

الموضوع / التأمين الالكتروني

الملخص : استهدف البحث التعرف علي تعريف ومكونات التأمين الالكتروني وكذلك متطلباته التي تشمل مجموعه من المتطلبات الادارية والمتطلبات المالية والمتطلبات الفنية وايضا مميزات التأمين الالكتروني بالنسبة للبائع والمشتري والمشروعات وكذلك علي المستوي القومي ومعرفة مقومات التأمين الالكتروني التي تتمثل في اعداد شبكات اتصالات محلية ذات كفاءة عالية وانشاء موقع علي الشبكة وتجهيز الادوات والمعدات والبرامج اللازمة وكذلك الاهتمام بالعنصر البشري اللازم لتشغيل البنية التحتية .

ثم تطرق الباحث الي التحديات التي تواجه التأمين الالكتروني والمعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية في مجال التأمين .

وتتمثل اهمية البحث في الالية التي يتم بها تنفيذ نظام التأمين الالكتروني من خلال معرفة ومكونات منظومة التأمين الالكتروني وكذلك اساليب السداد .

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان	المسلسل
	طبيعة المشكلة هدف البحث فروض البحث منهج البحث تبويب البحث	
6	الفصل الاول مقدمة	1
	التعريف من وجهة نظر الباحث	
	الفصل الثاني العوامل التي ادت الي الحاجة الي التامين الالكتروني	2
7	الفصل الثالث مكونات منظومة التامين الالكتروني	3
	الجزء الاول مدخلات النظام	1/3
	الجزء الثاني نظام تشغيل التامين الالكتروني	2/3
	الجزء الثالث مخرجات نظام التامين الالكتروني	3/3
8	الفصل الرابع متطلبات التامين الالكتروني	4
	أولا المتطلبات الادارية	1/4
	ثانيا المتطلبات الفنية (التكنولوجية)	2/4
	ثالثا المتطلبات المالية	3/4
9	الفصل الخامس مميزات التامين الالكتروني	5
	مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للأفراد	1/5
	بالنسبة للبائع	2/5
	بالنسبة للمشتري	3/5
	مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمشروعات	4/5
	مزايا التجارة الالكترونية علي المستوى القومي	5/5
	موقف شركات التامين المصرية من التجارة الإلكترونية	6/5

14	مقومات وانعكاسات التجارة الالكترونية في مجال التأمين	1/5
	توافر البنية التحتية الاساسية	1/1/5
	اعداد شبكات اتصالات محلية ذات كفاءة عالية	1/1/1/5
	انشاء موقع علي الشبكة	2/1/1/5
	الادوات والمعدات والبرامج اللازمة	3/1/1/5
	العنصر البشري اللازم لتشغيل البنية التحتية	4/1/1/5
16	توافر البيئة القانونية والتشريعية الملائمة لتطبيق التجارة الالكترونية	2/5
17	التوسع في استخدام وسائل الدفع الالكتروني	3/5
	البطاقات البلاستيكية	1/3/5
	البطاقات الائتمانية	1/1/3/5
	بطاقات الدفع	2/1/3/5
	النقود الإلكترونية	2/3/5
	الهاتف المصرفي	3/3/5
	اوامر الدفع المصرفية الالكترونية	4/3/5
	نظام الانترنت المصرفي	5/3/5
	الكروت الذكية	6/3/5
19	4/ تطوير التشريعات الضريبية لتتناسب مع متطلبات التجارة الالكترونية	4/5
	الفصل السادس : تحديات التأمين الالكتروني	6
20	المشاكل المتعلقة بالتأمين الالكتروني	1/6
	فقدان أو اتلاف أو ضياع البيانات عن طريق القرصنة	1/1/6
	الاحطار الناتجة عن الفيروسات	2/1/6
	الوصول غير المصرح به إلي نظام المعلومات	3/1/6
	اختراق خصوصية المعلومات الشخصية	4/1/6
	التحدي الخاص بوسائل الدفع	5/1/6
	التحدي الخاص بالجهود التشريعية	6/1/6
	ارتفاع التكاليف الاستثمارية الخاصة بتبني استراتيجيات التسويق الالكتروني	7/1/6

23	<u>المعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية في التأمين</u> انخفاض درجة نمطية الخدمات التأمينية زيادة مخاطر الاختيار ضد مصالح شركة التأمين انخفاض معدل تكرار عملية الشراء للخدمات التأمينية مقاومة بعض الوسطاء لتطبيق التجارة الالكترونية ندرة المعلومات المتاحة عن وثيقة التأمين علي الانترنت ندرة عدد مستخدمي الانترنت من المستأمنين	2/6 1/2/6 2/2/6 3/2/6 4/2/6 5/2/6 6/2/6
24	<u>مزايا تطبيق التجارة الالكترونية في مجال التأمين</u>	3/6
25	<u>الفصل السابع : اليه التنفيذ</u> <u>اولا / 1- مكونات المنظومة</u> 1-1- شركة التأمين 2-1- جهات التوزيع ثانيا / اساليب السداد ثالثا / الدورة المعلوماتية لنظام التأمين الالكتروني رابعا / المواصفات الفنية لنظم المعلومات (التطبيقات) خامسا/ البيانات الواجب الافصاح عنها داخل الوثيقة سادسا/ التعديل والحذف سابعا /طباعة و اصدار الوثيقة ثامنا / تأمين دخول المستخدم تاسعا / المواصفات الخاصة لتأمين البيانات عاشرا / المواصفات الخاصة بالحماية من التزوير حادي عشر/ مواصفات البنية التحتية التكنولوجية ثاني عشر / حماية وامن المعلومات ثالث عشر /مواصفات البنية التكنولوجية اللازمة لأمن المعلومات بمركز معلومات الشركة او لدي شركات الاستضافة <u>الفصل الثامن : الخلاصة والنتائج والتوصيات</u>	7 1/7 1/1/7 2/1/7 2/7 3/7 4/7 5/7 6/7 7/7 8/7 9/7 10/7 11/7 12/7 13/7 8

اولا طبيعة المشكلة :-

عدم تعميم وتطبيق شركات التأمين نظام التأمين الالكتروني علي كل انواع التأمين.

ثانيا هدف البحث :-

دراسة وتحليل مزايا التأمين الالكتروني ومعوقات انتشاره والمزايا التنافسية التي يمكن ان تحققها شركات التأمين من وراء تبني اسلوب التأمين الكترونيا .

ثالثا فروض البحث :-

من اجل تحقيق هدف البحث يحاول الباحث اختبار الفروض الآتية :-

1/ لا تختلف درجة اهمية المزايا التي يمكن تحقيقها من خلال التعامل مع الشركات العاملة في مجال السوق التأمينية التي يحتاجها العميل .

2/ لا يوجد علاقة جوهرية بين الخدمات التأمينية والمزايا التأمينية التي يمكن الاستفادة منها وتحقيقها من خلال الاداء والتسليم الالكتروني للخدمات التأمينية التي يحتاجها العميل .

3/ لا يوجد تأثير لاهم العناصر والعوامل داخل الشركة علي العائد الذي يمكن تحقيقه للشركة .

4/ لا يوجد تأثير لاهم العناصر والعوامل خارج الشركة علي العائد الذي يمكن تحقيقه للشركة .

5/ لا يوجد تأثير لطبيعة التجارة الالكترونية ومقوماتها ومزاياها علي تبني شركة التأمين .

رابعا منهج البحث :-

اعتمد الباحث علي المنهج الاستنباطي لمجموعة قليلة من الدراسات السابقة حيث لم يجد الباحث من خلال البحث في المكتبة العلمية إلا عدد قليل من الدراسات السابقة التي تهتم بالتسويق الالكتروني او التجارة الالكترونية .

خامسا :- تبويب البحث

الفصل الاول : مقدمة وتعريف التأمين الالكتروني

الفصل الثاني : العوامل التي ادت الي الحاجة الي التأمين الالكتروني

الفصل الثالث : مكونات نظام التأمين الالكتروني

الفصل الرابع : متطلبات التأمين الالكتروني

الفصل الخامس : مميزات التأمين الالكتروني وموقف شركات التأمين منها وانعكاسات التجارة الالكترونية في مجال التأمين

الفصل السادس : تحديات التأمين الالكتروني

الفصل السابع : اليه التنفيذ

الفصل الثامن : الخلاصة والنتائج والتوصيات

1 / مقدمة

إن التامين الالكتروني يعتبر عملا من الاعمال الالكترونية، فقد ادي انتشار ظهور شبكات الحاسب الالي في نهاية حقبة الستينات من القرن العشرين الي ظهور مصطلح التجارة الالكترونية E COMMERCE حيث استخدم هذا المصطلح في سبعينات القرن العشرين حيث بدأت بعض الشركات الامريكية الكبيرة بإقامة شركات خاصة بها تربطها بعمالئها وشركاء اعمالها، لتسهيل الاتصال بهذه الاطراف، واختزال العمليات الورقية والاحتكاك البشري بينها . الا ان ظهور شبكة الانترنت واتساع نطاق استخدامها وتزايد عدد مستخدميها حول العالم قد ساهم بشكل كبير في تطور التجارة الالكترونية ونموها واتساعها بشكل كبير .

كما تعني الاعمال الالكترونية ، انها اتجاه المؤسسة الي مزاولة وظائفها الاساسية اليكترونيا وهذه الوظائف تختلف باختلاف نوعية المؤسسة واهدافها .

