى أن التأمين نشاط يهدف إلى توفير التغطية والحماية الكافية لكافة الأفراد وممتلكاتهم، ورغم أن هذه الخدمة لا تكون بالمجان إلا أنها تعتبر عاملاً مشجعاً للإقدام على الاستثمار والمخاطرة بأموالهم.

وعرف (Malik, 2011) التأمين على أنه إتفاق يقوم بموجبه المؤمن له بدفع أموال لشركة التأمين وهو ما يسمى القسط، فيما تقوم الشركة بدفع المال في حالة نشوء حادث أو أمر طارئ، وعلى سبيل المثال إذا تعرضت الممتلكات للسرقة أو الإتلاف.

ونظراً إلى أن الخدمات التأمينية المقدمة من قبل شركات التأمين لا تواكب بشكل كبير التطور السريع للتكنولوجيا باعتبار أن الخدمات المقدمة من قبل الشركات تنصف بالانمطية، وفي ظل زيادة حدة المنافسة بين الشركات تضاعفت التحديات التي تواجه قطاع التأمين لأداء وظائفه وأنشطته بكفاءة وفعالية مع ظهور مفهوم وأساليب عمل حديثة متطورة وسريعة في ظل العولمة، فقد دعت الحاجة إلى الاهتمام بالتقنية ووسائلها وادواتها لظهور ما يدعى التأمين الإلكتروني (محفوظ، 2018).

أولاً: الخدمات الإلكترونية

مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية، أصبحت الحاجة ملحة لنوعية جديدة من الخدمات التي تقدمها الشركات بصورة غير تقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد، وكنتيجة للنمو المتسارع للتكنولوجيا الإعلام والإتصال جاءت فكرة الخدمات الإلكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تحسين نوعية الخدمة، وبتكاليف منخفضة وفيها اختصاراً للوقت والجهد (رضوان، 2018).

وأشار محفوظ (2018) إلى أن الخدمات الإلكترونية بمعناها الواسع هي بوابة تقدم كافة الخدمات الخاصة بالشركة مع إمكانية تسوية المعاملات، أو إتمام الصفقات من خلال هذه البوابة وبغض النظر عن حجم هذه الشركات.

فالخدمات الإلكترونية "نظام حديث تتبناه المنشآت الخدمية باستخدام الشبكة العنكبوتية العالمية والإنترنت في ربط مؤسساتها بعضها البعض، وربط مختلف خدماتها بالمؤسسات الأخرى ومتلقي الخدمة عموماً، ووضع المعلومة في متناول الأفراد وذلك لخلق علاقة تتسم بالشفافية والسرعة والدقة وتهدف للارتقاء بجودة الأداء" (محفوظ، 2018: 6).

وعرفت أيضا بأنها "خدمة شأنها شأن الخدمات الأخرى بما في ذلك الخدمات التقليدية مع فارق أساسي هو أنها خدمة على الشبكة العنكبوتية، حيث تعتبر شكلاً من أشكال الخدمة الذاتية، فبدلاً من تقديم الطلب إلى موظف في مكتب أو عبر الهاتف للحصول على معلومة أو أي استفسار يتم الحصول على الخدمة من خلال التفاعل الإلكتروني المتبادل بين طالب الخدمة والحاسب الآلي من خلال وسيط (شبكة إلكترونية)" (الحلبي، 2017: 11)

وقد أشار (Peltz, 2003) إلى أن هناك ما يسمى بخدمات الويب (تابع للخدمات الإلكترونية) وهي تكنولوجيا مختارة لجعل البنية التحتية متاحة عن بعد للعملاء، والتي تعمل عبر بروتوكولات الويب.

ورغم اختلاف الآراء حول مفهوم الخدمات الإلكترونية إلا أن الجميع متفق على أهمية التكنولوجيا في تسهيل تقديم الخدمات وتسريعها (الحلبي، 2017).

ثانياً: التأمين الإلكتروني:

هنالك إجماع لدى الكثير من الآراء على أن التأمين الإلكتروني هو استخدام الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات لإنتاج وتوزيع خدمات التأمين للعملاء إلكترونياً، وهو أحد أشكال العقود التجارية الإلكترونية، ويعتمد التأمين الإلكتروني على الجانب الفني والجانب القانوني، حيث يتلخص الجانب القانوني في أنه يقوم على مبدأ قيام الفرد الذي يخشى من التعرض إلى خطر ما بتأمين نفسه أو أمواله ضد هذا الخطر، ويتم هذا عن طريق العلاقة التعاقدية القائمة على عقد تأمين يوجب الشخص المؤمن بدفع التعويض الملائم للمؤمن له إذا ما تعرض لأحد المخاطر المؤمن ضدها، في المقابل يقوم الجانب الفني على مبدأ التعاون، أي توزيع ما نتج عن المخاطر والخسائر بين الأشخاص، وبالتالي يكون الرصيد المشترك مناسباً لدفع التعويضات (Meshkat, et al. 2012).

1- تعريف التأمين الإلكتروني:

عرف حدادين (2006) التأمين الإلكتروني على أنه تطبيق الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات ذات الصلة لإنتاج وتوزيع خدمات التأمين.

وأشار (Pahuja & Chitkara, 2016) إلى أن التأمين الإلكتروني هو نظام فريد من نوعه ونخبة تمكن حاملي السياسة من شراء والحفاظ على وثائق التأمين في شكل غير مدمج أو إلكتروني، وأشار أيضاً إلى أنه مع تنظيم التجارة الإلكترونية، استهدفت شركات التأمين الاعتماد بشكل كبير عليها، من خلال خلق مفهوم التأمين الإلكتروني

وأشار (Eling & Lehmann, 2018) إلى أن التأمين الإلكتروني يشبه مستودعاً يمكنك من خلاله إدارة جميع وثائق التأمين على الحياة وسياسة التأمين الصحي وسياسات التأمين الأخرى في مكان واحد، بحيث تتم إحالة جميع السياسات التي يتم تخزينها في حسابات التأمين الإلكتروني إلى سياسات التأمين الإلكتروني.

2- أهمية التأمين الإلكتروني:

بدأت شركات التأمين في جميع أنحاء العالم بنقل أنشطتها التجارية إلى الحقول الإلكترونية، حيث يتفق خبراء التأمين على أنه عند تبني شركات التأمين لمنهج وتقنية التأمين الإلكتروني في تقديم الخدمات التأمينية، وعمليات الاكتتاب والبيع؛ فإن ذلك سيؤدي إلى خفض نفقات هذه الشركات من إجمالي مصاريفها السنوية التي تدفعها الشركات، وبالتالي تحقيق أكبر

قدر من الأرباح ونموها سنوياً، وكذلك فإن التأمين الإلكتروني يوفر نقلة نوعية لشركات التأمين مستقبلاً لما له من فوائد ومساهمة كبيرة فيما يتعلق بالحد من المصاريف الإدارية والنفقات العامة، بالإضافة إلى تقديم الخدمة الأفضل وذات الجودة العالية للعملاء نظراً لأن حملة الوثائق هم المسؤولون عن قراراتهم واتجاهاتهم (Ahonen, & Järvinen, 2003).

ويعتمد التأمين الإلكتروني بشكل أساسي على نظم المعلومات الإلكترونية المستخدمة في شركات التأمين لما لهذه النظم من أهمية كبيرة في هذا المجال، إذ أنها تسهل وتدعم المهمات والوظائف من خلال توفير المعلومات الملائمة واللائمة في سبيل خفض نسب واحتمالات تعرض هذه الشركات للمخاطر المختلفة، كما تساهم نظم المعلومات الإلكترونية في صناعة واتخاذ القرارات السليمة بما يضمن تجنبها الوقوع في الخسائر، وكذلك تشارك تلك النظم في وصول شركات التأمين إلى أهدافها وتحقيقها من خلال مسانبتها في الوظائف والمهام الإدارية المختلفة، هذا وتقوم نظم المعلومات الإلكترونية بتزويد المعلومات للمستويات الإدارية المختلفة وتفعيل أنشطة الرقابة على هذه المعلومات، وبذلك فإن التأمين الإلكتروني يقدم المهارات والقدرات التي من شأنها تحسين مستقبل شركات التأمين بشكل إيجابي (مروة، وعبد الزراق، 2017).

فيما ذكر (Eling, & Lehmann, 2018) أن شركات التأمين لم تستغل بعد الإمكانيات الكاملة للتكنولوجيات الرقمية المتطورة، نظراً لما تشهده من صعوبات وضغوطات كثيرة في عمليات التحول الإلكتروني، وذلك لما يتمتع به هذا القطاع من الحساسية عند تطوير أنشطة وممارسات الأعمال الاعتيادية عن طريق الملائمة بين التكنولوجيا المتطورة والموارد البشرية في سبيل بناء أساليب وأنظمة قوية مع الاستمرار في تحسين وتقوية العلاقات مع عملاء الشركة.

