

دراسة تأثير جودة الخدمة التأمينية على رضا العملاء بشركات التأمين  
التعاوني

" دراسة تطبيقية "

د/ حامد عبد القوي الخواجه

مدرس بقسم الرياضة والتأمين والإحصاء

كلية التجارة - جامعة طنطا

والأستاذ المساعد بكلية العلوم الإدارية والمالية

جامعة الطائف

د/ محمود عبد العال مشعال

مدرس بقسم الرياضة والتأمين والإحصاء

كلية التجارة - جامعة المنوفية

والأستاذ المساعد بكلية العلوم الإدارية والمالية

جامعة الطائف

# المبحث الأول

## الإطار العام للدراسة

### أولاً : مقدمة البحث

إن طبيعة الخدمات التي تقدمها الشركات المنتجة للسلع الملموسة تختلف عن تلك التي تقدمها شركات التأمين، نظراً لإمكانية تحديد معايير ومواصفات نمطية معيارية من حيث الوزن والحجم والخصائص الفنية ، بما يؤدي إلى سهولة قياس جودة هذه السلع قبل تقديمها للمستهلك . أما الخدمات التي تقدمها شركات التأمين يكون أكثر صعوبة نظراً لما تتمتع به هذه الخدمات من خصائص متعددة كعدم الملموسية والتباين في مستوى الجودة ( Kotler, ٢٠٠٦ ) .

ويعد علم الجودة في العصر الحالي في مجال الخدمات التأمينية من المجالات الحديثة التي تسهم في بناء الشركات وتحديد أهدافها وأسس تحقيق هذه الأهداف بما يتناسب مع إستراتيجية الشركة وتوجهها ، وتمثل الجودة عند تبنيها وتطبيقها إحدى أهم التحديات أمام الشركات والمؤسسات بكافة أنواعها وأيضاً أحد الأسس التي يمكن من خلالها الحكم بين الشركات وتقييمها من خلال قياس الأداء وتقييم وضعها الحالي والمستقبلي ومكانتها بين الشركات الرائدة في السوق .

وتعتبر جودة المنتجات والخدمات التأمينية أحد الدعائم الأساسية في الإنتاج ، لما لها من دور فعال في تحقيق موقف تنافسي متميز في شركات التأمين ، ونظراً للتحديات التي تواجه صناعة التأمين السعودية حالياً وظهور التكتلات الاقتصادية والاتجاه نحو العولمة وزيادة حدة المنافسة ، الأمر الذي يقتضى من شركات التأمين أن تهتم بموضوع الجودة من خلال تطوير مؤسساتها ومنتجاتها والارتقاء بأدائها العام ، لكي تلعب الدور المرجو منها في ظل المتغيرات العالمية الجديدة.

كما أن استمرار شركات التأمين في تقديم خدماتها يتوقف بالدرجة الأولى على مدى تقديم الخدمة بالشكل الذي يتفق وتوقعات المؤمن لهم، حيث إن تلك التوقعات تؤثر تأثيراً كبيراً في تحديد مستوى الخدمة، والذي قدم لهم بالفعل. وتتجم المشكلة عندما تحدث فجوة بين توقعات المؤمن لهم وبين إدراك شركات التأمين لهذه التوقعات.

والجدير بالذكر أن نموذج الفجوة أو مقياس SERVQUAL الذي يحكم علي الجودة المدركة للخدمة من خلال المقارنة بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكات العملاء للأداء الفعلي للخدمة ، وتعني التوقعات رغبات أو احتياجات العملاء أي مايعتقد العملاء أنه ينبغي علي مقدم الخدمة أن يقدمه وليس ماسوف يقدمه ، ويعني الإدراك معتقدات وآراء العملاء فيما يتعلق بالخدمة المقدمة (Parasuraman, 1988,37).

ومن ثم فإن مقياس SERVQUAL يفترض أن للعميل مستوي واحد محدد للتوقعات وحينما يتجاوز الأداء الفعلي هذا المستوي من التوقعات يتحقق رضا العميل وانخفاض الأداء الفعلي عن هذا المستوي من التوقعات يسبب عدم رضا العميل عن جودة الخدمة.

لذلك تعد جودة خدمة التأمين من أهم الأهداف التي تسعى أي شركة تأمين لتحقيقها وذلك لضمان تحقيق رضا عملائها وولائهم وزيادة الربحية وتعزيز المركز التنافسي. فإذا نجحت الشركة في تصميم وإدارة برنامج للجودة ، فإن هذا يعتبر قاعدة قوية تقييم عليها نظام الجودة . وتعتبر الجودة الآن أمراً لا يمكن مقاومته أو تجاهله ، بل نظاماً ضرورياً يطبق على صناعة الخدمات المالية بما فيها صناعة التأمين .

لذا تهدف هذه الدراسة إلى قياس أثر جودة الخدمات في شركات التأمين على رضا عملاء التأمين بالتطبيق على شركات التأمين التعاوني بالطائف والتي تمارس تأمين الحياة والممتلكات ، مستخدماً في ذلك مقياس الفجوة بين إدراكات العملاء وتوقعاتهم ، مع استخدام تحليل الانحدار المتعدد التدريجي لاختبار فروض الدراسة .

### ثانياً : مشكلة البحث

يعد رضا العملاء من أهم الجوانب الرئيسية المؤثرة في الحكم علي جودة الخدمة التأمينية ، فقد يكون العميل راضي عندما يكون الأداء الفعلي متجاوز مستوي التوقع السابق بذلك الأداء ، بينما يكون غير راضياً عندما تفوق التوقعات مستويات الأداء الفعلي . لذلك أصبح رضا العملاء عن الخدمة التأمينية المقدمة لهم هي المشكلة الأساسية التي تواجه شركات التأمين بالسوق السعودي . حيث يعتمد نجاح شركات التأمين في تحقيق أهدافها علي مدي قدرتها علي كسب عملاء جدد والمحافظة علي العملاء الحاليين .

لذلك أصبحت دراسة جودة الخدمات من أهم مواضيع البحث بسبب اكتشاف علاقتها مع كل من التكاليف ، والربحية ، ورضا العملاء ، والاحتفاظ بالعملاء . وتعد جودة الخدمة التأمينية من الأساسيات التي تسبق إرضاء العملاء ، وفي المقابل فإن رضا العملاء يؤثر علي قرار الشراء

المستقبلي للعميل وإدراكه ، كذلك فإن جودة الخدمة التأمينية تعتبر شرطاً أساسياً لإشباع رغبة العميل وللاحتفاظ به . حيث أن مشاكل جودة الخدمة التأمينية يؤدي إلى تحويل نسبة كبيرة من العملاء إلى شركات التأمين الأخرى في المملكة .

ومن خلال الدراسة الميدانية لاحظ الباحثان أن شركات التأمين في المملكة السعودية لا تهتم كثيراً بعملائها ، ومعرفة وجهة نظرهم عما تقدمه الشركة من منتجات وخدمات . وأن الخدمات التي تقدمها شركات التأمين تحتاج إلى رصد وتحليل متواصل لحاجات العملاء وورغباتهم ، لمعرفة تقييمهم لجودة الخدمة التأمينية وقياس مستوى الرضا الناجم عن جودة هذه الخدمة .

من هنا يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤلات التالية :

١- هل هناك علاقة ارتباط بين جودة الخدمة التأمينية وشعور العملاء بالرضا عن الخدمات التأمينية ؟

٢- هل يوجد فجوة بين توقعات العملاء وإدراكهم لأداء الخدمة التأمينية ؟

### ثالثاً : أهداف البحث :

يهدف هذا البحث إلى :

١. التعرف على مفهوم وأبعاد جودة الخدمة التأمينية .
٢. تحليل العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية (على مستوى الجودة ككل) ورضا العملاء .
٣. تحليل العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة التأمينية ( كل بعد على حدة ) وبين رضا العملاء .
٤. تطبيق نموذج الفجوات والإدراكات " SERVQUAL " لتقييم جودة الخدمة المقدمة .
٥. تحديد العوامل المؤثرة في رضا وولاء عملاء التأمين بسوق التأمين السعودي .
٦. تقديم بعض المقترحات لشركات التأمين التي تسهم في ميل العملاء إلى تكرار التعامل مع شركات التأمين مستقبلاً، وعلاج الفجوة في جودة الخدمة التأمينية .

### رابعاً : فروض البحث

بناء على مشكلة وأهداف الدراسة فإنه يمكن وضع فروض الدراسة في الفرضين الآتيين :

١- الفرض الأول " عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التأمينية

ورضا العملاء "

٢- الفرض الثاني " عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة

التأمينية ورضا العملاء ."

وينبثق من الفرض الثاني الفروض الفرعية التالية \* :

- أ- 'عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد الثاني لجودة الخدمة التأمينية (الجوانب الملموسة) ورضا العملاء'.
- ب- 'عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد الثالث لجودة الخدمة التأمينية (الاستجابة) ورضا العملاء'.
- ج- 'عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد الرابع لجودة الخدمة التأمينية (الأمان) ورضا العملاء'.

### خامساً : أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في النقاط التالية :-

- 1- زيادة رضا العملاء عن الخدمات التأمينية المقدمة لهم .
- 2- الاهتمام بجودة الخدمة التأمينية وعلاقتها برضا العملاء يفيد في رسم السياسة التسويقية لشركات التأمين ودعم مركزها التنافسي .
- 3- معرفة أهم المتطلبات التي يبحث عنها عملاء التأمين بالمملكة ويفضلون تواجدها بشركات التأمين ، حتى تتمكن تلك الشركات من توفيرها وتقديمها لهم بالشكل المناسب لضمان جودتها .
- 4- تعتبر هذه الدراسة من الدراسات القليلة على مستوى شركات التأمين بالمملكة العربية السعودية والتي تهدف إلى قياس رضا العملاء من الخدمات المقدمة لهم من شركات التأمين التعاوني .

### سادساً : حدود البحث :

تتمثل حدود هذا البحث فيما يلي :

- 1- فروع التأمين : اقتصرت الدراسة على تأمين الممتلكات والحياة ، دون الخدمات التأمينية الأخرى (العملاء المؤمن لهم الذين اشتروا وثيقة تأمين الممتلكات والحياة).

\* توضيح عند اختيار العنونة بين أبعاد الجودة الخمسة ورضا العملاء وجود معنوية بين رضا العملاء والبعد الثاني والثالث والرابع فقط ، ولهذا تم الاكتفاء بالفروض الفرعية للفرض الثاني السالف الذكر .

٢- شركات التأمين : تم التطبيق على شركات التأمين التعاوني بالطائف ( ملاذ ، التعاونية ، بوبا ، الراجحي ، ميدغلف ، سلامة ، الوطنية للتأمين ، العربية للتأمين ، المتحدة للتأمين التعاوني ) .

٣- الفترة الزمنية : أجريت هذه الدراسة في الفترة من نوفمبر ٢٠١٢ إلى مايو ٢٠١٣ .