في ضوء ما تقدم اري ان :-

تعريف التامين الالكتروني

يعرف التامين الإلكتروني بأنه عقد يتعهد بمقتضاه شخص يسمى المؤمن ان يعوض شخصا اخر يسمى المؤمن له عن اي خسارة احتمالية يتعرض لها هذا الاخير مقابل مبلغ من النقود هو القسط الذي يقوم المؤمن له بدفعه الي المؤمن عن طريق استخدام مزيج من التكنولوجيا والخدمات من اجل الاسراع بأداء التبادل التجاري وايجاد الية من اجل تبادل المعلومات داخل مؤسسة الاعمال وبين مؤسسات الاعمال فيما بينها ومؤسسات الاعمال والعملاء، اي عمليات البيع والشراء .

2/ الفصل الثاني : العوامل التي ادت الي الحاجة الي التامين الالكتروني

هناك الكثير من المبررات التي جعلت العديد من الشركات في الكثير من الدول ان تسارع في تطبيق نظام التامين الالكتروني بسبب العديد من العوامل وهي :-

1/2 التقدم التكنولوجي وما يترتب عليه من مزايا عديدة في المجالات المختلفة .

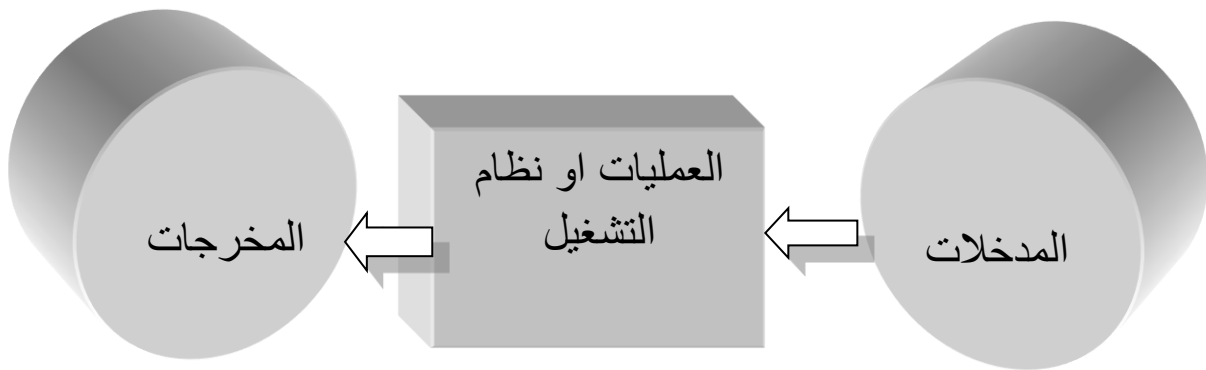
2/2 التكيف مع متطلبات البيئة المحيطة ، فانتشار التامين الالكتروني وتطبيقه من قبل شركات التامين علي بعض فروع التامين يحتم علي البلاد اللحاق بركب التطور والتقدم ومواكبة عصر السرعة . 3/2 زيادة الوعي التاميني والمعلوماتي لدي الكثير من المستفيدين ذوي العلاقة .

4/2 الجمود الشديد للأنظمة التقليدية والاجراءات الروتينية والحاجه الي تطوير اساليب العمل القديمة .

5/2 بطبيعة الحال التفاعل بين الاطراف سيتم بسرعة وبشكل متوازن بين جميع الافراد بعكس النظام اليدوي الذي يتسم بالبطء النسبي .

الفصل الثالث نظام التأمين الالكتروني:-

يعد نظام التأمين الالكتروني من الأنظمة الجيدة المرتبطة بالنظم الديمقراطية وبتطبيق سياسات الحرية الاقتصادية وتفعيل وأحكام آليات السوق وتوازنات العرض والطلب فالتأمين الالكتروني كنظام له ثلاث أجزاء وهي ما يوضحها الشكل التالي :-



(اعداد الباحث)

الجزء الاول مدخلات النظام :-

حيث يتكون هذا الجانب مما يحتاج اليه التأمين الإلكتروني من مستندات وما يتعين توافره له من متطلبات سواء كانت متطلبات قانونيه او اداريه او اقتصاديه او اعلاميه او مجتمعيه .

الجزء الثاني نظام تشغيل التأمين الالكتروني

يقصد به الجهات المسؤولة عن تطبيق نظام التأمين الإلكتروني وكذلك المشرفة علي التطبيق وجهات الرقابة وكل كيان اداري داخل الشركة او خارجها مساهم في تنفيذ ذلك النظام وفي تشجيع الالتزام بها وفي تطوير احكامها والارتقاء بفاعليتها .

الجزء الثالث مخرجات نظام التأمين الالكتروني

تتمثل مخرجات ذلك النظام في تحقيق الاهداف التي يسعى اليها الجميع فهي مجموعه من المعايير والقواعد والقوانين المنظمة للأداء والسلوك والممارسات العملية والتنفيذية سواء للشركات او المنظمات او المؤسسات او الجمعيات .

الفصل الرابع : متطلبات التامين الاليكترونى

للتغلب علي معوقات تطبيق التامين الاليكترونى كان لابد من توفير بعض المتطلبات اللازمة من خلال وضع برنامج استراتيجي متكامل لتنفيذه ويمكن تناول هذه المتطلبات فيما يلي:-

أولا المتطلبات الادارية :-

- * ان تطبيق نظام التامين الاليكترونى كان يحتاج الي ادارة جيدة تساند التطوير والتغير وتدعمة.
- * وجود قيادات ادارية تتعامل بكفاءة وفاعلية مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ولها القدرة علي الابتكار والتطوير .
- * التخلص من الاجراءات الروتينية المعقدة التي تعوق التطور والتجديد.
- * تخفيض الالعباء الادارية من خلال الربط بين الاطراف ذات العلاقة مما يمكن من وجود مرونة في التعامل فيما بينهم .
- * توعية الافراد بجدوي تطبيق نظام التامين الاليكترونى بما يدعم ويعمل علي تفعيل دور القطاع الخاص بجانب القطاع الحكومي .
- * الاسراع في رسم الخطط اللازمة للتحويل للعمل بالنظام الاليكترونى .

ثانيا المتطلبات الفنية (التكنولوجية) :-

- * تحديث البنية الاساسية للأجهزة والبرمجيات لتقديم الخدمة الكترونيا.
- * وجود قاعدة بيانات ومعلومات دقيقة ومتطورة والاستفادة من التقنيات المتاحة .
- * تفعيل الاكسترانت وهو الشبكة التي تربط شبكات الانترنت الخاصة بشركات التامين والمؤمن عليهم معا وتؤمن لهم تبادل المعلومات مع الحفاظ علي الخصوصية .
- * تفعيل دور الانترنت لدي الافراد لما له من تأثير مهم في التغير الثقافي العالمي بحيث يكون بإمكان اي المتعاملين بالنظام الاليكترونى من اجراء مناقشات مع اعضاء باقي المنظومة .
- * توضيح ان النظام الاليكترونى ليس غاية في حد ذاته انما هو وسيلة لتحقيق غايات اخري وهي التطور والتقدم .
- * عمل التوافق اللازم بين انظمة الكمبيوتر لدي شركات التامين ومقدمي الخدمة .

ثالثا المتطلبات المالية :-

- * توافر الاجهزة والبرامج الاليكترونية وتحديثها باستمرار من خلال رصد ميزانية مستقلة لتطبيق هذا النظام .
- * تخصيص مبلغ لدعم البحوث والدراسات وتدريب الكوادر البشرية .

*تخصيص مبلغ للصيانة الدورية والشاملة لهذه البرامج.

رابعاً المتطلبات الاجتماعية :-

*تنمية الوعي الثقافي لدي الافراد بمزايا تطبيق وإدخال التكنولوجيا .

*زيادة الكوادر البشرية المتخصصة بالعاملين الحاليين علي استخدام النظام.

الفصل الخامس : مميزات التأمين الالكتروني وموقف شركات التأمين منها

اولاً مزايا التجارة الالكترونية :-

هناك العديد من المزايا التي يمكن تحقيقها من وراء انتشار التجارة الالكترونية في مجال تسويق السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت سواء بالنسبة للأفراد او المشروعات او علي المستوي القومي او علي المستوي العالمي.

ويمكن عرض هذه المزايا علي النحو التالي :

1/ مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للأفراد:

تحقق التجارة الالكترونية العديد من المزايا لكل من البائع والمشتري علي النحو التالي:

1/1 بالنسبة للبائع:-

1/1/1- تمكن التجارة الإلكترونية البائع من الوصول للأسواق العالمية ، ومن ثم فهي تؤدي الي زيادة الفرص المتاحة أمام البائع لعرض منتجاته في مختلف الأسواق باقل التكاليف .

2/1/1- تمكن التجارة الالكترونية من الحصول علي معلومات فورية عن الاسواق ورغبات المستهلكين بما يحقق لها الاستجابة السريعة لاحتياجات المستهلكين .

3/1/1 – تحقق التجارة الالكترونية مزيداً من المبيعات الكلية للبائع كل يوم كما أنها تحقق تنوعاً في نوعية هذه المبيعات .

4/1/1 – تشجع التجارة الالكترونية البائع علي تحسين جودة منتجاته ومن ثم زيادة قدرته علي التنافسية امام غيره من البائعين ، وتحقيق مزيد من فرص النجاح .

2/1 بالنسبة للمشتري :-

1/2/1 تمكن التجارة الالكترونية من التعرف علي ما هو متاح بالأسواق المختلفة ، والمفاضلة بينها لاختيار ما يناسبه ، مما يحسن من فرض الاختيار امام المشتري ، وفي ذلك يري البعض ان التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت توفر للمستهلك المزيد من الاختيارات ، كما توفر له الراحة وذلك بالمقارنة بالوسائل التقليدية للشراء.