ورغم أن بعض شركات التأمين الأردنية لا تزال تستعد للتحول إلى التأمين من خلال دعم الاتحاد الأردني لشركات التأمين ؛ الذي تنبه إلى ضرورة التوجه نحو التطور ومواكبة التطورات نجد أن بعض الدول العربية المجاورة قد قطعت شوطاً في هذا الجانب، فقد أعلنت مؤخراً الشركة الكويتية القطرية للتأمين عن اطلاقها لهويتها الجديدة التي تصنع لها وجهاً آخر رقمي على أعلى مستوى من التقدم التكنولوجي وبمقدار فائق من المرونة واليسر لتتصدر شركات التأمين في تحويل كل خدمات التأمين الشخصية التي تقدمها لكافة عملائها الى خدمات رقمية، وذلك عبر موقعها الإلكتروني - الخاص بشراء وتجديد وثائق التأمين وتقديم مطالبات

حوادث السيارات، وبهذا التحول الرقمي ستعزز الشركة خدماتها التأمينية لتنتقل بمنتجاتها وخدماتها الى مرحلة جديدة لتجنى ثمار هذه النقلة النوعية والتي ستعود بالنفع على عملائها.

3- خصائص التأمين الإلكتروني:

هنالك العديد من الخصائص للتأمين الإلكتروني وهي في مجملها لا تختلف عن مزايا الخدمات الإلكترونية المقدمة من الشركات في مختلف القطاعات، حيث يتميز التأمين الإلكتروني بخصائص تعكس طبيعته الخاصة، وتميزه عن غيره من العقود، ويمكن إجمال هذه الخصائص بما يلي: (الخيواني، 2018):

أ- **التأمين الإلكتروني عقداً إلكترونياً:** يتميز التأمين الإلكتروني بأنه عقد يتم إبرامه عن بعد، لان عملية بيع وشراء خدمات التأمين تتم عبر شبكات الإنترنت.

ب- **التأمين الإلكتروني من عقود الإذعان:** إن ما يميز التأمين الإلكتروني أنه من عقود الإذعان على اعتبار أن المستهلك لا يملك الا أن يدخل بيانات في عدد من الحقول المقترحة أمامه في الموقع الإلكتروني لشركة التأمين.

ج- **التأمين الإلكتروني من عقود حسن النية:** إذ أن إبرام المستهلك عقد التأمين إلكترونياً للحصول على بوليصة التأمين، يعتمد بشكل كبير على الثقة المتبادلة بين شركة التأمين والمستهلك لعدم وجود الطرفين في مجلس العقد.

فباعتبار أن الخدمة الإلكترونية شكل من أشكال الخدمة الذاتية الذي يتطلب قيام الزبون بخدمة نفسه بنفسه، بدلاً من تقديم الطلب إلى الموظف خلف المكتب أو التحدث إلى شخص عبر الهاتف طلباً لمعلومات أو استفسارات يتم الحصول على الخدمة عن طريق التفاعل الآلي والمتبادل بين طالب الخدمة والآلة، لذا ينبغي أن يكون تصميم الخدمة الإلكترونية مرتكزاً على حاجات ورغبات وتطلعات وتوقعات وخبرة الزبون (طواهرير والهوارى، 2012).

4- فوائد التأمين الإلكتروني:

إن الفائدة الأساسية لاستخدام التأمين الإلكتروني تكمن في أنه لا يزيد أي تكاليف إضافية على الشركات بل على العكس فهو يقلل من النفقات وكذلك أنه آمن للاستخدام . ويمكن الشركات من الحصول على ردود فعل العملاء الآخرين، وكذلك التحقق من جدوى الوفر

المالي من جراء استخدام التأمين الإلكتروني وتوفير الوقت والجهد (Pahuja & Chitkara, 2016).

كما أنه هنالك العديد من الفوائد للتأمين الإلكتروني حيث أنه يساهم في توسيع نطاق التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات، باعتباره من وسائل المبادلات الإلكترونية التي تتسجم مع النشاطات التجارية التي تمتاز بالسرعة والمرونة وهذا لا يتحقق إلا من خلال تجاوز الإجراءات التقليدية في إبرام عقود التأمين، لأن اللجوء إلى إبرام العقد إلكترونياً سيشجع العقود الدولية وخصوصاً عقود الاستثمار التي ترغب في التأمين على استثماراتها من المخاطر التجارية وغير التجارية من خلال الدخول إلى المواقع الإلكترونية لشركات التأمين وإجراء عقد التأمين إلكترونياً (الخيكانى، 2018). وقد تعددت الآراء حول فوائد التأمين الإلكتروني، حيث يرى (عبيدات وآخرون، 2015) أن فوائد التأمين الإلكتروني يمكن إجمالها بما يلي:

- حصول العميل على الخدمات التي يحتاجها من خلال استخدامه لأي جهاز يختاره وفي أي وقت ومكان.
- سرعة حصول العميل على الخدمة التي يحتاجها.
- الصفحات التي يستخدمها طالب الخدمة تمتاز ببساطة تصميمها؛ حيث أنها موجهة إلى قطاع واسع من المستخدمين الذين لا يملكون القدرة والصبر الكافي للتعامل مع تعليمات معقدة.
- عدم استعمال أي نظام خاص أو جهاز معين من قبل العميل للحصول على الخدمات التي يحتاجها.
- توسيع قاعدة عملاء الشركة عن طريق جذب عملاء جدد من خلال الخدمات الإلكترونية المختلفة المقدمة، وكذلك الاحتفاظ مهما تنقلوا بين الدول.

فيما يجمل (Goel, 2017) فوائد التأمين الإلكتروني بما يلي:

- أ- الحماية والأمان؛ حيث لا يشكل هاجس فقدان المستندات أو إتلافها أي قلقاً لدى العميل. فالتأمين الإلكتروني يضمن أن تكون السياسات في أيدي أمينة ويمكن الوصول إليها بسهولة.
- ب- الملائمة؛ بحيث يمكن للعميل طلب الوصول إلى وثائق التأمين من أي مكان من داخل مقر شركة التأمين أو من الخارج. وذلك لأن حساب التأمين الإلكتروني يمكن الوصول إليه

من أي مكان وفي أي وقت من اليوم. حيث يمكن لدى الفرد حساب تأمين إلكتروني واحد فقط باسمه. ويتم تعيين رقم حساب خاص لكل حساب تأمين إلكتروني يمكن استخدامه في جميع المراسلات.

ج- **التقليل من استخدام الورق**؛ يعتبر التقليل من استخدام الورق من أهم الميزات التأمين الإلكترونية وهذه الميزة تساهم في المحافظة على البيئة.

د- **سهولة الاستخدام**؛ حيث أن اتباع الإرشادات على الموقع الإلكتروني للشركة يسهل إنشاء حساب وإجراء التغييرات عليه في أي وقت وزمن.

هـ- **سهولة الدفع**: حيث يتبع التأمين الإلكتروني ميزة الدفع ثمن الخدمة التي تلقتها العميل سواء عن طريق بطاقات الائتمان أو عن طريق مواقع الدفع الإلكتروني.

5- تحديات التأمين الإلكتروني:

أ- **التحديات الإجرائية**؛ حيث يتطلب التحول إلى التأمين الرقمي إلى تغيير الهيكل التنظيمي داخل شركة التأمين، وتغيير استراتيجيات التسويق بحيث يتم التحول تدريجياً إلى التسويق الإلكتروني.

ب- **ارتفاع كلفة إنشاء المواقع الإلكترونية**؛ حيث يحتاج التحول نحو التأمين الإلكتروني إلى إنشاء مواقع جديدة وتعزيزها بالمزيد من الخوادم؛ وذلك لإستيعاب طلبات التأمين، وتسوية المطالبات، وتوسيع قنوات الإتصال مع العملاء من خلال الرد على الإيميلات أو وسائل التواصل الإجتماعي، مع ضرورة وجود برامج حماية منعاً لتعرض الموقع للقرصنة الإلكترونية.

ج- **عدم القدرة على تلبية حاجات العملاء في الرد على الإستفسارات**، حيث أن بوالص التأمين تحتوي على كثير من التفاصيل التي يصعب شرحها والإجابة عليها من خلال الموقع الإلكتروني بحيث يتطلب الأمر وجود قنوات تواصل مباشر (Direct Chat).

د- **هاجس الدفع الإلكتروني**؛ حيث يعتبر الدفع عبر الوسائل الإلكترونية من الوسائل التي لا يزال البعض يتجنبها، حيث أن هذه الوسائل تتطلب وضع الأرقام السرية لرقم الحساب أو بطاقة الائتمان وهو ما يخشاه العديد من العملاء.

