

2005

Difficulties Facing Representatives Selling Insurance Policies in Jordan

Marwan Shamout

Philadelphia University, Jordan, MarwanShamout@yahoo.com

Follow this and additional works at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jpu>



Part of the [Arts and Humanities Commons](#), [Business Commons](#), and the [Social and Behavioral Sciences Commons](#)

Recommended Citation

Shamout, Marwan (2005) "Difficulties Facing Representatives Selling Insurance Policies in Jordan," *Jerash for Research and Studies Journal* *مجلة جرش للبحوث والدراسات*: Vol. 6 : Iss. 1 , Article 4.

Available at: <https://digitalcommons.aaru.edu.jo/jpu/vol6/iss1/4>

This Article is brought to you for free and open access by Arab Journals Platform. It has been accepted for inclusion in Jerash for Research and Studies Journal *مجلة جرش للبحوث والدراسات* by an authorized editor. The journal is hosted on [Digital Commons](#), an Elsevier platform. For more information, please contact rakan@aarj.edu.jo, marah@aarj.edu.jo, u.murad@aarj.edu.jo.

" الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في الأردن "

مروان شموط *

تاريخ قبوله للنشر: ٢٠٠١/٨/١٥

تاريخ تقديم البحث: ٢٠٠٠/١١/١٢

Abstract

Difficulties Facing salesmen working in Jordanian Insurance Companies.

This study aimed to identify the difficulties facing salesman working in Jordanian insurance companies, Further, the study aimed to identify the impact of certain demographic variables identify the impact of certain demographic variables upon the difficulties.

The population consisted all the salesmen working in Jordanian insurance companies, 188 of them participated in this study.

The study instrument, developed by the researcher, consisted of two parts: personal information, which formed the independent variables, and the difficulties questionnaire.

Mean, Standard deviations, One way analysis of Variance, and sheffe' method for follow- up in vestigations were employed to analyze the data.

The level of significance was set at $\alpha = 0.05$.

The result of the study showed that there were significant differences in all dimensions.

ملخص

تهدف هذه الدراسة التعرف على وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين العاملين في شركات التأمين الأردنية من حيث الصعوبات التي تواجههم، وقد تم ضم مجتمع الدراسة جميع مندوبي بيع وثائق التأمين، ساهم منهم في هذه الدراسة (١٨٨) مندوب بيع. تكونت أداة الدراسة التي طورها الباحث من جزأين: الجزء الأول عبارة عن معلومات شخصية عن مندوب البيع ومنها تكونت المتغيرات المستقلة، أما الجزء الثاني فقد تكون من ٢٤ فقرة تقيس الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين. وقد اعتمد الباحث على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل التباين الأحادي وطريقة شافيه للمقارنات البعدية في تحليل المعلومات، وحدد مستوى الدلالة الإحصائي عند $(\alpha = 0.05)$. وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى جميع متغيرات الدراسة.

وقد أوصت الدراسة على ضرورة دراسة معوقات العمل في المجال التأميني من العمل على إزالتها، بالإضافة إلى الاهتمام بتدريب وتطوير ورفع كفاءة مندوبي بيع وثائق التأمين.

* أستاذ مساعد، قسم العلوم المالية والمصرفية، جامعة فيلادلفيا، الأردن.

فهرس الجداول

الرقم	فهرس الجداول	الصفحة
١	توزيع أفراد العينة	
٢	المتسويات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات الاستبانة	
٣	تحليل التباين الأحادي لجميع فقرات الاستبانة حسب متغيرات الدراسة	
٤	نتائج اختبار شافية حسب متغير العمر	
٥	نتائج اختبار شافية حسب متغير عدد سنوات الخبرة	
٦	نتائج اختبار شافية حسب متغير الخبرة السابقة	
٧	نتائج اختبار شافية حسب متغير المؤهل العلمي	
٨	المتسويات الحسابية لقياس دلالات الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في ضوء متغير الجنس	
٩	المتسويات الحسابية لقياس دلالات الصعوبات التي تواجه مندوبو بيع وثائق التأمين في ضوء متغير عدد الدورات التدريبية المشارك فيها	
١٠	المتسويات الحسابية لقياس دلالات الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في ضوء متغير الحالة الاجتماعية	
١١	نتائج اختبار شافية حسب متغير الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة	

الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في الأردن

مقدمة البحث:

يحتل قطاع التأمين في وقتنا الحاضر مركزاً مهماً في الاقتصاد القومي انطلاقاً من واقع ما تقدمه من دعم وتشجيع وما يوفره من أمان للأنشطة الاقتصادية كافة فهو يتعامل مع المكونات الأساسية للاقتصاد من موقع تقويتها وتعزيزها وضمان استمرارها من خلال الضمان الذي يمنح لها، إذ لم تقتصر فائدتها على أصحاب المشاريع وإنما امتدت إلى جمهور المتعاملين مع هذه المشاريع من موظفين وعمال وعملاء ليوفر لها أقصى كفاية إنتاجية، فضلاً عما يوفره من موارد استثمارية جعلت الاقتصاد يرقى إلى ما وصل إليه. كما أن التأمين بوصفه عامل ضمان وأمان، ومصدراً من المصادر الاستثمارية الأساسية يؤدي إلى زيادة الثروة المستقبلية، وينشر الرفاه بين أفراد المجتمع^(١). فنجد أن قطاع التأمين قطاع اقتصادي حيوي يوفر باستمرار للحكومة إيرادات إضافية حيث بلغت في الأردن ضمن الفترة (١٩٩١-١٩٩٧) مبلغ (٦, ٨٥) مليون دينار أردني، يضاف إلى ذلك أنه قدم للاقتصاد القومي الأردني ضمن الفترة ذاتها مبالغ مالية مطروحة للاستثمار المقنن من قبل الدولة وصل في نهاية عام ١٩٩٧ مبلغ (١, ٢٠٣) مليون دينار أردني^(٢).

أصبح التأمين في المجتمعات الحديثة ضرورة ملحة لدرء الأخطار التي لا يمكن للأفراد والمجتمعات إهمالها، وإغفال دورها في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، فالتأمين وحده هو الوسيلة المثلى لحماية الممتلكات ووسائل الإنتاج ورؤوس الأموال، وضمانات الأسرة والأفراد من الأخطار كافة التي قد يتعرضون لها. ومن جهة أخرى فإن قطاع التأمين في ضوء التغيرات التي تشهدها بيئة عمله، كالسير باتجاه تحريره، ورفع الحماية عنه وإعادة هيكلته إلخ، أصبح عرضة للمنافسة الشديدة. وكلما زادت هذه المنافسة إزدادت معها حاجات شركات التأمين لتبني استراتيجيات تنافسية أكثر مبادأة تستهدف الاقتراب

١- وزارة الصناعة والتجارة، مديرية مراقبة أعمال التأمين، التقرير العاشر من أعمال التأمين في الأردن (١٩٩١-١٩٩٤) من أيار ١٩٩٦ .

٢- أبو جابر، رؤوف تقرير فرص الاستثمار في قطاع التأمين، ورقة عمل مقدمة خلال المؤتمر الأول لرجال الأعمال والمستثمرين الأردنيين المنعقد في عمان في الفترة ٧-١١/٩/١٩٩٨ .

من المستهلك أكثر فأكثر، خصوصاً وأن هذه الشركات دأبت على تبني فلسفة ينصب تركيزها على المنتج وليس على المستهلك، حيث بينت دراسة (Lomberg & Dona, 1997) أن صناعة التأمين على مستوى العالم، كانت بطيئة جداً في معرفتها لاحتياجات المستهلك^(١).

وتواجه شركات التأمين العاملة في الأردن مشكلة رئيسة تتعلق بافتقار سوق العمل المحلي إلى فئة مندوبي البيع الذين تتوفر لهم الدرجة الكافية من التأهيل العلمي والعملية التي تساعدهم في التغلب على الصعوبات التي تواجههم في أداء مهنتهم^(٢).

هذا ويعتبر البيع الشخصي أحد أبرز الأنشطة التي تستخدمها الشركات التأمينية في علاقاتها مع عملائها، ونظراً لحساسية العلاقة المباشرة التي ينطوي عليها البيع الشخصي مع العملاء. فإن الكثير من الشركات التأمينية أخذت تولي هذا النشاط أهمية بالغة للوصول إلى مستوى أفضل من الأداء إذ لم يقتصر نشاطه على زيادة المبيعات؛ لكي يعكس صورة إيجابية عن هذه الشركات في مجتمعاتنا. إذ لم يقتصر نشاطه على زيادة المبيعات فحسب^(٣).

