الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البليدة 2

كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الإقتصادية

محددات جودة الخدمة التأمينية وأثرها على إنتاج شركات التأمين في الجزائر

دراسة الفترة "2006-2017"

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه (ل.م.د) في العلوم الإقتصادية

تخصص: إقتصاد التأمينات

إعداد الطالبة: **إشراف الدكتور:**

خفوس سهيلة بيشاري كريم

السنة الجامعية: 2019/2018

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البليدة 2

كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الإقتصادية

محددات جودة الخدمة التأمينية وأثرها على إنتاج شركات التأمين في الجزائر

دراسة الفترة "2006-2017"

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه (ل.م.د) في العلوم الإقتصادية

تخصص: إقتصاد التأمينات

إعداد الطالبة:

خفوس سهيلة

أمام اللجنة المشكلة من :

بن حمودة فطيمة	أستاذ التعليم العالي	جامعة البليدة 2	رئيسا
بيشاري كريم	أستاذ التعليم العالي	جامعة البليدة 2	مشرفا و مقررا
ساخي بوبكر	أستاذ محاضر أ	جامعة البليدة 2	عضوا مناقشا
بهلولي فيصل	أستاذ محاضر أ	جامعة البليدة 2	عضوا مناقشا
بورمانة عبد القادر	أستاذ محاضر أ	المركز الجامعي تيبازة	عضوا مناقشا
العربي نعيمة	أستاذ محاضر أ	جامعة الجزائر 3	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2019/2018

شكر و تقدير

الشكر لله أولا وأخيرا، فله الحمد والمنة، ألا بفضله تتم الصالحات وبعد:

أتوجه بالشكر الجزيل والتقدير الكبير والعرفان الجميل إلى:

* الأستاذ الدكتور بيشاري كريم الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث ولم يبخل عليا بنصائحه القيمة وتوجيهاته السديدة.

* أتقدم بالشكر إلى كل من ساعدني لإنجاز هذا العمل وأخص بالذكر الأستاذ "يدو محمد" والأستاذ "ساخي بو بكر " وكل من الأستاذة " قاسي فاطمة الزهراء" والأستاذة " رافع نادية".

* أساتذتي الأعزاء اللذين سأنال شرف مناقشتهم لبحثي هذا، لهم الشكر والعرفان على مجمل نصائحهم وتوجيهاتهم التي ستنير دربنا العلمي.

* و في الأخير أتقدم بكل الشكر إلى أساتذة الكلية، وإلى كل من وقف معنا ودعمنا من بعيد وقريب على إنجاز هذا البحث بجهده ووقته ودعائه، ودام ودمنا معه أوفياء.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

** إلى أعز ما أملك وما لدي في الوجود ملاكي في الحياة، نبع الحنان، فيض الأمان وكنز الزمان، إلى التي علمتني معنى الكفاح وساعدتني لأذوق طعم النجاح، إلى يمامة الأمان ومخففة الأحزان وهدية الرحمان، إلى التي عجز اللسان عن وصفها وذابت كلمات المدح أمام عطفها وحنانها .*

*إلى أروع ما نطق به اللسان "**أمي ثم أمي ثم أمي**" أطال الله في عمرها*

إلى الذي فاضت روحه من أجل هذا الوطن وإختار جوار ربه "أبي العزيز**" الذي أتمنى من كل إنسان يقرأ هذه الأطروحة أن يدعو من الله أن يسكنه فسيح جنانه "**رحمة الله عليه**".*

** إلى أختي الوحيدة الغالية.*

**إلى جدتي العزيزة حفضها الله و رعاها.*

**إلى كل الزملاء والأصدقاء .*

**إلى كل من سكن قلبي ولم يذكره قلمي .*

****إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي وعملي .***

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على انتاج شركات التأمين في الجزائر وتوضيح مختلف الجوانب والمتغيرات المتعلقة بالموضوع، وتشخيص واقع سوق التأمين في الجزائر الذي عرف تطورا كبيرا نظرا لأهميته المتزايدة بالنسبة للأفراد والشركات والإقتصاد الوطني بشكل عام.

للإجابة على الإشكالية اعتمدنا على أسلوب الدراسة الإستقصائية من خلال توزيع إستبيان لمعرفة العلاقة والأثر بين محددات جودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين من وجهة نظر الزبائن، وذلك بهدف إستخلاص النتائج وتقديم توصيات من شأنها مساعدة شركات التأمين على تحسين مستوى جودة خدماتها والآليات اللازمة لتطوير قطاع التأمين بصفة عامة.

من خلال دراستنا تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة إرتباط قوية ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة الخدمة التأمينية" الملموسية، الإعتمادية الإستجابة، التعاطف الأمان" وإنتاج شركات التأمين في الجزائر عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $\alpha \leq 0.05$ لجميع محددات جودة الخدمة التأمينية " الملموسية، الإعتمادية الإستجابة، التعاطف، الأمان" على إنتاج شركات التأمين في الجزائر. توصلت الدراسة أيضا إلى أنه بالرغم من جملة الإصلاحات التي مست قطاع التأمين في الجزائر لتعزيزه وتوفير شروط النهوض به، إلا أنها لم تعطي النتائج المناسبة والمنتظرة، وبقي ضعيفا مقارنة بالمؤشرات القارية والعالمية.

أوصت الدراسة بضرورة إعتماد شركات التأمين على إستراتيجية تسويقية أساسها الجودة في تقديم الخدمات للزبائن بما يتوافق مع احتياجاتهم التأمينية وتوقعاتهم. وإدراك شركات التأمين حقيقة تطور الجودة بشكل مستمر تبعا لتطور إحتياجات الزبائن ورغباتهم وتوقعاتهم. كذلك إتباع إستراتيجية فعالة لتطوير إنتاج شركات التأمين من خلال تقليل سعر تكلفة إنتاج الخدمة التأمينية تطوير طرق إنتاج وتقديم الخدمات التأمينية وتوزيعها والتركيز على إنتاج الخدمة التأمينية بجودة عالية وتقديمها بطريقة فعالة.

الكلمات المفتاحية:

الجودة، الخدمة التأمينية، جودة الخدمة التأمينية، إنتاج شركات التأمين، قطاع التأمين في الجزائر.

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
شكر وتقدير	–
الإهداء	–
الملخص	–
فهرس المحتويات	–
قائمة الجداول	–
قائمة الأشكال	–
قائمة الملاحق	–
مقدمة	أ– ف
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية	
تمهيد	2
المبحث الأول: أساسيات حول الجودة	3
المطلب الأول: ماهية الجودة	3
المطلب الثاني: أهمية الجودة وأهدافها	15
المطلب الثالث: مفاهيم حول إدارة الجودة الشاملة	20
المبحث الثاني: : تحليل معالم نشاط التأمين	34
المطلب الأول: مفهوم التأمين	34
المطلب الثاني: مفهوم عقد التأمين ومبادئه	40
المطلب الثالث: التقسيمات المختلفة للتأمين	52
المطلب الرابع: أهمية التأمين	56
المبحث الثالث: جودة الخدمة التأمينية	59
المطلب الأول: ماهية الخدمة التأمينية	60
المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمة التأمينية	72
المطلب الثالث: أبعاد ومتطلبات تطوير ثقافة جودة الخدمة التأمينية	78
خلاصة الفصل	87

الفصل الثاني: طبيعة المنتجات المسوقة في قطاع التأمين الجزائري	
تمهيد	89
المبحث الأول: المنتجات المرتبطة بالمسؤولية المدنية	90
المطلب الأول: مفهوم ونشأة التأمين على المسؤولية المدنية	90
المطلب الثاني: أنواع تأمينات المسؤولية المدنية	100
المطلب الثالث: التأمين من المسؤولية المدنية في عقود مستقلة	112
المبحث الثاني: المنتجات المرتبطة بالأضرار	128
المطلب الأول: التأمين على السيارات والتأمين الفلاحي	129
المطلب الثاني: التأمين من الحريق والتأمين ضد الكوارث الطبيعية	144
المطلب الثالث: التأمين على البضائع وعلى القروض المتعلقة بالصادرات	155
المطلب الرابع: تأمينات الأضرار الأخرى	169
المبحث الثالث: المنتجات المرتبطة بالأشخاص	176
المطلب الأول: التأمين على الحياة	177
المطلب الثاني: التأمين من الإصابات	192
المطلب الثالث: تأمينات المساعدة	195
المطلب الرابع: التدابير التي جاء بها القانون رقم 06-04 لتطوير تأمينات الأشخاص	197
خلاصة الفصل	213
الفصل الثالث: جودة الخدمة التأمينية كمدخل لزيادة الإنتاج في شركات التأمين	
تمهيد	215
المبحث الأول: إدارة الإنتاج والعمليات في شركات التأمين	216
المطلب الأول: ماهية إدارة الإنتاج والعمليات	216
المطلب الثاني: إدارة الإنتاج والعمليات والوظائف الأخرى لشركة التأمين	231
المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على إنتاج شركات التأمين	234
المبحث الثاني: تحليل عناصر جودة الخدمة التأمينية	248
المطلب الأول: مراحل تقييم جودة الخدمة التأمينية	248
المطلب الثاني: محددات تقييم جودة الخدمة التأمينية	255
المطلب الثالث: نماذج تقييم جودة الخدمة التأمينية	260
المبحث الثالث: تحسين جودة إنتاج شركات التأمين لتحقيق رضا الزبائن وولائهم	273
المطلب الأول: أساسيات رضا الزبائن	274

المطلب الثاني: ماهية ولاء الزبائن	289
المطلب الثالث: علاقة رضا الزبائن وولائهم بجودة الخدمة التأمينية	297
خلاصة الفصل	318
الفصل الرابع: تشخيص وضعية سوق التأمين في الجزائر من حيث الإنتاج خلال الفترة "2006-2017"	
تمهيد	320
المبحث الأول: سمات قطاع التأمين في الجزائر	321
المطلب الأول: التطور التاريخي لقطاع التأمين في الجزائر	321
المطلب الثاني: مكونات قطاع التأمين في الجزائر	334
المطلب الثالث: هيئات الإشراف والرقابة على قطاع التأمين في الجزائر	368
المبحث الثاني: تحليل إنتاج شركات التأمين في الجزائر	376
المطلب الأول: تطور إنتاج قطاع التأمين حسب الشركات	377
المطلب الثاني: تقييم إنتاج شركات التأمين في الجزائر حسب الفروع خلال الفترة "2006-2017"	382
المطلب الثالث: تطور رقم أعمال شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة الممتدة من "2006-2017"	391
المطلب الرابع: تطور المؤشرات الجزئية لقطاع التأمين في الجزائر	394
المبحث الثالث: مكانة قطاع التأمين الجزائري عالميا،إفريقيا،عربيا، مغاربيا	398
المطلب الأول: مكانة قطاع التأمين الجزائري عالميا	398
المطلب الثاني: مكانة قطاع التأمين الجزائري إفريقيا	400
المطلب الثالث: مكانة قطاع التأمين الجزائري عربيا	403
المطلب الرابع: مكانة قطاع التأمين الجزائري مغاربيا	404
خلاصة الفصل	408
الفصل الخامس: دراسة أثر جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر	
تمهيد	411
المبحث الأول: الإطار المنهجي و الوصفي للدراسة	412
المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	412

المطلب الثاني: بناء أداة الدراسة	418
المطلب الثالث: التحليل الوصفي لعينة الدراسة	422
المبحث الثاني: دراسة العلاقة والأثر بين متغيرات الدراسة	442
المطلب الأول: دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة	442
المطلب الثاني: دراسة الأثر بين متغيرات الدراسة	448
المبحث الثالث: آليات تطوير قطاع التأمين في الجزائر	455
المطلب الأول: إبتكار وتنويع المنتجات التأمينية	455
المطلب الثاني: تطوير الكفاءات البشرية لتدعيم تنافسية شركات التأمين	474
المطلب الثالث: تطوير الإستراتيجيات التسويقية لشركات التأمين	480
المطلب الرابع: التأمين التكافلي كآلية لتطوير قطاع التأمين في الجزائر	483
خلاصة الفصل	494
الخاتمة	496
قائمة المراجع	508
الملاحق	548
الملخص باللغة الأجنبية	–

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	مفاهيم الجودة وفقا لبعض روادها الأوائل	06
02	تصنيف درجة الملموسية	65
03	مراحل دورة حياة خدمات التأمين والإستراتيجيات الموافقة لها	72
04	تطور إنتاج تأمينات الأشخاص في الجزائر خلال الفترة"2010-2017"	201
05	محددات تقييم جودة الخدمة التأمينية	259
06	مستويات رضا الزبون	276
07	العناصر الداخلية و الخارجية للبيئة المادية	310
08	تطور رقم أعمال شركة تالا للتأمين على الحياةTALA	339
09	شركات التأمين العمومية المتواجدة في السوق سنة 2017	340
10	شركات التأمين الخاصة المتواجدة في السوق سنة 2017	347
11	التعاضديات المتواجدة في السوق سنة 2017	349
12	الشركات المختلطة المتواجدة في السوق سنة 2017	351
13	المساهمين في الرأسمال الاجتماعي للشركة الجزائرية لضمان الصادرات CAGEX	352
14	حصص المساهمين في رأسمال شركة ضمان القرض العقاري SGCI	354
15	شركات التأمين المتخصصة المتواجدة في السوق سنة 2017	356
16	جوانب الإختلاف بين سمسار التأمين و الوكيل العام للتأمين	358
17	تطور إنتاج الوسطاء خلال الفترة " 2006- 2017"	359
18	تطور عدد الوسطاء خلال الفترة " 2006-2017"	359
19	المنتجات المسموح بتوزيعها عبر البنوك و النسب القصوى لعمولة التوزيع	362
20	تطور إنتاج خدمات بنك التأمين للفترة "2012-2017"	363
21	هيكل الإنتاج حسب أنواع شركات التأمين للسنوات"2006-2017"	378
22	توزيع سوق التأمين الجزائري بين مختلف شركات التأمين للفترة "2006-2017"	380
23	إنتاج التأمين حسب الفروع للفترة "2006-2011"	384
24	إنتاج التأمين حسب الفروع للفترة "2012-2017"	386

25	تطور الحضيرة الوطنية للسيارات في الجزائر خلال الفترة "2012-2016"	387
26	أقساط التأمين على الأشخاص و التأمين على الأضرار في الفترة "2006-2017"	391
27	تطور رقم أعمال شركات التأمين للفترة "2006 -2017"	393
28	تطور مؤشر الكثافة التأمينية لسوق التأمين الجزائري خلال الفترة "2006-2017"	395
29	تطور مؤشر الاختراق التأميني لسوق التأمين الجزائري خلال الفترة "2006-2016"	396
30	أفضل عشر دول عالميا لسنتي"2016-2017"	399
31	أفضل عشر دول إفريقيا لسنتي "2016-2017"	400
32	توزيع سوق التأمين العالمي حسب القارات لسنتي"2016-2017"	402
33	أفضل عشر دول عربيا لسنتي "2016-2017"	403
34	ترتيب الدول المغاربية لسنتي "2016-2017"	404
35	مقارنة مؤشر الكثافة التأمينية للدول المغاربية لسنة 2017	405
36	مقارنة مؤشر الإختراق التأميني للدول المغاربية لسنة 2017	405
37	إجمالي أقساط التأمين على الأشخاص للدول المغاربية لسنتي "2016-2017"	406
38	إجمالي أقساط التأمين على الأضرار للدول المغاربية لسنتي "2016-2017"	406
39	مقياس ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha	422
40	توزيع التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة	423
41	توزيع أفراد العينة الإحصائية حسب إسم شركة التأمين المتعامل معها	425
42	توزيع أفراد العينة الإحصائية حسب نوع شركة التأمين المتعامل معها	426
43	توزيع أفراد العينة الإحصائية حسب مدة التعامل مع شركة التأمين	428
44	المتوسطات المرجحة والاتجاه العام الموافق لها	429
45	وصف فقرات محدد الملموسية	430
46	وصف فقرات محدد الإعتمادية	432
47	وصف فقرات محدد الإستجابة	434
48	وصف فقرات محدد التعاطف	436

49	وصف فقرات محدد الأمان	438
50	وصف محددات جودة الخدمة التأمينية لشركات التأمين في الجزائر	439
51	وصف فقرات إنتاج شركات التأمين في الجزائر	440
52	نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد الملموسية وإنتاج شركات التأمين	443
53	نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد الإعتمادية وإنتاج شركات التأمين	444
54	نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد الإستجابة وإنتاج شركات التأمين	445
55	نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد التعاطف وإنتاج شركات التأمين	446
56	نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد الأمان وإنتاج شركات التأمين	447
57	نتائج أثر محدد الملموسية على إنتاج شركات التأمين	450
58	نتائج أثر محدد الإعتمادية على إنتاج شركات التأمين	451
59	نتائج أثر محدد الإستجابة على إنتاج شركات التأمين	452
60	نتائج أثر محدد التعاطف على إنتاج شركات التأمين	453
61	نتائج أثر محدد الأمان على إنتاج شركات التأمين	454
62	مجال الإبتكار في قطاع التأمين	456
63	منتجات التأمين المصرفي الموزعة على مستوى البنوك.	465
64	أهم الإتفاقيات بين شركات التأمين والبنوك	466
65	منتجات التأمين الجديدة المبتكرة في قطاع التأمين في الجزائر	470
66	مكونات الميزة التنافسية المبنية على مساهمة كفاءة الموارد البشرية	475
67	الفروقات الجوهرية بين التأمين التكافلي والتأمين التجاري	490
68	تطور الإنتاج السنوي لشركة سلامة للتأمين التكافلي في الفترة "2006-2017"	493

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	مفهوم الجودة	09
02	مراحل تطور الجودة	14
03	تأثير الجودة على التكاليف والحصة السوقية	18
04	أهداف الجودة	19
05	عجلة الجودة الشاملة المرتكزة على رضا المستهلك	27
06	عناصر كايزن	30
07	نموذج عملية إدارة الموارد البشرية في المنظمة المعتمدة للجودة	31
08	خصائص الخدمات	67
09	دورة حياة الخدمة التأمينية	70
10	مفهوم جودة الخدمة	74
11	موقع ثقافة الجودة في الشركة	84
12	نموذج لنظام إنتاجي مبسط	223
13	نموذج شامل لمدخلات النظام الإنتاجي	226
14	نموذج شامل للعمليات التحويلية للنظام الإنتاجي	228
15	نموذج شامل لمخرجات النظام الإنتاجي	229
16	نظام الإنتاج و العمليات	231
17	سلوك الزبون الشرائي	249
18	نظام إنتاج الخدمة	253
19	سيرورة التفاعل بين الزبون وشركة التأمين " المطالبة بالتعويض"	254
20	نموذج جودة الخدمة "servqual"	262
21	نموذج الجودة الفنية والوظيفية	271
22	نموذج القيمة المثالية من جودة الخدمة	272
23	نموذج المستويات	273
24	خصائص الرضا	280
25	نموذج كانو	287

26	النموذج الأمريكي لقياس رضا الزبون (ACSI)	288
27	العلاقة بين الرضا و القيمة و ولاء الزبون	291
28	قياس ولاء الزبون	297
29	العلاقة بين جودة الخدمة و الرضا	300
30	نموذج التوقعات / عدم المطابقة	301
31	قياس الأداء و قياس الرضا	304
32	علاقة جودة الخدمة التأمينية بولاء الزبائن	309
33	توزيع الحصص السوقية لشركات التأمين لسنة 2017	381
34	تطور رقم أعمال التأمين على السيارات في الجزائر خلال الفترة "2006-2017"	388
35	مقارنة إنتاج تأمينات الأشخاص و تأمينات الأضرار خلال الفترة "2006-2017"	391
36	تطور رقم أعمال قطاع التأمين خلال الفترة "2006-2017"	394
37	تطور مؤشر الإختراق التأميني في الجزائر خلال الفترة "2006-2017"	398
38	الحصص السوقية للقارات سنة 2017	402
39	نموذج الدراسة	419
40	حصص شركات التأمين المتعامل معها	427
41	تطور رقم أعمال شركة سلامة خلال الفترة "2006-2017"	493

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق	الصفحة
01	الإستبيان	548
02	قائمة بأسماء الأساتذة المحكمين للإستبيان	553
03	معامل ألفا كرونباخ	553
04	نتائج وصف عينة الدراسة	554
05	المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمتغيرات الدراسة	556
06	نتائج اختبار علاقة الارتباط	560
07	نتائج اختبار الأثر	562

مقدمة

مقدمة

أدى التطور التكنلوجي وسرعته والتحول الإقتصادي وتباينه، إلى تغيير جل المعالم المتعارف عليها في مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية، وكان لابد من انعكاسه على كافة الإتجاهات والسلوكيات في حياتنا اليومية حيث دخل العالم في مفهوم جديد ألا وهو الإقتصاد الحر الذي أجبر معظم الدول النامية منها والمتقدمة إلى الإنتقال من سياسة التخطيط والإنغلاق إلى سياسة التسويق والإنفتاح نحو العالم الخارجي ليصبح بذلك العالم على شكل قرية صغيرة ذات هياكل متشابكة ببعضها البعض.

تولد عن هذا التطور تنوع المخاطر وتكاثرها وتشظي الكوارث وتعددها، وتعاظم المخاوف وتفاقمها وسعيا من الإنسان للبحث عن وسائل لتجنب تلك الكوارث وتخفيف تلك الأضرار، وتجزئة تلك الأخطار وتوزيعها وتخفيف عبئها، الأمر الذي أدى إلى تطور مفهوم التأمين وزيادة أهميته وسرعة إنتشاره وتنوع أشكاله وصوره، حتى بات من أهم الوسائل الفعالة للتصدي للخطر من قبل الفرد والمجتمع والدولة.

يعتبر التأمين من أهم الأنشطة التي لاقت إهتماما متزايدا لما يكتسبه من أهمية بالغة في توفير الأمان والضمان الذي يحتاجه الإنسان في حياته اليومية والعملية، من خلال منحه الثقة من المخاطر التي قد تصيبه وأصبح ضرورة ملحة لدرء الأخطار التي لا يمكن للأفراد والمجتمعات إهمالها وإغفال أثرها في الحياة الإقتصادية والإجتماعية. زيادة على ذلك يؤدي التأمين دوراً ديناميكيا في الإقتصاد ويعتبر الدرع الواقي ضد الهزات التي تواجهه، فهو يتعامل مع المكونات الأساسية للإقتصاد من موقع تقويتها وتعزيزها من خلال الضمان الذي يمنحه لها من موارد إستثمارية تسهم في التنمية الإقتصادية وزيادة الثروة المستقبلية.

في ذات السياق قطعت الدول المتقدمة شوطاً كبيراً في مجال التأمين ووفرت له المناخ الملائم من خلال إرساء شبكة معلومات في الداخل والخارج، والجزائر كغيرها من الدول أولت هذا القطاع أهمية بالغة لمساهمته الفاعلة في ترقية النشاط الإقتصادي وفي تنفيذ الخطط الإنمائية التي تسعى إلى تحقيقها. فإنتهجت غداة الإستقلال نموذجا تنمويا يقوم على إحتكار الدولة لكل المعاملات الإقتصادية بما فيها قطاع التأمين، فقامت الدولة بإنشاء عدة شركات وطنية تعمل على تأمين مجمل الأخطار الموجودة. وبعد دخول الجزائر مرحلة الإصلاحات شهد قطاع التأمين مجموعة من الإصلاحات في العشريتين الأخيرتين تهدف إلى ترقيته وتطويره وإعطائه الأدوات الضرورية للعمل كشركات تتمتع بالإستقلالية وهذا بما يتلائم مع التطورات وإقتصاد السوق المفتوح وفي الأخير تجسد فتح مجال التأمين عن طريق الأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 الذي أعطى آفاقا جديدة لعملية المنافسة التأمينية وإلغاء إحتكار الدولة لعملية التأمين، وفتح المجال للمستثمرين الخواص وتمكينهم من إنشاء شركات على شكل شركات ذات أسهم أو شركات ذات شكل تعاضدي.

في ضوء ما تم ذكره سابقاً وقصد تدارك النقائص والإختلالات التي ميزت نشاط التأمين في الفترة التي أعقبت الإصلاحات المحدثة بموجب الأمر رقم 07/95، صدر بتاريخ 20 فيفري 2006 القانون رقم 04/06 الهادف إلى تطوير قطاع التأمين وتفعيل أدائه مع إحكام الرقابة على هذا النشاط، وذلك من خلال فتح سوق المنافسة الحرة والسماح للشركات الأجنبية بدخول السوق الوطنية، وتعزيز التأمين على الأشخاص عن طريق الفصل بين أنشطة شركات تأمين الأضرار وشركات تأمين الأشخاص، إضافة إلى تدعيم وتوسيع شبكة توزيع منتجات التأمين عن طريق البنوك والمؤسسات المالية.

باعتبار أن شركات التأمين من الشركات الخدماتية فهي تتميز بإنتاجها لخدمة غير ملموسة على عكس ما تتميز به السلع، الأمر الذي جعلها تواجه العديد من التحديات في مقدمتها: تزايد عدد الشركات وتنامي حدة المنافسة ولمواجهة هذه التحديات وإستمرار شركة التأمين في أداء نشاطها بشكل جيد وضمان نموها وتطورها وجب عليها تبني إستراتيجية تسويقية لا تعتمد فقط على تقديم خدمات بأسعار منخفضة بل تهتم أيضا بجودة الخدمات المقدمة قصد الوصول إلى درجة التميز في الأداء من ناحية، وتلبية حاجات ورغبات زبائنها واكتساب رضاهم ووفائهم من ناحية أخرى.

على ضوء المنطلق السابق أصبحت جودة الخدمة التأمينية ضرورة لازمة تزداد أهميتها بازدياد حاجات ورغبات وتوقعات المستفيدين من الخدمة، وإزدياد قدرة شركة التأمين على تحقيق تلك الإحتياجات والرغبات والتوقعات. فلم تعد جودة الخدمة مجرد مطابقة للمواصفات الفنية القياسية المحددة مسبقا، وإنما تعدت ذلك وأصبحت تشمل رغبات ومتطلبات المستفيدين من الخدمات.كما تحقق الجودة العديد من المنافع الإستراتيجية فهي تساعد في الحصول على حصة سوقية أكبر وعائد جيد على الإستثمار، كما تؤدي دورا مهما في تصميم الخدمة وعرضها وبالتالي التقليل من تكاليف الإنتاج وتحسين الإنتاجية. إذ أن جودة الخدمة التأمينية تعتبر من العناصر الأساسية للنجاح في بيئة تتميز بحدة المنافسة.

وفي هذا السياق يمكن صياغة إشكالية البحث الرئيسية على النحو التالي:

ماهو أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر؟

الأسئلة الفرعية:

للإحاطة بكل جوانب البحث قسمنا الإشكالية الرئيسية إلى أسئلة فرعية:

- ماهي خصوصيات الجودة في قطاع التأمين؟ و ماهي محدداتها؟

- ماهي مختلف المنتجات التي تقدمها شركات التأمين في الجزائر؟

- ماهو واقع سوق التأمين في الجزائر من حيث الإنتاج؟

- هل توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

- ماهي الآليات التي تساهم في تطوير قطاع التأمين في الجزائر؟

فرضيات الدراسة:

على ضوء الإشكالية المطروحة ومن أجل الإجابة على الأسئلة الفرعية، إرتأينا إلى صياغة الفرضيات الآتية كإجابة مبدئية نسعى لإثبات صحتها أو نفيها من خلال دراستنا لهذا الموضوع:

الفرضية الأولى: تكتسي جودة الخدمة التأمينية خصوصية مرتبطة بخصوصيات القطاع بحد ذاته وتتحدد الجودة بجملة من العوامل المرتبطة بشركات التأمين والفئات المستهدفة.

الفرضية الثانية: يرتبط إنتاج شركات التأمين بمجموعة من العوامل الداخلية والخارجية التي يجب أخذها بعين الإعتبار عند تطوير إنتاج شركات التأمين.

الفرضية الثالثة: يتخلل سوق التأمين في الجزائر مجموعة من المعوقات تجعله يتسم بنوع من الضعف على مستوى جودة الخدمة المقدمة والإنتاج.

الفرضية الرابعة: توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

تتفرع من هذه الفرضية خمس فرضيات فرعية، وهي كمايلي:

– توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الملموسية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الإعتمادية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الإستجابة وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد التعاطف وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الأمان وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفرضية الخامسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

تتفرع من هذه الفرضية خمس فرضيات فرعية، وهي كمايلي:

– يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الملموسية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

– يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الإعتمادية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الإستجابة على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد التعاطف على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الأمان على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في كونها حلقة وصل لسلسلة البحوث التي تهدف إلى معالجة موضوع التأمين وجودة الخدمة الخاصة به، فموضوع جودة الخدمة التأمينية ودورها في تحقيق أهداف شركات التأمين في الجزائر يستدعي الكثير من الإهتمام والدراسة.كما يمكن أن تساهم هذه الدراسة في زيادة تحسيس متخذي القرار وأصحاب الصلة المباشرة بالأنشطة التأمينية بالأهمية الإستراتيجية لجودة الخدمة التأمينية وخصوصياتها في هذا القطاع، من خلال علاقتها بتحقيق رضا الزبائن وولائهم ، وبالتالي الوصول لفئات جديدة من السوق والمحافظة عليها في ظل زيادة المنافسة المحلية والدولية.

فبعد جملة الإصلاحات التي عرفها قطاع التأمين في الجزائر منذ سنة 1995 الذي فتح المجال أمام المستثمرين الخواص المحليين منهم والأجانب، ظهرت منافسة بين الشركات العمومية والخاصة والأجنبية التي أدت بمسيري هذه الشركات إلى إعطاء عامل الجودة الحيز الأكبر من الإهتمام، وتأتي هذه الدراسة لتأكيد وبلورة هذا الدور وتصحيح نظرة المسيرين لموضوع الجودة

وإثبات أنها العامل المهم لتحقيق وتلبية رغبات الزبائن وإحتياجاتهم وتحقيق التميز في السوق، مما سيكون له إنعكاس وبشكل إيجابي على الإقتصاد الجزائري ككل.

تكمن كذلك أهمية هذه الدراسة في أنها جاءت في وقت يشهد فيه الإقتصاد الوطني تدهور وتراجع كبير في مداخيله، ولهذا وجب على السلطات الإقتصادية في البلاد أن تولي قطاع التأمين أهمية كبيرة من أجل تحريك عجلة النمو والنهوض بالتنمية الإقتصادية، بإعتبار أن صناعة التأمين مقياس لدرجة التقدم الإقتصادي لأي دولة.

أهداف الدراسة:

يمكن أن نوجز أهم الأهداف التي نسعى إلى تحقيقها من خلال هذه الدراسة في النقاط التالية:

- محاولة الإلمام بالمفاهيم النظرية المتعلقة بجودة الخدمة التأمينية.
- التعرف على مختلف المنتجات التأمينية المتوفرة في سوق التأمين في الجزائر.
- محاولة تشخيص وضعية سوق التأمين في الجزائر من خلال تحليل المؤشرات الكلية والتعرف على هيكلت هذا القطاع، مع الوقوف على أهم المشاكل والتحديات التي تواجهه، قصد التعرف على الآليات الواجب إتخاذها لتطويره.
- التعرف على العلاقة وتحديد الأثر بين جودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين في الجزائر.
- تحليل محددات جودة الخدمة التأمينية لتحديد أي محدد هو الأكثر تأثيرا على إنتاج شركات التأمين.
- وفي الأخير نطمح من خلال دراستنا هذه إضافة لبنة جديدة إلى مجموع البحوث المتعلقة بالموضوع.

أسباب إختيار الموضوع:

من أهم الأسباب التي دفعتنا إلى إختيار ودراسة هذا الموضوع مايلي:

- ميولنا الشخصي لمثل هذه المواضيع والتعمق أكثر في هذا المجال.

- تلاؤم الموضوع مع طبيعة التخصص.

- الرغبة في معالجة موضوع متعلق بأحد أهم القطاعات الإستراتيجية بالنسبة للإقتصاد الوطني والذي يلقى إهتمام كبير من طرف الدول المتقدمة.

- قناعتنا الخاصة بالقيمة المتميزة والأهمية الإستراتيجية التي يكتسبها موضوع الجودة في قطاع الخدمات بصفة عامة، وفي قطاع التأمين بصفة خاصة، خاصة في ظل التأخر الكبير الذي يعاني منه هذا القطاع في الجزائر، وهو الأمر الذي يجعل من تبني مفهوم الجودة في شركات التأمين في الجزائر مدخل أساسي لتطوير القطاع وتحسين جودة الخدمة المقدمة بالشكل الذي يحقق الأهداف الإقتصادية والإجتماعية للتأمين.

- محاولة إبراز العلاقة والأثر الذي يربط بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

- قلة الدراسات والأبحاث المتخصصة في مجال جودة الخدمة المرتبطة بالإنتاج لشركات التأمين .حيث سجل هذا القطاع نقصا ملحوظ فيما يتعلق بالبحوث الأكاديمية والدراسات الميدانية.

- الرغبة في إضافة ماهو جديد إلى مجموع البحوث والدراسات المتعلقة بالموضوع.

حدود الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية، تم تحديد حدود الدراسة على النحو التالي:

✓ **الحدود المفاهمية:**

– **محددات جودة الخدمة التأمينة:** يستند تقييم جودة الخدمة التأمينية إلى عدة محددات مرتبطة بجوانب الأداء الملموسة والغير ملموسة بحيث يعتمد على عشرة محددات رئيسية هي: الإعتمادية مدى توفر الخدمة من حيث المكان والزمان، الأمان، المصداقية، درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد الإستجابة، الجدارة، الملموسية، الإتصالات المجاملة. إلا أنه في دراستنا الميدانية إعتمدنا على خمس محددات (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، التعاطف الأمان)، لإعتبار بعض الباحثين أن المحددات العشر السابقة ليست بالضرورة مستقلة بل متداخلة ومكملة لبعضها البعض .

– **إنتاج شركات التأمين:** يقصد بالإنتاج في شركات التأمين المبيعات والنشاطات التسويقية التي تقوم بها الشركة وهذا راجع لتلازمية عملية الإنتاج مع بيع المنتجات التأمينية، فإنتاج شركات التأمين هو مختلف المنتجات التأمينة التي تقدمها مثل المنتجات المرتبطة بالمسؤولية المدنية المنتجات المرتبطة بالأضرار والمنتجات المرتبطة بالأشخاص.

– استثنت دراستنا نشاط إعادة التأمين الذي يتم بين شركات التأمين المباشرة ومعيدي التأمين، كما استثنت التأمين الاجتماعي المسير من قبل الدولة نظرا لطابعه الاجتماعي الغير تجاري، واقتصرت الحدود الموضوعية للدراسة على التأمين التجاري الذي تزاوله شركات هدفها الأساسي تحقيق الربح.

✓ **الحدود الزمانية والمكانية:**

– تحديد مجال الدراسة زمنيا في الفترة الممتدة من سنة 2006 إلى سنة 2017 وهي الفترة التي تلت الإصلاحات التي عرفها قطاع التأمين سنة 2006، من خلال تشخيص واقع القطاع في هذه الفترة.

– فيما يخص الشركات التي شكلت مجتمع الدراسة فقد تمت على مستوى 13 شركة تأمين (عمومية، خاصة أجنبية) ناشطة في السوق الجزائرية.

– الاستبيان موجه لزبائن شركات التأمين بعينة مكونة من 236 مفردة، من ولايتي البليدة وتيبازة، وتم فيها تقييم آراء زبائن شركات التأمين في الجزائر لمستوى جودة الخدمة التأمينية المقدمة لهم ومدى تأثيرها على إنتاج شركات التأمين .

المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة:

من أجل التطرق إلى كل جوانب الموضوع والوصول إلى الأهداف المرجوة منه، تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، من أجل التعرف على مختلف المفاهيم النظرية للموضوع معتمدين على مختلف المراجع المتوفرة من كتب، مداخلات، مقالات علمية، مواقع الإلكترونية، نصوص قانونية وجرائد رسمية، كما قمنا بإبراز الخلفية التاريخية لقطاع التأمين في الجزائر وتقديم عرض مفصل حول تطوره، منذ نشأته التي ترافقت مع تواجد الإستعمار الفرنسي إلى مختلف المراحل التي تدرج فيها والإصلاحات التي خضع لها، كما إعتمدنا على التحليل الاحصائي لإنتاج شركات التأمين وتحديد مكانة قطاع التأمين الجزائري من خلال بعض المؤشرات الجزئية ومقارنتها مع المؤشرات السائدة عالميا ومغاربيا، وهذا بالإعتماد على المنشورات الرسمية لمديرية التأمينات بوزارة المالية، المجلس الوطني للتأمينات، بالإضافة إلى التقارير السنوية التي تصدر عن الشركة السويسرية لإعادة التأمين التي تقدم بشكل دوري إحصائيات عن السوق العالمية للتأمين.

كما تم الإعتماد في الجزء الميداني من الدراسة على استبيان مكون من عدة فقرات متعلقة بالموضوع موجه لعينة من زبائن شركات التأمين لمعرفة أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر ولتحليل نتائج الدراسة قمنا باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS).

الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة بمثابة القاعدة التي يتم الإستناد عليها في وضع المعالم الأساسية للجوانب التطبيقية لتحديد بيئة الإختبار والبحث، حيث تم استطلاع لمجموعة من الدراسات المتعلقة بالموضوع قيد الدراسة، ومن أهم هذه الدراسات:

- **بيشاري كريم، "التوجه التسويقي كمدخل لتطوير قطاع التأمينات في الجزائر"**، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم التجارية،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية بجامعة الجزائر03، سنة 2012 تمحورت إشكالية البحث كالآتي: **في ظل غياب ثقافة التأمين في الجزائر كيف يمكن لتبني التوجه التسويقي من طرف شركات التأمين الجزائرية أن يساهم في تطوير الخدمات المقدمة فيها، وبالتالي تطوير سوق التأمينات في الجزائر؟**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تطبيق التوجه التسويقي في شركات التأمين الجزائرية والدور الذي يمكن أن يؤديه في تطوير قطاع التأمين الجزائري، وقد توصل الباحث إلى أنه يترتب على تنفيذ إستراتيجية التسويق نجاح أو فشل إستراتيجية شركة التأمين ككل، وبالتالي تحقيق أو عدم تحقيق أهدافها ولهذا يجب العناية بهذه العملية بالشكل الذي يضمن تنفيذها وفق ما خطط له. كما أن التوجه التسويقي يقوم على أن اعتبار المستهلك المحور الأول في كل الأنشطة التسويقية التي تقوم بها إدارة التسويق في شركات التأمين، وبأن هناك مجموعة من المعوقات التي تقف كحاجز أمام تطور قطاع التأمين في الجزائر.

من أجل ذلك أوصى الباحث على ضرورة تبني وتطبيق التوجه التسويقي من طرف شركات التأمين الجزائرية في تعاملها مع الأسواق المستهدفة، كما أوصى الباحث بتطوير منتجات تأمينية

تتوافق مع الشريعة الإسلامية لإستهداف الفئات التي تعتقد بأن التأمين التجاري بشكله الحالي يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية والعمل على بناء قاعدة بيانات خاصة بقطاع التأمين.

- **بناي مصطفى، "واقع وآفاق شركات التأمين الجزائرية في ظل الإصلاحات الإقتصادية والمتغيرات الدولية 2005-2011"**، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، سنة 2014، تمحورت إشكالية البحث كالتالي: **ما هو واقع شركات التأمين الجزائرية في ظل الإصلاحات الإقتصادية والمتغيرات الدولية ، وما هي آفاقها المستقبلية ؟**

هدفت هذه الدراسة إلى تبيان حقيقة وموقع قطاع التأمين في الإقتصاد الجزائري ومعرفة السياسات المناسبة لتطوير تنافسية شركات التأمين لمواجهة مختلف التغيرات الدولية وتلاقي إنعكاساتها السلبية، وتوصل الباحث إلى أنه رغم الإصلاحات التي مرت بها صناعة التأمين في الجزائر إلا أنه مزال دون المستويات المطلوبة وتتخلله مشاكل عديدة، من أهمها غياب الثقافة التأمينية والوعي التأميني المحدود الذي يؤثر سلبا على حجم النشاط، كما أنه تعاني شركات التأمين الجزائرية من نقص شديد في الخبرات والكوادر الفنية سواء في العدد أو نوعية الخبرة على كافة المستويات والتخصصات.

من أجل ذلك أوصى الباحث على إبتكار وتنويع المنتجات التأمينية الجديدة لمسايرة التطور الإقتصادي والإجتماعي خاصة في ظل العولمة والإنفتاح الإقتصادي، كما أوصى بتطوير الكفاءات البشرية وتنميتها بشكل يسمح بتدعيم الميزة التنافسية لشركات التأمين من خلال القيام بكل مايتطلبه الإستثمار في رأس المال الفكري.

- **نايلي إلهام،"أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية"** أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة

العربي بن مهيدي أم البواقي سنة 2016، تمحورت إشكالية البحث كالآتي: **مامدى تأثير جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية؟**

هدفت الباحثة إلى التعرف على تقييم زبائن البنوك التجارية الجزائرية محل البحث لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم من ناحية إدراكهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم واختبار العلاقة القائمة بين جودة الخدمات المصرفية والميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية وقد توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى أن البنوك تسعى من خلال الإهتمام بجودة خدماتها المصرفية إلى تحقيق رضا الزبون اتجاه منتجاتها أولا والبحث فيما بعد عن خلق ولاء من قبل الزبائن اتجاه هذه البنوك، كما أن تقييم زبائن البنوك التجارية محل البحث لجودة الخدمة المقدمة لهم من ناحية أبعادها المختلفة جاء تقييما إجماليا متوسطً، وأن هناك علاقة إرتباط موجبة بين أبعاد جودة الخدمة المقدمة للزبائن والميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية.

كما طرحت الباحثة العديد من التوصيات من بينها ضرورة انتقال الإدارة في البنوك التجارية الجزائرية من توفير الخدمات المصرفية بشكل مستمر إلى التركيز على زيادة جودة الخدمات المصرفية، والإهتمام بجودة الخدمة المصرفية وتحسينها كونها تعد سلاحا تنافسيا فاعلا تأخذ به البنوك كوسيلة لتمييز خدماتها عن منافسيها.

- **برغوتي وليد،"تقييم جودة خدمات شركات التأمين وأثرها على الطلب في سوق التأمينات الجزائرية 1995-2009** "، رسالة ماجستير في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الحاج لخضر باتنة،سنة 2014، تمحورت إشكالية البحث كالتالي: **كيف يمكن تقييم مستوى جودة الخدمة التأمينية المقدمة من طرف شركات التأمين؟ وما أثرها على الطلب في سوق التأمينات الجزائرية؟**

هدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم جودة الخدمة التأمينية ونماذج تقييمها وسبل تطويرها، وإبراز أهم الحلول بهدف الإرتقاء بجودة الخدمة في شركات التأمين الجزائرية، وقد توصلت الدراسة إلى أن المؤشرات التقييمية التي تستخدم في الحكم على مستوى الخدمة التأمينية تختلف من حيث الأهمية بالنسبة للزبون وذلك حسب التغيرات التي تؤثر في جودة الخدمة التأمينية. في هذه الدراسة أوصى الباحث على أهمية إدراك الشركات الوطنية لمدى خطورة تحول الزبائن إلى الشركات الخاصة، لذلك يجب عليها العمل على تقديم أعلى مستوى من الجودة في الخدمات التأمينية وذلك من أجل إرضاء الزبون، وإدراك أن إحتياجات الزبون تتطور من وقت لآخر ولذلك يجب عليها أن تواكب هذه التطورات بالتحسين المستمر لمستويات الخدمة وذلك من أجل استمراريتها في السوق.

– **بن بتيش بلال، "أثر جودة الخدمة التأمينية على تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين في السوق الوطنية دراسة مقارنة بين شركتين تأمينيتين"**، رسالة ماجستير في العلوم الإقتصادية،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، سنة 2013، جاءت إشكاليتها كالتالي: **ما أثر جودة الخدمة التأمينية على تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين في السوق الوطنية من وجهة نظر الموظفين و الزبائن ؟**

هدفت الدراسة إلى توضيح مؤشرات الجودة في الخدمات التأمينية وكذلك التعرف على أثرها على تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين في السوق الوطنية من وجهة نظر الموظفين والزبائن وقد توصلت إلى أن المؤشرات التقييمية المستخدمة للحكم على مدى تأثير جودة الخدمة التأمينية على تحقيق الميزة التنافسية تختلف من حيث أهميتها بالنسبة للموظف والزبون. وأن جميع مؤشرات تقييم جودة الخدمة التأمينية لها أثر على تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين في السوق الوطنية وهذا التأثير متفاوت من مؤشر لآخر.

وبناءاً على النتائج المتوصل إليها، قدم الباحث بعض الإقتراحات منها: قيام إدارة الشركة على مدار فترات زمنية مختلفة بتقييم جودة الخدمات التي تعرضها بواسطة شبكتها التجارية المتنوعة والفروع التابعة لها، باستخدام النماذج التقييمية المعروفة في هذا المجال لتحديد اتجاهات ومواقف الزبائن نحو الخدمات المقدمة والتعرف على توقعاتهم ومحاولة تحقيقها لرفع وتنمية الشعور بالرضا لديهم وكسب ولائهم واستمراريتهم في التعامل معها وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية.

- **جباري فادية، "تأثير جودة الخدمة على رضا العميل دراسة حالة الوكالة أ التابعة للمديرية الجهوية للشركة الجزائرية للتأمينات SAA بتلمسان"**، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، سنة 2011 تمحورت إشكالية البحث كالتالي: **مامدى تأثير جودة خدمة المؤسسة الخدمية الجزائرية على رضا العميل؟**

هدفت الدراسة إلى تقديم إطار نظري يتعلق بمفاهيم الجودة وتسويق الخدمات مع تسليط الضوء على جودة الخدمة وإدارة توقعات العملاء وأهم أساسيات رضا العميل و وفائه، من أهداف هذه الدراسة كذلك التعرف على العلاقة التي تربط بين جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الخدمية ورضا العميل. وقد توصلت الدراسة إلى أنه يتوجب على شركات التأمين الجزائرية إدراك كيفية توفير خدمات ذات جودة ترقى لمستوى تطلعات زبائنها وحاجاتهم المعقدة وأن تهتم بوظيفة تسويق خدماتها لما توفره هذه الوظيفة من مزايا خاصة فيما يتعلق بالبحوث التسويقية التي تمكنها من قياس مستوى رضا عملائها، ومعرفة متطلباتهم ورغباتهم وتفضيلاتهم، وبالتالي تلبيتها بالطريقة التي تكسبها رضاهم ومن ثم وفائهم لها على المدى الطويل.

- **إلهام نعمة كاظم،"تقييم جودة الخدمات التأمينية في شركة التأمين الوطنية فرع الديوانية"،مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 15، العدد 03، سنة 2013**، وقد

عالجت الباحثة من خلال دراستها الإشكالية التالية: **ما مستوى جودة الخدمة التأمينية في شركة التأمين الوطنية؟**

وقد توصلت الباحثة إلى أن إجابات أفراد العينات الثلاث (المدير العام ورؤساء الأقسام مدراء الفروع والزبائن) قد إجتمعت بتدني مستويات الخدمات التأمينية من تطبيق مبدأ منتهى حسن النية المطلق والتسوية بالتعويض بصورة ترضي حاملي وثائق التأمين، الأمر الذي يفسر عزوف المواطنين عن إقتناء خدمة التأمين. كما طرحت الباحثة العديد من التوصيات من بينها: تسهيل إجراءات تعويض المؤمن له عند حدوث الخطر وتحقق الخسارة المادية، وضع معايير يمكن الإعتماد عليها في تقييم الخدمة التأمينية.

– **فتيحة بوحرود،"الدور الإستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين (دراسة تقييمية من منظور العملاء لجودة الخدمة بالشركة الجزائرية للتأمينات CAAT)"،مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير العدد 12،سنة 2012**،فالإشكالية المطروحة تتمحور حول : **ماهي اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة التأمينية في الشركة الجزائرية للتأمين CAAT؟**

توصلت الباحثة إلى أن تقييم العملاء لمستوى الجودة في خدمات التأمين التي تقدمها الشركة الجزائرية للتأمينات أن أكثر العناصر التي تشكل نقاط قوة في الخدمة الكلية المقدمة هي حسن المعاملة وتقدير ظروف العميل واحترامه من طرف الموظفين، الثقة الكاملة في الشركة وعدم الشك في تعاملاتها، مصداقية الآداء والإلتزام بمواعيد تقديم الخدمة، الإستجابة لمطالب العملاء، كما أظهر التقييم الإجمالي للخدمة من طرف العملاء بعض جوانب الضعف أو اللاجودة في الآداء الكلي للخدمة التأمينية. إقترحت الباحثة مجموعة من التوصيات منها ماهو متعلق بشركات التأمين الوطنية، ومنها ماهو متعلق بالدولة من أجل إصلاح القطاع بصفة عامة.

يتجلى من خلال العرض السابق بأن الدراسات السابقة أفادت الدراسة الحالية في تناولها للمنطلقات الفكرية لجودة الخدمة التأمينية ،كما أفادت الدراسة الحالية في تحديد المنهج الأمثل الذي سيتم من خلاله قياس متغيرات الدراسة.

إلا أن ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة في:

- تقديم إضافات جديدة من خلال بحثنا وهذا بتكوين قاعدة نظرية عميقة عن جودة الخدمة التأمينية.
- تقوم الدراسة الحالية بدراسة أثر كل من محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين.
- كما أن فترة دراسة قطاع التأمين في الجزائر، ستكون إبتداءا من سنة 2006 إلى سنة 2017.

صعوبات الدراسة:

لا يخلو أي بحث علمي في مختلف التخصصات من الصعوبات التي قد يواجهها أي باحث أكاديمي للإلمام بمختلف جوانب دراسته، وما تم مواجهته في ظل دراستنا هذه صعوبة تحصيل الإحصائيات السنوية المتعلقة بنشاط التأمين لدراسة وتحليل إنتاج شركات التأمين في الجزائر من قبل مديرية التأمينات بوزارة المالية مع تباطئهم في إصدار أخر الإحصائيات، ومن ناحية الدراسة الإستقصائية واجهتنا صعوبة في توزيع وإعادة إسترجاع قوائم الإستبيان من طرف زبائن شركات التأمين، وهذا راجع لعدم تعود الفرد الجزائري على عمليات الإستقصاء وتخوفه من الرد على أسئلة الإستبيان.

هيكل الدراسة:

من أجل معالجة الإشكالية والإلمام بكل جوانب الموضوع، قمنا بتقسيم دراستنا إلى خمس فصول على النحو التالي:

- **الفصل الأول** "**الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية**": حيث تطرقنا في المبحث الأول لمدخل عام حول الجودة تم من خلاله الإشارة إلى مفهوم الجودة، تطورها التاريخي، أهميتها أهدافها وأساسيات إدارة الجودة الشاملة لإعتبارها مفهوما متكاملا للإدارة، هدفه إرضاء الزبائن وتحقيق ميزة تنافسية للشركة، أما المبحث الثاني خصصناه لتحليل معالم نشاط التأمين بتحديد مفهومه، مختلف المبادئ التي يقوم عليها عقد التأمين تقسيماته وأهميته في ظل المتغيرات الإقتصادية والإجتماعية. لنصل في نهاية هذا الفصل لتحليل خصوصيات الجودة في قطاع التأمين من خلال تحديد مفهومها، أهميتها، أبعادها وتحليل خصائص الجودة في هذا القطاع التي ترتبط بكون المنتج الذي تقدمه شركة التأمين خدمة من جهة والطبيعة الخاصة لنشاط التأمين من جهة أخرى.

- أما **الفصل الثاني** جاء بعنوان "**طبيعة المنتجات المسوقة في قطاع التأمين الجزائري**"، حيث قمنا بتقسيمه إلى ثلاث مباحث، خصصنا الأول منها للمنتجات المرتبطة بالمسؤولية المدنية من خلال التطرق إلى ماهيتها أنواعها ومختلف مجالات تطبيقها، أما المبحث الثاني تطرقنا من خلاله لجميع المنتجات المرتبطة بالأضرار المتواجدة في سوق التأمين الجزائري، وفي الأخير خصصنا المبحث الثالث للمنتجات المرتبطة بالأشخاص من خلال تحديد ماهيتها، أهم التغطيات التأمينية المتعلقة بالأشخاص وأهم التدابير التي جاء بها القانون 04/06 لتطوير تأمينات الأشخاص.

– وتضمن **الفصل الثالث** "**جودة الخدمة التأمينية كمدخل لزيادة إنتاج شركات التأمين**" حيث بدأنا بتحديد الإطار النظري لإدارة الإنتاج والعمليات في شركات التأمين من خلال تحديد ماهية إدارة الإنتاج والعمليات بشكل عام، ثم تحديد ماهية إدارة الإنتاج والعمليات في شركات التأمين، علاقتها بمختلف الوظائف الأخرى في الشركة ومختلف العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة في إنتاج شركات التأمين، بعد ذلك حاولنا تحليل عناصر جودة الخدمة التأمينية إنطلاقا من محددات تقييم جودة الخدمة التأمينية، مراحل تقييمها ونماذج تقييمها. لنصل في نهاية هذا الفصل إلى تحسين جودة إنتاج شركات التأمين بالإعتماد على علاقتها بالزبائن وعلى اعتبار أن تحقيق رضا الزبون وولائه هدف من أهداف الجودة.

– في حين أن **الفصل الرابع** جاء بعنوان " **تشخيص واقع سوق التأمين في الجزائر من حيث الإنتاج خلال الفترة 2006–2007** "حيث عمدنا من خلال هذا الفصل إلى عرض سمات قطاع التأمين في الجزائر من خلال الإشارة إلى مختلف المراحل التاريخية التي مر بها، مكوناته وهيئات الإشراف والرقابة القائمة عليه، ثم إنتقلنا إلى تحليل إنتاج شركات التأمين في الجزائر وتحليل مؤشراته الجزئية، كما خصصنا المبحث الأخير لتحديد مكانة قطاع التأمين الجزائري على المستوى العالمي، الإفريقي، العربي والمغاربي.

– أما الفصل الأخير حاولنا من خلاله إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي من خلال دراسة العلاقة والأثر الموجود بين متغيرات الدراسة، من خلال توزيع استبيان موجه لعينة مكونة من فئة الزبائن لشركات التأمين من أجل معرفة أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر، وتم معالجة هذا الإستبيان بالإعتماد على (SPSS)، وتمكنا من خلال نتائجه إختبار صحة الفرضيات من عدمها، لنختمه في الأخير بالآليات اللازمة والضرورية التي يجب إتخاذها لتطوير قطاع التأمين في الجزائر.

ختاما لهذا البحث قمنا بوضع خاتمة عامة له ضمناها أهم النتائج المتوصل إليها مع تقديم توصيات نعتقد أنها ستساهم في إثراء حقل الجودة في شركات التأمين في الجزائر، هذا مع اقتراح آفاق البحث المستقبلية والتي يمكن أن تدفع الباحثين إلى مواصلة المزيد من البحوث العلمية التي يمكن أن تساهم في تطوير تبني مفهوم الجودة في شركات التأمين في الجزائر وبالتالي النهوض بالقطاع ككل.

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية

تمهيد:

في ظل التحولات السابقة من نظام دولي جديد وإنفتاح الشركات على الأسواق الدولية ورفع الحواجز الجمركية بين الدول، أصبحت الشركات الإقتصادية تهتم بالجودة كوسيلة أساسية لتصريف منتجاتها، فبعدما كانت الشركات تهتم بتصنيع المنتجات والخدمات بشكل أسرع وأرخص لعرضها في الأسواق، أصبحت تعتبر صنع أفضل المنتجات"الخدمات" هو الطريق الأمثل الذي يؤدي إلى تصنيعها بشكل أسرع وأرخص.

منذ أن وجد الإنسان على وجه الأرض وهو في بحث عن الأمان والحماية من المخاطر المختلفة المحيطة به والمتزايدة مع تطور وتقدم الحياة المعاصرة. فمن أجل التصدي لهذه المخاطر إستلزم الأمر إنشاء أجهزة تتكفل بهذا الغرض، وهي شركات التأمين التي تقوم بمختلف الأنشطة التأمينية منذ القدم، إلا أنها عرفت تطورا وإنتشارا كبيرا وإهتماما متزايد لما يكتسبه من أهمية بالغة في مواجهة المخاطر، ولهذا أصبحت تسعى لتوفير الأمان الذي يحتاجه الإنسان في حياته اليومية والعملية من خلال تقديمها لمختلف الخدمات التأمينية.

وعلى هذا الأساس سنعالج من خلال هذا الفصل الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية بالتركيز على ثلاثة جوانب أساسية يعتبر الأول كمدخل للجودة بشكل عام من خلال تحديد ماهيتها، أهدافها وأهميتها، في حين سنخصص المبحث الثاني لتحليل معالم نشاط التأمين من خلال تحديد مفهومه، أنواعه ومختلف المبادئ التي يقوم عليها عقد التأمين، وكذلك أهميته في ظل المتغيرات الإقتصادية والإجتماعية، أما المبحث الثالث سيتم فيه تحليل الخصوصيات التي تميز الجودة في قطاع التأمين.

المبحث الأول: أساسيات حول الجودة

تعتبر الجودة من المفاهيم الحديثة ذات الأهمية الكبيرة في مجال الإنتاج الصناعي والخدمي على حد سواء فهي التي تضمن للشركة البقاء، إذ تم تطوير أساليب الجودة بشكل واضح بالتركيز على رغبات الزبائن وتلبيتها سواء كان المنتج سلعة أو خدمة، فأصبح تحقيق الدقة في الجودة حلما تنشده كبرى الشركات العالمية لغرض الاستمرارية والبقاء. فبعدما كانت الشركات تتنافس على إجتياح الأسواق الجديدة أدت حدة التنافس إلى الصراع من أجل الإحتفاظ بالحصة السوقية. فلهذا أصبح تحقيق أعلى مستويات الجودة عاملا رئيسيا لبقاء أي شركة تنوي الإستمرار في السوق.

المطلب الأول: ماهية الجودة

أصبح لمفهوم الجودة أهمية إستراتيجية بعد أن إتضح أنها تمثل العامل الرئيسي في نجاح الشركات، وعليه سنحاول في هذا المطلب تسليط الضوء على مفهوم الجودة، تطورها التاريخي أهميتها ومختلف المفاهيم المتعلقة بإدارة الجودة الشاملة.

الفرع الأول: مفاهيم نظرية حول الجودة

لقد جرت محاولات عديدة لتقديم مفهوم الجودة QUALIT، وكانت كل التعاريف التي نتجت عن هذه المحاولات تتولى إبراز سمة معينة تقوم بالتمحور حولها. وبصرف النظر عن الإختلافات التي أبرزتها تلك المحاولات إلا أن هناك بعض التعاريف التي فرضت نفسها على الفكر الإداري وذلك لما إتصفت به من موضوعية وتعبير دقيق للمفهوم.[1]

[1] محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم و تطبيقات، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن 2004، ص19.

أولا: التعريف اللغوي للجودة

تعرف كلمة جودة باللاتينية بطبيعة الشيء والشخص ودرجة صلاحيته وتعبر الجودة عن وجود ميزات أو صفات معينة في السلعة أو الخدمة إن وجدت هذه الميزات فإنها تلبي حاجات ورغبات من يشتريها أو يستعملها. الجودة يفترض أن تكون نظاما متكاملا ومتصلا يهدف إلى تحقيق حد تنافسي والإحتفاظ به بشكل مستمر وهنا لابد من التركيز على الجودة من الناحية اللغوية، فمن ناحية المصادر اللغوية فإن الجودة تشير إلى الشيء الجيد، من جاد الشيء فهو يجود، ومن الناحية العملية فأغلب المصادر تشير إلى أن الجودة تعني في القدرة على التميز الإنتاجي في منتج "خدمة" يتميز عن غيره من المنتجات "الخدمات" بمواصفات فريدة.[1]

ثانيا: التعريف الإقتصادي للجودة

عرفت الجودة من طرف مجموعة من الإقتصاديين على النحو التالي:

يعرفconnel الجودة بأنها: "المتانة والأداء المتميز للمنتج"، بينما يرىcrosby الجودة على أنها: "المطابقة للمتطلبات"[2].

كما عرفها DEMING بأنها: "توقع إحتياجات الزبون الحالية والمستقبلية وترجمة هذه الإحتياجات إلى سلعة أو خدمة بأقل سعر ممكن، وهذا ما يمثل قيمة جديدة للزبون والأرباح بالنسبة للشركة".[3]

[1] عادل محمد عبد الله، إدارة جودة الخدمات، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص14.

[2] Philip.B.Crosby ,la qualité c'est gratuit ,ed economica,paris,1999,p13.

[3] رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، الأردن،2007، ص 40.

أما JURAN عرفها بأنها: "مدى ملائمة المنتج للإستخدام".[1]

الجودة تعني خصائص المنتجات التي تلبي إحتياجات ورضا الزبائن. وهي تختلف بإختلاف نوع المنتجات والخدمات وطرق إستخدامها. وفي هذا السياق كلما زادت الجودة زاد رضا الزبائن وبالتالي يزداد دخل وربح الشركات المنتجة والخدمية.

كذلك عرفت الجودة على أنها: "مدى المطابقة مع المتطلبات فكلما كانت مواصفات المنتج مطابقة لمتطلبات الزبون كلما كان هذا المنتج ذو نوعية جيدة."[2]

كما يعرفها قاموس أكسفورد الأمريكي على أنها: " درجة أو مستوى من التميز".

ويعرفها المكتب القومي للتنمية الإقتصادية ببريطانيا NEDO بأنها الوفاء بمتطليات السوق من حيث التصميم والأداء الجيد والخدمات ما بعد البيع.

كما تعرف على أنها: "جوهر إستخدام العقل في تفصيل عوامل الإنتاج وتعظيم الإستفادة منها كما أنها العنصر الذي يأتي بعد إستخدام العقل وما يأتي قبل وخلال وبعد العملية الإنتاجية وعليه فالجودة هي القدرة على الوفاء بالمتطلبات وإشباع الرغبات من خلال تصنيع سلعة أو تقديم خدمة تفي بإحتياجات ومتطلبات المستهلك".[3]

أما الجمعية الأمريكية لمراقبة النوعية فقد عرفت الجودة من مفهومين هما:"السمات المقترنة بالسلع والخدمات التي توضح قابلية تلك السلع والخدمات على تحقيق رضا الزبون وإشباع حاجاته أي القابلية على خلو تلك السلع والخدمات من العيوب. ومن هنا فإنه يمكن تعريف الجودة بعدة

[1] قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001: 2000، الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005 ص20.

[2] محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره، ص19.

[3] محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإدارة الرائدة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص197.

طرق وذلك وفقا لمن يعرفها ولما تتعلق به السلعة أو الخدمة. والجدول التالي يلخص مفاهيم الجودة وفقا لبعض روادها الأوائل.

الجدول رقم(1): مفاهيم الجودة وفقا لبعض روادها الأوائل

رواد الجودة	تعريف الجودة	موجهة نحو
جوران (Juran)	الملائمة للإستخدام	المستهلك
ديمنغ(Deming)	الملائمة للفرض	المستهلك
جارفين(Gravin)	حسب خصوصية المستخدم	المستهلك والمورد
كروسبي(Crosby)	المطابقة للمواصفات	المورد
اشيكاوا(Ishikawa)	حسب خصوصية المستخدم	المورد
فيجنبوم(Figenbaum)	رضا المستهلك عند أقل تكلفة	المورد
تاجوكي(Tagouchi)	حسب خصوصية المستخدم	المورد

المصدر: قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001: 2000 الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص23.

بالرغم من عدم وجود تعريف محدد عالمي للجودة، إلا أن معظم التعاريف التي تناولت مفهوم الجودة إشتركت في النقاط التالية[1]:

1- الجودة تشمل تلبية إحتياجات الزبائن أو تخطيها.

2- تطبق الجودة على المنتجات والخدمات والناس والعمليات والبيئات المختلفة.

[1] محمد عبد العال النعيمي وآخرون، إدارة الجودة المعاصرة "مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009 ، ص ص 38- 39.

3- الجودة حالة متغيرة بإستمرار(ما يعتبر جودة اليوم قد لا يكون كذلك غدا).

وبوضع هذه العناصر معا يمكن الوصول للتعريف الشامل التالي: الجودة هي حالة ديناميكية متغيرة ترتبط بالمنتجات والخدمات والأفراد والعمليات والبيئة وتقوم على تلبية توقعات الزبائن أو حتى تجاوزها.

ثالثا: الجودة من وجهة نظر المستهلك والمصنع

هناك وجهتي نظر حول ماهية الجودة سواء بالنسبة للمستهلكين وبالنسبة للمصنع:

1- الجودة من وجهة نظر المستهلك Quality from the consumer's Perspective

أصبحت الجودة عاملا مهما في إختيار المستهلك للسلعة أو الخدمة، ولهذا أصبح على الشركة أن تأخذ بعين الإعتبار كيف يعرف المستهلك الجودة.

ففي هذا المجال يقول إدواردز ديمنج(Edwards Deming):"المستهلك هو الجزء المهم في خط الإنتاج ويجب أن تهدف الجودة إلى تلبية حاجات المستهلك الحالية والمستقبلية". ومن وجهة النظر هذه فإن جودة السلعة أو الخدمة تتحدد بما يريده المستهلك وما يرغب بأن يدفع ليحصل عليه. أي عند تصميم السلعة أو الخدمة يجب الأخذ بعين الإعتبار مدى تطابقها مع مختلف إحتياجات المستهلكين.[1]

2- الجودة من وجهة نظر المصنع Quality from the Producer's Perspective

من وجهة نظر المصنع فإن تصميم المنتج أو الخدمة ومواصفات التصميم يجب أن تحقق الجودة المطلوبة فبمجرد تحديد تصميم المنتج يجب التأكد من أن المنتج قد أنتج وفقا للتصميم المعد مسبقا. فإن المنتجات جيدة الجودة من وجهة نظر المصنع تقضي بضرورة تطابق المواصفات مع المواصفات المصممة مسبقا، في حين أن المنتجات رديئة الجودة لا تعمل جيدا

[1] نفس المرجع السابق ، ص 32.

لأنها لا تتطابق مع المواصفات. ويعتمد تحقيق التطابق في هذا المقام على عدد من العوامل تتضمن مايلي:

أ- تصميم عملية الإنتاج.

ب- مستوى أداء الآلة.

ت- التكنولوجيا والمعدات المتاحة.

ث- المواد المستخدمة.

ج- تدريب الموظفين والإشراف عليهم.

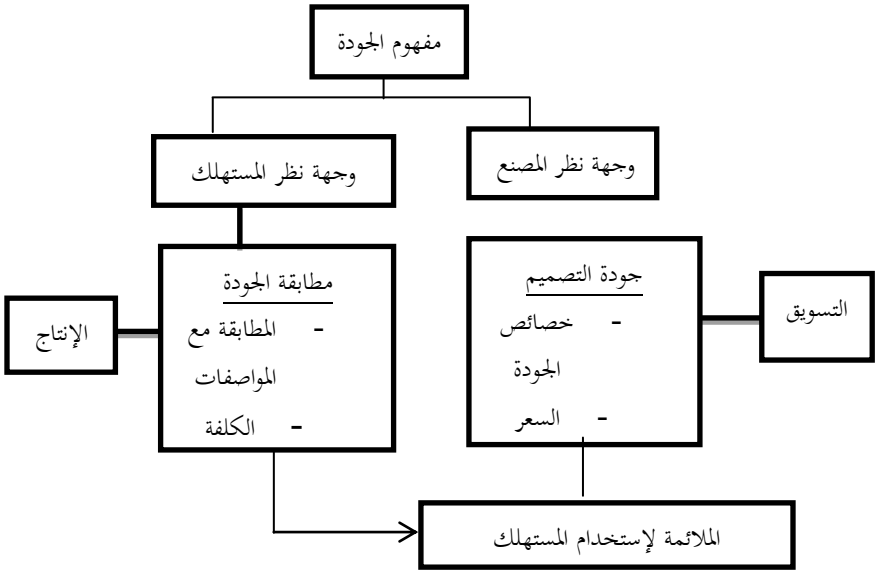
ح- درجة إستخدام تقنيات ضبط الجودة.

فالإعتبار المهم من وجهة نظر المستهلك بالنسبة لجودة المنتج هو سعر المنتج أو الخدمة،أما الإعتبار المهم من وجهة نظر المصنع هو تحقيق الجودة عند مستوى مقبول من التكلفة بإعتبارها مواصفة مهمة في تصميم المنتج.[1]

والشكل الموالي يبين لنا مدى إعتماد وجهتي نظر المستهلك والمصنع على بعضهما البعض.

[1] نفس المرجع السابق، ص 36.

الشكل رقم (01):مفهوم الجودة



المصدر: محمد عبد العال النعيمي وآخرون، إدارة الجودة المعاصرة "مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن 2009، ص37.

رابعا: مداخل الجودة

المفاهيم الخاصة بالجودة وزعت على خمسة مداخل أساسية وهذا راجع إلى إختلاف وتعدد وجهات النظر بشأنها[1]:

1- المدخل المثالي أو المتفوق: ويعني الإمتياز أي أعلى مستويات التفوق عن طريق مواصفات المنتج أو الخدمة.

2- مدخل القيمة: وفق هذا المدخل يتم تعريف الجودة من خلال مقارنة خصائص ومواصفات المنتج ومدى ملائمتها لحاجات الزبون مع سعر شرائها أي أن جودة المنتج هي التي تلبي إحتياجات الزبون بأقل سعر ممكن.

[1] عادل محمد عبد الله ، مرجع سبق ذكره، ص16.

3- مدخل الزبون: تعني الجودة حسب هذا المدخل مدى ملائمة المنتج للإستخدام ، أي القدرة على تحقيق رضا الزبون من خلال تقديم أفضل أداء.

4- مدخل التصنيع: وهي المطابقة مع مواصفات التصميم ويتم ذلك من خلال صنع منتجات خالية من العيوب و الخطأ.

5- مدخل المنتج: الجودة على وفق هذا المدخل هي القدرة على قياس صفات المنتج وتحديدها بدقة.

الفرع الثاني: التطور التاريخي لمفهوم الجودة

إن تطور مفهوم الجودة وبلورة أفكاره لم يكن إبتكارا من إبتكارات العصر الحالي بل له جذوره الموغلة في القدم وكان ذلك نتيجة لإضافات علمية كبيرة على المستويين الفكري والتطبيقي.

فمن خلال دراسة عمق الحضارة الإنسانية للبشر في البحث عن الجودة نجد أن لها جذور تاريخية قديمة جدا وأن الإفتراض الذي جاءت به الكتابات الحديثة والذي يرجع الجودة إلى أيام الثورة الصناعية أو قبلها بفترة قصيرة ليس صحيحا، لأن المتفحص في التاريخ والحضارات البشرية يتضح له جليا بأن الجودة هي وليدة الحضارات الإنسانية القديمة التي دعت إليها وساهمت في تطور فلسفتها.

حيث تنسب أقدم الإهتمامات التي يمكن تلمسها في الجودة إلى القرن الثامن عشر قبل الميلاد في الحضارة البابلية أبان حكم أشهر ملوكها حمورابي، فقوانين حمورابي المشهورة التي تضمنت (282) قانونا يخص التجارة أوجب على من يقدم شيء غير جيد أو ناقص القيمة في المنتجات التي يتاجر بها القيام بإصلاح العيب،كما تشير الوقائع التاريخية كذلك إلى تأكيد الفراعنة

المصريين على الجودة في بناء ودهان جدران المعابد المصرية القديمة واشتراط الإلتزام بالجودة في تشييد الأهرامات.

وقد ولد مفهوم الجودة و تحسينها في اليابان، وذلك مع بداية العقد الخمسين من القرن العشرين، ثم إنتشر بعد ذلك في شمال أمريكا ودول أوروبا الغربية إلى أن أصبح موضوع العصر.[1]

وعليه يمكن تقسييم مراحل تطور مفهوم الجودة إلى سبعة مراحل هي:

أولا: المرحلة الأولى "السيطرة على الجودة للحرفي"

إتسم الإنتاج خلال القرون الوسطى والقرن التاسع عشر بالإعتماد على فرد واحد أو مجموعة صغيرة من الأفراد الحرفيين، يتولى الفرد أو المجموعة الصغيرة جدا إنتاج المنتجات بكميات صغيرة كما يكون الحرفي الواحد مسؤولا عن صنع المنتجات ككل في الغالب، وتبعا لذلك فإن مسؤولية السيطرة على الجودة كانت تقع على عاتق الحرفي سواء من حيث تحديد معيار Standard الجودة أو مطابقة الإنتاج لتلك المعايير، وفي هذه المرحلة كان الإحساس بالإنجاز موجودا لدى العامل للصلة الواضحة بين المنتجات والحرفيين، فالحرفي مسؤول عن المنتجات وإتقان العمل والجودة التي يخلقها تكون مجالا للفخر بنفسه وهو ما كان يشكل حافزا للعمل.

ثانيا: المرحلة الثانية "السيطرة على الجودة لرئيس العمال"

تبدأ هذه المرحلة من مطلع القرن الحالي حتى أواخر العقد الثاني منه، وهي إفراز نتائج الثورة الصناعية، لقد جاءت الثورة الصناعية بمفهوم الإنتاج الواسع وأدخلت التخصيص في العمل ولم يعد العامل مسؤولا عن كل المنتجات بل جزء فقط من عمليات صنعه كما أصبح العمال

[1] محمود حسين الوادي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة في منظمات الأعمال"بين النظرية والتطبيق"، الطبعة الأولى دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص ص24-25.

يجمعون تحت مسؤولية رئيس العمال يشرف على إنتاجهم، بذلك أصبح رئيس العمال أو المشرف على العمال مسؤولا عن التحقيق عن إنجاز الجودة المطلوبة.[1]

ثالثا: المرحلة الثالثة "السيطرة على الجودة بالفحص"

شهدت الفترة بين 1920-1946 تطورا جديدا في مجال السيطرة على الجودة، فالمنتجات والعمليات أصبحت أكثر تعقيدا وتزايد عدد العاملين مما أصبح من الصعب على رئيس العمال السيطرة الدقيقة على العمل المنجز من قبل كل عامل لذلك تم إيجاد وظيفة المفتش (أو الفاحص) الذي يقوم بتدقيق الجودة للمنتجات بعد إنتهاء عمليات معينة عليها لعزل المنتجات التي لا تتطابق مع المعايير وقد برزت خلال هذه المرحلة أقسام للفحص في الشركات.

رابعا: المرحلة الرابعة "السيطرة على الجودة إحصائيا"

تمتد هذه المرحلة بين عامي 1946-1960 ظهرت خلالها تطبيقات السيطرة على الجودة بإستخدام الأساليب الإحصائية الخاصة بالعينة، فخلال الحرب العالمية الثانية تصاعدت وتأثر الإنتاج ولم يعد الفحص 100% مناسبا، لذلك بدأ إنتشار السيطرة على الجودة بإستخدام العينات ومن الجدير بالذكر أن تطوير أساليب السيطرة الإحصائية على الجودة من بدايتها الأولى جرى خلال المرحلة السابقة. ففي عام 1924 قدم W.A.Shewhart مفهوم خرائط السيطرة الإحصائية على المتغيرات التي عرفت فيما بعد بخرائط السيطرة التي لعبت دورا أساسيا في السيطرة الإحصائية على العملية الإنتاجية.

خامسا: المرحلة الخامسة "تأكيد الجودة"

بدأ التفكير بمفهوم تأكيد الجودة عام 1956، ثم تطور بعد ذلك ليأخذ أبعاده كأسلوب فعال في مجال الرقابة على الجودة، اعتمدت عليه إدارة الجودة الشاملة فيما بعد ويقوم هذا المفهوم على

[1] نفس المرجع السابق، ص27.

فلسفة مفادها أن الوصول إلى مستوى متقدم من الجودة وتحقيق إنتاج بدون أخطاء يتطلب رقابة شاملة على كافة العمليات وذلك من مرحلة تصميم المنتج حتى وصوله إلى الزبون وهذا يعني وجوب تضافر جهود مشتركة من قبل جميع الإدارات المعنية بتنفيذ هذه المراحل، فالكل يشترك بشكل متعاون في وضع السبل الكفيلة لمنع الأخطاء في أي مرحلة أو عملية.

فالجودة عبارة عن بناء يشترك في تشييده جميع المعنيين به، فهو بذلك جهد مشترك تتقاطع وتتكامل فيه جميع الجهود المشتركة بشكل متناسق بالإعتماد على الإتصال المستمر.

وتحقيقا لشعار الإنتاج بدون أخطاء يتبنى تأكيد الجودة إستخدام ثلاث أنواع من الرقابة هي:

1-الرقابة الوقائية: وهي الرقابة التي تعني بتنفيذ العمل أولا بأول لإكتشاف الخطأ قبل وقوعه والعمل على منع حدوثه.

2-الرقابة المرحلية: وتعني بفحص المنتج بعد إنتهاء كل مرحلة تصنيع للتأكد من مستوى الجودة بحيث لا ينتقل المنتج تحت الصنع من مرحلة لأخرى إلا بعد فحصه والتأكد من جودته.

3-الرقابة البعدية: وتعني التأكد من جودة المنتج بعد الإنتهاء من تصنيعه وقبل إنتقاله ليد الزبون وذلك ضمانا لخلوه من الأخطاء والعيوب.

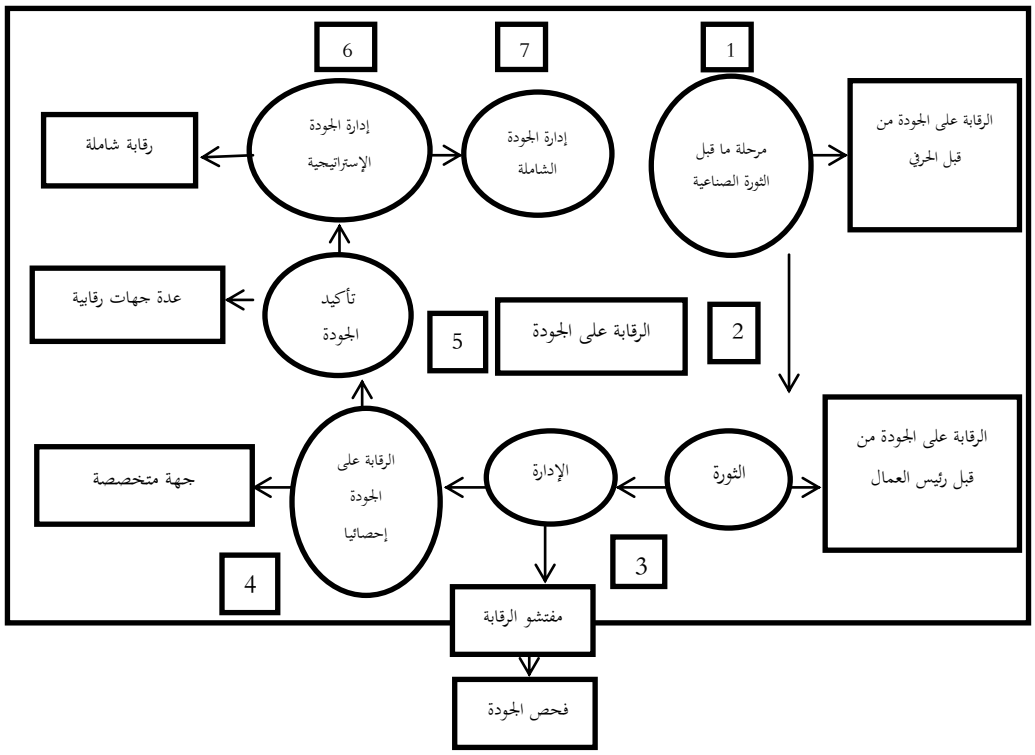
سادسا: المرحلة السادسة "إدارة الجودة الإستراتيجية"

ويرمز لها ب (S.Q.M) ظهر هذا المفهوم عن الجودة ما بين عامي (1970-1980) وكان بسبب دخول التجارة العالمية في حالة منافسة شديدة فيما بينها للحصول على أكبر حصة سوقية، خاصة من قبل الشركات اليابانية التي غزت أسواق العالم بمنتجاتها التي تتميز بالجودة العالية والأسعار المقبولة .

سابعا: المرحلة السابعة "إدارة الجودة الشاملة"

أصبح المستهلك مركز إهتمام أهداف الشركة، هذه الأخيرة التي تعمل على تلبية حاجات الزبائن وجمع المعلومات اللازمة عن خصائص رغباتهم وتطلعاتهم، خاصة مع تطور وسائل الإتصال، وظهور جمعيات المستهلكين ماجعلهم أكثر تطلبا، فلم يعد السعر هو العامل الأساسي لإختيارات المستهلك وتفضيلاته، بل ظهرت جوانب أخرى جلبت إهتمامه مثل: الثقة في جودة السلع والخدمات، إبتكار أنواع جديدة، الحصول على منتجات آمنة وغير مضرة للبيئة. والشكل التالي يوضح مراحل تطور الجودة:

الشكل رقم (02): مراحل تطور الجودة



المصدر: محمود حسين الوادي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة في منظمات الأعمال"بين النظرية والتطبيق"، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص26.

المطلب الثاني: أهمية الجودة وأهدافها

أصبح لمفهوم الجودة أهمية إستراتيجية بعد أن إتضح أنها تمثل العامل الرئيسي في نجاح الشركات، خاصة وأن الجودة هي إحدى الأسبقيات التنافسية وأكثرها أهمية بسبب إشتداد المنافسة بين الشركات المحلية والعالمية السلعية والخدمية، فأصبحت مفتاح الشركة لمواجهة التنافس.

الفرع الأول: أهمية الجودة

إن للجودة أهمية كبيرة سواء على مستوى المستهلكين أو مستوى الشركات على إختلاف أنشطتها أو على المستوى الوطني، حيث أنها تمثل أحد أهم العوامل الأساسية التي تحدد حجم الطلب على منتجات الشركة وتتجلى أهمية الجودة فيمايلي:

أولا: سمعة الشركة

تستمد الشركة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها، ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط الشركة مع الموردين وخبرة العاملين ومهارتهم، ومحاولة تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات زبائن الشركة، فإذا كانت منتجاتها ذات جودة منخفضة فيمكن تحسينها لكي تحقق الشهرة والسمعة الواسعة والتي تمكنها من التنافس مع الشركات المماثلة في نفس القطاع.[1]

ثانيا: المسؤولية القانونية للجودة

إن المسؤولية عن المنتجات، تتزايد في العالم بإستمرار عدد المحاكم التي تتولى النظر والحكم في قضايا الشركات التي تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في حالة الإنتاج

[1] قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة الشاملة، مرجع سبق ذكره، ص 97.

والتوزيع، ومن ثم تصبح كل شركة صناعية أو خدمية مسؤولة قانونا عن كل ضرر يصيب الزبائن من جراء إستخدامه لهذه المنتجات أو الخدمات.[1]

ثالثا: المنافسة العالمية

إن القوة التنافسية في ظل تواجد سوق دولي تنافسي يتحكم فيه عصر المعلومات والعولمة الإقتصادية تصبح للجودة أهمية متميزة، ولذا تسعى كل شركة لتحقيق هذه الجودة للوصول إلى تحقيق المنافسة العالمية وتحسين الإقتصاد بشكل عام، والحصول على حصة في الأسواق العالمية، إذا أنه كلما إنخفض مستوى الجودة في منتجات الشركة أدى ذلك إلى إلحاق الضرر بأرباحها ومن ثم التأثير على الميزان التجاري للبلد، وللمزيد فإن هناك سبعة أبعاد تمكن للشركة أن تختار من بينها ما يؤدي إلى تحسين قدرتها التنافسية في الأسواق العالمية والتي تتمثل في الآتي:

1- السعر المنخفض(التكلفة)

2- تصميم عالي الجودة
الجودة
3- جودة المطابقة

4- وقت تسليم قصير
الوقت
5- التسليم في الميعاد

6- مرونة المنتج.

7- مرونة الكمية.

رابعا: حماية المستهلك

إن تطبيق الجودة في أنشطة الشركة ووضع مواصفات قياسية محددة المعالم، تساهم بشكل واضح في حماية المستهلك من الغش التجاري ويعزز الثقة في منتجات الشركة، وفي المقابل عندما

[1] مصطفى كمال السيد طايل، معايير الجودة الشاملة "الإدارة، الإحصاء، الإقتصاد"، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص53.

يكون مستوى الجودة منخفضا فإن ذلك يؤدي إلى احجام المستهلك عن شراء منتجات الشركة وعدم رضا المستهلك هو فشل المنتوج الذي يقوم بشرائه من القيام بالوظيفة التي يتوقعها المستهلك منه.[1]

خامسا: التكاليف وحصة السوق

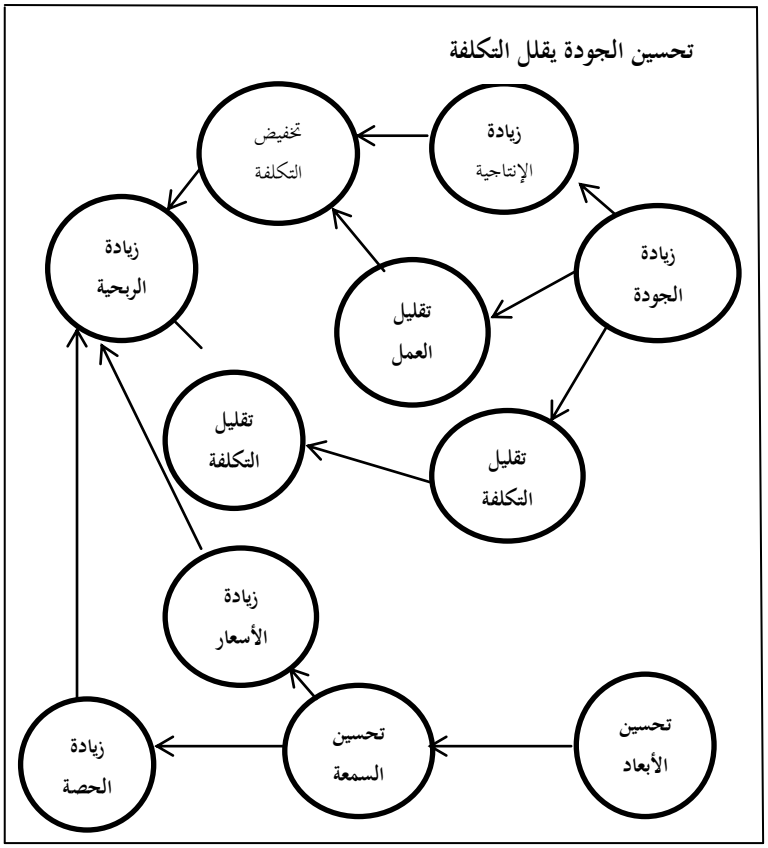
إن تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح الفرص لإكتشاف الأخطاء وتلاقيها لتجنب تحمل تكلفة إضافية إلى الإستفادة القصوى من زمن المكائن والآلات عن طريق تقليل زمن الأعطال في مرحلة الإنتاج، وبالتالي خفض التكلفة وزيادة ربح الشركة، أي أن تحسين الجودة يؤدي إلى خفض التكاليف و زيادة حصة الشركة في السوق وبالتالي زيادة الأرباح.[2]

كما يوضح ذلك الشكل التالي:

[1] قاسم نايف علوان المحياوي، ادارة الجودة الشاملة ، مرجع سبق ذكره، ص98.

