

ملخص

التأمين الالكتروني والتسويق الالكتروني

خصائص و مزايا وأثار

الفهرس

ملخص التامين الالكتروني والتسويق الالكتروني (خصائص ومزايا وآثار)

2	المقدمة
3	(المبحث الاول)
3	- الفصل الاول (التامين الالكتروني)
4	- الفصل الثاني (التامين الالكتروني معنى ومفهوم)
6	- الفصل الثالث (التامين الالكتروني والغاية من وجوده في السوق)
7	- الفصل الرابع (مميزات التامين الالكتروني)
7	- الفصل الخامس (الآثار والالتزامات المترتبة على إدراج التامين الالكتروني كمنصة تسويقية)
10	
14	(المبحث الثاني)
14	- 4 الفصل الاول (التسويق الالكتروني)
16	- الفصل الثاني (مزايا التامين الالكتروني)
17	الخاتمة (النتائج والتوصيات)
17	- النتائج
19	- التوصيات
20	المراجع

المقدمة

تتعرض معظم منظمات الأعمال في الآونة الأخيرة وفي ظل المتغيرات البيئية المتسارعة وثورة المعلومات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمنافسة الكبيرة، إلى تحديات كبيرة تتمثل في الاستفادة من السرعة والكفاءة التي تؤمنها هذه التغيرات، إضافةً إلى البحث المتواصل عن عناصر القوة والنجاح، التي تُمكنها من المنافسة على تقديم أفضل المنتجات والخدمات، ما يجعلها تتفوق في استقطاب أكبر عدد من الزبائن وتحقيق أعلى إنتاج و أكبر ربح ممكن، وبالتالي الحصول على حصة سوقية تُحقق توقعاتها وآمالها، حيث يُلاحظ أن هذه المنظمات تسابق الزمن وتطور من سياساتها وبرامجها لتتمكن من مجاراة قدرات منافسيها، ومواجهة التغيرات الكبيرة في البيئة التنافسية التي تعمل فيها، الأمر الذي يضمن لها الاستقرار والاستمرارية والتطور والنجاح ، وكغيرها من منظمات الأعمال، تواجه معظم شركات التأمين العالمية والمحلية تحديات متعددة، فالعولمة والانفتاح والتطورات المتسارعة في التكنولوجيا والاتصالات، دفعت هذه الشركات لتقديم منتجاتها وخدماتها التأمينية في كافة المجالات وبالوقت المناسب، وإيصالها إلى أكبر قدر ممكن من الزبائن المحتملين باستخدام مختلف وسائل التسويق الالكترونية الحديثة. حيث أدت التطورات والتغيرات التكنولوجية المتسارعة إلى تقدم ونمو الأنشطة الاقتصادية عموماً والخدمات التأمينية على وجه الخصوص وما برز منها من خدمات يفرض تسويقها استخدام الطرق الحديثة بالاستعانة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، فبات تسويق الخدمات التأمينية من الجوانب المهمة والأساسية التي شهدت تطوراً ونموً واسعاً وكبيراً في الفترة الماضية. فالتطور التقني الهائل وتنوع وسائل الاتصال الحديث سهل عملية تقديم الخدمات التأمينية والتواصل السريع والمباشر مع العملاء، وقلل جهود التسويق التقليدي والقيام بالزيارات الميدانية لاستقطاب الزبائن، إضافةً إلى الاستجابة السريعة لرغبات العملاء وبالتالي زيادة حصتها السوقية في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها قطاع التأمين

التأمين الالكتروني

في يومنا هذا يمكن القول بان قطاع التأمين يظهر كانشط واهم المواد الاقتصادية في اغلب دول العالم لانه يرتبط وبشكل مباشر في تحقيق التنمية الاقتصادية وذلك عن طريق دعم الانشطة الاقتصادية المتنوعة . كالاستثمار و الاعمال المالية والتداولات التجارية المتنوعة وغيرها من الانشطة الاخرى ، وكما يعد أيضا عاملاً مؤثراً وحقيقي في تلك الانشطة ، لذلك يتوجب تسهيل الاجراءات المتبعة والحيلولة دون وجود تعقيدات اجرائية تصب في اعاقه اعمال المستهلكين للحصول على الخدمات المرجوه من المصلحة التأمينيه ، ومن اجل الوصول الى هذا الهدف وتجاوز هذه العقبات و التخلص منها في طرح هذا المنفعة التأمينية ، تحاول الكثير من الشركات المحلية والعالمية ان تطرح منتجاتها عن طريق مواقع الكترونيه تستطيع من خلالها تسويق هذه المنتجات وترويجها مما تحقق فوائد وامتيازات كثيرة ومتعددة امام المستفيدين منها وبشكل مباشر مما يساعد في التشجيع على شراء هذه المنافع والاستفادة منها بشكل الالكتروني ، ولكي نستطيع فهم ما تعنيه تنفيذ التأمين واجراءاته الكترونيا يجب علينا ان نسلط ال ضوء معنى التأمين الالكتروني من خلال شرحه وبيان حاجته والغاية من وجوده ، ولذلك سوف نقوم بشرح معنى التأمين الالكتروني أولا ومن ثم نقوم بعرض الغاية من وجوده في السوق .