### سابعاً : منهج البحث :

تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي خلال المراحل المختلفة للبحث ، حيث تم استغلال البيانات التي تم الحصول عليها من مصادرها الثانوية في تحليل ووصف الخلفية النظرية لموضوع البحث، و تم التوجه إلى ميدان الدراسة وجمع البيانات الخاصة بالشركات محل الدراسة وتبويبها وتفسيرها بهدف اختبار الفرضيات واستخلاص النتائج ، ولهذا يتكون منهج البحث كالتالي :

#### ١- مصادر جمع البيانات :

بالنسبة لمصادر جمع البيانات، وبهدف الإحاطة بجوانب البحث النظرية والتطبيقية، فقد تم الاعتماد على مصدرين:

أ - المصدر النظري : ويتمثل في الإطلاع على المؤلفات والدوريات والأبحاث العربية والأجنبية، إضافة إلى دخول مواقع على شبكة الإنترنت ذات الصلة بالموضوع.

ب - المصدر التطبيقي : وتضمن ذلك إجراء دراسة ميدانية على العملاء بشركات التأمين التعاوني بالطائف ، وجمع البيانات من الوحدة الإحصائية مباشرة (المقابلة الشخصية مع العميل) باستخدام أسلوب الاستقصاء .

#### ٢- حجم المجتمع والعينة :

##### أ) مجتمع البحث :

يتمثل مجتمع البحث لهذه الدراسة في جميع عملاء التأمين الفعليين ( حملة وثائق التأمين ) بشركات التأمين التعاوني بالطائف التي تمارس تأمين الحياة والممتلكات بالطائف .

## ب) عينة البحث :

يتم الاعتماد على أسلوب المعاينة وذلك بسبب كبر وضخامة مجتمع البحث وتباعد مفرداته جغرافياً وأيضاً محدودية الوقت والجهد والتكلفة المتاحة لأعداد البحث . وقد تقرر أن تشمل عينة البحث فروع شركات التأمين في مدينة الطائف التي تمارس تأمين الحياة والممتلكات .

وسوف يتم الاعتماد على الجداول الإحصائية لتحديد حجم العينة في ضوء بعض الافتراضات التي تتمثل في أن مجتمع البحث في حدود ٥٠٠٠٠٠٠ مفردة ، ومعامل الثقة ٩٥% وحدود الخطأ ٢% ، وتتوفر الخصائص المطلوب دراستها في المجتمع بنسبة ٥٠% وبالتالي فإن حجم العينة يكون ٣٨٥ مفردة .

## ٣- أداة البحث :

تتمثل أداة البحث في قائمة الاستبيان ، تم إعدادها مسبقاً لهذا الغرض ، وقد تم تصميم أسئلة القائمة بطريقة يمكن بواسطتها قياس المتغيرات التي تضمنتها الدراسة .

وتتكون الإستبانة من عدة محاور كل محور يتكون من مجموعة من الأسئلة وكل سؤال يحتاج الإجابة عنه بـ:

راضى تماماً	راضى	غير متأكد	غير راضى	غير راضى تماماً
5	4	3	2	1

وتحتوى الإستبانة على ٥ أبعاد كالاتي :

- البعد الأول : الاعتمادية وتحتوى على ٨ أسئلة .

- البعد الثاني : الجوانب الملموسة وتحتوى على ٧ أسئلة .

- البعد الثالث : الاستجابة وتحتوى على ٧ أسئلة .

- البعد الرابع : الأمان وتحتوى على ٦ أسئلة .

- البعد الخامس : التعاطف وتحتوى على ٤ أسئلة .

٤- متغيرات الدراسة :

في ضوء الإطار النظري للبحث والدراسات السابقة التي عرضها الباحث ، فإن متغيرات الدراسة التي يشملها البحث تتمثل فيما يلي :

المتغير التابع : رضا عملاء التأمين لوثائق تأمين الحياة والممتلكات .

المتغيرات المستقلة : أبعاد جودة الخدمة التأمينية ، وتشمل :

الاعتمادية . - الملموسة . - المصدقية . - الأمان . - الاستجابة .

أعتمد الباحثان على برمجية إحصائية هي SPSS في تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال قوائم الاستقصاء ، ومن أهم الأساليب التي تم الاعتماد عليها لإجراء اختبار فروض الدراسة ووصف متغيراتها على النحو التالي :

١- عامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) : وهو معامل يستخدم لقياس مدي الصدق

والثبات للأسئلة الموجودة بالاستبانة لبحث مدي الاعتماد علي نتائج الدراسة الميدانية في تحقيق الأهداف التي تسعى إليها هذه الدراسة ، حيث سيتم استخدام اعتمادية ألفا كرونباخ بطريقة الاتساق الداخلي أي اختبار صدق وثبات الأداء.

٢- تحليل الانحدار التدريجي : لبيان العلاقة الإرتباطيه بين جودة الخدمة التأمينية ورضا

عملاء التأمين ، ونسبة التفسير (المتغيرات المستقلة للمتغير التابع) ، وتحديد العوامل المؤثرة في رضا العملاء للخدمة التأمينية المقدمة لهم ، سواء على مستوى الجودة ككل أو على مستوى أبعاد الجودة كل بعد على حدة .

٣- اختبار فريدمان Friedman : وهو اختبار لا معلمى ، لاختبار درجة التوافق أو

الاختلاف بين آراء عينة البحث حول الأهمية النسبية للعبارات ويستخدم كـ  $\chi^2$  - Chi-Square لقياس العلاقة بين المتغيرات الوصفية ومستوى الدلالة .

٤- تطبيق نموذج الفجوات والإدراكات "SERVQUAL" : لتقييم جودة الخدمة المقدمة بين

توقعات العملاء وإدراكاتهم للخدمة التأمينية المقدمة لهم من شركات التأمين .

ثامناً : خطة البحث :

بناء على أهداف وفروض ومشكلة البحث ، تم تقسيم البحث إلى خمسة مباحث كالتالي :

المبحث الأول : الإطار العام للدراسة .

المبحث الثاني : طبيعة جودة الخدمة التأمينية.

المبحث الثالث : توصيف النموذج المقترح

المبحث الرابع : الدراسة التطبيقية .

المبحث الخامس : النتائج والتوصيات والمراجع .



## المبحث الثاني

### طبيعة جودة الخدمة التأمينية

مقدمة :-

تعد جودة خدمة التأمين من أهم الأهداف التي تسعى أي شركة تأمين لتحقيقها ، وذلك لضمان تحقيق رضا عملائها وولائهم وزيادة الربحية وتعزيز المركز التنافسي . فإذا نجحت الشركة في تحقيق الجودة المقدمة للعملاء سيؤدي ذلك لرضا العملاء عن الخدمات التأمينية بشركات التأمين.

لذلك يعد تحسين جودة خدمات التأمين مطلباً استراتيجياً لتعزيز القدرة التنافسية كما أن تحقيق رضا العميل من أهم نجاح شركة التأمين الأمر الذي يتطلب من شركات التأمين أن تتبع المداخل العلمية لتحسين جودة خدمة التأمين بهدف تقديم خدمات تقابل متطلبات ورغبات العملاء وتتجاوز توقعاتهم .

كما يعتبر تقييم مستوى الجودة في الخدمات التأمينية ومن ثم تحسينها وتطويرها بشكل دائم ومستمر أمراً في غاية الأهمية بالنسبة لشركات التأمين السعودية في ظل التغيرات الدولية .  
ولذا سيتم تناول هذا المبحث من خلال النقاط التالية :-

#### أولاً : تعريف الخدمة التأمينية

- يري بعض الباحثين بأنها " ذلك المنتج الذي تقدمه شركة التأمين للمؤمن لهم ، والتي تؤدي إلي إشباع حاجاته ورغباته المتمثلة في تغطية خسائر الأخطار المحتملة وقوعها في المستقبل".(فتحية ، ٢٠٠٦) .
- وتعرف الخدمة التأمينية : بأنها "منتج تسوقه شركة التأمين بهدف تلبية احتياجات المؤمن له ورغباته التأمينية ضد المخاطر المحتملة الوقوع في المستقبل ، والتي يمكن أن تسبب له خسائر في شخصه أو ممتلكاته أو مسؤوليته المدنية تجاه الغير ، وهي نشاط خاضع للمبادلة ولا ينتج عنه نقل ملكية (المساعد ، 2003) .

#### ثانياً : خصائص الخدمة التأمينية

- ١- أنها خدمة آجلة وليست حاضرة مثل باقي أنواع الخدمة ، حيث يشتري الخدمة لكنه يحتفظ بها لدي شركة التأمين لحين الحاجة إليها ، وذلك عند تحقق الخطر المؤمن منه.

- ٢- تتميز العلاقة بين شركة التأمين والمؤمن له بأنها علاقة مستمرة ، حيث أن طبيعة كل الوثائق التأمينية عقوداً تمتد من عام حتى عشرين عاماً أو أكثر.
- ٣- لا تخضع أسعار خدمة التأمين إلي آليات العرض والطلب، وإنما يتطلب تسعيرها خبرة فنية وقدرة علي استخدام نظرية الاحتمالات والنماذج الكمية والإحصاء الاكتواري المرتبط بعمليات التأمين.
- ٤- إن الطلب علي الخدمة التأمينية مرتبط بالوعي الثقافي للمجتمع، وكذلك طبيعته من حيث اختلاف طبقاته في الدولة الواحدة.
- ٥- إن الخدمة التأمينية غير ملموسة، إذ لا يمكن للمؤمن له لمسها إلا في حالة تكبده خسارة بسبب خطر مؤمن منه، وقيام شركة التأمين بتعويض هذه الخسارة.
- ٦- إن منفعة خدمة التأمين ذات طابع احتمالي مستقبلي بأداء التعويض للمؤمن له إذ قد يحصل المؤمن له علي هذه المنفعة أو قد لا يحصل بسبب احتمالية وقوع الخطر.

### ثالثاً : مفهوم جودة الخدمة التأمينية

الجودة تعني التميز في تقديم الخدمات المطلوبة من المنظمة بفعالية، وتقديم بأقل تكلفة، وترقى لمستوى توقعات ورغبات العملاء وتحقق رضاهم التام ، وذلك من خلال التحسين والتطوير المستمر والالتزام بمتطلبات ومعايير الأداء، وأداء العمل بشكل صحيح من المرة الأولى وكل مرة. فجودة الخدمة تعني أن تقوم المنظمة بتصميم وتسليم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة على أن تؤدي بشكل أفضل في المرة التالية وتحقق رضا العملاء في نفس الوقت ، وأن تتمتع بمزايا تنافسية مقارنة بالخدمة التي تقدمها المنظمات المشابهة .

وبالتالي فإن مفهوم الجودة : " تعني التأكد من تحقيق رغبات العملاء ومتطلباتهم أو ما يفوق توقعاتهم ، ويتطلب ذلك الاتصال بالعملاء أو المستفيدين والتأكد من أن السلع والخدمات تتناسب مع احتياجاتهم ، وكذلك بناء علاقات طيبة معهم " ( Lethinen v & Lethinen J . R , ( 1991 ) , 286-289 ) .

