

قياس جودة خدمات شركات التأمين العاملة في اليمن، من وجهة نظر العملاء باستخدام  
نموذج الأداء الفعلي "SERVPERF"، دراسة تطبيقية على شركة المتحدة للتأمين

**Measuring the Quality Of Insurance Companies Services in Yemen from the Perspectives of Customers using the Actual Performance Model: An Applied Study on the United Insurance company.**

اسم الباحث: قاسم فهمي<sup>\*</sup>

<sup>1</sup>كلية المجتمع - سنحان بلاد الروس، البريد الإلكتروني: fahmysaeed@gmail.com

تاريخ النشر: 2021/12/31

تاريخ القبول: 2021/12/04

تاريخ الاستلام: 2021/09/15

**ملخص:**

هدفت هذه الدراسة إلى قياس جودة الخدمة التأمينية التي تقدمها شركات التأمين اليمنية من وجهة نظر العملاء باستخدام نموذج الأداء الفعلي "SERVPERF" بأبعاده الخمسة والمتبعة في "الاعتمادية، والملموسية والتعاطف وسرعة الاستجابة والأمان. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وكانت الاستبانة هي الأداة المستخدمة لجمع البيانات، التي تم توزيعها على عدد (170) عميلاً من عملاء شركة المتحدة للتأمين. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها: أن مستوى تقييم جودة الخدمة التأمينية الفعلية المدركة من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع، وبالتالي هناك جودة عالية تقدمها الشركة لعملائها. وبناءً على نتائج الدراسة تم وضع مجموعة من التوصيات، أهمها: زيادة الاهتمام بجودة الخدمات التي تقدمها الشركة لعملائها؛ للحفاظ على ولائهم، الذي تم استنتاجه من خلال إدراكهم للجودة التي تقدمها الشركة لهم في خدماتها.

**الكلمات المفتاحية:** الجودة المدركة، الأداء الفعلي، الخدمة التأمينية، شركات التأمين.

**Abstract:**

The study aimed to measure the quality of insurance service provided by Yemeni insurance companies from the perspective of customers using the actual performance model "SERVPERF" with its five dimensions of "reliability, tangibles, empathy, responsiveness and assurance." The descriptive-analytical method was used, as well a questionnaire was used to collect data. It was distributed to 170 customers of the United Insurance Company. The study reached a number of results, most notably were: The level of evaluation of the quality of actual insurance service perceived by the customers of the United Insurance Company is high, and therefore there is a high quality provided by the company to its customers. Based on the results of the study, a set of recommendations was developed, the most important of which were: Increased attention to the quality of services provided by the company to its customers to maintain their loyalty, which was concluded by their understanding of the quality of its services.

**Keywords:** Perceived quality, actual performance, insurance services, insurance companies.

## المقدمة:

يعتبر قطاع التأمين من القطاعات المهمة، والاستراتيجية داخل أي بلد، بالنظر إلى التأثير الذي يلعبه في تعزيز الموارد الاقتصادية والمالية، وبالنظر إلى تطور الخدمات التأمينية في الفترات الأخيرة؛ يلاحظ أن هذا القطاع تحول إلى صناعة دولية كبيرة، لها تأثيراتها الاقتصادية والاجتماعية، مما يحتم على الدولة التي تريد أن تنتقل إلى المنافسة العالمية، أن تولي اهتمامها البالغ بهذا القطاع الاقتصادي الحيوي الكبير وتدعمه، وبما أن قطاع التأمين يعتبر من القطاعات الخدمية غير الملموسة؛ فإن استمرارية المنافسة في هذا القطاع مرهونة بتحقيق رضا العملاء بشكل كبير، وإدراكاً من الباحث أن تمييز الخدمات مقارنة بالسلع المادية الملموسة فيها صعوبة ظاهرة؛ فيرى أن الجودة تعتبر مرتكزاً من مرتكزات تمييز الخدمة التأمينية المقدمة، وتزداد حساسية الخدمات التأمينية بالتفاعل المباشر بين موظفي شركة التأمين والعميل، مثل بقية المنظمات الخدمية، الأمر الذي يفرض — بالضرورة — على شركات التأمين التي تريد أن تستمر في سوق المنافسة، وكسب رضا عملائها، أن تدرس وتحلل وتطبق مستوى الجودة المرغوب من قبل العملاء في خدماتها المختلفة.

وبناءً على ما تقدم جاءت هذه الدراسة؛ لتبحث في قياس جودة خدمات شركات التأمين العاملة في اليمن من وجهة نظر العملاء باستخدام نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF)، بالتطبيق على شركة المتحدة للتأمين.

## مشكلة الدراسة:

بناءً على ما تقدم، تم صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي:

"ما مستوى تقييم جودة الخدمة التأمينية الفعلية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين؟".

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى تقييم بُعد الاعتمادية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين؟
- ما مستوى تقييم بُعد سرعة الاستجابة المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين؟
- ما مستوى تقييم بُعد الملموسية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين؟
- ما مستوى تقييم بُعد التعاطف المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين؟
- ما مستوى تقييم بُعد الأمان المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين؟

## أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة — بشكل أساسي — إلى معرفة مستوى تقييم جودة الخدمة التأمينية، التي تقدمها شركات التأمين من وجهة نظر العملاء، باستخدام نموذج الأداء الفعلي "SERVPERF"؛ بأبعاده الخمسة والمتمثلة في: "الاعتمادية، والملموسية والتعاطف وسرعة الاستجابة والأمان"، وبناءً على نتائج الدراسة، تم وضع مجموعة من التوصيات، التي من شأنها تحسين جودة الخدمة التأمينية من قبل شركات التأمين.

## فرضيات الدراسة:

بناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها، تم صياغة الفرضية الرئيسية، كما يلي:

"إن مستوى تقييم جودة الخدمة التأمينية الفعلية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع".

