



عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

"المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين"

حالة تطبيقية على الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم

لينا إبراهيم جميل سجدية

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

2022م-1443 هـ

" المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين "

حالة تطبيقية على الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم

إعداد: لينا إبراهيم جميل سجدية

بكالوريوس إدارة أعمال - جامعة بيت لحم / فلسطين

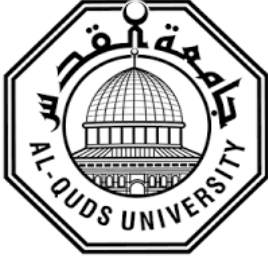
إشراف الدكتور: نضال درويش

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في كلية إدارة

الأعمال من برنامج الدراسات العليا / جامعة القدس

جامعة القدس

2022م-1443 هـ



جامعة القدس
عمادة الدراسات العليا
برنامج : ادارة اعمال

إجازة الرسالة

" المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين "

حالة تطبيقية على الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم

اسم الطالبة: إعداد: لينا إبراهيم جميل سجدية

الرقم الجامعي: 21720232

المشرف: د. نضال درويش

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 16 / 1 / 2022م، من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة

التوقيع:
التوقيع:
التوقيع:

أسمائهم وتوقيعاتهم:

رئيس لجنة المناقشة: د. نضال درويش

1- ممتحنًا داخليًا: د. محمد سليم

2- ممتحنًا خارجيًا: د. مجيد منصور

القدس – فلسطين

2022م/1443هـ

الإهداء

إلى من أهدتني عمرها وحنانها منذ كنت جنينها أُمي

إلى من أحبني وجعلني قوية بالحق أبي

إلى أنيس الروح ورفيق الحياة زوجي

إلى هديتي من الله أبنائي الأحباء، يوسف، يارة، دانة، ليانة

إلى الذين أهواهم، من تقاسموا معي الحياة بخلوها ومرها إخوتي

إلى بلدي الحبيبة التي أرجو أن يعلو فوق السحاب اسمها

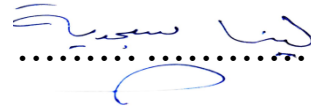
إلى أساتذتي وزملائي في العلم، إلى كل من ساهم بإنجاح هذه الدراسة

أهدي هذا العمل المتواضع

لينا إبراهيم جميل سجدية

إقرار

أقر أنا معدة هذه الرسالة أنها قدمت لجامعة القدس لنيل درجة الماجستير وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة باستثناء ما تم الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة أو أي جزء منها لم يقدم لنيل أية درجة عليا لأي جامعة أو معهد اخر.

التوقيع:  لينا سجديية

الاسم: لينا إبراهيم جميل سجديية

التاريخ : 2022/1/16

شكر وتقدير

قال تعالى(ومن يشكر فإنما يشكر لنفسه) {لقمان:12}

وقال رسوله الكريم عليه الصلاة والسلام: "من لم يشكر الناس، لم يشكر الله عز وجل"

أحمد الله تعالى حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه على ما أكرمني به من إتمام هذه الدراسة التي أرجو أن تتال رضاه.

ثم أتوجه بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى كل من:

- الدكتور الفاضل/ نضال عارف درويش، حفظه الله وأطال في عمره، لتفضله الكريم بالإشراف على هذه الدراسة، وتكرمه بنصحي وتوجيهي حتى إتمام هذه الدراسة.
- أعضاء لجنة المناقشة الكرام: الدكتور الفاضل/ محمد سالم مناقشاً داخلياً والدكتور الفاضل/ مجيد منصور مناقشاً خارجياً، حفظهما الله لتفضلهما بالقبول بمناقشة هذه الدراسة.
- أعضاء لجنة تحكيم الاستبانة الكرام، لما كان لهم من نصحٍ وتوجيه
- جميع من وقف إلى جانبي طيلة فترة دراستي وساندني ولم يبخل علي بنصح أو إرشاد

الباحثة

لينا إبراهيم جميل سجدية

ملخص

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين عند قيامها بشراء الخدمات التأمينية.

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المسحي ويوصفه المنهج الملائم للدراسة الحالية. حيث استخدمت الباحثة التحليلات الإحصائية لتحليل البيانات من خلال برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث تألف مجتمع الدراسة من (150) مصنعاً في محافظة بيت لحم، وتم أخذ عينة ممكنة (الملائمة للدراسة) تتألف من (102) مصنعاً وتم توزيعها خلال شهري تشرين الأول وتشرين الثاني من عام 2021.

حيث قامت الباحثة بتصميم أداة البحث (استبانة) وتكونت من أربعة أقسام، اشتمل القسم الأول على صفات الأفراد الذين يقومون بشراء التأمين من حيث المؤهل العلمي والخبرة العملية والعلمية، كما اشتمل القسم الأول على صفات الشركة من حيث عدد موظفيها وشكلها القانوني إضافة إلى صفات الشراء مثل عدد الأقسام المشاركة في قرار شراء التأمين. واشتمل القسم الثاني على أنواع الخدمات التي تقوم الشركات بشرائها، واشتمل القسم الثالث على المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين، ثم احتوى القسم الرابع على معرفة أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين، واستخدمت الباحثة المقابلة للتأكد من أن معايير الاختيار التي استخدمت في الدراسة تعكس الواقع. وتم عمل أربع مقابلات، إذ استهدفت هذه المقابلات المدراء الماليين في الشركات الصناعية ومدراء شركات التأمين (مدراء الفروع والوكلاء).

وخلصت الدراسة إلى أن أهم المعايير التي يتأثر بها قرار اختيار الشركات الصناعية لشركة التأمين عند شراء الخدمات التأمينية هي معايير جودة الخدمات التأمينية وتحديدًا مصداقية شركة التأمين بالتعويض بعد حصول الحادث. كما تبين بأن معايير السعر تلي معايير الجودة بالأهمية وتحديدًا معيار تسهيلات الدفع.

وتوصي الدراسة بأنه يتوجب على شركات التأمين تحسين جودة الخدمات التأمينية التي تقدمها للشركات الصناعية وخصوصاً المصدقية في أداء الخدمة، وأن تهتم شركات التأمين بتقديم تسهيلات الدفع للشركات الصناعية لتشجيع إقبالها عليها واختيارها عند شراء الخدمات التأمينية.

وأخيراً توصي الدراسة الشركات الصناعية بتطبيق المعايير التي أوصت بها الدراسة عند اختيار شركات التأمين لتتمكن من اختيار شركة التأمين المناسبة.

الكلمات المفتاحية: الشركات الصناعية، السلوك الشرائي للمؤسسات، شركات التأمين

The criteria followed by manufacturing companies in selecting insurance companies

Prepared by: Lina Ibrahim Jamil Sajdieh

Supervisor: Nidal Aref Darwish

Abstract:

The purpose of this study is to identify the criteria followed by manufacturing companies in selecting insurance companies at the time of purchasing insurance services.

To achieve the study objectives, the researcher utilized a descriptive analytical method to report means and standard deviations of numerical variables. The researcher used the statistical package for social sciences (spss) program to analyze the data.

The study population consisted of all the manufacturing companies in Bethlehem that buy insurance services (150 manufacturing companies) during the period of October and November in 2021. A suitable possible sample of 102 respondents was selected. The researcher designed a special questionnaire tool to achieve the study objectives. The questionnaire consisted of 4 parts. The first part contained the general information of the study sample including the organizational and buying participant's characteristic. The second part contained the types of insurance services the manufacturing companies buy. The third part contained the criteria followed by the manufacturing companies in selecting an insurance company (environmental factors, relationship between the companies, insurance – characteristics). And the fourth part contained the evaluation of the criteria to identify the most important criteria followed by the manufacturing companies in selecting an insurance company. The researcher used the interview to assure that the selection criteria used in the study reflected reality. The interviews were conducted with financial managers of manufacturing companies and managers of insurance companies (branch and agency).

The study concluded that the most important criteria followed by the manufacturing companies in selecting the insurance companies are those pertinent to the quality of the insurance service. More over the credibility of the insurance companies in providing the service after the accident was the most important quality criterion for the manufacturing company when they chose an insurance company to buy the required services. The second important criterion was the price criteria specifically, payment facilities. The study recommends that the insurance companies should improve the quality of the provided services specifically the credibility and offering payment facilities.

Finally, the study recommends that manufacturing companies should apply the reported selection criteria when choosing insurance company, to choose the appropriate insurance company.

Key words: manufacturing company, organizational buying behavior, insurance company

فهرس المحتويات

المحتويات

الإهداء
إقرار	أ.....
شكر وتقدير	ب.....
ملخص	ج.....
Absrtact:خطأ! الإشارة المرجعية غير معرفة.
فهرس المحتويات	2.....
فهرس الجداول	6.....
فهرس الملاحق	12.....
قائمة الأشكال	12.....
مصطلحات الدراسة:	13.....
الفصل الأول	14.....
الإطار العام للدراسة:	14.....
1.1 المقدمة:	14.....
خلفية الدراسة:	14.....
1.2 مشكلة الدراسة	16.....
1.3 أهداف الدراسة	17.....
1.4 أهمية الدراسة: يوجد للدراسة أهميتان:	18.....
1.5 أسئلة الدراسة:	19.....
1.6- فرضيات الدراسة:	20.....
1.7 متغيرات الدراسة:	21.....
1.8 نموذج الدراسة:	22.....
1.9 حدود الدراسة:	24.....

24.....	1.10 هيكلية الدراسة:
26.....	الفصل الثاني.....
26.....	الإطار النظري، الدراسات السابقة، المقابلات.....
26.....	2.1 الإطار النظري.....
27.....	2.1.1 المبحث الأول: السلوك الشرائي للمؤسسات.....
27.....	2.1.1.1 مفهوم سلوك المؤسسات الشرائي و قرار الشراء:.....
28.....	2.1.1.2 مميزات شراء المؤسسات:.....
29.....	2.1.1.3 أهمية دراسة نظريات سلوك المؤسسات الشرائي:.....
29.....	2.1.1.3.1 بعض النظريات التي تحدثت قديماً عن السلوك الشرائي للمؤسسات هي:.....
	2.1.1.3.2-النظرية التكاملية للسلوك الشرائي (Integrated model for organizational buying)
30.....	(behavior).....
31.....	2.1.1.4 أهم العوامل المؤثرة في سلوك المؤسسات الشرائي بناءً على النظريات السابقة:.....
38.....	2.1.1.5 خلفية عن الشركات الصناعية:.....
	2.1.2 المبحث الثاني: المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية (المؤمن لها) عند اختيار شركة التأمين
39.....	المزودة للخدمات التأمينية:.....
40.....	2.1.2.1 عملية اختيار الموردين:.....
41.....	2.1.2.2 تأثير العوامل البيئية:.....
44.....	2.1.2.3 العلاقات وشبكات الاتصال ما بين أصحاب المؤسسة الصناعية (الزبون) وشركة التأمين:.....
44.....	تأثير العلاقات على قرار اختيار الزبون لشركة التأمين:.....
47.....	2.1.2.4 العوامل المتعلقة بصفات شركات التأمين:.....
53.....	2.1.2.5 تأثير صفات الشراء و قواعده على عملية الشراء في المؤسسات:.....
55.....	2.1.2.6 تأثير الصفات المتعلقة بالمؤسسة المشتريه على عملية الشراء في المؤسسات:.....
55.....	2.1.2.7 تأثير صفات الأفراد المشاركين بعملية الشراء على عملية الشراء في المؤسسات:.....
58.....	2.1.3 المبحث الثالث: قطاع التأمين.....
58.....	2.1.3.1 ماهية التأمين ومفهومه:.....
59.....	2.1.3.2 أهمية قطاع التأمين:.....
60.....	2.1.3.3 المبادئ التي تقوم عليها صناعة التأمين.....

63.....	2.1.3.5 وضع قطاع التأمين في فلسطين وأهم تحدياته:
64.....	2.1.3.6 الفروع التي تشملها أعمال التأمين في فلسطين (هيئة سوق رأس المال الفلسطيني، 2020)
66.....	2.2 الدراسات السابقة:
66.....	2.2.1 دراسات ذات صلة بسلوك المؤسسات الشرائي:
70.....	2.2.2 دراسات ذات صلة بالمعايير والمؤثرات في اختيار المزودين:
74.....	2.2.3 دراسات لها علاقة بالتأمين:
78.....	2.2.4 التعليق على الدراسات السابقة
79.....	2.2.5 ما استفادته الباحثة من الدراسات السابقة
80.....	2.2.6 ما يميز الدراسة الحالية
81.....	الفصل الثالث
81.....	منهجية الدراسة
81.....	3.1 المقدمة
81.....	3.2 منهجية الدراسة
82.....	3.3 مجتمع الدراسة
82.....	3.4 عينة الدراسة
82.....	3.5 مصادر جمع المعلومات
84.....	3.6 وصف خصائص أفراد عينة الدراسة (خصائص الأفراد وخصائص الشركات الصناعية التي يعملون بها)
91.....	3.7 صدق أداة الدراسة: (Validity)
93.....	3.8 ثبات أدوات الدراسة
93.....	3.9 إجراءات الدراسة
94.....	3.10 متغيرات الدراسة
97.....	الفصل الرابع
97.....	نتائج أسئلة الدراسة
97.....	4.1 مقدمة
97.....	4.2 نتائج أسئلة الدراسة
97.....	4.2.1 نتائج السؤال الرئيسي

- 4.2.4 السؤال الثالث: هل تعتبر صفات شركة التأمين (الجودة التأمينية، السعر، صورة شركة التأمين، قوة شركة التأمين في السوق) من المعايير ذات الأهمية للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين: تمثلت الإجابة عن هذا السؤال في المحور الثالث للاستبانة: 102.....
- 4.2.5 السؤال الرابع: ماهي المعايير الأكثر أهمية بالنسبة للشركات الصناعية 109.....
- 4.2.6 السؤال الخامس: هل تختلف المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين باختلاف (المؤهل العلمي، الخبرة، عدد الافراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء البوليصة، الشكل القانوني للمؤسسة، اسس الشراء، مزود التأمين) ؟ 112.....
- 4.3 نتائج المقابلات: 124.....
- 4.4 الربط بين نتائج الاستبانة والمقابلات: 126.....
- الفصل الخامس 129.....
- النتائج والتوصيات: 129.....
- 5.1 المقدمة: 129.....
- 5.2 التوصيات: 132.....
- قائمة المصادر والمراجع: 135.....
- قائمة الملاحق: 142.....

فهرس الجداول

رقم الصفحة		رقم الجدول
31	تلخيص العوامل المؤثرة على سلوك المؤسسات الشرائي	2.1
32	معايير تقييم واختيار الموردين في المؤسسات حسب الدراسات	2.2
60	شركات التأمين العاملة في فلسطين وفروع التأمين المجاز للعمل به للشركة	2.3
79	مقياس ليكرت الخماسي	3.1
80	خصائص أفراد مجتمع الدراسة الذين شملتهم الدراسة	3.2
88	أنواع الخدمات التأمينية التي يتم شراؤها	3.3
90	معامل ارتباط بيرسون	3.4
92	نتائج معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للمحاور الثلاث والدرجة لكلية	3.5
97	الأعداد والمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة حول المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية في قرار اختيار شركة التأمين المزودة للخدمة	3.6
97	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة نحو العوامل البيئية	3.7
88	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة نحو العلاقات بين الشركتين	3.8
89	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة نحو الجودة التأمينية	3.9

92	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة نحو السعر	3.10
94	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة نحو صورة شركة التأمين	4.1
99	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة نحو قوة شركة التأمين في السوق	4.2
99	ترتيب المعايير حسب الأهمية	4.3
100	تحليل التباين لصفات الأفراد والشراء وصفات الشركة الصناعية	4.4
103	جدول (4.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة للمجال الثاني.	4.5
105	جدول (4.6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة للمجال الثالث.	4.6
106	جدول (4.7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة للمجال الرابع.	4.7
108	الجدول (4.8): النسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على محددات اختيار شركة التأمين.	4.8

109	الجدول 4.9: ترتيب المعايير من حيث الأهمية	4.9
110	الجدول 4.10: نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance و t test	4.10
111	الجدول (4.11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير (المؤهل العلمي)	4.11
112	الجدول (4.12): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير (المؤهل العلمي).	4.12
113	الجدول (4.13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير (الخبرة).	4.13
113	الجدول (4.14): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير (الخبرة).	4.14

114	الجدول (4.15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (عدد العاملين).	4.15
115	الجدول (4.16): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (عدد العاملين).	4.16
116	الجدول (4.17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (حجم التأمينات).	4.17
117	الجدول (4.18): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (حجم التأمينات).	4.18
118	الجدول (4.19): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير	4.19

	(القرار الشرائي).	
118	الجدول (4.20): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (القسم المشارك في	4.20
120	الجدول (4.21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (الشكل القانوني).	4.21
120	الجدول (4.22): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (الشكل القانوني).	4.22
121	الجدول (4.23): نتائج اختبار (ت) (t-test) للفروق في متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (أسس معدة للاختيار).	4.23
122	الجدول (4.24): نتائج اختبار (ت) (t-test) للفروق في متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (شراء خدمات التأمين من الشركة نفسها أو الفرع).	4.24

123	الجدول 4.25 تلخيص نتائج المقابلات	4.25

فهرس الملاحق

رقم الصفحة	الوصف	رقم الملحق
152	الاستبانة	ملحق (1)
152	إجابات أسئلة المقابلة	ملحق (2)
158	قائمة أسماء المحكمين الذين حكموا أداة الدراسة	ملحق (3)
159	الشروط المحددة لممارسة أعمال المؤمن	ملحق (4)
159	فروع التأمين	ملحق (5)
162	أهم المفاهيم الخاصة بقطاع التأمين	ملحق (6)
165	قائمة المصانع المسجلة لدى وزارة الاقتصاد الوطني	ملحق (7)

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
13	النموذج الافتراضي للدراسة	1.1
34	العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمؤسسات	2.2

مصطلحات الدراسة:

الشركات الصناعية: هي شركات تقوم بجلب المواد الخام من اجل تصنيعها، ثم تقوم بتحويل تلك المواد الخام إلى موادٍ مُصنَّعةٍ، وتكون هذه المواد قابلة إلى التداول في الأسواق من خلال البيع والشراء(الزعيبي،2017).

الشركات الصناعية اجرائيا: هي عبارة عن شركات تقوم بجمع المواد الخام التي لم تستهلك او قد تكون تالفة حيث تقوم بفرزها وتصنيفها، من ثم تجميع كل نوع من المعادن وفصله عن الآخر، ثم يتم معالجة وتنقية المعادن واستخدامها في عملية إعادة التدوير لصنع منتجات جديدة باستخدامها.

السلوك الشرائي للمؤسسات: كمية السلع والخدمات التي يمكن شرائها من قبل المؤسسة باستخدام وحدة من العملة، ومن الممكن أن تكون هذه العملة أموال سلعة، مثل الذهب والفضة، ومن الممكن أن تكون أموال مصرفية تقرها الحكومات في البلاد المختلفة (فياض، شحاتة،2020)

السلوك الشرائي للمؤسسات اجرائيا: القدرة المؤسسة شراء السلع والخدمات المعروضة للبيع بهدف إشباع حاجاته

شركة التأمين: هي الوحدات الاقتصادية التي تهدف لتحقيق الربح لتقديم خدمة التأمين لعملائها مقابل دفع أقساط تأمينية مقابل هذه الخدمة (الزيادات، الضلاعين،2020)

شركة التأمين اجرائياً: هي عبارة عن شركة تتعهد بتخفيض الخطر الذي يواجه الفرد أو المنشأة وفيه مقابل ان يقوم المؤمن بدفع مبلغ متفق عليه عند تحقق الخطر.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة:

تستعرض الباحثة في هذا الفصل مقدمة الدراسة، بحيث يتم مناقشة مشكلة الدراسة وأهدافها وأهميتها، بالإضافة إلى فرضيات الدراسة ومتغيراتها ونموذج الدراسة، حدود الدراسة ومحدداتها، وأخيراً يتم التطرق لهيكلية الدراسة الذي تتناول فيه الباحثة المحاور الرئيسية التي يتمحور حولها البحث وذلك لتحقيق الأهداف المرجوة.

1.1 المقدمة:

خلفية الدراسة:

تناولت الدراسات منذ عدة سنوات طويلة موضوع سلوك المؤسسات الشرائي على اعتباره عملية صنع القرار، وازدادت الدراسات حوله منذ الثمانينات، وهناك ثلاثة أسباب لذلك (Xu,2013) أولها أن فهم سلوك المستهلك أدى إلى تحول التركيز إلى سلوك المؤسسات، كما أنه شجع العالم الأكاديمي على دراسة سلوك المؤسسات الشرائي، كما أن هناك تأثير للنظريات في مجالات سلوك المؤسسات، المؤسسات الصناعية، وإدارة سلسلة التوريد والموردين على مجالات تسويق الشركات.

يلقى دور الشراء في المؤسسات اهتماماً كبيراً من قبل إدارة الموردين، حيث يعزز الشراء الفعالية والنتافسية للمؤسسات إضافة إلى الفوائد الأخرى التي يحققها لها. ومن أجل الحصول على هذه الفوائد، فإنه من الضروري اختيار المورد الصحيح، أي أن اختيار المزود الصحيح يشمل وظائف مختلفة من ضمنها وظيفة الشراء، وهناك عدة عوامل تجعل من عملية اتخاذ قرار اختيار المزود صعبة (Mwikali and Kavali,2012).

أثبتت الدراسات أن أكثر من (60%) من ميزانية المؤسسات تذهب لصالح مشترياتها من السلع والخدمات الأمر الذي يكسب الشراء أهمية كبيرة في حياة المؤسسات، حيث بدأت المؤسسات تتنازل عن الكثير من أنشطتها المساعدة وتتعاقد مع مؤسسات أخرى أكثر تخصصاً للقيام بها لتقوم هي بالتركيز على أنشطتها الأساسية الأمر الذي يلقي مسؤولية كبرى على عاتق إدارة المشتريات والعقود في تخطيط وتنظيم العلاقة بين المؤسسة ومورديها لضمان استمرارية التدفق السلعي والتدفق الخدمي لداخل المؤسسة (سعيد، 2010، ص 7).

إن شراء خدمة التأمين جزء لا يتجزأ من عمل الإدارة في المؤسسات، حيث أن العامل الأساسي المحرك للطلب على التأمين هو تجنب الخطر، وشراء خدمة التأمين يعتبر طريقة رئيسية في السيطرة على الخطر المالي، وببساطة يمكن القول بأن سوق التأمين يحتوي على عمليتي شراء وبيع التأمين، والعمليات التي تتم في هذا السوق معقدة وسلوك المشاركين في سوق التأمين يتم وصفه عن طريق العديد من النظريات الاقتصادية (Jurkovic, 2016).

يوجد العديد من المحددات الخارجية والداخلية التي تؤثر على سلوك الشركات الشرائي التي ستزودها بالخدمات اللازمة، وتصنيف هذه المحددات وتحليلها بشكل ممنهج، يساعد المسوقين في فهم وتوقع سلوك زبائنهم الشرائي وبالتالي يساعدهم في وضع استراتيجية تسويقية، ومن الضروري أن يقوم المسوقون بتمييز المحددات التي لها التأثير الأقوى من المحددات التي لها التأثير الأضعف على سلوك المؤسسات الشرائي، ولم يلق سلوك الشركات الشرائي حجماً كبيراً من الاهتمام مقارنة بسلوك الأفراد الشرائي (XU, 2013).

بلغ عدد شركات التأمين الفلسطينية إحدى عشر شركة. وتوفر شركات التأمين المرخصة والعاملة في السوق الفلسطيني أكثر من عشرين منتجاً وخدمة تأمينية منها: تأمين المركبات، تأمين الحريق والسرقة والأخطار الحليفة، تأمين الحياة، تأمين الحوادث الشخصية، والتأمين الصحي والهندسي الى جانب أنواع أخرى من التأمين (هيئة سوق رأس المال، 2020)؛ وبناء على ذلك فإنه من الضروري إلقاء الضوء على أهم المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين للحصول على الخدمات التأمينية، وستبحث هذه الدراسة في المعايير الأكثر أهمية بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين مما يساهم في تقديم توصيات خاصة بعملية اختيار شركة التأمين، وعملية التسويق التي تقوم بها شركة التأمين للخدمات التأمينية.

ونظراً لأهمية تأمين منشآت القطاع الصناعي وأثره على الاقتصاد الفلسطيني، ولأهمية شراء الخدمات التأمينية بالنسبة للقطاع الصناعي وقطاع التأمين، فقد تبلورت مشكلة الدراسة وهي معرفة أهم المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية عند اتخاذ قرار اختيار شركة التأمين لشراء الخدمات التأمينية في محافظة بيت لحم.

1.2 مشكلة الدراسة

تزايدت أهمية عملية الشراء باعتبارها مكوناً من مكونات إدارة سلسلة التوريد. حيث أن تكلفة توريد المواد والخدمات لها أثر كبير على الأرباح، وزيادة الاستثمار في صناعات أكثر تطوراً وأكثر استخداماً للتكنولوجيا المتطورة. وتهدف دائرة الشراء في المؤسسات إلى الحصول على المنتج الصحيح، في الوقت الصحيح، بالتكلفة الصحيحة، الجودة الصحيحة، ومن المصدر الصحيح وهذا يتطلب تنفيذاً فعالاً لقرارات اختيار المورد وتقييمه وهي لا شك عملية صعبة، وتعتمد عملية تقييم المورد واختياره على مجموعة من المعايير الاستراتيجية، العملية، الملموسة وغير الملموسة (Sarkis and Talluri, 2006).

وقد أثبتت العديد من الدراسات أهمية العلاقة ما بين اتباع المؤسسات لمعايير اختيار الموردين، ونجاح سير العمل في هذه المؤسسات. وفي الأساليب المعاصرة لإدارة سلسلة التوريد، يتم تقييم أداء الموردين بناءً على عدة معايير أخرى بدلاً من اتخاذ التكلفة كمعيار وحيد (Garfamy, 2005). أي أنه يوجد العديد من المعايير التي يتم اتخاذ قرار اختيار الموردين من خلالها، وتختلف باختلاف السلع أو المنتجات التي تريد الشركات الحصول عليها.

لقد قام العديد من مسوقي المؤسسات بوضع استراتيجياتهم بعد مراجعتهم بعناية للسلوك الشرائي في الأسواق الرئيسية، وعند بحثهم عن السلوك الشرائي في الدراسات المتوفرة، وجدوا أن التركيز الأكبر في الدراسات يكون على سلوك الأفراد وليس على سلوك المؤسسات، ولا تنطبق النظريات والتوصيات الناتجة عن الأبحاث التي أجريت على سلوك الأفراد إذا ما طبقتها على سلوك المؤسسات بشكل كبير (Webster and Wind, 1973).

يلعب القطاع الصناعي دوراً مهماً في عملية التنمية الاقتصادية في فلسطين، ويتميز بكون مشاريعه استثمارات طويلة الأمد، لكنها سريعة التأثير بالعوامل البيئية الخارجية وبانفتاحها على الدول الأقل تكلفة

في الإنتاج. ويعتبر القطاع الصناعي أحد الركائز الأساسية للاقتصاد الوطني الفلسطيني بفضل مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. كما أنه القطاع الثاني في عدد المؤسسات بعد قطاع الخدمات (هيئة تشجيع الاستثمار والمدن الصناعية). لذلك سنتناول الدراسة الحالية المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية في اختيار شركة التأمين عند شراء خدمات التأمين.

ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في معرفة المعايير المتبعة من قبل الشركات الصناعية في اختيار شركات التأمين عند شراء الخدمات التأمينية من خلال معرفة أهم العوامل المؤثرة على سلوك المؤسسات الشرائية اتجاه شركات التأمين وذلك عن طريق دراسة العوامل التي تناولتها نظريات السلوك الشرائي للمؤسسات. خاصة وأن شركات التأمين تتشابه في الخدمات التأمينية التي تقدمها.

1.3 أهداف الدراسة

تسعى الدراسة الحالية الى تحقيق الهدف الرئيسي الآتي:

التعرف إلى المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين عند شراء الخدمات التأمينية، وينبثق عن هذا الهدف الأهداف الفرعية الآتية:

1. التعرف على العلاقة بين العوامل البيئية وقرار اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين التي ستزودها بخدمات التأمين.
2. التعرف على مدى تأثير وجود علاقات بين الشركة الصناعية وشركة التأمين وقرار اختيارها للشركة المزودة لخدمات التأمين.
3. التعرف على العلاقة بين صفات شركة التأمين وقرار اختيار الشركة الصناعية للشركة المزودة لخدمات التأمين.
4. التعرف على أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين.
5. التعرف على أثر اتجاهات المبحوثين نحو تأثير العوامل البيئية والعلاقات وصفات شركة التأمين على اختيار الشركة الصناعية تعزى لمتغيرات (الصفات المتعلقة بأفراد الشراء) مثل المؤهل العلمي، الخبرة العملية، و(صفات الشركة الصناعية) مثل عدد موظفي الشركة، الوضع القانوني للشركة،

و(صفات الشراء) مثل الأقسام المشاركة في شراء التأمين، حجم التأمينات السنوية، وجود أسس لاختيار التأمين، شراء خدمة التأمينية من شركة التأمين أو الوكيل.

1.4 أهمية الدراسة: يوجد للدراسة أهميتان:

أ. أهمية علمية:

تحاول هذه الدراسة مناقشة معايير الشركات الصناعية في اختيار شركات التأمين عند شراء خدمات التأمين، وذلك من خلال دراسة سلوك الشركات الشرائي اتجاه خدمات التأمين ومعرفة أهم العوامل التي تدفع الشركات لاختيار المؤسسات المزودة للتأمين؛ وذلك لعدم وجود دراسات كافية تتناول المعايير التي تتبعها الشركات عند شراء خدمات التأمين من شركة تأمين معينة. وبالرغم من أن الأبحاث قديماً اهتمت بمفهوم سلوك المؤسسات الشرائي، إلا أن مفهوم سلوك المؤسسات الشرائي لم يحظ بالكثير من اهتمام الباحثين الحديث وخصوصاً اتجاه الخدمات، مما أحدث فجوة في الأدبيات الموجودة من ناحية علمية (Saura et al., 2018).

لذلك من المتوقع أن تسهم هذه الدراسة في أدبيات سلوك شراء المؤسسات اتجاه الخدمات. وسوف يضاف هذا البحث للمكتبة العربية، وبالتالي يستفيد منه كل الباحثين المهتمين بهذا الموضوع.

ب. أهمية عملية:

- تعتبر الدراسة الحالية ذات قيمة للعاملين وأصحاب القرار في شركات التأمين حيث يمكنهم التعرف من خلالها على أهم المعايير التي تؤثر على قرار اختيار الشركات الصناعية لشركة التأمين، وبالتالي تقوم شركات التأمين بتقديم ما هو أفضل لكسب الزبائن، كما أنه من الممكن للمسوق أن يقوم بتطوير وتحسين الاستراتيجيات التسويقية للشركة. وبذلك تعود الفائدة على شركات التأمين وجميع المهتمين بقطاع التأمين، لما له من أهمية في الاقتصاد العالمي والفلسطيني.

- تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية بالنسبة للشركات الصناعية التي تقوم بشراء الخدمات التأمينية.

- كما أن الدراسة قد تكون مهمة بالنسبة لهيئة سوق رأس المال الفلسطيني, كونها الجهة المسؤولة عن تنظيم عمل قطاع التأمين في فلسطين.

1.5 أسئلة الدراسة:

بناءً على ما تقدم تحاول هذه الدراسة الإجابة عن سؤال الدراسة الرئيس وهو: ما هي المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار الشركة المزودة لخدمات التأمين؟

وينبثق عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل تعتبر العوامل البيئية (العامل الثقافي، القانوني، السياسي، والاقتصادي) من المعايير ذات الأهمية عند اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين؟
2. هل يعتبر وجود العلاقات ما بين الشركة الصناعية المشتريه وشركة التأمين, من المعايير ذات الأهمية عند اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين؟
3. هل تعتبر صفات شركة التأمين (جودة الخدمة، السعر, صورة الشركة, قوة شركة التأمين في السوق) من المعايير المهمة في التأثير على قرار اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين؟
4. ما هي أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين؟
5. هل تختلف المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين باختلاف (المؤهل العلمي، الخبرة، عدد الأفراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء الحافطة التأمينية، الشكل القانوني للشركة الصناعية، أسس اختيار شركة التأمين، مزود التأمين الشركة أو الوكيل) ؟

1.6- فرضيات الدراسة:

للإجابة عن السؤال الخامس تم تحويله إلى ثمانية فرضيات صفرية فيما يلي نصها.

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (المؤهل العلمي).

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (الخبرة).

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (عدد العاملين).

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (حجم التأمينات السنوية).

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (الأقسام المشاركة في القرار الشرائي).

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (الشكل القانوني للشركة الصناعية).

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (أسس معدة للاختيار).

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (شراء خدمات التأمين من الشركة أو الفرع).

1.7 متغيرات الدراسة:

المتغيرات المستقلة:

- العوامل البيئية: العوامل الثقافية، العوامل القانونية، العوامل السياسية، العوامل الاقتصادية.
- العلاقات والاتصال ما بين الشركة الصناعية وشركة التأمين.
- الصفات المتعلقة بشركة التأمين: جودة الخدمات، السعر، صورة شركة التأمين، قوة شركة التأمين في السوق.

المتغيرات الوسيطة:

- صفات تتعلق بالشركة الصناعية: عدد العاملين (على اعتباره مؤشراً لحجم الشركة الصناعية)، الشكل القانوني للشركة.
- صفات تتعلق بالشراء: حجم المحفظة التأمينية السنوية، مصدر الحصول على التأمين (شراء من شركة التأمين/ وكيل)، الأقسام المشاركة في الشراء، وجود أسس معدة مسبقاً لاختيار شركة التأمين.
- صفات تتعلق بأفراد صفات الشراء: المؤهل العلمي، الخبرة العملية.

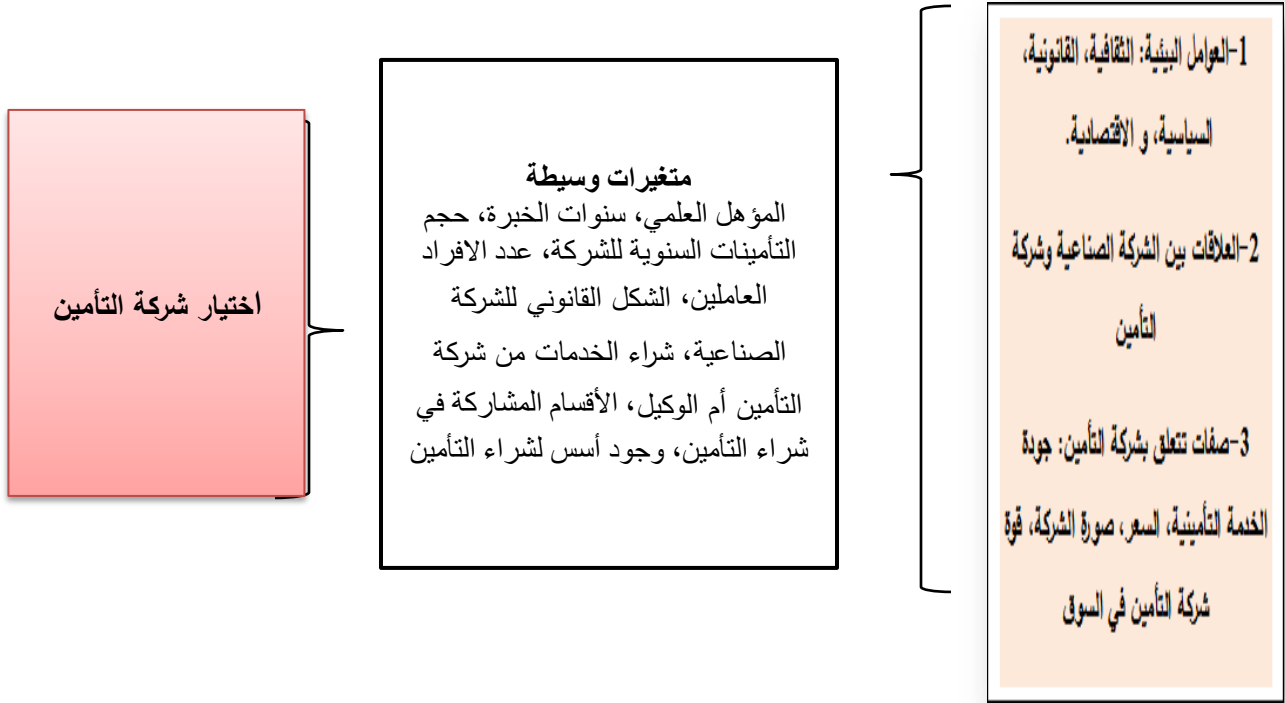
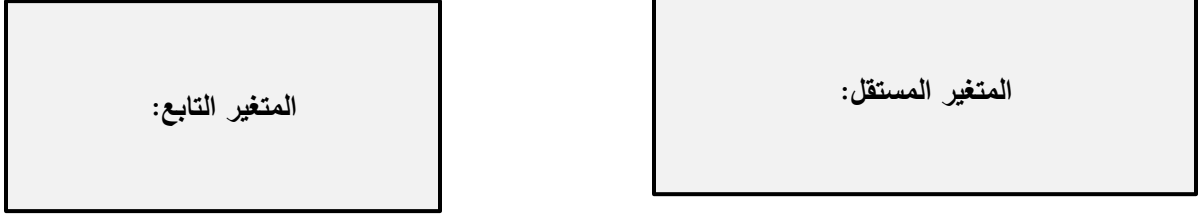
المتغير التابع:

قرار اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين المزودة لخدمات التأمين بعد تحديد متغيرات الدراسة أصبح بالإمكان تصميم نموذج للدراسة

1.8 نموذج الدراسة:

بعد مراجعة نظريات سلوك المؤسسات الشرائي (النظرية العامة للسلوك الشرائي للمؤسسات عام، نظرية السلوك الشرائي الصناعي والنظرية التكاملية للسلوك الشرائي للمؤسسات) ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة تم تصميم النموذج التالي لتحقيق أهداف الدراسة من قبل الباحثة:

النموذج الافتراضي للدراسة الشكل (1.1)



1.9 حدود الدراسة:

• **الحدود العلمية:** سيتم التعرف إلى أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين، وذلك من خلال دراسة أهم العوامل المؤثرة على قرار اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين وتم تحقيق هدف الدراسة عن طريق إجراء مسح لعينة ممكنة (ملائمة) من الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم. بالإضافة لعمل عدد من المقابلات الشخصية مع المسؤولين في الشركات الصناعية وشركات التأمين لمعرفة أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين المزودة للخدمات التأمينية بشكل عام.