الدراسات السابقة :

هناك دراسة قام بها (معلا، ١٩٩٦) حول متطلبات النجاح في مهنة مندوبي المبيعات في منظمات التأمين، شملت ٢٠٠ مندوب يعملون في تسويق مختلف أنواع البرامج التأمينية في منظمات التأمين العاملة في الأردن كافة، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن هؤلاء المندوبين يدركون المتطلبات الأساسية اللازمة لنجاحهم في أداء مهنتهم^(٤).

١- مصطفى، اياد عيسى، "واقع التسويق في شركات التأمين الأردنية"، دراسة ميدانية، ١٩٩٨ رسالة ماجستير في منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.

٢- معلا ناجي، " ادراك مندوبي البيع لمتطلبات النجاح لأداء مهنتهم، دراسة ميدانية في شركات للتأمين في الأردن، "مجلة دراسات، مجلد(٢٤)، عدد(٢)، ١٩٩٧، ص ١٢٠-١٤٠.

٣- قاسم، منير ابراهيم، العوامل المؤثرة على أداء مندوبي البيع العاملين في شركات التأمين في الأردن، ١٩٩٩، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.

٤- معلا ناجي، " ادراك مندوبي البيع لمتطلبات النجاح لأداء مهنتهم، دراسة ميدانية في شركات للتأمين في الأردن، "مجلة دراسات، مجلد(٢٤)، عدد(٢)، ١٩٩٧، ص ١٢٠-١٤٠.

- تبين دراسة أجراها ادوارد ولف Walff Edward 1997 (جامعة نيويورك) أن هناك عوامل تؤثر أكثر من غيرها على الإنتاجية في قطاع الخدمات وهي:
١. تكنولوجيا المعلومات.
 ٢. السياسات التي تمارسها الشركة تجاه المستخدمين.
 ٣. خبرة الكادر الوظيفي.
 ٤. سياسات الحوافز والمكافآت^(١).

بينت الدراسة التي أجراها (Jaensson, 1995) أن من العوامل التي تشكل معوقات تحد من تطبيق المنظمات لمفهوم التسويق هي نقص المعلومات التي يتم جمعها عن السوق، وعدم وجود آلية محددة تنظم عملية الجمع، بالإضافة إلى التالي:

- اتخاذ القرارات الاستراتيجية الخاطئة، بسبب نقص المعلومات.
- عدم تناغم بين القرارات الاستراتيجية الخاصة بالتوجه نحو السوق والإجراءات والأنشطة المتبعة عمليا لتنفيذ هذا التوجه.
- عدم الاهتمام بخلق علاقات جيدة مع العملاء وتطويرها، مما يترتب عليه قلة ولائهم لهذه المنظمات^(٢).

يرى (بوزيد، ١٩٩٥) أن تبني منظمات التأمين العربية لسياسة تسويق واثائق التأمين على الحياة والممتلكات من خلال البنوك لن يساعدها في التغلب على مشكلة سوء التوزيع ونقص التغطية فقط، بل سيساعد أيضا على تطوير التأمين، وزيادة حجم مبيعاته، وتحسين طبيعة منتجاته وتشكيلها، وذلك من خلال الاستفادة من الإمكانيات والقدرات والمزايا التي تتمتع بها المؤسسة المصرفية المتمثلة في الخبرة الإدارية والمهنية المتقدمة على تلك الموجودة في قطاع التأمين، والقرب من العملاء والاطلاع على ثروتهم وأحوالهم المالية عن كثب، والقدرات الترويجية التي يحملونها تجاه منظمات التأمين^(٣).

١- Walf, Edward. 1997. New York University, Evidence from Indirect Indicators of Service Sector Production Growth. PP 83-96.

٢- Jaensson, Jan-Erik 1995, "Market Orientation: A Study of Insurance Companies", European Journal of Marketing Vol, 29, No, 5 pp 23-39.

٣- بوزيد، فريد، "التأمين عبر القنوات المصرفية"، مجلة التأمين العربي: الاتحاد العام العربي للتأمين، العدد ٤٦، السنة ١٣، تموز - أيلول، ١٩٩٥، ص ص ٤-١٤.

ومن ناحية أخرى، كان التوافق والانسجام في المواقف والاتجاهات التي يتبناها كل من مندوب البيع والمشتري المرتقب سببا في قبول الأخير وتجاوبه الفوري مع مندوب البيع، فقد أكدت نتائج إحدى الدراسات التطبيقية أن الاتصال المستمر بين الأفراد أدى إلى تكوين اتجاهات متوافقة بين هؤلاء الأفراد وبلورتها، مما قاد إبداء مواقف المجاملة والتعاطف بينهم إلى زيادة ميولهم لتبني توجهات سلوكية Preoccupations استلزمها العلاقة التي نشأت بينهم (Diamond and Gerald, 1985)^(١).

ومما لا شك فيه أن عدم إدراك مندوب البيع لدوره المهني من شأنه أن يزيد من معاناته النفسية مما يقلل من قدرته على استخدام قدرته العقلية ومهاراته البيعية (عسكر، ١٩٨٨). تركزت دراسة (Joseph, 1992) على اختبار العوامل التي تؤثر على الاستقرار الوظيفي لمندوبي البيع، ومنها وجود العلاوة (bouns) في هيكل التعويض أي تعزيز الاحتفاظ بمندوبي البيع حيث وجد أن العلاوة المدفوعة قد تعزز الاستقرار الوظيفي لمندوبي البيع في الشركات التي يكون فيها مجموع التعويض فوق المعدل^(٢).

وفي العراق، قام (سعد، ١٩٨٠) بدراسة تسويق التأمينات العامة في المنظمة الوطنية، من خلال تحليل الأرقام والبيانات الإحصائية المستقاة من التقارير السنوية للمنظمة ومن دفاترها وسجلاتها المالية. وقد وجد بأن سوء سياسة التوزيع تعتبر من أهم المشاكل التي تعيق عملية تسويق هذه التأمينات، حيث تبين بأن ما يزيد على ٥٠٪ من فروع المنظمة ومكاتبها ووكلائها تتركز في منطقة جغرافية واحدة، مما يعني عدم تغطية بقية المناطق بالخدمات التأمينية بالشكل الصحيح، كما بينت الدراسة بأن انخفاض الوعي التأميني بين أفراد المجتمع، ونقص الكوادر الإنتاجية (رجال البيع) في المنطقة، بالإضافة إلى إهمال الإدارة لأهمية الترويج وخصوصا الإعلان، تشكل هي الأخرى عوائق هامة أمام تسويق التأمينات العامة في العراق^(٣) ويعتبر غموض الدور في أداء مندوب البيع أحد أسباب

Diamond, Jay and Gerald Pintail, 1985, Principles of Selling, Englewood Cliffs, N.J., -1 Prentice. PP10-15.

Kissan Joseph, "Essay on the Management and Compensation of the Satas Force" Ph. -2 D. Thesis, Purdue University, 1992, pp 120-126.

٣- سعد، كمال، تسويق التأمينات العامة في القطر العراقي، مجلة البحوث الاقتصادية والإدارية، مركز البحوث الاقتصادية والإدارية- جامعة بغداد، كانون ثاني ١٩٨٠، ص ص ٩٩-١٢٦.

جرش للبحوث والدراسات، المجلد السادس، العدد الأول ٢٠٠١

التوتر النفسي الذي يمكن أن يعاني منه المندوب أثناء تأديته لمهنته (Luthans, 1989) بمعنى أن عدم معرفة المندوب بمتطلبات الأداء الفعال بمهنته، وعدم توفر المعلومات الكافية عن ذلك من شأنه أن يترك مندوب البيع مع إدراكاته الغامضة^(١).

أعد مركز دراسات المقاييس الحية LCSLS عام ١٩٩٧ دراسة حول طرق زيادة الإنتاجية في قطاع التأمين خصوصا في قطاع الخدمات، وخلصت الدراسة إلى أن هناك ضعفا عاما في نظام المعلومات المستخدم في الشركات الـ ٣٠ التي أجريت عليها الدراسة، وذلك بسبب عدم ملائمة نظم المعلومات المستخدمة للتطور الهائل في نظم المعلومات، وكذلك ضعف نظام الرقابة الداخلية والخارجية للشركات الخدمية بشكل عام، ولشركات التأمين بشكل خاص، ويعزى ذلك إلى عدم الاستقرار في عوامل البيئة الخارجية والداخلية لشركات الخدمات (LCSLS, 1997)^(٢).