2/2/1 سرعة استلام المنتج ، اذ أنه في بعض المنتجات خاصة التي يتم توزيعها أو تسليمها للمستهلك إلكترونياً- حيث انه نجد ان الوقت الذي يفصل بين طلب الشراء والحصول علي السلعة أو الخدمة لا يتعدى سوي دقائق قليلة.

3/2/1 إمكانية التعرف علي الاسعار والمواصفات ومعاينة السلع والتعاقد والساد واستلام السلعة دون مغادرة مكانة ودون الحاجة لترتيبات مسبقة لالتقاء مشترك .

4/2/1 يتمكن المشتري في ظل التجارة الالكترونية من الحصول علي المنتجات التي تلبي احتياجاته بالجودة المناسبة والسعر المناسب وفي اقل وقت ممكن.

5/2/1 – تمكن التجارة الالكترونية الافراد من التسوق 24 ساعة يوميا علي مدار العام من أي مكان في العالم .

6/2/1 – تحقق التجارة الالكترونية المشتري امكانية الحصول علي منتجات وخدمات جديدة لم تكن متاحة من قبل .

7/2/1 – تمكن التجارة الالكترونية المشتري من الحصول علي سلع اكثر جودة وبسعر منخفض ، مع وجود تشكيلة افضل من المنتجات بسبب اتساع السوق وزيادة المنافسة بين المشروعات .

8/2/1 – في ظل التجارة الالكترونية فان خدمة المستهلك تصبح اكثر كفاءة ، حيث يتم الاجابة علي تساؤلات واهتمامات المستهلكين من خلال الموقع الالكتروني للمشروع web site علي شبكة الانترنت وكذلك من خلال البريد الالكتروني E-MAIL كما يتم تحسين خدمات ما بعد البيع ، مما ينعكس علي تحسين العلاقات بين البائعين والمشتريين .

مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمشروعات

تتمثل اهم مزايا التجارة الالكترونية بالنسبة للمشروعات فيما يلي :

1/2 توفر التجارة الالكترونية عنصرا أساسيا من عناصر تحقيق القدرة التنافسية ألا وهو عنصر المنافسة في الزمن ومن ثم زيادة الانتاجية وتخفيض التكاليف .

2/2 قدرة التجارة الالكترونية في الصناعات الصغيرة علي توفير نظام محاسبي دقيق وادارة قاعدة بيانات تنظم عمليات البيع والشراء والعلاقات مع العملاء وتصميم وتنفيذ حملات تسويقية وترويجية .

3/2 تعد التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت وسيلة متميزة للوصول الي الاسواق العالمية في وقت واحد وباقل التكاليف .

4/2 في ظل التجارة الالكترونية يكون هناك انخفاض في التكاليف عن التجارة التقليدية

فعلي الرغم من أن انشاء موقع الكتروني للمشروع علي شبكة الانترنت يترتب عليه تكاليف معينة الا أن تكلفة استخدام الشبكة تعتبر منخفضة بالنسبة لقنوات التوزيع الأخرى وقد اوضحت منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية أن التبادل الالكتروني للبيانات قد ادي الي خفض تكلفة توزيع الخدمات المالية والتامين والبرمجيات بنسبة تتراوح بين 50% % 90 % ويتركز هذا الانخفاض في قطاع التصدير حيث يمكن تحميل الخدمات علي الشبكة بدون تحميل مصاريف ويشير راي اخر الي اوجه الوفورات التي يمكن تحقيقها من وراء التجارة الالكترونية وتتمثل في :-

- تخفيض تكاليف التخزين حيث انه في ظل التسويق الالكتروني يتم الاعتماد علي نظم السحب pull – type – system والتي تبدأ من خلال معرفة رغبات المستهلك ومتطلباته ثم استخدام اسلوب just – in – time وبالتالي تخفيض حجم المخزون الي اقل حد ممكن .

مزايا التجارة الالكترونية علي المستوى القومي

1/3 تساهم التجارة الالكترونية في تحقيق الانفتاح علي الاقتصاد العالمي وذلك من خلال زيادة قدرة المشروعات علي اختراق الاسواق العالمية مما يعود بالنفع علي الاقتصاد القومي .

2/3 ظهور وانتشار صناعات جديدة تهتم بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

3/3 تساهم التجارة الالكترونية في تنمية العديد من الصناعات خاصة في مجالات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الامر الذي سياتي في زيادة معدلات التنمية .

4/3 تعتبر التجارة الالكترونية وسيلة لتحسين الخدمات الحكومية حيث يمكن من خلالها تبسيط الاجراءات الحكومية للتيسير علي المتعاملين مع الجهات الحكومية إلكترونيا .

5/3 تساعد التجارة الالكترونية علي تنشيط حركة سوق الاوراق المالية وذلك من خلال استخدامها لصغار المدخرين الذين يمكنهم متابعة حركة السوق وتنفيذ أوامر البيع والشراء من خلال شبكة الانترنت .

6/3 التأثير علي تحديد السوق ونطاقه وعدم قصوره علي مواقع جغرافية معينة حيث يتسع نطاق التجارة المحلية لتشمل الدولة بأكملها ويتسع نطاق التجارة الدولية ليشمل العالم بأسره وبالتالي إمكانية فتح اسواق جديدة للدول النامية .

7/3 المساهمة في حل مشكلة الزحام والاختناقات المرورية والحد من التلوث البيئي في المجتمع إذا أن البيع أو الشراء غالبا ما يتم في موقع المستهلك .

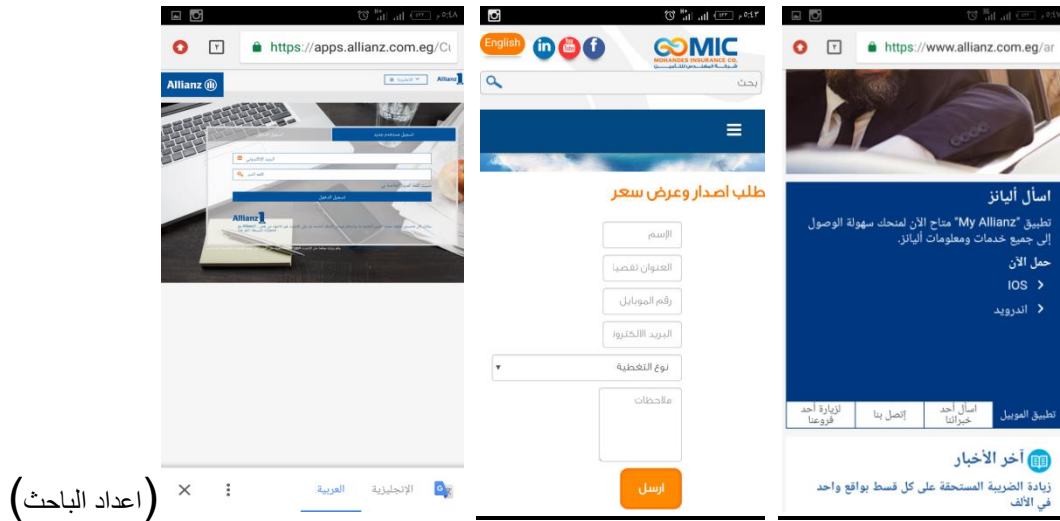
موقف شركات التامين المصرية من التجارة الالكترونية

في ظل التطور الهائل للتجارة الالكترونية وتعاضم دورها في مجال تسويق السلع والخدمات عبر شبكة الانترنت فمن المتوقع حدوث تغيرات جذرية في كافة القطاعات الاقتصادية ومنها التامين .

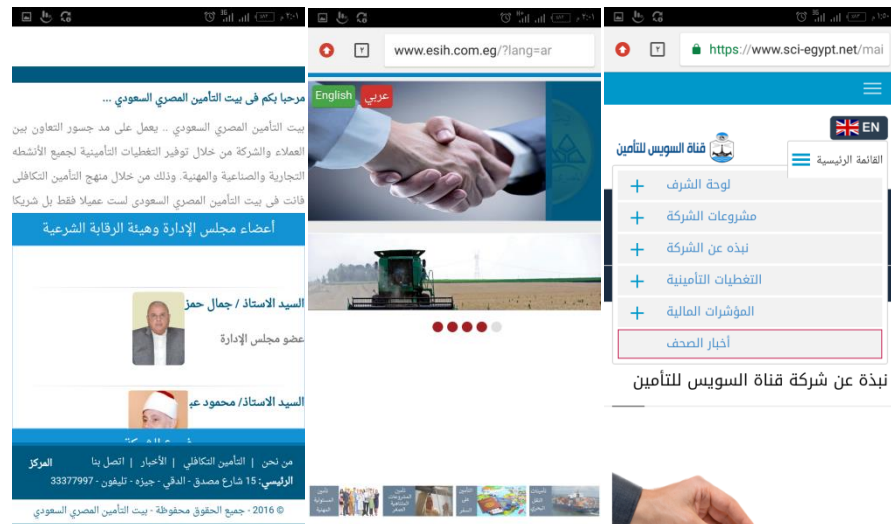
تعتبر صناعة التأمين كمجال واسع للخدمات المالية من الصناعات التي تلعب التجارة الالكترونية دورا واضحا فيه حيث أصبحت تعتمد علي معلومات من خارج نطاق المنظمة التي تمارس الخدمة التأمينية ومن ثم فقد زاد الاهتمام بتطوير السوق الالكتروني للخدمة التأمينية .