• **الحدود الزمانية:** تم عمل هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من عام (2020/ 2022).

• **الحدود المكانية:** تتمثل الحدود المكانية للدراسة في محافظة بيت لحم حيث تم استهداف الشركات الصناعية المسجلة لدى وزارة الاقتصاد الوطني في محافظة بيت لحم، و التي تقوم بشراء خدمات التأمين.

• **الحدود البشرية:** تتمثل الحدود البشرية بأصحاب الشركات الصناعية والعاملين بمسميات وظيفية تشمل الإدارة العليا، الإدارة المالية، قسم المشتريات، الإدارة الفنية.

1.10 هيكلية الدراسة:

تم تقسيم فصول الدراسة إلى:

- الفصل الأول: الإطار العام للدراسة ويتضمن: " المقدمة، مشكلة الدراسة، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، أسئلة الدراسة، حدود الدراسة".
- الفصل الثاني: الإطار النظري والأدبيات السابقة.
- الفصل الثالث: منهجية الدراسة وتتضمن: " منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، أداة الدراسة، المعالجات الإحصائية للدراسة، متغيرات الدراسة".
- الفصل الرابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة.

▪ الفصل الخامس: أهم النتائج والتوصيات التي خلص إليها الباحث.

وقد تم توثيق المراجع والمصادر التي اعتمد عليها الباحث في دراسته وفقاً لنظام APA المعتمد في مجال البحث العلمي في جامعة القدس، وإضافة المرفقات اللازمة كملحق في نهاية الدراسة.

الفصل الثاني

الإطار النظري، الدراسات السابقة، المقابلات

2.1 الإطار النظري

تمهيد

سيتم في هذه الدراسة تناول بعض نظريات السلوك الشرائي للمؤسسات، ومن أهمها النظرية المدمجة (Integrative model) حيث يشتمل السلوك الشرائي للمؤسسات على عملية تقييم الموردين واختيارهم، ويهدف تناول نظريات السلوك الشرائي للمؤسسات في هذه الدراسة إلى استخراج معايير تقييم واختيار الشركات المزودة للتأمين، لمعرفة إذا ما كانت المتغيرات التي تم اختيارها من هذه النظرية تؤثر على أرض الواقع على السوق الشرائي للمؤسسات اتجاه تقييم واختيار شركات التأمين.

القسم الأول من هذا الفصل يتناول الإطار النظري للدراسة والذي يحتوي على خلفية عن السلوك الشرائي للمؤسسات والنظريات الأساسية التي تناولت سلوك المؤسسات الشرائي، حيث يسهم ذلك في الإجابة عن بعض تساؤلات مشكلة البحث وتحقيق أهدافه، وبالأخص النظرية التكاملية لسلوك المؤسسات الشرائي (Integrative model) والتي سنتناول لاحقاً مميزات التي ساهمت في توضيح سلوك المؤسسات الشرائي، ثم سيتم تناول أهم العوامل المؤثرة على اختيار الشركات الصناعية لشركة التأمين عند شراء الخدمات التأمينية، ومن ثم تناول أهم المعايير التي تتبعها الشركات عند اختيار شركات التأمين. بالإضافة إلى ذلك يقوم هذا القسم بمناقشة و إعطاء نبذة عن أهم ما يخص شركات التأمين في فلسطين من حيث أهميتها الاقتصادية وخدماتها المتوفرة وأهم التحديات التي تواجهها وهذه العوامل هي العوامل البيئية وهي: الوضع الاقتصادي،

القانوني والثقافي، عامل العلاقات الشخصية مع شركات التأمين، عامل صفات شركات التأمين وهي جودة الخدمة التأمينية، السعر، صورة شركة التأمين وقوة شركة التأمين في السوق، وسيتناول هذا الفصل الدراسات السابقة وتم التعقيب عليها وربطها بالدراسة الحالية.

2.1.1 المبحث الأول: السلوك الشرائي للمؤسسات

2.1.1.1 مفهوم سلوك المؤسسات الشرائي و قرار الشراء:

السلوك الشرائي للمؤسسات عملية معقدة وتحتوي العديد من الأشخاص، أهداف متعددة، ومعايير اتخاذ للقرار متضاربة أحياناً. كما أنها تمتد عبر فترة طويلة من الزمن، تحتاج إلى معلومات من مصادر كثيرة، وتحتوي الكثير من العلاقات ما بين المؤسسات (Webster and Wind,1973, Johnston and Lewin,1996).

تعتبر عملية شراء المؤسسات شكلاً من أشكال حل المشكلة، حيث يخلق وضع الشراء عندما يدرك شخص ما في المؤسسة وقوع مشكلة يمكن حلها من خلال اتخاذ إجراءات الشراء، ويتضمن السلوك الشرائي للمؤسسات جميع الأنشطة التي يقوم بها أعضاء المؤسسة حيث يقومون بدورهم بتعريف، تقييم، واختيار المزودين من بين البدائل وذلك حسب ما جاءت به نظريات سلوك المؤسسات الشرائي الثلاث.

تبين من الدراسات السابقة التي اهتمت بسلوك المؤسسات الشرائي، أن هناك ثلاث المحاور أساسية يجب فهمها عند تناول مفهوم السلوك الشرائي للمؤسسات وهي (Pawlowski and Pastuszak, 2017):

1. العوامل المؤثرة في عملية الشراء في المؤسسة

2. مركز الشراء في المؤسسة

3. عملية شراء المؤسسة

وكلما زاد فهمنا لهذه المحاور الثلاث استطعنا أن نفهم السلوك الشرائي للمؤسسات بشكل أكبر.

وتتعلق عملية شراء المؤسسات بأربعة أبعاد: وهي العوامل الخارجية، المؤسسة، أنشطة مركز الشراء في المؤسسة، والأفراد الذين يقومون بعملية الشراء (Pawlowski and Pastuszak, 2017).

يحتاج شراء الخدمات إلى متابعة ورقابة مستمرة على المورد وتقويم مستمر لأدائه. كما أن إدارة المشتريات بالتعاون مع الإدارات الأخرى كالإدارة المالية وقسم الجودة وبعض الإدارات الفنية الأخرى تأخذ وقتاً أكبر في البحث عن المتعاقد المناسب وتقويمه تقويماً يشمل قوته العاملة ومقدرته المالية وأسلوب إدارته، والتزامه بقوانين السلامة والأمن وأهم عملائه الحاليين والسابقين وخطة عمله والمشروعات التي تم تنفيذها من قبل. (سعيد، 2009).

وقد أثبتت العديد من الدراسات أهمية العلاقة ما بين اتباع المؤسسات لمعايير اختيار المزودين، ونجاح سير العمل في هذه المؤسسات (Garfamy, 2005). وفي الأساليب المعاصرة لإدارة سلسلة التوريد، يتم تقييم أداء المزودين بناءً على عدة معايير أخرى بدلاً من اتخاذ التكلفة كمعيار وحيد (Ho, et al, 2008). وسيتم في هذه الدراسة معرفة أهم المعايير التي يتم الاهتمام بها من قبل أصحاب الشركات عند تقييم واختيار شركة التأمين عند شراء الخدمات التأمينية.

2.1.1.2 مميزات شراء المؤسسات:

يوجد في المؤسسات وحدة لاتخاذ قرار الشراء وهي ما تزيد من درجة تعقيد عملية الشراء في المؤسسات ويتصف الأفراد المسؤولون عن الشراء من المؤسسات بالعقلانية أكثر (Rahman et al., 2017).

يتميز شراء المؤسسات بأن عملية شراء المؤسسات متعددة الأفراد، حيث يتأثر الأفراد في المؤسسات بالعوامل العقلانية والعاطفية معاً. كما أن عملية اتخاذ القرار الشرائي في المؤسسات يتأثر بعدة أبعاد تقنية معقدة. وتحتاج هذه العملية إلى وقت طويل، وتختلف الطريقة التي تقوم بها المؤسسات بالشراء عن بعضها البعض مما يجعل من الصعب العمل على تصنيف هذه الطرق (Xu and Liying, 2013).

كما أن شراء المؤسسات يتميز بحاجته لإجراء الكثير من البحث قبل شراء أي منتج، الفحص الدقيق للتفاصيل التقنية والإجراءات الرسمية للشراء؛ حيث تتضمن هذه الإجراءات تحليل تكلفة الصفقة، التركيز على وظيفة هذا المنتج، زيادة عدد الأفراد المشاركين في عملية الشراء، والحاجة للاتصال المستمر مع ممثلي البيع في المؤسسات التي تقدم المنتج (Pawlowski and Pastuszak, 2017).

2.1.1.3: أهمية دراسة نظريات سلوك المؤسسات الشرائي:

تناولت النظريات قديماً سلوك المؤسسات الشرائي، حيث انبثقت أهمية التطرق للنظريات التي تختص بسلوك المؤسسات الشرائي، من معرفة أن المؤسسات المزودة تستفيد من أي نظرية تختص بسلوك المشتري (الزبون)، وتحديداً العاملين في التسويق في المؤسسات المزودة. إذ أن هذه النظريات تمكنهم من تعريف أهم العوامل التي تؤثر على استجابة المستهدفين للجهود التسويقية. كما تساعد نظريات سلوك المشتري المسوقين على تحليل المعلومات المتوفرة عن السوق وتعريف ما الذي يحتاجونه من معلومات إضافية لفهم سوق المستهلكين (المشترين). كما أنها يمكنها المساعدة في: تحديد الأهداف (targets) للجهود التسويقية، تحديد أنواع المعلومات التي تهتم العديد من متخذي قرار الشراء وتحديد المعايير التي سوف يستخدمونها في صنع هذه القرارات. إن تحليل السلوك الشرائي للمؤسسات يمكن له أن يساعد في تصميم استراتيجية التسويق أحد الأساليب الضرورية لمواجهة المنافسة ومواكبة التطورات والتغيرات المستمرة، من خلال تبني أساليب وأدوات تسويقية حديثة معتمدة على دراسة متطلبات الشرائح السوقية الحالية والمحتملة (فياض شحاتة، 2020)، لذلك فإن دراسة العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمؤسسات قد تمكننا من معرفة المعايير التي تهتم بها الشركات عند القيام بقرار اختيار المزود وقرار الشراء.

2.1.1.3.1 بعض النظريات التي تحدثت قديماً عن السلوك الشرائي للمؤسسات هي:

- النظرية العامة للسلوك الشرائي للمؤسسات عام 1972 (General model for understanding organaizational buying behavior)
- نظرية السلوك الشرائي الصناعي عام 1973 (Model of industrial buyer behavior)

❖ النظرية العامة للسلوك الشرائي للمؤسسات:

بناءً على النظرية العامة للسلوك الشرائي للمؤسسات التي جاء بها الكاتبان (Webster and Wind, 1972)، فإن عملية الشراء في المؤسسات عبارة عن عملية اتخاذ للقرار يتم تنفيذها من قبل الأفراد عن طريق التفاعل مع أفراد آخرين في سياق المؤسسة. حيث تتأثر المؤسسة بمجموعة من المؤثرات المحيطة.

وبناء على هذه النظرية فإن شراء المؤسسات يتم ضمن سياق رسمي داخل المؤسسات الرسمية، متأثراً بالميزانية، التكلفة، مع أخذ الأرباح بعين الاعتبار. وتتضمن عملية الشراء في المؤسسات على العديد من الأشخاص المشاركين في عملية اتخاذ القرار، حيث يتم التفاعل بشكل معقد ما بين الأفراد وما بين الأفراد وأهداف المؤسسة.

• نظرية السلوك الشرائي الصناعي للمؤسسات:

ووضحت نظرية السلوك الشرائي الصناعي التي جاء بها شيث (Sheth, 1973) الجوانب التي يتكون منها سلوك المؤسسات الشرائي. حيث اعتبرت أن الجانب الأول هو العامل النفسي للأفراد المشاركين في قرارات الشراء في المؤسسات. ويتعلق الأمر الثاني بالظروف التي تؤدي إلى اتخاذ قرارات مشتركة بين هؤلاء الأفراد. أما بالنسبة للجانب الأخير فهو عملية صنع القرار المشترك مع حتمية وجود الصراع بين صانعي القرار وحلها باللجوء إلى مجموعة متنوعة من التكتيكات.

2.1.1.3.2- النظرية التكاملية للسلوك الشرائي (Integrated model for organizational

(buying behavior)

قام الكاتبان Johnston and Lewin عام 1996 بتصميم النظرية التكاملية للسلوك الشرائي للمؤسسات، وذلك بالاعتماد على جمع عدد من الدراسات السابقة ذات العلاقة بسلوك المؤسسات الشرائي والمنشورة في أهم المجالات العالمية لأبحاث التسويق على مدار الخمسة وعشرين سنة السابقة للدراسة و التي لها علاقة بالنظريات التي تم ذكرها مسبقاً. ومن ثم قاما بإضافة متغيرات جديدة إلى نماذج المتغيرات التي قدمتها النظريات الثلاث سابقة الذكر.

وبناء على هذه النظرية يجب على المؤسسات التي تقوم بعملية البيع للمؤسسات أن تفهم السلوك الشرائي للمؤسسات المشتريه. لكنه من الصعب تحقيق هذا الفهم؛ لأن سلوك المؤسسات الشرائي غالباً ما يكون عملية متعددة المراحل، متعددة الأشخاص، متعددة الدوائر، ومتعددة الأهداف. كما أضافت النظرية التكاملية أن عملية السلوك الشرائي للمؤسسات عملية معقدة وتضع البائعين في مجموعة معقدة من القضايا والمؤثرات التي تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على سلوك المؤسسات.

2.1.1.4 أهم العوامل المؤثرة في سلوك المؤسسات الشرائي بناءً على النظريات السابقة:

هنالك رؤية تقليدية لشراء المؤسسات تؤكد على متغيرات ليس لها علاقة بأهداف مهمة الشراء مثل المشاعر، الأهداف الشخصية، والسياسات الداخلية المرتبطة بعملية اتخاذ القرار الشرائي. هذه النظريات التي لا تركز على المتغيرات التي تتعلق بمهمة الشراء تؤكد بدورها على اهتمام المشتري في الحصول على التفضيلات، في تعزيز غروره أو تقليل المخاطر المدركة. وبعض هذه النظريات التي ليس لها علاقة بمهمة الشراء أكدت على العلاقات الشخصية المتبادلة بين رجل المبيعات والأفراد المرتبطين بعملية الشراء. كما ركزت على الطرق التي تستخدمها المؤسسات المزودة لتوسعة تأثيرها على قرار الشراء. ساهمت هذه الرؤى في فهم عملية الشراء إلا أنها ليست كاملة (Webster and wind, 1972).

وبناء على النظرية العامة (Webster and wind, 1972) فإن الأنواع الأربعة للمتغيرات المحددة للسلوك الشرائي للمؤسسات هي :

1. المتغيرات المتعلقة بالأفراد.
2. المتغيرات المتعلقة بالمجتمع.
3. المتغيرات المتعلقة بالمؤسسة.
4. المتغيرات المتعلقة بالبيئة.

ويكمن في كل نوع من أنواع المتغيرات صنفان من المتغيرات:

- المتغيرات التي لها علاقة مباشرة بمشكلة الشراء (متغيرات لها علاقة بمهمة الشراء).
- المتغيرات التي تمتد خلف مشكلة الشراء (متغيرات ليس لها علاقة بمهمة الشراء).

أما في نظرية السلوك الشرائي الصناعي (Sheth, 1973)، فقد تم استخدام المتغيرات الأساسية لدراسة تأثيرها على سلوك المؤسسات الشرائي، وهي: المتغيرات البيئية، المؤسسية، صفات الشراء، بالإضافة إلى المتغيرات الإضافية التالية المؤثرة على قرار الشراء:

أولاً: صفات المنتج (الشراء)، حيث تتضمن متغيرات مثل مهمة الشراء، نوع المنتج، الخطر المدرك، الخبرة السابقة، درجة تعقيد المنتج، ضغط الوقت.

ثانياً: صفات البائع والمعايير التي يتم استخدامها لتقييم المزودين المحتملين، مثل السعر، جودة الخدمة، القدرة على تلبية الحاجات المحددة، نوعية المنتج، وقت التوزيع، الخدمة ما بعد البيع.

ثالثاً: صفات المعلومات أو المصدر ونوع كل معلومة يتعرض لها متخذ قرار الشراء. مثال على ذلك رجال المبيعات، الإعلانات، تناقل التوصيات بين الناس، أخبار التجارة، ورسائل البريد الإلكتروني المباشرة.

رابعاً: صفات حل النزاعات، حيث ركز Sheth من خلال نظريته، على الطرق التي يستخدمها متخذ القرار الشرائي في حل النزاعات الناتجة عن التضارب الناتج عن اشتراك مجموعة من الأفراد في اتخاذ القرار الشراء، حيث أفاد بأن هذه الطرق تحتوي على حل المشكلة والإقناع، إضافة إلى المساومة.

استخدمت النظرية التكاملية المتغيرات الأساسية الثلاثة (Johnston and Lewi, 1996) وهي: المتغيرات البيئية، المؤسسية، صفات الشراء وهذه المتغيرات قد أعطت التصنيفات العامة للمؤثرات المتوقع تأثيرها على سلوك المؤسسات الشرائي. ولكنها فشلت في جمع كل المتغيرات والمفاهيم والعلاقات التي تحتاجها التنبؤات المعقدة بالسلوك. وبالتالي ومن أجل نضوج النظرية من ناحية المفهوم ومن الناحية العملية فقد طور Johnston and Lewin نتيجة لذلك أربعة أنواع من المتغيرات التي تؤثر في السلوك الشرائي للمؤسسات

لإضافتها إلى المتغيرات الأساسية الموجودة في النظريات الثلاث المذكورة سابقاً. وتم جمع المتغيرات الإضافية في نقطتين:

- أولاً: ضغط الدور وقواعد القرار التي تعمل على المستوى الداخلي للمؤسسة نفسها
- ثانياً: علاقات المشتري بالبائع وشبكات الاتصال التي تعمل ما بين المؤسسات.

وبناء على النظريات التي تناولت سلوك المؤسسات الشرائي، فإن العوامل المؤثرة على قرار الشراء متداخلة فيما بينها (Johnston and Lewin, 1996). فصفات المؤسسة المشتريه على سبيل المثال، تؤثر على صفات الأفراد الذين يعملون داخل هذه المؤسسة، وفي نفس الوقت تتأثر بالبيئة الخارجية للمؤسسة.

بناءً على النظرية التكاملية تتأثر قواعد القرار عبر مراحل عملية الشراء بالصفات البيئية والمؤسسية والشرائية والخاصة بالبائع. بعض المؤسسات تكون فيها القواعد رسمية مثل أن يتضمن وجود معادلات معينة لاختيار المزودين. وفي بعض المؤسسات تكون هذه القواعد غير رسمية وتعتمد على خبرة المشتري.

أما المتغير الثاني ضغط الدور فإنه يتأثر بالصفات البيئية والمؤسسية والشراء والمجموعة والمشاركين ويقصد به تضارب الأدوار. أي أن المعلومات ينقصها التوقعات المرافقة للشراء، طرق إنجاز توقعات الشراء المعروفة ونتائج أداء الأدوار، وكمثال على التضارب في الأدوار أثناء عملية الشراء، أن يكون الهدف من عملية الشراء تقليل تكلفة معينة مقابل زيادة في الجودة.

وبناء على النظرية التكاملية، تتأثر عملية شراء المؤسسات بالعلاقات ما بين المؤسسة المشتريه والبائعة كما أنها تؤثر بها (Johnston and Lewin, 1996). أي أن جميع هذه المؤثرات التي تؤثر في سلوك شراء المؤسسات، تتحد لتؤثر على علاقة الشركة بأي مزود. والمتغيرات التي يتم استخدامها لاختبار العلاقة ما بين المؤسسة المشتريه والبائعة:

القوة، الاعتماد، السلوك، مراقبة الأداء، التعاون، الثقة، التكيف والالتزام.

يعتبر متغير الاتصال مؤثراً مميّزاً بالنسبة لسلوك المؤسسات الشرائي، فبينما تتواجد جميع المتغيرات الأخرى في أحد سياقي المؤسسة الداخلي أو الخارجي، فإن شبكات الاتصال تتواجد في كلا السياقين الداخلي والخارجي. حيث أن أعضاء مركز الشراء في المؤسسة التي تقوم بعملية الشراء يتصلون بغيرهم من أعضاء مركز الشراء في المؤسسة كما يتصلون بزملائهم خارج مركز الشراء.

إضافة لذلك يتصل أعضاء مركز الشراء بواحد أو أكثر من أعضاء مركز البيع من المؤسسات الأخرى وذلك عن طريق المشاركة بالمعارض والمؤتمرات. إن شبكة الاتصالات الموجودة بين المؤسسات المشتريه والمؤسسات البائعة لها تأثير مباشر وغير مباشر على العلاقات المحددة ما بين المشتريه والبائعة .

تعمل النظريات القديمة المذكورة مع بعضها البعض كأساس مفاهيمي لدراسة سلوك المؤسسات الشرائي.

حيث تحتوي النظريات المذكورة على المؤثرات البيئية التالية: الطبيعية، السياسية، الاقتصادية، المزودين، المنافسين، التكنولوجية، القانونية، الثقافية، والعالمية وهي إحدى العوامل المؤثرة على سلوك المؤسسات الشرائي.

كما أن النظريات المذكورة تحتوي على المؤثرات المتعلقة بالمؤسسة: مثل الحجم، البناء، التوجه، التكنولوجيا، المكافآت، المهام، والأهداف. إضافة لذلك، تحتوي النظريات الثلاث على صفات الأفراد المشاركين (الذين يقومون بالشراء) وهي: التعليم، التحفيز، الإدراكات، الشخصية، تقليل الخطر، والخبرة كما ورد في كتاب (Johnst&Lewin,1996) وتتشرك النظريتان القديمة المذكورة في عدة متغيرات (constructs)، وهذه المتغيرات التسعة (البيئية، المؤسسية، مجموعة الشراء، المشاركين في عملية الشراء، الشراء، البائعين، التفاوض في النزاعات، المعلومات، والعملية أو المراحل التي تمر بها عملية الشراء)؛ تمثل المتغيرات الموجودة في النماذج الأصلية التي تتحد معاً للتأثير على السلوك الشرائي للمؤسسات (lewin and Johnston, 1996).

تلخيص العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمؤسسات التي استخدمتها النظريات السابقة:

بناء على ما تم ذكره، فإن العوامل البيئية، صفات الشراء، العلاقات والاتصال بين المؤسسات، قواعد قرار الشراء، صفات الموردين، صفات مجموعة الأفراد المسؤولة عن الشراء، صفات المؤسسة المشتريه، وتضارب الأدوار أثناء عملية الشراء تؤثر في السلوك الشرائي للمؤسسات، وما يهمننا في هذه الدراسة هو معرفة العوامل المؤثرة في اختيار الشركات الصناعية لشركة التأمين. وبما أن هذه الدراسة تتناول أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين من خلال نظريات السلوك الشرائي السابقة الذكر سيتم في هذه الدراسة تناول العوامل الأكثر ملاءمة لمعرفة المؤثرات والمحددات التي تلعب دوراً في اختيار شركة التأمين عند شراء الشركات للخدمات التأمينية. وسيتم تناول العوامل التالية بناء على الجدول الآتي:

جدول (1-2) تلخيص العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمؤسسات التي استخدمتها النظريات السابقة (اعداد الباحثة)

العوامل المؤثرة على قرار الشراء الصناعي	النظريات التي تبنت تلك العوامل	أكثر العوامل مؤثراً من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية من قبل نظريات على قرار الشراء الصناعي
المتغيرات البيئية	النظرية التكاملية.	1. صفات الشراء
	نظرية السلوك الشرائي	
	الصناعي.	2. صفات البائع والمعايير التي يتم استخدامها لتقييم المزودين المحتملين.
	النظرية العامة للسلوك الشرائي للمؤسسات.	
طبيعة عمل المؤسسة	نظرية السلوك الشرائي الصناعي.	3. العوامل البيئية.: التي تشمل القوانين المتبعة في قطاع الشركات الصناعية
	النظرية التكاملية.	الثقافة السائدة مثل العامل الديني ، العامل الاقتصادي والوضع السياسي
	النظرية العامة للسلوك الشرائي للمؤسسات.	4. صفات المؤسسة المشتريه
		5. العلاقات بين المؤسسات

صفات المنتج (الشراء) النظرية العامة للسلوك

الشرائي للمؤسسات.

النظرية التكاملية.

نظرية السلوك الشرائي

الصناعي

النظرية العامة للسلوك

الشرائي للمؤسسات

نظرية السلوك الشرائي

الصناعي

النظرية التكاملية

صفات البائع والمعايير التي يتم

استخدامها لتقييم المزودين المحتملين.

نظرية السلوك الشرائي

الصناعي

النظرية التكاملية

النظرية التكاملية

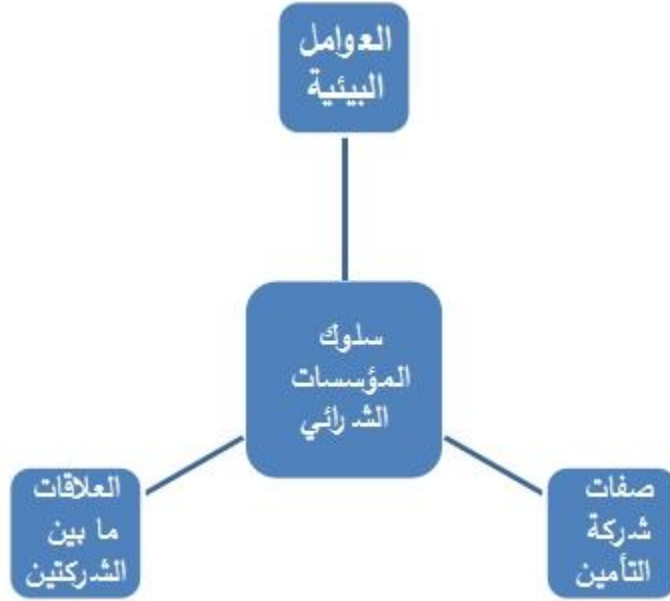
عوامل متعلقة بالأفراد و المجتمع

العلاقات بين الشركتين

وبما أن هذه الدراسة تتناول أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين من خلال نظريات السلوك الشرائي السابقة الذكر سيتم في هذه الدراسة تناول العوامل الأكثر ملاءمة لمعرفة المؤثرات والمحددات التي تلعب دوراً في اختيار شركة التأمين عند شراء الشركات للخدمات التأمينية. وسيتم تناول العوامل التالية بناء على الجدول الآتي:

جدول (1-2) تلخيص العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمؤسسات التي استخدمتها النظريات السابقة (اعداد الباحثة)

الشكل رقم 2.1: يتضمن العوامل المؤثرة في القرار الشرائي للمؤسسات و المستنتجة من قبل الباحثة من نظريات السلوك الشرائي للمؤسسات: اعداد الباحثة



وقد يكون هناك تأثير غير مباشر لصفات الشركة الصناعية المشتريه و صفات الأفراد المشاركين في عملية الشراء داخل الشركة الصناعية.

وتم استخراج المتغيرات: البيئة الخارجية، صفات الباعين (شركة التأمين)، صفات الأفراد المشاركين في عملية الشراء من النظريتان القديمتان اللتان تناولتا سلوك المؤسسات الشرائي (النظرية العامة لسلوك الشرائي، نظرية السلوك الشرائي الصناعي) إضافة إلى النظرية التكاملية.

وتم استخدام متغير العلاقات ما بين الشركة الصناعية وشركة البائعة (شركة التأمين) من النظرية التكاملية للسلوك الشرائي .

2.1.1.5 خلفية عن الشركات الصناعية:

يتكون السوق الصناعي من جميع الأفراد والمؤسسات (المنظمات) التي تقوم بشراء السلع والخدمات اللازمة لعملياتها الإنتاجية لإنتاج سلع أخرى تقوم ببيعها أو تأجيرها أو تزويدها إلى جهات أخرى وتعد هذه السوق ضخمة من حيث الأموال التي تحتويها. ويتميز السوق الصناعي بعدد قليل من المشترين، بحجم كبير من المشتريات، وهي تركز على مواقع جغرافية محددة ولا يتسم بالمرونة ويتم عبر لجان من الخبراء المتخصصة للمشتريات ويتخذ المشتري الصناعي وقتاً أطول في قرار عملية الشراء ويتم مباشرة بدون وساطة (زيداوي و شبيب، وآخرون، 2011).

تبلغ نسبة مساهمة القطاع الصناعي في الناتج المحلي الإجمالي في فلسطين 13.2% من مجموع الناتج المحلي الإجمالي، ويصل عدد المؤسسات العاملة في القطاع الصناعي أكثر من (19118) مؤسسة، يعمل بها أكثر من (95787) عامل؛ منها (14099) مؤسسة في المحافظات الشمالية، و (5019) في المحافظات الجنوبية، وتشكل إجمالي المؤسسات الصناعية الفلسطينية ما نسبته 14.1% من إجمالي عدد المؤسسات العاملة في القطاعات الاقتصادية كافة، ويحتل القطاع المرتبة الثالثة بعد قطاع التجارة الداخلية وقطاع الخدمات من حيث عدد العاملين بنسبة تصل إلى 21.6%، وقد بلغت القيمة المضافة للأنشطة الصناعية نحو 2 مليار دولار أمريكي، وفق إحصاءات الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني لعام 2019 تعد السلع التالية أهم سلع صناعية تصدر إلى خارج فلسطين؛ حجر البناء، وأكياس البلاستيك، والرخام والمرمر، والأحذية والجلود، وزيت الزيتون، والتمور، والسجائر، وأطقم صالونات، وحديد خردة و تعتبر مصنوعات خشب الزيتون من أهم الصناعات التي تتميز بها مدينة بيت لحم الفلسطينية، وتعتمد عليها عشرات الأسر حيث يزيد عدد المشاغل، موزعة على أربعين مصنعاً وورشة تسوق منتجاتها في الضفة و الخارج (هيئة تشجيع الاستثمار، الاستثمار في فلسطين خارطة الطريق، 2021).

وتحتوي الشركات الصناعية عدداً من العمال، كما أن طبيعة العمل في المصانع تصاحبها مخاطرة عالية مقارنة بغيرها من أماكن العمل. لذلك فإن تأمين المنشآت الصناعية يعتبر مهماً في إدارة شؤون المنشآت الصناعية.

وهناك أهمية لتأمين المنشآت الصناعية وتتعلق هذه الأهمية بآثارها المترتبة على الاقتصاد. إذ أن الشراكة ما بين قطاع التأمين والشركات الصناعية يؤدي إلى تحفيز بيئة العمل من خلال خلق جو من الأمان وهو ما ينعكس بشكل رئيسي على النشاط الاقتصادي. ويعتبر قطاع التأمين جزءاً لا يتجزأ من القطاع الخاص. وتعتمد قوة الاقتصاد على قوة القطاع الخاص؛ فالقطاع الخاص يشكل الداعم الأبرز للاقتصاد الوطني الفلسطيني.

2.1.2 المبحث الثاني: المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية (المؤمن لها) عند اختيار شركة التأمين المزودة للخدمات التأمينية:

في هذا القسم ستم معرفة المعايير التي تؤثر على قرار اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين المزودة للخدمات التأمينية والتي سنتناولها الدراسة كمحاور في أداة البحث. حيث ستقوم الدراسة بالتركيز على المعايير التالية: العوامل البيئية، العلاقات والاتصال ما بين المؤسسة المشتريه لخدمات التأمين وشركة التأمين، الصفات التي تتعلق بشركة التأمين. وسيتم معرفة إذا ما كانت صفات المؤسسة المشتريه وصفات الشراء، وصفات الأفراد في مجموعة الشراء في المؤسسة تؤثر في عملية اختيار شركة التأمين.

معظم الدراسات التي تناولت السلوك الشرائي اتجاه شركات التأمين (لا يوجد الكثير من هذه الدراسات حول السلوك الشرائي للمؤسسات كما أشارت الباحثة مسبقاً و حسب علمها) تطرقت إلى الجودة التأمينية باعتبارها معيار الأفراد عند الشراء من شركة التأمين. وهذا ما دفع الباحثة نحو دراسة الأدبيات السابقة حول المعايير المستخدمة لتقييم المزودين، وذلك لمعرفة العوامل الأخرى التي تؤثر على العملاء. ووجدت الباحثة بعض الدراسات التي تناولت هذه المعايير في الشركات الصناعية. إلا أن معظم هذه الدراسات تناولت شراء

البضائع الداخلة في عملية التصنيع. وقليل منها على حسب علم الباحثة تناول معايير اختيار الشركات الصناعية لمزودي خدمات التأمين.

2.1.2.1 عملية اختيار الموردين:

يعتبر قرار اختيار الموردين مشكلة متعددة المعايير ذات أهمية استراتيجية للمؤسسات، وجزء لا يتجزأ من إدارة سلسلة الإمداد؛ وعادة ما تكون طبيعة هذا القرار معقدة وغير مهيكلة، نظراً لتعدد المعايير والأهداف وتضاربها وتغييرات كبيرة في اقتصاد العالم اتسمت بزيادة التعقيد، عدم اليقين، عدم الثبات والتقلب، لذلك فإن السمة البارزة لهذه المشكلة هي عدم اليقين والغموض (عفيصة، 2017). ونجد في أدبيات الإدارة العديد من الأساليب والطرق حددت مراحل اختيار المورد وهي كالتالي (آل زويد، 2008):

أولاً: البحث عن موردين محتملين.

ثانياً: تقييم الموردين .

ثالثاً: اختيار المورد المناسب.

تقوم المؤسسات بخطوة اتخاذ قرار اختيار المزودين بعد القيام بعمل تقييم المزودين في عملية السلوك الشرائي للمؤسسات. وترتبط خطوات عملية الشراء فيما بينها منذ بداية عملية الشراء.

حاز موضوع اختيار المزود على أهمية شاسعة في الدراسات السابقة، إذ يعتبر من أهم مسؤوليات وظيفة الشراء في إدارة المؤسسات. حيث لوحظ أن الشركات التي لديها طرق استراتيجية للشراء كانت أكثر انخراطاً في تقييم المزودين. كما لوحظ أن وجود الأساليب الاستراتيجية التي تهتم بتقييم الموردين تؤثر بشكل إيجابي على علاقة المشتري بالبائع، كما أنها تؤثر بشكل إيجابي على الأداء المالي للشركات المشتريه وقد تعود بالفائدة على مختلف الدوائر فيها (carr and Pearson, 1999).

وهنا لابد من تعريف مصطلح الخدمة، والخدمة التأمينية. أما بالنسبة لمفهوم الجودة التأمينية والذي يعتبر من صفات شركات التأمين (بحسب نظريات سلوك المؤسسات الشرائي) فسيتم تعريفه عند التطرق للمعايير اختيار شركة التأمين لاحقاً في هذا المبحث.

مفهوم الخدمة:

حسب معايير ISO 8402 تم تعريف الخدمة بأنها عبارة عن "نتيجة محصلة بواسطة أنشطة التفاعل بين المورد والعميل، أو بواسطة أنشطة داخلية للمورد استجابة لاحتياجات العميل" (بوحرود، 2006 ص34).

مفهوم الخدمة التأمينية:

لقد تم تعريف الخدمة التأمينية بأنها "الخدمة التي تقدمها شركة التأمين للمؤمن لهم، والمتمثلة في الحماية، الأمان والاستقرار، وذلك عند وقوع الخطر المؤمن عليه مقابل مبلغ من المال يدفعه المؤمن لهم لشركة التأمين" (تكتاكي وحمادي، 2019، ص 6).

2.1.2.2 تأثير العوامل البيئية:

تواجه المؤسسات تغيرات سريعة ومهمة تقودها الضغوطات البيئية في كل مكان. حيث تؤثر العوامل الاقتصادية ووجود المنافسين على الشركات، وبالتالي لا يكفي أن تقوم الشركات بتحسين قدرتها وإنما هي بحاجة لنظام فعال لاختيار الموردين وذلك جنباً إلى جنب مع حاجتها لتحسين أساليب الإنتاج وتحسين التكنولوجيا (Garfamy, 2005).