[2] مصطفى كمال السيد طايل ، مرجع سبق ذكره، ص55.

الشكل رقم (03): تأثير الجودة على التكاليف والحصة السوقية



المصدر:مصطفى كمال السيد طايل، معايير الجودة الشاملة "الإدارة، الإحصاء، الإقتصاد"، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص56.

الفرع الثاني: أهداف الجودة

بشكل عام هناك نوعان من أهداف الجودة وهما:

أولا: أهداف تخدم ضبط الجودة

وهي المتعلقة بالمعايير التي ترغب الشركة في المحافظة عليها، حيث تصاغ هذه المعايير على مستوى الشركة ككل وذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان وإرضاء الزبائن،...إلخ.[1]

[1] مأمون السلطي، سهيل إلياس، "دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة الإيزو 9000 "، الطبعة الأولى، دار الفكر المعاصر، دمشق، 1999، ص103.

ثانيا: أهداف تحسين الجودة

وهي غالبا ما تنحصر في الحد من الأخطاء وتطوير منتجات وخدمات جديدة ترضي الزبائن بفعالية أكبر من هنا يمكن تصنيف أهداف الجودة بنوعيها إلى خمس فئات هي[1]:

1- أهداف الأداء الخارجي للشركة ويتضمن الأسواق والبيئة والمجتمع.

2- أهداف الأداء للمنتوج أو الخدمة وتناول حاجات الزبائن والمنافسة.

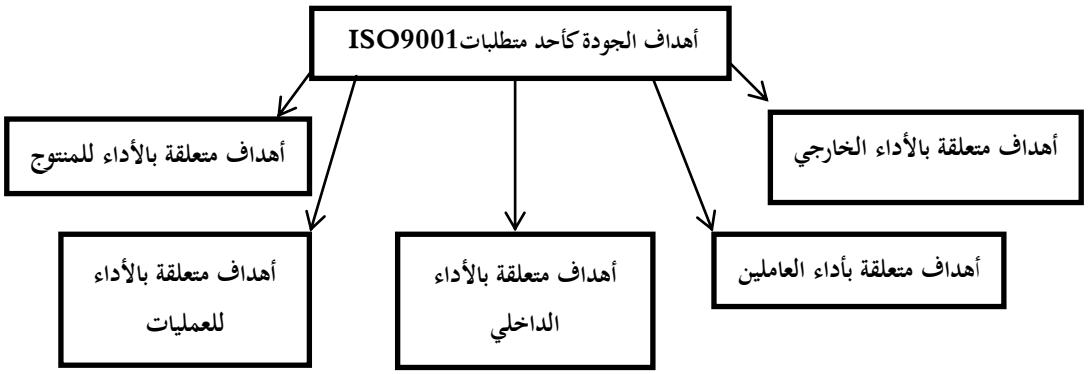
3- أهداف العمليات وتناول مقدرة العمليات وفاعليتها وقابليتها للضبط.

4- أهداف الأداء الداخلي وتتناول مقدرة الشركة وفاعليتها ومدى استجابتها للتغيرات ومحيط العمل.

5- أهداف الأداء للعاملين وتتناول المهارات والقدرات والتحفيز وتطوير العاملين.

هذا و يمكن تلخيص هذه الأهداف في الشكل التالي:

الشكل رقم (04): أهداف الجودة



المصدر: محمد عبد الفتاح الصيرفي، الإدارة الرائدة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص207.

[1] محمد عبد الفتاح الصيرفي، مرجع سبق ذكره، ص 206.

المطلب الثالث: مفاهيم حول إدارة الجودة الشاملة

في ظل المنافسة العالمية إنتقل إهتمام الباحثين الإقتصاديين من النظر إلى الجودة من مفهومها الضيق الذي يركز على جودة المنتوج النهائي، إلى مفهوم واسع وأكثر شمولية يشمل جودة كل وظائف ونشاطات ومهام الشركة ومواردها يطلق عليه مصطلح " إدارة الجودة الشاملة" الذي سنحاول توضيحه من خلال هذا المطلب.

الفرع الأول: تعريف إدارة الجودة الشاملة

إختلف الكتاب والعلماء في تعريف إدارة الجودة الشاملة، فحتى الآن لا يوجد تعريف متفق عليه وذو قبول عام.إلا أن هناك بعض التعاريف التي إتصفت بالموضوعية والشمول النسبي في تطرقها لهذا المفهوم، ومن أبرز هذه التعاريف:

عرف معهد الجودة الفدرالي إدارة الجودة الشاملة على أنها "منهج تطبيقي شامل يهدف إلى تحقيق حاجات وتوقعات الزبون حيث يتم إستخدام الأساليب الكمية من أجل التحسين المستمر في العمليات والخدمات في الشركة.[1]

عرفها معهد المقاييس البريطاني (2000) بأنها تتضمن فلسفة إدارية تحتوي على كافة أنشطة الشركة التي عن طريقها يتم تحقيق إحتياجات وتوقعات المستهلك والمجتمع، وكذا تحقيق أهداف الشركة بأكفأ الطرق وأقلها تكلفة عن طريق الإستخدام الأمثل لطاقات جميع العاملين بدافع مستمر للتطوير.[2]

[1] حميد عبد النبي الطائي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة TQM والإيزو ISO، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن 2014، ص15.

[2] مصطفى كمال السيد طايل، مرجع سبق ذكره، ص 71.

تعرف كذلك بأنها: "تميز السلعة أو الخدمة في تلبية كافة مطالب الزبون وتوقعاته مثل: حسن المعاملة السعر، الوفرة، الخدمات الإضافية، تقديم السلعة في الوقت المطلوب".[1]

هناك أيضا من يميز إدارة الجودة الشاملة ببعدين هما: البعد الاقتصادي والذي يتعلق بجانب تخفيض أو تثبيت تكاليف الحصول على الجودة، والبعد الإجتماعي: والذي يتعلق بجانب تعبئة وتحفيز الأفراد بالشركة بجانب إرضاء الزبون، فهذين البعدين يساهمان في أمثلية طاقة الشركة للتحكم في الجودة، والتكيف بسرعة مع محيط متحرك ومتغير.[2]

يعرفها Royal Mail بأنها: "الطريقة أو الوسيلة الشاملة للعمل التي تشجع العاملين للعمل ضمن فريق واحد مما يعمل على خلق قيمة مضافة لإشباع حاجات المستهلكين".[3]

أما باهارت واكهو (Bharat Wakhu) فقد عرفها أنها: "التفوق في الأداء لإسعاد المستهلكين عن طريق عمل المديرين والموظفين مع بعضهم البعض من أجل تحقيق أو تزويد المستهلكين بجودة ذات قيمة من خلال تأدية العمل الصحيح بالشكل الصحيح ومن المرة الأولى وفي كل وقت.[4]

[1] عمر وصفي عقيلي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة "وجهة نظر"، الطبعة الأولى، دار الوائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001، ص35.

[2] علي رحال، إلهام يحياوي، "الجودة والسوق"، مجلة آفاق ، العدد05، عنابة، الجزائر، 2001، ص 46.

[3] خضير كاضم حمود، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2000 ص75.

[4] حميد عبد النبي الطائي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 15.

كما عرفها آرثر (Arther) على أنها: "عمل الإدارة وطريقتها لتحسين الجودة والتركيز على الإدارة التي تتفهم عملها وتركز على العمليات بشكل يحقق النتائج و ليس الإدارة التي تنظر إلى النتائج".[1]

وهناك العديد من المشاهير في مجال إدارة الجودة الشاملة الذين كان لهم دورا واضحا في ظهور هذا العلم على النحو الذي نراه الآن، فلكل واحد منهم تعريفه الخاص:

أولا: تعريف إدوارد ديمنج Edward Deming

عرف وليم إدوارد ديمنج إدارة الجودة الشاملة بأنها طريقة الإدارة المنظمة، تهدف إلى تحقيق التعاون والمشاركة المستمرة من العاملين بالشركة من أجل تحسين السلعة أو الخدمة والأنشطة التي تحقق رضا العملاء وسعادة العاملين ومتطلبات المجتمع.[2]

ثانيا: تعريف فيليب كروسب Philip Crosby

عرف كروسبي إدارة الجودة الشاملة بأنها: "الطريقة المنهجية المنظمة، لضمان سير النشاطات التي خطط لها مسبقا.كما أنها الأسلوب الأمثل الذي يساعد في منع وتجنب حدوث المشكلات وذلك من خلال التشجيع على السلوكيات الجيدة وكذلك الإستخدام الأمثل لأساليب التحكم التي تحول دون حدوث هذه المشكلات وتجعل منعها أمرا ممكنا".[3]

ثالثا: تعريف جوزيف جوران Joseph Juran

يعرف جوزيف جوران إدارة الجودة الشاملة بأنها عملية إدارية تقوم بها الشركة بشكل تعاوني لإنجاز الأعمال من خلال الإستفادة من القدرات الخاصة بكل من الإدارة والعاملين لتحسين الجودة

---

[1] صالح ناصر عليمات، إدارة الجودة الشاملة"التطبيق ومقترحات التطوير"، دار الشروق للنشر والتوزيع ، الأردن 2004، ص18.

[2] مدحت أبو النصر، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 64.

[3]Philip.B Crosby ,la qualité c'est gratuit ,op cit ,p24.

وزيادة الإنتاجية بشكل مستمر عن طريق فرق العمل والإسترشاد بالمعلومات الدقيقة للتخلص من كل أعمال الهدر في الشركة.

رابعا: تعريف سايلور جامس Saylor James

عرف سايلور جامس إدارة الجودة الشاملة بأنها مجموعة من المبادئ التي تهدف إلى التحسين المستمر من خلال تطوير الأساليب الإدارية والأدوات الفنية والأساليب الكمية بالشركة مع العمل على بناء وتدعيم مناخ إيجابي للعلاقات بين العاملين والزبائن.[1]

في الأخير يمكن تعريف إدارة الجودة الشاملة من خلال المفردات الثلاثة التي تتكون منها:

1- إدارة: ويقصد به المحتوى الإداري لهذه الإدارة من تنظيم وتخطيط وتوجيه، ورقابة كافة الأنشطة المتعلقة بتطبيق الجودة،كما يتضمن أيضا دعم نشاطات الجودة و توفير المواد اللازمة لها.

2- الجودة: وتعني هنا تلبية كافة متطلبات الزبون وتوقعاته بحيث يكون المنتج النهائي/الخدمة (المخرجات) في تصميمه ملائما للإستعمال والإستخدام.

3- الشاملة: مشاركة وإندماج جميع العاملين في الشركة (فريق العمل) ويتبع ذلك إجراء التنسيق الفعال بين هؤلاء العاملين لحل المشكلات التي تعترض تحقيق الجودة و لإجراء التحسينات المستمرة.[2]

الفرع الثاني: فوائد تطبيق إدارة الجودة الشاملة

تحقق الشركات من وراء تطبيق إدارة الجودة الشاملة عدة فوائد ،يمكن حصرها فيمايلي[3]:

[1] مدحت أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص65.

[2] مصطفى كمال السيد طايل، مرجع سبق ذكره، ص 72.

[3] نفس المرجع السابق، ص ص89-90.

أولا: زيادة ربحية الشركة

من خلال:

1- عمل المنتج (السلعة-الخدمة) صحيح من أول مرة و في كل مرة.

2- تقليل عدد ونوعية الأخطاء.

3- عدم إعادة الأعمال.

ومن ثم فإن تطبيق برنامج إدارة الجودة الشاملة سوف يؤدي إلى تخفيض التكاليف وبالتالي زيادة الربحية.

ثانيا: تدعيم المركز التنافسي للشركة

وهذا عن طريق:

1- تقديم سلعة أو خدمة ذات جودة عالية ترضي الزبون.

2- تقديم سلعة أو خدمة بسعر مناسب يقبله الزبون.

3- تقديم سلعة أو خدمة في الوقت الذي يلائم ظروف الزبون.

وبالنظر إلى كل هذا يتضح لنا أنه يؤدي إلى رضا وقبول وثقة الزبون، فضلا عن تميز الشركة على منافسيها والحصول على حصة أكبر من السوق.

ثالثا: المحافظة على إستمرارية و حيوية الشركة

من خلال عدة وسائل من أهمها:

1- التجديد.

2- التحسين.

3- التعليم والتدريب.

4- التكيف مع المتغيرات البيئية.

ويحدث هذا بشكل مستمر مما يعمل على بقاء الشركة وإستمرارها.

رابعا: كسب رضا المجتمع

من خلال:

1- إرضاء وإشباع حاجات ورغبات الزبائن الذين هم جزء من المجتمع بأعلى جودة وأقل التكاليف.

2- المحافظة على البيئة والصحة العامة.

ومن هنا يشعر المجتمع بأن الشركة تعد حيز دعم وليست مصدر قلق له.

خامسا: تحفيز معدل دوران العمل

عن طريق:

1- التحفيز المادي والمعنوي.

2- العمل الجماعي الذي يتمثل في روح الفريق، والذي يدفع العاملين إلى الولاء والإنتماء للشركة وعدم التفكير في تركها.

سادسا: تحسين الأداء و الإنتاجية

وهذا وفق الأساليب التالية:

1- تبني أسلوب فريق العمل.

2- تبني المشاركة الجماعية في حل مشكلات العمل وتحسين الجودة.

3- التعليم والتدريب المستمر.

سابعا: رفع كفاءة عملية إتخاذ القرار

من خلال مايلي:

1- المشاركة والتشاور من خلال المعلومات والآراء المتوافرة عن موضوع القرار.

ثامنا: جعل الشركة أكثر إستجابة

إستجابة الشركة للتغيرات البيئية مما يشير إلى زيادة القدرة على المنافسة والحصول على فرص أكثر للنجاح والإستمرار.

تاسعا: إتساع أفق القيادة الإدارية العليا

عن طريق توجيه تفكيرها للتخطيط الإستراتيجي مما يؤدي بالشركة إلى إتخاذ قرارات أفضل.

الفرع الثالث: المبادئ الأساسية لإدارة الجودة الشاملة

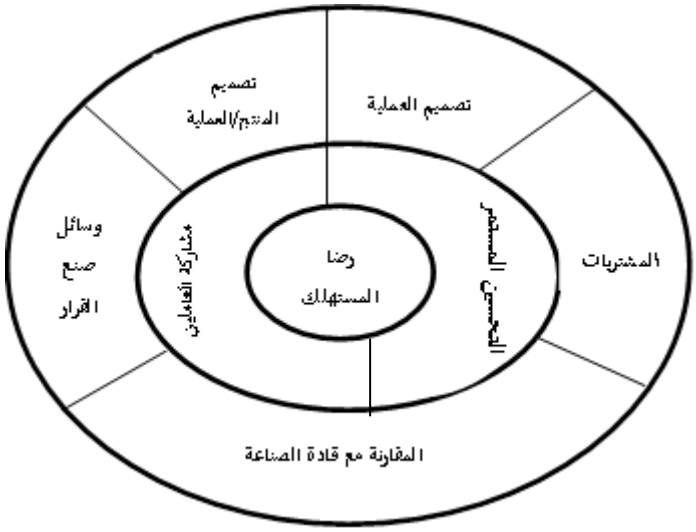
تعد المبادئ الأساسية لإدارة الجودة الشاملة ذات أهمية كبيرة في إطار التطبيق العملي في مختلف الشركات إذ أن هذه المبادئ من شأنها أن تشير إلى الحقائق الأساسية التي ينبغي أن تركز عليها الشركات في إستخدام هذا الأسلوب، وتتمثل هذه المبادئ فيمايلي:

أولا: مبدأ التركيز على المستهلك

يعد التركيز على المستهلك وتحقيق رضاه وتلبية احتياجاته هو الهدف الرئيسي لأي شركة كانت، وهذا ما يراه أغلب الباحثين، حيث يكون رضا المستهلك المحور الذي ترتكز عليه عجلة الجودة الشاملة[1]، وممكن ملاحظة العناصر الأساسية المكونة له في الشكل التالي:

[1] يوسف حجيم الطائي، مؤيد عبد الحسين الفضل، إدارة الجودة الشاملة من المستهلك وإلى المستهلك ، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص 331.

الشكل رقم(05): عجلة الجودة الشاملة المرتكزة على رضا المستهلك



المصدر:حميد عبد النبي الطائي وآخرون، إدارة الجودة الشاملة TQMوالآيزوISO، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص42.

من خلال الشكل السابق يتضح لنا أن هدف أي شركة هو تحقيق رضا المستهلك الذي يعتبر الجزء الأكثر أهمية في أي شركة ويعد نقطة البداية والنهاية لمختلف الأنشطة، أي بمعنى أن النشاط يبدأ بالمستهلك في تلبية حاجاته ورغباته وما يطمح إليه وينتهي به لأنه هو الذي سيشتري هذا المنتج وبالتالي هو الذي سوف يقيم هذا المنتج أو ذاك وعليه فإن إرضاء المستهلك يعني زيادة إقباله على هذا المنتج الذي ينعكس على زيادة المبيعات وزيادة الأرباح وعلى العكس فإن عدم رضاه عن المنتج يعني أن هذه الشركة ستواجه خسارة ولا يمكنها الإستمرار في الإنتاج.[1]

ثانيا: مبدأ التركيز على العملية

المبدأ الثاني المهم من مبادئ إدارة الجودة الشاملة يعد أحد الإستراتيجيات المهمة التي تعتمد عليها الشركات الصناعية والخدمية على حد سواء حيث تقوم هذه الإستراتيجية على تنظيم الأجهزة

[1] حميد عبد النبي الطائي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 42.

والمعدات وقوة العمل التي بإمكانها تقليل تكاليف التلف والضياع والأخطاء، لأجل الإرتقاء بجودة منتج الشركة مقارنة مع المنتجات المنافسة في السوق، والإستجابة لرغبات الزبائن المختلفة.

ثالثا: مبدأ التحسين المستمر

إن إعتماد الأسلوب العلمي الدقيق في إستمرارية التحسين والتطوير المستمرين في الأداء التشغيلي للعمليات الإنتاجية من أكثر الأسس أهمية في ترصين المنتج وتحقيق ملائمة للتطورات والتغيرات المستمرة في حاجات ورغبات المستهلكين، وإن التحسين المستمر بالأداء يتطلب سرعة الإستجابة للتغيرات من ناحية وتبسيط الإجراءات والفعاليات التشغيلية من ناحية أخرى، ولذا فإن هناك علاقة تكاملية بين الجودة وسرعة الإستجابة للتطوير والإنتاجية ويجب أن يأخذ معيار التكامل بعين الإعتبار عند إعتماد أي تغيير أو تطوير مستهدف.[1]

1- مراحل التحسين المستمر

تظهر عملية التحسين المستمر من خلال المراحل الثلاثة وهي:

أ- التوازن.

ب- المشاركة.

ت- التحسين.

وتساعد تكنولوجيا المعلومات على إعادة تصميم العملية الإدارية التي غالبا ما تتصف بالحركية والديناميكية، وعلى المعنيين بهذه العملية من إستثمار جهودهم المستمرة بجعل تكنولوجيا المعلومات المتطورة تساعد على أداء العمليات بطرق جديدة مختلفة تمنح للشركة الميزة التنافسية.[2]

[1] خضير كاضم حمود، مرجع سبق ذكره ،ص 101.

[2] عبد الستار العلي، تطبيقات في إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن،2007 ص39 .

2- **أدوات التحسين المستمر**

من أدوات التحسين المستمر لدينا:

أ- **مثلث جوران:** وهي طريقة طورها جوزيف على مفهوم تحسين العمليات، وتتكون من ثلاث مكونات وهي:

أ-**1 التخطيط:** ويبدأ من الزبائن الخارجيين كما يحدد الزبائن الداخليين الذين لا يمكن إجراء التحسينات بمعزل عنهم.

أ-**2 الضبط:** يساعد على تحقيق العمليات ويتضمن إستخدام حلقة التغذية الراجعة بما توفره من بيانات ومعلومات عن جودة المنتج ورأي المستفدين منه.

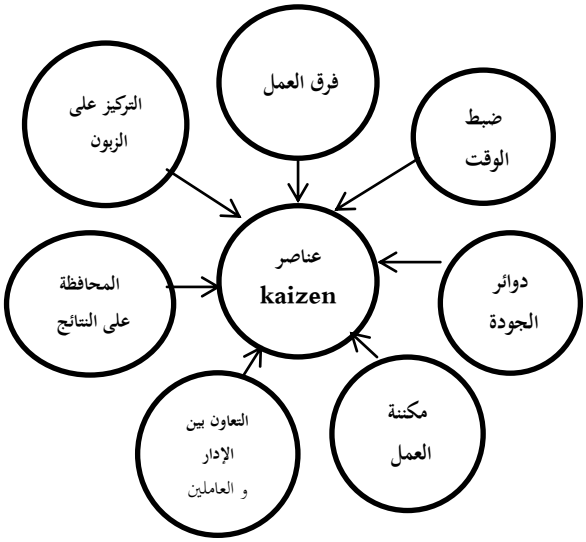
أ-**3 التحسين:** يهدف إلى الحصول على مستويات أعلى من الأداء الحالي، من خلال تطبيق العمليات وفقا للتصاميم التي وضعت لها ومعالجة الإنحرافات حال وقوعها.

ب- تقنية كايزن: تعد التجربة اليابانية خير نموذج في تحقيق حالة التحسين المستمر، وذلك من خلال تطبيق التقنية المسماة Kaizen ويتكون هذا المصطلح من مقطعين هما التغيير "chang" والجيد "Good".

إن الأساس في هذه التقنية هو الإلتزام بعمليات التغيير نحو الأحسن بشكل متواصل وتدريجي، وأن لهذا الأسلوب عناصر أساسية يجري التركيز عليها من قبل التنظيم والتي لها طابع شمولي[1] .كما هو مبين في الشكل أدناه:

[1] مهدي السامرائي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي، الطبعة الأولى، دار جرير للنشر والتوزيع الأردن،2007، ص ص 228-229.

الشكل رقم (06):عناصر kaizen نحو التحسين الجيد و المستمر.



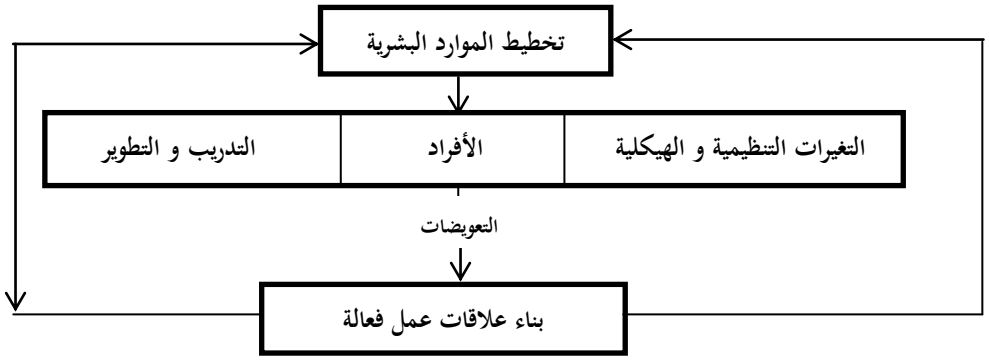
المصدر: مهدي السامرائي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي، الطبعة الأولى دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن،2007، ص229.

رابعا: مبدأ مشاركة العاملين وتطويرهم

تعتبر إدارة القوى البشرية في الشركة ذات أولوية كبيرة في تنشيط وتفعيل إدارة الجودة الشاملة، إذ أن توفر المهارات والكفاءات البشرية وتدريبها وتطويرها وتحفيزها من أهم الركائز التي تحقق للشركة أهدافها، كما أن تحقيق النجاح الهادف يستدعي تكريس الإهتمام والعناية اللازمة بالأفراد بدأ من عملية الإختيار والتعيين وتقييم الأداء وبرامج التدريب والتطوير وأساليب التحفيز والسعي لإثبات الفرق الذاتية في العمل والمشاركة والتعاون وإظهار صورة العمل العائلي لغرض تحقيق التحسن المستمر في الأداء.[1]

[1] خضير كاضم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 99.

الشكل رقم (07): نموذج عملية إدارة الموارد البشرية في الشركة المعتمدة للجودة



المصدر: عبد الستار العلي، تطبيقات في إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص40.

خامسا: مبدأ إتخاذ القرارات بالإرتكاز على الحقائق

من خلال هذا المبدأ يجب أن تتبنى الشركة مفهوم التطوير والتحسين والذي يشترك فيه جميع العاملين بإختلاف مستوياتهم، بلإضافة إلى إشتراك المستفيدين من خدماتها من خلال التفهم الكامل للعمل ومشكلاته الأمر الذي يتطلب الإعتماد على وجود جهاز كفء لنظم المعلومات بالشركة.

سادسا: مبدأ التغذية العكسية

يسمح هذا المبدأ بتحقيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة السابقة من خلال وجود شبكة اتصالات فعالة والتي تمكن من الحصول على المعلومات المطلوبة والتي تساهم في تمهيد وزيادة فرص النجاح و الإبداع في الشركة.[1]

[1] مصطفى كمال السيد طايل، مرجع سبق ذكره، ص 87.

سابعا: مبادىء إدوارد ديمنج

يعد "إدوارد ديمنج" الأب الروحي لإدارة الجودة الشاملة، إذ حدد أربعة عشر مبدأ وهي ما سمية بنظرية ديمنج التي يركز فيها على الأدوات والتقنيات والتدريب وفلسفة إدارية متميزة، وتتمثل هذه المبادئ في:

1- وضع هدف دائم يتمثل في تحسين الإنتاج والخدمات أي بالتركيز على الجودة أولا ويكون الربح مجرد نتيجة لتحقيق هذه الجودة.

2- إنتاج فلسفة جديدة يجب أن تمثل هذه الفلسفة قرار يشترك فيه ويتحمل مسؤوليته كل فرد في الشركة.

3- التخلص من الإعتماد على التفتيش الشامل لتحقيق الجودة وذلك بناء على الجودة من الأساس وهي المرتكز.

4- إلغاء تقييم العمل على أساس السعر فقط، لا يمكن أن تتجاهل العمل المربح وسعر البيع ولكن التكاليف يجب أن لا تكون الإهتمام الأول والأخير.

5- وجود تطوير مستمر في طرق إختيار جودة الإنتاج والخدمات"يستمر في تحسين كافة العمليات" على نحو متواصل.

6- إنشاء مراكز التدريب الفعال "واصل التدريب" على أداء الأعمال، على الرقابة الإحصائية للجودة، درب الموظف تدريبا محددا متعلقا بعمله.

7- وجود قيادة فعالة تتبنى فلسفة إدارة الجودة الشاملة وتقوم بتطبيقها وتدعمها ويكون التحول بالتركيز على الجودة النوعية أكثر من الكمية.

8- إزالة الخوف حيث تلتزم إدارة الجودة الشاملة بأن يشعر الموظف وبشكل معقول بالأمان داخل الشركة.

9- إزالة الحواجز بين الإدارات وذلك بالقضاء على الحواجز التنظيمية بين الأقسام"الإتصال الأفقي" والجودة هي الهدف وليس المنافسة بين الزملاء.

10- التخلص من الشعارات والنصائح "التوضيح" انتقد الطريقة التحضيرية إذ أنها تدمر الجودة لانها تركز على الرغبة في عمل شيء أكثر من كيفية عمل هذا الشيء.

11- إزالة العوائق التي تحرم العاملين من التباهي ببراعة عملهم وأن يعاملوا بطريقة عادلة وأن لا يستخدم أسلوب الترهيب من أجل إذعان الموظفين، بل تشجيعهم على إنجاز أعمالهم على نحو جيد بأفضل إمكانياتهم.[1]

12- إعداد برنامج قوي للتعلم والتحسين "أي برنامج قوي للتعليم والتنمية الذاتي لكل فرد"إذ يعتقد "ديمنج" أن الموظفين يجب أن تكون لديهم أساسا قوة عن أدوات وتقنيات رقابة الجودة وهي لغة الجودة وذلك للعمل الجماعي والمشاركة.

13- إيجاد هيكل في الإدارة العليا يركز على متابعة الخطوات السابقة ليجعل جميع العاملين في المنطقة يعملون لتحقيق التحول، لا تتوقع أن الموظفين يقومون بتطبيق إدارة الجودة الشاملة بمفردهم بل يجب أن تهتم الإدارة العليا بإستراتيجية إدارة الجودة الشاملة ككل وتقوم بخطوات إيجابية لتحقيقها لأنه هناك إحتمال بأن أقلية من الموظفين ستفشل في تطبيقها.

14- إعداد الإدارة العليا وكل موظفي الشركة للعمل على تحقيق المبادئ الثلاثة عشر السابقة ومتابعتها يوميا وذلك لتحقيق عملية التحول اللازمة.[2]

[1] محمد عبد الفتاح محمد، إدارة الجودة الشاملة بمنظمات الرعاية الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية، مصر، 2008، ص ص178-179.

[2] محمد عوض الترتوري، اغادير عرفات جويحان، إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي والمكتبات ومراكز المعلومات، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2006، ص 45.

المبحث الثاني: تحليل معالم نشاط التأمين

يقتضي تحليل معالم نشاط التأمين التعرض إلى جملة من المفاهيم الخاصة بالتأمين بما في ذلك نشأته مفهومه عناصره،كذلك التطرق إلى مبادئ عقد التأمين ومختلف تقسيماته، ثم الوصول إلى أهمية التأمين حتى يتسنى لنا إيضاح العلاقة الموجودة بين التأمين والنشاط الإقتصادي، هذا ما سيتم التطرق إليه من خلال هذا المبحث.

المطلب الأول: مفهوم التأمين

التأمين فكرة قديمة، نشأة مع نشأة الإنسان نفسه وتطور بتطوره.يقوم على حماية الفرد والشركة من الخسائر المادية التي قد يتعرض لها نتيجة وقوع الخطر المؤمن ضده.

الفرع الأول: نشأة التأمين

عرفت المجتمعات البشرية نظام التأمين منذ العصور الأولى بصورة بدائية و ليست بالصورة الحديثة المعروفة في وقتنا الحاضر، وذلك أن الإنسان في العصور الأولى لم يكن يواجه المخاطر التي تواجهه في وقتنا هذا، نتيجة لتطور الحياة الصناعية والتجارية. فالإنسان في العصور الأولى كان يعيش حياة بسيطة لا تتعدى سد إحتياجاته اليومية والضرورية وفي هذا الإطار كانت المجتمعات البشرية الأولى توفر إحتياجاتها وفقا لفكرة التعاون البدائي الذي عرف آنذاك والذي كان يتمثل في تكاثف أعضاء القبيلة في القيام بخدمات معينة، أو تعويض أخطار لصالح فرد أو مجموعة من أفراد القبيلة.[1]

ففكرة التأمين عرفت عند قدامى المصريين رواجا كبيرا، حيث تشير النقوش الموجودة في معابد قدماء المصريين منذ آلاف السنين إل وجود ما يسمى بجمعيات دفن الموتى وهذه الجمعيات

[1] نعمات محمد مختار، التأمين التجاري والتأمين الإسلامي، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2005 ص24.

تم تكوينها لإيمان قدماء المصريين بعودة الروح مرة أخرى إلى الجسد بعد الوفاة بشرط البقاء على هذا الجسد في حالة جيدة، ولذا نبغ قدماء المصريين في فن التحنيط، حيث أن تكاليف التحنيط كانت باهضة لا يقدر عليها معظم أفراد الشعب ولذا تكونت هذه الجمعيات حيث كان الفرد يقوم بأداء مالي معين إلى هذه الجمعية طالما كان على قيد الحياة على أن تتولى هذه الجمعية تحنيط جثمانه في حالة وفاته، وبالنظر إلى هذا النوع فإنه قريب الشبه من التأمين على الحياة بأقساط مدى الحياة والذي يمارس اليوم في معظم دول العالم مع إختلاف الأسلوب المستخدم.[1]

ومن الثابت أن التأمين البحري هو الأول من حيث النشأة أو الظهور، ظهر عند الرومان وهو من أقدم تأمينات الممتلكات حيث ظهر منذ أمد بعيد جدا، ويمكن القول أن أصل التأمين البحري يرجع إلى عام 215 قبل الميلاد،حيث ظهر من الوثائق القديمة أن مستوردي المعدات الحربية في العصر الروماني كانو يطالبون الحكومة الرومانية بأن تتحمل جميع الخسائر الناتجة عن هجوم الأعداء أو الأعاصير التي تحدث لهذه المعدات أثناء مرحلة نقلها.

وقد عرف الرومان والإغريق ما يسمى بعقد القرض البحري حيث يعرض أحد الممولين إلى صاحب السفينة قبل بدء الرحلة مبلغا من المال بضمان السفينة أو البضاعة أو كليهما، فإذا فقدت فلا يسترد القرض وفوائده حيث كانت الفائدة مرتفعة جدا حيث بلغت 12% وهي ضعف الفائدة للقروض العادية وقد اعتبر أن 6% منها فائدة القرض والباقي يمثل قسطا للتأمين البحري كما يعتبر القرض الذي لا يرد في حالة تعرض السفينة أو البضاعة لحادث غرق أو قرصنة بمثابة تعويض عن الخسارة.[2]

---

[1] محمد وحيد عبد الباري، إدارة الخطر والتأمين التجاري والإجتماعي، مطبوعات كلية التجارة، جامعة القاهرة مصر،1997، ص114.

[2] ممدوح حمزة أحمد، ناهد عبد الحميد، إدارة الخطر والتأمين، مطبوعات كلية التجارة ، جامعة القاهرة، مصر 2003، ص240.

إلى أن البدايات الأولى لظهور التأمين البحري كانت في إطاليا مع نهاية القرن الثالث عشر وبداية القرن الرابع عشر نتيجة لإزدهار التجارة البحرية وتطور العلاقات والمبادلات التجارية بين مدن إيطاليا ودول الحوض المتوسط.

صدر أول تشريع لتنظيم التأمين البحري مع بداية القرن السادس عشر وذلك في سنة 1601 حيث توفرت الإحصائيات التي أمكن على أساسها تقدير الخطر تقديرا كميا.[1]

كذلك ظهر التأمين على الحياة في نفس الوقت الذي ظهر فيه التأمين البحري حيث تطلب الأمر التأمين على حياة قبطان السفينة والبحارة .[2]

ظهر تأمين الحريق عقب الحريق المهول الذي نشب في مدينة لندن يوم الجمعة الثاني من سبتمبر سنة 1666م والذي أتى على أكثر من 13000منزل و 100 كنيسة. وهذا ما جعل بميلاد شركات التأمين ضد الحرائق وكانت شركة "the fire office " أولها في إنجلترا لتنتشر فيما بعد شركات أخرى في فرنسا وباقي دول أوروبا وأمريكا وغيرها.[3] وفي أواخر القرن الثامن عشر ومع ظهور الثورة الصناعية وإزدهار النشاط الصناعي ظهرت أنواع جديدة من الأخطار نتيجة إستعمال آلات ومعدات ميكانيكية ضخمة، فبرز التأمين على حوادث العمل والأخطار المهنية والتأمين على الحياة ومن المسؤولية المدنية.

ومع بداية القرن العشرين ودخول العالم مرحلة جديدة من التكنولوجيا إزدادت الحاجة إلى التأمين خاصة بالنسبة لوسائل النقل بشتى أنواعها مما أدى إلى ظهور صور جديدة للتأمين من حوادث المرور والسرعة، كما ظهرت التأمينات من الأخطار الفلاحية.

---

[1] محمد وحيد عبد الباري، مرجع سبق ذكره، ص115.

[2] محمد شرف الدين، أحكام التأمين، الطبعة الثالثة، مطبعة نادي القضاء، القاهرة، مصر،1991، ص17.

[3] أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، إدارة الخطر والتأمين، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان،2007، ص84.

ونتيجة للحركات العمالية والمطالبة بتحسين شؤون العمال ظهر التأمين الإجتماعي وأنواع عديدة أخرى كذلك مع التطور المستمر والمذهل الذي صاحبه ظهور أخطار جديدة أصبحنا نسمع بالتأمين على الأقمار الصناعية والتأمين ضد أخطار الأطباق الطائرة.[1]

الفرع الثاني: تعريف التأمين

حظي مصطلح التأمين بمجموعة من التعاريف يمكن إيجازها فيمايلي:

أولا: التعريف اللغوي

التأمين في اللغة العربية مشتق من الأمن وهو طمأنينة النفس وزوال الخوف وله معاني عديدة: منها إعطاء الأمان مثل التأمين الحربي إذا نزل في بلاد المسلمين، ومنها التأمين على الدعاء وهو قول آمين أي إستجب.

ومن ذلك قوله تعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم ۞ وَ إِذْ جَعَلْنَا الْبَيْتَ مَثَابَةً للناسِ وَ أَمْناً ۞"[2] وكذلك ۞" وآمَنَهُم منْ خَوْفٍ ۞".[3]

وأقرب معاني التأمين في المصطلح المالي المعاصر هو" إعطاء الأمن " ذلك أن التأمين هو نشاط تجاري غرضه أن يحصل تأمين الأفراد والشركات من بعد ما يخافون من المكاره مقابل عوض مالي فهو معنى جديد وإن كان إشتقاقا صحيحا من كلمة "أمن".[4]

---

[1] جهاد بو عزوز وآخرون، تسويق خدمات التأمين "واقع السوق الحالي وتحديات المستقبل"، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن،2013 ص ص95-96.

[2] القرآن الكريم، سورة البقرة ،۞ الآية 125.

[3] القرآن الكريم، سورة قريش، ۞ الآية 03.

[4] عز الدين فلاح، التأمين مبادئه وأنواعه، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن،2008، ص06.

ثانيا: التعريف الاصطلاحي

التأمين هو الإتفاق الذي تتحمل بموجبه شركة التأمين مسؤولية تغطية الأخطار المتفق عليها في العقد مقابل دفعات يسددها المتعاقدون مع هذه الشركات، تمثل أقساط التأمين التي تستثمرها شركات التأمين بأعمال تجارية لتنميتها من جهة، ولإمكانية الوفاء بالإلتزامات إتجاه المتضررين من جهة ثانية.[1]

ثالثا: التعريف القانوني

يمكن تعريف التأمين من الناحية القانونية بأنه" عقد يتعهد بموجبه طرف مقابل أجر بتعويض طرف آخر عن الخسارة إذا كان سببها وقوع حادث محدد في العقد".

وقد عرفه المشرع الجزائري عقد التأمين في المادة 619 بأنه: "عقد يلتزم بمقتضاه المؤمن أن يؤدي إلى المؤمن له أو المستفيد مبلغا من المال في حالة وقوع الحادث أو تحقق الخطر المبين في العقد مقابل قسط أو أي دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له إلى المؤمن".[2]

رابعا: التعريف الإقتصادي

يمكن تعريف التأمين من الناحية الإقتصادية بأنه: "أداة لتقليل الخطر الذي يواجهه الفرد عن طريق تجميع عدد كافي من الوحدات المتعرضة لنفس ذلك الخطر(كالسيارة والمنزل والمستودع...إلخ) لجعل الخسائر التي يتعرض لها كل فرد قابلة للتوقع بصفة جماعية ومن ثم يمكن لكل صاحب وحدة الإشتراك بنصيب منسوب إلى ذلك الخطر".[3]

---

[1] Yvonne Lambert Faivre, Droit des Assurances, Edition Dalloz, Paris, France, 2001, p 39.

[2] المادة 619 من القانون المدني الجزائري، القسم الأول الأحكام العامة، الفصل الثالث لعقد التأمين،2007 ص102.

[3] عز الدين فلاح، مرجع سبق ذكره، ص14.

خامسا: تعريف مختصي التأمين

يعرف عادل عز التأمين بأنه: " نظام يهدف بصفة أساسية إلى حماية الأفراد والهيأت من الخسائر المادية الناشئة عن تحقق الأخطار المحتملة الحدوث، والتي يمكن أن تقع مستقبلا وتسبب خسائر يمكن قياسها ماديا ولادخل لإرادة الأفراد أو الهيئات في حدوثها".[1]

كما يعرف أحمد زكي هيكل التأمين بأنه:"عقد بين طرفين أولهما المستأمن وثانيهما المؤمن يتعهد المؤمن بموجبه الذي هو شركة التأمين أن تدفع للمستأمن مبلغا معينا من النقود عند حدوث الخطر المنصوص عليه في العقد نظير أن يدفع قسطا سنويا لمدة محددة".[2]

سادسا: التعريف الإسلامي

يعرف على أنه عقد يلتزم المؤمن بمقتضاه أن يؤدي إلى المؤمن له أو إلى المستفيد الذي إشترط التأمين لصالحه مبلغا من المال أو إيراد أو مرتبا أو أي عوض مالي آخر في حالة وقوع الحادث الذي تحقق الخطر المبين في العقد في نظير قسط أو أي دفعة مالية يؤديها المؤمن له ويتحمل المؤمن بمقتضاه تبعه مجموعة من المخاطر بإجراء المقاصة بينهما وفقا لقوانين الإحصاء.[3]

نستخلص من التعاريف التي إستعرضناها أن كل فئة تقتصر على إبراز جانب دون أخر وهو ما أوجب التفكير في إيجاد تعريف شامل وجامع للتأمين، وفي هذا السياق أشارت معظم المراجع إلى ان أشهر وأفضل تعريف يعود للفقيه الفرنسى هيمار"Hemard" الذي عرفه على أنه: "عملية يحصل بمقتضاها أحد الأطراف وهو المؤمن له نظير دفع قسط، على تعهد لصالحه أو

[1] عادل عز عبد الحميد، مباديء التأمين، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر،1971، ص11.

[2] محمد وحيد عبد الباري، مرجع سبق ذكره، ص111.

[3] أحمد سالم ملحم، التأمين التعاوني الإسلامي وتطبيقاته في شركات التأمين الإسلامية، دار المكتبة الوطنية الأردن، 2000، ص10.

لصالح الغير من الطرف الأخر هو المؤمن، تعهد يدفع بمقتضاه هذا الأخير أداء معينا عند تحقق خطر معين وذلك بأن يأخذ على عاتقه مهمة تجميع مجموعة من المخاطر وإجراء المقاصة بينها".

لقد جاء هذا التعريف شاملا إذ يغطي الجانب القانوني بإعتباره عقدا، كما يتناول التأمين كعملية وهو الجانب الفني.

الفرع الثالث: مزايا التأمين

يقدم التأمين خدمتين أساسيتين وهما:

أولا: عن طريق تعويض المستأمن من الخسائر المادية التي يتعرض لها نتيجة تحقق الخطر المؤمن منه وهذا يؤكد على أن التأمين يساعد الأفراد والشركات على تخطي المشاكل المادية التي قد يتعرض لها (مثل الإفلاس) عندما تحدث الأخطار المؤمن منها.

ثانيا: تخفيض درجة عدم التأكد والقلق الناتجين عن عدم القدرة على توقع الخسائر المستقبلة للأحداث المفردة حيث أن شركات التأمين يكون لديها القدرة على التنبؤ وتوقع الخسارة بصورة أكثر دقة نتيجة إستخدامها وتجميعها لأخطار متجانسة عديدة وبالتالي يمكنها تطبيق قانون الأعداد الكبيرة وتحديد قيمة الخسائر المتوقعة مستقبلا.[1]

المطلب الثاني: مفهوم عقد التأمين و مبادئه

عقد التأمين هو إتفاق بين شخصين فأكثر يهدف إلى إنشاء علاقة قانونية، وعليه سنحاول من خلال هذا المطلب إبراز ماهيته،عناصره،خصائصه ومختلف مبادئه القانونية.

[1]شريف محمد العمري، محمد محمد عطا، الأصول العلمية والعملية للخطر والتأمين، الطبعة الأولى، كلية المجتمع جامعة الملك سعود، السعودية، 2016، ص76.

الفرع الأول: تعريف عقد التأمين

يعرف عقد التأمين بأنه: "إتفاق بين طرفين، يتعهد بمقتضاه الطرف الأول بأن يدفع إلى شخص ما مبلغا معينا من المال في حالة وقوع خطر، مقابل أن يدفع الثاني للطرف الأول مبلغ أو عدة مبالغ مالية تكون قيمتها في مجموعة أقل نسبيا من المبلغ الذي يتعهد الطرف الأول بدفعه".[1]

ويمكن إعطاء تعريف ومفهوم ثاني لعقد التأمين"هو اتفاقية تبرم بين شركة تأمينية وشخص طبيعي أو معنوي لتحديد موضوع وشروط أي تأمين".

يعرف كذلك على أنه "إتفاق بموجبه يتم التعهد لطرف سواء له شخصيا أو لغير يعينه هو لقاء وفائه بقسط بأنه في حالة تحقق الخطر المنصوص عليه في العقد يحصل على مبلغ من النقود أو إيراد أو أداء آخر من جانب الطرف الثاني في العقد الذي هو مشروع تأمين يلعب دورا فنيا يتمثل في أن يجري مقاصة للأخطار المتماثلة مستعملا طرقا إحصائية و رياضية".[2]

كما يعرف على أنه: "إتفاق بين شخصين فأكثر يهدف إلى إنشاء علاقة قانونية، وينصب على موضوع أو محل محتمل الوقوع (الخطر)، ليلتزم بمقتضاه المؤمن له بدفع القسط أو الإشتراك مقابل التزام المؤمن بأداء مبلغ من المال وقت وقوع الخطر المؤمن منه".[3]

وهنا تجدر الإشارة إلى وجوب التفرقة بين العقد ومذكرة التغطية وثيقة التأمين (البوليصة) والملحق.

أولا: مذكرة التغطية المؤقتة

مذكرة التغطية المؤقتة هي عقد تأمين مؤقت يصدر عن وكيل التأمين الذي يكون مفوضا من الشركة في تأمين الممتلكات والمسؤولية بقبول إيجاب مقدم الطلب حتى ولو لم يستلم أي دفعة

---

[1] زياد رمضان، مبادئ التأمين، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1998، ص 27.

[2] عصام أنور سليم، أصول عقد التأمين، دار منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2008، ص11.

[3] جديدي معراج، مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص ص 10-11 .

من طالب التأمين.[1] والغرض من إصدارها هو إعطاء تغطية تأمينية أثناء الفترة التي يكون فيها طلب التأمين تحت الدراسة وحتى الموافقة أو الرفض على إصدار العقد يقوم بمنح مذكرة التغطية الوكيل (سمسار) مفوض عن المؤمن الذي يقدم الطلب إلى المؤمن الذي يدرسه فإذا تمت الموافقة عليه إصدار العقد وإعطائه للوكيل الذي يسلمه بدوره لطالب التأمين وبالطبع فإن الوكيل يقوم بتحصيل القسط المؤمن، وهكذا فإن عقد التأمين الأساسي يصدر عن المؤمن بينما مذكرة التغطية تصدر عن وكيل التأمين وبالتالي فهي أمر ثانوي أو عرضي فإذا وقع العقد فإن أثره ينصرف إلى تاريخ إصدار مذكرة التغطية أي وصولها إلى المؤمن له ،إما إذا رفض الطلب تبقى المذكرة سارية المفعول إبتداء من تاريخ انشائها وحتى تاريخ انقضائها، ومنه فمذكرة التغطية قد تصدر شفويا وقد تصدر كتابيا وفي هذه الحالة يجب أن تكون موقعة من قبل وكيل التأمين ولا يشترط فيها شكل خاص ولكن يشترط أن تحتوي على العناصر الأساسية لعقد التأمين.

ثانيا: وثيقة التأمين (البوليصة)

هي المحرر المثبت لعقد التأمين، وهي الوثيقة النهائية التي يحررها المؤمن والتي تثبت وجود عقد التأمين، بل هي العقد ذاته وتسمي police معناها تعهد، وتعتبر من أهم الأشكال التي يبرم بها العقد. تتضمن على الأقل جزئين وهما الشروط العامة والشروط الخاصة لعقد التأمين، تكون مطبوعة مسبقا لكل فئة من فئات أخطار التأمين وتتضمن الشروط المشتركة لكل فئة ويجب أن تحتوي على البيانات التالية (إسم كلا الطرفين المتعاقدين وعنوانهما الشيء أو الشخص المؤمن عليه، طبيعة المخاطر المضمونة، تاريخ الإكتتاب، تاريخ سريان العقد ومدته، مبلغ الضمان

[1] عبد القادر العطير، التأمين البري في التشريع "دراسة مقارنة"، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن 2004، ص119.

القسط أو إشتراك التأمين، توقيع الطرفين)، وتصدر وثيقة التأمين أو بوليصة التأمين بالصور التالية:

1- بوليصة التأمين الفردية

وهي البوليصة التي تغطي شخص من خطر تأميني مفرد محدد لصالح مستفيد. مثال بوليصة التأمين ضد الغير على سيارة معينة.

2- **بوليصة التأمين الشاملة**

تصدر لتغطية عدة أخطار غير متشابهة بدلا من خطر واحد، مثل وثيقة تأمين السيارات الشاملة التي تغطي الحريق السرقة وحوادث الطرق.

3- بوليصة التأمين الجماعية

تصدر لتغطية خطر واحد محدد لصالح مستفيدين متعددين مثل بوليصة التأمين الصحي الجماعي لكل طلبة الجامعة.

ثالثا: الملحق

لقد جرى على أن يفرغ أي تعديل أو إضافة في وثيقة التأمين في محرر يوقع عليه الأطراف، وهو ما يسمى بملحق الوثيقة، ويخضع هذا الملحق لحكم القواعد العامة، يشترط وجود عقد التأمين الذي سبق إبرامه، كما يشترط توافر إدارة المتعاقدين، ويجب أن يتطلب التعديل اتفاق طرفي العقد.

فالملحق يعتبر جزءا مكمل للوثيقة الأصلية، وبالتالي فهو لا يعتبر تأمينا جديدا، فيقتصر على إثبات الإتفاق ومنه فالتعديل يسري اثره من وقت إجراء ملحق وثيقة التأمين ولا يرتد إلى تاريخ

تحرير وثيقة التأمين الأصلية، واذا حدث تعارض بين الملحق والوثيقة الأصلية، فكانت بما هو وارد بالملحق.[1]

الفرع الثاني:عناصر وخصائص عقد التأمين

لتحديد الصورة التعاقدية بين المؤمن والمؤمن له يجب أن يتوفر عقد التأمين على مجموعة من العناصر والخصائص على النحو التالي:

أولا: عناصر عقد التأمين

يقوم عقد التأمين على ثلاث عناصر أساسية يمكن إجمالها فيمايلي:

1- الخطر

يعتبر الخطر من بين أهم وأبرز عناصر عقد التأمين، وينبغي الإشارة في البداية أن للخطر معنى خاص في مجال التأمين يختلف عن المعنى الذي يعطيه له في مجال القانون المدني أو اللغة الجارية فإذا كان مفهوم الخطر في معناه العام يتمثل فيما يهدد الإنسان من وقوع أحداث ضارة كالسرقة والحريق والإصابة، فإن الخطر في مجال التأمين قد لا يقتصر على ذلك بل يتعداه ليشمل ما قد يصادف الإنسان من أحداث سارة، فالمؤمن له يهدف من وراء التأمين إلى تفادي ما قد يلحق به من أخطار يخشى وقوعها في المستقبل، وذلك بحصوله على مبلغ التأمين وإذا تحقق الخطر أو الحادث يلتزم المؤمن بتنفيذ الأداء المتفق عليه.

فالخطر التأميني عرف على أنه: "حادث مستقبلي محتمل الوقوع، لا دخل لإرادة أحد الطرفين في حدوثه".[2]

---

[1] السيد محمد السيد عمران، الموجز في أحكام عقد التأمين، الفتح للطباعة والنشر، مصر ، 2002، ص ص 106-107.

[2] أحمد صلاح عطية، محاسبة شركات التأمين، مطبوعات كلية التجارة ،جامعة الزقازيق، مصر، 2003، ص07.

كما عرف على أنه: "عدم التأكد بحدوث خسارة مادية نتيجة لوقوع حادث مفاجئ".[1]

ولكي يكون الخطر قابل للتأمين ينبغي توفر الشروط التالية: [2]

أ- **الخطر محتمل الوقوع مستقبلا:** فإحتمالية الخطر تقضي أن لا يكون وقوعه مستحيلا كما لا يكون مؤكدا،إضافة إلى إحتمال وقوعه مستقبلا إذ لا يصح التأمين على خطر قد وقع.

ب- **الحادث مستقلا عن إرادة الطرفين:** يجب أن لا يتحقق الخطر بإرادة المؤمن والمؤمن له، لأنه يقوم على عنصر الصدفة والإحتمال، وأي تدخل لطرفي العقد في تحقيق الخطر يحول التأمين إلى وسيلة يتخذها المؤمن له كوسيلة للكسب الغير مشروع أو ما يسمى بالنصب على شركات التأمين.

ت- **الخطر المؤمن منه مشروعا:** ونعني بذلك أن لا يكون منافيا بالقوانين المعمول بها والآداب والنظام العام،كالتأمين على السلع المهربة والممنوعة.

ث- **الخسارة الناتجة عن الخطر محددة وقابلة للقياس:** بمعنى أن تكون الخسارة التي لحقت بالمؤمن له قابلة للتقييم ماليا وعلى أساس القيمة الحقيقية في السوق لا قيمتها العاطفية،كما يجب أن تكون من النوع الذي يصعب التدليس أو الغش فيه إضافة إلى سهولة تحديد زمان ومكان وقوعها.

ج- **الخطر موزعا بدرجة كبيرة بين الجمهور المؤمن له:** بحيث لا يكون الخطر مركزا على شخص واحد أو على عدد قليل من الأشخاص، وهو ما يسمى بقاعدة الأعداد الكبيرة إذ يجب أن يكون الخطر متجانسا ومتفرقا بحيث لا يتحقق في آن واحد، مما يوقع شركات التأمين في حالة العجز عن الدفع.

[1] محمد رفيق المصري، التأمين وإدارة الخطر، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 11.
[2] جهاد بوعزوز وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص101-103.

2- القسط

هو ثاني عنصر من عناصر عقد التأمين، وهو ذلك المبلغ من المال الذي يدفعه المؤمن له مقابل تعهد المؤمن بتغطية المخاطر المؤمن عليها. بمعنى أن القسط يعتبر سعر الخدمة التأمينية التي تقدمها شركة التأمين إلى العميل ويتحدد القسط بعدة أمور هي[1]:

أ- مقدار الخطر المؤمن ضده والذي يتم حسابه عن طريق متخصصين يطلق عليهم إسم الخبراء الإكتواريون.

ب- النفقات الإدارية والمالية والعمولات والضرائب ونسب أخرى التي تواجهها شركة التأمين أثناء تقديم خدماتها.

ت- مبلغ التأمين الذي يمثل مقدار الضرر حيث كلما إزداد هذا المبلغ كلما أدى إلى زيادة القسط.

3- مبلغ التأمين

هو العنصر الثالث من عناصر عقد التأمين، وهو المبلغ الذي يصبح للعميل الحق فيه عند تحقق الخطر المؤمن ضده، والذي تلتزم شركة التأمين دفعه.

إن تحديد مبلغ التأمين، يختلف بإخلاف نوع وطبيعة التأمين ذاته. ففي تأمين الأشخاص يكون مبلغ التأمين محدد مسبقا بإتفاق بين المؤمن له والمؤمن، دون أية علاقة بين مبلغ التأمين وما سيلحق من ضرر، حيث تكون الغاية من القسط الإدخار وتكوين رأس المال عن دفع أقساط معينة، أما في تأمين الأضرار فيتحدد المبلغ بأربع عوامل هي:

أ- مبلغ التأمين المتفق عليه في العقد.

ب- على أساس جسامة الضرر الذي يلتحق بالمؤمن له أو المستفيد.

ت- على أساس قيمة الشيء المؤمن عليه.

[1] محمد جودت ناصر، إدارة أعمال التأمين، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر،عمان، الأردن، 1998، ص61.

ث- تحديد مقدار المبلغ بتدخل من المشرع.

ثانيا: خصائص عقد التأمين

رأينا أن التأمين نظام قانوني يلتزم فيه المؤمن له بنصيب مالي، ويدفع على أقساط يتحدد وفقا لأسس فنية وضوابط إحصائية، وذلك مقابل تعهد المؤمن بأداء مالي في حالة وقوع الخطر أو الحدث المتفق عليه. بالإضافة إلى هذا يجب أن يتميز عقد التأمين بمجموعة من الخصائص تميزه عن غيره من العقود. وسنتطرق لكل منها بالتفصيل من خلال النقاط التالية:

1- عقد التأمين ملزم للجانبين

يعرف عقد التأمين بأنه عقد يلقى إلتزامات تبادلية على عاتق الطرفين فيلتزم فيه المؤمن بدفع عوض التأمين نظير إلتزام المستأمن بدفع الأقساط.[1] إن صفة الإلزامية لعقد التأمين موجودة حتى ولو لم يتحقق الخطر المؤمن منه حيث يترتب على ذلك عدم دفع المؤمن لمبلغ التأمين، لكنه يكفي تعهد المؤمن بتغطية المخاطر عند حلولها.[2]

2- عقد التأمين عقد رضائي

أي أنه ينعقد بمجرد أن يتطابق القبول مع الإيجاب. ولا يشترط لإنعقاده شكلية معينة وعندما تشترط الكتابة في المراسلات فإن ذلك لا يغير من هذه الصفة إنما الكتابة هنا تأتي كضرورة لإثبات وجود العقد وعدم الإختلاف على شروطه، ومن هذا المنطلق يمكننا القول بأن

[1] نزيه محمد الصادق المهدي، عقد التأمين "مع بيان أهم المستندات التأمينية"، دار المطبوعات الجديدة مصر،2007، ص10.

[2] إبراهيم أبو النجا، التأمين في القانون الجزائري، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1980، ص 14.

وثيقة التأمين ليست هي عقد التأمين إنما هي مستند مكتوب لإثبات وجود العقد وشروطه وبالأخص الصريحة منها.[1]

3- عقد التأمين عقد معاوضة

بمعنى أن يتلقى بمقتضاه كل من المتعاقدين عوضا لما قدمه.فالمؤمن يتحمل الخطر مقابل الأقساط التي يدفعها المؤمن له بينما هذا الأخير يحصل على مبلغ التأمين عند تحقق الخطر المؤمن منه مقابل الأقساط التي دفعها، في حالة عدم تحقق الخطر، لا تزول صفة المعاوضة عن عقد التأمين، فإذا لم يحصل المؤمن له على مبلغ التأمين بسبب عدم تحقق الخطر، فإنه يتحصل على مقابل يتمثل في الأمان والإطمئنان الذي يوفره المؤمن طوال مدة العقد.[2]

4- عقد التأمين من العقود المستمرة

العقد المستمر هو ذلك العقد الذي يكون الزمن عنصرا جوهريا فيه بحيث تكون إتزامات طرفيه عبارة عن عدة أداءات متكررة يستمر الوفاء بها مدة من الزمن، والتأمين بهذا المعنى عقد من العقود المستمرة، وذلك بالنسبة لإلتزامات كلا المتعاقدين.

5- عقد التأمين عقد إحتمالي

وصفة الإحتمال هذه تأتي من إحتمالية تحقق الخطر، فالخطر المؤمن منه قد يتحقق خلال فترة التأمين أو لا يتحقق فإن تحقق فسيتأثر به طرفي العقد، هذا بقدر تعلق الأمر بالتعويض. أما بالنسبة لقسط التأمين فلا يوجد هناك إحتمال لأن هذا القسط محسوب دفعه كمصاريف نهائية من قبل المؤمن له لايتأثر إن تحقق أو لم يتحقق الخطر. ومن ناحية المؤمن فهو أيضاً محسوب مع

[1] منعم الخفاجي، مدخل لدراسة التأمين، ، الطبعة الأولى الإلكترونية، مكتبة التأمين العراقي ، الناشر مصباح كمال، العراق، 2014، ص17.

[2] جديدي معراج، مرجع سبق ذكره، ص35.

كل أقساط التأمين التي يتكون منها ما يعرف بالصندوق "رصيد التغطية" الذي منه تسدد التعويضات والمصاريف الإدارية والأرباح، إن وجدت.[1]

6- عقد التأمين عقد إذعان

عقد الإذعان هو ذلك العقد الذي لا يتحقق فيه التوازن الاقتصادي بين مركز المتعاقدين ولا شك في إنتماء عقد التأمين لتلك الطائفة من العقود.

ففي عقد التأمين يقتصر دور المؤمن له على قبول الشروط التي تستقل شركات التأمين بإعدادها مسبقا، في شكل نماذج مختلفة حسب نوع وطبيعة كل عملية.

7- عقد التأمين عقد زمني

أي أنه عقد يستمر لفترة زمنية محددة ينتهي بعد إنقضائها.

الفرع الثالث: المبادئ القانونية لعقد التأمين

سنتطرق إلى المبادئ القانونية لعقد التأمين من خلال مجموعتين رئيسيتين تشمل المجموعة الأولى المبادئ التي تخضع لها جميع أنواع عقود التأمين بلا إستثناء "تأمينات الحياة، تأمينات الممتلكات، تأمينات المسؤولية المدنية" والمجموعة الثانية التي تخضع لها جميع أنواع العقود ماعدا تأمينات الحياة وهذا على النحو التالي:

أولا: المبادئ القانونية التى تخضع لها جميع أنواع عقود التأمين

يمكن تحديد المبادئ القانونية التى تخضع لها جميع أنواع عقود التأمين من خلال العناصر التالية:

[1] منعم الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص17.

1- مبدأ حسن النية

على كل من طرفي العقد أن يفصح عن جميع الحقائق للطرف الآخر، فلا يخفي بذلك أي بيانات تكون جوهرية بالنسبة للتعاقد، وإذا أخل أحد الطرفين بهذا المبدأ، يصبح العقد باطلا أو قابلا للبطلان تبعا لسبب الإخلال وتخضع جميع العقود لهذا المبدأ مهما كان نوع الخطر المؤمن ضده.

ترجع أهمية هذا المبدأ إلى أن المؤمن لا بد أن يطلع على جميع الحقائق الخاصة بالتعاقد حتى يقرر الرفض أو القبول. ففي حالة القبول يستطيع المؤمن تحديد الشروط وقسط التأمين، أما في حالة الإخلال بهذا المبدأ بقصد الغش وتضليل المؤمن، يمكن أن يكون سببا في بطلان العقد وإحتفاظ المؤمن بالأقساط التي دفعها المؤمن له وذلك بشرط أن يثبت المؤمن أن إخلال المؤمن له لم يكن عفويا، بل كان عن قصد وتعمد.

إن الإخلال بهذا المبدأ يمكن أن يكون من جانب المؤمن نفسه، حيث يمكن أن يضلل المؤمن له بمعلومات غير صحيحة لتشجيعه على قبول التأمين لديه. وفي هذه الحالة يكون للمؤمن له الحق في فسخ العقد وإسترداد ما دفعه من أقساط أو عربون، بشرط أن يثبت سوء نية المؤمن في تزويده بمعلومات غير صحيحة.[1]

2- مبدأ المصلحة التأمينية

ويقوم هذا المبدأ على أساس أن يكون للمؤمن له مصلحة مادية ومشروعة من بقاء الشيء أو الشخص على ما هو عليه ويتضرر المؤمن له في حال إذا لحق بالشيء أو الشخص حادث معين.

[1] بوجنان خالدية، طرق وأساليب قياس الأقساط التأمينية بإستخدام التقنيات الإكتوارية"دراسة مسحية على عينة من شركات التأمين على الحياة بالجزائر"، أطروحة دكتوراه ، تخصص تأمينات وبنوك، قسم علوم التسيير،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة إبن خلدون، تيارت، 2015، ص ص 32-33.

وتعود ضرورة وجود المصلحة التأمينية في جميع عقود التأمين للأسباب التالية:

أ- منع المقامرة: بمعنى أن أي شخص بإمكانه التأمين على ممتلكات غيره وينتظر أن تهلك هذه الممتلكات ويقبض قيمتها.

ب- التقليل من الخطر الأخلاقي: بما أن للمؤمن له مصلحة تأمينية من بقاء ممتلكاته سليمة فإنه لن يعتمد إلحاق الضرر بها وبذلك تنتفي بالحالة هذه المصلحة التأمينية.

ت-قياس حجم الخسارة: بما أن عقود التأمين في معظمها عقود معاوضة فإن المصلحة التأمينية هي مقياس لحجم خسارة المؤمن له الفعلية، بمعنى أن التعويض المدفوع سيكون بحجم الضرر المادي الذي أصاب الشيء المؤمن عليه إذا كان التأمين كافي.

3- مبدأ السبب القريب

يلتزم المؤمن بدفع التعويض عندما يكون الخطر المؤمن ضده هو السبب القريب لحدوث الخسارة، ويقصد بالسبب القريب، السبب الذي يولد سلسلة من الحوادث المتصلة التي تؤدي في النهاية إلى وقوع الخسارة بدون تدخل أي مؤثر خارجي آخر مستقل، وكلمة قريب لايقصد بها القريب زمنيا وإنما القريب من ناحية التسبب.[1]

ثانيا: المبادئ القانونية التي تخضع لها جميع أنواع عقود التأمين ما عدا تأمينات الحياة

وهي على النحو التالي:

1- مبدأ التعويض

طبقاً لهذا المبدأ فإن المؤمن (شركة التأمين) تلتزم بتعويض المؤمن له عما لحق به من خسارة مادية نتيجة تحقق الخطر المؤمن منه، لا يجوز بأى حال من الأحوال أن يزيد التعويض

[1] نفس المرجع السابق، ص34.

الذي يدفعه المؤمن للمؤمن له أو المستفيد عن قيمة الخسائر الفعلية المحققة، وإلا يتعدى هذا التعويض حدود مبلغ التأمين أو قيمة الشئ موضوع التأمين "وقت وقوع الخطر".

2- مبدأ المشاركة

كما ذكرنا سابقا أن هذا المبدأ يسري على تأمينات الممتلكات والمسؤولية المدنية ولا يسري على تأمينات الحياة "الأشخاص" وينص على أنه إذا قام المؤمن له بالتأمين لدى أكثر من مؤمن "شركة" فإن المؤمن له سيحصل على مبلغ التعويض مرة واحدة وتشترك جميع شركات التأمين في تعويض المؤمن له عند تحقق الخطر وكل شركة حسب حصتها في مبلغ التأمين.[1]

3-مبدأ الحلول في الحقوق

يتداخل هذا المبدأ مع مبدأ التعويض، ويقضي بإعطاء المؤمن الحق في الحلول محل المؤمن له في مطالبة طرف ثالث بتعويض قام بدفعه للمؤمن له، ويمتد ليحل المؤمن محل المؤمن له في رفع الدعاوي القضائية والمطالبة بالحقوق من طرف أو أطراف لهم صلة بالتسبب بالحادث وفي حال حصلت شركة التأمين نتيجة مطالبتها القانونية من المتسبب بالضرر على مبلغ يفوت التعويض المدفوع للمؤمن له فإن الفرق يعود للمؤمن له.[2]

المطلب الثالث: التقسيمات المختلفة للتأمين

يعرف التأمين بأنه مجال شاسع للغاية حيث أن نطاق تطبيقه غير محدود. فكلما تعددت الأخطار ظهرت أنواع جديدة من التأمين ولذلك فإن تقسيم أنواع التأمين يرجع تبعا للخطر المؤمن

[1] أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، مرجع سبق ذكره، ص 130.

[2] لكاص خالد، نظام التأمينات بين العائد والحماية "دراسة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه ، تخصص تخطيط، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، 2012، ص26.

ضده أو حسب الغرض من التأمين أي تبعا للهيئات التي تمارس عمليات التأمين وعليه وردت عدة تقسيمات كمايلي:

الفرع الأول: التأمين حسب الشكل

يمكن تقسيم التأمين حسب هذا المعيار إلى ثلاثة أنواع رئيسية:

أولا: التأمين التعاوني "التبادلي"

في هذا النوع من التأمين يجتمع عدة أشخاص معرضين لأخطار متشابهة فيدفع كل منهم اشتراكا معينا وتخصص هذه الإشتراكات لأداء التعويض المستحق لمن يصيبه الضرر.فيقوم هنا التأمين على أساس تعاوني بحت ولا يكون الغرض منه تحقيق الربح، بل توفير التغطية التأمينية للأعضاء بأقل تكلفة ممكنة وعادة مايقوم بهذا النوع من التأمين هيئات التأمين التبادلي، والجمعيات التعاونية للتأمين وصناديق التأمين الخاصة.[1]

ثانيا: التأمين الخاص أو التجاري "إختياري"

يقوم هذا النوع من التأمين أساسا على الإختيار بين كل من المؤمن والمؤمن له، وهو التأمين الذي تباشره منشآت وهيئات مملوكة للأفراد أو لمجموعة منهم أو للدولة في صورة شركات أو جمعيات يحكمها القانون الخاص الذي ينظم المعاملات المالية في الدولة، ونجد في هذا النوع من التأمين تأمين الحوادث والحريق والممتلكات وغيرها.

ثالثا: التأمين الإجتماعي "الإجباري"

إن التأمين الإجتماعي هو تأمين إجباري، وليس إختياري للعامل أو صاحب العمل متى توافرت شروطه فالإشتراك في هذا التأمين هو إلتزام مصدره القانون الذي يحدد أحواله وشروطه وآثاره ولا يملك أي طرف من أطراف العلاقة التعديل في ذلك. حيث يختلف التنظيم القانوني لهذا

[1] حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، التأمين وإدارة الخطر، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص38.

التأمين عن ذلك الذي يخضع له التأمين الخاص، فالتأمين الخاص يخضع لقاعدة العقد وذلك في إطار القواعد الآمرة التي أوردها المشرع في هذا الشأن، أما التأمين الإجتماعي فيتولى المشرع تنظيمه وذلك من كافة جوانبه سواء من حيث الشروط والأحكام .كما تتولى الدولة مراقبة تنظيمه وتتولى إدارة شؤونه.[1]

الفرع الثاني: التأمين حسب الموضوع

يمكن تقسيم التأمين حسب الموضوع إلى ثلاثة أنواع[2]:

أولا: تأمين الأشخاص

هي إتفاقية إحتياط بين المؤمن والمؤمن له، ويلتزم المؤمن بموجبها بأن يدفع للمكتتب أو للمستفيد المعين مبلغا محددا في حالة تحقق الحادث أو عند حلول الأجل المنصوص عليه في العقد، ويلتزم المكتتب بدفع الأقساط حسب جدول إستحقاق متفق عليه، حيث يقوم المؤمن له بتأمين نفسه من الأخطار التي تقدر حياته أو سلامة جسمه أو صحته أو قدرته على العمل مثل التأمين على الحياة، التأمين ضد المرض، التأمين ضد البطالة والتأمين ضد الحوادث الشخصية.

ثانيا: تأمين الممتلكات

يغطي تأمين الممتلكات الخسائر التي يتعرض لها الشخص لدى تعرض ممتلكاته لأخطار مثل: خطر الحريق خطر السرقة، خطر الزلازل وخطر الغرق.

---

[1] محمد حسن قاسم، محاضرات في عقد التأمين، الدار الجامعية، بيروت، 1999، ص 52.

[2] كمال رزيق، محمد لمين مراكشي، خصوصية قطاع التأمين وأهميته لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي السابع حول "الصناعة التأمينية الواقع العملي وآفاق التطوير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر يومي04/03 ديسمبر 2012، ص03 .

ثالثا: تأمين المسؤولية المدنية

يهدف هذا النوع من التأمين إلى ضمان المؤمن له ضد رجوع الغير عليه بسبب الأضرار التي تلحق بهذا الأخير من خطأ يرتكبه المؤمن له قبله ويسبب له ضررا يوجب مسؤوليته. فالتأمين يهدف في هذه الحالة إلى تعويض الضرر الذي يلحق بالذمة المالية للمؤمن له بسبب إنعقاد مسؤوليته إتجاه الغير، ويغطي تأمين المسؤولية الخسارة التي تلحق المؤمن له بسبب التعويض الذي يدفعه للمضرور، وهنا نكون بصدد ثلاثة أشخاص المؤمن والمؤمن له والمصاب الذي يكون له دعوى ضد المؤمن مباشرة للحصول على التعويض بالرغم من أنه ليس طرفا في العقد.

الفرع الثالث: التأمين على أساس إمكانية تحديد الخسائر و التعويض اللازم

وفق هذا المعيار المتعلق بتقدير الخسائر نميز بين نوعين من التأمين:

أولا:التأمين النقدي

في هذا النوع من التأمين يكون من الصعب تقدير الخسائر المالية الممكن تحققها نتيجة وقوع الخطر، وهو الحال في التأمين على الحياة أين يكون من الصعب تحديد مبلغ الوفاة لهذا تلجأ شركة التأمين إلى دفع مبلغ معين عند الوفاة مقابل أقساط معينة يدفعها المؤمن له.

ثانيا: تأمينات الخسائر

هنا يمكن تحديد الخسائر المحققة والتي تخضع لمتغيرات قابلة للقياس الكمي الأمر الذي يسمح بتحديد مبلغ التعويض اللازم، ومن أمثلة ذلك التأمين على الحريق أو الحوادث.[1]

الفرع الرابع: التأمين على أساس عقد التأمين

وفق هذا المعيار هناك نوعان للتأمين هما:

[1] بيشاري كريم، التوجه التسويقي كمدخل لتطوير قطاع التأمينات في الجزائر، أطروحة دكتوراه ، تخصص تسويق قسم العلوم التجارية،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر03، 2012، ص19.

أولا: التأمين الإختياري

يشمل جميع أنواع التأمينات التي يكون الشخص فيها حرا في التأمين أو عدمه وهنا تتنافس شركات التأمين في إقناع الأشخاص بالتأمين واقتناء خدماتها.

ثانيا: التأمين الإجباري

ويتعلق بجميع أنواع التأمينات التي تلزم الدولة الأشخاص بالتعاقد فيها وهذا بهدف تحقيق المصلحة العامة والتكافل في المجتمع.

الطلب الرابع:أهمية التأمين

لا يستطيع أي منا أن ينكر الفوائد التي يقدمها التأمين على الصعيدين الإجتماعي والإقتصادي وحتى السياسي والتي يستفيد منها الفرد والمجتمع والدولة ككل والتي نوردها على النحو التالي:

الفرع الأول: الأهمية الإقتصادية

لقد أصبح من غير الممكن الإستغناء عن التأمين في كافة أوجه النشاط الإقتصادي فالتأمين محرك أساسي للتنمية الإقتصادية نظرا لإرتباطه ببعض المؤشرات الإقتصادية وتأثيره عليها فالتأمين بمثابة رابط للسياسة الإقتصادية ومن بين أدواره مايلي:

أولا: تكوين رؤوس الأموال و تمويل المشاريع

يؤدي تراكم الأقساط إلى تجميع رؤوس الأموال لدى شركات التأمين، حيث تقوم باستثمارها لتدعيم الإقتصاد القومي. فالتأمين يعمل على تجميع المدخرات في الجماعة وتوظيفها للصالح العام، ونظرا لخطورة هذا الدور وأهميته تدخل المشرع لتأميم شركات التأمين وأحكام الرقابة على أموالها وكيفية استغلالها.

ثانيا: التأمين عامل من عوامل الإئتمان وضمان الإستثمارات

ويتجلى ذلك من خلال توفيره لضمانات تجعل المقرضين في أمان على أموالهم كما تسهل للمدين عملية الإقراض فالتأمينات وسيلة تساعد على تحقيق الإئتمان لكي يحصل كل طرف على حقه كاملا، وبالنسبة للدولة فإن التأمين يساعدها في الحصول على ما تحتاجه من قروض وأموال بإصدارها لسندات بغرض توظيفها في المشاريع.[1]

ثالثا: التأمين مصدر للعملة الصعبة

تعتبر بعض البلدان النامية التأمين مصدرا لإستقطاب العملة الصعبة، وكذلك يخلق مجالا للمعاملات التجارية والمالية مع الخارج (دفع الأقساط، حركة رؤوس الأموال، تعويض المتضررين)، وقد يكون رصيد العمليات موجبا أو سالبا حسب السنوات وحسب هيكل قطاع التأمين للبلد المعني.[2]

رابعا: التأمين وميزان المدفوعات

يمثل التأمين بندا من بنود ميزان المدفوعات وبالتحديد في ميزان حركة رؤوس الأموال، حيث تسجل فيها أقساط إعادة التأمين التي تحولها الشركات الوطنية بموجب الإتفاقيات المبرمة مع شركات التأمين في الخارج. وتأثير التأمين في ميزان المدفوعات يرتبط برصيد العمليات التأمينية الذي يمثل الفرق بين الأموال الواردة والأموال الصادرة وبالتالي يتناسب حجم التدفق الطبيعي للأموال إلى الخارج تناسبا عكسيا مع درجة نمو صناعة التأمين المحلية.

[1] جهاد بو عزوز وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص115-116.

[2] بوجنان خالدية، مرجع سبق ذكره، ص16.

خامسا: وسيلة للحد من الإستهلاك وزيادة المدخرات

يمتص التأمين المدخرات الصغيرة التي توجه عادة لشراء السلع الإستهلاكية، في شكل أقساط للتأمين مما ينتج عنه إنخفاض في الإستهلاك، زيادة المدخرات وتوفرهما لدى شركات التأمين والحد من الإضطرابات الإقتصادية.[1]

سادسا: للتأمين أثر بالغ في زيادة الإنتاج

ويتضح ذلك من خلال تغطيته لمعظم الأخطار والتي من شأنها التحفيز أكثر على الإستثمار والعمل فهو يساهم في الحفاظ على القوى الإنتاجية البشرية منها والمالية بالحد من الخسائر أو بتجنب وقوعها كما يحافظ على رأس المال عن طريق وظيفته التعويضية، ونظرا للأمان الذي يوفره التأمين فإنه يؤدي بالقائمين على الوحدات الإقتصادية بالتفرغ لرسم السياسات الإنتاجية بكل هدوء مما يساهم في رفع الكفاءة الإنتاجية.[2]

الفرع الثاني: الأهمية الإجتماعية

تتجسد في التأمين عدة منافع إجتماعية من خلال الوظائف الأخلاقية والنفسية التي يقوم بها وينميها لدى الأفراد:

أولا: يبرز التأمين عدة فضائل أخلاقية، إذ ينمي في الفرد فكرة الإحتياط للمستقبل من خلال التضامن والتعاون وشعوره بالمسؤولية والإعتماد على النفس .

ثانيا: يؤدي التأمين وظيفة نفسية تتمثل أساسا في إزالة الخوف وتحقق الأمن والأمان بحيث يصبح الفرد يشعر بالإرتياح والإطمئنان على مستقبله الشخصي والأسري والمهني الأمر الذي يجعله يقبل

[1] نفس المرجع السابق، ص17.

[2] أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، مرجع سبق ذكره، ص 91.

ويبادر في ممارسة نشاطاته بمعنويات مرتفعة تحذوها روح الإبداع. فالتأمين إستطاع أن يغير العلاقة بين الشخص والخطر.

ثالثا: يحقق الإستقرار الإجتماعي للفرد وللأسرة وينمي الشعور بالمسؤولية.[1]

رابعا: يقلص التأمين من الفقر إذ يمثل آلية فعالة للتقليص من قابلية تعرض الفقراء إلى مؤثرات المرض، السرقة العجز، وأخطار أخرى وكذلك الحفاظ على الاستعمال الإيجابي للمدخرات المالية. وعليه فالتأمين يعالج الكثير من الآفات الاجتماعية كالمرض والبطالة والعجز.

خامسا: يساهم التأمين في القضاء على ظاهرة البطالة وهذا لزيادة شركات التأمين العاملة في فروع التأمين المختلفة وإنتشارها وكبر حجمها، فإنها تمتص جانب كبير من العمالة المتاحة مما يساعد على الحد من ظاهرة التضخم.[2]

المبحث الثالث: جودة الخدمة التأمينية

تلعب جودة الخدمة دورا كبيرا في الحياة المعاصرة فهي من أهم القضايا التي تهتم بها شركات التأمين مهما كان حجمها، فإن دراستها تساعد هذه الشركات على الإحتفاظ بزبائنها وموظفيها وجعلهم راضيين إضافة إلى زيادة فرص بيع خدماتها وجذب زبائن جدد وتطوير العلاقة بين الزبون والشركة وتعزيز سمعتها وتخفيض التكاليف وزيادة الأرباح والحصة السوقية وتحسين الأداء الخدماتي، خاصة مع إزدياد وعي المستهلكين في إختيار السلعة أو الخدمة المتميزة، فالجودة تعد مدخل هام لتأكيد مكانة الشركة وتعزيز قدرتها التنافسية في السوق.

[1] إبراهيم على إبراهيم عبد ربه، التأمين ورياضياته مع التطبيق على تأمينات الحياة وإعادة التامين، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2003، ص83.

[2] ممدوح حمزة أحمد، ناهد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص247.

المطلب الأول: ماهية الخدمة التأمينية

تلعب الخدمات دورا كبيرا في الحياة المعاصرة وخاصة بعد تكاملها مع المنتجات المادية في تحقيق المنفعة المطلوبة. فهي تتميز بأنها غير ملموسة على عكس ما تتميز به السلع.سنحاول من خلال هذا المطلب التعرف على ماهية الخدمة التأمينية وأهم الخصائص التي تمتاز بها الخدمات عامة والخدمة التأمينية خاصة.

الفرع الأول: تعريف الخدمة التأمينية

سيتم التعرف على مفهوم الخدمة التأمينية بصفة خاصة لكن في الأول يجب تعريف الخدمة بصفة عامة.

أولا: تعريف الخدمة

حظي مفهوم الخدمة بإهتمام الكثير من الباحثين والكتاب:

فقد عرفت بأنها: " أي فعل أو أداء يقدمه أحد الأطراف إلى طرف آخر، ويكون بالأساس غير ملموس ولا ينجم عنه تملك شيء ما وإنتاجه قد يكون أولا يكون مقرونا بمنتج مادي".[1]

عرفت كذلك بأنها أوجه نشاط غير ملموس تهدف إلى إشباع الرغبات والإحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك النهائي أو المشتري الصناعي مقابل دفع مبلغ معين من المال ويجب أن لا تقترن الخدمات ببيع منتجات أخرى.

عرفت على أنها" فعل وأداء أو جهد يقدم من طرف إلى طرف آخر وقد يرتبط ذلك الفعل أوالأداء غير الملموس بتقديم منتج غير مادي، ولا يمكن تملكه".[2]

[1] محمود عقلة، مفاهيم حديثة في التسويق البنكي،الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن 2010، ص ص 121-122.

[2] ثامر البكري، أحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، اثراء للنشر والتوزيع، الشارقة، 2008، ص77.

أما "P kotler " و "B dubois" فيعرفانها كمايلي: "هي كل نشاط أو أداء يخضع للتبادل ،بحيث أن التبادل غير ملموس والذي لا يسمح بأي تحويل للملكية ،ويمكن أن تكون الخدمة مرتبطة بمنتج مادي كما يمكن أن لاتكون كذلك".[1]

عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها:" النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لإرتباطها بسلعة معينة".[2]

بناء على هذا التعريف نستخلص أن الخدمة عبارة عن نشاط الهدف منها تحقيق أرباح أو الرضا لدى المستفيد منها كما يمكن تقديم تلك الخدمة على صفتها الموجودة بها أو تكون غير مستقلة وتابعة لمنتج مباع، فهو لم يميز بصورة كافية بين السلعة والخدمة.

يعرفها "yves le golvan" بأنها "كل نشاط يحقق رضا المستفيد منها، بدون تحويل الملكية". ونلاحظ من هذا التعريف بأن الخدمة عبارة عن نشاط معنوي يحقق لدى المستخدم نوعا من الرضا، ولكن بدون أن يملك ذلك الشيء وهذا فيه نوع من الغموض، لأنه إذا كانت الخدمة غير ملموسة أو مادية تتحول من طرف مالك إلى آخر، فهي تتحول أو تنشأ مباشرة لدى من يدفع قيمتها، إلا في حالات الخدمات العامة المجانية.

عرفها "Adrain lalmer" على أنها:" عملية إنتاج منفعة غير ملموسة بالدرجة الأساس، إما بحد ذاتها أو كعنصر جوهري من منتج ملموس، حيث يتم من خلال أي شكل من أشكال التبادل إشباع حاجة أو رغبة مشخصة لدى الزبون أو المستفيد".[3]

---

[1] kotler et dubois : marketing managment ,publi union ,9eme édition ,paris , 1997 ,p 454.

[2] هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان،الأردن، 2009 ص20.

[3] بشير عباس العلاق، حميد عبد النبي الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الأردن،2007، ص36.