أما (سعدون، ١٩٨٩) فقد أجرى دراسة لتقييم سياسات تسويق التأمين في منظمة التأمين الوطنية، وذلك من خلال دراسة عناصر المزيج التسويقي الأربعة. وقد توصل إلى أن وظيفة التسويق في هذه المنظمة تعاني من ضعف شديد بسبب إهمال الإدارة العليا لها، وقلة الكوادر المؤهلة والمتخصصة العاملة في القسم، بالإضافة إلى عدم منح إدارة القسم الصلاحيات الكافية لممارسة أعمالها، لدرجة أن السياسات التسويقية تخطط خارج القسم، وعن طريق لجان متعددة بطريقة غير علمية^(٣).

والجدير بالذكر أن هناك مداخل يمكن لمندوب بيع خدمة التأمين أن يبني من خلالها الثقة لدى المشتري المرتقب، ومنها التأكيد من خلال الحوار البيعي على قدرة شركة التأمين على الوفاء بالتزامها تجاه المشتري المرتقب أو المنتفع بمبلغ التأمين، حيث إن المشتري المرتقب يشتري في الحقيقة وعدا بالوفاء، وإلى أن يتأكد من أن شركة التأمين قادرة على

١- Kurtz, David L.H. Robert Dodge and Jay E. Klompmaker. Professional Selling, Plano, Texas, Business Publications, Inc 1985, PP 16-30.

٢- Center for the study of living standard LCSLS, Research about How to increase the Productivity in the Insurance Sector 1997, PP 20-32.

٣- سعدون، مظفر، "تقويم سياسات تسويق التأمين: دراسة تطبيقية في منظمة التأمين الوطنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة المستنصرية، بغداد، ١٩٨٩.

الوفاء بهذا الوعد فإن الشك سيبقى يساوره ويجعله يتردد في شراء خدمة التأمين من تلك الشركة.

وكذلك تشير بعض قواعد السلوك البيعي إلى أن ما يرتديه مندوب البيع من ملابس يجب أن يقع ضمن إطار الذوق العام والتقاليد الاجتماعية السائدة في بيئة المشتري المرتقب. (Kurtz and Others, 1985)^(١)

مشكلة الدراسة:

تدور مشكلة الدراسة في معرفة الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في الأردن، وذلك من أجل التعرف إلى سبل الحد من هذه الصعوبات، وطرق التغلب عليها.

كما تحاول الدراسة الحالية البحث في المتغيرات التي تؤثر في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين في الصعوبات التي تواجههم.

وبذلك تحاول هذه الدراسة البحث عن أفضل السبل للقضاء على الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين.

هدف الدراسة وأهميتها:

من أجل الاستفادة من وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم فإن هذه الدراسة تهدف التعرف إلى هذه الصعوبات، ومعرفة فيما إذا كان هناك أثر دال إحصائياً تتعلق بمندوبي البيع، وهذه المتغيرات هي العمر وعدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين، والخبرة السابقة والمؤهل العلمي، والجنس، وعدد الدورات التدريبية في مجال التأمين التي شارك فيها، والحالة الاجتماعية والخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة التي يعمل بها مندوب البيع، وذلك من خلال قياس الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين وتحليلها.

Kurtz, David L,H. Robert Dodge and Jay E. Klompmaker. Professional Selling, Plano.-\ Texas, Business Publications, Inc 1985, PP 16-30.

ومما لا شك فيه أن معرفة الصعوبات التي تواجه مندوبي البيع من وجهة نظرهم لها أهمية من حيث أنها ترتبط بمستوى الأداء والانتاجية، فكلما قلت الصعوبات ازداد مندوب بيع وثائق التأمين حماسا وازدادت إنتاجيته.

فرضيات الدراسة:

تم بناء الفرضيات التالية:

الفرضية العامة: تتعلق بوجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، وضمن هذا السياق سيتم اختبار سؤال الدراسة للإجابة عن الفرضيات التالية:

سؤال الدراسة: ما هي الصعوبات التي يواجهها مندوبو بيع وثائق التأمين من وجهة نظرهم؟

الفرضية الأولى:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير العمر.

الفرضية الثانية:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين.

الفرضية الثالثة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير الخبرة السابقة لمندوبي بيع وثائق التأمين.

الفرضية الرابعة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول

الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير المؤهل العلمي لمندوبي بيع وثائق التأمين.

الفرضية الخامسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير الجنس (ذكر أو أنثى) لمندوبي بيع وثائق التأمين.

الفرضية السادسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية التي شارك فيها في مجال بيع وثائق التأمين.

الفرضية السابعة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية لمندوبي بيع وثائق التأمين.

الفرضية الثامنة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة التي يعمل بها مندوبو بيع وثائق التأمين.

محددات الدراسة:

١. اقتصرت هذه الدراسة على مندوبي بيع وثائق التأمين، ولم تمتد إلى باقي مندوبي البيع في القطاعات الأخرى.

٢. يتحدد تعميم نتائج الدراسة على مدى صدق أداة الدراسة وثباتها.

٣. تتحدد نتائج هذه الدراسة بطريقة اختيار العينة ومدى تمثيلها لمجتمع الدراسة، وكذلك بمدى صدق تقييم أفراد العينة كما عبروا عنها على مقاييس البحث.

٤. اقتصرت هذه الدراسة على أداة واحدة فقط هي مقياس من تصميم الباحث.
٥. ندرة الدراسات المحلية حول الموضوع للبناء على نتائجها، ولتطوير أسس وفرضيات أخرى يمكن الاعتماد عليها واختبارها لاحقاً.
٦. طول الفترة الزمنية التي استغرقتها عملية جمع البيانات من عينة الدراسة.

الطريقة والإجراءات:

مجتمع الدراسة:

تألف مجتمع الدراسة من جميع مندوبي بيع وثائق التأمين العاملين في الشركات الأردنية (ذكورا، وإناثا).

عينة الدراسة:

استخدمت الطريقة العشوائية النسبية في اختيار الأفراد الذين سيشكلون العينة لهذه الدراسة حيث تم توزيع (٢٠٠) استبانة باستخدام أسلوب التوزيع المباشر والجمع بالمناولة، وكان العائد (١٨٨) استبانة قابلة للاستعمال، وبالتالي بلغت نسبة التجاوب (٩٤٪) وهي نسبة مقبولة إحصائياً. جدول رقم (١) يبين توزيع أفراد العينة حسب متغيرات الدراسة.

المتغير	عدد الأفراد	النسبة المئوية (%)
الجنس		
ذكر	150	79.8
أنثى	38	20.2
العمر		
18-25	100	53.2
26-35	80	42.6
36-45	50	26.8
46-55	20	10.8
56-65	10	5.4
66 فأكثر	18	9.6
المهنة		
موظف	120	64.1
مستشار	68	36.2
أخرى	10	5.3

شموط

الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في الأردن

جدول رقم (١) : توزيع أفراد العينة.

العمر	٢٤	
	٢٥ - أقل من ٣٠	٦٤
	٣٠ فأكثر	٨٧
عدد سنوات بيع وثائق التأمين الخبرة في مجال	سنة - أقل من ٣ سنوات	٥٠
	٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	٨٧
	٥ سنوات	١٤
الخبرة السابقة	قطاع الخدمات	٣٤
	القطاع الصناعي	٤٣
	القطاع التجاري	٤٣
	القطاع الحكومي	٣٥
	قطاعات أخرى	٣١
المؤهل العلمي	توجيهي	٤٣
	دبلوم	٦٤
	بكالوريوس فأكثر	٧٨
الجنس	ذكر	٣٨١
	أنثى	٣٥
عدد الدورات التدريبية في مجال التأمين	دورة تدريبية واحدة	٢٥
	دورتين تدريبتين فأكثر	٤٠
الحالة الاجتماعية	متزوج	٤١١
	أعزب	٨٨
الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة	تأمينات الحياة	٧٤
	تأمينات عامة	٦٤
	تأمين حياة وعامة	١١

أداة الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على استبانة (أداة) قصد بها التعرف إلى الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في شركات التأمين الأردنية. وقد مر تصميم الاستبانة بعدة خطوات أهمها ما يلي:

١. مراجعة شاملة للمفاهيم المختلفة حول الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين.
٢. مراجعة الدراسات والبحوث التي أجريت حول الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين.
٣. الاطلاع على الأساليب والمقاييس التي استخدمها الباحثون في دراستهم في الأبحاث المماثلة.

تقسم الاستبانة إلى قسمين:

القسم الأول: يشمل بيانات عامة عن مندوبي بيع وثائق التأمين وهي: العمر، وعدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين، والخبرة السابقة، والمؤهل العلمي، والجنس، وعدد الدورات التدريبية المشارك فيها في مجال التأمين، والحالة الاجتماعية، والخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة التي يعمل بها مندوب بيع وثائق التأمين.