وتعرف جودة الخدمة التأمينية بأنها " مجموعة من المنافع الملموسة وغير الملموسة التي تؤدي إلي إشباع احتياجات ورغبات المؤمنين لهم وكذلك الخدمات المرتبطة بها مقابل دفع مبلغ معين من المال " ( فاترة ، ٢٠١٠ ، ٢٣٩ )

والاهتمام بالجودة لم يقتصر علي العلوم الاجتماعية والاقتصادية فقط بل ذكر في علوم القرآن الكريم والسنة المطهرة وهو يوصي بالاهتمام بالجودة كما في قوله تعالى ( إنا لا نضيع اجر من أحسن عملاً ) " الكهف، الآية ٣٠ " وحديث الرسول محمد صلى الله عليه وسلم ( إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً إن يتقنه ) " رواه البخاري ومسلم "

ويمكن تصنيف مستويات جودة الخدمة التأمينية إلي أربع مستويات كالتالي :-

١. جودة الخدمة الرديئة : هي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتدني الأداء الفعلي للخدمة عن مستويات التوقعات بالنسبة لها.
٢. جودة الخدمة العادية : هي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتساوي إدراك العميل لأداء الخدمة مع توقعاته المسبقة عنها .
٣. جودة الخدمة المتميزة : يمكن وصفها بأنها تقديم لمسة إضافية تتجاوز توقعات العميل وتجعله دائماً البديل الوحيد للعملاء الحاليين والاختيار الأفضل للعملاء الجدد وبما يحقق النجاح المتميز العام للشركة .
٤. جودة الخدمة الفريدة: هي الخدمة التي تكون وحيدة في السوق ولا يوجد ما ينافسها ( العزاوي ، ٧١ ، ٢٠١٠-٧٣ ) .

كما أن الخدمة المتميزة وذات الجودة العالية تمكن شركة التأمين من الاحتفاظ بالعملاء الحاليين واجتذاب عملاء جدد ( أبو عمشة ، ٢٠١١ ) .

#### رابعاً : أبعاد جودة الخدمات التأمينية :

أبعاد الجودة هي تعبير عن رغبات و تفضيلات العملاء ، لذا فان المنظمات الرائدة هي تلك المنظمات التي بمقدورها تحقيق المواءمة بين أبعاد الجودة وتصميم المنتج السلعي ، كما اختلف الكتاب والمتخصصين في مجال الجودة بصدد عدد ومسميات الخصائص أو ما يسمى بأبعاد الجودة ، وقد ناقش ( Dilworth, 1992, 610 ) آراء الكتاب والباحثين في الجودة وأبعادها وتمكن على أثرها من استخلاص الأبعاد التالية للمنتج السلعي :-

ومن هنا تبرز لنا ضرورة التعرف على العناصر الأساسية لأبعاد الجودة بدأ من التصميم إلى الإنتاج إلى نظم تقديم الخدمة محنوا وأسلوبا ، وتضم أبعاد الجودة بالنسبة للمنتجات المصنعة التي يبحث عنها المستهلك في المنتج ما يلي:

١. الأداء : ويعنى خصائص التشغيل الأساسية للمنتج ، مثل استهلاك الطاقة وسهولة الاستخدام وتيسير التمتع أثناء الاستعمال.

٢. الخصائص : وتعنى العناصر التي تتم إضافتها إلى الخصائص الأساسية مثل جهاز ستريو CD أو غطاء من الجلد في السيارة.

٣. الأمان : ويعنى أن يكون هناك ضمان أن العميل لن يعاني من أية إصابات ناتجة عن المنتج.

٤. الاعتمادية والثقة : وتعنى احتمالية أن يعمل المنتج بشكل مناسب في نطاق إطار زمني متوقع مثل أن يعمل جهاز تليفزيون لمدة سبع سنوات تقريبا بدون إصلاح.

٥. الالتزام : ويعنى الدرجة التي يحقق بها المنتج معايير تم وضعها من قبل

٦. التحمل - الاستمرارية : وتعنى الفترة التي يستمر فيها المنتج أي عمره قبل أن يتم استبداله .

٧. الخدمة : وتعنى سهولة الحصول على الإصلاحات، وسرعة هذه

الإصلاحات، وكفاءة الشخص الذي يقوم بالإصلاح .

٨. النواحي الجمالية : ما هو شكل أو رائحة أو صوت أو طعم المنتج .

٩. عوامل أخرى : وتشمل عوامل ذاتية تعتمد على الاسم التجاري والإعلان وما شابه ذلك ويتم تقييم خصائص الجودة هذه من جانب العميل وذلك بالنسبة لتكلفة المنتج ، وبصفة عامة بما سوف يدفعه من أجل الحصول على مستوى جودة ما وفيما ذكر نجد عنصر الأداء ومكملاته للاستمتاع بنواحي الخدمة لما بعد البيع وأخيرا النواحي الجمالية والجاذبة.

وفي دراسة ( Parasuraman et al ., 1988 ) قامت بدمج هذه الأبعاد إلى خمسة فقط ، وهم الاعتمادية ، الجوانب المادية الملموسة ، الأمان والضمن ، الاستجابة ، التعاطف .

وبالنسبة لأبعاد جودة شركات التأمين ، تم تطبيق الأبعاد الخمسة السابقة بعناصرها

كالتالي:

**البعد الأول : الاعتمادية :** ويقاس مصداقية ما وعدت به شركات التأمين للعملاء من خدماتها

. أي قدرة شركات التأمين على أداء الخدمة التأمينية وفقاً للوعود المقدمة بدقة وبدون أخطاء ، حيث أن العملاء ترغب في التعامل مع الشركات التي تحفظ وعودها ، و تتمثل فيما يلي :

- ١- التطوير المستمر للوثائق المعروضة.
- ٢- تقديم الشركة خدمات تأمين متنوعة.
- ٣- مساعدة العميل في اختيار نوع الوثيقة .
- ٤- تطوير التغطيات التأمينية في ضوء رغبات العملاء .
- ٥- تلبية رغبات العملاء أثناء سريان الوثيقة (من تصفية- قروض - تعديل للوثيقة ) .
- ٦- القيام ببحوث السوق للتعرف على حاجات السوق.
- ٧- إرشاد العميل إلى التغطية التأمينية التي تلائم إمكانياته المادية .
- ٨- توافر العدد الكافي من العاملين لتقديم الخدمة التأمينية .

### البعد الثاني: الجوانب المادية الملموسة : ويقاس جودة المرافق المادية للشركة ، والمعدات

المتوفرة ومظهر العاملين . وهو يعنى بالأجهزة والأدوات والمعدات المستخدمة في إنتاج الخدمة ، أي العوامل التي يمكن للعميل إدراكها بالحواس كالبصر والسمع واللمس . وتستخدم

العناصر الملموسة لتقييم الجودة المادية للخدمة قبل استخدامها ، وتتمثل فيما يلي :

- ٩- مدى توافر قواعد البيانات تحسن من القدرة التنافسية لشركات التأمين .
- ١٠- توافر أجهزة وبرمجيات .
- ١١- توافر الدقة في استرجاع البيانات والمعلومات .
- ١٢- امتلاك الشركة لأجهزة ومعدات تكنولوجية .
- ١٣- مهارة وخبرة موظفي الشركة .
- ١٤- وجود شبكات اتصال .
- ١٥- وجود اتصال فعال بين شركات التأمين داخلياً وخارجياً .

### البعد الثالث : الأمان والضمان : ويقاس هذا المحور مقدار ما توفره المنظمة من ثقة وأمان

للمستفيدين ، أي قدرة العاملين بشركات التأمين على توليد الثقة والطمأنينة لدى العملاء ، بمعنى آخر قدرة العاملين على كسب ثقة العملاء وتقديم الخدمة بدون أي مخاطر يتعرض لها العميل ، وتتمثل فيما يلي :

- ١٦- سرعة الاستجابة لرغبات العملاء .
- ١٧- سرعة الرد على استفساراتهم .
- ١٨- تحسين العلاقات مع العملاء .
- ١٩- سرعة تسليم وثيقة التأمين .
- ٢٠- الحصول على الوثيقة بسعر أقل .

٢١- الحفاظ على سرية وخصوصية معلومات العملاء .

٢٢- الرد على مكالمات العملاء بطريقة لائقة .

**البعد الرابع : الاستجابة :** ويقصد بها الدرجة التي يمكن بها للمنظمة مساعدة المستخدمين بتقديم خدمة سريعة وإجراءات واضحة . واستعداد العاملين بالشركة لمساعدة العملاء أو المستخدمين ، ويركز هذا البعد على الاعتناء والانتباه والسرعة في التعامل مع مطالب واستفسارات وشكاوى ومشاكل العملاء ، و تتمثل فيما يلي:

٢٣- الحفاظ على سرية البيانات للعملاء .

٢٤- البوليصة التي تصدرها الشركة واضحة ومفهومة .

٢٥- الثقة في شركة التأمين بأن تحافظ على أموالى .

٢٦- التعامل مع العميل بكل مودة واحترام .

٢٧- تروج الشركة نفسها بشكل مناسب .

٢٨- لا أجد أي صعوبة في تحصيل قيمة مطلبي حسب الوثيقة .

**البعد الخامس : التعاطف :** ويقيس هذا المحور مقدار ما تقدمه المنظمة من خدمة متميزة لجذب العملاء من خدماتها . من اهتمام للعملاء وتوفير العناية الشخصية لكل عميل ، ، أو بمعنى آخر أن العميل يريد أن يشعر بأن شركة التأمين تقدم له كل احتياجاته وتحل مشاكله وتعمل أفضل ما لديها لتقديم الخدمة له ، ويوصف التعاطف باللمسة الإنسانية في الخدمة ، وتتمثل فيما يلي:

٢٩- شعور العميل بالاهتمام الخاص والشخصي به .

٣٠- الترحيب بالعميل وحسن إستقباله .

٣١- حل مشاكل العميل .

٣٢- مساعدة العميل في اختيار نوع الوثيقة.

## المبحث الثالث

### توصيف النموذج المقترح

من المعلوم أن التطور في العلوم الرياضية مستمر ، ولذلك أضحى من الضروري في العلوم الاجتماعية الاهتمام بالأساليب الكمية وبناء نماذج رياضية لحل المشاكل الإدارية والتي تواجه أي منشأة ولاسيما المشاكل المتعلقة باتخاذ القرارات ، والسبب في استخدام النماذج الرياضية هي التقليل من تدخل الجانب الشخصي في اتخاذ القرار .

لذلك سوف يتم توصيف نموذج الانحدار الخطي المتعدد من خلال صياغة العلاقات محل البحث في صورة رياضية حتى يمكن قياس معاملاتها بالطرق القياسية ، وتشمل عملية توصيف النموذج الخطوات الآتية ( عبد القادر، ١٩٩٨):

- تحديد المتغيرات الداخلة في النموذج ( سواء التابعة أو المستقلة ) .
- الصياغة الرياضية للنموذج ( تحديد الشكل الرياضي للنموذج ) .

وجودة النموذج القياسي يمكن الحكم عليها وفقاً للخصائص الآتية (الشيال، ١٩٧٦) :-  
المطابقة النظرية ، القدرة على التفسير ، دقة تقديرات المعالم ، القدرة على التنبؤ ، البساطة .