وينبثق عن الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية التالية:

- الفرضية الأولى: إن مستوى تقييم بُعد الاعتمادية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدنٍ.
- الفرضية الثانية: إن مستوى تقييم بُعد سرعة الاستجابة المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدنٍ.
- الفرضية الثالثة: إن مستوى تقييم بُعد الملموسية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدنٍ.
- الفرضية الرابعة: إن مستوى تقييم بُعد التعاطف المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدنٍ.
- الفرضية الخامسة: إن مستوى تقييم بُعد الأمان المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدنٍ.

#### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في الدور المحوري الذي تلعبه شركات التأمين في رفد موارد الدولة، وتحقيق التنمية الاقتصادية داخل البلد. ولن يتحقق هذا الدور بالشكل الملائم إذا كانت جودة هذه الخدمات متدنية، وعن طريق النتائج التي سيتم التوصل إليها، ووضع التوصيات التي سوف تساعد الشركة محل الدراسة، وبقية شركات التأمين في تحسين جودة خدماتها.

#### مجتمع وعينة الدراسة:

نظراً لصعوبة الحصول على البيانات بالعدد الفعلي لمجتمع الدراسة، من شركة التأمين محل الدراسة التي يتحفظ القائمون على إدارتها، بإعطاء معلومات حول عدد المتعاملين معهم لأسباب مختلفة، فإن هذا يؤدي إلى صعوبة حصر مجتمع الدراسة، وقد تم تحديد عينة مكونة من (170) عميلاً من عملاء شركة المتحدة للتأمين.

#### منهج وأداة الدراسة:

من أجل تحقيق هدف الدراسة، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت أداة الدراسة في استبانة مكونة من خمسة أبعاد تم استخلاصها من مقياس الأداء الفعلي SERVPERF، من أجل تحليل جودة الخدمات التي تقدمها، والتي تمثل معايير تقييم العميل لجودة الخدمة، وهذه الأبعاد هي:

- الاعتمادية.
- سرعة الاستجابة.
- الملموسية (العناصر الملموسة).
- التعاطف.
- الأمان (الثقة في التعامل).

وضمن هذه الأبعاد الخمسة، يحتوي الاستبيان على (22) فقرة فرعية لقياس جودة الخدمة، والتي يمكن التعديل عليها بحسب القطاع الخدمي، وتم استخدامها ضمن مقياس ليكرت الخماسي، بغرض تحديد مستوى جودة الخدمات التأمينية المقدمة لهم. حيث تم توزيع الاستبيان على العملاء بواسطة الباحث، إضافة إلى الاستعانة ببعض الأفراد العاملين في الشركة؛ لتعاملهم المباشر مع أعداد كبيرة من العملاء يومياً، وبناء علاقات طيبة معهم. ويوضح الجدول رقم (1) عدد الاستبانات الموزعة والمستعادة من أفراد العينة الذين تم اختيارهم.

جدول رقم (1): الاستبيانات الموزعة والمستردة.

| عدد الاستبيانات الموزعة | عدد الاستبيانات المستردة | عدد الاستبيانات المستبعدة | عدد الاستبيانات السليمة | عدد الاستبيانات الفعلية المستخدمة |
|-------------------------|--------------------------|---------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| 170                     | 165                      | 15                        | 150                     | 150                               |

حدود الدراسة:

أ. الحدود الزمنية: تم إجراء وتطبيق هذه الدراسة في العام 2019-2020م.

ب. الحدود المكانية: طبقت الدراسة على عينة من عملاء شركة المتحدة للتأمين في العاصمة صنعاء.

الدراسات السابقة:

#### أ. دراسة طهار ومعيوف (2019):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات العمومية بأبعادها (الاعتمادية الضمان، الاستجابة، التعاطف، الملموسية)، بالتطبيق على عينة من متلقي الخدمات الضريبية في المديرية العامة للضرائب (فرع الشلف).

وتمثلت أداة الدراسة بالاستبانة التي تم توزيعها على عينة مكونة من (46) مفردة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود أثر معنوي لتطبيق المديرية العامة للضرائب للإدارة الإلكترونية على أبعاد جودة خدماتها.

#### ب. دراسة الجميلي (2018):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة، والمتمثلة بـ (الملموسية، والاعتمادية، والأمان، سرعة الاستجابة) على رضا عملاء شركات التأمين في الأردن.

وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، والأداة المستخدمة في الدراسة هي الاستبانة، وتم أخذ عينة هادفة من عملاء شركات التأمين في الأردن.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها:

يوجد أثر للاعتمادية في جودة الخدمة على رضا عملاء شركات التأمين في الأردن، بل كانت مرتفعة.

ضرورة الاستمرار في التركيز على جودة الخدمة بأبعادها: (الملموسية، والاعتمادية، والأمان، والاستجابة السريعة) التي تساهم في رضا عملاء شركات التأمين، كونها تشكل الدعامة الأساسية لها.

#### ج. دراسة Sanjiv Mittal (2015):

هدفت هذه الدراسة إلى التأكد من صلاحية أبعاد جودة الخدمة المصرفية للخدمات المدركة في الهند، وحتى تكتمل جودة الخدمة المصممة بتبني سلم الاحتمالات استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

أن بُعد الملموسية هو الأكثر أهمية، بين أبعاد جودة الخدمة، وهو الأكثر تسهيلاً للتنفيذ الفعال للخدمة.

#### د. دراسة نور الهدى، الصديق (2014):

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على جودة الخدمات التأمينية، من خلال التعرف على مدى إمكانية تطبيق نموذج الجودة على الخدمات التأمينية؛ لأنها تمثل أحد أهم القطاعات الخدمية بالمملكة العربية السعودية، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وكانت الأداة المستخدمة هي الاستبيان. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها: إمكانية تطبيق نموذج جودة الخدمة لقياس الجودة المدركة في مجال الخدمات التأمينية، وأن هنالك أثراً معنوياً للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع، وهو رضا العميل. ومن أهم التوصيات: أن تعمل الشركة على زيادة مستوى الاعتمادية المدركة، والضمان المدرك، وسرعة الاستجابة، والشعور بالثقة، والأمان المدرك.