يتأثر سلوك المؤسسات الشرائي بالموثرات البيئية التالية: الطبيعية، السياسية، الاقتصادية، المزودين، المنافسين، التكنولوجيا، القانونية، الثقافية، والعالمية (Webster and wind, 1972, Sheth, 1973, Lewin and Johnston, 1996). وستتناول هذه الدراسة العوامل البيئية الخارجية المحيطة بالمؤسسة.

1- العامل الاقتصادي:

تقرض العوامل الاقتصادية تأثيرها في قرارات كل من البائع والمشتري (Covart, 2001)، لذلك ينبغي على الشركات رصد الظروف الاقتصادية وتحليلها لأنها تسهم بشكل أساسي في إنجاح عملية الشراء أو إفشالها (Denslow and Giunipero, 2003). ويمكن وصف الدورة الاقتصادية بأنها تقلبات في النشاط الاقتصادي

الكلي مثل مستويات الإنتاج والأسعار والعمالة (الكريم، 2004). كما أن هناك اتفاق بين الاقتصاديين على أن لكل دورة اقتصادية أربع مراحل مع وجود اختلاف في تسميتها وهي : مرحلة الانتعاش، مرحلة الرواج، مرحلة الأزمة، مرحلة الكساد (خليل، 2006).

عند شراء خدمات التأمين تتأثر الشركات والمصانع بالوضع الاقتصادي السائد في البلاد. حيث أن الثبات الاقتصادي يرتبط ارتباطاً مباشراً بعامل الخطر الذي يعتبر معياراً مهماً بالنسبة إلى عملية تقييم المزودين واختيارهم (Mwikali and Kavale, 2012). وبينت دراسة (Shahadat, 2003) التي تم توثيقها في دراسة (Garfamy, 2005) أن قرارات الشراء في المؤسسات الصناعية تتأثر بمعيار الاقتصاد، مع التأكيد على السعر وتوزيع الخدمة في الوقت المناسب. يليها الجودة والاعتمادية. فعلى سبيل المثال عندما يكون الاقتصاد في وضع الركود سيؤدي ذلك إلى اكتفاء أصحاب الشركات بشراء الخدمات التأمينية الإلزامية مثل تأمين السيارات وتأمين إصابات العمل. وهذا ما تم ملاحظته من قبل مديري فروع شركات التأمين في فترة كورونا حيث أثرت الجائحة على الوضع الاقتصادي بشكل سلبي، مما أدى إلى تراجع في شراء الخدمات التأمينية الكمالية أما في وضع الازدهار الاقتصادي يقوم أصحاب الشركات بشراء الخدمات التأمينية الكمالية مثل التأمين الشامل وتأمين الحوادث الشخصية (علي شعفوط، 9، 2021، مقابلة).

ولاشك بأن الوضع الاقتصادي يتأثر كثيراً بالوضع السياسي. ولخصوصية وضع دولة فلسطين التي تعاني من الاحتلال الإسرائيلي أدى ذلك إلى تبعية الاقتصاد الفلسطيني للاقتصاد الإسرائيلي، وفي نفس الوقت أدى إلى عدم ازدهار الاقتصاد الفلسطيني لعدم قدرة تحكم الدولة الفلسطينية بمواردها.

وبناء على نظرية أصحاب الأعمال فإن البيئة المحيطة المؤثرة بالشركات تشمل على: المزودين، المجتمع، الاتحادات والمنظمات التجارية، الجماعات السياسية، والزبائن (Nyameh and Albasu, 2017).

2- العوامل السياسية والقانونية:

تمتلك العوامل السياسية والقانونية تأثيراً واضحاً وكبيراً في تحديد معظم قرارات المؤسسات ولاسيما قرار الشراء (Thompson and Strickland, 2003, p.59). إذ ربما تخفف الحكومة إجراءات الرقابة على العمليات الصناعية التي ترى بأنها جهود مثمرة للبد. أو يمكن أن تهدد الحكومة المنظمات الصناعية عندما تغير قواعد اللعب في ساحة الأعمال. لذا يجب على المنظمات الاهتمام بالمخاطر السياسية وتجنبها قدر الإمكان.

وفي أغلب الأحيان لا يمكن للمنظمات السيطرة على العوامل السياسية لذلك تلجأ المنظمات إلى تغيير سياستها بما يتلاءم مع سياسات الحكومة العامة (آل زويد، 2008).

كما ينبغي على المنظمات التجارية الإذعان للعوامل القانونية والتشريعات والاطلاع على أهم المبادئ الأساسية و القواعد العامة للقانون التجاري لأن ذلك سيوفر لها المعرفة لتمييز الالتزامات القانونية التي ربما يضعها المورد في بنود التوريد (Leenders and Fearon, 1997, P:443)

وجدت دراسة (Kotabe and Murray, 2001) كما ورد في دراسة (Garfamy, 2005) أن البلد الذي يوجد فيه المورد يعتبر من معايير تقييم الموردين. إذ يؤثر العامل السياسي في البيئة المحيطة بالشركات. فكلما زاد استقرار الوضع السياسي أدى ذلك إلى استقرار الوضع الاقتصادي وبالتالي يزيد من استثمار الشركات.

بحسب المادة رقم 11 من قانون التأمين الفلسطيني رقم 20 لعام 2005 فإنه يكون محلاً للتأمين كل مصلحة اقتصادية مشروعة تعود على الشخص من عدم وقوع خطر معين (موسوعة القوانين و أحكام المحاكم الفلسطينية، مقام، 2021)، وتجنباً للتعرض إلى المساءلة القانونية تقوم الشركات بالتعامل مع شركات التأمين لتزويدها بالخدمات التأمينية المطلوبة (علي شعفوط، 2021، 9، مقابلة).

3- العامل الثقافي:

تختلف معايير تقييم الموردين واختيارهم باختلاف ثقافة المجتمع (Garfamy, 2005). و يلعب الجانب الثقافي الديني دوراً في كثير من الأحيان عند شراء الخدمات التأمينية. فإذا كان صاحب المصنع يسعى لشراء الخدمات التأمينية الموافقة للشريعة الإسلامية، فإنه سيختار شركة التأمين التي تتبع تعاليم الشريعة الإسلامية. أي أن اختيار الشركات لشركات التأمين يتأثر بالثقافة الدينية. حيث تبين بأن الأفراد والشركات يفضلون شراء التأمين التكافلي الإسلامي انقاءً منهم لشبهة الحرام (الكحلوت، 2018). كما أن الشركات الصناعية تتأثر بالثقافة السائدة في سوق العمل، فعلى سبيل المثال المسؤولية الاجتماعية للمنظمات تتضمن توفير بيئة آمنة لجميع الأفراد العاملين فيها والزائرين. ومعظم المصانع تقوم بشراء الخدمات التأمينية انطلاقاً من ثقافة المسؤولية الاجتماعية وأكدت الدراسات على أهمية المسؤولية الاجتماعية في التأثير على الشركات عند الشراء

(Liying and Xu, 2013)

2.1.2.3 العلاقات وشبكات الاتصال ما بين أصحاب المؤسسة الصناعية (الزبون) وشركة التأمين:

تأثير العلاقات على قرار اختيار الزبون لشركة التأمين:

تم تعريف الزبون بأنه المستخدم النهائي لخدمات المنظمة، وتتأثر قراراته بعوامل داخلية مثل الشخصية والمعتقدات والأساليب والدوافع والذاكرة، وبعوامل خارجية مثل الموارد وتأثيرات العائلة وجماعات التفضيل والأصدقاء، وقد يكون الزبائن أفراداً أو منظمات (الجنابي، 2006).

تضم استراتيجية الشراء استراتيجية العلاقات التعاونية مع الموردين وتكوين علاقة معهم على المدى الطويل (Hofmann, et al., 2014). أوصت معظم الدراسات السابقة المتعلقة بشراء التأمين والمتعلقة باختيار المزود والمتعلقة بالسلوك الشرائي للشركات أوصت بأهمية العلاقات ما بين المؤسسات وأثرها على اختيار الموردين. فعملية اختيار المورد يجب ألا تأخذ السعر فقط بعين الاعتبار؛ بل يجب عليها الاهتمام بسلسلة من العوامل المؤثرة في تقييم الموردين وهي الجودة، المؤسسة والعلاقات (verma and Pullman, 1998) كما ورد في (Garfamy, 2005) وبناء عليه فإن عملية التوريد الناجحة يتم تحقيقها بالعلاقات التعاونية بين المؤسسة المشتريه والمزودة، كما أشارت المقابلات التي أجرتها الباحثة إلى أن العلاقات لها تأثير رئيسي في اختيار المؤسسات لشركة التأمين. وهذه العلاقات تكون ما بين أصحاب المؤسسات وأحد موظفي شركات التأمين، مثل موظفي المبيعات والمدراء ووكلاء التأمين.

تشير الدراسات إلى أنه يمكن تطبيق نوعين من الآليات لإدارة العلاقات ما بين المؤسسات المشتريه والمزودة وهي؛ العلاقات التي تربطها المعاملات (العقود)، و التي تربطها العلاقات. وتستفيد العلاقات ما بين المشتري والمزود من الشروط القانونية وأنظمة الحوافز الاقتصادية. ومن ناحية أخرى يتم إدارة هذه العلاقات من خلال الالتزام المتبادل والأهداف المشتركة والسلوكيات التعاونية (Jajja et al., 2018). كما أكدت دراسة (Pawlowski and Pastuszak, 2017) التي أجريت عن سلوك المؤسسات الشرائي، أن إمكانية خلق العلاقات طويلة الأمد مع المزود، والشفافية تؤثران على قرار شراء المؤسسات.

وبناء على دراسة (Ambrose et al., 2010) يسعى نهج المعاملات الذي يسير بحسب الشكل التقليدي إلى تطوير عقد وتنفيذه من أجل تقليل التكاليف والمخاطر في المعاملات ولا يقدر هذا النهج الشراكة طويلة الأمد حيث لا يقوم المشتري باستثمار كبير في المورد مما يسهل عليه التبديل بين الموردين لحماية مصالحه. أما في نهج العلاقات الذي يركز على نظرية العقد بناء على العلاقة، تكون طبيعة التبادل بين المشتري والمورد ليست اقتصادية فحسب بل هي أيضاً مبنية على العلاقة القوية. ويكون هذا النهج ذا قيمة عندما يواجه المشترون بيئة سياسية واقتصادية وديموغرافية وقانونية واجتماعية وثقافية مختلفة.

حيث أنه في مثل هذه الحالات لا يمكن تطوير العلاقة بين الشريكين فقط من خلال الضوابط التعاقدية بل إن التكيف المتبادل مطلوب وإن الاهتمام بحماية هذه العلاقات يعزز السلوكيات التعاونية ويثبط الانتهازية. وتتطور المعايير المبنية على العلاقات بمرور الوقت على أساس تبادل المعلومات واعتبار القيمة ذات الاهتمام المشترك وتحدد هذه المعايير سلوكيات المؤسسات وتعزز التضامن بين شركاء التبادل. وتم في هذه الدراسة استخدام المتغيرات التالية لقياس مدى نجاح العلاقة بين المؤسسة المزودة والمؤسسة المشتريه: الالتزام، التكيف، الاتصال، الاعتماد على المصدر، الثقة، اليقين، القوة، الأداء (Ambrose et al., 2010).

وتؤثر قيمة العلاقة بين الشركتين بشكل إيجابي في الثقة والالتزام والرضى بين الطرفين. إضافة إلى أن وجود الثقة في العلاقة يؤدي أيضاً إلى الالتزام في هذه العلاقة (Saura et al., 2009).

وتعتبر العلاقات الشخصية ذات أهمية أكبر في سياق شراء المؤسسات من المؤسسات (Rahman et al., 2017). ويمكن للعلامات التجارية القوية أن تساعد صانعي القرار في التعامل مع حالة عدم اليقين، علاوة على ذلك لا تشير العلامات التجارية للشركات إلى هوية الشركة فحسب بل تشير أيضاً إلى العلاقات التجارية (Gomes et al., 2016).

وقد تبين من خلال العديد من الدراسات حول العوامل المؤثرة في اختيار مزود التأمين، أن العلاقة الشخصية مع المسؤول عن بيع التأمين تلعب دوراً بارزاً في التأثير على قرار الاختيار (الكحلوت، 2018، Jurkovicova، 2016، Garfamy، 2005).

كما أن الاتصال المباشر (وجهاً لوجه) للشركة المزودة مع الشركة المشتريه والتعامل العادل للشركة المشتريه مع الشركة المزودة تؤثر بشكل إيجابي لنمو الثقة ما بينهما. ونمو الثقة يزيد من استعداد الشركة المزودة في الاستثمار في تلبية الاحتياجات المختلفة للشركة المشتريه. إضافة إلى أن العلاقة القوية ما بين الشركة المشتريه والشركة المزودة تزيد من أداء الشركة المزودة، والذي بدوره ينعكس بشكل إيجابي على أداء الشركة المشتريه (Inayatullah et.al, 2012).

طرق الاتصال ما بين شركة التأمين والمشتريين:

توجد ثلاث طرق لتحقيق الاتصال بين شركة التأمين والمؤمن له وتمثل في الآتي (قزعاط، 2009):

1. اتصال المؤمن له المباشر بشركة التأمين

يتم التعاقد على وثيقة التأمين بين المستأمن والشركة في مقر الشركة أو أحد فروعها دون أن يكون هناك وسيط.

2. اتصال شركة التأمين بالمؤمن له عن طريق وسطاء (وكلاء)

في هذه الطريقة تقوم شركة التأمين بالتعاقد مع وسطاء يطلق عليهم وكلاء أو مندوبون أو سماسرة التأمين من خلال عقد وكالة يستطيع بموجبه الوكيل من تمثيل الشركة وتسويق نشاطها التأميني في حدود منطقتها الجغرافيا وعقد وثائق التأمين مع المستأمنين مقابل عمولة عن الوثائق التي ينتجها، والوكلاء نوعان:

أ. وكلاء مفوضون تفويضا كاملا

طبقا لعقد الوكالة المبرم مع الشركة، يحق لهؤلاء الوكلاء تحصيل قيمة الأقساط من المستأمنين، وإمضاء واستخراج الإيصالات التي تثبت ذلك، ولا يتحمل الوكلاء أية مسؤولية نظير تأخر المستأمنين عن سداد بعض الأقساط .

ب. وكلاء مفوضون تفويضا غير كاملا:

هذا النوع من الوكلاء تتحدد علاقته مع شركة التأمين في استجلاب المستأمنين دون أن يكون هناك لهم أي سلطة إجراء التعاقد ومن ثم عدم تحصيل قيمة الأقساط من المستأمنين أو تقديم الإيصالات الدالة على السداد.

3. اتصال شركات التأمين الأخرى بالشركة

في هذه الحالة تقبل شركات التأمين عمليات محولة من شركات تأمين أخرى، ويحدث ذلك عند قيام إحدى شركات التأمين لا تباشر نوعا معينا من التأمينات بتحويلها إلى شركة تباشر هذا النوع من التأمين.

استخدام شركات التأمين للترويج من أجل للتواصل مع الزبائن:

يتم تطبيق الترويج للتواصل مع الزبائن طبقا للعروض المقدمة على المنتجات وقد تبين في دراسة البابا دور الترويج في سوق المعلوماتية، حيث يلعب الترويج دورا رئيسيا في تحديد الفائدة الربحية والنجاح في السوق كأحد عناصر المزيج التسويقي. ومن الأدوات التي خرجت بها الدراسة والتي يمكن توظيفها في عملية المزيج الترويجي: الإعلان، التسويق المباشر، الترويج، العلاقات العامة والدعايات، البيع الشخصي (البابا، 2011).

كل شركة من شركات التأمين تحرص على جذب العملاء وخاصة في ظل وجود منافسة في سوق التأمين. حيث يتوقف نجاح شركة التأمين على حجم العمليات التأمينية التي تحصل عليها، وتستخدم شركات التأمين الحملات الإعلانية المختلفة مثل الإعلانات في الأجهزة المرئية والمسموعة والجرائد والمجلات إضافة إلى تقديم بعض المزايا التأمينية المختلفة للعملاء (قرعاط، 2009)

إلا أنه وبناء على بعض الدراسات فإن العوامل الأقل أهمية في التأثير على الزبائن عند اختيار شركات التأمين هي حملة التسويق والهدايا المجانية للعملاء وانطباع مجموعة الأقران (Mathurand and Tripathi, 2014).

2.1.2.4 العوامل المتعلقة بصفات شركات التأمين:

بحسب نظريات سلوك المؤسسات الشرائي تعتبر الجودة والسعر وصورة الشركة من صفات الموردين، وأشارت دراسات شراء المؤسسات الصناعية إلى أهمية معايير الجودة والسعر وتوزيع الخدمة في تقييم الموردين (Bhutta and Huq, 2006) كما ورد في (Garfamy, 2005).

• دور جودة الخدمة التأمينية:

بحسب معرفتنا في نظريات السلوك الشرائي للمؤسسات، تعتبر الجودة من المتغيرات المهمة التي تتعلق بصفات بائعي الخدمات والتي لها أثر على قرار شراء المؤسسات لهذه الخدمات.

إذ تهتم الشركات العالية الأداء بمحددات اختيار الموردين الرئيسية مثل الجودة والتوزيع بشكل أكبر من الشركات الأقل أداءً (Garfamy, 2005) حيث وثقت هذه الدراسة عن دراسة (Shahadat, 2003) أن معيار التزام المزود يعتبر أهم من معايير السعر والتكلفة عند اتخاذ قرارات الشراء في المؤسسات. وقام تكتاكي وحمادي بتعريف جودة الخدمة التأمينية على أنها " عبارة عن مجموعة الخصائص المميزة لخدمة التأمين القادرة على مقابلة احتياجات العملاء وتوقعاتهم، وتعمل على إرضائهم، وتمثل تقييماً شاملاً لأداء الشركة، ودرجة تميزها مقارنة بالشركات المنافسة" (تكتاكي وحمادي، 2019، ص 9)، حيث أن وجود الجودة التأمينية له أهمية كبيرة؛ للحفاظ على العملاء الحاليين وتوسيع نطاق التعامل لشركة التأمين، جذب واستقطاب عملاء جدد، وتحسين الأداء المالي للشركة بناء على ذلك يعتبر تحديد معايير جودة خدمة التأمين مهماً و تقاس جودة الخدمة التأمينية وفق عدة معايير منها (الكرخي، 2015):

- شرح وعرض الإجراءات المتبعة للحصول على الخدمة؛
- الالتزام بالوقت المستغرق للحصول على الخدمة؛
- تدفق البرامج الدورية للعملاء ومتابعتها؛
- مدة حصول العملاء على الخدمة تكون في الوقت المناسب؛

قام Berry and Parasuarman في سنة 1990 بوضع خمسة أبعاد لتقييم جودة الخدمات (عبدالله والظاهر، 2020)

1. الاعتمادية /الموثوقية: وتتمثل في ثبات الأداء، أي الالتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد المحدد و بشكل دقيق و مستقل
2. الملموسية: تمثل المرافق و التسهيلات المادية المستخدمة في تقديم الخدمة و المعدات و مظهر الموظفين في مكان الخدمة .

3. الاستجابة: تتمثل في الاستعداد و الرغبة لمساعدة العميل، و قدرة إدارة المؤسسة على تقديم الخدمة السريعة و تطويرها

4. الأمان: و تتمثل نقل الثقة و الأمان للعميل بالمحافظة على سرية تعاملاته و الأمان المالي و الصدق في التعامل .

5. التعاطف: يمثل التواصل الجيد و الاهتمام بالعملاء و تفهمهم و العناية بهم.

وتعتبر الثقة، الثقافة، الجودة، والاتصالات ما بين المؤسسة المشتريه والموردة من أهم المعايير التي تهتم بها المؤسسات عند الارتباط بمورد معين (choy and lee, 2003).

أضافت دراسة (Rahman et al., 2017) عدة عوامل تؤثر على شراء المؤسسات للخدمات التأمينية تتعلق بجودة خدمة التأمين هو:

- أداء الخدمة المتوقع قبل الحصول على الخدمة(مثل الحصول على الخدمة بدون الحاجة لوقت طويل، وبدون تعقيد في الإجراءات)
- وأن هناك حاجة لتحديث التكنولوجيا التي يستخدمها مندوبي المبيعات مثل التسهيلات من خلال تشغيل الأجهزة المحمولة واجهزة الكمبيوتر المحمولة.
- ويجب على مقدمي خدمات التأمين التركيز على التصنيف الائتماني والاجراءات الفورية
- والاستقرار المالي وزيادة قيم المال.
- ويجب أن تقوم شركة التأمين بتدريب الموظفين على تقديم خطط تأمين واضحة للمشتريين مثل تقديم خيارات أنظمة تقسيط مريح للدفع.
- كما أنه يمكن إضافة قيمة للخدمة التأمينية من خلال الخصومات التي يتم تقديمها للعملاء الذين يوفون بالمستوى الدولي لمراجعة الامتثال. وهناك طرق مختلفة يمكن ان تخلق قيمة ايجابية لعملاء التأمين مثل التقويمات واليوميات

وبالتالي يجب على شركات التأمين التركيز على موقع الفرع، شبكة الإنترنت في الفرع، توزيع الخدمة، البنية التحتية، سهولة فتح الحساب التأميني، عدد ساعات عمل الشركة، التكنولوجيا المستخدمة الاستجابة توجيهات موظفي الفرع سمعة شركة التأمين.

خضعت العديد من شركات التأمين لمجموعة من التعديلات لمواكبة التطورات المتعددة. وتعتمد شركات التأمين الرئيسية على أساس التكنولوجيا المستخدمة في تقديم خدماتها، وذلك للحفاظ على زبائنها الحاليين وكسب زبائن جدد (Dubey and Tiwari, 2019). كما أن توجه المؤسسات نحو الشراء عن طريق خدمة المؤسسة نفسها إلكترونياً قد ازداد (Pawlowski & Pastuszak, 2017).

دور السعر في اختيار شركات التأمين

تضم استراتيجيات الشراء التفاوض مع الموردين من أجل الحصول على السعر المناسب (Hofmann, et al., 2014). ويتضمن المعيار المتعلق بسعر المنتج: سعر الوحدة، سعر الكميات الكبيرة، الخصم المتاح (أل زويد، 2008).

بناءً على معظم الدراسات التي قمنا بتناولها بخصوص محددات التعامل مع شركات التأمين، فإن دور السعر في اختيار شركة التأمين مهم جداً (الكحلوت، 2018, 2017, Abu Salim et al.,) وفضل بعض الشركات الحصول على السلع بأقل الأسعار (Pawlowski and Pastuszak, 2017, Liying and Xu, 2013). إضافة إلى أن سعر الخدمة يجب أن يكون مناسب للخدمة. حيث أن توقعات العميل لجودة الخدمة خصوصاً عند مقارنتها بالتكلفة الكلية للخدمة، ستحدد كيف سيدرك العميل جودة الخدمة (Abu Salim et al., 2017). كما أن التنافس القائم بين شركات التأمين يجعل من البعض مستعداً للتنافس بالأسعار لتصبح الأقساط الحقيقية غير منطقية (السبعواوي، 2020).

وفي نفس الوقت بينت بعض الدراسات أن معيار السعر يعتبر أقل أهمية مقارنة بالجودة والمعايير الأخرى بالنسبة لبعض الشركات (Ho et al, 2010).

• صورة شركة التأمين:

وبناء على دراسة (Srivastava and Sharma, 2013) تلعب صورة الشركة وسمعتها دوراً هاماً في التأثير على قرار شراء المؤسسات خصوصاً عندما يصعب تقييم صفات الخدمات التي تود شراؤها. وأكدت دراسة

(Kotabe and Murray, 2001) التي تم توثيقها في دراسة (Garfamy, 2005) أن صورة العلامة التجارية تعتبر من معايير تقييم الموردين الأكثر أهمية بالإضافة إلى ضبط الجودة والتكلفة. وتعتبر سمعة شركة التأمين من المعايير التي يتم اتباعها عند اختيار الموردين من قبل الشركات الصناعية، وبناء على بعض الدراسات فهي تأتي بعد معيار الجودة والسعر من حيث الأهمية (Bhutta and Huq, 2006 كما ورد في (Garfamy 2005).

تعتمد سمعة شركة التأمين على مصداقيتها في الإيفاء بالتزاماتها المالية، و يجب مراعاة بعض الشروط قبل اختيار شركة التأمين التي سيتم التعاقد معها (الشقوي، 2018):

أولاً: مراعاة سمعة الشركة وذلك فيما يخص سرعة سدادها للتعويضات، لأنه يوجد بعض الشركات التي تماطل في دفع قيمة التعويض لفترات طويلة.

ثانياً: معرفة وضع الشركة المالي وحجم أعمالها بالسوق والذي ينبئ عن قدرة الشركة على صرف جميع التزاماتها اتجاه العملاء، وعدم تعثرها أو عدم قدرتها على الوفاء بحقوق عملائها.

ثالثاً: يجب على العميل أن يتعرف على عدد الشكاوى المتقدم بها ضد شركة التأمين والتي تعبر عن مصداقيتها في الوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء، والذي يعد مقياساً مهماً عند اختيار شركة التأمين.

رابعاً: لا بد أن يراعى العميل قراءة بنود الوثيقة كاملة قبل التعاقد ومراجعة جميع البنود سواء العامة أو الخاصة، وكذلك أي بنود استثنائية تضمن حقوقه كاملة كما يجب على العميل التأكد من كتابة البنود المتفق عليها بالوثيقة.

خامساً: عدم الاعتماد بأي بنود شفوية، لأن القانون لا يعرف أي اشتراطات غير مكتوبة، وتوقيع العميل على وثيقة التأمين وعلى جميع الشروط العامة والخاصة.

سادساً: يجب أن يحصل العميل على صورة طبق الأصل من وثيقة التأمين التي تم إصدارها له، كي يستطيعوا معرفة البنود التي يمكن التفاوض مع الشركة من خلالها للحصول على التعويض.

سابعاً: ينصح الاستعانة بوسيط تأميني يكون بمثابة مستشار للعميل عند تنفيذ الوثيقة.

أما بالنسبة للعلامة التجارية، فقد أشارت بعض الدراسات إلى أهمية العلامة التجارية في التأثير على قرار شراء الشركات، حيث أن للعلامة التجارية أثر على قرار الشراء بين الشركات. يستفيد زبائن الشركة من العلامة التجارية من خلال زيادة الثقة، حيث أن التأكيد يكون على تقليل الخطر في عملية الشراء. بالإضافة

إلى ذلك، تحصل الشركة المشتريه على القبول لبضائعهم من خلال ارتباطهم بكمبار المزودين المرموقين. يمكن ان تعمل العلامات التجارية أيضاً كألية للتعامل مع الحمل الزائد للمعلومات وتبسيط اختيار المنتج. وتعتمد أهمية العلامة التجارية في التأثير على قرار شراء المؤسسة ، على حالة الشراء، خصائص صانع القرار. يؤدي عدم وضوح الخدمات الى عدم اليقين ويمكن للعلامات التجارية القوية ان تساعد صانعي القرار في التعامل مع حالة عدم اليقين هذه علاوة على ذلك لا تشير العلامات التجارية للشركات الى هوية الشركة فحسب بل تشير ايضاً الى العلاقات التجارية(Gomes et al., 2016).

كما أكد (Pawlowski & Pastuszak, 2017) فيما يخص سلوك المؤسسات الشرائي على أهمية دور العلامة التجارية. حيث أظهرت الدراسة أهمية دور العلامة التجارية في عملية شراء المؤسسات. وأن شراء العلامة التجارية يشكل نوعاً من الأمان في عملية اتخاذ قرار الشراء، إمكانية خلق العلاقات طويلة الأمد مع المزود، والشفافية.

إن حقيقة أن عملية الشراء في المؤسسات تتضمن مجموعة من الأفراد تزيد عملية الشراء تعقيداً. حيث تتم عملية الشراء في المؤسسات من قبل مجموعة من الأفراد الذين يتأثرون بالعوامل العاطفية والإدراكية. إذ لا يهتم أفراد الشراء بأداء مؤسساتهم الاقتصادي فقط، بل أيضاً برغبتهم في تحقيقهم التقدير والمكافآت. وبالتالي فإنه إضافة إلى الفوائد الوظيفية لشراء العلامة التجارية، يلعب شراء العلامة التجارية دوراً في تحقيق الأمان النفسي. تتضمن عملية الشراء في المؤسسات عدة خطوات ينفذها مجموعة من الأفراد، يقوم من خلالها أفراد مجموعة الشراء بتقييم واختيار المزودين. وقد لا تتوفر لديهم الخبرة او المعرفة السابقة بالمزود ، وبالتالي سيكون للعلامة التجارية دور في تقليل الخطر وزيادة الثقة أثناء عملية الشراء (Gomes and others, 2016).

4- قوة وضع شركة التأمين في السوق

يعتبر وضع المورد من معايير اختيار الموردين بشكل عام. حيث يشمل هذا المعيار على تقييم أداء المورد تاريخياً، حالته المادية، استجابة الزبائن له، إضافة إلى عامل الخطر (Mwikali & Kavale, 2012) وبالنسبة لشركات التأمين يعتمد معيار تقييم قوة وضعها على هامش الملاءة، قوتها المالية التي تشمل على أرباحها، وحصتها السوقية في سوق التأمين والذي يعرف من خلال عدد الأفراد المؤمنين والشركات المؤمنة

لدى شركة التأمين، وهذا ما تم تأكيده من قبل مدير فروع إحدى شركات التأمين التي تم عمل مقابلة معه (علي شعفوط، 9، 2021، مقابلة).

2.1.2.5 تأثير صفات الشراء و قواعده على عملية الشراء في المؤسسات:

تلعب العوامل المتعلقة بمهمة الشراء دوراً في التأثير على قرار الشراء في المؤسسات وتشمل نوع المنتج، الخطر المدرك للشراء، الخبرة السابقة، درجة تعقيد المنتج، ضغط الوقت وذلك بناء على نظريات سلوك المؤسسات الشرائي التي تم تناولها مسبقاً، وبالتالي قد يتأثر قرار اختيار شركة التأمين بنوع التأمين الذي تتوي المؤسسة شراءه، الخبرة السابقة لدى المؤسسة في شراء التأمين، وضغط الوقت المتاح لتقييم البدائل. أحد تصنيفات خصائص الشراء (Gomes and others, 2016):

- (إعادة الشراء) هو أن يكون قرار الشراء روتينياً يتضمن الحصول على نفس المنتج من نفس المزود ويصاحب هذا القرار تقليل المخاطر.
- (إعادة الشراء المعدل) عندما يكون الهدف إعادة الشراء من المزود مع عمل تعديل على الحاجة المرجوة من الشراء.
- (الشراء الجديد) يكون مرافق لتلبية حاجة جديدة وبالتالي تكون المخاطرة أكبر والتكلفة اللازمة للبحث عن المعلومات أكبر.

قواعد نظام الشراء في المؤسسات يعرف نظام الشراء بأنه نظام فرعي من النظام الكلي للمؤسسة يقوم فيه أفراد إدارة المشتريات باكتساب السلع والخدمات والعمل لصالح عملائهم الداخليين من الأقسام المختلفة بالمنظمة حسب المواصفات المطلوبة وبالكميات المطلوبة وفي الوقت المطلوب وبالسعر العادل ومن طرف ثالث تنطبق عليه الشروط المطلوبة. كما يوجد هذا النظام في بيئة ذات عوامل داخلية يؤثر فيها ويتأثر بها وعوامل خارجية يجب أن يتكيف معها (السعيد، 2009، ص 57).

وتنفيذ نظم الشراء بإخبار المؤسسة متى وكيف تشتري، كما توضح نوع الاعتماد المطلوب، والمستوى الوظيفي المطلوب لكل نوع من الشراء ولكل سقف مالي محدد مثلاً للمشتريات التي تفوق قيمتها مليون في العملة المحلية للدولة يجب الحصول على تصديق بالشراء من مدير المجموعة، كما يجب الحصول على ثلاث عروض من السوق أو ألا يتم الشراء إلا من الموردين المعتمدين لدى المؤسسة.

أهداف نظم الشراء (السعيد, 2009):

- دراسة السوق والتعرف على الموردين المناسبين وتقييمهم واختيارهم وإدارتهم
 - بناء علاقات طويلة المدى-تخدم المنظمة-مع الموردين الرئيسيين
 - حماية رأس مال المنظمة وضبط الإنفاق على السلع والخدمات
 - ضمان استمرارية تدفق السلع والخدمات للمنظمة مع تقليل تكلفة رأس المال المستثمر في المخزون
 - خلق التوليفة المثلى بين الجودة والسعر والخدمات الأخرى الضرورية
 - ضمان تحقيق قيمة أفضل من المال المستثمر في شراء السلع والخدمات
 - التخلص من الأصول المتهالكة والمتقادمة وإحلالها بأخرى أكثر فاعلية وإنتاجية بالطريقة والسرعة.
- أما بالنسبة للمحصلة النهائية لنظم الشراء فهي: التوفير، تحسينات الإنتاجية، دعم تميز المنظمة وعلامتها التجارية، رضا العملاء، الحصول على شروط دفع مريحة، الحصول على فترات ضمان كافية، تقليل تكلفة المخزون، حماية رأس مال المنظمة، إدارة علاقات الموردين.

يملك كل عضو من الأعضاء معيار مختلف عن الأعضاء الآخرين لتقييم المخاطر ومعالجة المعلومات التي يتعرض لها. على سبيل المثال تختلف القيم والصفات التي يهتم بها مدير المشتريات عن التي يهتم بها مدير الإنتاج، وبناء على صفات صناع القرار يمكن وصف المشاركين في اتخاذ قرار الشراء بناءً على أدوارهم كالتالي (Gomes and others, 2016):

- **المبتدئين:** أولئك الذين يحددون حالة الشراء ويبدؤون العملية
- **المستخدمون:** أولئك القادرين على استخدام المنتج
- **المشتررون:** أولئك الذين يستطيعون إلزام المؤسسة بإنفاق الأموال
- **أصحاب القرار:** الذين لديهم سلطة الاختيار بين العروض من المنتجات والبائعين المحتملين
- **المؤثرون:** أولئك الذين يضيفون معلومات أو قيوداً في عملية الشراء
- **حراس البوابة:** أولئك الذين يمكنهم السيطرة على تدفق المعلومات إلى عملية الشراء

2.1.2.6 تأثير الصفات المتعلقة بالمؤسسة المشتريه على عملية الشراء في المؤسسات:

اعتبرت المنظمات نشاط الشراء نشاطاً داعماً للمنظمة وتم الاعتراف به كنشاط استراتيجي يساعدها في تحقيق أهدافها (Maina,2015).

وبناء على ما جاء به (Gomes and Brandão, 2016) : فإن صفات المؤسسة تؤثر في اختيار المزود للشراء منه. وهذه الصفات مثل حجم المؤسسة ويمكن أن يقاس بعدد الموظفين. حيث أضافت الدراسة أن المؤسسات الكبيرة تميل لتقييم بدائل متعددة. كما تؤثر نسبة الخطر المصاحبة لعملية الشراء على قرار الشراء.

2.1.2.7 تأثير صفات الأفراد المشاركين بعملية الشراء على عملية الشراء في المؤسسات:

في سياق شراء المؤسسات من المؤسسات تتم عملية الشراء من قبل أكثر من شخص. حيث يحتل عدد من الأفراد دوراً معيناً، وقد يحتل كل فرد عدة أدوار (Saura, et.al.2009). يحتوي مركز الشراء النموذجي على العديد من الأعضاء من عدة أماكن وظيفية مختلفة في المؤسسة بخبرات وخلفيات متنوعة والذين عليهم أن يقوموا بالإجماع على قرار يمثل المجموعة، وقد تؤثر الصفات الشخصية على قرارات مجموعة الشراء مثل التعليم والخبرة السابقة كما ذكرت نظريات سلوك المؤسسات الشرائي (آل زويد، 2008).

ملخص عن معايير تقييم واختيار الموردين في المؤسسات

نلاحظ مما سبق أن التعمق في أهم المعايير التي تتعلق بالمورد مثيرة للجدل. فبعض الدراسات قالت أنه بينما كان السعر والجودة والاعتمادية في التوزيع والخدمة هي المعايير الأساسية؛ فإن المعيار الذي تم استخدامه بالتحديد ونسبة أهميته يعتمد كثيراً على نوع المنتج، نوع الشراء، والظروف المحيطة بالشراء. إضافة لذلك، بينما كان هناك ميل للتركيز على معايير اختيار الموردين القابلة للقياس مثل السعر، كان هناك استخدام للمعايير غير الملموسة مثل التوافق الإداري مع المورد، وبالتالي لا يوجد قائمة لمعايير اختيار الموردين شائعة بين جميع الدراسات التي تم تناولها والتي تم استخدامها لتقييم الموردين (Pearson and Ellram, 1995) كما ورد في (Garfamy, 2005)، كما نلاحظ من خلال تصنيف المعايير أنها متداخلة فيما بينها وتؤثر في بعضها البعض، فعلى سبيل المثال ترتبط العوامل البيئية وقوة شركات التأمين بثقافة الشركات المشترية. ومن خلال الجدول الآتي سوف يتم تلخيص أهم المعايير لتقييم واختيار الموردين في المؤسسات التي تناولتها الدراسات السابقة (إعداد الباحثة):

جدول (2-2) (معايير تقييم واختيار الموردين في المؤسسات التي تناولتها الدراسات السابقة)

معايير تقييم واختيار الموردين في المؤسسات التي تناولتها الدراسات السابقة	
تنوع تغطية الخدمات التأمينية وجودتها	(Bayazit, 2006) دراسة)
	(Ho et al. 2010)دراسة
	(Garfamy,2005)دراسة)
	(Sarkis and Talluri,2002)دراسة
	(2018دراسة)الميمة،
	(Imran et al. 2017)دراسة)
أسعار الخدمات التأمينية	(Bayazit, 2006) دراسة)
	(Sarkis and Talluri,2002)دراسة
	(Abu-salim et al.2017)دراسة

Pawlowski and Pastuszak, 2017	الخصومات الخاصة بالمؤسسات والشركات
(عبدالله، الطاهر، 2020دراسة)	سمعة ومصداقية شركة التأمين
(Sarkis and Talluri, 2002دراسة)	
(2018دراسة (الميمة،	
(Mathur and Tripathi, 2014دراسة)	
(Sarkis and Talluri, 2002دراسة)	العلامة التجارية لشركة التأمين
(Jurkovicova, 2016دراسة)	توصية المعارف في الشركات الأخرى
(Saura, 2018دراسة)	علاقات موظفي الشركة الصناعية مع وكلاء
(Saura et al. 2009دراسة)	أو موظفي شركة التأمين
(Bayazit, 2006دراسة)	
(2018دراسة (الميمة،	
(Bayazit, 2006دراسة)	الحصة السوقية لشركة التأمين
دراسة (آل زويد، 2008)	العوامل الاقتصادية والسياسية والقانونية
(2018دراسة (الكحلوت،	العامل الديني

ويمكن أن يتم استخدام نتائج تحليل مزود التأمين على وفق المعايير المذكورة في الجدول (2-2) أعلاه في تحقيق ثلاثة فوائد رئيسية للشركة الصناعية المشتريّة (آل زويد، 2008):

- إعداد وتطوير قائمة المزودين الجيدين الذين تعاملت معهم الشركة الصناعية سابقاً وأثبتت جدارة عالية في تحقيق التزاماتهم.