وفيما يلي سوف نقوم بعرض المتغيرات التابعة والمستقلة والتي تؤثر على رضا عملاء

التأمين :-

#### المتغيرات الداخلة في النموذج .

تتأثر البحث عدد من المتغيرات ذات الصلة بجودة الخدمة التأمينية وتتقسم المتغيرات إلى

نوعين رئيسيين :-

أولاً: المتغير التابع : حيث يعتبر رضا عملاء التأمين لوثائق تأمين الحياة والممتلكات ،

ويرمز له بالرمز Y

ثانياً : المتغيرات المستقلة : تعتبر المتغيرات المستقلة متغيرات نوعية ، وتتمثل في أبعاد

جودة الخدمة التأمينية ، وتشمل :

• بعد الاعتمادية ، ويرمز له بالرمز **b1** ، ويشمل ما يلي :

- X1 التطوير المستمر للوثائق المعروضة .
- X2 تقديم الشركة خدمات تأمين متنوعة .
- X3 مساعدة العميل في اختيار نوع الوثيقة .
- X4 تطوير التغطيات التأمينية في ضوء رغبات العملاء .
- X5 تلبية رغبات العملاء أثناء سريان الوثيقة (من تصفية- قروض - تعديل للوثيقة ) .
- X6 القيام ببحوث السوق للتعرف على حاجات السوق .
- X7 إرشاد العميل إلى التغطية التأمينية التي تلائم امكانيات المادية .
- X8 توافر العدد الكافي من العاملين لتقديم الخدمة التأمينية .

• بعد الملموسة ، ويرمز له بالرمز **b2** ، ويشمل ما يلي :

- X9 مدى توافر قواعد البيانات تحسن من القدرة التنافسية لشركات التأمين .
- X10 توافر أجهزة وبرمجيات .
- X11 تتوفر الدقة في استرجاع البيانات والمعلومات.
- X12 امتلاك الشركة لأجهزة ومعدات تكنولوجية.
- X13 مهارة وخبرة موظفي الشركة.
- X14 وجود شبكات اتصال.
- X15 وجود اتصال فعال بين شركات التأمين داخلياً وخارجياً .
- X16 حداثة وسائل الاتصال والحاسبات .

• بعد الاستجابة ، ويرمز له بالرمز **b3** ، ويشمل ما يلي:

- X17 سرعة الرد على استفساراتهم
- X18 سرعة الرد على استفساراتهم
- X19 تحسين العلاقات مع العملاء
- X19 سرعة تسليم وثيقة التأمين
- X20 الحصول على الوثيقة بسعر أقل
- X21 الحفاظ على سرية وخصوصية معلومات العملاء
- X22 الرد على مكالمات العملاء بطريقة لائقة



• بعد الأمان ، ويرمز له بالرمز b4 ، ويشمل ما يلي :

- X23 الحفاظ على سرية البيانات للعملاء .  
X24 البوليصة التي تصدرها الشركة واضحة ومفهومة .  
X25 الثقة في شركة التأمين بأن تحافظ على أموالى .  
X26 التعامل مع العميل بكل مودة واحترام .  
X27 تروج الشركة نفسها بشكل مناسب .  
X28 لا أجد أي صعوبة في تحصيل قيمة مطالبي حسب الوثيقة .

• بعد التعاطف ، ويرمز له بالرمز b5 ، ويشمل ما يلي:

- X29 شعور العميل بالاهتمام الخاص والشخصي به .  
X30 الترحيب بالعميل وحسن إستقبالة .  
X31 حل مشاكل العميل .  
X32 مساعدة العميل في اختيار نوع الوثيقة .

### الصياغة الرياضية للنموذج

يستخدم تحليل الانحدار المتعدد في تحديد نسبة إسهام كل متغير مستقل في المتغير التابع فهذا الأسلوب الإحصائي يساعد في وصف التأثيرات المباشرة للمتغيرات المستقلة في المتغيرات التابعة في صورة نموذج خطي تعرف معادلته باسم معادلة الانحدار الخطي المتعدد ، ويتم ذلك في عدد من الخطوات تبدأ بتحديد المتغير التابع ثم المتغيرات المستقلة التي سوف تدخل لمعادلة الانحدار . فضلاً عما سبق فإن تحليل الانحدار المتعدد أداة إحصائية لدراسة العلاقة بين عدة متغيرات مستقلة ومتغير تابع للوصول إلى أكثر المتغيرات تأثيراً في المتغير التابع ، وذلك باستخدام طريقة المربعات الصغرى ، ويعتبر تحليل الانحدار من الأساليب الإحصائية التي تفيد في المجالات المختلفة ومنها التأمين ، ومن خلال تحليل البيانات والاستفادة بها في عمليات التنبؤ كأسلوب من أساليب اتخاذ القرارات . لذلك يعتبر تحليل الانحدار المتعدد من الأساليب الإحصائية المهمة في تقدير العلاقة بين رضا العملاء وجودة الخدمة التأمينية ، حيث تعتبر العوامل المختلفة التي تؤثر في رضا العملاء (أبعاد جودة الخدمة التأمينية ) عوامل مستقلة ، ورضا العملاء عن الخدمة التأمينية المقدمة لهم هي العامل التابع .

ويأخذ شكل نموذج الانحدار المتعدد الشكل التالي:-

$$\hat{Y} = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots + B_nX_n + e_i$$

حيث إن:  $X_1, X_2, \dots, X_n$  هي متغيرات مستقلة

$B_0, B_1, \dots, B_n$  هي معاملات النموذج

$\hat{Y}$  هو المتغير التابع

$e_i$  هي الخطأ العشوائي

وهناك عدة نماذج للانحدار المتعدد منها: الخطي، الأسّي، اللوغاريتمي، النصف لوغاريتمي، حيث تتم المقارنة بين النماذج المختلفة للوصول إلى أنسب النماذج للتنبؤ.

لذلك يعتبر نموذج الانحدار مناسب للتطبيق إذا تحققت الشروط التالية في النموذج:-

١. معنوية معادلة الانحدار أي معنوية النموذج ككل أي يكون قيمة Sig F أقل من

٥% ، ومعنوية معاملات الانحدار أي يكون قيمة Sig T أقل من ٥% .

٢. ارتفاع قيمة معامل التحديد  $R^2$  ، حيث يوضح  $R^2$  القوة التفسيرية للنموذج فيقيس

نسبة التغيير في المتغير التابع نتيجة التغيير في المتغير المستقل.

٣. عدم وجود ارتباط ، ويتم اختبار عدم وجود ارتباط ذاتي من خلال اختبار ديربن

واتسون (D.W)

٤. عدم وجود الازدواج الخطي ، وهو وجود ارتباط قوى بين المتغيرات المستقلة

بعضها ببعض، ولتفادي ذلك يتم اختبار الازدواج الخطي من خلال مصفوفة

الارتباط والتي توضح العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة ، وبين

المتغيرات المستقلة بعضها ببعض.

### أسلوب الانحدار التدريجي

في كثير من المجالات التطبيقية لنموذج الانحدار الخطي المتعدد، يرغب الباحث في تحديد

أهم المتغيرات المستقلة، والتي تحسن القدرة التنبؤية للنموذج، وفي المقابل إزالة المتغيرات المستقلة

الأخرى التي يكون إضافة أحدها أو بعضها للنموذج غير مؤثر معنوياً في تحسين القدرة التنبؤية

للمنموذج ، ومن ثم يمكن تطبيق أسلوب الانحدار التدريجي ، ويستند على إدخال المتغيرات واحد تلو الآخر حسب الجزء الذي يعزى إليه في تفسير الاختلافات الكلية في المتغير التابع .

وتظهر أهمية تطبيق أسلوب الانحدار التدريجي في الآتي:

١- أحد طرق علاج مشكلة الارتباط الخطي Multicollinearity بين المتغيرات المستقلة

٢- ترتيب المتغيرات حسب أهميتها في تفسير المتغير التابع.

### خطوات تطبيق أسلوب الانحدار التدريجي

بفرض أن  $(x_1, x_2, \dots, x_k)$  هي مجموعة المتغيرات المفسرة ويمكن تطبيق أسلوب الانحدار

التدريجي

بإدخال المتغيرات واحد تلو الآخر ، وفي المرحلة رقم  $r$  يصاغ فرض العدم  $H_0$  علي الصورة

التالية

$$H_0 = \beta(x_r^* / x_1^*, x_2^*, \dots, x_{r-1}^*)$$

ويعني الفرض العدم أعلاه أن إضافة المتغير  $x_r^*$  للنموذج الذي يشمل المتغيرات

$x_1^*, x_2^*, \dots, x_{r-1}^*$  لا يحسن قدرته التنبؤية، وتستخدم إحصائية الاختبار Partial F ، وتحسب بتطبيق

المعادلة التالية:-

$$F^* x_r^* / x_1^*, x_2^*, \dots, x_{r-1}^* = \frac{SSR(x_1^*, x_2^*, \dots, x_r^*) - SSR(x_1^*, x_2^*, \dots, x_{r-1}^*)}{(r - (r-1))} \div \frac{SSE(x_1^*, x_2^*, \dots, x_r^*)}{(n - r - 1)}$$

$$= \frac{R^2(x_1^*, x_2^*, \dots, x_r^*) - R^2(x_1^*, x_2^*, \dots, x_{r-1}^*)}{(r - (r-1))} \div \frac{(1 - R^2)(x_1^*, x_2^*, \dots, x_r^*)}{(n - r - 1)}$$

حيث أن :-

$SSR(x_1^*, x_2^*, \dots, x_r^*)$  : مجموع مربعات الانحدار في نموذج الانحدار:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1^* + \beta_2 x_2^* + \dots + \beta_r x_r^*$$

$SSR(x_1^*, x_2^*, \dots, x_{r-1}^*)$  : مجموع مربعات الانحدار في نموذج الانحدار:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1^* + \beta_2 x_2^* + \dots + \beta_{r-1} x_{r-1}^*$$

$SSE(x_1^*, x_2^*, \dots, x_r^*)$  : مجموع مربعات الأخطاء في نموذج الانحدار:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 x_1^* + \beta_2 x_2^* + \dots + \beta_r x_r^*$$

وإحصائية الاختبار أعلاه تتبع توزيع F

كما يلاحظ عند تطبيق هذا الأسلوب مراعاة الآتي:

١- استخدام معيار  $R^2(x_1^*, x_2^*, \dots, x_r^*)$  في تحديد من المتغير الأفضل

٢- بعد تحديد المتغير الأفضل يجب اختبار معنوية إضافته ، فإذا أثبتت الاختبارات الإحصائية

معنوية إضافته في تحسين القدرة التنبؤية للنموذج يجب إبقائه كأحد المتغيرات الهامة في

تفسير سلوك المتغير التابع.

فضلاً عما سبق فإن تحليل الانحدار والارتباط يستخدم للأغراض التالية :-

١. تحديد قدرة كل بعد من الأبعاد الخمسة الخاضعة للاختبار في تفسير التباين في رضا

عملاء التأمين للخدمة المقدمة لهم.

٢. تحديد الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة التأمينية.

٣. استخدام اختبار F- test لاختبار المعنوية الكلية للانحدار التدريجي للأبعاد الخمسة واختبار

معنوية القوة التفسيرية للمتغيرات المستقلة بصورة إجمالية .

