

المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين (حالة تطبيقية على الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم)

The Criteria Followed by Manufacturing Companies in Selecting Insurance Companies (An Applied Case on Industrial Companies in the Bethlehem Governorate)

لينا إبراهيم سجديه، نضال عارف درويش

Lina Ibrahim Sajdieh, Nidal Aref Darwish

Accepted

قبول البحث

2022/10/26

Revised

مراجعة البحث

2022 /9/29

Received

استلام البحث

2022 /9/3

DOI: <https://doi.org/10.31559/GJEB2022.12.6.5>



This file is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International](#)



المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين (حالة تطبيقية على الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم)

The Criteria Followed by Manufacturing Companies in Selecting Insurance Companies (An Applied Case on Industrial Companies in the Bethlehem Governorate)

لينا إبراهيم سجديه¹, نضال عارف درويش²

Lina Ibrahim Sajdieh¹, Nidal Aref Darwish²

¹ طالبة ماجستير- كلية الأعمال والاقتصاد- جامعة القدس- فلسطين

² أستاذ مساعد- كلية الأعمال والاقتصاد- جامعة القدس- فلسطين

¹ MBA student, Business and Economics Faculty, Al Quds University, Palestine

² Assistant professor, Business and Economics Faculty, Al Quds University, Palestine

¹ lianaisajdieh@hotmail.com, ² ndarwish@staff.alquds.edu

الملخص:

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين لشراء الخدمات التأمينية. ولتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، وظفت الدراسة المنهج الوصفي، بوصفه المنتج الملائم للدراسة الحالية. حيث تم استخدام التحليلات الإحصائية لتحليل البيانات من خلال برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS). تألف مجتمع الدراسة من (150) مصنوعاً في محافظة بيت لحم، وتم استخدام العينة الممكنة (المالئمة للدراسة) وتتألفت من (102) مصنعاً. واستخدمت الدراسة أيضاً أسلوب المقابلات للتتأكد من أن معايير الاختيار للشركات في الاستيانة تناسب مع الواقع العملي من أجل استخدامها للدراسة. حيث تم إجراء أربع مقابلات مع بعض المدراء المؤثرين في قرار الشراء في الشركات الصناعية ومدراء من شركات التأمين. خلصت الدراسة إلى عدم نتائج كان أهمها: أن أهم المعايير التي يتتأثر بها قرار اختيار الشركات الصناعية لشركة التأمين عند شراء الخدمات التأمينية هي معايير جودة الخدمات التأمينية وتحديداً مصداقية شركة التأمين بالتعويض بعد حصول الحادث. كما تبين بأن معايير السعر تلي معايير الجودة بالأهمية وتحديداً معيار تسهيلات الدفع، وتشير نتائج الدراسة إلى أن أهم العوامل البيئية بالنسبة للشركات الصناعية هو معيار تحجب المسائلة القانونية مع (متوسط حسابي 4.12) وهو ما يفيد بأن هناك قوانين متعددة 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. وتوصي الدراسة بأنه يتوجب على شركات التأمين تحسين جودة الخدمات التأمينية التي تقدمها للشركات الصناعية وخصوصاً المصداقية 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 معايير الاختيار التي أوصت بها الدراسة عند اختيار شركات التأمين وذلك لتتمكن من اختيار شركة التأمين المناسبة.

الكلمات المفتاحية: الشركات الصناعية؛ السلوك الشرائي للمؤسسات؛ معايير الشراء؛ شركات التأمين.

Abstract:

The current study aimed to identify the criteria industrial companies follow when selecting insurance companies to purchase insurance services. The study employed the descriptive approach to achieve the study's objectives and answer its questions. Statistical analyses were used to analyze the data through the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) program. The study population consisted of (150) factories in the Bethlehem Governorate, the possible sample (appropriate for the study) was used, and it consisted of (102) factories. The study also used the interview method to ensure that the selection criteria for companies in the questionnaire were in line with the practical reality. Four interviews were conducted with some managers who influence the purchase decision in industrial companies and managers from insurance companies. The study was concluded with several results. First, the most important criteria that affect the decision to choose the industrial companies for the insurance company when purchasing insurance services are the standards of the quality of insurance services, precisely the insurance company's credibility with compensation after the accident. Second, the price standards follow the critical quality standards, specifically the payment facilities standard. Third, the study indicates that the most important environmental factor for industrial companies is the standard of avoiding legal accountability with an arithmetic average (4.12), which suggests that industrial companies follow the laws. Finally, the religious factor has an arithmetic average of (3.27) and political conditions with an arithmetic average of (3.14) suggesting that these factors are less critical for industrial companies. The study recommends that insurance companies should keep improving the quality of insurance services they provide to industrial companies, especially the credibility of service performance. Also, insurance companies should be interested in offering payment facilities to industrial companies to encourage them to buy their services. Finally, the study recommends that industrial companies apply the selection criteria recommended by the study when choosing insurance companies to be able to select the appropriate insurance company.

Keywords: manufacturing company; organizational buying behavior; buying criteria; the insurance company.

1. المقدمة:

تلقي وظيفة الشراء في المؤسسات اهتماماً كبيراً من قبل إدارة الموردين، حيث يعزز الشراء الفعالية والتنافسية 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 صعبـة (Mwikali and Kavali, 2012).

أثبتت الدراسات أن أكثر من (60%) من ميزانية الشركات تذهب لصالح مشترياتها من السلع والخدمات الأمر الذي يكسب الشراء أهمية كبيرة في حياة المؤسسات، حيث بدأت المؤسسات تتنازل عن الكثير من أنشطتها المساعدة وتعتقد مع مؤسسات أخرى أكثر تخصصاً للقيام بها لتقوم هي بالتركيز على أنشطتها الأساسية، الأمر الذي يلقي مسؤولية كبرى على عائق إدارة المشتريات والعقود في تحفيظ وتنظيم العلاقة بين المؤسسة ومورديها لضمان استمرارية التدفق السلعي والتدفق الخدمي لداخل المؤسسة (سعيد، 2010، ص 7). يوجد العديد من المحددات الخارجية والداخلية التي تؤثر على سلوك الشركات الشرائية التي ستزودها بالخدمات الازمة، حيث أن تصنيف هذه المحددات وتحليلها بشكل منهج، يساعد المسوقون في فهم وتوقع سلوك زبائنها الشرائي وبالتالي يساعدهم في وضع استراتيجية تسويقية مناسبة. من الضروري أن يقوم المسوقون بتمييز المحددات التي لها التأثير الأقوى من المحددات التي لها التأثير الأضعف على سلوك المؤسسات الشرائية، ولم يلق سلوك الشركات الشرائية حجماً كبيراً من الاهتمام مقارنة بسلوك الأفراد الشرائي (XU, 2013).

الدراسة الحالية تسلط الضوء على سلوك الشرائية للشركات الصناعية التي تشتري الخدمات التأمينية من شركات التأمين العاملة في السوق الفلسطيني، حيث بلغ عدد شركات التأمين الفلسطينية إحدى عشر شركة. وتتوفر شركات التأمين المرخصة والعاملة في السوق الفلسطيني، وأكثر من عشرين منتجًا وخدمة تأمينية منها: تأمين المركبات، تأمين الحريق والسرقة والأخطار الحالية، تأمين الحياة، تأمين الحوادث الشخصية، والتأمين الصحي والهندسي إلى جانب أنواع أخرى من التأمين (هيئـة سوق رأس المال، 2020): وبناء على ذلك، فإنه من الضروري إلقاء الضوء على أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين للحصول على الخدمات التأمينية، نبحث في 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.

1.1. مشكلة الدراسة:

يؤدي القطاع الصناعي دوراً مهماً في عملية التنمية الاقتصادية في فلسطين، ويتميز بكون مشاريعه استثمارات طويلة الأمد، لكنها سريعة التأثير بالعوامل البيئية الخارجية. 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.

يعتبر قطاع التأمين وسيلة للحماية المؤسسات من الخسائر، وهو شكل من أشكال إدارة المخاطر ضد الخسارة المتوقعة، وذلك من خلال تعامل الأشخاص المعرضين لنفس الخطير في مقابلة الآثار الناتجة عن تتحققـه حيث يدفع كل مشترك قسط معين بشكل دوري ليوزع المبلغ على المشترك الذي يتعرض للخطر (الخلوت، 2018)، ويعتبر مفهوم إدارة المخاطر في المؤسسات واحد من أهم المفاهيم الأساسية التي ساهمت في انتشار صناعة التأمين في مختلف دول العالم، وذلك بسبب عدم اليقين الذي شهدته القطاعات التجارية والصناعية (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 ومن هنا تمثل أهمية الشراكة ما بين قطاع التأمين والشركات الصناعية إلى تحفيـز 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.