هـ- عدم توفر البيئة القانونية المناسبة التي تغطي عمليات التأمين الإلكتروني وتحمي شركات التأمين والعميل على حد سواء، حيث أن التشريعات الحالية والمعمول بها في أغلب الدول العربية ومنها الأردن تحتاج إلى إجراء مراجعات سريعة.

6- خطوات التحول إلى التأمين الرقمي:

أ- إدارة الوثائق الرقمية؛ ويهدف هذا الإجراء إلى التحول من الوثائق التقليدية المطبوعة إلى شكلها الرقمي، بحيث يمكن قراءتها من قبل الحواسيب والهواتف النقالة بعد تخزينها في ملفات إلكترونية، بحيث يتم بعدها تزويد العميل بكلمة السر ليتمكن من الدخول إلى حسابه والإطلاع على كافة المعلومات الخاصة بالوثائق وإدارتها بالشكل المناسب من حيث تعديل الوثيقة ومراجعتها ويتم ذلك من خلال الخطوات التالية:

- فتح حساب التأمين الرقمي؛ وهو الحساب الذي يمكن العميل من الدخول إلى حسابه وإدارة وثائق التأمين الخاصة به والموجودة في محطة واحدة، وتعديل البيانات، والدفع إلكترونياً أو إستلام التعويضات، وإستلام التقارير من شركة التأمين عن بوالص التأمين الخاصة به.
- الإكتتاب وتحديد الخطر؛ وفي هذه المرحلة يقوم العميل بشراء وثيقة التأمين التي تغطي خطر معين، مع بيان المعلومات حول الخطر المراد تأمينه ويتم احتساب القسط إلكترونياً وقبل اتمام عملية الشراء، وذلك من خلال برامج تربط بين موقع الشركة والتطبيقات الذكية، وهنا لا بد من الإشارة إلى ضرورة الإدلاء بكافة المعلومات على موقع الشركة حتى يتم احتساب القسط بصورة صحيحة.
- تحويل وثائق التأمين إلى الصورة الرقمية؛ حيث يتم تحويل وثائق التأمين إلى الشكل الرقمي في صيغة مقروءة على الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب.
- إدخال البيانات ومعايير الكفاءة والملائمة، حيث يتم في هذه المرحلة استلام الطلب والوثائق المرفقة ومراجعة البيانات والتأكد من وضوحها وفي حال وجود حاجة لمقابلة العميل يتم طلبه للمراجعة للتأكد من أي معلومات إضافية.

ب- إدارة المطالبات الرقمية؛ مع دخول بعض الشركات عالم التأمينات الإلكتروني بات من المتاح أن يطالب العملاء بتسوية مطالباتهم بطريقة إلكترونية أيضاً ، ويمتاز هذا النظام بتقليل تكاليف وجهود تسوية المطالبات ويتم ذلك بصورة سريعة، حيث ساهم في منع من تفاقم عمليات الإحتيال المصاحبة للمطالبات. ومما لاشك فيه أن إدارة المطالبات رقمياً سيؤدي إلى رفع مستوى خدمات شركات بشكل يزيد من قدرتها على المنافسة مع باقي الشركات، وتتضمن عملية إدارة المطالبات رقمياً ما يلي:

- أول إشعار من الخسارة؛ حيث يقوم العميل بوضع كافة مرفقات المطالبة من خلال جهاز الحاسوب أو الهاتف الذكي ويتم إدخال كافة البيانات والصور المتعلقة في المطالبة.
- تحديد نوع المطالبة، بحيث يقوم العميل في هذه المرحلة بتحديد نوع المطالبة وربطها بنوع الوثيقة من خلال ملء الإستمارة الخاصة بالمطالبة.
- التدقيق والفحص؛ حيث تتم في هذه المرحلة تدقيق المطالبات الواردة إلى شركة التأمين وفحص المستندات والصور وغيرها من المرفقات.
- إعلام العميل والدفع؛ حيث يتم في هذه المرحلة وبعد التحقق من المطالبة الإتصال في العميل وإبلاغه عن المبلغ الذي سيتم صرفه بحيث يتم تحويله على حساب العميل الإئتماني الخاص بالعميل.

ثالثاً: مهام الإدارة المالية في ظل التأمين الإلكتروني؛ إن معنى التحول الرقمي في الإدارة المالية يعني التشغيل الآلي للخدمات المالية، مما يعني انخفاض تدخل العنصر البشري في المهام التقليدية. (السيد: 2019)

رابعاً: التسويق الإلكتروني، يُعرّف التسويق الإلكتروني بأنه تحقيق الأهداف التسويقية للمنظمات بالاعتماد على استخدام الانترنت والتقنيات الرقمية الحديثة (العلاق، 2002)، وهو أيضاً الاستخدام الأمثل للموارد التكنولوجية والبشرية والمعلومات، وكافة الوسائل المتوفرة على شبكة الانترنت من مواقع وبريد الكتروني في عملية التسويق، بغية تحقيق التطور والتميز في بيئة الأعمال الالكترونية (نجم، 2004). كما يُنظر إلى التسويق الإلكتروني من جانب آخر وهو تحقيق التفاعل وتبادل المعلومات بين الشركة وزبائنها بهدف إحراز المنفعة المشتركة بين جميع الأطراف، ضمن بيئة الكترونية افتراضية تركز بالدرجة الأولى على الاستخدام الواسع للانترنت وتطبيقاته، وإنشاء علاقات تبادلية بين الشركة وزبائنها لتحقيق الأهداف التسويقية المختلفة والمتمثلة باستقطاب زبائن جدد والمحافظة على الزبائن الحاليين (أبو فارة، 2004).

فيما يرى البعض بأن التسويق الإلكتروني يشمل تنفيذ سلسلة كبيرة من تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بهدف إعادة ترتيب وتنفيذ استراتيجيات التسويق، والتخطيط الأكثر كفاءة لتطبيق الأفكار، كذلك إنتاج تبادلات تحقق رغبات وتطلعات الزبائن وأهداف الشركات (نصير، 2005). ومن وجهة نظر أخرى فإن التسويق الإلكتروني يُمثل مختلف البرامج والعمليات التي تنفذها الشركات باستخدام مواقع الانترنت، لوضع الحلول لمشكلاتها، واستقطاب أكبر عدد ممكن من الزبائن والمحافظة عليهم، بهدف تحقيق الأرباح (Otlacan, 2010). ولعل أهم وسائل التسويق الإلكتروني ما يلي:

- **المواقع الإلكترونية Web Sites:** تعتبر المواقع الإلكترونية الوسيلة الرئيسية في عملية التسويق الإلكتروني، بما توفرها من معلومات وصور ومقاطع فيديو عن المنتجات والخدمات التي تنتجها الشركة، بصورة منسقة ومرتبطة وسهلة الاستخدام.
- **محركات البحث SearchEngines:** وهي مواقع الكترونية على شبكة الانترنت يتمكن كافة المستهلكين من الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريد شراؤها من خلالها، ومن أبرز هذه المحركات (Google.Com, Yahoo.com, MSN.com, Altavista.com).
- **البريد الإلكتروني E-Mail:** يعتبر البريد الإلكتروني من أهم وسائل التسويق الإلكتروني، لما تتميز به من كلفة منخفضة، وسهولة وسرعة الاستخدام، وإمكانية إرسال رسائل الكترونية لعدد كبير من المستهلكين في نفس الوقت، ويمكن للمستهلك الاطلاع على الرسالة ومتابعة العروض الموجودة من خلالها بسهولة وفي أي وقت.
- **مواقع التواصل الاجتماعي:** تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي من الوسائل الحيوية والهامة لإستقطاب العملاء؛ ويعود السبب في ذلك إلى أن هذه المواقع تمتاز بكثرة متابعيها من قبل شريحة كبيرة من العامة ويمكن من خلالها تسويق المنتجات وإيصال المنتجات بالصوت والصورة. ومن أهم هذه المواقع (الفييس بوك، انستغرام، تويتر، وغيرها)

- الرسائل النصية (SMS): حيث يتم من خلال هذه الوسيلة تسويق المنتجات من خلال رسائل نصية تصل إلى الهواتف النقالة لشريحة من العملاء المرتقبين، حيث تقوم بعض شركات التسويق بالإحتفاظ بقواعد بيانات لشرائح مختلفة حسب الحاجة.