ومن خلال زيارتي لبعض مواقع شركات التأمين على الانترنت اري ان

1/ بعض شركات التأمين تمارس بالفعل التأمين الالكتروني ولكن علي استحياء ومن امثلة ذلك



2/ اما البعض الاخر الموجود علي مواقع الانترنت لا يرقى الي اعتباره تجارة الكترونية وانما هو صورة من صور الاعلان حيث يقتصر الموقع علي عرض المعلومات وعرض التقارير فقط دون الخدمات ولا تعرض هذه المواقع الاسعار او صور وثائق الكترونية يمكن شراؤها ومن امثلة ذلك :-



(اعداد الباحث)

3/ يمكن القول بان بعض شركات التأمين تقوم بالتعامل الالكتروني او انها دخلت الي مجال التجارة الالكترونية لمجرد انها تملك موقعا علي الانترنت او اصبح لها بريد الكتروني

E – MAIL حيث أن الاعمال الالكترونية عملية مستمرة تهدف الي تقديم اسلوب افضل لأداء العمل ويمكن القول بان شركة التامين دخلت الي السوق الالكتروني عندما تعرض منتجاتها بصورة واضحة للعميل من خلال الانترنت بحيث يمكنه شراء الخدمة التأمينية الكترونيا دون الذهاب الي الشركة.

في ضوء ما سبق يتحتم دراسة ما هي الاسباب الحقيقية وراء الضعف في انتشار التجارة الالكترونية في مجال التامين وكذلك دراسة انعكاسات تطبيق التجارة الالكترونية علي شركات التامين تمهيدا لوضع الاستراتيجيات المناسبة التي تكفل لشركات التامين تحقيق اكبر استفادة ممكنة من التجارة الالكترونية لتدعيم قدرتها التنافسية في ظل هذه العالم التكنولوجي المتغير.

وباستقراء الدراسات السابقة تتضح عدة ابعاد وذلك علي النحو التالي :-

- 1/ ندرة الدراسات المتعلقة بالتجارة الالكترونية في مجال التامين وخاصة الدراسات العربية
- 2/ هناك حاجة ماسة لتطوير صناعة التامين كأحدي صناعات الخدمات المؤثرة في تدعيم الاقتصاد وتوضيح كيفية مواجهه الاثار السلبية علي هذه الصناعة واكتشاف الاتجاهات البحثية السائدة في مجال التسويق الالكتروني للتامين ويلزم لذلك :-
- 1/2 ضرورة استخدام الاساليب العلمية الحديثة والمتطورة في مجال تسويق الخدمات التأمينية.
- 2/2 ضرورة ابتكار منتجات تأمينية حديثة تتناسب مع الاحتياجات المتغيرة للمستهلكين .
- 3/2 ضرورة مواكبة التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتوظيفها في كافة عمليات التامين .
- 4/2 ضرورة تطوير ادوات وصف وقياس وتقييم وتنبؤ واليات تصميم وتنفيذ ومتابعه خاصة بالتسويق الالكتروني كجزء من شركات التامين كمنظمة الكترونية .
- 3- التجارة الإلكترونية في شركات التامين لا تحظى بالاهتمام الكافي مقارنة باستخدامها في المؤسسات المالية الأخرى كالبنوك .
- 4- لم تتناول أي من هذه الدراسات اتجاهات المستأمن المصري بالنسبة للتسويق الالكتروني للخدمة التأمينية .
- 5 – لم تتناول اي من هذه الدراسات انعكاسات تطبيق التسويق الالكتروني للخدمات التأمينية علي عناصر المزيج التسويقي .
- 6 – لابد من تطوير الاساليب البحثية في كافة الاتجاهات البحثية المتعلقة بالتسويق الالكتروني للخدمات التأمينية .

وتأسيسا علي ما سبق يمكن القول بان :-

1/ التجارة الالكترونية أصبحت واقعا لا يمكن تجاهله .

2/ لتبني تكنولوجيا الانترنت فانه يجب اجراء تغييرات في الاستراتيجية العامة للمنشآت لتحويلها الي استراتيجية الكترونية .

3/ الانترنت سهلت وغيرت قنوات التوزيع التقليدية .

مقومات وانعكاسات التجارة الالكترونية في مجال التأمين

اولا مقومات تطبيق التجارة الالكترونية في مجال التأمين:-

تتمثل أهم مقومات تطبيق التجارة الالكترونية في مجال التأمين في العناصر التالية:-

1/ توافر البنية التحتية الاساسية .

2/ توافر البيئة القانونية والتشريعية الملائمة لتطبيق التجارة الالكترونية .

3/ التوسع في استخدام وسائل الدفع الالكتروني .

4/ تطوير التشريعات الضريبية لتناسب مع متطلبات التجارة الالكترونية .

وفيما يلي توضيح لهذه المقومات

1 – توافر البنية التحتية الاساسية :-

يقتضي التحول الي انظمة التجارة الالكترونية ضرورة توافر بنية تحتية ملائمة لتطبيقها فمن غير المتصور اتخاذ القرار بالاعتماد علي مثل هذه الانظمة المتطورة للقيام بالعمليات التجارية في غيبة تلك البنية الاساسية ومن ثم فانه ينبغي تطوير البنية الاساسية لشركات التأمين وذلك قبل البدء في التعامل من خلال نظم التجارة الالكترونية وذلك باتباع ما يلي

1/1 اعداد شبكات اتصالات محلية ذات كفاءة عالية :-

تتفاوت الدول العربية فيما بينها من حيث الشوط التي قطعتة في تحديث بنية الاتصالات وبشكل عام فقد وصلت شركة الاتصالات تحقيق زيادة في عدد مشركيها علي مستوي كافة الخدمات المقدمة حيث وصل عدد مشركي المحمول في مصر الي 3.6 مليون عميل بزيادة 300 الف عميل تقريبا خلال الربع الثالث من عام 2018 كما ارتفع عدد مشركي التليفون الثابت 10 % مقارنة بعام 2017 وتزايد عدد عملاء الانترنت فائق السرعة الثابت 29 %

بحث من الانترنت 2019/1/28

ومع ذلك تظل الاستثمارات في قطاع الاتصال في عدد كبير من الدول العربية اقل كثيرا من معدلاتها العالمية كما ان اسعار خدمات الاتصال والمعلومات اعلي في معظم الدول العربية من المتوسطات العالمية
مركز الاهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية

هذا وعلي الرغم من الخطوات التي تتخذها الدول العربية بصفة عامة ومصر بصفة خاصة من اجل تطوير ورفع كفاءه شبكات الاتصالات إلا ان الباحث يري انها لا زالت في حاجة الي بذل العديد من الجهود للوصول الي المستوي الملائم والاندماج في الاقتصاد العالمي الامر الذي يتطلب ضرورة استكمال وتأهيل البنية الاساسية اللازمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع ضرورة تعزيز فرص الاستثمار للقطاع الخاص في قطاع الاتصالات ودعوة القطاع الخاص ومحاولة جذب اهتمامه للمبادرة في الاستثمار في قطاعات اجهزة الاتصالات وملحقاتها وخاصة مجال تصنيع الالياف والخلايا الضوئية وذلك بالتعاون مع الشركات الدولية الرائدة في هذا المجال .

2/1 انشاء موقع على الشبكة:

من الملاحظ أن الاسواق العالمية تزداد اتصالا يوما بعد يوم وتتلشي الحدود مع تحرير التجارة وحرية حركة راس المال وقد دعم من ذلك التفاعل بين الاسواق العالمية التوسع في استخدام الانترنت والتجارة الالكترونية فمن الواضح أن هذه الثقافة الجديدة تساعد علي اندماج الاسواق عن بعد ومن الحاجة الي الوجود الفعلي بالسوق نفسها ، فكل ما تحتاج الية هو موقع تفاعلي سهل الاستخدام يساعد علي إتمام المعاملات والصفقات التجارية .

وتتم عملية بناء الموقع علي الشبكة بإحدى طريقتين إما من خلال الاستعانة بالنماذج الجاهزة للصفحات التي يتولى المستخدم ضبطها وإعدادها لتتكيف مع هويته وبياناته ، وإما من خلال اللجوء لشركات ومكاتب التصميم المحترفة والمتخصصة في إنشاء المواقع علي شبكة الاتصالات (1) راي مركز الاهرام للدراسات السياسية والاستراتيجية – التقرير الاستراتيجي العربي

3/1 الادوات والمعدات والبرامج اللازمة :

يتطلب التعامل من خلال التجارة الالكترونية أن يتوفر لدي المنشأة أو المنظمة جميع البرامج والادوات لتشغيل الموقع الخاص بها وتتعدد البرامج التي يمكن الاستعانة بها كبرامج شركة مايكروسفت او غيرها ، وتتوقف الحاجه إلي المعدات علي حجم المنشأة وتبع لعدد العملاء المتوقع أن يتعاملوا من المنشأة ، فكلما زاد عدد المتعاملين مع المنشأة كلما كانت هناك حاجة لزيادة المعدات والادوات المستخدمة .