القسم الثاني: يشمل (٣٤) فقرة تتضمن الصعوبات التي تواجه رجال بيع وثائق التأمين. وقد درج المقياس المصاحب ل فقرات الاستبانة وفقا لأسلوب ليكرت (Likret) إذ كان على المجيب أن يحدد درجة موافقته أو قبوله على كل فقرة وفقا للتدرج ذي الخمسة أبعاد، وأعطى لكل بعد وزنا نسبيا على النحو التالي:

أوافق تماما	(٥) درجات
أوافق	(٤) درجات
محايد	(٣) درجات
لا أوافق	(٢) درجتان
لا أوافق تماما	(١) درجة واحدة

صدق الأداة وثباتها:

للحصول على صدق الاستبانة، تم صياغة الفقرات التي تضمنتها، وعرضت على لجنة من الأساتذة والمتخصصين في مجال التأمين والتسويق بوصفهم محكمين لإقرارها. وقد تم تعديل صياغة بعض الفقرات وإلغاء بعضها طبقاً للتحكيم، وأصبحت الاستبانة تضم (٣٤) فقرة بعد أن كانت تضم (٤٠) فقرة. وللتأكد من ثبات الاستبانة، قام الباحث باستخدام طريقة الاختبار وإعادة الاختبار (Test - Result)، حيث قام الباحث بتوزيع الأداة على عينة استطلاعية عددها (٢٠) مندوب بيع وثائق التأمين استثنيت من عينة الدراسة التي طبقت عليها الاستبانة (الأداة) وبفارق اسبوعين بين الاختبارين، ثم جرى استخراج معامل الثبات حسب معادلة سبيرمان وبلغ معامل ثبات المقياس (٠,٨٣) وتعتبر هذه النسبة مقبولة لأغراض الدراسة.

المعالجة الإحصائية:

للوصول إلى النتائج النهائية استخدمت في إجراء هذه الدراسة الأساليب الإحصائية التالية:

١. المتوسطات الحسابية.
٢. تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لإيجاد الفروقات بين المتوسطات وفقاً لفرضيات الدراسة ومتغيراتها، حيث أخذ بمستوى الدلالة الإحصائية $a = 0.05$.
٣. (اختبار) طريقة شافية للمقارنات البعدية في حالة وجود فروقات ذات دلالة إحصائية للمتغيرات المستقلة التي يزيد عدد مستوياتها عن مستويين، وذلك لتحديد أي المجموعات تختلف عن غيرها وبدلالة إحصائية.

تحليل النتائج ومناقشتها:

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين وأثر كل من: العمر، وعدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين، والخبرة السابقة، والمؤهل العلمي، والجنس، وعدد الدورات التدريبية في مجال التأمين، والحالة الاجتماعية، والخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة.

جرش للبحوث والدراسات، المجلد السادس، العدد الأول ٢٠٠١

ولتحقيق هذا الهدف فقد تم استخدام أداة لقياس الصعوبات وتطبيقها على عينة مماثلة لمجتمع الدراسة، ومن ثم تمت إجراءات تصحيح البيانات وتحليلها باستخدام الحاسوب (برنامج SPSS) للحصول على النتائج اللازمة.

سؤال الدراسة: ما هي الصعوبات التي يواجهها مندوبو بيع وثائق التأمين من وجهة نظرهم؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات الاستبانة (جدول رقم ٢).

جدول رقم (٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع فقرات الاستبانة.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	رقم الفقرة
١,٣٠	٣,٢٥	٢
١,٤٠	٣,٥٤	٣
١,٣٤	٣,٦٤	٤
١,٣٧	٣,٦٨	٢٢
١,٣٤	٣,٧٤	٢٣
١,١٩	٣,٧٦	٥
١,٣٥	٣,٨٢	٢٧
١,٢٦	٣,٨٣	١٨
١,٢٠	٣,٨٥	١٢
١,٢٩	٣,٨٧	١٥
١,١٧	٣,٨٨	٢٠
١,٢٥	٣,٨٩	١
١,٢٥	٣,٨٩	٢٥
١,٢٨	٣,٩٠	٩

الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في الأردن

شموط

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	رقم الفقرة
١,٣٤	٣,٩٠	١٣
١,١٩	٣,٩١	٢٩
١,٣٥	٣,٩٥	١٦
١,٢٣	٣,٩٦	٢٦
١,٢٨	٣,٩٩	١١
١,٢٢	٤,٠١	٢٤
١,١٣	٤,٠٢	٣٢
١,٢٥	٤,٠٦	١٩
١,٠٨	٤,٠٦	٢٨
١,٢٨	٤,٠٦	١٤
١,١٩	٤,٠٨	٢١
١,١٤	٤,٠٩	٣٠
١,٢٣	٤,١٢	٣٤
١,١٥	٤,١٥	٦
١,٠٩	٤,١٨	٣١
١,١٧	٤,١٩	١٠
٣,٩٠	٤,٢٧	٧
١,٠٥	٤,٢٨	١٧
٣,٨٣	٤,٢٨	٨
١,٠٣	٤,٣٥	٣٣

حيث يبين الجدول أن أفراد العينة يشعرون بحدة الفقرة رقم (٣٣) حيث كان المتوسط الحسابي (٤,٣٥) وهذه الفقرة تتعلق بصعوبة التدرج الوظيفي لمندوبي البيع. وكذلك يشعر أفراد العينة بالفقرات (٤-٣٥-٣٢-٢٤-١٩-٢٨-١٤-٢١-٣٠-٣٤-٦-٣١-١٠-٧-١٧-٨) بشكرتفع حيث يقع المتوسط الحسابي لهذه الفقرات ما بين (٤,٢٨-٤,٠١).

جرش للبحوث والدراسات، المجلد السادس، العدد الأول ٢٠٠١

ويشعر أفراد العينة بباقي الفقرات بشكل متوسط حيث كان الوسط الحسابي يقع ما بين (٢٥، ٣-٩٩، ٣). وهذا يدل على أن أفراد العينة يشعرون بوجود صعوبات في مجال بيع وثائق التأمين.

الفرضية الأولى:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم تعزى إلى متغير العمر.

لاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمعرفة إن كان هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم تعزى إلى متغير عمر مندوبي البيع جدول رقم (٣).

الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في الأردن

شموط

جدول رقم (٣)

تحليل التباين الأحادي لجميع فقرات الاستبانة حسب متغيرات الدراسة

الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة	الحالة الاجتماعية		عدد الدورات التدريبية في مجال التأمين		الجنس	المؤهل العلمي		الخبرة السببية		مجال بيع وثائق الخبرة في		العمر	
	مستوى الدخل	قيمة ف	مستوى الدخل	قيمة ف		مستوى الدخل	قيمة ف	مستوى الدخل	قيمة ف	مستوى الدخل	قيمة ف	مستوى الدخل	قيمة ف
١	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٢	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٣	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٥	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٦	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٧	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٨	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٩	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١١	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١٢	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١٣	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١٥	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١٦	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١٧	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١٨	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
١٩	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٢٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٢١	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٢٢	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٢٣	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٢٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠
٢٥	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠

جرش للبحوث والدراسات، المجلد السادس، العدد الأول ٢٠٠١

الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة	الحالة الإحصائية	عدد الدورات التدريبية في مجال التأمين		الجنس	المزاول الطمي		الخبرة السابقة		عدد سنوات الخبرة في مجال بيع وتلقي التأمين		العمر	
		مجال التأمين	مجال التأمين		الذكور	الإناث	الذكور	الإناث	الذكور	الإناث	الذكور	الإناث
٠,٢٤٥	٠,٠٠٤	٠,٢٥٧	٠,٠٠٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٢٦
٠,٠٨٧	٠,٠٢٧	٠,٠٤٩	٠,٠٢٧	٠,٠٠٠	٠,٠٢٧	٠,٠٠٠	٠,٠٢٧	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٢٧
٠,٠٤٥	٠,٠٠٤	٠,٠٢٧	٠,٠٠٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٢٨
٠,٢٤٥	٠,٠٠٤	٠,٢٥٧	٠,٠٠٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٤	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٢٩
٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٣٠
٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٣١
٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٣٢
٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٣٣
٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٠,٠٠٠	٣٤

شموط

الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في الأردن

يبين جدول رقم (٣) أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير العمر في الفقرات ١-٦-٢٩ وعند مستوى الدلالة $a = 0.05$ وبالتالي نقبل الفرضية. ولمعرفة أي المستويات التصنيفية تختلف عن غيرها وبدلالة إحصائية في التعرف إلى وجهة النظر في الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين، فقد تم استخدام طريقة شافية للمقارنات البعدية جدول رقم (٤).