التأمين الإلكتروني معنى ومفهوم

لم يكن من السهل العثور على معنى ومفهوم واضح متفق عليه للتأمين الإلكتروني في مجمل محافل شركات التأمين المحلية والمراجع التأمينية والقانونية ، ويرجى ذلك لعدم وجود تنظيم قانوني صريح لعمليات التأمين الإلكتروني ، واعتماد الطرق التقليدية للتأمين (اتفاق يتم التعهد به لطرف سواء شخصيا او للغير لقاء قسط معين ، يحصل من خلاله على مبلغ من المال او اي اداء اخر يعيده على الوضع الذي كان عليه وذلك بعد وقعه في حاله تحقق لخطر ما منصوص عليه في العقد المبرم) او (عقد وعملية فنية في نفس الوقت "لاحتواء على جانب قانوني والاخر فني" يقوم على علاقه تعاقدية بين طرفيه وكذلك عملية فنيه تقوم على اساس التعاون بين عدد من الاشخاص والاشترك في تحمل ما يصيبهم من اخطار متحققة . يتضح من ما سبق أن التأمين كعقد من العقود التجارية الاحتمالية يقوم على جانبيين فني وقانوني، فالجانب القانوني يقوم على فكرة أن شخص ما قد يخشى للتعرض الى خطر معين، فيسعى لتأمين نفسه ضد هذا الخطر أو للتأمين على أمواله وذلك من خلال علاقة تعاقدية اساسها عقد التأمين وبه يلتزم المؤمن بدفع التعويض المناسب للمؤمن له في حالة تعرضه للأخطار المؤمن ضدها، أما الجانب الفني فانه قائم على فكرة التعاون التي تؤدي توزيع نتائج الكوارث والخسائر بين أفراد المجموعات، وبالتالي يكون الرصيد المشترك كافيا للوفاء بالتعويضات.

ولكننا وبالرغم من ذلك نجد ان التأمين ظل يمارس وفق الطريقة التقليدية وهو ما وجدناه واقعا لدى شركات التأمين المحلية التي تمارس التأمين بصورته التقليدية فقط، وان لم يعرف القانون التأمين الإلكتروني ضمن نصوص مواده، الا انه يمكن أن يسعف شركات التأمين بضرورة تبني عرض خدمات التأمين إلكترونياً، لان هذا ما هو إلا عقداً إلكترونياً يتم فيه اجراء المفاوضات وتقديم الطلبات و ابرام العقد بوسائل الكترونية بعيدة عن الصعوبات الادارية المعقدة، وخصوصاً انه قد عرف العقد الإلكتروني في قانون التوقيع الإلكتروني والمعاملات الإلكترونية على انه ((ارتباط الايجاب الصادر من احد العاقدين بقبول الاخر

على وجه يثبت اثره في المعقود عليه، والذي يتم بوسيلة الكترونية وفقاً للتعريف المتقدم انه يمكن اجراء التأمين الكترونياً وذلك لكونه عقد تقدم فيه الطلبات والمستندات والمعاملات بوسائل الكترونية.

بالرغم ان اغلب دول العالم لم تنظم التأمين الالكتروني ضمن قانون مستقل، الا ان بعضها قد تبني فكرة عرض خدمات التأمين الكترونياً على ارض الواقع مستنداً في ذلك الى قوانين التجارة الالكترونية والتوقيع الالكتروني والتي سمحت اجراء العقود الكترونياً، وحيث ان عقد التأمين يمكن ان يبرم الكترونياً ويستند في تنظيمه الى قانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم 78 لسنة 2012، أضيف الى ذلك ان هناك دول أصدرت قرارات لإشاعة مفهوم التأمين الالكتروني، وعلى سبيل المثال قرار رقم (2) لسنة 2012 بشأن استخدام النظام الالكتروني الفلسطيني لتأمين المركبات وتنظيم الية عمله، فهذه خطوة نحو استخدام شبكة الانترنت في عرض خدمات التأمين، وبناءً على ما تقدم يمكن لنا أن نعرف التأمين الالكتروني وذلك بالاستعانة بقانون التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية رقم 78 لسنة 2012 على انه (العقد الذي يلتزم به المؤمن بتقديم التغطيات التأمينية وما يتعلق به من عرض أو تعاون وتعاقد عبر الانترنت وذلك مقابل أقساط أو أي دفعة مالية اخرى يؤديها المؤمن له عن طريق وسائل الدفع الالكتروني) .