ثانيا: تعريف الخدمة التأمينية

نظرا للطبيعة المعقدة والمميزة للخدمة التأمينية ومدى خصوصيتها وتفردها ببعض الخصائص كأحد الخدمات المالية التي تشبه إلى حد كبير الدور الذي تلعبه الخدمات المصرفية فخدمة التأمين تختص كخدمة مالية بمصطلح الإنتاج والمتمثل بعدد وثائق التأمين المبرمة، بينما لانجد مثله في الخدمات المصرفية الأمر الذي يجعل من تسويق هذه الخدمة أمرا صعبا للغاية إذا لم يتم إدراك جميع المتغيرات التسويقية والتعرف الدقيق على محددات الإقبال على التأمين ضد الأخطار المتعددة والمتنوعة التي أصبحت تتسم بها الحياة المعاصرة.

فالخدمة التأمينية تعرف على أنها: "المنفعة أو مجموع المنافع التي يمكن أن يحصل عليها الزبون من وثيقة التأمين جراء إقتنائه لها وتؤدي إلى إشباع حاجاته ورغباته".[1]

كما تعرف أيضا بأنها: "عبارة عن تلك المنافع المادية (إصلاح الضرر) أو المعنوية (الحصول على الأمن وزوال الخوف) المرتقبة أو الآجلة نتيجة وعد شركة التأمين بالتعويض في حال وقوع الضرر أو الخطر المتفق عليه حسب ما تحتويه وثيقة التأمين ".

كذلك يمكن تعريفها بأنها:" عبارة عن مجموعة من المنافع الملموسة وغير الملموسة المرتقبة التي تحتويها وثيقة التأمين والتي تؤدي إلى إشباع إحتياجات ورغبات المؤمن لهم وكذا الخدمات المرتبطة بها".[2]

فالخدمة التأمينية عبارة عن منتوج تنتجه وتسوقه شركة التأمين بهدف تلبية إحتياجات الزبون ورغباته التأمينية ضد المخاطر المحتملة الوقوع في المستقبل والتي يمكن أن تسبب له خسائر في شخصه أو ممتلكاته أو مسؤوليته إتجاه غيره وهي نشاط خاضع للمبادلة ولا ينتج عنه نقل للملكية

[1] زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج، الأردن،2003، ص 375.

[2] نادية أمين محمد علي، استراتيجيات مستحدثة لتطوير المنتج بالتطبيق على وثائق التأمين، ورقة بحثية مقدمة للملتقى العربي الثاني"التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات"، قطر، 2003، ص126.

" غير أن عملية التبادل هذه ينتج عنها إمتلاك وثيقة التأمين، التي تثبت حق الزبون في الإستفادة من الخدمة وفقا للشروط المتفق عليها في العقد".

تعرف على أنها: " الخدمات التي تقدمها شركات التأمين لحامل الوثيقة التأمينية وما تمثله تلك الوثيقة من منفعة متمثلة بالحماية والأمان والإستقرار الذي تمنحه وثيقة التأمين لحاملها في تعويضه عن الخسائر المتحققة عن وقوع الخطر المؤمن ضده".[1]

إن مفهوم المنتج "الخدمة المقدمة" في حالة خدمات التأمين تتمثل في الأداة التي تعتمدها شركات التأمين في إشباع حاجيات زبائنها و تحقيق أهدافها في الأسواق المستهدفة. بحيث يمكن النظر إليها على مستويين:[2]

1- المنتج الأساسي

يتمثل في التأمين من حيث كونه آلية لتحويل العبء المالي للخطر من المتعرضين له إلى شركات تأمين ويأخذ هذا المنتج بعدين رئيسيين هما:

أ- إصدار وثيقة التأمين (والتي تحدد شروط التعاقد ونطاق التطبيق).

ب- تسوية التعويض في حالة حدوث الخسارة (وما يرتبط بها من إجراءات ومعاينات).

ومما لا شك فيه أن مفهوم "المنتج الأساسي" هو أحد المطالب الرئيسية للتسويق الفعال،فلا يمكن لأي جهد تسويقي أن يحقق نجاحا منشودا إلا إستنادا إلى المنتج المتميز من حيث جودته وبالتالي يعد تميز هذا المنتج هو أحد الشروط الضرورية ولكنه ليس شرطا كافيا لنجاح النشاط التسويقي.

---

[1] أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، مرجع سبق ذكره، ص 200.

[2] مرقاش سميرة، التحالف الإستراتيجي كأداة لتحسين وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية في ظل تحديات العولمة"دراسة حالة شركات التأمين"،أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2016، ص ص 182-183 .

2- المنتج المتنامي

يقصد به مجموعة من الخدمات المصاحبة " للمنتج الأساسي" والتي تحسن من القيم الإجمالية التي يحصل عليها الزبون مقابل ما دفعه من أقساط ويمكن إعطاء بعض الأمثلة عن هذه الخدمات المصاحبة على النحو التالي:

أ- خطوط ساخنة ومراكز إتصال لمدة 24 ساعة و7 أيام أسبوعيا للحصول على الأسعار ومعلومات عن إيداع التعويضات.

ب- قبول السداد من خلال البطاقات الإئتمانية وطرق السداد الآلي.

ت- منشورة النصائح فيما يخص ويتعلق بأساليب إدارة الخطر التي من شأنها خفض قسط التأمين.

ث- السماح بإبرام الوثيقة عبر الأنترنت.

ج- تدريب مهني التأمين بموظفي ومسئولي التأمين لدى الزبائن ،لاسيما فيما يتعلق بإجراءات التعامل مع الخسائر وأساليب تسوية التعويضات.

إن المفهوم المراد التنبيه إليه هو أن الخدمة التأمينية جلب النظر إليها على أنها خدمة ديناميكية يجب أن تكون قادرة على التجاوب السريع مع الإحتياجات السوقية والتغيرات في مطالب الزبائن.[1]

الفرع الثاني:خصائص الخدمة التأمينة

قبل التطرق لخصائص الخدمة التأمينية سنتعرف على خصائص الخدمات بصفة عامة.

أولا:خصائص الخدمات

تتميز الخدمات عن السلع المادية بعدة خصائص تتمثل فيما يلي:

[1] نفس المرجع السابق، ص184.

1- اللاملموسية

إن طبيعة اللاملموسية التي تمتاز بها الخدمات هي الأكثر هيمنة في تعريف الخدمة، أي من الصعب تذوقها ورؤيتها أو شمها أو سماعها قبل شرائها وهذا أهم ما يميزها عن السلعة[1]، إلا أن درجة الملموسية تختلف من خدمة إلى خدمة كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم(02): تصنيف درجة الملموسية

درجة الملموسية	خدمات المنتج	خدمات المستهلك
الخدمات التي تتصف بعدم الملموسية بشكل كامل وأساسي	الأمن والحماية، أنظمة الإتصالات، التمويل	المتحف، وكلاء التوظيف أماكن الترفيه،التعليم خدمات النقل والسفر
الخدمات التي تعطي قيمة مضافة للسلع الملموسة	التأمين،عقود الصيانة،الإستشارات الهندسية والإعلانات	خدمات التنظيف،التصليح التأمين،العناية الشخصية
الخدمات التي توفر منتجات مادية ملموسة	متاجر الجملة، وكلاء النقل،المستودعات،البنوك	متاجر التجزئة، البيع الآلي الخدمات البريدية، التبرعات الخيرية

المصدر: هاني حامد الضمور،تسويق الخدمات، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009، ص23.

2- التلازمية"عدم الإنفصال"

ونعني بالتلازمية درجة الإرتباط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها،أي من الصعب أحيانا فصل الخدمات عن شخصية البائع مقدمها لذلك فإن أداء خدمة معينة قد يحدث جزئيا أو كليا في لحظة وقت إستهلاكها، فالسلع تنتج وتباع وتستهلك، أما الخدمات فهي تباع ومن ثم تنتج وتستهلك.

[1] هاني حامد الضمور، مرجع سبق ذكره، ص22.

3- عدم تجانس الخدمة

تعني هذه الخاصية عدم القدرة على توحيد وتنميط الخدمة، إذ تختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لأخر حسب درجة التفاعل بين مقدم الخدمة والزبون، ومكان وزمان تقديمها، وكفاءة وسلوك مقدمي الخدمات ووفقا لظروف معينة.

4- عدم القدرة على التخزين

نظرا لأن الخدمة هي أداء أو جهد وليس شيئا ماديا ملموسا فإنه يستحيل تخزينها لخلق ما يعرف بالمنفعة الزمنية، كما هو الحال في السلع المادية، وبعبارة أخرى فإنه لا يمكن تخزين الخدمة في وقت لا طلب فيه عليها إلى وقت يوجد فيه طلب عليها وفي حين يمكن بالطبع تخزين المعدات والأجهزة المستخدمة في إنتاج وتقديم الخدمة. وفي حالة زيادة الطلب على الخدمة في وقت معين بالمقارنة بما يمكن إنتاجه وتقديمه سيؤدي إلى نتيجة حتمية ستكون الإنتظار، وربما عدم القدرة على أداء الخدمة بشكل جيد.[1]

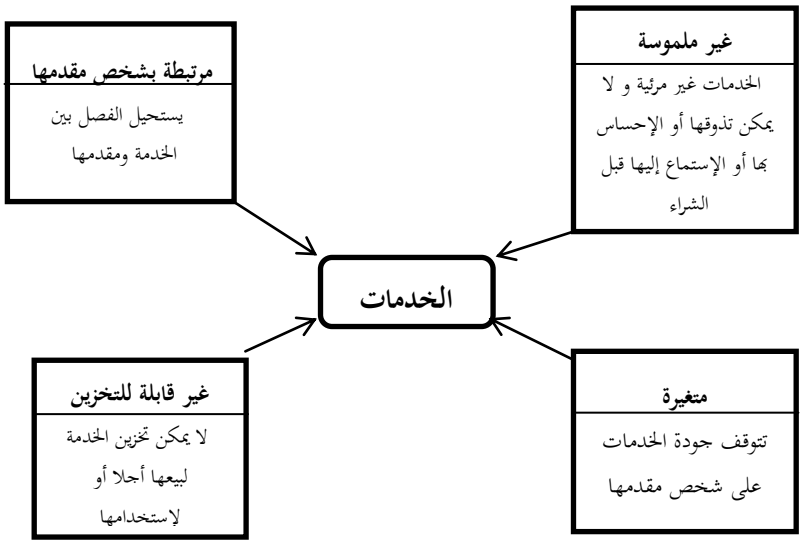
5- عدم إنتقال الملكية

إن عدم إنتقال الملكية يمثل خاصية تتميز بها الخدمات مقارنة بالسلع، فالسلعة المادية يمكن للمشتري أن يستخدمها بشكل كامل أو يبيعها لاحقا، أما الخدمة فالزبون قادر فقط على إستخدامها لوقت محدد في كثير من الأحيان كإستعمال غرفة في فندق أو مقعد في الطائرة .[2]

[1] حاكم جبور الخفاجي، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون "دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي فرع النجف"، مجلة الغري للعلوم الإقتصادية والإدارية، المجلد 08، العدد25، العراق، 2012، ص81.

[2] ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع عمان، الأردن، 2010، ص38.

الشكل رقم(08): خصائص الخدمات



المصدر:محمد فريد الصحن، التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002،ص288.

ثانيا: خصائص الخدمة التأمينية

تشترك الخدمة التأمينية مع باقي الخدمات في خصائص معينة ومحدودة، كما تختلف عن هذه الخدمات و تنفرد بها في عدة خصائص نظرا لصعوبة تسويقها وتتمثل هذه الخصائص فيما يلي:[1]

1- التأمين خدمة مستقبلية

تبدأ خدمة التأمين من وقت توقيع العقد، متمثلة في الشعور النفسي بالأمان بعكس الخدمات الأخرى التي تنتهي بإنتهاء الإجراءات المادية، فإن فترة أدائها تمتد إلى نهاية مدة التأمين.

2- التأمين خدمة متنوعة و متعددة التغطيات

تتنوع خدمة التأمين وفقا لطبيعة الأخطار المؤمنة أو الأشياء المؤمن عليها، مبالغ التأمين وفرة السريان والشروط التي تتضمنها الوثائق، ومع ذلك تتنوع لنفس الأشياء ولذات الأخطار وفترة

[1] أحمد خلف حسين علي الزهيري، تأثير التسويق الإلكتروني في عناصر المزيج التسويقي للخدمة التأمينية، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد8، العدد22، العراق، 2013 ، ص ص 152-153.

التغطية، وهذا التنوع يجعل وثائق التأمين غير متشابهة مما يصعب المفاضلة أو المقارنة بين تكاليف كل منها.وكذلك تتفاوت هذه الخدمات بين الشركة التي تقوم بتقديمها.

3- التأمين خدمة وسيطية التسويق

تقدم خدمة التأمين للأفراد والشركات المختلفة في أماكن تواجدهم.وتلجأ شركات التأمين للإستعانة بالوكلاء والسماسرة والمنتجين في تسويق خدمات التأمين بينما تكتفي الشركة بمركزها الرئيسي بالإضافة إلى عدد من الفروع المتباعدة.

4- التأمين خدمة زمنية التوازن

تعتمد خدمة التأمين على مجموعة من الأسس الفنية والرياضية التي تفترض تحقيق التوازن في محافظ العمليات التأمينية لهيئات التأمين في المدى الطويل، وما يطلق عليه التوازن الزمني للعمليات.

5- التأمين خدمة حتمية الملاءة المالية

إن إستمرار شركات التأمين في مزاولة النشاط وتقديم الخدمة التأمينية يجب أن يقترن بالقدرة على الوفاء بإلتزاماتها المستقبلية تجاه حملة الوثائق ولسنوات سريانها.

6- التأمين خدمة تقديرية النتائج

يتم إحتساب المقابل للخدمة التأمينية على أساس تقديري، فالأسس الفنية والنماذج والخبرة كلها تهدف فقط إلى تقليل إنحرافات التكلفة الفعلية عن تلك المقدرة والمحسوب على أساسها القسط. إذ أن المخصصات الفنية تعتمد هي الأخرى على التقدير بالنسبة لقيمة التسوية.

ثالثا: مميزات الخدمة التأمينية عن باقي الخدمات

هناك العديد من المميزات التي تمتاز بها خدمة التأمين عن باقي الخدمات تتمثل فيمايلي:

1- خدمة التأمين خدمة آجلة على عكس باقي أنواع الخدمات الأخرى التي تعتبر خدمات فورية وذلك لأنها مرتبطة بالخطر حيث إذا تحقق الخطر يستفيد المؤمن له.

2- تقوم خدمة التأمين أساسا على وعد المستأمن أو المكتتب بالتعويض في حال حدوث الضرر الناتج عن وقوع الخطر، لذلك فإن المتعاقد أو مشتري وثيقة التأمين قد لا ينتفع بذلك في حال عدم تحقق الخطر وفي هذه الحالة فقط لا يكسب المستأمن أية فائدة أو منفعة من خدمة التأمين، وعلى عكس ذلك فإن شركة التأمين تعتبر هي المستفيدة الوحيدة من تحصيلها للأقساط ومن عوائد استثمارها لهذه المبالغ المجمعة.[1]

3- إن وثيقة التأمين غير قابلة للمساومة " لا يستطيع المؤمن له تحديد السعر".

4- إن أسعار التأمين لا يحددها العرض والطلب ولا التكلفة التاريخية، لكن تقوم شركات التأمين بتحديدها منفردة أو مجتمعة في هيئة اتحادات، وأحيانا تقوم الحكومات بفرضه على شركات التأمين كما هو الحال في التأمينات الإجبارية.

5- ما يميز كذلك الخدمة التأمينية إستمرار العلاقة بين الزبون وشركات التأمين حيث عقود التأمين تمتد من عام حتى عشرين عاما أو أكثر.

6- في الخدمة التأمينية شركات التأمين تقوم بتسويق المنافع الناتجة عن الخدمة التأمينية المتمثلة بالحماية التي تقدمها لحاملها من الأخطار المادية المحتملة الوقوع التي تم التأمين عليها.[2]

7- لا تخضع أسعار التأمين إلى آليات السوق (الطلب والعرض) التي ينادي بها الاقتصاديون في الأسواق الحرة ولا تحدد أسعارها وفق خطة اقتصادية مرسومة بمعرفة الدولة، كما هو الحال في

---

[1] بوحرود فتيحة، الدور الإستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين"دراسة تقييمية من منظور العملاء لجودة الخدمة بالشركة الجزائرية للتأمينات CAAT"، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد12،سطيف، الجزائر 2012، ص203.

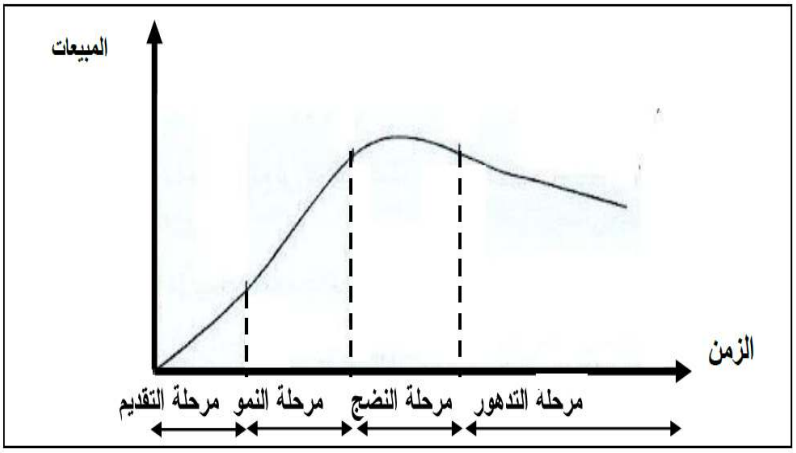
[2] حربي محمد عريقات، مرجع سبق ذكره، ص 286.

الدول الاشتراكية إنما يتحدد سعر وثيقة تأمين معينة بناء على النظام الإكتواري المبني على أسس إحتمالية وإحصائية، وعلى أساس الأحداث الماضية وليس وفقا لقانون العرض والطلب كما هو الحال في إقتصاد السوق.[1]

الفرع الثالث: دورة حياة الخدمة التأمينية

تمر الخدمة التأمينية خلال حياتها بدورة متعددة المراحل ولكل واحدة منها طبيعتها الخاصة، والتي تتطلب من شركات التأمين صياغة الإستراتيجيات والسياسات المناسبة لها. وعلى العموم تمر خدمات التأمين بأربعة مراحل أساسية كما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم(09):دورة حياة الخدمة التأمينية



المصدر: بيشاري كريم، التوجه التسويقي كمدخل لتطوير قطاع التأمينات في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر03، 2012 ص117.

[1] بوحرود فتيحة، مرجع سبق ذكره، ص204.

تتميز كل مرحلة من مراحل دورة حياة خدمات التأمين بمميزات خاصة، مما تطلب من مؤسسات التأمين تطبيق السياسات والإستراتيجيات الملائمة لها، ونستعرض فيما يلي كل مرحلة بخصائصها[1]:

أولا: مرحلة التقديم

تتصف هذه المرحلة بالنمو المنخفض للمبيعات من الخدمات التأمينية الجديدة وبصفة عامة تكون الأرباح معدومة نظرا لإرتفاع التكاليف في هذه المرحلة.

ثانيا: مرحلة النمو

في هذه المرحلة تزداد المبيعات والأرباح نتيجة لزيادة قبول الخدمة في السوق، ومن جهة أخرى تشهد السوق دخول بعض المنافسين وترتفع الأرباح المحققة .

ثالثا: مرحلة النضج

في هذه المرحلة تصل المبيعات إلى أعلى قيمة لها وتستمر في الزيادة بمعدلات متناقصة تشهد هذه المرحلة منافسة شديدة نظرا للأرباح التي تحققها الشركات في السوق، والتي تشجع بقية المنافسين على دخول السوق وتقديم خدمات مماثلة لتلك التي تقدمها الشركة الأولى في السوق.

رابعا: مرحلة التدهور

في هذه المرحلة تتميز المبيعات بالإنخفاض وقلة الأرباح مما يحتم على بعض الشركات إما التخلي على هذه الخدمة أو تطويرها.

ويمكن تلخيص المراحل والإستراتيجيات المميزة لكل مرحلة من دورة حياة الخدمة التأمينية في الجدول التالي:

[1] بيشاري كريم، مرجع سبق ذكره، ص ص 117-118.

الجدول رقم(03):مراحل دورة حياة خدمات التأمين و الإستراتيجيات الموافقة لها.

المميزات	مرحلة التقديم	مرحلة النمو	مرحلة النضج	مرحلة التدهور
المبيعات **الأرباح** **التدفقات النقدية** **الزبائن** **المنافسة**	ضعيفة ضعيفة أو منعدمة سالبة رواد pionnier محدودة	نمو سريع أقصى حد متوسطة سوق الجمهور في نمو	نمو متصاعد بطيئة منخفض مرتفعة حادة	تدهور المبيعات ضعيفة أو منعدمة منخفضة مألوفين متدهورة
الردود				
الإستراتيجية **النفقات التسويقية** **مخطط القيادة** **التوزيع** **السعر** **المنتج**	تنمية السوق مرتفعة الشهرة في طور الإنشاء مرتفع المنتجات الأساسية	غزو السوق مرتفعة % الأولوية للعلامة مكثفة في إنخفاض تحسين المنتج	الدفاع والمحافظة على حصة السوق في إنخفاض الوفاء مكثفة منخفض تنويع المنتج	المردودية منخفضة التجزئة انتقائية في إرتفاع التنظيم و الترشيد

المصدر: جهاد بوعزوز وآخرون، تسويق خدمات التأمين" واقع السوق الحالي وتحديات المستقبل" الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 200.

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمة التأمينية

إن إدخال مفهوم الجودة في قطاع الخدمات يسمح لشركات التأمين بالتميز عن منافسيها وتقديم أحسن إشباع لزبائنها من خلال تقديمها لخدمات ذات جودة عالية ومتميزة.

الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة التأمينة

قبل التعرف على مفهوم جودة الخدمة التأمينية بصفة خاصة، لابد من التطرق لمفهوم جودة الخدمة بصفة عامة.

أولا: تعريف جودة الخدمة

ليس من السهل إعطاء تعريف واحد دقيق لجودة الخدمة، ذلك نظرا للخصائص العامة المميزة للخدمات قياسا إلى السلع المادية، ولأهميتها الإستراتيجية بعد أن إتضح أنها تمثل العامل الرئيسي في نجاح الشركات ونظرا لإختلاف وجهات النظر عبر الثقافات المتنوعة عرفت جودة الخدمة بطرق متعددة:

عرفت جودة الخدمة من طرف johnson على أنها:" القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته وتحقيق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدم له".[1]

تعرف على أنها:"مدى تطابق ما تقدمه الخدمة للمستهلك في ظل توقعاته مما يفترض أن يحصل عليه منها".[2]

عرفت بأنها:"معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن أو الفرق بين توقعات الزبائن وإدراكهم للأداء الفعلي للخدمة".[3]

أما من وجهة نظر مقدم الخدمة فعرفت جودة الخدمة بأنها:"مدى إمكانية ملائمة الخدمة للإجراءات والتعليمات أو مدى ملائمتها لقناعة مقدم الخدمة".

فمع التطور العلمي والتكنولوجي والإهتمام بالتسويق الحديث في مجال الخدمات والتنوع الهائل في أنواع الخدمات التسويقية، والإهتمام بمفهوم التسويق في المجال التطبيقي ظهرت تعاريف

[1] مأمون سليمان الدراركة، طارق الشلبي، الجودة في المنظمات الحديثة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2002، ص 18.

[2] محمد عبد العال النعيمي، مرجع سبق ذكره، ص68.

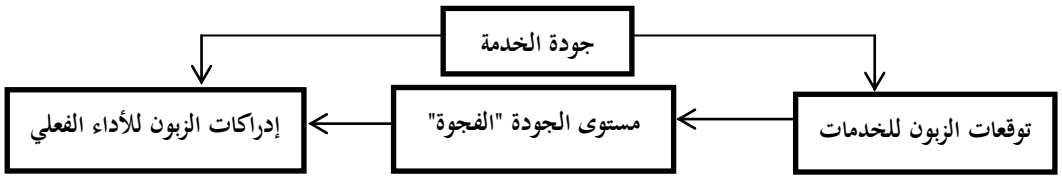
[3] حاكم جبور الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص79.

تناولت إشباع حاجات المستفدين فعرفت جودة الخدمة ب :" أنها القدرة على إشباع حاجة المستفدين أو المستفدين من أول مرة وفي كل مرة".[1]

كما يمكن تعريف جودة الخدمة على أنها: "الفرق الذي يفصل الزبون عن الخدمة والجودة التي يحس بها بعد إستعماله للخدمة، أو بعد تقديمها له".

كما أنه يقصد بجودة الخدمة:"جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها الزبائن أو التي يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك أو عدم رضاه وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية للشركات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها".[2]

الشكل رقم(10): مفهوم جودة الخدمة



المصدر:قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص90.

ثانيا: تعريف جودة الخدمة التأمينية

إن إعطاء تعريف محدد لجودة الخدمة التأمينة ليس سهلا لكونها خدمة غير ملموسة شأنها شأن بقية الخدمات الأخرى، لذا أصبح تحديد مفهوم جودة الخدمة التأمينية يخضع لآراء مختلفة منها رأي مدراء الأقسام ومنتجي وثائق التأمين ومدراء الفروع فلكل من هؤلاء رأيه الخاص بمفهوم جودة الخدمة التأمينية وهي آراء لا تعكس بالضرورة إتجاها متماثلا.

[1] عادل محمد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 88.

[2] مأمون سليمان الدراركة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، الطبعة الاولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان 2006، ص181.

فجودة الخدمة التأمينية من المنظور التأميني هي تقديم أفضل الخدمات ويتحكم في ذلك أخلاقيات ممارسة المهنة وبالتالي تقديم التعويضات لمستحقيها .أما من المنظور الإداري فيعني كيفية إستخدام الخبرة التأمينية المتاحة والقدرة على جذب الزبائن المرتقبين، أما من وجهة نظر المؤمن لهم أو المستفيد من الخدمة التأمينية وهو الأهم فتعني جودة الخدمة التأمينية طريقة الحصول عليها ونتيجتها النهائية. ومن وجهات النظر الأخرى المتعددة حول مفهوم جودة الخدمة التأمينية تحتل وجهة نظر المؤمن له أو المستفيد من الخدمة أهمية بالغة حيث أن مستوى تلك الجودة يعتمد على حد كبير على إدراك الزبون وتقييمه لها و بالتالي ستكون الخدمة التأمينية ذات جودة أعلى لو جاءت متلائمة مع توقعات الزبائن ولبت إحتياجاتهم.[1]

يمكن تعريف جودة الخدمة التأمينية على أنها: "قدرة شركة التأمين على تقديم الحماية التأمينية بما يحقق رغبات الزبائن (المؤمن لهم) ويتطابق مع توقعاتهم ويفي باحتياجاتهم التأمينية بشكل مستمر. وتمثل دوما مقياسا أو معيارا للدرجة التي يصل إليها مستوى الخدمة المقدمة للزبائن ليقابل توقعاتهم".[2]

وعليه نلخص إلى أن جودة الخدمة التأمينية عبارة عن: مجموعة الخصائص المميزة لخدمة التأمين، القادرة على مقابلة إحتياجات الزبائن وتوقعاتهم، وتعمل على إرضائهم، وتمثل تقييما شاملا لأداء الشركة، ودرجة تميزها مقارنة بالشركات المنافسة.[3]

---

[1] إلهام نعمة كاظم، تقييم جودة الخدمات التأمينية في شركة التأمين الوطنية فرع الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 15، العدد03 العراق، 2012، ص 122.

[2] محمود فؤاد حسان، "قياس جودة الخدمات في شركات التأمين بالتطبيق على القطاع العام، مجلة أفاق جديدة مجلد 09، العدد 03، مصر، 1997 ص83.

[3] بوحرود فتيحة، مرجع سبق ذكره، ص205.

الفرع الثاني: أهمية جودة الخدمة التأمينية

إن جودة الخدمة لها أهمية كبيرة بالنسبة للشركات والتي من شأنها تحقيق النجاح والإستقرار ففي مجال الخدمات يعمل كل من الموظفين والزبائن على خلق الخدمة ذات الجودة العالية ولذلك على الشركات الإهتمام بهم وتكمن أهمية جودة الخدمة فيمايلي:[1]

أولا: نمو مجال الخدمة

تتمثل في كثرة عدد الشركات المقدمة للخدمات والتي مازالت في تزايد مستمر مثل الولايات المتحدة الأمريكية فنصف شركاتها يتعلق نشاطها بالخدمات.

ثانيا: إزدياد المنافسة

ذلك كلما تزايد عدد الشركات الخدمية كلما زادت المنافسة بينهما ولذلك فإن الإعتماد على الجودة في الخدمات سوف يعطي لهذه الشركات مزايا تنافسية عديدة.

ثالثا: فهم العملاء

فمعنى ذلك أن الشركات الخدمية لاتعمل فقط على جودة الخدمة والسعر المعقول بل عليها أيضا مراعاة المعاملة الحسنة للمتعاملين والذي يهمهم أكثر.

رابعا:المدلول الإقتصادي لجودة الخدمة

أصبحت الشركات حاليا تسعى إلى توسيع حصصها السوقية وذلك من أجل جذب أكبر عدد من المتعاملين، لكن على هذه الشركات الأخذ بعين الإعتبار الزبائن الحاليين ومن أجل تحقيق ذلك

[1] مأمون سليمان الدراركة، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001 ص151.

لابد من الإهتمام بمستوى جودة الخدمة. ويمكن حصر أهمية جودة الخدمة التأمينية في النقاط التالية[1]:

1- الحفاظ على الزبائن الحاليين وتوسيع نطاق التعامل، فإرتفاع مستوى الخدمة التأمينية المقدمة للزبون وتوقعها مع إحتياجاته تجعله راض عن الشركة، وبذلك يستمر في التعامل معها،بل قد يزيد نطاق هذا التعامل بشراء تغطيات تأمينية أخرى متنوعة بمعنى كسب ولاء الزبون ووفائه للشركة ومختلف الخدمات التي تعرضها.

2- إن تطبيق جودة الخدمة على أنشطة شركة التأمين يعزز الثقة في المنتجات التأمينية للشركة ويرفع من عدد مبيعاتها وبالتالي تحقيق ربحية إضافية للشركة وزيادة الحصة السوقية.

3- جذب وإستقطاب زبائن جدد، حيث أكدت العديد من الدراسات أن من الممكن لكل زبون جذب خمس زبائن آخرين للتعامل مع الشركة، دون جهود تبذلها الشركة، حيث يؤكد مدير إحدى الشركات بقوله"إن كلمة إطراء واحدة من زبون راض أفضل بكثير من آلاف الكلمات التي سوف تستخدمها في إعلاناتك".

الفرع الثالث: مستويات الجودة في الخدمة التأمينية

وفق المفهوم الحديث لجودة الخدمات يمثل المستفيد المتعامل مع شركة التأمين نقطة الإرتكاز في تخطيط الإستراتيجية التسويقية للشركة، وفي ضوء إحتياجات المستفيد ورغباته فإنه يمكن التمييز بين أربعة مستويات للجودة هي:[2]

[1] جمال الدين مرسي، مصطفى أبو بكر، دليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع، الدار الجامعية، مصر، 2004 ص ص 33-34.

[2] عادل محمد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص 86.

أولا: الجودة المتوقعة من قبل المستفيد

وتتمثل في الجودة التي يرى المستفدون وجوب وجودها، وهذا المستوى من الجودة يصعب تحديده إذ يختلف بإختلاف خصائص المستفيدين وحاجاتهم وبإختلاف الخدمات التي يتوقعون وجودها في الشركة.

ثانيا: الجودة المدركة من قبل مقدم الخدمة

والتي يراها مناسبة وتختلف بإختلاف فلسفة الشركة وإمكاناتها والكادر المتخصص فيها.

ثالثا: الجودة القياسية المحددة بالمواصفات النوعية للخدمة

ويظهر هذا النوع من الجودة تطابقا شبه كامل بين حاجة المستفيد ومدركات الإدارة، وغالبا ما يظهر هذا النوع في الإنتاج الذي يمكن قياس مواصفاته النوعية والذي يصعب الخروج على مواصفاته القياسية.

رابعا: الجودة الفعلية التي تؤدى أو تقدم بموجبها الخدمة

وتمثل الواقع الفعلي للخدمة الذي يعبر عن الجودة ضمن الواقع التجريبي عند تقديم الخدمة.

المطلب الثالث:أبعاد ومتطلبات تطوير ثقافة جودة الخدمة التأمينية

يعد مجال جودة الخدمة من أهم المجالات التي تهتم بها الإدارة في شركات التأمين مهما كان حجمها فهي تسعى دائما لرفع مستوى أدائها من خلال أبعاد الجودة المعتمدة وكذلك من خلال تطوير ثقافة الجودة، حيث تقوم شركات التأمين بإستخدام العديد من الأساليب والأدوات التي تمتلكها لتحسين جودة خدماتها والتي يقصد من ورائها توفير الخدمات التي تشبع الرغبات الكاملة لزبائنها.

الفرع الأول: أبعاد جودة الخدمة التأمينية

عادة ما تتضمن الخدمة عناصر ملموسة وعناصر غير ملموسة، فقد جرت محاولات حادة وذلك من أجل التمييز بين العناصر الموضوعية لقياس الجودة، وتلك المعايير التي تعتمد على الإدراكات الإجتهادية للمستفدين من الخدمة.

هناك من يرى أن الجودة تقوم على بعدين الجودة الفنية والجودة الوظيفية وكلا البعدين مهم للمستفيد فالجودة الفنية تقوم على الكم أي يمكن التعبير عنها بشكل كمي، أما سلوك القائمين على تقديم الخدمة ومظهرهم وطريقة تعاملهم مع المستفيد فهي تمثل مكونات الجودة الوظيفية للخدمة بينما يرى آخرون أن الجودة في مجال الخدمة تمثل ثلاثة أبعاد رئيسية:

أولا: التصنيف الأول

1- الجودة المادية: والتي تتعلق بالبيئة المحيطة لتقديم الخدمة.

2- جودة المؤسسة: التي تتعلق بصورة الشركة والإنطباع العام عنها.

3- الجودة التفاعلية: التي تمثل ناتج عمليات التفاعل بين العامل في الشركة والمستفيد من الخدمة.

ثانيا: التصنيف الثاني[1]

1- جودة العمليات: والتي يتم الحكم عليها أثناء تأدية الخدمة.

2- جودة المخرجات: والتي يتم الحكم عليها بعد الأداء الفعلي للخدمة.

[1] هواري معراج، تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005 ص37.

ثالثا: التصنيف الثالث

1- الجودة التقنية أو الفنية: وهي نتائج عمليات الخدمة، أو الجوانب الكمية والمادية للخدمة وهو البعد المادي للجودة.

2- الجودة الوظيفية أو المهنية: وهي البعد الإجرائي في شروط تفاعل الزبون مع مقدم الخدمة ومختلف سلوكيات ومعاملات القائمين أو المسؤولين عن تقديم الخدمة التي يبدونها للزبون.

3- الصورة الذهنية: وهي مجمل الانطباعات وردود الأفعال التي يكونها الزبون عن الشركة، مثل صورة وسمعة الشركة، أدائها التاريخي، أنشطتها وعلاقاتها مع عملائها.[1]

الفرع الثاني: متطلبات تطوير ثقافة جودة الخدمة التأمينية

يعد ترسيخ ثقافة الجودة وتطويرها في شركات التأمين من أهم محددات نجاحها، وهي تعتبر مطلب أساسي للتطور السريع للشركة في مختلف أقسامها، كما يساعدها في تحسين فرصتها على التكيف الإيجابي مع تحديات المنافسة وامتلاك وتطوير ميزة تنافسية مستدامة.

أولا: مفهوم ثقافة الجودة

ظهر مفهوم ثقافة الجودة في العصر الحديث لشدة المنافسة العالمية، واكتساح الصناعة اليابانية كل أسواق البلدان النامية، حيث استخدمت أساليب متطورة في مجال تحسين الجودة والتعامل مع الزبائن والموردين وتفضيل أساليب تأكيد الجودة ليصبح أسلوبا رقابيا استراتيجيا على الجودة الإستراتيجية. وقبل التطرق لمفهوم ثقافة الجودة بصفة خاصة، لا بد من التطرق لمفهوم الثقافة والثقافة التنظيمية بصفة عامة.

[1] بوحرود فتيحة، مرجع سبق ذكره، ص206.

1- تعريف الثقافة

أخذ مفهوم الثقافة تطورات وتعريفات عديدة من الصعب الإلمام بها، وقد استخدم المفهوم في فروع عديدة من العلوم كعلم النفس والفلسفة والإقتصاد واللسانيات وغيرها من العلوم .

فتعرف **لغة** بأنها التمكن من الشيء وسرعة التعلم[1]، فهي تسمح بالتمييز بين فرد وآخر وبين جماعة وأخرى وبين مجتمع وآخر.

أما من أشهر التعريفات وأكثرها تداولا نجد:

يصف مالينوفسكي الثقافة بأنها: " أداة فعالة تنقل الإنسان إلى وضع أفضل، وضع يواكب المشاكل والأطروحات الخاصة التي تواجهه في المجتمع أو في بيئته، وذلك في ضوء تلبيته لحاجاته الأساسية.

من التعاريف المرجعية للثقافة نجد تعريف تايلور حيث عرفها " بأنها ذلك الكل المركب الذي يشتمل على المعرفة والمعتقدات والفن والأخلاق والقانون والعادات أو أي قدرات أخرى أو عادات يكتسبها الإنسان بصفته عضوا في المجتمع.[2]

تعرف كذلك على أنها "الرقي في الأفكار النظرية، وذلك يشمل الرقي في القانون والسياسة والإحاطة بقضايا التاريخ المهمة، والرقي كذلك في الأخلاق أو السلوك، وأمثال ذلك من الإتجاهات النظرية. ومنهم من عرفها تعريفا مختصرا فقال هي" جملة العلوم، والمعارف، والفنون التي يطلب الحذق بها".[3]

---

[1] لزهر مساعدية، في مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها (العادات، التقاليد، الأعراف)، مجلة الذاكرة، العدد 09 الجزائر، جوان 2017، ص34.

[2] سليمة فيلالي، بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة (دراسة على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة باتنة) أطروحة دكتوراه ، تخصص علم الإجتماع الثقافي، قسم العلوم الإجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2014، ص110.

[3] لزهر مساعدية، مرجع سبق ذكره، ص 34.

أما تعريف الثقافة الذي حمله إعلان مكسيكو (الأونسكو) في عام 1982: " الثقافة بمعناها الواسع يمكن أن ينظر إليها اليوم على أنها جميع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعا بعينه أو فئة إجتماعية بعينها وهي تشمل الفنون والآداب وطرائق الحياة كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم والمعتقدات". أما على صعيد وظائفية الثقافة فالإعلان يشدد على أن الثقافة هي التي تمنح الإنسان قدرته على التفكير في ذاته وهي التي تجعل منه كائنا يتميز بالإنسانية المتمثلة في العقلانية والقدرة على النقد والالتزام الأخلاقي، وعن طريقها نهتدي إلى القيم ونمارس الإختيار، وهي وسيلة الإنسان للتعبير عن نفسه والتعرف على ذاته كمشروع غير مكتمل وإعادة النظر في إنجازاته والبحث دون توان عن مدلولات جديدة وإبداع وأعمال يتفوق فيها على نفسه.[1]

2- تعريف ثقافة الجودة

قبل التعرف على مفهوم ثقافة الجودة يجب علينا أولا أن نكون ملمين بمفهوم الثقافة التنظيمية إذ تمتلك كل شركة ثقافة معينة فتعرف **الثقافة التنظيمية** على" أنها مجموعة من القيم والمعتقدات والإتجاهات الرئيسية المشتركة بين الأعضاء التنظيميين وغالبا ما يتم إيجادها عن طريق مالكي الشركة، ويتم المحافظة عليها من خلال إخبار القصص التنظيمية والإحتفال بأبطال الشركة".[2]

أما **ثقافة الجودة** فتعرف بأنها "نظام يضم قيم تنظيمية ناتجة عن بيئة سائدة تؤدي الى تحقيق وتحسين مستمر للجودة، وتتكون من قيم وتقاليد واجراءات وتوقعات تعزز الجودة".

[1] سليمة فيلالي، مرجع سبق ذكره، ص111.

[2] محفوظ حمدون الصواف، عمر علي إسماعيل، مدى توافر قيم ثقافة الجودة في المنظمات الفندقية، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد 09، العدد 01، العراق، 2011، ص81.

فيما عرفها الجبوري بأنها مجموعة من القيم ذات الصلة بالجودة التي تبين قدرة الشركة على مجابهة الظروف الخارجية التي تحيط بها وبإدارة شؤونها الداخلية والقيم والمعتقدات التي هي موجهات أساسية للثقافة.[1]

ثقافة الجودة هي القيم والمعتقدات والإتجاهات التي تغرسها الإدارة العليا في نفوس العاملين بمختلف مستوياتهم وتخصصاتهم لتفرز السلوكيات المنسجمة، مع تأكيد الجودة المؤدية لرضا المستفدين بالخدمة.[2]

كما يعتبر العبيدي ثقافة الجودة بأنها "احدى معايير فلسفة إدارة الجودة الشاملة (التحسين المستمر، رضا الزبون والقيادة)، اذ أنها تقيس إلتزام الإدارة بخلق مناخ تنظيمي إيجابي يشجع على العمل والإبداع".[3]

عرفها إياد عبد الله شعبان على أنها:" منظومة القيم والعادات والمعتقدات التي تؤدي إلى بيئة تساعد على ترسيخ مفاهيم الجودة والتحسين المستمر لها".[4]

ولابد أن يكون ترسيخ ثقافة الجودة في شركات الخدمة يساعد الموظفين على تحقيق إنجاز عمليات تقديم الخدمة بشكل متفوق، وهنا تبرز أهمية دور الإدارة العليا للشركة في إعادة بناء ثقافتها بما يتلاءم مع ثقافة الجودة فالشركة التي تسعى إلى التميز والنجاح هي التي تشرك العاملين في عملية صناعة القرارات، وتأخذ بالعمل بروح فريق العمل على مستوى عال، لأن هذا سوف يؤدي إلى زيادة انتمائهم والتزامهم بجودة العمل وبالتالي تحول دور الموظفين من أداء وظيفة ضيقة

[1] عامر عبد اللطيف كاظم العامري، أثر ثقافة الجودة في الأداء المتميز" دراسة تحليلية مقارنة بين عينة من المنظمات الخدمية والإنتاجية العاملة في بغداد" ، مجلة الدنانير، العدد 09، العراق، 2016، ص268.

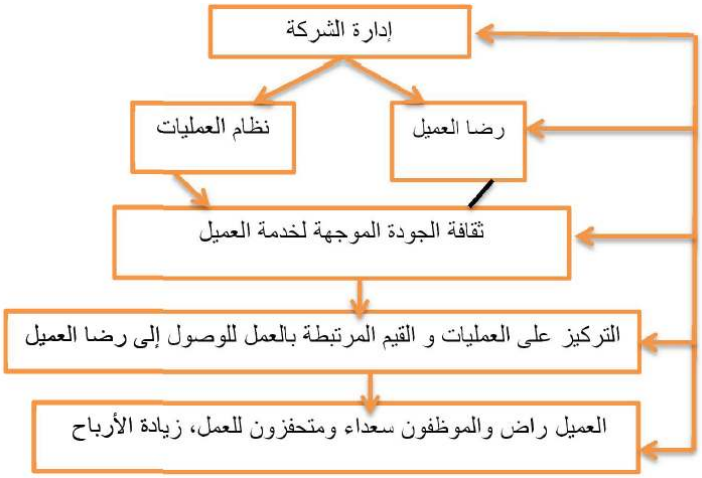
[2] سليمان محمد قليوان، ثقافة الجودة بين الواقع والطموح "دراسة حالة كلية التربية"، مجلة العلوم الهندسية وتقنية المعلومات، المجلد02، العدد02، ليبيا، 2016، ص33.

[3] عامر عبد اللطيف كاظم العامري، مرجع سبق ذكره، ص268.

[4] إياد عبد الله شعبان، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص44.

موجهة نحو المهمة إلى وظيفة متعددة الأبعاد، كما تتجسد ضرورة ترسيخ ثقافة الجودة في الشركة من خلال بيان موقعها في العمليات التنظيمية[1]. كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم(11): موقع ثقافة الجودة في الشركة



المصدر: قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001:2000 الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص15.

يتضح من الشكل رقم 11 أن ثقافة الجودة تبدأ برؤساء الإدارة العليا لشركة التأمين الذين يجب أن يؤمنوا بجودة الخدمة التأمينية وأهميتها للزبون ومحاولة ربط هذه الثقافة بسلوك العاملين وخاصة القياديين منهم لخلق بيئة عمل إيجابية للوصول إلى القيمة المدركة للزبون وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية للشركة كما يمكن الوصول إلى موظفين راضين على أداء الشركة، من هنا يمكن القول أن ترسيخ ثقافة الجودة في شركة التأمين سوف ينعكس إيجابيا على أرباح الشركة وعوائدها.

ثانيا: متطلبات تطوير ثقافة جودة الخدمة التأمينية

لثقافة الجودة دور مهم في تحقيق التطور لشركة التأمين وهذا بتأثيرها في السلوك الإنساني من خلال تحقيق التفوق والإمتياز لشركة التأمين، كذلك تشجع أعضاء الشركة على التعلم والتعليم

[1] قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة الشاملة، مرجع سبق ذكره، ص 151.

ثقافة الجودة تركز على تشجيع أعضاء الشركة على تنمية قدراتهم وتحسين مهاراتهم من خلال عملية التعلم والتعليم لكي يصبحوا مبدعين ودافعيتهم للتعلم مرتفعة وعالية، وتساعد على زيادة مدى تقبل الفرد لآراء الآخرين واحترام وجهات نظرهم.

كما لثقافة الجودة أهمية كبيرة فهي تتضمن تعزيز المشاركة من خلال العمل بروح الفريق تشجيع التنافس والتعاون بين الإدارة والعاملين، تشخيص المشكلات والحلول المقترحة للتخلص من الأنشطة عديمة القيمة وتحديد مجالات التغيير، جعل التغيير عاملا لتنشيط دافعية العامليين، كذلك تعتبر أداة مهمة لتحسين أداء الشركة يساعد التركيز على القيم والمعايير في الشركة على التحسينات المستمرة وهذا مايؤدي إلى إرتقاء أداء الشركة. [1]

ومن أجل تحقيق نجاح وتميز لشركات التأمين في السوق التأمينية يتطلب منها الإهتمام بمتطلبات تطوير ثقافة الجودة والتي تتمثل في[2]:

1- دعم الإبتكار

لكي تكون الشركة قادرة على التنافس في ظل ظروف العولمة يجب أن تتطور بشكل مستمر، لكي تقدم خدمة إبداعية ذات مستوى عالي من الجودة، بالإضافة إلى إيصال الخدمة في الوقت المناسب وبأقل تكاليف مقارنة بالشركات الأخرى.

2- دعم رضا الزبون

إن تقديم خدمة متميزة للزبون تعتبر إحدى الخصائص الهامة في ثقافة الشركة الداعمة للجودة، وهذا يتم من خلال تشجيع وتحفيز العاملين.

[1] عامر عبد اللطيف كاظم العامري، مرجع سبق ذكره، ص 269.

[2] قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة الشاملة، مرجع سبق ذكره، ص ص 153-154.

3- دعم الشعور بالإنتماء

نستدل على الإنتماء أو الولاء من الحالة التي يقوم فيها الموظفون بتأدية العمل المحدد لهم وبذل الجهود الإضافية تطوعا منهم، رغبة وحرصا على دعم نجاح الشركة، وانتقادهم للممارسات السلبية كالتهرب من العمل أو التأخر في إنجاز الأعمال المطلوبة أو تضييع الوقت أثناء العمل أو هدر الموارد، كما يجب أن تسود في الشركة قيم ومعتقدات الثقة المتبادلة، والفرص العادلة للترقية والحوافز المالية وعدم التناقض بين أقوال المسؤولين وأفعالهم .

من هنا يمكن أن نشير إلى أهم الخصائص أو الصفات التي تتميز بها شركات التأمين التي تعمل على ترسيخ ثقافة الجودة بغرض تحقيق جودة عالية في خدماتها وهي كمايلي[1]:

أ- السلوك الخدماتي للشركة يتناسب ويتوافق مع الشعارات.

ب- تسعى بفاعلية نحو الزبون كمدخل، واستخدامه لتحسين الجودة في الخدمة باستمرار.

ت- توفير التعليم والتدريب اللازم لضمان أن الموظفين وعلى جميع المستويات لديهم المعرفة والمهارة الضرورية للأداء الجيد وبالتالي تحسين الجودة في الخدمة بشكل مستمر.

ث- كفاية في الموارد، بحيث تكون متوفرة في الوقت والمكان المناسبين عند الحاجة إليها، لضمان التحسين والتطوير لجودة الخدمة .

ج- الإهتمام بأنظمة المكافآت والترقيات لكسب ولاء الموظفين وبالتالي العمل على تحسين وتطوير جودة الخدمة.

ح- النظر إلى الموظفين كزبائن داخل الشركة لتحقيق رضاهم والوصول إلى الأداء الجيد.

[1] إياد عبد الله شعبان، مرجع سبق ذكره، ص 45.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية، حيث تعتبر الجودة من أهم المتطلبات الأساسية التي تسعى الشركات لتحقيقها بهدف دخول واحتلال مراكز قوية في الأسواق المحلية والعالمية، الأمر الذي جعلها تعرف رواجا منذ القديم، إلا أن الإهتمام بها أدى إلى ظهور أسلوب أكثر تطورا يعرف بإدارة الجودة الشاملة الذي يهتم بجودة سير عمليات الشركة ككل وإشراك جميع العاملين فيها، وإدماج ثقافة الجودة في كافة أرجاء الشركة، حتى يتمكن العامل من أداء عمله بالطريقة الصحيحة ومن أول مرة دون إرتكاب أخطاء وتحمل التكاليف.

كما يعتبر التأمين من أكثر الطرق إنتشارا وشيوعا في مواجهة المخاطر، وقد ظهر منذ القدم وتطور بتقدم حياة الإنسان إلى أن وصل إلى الصورة التي هو عليها في عصرنا الحالي فهو وسيلة يتم من خلالها نقل عبء أخطار معينة من المؤمن له إلى المؤمن، وللتأمين أنواع وتقسيمات عديدة فحسب معيار الشكل نجد التأمين التعاوني "التبادلي" والتأمين الخاص أو التجاري"إختياري" والتأمين الإجتماعي "الإجباري"، وحسب معيار الموضوع نجد تأمين الأشخاص وتأمين الممتلكات وتأمينات المسؤولية المدنية، التأمين على أساس إمكانية تحديد الخسائر والتعويض اللازم، التأمين على أساس عقد التأمين.كما أن للتأمين أهمية إقتصادية وإجتماعية فهو يؤثر إيجابيا في العديد من المتغيرات الإقتصادية وبالتالي المساعدة علي التنمية الإقتصادية والإجتماعية.

نشير إلى أن مفهوم جودة الخدمة التأمينية يتحدد وفق جانبان أساسيان هما: التركيز على عملية أداء الخدمة من حيث مطابقتها للمواصفات لكل من مقدم الخدمة وتوقعات الزبون، التركيز على حاجات الزبون ورغباته ومدى تحقيقها.

في الأخير يمكن القول أن جودة الخدمة التأمينية هي المحور الأساسي لتميز وتفوق الشركة، وأن الاستمرار في المحافظة على الجودة والتميز هي السبيل الوحيد لإستمرار شركة التأمين في نشاطاتها وخدمة زبائنها.

الفصل الثاني

طبيعة المنتجات المسوقة في قطاع التأمين الجزائري

تمهيد:

يعتبر السوق الجزائري للتأمينات سوقا خصبا، وهذا راجع إلى تنوع منتجاته التى سعى قطاع التأمين إلى تطويرها في كل مرة، من خلال تصحيح سياساته وسن مجموعة من التشريعات والإصلاحات قصد تقديم أفضل الخدمات لأفراد المجتمع، ووضع تشكيلة من المنتجات التأمينية التي تختلف بإختلاف الطبيعة، الإطار المؤسساتي والتنظيمي وإختلاف الأشخاص، الهدف منها حماية الأفراد في شخصهم وممتلكاتهم.

وقد فرق المشرع الجزائري بين منتجات التأمين، حيث نص في القانون رقم 04/06 الصادر في 20 فيفري 2006 المتعلق بالتأمينات على فصل تأمينات الأضرار عن تأمينات الأشخاص وبموجبه تم منح مدة 5 سنوات للشركات الناشطة في سوق التأمين الجزائري لخلق فروع لها تقوم بالتأمين على الأشخاص.

من خلال هذا الفصل سنتناول طبيعة المنتجات المسوقة في قطاع التأمين الجزائري وهذا بتخصيص ثلاث مباحث سنتناول في المبحث الأول المنتجات المرتبطة بالمسؤولية المدنية من خلال تحديد ماهيتها، أنواعها ومختلف مجالات تطبيقها، أما المبحث الثاني سنتناول مختلف المنتجات المرتبطة بالأضرار، في حين سنخصص المبحث الثالث للمنتجات المرتبطة بالأشخاص من خلال تحديد ماهيتها، أهم التغطيات التأمينية المتعلقة بالأشخاص وأهم التدابير التي جاء بها القانون رقم 04/06 لتطوير تأمينات الأشخاص.

المبحث الأول: المنتجات المرتبطة بالمسؤولية المدنية

المنتجات المرتبطة بالمسؤولية المدنية هي من المنتجات الهامة في التأمين، حيث أن كل شخص يلحق ضرر بالآخرين يتوجب عليه التعويض بموجب القانون، فأصحاب الشركات والمنشآت والسيارات والمقاولون والأطباء وغيرهم يتعرضون بشكل مستمر لدعاوى التعويض المختلفة عن الأضرار التي يلحقونها بالغير، فيكون التأمين من المسؤولية المدنية هو المنفذ الوحيد لهم في معظم الأحوال، حيث انه يحافظ على استقرارهم المادي ويضمن عدم تعرضهم لأعباء مالية مفاجئة غير مستعدين لها نتيجة اضطرارهم للتعويض عن الأضرار التي يسببونها في مصالح الغير.

إن دراسة هذا المبحث تتضمن مفهوم ونشأة التأمين على المسؤولية المدنية ثم نتطرق إلى أنواع تأمينات المسؤولية المدنية ثم التأمين من المسؤولية المدنية في عقود مستقلة.

المطلب الأول: مفهوم و نشأة التأمين على المسؤولية المدنية

سنتطرق في هذا المطلب إلى ماهية المسؤولية المدنية ثم المقصود بالتأمين من المسؤولية المدنية وذلك من خلال تعريفه وتتبع مسار نشأته وتطوره.

الفرع الأول : ماهية المسؤولية المدنية

كانت المسؤولية المدنية ولا تزال من أهم نظم القانون المدني وأكثرها حيوية وإثارة للجدل ولعل أهمية المسؤولية المدنية ترجع لاتصالها بمسألة غاية في الحساسية هي مسألة التعويض عن الأضرار، فهذه الأخيرة تعد بحق علّة كل تطور طرأ على نظام المسؤولية المدنية منذ العصور الغابرة إلى يومنا هذا، فالضرر بما يمثله من اعتداء على القيمة الإنسانية والاجتماعية

والاقتصادية، ظاهرة من الظواهر الاجتماعية السلبية التي لم يفلح أي جهد إنساني مهما بلغت درجة تبصره في القضاء عليها، أو حتى توقيها إلا في حدود ضيقة.[1]

قبل التطرق إلى مفهوم المسؤولية المدنية إرتأينا أن نعطي مفهوم بسيط للمسؤولية بصفة عامة وأقسامها حتى نصل إلى المسؤولية المدنية

أولا: مفهوم المسؤولية

المسؤولية تعني تعويض الضرر الناشئ عن عمل غير مشروع، وتتحقق في الحياة العملية في صور لايمكن حصرها مثل : سائق يصيب شخصا بسيارته، أو بناء ينقض على المارة، أو شخص يضرب آخر. هذه الوقائع أمثلة تشكل المسؤولية بصورة عامة .

فالمسؤولية في اللغة هي التبعة، أو أنها حالة أو صفة ما يسأل عن أمر تقع عليه تبعته.

أما إصطلاحا هي كل ما يتحمله مسؤول تناط بعهدته أعمال تكون تبعة نجاحها أو إخفاقها عليه، وهذا حتما أن يكون المسؤول إنسانا عاقلا.[2]

والمسؤولية بوجه عام تثير موضوع الخطأ وموضوع الجزاء، فهي تفترض وقوع خطأ وتتمثل في مجازاة مرتكبه والخطأ إما أدبي وإما قانوني، ونتيجة ذلك تكون المسؤولية أدبية أوقانونية.

فالخطأ الذي يجازي عليه أدبيا في المسؤولية الأدبية هو خطأ أدبي، أي إخلال بواجب التزام أدبي يترتب عليه جزاء أدبي بدوره هو تأنيب الضمير أو إستنكار المجتمع أو جزاء ديني يتولاه الله سبحانه وتعالى في الآخرة وما تتميز به هذه المسؤولية الأدبية إفتقارها إلى عنصر الضرر، بحيث لايترتب عليها رغم تحققها ضرر بالغير، كما أنها تعتبر أوسع نطاقا.

---

[1] عمر بن الزوبير، التوجه الموضوعي للمسؤولية المدنية، أطروحة دكتوراه ، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق جامعة الجزائر01، 2017، ص 02.

[2] علي فيلالي، الإلتزامات (العمل المستحق التعويض)، الطبعة الأولى، موفم للنشر والتوزيع، الجزائر،2002، ص 14.

أما المسؤولية القانونية فهي تلك المسؤولية التي يكون موضوع المؤاخذة فيها خطأ قانوني يتمثل في الإخلال بالتزام قانوني يعرض صاحبه إلى جزاء قانوني قد يكون عقوبة عندما يمس ذلك الإخلال مصلحة المجتمع، وذلك هو المسؤولية الجنائية، في حين قد يقتصر ذلك الجزاء على مجرد تعويض يلتزم به المخل (المسؤول) إذا أدى إخلاله إلى مجرد المساس بمصلحة فردية، وهذه هي المسؤولية المدنية . إن ما تتميز به المسؤولية القانونية إذن هو إشتمالها على عنصر الضرر والذي يصيب المجتمع وذلك يشكل المسؤولية الجنائية أو يصيب الفرد وهو ما تتحقق به المسؤولية المدنية.

إن الخطأ أو الإخلال بالواجب القانوني وحصول الضرر لايعنيان تحقق المسؤولية القانونية بمفردهما، بل لابد من أن يكون عنصر الخطأ المرتكب من الشخص المخطئ هو السبب المؤدي إلى الضرر، وذلك ما يطلق عليه إصطلاحا رابطة السببية (بين الخطأ والضرر) [1]. وهذه المسؤولية يطلق عليها إصطلاحا المسؤولية الذاتية عند من يجعلون للمسؤولية الخطأ أساسا. في حين هناك فريق آخر يقول بمسؤولية موضوعية في حالات معينة يجعلون لها تحمل التبعة أساسا ولايهتمون بذلك سوى بالعلاقة السببية الموضوعية التي تربط بين الضرر والمسؤول. إذ أن هذه النظرية الموضوعية من مقتضاها إعتبار الشخص مسؤولا سواء أراد احداث الضرر أو لم يرد. وسواء فكر فيه أم لم يفكر وسواء أمكنه الحيلولة دون إحداث الضرر أم لم يمكنه ذلك، فهذه المسؤولية يكفي فيها قيام رابطة مادية بين الضرر وهذه الأفعال .[2]

مما سبق يمكن القول بأن المسؤولية هي إلتزام بموجب قد يتدرج من موجب أدبي أو أخلاقي

[1] حبيب إبراهيم الخليلي، مسؤولية الممتنع المدنية والجنائية في المجتمع الإشتراكي، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1979، ص ص 01-02.

[2] محمد وحيد الدين سوار، شرح القانون المدني " النظرية العامة للإلتزام ج1"، الطبعة الأولى، منشورات جامعة حلب، سوريا، 1997، ص ص 5-6.

أو طبيعي إلى موجب مدني متمثل بمصلحة مالية أو بعمل أو بامتناع عن عمل معين فإذا تناول هذا الموجب التزاما بالتعويض عن الأضرار التي يحدثها الإنسان للغير بفعله أو بفعل التابعين له أو الأشياء الموجودة بحراسته، أو الحيونات الخاصة بها أو نتيجة لعدم تنفيذه لإلتزاماته.[1]

وتنقسم المسؤولية إلى :

1- المسؤولية الأخلاقية

تدور فكرتها حول فكرة الخطيئة فيكون الإنسان مسؤول مسؤولية خلقية إذا هو شعر بها نتيجة فعل قام به نتيجة إمتناع عن عمل كان عليه القيام به أنه مسؤول عن هذا الإمتناع أو ذلك الفعل أمام الله إن كان موقنا بوجود الخالق وأمام ضميره.[2]

2- المسؤولية القانونية

هي الحالة التي يرتكب فيها الشخص فعلا يسبب ضررا للغير، فيستوجب محاسبة القانون له، وتنقسم المسؤولية القانونية بدورها إلى قسمين هما المسؤولية الجنائية والمسؤولية المدنية.

أ-**المسؤولية الجنائية:** هي تلك المسؤولية التي تقع على من يقترف عملا يضر المجتمع بأسره، إذ لا بد لقيام المجتمع واستقراره وسلامته من أن يتمكن من الدفاع عن نفسه ضد أولئك الذين يهددون الأمن والنظام اللذين يرتكز عليهما هذا المجتمع، والطريقة المثلى لمنع اقتراف هذه الأفعال الضارة وردع الآخرين عن الإتيان بمثلها هي إنزال العقاب بالفاعل.

[1] مصطفى العوجي، القانون المدني (المسؤولية المدنية)، الطبعة الرابعة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان 2004، ص9.

[2] حسن علي الذنون، المبسوط في شرح القانون المدني، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2006، ص12.

ب-المسؤولية المدنية: وهي إلتزام المدين بتعويض الضرر الذي ترتب على إخلاله بالتزام يقع عليه. [1]

ثانيا: تعريف المسؤولية المدنية

إن مصطلح المسؤولية المدنية ليس بالمصطلح القديم في لغة القانون، ولعل أول من أرسى قواعد هذا الإصطلاح هم فلاسفة القرن الثامن عشر من الانجليز، حيث عرفها الفيلسوف جوسران "على أنها لا تقتصر على الحالة التي يستطيع فيها من لحقه ضرر أن يرجع على من أحدث هذا الضرر، وإنما تشمل فوق ذلك الحالة التي يتحمل المصاب فيها نفسه عبء الضرر".[2]

المسؤولية المدنية هي المسؤولية التي ينظمها القانون الخاص (المدني) والتي يكون مصدرها تصرف قانوني أو واقعة قانونية. ويمكن تعريف المسؤولية المدنية من خلال المادة 124 من القانون المدني الجزائري بأنها : الإلتزام بالتعويض عن الضرر.

المسؤولية المدنية هي الإلتزام الذي يقع على الإنسان بتعويض الضرر الذي ألحقه بالآخرين بفعله أو بفعل الأشخاص أو الأشياء التي يسأل عنها.

تنقسم المسؤولية المدنية إلى قسمين:

1-المسؤولية العقدية

المسؤولية العقدية هي المسؤولية التي تترتب على الإخلال بالتزام عقدي فمتى ما تم العقد صحيحا فإنه يجب تنفيذه طبقا لما اشتمل عليه وبطريقة تتفق مع ما يوجبه حسن النية فإذا لم يقع المدين بتنفيذ العقد تقوم مسؤوليته العقدية. وهذه المسؤولية تتطلب لقيامها وجود عقد صحيح بين

[1] مرقص سليمان، الوافي في شرح القانون المدني، الطبعة الخامسة، مكتبة مصر الجديدة، القاهرة، مصر، 1992 ص11.

[2] حسن علي الذنون، مرجع سبق ذكره، ص11.

الطرفين يرتب التزامات على عاتق كل منهما وعدم قيام أحد الطرفين بتنفيذ إلتزامه بمقتضى ذلك العقد.[1]

2-المسؤولية التقصيرية

وهي المسؤولية الناشئة عن الإخلال بالتزام عام يقرره القانون أو العرف أو ضوابط السلوك السوي ويترتب على هذا الإخلال ضرر يصيب الغير فيلتزم من تسبب فيه بتعويضه وإزالته. لذلك يشترط لقيام المسؤولية التقصيرية ثلاثة أركان هي: الإخلال بقاعدة عامة من قواعد السلوك السوي أي ارتكاب الشخص لخطأ أو فعل ضار ونشوء ضرر للغير، وأن تكون هناك علاقة سببية بين صدور الخطأ وحصول الضرر. فإذا انقطعت العلاقة السببية بين الخطأ والضرر تخلص الفاعل من المسؤولية.

الفرع الثاني: مفهوم التأمين من المسؤولية المدنية

تزخر المؤلفات التي تناولت موضوع التأمين من المسؤولية المدنية بالعديد من التعاريف التي تفرعت وتعددت على اختلاف وجهات النظر التي انبثقت عنها، الأمر الذي يمكن القول معه أنه لا يوجد تعريف واحد مختصر يمكن أن يمثل وجهات النظر المختلفة.[2] لهذا سنقدم مجموعة من التعاريف المختلفة:

عرف التأمين من المسؤولية المدنية على أنه:" نظام لتجنب الخسائر الناجمة عن الحوادث بمقتضاه يقبل طرف اسمه المؤمن أن تنتقل إليه تبعة الخسائر المترتبة في ذمة شخص أخر يسمى المؤمن له".

[1] زياد خلف عليوي الجوالي، مهند بنيان صالح، المسؤولية المدنية عن النفايات الطبية، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد1، العدد01، العراق، 2012، ص142.

[2] عبد القادر العطير، مرجع سبق ذكره، ص 16.

كما عرفه الأستاذ P– tunc قائلا أنه ظاهرة تخطت الحدود الوطنية بفعل تأثيره على أسس المسؤولية المدنية منذ ظهوره في النصف الثاني من القرن التاسع عشر.[1]

يعرف الدكتور عبد الرزاق السنهوري التأمين من المسؤولية المدنية على أنه "عقد بموجبه يؤمن المؤمن المؤمن له من الأضرار التي تلحق به من جراء رجوع الغير عليه بالمسؤولية".[2]

عرف أيضا بأنه " عقد يتولى المؤمن فيه تأمين المؤمن له من الأضرار الناشئة عن رجوع الغير عليه بالمسؤولية سواء أكان الغير محق في دعواه أو غير محق".[3]

تأمين المسؤولية المدنية هو تغطية تأمينية ضد الغير أو الطرف الثالث، حيث أن الطرف الأول والطرف الثاني هما شركة التأمين والمؤمن له والطرف الثالث هو الغير، وتقوم شركة التأمين بموجبه بتعويض الغير مباشرة أو من خلال المؤمن له عن الأضرار التي تلحق بالغير سواء كان ذلك في شخصه أو في ممتلكاته نتيجة خطأ ارتكبه المؤمن له. على أن حدود هذا النوع من التأمين لا يتعدى المسؤولية القانونية للمؤمن له، ويتم التعويض عندما تتحقق مسؤولية المؤمن له قبل الغير أو من خلال الدعاوي التي يقيمها الغير على المؤمن له بالمسؤولية .

أما الدكتور جميل موسى النعيمات عرفه على النحو التالي:" التأمين من المسؤولية المدنية هو عقد بين شخص يسمى المؤمن وشخص آخر يسمى المؤمن له، بمقتضاه يتحمل المؤمن

[1] سعيد مقدم، التأمين والمسؤولية المدنية، الطبعة الأولى، كليك للنشر ، الجزائر، 2008، ص47.

[2] أحمد عبد الرزاق السنهوري، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد"عقود الغرر،عقود المقامرة والرهان والمرتب مدى الحياة وعقد التأمين"، الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي، لبنان، 2009، ص 1086.

[3] عصام أنور سليم، عقد التأمين في القانون المصري و اللبناني"الجزء الأول"، مكتبة الدار الجامعية، مصر 1997، ص78.

العبء المالي المترتب على الخطر الضار غير المقصود والمحدد في العقد بسبب رجوع الغير إلى المؤمن له بالمسؤولية لقاء ما يدفعه هذا الأخير من أقساط".[1]

فيما يخص التشريع الجزائري لم يتطرق إلى تعريف التأمين من المسؤولية المدنية في الأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات تفاديا للتكرار إذ أن عقود التأمين بمختلف أنواعها ومواضيعها لها نفس الخصائص ويتطلب انعقادها توفر نفس الأركان وبذلك فإن التعريف الوارد في القانون المدني ينطبق على جميع عقود التأمين.

وقد اكتفى المشرع الجزائري في الأمر 07/95 المتعلق بالتأمينات بذكر موضوع التأمين من المسؤولية وذلك حسب ما جاء في نص المادة 56 والتي تنص" يضمن المؤمن التبعات المالية المترتبة على مسؤولية المؤمن له المدنية بسبب الأضرار اللاحقة بالغير".[2]

وعليه يقصد بالتأمين من المسؤولية المدنية في وجهة نظر المشرع الجزائري أنه " العقد الذي بموجبه يؤمن المؤمن المؤمن له من الأضرار التي تلحق به من جراء رجوع الغير عليه بالمسؤولية" وذلك بسبب الأضرار التي يلحقها بدوره بالغير والتي يعتبر مسؤولا عنها قانونا، والضرر المؤمن منه هنا ليس ضررا يصيب المال بطريق مباشر كما في التأمين على الأشياء، بل هو ضرر ينجم عن دين في ذمة المؤمن له بسبب تحقق مسؤوليته التقصيرية، كما في المسؤولية عن حوادث السيارات أو بسبب تحقق مسؤوليته العقدية، كما لو كنا أمام تأمين مستأجر ضد مسؤوليته عن الحريق أو تأمين متعهد نقل البضائع ضد مسؤوليته عن سلامة وصول البضائع.[3]

---

[1] موسى جميل النعيمات، النظرية العامة للتأمين من المسؤولية المدنية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن، 2006، ص44.

[2] المادة 56 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص11.

[3] سعيد مقدم، مرجع سبق ذكره، ص47.

ولما كان الضرر المؤمن منه في التأمين من المسؤولية هو نشوء الدين بسبب المسؤولية وبالتالي تصاب ذمة المؤمن له وتصبح مثقلة بديون المسؤولية، فإن المختصين يطلقون على هذا النوع من التأمين تسمية "التأمين من الديون" أو " التأمين من الخصوم" والتبعات المالية المترتبة على مسؤولية المؤمن له المدنية بسبب الأضرار التي تلحق بالغير كما عبر عنها المشرع الجزائري في المادة 56 من قانون التأمينات لعام 1995.[1]

وخلافا للتأمين على الأشياء الذي تنحصر أطرافه في شخصين إثنين ، فإن التأمين من المسؤولية يقوم على ثلاثة أشخاص، المؤمن و المؤمن له"المسؤول" والضحية المضرور، وذلك بالرغم من أن هذا الأخير لا يعتبر طرفا في العقد إلا أنه يستفيد من دعوى مباشرة ضد المؤمن.[2]

الفرع الثالث: نشأة و تطور التأمين من المسؤولية المدنية

سلك التأمين من المسؤولية مسلكا وعرا إلى أن أصبح نظاما لا سبيل للطعن في صحته ومشروعيته فأول ما ظهر من أنواعه كان التأمين من المسؤولية المدنية عن الحريق في صوره المختلفة :تأمين المستأجر من مسؤوليته عن حريق العين المؤجرة، وتأمينه من مسؤوليته عن امتداد الحريق لأجزاء العين المؤجرة وتأمين الجار من المسؤولية عن إمتداد الحريق إلى جيرانه.

أما في التأمين البحري فقد إرتبط التأمين في بداية نشأته بالمسؤولية الناشئة عن الأضرار التي تلحق بهيكل السفينة دون غيرها من الأضرار مثل الأضرار الناشئة عن الوفاة والإصابات الجسدية، وكانت التغطية التأمينية عن هذه المسؤولية محدودة حيث تغطي شركات التأمين

[1] علي علي سليمان، التأمين و المسؤولية المدنية، كليك للنشر، الجزائر، 2008 ، ص 04.

[2] سعيد مقدم، مرجع سبق ذكره، ص 48.

المسؤولية الناشئة عن التصادم البحري على سبيل المثال في حدود ثلاث أرباع قيمة التعويض المستحق وفي حدود ثلاث أرباع قيمة السفينة أيهما أقل.[1]

وفي أوائل القرن التاسع عشر ظهر نوع من التأمين من المسؤولية المدنية هو التأمين من المسؤولية بسبب الحوادث التي تسببها للغير الخيل والعربات حيث أصدر مدير بوليس باريس أمرا عام 1821 يلزم سائقي العربات بتكوين صندوق لتأمين دفع الغرامات والتعويضات المستحقة للغير، واعتبر أول شكل صحيح من أشكال التأمين من المسؤولية المدنية.[2]

ومنذ عام 1845 استقر التأمين من المسؤولية فقها وقضاءا وأصبح نظاما معترف به من حيث المبدأ في فرنسا وفي نهاية القرن التاسع عشر تطور هذا النظام تطورا كبيرا فظهر التأمين من المسؤولية المدنية عن حوادث العمل وانتشر هذا النوع من التأمين انتشارا كبيرا مع تقدم الصناعة وازدهارها حيث تضاعفت حوادث العمل بإدخال الآلات التي كان يروح ضحيتها العديد من العمال الذين كان يتعذر عليهم إقامة الدليل على خطأ أصحاب المصانع لكي يحكم لهم بالتعويض، ولكن هذا التأمين ما لبث أن انتقل من نطاق التأمين الخاص إلى نطاق التأمينات الإجتماعية.

وجاء بعد ذلك التأمين من المسؤولية المدنية عن حوادث النقل وعن حوادث السيارات وعن حوادث المرور بوجه عام، وبرز التأمين من المسؤولية عن حوادث السيارات بروزا واضحا وما لبث أن جعله التشريع إجباريا ثم جاء التأمين من المسؤولية المدنية عن النشاط المهني وانتشر إنتشارا واسعا في الدول المتقدمة كالتأمين من المسؤولية عن نشاط الأطباء والجراحين والمهندسين والمقاولين ومسؤولية المحامي والخبير ومدقق الحسابات وهذا يعود إلى سببين، الأول التوسع في المسؤولية المدنية ذاتها والذي حدث بفضل الاجتهاد القضائي الذي اتجه بهذه المسؤولية نحو

[1] صلاح محمد سليمة، تأمين المسؤولية المدنية عن أضرار التلوث البحري ودور نوادي الحماية والتعويض، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر،2007، ص08.

[2] سعد واصف، التأمين من المسؤولية، مطبوعات جامعة القاهرة، مصر،1958، ص78.

الموضوعية أين أصبحت تقوم على أساس تحمل التبعة أو تحمل المخاطر وليس على أساس الخطأ، والثاني التوسع في الأخطاء القابلة للتأمين وقد أدى ذلك إلى تطور هذه المهن لأن التأمين شجع العاملين بها على مواكبة التطور العلمي دون تردد أو خوف خاصة الأطباء والجراحين.

ويضاف إلى ذلك انتشار التأمين من المسؤولية في التأمين الجوي بعد الحرب العالمية الثانية حيث شهدت صناعة الطيران تطورا هائلا، وأصبحت الطائرات وسيلة نقل للأشخاص والبضائع ومع ازدياد حوادث الطائرات أصبح التأمين الجوي في كثير من دول العالم إجباريا.

المطلب الثاني: أنواع تأمينات المسؤولية المدنية

يشمل التأمين من المسؤولية المدنية التأمينات البرية والبحرية والجوية التي سنتطرق لها كالأتي:

الفرع الأول: التأمينات البرية

تتمثل هذه التأمينات الأساسية في التأمين من الحريق، البناء، الصيد والسيارت

أولا: التأمين من المسؤولية المدنية من خطر الحريق

أشارت المادة 174 من قانون التأمين على أنه:" يجب على الهيئات العمومية التابعة للقطاعات الإقتصادية المدنية أن تكتتب تأمينا من خطر الحريق".[1]والمقصود هنا بالهيئات العمومية تلك التي تمارس نشاطا صناعيا وتجاريا وحرفيا.

ويترتب على عدم الإمتثال لإلزامية التأمين من المسؤولية المدنية في خطر الحريق حسب المادة 184 إلى دفع غرامة مالية يتراوح مبلغها بين 5.000 دج و 100.000دج.

[1] المادة 174 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص24.

1- تقسيمات التأمين من المسؤولية المدنية لخطر الحريق

يقسم الفقه الحديث التأمين من المسؤولية من خطر الحريق إلى مسؤوليات ذات خطر محدد ومسؤوليات ذات خطر غير محدد كمايلي:

أ- التأمين من المسؤولية من خطر الحريق ذات خطر محدد

إن التأمين من المسؤولية المدنية ذات خطر محدد "معين" هو تأمين على قيمة مقدرة أو قابلة للتقدير ويتحقق ذلك في التأمين من المسؤولية عن شيء معين موجود تحت يد غير مالكه فيكون الحائز مسؤولا عن قيمة هذا الشيء نحو مالكه، ويدخل ضمن هذا النوع من التأمين من المسؤولية :

أ-1 تأمين مسؤولية المستأجر عن حريق العين المؤجرة.

أ-2 تأمين مسؤولية المودع لديه عن حريق الأشياء المودعة.[1]

ب- التأمين من المسؤولية من خطر الحريق ذات خطر غير محدد

التأمين من المسؤولية ذات خطر غير محدد "غير معين" هو تأمين خال من قيمة مقدرة أو قابلة للتقدير فهو تأمين من المسؤولية أيا كان مقدارها فيكون غير محدد، أو تأمين من المسؤولية إلى حد معين فيكون محددا ولكن تحديده يأتي من تقدير مبلغ تأمين معين لا من وجود قيمة مقدرة يقع عليها التأمين. ويدخل ضمن هذا النوع من التأمين من المسؤولية التأمينات التالية:

ب-1 التأمين من مسؤولية الجار عن إمتداد الحريق إلى جيرانه.

ب-2 التأمين من مسؤولية المالك تجاه مستأجريه.

ب-3 التأمين من المسؤولية عن التشويش في الإنتفاع.

[1] بلدي كريمة، النظام القانوني للتأمين من المسؤولية المدنية، أطروحة دكتوراه ، تخصص قانون التأمينات، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، الجزائر،2017، ص117.

ب-4 التأمين من المسؤولية عن حرمان المالك من الإيجار.

ثانيا: التأمين من المسؤولية المدنية في مجال البناء

يعتبر التأمين من المسؤولية المدنية في مجال البناء من التأمينات الإلزامية، يغطي المسؤولية المدنية لكل من المقاول والمهندس عن الأضرار التي تلحق بالغير من جراء تهدم المبنى كليا أو جزئيا خلال فترة التنفيذ وكذلك سقوط مواد البناء أو تطاير الحجارة أو سقوط أتربة وأحجار أثناء رفعها إلى المبنى أو سقوط الرافعة ذاتها، فيدخل في ذلك إصابة الغير في شخصه أو أملاكه وذلك خلال فترة تنفيذ الأشغال.

تنص المادة 175 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات:" على كل مهندس معماري ومقاول ومراقب تقني وأي متدخل، شخصا طبيعيا كان أو معنويا، أن يكتتب تأمينا لتغطية مسؤوليته المدنية المهنية التي قد يتعرض لها بسبب أشغال البناء وتجديد البناءات أو ترميمها".[1]

وعليه فإن هذا التأمين يغطي كل الأضرار المادية والجسمانية التي تلحق بالغير، والناجمة عن الحوادث التي تطرأ أثناء إنجاز الأشغال بسبب العمال والمقاولين والمقاولين من الباطن والعتاد والسلع والمحلات المستعملة في عملية البناء في حدود سقف التأمين الذي تحدده شركة التأمين في العقد[2]، بشرط أن يكون نشوؤه متصلا بشكل مباشر بأعمال البناء والتشييد وحدث في محيط وموقع العمل أثناء فترة التأمين.

[1] المادة 175 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص24.

[2] منصور مجاجي، التأمين في الترقية العقارية، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي حول التأمين، المركز الجامعي بشار، الجزائر، يومي08/07 مارس 2009، ص 06.

استبعد المشرع الجزائري سريان إلزامية التأمين المنصوص عليها في المادتين 175 و 178 من قانون التأمين على الدولة والجماعات المحلية وعلى الأشخاص الطبيعيين عندما يبنون مساكن خاصة للإستعمال العائلي.[1]

1 – شروط التغطية التي تفرضها شركات التأمين في مجال البناء

يمكن تحديد شروط التغطية التي تفرضها شركة التأمين من أجل تحمل التعويضات التي يلتزم المؤمن له بدفعها ب:

أ – أن يترتب على إهمال أو خطأ أو تقصير صادر عن المؤمن له أو مستخدميه المرتبطين معه بعقود عمل أو بسبب الأجهزة أو الآلات المستخدمة من قبله في تنفيذ العمل والمتواجدة في موقع العمل، وفاة أو إصابة أو مرض شخص ثالث أو ضرر مادي يلحق بممتلكاته، والمقصود بالممتلكات هنا هي الأموال المادية التي تحتل حيزا في المحيط الخارجي.

ب – أن تكون الواقعة التي أنشأة مسؤولية المؤمن له مرتبطة بتنفيذ أعمال البناء، فتخرج المسؤولية الناجمة عن أعمال لا ترتبط بتنفيذ أشغال البناء من نطاق التغطية.

ت – أن تتحقق الواقعة المنشئة للمسؤولية ضمن محيط موقع العمل أو الأبنية الملاصقة له إن وجدت فالمسؤولية الناشئة عن واقعة خارج هذا المحيط لا تكون مشمولة بحكم التأمين حتى ولو إرتبط نشوؤها بتنفيذ العمل.

ث – أن تتحقق الواقعة خلال فترة نفاذ التأمين، فالواقعة التي تحدث بعد إنتهاء العقد لا تكون مشمولة بالتغطية التأمينية.[2]

---

[1] المادة 182 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص25.

[2] بهاء بهيج شكري، التأمين من المسؤولية في النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع الأردن، 2010، ص213.

2 - الأشخاص المستفيدون من التغطية في مجال البناء

المستفيد من هذا التأمين هو الغير المضرور، وعبارة الغير هنا تنصرف إلى كل شخص أجنبي عن أعمال البناء وليس طرفا في عقد المقاولة الذي يربط بين رب العمل والمهندس أو المقاول، وبعبارة أخرى كل شخص لا تربطه بهؤلاء أية رابطة قانونية.

فالمضرور إذن هو الغير غير المالك "رب العمل"، كعابر الطريق الذي أصيب أو الجار الذي تصدعت مبانيه أو صاحب السيارة التي وقع عليها جزء من البناء. ويجوز أن يكون المضرور هو مالك المشروع نفسه فيستفيد من التأمين من مسؤولية المهندس والمقاول، ومثال ذلك أن يصاب المالك بضرر أثناء تفقده للأشغال، أو أن تقع بعض الأحجار التي إنفصلت عن البناء على سيارته التي تصادف وجودها أمام البناء.

ولا يستفيد من هذا الضمان عمال كل من المهندس والمقاول أثناء فترة التنفيذ، على اعتبار أن هؤلاء يخضعون للتأمين من إصابات العمل من جهة، وأن مسؤوليتهم مغطاة به من جهة أخرى، وعليه فإنه لا تنطبق صفة الغير على أي من تابعي المؤمن لهم أو ممن يعملون في خدمتهم أو أفراد أسرتهم الذين يكونون مسؤولون عنهم.[1]

يترتب على عدم الإمتثال لإلزامية التأمين من المسؤولية المدنية في مجال البناء حسب المادة 185 إلى دفع غرامة مالية يتراوح مبلغها من 5.000دج إلى 100.000دج وذلك دون الإخلال بالعقوبات الأخرى التي يمكن أن تطبق في شأنه وفقا للتشريع المعمول به.

ثالثا: التأمين من المسؤولية المدنية في مجال الصيد

أوجب المشرع الجزائري على كل صياد اكتتاب تأمينا، دون تحديد المبلغ، لضمان العواقب المالية عن المسؤولية المدنية التي قد يتعرض لها من جراء الأضرار الجسمانية التي يلحقها بالغير

[1] بلدي كريمة، مرجع سبق ذكره ، ص ص138-139.

أثناء أو بمناسبة الصيد أو إبادة الحيونات الضارة أو المؤذية وفقا للتشريع المعمول به، ويغطي هذا الضمان أيضا الأضرار التي تصيب الغير في حدود مبلغ يبين في العقد.

ويشترط على طالب رخصة الصيد إكتتاب التأمين الإلزامي قبل أن يستلم هذه الرخصة. وفي حالة فسخ عقد التأمين أو إيقاف الضمانات تسحب رخصة الصيد ويجب على المؤمن في هذه الحالة أن يعلم الوالي أو السلطة المختصة عشرة أيام قبل فسخ العقد أو تعليق الضمانات ليتمكن من القيام بالإجراء اللازم لسحب رخصة الصيد.[1]

يترتب على عدم الإمتثال لإلزامية التأمين من المسؤولية المدنية في مجال الصيد حسب المادة 189 بالحبس من ثمانية أيام إلى ثلاثة أشهر وبغرامة من 500دج إلى4.000دج أو بإحداهما فقط.

رابعا: التأمين من المسؤولية المدنية عن السيارات

إن التأمين من المسؤولية المدينة عن حوادث السيارات لم يكن في بداية ظهوره تأمينا مستقلا بذاته، بل كان متداخلا مع التأمين على هيكل المركبة، فتغطى مسؤولية مالكها بالتبعية إن إختار التأمين على المركبة ذاتها، إلا أنه ونتيجة للتطور الحضاري الذي أدى إلى تزايد إستخدام المركبات مما زاد في عدد الحوادث التي تلحق بالأفراد أضرارا مادية وجسمانية، استدعت الضرورة تدخل التشريع من أجل حماية هذه الشريحة الواسعة من المجتمع من نتائج هذه الحوادث، بأن فرض إلزامية هذا النوع من التأمين بشكل مستقل عن تأمين هيكل المركبة الآلية، ومنع استخدام المركبة في الطرق البرية ما لم تتم تغطية المسؤولية المدنية لمن يستخدمها بصرف النظر عما إذا كان قد أمن على هيكلها أم لم يؤمن.

