



The role of electronic payment services in improving the strategic performance of insurance companies / Applied research

Ghaith Khalaf Najam

Post Graduate Institute for Accounting and
Financial Studies /University of Baghdad

ghaith.najm2202m@pgiafs.uobaghdad.edu.iq

Assist. Prof. Dr. Kholoud Hadi Aboud

Post Graduate Institute for Accounting and Financial
Studies /University of Baghdad

Khlood@pgiafs.uobaghdad.edu.iq

Abstract

This research aims to clarify the nature of the correlation and impact relationship of electronic payment services, represented by its dimensions (marketing, procedures, reliability, cost, and service quality), in improving the strategic performance of Iraqi insurance companies, represented by its dimensions (financial performance, customers, internal processes, sustainability, growth, and learning). The research problem is embodied in the weak performance of the two studied companies due to their lack of electronic payment services, which has weakened their ability to achieve their strategic objectives.

The research adopts a descriptive-analytical approach using a questionnaire, which was distributed to a sample of (287) employees from the National Insurance Company and the Iraqi General Insurance Company. Additionally, financial data from the years (2018–2022) was utilized. The research relied on the SPSS statistical program to calculate Pearson's correlation coefficient and the regression equation. The results showed a strong positive and significant correlation, as well as a positive impact of electronic payment services on improving the strategic performance of insurance companies.

Keywords: Electronic payment services, Strategic Performance, Insurance companies.

دور خدمات الدفع الإلكتروني في تحسين الاداء الاستراتيجي لشركات التأمين / بحث تطبيقي

أ.م.د. خلود هادي عبود

غيث خلف نجم

المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية – جامعة بغداد

المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية – جامعة بغداد

المستخلص

يهدف هذا البحث إلى بيان طبيعة علاقة الارتباط والتأثير لخدمات الدفع الإلكتروني والمتمثلة بأبعادها (التسويق ، الإجراءات ، الإعتدالية ، الكلفة ، جودة الخدمات) في تحسين الاداء الاستراتيجي لشركات التأمين العراقية والمتمثلة بأبعاده (الاداء المالي ، الزبائن ، العمليات الداخلية ، الإستدامة ، النمو والتعلم) اذ تجسدت مشكلة البحث في ضعف الاداء في الشركتين المبحوثتين نتيجة لافتقارهما لخدمات الدفع الالكتروني مما اضعف من قدرتهما في تحقيق الاهداف الاستراتيجية لهما كما اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة وتم توزيعها على العينة البالغ عددهم (٢٨٧) من العاملين في شركتي التأمين الوطنية والعراقية العامة فضلاً عن اعتماد البيانات المالية للسنوات (٢٠١٨ – ٢٠٢٢) وقد اعتمد البحث البرنامج الاحصائي SPSS في احتساب معامل الارتباط بيرسون



ومعادلة الانحدار ، اظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط معنوية ايجابية قوية وكذلك وجود علاقة تأثير ايجابية لخدمات الدفع الالكتروني في تحسين الاداء الاستراتيجي لشركات التأمين .

الكلمات المفتاحية: خدمات الدفع الإلكتروني، الأداء الاستراتيجي، شركات التأمين.

المقدمة: Introduction

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها القطاع المالي عالمياً، أصبحت خدمات الدفع الإلكتروني ركيزة أساسية لإعادة تشكيل آليات العمل في قطاعات الأعمال المختلفة، لا سيما في مجال التأمين الذي يُعدُّ أحد الركائز الحيوية للاقتصادات الحديثة. تُعاني شركات التأمين، وخاصة في البيئات الناشئة مثل العراق، من تحديات متعددة تتعلق بتبني التقنيات الرقمية، مما يُضعف قدرتها على تحقيق كفاءة تشغيلية عالية أو تعزيز موقعها التنافسي في سوق يتسم بتحولات متلاحقة. وفي هذا الإطار، تبرز خدمات الدفع الإلكتروني كأداة استراتيجية لتعزيز الأداء الشامل لهذه الشركات، من خلال تبسيط العمليات المالية، وتقليل التكاليف، وتحسين تجربة العملاء، وهو ما ينعكس إيجاباً على مؤشرات الأداء الاستراتيجية مثل الابتكار والاستدامة المالية.

غير أن تبني هذه الخدمات لا يخلو من تعقيدات، حيث تواجه الشركات تحديات تقنية تشمل نقص البنية التحتية الرقمية، وتحديات تشريعية مرتبطة بغياب الأطر القانونية الداعمة، بالإضافة إلى مقاومة ثقافية من قبل بعض الفئات للمغادرة النمط التقليدي في التعاملات. ومن هنا، تأتي أهمية هذه الدراسة لاستكشاف مدى تأثير خدمات الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء الاستراتيجي لشركات التأمين العراقية، مع تحليل العوائق التي تعيق هذا التحول، واقتراح حلول عملية قائمة على البيانات. لذا تكونت هيكليّة البحث من (اربعة) مباحث ركز المبحث الاول على منهجية البحث ودراسات سابقة ، في حين تناول المبحث الثاني التأطير النظري للبحث اما المبحث الثالث خصص للجانب التطبيقي للبحث اما المبحث الرابع والاخير فقد تناول الاستنتاجات والتوصيات

المبحث الاول : منهجية البحث ودراسات سابقة

١- منهجية البحث

١-١ مشكلة البحث:- برزت مشكلة البحث من خلال معاشية الباحث للشركتين المبحوثتين من خلال فترة التدريب العملي ولوحظ ان هناك ضعفاً في الاداء نتيجة الافتقار الى سياسات واضحة لادارة البيانات والخصوصية مما يهدد ثقة المؤمن لهم ويعرض الشركات لمخاطر قانونية وتنظيمية تضعف قدرتها على اداء المهام التأمينية ، لذا تتجسد مشكلة البحث بالتساؤل الرئيسي الاتي :-
ما هو دور خدمات الدفع الإلكتروني في تحسين الاداء الاستراتيجي لشركات التأمين؟

ومنه انبثق التساولين الفرعيين الاتيين:-

١-١-١ ما صاة علاقة الارتباط بين خدمات الدفع الإلكتروني و الأداء الاستراتيجي لشركات التأمين المبحوثة ؟

١-١-٢ ما تأثير خدمات الدفع الإلكتروني في تحسين الاداء الاستراتيجي لشركات التأمين المبحوثة ؟

٢- أهمية البحث:-

١-٢-١ تسليط الضوء على موضوعي خدمات الدفع الإلكتروني والاداء الاستراتيجي لغرض الاثراء المعرفي بهما .