#### هـ. دراسة Jenet Manyi Agbor (2010):

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين العملاء، ومستوى رضاهم عن جودة الخدمة، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وكانت الأداة المستخدمة هي الاستبيان، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: وجود علاقة بين أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في: الموثوقية والاستجابة، وضمان رضا العملاء، كما حاز بُعد التعاطف على المرتبة الأخيرة. إن دراستنا الحالية تتشابه مع بعض تلك الدراسات، من حيث قياس جودة الخدمات في شركات التأمين، وكذلك استخدام بعض الأبعاد في جودة الخدمات في المصارف، وأيضاً في جانب استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وأداة الدراسة الاستبيان. غير أن هذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة؛ لكونها ركزت بشكل أكبر على مقياس الأداء الفعلي SERVPERF، وكذلك في بيئة التطبيق.

#### الإطار النظري للدراسة:

##### 1. مفهوم الخدمة التأمينية:

##### أ. مفهوم الخدمة التأمينية:

تُعرف الخدمة بأنها: "نشاط أولي، أو متمم لا ينتج منتجاً مادياً، أي أنها الجزء غير السلعي للعملية الجارية بين العميل والبائع". (إيفان & دين، 2009، ص 35). أما الخدمات التأمينية، فيمكن القول بأنها: "أداة لتقليل الخطر الذي يواجهه الفرد، عن طريق تجميع عدد كافٍ من الوحدات المعرضة لنفس الخطر (كالسيارة، المنزل، إلخ)؛ لجعل الخسائر التي يتعرض لها كل فرد قابلة للتوقع بصفة جماعية...". (فلاح، 2008، ص 34-35). كما يمكن القول بأن الخدمة التأمينية هي: "عبارة عن توليفة من الخدمات التأمينية التي تقدمها شركات التأمين لحامل الوثيقة التأمينية... مثل وثيقة تأمين الحوادث الشخصية، وثيقة تأمين عطل المكائن، وثيقة تأمين الأخطار المهنية... إلخ". (سلام & موسى، 2007، ص 200).

وبعبارة أخرى يمكن القول بأن الخدمة التأمينية ماهي إلا مجموعة المنافع التي يحصل عليها حامل وثيقة التأمين جراء اقتنائه لها وتؤدي إلى إشباع احتياجاته ورغباته.

#### ب. خصائص الخدمة التأمينية: ( طه، 2007، ص ص 659-661)

تتميز الخدمة التأمينية مثل باقي الخدمات، بمجموعة من الخصائص التي تفرقها عن السلع المادية، وتتمثل تلك الخصائص في عدم قابلية الخدمة للمس، عدم قابليتها للانفصال، عدم القابلية للتخزين (الفنائية)، عدم التجانس (التغاير). ومن الملاحظ أن هذه الخصائص لها انعكاسات مؤثرة على جودة الخدمة التأمينية، ويمكن توضيح هذه الخصائص بشكل مختصر كمايلي:

##### - عدم القابلية للمس:

يصعب على عميل شركة التأمين أن يلمس الخدمة المقدمة إليه على نحو حسي، فهناك غياب للمؤثرات المادية المتاحة في تسويق المنتجات السلعية (التجربة، الرؤية، الشم، التذوق، اللمس)، فليس من المتصور مثلاً أن ترسل شركة التأمين للعميل عينات من الخدمات التأمينية، كالتأمين على الحريق، والتأمين على الحياة..... الخ، بغرض شمه ورؤيتها وتذوقها، قبل تعامله مع شركة التأمين.

##### - عدم القابلية للانفصال:

تتطلب الخدمة التأمينية حدوث تفاعل مباشر بين العميل ومقدم الخدمة، على النحو الذي يبسطه الشكل، حيث يعتبر العميل نفسه عاملاً مشاركاً في عملية تقديم الخدمة.

وتشير هذه الخاصية إلى ظاهرة تزامن إنتاج واستهلاك الخدمة التأمينية، بمعنى أن خدمات شركات التأمين ينتجها العاملون بها، ويستهلكها عملاؤها في نفس الوقت، عكس الحال في السلع التي تنتج أولاً، ثم تستهلك في مرحلة لاحقة.

##### - عدم القابلية للتخزين (الفنائية):

لا يمكن تخزين الخدمة التأمينية لحين الحاجة إليها في وقت لاحق، ويشار إلى تلك الخاصية بفنائية الخدمة، وبالتالي فإن انصراف العميل دون حصوله على الخدمة، وهي التي يطلق عليها الخدمة غير المستخدمة، كعدوله عن التعامل بعد دخوله مبنى شركة التأمين لأي سبب، وهذا يؤدي إلى ضياع فرصة بيعية على شركة التأمين.

##### - عدم التجانس:

تتصف الخدمة التأمينية بعدم التجانس وصعوبة التنميط، وتعبر هذه الخاصية عما يعرف بظاهرة عدم ثبات أو اتساق الأداء الخدمي، كما هو الحال في الإنتاج السلعي، ويرجع ذلك إلى ما يلي:

- اختلاف الخدمة التأمينية من شركة لأخرى.

- اختلاف الخدمة التأمينية داخل نفس شركة التأمين من موظف لآخر.

فنفس الخدمة التأمينية يمكن أن تختلف باختلاف الشركة التي تقدمها، كما أن الخدمة المقدمة من نفس شركة التأمين تتفاوت من موظف لآخر، بل إن أداء نفس الموظف يتفاوت أيضاً من يوم لآخر تبعاً لبعض العوامل التي يطلق عليها العوامل الحرجة للأداء كالحالة الذهنية، الروح المعنوية لمقدم الخدمة، عبء العمل الملحق عليه.