[1] المادة 188/187/186 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص ص 25-26.

فالتأمين الإلزامي من المسؤولية المدنية عن حوادث السيارات يغطي خطر تعرض مالك السيارة للمطالبة بالتعويض عما لحق الغير من أضرار بسبب حادث ناجم عن إستعمال المركبة.

ويعد المشرع الإنجليزي الأسبق في فرض هذه الإلزامية إذ فرضها بموجب قانون السير في النصف الأول من القرن الماضي، فألزم كل شخص يستعمل مركبة آلية في الطرق البرية أن يؤمن من مسؤوليته المدنية الناشئة عن استعمالها،كما منعه من أن يسمح لأي شخص بقيادة المركبة ما لم تكن مسؤوليته مغطاة بالتأمين.[1]

وقد سارت مختلف التشريعات عبر أنحاء العالم على نهجه فتبنت هذا النظام الإلزامي للتأمين من المسؤولية المدنية عن حوادث السيارات، ومن بينها التشريع الجزائري الذي إستمر بتطبيق القانون الفرنسي الصادر في 27 فيفري 1958 المؤسس لإلزامية التأمين في مادة سير السيارات البرية ذات المحرك حتى بعد الإستقلال بناءا على المرسوم التشريعي رقم 157 الصادر في 21 ديسمبر 1962 الذي يقضي باستمرار سريان أحكام القوانين النافذة قبل الإستقلال إلى حين صدور التشريعات الجزائرية الجديدة.

ففي سنة 1974 صدر الأمر 15/74 المؤرخ في 30 جانفي 1974 المتعلق بإلزامية التأمين على السيارات ونظام التعويض عن الأضرار، إلا أنه لم يطبق فعليا إلا بعد أربعة سنوات من صدوره لتأخر صدور المراسيم التطبيقية الأربعة التي تحدده و تحصره إلى غاية 16 فيفري 1980 وهي على النحو التالي:

1- المرسوم التنفيذي رقم 34/80 المتضمن تحديد شروط تطبيق المادة 7 من الأمر 15/74.

2- المرسوم التنفيذي رقم 35/80 المتضمن تحديد شروط التطبيق الخاصة بإجراءات التحقيق في الأضرار ومعاينتها والتي تتعلق بالمادة 19 من الأمر 15/74.

[1] بهاء بهيج شكري ، مرجع سبق ذكره ، ص461.

3- المرسوم التنفيذي رقم 36/80 المتضمن تحديد شروط التطبيق الخاصة بطريقة تحديد نسب العجز ومراجعتها التي تتعلق بالمادة 20 من الأمر 15/74.

4- المرسوم التنفيذي رقم 37/80 المتضمن تحديد شروط تطبيق المادتين 32 و 34 من الأمر 15/74 المتعلقتين بقواعد سير الصندوق الخاص بالتعويضات والأجهزة الضابطة لتدخله.

وقد حددت المادة 190 من الأمر 07/95 عقوبة عدم الإمتثال لهذه الإلزامية بقولها:" كل شخص خاضع لإلزامية التأمين المنصوص عليها في المادة الاولى من الأمر 15/74 المؤرخ في 30 يناير 1974، يعاقب بالحبس من ثمانية أيام إلى ثلاثة أشهر وبغرامة من 500 إلى 4000دج أو بأحدهما فقط، إن لم يمتثل لهذه الإلزامية". تحصل هذه الغرامة كما هو الحال في مجال الضرائب المباشرة وتدفع لحساب الخزينة العامة.

كما تنص المادة 191 من ذات الأمر على أن الأشخاص الذين يرتكبون حوادث مرور دون أن يكونوا قد أمنوا على مركباتهم طبقا للأمر 15/74 ملزمون بدفع مساهمة لحساب صندوق ضمان السيارات، وتحدد هذه المساهمة ب 10% من المبلغ الإجمالي للتعويضات المستحقة من المخالف كتعويض عن الأضرار المتسبب فيها. [1]

الفرع الثاني: التأمينات البحرية

أشارت النصوص القانونية المتعلقة بتأمين المسؤولية المدنية بالنسبة للتأمين البحري إلى ثلاثة أنواع من المسؤولية وهي:

[1] المادة 191/190 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13 الصادر في08 مارس 1995، ص26.

أولا: تأمين مسؤولية مالك السفينة

تكون من مصلحة مالك السفينة أن يضمن مسؤوليته التي يمكن أن تترتب تجاه الغير مثل ضمان مسؤولية تجاه المسافرين والسباحين والمتسابقين الذي يمكن أن يلحق بهم ضرر نتيجة اصطدامهم بالسفينة.[1]

حيث نص المشرع الجزائري في المادة 145 من الأمر 07/95 على أنه:" يهدف التأمين على مسؤولية مالك السفينة إلى التعويض عن الأضرار المادية والجسمانية التي تلحقها السفينة بالغير أو التي تنتج من جراء إستغلالها غير أن هذا التأمين لا ينطبق على الأضرار التي تلحقها السفينة بالغير والتي تكون مضمونة طبقا لأحكام المادة 132 إلا إذا تبين أن المبلغ المؤمن عليه في وثيقة تأمين (جسم السفينة) غير كاف".

ثانيا: تأمين مسؤولية الناقل البحري

يقوم الناقل البحري بضمان مسؤوليته من البضائع المشحونة خاصة إذا كانت خطيرة لتفادي تحمل المسؤولية في حالة إتلاف هذه الأخيرة لبضائع مجاورة لها.[2]

نصت المادة 146 من الأمر 07/95 على أنه:" يهدف التأمين على مسؤولية الناقل البحري إلى التعويض عن الأضرار والخسائر اللاحقة بالبضائع والأشخاص بمناسبة الإستغلال التجاري للسفينة".

يظهر من نص المادة 145 و المادة 146 أن نطاق التأمين على المسؤولية مقتصر على مالك السفينة أو الناقل البحري وليس على مالك البضاعة، وهذه النضرة مرادها أن المؤمنين البحريين ضلو لسنوات طويلة يقتصرون في نشاطهم على ضمان الأضرار المادية التي تتعرض

[1] علي بن غانم، التأمين البحري وذاتية نظامه القانوني، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2000 ص192.

[2] نفس المرجع السابق، ص193.

لها السفن وحمولاتها، ولكن نشاطهم لم يكن يمتد إلى ضمان المسؤولية المدنية لمالك السفينة أو مستغل الشيء المؤمن عليه[1].لذلك جاء المشرع الجزائري وبعض التشريعات الأجنبية والعربية كالمشرع الفرنسي والمصري وأتبع نهجهما المشرع الجزائري بإدراج هذه الصورة المتمثلة في التأمين على المسؤولية.

نطاق التعويض عن المسؤولية المدنية طبقا للمادتين 145و 146 من الأمر 07/95 يغطي الأضرار المادية والجسمانية اللاحقة بالغير وكذلك الخسائر اللاحقة بالبضائع والأشخاص بمناسبة الإستغلال التجاري للسفينة ولا يشترط المشرع الجزائري سوى شرط عدم كفاية مبلغ التأمين في وثيقة التأمين على السفن لتعويضه.

فإذا ما حدث مثلا تصادما أدى إلى هلاك كلي للسفينة والبضائع وإلحاق أضرار بسفينة أخرى فإن مبلغ التأمين لا يكفي لتعويض الخسائر اللاحقة بالسفينة وتعويض رجوع الغير المتضرر الأمر الذي إقتضى تأمينا خاصا على ما لحق الغير من أضرار نتيجة هذا الحادث فإن التأمين على المسؤولية هو تكملة الفارق بين ما لحق المؤمن له المجهز من ضرر وما عوض عنه بمقتضى التأمين على السفينة.[2]

ثالثا: حالة تخصيص تعويض لإنشاء صندوق خاص بتحديد المسؤولية المدنية

نصت على هذه الحالة المادة 148 من الأمر 07/95 بقولها :"ما عدا في حالة تخصيص تعويض لإنشاء صندوق خاص بتحديد المسؤولية، لا يمكن للمؤمن أن يدفع المبلغ المستحق كله أو

[1] مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، التأمين البحري في مختلف القوانين" المصري،الفرنسي،الإنجليزي،اللبناني،..."،الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، مصر، 2012، ص79.

[2] لكبير علي، تأمين المسؤولية المدنية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2015، ص ص 212- 213.

جزء منه إلا للغير المتضرر ما دام هذا الأخير لم يستوف حقه في حدود المبلغ الناتج عن العواقب المالية التي تسبب فيها العمل الضار والذي ترتبت عليه مسؤولية المؤمن له".

رابعا: شروط تأمين المسؤولية المدنية البحرية

نص المشرع الجزائري في تأمين المسؤولية المدنية البحرية على شروط أساسية هي:

1- وجوب إكتتاب تأمين المسؤولية المدنية.

2- أن يكون تأمين المسؤولية المدنية لدى شركة تأمين معتمدة بالجزائر.

3- أن تكون تأمينات المسؤولية موضوع إتفاقيات خاصة تبرم بين المؤمن والمؤمن له.

هذا ما نصت عليه المادة 192:" كل سفينة مسجلة في الجزائر يجب تأمينها لدى شركة تأمين معتمدة بالجزائر عن الأضرار التي يمكن أن تلحق بها وعن طعون الغير أيضا حسب مفهوم الماد ة 132 من هذا الأمر".

والمادة 193:" يجب على كل ناقل بحري أن يكتتب تأمينا لدى شركة تأمين معتمدة بالجزائر لتغطية مسؤوليته المدنية تجاه الأشخاص والبضائع المنقولة وتجاه الغير". يجب ألا يقل المبلغ المؤمن عليه لتعويض الأضرار التي تلحق الأشخاص المنقولين عن مقدار مسؤولية الناقل المحددة في التشريع الجاري به العمل في هذا المجال.

يفهم من هاتين المادتين على أن تأمين المسؤولية المدنية البحرية هو تأمين إلزامي لوجود قاعدة آمرة "يجب" كما أن هذا التأمين يجب أن يكون لدى شركة تأمين معتمدة بالجزائر.[1]

أما المادة 147 من الأمر 07/95 تنص على:" تكون تأمينات المسؤولية موضوع إتفاقيات خاصة تبرم بين المؤمن والمؤمن له دون الإحلال بأحكام المادتين 145 و 193 من هذا الأمر.

[1] نفس المرجع السابق، ص 208.

الفرع الثالث: التأمينات الجوية

لقد خصص المشرع الجزائري لتأمين المسؤولية المدنية في المجال الجوي كل من المادة 196 و المادة 198 من الأمر 07/95 اللتان تنصان على:

المادة 196 تنص على "يجب على كل ناقل جوي أن يكتتب تأمينا لدى شركة تأمين معتمدة بالجزائر لتغطية مسؤوليته المدنية تجاه الأشخاص والبضائع المنقولة وتجاه الغير". ويجب ألا يقل المبلغ المؤمن عليه لتعويض الأضرار التي تلحق الأشخاص المنقولين عن مقدار مسؤولية الناقل المحددة في التشريع المعمول به في هذا المجال.

أما المادة 198 نصت على أنه" يجب على كل مستعمل لمركبة جوية مسجلة في الجزائر أو مستأجرة التأمين لدى شركة تأمين معتمدة بالجزائر على مسؤوليته المدنية تجاه الغير على سطح الأرض". يجب ألا يقل المبلغ المؤمن عليه لتعويض الأضرار التي تلحق الأشخاص والأموال على سطح الأرض عن مقدار مسؤولية المستغل المحددة في التشريع المعمول به في هذا المجال.[1]

أما الهدف من تأمين المسؤولية المدنية الجوية فنصت عليه المواد من 158 إلى 160 من الأمر 07/95 على النحو التالي:

المادة 158:"يهدف تأمين المسؤولية إلى ضمان التعويض عن الأضرار التي تتسبب فيها المركبة الجوية مهما كان نوعها بمناسبة إستغلالها وذلك وفق الشروط المحددة في العقد".

المادة 159:" يجب أن لا يقل المبلغ المؤمن عليه لتعويض الأضرار التي تلحق الأشخاص المنقولين عن مقدار مسؤولية الناقل الجوي المحددة في التشريع الساري المفعول".

[1] المادة 198/196 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13 الصادر في08 مارس 1995، ص ص 26-27.

المادة 160:" يجب أن لا يقل المبلغ المؤمن عليه لتعويض الأضرار التي تلحق الأشخاص والأموال على السطح عن مقدار مسؤولية المستثمر المحددة في التشريع الساري المفعول".

أولا: شروط تأمين المسؤولية المدنية الجوية

نص المشرع الجزائري في تأمين المسؤولية المدنية الجوية على شرطين أساسيين وهما:

1- وجوب إكتتاب تأمين المسؤولية المدنية.

2- أن يكون تأمين المسؤولية المدنية لدى شركة تأمين معتمدة بالجزائر.

بالنسبة لتأمينات المسؤولية المدنية الجوية فالمشرع الجزائري جعل من إكتتاب تأمين المسؤولية المدنية إلزاميا وأن يكون التأمين لدى شركة تأمين معتمدة بالجزائر سواء كانت جزائرية أو أجنبية كما هو الشأن بالنسبة للتأمين البحري.[1]

المطلب الثالث: التأمين من المسؤولية المدنية في عقود مستقلة

أوجب المشرع الجزائري في القسم الأول من تأمينات المسؤولية المدنية من الأمر 07/95 على بعض الفئات (أشخاص وهيئات) إكتتاب تأمينا لتغطية مسؤوليتها المدنية وهي:

الفرع الأول: التأمين من المسؤولية المدنية المهنية

إن المسؤولية المدنية المهنية تعتبر من أوسع مجالات تطبيق التأمين من المسؤولية المدنية ويعزي ذلك إلى كون التأمين من المسؤولية المدنية المهنية تأمينا إجباريا، حيث يلزم المهني الممارس لمهنة ما بإبرام عقد تأمين لدى شركة تأمين يغطي النتائج المالية للأخطاء التي تقع منه أثناء الممارسة وقد ساهم في اتساع انتشار هذا التأمين سهولة مراقبة إلزامية التأمين من خلال القوانين الخاصة للمهن والنقابات التي تنتمي إليها.

[1] لكبير علي، مرجع سبق ذكره، ص 210.

قبل التطرق إلى مفهوم عقد التأمين من المسؤولية المدنية المهنية ومجالات تطبيقه، سنقوم بتحديد المقصود بالمسؤولية المهنية

أولا: تعريف المسؤولية المهنية

المسؤولية المهنية هي صورة من صور المسؤولية المدنية بنوعيها التقصيرية والعقدية، وتقوم على نفس أركانها وهي الخطأ والضرر والعلاقة السببية مع اختلاف في وصف الخطأ وصفة الفاعل، فالمسؤولية المهنية هي نتاج خطأ مهني يتصل بالمستلزمات الفنية والعلمية والقانونية للمهنة التي يمارسها شخص محترف ومؤهل لها وفق المتطلبات القانونية التي تحكمها، فمسؤولية المهني أو المحترف لا تنهض إذن إلا إذا أثبت إخلال المهني بالأصول التقنية والعلمية والعملية لمهنته مما يؤدي إلى إلحاق ضرر بالغير يرتبط سببا بهذا الإخلال بأن يكون نتيجة حتمية وطبيعية له.[1]

ثانيا: شروط قيام المسؤولية المهنية

المسؤولية المهنية لا تنهض إلا بتوافر شرطين أولهما أن يكون الفاعل مؤهلا لمزاولة المهنة التي يحترفها وثانيهما أن يكون الخطأ المنسوب صدوره إليه خطئا مهنيا مرتبطا بنشاطه المهني فإن تخلف أحد هذين الشرطين فإن المسؤولية المترتبة لا تعامل بكونها مسؤولية مهنية بل تعامل كمسؤولية تقصيرية أو عقدية اعتيادية كيفما كان الحال.لهذا فإن المسؤولية المهنية تعتمد على:

1- التأهيل

يشترط على من يحترف أي مهنة فيها احتمال وجود خطر في ممارستها، ويلحق ضرر بالغير أن يكون مؤهلا لممارسة هذه المهنة وفق الشروط المحددة لها قانونا وحتى يتميز الشخص

[1] محمد الكشبور، انطباعات حول المسؤولية والتأمين، ورقة بحثية مقدمة للندوة الوطنية حول المهن القانونية الحرة جامعة الحسن الثاني، الدار البيضاء، المغرب، يومي 23 / 24 نوفمبر 1990، ص 151.

المؤهل عن الشخص العادي في تخصصه الفني والعملي في المهنة التي يحترفها هو إلمامه الكامل بجميع متطلباتها التقنية والقانونية، فمن يمتهن مهنة الطب مثلا يشترط فيه أن يكون حائزا على شهادة علمية تؤهله لإحترافها ويكون مؤهلا لمزاولتها قانونا من الجهات المختصة، لأن أي مساس بجسم الإنسان يحرمه قانون العقوبات من مزاولة مهنة الطب[1]، فمن ينسب لنفسه العلم بخصائص مهنة معينة ولا يكون مؤهلا قانونا لممارستها يعتبر قد ارتكب جرما يخضعه لأركان قانون العقوبات فضلا عن إلتزامه بتعويض من أصابه الضرر من جراء انتحاله لهذه المهنة على أساس مسؤوليته التقصيرية وليس على أساس ارتكابه خطأ مهني.

وعلى المهني في ممارسة المهنة أن يتقيد بفرع تخصصه المثبت في شهاداته العلمية فلا يجوز له أن يزاول فرعا من المهنة خارج نطاق تخصصه، كالطبيب العام الذي يقوم بعملية جراحية تجميلية وهو غير مختص بجراحة التجميل.كما عليه أن يلتزم في ممارسته للمهنة بالأصول العلمية والفنية والقانونية، وأن لا يخضع لطلبات الطرف الآخر إذا كانت هذه الطلبات تتعارض مع أصول المهنة.

2- الإرتباط

بما أن الخطأ هو الركن الأساسي لقيام المسؤولية المدنية بصورتيها التقصيرية والعقدية، وأن المسؤولية المهنية لا تختلف عن المسؤولية المدنية بالنسبة لأركانها، غير أنها لا تقوم بمجرد صدور الخطأ من صاحب المهنة حتى وإن صدر أثناء ممارسته للمهنة، بل يجب أن يشكل هذا الخطأ إخلالا بالإلتزامات التي تفرضها الأصول الفنية والقانونية والعلمية للمهنة التي يزاولها.

والمعيار الذي يقاس به الخطأ المهني هو معيار العناية التقنية التي تقتضيها طبيعة المهنة وفقا للسلوك المألوف من إنسان يقظ في عمله وتخصصه وفي الظروف المحيطة به أثناء ممارسته

[1] بهاء بهيج شكري، مرجع سبق ذكره ، ص101.

مهنته مع مراعاته لضوابط المهنة، فإذا خرج صاحب المهنة عن هذه الضوابط والتقاليد وهو بصدد ممارسته مهنته أحدث ضررا للمتعامل معه فإن خروجه هذا يشكل خطأ مهني.[1]

ثالثا : مفهوم و أشكال عقد التأمين من المسؤولية المدنية المهنية و مجالات تطبيقه

التأمين من المسؤولية المدنية المهنية ينصب حول الأخطار المهنية التي تنتج عن ممارسة المهني لمهنته، ويغطي النتائج المالية المترتبة عليها والتي تكون محلا لمطالبات الغير المضرور.

1- مفهوم عقد التأمين من المسؤولية المدنية المهنية

عقد التأمين من المسؤولية المدنية المهنية يضمن النتائج المترتبة على ممارسة النشاط المهني، أي يغطي الأخطار التي تنتج عن أخطاء المهني أثناء ممارسة مهنته فمحل هذا العقد هو الأخطار المرتبطة بممارسة المهنة ومن ذلك يخرج من مجال التغطية أخطار المسؤولية التي تلحق بالمهني في إطار حياته الخاصة.[2]

وعقد التأمين من المسؤولية المدنية المهنية لا يختلف عن عقود التأمين من المسؤولية الأخرى من حيث نطاق الضرر الذي يكون المؤمن مسؤولا عن تعويضه، فهو دائما ينصب حول الأضرار الجسمانية والمادية التي تلحق بالغير، غير أن الإختلاف بينهما يظهر في نوع الخطأ والمسؤولية الناشئة عنه، ذلك أن الخطأ المهني يختلف في تكييفه عن الخطأ العادي.

كما أن عقد التأمين من المسؤولية المدنية المهنية لا يضمن كل الآثار الضارة المترتبة عن ممارسة النشاط المهني وإنما هذا العقد يضمن الأخطاء والأفعال الضارة التي تؤدي إلى أضرار جسدية أو مادية تلحق بالزبائن أو بمن لهم حق إحتمالي من الغير.[3]

---

[1] نفس المرجع السابق، ص 104.

[2] A.Favre Rochex et G.Courtieu, le droit des assurances obligatoires, librairie générale de droit et de jurisprudence, paris, 2000,p 42.

[3] A.Favre Rochex et G.Courtieu, op cit,p 44.

وبذلك فإن العقد يضمن نتائج المسؤولية العقدية والتقصيرية وقد يتم الإتفاق في وثيقة التأمين على أن العقد لا يضمن المسؤولية العقدية ويضمن المسؤولية التقصيرية أو يضمن نتائج الأولى دون الثانية وذلك حسب طبيعة المهنة كما يغطي أيضا الأخطاء التي تقع من تابعيه ومساعديه الخاضعين لرقابته وإشرافه، ويشمل كذلك الأضرار التي تلحق بالشخص الثالث بسبب الآلات والأجهزة المستخدمة من قبل المهني والمتعلقة بالمهنة.

2- أشكال عقد تأمين المسؤولية المدنية المهنية

يتخذ عقد تأمين المسؤولية المدنية المهنية شكلين:

أ- عقد فردي

حيث يقوم المهني بالإتفاق مع شركة التأمين على أن تقوم بتغطية وضمان كل أو بعض الآثار التي تترتب عن أخطائه في مواجهة الزبون أثناء ممارسته لمهنته، في مقابل تعهد المهني بدفع أقساط التأمين التي تحددها الشركة كمقابل للضمان.

ب- عقد جماعي

يعقد عقد تأمين المسؤولية المدنية المهنية في شكل جماعي وذلك من قبل مجموعة من المهنيين يشتركون في ممارسة مهنة واحدة ويتحدون في الظروف المحيطة بهذه الممارسة، فيتفقون على دفع الأقساط الناتجة عن العقد في مقابل إستفادة أحدهم من مبلغ التأمين في حالة حدوث الخطر محل التأمين بالنسبة له.

إضافة إلى هذين الشكلين قد تبادر الهيئة النقابية التي يتبعها المهني إلى إبرام عقود تأمين لصالح أعضائها وذلك من خلال قيام النقابة بدفع أقساط كاملة إلى شركة التأمين ثم تقوم

بتحصيلها بعد ذلك من أعضائها وذلك في نظير قيام شركة التأمين بدفع مبلغ التأمين إلى من يصيبه خطر من الأخطار المتفق عليها في وثيقة التأمين.[1]

ولا يهم الشكل الذي يتخذه عقد التأمين من المسؤولية المدنية المهنية وإنما المهم هو إبرام هذا العقد فالمهني الذي يمارس مهنة إشترط المشرع لممارستها ضرورة إبرام عقد تأمين من المسؤولية المدنية المهنية عليه أن يقدم ما يثبت مثل هذا العقد عند بداية الممارسة دون التعويل على ما إذا كان هذا العقد فردي أو جماعي.

3- مجالات تطبيق التأمين من المسؤولية المدنية المهنية

يوجد العديد من المجالات لهذا النوع من العقود والتي تظم معظم المهن، والتي سنذكر البعض منها:

أ- التأمين من المسؤولية المدنية المهنية للمحامي

التأمين من المسؤولية المدنية للمحامي يعد صورة من صور التأمين من المسؤولية فهو لايخرج عن نطاق أحكام هذا النوع من التأمين عموما، يعرف على أنه عقد يتولى المؤمن بموجبه ضمان الأضرار الناشئة عن الأخطاء المهنية المرتكبة من المحامي بمناسبة ممارسته للمحاماة، التي تلحق بالغير بصفته المستفيد المضرور في حدود مبلغ التأمين المشار اليه في وثيقة التأمين مقابل قيام المحامي بصفته المؤمن له تسديد للأقساط المتفق عليها.لذا فهو يغطي الآثار المالية المترتبة بسبب نهوض المسؤولية للمحامي بمناسبة مزاولته لمهنة المحاماة.[2]

فعقد التأمين من المسؤولية المدنية المهنية للمحامي يغطي فقط الأضرار المهنية التي تترتب عن الأخطاء التي يرتكبها أثناء مزاولته لمهنة المحاماة.

---

[1] محمد الكشبور، مرجع سبق ذكره، ص 158.

[2] منال ميسر نايف، إسراء صالح داؤود، التأمين من المسؤولية المدنية للمحامي، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد10 العدد37، العراق، 2008، ص 120.

نظم المشرع الجزائري هذه المهنة طبقا لنص المادة 21 من قانون المحاماة رقم 07/13 المؤرخ في 29 أكتوبر 2013 أن المحامي مجبر عند بداية ممارسته مهنة المحاماة على إبرام عقد تأمين من المسؤولية المدنية المهنية حتى يغطي نتائج أخطائه أو إهماله، فيتعلق الأمر إذن بتأمين إجباري، وبذلك يمكن إعتبار إبرام عقد التأمين شرطا من شروط ممارسة المهنة، بحيث إذ تخلف يفقد عنصرا أساسيا من العناصر المطلوبة للممارسة ويحق للنقابة عندئذ أن تمنعه من ذلك على أساس عدم إستيفائه لشرط نص عليه القانون مثله مثل شرط الحصول على المؤهل المطلوب أو تمتعه بالأهلية اللازمة.

ب- التأمين من المسؤولية المدنية المهنية الطبية

أصبح التأمين من المسؤولية المدنية الطبية اليوم يغطي نتائج مسؤولية الطبيب أو الجراح عن فعله الشخصي فالتأمين يضمن المسؤولية المدنية التي تقوم بسبب الأضرار الجسدية التي تلحق بالمريض نتيجة الأخطاء المهنية سواء في التشخيص أو في وصف العلاج أو استخدامه أو في أثناء العملية الجراحية.[1]

ففي القانون الجزائري فرض المشرع إلزامية التأمين من المسؤولية المدنية المهنية الطبية بموجب نص المادة 167 من الأمر 07/95 المتعلق بالتأمينات والتي جاء فيها" يجب على كل المؤسسات الصحية المدنية وكل أعضاء السلك الطبي والشبه الطبي والصيدلاني الممارسين لحسابهم الخاص تجاه مرضاهم وتجاه الغير".

ويغطي التأمين من المسؤولية المدنية الطبية مسؤولية الطبيب سواء كانت عقدية أم تقصيرية، غير أنه يخرج من هذه المسؤولية تلك التي تقع على الطبيب بسبب تحرير وكتابة الشهادات والتقارير الطبية إلا بوجود إتفاق خاص بتغطيتها.

[1] بلدي كريمة، مرجع سبق ذكره، ص 169.

ت- التأمين من المسؤولية المدنية المهنية للمحضر القضائي

نصت المادة 38 من القانون 06-03 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المتضمن تنظيم مهنة المحضر القضائي على مايلي:" يتعين على المحضر القضائي إكتتاب تأمين لضمان مسؤوليته المدنية".

ث- تأمين المسؤولية المدنية المهنية للموثق

نصت المادة 43 من القانون 06-02 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المتضمن تنظيم مهنة الموثق على مايلي:" يتعين على الموثق إكتتاب تأمين لضمان مسؤوليته المدنية".

الفرع الثاني :عقد التأمين من المسؤولية المدنية عن المنتجات

يعتبر عقد التأمين من المسؤولية المدنية عن المنتجات من العقود الإلزامية والمهنية والتعويضية، ولا يستفيد منها إلا الغير، حيث ألزم المشرع الجزائري المتدخل بضرورة إكتتاب تأمين طبقا للمادة 186 من الأمر 07/95 المعدل والمتمم الذي نص على أنه: " يجب على كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بصنع أو ابتكار أو تحويل أو تعديل أو تعبئة مواد معدة للإستهلاك أوللإستعمال أن يكتتب تأمينا لتغطية مسؤوليته المدنية المهنية تجاه المستهلكين والمستعملين واتجاه الغير". تتمثل المواد المشار إليها أعلاه في المواد الغذائية والصيدلانية ومستحضرات التجميل ومواد التنظيف والمواد الصناعية والميكانيكية والإلكترونية والكهربائية، وبصفة عامة في أي مادة يمكن أن تسبب أضرار للمستهلكين والمستعملين وللغير، يخضع المستوردون والموزعون لهذه المواد ذاتها لنفس إلزامية التأمين.[1]

[1] المادة 168من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس1995،ص23.

ومن هذه المادة نستنتج أن المشرع الجزائري أكد إلزامية نظام التأمين من المسؤولية المدنية على المنتجات بصفة عامة دون إستثناء، أي كل ما يقتنيه المستهلك من سلع و مواد إستهلاكية حتى يضمن تغطية نظام التأمين لجميع الأضرار المتوقعة والمرتبطة أساسا بحوادث الإستهلاك كما أن إلزامية التأمين ونطاقها من حيث الأشخاص فلم يقصرها على المتدخل الشخصي الطبيعي وإنما حتى الشخص المعنوي أو الشركات المنتجة والمستوردة للمواد الإستهلاكية، مما يوحي بأن كل متدخل بحكم مهنته في صنع أو تحويل أو تعبئة أو استيراد أو توزيع المنتوج الإستهلاكي ملزما قانونا بإكتتاب تأمين على المسؤولية المهنية، وهذا يعد تطورا ملموسا في مجال الإستهلاك، نظرا لضمان نظام تعويض مؤكد في حوادث الإستهلاك بدلا من اللجوء إلى القضاء وما يتطلبه ذلك من إجراءات طويلة للحصول على التعويضات اللازمة في حالة الأضرار التي تلحق بالمستهلكين.[1]

كما تنص المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 48/96 المؤرخ في 17 جانفي 1996 المحددة لشروط التأمين وكيفياته في مجال المسؤولية المدنية عن المنتجات على أنه:" يضمن التأمين المسمى(المسؤولية المدنية عن المنتجات) طبقا للتشريع المعمول به المستهلكين والمستعملين وغيرهم من الآثار المالية المترتبة على مسؤولية المؤمن له المهنية بسبب الأضرار الجسمانية المادية والمالية التي تتسبب فيها المنتجات".

فالتأمين من المسؤولية المدنية عن المنتجات يغطي التبعات المالية للمسؤولية المدنية التي يتعرض لها المؤمن له بالنظر إلى الأضرار الجسمانية والمادية والمالية الغير مباشرة التي تسببها للغير وللمشترين المنتجات التي تكون محددة في الشروط الخاصة لعقد التأمين، وذلك بعد تسليمها

[1] بوسماحة الشيخ، تأمين المسؤولية عن المنتجات، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد07، العدد03، الجلفة الجزائر،2014، ص ص 97- 98.

في إطار النشاطات المبينة في الشروط الخاصة لا غير بسبب إستعمالها أو إستهلاكها طبقا لكيفيات الإستعمال وحسب القواعد والشروط الشرعية التعاقدية والعرفية.

يترتب على عدم الإمتثال لإلزامية التأمين من المسؤولية المدنية عن المنتجات حسب المادة 184 غرامة مالية تتراوح ما بين 5000دج و 100000دج.ويجب أن تدفع هذه الغرامة دون الإخلال باكتتاب التأمين المعني.[1]

أولا: أهمية التأمين من المسؤولية المدنية عن المنتجات

يكتسي التأمين من المسؤولية المدنية عن المنتجات أهمية كبيرة في مجال تعويض حوادث الإستهلاك، حيث أصبح هذا التأمين يحتل حيزا هاما في مجال الإستهلاك إن كان في ذهن مسيري الشركات الإنتاجية والخدماتية أو لدى الجمهور العريض من ضحايا حوادث الإستهلاك وعموما يمكن إجمال أهمية هذا التأمين في النقاط التالية:

1- عجز نظام المسؤولية المدنية عن كفالة تعويض ضحايا حوادث الاستهلاك، ومعه بدا واضحا الاتجاه نحو اشتراكية وجماعية وسائل التعويض، ومنها التأمين الذي أصبح معه المنتج يلجأ إلى توزيع عبء التعويض على مجموع المستهلكين ، بتقسيم عبء الأقساط بينهم بإدماج بعض تبعات هذا القسط في ثمن المنتجات.

2- إن التأمين في هذا المجال أصبح ينظر له كضمان للإلتزام بتعويض الضحايا، وعلى رأي الأستاذ STARCKE " يجب النظر إلى التأمين في هذه الحالة ، ليس باعتباره تأمينا عن الضرر ولمصلحة المسؤول عنه بل الأولى اعتباره تأمينا عن الحوادث ولمصلحة المضرور"، معه بات راسخا أن التعويض عن الخسائر التي يولدها النشاط المهني، يمر بالضرورة عبر التأمين.

[1] المادة 184من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس1995، ص25.

3- يحقق التأمين في مجال مسؤولية المنتج نوعا من التوازن الملائم ، وذلك من ناحية توفير ملاءة مالية تمكن من تعويض الضحايا، وتؤدي لتهدئتهم وإشباع الحاجة لديهم، ومساعدة المشروعات الإنتاجية والخدمية على الاستمرار في النشاط،[1] والتي وعبر تقنية التأمين تقوم بتوزيع عبء الأضرار بدلا من تركيزها على مسؤول واحد فتسبب له الإنهيار.

بل أن الإجماع أصبح قائما على أن الانشغال الرئيسي للتأمين في حوادث الاستهلاك بات يستهدف تحقيق توازن بين حصول الضحايا على تعويضات ملائمة، والمساءلة المبررة للشركات الإنتاجية.[2]

ثانيا: الأخطار المستثناة من ضمان عقد تأمين المسؤولية المدنية عن المنتجات

إن القول بأن عقد التأمين من المسؤولية المدنية عن المنتجات هو الآلية التي من خلالها يمكن للمتدخل أن يضمن تعويض حوادث الإستهلاك لا يمكن أخذه على إطلاقه، باعتبار أن هذا العقد يعرف حالات وفروض تعزف فيها شركات التأمين عن تغطية بعض المخاطر وبالتالي الحلول محل المؤمن له في التعويض إما لخصوصية هذه المخاطر والتي جرى العرف على اعتبارها غير قابلة للضمان وإما لكون هذه المخاطر جرى الإتفاق على أن يقع تحملها على كاهل المتدخل في عملية وضع المنتوج للإستهلاك، ومن بين هذه الإستثناءات[3]:

1- الخطأ العمدي والفعل الإحتيالي والذي ينفي الصفة الإحتمالية عن الخطر التأميني.

---

[1] يسعد فضيلة، المسؤولية المدنية للمنتج عن منتجاته الصناعية، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، الجزائر،2017، ص325.

[2] قادة شهيدة، المسؤولية المدنية للمنتج"دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2005 ، ص308.

[3] بلدي كريمة ، مرجع سبق ذكره، ص183.

2- الأضرار التي تنجم عن تخلي المؤمن له عن حق الطعن المخول له قانونا أو بحكم عقد ضد المسؤول ولو جزئيا عن الحادث المغطى.

3- الأضرار اللاحقة بالمنتوج المعيب ذاته، فالمؤمن لا يضمن كلفة تصليح المنتوج المعيب أو تبديله أو تعويضه لصالح المشتري.

4- لا يضمن المؤمن عدم فعالية المنتوج أي عدم تحقيق الرغبة المتوقعة منه.

5- الأضرار الغير مادية التي تلحق بالمنشأة، كخسائر توقف الإنتاج، مصاريف تبديل العتاد خسارة الزبائن والطلبات، تشوه سمعة الشركة في السوق.

6- الأضرار الناتجة عن الإستعمال السيء للمنتوج، وهي الأضرار الناتجة عن عدم مراعاة القواعد والتعليمات والشروط الشرعية والتعاقدية والعرفية أثناء استعمال المنتجات المؤمن عليها، تناولها أو استخدامها.

7- تستثني شركات التأمين من دائرة الضمان التي توفرها للمنتج والمستهلك على السواء، تلك الأضرار الناتجة عن أخطاء في التصميم، وهي التي تشمل المراحل التي يكون فيها المنتوج في مراحل التحضير أو الإعداد بل قد يصل بها الأمر إلى أن ترفض تأمين الأضرار الناشئة عن الخطأ في استعمال المنتوج، ويرجع سبب هذا الاستثناء إلى التكلفة الباهظة التي تمثلها الأضرار المترتبة على عيوب التصميم.[1]

الفرع الثالث : عقد التأمين من المسؤولية المدنية العشرية

تعتبر المسؤولية العشرية نوعا خاصا من المسؤولية المدنية وقد ظهرت لضمان الإخلال بتنفيذ إلتزامات عقد المقاولة وفق شروط معينة، فهي منظمة بموجب قواعد آمرة ومفترضة بقوة القانون. تنشأ المسؤولية العشرية بإرتباط كل من المهندس المعماري والمقاول قبل رب العمل

[1] يسعد فضيلة ، مرجع سبق ذكره ،ص 329.

بموجب عقد مقاولة محله تشييد أو إقامة منشأة ثابتة ويرتب عقد المقاولة على عاتق المهندس المعماري والمقاول التزام بضمان سلامة البناء من المخاطر التي قد يتعرض لها خلال فترة الضمان، وهو إلتزام مستقل عن الإلتزام بإقامة أو تشييد البناء.[1]

نص المشرع الجزائري في المادة 554 من القانون المدني على أنه:" يضمن المهندس المعماري والمقاول متضامنين ما يحدث خلال عشر سنوات من تهدم كلي أو جزئي فيما شيداه من مبان أو آقاماه من منشآت ثابتة أخرى ولو كان التهدم ناشئا عن عيب في الأرض، ويشمل الضمان المنصوص عليه في الفقرة السابقة ما يوجد في المباني والمنشآت من عيوب يترتب عليها تهديد متانة البناء وسلامته وتبدأ مدة السنوات العشر من وقت تسليم العمل نهائيا. ولا تسري هذه المدة على ما قد يكون للمقاول من حق الرجوع على المقاولين الفرعيين".

وتضيف المادة 556 من القانون المدني" يكون باطلا كل شرط يقصد به إعفاء المهندس المعماري والمقاول من الضمان أو الحد منه".

تعد المسؤولية العشرية للمقاول والمهندس المعماري نوع من أنواع عقود التأمين، تدخل في نطاق التأمينات الإجبارية وهذا ما نصت عليه المادة 178 من الأمر 07/95 على أنه:" يجب على المهندس المعماري والمقاولين وكذا المراقبين التقنيين اكتتاب عقد لتأمين مسؤوليتهم العشرية المنصوص عليها في المادة 554 من القانون المدني على أن يبدأ سريان هذا العقد من تاريخ الاستلام النهائي للمشروع".[2]

[1] صبايحي ربيعة، خصوصيات المسؤولية المدنية للمهندس المعماري و المقاول بعد تسليم المباني في القانون الجزائري، مجلة الحقوق والحريات، العدد التجريبي ، بسكرة، الجزائر، 2013، ص337.

[2] المادة 178من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس1995، ص24.

وتضيف المادة 181"يغطي الضمان المشار إليه في المادة 178 أعلاه أيضا الأضرار المخلة بصلابة العناصر الخاصة بتجهيز بناية ما، عندما تكون هذه العناصر جزء لا يتجزأ من منجزات التهيئة و وضع الأساس و الهيكل و الإحاطة و التغطية. يعتبر جزءا لا يتجزأ من الإنجاز كل عنصر خاص بالتجهيز لا يمكن القيام بنزعه أو تفكيكه أو استبداله دون إتلاف أو حذف من مواد هذا الإنجاز".[1]

يستخلص من المواد السابقة أن المهندس والمقاول يضمنان ما يحدث خلال عشر سنوات من تهدم كلي أو جزئي فيما شيداه من مبان أو آقاماه من منشآت ثابتة أخرى، ولو كان التهدم ناشئا عن عيب في الأرض ذاتها كما يشمل هذا الضمان ما يحدث في المنشآت من عيوب يترتب عليها تهديد متانة البناء وسلامته، و أيا كان العيب فإنه يشترط أن يكون هذا العيب على درجة من الخطورة بحيث يهدد سلامة ومتانة البناء، أما إذا لم يصل إلى هذه الدرجة فلا يوجب الضمان، كما يشترط أن يكون خفيا لأنه لو كان ظاهرا يمكن كشفه بالفحص المعتاد فإن تسلم العمل من صاحبه دون اعتراض أو تحفظ عليه يعتبر نزولا منه عن الضمان.

يهدف التأمين من المسؤولية المدنية العشرية على حماية المهندس المعماري و المقاول من الرجوع عليهما أو على أحدهما على إثر تحقق دعوى المسؤولية وبموجب ذلك تحل شركة التأمين محل المؤمن له في دفع التعويض الذي حددته الخبرة القضائية الفنية ضمانا لحصول رب العمل على تعويض عادل عند إصابته بأضرار جراء عملية البناء.[2]

[1] المادة 181من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس1995، ص25.

[2] صبايحي ربيعة، مرجع سبق ذكره ، ص343.

يترتب على عدم الإمتثال لإلزامية التأمين من المسؤولية المدنية العشرية حسب المادة 185 إلى دفع غرامة مالية يتراوح مبلغها من 5000دج إلى 100000دج وذلك دون الإخلال بالعقوبات الأخرى التي يمكن أن تطبق في شأنه وفقا للتشريع المعمول به.

أولا: المخاطر القابلة للضمان في تأمين المسؤولية المدنية العشرية

إن المشرع الجزائري في قانون التأمينات لم يحدد بدقة الضمانات التي يمكن لشركة التأمين أن تضمنها بموجب عقد التأمين من المسؤولية المدنية العشرية، حيث اكتفى بتحديد موضوعه بأن يضمن المسؤولية المنصوص عليها في المادة 554 من القانون المدني، كما أضافت المادة 181 من الأمر 07/95 بأن هذا الضمان يمتد لتغطية الأضرار المخلة بصلابة العناصر الخاصة بتجهيز بناية ما، وربط ذلك بشرط أن تكون هذه العناصر جزءا لا يتجزأ من منجزات التهيئة ووضع الأساس والهيكل والإحاطة والتغطية.

وبالرجوع إلى الشروط العامة لهذا العقد والخاصة بالشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR نجدها تحدد ضمانات عقد التأمين من المسؤولية العشرية كالتالي:

1- التبعات المالية للمسؤولية المدنية العشرية التي تقع على المؤمن لهم بمفهوم أحكام المادتين 554 و 555 من القانون المدني.

2- مصاريف رفع الأنقاض الناجمة عن الحوادث المضمونة.

3- التبعات المالية للمسؤولية المدنية التي يتعرض لها المؤمن لهم بمفهوم المواد 124 وما يتبعها من القانون المدني بالنظر إلى الأضرار الجسمانية والمادية والمالية الغير مباشرة التي سببت للغير ومالك المنشأة على إثر وقوع خطر مضمون بالعقد، ولكن شريطة قبول المؤمن ذلك مقابل قسط إضافي.

4- مصاريف الخصومة المنفقة في حالة حادث مضمون في إطار الدفاع والمتابعة عن المصالح المشتركة أمام الجهات القضائية المدنية وحتى الجزائية ولكن المتعلقة بالشق المدني فقط.

5- في حالة قيام مسؤولية مشتركة مقترنة ومتضامنة للمؤمن له مع متدخلين آخرين، فإن ضمان عقد التأمين من المسؤولية المدنية العشرية ينحصر في حدود نصيب المؤمن له في الضرر الذي أصاب المنشأة موضوع مهمته والغير، هذا رغما عن أي تدبير أو نص مخالف.[1]

إن الضمانات المذكورة أعلاه يسري مفعولها من التسليم النهائي للأشغال الذي يحدد بواسطة محضر التسليم النهائي الذي يوقع من قبل كل المعنيين، وتنتهي بقوة القانون ودون إشعار مسبق بمرور عشر سنوات ابتداء من هذا التاريخ.

ثانيا: المخاطر المستثناة من تأمين المسؤولية المدنية العشرية

إن المؤمن لا يضمن جميع الأخطار فهناك أخطار جرى العرف على استثنائها من الضمان، وهي نفس الإستثناءات المعمول بها في عقود التأمين بفرنسا، ويمكن تلخيص الاستثناءات الواردة في عقد التأمين من المسؤولية العشرية كمايلي[2]:

1- الحروب والإضطرابات الشعبية أو المضاهرات أو أعمال الشغب أو الإرهاب.

2- أعمال الغزو أو الأعمال العدوانية أو العمليات الحربية.

3- الفيضانات، الزوابع، الأعاصير، الزلازل، البراكين، الموجات المدية، أو أي ظاهرة طبيعية.

4- الحركات الأرضية الناجمة عن استغلال المناجم وشق الأنفاق.

5- الإصابات والأضرار المادية التي يسببها المؤمن له أو أحد تابعيه عمدا.

6- الأضرار الناتجة عن الآثار المباشرة للإنفجار ولإنبعاث الحرارة، الإشعاع والنشاط الإشعاعي.

[1] أحمد دغيش، التأمين في الترقية العقارية، حوليات جامعة بشار، العدد 11، الجزائر، 2011، ص 87.

[2] Jean Bigot, Michel Périer, Risques et assurances construction, L'Argus de l'assurance, paris, 2007,p 236.

7- الأضرار والخسائر الناتجة بصفة مباشرة عن الحريق أو الإنفجار إلا إذا كان الإنفجار تابع مباشرة لحادث مضمون.

8- الأضرار التي سببت للمنشآت والتي بررت قبل الاستلام أو أثنائه لتحفضات من طرف هيئة المراقبة التقنية إذا كان أصل الحادث يكمن في ذات موضوع هذه التحفظات، وهذا طالما إذا لم يتم إزالة هذه الأخيرة.

إضافة إلى الإستثناءات السالف بيانها، نجد بأن المشرع الجزائري في نص المادة 182 من الأمر 07/95 قد أعفى الدولة والجماعات المحلية والأشخاص الطبيعيين من إلزامية هذا التأمين عندما يقومون ببناء مساكن خاصة للاستعمال السكني، أو بناء أو تشييد بعض المنشآت التي قام بتحديدها في قائمة حصرية بموجب المرسوم التنفيذي رقم49/96 بموجب المادة 02 منه والتي شملت: الجسور، الأنفاق، السدود، الطرق السريعة، القنوات الحواجز المائية التلية، المكاسر الموانىء، المرافىء، مباني الحماية، قنوات نقل المياه، خطوط السكك الحديدية مدرجات هبوط الطائرات، إذ تعفى هذه المنشآت من إلزامية التأمين على المسؤولية العشرية.[1]

المبحث الثاني: المنتجات المرتبطة بالأضرار

منتجات التأمين المرتبطة بالأضرار هي تلك المنتجات التي تأمن الخسارة التي تلحق ذمة الشخص المالية أو ربح فاته، عند وقوع الحادث أو تحقق الخطر المؤمن منه ،أي أنه مرتبط بمال وممتلكات المؤمن له وليس بشخصه ويتميز التأمين عن الأضرار بأنه يمس الخطر المؤمن منه مال المؤمن له، المصلحة في التأمين من الأضرار مصلحة إقتصادية، أي لها قيمة مالية، مبلغ

[1] يعيش تمام أمال، حاحة عبد العالي، المسؤولية العشرية كآلية قانونية لحماية الملكية العقارية وفقا للقانون رقم 04/11، مجلة الحقوق والحريات، عدد تجريبي، بسكرة، الجزائر،2013،ص524.

التأمين لا يتجاوز قيمة الضرر الناتج عن وقوع الخطر المؤمن منه وإنما في حدود المبلغ المتفق عليه. [1]

ومن أجل التعرف على مختلف منتجات التأمين المرتبطة بالأضرار قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى أربع مطالب تناولنا في المطلب الأول التأمين على السيارات والتأمين الفلاحي، تأمين الحريق والتأمين ضد الكوارث الطبيعية في المطلب الثاني، التأمين على البضائع وعلى القروض المتعلقة بالصادرات في المطلب الثالث أما المطلب الرابع خصصناه لتأمينات الأضرار الأخرى.

المطلب الأول:التأمين على السيارات والتأمين الفلاحي

يعد التأمين من أهم الأدوات المستخدمة في إدارة المخاطر، حيث شهد في الآونة الأخيرة قفزات نوعية من خلال مواكبته لجل المستجدات الحاصلة في مختلف النشاطات بهدف دعمها والحفاظ على استقرارها.

سنحاول من خلال هذا المطلب تسليط الضوء على مفهوم كل من التأمين على السيارات والتأمين الفلاحي وأهم المنتجات التي يقدمها كل نوع.

الفرع الأول:التأمين على السيارات

هذا النوع من التأمين مطبق منذ 27 فيفري 1958 المتعلق بإلزامية التأمين على السيارات في فرنسا وتطبيقه في مستعمراتها، والذي تم تمديده لاحقا بعد الإستقلال بالأمر الصادر في سنة 1962.

إن عقد التأمين على السيارات في الجزائر يخضع لأحكام القانون المدني، وللأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات، المعدل والمتمم بالقانون رقم 04/06

[1] صندرة لعور، التأمين على أخطار المؤسسة"دراسة حالة تأمين خسائر الإستغلال" ، رسالة ماجستير، تخصص بنوك وتأمينات،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة، الجزائر،2005، ص 42 .

المؤرخ في 20 فيفري 2006 وللأمر رقم 15/74 المؤرخ في 30 جانفي 1974 المتعلق بإلزامية تأمين السيارات وبنظام تعويض الأضرار المعدل والمتمم بالقانون رقم 31/88 المؤرخ في 19 جويلية 1988، وكذا للمراسيم التطبيقية رقم 34/80، 35/80 36/80، 37/80، المؤرخة في 16 فيفري 1980.

ويغطي هذا العقد تعويض الأضرار الجسمانية و/أو المادية التي تلحق بالغير من جراء حادث أو حريق أو إنفجار تكون المركبة قد تسببت فيه سواء أثناء السير أو خارجه. وهذا من خلال الضمانات المقدمة منها الإلزامية ومنها الإختيارية.[1] وللحديث عن نطاق تطبيق التأمين على السيارات يقتضي تحديد مفهوم السيارة وتشخيصها من جهة وتحديد الضمانات المقدمة من جهة ثانية.

أولا:مفهوم السيارة

يقصد بالسيارة وفق التشريع الجزائري في مادته الأولى والثانية من الأمر 15/74 الصادر في 30 جانفي 1974: كل مركبة برية ذات محرك وكذلك مقطوراتها ونصف مقطوراتها وحمولاتها ويفهم بمقطوراتها ونصف مقطوراتها مايلي:

1- المركبة البرية المنشأة بقصد ربطها بمركبة برية ذات محرك، وتكون تلك المركبات مخصصة لنقل الأشخاص أو الأشياء.

2-كل جهاز بري مرتبط بمركبة برية ذات محرك.

3-كل آلية أخرى يمكن أن تكون مشابهة للمقطورات أو نصف المقطورات، بموجب مرسوم.

[1] الشركة الوطنية للتأمين SAA، الشروط العامة لعقد تأمين السيارات، تأشيرة رقم 01، الجزائر، 2010،ص3.

تعرف المادة 02 الفقرة 22 من القانون رقم 14/01 المؤرخ في 19 أوت 2001 المتعلق بتنظيم حركة المرور عبر الطرق وسلامتها وأمنها المعدل والمتمم، المركبة البرية ذات محرك بقولها "هي مركبة برية مزودة بمحرك للدفع تسير على الطريق بوسائلها الخاصة".

كما تعرف الفقرة 23 من نفس المادة السيارة بقولها" هي كل مركبة موجهة لنقل الأشخاص أو البضائع تكون مزودة بجهاز ميكانيكي للدفع تسير على الطريق".

أما الفقرة 26 فتعرف المقطورة بأنها" كل مركبة موجهة لتكون موصولة بسيارة".[1]

فإذا تحققت هذه التعاريف في مركبة ما يكون مالكها ملزما قبل انطلاقها للسير بإبرام عقد تأمين يغطي الأضرار التي تسببها للغير، ومن الملاحظ أن المشرع الجزائري في هذا الصدد لم يوضح المجالات التي تستخدم فيها المركبة البرية ذات المحرك كالجرارات التي تستعمل في مجال النشاط الزراعي وآلات الأشغال العمومية والبناء ومادام لم يحدد المشرع ذلك فإن الأمر يخضع للتأمين الإجباري مثلها مثل المركبات البرية الأخرى أثناء سيرها بالطرق العمومية وحتى داخل المزرعة والورشة وذلك باعتبار أن التأمين الإجباري لا يكون محله المركبة في حد ذاتها بقدر ما هو تأمين لحارس المركبة ومالكها من رجوع الغير عليه بالمسؤولية المدنية.

واستثنى المشرع من التأمين الإجباري المركبات البرية ذات المحرك المملوكة للدولة أو الموضوعة تحت حراستها وذلك باعتبار أن الدولة مؤمنة على نفسها بنفسها، كما استثنى من نطاق تطبيق هذا النظام وسائل النقل بالسكك الحديدية بمختلف أنوعها فهي خاضعة لنظام خاص.[2]

---

[1] بلدي كريمة، مرجع سبق ذكره ،ص 154.

[2] عقبة ريمي، نمذجة قياسية لتسعيرة تأمين السيارات (نموذج بواسون،نموذج ثنائي الحدين السالب) دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين SAA، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر،الجزائر، 2009، ص 70.

ثانيا:تشخيص المركبة

يتم تشخيص المركبة المشمولة بالضمان الخاص بالتأمين الإلزامي بمجموعة من المواصفات هي: الصنف الطراز، الرقم التسلسلي، سنة الاستعمال ورقم التسجيل. وبناء على ذلك تحرر شركة التأمين وقت توقيع العقد شهادة تثبت التزامها بتغطية المخاطر الناجمة عن المسؤولية المدنية للمكتتب أو المالك أو الحارس، وتسمى بشهادة التأمين على السيارة وتشمل هذه الشهادة عند الحاجة إلى جانب المركبة مقطورتها، مع بيان نوعها ورقم تسجيلها حتى لا يكون هناك تداخل بينها وبين مقطورات أخرى، وتتضمن هذه الشهادة على وجه الخصوص البيانات التالية[1]:

1- إسم ومقر وعنوان شركة التأمين.

2- اسم ولقب وعنوان المؤمن له (مكتتب العقد).

3- مدة الضمان ورقم وثيقة التأمين.

4- مواصفات المركبة المضمونة، وخاصة رقم تسجيلها.

5- ختم وتوقيع ممثل شركة التأمين.

وتتمثل هذه الشهادة قرينة قاطعة لضمان شركة التأمين للمخاطر الخاصة بالتأمين الإلزامي للمدة المحددة بها

وللمركبة المعنية بالمواصفات التي ذكرت آنفا.

ثالثا: الضمانات التي يقدمها عقد تأمين السيارات

يقدم عقد تأمين السيارات مجموعة من الضمانات منها الإلزامية ومنها الإختيارية:

[1] نفس المرجع السابق، ص 70.

1- الضمانات الإلزامية

هي الحماية من الأخطار الناجمة عن المسؤولية المدنية لاستعمال السيارة والتي قد تلحق بالغير سواء منها المادية و/ أو الجسدية، بسبب الطاقة الكامنة للمركبات المتحركة، وأي إخلال بهذه الإلزامية فإنها تعرض صاحبها لعقوبات قانونية تتراوح بين الحبس و/أو الغرامة المالية. وتشمل:

أ- **التأمين على المسؤولية المدنية للمؤمن له:** يعتبر التأمين على المسؤولية المدنية إجباريا حيث أنه يجب على كل مالك سيارة أن يبرم عقد تأمين عن المسؤولية المدنية، وذلك لتغطية الأضرار المادية والمعنوية التي قد تصيب الغير ويكون التأمين ساريا في الحالات التالية:

أ-**1-المسؤولية المدنية أثناء السير:** تضمن الشركة للمؤمن له التبعات المالية للمسؤولية المدنية التي يمكن أن يتعرض لها بسبب الأضرار الجسمانية و/أو المادية التي يحدثها للغير أثناء أو بمناسبة سير المركبة.كما تضمن الشركة أيضا التعويض عن الأضرار الجسمانية لكل ضحية أو لذوي حقوقها حتى ولو لم تكن لها صفة الغير تجاه الشخص المسؤول مدنيا، وذلك طبقا لأحكام المادة 8 و13 من الأمر رقم15/74 المؤرخ في 30 جانفي 1974 والمتعلق بإلزامية التأمين على السيارات ونظام التعويض عن الأضرار المعدل والمتمم بأحكام القانون 31/88 المؤرخ في 1988/08/19.

أ-**2-المسؤولية المدنية خارج السير:** تضمن الشركة للمؤمن له التبعات المالية للمسؤولية التي قد يتحملها بسبب أضرار جسمانية و/أو مادية تلحق بالغير، غير أن هذا الضمان لا يغطي الحوادث الناتجة عن إستعمال محرك المركبة المؤمنة كمصدر طاقة لتأدية أشغال أيا كان نوعها.

أ-3-الضمانات المكملة للمسؤولية المدنية.[1]

2-الضمانات الإختيارية

هي تلك الضمانات التي يختارها المؤمن له بمحض إرادته لتضاف إلى الضمانات الإلزامية إشباعا لحاجته من الأمن التي تتجاوز حدود التأمين الإلزامي، في حالة تسببه في الحادث أو ما تسمى بالأضرار الملحقة بالمركبة أو ركابها بدون مسؤولية مدنية للغير وتشمل:

أ- التأمين على هيكل السيارة والأضرار التي تحدث في حالة الاصطدام: التأمين على هيكل السيارة هو ضمان للخسائر التي تخلفها عند الاصطدام بجسم ثابت أو متنقل كما قد يصيبها أضرار عند حدوث كوارث طبيعية (فيضانات،زلازل)، وأما الضمان عند إصطدام السيارة بمركبة أخرى أو على الراجلين أو حيوان فهنا شركة التأمين تتعهد بتعويض المؤمن له بمبالغ الأضرار في حدود المبالغ المضمونة في العقد.[2]

ب- التأمين على الحرائق والإنفجارات: في حالة الحريق أو الاحتراق التلقائي، الصاعقة والانفجارات تقوم شركة التأمين بتعويض المؤمن له عن الخسائر الملحقة بالسيارة، باستثناء الأضرار التي تسببت فيها أي مادة متفجرة منقولة بصفة غير قانونية أو لم يتم التصريح بها مسبقا لدى المؤمن.

ت- التأمين على السرقة : تضمن الشركة في حالة سرقة المركبة المؤمنة أو محاولة سرقتها الأضرار الناجمة عن فقدان المركبة وكذا ملحقاتها.

ث- التأمين على إنكسار الزجاج: تضمن الشركة للمؤمن له تصليح أو تعويض الأضرار التي لحقت بالمركبة المؤمنة على إثر انكسار الزجاج الأمامي، الزجاج الخلفي، زجاج السقف القابل

[1] الشركة الوطنية للتامين SAA ، الشروط العامة لعقد تأمين السيارات، تأشيرة رقم 01، الجزائر، 2010،ص05.

[2] محمد خيري، دور مؤسسات التأمين في تمويل الإقتصاد الوطني، رسالة ماجستير، فرع نقود ومالية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر،2011، ص152.

للفتح، المرايا الجانبية، المرايا الارتدادية الجانبية، بحيث يسري هذا التأمين بغض النظر عن كون المركبة في حالة حركة أو توقف.

ج- التأمين على الدفاع والمتابعة: يقصد بالتأمين على الدفاع والمتابعة أن تحل شركة التأمين مكان المؤمن له سواء بالنسبة للمسؤولية المدنية أمام الأضرار،كما تحميه أمام المحاكم (المدنية أو الجنائية)، وذلك بتحملها تكاليف القضاء، ولكن حسب المبلغ المحدد في عقد التأمين، أما الغرامات فتكون على عاتق المؤمن له.

ح- التأمين الشامل: يعد هذا النوع الأكثر تكلفة، ويسمى بالشامل لأنه يضمن كل المخاطر التي قد تتعرض لها السيارة إضافة إلى أخطار المسؤولية المدنية ،فهو يغطي أخطار الاصطدام الناتجة عن الأحداث التالية:

ح-1 اصطدام بجسم خارجي ثابت أو متحرك بالسيارة (شجرة،سيارة،دراجة،حيوان...)

ح-2 انقلاب السيارة المؤمنة.

ح-3 سقوط السيارة المؤمنة في (مجرى للمياه،بركة).

ح-4 فيضان تتعرض له السيارة المؤمنة أثناء ركنها ما يسبب صعود كبير للمياه على جسم السيارة.

ح-5 اضافة الى الأضرار الجسمانية التي قد يتعرض لها السائق. الحريق، الانفجار، انكسار الزجاج والخسائر الناتجة عن ظواهر طبيعية، السرقة وغيرها.

خ- التأمين الخاص بالراكبين بالسيارة: قد يلجأ مالك السيارة للتأمين على الأشخاص الراكبين معه فإذا وقع حادث جسماني فالشركة تقوم بالدفع للمستفيدين المعنيين في عقد التأمين مبلغا من المال

حسب الشروط المتفق عليها ونجد منها مصاريف العلاج والمصاريف الصيدلانية التي أنفقها المؤمن له عند وقوع الحادث.[1]

د- البطاقة البرتقالية للتأمين: هي بطاقة التأمين الموحدة عن سير السيارات عبر البلاد العربية وهي إتفاقية تم توقيعها بوزارة المالية التونسية يوم السبت 26 أفريل 1975، إيمانا منها بأهمية تشجيع السياحة وتيسير التبادل التجاري بين الدول العربية بما يعود على الإقتصاد العربي بأكبر الفوائد. وتيسيرا لإنتقال المواطنين العرب بسياراتهم على مختلف أنواعها بين الدول العربية في ظل نظام يضمن التعويض على حوادث الطريق. ويكون تعويض الحوادث الناجمة عن السيارات طبقا للشروط وبالأوضاع التي يقررها قانون التأمين الإجباري في الدول التي يقع فيها الحادث.

الفرع الثاني: التأمين الفلاحي

يعتبر التأمين الفلاحي من أبرز الوسائل الحديثة التي تلجأ إليها الدول لمواجهة ظروف المخاطر أثناء ممارسة النشاط الفلاحي وترجع هذه الأهمية لعدة عوامل منها عدم فعالية الأدوات الأخرى في مواجهة الأخطار الطبيعية والصحية الأخرى والتي زادت أثارها السلبية بسبب توجه الفلاحة الحديثة نحو التخصص.

أولا:مفهوم التأمين الفلاحي

التأمين الفلاحي هو وسيلة تهدف إلى تقليل الخسائر جراء تعرض القطاع الفلاحي لعناصر المخاطرة بتوزيع أعباء هذه الخسائر على مجموعة كبيرة من المزارعين المشاركين،كما أن التأمين

[1] الشركة الوطنية للتامينSAA ، الشروط العامة لعقد تأمين السيارات، تأشيرة رقم 01، الجزائر، 2010، ص09.

الفلاحي لايقتصر على التأمين على المحاصيل الزراعية فقط، بل إنه يشمل أيضا الماشية الخيول، الغابات، الإستزراع المائي والبيوت البلاستكية الفلاحية.[1]

عرف التأمين الفلاحي على أنه اتفاق أو عقد لمدة معينة بين المؤمن له وجهة التأمين ، يتم بموجبه دفع التعويض المناسب من قبل جهة التأمين عن الخسائر التي يتعرض لها المؤمن له وهو هنا المزارع بسبب تحقق الأخطار الفلاحية المنصوص عليها في العقد وهذا مقابل قسط يؤديه المؤمن له "المزارع" لجهة التأمين.[2]

يعرف التأمين الفلاحي كذلك بأنه بمثابة وسيلة لإمتصاص الصدمات التي يتعرض لها المزارعون ومربو الأنعام من جراء الكوارث التي تكون فوق طاقتهم، ويوفر بذلك شبكة أمان لدى وقوع المخاطر. ويعتبر الهدف الأساسي للتأمين الفلاحي هو المساعدة في إستقرار وتأمين إحتياجات المجتمع الزراعي بتقديم مجموعة من التغطيات لمحاصيل وممتلكات المزارع لنفسه وأسرته.[3]

ثانيا:منتجات التأمين الفلاحي

تتعدد أنواع منتجات التأمين الفلاحي التي تغطي مختلف الأخطار التي تهدد النشاط الفلاحي إلا أن اغلب الباحثين في هذا المجال يقسمها الى ثلاثة مجموعات هي التأمين على الإنتاج النباتي والتأمين على الإنتاج الحيواني والتأمينات الفلاحية الأخرى.

[1] Assurance Agricole, The World Bank, D'après le site http://www.worldbank.org Consulté le 10/09/2017, p06.

[2] علي جدوع الشرفات، التأمين الزراعي، الطبعة الأولى ، دار الزهران للنشر والتوزيع ، الأردن، 2012،ص23.

[3] رمضان عمار الضو، التأمين الزراعي، من الموقع الإلكتروني:
https://www.sudaress.com/alsahafa/49712، تاريخ الإطلاع: 2017/02/10.

1- التأمين على الإنتاج النباتي

يعتبر الإنتاج النباتي شقا مهم في النشاط الفلاحي، إذ يلقى هذا الأخير اهتماما متزايدا من طرف جهات التأمين التي تعمل على توفير له منتجات تأمينية لحمايته من المخاطر التي قد يتعرض لها، ويمكن تمييز بين نوعين أساسيين من منتجات التأمين على الإنتاج النباتي، الأول يعتبر كلاسيكي يسمى التأمين المتعدد الأخطار على الإنتاج النباتي، والثاني وهو جد حديث ويسمى التأمين بواسطة المؤشر.

أ- التأمين الكلاسيكي المتعدد الأخطار على الإنتاج النباتي

بدأ الإهتمام بهذا النوع من التأمين في نهاية الثلاثينات القرن الماضي في كل من الولايات المتحدة واليابان وانتشر بعد ذلك في كل أنحاء العالم، واكتسى هذا النوع من التأمين أهمية عالمية وتطور استخدامه على أساس ممارسات وأسس تأمينية أصبحت تشكل قواعد أساسية لهذا النوع من التأمين، وتشمل التغطية التأمينية لهذا النوع من التأمين جميع المخاطر التي لا يمكن تفادي أثارها أثناء عملية الإنتاج شرط أن تستجيب لشروط التأمين وهذه المخاطر يجب تحديدها في وثيقة التأمين بشكل واضح [1]، وأهم الأسس التأمينية التي يعتمد عليها في عملية التأمين المتعدد الأخطار للإنتاج النباتي تشمل[2]:

أ-1- أنواع التغطية التأمينية والتي تقسم إلى نوعين ، الأولى **التغطية التأمينية الثابتة** والتي يتم فيها تحديد قيمة التغطية مسبقا من قبل المؤمن وتكون بناءا على مساحة المحصول ومعدل إنتاجية هذه المزرعة، أما الثانية فتسمى **بالتغطية التأمينية المرنة** والتي لا يتم فيها تحديد قيمة

[1] Haddouche Damia, Mécanisme et outils de gestion de calamités Agricole , thèses de Diplôme des hautes étude d'assurance ,école des hautes études d'assurance ,dely Brahim,Alger,2015,p18.

[2] على جدوع الشرفات، مرجع سبق ذكره، ص110.

التغطية إلا بعد تحقق الخطر وحصر الأضرار نهائيا بالاعتماد على تقييم الخبير الفلاحي للخسائر.

أ-2- المساحة المغطاة أي يجب تحديد المساحة المزروعة المراد تأمينها بشكل جيد من خلال الوصف الدقيق لهذه المزرعة ومكان وجودها وحدودها، ويعد ذكر كل المواصفات التي تتميز بها أمر ضروري بالنسبة للمؤمن ليتمكن من تحديد سعر التأمين لاختلاف سعر كل منطقة عن الأخرى ولغلق المجال أمام الغش والتلاعب من قبل المؤمن لهم .

أ-3- نوع الخسائر المغطاة إذ يغطي التأمين المتعدد للإنتاج النباتي نوعين من الخسائر التي تصيب المحاصيل الفلاحية الخسائر في كمية المنتج التي تكون نتيجة للأخطار المغطاة مثل حريق محصول القمح والتي يعبر عنها بكمية معينة من المحصول التي أهلكته النيران، والخسائر في النوعية نتيجة تعرض محصول معين لخطر من الأخطار الفلاحية أدت إلي إنقاص نوعية المنتج مما ترتب عليها خسائر مالية تقيم بالفارق بين سعر المنتج الجيد والمنتج الذي تعرض لخسارة في النوعية.

أ-4- يستثنى في هذا التأمين تعويض الخسائر التي تحدث نتيجة تأخر الفلاح في جني المحصول مما قد يؤدي إلى زيادة احتمال تعرضه للمخاطر خاصة بالنسبة للحبوب حيث بعد نضجها وجفافها تصبح سهلة الاحتراق وكذلك الخسائر الناتجة عن سوء التخزين أو النقل وغيرها من الأسباب ذات الصلة كما تستثني بعض الأخطار التي تعتبر كارثية مثل الخسائر الناتجة عن الإشعاعات النووية .

تختلف مدة عقد التأمين الكلاسيكي المتعدد الأخطار على الإنتاج النباتي بإختلاف المنتوج فعادة يغطي المحاصيل الفلاحية لموسم واحد، والموسم الفلاحي قد يكون أقل من سنة مثل البطاطا والتي لها أكثر من موسمين خلال سنة وقد يكون الموسم سنة كاملة مثل موسم القمح

والفواكه وتتعدى مدة التأمين السنة في بعض الحالات مثل التأمين على الشتلات والأشجار الصغيرة ، ويعتبر التأمين الذي يغطي الإنتاج النباتي لمدة سنة هو الأكثر شيوعا وانتشارا ، أما الذي يتعدى السنة فهو محصور في دول قليلة مثل ألمانيا وبريطانيا.

ب- التأمين بواسطة المؤشر

يعرف التأمين بواسطة المؤشر بسياسة الكوبون (Coupon) ويكمن جوهر هذه الطريقة في إعطاء الحق لحامل بوليصة التأمين أو المكتتب في البرنامج في الحصول على مبلغ محدد من المال في حال تحقق الخطر من خلال بلوغه شدة أو المدة المحددة، والقيمة لهذا الكوبون أو تغطية بوليصة التأمين إما أن تكون ثابتة عندما يتجاوز الخطر الحد المعين وإما متدرجة تعتمد على المدى الذي يسجله هذا الخطر بعد الحد الفاصل.[1]

تطبق سياسة التأمين المبنية على المؤشر على مستوى المنطقة وليس على مزرعة محددة أو خطر محدد يصيب مساحة ضيقة مثلما هو الحال في التأمين الكلاسيكي، بل بخطر يصيب المنظومة برمتها أو بأغلبها وبالتالي فإن التأمين الزراعي المبني على المؤشر هو بديل مبتكر يجعل التعويض لا يعتمد فيه على انجازات مزرعة محددة بل على مؤشر موضوعي أساسه إنتاجية منطقة أو مؤشر موضوعي يعتمد على الطقس مثل الأمطار أو درجة الحرارة وغيرهما، وهو بهذا يعطي تفوقا في حماية المزارعين من البرامج الكلاسيكية المعتمدة على الإنجاز الفردي ويقلل من الخطر الأخلاقي لاعتماده على مؤشر الإنتاج.

وتعد التجارب العالمية في هذا المجال جد محدودة نظرا لحداثة هذه الطريقة في التأمين واعتمادها على أدوات جد متطورة، ويضم التأمين بواسطة المؤشر نوعان، النوع الأول هو **مؤشر**

[1] عبد الحميد موسى البرغوثي، التأمين الزراعي في فلسطين الواقع الراهن وآفاق المستقبل، معهد السياسات الإقتصادية الفلسطينية، القدس، فلسطين، 2009، ص 41.

الطقس الذي يعتمد فيه على مؤشر موضوعي يرتكز على تذبذب إنتاج المناطق الزراعية المعتمد بشكل أساسي على عوامل الطبيعة كالأمطار في زراعة الحبوب وغيرها من مؤشرات المناخ فمؤشر الحرارة أو الأمطار متوفر بشكل موضوعي وفي سلاسل زمنية مفيدة يمكن الاعتماد عليها ويستخدم هذا النموذج في التعويض بشكل متناسب مع الفرق في قراءات المناخ بالمقارنة مع حد معين مقبول ومتفق عليه ومثبت في بوليصة التأمين، فمثل نقص كمية الأمطار بمئة ميليمتر يستحق تعويض اكبر من نقصها بعشرون مليمتر.كذلك يمكن ربط المؤشر من حيث الكمية والفترة الزمنية والتوقيت "الموسم" وفي أمور تلعب دور رئيسي في تحديد الأثر المترتب على هذا المؤشر[1].

أما النوع الثاني فهو **مؤشر إنتاجية المنطقة** الذي يطبق مثلا في اسبانيا والهند والبرازيل والولايات المتحدة على دفع التعويضات حسب إنتاجية المنطقة وليس إنتاجية المزرعة فحسب، وهو يغطي منطقة التي يتجانس فيها إلى حد ما النشاط الزراعي ويجب أن يتعدد المنتجون وذلك لتقليل الفروق البينية وغلق الباب أمام أي محاولة للتلاعب كقيام المنتج بتخفيض الإنتاج بشكل مفتعل والذي يعد خطرا أخلاقيا. وحتى يتم تطبيق البرنامج بشكل ناجع يفترض وجود قراءات لإنتاجية المحاصيل والأنشطة الزراعية بشكل عام في كل منطقة على حدى وبشكل علمي مدروس وموثق في سلسلة زمنية تمتد لعدة سنوات. ويتم التعويض وفق مؤشر الإنتاجية بشكل متناسب مع النقص في الإنتاجية (إنتاج وحدة المساحة) عن حد معين مقبول ومتفق عليه ومدون في بوليصة التأمين.[2]

2- التأمين على الإنتاج الحيواني

يتعرض قطاع التأمين الحيواني كغيره من نشاطات الفلاحية إلى مجموعة من المخاطر التي تؤثر عليه فالحيوانات المنتجة بسبب طبيعتها الحية عرضة للنفوق (الموت) بسبب الأمراض

[1]Haddouche Damia, op cit,p 20.

[2] عبد الحميد موسى البرغوثي، مرجع سبق ذكره ،ص 42.

والحوادث المختلفة والحوادث الناجمة عن الظروف المناخية ،كما أن المباني ومستلزمات إنتاج الثروة الحيوانية عرضة من جهة للمخاطر، وتشكل في نفس الوقت خطر على الحيوانات التي هي بداخلها كحريق المبنى أو انهياره وغيرها من المخاطر.

ويرتبط مستوى تأثير المخاطر على الثروة الحيوانية بمستوى تقدم طرق الإنتاج المستخدمة من قبل مربي هذه الثروة، فكلما كانت طرق الإنتاج متقدمة كلما توفرت الخدمات البيطرية مما يؤدي إلى أن أثر المخاطر التي يتعرض لها هذا القطاع أقل حدة، ولحماية هذا القطاع جاء التفكير بعملية التأمين على الثروة الحيوانية كإحدى طرق الحماية الممكن إتباعها. إذ جاء بثلاث أنواع من منتجات التأمين على الثروة الحيوانية وهي:

أ- **التأمين ضد مخاطر خصوصية:** في هذا النوع من التأمين على الثروة الحيوانية يتم تغطية مخاطر محددة وبشكل منفرد أو بشكل جماعي، هذه المخاطر تشمل المخاطر الناجمة عن نقل الحيوانات ومخاطر العروض ومخاطر عملية البيع ومخاطر خاصة ببعض فئات الحيوانات كخصي الذكور، وغير ذلك من المخاطر المحددة في العقد، ويمكن أن تمتد تغطية هذا النوع من العقود إلى بعض أنواع الحيوانات التي تستخدم في نشاطات ليست فلاحية كالتأمين على خيول السباق والتأمين على حيوانات العروض الترفيهية .

ب-**التأمين ضد مخاطر محددة:** يغطي هذا النوع من التأمين الثروة الحيوانية فقط ضد مخاطر الحوادث بحيث يجب أن تكون محددة جميعا في العقد والشروط العامة والخاصة، وأهم هذه الحوادث، الحريق، حوادث سقوط الحيوان وحوادث انهيار المبنى وغيرها من الحوادث التي لا تكون نتيجة سبب صحي.[1]

[1]Haddouche Damia, op cit,p 18.

ت- التأمين متعدد الأخطار: يتم التأمين في هذا الشكل من خلال وثيقة تسمى وثيقة التأمين المتعدد على الماشية، حيث تغطي الخسائر الناجمة عن موت أو مرض حيوانات المزرعة قيد التأمين بسبب الأمراض أو الحوادث التي تؤدي لموت أو مرض الحيوان قيد التأمين، وللتأمين المتعدد الأخطار على الحيوانات مجموعة من الأسس التي يساهم تطبيقها في نجاح هذا النوع من التأمين أهمها: التخلص من المخاطر الأخلاقية وهذا لصعوبة تحديد أسباب التي أدت إلى نفوق الحيوان وهل للفلاح دور في وجود هذه المخاطر[1]، تحديد شروط التأمين بحيث تضمن إمكانية تغطية الخسائر الناجمة عن هذه الأخطار ولا تقبل التأمين إلا بعد التأكد منها.

3- التأمين على الممتلكات الفلاحية

يمتد التأمين الفلاحي ليشمل مجالات أخرى غير التأمين على الإنتاج النباتي والحيواني ليصل إلى تغطية عوامل وأدوات المساعدة في الإنتاج النباتي والحيواني كالآليات والمركبات والمعدات الفلاحية والتأمين على العاملين في هذا النشاط، وتقوم بهذه العملية جهات متخصصة في التأمين الفلاحي، كما يمكن لجهات غير متخصصة في التأمين الفلاحي أن تقوم بتغطية الممتلكات الفلاحية وهذا لتشابه خصائص هذه الأخطار مع الأخطار الغير فلاحيه كالأخطار الصناعية والأخطار الحرفية. ومن أهم الممتلكات القابلة للتأمين نجد:

أ- **المباني الفلاحية** : يشمل جميع المباني داخل المزرعة سواء المستخدمة في عملية الإنتاج كتربية الدواجن أو تلك المستخدمة كمخزن أو سكن أو مباني إدارية أو أي مبنى يستعمل لأي استخدام فلاحي داخل المزرعة.

ب- الأغراض الشخصية: وتشمل جميع الأغراض الشخصية لكل من يسكن أو يعمل في المزرعة وحتى الضيوف القادمين إلى المزرعة لأن ضياع أغراضهم في هذه الحالة يقع تحت مسؤولية

[1] على جدوع الشرفات، مرجع سبق ذكره ، ص131.

صاحب المزرعة، والتي قد تتعرض للتلف أو السرقة وتشمل الملابس، الأثاث، الأدوات الكهربائية ومعدات المكاتب وغيرها.

ت- معدات النقل: يدخل تحت هذا النوع من التأمين المركبات الفلاحية ووسائل النقل التي يعتمد عليها الفلاح في نقل إنتاجه الفلاحي أو نقل المدخلات الفلاحية التي يحتاجها أو لتنقله هو وعماله.

ث- المخزونات الفلاحية: ويشمل جميع المخزونات التي يقوم الفلاح بتخزينها سواء كانت منتجات فلاحية كالقمح او مخزونات اخرى يحتاجها في نشاطه كالمدخلات الفلاحية مثل الأسمدة والأدوية والمبيدات بالنسبة للإنتاج النباتي أو المواد البيطرية والأعلاف بالنسبة للإنتاج الحيواني.

ج- الآليات والمعدات الفلاحية: وتشمل المعدات والآليات الموجودة في المزارع سواء تلك المخزنة أو المستخدمة في العملية الإنتاجية كالجرارات ومعدات البذر والحضانات وآلات حلب الأبقار وأدوات حفظ الحليب والصهاريج المستخدمة في نقل الماء والوقود وغير ذلك من المعدات والآليات الفلاحية.[1]

المطلب الثاني: التأمين من الحريق والتأمين ضد الكوارث الطبيعية

سنتناول في هذا المطلب كل من التأمين عل الحريق والتأمين ضد الكوارث الطبيعية بإعتبارهما كانا يصنفان في عقد تأمين واحد

الفرع الأول: التأمين من الحريق

إن عقد التأمين ضد خطر الحريق يقتصر نطاقه على الأضرار والخسائر التي تتعرض لها الأموال المنقولة وغير المنقولة بسبب الحريق والصاعقة والإنفجار، حيث تنص المادة 44 من

[1] علي جدوع الشرفات، مرجع سبق ذكره، ص143.

الأمر 07/95 "يضمن المؤمن من الحريق جميع الأضرار التي تتسبب فيها النيران، غير أنه إذا لم يكن هناك إتفاق مخالف، لا يضمن الأضرار التي يتسبب فيها تأثير الحرارة أو الإتصال المباشر الفوري للنار أو لإحدى المواد المتأججة إذا لم تكن هناك بداية حريق قابلة للتحول إلى حريق حقيقي"[1].

ولا ينصرف هذا العقد إلى تغطية مسؤولية المؤمن له عن الوفاة أو الإصابة الجسدية أو المرض الذي يصيب شخصا ثالثا بسبب الحريق، ولا إلى تضرر ممتلكات الغير نتيجة لذلك، غير أنه من الجائز في التطبيق العملي أن يوسع هذا النطاق ليغطي مسؤولية مالك الأموال المنقولة والغير منقولة المؤمنة ضد الحريق عن مثل هذه الأضرار.

ويتم تطبيق هذا التأمين من خلال توسيع نطاق ضمان عقد التأمين ضد الحريق بموجب إتفاق خاص في الشروط الخاصة للعقد، حيث يلتزم المؤمن بموجب هذه التغطية الموسعة بأن يعوض المؤمن له وفي حدود سقف المسؤولية عن المبالغ المطالب بها من قبل الشخص المضرور، والتي يكون المؤمن له ملزما قانونا بدفعها نتيجة لخطأ أو إهمال أو تقصير صادر عنه تسبب في حريق أو انفجار نجمت عنه وفاة أو مرض شخص ثالث أو اصابته جسديا أو تضرر ممتلكاته.[2]

أولا:الأخطار الملحقة بالتأمين من الحريق

ومن الأخطار الملحقة بالتأمين من الحريق نجد كل من:

[1] المادة 44 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص10.

[2] بلدي كريمة، مرجع سبق ذكره، ص 116.

1-ضياع الأشياء أثناء الحريق

حسب المادة 46 التي تنص على" تغطى بواسطة عقد التأمين من الحريق، وتدخل في حكم الأضرار الناجمة عن الحريق، الأضرار المادية والمباشرة اللاحقة بالأشياء المؤمن عليها من جراء الإسعافات وتدابير الإنقاذ" والمادة 47 على التوالي من قانون التأمينات" يجب على المؤمن أن يضمن الأشياء المؤمن عليها من كل ضياع أو فقدان أثناء الحريق".

وحسب المادة 48 من قانون التأمينات:"لا يضمن المؤمن الخسائر ونقائص الشيء المؤمن عليه لوجود عيب ذاتي فيه ولكنه يضمن أضرار الحريق المنجرة عنه".

2-الإنفجار و الصواعق الكهربائية

طبقا للمادة 45 من الأمر المتعلق بالتأمينات:"يتحمل المؤمن الأضرار المادية الناجمة مباشرة عن الحريق أو الإنفجار أو الصاعقة أو الكهرباء".[1]

الفرع الثاني: التأمين ضد الكوارث الطبيعية

على مدى سنوات عديدة كان الإنسان يعاني من الكوارث الطبيعية التي تترك ورائها آثار مدمرة للممتلكات والسكان وكان يصعب على الدول مواجهة تلك الكوارث لقلة الإمكانات المتوفرة أو لعدم وجودها مما جعل الخسائر تكون خيالية.

الكارثة الطبيعية تعرف على أنها حدث سريع وفجائي للبيئة الطبيعية يؤثر على النظم الإقتصادية والإجتماعية.[2] تعرف كذلك بأنها هي التي تتحكم فيها الطبيعة وليس للإنسان دخلا في

[1] المادة 45 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص10.

[2] عزة أحمد عبد الله، أساليب مواجهة الكوارث الطبيعية، مجلة مركز بحوث الشرطة، أكاديمية مبارك للأمن العدد21، مصر، 2002، ص 528.

أسباب وقوعها ولكن قد تتسبب في زيادة حجم الخسائر المترتبة على وقوعها بالإهمال وعدم اتخاذ الإحتياطات الملائمة لتفادي تلك الآثار الضارة أو التخفيف من آثارها.

أولا:مفهوم التأمين ضد الكوارث الطبيعية

التأمين ضد الكوارث الطبيعية هو عملية تعاون منظم على نطاق واسع بين العديد من المؤمن لهم والمعرضين لخطر الكوارث الطبيعية من زلازل وفيضانات، يحصل بمقتضاها أحد الطرفين وهو المؤمن له مقابل دفعه القسط، على تعهد لصالحه أو دفع تعويض مالي في حالة تحقق كارثة طبيعية.

يعتبر التأمين ضد الكوارث الطبيعية نوع من أنواع التأمين على الأضرار بما أن هذه الأخيرة هي أحد العناصر التي تهدد ممتلكات الأشخاص وذممهم المالية، هذا لجسامتها وقوتها وضخامة الآثار التي تخلفها، فهي خارجة عن نطاق الإنسان ولا حيلة له وقت وقوعها، نتيجة لقوتها وشدتها غير العادية والآثار الكارثية التي تحدثها والتي تؤدي في الغالب إلى إلحاق أضرار بممتلكات الأشخاص، يسعون إلى إبرام عقود التأمين عليها قصد التعويض في حالة ما إذا تحقق الخطر.[1]

يعرف تأمين الكوارث الطبيعية على أنه منتوج تأميني ذو طابع إقتصادي، لجبر الأضرار المادية فقط التي تلحق بالشخص (الطبيعي و/أو المعنوي) نتيجة تحقق خطر ظاهرة طبيعية.[2]

عرف كذلك على أنه يكون محله دائما مال أو ممتلكات المؤمن له دون شخصه، وهي تشمل كل ما يملكه من عقارات أو منقولات حسب مفهوم القانون المدني.[3]

---

[1] جمال بوشنافة، إلزامية التأمين على الممتلكات من أخطار الكوارث الطبيعية (دراسة تحليلية على ضوء الأمر رقم 12/03 والمراسيم التنفيذية)، مجلة البحوث والدراسات العليا، العدد05، المدية، الجزائر،2011،ص125.