٢-٢-١ تنبثق أهمية البحث من الدور المركزي الذي توديه شركات التأمين العراقية في دعم الاقتصاد الوطني، باعتبارها جزءاً من القطاعات الاقتصادية المؤثرة، والتي لها دور حيوي في تحقيق أغراض التنمية المستدامة.
٣-٢-١ الإفادة من نتائج البحث في تقديم صورة واضحة للمسؤولين في شركات التأمين العراقية عن أهمية خدمات الدفع الإلكتروني، واستثمارها بشكل استراتيجي لتحقيق كفاءة تشغيلية، وتعزيز رضا المؤمن لهم، وتحقيق الاستدامة في الأداء الاستراتيجي للشركات.

٣-١ أهداف البحث:

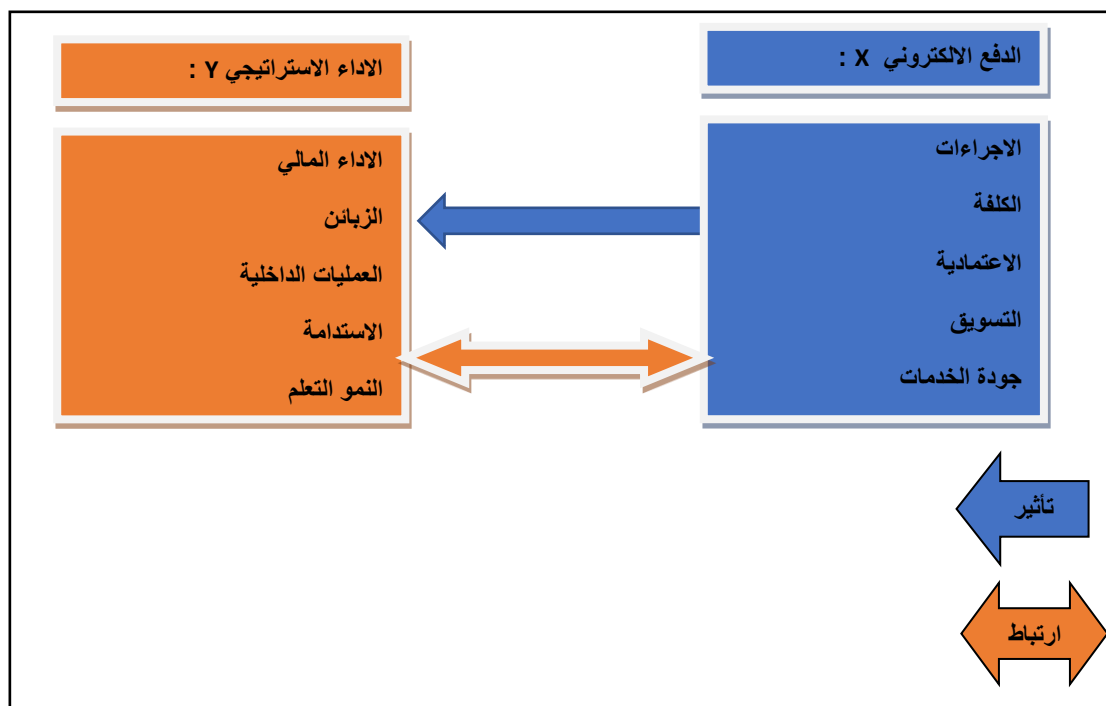
- ١-٣-١ قياس العلاقة بين خدمات الدفع الإلكتروني و تحسين الأداء الاستراتيجي لشركات التأمين العراقية .
- ٢-٣-١ اختبار تأثير خدمات الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء الاستراتيجي لشركات التأمين العراقية .

٤-١ فرضية البحث:

- ١-٤-١ الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين خدمات الدفع الإلكتروني و تحسين الاداء الاستراتيجي لشركات التأمين.
- ٢-٤-١ الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد هنالك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لخدمات الدفع الإلكتروني في تحسين الاداء الاستراتيجي لشركات التأمين.

٥-١ مخطط البحث الفرضي: الشكل (١) يوضح مخطط البحث الفرضي وكما يأتي :-

الشكل (١) مخطط البحث الفرضي



المصدر: من إعداد الباحثان

٦-١ حدود البحث:

تتمثل حدود البحث بالآتي:



١-٦-١ الحدود الموضوعية تمثلت في متغيري البحث، وهما (خدمات الدفع الالكتروني ، و الاداء الاستراتيجي).

٢-٦-١ الحدود المكانية تمثلت بمقر شركة التأمين الوطنية، ومقر شركة التأمين العراقية والواقعيتين ضمن الرقعة الجغرافية لمحافظة بغداد.

٣-٦-١ الحدود الزمنية: أمتدت مدة إجراء البحث من (١/٥/٢٠٢٤) الى (١/٣/٢٠٢٥) ، فضلاً عن اعتماد البيانات من التقارير المالية السنوية للشركات المبحوثة ولل سنوات (٢٠١٨ - ٢٠٢٣) .

٤-٦-١ الحدود البشرية تشمل جميع موظفي الشركتين المبحوثتين، وبالمستويات الادارية العليا ، الوسطى ، التنفيذية).

٧-١ منهج البحث:- اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي التحليلي في عملية جمع البيانات، حيث تم استخدام وسائل متعددة في الوقت نفسه، مثل إجراء المقابلات الشخصية وتوزيع الاستبيانات. ويهدف ذلك إلى تفسير نتائج متغيري البحث، مما يساهم في تحقيق فهم أعمق لموضوع الدراسة.

٨-١ وصف مجتمع وعينة البحث:- تمثل مجتمع البحث بموظفي مقر شركة التأمين الوطنية والبالغ عددهم (٧٨٠) موظف وتمثلت العينة بـ (١٨٧) موظف من مختلف المستويات الإدارية ، وموظفي مقر شركة التأمين العراقية والبالغ عددهم (٤٩٦) موظف وتمثله العينة بـ (١٠٠) موظف من مختلف المستويات الإدارية ، وتم تحديد حجم المجتمع البالغ عدده (٢٨٧) مبحوثاً .

٩-١ اداة البحث:

تمثلت اداة البحث باستخدام اسلوب الاستبانة والمقابلات الشخصية وتحليل البيانات المالية للشركتين المبحوثتين .