## 2. مفهوم الجودة في الخدمة التأمينية، ومعاييرها:

### أ. أولاً: مفهوم الجودة في الخدمة التأمينية:

وردت العديد من التعريفات للجودة من وجهة نظر الباحثين، فمنهم من يرى بأن الجودة تعني الامتياز والتفوق في تقديم الخدمات والمنتجات، ويراها البعض بأنها: "عدم وجود عيوب في المنتج أو نمط تقديم الخدمة، كما يرى البعض بأن الجودة ترتبط بالسمات المميزة للمنتج أو الخدمة". (إيفان، 2009، ص38)..... الخ

وبالرغم من التعريفات المتعددة للجودة، إلا أن معظم التعريفات التي يتناولها الباحثون تتفق في أن الجودة تتعلق بقدرة المنتج، أو الخدمة على تحقيق إشباع احتياجات العملاء وتطلعاتهم.

وبناء على ما سبق يمكن القول بأن جودة الخدمة التأمينية تعني: "مدى ملاءمة الخدمة التأمينية؛ لغرض العميل، وقدرتها على اشباع حاجاته ورغباته وتطلعاته".

### ب. ثانياً: معايير الجودة في الخدمة التأمينية من وجهة نظر العميل:

هناك العديد من المراجع تناولت أبعاد ومعايير الجودة في الخدمات بشكل عام، ومن خلال هذه المراجع يمكن عرض

بعض معايير الجودة في الخدمات التأمينية، كما يلي: <sup>1</sup>

### جدول رقم (2): المعايير المستخدمة في الحكم على جودة خدمة شركات التأمين.

| م | المعيار               | مضمونه                                                                                                                                                  |
|---|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | الاعتمادية والموثوقية | استمرارية الجودة في الخدمة للمدة المتفق عليها.                                                                                                          |
| 2 | سرعة الاستجابة        | سرعة ردة فعل مقدمي الخدمة التأمينية في تقديم وحل المشاكل.                                                                                               |
| 3 | الملموسية             | درجة توافر المظاهر المادية من مبانٍ ومعدات خاصة بتقديم الخدمة، بالإضافة للمظهر الخارجي للعاملين، والتي تعمق الشعور الحسي بخدمة شركة التأمين لدى العميل. |
| 4 | التعاطف               | رعاية العملاء وحسن التعامل والبشاشة، وإبداء روح الصداقة.                                                                                                |
| 5 | الأمان                | اطمئنان العميل بأن الخدمة المقدمة لهم تخلو من الأخطاء والمخاطر.                                                                                         |

الجدول من إعداد الباحث بناء على الأدبيات السابقة

## 3. نموذج SERVPERF؛ لقياس وتقييم جودة الخدمات التأمينية:

هناك نماذج قدمت من قبل الباحثين والرواد في مجال قياس جودة الخدمات بشكل عام، ومن أهم هذه المقاييس نموذج قياس الأداء الفعلي للخدمة (SERVPERF)، وظهرت في هذا النموذج نتيجة الانتقادات التي وجهها كلٌّ من كرون & تايلور

<sup>1</sup> للمزيد انظر كل من:

- محمد عبدالعال، راتب جليل صويص، غالب جليل صويص، إدارة الجودة المعاصرة: مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص38-39
- قاسم نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الأيزو 9001:2000، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص38
- جيمس إيفان و جيمس دين، مرجع سبق ذكره، ص38

(Cronin, J.J. and Taylor, S.A. 1992, pp 55-68) لنموذج قياس الفجوات (SERVQUAL)، حيث يتجاوز هذا الأسلوب العيوب الموجودة في مقياس الفجوات الذي كانت فقراته متعددة، وكل فقرة تشمل بدلين، الأول الأداء الفعلي، والثاني الأداء المتوقع من قبل المستجوب، بعكس المقياس الحالي (SERVPERF)، الذي يهتم بالأداء فقط. (Vanniarajan & Gurunathan, 2009, 108)، وهو النموذج الذي تم الاعتماد عليه في هذه الدراسة.

#### 4. نبذة تعريفية عن شركة المتحدة للتأمين: (<http://www.uicyemen.com/ar/page-2-3.html>)

تأسست الشركة المتحدة للتأمين عام 1981م، كإحدى شركات مجموعة هائل سعيد أنعم وشركاه، وهي إحدى كبريات شركات القطاع الخاص في الشرق الأوسط، وتطورت بشكل مطرد ومتسارع في مجالات متعددة، منها الصناعي والتجاري والمصرفي والزراعي، وقد واكبت بتطورها تطور المجموعة بشكل ملحوظ عبر سنوات خدمتها، حتى أصبحت شركة التأمين الرائدة والأولى في سوق التأمين اليمني، ومن خلال كادر ذي تأهيل وخبرة عاليين، فهي تطمح دوماً لخدمة عملائها بأعلى درجات الجودة والحرفية. ووفقاً لإعلان مؤسسة مهنا لتقييم وتصنيف شركات التأمين، ارتفع التقييم الائتماني والمالي للمتحدة للتأمين إلى (A-)، مع نظرة مستقبلية مستقرة، وذلك وفقاً لدليل تصنيف شركات التأمين العربية، وقد كان التصنيف السابق للمتحدة "BBB+" مع نظرة مستقبلية مستقرة.

ويعكس هذا التصنيف التقدم في أعمال الاكتتاب والنتائج المالية الجيدة بشكل عام، والمركز المستقر للشركة في السوق التأمين اليمني وتطورها الملحوظ في نظم إدارة مخاطر الشركة.

**وفي مجال التزام الشركة بالجودة،** يتضمن التوجه الاستراتيجي للشركة توفير خدمات وتغطيات تأمينية ذات مواصفات عالمية، وبما يستجيب لحماية رؤوس الأموال، ويتم تحقيق ذلك من خلال أهداف الجودة التالية:

- تأمين المتطلبات الخاصة بالجودة.
- السيطرة على مؤشرات العمليات الخدمية في كافة الأوقات.
- اتخاذ الإجراءات التصحيحية والوقائية كوسيلة للتطوير المستمر.
- تدريب كافة العاملين في الشركة.
- التطبيق المستمر لنظام إدارة الجودة "QMS"؛ لتأمين متطلبات المواصفات العالمية 2008:9001.
- وقد حصلت شركة المتحدة للتأمين على تجديد شهادة الأيزو العالمية، وتحديث الإصدار ISO 2008/9001 من قبل الشركة البريطانية المانحة BM TRADA، لأربعة أعوام قادمة حتى عام 2017م، وفقاً لخطة التدقيق والتطوير المتبعة لتطوير أدائها وتحديث برامجها وإجراءاتها.
- إلى جانب دور الشركة في تدعيم البنى التحتية للتأمين وإسهاماتها في دعم سوق التأمين اليمني من خلال خدماتها.