[2] محي الدين شبيرة، التأمين على الكوارث الطبيعية في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، العدد33، قسنطينة الجزائر، 2010، ص305.

[3] عبد العزيز فهمي هيكل، مبادىء في التأمين ، الدار الجامعية، لبنان، 1985، ص 38.

بالنسبة للمشرع الجزائري لم يعرف التأمين ضد الكوارث الطبيعية، مكتفيا بتحديد نطاق تطبيقه وتبيان الأشخاص الملزمون بهذا النوع من التأمين من خلال المادة الأولى من الأمر رقم 12/03 المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بإلزامية التأمين ضد الكوارث الطبيعية وبتعويض الضحايا الذي نص على الآتي:" يتعين على كل مالك لملك عقاري مبني يقع في الجزائر، شخصا طبيعيا كان أو معنويا ما عدا الدولة، أن يكتتب عقد تأمين على الأضرار يضمن هذا الملك من آثار الكوارث الطبيعية".[1] أما المادة الثانية من نفس الأمر فقد أبانت عن مفهوم هذا التأمين من خلال بيان آثار الكارثة الطبيعية، مع سرد بعض صورها، حيث نصت على" آثار الكوارث الطبيعية المذكورة في المادة الأولى أعلاه، هي الأضرار المباشرة التي تلحق بالأملاك جراء وقوع حادث طبيعي ذي شدة غير عادية مثل الزلزال أو الفيضانات أو العواصف أو أي كارثة أخرى".

بتحليل مضمون المادتين السابقتين، يمكن القول أن الكارثة الطبيعية في مفهوم هذا القانون لا تنطبق على كل الأضرار الناتجة عن فعل الطبيعة، فالكوارث الزراعية هي في الواقع أضرار يرجع سببها إلى فعل الطبيعة، لاكن هي ليست كارثة طبيعية بمفهوم هذا القانون كونها لا تدخل في نطاق الحوادث التي يضمنها هذا التأمين. لذا يمكن القول أن الحوادث التي تدخل في وصف الكوارث الطبيعية، بالمعنى القانوني هي الحوادث المناخية أو الطبيعية الكبرى كالفيضانات العواصف الإستثنائية، الزلازل، الإنهيارات الثلجية وإنهيارات التجاويف الطبيعية، بإعتبارها حوادث تتسبب في أضرار جماعية.[2]

[1] المادة 01 من الأمر 12/03 المتعلق بإلزامية التأمين ضد الكوارث الطبيعية و بتعويض الضحايا، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد52، المؤرخ في 26 أوت2003.

[2] بن طرية معمر، نظام تأمين الكوارث الطبيعية في الجزائر(بين فكرة التأمين الفردي و مقتضيات التضامن الإجتماعي)، مجلة تشريعات التعمير والبناء، العدد 06، تيارت، الجزائر،2018،ص39.

ثانيا: إلزامية التأمين ضد الكوارث الطبيعية

إن الأمر رقم 12/03 يلزم وبقوة القانون كل الأشخاص الطبيعيين و/أو المعنويين اللذين يملكون بنايات أو مبان قائمة في الجزائر، سواء كان الإنتفاع منها ذا طابع إجتماعي"سكن" أو ذا طابع مهني"صناعي و/أو تجاري" وذات الأمر يجبر كل الشركات التأمينية على إبرام عقود تأمين ضد الكوارث الطبيعية"مع كل من يرغب في ذلك". والواضح من هذا الإجبار أن السلطات العمومية تسعى إلى:

1- دفع أصحاب العقارات المبنية على التكفل بجزء من تكاليف الأضرار الناجمة عن تحقق خطر كارثة طبيعية.

2- طرح منتوج تأميني جيد للتسويق من قبل شركات التأمين.

3- إجبار شركات التأمين على الإستجابة لطلب القابلين للتأمين، وتقريب هذا المنتوج في الزمان والمكان.

4- حمل شركات التأمين على تعويض السلطات العمومية في تنظيم التعويضات.

5- حمل شركات التأمين على لعب كل الأدوار في جبر أضرار الكوارث الطبيعية وتعبئة الموارد المالية لذلك.[1]

ثالثا: نشأة وتطور التأمين ضد الكوارث الطبيعية في الجزائر

مر التأمين ضد أخطار الكوارث الطبيعية في الجزائر بعدة مراحل وهي كما يلي:

[1] محي الدين شبيرة، مرجع سبق ذكره ،ص ص 307- 308.

1- قبل سنة 1980

قبل صدور القانون رقم 07/80 المتعلق بالتأمينات في 09 أوت 1980 كانت جميع عقود التأمين تستبعد تغطية مخاطر الكوارث الطبيعية.[1] وفي الواقع حتى عهد قريب نسبيا، وشركات التأمين الجزائرية تستبعد رسميا ضمان عقود التأمين ضد الكوارث الطبيعية، وبعد الزلزال الذي ضرب منطقة "الأصنام" مدينة الشلف سنة 1980 والذي تناولت نتائجه ضربة خطيرة على خزينة الدولة نتيجة الأضرار والخسائر التي ألحقها هذا الأخير بالأرواح والممتلكات، وهذا ما جعل الحكومة الجزائرية تفكر في وضع نظام لدعم وإصلاح الآثار المترتبة على مثل هذه الأحداث من قبل شركات التأمين وإيجاد صيغة للحد من نفقاتها اتجاه هذه الأضرار.

2- بعد صدور القانون رقم 07/80 المؤرخ في 09 أوت 1980 المتعلق بالتأمينات

سمح هذا القانون لشركات التأمين المتواجدة آنذاك (الشركات العمومية) بضمان التعويضات الخاصة بالأضرار الناجمة عن حدوث ظاهرة طبيعية ما، وذلك من خلال المادة الثانية من القانون رقم 07/80 والذي ينص على أنه: "بعد تطبيق هذا القانون أصبح ضمان تغطية الأضرار الناجمة عن الظواهر الطبيعية موجود ضمن عقد التأمين على الحريق" أي أن عقد التأمين ضد الحرائق أصبح يغطي أيضا الأضرار المتعلقة بالكوارث الطبيعية.[2]

وبالرغم من أن هذا القانون حقق تقدما نوعيا فيما يخص التأمين ضد الكوارث الطبيعية، إلا أنه بقي يعاني من عدة نقائص رغم ضرورته من أجل ضمان فعالية أحسن لتغطية الأضرار، وقد إستمر العمل بهذا النظام إلى غاية سنة 1990 أين تم إنشاء صندوق جديد لتعويض المتضررين

[1] حساني حسين، إدارة خطر الكوارث الطبيعية في الجزائر(الواقع و الآفاق)، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد11، الشلف، الجزائر ،2014،ص36.

[2] حساني حسين، إدارة خطر الكوارث الطبيعية في الجزائر(الواقع و الآفاق)، مرجع سبق ذكره، ص36.

جراء حدوث ظاهرة طبيعية ما، وذلك بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 402/90 المؤرخ في 15 ديسمبر 1990 والمتضمن إنشاء صندوق الكوارث الطبيعية FCN* تحت شكل حساب خاص في خزينة الدولة، ويتم تمويل هذا الصندوق ليس من الأقساط المدفوعة لتغطية مخاطر الكوارث الطبيعية، ولكن من خلال الضرائب التي يدفعها المؤمن عليهم، بنسبة1% تقتطع من كل عقود التأمين عن الأضرار المختلفة ماعدا التأمين على السيارات وكذلك بمساهمة تصل قيمتها إلى 10% من النتيجة السنوية قبل الضريبة لشركات التأمين، أي من أرباحها.[1]

3- بعد صدور الأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات

لقد عزز هذا القانون الإطار القانوني من خلال توسيع نطاق التغطية لمخاطر الكوارث الطبيعية إلى فروع أخرى وتنص المادة 41 من الأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 على أنه : "يمكن التأمين جزئيا أو كليا على الخسائر والأضرار الناجمة عن حادث من الحوادث الخاصة بالكوارث الطبيعية مثل الزلزال، الفيضانات هيجان البحر، أو أي كارثة أخرى في إطار عقود التأمين الأضرار مقابل قسط إضافي"[2]، وهذا يمثل تقدما بالمقارنة مع القانون رقم 07/80 المؤرخ في 09 أوت 1980 والذي لم يتم الإشارة حتى إلى مفهوم الكارثة الطبيعة وهذا يدل على وعي معين لخطورة المخاطر المرتبطة بالظواهر الطبيعية وضرورة دعمها في بيئة منظمة من الناحية الفنية وهذا الحكم يعني أن التأمين ضد الكوارث الطبيعة هو أمر اختياري، ويمنح لتمديد عقود التأمين العام.

[1] زواوي عمر حمزة، دراسة أثر التأمين ضد أخطار الكوارث الطبيعية على اتجاهات المستهلك الجزائري، مجلة الإقتصاد والتنمية البشرية، العدد08، البليدة، الجزائر، 2013، ص140.

[2] المادة 41 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995،ص10.

* FCN : Fond de Calamité Naturelles

4- بعد صدور الأمر رقم 12/03 المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بالتأمينات

بعد سلسلة الكوارث الطبيعية التي شهدتها الجزائر، تقرر وضع تنظيم متكامل للوقاية والتكفل أحسن بتبعاتها فتميزت سنة 2003 بإنشاء لجنة وضعتها وزارة المالية في 22 جوان 2003 لتنفيذ النظام الجديد وتغطية مخاطر الكوارث الطبيعية. وهذا خاصة بعد فيضانات باب الوادي بالعاصمة سنة 2001 وزلزال زموري ببومرداس في 21 ماي 2003، فأجبر المشرع الجزائري كل المتعاملين الإقتصاديين باكتتاب عقود التأمين على الكوارث الطبيعية بصفة مستقلة، كما حدد إطار العمل لمختلف المتدخلين من خلال ترسانة من القوانين والمراسيم التنفيذية لها لإدارة أحسن لهذه الأخطار، سواء ما تعلق بتعريفها، بكيفية تحديد عناصر تسعيرها، بكيفية التعويض عن آثارها بكيفية تدخل الدولة في إطار عملية إعادة التأمين عليها والتزاماتها التقنية، بالإضافة إلى كيفية عمل مركزية المخاطر.

فالتأمين على أخطار الكوارث الطبيعية يهدف إلى إصلاح الخسائر التي تصيب الممتلكات، وهو يخضع بكافة أنواعه إلى المبدأ التعويضي، وهو ملزم لجميع الملاك، كانوا أشخاصا طبيعيين أو معنويين يمارسون نشاط صناعي أو تجاري.[1]

رابعا: الأخطار التي يشملها الضمان في التأمين ضد الكوارث الطبيعية

ككل عقد تأمين تقوم شركة التأمين بتحديد نطاق الضمان الذي تسري عليه الوثيقة من خلال قسمين: الأفعال أو الأحداث المضمونة والأفعال المستثناة من الضمان.

فيما يتعلق بالأفعال أو الأخطار المشمولة بالضمان في وثيقة تأمين الكارثة الطبيعية، فقد أشار لها المشرع في المادة 02 من الأمر رقم 12/03 المتعلق بهذا التأمين فقال:" آثار الكوارث

[1] حساني حسين، إدارة خطر الكوارث الطبيعية في الجزائر (الواقع و الآفاق)، مرجع سبق ذكره، ص ص 36- 37.

الطبيعية المذكورة في المادة الأولى أعلاه، هي الأضرار المباشرة التي تلحق بالأملاك جراء وقوع حادث طبيعي ذي شدة غير عادية مثل الزلزال أو الفيضانات أو العواصف أو أي كارثة أخرى".كما حددتها بشيء من التفصيل المادة 02 من المرسوم التنفيذي رقم 268/04 الخاص بتشخيص الحوادث المغطاة بهذا التأمين، فنصت على:" تغطي إلزامية التأمين على آثار الكوارث الطبيعية، الحوادث الطبيعية الآتية: الزلازل، الفيضانات، سوائل الوحل، العواصف، الرياح الشديدة وتحركات قطع الأرض.[1]

وتجنبا للتأويلات والإجتهادات التي قد تسلب هذا التوجه مهامه وأهدافه، وبالتالي فتح أبواب النزاعات على مصراعيها فقد حددت المادة 10 من الأمر 12/03 الإستثناءات من هذا الإجبار وكذا الممتلكات والأخطار غير المعنية (المقصاة) من هذا النوع من التأمين وهي[2]:

1- الأخطار الفلاحية (تحكمها تشريعات تأمينية مغايرة).

2- المحاصيل غير المخزنة، المزروعات، المواشي المجمعة خارج المبنى.

3- الأضرار غير المباشرة.

4- هياكل المركبات الجوية والبحرية وكذا السلع المحمولة من قبلها.

5- البنايات طور التشييد.

6- المركبات.

7-كل البنايات الموجهة للسكن و/أو النشاط الصناعي و/أو التجاري والتي أقيمت بعد سنة 2003 وبخرق القوانين المنظمة للعمران والبناء.

[1] بن طرية معمر، مرجع سبق ذكره ، ص 39.

[2] محي الدين شبيرة، مرجع سبق ذكره ، ص 308.

خامسا: أنواع عقود تأمين الكوارث الطبيعية في الجزائر

تصدر شركات التأمين في الجزائر نوعين من عقود التأمين ضد الكوارث الطبيعية :

1- عقد تأمين الممتلكات العقارية (سكنات- محلات)

يقوم المؤمن له بالإكتتاب في هذا النوع من العقود في حالة بيع أو شراء أو كراء للعقار، إذ يقوم المؤمن له بملأ إستمارة طلب التأمين التي تحتوي على معلومات عن الشيء موضوع التأمين كما يبرز التغطيات الممنوحة وهي ثابتة. بعد ملأ الإستمارة يتم إصدار العقد حسب المعلومات المصرح بها من قبل المؤمن له بعد تحديد القسط والاتفاق على جميع الشروط يمضى العقد من طرف المؤمن له والشركة.

بالنسبة لقسط التأمين ضد الكوارث الطبيعية يتغير بتغير منطقة تواجد السكن، حيث أنه توجد 5 أصناف من المناطق يتغير معدل التأمين فيها من منطقة إلى أخرى. وتتراوح قيمة القسط السنوي لهذا التأمين من 400دج بالنسبة للجنوب و 5000دج حتى 10000دج في الوسط والشمال بالنسبة للمنطقة التي تمتد من بجاية إلى شلف والتي هي معرضة أكثر للكوارث الطبيعية.[1]

كما أن هناك مجموعة من العوامل تؤثر في تحديد القسط، فهو يتأثر بقيمة الشيء المؤمن وأهم ما تقيم به المساكن هو قيمة مساحة الأرض المبنية، حيث أنها تقيم بقيمة ثابتة بالمتر المربع وتكون مساوية لـ22000 دج للمتر المربع في الجزائر إلاّ أنه في حالة ما إذا كان ثمن شراء المتر المربع أكثر من 22 ألف، فإن العقار يقيم بالقيمة الأعلى. ويؤثر في حساب القيمة النهائية :

[1] الهواري جمال، ضيف فضيل البشير، دور إعادة التامين في تغطية الكوارث الطبيعية في الجزائر، مجلة دفاتر إقتصادية، العدد09، الجلفة، الجزائر،2018،ص241.

أ- عدد الطوابق التي يتضمنها المبنى، حيث أنه يتم ضرب مساحة المبنى في عدد الطوابق.

ب- أقدمية المسكن ونوعية البناء من ناحية مقاومة البناء للأخطار.

ت- موقع المسكن أي هل هو قريب من البحر أو الوادي أو غير ذلك أو إذا كان تحت المبنى طوابق.

ث- معرفة أهم المواد المستعملة في بناء المسكن أي ما إذا إستعمل الزجاج في البناء أو الحطب الزنك أو الإسمنت.

2- عقد تأمين الممتلكات الصناعية و/أو التجارية

يقوم المؤمن له مالك المصنع أو المنشأة الصناعية أو التجارية بنفس الخطوات التي تم ذكرها سابقا"عقد تأمين السكنات"، ثم إصدار العقد الموافق لما صرح به. وفيما يخص حساب القسط، فإننا أمام نوع من العقارات يصنف ضمن العقارات الصناعية، لذلك تكون التعريفات المحددة لتغطية آثار الكوارث الطبيعية من نسب قسط أو اشتراك محددة بمعايير قياس التعرض للأخطار المعمول بها على أساس القواعد والمقاييس التقنية المعمول بها هي منطقة التعرض للخطر، قابلية البناية للتعرض للخطر. كما أنه يحدد على أساس قيمة هياكلها والتجهيزات والمعدات والمنتجات أو البضائع الموجودة داخل المنشأة.

المطلب الثالث: التأمين على البضائع وعلى القروض المتعلقة بالصادرات

تتعرض البضائع أثناء نقلها إلى مخاطر عديدة التي يجب التأمين عليها، فالتأمين يبث الطمأنينة في نفوس المتعاملين بتجارة التصدير والإستيراد، فيقومون بصفقاتهم ويشحنون بضائعهم دون تردد، فيتحمل المؤمنون الأضرار الحاصلة وتنتقل حقوق أصحاب البضائع المؤمن لهم إلى مبالغ التأمين. فأصبح التأمين على البضائع وعلى القروض المتعلقة بالصادرات عصب التجارة

الداخلية والخارجية وركيزة نموها وعماد استقرارها. لهذا سنتطرق من خلال هذا المطلب لكل من مفهوم التأمين على البضائع المنقولة برا بحرا وجوا، والتأمين على القروض المتعلقة بالصادرات بتبيان مفهومه، الأخطار التي يضمنها وآثاره الإيجابية .

الفرع الأول: التأمين على البضائع

يلزم القانون المدني الجزائري التأمينات على ضمان الأضرار والخسائر المادية اللاحقة بالبضائع أثناء نقلها وإذا اقتضى الحال أثناء عملية الشحن والتفريغ، يشمل التأمين على كل البضائع مهما كان نوعها، وأيا كانت قيمتها ومهما كانت مدة نقلها سواء كانت قصيرة أو طويلة وسواء كانت هذه البضائع مواد خطرة كالمتفجرات أو المواد السامة أو كانت من الأشياء الثمينة مثل مجوهرات أو اللوحات ذات القيمة المعتبرة، كان واجبا تحديد الشروط الخاصة بالتأمين منها في وثيقة التأمين [1]، ويستبعد من نطاق التأمين هلاك البضاعة أو تلفها أو فقدانها بسبب تحزيم غير كافي مثلا أو رديء من المؤمن له[2] وهذا الحكم يعتبر من النظام العام ولا يجوز الإتفاق على خلافه، كما يستبعد العيب الذاتي، ولكن يمكن لطرفي العقد أن يتفقا على إدخالها في الضمان.

وتؤمن البضائع مهما كان نوعها وطبيعتها على العديد من الأخطار وذلك ناتج عن الوسيلة المستعملة في النقل حيث نجد:

أولا: التأمين على البضائع المنقولة بحرا

يعتبر التأمين البحري من أكثر أنواع التأمين شيوعا منذ زمن ليس بقريب حيث كان أول نوع للتأمينات والذي ظهر في القرن 17 في أروبا.

---

[1] المادة 55 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص11.

[2] المادة 138 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995،ص20.

ويعرف عقد التأمين البحري أنه العقد الذي يلتزم بمقتضاه المؤمن بالتعويض المؤمن له عن الأضرار الناجمة عن وقوع خطر بحري نظير قسط معين من المال.[1]

كما عرفه قانون التجارة البحرية العثماني في المادة 175 على أنه:" مقاولة بحرية تتضمن التعهد بإعطاء التضمين إلى المضمون له في معاملة الضمان الذي يأخذه الضامن عن مقدار الضائعات أو أضرار يمكن وقوعها بسبب نائبة بحرية عن أشياء يحترز عليها من أن تصادف خطر سفر بحري".[2]

يغطي التأمين على البضائع المنقولة بحرا كافة أنواع البضائع والأموال التجارية والأموال المنقولة الأخرى مما قد تعرض له من الحوادث البحرية، ويشمل التعويض كافة الأضرار التي تصيب المؤمن له، كل ما يترتب على وقوع الخطر من الخسائر، وفي هذه الحالة تبقى الأخطار مغطاة حتى ولو حدث تغيير في الطريق أو الرحلة، أو السفينة شريطة أن يكون هذا التغيير خارج عن إرادة المؤمن له ورقابته، ويتم تغطية البضائع إما بمقتضى وثيقة تأمين عائمة أو مفتوحة.

1- التأمين بوثيقة تأمين خاصة

يمكن أن ينعقد التأمين بوثيقة خاصة على جميع أنواع البضائع إلا أنه عادة ما يعقد لضمان بضائع هامة ويعتبر هذا النوع من التأمين استثناء، لأن الوثيقة النموذجية العادية للتأمين على البضائع لا تضمن سندات البنوك أو المصاريف والقيم المنقولة والمعادن الثمينة وماشابهها فهذه الأخيرة يحب أن تكون محل قبول خاص.

كما لا تضمن الطرود البريدية ففي هذا النوع من التأمين تحدد وتعين البضائع في الوثيقة نفسها، ويقبل المؤمنون ضمان جميع أنواع الأموال ما عادا الأموال المستبعدة لأن التأمين على

[1] جديدي معراج ، مرجع سبق ذكره، ص169.

[2] مجيد أحمد إبراهيم، المحل في عقد التأمين البحري "دراسة مقارنة"، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية المجلد 07، العدد25، العراق، 2018، ص 223.

هذه الأخيرة يتطلب تصريح وقبولا خاص من المؤمن وقد نصت الوثيقة الجزائرية للتأمين على البضائع في مادتها الرابعة ما يلي: " لا تضمن هذه الوثيقة إرسال أوراق البنوك والقيمات والسندات تقدر المعادن الثمينة والجواهر والأحجار الكريمة والحلي الموضوعة إلا إذا تم تعيينها وكانت محل قبول خاص. وكذلك الطرود البريدية حتى ولو كانت مع قيمة مصرحة فلا تضمن إلا تحت اتفاق وبأقساط خاصة ".

2- التأمين بوثيقة تأمين عائمة

إن غالبية البضائع يتم التأمين عليها اليوم عن طريق وثيقة الاشتراك والتي تعني أيضا الوثيقة العائمة وقد ظهرت استجابة لضرورة إفادة التجار من حيث التأمين في الوقت الذي يكونون أمام استحالة معرفة البضائع التي تلقوها وأيضا لضرورة معرفة قيمتها وهذا لتجنب إبرام وثائق تأمين تقتضي شروطها في كل مرة مناقشتها والتفاوض عنها كلما أراد القيام بإرسالية، في حين أن هذه الإرساليات تتم بوتيرة كبيرة وعديدة في فترات زمنية متقاربة وقد جرى العمل بها ثم استخرج المشرع قانونا ينص على هذه الوثيقة وإنما نظمتها الوثيقة الفرنسية للتأمين البحرى على البضائع في 17 أوت 1944 في الفصل العاشر(10) دون أن تعرفها أو تذكر اسمها مخصصة لها مواد من 32إلى 37 وتعد وثيقة الاشتراك بالالتزام المتبادل بين المؤمن والمؤمن له خلال مدة العقد أما تسميتها عائمة فلان البضائع موضوع التأمين غالبا عائمة في الماء ومتواجدة في طريقها من المرسل إلى المرسل إليه وغير محددة.[1]

وقد خصص لها القانون الجزائري المواد من139 إلى 142 من الأمر رقم 07/95 حيث نصت المادة 139 من نفس الأمر على أنه:" يمكن تأمين البضائع بوثيقتين: وثيقة تأمين صالحة لسفرية واحدة، وثيقة تأمين مفتوحة".

[1] جديدي معراج ، مرجع سبق ذكره، ص173.

وهذه الوثيقة المعروفة بالوثيقة العامة أو الاشتراك فقد ألزمت المادة 140 من نفس الأمر الجزائري المؤمن له أن يصرح للمؤمن بكل إرسال لحسابه أو تنفيذ للالتزام لحساب الغير أو من تؤول إليه البضاعة وعادة ما يكون الشاحن بائعا وفقا للبيع البحري حيث يتم التسليم في ميناء الوصول وتكون قيمة البضاعة هي قيمة حصيلة ثمنها ونقلها والتأمين عليها، كما يقوم بالتأمين وفقا لنشاطه المهني باعتباره وكيلا للعمولة أو مودعا لديه أو وسيطا للعبور.

ثانيا: التأمين على البضائع المنقولة جوا

يعد التأمين الجوي تأمين حديث النشأة، على عكس التأمين البحري والبري. يستمد معظم قواعده من المعاهدات والإتفاقيات الدولية المنظمة للتأمين الجوي.

عقد التأمين الجوي هو ذلك التأمين الذي يغطي مخاطر النقل الجوي، والذي يتم بواسطة الطائرة، ويشمل الأضرار التي تلحق الطائرة ذاتها وحمولتها من البضائع والأضرار التي تصيب المسافرين.

التأمين الجوي على البضائع لا يختلف إطلاقا على تأمين البضائع المنقولة بحرا، بحيث أن عقد التأمين الجوي أو وثيقة التأمين هي التي تحدد نوعية التأمين قد يكون شاملا أو عن بعض المخاطر فقط.

كما نصت المادة 197 من الأمر رقم 07/95 على أنه يجب على كل مستورد يرغب في تأمين البضائع أو مواد التجهيز المنقولة جوا اكتتاب التأمين لدى شركة تأمين معتمدة في الجزائر. غير أن البضائع ومواد التجهيز المستوردة التي تستفيد من تمويل خاص تخضع لإلزامية هذا التأمين.[1]

[1] المادة 197 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص27.

ثالثا: التأمين على البضائع المنقولة برا

تأمين النقل البري يختص بتغطية خسائر النقل برا وتكون هناك تغطية سواء جزئية أو كلية تنتج عن حوادث الطرق متعددة الأنواع، وعادة يكون هناك تأمين على البضاعة سواء كانت مواد غذائية أو ملابس وغير ذلك من البضائع.

وهذا النوع من التأمين يضمن البضائع المنقولة بالسيارات من مكان لآخر داخل البلد وبشروط أخطار الطريق التي تضمن تلف أو فقد البضائع الناتج عن حوادث الطريق والإنقلاب والتصادم للوحدة الناقلة ويمكن أن يمتد التأمين لتغطية: أخطار الشحن والتفريغ، أخطار السطو (السرقة بالإكراه).

وهناك نوع آخر من هذا التأمين وهو النقل عن طريق القطارات والتي تتعرض أحيانا إلى الحوادث، وأحيانا يكون هناك نوع خاص من التأمين على بعض الأشياء المنقولة مثل الخطابات البريدية المسجلة وكذلك البريد الممتاز.[1]

عقد تأمين النقل البري للبضائع هو عقد تلتزم فيه شركة التأمين بدفع قيمة التعويض لناقلي البضائع برا الذين اشترطو التأمين لبضائعهم الخاصة مقابل أقساط يقومون بدفعها لشركة التأمين فهو يعتبر أحد الركائز الأساسية وهذا لإحتلاله مركز في حماية المؤمن له من التبعات المالية التي تنتج عند تحقق الخطر المؤمن منه الذي يؤدي إلى تلف البضاعة كليا أو جزئيا.

1- الضمانات الممنوحة في عقد التأمين على البضائع المنقولة برا

بالنسبة للضمانات الممنوحة عند شراء هذا العقد هي:

[1] عز الدين فلاح، مرجع سبق ذكره، ص 102.

أ- **ضمان الحوادث الخاصة:** في هذه الحالة يكون الضمان ساري المفعول ابتداء من وضع البضاعة داخل الشاحنة إلى وصول البضاعة إلى المكان المتفق عليه دون عملية تفريغها أي إستثناء عملية التفريغ والتعبئة من الضمان.

ب- **ضمان جميع الأخطار:** تشمل حالة الحوادث الخاصة بالإضافة الى عملية التعبئة والتفريغ وإن دخول عملية التعبئة والتفريغ لهذا الضمان يعني أن أي نوع من البضائع خاضعة لشروط كل من التعبئة والتفريغ.

الفرع الثاني: التأمين على القروض المتعلقة بالصادرات

يعد نظام تأمين القرض عند التصدير من أهم الإجراءات التي إتخذتها الجزائر في ظل إستراتيجية ترقية صادراتها خارج المحروقات، وقد أدى مفعوله منذ زمن طويل في الدول الأوروبية مثل انجلترا، فرنسا، ألمانيا، وفي بعض الدول العربية كمصر وتونس والمغرب.

ومن أجل التسهيل على المصدرين الوطنيين الوصول إلى قواعد الإحتراف وجودة السلع والخدمات التي تفرضها قواعد التجارة الدولية، أنشأت نظام خاص بتأمين القرض عند التصدير بموجب الأمر رقم 06/96 المتعلق بتأمين القرض عند التصدير والذي تلاه المرسوم التنفيذي رقم 235/96 الذي يحدد شروط تسيير الأخطار المغطاة بتأمين القرض عند التصدير.

أولا: مفهوم تأمين قروض الصادرات

لقد وردت عدة تعاريف لتأمين قروض الصادرات، لكن معظمها يصب في اتجاه واحد وسنحاول التطرق لأهم هذه التعاريف فيما يلي:

يعرف "Jean Bastin" تأمين قروض الصادرات بأنه عبارة عن نظام تأمين يسمح للدائنين (المصدرين) لقاء أو مقابل دفعهم لأقساط التأمين، من استفادهتم من تغطية ضد خطر عدم دفع

ديوهنم (حقوقهم) أو حصيلة صادراتهم والواجبة أو المستحقة الدفع من أشخاص معروفين مسبقا (المستوردين الأجنبيين) والذين هم في حالة عجز عن الدفع.[1]

كما عرفه الأستاذ "ميشال مونفيل" على أنه:" ضمان الأخطار الإضافية الناجمة عن عدم تواجد البائع والمشتري في نفس الرقعة الجغرافية، السياسية، التجارية، اللغوية أو القانونية، واختلاف العادات والتقاليد، وبمعنى آخر يكون البائع والمشتري غير متواجدين في نفس البلد".

يعرف كل من" Pierre Maurer " و " Henré Loubergé" تأمين قروض الصادرات بأنه عبارة عن عقد تتعهد أو تلتزم من خلاله شركات أو هيئات تأمين قروض الصادرات بتعويض المصدر عن الخسائر المفاجئة التي يتعرض لها والتي ينتج عنها عدم تحصيله لديونه أو حقوقه من المستوردين الأجنبيين، وهذا مقابل دفعه لأقساط التأمين.[2]

وقد جاء المشرع الجزائري بدوره بتعريف لتأمين القرض عند التصدير بموجب المادة الأولى من الأمر رقم 06/96 المؤرخ في 10 جانفي سنة 1996 يتعلق بتأمين القرض عند التصدير وذلك بنصها على مايلي:"يضمن تأمين القرض عند التصدير وفق الشروط المنصوص عليها في هذ الأمر وفي عقد التأمين، تحصيل المستحقات المرتبطة بعمليات التصدير، من خلال الأخطار التجارية والأخطار السياسية، وأخطار عدم التحويل وأخطار الكوارث".[3]

ومن خلال ما سبق فإن تأمين القرض عند التصدير هو نظام يختلف عن التأمينات

---

[1]Jean Bastin, L'assurance crédit dans le monde contemporain, édition Jupiter et de Navarre, Paris, 1978, P 50.

[2]J. Paveau, F. Duphil et autre, Pratique du commerce international "Exporter", 20ème édition, les editions Foucher , Vanves, France, 2007, p240.

[3] الأمر رقم 06/96 المؤرخ في 10 جانفي 1996 المتعلق بتأمين القرض عند التصدير،الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 14، 03جانفي 1996.

العادية، حيث يسمح هذا النظام للمصدرين الوطنيين من تحصيل مستحقاتهم واستيفاء ديونهم متى تحقق أحد الأخطار المحددة قانونا مقابل دفع أقساط محددة في عقد التأمين.

ثانيا: الآثار الإيجابية لتأمين قروض الصادرات

يمكن إبراز الآثار الإيجابية لتأمين قروض الصادرات فيما يلي:

1- حماية المصدر من أخطار الدفع في صفقات التصدير: فعملية البيع إلى الخارج تقتضي شروط ائتمانية أكثر مخاطرة من البيع في السوق المحلي، نتيجة صعوبة الحصول على المعلومات الدقيقة حول المشتريين والموردين الأجانب وقدرتهم المالية من جهة، وكذا لحالة عدم التأكد أو عدم اليقين التي تعيشها العلاقات الاقتصادية الدولية من جهة ثانية.

2- تمويل العملية التصديرية: عندما لا يكون المورد في مركز يسمح له بتمويل صفقاته بنفسه حيث يعد مصدرا هاما في التمويل الخارجي للدول النامية، فقد بلغت مع بداية التسعينات قروض الصادرات المؤمنة طويلة الأجل (5/1) من مديونية الدول النامية الإجمالية، في حين بلغت قروض الصادرات المؤمنة قصيرة الأجل (2/1) من مديونية الدول النامية قصيرة الأجل.[1]

3- تحفيز البنوك على منح المزيد من القروض لتمويل الصادرات: ويكون هذا بشروط ميسرة وبتكلفة منخفضة أيضا، ويرجع هذا إلى وجود التغطيات التأمينية من قبل هيئات التأمين والتي تعمل على تدنية الأخطار المترتبة على منح هذا النوع من القروض ويتم هذا دون الحاجة إلى اشتراط هذه البنوك لضرورة توفر اعتماد مستندي غير قابل لإللغاء ومعزز أو مثبت.

4- دعم الموقف التنافسي للمصدرين وتشجيع الصادرات: لأنه في ظل التطورات العالمية السريعة في مجال التجارة الخارجية، وما صاحب ذلك من تعرض العديد من المصدرين وبخاصة

[1] قدي عبد المجيد، وصاف سعيدي، آليات ضمان الإئتمان و تنمية الصادرات (حالة الجزائر)، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 02، بسكرة، الجزائر، 2002، ص220.

في الدول النامية إلى العديد من الضغوطات بسبب اشتداد حدة المنافسة وازدياد القوة التنافسية للمستوردين وهذا في مواجهة المصدرين، لهذا أصبح المصدرون مطالبين أكثر من أي وقت مضى على ضرورة تقديم تسهيلات في الدفع ولفترات طويلة بغية امتصاص حدة المنافسة وجلب العديد من المستوردين الأجنبيين، وعليه فإن دور تأمين قروض الصادرات هنا هو دعم الموقف التنافسي للمصدرين واعطائهم المرونة للتصرف بشكل تنافسي، وسيساهم هذا بلا شك في تشجيع وتطوير وترقية الصادرات.[1]

5- جلب الإستقرار للشركات المصدرة: لأن الشركات المؤمنة هي أبعد ما تكون من الإفلاس لأن تعويض الخسائر عند حدوث الكوارث، يحمي المؤمن من الخطر بتحويله إلى شركة التأمين بمقابل ذلك تدفع الشركات المصدرة أقساطا لشركة التأمين.[2]

6- تنشيط الأوراق التجارية المرتبطة بالتصدير: ومن أمثلة تلك الأوراق نجد"كمبيالات التصدير" هذه الأخيرة ستكون مضمونة ومغطاة من قبل هيئات التأمين، هذا ما يمنح لمتداولي هذه الأوراق إطمئنانا أكبر أو أكثر في الحصول على قيمتها عند استحقاقها، وأكثر أمنا أيضا من خطر الرجوع عليهم عند الوفاء بها، هذا ما يعني أيضا زيادة في تحريك رؤوس الأموال والتي لم يكن من الممكن تحريكها باستعمال وسائل وأدوات أخرى.

7- إدارة المنازعات: ويقصد بها تلك النزاعات التي تحدث بين المصدر وزبونه المستورد، وتعد عملية إدارة المنازعات هذه عملية جد معقدة ومكلفة في نفس الوقت، وهذا بالرجوع إلى عدم المعرفة

---

[1] شربي محمد الأمين، أهمية ودور تمويل وتأمين قروض التصدير في ترقية الصادرات غير النفطية (دراسة حالة " FSPE"و"CAGEX" خلال الفترة 1998-2009)، أطروحة دكتوراه ، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، الجزائر،2012، ص 142.

[2] قدي عبد المجيد، وصاف سعيدي، مرجع سبق ذكره ، ص221.

الدقيقة بالقوانين والأحكام في البلد الأجنبي، وعليه سيكون لهيئات التأمين هذه دور مهم وفعال في التكفل والتخلص من هذه الصعاب.[1]

8- انفتاح التجارة الخارجية للبلد: حيث أن التجارة الخارجية قبل ظهور هيئات تأمين قروض الصادرات كانت تتسم بأنها تجارة تقليدية"خاصة في الدول النامية" تتم بين مصدر ومستورد على أساس علاقة مستقرة وكان المصدر لا يجرؤ على التصدير لمستوردين جدد إلا بشروط دفع مضمونة كالدفع الفوري، أو بخطابات اعتماد غير قابلة لإللغاء ومعززة أو مثبتة، لكن الوضع تغير واختلف بوجود هيئات تأمين القروض هذه.

ثالثا: الأخطار التي يضمنها التأمين على قروض الصادرات

إن لعمليات التصدير والاستيراد الصفة الدولية، وعند حدوث تعامل تجاري بين متعاقدين من دولتين مختلفتين فيكون عدم التزام المشتري بالوفاء بالتزاماته اتجاه المصدر، وعليه فهذا الأخير يواجه مجموعة من المخاطر نذكر منها:

1- الأخطار التجارية

الأخطار التجارية هي عدم القدرة المالية المؤقتة أو النهائية للمشتري عن دفع مبلغ المبادلات التي التزم بتسديدها في الآجال المتفق عليها.

وقد جاء المشرع الجزائري بتعريف للخطر التجاري في المادة 05 من الأمر 06/96 بنصه: " يتحقق الخطر التجاري عندما لا يفي المشتري بدينه، شخصا طبيعيا كان أو معنويا، وليس إدارة عمومية ولا شركة مكلفة بخدمة عمومية وكان عدم الوفاء هذا غير ناتج عن عدم تنفيذ المؤمن له بنود العقد وشروطه، وانما ناتج عن تقصير المشتري أو عدم قدرته على الوفاء".

و من بين هذه الأخطار:

[1] شربي محمد الأمين، مرجع سبق ذكره ،ص 143.

أ- إفلاس المستورد أو إعساره أو تصفيته: ويعني ذلك صدور حكم قضائي بإفلاس المستورد أو إذا تقررت تصفيته جبرا، مما قد يؤدي بالمستورد إلى عدم دفعه لديونه في المواعيد المتفق عليها.

ب- امتناع المستورد عن سداد ما أستحق عليه للمصدر: ويعني ذلك عدم وفاء المستورد بما استحق عليه للمصدر أوعجزه عن ذلك رغم قيام هذا الأخير بالوفاء بجميع التزاماته قبل المستورد.

ت- رفض المشتري استلام البضاعة المشحونة: ويعني ذلك رفض المشتري أوإمتناعه عن استلام مستندات البضاعة المشحونة رغم قيام المصدر بالوفاء بجميع التزاماته قبل المشتري.[1]

2- الأخطار غير التجارية "الأخطار السياسية"

يعتبر مفهوم الأخطار الغير التجارية أو الأخطار السياسية مفهوم جد غامض وغير دقيق وهو يخص كل الأخطار التي لا تدخل في تعريف الأخطار التجارية، أي يقصد بها تلك الأخطار التي لا تعود لظروف المستورد في حد ذاته وإنما ترجع إلى عوامل خارجة عن إرادته، وتتحقق هذه الأخطار بتتابع مجموعة من الأحداث المختلفة والمستقلة عن إرادة أطراف العقد، وإنما تكون مرتبطة بالوضعية السياسية والإقتصادية والمالية لبلد المستورد، أو قد تكون أيضا متعلقة ببلد المصدر.[2]

وقد نص المشرع الجزائري على هذا الخطر في المادة 06 من الأمر 06/96 بقوله:" يتحقق الخطر السياسي عندما لا يفي المشتري بدينه، ولم يكن عدم الوفاء بالدين راجعا لعدم تنفيذ بنود عقد التأمين وشروطه"، وكان :

---

[1] وصاف سعيدي، ضمان إئتمانات التصدير في البلدان النامية " COTUNACE التونسية نموذجا "، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي حول سياسات التمويل وأثرها على الإقتصاديات والمؤسسات "دراسة حالة الجزائر والدول النامية"، المنظم من قبل كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، يومي 21/ 22 نوفمبر 2006، ص ص 03-04.

[2] شربي محمد الأمين، مرجع سبق ذكره ، ص 157.

أ- المشتري إدارة عمومية أو شركة مكلفة بخدمة عمومية، أو انجر عن عملية التصدير الزام متعاقد عليه لإدارة عمومية أو لشركة مكلفة بخدمة عمومية.

ب- ناجما عن أحد الأسباب التالية: حرب أهلية أو أجنبية، ثورة أو أعمال شغب، وغيرها من الوقائع المماثلة وقعت في بلد إقامة المشتري. قرار تأجيل دفع الديون بأمر من سلطات بلد إقامة المشتري.[1]

3- الأخطار الأخرى

ويتعلق الأمر ب:

أ- **خطر عدم التحويل:** جاء في نص المادة 07 من الأمر رقم 06/96 على مايلي:" يتحقق خطر عدم التحويل عندما تحول لأحداث سياسية أو مصاعب اقتصادية أو تشريع بلد إقامة المشتري دون تحويل الأموال التي يدفعها هذا الأخير، أو تسبب في تأخير التحويل.

ب- خطر الكوارث: أوضحت المادة 08 من الأمر رقم 06/96 خطر الكوارث بنصها:" يتحقق خطر الكوارث عندما لا يفي المشتري بدينه بسبب وقوع كارثة في بلد إقامته مثل الزلزال، الفيضان الإعصار، الطوفان الإنفجار البركاني و التي قد تؤثر بصفة مباشرة على نشاطه وقدرة وفائه".[2]

ت- تأمين أخطار المعارض والبحث عن أسواق جديدة: يعد هذا النوع من التأمين أداة مهمة لتشجيع الصادرات، فالشركات التي تريد عرض منتجاتها في المعارض الدولية، تدفع مصاريف هامة بدون أن تكون متأكدة من بيع منتجاتها وحتى من استرجاع مصارف العرض، هذا ما يجعل أغلب الشركات تتردد في المشاركة في المعارض الدولية، وهنا يبدو دور مؤمن القرض لتقليص هذا الخطر من خلال تعويض الشركة العارضة لمصاريف النقل والعرض وفق الاتفاق الذي تم مع

[1] نادية فضيل، النظام القانوني للشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات وآثارها على التجارة الخارجية، رسالة ماجستير، فرع قانون الأعمال، كلية الحقوق، جامعة الجزائر01، 2015، ص55.

[2] نادية فضيل، مرجع سبق ذكره ، ص 58.

شركة التأمين، لكن في الغالب يتراوح بين 50% إلى 70 % من مصاريف العرض، وبالمقابل العارض يدفع قسطا بنسبة تتراوح ما بين 2 % إلى 3 % من مصاريف العرض ومدة التأمين تتراوح من سنة إلى 5 سنوات حسب نوع التأمين المختار.

ث- خطر تقلب الأسعار: عند إمضاء العقد تكون الأسعار ثابتة أو قابلة للتغير، ففي الحالة الأولى عندما تكون الأسعار ثابتة لا يتدخل مؤمن القرض لتغطية القيمة الزائدة على السعر الثابت الناتج عن تقلب أسعار مواد الخام والأجور ،أما في الحالة الثانية في حالة وجود أحكام في العقد متعلقة بتغير الأسعار، المؤمن يلتزم بتوسيع الضمان إلى المبلغ المكمل "السعر الزائد" الناتج عن تنفيذ هذه الأحكام بشرطين هما: الشرط الأول: يتم طلب توسيع هذا الضمان عند وجود الضرورة لذلك. الشرط الثاني: المدين لن يحتج عن تنفيذ الأحكام المتعلقة بتغير الأسعار.[1]

ج- خطر القرض.

ح- خطر الصنع.

خ- خطر الصرف.

د- خطر الإرتفاع المفرط لتكاليف الإنتاج.

ذ- الأخطار على المخزونات المشكلة بالخارج.[2]

رابعا: أنواع عقود تأمين الصادرات

توجد عدة أنواع لعقود تأمين الصادرات، وتتمثل هذه العقود في[3]:

1- عقد التأمين الشامل: وتشمل تغطية الخطر التجاري أو السياسي، والذي ينتج عن طريق تصدير السلع والخدمات المنجزة من قبل عدة زبائن.

[1] وصاف سعيدي، مرجع سبق ذكره ، ص 04.

[2] شربي محمد الأمين، مرجع سبق ذكره ، ص ص 163-168.

[3] نفس المرجع السابق، ص 258.

2- عقد التأمين الشخصي: ويغطي الخطر التجاري والسياسي، الناتج عن تصدير السلع والخدمات ولكن من قبل زبون واحد.

3- عقد تأمين قرض المشتري: ويسمح هذا العقد بضمان الدفع للبنك (ضمان التمويل) في حالة خطر القرض وضمان للمصدر في حالة خطر التصنيع.

4- عقد تأمين المعارض و التظاهرات: ويسمح هذا العقد بتغطية خطر عدم إعادة التجهيزات المعروضة وخطر عدم تحويل المداخيل الناتجة عن عمليات البيع في إطار التظاهرات التجارية.

5- عقد تغطية القروض: وترتبط هذه التغطية بالقروض الموجودة في حوزة المتعاملين الجزائريين على المشترين الأجانب، وكذا القروض الموجودة في حوزة الأجانب على المشترين الجزائريين.

6- عقد بيع المعلومات الإقتصادية والتجارية: وتعني إعطاء المصدرين الجزائريين لمعلومات حول الزبائن الأجانب وكذا مدى قدرهتم على الدفع والوفاء بالتزاماهتم.

المطلب الرابع: تأمينات الأضرار الأخرى

ويقصد بها مختلف تأمينات الأضرار منها: تأمين خسائر الإستغلال، التأمين متعدد الأخطار، التأمين الشامل لأخطار المصانع والتأمين الشامل لأخطار التركيب، التأمين على أخطار كسر الآلات وعتاد الإعلام الآلي، تأمين السرقة، تأمين الكفالة وهي كالتالي:

الفرع الأول: تأمين خسائر الإستغلال

يقصد بخسائر الإستغلال فقدان دخل الشركة نتيجة لخطر يؤثر سلبًا على نشاطها الطبيعي والحالة الكلاسيكية هي الانقطاع أو الانخفاض في النشاط بعد حادث مادي (على سبيل المثال الحريق)، لكن المخاطر التي من المحتمل أن تتسبب في خسارة الاستغلال متعددة : نقص المورد أو الزبائن، الاضطرابات الاجتماعية أو السياسية، الأحداث الطبيعية الخارجية، تشويه صورة

الشركة، المنافسة غير المشروعة... الخ، ومن هذه المخاطر ما هي قابلة للتأمين وأخرى غير قابلة للتأمين.

فتأمين خسائر الإستغلال يعتبر الحل الأمثل للحفاظ على التوازن المالي للشركة، فهو من جهة يعطي القدرة على التمويل الذاتي، ومن جهة أخرى يمنح المساعدة لخزينة الشركة التي تؤهله لملأ الفراغ الناتج عن عدم المقدرة على تسديد المتطلبات الضرورية الناتجة عقب إنقطاع أو توقف النشاط الإستغلالي للشركة.[1]

وعقد تأمين خسائر الإستغلال عقد من نوع خاص والغرض منه هو تعويض الشركة عن فترة محددة تبدأ من يوم الحادث عن الخسائر الناتجة عن الانخفاض في رقم الأعمال الناجم عن انقطاع أو انخفاض النشاط نتيجة الحادث وكذلك تكلفة المصاريف الإضافية للحد من حدة الخسائر بغية المحافظة على استمرار النشاط.

فهذا النوع من التأمين يهدف إلى وضع الشركة في الحالة المالية التي كان من الممكن أن تتحقق في حالة عدم تحقق الحادث.[2]

وبصفة عامة، فتأمين خسائر الإستغلال ماهو إلا تأمين للتدفقات المالية، غايته التعويض الكامل وبالطريقة التي تعيد للشركة وضعيتها المالية المعتادة، أي الوضعية التي كانت عليها قبل وقوع الحادث المؤمن ضده، وبذلك تشعر الشركة وكأن الحادث لم يحدث أصلا أي التأمين على فرص الإستغلال الضائعة. ومن ثم يمكن تشبيه هذا النوع من التأمينات بأنبوبة الأكسجين التي تعيد الحياة للشركة.

---

[1] صندرة لعور، مرجع سبق ذكره ،ص 103.

[2] Jaques Prevotes, Joel Eno, l'assurance des pertes d'exploitation,6eme édition L'argus, paris, France, 1988,p12.

أولا: المخاطر المغطاة في عقد تأمين خسائر الإستغلال

إن اكتتاب عقد تأمين خسائر الإستغلال لشركة اقتصادية يتطلب تحليل دقيق ومفصل لنشاط الشركة ومخاطر توقف نشاطها، وذلك بغرض تحديد مخاطر توقف النشاط والضمانات المناسبة لها. ففي عقد تأمين خسائر الإستغلال، المؤمن ملزم بوضع قائمة ومحدودية للأحداث والمخاطر التي تؤدي إلى خسائر الإستغلال كما أنه لا يمكن إكتتاب عقد تأمين خسائر الإستغلال إلا إذا كان التأمين على الممتلكات موجود وساري المفعول. ومن المخاطر الرئيسية التي يتم تغطيتها في هذا العقد هي[1] :

1- خطر الحريق.

2- خطر الإنفجار والرعد وأخطار الكهرباء .

3- فيما يتعلق بانكسار الآلات الخاصة بمعدات الإنتاج، فإن الأحداث المؤمن عليها هي تلك الناشئة عن التأمين المباشر:

أ- ما ينتج عن حوادث العشوائية، مثل سوء التوافق بين الأجزاء المفككة.

ب- تمزق بسبب قوة الطرد المركزي.

ت- دارات قصيرة أو طفرات أو ارتفاعات، باستثناء الحالات التي تنشأ فيها من أسباب مستبعدة.

ث- الأخطاء التشغيلية ، الإهمال بدون قصد.

4- الخسائر الناتجة عن الإعلام الآلي.

[1] Jaques Prevotes, Joel Eno, Op. cit, p 24.

ثانيا: المخاطر المستثناة من عقد تأمين خسائر الإستغلال

تتمثل هذه الأخطار في[1]:

1- الأضرار والخسائر التي يتسبب فيها المؤمن له عمدا أو بتواطئه مع شخص آخر.

2- الأضرار الجسمانية التي تصيب مسيري الشركة أو موظفيها.

3- الخسائر والأضرار الناجمة عن عيب ذاتي في الشيء المؤمن عليه، غير أن أضرار الحريق الناجمة عن هذا العيب فهي مغطاة.

4- ضياع أو فقدان الأشياء المؤمن عليها أثناء الحريق بسبب خطأ المؤمن له.

5- الأضرار الناجمة بصورة مباشرة أو غير مباشرة عن الإنفجار أو انتشار الحرارة أو الإشعاعات التي يتسبب فيها التسريع الإصطناعي للذرة.

6- الأضرار الناجمة عن الأسلحة النووية والذرية.

7- دفع الغرامات.

ثالثا: الضمانات الممنوحة في عقد تأمين خسائر الإستغلال

يمكن التمييز بين نوعين من الضمانات المقدمة في تأمين خسائر الإستغلال منها الضمانات الأساسية و الضمانات التكميلية.

1- الضمانات الأساسية

تدخل كضمان أساسي في تأمين خسائر الإستغلال خسارة هامش الربح الإجمالي ومصاريف الإستغلال الإضافية الناتجة عن توقف نشاط الشركة بسبب إحدى الوقائع المؤمن عليها:

[1] حمدوني علي، تأمين خسائر الإستغلال بعد الحريق، مجلة الشريعة والإقتصاد، العدد 11، قسنطينة الجزائر،2017، ص404.

أ- **خسارة هامش الربح الإجمالي:** إن الربح الإجمالي هو المبلغ الناتج بإضافة قيمة التكاليف الثابتة إلى صافي الربح أي هو مجموع المصاريف العامة المستمرة زائد الربح الصافي للشركة ويتكون من: المصاريف العامة المستمرة "الثابتة" صافي الربح.

ب- مصاريف الإستغلال الإضافية: وهي تلك المصاريف الزائدة التي يتحملها المؤمن له، وينفقها أثناء فترة توقف النشاط الإستغلالي للشركة بحكم الضرورة وفي الحدود المعقولة، وذلك من أجل الحد أو التقليل من خسارة هامش الربح الإجمالي الناتجة عن النقص في رقم الأعمال[1]، والنهوض السريع بنشاط الشركة إثر تحقق خطر الحريق، بشرط ألا تتعدى قيمة هذه التكاليف كامل مبلغ الربح الإجمالي المرغوب في تغطيته، وتشمل هذه المصاريف تكلفة ساعات العمل الإضافية مصاريف استئجار المباني والآلات والمعدات، مصاريف الإشهار ومصاريف إعادة تشييد البناء...إلخ.[2]

2- الضمانات التكميلية

بالإضافة إلى هذا الضمان الأساسي يمكن أن يمتد ضمان تأمين خسائر الإستغلال إلى ضمانات اختيارية أخرى وبشروط خاصة من حيث التسعيرة وقيمة التعويض تتمثل في [3]:

أ- ضمان أجور العمال.

ب- ضمان قصور الموردين.

ت- ضمان أتعاب الخبير.

ث- التكاليف الإضافية التكميلية.

ج- ضمان الغرامات التأخيرية.

---

[1] Jaques Prevotes, Joel Eno, , Op. cit, p 144.

[2] حمدوني علي، مرجع سبق ذكره ،ص 407.

[3] نفس المرجع السابق، ص ص 407- 410.

ح- ضمان شراء المواد.

الفرع الثاني: تأمين متعدد الأخطار

من أجل ضمان عدة أخطار في عقد تأمين واحد، لجأ المؤمن إلى استعمال عقود تأمين تسمى بالأخطار المتعددة وهي تضمن الأخطار الرئيسية التي يتعرض لها المؤمن له كالحريق الإنفجار، أضرار المياه، انكسار الزجاج السرقة، المسؤولية المدنية...،و نجد ضمنها كل من:

أولا: التأمين متعدد الأخطار الموجه للسكن

هو تأمين إختياري ويضمن الأضرار التي تنشأ عن الحريق والأخطار الملحقة، أضرار المياه، السرقة، المسؤولية المدنية لرب العائلة.

ثانيا: التأمين متعدد الأخطار الموجه للتجار و الحرفيين

يغطي مختلف الأخطار المشار إليها من حريق، أضرار المياه، إنكسار الزجاج وغيرها، وهو الخاص بالتجار وأصحاب المهن الحرة.

ثالثا: التأمين متعدد الأخطار الموجه للعمارات.

رابعا: التأمين متعدد الأخطار الموجه للصناعة.

الفرع الثالث: التأمين الشامل لأخطار المصانع والتأمين الشامل لأخطار التركيب

هذه الأنواع من العقود تخص تأمين الشركات من ضياع أو أضرار تلحق في مكان الصنع سواء أخطار الحريق الفيضانات، الإنفجارات، الزلازل، المسؤولية المدنية....، وكل الأخطار التي يمكن أن تتعرض لها المصانع. أما أخطار التركيب فهي تضمن العتاد المؤمن عليه من أخطار كهربائية، حريق، ضغط متزايد وغيرها.

الفرع الرابع: التأمين على أخطار كسر الآلات و عتاد الإعلام الآلي

تأمين كسر الآلات يضمن الأضرار التي تلحق بالآلات المؤمن عليها بسبب الإستغلال السيء، خلل في البناء إنقطاع التيار.أما التأمين الشامل للإعلام الآلي فيضمن كل ما يتعلق بالأضرار اللاحقة بأجهزة الإعلام الآلي كالوحدات المركزية، آلات النسخ وغيرها.

الفرع الخامس: تأمين السرقة

تعرف السرقة بأنها خطر كثير الحدوث وشائع يصيب أموال وممتلكات الشخص لذا يستعان بالتأمين لتخفيف آثاره، والمشرع الجزائري لم ينظم هذا النوع من التأمين، واقتصر على النص في المادة 15 الفقرة الخامسة من قانون التأمينات على المهلة التي يجب أن يتم فيها التصريح بوقوع السرقة، وحددها ب ثلاثة أيام من أيام العمل إلا في الحالة الطارئة أو القوة القاهرة.

الفرع السادس: تأمين الكفالة

حسب المادة 59 مكرر من القانون رقم 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 فإن تأمين الكفالة عقد يضمن من خلاله المؤمن للشركة المالية أو المصرفية، تعويض مستحقاتها بشأن عملية تجارية أو مالية في حالة إعسار المدين مقابل قسط تأمين.[1] وقد طرح لأول مرة في السوق خلال الثلاثي الثاني لعام 2004، من طرف التأمينات العامة المتوسطية "GAM".[2]

[1] مولود ديدان، قانون التأمينات، دار بلقيس، دار البيضاء، الجزائر، 2010، ص22.

[2] Conseil national des assurances , le bulletin des assurances, lettre d'information trimestrielle,N:3, Alger Octobre 2004 , P 04.

المبحث الثالث: المنتجات المرتبطة بالأشخاص

يشمل التأمين على الأشخاص التأمين ضد المخاطر التي يتعرض لها الشخص وتصيبه مباشرة في حياته أو صحته أو سلامة أعضائه وهنا نجد أن الشخص هو موضوع التأمين يرتبط مباشرة بالخطر المؤمن ضده.

فلقد تعددت وتنوعت التعاريف التي وردت بشأن عقد التأمين على الأشخاص، وبناءا على هذا فإن تعريف تأمين الأشخاص يتطلب التعرض له من الجانبين: الفقهي والقانوني.

فمن **الجانب الفقهي** عرفه الأستاذ كامل مرسي بأنه "عبارة عن تأمين يقصد منه أن يأخذ المؤمن على عاتقه دفع مبلغ معين أو تقرير إيرادا، إذ ما حدث أمر يتعلق بشخص المؤمن له لا بماله، كوصوله إلى سن معينة أو وفاته، أو مرضه، في مقابل دفع أقساط سنوية أو اشتراكات من جانب المؤمن له".[1]

أما من **الجانب القانوني** فعرفه المشرع الجزائري في المادة 60 من القانون رقم 04/06 المتعلق بالتأمينات بأنه:"عقد إحتياطي يكتتب بين المكتتب والمؤمن، يلتزم بواسطته المؤمن بدفع مبلغ محدد في شكل رأسمال أو ريع في حالة وقوع الحدث أو عند حلول الأجل المحدد في العقد للمؤمن له أو المستفيد المعين، يلتزم المكتتب بدفع الأقساط حسب جدول إستحقاق متفق عليه".[2]

[1] البشير زهرة، التأمين البري" دراسة تحليلية وشرح لعقود التأمين"،الطبعة الثانية، مؤسسات عبد الكريم بن عبد الله للنشر والتوزيع، تونس، 1985، ص306.

[2] المادة 60 من الأمر 07/95 المعدل من القانون 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المتعلق بالتأمينات الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 15 الصادر في 12 مارس 2006.

يهدف هذا النوع من التأمين إلى دفع مبلغ من المال إذا تحقق الخطر المؤمن ضده بغض النظر عن الضرر الذي ينشأ عنه، ويكون محل التأمين الشخص المؤمن عليه لاماله،كما أنه ليست له صفة تعويضية عكس التأمين من الأضرار.[1]

توجد عدة أشكال من التأمين على الأشخاص، إذا كان التأمين على الحياة، على الوفاة أو الإكتتاب فيهما مع بعض "التأمين المختلط"، فهي تأمينات تمثل عقود تأمين وفي نفس الوقت هي عقود إدخار. إذا كان التأمين على المرض أو حادث جسماني، فهي تعتبر عقود تأمين كلاسيكية "تأمين المرض والحوادث".[2]

المطلب الأول: التأمين على الحياة

يعتبر التأمين على الحياة من أهم ميادين تطبيق التأمين على الأشخاص، ويعرف عقد التأمين على الحياة بأنه: "عقد بمقتضاه ومقابل قسط يتعهد المؤمن بإعطاء المكتتب أو الغير المعين من طرفه مبلغا محددا (رأسمال أو ريع) في حالة وفاة المؤمن له أو في حالة بقائه على قيد الحياة في تاريخ معين".[3]

ويعرف عقد التأمين على الحياة بأنه:" عقد بموجبه يتكفل المؤمن بدفع مبلغ التأمين للمستفيد بحالة وفاة المؤمن على حياته أو للمؤمن على حياته نفسه بحالة بقائه حيا بعد سن معين وذلك مقابل أقساط سنوية تدفع لمدى الحياة أو لمدة محددة بموجب العقد".[4]

---

[1] محمد كامل درويش، إدارة الأخطار وإستراتيجيات التأمين المتطورة في ظل إتفاقية الجات، دارالخلود، بيروت لبنان، 1996،ص130.

[2] Guide des assurances en algérie,présenté par kpmg , Algérie, 2009, p 100.

[3] راشد راشد، التأمينات البرية الخاصة في ضوء قانون التأمينات الجزائري المؤرخ في09أوت 1980، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص238.

[4] محمد رفيق المصري، التأمين على الحياة والضمان الإجتماعي، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن 1999،ص18.

كما تسمى تأمينات الحياة بتأمينات الرسملة، وهذا لأنها تقوم برسملة الأقساط المدفوعة دوريا أو الأقساط الوحيدة لفترة طويلة. وللتأمين على الحياة صور كثيرة تزداد يوما بعد يوم مع تفنن شركات التأمين في إيجاد أنواع كثيرة وحالات مختلفة نذكر منها:

الفرع الأول: التأمين لحالة الحياة

في هذا النوع من التأمين، يلتزم المؤمن له بدفع أقساط التأمين مقابل إلتزام المؤمن بدفع مبلغ التأمين لهذا المؤمن على حياته أو المستفيد إذا بقي المؤمن له حيا إلى تاريخ معين.[1]وقد عرفته المادة 64 من قانون التأمينات الجزائري أنه:"عقد يلتزم بموجبه المؤمن بدفع مبلغ محدد للمؤمن له عند تاريخ معين مقابل قسط، إذا بقي المؤمن له على قيد الحياة عند هذا التاريخ".[2]ويتخذ هذا التأمين ثلاث صيغ:

أولا: تأمين رأس المال المؤجل

إن المؤمن يلتزم بدفع رأسمال مؤجل للمؤمن له إذا بقي هذا الأخير حيا عند حلول الأجل المعين في العقد وبالتالي إذا كان المؤمن له حيا عند حلول الأجل المتفق عليه استحق الرأسمال المعين في العقد، أما إذا توفي قبل حلول الأجل المتفق عليه برأت ذمة المؤمن واحتفظ بالأقساط المدفوعة إذ تصبح ملكا خالصا له .

يلجأ إلى تأمين رأسمال المؤجل عندما يكون الشخص في ريعان شبابه يدخر لشيخوخته ومثال ذلك كأن يلجأ محامي أو طبيب يدخر لكبره أو لمرضه أو لعجزه عن العمل فيدفع أقساط التأمين لمدة معينة و يكون فيها قادرا على الكسب ثم إذا كبر وعجز عن العمل أو ضعفت موارده

[1] فايز أحمد عبد الرحمن، التأمين على الحياة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2006، ص74.
[2] مولود ديدان، مرجع سبق ذكره ، ص23.

المالية وبقي حيا في التاريخ المتفق عليه حصل على الرأسمال المذكور في العقد وفي هذا النوع من التأمين فإن المؤمن له يحصل على رأسمال دفعة واحدة.[1]

ثانيا: تأمين الريع

في هذه الصورة من تأمينات الحياة يلتزم المؤمن بأن يدفع للمستفيد مبلغ التأمين، ويكون عبارة عن إيراد شهري أو سنوي، إذا عاش المؤمن على حياته إلى مدة معينة[2]، وبهذا يكفل المستفيد لنفسه إيرادا أو معاشا يتقاضاه دوريا بدلا من رأسمال يتقاضاه دفعة واحدة[3]. وتأمين الريع في حالة الحياة ينقسم إلى نوعين: تأمين الريع المعجل وتأمين الريع المؤجل.

1- تأمين الريع المعجل

في تأمين الريع المعجل يلتزم المؤمن بموجبه دفع الريع فورا للمؤمن له عند حلول الأجل المتفق عليه في العقد وفي هذه الحالة يكون المؤمن له عند اكتتاب عقد التأمين قد دفع للمؤمن قسط وحيد، وعندها يقوم المؤمن فورا اكتتاب العقد دفع هذا الريع للمؤمن له على شكل إيرادا كل شهر أو ثلاثة أشهر أو ستة أشهر حسب الاتفاق الجاري بينهما، والريع أو الإيراد يتم حسابه على أسس فنية وتقنية وقوانين الإحصاء والقواعد الرياضية المقررة في عمليات التأمين ويدفع المؤمن الريع الأول فورا بعد اكتتاب العقد ثم تتوالي المبالغ الأخرى بعد ذلك إلى مدى حياة المؤمن له، أو إلى انقضاء المدة المحددة في العقد بشرط أن يبقى المؤمن له حيا عند استحقاق كل ريع.

---

[1] حوحو يمينة، عقد التأمين على الحياة، رسالة ماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر،2008، ص33.

[2] فايز أحمد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره ، ص76.

[3] زيدات دليلة، عقد التأمين على الحياة في القانون الجزائري، رسالة ماجيستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق جامعة الجزائر، 2001 ، ص 82.

إن التزام المؤمن في تأمين الريع المعجل متكون من عدة التزامات معلقة كلها على شرط واحد وهو بقاء المؤمن له حيا عند حلول الأجل المحدد في العقد، أما إذا توفي المؤمن له قبل الأجل برأت ذمة المؤمن من التزامه بدفع الريع واستبقى كل الأقساط التي تحصل عليها.

ويلجأ إلى هذا النوع من التأمين العائلات التي تزيد تكاليفها المعيشية فتستعمل هذا النوع من التأمين حتى تقل تكاليفها،كما قد يلتجأ إليه عدة أشخاص أي يكون تأمين على حياة عدة أشخاص فإذا توفي أحدهم استحق الآخرون مبلغ الريع ويرتفع مبلغ الريع بمقدار المبلغ المستحق للمؤمن له المتوفي، إلا إذا وجد شرط في العقد يخالف ذلك.[1]

2- تأمين الريع المؤجل

في تأمين ريع المؤجل يلتزم المؤمن بدفع ريع معين للمؤمن له ابتداء من التاريخ المعين في العقد شريطة أن يكون المؤمن له على قيد الحياة عند هذا التاريخ، وعليه ابتداءا من حلول الأجل المعين في العقد يدفع المؤمن ريع دوري في كل شهر أو ثلاثة أشهر أو ستة أشهر، إما لمدى حياة المؤمن له أو لمدة زمنية معينة حسب الاتفاق المبرم بينهما، أما إذا توفي المؤمن له قبل حلول الأجل المتفق عليه، برأت ذمة المؤمن من التزامه بدفع الريع الدوري وكانت الأقساط التي تحصل عليها حقا خالصا له، وقد ينعقد تأمين ريع المؤجل على حياة عدة أشخاص وفي حالة وفاة أحد المؤمن على حياتهم قبل حلول الأجل فإن مبلغ الريع يرتفع بمقدر الريع المستحق للمؤمن له المتوفي إلا إذا وجد اتفاق يخالف ذلك.

ثالثا: التأمين لضمان التأمين الأول (التأمين المضاد)

إن التأمين في حالة الحياة بتركيباته يشترط لاستحقاق المؤمن له مبلغ التأمين أن يظل المؤمن له على قيد الحياة عند حلول الأجل المنصوص عليه في العقد، وإذا توفي المؤمن له قبل

[1] حوحو يمينة، مرجع سبق ذكره ،ص33.

حلول الأجل برأت ذمة المؤمن واحتفظ بالأقساط التي تحصل عليها، بحيث تصبح ملكا له ولا يلتزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين إلى ورثة المؤمن له وعليه بإمكان المؤمن له تفادي هذه النتيجة التي تضره وتضر بورثته وذلك باستعمال التأمين المضاد أو ضمان تأمين الأول .

والتأمين المضاد يلزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين لورثة المؤمن له إذا ما توفي المؤمن له قبل الأجل المنصوص عليه في العقد مقابل قسط خاص يدرج في القسط الرئيسي، يدفعه المؤمن له ومن ثمة التأمين في حالة الحياة المصحوب بالتأمين المضاد يلتزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين سواء عند بقاء المؤمن له حيا أو عند وفاته، فيدفع المؤمن مبلغ التأمين للمؤمن له إذا بقي حيا عند الأجل المنصوص عليه في العقد أو يدفع مبلغ التأمين لورثة المؤمن له أو المستفيد إذا توفي المؤمن له قبل حلول الأجل على أساس التأمين المضاد.

وضمان التأمين الأول أو التأمين المضاد هو اتفاق تبعي يدرج مع العقد الأصلي، وهذه التبعية ليست معناها ارتباط الأول بالثاني أي ارتباط عقد التأمين في حالة الحياة بتأمين المضاد وإنما كل عقد مستقل عن الآخر فالأول ينصب على حياة المؤمن له والثاني ينصب على وفاة المؤمن له، فكلاهما لا يغطيان نفس الخطر ومن ثمة فإن الالتزام بدفع الأقساط في التأمين في حالة الحياة غير مرتبط بالالتزام بدفع الأقساط في ضمان التأمين الأول أو التأمين المضاد فقد يتخلى المؤمن له من إلتزامه بدفع الأقساط في التأمين في حالة الحياة ومع ذلك يبقى في نفس الوقت ملتزم بدفع الأقساط في التأمين المضاد، ولا مانع من أن يكتتب عقد التأمين لدى مؤمن آخر. وأخيرا فإن التأمين المضاد ما هو إلا تأمين في حالة الحياة اقترن بتأمين في حالة الوفاة.[1]

[1] حوحو يمينة، مرجع سبق ذكره ، ص35.

الفرع الثاني: التأمين لحالة الوفاة

التأمين لحالة الوفاة هو عقد يتعهد بمقتضاه المؤمن بأن يدفع للمؤمن له مبلغا من المال عند حصول الخطر وهو الوفاة مقابل دفع المؤمن له للمؤمن أقساط دورية يتم الإتفاق عليها بمقتضى هذا العقد.[1]

نصت المادة 65 من الأمر رقم 07/95 لعام 1995على أن " التأمين في حالة الوفاة، عقد يتعهد بموجبه المؤمن بدفع مبلغ معين للمستفيد أو المستفيدين عند وفاة المؤمن له مقابل قسط وحيد أو دوري ".

وعليه فإن التأمين في حالة الوفاة هو عقد يلتزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين عند وفاة المؤمن له على أن يدفع هذا الأخير قسط وحيد أو دوري، ومبلغ التأمين إنما يدفعه المؤمن للمستفيد المعين في وثيقة التأمين أو الورثة.

وغالبا ما ينعقد التأمين في حالة الوفاة على حياة شخص واحد لكن لا مانع أن ينعقد على حياة شخصان أو أكثر.كما أن مبلغ التأمين الذي يلتزم المؤمن دفعه إلى المستفيد أو الورثة عند وفاة المؤمن له قد يكون في شكل ريع دوري أو في شكل رأسمال يدفع مرة واحدة، ويأخذ هذا النوع من التأمين ثلاثة أنواع:

أولا: التأمين مدى الحياة "التأمين العمري"

إن التأمين على مدى الحياة أو التأمين العمري هو عقد يلتزم فيه المؤمن بدفع مبلغ التأمين للمستفيد عند وفاة المؤمن على حياته، أيا كان الوقت الذي تحدث فيه هذه الوفاة، فمبلغ التأمين لا يصبح مستحقا إلا بوفاة المؤمن على حياته مهما طال عمره. ويعتبر هذا النوع من التأمين من قبيل

[1] حميدة جميلة، الوجيز في عقد التأمين، دار الخلدونية، الجزائر،2011، ص150.

الإدخار الإجباري، يلجأ إليه عادة رب الأسرة حتى يكفل لأسرته بعد موته مبلغا من المال يقيهم شر العوز.

عادة ما يكون قسط التأمين في هذا النوع عبارة عن أقساط دورية يدفعها المؤمن له مدى حياته، بل إن الغالب أن يتفق المؤمن مع المؤمن له على ألا يدفع الأقساط إلا طوال مدة معينة عشر سنوات أو ثلاثين سنة أو أقل أو أكثر، فإذا مات قبل إنقضاء هذه المدة انتهى إلتزامه بدفع القسط واستحق المستفيد مبلغ التأمين، وإذا عاش بعد انقضاء هذه المدة لم يعد ملتزما بدفع أي قسط، فإذا مات بعد ذلك استحق المستفيد مبلغ التأمين ولكن ليس هناك قانونا ما يمنع من أن يكون قسط التأمين هنا قسطا واحدا.[1]

وعقد التأمين لمدى الحياة قد ينعقد على حياة شخص واحد وقد ينعقد على حياة شخصين وهذا طبقا لنص المادة 69 من الأمر رقم 07/95، إذا يمكن لزوجان أن يكتتبا عقد تأمين متبادلا ففي التأمين التبادلي بين الزوجين يلتزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين إلى الزوج الباقي على قيد الحياة عند وفاة الزوج الآخر .[2]

وانعقاد عقد التأمين لمدى الحياة على شخصيين ليس معناه أن المؤمن سيقوم بتنفيذ التزامه مرتين، وإنما التزامه هو التزام واحد يقوم بتنفيذه الشخص الذي بقي حيا عند وفاة الآخر فالتأمين على حياة شخصين ليس معناه عقدين مختلفتين متميزين أحدهما عن الآخر بل هو عقد تأمين واحد غير قابل للتجزئة.

[1] دبوزين محمد، وضعية سوق التأمينات على الأشخاص في الجزائر، مجلة أبعاد إقتصادية، العدد 08، بومرداس الجزائر،2017، ص122.

[2] المادة 69 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص13.

هذا ما نصت عليه المادة 69 السالفة الذكر وحق كل من الطرفين على مبلغ التأمين يكون احتمالي إذا يحتمل أن يبقى الطرف الأول حيا قبل وفاة الطرف الثاني والعكس صحيح، وحين وفاة أحدهما يسقط حق المتوفي في مبلغ التأمين ويتأكد حق المتبقي على قيد الحياة.

1- أنواع التأمين مدى الحياة

يقسم التأمين مدى الحياة إلى قسمين هما[1]:

أ- تأمين مدى الحياة العادي

حيث يوفر هذا النوع من التأمين حماية تأمينية للمؤمن له لغاية عمر 100سنة وفي نهاية مدة الوثيقة تدفع شركة التأمين مبلغ التأمين للمؤمن له إذا كان على قيد الحياة، وأقساط هذا النوع من التأمين تبقى ثابتة أي أنها لا تتزايد مع تزايد عمر المؤمن له، كما توجد لهذا النوع من التأمين قيم استردادية بالاظافة إلى خيارات المشاركة في الأرباح وتصفية الوثيقة أي إلغائها وقبض قيمتها الاستردادية.

ب- تأمين مدى الحياة ذات الأقساط المحدودة

حيث يوفر هذا النوع من التأمين حماية تأمينية لمدى الحياة وأقساطه ثابتة ولكنها لا تدفع طيلة سريان مفعول الوثيقة بل لمدة فقط"حسب اختيار المؤمن له" لمدة 25،20،10 سنة ويبقى تأمين المؤمن له ساري المفعول خلال تلك المدة "مدة دفع الأقساط" وخلال المدة التي تليها ولكن من المتوقع أن تكون أقساط هذا النوع من التأمين أعلى من الأقساط الواردة في تأمين مدى الحياة العادي.

2- مزايا التأمين مدى الحياة

للتأمين مدى الحياة مجموعة من المزايا نذكر بعضها:

[1] محمد رفيق المصري، التأمين على الحياة والضمان الإجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص ص 21-22.

أ- أن التغطية التأمينية مستمرة لمدى الحياة.

ب- أنها خليط من التأمين على الحياة والتوفير المالي.كما أن وثيقة التأمين مدى الحياة تتضمن أرباح جيدة.

ت- تتضمن جانب جيد من التوفير تبدو بوادره في المراحل الأخيرة من فترة التأمين.

ثانيا: التأمين المؤقت

إن التأمين المؤقت هو عقد يلتزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين للمستفيد أو للورثة إذا توفي المؤمن له في خلال مدة محددة ومعينة في عقد التأمين مقابل قسط دوري أو وحيد، وإذا توفي المؤمن له خلال المدة المحددة في العقد التزم المؤمن دفع مبلغ التأمين المعين إلى مستفيد أو ورثة المؤمن له، أما إذا بقي حيا بعد انتهاء مدة العقد برأت ذمة المؤمن واستبقى الأقساط التي تحصل عليها بحيث تصبح ملكا خالصا له.

فالتأمين المؤقت يختلف عن التأمين على مدى الحياة حيث لا يبقى طوال حياة المؤمن له وإنما هو مؤقت بمدة محددة بحيث إذا انقضت هذه المدة وبقي المؤمن له حيا انتهى عقد التأمين وبرأت ذمة المؤمن .

وهذا النوع من التأمين يناسب الأشخاص الذين قد يتعرضون مؤقتا لأخطار غير عادية (كالطيارين والبحارة والمستكشفين...) أو من يعملون مؤقتا في أعمال خطرة (كعمال مصانع الذخيرة والمصانع النووية والكميائية) فيؤمن الشخص منهم على حياته طوال فترة تعرضه للخطر، فإذا مات فعلا استحق الورثة مبلغ التأمين وإذا لم يمت طوال فترة التأمين انتهى التأمين واحتفظ المؤمن بالأقساط[1].

[1] دبوزين محمد، مرجع سبق ذكره، ص123.

1- أنواع التأمين المؤقت

للتأمين المؤقت عدة أنواع[1]:

أ- تأمين سنوي يجدد كل عام حسب تاريخ الإصدار والتجديد الخاص بتلك الوثيقة.

ب- تأمين الرهونات والذي يبدأ بمبلغ معين ثم يتناقص تدريجيا حسب رصيد الرهن.

ت- تأمين محدد ل 5 سنوات، 10 سنوات،15 سنة، 20 سنة، 30 سنة.

ث- التأمين المؤقت لحماية المقرضين والبنوك من عدم استرداد أرصدتهم بحالة وفاة المقترض ويسمى تأمين الائتمان.

ج- التأمين الجماعي للعاملين بالشركات والمشروعات.

2- مزايا التأمين المؤقت

من مزايا التأمين المؤقت:

أ- أنه أقل الأنواع للوحدة من التغطية التأمينية إذا ما قورن بالأنواع الأخرى.

ب- أنه يخدم الغرض من التأمين (التأمين الجماعي) الرهونات، القروض ...الخ.

ت- أنه النوع الأفضل لذوي الدخل المحدودة.

3- عيوب التأمين المؤقت

من عيوبه[2]:

أ- الحالة الوحيدة التي يمكن بها تحصيل قيمة مبلغ التأمين هي حالة وفاة المؤمن على حياته.

ب- إن التأمين المؤقت ينتهي مفعوله حتى لو استمرت الحاجة إلى التغطية التأمينية.

ت- ليست لديه قيمة نقدية حالية (لا يتوفر به جانب التوفير).

---

[1] محمد رفيق المصري، التأمين على الحياة والضمان الإجتماعي، مرجع سبق ذكره، ص ص 18-19.

[2] نفس المرجع السابق، ص 19.

ث– لا يتضمن هذا النوع العوائد والأرباح.

ثالثا: التأمين على البقاء

في هذا النوع من التأمين يدفع المؤمن مبلغ التأمين للمستفيد، بشرط أن يبقى هذا المستفيد حيا بعد وفاة المؤمن على حياته، فإذا مات المستفيد قبل المؤمن على حياته إنتهى التأمين وبرأت ذمة المؤمن فاحتفظ بالأقساط. فشرط إستحقاق مبلغ التأمين هنا هو أن يبقى المستفيد حيا بعد وفاة المؤمن على حياته، ولهذا سمي بتأمين البقاء"بقاء المستفيد".

وتأمين البقاء على النحو السابق يختلف عن التأمين مدى الحياة والتأمين المتبادل، ففي الحالتين الأخيرتين يكون حق المستفيد في مبلغ التأمين (وليس في التأمين في ذاته) معلقا على شرط بقائه حيا بعد موت المؤمن على حياته بحيث إذا توفي المستفيد أولا فإن ذمة المؤمن لا تبرأ ويكون ملتزما بأداء مبلغ التأمين إما للمستفيد بعينه المؤمن على حياته فيما بعد، وإما لورثة هذا الأخير، وليس الأمر هكذا في تأمين البقاء حيث يكون التزام المؤمن ذاته معلقا على شرط بقاء المستفيد حيا، ومن ثم فإن سبقت وفاة هذا المستفيد فإن ذلك يؤدي إلى براءة ذمة المؤمن بصورة نهائية وتامة.

وهذا النوع من التأمين يناسب من يريد أن يكفل بعد موته لشخص عزيز عليه مبلغا من المال يستعين به على شؤون الحياة، وهو يقصد هذا الشخص بالذات لا غيره.

وقسط التأمين هنا يتوقف مقداره على نسبة سن المؤمن على حياته إلى سن المستفيد، فكلما كان المؤمن على حياته أصغر سنا من المستفيد (كتأمين الإبن لمصلحة الأم أو الأب)،كان احتمال بقاء المستفيد حيا بعد وفاة المؤمن على حياته ضعيفا، فيضعف احتمال استحقاق مبلغ التأمين ويقل مقدار القسط والعكس صحيح.

الفرع الثالث:التأمين المختلط

التأمين المختلط يتميز عن بقية أنواع التأمين على الحياة بأنه يجمع ميزتين وهما الضمان والادخار في آن واحد حيث يستحق دفع مبلغ التأمين إذا حصلت الوفاة خلال فترة سريان عقد التأمين أو إذا بقى المؤمن عليه على قيد الحياة حتى انتهاء فترة التأمين. ومدة هذا العقد يمكن أن تتراوح بين 10 إلى 30 سنة. ولا شك ان هذا النوع يعتبر من أهم أنواع التأمين على الحياة وأكثرها انتشارا لأنه يوفر غطاءا واسعا وحماية جيدة وادخار لضمان مستقبل المؤمن عليه وعائلته.[1]

عرفه الأستاذ السنهوري بأنه:" "عقد بموجبه يلتزم المؤمن بأن يدفع مبلغ التأمين رأسمال أو ايراد، إلى المستفيد إذا مات المؤمن على حياته في خلال مدة معينة، أو إلى المؤمن على حياته نفسه إذا بقي هذا حيا عند انقضاء هذه المدة المعينة". وللتأمين المختلط عدة صور أهمها:

أولا: التأمين المختلط العادي

يتميز التأمين المختلط العادي بأنه يجمع نوعان من صور التأمين على الحياة الأول هو تأمين في حالة الحياة والثاني هو تأمين في حالة الوفاة وكل واحد منهما يغطي خطر معين كما لكل عقد أركانه وشروط خاصة به ومستقلة تماما عن العقد الآخر وما يجمعهما إلا الشكل الذي يتمثل في اكتتاب عقد التأمين المختلط العادي في وثيقة تأمين واحدة، ومع ذلك لا مانع من اكتتاب كل عقد في وثيقة تأمين مستقلة .

عقد التأمين المختلط هو عقد يلتزم بموجبه المؤمن مقابل قسط وحيد أو دوري دفع مبلغ التأمين عند حلول الأجل المعين للمؤمن له أو للمستفيد أو للورثة إذا توفي المؤمن له قبل حلول الأجل، ويعتبر التزام تناوبي فهو تارة يدفع مبلغ التأمين للمؤمن له عند حلول الأجل المعين عند بقائه حيا، وتارة أخرى يدفع مبلغ التأمين للمستفيد أو الورثة عند وفاة المؤمن له قبل الأجل المعين

[1] منعم الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص103.

في العقد، والتزام المؤمن في التأمين المختلط العادي يكون واجب التنفيذ ولا يسقط سواء في حالة بقاء المؤمن حيا عند حلول الآجل أو عند وفاته قبل التاريخ المعين في العقد.

وفي حالة بقاء المؤمن له حيا عند حلول الأجل المتفق عليه استحق مبلغ التأمين على أساس التأمين في حالة الحياة وينقضي بذلك عقد التأمين في حالة الوفاة والعكس صحيح بحيث إذ تحقق التأمين في حالة الوفاة انقضى عقد التأمين في حالة الحياة .

وقد يكتتب التأمين المختلط العادي على شخص واحد أو على شخصين مختلفين أو أكثر كما لو اكتتب زوجان عقد تأمين مختلط عادي يؤمنان فيه على حياة أو وفاة كل واحد منهما بحيث إذا بقيا كلاهما على قيد الحياة عند حلول الأجل المنصوص عليه في العقد التزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين لكل واحد منهما، أما إذا توفيا أحدهما قبل الآخر قبل حلول الأجل المتفق عليه في العقد وجب على المؤمن دفع مبلغ التأمين للزوج المتبقي على قيد الحياة.[1]

وهذا النوع من التأمين يلجأ إليه بكثرة لأن في كلتا الحالتين عند تحقق الخطر سواء كان على الحياة أو على الوفاة فإن المؤمن ملتزم بدفع مبلغ التأمين. وما يعاب على هذا التأمين أن غالبا ما تكون الأقساط مرتفعة القيمة لأنه يضمن كل من خطر البقاء وكذا خطر الوفاة معا.