٢- دراسات سابقة

١- دراسة (المنصوري، ٢٠١٠)	
عنوان الدراسة	دور الحوكمة في تحسين الأداء الاستراتيجي للإدارة الضريبية
هدف الدراسة	بيان طبيعة العلاقة والتأثير للحوكمة في تحسين الأداء الإستراتيجي للإدارة الضريبية
نوع الدراسة	رسالة ماجستير
بلد الدراسة	العراق
منهج الدراسة	المنهج الوصفي (التحليلي)
مجتمع الدراسة	موظفي الهيئة العامة للضرائب
٢- دراسة (الكعبي، ٢٠٢١)	
عنوان الدراسة	تأثير التشخيص التنظيمي في الأداء الاستراتيجي



هدف الدراسة	١. الكشف عن علاقة الارتباط بين المتغير المستقل (التشخيص التنظيمي) بأبعاده والمتغير التابع (الأداء الاستراتيجي) ميدانياً . ٢. بيان تأثير التشخيص التنظيمي بأبعاده في الأداء الاستراتيجي. ٣. تحديد اي أبعاد التشخيص التنظيمي أكثر تأثيراً في الأداء الاستراتيجي.
نوع الدراسة	رسالة ماجستير
بلد الدراسة	العراق
منهج الدراسة	المنهج الوصفي (التحليلي)
مجتمع الدراسة	كليات جامعة ذي قار
٣- دراسة (كئة, ٢٠٢٢)	
عنوان الدراسة	واقع تطبيق أنظمة الدفع الالكتروني وأثرها في الأداء المصرفي
هدف الدراسة	تشخيص مستوى تطبيق أنظمة الدفع الالكتروني باستخدام الهاتف المحمول و البطاقات الالكترونية وتأثيرها في الاداء المصرفي
نوع الدراسة	رسالة ماجستير
بلد الدراسة	سوريا
منهج الدراسة	المنهج الوصفي (التحليلي)
مجتمع الدراسة	جميع عملاء بنك بيمو السعودي الفرنسي - سوريا
٤- دراسة (ابو زيد, ٢٠٢٢)	
عنوان الدراسة	أثر إستراتيجية التسويق الإلكتروني على قطاع التأمين في مصر
هدف الدراسة	قياس أثر جودة إستراتيجية التسويق الإلكتروني على المؤشرات الفنية والمالية لشركات التأمين، وتحديد انعكاسات ذلك على مؤشرات الأداء والتطوير، بالإضافة إلى تحديد نقاط القوة في هذه الإستراتيجية التي تعزز فعالية البرامج التسويقية وتحسن أداء شركات التأمين..
نوع الدراسة	بحث مستقل من رسالة ماجستير
بلد الدراسة	مصر



المنهج الوصفي (التحليلي)	منهج الدراسة
العاملين بشركات التأمين في مصر	مجتمع الدراسة
٥- دراسة (الطفيلي, ٢٠٢٣)	
أثر وسائل الدفع الإلكترونية على بعض متغيرات الاقتصاد الكلي - تجارب دول مختارة مع الإشارة للعراق	عنوان الدراسة
تحديد أثر وسائل الدفع الإلكترونية على بعض متغيرات الاقتصاد الكلي في الدول المختارة، مع التركيز على العراق وتحديد العلاقة بين انتشار وسائل الدفع الإلكترونية والتغيرات في مؤشرات الاقتصاد الكلي، مثل النمو الاقتصادي والتضخم. قياس تأثير زيادة الاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية على معدلات النمو الاقتصادي والتوظيف في العراق.	هدف الدراسة
رسالة ماجستير	نوع الدراسة
العراق	بلد الدراسة
المنهج الوصفي (التحليلي)	منهج الدراسة
اقتصاد بلدان السعودية والبحرين والعراق	مجتمع الدراسة

المبحث الثاني:- التأطير النظري للبحث

١-٢ تعريف خدمات الدفع الإلكتروني:

تباينت تعريفات خدمات الدفع الإلكتروني بتباين وجهات نظر الباحثين، والمختصين وقيامهم بتعريفه على نحو يتوافق مع توجهاتهم البحثية ونذكر بعضاً منها ، وكما في الجدول ادناه:-

الجدول (١) تعريف خدمات الدفع الإلكتروني

ت	المصدر	التعريف
١	بحبح ، ٢٠١٣ : ٢٣٤	نظام مبني على تقنيات الدفع التي تستعمل لغرض صناعة نظام دفع مالي عن طريق تحصيل قيم وسائل الدفع التي تم ضبطها عن طريق تطويق المبادلات المصرفية عبر سند معلوماتي او السند الورقي .
٢	عبد الشافي و الزبيدي ، ٢٠٢٠ : ٨١	من الناحية القانونية بأنه الإجراء التنظيمي، أو الترتيب الذي يدعم نقل القيمة وفاء للالتزام نقدي، ومن ناحية مكونات النظام بأنه الآليات بما في ذلك المؤسسات، والأشخاص، والقواعد والتقنيات التي تجعل من تبادل القيمة النقدية أمراً ممكناً
٣	الطفيلي ، ٢٠٢٣ : ١٢	مجموعة من الأدوات وإجراءات التشغيل ونظم المعلومات والاتصالات التي تعمل على توفير البيانات والمعلومات وإرسالها من القائم بالدفع إلى المدفوع الية وتسوية المدفوعات ان يمكن أن تسمح للمستخدمين بتجزئة المعلومات ونقلها وتسمى أنظمة نقل المعلومات الإلكترونية .

وانطلاقاً مما سبق يرى الباحثان إن خدمات الدفع الإلكتروني هي المنصات والتقنيات التي تمكن المستخدمين والشركات من إجراء عمليات دفع وتحويل الأموال بشكل رقمي وآلي عبر الإنترنت أو التطبيقات المحمولة. وإن هذه الخدمات توفر المرونة والسهولة للمستخدمين في إجراء عمليات الشراء والتحويلات المالية عبر الإنترنت أو الهواتف الذكية بدلاً من الذهاب إلى البنك أو استخدام طرق الدفع التقليدية .

٢-٢ أهمية خدمات الدفع الإلكتروني:- أصبحت خدمات الدفع الإلكتروني أكثر أهمية مع تطور التجارة الإلكترونية، حيث لم تعد الوسائط المادية التقليدية كالنقود والشيكات كافية لإتمام المعاملات عبر الإنترنت و تمثل خدمات الدفع الإلكتروني حلاً لهذه المشكلة،(Hubbard , 2008 : 14) حيث يمكن للعميل دفع ثمن السلعة أو الخدمة عبر إرسال بيانات حسابه البنكي عبر الإنترنت أو الهاتف المحمول وتتيح خدمات الدفع الإلكتروني للعملاء إتمام المعاملات بسرعة وأمان، وتلائم متطلبات التجارة الإلكترونية و يمكن للعميل اقتطاع الثمن من حسابه بكل سهولة دون الحاجة إلى إرسال شيك أو بطاقة بنكية عبر البريد(نبيل وزكريا ، ٢٠٢٢ : ٩)

٢-٣ اهداف خدمات الدفع الإلكتروني:- تهدف خدمات الدفع الإلكتروني إلى تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني بمختلف وسائلها، وتعتبر منظومة متكاملة من البرامج التي يوفرها القطاع المصرفي والمالي. تشمل هذه الأهداف عمليات السداد والتسوية للأموال وغيرها ويمكن تلخيص اهداف انظمة الدفع الإلكتروني بما يلي : (ابراهيم، ٢٠١٤ : ٣٦) ، (Hubbard , 2008 : 17)، (الباهي ، ٢٠١٦ : ٢٣)

٢-٣-١ تمكين المصارف من توفير قاعدة اتصالات قوية لتسهيل التحويلات المالية بينها، وتقليل التكاليف وتقديم خدمات مصرفية متطورة، وتنظيم المدفوعات المصرفية بشكل آلي ومنظم.