- توليد حالة التنافس بين المزودين وتحفيزها عن طريق عملية المقارنة التي تقوم بها الشركة الصناعية أثناء التحليل.

- تقويم عملية اختيار المزود وتقويم أدائه إذ يمكن إجراء عملية التحليل قبل الشراء وبعده.

2.1.3 المبحث الثالث: قطاع التأمين

سيتم التعرف في هذا المبحث على ماهية التأمين إضافة إلى أهمية قطاع التأمين وآثاره على الاقتصاد وأهم التحديات التي يواجهها في فلسطين إضافة إلى أهم الخدمات التأمينية التي تقدمها شركات التأمين الفلسطينية، كما سيتم تناول أهم المفاهيم التي يجب معرفتها فيما يخص قطاع التأمين.

2.1.3.1 ماهية التأمين ومفهومه:

يعتبر التأمين وسيلة للحماية من الخسارة المالية وهو شكل من أشكال إدارة المخاطر ضد الخسارة المتوقعة، وذلك من خلال تعاون الأشخاص المعرضين لنفس الخطر في مقابلة الآثار الناتجة عن تحققه حيث يدفع كل مشترك قسط معين بشكل دوري ليوزع المبلغ على المشترك الذي يتعرض للخطر (الكحلوت، 2018)، ويعتبر مفهوم إدارة المخاطر في المؤسسات واحد من أهم المفاهيم الأساسية التي ساهمت في خلق صناعة التأمين في مختلف دول العالم، وذلك بسبب عدم اليقين الذي شهدته القطاعات التجارية و الصناعية (Davalos, 2010)، حيث تعتبر إدارة المخاطر أداة هامة وضرورية لممارسة الأنشطة الإدارية المختلفة في الشركات ليس فقط في حل المشكلات ومعالجة التحديات بل في تقرير مصير الشركة ومستقبلها.

تعمل إدارة المخاطر على تأمين إدارة الإنتاج ضد أخطار الحوادث المحتملة التي قد ينجم عنها خسائر مادية كبيرة

تؤثر مباشرة على المركز المالي للمشروع أو قد تؤدي إلى هلاكه (الزعبي والسكرانة، 2007).

يعرف قانون التأمين الفلسطيني رقم (20) لسنة 2005 في المادة رقم (1) عقد التأمين بأنه "أي اتفاق أو تعهد يلتزم بمقتضاه المؤمن أن يؤدي إلى المؤمن له أو إلى المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغاً من المال أو إيراداً أو مرتباً أو أي عوض مالي آخر في حالة وقوع الحادث أو تحقق الخطر المبين بالعقد وذلك نظير

قسط أو أية دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له للمؤمن" (موسوعة القوانين والأحكام المحاكم الفلسطينية مقام، 2021).

وبناء على ما جاءت به هيئة رأس المال الفلسطينية يعرف التأمين على أنه "مبدأ المشاركة في الخسائر المالية التي يتكبدها الفرد أو المجموعة من قبل صندوق يتكون من مساهمات أفراد أو مجموعات معرضين للخسارة وتوزيع الخسارة على جميع المشاركين. ومن أجل ذلك تم إنشاء شركات التأمين لحماية الفرد ضد الخسائر المتوقعة" (هيئة رأس المال الفلسطيني، 2020).

2.1.3.2 أهمية قطاع التأمين:

خلال العقدين الأخيرين من القرن الماضي، اهتمت الدول الصناعية بشكل خاص في قطاع التأمين، وأخضعتة لاقتصاد السوق الحر مع وضع الأنظمة والقوانين الرقابية بهدف توفير المناخ المناسب واستغلال فوائض أرباح الادخارات الكبيرة المتراكمة في قطاع التأمين، بحيث أصبح هذا القطاع يشكل مقوماً أساسياً في دفع عجلة النمو الاقتصادي لهذه الدول، وخاصة تلك التي لا تمتلك مصادر ثروة طبيعية (ماس، 2016).

أخذت النظرة إلى مفهوم التأمين تتجاوز البعد الاقتصادي والتجاري، وأصبحت أكثر شمولية نحو البعد الاجتماعي لضمان استقرار المؤسسات والأفراد وكعامل أمان وحماية للأسرة، ومواجهة الأخطار التي تهدد ربحية الشركات وتوسعها. وما زاد من أهمية التأمين في العالم أيضاً أمران أساسيان وهما:

أولاً: النمو الاقتصادي والتطور التكنولوجي بالتزامن مع الاتجاهات الجديدة للعولمة وتوسيع نطاقها وخاصة ظهور الشركات العابرة للقارات.

ثانياً: الحاجة إلى مواجهة مخاطر الكوارث الطبيعية وغير الطبيعية التي كانت عاملاً حاسماً في تبني نظام التأمين على حركة التجارة الدولية (ماس، 2016).

تقوم شركات التأمين، في مقابل منح الأمان، بجمع أقساط التأمين من المؤمن لهم؛ وهي بهذا تلعب دوراً في تجميع المدخرات القومية. وتعدّ شركات التأمين من أهم المؤسسات المالية؛ فهي تختص بإدارة حركة الأموال؛ لذا يطلق عليها أحياناً اسم "الوسطاء الماليين"؛ وتشمل: البنوك، وشركات التأمين؛ وتتخذ من المال مجالاً أساسياً للتعامل؛ فتقوم بتجميع الأموال من حملة الوثائق، وتكوّن هذه الأموال الاحتياطات والمخصصات الفنية الكافية لمواجهة هذه الالتزامات مع السعي للمحافظة على هذه الأموال وتمييتها (وكالة وفا للأبناء والمعلومات الفلسطينية، 2019).

يلعب مدراء قطاع التأمين مع مدراء البنوك إضافة لمدراء ومنظمي القطاعات الأخرى، دوراً مهماً من أجل الحصول على مناخ مالي آمن في أي دولة. ويعتبر قطاع التأمين مرآة الثبات المالي للبلاد (Jabbour, 2013).

إن أحد أهم فوائد التأمين توفير الأمان وراحة البال من خلال تقليل درجة القلق والخوف لدى الأفراد وأصحاب الأعمال على اعتبار أن وجود التأمين يضمن التعويضات المالية عن الخسائر الناتجة عن تحقق أخطار معينة، ويضمن أيضاً قدرة الأفراد والمشاريع الاقتصادية على الاستمرار في مزاولة نشاطها ودرء الأخطار الاقتصادية الناجمة عن الخسائر من الحوادث المغطاة بالتأمين (هيئة رأس المال الفلسطيني). و يمكن توسيع قاعدة التأمين للفئات الفقيرة والمهشمة والأعمال الصغيرة المحاطة بالمخاطر والمعرضة للفشل، هذا التوسع يتركز في السعي نحو توسيع قاعدة التأمين الاختياري (ماس، 2016).

إن هناك حاجة ملحة للعمل على إتباع كافة السبل لتوفير الأمان والاستقرار للأفراد والمؤسسات على اختلاف تصنيفاتهم الاقتصادية والاجتماعية، لما في ذلك من انعكاس ايجابي على تطور الجوانب الاقتصادية وخاصة في الحالة الفلسطينية التي تعاني من ضعف النمو الاقتصادي، وهذا ما يقوم به قطاع التأمين (ماس، 2016).

2.1.3.3 المبادئ التي تقوم عليها صناعة التأمين

تقوم صناعة التأمين على مجموعة من المبادئ (هيئة رأس المال الفلسطيني، 2020)، ومن أهمها

أولاً: مبدأ المصلحة التأمينية وتعني وجود مصلحة مباشرة مشروعة للمؤمن له في موضوع التأمين، فكل شخص يقوم بالتأمين له هدف أساسي وهو الحصول على عائد إذا حدث له مكروه لا سمح الله فمثلاً الشخص المؤمن له عندما يتوفى فإن عائلته تحصل على عائد مادي جراء عقد التأمين الموقع بين المستفيد وشركة التأمين. وأيضاً إذا كان التأمين على السيارة وحدث حادث فإن التأمين يقع ويستفاد منه لمصلحة المؤمن له . ولكن إذا قام شخص بتحطيم سيارته مثلاً للحصول على مبلغ التأمين فإن هذا لا يقع حيث إنه فعل متعمد ولغرض ما. وبالتالي انتفى الغرض الأساسي من التأمين وهو المصلحة التأمينية.

ثانياً: مبدأ المشاركة في التأمين والمقصود بهذا المبدأ أنه قد تنشأ في بعض الحالات التي يكون فيها ولأسباب مختلفة وثيقتان أو أكثر تكون جميعها مسؤولة عن نفس الخسارة موضوع التأمين. وخلال مدة زمنية واحدة وعلى خطر محدد . وفي وقت وقوع حادث فإن كل وثيقة تأمين تكون مسؤولة عن تغطية حصتها المنفق عليها.

ثالثاً: مبدأ منتهى حسن النية في التأمين أي أن تكون البيانات والمعلومات التي تم الإدلاء بها صحيحة وكاملة عن الشيء المراد تأمينه وعدم إخفاء أي بيان جوهري. وهنا يجب على المؤمن أن يكتب جميع المعلومات المطلوبة منه في العقد بشكل صحيح. وأما شركة التأمين فيجب عليها إيضاح خفايا العقد ومبلغ التأمين عند حدوث الضرر وكذلك محتويات العقد وشروطه. ويبطل العقد بين الطرفين في حالة قيام المستفيد " المؤمن له" بإخفاء معلومات جوهرية مهمة بسوء نية مثل عمره أو معاناته من مرض معين مثل مرض السكر.

رابعاً: مبدأ التعويض في التأمين ويقصد به إرجاع المؤمن له الى نفس الوضع المادي قبل وقوع الخسائر وليس أكثر حيث يجب أن لا يحصل المؤمن له على ربح من وراء خسارته، وهذا المبدأ ينطبق على جميع وثائق التأمين، ولكن هناك حالات يصعب تطبيق مبدأ التعويض على بعض الوثائق مثل وثائق تأمين الحياة والحوادث الشخصية والوثائق محددة القيمة التأمينية حيث يتم إبرام هذه العقود باتفاق مشروط بين المؤمن والمؤمن له مع الإشارة إلى أن التعويض يتوقف على مبلغ التأمين.

خامساً: مبدأ الحلول في الحقوق في التأمين فإنه وفقاً لهذا المبدأ فإنه يحق للمؤمن (شركة التأمين) أن يحل محل المؤمن له - الذي حصل على كامل تعويضه عن الحادث - في مطالبة الطرف المتسبب في الحادث أو الضرر، واستناداً للمادة رقم (4) من قانون التأمين رقم (20) لسنة 2005، فإن الهيئة ومن خلال الإدارة العامة للتأمين تقوم بتنظيم أعمال التأمين المنصوص عليها في هذا القانون من أجل: الاشراف والرقابة على تطبيق القانون وأية قوانين وأنظمة وتعليمات متعلقة بأعمال التأمين ووضع السياسات المفصلة لتطوير قطاع التأمين وتميمته وتوفير المناخ الملائم لذلك، والعمل على حماية حقوق المؤمنين والمستفيدين من خدمات التأمين (هيئة رأس المال الفلسطيني).

2.1.3.4 المكونات الرئيسية لقطاع التأمين في فلسطين (الكحلوت، 2018)

يتكون قطاع التأمين في فلسطين من المكونات الرئيسية التالية:

- الإدارة العامة للتأمين في هيئة سوق رأس المال
- شركات التأمين العاملة في فلسطين والمجازة من قبل هيئة سوق رأس المال.
- وكلاء التأمين.
- الصندوق الفلسطيني لتعويض مصابي حوادث الطرق.
- الاتحاد الفلسطيني لشركات التأمين.
- أصحاب المهن الأخرى المرتبطة بالتأمين

2.1.3.5 وضع قطاع التأمين في فلسطين وأهم تحدياته:

أولاً: وضع قطاع التأمين في فلسطين

لقد عانى قطاع التأمين في فلسطين من غياب تشريعات وآليات الاشراف والرقابة الحكومية وفوضى العمل وضعف الثقة التأمينية لفترة طويلة (ماس، 2016)، الى أن تأسست هيئة سوق رأس المال الفلسطينية التابعة لوزارة الاقتصاد الوطني وأصبحت الجهة المخولة قانونياً في الاشراف والتنظيم والرقابة على أعمال القطاع في أواخر العام 2004، ولقد ساعد صدور قانون التأمين رقم (20) لعام 2005 في إعادة تنظيم قطاع التأمين (هيئة سوق رأس المال الفلسطينية، 2020).

وما يؤكد لنا على أهمية قطاع التأمين في فلسطين، وضع هيئة سوق رأس المال الفلسطيني هدف النهوض بقطاع التأمين في المركز الأول في مجموعة الأهداف الخاصة بها، وذلك من خلال إعادة هيكلته وتنظيمه لتحقيق استقراره وذلك من أجل الارتقاء بسوق رأس المال الفلسطيني (هيئة سوق رأس المال الفلسطيني، 2020).

وعلى الرغم من حداثة قطاع التأمين في فلسطين، إلا أن أداءه وصل إلى مستوى أداء قطاعات التأمين في الدول العربية، حيث تم الاطلاع على مؤشرات قطاع التأمين في عشرين دولة عربية، وتبين أن نسبة مساهمة التأمين إلى الناتج المحلي الإجمالي لهذه الدول لا زالت متواضعة على الرغم من العمر الزمني لهذا القطاع وتوفر البيئة القانونية (ماس، 2016).

كما تبين أن نسبة نمو صافي أقساط التأمين المكتتبه في السوق الفلسطينية بلغت 4.1% على أساس سنوي خلال الشهور التسعة الأولى للعام 2019 (الاقتصادي، 2019).

ثانياً: أهم التحديات التي يواجهها قطاع التأمين في فلسطين هي

أولاً: صغر حجم السوق

ثانياً: عدم اتساع القاعدة التأمينية.

وهذا يؤدي إلى منافسة شديدة بين شركات التأمين العاملة في القطاع تصل لمرحلة حرق الأسعار مع ما يترتب على ذلك من خطر يهدد قطاع التأمين ككل (الكحلوت، 2018).

2.1.3.6 الفروع التي تشملها أعمال التأمين في فلسطين (هيئة سوق رأس المال الفلسطيني، (2020)

توفر شركات التأمين المرخصة والعاملة في السوق الفلسطيني أكثر من عشرين منتجاً وخدمة تأمينية ومنها تأمين المركبات، تأمين الحريق والسرقة والالاخطار الحليفة، تأمين الحياة، تأمين الحوادث الشخصية، والتأمين الصحي والهندسي إلى جانب أنواع أخرى من التأمين أما بالنسبة لشركات التأمين الفلسطينية فعددها 11 شركة وهي:

- شركات التأمين العاملة في فلسطين لعام (2021)
- فروع التأمين المجاز للعمل به الشركة.

جدول رقم 2.3 شركات التأمين الفلسطينية والخدمات التي تقدمها (هيئة سوق رأس المال الفلسطيني، 2020)

اسم الشركة	تأمين بحري	تأمين على الحياه	تأمين ضد أخطار الحريق والممتلكات	تأمين ضد أخطار الحوادث والمسؤولية المهنية	تأمين أقراض رهن العقاري
شركة المشرق للتأمين	/	/	/	/	
الأمريكية الشركة الحياه للتأمين على		/			
شركة التأمين الوطنية	/	/	/	/	
شركة التأمين الوطنية	/	/	/	/	
شركة التكافل الفلسطينية للتأمين	/	/	/	/	
العالمية الشركة المتحدة للتأمين	/	/	/	/	
تمكين شركة للتأمين الفلسطينية	/	/	/	/	

تأمين أقرض رهن العقاري	تأمين ضد أخطار الحوادث والمسؤولية المهنية	تأمين ضد أخطار الحريق والممتلكات	تأمين على الحياة	تأمين بحري	اسم الشركة
			/		للتأمين العرب شركة الحياة على والحوادث
/					فلسطين شركة العقاري الرهن لتأمين

2.2 الدراسات السابقة:

سيتم في هذا المبحث عرض الدراسات السابقة التي تناولت ذات صلة بسلوك المؤسسات الشرائي، ودراسات ذات صلة بالمعايير والمؤثرات في اختيار المزودين، ودراسات دراسات لها علاقة بالتأمين: وذلك بهدف الاستفادة من هذه الدراسات

2.2.1 دراسات ذات صلة بسلوك المؤسسات الشرائي:

1- دراسة Pawlowski and Pastuszak, 2017 بعنوان B2B Customers Buying Behavior

السلوك الشرائي للمؤسسات اتجاه المؤسسات في سياق (B2B)

هدفت هذه الدراسة إلى إيجاد الفروقات والتشابهات ما بين البيع للشركات والبيع للأفراد، وذلك من خلال الرجوع إلى الدراسات السابقة التي تناولت موضوع السلوك الشرائي للمؤسسات اتجاه المؤسسات. تم استخدام المنهج الوصفي تكونت عينة الدراسة من أصحاب القرار المحترفين في المؤسسات المختلفة. وبناء على التحليلات، تبين بأن استخدام الوسائل الالكترونية في التعاون ما بين المؤسسات، في نمو متزايد ديناميكيا

وبقوة. كما قامت الدراسة بمراقبة عبور المزودين للمشتريين عبر القنوات الالكترونية. أظهرت الدراسة وجود اختلافات واضحة ما بين الزبون الفرد والزيون المؤسسة، حيث تطلب المؤسسات مقابل ولاتها للمؤسسات الأخرى الحصول على سعر جيد، تسهيلات خاصة في المناولة، والسعي وراء تحسين التكلفة. كما أن شراء المؤسسات يتطلب وصف تقني مفصل للمنتج. بعض المؤسسات تقبل شراء الخدمة المشابهة للتي تشتريها، والبعض لا يقبل إلا خدمة متخصصة. وأظهرت الدراسة بأن المعايير التي تتبعها المؤسسة في اختيار المزود، هي جودة الخدمة، سعر الخدمة، تكلفة الحصول على الخدمة، وأن أكثر ما يهتم المؤسسات، تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة، إمكانية عمل علاقات طويلة الأمد، والشفافية في نظام التسعير. كما أظهرت الدراسة أهمية دور العلامة التجارية في عملية شراء المؤسسات، وأهمية المعاملة الخاصة التي تقدمها الشركات للشركات العميلة.

2- دراسة Gomes et al, 2016 بعنوان (Determinants of brand relevance in a B2B service purchasing context) المحددات ذات الصلة بالعلامة التجارية في سياق شراء خدمة b2b جامعة بورتو في البرتغال.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أهمية العلامات التجارية في سياق شراء المؤسسات من المؤسسات b2b ومحدداتها. تم تطوير نموذج البحث لشرح ملاءمة العلامة التجارية عند مقارنتها بعوامل القرار الأخرى في سياق b2b. يعتبر النموذج حالة الشراء وخصائص صانع القرار وحجم الشركة كمحددات لأهمية العلامة التجارية في عملية صنع القرار. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي تم جمع البيانات من خلال مسح مقطعي تدار ذاتياً عبر الانترنت مما أدى إلى عينة ملائمة من 87 من صناع القرار أما بالنسبة للنتائج فكانت تشير إلى أن السمات المتعلقة بالعلامات التجارية مهمة حتى في عمليات صنع القرار العقلاني بين الشركات. ومع ذلك فإن العلامات التجارية ليست مهمة لجميع المشتريين التنظيميين أو في جميع المواقف. أثبتت حالات الشراء المختلفة وخصائص صانع القرار ان لها تأثيراً على ملاءمة العلامة التجارية خصوصاً سمعة العلامة التجارية وعمليات الشراء السابقة والوعي بالعلامة التجارية. لم يتم التأكيد على حجم الشركة كعامل محدد لأهمية العلامة التجارية في سياق عملية شراء المؤسسات من المؤسسات.

3- دراسة Liying and XU, 2013 بعنوان Drivers of Organizational Buying behavior محركات السلوك الشرائي للمؤسسات.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أهم المؤثرات في السلوك الشرائي للمؤسسات، وتم تحديد المؤثرات من خلال مراجعة 46 دراسة سابقة في هذه الدراسة تتعلق بأهم العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي. ومن ثم تم عمل مسح لعينة من المؤسسات والمنظمات لمعرفة أهم العوامل المحركة لسلوكها عند الشراء باستخدام المنهج الوصفي. تم عمل استبيان لاختبار الفرضيات المبنية على المصادر الثانوية للمعلومات. وكانت العينة عبارة عن المنظمات التي تعمل عالمياً ولها فرعين على الأقل في الصين وأمريكا. وتم استجواب 13 شخص تتوع عملهم ما بين مدير عام ومدير شراء ومدير مالي. وكانت النتائج أن العوامل المحركة لسلوك المؤسسات الشرائي هي: العولمة، المسؤولية الاجتماعية، استراتيجية المنظمة، الشراء الإلكتروني، علاقة المشتري بالبايع، استمرارية التوريد، الكلام الإيجابي، تقليل التكلفة.

4- دراسة srivastava and Sharma, 2013 بعنوان The Mediating Role of Service Quality Corporate Brand Image, and Switching Behavior: Customer Satisfaction and Repurchase Intention جودة الخدمة، صورة العلامة التجارية للشركة، تبديل السلوك، الدور الوسيط لرضى الزبون ونية إعادة الشراء.

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في العلاقة ما بين جودة الخدمة، الرضى، نية الشراء وتبديل السلوك. وحاولت إثبات أهمية صورة المؤسسة من ناحية سمعتها والمصداقية في إرضاء العميل. تم استخدام المنهج الوصفي حيث تم تطبيق الدراسة على قطاع الاتصالات من خلال توزيع استبانة. تم تحليل العلاقة بين المتغيرات باستخدام المعالجة الإحصائية. أثبتت الدراسة الأثر غير المباشر لجودة الخدمة وصورة العلامة التجارية للشركة على تبديل السلوك عبر رضى الزبون ونية إعادة الشراء. وتوصلت الدراسة إلى أن تقديم الخدمة بجودة عالية وصورة معقولة عن المؤسسة ينتج عنها رضا كبير للزبون والذي يؤدي إلى نية إعادة شراء كبيرة وتبديل سلوك أقل.

6- دراسة (ullah et al, 2012 ، بعنوان (Role of buyer-supplier relationship and trust in organizational performance) دور العلاقة والثقة ما بين المشتري والمورد في التأثير على أداء المؤسسة:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة تأثير العلاقات والثقة المتبادلة ما بين المؤسسات المشتري والمزودة على أداء المؤسسات. تم استخدام المنهج الوصفي وقد تمت الدراسة من خلال عمل مسح إحصائي لعينة من المصانع في الهند وتم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الإحصائي. وتوصلت الدراسة إلى أن التواصل وجهاً لوجه يزيد الثقة، وأن الثقة والعدالة في التعامل ما بين المؤسسة المشتري والمزودة تؤثر تأثيراً إيجابياً على أداء المؤسسات المشتري والمزودة.

7- دراسة زبداوي، شبيب وآخرون، 2011، دوافع الشراء الصناعي وأثره على سلوك المشتري الصناعي في مدينة نابلس.

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة أثر دوافع الشراء الصناعي وأثره على سلوك المشتري الصناعي في مدينة نابلس، وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي في وصف خصائص مفردات عينة الدراسة كما اتبعت الدراسة المنهجية السببية حيث اختبرت تأثير عدد من المتغيرات المستقلة في التابع. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي حيث تم استخدام العينة الملائمة و قام الباحثون بتوزيع استبانات على مفردات العينة بتزامن تواجدهم في مدينة نابلس. وتكونت العينة من 42 مستهلك صناعي. وقد بينت الدراسة أهمية قياس السعر، قياس خدمات ما بعد البيع، قياس الكلمة المنقولة، و العلامة التجارية وطريقة عرض المنتج. أما بالنسبة للعلاقات الشخصية فكانت متوسطة الأهمية بالنسبة للعينة.

8- دراسة آل زويد، حسين، 2008، بعنوان دور المؤثرات البيئية في الشراء الصناعي

هدفت الدراسة إلى التعريف بمؤثرات الشراء الصناعي البيئية ووضع آلية عمل لتحليلها. اعتمدت الدراسة على دراسة الحالة الذي يستخدم الأسلوب الوصفي وتم جمع المعلومات عن طريق إجراء مقابلات شخصية، ملاحظات شخصية، التقارير الرسمية والبيانات الإحصائية. وتم تقييم الواقع الفعلي لمصنع الإسفلت في

الموصل فيما يتعلق بموضوع الدراسة. أظهرت الدراسة أهمية المؤثرات السياسية والقانونية من بين المؤثرات البيئية كمؤثرات لا تستطيع المؤسسات المشتريّة التصدي لها، كما أظهرت الدراسة أن المؤسسات المشتريّة تستطيع التصدي للعوامل الاقتصادية عن طريق تعديل استراتيجياتها ومن بين النتائج أن هناك ضرورة لتحديد مؤثرات الشراء الصناعي البيئية.

2.2.2 دراسات ذات صلة بالمعايير والمؤثرات في اختيار المزودين:

1- دراسة Maleghemi,2020 بعنوان Supplier selection in global uncertainty: Using a case study approach to identify key criteria required for building resilience in the supply chain اختيار المزود في ظل عدم اليقين العالمي، تعريف المعايير التي يحتاجها بناء المرونة في سلسلة التوريد

هدفت الدراسة إلى تعريف المعايير التي يحتاجها بناء المرونة في سلسلة التوريد. واستخدمت الدراسة دراسة الحالات، المقابلات، والدراسات السابقة لتحديد أهم العوامل المعيارية التي يستخدمها مدراء التوريد لاختيار المزودين، في ظل وجود عدم اليقين العالمي. وأظهرت الدراسة من خلال عرض النتائج أنه يوجد أربعة من المعايير: تبيد ثابت المعلومات مقابل تكامل البيانات في الوقت الحقيقي، تتحسن خطط إدارة الاضطرابات القوية باستمرار مع الخبرة والتعاون واتفاقيات التحالف ومصالح الحكومات والمشرعين في القطاع. وافادت الدراسة بان التواصل المعلوماتي يعتبر عامل رئيسي في التأثير على قدرة سلسلة التوريد على الصمود أمام وجود الخلل، وأثبتت الخبرات في إدارة الخلل أن استجابة المزودين تؤثر ايجابيا في ادارة الاضطرابات. وتعتبر الدراسة أن مرحلة اختيار المزود نقطة استراتيجية في العمل، ومن خلال اختيار المزود الجيد يصبح هناك مرونة في العمليات التي تجري في المؤسسات

2- دراسة، عبدالله والظاهر، 2020، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء "دراسة ميدانية: المصارف التجارية بمحافظة الدرب

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية و الممثلة باللموسية، الاستجابة السريعة، التعاطف، الأمان/الضمان، الموثوقية/الاعتمادية على رضا عملاء المصارف التجارية بمحافظة

الدرب- المملكة العربية السعودية. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات في الدراسة التطبيقية و تحليلها. يتمثل مجتمع الدراسة في عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب-المملكة العربية السعودية, و لقد بلغ حجم العينة 110 عميل من عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب-المملكة العربية السعودية. و قد خلصت الدراسة الي أن البعد الأفضل من ناحية الجودة لدى المصارف التجارية بمحافظة الدرب-المملكة العربية السعودية هو بعد الموثوقية/ الاعتمادية يليه بعد التعاطف ثم الملموسية يليه بعد الأمان , أما البعد الأضعف من أبعاد الجودة لدى المصارف التجارية بمحافظة الدرب-المملكة العربية السعودية هو بعد الاستجابة.

3-دراسة 2018, Saura, بعنوان The importance of information service offerings collaborative CRMs on decision-making in B2B marketing أهمية عروض خدمات المعلومات في إدارة علاقات الزبائن التعاوني على صنع القرار في التسويق في سياق b2b

هدفت إلى التعريف بالعلاقة ما بين أنواع المعلومات التي تقدمها الشركات في عمليات البيع في سياق b2b وقرار الشراء الذي تقوم به الشركات اتجاه السلع والخدمات. تم عمل (439) عملية مشاهدة للصفقات التي تحصل في الشركات من أجل تحقيق هدف الدراسة. واستهدفت الدراسة الشركات التي تقوم بإدارة بالعمل عن طريق إدارة العلاقات مع الزبون. وأوضحت الدراسة أهمية العلاقة ما بين عوامل السيطرة الداخلية وعوامل السيطرة الخارجية لإدارة الشركات.

4-دراسة 2010, Ho et al. بعنوان Multi-criteria decision making approaches for supplier evaluation and selection: a literature review الموردین, جامعة اوستن بريطانيا:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهم معايير تقييم واختيار الموردين التي تهتم بها المؤسسات. قدمت هذه الدراسة أدبيات سابقة عن طرق تقييم واختيار المزود. اعتمدت هذه الدراسة على مراجعة الأدبيات السابقة التي اقتصت في معايير تقييم واختيار المزودين خلال الفترة مابين عام 2000 و 2008. وأوضحت بأنه في الإدارة المعاصرة لسلسلة التوريد يتم تقييم المزودين المحتملين عن طريق معايير متعددة بدلاً من اتخاذ التكلفة

كمعيار منفرد. أثبتت الدراسة بأن مناهج و طرق اتخاذ القرار المتعددة المعايير أفضل من النهج التقليدي القائم، كما أنها تساعد الباحثين ومتخذي القرار في تطبيق الأساليب بفاعلية. حيث وجدت هذه الدراسة بأنه بناء على أساليب الإدارة الحديثة، تهدف المؤسسات لأن تكون هناك علاقة مشاركة طويلة الأمد ما بينها و ما بين المزودين. وأن تقوم المؤسسة باستخدام عدد أقل من المزودين وفي الوقت نفسه أن يكون بالإمكان الاعتماد عليهم. كما أضافت الدراسة أن السعر أو التكلفة ليست هي المعيار الأكثر استخداماً، بل أن المعيار الأكثر استخداماً لتقييم أداء المزود هو الجودة، يليها بعد ذلك التوزيع، السعر أو التكلفة، والخ.

5- دراسة Saura et al. 2009 بعنوان The value of B2B relationships أهمية العلاقات في سياق :b2b

هدفت هذه الدراسة إلى المساهمة في معرفة كيف ترتبط قيمة العلاقة ما بين المؤسسات الصناعية مع الثقة والالتزام والرضى والولاء اتجاه المورد الذي تتعامل معه. وذلك من خلال عمل مراجعة للأدبيات وعمل مقابلات ومن ثم عمل مسح باستخدام استبانة حيث تم استخدام المنهج الوصفي. وتوصلت الدراسة إلى أن قيمة العلاقة مع الشركة المزودة تؤثر إيجابياً على الثقة والالتزام والرضى وتوصلت الدراسة إلى أن تأثير الثقة على الولاء غير مباشر وذلك من خلال تأثير الثقة على الالتزام والذي بدوره يؤثر على الولاء، وأن الرضى اتجاه المزود يؤدي بدوره إلى الولاء.

6- دراسة Bayazit, 2006 بعنوان Use of analytic network process in vendor selection decisions استخدام عملية الشبكة التحليلية في قرارات اختيار المزودين (البائعين)

الهدف من الدراسة هو توفير رؤية جيدة لاستخدام عملية الشبكة التحليلية التي تعد منهجية متعددة المعايير لاتخاذ القرار في تقييم مشاكل اختيار الموردين. تم اقتراح نموذج تقييم عملية اختيار المزودين كإطار عمل لمساعدة المديرين. تبين أنه يمكن استخدام عملية الشبكة التحليلية كأداة لتحليل القرار لحل مشاكل اختيار المزودين متعددة المعايير التي تحتوي على ترابط. إذ يتكون منهج هذه الطريقة من خطوتين الأولى تصنيف المعايير، والثانية ربط العلاقة بين متغيرين بين عدة متغيرات. وهذه الطريقة معقدة وتحتاج العديد من المقارنات. بناء على هذه الدراسة فإن أهم المعايير لتقييم المزودين و التي لها علاقة بمقدرة المزود: المرونة،

التوزيع في الوقت المحدد، الجودة، الحصة السوقية، قدرات العاملين، قدرات العملية، قدرات الإدارة العليا، القدرات المالية

7-دراسة Garfamy, 2005, بعنوان **supplier selection and business process improvements**

اختيار المزود وأثره على تحسين سير العمل

الهدف من هذه الدراسة اختبار العلاقة ما بين اختيار المزود وممارسات تحسين سير العمل في المنظمات في لندن. تم استخدام المنهج الوصفي وتصميم نموذج الدراسة واستخدام التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات حيث قدمت هذه الدراسة التعريفات المهمة الخاصة بكلما المجالين، ومن ثم تم توزيع استبيان لمعرفة أهم المعايير التي تهتم المؤسسات الصناعية في اختيار الموردين والتي تقوم بدورها بتحسين الإنتاجية، وقد توصلت الدراسة إلى أن المستوى العالي للجودة، الخدمة، المؤسسة والعلاقات إضافة إلى قصر دورة الوقت هي أهم العوامل المؤثرة في اختيار المزودين ولها علاقة بتحسين الإنتاجية والتركيز على الزبائن، كما أكدت الدراسة على أن العوامل والمعايير المستخدمة تتعلق بطبيعة الشركة وعملها، وأن المؤسسات تقوم باستخدام المعايير التي تشعر بأنها مناسبة لها.

8- دراسة Sarkis and Talluri, 2002, بعنوان **A Model for Strategic Supplier Selection** نظرية

الاختيار الاستراتيجي للمزودين، مجلة إدارة سلسلة التوريد:

هدفت الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة على اختيار الموردين. وتم استخدام المنهج الوصفي وعمل البحث الاستكشافي باستخدام طريقة الشبكة التحليلية حيث أنها تقوم بدراسة العلاقة بين متغيرين من المتغيرات. وقامت الدراسة بتوزيع استبيان على الشركات التي تتعامل مع موردين عند الشراء ويحتوي هذا الاستبيان على العوامل التي حددتها الدراسة بعد مراجعة الأدبيات لتقوم الشركات بتصنيف العوامل حسب أهميتها وتوصلت الدراسة إلى أن عوامل تقييم المزودين يؤثر بعضها على بعض. وأن التداخل فيما بينها يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار. وذلك بناء على العوامل المتعلقة بالمؤسسة البائعة ومصفوفة الأداء الاستراتيجي والتي تتكون من سبعة معايير. وهذه المعايير هي الثقافة، التكنولوجيا، العلاقة، التكلفة، الجودة، الوقت، المرونة، وكانت الجودة هي أهم المعايير المؤثرة على اختيار الموردين.

2.2.3 دراسات لها علاقة بالتأمين:

يجدر الإشارة هنا إلى قلة الدراسات المتعلقة بدراسة العوامل المؤثرة على قرار اختيار المؤسسات لشركة التأمين في فلسطين و في الوطن العربي، مما يعطي هذه الدراسة أهمية في معرفة العوامل المؤثرة على قرار شراء المؤسسات، وقامت الباحثة باستخدام الدراسات التي أجريت على سلوك الأفراد اتجاه التأمين لمعرفة المحددات التي يتم إدراكها من قبل زبائن شركات التأمين.

1-دراسة Dubey and Tiwari, 2019، بعنوان: Factors Affecting Consumer Behavior in the Insurance Sector العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك في قطاع التأمين:

هدفت الدراسة إلى قياس العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك في قطاع التأمين والعمل على تحسين تقديم الخدمات بناءً على هذه العوامل. وذلك عن طريق مراجعة الأدبيات السابقة لمعرفة هذه العوامل ومن ثم ترتيبها حسب أهميتها باستخدام المنهج الوصفي التحليلي عن طريق عمل استبيان. وتبين للدراسة بأن أهم هذه العوامل هي: موقع شركة التأمين، شبكة الاتصال، الفرع، البنية التحتية، توزيع الخدمة، معدل الفائدة، فتح الحسابات، عدد ساعات العمل، الاستجابة، التكنولوجيا المستخدمة، توجيهات طاقم العاملين، سمعة الشركة.