ثانيا: التأمين لأجل محدد

إن التأمين لأجل محدد هو تأمين مختلط يتضمن كل من التأمين في حالة الحياة والتأمين في حالة الوفاة وهو عقد يلتزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين عند تاريخ معين مقابل قسط وحيد أو دوري وعليه يختلف التأمين لأجل محدد عن الأنواع السابقة الذكر في أن وفاة المؤمن له قبل الأجل المنصوص عليه في العقد لا يترتب عنه دفع المؤمن مبلغ التأمين فورا للمستفيد أو الورثة وإنما يستحق مبلغ التأمين عند حلول الأجل المعين في العقد، لذا سمي بتأمين لأجل محدد ووفاة

[1] حوحو يمينة، مرجع سبق ذكره ، ص35.

المؤمن له قبل الأجل المحدد في العقد يؤدي إلى انقطاع في دفع الأقساط من يوم وفاة المؤمن له ومن ثمة إذا بقي المؤمن له حيا عند حلول الأجل استحق مبلغ التأمين، أما إذا توفي قبل هذا التاريخ المحدد في عقد التأمين فإن المستفيد لا يستحق مبلغ التأمين عند وفاة المؤمن له وإنما يستحقه عند حلول الأجل المنصوص عليه في عقد التامين.

ثالثا: التأمين المركب

إن التأمين المركب هو نوع من أنواع التأمين المختلط فهو يتضمن كل من عقد التأمين في حالة الحياة وعقد تأمين في حالة الوفاة، غير أن مبلغ التأمين في التأمين في حالة الحياة يكون مرتفع على مبلغ التأمين في حالة الوفاة والتأمين المركب هو عقد يلتزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين للمستفيد أو الورثة عند وفاة المؤمن له قبل حلول الأجل المنصوص عليه في العقد، أما إذا بقي المؤمن له حيا عند حلول الأجل المحدد في العقد، استحق مبلغ التأمين وفي هذا الصدد يجوز للمؤمن له استعمال حق الدائنية قبل المؤمن باعتباره دائنا بفضل أربعة طرق وهي :

1- عند حلول أجل العقد مع بقاء المؤمن له حيا استحق مبلغ التأمين،كما يعفى بعد ذلك من دفع الأقساط ويستحق المؤمن له مبلغ التأمين إما فورا أي المؤمن يدفع مبلغ التأمين فور حلول الأجل ويكون قيمة هذا المبلغ أكبر من قيمة مبلغ التأمين الواجب الدفع في التأمين في حالة الوفاة .

2- يجوز للمؤمن له أن يحصل على جزء من مبلغ التأمين ويظل عقد التأمين في حالة الوفاة ساري المفعول ويبقى بالتالي المؤمن له مؤمنا من أخطار الوفاة دون أن يلتزم بدفع الأقساط.

3- يجوز أن يحصل على ريع معجل مع بقائه مؤمنا من الأخطار التي تضمنها العقد.

4- يحصل على ريع معجل مرتفع القيمة دون بقائه مؤمنا.

رابعا: عقد تأمين الأسرة

يلتزم المؤمن بموجبه بأن يدفع مبلغ التأمين في اجل محدد للمؤمن له، إذا كان حيا أو لمستفيد يعينه هذا الأخير ومن مميزات هذا التأمين أن المستفيد يتلقى فورا بعد وفاة المؤمن له إيرادا دوريا إلى حين حلول اجل العقد وبعد حلول الأجل يتحصل على مبلغ التأمين المتفق عليه في العقد، وبهذه الصورة يكفل رب الأسرة لأبنائه وزوجته بعد وفاته إيرادا مرتبا دوريا أولا، ثم الحصول على رأسمال عند حلول الأجل.[1]

خامسا: عقد تأمين المهر

بالنسبة لعقد تأمين المهر، يلتزم المؤمن من خلاله بدفع مبلغ التأمين، عند حلول أجل محدد للمستفيد وهو شخص معين بالذات، إذا بقي هذا الأخير حيا عند حلول الأجل. ويلجأ إلى هذا النوع شخصا له ولد يريد أن يكفل له مهرا عند حلول أجل معين، فإذا حل الأجل وبقي الولد حيا، يدفع مبلغ التأمين للأب إذا كان حيا، أو للولد مباشرة إذا توفي الأب المؤمن على حياته، أما إذا مات الولد قبل حلول الأجل المعين، فإن التأمين ينتهي بموته. ومن أجل هذا يلجأ المكتتب عادة إلى تأمين مضاد، يسترد به الأقساط المدفوعة في حالة وفاة الولد قبل حلول الأجل.[2]

الفرع الرابع:التأمين التكميلي

وهو التأمين الذي يرتبط غالبا بعقد التأمين على الحياة، يمنح للمؤمن له ضمانات تكميلية ويتحصل بموجبها على جزء من مبلغ التأمين المستحق المذكور في العقد أو أن يدفع له المؤمن إيرادا مرتبا يمثل نسبة مئوية من مبلغ التأمين وهذا دون أن يفقد حقه في مبلغ التأمين عند حلول اجل الاستحقاق، ويقدر هذا المبلغ أو الإيراد حسب درجة عجز المؤمن له ويضمن المؤمن في

[1] جديدي معراج، مرجع سبق ذكره ، ص 100.
[2] زيدات دليلة، مرجع سبق ذكره ، ص 85 .

حالة وفاة المؤمن له لأي سبب من الأسباب بأن يدفع إلى المستفيد مبلغا من المال المستحق بموجب العقد، هذا إلى جانب مبلغ التأمين الأول.

المطلب الثاني: التأمين من الإصابات

للتأمين من الإصابات نوعان:

الفرع الأول: التأمين ضد الإصابات الجسدية

التأمين ضد الحوادث الجسدية هو عقد يلتزم بمقتضاه المؤمن في مقابل أقساط التأمين أن يدفع للمؤمن له أو للمستفيد في حالة موت المؤمن له مبلغ التأمين في حالة ما إذا لحقت المؤمن له إصابة بدنية وبأن يرد له مصروفات العلاج والأدوية كلها أو بعضها[1].قد يكون الإكتتاب فيه فرديا إذا أبرمه شخص معين لصالحه وقد يكون جماعيا إذا قصد به تغطية الحوادث والإصابات التي تحدث لمجموعة معينة.[2]

وحسب المشرع الجزائري "تهدف التأمينات من الحوادث الجسمانية إلى ضمان تعويض في شكل رأس مال أو ريع للمؤمن له أو المستفيد في حالة وقوع حادث طارئ محدد في العقد".[3]

والخطر المؤمن منه في هذا التأمين لا بدّ أن يكون إصابة بدنية كجرح أو بتر عضو أو إزهاق روح وأن تكون غير متعمدة من المؤمن له أو المستفيد وأن تكون بتأثير سبب خارجي مفاجئ وأن تقوم علاقة السببية بين السبب الخارجي المفاجئ والاصابات البدنية.

ويعتبر التأمين من الحوادث والإصابات على النحو السابق تأمينا مركبا، لأنه يشتمل في آن واحد على تأمين الأشخاص وعلى تأمين الأضرار.إذ يعتبر تأمينا على الأشخاص فيما يتعلق

[1] أحمد عبد الرزاق السنهوري ، مرجع سبق ذكره ،ص 1104.

[2] فايز أحمد عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره ،ص39.

[3] المادة 67 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص12.

بالمبلغ المحدد الذي يدفعه المؤمن فهذا المبلغ يصبح مستحقا بمجرد حدوث الإصابة، بغض النظر عما إذا كان هناك ضرر أصاب المؤمن له من عدمه، أي أنه لا تنطبق على التأمين من الإصابات فيما يتعلق بهذا الصفة التعويضية التي تكون للتأمين من الأضرار. وهو يعتبر تأمينا من الأضرار فيما يتعلق بمصروفات العلاج والأدوية، وبذلك فإن الصفة التعويضية التي تكون للتأمين من الأضرار تنطبق هنا.

ولكن العنصر الأساسي في التأمين من الحوادث والإصابات هو المبلغ الذي يدفعه المؤمن وتعتبر مصروفات العلاج والأدوية عنصرا ثانويا لذلك يعتبر هذا التأمين تأمينا على الأشخاص قبل أن يكون تأمينا من الأضرار.[1]

أولا: الضمانات الأساسية في التأمين من الإصابات الجسدية

من الضمانات الأساسية في هذا النوع[2]:

1- الوفاة

إذا توفي المؤمن له اثر حادث، إما فور وقوع الحادث أو لأجل أقصاه سنة واحدة من وقوع الحادث، فشركة التأمين تعوض رأسمال(x) للمستفيد(y) المعين أو المعينين في العقد.

2- العجز الدائم

عندما يسبب الحادث عجزا دائما في الأشهر الإثني عشر بعد الحادث، يحصل المؤمن له على حسب درجة هذا العجز رأسمال أو مرتب منه محدد وفقا لسلم العجز في العقد.

[1] دبوزين محمد، مرجع سبق ذكره ، ص 124.

[2] Guide des assurances en algérie 2009 , op cit ,p101.

3- العجز المؤقت

في حالة استحالة ممارسة المؤمن له للنشاط سيحصل على التعويض اليومي المتفق عليه إبتداء من تصريحه بالحادث وحتى تعافيه على ألا يتجاوز ذلك 365 يوم من الحادث.

4- المصاريف الطبية

تؤمن الشركة تعويض نفقات العلاج الى غاية الآجال المحددة.

الفرع الثاني: التأمين على المرض

التأمين على المرض هو عقد يلتزم بمقتضاه المؤمن بأن يدفع مقابل قسط مبلغ التأمين للمؤمن له في حالة مرضه أو للمستفيد في حالة وفاة المؤمن له بسبب المرض المؤمن عليه ويضاف الى مبلغ التأمين دفع المصاريف الطبية والصيدلانية والجراحية التي يكون المؤمن له قد أنفقها بسبب المرض.

وهذا التأمين يعتبر أيضاً تأمينا مزدوجا فهو تأمين على الأشخاص من حيث تعلقه بالمبلغ المعين الذي يدفعه للمؤمن له عند مرضه لأنه يجب دفعه كاملاً بصرف النظر عن مقدار الإصابة بسبب المرض لكنه في الوقت نفسه تأمين من الأضرار فيما يتعلق برد مصروفات العلاج والأدوية حيث ينظر فيه إلى التعويض .[1]

يعرف المرض بأنه:" كل اضعاف للصحة بإثبات من السلطة الطبية المختصة" ولا يشترط في المرض الصدفة وتأثير السبب الخارجي كما هو الأمر في التأمين على الحوادث الجسمانية وهو بصفة عامة اصابة الحالة الصحية دون أن يكون مصدر الإصابة حادثا خارجيا معينا والضمان هنا لا يشمل الأمراض التي يعرض المؤمن له نفسه لها عن عمد.

[1] أحمد عبد الرزاق السنهوري ، مرجع سبق ذكره، ص 1106.

وتجري العادة هنا أيضا على أن يحدد المؤمن الأمراض التي يشملها الضمان أو يستبعد تلك التي لا يشملها. وكثيرا ما تستبعد الأمراض المهنية على أساس أن الضمان الإجتماعي يتولى تغطيتها. كما تستبعد الأمراض العقلية وتلك التي تجد مصدرها تشوه أو سوء تركيب خلقي كمرض قلبي وجد لدى المريض منذ ولادته. واذا كانت المدة التي يسري فيها الضمان غير واجبة التحديد في التأمين على الحوادث الجسمانية باعتبار أنها تقع فجأة، فقد جرت العادة على أن المؤمن يحدد هذه المدة في التأمين على المرض تجنبا لأي نزاع وتجنبا لانتظار المؤمن له ظهور عوارض المرض ولجوئه للتأمين عليه، فيكون هذا بمثابة تأمين على خطر قد تحقق، ومن أجل ذلك كثيرا ما يحدد المؤمن مدة شغور لسريان الضمان.[1]

المطلب الثالث: تأمينات المساعدة

هي خدمة تقدمها شركة التأمين يطلق عليها تسمية "المساعدة" أو "المسعفة"، تلتزم فيها هذه الشركة بتقديم كل العون للأشخاص الذين هم في حالة صعبة أو حرجة. ونجد ضمن هذه الخدمة:

الفرع الأول: التأمين على السفر والمساعدة

تأمين السفر والمساعدة جاء لتغطية المسافر المؤمن له من خلال التعويضات عن الحوادث الجسمانية التي يمكن أن يتعرض لها خلال سفره، وكذا تعويضات المساعدة والاعانة طيلة فترة اقامته في الجزائر أو في الخارج. وتشمل التغطية على أن يتعرض المسافر بصفة طارئة للمرض فقدان متاع السفر، حادث أو اصابة اضافة الى التكفل بإعادته إلى أرض الوطن.[2]

---

[1] عبد الرزاق بن خروف، ،التأمينات الخاصة في التشريع الجزائري "الجزء الاول التأمينات البرية"، الطبعة الثالثة مطبعة ردكول، الجزائر،2002، ص 292.

[2] Guide des assurances en algérie 2009 ,op cit , P 102.

* (Schengen): تأشيرة موجهة للسفر إلى دولة من الاراضي الأروبية ، تسمى بفضاء Schengen الذي يضم 26 دولة أوروبية ، وقد تم توقيع الإتفاقية وتنفيذها في" Luxemburg".

يرمز لهذا التأمين ب (AVA) ففي 22 ديسمبر 2003 طلب الإتحاد الأوروبي من الدول الأعضاء في منطقة السفر (Schengen)* أن يفرضو على طالبي التأشيرة للسفر بالخارج ابتداء من 01 جوان 2004 الإكتتاب في تغطية لتأمين المساعدة في الخارج بحد أقصى 30000 اورو.

الفرع الثاني: تأمين نقل الجثامين من الخارج و المساعدة بالخارج

في 08 جانفي 2013 بمقر وزارة الشؤون الخارجية، تم تقديم منتج جديد هو منتج تأمين نقل الجثامين للجزائريين المتواجدين بالخارج، هذه الخدمة التي أدرجتها وتسوقها الشركة الوطنية للتأمين "SAA" عبر فرعها المتخصص في تأمين الأشخاص شركة التأمين والإحتياط والصحة "SAPS" هدفها ضمان تنظيم والتكفل بمصاريف عملية نقل جثمان المؤمن له لدى وفاته إلى مكان دفنه بالجزائر وتقديم تذكرة سفر إقتصادية ذهاب وإياب لأحد أقاربه "الزوجة، الزوج، الأم ، الأب، الإخوة الأخوات، وكل سليل مباشر" من أجل مرافقة جثمان المتوفي.

أولا: نقل الجثمان

تتضمن عملية نقل الجثمان العمليات التالية[1]:

1- القيام بكل الإجراءات الإدارية المتعلقة بالوفاة.

2- طقوس الغسل "غسل الميت".

3- تكاليف النعش "وضع جثة المتوفي المؤمن عليه في تابوت".

4- نقل الجثمان إلى غاية مكان دفنه.

من أهم إيجابياته أنه تستفيد منه جميع الفئات العمرية، معمول به عبر العالم كله، التكفل المباشر بكل المصاريف والأعباء من طرف المساعد، ليس هناك أي إجراءات صحية أو طبية.

[1] Article Rapatriement de corps , D'après le site http://www.elmouwatin.dz/?Rapatriement-de-corps, consulté le 25/11/2017.

ثانيا: صيغ الإستفادة من هذه الخدمة

هناك صيغتان للتسجيل والإستفادة من هذه الخدمة:

1-التسجيل الفردي

يمكن التسجيل للاستفادة من هذه الخدمة لدى كل وكالات الشركة الوطنية للتأمين أو فرعها المتخصص. أو من خلال تحميل وثيقة اقتراح التأمين على نقل الجثامين، وملئها ثم التوقيع عليها وإيداعها لدى إحدى وكالة التأمين القريبة أو إرسالها عبر البريد العادي أو البريد الالكتروني، ويقدر المبلغ الإجمالي لتأمين شخص واحد ولمدة سنة كاملة ألفي وخمس مائة دج "2500 دج " لجميع الفئات العمرية، ومهما كان بلد إقامة المؤمن.

2- التسجيل الجماعي

هذه الخدمة موجهة خصيصا للجمعيات. فكل جمعية لرعاية الجزائرين المقيمين بالخارج يمكنهم التسجيل ضمن عقد تأمين جماعي لنقل الجثامين لحماية أعضائها، وتستفيد من التخفيضات التالية :

أ- تخفيض بنسبة 5 بالمائة إذا كان عدد المؤمنين يتراوح بين 50 إلى 100.

ب- تخفيض بنسبة 7.5 بالمائة إذا كان عدد المؤمنين يتراوح بين 101 إلى500.

ت- تخفيض بنسبة 10 بالمائة لكل مؤمن إن كان عددهم يتراوح بين 501 إلى1000.

ث- تخفيض بنسبة 15 بالمائة إن كان عدد مشاركي الجمعية المؤمنين يتجاوز 1001.

المطلب الرابع: التدابير التي جاء بها القانون 04/06 لتطوير تأمينات الأشخاص

قانون التأمين الجديد رقم 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 جاء لتعديل الأمر رقم 07/95 الذي ظهرت فيه بعض الجوانب التي تم إغفالها، منها عدم أهمية قطاع التأمين في الناتج المحلي الإجمالي كذلك عدم شفافية سوق المنافسة التي كانت تقتصر حصريًا على مبلغ الأقساط

عدم كفاية الرقابة الحكومية، صغر حجم محفظة شركات التأمين عدم احتراف وكلاء التأمين والحاجة إلى مزيد من تحرير السوق[1]. لهذا سعى القانون رقم 04/06 لإصلاح قطاع التأمين وتوفير البيئة المناسبة لشركات التأمين المتواجدة في السوق، فجاء هذا القانون بجملة من التدابير لتطوير صناعة التأمين في الجزائر، من أهم وأبرز هذه التدابير هو الفصل بين تأمينات الأشخاص وتأمينات الأضرار، أما التدابير الأخرى سنتطرق إليها لاحقا.

الفرع الأول: الفصل بين تأمينات الأشخاص وتأمينات الأضرار

صممت الدولة الجزائرية على تحفيز نظام التأمينات على الأشخاص، وهذا من خلال القانون رقم 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المتعلق بالتأمينات المعدل والمتمم للأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995. ومن بين أهم ما أتى به هذا القانون نجد[2]:

أولا: الفصل بين نشاطات شركات التأمين بتقسيمها إلى شركات تأمين على الأشخاص، وشركات تأمين على الأضرار.

ثانيا: إضافة نوع جديد لتأمينات الأشخاص وهو الرسملة والتي هي"عبارة عن عملية إدخار يلتزم المؤمن من خلالها بدفع مبلغ محدد للمؤمن له أو المستفيد المعين، في شكل رأس مال أو ريع عند حلول الأجل المنصوص عليه في العقد مقابل دفع قسط التأمين حسب آجال إستحقاق متفق عليها في العقد".

[1] guide investir en algérie, présenté par Kpmg, janvier 2017,p 272.

[2] المادة 10 من القانون رقم 04/06 المتعلق بالتأمينات ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 15 الصادرة في 12 مارس 2006.

ثالثا: إعادة تنظيم بعض المواد المتعلقة بتأمينات الأشخاص وذلك من خلال تعيين أكثر من مستفيد فيما يتعلق بتأمينات الحياة وهو الأمر الذي لم يكن ممكن في ظل القانون القديم وهو ما كان يشكل عائق من عوائق تطوير تأمينات الأشخاص في الجزائر.[1]

رابعا: تعميم التأمين الجماعي، الذي يعتبر من أهم التأمينات على الأشخاص المكملة لنظام التأمين الإجباري والتي من بين إهتماماتها صحة المواطن.

خامسا: تدعيم التأمينات على الأشخاص عن طريق الإعفاءات الضريبية.[2]

تم منح شركات التأمين مهلة خمس سنوات لإنشاء فرع مستقل لتأمينات الأشخاص، أي إلى غاية سنة 2011 فإنطلاقا من 2011/07/01 دخل قانون الفصل حيز التنفيذ إذ لم تعد شركات التأمين على الأضرار قادرة على التعاقد فيما يتعلق بتأمينات الأشخاص، حيث تمت تصفية شركات تأمين الأضرار من عقود تأمينات الأشخاص ضمن ظروف وشروط جيدة لصالح شركات تأمين الأشخاص المعتمدة وفقا لأحكام المادة 229 من الأمر رقم 07/95 المعدل والمتمم بالقانون رقم 04/06 والذي ينص:" على أن شركات التأمين على الأضرار تنقل كل أو جزء من محفضتها من العقود المتعلقة بتأمينات الأشخاص والتزاماتها لشركة أو أكثر من شركات تأمين الأشخاص المعتمدة، مع الحفاظ على إمكانية إدارة الملفات التي منحت في البداية لشركات تأمين الأضرار حتى إنقراض آثار العقود مع نقل المزيد من الملفات إلى الشركات الجديدة لتأمين الأشخاص المرخص لهم".[3]

---

[1] بيشاري كريم ، مرجع سبق ذكره، ص 165.

[2] دبوزين محمد ، مرجع سبق ذكره ، ص 116.

[3] المادة 229 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995، ص31.

فيما يخص بتسويق المنتجات ذات الصلة من قبل الشركات المنشأة حديثا لم يستغرق وقتا طويلا قبل أن تكون هناك شبكات التوزيع الخاصة بها، وذلك عن طريق اللجوء إلى الوكالات المباشرة للشركات التي نقلت المحفظة أو في نقلها للفترة الإنتقالية حتى 31 ديسمبر 2012.

الفرع الثاني: تحليل إنتاج تأمينات الأشخاص بعد تطبيق القانون 04/06

بعد صدور القانون رقم 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 الذي أعطى أهمية كبيرة للتأمينات على الأشخاص ونص على الفصل بين نشاطات شركات تأمين الأضرار وشركات تأمين الأشخاص، وهذا التفريق الذي جاءت به المادة 24 من نفس القانون معدلة بالمادة 74 من قانون المالية 2007، حيث أعطى مهلة خمس سنوات من صدور هذا القانون للسماح لشركات التأمين بالقيام بهذا الفصل، و إنشاء فروع جديدة متخصصة في التأمينات على الأشخاص. وكان تطبيق الفصل بين النشاطات بداية من 01 جويلية 2011، لذا قمنا بإختيار الفترة "2010-2017" من أجل تحليل مساهمة هذا القانون وأثره في تطوير نشاطات التأمين على الأشخاص.

الجدول رقم (04) : تطور إنتاج تأمينات الأشخاص في الجزائر خلال الفترة "2010-2017"

الوحدة: ملايين دج

السنوات/ الفروع	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	التغيربين 2017/2016	
									القيمة	النسبة %
تأمين الحوادث الجسمانية	2265	1406	927	1475	1462	1499	1596	1694	98	6
تأمين المرض	-	-	249	647	457	480	579	156	-424	-73
تأمين المساعدة	793	862	1398	1666	2211	2690	2819	2269	141	5
التأمين على الحياة و الوفاة	1810	1944	1864	2303	2360	3163	3974	5414	1439	36
الرسملة	-	-	-	-	27	19	-	-	-	-
التأمين الجماعي	2312	2459	2149	2075	2011	2223	2270	3210	939	41
المجموع	7180	6671	6338	8168	8527	10075	11240	13434	2194	20

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات "2010-2017"

من خلال الجدول أعلاه يبدو أن التأمينات على الأشخاص عرفت تطورا ملحوظا خلال سنوات فترة الدراسة "2010-2017" حيث وصلت نسبة الزيادة بين سنة 2010 و2017 إلى حوالي 50%، إلا أننا نلاحظ إنخفاظا في رقم الأعمال بين سنة 2010 وسنة 2012 وهذا راجع إلى أن رقم الأعمال خلال هذه الفترة كان محققا من طرف إثني عشر شركة في سنة 2010 في حين كان عدد الشركات في سنة 2011 وسنة 2012 لا يتعدى خمسة شركات متخصصة في التأمين على الأشخاص. علاوة عن ترتيبات دراسة ملفات الفروع من أجل حصولها على الإعتماد وتكوين الموارد البشرية وتعزيز شبكتها التجارية والوقت الضروري لتنظيم المنتوج أسفرت عن فترة لم تشهد نشاطا.

في سنة 2013 عاد وإرتفع رقم الأعمال حيث بلغ 8168 مليون دج أي بحصة 15 % إستمر رقم أعمال التأمين على الأشخاص بالتطور فبلغت حصيلة هذا الفرع سقف 13434 مليون

دج بحصة 20% سنة 2017 غير أن هذا التطور لا يمكن وصفه إلا بالبسيط بالرغم من تسويقه عبر 8 شركات لتأمين الأشخاص.

إن الإرتفاع في منح تأمينات الأشخاص رغم هامشيته مقارنة مع إدخار العائلات، غالبيته أنجز بفضل مساهمة التأمين الجماعي" الموجه للعمال" الذي حقق أكثر من 41% يعكس قيمة 3210 مليون دج سنة 2017 من إيرادات الفرع بفضل معدل نموه السريع، أما باقي حقيبة تأمينات الأشخاص فهي موزعة على الأغطية التأمينية التالية: التأمين على الحياة والوفاة ب 36% بمبلغ 5414 مليون دج، تأمين الحوادث الجسمانية ب 6% بقيمة 1694 مليون دج، تأمينات المساعدة ب 5% بقيمة 2269 مليون دج، أما التأمين على المرض فسجل تدهور في رقم أعماله ب نسبة 73%.

الفرع الثالث: نتائج فصل تأمينات الأشخاص عن تأمينات الأضرار

تعتبر تأمينات الأشخاص من أهم فروع التأمين، حيث أن الإصلاحات التي جاء بها القانون رقم 04/06 المتعلق بالتأمينات والذي نص على فصل كل من تأمينات الأشخاص عن تأمينات الأضرار، وكان مطلبا ضروريا من أجل الإهتمام والنهوض بنشاطات تأمين الأشخاص وتطوير منتجاته .

إلا أن نشاط تأمين الأشخاص في الجزائر لازال يمثل نسبة ضئيلة مقارنة بالتأمينات الأخرى، إذ بقي أضعف حلقات خطوط الإنتاج التأميني ودون التطلعات والطموحات المرغوبة ويرجع هذا لعدة تحديات تقف كعائق أمام تطور قطاع التأمين الجزائري بصفة عامة ونشاط التأمين على الأشخاص بصفة خاصة. ومن أهم هذه التحديات:

أولا: التحديات الثقافية

تواجه شركات التأمين الجزائرية نوعا من الطلب السلبي على خدماتها، وهذا راجع لنظرة المجتمع السلبية للتأمين وإعتبارهم له كنوع من الإقتطاعات الإجبارية التي تفرضها الدولة، وهو ما أدى إلى ضعف الوعي التأميني الذي يعد أحد معوقات صناعة التأمين الجزائرية[1]. فضعف وضآلة الوعي التأميني لدى شرائح واسعة من المواطنين أدى إلى التأثير سلبا في خطط شركات التأمين المتصلة بتنويع التغطيات التأمينية للأخطار.

غياب ثقافة التأمين رغم كونها أساس المعاملة التأمينية يعتبر عقبة كؤود أمام تطور نشاط تأمينات الأشخاص حيث يعود إعراض المواطنين عن الإكتتاب، إلى إفتقارهم إلى البصيرة الضمانية على مختلف الأخطار وضيق مدارك نظرهم بحزمة الفوائد المستقبلية التي تتمخض عنها عملية التعاقد لدى الوكالات، ومن بين إرهاصات هذه المعضلة كما تؤكد ذلك الدراسات والأبحاث النظرة السلبية للتأمين وإعتباره كضريبة، فالجميع يجهل أو يتناسى مفهوم الحماية والإدخار وخاصة تلك الفئة التي ترى في التأمين نوعا من النفقات الثانوية والكمالية، التي يمكنها الإستغناء عنها أمام أعباء الحياة المختلفة.[2]

فعزوف وإعراض فئات واسعة من المجتمع عن التأمين، سببه عدم التقدير والفهم الجيد لطبيعة وأهمية العملية التأمينية ودورها الإقتصادي والإجتماعي، أي بعبارة أخرى قلة الثقافة التأمينية أو نقص النضج التأميني، أدى بدوره إلى إنخفاض نصيب الفرد من أقساط التأمين على الحياة سنويا. وبالمحصلة فإن ضعف هذا المنتج هو الذي يدفع بالعديد إلى التهرب من تأمين مستقبلهم، ولم يعد للتأمين أهمية سوى في مجال الشغل والسيارات، حيث المراقبة أكثر صرامة.

[1] بيشاري كريم، مرجع سبق ذكره ،ص201.

[2] طارق قندوز، تأمينات الأشخاص بالجزائر بين الخلفية الدينية والثقافة التأمينية" الواقع والآفاق"، مجلة الإصلاحات الإقتصادية والإندماج في الإقتصاد العالمي، المجلد 09، العدد 17، الجزائر، 2014، ص120.

ويزيد الطين بلة قصور الشركات وتجاهل الوصاية القيام بالحملات التحسيسية والبرامج التنويرية ذات البعد التشاركي لنشر المعرفة التأمينية في المجتمع الجزائري، فنقص الوعي أو بقائه منخفضا مسؤولية مشتركة بين:

1- السلطات الحكومية

تتحمل السلطات الحكومية مسؤولية كبيرة بسبب عدم وجود خطة شاملة لرفع مستوى الوعي.

2- أفراد المجتمع

بسبب تركيزهم في أغلب الأحيان على ثمن القسط فقط، دون الإستفسار عن التغطيات التي سيجنونها وما هي حقوقهم، من أجل عدم نشوء أي سوء فهم أو خلافات عند التعويض.

3- شركات التأمين

كونها تسعى بكل الأشكال لإستقطاب المؤمن لهم خوفا من هروبهم، بتخفيض الأسعار دون الإهتمام بنوعية الخدمة، كما أنها تركز على تأمين السيارات وتجعله حقلا للمنافسة والمضاربة.

4- الجامعات والمعاهد

تفتقر إلى المناهج البيداغوجية المتعلقة بالتأمين، فغالبا ما تخلو الخطط الدراسية من مقررات التأمين، وإن وجدت فهي مواد نظرية أكاديمية بعيدة عما هو مطبق على أرض الواقع.[1]

[1] طارق قندوز، تأمينات الأشخاص بالجزائر بين الخلفية الدينية والثقافة التأمينية" الواقع و الآفاق"، مرجع سبق ذكره، ص134.

ثانيا: التحديات الدينية

بإعتبار أن المجتمع الجزائري مجتمع إسلامي، فهو يتفادى كل تلك المعاملات التي قد تشوبها الشوائب.فقد اختلف العلماء في حكم التأمين التجاري عامة والتأمين على الأشخاص على وجه الخصوص على رأيين هما[1]:

1- الرأي الأول

تحريم كافة عقود التأمين التجاري، استنادا إلى كونها عقود معاوضة فيها غرر فاحش ولتحقق الربا بنوعيه إذا تحققت المعاوضة فعلا، ولكونه من قبيل بيع الدين بالدين، ولكونه من قبيل القمار.

2- الرأي الثاني

جواز كافة عقود التأمين التجاري، استنادا إلى بعض القواعد الأصولية مثل الحاجة والضرورة واستنادا إلى قياسه على بعض العقود الجائزة شرعا مثل المضاربة والحراسة.

ذهب بعض المحرمين للتأمين التجاري إلى أن التأمين فيه تحد للقضاء والقدر، كما أنه يتنافى مع التوكل على الله ويتحقق هذا بصفة خاصة في التأمين على الحياة، الذي فهمه البعض على أن المؤمن يضمن للمؤمن له أن يعيش المدة المتفق عليها في العقد، فإن خاب تقديره يموت المؤمن له قبل نهاية هذه المدة، وجب عليه دفع المبلغ المتفق عليه للمستفيد من التأمين.[2]

سيادة الحساسية الدينية والقناعات التحريمية السائدة في المجتمع الجزائري، إذ يعتقد الفرد الجزائري أن الخطر الذي يهدد حياته وممتلكاته قضاء وقدر، والتعامل معه يتم بهذا المنطق وتزداد

[1] محمد سعدو الجرف، التأمين من منظور إسلامي، مركز أبحاث الإقتصاد الإسلامي، المملكة العربية السعودية 2007، ص25.

[2] عبد الفتاح محمد صلاح، التأمين من منظور إسلامي" التأصيل للتكافل وإعادة التكافل"، أطروحة دكتوراه الجامعة الأمريكية المفتوحة، كلية الدراسات الإسلامية، مصر،2014، ص56.

ثقافة عدم الجواز الراسخة في أذهان المواطنين، خصوصا في إتجاهات الطلب على تأمينات الأشخاص، بإعتبار أنها من البيوع المخالفة للمعتقد لإشتمالها على الغرر الفاحش، الربا والقمار[1]. ولم ينجم عن هذا عدم الإقبال من زاوية الطلب فحسب ولكن أيضاً في إحجام وتردد رجال الأعمال عن تأسيس الشركات التي تقوم بالتأمين على الأنفس والأرواح من زاوية العرض.

ثالثا: الحماية الإجتماعية

يتيح التأمين الإجتماعي "تأمين الأشخاص الإجباري" لمجموعة كبيرة من الأفراد تغطية تأمينية ، تحت مضلة ما يسمى بالحماية الإجتماعية، والتي تحكمها قوانين خاصة بها وتقع تحت وصاية وزارة العمل والحماية الإجتماعية من خلال خمسة صناديق موزعة على النحو التالي:

1- الصندوق الوطني للتأمينات الإجتماعية للعمال الأجراء"CNAS "

يقوم الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية بتأمين نوعين من المخاطر، النوع الأول يتمثل في المخاطر ذات الصفة الإنسانية وتتمثل في التأمين على المرض، الولادة، العجز والوفاة، أما النوع الثاني فيتمثل في المخاطر التي تتعلق بممارسة المهنة وهي حوادث العمل والأمراض المهنية.

2- الصندوق الوطني للتقاعد "CNR "

أنشأ هذا الصندوق بمقتضى القانون رقم 12/83 المؤرخ في 02 جويلية 1983 كما شهد تعديلات بعد ذلك، يقوم هذا الصندوق بمنح المعاش للأجير المتقاعد عندما يصل إلى سن معينة وبشروط معينة. من مهامه تسيير معاشات التقاعد ومخصصاته ومعاشات ذوي الحقوق ومخصصاتها، يتولى تحصيل الاشتراكات الموجهة لتمويل خدمات التقاعد ومراقبته والمنازعات

[1] طارق قندوز، تأمينات الأشخاص بالجزائر بين الخلفية الدينية والثقافة التأمينية" الواقع و الآفاق"، مرجع سبق ذكره ص131 .

الخاصة به، يطبق الأحكام المتعلقة بالتقاعد المقررة في الاتفاقيات الثنائية الخاصة بالضمان الاجتماعي، يتولى فيما يخصه إعلام المستفيدين والمشغلين.[1]

3- الصندوق الوطني للضمان الإجتماعي لغير الأجراء " CASNOS "

يقوم نظام الضمان الاجتماعي لغير الأجراء على مبدأ التضامن الاجتماعي الوطني ويقصد بذلك مجموعة المقاييس القانونية والإدارية التي تضمن للمنخرطين وعائلاتهم التغطية الاجتماعية وذلك في إطار العلاقة "حقوق/واجبات" ويشترط هذا الصندوق أن يكون للمنخرط الشكل القانوني ومعنى ذلك امتهان صفة التاجر أو الحرفي أو الصناعي أو الفلاح أو صاحب مهنة حرة مما يسمح له الاستفادة من مزايا وخدمات هذا النظام تحت شرط أساسي و واحد وهو استيفاء دفع الاشتراكات و متطلباتها.

4- الصندوق الوطني للتأمين على البطالة" CNAS"

تم إنشاءه سنة 1994 كمؤسسة عمومية للضمان الاجتماعي تحت وصاية وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي تعمل على "تخفيف" الآثار الاجتماعية المتعاقبة الناجمة عن تسريح العمال الأجراء في القطاع الاقتصادي وفقا لمخطط التعديل الهيكلي، عرف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة في مساره عّدة مراحل مخصصّة للتكفل بالمهام الجديدة المخوّلة من طرف السلطات العمومية، إبتداء من سنة 1994 شرع في تطبيق نظام تعويض البطالة لفائدة العمال الأجراء الذين فقدوا مناصب شغلهم بصفة لا إرادية ولأسباب اقتصادية حيث يقوم بدفع تعويض

[1] زيرمي نعيمة، زيان مسعود، الحماية الإجتماعية بين المفهوم و المخاطر و التطور في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية " الواقع العملي و آفاق التطوير تجارب الدول"، كلية العلوم الإقتصادية العلوم التجارية و علوم التسيير،جامعة حسيبية بن بوعلي شلف، الجزائر، يومي 04/03 ديسمبر 2012، ص13.

البطالة، إضافة إلى بعث إجراءات احتياطية لتكثيف فرص رجوعه إلى العمل بالمساعدة على البحث عن الشغل، دعم العمل الحرّ، التكوين بإعادة التأهيل.

5- الصندوق الوطني للعطل المدفوعة الأجر و البطالة الناجمة من سوء الأحوال الجوية لقطاعات البناء والأشغال العمومية و الري"CACOBATPH "

أنشئ هذا الصندوق بمقتضى المرسوم رقم 97/45 المؤرخ في 1997/02/04 وقد جاء استجابة لضمان موسمية عمل القطاعات لقطاعات البناء، الأشغال العمومية والري يغطي هذا الصندوق أو يتحمل تعويض أصحاب قطاعات الري، الأشغال العمومية والبناء من خلال العطل المدفوعة، البطالة المؤقتة الناتجة عن سوء الأحوال الجوية والتي تؤدي إلى بطالة إجبارية للعمال مما يؤدي لانخفاض دخلهم .[1]

هذا النوع من التأمين الإجتماعي الإجباري يعتبر عائق حقيقي أمام تطور تأمين الأشخاص في الجزائر.

الفرع الرابع: آفاق تطوير منتجات التأمين على الأشخاص في الجزائر

تسعى الجهات المتخصصة والمعنية في الجزائر بتطوير قطاع التأمين على الأشخاص بصفة عامة وتطوير منتجات التأمين على الأشخاص بصفة خاصة، من خلال:

أولا: القراءة الاستشرافية لسوق التأمين على الأشخاص في الجزائر

حسب دراسة قام بها المجلس الوطني للتأمينات (CNA) يوم 2012/12/18 حول معالجة موضوع التأمين على الأشخاص باعتباره موضوع مهم، وقد اشترك في هاته التظاهرة خبراء ودارسين ومهنيين وقد حددو ثلاثة معالم للدراسة تتمثل في تقييم التأثيرات المتوقعة للتغيرات في القوانين خصوصاً بعد صدور القانون رقم 04/06 المعدل والمتمم للأمر رقم 07/95، والذي ألزم

[1] زيرمي نعيمة، زيان مسعود، مرجع سبق ذكره ،ص 14.

الشركات الناشطة والممارسة لنشاط التأمين بالفصل مابين التأمين على الأضرار والتأمين على الأشخاص في أجل أقصاه 05 سنوات. مناقشة الآفاق المرتقبة والمتعلقة بالتنمية لتأمين على الأشخاص. التعرف على المتغيرات المتوقعة والتي لها تأثير على التأمين على الأشخاص في السوق الجزائرية.[1] وقد خلصت الدراسة إلى[2]:

1- وضع مخطط متعلق بالمجال القانوني والتنظيمي لشركات التأمين

من خلال:

أ- وضع قوانين محفزة للشركات لمساعدتها على تقديم منتجات ذات تكلفة منخفضة وذات أداءات للزبائن من الناحية التعويضية.

ب- إن الأقساط المصدرة والمقدمة للشركات التأمين على الأشخاص من طرف المؤمنين في جزئها هي ذات طابع ادخاري وليست أرقام أعمال وبالتالي ضرورة إعفاء الأقساط المصدرة من الرسم على النشاط المهني (TAP) والمقدر ب 2%، وإلى ضرورة تفعيل السوق المالي لضمان أكثر توظيف خصوصا لمنتجات التأمين على الأشخاص ذو الطابع المتعلق بالرسملة.

ت- الرسم على القيمة المضافة (TVA) قبل عملية الفصل بين التأمين على الأضرار والتأمين على الأشخاص كانت الشركات تقوم بتعويضه بالمقاصة بين مختلف الفروع لكن في الوقت الحالي المخاطر المقدرة للخطر لكل فرع من التأمينات يجب وجود التزام اجباري متعلقة بالتعريفات من خلال اعادة النظر.

---

[1] le conseil national d'assurance , " assurance de personnes: réalité et perspectives " journées d'étude Alger,18/12/2012,P01.

[2] موساوي عمر، محددات إيراد التأمين على الأشخاص في قطاع التأمين الجزائري " دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين "، أطروحة دكتوراه، تخصص دراسات اقتصادية، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2016،ص ص 296 -300.

ث- يجب اعادة النظر فيما يتعلق بضريبة الدخل الإجمالي التي تعبر مرتفعة والتي كانت محددة ب 20.000 دج آخذين في الحسبان الارتفاع المتعلق في الأجور.

ج- الإشكالية المتعلقة بالتبعية لبعض الإدارات والسلطات للفروع المستقلة ماليا للشركات الأم.

ح- ضرورة إنشاء وكالات مباشرة لهاته الشركات التأمينية على الأشخاص (الفروع المستقلة ماليا) والمتخصصة في التأمين على الأشخاص في الآجال القريبة للتخلص من التبعية المباشرة للشركات الأم خصوصاً فيما يتعلق بتوزيع المنتجات التأمينية.

خ- أهمية الالتزام بسرعة في عمليات التكوين من الجوانب التقنية والتجارية للأفراد الممارسين للتأمين كمهنة بهدف الحفاظ على المحفظة التأمينية للزبائن بعد عملية الفصل بين التأمين على الأضرار والتأمين على الأشخاص إما من خلال الإنشقاق (scission أو filialisation) من الشركات الناشطة في السابق.

2- مخطط متعلق بالسوق و الجانب التجاري لشركات التأمين على الأشخاص

من خلال:

أ- العمل على انتقاء واعداد وتكوين الأعوان التجاريين بهدف اتقان المنتجات والتحكم في عملية البيع بكفاءة ومهارة عالية وهذا وفق مخطط مدروس.

ب- العمل على تقديم منتجات تمتاز بالبساطة لتسهيل فهمها من قبل المؤمنين.

ت- مضاعفة الحملات الدعائية والإعلامية وتعزيز ثقافة الاتصال والتواصل مع الزبائن والمؤمنين والراغبين في التأمين من افراد المجتمع والشركات فيما يتعلق بالتأمين على الأشخاص والعمل على تعميم استهلاك منتجات التأمين على الأشخاص وتوسعتها واستخدام عدة طرق وأفعال بهدف تقديم صورة جيدة عن الشركات المقدمة لهاته المنتجات وعن طبيعة المنتجات في حد ذاتها (تسهيل طرق التوزيع لهاته المنتجات).

ث- بناء وتكوين نظام للأنشطة يقدم منتجات التأمين على الأشخاص (تفويض بالنيابة) لممارسة وبيع منتجات التأمين على الأشخاص، خصوصاً الأشخاص خارج الشبكات المتعلقة بالشركات (الفروع المستقلة للتأمين على الأشخاص).

ج- ضرورة إعادة النظر والعمل على تحيين التسعيرات المتعلقة بالتأمين على الأشخاص ومطابقتها مع القيمة العادلة (أي لاضرر ولاضرار).

ح- العمل على ضرورة اعادة النظر، في قيمة العمولة المرتفعة الناتجة من عملية جلب السماسرة والوكلاء لعقود التأمين على الأشخاص التي تبقى ضعيفة مقارنة بعقود التأمين على الأضرار.

خ- التفكير في اجراء دراسات سلوكية بهدف التوسع في استهلاك منتجات التأمين ومعرفة العوائق التي تحد من تطورها ومعرفة المحفزات التي تتيح زيادة استهلاك منتجات التأمين.

3- الآفاق المتعلقة بتنمية وتطوير منتجات التأمين على الأشخاص

من خلال:

أ- ضرورة العمل على تكوين أشخاص في المجال التجاري للتحفيز، والعمل على بناء عتبة جديدة لرقم الأعمال في مايتعلق بالتأمين على الأشخاص.

ب- العمل على إجراء تحقيقات فيما يتعلق بما يحتاجه الزبون الجزائري بهدف اشباع الزبون والسعي لرضاه والتعرف على المنتجات التي يرغب فيها.

ت- العمل على بناء واستغلال قاعدة معطيات متعلقة بالزبائن الموجودين للمعرفة (الطاقة الكامنة للسوق) والمنتجات المرغوبة، وقد خلصت الندوة الدراسية إلى ضرورة التوافق حول العمل على اجراء تحقيق وطني حول ما يحتاجه الزبون وهذا خصوصًا فيما يتعلق بعقد التأمين " المساعدة على السفر" والكشف على مستوى المعرفة لمنتجات التأمين على الأشخاص المقتناة من طرف الزبائن وكذلك ما يرغب فيه الزبائن وماهي دوافع الاقتناء بدافع الشراء.

ث- استغلال قاعدة المعطيات الموجودة والتعرف على الزبائن وطبيعة المنتجات بهدف تطوير التأمين على الأشخاص.

ج- العمل على تكوين مجموعة محدودة من الخبراء والمهنيين للتحضير لإعداد التساؤلات المتعلقة بالتحقيق للتعرف على وضعية طالبي التأمين على الأشخاص.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل الذي قمنا فيه بتحديد طبيعة المنتجات المسوقة في قطاع التأمين الجزائري خلصنا بأن مجموعة الإصلاحات والتشريعات والجهود الكبيرة المبذولة من طرف المشرع الجزائري فيما يخص قطاع التأمين خاصة في الأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات الذي فرق بين منتجات التأمين الإجبارية ومنتجات التأمين الإلزامية حيث نظم الإلزامية في الكتاب الثاني كما نص على إلزامية التأمين في ميادين كثيرة في مجال التأمين على المسؤولية، وكذلك من خلال القانون رقم 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 الذي أتى بمجموعة من التدابير أهمها التصنيف الجديد للتأمينات" فصل تأمينات الأضرار عن تأمينات الأشخاص" أنها أتت بثمارها وكان لها دور فعال في تنوع وتعدد منتجات سوق التأمين الجزائري في مجموعة المنتجات المرتبطة بالأضرار ومجموعة المنتجات المرتبطة بالأشخاص، كما تم إدخال منتجات جديدة خاصة بتأمينات الأشخاص كالرسملة ومنتج نقل الجثامين الذي يصنف ضمن تأمينات المساعدة وهذا لتغطية المخاطر التي يواجهها الأفراد الجزائريين بالخارج.

ومن خلال تحليل إنتاج شركات التأمين على الأشخاص بعد تطبيق القانون رقم 04/06 يمكن أن نستنتج أن إنتاج هذه الأخيرة لازال ضعيف ودون المستويات المرغوبة. ويرجع هذا لمجموعة من التحديات منها الثقافية والدينية ووجود نظام الحماية الإجتماعية ، كل هذه التحديات تعكس إحجام الفرد الجزائري على شراء منتجات التأمين على الأشخاص وتقف كعائق أمام تطور تأمينات الأشخاص في الجزائر.

الفصل الثالث

جودة الخدمة التأمينية كمدخل لزيادة الإنتاج في شركات التأمين

تمهيد:

بالنسبة للكثيرين يرتبط لفظ الإنتاج بالمصانع والآلات وخطوط التجميع، وقد يكون ذلك راجعا بصفة أساسية إلى أن معظم كتابات إدارة الإنتاج في الماضي إنصرفت إلى التركيز على الطرق والأساليب الخاصة بإدارة المشروعات الصناعية دون غيرها. وفي الأعوام القليلة الماضية إتسع نطاق تطبيق تلك الأساليب ليشمل العديد من القطاعات التي لا تؤدي وظيفة التصنيع بمفهومها التقليدي. ومن بين تلك القطاعات: التعليم، الصحة، البنوك شركات التأمين. وكان من نتائج ذلك أن إتجه معظم الكتاب إلى إستخدام لفظ إدارة العمليات إما بمفرده أو جنبا إلى جنب مع لفظ إدارة الإنتاج.

إن توسع قطاع التأمين وإشتداد المنافسة بين الشركات لتحقيق أعلى مستويات من الإنتاج وإكتساب حصة سوقية أكبر، جعل من الضروري على هذه الشركات زيادة إهتمامها بالجودة التي أصبحت هدف إستراتيجي تسعى إلى تحقيقه خاصة بعد أن تنامى دور الزبون، وأصبح التحدي الحقيقي أمام شركات التأمين ليس تقديم الخدمات للزبائن فحسب، بل قدرة هذه المنتجات على الإيفاء بمتطلبات الزبائن، وبما يشبع حاجاتهم ويلبي رغباتهم وتطلعاتهم، وبالتالي كسب رضاهم وزيادة ولائهم والحفاظ عليهم. فالزبون أحد الموجودات الأساسية للشركة وهو رأسمالها الحقيقي الذي لا يقل أهمية عن عناصر رأس المال الأخرى.

وللإلمام بالعناصر السابقة الذكر سيتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث، يتضمن المبحث الأول إدارة الإنتاج والعمليات في شركات التأمين، المبحث الثاني تحليل عناصر جودة الخدمة التأمينية، في حين سيخصص المبحث الثالث لتحسين جودة الإنتاج لشركات التأمين لتحقيق رضا الزبائن و ولائهم.

المبحث الأول: إدارة الإنتاج والعمليات في شركات التأمين

كان ينظر إلى إدارة الإنتاج والعمليات على أنها مختصة أساسا بالعمليات الصناعية، التي تنصب على المواد والآلات والقوى العاملة للحصول على سلع ومنتجات ملموسة. ولكن ميدان إدارة الإنتاج والعمليات قد إتسع في الوقت الحاضر لكي يشمل العمليات الخاصة بكل نشاط منتج. أي أن النظرة التقليدية الخاصة باعتبار إدارة الإنتاج والعمليات على أنها عملية صنع قد إنتهت الآن وقد نشأ هذا التطور الحديث في هذا المفهوم بسبب عدم التفرقة بين العمليات التي ينتج عنها سلعة ملموسة، والعمليات التي ينتج عنها خدمة غير ملموسة.

وبالتالي فإن التطور الأخير في مفهوم إدارة الإنتاج أدى إلى استخدام كلمة عمليات بشكل متبادل مع كلمة إنتاج، ومن هنا ظهرت التسمية الجديدة لهذا المجال وهي إدارة الإنتاج والعمليات.

المطلب الأول: ماهية إدارة الإنتاج والعمليات

لقد تم الإعتراف بادارة الإنتاج والعمليات على أنها عامل مهم لإقتصاد أي بلد، ولقد تطورت هذه الإدارة تحت أسماء مختلفة كالإدارة الصناعية، وإدارة الإنتاج وأخيرا إدارة العمليات الإنتاجية حيث أن هذه المسميات تصف جميعها نفس حقل المعرفة. حيث بدأت الإدارة الصناعية في القرن الثامن عشر، أما بالنسبة لمصطلح إدارة الإنتاج فقد أصبح أكثر المصطلحات قبولا ابتداءا من الثلاثينات 1930 وحتى الخمسينيات 1950. ومع بداية السبعينيات فإن مصطلح إدارة العمليات أصبح هو المصطلح الأكثر تفسيرا للواقع حيث أن الكلام لم يعد مقصورا على الشركات الصناعية فقط بل شمل أيضا الشركات الخدمية ذلك أنه ومع تطور المجتمعات تزداد أهمية القطاع الخدمي أي أن المجتمع المتطور يوصف عادة بأنه مجتمع الخدمات.

الفرع الأول: مفهوم إدارة الإنتاج و العمليات

تعددت وتباينت المفاهيم التي أوردها الباحثون والمهتمون بموضوع إدارة الإنتاج والعمليات حيث شاع إستخدام هذا المصطلح منذ الستينات. فالإنتاج بعد أن كان يقصد به إلا العمليات الصناعية التي تحول المواد الأولية لسلع ملموسة تامة الصنع، اتسع ليشمل كل العمليات التي تقوم بها مختلف شركات الأعمال التجارية الزراعية، المالية، الخدمية وغيرها لتقديم السلع والخدمات.

وردت عدة تعاريف لإدارة الإنتاج والعمليات، صنفت وفقا للمداخيل التالية وحسب التطور الزمني:

أولا: إدارة العمليات: إتخاذ القرارات

تهتم إدارة العمليات باتخاذ القرارات الخاصة بعمليات الإنتاج، بالشكل الذي يؤدي إلى إنتاج السلع والخدمات وفقا للمواصفات المحددة وبالكميات والمواعيد المطلوبة وبأقل التكاليف.

ثانيا: إدارة العمليات : إدارة أنظمة التحويل

تعرف إدارة العمليات بأنها إدارة نظم التحويل التي تحول المدخلات إلى سلع وخدمات.

ثالثا: إدارة العمليات: إدارة الموارد

إستنادا إلى هذا التعريف فإن إدارة العمليات تعني إدارة جميع الموارد البشرية والمادية بهدف تقديم السلع والخدمات.

رابعا: إدارة العمليات: إدارة أنظمة الإنتاج

إدارة العمليات تعني لمعظم المدراء مسؤولية إدارة أنظمة الإنتاج التي تقوم بإنتاج السلع أو تقديم الخدمات أو كلاهما معا.[1]

[1] محمد العزاوي، الإنتاج و إدارة المبيعات، منهج كمي تحليلي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن 2006، ص18.

كما عرفت إدارة الإنتاج والعمليات بأنها التصميم، والعملية، والتحسين لأنظمة الإنتاج المسؤولة عن خلق السلع والخدمات الرئيسية التي قررت إدارة المنظمة إنتاجها.[1]

يعرفها كذلك الدكتور محمد توفيق ماضي على أنها:" مجموعة الأنشطة الإدارية اللازمة لتصميم وتشغيل والرقابة على جميع أنشطة النظم الإنتاجية". ويقصد بمجموعة الأنشطة الإدارية التخطيط، التنظيم، التوجيه والرقابة على جميع أنشطة النظم الإنتاجية. أما العملية التحويلية هي تلك العملية التي يتم القيام بها لتحويل المدخلات إلى مخرجات، وقد يكون ذلك عن طريق القيام بعمليات إنتاجية تصنيعية أو عمليات إنتاجية خدمية.[2]

أما أنشطة التصميم، التشغيل والرقابة فتمثل الوظائف الثلاثة الرئيسية التي تتضمنها وظيفة الإنتاج والعمليات للمشروع. وهي مجرد مجموعات من مجالات إتخاذ القرارات، **فأنشطة التصميم** هي عبارة عن مجموعة القرارات الإستراتيجية والتكتيكية الخاصة باختيار الطريقة التي يتم بها تحويل المدخلات إلى مخرجات محددة، وابتكار طرق تستخدم في عملية التحويل ذاتها، ومن أهم القرارات التي تتخذ في مجال التصميم "تصميم العملية الإنتاجية واختيار التكنلوجيا الملائمة، تصميم العمل اختيار موقع الشركة، الترتيب الداخلي للشركة، تحديد حجم الوحدة الإنتاجية، وتصميم طريقة الأداء، تصميم المنتج".**وأنشطة التشغيل** هي عبارة عن مجموعة القرارات التي تعطي للعملية التحويلية الصيغة الحركية وتبعث فيها الحياة، وهي تتركز أساسا في عملية التخطيط بأبعادها الزمنية المختلفة، ومن أهم القرارات التي تتخذ في مجال التشغيل" تخطيط الإنتاج طويل الأجل والذي يعرف بتخطيط الطاقة، تخطيط الإنتاج الإجمالي السنوي، عملية الجدولة وقرارات توزيع الأعمال اليومية". أما **أنشطة الرقابة** هي التأكد من أن التشغيل الفعلي يتم حسب الخطة

[1] سليمان خالد عبيدات، مقدمة في إدارة الإنتاج و العمليات ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن،2013 ص17.

[2] محمد توفيق ماضي، إدارة الإنتاج والعمليات، الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر، 1999، ص14.

الموضوعة واتخاذ إجراءات التصحيح في وقت الحاجة إليها بالإضافة إلى تحديث النظام بما يتماشى مع التغيرات المختلفة في الظروف المحيطة بالأداء سواء داخل أو خارج الشركة.

وتقوم هذه المجموعة من القرارات على وجود بيانات مرتدة عن الأداء الفعلي يتم مقارنتها مع العمل المخطط انجازه. ومن أهم القرارات التي تتخذ في هذا المجال: الرقابة على المخزون، الرقابة على الجودة، تقييم أداء مجالات وظيفة الإنتاج، و قياس الإنتاجية.[1]

إذن كل هذه التعاريف تلتقي في نقطة واحدة وهي أن: " إدارة الإنتاج والعمليات هي مجموعة الأنشطة الإدارية: التخطيط، التنظيم، التوجيه والرقابة اللازمة للتصميم، تشغيل ومراقبة العمليات التي تقوم بتحويل المدخلات إلى مخرجات، سواء كانت هذه العمليات انتاجية تصنيعية أو خدمية".

الفرع الثاني: أهداف إدارة الإنتاج و العمليات

يمكن تلخيص أهداف إدارة الإنتاج والعمليات على المدى القصير بمايلي:

أولا: تحديد خصائص المنتج (سلعة أو خدمة).

ثانيا: تحديد خصائص العمليات.

ثالثا: ايصال المنتجات المطلوبة للزبائن و ذلك من خلال:

1- الإنتاج بكميات تتناسب مع الطلب المتوقع.

2- تقديم المنتجات المطلوبة في الوقت المناسب للزبون.

رابعا: إنتاج المنتجات(سلعة أو خدمة) بمستوى الجودة المرغوب به من قبل الزبائن.

خامسا: تحقيق الأهداف السابق ذكرها بكفاءة وذلك من خلال:

1- علاقات عمالية فاعلة وسيطرة على كلفة العمل.

2- السيطرة على كلفة المواد.

[1] نفس المرجع السابق، ص 15.

3- السيطرة على الكلفة المتعلقة باستخدام الطاقة الإنتاجية.

أما على الأجل الطويل فإن إدارة الإنتاج والعمليات تهدف إلى استخدام المصادر المتاحة وبشكل يمكن الشركة من مواجهة الطلب على المدى البعيد. وبافتراض تحقق هذا الهدف فإن ذلك سيؤدي إلى تحقيق الأموال اللازمة للحصول على المواد الإضافية اللازمة للعملية الإنتاجية وتطوير منتجات جديدة وامتلاك تكنولوجيا حديثة و متطورة.[1]

الفرع الثالث: منهج النظم لإدارة الإنتاج و العمليات

ليس من الشك في أن الدور الذي يقوم به رجال الإنتاج يمثل المعيار الحقيقي لتقدم الأمم ورفاهيتها ويظهر ذلك من خلال الدور الذي تؤديه لنا إدارة الإنتاج والعمليات في مختلف المنظمات لخلق السلع والخدمات من خلال العديد من النظم الإنتاجية. وتشير النظم الإنتاجية إلى الإطار الذي يتم من خلاله إنتاج سلع وخدمات نافعة، ويعتبر تصميم نظام مناسب للعمليات والإنتاج من أهم مسؤوليات إدارة الإنتاج في أي شركة.

أولا: تعريف نظام الإنتاج و العمليات

سنقوم في الأول بتقديم مفهوم النظام، ثم سنتطرق لمفهوم نظام الإنتاج والعمليات.

1- مفهوم النظام

يعرف النظام على أنه:" مجموعة معقدة من الأجزاء المتداخلة والمترابطة أو النظم الفرعية التي تعمل على تحقيق هدف واحد. هذا الإعتماد المتبادل بين النظم الفرعية يعني أن هناك تأثير متبادل بين النظم الفرعية في أي نظام نتيجة للعلاقات المتبادلة والمتداخلة بين هذه الأجزاء.

[1] سليمان خالد عبيدات، مرجع سبق ذكره، ص 20.

وبالتالي إذا اتخذت الإدارة أي قرار يتعلق بأحد أجزاء التنظيم فلابد أن يؤخذ في الإعتبار التأثير المتبادل لهذا القرار على الأجزاء الأخرى في التنظيم.[1]

والنظام قد يكون مغلق أو مفتوح. فالنظام المغلق هو الذي يحتوي على جميع الخصائص اللازمة لتحقيق الهدف دون تفاعل أو إستجابة لمتطلبات البيئة المحيطة به، أما النظام المفتوح فهو الذي يؤثر ويتأثر بالبيئة ويقوم بتصريف المخرجات التي تنتج عنه.

كما يمكن تعريف النظام على أنه: بنيان منظم ومنسق من المعرفة، أي أنه مجموعة معقدة من المبادئ والحقائق والقوانين المرتبة في شكل منطقي متصل، بحيث يكون مركب متكامل منظم. إذا هو هيكل متكامل يضم مجموعة من الأجزاء المترابطة والمتكاملة والموجهة لتحقيق هدف مشترك.[2]

2- مفهوم نظام الإنتاج و العمليات

إن لفظ النظام مسألة نسبية إذ أن كل نظام أساسي يمكن النظر إليه كجزء أو نظام فرعي من نظام أكبر فمراقبة الجودة، ومراقبة المخزون، جدولة الإنتاج وغيرها تمثل نظما فرعية من نظام الإنتاج و العمليات. هذا الأخير بدوره يمثل نظاما فرعيا للشركة إلى جانب النظم الفرعية الأخرى للشركة كنظام الأفراد، البحوث، التسويق التمويل، المعلومات والإتصال. ونظام الشركة ككل يمثل نظاما فرعيا من النظام الإنتاجي للدولة، وحتى هذا النظام يمثل نظاما فرعيا من النظام الإقتصادي للدولة وتعرف هذه الظاهرة في نظرية النظم بإسم "هيراريكية النظم".

[1] صونيا محمد البكري، إدارة الإنتاج و العمليات، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر،1999،ص34.

[2] بن طيب هديات، دراسة الإنتاج والعمليات باستخدام البرمجة بالأهداف في مؤسسات الخدمات "دراسة حالة الجزائرية للتأمينات"، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر،2016،ص26.

يعرف نظام الإنتاج والعمليات على أنه:" مجموعة من الأجزاء أو الأنشطة المتداخلة والتي ترتبط ببعضها البعض بعلاقات منطقية، تكفل تحقيق التكامل والتناسق فيما بينها في أداء مهمتها الأساسية والتي تتمثل في تحويل مجموعة من المدخلات إلى مجموعة من المخرجات المرغوب فيها.[1]

ويعرف أيضا على أنه :" جزء من تنظيم الشركة الذي يختص بانتاج المنتجات أو الخدمات. فهناك من الشركات ما هو مختص بانتاج منتجات مادية مثل الثلاجات والمعلبات وغيرها. في حين توجد شركات أخرى تختص بانتاج خدمات مثل: التأمين، النقل وغيرها".[2]

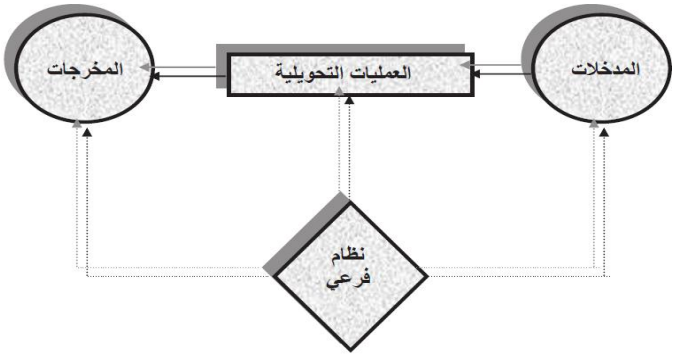
كما يعتبر نظام الإنتاج والعمليات: " مجموعة من المدخلات التي يتم تفاعلها ببعضها البعض ومن خلال العمليات الإنتاجية التحويلية نحصل على مجموعة من المخرجات بالإضافة إلى السيطرة الفعالة بواسطة التغذية المرجعة. وهذا يعني أن نظام الإنتاج والعمليات يحتوي على خمسة عناصر أساسية وهي: المدخلات العملية التحويلية، المخرجات، السيطرة، و أخيرا التغذية المرجعة.[3] والشكل الموالي يوضح نموذج مبسط للنظام الإنتاجي:

[1] سليمان محمد مرجان، إدارة العمليات الإنتاجية" دراسة تحليلية للعمليات الإنتاجية في المنشآت الصناعية" منشورات كلية المحاسبة، ليبيا، 1993، ص32.

[2] محمد علي شهاب، إدارة الإنتاج والعمليات في المنشآت الصناعية و الخدمية، مؤسسة روزانيون، مصر، 1983 ص35.

[3] عبد الستار محمد علي، "إدارة الإنتاج والعمليات، مدخل كمي"، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2000 ص26.

الشكل رقم(12): نموذج لنظام إنتاجي مبسط



المصدر: صونيا محمد البكري، إدارة الإنتاج والعمليات، الدار الجامعية، الإسكندرية مصر،1999،ص27.

ثانيا: مكونات النظام الإنتاجي

تتطلب العملية التحويلية مجموعة من العناصر الأساسية تتمثل في: المدخلات، العمليات التحويلية المخرجات، السيطرة أو الرقابة، استرجاع المعلومات (التغذية العكسية).

1- المدخلات

هي عبارة عن مجمل عوامل الإنتاج الخاضعة للتشغيل داخل الشركة والمخصصة لأداء العملية الإنتاجية المنوطة بهذا الأخير[1]. ويمكن تقسيم عناصر المدخلات كالآتي:

أ- تقسيم المدخلات حسب النوع:

أ-1 مدخلات مادية: تشمل كل عناصر المدخلات غير انسانية، والتي تتضمن المواد الخام مثلا: الأخشاب مواد الدهن، الطاقة الكهربائية اللازمة لتشغيل الآلات، والأجزاء التي تشترى من خارج الشركة لاستخدامها في إنتاج المنتجات المطلوبة. وبالإضافة إلى ذلك هناك عناصر مادية أخرى مثل: الأموال اللازمة للحصول على الأراضي وتجهيز المباني اللازمة للشركة وتمويل إحتياجات العمليات في الشركة.

[1] أحمد طرطار" الترشيد الإقتصادي للطاقات في المؤسسة"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص 24.

أ-2 مدخلات بشرية: هي كل ما يتضمنه هيكل القوى العاملة اللازمة لتشغيل الشركة وإجراء العمليات التحويلية المطلوبة. وتتضمن هذه المجموعة: المدراء الفنيون، الأخصائيون، العمال المهرة، العمال نصف المهرة والعمال الغير مهرة.

ب- تقسيم المدخلات حسب الغرض: طبقا للغرض الذي تستخدم فيه تلك العناصر أثناء العملية التحويلية داخل نظام الإنتاج يمكن تقسيم عناصر المدخلات كالآتي:

ب-1 مدخلات تحويلية: وتشمل عناصر المدخلات التى تتحول مباشرة الى منتجات نهائية فلا يمكن تصور أن المبانى والأراضى والقوى العاملة والآلات والمعدات تتحول من خلال أداء عمليات صناعية محددة الى منتجات نهائية هي المواد الخام وعناصر الطاقة اللازمة واللأجزاء.

ب-2 مدخلات غير تحويلية: وهي تلك العناصر المادية والبشرية التي لا تتحول الى منتجات نهائية. فلا يمكن القول بأن الإدارة أو العمال المهرة أو المباني تتحول ماديا الى منتجات نهائية جديدة لها مواصفات محددة. ولكن تلك العناصر غير التحويلية تعتبر بمثابة وسائل تستخدم في تسهيل أداء العمليات التحويلية داخل نظام الإنتاج. ولا يمكننا كذلك تصور اتمام عملية تحويل المواد الخام الى منتجات نهائية بدون الدور الذي تؤديه تلك العناصر غير التحويلية حيث يرجع ذلك التعميم الى طبيعة الدور المتكامل والمتداخل بين جميع عناصر المدخلات من أجل أداء العمليات في النظام لإنتاج المنتجات المطلوبة.[1]

ت- وعامة يمكن تقسيم المدخلات إلى ثلاث مجموعات:

ت-1 موارد أولية: هي المدخلات التي تدعم الإنتاج وتجهيز المخرجات من السلع والخدمات وهي تشمل:

[1] محمد علي شهاب، مرجع سبق ذكره، ص36.

ت-1-1 الخامات و الموارد: وهي عبارة عن الوحدات المادية التي تستهلك أو تحول بواسطة النظام وهي تشمل على الخامات المباشرة أو الغير المباشرة من المواد المساعدة.

ت-1-2 الآلات: وهي تلك الوحدات المادية التي سوف تستخدم بواسطة النظام وتشمل المعدات والأدوات المساعدة والتجهيزات الآلية المختلفة.

ت-1-3 العنصر البشري: وهم الأفراد الذين يساهمون بالضرورة في تقديم العمليات اللازمة للنظام وبدونهم لايمكن لموارد النظام الأخرى أن تستخدم بكفاءة.

ت-1-4 رؤوس الأموال: تتمثل في الأموال اللازمة للمشروع وغيرها من السلع الرأسمالية والمرافق والمنافع مثل: المياه، الكهرباء، الغاز والطاقة المختلفة.

ت-2 مدخلات بيئية: وتنقسم بدورها إلى ثلاثة أقسام:

ت-2-1 مدخلات بيئية قانونية و سياسية: وهي تلك المعلومات التي تهدف إلى تعريف مدير الإنتاج بالظروف القانونية والإجرائية والسياسية التي قد تضع قيود على أنشطة النظام الإنتاجي وتضع له حدود التي يجب أن يعمل النظام في إطارها. فهناك قيود على جميع النظم الإنتاجية التي يجب أن تتماشى مع الإجراءات والقوانين الحكومية و التشريعات التي تتزايد بمعدل سريع مربك ومذهل.

ت-2-2 مدخلات بيئية اجتماعية وإقتصادية: وهي المعلومات التي تساعد مدير إدارة الإنتاج والعمليات على الإلمام بالإتجاهات المستقبلية التي لها تأثير فعلي أو محتمل على أداء النظام الإنتاجي. كما تتزايد في الآونة الأخيرة المسؤولية الإجتماعية للنظام اتجاه البيئة التي يعمل فيها والمساهمة في رفاهيتها والعمل على منع تلوثها والحفاظ عليها.

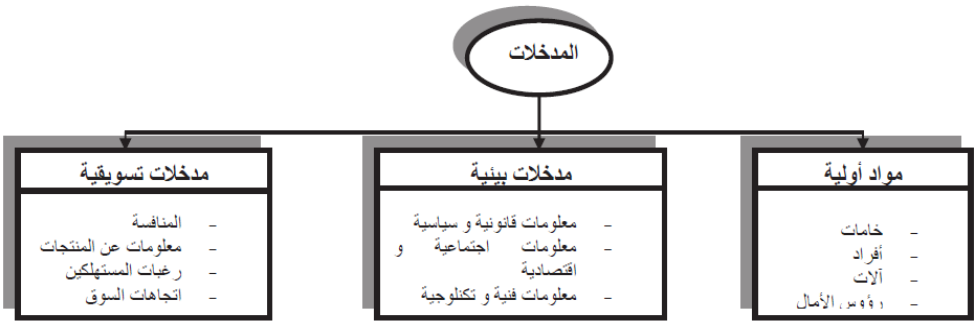
ت-2-3 مدخلات بيئية فنية وتكنولوجية: وهي المعلومات التي يمكن لمدير الإنتاج والعمليات أن يحصل عليها من مطبوعات الجمعيات المتخصصة أو مراكز البحوث والتطوير

والجرائد التجارية والمطبوعات الحكومية والجمعيات التجارية ومن الموردين والبائعين وهذه المعلومات تعد موردا هاما في رسم استراتيجيته.

ت-3- المدخلات التسويقية: تشمل على معلومات تتعلق بالمنافسين، خططهم واستراتيجيتهم والتي يمكن على ضوئها أن يحدد المشروع ميزته التنافسية. وأيضا المعلومات المتعلقة بتصميم المنتجات وتطويرها، ورغبات المستهلكين الحالية المتوقعة وغيرها من المؤشرات التسويقية، إذا لابد أن يلم بها مدير الإنتاج والعمليات لتحقيق الإستجابة المتوقعة للظروف البيئية والإحتياجات التسويقية.[1]

إذن يمكن تلخيص مدخلات النظام الإنتاجي كالآتي:

الشكل رقم (13): نموذج شامل لمدخلات النظام الإنتاجي



المصدر: بن طيب هديات، دراسة الإنتاج والعمليات باستخدام البرمجة بالأهداف في مؤسسات الخدمات "دراسة حالة الجزائرية للتأمينات"، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر،2016،ص32.

2- العمليات التحويلية

وهي العمليات التي تتم داخل نظام الإنتاج لضمان تحويل عناصر المدخلات إلى عناصر المخرجات المطلوبة سواء كانت منتجات أو خدمات. وتمثل منطقة العمليات ذلك الجزء من النظام

[1] صونيا محمد البكري، مرجع سبق ذكره، ص 38.

الذي تؤدى فيه مجموعة من العمليات. وتختلف العمليات التحويلية حسب المنتوج المراد إخراجه لذلك يمكن تصنيف مختلف العمليات الإنتاجية كالآتي :

أ- **النظم المادية:** وهي النظم التي تهتم بالتصنيع والتي تكون من خصائصها العامة خلق شيء مادي. أي أن المخرجات تتكون من منتجات تختلف ماديا في الشكل والتكوين عن الخامات التي أدخلت كمدخلات للنظام. والتصنيع يتطلب تحويل مادي في شكل الإستخدام للموارد "خلق المنفعة الشكلية". وتشمل هذه خلق كل السلع المادية، الهندسية، الغذائية، الإلكترونية، المعدنية، الغزل والنسيج ومنتجات كيماوية.

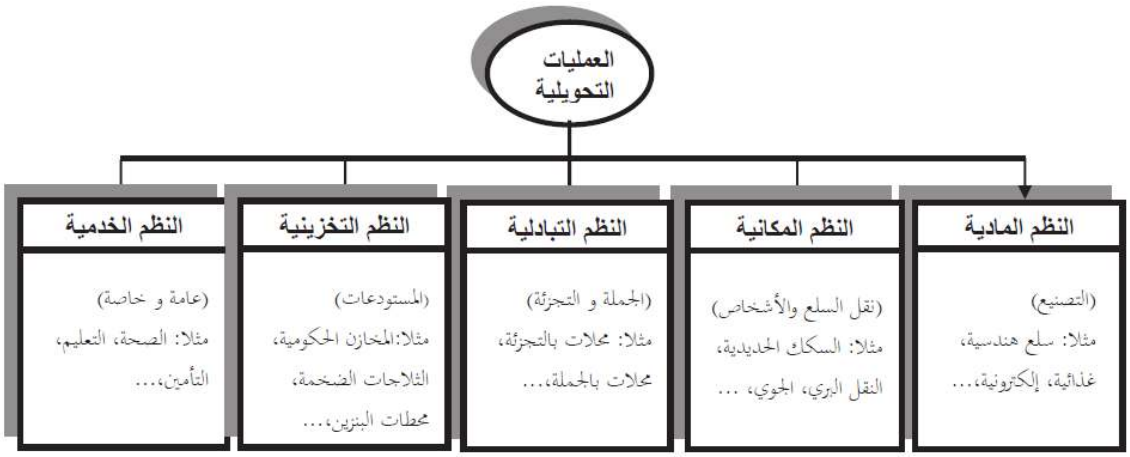
ب- **النظم المكانية:** وهي النظم التي تهتم بتحريك أو نقل المستهلك أو شيء من مكان لآخر أي أن موقع الشخص أو الشيء قد يغير. ويستخدم هذا النظام موارده بصفة أساسية لتحقيق هذا الغرض. وهذه الموارد لا تتطلب بالضرورة تغير مادي. وليس هناك تغيير رئيسي في شكل الموارد والنظام يقدم بصفة أساسية تغير في استخدام المكان" خلق المنفعة المكانية". وتشمل هذه النظم خدمات النقل بالسكك الحديدية والنقل البري والمائي والنقل الجوي.

ت- **النظم التبادلية:** ومن خصائص هذه النظم هي تغيير الملكية أو الحيازة للسلع. ونجد أن المخرجات من النظام متماثلة مع المدخلات ولا يوجد تحويل مادي ويقوم النظام بصفة أساسية بخلق" منفعة حيازية".

ث- **النظم التخزينية:** من خصائص هذه النظم تقديم خدمة التخزين سواء للشركات المختلفة أو الأفراد. فهي أنظمة أساسا لخلق" المنفعة الزمنية". مع مراعاة أن القياس بالخدمة التخزينية في بعض الأحيان يضيف إلى أهمية وقيمة السلع المخزونة كما هو الحال في تخزين بعض السلع مثل الجبن والأخشاب وغيرها. وتشمل هذه النظم المخازن الحكومية والمستودعات العامة والخاصة في الموانيء والثلاجات الضخمة ومحطات البنزين.

ج- النظم الخدمية: من خصائص هذه النظم أنها تعتمد على المعاملة أو المعالجة لشخص أو شيء ما. ونجد أنه في هذا النظام سوف تختلف المخرجات عن المدخلات نتيجة لأسلوب المعالجة بطريقة معينة سواء تحويل عضوي مثل: النظم التعليمية، ونظم الخدمة الصحية أو التحويل النفسي في اتجاهات وآراء الأفراد مثل نظم العلاج النفسي وأماكن الترفيه وخدمات التأمين على الحياة وإدارات الرعاية الإجتماعية.[1]

الشكل رقم(14): نموذج شامل للعمليات التحويلية للنظام الإنتاجي



المصدر: بن طيب هديات، دراسة الإنتاج والعمليات باستخدام البرمجة بالأهداف في مؤسسات الخدمات "دراسة حالة الجزائرية للتأمينات"،أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان الجزائر،2016، ص33.

3- المخرجات

وهي تعبر عن النواتج النهائية لنظام الإنتاج والعمليات، أي ما ينتج عن عمليات التحويل والمتمثلة في مخرجات ملموسة ومخرجات غير ملموسة.

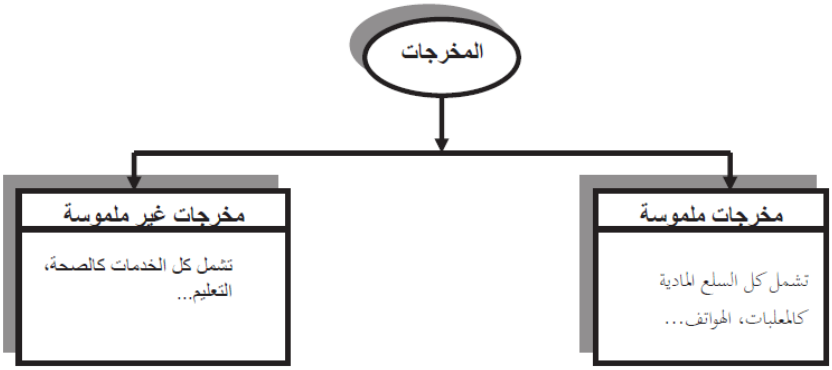
[1] نفس المرجع السابق، ص 41.

أ- **المخرجات الملموسة:** تتمثل في السيارات، المنتجات الكهربائية، الأدوات المنزلية، الأسلحة المعدات الملابس، المنتجات الزراعية، المكتبية، الحسابات الآلية، المعدات الثقيلة....إلخ.

ب- **المخرجات غير الملموسة:** تتمثل في الخدمات الخاصة أو العامة كالتعليم، الصحة، الكهرباء الفندقة، شركات التأمين، البنوك، الجهات المحاسبية والضرائب.

ومن الطبيعي أن تكون تشكيلة المنتوجات المكونة لمخرجات نظام الإنتاج والعمليات مميزة بمجموعة من الخصائص التي لابد من توافرها مثل: الشكل، الأبعاد، الأحجام، الألوان، المتانة، قوة الإحتمال وما إلى ذلك من المواصفات التي يتطلبها المستهلك. وفضلا عن ذلك فإن إنتاج تلك المنتجات لابد أن يكون في حدود مستويات تكلفة محددة مسبقا، حتى تستطيع الشركة المنتجة تحديد أسعار المنتجات في حدود ما يتقبله الطلب السائد في السوق.

الشكل رقم (15): نموذج شامل لمخرجات النظام الإنتاجي



المصدر: بن طيب هديات، دراسة الإنتاج والعمليات باستخدام البرمجة بالأهداف في مؤسسات الخدمات "دراسة حالة الجزائرية للتأمينات"،أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر،2016، ص34.

4- النظام الفرعي للرقابة

هو نظام فرعي من نظام الإنتاج، حيث يتم من خلاله مراقبة المخرجات لتحديد ما إذا كانت تتفق مع المعايير السابق وضعها من ناحية الجودة والتكاليف وغيرها من المحددات. وعلى ضوء هذه المقارنة يتم تقرير ما إذا كانت هناك حاجة لإتخاذ أي خطوات تصحيحية.[1]

5- التغذية العكسية " إسترجاع المعلومات "

وهي تعبر عن إمداد الإدارة بالمعلومات التي تصف مستوى تحقيق المخرجات أول بأول حتى تتمكن الإدارة من الرقابة على العمليات التي تؤدى داخل نظام الإنتاج وإدخال التعديلات الضرورية للحصول على المخرجات المطلوبة. تنبع أهمية إسترجاع المعلومات من أهمية توافر معلومات محددة عن نتائج التنفيذ أمام الإدارة حتى تستطيع أن تمارس مسؤوليتها في تحقيق أهداف النظام.

ويقصد بإسترجاع المعلومات أيضا عملية إرجاع الأثر الخاص بمخرجات كل مرحلة من مراحل النظام لكي تتمكن من اتخاذ الخطوات التخطيطية والتنظيمية اللازمة لتصحيح الإنتاج في النظام. أي أن الإدارة لا تستطيع ضبط المدخلات الواردة للنظام، ولامسار العمليات التحويلية داخل النظام، والتأكد من الحصول على المخرجات المطلوبة، إلا من خلال حصولها على معلومات تبين آثار ونتائج التنفيذ.

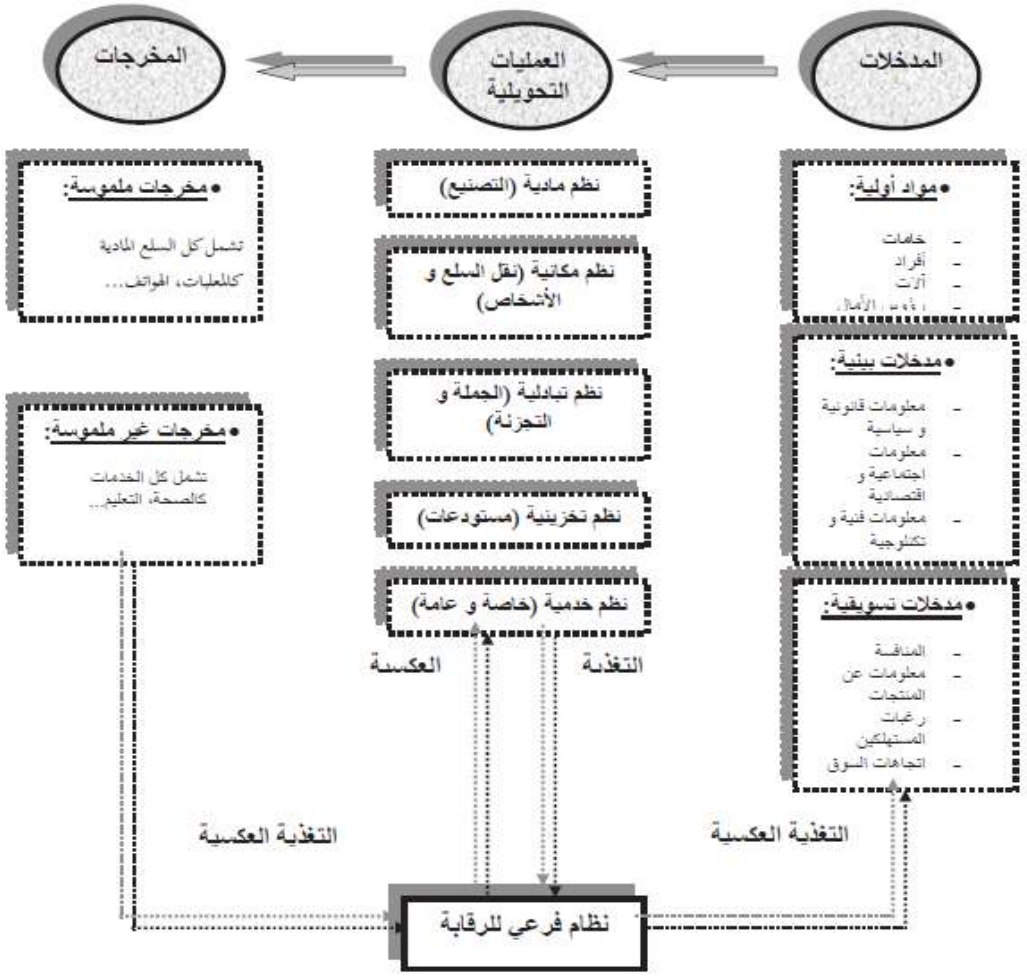
ومن هنا تظهر أهمية المعلومات للإدارة كأحد الأدوات الأساسية للسيطرة الإدارية على أجزاء الإنتاج. وبعد شرح مكونات النظام الإنتاجي بالتفصيل يمكننا جمعها كلها في شكل واحد، ليشكل لنا النظام الإنتاجي للشركة.[2]

---

[1] بن طيب هديات، مرجع سبق ذكره، ص35.

[2] نفس المرجع السابق، ص 35.

الشكل رقم (16): نظام الإنتاج و العمليات



المصدر: بن طيب هديات، دراسة الإنتاج والعمليات باستخدام البرمجة بالأهداف في مؤسسات الخدمات "دراسة حالة الجزائرية للتأمينات"، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر،2016،ص36.

المطلب الثاني: إدارة الإنتاج والعمليات والوظائف الأخرى لشركة التأمين

يقصد بإدارة الإنتاج والعمليات في مجال التأمين المبيعات والنشاطات التسويقية التي تقوم بها شركات التأمين وكثير ما يطلق على الوكلاء والمندوبين الذين يقومون ببيع التأمين إسم

"المنتجين " لأن عمليات البيع التي يقومون بها هي إنتاج شركات التأمين ، ويعتمد نجاح شركات التأمين على وجود مجموعة فعالة منهم.[1]

ومن المعروف أن هناك علاقة وثيقة بين وظيفة الإنتاج والوظائف الأخرى في شركات التأمين، ومن أهم هذه الوظائف : وظيفة التسويق، وظيفة الإدارة المالية، وظيفة الموارد البشرية.