الفصل الثالث المنهجية والتصميم

أولاً: منهج الدراسة:

المنهج الوصفي: تتبع الدراسة المنهج الوصفي بهدف تحديد ووصف متغيرات الدراسة وليبان اتجاهاتها كما تتبع الدراسة المنهج الوصفي لوصف طبيعة مشكلة الدراسة وتحليلها. المنهج التحليلي: تتبع الدراسة المنهج التحليلي القائم على دراسة وتحليل وتفسير العلاقات بين متغيرات الدراسة.

وتم توظيف منهج الدراسة على النحو التالي:

1. المنهج الوصفي لوصف أبعاد متغيرات الدراسة المستقلة والمتمثلة في (سهول الوصول للخدمة، سهول الاستخدام، الدفع الإلكتروني) والمتغيرات التابعة الرضى وزيادة الاقبال على خدمات التأمين.
2. المنهج التحليلي بغرض تحليل أثر تطبيق التأمين الإلكتروني على الرضى وزيادة الاقبال على خدمات التأمين.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة كافة مراجعي شركات التأمين في الأردن، ولغايات الدراسة تم اختيار ثلاث شركات تأمين وهي (شركة الشرق الأوسط للتأمين، النسر العربي للتأمين، والتأمين الأردنية)، حيث سيتم سحب عينة عشوائية من مراجعي تلك الشركات لتطبيق الدراسة، حيث تم تحديد حجم عينة الدراسة بناءً على (www.tools4dev.org) والجدول التالي يوضح حجم العينة على مستوى دلالة إحصائية (0.05):

الجدول رقم (1) حجم عينة الدراسة

Margin of error	Size of population					
	>5000	5000	2500	1000	500	200
±10%	96	94	93	88	81	65
±7.5%	171	165	160	146	127	92
±5%	384	357	333	278	217	132
±3%	1067	880	748	516	341	169

Source: <http://www.tools4dev.org/resources/how-to-choose-a-sample-size/>

بناءً على الجدول أعلاه ونظراً لحجم مجتمع الدراسة البالغ أعلى من 5000 فإن حجم عينة الدراسة يبلغ (384) مراجع.

تم توزيع 384 استبانة على أفراد عينة الدراسة وتم استرداد 343 وبعد التدقيق تم إهمال 4 استبيانات لعدم اكتمال الإجابات وبالتالي بلغ عدد الاستبيانات التي تم تطبيقها 339 استبانة، وبذلك بلغت نسبة الاستبانات التي تم اعتمادها للتحليل 88.28% من مجموع الاستبانات التي تم توزيعها.

ثالثاً: وصف خصائص عينة الدراسة (خصائص الديموغرافية):

تناولت الدراسة جملة من المتغيرات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة من حيث "الجنس، العمر، المؤهل العلمي" والمستقاة من المعلومات العامة التي تضمنتها الاستبانة، واستناداً على ذلك تم وصف عينة الدراسة، وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية، وذلك على النحو التالي:

الجدول رقم (2)

وصف عينة الدراسة وفق المتغيرات الديموغرافية لأفراد الدراسة

المتغير	المستوى/الفئة	التكرار	النسبة المئوية%
الجنس	ذكر	196	57.8
	أنثى	143	42.2
	المجموع	339	100%
العمر	أقل من 25 سنة	0	0.00
	25-أقل من 35 سنة	169	49.9

المتغير	المستوى/الفئة	التكرار	النسبة المئوية%
	35- إلى أقل من 45 سنة	147	43.4
	من 45- أقل من 55 سنة	23	6.8
	من 55 سنة فأكثر	0	0.00
	المجموع	339	%100
<u>المؤهل التعليمي</u>	دبلوم فأقل	25	7.4
	بكالوريوس	203	59.9
	ماجستير	78	23.0
	دكتوراه	33	9.7
	المجموع	339	%100

يشير الجدول رقم (2) إلى أن (57.8%) من أفراد عينة الدراسة من الذكور، أعلى نسبة في فئة الأعمار كانت للفئة (25- أقل من 35 سنة) وبنسبة بلغت (49.9%)، كما يشير الجدول إلى أن أعلى نسبة كانت لحملة شهادة البكالوريوس بنسبة بلغت (59.9%)، وأن نسبة حملة شهادة ماجستير بلغت (23.0%)، تلاها فئة حملة الدكتوراه وبلغت (9.7%)، أما أقل فئة فكانت لحملة دبلوم فأقل وبنسبة بلغت (7.4%) من أفراد عينة الدراسة.

رابعاً: مصادر جمع البيانات:

تم الاعتماد على مصدرين لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة:

- 1- مصادر ثانوية:** وهي المصادر التي تزود الباحث بالبيانات غير المباشرة عن الموضوع، وتمثل المعلومات والبيانات اللازمة لتكوين خلفية علمية متكاملة حول موضوع الدراسة، وسوف يتم جمع هذه المعلومات والبيانات الثانوية من خلال مسح الإنتاج العلمي حول الموضوعات المتعلقة بمتغيرات نموذج الدراسة عن طريق الكتب والمراجع العلمية والمقالات والدوريات والدراسات والمطبوعات والأبحاث والرسائل العلمية لتغطية أدبيات الدراسة.
- 2- مصادر أولية:** وفيه سيتم الاعتماد على أداة دراسة (استبانة) والتي سيتم إعدادها لغرض الدراسة.

خامساً: أداة الدراسة:

تتمثل أداة الدراسة باستبانة تم بناءها وتصميمها بحيث تشمل الأجزاء التالية:

الجزء الأول: ويهدف إلى التعرف على العوامل الديموغرافية للمستجيبين من حيث العمر، المؤهل العلمي.

الجزء الثاني: يشمل فقرات التي تغطي متغيرات الدراسة المستقلة والمتمثلة في (سهول الوصول للخدمة، سهول الاستخدام، الدفع الإلكتروني).

الجزء الثالث: يشمل فقرات تتعلق بالمتغير التابع الرضى وزيادة الإقبال على خدمات التأمين.

سادساً: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة:

تم اخضاع المقياس إلى مجموعة من اختبارات الصدق والثبات والاتساق الداخلي لفقراته كما يلي:

١. **إختبار الصدق الظاهري:** ويقصد بهذا الاختبار قدرة المقياس على قياس الظاهرة قيد الدراسة، تم عرض المقياس على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في لبيان مدى دقته، وللتحقق من مدى صلة مضمون العبارات بموضوع الدراسة إلى أن وصلت إلى شكلها النهائي (الملحق 1).

٢. **اختبار الثبات:** يمثل معامل الثبات مدى جودة فقرات الاستبانة واتساقها الداخلي، وتم استخدام معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ الفا) للتأكد من ثبات الاستبانة ومدى اتساقها الداخلي، وقدرتها على قياس أبعاد ومحاور الدراسة حيث تتراوح قيمة ما بين (0-1) ويكون قيمته مقبولة عند (60%) وما فوق (Sekaran & Bougie, 2014).

وقد بلغت معاملات الثبات لأداة الدراسة (93.5%) مما يدل على وجود اتساق داخلي بين فقرات كل مجال من المجالات، ويؤكد صلاحية ومدلوليه الاستبانة في الاختبار.

سابعاً: الأساليب الإحصائية:

بالاعتماد على برنامج (SPSS) سيتم إجراء الاختبارات التالية:

مقاييس الإحصاء الوصفي:

وذلك لوصف مجتمع الدراسة وعينتها وتحديد خصائصها، بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات، وترتيب متغيرات الدراسة حسب أهميتها النسبية بالاعتماد على قيم الوسط الحسابي والانحرافات المعيارية.

الإحصاء التحليلي:

لغرض اختبار فرضيات الدراسة سيتم اعتماد اختبار الانحدار (REGRESSION).

ثامناً: النتائج:

نتائج الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة:

تحليل آراء عينة الدراسة لتقييم درجة تقديرها للعبارات الخاصة بتطبيق خدمات التأمين إلكترونيًا في الأردن من وجهة نظرة عملاء شركات التأمين في الأردن، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات كل مجال من مجالات الدراسة، وذلك على النحو الآتي:

تطبيق خدمات التأمين إلكترونيًا في الأردن

وتشمل ثلاث أبعاد (سهولة الوصول، سهولة الاستخدام، الدفع الإلكتروني):

البعد الأول: سهولة الوصول: ويشير الجدول رقم (3) إلى النتائج:

الجدول رقم (3)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة بسهولة الوصول

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
1	تطبيق خدمات التأمين إلكترونيًا في الأردن يعمل على تسهيل الحصول على خدمات التأمين	3.586	0.692	2	متوسطة
2	تطبيق خدمات التأمين إلكترونيًا في الأردن يؤدي إلى سرعة الوصول إلى خدمات التأمين.	3.537	0.653	5	متوسطة
3	على ضوء الاتجاه لتقديم الخدمات بشكل إلكتروني فإن تطبيق خدمات التأمين	3.478	0.698	6	متوسطة

				إلكترونياً في الأردن هو مطلب لدى عملاء شركات التأمين.	
متوسطة	4	0.569	3.569	تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً يوفر الوقت بشكل كبير.	4
متوسطة	3	0.641	3.572	تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يمثل حافزاً لي للحصول على تلك الخدمات بسبب سهولة الوصول إليها	5
متوسطة	7	0.528	2.416	يساهم تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن في حل مشاكل العملاء.	6
مرتفعة	1	0.494	3.732	تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يتيح لي الفرصة التصفح للحصول على المعلومات.	7
متوسط		0.611	3.413	المتوسط الكلي للفقرات	

يظهر الجدول رقم (3) إلى وجود مستوى متوسط لمحور سهولة الوصول، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحور (3.413)، ويلاحظ من الجدول أنّ المتوسطات الحسابية لأراء افراد عينة الدراسة حول فقرات المحور تراوحت بين (2.416-3.732) وبدرجة تقدير تراوحت ما بين المتوسطة والمرتفعة.