ومن هنا تبلور مشكلة الدراسة في معرفة المعايير المتبعة من قبل الشركات الصناعية في اختيار شركات التأمين عند شراء الخدمات التأمينية، ومن هنا نسعى لدراسة سلوك الشرائية للشركات الصناعية من خلال تحديد العوامل التي تناولتها نظرـيات سلوك الشرائية للمؤسسات. خاصة وأن شركات التأمين تتشابه في الخدمات التأمينية التي تقدمها.

2. أهمية الدراسة:

تأتي أهمية الدراسة من خلال محاولـها البحث في المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية في اختيار شركات التأمين عند شراء خدمات التأمينية، كما أن لا يوجد دراسات كافية تتناول المعايير التي تتبعها الشركات عند شراء خدمات التأمين المختلفة. وبالرغم من أن الأبحاث قدّمت بمفهوم سلوك المؤسسات الشرائية، إلا أن مفهوم سلوك المؤسسات الشرائية لم يحظ بالكثير من اهتمام الباحثين الحديث وخصوصاً اتجاه الخدمات، 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، ويمكن تلخيص أهمية البحث العلمية في النقاط التالية:

- 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 بتقديـم ما هو أفضل لكسـب 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 الفلسطيني.

- تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية بالنسبة للشركات الصناعية التي تقوم بشراء الخدمات التأمينية، حيث تمكّنا من التعرف على معايير الشراء المختلفة والمتبعة من قبل الشركات الصناعية الأخرى.
- كما أن الدراسة من المتوقع أن تكون مهمة لبيئة سوق رأس المال الفلسطيني، كونها الجهة المسؤولة عن تنظيم عمل قطاع التأمين في فلسطين.

3.1. أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف إلى المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين عند شراء الخدمات التأمينية، وينتشر عن هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على العلاقة بين العوامل البيئية وتاثيرها على قرار اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين.
- التعرف على مدى تأثير وجود علاقات بين الشركة الصناعية وشركة التأمين وقرار اختيار شركة التأمين.
- التعرف على العلاقة بين صفات شركة التأمين وقرار اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين.
- التعرف على أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين.
- التعرف على الاختلاف في اتجاه الشركات الصناعية في المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين وفقاً لـ (عدد الأفراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء الحافظة التأمينية، الشكل القانوني للشركة الصناعية، أسس اختيار شركة التأمين، مزود التأمين الشركة أو الوكيل)؟

4.1. أسئلة الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة عن السؤال الرئيس وهو "ما هي المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار الشركة المزودة لخدمات التأمين؟"

- وينتشر عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:
- إلى أي مدى تؤثر العوامل البيئية (العامل الثقافي، القانوني، السياسي، الاقتصادي) عند اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين؟
 - إلى أي مدى يؤثر وجود علاقات مسبقة بين الشركة الصناعية وشركة التأمين على قرار اختيار الشركة الصناعية لهذه الشركة؟
 - إلى أي مدى تؤثر صفات شركة التأمين (جودة الخدمة، السعر، صورة الشركة، قوة شركة التأمين في السوق) على قرار اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين؟
 - ما هي أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيار شركات التأمين؟
 - ما هي أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اتخاذ قرار اختيار شركات التأمين؟
 - هل تختلف المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين باختلاف (عدد الأفراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء الحافظة التأمينية، الشكل القانوني للشركة الصناعية، أسس اختيار شركة التأمين، مزود التأمين الشركة أو الوكيل)؟ مينا ماميات،

5.1. فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية للدراسة للإجابة على السؤال الخامس تم وضع الفرضية التالية:

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 تعزيز للمتغيرات (عدد الأفراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء الحافظة التأمينية، الشكل القانوني للمؤسسة، أسس الشراء، مزود التأمين). وابنثت عنها ست فرضيات وهي:

- الفرضية الأولى: 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 تعزيز لمتغير (عدد العاملين).
- الفرضية الثانية: 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 تعزيز لمتغير (حجم التأمينات السنوية).
- الفرضية الثالثة: 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 تعزيز لمتغير (الأقسام المشاركة في القرار الشرائي).
- الفرضية الرابعة: 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 تعزيز لمتغير (الشكل القانوني للشركة الصناعية).

- الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لـإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (أسس معدة للاختيار).
- الفرضية السادسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لـإجابات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزى لمتغير (شراء خدمات التأمين من الشركة أو الفرع).

6. مصطلحات الدراسة:

- الشركات الصناعية: هي شركات تقوم بجلب المواد الخام من أجل تصنيعها، ثم تقوم بتحويل تلك المواد الخام إلى مواد مصنعة، وتكون هذه المواد قابلة إلى التداول في الأسواق من خلال البيع والشراء (الزعبي، 2017).
- الشركات الصناعية إجرائياً: هي عبارة عن شركات تقوم بجمع المواد الخام التي لم تستهلك أو قد تكون تالفة حيث تقوم بفرزها وتصنيفها، ثم يتم 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 العملية أموال سلعة، مثل الذهب والفضة، ومن الممكن أن تكون أموال مصرفية تقرها الحكومات في البلاد المختلفة (فياض، شحاته، 2020).
- السلوك الشرائي للمؤسسات إجرائياً: 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، الصلايحي، 2020).
- شركة التأمين إجرائياً: هي عبارة عن شركة تتبع بتخفيض الخطر الذي يواجه الفرد أو المنشأة وفيه مقابل أن يقوم المؤمن بدفع مبلغ متفق عليه عند تحقق الخطر.

7.1. نموذج الدراسة:

لتحقيق الهدف من الدراسة، تم تطوير نموذج الدراسة بالاعتماد على المراجع والدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها في هذه الدراسة.



شكل (1): نموذج الدراسة

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على الدراسات السابقة (الكحلوت، 2018).

8.1. منهجية الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها من خلال استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وذلك ملائمته لطبيعة الدراسة التي احتاجت إلى جمع البيانات من مجتمع الدراسة وتصنيفها وتحليلها وتفسيرها لاستخلاص الدلالات والوصول إلى نتائجها، وذلك 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، وتم الاستفادة منها في تحديد أهم المعايير التي تهم أصحاب الشركات المشترية لخدمات للتأمين، بالإضافة لإجراء عدد من المقابلات مع أصحاب الاختصاص لتحديد كل المعايير الممكنة على أرض الواقع.

2. الإطار النظري والدراسات السابقة:

1.2. الإطار النظري:

1.2.1. السلوك الشرائي للمؤسسات:

السلوك الشرائي للمؤسسات عملية معقدة وتحتوي العديد من الأشخاص، أهداف متعددة، ومعايير اتخاذ القرار 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 بتعریف، تقييم، و اختيار المزودين من بين البديل وذلك حسب ما جاءت به نظريات سلوك المؤسسات الشرائي الثلاث.

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

- العوامل المؤثرة في عملية الشراء في المؤسسة.
- مركز الشراء في المؤسسة.
- عملية شراء المؤسسة.

وكلما زاد فهمنا لهذه المحاور الثلاث استطعنا أن نفهم السلوك الشرائي للمؤسسات بشكل أكبر. وتعلق 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 وتقديم مستمر لأدائه. كما أن إدارة المشتريات بالتعاون مع الإدارات الأخرى كالإدارة المالية وقسم الجودة وبعض الإدارات الفنية الأخرى تأخذ وقتاً أكبر في البحث عن التعاقد المناسب وتقديمه تقويمياً يشمل قوته العاملة ومقدراته 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 et al., 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). في هذه الدراسة نحاول التعرف على أهم المعايير التي يتم الاهتمام بها من قبل أصحاب الشركات عند تقييم و اختيار شركة التأمين عند شراء الخدمات التأمينية.

• أهمية دراسة نظريات سلوك المؤسسات الشرائي:

تناولت النظريات قدماً سلوك المؤسسات الشرائي، حيث اثبتت أهمية التطرق للنظريات التي تختص بسلوك المؤسسات الشرائي، من معرفة أن المؤسسات المزودة تستفيد من أي نظرية تختص بسلوك المشتري (الزيون)، وتحديدًا العاملين في التسويق في المؤسسات المزودة. إذ أن هذه النظريات تمكّهم من تعريف أهم العوامل التي تؤثر على استجابة المستهلكين للجهود التسويقية. كما تساعد نظريات سلوك المشتري المسوقين على تحليل المعلومات المتوفّرة عن السوق وتعريف ما الذي يحتاجونه من معلومات إضافية لفهم سوق المستهلكين (المشترين). كما أنها يمكنها المساعدة في تحديد الأهداف (targets) للجهود التسويقية، وتحديد أنواع المعلومات التي تهم العديد من متلذذ قرار الشراء وتحديد المعايير التي سوف يستخدمونها في صنع هذه القرارات. بالإضافة يعتبر تحليل السلوك الشرائي للمؤسسات من أهم الأساليب الضرورية لمواجهة المنافسة ومواكبة التطورات والتغيرات المستمرة، من خلال تبني أساليب وأدوات تسويقية حديثة معتمدة على دراسة متطلبات الشراحت السوقية الحالية والمحتملة (فياض وشحاته، 2020)، لذلك فإن دراسة العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمؤسسات قد تمكّنا من معرفة المعايير التي تهتم بها الشركات عند القيام بقرار اختيار المزود وقرار الشراء.