#### الإطار العملي للدراسة:

##### 1. تحليل ومعالجة البيانات:

تم تحليل البيانات التي تم جمعها بغرض تحقيق هدف الدراسة، باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية باستخدام برنامج الإحصاء في العلوم الاجتماعية (SPSS)، وهي كما يلي:

أ. التكرارات باستخدام المتوسطات، حيث تم استخدام المتوسط الحسابي (MEAN) بغرض التعرف على مدى موافقة عينة الدراسة على فقرات الاستبانة المطروحة عليهم.

ب. بعد حساب المتوسط الحسابي، تم تحديد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح -تبعاً لمقياس ليكرت الخماسي- بتعديله بطول الفقرات، كما في الجدول التالي:

جدول رقم (3): تحديد مستوى التطبيق/الاتجاه/ باستخدام المتوسط الحسابي المرجح لفقرات المحاور.

| م | المتوسط المرجح                                             | المستوى/الاتجاه |
|---|------------------------------------------------------------|-----------------|
| 1 | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة، أو المحور بين 1 - 1.79    | منخفضة جداً     |
| 2 | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة، أو المحور بين 1.80 - 2.59 | منخفضة          |
| 3 | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة، أو المحور بين 2.60 - 3.39 | متوسطة          |
| 4 | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة، أو المحور بين 3.40 - 4.19 | مرتفعة          |
| 5 | إذا تراوحت قيمة المتوسط للعبارة، أو المحور بين 4.20 - 5    | مرتفعة جداً     |

ج. اختبار (Z-test)، بغرض التأكد من صحة الفرضيات، من خلال تحليل ما إذا كان متوسط آراء أفراد العينة على كل فقرة من فقرات الاستبانة، وكذلك على المحاور إجمالاً يختلف إحصائياً عن متوسط المقياس المستخدم في استبانة الدراسة وهو الدرجة (3).

## 2. مناقشة النتائج واختبار صحة الفرضيات:

### أ. نتيجة اختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية على: "إن مستوى تقييم بُعد الاعتمادية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدنٍ". وتم اختبار الفرضية من خلال نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور من (x1 to x6)، وكانت النتيجة كما في الجدول التالي:

جدول رقم ( 4 ): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارة الخاصة بمحور الاعتمادية.

| م | العبارة                                                 | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة      |
|---|---------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------|
| 1 | تلتزم الشركة بالإيفاء بوعودها تجاه العملاء              | 4.5200          | .867              | مرتفعة جداً |
| 2 | تهتم الشركة بمشاكل العملاء، وتقدم الحلول المناسبة.      | 4.0133          | .588              | مرتفعة جداً |
| 3 | تحرص الشركة على تقديم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة.      | 4.4800          | .976              | مرتفعة جداً |
| 4 | تلتزم الشركة بتقديم الخدمة في المواعيد التي تم تحديدها. | 4.5067          | .797              | مرتفعة      |
| 5 | يتوفر لدى الشركة أنظمة توثيق وسجلات دقيقة.              | 4.2600          | .821              | مرتفعة      |
| 6 | مستوى أداء العاملين بالشركة ثابت إلى حد ما.             | 4.2000          | .973              | مرتفعة      |
|   | لجميع العبارات:                                         | 4.33            |                   | مرتفعة      |

يتضح من نتائج الجدول أن عبارات محور الاعتمادية، جاءت معبرة بين الدرجة المرتفعة والمرتفعة جداً، وأن أهم عبارة يتم تطبيقها في المحور من وجهة نظر العينة العبارة رقم (1)، حيث حصلت على الدرجة المرتفعة جداً، والتي تنص على: (تلتزم الشركة بالإيفاء بوعودها تجاه العملاء) بمتوسط حسابي (4.46)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (6)، والتي تنص

( مستوى أداء العاملين بالشركة ثابت إلى حد ما) بمتوسط حسابي (4.2) وانحراف معياري (.0973) وبدرجة مرتفعة. بلغ المتوسط الحسابي لفقرات المحور مجتمعة (4.33)، ضمن الدرجة مرتفعة جداً، أي أن أفراد عينة الدراسة يتفقون على أن مستوى تقييم بُعد الاعتمادية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع جداً، مما يدل على رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة.

وبغرض التأكد مما تم التوصل إليه من حيث إن متوسط آراء أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الفرضية في الاستبانة يختلف إحصائياً عن متوسط المقياس المستخدم في استبانة الدراسة، تم استخدام اختبار (Z-test) عند مستوى معنوية (5%) وكانت قيمة  $Sig = (.000)$  كما في الجدول أدناه، مما يعني صحة ما تم التوصل إليه من وجود مستوى تطبيق عالٍ؛ لبعد الاعتمادية في شركة المتحدة للتأمين من وجهة نظر عملائها.

جدول رقم ( 5 ): نتائج الاختبار (Z-test) لفقرات المحور الأول.