٢-٣-٢ استقرار النظام الاقتصادي الوطني الذي يزيد من القدرة على التنمية، وقد يتسبب فشل أنظمة الدفع الإلكتروني في عدم الكفاءة في استخدام الموارد المالية

٢-٣-٣ تسهيل الإجراءات وتقليل الأخطاء والمخاطر و إلغاء الإجراءات الروتينية في تنفيذ المعاملات المصرفية لجمع الأموال .

٢-٣-٤ التخلص من مشكلة الفئات النقدية المتنوعة والعناء المصاحب لنقلها والتداول بها من خلال ابتكار النقود الإلكترونية. حيث تعتبر النقود الإلكترونية أرقامًا يتم نقلها عبر الكمبيوتر الشخصي أو أي خدمة للدفع الإلكتروني.

٢-٤ ابعاد خدمات الدفع الإلكتروني:-

٢-٤-١ الاجراءات: سلسلة من الخطوات التي يتبعها الموظفون أو المراجعون لإتمام مهمة معينة أو الحصول على خدمة معينة و تعتبر هذه الإجراءات أداة رقابية تساعد الإدارة في تقييم أداء الموظفين وسرعة تقديم الخدمة للجمهور . ولضمان فعالية هذه الإجراءات، يجب أن تكون بسيطة وسهلة التنفيذ. (الجهيني ، ٢٠٠٩ : ٢٠)

٢-٤-٢ التسويق: العملية التي يتم من خلالها التواصل مع الأفراد أو الجماعات لتعريفهم بخصائص المنتجات أو الخدمات الجديدة التي تقدمها الشركة، وتشجيعهم على شراء تلك المنتجات أو الخدمات. (حسن ، سعد ، ٢٠١٩ : ٢٩٩)

٢-٤-٣ الكلفة : القيمة المالية التي تكبدها الشركات لإنتاج وتقديم المنتجات أو الخدمات للعملاء . تعكس الكلفة جميع الموارد المالية المستهلكة في عمليات الإنتاج والتوزيع والإدارة.

٢-٤-٤ جودة الخدمات: وهي عملية تقييم بصورة مستمرة لمستوى الخدمات المقدمة وهي عملية تحديد درجات جودة الخدمات المقدمة، حيث تتراوح الدرجات من المستوى غير المقبول وهو المستوى الأدنى الى المستوى الأعلى وهو المستوى المثالي جودة

الخدمات تشمل الأمان، السرعة، والدقة في المعاملات وتحسين جودة الخدمات يؤدي إلى زيادة رضا العملاء (٣٤: ٢٠٠٩، AL-
(Alak

٢-٤-٥ الاعتمادية: القدرة على أداء الوظائف المطلوبة منها تحت ظروف معينة لفترة زمنية محددة دون حدوث فشل.

٢-٥ تعريف الأداء الاستراتيجي:

تتعدد الرؤى والتعريفات التي قدمها الباحثون حول هذا المفهوم وفيما يلي بعض التعاريف التي تساعد في توضيحه من زوايا متعددة

الجدول (٢) تعاريف الاداء الاستراتيجي

ت	المصدر	التعريف
١	حسن، ٢٠٠٥: ٤٥	قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية من خلال تكييف مواردها وإمكاناتها مع البيئة الخارجية بكفاءة وكفاءة.
2	2021:243, Smith & Lewis	العملية التي تقوم بها المنظمة بقياس وتقييم تنفيذ استراتيجياتها لتحقيق أهدافها المحددة وتحسين الأداء العام .
3	Kaplan& Norton ,2023 :102	قدرة المنظمة على ترجمة رؤيتها ورسالتها إلى نتائج ملموسة من خلال تخطيط وتنفيذ استراتيجيات فعالة.

ويرى الباحثان ان الأداء الاستراتيجي هو عملية تقييم ومتابعة مدى تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة و يتضمن هذا الأداء تحليل البيئة الداخلية والخارجية، وتحديد الرؤى والأهداف الاستراتيجية، ووضع الخطط والسياسات المناسبة لتحقيق تلك الأهداف .
٢-٦-٢ أهداف الاداء الاستراتيجي: يعتبر الأداء الاستراتيجي من العناصر الأساسية لتحقيق نجاح المؤسسات في البيئة التنافسية الحديثة وقد اشار العديد من الباحثين حول اهداف الاداء الاستراتيجي ومنهم (العمرى، ٢٠٢١ : ٤٥) ، (الغامدي، ٢٠١٧ : ٩٢) ، (الزهراني، ٢٠٢٣ : ٤٧) وكما يلي :

٢-٦-١ تحسين الكفاءة التشغيلية:- يعتبر تحسين الكفاءة التشغيلية هدفاً أساسياً للأداء الاستراتيجي، حيث تسعى المؤسسات إلى زيادة فعالية عملياتها وتقليل الفاقد في الموارد ويمكن تحقيق ذلك من خلال تبني أفضل الممارسات الإدارية وتقنيات التحسين المستمر .

٢-٦-٢ تحقيق ميزة تنافسية مستدامة:- يهدف الأداء الاستراتيجي إلى خلق ميزة تنافسية مستدامة من خلال تطوير استراتيجيات فعالة تميز المؤسسة عن منافسيها. هذا يتطلب التركيز على الابتكار والجودة وتحليل السوق بشكل مستمر لتحقيق تفوق طويل الأمد .

٢-٦-٣ تعزيز الجودة والخدمات:- أحد الأهداف المهمة للأداء الاستراتيجي هو تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء. من خلال التركيز على الجودة ويمكن للمؤسسات تحقيق رضا العملاء وزيادة ولائهم، مما يساهم في النمو المستدام للأعمال.