• بعض النظريات التي تحدثت قدماً عن السلوك الشرائي للمؤسسات هي:

1. النظرية العامة للسلوك الشرائي للمؤسسات (General model for understanding organizational buying behavior)

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. وبناءً على هذه النظرية فإن شراء المؤسسات يتم ضمن سياق رسمي داخل المؤسسات الرسمية، متأثراً بميزانية المؤسسة 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.

2. نظرية السلوك الشرائي الصناعي للمؤسسات (Model of industrial buyer behavior)

ووضحت نظرية السلوك الشرائي الصناعي التي جاء بها شيث (Sheth, 1973) الجانب الذي يتكون منها سلوك المؤسسات الشرائي. حيث اعتبرت أن الجانب الأول هو العامل النفسي للأفراد المشاركون 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.

3. 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 الشرائية والمنشورة في أهم المجالات العالمية لأبحاث التسويق على مدار الخمسة وعشرين سنة السابقة للدراسة والتي 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 المشترية. لكنه من الصعب تحقيق هذا الفهم؛ لأن سلوك المؤسسات الشرائية غالباً ما يكون عملية متعددة المراحل، متعددة الأشخاص، متعددة الدوائر، ومتحركة الأهداف. كما أضافت النظرية التكاملية أن عملية السلوك الشرائي للمؤسسات عملية معقدة وتضع البائعين في مجموعة معقّدة من القضايا والمؤثرات التي تؤثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على سلوك المؤسسات.

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

هناك 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 دورها على اهتمام المشتري في الحصول على التفضيلات، في تعزيز عروضه أو تقليل المخاطر المدركة. وبعض هذه النظريات التي ليس لها علاقة بمهمة الشراء أكدت على العلاقات الشخصية المتبادلة بين رجال المبيعات والأفراد المرتبطين بعملية الشراء. كما ركزت على الطرق التي تستخدمها المؤسسات المزودة لتوسيعة 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 الأربع للمتغيرات المحددة للسلوك الشرائي للمؤسسات هي:

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

أما في نظرية السلوك الشرائي الصناعي (Sheth, 1973)، فقد تم استخدام المتغيرات الأساسية لدراسة تأثيرها على سلوك المؤسسات الشرائية، 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، الخطير 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، وسائل البريد الإلكتروني المباشرة.

رابعاً: صفات حل النزاعات، على الطرق التي يستخدمها متخذ القرار الشرائي في حل النزاعات الناتجة عن التضارب الناجم عن اشتراك مجموعة من الأفراد في اتخاذ القرار الشرائي، حيث أفاد بأن هذه الطرق تحتوي على حل المشكلة والإقناع، إضافة إلى المساومة. استخدمت النظرية التكاملية المتغيرات الأساسية الثلاثة (Johnston and Lewin, 1996) وهي: المتغيرات البيئية، المؤسسية، صفات الشراء وهذه المتغيرات قد أعطت التصنيفات العامة للمؤثرات المتوقعة تأثيرها على سلوك المؤسسات الشرائية. ولكنها فشلت في جمع كل المتغيرات والمفاهيم والعلاقات التي تحتاجها التنبؤات المعقدة بالسلوك. وبالتالي ومن أجل نصوح 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:

1. ضغط الدور وقواعد القرار التي تعمل على المستوى الداخلي للمؤسسة نفسها.
2. علاقات المشتري بالبائع وشبكات الاتصال التي تعمل ما بين المؤسسات.

وبناء على النظريات التي تناولت سلوك المؤسسات الشرائية، فإن العوامل المؤثرة على قرار الشراء متداخلة فيما بينها (Johnston and lewin, 1996). فصفات المؤسسة المشترية 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 والشرائية والمؤسسة والشخصية 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 والمؤسسة 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 بالعلاقة ما بين المؤسسة المشترية والبائعة كما أنها تؤثر بها (Johnston and Lewin, 1996). أي أن جميع هذه المؤشرات التي تؤثر في سلوك شراء المؤسسات، تتحدد لتؤثر على علاقة الشركة بأي مزود. والمتغيرات التي يتم استخدامها لاختبار العلاقة ما بين المؤسسة المشترية والبائعة: القوة، الاعتماد، السلوك، مراقبة الأداء، التعاون، الثقة، التكيف والالتزام.

جدول (1): تلخيص العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للمؤسسات التي استخدمتها النظريات السابقة

العوامل المؤثرة على قرار الشراء الصناعي	النظريات التي تبني تلك العوامل	أكبر العوامل أهمية في التأثير على قرار الشراء الصناعي بناء على نظريات
المتغيرات البيئية	النظريات الكمالية.	1. صفات الشراء
طبيعة عمل المؤسسة	نظرية السلوك الشرائي الصناعي.	2. صفات البائع والمعايير التي يتم استخدامها لتقدير المزودين المحتملين.
صفات الشراء	نظرية العامة للسلوك الشرائي للمؤسسات.	3. العوامل البيئية: التي تشمل القوانيين المتبعة في قطاع الشركات الصناعية، الثقافة السائدة مثل العامل الديني، العامل الاقتصادي والوضع السياسي
صفات البائع والمعايير التي يتم استخدامها لتقدير المزودين المحتملين.	النظريات العامة للسلوك الشرائي للمؤسسات.	4. صفات المؤسسة المشترية
العلاقات بين المؤسسات	النظريات الكمالية	5. العلاقات بين المؤسسات

المصدر: إعداد الباحثان بالاعتماد على الدراسات السابقة والأدب النظري

2. الدراسات السابقة:

- دراسة (Maleghemi, 2020) بعنوان اختيار المزود في ظل عدم اليقين العالمي، تعريف المعايير التي يحتاجها بناء المرونة في سلسلة التوريد. والتي هدفت 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: تبديد ثابت المعلومات مقابل تكامل البيانات في الوقت الحقيقي، تحسن خطط إدارة الأضطرابات القوية باستمرار مع الخبرة والتعاون واتفاقيات التحالف ومصالح الحكومات والمشروعين في القطاع. وأفادت الدراسة بأن التواصل المعلوماتي يعتبر عاملاً رئيسياً في التأثير على قدرة سلسلة التوريد على الصمود أمام وجود الخلل، وأثبتت الخبرات في إدارة الخلل أن استجابة المزودين تؤثر إيجابياً في إدارة الأضطرابات. وتعتبر الدراسة أن مرحلة اختيار المزود نقطة استراتيجية في العمل، ومن خلال اختيار المزود الجيد يصبح هناك مرونة في العمليات التي تجري في المؤسسات.
- دراسة (Dubey and Tiwari, 2019) بعنوان: 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 الأدب 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 الفائد، فتح الحسابات، عدد ساعات العمل، الاستجابة، التكنولوجيا المستخدمة، توجهات طاقم العاملين، سمعة الشركة.

- 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 أن 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.
- دراسة الميمية (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 وعلاقتها بولائهم تجاه 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.
- دراسة (Abu-salim, et al.2017) بعنوان: آثار التكلفة، جودة الخدمة 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 بجدية أكبر من قبل سوق 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 ونفيته 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 يؤدي بالضرورة إلى عدم استمرارية تلقي الخدمة الصحية من العميل.
- دراسة (Imran et al. 2017) 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 الاستبيانات 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.
- دراسة (Pawlowski and Pastuszak, 2017) بعنوان السلوك الشرائي للمؤسسات تجاه المؤسسات في سياق (B2B) والتي هدفت 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 الإلكترونية في التعاون ما بين المؤسسات، في نمو متزايد ديناميكيًا وبقوة. كما قامت الدراسة بمراقبة عبر المزودين للمشترين عبر القنوات الإلكترونية. أظهرت الدراسة وجود اختلافات واضحة ما بين الزبائن الفرد والزبائن المؤسسة، حيث تطلب المؤسسات مقابل ولاهما 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 للكتابة التي 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 يهم 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 العملاقة.
- دراسة (Mathur and Tripathi , 2014) 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.