### One-Sample Test

|          | Test Value = .05 |     |                 |                 |                                           |        |
|----------|------------------|-----|-----------------|-----------------|-------------------------------------------|--------|
|          | z                | df  | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |        |
|          |                  |     |                 |                 | Lower                                     | Upper  |
| mean1to6 | 115.079          | 149 | .000            | 4.28000         | 4.2065                                    | 4.3535 |

ب. نتيجة اختبار صحة الفرضية الثانية :

تنص الفرضية على: "إن مستوى تقييم بُعد سرعة الاستجابة المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدنٍ".  
وتم اختبار الفرضية من خلال نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور من (x7 to x11) ، وكانت النتيجة كما في الجدول التالي:

جدول رقم ( 6 ) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية  
للعبارات الخاصة بمحور سرعة الاستجابة

| م  | العبارة                                                         | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة      |
|----|-----------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------|
| 7  | العاملون بالشركة يبدون استعدادهم الدائم لمساعدة العملاء.        | 3.3600          | 1.52069           | متوسطة      |
| 8  | العاملون بالشركة يُجربون العميل بدقة عن كيفية تنفيذ الخدمة.     | 3.6533          | 1.15268           | مرتفعة      |
| 9  | لا ينتظر العميل وقتاً طويلاً للحصول على الخدمة.                 | 2.8933          | 1.37156           | متوسطة      |
| 10 | عدم انشغال العاملين في الشركة عن تلبية الطلبات الفورية للعملاء. | 3.4867          | 1.20812           | مرتفعة      |
| 11 | يقوم العاملون في شركة التأمين بسرعة إنجاز معاملتك بدون تدمر.    | 4.9533          | .29164            | مرتفعة جداً |
|    | لجميع العبارات:                                                 | 3.66932         |                   | مرتفعة      |

يتضح من نتائج الجدول أن عبارات محور سرعة الاستجابة، جاء تعبيرها بين الدرجة المرتفعة، والمتوسطة، باستثناء أهم عبارة يتم تطبيقها، فقد حصلت على الدرجة (مرتفعة جداً) في المحور من وجهة نظر العينة العبارة رقم (11)، والتي تنص على: (يقوم العاملون في شركة التأمين بسرعة إنجاز معاملتك بدون تدمر)، حيث حصلت على الدرجة المرتفعة جداً بمتوسط حسابي (4.95)، وانحراف معيار (0.29164)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (9)، والتي تنص على: ( لا ينتظر العميل وقتاً طويلاً للحصول على الخدمة) بمتوسط حسابي (2.8933)، وانحراف معياري (1.37156)، وبدرجة متوسطة.  
بلغ المتوسط الحسابي لفقرات المحور مجتمعة (3.66932)، ويقع هذا المتوسط ضمن الدرجة (مرتفعة)، أي أن أفراد عينة الدراسة يتفوقون على أن مستوى تقييم بُعد سرعة الاستجابة المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع، مما يدل على رفض فرضية العدم، وقبول الفرضية البديلة.

ولغرض التأكد مما تم التوصل إليه من حيث إن متوسط آراء أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الفرضية في الاستبانة يختلف إحصائياً عن متوسط المقياس المستخدم في استبانة الدراسة، تم استخدام اختبار (Z-test) عند مستوى معنوية (5%) Sig وكانت قيمة (Sig = .000)، كما في الجدول أدناه ، مما يعني صحة ما تم التوصل إليه من وجود مستوى تطبيق مرتفع، لبعد سرعة الاستجابة في شركة المتحدة للتأمين من وجهة نظر عملائها.

جدول رقم (7): نتائج اختبار (Z-test) لفقرات المحور الثاني.

### One-Sample Test

|           | Test Value = .05 |     |                 |                 |                                           |        |
|-----------|------------------|-----|-----------------|-----------------|-------------------------------------------|--------|
|           | z                | df  | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |        |
|           |                  |     |                 |                 | Lower                                     | Upper  |
| mean<br>7 | 92.580           | 149 | .000            | 3.61933         | 3.5421                                    | 3.6966 |

ج. نتيجة اختبار صحة الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية على: "أن مستوى تقييم بُعد الملموسية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدني".  
تم اختبار الفرضية من خلال نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور من (x12 to x15) وكانت النتيجة كما في الجدول التالي:

جدول رقم (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

للعبارات الخاصة بمحور الملموسية

| م  | العبارة                                        | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة     |
|----|------------------------------------------------|-----------------|-------------------|------------|
| 12 | مظهر العاملين في الشركة أنيق ومرتب             | 4.8333          | .37393            | مرتفعة جدا |
| 13 | يوجد لدى الشركة معدات وأجهزة متطورة            | 4.9067          | .31403            | مرتفعة جدا |
| 14 | يوجد لدى الشركة مرافق مادية ملائمة وجذابة      | 4.8533          | .42389            | مرتفعة جدا |
| 15 | المظهر العام للشركة مناسب لنوعية وطبيعة الخدمة | 4.9200          | .33818            | مرتفعة جدا |
|    | لجميع العبارات:                                | 4.878           |                   | مرتفعة جدا |

يتضح من نتائج الجدول أن جميع عبارات محور الملموسية جاءت في الدرجة المرتفعة جدا ، وأن أهم عبارة يتم تطبيقها في المحور من وجهة نظر العينة العبارة رقم (15)، والتي تنص على: (المظهر العام للشركة مناسب لنوعية وطبيعة الخدمة)، حيث حصلت على الدرجة المرتفعة جدا بمتوسط حسابي (4.92) وانحراف معيار (0.33818)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (12)، والتي تنص على: (مظهر العاملين في الشركة أنيق ومرتب) بمتوسط حسابي (4.83) وانحراف معياري (37393)، وبدرجة مرتفعة جداً.

بلغ المتوسط الحسابي لفقرات المحور مجتمع (4.878)، ويقع ضمن الدرجة مرتفعة جداً، أي أن أفراد عينة الدراسة يتفقون على أن مستوى تقييم بُعد الملموسية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع جداً "مما يدل على رفض فرضية العدم، وقبول الفرضية البديلة.

ولغرض التأكد مما تم التوصل إليه من حيث إن متوسط آراء أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الفرضية في الاستبانة يختلف إحصائياً عن متوسط المقياس المستخدم في استبانة الدراسة، وتم استخدام اختبار (Z-test) عند مستوى معنوية (5%) وكانت قيمة Sig = (.000) كما في الجدول أدناه، مما يعني صحة ما تم التوصل إليه من وجود مستوى تطبيق عالٍ لبعد الملموسية في شركة المتحدة للتأمين من وجهة نظر عملائها.