٢-٦-٤ تعزيز الابتكار:- دعم الابتكار في المنتجات والخدمات والعمليات يعتبر هدفاً رئيسياً للأداء الاستراتيجي، حيث يساعد الابتكار المؤسسات على التكيف مع التغيرات السريعة في السوق والبقاء في طليعة المنافسة .

٢-٧ مقاييس الاداء الاستراتيجي:

هنالك عدة مقاييس تستخدم لقياس الاداء الاستراتيجي لخصها (العازمي، ٢٠١٨ : ٤٥-٥٠) ، (الحسيني ، ٢٠٢٠ : ٣٣-٣٨) ، (١٠٠ : ٩٥ : ٢٠٢٠، Brown) وكما يأتي :

٢-٧-١ المقاييس المالية : تُستخدم المقاييس المالية لتقييم كفاءة واستدامة الأداء المالي للمؤسسات.

٢-٧-٢ مقاييس الزبائن : تهدف مقاييس الزبائن إلى تقييم مدى تلبية المنظمة لاحتياجات ورغبات عملائها، مما يعزز من قدرتها على الاحتفاظ بالزبائن وزيادة حصتها السوقية.

٣-٧-٢ مقاييس العمليات الداخلية : تركز هذه المقاييس على كفاءة وفعالية العمليات الداخلية للمنظمة، والتي تعتبر أساسية لتحقيق الأداء الاستراتيجي الأمثل.

٤-٧-٢ مقاييس التعلم : تُستخدم هذه المقاييس لتقييم قدرة المنظمة على التعلم المستمر، مما يعزز من قدرتها التنافسية والنمو المستدام.

٥-٧-٢ مقاييس النمو : تُركز مقاييس النمو على توسع المنظمة وزيادة حصتها في السوق من خلال استراتيجيات النمو المختلفة. المبحث الثالث: الجانب التطبيقي للبحث

١-٣ اختبار فرضيات البحث

١-١-٣ الفرضية الرئيسية الأولى للبحث: "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين خدمات الدفع الإلكتروني والأداء الاستراتيجي لشركات التأمين"

يعرض الجدول (٣) قيم معامل الارتباط سبيرمان لابعاد خدمات الدفع الإلكتروني والاداء الاستراتيجي .

الجدول (٣) قيم معامل ارتباط سبيرمان واختبار (T) لمعنوية العلاقة بين أبعاد خدمات الدفع الإلكتروني ومتغير الأداء

الاستراتيجي

Y	X أبعاد خدمات الدفع الإلكتروني	معامل ارتباط سبيرمان (r)	قيمة (T) المحسوبة	الدلالة
الأداء الاستراتيجي	التسويق	٠.١٨٣**	٢.٦٥٢	دال معنويا
	الاجراءات	٠.٥٧٤**	٩.٩٨٧	دال معنويا
	الكلفة	٠.٤١٢**	٦.٤٤٢	دال معنويا
	الاعتمادية	٠.٦٩٢**	١٣.٦٥٧	دال معنويا
	جودة الخدمات	٠.٦٤٦**	١٢.٠٥٧	دال معنويا
	أجمالي خدمات الدفع الإلكتروني	٠.٦٤٧**	١٢.٠٧١	دال معنويا

المصدر: الجدول من اعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج Spss

قيمة (T) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢٨٣) = ١.٩٦٨

قيمة (T) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠١) ودرجة حرية (٢٨٣) = ٢.٥٩٣

(*) علاقة معنوية عند مستوى معنوية ٠.٠٥٥

(**) علاقة معنوية عند مستوى معنوية ٠.٠٠١

ابتداءا وفيما يخص اختبار علاقة الارتباط بين متغير خدمات الدفع الإلكتروني ومتغير الأداء الاستراتيجي، اوضحت نتائج الجدول (١) إن قيمة معامل ارتباط سبيرمان بين المتغيرين قد بلغت (٠.٦٤٧) وهي قيمة موجبة تعكس وجود علاقة طردية الاتجاه ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) و (٠.٠١) نظرا لكون قيمة (T) المحسوبة لها والبالغة (١٢.٠٧١) اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (١.٩٦٨) و (٢.٥٩٣) على التوالي عند ذات مستويي المعنوية (٠.٠٥) و (٠.٠١) ودرجة حرية (٢٨٣)، وتفسير هذه النتيجة يشير إلى أن الاهتمام بأبعاد خدمات الدفع الإلكتروني في شركة التأمين العراقية و شركة التأمين الوطنية على حد سواء

وتتميتها بمجملها سيؤدي إلى زيادة او جودة في الأداء الاستراتيجي فيها، وبذلك يتم قبول الفرضية الرئيسة الأولى للبحث والتي تنص على " توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين خدمات الدفع الإلكتروني و الأداء الاستراتيجي لشركات التأمين "

٣-١-٢ اختبار الفرضية الثانية الرئيسة للبحث :

تنص الفرضية الرئيسة الثانية للبحث: على انه "توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة احصائية لخدمات الدفع الالكتروني في الأداء الاستراتيجي لشركات التأمين" .

لأجل اتخاذ قرار بشأن فرضية التأثير احتساب معادلة الانحدار الخطي البسيط وهي :-

$$Y = a + \beta_i X_i$$

والجدول (٤) يوضح قياس تأثير ابعاد خدمات الدفع الالكتروني في الاداء الاستراتيجي كما يأتي :

جدول (٤) نتائج قيم المعاملات المستخدمة في قياس تأثير ابعاد خدمات الدفع الإلكتروني في متغير الأداء الاستراتيجي.

المعاملات					المتغيرات	
الدلالة	معامل التحديد (R ²)	قيمة (F) المحسوبة	قيمة (T) المحسوبة	معلمة الانحدار Beta	الحد الثابت A	Y
دال معنويا	٠.٠٥	١٥.٥٥٩	٣.٩٤٥	٠.٢٣	٢.٤٢	التسويق
دال معنويا	٠.٢٩	١١٣.٣٤٣	١.٦٤٦	٠.٥٤	١.٣٠	الاجراءات
دال معنويا	٠.١٧	٥٨.٣٢٦	٧.٦٣٧	٠.٤١	٢.١٧	الكلفة
دال معنويا	٠.٣٧	١٦٧.٢٩٦	١٢.٩٣٤	٠.٦١	١.٥٠	الاعتمادية
دال معنويا	٠.٥٠	٢٨٦.٣٦٩	١٦.٩٢٢	٠.٧١	١.٢٦	جودة الخدمات
دال معنويا	٠.٤٥	٢٣٣.٤٦٨	١٥.٢٨٠	٠.٦٨	٠.١٦	أجمالي خدمات الدفع الإلكتروني