التأمين الإلكتروني والغاية من وجوده في السوق

ان بيان معنى التأمين الإلكتروني كما تقدم لا يمكن ان كافيا لبيان خصوصية اللجوء الى عرض خدمات التأمين الكترونياً، والتوجه نحو تبني هذه الفكرة من قبل شركات التأمين، فلا بد من عرض الغاية من التأمين الإلكتروني من خلال بيان اهم الخصائص المتعلقة به ولأجل ذلك سوف نقوم بعرض مجموعة من الخصائص التي تميزه عن غيره من العقود من خلال ما يلي :

1- التأمين الإلكتروني عقداً الكترونياً:

يتميز التأمين الإلكتروني بأنه عقد يتم ابرامه عن بعد، لان عملية بيع وشراء خدمات التأمين تتم عبر شبكات الانترنت، حيث ان أطراف العقد غير متواجدين في مجلس العقد من حيث المكان، فهو تعاقد بين غائبين من حيث المكان وتعاقد بين حاضرين من حيث الزمان، كما يتم الوفاء في العقد الكترونياً

وبناءً على ما تقدم، فإن التأمين الإلكتروني عقد يقوم على عمليات ومراحل متعددة من اهمها الاعلان والعرض لخدمات التأمين ومن خلال ذلك تقوم شركة التأمين بعرض موقعها الإلكتروني للمستهلكين، ثم تأتي مرحلة الاختيار من قبل المستهلكين تمهيداً للتفاوض مع شركات التأمين وذلك بتبادل المعلومات الكترونياً وصولاً الى ابرام العقد والتزام الاطراف بالتنفيذ وفقاً للشروط التي تضمنها العقد الإلكتروني.

2- التأمين الإلكتروني من عقود الازعان:

ان ما يميز التأمين الإلكتروني كونه من عقود الازعان على اعتبار ان المستهلك لا يملك الا أن يضغط في عدد من الخانات المقترحة امامه في الموقع الإلكتروني لشركة التأمين، فالمستهلك يجد امامه طلب التأمين ثم شروط محددة مسبقاً، فهو لا يملك ان يناقش أو يعارض شركة التأمين حول شروط التعاقد، لأنه لا يملك إلا التوقيع في حالة القبول أو عدم التوقيع في حالة الرفض .

لذلك ان على شركات التأمين الالكترونية إذا ارادت الاقبال على التأمين على مواقعها الالكترونية أن تجعل هناك وسيطاً الكترونياً، يعمل على التفاوض مع المستهلكين والاجابة عن كل ما يتعلق بتقديم خدمات التأمين وذلك لتعزيز الثقة لدى المستهلكين وزيادة اقبالهم نحو ابرام عقود التأمين الكترونياً والعزوف عن عقود التأمين التقليدية.

3- التأمين الالكتروني من عقود حسن النية.

ان ابرام المستهلك عقد التأمين الكترونياً، وذلك لأجل التزود بخدمة التأمين يعتمد بشكل كبير على الثقة المتبادلة بين شركة التأمين والمستهلك (المؤمن له)، وذلك لعدم التقاء الطرفين، حيث أن آلية بيع هذه الخدمات تكون عن طريق افصاح طالب التأمين عن البيانات التي تطلبها الشركة، من خلال ملئ طلب او استمارة البيانات الكترونياً، وفي ضوء ما تقدم تقوم شركة التأمين بتحديد درجة الخطر وأسعار خدماتها التأمينية المناسبة له، وفي حالة تحقق الخطر المؤمن ضده، سوف تلجأ شركة التأمين بالتأكد من البيانات التي أفصح عنها المؤمن له، فاذا تبين ان البيانات المقدمة غير صحيحة لا يحصل المؤمن له على التعويضات، وهو ما ينسجم مع مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود. لذلك على اطراف عقد التأمين الالكتروني مراعاة مبدأ حسن النية في مرحلة المفاوضات والتنفيذ والافصاح عن جميع المعلومات والبيانات التي تساعد الاطراف على زرع الطمأنينة والثقة وأن كان العقد قد أبرم الكترونياً، وعليه فإن الالتزام بمراعاة مبدأ حسن النية في عقد التأمين يشكل قيداً على المستهلك وشركات التأمين التي تستمد احكامها من مبدأي سلطان الارادة والعقد شريعة المتعاقدين .