جدول رقم (9): نتائج اختبار (Z-test) لفقرات المحور الثالث.

### One-Sample Test

|         | Test Value = .005 |     |                 |                 |                                           |        |
|---------|-------------------|-----|-----------------|-----------------|-------------------------------------------|--------|
|         | z                 | df  | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |        |
|         |                   |     |                 |                 | Lower                                     | Upper  |
| m12to15 | -5.461            | 149 | .000            | -.12167         | -.1657                                    | -.0776 |

د. نتيجة اختبار صحة الفرضية الرابعة:

- تنص الفرضية على الآتي: "إن مستوى تقييم بُعد التعاطف المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدنٍ".

وتم اختبار الفرضية من خلال نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور من (x16 to x19) وكانت

النتيجة كما في الجدول التالي:

جدول رقم ( 10 ): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

للعبارات الخاصة بمحور التعاطف.

| م  | العبارة                                                  | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة      |
|----|----------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------|
| 16 | يتعامل الموظفون معكم بكمية واحترام.                      | 4.8933          | .38681            | مرتفعة جداً |
| 17 | تضع الشركة المصلحة العليا للعميل ضمن أولويات اهتماماتها. | 4.8667          | .47298            | مرتفعة جداً |
| 18 | تشعر بأنك أهم شخص لدى الشركة.                            | 4.8333          | .46942            | مرتفعة جداً |
| 19 | أوقات تقديم الخدمة ملائمة لظروف عملك.                    | 2.2333          | 1.07076           | مرتفعة جداً |
|    | لجميع العبارات:                                          | 4.2076          |                   | مرتفعة جداً |

يتضح من نتائج الجدول أن جميع عبارات محور التعاطف جاءت في الدرجة المرتفعة جداً، وأن أهم عبارة يتم تطبيقها في المحور، من وجهة نظر العينة العبارة رقم (19)، والتي تنص على (أوقات تقديم الخدمة ملائمة لظروف عملك)، حيث حصلت

نموذج الأداء الفعلي " SERVPERF"، دراسة تطبيقية على شركة المتحدة للتأمين

على الدرجة المرتفعة جدا بمتوسط حسابي (4.89) وانحراف معيار (36905)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (19)، والتي تنص على (أوقات تقديم الخدمة الملائمة لظروف عميلك) بمتوسط حسابي (4.21) وانحراف معياري (1.07076)، وبدرجة متدنية، حيث يتفق أغلب أفراد عينة الدراسة أن أوقات تقديم الخدمة غير ملائمة لظروف عملهم.

بلغ المتوسط الحسابي لفقرات المحور مجتمعة (4.207)، وتقع ضمن الدرجة مرتفعة جداً، أي أن أفراد عينة الدراسة يتفقون على أن مستوى تقييم بُعد التعاطف المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع جداً، مما يدل على رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة.

وبغرض التأكد مما تم التوصل إليه من حيث إن متوسط آراء أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الفرضية في الاستبانة يختلف إحصائياً عن متوسط المقياس المستخدم في استبانة الدراسة تم استخدام اختبار (Z-test) عند مستوى معنوية (5%) وكانت قيمة Sig = (.000) كما في الجدول أدناه، مما يعني صحة ما تم التوصل إليه من وجود مستوى تطبيق عالٍ لبعد التعاطف في شركة المتحدة للتأمين من وجهة نظر عملائها.

جدول رقم (11) نتائج اختبار (Z-TEST) لفقرات المحور الرابع

One-Sample Test

|        | Test Value = 0.05 |     |                 |                 |                                           |        |
|--------|-------------------|-----|-----------------|-----------------|-------------------------------------------|--------|
|        | t                 | df  | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |        |
|        |                   |     |                 |                 | Lower                                     | Upper  |
| MEAN S | 133.729           | 149 | .000            | 4.15667         | 4.0952                                    | 4.2181 |

هـ. نتيجة اختبار صحة الفرضية الخامسة:

تنص الفرضية على: "إن مستوى تقييم بُعد الأمان المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين متدني". تم اختبار الفرضية من خلال نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور من (x20 to x22)، وكانت النتيجة كما في الجدول التالي:

جدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

للعبارات الخاصة بمحور الأمان.

| م  | العبارة                                                               | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الدرجة      |
|----|-----------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|-------------|
| 20 | الخدمات التي تقدمها الشركة ذات موثوقية عالية.                         | 4.8867          | 37607             | مرتفعة جداً |
| 21 | سلوك العاملين بالشركة يُشعر العملاء بالثقة.                           | 4.8533          | 54817             | مرتفعة جداً |
| 22 | يتملك العاملون بالشركة المعرفة الكافية للإجابة على استفسارات العملاء. | 4.9000          | 36176             | مرتفعة جداً |
|    | لجميع العبارات:                                                       | 4.880           |                   | مرتفعة جداً |

يتضح من نتائج الجدول أن جميع عبارات محور الأمان جاءت في الدرجة المرتفعة جداً، وأن أهم عبارة يتم تطبيقها في المحور من وجهة نظر العينة العبارة رقم (22) والتي تنص على (يملك العاملون بالشركة المعرفة الكافية للإجابة على استفسارات العملاء)، حيث حصلت على الدرجة المرتفعة جداً بمتوسط حسابي (4.9000) وانحراف معيار (0.36176)، بينما جاءت في المرتبة الأخيرة العبارة رقم (21)، والتي تنص على (سلوك العاملين بالشركة يُشعر العملاء بالثقة) بمتوسط حسابي (4.85)، وانحراف معياري (0.54817)، وبدرجة مرتفعة جداً.

بلغ المتوسط الحسابي لفقرات المحور مجتمعة (4.878)، وتقع ضمن الدرجة مرتفعة جداً، أي أن أفراد عينة الدراسة يتفقون على أن مستوى تقييم بُعد الأمان المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع جداً "مما يدل على رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة.