المصدر: الجدول من اعداد الباحثان بالاعتماد على نتائج Spss

قيمة (F) الجدولية عند درجتى حرية (١.٢٨٣) ومستوى معنوية (٠.٠٥) = ٣.٨٨٨

قيمة (F) الجدولية عند درجتى حرية (١.٢٨٣) ومستوى معنوية (٠.٠١) = ٦.٧٦١

قيمة (T) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) ودرجة حرية (٢٨٣) = ١.٩٦٨

قيمة (T) الجدولية عند مستوى معنوية (٠.٠١) ودرجة حرية (٢٨٣) = ٢.٥٩٣

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي في الجدول (٤) وجوداً لتأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠.٠٥) و(٠.٠١) لإجمالي متغير (خدمات الدفع الإلكتروني) في متغير (الأداء الاستراتيجي)، لكون قيمة (F) المحسوبة والبالغة (٢٣٣.٤٦٨) أكبر من نظيرتها الجدولية والبالغة (٣.٨٨٨) و (٦.٧٦١) على التوالي ولكلا مستويي المعنوية (٠.٠٥) و(٠.٠١) بدرجتى حرية (١,٢٨٣)، كما استطاع المتغير المستقل (خدمات الدفع الإلكتروني) ان يفسر ما نسبته (٤٥%) اي ما يقارب من نصف إجمالي التغيرات التي تطرأ في قيم المتغير المعتمد (الأداء الاستراتيجي) في الشريكتين المبحوثتين وهو ما عكسته قيمة معامل التحديد، أما النسبة المتبقية والبالغة (٥٥%) فتعزى إلى مساهمة متغيرات أخرى غير داخلة في النموذج، وبهذا تكون معادلة الانحدار التقديرية لتأثير إجمالي متغير خدمات الدفع الإلكتروني في الأداء الاستراتيجي كما يأتي: $\text{الأداء الاستراتيجي} = ٠.١٦ + (٠.٦٨) \times \text{خدمات الدفع الإلكتروني}$ وتشير قيمة معامل الانحدار في المعادلة أعلاه والبالغة (٠.٦٨)، بأن زيادة الاهتمام نحو خدمات الدفع الإلكتروني في شركة

التأمين العراقية و شركة التأمين الوطنية بمقدار وحدة واحدة ستصاحبها زيادة أيضا في الأداء الاستراتيجي بمقدار (٦٨%) و العكس صحيح، كما كان معامل الانحدار (او التأثير او الميل بكيفك كلها نفس الاسماء) دالا معنويا نظرا لكون قيمة (t) المحسوبة والبالغة (١٥.٢٨٠) اكبر من نظيرتها الجدولية والتي تساوي (١.٩٦٨) و (٢.٥٩٣) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) و (٠.٠١) على التوالي ودرجة حرية (٢٨٣)، كما تشير قيمة الحد الثابت والبالغة (٠.١٦) الى ان في حال كانت قيمة خدمات الدفع الإلكتروني مساوية صفرا فان قيمة الأداء الاستراتيجي لن تقل عن تلك القيمة (٠.١٦)، بذلك نستنتج قبول الفرضية الرئيسة الثانية والتي تنص على (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لخدمات الدفع الإلكتروني في الأداء الاستراتيجي لشركات التأمين).

٢-٣ مؤشرات قياس الاداء الاستراتيجي:

١-٢-٣ الاحتفاظ بالزبائن: ويهتم بالتعرف على مدى قناعة الزبائن الحاليين والمرتبين عن الخدمات التأمينية المقدمة من قبل الشركة، ويتم قياسه وفق المعادلة الآتية: (محمد، ٢٠١٨: ١٣٣)

نسبة النمو في اقساط التأمين الاجمالية = اقساط التأمين (السنة الحالية - السنة السابقة) / اقساط التأمين للسنة السابقة

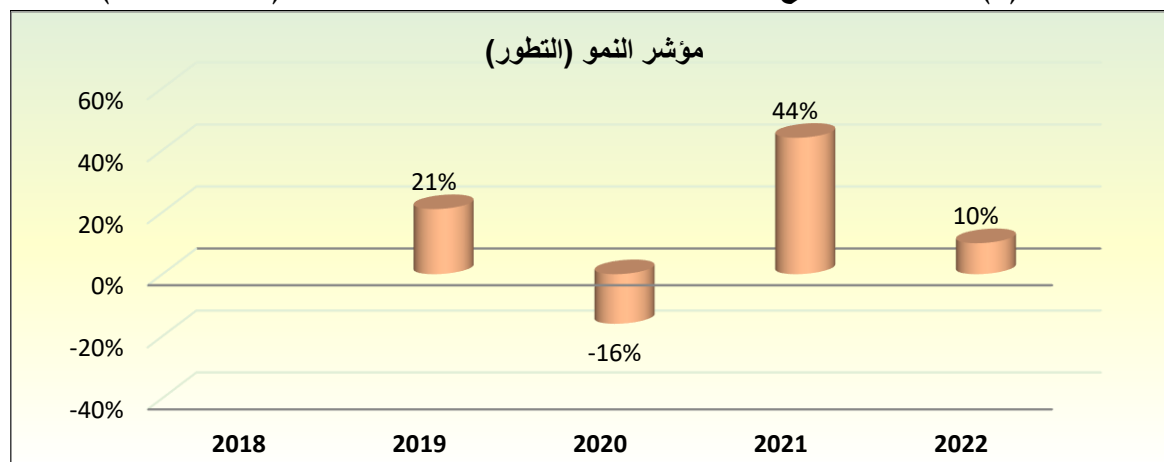
جدول (٥) مؤشر النمو لانتاج أقساط التأمين لشركة التأمين العراقية وللسنوات (٢٠٢٢-٢٠١٨) (ألف دينار)

السنة	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠٢١	٢٠٢٢
اقساط التأمين الاجمالية	٢٢٩٩٩٩٣٣٨	٢٧٨٨٧٢٧٨٥	٢٣٢٠٥٦١٢١	٣٣٦٤١٠٩٦٣	٣٧١٦٣٨٨٦٣
نسبة النمو في اقساط التأمين الاجمالية	-	٢١%	١٦%	٤٤%	١٠%

المصدر: من أعداد الباحثان بالاعتماد على بيانات الشركة والتقارير السنوية.

أظهرت نتائج الجدول (٥) تذبذباً في الأقساط المتحققة خلال سنوات البحث. سجلت الأقساط في عام ٢٠١٩ زيادة بنسبة ٢١% مقارنةً بعام ٢٠١٨، و٤٤% في ٢٠٢١، ويرجع ذلك إلى إعادة النظر في التسعير من قبل معيد التأمين والالتزام بالتعرفة الكمركية الجديدة، مما أسهم في انخفاض الأقساط في المكاتب الحدودية. في المقابل، سجلت الأقساط في ٢٠٢٠ انخفاضاً بنسبة ١٦% مقارنةً بعام ٢٠١٩، نتيجة لعدم تجديد بعض الوثائق وتأثير جائحة كورونا، كما هو موضح في الشكل (٢).