جدول رقم (٤)

نتائج اختبار شافيه حسب متغير العمر

١. بالنسبة للفقرة رقم (١)

العمر	المتوسط الحسابي	٣٠ فأكثر	من ٢٥ - أقل من ٣٠	من ٢٠ - أقل من ٢٥
٣٠ فأكثر	٣,٧٢٤١			
من ٢٥ - أقل من ٣٠	٣,٨٥٥١			
من ٢٠ - أقل من ٢٥	٤,٤٠٦٣	*		

٢. بالنسبة للفقرة رقم (٦)

العمر	المتوسط الحسابي	٣٠ فأكثر	من ٢٥ - أقل من ٣٠	من ٢٠ - أقل من ٢٥
٣٠ فأكثر	٣,٧١٢٦			
من ٢٥ - أقل من ٣٠	٤,٣٧٥٠	*		
من ٢٠ - أقل من ٢٥	٤,٥٩٤٢	*		

٣. بالنسبة للفقرة رقم (٢٩)

العمر	المتوسط الحسابي	٣٠ فأكثر	من ٢٥ - أقل من ٣٠	من ٢٠ - أقل من ٢٥
من ٢٥ - أقل من ٣٠	٣,٤٦٨٨			
من ٢٠ - أقل من ٢٥	٣,٨٦٩٦			
٣٠ فأكثر	٤,١١٤٩	*	*	

تبين من الجدول أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عمرهم من ٢٠- أقل من ٢٥) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عمرهم ٣٠ فأكثر) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (١) التي توضح أن من هذه الصعوبات انخفاض مستوى الوعي التأميني وكذلك في الفقرة رقم (٦) التي توضح أن من هذه الصعوبات نقص الكوادر المؤهلة والمدربة.

وأن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عمرهم ٣٠ فأكثر) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عمرهم ٢٠- أقل من ٢٥) و (الذين عمرهم من ٢٥- أقل من ٣٠) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (٢٩) التي توضح أن من هذه الصعوبات عدم وجود دخل ثابت في السنة الأولى لمندوبي البيع. ومن الواضح أن الاختلاف في وجهة النظر حسب متغير العمر قد يعزى إلى أن مندوبي البيع الأصغر عمرا خبرتهم قليلة.

الفرضية الثانية:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين.

لاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمعرفة إن كان هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين. يبين الجدول رقم (٣) هذه النتائج، حيث هنالك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير عدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين في الفقرات ١-١٥-١٨-٢٠-٢١-٢٢ وعند مستوى الدلالة $a = 0.05$ وبالتالي تقبل الفرضية.

ولمعرفة أي المستويات التصنيفية تختلف عن غيرها وبدلالة إحصائية في التعرف إلى وجهة النظر في الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين، فقد تم استخدام طريقة شافيه للمقارنات البعدية. جدول رقم (٥).

جدول رقم (٥)

نتائج اختبار شافيه حسب متغير عدد سنوات الخبرة

١. بالنسبة للفقرة رقم (١)

العمر	المتوسط الحسابي	سنة- أقل من ٣ سنوات	٥ سنوات فأكثر	٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات
سنة- أقل من ٣ سنوات	٣,٥٢٦٠			
٥ سنوات فأكثر	٣,٩٥٠٨			
٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	٤,٠٧٧٩	*		

٢. بالنسبة للفقرة رقم (١٥)

العمر	المتوسط الحسابي	سنة- أقل من ٣ سنوات	٥ سنوات فأكثر	٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات
٥ سنوات فأكثر	٣,٥٤١٠			
سنة- أقل من ٣ سنوات	٣,٩٠٠٠			
٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	٤,١٠٣٩	*		

٣. بالنسبة للفقرة رقم (١٨)

العمر	المتوسط الحسابي	٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	سنة- أقل من ٣ سنوات	٥ سنوات فأكثر
٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	٣,٥٠٦٥			
سنة- أقل من ٣ سنوات	٣,٨٢٠٠			
٥ سنوات فأكثر	٤,٢٤٥٩	*		

جرش للبحوث والدراسات، المجلد السادس، العدد الأول ٢٠٠١

٤. بالنسبة للفقرة رقم (٢٠)

العمر	المتوسط الحسابي	٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	سنة - أقل من ٣ سنوات	٥ سنوات فأكثر
٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	٣,٦١٠٤			
سنة - أقل من ٣ سنوات	٤,٠٤٠٠			
٥ سنوات فأكثر	٤,٠٩٨٤	*		

٥. بالنسبة للفقرة رقم (٢١)

العمر	المتوسط الحسابي	٥ سنوات فأكثر	سنة - أقل من ٣ سنوات	٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات
٥ سنوات فأكثر	٣,٧٣٧٧			
سنة - أقل من ٣ سنوات	٤,١٦٠٠			
٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	٤,٢٩٨٧	*		

٦. بالنسبة للفقرة رقم (٢٢)

العمر	المتوسط الحسابي	سنة - أقل من ٣ سنوات	٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	٥ سنوات فأكثر
سنة - أقل من ٣ سنوات	٣,٥٨٤٤			
٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات	٤,٠٩٨٤	*		
٥ سنوات فأكثر	٣,٣٠٠٠			

تبين من الجدول أن شعور مندوبي وثائق التأمين (الذين عدد سنوات خبرتهم في مجال بيع وثائق التأمين ٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عدد سنوات خبرتهم في مجال بيع وثائق التأمين سنة - أقل من ٣ سنوات) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (١) التي توضح أن من هذه

الصعوبات انخفاض مستوى الوعي التأميني، كما تبين من الجدول رقم (٥) أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عدد سنوات خبرتهم في مجال بيع وثائق التأمين ٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عدد سنوات خبرتهم في مجال بيع وثائق التأمين ٥ سنوات فأكثر) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (١٥) والفقرتين رقم (٢١) اللتين توضحان أن من هذه الصعوبات هي عدم القدرة على التعامل مع الأنماط البشرية، وعدم القدرة على الاتصال الشفوي وتوصيل المعلومات.

كما تبين من الجدول رقم (٥) أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين ٥ سنوات فأكثر) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عدد سنوات خبرتهم في مجال بيع وثائق التأمين ٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات) وذلك بالفقرة رقم (١٨) والفقرة رقم (٢٠) اللتين توضحان أن من هذه الصعوبات هي عدم القدرة على المساومة للسعر التأميني، وعدم القدرة على الإقناع للاستجابة الفورية لشراء وثيقة التأمين.

كما تبين من الجدول رقم (٥) أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين ٥ سنوات فأكثر) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين عدد سنوات خبرتهم في مجال بيع وثائق التأمين سنة - أقل من ٣ سنوات) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (٢٢) التي توضح محدودية المهارات الإدارية.

ومن الواضح أن الاختلاف في وجهة النظر حسب متغير عدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين قد يعزى إلى أن مندوبي البيع الذين عدد سنوات خبرتهم في مجال بيع وثائق التأمين قليل يشعرون أكثر من غيرهم بعدم القدرة على الإقناع وانخفاض الوعي التأميني وعدم القدرة على التعامل مع الأنماط البشرية المختلفة.

الفرضية الثالثة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول

الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير الخبرة السابقة لمدوبي بيع وثائق التأمين.

لاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمعرفة إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير الخبرة السابقة لمدوبي بيع وثائق التأمين . يبين الجدول رقم(٣) هذه النتائج، حيث هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الخبرة السابقة لمدوبي بيع وثائق التأمين في الفقرات ١٥-٢٢-٣٢ وعند مستوى الدلالة $a = 0.05$ وبالتالي نقبل الفرضية.

ولمعرفة أي المستويات التصنيفية تختلف عن غيرها وبدلالة إحصائية في التعرف إلى وجهة النظر في الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين فقد تم استخدام طريقة شافيه للمقارنات البعدية. جدول رقم (٦).