- دراسة (زيداوي، شبيب وأخرون، 2011) 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 اعتبرت تأثير عدد من المتغيرات المستقلة في التابع. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي حيث تم استخدام العينة الملائمة وقام الباحثون بتوزيع استبيانات على مفردات العينة بتزامن تواجدهم في مدينة نابلس. وتكونت العينة من 42 مسحلاً صناعي. وقد بينت الدراسة أهمية قيام السعر، قياس خدمات ما بعد البيع، قياس الكلمة المنقول، والعلامة التجارية وطريقة عرض المنتج. أما بالنسبة للعلاقات الشخصية فكانت متوسطة الأهمية بالنسبة للعينة.

- دراسة (Ho, et al., 2010) بعنوان طرق صنع القرارات المتعددة المعايير لتقدير واختيار الموردين، جامعة اوستن بريطانيا: هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهم معايير تقدير واختيار الموردين التي تهتم بها المؤسسات. قدمت هذه الدراسة أدبيات سابقة عن طرق تقدير واختيار المزود. اعتمدت هذه الدراسة على مراجعة الأدبيات السابقة التي اختصت في معايير تقدير واختيار المزودين خلال الفترة بين عام 2000 إلى عام 2008. وأوضحت بأنه في الإدارة المعاصرة لسلسلة التوريد يتم تقدير المزودين المحتملين عن طريق معايير متعددة بدلاً من اتخاذ التكلفة كمعيار منفرد. أثبتت الدراسة بأن مناهج وطرق اتخاذ القرار المتعددة المعايير أفضل من النهج التقليدي القائم، كما أنها تساعد الباحثين ومتخذى القرار في تطبيق الأساليب بفاعلية. حيث وجدت هذه الدراسة بأنه على أساسيب الإدارة الحديثة، تهدف المؤسسات لأن تكون هناك علاقة مشاركة طويلة الأمد ما بينها وبين 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 لتقدير أداء المزود هو الجودة، يليها بعد ذلك التوزيع، السعر أو التكلفة.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة حول السلوك الشرائي للشركات، والتعرف على مجموعة من المعايير المؤثرة في اختيار الشركات للموردين، ودراسات العوامل المؤثرة في سلوك زبائن شركات التأمين، لاحظ الباحثون وجود توافق في الآراء بشأن أهمية المعايير عند اختيار شركة التأمين، وذلك بالرغم من اختلاف مجتمعات الدراسة والباحثين إلا أنهما اتفقا على أهمية المعايير عند تقدير واختيار شركات التأمين. من 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 الموردين لشراء السلع والخدمات. بالإضافة إلى استخدامها المنهج الوصفي وللأسباب ذاتها لجمع البيانات. كما اتضحت من استعراض الدراسات أهمية دراسة معايير الشراء في سياق شراء المؤسسات من المؤسسات وذلك لتحسين استراتيجيات الشراء في المؤسسات المشترية، واستراتيجيات التسويق في المؤسسات الموردة. وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في كونها من الدراسات القليلة من نوعها في الضفة والتي تدرس معايير الشركات في اختيار شركات التأمين عند شراء الخدمات التأمينية من خلال استخراج المعايير من المتغيرات التي تم استخراجها من نظرية 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 تقدير الموردين من الدراسات والنظريات، حيث تم تحليل هذه المعايير باستخدام التحليل الإحصائي المناسب لمعرفة المعايير الأكثر أهمية، ومحاولة الربط بين هذه المعايير.

3. منهجية الدراسة وإجراءاتها:

1.3. منهج الدراسة:

تم 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. يعتمد هذا المنهج على جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات ومن ثم استخلاص النتائج بعد تحليل ارتباط وعلاقة المتغيرات بعضها البعض عن طريق استخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

2.3. مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة من جميع مدراء الشركات الصناعية في محافظة بيت لحم المسجلة لدى وزارة الاقتصاد الوطني وعددها (150) شركة صناعية. وتنوعت العيادات لهذه المصانع واشتملت على المصانع التي تقوم بـ: صناعة الحجر، صناعات الباطنون، خشب الزيتون، الأعذية، الأدوية، النسيج، الأثاث.

3.3. عينة الدراسة:

بعد أن تم وصف مجتمع الدراسة تم اختيار عينة ملائمة (ممكناً) تكونت من (102) شركة، حيث تم توزيع الاستبيانة على مدراء من الدوائر المختصة بعملية الشراء ومالكي الشركات الصناعية. مثلت العينة نسبة (68%) من مجتمع الدراسة وهي تفي بأغراض الدراسة.

4.3. أداة الدراسة:

قام الباحثان بتطبيق أداة الاستبيانة كاداة لجمع البيانات من الشركات الصناعية التي تعامل مع شركات التأمين، وذلك لمعرفة أهم المعايير التي تهتم بها عند اختيار شركات التأمين، كما قاموا بإجراء أربع مقابلات لجمع معلومات مبدئية عن أهم المعايير التي تهتم بها الشركات عند اختيار شركات التأمين. حيث تم عمل مقابلتين مع مدراء ومالكي الشركات صناعية، ومقابلتين تم عملهما مع وكيل ومدير فرع شركة تأمين وكان الهدف من سؤالهم عن أهم المعايير التي تهتم بهم عند اختيار شركة التأمين، حيث ساعد ذلك في حصر المعايير المهمة وساعد في اعداد استبيان الدراسة.

5.3. صدق أداة الدراسة:

تم احتساب الصدق باستخدام معامل ارتباط (Person Correlation) بين الفقرات والدرجة الكلية للمحاور للتحقق من الصدق الداخلي كما تظهر من خلال الجدول رقم (2).

جدول (2): نتائج تحليل اختبار التحليل العائلي لفقرات أداة الدراسة

الدالة Sign	معامل الارتباط	الرقم	Sign	الدالة الارتباط	معامل الارتباط	الرقم	Sign	الدالة الارتباط	معامل الارتباط	الرقم
المحور الأول: العوامل البيئية: العوامل الثقافية، القانونية، السياسية، والاقتصادية										
.000	.682**	5	.000	.599**	3	.000	.554**	1		
.000	.649**	6	.000	.423**	4	.000	.637**	2		
المحور الثاني: تأثير العلاقات بين الشركتين										
.000	.717**	13	.000	.596**	10	.018	.234*	7		
.000	.611**	14	.000	.611**	11	.000	.516**	8		
				.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	

المصدر: إعداد الباحثان

ويوضح من الجدول السابق، بأن جميع نتائج التحليل العائلي لفقرات أداة الدراسة كانت دالة إحصائياً، بحيث تظهر 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 الدلاله موجودة نبقي الفقرة كما هي.

6.3. ثبات أداة الدراسة

للتحقق من ثبات أداة الدراسة، قام الباحثان باعتماد معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) للمجالين كما تظهر من خلال الجدول رقم (3)

جدول (3): معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) لمحاور الاستبيانة بشكل تفصيلي

البيان	العينة الاستطلعية	عدد الفقرات	قيمة Alpha
محور العوامل البيئية		30	0.70
تأثير العلاقات بين الشركتين		8	0.72
صفات تتعلق بشركة التأمين		22	0.82
الثباتات الكلي لأداة الدراسة		36	0.87

ويوضح من الجدول أعلاه، أن استبيان الدراسة قد حققت درجة عالية من الثبات، حيث بلغت قيمة معامل كرونباخ ألفا للثباتات الكلي للاستبيان (0.87)، وهو ما يجعل الباحثان مطمئنين إلى سلامة إجراءات بناء الاستبيان وسلامة الأسئلة التي تحتوتها وأنها تتمتع بدرجة عالية من الثبات.

4. عرض نتائج الدراسة:

في هذا الجزء من الدراسة، تم تناول تحليل وتفسير استجابات المبحوثين المتعلقة بالمعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين عند شراء الخدمات التأمينية، حيث سعت الدراسة في هذا الجزء إلى الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها. ولغرض تفسير النتائج، تم اعتماد مقياس الأهمية النسبية لمقياس ليكرت الخماسي كما يوضح الجدول التالي (4) (أبو صالح، 2001):

جدول (4): الأهمية النسبية لنتائج المتوسطات الحسابية

تفسير الدرجة	المتوسط الحسابي
منخفضة	فائق 2.33
متوسطة	3.67-2.34
عالية	فأعلى 3.68

وللإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات إحصائية سبق ذكرها في المنهجية، وتم عرض النتائج كما يلي:

1.4. نتائج الإجابة على سؤال الدراسة الرئيسي: ما هي المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية في قرار اختيار شركة التأمين المزودة للخدمة؟ للإجابة عن سؤال الدراسة الأول قام الباحثان بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات المبحوثين لفقرات أداة الدراسة ومجالاتها.