٤. استخدام اختبار T-test لاختبار معنوية المتغيرات المستقلة وقدرتها علي تفسير أي تباين

في رضا عملاء التأمين للخدمة التأمينية المقدمة لهم .

## المبحث الرابع

### الدراسة التطبيقية

#### مقدمة:-

قاما الباحثان باستخدام الأساليب الإحصائية لتحقيق الهدف الرئيسي لهذا البحث والذي يتمثل في " دراسة تأثير جودة الخدمة التأمينية علي رضا العملاء بشركات التأمين " ، ولاختبار فروض الدراسة تم جمع البيانات من عملاء شركات التأمين بمنطقة الطائف بالمملكة العربية السعودية وتم أيضاً توزيع استبانته تتكون من عدة محاور كل محور يتكون من مجموعة من الأسئلة ، وكل سؤال يحتاج الاجابه إليه علي مقياس ليكارد الخماسي وتحتوي الاستبانته علي خمس أبعاد واحتوي البعد الأول علي ٨ أسئلة والبعد الثاني علي ٧ أسئلة والبعد الثالث علي ٧ أسئلة والبعد الرابع علي ٦ أسئلة والبعد الخامس علي ٤ أسئلة وبالتالي يكون مجموع الأسئلة ٣٢ سؤال تمثل متغيرات مفسرة ( متغيرات مستقلة) ، كما احتوت أسئلة البحث علي متغير تابع وهو رضا عملاء التأمين عن وثائق تأمين الحياة والممتلكات.

وتم قياس متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة من خلال إعداد قوائم استقصاء تم توزيعها علي عينة عشوائية من مجتمع البحث حيث بلغت تلك العينة ٢٨٤ مفردة منها ٢٠٩ استبانته صحيحة بمعدل استجابة ٧٤%.

واعتمد الباحثان في التحليل الإحصائي علي برمجية spss والتي تم جمعها من خلال قوائم الاستقصاء ، وأهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل هو اختبار إلفا كرونباخ لقياس الصدق والثبات ، وكذلك اختبار فريدمان وهو اختبار درجة التوافق أو الاختلاف بين عينة البحث ، وأيضاً تطبيق نموذج الفجوات والادراكات وذلك لتقييم توقعات العملاء وادراكاتهم للخدمة التأمينية للمقدمة لهم من شركات التأمين ، وأخيراً تحليل الانحدار التدريجي وذلك لتحديد العوامل المؤثرة في رضا العملاء للخدمة التأمينية المقدمة لهم .

ولهذا تهدف الدراسة في هذا المبحث إلى إيجاد نموذج إحصائي للعوامل المؤثرة في رضا العملاء بشركات التأمين التعاوني ، حيث بمقتضى هذا النموذج يمكن إثبات صحة أو رفض فروض الدراسة ، ولاختبار فروض الدراسة يتم التحليل الإحصائي لمتغيرات الدراسة وعرض أهم ما يترتب علي هذا التحليل من نتائج تحقق أهداف البحث ، وقد أشتمل التحليل الإحصائي علي ثلاثة أجزاء أساسية هي :-

## أولاً : اختبار صدق وثبات الأداء :

قام الباحثان بحساب قيم ألفا كرونباخ لبيان مدى إمكانية الاعتماد علي أسئلة الاستبانة أم لا حتي يمكن إتمام التحليل الإحصائي بصورة صحيحة ، وتم التحقق من صدق الأداء عن طريق استخدام اختبار معامل ألفا كرونباخ لاختبار الثبات ، حيث تبين من النتائج بأن قيمة معامل إلفا للأبعاد الخمسة قد تراوحت ما بين 0.84 ، 0.93 كما أن معامل الصدق علي مستوي الأبعاد ككل وصل إلي 0.97 ، حيث أن العبارات تتمتع بالمصدقية والثبات التي تؤهلها للاعتماد عليها في جمع البيانات الأولية وإجراء التحليل الإحصائي لها ، والجدول التالي يوضح ذلك :

### جدول (١)

#### اختبار معامل إلفا كرونباخ

الأسئلة	البعد	قيمة الثبات (معامل ألفا كرونباخ )
٨-١	الاعتمادية	0.90
١٥-٩	الجوانب الملموسة	0.84
٢٢-١٦	الاستجابة	0.88
٢٨-٢٣	الأمان	0.86
٣٢-٢٩	التعاطف	0.93
	الاجمالي	0.97

### ثالثاً : تحديد الفجوة بين إدراكات العملاء وتوقعاتهم :

لتقييم جودة الخدمة المقدمة بين توقعات العملاء وإدراكاتهم للخدمة التأمينية سواء كانت سالبة في حالة أن تكون توقعات العملاء أكبر من إدراكهم ، وأما أن تكون موجبة في حالة أن إدراك العملاء أكبر من توقعاتهم والمقدمة لهم من شركات التأمين من خلال عرض الجدول التالي:-

جدول رقم ( ٢ )  
SERVQUQAL فجوة الخدمة باستخدام فجوة

مستوى المعنوية	اختبار فريدمان للأبعاد $\chi^2$	الفجوة	قياس الفجوة بين إدراكات عملاء التأمين وتوقعاتهم لجودة الخدمة باستخدام فجوة SERVQUQAL		
			توقعات العملاء (ب)	إدراك العملاء (أ)	أبعاد وعناصر جودة الخدمة التأمينية
0.000	171.672	-1.5517	4.1354	2.5837	x1
		-1.0178	4.0417	3.0239	x2
		-1.1929	4.4896	3.2967	x3
		-1.3863	4.104	2.7177	x4
		-1.4583	4.1042	2.6459	x5
		-1.2053	3.990	2.7847	x6
		-1.551	4.4792	2.9282	x7
		-1.0949	4.1667	3.0718	x8
0.000	322.867	-1.2897	4.1713	2.8816	البعد الأول
		-1.3438	4.5208	3.1770	x9
		-1.2031	4.6146	3.4115	x10
		-1.353	4.4583	3.1053	x11
		-1.5493	4.8125	3.2632	x12
		-1.7539	4.5625	2.8086	x13
		-1.3709	4.6771	3.3062	x14
		-1.9773	4.2500	2.2727	x15
0.000	136.101	-1.4965	4.5457	3.0492	البعد الثاني
		-2.4485	4.5729	2.1244	x16
		-2.1088	4.5729	2.4641	x17
		-1.7376	4.6563	2.9187	x18
		-1.7584	4.6771	2.9187	x19
		-1.6809	4.3125	2.6316	x20
		-1.3949	4.8542	3.4593	x21
		-1.3851	4.6771	3.292	x22
0.000	134.847	-1.7173	4.5471	2.8298	البعد الثالث
		-1.484	4.8333	3.3493	x23
		-2.0532	4.9479	2.8947	x24
		-2.0846	4.5104	2.4258	x25
		-1.7748	4.7604	2.9856	x26
		-1.2287	4.2813	3.0526	x27
		-1.9331	4.3542	2.4211	x28
		-1.6951	4.5500	2.8549	البعد الرابع
0.000	91.397	-2.0973	4.6667	2.5694	x29
		-1.5513	4.7188	3.1675	x30
		-1.9157	4.5521	2.6364	x31
		-1.5128	4.5938	3.081	x32
		-1.7239	4.5875	2.8636	البعد الخامس

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي :

١- توجد فجوة سالبة بين الإدراكات والتوقعات الخاصة بالخدمة التأمينية لمختلف أبعاد جودة الخدمة التأمينية.

٢- اختلاف في درجة أوسع أو ضيق الفجوات الخاصة بكل عنصر من عناصر الأبعاد الخمسة.

٣- أن كلا من البعد الثاني والثالث يعد من أكثر الأبعاد التي يتسع فيها نطاق الفجوة بين الأداء الفعلي والتوقعات .

٤- جاءت الفجوات الخاصة بإبعاد جودة الخدمة التأمينية على الترتيب التالي : التعاطف (-) (1.72) ، الاستجابة (-1.71) ، الأمان (-1.70) ، الجوانب الملموسة (-1.49) ، الاعتمادية (-1.29) .

### ثالثاً: اختبار فروض الدراسة :

وفيما يلي سوف يتناول الباحثان النتائج التي أسفرت عنها الدراسة فيما يتعلق باختبار كل فرض من الفروض الخاصة بالبحث :

#### اختبار الفرض الأول

القائل " عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التأمينية وشعور العملاء بالرضا عن هذه الخدمات " ، ومن أجل اختبار هذا الفرض ، استخدم الباحثان تحليل الانحدار التدريجي ، كما هو واضح في الجداول التالية :

جدول (١-٣)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
رضا العملاء	.,٩٦٥٦	.,٩٣٢	.,٩٢٩٧	.,٢٧٧٨

Predictors: (Constant), x20, x10, x31, x9, x17, x2, x14, x23

نلاحظ من الجدول السابق إن معامل التحديد يبلغ ( 0.93 ) أي أن المتغيرات المستقلة (الجودة بالإجمالي) تفسر 93% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع (رضا العملاء) .



جدول (٢/٣) تحليل الانحدار التدريجي

ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	.Sig
Regression	٢١٢,٨١	٨	٢٦,٦٠	٣٤٤,٩١	0.00
Residual	١٥,٤٢	٢٠٠	٠,٠٧٧		
Total	٢٢٨,٢٣	٢٠٨			

Predictors: (Constant), x20, x10, x31, x9, x17, x2, x14, x23

نلاحظ من الجدول السابق معنوية نموذج الانحدار المقدر من خلال قيمة F المحسوبة (344.91) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية لأن قيمة الاحتمال المشاهد  $P\text{-value}=0.000$  ، وهي أقل من ( 0.01 ) ، أي توجد علاقة انحدار بين المتغير التابع ( رضا العملاء ) والمتغيرات المستقلة ( الجودة ككل ) بمستوى معنوية ١%

جدول (٣/٣) معاملات الانحدار

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	-٠,٦٨١	٠,١٢		-٥,٥٨	0.00
x20	٠,٤٤٧	٠,٢٨	٠,٥١	١٥,٧٢	0.00
x10	٠,٣٨٤	٠,٠٥	٠,٣٣	٨,٢٣	0.00
x31	٠,١٧٢	٠,٠٣	٠,١٨	٥,٣٥	0.00
x9	-٠,٣٧٨	٠,٠٤٠	-0.039	-٩,٥٣	0.00
x17	٠,٣٤	٠,٠٣	٠,٥٤	١٢,٢٢	0.00
x2	٠,١٢	٠,٠٥	٠,١١	٢,٦٢	0.00
x14	٠,٢٨	٠,٠٣	٠,٢٩٥	٨,١٨	0.00
x23	-٠,٢٤	٠,٠٣	-٠,٢٩٥	-٧,١٦	0.00

من الجدول السابق يتضح ما يلي :

١- أن معادلة الانحدار للعلاقة بين رضا العملاء والجودة ككل :

$$Y = -0.681 + 0.12X_2 - 0.378X_9 + 0.384X_{10} + 0.282X_{14} + 0.341X_{17} + 0.447X_{20} - 0.236X_{23} + 0.172X_{31}$$

حيث أن Y: هو رضا العملاء .