ويشير الجدول إلى أن الفقرة الأكثر تقديراً كانت الفقرة رقم (7) والتي نصت على "تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يتيح لي الفرصة التصفح للحصول على المعلومات"، وبمتوسط حسابي بلغ (3.732)، مما يشير إلى أن الأشخاص يعتقدون أنهم سيحصلون على المعلومات اللازمة من خلال تطبيق التأمين الإلكتروني.

أما الفقرة رقم (6) والتي نصت على "يساهم تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن في حل مشاكل العملاء " فكانت على أقل درجة وبمتوسط حسابي بلغ (2.416) مما يشير إلى أن هنالك اعتقاد بأن خدمات التأمين الإلكتروني في الأردن لا يساعد بالشكل المطلوب في حل مشكلات العملاء.

البعد الثاني: سهولة الاستخدام: ويشير الجدول رقم (4) إلى النتائج:

الجدول رقم (4)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة بسهولة الاستخدام

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
8	تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يتيح لي الحصول على الكثير من الخدمات بشكل إلكتروني وبشكل يسير.	3.598	0.666	7	متوسطة
9	لا تشكل اجراء عمليات الحصول على الخدمات بشكل إلكتروني أي صعوبة تذكر.	3.561	0.700	8	متوسطة
10	صفحات مواقع الخدمات الإلكترونية تسهل على المستخدم الوصول للمعلومات المطلوبة.	3.791	1.009	3	مرتفعة
11	لا تحتاج مواقع الخدمات الإلكترونية لمهارات عالية في الاستخدام.	3.807	0.981	2	مرتفعة
12	إن توفير موقع التأمين الإلكتروني خريطة توضح الخدمات المتوفرة فيه وطرق الوصول إليها يسهل على الحصول على الخدمة.	3.905	0.866	1	مرتفعة
13	اعتقد أن هناك حاجة لتطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن.	3.746	1.018	4	مرتفعة
14	يحتوي تطبيق خدمات الإلكترونيّة على كافة المعلومات التي يحتاجها المستخدم.	3.679	0.870	6	مرتفعة
15	يجب أن يتسم الشكل التنظيمي العام لموقع التأمين الإلكتروني بسهولة الوصول إلى المواضيع.	3.705	0.891	5	مرتفعة
	المتوسط الكلي للفقرات	3.724	0.875		مرتفعة

يظهر الجدول رقم (4) إلى وجود مستوى مرتفع لمحور سهولة الاستخدام، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحور (3.724)، ويلاحظ من الجدول أنّ المتوسطات الحسابية لآراء افراد عينة الدراسة حول فقرات المحور تراوحت بين (3.561-3.905) وبدرجة تقدير تراوحت ما بين متوسط إلى مرتفعة.

ويشير الجدول إلى أن الفقرة الأكثر تقديراً كانت الفقرة رقم (12) والتي نصت على " إن توفير موقع التأمين الإلكتروني خريطة توضح الخدمات المتوفرة فيه وطرق الوصول إليها

يسهل على الحصول على الخدمة "، وبمتوسط حسابي بلغ (3.905)، مما يشير إلى أنه من المتوقع أن يتيح موقع التأمين الإلكتروني خريطة توضيح الأمور فيها. أما الفقرة رقم (9) والتي نصت على "لا تشكل اجراء عمليات الحصول على الخدمات بشكل إلكتروني أي صعوبة تذكر " فكانت على أقل درجة وبمتوسط حسابي بلغ (3.561) وبدرجة متوسطة مما يشير إلى أنه قد يكون هناك صعوبة في التذكر خلال إجراءات الحصول على الخدمات إلكترونياً.

البعد الثالث: الدفع الإلكتروني، ويشير الجدول رقم (5) إلى النتائج:

الجدول رقم (5)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ل فقرات الاستبيان المتعلقة بالدفع الإلكتروني

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
16	لن تشكل عملية الدفع الإلكتروني عائقاً أما استخدام تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن	3.755	0.924	1	مرتفعة
17	أمتلك بطاقة دفع إلكتروني (بطاقة ائتمانية)	3.561	1.071	5	متوسطة
18	اعتقد أن آليات الدفع الإلكتروني هي عملية آمنة.	3.738	0.982	3	مرتفعة
19	اعتقد أن الدفع الإلكتروني للحصول على الخدمة التأمينية يتماثل مع آليات الدفع لحصول على الخدمات الإلكترونية الحكومية.	3.746	1.032	2	متوسطة
20	إن الدفع إلكترونياً للحصول على خدمات التأمين إيجابي وعملي.	3.681	1.046	4	مرتفعة
21	أشعر بالأمان في تقديم معلومات خاصة بي في الموقع الإلكتروني.	3.460	0.734	6	متوسطة
22	تتسم الخدمات الإلكترونية بالسرية في المعلومات المالية بشكل كبير.	3.425	0.617	7	متوسطة
	المتوسط الكلي للفقرات	3.624	0.915		متوسطة

يظهر الجدول رقم(5) إلى وجود مستوى متوسط لمحور الدفع الإلكتروني، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحور(3.624)، ويلاحظ من الجدول أن المتوسطات الحسابية لآراء افراد عينة الدراسة حول فقرات المحور تراوحت بين (3.425-3.755) وبدرجة تقدير ما بين متوسط إلى مرتفعة.

ويشير الجدول إلى أن الفقرة الأكثر تقديراً كانت الفقرة رقم (16) والتي نصت على
 لن تشكل عملية الدفع الإلكتروني عائقاً أما استخدام تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في
 الأردن"، وبمتوسط حسابي بلغ (3.755)، مما يشير إلى أنه من المتوقع أن لا شكل الدفع
 الإلكتروني أي عائق أمام تطبيق التأمين الإلكتروني في الأردن.
 أما الفقرة رقم (22) والتي نصت على " تتسم الخدمات الإلكترونية بالسرية في
 المعلومات المالية بشكل كبير" فكانت على أقل درجة وبمتوسط حسابي بلغ (3.425) مما
 يشير إلى أنه هناك شكوك بضعف سرية المعلومات المالية في الخدمات الإلكترونية.
المتغيرات التابعة : وتشمل (رضى العملاء ، زيادة الاقبال على الخدمات التأمين) رضا
 العملاء، ويشير الجدول رقم (6) إلى النتائج:
أولاً: رضا العملاء

الجدول رقم (6)
المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ل فقرات الاستبيان المتعلقة برضا العملاء

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
23	إن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشعرني بالراحة في الحصول على الخدمة.	3.786	0.734	2	مرتفعة
24	إن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشعرني بالرضا في الحصول على الخدمة.	3.472	0.676	4	متوسطة
25	يشعري بالاعتزاز ان اتعامل مع شركة تأمين تقدم خدماتها بشكل إلكتروني.	3.481	0.636	3	متوسطة
26	إن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشكل فرصة للعملاء في الاطلاع على كافة العروض والخدمات واختيار المناسب لهم.	3.345	0.727	6	متوسطة
27	تتوافق الخدمة الإلكترونية مع تمنيات العملاء.	3.938	1.052	1	مرتفعة
28	تتميز خدمة التأمين الإلكترونية بالكفاءة والفاعلية.	3.401	0.716	5	متوسطة
	المتوسط الكلي للفقرات	3.570	0.757		متوسطة

يظهر الجدول رقم (6) إلى وجود مستوى متوسط لمحور رضا العملاء، حيث بلغ
 المتوسط الحسابي للمحور (3.570)، ويلاحظ من الجدول أنّ المتوسطات الحسابية لآراء أفراد

عينة الدراسة حول فقرات المحور تراوحت بين (3.345-3.938) وبدرجة تقدير تراوحت ما بين متوسط إلى مرتفعة.