جدول (5): الأعداد والمتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد مجتمع الدراسة حول "المعايير التي تهتم بها الشركات الصناعية في قرار اختيار شركة التأمين المزودة للخدمة"

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

تشير البيانات الواردة في الجدول (5) أن المتوسط الحسابي الكلي للعوامل جاء بقيمة (4.02) وهي قيمة مرتفعة، والمتوسط 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. وأن المعايير المتعلقة بالعوامل البيئية هي ذات أهمية متوسطة بالنسبة للشركات الصناعية عند اختيار شركة التأمين. أما المعايير المتعلقة بالعلاقات بين الشركتين وصفات شركة التأمين فهي ذات أهمية كبيرة. ويتضح 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). حيث ان هذه النتيجة اتفقت مع دراسة (Dubey and Tiwari, 2019)

من خلال عرض هذه النتيجة برى الباحثان بأن الشركات الصناعية تهتم بشكل كبير حول الجودة والكفاءة عند اختيارها لشركات التأمين، وهذا يدل على مدى الاهتمام بالمحافظة على استمراريتها وتجنب المخاطر المستقبلية.

2.4. إجابة على أسئلة الدراسة الفرعية:

وللوصول إلى إجابة السؤال الرئيس للدراسة كان لابد من الإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

- إلى أي مدى تؤثر العوامل البيئية (العامل الثقافي، القانوني، السياسي، الاقتصادي) عند اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين؟ وقد تمثلت الإجابة عنه في المحور الأول من الاستبانة (العوامل البيئية).
- قامت الباحثان بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال، وتم ترتيبها تنازلياً حسب المتوسط الحسابي كما في الجدول (6).

جدول(6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليًا حسب استجابات مجتمع الدراسة للمحور الأول (العوامل البيئية)

الرقم	الفقرة	المتوسط	الانحراف	الدرجة	النوعية	القدر
		الحسابي	المعياري	المنوية	الدرجة	الاستجابة
4	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتجربتنا للتعرض للمساءلة القانونية	4.12	.859	%82.4	مرتفعة	
2	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بمسؤوليتنا اتجاه الموظفين	3.86	1.005	%77.2	مرتفعة	
3	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بمسؤوليتنا اتجاه الزبائن (الزائرين)	3.77	1.089	%73.6	مرتفعة	
6	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بالوضع الاقتصادي	3.68	1.220	%73.6	مرتفعة	
1	يلعب العامل الديني والشعري دوراً في اختيارنا لشركة التأمين	3.27	1.118	%65.4	متوسطة	
5	تؤثر تغيرات الأوضاع السياسية على اختيارنا لشركة التأمين	3.14	1.251	%62.8	متوسطة	

تظهر البيانات الواردة في الجدول (6) أن أعلى متوسط حسابي كان للفقرة: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتجربتنا 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 والشعري دوراً في اختيارنا لشركة التأمين، بمتوسط مقداره (3.27) وبدرجة متوسطة. وهذا يدل على أن هذه المعايير لا تتأثر بشكل كبير على اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين.

وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري الذي يقيس التشتت في إجابات مجتمع الدراسة في المجال المذكور، نجد بأنها جمیعاً تأتي ما بين المتوسطة والمرتفعة. 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 أن الشركات الصناعية تسعى الاستدامة في مجال عملها، وبذلك تكون نتائج هذا السؤال قد توافقت مع دراسة كل من (الكحلوت، 2018) واختلفت 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، ومن هنا يرى الباحثان أن الشركات الصناعية ترتكز على مدى إمكانية حصوله على الخدمة في الوقت والمكان المناسبين خاصة لدى تعرضه لضرر أو حادث، كما أن تواصل الشركة معه بشكل مستمر وفعال خلال هذه الفترة من شأنه أن يحفز تقييمه للخدمة ومدى جودتها.

- إلى أي مدى يؤثرون وجود علاقات مسبقة بين الشركة الصناعية وشركة التأمين على قرار اختيار الشركة الصناعية لهذه الشركة؟
- للإجابة على هذا السؤال قام الباحثان بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المجال، وتم ترتيبها تنازليًا حسب المتوسط الحسابي كما في الجدول (7).

جدول(7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازليًا حسب استجابات مجتمع الدراسة (العلاقات بين الشركتين)

الرقم	الفقرة	المتوسط	الانحراف	الدرجة	النوعية	القدر
		الحسابي	المعياري	المنوية	الدرجة	الاستجابة
1	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بتجربتنا السابقة معها	4.54	.655	%90.8	مرتفعة	
6	نختار شركة التأمين التي يكون موظفوها على استعداد لمساعدتنا	4.26	.878	%85.2	مرتفعة	
5	نختار شركة التأمين التي تبقى في اتصال دائم معنا	4.25	.826	%85	مرتفعة	
3	يستمر شراوناً من نفس شركة التأمين من أجل الحصول على خصم	4.00	.867	%80	مرتفعة	
8	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بعلاقتنا الشخصية مع وكيل شركة التأمين	3.87	1.183	%77.4	مرتفعة	
7	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بعلاقتنا الشخصية مع مدير شركة التأمين	3.84	1.069	%76.8	مرتفعة	
4	يستمر شراوناً من نفس شركة التأمين من أجل تقليل المخاطر	3.77	.994	%75	مرتفعة	
2	نختار شركة التأمين التي تربطنا بها علاقة تجارية متبادلة (تقوم بشراء منتجاتنا مثلًا)	3.46	1.069	%69.2	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 بها علاقة تجارية متبادلة (تقوم بشراء منتجاتنا مثلاً)، بمتوسط حسابي مقداره (3.46) وبدرجة متوسطة، والفرق: يستمر شراوتنا من نفس شركة التأمين من أجل تقليل المخاطر، بمتوسط مقداره (3.77) وبدرجة مرتفعة.

وبناءً على نتائج الجدول السابق يتضح لدى الباحثان أن التجربة السابقة مع شركة التأمين هي المعيار الأهم بالنسبة لاختيار الشركة الصناعية لها. حيث ان التعامل مع شركات تأمين موثوقة أصبح ضروريًا في جميع مجالات الشركات، وهذا بحد ذاته يؤدي إلى تطور الشركات وتحميمها 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 أن يكون هناك علاقة متبادلة على درجة متحفظة ويلاحظ الباحثان أن الشركات الصناعية متوازنة في الاستقلالية ولا تضع على نفسها قيود، حيث هذه النتيجة تشاهدت مع دراسة (الميمة، 2018).

- إلى أي مدى تؤثر صفات شركة التأمين (جودة الخدمة، السعر، صورة الشركة، قوة شركة التأمين في السوق) على قرار اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين؟

للإجابة على هذا السؤال قام الباحثان بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الثالث والمكونة من أربع مجالات، وتم ترتيبها تنازليًا حسب المتوسط الحسابي كما يلي:

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

جدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات العينة مرتباً تنازلياً حسب استجابات مجتمع الدراسة (الجودة التأمينية)

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	تقدير الاستجابة
7	نختار شركة التأمين التي لديها مصداقية عالية بالتعويض اتجاهنا بعد الحادث	4.62	.564	%92.4	مرتفعة
8	نفضل اختيار شركة التأمين التي تستجيب لنا في جميع الأوقات(24 ساعة)	4.50	.671	%90	مرتفعة
10	نختار شركة التأمين التي تحرص على تقديم خدمات مميزة ما بعد حدوث الحادث (مثل خدمات توفير سيارة، علاج، الخ)	4.49	.714	%89.8	مرتفعة
9	نفضل شركة التأمين التي تقوم بمتابعة تجديد التأمين الخاص بنا بشكل دوري لذكرنا	4.43	.802	%88.6	مرتفعة
1	نختار شركة التأمين التي نشعر اتجاهها بالثقة	4.30	.818	%86	مرتفعة
6	نفضل شركة التأمين التي تتصف بالمرونة مع متطلباتنا المتغيرة اتجاه الخدمات	4.27	.733	%85.4	مرتفعة
2	نختار شركة التأمين التي لديها القدرة على تقديم الخدمة السريعة	4.25	.941	%85	مرتفعة
5	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بقيام موظفها بعرض وتوضيح الإجراءات المتتبعة والتغطيات التأمينية بمهارة	4.04	.911	%80.8	مرتفعة
3	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بالملصق الذي يظهر به موظفوها	3.96	1.143	%79.2	مرتفعة
4	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين باللباقة التي يتصرف بها موظفوها	3.68	.892	%73.6	مرتفعة

تظهر البيانات الواردة في الجدول (8) 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 يتصرف بها موظفوها، بمتوسط حسابي مقداره (3.68) وبدرجة مرتفعة، والفرق: يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بالملصق 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 العالمية بالتعويض اتجاه الشركة الصناعية، ومن هنا يلاحظ الباحثان ان الشركات الصناعية تهتم بشكل كبير بمدى التزام شركة التأمين تجاه المشتركين وسرعة الاستجابة والتعويض فور وقوع أي حادث، في ظل بيئة مهنية مبنية على أساس من الواضح والمصداقية، وهذا بحد ذاته يؤدي إلى بناء علاقة تكاملية مع المشتركين (المؤمنين)،

بالإضافة إلى التزام شركة برسالتها وهويتها المؤسسية القائمة على تبني كامل لمبادئ ومعايير تطبيق التأمين مما يؤدي إلى لفت الأنظار إليها من قبل الشركات الصناعية وقد توافقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (الميحة، 2018).