٢- أن العوامل الأكثر تأثيراً لجودة الخدمة التأمينية على رضا العملاء تتمثل فيما يلي :

- $X_2$  : تقديم الشركة خدمات تأمين متنوعة .

- $X_9$  : مدى توافر قواعد البيانات تحسن من القدرة التنافسية لشركات التأمين .
- $X_{10}$  : توافر أجهزة وبرمجيات .
- $X_{14}$  : وجود شبكات اتصال .
- $X_{17}$  : سرعة الاستجابة لرغبات العملاء .
- $X_{20}$  : سرعة تسليم وثيقة التأمين .
- $X_{23}$  : الرد على مكالمات العملاء بطريقة لائقة .
- $X_{31}$  : الترحيب بالعميل وحسن إستقبالة .

٣- مما سبق يتبين من نتائج تحليل الانحدار التدريجي للجودة بشكلها الإجمالي أن جودة الخدمة التأمينية تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء ، وبالتالي يستدعي رفض فرض العدم القائل " بعدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التأمينية وشعور العملاء بالرضا عن هذه الخدمات " .

### اختبار الفرض الثاني

القائل "عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة التأمينية ورضا العملاء".

من أجل اختبار هذا الفرض ، أستخدم الباحثان تحليل الانحدار التدريجي لتحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً علي رضا عملاء شركات التأمين ، كما هو واضح في الجداول التالية :

جدول (١/٥)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 <sup>a</sup>	.672	.670	.60162
2	.862 <sup>b</sup>	.743	.741	.53333
3	.867 <sup>c</sup>	.752	.748	.52537

a. Predictors: (Constant), b3

b. Predictors: (Constant), b3, b2

c. Predictors: (Constant), b3, b2, b4

نلاحظ من الجدول السابق أن معامل التحديد يبلغ ( 0.75 ) أي أن المتغيرات المستقلة (أبعاد الجودة الخمسة) تفسر 75% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع ( رضا العملاء )، وأن معامل الارتباط بين أبعاد جودة التأمين ورضا العملاء بلغت 86.7% .

جدول (٢/٥)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.026	.123		.209	.834
	b3	.840	.041	.820	20.581	.000
2	(Constant)	-.767	.151		-5.081	.000
	b3	.559	.052	.545	10.791	.000
	b2	.521	.069	.383	7.577	.000
3	(Constant)	-.606	.160		-3.785	.000
	b3	.696	.072	.679	9.677	.000
	b2	.511	.068	.376	7.543	.000
	b4	-.182	.067	-.159	-2.700	.008

a. Dependent Variable: y

نلاحظ من الجدول السابق بأن تحليل الانحدار عن معنوية ثلاثة متغيرات فقط وهم ( الب الثاني  $b_2$  ، والبعد الثالث  $b_3$  ، والبعد الرابع  $b_4$  ) ، بالتالي تكتب معادلة الانحدار في الشكل التالي :

$$Y = - 0.606 + .696b_3 + .511b_2 - 0.182b_4$$

جدول (٣/٥)

ANOVA<sup>d</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153.316	1	153.316	423.584	.000 <sup>a</sup>
	Residual	74.923	207	.362		
	Total	228.239	208			
2	Regression	169.645	2	84.823	298.211	.000 <sup>b</sup>
	Residual	58.594	206	.284		
	Total	228.239	208			
3	Regression	171.657	3	57.219	207.305	.000 <sup>c</sup>
	Residual	56.583	205	.276		
	Total	228.239	208			

- a. Predictors: (Constant), b3  
b. Predictors: (Constant), b3, b2  
c. Predictors: (Constant), b3, b2, b4  
d. Dependent Variable: y

يتضح من الجدول السابق ما يلي :

١- معنوية نموذج الانحدار المقدر من خلال قيمة F المحسوبة ( 207.305 ) وهي قيمة ذات دلالة إحصائية لأن قيمة الاحتمال المشاهد ( Sig.=0.000 ) P-value ، وهي أقل من ( 0.01 ) ، أي توجد علاقة انحدار بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة بمستوى معنوية ١% .

٢- مما سبق تبين أن من نتائج تحليل الانحدار أن أبعاد الجودة قد أثرت في رضا العملاء ، وبالتالي يستدعى رفض فرض عدم القائل " بأنه لا توجد علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائياً بين أبعاد الجودة وبخاصة البعد الثالث والثاني والرابع ورضا العملاء عن الخدمة المقدمة لهم".

### اختبار الفرض الفرعي الأول :

القائل "عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد الثاني لجودة الخدمة التأمينية ( الجوانب الملموسة ) ورضا العملاء".

يعرض الجدول التالي نتائج التحليل الإحصائي لدراسة العلاقة بين المتغير التابع ( رضا العملاء ) بين متغيرات البعد الثاني للجودة أي المتغيرات المستقلة (x9,x10,x11,x12,x12,x13,x14,x15) تسمى بالجوانب الملموسة .

جدول (١/٦)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 <sup>a</sup>	.524	.522	.72418
2	.782 <sup>b</sup>	.611	.608	.65625
3	.885 <sup>c</sup>	.784	.781	.49060
4	.885 <sup>d</sup>	.784	.782	.48946
5	.907 <sup>e</sup>	.823	.820	.44404
6	.926 <sup>f</sup>	.857	.854	.40001

a. Predictors: (Constant), x15

b. Predictors: (Constant), x15, x13

c. Predictors: (Constant), x15, x13, x12

d. Predictors: (Constant), x13, x12

e. Predictors: (Constant), x13, x12, x10

f. Predictors: (Constant), x13, x12, x10, x9

وبالنظر إلى الجدول السابق نجد أن معامل الارتباط بلغ 93 % ، ومعامل التحديد 86 % ، وهذا يعني أن الجوانب الملموسة ( المتغيرات المعنوية للبعد الثاني ) يؤدي إلى زيادة رضا العملاء بنسبة 86 % ، وبالتالي استمرار تكرار العملاء بالتعامل مع شركات التأمين مستقبلاً .

جدول (٢/٦)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.821	.116		7.081	.000
	x15	.695	.046	.724	15.106	.000
2	(Constant)	.347	.126		2.748	.007
	x15	.487	.052	.507	9.390	.000
	x13	.338	.050	.366	6.788	.000
3	(Constant)	-1.174	.152		-7.735	.000
	x15	-.011	.055	-.012	-.208	.836
	x13	.592	.042	.642	14.031	.000
	x12	.595	.046	.590	12.790	.000
4	(Constant)	-1.161	.136		-8.507	.000
	x13	.586	.030	.635	19.567	.000
	x12	.588	.033	.583	17.967	.000
5	(Constant)	-1.783	.155		-11.540	.000
	x13	.544	.028	.590	19.548	.000
	x12	.569	.030	.564	19.088	.000
	x10	.234	.035	.204	6.730	.000
6	(Constant)	-1.966	.142		-13.879	.000
	x13	.580	.026	.629	22.663	.000
	x12	.629	.028	.624	22.306	.000
	x10	.461	.045	.401	10.206	.000
	x9	-.279	.040	-.290	-6.973	.000

a. Dependent Variable: y

من الجدول السابق يتضح الآتي :-

- بعد إدخال جميع متغيرات البعد الثاني السبعة بطريق الانحدار التدريجي نجد أن أربع متغيرات فقط معنوية وهي (x9,x10,x12,x13) حيث بلغت مستوي المعنوية المحسوبة sig.=0.000 لجميع المتغيرات الأربعة وهي أقل من مستوي المعنوية ١% .
- معادلة الانحدار التدريجي

$$Y = -01.966 + 0.580X_{13} + 0.629X_{12} + 0.461X_{10} - 0.279X_9 :$$

٣- أشارات معاملات الانحدار موجبة ، وهذا يعنى وجود علاقة طردية بين متغيرات البعد الثاني وبين رضا عملاء التأمين وهذه المتغيرات هى علي الترتيب كالتالى :

- مهارة وخبرة موظفي الشركة (X13).

- امتلاك الشركة لأجهزة ومعدات تكنولوجية (X12).

- توافر أجهزة وبرمجيات (X10)

٤- والعلاقة عكسية بين مدى توافر قواعد البيانات تحسن من القدرة التنافسية لشركات التأمين (X9) ، وبين رضا عملاء التأمين.

٥- وهذا يدعونا إلى رفض فرض العدم (الفرض الفرعى الأول) القائل " عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد الثاني لجودة الخدمة التأمينية أي الجوانب الملموسة (x9,x10,x12,x13) ، ورضا العملاء".

### اختبار الفرض الفرعى الثاني :

القائل "عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد الثالث لجودة الخدمة التأمينية ( الاستجابة ) ورضا العملاء".

جدول (١/٧)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 <sup>a</sup>	.684	.682	.59063
2	.847 <sup>b</sup>	.717	.714	.56006
3	.869 <sup>c</sup>	.756	.752	.52168
4	.883 <sup>d</sup>	.780	.776	.49630
5	.910 <sup>e</sup>	.828	.824	.43942

a. Predictors: (Constant), x20

b. Predictors: (Constant), x20, x17

c. Predictors: (Constant), x20, x17, x19

d. Predictors: (Constant), x20, x17, x19, x22

e. Predictors: (Constant), x20, x17, x19, x22, x21

يوضح الجدول السابق نموذج الانحدار التدريجي بين المتغير التابع (رضا العملاء) وبين المتغيرات المستقلة (x16,x17, x18, x19,x20,x21,x22) للبعد الثالث لجودة الخدمة التأمينية (بعد الاستجابة) والذي يظهر أن معامل التحديد يساوي 0.83 أي أن 83% من التغيرات التي تحدث في رضا العملاء ترجع إلى المتغيرات المستقلة مجتمعة (x16,x17, x18, x19,x20,x21,x22)، كما أن معامل الارتباط بينهما بلغ حوالي 91%.

جدول (٢/٧)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.474	.100		4.742	.000
	x20	.733	.035	.827	21.149	.000
2	(Constant)	.404	.096		4.220	.000
	x20	.585	.044	.661	13.175	.000
	x17	.185	.038	.247	4.921	.000
3	(Constant)	.082	.106		.777	.438
	x20	.361	.057	.407	6.312	.000
	x17	.300	.040	.399	7.414	.000
	x19	.216	.038	.272	5.694	.000
4	(Constant)	.149	.101		1.468	.144
	x20	.509	.063	.574	8.116	.000
	x17	.301	.038	.400	7.820	.000
	x19	.254	.037	.320	6.866	.000
	x22	-.173	.036	-.252	-4.744	.000
5	(Constant)	-.083	.095		-.873	.384
	x20	.730	.063	.824	11.636	.000
	x17	.261	.034	.347	7.570	.000
	x19	.104	.038	.130	2.701	.007
	x22	-.482	.052	-.703	-9.257	.000
	x21	.348	.046	.477	7.565	.000

a. Dependent Variable: y

من الجدول التالي يتضح ما يلي :-

١- أن رضا العملاء يتأثر بالمتغيرات التالية في البعد الثالث x17, x19, x20, x21, x22 . ( )

٢- معادلة الانحدار التدريجي

$$Y = -0.083 + 0.730X_{20} + 0.261X_{17} + 0.104X_{19} - 0.482X_{22} + 0.348X_{21}$$

وجود علاقة معنوية بين المتغير التابع (رضا العملاء) وبين متغيرات البعد الثاني للجودة (x22, x21, x20, x19, x17) وهي علي الترتيب كالتالي :-

- الحصول على الوثيقة بسعر أقل (x20)

- سرعة الرد على استفساراتهم (x17)

- سرعة تسليم وثيقة التأمين (x19)

- الرد على مكالمات العملاء بطريقة لائقة (x22)

- الحفاظ على سرية وخصوصية معلومات العملاء (x21)

٣- مما سبق يعنى رفض فرض عدم للفرض الفرعي الثاني والقائل " عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين بعض متغيرات البعد الثالث لجودة الخدمة التأمينية ( الاستجابة ) ورضا العملاء".