الشكل (٢) مؤشر النمو لانتاج أقساط التأمين لشركة التأمين العراقية وللسنوات (٢٠٢٢-٢٠١٨)



٣-٢-٢ الأهمية النسبية لإيرادات النشاط التأميني: يعتبر هذا المؤشر احد مؤشرات الاداء المالي يقيس هذا المؤشر أهمية إيرادات النشاط التأميني بالنسبة الإجمالي إيرادات الشركة المبحوثة، ويتم قياسه على وفق المعادلة الآتية (خضير، ٢٠٢٢: ٩)

$$\text{الأهمية النسبية لإيرادات النشاط التأميني} = \text{إيرادات النشاط التأميني} / \text{إيرادات النشاط الجاري} * ١٠٠$$

جدول (٦) مؤشر الأهمية النسبية لإيرادات النشاط التأميني لشركة التأمين العراقية وللسنوات (٢٠١٨-٢٠٢٢) (ألف دينار)

٢٠٢٢	٢٠٢١	٢٠٢٠	٢٠١٩	٢٠١٨	شركة التأمين العراقية
١٣٦٩٤٨١٢٧	١١١٧٨٤٩٣٩	٦٦٧٣٨٧٥٣	٧٥٦٨٤٩٧٦	٨٥٨١٥٥٦٩	إيرادات النشاط الجاري
١٢٠٤٩٦٢٩٤	١٠٥٥٥٧٢٨٧	٦١٧٩٦٩٢٨	٧٠٢٢٨٦٩٢	٨٠٣٧٢٧٣٨	إيرادات النشاط التأميني
%88	%94	%93	%93	%94	الأهمية النسبية لإيرادات النشاط التأميني

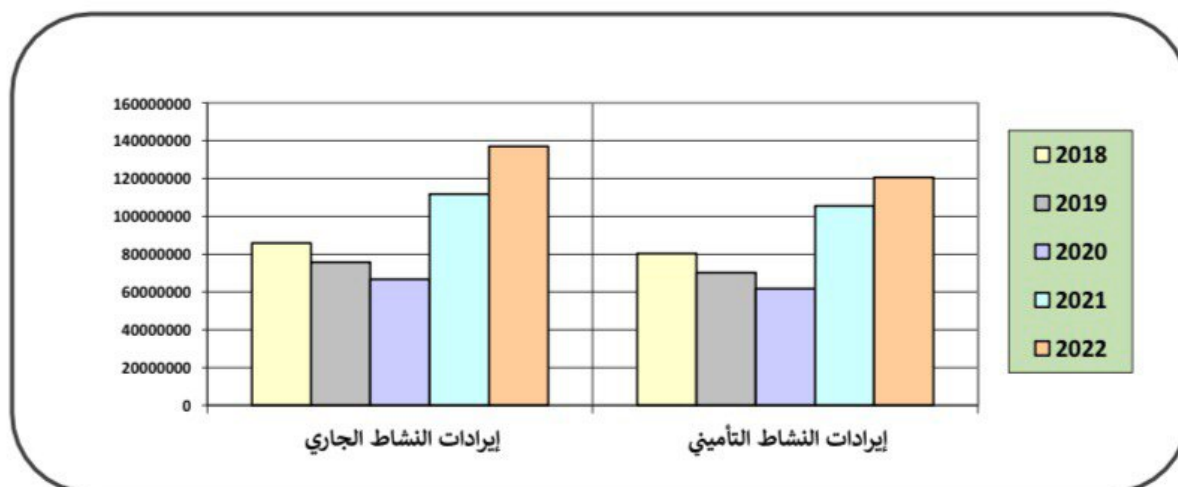
المصدر: من أعداد الباحثان بالاعتماد على بيانات الشركة والتقارير السنوية.

بناءً على نتائج الجدول (٦)، يمكن ملاحظة ما يلي:

أ. مستوى الإيرادات: سجلت الشركة تذبذباً في إيرادات النشاط التأميني، مما يعكس تأثير الأساليب التسويقية المعتمدة. هذا يشير إلى انخفاض الإيرادات الناتجة عن عمليات الإعادة والنشاط الاستثماري. على الرغم من ذلك، تمثل إيرادات النشاط التأميني، مثل أقساط التأمين، الجزء الأكبر من إيرادات الشركة، مما يعد مؤشراً إيجابياً على فعالية الشركة في تحقيق هذه الإيرادات.

ب. نسبة الإيرادات: شهدت نسبة إيرادات النشاط التأميني إلى إيرادات النشاط الجاري اتجاهاً تصاعدياً، حيث بلغت ٩٤٪ في عام ٢٠١٨. ومع ذلك، انخفضت هذه النسبة بشكل طفيف في عامي ٢٠١٩ و ٢٠٢٠ إلى ٩٣٪ نتيجة لانخفاض إنتاجية بعض المحافظ التأمينية. لكن هذه النسبة عادت للارتفاع في ٢٠٢١ لتصل إلى ٩٤٪ بفضل زيادة إنتاجية المحافظ التأمينية، ثم انخفضت في عام ٢٠٢٢ إلى ٨٨٪ رغم زيادة الإيرادات التأمينية نتيجة ارتفاع الإيرادات الاستثمارية وإيرادات عمليات الإعادة وبناءً على ما تم توضيحه، يجب على الشركة التركيز على الأساليب التسويقية المتبعة لتعزيز الاستدامة في الأعمال، خاصةً وأن إيرادات النشاط التأميني تشكل نسبة كبيرة من إجمالي إيرادات النشاط الجاري، وهو ما ينعكس إيجابياً على ربحية الشركة. يوضح الشكل (٣) أهمية إيرادات النشاط التأميني للفترة بين ٢٠١٨ و ٢٠٢٢.

الشكل (٣) الأهمية النسبية لإيرادات النشاط التأميني للفترة (٢٠١٨-٢٠٢٢)



المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

١-٤ الاستنتاجات:

١. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين خدمات الدفع الإلكتروني و تحسين الاداء الاستراتيجي لشركات التأمين.
٢. يوجد تأثير معنوي لخدمات الدفع الإلكتروني في تحسين الاداء الاستراتيجي لشركات التأمين.
٣. أظهرت نتائج البحث أن شركة التأمين العراقية تعتمد على أساليب دفع تقليدية، مما يؤدي إلى بطء العمليات المالية، وزيادة التكاليف التشغيلية، وصعوبة الوصول إلى شريحة أكبر من المؤمن لهم.
٤. هناك تحديات تقنية وتنظيمية تعيق تطبيق أنظمة الدفع الإلكتروني، مثل نقص التشريعات الداعمة، وقلة الوعي باستخدام هذه الخدمات، وضعف تكاملها مع الأنظمة المالية للشركات.