2-دراسة الكحلوت، 2018 بعنوان: العوامل المؤثرة في اختيار العملاء المؤمن لهم في قطاع غزة لشركات التأمين.

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على سلوك العملاء المؤمن لهم عند اختيارهم لشركة التأمين، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث تم عمل استبيان وخلصت الدراسة إلى أثر امتلاك العملاء المؤمن لهم للثقافة التأمينية التي تؤهلهم لاختيار شركة التأمين التي يتعاقدون معها ، بالإضافة لضعف تأثير العامل الديني على اختيارهم لشركة التأمين، فيما جاء تأثير عامل العلاقات الشخصية كعامل وسيط يساهم في تعرف العملاء على الشركة.

أما فيما يتعلق بالمتغيرات المتعلقة بشركة التأمين، فهناك تأثير كل من جودة الخدمة التي تقدمها الشركة وسعر الخدمة التأمينية وسمعة الشركة ومصداقيتها في أداء التزاماتها على اختيار العميل لها، فيما جاء تأثير عامل الممارسات الترويجية لشركة التأمين ضعيفاً.

3- دراسة الميعة، 2018 بعنوان: العوامل المؤثرة في الولاء وعلاقتها بولاء الزبائن وأثرها على الحصة السوقية لشركات التأمين الفلسطينية

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل المؤثرة في ولاء العملاء و علاقتها بولائهم اتجاه شركات التأمين وأثر ذلك على الحصة السوقية لشركات التأمين الفلسطينية. تم استخدام المنهج الوصفي. وهذه العوامل هي جودة الخدمات، سمعة وصورة شركة التأمين، سلوك العاملين (المسوقين) وسرعة الدفع والتعويض. وتوصلت الدراسة إلى أن جميع العوامل المذكورة لها تأثير كبير على ولاء العملاء لشركات التأمين، أكثرها أهمية في التأثير هو سلوك العاملين، وتبين بأنه لا يوجد علاقة ما بين عوامل الولاء وزيادة الحصة السوقية لشركات التأمين.

4-دراسة Abu-salim et al.2017 , بعنوان: Effects of perceived cost, service quality, and customer satisfaction on health insurance service continuance المدركة، ورضا العميل على الاستمرارية في تلقي خدمة التأمين الصحية من المزود الحالي في الإمارات العربية المتحدة:

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر تكلفة الخدمة على جودة الخدمة المدركة. تم استخدام المنهج الوصفي وتم توزيع الاستبيانات في الإمارات وعلى اعتبار أن شعب الإمارات متعدد الجنسيات.

وجدت الدراسة بأن تكلفة الخدمة المدركة يجب أن تؤخذ بجديّة أكبر من قبل مسوقي الخدمات على أنها واحد من أهم محددات إدراك العميل لجودة الخدمة، كما أنها مؤشر لقياس رضا العميل. حيث أن توقعات العميل لجودة الخدمة خصوصاً عند مقارنتها بالتكلفة الكلية للخدمة، ستحدد كيف سيدرك العميل جودة الخدمة، وإدراك العميل لجودة الخدمة ستحدد مستوى رضا العميل اتجاه الخدمات، ورضى العميل المرتبط بتوقعاته،

إدراك التكلفة الكلية، وإدراك جودة الخدمات ستؤثر جميعها على سلوك العميل الشرائي ونيته في الاستمرار بالشراء أو عدم الاستمرار مع مزود الخدمة الحالي، حيث ركزت هذه الدراسة على عوامل استمرارية تلقي الخدمة من المزود. وأشارت الدراسة إلى أن رضى العميل العالي اتجاه خدمة التأمين الصحي، يؤدي إلى استمرار تلقيه للخدمة من المزود، بالرغم من أن عدم رضا العميل اتجاه خدمة التأمين الصحي لا تؤدي بالضرورة إلى عدم استمرارية تلقي الخدمة الصحية من العميل.

5-دراسة Imran et al. 2017, بعنوان Exploring the determinants of institutional insurance and their impact on behavioral intentions استكشاف محددات التأمين المؤسسي وأثره على النوايا السلوكية للمجموعات

هدفت الدراسة إلى تحديد سلوك عملاء الشركات التي تقدم خدمات تأمين على الحياة للمجموعات. تم جمع البيانات عن طريق المقابلات والأسئلة المفتوحة الموجهة للزبائن. وتم عمل مجموعة تركيز تكونت من عدد من خبراء تقديم خدمات التأمين إضافة إلى توزيع عدد من الاستبانات على عدد من الزبائن، إذ تم استخدام المنهج الاستكشافي وباستخدام الأدبيات المتعلقة بالموضوع تم التوصل إلى العوامل المؤثرة على سلوك الأفراد عند شراء خدمات التأمين على الحياة، وهي عدالة الخدمة، جودة الخدمة، قيمة الخدمة والتي تؤثر على نية الشركات السلوكية (الولاء والتبديل)، وبناء على نتائج هذه الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من استراتيجيات الأداء الإضافية والتي يجب على مقدمي الخدمات استكشافها. وذلك عن طريق عمل الانحدار المتعدد الذي أجري للعثور على متغيرات تقييم الخدمة.

6 - دراسة سليطين، 2017 بعنوان: دور الإعلان في اتخاذ قرار شراء خدمات التأمين لدى المؤسسة العامة السورية للتأمين في الساحل السوري

هدفت الدراسة التعرف على الإعلان ودوره في تسويق خدمات التأمين لدى المؤسسة العامة السورية للتأمين في الساحل السوري، في محاولة لإبراز أهمية الإعلان في جميع مراحل اتخاذ قرار الشراء لدى المستهلك النهائي. وهدف هذا البحث إلى تحديد واقع الإعلان واختبار الدور الذي يقوم به والدور الواجب أن يقوم به في عملية الشراء لدى عملاء المؤسسة العامة السورية للتأمين في الساحل السوري. ونظرا لصعوبة الحصول على بيانات

كمية لقياس وتحليل دور الإعلان في المؤسسة محل البحث استنادا إلى (معايير الربحية، أو قيمة المبيعات، أو العائد على رأس المال المستثمر، أو الحصة السوقية)، فقد تم الاستناد في قياس وتحليل دور الإعلان على الاستجابة السلوكية لدى المستهلك؛ والتي تظهر في مراحل عملية الشراء. وقد تم جمع البيانات الأولية من خلال تصميم قائمة استبانة، وتوزيعها على مفردات عينة البحث لجمع المعلومات اللازمة لاختبار صحة أو عدم صحة فرضيات البحث باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، وقد شملت عينة الدراسة (120) مستهلك محتمل وفعلي الذين سبق لهم وتابعوا إعلانات عن خدمات التأمين. وتوصلنا نتيجة لذلك إلى أن للإعلان دور معنوي في مرحلة جمع المعلومات ومرحلة تقييم البدائل ومرحلة اتخاذ قرار الشراء فقط

7- دراسة Jurkovicova, 2016 , بعنوان (Behavioral aspects affecting the purchase of insurance different behavior of men and women) المجالات السلوكية المؤثرة على شراء التأمين (السلوك المختلف ما بين الرجل والمرأة) في سلوفيكيا

هدفت الدراسة إلى مناقشة أمثلة من سلوكيات شراء التأمين من غير اتباع نظريات اقتصادية وتناولت الدراسة شراء التأمين سلوك شراء التأمين بعد حدوث الحدث الذي التأمين من أجله والتفاؤل المتتالي والاعتماد على مساعدة الدولة. وتم تطبيق الدراسة على التأمين على الحياة، ومن خلال المنهج الوصفي و توزيع الاستبيانات في براتيسلافا، بينت الدراسة بأن العوامل التي تؤثر على شراء التأمين ليست فقط المتعلقة بتجنب المخاطر، حجم الخسارة المتوقع، احتمالية الخسارة، سعر تغطية التأمين، ومحددات الميزانية، بل أن الأفراد يتأثرون بالعمليات والاستدلالات المعرفية والعاطفية والتي قد تتناقض مع العقلانية. بينت الدراسة عدة عوامل تؤثر على قرار شراء تغطية التأمين، على سبيل المثال العلاقات الشخصية مع الشخص بائع التأمين، النصيحة من قبل الأصدقاء والمعارف، الاضطرابات العاطفية. وتم التمييز ما بين الرجل والمرأة من حيث العوامل المؤثرة على كل من الجنسين عند اتخاذ قرار شراء خدمة التأمين، وقد توصلت الدراسة إلى أن السبب في عدم خضوع سلوك الأفراد اتجاه شراء الخدمات التأمين للنظريات الاقتصادية العقلانية هو عدم اكتمال المعلومات المتوفرة للمشتري، خطأ في التفكير الإدراكي التحليلي، ورغبة الأفراد في السيطرة على مشاعرهم المضطربة الناتجة عن الخوف من الخسارة. أكدت نتائج الدراسة على أن العوامل غير المتعلقة بالمال هي المؤثرة على الطلب في سوق التأمين. كما أثبتت الدراسة وجود اختلاف بين الرجل والمرأة في

درجة عدم عقلانية السلوك، مثل أن المرأة تتجنب الخطر أكثر من الرجل، كما أنها تتأثر أكثر من الرجل في شراء التأمين بعامل نصيحة الاصدقاء، المعارف، الإعلانات التجارية التي تنشرها شركة التأمين والاضطرابات العاطفية، حيث يتأثر الرجال أكثر من النساء بعامل العلاقة الشخصية مع الشخص المسؤول عن بيع التأمين.

8- دراسة 2014, Mathur and Tripathi , بعنوان (Factors Influencing Customer's Choice For Insurance Companies- A Study Of Ajmer City) على اختيار المستهلكين لشركات التأمين في الهند:

هدفت هذه الدراسة إلى تعريف وتقييم العوامل المؤثرة على اختيار الزبائن لشركة التأمين. الهدف الرئيسي هو البحث عن العوامل الأكثر تأثيراً ثم ترتيبها وفقاً لذلك من خلال استخدام المنهج الوصفي تم استخدام التحليل الإحصائي في هذه الدراسة المتوسط الحسابي لمعرفة العوامل الأكثر تأثيراً في الاختيار ومن ثم ترتيبها حسب الأهمية. وتم استخراج هذه العوامل من الدراسات السابقة. تبين من الدراسة أن شركة التأمين تحتاج إلى التركيز على عوامل مثل الموقع والشبكة والفرع إضافة إلى أهمية البنية التحتية وتقديم الخدمات ومعدلات الفائدة وفتح الحسابات وساعات العمل والتكنولوجيا المستخدمة وتوجيه الموظفين وسمعة الشركة كما أن العوامل الديموغرافية للأفراد هي العوامل المهمة التي يجب معرفتها من قبل شركات التأمين من أجل تأسيس قاعدة بيانات تساعد شركات التأمين في معرفة تفضيلات الزبائن.

2.2.4 التعليق على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة في السلوك الشرائي للشركات، الدراسات السابقة في المعايير المؤثرة في اختيار الشركات لشركات التأمين، ودراسات العوامل المؤثرة في سلوك زبائن شركات التأمين، لاحظت الباحثة وجود توافق في الآراء بشأن أهمية المعايير عند اختيار شركة التأمين، وذلك بالرغم من اختلاف مجتمعات الدراسة والباحثين إلا أنهم اتفقوا على أهمية المعايير عند تقييم واختيار شركات التأمين.

ومن حيث المنهج العلمي استخدمت معظم الدراسات المنهج الوصفي واعتمد الباحثون على الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات مع اختلاف العينات ومجتمعات الدراسة.

لقد توافقت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أنها تهتم في دراسة المعايير التي تهتم بها الشركات عند اختيار شركات التأمين لشراء الخدمات التأمينية. بالإضافة إلى استخدامها المنهج الوصفي وللاستبانة كأدوات لجمع البيانات. كما اتضح من استعراض الدراسات أهمية دراسة معايير الشراء في سياق شراء المؤسسات من المؤسسات وذلك لتحسين استراتيجيات الشراء في المؤسسات المشتريه، واستراتيجيات التسويق في المؤسسات الموردة.

هدفت معظم الدراسات إلى مجموعة من الأهداف حددها مجال الدراسة وموضوعها ومتغيراتها، فبعض الدراسات هدفت لدراسة السلوك الشرائي للمؤسسات اتجاه السلع والخدمات، ومعرفة أهم المؤثرات على القرار الشرائي، وبعضها هدف لمعرفة أهم معايير اختيار المزودين، وبعضها هدف إلى معرفة العوامل المؤثرة على شراء خدمات التأمين، وكان هناك دراسة واحدة تناولت العوامل المؤثرة على اختيار شركات التأمين في غزة، أما بالنسبة للدراسة الحالية فهي تهدف إلى التعرف إلى أهم المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين.

2.2.5 ما استفادته الباحثة من الدراسات السابقة

يمكن تلخيص أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة بأنها ساعدت تحديد وتوضيح مشكلة الدراسة، وساعدت أيضاً في تحديد منهج و متغيرات الدراسة والأساليب الإحصائية المتبعة للتحليل حيث استخدمت معظم الدراسات السابقة المنهج الوصفي التحليلي. تم الاستفادة من الدراسات السابقة في عرض الإطار النظري بشكل أفضل، حيث تم الاستعانة بالعديد من الدراسات السابقة في رسم وتوضيح هيكل الإطار النظري ومراجعة المواضيع الهامة ذات الصلة بالدراسة الحالية كما أن نتائج الدراسات السابقة قد ساعدت الباحثة في تحديد كيفية الحصول على البيانات الأولية للدراسة من خلال المساعدة في تصور الإطار العام والمحاور الرئيسية للدراسة، والمساعدة في صياغة وبناء الاستبانة.

كما تم الاستفادة من النتائج والتوصيات للدراسات السابقة في تحديد أهم المعايير التي استخدمتها الدراسة.

2.2.6 ما يميز الدراسة الحالية

تتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة فيما يخص أهم المعايير التي يهتم بها المؤمن لهم عند اختيار شركات التأمين. وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها من الدراسات النادرة من نوعها في الضفة - على حد علم الباحثة - التي تدرس معايير الشركات في اختيار شركات التأمين التي عند شراء الخدمات التأمينية من خلال استخراج المعايير من المتغيرات التي تم استخراجها من نظريات سلوك المؤسسات الشرائي خاصة النظرية التكاملية. كما تتميز هذه الدراسة بكونها تطرقت للموضوع من وجهة نظر أصحاب القرار الشرائي في الشركات الصناعية. مع التطرق بشكل بسيط إلى الموضوع من وجهة نظر شركات التأمين من خلال عمل بعض المقابلات مع مدراء ووكلاء شركات التأمين، ومن ناحية منهجية البحث تم استخدام المنهج الوصفي بعد تجميع المتغيرات المتعلقة بالمعايير المهمة في تقييم الموردين من الدراسات والنظريات، حيث سيتم تحليل هذه المعايير باستخدام التحليل الإحصائي المناسب لمعرفة المعايير الأكثر أهمية، ومحاولة الربط بين هذه المعايير. ومن المتوقع أن تضيف هذه الدراسة إضافة نوعية إلى قطاع التأمين وهيئة رأس المال الفلسطينية حول أهم المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين، كما من المتوقع أن تضيف هذه الدراسة إضافة مفيدة إلى الدراسات العربية.

وتختلف الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية من حيث مجتمع الدراسة، حيث تكون مجتمع الدراسة الحالية من الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم، وتمت تعبئة الاستبانة من قبل أصحاب القرار الشرائي لخدمات التأمين في الشركات الصناعية. بينما طبقت معظم الدراسات السابقة على مجتمعات مختلفة. كما استخرجت الدراسة الحالية المعايير التي استخدمتها في الدراسة من نظريات سلوك الشرائي واستندت إلى النظرية التكاملية بالإضافة إلى الدراسات السابقة. ومن ناحية تحليل البيانات ركزت الدراسة الحالية على قياس أهمية المعايير وترتيبها من حيث الأهمية في التأثير على اختيار شركات التأمين.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

3.1 المقدمة

سيتناول هذا الفصل منهجية الدراسة والأدوات التي تم اختيارها لإجراء الدراسة وكذلك مجتمع الدراسة الذي أجريت عليه حيث سيعرض هذا الفصل وصفاً مفصلاً للخطوات التي اتبعتها الدراسة من خلال وصف منهجية الدراسة، مجتمع الدراسة، عينة الدراسة، والطريقة التي اتبعتها الدراسة لاختبار صدق أداة الدراسة وثبات أدواتها، والطريقة الإحصائية التي استخدمت في معالجة النتائج.

3.2 منهجية الدراسة

تم اعتماد الجانب النظري في الحصول على المعلومات التي تتعلق بموضوع البحث. حيث تم مراجعة الدراسات والأدبيات السابقة المتعلقة بهذا الموضوع، لمعرفة أهم المعايير التي تؤثر على قرار اختيار الشركات الصناعية لشركة التأمين المزودة للخدمات التأمينية. وتم الاعتماد على نظريات سلوك المؤسسات الشرائي لمحاولة فهم سلوك الشركات الصناعية عند اتخاذ قرار شراء خدمات التأمين واختيار شركة التأمين المزودة للخدمات، وتم الاستفادة منها في معرفة أهم المعايير التي تهتم اصحاب الشركات المشتريه للتأمين، مع عمل عدد من المقابلات لمحاولة معرفة المعايير على أرض الواقع.

وبناء عليه سوف يتم استخدام المنهج الوصفي لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها. إن المنهج الوصفي يستخدم لوصف ظاهرة ما للوصول إلى الأسباب التي أدت إلى حدوث تلك الظاهرة والتعرف على العوامل التي تؤثر على تلك الظاهرة.

كما أنه سيتم استخدام المنهج التحليلي الذي يعتمد على جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات ومن ثم استخلاص النتائج بعد تحليل ارتباط وعلاقة المتغيرات ببعضها البعض عن طريق استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، حيث تم استخدام المنهج الوصفي المسحي من خلال وصف الوضع القائم كما هو دون إجراء أي تعديل أو تغيير في الظاهرة، وبوصفه المنهج الملائم للدراسة الحالية.

3.3 مجتمع الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة جميع الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم المسجلة لدى وزارة الاقتصاد الوطني وعددها (150) شركة صناعية. وتتعدد الغايات لهذه المصانع واشتملت على المصانع التي تقوم ب: صناعة الحجر، صناعات الباطون، خشب الزيتون، الأغذية، الأدوية، النسيج، الأثاث.

سبب اختيار هذا المجتمع لأنه الأكثر تنظيماً و لأنه يرتبط ارتباطاً وثيقاً في موضوع الدراسة من حيث إشكالياتها، أهدافها، أهميتها، أسئلتها، فرضياتها، ومحدداتها وبالتالي فإن هذا المجتمع سوفي بأغراض الدراسة ومعطياتها.

3.4 عينة الدراسة

بعد أن تم وصف مجتمع الدراسة تم اختيار عينة ملائمة (ممكنة) تكونت من (102) شركة، حيث تمثل نسبة (68%) من مجتمع الدراسة وهي تقي بأغراض الدراسة.

3.5 مصادر جمع المعلومات

المصادر الأولية:

الاستبانة: استخدمت الباحثة الاستبانة كأداة لجمع البيانات من الشركات التي تتعامل مع شركات التأمين، وذلك لمعرفة أهم المعايير التي تهتم بها عند اختيار شركات التأمين. وقد تم تعديل الاستبانة بناءً على تحكيم 11 من المحكمين بتخصصات متنوعة من التسويق والإحصاء والإدارة والملحق رقم (3) يبين ذلك.

كما تم الاستعانة ببعض الدراسات السابقة لتصميم الاستبانة، أهمها دراسة الكحلوت, 2018، بعنوان العوامل المؤثرة في اختيار العملاء المؤمن لهم في قطاع غزة لشركات التأمين. ودراسة (Sarkis and Talluri, 2002)، بعنوان A Model for Strategic Supplier Selection.

وفي ضوء ذلك تكونت الاستمارة من أربعة أقسام. احتوى القسم الأول على معلومات عامة عن المبحوثين من حيث المؤهل العلمي، سنوات الخبرة العملية، ومعلومات عامة عن الشركة الصناعية التي يعمل فيها المبحوثين من حيث عدد الأفراد العاملين وحجم التأمينات السنوية، والأقسام المشاركة في قرار شراء التأمين في الشركات الصناعية، وجود أسس معدة مسبقاً لشراء التأمين، توجههم للشراء من الشركات أو الوكلاء.

احتوى القسم الثاني على سؤال يضم أنواع التأمين التي يتم شراؤها من قبل الشركات الصناعية وعددها أربعة عشرة خدمة يتم تقديمها من قبل شركات التأمين الفلسطينية.

القسم الثالث يتكون من ثلاثة محاور للاستبانة: المحور الأول هو العوامل البيئية العوامل الثقافية، القانونية، السياسية، والاقتصادية، المحور الثاني العلاقات ما بين الشركتين، المحور الثالث صفات شركة التأمين. وتكون هذا القسم من 36 فقرة وارتبطت تلك الفقرات على مقياس ليكرت الخماسي الذي يهدف لقياس تلك المحاور وهو :

الجدول رقم 3.1 مقياس ليكرت الخماسي

لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
1	2	3	4	5

والملاحق رقم (1) يوضح الاستبانة.

المقابلة:

قامت الباحثة بإجراء أربعة مقابلات لجمع معلومات مبدئية عن أهم المعايير التي تهتم بها الشركات عند اختيار شركات التأمين. وتم عمل مقابلتين مع مدراء ماليين لشركات صناعية، ومقابلتين تم عملهما مع وكيل ومدير فرع شركة تأمين وكان الهدف من سؤالهم عن أهم المعايير التي تهتمهم عند اختيار شركة التأمين معرفة أهم المعايير على أرض الواقع، ومعرفة ترتيب هذه المعايير من حيث الأهمية. والملحق رقم (2) يوضح هذه المقابلات.

3.6 وصف خصائص أفراد عينة الدراسة (خصائص الأفراد وخصائص الشركات الصناعية التي يعملون بها)

تم احتساب التكرارات والنسب المئوية للعينة كما تظهر من خلال الجدول (3.2).

الجدول(3.2): خصائص أفراد مجتمع الدراسة الذين شملتهم الدراسة

الرقم	المتغير	العدد	النسبة المئوية
1	النوع الاجتماعي		
	ذكر	82	%80.4
	أنثى	20	%19.6
2	المؤهل العلمي		
	دبلوم	34	%33.3
	بكالوريوس	45	%44.1
	ماجستير فأعلى	23	%22.5
3	سنوات الخبرة		

%23.5	24	أقل من (5) سنوات	
%28.4	29	من 5 إلى أقل من 10 سنوات	
%19.6	20	من 10 إلى 15 سنة	
%28.4	29	أكثر من 15 سنة	
		عدد الافراد العاملين في مؤسستكم	4
%12.7	13	أقل من 5 موظفين	
%21.6	22	5 - 9 موظفين	
%28.4	29	10 - 19 موظف	
%25.5	26	20 - 50 موظف	
%11.8	12	أكثر من 50 موظف	
		حجم التأمينات السنوية	5
%51.0	52	أقل من 25000 شيقل	
%27.5	28	من 25 الف إلى 50 الف شيقل	
%21.6	22	أكثر من 50 الف شيقل	

يبين الجدول رقم(3.2) معظم الأفراد الذين شملتهم عينة الدراسة هم من الذكور وذلك بنسبة (80.4%). والباقي كانوا من الإناث، حيث تلاحظ الباحثة من هذه النتيجة أن طبيعة عمل الشركة تتطلب الكثير من الجهد الميداني وعدد ساعات العمل كبيرة بالإضافة إلى العبء الوظيفي، وهذا ما يجعل معظم أفراد عينة الدراسة من الذكور .

أما بالنسبة للمؤهل العلمي حيث حصلت نسبة الحاصلين على درجة البكالوريوس على أعلى نسبة (44.1%) ودرجة الماجستير على أدنى قيمة بنسبة (22.5%)، تلاحظ الباحثة من هذه النتيجة أن الشركات الصناعية تعكس اهتماماً كبيراً في المؤهل العلمي للعاملين لديها حيث أنها تهتم في الخبرات العملية أكثر.

كما يوضح الجدول السابق أن نسبة الحاصلين على عدد سنوات خبرة عملية أقل من (5) سنوات (23.5%)، من (5) إلى أقل من (10) سنوات ما نسبته (28.4%)، من (10) إلى (15) سنة ما نسبته (19.6%)، وأكثر من (15) سنة نسبته (28.4%). وترى الباحثة بأن هذه المعطيات تشير إلى أن الشركات الصناعية تولي الاهتمام الأكبر في الخبرة العملية في عمليات الاستقطاب والتعيين والاختيار.

كما يبين الجدول أن عدد الافراد العاملين في الشركات توزع على نحو: أقل من (5) موظفين بنسبة (12.7%)، (5 - 9) موظفين ما نسبته (21.6%)، (10 - 19) موظف ما نسبته (28.4%)، (20 - 50) موظف ما نسبته (25.5%)، أكثر من (50) موظف ما نسبته (11.8%). توضح هذه النتائج أن الشركات التي تم اختيارها ضمن عينة الدراسة تصنف ضمن الشركات المتوسطة والكبيرة وتم تصنيفها بناءً على عدد عاملها.

ويبين الجدول أن حجم التأمينات السنوية بلغ أقل من (25000) شيقل على أعلى قيمة بنسبة (51.0%) تقريباً، وحصل حجم التأمينات من (25 الف) إلى (50 الف) شيقل بدرجة متوسطة بنسبة (27.5%)، كما حصل حجم التأمينات أكثر من (50 الف) شيقل على درجة منخفضة بنسبة (21.6%)، وتلاحظ الباحثة من هذه النتائج عدم تقدير الشركات الصناعية حجم الأخطار المغطاة بدقة وعدم تحديد السعر المناسب لقيمة الخطر سواء تأمين صحي للأفراد العاملين لدى تلك الشركات أو على تأمين على المباني و المعدات ، وبالتالي عدم توافر التغطية الحقيقية للمخاطر التي يحتاج العميل إلى التأمين عليها. وقد يكون المبلغ الذي تم التصريح عنه غير دقيق لأن أغلبية أصحاب المنشآت لا يجذبون التصريح بمعلومات تتعلق بالأموال المالية في معظم الأحيان.

الجدول (3.3) أي من التالية يشارك في القرار الشرائي لبوليصة التأمين:

النسبة المئوية	العدد	القسم الذي يشارك
87.3%	89	الإدارة العامة (الإدارة العليا)
8.8%	9	قسم المشتريات
3.9%	4	القسم المالي
0	0	القسم الفني

وبين الجدول (3.3) أن نسبة المشاركين في اتخاذ قرار شراء التأمين في الشركات من الإدارة العامة (الإدارة العليا) هي (87.3%)، قسم المشتريات بنسبة (8.8%)، القسم المالي (3.9%)، وهذا يدل على أن الغالبية يقررون الشراء بناءً على الإدارة العامة، وجاءت في الترتيب الثاني قسم المشتريات وتلاها القسم المالي، تلاحظ الباحثة من هذه النتيجة أن جميع القرارات المتعلقة بشؤون التأمين تأتي من الإدارة العليا، دون مناقشة مع باقي الأقسام، وأن قسم المشتريات ليس لديه صلاحيات بشراء التأمين.

الجدول (3.4) ما هو الشكل القانوني لمؤسستكم:

النسبة المئوية	العدد	الشكل القانوني
31.4%	32	عادية عامة
18.6%	19	عادية محدودة
10.8%	11	مساهمة عامة
39.2%	40	مساهمة خاصة

أظهر الجدول السابق المتعلق بالشكل القانوني للشركة الصناعية أن العينة التي تم اختيارها للشركات الصناعية اشتملت على مؤسسات المساهمة الخاصة بنسبة (39.2%) وهي النسبة الأكبر، تلاها العادية العامة بنسبة (31.4%) والعادية المحدودة بنسبة (18.6%) وفي النهاية المساهمة العامة بنسبة (10.8%)، وهنا يتبين لدى الباحثة أن أصحاب المؤسسات و الشركات الصناعية يفضلون الشكل القانوني للشركة أن تكون مساهمه خاصة والتي يتم تقسيم رأسمالها إلى أسهم لا تطرح للاكتتاب العام، وتكون مسؤولية المساهم فيها محدودة بقدر مساهمته في رأس المال ويكون لها اسم تجاري يتوافق مع غاياتها.

الجدول رقم (3.5) هل يوجد أسس معدة مسبقاً لاختيار مزود التأمين في مؤسستكم؟

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
69.6%	71	نعم
30.4%	31	لا

أظهرت النتائج في الجدول (3.5) ان نسبة (69.6%) من أفراد العينة كان لديهم أسس معدة مسبقاً لاختيار مزود التأمين، في حين كانت نسبة (30.4%) لعدم وجود أسس معدة مسبقاً لاختيار مزود التأمين، وهذه النتيجة تشير إلى اهتمام الشركات الصناعية في وجود معايير وأسس متبعة ضمن الخطه الاستراتيجية للإدارة عند اختيار شركة التأمين وهذا ما يتوافق مع نظام الإدارة في شركات المساهمة الخصوصية والذي يقتضي بوجود نظام داخلي للشركة.

الجدول رقم (3.6) تقوم الشركة بشراء خدمات التأمين من خلال:

النسبة المئوية	العدد	الإجابة
56.9%	58	شركات التأمين
43.1%	44	وكلاء شركات التأمين

أظهرت العينة أن نسبة (56.9%) يتوجهون إلى شراء خدمات التأمين من الشركات، وأن (43.1%) يعتمدون على وكلاء شركات التأمين، يتضح لدى الباحثة ان الشركات الصناعية تقوم باتصال مباشر مع الشركات التأمين من اجر شراء بوليصة التأمين، يعتقدون ان التعامل مع المصدر الرئيسي للشركة التأمين مصداقية وشفافية أكثر العملاء

القسم الثاني: أنواع الخدمات التأمينية التي يتم شراؤها:

تم احتساب التكرارات والنسب المئوية كما تظهر من خلال الجدول (3.7).

الجدول (3.7): التكرارات والنسب المئوية لانواع التأمين التي يتم شراؤها.

النسبة المئوية	العدد	نوع التأمين
90.2%	92	تأمين إصابات العمل
83.3%	87	تأمين مركبات
48%	49	تأمين صحي
47.1%	48	تأمين الحريق والسرقة
45.1%	46	تأمين المسؤولية المدنية
40.2%	41	تأمين على المعدات
29.4%	30	تأمين حوادث شخصية
25.5%	26	تأمين على كسر المكائن

21.6%	22	تأمين هندسي وأخطار المقاوم
19.6%	20	تأمين على الحياة
9.8%	10	التأمين البحري والبضائع
9.8%	10	تأمين بيوت
0	0	تأمين خيانة الأمانة
0	0	تأمين نقل النقود

يظهر جدول أنواع التأمينات التي يتم شراؤها ان نسبة (90.2%) من العينة اختاروا تأمين اصابات العمل وفي الترتيب الأول، أما الترتيب الثاني فكان لتأمين المركبات بنسبة (85.3%) وفي الترتيب الثالث التأمين الصحي بنسبة (48%) والرابع تأمين الحريق والسرقة بنسبة (47.1%)، و الخامس التأمين البحري بنسبة (9.8%)، و السادس التأمين على الحياة وتأمين البيوت بنسبة (19.6%). بينما كان أقل التأمينات هو لتأمين خيانة الأمانة ونقل النقود وبقيم (0%).

ويتضح لدى الباحثة ان تأمين اصابات العمل هي من أهم التأمينات التي يتم شراؤها من قبل الشركات الصناعية وهذا يدل على أن الشركة تهتم بالسلامة المهنية لدى عمالها. كما يتضح أن الشركات الصناعية لا تهتم كثيراً بتوفير التأمين الصحي لموظفيها، وهذا قد يشير إلى رغبتها بتوفير النفقات. كانت أقل التأمينات هو تأمين خيانة الأمانة ونقل النقود ويتضح لدى الباحثة من خلال هذه النتيجة ان الشركات الصناعية تعتمد على حفظ أموالها بشكل شخصي.

3.7 صدق أداة الدراسة: (Validity)

تم التحقق من صدق الأداة بعرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبراء، ملحق رقم (3)، والذين أبدوا ملاحظاتهم عليها من حيث عدد الفقرات وصياغتها والحذف والتعديل والإضافة، وأصبحت الأداة في صورتها النهائية تضم (36) فقرة موزعة إلى ثلاثة محاور وهي:

المحور الأول: العوامل البيئية: العوامل الثقافية، القانونية، السياسية، و الاقتصادية ويتكون من (6) فقرات

المحور الثاني: تأثير العلاقات بين الشركتين ويتكون من (8) فقرات.

المحور الثالث: صفات تتعلق بشركة التأمين: ويتكون من (22) فقرة.

كما تم احتساب الصدق باستخدام معامل ارتباط (Person Correlation) بين الفقرات والدرجة الكلية

للمحاور للتحقق من الصدق الداخلي كما تظهر من خلال الجدول (3.8)

الجدول(3.8): معامل ارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لكل مجال.

الرقم	معامل الارتباط	الدلالة Sign	الرقم	معامل الارتباط	الدلالة Sign	الرقم	معامل الارتباط	الدلالة Sign
المحور الأول: العوامل البيئية: العوامل الثقافية، القانونية، السياسية، و الاقتصادية								
1	.554**	.000	3	.599**	.000	5	.682**	.000
2	.637**	.000	4	.423**	.000	6	.649**	.000
المحور الثاني: تأثير العلاقات بين الشركتين								
7	.234*	.018	10	.596**	.000	13	.717**	.000

.000	.611**	14	.000	.611**	11	.000	.516**	8
			.000	.365**	12	.000	.716**	9
المحور الثالث: صفات تتعلق بشركة التأمين								
.000	.599**	17	.000	.591**	9	.000	.494**	1
.000	.593**	18	.005	.274**	10	.000	.603**	2
.000	.485**	19	.016	.238*	11	.000	.464**	3
.000	.567**	20	.000	.431**	12	.000	.456**	4
.000	.682**	21	.000	.479**	13	.000	.573**	5
.000	.608**	22	.000	.473**	14	.000	.466**	6
			.000	.457**	15	.000	.411**	7
			.000	.537**	16	.019	.231*	8

وتظهر كافة القيم وجود ارتباط عالي بين الفقرات والدرجات الكلية للمجالات الثلاث مما يدل على الصدق الداخلي لأداة الدراسة. وبالرغم من حصول بعض الفقرات على معامل ارتباط ذو قيمة منخفضة، إلا أن الدالة الخاصة بها كانت بقيمة أقل من 0.05 لذلك تم قبول الفقرات. وهذه الفقرات هي: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بعلاقتنا الشخصية مع مدير شركة التأمين، نختار شركة التأمين التي تحرص على تقديم خدمات مميزة ما بعد حدوث الحادث، ونختار شركة التأمين بناءً على العروض التي تقدمها. قد يكون الاختلاف في فهم هذه العبارات أدى إلى هبوط قيمة بيرسون ولأن الدلالة موجودة نبقى الفقرة كما هي.

3.8 ثبات أدوات الدراسة

للتحقق من ثبات أداة الدراسة، قامت الباحثة باعتماد معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للمجالين كما تظهر من خلال الجدول (3.9).

الجدول (3.9): نتائج معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للمحاور الثلاث والدرجة الكلية

المحور	عدد الحالات	عدد الفقرات	قيمة كرونباخ ألفا
العوامل البيئية	102	6	0.70
تأثير العلاقات بين الشركتين	102	8	0.72
صفات تتعلق بشركة التأمين	102	22	0.82
الدرجة الكلية	102	36	0.87

بلغت قيمة الثبات للدرجة الكلية (87%)، وهي قيمة جيدة في الثبات وتفي بأغراض الدراسة.

3.9 إجراءات الدراسة

قامت الباحثة بمجموعة من الخطوات من أجل تطبيق الدراسة، وهي:

تصميم استبانة لقياس المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين "حالة تطبيقية على الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم، عن طريق مراجعة الأدبيات التربوية والدراسات السابقة، وقامت الباحثة بالتأكد من صدق الاستبانة عن طريق عرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص والذين أبدوا ملاحظاتهم عليها، وتم تعديلها

بناءً على توصيات المحكمين، وتكونت الاستبانة في صورتها النهائية من (36) فقرة مقسمة إلى ثلاثة محاور.

تمكنت الباحثة من الوصول إلى الشركات الصناعية من خلال توزيع البعض من الاستبانات في مديرية الاقتصاد الوطني خلال شهرين (تشرين الثاني وكانون الأول من العام 2021)، كونها الجهة الرسمية المسؤولة عن هذه المصانع حيث تقوم الشركات بتجديد رخصة تشغيل المصنع سنوياً، كما تمكنت الباحثة من توزيع البعض الآخر على المصانع نفسها من خلال زيارتها، وبعض الاستبانات تم توزيعها من خلال معرفة الباحثة بوجود ورش عمل تخص المصانع تم عملها في المنطقة الصناعية في محافظة بيت لحم. وتم توزيع البعض الآخر من خلال مكاتب التأمين.

قامت الباحثة بالحصول على أعداد الشركات الصناعية من خلال وزارة الاقتصاد الوطني، حيث قامت الباحثة بتطبيق الاستبانة، وذلك بتوضيح تعليمات الاستبانة لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وذلك من أجل الحصول على نتائج موضوعية.

3.10 متغيرات الدراسة

تناولت الدراسة المتغيرات الآتية:

المتغيرات المستقلة:

- العوامل البيئية.
- وجود العلاقات بين الشركتين.
- صفات تتعلق بشركة التأمين.