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

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

جدول (9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازلياً حسب استجابات مجتمع الدراسة للمجال الثاني

الرقم	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	الدرجة
		الحسابي	المعيارى	الانحراف
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 (9) 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 وليه 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 وليه معيار الخصومات، وهذا يبين لدى الباحثان على أنه يستوجب أن تمنع بعض شركات التأمين المؤمن لشركات الصناعية خصيصاً يسمى بخاص عدم التقدم بمطالبة" يتم بموجبه تخفيض قسط التأمين لسنة القادمة نظراً لعدم تقدم المؤمن له بمطالبة لشركة التأمين وخلو سجله من الحوادث خلال السنة التأمينية السابقة، وبعد ذلك من باب تشجيع الشركات الالتزام بالسلامة المهنية، وبال مقابل تقوم بعض شركات التأمين بعدم رفع قسط التأمين لسنة التأمين الجديدة تماهياً بهذه النتيجة مع نتيجة دراسة (Abu-salim, et al.2017) واختلفت مع دراسة (Ho, et al. 2010)

وحصل معيار السعر الأقل على أقل متوسط حسابي، وبالتالي يرى الباحثان أن الشركات الصناعية لا تهتم بأسعار التأمين بمدى اهتمامها بطريقة الدفع ربما يكون سعر مرتفع ولكن، طريقة الدفع تكون خلال فترات وهذا يكون متفقاً عليه بين الشركة التأمين والشركة الصناعية في بند العقد.

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

جدول (10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازلياً حسب استجابات مجتمع الدراسة

الرقم	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	الدرجة	النوعية	الاستجابة	تقدير
1	نختار شركة التأمين ذات السمعة المميزة بين جمهور المعاملين	4.35	.753	%87	مرتفعة		
2	يتأثر اختيارنا شركة التأمين بعلامتها التجارية القوية	4.07	.957	%81.4	مرتفعة		
3	يتأثر اختيارنا شركة التأمين بالكلام الإيجابي والتوصية من قبل المارف في الشركات الأخرى	3.92	.961	%78.4	مرتفعة		
4	نختار شركة التأمين التي تعامل معها الشركات المعروفة والشخصيات الاعتبارية	3.92	1.175	%78.4	مرتفعة		

تظهر البيانات الواردة في الجدول (10) 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 المعاملين، بقيمة (4.35) من أعلى قيمة (5) وبدرجة مرتفعة، بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة: نختار شركة التأمين التي تعامل 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، ومن هنا يرى الباحثان أن المؤسسات الصناعية تهتم في سمعة والعلامة التجارية لدى الشركة المؤمنة لشركتها حيث تعد السمعة والحفاظ عليها عملية أساسية بالنسبة للمنظمات وكافة المؤسسات في الوقت الراهن وفي ظل حدة المنافسة بين المنظمات والسعى الدائم لخلق سمعة مميزة حيث تحظى برضى وولاء الجماهير، لذا تضاعف اهتمام المنظمات بسمعتها لكونها قيمة وينبغي حمايتها والحفاظ عليها، إن الوصول إلى سمعة مؤسسية طيبة لدى المجتمع من أهم عوامل نجاح المؤسسة.

أما معيار الكلام الإيجابي والتوصية من قبل المعرف في الشركات الأخرى، ومعيار تعامل الشركات المعروفة والشخصيات الاعتبارية مع شركة التأمين، فيما المعايير الأقل أهمية بالنسبة للشركات الصناعية وهنا اختلفت النتيجة مع دراسة (زيداوي، 2011)، ومن هنا يتضح لدى الباحثان من خلال عرض نتائج الدراسة أن الشركات الصناعية لا تهتم بتجارب سابقة لدى المؤسسات الأخرى الذين يشترون خدمات تأمين من شركات التأمين، ربما يفسر ذلك باعتقادها أن كل شركة لديها استراتيجية معينة سواء في طبيعة عملها أو الخدمات الإنتاجية التي تقدمها وبالتالي لا تهتم كثيراً بتوصيات الشركات الأخرى الحاصلة على الخدمة.

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

جدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة مرتبة تنازلياً حسب استجابات مجتمع الدراسة

الرقم	الفرقة	المتوسط	الانحراف	الدرجة	تقدير
		الحسابي	المعيارى	المنوية	الاستجابة
1	نهتم بهامش الملاعة لدى شركة التأمين عند اختيارنا لشركة التأمين (هامش الملاعة يعني قدرة شركة التأمين على الوفاء بالتزامها)	3.98	1.015	%79.6	مرتفعة
3	يتأثر اختيارنا لشركة التأمين بخصائصها السوقية في سوق التأمين (عدد الأفراد المؤمنين والشركات المؤمنة لدى شركة التأمين)	3.89	1.071	%77.8	مرتفعة
2	نهتم بمعرفة القوة المالية لشركة التأمين (أرباحها ورأس مالها) عند اختيارنا لشركة التأمين	3.86	1.203	%77.2	مرتفعة

تظهر البيانات الواردة في الجدول (11) أن جميع المعايير المتعلقة بقوة شركة التأمين في السوق ذات أهمية بالنسبة للشركات الصناعية. وأن أعلى متوسط حسابي كان للفرقة: نهتم بهامش الملاعة لدى شركة التأمين عند اختيارنا لشركة التأمين (هامش الملاعة يعني قدرة شركة التأمين على الوفاء بالتزامها)، بقيمة (3.98) وبدرجة مرتفعة، تشابهت هذه النتيجة مع دراسة (Mathur and Tripathi, 2014) لاحظ الباحثان أن هذه الفرق تتحقق 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 عليه، بكفاءة وجودة عالية، بالإضافة تقديم الخدمة باستمراية وهذا يتطلب امتلاك شركة التأمين موجودات المالية الدائمة لتسديد الكوارث التي قد تصيبها، أي معنى أن تكون هذه الشركات قادرة على مواجهة التزاماتها المأخوذة على عاتقها تجاه حملة وثائق التأمين في مواعيدها المقررة.

• ما هي أهم المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اتخاذ قرار اختيار شركات التأمين؟

تمت الإجابة على السؤال من خلال تقييم محددات اختياركم لشركة التأمين حسب درجة الأهمية (رقم 1 يرمز للأقل أهمية ورقم 7 يرمز للأكثر أهمية). للإجابة عن هذا السؤال تم استخراج التكرارات لاستجابات المبحوثين حول الأهمية، كما تظهر من خلال الجدول (12)

جدول (12): ترتيب المعايير من حيث الأهمية

الأهمية	الرقم 1 الأكثر	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 المعرف 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

تظهر البيانات الواردة في الجدول رقم (12) أن محددات الاختيار أعلى في التقييم كانت للمحدد: تنوع تغطية الخدمات التأمينية وجودتها، بتكرار أعلى 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. 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 يبقى هو الأهم بالنسبة للمعايير. كما أن معيار السعر يبقى هو التالي للجودة بالنسبة للأهمية. ذلك يؤكد على أن الجودة والسعر هما المعايير 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. وتشابهت هذه النتيجة مع دراسة (Ho, et al. 2010) ودراسة (الميما، 2018)

ويرى الباحثان من نتيجة هذا السؤال أن شركات الصناعية تركز بشكل كبير على جودة الخدمات، وتركز أيضاً على مدى إمكانية حصوله على الخدمة في الوقت والمكان المناسبين خاصة عند تعرضه لضرر أو حادث، كما أن تواصل الشركة معه بشكل مستمر وفعال خلال هذه الفترة من شأنه أن يحفز تقييمه للخدمة ومدى جودتها.