ويشير الجدول إلى أن الفقرة الأكثر تقديراً كانت الفقرة رقم (27) والتي نصت على " تتوافق الخدمة الإلكترونية مع تمنيات العملاء "، وبمتوسط حسابي بلغ (3.938)، مما يشير إلى أنه قد يكون هناك توافق بين الخدمة الإلكترونية وما يريده العملاء. أما الفقرة رقم (26) والتي نصت على "إن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشكل فرصة للعملاء في الاطلاع على كافة العروض والخدمات واختيار المناسب لهم " فكانت على أقل درجة وبمتوسط حسابي بلغ (3.345) وعلى درجة متوسطة من الأهمية، مما يشير إلى أن هناك شكوك بعدم وجود فرص كبيرة لاطلاع العملاء على كافة العروض والخدمات واختيار المناسب من خلال تطبيق خدمات التأمين الإلكتروني.

ثانياً: زيادة الإقبال على الخدمات التأمين، ويشير الجدول رقم (7) إلى النتائج:

الجدول رقم (7)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة بزيادة الإقبال على الخدمات التأمين

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
29	تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشجعي على التعامل معها بشكل مستمر.	3.457	0.726	6	متوسطة
30	تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشجعي على التعامل معها بشكل مستمر.	3.743	0.956	4	متوسطة
31	تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في شركة تأمين يشجعي على التحول إليها للحصول على خدمات التأمين.	3.658	0.939	5	متوسطة
32	يتوافق تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن مع متطلباتي التأمينية.	4.118	0.838	1	مرتفعة
33	تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يعرفني على خدمات تأمين لم أكن على دراسة بها.	4.063	0.887	2	مرتفعة
34	تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشجعي على الحصول على خدمات تأمينية مختلفة.	3.807	0.984	3	مرتفعة
	المتوسط الكلي للفقرات	3.808	0.888		مرتفعة

يظهر الجدول رقم (7) وجود مستوى مرتفع لمحور زيادة الاقبال على الخدمات التأمين، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحور (3.808)، ويلاحظ من الجدول أن المتوسطات الحسابية لآراء أفراد عينة الدراسة حول فقرات المحور تراوحت بين (3.457-4.118) وبدرجة تقدير تراوحت ما بين متوسطة إلى عالية.

ويشير الجدول إلى أن الفقرة الأكثر تقديراً كانت الفقرة رقم (32) والتي نصت على "يتوافق تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن مع متطلباتي التأمينية"، وبمتوسط حسابي بلغ (4.118)، وعلى درجة مرتفعة من الأهمية، مما يشير إلى أنه من المتوقع وجود توافق بين تطبيق خدمات التأمين الإلكتروني والمتطلبات التأمينية.

أما الفقرة رقم (29) والتي نصت على "تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشجني على التعامل معها بشكل مستمر" فكانت على أقل درجة وبمتوسط حسابي بلغ (3.457) وعلى درجة متوسطة من الأهمية. مما يشير إلى أن تشجيع تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن على التعامل معها قد لا يكون على المستوى المطلوب.

تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن:

يشير الجدول رقم (8) إلى متغيرات م تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً حيث تم حساب المتوسطات الحسابية لكل محور من محاور تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً وتم ترتيبها تنازلياً حسب درجة التقدير، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول رقم (8)
متغيرات تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً وقد تم ترتيبها تنازلياً حسب درجة التقدير

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المحور
1	0.888	3.808	زيادة الاقبال على الخدمات التأمين
2	0.875	3.724	سهولة الاستخدام
3	0.915	3.624	الدفع الإلكتروني
4	0.757	3.570	رضا العملاء
5	0.611	3.413	سهولة الوصول
	0.809	3.628	الاجمالي

يشير الجدول رقم (8) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتبة لمتغيرات تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً، ويشير الجدول إلى وجود درجة تقدير متوسطة لتطبيق خدمات التأمين إلكترونياً بمتوسط حسابي بلغ (3.628).

ويشير الجدول إلى أن بُعد زيادة الاقبال على خدمات التأمين كان في الرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.808) وبانحراف معياري (0.888)، تلاه بُعد سهولة الاستخدام بمتوسط حسابي بلغ (3.724) وبانحراف معياري (0.875)، حيث كانت تلك المحاور على مستوى مرتفع من التقدير.

وفي الرتبة الثالثة كان بُعد الدفع الإلكتروني وبمتوسط حسابي بلغ (3.624) وبانحراف معياري (0.951)، وفي الرتبة الرابعة كان بُعد رضا العملاء وبمتوسط حسابي (3.570) وبانحراف معياري (0.757)، وأخيراً وفي الرتبة الخامسة بُعد سهولة الوصول بمتوسط حسابي (3.413) وبانحراف معياري (0.611)، حيث كانت تلك المحاور على مستوى متوسط من التقدير.

ثامناً: نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى:

هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لتطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن على رضا عملاء شركات التأمين. ولاختبار فرضية الدراسة الأولى تم إجراء اختبار الانحدار لبيان مدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن على رضا عملاء شركات التأمين. نتائج تحليل اختبار الانحدار المتعدد:

جدول (10)
جدول ملخص النموذج b (Model Summary)

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.33852	.512	.516	.719 ^a	1

a. Predictors: (Constant), الإلكتروني_الدفع, الاستخدام_سهولة, الوصول_سهولة

يشير الجدول (10) إن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (0.719)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد – (R^2) بلغ (0.512)، وعليه فإن المتغير تطبيق خدمات التأمين الإلكتروني استطاع تفسير (51.2%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع رضا العملاء.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار المتعدد:

يمثل الجدول (11) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

جدول (11) نتائج تحليل التباين^b

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
.000 ^b	119.170	13.657	3	40.970	Regression
		.115	335	38.390	Residual
			338	79.360	Total

a. Dependent Variable: العملاء_رضى

b. Predictors: (Constant), الوصول_سهولة, الإلكتروني_الدفع, الاستخدام_سهولة

يوضح جدول (11) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج على رضا عملاء شركات التأمين عن طريق تحليل إحصائي (F)، وتم صياغة فرضياته كالآتي:

الفرضية الصفرية: نموذج الانحدار المتعدد غير معنوي (لا يوجد تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع).

الفرضية البديلة: نموذج الانحدار المتعدد معنوي (يوجد تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع).

ومن خلال ما يبينه جدول (11) فإنه يتضح وجود معنوية عالية لاختبار (F) مقدرة بـ (119.170) أعلى من قيمتها الجدولية (2.19)، وبمستوى الدلالة فُدرت بـ (Sig = 0.000) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبهذا يكون لنموذج الانحدار ملائم لقياس العلاقة السببية بين المتغير المستقل تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن والمتغير التابع رضا عملاء شركات التأمين.

ومن هذا المنطلق يتم رفض الفرضية الصفرية مع قبول الفرضية البديلة والتي تنص

على أن " نموذج الانحدار المتعدد معنوي (يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة على المتغير

التابع)"، إذ فسرت المتغيرات المستقلة ما مقداره (51.2%) من المتغير التابع.

أي أنه: هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لتطبيق خدمات التأمين

إلكترونياً في الأردن على رضا عملاء شركات التأمين.

الفرضية الثانية: هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لتطبيق خدمات

التأمين إلكترونياً في الأردن على زيادة الإقبال على خدمات شركات التأمين.

ولاختبار فرضية الدراسة الثانية تم إجراء اختبار الانحدار لبيان مدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن على زيادة الإقبال على خدمات شركات التأمين.

نتائج تحليل اختبار الانحدار المتعدد:

جدول (12)
جدول ملخص النموذج b (Model Summary)

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
.52064	.294	.300	.548 ^a	1

a. Predictors: (Constant), الإلكتروني_الدفع, الاستخدام_سهولة, الوصول_سهولة

يشير الجدول (12) إنَّ قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (0.548)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد – (R^2) بلغ (0.294)، وعليه فإن المتغير تطبيق خدمات التأمين الإلكتروني استطاع تفسير (29.4%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع زيادة الإقبال على خدمات شركات التأمين.
اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار المتعدد:

يمثل الجدول (13) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

جدول (13) نتائج تحليل التباين^b

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
.000 ^b	47.923	12.990	3	38.971	Regression
		.271	335	90.808	Residual
			338	129.780	Total

a. Dependent Variable: الإقبال_زيادة

b. Predictors: (Constant), الإلكتروني_الدفع, الوصول_سهولة, الاستخدام_سهولة
يوضح جدول (13) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج على زيادة الإقبال على خدمات شركات التأمين عن طريق تحليل إحصائي (F).