(2) راي محمد محمد ابراهيم تأثير التجارة الالكترونية علي نظم المعلومات المحاسبي

4/1العنصر البشري اللازم لتشغيل البنية التحتية :-

إن ضعف الموارد البشرية وغياب الخبرات التكنولوجية من أهم المعوقات التي تعوق معدلات النمو المتوقعة للتجارة الالكترونية . فتوافر الخبرات البشرية ذات الكفاءة والخبرة المناسبة شرط أساسي للبيئة المواتية لتطبيق نظم التجارة الالكترونية ومن ثم فانه من الضروري أن يتم إعداد الكوادر الفنية والادارية اللازمة لإدارة أنشطة التجارة الالكترونية حيث أن الافراد الذين يتعاملون من خلال التجارة الالكترونية لا بد من ان يتوافر لديهم بعض المهارات عن كيفية التعامل مع هذه الالية من خلال عمل برامج تدريبية خارجية وداخلية ، مع ضرورة الاستعانة بالمنظمات الدولية في إقامة برامج تدريب وبناء نماذج تدريبية وإتاحة الفرصة لرجال الاعمال في التعرف علي هذه الالية من خلال برامج ومشاريع تدريبية وبيان كيفية المساهمة في تطوير الادوات الفنية اللازمة (2) راي سعيد عبدالخالق(التجارة الالكترونية وتنمية الاقتصاد الشبكي العربي مجلة اخبار المال والاقتصاد)

وعلي هذا يجب توافر الخبرة الفنية والمهنية اللازمة من العنصر البشري ذات الخبرة والكفاءة المطلوبة .

2/ توافر البيئة القانونية والتشريعية الملانمة لتطبيق التجارة الالكترونية :

يعد ايجاد قوانين وانظمة لتسهيل معاملات التجارة الالكترونية أحد أهم التحديات التي تواجه تطبيق نظم التجارة الالكترونية إذ تحتل مسألة تعديل الانظمة والقوانين السائدة قضيه هامة للغاية لتسهيل التجارة الالكترونية فافتقار القوانين والانظمة التجارية السائدة إلي تشريعات تنظم عمليات التجارة الالكترونية يعوق تفعيلها خصوصا في حالة وجود نزاعات تجارة لا تغطيها قوانين شاملة .

(1) راي باسل بن محمد الحبر التجارة الالكترونية ودور منظمة التجارة العالمية

تعد المتطلبات الاتية من متطلبات اساسية من اجل توفير البيئة القانونية والتشريعية الملانمة لتطبيق نظم التجارة الالكترونية :

1/ إصدار التشريعات الملانمة والمتخصصة لتنظيم عمل التجارة الالكترونية بالإضافة الي الحاجة الماسة لتدريب عدد كاف من القضاة والمحامين للتعامل مع القضايا الناشئة عن عمليات التجارة الالكترونية .

2/ اعتماد الوثائق والتعاقدات الالكترونية كمستندات ورقية يعترف بها وذلك بالحث علي سرعة نفاذ قانون التوقيع الالكتروني والذي يتضمن الضوابط القانونية الخاصة بالإمضاءات والتوقيعات الالكترونية .

3/ وضع قواعد منظمة لفض المنازعات العالمية الي تثار بشأن العمليات التجارية الالكترونية .

4/ وضع صياغات واضحة ومحددة للأشكال والقانونية للتعاقدات الالكترونية ، ووضع ضوابط قانونية لسرعة فض المنازعات الناتجة عن مثل هذه التعاقدات مع ضرورة تقصير فترة التقاضي وذلك تمشيا مع طبيعة معاملات التجارة الالكترونية .

5/ توفير الضمانات والضوابط الكافية لحماية حقوق الاطراف المتعاملين من خلال الشبكة .

3/ التوسع في استخدام وسائل الدفع الالكتروني :-

تنزايد الحاجة باستمرار نحو بذل المزيد من الاهتمام بدراسة الخدمات المصرفية والسعي المتواصل نحو تطويرها كانعكاس لتأثير البنوك المتعاظم علي مختلف مجالات الأنشطة الاقتصادية بالمجتمع الامر الذي يتطلب ضرورة تبني البنوك لاستراتيجيات حديثة وقنوات توزيع مبتكرة يمكنها إشباع الاحتياجات المتطورة للعملاء علي نحو أكثر فعالية ، من خلال توفير درجة أكبر من الملائمة المكانية والزمانية للخدمات المصرفية .

(1) راي احمد طارق طه مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية جامعة الاسكندرية

ويعتبر توفير قنوات امنة للمدفوعات النقدية الخاصة بالمعاملات التجارية التي تتم عبر الشبكة تعتبر من اهم العوامل التي تعوق معدلات التطور المتوقعة للتجارة الالكترونية

هذا وتضمن وسائل الدفع المستخدمة في ظل التجارة الالكترونية كل من الوسائل التالية:-

1/3 البطاقات البلاستيكية :-

وتتمثل في البطاقات البلاستيكية والمغناطيسية كالكارت الشخصي أو الفيزا أو الماستركارد ويستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته او أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل قدر كبير من الاموال ويمكن تقسيم البطاقات البلاستيكية الي الانواع التالية

1/1/3 البطاقات الائتمانية:-

تعتبر البطاقات الائتمانية هي أكثر أشكال البطاقات البلاستيكية شيوعا لما توفره من درجة عالية من الامان والسهولة في الاستخدام ، وهي تتيح للمشتري القيام بعمليات الشراء عبر الشبكة في أي وقت وتسمح له بإمكانية تبديل السلع المشتراة قبل إتمام عملية التحول النقدي كما انها ايضا تتيح للبائع إمكانية الحصول علي قيمة مبيعاته اليومية التآليه لعملية الشراء إلا انه يعاب علي مثل هذه الكروت أنها لا تستخدم إلا في المعاملات التي تتم بين المشتريين والبائعين المصرح لهم فقط ولا يمكن استخدامها بالأشكال الأخرى من تطبيقات التجارة الالكترونية .

(مستهلك - مستهلك)أو (منشأة أعمال – منشأة أعمال)الخ

وتصدر البنوك هذه البطاقات في حدود مبالغ معينة ويتم استخدامها كأداة ضمان حيث تتيح لحاملها الحصول علي سلع أو الخدمات مع السداد في وقت لاحق ولا يتم اصدار مثل هذا النوع من البطاقات إلا بعدد القيام بدراسة جيدة لحالة العميل المالية حتي لا يواجه البنك المصدر مخاطر عالية في حالة عدم السداد .

2/1/3 بطاقات الدفع

يشبه هذا النوع من البطاقات بطاقات الائتمان حيث إنها توفر قدرا كبيرا من الامان والثقة لدي مستخدميها ولا يصلح استخدامها أيضا إلا في المعاملات التي تتم بين المشتريين والبائعين

المصرح لهم فقط وهي تعتمد علي وجود أرصدة فعلية للعميل لدي البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة .

ويختلف هذا النوع من البطاقات عن البطاقات الائتمانية في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب أي أن فترة الائتمان في هذه البطاقة لا تتجاوز الشهر .

2/3 النقود الإلكترونية:

مع تطور الاساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها في كافة مطالب الحياة نجد أن النقود قد تطورت في شكلها فظهرت في صورة إلكترونية حيث يتم تداولها من خلال العديد من الاشكال .

1/2/3 الهاتف المصرفي :-

مع تطور الخدمات المصرفية أنشأت المصارف خدمة الهاتف المصرفي وقد تعددت الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي للعملاء علي مستوي العالم إلا أنه من الملاحظ أن معظم المصارف يفضلون استخدام الهاتف المصرفي في العمليات المصرفية البسيطة فقط أما في حالة الحصول علي القروض أو فتح اعتمادات فيفضلون أن يتم اجرائها وجها لوجه مع الموظف المختص بالمصرف .

2/2/3 أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية :-

تعتبر أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية هي احدي وسائل الدفع في تاريخ محدد ولشخص معين بناء علي طلب العميل وقد كانت تتم يدويا من قبل ولكنها الان تتم في بعض المصارف من خلال نظام خدمات المقاصة المصرفية الإلكترونية ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلي حسابات اشخاص أو هيئات أخرى أو الي أي فرع بنك خارج أو داخل الدولة .

3/2/3 نظام الانترنت المصرفي :-

ووفقا لهذا النظام يقوم البنك بإنشاء موقع له علي شبكة الاتصالات حتي يستطيع العميل أن يصل الي البنك بطريقة أسهل ومن الممكن أن يوفر الانترنت المصرفي في العديد من الخدمات منها :-

1/ امداد العملاء بالطريقة التي تمكنهم من التأكد من ارصدتهم لدي البنك .

2/ امكانية تحويل الاموال بين حسابات العملاء المختلفة .

3 / التعرف علي انواع الخدمات المصرفية التي يمكن الحصول عليها .

4/2/3 الكروت الذكية :-

تعد الكروت الذكية هي شكل متطور من الكروت البلاستيكية ويُشبه البعض هذه الكروت بالكمبيوتر المتنقل حيث يتم تخزين كافة البيانات التي تخص حاملها عليها الاسم والعنوان والرقم السري والرصيد حتي تاريخه وتعد بطاقات المونديكس هي اكثر انواع الكروت الذكية انتشارا في العديد من الدول حيث تسمح لحاملها بإتمام عمليات الشراء دون الحاجة للرجوع للمصرف المصدر للكارت .

4/ تطوير التشريعات الضريبية لتناسب مع متطلبات التجارة الالكترونية :-

تعتبر ممارسة الاعمال التجارية من خلال شبكة الاتصال الدولية احد الظواهر الحديثة في عالم الاقتصاد والتجارة وقد شكلت الامكانيات التي وفرتها الشبكة للتعامل التجاري الدولي الموسع تحديات جديدة لإدارات الضرائب والفكر الضريبي في الدول المختلفة حيث ان هناك مجموعة من المشاكل الخاصة بالمعاملات التجارية التي تتم بشكل إلكتروني من خلال شبكة الاتصالات والتي يمكن حصرها فيما يلي:-

1/ مشكلة تحديد الدولة التي لها الحق في فرض الضريبة علي الدخل الناتج عن المعاملات التجارية التي تتم بشكل الكتروني .