### اختبار الفرض الفرعي الثالث :

القائل " عدم وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد الرابع لجودة الخدمة التأمينية (الأمان) ورضا العملاء".

ويعرض الجدول التالي نتائج التحليل الإحصائي لدراسة العلاقة بين المتغير التابع (رضا العملاء) وبين متغيرات البعد الرابع للجودة (بعد الأمان) :

جدول (١/٨)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685 <sup>a</sup>	.469	.466	.76534
2	.747 <sup>b</sup>	.558	.553	.70010
3	.844 <sup>c</sup>	.713	.708	.56572
4	.868 <sup>d</sup>	.753	.748	.52582
5	.873 <sup>e</sup>	.762	.756	.51753

a. Predictors: (Constant), x28

b. Predictors: (Constant), x28, x27

c. Predictors: (Constant), x28, x27, x26

d. Predictors: (Constant), x28, x27, x26, x24

e. Predictors: (Constant), x28, x27, x26, x24, x23



نلاحظ في الجدول السابق أن معامل التحديد لنموذج الانحدار التدريجي بلغ 76% وهذه نسبة عالية ، مما يؤكد فعالية النموذج المقترح ، حيث يعنى أن العوامل المؤثرة على رضا العملاء أي البعد الرابع للجودة تفسر 76% من التغير في رضا العملاء .

جدول (٢/٨)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.154	.106		10.848	.000
	x28	.515	.038	.685	13.515	.000
2	(Constant)	.098	.191		.516	.607
	x28	.526	.035	.699	15.061	.000
	x27	.338	.052	.298	6.433	.000
3	(Constant)	.217	.155		1.401	.163
	x28	.981	.052	1.304	18.978	.000
	x27	.801	.061	.708	13.095	.000
	x26	-.883	.084	-.816	-10.511	.000
4	(Constant)	.061	.146		.415	.679
	x28	1.069	.050	1.421	21.207	.000
	x27	.889	.059	.786	15.101	.000
	x26	-.765	.081	-.707	-9.480	.000
	x24	-.234	.041	-.312	-5.770	.000
5	(Constant)	-.148	.163		-.908	.365
	x28	1.058	.050	1.405	21.232	.000
	x27	.905	.058	.800	15.545	.000
	x26	-.754	.080	-.696	-9.474	.000
	x24	-.382	.067	-.510	-5.704	.000
	x23	.174	.063	.217	2.756	.006

a. Dependent Variable: y

وباستقراء الجدول السابق يتضح ما يلي :

١. أن النموذج المقترح يسفر عن معنوية هـ متغيرات للبعد الرابع لجودة الخدمة التأمينية.

٢. معادلة الانحدار التدريجي

$$Y = -0.148 + 1.058X_{28} + 0.905X_{27} - 0.754X_{26} - 0.382X_{24} + 0.174X_{23}$$

٣. النموذج المقدر معنوي ككل وبالتالي يتم رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل أي " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين البعد الرابع لجودة الخدمة

التأمينية (الأمان) ورضا العملاء " أي توجد علاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة (x23,x24,x25,x26,x27,x28) بمستوى معنوية ١% وهي علي التوالي :-

- عدم وجود صعوبة في تحصيل قيمة المطالبات (x28).
- تروج الشركة نفسها بشكل مناسب (x27).
- التعامل مع العميل بكل مودة واحترام (x26).
- البوليصة التي تصدرها الشركة واضحة ومفهومة (x24).
- الحفاظ على سرية البيانات للعملاء (x23).

## المبحث الخامس

### النتائج والتوصيات والمراجع

أولاً : النتائج :

أسفرت الدراسة عن النتائج التالية:-

١- وجود فجوة بين توقع عملاء التأمين لمستوى الخدمة التأمينية وإدراكاتهم لمستوى أداء

الخدمة المقدمة بالفعل باستخدام مقياس SERVQUAL .

٢- صحة ومصداقية قيمة معامل ألفا كرونباخ والتي بلغت ٠,٩٧ من حيث كفاية العناصر

المحددة للتعبير عن جودة الأبعاد وكذلك عن الجودة الإجمالية ، حيث يتمتع بدرجة

صدق وثبات عالية .

٣- هناك فجوة سلبية بين توقعات العملاء وبين إدراكاتهم لأبعاد جودة الخدمة التأمينية

(الاعتمادية، الجوانب الملموسة، الاستجابة، الأمان، التعاطف) .

٤- أن التباين بين توقعات العملاء لجودة الخدمة وإدراكات المسؤولين مقدمي الخدمة لهذه

التوقعات تتمثل في عدة فجوات جاءت على الترتيب كالتالي : التعاطف (-1.72) ،

الاستجابة (-1.71) ، الأمان (-1.70) ، الجوانب الملموسة (-1.49) ، الاعتمادية

(-1.29) .

٥- معادلة الانحدار المتعدد التدريجي للعلاقة بين رضا العملاء والجودة ككل :

$$Y = -0.681 + 0.12X_2 - 0.378X_9 + 0.384X_{10} + 0.282X_{14} + 0.341X_{17} + 0.447X_{20} - 0.236X_{23} + 0.172X_{31}$$

حيث أن Y: هو رضا العملاء .

٦- أن عناصر جودة الخدمة التأمينية المؤثرة على رضا العملاء ، والتي أسفر عنها

نموذج الانحدار المتعدد التدريجي، تمثلت في ٨ عناصر ، وتفسر 93% من التباين في

الرضا ، وتتمثل هذه العناصر فيما يلي :

•  $X_2$  : تقديم الشركة خدمات تأمين متنوعة .

•  $X_9$  : مدى توافر قواعد البيانات تحسن من القدرة التنافسية لشركات التأمين .

•  $X_{10}$  : توافر أجهزة وبرمجيات .

• X<sub>14</sub> : وجود شبكات اتصال .

• X<sub>17</sub> : سرعة الاستجابة لرغبات العملاء.

• X<sub>20</sub> : سرعة تسليم وثيقة التأمين.

• X<sub>23</sub> : الرد على مكالمات العملاء بطريقة لائقة.

• X<sub>31</sub> : الترحيب بالعميل وحسن إستقبالة.

٧- أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التأمينية ورضا العملاء ، والدليل علي ذلك وجود درجة عالية من الارتباط بينهما بلغت ٩٦,٥ % ، وهي علاقة ذات دلالة إحصائية ، وبالتالي تم رفض فرض العدم للفرض الأول القائل " عدم وجود علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائياً بين جودة الخدمة التأمينية ورضا العملاء" .

٨- أن تحليل الانحدار المتعدد التدريجي لأبعاد الجودة أسفر عن معنوية ثلاثة أبعاد فقط وهي ( البعد الثاني ، الثالث ، والرابع ) ، بالتالي أخذت معادلة الانحدار الشكل التالي :

$$Y = - 0.579 + .٥٦٢b_2 + 720b_3 - 0.195b_4$$

٩- أن أبعاد جودة الخدمة التأمينية المؤثرة على رضا العملاء ، والتي جاءت بنموذج

الانحدار المتعدد التدريجي تمثلت في ٣ أبعاد ، وفسرت 75% من التغيرات في رضا

العملاء، وتتمثل هذه الأبعاد في البعد الثاني والثالث والرابع.

١٠- أن العلاقة الإرتباطية بين أبعاد جودة التأمين ورضا العملاء بلغت 86.6% ، وهي

علاقة ذات دلالة إحصائية ، وبالتالي يتم رفض فرض العدم للفرض الثاني بأنه "

لا توجد علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائياً بين أبعاد الجودة ورضا العملاء" .

## ثانياً التوصيات :

١- على شركات التأمين أن تأخذ في الاعتبار الأبعاد أو المتغيرات التي تؤثر على تقييم

المؤمن لهم لجودة الخدمة ككل.

٢- القياس المستمر لجودة الخدمة على مدار فترات زمنية تحددتها إدارة شركة التأمين، عن

طريق مقياس الفجوة بين إدراكات المؤمن لهم لأبعاد جودة الخدمة ، التي تعكس مدى

توافر تلك الأبعاد بالفعل وبين التوقعات.

٣- تحسين مستويات الخدمة في شركات التأمين ، ويجب أن ينطلق من زيادة القدرة على

مقابلة توقعات العملاء لمستوى الخدمة المقدمة لهم .

٤- إعطاء شركة التأمين اهتمام خاص بعناصر جودة الخدمة التأمينية التي اتسعت فيها الفجوة بين إدراكات العملاء وتوقعاتهم ، حتى يمكن الاستفادة منها في رسم السياسات الخاصة بتحسين الجودة للخدمات التأمينية

٥- تطوير الخطط والسياسات الخاصة بشركات التأمين لمواجهة الفجوات السلبية بين توقعات وإدراكات العملاء للخدمات التأمينية لرفع مستوى الجودة الكلية لهذه الخدمات .

## ثالثاً: المراجع

### أ- المراجع العربية

- ١- البحبوحى، عفاف محمد سليمان & عبد العزيز، عمر عبد الجواد ، "قياس جودة الخدمة التأمينية باستخدام مقياس الفجوة بين ادراكات/ توقعات العملاء وأثرها في رضا العملاء- دراسة تطبيقية"، دراسة منشورة بمجلة البحوث التجارية المعاصرة ، كلية التجارة - جامعة سوهاج ، المجلد الحادي والعشرون، العدد الأول، ٢٠٠٧م.
- ٢- البلقيني ، محمد توفيق & زكى ، مها محمد ، " مفهوم إدارة الجودة الشاملة وتطبيقاتها فى صناعة التأمين " ، المجلة المصرية للدراسات التجارية ، كلية التجارة - جامعة المنصورة ، المجلد الخامس والثلاثون ، العدد الرابع ، ٢٠١٠ .
- ٣- الأمين ، طارق & إسماعيل، محمد ، " تأثير المتغيرات الشخصية فى مستويات رضا العملاء : دراسة تطبيقية على الخدمات البريدية بمدينة الرياض " ، مجلة الإدارة العامة ، الرياض ، العدد ٨٤ ، ٢٠٠٩ .
- ٤- العراقي ، أحمد محمد & صفوت، على حميدة ، " إدارة الجودة الشاملة - مدخل تنمية الطلب على التأمين فى مصر " ، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة، المجلد الواحد والعشرون ، ج٢، ١٩٩٧ .
- ٥- العزاوى ، محمد عبد الوهاب " إدارة الجودة الشاملة مدخل استراتيجي تطبيقي " ، الطبعة الأولى ، دار إثراء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ٢٠١٠ .
- ٦- الششال ، سعد الدين محمد ، " مقدمة فى الاقتصاد القياسى " ، معهد الدراسات والبحوث الإحصائية ، القاهرة ، ١٩٧٦ .
- ٧- أبو عمشة ، محمد كمال (٢٠١١) " جودة الخدمة المصرفية كمدخل لاكتساب وتعزيز القدرة التنافسية للبنك " ، الموقع الإلكتروني : [www.cibafi.org/newscenter](http://www.cibafi.org/newscenter) .
- ٨- بوحروود ، فتيحة ، " تقييم جودة الخدمة فى شركات التأمين الوطنية فى السوق الجزائرية " ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة فرحات عباس، سطيف ، الجزائر، ٢٠٠٦ .
- ٩- حسان ، محمد فؤاد ، قياس جودة الخدمات فى شركات التأمين بالتطبيق على شركات القطاع العام بجمهورية مصر العربية (مصر - الشرق - الأهلية) ، مجلة آفاق جديدة ، كلية التجارة، جامعة المنوفية، السنة التاسعة، العدد الثالث، ١٩٩٧م.