- هل تختلف المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين باختلاف (عدد الأفراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء الحافظة التأمينية، الشكل القانوني للشركة الصناعية، أسس اختيار شركة التأمين، مزود التأمين الشركة أو الوكيل)؟ مينا مينات، للإجابة عن السؤال الخامس تم تحويله إلى ست فرضيات صفرية فيما يلي نصها:
سيقوم الباحثان باختبار فرضيات الدراسة والتتأكد من صحتها من خلال عدة اختبارات إحصائية، حيث افترض الباحثان عدم وجود علاقة بين متغيرات الدراسة حتى يصار إلى إثباتها والتحقق من وجودها أو عدمه، وكانت النتائج كما يلي:

3.4 الفرضية الرئيسية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتواسطات الحسابية لإجابات المبحوثين حول متواسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز للمتغيرات (عدد الأفراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء المحافظة التأمينية، الشكل القانوني للمؤسسة، أسس الشراء، مزود التأمين). وانبثق عنها ست فرضيات فرعية:

جدول (13): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance test لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً

لمتغيرات (عدد الأفراد العاملين، حجم التأمينات، المشاركة في شراء المحافظة التأمينية، الشكل القانوني للمؤسسة، أسس الشراء، مزود التأمين)

المتغير	الاختبار	قيمة (F) أو	الدلالة الإحصائية	النتيجة
عدد العاملين	تحليل التباين الأحادي ANOVA	1.284	.282	غير دال
حجم التأمينات	تحليل التباين الأحادي ANOVA	.420	.658	غير دال
القرار الشرائي	تحليل التباين الأحادي ANOVA	.671	.514	غير دال
الشكل القانوني	تحليل التباين الأحادي ANOVA	3.055	.032**	دالة إحصانياً
أسس معدة لاختيار	t-test لعينتين مستقلتين	2.34	**0.021	دالة إحصانياً
مزود خدمات التأمين	t-test لعينتين مستقلتين	1.27	0.207	غير دال
(شركة أم وكيل)				

تشير نتائج التحليل كما في جدول (13) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (الشكل القانوني)، وجود (أسس معدة مسبقاً).

- **الفرضية الفرعية الأولى:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز لمتغير (عدد العاملين).
لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي متواسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز لمتغير (عدد العاملين)، وبين الجدول (14) المتواسطات الحسابية، والجدول (16) بين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي.

جدول (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (عدد العاملين)

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

يشير الجدول (14) 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.

جدول (15): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (عدد العاملين)

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

تشير النتائج الواردة في الجدول (15) 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 (عدد العاملين)، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية (0.28) وهي أكبر من (0.05) وعليه نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق دالة إحصائية. يتبيّن من هذا الجدول بأن اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين لا يتأثّر بتغيير عدد العاملين.

• **الفرضية الفرعية الثانية:** 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 تعزيز لمتغير (حجم التأمينات).

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز لمتغير (حجم التأمينات)، وبين الجدول (16) المتوسطات الحسابية، والجدول (18) بين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي.

جدول (16): 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 7500 دولار	52	4.04	.41
7500 – 15000 دولار	28	4.02	.46
أكثر من 15000 دولار	22	3.95	.32

معظم الشركات الصناعية أقرت بأن حجم محفظة التأمينات السنوية لديها تبلغ أقل من 7500 دولار. وهذا الرقم قد يوحي بأن الشركات الصناعية لا تفضل التصرّح عن المبلغ الحقيقي لحجم محفظة التأمين وذلك بسبب خوفهم من هذه التصرّحات. حيث أن مدراء فروع شركات التأمين أشاروا إلى أنه في حال توفر عدد من العمال أكثر من (10) فإن بوليصة التأمين ترتفع إلى أكثر من (7500) دولار بكثير، خاصة وأن هذه المحفظة تشتمل أيضاً على تأمين المركبات والتأمينات الأخرى التي من شأنها أن ترفع قيمة مبلغ المحفظة التأمينية، لفقد تم وضع هذا السؤال من أجل ربط 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 تسبّب بأزمة اقتصادية محلية وعالمية.

جدول (17): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (حجم التأمينات)

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

تشير النتائج الواردة في الجدول (17) 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 بتغيير حجم التأمينات السنوية للشركات الصناعية.

- الفرضية الفرعية الثالثة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لاجبات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز لمتغير (القسم المشارك في القرار الشرائي).
- لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز لمتغير (القرار الشرائي)، وبين الجدول (18) المتوسطات الحسابية ونتائج اختبار تحليل التباين الأحادي.

جدول (18): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (القسم المشارك بالقرار 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

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

جدول (19): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance (القسم المشارك في القرار الشرائي)

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

تشير النتائج الواردة في الجدول (19) 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 (القسم المشارك بالقرار الشرائي)، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية (0.51) وهي أكبر من (0.05) وعليه نقبل الفرضية الصفرية بعدم وجود فروق دالة إحصائية. وبين من هذا الجدول بأن اختيار الشركات الصناعية لشركات التأمين لا يتأثر بتغيير القسم الذي يشارك في قرار اختيار شركة التأمين.

- الفرضية الفرعية الرابعة:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \leq 0.05$) في المتوسطات الحسابية لاجبات المبحوثين حول متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز لمتغير (الشكل القانوني).

جدول (20): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتوسطات 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

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز لمتغير (الشكل القانوني)، وبين الجدول (20) المتوسطات الحسابية، والجدول (21) بين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي. معظم الشركات الموجودة في العينة هي الشركات المساهمة الخاصة، وبعدها العادية العامة وهذه النتيجة تتفق الواقع حيث أن معظم الشركات المسجلة لدى وزارة الاقتصاد الوطني هي العادية العامة يليها المساهمة الخاصة.

جدول (21): نتائج تحليل التباين الأحادي One way analysis of variance (الشكل القانوني)

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

تشير النتائج الواردة في الجدول (21) إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$) لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (الشكل القانوني)، وذلك لأن قيمة الدالة الإحصائية (0.03) وهي أقل من (0.05). يتبيّن من هذا الجدول بأن اختيار الشركة الصناعية لشركة التأمين يتغيّر بحسب الشكل القانوني للشركة. كما يدل على أن هذه الشركات تهتم بشراء التأمين. ولإيجاد مصدر الفروق تم استخدام اختبار توكي Tukey، كما في الجدول (22).

جدول (22): نتائج اختبار الفروقات الثانية البعدية Tukey. لمتوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تبعاً لمتغير (الشكل القانوني)

مساهمة خاصة	مساهمة عامة	عادية محدودة	عادية عامة	المفارقات
.26840*	.13589	.04578	عادية عامة	
.22262	.09011		عادية محدودة	
.13251			مساهمة عامة	
			مساهمة خاصة	

أظهرت النتائج في الجدول أعلاه أن الفروق كانت بين الفئتين عادية عامة والمساهمة الخاصة ولصالح عادية عامة.

- **الفرضية الفرعية الخامسة:** 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 تعزيز لمتغير (أسس معدة للاختيار).

ولاختبار الفرضية تم استخدام اختبار (t) لعينتين مستقلتين، والجدول (23) يوضح ذلك:

جدول (23): نتائج اختبار (t) للفروق في متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز لمتغير (أسس معدة للاختيار)

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

** دالة عند مستوى الدلالة (0.05)

تشير النتائج الواردة في الجدول (23) 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)، وتتضح الفروق لصالح الإجابة "لا" بمتوسط حسابي مقداره (4.16) بينما كان المتوسط الحسابي للإجابة "نعم" بقيمة (3.96) وعليه تنفيذ الفرضية الصفرية وتقبل 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 تعزيز لمتغير (وجود أسس معدة مسبقاً) ولصالح الإجابة "لا". وبناء على هذا الجدول يتبيّن بأن اختيار شركات التأمين يختلف بحسب وجود أو عدم وجود أسس معدة مسبقاً للشراء. ويرى الباحثان أن هذه النتيجة منطقية لأن الشركات التي تضع أسس مسبقة للاختيار تعمل بشكل مهني واستراتيجي للوصول إلى أفضل العروض الممكنة، على عكس الشركات التي لا تضع معايير مسبقة وبالتالي هي عرضة لكثير من المتغيرات التي سوف تؤثر عليها وقت اتخاذها القرار

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

ولاختبار الفرضية تم استخدام اختبار (t) لعينتين مستقلتين، والجدول (24) يوضح ذلك:

جدول (24): نتائج اختبار (t) للفروق في متوسطات المعايير التي تتبعها الشركات الصناعية عند اختيارها لشركات التأمين تعزيز لمتغير (شراء خدمات التأمين من الشركة نفسها أو الفرع)

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

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (24) 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 تنفيذ 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.

5. الخاتمة:

تأتي خاتمة البحث العلمي في القسم الأخير من الدراسة، وفيها يكتب الباحث باختصار ووضوح كل التفاصيل والأفكار والنتائج الجوهرية التي توصل إليها خلال دراسته، كما يكتب خلاصة تجربته البحثية على شكل توصيات ومقررات.