جدول رقم (٦)

نتائج اختبار شافيه حسب متغير الخبرة السابقة

١. بالنسبة للفقرة رقم (١٥)

الخبرة السابقة	المتوسط الحسابي	القطاع الحكومي	القطاع الصناعي	القطاعات الأخرى	القطاع التجاري	قطاع الخدمات
القطاع الحكومي	٣,٥١٨٥					
القطاع الصناعي	٣,٥٧٥٨					
القطاعات الأخرى	٣,٨٧٥٠					
القطاع التجاري	٤,٠٤٦٥					
قطاع الخدمات	٤,٤٧٠٦					

شموط

الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في الأردن

٢. بالنسبة للفقرة رقم (٢٢)

القطاع الصناعي	قطاع الخدمات	القطاعات الأخرى	القطاع الحكومي	القطاع التجاري	المتوسط الحسابي	الخبرة السابقة
					٣, ١٣٩٥	القطاع التجاري
					٣, ٥٩٢٦	القطاع الحكومي
					٣, ٦٦٦٧	القطاعات الأخرى
					٤, ٠٥٨٨	قطاع الخدمات
					٤, ١٢١٢	القطاع الصناعي

٢. بالنسبة للفقرة رقم (٣٢)

قطاع الخدمات	القطاع الصناعي	القطاعات الأخرى	القطاع التجاري	القطاع الحكومي	المتوسط الحسابي	الخبرة السابقة
					٣, ٧٢٢٢	القطاع الحكومي
					٣, ٧٩٠٧	القطاع التجاري
					٤, ١٢٥٠	القطاعات الأخرى
					٤, ٢١٢١	القطاع الصناعي
					٤, ٥٠٠٠	قطاع الخدمات

تبين من الجدول أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين خبرتهم السابقة كانت في قطاع الخدمات) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين خبرتهم السابقة كانت في القطاع الحكومي) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (١٥) التي توضح أن من هذه الصعوبات هي عدم القدرة على التعامل مع الأنماط البشرية المختلفة.

كما تبين من الجدول رقم (٦) أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين خبرتهم السابقة كانت في القطاع الصناعي) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين خبرتهم السابقة كانت في القطاع التجاري) وذلك فيما

يتعلق بالفقرة رقم (٢٢) التي توضح أن من هذه الصعوبات هي محدودية المهارات الإدارية. كما تبين أيضا من الجدول رقم (٦) أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين خبرتهم السابقة كانت في قطاع الخدمات) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين خبرتهم السابقة كانت في القطاع الحكومي) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (٣٢) التي توضح أن من هذه الصعوبات هي عدم وجود اتصال دائم بين مندوبي المبيعات والإدارة. ومن الواضح أن الاختلاف في وجهة النظر حسب متغير مجال الخبرة السابقة يعود إلى اختلاف في طبيعة هذه الخبرات.

الفرضية الرابعة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم تعزى إلى متغير المؤهل العلمي لمندوبي بيع وثائق التأمين. لاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمعرفة إن كان هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير المؤهل العلمي لمندوبي بيع وثائق التأمين. . يبين الجدول رقم (٣) هذه النتائج، حيث هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المؤهل العلمي لمندوبي بيع وثائق التأمين في الفقرات ٥ - ١١ - ٢٠ - ٢٥ - ٢٦ وعند مستوى الدلالة $a = 0.05$ وبالتالي تقبل الفرضية.

ولعرفة أي المستويات التصنيفية تختلف عن غيرها وبدلالة إحصائية في التعرف إلى وجهة النظر في الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين فقد تم استخدام طريقة شافيه للمقارنات البعدية. جدول رقم (٧).

جدول رقم (٧)

نتائج اختبار شافيه حسب متغير المؤهل العلمي

١. بالنسبة للفقرة رقم (٥)

المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	بكالوريوس فأكثر	دبلوم	توجيهي
بكالوريوس فأكثر	٣,٣٠٢٦			
دبلوم	٣,٩٢٧٥	*		
توجيهي	٤,٢٧٩١	*		

٢. بالنسبة للفقرة رقم (١١)

المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	بكالوريوس فأكثر	دبلوم	توجيهي
بكالوريوس فأكثر	٣,٦٧١١			
دبلوم	٤,١٠١٤	*		
توجيهي	٤,٣٩٥٣			

٣. بالنسبة للفقرة رقم (٢٠)

المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	بكالوريوس فأكثر	دبلوم	توجيهي
دبلوم	٣,٥٥٠٧			
توجيهي	٤,٠٢٣٣			
بكالوريوس فأكثر	٤,١٠٥٣	*		

٣. بالنسبة للفقرة رقم (٢٠)

المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	بكالوريوس فأكثر	دبلوم	توجيهي
بكالوريوس فأكثر	٣,٦١٨٤			
توجيهي	٣,٩٥٣٥			
دبلوم	٤,١٤٤٩	*		

١. بالنسبة للفقرة رقم (٢٦)

المؤهل العلمي	المتوسط الحسابي	بكالوريوس فأكثر	دبلوم	توجيهي
بكالوريوس فأكثر	٣,٦٠٥٣			
توجيهي	٤,٠٧٢٥	*		
دبلوم	٤,٤١٨٦			

تبين من الجدول أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين مؤهلهم العلمي دبلوم) و(الذين مؤهلهم العلمي توجيهي) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس فأكثر) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (٥) التي توضح أن من هذه الصعوبات عدم وجود معاهد متخصصة لدراسة التأمين.

كما تبين من الجدول رقم (٧) أيضا أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين مؤهلهم العلمي توجيهي) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس فأكثر). وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (١١) التي توضح أن من هذه الصعوبات عدم وجود نظام حوافز فعال.

كما تبين أيضا أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس فأكثر) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين مؤهلهم العلمي دبلوم) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (٢٠) التي توضح أن من هذه الصعوبات القدرة على الإقناع للاستجابة الفورية لشراء وثيقة التأمين. وتبين أيضا أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين مؤهلهم العلمي دبلوم) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس فأكثر) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (٢٥) التي توضح أن من هذه الصعوبات هي المنافسة مع مندوبي بيع وثائق التأمين الآخرين داخل الشركة وتبين من الجدول رقم (٧) أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين مؤهلهم العلمي بكالوريوس فأكثر) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم (٢٦) التي توضح إن من هذه الصعوبات هي عدم مرونة البرنامج التأميني الواحد وعدم تعدد منافعه لتغطية حاجات العمل كله.

ومن الواضح أن الاختلاف في وجهة النظر حسب متغير المؤهل العلمي يعود إلى اختلاف المستويات الثقافية والعلمية التي وصل إليها مندوب بيع وثائق التأمين.

الفرضية الخامسة

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم تعزى إلى متغير عامل الجنس (ذكر أو أنثى) لمندوبي بيع وثائق التأمين.

لاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمعرفة إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير عامل الجنس (ذكر أو أنثى) لمندوبي بيع وثائق التأمين. يبين الجدول رقم (٣) هذه النتائج، حيث هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير عامل الجنس (ذكر أو أنثى) لمندوبي بيع وثائق التأمين في الفقرات ٦-٨-٩-١١-٢٣-٢٥ وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نقبل الفرضية.

ولمعرفة أي المستويات التصنيفية تختلف عن غيرها وبدلالة إحصائية في التعرف إلى وجهة النظر في الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين فقد تم استخراج المتوسطات الحسابية. جدول رقم (٨).

جدول رقم (٨)

المتوسطات الحسابية لقياس دلالات الصعوبات
التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في ضوء متغير الجنس

المتوسط الحسابي	الذكور	الإناث	الفقرة
٦	٣,٩٧٧٦	٤,٥٧٤١	
٨	٣,٨٤٣٣	٥,٣٧٠٤	
٩	٣,٧٣١٣	٤,٣١٤٠	
١١	٤,١١٩٤	٣,٦٨٥٢	
٢٣	٣,٩٩٢٥	٣,١١١١	
٢٥	٤,٠٦٧٢	٣,٤٤٤	

تبين من الجدول أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الإناث) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين الذكور وذلك فيما يتعلق بالفقرات رقم ٦-٨-٩ التي توضح أن من هذه الصعوبات نقص الكوادر المؤهلة المدربة، وعدم وجود سياسة لجذب العملاء، وعدم وجود جهاز مستقل لتنشيط المبيعات.

كما تبين من الجدول (٨) أن شعور مندوبي البيع (الذكور) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي البيع (الإناث). وذلك فيما يتعلق بالفقرات رقم ١١-٢٣-٢٥ التي توضح أن من هذه الصعوبات عدم وجود نظام حوافز فعال وتنوع الأسواق التي يعرض فيها التأمين والمنافسة بين مندوبي بيع وثائق التأمين داخل الشركة الواحدة. ومن الواضح أن الاختلاف في وجهة النظر حسب متغير الجنس يعود إلى اختلاف طبيعة الإناث عن الذكور.

الفرضية السادسة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول

الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية لمندوبي بيع وثائق التأمين في مجال التأمين.

لاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمعرفة إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية لمندوبي بيع وثائق التأمين. يبين الجدول رقم (٣) هذه النتائج، حيث هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير عدد الدورات التدريبية لمندوبي بيع وثائق التأمين في الفقرات ٥-١١-١٨-٢٠-٢٥ وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نقبل الفرضية.

ولعرفة أي المستويات التصنيفية تختلف عن غيرها وبدلالة إحصائية في التعرف إلى وجهة النظر في الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين فقد تم استخراج المتوسطات الحسابية. جدول رقم (٩).