- ١٠- ريتشارد جونسون ، دين واتسون ، تعريب عبد المرضي حامد عزام " التحليل الإحصائي للمتغيرات المتعددة من وجهة التطبيقية " المملكة العربية السعودية ، دار المريخ للنشر ، ١٩٩٨ .
- ١١- عبد القادر ، محمد عبد القادر ، " الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق " ، الطبعة الثانية ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، ١٩٩٨
- ١٢- عيضة ، عبد الله بن & شلابي ، مصطفى " قياس جودة الخدمة التعليمية باستخدام مقياس الإدراكات / التوقعات ، دراسة ميدانية بالتطبيق على كلية المجتمع بالرياض ، جامعة الملك سعود" ، مجلة البحوث التجارية المعاصرة ، كلية التجارة جامعة سوهاج ، المجلد الرابع والعشرون ، العدد الأول ، يونيه ٢٠١٠ .
- ١٣- محمد ، فائزة عبد الكريم ، " أثر الخدمات التأمينية في تحقيق المزايا التنافسية / دراسة ميدانية رسالة ماجستير ، كلية الاقتصاد والإدارة ، جامعة بغداد ، ٢٠١٠ .
- ١٤- عثمان ، محمد عبد المولي " قياس كمي لقرارات الاكنتاب وعلاقتها بخصائص عملاء التأمين علي الحياة دراسة تطبيقية علي احدي شركات التأمين المصرية" ، المجلة العلمية التجارة والتمويل ، كلية التجارة - جامعة طنطا ، ١٩٩٦ .
- ١٥- نور الدين ، بعنان " جودة الخدمات وأثرها على راحة العملاء دراسة ميدانية علي المؤسسة الميثائية لسكيدة ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر ، ٢٠٠٨ .

## ب- المراجع الأجنبية :

- 1- Ahiauzu, A.I, "Total Quality Insurance Marketer", Unpublished paper presentation, International Centre for Management Research and Training, 2008.
- 2- Cronin , J. and Taylor ,S." measuring Services Quality :a Re-examination and Extension ", Journal of Marketing , , Vol . 56, July 1992 .
- 3- David G. Kleinbaum, Lawrence L., Kupper , Keith E.Mulker, Azhar Nizan"Applied Regression Analysis and other Multivariable Methods " , Florida , the Edition , New York , AWiley Interference,2000
- 4- Dilworth, James , B " Operation Management , Design , Planning and Control for manufacturing and service" , New York , McGraw-Hill, INC , 1992.
- 5- Kotler, P. , " Marketing management' – analysis, planning, implementation and control " , 8<sup>th</sup> edition. Prentice Hall International Editions. New Jersey, 2006.
- 6- Parasuraman " A Conceptual of service Quality and its implications for future Research " , Journal of marketing 49 , ( Fall) , ( 1988).
- 7- Philip E. Heckman "Total Quality Management in Property/Casualty Insurance: An Actuarial Perspective", Casualty Actuarial Society . 2002.
- 8- Spathis , G., Petridou ,E., and Glaveli , N . ,: "Managing Service Quality in Banks : Customers Gender Effects" , Managing Services Quality , Jan ,2004.
- 9- Lethinen v & Lethinen J . R , "Tow approaches to service quality Dimensions " service Industries Journal . vol .11 , NO .3 , 1991.
- 10-Lewis B.R.,"Customer Service Survey :Amajor U.K.Bank",Financial Services Research Center .Manchester School, August ,1998.



## استبانة العملاء

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،،،

سعادة الزميل :  
يقوم الباحثان بدراسة لتقصي الموضوع التالي " دراسة تأثير جودة الخدمة التأمينية على رضا العملاء بشركات التأمين التعاوني " دراسة تطبيقية

لذا نرجو التكرم من سعادتكم الإجابة على فقرات الإستبانة جميعها.  
الباحثان

د.حامد عبد القوى الخواجة

د.محمود عبد العال مشعال

السؤال الأول : حدد درجة رضائك عن مدى إدراكك الفعلي لمستوى جودة الخدمة التأمينية المقدمة لك

م	السؤال	راضياً تماماً	راضياً	متأكد غير راضى	غير راضى بالمرّة
<b>أولاً</b>					
١	التطوير المستمر للوثائق المعروضة				
٢	تقديم الشركة خدمات تأمين متنوعة				
٣	مساعدة العميل في اختيار نوع الوثيقة				
٤	تطوير التغطيات التأمينية في ضوء رغبات العملاء				
٥	تلبية رغبات العملاء أثناء سريان الوثيقة (من تصفية - قروض - تعديل للوثيقة )				
٦	القيام ببحوث السوق للتعرف على حاجات السوق				
٧	إرشاد العميل إلى التغطية التأمينية التي تلائم إمكانياته المادية				
٨	توافر العدد الكافي من العاملين لتقديم الخدمة التأمينية				
<b>ثانياً</b>					
٩	مدى توافر قواعد البيانات تحسن من القدرة التنافسية لشركات التأمين .				
١٠	توافر أجهزة وبرمجيات				
١١	تتوفر الدقة في استرجاع البيانات والمعلومات .				
١٢	امتلاك الشركة لأجهزة ومعدات تكنولوجية				
١٣	مهارة وخبرة موظفي الشركة				
١٤	وجود شبكات اتصال				
١٥	وجود اتصال فعال بين شركات التأمين داخلياً وخارجياً .				
<b>ثالثاً</b>					
١٦	سرعة الاستجابة لرغبات العملاء				
١٧	سرعة الرد على استفساراتهم				
١٨	تحسين العلاقات مع العملاء				
١٩	سرعة تسليم وثيقة التأمين				
٢٠	الحصول على الوثيقة بسعر أقل				
٢١	الحفاظ على سرية وخصوصية معلومات العملاء				
٢٢	الرد على مكالمات العملاء بطريقة لائقة				
<b>رابعاً</b>					
٢٣	الحفاظ على سرية البيانات للعملاء				
٢٤	البوليصة التي تصدرها الشركة واضحة ومفهومة				
٢٥	الثقة في شركة التأمين بأن تحافظ على أموالى				
٢٦	التعامل مع العميل بكل مودة واحترام				
٢٧	تروج الشركة نفسها بشكل مناسب				
٢٨	لا أجد أي صعوبة في تحصيل قيمة مطالبى حسب الوثيقة				
<b>خامساً</b>					
٢٩	شعور العميل بالاهتمام الخاص والشخصي به				
٣٠	الترحيب بالعميل وحسن إستقبالة				
٣١	حل مشاكل العميل				
٣٢	مساعدة العميل في اختيار نوع الوثيقة				

السؤال الثاني : سوف أستمّر مستقبلاً في التعامل مع هذه الشركة التي أتعامل معها حالياً

راضى تماماً	راضى	غير متأكد	غير راضى	غير راضى بالمرّة

السؤال الثالث: أشعر بالفخر في التعامل مع هذه الشركة التي أتعامل معها حالياً :

راضى تماماً	راضى	غير متأكد	غير راضى	غير راضى بالمرّة

السؤال الرابع : حدد درجة رضائك عن توقعك لمستوى جودة الخدمة التأمينية لكل عنصر

م	السؤال	راضى تماماً	راضى	غير متأكد	غير راضى	غير راضى بالمرّة
	<b>الاعتمادية:</b>					
أولاً	التطوير المستمر للوثائق المعروضة					
١	تقديم الشركة خدمات تأمين متنوعة					
٢	مساعدة العميل في اختيار نوع الوثيقة					
٣	تطوير التغطيات التأمينية في ضوء رغبات العملاء					
٤	تلبية رغبات العملاء أثناء سريان الوثيقة (من تصفية - قروض - تعديل للوثيقة)					
٥	القيام ببحوث السوق للتعرف على حاجات السوق					
٦	إرشاد العميل إلى التغطية التأمينية التي تلائم امكانيات المادية					
٧	توافر العدد الكافي من العاملين لتقديم الخدمة التأمينية					
٨						
	<b>الجوانب الملموسة :</b>					
٩	مدى توافر قواعد البيانات تحسن من القدرة التنافسية لشركات التأمين .					
١٠	توافر أجهزة وبرمجيات					
١١	تتوفر الدقة في استرجاع البيانات والمعلومات .					
١٢	امتلاك الشركة لأجهزة ومعدات تكنولوجية					
١٣	مهارة وخبرة موظفي الشركة					
١٤	وجود شبكات اتصال					
١٥	وجود اتصال فعال بين شركات التأمين داخلياً وخارجياً .					
	حدائثة وسائل الاتصال والحاسبات					
	<b>الاستجابة :</b>					
١٦	سرعة الاستجابة لرغبات العملاء					
١٧	سرعة الرد على استفساراتهم					
١٨	تحسين العلاقات مع العملاء					
١٩	سرعة تسليم وثيقة التأمين					
٢٠	الحصول على الوثيقة بسعر أقل					
٢١	الحفاظ على سرية وخصوصية معلومات العملاء					
٢٢	الرد على مكالمات العملاء بطريقة لائقة					
	<b>الأمان :</b>					
٢٣	الحفاظ على سرية البيانات للعملاء					
٢٤	البوليصة التي تصدرها الشركة واضحة ومفهومة					
٢٥	الثقة في شركة التأمين بأن تحافظ على أمواله					
٢٦	التعامل مع العميل بكل مودة واحترام					
٢٧	تروج الشركة نفسها بشكل مناسب					
٢٨	لا أجد أي صعوبة في تحصيل قيمة مطالبي حسب الوثيقة					
	<b>التعاطف :</b>					
٢٩	شعور العميل بالاهتمام الخاص والشخصي به					
٣٠	الترحيب بالعميل وحسن إستقبالة					
٣١	حل مشاكل العميل					
٣٢	مساعدة العميل في اختيار نوع الوثيقة					