1.5. ملخص النتائج:

استناداً إلى نتائج الدراسة ومناقشتها وتحليل بياناتها، خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أن معايير العوامل البيئية وال العلاقات ما بين الشركات 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 ما بعد حدوث الحادث.
- تعتبر معايير السعر مهمة بالنسبة للشركات الصناعية وتحديداً تسهيلات الدفع والعروض المقدمة والخصومات.
- تعتبر معايير العلاقات بين الشركات 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 بمعايير المتعلقة بصورة شركة التأمين من حيث السمعة المميزة والعلامة التجارية القوية والكلام الإيجابي.
- تهتم الشركات الصناعية بمعايير 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 منها.
- تختلف أهمية المعايير المتعددة عند اختيار شركات التأمين عند اختلاف الشكل القانوني للشركة الصناعية وجود أسس مسبقة لاختيار شركة التأمين كما أنها تختلف حسب المؤهل العلمي للأفراد المسؤولين عن الشراء في الشركات الصناعية.
- معظم شركات المساعدة الخاصة والعادي 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.

2.5. التوصيات:

من خلال النتائج التي توصلت لها الدراسة نقدم مجموعة من التوصيات من أجل مساعدة متخذي القرار في شركات التأمين والشركات الصناعية فيما يتعلق بشركات التأمين يوصى الباحثان:

- نوصي شركات التأمين بزيادة اهتمامهم بتقديم الخدمات التأمينية بجودة أفضل. وذلك لأن تتصف بالمصداقية العالمية 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 ما بعد حدوث الحادث وتقديمها للخدمات ما بعد شراء التأمين مثل الخدمات الاستشارية والإضافة وغيرها.
- نوصي 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 والخصومات.
- على شركات التأمين 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 الاهتمام والمحافظة على صورتها من خلال سمعتها، والعلامة التجارية، والكلام الإيجابي الذي يتم نقله عنها.
- على شركات التأمين الاهتمام بالشركات العادي العامة والمساهمة الخاصة كونها تشكل النسبة الأكبر من أنواع الشركات والأنماط التي يتم بأسس اختيار شركات التأمين. فعلها 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. فيما يتعلق بالشركات الصناعية يوصى الباحثان:
- على الشركات الصناعية تطبيق معايير اختيار شركة التأمين التي توصلت إليها الدراسة، 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.

- نوصي الشركات الصناعية بالالتزام بالتأمين بكافة تغطياته تجنبًا للمسائلة القانونية من جهة، وحافظًا منها على بيئة العمل والمحافظة على حقوق العاملين.
- على الشركات الصناعية لا تكتفي بمعايير السعر الأقل لاختيار شركة التأمين، بل عليها أن تهتم بمصداقية شركة التأمين واستجابتها للمعايير الأخرى.
- يجب على شركات التأمين الاهتمام بمعايير هامش الملاعة فهو الذي يبين مدى قدرة شركة التأمين على الإيفاء بواجبها المالية.
- يجب على الشركات الصناعية وضع أسس لاختيار شركات التأمين والسماح للأقسام المختلفة المشاركة في اختيار شركة التأمين حتى تحصل على أفضل الخدمات التأمينية.

المراجع:

- زبادوي، شبيب، وأخرون. (2011). دوافع الشراء الصناعي وأثره على سلوك المشتري الصناعي في مدينة نابلس. جامعة النجاح.
- الزعبي، رامي. (2017). الإصلاح الاختياري وأثره على الأداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية. رسالة ماجستير، كلية إدارة الأعمال، جامعة عمان الأهلية، الأردن.
- سلطيين، فاطر. (2017). دور الإعلان في اتخاذ قرار شراء خدمات التأمين لدى المؤسسة العامة السورية للتأمين في الساحل السوري. مجلة جامعة البعث للعلوم الإنسانية: 41(56).
- عفيفية، عبد الرحمن. (2017). الاختيار المتعدد للموردين باستخدام عملية التحليل الهرمي الضبابية. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية: 18(1).
- فياض، سامي، شحادة. (2020). أثر السلوك الشرائي في العلاقة بين ممارسات التسويق الوردي ولاء السيدات للفنادق، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة: 18(1).
- الكھلوت، نهى. (2018). العوامل المؤثرة في اختيار العملاء (المؤمن لهم) في قطاع غزة لشركات التأمين. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة فلسطين.
- الميمه، صلاح. (2018). العوامل المؤثرة في الولاء وعلاقتها بولاء الزبائن وأثرها على الحصة السوقية لشركات التأمين الفلسطينية. رسالة ماجستير، جامعة القدس، فلسطين.

Abu-salim, T., Onyia, O.P., Harrison, T. and Lindsay, V (2017). Effects of perceived cost, service quality, and customer satisfaction on health insurance service continuance. *Journal of Financial Services Marketing*, 22(4), 173-186. <https://doi.org/10.1057/s41264-017-0035-4>

Afisa, A. R. (2017). Alaiikhtiar Almutaenid Lilmaeayir Lilmuaridin Biaistikhdam Eamalat Altahilil Alharmii Aldababiati 'Multiple selection criteria for suppliers using fuzzy hierarchical analysis process'. *Journal of Economic, Management and Commercial Sciences*, 18. [in Arabic]

Al-Kahlout, N. (2018). *Aleawamil Almuathirat Fi Aikhtiar Aleumala' (Almumin Lahum) Fi Qitae Ghazat Lisharikat Altaamini* 'Factors affecting the choice of insurance companies (the insured) in the Gaza Strip'. Master Thesis, Islamic University, Gaza, Palestine. [in Arabic]

Almima, S. (2018). *Aleawamil Almuathirat Fi Alwala' Waealaqatiha Biwala' Alzabayin Wa'athariha Ealaa Alhisat Alsuwqiat Lisharikat Altaamin Alfilastiniati* 'Factors affecting loyalty and their relationship to customer loyalty and their impact on the market share of Palestinian insurance companies'. Master Thesis, Al-Quds University, Palestine. [in Arabic]

Davalos, C., (2010). *How is Risk Assessment Performed in International Technology Projects*. Diva.

Dubey, and Tiwari, (2019). *Factors Affecting Consumer Behavior in the Insurance Sector Shri Ramswaroop Memorial University*. Lucknow-Deva Road, U.P.

Fayyad, S. Sh. (2020). 'Athar Alsuluk Alshirayiyi Fi Alealaqat Bayn Mumarasat Altaswiq Alwardii Wawala' Alsayidat Lilfanadiqi 'The effect of purchasing behavior on the relationship between pink marketing practices and women's loyalty to hotels'. *Journal of the Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 18 (1). [in Arabic]

Ho, W., Xu, X. and Dey, P. K. (2008). *Multi-criteria decision-making approaches for supplier evaluation and selection: Aston Business School*. Aston University Birmingham B4 7ET, United Kingdom.

Johnston, W. and Lewin J. (1996). Organizational Buying Behavior: Toward an Integrative Framework. Georgia State University. *Journal of Business Research*-New York.

Mathur, D. and Tripathi, A. (2014). Factors Influencing Customer's Choice for Insurance Companies- A Study Of Ajmer City. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(2), 35-43. <https://doi.org/10.9790/487x-16213543>

Mwikali, R. and Kavale, S. (2012). Factors Affecting the Selection of Optimal Suppliers in Procurement Management. *International Journal of Humanities and Social Science*.

- Olusegun, M. (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*, 14(11), 498-510. <https://doi.org/10.5897/ajbm2020.9028>
- Pawlowski, M., and Pastuszak, Z. (2017). *BtoB customers buying behavior*. Maria Curie-Skodowska University in Lublin.
- Sheth, Jagdish, (1973). A Model of Industrial Buyer Behavior, *Journal of Marketing*, 37 (4). <https://doi.org/10.1177/002224297303700408>
- Suleteen, F. (2017). Dawr Al'iielan Fi Aitikhadh Qarar Shira' Khadamat Altaamin Ladaa Almuasasat Aleamat Alsuwriat Litaaamin Fi Alsaahil Alsuwri 'The role of advertising in making the decision to purchase insurance services at the Syrian General Insurance Corporation in the Syrian coast'. *Al-Baath University Journal for Human Sciences*, 41 (56). [in Arabic]
- Webster, F. and Wind, Y. (1972). A General Model for understanding Organizational Buying Behavior. *The Journal of Marketing*, 36(2), 12-19. <https://doi.org/10.2307/1250972>
- XU, L. (2013). *Drivers of Organizational Buying Behavior*. master's degree, Emstrabourg business school, university of Strasbourg.
- Zababawi, S., and others. (2011). *Dawafie Alshira' Alsinaeii Wa'atharuh Ealaa Suluk Almushtari Alsinaeii Fi Madinat Nabuls* 'The motives of industrial purchase and its impact on the behavior of the industrial buyer in the city of Nablus'. An-Najah University. [in Arabic]
- Zoabi, R. (2017). *Al'iifsah Alaikhtiariu Wa'atharuh Ealaa Al'ada' Almalii Fi Alsharikat Alsinaeiat Al'urduniyati* 'Voluntary disclosure and its impact on the financial performance of Jordanian industrial companies'. Master Thesis, College of Business Administration, Al-Ahliyya Amman University, Jordan. [in Arabic]