2/ مشكلة الفحص الضريبي لصفقات التجارة الالكترونية .

3/ مشكلة تحديد نوعية الدخل الناتج عن التجارة الالكترونية الرقمية .

4/ مشكلة المعالجة الضريبية لإنشاء مواقع الويب .

وبالنظر للمشكلات السابقة نجد أن الصفقات التي تتم عبر شبكة الاتصالات يفرض الفكر الضريبي أن يعيد التفكير في أسس وقواعد فرض الضريبة والشروط اللازمة لفرضها فلم تعد الاسس والقواعد والشروط التي تطبق في ظل ظروف التجارة التقليدية صالحة للتطبيق في ظل ظروف الاقتصاد العالمي المعاصر وتطورات تكنولوجيا المعلومات ومن ثم يجب ضرورة توافر مجموعة من المتطلبات الرئيسية :-

1/ تعديل الاتفاقيات الضريبية وصياغة نماذج اتفاقيات جديدة مع باقي دول العالم بحيث تسمح بتبادل المعلومات بشأن الصفقة الالكترونية والتعاون فيما بينها لتحصيل الضريبة علي هذه الصفقات .

2/ أن تسعى الدول نحو الاستفادة من التعاون الدولي في مجال التجارة الالكترونية لصياغة نموذج ضريبي متطور وذلك لإمكانية حصر الصفقات الالكترونية ومعاملتها ضريبيا مع الاتفاق الدولي حول تحديد السيادة علي الدخل المخصص من الصفقات التجارية الالكترونية لمنع الازدواج الضريبي من ناحية ومنع التهرب الضريبي من ناحية اخري .

المشاكل المتعلقة بالتأمين الالكتروني :-

1/ فقدان أو اتلاف أو ضياع البيانات عن طريق القرصنة .

بمجرد دخول القرصان أو الدخيل إلي نظام معلومات شركة التأمين فإنه يصبح متاح له أن يعرف أو يتلف أي بيانات من الشركة أو القيام بتعديلها ومن الأفعال التي يمكن للقرصنة القيام بها في حالة السيطرة والتسلل إلي نظام المعلومات تدمير صفحات الانترنت أو القيام بتعطيل النظام أو تدميره كاملا أو تغيير محتويات النظام .

2- الاخطار الناتجة عن الفيروسات :-

تعرف فيروسات الحاسب بأنها برامج أو مجموعة من أوامر البرمجة يتم إلحاقها ضمن برامج أخرى دون علم المستخدم وعندما يقوم المستخدم بتشغيل البرنامج الأساسي المصاب بالفيروس فإن الفيروس سيعمل تلقائيا ليحدث أفعالا غير متوقعة وضارة غالبا وتعد الفيروسات من أخطر التهديدات التي تواجه التأمين الإلكتروني وذلك بسبب تعدد أنواع الفيروسات حيث أن أعداد الفيروسات تجاوزت الآلاف وظهور العديد من الأنواع الجديدة كل يوم وسرعة انتشارها عبر الانترنت والذي يتم عن طريق البريد الإلكتروني وصفحات الانترنت والبرامج التي يتم تداولها وغيرها وتتعدد الآثار الناتجة عن الفيروسات فقد يقوم الفيروس بإتلاف محتويات الملفات الموجودة كما يقوم بنسخ نفسه آلاف المرات وبسرعة فائقة مما يعوق عمل النظام والاتصالات في الشبكة ,

ولا يمكن حتي الآن القضاء نهائيا علي خطر الفيروسات ولكن توجد بعض التدابير التي قد تقلل من احتمالات الإصابة بالفيروسات أو تقلل من أضرارها في حاله الإصابة بها ومن أهم تلك التدابير

أ / استخدام برامج الكشف عن الفيروسات والاهتمام بتحديث تلك البرامج بشكل مستمر للتعرف أولا بأول علي الفيروسات الجديدة وعدم فتح أي ملف قبل اختباره بواسطة برامج الكشف عن الفيروسات .

ب / عدم تحميل أو فتح أي ملف إلا اذا كان المستخدم علي ثقة من مصدره وعدم فتح أي مرفقات للبريد الإلكتروني إلا اذا كان المستخدم يتوقع وصولها .

3/ الوصول غير المصرح به إلى نظام المعلومات:-

تمثل قضية الأمن في التجارة الإلكترونية إحدى المعوقات الأساسية لانتشار هذا المفهوم سواء للمنشأة الاقتصادية أو المتعاملين معها فبالنسبة للمنشأة الاقتصادية نجد أن ما تحتفظ به من موارد معلوماتية وأسرار تتعلق بنشاطها وتعاملاتها يمكن أن يكون عرضة للاختراق وبالتالي زيادة مخاطر السرقة أو التدمير، أما بالنسبة للعميل نجد أن مخاوف العميل عن طريق شبكة الانترنت تتمثل في :-

- أ- مدى ضمان حقوقه وذلك لكونه يتعامل مع شركة افتراضية قد لا يكون لها وجود مادي
- ب- هذا بالإضافة الي ما يتعلق بالخصوصية والخوف والقلق بشأن المعلومات الشخصية ولاسيما المتعلقة بالنواحي المالية .

1. كذلك المخاوف المتعلقة بسرقة كروت الائتمان باعتبارها هي الطريقة السائدة للسداد بالنسبة للمعاملات الالكترونية .

4/ اختراق خصوصية المعلومات الشخصية :-

كثيرا ما تشمل مواقع التجارة الالكترونية علي بيانات شخصية هامة تتعلق بالعملاء والذين يطلب منهم الادلاء بمعلومات شخصية مثل (الاسم – العنوان – الوظيفة – السن – الدخل السنوي – النوع الخ) ولا شك ان الوصول لمثل هذه المعلومات يمثل خرقا لخصوصية العملاء .

5/ التحدي الخاص بوسائل الدفع :-

هناك العديد من الاساليب المستحدثة لدفع المنتجات والخدمات المشتراة من خلال التجارة الالكترونية مثل بطاقات الائتمان والشيكات الالكترونية والنقود الالكترونية وغيرها من وسائل الدفع .

والتحدي الذي يواجه التجارة الالكترونية في هذا الصدد هو عدم تعود المستهلكين التعامل باستخدام تلك الوسائل الالكترونية للدفع بالإضافة للتخوف المصاحب لاستخدامها .

6/ التحدي الخاص بالجهود التشريعية :-

هناك العديد من المشاكل القانونية التي تمثل تحديا يواجه نمو وتطور التجارة الالكترونية والتي من اهمها مشكلتان هما :-

1/6 مشكلة غياب المستندات الورقية :-

من المعتاد في مجال المعاملات التجارية أنه يتم تسجيل الصفقات من خلال الكتابة في مستندات ورقية وبالتالي تعتبر الاساس في إثبات أي معاملات تجارية ومن ثم إثبات الحقوق والتي تستند إليها الأطراف المتنازعة إذا تم إقامة دعوي أمام القضاء .

وبذلك يتضح أن النظم القانونية القائمة تعتبر الدليل الكتابي من خلال المستندات الورقية هو اقوي أدلة الإثبات علي الإطلاق الأمر الذي يمثل عقبة كبيرة في طريق تطور التجارة الالكترونية ونموها .

2/6 مشكلة التوقيع الالكتروني ومدى حجته :-

في ظل التجارة التقليدية يقوم المتعاقدون بعد كتابة العقد بالتوقيع عليه وذلك لإضفاء الشرعية علي هذا العقد وحتى يمكن الاحتجاج به امام القضاء إذا لزم الامر حيث أن التوقيع يدل علي هوية صاحبه ويفيد التزامه بما وقع عليه وقد يكون هذا التوقيع في شكل إمضاء أو حتي بصمه إصبع .

أما في ظل التجارة الالكترونية فإن التوقيع يتخذ شكلا مختلفا حيث يكون في شكل توقيع رقمي وهنا يتساءل البعض هل يمكن أن يضمن التوقيع الالكتروني إضفاء الشرعية علي الرسائل المتبادل تماما كما يكفل التوقيع التقليدي علي المستندات الورقية .

7/ارتفاع التكاليف الاستثمارية الخاصة بتبنى استراتيجية التسويق الالكتروني .

وتتمثل التكاليف التي تتحملها المنشأة الي نوعين من التكاليف من المنظور المحاسبي وهي

1/7 النوع الاول وهو التكاليف الاستثمارية التي تتعلق بإنشاء وتصميم النظام وتشمل

1/1/7 ثمن شراء الحاسبات ووحداته المختلفة .

2/1/7 تكاليف الامن والحماية من مخاطر الاعمال الالكترونية مثل مخاطر اختراق الشبكات والهجوم المتعمد بهدف التخريب وسرقة المعلومات .

3/1/7 تكاليف تدريب العاملين في هذا النظام من مطوري النظم والمبرمجين ومشغلي النظام والمديرين وغيرهم .

2/7 النوع الثاني وهو التكاليف الجارية

وتشمل تكاليف التشغيل الدورية التي تتحملها المنشأة مثل تكاليف الصيانة تكاليف الاتصال واجور ومرتبات العاملين .

المعوقات التي تواجه التجارة الالكترونية في التأمين .

ويقصد بها تلك المعوقات المرتبطة بطبيعة وخصائص الخدمة التأمينية وطبيعة سوق التأمين ومدي ملائمة التجارة الالكترونية كاسلوب لتسويق هذا النوع من الخدمات.