المتغيرات الوسيطة:

صفات أفراد الشراء:

- المؤهل العلمي.
- عدد سنوات الخبرة في العمل لدى الشركة الصناعية.

صفات الشراء:

- الأقسام المشاركة في قرار الشراء.
- حجم التأمينات السنوية لمؤسستكم (قيمة الحافطة التأمينية الكاملة السنوية التقريبية).
- أسس معدة في الشركة الصناعية لاختيار شركات التأمين.
- الشراء من خلال شركة التأمين أو وكيل شركة التأمين.

صفات الشركة الصناعية:

- حجم الشركة الصناعية: وقد تم اعتماد عدد الأفراد العاملين في الشركة الصناعية كمؤشر على حجمها.
- الشكل القانوني للشركة الصناعية.

المتغير التابع: اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين.

المعالجة الإحصائية

- لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها استخدمت الباحثة التحليلات الإحصائية الآتية:-
- حساب معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للتأكد من ثبات أداة الدراسة.

- استخراج التكرارات، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ومعامل الارتباط، واختبار التحليل الاحادي ANOVA، واختبار T- Test، ومعامل الارتباط بيرسون، واختبار توكي للفروق، لتحليل البيانات من خلال برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

تم تحديد المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين " حالة تطبيقية على الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم ، عن طريق احتساب المتوسط الحسابي لكل فقرة أو مجال، وذلك باستخدام المقياس الوزني التالي:

أعلى قيمة (5) وأقل قيمة (1) والفرق بينهم (4) يتم قسمته على (3) فنحصل على (1.33) بإضافتها لأقل قيمة (1) وصولاً إلى (5) كما في الجدول رقم (3.10).

الجدول (3.10) مفتاح التقدير:

الدرجة	منخفضة	متوسطة	مرتفعة
المتوسطة الحسابي	أقل من 2.34	3.66 – 2.34	أعلى من 3.66

الفصل الرابع

نتائج أسئلة الدراسة

4.1 مقدمة

يتضمن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة، والتي ترمي حول المعايير المؤثرة على قرار اختيار شركات التأمين من قبل الشركات الصناعية، وأهم هذه المعايير بالنسبة للشركات الصناعية، وللإجابة عن هذا السؤال، استخرج الباحث المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والمستوى الكلي لكل فقرة ولكل مجال، وقام أيضاً بتبني مفتاح تفسير النتائج للمقياس الخماسي (ليكرت).

4.2 نتائج أسئلة الدراسة

4.2.1 نتائج السؤال الرئيسي

ما هي المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية في قرار اختيار شركة التأمين المزودة للخدمة؟
للإجابة عن سؤال الدراسة الأول قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لفقرات أداة الدراسة ومجالاتها.

الجدول (4.1): الأعداد والمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة حول "المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية في قرار اختيار شركة التأمين المزودة للخدمة".

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	العوامل البيئية	3.64	0.65	متوسطة
2	العلاقات بين الشركتين	4.00	0.53	مرتفعة
3	صفات شركة التأمين	4.25	0.42	مرتفعة
	تأثير السعر	4.08	0.66	مرتفعة
	صورة الشركة	4.06	0.67	مرتفعة
	قوة الشركة	3.91	0.92	مرتفعة
	الدرجة الكلية للصفات	4.13	0.41	مرتفعة
	الدرجة الكلية للعوامل	4.02	0.40	مرتفعة

تشير البيانات الواردة في الجدول (4.1) أن المتوسط الحسابي الكلي للعوامل جاء بقيمة (4.02) وهي قيمة مرتفعة، و المتوسط الحسابي للعوامل البيئية جاء بقيمة (3.64) وهي درجة متوسطة، أما باقي المجالات جاءت بقيم مرتفعة. وهذا يدل على أهمية هذه المعايير بالنسبة للشركات الصناعية. و أن المعايير المتعلقة بالعوامل البيئية هي ذات أهمية متوسطة بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين. أما المعايير المتعلقة بالعلاقات بين الشركتين و صفات شركة التأمين فهي ذات أهمية كبيرة. ويتبين من هذا الجدول أن المعايير التي تتعلق بصفات شركة التأمين (متوسط حسابي 4.13) ذات أهمية أكبر من العوامل البيئية والعلاقات بين الشركتين في التأثير على قرار اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين، وأن جودة الخدمة التأمينية هي المعيار الأهم من بين صفات شركات التأمين (متوسطها الحسابي 4.25)، يليها سعر الخدمات (4.08)، ثم صورة شركة التأمين (4.06) ثم قوة شركة التأمين (3.91).

أما بخصوص تقديرات أفراد مجتمع الدراسة لفقرات مجالات الاستبانة فقد جاءت كالتالي:

4.2.2 السؤال الفرعي الأول: هل تعتبر العوامل البيئية (العامل القانوني، الثقافي، الاقتصادي، الديني) من المعايير ذات الأهمية عند اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين: وقد تمثلت الإجابة عنه في المحور الأول من الاستبانة:

المحور الأول: (العوامل البيئية)

قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال، وتم ترتيبها تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما في الجدول (4.2).

جدول (4.2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازلياً حسب استجابات مجتمع الدراسة للمحور الأول (العوامل البيئية).

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
4	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتجنبنا للتعرض للمساءلة القانونية	4.12	.859	مرتفعة
2	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بمسؤوليتنا اتجاه الموظفين	3.86	1.005	مرتفعة
3	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بمسؤوليتنا اتجاه الزبائن (الزائرين)	3.77	1.089	مرتفعة
6	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بالوضع الاقتصادي	3.68	1.220	مرتفعة
1	يلعب العامل الديني والشرعي دوراً في اختيارنا لشركة التأمين	3.27	1.118	متوسطة
5	تؤثر تغيرات الأوضاع السياسية على اختيارنا لشركة التأمين	3.14	1.251	متوسطة

تظهر البيانات الواردة في الجدول (4.2) أن أعلى متوسط حسابي كان للفقرة: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتجنبنا للتعرض للمساءلة القانونية، بقيمة (4.12) من أعلى قيمة (5) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الترتيب الثاني الفقرة: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بمسؤوليتنا اتجاه الموظفين، بمتوسط حسابي مقدار (3.86) وهي درجة مرتفعة.

بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة: تؤثر تغيرات الأوضاع السياسية على اختيارنا لشركة التأمين، بمتوسط حسابي مقداره (3.14) وبدرجة متوسطة، والفقرة: يلعب العامل الديني والشرعي دوراً في اختيارنا لشركة التأمين، بمتوسط مقداره (3.27) وبدرجة متوسطة. وهذا يدل على أن هذه المعايير لا تؤثر بشكل كبير على اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين. وهذا يتعارض مع دراسة (الكلوت، 2018).

وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية و الانحراف المعياري الذي يقيس التشتت في إجابات مجتمع الدراسة في المجال المذكور، نجد بأنها جميعاً تأتي ما بين المتوسطة و المرتفعة وهذه نسبة مقبولة للباحثة. بناءً على هذا الجدول تبين بأن معايير العوامل البيئية ذات الأهمية عند اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين هي تجنب الشركات الصناعية للمساءلة القانونية ، يليه في الأهمية معيار مسؤولية الشركة الصناعية اتجاه الموظفين، مسؤولية الشركة الصناعية اتجاه الزائرين، ثم الوضع الاقتصادي، وهذا يدل على ان الشركات تسعى الاستمرارية و الاستدامة في مجال عمله، وبذلك تكون نتائج هذا السؤال قد توافقت مع دراسة كل من (الكلوت، 2018) واختافت مع دراسة (Dubey and Tiwari, 2019).

أما بالنسبة للمعيار الأقل أهمية بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين فيما يتعلق بالعوامل البيئية فهو عامل الأوضاع السياسية، والعامل الديني، وهذا يعود إلى أن الشركات الصناعية تختار شركات التأمين وفقاً لمعايير محددة مثل الجودة والمصداقية في العمل و ليس على معايير شخصية او حزبية.

4.2.3 السؤال الفرعي الثاني: هل يعتبر معيار العلاقات بين الشركة الصناعية وشركة التأمين من المعايير ذات الأهمية بالنسبة لشركة التأمين عند اختيار شركة التأمين: وقد تمثلت الإجابة عنه في المحور الثاني للاستبانة.

المحور الثاني: العلاقات بين الشركتين.

قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال، وتم ترتيبها تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما في الجدول (4.3).

جدول (4.3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازلياً حسب

استجابات مجتمع الدراسة للمحور الثاني (العلاقات بين الشركتين)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتجربتنا السابقة معها	4.54	.655	مرتفعة
6	نختار شركة التأمين التي يكون موظفوها على استعداد لمساعدتنا	4.26	.878	مرتفعة
5	نختار شركة التأمين التي تبقى في اتصال دائم معنا	4.25	.826	مرتفعة
3	يستمر شراؤنا من نفس شركة التأمين من أجل الحصول على خصم	4.00	.867	مرتفعة
8	يتأثر اختيارنا شركة التأمين بعلاقتنا الشخصية مع وكيل شركة التأمين	3.87	1.183	مرتفعة
7	يتأثر اختيارنا شركة التأمين بعلاقتنا الشخصية مع مدير شركة التأمين	3.84	1.069	مرتفعة
4	يستمر شراؤنا من نفس شركة التأمين من أجل تقليل المخاطر	3.77	.994	مرتفعة
2	نختار شركة التأمين التي تربطنا معها علاقة تجارية متبادلة (تقوم بشراء منتجاتنا مثلاً)	3.46	1.069	متوسطة

تظهر البيانات الواردة في الجدول (4.3) أن جميع معايير العلاقات بين الشركتين ذات أهمية كبيرة بالنسبة للشركات الصناعية باستثناء معيار الارتباط مع شركة التأمين بعلاقة تجارية جاءت أهميتها متوسطة. أعلى متوسط حسابي كان للفقرة: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتجربتنا السابقة معها، بقيمة (4.54) من أعلى قيمة (5) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الترتيب الثاني الفقرة: نختار شركة التأمين التي يكون موظفوها على استعداد لمساعدتنا، بمتوسط حسابي مقدار (4.26) وهي درجة مرتفعة.

بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة: نختار شركة التأمين التي تربطنا معها علاقة تجارية متبادلة (تقوم بشراء منتجاتنا مثلاً)، بمتوسط حسابي مقداره (3.46) وبدرجة متوسطة، والفقرة: يستمر شراؤنا من نفس شركة التأمين من أجل تقليل المخاطر، بمتوسط مقداره (3.77) وبدرجة مرتفعة .

وبناءً على نتائج الجدول السابق يتضح لدى الباحثة أن التجربة السابقة مع شركة التأمين هي المعيار الأهم بالنسبة لاختيار الشركة الصناعية لها. حيث ان التعامل مع شركات تأمين موثوقة وأصبح ضرورياً في جميع مجالات الشركات، وهذا بحد ذاته يؤدي الى تطور الشركات ويحميها من الأخطار المستقبلية التي يمكن أن تعيق من عملها وهذا بحد ذاته يساعدها في مواكبة التطور والتقدم مع الشركات النموذجية، بينما حصل اختيار شركة التأمين من خلال ارتباطها بشراء من منتجاتها أي ان يكون هناك علاقة متبادلة على درجة منخفضة وتلاحظ الباحثة ان الشركات الصناعية تمتاز في الاستقلالية ولا تضع على نفسها قيود، حيث هذه النتيجة تشابهت مع دراسة (الميمة، 2018).

4.2.4 السؤال الثالث: هل تعتبر صفات شركة التأمين (الجودة التأمينية، السعر، صورة شركة التأمين، قوة شركة التأمين في السوق) من المعايير ذات الأهمية للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين: تمثلت الإجابة عن هذا السؤال في المحور الثالث للاستبانة.

المحور الثالث: صفات تتعلق بشركة التأمين.

قامت الباحثة بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث والمكونة من اربعة مجالات، وتم ترتيبها تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

أولاً: تأثير جودة الخدمة التأمينية (Service quality) على قرارنا عند اختيار شركة التأمين

جدول (4.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة للمحور الثالث (الجودة التامينية).

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
7	نختار شركة التأمين التي لديها مصداقية عالية بالتعويض اتجاهنا بعد الحادث	4.62	.564	مرتفعة
8	نفضل اختيار شركة التأمين التي تستجيب لنا في جميع الأوقات (24 ساعة)	4.50	.671	مرتفعة
10	نختار شركة التأمين التي تحرص على تقديم خدمات مميزة ما بعد حدوث الحادث (مثل خدمات توفير سيارة، علاج، الخ)	4.49	.714	مرتفعة
9	نفضل شركة التأمين التي تقوم بمتابعة تجديد التأمين الخاص بنا بشكل دوري لتذكيرنا	4.43	.802	مرتفعة
1	نختار شركة التأمين التي نشعر اتجاهها بالثقة	4.30	.818	مرتفعة
6	نفضل شركة التأمين التي تتصف بالمرونة مع متطلباتنا المتغيرة اتجاه الخدمات	4.27	.733	مرتفعة
2	نختار شركة التأمين التي لديها القدرة على تقديم الخدمة السريعة وبدون تعقيدات في الإجراءات	4.25	.941	مرتفعة
5	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بقيام موظفيها بعرض و توضيح الإجراءات المتبعة والتغطيات التأمينية بمهارة	4.04	.911	مرتفعة
3	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بالمظهر المميز الذي يظهر به موظفوها	3.96	1.143	مرتفعة
4	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين باللباقة التي يتصف بها موظفوها	3.68	.892	مرتفعة

تظهر البيانات الواردة في الجدول (4.4) أن جميع المعايير التي تتعلق بجودة الخدمة التأمينية ذات أهمية كبيرة بالنسبة للشركات الصناعية حيث تهتم بها عند اختيار شركة التأمين. أعلى متوسط حسابي كان للفقرة: نختار شركة التأمين التي لديها مصداقية عالية بالتعويض اتجاهنا بعد الحادث، بقيمة (4.62) من أعلى قيمة (5) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الترتيب الثاني الفقرة: نفضل اختيار شركة التأمين التي تستجيب لنا في جميع الأوقات (24 ساعة)، بمتوسط حسابي مقدار (4.50) وهي درجة مرتفعة.

بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين باللباقة التي يتصف بها موظفوها، بمتوسط حسابي مقداره (3.68) وبدرجة مرتفعة، والفقرة: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بالمظهر المميز الذي يظهر به موظفوها، بمتوسط مقداره (3.96) وبدرجة مرتفعة.

تبين من هذا الجدول أن أهم معيار من معايير جودة الخدمة التأمينية بالنسبة للشركات الصناعية هو المصداقية العالية بالتعويض اتجاه الشركة الصناعية، ومن هنا تلاحظ الباحثة ان الشركات الصناعية تهتم بشكل كبير بمدى التزام شركة التأمين تجاه المشتركين وسرعة الإستجابة و التعويض فور وقوع اي حادث، في ظل بيئة مهنية مبنية على أساس من الوضوح والمصداقية، وهذا بحد ذاته يؤدي الى بناء علاقة تكاملية مع المشتركين (المستأمنين)، بالإضافة إلى إلتزام شركة برسالتها وهويتها المؤسسية القائمة على تبني كامل لمبادئ ومعايير تطبيق التأمين مما يؤدي الى لفت الأنظار اليها من قبل الشركات الصناعية وقد انسجمت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (الميمية، 2018)،

أما بالنسبة للمعيار الأقل أهمية فهو اللباقة التي يتصف بها موظفو شركة التأمين والمظهر المميز، بالاستناد الى المعالجات الاحصائية التي استخدمت في عرض هذا المجال ان الأهمية الأساسي لاتي تهتم به شركات الصناعية عند اختيار شركات تأمين هو مدى مصداقيته والتزامها اتجاه عملائها واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Imran et al. 2017)

ثانياً: تأثير السعر (Price) على قرارنا عند اختيار شركة التأمين:

جدول (4.5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة للمجال الثاني.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
3	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتقديمها تسهيلات في عملية الدفع	4.32	.773	مرتفعة
1	نختار شركة التأمين بناء على العروض التي تقدمها	4.16	.920	مرتفعة
4	نفضل اختيار شركة التأمين التي تقدم خصومات خاصة لنا	4.12	.968	مرتفعة
5	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتقديم شركة التأمين خصومات لأفراد المصنع عند شرائهم الخدمات التأمينية الخاصة بهم	4.03	.990	مرتفعة
2	نختار شركة التأمين التي تقدم السعر الأقل	3.79	1.018	مرتفعة

تظهر البيانات الواردة في الجدول (4.5) أن جميع المعايير المتعلقة بالسعر هي ذات أهمية بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين. أعلى متوسط حسابي كان للفقرة: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتقديمها تسهيلات في عملية الدفع، بقيمة (4.32) من أعلى قيمة (5) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الترتيب الثاني الفقرة: نختار شركة التأمين بناء على العروض التي تقدمها، بمتوسط حسابي مقدار (4.16) وهي درجة مرتفعة ويليه الخصومات (متوسط حسابي 4.12).

بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة: نختار شركة التأمين التي تقدم السعر الأقل، بمتوسط حسابي مقداره (3.79) وبدرجة مرتفعة، والفقرة: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتقديم شركة التأمين خصومات لأفراد المصنع عند شرائهم الخدمات التأمينية الخاصة بهما، بمتوسط مقداره (4.03) وبدرجة مرتفعة.

تبين من هذا الجدول أن معيار تسهيلات الدفع هو المعيار الأهم المتعلق بمعايير السعر بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين و يليه معيار الخصومات، وهذا يبين لدى الباحثة انه يستوجب أن تمنح بعض شركات التأمين المؤمن لشركات الصناعية خصماً يسمى بخصم عدم التقدم بمطالبة" يتم بموجبه تخفيض قسط التأمين للسنة القادمة نظراً لعدم تقدم المؤمن له بمطالبة لشركة التأمين وخلو سجله من الحوادث خلال السنة التأمينية السابقة، ويعد ذلك من باب تشجيع الشركات الالتزام بالسلامة المهنية، وبالمقابل تقوم بعض شركات التأمين بعدم برفع قسط التأمين للسنة التأمينية الجديدة تشابهت هذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Abu-salim et al.2017)

وحصل المعيار السعر الأقل على أقل متوسط حسابي، ترى الباحثة ان الشركات الصناعية لا تهتم بأسعار التأمين بمدى اهتمامها بطريقة الدفع ربما يكون سعر مرتفع ولاكن طريقة الدفع تكون خلال فترات وهذا يكون متفق عليه بين الشركة التأمين والشركة الصناعية في بند العقد. وهذا يتفق مع دراسة (Jurkovicova, 2016), ودراسة (Ho, et.al.2010) ويختلف مع دراسة (pawlowski, 2017) ودراسة (Liying and Xu, 2013).

ثالثاً: تأثير صورة الشركة (Image) على قرارنا عند اختيار شركة التأمين

جدول (4.6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليا حسب استجابات مجتمع الدراسة للمجال الثالث.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
1	نختار شركة التأمين ذات السمعة المميزة بين جمهور المتعاملين	4.35	.753	مرتفعة
2	يتأثر اختيارنا شركة التأمين بعلامتها التجارية القوية	4.07	.957	مرتفعة
3	يتأثر اختيارنا شركة التأمين بالكلام الإيجابي والتوصية من قبل المعارف في الشركات الأخرى	3.92	.961	مرتفعة
4	نختار شركة التأمين التي تتعامل معها الشركات المعروفة والشخصيات الاعتبارية	3.92	1.175	مرتفعة

تظهر البيانات الواردة في الجدول (4.6) أن جميع المعايير المتعلقة بصورة شركة التأمين مهمة بالنسبة للشركة الصناعية عند اختيار شركة التأمين. وأن أعلى متوسط حسابي كان للفقرة: نختار شركة التأمين ذات السمعة المميزة بين جمهور المتعاملين، بقيمة (4.35) من أعلى قيمة (5) وبدرجة مرتفعة، بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة: نختار شركة التأمين التي تتعامل معها الشركات المعروفة والشخصيات الاعتبارية، بمتوسط حسابي مقداره (3.92) وبدرجة مرتفعة.

ويتبين من هذا الجدول أن المعيار الأهم بالنسبة للشركات الصناعية المتعلق بصورة شركة التأمين هو معيار سمعة شركة التأمين المميزة بين جمهور المتعاملين، يليها في الأهمية العلامة التجارية لشركة التأمين، وهنا ترى الباحثة أن المؤسسات الصناعية تهتم في سمعة والعلامة التجارية لدى الشركة المؤمنة لشركتها حيث تعد السمعة و الحفاظ عليها عملية أساسية بالنسبة للمنظمات و كافة المؤسسات في العصر الحديث و في ظل حدة المنافسة بين المنظمات والسعي الدائم لخلق سمعة مميزة حيث تحظى برضى وولاء الجماهير، لذا تضاعف اهتمام المنظمات بسمعتها لكونها قيمة و ينبغي حمايتها و الحفاظ عليها، إن الوصول إلى سمعة مؤسسية طيبة لدى المجتمع من أهم عوامل نجاح المؤسسة. وهذا يتفق مع دراسة (Srivastava, 2013) ودراسة (زيداوي وآخرون، 2011).

أما معيار الكلام الإيجابي والتوصية من قبل المعارف في الشركات الأخرى، ومعيار تعامل الشركات المعروفة والشخصيات الاعتبارية مع شركة التأمين، فهما المعيارين الأقل أهمية بالنسبة للشركات الصناعية وهنا اختلفت النتيجة مع دراسة (زيداوي، 2011) يتضح من خلال عرض نتائج ان الشركات الصناعية لا تهتم بتجارب سابقة لدى المؤسسات الذين يشترون خدمات تأمين من الشركات، ربما اعتقادها ان كل شركة لديها استراتيجية معينة سواء في طبيعة عملها او الخدمات الإنتاجية التي تقدمها فلا يجب اخذ الكلام الإيجابي والتوصية بعين الاعتبار اختلفت هذه النتيجة من دراسة (Jurkovicova,2016) .

رابعاً: تأثير قوة شركة التأمين في السوق على قرارنا عند اختيار شركة التأمين.

جدول (4.7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازلياً حسب استجابات مجتمع الدراسة للمجال الرابع.

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة	الرقم
مرتفعة	1.015	3.98	نهتم بهامش الملاء لدى شركة التأمين عند اختيارنا لشركة التأمين (هامش الملاء يعني قدرة شركة التأمين على الوفاء بالتزامها)	1
مرتفعة	1.071	3.89	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بحصتها السوقية في سوق التأمين (عدد الأفراد المؤمنين والشركات المؤمنة لدى شركة التأمين)	3
مرتفعة	1.203	3.86	نهتم بمعرفة القوة المالية لشركة التأمين (أرباحها ورأس مالها) عند اختيارنا لشركة التأمين	2

تظهر البيانات الواردة في الجدول (4.7) أن جميع المعايير المتعلقة بقوة شركة التأمين في السوق ذات أهمية بالنسبة للشركات الصناعية. وأن أعلى متوسط حسابي كان للفقرة: نهتم بهامش الملاء لدى شركة التأمين عند اختيارنا لشركة التأمين (هامش الملاء يعني قدرة شركة التأمين على الوفاء بالتزامها)، بقيمة

ك(3.98) من أعلى قيمة (5) وبدرجة مرتفعة، تلاحظ الباحثة ان هذه الفقرة تحظى بمستوى عالي من الاهتمام من قبل الشركات الصناعية تهتم عند اختيارها شركة التأمين بالقيم الاستراتيجية والتي تتمثل في قدرة الشركة على التزامها بالمعايير التي تم الاتفاق عليها، بكفاءة وجودة عالية، بالإضافة لتقديم الخدمة بأستمرارية وهذا يتطلب امتلاك شركة التأمين موجودات المالية الدائمة لتسديد الكوارث التي قد تصيبها، أي بمعنى أن تكون هذه الشركات قادرة على مواجهة التزاماتها المأخوذة على عاتقها تجاه حملة وثائق التأمين في مواعيدها المقررة، تشابهت هذه النتيجة مع دراسة (Mathur and Tripathi 2014) ودراسة (Bayazit, 2006).

بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة: نهتم بمعرفة القوة المالية لشركة التأمين (أرباحها وراس مالها) عند اختيارنا لشركة التأمين، بمتوسط حسابي مقداره (3.86) وبدرجة مرتفعة. ترى الباحثة ان الشركات الصناعية عند اختيارها شركة تأمين لا تهتم في معدل أرباحها حيث يكون الاهتمام الأكبر في قدرة شركة التأمين أو شركة إعادة التأمين على أن تضمن بشكل دائم مواردها الخاصة لدفع الالتزامات الناشئة عن أعمال التأمين أو إعادة التأمين

4.2.5 السؤال الرابع: ماهي المعايير الأكثر أهمية بالنسبة للشركات الصناعية

تمثلت الإجابة عنه من خلال تقييم محددات اختياركم لشركة التأمين حسب درجة الأهمية (رقم 1 يرمز للأقل أهمية ورقم 7 يرمز للأكثر أهمية).

للإجابة عن السؤال الثاني تم استخراج التكرارات لاستجابات المبحوثين حول الأهمية، كما تظهر من خلال الجدول (4.8).

الجدول (4.8): النسب المئوية لاستجابات عينة الدراسة على محددات اختيار شركة التأمين.

الرقم	معايير اختيارنا لشركة التأمين	المتوسط	الترتيب	النسب المئوية لدرجة الأهمية						
				1 أقل أهمية	2	3	4	5	6	7 أكثر أهمية
1	تنوع تغطية الخدمات التأمينية وجودتها	6.13	1	1	1	2	7.8	13.7	17.6	56.9
2	أسعار الخدمات التأمينية	5.84	2	3.9	0	2	14.7	9.8	20.6	49.0
3	الخصومات الخاصة بالمؤسسات والشركات	5.59	4	4.9	1	2.9	13.7	10.8	32.4	34.3
4	سمعة ومصداقية شركة التأمين	5.82	3	5.9	2.9	0	8.8	9.8	21.6	51.0
5	العلامة التجارية لشركة التأمين	4.68	7	4.9	20.6	5.9	10.8	16.7	10.8	30.4
6	القوة المالية لشركة التأمين	5.18	5	2.9	13.7	6.9	8.8	8.8	24.5	34.3
7	توصية المعارف في الشركات الأخرى	4.83	6	6.9	3.9	12.7	16.7	14.7	25.5	19.6
8	علاقات موظفي الشركة الصناعية مع وكلاء أو موظفي شركة التأمين	4.20	8	6.9	15.7	14.7	24.5	2.9	22.5	12.7
9	العامل الديني	3.53	10	31.4	10.8	9.8	8.8	11.8	15.7	11.8
10	الحصة السوقية لشركة التأمين	3.98	9	28.4	7.8	4.9	11.8	10.8	15.7	20.6

تظهر البيانات الواردة في الجدول أن محددات الاختيار الأعلى في التقييم كانت للمحدد: تنوع تغطية الخدمات التأمينية وجودتها، بتكرار الأعلى أهمية 56.9% للتقييم 7 وللتقييم 6 كانت بقيمة 17.6%، وجاء

في الترتيب الثاني المحدد: أسعار الخدمات التأمينية، وفي الترتيب الثالث: سمعة ومصداقية شركة التأمين، وفي الترتيب الرابع: الخصومات الخاصة بالمؤسسات والشركات.

أما أقل محددات الاختيار أهمية فكان للمحدد: العامل الديني بقيمة أهمية عليا 11.8%، والمحدد: الحصة السوقية لشركة التأمين، والمحدد: علاقات موظفي الشركة الصناعية مع وكلاء أو موظفي شركة التأمين. والجدول رقم (4.9) يبين ترتيب المعايير (من الأكثر أهمية إلى الأقل أهمية).

الجدول 4.9: ترتيب المعايير من حيث الأهمية

الرقم 1 الأكثر الأهمية	المعيار
1	تنوع تغطية الخدمات التأمينية وجودتها
2	أسعار الخدمات التأمينية
3	سمعة ومصداقية شركة التأمين
4	الخصومات الخاصة بالمؤسسات والشركات
5	القوة المالية لشركة التأمين
6	توصية المعارف في الشركات الأخرى
7	العلامة التجارية لشركة التأمين
8	علاقات موظفي الشركة الصناعية مع وكلاء أو موظفي شركة التأمين
9	الحصة السوقية لشركة التأمين
10	العامل الديني

وهذه النتائج تؤكد على أن المعيار الأهم بالنسبة للشركات الصناعية هو الجودة التأمينية، يليه السعر، وسمعة ومصداقية شركة التأمين وأن أقل المعايير أهمية هو معيار العامل الديني ومعيار الحصة السوقية لشركة التأمين. وقد تبين من نتائج هذا الجدول أنه عندما تمت مقارنة المعايير بشكل متقارب فإن معيار جودة الخدمات التأمينية بقي هو الأهم بالنسبة للمعايير. كما أن معيار السعر بقي هو التالي للجودة بالنسبة

للأهمية. ذلك يؤكد على أن الجودة والسعر هما المعيارين الأكثر أهمية بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين. ثم يليها سمعة ومصداقية شركة التأمين ثم الخصومات ثم القوة المالية لشركة التأمين في. وعليه فإن الصفات المتعلقة بشركات التأمين جاءت في المراكز الخمسة الأولى من حيث الأهمية. وهذا ما يتوافق مع نتيجة الجدول رقم (4.1) حول المعايير التي تهتم شركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين تشابهت هذه النتيجة مع دراسة

4.2.6 السؤال الخامس: هل تختلف المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين باختلاف (المؤهل العلمي، الخبرة، عدد الافراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء البوليصة، الشكل القانوني للمؤسسة، اسس الشراء، مزود التأمين)؟

للإجابة عن السؤال الخامس تم تحويله إلى ثمانية فرضيات صفرية فيما يلي نصها.

الجدول 4.10: نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance و t test

لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغيرات (المؤهل العلمي، الخبرة، عدد الافراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء المحفظة التأمينية، الشكل القانوني للمؤسسة، أسس الشراء، مزود التأمين).

المتغير	الاختبار	قيمة (ف) T او	الدلالة الإحصائية	النتيجة
المؤهل العلمي	تحليل التباين الاحادي ANOVA	5.457	** .006	دالة احصائيا
الخبرة	تحليل التباين الاحادي ANOVA	1.052	.373	غير دال
عدد العاملين	تحليل التباين الاحادي ANOVA	1.284	.282	غير دال
حجم التأمينات	تحليل التباين الاحادي ANOVA	.420	.658	غير دال
القرار الشرائي	تحليل التباين الاحادي ANOVA	.671	.514	غير دال
الشكل القانوني	تحليل التباين الاحادي ANOVA	3.055	** .032	دالة احصائيا
أسس معدة للاختيار	t-test لعينتين مستقلتين	2.34	**0.021	دالة احصائيا
مزود خدمات التأمين (شركة أم وكيل)	t-test لعينتين مستقلتين	1.27	0.207	غير دال

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (المؤهل العلمي).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (المؤهل العلمي)، ويبين الجدول (4.11) المتوسطات الحسابية، والجدول (4.12) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي.

الجدول (4.11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير (المؤهل العلمي)

المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
دبلوم او أقل	34	3.84	.41
بكالوريوس	45	4.09	.38
ماجستير فأعلى	23	4.14	.37

تشير

النتائج إلى أن النسبة الأكبر من الأفراد المسؤولين عن شراء التأمين في الشركات هم من الأشخاص حملة الشهادة الجامعية وشهادة الدراسات العليا وتعزو الباحثة على أن معظم الأفراد الذين يقومون بشراء التأمين في الشركات الصناعية من أصحاب مؤهلات العلمية.

الجدول (4.12): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (المؤهل العلمي).

الدلالة الإحصائية	قيمة (ف)	متوسط مجموع المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
**.006	5.457	.837	2	1.674	بين المجموعات
		.153	99	15.188	داخل المجموعات
			101	16.862	المجموع

تشير النتائج الواردة في الجدول (4.12) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (المؤهل العلمي)، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية (0.00) وهي أقل من (0.05) ويتبين من هذه النتائج أن المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية تختلف باختلاف المؤهل العلمي للأفراد المسؤولين عن شراء خدمات التأمين.

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (الخبرة).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (الخبرة)، ويبين الجدول (4.13) المتوسطات الحسابية، والجدول (4.14) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي.

الجدول (4.13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير (الخبرة).

الخبرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من 5 سنوات	24	4.10	.39
5 إلى أقل من 10	29	4.00	.42
10 إلى 15	20	4.09	.31
أكثر من 15	29	3.92	.45

من

يتبين

الجدول 4.13 أن معظم الأفراد الذين يقومون بشراء خدمات التأمين لديهم خبرة عملية في الشركة الصناعية لمدة تتجاوز الخمس سنوات فأكثر.

الجدول (4.14): نتائج تحليل التباين الأحادي **One way analysis of variance** لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير (الخبرة).

الدلالة الإحصائية	قيمة (ف)	متوسط مجموع المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
.373	1.052	.175	3	.526	بين المجموعات
		.167	98	16.336	داخل المجموعات
			101	16.862	المجموع

تشير النتائج الواردة في الجدول (4.14) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ (الخبرة)، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية (0.37) وهي أكبر من (0.05) وعليه نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق دالة احصائياً. يتبين من هذا الجدول بأن اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين لا يتأثر بالخبرة العملية لدى الأفراد المسؤولين عن شراء التأمين.

الفرضية : لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى $\alpha \leq 0.05$ في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (عدد العاملين).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (عدد العاملين)، ويبين الجدول (4.15) المتوسطات الحسابية، والجدول (4.16) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي.

الجدول (4.15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (عدد العاملين).

عدد العاملين	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من 5 موظفين	13	3.94	.26
5 إلى 9 موظفين	22	4.17	.45
10 إلى 19 موظف	29	4.05	.41
20 إلى 50 موظف	26	3.93	.45
أكثر من 50 موظف	12	3.94	.22

يشير الجدول بأن معظم الشركات الصناعية تحتوي على عدد من الموظفين أكثر من 10 موظفين وهذا يدل على أن الشركات الصناعية لديها أعداد من الموظفين يجعلها تهتم بشراء الخدمات التأمينية وتحمل المسؤولية اتجاههم .

الجدول (4.16): نتائج تحليل التباين الأحادي **One way analysis of variance** لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير (عدد العاملين).

الدلالة الإحصائية	قيمة (ف)	متوسط مجموع المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
.282	1.284	.212	4	.848	بين المجموعات
		.165	97	16.014	داخل المجموعات
			101	16.862	المجموع

تشير النتائج الواردة في الجدول (4.16) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير (عدد العاملين)، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية (0.28) وهي أكبر من (0.05) وعليه نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق دالة احصائياً. يتبين من هذا الجدول بأن اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين لا يتأثر بتغير عدد العاملين.

الفرضية : لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى $\alpha \leq 0.05$ في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (حجم التأمينات).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (حجم التأمينات)، ويبين الجدول (4.17) المتوسطات الحسابية، والجدول (4.18) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي.

الجدول (4.17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (حجم التأمينات).

حجم التأمينات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من 25 ألف شيقل	52	4.04	.41
25 - 50 ألف شيقل	28	4.02	.46
أكثر من 50 ألف شيقل	22	3.95	.32

معظم الشركات الصناعية أقرت بأن حجم محفظة التأمينات السنوية لديها حوالي أقل من (25000) شيقل. وهذا الرقم قد يوحي بأن الشركات الصناعية لا تفضل التصريح عن المبلغ الحقيقي لحجم محفظة التأمين وذلك بسبب خوفهم من هذه التصريحات. حيث أن مدراء فروع شركات التأمين أشار إلى أنه في حال توفر عدد من العمال أكثر من (10) فإن بوليصة التأمين ترتفع إلى أكثر من (25000) شيقل بكثير، خاصة وأن هذه المحفظة تشتمل أيضاً على تأمين المركبات والتأمينات الأخرى التي من شأنها أن ترفع قيمة مبلغ المحفظة التأمينية، وقد قصدت الباحثة من وضع هذا السؤال إلى أن تربط متغير ارتفاع قيمة البوليصة بحجم الأعمال التي تقوم بها الشركات. قد يكون انخفاض قيم المحافظ التأمينية نتيجة لتوقيت الدراسة الذي جاء خلال فترة جائحة كورونا والتي قد تسببت بأزمة اقتصادية محلية وعالمية

الجدول (4.18): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (حجم التأمينات).

الدلالة الإحصائية	قيمة (ف)	متوسط مجموع المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
.658	.420	.071	2	.142	بين المجموعات
		.169	99	16.720	داخل المجموعات
			101	16.862	المجموع

تشير النتائج الواردة في الجدول (4.18) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (حجم التأمينات)، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية (0.65) وهي أكبر من (0.05) وعليه نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق دالة إحصائية. أي أن اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين لا يتأثر بتغير حجم التأمينات السنوية للشركات الصناعية.

الفرضية : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $\alpha \leq 0.05$ في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (القسم المشارك في القرار الشرائي).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (القرار الشرائي)، ويبين الجدول (4.19) المتوسطات الحسابية، والجدول (4.20) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي.

الجدول (4.19): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (القرار الشرائي).

القرار الشرائي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الإدارة العامة (الإدارة العليا)	89	4.00	.42
قسم المشتريات	9	4.13	.34
القسم المالي	4	4.15	.09

على

بناء

الجدول السابق فإن معظم المشاركين في اتخاذ القرار الشرائي للتأمين هم الإدارة العليا.

الجدول (4.20): نتائج تحليل التباين الأحادي **One way analysis of variance** لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (القسم المشارك في القرار الشرائي).