الفرع الأول: علاقة وظيفة الإنتاج بوظيفة التسويق

تعتبر علاقة وظيفة الإنتاج بوظيفة التسويق من أهم العلاقات، حيث أن شركة التأمين تعتمد في تحديد مواصفات وخصائص المنتجات وكمياتها المطلوبة (من خلال التنبؤ بالطلب ومعرفة حاجات السوق)، على ما تقدمه دائرة التسويق من معلومات، وكذلك معلومات عن طبيعة الأسواق والشركات المنافسة والطريقة التي تعمل فيها وكيفية الدخول إليها.

إن الأوجه الأربعة للمزيج التسويقي وهي الخدمات، السعر، التوزيع والترويج تؤثر بدون أي شك على وظيفة الإنتاج سواء من حيث تصميم المنتوج وكمية الإنتاج وكلفة الإنتاج وجدولة الإنتاج، كمية المبيعات وحصة الشركة في السوق، كذلك تعتمد وظيفة الإنتاج على وظيفة التسويق في تغيير مواصفات المنتوج بين الحين والآخر وفي ضوء التغير الحاصل في أذواق المستهلكين وتحديد التسعيرة المناسبة في ظل المنافسة ، أيضا في سياسة التوزيع التي تؤثر بشكل مباشر على إدارة الإنتاج والعمليات ووضع سياسات الترويج (الإعلان، البيع الشخصي الدعاية وترويج المبيعات)، ووضع سياسة المبيعات المناسبة.[2]

[1] زيد منير عبوي، إدارة التأمين و المخاطر، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، الأردن، 2006 ص ص 72-73.

[2] حسين عبد الله التميمي،"إدارة الإنتاج و العمليات، مدخل كمي"، دار الفكر، الأردن،1997، ص29.

على سبيل المثال في شركات التأمين المتخصصة في تأمين الممتلكات والمسؤولية توجد دوائر للتسويق ويقوم بمساعدة مندوبي التأمين التابعين لهذه الدوائر موظفون فنيون على درجة عالية من الخبرة في مجالات التأمين المختلفة، حيث يقوم هؤلاء الموظفون بشرح برنامج تأمين جديد بالإضافة إلى تطوير وتأهيل فريق فعال من رجال المبيعات.تقوم شركة التأمين بمجموعة واسعة من النشاطات التسويقية من ضمنها تطوير فلسفة وتقييم الدور الذي تحتله في سوق الإنتاج ووضع خطط الإنتاج القصيرة والطويلة المدى، وإجراء الأبحاث التسويقية وتطوير برامج تأمينية جديدة لتلبية حاجات المستهلكين والشركات التجارية ووضع استراتيجيات جديدة للتسويق بالإضافة إلى الإعلان عن البرامج التأمينية الجديدة في وسائل الإعلام المختلفة .

الفرع الثاني: علاقة وظيفة الإنتاج بالإدارة المالية

من المعروف أن غالبية قرارات شركة التأمين إن لم تكن جميعها لها صدى مالي، وهذا يتطلب من الإدارة المالية توفير الأموال اللازمة وفي الوقت المناسب. والشركة بشكل عام لا يمكن أن تعمل بدون توفير الأموال اللازمة لتغطية إحتياجات العمليات الإنتاجية، والجهة المسؤولة عن توفير الأموال هي الإدارة المالية فهي التي تحدد لإدارة الشركة إمكانياتها المالية بخصوص إجراء التوسعات أوشراء مكائن جديدة، أو فتح فروع جديدة لها أو مقدار مقسوم الأرباح الذي يمكن للشركة أن تدفعه للمساهمين،كذلك مقدار الحوافز والمكافآت المالية التي تدفعها للعاملين في الشركة.[1]

هناك جانب مهم جدا وهو تحديد تكاليف الإنتاج فالإدارة المالية هي الجهة المسؤولة وبالتنسيق مع إدارة الإنتاج عن تحديد تكاليف الإنتاج ومتابعة سلوك التكاليف سواء ثابتة مثل تكلفة

[1] نفس المرجع السابق، ص29.

المكائن والمباني أو تكلفة متغيرة مثل تكلفة مخرجات العملية التأمينية من دفع التعويضات المستحقة للمؤمنين عند تحقق الخطر المؤمن ضده.

الفرع الثالث: علاقة وظيفة الإنتاج بوظيفة الموارد البشرية

تحتاج شركة التأمين إلى القوى العاملة وبمختلف الإختصاصات من إداريين ومهندسين وعمال مهارة لذلك يجب أن يكون هناك تنسيق بين إدارة الإنتاج وإدارة الموارد البشرية في تحديد الإحتياجات من القوى العاملة الجديدة وتحديد الإحتياجات التدريبية. وهنا تجدر الإشارة إلى أن شركات التأمين لها خصوصية تنفرد بها عن غيرها من الشركات، فهي قائمة على إدارة الموارد البشرية والأجهزة المستخدمة لتقديم الخدمات فإن هذا يؤثر على طبيعة المنتجات المقدمة والوظائف وظروف العمل المطلوبة.أي أن هناك علاقة بين التكنولوجية المستخدمة ومواصفات العمل المطلوبة. وإدارة الموارد البشرية هي المسؤولة عن إجراءات التعيين والترفيع والإجازات المرضية والإعتيادية وعن العلاقات الإنسانية ودراسة ظروف العمل لإمكانية تحسينها وتوصيف الأعمال والوظائف من أجل وضع الإنسان المناسب في المكان المناسب والإستغلال الأفضل للطاقات البشرية المتاحة.[1]

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في إنتاج شركات التأمين

يمكن تقسيم العوامل المؤثرة في إنتاج شركات التأمين إلى مجموعتين رئيسيتين، عوامل داخلية وهي التي تخضع لسيطرة شركة التأمين وتتعلق بها، وعوامل خارجية لا تخضع لسيطرة الشركة وهي أكبر مدى و أوسع نطاقا من الأولى كالسياسة الإقتصادية العامة والسياسة الضريبية إذ تؤثر العوامل الخارجية على الشركة ويتضح أثر ذلك في أشكال داخلية مختلفة.

[1] بن طيب هديات، مرجع سبق ذكره، ص 43.

الفرع الأول: العوامل الداخلية المؤثرة في إنتاج شركات التأمين

يتأثر إنتاج شركات التأمين بمجموعة من العوامل الداخلية التي تتحكم فيها الشركة ومن هذه العوامل:

أولا: الإدارة

تعتبر الإدارة على قائمة العوامل المؤثرة في الإنتاج. فقد تتوافر الآلات الحديثة واليد العاملة الماهرة ومع ذلك تحقق الشركة خسائر وإنتاج متدهور والروح المعنوية للعاملين سيئة. ويرجع السبب في هذا إلى الإدارة .[1]

فللإدارة أهمية كبيرة في تحديد معدلات الإنتاج بالشركة، وتتمثل أعمالها في دقة تحديد الأهداف ووضوح العمل الإنتاجي والقدرة على إختيار أنسب الوسائل لتحقيق هذه الأهداف واستخدام عناصر الإنتاج المتاحة بأقصى كفاءة. وتتوقف كفاءة الإدارة داخل شركة التأمين في قدرتها على مسايرة التغير والتطوير في ظروف الإنتاج والتنبؤ به، والإعداد له والقدرة على الإبتكار والتجديد، وتنظيم سير وتسلسل العمليات الإنتاجية ومراقبة إستخدام الموارد البشرية والمادية وإحداث التفاعل المطلوب والتنسيق الملائم بينهما بطريقة تحقق أقصى إنتاج.

كذلك تتوقف كفاءة الإدارة على قدرتها في اكتساب تعاون العاملين وعلى تحسين ظروف العمل وعلى تطبيق نظم جيدة للإختيار والتعيين والتدريب والترقية وتحديد المسؤولية وتسلسلها.

ثانيا: العمال

يعد العنصر البشري نظاما فرعيا يتطلب تحليل مكوناته ودوافعه ورغباته وحاجاته التي يريد إشباعها في عمله، وسلوكه من حيث درجة التعاون وحب العمل والحرص على الأدوات التي

[1] محمد محروس اسماعيل، إقتصاديات الصناعة والتصنيع، مؤسسة شباب الجامعة، مصر،1997، ص194.

يستخدمها وولائه للشركة وتطلعاته لتعلم مهارات جديدة من خلال البرامج التدريبية بغية تحسين جودة الإنتاج وزيادة كفاءة الشركة.[1]

فعلى شركة التأمين التركيز على مشاركة العاملين وتحفيزهم، وذلك كي تدفع العاملين لتقديم ما لديهم من مقترحات وأفكار بناءة، والتغلب على مقاومة التغيير لدى الأفراد وإثارة القدرة الإبداعية لديهم لإكتشاف المشكلات قبل حدوثها، وإيجاد الحلول المناسبة والفعالة لها، ولا بد من تحفيزهم وتشجيعهم على المساهمة في تحسين الجودة والإنتاج عن طريق تمكينهم من إجراء التغيرات المناسبة، واتخاذ القرارات اللازمة لإعطائهم الفرصة لإبداع وابتكار طرق وأساليب عمل حديثة نابعة من تجربتهم وخبرتهم في مجالات عملهم. وذلك لأن تسخير معارف وخبرات العاملين يمكن أن تقود إلى أداء تنظيمي أفضل، مثل تحسين الإنتاج وجودة الخدمات المقدمة.[2]

كما يجب على إدارة الشركة تدريب العاملين وتأهيلهم بشكل مستمر، إذ ينظر إليه على انه وسيلة لتنمية امكانات العاملين كل ضمن وظيفته بما يحقق الإنجاز الأمثل. ويقصد **بالتدريب**" أنه عملية مخططة ومنظمة ومستمرة، تهدف إلى اكساب العاملين المعارف والقدرات والمهارات الجيدة المتخصصة والمرتبطة بالعمل، أو تغيير بعض اتجاهات العاملين وسلوكياتهم بشكل يضمن تحسين الاداء وتحقيق أهداف الشركة ". وأن تدريب العاملين وتأهيلهم يتطلب معرفة الأهداف التي تسعى الإدارة لتحقيقها من خلال عملية التدريب، مثل تطوير مهارات كل العاملين، أو تعريفهم الأساليب الضرورية لتحقيق أعلى مستويات من الإنتاج وكذلك تحقيق الجودة في الخدمات أو تشجيعهم على اتخاذ القرارات والعمل الجماعي، كما يتطلب تحديد النتائج المتوقعة للتدريب على مستوى أداء

[1] زهرة عبد محمد الشمري، تقييم تطبيق التقنيات الحديثة لتحسين الإنتاجية، مجلة جامعة كربلاء العلمية المجلد08، العدد03، العراق،2010، ص22.

[2] زكي أبو زيادة، أثر تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة على الأداء التنظيمي" دراسة تطبيقية في عينة من المصارف التجارية الفلسطينية"، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، المجلد25، العدد04، فلسطين،2011، ص885.

العاملين المتدربين وكفاءتهم، حيث يتوقع أن يؤدي تدريب العاملين في شركة التأمين إلى تأهيلهم على الاداء الفعال، ومساعدتهم على حل المشاكل المتعلقة بالجودة، وبالتالي تحسين إنتاجيتهم. [1]

وتشمل تقنية العمال:

1- الحوافز المادية والمعنوية للأفراد والجماعات: إن نظام أو خطط دفع الحوافز التي يتم تصميمها يجب أن تتعلق بالأداء أو الإنتاجية، وتقدم حوافز المجموعة فرص لكل أعضاء المجموعة باستلام الحوافز بالإعتماد على مخرجات المجموعة ككل. وتكون حوافز المجموعة مناسبة عندما تكون الأعمال مترابطة بشكل كبير.

وتعني الحوافز المادية المكافآت وزيادة الأجور والرواتب، والمشاركة في الأرباح وغيرها وتأخذ الحوافز المادية شكل الزيادات الدورية وغير الدورية، أما الحوافز المعنوية فتشمل خطابات الشكر، الشهادات التقديرية، والمشاركة في إتخاذ القرارات وغيرها. ويتم منح الحوافز المادية والمعنوية للعمال لغرض تشجيعهم على أداء أعمالهم بفعالية وكذلك منح الحوافز لفرق العمل لغرض تشجيع روح الفريق والتعاون بين العاملين.[2]

2- ترقية العمال: وتعني أن يشغل العامل وظيفة درجتها أعلى من درجة الوظيفة التي يشغلها قبل ترقيته ويترتب على الترقية زيادة المزايا المادية والمعنوية للعامل وزيادة إختصاصاته الوظيفية.[3]

3- تصميم الوظيفة، توسيع الوظيفة، اثراء الوظيفة، دوران الوظيفة:

أ- تصميم الوظيفة: عملية تحديد مسؤوليات ومهمات الوظيفة وتحديد بيئة العمل والطرائق التي سيتم من خلالها تنفيذ المهمات لتحقيق اهداف الإنتاج. وعند تصميم الوظيفة ينبغي تحقيق هدفين

---

[1] نفس المرجع السابق، ص 886.

[2] على عباس، أساسيات علم الإدارة، الطبعة الثالثة، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن،2008،ص170.

[3] نجم عبود وآخرون، إدارة الموارد البشرية مع التركيز على إدارة شؤون الموظفين العموميين، عدن للطباعة العراق، 2006، ص464.

هما: الأول تحقيق أهداف الإنتاج من الإنتاجية والجودة والثاني جعل الوظيفة أكثر أمانا واكثر رضا ومحفزة للعاملين.

ب- توسيع الوظيفة: زيادة عدد المهمات التي يؤديها الفرد مع الابقاء على جميع المهام بنفس المستوى من المسؤولية. أي أن وظيفة الفرد تتوسع افقيا.

ت- اثراء الوظيفة: هي زيادة درجة سيطرة الفرد على وظيفته من خلال التخطيط والتنفيذ والتقييم للمهمات التي تتألف منها وظيفته. وإثراء الوظيفة يؤدي إلى توسع مسؤولية الفرد عموديا، وغالبا ما تؤدي إلى تحسين أداء العمل وخلق مستوى من الرضا للفرد.

ث- دوران الوظيفة: هو نوع من توسيع الوظيفة يسمح للعامل بالتحرك من وظيفة متخصصة إلى وظيفة اخرى. ويسمح للعاملين بتعلم واسع للخبرات وتمكنهم من سد الشاغر في الأعمال الأخرى في حال غياب أو مرض بعض العاملين.[1]

4- مشاركة العاملين في إتخاذ القرار: إستخدام المشاركة كمدخل لتحفيز العاملين وربطهم بالأداء العالي، اذ ان شعور العامل بأنه يساهم في تخطيط وانجاز العمل يدفعه لمزيد من الولاء والحماس[2]. فزيادة الإنتاجية وتحسين قيم العمل تكون من خلال مشاركة العاملين مع شركاتهم في إتخاذ القرار.

5- حلقات الجودة: هي عبارة عن مجموعة صغيرة طوعية من الموظفين والمشرفين، يجتمعون مرة واحدة في الأسبوع خلال وقت العمل لحل المشكلات المتعلقة بالجودة، الإنتاج، التكاليف والسلامة. إن الأسلوب المتبع لتحديد وحل المشكلات هو العصف الذهني لتوليد الأفكار، ومن خلال تبادل المناقشات في هذه المجموعة يتمكن العاملون من المشاركة في المعلومات وايجاد أفكار جديدة

[1] زهرة عبد محمد الشمري، مرجع سبق ذكره، ص 23.

[2] مهدي صالح محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالبي، الإدارة و الأعمال، دار وائل للنشر والتوزيع الأردن،2007، ص477.

وتعلم كيفية عمل فرق العمل.[1] ويقوم أعضاء المجموعة بتحديد المشاكل وجمع البيانات لها وحل تلك المشاكل وتطوير الحلول التي تقدم إلى المدراء الذين يتخذون القرار في ضوء تلك المقترحات المقدمة. حلقات الجودة تساعد على تقليل مشاكل الإتصال ومقاومة التغيير فضلا عن بناء جو التعاون بين العاملين وتحسين ثقتهم وتشجيعهم على تطوير قابلية القيادة لديهم.

6- تطوير العاملين: اكتساب المعرفة والمهارات والسلوكيات لتحسين قابلية العاملين لمقابلة التغيير في متطلبات العمل وفي طلبات الزبائن. ويشير التطوير إلى التعلم الرسمي، الخبرات في الأعمال العلاقات، التقييم للشخصية وزيادة القابليات التي تساعد العاملين على انجاز الأعمال التي سينجزوها في المستقبل، كما يساعد تطوير العاملين للتحضير في تغيير مواقع أعمالهم الحالية والتي تحدث نتيجة للتكنلوجيا الجديدة، إعادة تصميم العمل، المنتجات الجديدة أو الزبائن الجدد. وتركز شركات التأمين على تطوير العاملين للمنافع العديدة التي يحققونها: تحقيق رضا العاملين الذي يؤدي بدوره إلى تحقيق رضا الزبائن.[2]

ثالثا: دراسة السوق

تعد دراسة السوق النقطة الأساسية لتوضيح إمكانية نجاح شركة التأمين في تقديم خدماتها لأكبر عدد من المستهلكين وقدرتها في الإستمرارية ومواصلة العمل، لذا يجب على شركة التأمين إجراء مسح مفصل للسوق للتعرف على:

1- إحتياجات المستهلكين وخصائص واهتمامات الشرائح التي سوف تشتري الخدمة لتستفيد من ذلك عند تصميم المزيج التسويقي للخدمة.

2- التعرف على الفجوات الموجودة في السوق والتي لم ينتبه المنافسون لها.

[1] محفوظ أحمد جودة، مرجع سبق ذكره ،ص235.

[2] زهرة عبد محمد الشمري، مرجع سبق ذكره،ص 23.

3- تحديد حجم الطلب على الخدمة التي ستقدمها.

4- إكتشاف شرائح سوقية أو احتياجات أو اتجاهات جديدة داخل السوق لم تكن معروفة من قبل.

وهنا يأتي دور بحوث التسويق، وهي عملية جمع وتحليل المعلومات بشكل مستمر حول الزبائن المتوقعين والمنافسين والسوق والبيئة المحيطة به، مما يساعد المسوقين في فهم السوق ووضع خطط عمل ناجحة، وإطلاق خدماتهم الجديدة بالشكل الأقرب إلى احتياج السوق.

رابعا: المنافسة

شركات التأمين تواجه عدد كبير من المنافسين، ووفقا للمفهوم التسويقي الحديث حتى تنجح الشركة في تزويد الزبائن بقيمة ورضا أكبر وتحقيق أعلى مستويات للإنتاج من المنافسين ليكون لها مكانة في خارطة المنافسة في السوق ينبغي عليها أن تعرف من هم منافسوها وماهي أهدافهم استراتيجياتهم، نقاط قوتهم،ضعفهم، جودة منتجاتهم، أسعارهم، قطاعاتهم السوقية التي يعملون بها أرباحهم، ماهي مكانتهم الذهنية لدى زبائنهم والمعلومات عن المنافسين يمكن الحصول عليها من خلال بحوث السوق وتقنية مصادر المعلومات الأخرى.[1]

خامسا: موقع الشركة

موقع الشركة له تأثير كبير على نشاطات الشركة التسويقية، فالموقع الجيد يساعد ويسهل عملية التسويق أما الموقع السيء فقد يعمل على فشل مشروعات كان يتوقع لها النجاح. وهذا القرار يعود للقائمين على الشركة في أن يختارو لها موقع جيد وقريب من الأسواق المستهدفة.

[1] أنيس أحمد عبد الله، إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون، الطبعة الأولى، دار الجنان للنشر والتوزيع الأردن، 2016، ص42.

سادسا: سمعة الشركة

هي الصورة الذهنية أو الإنطباع الذهني لدى المتعاملين مع الشركة، وعن منتجاتها وسياساتها وأنظمتها سواء كانو من المساهمين، العاملين، الزبائن أو غير ذلك من الشركات والأشخاص الذين تتضمنهم بيئة التعامل في الشركة، وكلما كان رأي هؤلاء إيجابيا في تعاملهم معهم كلما حرص أطراف التعامل على إستمرار العلاقة وتدعيمها والقضاء على السلبيات التي تعوق إستمرارها ونموها.[1]

سابعا: الإبداع و تكنولوجيا الإعلام و الإتصال

أصبح الإبداع ميزة تنافسية بالغة الأهمية خصوصا في ظل التحولات السريعة والمتلاحقة التي تفرضها ظاهرة العولمة، وما رافقها من انفجار في تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، وعولمة الأسواق، وتغير في أذواق المستهلكين وأصبح نجاح الشركات يقاس بما تمتلكه من أفكار جديدة ومدى قدرتها على تجسيد هذه الأفكار على أرض الواقع لا بما تمتلكه من موارد مادية.[2]

وقد أكد العديد من الباحثين على حاجة الشركة للإبداع من أجل زيادة وتحسين الأداء الكلي باعتباره موردا هاما للشركة،كما غيرت تكنولوجيا الإعلام والإتصال الحياة اليومية للأفراد والشركات سواء على مستوى العلاقات أو على مستوى طرق التسيير، وتعتبر من بين أهم المحركات الرئيسية للتنمية الشاملة، ولتكنولوجيا المعلومات والإتصالات تأثير كبير سواء على تحسين مستوى الإنتاج أو الأداء الكلي للشركة، باعتبار أن حاجة الشركات إلى تكنولوجيات حديثة ومرنة تغنيها عن الأعمال اليدوية، وبالتالي تخفيض تكاليف الإنتاج، ومن ثم تحسين الأداء الكلي، كما تجعلها في

[1] محمد أحمد عوض، الإدارة الإستراتيجية الأصول والأسس العلمية، الدار الجامعية، مصر، 2003،ص137.

[2] الهاشمي بن واضح، تأثير متغيرات البيئة الخارجية على أداء المؤسسات الإقتصادية الجزائرية"حالة قطاع خدمة الهاتف النقال في الجزائر "2008-2011"، أطروحة دكتوراه ، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة فرحات عباس، سطيف1 ، الجزائر، 2014، ص 117.

إتصال دائم مع الزبون لتلبية حاجياته والإستماع إلى اقتراحاته بات أمرا حتميا في ظل هذه البيئة المتغيرة والغير ثابتة، والتي تمتاز بالمنافسة الشديدة بين الشركات في ظل الإنفتاح العالمي للأسواق.

ومن أهم الإستعمالات لتكنولوجيا المعلومات والإتصال للشركة مايلي[1]:

1- نشر إعلانات إشهار لخدمات الشركة حتى تجلب أكبر عدد من الزبائن.

2- السماح للزبائن بالشراء والتسوق عبر الأنترنت " التجارة الإلكترونية".

3- سرعة الإتصال مع الأشخاص خارج الشركة عن طريق البريد الإلكتروني.

4- الحصول على معرفة خارجية من خبراء أومستشارين في مجال عملها لحل بعض مشكلاتها دون دفع تكاليف الإستشارة في بعض الأحيان.

5- الإطلاع الدائم على سوق العمالة من أجل إختيار متطلباتها من الموظفين عند الحاجة.

6- اختبار سوق منتجاتها، ومدى رضا المستهلكين عنها، لما قد يفيدها في وضع خطتها المستقبلية من الناحية الإنتاجية والتسويقية.

7- متابعة مدى تطور الشركة مقارنة بمنافسيها، وذلك عن طريق الإتصال الدائم بالعالم الخارجي من أجل الحصول على معلومات كزيارة مواقع المنافسين.

لذلك فنقول أن الإبداع وتكنولوجيا المعلومات والإتصالات تؤثر بشكل أو بآخر على الإنتاج وعلى الآداء الكلي للشركة، ويختلف هذا التأثير حسب طبيعة الإبداع المتاح، وحسب طبيعة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات.

[1] نفس المرجع السابق، ص 118.

الفرع الثاني: العوامل الخارجية المؤثرة في إنتاج شركات التأمين

تضم العوامل الخارجية المؤثرة على الإنتاج كل الظروف والمتغيرات الحاصلة في البيئة المحيطة بشركة التأمين والتي لا تملك إدارة الشركة تغييرها بقرار منفرد منها، وقد تكون آثارها في شكل فرص يسمح إستغلالها لتحسين إنتاج الشركة، أو قد تكون خطرا تؤثر سلبيا على الشركة و بالتالي على إنتاجها، وتفرض عليها التكيف معها إذا أرادت التخفيف من آثارها أو الحد منها وأن أهمية البيئة الخارجية وتأثيرها على الشركة يزداد كلما تميزت عوامله بعدم الثبات، التعقد، تنوع الأسواق. ومن أهم هذه العوامل:

أولا: العوامل الإقتصادية

إن العوامل الإقتصادية تعتبر الأكثر إنعكاسا على الأداء الكلي للشركة، وذلك نظرا لطبيعة نشاط الشركة من جهة، ولكون البيئة الإقتصادية عموما تمثل مصدرا لمختلف مواردها ومستقبلة لمنتوجاتها من جهة أخرى وهي بدورها تنقسم حسب شموليتها إلى عوامل اقتصادية عامة، كالنظام الإقتصادي الذي تتواجد فيه الشركة معدلات نموها الإقتصادي،سياسات التجارة الخارجية، معدلات التضخم، أسعار الفائدة ....إلخ، وأخرى قطاعية كوفرة المواد الأولية، الطاقة، درجة المنافسة، هيكل السوق، دورة حياته، الأيدي العاملة المؤهلة، مستوى الأجور..إلخ وتتميز العوامل القطاعية عن العامة بتأثيرها على الشركة في الأجل القصير نسبيا، إذ أن حدة المنافسة تجعل الشركة مثلا في وضعية حرجة نوعا ما، وهو ما ينعكس مباشرة على انتاجها، في حين تكون آثار الفلسفة الإقتصادية غير مباشرة وتمتد على أجل طويل، وكذلك بالنسبة للموارد والطاقة، فإن تذبذبها بين

الوفرة والندرة النسبية، وفي فترات قصيرة يجعل هذا العامل يتأرجح بين الفرصة والخطر، وبالتالي تحسين أو تخفيض الإنتاج.[1]

فالبيئة الإقتصادية تؤثر في مستوى الدخل ومستوى الإدخار ومستوى الإنفاق، فكلما زاد دخل المستهلك فإن هذا سيمكنه من شراء الخدمات التأمينية، كما أن زيادة نسبة الإدخار يمكن الأفراد من ممارسة الإنفاق على الخدمات التأمينية. وهكذا فإن الإقتصاد متمثلا في عوامل الدخل والإدخار والإنفاق يؤثر بشكل كبير في النشاط التأميني من خلال العرض والطلب التأميني إضافة إلى تأثر مستوى النشاط التأميني بفترات الكساد والرخاء الإقتصادي.[2]

وهناك عوامل إقتصادية أخرى تؤثر في حجم الإستهلاك التأميني المتوقع (حجم القوة الشرائية المتوقعة) مثل: الدورة التجارية، البطالة، مستوى الدخل. بالمقابل فإن الخدمات التأمينية لها تأثير كبير على الإقتصاد القومي مثل أثرها على ميزان المدفوعات، الدخل القومي، توفير مناصب الشغل وإعادة توزيع الدخول، بالإضافة إلى تنشيط القطاعات الأخرى كالصناعة و الزراعة ...إلخ.

ثانيا: العوامل الإجتماعية والثقافية

إذا كانت العوامل الإقتصادية تعتبر أكثر العوامل الغير خاضعة لتحكم الشركة تأثيرا عليها فإن العوامل الإجتماعية والثقافية لا تقل عنها أهمية ولا تأثيرا، وذلك نظرا لأهمية البعد الإجتماعي في بيئة الشركة من جهة ومساهمة عوامله في كثير من الأحيان في تغيير العوامل الأخرى من جهة ثانية، وعلى الرغم من صعوبة تحديد هذه العوامل فإنه هناك من المفكرين من حاول حصرها.

[1] الهاشمي بن واضح، نفس المرجع السابق، ص121.

[2] مثنى طه الحوري، إسماعيل علي الدباغ، مباديء السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر، مصر، 1998 ص101.

حيث يقول الباحث "بيار بارجرون" بأنها تمثل :"مجموعة العناصر الخارجية المرتبطة بتغيرات سلوك المستهلكين، بالعلاقات بين مختلف مجموعات المجتمع، وبالتأثير الذي تمارسه تلك العناصر على الشركات".[1]

كما يرى "كوتز و أودونيل" أن الأولى تتكون من المواقف، الرغبات، مستوى الذكاء،التربية القناعات وعادات الأفراد الذين يكونون مجموعة أو مجتمعا ما.[2]

لذلك نستنتج أن العوامل الإجتماعية والثقافية شديدة الصلة بالعامل البشري، ومن هذه العوامل نذكر النمو الديمغرافي، فئات العمر، الأقسام الإجتماعية، ودراسة العوامل الإجتماعية تقدم معلومات مفيدة لوظيفة الإنتاج داخل الشركة، كإرسال منتوج جديد واستهداف حصة من السوق.[3]

فالثقافة الشخصية كالمستوى التعليمي ودرجة المعرفة والإطلاع تمثل دفعا ومحفزا للتأمين وبالتالي تؤثر على نسبة إنتاج الشركة. كما أن الهيكل الإجتماعي والثقافي لأية دولة يؤثر بصورة فاعلة في العادات الشرائية وأنماط السلوك الإستهلاكي للخدمات التأمينية، فعلى شركات التأمين أن تدرس بعناية البيئة الإجتماعية والثقافية التي تعمل في إطارها، هذا سيساعد في تقديم الخدمات التأمينية التي تلبي حاجات ورغبات الزبائن وبالتالي زيادة الإنتاج.

ثالثا: العوامل السياسية و التشريعات القانونية

تشمل جميع العوامل الغير إقتصادية والتي تؤثر في الشركة ولها صلة بسياسة الحكومة والتغيرات الهيكلية التي تؤثر على الإنتاج من القوانين والنظم التي تشرعها الحكومة، مثل سياسة

[1] Pierre Bergeron, la gestion moderne « théorie et cas »,gaetanmorin editeur quebec,1993, p 38.

[2] Koutz et o'donnel, managment « princips et méthodes de gestion », macgraw hill édition, quebec,1980, p41.

[3] الهاشمي بن واضح، مرجع سبق ذكره، ص 122.

الأجور والأسعار وأنظمة الإستراد والتصدير والضرائب والجمارك، وكذلك سياسات تشجيع الإستثمار والإعانات والإعفاءات والتسهيلات وغيرها.

فالبيئة السياسية والقانونية من المحددات الأساسية لحجم الطلب التأميني إذ نجد اتجاهات سياسية أكثر انفتاحا تنظر للتأمين على أنه نشاط مهم يحقق عدة أهداف سياسية واجتماعية واقتصادية لا تتعارض مع القيم والأخلاق والعادات والتقاليد والدين والسلوك العام للمجتمع وبالمقابل هناك اتجاهات سياسية أقل إنفتاحا تنظر للتأمين على أنها ظاهرة تحمل في طياتها بعض الجوانب التي تتعارض مع السياسة العامة للبلد، تتناقض مع العادات والتقاليد والدين والقيم والسلوك العام لأفراد المجتمع.

أما القوانين والتشريعات التي تصدرها الدولة قد تفرض بعض القيود على شركة التأمين، وقد تخلق فرص جديدة لها، فمثلا عندما تزداد الضرائب على الشركة ينعكس ذلك على زيادة تكاليف الإنتاج وبالتالي زيادة أسعار المنتجات التأمينية وقد ينعكس سلبا على انخفاض المبيعات والأرباح. كما أن هناك قوانين متعلقة بتنظيم المنافسة وحماية الشركة من المنافسة الغير عادلة.[1]

إضافة على ما سبق، فإن هناك ظروف الإستثنائية في مرحلة زمنية معينة تؤثر على إنتاج شركات التأمين سواء كانت على الصعيد المحلي أو العالمي كالحروب، الحصار، الأزمات السياسية والإقتصادية تؤدي إلى غياب الإستقرار السياسي والإقتصادي.

رابعا: العوامل التكنولوجية

تعد التكنولوجيا من أهم العوامل المؤثرة على نمط حياتنا وسلوكنا الإستهلاكي، والمتغيرات التكنولوجية التي نذكر منها المعارف العلمية، البحث العلمي، الإبداعات التكنولوجية، وتداول براءات الإختراع...إلخ، تمثل أيضا عنصرا بالغ الأهمية ضمن متغيرات الدالة التي تربط الشركة

[1] أنيس أحمد عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص47.

ببيئتها الخارجية، لأن نوعية التكنولوجيا التي تستخدمها تساهم إلى حد بعيد في تخفيض أو تضخيم حجم التكاليف، تحدد نوعية المنتجات تحديد كيفية معالجة المعلومات، مما يساهم كله في تدنية أو تعظيم مستويات الإنتاج، وعليه يجب على الشركة متابعة التطورات التكنولوجية والتنبؤ بها وتقييمها وتحديد آثارها، سواء بالنسبة للصناعة التي تنتمي إليها أو إلى الصناعات الأخرى التي يمكن أن تؤثر على مستقبلها.[1]

فلقد ساعدت التكنولوجية الحديثة شركات التأمين من إنتاج العديد من الخدمات وبشكل متسارع وبكلفة منخفضة نسبيا وعرضها بأسعار مناسبة للمستهلكين. كما غيرت التكنولوجيا الحديثة ولازالت من فلسفة أداء الأنشطة داخل شركات التأمين وممارستها بطرق أكثر كفاءة وفاعلية. فقد ساهمت الأنترنت وبقية وسائل الإتصال الحديثة على تحقيق التفاعل والتواصل مع الزبائن وتلبية حاجاتهم ورغباتهم.[2] فكلما كان التطور التكنولوجي إيجابيا كلما أدى ذلك إلى تطوير الخدمات التأمينية وتحسينها، فالبيئة التكنولوجية تلعب دورا هاما في تقرير مستوى جودة الخدمات التي تقدمها شركة التأمين.

إن التكنولوجيا الحديثة لا تمنح ميزة تنافسية في نوعية الخدمات التأمينية فحسب، وإنما تمنح ميزة تسويقية تنافسية لأن أي تحسين وتطوير في التكنولوجيا على المدى المتوسط أو البعيد سيؤدي إلى تخفيض تكاليف عناصر الإنتاج وتحسين أساليب ونظم الإنتاج وبالتالي امتلاك القدرة على المنافسة السعرية.[3]

---

[1] عايدة سيد خطاب، الإدارة و التخطيط الإستراتيجي، دار الفكر العربي، مصر، 1985، ص 35.

[2] أنيس أحمد عبد الله، مرجع سبق ذكره ، ص 47.

[3] محمد عبد المحسن الموسوي، أثر العلاقة بين التوجه نحو السوق والميزة التنافسية في الأداء التسويقي، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة بغداد، العراق، 1999، ص75.

المبحث الثاني: تحليل عناصر جودة الخدمة التأمينية

إزدادت أهمية جودة الخدمة المقدمة للزبائن كأساس لتحقيق التميز في مواجهة المنافسين وأصبحت الخدمة المميزة هي الأساس في المفاضلة بين شركة تأمين وآخرى حيث تتشابه عروض جميع الشركات تقريبا في كافة الخدمات التأمينية التي تقدم للزبائن. وأصبح مستوى جودة أداء الخدمات التأمينية أحد الأسلحة التنافسية في تأمين الإستمرار والنمو لمؤسسات الخدمات عموما وشركات التأمين خصوصا.

المطلب الأول: مراحل تقييم جودة الخدمة التأمينية

إن تقييم جودة الخدمة يكون من طرف الزبائن يتم من خلال توقعاتهم، أي المقارنة بين ما يتوقعونه وما يدركونه فعلا لهذا لابد لشركة التأمين أن تأخذ توقعات الزبائن في تصميم الخدمة التأمينية المقدمة وأن يكون أدائها وفقا لمستوى توقعاتهم أو أكثر.[1]

وعليه فسيرورة تقييم جودة الخدمة التأمينية تبدأ من مرحلة ما قبل الشراء وتستمر أثناء التقديم وصولا إلى مرحلة ما بعد التسليم بغرض إعطاء حكم شامل لمستوى الجودة في الخدمات المقدمة.

الفرع الأول: مرحلة ما قبل شراء الخدمة التأمينية

تتضمن مرحلة ما قبل شراء الخدمة التأمينية مجموعة من المراحل الفرعية بداية بمرحلة إدراك الخطر القابل للتأمين وهذا يعني الحاجة إلى التغطية التأمينية، مرورا بمرحلة البحث عن المعلومات ثم تقسيمها للبحث عن البديل المناسب وصولا إلى إتخاذ قرار الشراء للخدمة التأمينية هذه المراحل المجتمعة تسمى بسلوك الزبون الشرائي كما هو موضح في الشكل التالي:

[1] قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات" مفاهيم و عمليات"، مرجع سبق ذكره، ص78.

شكل رقم(17): سلوك الزبون الشرائي



Source : Monique Zollinger,Eris Lamarque,Marketing et stratégie de la banque, 3eme édition,Dunod,paris,1999,p34.

سنوضح المراحل المبينة في الشكل رقم 17 كالتالي:

أولا: إدراك الخطر

إن الشعور بالحاجة إلى التغطية التأمينية مرتبطة بإدراك الزبون لوجود فرق بين حالة الرغبة والحالة الفعلية ويعني هذا أن الفرق ليس مطلقا وموضوعيا وإنما فرق يدركه الزبون، وبالتالي يبدأ في التفكير إلى الإنتقال إلى مرحلة أخرى.

ثانيا: البحث عن المعلومات

بعد إدراك الخطر والشعور بالحاجة إلى التغطية التأمينية، يقوم الزبون بالمفاضلة بين شركات التأمين لإختيار الشركة التي تعمل على إشباع حاجاته ليتم التعامل معها، فالبحث عن المعلومات يعني تنشيط وتحفيز المعلومات المخزنة في الذاكرة أو الحصول على المعلومات من المحيط،أي أنه يمكن أن يكون البحث داخلي "الذاكرة" أو خارجي"المحيط".[1]

[1]Monique Zollinger, Eris Lamarque, Marketing et Stratégie de la banque,3eme édition dunod ,paris,1999,p35.

1- البحث الداخلي: وهو البحث الذي يكون مباشرة بعد تحديد الحاجة إلى التغطية التأمينية، ويتم هذا البحث في ذاكرة الزبون، التي يحتفظ فيها بكل المعلومات التي لها صلة بالحاجة، كما ترتبط عملية البحث الداخلي بمميزات كل فرد فبالنسبة للزبون الذي يشتري الخدمة التأمينية لأول مرة فإنه يفتقد للخبرة وبالتالي تكون المعلومات الخاصة والتي يمتلكها محدودة.

2- البحث الخارجي: في حالة عدم رضا العميل عن المعلومات الداخلية التي يمتلكها فإنه يلجأ إلى البحث الخارجي كالإتصال وتبادل الأراء مع عملاء آخرون والإستفادة من خبرتهم.

ثالثا: تقييم البدائل

بعد عملية البحث يتكون لدى الزبون مجموعة من المعلومات المحددة الذي بدوره سوف يقوم بتحليلها وتقييمها ثم الإستخراج الأفضل منها.

رابعا: إتخاذ قرار الشراء

بعد مرحلة التقييم للبدائل وتأكيد الرغبة الفعلية للحاجة إلى التغطية التأمينية من الأخطار المتوقع حدوثها يتضح للزبون ضرورة إتخاذ قرار الشراء بالتوجه إلى شركة التأمين المختارة وتقديم طلب الشراء.[1]

الفرع الثاني: مرحلة إنتاج الخدمة التأمينية

تنقسم مرحلة إنتاج الخدمة التأمينية إلى:

أولا: خطوات إنتاج الخدمة التأمينية

تتضمن عملية إنتاج الخدمة التأمينية عدة خطوات:

1- تقديم طلب التأمين: يقدم الطلب من قبل الأفراد أو الهيئات الراغبين في التأمين إلى إدارة شركة التأمين المختارة، ويكون ذلك بملأ إستمارة طلب التأمين والتي هي عبارة عن نموذج معد من

[1]Monique Zollinger, Eris Lamarque,op cit ,p38.

قبل الشركة تتضمن كافة البيانات المطلوبة من قبله، لتعطي صورة واضحة عن الخطر المطلوب تغطيته وإحتمالات وقوعه ،وذلك من أجل مساعدة شركة التأمين في القبول أو الرفض وإعلام مقدم الطلب بالموافقة أو عدم الوافقة[1]. وإستمارة التأمين تتكون من جزئين **الجزء الأول** يتعلق بطالب التأمين" سنه، إسمه، مهنته، عنوانه، رقم هاتفه، مدة التأمين"، **الجزء الثاني** يتعلق بالخطر المطلوب تغطيته وجميع الظروف المحيطة به والتي من شأنها تمكن شركة التأمين من دراسة طبيعة الخطر وظروفه.

2- فحص الطلب: يقوم الفنيون في شركة التأمين بفحص الطلب المقدم من طرف الزبون ودراسته وذلك من خلال فحص الأخطار المقدمة للتأمين عليها لدراسة إمكانية قبولها أو رفضها وعلى الشركة أن تأخذ بالإعتبارات التالية:

أ- إختيار الأخطار التي تتوافق مع سياسات الشركة المحددة.

ب- تحليل الأخطار بقصد تسعيرها ،وهي عملية يقوم بها الخبراء الإكتواريون بقصد تحديد قسط التأمين الذي يتناسب مع درجة الخطر.[2]

و**الخبير الإكتواري** هو الشخص الذي يحدد أسعار التأمين، له دراية وعلم في الرياضيات والإحصاء حيث يقوم الإكتواري بدراسة الإحصاءات الخاصة بالولادات والوفيات والأمراض والحوادث وبناءا على هذه المعلومات بالإضافة إلى المعلومات التي يقوم بتجميعها من دوائر ومؤسسات رسمية وخاصة تهتم بمثل هذه الأبحاث والأرقام والبيانات ويعتمد عليها في تحديد واحتساب أسعار التأمينات المختلفة. ويراعي الإكتواري أن يكون سعر التأمين منافسا من جهة

[1] محمد جودت ناصر، مرجع سبق ذكره، ص61.

[2] ثناء محمد طعيمة، محاسبة شركات التأمين، الطبعة الأولى، ايتراك للطباعة والنشر، مصر، 2002، ص22.

وكافيا لتغطية الخطر المؤمن ضده ويدر بعض الأرباح من جهة أخرى[1]. ولا يقتصر دور الإكتواري على تحديد قيمة القسط فقط بل له دور أيضا في وضع تقديراته بشأن التكاليف المحتملة مقارنة بحجم التعويضات والخسائر.[2]

3- إصدار إشعار التغطية المؤقت: وهو عبارة عن مذكرة تغطية مؤقتة تحررها شركة التأمين لإبلاغ طالب التأمين بموافقتها على التغطية ويتم إصدار هذا الإشعار نظرا لأن إصدار وثيقة التأمين يتطلب فترة زمنية، لكن هذا الإشعار لا يلزم شركة التأمين بالتزاماتها مالم يصدر عقد التأمين .

4- إصدار عقد التأمين: بعد قبول الشركة بالتغطية للخطر التأميني وقبول الزبون بشروط شركة التأمين، تقوم هذه الأخيرة بتحرير عقد التأمين في صورته النهائية الذي يشمل على كافة شروط العقد من إلتزامات كل من الزبون وشركة التأمين .

5- الإخطار بوقوع الحادث والمطالبة بالتعويض: عند تحقق الخطر المتوقع يقوم الزبون بإعلام شركة التأمين بوقوع الحادث، وذلك للأخذ بالإستعدادات والإجراءات اللازمة تجاه حدوث هذا الخطر، ويكون الزبون بعد تحقق الخطر مقيد بمدة محددة للإخطار بوقوع الحادث لشركة التأمين وفي حالة تخلفه عن ذلك بحسن نية أو بسوء نية يسقط حقه في المطالبة بالتعويض وبالتالي عدم إستفادته من الخدمة.[3] كذلك يتوجب على الزبون أن يقدم لشركة التأمين **إثباتا** بوقوع الحادث وذلك من خلال التقارير التي يحصل عليها من جهات مختصة كإدارة المرور في حال تأمينات المركبات، والدفاع المدني والشرطة في حال تأمينات الممتلكات والمستشفيات والطب الشرعي في حال التأمين الصحي أو التأمين على الحياة.

---

[1] أسامة عزمي سلام،شقيري نوري موسى، مرجع سبق ذكره،ص157.

[2] منير إبراهيم هندي، إدارة الأسواق و المنشآت المالية، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر،2002، ص416.

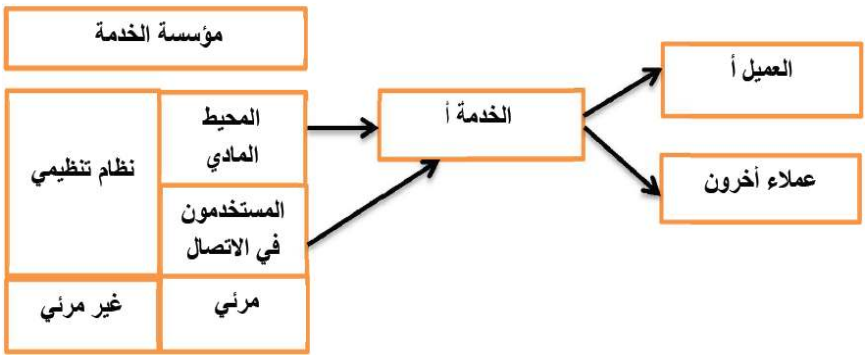
[3] محمد جودة ناصر، مرجع سبق ذكره، ص63.

ثانيا: نظام إنتاج الخدمة التأمينية

يعرف نظام إنتاج الخدمة باسم "servuction "ويقصد به ترتيب التقنيات والشبكات التنظيمية المصممة لتسليم الخدمات وفقا لحاجات وتطلعات الزبائن.[1]

يتكون هذا النظام من عدة عناصر تتفاعل فيما بينها نوضحها في الشكل التالي:

الشكل رقم (18): نظام إنتاج الخدمة



Source : P.Kother,B.Dubois,Marketing Management ,Pearson Education,12 edition,paris , 2004,p474.

ويمكن توضيح العناصر التفاعلية لنظام إنتاج الخدمة التأمينية فيمايلي:

1- الزبون : يعتبر الزبون عنصر أساسي عند إنتاج الخدمة.

2- المحيط المادي: ويشمل العناصر المادية المحيطة بالخدمة مثل"موقع الشركة، المظهر الخارجي والتصميم الداخلي".

3- المستخدمون في الإتصال: هم الممثلون المباشرون لشركة التأمين، مكلفون بإستقبال الزبائن ومساعدتهم.

[1] ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع الأردن، 2010، ص74.

4- نظام التنظيم الداخلي: وهو نظام غير مرئي للزبون يتكون من نظام الشركة، مختلف العمليات، التسيير ،الموارد البشرية.

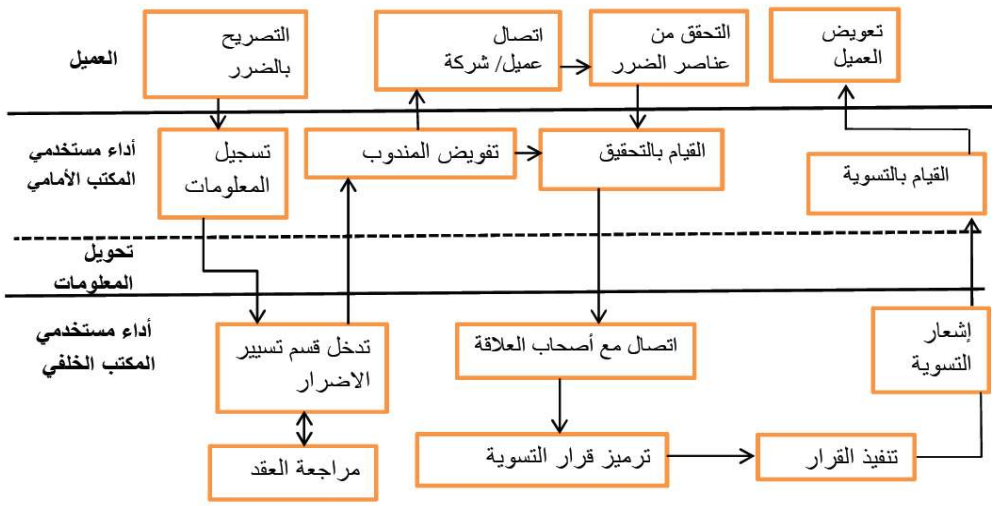
5- الخدمة: النتيجة من نظام إنتاج الخدمة وهي حاجة الزبون الأساسية التي تسعى الشركة لإشباعها.

6- الزبائن الآخرون: يمكن لعدة زبائن الإستفادة من خدمة ما في نفس الوقت ونفس المكان.

يمكن القول أن عملية إنتاج الخدمة هي تنظيم منهجي منظم ومنسق لكل العناصر المادية والبشرية التي تؤثر على علاقة الزبون بالشركة وهي مهمة لتحقيق تقديم الخدمة حسب الخصائص ودرجة الجودة التي يتوقعها الزبون.[1]

ويمكن توضيح مختلف العلاقات بين الزبون، المستخدمين في الإتصال ومستخدمي المكتب الخلفي من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم(19) : سيرورة التفاعل بين الزبون وشركة التأمين" المطالبة بالتعويض "



Source : Alexandre Kamyab Sami, stratégies de service,dunod,paris,france,2001,p88.

[1] P.Kother,B.Dubois,Marketing Management,Pearson Education, 12edition, paris 2004,p475.

يبين الشكل رقم 19 السيرورة التفاعلية بين الزبون وشركة التأمين خلال المطالبة بالتعويض حيث يقوم الزبون بالتصريح بالضرر الناشيء عن تحقق الخطر المؤمن منه، ويتولى مستخدموا المكتب الأمامي عملية تسجيل المعلومات في شكل ملف وتحويلها إلى المكتب الخلفي، حيث يباشر مستخدموا هذا المكتب مهامهم بتدخل قسم تسيير الأضرار، وذلك لمراجعة العقد والشروط المتفق عليها، ويتم الإتصال بالزبون عن طريق المكتب الأمامي للتحقق من عناصر الضرر ومطابقتها مع ما أتفق عليه في العقد، ثم يتولى مستخدموا المكتب الخلفي عملية إتخاذ القرار، وهذا يعني إتخاذ أحد القرارات التالية: قبول الدفع كاملا، رفض المطالبة، قبول الدفع ولكن بشكل جزئي ومستخدموا المكتب الأمامي هم المكلفون بتسليم مبلغ التعويض للزبون.

الفرع الثالث: مرحلة ما بعد تسليم الخدمة التأمينية

في هذه المرحلة يتحدد رضا الزبون أو عدم رضاه من الخدمات التأمينية المقدمة من طرف شركة التأمين، وسنتطرق إلى رضا الزبون في المبحث اللاحق.

المطلب الثاني: محددات تقييم جودة الخدمة التأمينية

يرجع أصل محددات جودة الخدمة إلى المزيج التسويقي الخدمي والخصائص التي تميز الخدمات، كما يرجع أيضا إلى الموظفين الذين يقدمون الخدمات، أما الباقي فيرجع إلى التسهيلات والوسائل المستعملة في إنتاج الخدمة وتوفيرها.

ويستند تقييم جودة الخدمة التأمينية إلى عدة محددات مرتبطة بجوانب الأداء الملموسة والغير ملموسة بحيث يعتمد على عشرة محددات رئيسية:

الفرع الأول: الإعتمادية

تشير الإعتمادية إلى قدرة شركة التأمين على أداء أو إنجاز الخدمة التأمينية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه إذ يقصد بها قدرة شركة التأمين على تقديم وعود للخدمة بشكل موثوق ودقيق لعملائها.[1]

الفرع الثاني: مدى توفر الخدمة من حيث المكان و الزمان

إمكانية الوصول إلى الخدمة التي تقدمها شركة التأمين بيسر وسهولة ويفسر ذلك وفق عدة مؤشرات مثل ملائمة ساعات العمل، ملائمة موقع الشركة، سرعة و سهولة الإتصال عبر الهاتف.

الفرع الثالث: الأمان

وهو شعور الزبون أو المستفيد بالأمان والثقة عندما نقدم له الخدمة ،أي عدم خشيته من نتائج الخدمة المقدمة له من طرف المؤسسة أو شركة التأمين.[2]

الفرع الرابع: المصداقية

وتتضمن الإعتمادية وإمكانية التصديق والأمانة، وتتضمن أيضا الإهتمام بأفضل إهتمامات الزبون.[3]

---

[1] أحمد محمود أحمد، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، دار البركة للنشر والتوزيع، الأردن،2001 ص107.

[2] هاني حامد الضمور، مرجع سبق ذكره ،ص444.

[3] مهدي السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص303.

الفرع الخامس: درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد

كم من الوقت والجهد الذي يحتاجه مورد الخدمة من أجل فهم المستفيد؟ هل يفهم المتطلبات الخاصة بالمستفيد؟ هل يعرف مشاعره و يقدرها؟.[1]

الفرع السادس: الإستجابة

يشير هذا المحدد إلى درجة تفهم مقدم الخدمة لحاجات الزبون أي مدى قدرة مقدم الخدمة على تجديد وتفهم إحتياجات الزبائن وتزويدهم بالرعاية والعناية، مثال ذلك كم من الوقت والجهد الذي يحتاجه مقدم الخدمة حتى يتعرف على حاجات الزبون و يدركها؟ ما مدى تفهم مقدم الخدمة لمشاعر الزبون وتعاطفه مع مشكلته.

الفرع السابع: الجدارة

وهذا المحدد يتعلق بكفاءة وجدارة القائمين على تقديم الخدمة من حيث المهارات والقدرات التحليلية والإستنتاجية والمعرفة التي تمكنهم من القيام بأدوارهم بالشكل الأمثل، وفي حالة التعامل مع مقدم الخدمة لأول مرة فإن الزبون عادة ما يلجأ إلى مثل هذه المحددات كالشهادة العلمية ومصادرها والخبرات العلمية ومصادرها ومواقعها. فقد يفضل بعض الزبائن تلقي خدماتهم من أشخاص ذوي مستويات تعليمية عالية ومن مصادر معتمدة رسمية.[2]

الفرع الثامن: الملموسية

تشكل الملموسات كافة المستلزمات المادية والتجهيزات، التسهيلات المادية الممنوحة للزبون كأماكن الإنتظار، أماكن الجلوس، أماكن وقوف السيارات، مظهر العاملين ومستوى التكنولوجيا.

---

[1] حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس العلاق، إدارة عمليات الخدمة، اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009 ص ص 142-143.

[2] إلهام نعمة كاظم، مرجع سبق ذكره، ص123.

الفرع التاسع: الإتصالات

توفير كافة المعلومات التي تساعد الزبون في التعرف على الخدمات المعروضة ونظم تسعيرها إضافة إلى التواصل مع الزبائن والإستماع إليهم وإعلامهم بلغة مفهومة وبشكل منظم من خلال إستعمال أنظمة الإتصال الأكثر فعالية.

الفرع العاشر: المجاملة

وتتضمن الأدب والإحترام والإهتمام والودية من قبل موظفي الإتصال بالزبائن بضمنهم موظفي الإستقبال....إلخ.

إن توافر أو إلتزام الشركة بهذه المؤشرات يضمن لها تقديم خدمة ومنتج يتصف بالجودة التي يرغب بها الزبون ويتوقع الحصول عليها وهذا من أجل أن تؤدي مهمتها على أفضل وجه.[1]

يرى بعض الباحثين أن المحددات السابقة التي يعتمدها الزبون لتقييم جودة الخدمة ليست بالضرورة مستقلة عن بعضها، بل إن بعضها متداخلة مع البعض الآخر، وقد تكون مكملة لبعضها البعض.

إذ تم تلخيص هذه المحددات العشر في خمسة محددات أساسية هي "الأشياء الملموسة الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف"، واعتبروا أن الأمان يتضمن" الكفاءة، المصداقية،الأمان" أما التعاطف فيتضمن "الوصول للخدمة، الإتصال، فهم الزبون".[2] ويمكن توضيح وتفسير المحددات الخمسة السابقة في الجدول التالي:

[1] مهدي السامرائي، مرجع سبق ذكره، ص303.

[2] رعد فاضل بابان، أبعاد جودة الخدمة المصرفية ودورها في تحقيق رضا الزبون "دراسة تطبيقية في مصرف الرشيد"، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 09، العدد29، بغداد، العراق،2014،ص334.

الجدول رقم (05):محددات تقييم جودة الخدمة التأمينية

المؤشر	الشـــرح
1- الملموسية	ظهور العنصر المادي: حداثة و جاذبية مظهر الشركة؛ مظهر العاملين؛ تسهيلات مادية...الخ.
2- الموثوقية أو الاعتمادية	أداء صادق وصحيح: القدرة على الوفاء بالوعد في الأجل المحدد؛ معلومات دقيقة و صحيحة؛ مصداقية الأداء وإمكانية الاعتماد على الشركة...الخ.
3- الاستجابة أو خدمة العميل	السرعة و المساعدة: إعلام العملاء بآجال الوفاء بالخدمة؛ سرعة تنفيذ المعاملات؛ مؤهلات، كفاءات ومعارف.
4- الأمان	ثقة العملاء في الشركة: ضمان الحصول على الخدمة حسب الوعد؛ انعدام الخطر والشك في تعاملات الشركة؛ أداء سليم من طرف الموظفين.
5- التعاطف	الاهتمام بالعميل: فهم ومعرفة حاجاته؛ الوعي بأهميته؛ ملاءمة ساعات العمل مع التزاماته.

المصدر: بوحرود فتيحة، الدور الإستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين"دراسة تقييمية من منظور العملاء لجودة الخدمة بالشركة الجزائرية للتأمينات CAAT"،مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد12، سطيف،2012،ص207.

كما أثبتت الدراسات أنه على الرغم من النظر إلى المحددات الخمسة أنها ضرورية، إلا أن الوزن النسبي لها يختلف من زبون إلى آخر ومن شركة خدمية لأخرى، إلا أن البعد الخاص بالإعتمادية يظل في المرتبة الأولى كأهم محدد يعكس جودة الخدمة بغض النظر عن طبيعة الصناعة، فالإعتمادية يشكل نسبة 32%، وبعد الإستجابة بنسبة 22%، أما بعد الأمان فيستحوذ على 19%، وبعد التعاطف يشكل نسبة 16%، وبعد الملموسية بنسبة 11%.[1]

[1] تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص333.

*(PZB) هي إختصار للأسماء Parasuramen – Zeithmal and Berry

المطلب الثالث: نماذج تقييم جودة الخدمة التأمينية

لقد تعددت الدراسات التي استهدفت قياس توقعات وإدراكات الزبائن لجودة الخدمة التأمينية كما نالت نماذج جودة الخدمة انتباه مجموعة من الباحثين منذ سبعينيات القرن العشرين، حيث تركزت الجهود على محاولة إيجاد منهجية مناسبة لقياس جودة الخدمات.

الفرع الأول: نموذج جودة الخدمة " نموذج الفجوة " SERVQUAL

من أبرز المحاولات التي تمت في مجال قياس جودة الخدمة، ماقام به (PZB) * من خلال دراستهم التي بدأت سنة 1983 والتي استمرت حتى أسفرت عن العديد من النتائج الأولية التي تستحق الإهتمام، حيث يركز الباحثون على أن جودة الخدمة التأمينية قابلة للقياس على الرغم من غياب البعد المادي الملموس وهو ما يجعل من إمكانية قياسها أمرا صعبا مقارنة بالسلع الملموسة. كما يرون أن الجودة في مجال الخدمات التأمينية تمتلك بعدين من ناحية القياس وهما: جودة العمليات وجودة الناتج. كما يؤكدون على أن العوامل ذات الأهمية في تحديد جودة الخدمة التأمينية هي تلك التي يعتبرها الزبون كذلك وليس مجرد شركة الخدمة التأمينية. فالزبون هو الوحيد الذي يقوم بتقييم الجودة، بينما تقوم التقييمات التي يقوم بها أطراف آخرون كمقدمي الخدمات أو المسؤولين في شركات الخدمات مثال بمثابة أدوات مكملة وليست رئيسية.[1]

يطلق على نموذج جودة الخدمة الذي يعرف ب"SERVQUAL" وهو ناتج عن دمج عبارتي service التي تعني الخدمة، و qualit التي تعني الجودة، وله مسميات أخرى كنموذج الفجوات.

يستخدم نموذج الفجوات بغية تحديد وتحليل مصادر مشاكل الجودة والمساعدة في كيفية تحسينها. إن تقييم الجودة حسب نموذج الفجوة يعني تحديد الفجوة بين توقعات الزبائن لمستوى

[1] عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، البيان للطباعة والنشر، الأردن، 1999 ص346.

الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها أي معرفة وتحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة.[1]

للتحدث عن هذا النموذج لابد من التطرق إلى مفهومين أساسين هما: **توقعات الزبون** وهي المعايير أو النقطة المرجعية للأداء الناتج عن خبرات التعامل مع الخدمة والقابلة للمقارنة والتي إلى حد ما تصاغ في شروط ما يعتقد الزبون أن تكون في الخدمة أو سوف يحصل عليها.و **إدراكات الزبون** وهي النقطة التي يدرك فيها الزبون الخدمة التأمينية فعليا كما قدمت له.[2]

ويمكن معرفة أو تحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة من خلال التعبير عن هذا المقياس رياضيا كما يلي:

جودة الخدمة " servqual " = الأداء – التوقعات

يقوم هذا النموذج على أساس أن الفرق بين توقعات الزبائن بشأن الخدمة وبين إدراكاتهم الفعلية لها يحدد مستوى جودة الخدمة، وعليه فإن مستوى جودة الخدمة يتحدد بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة "الأداء الفعلي"، بمعنى آخر ان جودة الخدمة تعني مسايرة توقعات الزبائن والإرتقاء إليها بشكل مستمر. وعلى طبيعة الإختلاف والتناقض بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، وبناء عليه فإن جودة الخدمة تقاس على النحو التالي: إذا كانت الخدمة المتوقعة أعلى من الخدمة المدركة "الأداء الفعلي" فإن جودة الخدمة تكون أقل من مرضية، وبذلك تميل إلى التوجه نحو الجودة غير المقبولة نهائيا كلما زاد التباين بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة سلبيا أما عندما تتساوى الخدمة المتوقعة مع الخدمة المدركة فإن الجودة تكون مرضية، و إذا كانت

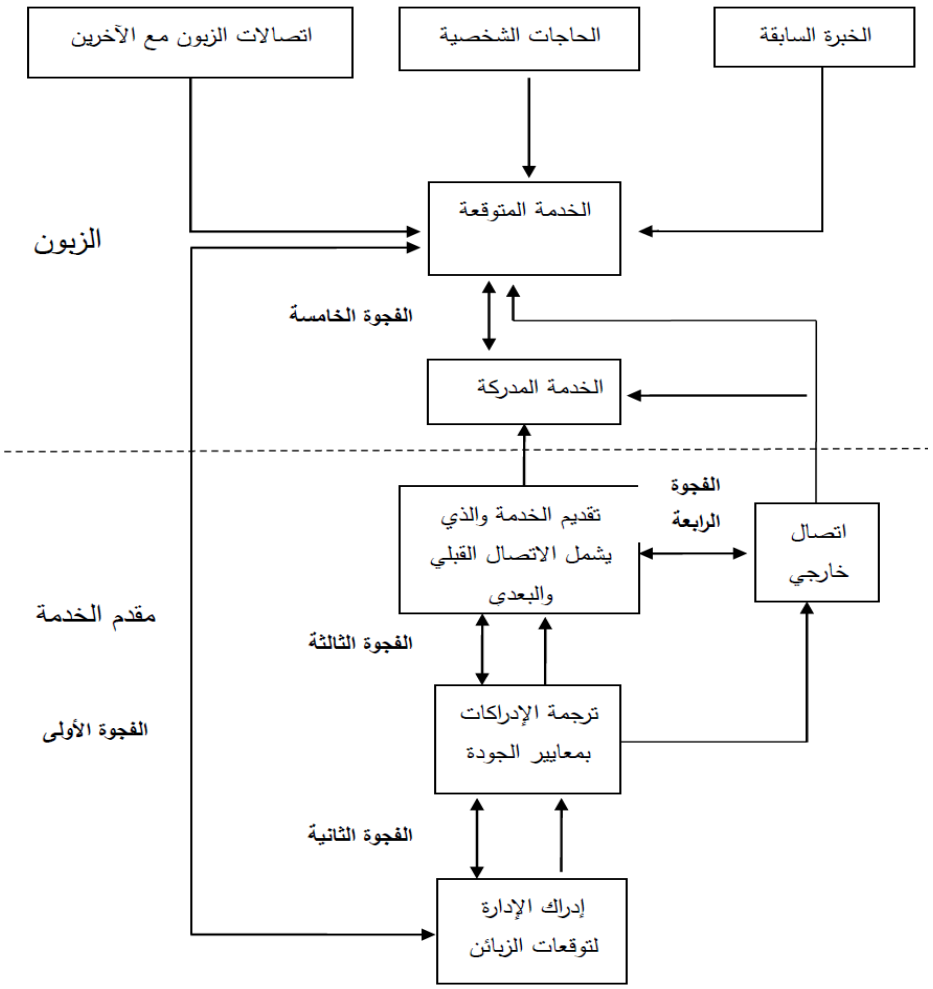
[1] حاكم جبوري الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص82.

[2] تسيير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص344.

الخدمة المتوقعة أقل من الخدمة المدركة، فإن جودة الخدمة تكون أكثر من مرضية وتتجه نحو الجودة المثالية، بتزايد التباين والتناقض بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة إيجابيا.[1]

وقد توصل **berry** وزملاؤه من خلال الدراسات إلى أن المحور الأساسي في تقديم جودة الخدمة وفق النموذج يتمثل في الفجوة بين إدراك الزبون لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته بشأنها وان هذه الفجوة تعتمد على طبيعة الفجوات المرتبطة بتصميم الخدمة وتسويقها وتقديمها.وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (20): نموذج جودة الخدمة "servqual"



[1] تسيير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص ص 342-343.

المصدر: نايلي إلهام،أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية " دراسة حالة بنوك ولاية قسنطينة"، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق، قسم العلوم الإقتصادية،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير،جامعة العربي بن مهيدي،أم البواقي،الجزائر،2016،ص43.

يتعلق الجزء العلوي من نموذج جودة الخدمة بالزبون بينما الجزء السفلي يختص بمقدم الخدمة، فالخدمة المتوقعة هي نتيجة للخبرة السابقة للزبون والتي تتمثل في خبرة وتجربة الزبون التي تسمح له بتكوين صورة مسبقة عن جودة خدماته. والإحتياجات الشخصية التي تختلف من شخص لآخر حسب رغباته والحاجات التي يسعى لإشباعها. وإتصالات الزبون مع الآخرين والتي تشمل كل المعلومات والتعليقات التي ينقلها الأفراد، وهي من العوامل التي لها تأثير على سمعة المؤسسة لأنه يصعب على مسؤولي المؤسسة مراقبتها. كما تتأثر أيضا بأنشطة الترويج الذي تستخدمه الشركة الخدمية.

ومن الشكل السابق فإن نموذج الخدمة قد حدد الفجوات التي تسبب عدم النجاح في تقديم الجودة المطلوبة بخمس فجوات هي:

أولا: الفجوة الأولى (الإختلافات بين توقعات الزبون وإدراك الشركة الخدمية)

لا تدرك شركة التأمين رغبات الزبائن بدقة، ولا تستطيع معرفة حكم الزبون على مكونات الخدمة فقد لا تستطيع إدارة الشركة فهم ملامح جودة الخدمة التأمينية عالية الجودة ، وما يضاف من تحسينات للخدمة بهدف تلبية احتياجات الزبائن، وماهي مستويات الأداء اللازمة لتقديم الخدمة بجودة عالية. وأن إدارة الشركة قد لا تدرك توقعات الزبائن لأبعاد جودة الخدمة، وترى أبعادا أخرى ضرورية الأمر الذي يؤدي إلى حدوث فجوة كبيرة بين توقعات الزبائن وإدراك إدارة الشركة لجودة الخدمة التأمينية.

وتعود أسباب هذه الفجوة إلى قصور وضعف سياسة الإتصال داخل الشركة من خلال ضعف اتصال الموظفين بالمدراء، وصحة نقل هذه المعلومات من الموظفين للزبائن، كما قد تنشأ بسبب كثرة المستويات الإدارية التي يتعامل معها الزبون، وكذا ضعف الكفاءات التسويقية.بالإضافة إلى نقص استخدام الإدارة لبحوث التسويق.[1]

ثانيا:الفجوة الثانية(عدم وجود تطابق في المواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراكات الإدارة لتوقعات الزبون).

مواصفات الجودة لا تتطابق مع إدراك الإدارة لتوقعات الزبون، وتنتج عن عدم تطابق المواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراك الإدارة لتوقعات الزبائن، بمعنى أن شركات التأمين في بعض الأحيان غير قادرة على ترجمة توقعات الزبائن لخصائص جودة الخدمة بسبب إما ظروف السوق أو التذبذب الكبير في الطلب، وإما بسبب تنظيمي يتمثل في عدم وجود مقدمي خدمة مدربين أو غياب الإلتزام الإداري، أومحدودية الموارد. وأن حجم هذه الفجوة على علاقة عكسية مع الإلتزام الإداري لجودة الخدمة التأمينية، ووضع الأهداف ذات العلاقة مع جودة الخدمة التأمينية والمقدرة على الوفاء بجودة الخدمة بحسب إدراك الزبائن لها.

ثالثا: الفجوة الثالثة (فجوة بين مواصفات الخدمة الموضوعة والأداء الفعلي لها)

وهي ما يطلق عليها فجوة الأداء، فإذا تمكنت شركات التأمين من وضع مواصفات الخدمة وفقا لتوقعات الزبائن، فإن هناك إمكانية حدوث انحراف عند التسليم بسبب صعوبة وضع معايير محددة لتوحيد أداء وتقديم الخدمة، صعوبة تقدير مدى التزام الموظفين بتقديم الخدمة بمستوى معين وقدرة الموظفين على أداء العمل واستخدام الأدوات التكنولوجية المناسبة، ومرونة الموظف في أداء

[1] نايلي إلهام، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية "دراسة حالة بنوك ولاية قسنطينة"، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير،جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2016، ص44.

عمله، وحجم الإتصالات الداخلية لأداء الخدمة أو الإجابة عن استفسارات الزبائن. إن حجم هذه الفجوة ذو علاقة عكسية مع كل من روح العمل الجماعي المتوفرة لدى الموظفين، وملائمة قدرات الموظفين لأداء العمل، والتكنولوجيا المناسبة المستخدمة، ومقدرة الموظف على التحكم بالإتصال مع الزبون.[1]

رابعا: الفجوة الرابعة (فجوة بين الخدمة المروجة والخدمة المقدمة)

يطلق على هذه الفجوة بفجوة الإتصال، وتكون من خلال الحملات الترويجية الخادعة، التي لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة، وذلك لوجود ضعف في التنسيق بين العمليات والتسويق الخارجي لشركة التأمين، ولسد هذه الفجوة يجب على الشركة خلق توقعات واقعية لدى الزبون والإعتماد على إتصالات واقعية وصادقة عن إمكانياتها المتاحة.

خامسا: الفجوة الخامسة (الفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المقدمة فعلا)

تنتج عن اختلاف إدراك الزبون لجودة الخدمة التي حصل عليها فعلا عن الجودة المتوقعة للخدمة التي يأمل الحصول عليها. قد تكون إيجابية أو سلبية، كونها محصلة لجميع الفجوات بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء شركة التأمين.[2]

إن الهدف الأساسي من نموذج جودة الخدمة "servqual" هو توضيح سلسلة الفجوات التي يتأثر بها إدراك الزبائن للجودة، والتي تحدث في الجانب الإداري (الفجوات من 1-4)، وجعل هذه الفجوات مرغوبة قدر الإمكان، كتوظيف اتصال خارجي فعال لخلق توقعات قريبة أو معادلة للخدمة المدركة والمقدمة للزبائن. كما أن هذا النموذج يساعد الإدارة على تجزئة سوقها بناء على توقعاتهم.

[1] نفس المرجه السابق، ص 44.

[2] محمد عبد العظيم أبو النجا، التسويق المتقدم، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص114.

إن ملامح جودة الخدمة التأمينية تتحدد من خلال إدراك الزبائن لهذه الخدمة، وأن فشل الإدارة في تعريف رغبات واحتياجات زبائنها بشكل صحيح هو شكل من أشكال الفجوة في جودة الخدمة، وتعد الفجوات السابقة من أهم المشكلات التي تؤثر على إدراك الزبائن لجودة الخدمة التأمينية، وتقف عائقا أمام تقديم خدمة ذات جودة عالية، ونستطيع إجمال هذه المشكلات في:

1- ضعف الإلتزام الإداري بمبادئ الجودة.

2- ضعف كفاءات وقدرات الموظفين.

3- نقص التدريب اللازم لكل من الإدارة والموظفين.

4- فجوة في الإتصال الخارجي والداخلي.

5- الرغبة في تحقيق الأهداف قصيرة الأجل.

يمتاز نموذج الفجوة الذي قدمه (PZB) سنة 1985 بمجموعة من المزايا منها، أنه استخدم على نطاق واسع في الشركات الخدمية كما أنه يمتاز بدرجة عالية من الثبات والصلاحية، قدرته على تفسير العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن بشكل كمي وقدرته على تعميم نتائج الرضا بشكل كمي.أما أهم الإنتقادات التي تعرض لها النموذج فتتمثل في ضعف قدرته التنبؤية، تعقيد العمليات الإحصائية، وكذا تفاوت مقدرته على تفسير الإختلافات في مكونات الجودة من صناعة لأخرى.

وبعد تعرض هذا المقياس للعديد من الإنتقادات قدم (PZB) سنة 1991 تنقيحا لهذا المقياس بإضافة الأهمية النسبية للمحددات الخمسة للزبائن وذلك لوزن جودة الخدمة في كل محدد من المحددات الخمسة للمقياس وذلك لتحقيق دقة أكبر، وبذلك أصبح مقياس الجودة المقترح من

قبل(PZB) 1991 معتمدا وصادقا لقياس جودة الخدمة.[1] ومع ذلك فقد تم انتقاد هذا المعيار من قبل العديد من الدراسات من خلال جاهزية العمل بالإضافة إلى غموض بناء التوقعات وعدم ملائمتها للصناعات المختلفة.[2]

الفرع الثاني: نموذج الأداء الفعلي للخدمة "Servperf"

يعرف هذا النموذج بإسم Servperf ظهر سنة 1992 نتيجة للدراسات التي قام بها كل من "Gronin and Taylor" وتعرف الجودة في إطار هذا النموذج مفهوما اتجاهيا يرتبط بإدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ويعرف الإتجاه على أنه:" تقييم الأداء على أساس مجموعة من المحددات المرتبطة بالخدمة المقدمة".[3]

وتعني مفردة Servperf أداء الخدمة، وهو ناتج عن جمع مفردتي: الخدمة service والأداء performance. كما تطلق تسميات أخرى لهذا النموذج منها الإدراكات فقط (perceptions only) الأداء فقط (performance only).

ويقوم هذا النموذج على فكرة بسيطة وهي أن جودة الخدمة يجب قياسها بطريقة لا تختلف عن قياس الإتجاهات ، أي أن القياس ينصب على اتجاهات المستفيدين من الخدمة المقدمة نحو مستوى الأداء الفعلي لهذه الخدمة، ويمكن التعبير عنه كما يلي:

جودة الخدمة = الأداء الفعلي

---

[1] وفاء ناصر المبيريك، دراسة العوامل المؤثرة على جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية المجلة العربية للإدارة، المجلد 24، العدد 01، السعودية، 2004، ص 130.

[2] إسلام طالب محمد صالح، أثر تقييم جودة الخدمات المصرفية في رغبة الزبون لإقتنائها"دراسة حالة في أحد المصارف الأهلية، مجلة المنصور، العدد 14، العراق، 2010، ص163.

[3] ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن" دراسة ميدانية"، مجلة العلوم الإدارية، المجلد25، العدد02، الأردن، 1998، ص363.

نموذج الأداء الفعلي يقوم على أساس رفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمة ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة، أي التركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالزبون فقط، ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الإتجاهات، وهي دالة لإدراكات الزبائن السابقة وخبرات وتجارب التعامل مع الشركة ومستوى الرضا عن الأداء الحالي للخدمة، فالرضا حسب هذا النموذج يعتبر عاملا وسيطا بين الإدراكات السابقة لجودة الخدمة والأداء الحالي لها وضمن هذا الإطار يتم تقييم جودة الخدمة من طرف الزبون.[1]

يركز نموذج Servperf فقط على الأداء لقياس جودة الخدمة، إلا أنه في نفس الوقت يستخدم نفس المحددات الخمسة الموضحة من قبل (PZB)، وقد قاما بإجراء إختبار ميداني لأربعة نماذج لقياس جودة الخدمة هي[2]:

أولا: SERVQUAL: جودة الخدمة = الأداء – التوقعات.

ثانيا: Weighted SERVQUAL: جودة الخدمة = الأهمية × (الأداء – التوقعات).

ثالثا: SERVPERF: جودة الخدمة = الأداء.

رابعا: Weighted SERVPERF : جودة الخدمة = الأهمية × (الأداء – التوقعات).

وتتضمن عملية تقييم الجودة وفق هذا النموذج الإفتراضات التالية: ففي غياب خبرة الزبون السابقة في التعامل مع الشركة فإن توقعاته حول الخدمة تحدد بصورة أولية حسب مستوى تقييمه لجودتها، بناء على خبرة الزبون السابقة المتراكمة كنتيجة لتكرار التعامل مع الشركة فإن عدم رضاه

[1] ناجي معلا ، حميد عبد النبي الطائي ، تقييم سياح العرب لجودة الخدمات الفندقية الأردنية، مجلة العلوم الإدارية المجلد30، العدد01، الأردن، 2003، ص362 .

[2] وفاء ناصر المبيريك، جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي" الواقع و آفاق التطوير"، المنعقد بالشارقة، الإمارات العربية المتحدة، يومي 16/15أكتوبر 2002، ص245.

عن مستوى الخدمة المقدمة يقوده إلى مراجعة المستوى الأولي للجودة، إن الخبرات المتعاقبة مع الشركة ستقود إلى مراجعات إدراكية أخرى لمستوى الجودة وبالتالي فإن تقييم الزبون لمستوى الخدمة يكون محصلة لكل عمليات التعديل الإدراكي التي يقوم بها الزبون فيما يتعلق بجودة الخدمة، وهكذا فإن رضا الزبون عن مستوى الأداء الفعلي للخدمة له أثر مساعد في تشكيل إدراكات الزبون للجودة، وعند تكرار الشراء فإن الرضا يصبح أحد المدخلات الرئيسية في عملية التقييم.[1]

وقد خلصت دراسة Taylor and Cronin 1992 إلى أن مقياس الأداء الفعلي أفضل المقاييس لذا فإن الباحثان يوصيان باستخدام هذا المقياس في العديد من المجالات نظرا لتميزه بالسهولة في التطبيق والبساطة في القياس. وبناء على هذه التوصية تم تبني مقياس Servperf واستخدامه في عدد من مجالات الخدمة وفي بيئات مختلفة.

الفرع الثالث: أوجه الإختلاف بين نموذج جودة الخدمة ونموذج الأداء الفعلي للخدمة

يعتبر مقياس جودة الخدمة ومقياس أداء الخدمة أكثر مقياسين استعمالا في قياس جودة الخدمة حتى الآن إلا أن الجدل مازال مستمرا حول أفضلية أي منهما، لذا فقد انقسم الباحثون بين مؤيد ومعارض لكل منهما. وأهم نقاط الإختلاف بين النموذجين تتمثل في[2]:

أولا: هل قياس التوقعات ضروري لقياس جودة الخدمة؟

ثانيا: ماهي العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن؟ وهل الجودة تؤثر على الرضا أو تعتبر نتيجة له؟

[1] ناجي معلا، أصول التسويق المصرفي، مطابع الصفوة، الأردن، 1994، ص362.

[2] نايلي إلهام ، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص48.

ثالثا: هل المقياس المناسب للجودة يجب أن يعكس تكوين الاتجاه أم مستوى الاتجاه في فترة زمنية معينة؟

رابعا: إلى أي مدى تعتبر مكونات المقياس كافية لتقييم مظاهر الجودة؟ وماهي طبيعة العلاقة بين هذه المكونات؟ وهل من الممكن أن تكون إحداها مؤثرة في تكوين الأخرى؟

خامسا: هل من المناسب استخدام النموذج الذي يستند إلى المقارنة الثنائية باستخدام نموذج الفجوة، أم استخدام النموذج المباشر الذي يستند إلى قياس كل بند على حدى من خلال استخدام نموذج الأداء الفعلي؟

على الرغم من الجدال القائم بين أنصار النموذجين غير أن استخدامهما واسع الإنتشار ومطبق في العديد من الخدمات.

الفرع الرابع: نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة

في دراسة للباحثين Nitin Seth and S.G. Deshmukh & Prem Vrat حول نماذج قياس جودة الخدمات فقد وضعوا 19 نموذجا لقياس وتقييم جودة الخدمات، وسنحاول إبراز أهم هذه النماذج خلافا إلى نموذجي جودة الخدمة وأداء الخدمة الذين تعرضنا لهما بنوع من التفصيل.

أولا: نموذج الجودة النوعية والوظيفية

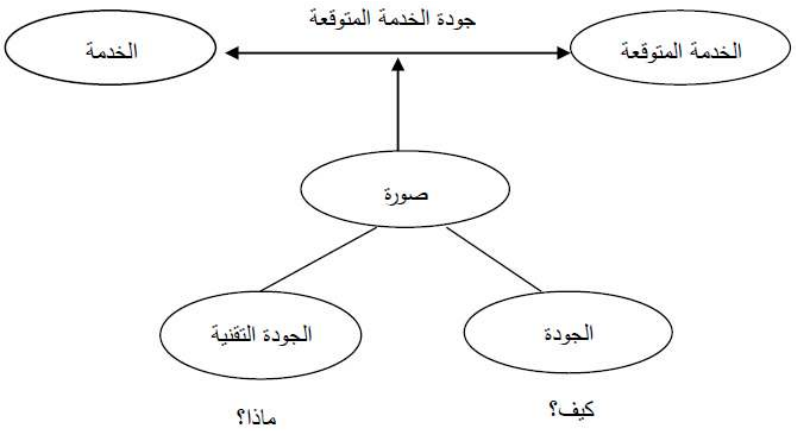
لقد قام الباحث Gronroos سنة 1984 بوضع نموذج لقياس جودة الخدمة من خلال إقتراح ثلاثة أبعاد لجودة الخدمة:

1- الجودة التقنية: وهي نتائج عمليات الخدمة، والتي يمكن التعبير عنها بالسؤال: ما الذي يتم تقديمه؟ كيف تتم عملية تقديم الخدمة؟

2- الجودة الوظيفية: البعد الإجرائي في شروط تفاعل الزبون مع مقدم الخدمة، والتي يمكن التعبير عنها بالسؤال كيف تتم عملية تقديم الخدمة؟

3- الصورة الذهنية للشركة: والتي تعكس انطباعات الزبائن عن الشركة، والتي تتوقف بدورها على تقييم الزبائن للجوانب التقنية والوظيفية للخدمة.[1] وهو ما يمكن توضيحه في الشكل أدناه:

الشكل رقم(21): نموذج الجودة الفنية و الوظيفية



Source : Michael K. Brady and J. Joseph Cronin Jr , Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach, The Journal of Marketing, Vol 65, N :03,2001,p35.

حتى تستطيع الشركة المنافسة بنجاح وجب عليها أن تتفهم إدراك المستهلك للجودة وطريقة تأثير جودة الخدمة. إن إدارة جودة الخدمة المدركة تعني أن تقوم الشركة بمطابقة الخدمة المتوقعة مع الخدمة المدركة بعضها ببعض حتى يتم تحقيق رضا المستهلك.

ثانيا: نموذج القيمة المثالية من جودة الخدمة

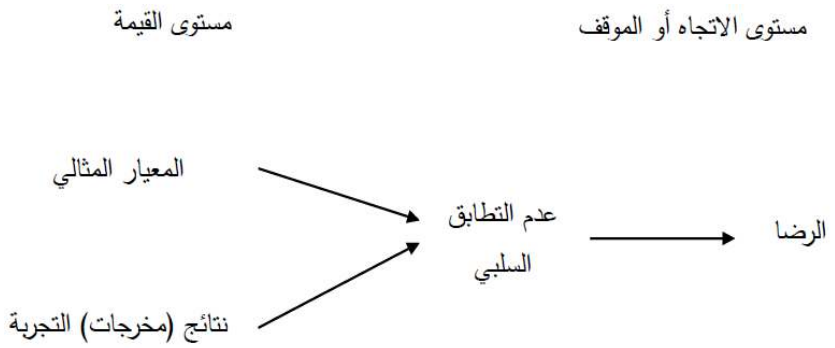
في معظم الدراسات التي اهتمت بجودة الخدمة فإنها تعالج التوقعات على أساس أنها معيار لتقييم سمات مرغوبة، في حين هذا الموضوع بحاجة لأن يعالج في ضوء معايير أخرى كالخبرة

[1] تسيير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص331.

الأساسية المثالية والحد الأدنى المسموح والمرغوب به، وهذا النموذج يوضح منهج قيمة جودة الخدمة.

هذا النموذج القائم على قيمة جودة الخدمة يوحي باستخدام معيار مثالي من خلاله تتم مقارنة هذه التجربة. ويبين الشكل أدناه أن عدم التطابق السلبي والضمني في مستوى القيمة السابق هو إفتراض لتحديد رضا أعلى من المستوى، ويعد عدم التطابق السلبي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك ولذا وجب المزيد من الإهتمام بمفهوم خدمة المستهلك.[1]

الشكل رقم(22): نموذج القيمة المثالية من جودة الخدمة



المصدر: نايلي إلهام،أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية " دراسة حالة بنوك ولاية قسنطينة"، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير،جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي الجزائر،2016، ص50.