وتتمثل في

1/ انخفاض درجة نمطية الخدمات التأمينية :-

أن النجاح في تسويق المنتجات عبر شبكة الانترنت يرتبط بسمات خاصة يجب توافرها في هذه المنتجات أهمها أن تكون ذات درجة عالية من النمطية وهو ما يصعب توافره ولا يوجد سوي عدد قليل من الخدمات التي يمكنها تنميطها .

2/ زيادة مخاطر الاختيار ضد مصالح شركة التأمين :-

تنتم صناعة التأمين بصفه عامة بأنها من الصناعات التي يزيد فيها مخاطر الاختيار ضد مصالح الشركة وفي ظل غياب المقابلة وجها لوجه من المستأمن كما في حالة التسويق عبر شبكة الانترنت نجد انه من المتوقع زيادة هذا النوع من المخاطر وبالتالي احتمال تعرض شركة التأمين لخسائر فادحة وربما ينتهي بإفلاسها وخروجها من السوق لذا نجد هناك تخوفا من جانب

شركات التأمين في التوسع الأفقي أو الراسي للتغطيات التأمينية التي يمكن توافرها من خلال شبكة الانترنت .

3/ انخفاض معدل تكرار عملية الشراء للخدمات التأمينية :-

إن أسلوب التسويق الالكتروني يناسب ذلك النوع من المنتجات التي تتسم بارتفاع معدل تكرار الشراء لذا نجد التسويق الالكتروني للخدمات المصرفية أحرزت تقدما ملموسا بالمقارنة بتسويق الخدمات التأمينية الكترونيا فالشخص في الغالب لا يشتري إلا وثقة واحدة من كل نوع من أنواع التغطيات التأمينية التي تقدمها شركة التأمين .

4/ مقاومة بعض الوسطاء لتطبيق التجارة الالكترونية :-

مع التوسع في تطبيق أسلوب التسويق المباشر للخدمات التأمينية عبر شبكة الانترنت سوف يقل الاعتماد علي المجهودات التي يقدمها الوسطاء سواء كانوا منتجون أو وكلاء أو سماسرة مما قد يفسد أو يضر بالعلاقة بين شركة التأمين وهذا القطاع الحيوي من العمالة في صناعة التأمين خاصة وان الجانب الاكبر من مبيعات شركات التأمين يكون من خلال الوسطاء .

5/ ندرة المعلومات المتاحة عن وثيقة التأمين على الانترنت :-

إن اتخاذ القرار بقبول التغطية التأمينية من جانب شركة التأمين يحتاج إلي كم هائل من المعلومات المتبادلة خاصة في مرحلة الاكتتاب لذلك غالبا ما يشترط المعاينة المادية لوحدة الخطر (الشيء المؤمن عليه) حتي يمكن تحديد درجه الخطورة بدقة وهو ما لا يتوافر في حالة التسويق الالكتروني للخدمات التأمينية الامر الذي يجعله عائقا أمام التوسع في هذا النوع من التجارة هذا من جانب شركة التأمين أما بالنسبة للمستأمن فنجد أنه في أغلب الاحوال يحتاج إلي المقابلة الشخصية مع الخبراء والمتخصصين لاستشارتهم في اختيار التغطيات التأمينية المناسبة

6/ ندرة عدد مستخدمي الانترنت من المستأمنين :-

يقصد بالوعي التأميني هو مدي اقتناع الفرد وقبوله بسياسة التأمين كأسلوب لإدارة المخاطر التي يتعرض اليها متي توافرت لديه القدرة علي سداد التكلفة الخاصة بهذه السياسة .

وانتشار الوعي التأميني في أي مجتمع يرتبط بالعديد من العوامل أهمها المستوي الثقافي والمستوي المادي والمعتقدات الدينية لأفراد المجتمع هذا بالإضافة إلي اسعار التأمين واسلوب تقديم الخدمات التأمينية من جانب شركات التأمين ومما لا شك فيه أن انخفاض الوعي التأميني في المجتمع من شأنه أن يمثل عائقا أمام انتشار مفهوم التجارة الالكترونية في مجال تسويق السلع والخدمات .

مزايا تطبيق التجارة الالكترونية في مجال التأمين

يمكن تحقيق العديد من المزايا من وراء تطبيق التجارة الالكترونية سواء بالنسبة للمستأمن أو لشركة التأمين وتتمثل أهم هذه المزايا في :-

1/ تحقيق الميزة التنافسية حيث يؤدي تبني شركات التأمين للإنترنت كفاءة لترويج الخدمة التأمينية علي تحقيق ميزة تنافسية استراتيجية .

2/ إتاحة قناة تسويقية جديدة تتيح الانترنت لشركات التأمين إمكانية دخول أو فتح اسواق جديدة محليا أو عالميا .

3/ توفير قاعدة مستقبلية من العملاء تتيح الانترنت توسيع قاعدة الافراد المتعاملين مع شركة التأمين التي تستخدمها ويرجع ذلك الي

أ / اجتذاب الانترنت لقطاعات جديدة من العملاء .

ب / سرعة الاستجابة لرغبات العملاء والرد علي استفساراتهم .

ج/ السرعة في أداء الخدمة التأمينية .

د / تتيح للعميل التعرف علي اسعار الوثائق وشروطها ومن ثم حرية الاختيار بين الوثائق واختيار الوثيقة التي تناسب متطلباته وبسعر مناسب .

هـ / إمكانية شراء الوثيقة في اي وقت وفي اي مكان .

4/تحقيق الربحية في الاجل الطويل يسهم توظيف الانترنت كقناة لترويج الخدمة التأمينية علي نحو ملموس في تحقيق معدلات ربحية أعلي لشركة التأمين التي تطبق التجارة الالكترونية .

5/الموائمة مع خصائص وتوقعات العملاء .

تتيح الطبيعة التفاعلية للإنترنت من خلال الحوار التفاعلي الالكتروني بين العميل وموقع شركة التأمين قدرات عالية علي تشكيل المعلومات والرسائل الاتصالية الموجهة لفئات العملاء بما يتناسب مع خصائص وتوقعاتهم وكذا قدرة العميل في المقابل علي اختيار نوع الخدمة التأمينية المطلوبة .

ويقصد بالموائمة قدرة شركة التأمين من خلال الانترنت علي تقديم العديد من الخدمات التأمينية في وقت واحد ولكل عميل بنمط يشبع احتياجاته بصورة شخصية بالإضافة إلي أنه يعكس قدرة الشركة علي تقييم الوثائق المختلفة علي نطاق واسع تقابل بصورة فردية احتياجات كل عميل مستهدف .

6/ توزيع واسع الانتشار .

في حين تقتصر التغطية التأمين لمبني شركة التأمين علي نطاق جغرافي محدد فإن الانترنت تتيح تغطيه واسعة الانتشار تشمل أي موقع عي الكرة الارضية يمكن ان يتواجد فيه عميل الشركة وتتمثل تلك الملائمة المكانية في حصول العميل علي الوثيقة المناسبة دون الحاجة الي

تحمل عناء الانتقال المادي علي مبني الشركة أي توفير تكلفة الطاقة او الجهد المبذول للحصول علي الخدمة

7/ تحسين جودة الخدمة التأمينية

كيفية تنفيذ نظام التأمين الالكتروني :-

اولا/ 1- مكونات المنظومة :-

1/1- شركة التأمين

يتمثل دورها في :-

- أ- توفير البنية التكنولوجية لنظام معلومات الاصدار
ب - توفير نظام المعلومات
ج - تأمين البيانات وتأمين دخول المستخدمين .

2/1- جهات التوزيع:-

يتمثل دورها في :-

- أ- تسويق ب - طباعة الوثائق عبر نظام معلومات شركة التأمين ج- تحصيل الاقساط .

1/2/1 تتمثل جهات التوزيع في :-

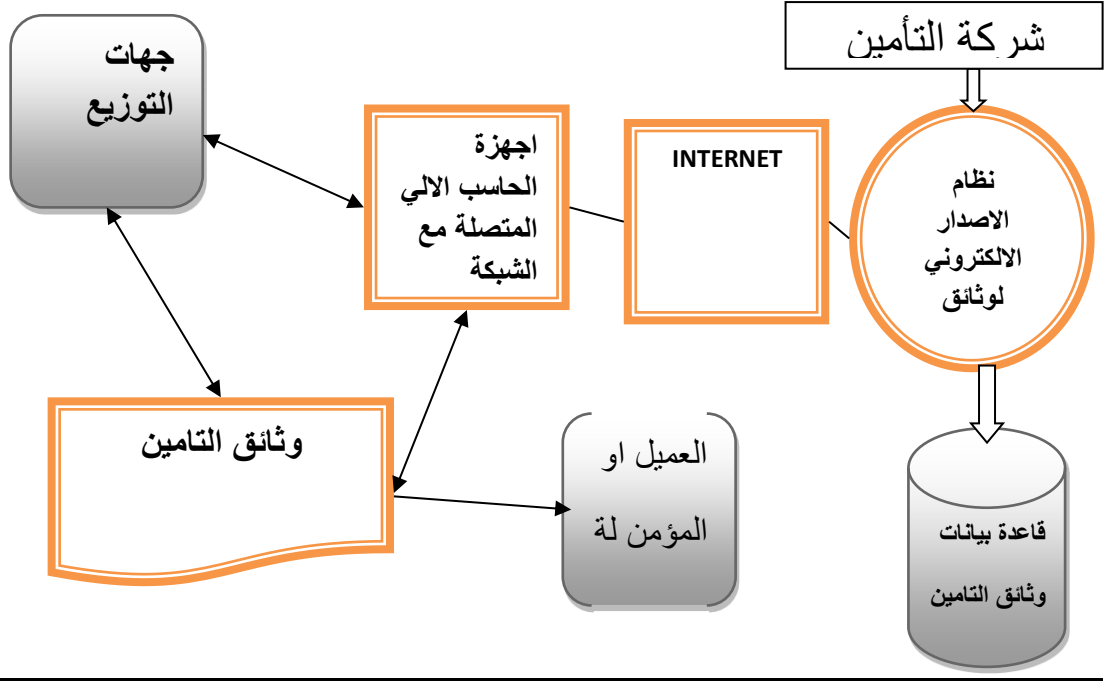
- أ- شركات الوساطة - ب - وكالات السفر والسياحة - ج - البنوك - د - البريد - هـ - شركات وجمعيات ومؤسسات التمويل .