مميزات التأمين الإلكتروني

إن ما تحدثنا به سابقاً من الخصائص المتعلقة بالتأمين الإلكتروني والتي تقودنا الى ذكر مجموعة من المزايا التي يحققها التأمين الإلكتروني حيث انها تشكل عاملاً مشجعاً للمستهلكين نحو التوجه لإبرام عقود التأمين الإلكتروني، فأن التأمين الإلكتروني بحد ذاته يحقق لنا المزايا التالية:

- 1- يساهم التأمين الإلكتروني في توسيع نطاق التجارة الإلكترونية وتقنية المعلومات، باعتباره من وسائل المبادلات الإلكترونية التي تنسجم مع النشاطات التجارية التي تمتاز بالسرعة والمرونة وهذا لا يتحقق إلا من خلال تجاوز الاجراءات التقليدية في إبرام عقود التأمين، لأن اللجوء الى إبرام العقد الكترونياً سيشجع الشركات الكبرى وخصوصاً الشركات الاستثمارية التي ترغب في التأمين على استثماراتها من المخاطر التجارية وغير التجارية من خلال الدخول الى المواقع الإلكترونية لشركات التأمين واجراء عقد التأمين الكترونياً.
- 2- يساعد التأمين الإلكتروني على انتشار وتوسيع انواع معينة من التأمين، كالتأمين على السيارات والتأمين على المنازل والممتلكات والمشاريع الاستثمارية، لأنها أكثر ملائمة للتسويق عبر الانترنت، لان وضعها وتقدير قيمتها يكون باستعمال عدد قليل من المقاييس .
- 3- ان اجراء عملية التأمين الكترونياً يساعد في اختصار عمليات التأمين التقليدية والطويلة، لأن التأمين عملية معقدة ذات اجراءات طويلة، فالتأمين الإلكتروني يختصر هذه العمليات بأقل خطوات ممكنة.

- 4- ان استعمال ادوات التأمين الالكتروني يساعد في تقليل الوقت والكلفة على المستهلكين وتوفير آلية سريعة في الوفاء والاداء المالي بعيداً عن الاجراءات التقليدية التي تحتاج الى جهد مادي ومالي وهو قد لا نحتاج اليه في اللجوء الى خدمات التأمين الكترونيّاً.
- 5- يساعد التأمين الالكتروني المستهلكين الوصول مباشرة الى المدراء والمسؤولين في شركات التأمين الالكتروني وفي أي وقت يشاء وكذلك الاجابات الفورية عن المسائل المتعلقة بالعملية التأمينية

الاثار والالتزامات المترتبة على إدراج التأمين الالكتروني كمنصة تسويقه

اشرنا في الفصل السابق انه من اهم خصائص التأمين الالكتروني انه عقدا الكترونيا يتم من خلال شبكة الانترنت والمواقع المتاحة فيه تبتث عن طريق شركات التأمين والتي يقوم وجودها على هذا الاساس ، لذا فأنا في هذا الفصل سوف نقوم ببحث الاثار والالتزامات المترتبة على إدراج التأمين الالكتروني كمنصة تسويقية وبالشكل التالي :

1- التزامات المؤمن له

- يلتزم المستهلك (المؤمن له) بمقتضى عقد التأمين الالكتروني بالإفصاح عن البيانات المتعلقة بالخطر المضمون عند ابرام العقد وبعد ابرامه حتى يتمكن المؤمن ((شركة التأمين)) تقدير المخاطر التي يمكن ان تقع على عاتقه حيث ان الخطر هنا يشكل العامل الرئيسي التي يقوم عليها التأمين الالكتروني، فالمقصود هو تفادي أو تخفيف أثر الخطر، فالمؤمن يحرص على معرفة اكبر قدر من المعلومات عن الخطر وعليه يمكن لشركات التأمين ان تتخذ قرارها في قبول التأمين من عدمه ، وفقا لما تنص عليه الشروط التأمينية على انه (يلتزم المؤمن له بان يقرر وقت ابرام العقد كل الظروف المعلومة له، والتي يهم المؤمن معرفتها، ليتمكن من تقدير المخاطر التي يأخذها على عاتقه، ويعتبر مهما في هذا الشأن الوقائع التي جعلها المؤمن محل اسئلة مكتوبة.