ولغرض التأكد مما تم التوصل إليه من حيث إن متوسط آراء أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الفرضية في الاستبانة يختلف إحصائياً عن متوسط المقياس المستخدم في استبانة الدراسة تم استخدام اختبار (Z-test) عند مستوى معنوية (5%) وكانت قيمة  $Sig = (0.000)$  كما في الجدول أدناه، مما يعني صحة ما تم التوصل إليه من وجود مستوى تطبيق عالٍ لبعد الأمان في شركة المتحدة للتأمين من وجهة نظر عملائها.

جدول رقم (13): نتائج اختبار (Z-test) لفقرات المحور الخامس.

### One-Sample Test

|         | Test Value = .05 |     |                 |                 |                                           |        |
|---------|------------------|-----|-----------------|-----------------|-------------------------------------------|--------|
|         | z                | df  | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference |        |
|         |                  |     |                 |                 | Lower                                     | Upper  |
| m20to22 | 177.728          | 149 | .000            | 4.83000         | 4.7763                                    | 4.8837 |

### النتائج والتوصيات

أولاً: نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن:

1. مستوى تقييم بُعد الاعتمادية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع جداً.
2. مستوى تقييم بُعد الملموسية المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع جداً.
3. بالرغم من اتفاق أغلب أفراد عينة الدراسة على عدم ملاءمة تقديم الخدمة لظروف عملهم، وحصول هذه الفقرة على متوسط حسابي (2.2333)، إلا أن مستوى تقييم بُعد التعاطف المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين حصل على مستوى مرتفع.
4. مستوى تقييم بُعد سرعة الاستجابة المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع إلى حد ما، مع ملاحظة أن فقرات هذا المحور كانت أقل الفقرات حصولاً على نسبة موافقة من حيث إجماع أفراد العينة، حيث إن الفقرة رقم 9

نموذج الأداء الفعلي " SERVPERF"، دراسة تطبيقية على شركة المتحدة للتأمين

والتي تنص على "لا ينتظر العميل وقتاً طويلاً للحصول على الخدمة" حصلت على متوسط حسابي قدره (2.8933) وهو أقل متوسط حسابي بين جميع الفقرات في مختلف المحاور، كما حصلت الفقرة رقم 7 في نفس المحور على ثاني أقل متوسط حسابي بين جميع المحاور والمتعلقة بـ "استعداد العاملين الدائم لمساعدة العملاء بمتوسط حسابي (3036)، وكذلك الفقرة رقم 10 في نفس المحور والتي تنص على "عدم انشغال العاملين في الشركة عن تلبية الطلبات الفورية العملاء" حصلت على متوسط حسابي (3.4867)، وهو ثالث أقل متوسط حسابي على مستوى جميع المحاور.

كما يلاحظ أن هذا المحور بشكل عام كان أقل المحاور تطبيقاً من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

5. مستوى تقييم بُعد الأمان المدرك من قبل عملاء شركة المتحدة للتأمين مرتفع جداً.

ثانياً: توصيات الدراسة:

1. على الشركة أن تستمر في الحرص على الجودة في الخدمات التي تقدمها حتى تضمن الحفاظ على ولاء العملاء الذي تبين من خلال حكمهم على جودة خدماتها، وبالتالي الحصول على حصة سوقية أكبر.
2. على الشركة أن تعيد النظر في أوقات تقديم الخدمات بما يتلاءم مع ظروف عملائهم وكسب ولائهم.
3. على الشركة أن تقوم بتقليص وقت انتظار العميل للخدمة.
4. على الشركة أن تعمل على تعزيز ثقافة التوجه بالعميل عند موظفيها، فيما يتعلق باستعدادهم الدائم لمساعدة العملاء، وعدم انشغالهم عن تلبية الطلبات الفورية العملاء.

## قائمة المراجع

### المراجع باللغة العربية:

- الجميلي أيسر (2018)، أثر جودة الخدمة على عملاء شركات التأمين في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الأردن.
- إيفان جيمس و دين جيمس، الجودة الشاملة (2009)، الإدارة والتنظيم والاستراتيجية: تعريب: سرور علي إبراهيم سرور، دار المريخ للنشر والتوزيع الرياض.
- سلام أسامة وموسى شقيري (2007)، إدارة الخطر والتأمين، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
- طه طارق (2007)، إدارة شركات التأمين في البيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية.
- عبدالعال محمد و صويص راتب و صويص غالب (2009)، إدارة الجودة المعاصرة: مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
- طهار ناصر ومعيوف كمال، مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات العمومية: دراسة حالة المديرية العامة للضرائب، مجلة نما للاقتصاد والتجارة، مج3، ع2، ص 35-17
- علوان قاسم (2005)، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الأيزو 9001:2000، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
- فلاح عز الدين (2008)، التأمين: مبادئه، أنواعه، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- نور الهدى محمد ومحمد عبد الرحمن وإدريس الصديق وإدريس محمد (2014)، جودة الخدمات التأمينية و أثرها على رضا العملاء : دراسة حالة الشركة التعاونية للتأمين، المملكة العربية السعودية، مجلة العلوم و التقنية في العلوم الاقتصادية، مج. 15، ع. 1، ص ص. 118-133.
- <http://www.uicyemen.com/ar/page-2-3.html>

### المراجع باللغة الإنجليزية

- Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992), Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. Journal of Marketing, Vol. 56, July, pp. 55-68.
- Jenet Manyi Agbor (2010) The Relationship Between Customer Satisfaction and Service Quality : a study of three Service sectors in Umea , Student Umea School of Business Spring Semester Masters Thesis, No 4.
- Sanjiv Mittal , Rajat Gera , Dharminder Kumar Batra , (2015) "An evaluation of an integrated perspective of perceived service quality for retail banking services in India", International Journal of Bank Marketing, Vol. 33 Iss: 3, p.330-350
- Vanniarajan, T. & Gurunathan, P. (2009). Evaluation of Linkage Between Service Quality, Customer Satisfaction and Repurchase Intentions: An Application of SEM. AsiaPacific Business Review, Vol. V, No. 4, October – December, pp. 108-118.