ثانيا / اساليب السداد :-

1/ ايداع المبلغ لدي جهات التوزيع 2/ وسائل الدفع الالكتروني المعمول بها مثل

- (الخصم المباشر من حساب مصرفي - بطاقات الدفع المعمول بها - الهاتف المصرفي - غيرها من وسائل الدفع المعمول بها والمعتمدة من البنك المركزي)

ثالثا / الدورة المعلوماتية لنظام التأمين الالكتروني :-



رابعاً / المواصفات الفنية لنظم المعلومات (التطبيقات)

1/قواعد البيانات

- 1/ عدم الاحتفاظ ببيانات العميل لدى الجهة الموزعة للوثيقة ويتم تسجيل البيانات والاحتفاظ بها علي قواعد بيانات شركة التأمين فقط .
- 2/ الحفظ الالكتروني لدى الشركة لكامل بيانات الوثيقة وشروطها .
- 3/ تبادل البيانات بين الهيئة(هيئة الرقابة المالية) وشركات التأمين.
- 4/ وضع رقم مرجعي وحيد لعناصر النظام.
- 5/ تحديد وسائل التحقق من صحة البيانات المدخلة .

خامساً/ البيانات الواجب الافصاح عنها داخل الوثيقة .

رقم الوثيقة – اسم الجهة التي طبعتها – قسط التأمين – الدمغات – تاريخ وساعة الطباعة – المستخدم الذي طبعتها – رسوم الاشراف – مصاريف الاصدار – الشروط العامة للوثيقة .

سادساً/ التعديل والحذف :-

- 1 / إذا كان التعديل والحذف قبل الاصدار :- عدم السماح لإجراء اي تعديلات سواء بالإضافة او الحذف علي شروط الوثيقة إلا من خلال شركة التأمين ذاتها وتحت مسؤوليتها.

2/ إذا كان التعديل والحذف بعد الإصدار :-

1/ يجب ان يمنع النظام الغاء الوثيقة عبر حذف بياناتها من النظام بل يتم الالغاء عبر تحديد خانة في قواعد البيانات تشير الي حالة الوثيقة سواء سارية او ملغاة .

2 / يجب ان يمنع النظام تعديل أو مسح أي بيانات او معلومات بعد إصدار الوثيقة .

سابعاً /طباعة واصدار الوثيقة :-

1/ التحقق من ادخال كافة البيانات بصورة صحيحة .

2/ إظهار صفحة للعميل قابلة للطباعة بها كافة البيانات المدخلة وجميع شروط الوثيقة للمراجعة.

3/ يكون للمستخدم خيار تأكيد قبول الوثيقة أو رفضها .

4/ لابد من التأكد من دفع المستحقات المالية قبل اصدار الوثيقة او (يتم السداد بعد اصدار الوثيقة خلال مدة معينة وإلا تعبر الوثيقة لاغية اتوماتيكي من خلال النظام) راي الباحث

ثامناً / تامين دخول المستخدم :-

اولا- خصائص كلمة السر :-ان يصعب استنتاجها-لا تقل عن 8 احرف- يجب ان تحتوي علي رموز .

ثانيا - لابد ان يمنع النظام دخول نفس المستخدم اكثر من مرة في نفس الوقت .

ثالثا - لابد ان يمنع النظام من فتح اكثر من اتصال بواسطة نفس المستخدم في نفس الوقت.

رابعا - يمنع النظام الاتصال الغير فعال لأكثر من 20 دقيقة لكلا من العميل مباشرة او الجهة الموزعة للوثيقة ويطلب المستخدم بأعاده ادخال بيانات التحقق من المستخدم مرة اخري .

تاسعاً / المواصفات الخاصة لتامين البيانات .

1/ الاحتفاظ بنسخ احتياطية لكافة البيانات .

2/ تقديم سياسة مكتوبة وواضحة لتسلسل النسخ ومدة الاحتفاظ التي تتبناها وتطبقها الشركة .

3/ الاحتفاظ بنسخة إضافية من النسخ المشار اليها في موقع بديل .

عاشراً / المواصفات الخاصة بالحماية من التزوير :-

1 / العلامات المائية 2 / لوجوا بارز 3 QR COAD/

حادى عشر/ مواصفات البنية التحتية التكنولوجية :-

- 1/ وجود مركز اتصال لخدمة عملاء التوزيع الالكتروني لوثائق التأمين والرد علي استفساراتهم وتلقي شكاوهم .
- 2/ مركز المعلومات قد يكون (داخل مصر وخاضع لقوانينها – خارج مصر) – يجب ان تكون شركات الاستضافة مقدمة الخدمة معتمدة – الافصاح عن مقر المركز والموظف المسئول.
- 3/ خط الاتصال الاساسي والاحتياطي (يجب ان تكون كل وسائل الاتصال المستخدمة مصرح لها من الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات – الافصاح عن خطوط الربط المستخدمة) .
- 4/ الخوادم المركزية ونظم المعلومات .

Database server (physical or virtual - application server (physical or)
(virtual))

- الضوابط العامة :- 1/** مواصفات الخوادم مناسبة لتشغيل خدمات الاصدار والتوزيع الالكتروني لوثائق التأمين وتخزين بياناتها 2/ جميع نظم التشغيل والبرامج المستخدمة مرخصة ومحدثة .
- 3/ high availability تحقق بمعدل 95%

- 4/ في حالة استخدام البيئة الافتراضية لابد من وجود نظام امن معلومات يسمح بالفصل بين الخوادم باستخدام سياسات وقواعد امن المعلومات .

ثاني عشر / حماية وامن المعلومات :-

- 1/ تركيب نظام جدار ناري لتأمين شبكات الاتصال.
- 2/ توفير نظام حماية للشبكة وفقا للخدمات المطلوب حمايتها علي سبيل المثال نظام للحماية من الاختراق .
- 3/ الصيانة الدورية لأجهزة تأمين الشبكات والمعلومات مع مراعاة قواعد الضبط المناسبة لها وتحديثها بصفة مستمرة .
- 4/ تزويد جميع اجهزة الحاسب المتصلة بشبكة الشركة شخصية او محمولة او خوادم (ببرامج لمكافحة الفيروسات والبرمجيات الضارة علي ان يتم تحديثها بصفة مستمرة) .

ثالث عشر / مواصفات البنية التكنولوجية اللازمة لأمن المعلومات بمركز معلومات الشركة او لدى شركات الاستضافة .

- 1/ وضع نظام للمراقبة والتحكم في الدخول والخروج لغرفة الخوادم المركزية من الداخل والخارج data center

2/ ابلاغ الهيئة(هيئة الرقابة المالية) عند حدوث اختراقات امنية تحدث علي مستوى البيئة الاساسية للمعلومات والانظمة العامة عليها والاجراءات المتخذة بشأنها security incident

3/ الموقع الالكتروني علي شبكة المعلومات الدولية المستخدم في استصدار وطباعة وثائق التأمين يجب ان يتم تأمينه باستخدام شهادة تأمين الكترونية (website digital certificate)

4/ التوقيع الالكتروني

تنظيم الاصدار والتوزيع الالكتروني لوثائق التأمين

(التامين متناهي الصغر – والوثائق) الصادر عن هيئة الرقابة المالية المصرية

الفصل الثامن :- الخلاصة والنتائج والتوصيات

اولا : النتائج

- 1/هناك ضعف شديد في استخدام التكنولوجيا المتطورة في صناعة التأمين .
- 2/ هناك حاجة ماسة للاهتمام بتطبيق القوانين والتشريعات اللازمة في الدول المطبقة لنظام التأمين الالكتروني .
- 3/ يوجد تأثير طردي قوي لمتغير العوامل التكنولوجية في ضعف استخدام التسويق الالكتروني بشركات التأمين .

ثانيا : التوصيات

- في ضوء النتائج التي توصل اليها الباحث يمكن بلورة التوصيات الاتية :-
- 1/ الاهتمام الشديد بالبنية التحتية للاتصالات وذلك بهدف التطوير من الخدمة التأمينية حيث انه اذا تم الاهتمام بالبنية التحتية فإن ذلك يؤدي الي نجاح منظومة التأمين الالكتروني .
 - 2/ الاهتمام الشديد بالعنصر البشري المدرب ومتابعة سير عملة ومتابعته متابعه مستمرة من قبل الادارة العليا .

3/ وضع خطة عمل واطار مشترك بين الاطراف المشتركة في نظام التأمين الالكتروني والتعرف علي الاساليب الناجحة في تسويق الخدمات عبر هذا النوع من التكنولوجيا المتطورة وطرق نجاحها والعقبات التي تواجهها .