وهنا يمكننا القول بان بانه يتوجب على طالب التأمين الالتزام بالشفافية والافصاح عن البيانات والمعلومات عن محل التأمين والظروف المحيطة بالخطر المؤمن منه، اصف الى ذلك انه يجب على المؤمن له الادلاء بتلك البيانات اثناء سريان العقد وكل ما يستجد من احوال تؤدي الى زيادة حدة الخطر المؤمن منه، والالتزام المتقدم قد اصبح من الامور المسلم بها في عرف التأمين الالكتروني،

لان عملية تقديم خدمات التأمين عبر الانترنت تعتمد بشكل كبير على الثقة المتبادلة بين اطراف التعاقد، حيث ان آلية بيع هذه الخدمات تكون عن طريق افصاح طالب التأمين عن البيانات التي تطلبها شركة التأمين من خلال ملئ نموذج خاص متاح على الموقع الالكتروني لشركة التأمين، وبناءاً على البيانات المقدمة من قبل المستهلك الالكتروني تقوم شركة التأمين بتحديد درجة الخطر وأسعار خدماتها التأمينية المناسبة له.

- يلتزم المؤمن له بأداء قسط التأمين والذي يعتبر من ابرز الالتزامات على عاتق (المؤمن له)، لأنه يعد المقابل الذي يدفعه نظير التزام شركة التأمين بضمان الخطر، حيث ان هذه الاقساط تكون لشركات التأمين الالكترونية سلطة في تقديرها حسب نوع الخطر المؤمن ضده وبناءاً على البيانات التي تم الحصول عليها من قبل المؤمن له، وأن ما يتميز به التأمين الالكتروني هنا أن طريقة دفع القسط تتم بطريقة الكترونية بعيداً عن طرق الدفع التقليدية، وتعد وسائل الدفع الالكترونية من الوسائل الحديثة والتي تسمح للمؤمن له أن يسدد القسط عبر الانترنت سواء كان من خلال القيام بالدفع مباشرة من خلال الوسائل المتاحة لديه، وتتعدد وسائل الدفع الالكترونية ومن اهمها بطاقات الدفع الالكترونية او بطاقات الدفع الائتمانية او شركات الخدمات الدفع الالكتروني .

لذلك يتضح مما تقدم ان التأمين الالكتروني قد وفر لنا طريقة الدفع الالكتروني لأداء الاقساط وهو ما يحقق منافع ومزايا لأطراف العلاقة التأمينية.

- يلتزم المؤمن له بأشعار المؤمن بتحقق الخطر المؤمن منه ،وفي حال تحقق الخطر المؤمن منه تلتزم شركة التأمين بدفع مبلغ التأمين أو تعويض الضرر الذي لحق بالمؤمن له، وهذا لا يحدث تلقائياً ما لم يقوم المؤمن له بأعلام المؤمن بوقوع الخطر لكي يتخذ التدابير اللازمة لحصر نطاق الضرر والرجوع عن المسؤول عن وقوع الخطر ، وبما ان عملية التأمين اصبحت الكترونية ، فإن بإمكان المؤمن له

ارسال رسالة الكترونية يشعر فيها المؤمن بتحقق الخطر المؤمن منه، ويتم ارسال الرسالة الى الموقع الالكتروني المخصص لشركة التأمين، والتي من خلالها تقوم بالرد على هذه رسالة الى المؤمن له تعلمه فيها بتلقي الاشعار واستلامه ، ما نقصد من ذلك بان على المؤمن له ان يقدم تقرير مفصل عن تحقق الخطر والاضرار التي أصابت الشيء المؤمن ضده حيث يمكن تقديم هذا التقرير الكترونيا بشكل ينسجم مع ابرام عقد التأمين الكترونيا.

2- التزامات المؤمن

● يمثل الالتزام الابرز على عاتق شركة التأمين الالكترونية هو دفع مبلغ التأمين عند تحقق الخطر المؤمن ضده أو حلول أجل العقد اذا كان التزام المؤمن مضافاً الى أجل، كم اشارت اليه الشروط في عقود التأمين (متى تحقق الخطر، أو حل أجل العقد، اصبح التعويض أو المبلغ المستحق بمقتضى عقد التأمين واجب الاداء).

ويشترط لاستحقاق مبلغ التأمين أن يكون المؤمن له قد اوفى بجميع التزاماته التي فرضها عليه عقد التأمين الالكتروني تجاه شركة التأمين، وذلك بتقديم المؤمن له طلباً عن طريق الموقع الالكتروني لشركات التأمين ضمن نطاق متاح على موقع الكتروني تابع لشركة المؤمن، وأن يرفق معها ما يؤيد صحة معلوماته من مستندات وأدلة تؤكد صحة طلبه. يضاف الى الالتزام المتقدم التزام شركات التأمين الالكترونية بالسرية التامة وذلك بالمحافظة على اسرار العميل وعدم إفشائها لأي طرف كان وعدم تسريب أو استغلال المعلومات والبيانات المتحصلة عليها بحكم عملها، وتلتزم شركات التأمين الالكترونية بجميع موظفيها ووكلائها التابعين لها والبنوك المتعاقدة مع شركات التأمين بعدم افشاء اسرار العملاء، ويكون كل مسؤول مسؤولية تضامنية وتكافئية، وهذا العقد كسائر العقود لا بد ان ينقضي، لذلك يمكن ان ينقضي عقد التأمين الالكتروني، أما بانتهاء مدته، أو بتحقق الخطر المضمون ودفع التعويض، أو بفسخ العقد وغيرها من الاسباب الاخرى للانقضاء