ومن خلال ما يبينه جدول (13) فإنه يتضح وجود معنوية عالية لاختبار (F) مقدرة بـ

(47.923) أعلى من قيمتها الجدولية (2.19)، وبمستوى الدلالة قُدرت بـ (Sig =)

(0.000) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وبهذا يكون لنموذج الانحدار ملائم لقياس

العلاقة السببية بين المتغير المستقل تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن والمتغير التابع زيادة الإقبال على خدمات شركات التأمين.

ومن هذا المنطلق يتم رفض الفرضية الصفرية مع قبول الفرضية البديلة، وعليه فإنه يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع، إذ فسرت المتغيرات المستقلة ما مقداره (29.4%) من المتغير التابع.

أي أنه: هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لتطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن على زيادة الإقبال على خدمات شركات التأمين.

الفرضية الثالثة:

هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$) لآراء أفراد عينة الدراسة حول تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن تعزى إلى الخصائص الديموغرافية للمستجيب (الجنس، العمر، المؤهل).

ولاختبار فرضية الدراسة الثالثة تم إجراء اختبار التباين (ONE WAY ANOVA) لمدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات أفراد العينة حول تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً بحسب الخصائص الديموغرافية للمستجيب (الجنس، العمر، المؤهل)، والجدول (14) يبين ذلك:

جدول (14)

تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لمعرفة الفروق في استجابات أفراد العينة حول تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً بحسب العوامل الديموغرافية

الدلالة الإحصائية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات		
.252	1.109	.261	126	32.855	بين المجموعات	الجنس
		.235	212	49.824	داخل المجموعات	
			338	82.678	المجموع	
.167	1.162	.419	126	52.759	بين المجموعات	العمر
		.360	212	76.362	داخل المجموعات	
			338	129.121	المجموع	
.368	1.053	.788	126	99.322	بين المجموعات	المؤهل
		.749	212	158.719	داخل المجموعات	
			338	258.041	المجموع	

يتضح من الجدول (14) أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (≤ 0.05) في استجابات أفراد العينة حول تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن، تعزى إلى الجنس

والعمر والمؤهل، فقد كانت بلغت قيمة f اقل من القيمة الجدولية (2.19) على مستوى دلالة إحصائية أعلى من القيمة المحددة (0.05).

الفصل الرابع

المناقشة والتوصيات

أولاً: المناقشة والتوصيات:

تبين من خلال الدراسة أن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يلقى مستوى هام من القبول لدى عملاء شركات التأمين حيث توصلت الدراسة إلى أن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يرتبط بشكل دال احصائياً برضى العملاء وزيادة اقبالهم على خدمات التأمين، كما من شأنه أن يساهم في زيادة تنوع خدمات التأمين المقدمة للعملاء الذي يتمكنون خلاله من الحصول على كافة المعلومات التي توضح تلك الخدمات وتسهل طرق الوصول إليها والحصول عليها وهي نتائج توافقت مع دراسة (Bazini & Madani, 2015) التي توصلت إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد أدت إلى زيادة في الإنتاجية المؤسسية في شركات التأمين. وقد بينت الدراسة إلى ان تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يتطلب مستويات من الجودة في المواقع الإلكترونية تتوافق مع معايير الجودة الإلكترونية الدولية فقد بينت دراسة دراسة (Pahuja & Chitkara, 2016) إلى وجود ثلاثة عوامل تؤثر على اعتماد التأمين الإلكتروني، وهي "الاستدامة" و "التكلفة الفعالة" و "الفوائد التشغيلية"، وهي العوامل الرئيسية التي تؤثر على اعتماد التأمين الإلكتروني.

ثانياً: التوصيات:

على ضوء ما ورد من نتائج عملية من واقع عملاء شركات التأمين توصي الدراسة بما يلي:

1. ضرورة قيام شركات التأمين بالتحول التدريجي نحو التأمين الإلكتروني من خلال تبني إدارتها تغيير الأنماط التقليدية في أنشطة التأمين المختلفة وما يرافقه من عمليات تسويق إلكتروني وغيره.
2. قيام الإتحاد الأردني لشركات التأمين بدعم الإتجاه نحو التأمين الإلكتروني من قبل شركات التأمين وعقد المزيد من الدورات لنشر الوعي حول أهميته ومستقبله الواعد في الوطن العربي.

٣. إعادة النظر في التشريعات القائمة التي تتعلق بالتأمين الإلكتروني من قريب أو بعيد لمنع عمليات الغش أو الإحتيال عبر القنوات الإلكترونية، وكذلك التوصية بإدخال التعديلات القانونية اللازمة من خلال الإتحاد الأردني لشركات التأمين حتى يسهل تطبيق هذا التوجه وتسهيل إستعمال ميزات التأمين الإلكتروني من قبل العملاء.
٤. إطلاق الحملات التسويقية عن التأمين الإلكتروني ونشر الوعي والثقافة لدى كافة حول ميزات وأهمها سهولة الوصول إلى خدمات شركات التأمين بصورة إلكترونية.
٥. العمل على تطوير نظم وشبكات المعلومات والاتصالات وتطوير التقنيات الضرورية، وطرح الخدمات التأمينية الإلكترونية في شركات التأمين الأردنية، وذلك لزيادة قدرتها على تحسين الأداء ومواكبة التطور وزيادة قدرتها التنافسية
٦. أتباع الطرق الحديثة في التسويق كاستخدام المواقع الإلكترونية ورسائل البريد الإلكتروني والإعلان على المواقع المعروفة واستخدام محركات البحث، في الترويج للخدمات التأمينية وإحلالها تدريجياً بدلاً من الوسائل التقليدية التي أصبحت شيئاً من الماضي في وقتنا الحاضر.
٧. زيادة الاهتمام بالموارد البشري والعمل على إكسابه المهارات الفنية والتقنية اللازمة التي تتلائم مع متطلبات ومهام العمل الجديدة في ظل إتباع سياسة التأمين الإلكتروني في العمل.
٨. إجراء المزيد من البحوث والدراسات على التأمين الإلكتروني لإثراء المخزون المعرفي لدى كافة العاملين في شركات التأمين، والاستفادة من خبرات بعض الدول العربية في هذه المجال مثل مصر، الإمارات، وغيرها من دول الخليج.

طواهير، عبد الجليل، والهوراري، جمال (2012). محاولة قياس رضا الزبون على جودة الخدمات الإلكترونية باستعمال مقياس NetQual. مجلة أداء المؤسسات الجزائرية 97-106: 2.

عبد الرزاق، جنان صادق (2018). توظيف الخدمات الإلكترونية في المعهد العالي للاتصالات للحد من الفجوة في ادارة المعرفة للعاملين . مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية 14(61): 1-22.

عبيدات، سماح أنور، والشبلي، هيثم حمود، واللوزي، باسم محمد (2015). دور الخدمات الإلكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية. المركز العربي للدراسات والبحوث.

العضايلة، علي محمد، والمحارب، نهى خالد (2017). أثر تطبيق معايير جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا طالبات جامعة الأميرة نوره بالمملكة العربية السعودية: دراسة حالة. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال 13(3): 307-329.

العناتي، علا (2015). بحث عن خدمات الإنترنت . تم الدخول إلى الموقع بتاريخ 2019/2/25 من خلال الرابط [./https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com)

محفوظ، اياد محمد (2018). أثر تطبيق الخدمات التأمينية الإلكترونية في تعزيز الميزة التنافسية لشركات التأمين. مجلة الاتحاد العام العربي للتأمين 139: 6-15.

السيد مصطفى، محاضرات عن التأمين الرقمي عُقدت في الإتحاد الأردني لشركات التأمين.

مروة، قصاص، وعبد الرزاق، جبار (2017). دور نظم المعلومات الإلكترونية في إدارة مخاطر الصناعة التأمينية: دراسة حالة عينة من الشركات التأمين الجزائرية. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية 18: 107-116.

مغزاوي، جميلة، وعتو، خليصة (2016). دور شركات التأمين في تنمية الاقتصاد الوطني. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة-الجزائر.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Ahmadi, H. & Salami, P. (2010). Application of information systems in electronic insurance. **Research Journal of Information Technology** 2(1): 1-6.