جدول رقم (٩)

المتوسطات الحسابية لقياس دلالات الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في ضوء متغير عدد الدورات التدريبية المشارك فيها

دورتين تدريبيتين فأكثر	دورة تدريبية واحدة	المتوسط الحسابي الفقرة
٣,٤٧١٧	٣,٨٦٦٧	٥
٣,٦٢٢٦	٤,١٤٠٧	١١
٣,٥٢٨٣	٤,٠٠٠٠	١٥
٣,٥٢٨	٣,٩٧٧٨	١٨
٣,٥٨٤٩	٤,٠٠٠٠	٢٠
٣,٥٤٧٢	٤,٠٢٢٢	٢٥

تبين من الجدول أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين شاركوا في دورة تدريبية واحدة) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين شاركوا في دورتين تدريبيتين فأكثر) وذلك فيما يتعلق بالفقرات رقم ٥-١١-١٨-٢٠-٢٥ التي توضح أن من هذه الصعوبات عدم وجود معاهد متخصصة لدراسة التأمين، وعدم وجود نظام حوافز فعال، وعدم القدرة على التعامل مع الأنماط البشرية، وعدم القدرة على المساومة للسعر التأميني، وعدم القدرة على الإقناع للاستجابة الفورية لشراء وثيقة التأمين، والمنافسة بين مندوبي بيع وثائق التأمين داخل الشركة.

ومن الواضح أن الاختلاف في وجهة النظر حسب متغير عدد الدورات التدريبية المشارك فيها يعود إلى أن مندوبي البيع الذين حضروا دورة تدريبية واحدة مازالت خبرتهم أقل ويحتجون إلى المزيد من التدريب.

الفرضية السابعة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية لمندوبي بيع وثائق التأمين. لاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمعرفة إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية لمندوبي بيع وثائق التأمين.

يبين الجدول رقم (٣) هذه النتائج، حيث هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الحالة الاجتماعية لمندوبي بيع وثائق التأمين في الفقرات ٢١-٢٤-٢٦-٣١ وعند مستوى الدلالة $a = 0.05$ وبالتالي نقبل الفرضية.

ولعرفة أي المستويات التصنيفية تختلف عن غيرها وبدلالة إحصائية في التعرف إلى وجهة النظر في الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين فقد تم استخراج المتوسطات الحسابية. جدول رقم (١٠).

جدول رقم (١٠)

المتوسطات الحسابية لقياس دلالات الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في ضوء متغير الحالة الاجتماعية

المتوسط الحسابي	رجل البيع المتزوج	رجل البيع العازب	الفقرة
٢١	٤, ٢٢٤١	٣, ٨٤٧٢	
٢٤	٤, ١٧٢٤	٣, ٧٥٠٠	
٢٦	٤, ١٤٦٦	٣, ٦٦٦٧	
٣١	٤, ٤٢٢٤	٣, ٧٧٧٠	

تبين من الجدول أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (المتزوجين) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (غير المتزوجين) وذلك فيما يتعلق بالفقرات رقم ٢١-٢٤-٢٦-٣١ التي توضح أن من هذه الصعوبات عدم القدرة على الاتصال الشفوي وتوصيل المعلومات، وانخفاض نسبة العمولة التي تدفعها الشركة، وعدم مرونة البرنامج التأميني الواحد وتعدد منافعه لتغطية حاجات العمل كاملة، وعدم شراء وثيقة التأمين لأسباب دينية.

ومن الواضح أن الاختلاف في وجهة النظر حسب متغير الحالة الاجتماعية يعود إلى أن مندوبي البيع المتزوجين عندهم التزامات أكثر ومختلفة عن غير المتزوجين.

الفرضية الثامنة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي تواجههم، تعزى إلى متغير الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة التي يعمل بها مندوبي بيع وثائق التأمين.

لاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام تحليل التباين الأحادي لمعرفة إن كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في وجهة نظر مندوبي بيع وثائق التأمين حول الصعوبات التي

جرش للبحوث والدراسات، المجلد السادس، العدد الأول ٢٠٠١

تواجههم، تعزى إلى متغير الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة التي يعمل بها مندوبو بيع وثائق التأمين.

يبين الجدول رقم (٣) هذه النتائج، حيث هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة التي يعمل بها مندوبو بيع وثائق التأمين في الفقرات ١١-١٧-١٨-٢٠-٢٤-٣١-٣٣ وعند مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ وبالتالي نقبل الفرضية.

ولعرفة أي المستويات التصنيفية تختلف عن غيرها وبدلالة إحصائية في التعرف إلى وجهة النظر في الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين فقد تم استخدام طريقة شافيه للمقارنات البعدية جدول رقم (١١).

جدول رقم (١١)

نتائج اختبار شافية حسب متغير الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة

١. بالنسبة للفقرة رقم (١١)

الخدمات	المتوسط الحسابي	تأمينات عامة	تأمينات الحياة	تأمينات حياة عامة
تأمينات عامة	٣,٥٣٨٥			
تأمينات الحياة	٣,٨١٥٨			
تأمينات حياة وعامة	٤,٢١٦٢	*		

٢. بالنسبة للفقرة رقم (١٧)

الخدمات	المتوسط الحسابي	تأمينات عامة	تأمينات الحياة	تأمينات حياة عامة
تأمينات حياة وعامة	٤,٠٠٩٠			
تأمينات عامة	٤,٦١٥٤	*		
تأمينات الحياة	٤,٧١٠٥	*		

شموط

الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين في الأردن

٣. بالنسبة للفقرة رقم (١٨)

الخدمات	المتوسط الحسابي	تأمينات الحياة	تأمينات حياة عامة	تأمينات عامة
تأمينات الحياة	٣,٤٢١١			
تأمينات حياة وعامة	٣,٨٢٨٨			
تأمينات عامة	٤,٢٣٠.٨	*		

٤. بالنسبة للفقرة رقم (٢٠)

الخدمات	المتوسط الحسابي	تأمينات عامة	تأمينات حياة عامة	تأمينات عامة
تأمينات الحياة	٣,٥٥٢٦			
تأمينات حياة وعامة	٣,٨٨٢٩	*		
تأمينات عامة	٤,٢٠٥١			

٥. بالنسبة للفقرة رقم (٢٤)

الخدمات	المتوسط الحسابي	تأمينات حياة عامة	تأمينات حياة	تأمينات عامة
تأمينات حياة وعامة	٣,٨٤٦٨			
تأمينات الحياة	٣,٩٧٣٧			
تأمينات عامة	٤,٥١٢٨	*		

٦. بالنسبة للفقرة رقم (٣١)

الخدمات	المتوسط الحسابي	تأمينات حياة عامة	تأمينات عامة	تأمينات حياة
تأمينات حياة وعامة	٣,٩٩١٠			
تأمينات عامة	٤,٢٨٢١			
تأمينات الحياة	٤,٦٠٥٣	*		

٧. بالنسبة للفقرة رقم (٣٣)

الخدمات	المتوسط الحسابي	تأمينات حياة عامة	تأمينات حياة	تأمينات عامة
تأمينات حياة وعامة	٤, ١٨٠٢			
تأمينات الحياة	٤, ٤٢١١			
تأمينات عامة	٤, ٧٤٣٦	*		

تبين من الجدول أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين تقدم شركتهم خدمات تأمينية عامة) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين تقدم شركتهم خدمات تأمينات حياة عامة) وذلك فيما يتعلق بالفقرات رقم ١٧-٢٤-٣٣ التي توضح أن من هذه الصعوبات هي عدم الاهتمام الزائد بالملابس والهندام وانخفاض نسبة العمولة التي تدفعها الشركة، وصعوبة التدرج الوظيفي لمندوبي بيع وثائق التأمين. وأن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين تقدم شركتهم خدمات تأمينات حياة وعامة) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين تقدم شركتهم خدمات تأمينات عامة) وذلك فيما يتعلق بالفقرة رقم ١١.

كما تبين من الجدول رقم (١١) أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين تقدم شركتهم خدمات تأمينات الحياة) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين تقدم شركتهم خدمات تأمينات حياة وعامة). وذلك فيما يتعلق بالفقرات رقم ١٧-٣١ التي توضح أن من هذه الصعوبات عدم الاهتمام الزائد بالملابس والهندام وعدم الإقبال على الشراء لأسباب دينية. ويتضح من الجدول رقم (١١) أيضا أن شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين تقدم شركتهم خدمات تأمينات عامة) حول الصعوبات التي تواجههم أكثر من شعور مندوبي بيع وثائق التأمين (الذين تقدم شركتهم خدمات تأمينات الحياة) وذلك فيما يتعلق بالفقرات رقم ١٨-٢٠ التي توضح أن من هذه الصعوبات عدم القدرة على المساومة للسعر التأميني وعدم القدرة على الإقناع للاستجابة الفورية لشراء وثيقة التأمين.