التسويق الإلكتروني

إن موضوع التسويق بمفهومه الشامل المرتكز على استخدام الوسائل التقليدية في عرض السلع والخدمات للزبائن والتأثير عليهم لدفعهم للشراء، كعمل المعارض والإعلان بالصحف والمجلات والتلفزيون وتوزيع النشرات، قد تطور وتغير ليشمل استخدام الوسائل التكنولوجية والإلكترونية الحديثة، خاصةً مع الانتشار الواسع لاستخدام الانترنت، والمتمثلة بإنشاء مواقع للشركات على الانترنت، واستخدام البريد الإلكتروني والرسائل القصيرة SMS، فظهرت المحلات والشركات الافتراضية، والبنوك الإلكترونية وغيرها، لتحل بدلاً من المتاجر والشركات والبنوك التقليدية، فقد بين أن التسويق بمفهومه الشامل هو موضوع متغير ومتطور مع التطور التكنولوجي والتقني، فالتسويق التقليدي لم يعد كافياً في ظل المنافسة الشديدة وتدفق المعلومات، الأمر الذي تطلب اللجوء إلى التسويق الإلكتروني الحديث، المبني على أربعة عناصر أساسية هي المعلومات، التكنولوجيا، التوزيع، والأفراد. ومن هنا نشأ مفهوم التسويق الإلكتروني. والذي يمكن تعريفه بأنه (جميع الأنشطة والعمليات التي تقوم بها الشركة بهدف تقديم المنتجات والخدمات للجمهور وإقناعهم بالشراء، وذلك باستخدام الوسائل الإلكترونية كالمواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني والرسائل القصيرة SMS وغيرها من الوسائل الحديثة). وبالتالي يندرج في طياته مجموعه من الأدوات تساهم في تنفيذ هذه العملية والتي تقسم الى ما يلي :

- 1- **المنتج الإلكتروني:** هو جميع السلع والخدمات والأفكار والاستشارات التي تنتجها المؤسسات والأفراد، بهدف بيعها للآخرين والحصول بالمقابل على الأموال، لتحقيق الربح والفائدة.
- 2- **الترويج الإلكتروني:** هي الأنشطة التي تقوم بها الشركة بهدف جذب انتباه الجمهور لمنتجاتها، من خلال زيارة مواقعها على شبكة الانترنت، واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في عرض المنتجات والخدمات المختلفة للجمهور المستهدف.

- 3- **العمليات الالكترونية:** هي جميع العمليات والأنشطة والإجراءات والسياسات والبرامج التي تقوم بتحويل المدخلات إلى مخرجات.
- 4- **المستلزمات المادية الالكترونية:** هي البيئة المادية التي تُقدّم من خلالها الخدمات والمنتجات للعملاء ، والمتمثلة بأجهزة الحواسيب والاتصال والشبكات وأجهزة الخادم إلى غيرها من المعدات التقنية، التي يستخدمها الموظف ويتعامل معها أثناء تسويق خدمات الشركة للعملاء.
- 5- **مقدمو الخدمة الالكترونية:** هم كافة الموارد البشرية الذين يقومون بالتواصل مع الزبائن وإقناعهم بالشراء، وتقديم الخدمات والمنتجات لهم، إضافة إلى جمع المعلومات من العملاء وتحليلها للوقوف على مدى فعالية التسويق الالكتروني في تحقيق أهداف الشركة.
- 6- **كفاءة الخدمة:** هي قدرة المؤسسة المقدمة للخدمة على تحديد رغبات العملاء ومتطلباتهم بشكل واضح، وفعاليتها في تحقيق هذه الرغبات بما يضمن رضا هؤلاء الزبائن .

كما يُنظر إلى التسويق الالكتروني من جانب آخر وهو تحقيق التفاعل وتبادل المعلومات بين الشركة وزبائنها بهدف إحراز المنفعة المشتركة بين جميع الأطراف، ضمن بيئة الكترونية افتراضية ترتكز بالدرجة الأولى على الاستخدام الواسع للإنترنت وتطبيقاته، وإنشاء علاقات تبادلية بين الشركة وزبائنها لتحقيق الأهداف التسويقية المختلفة والمتمثلة باستقطاب زبائن جدد والمحافظة على الزبائن الحاليين.