- Ahonen, A., & Järvinen, R. (2003). **Current State of Electronic Insurance Services**. Teoksessa Hannula, M., Järvelin, AM. & Seppä, M.(toim.) *Frontiers of e-Business Research*.
- Alipour, M., Dorodi, H. & Pishgahi, S. (2011). Feasibility Study of E-Insurance Services in Iranian Insurance Companies (Asia Insurance Co.). **International Journal of Business and Social Science** 2(10): 277-281.
- Bazini, E., & Madani, F. (2015). ICT Application in the Insurance Industry: Its Impact in Customer Relationship Management. **Academic Journal of Interdisciplinary Studies** 4(3): 307-311.
- Boyer, K., Hallowell, R. & Roth, A. (2002). E- services: operating strategy—a case study and a method for analyzing operational benefits. **Journal of Operations management** 20(2) :175-188.
- Carlson, J. & O'Cass, A. (2010). Exploring the relationships between eservice equality, satisfaction, attitudes and behaviors in content-driven eservice web sites. **Journal of Services Marketing** 24(2): 112-127.
- Eling, M., & Lehmann, M. (2018). The impact of digitalization on the insurance value chain and the insurability of risks. **The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice**, 43(3): 359-396.
- Featherman, M. & Pavlou, P. (2003). Predicting e-services adoption: a perceived risk facets perspective. **International journal of human-computer studies** 59(4): 451-474.
- Gefen, D. & Straub, D. (2004). Consumer trust in B2C e-Commerce and the importance of social presence: experiments in e-Products and e-Services. **Omega** 32(6): 407-424.
- Goel, N. (2017). **Top 10 Points You Should Know About E-Insurance**. From the website <https://www.businesstoday.in/> (Retrieved in 26/2/2019).
- Hatch, B., Angier, H., Marino, M., Heintzman, J., Nelson, C., Gold, R. & DeVoe, J. (2013). Using electronic health records to conduct

- children's health insurance surveillance. **Pediatrics** 132(6): 1584-1591.
- Hsing, A. & Ioannidis, J. (2015). Nationwide population science: lessons from the Taiwan national health insurance research database. **JAMA internal medicine** 175(9): 1527-1529.
- Malik, H. (2011). Determinants of insurance companies profitability: an analysis of insurance sector of Pakistan. **Academic Research International** 1(3): 315-321.
- Meshkat, L., Farkhondehnia, F., Bagheri, Z., Alihoseini, O., Sanayeimatak, S., Esmaeili, M., Mostafalo, M., Ebadati, H., & Masaratbakhsh, M. (2012). Electronic insurance and its application in e-commerce. **Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business**, 4(8): 640-647.
- Newcombe, C., Rath, T., Zhang, F., Munteanu, B., Brooker, M. & Deardeuff, M. (2015). How Amazon web services uses formal methods. **Communications of the ACM** 58(4): 66-73.
- Pahuja, A. & Chitkara, S. (2016). Perceptual Exploration of Factors and Issues Affecting Adoption of E-Insurance. **Business and Management** 3(1): 99-112.
- Peltz, C. (2003). Web services orchestration and choreography. **Computer** (10): 46-52.
- Scupola A. (2008). E-Services: Definition, Characteristics and Taxonomy: Guest Editorial Preface, Special Issue on E-Services. **Journal of Electronic Commerce in Organization** 6(2): 45-56.
- Scupola, A. (2009). E-Services: Characteristics, Scope and Conceptual Strengths. **IGI Global** 1(3): 1-16.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2014). **Research methods for business: a skill-building approach** (6th ed.). Haddington: John Wiley & Sons.
- Smith, L. & Wong, M. (2016). **Reference and Information Services: An Introduction: An Introduction**. ABC-CLIO.
- Strader, T. & Shaw, M. (1997). Characteristics of electronic markets. **Decision Support Systems** 21(3): 185-198.

الملاحق

الاستبانة

تحية طيبة وبعد،

تسعى الدراسة إلى التعرف على التأمين الإلكتروني بين النظرية والتطبيق من وجهة نظرة عملاء شركات التأمين في الأردن.

أرجو الاجابة على الأسئلة التالية بدقة وموضوعية مع العلم بأن جميع الإجابات ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي

شاكرين لكم حسن تعاونكم

القسم الأول: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة
يرجى التكرم بوضع إشارة (X) إمام البديل المناسب لكل عبارة من العبارات الآتية:

القسم الأول : بيانات شخصية:

١- الجنس :

(أ) ذكر (ب) أنثى

2- العمر :

(أ) أقل من 25 سنة
(ب) 25-أقل من 35 سنة
(ج) 35-إلى اقل من 45 سنة
(د) من 45-أقل من 55 سنة
(هـ) من 55سنة فأكثر.

3- المؤهل العلمي:

(أ) دبلوم أو أقل
(ب) بكالوريوس
(ج) ماجستير
(د) دكتوراه

القسم الثاني: موضوع الدراسة:
نرجو التكرم بوضع إشارة (X) تحت الاختيار المناسب

غير موافق اطلاقاً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً	العبارة	
تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن						
سهولة الوصول						
					تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يعمل على تسهيل الحصول على خدمات التأمين	١.
					تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يؤدي إلى سرعة الوصول إلى خدمات التأمين.	٢.
					على ضوء الاتجاه لتقديم الخدمات بشكل إلكتروني فان تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن هو مطلب لدى عملاء شركات التأمين.	٣.
					تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً يوفر الوقت بشكل كبير.	٤.
					تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يمثل حافزاً لي للحصول على تلك الخدمات بسبب سهولة الوصول اليها	٥.
					يساهم تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن في حل مشاكل العملاء.	٦.
					تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يتيح لي الفرصة التصفح للحصول على المعلومات.	٧.
سهولة الاستخدام						
					تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يتيح لي الحصول على الكثير من الخدمات بشكل إلكتروني وبشكل يسير.	٨.
					لا تشكل اجراء عمليات الحصول على الخدمات بشكل إلكتروني أي صعوبة تذكر.	٩.
					صفحات مواقع الخدمات الإلكترونية تسهل على المستخدم الوصول للمعلومات المطلوبة.	١٠.
					لا تحتاج مواقع الخدمات الإلكترونية لمهارات عالية في الاستخدام.	١١.
					إن توفي موقع التأمين الإلكتروني خريطة توضح	١٢.

					الخدمات المتوفرة فيه وطرق الوصول إليها يسهل على الحصول على الخدمة.
				١٣.	اعتقد أن هناك حاجة ل تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن.
				١٤.	يحتوي تطبيق خدمات الإللكترونية على كافة المعلومات التي يحتاجها المستخدم.
				١٥.	يجب أن يتسم الشكل التنظيمي العام لموقع التأمين الإلكتروني بسهولة الوصول إلى المواضيع.
الدفع الإلكتروني					
				١٦.	لن تشكل عملية الدفع الإلكتروني عائقاً أما استخدام تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن
				١٧.	أمتلاك بطاقة دفع إلكتروني (بطاقة ائتمانية)
				١٨.	اعتقد أن آليات الدفع الإلكتروني هي عملية آمنة.
				١٩.	اعتقد أن الدفع الإلكتروني للحصول على الخدمة التأمينية يتماثل مع آليات الدفع لحصول على الخدمات الإلكترونية الحكومية.
				٢٠.	إن الدفع إلكترونياً للحصول على خدمات التأمين إيجابي وعملي.
				٢١.	أشعر بالأمان في تقديم معلومات خاصة بي في الموقع الإلكتروني.
				٢٢.	تتسم الخدمات الإلكترونية بالسرية في المعلومات المالية بشكل كبير.
رضى العملاء					
				٢٣.	إن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشعرني بالراحة في الحصول على الخدمة.
				٢٤.	إن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشعرني بالرضا في الحصول على الخدمة.
				٢٥.	يشعرني بالاعتزاز ان التعامل مع شركة تأمين تقدم خدماتها بشكل إلكتروني.
				٢٦.	إن تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشكل فرصة للعملاء في الاطلاع على كافة العروض والخدمات واختيار المناسب لهم.
				٢٧.	تتوافق الخدمة الإلكترونية مع تمنيات العملاء.
				٢٨.	تتميز خدمة التأمين الإلكترونية بالكفاءة والفاعلية.

زيادة الإقبال على الخدمات التأمين				
				٢٩. تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشجعي على التعامل معها بشكل مستمر.
				٣٠. تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشجعي على التعامل معها بشكل مستمر.
				٣١. تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في شركة تأمين يشجعي على التحول إليها للحصول على خدمات التأمين.
				٣٢. يتوافق تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن مع متطلباتي التأمينية.
				٣٣. تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يعرفني على خدمات تأمين لم أكن على دراسة بها.
				٣٤. تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن يشجعي على الحصول على خدمات تأمينية مختلفة.

ملاحظات حول رأيك في تطبيق خدمات التأمين إلكترونياً في الأردن:

.....

.....

.....

.....

.....

لكم مني جزيل الشكر والإمتنان