ومن الواضح أن الاختلاف في وجهة النظر حسب متغير الخدمات التأمينية التي تقدمها الشركة يعود إلى الاختلاف في الخبرات التي تعرض لها مندوب البيع.

نتائج الدراسات والتوصيات:

يمكن تلخيص أهم الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين وذلك كما يلي:

١. عدم وجود دخل ثابت.
٢. نقص الكوادر المدربة والمؤهلة.
٣. محدودية المهارات الإدارية.
٤. عدم وجود اتصال دائم بين مندوبي البيع والإدارة.
٥. عدم وجود نظام حوافز فعال.
٦. عدم وجود سياسة لجذب العملاء.
٧. عدم القدرة على التعامل مع الأنماط البشرية المختلفة.

المراجع:

- ١- مصطفى، إياد عيسى، واقع التسويق في شركات التأمين الأردنية"دراسة ميدانية"، ١٩٩٨، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.
- ٢- معلا ناجي، إدراك مندوبي البيع لمتطلبات النجاح لأداء مهنتهم، دراسة ميدانية في شركات التأمين في الأردن"، مجلة دراسات، مجلد(٢٤)، عدد(٢)، ١٩٩٧، ص ص ١٢٠-١٤٠.
- ٣- بوزيد فريد، " التأمين عبر القنوات المصرفية"، مجلة التأمين العربي: الاتحاد العام العربي للتأمين، العدد ٤٦، السنة ١٣، تموز- أيلول، ١٩٩٥، ص ص ٤-١٤.
- ٤- عسكر، علي، الدافعية في مجال العمل ، ذات السلاسل، الكويت ١٩٨٨، ص ص ٣٣-٤٦.
- ٥- سعد كمال، "تسويق التأمينات العامة في القطر العراقي"، مجلة الكويت للبحوث الاقتصادية والإدارية، مركز البحوث الاقتصادية والإدارية- جامعة بغداد، كانون ثاني ١٩٨٠، ص ص ٩٩-١٢٦.
- ٦- سعدون مظفر، "تقويم سياسات تسويق التأمين: دراسة تطبيقية في منظمة التأمين الوطنية"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة المستنصرية، بغداد، ١٩٨٩.
- ٧- قاسم، منير إبراهيم، "العوامل المؤثرة على أداء مندوبي البيع في شركات التأمين في الأردن"، ١٩٩٩، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، الأردن.
- ٨- وزارة الصناعة والتجارة، مديرية مراقبة أعمال التأمين، التقرير العاشر من أعمال التأمين في الأردن(١٩٩١-١٩٩٤) من أيار ١٩٩٦.
- ٩- أبو جابر. رؤوف، تقرير فرص الاستثمار في قطاع التأمين، ورقة عمل مقدمة خلال المؤتمر الأول لرجال الأعمال والمستثمرين الأردنيين المنعقد في عمان في الفترة ٧-١١/٩/١٩٩٨.
- 10- Walff, Edward. 1997. New York University, Evidence from Indirect Indicators of Service Sector Production Growth. PP 83-96.

- 11- Jaensson, Jan-Erik 1995, "Market Orientation: A: Study of Insurance Companies", European Journal of Marketing Vol, 29, No, 56 pp 23-39.
- 12- Diamond, Jay and Gerald Pinal, 1985, Principles of Selling, Englewood Cliffs, N.J., Prentice. PP10-15.
- 13- Kissan Joseph, "Essay on the Management and Compensation of the Sa-tas Force" Ph. D. Thesis, Purdue University, 1992, pp 120-126.
- 14- Luthans, Fred., Organizational Behaviour, Mc- Graw- Hill Inc, 1989, PP 250-267.
- 15- Center for the study of living standard LCSLS, Research about How to increase the Productivity in the Insurance Sector 1997, PP 20-32.
- 16- Kurtz, David L,H. Robert Dodge and Jay E. Klompmaker. Professional Selling, Plano. Texas, Business Publications, Inc 1985, PP 16-30.

استبانة لقياس

الصعوبات التي تواجه مندوبي بيع وثائق التأمين

الجزء الأول: ضع إشارة أمام الخانة التي تناسبك

العمر	<ul style="list-style-type: none"> ● من ٢٠ - أقل من ٢٥ ● من ٢٥ - أقل من ٣٠ ● ٣٠ فأكثر
عدد سنوات الخبرة في مجال بيع وثائق التأمين	<ul style="list-style-type: none"> ● سنة وأقل من ٣ سنوات ● ٣ سنوات - أقل من ٥ سنوات ● ٥ سنوات فأكثر
الخبرة السابقة	<ul style="list-style-type: none"> ● قطاع الخدمات ● القطاع الصناعي ● القطاع التجاري ● القطاع الحكومي ● أخرى أذكرها
المؤهل العلمي	<ul style="list-style-type: none"> ● توجيهي ● دبلوم ● بكالوريوس فأكثر
الجنس	<ul style="list-style-type: none"> ● ذكر ● أنثى
الدورات التدريبية في مجال التأمين التي التحقت بها	<ul style="list-style-type: none"> ● دورة تدريبية واحدة ● دورتين تدريبيتين فأكثر
الحالة الاجتماعية	<ul style="list-style-type: none"> ● متزوج ● عازب
الخدمات التأمينية التي تقدمها شركتكم	<ul style="list-style-type: none"> ● تأمينات الحياة ● تأمينات عامة ● تأمينات حياة وعامة

الجزء الأول: ضع إشارة (x) في الخانة التي تعبر عن وجهة نظرك

ت	الصعوبات التي تواجه مندوب بيع وثائق التأمين	أوافق تماماً	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق تماماً
١.	انخفاض مستوى الوعي التأميني					
٢.	وجود أزمة ثقة بين المؤمن عليهم وشركات التأمين					
٣.	تدني مستوى خدمات التأمين					
٤.	المنافسة الحادة بين شركات التأمين					
٥.	عدم وجود معاهد متخصصة لدراسة التأمين					
٦.	نقص الكوادر المهولة المدربة					
٧.	نقص الخبرة الفنية					
٨.	عدم وجود سياسة لجذب العملاء					
٩.	عدم وجود جهاز مستقل لتنشيط المبيعات					
١٠.	عدم وجود مطبوعات وكتيبات عن خدمات التأمين بصورة كافية					
١١.	عدم وجود نظام حوافز فعال					
١٢.	عدم تطوير وثائق التأمين بشروط جيدة تبعا لحاجات العملاء					
١٣.	عدم وجود روح العمل التي تشكل فريقاً واحداً بين مندوبي المبيعات					
١٤.	عدم القدرة على التكيف مع أوضاع العملاء					
١٥.	عدم القدرة على التعامل مع الأنماط البشرية المختلفة					
١٦.	عدم القدرة على كسب ثقة العملاء					
١٧.	عدم الاهتمام الزائد بالملابس والهندام					
١٨.	عدم القدرة على المساومة للسعر التأميني					
١٩.	عدم القدرة على إدارة الوقت					
٢٠.	عدم القدرة على الإقناع للاستجابة الفورية لشراء وثيقة التأمين					
٢١.	عدم القدرة على الاتصال الشفوي وتوصيل المعلومات					
٢٢.	محدودية المهارات الإدارية					
٢٣.	تنوع الأسواق التي يعرض فيها التأمين					
٢٤.	انخفاض نسبة العمولة التي تدفعها الشركة					
٢٥.	المنافسة بين مندوبي بيع وثائق التأمين داخل الشركة					
٢٦.	عدم مرونة البرنامج التأميني الواحد وعدم تعدد منافعه لتنغطية حاجات العمل كاملة					
٢٧.	عدم مرونة الأقساط التأمينية وإمكانية التقسيط للوثيقة الواحدة					
٢٨.	عدم التغلب على الاعتراضات التي تمنع العملاء من شراء وثيقة التأمين					
٢٩.	عدم وجود دخل ثابت في السنة الأولى لمندوبي بيع وثائق التأمين					
٣٠.	موسمية بيع وثائق التأمين					
٣١.	عدم الإقبال على شراء وثيقة التأمين لأسباب دينية					
٣٢.	عدم وجود اتصال دائم بين مندوب بيع وثائق التأمين والإدارة					
٣٣.	صعوبة التدرج الوظيفي لمندوبي بيع وثائق التأمين					
٣٤.	نظرة المجتمع لمندوبي بيع وثائق التأمين					