تشير النتائج الواردة في الجدول (4.20) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq$

الدالة الإحصائية	قيمة (ف)	متوسط مجموع المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
.514	.671	.113	2	.225	بين المجموعات
		.168	99	16.637	داخل المجموعات
			101	16.862	المجموع

(0.05) لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير)

القسم المشارك بالقرار الشرائي)، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية (0.51) وهي أكبر من (0.05) وعليه نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق دالة احصائياً. تبين من هذا الجدول بأن اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين لا يتأثر بتغير القسم الذي يشارك في قرار اختيار شركة التأمين .

الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (الشكل القانوني).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (الشكل القانوني)، ويبين الجدول (4.21) المتوسطات الحسابية، والجدول (4.22) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي.

الجدول (4.21): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (الشكل القانوني).

الشكل القانوني	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
عادية عامة	32	4.15	.43
عادية عامة محدودة	19	4.10	.41
مساهمة عامة	11	4.01	.19
مساهمة خاصة	40	3.88	.39

معظم الشركات الموجودة في العينة هي الشركات المساهمة الخاصة، يليها العادية العامة وهذه النتيجة توافق الواقع حيث أن معظم الشركات المسجلة لدى وزارة الاقتصاد الوطني هي العادية العامة يليها المساهمة الخاصة.

الجدول(4.22): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير(الشكل القانوني).

الدلالة الإحصائية	قيمة (ف)	متوسط مجموع المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
.032	3.055	.481	3	1.442	بين المجموعات
		.157	98	15.420	داخل المجموعات
			101	16.862	المجموع

تشير النتائج الواردة في الجدول(4.22) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعا لمتغير(الشكل القانوني)، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية (0.03) وهي أقل من (0.05). يتبين من هذا الجدول بأن اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين يتغير بحسب الشكل القانوني للشركة. كما يدل على أن هذه الشركات تهتم بشراء التأمين.

الفرضية : لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير(أسس معدة للاختيار).

ولاختبار الفرضية تم استخدام اختبار (ت) (t-test) لعينتين مستقلتين، والجدول (4.23) يوضح ذلك:

الجدول (4.23): نتائج اختبار (ت) (t-test) للفروق في متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (أسس معدة للاختيار).

أسس معدة للاختيار	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدلالة الإحصائية
نعم	71	3.96	.38	2.34	**0.021
لا	31	4.16	.42		

** دالة عند مستوى الدلالة (0.05)

تشير النتائج الواردة في الجدول أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين، وذلك لأن قيمة الدلالة تساوي (0.02) وهي أقل من (0.05)، وتوضح الفروق لصالح الإجابة "لا" بمتوسط حسابي مقداره (4.16) بينما كان المتوسط الحسابي للإجابة "نعم" بقيمة (3.96) وعليه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل البديلة والتي نصها:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (وجود أسس معدة مسبقاً) ولصالح الإجابة "لا". وبناء على هذا الجدول يتبين بأن اختيار شركات التأمين يختلف بحسب وجود أو عدم وجود أسس معدة مسبقاً للشراء.

الفرضية : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (شراء خدمات التأمين من شركة التأمين أو الوكيل).

ولاختبار الفرضية تم استخدام اختبار (ت) (t-test) لعينتين مستقلتين، والجدول (4.24) يوضح ذلك:

الجدول (4.24): نتائج اختبار (ت) (t-test) للفروق في متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (شراء خدمات التأمين من الشركة نفسها أو الفرع).

شراء خدمات التأمين	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	الدلالة الإحصائية
من شركة التأمين	58	3.97	.419	1.27	0.207
من وكيل شركة التأمين	44	4.08	.390		

تشير النتائج الواردة في الجدول أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) في متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين، وذلك لأن قيمة الدلالة تساوي (0.20) وهي أكبر من (0.05)، وعليه نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق دالة إحصائية حسب متغير شراء خدمات التأمين. أي أن اختيار شركة التأمين لا يختلف باختلاف مصدر شراء خدمات التأمين سواء من الشركة نفسها أو من الوكيل. وهذا قد يدل على عدم وجود فرق كبير في تقديم الخدمات بين شركة التأمين ووكيلها.

4.3 نتائج المقابلات:

يبين الجدول (4.24) تلخيص نتائج المقابلات الأربعة التي قامت بها الباحثة مع مسؤولين عن شراء التأمين في الشركات الصناعية، ومدراء فروع ووكيل شركات تأمين.

الجدول 4.25 تلخيص نتائج المقابلات

طبيعة العمل	أهم المعايير التي تهتم بها الشركات عند اختيار شركة التأمين لشراء الخدمات التأمينية
وكيل شركة فلسطين للتأمين	المصداقية، العلاقات الشخصية مع مزود التأمين، طريقة دفع المؤمن له، سرعة دفع شركة التأمين للتعويضات، هامش الملاءة لدى شركة التأمين و إعادة التأمين
مدير فرع لدى شركة ترست للتأمين	السعر والخصومات، المصداقية العلاقة الشخصية مع الوكيل أو مدير فرع شركة التأمين، الامتيازات التي تشمل العروض على الخدمات الكمالية، إعادة التأمين، العامل الديني
مدير مالي لدى شركة الأدوية	المصداقية، سمعة الشركة، قوة الشركة المالية، التجربة السابقة من حيث التعامل والتعاون، خدمات بعد البيع مثل الاستشارات، الخصومات، التعاقد الطويل من أجل الحصول على الخصم
مدير مالي لدى شركة فيرونا لصناعة الحجر	المصداقية، طريقة الدفع، خدمات ما بعد البيع، السهولة في الحصول على التعويض، الخصومات، السمعة، العلاقة الشخصية مع وكيل البيع تجربة الشركة و تجارب الآخرين السابقة مع شركة التأمين

من خلال المقابلات التي قامت بها الباحثة لمعرفة أهم المعايير التي تؤثر على اختيار الشركة الصناعية لشركة تأمين لشراء الخدمات التأمينية توصلت الباحثة لما يلي:

- نتائج المقابلات مع مسؤولين عن شراء التأمين في الشركات الصناعية: اعتبر المسؤولون أن المصداقية هي المعيار الأهم عند اختيار شركة التأمين. كما أن طريقة الدفع هي المعيار التالي في الأهمية. ثم يليها خدمة ما بعد البيع، الخصومات، العلاقة الشخصية، السمعة، ثم التجربة السابقة.

أما الشركة الأخرى فقد اعتبر المسؤول عن الشراء فيها أن المعيار التالي للمصداقية هو سمعة الشركة ثم قوتها المالية، التجربة السابقة مع شركة التأمين، خدمات ما بعد البيع ثم الخصومات.

وفي الحالتين تبين بأن صفات شركة التأمين هي المعيار الأهم بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين وتحديدًا المصداقية.

-نتائج المقابلتين مع مدراء مكاتب التأمين والوكلاء، اعتبر أحد وكلاء شركات التأمين أن المصداقية هي المعيار الأهم ثم تليها العلاقات الشخصية بالنسبة للشركات الصناعية، يليها طريقة الدفع، سرعة التعويض، الخصومات، وهامش الملاءة.

واعتبر أحد مدراء شركات التأمين بأن السعر الأفضل والخصومات هي المعيار الأهم، ثم تليها المصداقية يليه العلاقة الشخصية، العروض، هامش الملاءة والعامل الديني. تبين من خلال هاتين المقابلتين بأن المصداقية و السعر هي المعايير الأهم للشركات الصناعية.

4.4 الربط بين نتائج الاستبانة والمقابلات:

من خلال النتائج التي تم ذكرها سابقاً سواء كانت نتائج تحليل الاستبانة أو نتائج تحليل المقابلة توصلت الباحثة إلى ما يلي:

تبين من نتائج تحليل الاستبانة أن المعايير (العوامل البيئية والعلاقات بين الشركتين وصفات شركة التأمين) التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين ذات أهمية مرتفعة بشكل عام. حيث جاء المتوسط الحسابي الكلي لهذه المعايير بقيمة (4.02) وهي قيمة مرتفعة.

ومن حيث الأهمية فإن معايير صفات شركة التأمين هي الأهم حيث جاء المتوسط الحسابي لها بقيمة (4.13) ، يليها معايير العلاقات بين الشركتين بمتوسط حسابي بقيمة (4) ثم معايير العوامل البيئية بمتوسط حسابي بقيمة (3.64).

كما تبين من النتائج أن جودة الخدمة التأمينية هي المعيار الأهم من بين صفات شركات التأمين. حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي بين جميع المعايير قيمته (4.25). ثم يليها سعر الخدمة التأمينية (4.08)، صورة شركة التأمين (4.06)، قوة شركة التأمين (3.91).

وفقاً للنتائج الخاصة بمعايير العوامل البيئية، يعتبر معيار تجنب التعرض للمسائلة القانونية ذو أهمية كبيرة بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين يليه معيار المسؤولية اتجاه الموظفين. أما بالنسبة للعامل الديني والأوضاع السياسية فهي ذات أهمية أقل، أي أنها لا تؤثر كثيراً على اختيار شركة التأمين.

وبناءً على نتائج معايير العلاقات بين الشركتين يعتبر معيار التجربة السابقة مع شركة التأمين المعيار الأهم عند اختيار الشركات الصناعية لشركة التأمين ثم يليها استعداد الموظفين للمساعدة واتصال شركة التأمين بالشركة الصناعية بشكل دائم. وهذا يعني أن التجربة السابقة هي الأهم بالنسبة للعلاقة مع شركة التأمين. أما معيار العلاقة التجارية المتبادلة مع شركة التأمين فهي ذات أهمية أقل.

وفقاً للنتائج الخاصة بمعايير صفات شركة التأمين (الجودة، السعر، صورة الشركة، قوة الشركة)، والخاصة بمعايير جودة الخدمة التأمينية يعتبر معيار المصداقية العالية لشركة التأمين المعيار الأهم بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين يليه معيار استجابة شركة التأمين في جميع الأوقات. وفيما يخص معايير السعر يعتبر معيار تسهيلات الدفع المعيار الأهم بالنسبة للشركات الصناعية يليه العروض المقدمة عند شراء الخدمات التأمينية. و يعتبر معيار السعر الأقل هو الأقل أهمية بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين. ووفقاً لنتائج معايير صورة شركة التأمين فإن سمعة شركة التأمين هي المعيار الأهم بالنسبة للشركات الصناعية. وأخيراً وفقاً لنتائج معايير قوة شركة التأمين فإن المعيار الأهم هو يعتبر معيار هامش الملاءة المالية الأكثر أهمية بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين.

وبالنسبة للنتائج المتعلقة بتقييم المحددات المؤثرة على اختيار شركة التأمين تتوافق مع النتائج السابقة حيث يعتبر تنوع التغطية التأمينية والجودة المعيار الأهم، يليه في الأهمية الأسعار، السمعة، ثم الخصومات.

فيما يخص تحليل النتائج المتعلقة بتأثير صفات أفراد الشراء، صفات الشراء، الشركات الصناعية، تشير الدراسة إلى أن المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين تختلف باختلاف المؤهل العلمي لأفراد الشراء. كما تشير الدراسة إلى أن المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين تختلف باختلاف الشكل القانوني للشركة الصناعية ووجود أسس اختيار معدة مسبقاً في الشركة.

كما بينت النتائج أن أكثر الخدمات التأمينية التي يتم شراؤها في الشركات الصناعية هي تأمين إصابات العمل، تليها خدمات تأمين المركبات، ثم تليها خدمات التأمين الصحي. وهو ما يؤكد على اهتمام الشركات الصناعية في هذه التأمينات، ويؤكد على اهتمام الجهات المسؤولة من حيث إلزام أصحاب المصانع بتوفير هذه التأمينات لبيئة العمل التي يعملون بها.

بالنسبة لنتائج المقابلات تبين بأن:

صفات شركة التأمين هي المعيار الأهم بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين وتحديداً معيار طريقة الدفع وسمعة الشركة. كما أن معايير العلاقات بين الشركتين وهي العلاقة الشخصية والتجربة السابقة هي المعايير الأهم عند اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين.

وبناء على نتائج تحليل الاستبانة والمقابلة فإن معايير صفات شركات التأمين هي الأهم بالنسبة للشركات الصناعية. كما أن معايير العلاقات تليها في الأهمية. وهذه المعايير تشمل الجودة، السعر، طريقة الدفع، الخصومات، خدمات ما بعد البيع، هامش الملاءة، التجربة السابقة، السمعة والعلاقات الشخصية.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات:

5.1 المقدمة:

يهدف هذا الفصل إلى استعراض أهم نتائج الدراسة واستنتاجاتها وما خلصت إليه الباحثة بعد عمليات تحليل البيانات، واختبار أسئلة الدراسة وفرضياتها، والوقوف المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين "حالة تطبيقية على الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم، بعد ذلك تقدم الباحثة توصياتها ومقترحاتها في ضوء نتائج الدراسة والاستنتاجات التي توصلت إليها من خلال تلك النتائج.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

1- المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين (العوامل البيئية والعلاقات بين الشركتين وصفات شركة التأمين) ذات أهمية بالنسبة للشركات الصناعية، وحصلت على متوسط حسابي بدرجة مرتفعة (متوسط حسابي فوق القيمة 4) باستثناء العوامل البيئية حصلت على درجة متوسطة (متوسط حسابي 3.64). وهذا يعني أن العوامل البيئية (الاقتصادية، السياسية، الثقافية، القانونية) تؤثر بشكل أقل أهمية مقارنة بصفات شركة التأمين والعلاقات ما بين الشركتين.

2- معايير صفات شركة التأمين هي الأهم بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين وتحديد معايير جودة الخدمة التأمينية (متوسط حسابي 4.25) وبالأخص مصداقية شركة التأمين (متوسط حسابي 4.62)، يليه معيار استجابة شركة التأمين في جميع الأوقات (متوسط حسابي 4.50) ويليه تقديم

خدمات مابعد حدوث الحادث. ويلي المعايير المتعلقة بالجودة من حيث الأهمية المعايير المتعلقة بالسعر (متوسط حسابي 4.08).

3- معايير العلاقات بين الشركتين (متوسط حسابي 4) تلي معايير صفات شركة التأمين في الأهمية وتحديداً معيار التجربة السابقة مع شركة التأمين (متوسط 4.54) يليها استعداد الموظفين للمساعدة (متوسط حسابي 4.26) .

4- تشير الدراسة إلى أن أهم العوامل البيئية بالنسبة للشركات الصناعية هو معيار تجنب المساءلة القانونية (متوسط حسابي 4.12) وهو ما يفيد بأن هناك قوانين متبعة من قبل الشركات الصناعية تجعلهم يقبلون على شراء الخدمات التأمينية من شركات تأمينية معينة. أما بالنسبة للعامل الديني (متوسط حسابي 3.27) والأوضاع السياسية (متوسط حسابي 3.14) فهي الأقل أهمية بالنسبة للشركات الصناعية

5- يعتبر معيار تسهيلات الدفع المعيار (متوسط حسابي 4.32) الأهم بالنسبة للشركات الصناعية فيما يخص معايير السعر.

6- السعر الأقل بالنسبة للشركات الصناعية هو المعيار الأقل أهمية فيما يخص معايير السعر (متوسط حسابي 3.79). وهذا يعني أن السعر الأقل لا يكفي بالنسبة للشركات الصناعية وإنما المصدقية وتسهيل الدفع هي الأهم.

7- تشير الدراسة أن سمعة شركة التأمين (متوسط حسابي 4.35) معيار ذو أهمية كبيرة بالنسبة للشركات الصناعية فيما يتعلق بمعايير صورة شركة التأمين و يليه العلامة التجارية القوية (متوسط حسابي 4.07) بالإضافة إلى معيار الكلام الإيجابي (بمتوسط حسابي 3.92).

8- يعتبر معيار هامش الملاءة المالية (متوسط حسابي 3.98) الأكثر أهمية بالنسبة للشركات الصناعية فيما يتعلق بمعايير قوة شركة التأمين أما معيار القوة المالية لشركة التأمين (متوسط حسابي 3.86) فهو الأقل أهمية.

9- تشير الدراسة إلى أن المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين تختلف باختلاف المؤهل العلمي للأفراد المسؤولين عن الشراء في الشركة الصناعية و الشكل القانوني للشركة الصناعية ووجود أسس اختيار معدة مسبقاً في الشركة.

10- بناءً على عينة الدراسة معظم الشركات الصناعية هي الشركات العادية العامة بنسبة 31.4% من عينة الدراسة والمساهمة الخاصة بنسبة 39.2% من عينة الدراسة، كما أن معظمها لديها أسس معدة مسبقاً لاختيار شركة التأمين بنسبة 69.6% من عينة الدراسة إضافة إلى أنها تهتم بالمؤهل العلمي لأفرادها المسؤولين عن الشراء حيث أن نسبة الموظفين المسؤولين عن الشراء الحاصلين على درجة بكالوريوس فأعلى 66.7%.

11- تبين الدراسة أنه يتم اتخاذ قرار اختيار شركة التأمين من قبل الإدارة العامة (الإدارة العليا) بنسبة 87.3% وهذا ما يدل على أن القرار مركزي وما يؤكد ذلك أن نسبة الشركات التي يشارك فيها قسم المشتريات في القرار هي 8.8% وهي نسبة قليلة. وأن أغلب الشركات الصناعية تقوم بشراء الخدمات التأمينية من شركات التأمين نفسها، وهذا يدل على أنه لا يوجد فرق في تقديم الخدمات بين شركات التأمين والوكيل.

12- تبين الدراسة أنه يتم شراء تأمين إصابات العمل بالنسبة الأكبر (90.2%) يليه شراء تأمين المركبات (85.3%). أما التأمين الصحي يتم شراؤه بنسبة 48% وهي نسبة قليلة.

الاستنتاجات:

استناداً إلى نتائج الدراسة ومناقشتها وتحليل بياناتها، استنتجت الدراسة مجموعة من الاستنتاجات:

- أن معايير العوامل البيئية والعلاقات ما بين الشركتين وصفات شركة التأمين ذات أهمية بالنسبة للشركات الصناعية وأهمها معايير صفات شركات التأمين التي تتعلق بالجودة والسعر صورة شركة التأمين وقوتها في السوق.
- أن معايير جودة الخدمة التأمينية التي تقدمها شركة التأمين هي الأهم وتحديداً مصداقية شركة التأمين في تعويض الشركة الصناعية بعد الحادث والاستجابة خلال 24 ساعة وتقديم خدمات مابعد حدوث الحادث.
- تعتبر معايير السعر مهمة بالنسبة للشركات الصناعية وتحديداً تسهيلات الدفع والعروض المقدمة والخصومات.

- تعتبر معايير العلاقات بين الشركتين ذات أهمية بالنسبة لشركة التأمين عند اختيار شركة التأمين وتحديداً التجربة السابقة مع شركة التأمين واستعداد الموظفين للمساعدة والاتصال الدائم مع الشركات الصناعية.
- تهتم الشركات الصناعية بالمعايير المتعلقة بصورة شركة التأمين من حيث السمعة المميزة والعلامة التجارية القوية و الكلام الإيجابي.
- تهتم الشركات الصناعية بالمعايير المتعلقة بقوة شركة التأمين من حيث هامش الملاءة الذي يعكس قدرتها على الوفاء بالتزامها المالي اتجاه الشركات الصناعية يليها الحصة السوقية لشركة التأمين أما القوة المالية لشركة التأمين فهي أقل أهمية منهما.
- تختلف أهمية المعايير المتبعة عند اختيار شركات التأمين عند اختلاف الشكل القانوني للشركة الصناعية ووجود أسس مسبقة لاختيار شركة التأمين كما أنها تختلف حسب المؤهل العلمي للأفراد المسؤولين عن الشراء في الشركات الصناعية.
- معظم شركات المساهمة الخاصة والعادية العامة تهتم بوجود أسس اختيار شركة التأمين. كما أن معظمها لديه موظفون مؤهلون علمياً ولديهم مؤهلات علمية عالية (بكالوريوس فأعلى)
- قرار اختيار شركة التأمين يصدر من قبل الإدارة العامة(العليا) للشركة الصناعية.

5.2 التوصيات:

فيما يتعلق بتوصية الباحثة لشركات التأمين:

- توصي الباحثة شركات التأمين بزيادة اهتمامهم بتقديم الخدمات التأمينية بجودة أفضل. وذلك بأن تتصف بالمصداقية العالية اتجاه تقديم خدماتها بعد حدوث الحوادث والاستجابة خلال 24 ساعة للشركات الصناعية؛ حيث أن المصداقية تجعل من تجربة الشركة الصناعية معها تجربة ناجحة وعليه تستمر الشركة الصناعية بعلاقة قوية مع شركة التأمين. كما أن عليها الاهتمام بتقديم الخدمات مابعد حدوث الحادث وتقديمها للخدمات ما بعد شراء التأمين مثل الخدمات الاستشارية والإضافة وغيرها .

- كما توصي الباحثة شركات التأمين أن تزيد من التسهيلات في عملية الدفع من أجل استقطاب عدد أكبر من الشركات الصناعية. إضافة لذلك عليها أن تحرص على تقديم العروض و الخصومات.
- تتمكن شركات التأمين من بناء علاقات مع الشركات الصناعية من خلال التجربة السابقة التي تخوضها الشركة الصناعية معها، واستعداد موظفو شركة التأمين على المساعدة واتصالهم الدائم بها.
- على شركة التأمين أن تحافظ على صورتها وسمعتها من خلال سمعتها، والعلامة التجارية، والكلام الإيجابي الذي يتم نقله عنها.
- على شركات التأمين الاهتمام بالشركات العادية العامة والمساهمة الخاصة كونها تشكل النسبة الأكبر من أنواع الشركات ولأنها تهتم بأسس اختيار شركات التأمين. فعليها أن تتواصل معها باستمرار وتوضح لها ميزات اختيار شركة التأمين.
- على شركات التأمين الاهتمام بهامش الملاءة الخاص بها، وحصتها السوقية، ذلك لأن الشركات الصناعية تهتم بها عند اختيار شركات التأمين.

أما بالنسبة لتوصية الباحثة للشركات الصناعية:

- توصي الباحثة بتطبيق معايير اختيار شركة التأمين، فهي تساعد الشركات على الاختيار الجيد والمناسب لخلق بيئة عمل جيدة. فتستطيع الشركة الصناعية من خلال الاختيار المناسب لشركة التأمين أن تحصل على الخدمات التأمينية بالجودة الأفضل. وبالتالي تساهم في تحسين ظروف العمل.
- كما توصي الباحثة الشركات الصناعية بالتزامها بالتأمين بكافة تغطياته تجنباً للمساءلة القانونية من جهة، وحفاظاً منها على بيئة العمل
- يجب على الشركات الصناعية ألا تكتفي بمعيار السعر الأقل لاختيار شركة التأمين، بل عليها أن تهتم بمصداقية شركة التأمين واستجابتها والمعايير الأخرى.
- يجب على شركات التأمين الاهتمام بمعيار هامش الملاءة فهو الذي يبين مدى قدرة شركة التأمين على الإيفاء بواجباتها المالية.

- يجب على الشركات الصناعية وضع أسس لاختيار شركات التأمين حتى تحصل على أفضل الخدمات التأمينية.

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة المصادر العربية:

- آل زويد، حسين، 2008، دور المؤثرات البيئية في الشراء الصناعي، - دراسة الحالة في مصنع إسفلت الموصل- أطروحة مقدمة إلى مجلس جامعة سانت كلمنتس العالمية وهي جزء من متطلبات نيل درجة الدكتوراه فلسفة في الإدارة الصناعية
- البابا، هشام، 2011، مدى تأثير الاتصالات التسويقية على السلوك الشرائي للمشاركين حالة تطبيقية على شركة الاتصالات الخلية الفلسطينية جوال بقطاع غزة
- بوحروود، فتيحة، 2006، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، 1002، ص:34.
- تكتاكي حميد، حمادي نسيم، 2019، جودة الخدمة التأمينية وأثرها في جلب الزبون دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT فرع الجزائر 3 -وكالة خميس مليانة- عين الدفلى
- الجنابي ، أميرة، 2006، " أثر إدارة معرفة الزبون في تحقيق التفوق التنافسي: دراسة مقارنة في عينة من المصارف العراقية "، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ، آلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الكوفة
- خليل، سامي، مبادئ الاقتصاد الكلي، الطبعة الثالثة، مكتبة النهضة العربية، الكويت، 2006. ص 490
- زيداي، شبيب، وآخرون، 2011، دوافع الشراء الصناعي وأثره على سلوك المشتري الصناعي في مدينة نابلس، جامعة النجاح
- الزعبي والسكارنة، 2007، دور إدارة المخاطر في تعزيز عملية اتخاذ القرار التسويقي الاستراتيجي
- الزعبي، رامي،(2017): الإفصاح الاختياري وأثره على الأداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية، رسالة ماجستير، كلية إدارة الاعمال، جامعة عمان الاهلية، الاردن

- السبعوي، 2020، مجلة مرآة التأمين العدد 21 ص 15
- سعيد، م، س، 2009، أسس وأساليب الشراء الحديث، الطبعة الثانية ص 57، الخرطوم
- سعيد، م، س، 2009، أسس وأساليب الشراء الحديث، الطبعة الثانية ص 7، الخرطوم
- الشقوي، حسام 2018 سبعة شروط يجب مراعاتها حتى لا تقع فريسة لشركات التأمين.
- الضلاعين، حسني، الزيادات، عماد، (2020): الملاءة في شركات التأمين الإسلامية، مجلة الميزان للدراسات الإسلامية والقانونية، مجلد(2)، العدد(7)، الأردن.
- عبدالله والظاهر، 2020، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء "دراسة ميدانية: المصارف التجارية بمحافظة الدرب- المملكة العربية السعودية jazan university, College-Darb
- عبدالله، محمد، نمو أقساط التأمين المكتتبه في فلسطين 4% حتى الربع الثالث 2019، مجلة الاقتصادي [www. Aliqtisadi.ps](http://www.Aliqtisadi.ps)
- عفيصة، عبد الرحمن، (2017): الاختيار المتعدد للمعايير للموردين باستخدام عملية التحليل الهرمي الضبابية، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد(18)، الجزائر.
- فياض، سامح، شحاتة، علي، (2020): أثر السلوك الشرائي في العالقة بين ممارسات التسويق الوردي وولاء السيدات للفنادق، جلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، مجلد(18)، العدد(1).
- قزعاط، أسيل، 2009، تحليل العوامل المؤدية إلى ضعف نمو قطاع التأمين واستثماراته في فلسطين، الجامعة الإسلامية- غزة.
- سليطين، فاطر، (2017): دور الإعلان في اتخاذ قرار شراء خدمات التأمين لدى المؤسسة العامة السورية للتأمين في الساحل السوري، مجلة جامعة البعث للعلوم الإنسانية، مجلد(41)، العدد(56)، سوريا
- الكحلوت، نهى، 2018، العوامل المؤثرة في اختيار العملاء (المؤمن لهم) في قطاع غزة لشركات التأمين، الجامعة الإسلامية بغزة.

- الكرخي ، مجيد، 2015، ادارة الجودة الشاملة المفاهيم النظرية وأبعادها التطبيقية في مجال الخدمة، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 1021 ، ص: 110
- الكريم، مبارك، 2004، "الدورات الاقتصادية"، مجلة الإدارة العامة، العدد (34) 2004 ص 180
- ماس، 2016، واقع قطاع التأمين في فلسطين الانجازات - الإخفاقات - التحديات، معهد الأبحاث <http://www.mas.ps/arabic.php> التطبيقية، فلسطين
- المرسي، جمال الدين محمد، دور ممارسات إدارة الشراء في تحسين الأداء المؤسسي، 2019، دار المنظومة، <http://search.mandumah.com>
- موسوعة القوانين وأحكام المحاكم الفلسطينية9 <https://maqam.najah.edu/legislation/>
- الموقع : <https://www.youm7.com>.تاريخ الاطلاع نوفمبر 2020 م
- نادر، هدى، 2012، إدارة الجودة الشاملة في شركات التأمين، دراسة ميدانية في شركة التأمين العراقية. مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد السابع- العدد18، 2012.
- هيئة تشجيع الاستثمار <https://www.ipa.ps> 2021
- هيئة سوق رأس المال الفلسطيني، 2020،
- https://www.pcma.ps/authority/Pages/goals_and_message.aspx
- وكالة وفا للأخبار والمعلومات الفلسطينية info.wafa.ps 2019

قائمة المصادر الأجنبية

- Abu- salim , T, Onyia , OP, Harrison , T & Lindsay, V 2017, Effects of perceived cost , service quality, and customer satisfaction on health insurance service continuance, *Journal of Financial Services Marketing*, vol. 22, no. 4, pp. 173-186. <https://doi.org/10.1057/s41264-017-0035-4>
- Ambrose Eamon , Marshal Donna, Lynch Daniel, 2010 , BuyerSupplier Perspectives on Supply Chain Relationships, *International Journal of Operations & Production Management*. Researchgate.net
- Bayazit Ozden, 2006 , Use of analytic network process in vendor selection decisions, *Benchmarking: An International Journal*
- Cardenas Davalos , A. D., & Chia Chin Hui , W., (2010), How is risk assessment performed in international technology projects
- Carr, A.S. and Pearson, J.N. 1999, Strategically managed buyer- supplier relationships and performance outcomes. *Journal of operations management*, 17.5.497
- Choy, K.I and Lee, W.B., 2002, A generic tool for the selection and management of supplier relationships in an outsourced manufacturing environment: The application of case based reasoning, *Logistics Information Management* 15(4):235-253 DOI: 10.1108/09576050210436093
- Covart, James R., 2001 **Ten Steps to Better Purchasing**, 2nd Ed., Bedford NH, New York, 2001. p.15
- Crouhy, M., Galai, D. and Mark, R. (2001) *Risk Management*. USA: McGraw-Hill
- Davalos, Cardenas, 2010, How is Risk Assessment Performed in International Technology Projects. Diva.
- Denslow, Diane L. and Giunipero, Larry C., “Improving Purchasing Success through Entrepreneurial Behavior”, *Journal of Supply Chain Management*, Vol. (36), August 2003.
- Dubey , and Tiwari, 2019, Factors Affecting Consumer Behavior in the Insurance Sector Shri Ramswaroop Memorial University, Lucknow-Deva Road, U.P. (India)
- Garfamy, Reza, 2005, Supplier selection and business improvement progress, Autonomous University of Barcelona , Doctoral Thesis.
- Gencer Cevriye and Gürpınar Didem , 2007 , Analytic network process in supplier selection: A case study in an electronic firm
- Gomes, Mariana, Fernandes , Teresa, Brandão , Amélia, 2016, Determinants of brand relevance in a B2B service purchasing context , Faculty of Economics, University of Porto, Porto, Portugal, <http://www.emeraldinsight.com/0885-8624.htm>
- Grewal and Lilien and Bharadwaj and Jindal 2015, Business to Business Buying: challenges and Opportunities. Springer, <http://pijsr.journals.pl>.

- Ho*, William and Xu, Xiaowei and Dey, Prasanta K,2008. Multi-criteria decision making approaches for supplier evaluation and selection: Aston Business School, Aston University Birmingham B4 7ET, United Kingdom
- Hofmann, E, Kotula, M, Maucher, D, Kriebbrink, O, (2014), Performance Measurement and and incentive systems in Purchasing. WWW.Springer.com
- Inayatullah and Narain, Rakesh and Singh, Amar,2012, role of buyer-supplier relationship and trust in organizational performance, Delhi Business Review X Vol. 13, No. 2 (July - December 2012)
- Jabbour, Mirna, (2013), Investigation of risk management changes in insurance companies (Doctoral dissertation, Brunel University Brunel Business School PhD Theses).
- Jajja , Muhammad, Asif, Muhammad , Montabon Frank , Ali Chatha Kamran , 2018, Buyer-supplier relationships and organizational values in supplier social compliance, Suleman Dawood School of Business, Lahore University of Management Sciences, Lahore, Pakistan b College of Business Administration, Prince Sultan University, Riyadh, Saudi Arabia c Iowa State University College of Business, Iowa State University, Iowa, USA
- Johnston, Wesley and Lewin Jeffrey, 1996, Organizational Buying Behavior: Toward an Integrative Framework. Georgia State University /Journal of Business Research-New York.
- Jurkovicova, Monika, 2016, Behavioural Aspects affecting the purchase of insurance-different behavior of men and women, University of Economics in Bratislava,<http://www.researchgate.net>
- Leenders, Michael R. and Fearon, Harold E., **Purchasing and Supply Management**, 11th Ed., McGraw-Hill, New, 1997
- Maina, S, 2015,The Value Added by the Purchasing Department to the Organization , European Journal of Business and Management
- Mathur Dr. Dipin and Tripathi Mr. Ashish ,2014, “Factors Influencing Customer’s Choice For Insurance Companies- A Study Of Ajmer City, IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)
- Mwikali, Ruth, Kavale, Stanley, 2012, Factors Affecting the Selection of Optimal Suppliers in Procurement Management. International Journal of Humanities and Social Science.www.researchgate.net
- Nyameh, Jerome, 2017, Relevance of Stakeholders Theory, Organizational Identity Theory and Social Exchange Theory to Corporate Social Responsibility and Employees Performance in the Commercial Banks in Nigeria. International Journal of Business .4(5). Reaearchgate.net

- Olusegun, Maleghemi, 2020, Full Length Research Paper Supplier selection in global uncertainty: Using a case study approach to identify key criteria required for building resilience in the supply chain; African Journal of Business Management, The Nest Innovation Technology Hub, Lagos, Nigeria. www.researchgate.net
- Pawlowski, Mieczyslaw, and Pastuszek, Zbigniew, 2017, BtoB customers buying behavior, Maria Curie-Skowska University in Lublin
- Rahman1, Ubaid-Ur- , Rehman Muqqadas , Imran M. Kashif , 2017, exploring the determinants of institutional insurance and their impact on behavioral intentions: A mixed method approach.
- Sarkis Joseph and Talluri Sri, 2006 A Model for Strategic Selection Journal of Supply Chain Management
- Saura, Deltoro, Taulet, The value of B2B relationships, 2009, Industrial Management & Data Systems
- Saura, Jose Ramon and Sanchez, Pedro Palos, Blanco-Gonzalez Alicia, 2018, The importance of information service offerings of collaborative crms on decision-making in b2b marketing, Rey Juan Carlos University, Madrid, Spain and Rey Juan Carlos University, Madrid, Spain
- Shahadat, Khan, 2003, Supplier choice criteria of executing agencies in Developing Countries. International Journal of Public Sector Management. Researchgate.net
- Sheth, Jagdish, 1973, Journal of Marketing, vol.37, www.researchgate.net
- Srivastava and Sharma, 2013, Service Quality, Corporate Brand Image, and Switching Behavior: The Mediating Role of Customer Satisfaction and Repurchase Intention
- Thompson, Arthur A. and Strickland, A. J., Strategic Management, Concepts and Cases, 13th Ed., McGraw-Hill, New York, 2003.P.59
- Webster, Frederick and Wind, Yoram A General Model for understanding Organizational Buying Behavior, Source: The Journal of Marketing, Vol. 36, No. 2 (Apr., 1972), pp. 12-19 /American Marketing Association (www.Jstov.org/stu)2011(Access20/9/2020)
- XU, Liying, 2013, Drivers of Organizational Buying Behavior, masters degree, Emstrasbourg business school, university of Strasbourg. Em-strasbourg.eu

قائمة المقابلات:

- أحمد المصري، مدير مالي في شركة فيرونا لصناعة الحجر في محافظة بيت لحم، 7، 2021، المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين، مقابلة
- علي شعفوط، مدير شركة ترست للتأمين في محافظة بيت لحم، 9، 2021، المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين، مقابلة
- فخري قيوي، المدير المالي لشركة بيت جالا لصناعة الأدوية في محافظة بيت لحم، 10، 2020، المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين، مقابلة
- وليد هواش، وكيل مكتب التأمين التابع لشركة فلسطين للتأمين في مدينة بيت ساحور، 10، 2020، المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين، مقابلة

قائمة الملاحق:

ملحق رقم (1) استبانة الدراسة

الاستبانة:



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

كلية الأعمال و الاقتصاد

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان

"المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين"

حالة تطبيقية على الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم

إشراف د. نضال درويش

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال جامعة القدس

قامت الباحثة بتصميم هذا الاستبانة لدراسة محددات اختيار الشركات الصناعية لشركة التأمين المزودة للخدمات التأمينية، حيث تهدف الدراسة لمعرفة أهم هذه المحددات في التأثير على قرار شراء مؤسسة أو شركة معينة لخدمة التأمين من شركات تأمين معينة.

أقدر لك مجهودك في تعبئة الاستبانة الذي لن يأخذ من وقتك أكثر من 8-10 دقائق. سيتم استخدام المعلومات الموجودة في هذه الاستبانة لأغراض البحث العلمي فقط وسيتم مراعاة السرية التامة. أرجو من حضرتك الإجابة على الأسئلة بموضوعية وبنقطة تامة أنها لأغراض الدراسة فقط. وإن كنت مهتماً بمعرفة النتائج أتشرف بمشاركتك إياها عن طريق الإيميل.

