|  |  |
| --- | --- |
| **كلية الادارة والاقتصاد** | College Name |
| **ادارة اعمال**  | Department |
|  **أحمد خلف حسين علي الزهيري** | Full Name as written in Passport |
|  | e-mail |
|  **Professor**  |  **Assistant Professor** |  **Lecturer** |  **Assistant Lecturer**  | Career  |
|  PhD  |  Master  |  |
| **تأثير التسويق الإلكتروني في عناصر المزيج التسويقي للخدمة التأمينية دراسة حالة في شركة التأمين الوطنية** | Thesis Title  |
| **1432 هـ بغداد 2011 م** | Year |
|  **ظهور التسويق الإلكتروني جعلَ العالم عبارة عن قرية صغيرة لا تتقيد بحواجز المكان ولا الزمان ، الأمر الذي أدى إلى تحول التسويق في مختلف القطاعات الخدمية الإقليمية والدولية عموماً ، ولا سيما قطاع التأمين من التسويق التقليدي إلى التسويق الإلكتروني ، وبذلك أَصبح التسويق الإلكتروني لخدمات التأمين هو الأداة الفاعلة لتحقيق النمو ، إذ إستطاع إن يقفز بمجمل الجهود التسويقية إلى اتجاهات معاصرة تتماشى مع العصر الحالي ومتغيراته ، وهذا التسارع الكبير في التطور التكنولوجي جعل من شركات التأمين تتسابق من أجل تقديم خدماتها التأمينية على أحدث ما توصلت إليه تطبيقات التقنية الحديثة عن طريق تعدد مواقعها على شبكة الإنترنيت .** **وعلى هذا الأساس تناول الباحث في دراسته موضوع ( تأثير التسويق الإلكتروني في عناصر المزيج التسويقي للخدمة التأمينية) دراسة حالة في شركة التأمين الوطنية ، بإختيار عينة قوامها (68) فرداً من المدراء أو من ينوبْ عنهم ، وقد استخدمت الدراسة إستمارة الإستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات فضلاً عن المقابلات الشخصية للمدراء التي أجراها الباحث ، وتم إختبار فرضيات الدراسة التي إهتمت بوجود العلاقة والأثر بين متغيرات الدراسة عن طريق الأساليب الإحصائية ذات الصلة بالموضوع ، ولغرض إختبار فرضيات العلاقة تم إعتماد معامل الإرتباط سبيرمان، ولإختبار علاقات التأثير إعتمدَ معامل الإنحدار الخطي البسيط ، وخَلصت الدراسة إلى مجموعة من الإستنتاجات كان أَهمها:**1. **هناك ثمة تحديات تحول دون تبني التسويق الإلكتروني للخدمة التأمينية في شركة التأمين الوطنية لحد الآن كان أبرزها عدم وجود تشريع قانوني ينظم عمل التسويق الإلكتروني ، فضلاً عن غياب البنية التحتية اللازمة لمتطلبات التسويق الإلكتروني.**
2. **أَفرزتْ النتائج بوجود علاقة إرتباط وتأثير لللتسويق الإلكتروني في عناصر المزيج التسويقي للخدمة التأمينية ، ومن وجهة النظر المستقبلية للمديرين أو من ينوب عنهم في شركة التأمين الوطنية .**
3. **لدى شركة التأمين الوطنية الرغبة بالتحول نحو التسويق الإلكتروني لما يوفره من فرص عديدة تعود بالفائدة على مستوى العملية التأمينية برمتها .**

**وقدم الباحث في النهاية جملة من التوصيات إلى الشركة المبحوثة ، إِستناداً إلى النتائج التي توصل إليها ، والتي كان أَبرزها بناء بنية تحتية للاتصالات قوية ومتينة وذلك لغرض تأهيلها في تطوير وتسويق الخدمة التأمينية إذ إن النجاح الفعلي لظاهرة التسويق الالكتروني يعتمد على مدى متانة البنى التحتية للاتصالات ولأثرها الكبير في سرعة إنجاز الخدمات التأمينية.** |  Abstract  |