مزايا التسويق الإلكتروني

يتمتع التسويق الإلكتروني للسلع والخدمات باستخدام الوسائل التكنولوجية والإلكترونية الحديثة بعدد كبير من السمات واليجابيات على مستوى الزبائن أو منظمات الأعمال، إذ تسابقت منظمات الأعمال على اختلاف أنشطتها التجارية على تسويق والإعلان عن منتجاتها وخدماتها باستخدام الوسائل الإلكترونية من خلال شبكة الانترنت ووسائل الاتصال الحديثة، وجمع المعلومات عن خصائص الأسواق ورغبات واحتياجات الزبائن في مختلف أنحاء العالم، بهدف تحقيق أكبر حصة سوقية وتعزيز الميزة التنافسية لها. حيث أشار العديد من المختصين والباحثين في هذا المجال إلى أبرز المميزات التي يتمتع بها مفهوم التسويق الإلكتروني والتي تدعم وتبرر استخدامها في منظمات الأعمال بمختلف أنشطتها التجارية وهي:

- 1- تقليل الجهد والتكلفة التي تبذلها الشركات في الإعلان عن منتجاتها وخدماتها مقارنة مع وسائل التسويق التقليدية.
- 2- توسيع قاعدة الزبائن والمستهلكين من خلال إيصال منتجات الشركة وخدماتها إلى عدد كبير من الأشخاص في كافة أنحاء العالم.
- 3- يتيح التسويق الإلكتروني المجال أمام المستهلكين للتعرف على أنواع السلع والخدمات وأسعارها ومقارنتها مع سلع وخدمات شركات أخرى.
- 4- تمكن الزبائن من الحصول على معلومات كافية عن الخدمات والمنتجات وفي أي وقت وأي مكان، ويسهل عليه عمليات التسوق مقارنة بالطرق التقليدية.

النتائج و التوصيات

بعد ان تناولنا موضوع ((التأمين الالكتروني والتسويق الالكتروني / خصائص ومزايا وأثار))
توصلنا الى جملة من النتائج وعدد من التوصيات , تتلخص فيما يلي :

➤ النتائج

- 1- التأمين الالكتروني واقع حديث عند أغلب الدول وخصوصا" النامية منها، فهي تتطلب ادوات تقنية وفنية تساعد في تغيير مفهوم التأمين التقليدي وتطويره.
- 2- ادراك تعريف التأمين الالكتروني بأنه (العقد الذي يلتزم به المؤمن بتقديم التغطيات التأمينية وما يتعلق به من عرض أو تفاوض وتعاقد عبر الانترنت في مقابل اقساط أو اي دفعة مالية اخرى يؤديها المؤمن له للمؤمن عن طريق وسائل الدفع الالكتروني.
- 3- ان التطور الكبير والمذهل في واقع التجارة الالكترونية اسهم ظهور منتجات وخدمات تأمينية تروج في منصات واسواق الكترونية ، لذا على شركات التأمين التقليدية أن تسعى جاهدة نحو التحول الى اجراء عقود التأمين الكترونيا" بما يساهم في زيادة التنمية الاقتصادية لها وجذب الاستثمارات الى بلدانها.
- 4- التأمين الالكتروني تميز بجملة من الخصائص ، فهو عقدا" الكترونيا" وكذلك من عقود الادعان، اصف الى ذلك انه يعد من عقود حسن النية.

5- التأمين الالكتروني يحقق لنا جملة من المزايا والتي تكون عاملا " مشجعا" للمستهلكين نحو التوجه لإبرام عقود التأمين الكترونيا."

5- بيان اهم الاثار التي يترتبها ابرام عقد التأمين الالكتروني فهو يفرض التزامات على المستهلك (المؤمن له) وعلى المؤمن (شركة التأمين) وهي بطبيعة الحال تمثل حقوقا" لكلا الطرفين.

6- التسويق الالكتروني هو جميع الأنشطة والعمليات التي تقوم بها الشركة بهدف تقديم المنتجات والخدمات للجمهور وإقناعهم بالشراء، وذلك باستخدام الوسائل الالكترونية كالمواقع الالكترونية والبريد الالكتروني والرسائل القصيرة SMS وغيرها من الوسائل الحديثة.