٢-٤ التوصيات:

١. تعزيز الشراكة بين شركات التأمين ومزودي خدمات الدفع الإلكتروني لضمان التكامل السلس بين الأنظمة وتحسين تجربة المؤمن لهم..
٢. ربط الأداء الاستراتيجي بمدى تحسين تجربة المؤمن لهم وجودة الخدمات المقدمة، مما يساهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في سوق
٣. التأمين يجب على شركة التأمين العراقية اعتماد تقنيات الدفع الإلكتروني الحديثة لتسريع العمليات المالية، وتقليل التكاليف التشغيلية، وتوسيع قاعدة المؤمن لهم .
٤. إطلاق حملات توعوية وتنشيطية لتعزيز ثقة العملاء باستخدام الدفع الإلكتروني، مع تقديم حوافز لتشجيعهم على تبنيه.

References



١. ابو زيد ، محمد احمد .(٢٠٢٢). " أثر إستراتيجية التسويق الإلكتروني على قطاع التأمين في مصر " ، مجلة البحوث المالية ، ٢٣ (٤) .
٢. إبراهيم، مصطفى محمد .(٢٠١٤). " نظام المدفوعات الالكتروني وأثره في فاعلية المصارف التجارية"، بحث دبلوم عالي معادل للماجستير ، المعهد العالي للدراسات المالية والمحاسبية، جامعة بغداد .
٣. الباهي، صلاح الدين .(٢٠١٦). "مفتاح إثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن - دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان"، رسالة ماجستير في إدارة الاعمال، الأردن.
٤. البحيح، عبد القادر .(٢٠١٣). "الشامل لتقنيات الاعمال والبنوك"، دار الخلدوني للنشر والتوزيع، ص ٢٣٤، الجزائر.
٥. البرزنجي، برهان عثمان حسين .(٢٠٠٧). "الابتكارات الحديثة في نظم المدفوعات وتأثيرها في استقرار السياسة النقدية مع إشارة إلى تجربة الاتحاد الأوروبي"، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد .
٦. الحسيني، علي .(٢٠٢٠). "تقييم كفاءة العمليات الداخلية في الشركات الصناعية"، رسالة ماجستير، جامعة بغداد .
٧. الجهيني ، هند حميد .(٢٠٠٩). " الاجراءات ودورها في تأخير تقديم الخدمة في القطاع الحكومي " ، رسالة ماجستير ، كلية الاقتصاد والادارة ، جامعة الملك عبد العزيز ، جدة ، المملكة العربية السعودية.
٨. الزهراني، حسين .(٢٠٢٣). "إدارة الابتكار في المنظمات المعاصرة"، دار الفكر دبي، الإمارات العربية المتحدة.
٩. العازمي، محمد .(٢٠١٨). "تأثير الاستراتيجية المالية على أداء الشركات"، رسالة ماجستير، جامعة الكويت.
١٠. الغامدي، سعود .(٢٠١٧). "استراتيجيات الأعمال المستدامة"، دار الأفق ، الرياض، السعودية.
١١. الطفيلي ، محمد حمزة يوسف . (٢٠٢٣) . " اثر وسائل الدفع الالكترونية على بعض متغيرات الاقتصاد الكلي " ، رسالة ماجستير ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء .
١٢. العمري، رضوان .(٢٠٢١). "الكفاءة التشغيلية في الأعمال الحديثة"، دار المسيرة، عمان، الأردن.
١٣. الكعبي ، عباس جبار .(٢٠٢١). " تأثير التشخيص التنظيمي في الأداء الاستراتيجي " ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ، العراق .
١٤. كنه ، هبا .(٢٠٢٠). " واقع تطبيق أنظمة الدفع الالكتروني واثرها في الاداء المصرفي " ، رسالة ماجستير ، الجامعة الافتراضية ، سوريا .
١٥. المنصوري ، مصطفى عبد الحسين .(٢٠١٠). "دور الحوكمة في تحسين الأداء الاستراتيجي للإدارة الضريبية" بحث دبلوم عالي معادل للماجستير ، المعهد العالي للدراسات المالية والمحاسبية، جامعة بغداد .
١٦. نبيل ، جودي ، وزكريا ، صبيحي .(٢٠٢٢). " دور أنظمة الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية- دراسة حالة " ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح .
١٧. عبد الشافي، أحمد عبد الوهاب، الزبيدي، حمزة فائق وهيب .(٢٠٢٠). " نظام المدفوعات الإلكتروني وأثره في كفاءة الأداء المصرفي بحث تطبيقي في عينة من القطاع المصرفي في العراق " ، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد ١٥ ، العدد ٥١، العراق .
١٨. حسن ، علاء عبد الحسين ، سعد ، سلمى منصور .(٢٠١٩). "تقنية سلسلة القيمة ودورها في تخفيض تكلفة المنتج - دراسة تطبيقية في الشركة العامة لصناعة السيارات والمعدات - مصنع الميكانيك " ، بحث مستل من رسالة ماجستير ، مجلة الادارة والاقتصاد ، كلية الادارة والاقتصاد ،الجامعة المستنصرية ، ٤٢ ، ١٢٢ .



١٩. حسن، عماد محمد. (٢٠٠٥). "أثر التغيرات البيئية على الأداء الاستراتيجي للمنظمات الصناعية"، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، بغداد، العراق.
٢٠. خضير، يوسف عماد. (٢٠٢٢). "الجودة الإقتصادية لمحافظ وثائق التأمين في أداء شركة التأمين العراقية /دراسة تحليلية"، بحث دبلوم عالي معادل للماجستير ، المعهد العالي للدراسات المالية والمحاسبية، جامعة بغداد .
٢١. Al-Alak, A. B. (2009). *Measuring and Evaluating Business Students Satisfaction Perceptions at Public and Private Universities in Jordan*. Asian Journal of Marketing, 3(2), 33-51
22. Brown, A. (2020). *Innovation and Learning in Strategic Performance*. Doctoral Dissertation, University of California.
23. Hubbard, G. (2008). *The financial system and the economy* (6th ed.). United States of America: Greg Tobin.
24. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2023). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business Review Press.
25. Smith, J. (2018). *Customer Satisfaction and Market Share as Performance Metrics*. Doctoral Dissertation, Stanford University. of insurance companies. *Omega, 88*(4), 209-240.