شاكرة لكم تعاونكم

لينا سجديّة

جوال: 0592051022 بريد الكتروني / Email : Lianaisajdieh@hotmail.com

القسم الأول: معلومات عامة :

1-الجنس: () ذكر () أنثى

2-المؤهل العلمي : () دبلوم أو أقل () بكالوريوس () دراسات عليا

3 -عدد سنوات خبرتك في العمل لدى مؤسستكم :

() أقل من 5 سنوات () من 5 إلى أقل من 10 سنة

() من 10 إلى 15 سنة () أكثر من 15 سنة

4- عدد الأفراد العاملين في مؤسستكم:

() أقل من 5 موظفين () 5-9 موظف () 10-19 موظف () 20-50 موظف () أكثر من 50 موظف

5- حجم التأمينات السنوية لمؤسستكم (قيمة الحافطة التأمينية الكاملة السنوية التقريبية) بالشيكيل: ()

6- أي من التالية يشارك في القرار الشرائي لبوليصة التأمين: (بالإمكان وضع إشارة x بجانب أكثر من قسم)

إشارة X	القسم الوظيفي المشارك في قرار شراء البوليصة التأمينية
	الإدارة العامة (الإدارة العليا)
	قسم المشتريات
	القسم المالي
	القسم الفني
	غير ذلك، اذكره _____

7- ماهو الشكل القانوني لمؤسستكم؟ () عادية عامة () عادية محدودة

() مساهمة عامة () مساهمة خاصة

8- هل يوجد أسس معدة مسبقاً لاختيار مزود التأمين في مؤسستكم؟ () نعم () لا

9- تقوم بشراء خدمات التأمين من خلال: () شركات التأمين () وكلاء شركات التأمين

القسم الثاني: أنواع التأمين التي يتم شراؤها

أي من التالية يتم شراؤه من شركة التأمين (بالإمكان وضع إشارة X بجانب أكثر من خدمة تأمينية يتم شراؤها)

	التأمين البحري والبضائع
	تأمين صحي
	تأمين الحريق والسرقة
	تأمين خيانة الأمانة
	تأمين نقل النقود
	تأمين حوادث شخصية
	تأمين بيوت

	تأمين مركبات
	تأمين إصابات العمل
	تأمين على الحياة
	تأمين هندسي وأخطار المقاول
	تأمين على كسر المكائن
	تأمين على المعدات
	تأمين المسؤولية المدنية

القسم

الثالث: العوامل المؤثرة في قرار اختيار مؤسستكم لمزود التأمين:

سيتم في هذا القسم جمع معلومات عن العوامل المؤثرة في سلوك مؤسستكم الشرائي اتجاه خدمات التأمين

أ	المحور الأول: العوامل البيئية: العوامل الثقافية، القانونية، السياسية، و الاقتصادية	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق بشدة
1	يلعب العامل الديني والشرعي دوراً في اختيارنا لشركة التأمين					
2	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بمسؤوليتنا اتجاه الموظفين					
3	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بمسؤوليتنا اتجاه الزبائن(الزائرين)					
4	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتجنبنا للتعرض للمساءلة القانونية					
5	تؤثر تغيرات الأوضاع السياسية على اختيارنا لشركة التأمين					
6	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بالوضع الاقتصادي					

ب	المحور الثاني: تأثير العلاقات بين الشركتين				
	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1					يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتجربتنا السابقة معها
2					نختار شركة التأمين التي تربطنا معها علاقة تجارية متبادلة (تقوم بشراء منتجاتنا مثلاً)
3					يستمر شراؤنا من نفس شركة التأمين من أجل الحصول على خصم
4					يستمر شراؤنا من نفس شركة التأمين من أجل تقليل المخاطر
5					نختار شركة التأمين التي تبقى في اتصال دائم معنا
6					نختار شركة التأمين التي يكون موظفوها على استعداد لمساعدتنا
7					يتأثر اختيارنا شركة التأمين بعلاقتنا الشخصية مع مدير شركة التأمين
8					يتأثر اختيارنا شركة التأمين بعلاقتنا الشخصية مع وكيل شركة التأمين
ج	المحور الثالث: صفات تتعلق بشركة التأمين:				
ج.1	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1					تأثير جودة الخدمة التأمينية (Service quality) على قرارنا عند اختيار شركة التأمين
1					نختار شركة التأمين التي نشعر اتجاهها بالثقة
2					نختار شركة التأمين التي لديها القدرة على تقديم الخدمة السريعة وبدون تعقيدات في الإجراءات

					يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بالمظهر المميز الذي يظهر به موظفوها	3
					يتأثر اختيارنا لشركة التأمين باللباقة التي يتصف بها موظفوها	4
					يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بقيام موظفيها بعرض و توضيح الإجراءات المتبعة والتغطيات التأمينية بمهارة	5
					نفضل شركة التأمين التي تتصف بالمرونة مع متطلباتنا المتغيرة اتجاه الخدمات	6
					نختار شركة التأمين التي لديها مصداقية عالية بالتعويض اتجاهنا بعد الحادث	7
					نفضل اختيار شركة التأمين التي تستجيب لنا في جميع الأوقات(24ساعة)	8
					نفضل شركة التأمين التي تقوم بمتابعة تجديد التأمين الخاص بنا بشكل دوري لتذكيرنا	9
					نختار شركة التأمين التي تحرص على تقديم خدمات مميزة ما بعد حدوث الحادث(مثل خدمات توفير سيارة، علاج، الخ)	10
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	تأثير السعر (Price) على قرارنا عند اختيار شركة التأمين	2.ج
					نختار شركة التأمين بناء على العروض التي تقدمها	1
					نختار شركة التأمين التي تقدم السعر الأقل	2
					يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتقديمها تسهيلات في عملية الدفع	3

					4	نفضل اختيار شركة التأمين التي تقدم خصومات خاصة لنا
					5	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتقديم شركة التأمين خصومات لأفراد المصنع عند شرائهم الخدمات التأمينية الخاصة بهم
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	ج.3	تأثير صورة الشركة (Image) على قرارنا عند اختيار شركة التأمين
					1	نختار شركة التأمين ذات السمعة المميزة بين جمهور المتعاملين
					2	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بعلامتها التجارية القوية
					3	يتأثر اختيارنا شركة التأمين بالكلام الإيجابي والتوصية من قبل المعارف في الشركات الأخرى
					4	نختار شركة التأمين التي تتعامل معها الشركات المعروفة والشخصيات الاعتبارية
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	ج.4	تأثير قوة شركة التأمين في السوق على قرارنا عند اختيار شركة التأمين
					1	نهتم بهامش الملاءة لدى شركة التأمين عند اختيارنا لشركة التأمين (هامش الملاءة يعني قدرة شركة التأمين على الوفاء بالتزامها)
					2	نهتم بمعرفة القوة المالية لشركة التأمين (أرباحها وراس مالها) عند اختيارنا لشركة التأمين
					3	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بحصتها السوقية في سوق التأمين (عدد الأفراد المؤمنين والشركات المؤمنة لدى شركة التأمين)

القسم الرابع: برجاء تقييم محددات اختياركم لشركة التأمين حسب درجة الأهمية(رقم 1 يرمز للأقل أهمية ورقم 7 يرمز للأكثر أهمية)

7 أكثر أهمية	6	5	4	3	2	1 أقل أهمية	معايير اختيارنا لشركة التأمين
							تنوع تغطية الخدمات التأمينية وجودتها
							أسعار الخدمات التأمينية
							الخصومات الخاصة بالمؤسسات والشركات
							سمعة ومصداقية شركة التأمين
							العلامة التجارية لشركة التأمين
							القوة المالية لشركة التأمين
							توصية المعارف في الشركات الأخرى
							علاقات موظفي الشركة الصناعية مع وكلاء أو موظفي شركة التأمين
							العامل الديني
							الحصة السوقية لشركة التأمين

شكرا لتعاونكم

انتهت الأسئلة

ملحق رقم (2) إجابات أسئلة المقابلة

مقابلات شخصية بخصوص تحديد أهم العوامل المؤثرة على قرار اختيار المؤسسات لشركة التأمين عند شراء الخدمات التأمينية:

قامت الباحثة بعمل أربع مقابلات لمعرفة أهم العوامل المؤثرة والمحددات التي يجب أن تتوفر في شركة التأمين حتى يقوم صاحب الشركة باختيارها عند شراء الخدمات التأمينية.

المقابلة الأولى كانت مع وكيل مكتب (مزود) تابع لشركة تأمين، ومقابلتين مع أصحاب مؤسسات مشتريّة لخدمات التأمين ومن ثم تم عمل مقابلة مع مدير مكتب تأمين في محافظة بيت لحم.

حيث كان السؤال الموجه للأشخاص الذين تمت مقابلتهم : ما هي المعايير المهمة بالنسبة للشركات الصناعية عند تقييم واختيار شركة التأمين عند لشراء خدمات التأمين؟

وكانت المعلومات التي حصلت عليها الباحثة من هذه المقابلات كالتالي:

1-مقابلة مع الأخ الهواش(وليد هواش) وكيل مكتب التأمين التابع لشركة فلسطين للتأمين في مدينة بيت ساحور:

عند سؤال الأخ عن أهم العوامل المؤثرة على قرار شراء المؤسسات اتجاه خدمات التأمين التي يقدمها الفرع أفاد بما يلي:

- أن المصادقية في تعامل شركة التأمين مع الزبائن هي أهم المعايير.

- أن العلاقات الشخصية مع مزود التأمين يعتبر بالنسبة له العامل المؤثر الأكبر في قرار الزبائن لشركة التأمين. ذلك لأن هذه العلاقة تعطي الزبائن ثقة أكبر بمزود التأمين. والتي تندرج تحت متغير العلاقات ما بين المؤسسة البائعة والمؤسسة المشتريّة

-طريقة الدفع والتي تندرج تحت متغير خصائص البائع

-سرعة الدفع عند طلب التعويضات والتي تدرج خصائص البائع

-بالنسبة لعامل السعر يعتبر مهم جداً بالنسبة للبلديات والمؤسسات يندرج تحت متغير خصائص البائع

-أما بالنسبة للشركات الكبرى التي تتعامل مع وكيل التأمين، فيلاحظ بأنها تهتم كثيراً بهامش الملاءة وإعادة التأمين عند سؤالها عن شركة التأمين حيث أنها تهتم لتصنيف الشركات في العالم و التي يتم فيها إعادة التأمين. حيث أفاد الأخ هوش بأن أكبر هذه الشركات التي يتم بها إعادة التأمين هي شركة هونفر ستاندر و هي التي يتم التعامل معها من قبل شركتهم. والتي تدرج تحت متغير خصائص البائع والمعلومات

2-مقابلة مع الأخ أحمد المصري مدير في مصنع فيرونا لصناعة الحجر:

أفاد الأخ بأن أهم العوامل التي تؤثر على قراره في التعامل مع شركة التأمين هي:

- المصدقية هي الأهم عند اختيار شركة التأمين وخصوصاً المصدقية في التعويض الذي تقدمه شركة التأمين عند حدوث الحوادث.

-العلاقة الشخصية مع وكيل البيع وأسلوب التعامل والتي تدرج تحت متغير العلاقات ما بين المؤسسة المشتري والبائعة

-طريقة الدفع والتي تدرج تحت متغير خصائص البائع

-الحصول على الخدمة مثل أضافة عامل على التأمين أو تجديد مركبة أو تبليغ حادث أو الحصول على تعويض بأقل وقت وجهد والتي تدرج تحت متغير خصائص البائع

-الحصول على بعض الخصومات الخاصة (مع العلم بأن نسبتها قليلة ولكن لها مردود مادي كبير بالنسبة للمؤسسة المؤمن لها والتي تدرج تحت متغير خصائص البائع

-سمعة الشركة ومدى قوتها بالسوق ماديا والتي تدرج تحت متغير خصائص المعلومات،

-تجارب الآخرين وتجربة الشركة معها والتي تدرج تحت متغيرصفات المنتج، العلاقة ما بين المؤسسة المشتريّة والبائعة

3-مقابلة مع الأخ فخري قيوي المدير المالي لشركة بيت جالا لصناعة الأدوية:

أفاد بأنه يتعامل مع شركة التأمين لعدة أسباب:

- سمعة الشركة ومصداقيتها(تدرج هذه المعايير ضمن صفات شركة التأمين)
- قوة الشركة المالية: أي أنه يهتم بأوضاع شركة التأمين المالية ويقوم بقراءة نتائجها المالية السنوية التي تنشرها على بورصة فلسطين(تدرج تحت متغير خصائص المعلومات)
- تجربة الشركة مع شركة التأمين: من حيث تعامل موظفيها، والمدير، والتعاون (تدرج تحت خصائص علاقة المؤسسة المشتريّة بالمؤسسة البائعة).
- الحصول على خدمات مثل الاستشارات عند حدوث مشكلة معينة مع الشركة المؤمن لها، فتقوم شركة التأمين بتقديم الإستشارة وتقييم الوضع ووضع الحلول. (تدرج تحت متغير خصائص البائعين).
- بالنسبة للأسعار ليست بالعامل المؤثر من وجهة نظره ذلك لأنه لا يوجد فرق كبير بين شركات التأمين في الأسعار (تدرج تحت متغير خصائص البائعين)
- الخصومات تهم الشركة المؤمن لها، حيث أنهم يحصلون على خصم التعاقد طويل الأمد، وهو التعاقد لمدة 3 سنوات، مقابل أن تحصل الشركة المؤمن لها على خصم بقيمة 20%. (تدرج تحت متغير خصائص البائعين)

4- مقابلة مع الأخ علي شعفوط، مدير مكتب شركة ترست للتأمين: حيث أفاد الباحثة بكونه خبيراً في شؤون التأمين. وكانت إجابته على السؤال كالتالي:

- أن المحدد الأول لاختيار الشركات لشركات التأمين هو المصداقية و السعر الأفضل.

- العلاقة الشخصية ما بين أحد موظفي الشركة المشترية ووكلاء أو مدراء شركة التأمين

- حجم الامتيازات التي تحصل عليها الشركات. وعند سؤاله عن توضيح هذه الامتيازات أفاد الأخ علي بأن أهم هذه الامتيازات هي حصول أصحاب الشركات على عروض تجعلهم يشعرون بالرفاهية مثل بوليصة تأمين سفر لمدة سنة مجاناً، أو إعفاء صاحب الشركة من دفع مبلغ إعفاء التأمين مما يوفر عليه التكاليف. كما أفادنا الأخ علي بأن معظم أصحاب الشركات قاموا بإلغاء بعض الخدمات التأمينية الكمالية مثل إلغاء التأمين الشامل وذلك نتيجة للركود الاقتصادي نتيجة الأزمة الاقتصادية التي نتجت عن وباء كورونا. إلا أن الركود الاقتصادي لم يجعل أصحاب الشركات يغيرون اختيارهم لشركة التأمين.

- كما أفاد بأن معظم الشركات المنظمة والتي تحتوي على عدد متوسط إلى كبير من الموظفين ولديها حجم عمل متوسط إلى كبير تهتم كثيراً بإعادة التأمين وهامش الملاءة التأمينية عند اختيار شركة التأمين لما لديهما من أثر كبير على سرعة التعويض الذي يتم اتجاههم وعلى الشعور بالثقة اتجاه مصداقية شركة التأمين والتي بدورها تجعل الشركة تستمر مع شركة التأمين.

- كما أضاف الأخ علي بأن العامل الديني مهم جداً فهناك عدد كبير من أصحاب الشركات والمصانع لايتعاملون الا مع شركات التأمين الإسلامية التي تقدم خدمات تأمينية تتوافق مع الشريعة الإسلامية.

أهم نتائج المقابلات التي أجرتها الباحثة:

الشخص الذي تمت معه المقابلة	إسم الشركة	ماهي أهم المعايير التي تهتم بها الشركات عند اختيار شركة التأمين لشراء الخدمات التأمينية
الأخ الهواش وليد	وكيل شركة فلسطين للتأمين/ بيت ساحور	العلاقات الشخصية مع مزود التأمين، طريقة دفع المؤمن له، سرعة دفع شركة التأمين للتعويضات، هامش الملاءة لدى شركة التأمين و إعادة التأمين

الأخ علي شعفوط	مدير فرع لدى شركة ترست للتأمين/ بيت لحم	السعر، العلاقة الشخصية مع الوكيل أو مدير فرع شركة التأمين، الامتيازات التي تشمل العروض على الخدمات الكمالية، إعادة التأمين، العامل الديني
الأخ فخرى قيوى	مدير مالي لدى شركة الأدوية/ بيت جالا	سمعة الشركة، قوة الشركة المالية، التجربة السابقة من حيث التعامل والتعاون، خدمات بعد البيع مثل الاستشارات، الخصومات، التعاقد الطويل من أجل الحصول على الخصم
أحمد المصري	مدير مالي لدى شركة فيرونا لصناعة الحجر	العلاقة الشخصية مع وكيل شركة التأمين، طريقة الدفع، خدمات مع البيع، السهولة في الحصول على التعويض، الخصومات، السمعة، قوة الشركة في السوق، تجربة الشركة و تجارب الآخرين السابقة مع شركة التأمين

التعليق على المقابلات:

من خلال المقابلات التي قامت بها الباحثة لمعرفة أهم المحددات (العوامل) التي تؤثر على اختيار المؤسسة المشتريّة شركة تأمين لشراء الخدمات التأمينية منها توصلت لما يلي:

- 1- ظهر من نتائج المقابلات أن العلاقات الشخصية ما بين أصحاب الشركات الصناعية والمدراء أو الوكلاء أو الموظفين العاملون في شركات التأمين هي المؤثر الأول بالنسبة لبعض أصحاب المؤسسات المشتريّة.
- 2- تهتم الشركات ذات الأداء العالي وحجم العمل الكبير في سمعة شركة التأمين في المقام الأول.
- 3- تعتبر الخصومات في الدفع ذات أهمية كبيرة بالنسبة للشركات الصناعية.
- 4- تعتبر طريقة الدفع والعروض مؤثراً مهماً بالنسبة للشركات الصناعية

5- تهتم الشركات الصناعية كثيراً بتقديم الخدمة ما بعد الشراء مثل إضافة فرد للتأمين أو الاستشارات أو تغيير الخدمة

6- سرعة دفع التعويضات مؤثر مهم والتي تندرج تحت خصائص المؤسسة المزودة

7- التجارب السابقة للشركة أو المصنع وتجارب الآخرين في التعامل مع شركة التأمين

8- القوة المالية لشركة التأمين مما يعني الميزانية الربحية لشركة التأمين تعتبر مؤثر مهم

العامل الديني الذي يقتضي أن تكون شركة التأمين إسلامية وتقدم خدمات تأمينية تتوافق مع الشريعة الإسلامية

ملحق رقم(3) قائمة المحكمين الذين قاموا بتحكيم الاستبانة:

الرقم	الإسم	الوظيفة	مكان العمل
1	د.محمود الجعفري	أستاذ محاضر	جامعة القدس
2	د.سلوى البرغوثي	أستاذ محاضر	جامعة القدس
3	د.عروبة البرغوثي	أستاذ محاضر	جامعة القدس
4	د.محمد شريعة	أستاذ محاضر	جامعة القدس
5	د.محمد سالم	أستاذ محاضر	جامعة القدس
6	د.خالد صلاح	أستاذ محاضر/ إحصاء	جامعة القدس
7	د.سعاد العبد	أستاذ محاضر	جامعة القدس المفتوحة
8	د.رانيا البصير	أستاذ محاضر	جامعة القدس المفتوحة
9	د.محمد زواهره	أستاذ محاضر/ إحصاء	جامعة القدس المفتوحة
10	د.سمير حزبون	رئيس الغرفة التجارية	الغرفة التجارية في محافظة بيت لحم
11	د.ماهر احشيش	الرئيس التنفيذي لدى اتحاد صناعة الحجر والرخام في فلسطين	اتحاد صناعة الحجر والرخام

ملحق رقم(4)

الشروط التي حددها قانون التأمين والواجب توفرها في أي شخص يمارس أعمال المؤمن:

حدد قانون التأمين رقم (20) لسنة 2005، الشروط الواجب توفرها في تكوين شركات التأمين وإعادة التأمين العاملة في فلسطين وذلك في المواد التالية من القانون:

1- لا يجوز لأي شخص أن يمارس أعمال المؤمن إلا إذا كان شركة مساهمة عامة فلسطينية مسجلة في فلسطين بموجب القوانين ومرخصة وفقاً لقانون التأمين رقم (20) لسنة 2005، والانظمة والتعليمات الصادرة بموجبه، أو كانت شركة أجنبية مسجلة ومرخصة للعمل في فلسطين بموجب قانون التأمين رقم (20) لسنة 2005، والانظمة والتعليمات الصادرة بموجبه، ويقع باطلاً بطلاناً مطلقاً اي عقد تأمين أو إتفاق ابرمه مؤمن لم يستوف الشرط المنصوص عليه في هذه المادة.

2- يشترط أن تكون جميع الاسهم اسمية ومملوكة بما لا يقل عن 51% لاشخاص فلسطينيين بصفة دائمة. وينظم عقد التأمين في فلسطين باللغة العربية لجميع أنواع التأمين ويجوز إدراج ترجمة دقيقة للعقد بلغة أخرى، وفي حالة الاختلاف حول تفسير العقد يعتمد النص العربي.

ملحق رقم(5)

شرح فروع التأمين التي تعمل بها هذه الشركات بطريقة مبسطة كما جاء به قانون التأمين الفلسطيني:

1.تأمين الحياة:

هو حماية المؤمن لهم و/أو المستفيدين من خطر فقدان الدخل الناجم عن حادث أو مرض بحالات الشيخوخة او العجز الكلي او الوفاة.

2.التأمين الطبي (الصحي) وأهميته

هو ذلك المنتج من منتجات التأمين الذي يهدف الى تعويض المؤمن له عن خسائره الناتجة عن حادث او مرض ويعوض المؤمن له عما يتكبده من نفقات المستشفى وكشفيات الاطباء والادوية والتحليل المخبرية والصور الشعاعية او جزء منها.

وتبرز اهمية التأمين الصحي من خلال: 1- الارتفاع الكبير والمستمر في كلفة الرعاية الطبية الحديثة حيث أنها اصبحت فوق القدرة المالية لغالبية الأفراد والأسر. 2- عدم إمكانية التنبؤ بحدوث المرض أو كلفته على مستوى الفرد أو الجماعة. 3- مساهمة التأمين الصحي في تحقيق الاستقرار النفسي والاجتماعي والاقتصادي لفئات العمال والموظفين.

3. التأمين ضد اصابات العمل

هو نوع من أنواع التأمين الالزامي ويغطي اصابات العمل التي تلحق بالعمال، المرتبطين بعقود عمل مع المؤمن له، اثناء وبسبب تأديتهم لأعمالهم وفق قانون العمل الفلسطيني رقم (7) لسنة 2000. حيث تم بموجبه إلزام رب العمل بتوفير هذه التغطية التأمينية لجميع العاملين لديه وذلك بحسب نص المادة رقم (116) من قانون العمل (يجب على صاحب العمل ان يؤمن جميع عماله عن اصابات العمل لدى الجهات المرخصة في فلسطين).

4. التأمين الالزامي للمركبات

هو نوع من انواع التأمين الالزامي و يغطي الاضرار والاصابات الجسدية التي تنتج عن استعمال المركبة، سواء كان الشخص المصاب من ركاب المركبة أو المشاة وقت وقوع الحادث.

5. التأمين الصناعي

هو نوع من انواع التأمين يغطي الأعمال المتعلقة بالصناعة.

6. التأمين الهندسي

هو ذلك المنتج من منتجات التأمين الذي يختص بتأمين المشروعات والمعدات والآلات ويغطي جميع الأخطار التي تتعرض لها الممتلكات المشمولة بعقد التأمين باختلاف أنواعها وطبيعة عملها ويشمل: تأمين المشروع أو البناء، تأمين المعدات والآلات، تأمين العمال، تأمين إزالة الأنقاض، تأمين المسؤولية المدنية بالإضافة إلى تأمين مقاولي الباطن.

7. التأمين على الخسارة المالية

هو التأمين الذي يغطي قرارات المستثمرين سواء أكانوا شركات أو مستثمرين أفراد.

8. التأمين على الممتلكات

ويشمل التأمين على مختلف الممتلكات كالمصنع أو المكتب أو البضاعة أو المستودع أو الماكينات. ويخبر المؤمن إما بتغطية جميع الأخطار أو بتغطية جزء معين منها كالحريق والسرقة فقط.

9. التأمينات الالزامية و أنواعها

هي من المنتجات والخدمات التأمينية التي أوجبت القوانين السارية في فلسطين إلزاميتها وهي نوعان: التأمين الالزامي للمركبات والتأمين ضد اصابات العمل.

ويقصد بالتأمين الالزامي للمركبات ذلك النوع من التأمين الذي يغطي الاضرار والاصابات الجسدية التي تنتج عن استعمال المركبة، سواء كان الشخص المصاب من ركاب المركبة أو المشاة وقت وقوع الحادث ولا يجوز لأي شخص أن يستعمل مركبة آلية أو أن يسمح لأي شخص آخر باستعمالها أو أن يتسبب في ذلك الا إذا كان للمركبة وثيقة تأمين نافذة المفعول، وهناك نوعان آخران إلى جانب التأمين الجسدي وهما تأمين الاضرار المادية للطرف الثالث، والتأمين التكميلي أو الشامل، ويعنى تأمين الاضرار المادية للطرف الثالث بالخسائر والاضرار التي تسببها المركبة للطرف الثالث (الغير) سواء كان الطرف الثالث مركبة او شيء مادي آخر (جدار، عمود، منزل..)، وتم دمج هذا النوع من التأمين مع التأمين الجسدي في بوليصة إلزامية موحدة.

أما التأمين التكميلي أو الشامل فيعنى بالخسائر والاضرار التي تلحق بجسم المركبة نتيجة الاصطدام او حادث سير او سرقة أو حريق ويمكن اضافة كل من الزجاج والأضوية والمسجل واعمال الشغب وأي خدمة اضافية اخرى يطلبها المؤمن له وتقبلها شركة التأمين ضمن هذه التغطية (أي هو باختصار تأمين على الملكية الخاصة بالمركبة نفسها).

10. تأمين الحوادث الشخصية:

هو ذلك المنتج من منتجات التأمين الذي يوفر التغطية للمؤمن له و / أو المستفيدين في حالة الوفاة والعجز الدائم أو الجزئي الناتج عن حادث شخصي كما يمكن إضافة منفعة إرجاع النفقات الطبية الناجمة عن الحادث، ويعرّف الحادث الشخصي بأنه الإصابة التي تعرض لها المؤمن عليه وكان لها ظرف مكان وظرف زمان وحدثت بالصدفة وتركت أثرا (عجز مؤقت، عجز دائم، وفاة).

11. تأمين المسؤولية المدنية تجاه الغير

وتغطي الوفاة أو الاصابة الجسدية أو أي أضرار بممتلكات الغير والتي تنتج بإصطدام السيارة المؤمنة بها.

ملحق رقم(6) خلفية عن أهم المفاهيم التي يجب الإحاطة بها فيما يخص قطاع خدمات التأمين (مصدر المعلومات هيئة رأس المال الفلسطيني)

1. عقد إعادة التأمين:

هو أي اتفاق أو تعهد بين شركة التأمين الأصلية(المتنازلة) وشركة أو شركات أخرى تسمى بشركات إعادة التأمين تنقل بموجبه الشركة الأصلية إلى شركة أو شركات إعادة التأمين كل أو بعض الأخطار التي التزمت بها للغير بموجب عقد تأمين أخذته على عاتقها أصلاً، وتقوم بهذه العملية شركات متخصصة تسمى شركات إعادة التأمين وذلك مقابل مبلغ معين تدفعه لها الشركات الأصلية(المتنازلة) يسمى بقسط إعادة التأمين، على أن تلتزم الشركات بموجب هذا العقد بتعويض الشركة الأصلية(المتنازلة) عما قد يلحقها من الأضرار التي أمنت للغير ضدها أصلاً.

2. وكيل التأمين:

الشخص المفوض بممارسة أعمال وكيل التأمين بالنيابة عن الشركة أو عن أحد فروعها بموجب تفويض خطي من الشركة بما في ذلك أعمال وكالة إعادة التأمين.

3.الاكتواري

الشخص الحاصل على شهادة أخصائي تأمين من إحدى المؤسسات المعترف بها من الهيئة وحصل على ترخيص منها لممارسة مهنة تقدير قيمة عقود التأمين والوثائق والحسابات المتعلقة بها والمعروف ب"الاكتواري" والمعين للقيام بهذه المهمة لدى الشركة.

4.أعمال التأمين

هو النشاط المتعلق بكافة أنواع التأمين المنصوص عليها في قانون التأمين رقم(20) لسنة 2005 بما في ذلك إعادة التأمين واعمال وكلاء التأمين والوسطاء واخصائيي التأمين على الحياة(الاكتواريين) وأي نشاط آخر ذي علاقة بعقد وأعمال التأمين.

5.وظائف شركات التأمين: تتلخص اهم الوظائف التي تقوم بها شركات التأمين من أجل توفير الحماية التأمينية لمشتري هذه الخدمات فيما يلي(نادر، 2012).

أ-وظيفة التسعير-:تهتم هذه الوظيفة بمعرفة القسط الواجب استيفاؤه من المؤمن له نظير خطر معين ينوي التأمين ضده .

ب-وظيفة الاكتتاب (انتقاء الاخطار) تقوم الشركة من خلال هذه الوظيفة بقبول طلبات اصدار الوثائق المتوقع ان ينتج عنها ارباح وترفض الطلبات المتوقع ان ينتج عنها الخسائر .

ت-وظيفة الانتاج(المبيعات) يقصد بالانتاج هنا المبيعات والنشاطات التسويقية التي تقوم بها شركة التأمين للخدمة التأمينية .

ث-وظيفة تسوية المطالبات (التعويض)

ج-وظيفة إعادة التأمين

ح-وظيفة الاستثمار والتمويل

6. الحد الأدنى للتعرف الموحدة

الحد الأدنى الخاص بأسعار تأمينات المركبات والعمال المحدد من هيئة سوق رأس المال الفلسطينية والملزم لجميع شركات ووكلاء التأمين.

7. شهادة الملاءة في مجال التأمين

هي الشهادة التي تصدرها إدارة التأمين في هيئة سوق رأس المال الفلسطينية للشركة بما يفيد بأنها قد التزمت بمتطلبات هامش الملاءة المنصوص عليها في قانون التأمين رقم(20) لسنة 2005 والأنظمة والتعليمات التي تصدر بموجبه.

ملحق (7):

قائمة المصانع المسجلة لدى وزارة الاقتصاد الوطني لدى دائرة الصناعة والتجارة:

الرقم	المصنع	الرقم	المصنع
1	محجر شركة زعترة للكسارات	76	شركة فنون للحجر المنحوت الجيري والرخام
2	شركة مصنع الأخوة الحديث للسنانلس	77	شركة مرج الغزلان للباطون الجاهز
3		78	للتعبئة والتغليف - اش ام HMC شركة
	شركة الحارث للمقاولات العامة		سي
4	شركة الواحة للرخام والاستثمار	79	شركة الشوشة
5	شركة مزايكو للرخام	80	شركة الجابري للحجر والرخام
6		81	اسفلت الشركة القطرية الدولية للصناعات
	شركة ستونلي للرخام		الحديثة
7	الشركة الفلسطينية للصناعات	82	شركة المدينة ستون الإستثمارية
8	شركة فينيسيا لدسكات الحجر	83	شركة الجابر للتجارة العامة
9	شركة المفدي للنسيج	84	شركة دبدوب للتجارة والصناعة
10	شركة سلفارادو للتجارة العامة	85	شركة حنضل للحلويات
11		86	شركة نصار ستون للإستثمارات والتعهدات
	شركة بلو لايين لصناعة وتجارة الأحذية		العامة
12	شركة مودلز لصناعة الألبسة	87	شركة الوليد ستون
13	شركة سوتكس للملابس	88	شركة رويال للنسيج
14	شركة ادم	89	شركة المأمون للإنشاءات
15	الشركة الرائدة للتجارة والرخام	90	الشركة الرائدة للإستثمار
16	شركة صوصا للحجر والرخام	91	شركة المكرر للنسيج

شركة الأقصى للرخام والتعهدات العامة	92	شركة الدوحة للأستثمار	17
شركة العرجا للنسيج	93	شركة الطوب الحديث	18
شركة النسيج الوطنية	94	الشركة العالمية الحديثة	19
الشركة المعاصرة للتنمية والرخام	95	شركة الواندا للأخشاب	20
شركة المجد للباطون الجاهز	96	شركة سبأ	21
شركة الأحلام للحجر والرخام	97	شركة الزهراء الجميلة للتسويق	22
شركة العابد للصناعات الإنشائية	98	شركة صالح محمود ابو شقرة	23
شركة عد للصناعة والمقاولات	99	دهانات شركة الجراشي - ناشونال	24
شركة الأحلام للحجر والرخام	100	شركة بال روك للحجر وللرخام	25
شركة الأتحاد للجوارب والنسيج	101	شركة عين كراجة	26
شركة سهيل والصاحب	102	شركة حجارة القدس للشايش	27
الشركة الحديثة للتجارة العامة	103	شركة كوميت الصناعية	28
مصنع شركة بيزا ستون للجرانيت والرخام	104	شركة ابناء الهدمي للرخام	29
شركة جلوسي اكسبرس	105	شركة النبروخ للألمنيوم	30
شركة لآلى البحر الميت	106	شركة مرمرة الحديثة للإستثمارات	31
شركة نصار ستون للاستثمارات و	107	شركة الناصر للإستثمارات	32
التعهدات العامة			
شركة الوليد ستون للتصنيع والتسويق	108	مؤسسة صلاح شويكي للخياطة والنوفوتيه	33
شركة سبأ للاستثمارات الصناعية	109	شركة الأمراء للرخام - عبد الفتاح جرادات	34
الشركة الفلسطينية لتصنيع المناديل الورقية	110		35
والصحية		شركة فنون للحجر المنحوت	
شركة المأمون للإنشاءات والباطون الجاهز	111	شركة الجودة للرخام	36
	112	شركة اورينت تريدينج ان ماركيٲينج (اورينت	37
كسارة شركة الحجاج للكسارات والمقالع		للتجارة)	

مصنع شركة ابو شمسية لتعبئة المواد الغذائية	113	شركة الرائد لصناعة مواد التجميل والتنظيف	38
شركة روتس للبنية التحتية والاستثمار	114	شركة الجراشي للإستثمار الصناعي والتجاري	39
مصنع شركة سوبر نمر فلسطين الصناعية الاستثمارية	115	شركة القلعة الصخرية للحجر	40
شركة الاحلام الجديدة لتجارة الحجر والرخام	116	شركة اليزن للإنشاءات	41
شركة كلاكاتا ستون للحجر والرخام	117	الشركة المركزية للزيوت النباتية	42
شركة الوليد لتصنيع الحجارة والرخام	118	شركة الصوص العالمية للصناعات الإنشائية	43
شركة الجراشي لتحويل التغليف المرن	119	شركة ايليت ستون للحجر	44
شركة مرج الغزلان للباطون الجاهز والتعهدات العامة	120	شركة بيت جالا لصناعة الأدوية	45
شركة مصنع حنا مرة	121	شركة بلاستيك بيت لحم	46
شركة السهاد للمقاولات العامة	122	شركة عمران حجاجرة	47
شركة فرايكو للرخام	123	شركة روتس للإستثمار	48
شركة زيد روك للأستثمار	124	شركة المكركر للطوب	49
شركة جالا للصناعات الغذائية	125	شركة أ.ح.ن / حسين نصار	50
شركة الريم للحجر	126	شركة الفيحاء للرخام	51
شركة الجزيرة للحجارة والرخام	127	شركة الفردوس الإستثمارية	52
شركة النضال للحجارة والرخام	128	شركة الحلايقة للتجارة العامة	53
شركة الفيروز للحجارة	129	شركة الجندي لصناعة الرخام	54
شركة الجراشي للطباعة والتغليف	130	شركة فيرونا للرخام والإستثمارات الصناعية	55
شركة العهد الجديد	131	شركة معكرونه أبو عيطه	56

شركة كوكب محمد الجنازة	132	شركة الحوساني للإستيراد والتصدير للرخام	57
شركة منشار حجر الجنازة	133	شركة الأديب للحجر والشايش	58
شركة السندباد لتجارة التبغ والمعسل	134	شركة الريم للحجر	59
شركة المجد	135	شركة الأخوة لصناعة الطوب	60
شركة الصحبة	136	شركة ميلانو للألمنيوم والأباجورات	61
شركة ناصر الشرقية	137	شركة الجراشي لتحويل التغليف المرن	62
شركة الهديل	138	شركة هولي لاند للمزايكو	63
شركة الجوهرة للإستثمار	139	شركة ريتش هولي لاند للحجر والرخام	64
شركة الأحلام للحجر والرخام	140	شركة بلو للإستثمار والتجارة	65
شركة أم أم أل أر للأخشاب	141	شركة إينالي فيتنجز الصناعية التجارية	66
شركة سوبر نمر فلسطين الصناعية	142		67
الاستثمارية		شركة صخور القدس	
شركة الاتحاد للباطون الجاهز	143	شركة مصنع لآلى البحر الميت	68
شركة صوني ستون للحجر والرخام	144	الشركة الفلسطينية للمناديل الورقية	69
شركة مخبز بروتكو	145	شركة توب لاند للحجارة والرخام	70
شركة المخبز الذهبي	146	شركة الخليج للشايش	71
شركة لوجيستيك فلسطين	147	شركة الاوائل للرخام	72
مصنع الشركة الاوروبية الفلسطينية	148		73
لصناعة الألبان		شركة قرامان للأجهزة الكهربائية	
مصنع شركة راديكس للحجر	149	شركة الزهراء الجميلة للتسويق	74
مصنع شركة مسلخ الجوري للدواجن	150	شركة العزم للحجارة	75