7- التسويق الالكتروني يحقق لنا جملة من المزايا والتي تساهم في خلق اسواق جديده على مستوى العالم ، ويقلل الجهد والمال ، كما يساعد في تنوع السلع المعروضة مما يساعد على تمكّن الزبائن من الحصول على معلومات كافية عن الخدمات والمنتجات وفي أي وقت وأي مكان .

➤ التوصيات

1-ندعو وزارة الصناعة والتجارة ووزارة المالية للنهوض بواقع شركات التأمين لتمكن من تطوير

وتفعيل نظام التأمين الالكتروني

2-ندعو الاتحاد الاردني للتأمين بتطوير إمكانيات العاملين في قطاع التأمين في الاردن وادخالهم

في دورات احترافية حول معرفة التأمين الالكتروني وكيفية التسويق من خلاله ."

3- ندعو شركات التأمين في السوق المحلي ان تنشأ مواقع الكترونية افتراضية تعرض من خلالها

خدمات التأمين بما يسهل وصول المستهلكين اليها والتعامل معها وامكانية التحاور والتشاور

بين المستهلكين وخبراء الشركة وارسال البيانات المطلوبة وغيرها من الاجراءات الاخرى التي

تطلبها العملية التأمينية.

المراجع

- د. محمد ابراهيم ابو الهيجاء، عقود التجارة الالكترونية،
- د. عصام انور سليم، اصول عقد التأمين، منشأة المعارف، الاسكندرية.
- د. خميس خضر، عقد التأمين في القانون المدني، مكتبة القاهرة الحديثة،
- د. احمد شرف الدين، احكام التأمين -دراسة في القانون والقضاء المقارنين، ص12. وينظر كذلك
- ان التعريف اعلاه يطابق مضمون التعريف الوارد في القانون المدني المصري ولا يختلف عنه الا من حيث الصياغة وهو ما نصت عليه المادة
- د. يوسف حسن يوسف، التسويق الالكتروني، المركز القومي للإصدارات القانونية.
- د. ماجد محمد سليمان أبا الخليل، العقد الالكتروني
- د. محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية.
- عمر حسن الموفي، التوقيع الالكتروني وقانون التجارة الالكترونية.
- احمد شرف الدين، احكام التأمين
- د. هادي سعيد عرفة، حسن النية في العقود في الشريعة الاسلامية والقانون المدني .
- هبة ثامر محمود عبدالله، عقود التجارة الالكترونية
- محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية.
- د. بشار محمود دودين، الاطار القانون للعقد المبرم عبر شبكة الانترنت
- د. محمد فواز المطالقة، الوجيز في عقود التجارة الالكترونية.
- د. يوسف حسن يوسف، التسويق الالكتروني.
- عبدالهادي السيد محمد تقي الحكيم، عقد التأمين، حقيقته ومشروعيته.
- د. حسين عبدالله الرضا، الوفاء الالكتروني كوسيلة لتنفيذ الالتزام .
- د. توفيق حسن فرج، احكام التأمين، القواعد العامة للتأمين.

- نص المادة (4) من قرار رقم (2) لسنة 2012 بشأن استخدام النظام الإلكتروني الفلسطيني للتأمين على المركبات وتنظيم آلية عمله بمقتضى احكام قانون التأمين رقم 20 لسنة 2005 التي نصت على انه: ((تلتزم جميع الاطراف المستخدمة للنظام بالسرية التامة وعدم استخدام الشبكة بينها وبين أي طرف اخر لأي اغراض اخرى غير المخصصة لها...2- تلتزم جميع الجهات المستخدمة للنظام بالتوقيع على نموذج سرية المعلومات الذي يعتبر جزءاً لا يتجزأ من هذه الآلية)
- أ. سامر حجازين . أثر إتباع سياسة التسويق الإلكتروني على كفاءة الخدمات التأمينية.
- احمد، محمد، 2009، التسويق الإلكتروني، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان - الاردن.
- أبو فارة، يوسف احمد، 2004، التسويق الإلكتروني : عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان - الاردن.
- د. ماهر محسن . التنظيم القانوني للتأمين الإلكتروني.
- أبو النجا، محمد عبدالعظيم، 2008، التسويق الإلكتروني، الدار الجامعية، الاسكندرية - مصر
- نصير، محمد، 2005، التسويق الإلكتروني، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الاردن.
- محمود، عادل، 2001، استخدام تكنولوجيا المعلومات في التسويق الدولي، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية التجارة، جامعة طنطا، مصر.
- Charles lamb. Et, al., 2001, Essentials of marketing, south-western college publishing, P. 385-388.
- Leyland Pitt., et al., 2000, Cyber Service: Taming service Marketing Problems with The World Wide Web ,Business Horizons, January-February , Pp 11-17.