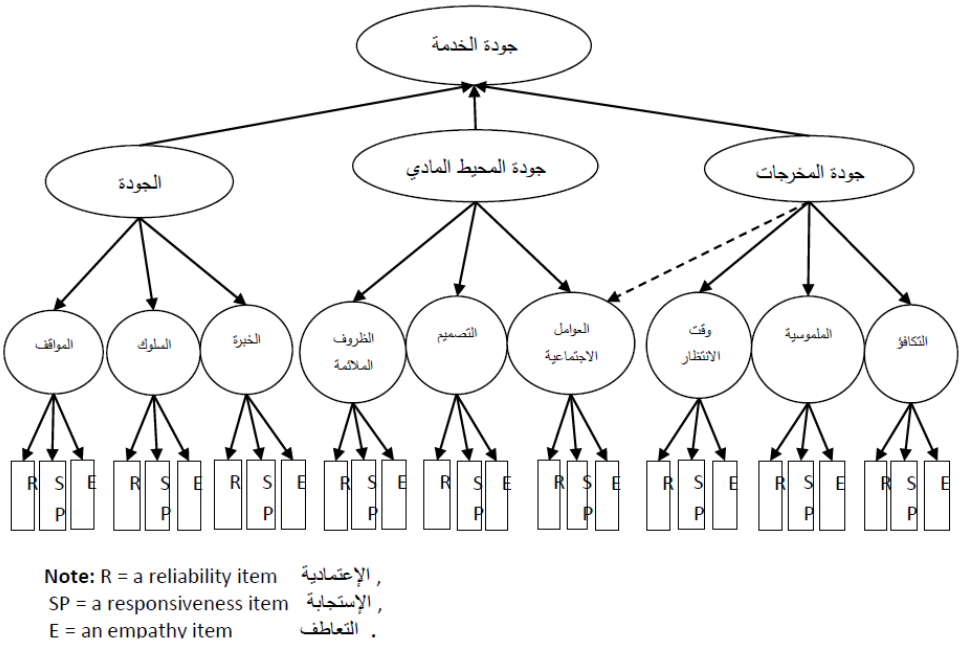
ثالثا: نموذج المستويات

يوضح نموذج المستويات أنه لكل بعد من الأبعاد الأولية لجودة الخدمة (الجودة التفاعلية،جودة المحيط المادي وجودة المخرجات) ثلاثة أبعاد جزئية، بالإضافة إلى أن مجموع المستهلكين يقيمون الأبعاد الجزئية لتشكيل تصورات حول أداء الشركة لكل محدد من المحددات

[1] نايلي إلهام،أ ثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص49.

الأساسية وتلك التصورات تؤدي إلى تصور جودة الخدمة الكلية فالزبائن من خلال تصوراتهم لجودة الخدمة التي تقوم على أساس تقييم الأداء على عدة مستويات للوصول في النهاية إلى تصور جودة الخدمة الكلية. وهو ما يمكننا توضيحه من خلال الشكل أدناه:

الشكل رقم (23): نموذج المستويات



Source : Michael K. Brady and J. Joseph Cronin Jr , Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach, The Journal of Marketing, Vol 65, N:03,2001,p37.

المبحث الثالث: تحسين جودة إنتاج شركات التأمين لتحقيق رضا الزبائن و ولائهم

إن الإدارة التأمينية الكفؤة التي تسعى لتحسين جودة خدماتها، حتما هي إدارة بعيدة النظر لتصل إلى رضا زبائنها ومن ثم ولائهم. فهي تدرك أن المستويات العليا من جودة الخدمة ستؤدي إلى مستويات عليا من رضا الزبائن ومن ثم ولائهم.

فتحقيق رضا الزبائن وولائهم لشركة التأمين يتطلب عليها إتباع إستراتيجية جودة الخدمة للوصول إلى الأهداف المطلوبة وتحقيق أعلى مستويات من الإنتاج.

المطلب الأول: أساسيات حول رضا الزبائن

يعد رضا الزبائن من أهم المعايير التي تتيح لشركات التأمين الفرصة لقياس جودة خدماتها لذا تسعى بشكل مستمر لتحقيق وزيادة رضا الزبائن، فقد أصبح رضا الزبائن علما يطلب، وفنا يدرس، وأسلوبا يدرب، لما له من أثر قوي مباشر في توسيع دائرة الخدمات. ولذلك يجب على شركات التأمين البحث عن الأساليب العلمية والفنية التي من خلالها تكسب رضا زبائنها و تزيد من إنتاجيتها وبقائها في السوق.

الفرع الأول: مفهوم رضا الزبائن

يعتبر الزبون المحرك الأساسي للشركة، فهي تسعى دائما لإرضائه والحصول على ولائه،لأن فهم حاجاته يزيد من قدرة الشركة للوصول إلى أفضل مستوى للنمو. لذا أصبح لرضا الزبائن أهمية كبيرة لدى الشركات، تعتبره عنصرا أساسيا في إستراتيجيتها التسويقية، وذلك بتركيز الإنتباه والجهود على الزبائن بهدف تعظيم مستوى الرضا لديهم وضمان الإحتفاظ بهم.

تعددت تعاريف رضا الزبون وهذا راجع إلى اختلاف أراء و وجهات نظر المؤلفين والباحثين والكتاب، وكذا تطوره. ومن أهم هذه التعاريف:

أولا: عرف كوتلر رضا الزبون" بأنه ذلك الشعور الذي يوحي للزبون السرور أو عدم السرور الذي ينتج عنه مقارنة أداء المنتوج الملاحظ مع توقعات الزبون".[1]

ثانيا: عرف بأنه "درجة إدراك الزبون مدى فاعلية الشركة في تقديم المنتجات التي تلبي احتياجاته ورغباته".

[1] يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي العبادي، إدارة العلاقات مع الزبون، الطبعة الأولى، دار المعارف للنشر، الأردن، 2009، ص220.

ثالثا: عرف كذلك" بأنه إحساس الفرد الذي ينتج عند المقارنة بين الأداء المدرك لدى الزبون وتوقعاته".[1]

رابعا: كما عرف رضا الزبون "على أنه الحالة النفسية للزبون بعد شراء واستهلاك خدمة أوسلعة ويعبر عن هذا الرضا عن طريق شعور مؤقت ناتج عن المقارنة بين التوقعات والأداء المدرك".

خامسا: عرف على أنه شعور وجداني يترجم إلى حالة من القناعة والقبول التي يكون عليها الشخص من جراء استخدام المنتج أو الخدمة.

سادسا: يعرف كذلك بأنه عبارة عن خبرة ما قبل الإستهلاك والتي يقارن فيها المستهلك بين المنتج كما كان يتصوره مع الجودة المتوقعة.[2]

سابعا: كما تم التمييز بين مفهومين لرضا الزبون، الأول مستند على تبادل تجاري محدد والثاني مستند على تبادلات تراكمية:

1- رضا الزبون المستند على تبادل تجاري محدد: حيث يتحقق من عمليات التبادل التي ستتحدد في ضوء مستوى توقعات الزبون السابقة مع الناتج النهائي والمتحقق فعلا للخدمة الحالية.

2- رضا الزبون المستند على تبادلات تراكمية: فإنه يستند إلى إجمالي خبرة شراء واستهلاك سلعة أو خدمة عبر فترة زمنية معينة وبهذا المعنى، فإن هذا المفهوم يعد مؤشرا هاما لتقييم أداء مورد الخدمة في الماضي والحاضر والمستقبل.

لقد استخدم نفس المفهومين لرضا الزبون لأجل التمييز بين جودة الخدمة ورضا الزبون رضا الزبون القائم على تبادلات تراكمية حيث يتحقق الأول من عمليات التبادل التي ستحدد في ضوء مستوى توقعات المستفيد السابقة مع الناتج النهائي والمتحقق فعلا للخدمة الحالية حيث إذا ما

[1] محمد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، مصر،2002،ص71.

[2] مصطفى محمد، التسويق الإستراتيجي للخدمات، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن،2003، ص22.

فاقت الخدمة الفعلية المتوقع منها سيكون الزبون راضيا عن الخدمة وبعكس ذلك سيكون غير راض أما الثاني فيقوم على إجمالي خبرة الاستخدام لدى الزبون عبر مدة زمنية، ومن هنا يقدم هذا المفهوم مؤشرا مهما لتقييم أداء مقدم الخدمة.[1]

فرضا الزبائن هو شعور وإحساس يعبر فيه الزبون عن الفرق بين توقعاته والخدمة المدركة أي أن الرضا يتراوح بين مستويات مختلفة، فإذا كان الأداء الفعلي أقل من توقعات الزبون بمعنى أن مستوى جودة الخدمة قليل مما ينتج عنه عدم رضا الزبون، وفي حال تطابق الأداء الفعلي مع التوقعات يؤدي إلى رضا الزبون عن الخدمة المقدمة، أما في المستوى الأخير اذا كان الأداء الفعلي أعلى من التوقعات لدى الزبون يعني الحصول على جودة عالية للخدمة المقدمة، مما يجعل الزبون راض جدا،ويوضح لنا أن المستويات العالية من الرضا لدى الزبون تخلق الإرتباط العاطفي بين الشركة والزبون مما يؤدي إلى زيادة الولاء والوفاء للشركة [2]، والجدول التالي يوضح هذه المستويات الثلاثة:

الجدول رقم(06): مستويات رضا الزبون

المستوى	العلاقة بين الأداء وتوقعات الزبائن	مدى الرضا
الأول	الأداء المدرك أقل من توقعات الزبون	عدم الرضا
الثاني	الأداء المدرك يتطابق مع توقعات الزبون	الشعور بالرضا
الثالث	الأداء المدرك أعلى من توقعات الزبون	الشعور بالسعادة

المصدر: رعد عبد الله الطائي، عيسى قدادة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر والتوزيع الأردن 2008،ص155.

[1] تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص 352.

[2] سامي ناجي بني يوسف، أثر خدمات التأمين الإلكترونية على رضا العملاء في شركات التأمين الأردنية، رسالة ماجستير، تخصص التسويق، كلية الأعمال، جامعة عمان الأردنية، الأردن، 2016، ص27.

كما يعرف الرضا في شركات التأمين بأنه "الطريقة الأساسية لوضع معايير لجودة الخدمة والتي تغطي عمليات التأمين إبتداء من تصميم الخدمة إلى تقديمها"، ويركز هذا التعريف على عملية التبادل التي تحدث بين الزبون وشركة التأمين، حيث تقوم شركة التأمين بالتعرف على احتياجات ورغبات زبائنها، وتعمل على تغيير توقعاتهم واحتياجاتهم. فتعتني شركة التأمين بعمليات ما قبل الشراء وما بعدها لتجسيد العلاقة ما بين الزبون وشركة التأمين وتشجيعه على تكرار الشراء.

وعليه يمكننا القول أن رضا الزبون هو المحور الأساس لتوثيق العلاقة الترابطية الدائمة بين الزبون والشركة وذلك لتحقيق القناعة لديه بأن المنتج المقدم إليه هو مطابق لتوقعاته وحاجاته وتهدف منه الشركة إلى بناء علاقات مستقبلية طويلة الأمد مبنية على أساس تبادل المنفعة بين الطرفين الأول الزبون يتحقق لديه الرضا التام، و الشركة تحقق من ذلك أرباح معقولة.

الفرع الثاني: أهمية رضا الزبائن

يستحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي شركة ويعد من أكثر المعايير فاعلية للحكم على أدائها لاسيما عندما تكون هذه الشركة متوجهة نحو الجودة. لذلك يجب التركيز على الأمور الآتية لأنها الوسيلة المعبرة عن رضا الزبون بالنسبة لأداء الشركة كالأتي :

أولا: إذا كان الزبون راضيا عن أداء الشركة فانه سيتحدث للآخرين مما يولد زبائن جدد.

ثانيا: إذا كان الزبون راضيا عن الخدمة المقدمة إليه من قبل الشركة، فإن قراره بالعودة إليها سيكون سريعا.

ثالثا: إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه من قبل الشركة سيقلل من احتمال توجه الزبون إلى شركات أخرى منافسة.

رابعا: إن الشركة التي تهتم برضا الزبون ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين ولا سيما فيما يخص المنافسة السعرية .

خامسا: ان رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه سيقوده إلى التعامل مع الشركة في المستقبل مرة أخرى.

سادسا: يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للشركة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود الشركة إلى تطوير خدماتها المقدمة إلى المستهلك.

سابعا: إن الشركة التي تسعى إلى قياس رضا الزبون تتمكن من تحديد حصتها السوقية.

ثامنا: يعد رضا الزبون مقياس لجودة الخدمة المقدمة .[1]

تاسعا: يؤكد كوتلر في هذا المجال أن على الشركة التي ترغب في النجاح في أسواق المنافسة اليوم أن تجعل من الزبون النواة التي تدور حولها عملياتها وأن تبتعد عن المفهوم البيعي وتركز على المفهوم التسويقي الحديث الذي يبدأ وينتهي بحاجات ورغبات الزبون وكيفية إشباعها.[2] في هذا الإطار حدد كوتلر حقائق توضح أهمية رضا الزبائن في شكل إحصائيات هي:

1- أن الحصول على زبائن جدد يكلف الشركة من 5 إلى 10 أضعاف تكلفة رضا الزبائن الحاليين.

2- تقليل معدل فقد الزبائن بنسبة 5 يزيد من الأرباح بنسبة 25 – 80 حسب نوع الصناعة.

3- معدل ربح الزبون يزداد مع امتداد فترة الشراء.

هذه النتائج تؤكد مدى فعالية تحقيق رضا الزبون في زيادة ربحية الشركة .

---

[1] يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي العبادي، مرجع سبق ذكره، ص ص 223-224.

[2] عباس حسين جواد، سحر عباس حسين، أثر التخطيط الإستراتيجي في رضا الزبون وفق فلسفة إدارة الجودة الشاملة "دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات الكيمياوية"، مجلة أهل البيت، المجلد01، العدد03، العراق 2006، ص58.

عاشرا: كما تظهر أهمية الرضا من خلال مايحققه الرضا من ربحية طويلة الأجل للشركة، ويقلل من التكاليف التي يمكن أن تتكبدها الشركة نتيجة الأداء السيء. ومن هذه التكاليف:

1- التكاليف الضائعة: بسبب فقدان الشركة لزبائنها الحاليين وانتقالهم إلى شركة أخرى منافسة بالإضافة إلى التكاليف الضائعة المتمثلة بفقدان زبون يمكن أن يتعامل مع الشركة في المستقبل.

2- ضياع فرصة الإيراد: إن الزبون الغير راضي عن الخدمة المقدمة له من قبل الشركة، سوف يقوم بنقل هذه الصورة السيئة عن الشركة بأكملها وليس عن القسم الذي قدم له هذه الخدمة، وهذا الأمر سوف يفقد الشركة زبائن قد يأتون للتعامل مع الشركة.

3- تكلفة إحلال الزبون: نتيجة لفقدان الشركة بعضا من زبائنها بسبب عدم رضاهم عن الخدمة المقدمة لهم فعلى الشركة أن تقوم بإحلال زبائن جدد بدلا من الزبائن الذين خسرتهم، وأن تكلفة هذه العملية سوف تكبد الشركة ستة أضعاف الإحتفاظ بالزبائن القدماء.

4- تكلفة تغطية الزبون: إن عملية الإحتفاظ بالزبائن الغير راضيين سوف تؤدي إلى ارتفاع في التكاليف.[1]

الفرع الثالث: خصائص رضا الزبائن

رضا الزبون ليس عملية مادية ملموسة يمكن قياسها بطرق مادية إنما هي عبارة عن شعور واحساس الزبون بالقبول والرضا، ويترجم هذا الرضا عن طريق مجموعة من السلوكيات، ويمكننا تحديد طبيعة الرضا من خلال ثلاثة خصائص كما هو مبين في الشكل التالي:

[1] رسمية أحمد أمين أبو موسى، أثر جودة الخدمة على الربحية و رضا العملاء في المصارف الأردنية" دراسة مقارنة بين بنك الإسكان و البنك الإسلامي الأردن"، رسالة ماجستير، قسم التمويل والمصارف، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، الأردن، 2000، ص ص64-65.

الشكل رقم (24): خصائص الرضا



Source : Daniel Ray, Musurer et developper la satisfaction des clients, 2eme tirage édition d 'organisation, paris, 2001, P24.

وتتمثل خصائص الرضا في[1]:

أولا: الرضا الذاتي

يتعلق رضا الزبون هنا بعنصرين أساسيين : طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للزبون من جهة، والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى، فنظرة الزبون هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الإعتبار فيما يخص موضوع الرضا، فالزبون لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية، فهو يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة، فالزبون الذي يرى بأن الخدمة المقدمة بأنها أحسن من الخدمات المنافسة، يراها زبون آخر بأنها أقل جودة من الخدمات الموجودة في السوق، ومن هنا تظهر أهمية الإنتقال من النظرة الداخلية التي تركز على (الجودة – المطابقة)، إلى النظرة الخارجية التي تعتمد على (الجودة – الرضا)، فالشركة يجب أن لا تقدم خدمات وفق مواصفات ومعايير محددة وإنما تنتج وفق ما يتوقعه ويحتاجه الزبون. إن الخاصية الذاتية للرضا ينتج عنها ضرورة وجود عناصر مادية خاصة بالأنشطة الخدمية، أي جعل العناصر

[1] سامي ناجي بني يوسف، مرجع سبق ذكره،ص ص28-29.

المعنوية للخدمة ملموسة، حتى نجعل جودة الخدمة مرئية، ومن أجل إظهار الرضا الخفي لدى الزبون.

ثانيا: الرضا النسبي

يرتبط هذا النوع من الرضا بالتوقعات، فهذا النوع لا يكون رضا بشكل مطلق وإنما يقدر بدرجة نسبية عندما يقوم الزبون بالمقارنة بين الخدمات المقدمة من خلال رؤيته لمعايير السوق وهذا يظهر لنا أنه عند استخدام زبونين نفس الخدمة قد يكون مستوى الرضا متفاوت فيما بينهم يعود سبب هذا التفاوت إلى الإختلاف في التوقعات الأساسية للخدمة، نستنتج من ذلك بأنه ليس كل الخدمات الأفضل هي التي تصاحب اقبال بشكل كبير، فالخدمة الأفضل هي التي تتطابق مع توقعات الزبائن.

ثالثا: الرضا التطوري

هذا النوع من الرضا يرتبط مع الزمن إذ انه يتغير مع تغيرات الزمن، فهنا يتغير الرضا وفقا لمعيارين، الأول هو التوقع والثاني هو مستوى الأداء المدرك، فالتوقعات تتغير بسبب ظهور خدمات جديدة متطورة وحديثة بسبب المنافسة في السوق، بالإضافة إلى تطور الأداء المدرك للخدمات أثناء تقديم الخدمة، لذلك لكي نتمكن من قياس رضا الزبائن بشكل سليم لابد من الأخذ بعين الإعتبار جميع المتغيرات التي تطرأ على الزبون.

الفرع الرابع: مراحل تكوين رضا الزبائن

إن رضا الزبون يتكون من ثلاث خطوات رئيسية هي:

أولا: فهم حاجات الزبائن

يعد فهم الزبون والإلمام بحاجاته ورغباته من أكثر الأمور أهمية بالنسبة لشركات التأمين حيث يتيح الإتصال الدائم بالزبائن الحاليين أو المحتملين المجال أمام هذه الشركة لمعرفة العوامل التي تحدد سلوك الزبائن الشرائي.

ثانيا: التغذية العكسية للزبون

وهي الطرق والأساليب المتبعة لمعرفة آراء الزبائن عن الخدمات التأمينية التي تقدمها شركة التأمين، وذلك لمعرفة مدى تلبية هذه الخدمات لتوقعات الزبائن.

ثالثا: القياس المستمر

من أجل تحقيق الرضا يتطلب من شركات التأمين بإنشاء برنامج خاص لقياس رضا الزبائن من أجل تتبع رضا الزبائن طوال الوقت بدلا من معرفة مدى تحسن الأداء في وقت معين.[1]

الفرع الخامس: نماذج قياس رضا الزبائن

يتضمن قياس رضا الزبون معرفة ما يرغبه ويريده، وفهم التوقعات والادراكات الحقيقية للزبائن وتصميم الخدمات لإلتقاء هذه التوقعات والإدراكات، ووضع معايير مناسبة لجودة الخدمات ومن أهم طرق قياس الرضا نجد:

أولا: الطريقة التقليدية

محتوى هذه الطريقة أن يتم سؤال الزبون مباشرة عن مستوى رضاه عن الخدمة المقدمة من الشركة، حيث أن الدراسات أوضحت أن 65% من الزبائن راضين جدا عن مستوى الخدمات المقدمة، لذلك فإن هذه الطريقة قد تعطي نتائج مضللة. لذلك يوصي الباحثون بسؤال الزبائن عن

[1] خالد عطا الله الطراونة، قياس رضا زبائن مؤسسات تجارة الأجهزة والمعدات الطبية عن النشاطات التسويقية في الأردن، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، الأردن، 2010، ص 46.

عدم رضاهم بدلا من رضاهم عن الخدمة المقدمة. كما أن الإدارة تستطيع اتخاذ الإجراءات المناسبة لتحسين الخدمات السيئة وتخفيض عدد الزبائن غير الراضين.[1]

ثانيا: أنظمة الشكاوي و المقترحات

إن شركة التأمين المتوجهة بالزبون عليها أن تستدعي زبائنها لملأ استمارة الشكاوى والمقترحات حيث تسمح صناديق الشكاوى والمقترحات بالتعرف على شكاوى الزبائن والمقترحات التي يتقدم بها من أجل تحسين الخدمات المقدمة بما يحقق رضاهم ويزيد من ولائهم. وقد تخصص شركة التأمين خط هاتفي أو عنوان بريد إلكتروني أو موقع إلكتروني يتلقى من خلاله ما يتقدم به الزبائن من شكاوي أو مقترحات، وهذا من شأنه الكشف عن جوانب الضعف في الخدمة أو في أنشطة التسويق. وعلى الشركة الاهتمام بما يتقدم به الزبون لاستخلاص المؤشرات المناسبة واتخاذ الإجراءات اللازمة التي من شأنها تحسين الأداء، غير أن الدراسات تشير إلى قلة الزبائن الذين يتقدمون بشكاوى عند الشعور بعدم الرضا، وغالبا ما يقللون من تعاملهم أو الاتجاه إلى التعامل مع شركات منافسة، حيث أوضحت الدراسات أن 25% من الزبائن الغير راضيين يتقدم منهم أقل من 5% بالشكاوي.[2]

ثالثا: الطريقة التحليلية

إن محتوى هذه الطريقة يتمثل في سؤال الزبائن عن المشكلات التي تعرضوا لها عند استلامهم الخدمة والإقتراحات التي يرون أنها مناسبة، حيث يتم الاستفسار عن الأهمية النسبية

[1] نايلي إلهام،جودة الخدمة المصرفية وأثرها على رضا الزبائن" دراسة حالة البنوك التجارية بولاية قسنطينة"، مجلة رؤى إقتصادية ، العدد08 ، الجزائر، 2015 ، ص141.

[2] رعد عبد الله الطائي، عيسى قدادة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر و التوزيع، 2008، ص ص 154-155.

للخدمات المقدمة وعن طريقة معالجة إدارة الشركة لكل عنصر. وتعمل هذه الطريقة على مساعدة الإدارة بالتعرف على الأداء السيء والخدمات المهمة للزبائن.

رابعا: نظرية العدالة و رضا الزبون

تسمح هذه الطريقة بالتنبؤ برضا الزبائن أو عدم رضاهم، ذلك أن الزبائن يحللون نسب المدخلات والمخرجات التي يحصلون عليها من الخدمات المقدمة، ثم يقومون بمقارنة ما يحصلون عليه مع زبائن آخرين سواء كانوا زبائن لنفس الشركة أو لشركة أخرى، فإذا تحصل الزبون على نتيجة أقل من الزبائن الآخرين فإنه يشعر بعدم الإنصاف ثم بعدم الرضا، بينما يشعر بالرضا إذا تحصل على نتائج مساوية أو قريبة من نسب غيره من الزبائن[1]. ويمكن أن نصيغ ذلك في المعادلة أدناه:

$$\frac{\text{المخرجات التي يحصل عليها الزبون أ}}{\text{مدخلات الزبون أ}} \approx \frac{\text{المخرجات التي يحصل عليها الزبون ب}}{\text{مدخلات الزبون ب}}$$

خامسا: المسح الميداني لرضا الزبون (تحقيقات الزبون)

إن الزبائن الراضين في العادة هم الذين يعبرون عن شعورهم بالرضا، في حين 95% من الزبائن الغير راضين لا يعبرون عن عدم رضاهم بل قد يلجؤون لتغيير الخدمة أو شركة التأمين دون معرفة الشركة حتى بذلك. بهدف معرفة المستوى العام للرضا وتتبع تطوره مع الوقت، فإنه من المهم إعداد مسح ميداني بصفة دورية يستخدم فيها الاستبيان لقياس مستوى رضا هؤلاء الزبائن من خلال مجموعة من العبارات التي تقيس مستوى الرضا وليس صورة الشركة. ويقاس الرضا سواء بطريقة مباشرة حيث يطلب من الزبائن تحديد مستوى رضاهم، أو بطريقة غير مباشرة من خلال توقعاتهم والمشاكل التي واجهوها أو الاقتراحات التي يريدون تطويرها.

[1] رسمية أحمد أمين أبو موسى، مرجع سبق ذكره، ص ص69- 70.

سادسا: الزبون الخفي (الوهمي)

من خلال هذه الطريقة يتم استخدام أفراد لتقمص دور الزبون من خلال تسجيل نقاط القوة والضعف التي يجدونها في تعاملهم مع شركة التأمين والمقارنة بالمنافسين، كما يستطيع هؤلاء الزبائن الوهميين أن يكشفوا عن كفاءة طريقة تعامل قوة البيع الخاصة بالشركة مع مختلف المواقف.[1]

سابعا: تحليل الزبائن المفقودين

يجب على شركة التأمين الاتصال بالزبائن الذين توقفوا عن التعامل معه أو تحولوا إلى منافس آخر لمعرفة السبب من جهة، ولمراقبة معدل الزبائن الذين يفقدهم من جهة أخرى، لأن ارتفاع هذا المعدل حتما سيؤدي إلى الإفلاس.[2]

ثامنا: نموذج التوقعات / عدم التطابق

من خلال هذا النموذج فإن الزبائن يتوقعون الحصول على خدمات ذات جودة عالية، وتقارن هذه التوقعات مع الأداء الفعلي، فإذا كانت جودة الخدمة أقل من التوقعات فستكون هناك حالة من عدم الرضا، أما إذا كانت الجودة أعلى من التوقعات فإن الزبون يكون راض وسعيد.

تاسعا: نموذج كانو

نموذج كانو هو أحد النماذج الرائعة والتي توضح رضا الزبون وتوضح الحالات المختلفة والأمور المختلفة التي تؤثر على رضا الزبون على شكل منحنيات مختلفة تدرس تغير رضا الزبون وعلاقة هذا التغير بما يريده الزبون في المنتج و مايتوقعه وما لايتوقعه. يقسم نموذج كانو لرضا الزبائن إلى ثلاثة أنواع:

---

[1] نايلي إلهام، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 127.

[2] رعد عبد الله الطائي، عيسى قدادة، مرجع سبق ذكره، ص155.

1- المتطلبات الأساسية: يتوقع أن تكون هذه المتطلبات موجودة في الخدمة وبالتالي لاحاجة للتعبير عنها. إذ لم تتم تلبية هذه المتطلبات فإن الزبون لن يكون راضيا، وبالمقابل إذا كانت هذه المتطلبات موجودة فإن ذلك لن يزيد من مستوى رضا الزبون.

2- متطلبات الأداء: وفقا لمتطلبات الأداء والتي هي باتجاه واحد فإن مستوى رضا الزبون يتناسب طرديا مع درجة تلبية هذه المتطلبات، فكلما كانت درجة تلبية هذه المتطلبات عالية كلما كان مستوى الرضا عاليا والعكس صحيح، وهذه المتطلبات يطلبها الزبون صراحة.[1]

3- المتطلبات الجاذبة: إن هذه المتطلبات تحتل أكبر درجة من التأثير على درجة رضا الزبون وحسب طبيعة هذه المتطلبات فإنها غير معبر عنها من قبل الزبون، وكذلك هي غير متوقعة من قبل الزبون، إن الوفاء بهذه المتطلبات بدرجة معينة يعطي الزبون درجة أكبر من الرضا الوظيفي.أما إذا لم يتم الوفاء بهذه المتطلبات فإن الزبون لن يشعر بعدم الرضا.

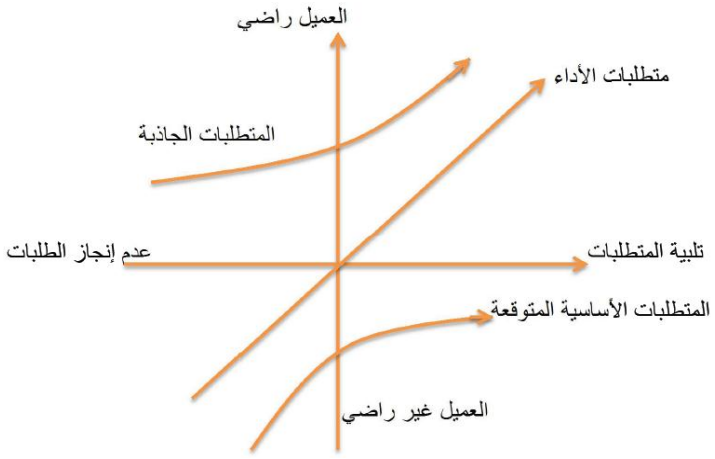
وتستفيد إدارة الشركة من تصنيف نموذج كانو لمتطلبات الخدمة بهذا الشكل من عدة نواحي أهمها: أن ذلك التصنيف يساعد الإدارة على ترتيب أولويتها فيما يتعلق بتطوير الخدمة، حيث قد توجه الإدارة جهودها إلى تطوير متطلبات الأداء والمتطلبات الجاذبة بدلا من توجيهها نحو تطوير المتطلبات الأساسية إذا كانت هذه الأخيرة موجودة بدرجة مرضية للزبون.[2]

ويمكن توضيح هذه المتطلبات للخدمة من حيث مدى تأثيرها في رضا الزبائن في الشكل التالي:

[1] خالد عطا الله الطراونة، مرجع سبق ذكره، ص47.

[2] نفس المرجع السابق ، ص 48.

الشكل رقم (25): نموذج كانو



المصدر: محفوظ أحمد جودة،إدارة الجودة الشاملة في الخدمات مفاهيم وتطبيقات،الطبعة الأولى دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن،2004،ص81.

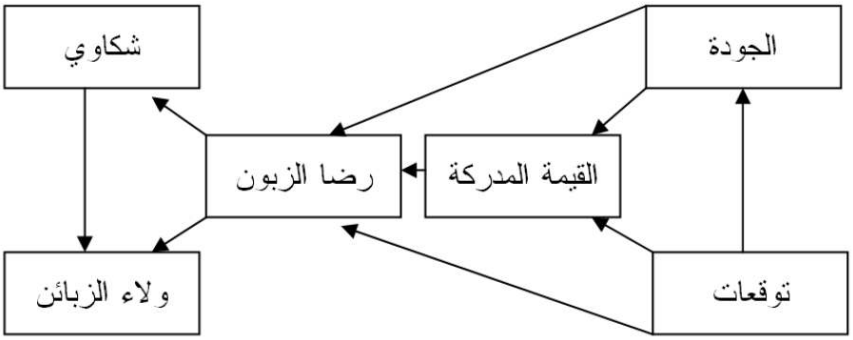
عاشرا: النموذج الأمريكي

النموذج الأمريكي لقياس رضا الزبائن من النماذج المهمة، حيث تم تطويره في منتصف التسعينيات من طرف الباحثين الأمريكيين في تسويق الخدمات، ولقد أصبح حينها الأساس الذي اعتمدت عليه بقية الدول حول العالم في إنشاء النموذج الخاص بها، حيث يتكون هذا النموذج من ستة عناصر تتمثل في: الجودة المدركة، توقعات الزبائن،القيمة المدركة، الرضا الإجمالي، شكاوي الزبائن، الولاء حيث أن كل عامل من هذه العوامل يرتبط بالعوامل الأخرى من خلال علاقة سببية.

حسب هذا النموذج كلما كانت توقعات الزبائن كبيرة، كلما كانت الجودة المدركة كبيرة وعندما تكون التوقعات والجودة المدركة كبيرين عندها تكون القيمة المدركة كبيرة، حيث تؤدي أخيرا إلى رضا كبير من طرف الزبائن، وفي الجانب الآخر إذا كان رضا الزبون كبيرا فإن ذلك يعني

انخفاض في شكاوي الزبائن وبالتالي زيادة الولاء لديهم، فهذا النموذج يشرح العلاقة التناسبية العكسية بين شكاوي الزبائن و ولائهم.[1]

الشكل رقم (26):النموذج الأمريكي لقياس رضا الزبون (ACSI)



المصدر: بوزيان حسان،أثر جودة الخدمة على رضا الزبون " دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر بمدينة العلمة"،مجلة رؤى إقتصادية، العدد 06، الجزائر،2014،ص 67.

يمكن من خلال الشكل ملاحظة العناصر الثلاثة التي تسبق رضا الزبون وتتمثل في[2]:

1- الجودة المدركة: وهي المحدد الأول لرضا الزبون وتتمثل في تقييم السوق "المقدم إليه الخدمة" لتجربة الاستهلاك الأخيرة، ويتوقع أن يكون لها تأثير مباشر وإيجابي على رضا الزبون.

2- القيمة المدركة: وهي المحدد الثاني لرضا الزبون، وتتمثل في المستوى المدرك لجودة المنتوج نسبة إلى السعر المدفوع، القيمة المدركة هي قياس للجودة نسبة إلى السعر المدفوع فعلى الرغم من أن السعر يكون أحيانا مهما جدا بالنسبة للزبائن خاصة في مرحلة الشراء لأول مرة إلا أن له تأثير قليل على الرضا من أجل إعادة الشراء.

[1] بوزيان حسان،أثر جودة الخدمة على رضا الزبون " دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر بمدينة العلمة"، مجلة رؤى إقتصادية، العدد 06، الجزائر، 2014، ص 67.

[2] نفس المرجع السابق، ص 68.

3- توقعات الزبائن: وتمثل التوقعات كل من مرحلة ما قبل التجربة الاستهلاكية والتي تتضمن بعض المعلومات غير المجربة مثل" الإشهار، الكلمة من الفم إلى الأذن "وتوقعات عن قدرة الشركة على تقديم جودة في المستقبل.

المطلب الثاني: ماهية ولاء الزبائن

تأكد للشركات أن الحفاظ على الزبائن الأصليين أفضل من البحث عن زبائن جدد حيث أن تكلفة البحث عن زبائن جدد هي خمس مرات تكلفة الحفاظ على زبائن أصليين، ولهذا انصبت جهود هذه الشركات على الاهتمام بجودة وأداء خدماتها وتقليص الفارق بين أداء الخدمة وتطلعات الزبائن.

الفرع الأول: تعريف ولاء الزبائن

الولاء فكرة قديمة في مجال التسويق والتي يعود جذورها الى سنة 1940م ويرتبط بتكرار سلوك الشراء والتركيز اكثر على سلوك الزبائن ويلعب دورا محوريا في ايجاد الأرباح.

فيعرف الولاء على أنه "إرتباط نفسي دائم من الزبائن تجاه مقدمي الخدمة والذي يؤدي بالنتيجة إلى عدم تحول زبائن المنظمة نحو المنافسين، مع التوافق الكبير مع مقدم الخدمة، ووجود التفضيل لمقدم الخدمة على المنافسين الآخرين.[1] فهو مقياس لدرجة معاودة الشراء من علامة معينة من قبل الزبون".[2]

يعرف الولاء كذلك بأنه الركن الأساسي لنجاح أي شركة وذلك من خلال الولاء يمكن للشركة أن تواجه المنافسين فضلا عن الزيادة في الحصة السوقية وخفض كلف اكتساب الزبائن الجدد أي بمعنى أن الولاء استراتيجية هدفها زيادة اقبال الزبائن وتنمية انتمائهم للتعامل مع الشركة نفسها دون

[1] حاكم جبوري الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص86.

[2] يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، مرجع سبق ذكره، ص251.

غيرها من الشركات من خلال تقديم منتجات وخدمات تلبي احتياجات الزبون وحسب طلبهم وتفوق توقعاتهم.[1]

ويعرف ولاء الزبون بأنه السلوك المقصود والناجم عن الولاء لخدمة معينة أو منتج بوصفها نية إعادة الشراء، واستعداد الزبون لتقديم كلمة من فم ايجابية تجاه الخدمة أو المنتج أو الشركة.

الولاء هو السلوك الذي يمكن أن يرى في أشكال مختلفة مثل استمرار العلاقة، عبر عمليات البيع وحتى عمليات البيع اللاحقة، وكلمة من فم الزبون التوصية أو إلى زبائن جدد أو معارف. هذا النوع من السلوكيات يؤدي إلى زيادة الربحية من خلال تعزيز الإيرادات وخفض التكاليف للحصول على زبائن جدد والاحتفاظ بالزبائن الحاليين، وان مستوى الأسعار لا يسبب حساسية للزبائن أصحاب الولاء.[2]

كما يعرف الولاء على أنه "بناء يتكون من مواقف الزبائن وسلوكياتهم، فمواقف الزبائن تترجم من خلال عدة مفاهيم كنية تكرار الشراء، شراء سلع وخدمات إضافية من نفس الشركة، توصية وحث الآخرين على التعامل مع نفس الشركة واظهار الإلتزام نحو هذه الشركة ومقاومة التحول إلى منافس آخر. أما الجانب السلوكي من ولاء الزبائن يتمثل في إعادة الشراء الحالي لمنتجات

[1] حامد كاظم متعب الشيباوي، جاسم راهي كاظم، إستراتيجيات التسويق و أثرها في ولاء الزبون " دراسة تحليلية في الشركة العامة للإسمنت الجنوبية في الكوفة"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية و الإقتصادية، المجلد17، العدد01 العراق، 2015، ص60.

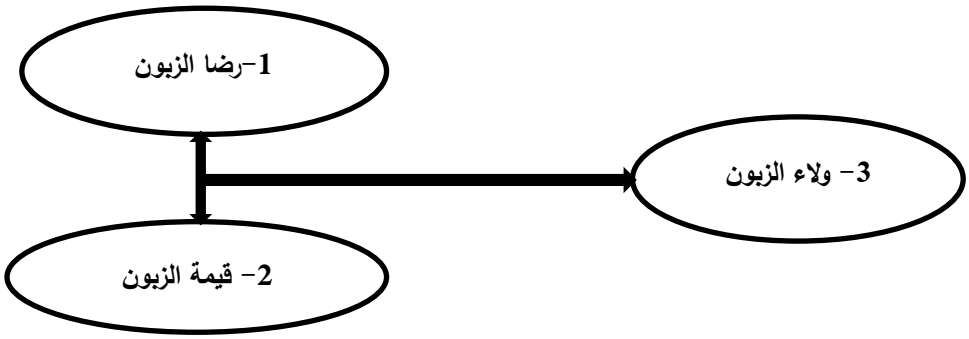
[2] حاكم جبوري الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص87.

وخدمات الشركة من خلال شراء أكثر من مختلف سلع وخدمات نفس الشركة، حث زبائن آخرين على شراء منتجاتها، فالولاء احتمال اختيار علامة تجارية لفترة طويلة من الزمن.[1]

من خلال التعاريف السابقة يمكن أن نعرف ولاء الزبون بأنه تعلق وتمسك الزبون بالتعامل مع منتج معين أوعلامة تجارية نتيجة القيمة المتحققة له والمنافع التي حصل عليها من تعامله مع الشركة، فكلما كان الولاء عاليا كلما قلت احتمالات فقدان الزبون وهذا يعني ان الولاء بابتكار زبائن جدد، وذلك لكون الزبون الذي لديه ولاء سيعمل على كسب زبائن اخرين للشركة.

يرى البعض أن ولاء الزبائن ناتج عن الرضا، فالرضا يعد عنصرا رئيسيا في ضمان الإحتفاظ بالزبون واستمرار ولائه والحصول على ميزة تنافسية عالية وهي التكرار في عمليات الشراء. والشكل التالي يبين طبيعة تلك العلاقة بين الرضا والقيمة اللتي تحقق ولاء الزبون.

الشكل رقم (27): العلاقة بين الرضا والقيمة و ولاء الزبون



المصدر: جمال هداش محمد حسين، دور خصائص نظم المعلومات الإدارية في تحسين الأداء المالي من خلال إدارة علاقات الزبون"دراسة تطبيقية لعدد من المصارف التجارية الخاصة في بغداد"،أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة الأعمال،كلية الدراسات العليا،جامعة النيلين، الخرطوم السودان،2018،ص75.

[1] Mohammad Muzahid Akbar, Noorjahan Parvez, Impact of service quality, Trust and Customer satisfaction on customer loyalty, ABAC Journal ,Vol 29, N01:,Thailand ,2009 p27.

ويمكن تقسيم الولاء إلى الأنواع التالية[1]:

أولا: ولاء الإحتكار

في حالة عدم وجود أي بديل للمنتج أو الخدمة أمام الزبون. ونتيجة تفضيلات الزبون فإنه ملزم بالولاء تجاه المنظمة.

ثانيا: الولاء الخامل

يعني عدم رغبة الزبون في البحث عن بديل أخر. بسبب كسله أو اهماله .

ثالثا: الولاء الملائم

يكون بسبب الموقع الجغرافي للمنظمة وقربها للزبون في مكان ملائم له.

رابعا: ولاء السعر

وهو أن يتعرف الزبون على أسعار المنتجات البديلة إلا أنه يفضل على شراء الأرخص. لذا فإن الزبون يتأثر بحساسية السعر ، فالسعر هو الهاجس الأول للمستهلك .

خامسا: الولاء المحفز

وهذا النوع يعني أن تقوم المنظمة بتوزيع هدايا أو القيام ببعض الخصومات للزبائن الأكثر شراء أو ولاء.

سادسا: الولاء العاطفي

وهو الولاء الذي يتمتع به الزبون لإسم تجاري معين، أو علامة تجارية معينة.

[1] جمال هداش محمد حسين، دور خصائص نظم المعلومات الإدارية في تحسين الأداء المالي من خلال إدارة علاقات الزبون"دراسة تطبيقية لعدد من المصارف التجارية الخاصة في بغداد"، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين، الخرطوم، السودان، 2018، ص75.

الفرع الثاني: أهمية ولاء الزبون

يعد الزبون جوهر العملية التسويقية ومن دون زبون لا يوجد تسويق، أصبح مهما جدا على كافة الشركات أن تعي وتفهم تطور ولاء الزبون في بيئة شديدة المنافسة تتسم بالتعقيد والتغيير.

إن أهمية الولاء تبرز في دورها في تخفيض التكاليف وذلك لأن تكاليف الاحتفاظ بالزبون الذين لديهم ولاء للشركة أقل من تكاليف جذب الزبائن الجدد، بمعنى أن نسبة انخفاض الزبون بنسبة 5% مثلا تؤدي الى زيادة الأرباح من 25% إلى 85%. ويلعب ولاء الزبون دورا بارزا في الشركة لكونه النقطة الجوهرية في نجاحها، فالزبائن ذو الولاء للشركة يعدون مصدرا ثابت لإيراداتها. كما يعد ولاء الزبون في قلب الجهود المتنامية للشركة إذ تتطلب من الشركات تقوية كافة القدرات، ودراسة كافة المجالات الجديدة للتنافس على أساس قياس الكلفة الأقل، ومن بعض العناصر التي تزيد من ولاء الزبون هي: تصميم المقترحات للزبائن والإهتمام بها بشكل صحيح وهي مهمة تتضمن التعرف على أجزاء السوق المستهدف، وتصنع المقترحات والخبرات لإسعادهم. توصيل هذه المقترحات من خلال تركيز الشركة على الزبائن وتوصيلها الى الإدارة العليا أول بأول عبر التعاون الوظيفي .[1]

أولا: أهمية الولاء بالنسبة للشركة

تكمن أهمية ولاء الزبون بالنسبة للشركة في:

1- تخفيض تكاليف الإحتفاظ بالزبون بشكل خاص والكلف التسويقية بشكل عام .

2- زيادة وتعظيم العوائد وبناء علاقات طويلة الأمد ومربحة مع الزبون .

[1] بلال جاسم القيسي ، انعكاسات التوازن الديناميكي على الأداء التسويقي من خلال ادارة علاقات الزبون " دراسة تحليلية لعينه من المصارف الخاصة في العراق"، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة بغداد، العراق 2012، ص92.

3- تكوين مناخ إيجابي عن الشركة وعلاقاتها .

ثانيا: أهمية الولاء بالنسبة للزبون

تتحقق أهمية الولاء للزبون من خلال إشباع مجموعة من الأبعاد التي يجب على الشركة الاهتمام بها والتركيز عليها فمن خلال تلك الأبعاد ستتمكن الشركة على تسليم خدمات متميزة للزبون مما يسهم بشكل كبير في بناء الولاء للزبون ، وهذه الأبعاد تتمثل في[1]:

1- البعد الإنساني: يعني أن لكل زبون حاجات يجب احترامها والعناية بها.

2- بعد الأعمال: يشير لوجود مجموعة من الحاجات التي تجعل الزبائن يبحثون عن الخدمة.

3- البعد المخفي: ويشير هذا البعد إلى أن الحاجات التنظيمية تكون غالبا مخفية للزبون ويجب ايجاد تلك الحاجات الخفية والعمل على اشباعها بالشكل المناسب.

الفرع الثالث: فوائد ولاء الزبائن

يتوجب على الشركات أن تعمل بجهد من أجل تكوين ولاء حقيقي عند زبائنها وأن تدرك ما مدى مستوى الولاء لديهم من أجل الوصول في النهاية إلى إيجاد الولاء الأمثل (الوفاء) الكامل لدى زبائنها والذي يجعل زبائنها من الصعب أن يتعاملوا مع شركة أخرى[2]، هو يترجم احتفاظ الزبون لأطول فترة ممكنة ليمنح الشركة خاصية التنافس والحصول على الربحية العالية.

[1] جمال هداش محمد حسين، مرجع سبق ذكره، ص76.

[2] حامد كاظم متعب الشيباوي ،جاسم راهي كاظم، مرجع سبق ذكره، ص 60.

توجد العديد من الفوائد التي يحققها ولاء الزبون للشركة والتي بدورها تزيد من العلاقة بين الشركة والزبون والتي يجب على الشركة الاهتمام بالزبون بشكل كبير لتحقيق تلك الفوائد المتمثلة في[1]:

أولا: اعادة الشراء سيحقق لها نمو في العائدات والحصة السوقية.

ثانيا: ان معدلات الخدمات المتزايدة سيقابله ولاء الزبائن، وبالتالي يصعب على المنافسين مجاراتها.

ثالثا: النمو المستمر يساعد الشركة في جذب و الإحتفاظ بأفضل الزبائن .

رابعا: المستثمرين الموالين يتصرفون وكأنهم شركاء وذلك من خلال دعمهم للعمل بواسطة السيولة النقدية التي يمتلكوها مما يخفض تكاليف رأس المال وينمي رأس مال السوق .

الفرع الرابع: بناء ولاء الزبائن

إن الأساس في بناء علاقات قوية مع الزبائن يتمثل في النقاط التالية[2]:

أولا: مشاركة جميع أقسام الشركة في تسيير الرضا والولاء للزبائن.

ثانيا: أخد رأي وصوت الزبون بعين الإعتبار في جميع القرارات المتخذة.

ثالثا: طرح منتجات وخدمات وتجارب الجودة للسوق المستهدف.

رابعا: وضع قاعدة بيانات لرغبات الزبائن وتفضيالتهم، معدل لتكرار الشراء ورضا كل زبون.

خامسا: السماح للزبون بسهولة الإتصال بموظف الشركة للتعبير عن رغباته.

---

[1] رونق كاظم حسين شبر، دور كل من القيمة المدركة جودة الخدمة السعر والصورة الذهنية في تعزيز ولاء الزبون "دراسة تطبيقية في مصارف الاهلية التجارية العاملة في محافظة الديوانية"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية و الإقتصادية، المجلد16، العدد02 ، العراق، 2004، ص75.

[2] Philip Kotler, Bernard Dubois, Delphine Manceau, Marketing Management, ,11eme édition, Pearson édition, Paris,2004,p87.

سادسا: تقييم وتحفيز الموظفين الأكفاء.

سابعا: من أهم وسائل بناء ولاء الزبائن وإنشاء علاقات قوية معهم تتمثل في:

1- المحفزات المالية: وأهم المحفزات المستخدمة هي برامج الولاء ونوادي الولاء لكبار الزبائن واستخدام بطاقة الولاء.

2- المحفزات الإجتماعية: من خلال التقرب من الزبائن وانشاء علاقات شخصية معهم.

3- المحفزات الهيكلية: عقود طويلة الأجل، تسيير الفواتير، تخفيض الأسعار للزبائن الذين يشترون كميات كبيرة، تحويل السلع بخدمات طويلة الأجل.

الفرع الخامس: قياس ولاء الزبائن

يتم قياس ولاء الزبون من خلال عمليات ادارة علاقات الزبون، ومن خلال المراحل التي تم الوصول اليها كمايلي:

أولا: الإكتساب

ففي هذه المرحلة يرتبط مقياس الأداء بالمعاملات بين الزبون والشركة كمعدل دوران ،أما من ناحية الربحية فالقياس يرتبط بالمنتج مثل هامش ربح المنتج .

ثانيا: الإحتفاظ بالزبون

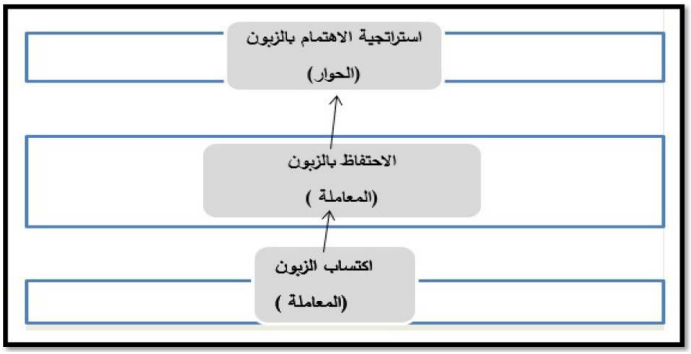
في هذه المرحلة مقياس الولاء يتغير لكونه متجها نحو العلاقات كمؤشر رضا الزبون، ويتغير مقياس الربحية ليمثل حصة، ويعبر هذا المقياس عن طبيعة العلاقة بين مشتريات الزبون الفعلية من الشركة والمبيعات الفعلية أي نسبة الإنفاق المحتمل.

ثالثا: الإهتمام الإستراتيجي بالزبون

في هذه المرحلة تدمج قيمة الزبون مع مقاييس الولاء للشركة.[1]

و الشكل الموالي سيوضح العلاقة بين المراحل التي يتحقق من خلالها ولاء الزبون:

الشكل رقم (28): قياس ولاء الزبون



المصدر: جمال هداش محمد حسين، دور خصائص نظم المعلومات الإدارية في تحسين الأداء المالي من خلال إدارة علاقات الزبون"دراسة تطبيقية لعدد من المصارف التجارية الخاصة في بغداد"،أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة الأعمال،كلية الدراسات العليا،جامعة النيلين، الخرطوم السودان،2018،ص75.

المطلب الثالث: علاقة رضا الزبائن وولائهم بجودة الخدمة التأمينية

لقد تعددت الأبحاث حول العلاقة بين كل من جودة الخدمة التأمينية والرضا والولاء غير أنها لم تتفق على نوع وطبيعة هذه العلاقة. فارتفاع جودة الخدمة التأمينية سيؤدي حتما إلى رضا الزبائن والرضا يؤدي إلى الولاء.

الفرع الأول: العلاقة التفاعلية بين رضا الزبائن و جودة الخدمة التأمينية

هناك غموض وإرباك حول العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا الزبائن، وذلك لعدم وجود أرضية مشتركة بين المفهومين، بالإضافة إلى عدم وجود رؤية واضحة ودقيقة حول طبيعة

[1] جمال هداش محمد حسين، مرجع سبق ذكره، ص77.

وماهية وكيفية الترابط بين المفهومين، إلا أن بعض الباحثين يرى أن الرضا يدخل ضمن مفهوم الجودة، وأن الجودة تؤدي إلى رضا الزبون والبعض يرى أن الرضا والجودة يعبران عن نفس المفهوم، بينما يرى آخرون أن الرضا والجودة مفهومان منفصلان عن بعضهما البعض وأن الرضا هو عامل وسيط بين إدراك الجودة ونوايا الشراء. [1]

أولا: العلاقة بين جودة الخدمة المدركة و رضا الزبون

ميز (Bateson) ما بين جودة الخدمة ورضا الزبائن، فالجودة هي موقف يكونه الزبون من خلال تقييمه لعرض الخدمة، وهذا الموقف يتشكل من خلال الخبرات السابقة للزبون، أما الرضا فهو عبارة عن الناتج النهائي للتقييم الذي يجريه الزبون لعملية تبادل معينة.

وقد قام (Anderson) في محاولة للتمييز بين رضا الزبون وجودة الخدمة من خلال مفهوم رضا الزبون المستند على تبادلات تراكمية، وهي عبارة عن الخبرات السابقة التي إكتسبها الزبون من خلال شرائه واستهلاكه لخدمة خلال فترة زمنية معينة. و بناء عليه يمكن تقييم أداء مورد الخدمة في الماضي والحاضر والمستقبل.

أما إذا تم إعتبار الجودة تستند في تقييمها على حكم شامل لكل الخدمات التي يقدمها مورد الخدمة، ففي هذه الحالة فإنه يوجد فرق مابين الرضا التراكمي للزبون وجودة الخدمة المدركة.

1- الفرق بين الرضا التراكمي للزبون وجودة الخدمة المدركة

يرجع الفرق بين الرضا التراكمي للزبون وجودة الخدمة المدركة للأسباب التالية[2]:

أ- تحديد الرضا يحتاج إلى خبرة الزبون مع الخدمة المقدمة، بينما يمكن للزبون تحديد جودة الخدمة دون أي خبرة فعلية.

[1] نواف بن عرسان بن سند العنزي، قياس جودة الخدمات التي تقدمها شركة الإتصالات السعودية، رسالة ماجستير قسم الإدارة العامة، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، الأردن، 2002، ص32.

[2] بشير عباس العلاق، حميد عبد النبي الطائي، مرجع سبق ذكره، ص266.

ب- يعتمد رضا الزبون على القيمة، وهي مركبة من السعر والجودة. وبناء عليه فإن رضا الزبون يعتمد على السعر أي أن جودة الخدمة المقدمة تستحق السعر المدفوع أم لا.

ت- الرضا يستند إلى الخبرات السابقة والمتوقعة، بينما الجودة ترتبط بالإدراكات الحالية.

2- التمييز بين مفهوم الجودة ورضا الزبائن

هناك مجموعة من الأبعاد يتم من خلالها التمييز بين مفهوم الجودة ورضا الزبائن[1]:

أ- يتم الحكم على جودة الخدمة المقدمة من خلال محددات الجودة الأساسية، ولذلك يمكن أن يتحقق الرضا من خلال أي محدد من هذه المحددات و ليس من كل المحددات مجتمعة.

ب- إن جودة الخدمة المقدمة تعتمد على الأفكار والتوقعات وإدراك التفوق عليها، وبناء عليه فإن الكثير من قضايا عدم الجودة يمكن أن تساعد في عمل أحكام عن الرضا مثل الحاجات والإدراك.

ت- إن إدارة الجودة لا يتطلب من الزبون الخبرة السابقة بينما الرضا يتطلب من الزبون الخبرات السابقة عن الخدمة المقدمة.

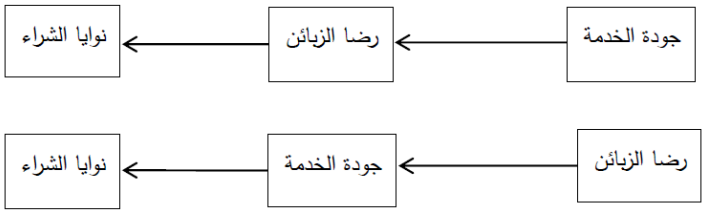
ث- الجودة تعتمد على امتلاك مفاهيم سابقة أكثر من امتلاك الرضا.

3- الرضا سابق أم لاحق لجودة الخدمة

ان العديد من الدراسات وضحت العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون في صورة نوايا الشراء حيث أن المستويات العليا من جودة الخدمة ستؤدي إلى زيادة رضا الزبون وبالتالي تكرار عمليات الشراء من نفس الشركة. وتوصلت بعض هذه الدراسات إلى نتائج متضاربة تمثل هذا الإختلاف في اعتبار الرضا سابق أم لاحق لجودة الخدمة، ويمكن توضيح هذه النتائج في الشكل الآتي:

[1] Steven A Taylor & TL. Baker, An Assessement of the relationship between service quality and customer satisfaction in formation of customer's purchase intentions Journal of retailing, Vol 70, 1994 ,p165.

الشكل رقم (29): العلاقة بين جودة الخدمة و الرضا



Source: Steven A. Taylor & TL. Baker, An Assessement of the relationship between service quality and customer satisfaction in formation of customer's purchase intentions, Journal of retailing, Vol 70, 1994 p166.

بالنسبة لمن يسبق الآخر، رضا الزبون أو جودة الخدمة؟ لم يحسم النقاش بعد:

أ- الرأي الأول

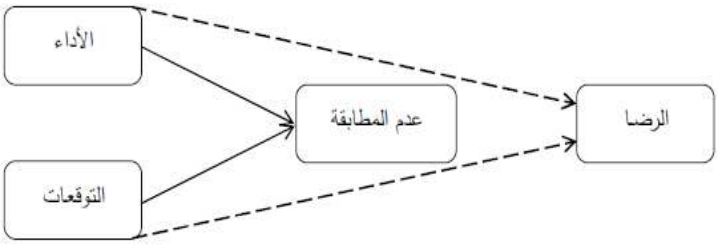
هناك من يرى أن رضا الزبون يتصدر جودة الخدمة، وأن نوايا الشراء لدى الزبون ترتبط بشكل أوثق مع مستوى الرضا قياسا إلى ادراكات جودة الخدمة. وعليه فإن الإدارة مطالبة بأن تبذل جهودا أكبر وتصب إهتماما أكثر على عناصر الرضا الأخرى، مثل السعر ومدى توفير الخدمة بالمقارنة مع الجودة العالية، بمعنى لا تهتم بالجودة على حساب هذه العناصر الأخرى الأكثر أهمية. ويتفق مع هذا الرأي جميع الباحثين والمهتمين بدراسة العلاقات بين الربحية والجودة والرضا، حيث يؤكد هؤلاء الباحثين على أن رضا الزبون يعود إلى جودة الخدمة.[1]

وقد اقترح(oliver 1993) نموذج يمزج بين الرضا وجودة الخدمة حيث افترض أن جودة الخدمة المقدمة تسبق الرضا. فأظهرت الدراسة أن التطابق مع الرغبات مهم ويسبق رضا الزبائن فالرضا يتشكل من المقارنة بين التوقعات المتنبأ بها وإدراك الأداء، وعليه فإنه على شركة التأمين الإعتقاد بأن تطابق وتجاوز التوقعات المتنبأ بها سيرضي الزبائن. ومن هنا فإن التوقعات تؤثرا سلبا

[1] بشير عباس العلاق، حميد عبد النبي الطائي، مرجع سبق ذكره، ص267.

على الرضا في حالة عدم التطابق، ولكنها تؤثر إيجابا على كل من الرضا وجودة الخدمة المقدمة في حالة تطابق التوقعات مع أداء الخدمة المقدمة.[1] ويمكن أن نوضح هذا من خلال الشكل أدناه:

الشكل رقم (30): نموذج التوقعات / عدم المطابقة



المصدر: فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية و دراسة أثرها على رضا العميل البنكي " دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية بسكرة"،أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة محمد خيضر،بسكرة، الجزائر،2011، ص159.

إنطلاقا من الشكل نجد[2]:

أ-1 الأداء: يعبر عن رأي الزبون بأداء الخدمة التي حصل عليها، وقد صنف الباحثون أداء المنتجات إلى ثلاثة أنواع: الأداء العادل للمنتج، الأداء الأمثل للمنتج، الأداء المتوقع للمنتج، من خلال هذه الأنواع نجد أن النوع الأول يتطلب معرفة دقيقة من الزبون لكل جوانب الأداء الخاصة بالمنتج ويقارنها بالتكاليف ثم يقرر عدالة قرار الشراء، إلا أنه من الصعب تحقيقه قبل عملية الشراء لجهل المستهلك بعض الجوانب المؤثرة على تقييمه، أما النوع الثاني فهو نادر الحدوث لأن حدوثه يتطلب توافر ظروف مثالية للأداء من الصعب تحققها وهو الأداء الذي ركزت عليه دراسات الرضا أي الأداء المدرك للمنتج.

أ-2 التوقعات: وهي الأفكار التي يحددها الزبون ويكونها مسبقا لما يجب أن يكون عليه المنتج.

---

[1] نواف بن عرسان بن سند العنزي، مرجع سبق ذكره، ص38.

[2] فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية بسكرة"، أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر،2011، ص159.

أ-3 عدم المطابقة: وهي ناتجة عن مقارنة الأداء بالتوقعات، وهي قد تكون سلبية أو ايجابية أو حيادية إن عدم المطابقة ينتج التقييم الإجمالي لخبرة الزبائن أي الرضا أو عدم الرضا، ونلاحظ من الشكل أن عدم المطابقة هي متغير وسيط بين الأداء والتوقعات والرضا، بالإضافة إلى وجود علاقات مباشرة بين الأداء والتوقعات والرضا.

ب- الرأي الثاني

إلا أن بعض الباحثين توصلو إلى أن جودة الخدمة تؤدي إلى رضا الزبون وليس العكس وأن هناك علاقة سببية مابين الجودة والرضا حيث أن المستويات العالية من جودة الخدمة ستؤدي إلى رضا الزبون وتكرار عملية الشراء من نفس الشركة . ولابد من الالتفات إلى أهمية الرضا وما يمكن أن يحققه من أرباح.

ثانيا: التفاعل بين جودة الخدمة و رضا الزبائن

إن التطور الحالي لمعايير الايزو 9000 تدفع مسؤولي الجودة في الشركة إلى دمج رضا الزبائن في محيط العمل، ففي هذا المحتوى يمكن عرض بعض العناصر الضرورية التي تسمح بوضع قياس رضا الزبائن ضمن عمليات الشركة خاصة علاقتها بالجودة. ووضع مخطط العمل من أجل جعله أكثر فعالية(تقسيم المهام، تحديد المؤشرات..الخ).فإن التسلسل الزمني للعلاقة "زبون/ شركة" يمكن توضيحها في أربعة مراحل هي[1]:

1- المرحلة الأولى

إن الزبون المستقبلي له توقعات وما على الشركة إلا البحث عن هذه التوقعات من خلال العمليات المتعلقة بالاستماع، ثم تقوم بتحويل هذه التوقعات إلى جودة مطلوبة ويتم هذا بالتركيز على العمليات الداخلية من أجل الاستجابة لتوقعات الزبائن.

[1] نفس المرجع السابق،ص167.

2- المرحلة الثانية

تركز هذه المرحلة على الانتقال من الجودة المطلوبة إلى الجودة المحققة كما تفرض المشاركة الفعالة للزبون نظرا لمكانته الحساسة على مستوى الشركة.

إن الجودة المطلوبة من قبل الإدارة يمكن تحديدها من خلال المعايير والنماذج التي يجب احترامها وفيما بعد يتم تصور العمليات التي تسمح ببلوغ جودة المنتج المحققة، يمكننا القيام بقياس داخلي في هذه المرحلة وهذا من خلال إجراء مطابقة بين الجودة المطلوبة والجودة المحققة. أهم وسيلة لإجراء المطابقة السابقة تتمثل في الزبون الخفي الذي يعتبر زبونا وهميا والذي له دور أساسي يتمثل في تقييم مدى احترام المعايير المحددة مسبقا.

3- المرحلة الثالثة

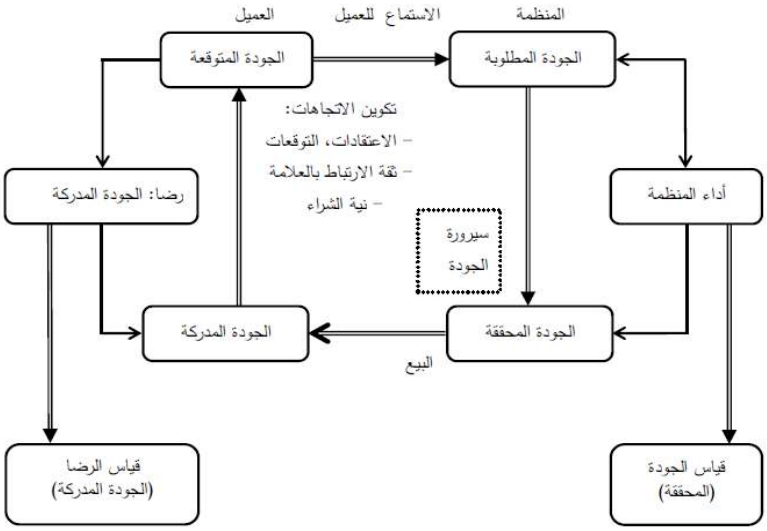
تركز هذه المرحلة على تحويل الجودة المحققة للزبون وهي عملية الإتصال أو البيع والتي تسمح للزبون بعد الشراء، الاستهلاك واستعمال المنتج أو الخدمة المشتراة ببناء إدراكاته (الجودة المدركة) والتي تعبر عن النظرة الخاصة التي يحملها الزبون عن الجودة.

4- المرحلة الرابعة

تركز على المقارنة بين الجودة المتوقعة (قبل الشراء) والجودة المدركة (بعد الشراء والاستعمال)، والتي ينتج عنها الرضا أو عدم الرضا.

إن إحساس الرضا أو عدم الرضا له انعكاس على التوجهات المستقبلية للزبون حول الشركة ففي الواقع الجودة المدركة تعبر عما نحصل عليه فعلا وهي تغير التوقعات المستقبلية. ويمكن تلخيص المراحل الأربعة السابقة في الشكل التالي:

الشكل رقم (31): قياس الأداء و قياس الرضا



المصدر: فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي " دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية بسكرة"، أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر،2011 ص168.

فإن تحسين رضا الزبون عن الجودة يتم من خلال: تقليص الفروقات بين التوقعات والإدراكات حتى تتطابق، خلق فجوات ايجابية على مستوى طول كل السلسلة ابتداء من الجودة المتوقعة ووصولا إليها أين تكون الإدراكات أكبر من التوقعات، الفجوة بين إدراك الإدارة لتوقعات الزبائن (الجودة المطلوبة) ومواصفات الجودة التي تضعها الإدارة بالفعل (الجودة المحققة)، وتتمثل أسباب هذه الفجوة في: الفجوة بين مواصفات الجودة التي تصفها الإدارة بالفعل (الجودة المحققة) ومستوى الجودة المقدمة بالفعل (الجودة المدركة)، ترجع هذه الفجوة إلى مشاكل في عمليات الاتصال والبيع. و الفجوة بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة يعود سببها إلى النتائج السلبية المحققة في بعض الفجوات السابقة للذكر أو كلها.[1]

[1] علي عبد الله، قياس رضا العميل الخارجي عن الجودة، مجلة العلوم الإنسانية، العدد15، بسكرة، الجزائر،2008 ص40.

مما سبق نستنتج بأن جودة الخدمة تعتمد على معايير ومواصفات تضعها الشركة، الشيء الذي يعبر عن حقيقة ملموسة، بالمقابل مؤشرات رضا الزبون تعتمد على قاعدة حساسة يصعب لمسها (إدراك الزبائن)، ومن خلال قياس جودة الخدمة وقياس رضا الزبون يتضح التناقض المتكرر في النتائج لأنه مهما تكن الجودة الحقيقية فإن الجودة المدركة هي الأهم لأن الزبون هو الذي يقرر في النهاية مع من يتعامل مع الشركة أو منافسيها.

يساعد الرضا شركة التأمين على الإستمرار في دنيا الأعمال، واكتساب ميزة تنافسية وتحقيق ربح طويل الأجل، ومن أجل الحصول على رضا الزبائن لابد من السعي لتحقيق ذلك بشكل جاد وجعله تماما كاستثمار يتم جني ثماره مستقبلا.

الفرع الثاني: العلاقة التفاعلية بين ولاء الزبائن وجودة الخدمة التأمينية

يلعب ولاء الزبائن دورا هاما في تطوير شركات التأمين، فقد لوحظ أنه في ظل سلسلة علاقات الخدمة الجيدة، فإن ربحية الشركة ونموها هو نتيجة ولاء الزبائن. كما أن رضا الزبائن يستلزم المعرفة الكاملة لتوقعات الزبائن من المنتجات والخدمات. فيكون لجودة الخدمة تأثير كبير على أداء الشركة، حيث أن جودة الخدمة والقيمة ورضا الزبائن هي أهم مصادر التميز واكتساب أعلى حصة سوقية.

أولا: علاقة الرضا بالولاء

إن شركات التأمين الناجحة لا تكتفي فقط باستقطاب زبائن جدد، وإنما بتطوير وتعزيز علاقات طويلة الأمد معهم لتضمن لنفسها البقاء والتوسع، فالعديد من الزبائن الموالين غالبا ما يكونون مصدرا من مصادر الإستقطاب لزبائن آخرين، وذلك من خلال الكلمة الطيبة التي ينقلونها عن الشركة وتوصياتهم ومقترحاتهم وآرائهم الإيجابية التي يتأثر بها الزبائن الجدد أو المحتملين. وان الهدف الرئيسي هو تحويل الزبائن الجدد إلى زبائن دائميين، ثم تحويلهم إلى زبائن موالين

يتصرفون كمدافعين عن الشركة، وعندما يدافع الزبون الموالي عن الفلسفة التي تتبناها الشركة والخدمات التي تقدمها فإنه يتحول إلى مصدر من مصادر استقطاب المزيد من الزبائن الجدد.[1]

على شركات التأمين السعي وباستمرار إلى إيجاد علاقات مباشرة ودائمة مع زبائنها، وذلك من خلال التعرف على احتياجاتهم ورغباتهم وتطلعاتهم وبالصورة التي يحددونها هم وليس كما تراها هي، وذلك باستخدام كل القنوات والسبل المتاحة، وبما يمكنها من تحقيق التميز في السوق وتحقيق الإشباع المرغوب به بكفاءة وفاعلية تفوق المنافسين.[2]

فالزبائن الراضين عن خدمات الشركة يصبحون أوفياء لها، ويبنون علاقة قوية ومتينة مع الشركة، كما يعتبرون وسيلة اتصال (من الفم إلى الأذن) إيجابية. وعلى العكس من ذلك فالأفراد الغير راضين عن خدمات الشركة لا يكررون التعامل معها ويتحولون إلى شركات منافسة.

وينعكس رضا الزبون في[3]:

1- إذا كان الزبون راضيا عن شركة التأمين فإنه يتحدث إلى الآخرين، وبهذا يؤدي جذب زبائن جدد.

2- عندما يكون الزبون راضيا عن الخدمة المقدمة إليه، فإن قراره بالعودة إلى الشركة سيكون سريعا.

3- إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه سيقلل من احتمال توجهه إلى شركات منافسة.

---

[1] بشير عباس العلاق و آخرون، تسويق العلاقة، الطبعة الأولى، دار المناهج للتوزيع و النشر، الأردن، 1999، ص17.

[2] عواطف يونس إسماعيل، متطلبات التسويق بالعلاقات وأثرها في تعزيز العلاقة مع الزبون" دراسة استطلاعية لآراء عينة من الزبائن في معمل الألبان بالموصل"، مجلة تنمية الرافدين ، المجلد31، العدد95، العراق، 2009 ص 242.

[3] بلال جاسم القيسي، كريم ذياب أحمد، تأثير إدارة علاقات الزبون في تحقيق جودة الخدمات في شركات الإتصالات العاملة في العراق"دراسة مسحية في شركة زين العراق للإتصالات"، مجلة ديالى، العدد55، العراق 2012، ص15.

4- إن شركة التأمين التي تهتم برضا الزبون سيكون لديها القدرة على مواجهة المنافسين، لاسيما في إطار المنافسة السعرية.

5- إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه سوف يدفعه للتعامل معها مرة أخرى في المستقبل.

6- يعد رضا الزبون بمثابة تغذية عكسية لشركة التأمين فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه، مما يجعل الشركة تطور خدماتها المقدمة إلى زبائنها.

7- تتمكن شركات التأمين التي تسعى إلى قياس رضا الزبون من تحديد حصتها السوقية.

إلا أنه هناك جدل شديد بين الباحثين لتحديد طبيعية العلاقة بين رضا الزبون و ولائه للشركة وتحديد من هو المتغير المؤثر في الآخر، لذا نفرق بين عدة حالات منها الزبائن الدائمين وذوي الولاء للشركة ليس بالضرورة زبائن راضيين. الزبائن غير راضيين ولكن لديهم ولاء للشركة وذلك لعدم وجود بديل أفضل مثلما نلاحظه في الشركات الإحتكارية. الزبائن الراضيين يمكن أن يكونوا زبائن دائمين وذوي ولاء للشركة، أي كلما زاد رضا الزبائن زاد ولائهم والعكس. ومنه نستنتج أن رضا الزبون يسبق ولائه، ولكن ليس بالضرورة أن يؤدي رضا الزبون إلى ولائه.

ثانيا: التفاعل بين جودة الخدمة و ولاء الزبائن

إن زبائن شركة التأمين سوف يظلون على ولائهم للشركة اذا كانت قيمة ما يحصلون عليه اعظم نسبيا مما يتوقعون الحصول عليه من المنافسين وبما أن الولاء يعبر عن معاودة الزبون وتكراره التعامل مع الشركة فان ذالك يؤثر على مدى قناعة الزبون بما تقدمه الشركة من خدمات حيث يفضل الزبائن دائما الشركة التي تتسم بجودة ومواصفات وخصائص تتطابق مع احتياجاتهم ورغباتهم وبالتالي تؤدي الى بناء الولاء لتلك الشركة.

يتضح أن العديد من الشركات قد أدركت أن الحفاظ على التميز مرهون بكسب الزبائن خصوصا وأن جودة الخدمة تمثل مقوما ضروريا من أجل إقناع الزبائن باختيار شركة دون أخرى

فهي تعد الشريان الحيوي الذي يمد الشركة بالزبائن الموالين فضلا عن تفوقها على منافسيها من خلال الاحتفاظ بالزبائن الموالين لها .[1]

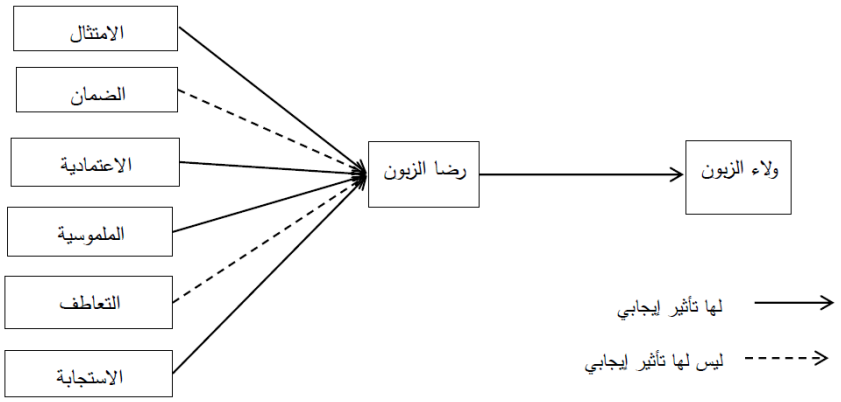
تشير نتائج العديد من الدراسات الى وجود علاقة ايجابية بين جودة الخدمة ودرجة الولاء خصوصا وأن ولاء الزبون غالبا ما يكون أحد المتغيرات التابعة في نموذج جودة الخدمة:

فتشير نتائج دراسة الباحث (حاكم جبور الخفاجي) حول "رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة و ولاء الزبون"دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي فرع النجف" ، حيث هدف البحث إلى اختبار أثر المتغير الوسيط رضا الزبون في العلاقة بين جودة الخدمة و ولاء الزبون، ويسعى إلى بيان أثره في تعزيز ولاء الزبون. تم اختيار النموذج الوسيط البسيط الذي يضم متغير مستقل واحد ومتغيرات البحث تشمل المتغير المستقل(جودة الخدمة) والوسيط (رضا الزبون)، والمعتمد (ولاء الزبون).

وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين جودة الخدمة و ولاء الزبون، كما أشارت النتائج إلى وجود أثر لأبعاد رضا الزبون في العلاقة بين جودة الخدمة و ولاء الزبون. وعليه فإن لتحقيق ولاء عالي للزبائن يجب الإهتمام برضاهم لأنه ينعكس ويؤثر في ولائهم، فهو يحسن العلاقة بين جودة الخدمة المقدمة ومدى تحقق ولاء الزبون. والشكل الموالي يبين العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية و ولاء الزبائن:

[1] حاكم جبور الخفاجي، مرجع سبق ذكره، ص ص 88- 89.

الشكل رقم (32): علاقة جودة الخدمة التأمينية بولاء الزبائن



المصدر: نايلي إلهام، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية "دراسة حالة بنوك ولاية قسنطينة"، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي الجزائر،2016، ص137.

الفرع الثالث: العلاقة التفاعلية بين محددات جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبائن

سنحاول دراسة تأثير محددات جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبائن:

أولا: تأثير محدد الملموسية على رضا الزبون

يتأثر زبائن شركة التأمين بالعديد من العوامل عند اتخاذهم لقرار شراء أو استخدام خدمة معينة ومن بين تلك العوامل التي أعطيت لها أهمية كبيرة، البيئة المادية أو ما يسمى العناصر الملموسة التي تساعد على خلق البيئة أو الجو النفسي عند شراء الخدمة أو إنجازها ، كما تساعد أيضا على تكوين الإنطباعات لدى الزبائن عن الشركة والخدمات التي تقدمها. كما أن شركات التأمين تحاول استخدام الدلائل المادية أو العناصر الملموسة لتقوية المغزى في منتجاتها الغير ملموسة. ومن أهم العناصر الداخلية والخارجية للبيئة المادية التي لها دور في كسب رضا الزبون ملخصة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (07): العناصر الداخلية والخارجية للبيئة المادية

العناصر الخارجية	العناصر الداخلية
*حجم البناء المادي	*التصميم الداخلي
*شكل وتصميم البناء	*الألوان
*الإضاءة الخارجية	*المعدات ووسائل العرض
*المداخل	*الإضاءة الداخلية
*مواقف السيارات	*التكييف والتدفئة

المصدر: هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر والتوزيع الأردن، 2009، ص 428.

إن المدخل المادي الخارجي للشركة يمكن أن يؤثر على الزبون، فتركيبة البناء المادي التي تتضمن الحجم والشكل والمواد المستعملة في البناء والموقع والعناصر الجاذبية مقارنة بالبناءات المجاورة، لها عوامل تساهم في تكوين الصورة والإنطباع لدى الزبائن. بالإضافة إلى عوامل أخرى مثل سهولة التوقف ووجود المواقف للسيارات وتصميم المدخل للعمارة وتصميم الأبواب والشبابيك أيضا تعد عوامل مهمة ومؤثرة .إن المظهر الخارجي قد يوحي بالصلابة والإستمرارية والمحافظة والتقدمية.[1]

إن التصميم الداخلي وترتيب المعدات والمقاعد والمكاتب والإضاءة والألوان والستائر وأنظمة التكييف والتدفئة وجودة الدلائل المرئية كالصور والرسوم البيانية جميع تلك العوامل تشترك في خلق الإنطباع والصورة الذهنية. من أهم العناصر الرئيسية في الديكور الداخلي نجد[2]:

1- الألوان: تساعد على خلق الإنطباع الأولي لدى الزبائن وهي أقوى عنصر في جذب انتباه الزبائن وتحفيزهم. فالألوان مثل الأحمر والأصفر والبرتقالي تصنف على أنها ألوان دافئة بينما اللون

[1] هاني حامد الضمور، مرجع سبق ذكره، ص 428.

[2] نفس المرجع السابق، ص 434.

الأخضر واللون البنفسجي هما من الألوان الباردة.فالألوان الدافئة تمنح الزبون الخدمة بطابع الدفء وبيئة خدمية مريحة بينما الألوان الباردة تضفي الشكل الرسمي على بيئة الخدمة.

2- الجو والشعور الداخلي: إن الجو والشعور الداخلي بتسهيلات الخدمة تؤثر على الصورة الذهنية والإنطباع لدى الزبائن، فالأجواء تتعلق بكيفية تأثر شعور الزبائن بالشركة وخدماتها والتسهيلات التي تقدمها، وبالطبع تؤثر هذه الأجواء النفسية على العاملين وعلى الأشخاص الذين يأتون ويتصلون بالشركة فظروف العمل بهذا المنطق قد تؤثر على كيفية تعامل العاملين مع الزبائن .

3- ظروف التكييف والتبريد: تؤثر ظروف التكييف على نفسية العاملين والزبائن وهي تتضمن أشياء كدرجات الحرارة، الإزعاج، الموسيقى، نقاء الهواء والروائح داخل المحل، إذا كانت درجة الحرارة داخل المحل باردة جدا أو حارة جدا سيشعر الزبون بعدم الراحة مما يجعله يختار محلا آخر أو يترك الشركة الحالية مبكرا . كما أن العاملين في مثل هذه الأجواء يصبحون سريعي الغضب ولن يقدموا الخدمة بالمستوى المطلوب.

4- مظهر العاملين وسلوكهم: إن مظهر مقدمي الخدمة سوف يؤثر على معتقدات الزبائن فيما يتعلق بجودة الخدمة التي سوف يحصلون عليها. للتحكم بالصورة الذهنية لدى الزبائن عن العاملين فإن العديد من الشركات تلزم العاملين لديها بلباس رسمي موحد.

إن سلوك ومزاج العاملين سيكون له أيضا تأثير على الزبائن والعكس يمكن أن يحدث. فسلوك ومزاج الزبائن يمكن أن يؤثر على العاملين، فالزبون السيئ المزاج في العادة يصعب التعامل معه مقارنة بالزبون الحسن المزاج. وبالمقابل العاملين يبذلون قصار جهدهم لإرضاء الزبون ذو المزاج الحسن أكثر من الزبون السيئ المزاج. فسلوك العاملين ومزاجهم يؤثر على الزبائن فالعامل العكر مزاجه سيكون جاف التعامل مع الزبائن بدون عاطفة أو حس مما يجعل

الزبون يشعر بأن هذا العامل لا يهتم في خدمته ولا يحاول أن يحسن أداء وظيفته حتى ولوكان جزء من الخدمة من الناحية الفنية مكتمل وجيد إلا ان الزبون سيكون غير راض عن الجزء الوظيفي للخدمة.

ثانيا: تأثير محدد التعاطف والأمان على رضا الزبون

تشكل المشاعر المتبادلة بين مقدم الخدمة والزبون ظواهر أساسية في كل علاقة بالآخرين وترتبط هذه المشاعر التي يحملها مقدم الخدمة اتجاه الزبائن ارتباطا وثيقا بخبراته الشخصية ويصعب في بعض الأحيان أن يعبر عنها تعبيرا صريحا. بالرغم من ذلك فإن هذه المشاعر تلعب دورا مؤثرا للغاية، ومن بين تلك المشاعر الموجهة نحو الزبائن مشاعر التعاطف والأمان.

تأكيدا لذلك أظهرت نتائج إحدى الدراسات الحديثة حول أسباب اعتراض الزبائن عن اقتناء الخدمات يعود إلى:14% عيوب في الخدمة أو عدم ملائمتها، 68% سلوكيات مقدم الخدمة "عدم الإهتمام،سوء المعاملة"،13% عدم توافر الخدمة الكافية أو نقص المعلومات، 2% سمعة الشركة،3% أسباب أخرى.

إن دلالة هذه النتائج تكمن في حقيقة أساسية وهي أن السبب الرئيسي وراء امتناع الزبائن عن اقتناء خدمات شركة التأمين يكمن في الاتجاه السلبي لمقدم الخدمة قد يتمثل في غياب الابتسامة أو تجاهل الزبون أو المشاعر الباردة أو عدم الشعور بالأمان.[1]

إن رضا الزبون يستمد في المراحل الأولى من اتجاهات وسلوكيات مقدم الخدمة، عندما يكون متفائلا ومتحمسا ومستعدا لمساعدة الزبائن، فإن هذا يدعم من فرص البيع وتكرار

[1] محمد خثير،أسماء مرايمي، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، المجلد 03، العدد 04 ، الجزائر،2017، ص 41.

التعامل ومن بين أهم المؤشرات التي تعكس الاتجاه الايجابي بين مقدم الخدمة والزبائن نجد الاستعداد الجيد للخدمة، إشعار الزبون بالصداقة استخدام اسم الزبون واحترام وقته، تؤثر كذلك الطريقة التي يتحدث بها مقدم الخدمة كالإتصالات الحركية الغير لفظية، التعبيرات، الإيماءات:

1- تعبيرات الجسم: إن 93% من مجريات أمور حياتنا تجري من خلال استخدام التعبيرات والاشارات المعبرة سواء بالأيدي أو بالوجه أو بالرأس أو بالجسم، أو بالقدم ..إلخ، وتستخدم التعبيرات والإشارات في شرح وإعادة وتأكيد وتنظيم الاتصالات الشفوية والكتابية.حيث تتعامل بشكل مباشر مع عواطف مقدم الخدمة والزبون.[1]

2- الإيماءات: هي حركات الجسم المؤكدة لحديث مقدم الخدمة وما يريد أن يرسله من كلمات التي تصنعها اليدين والكتفين والذراعين وقد تكون الأقدام، هدفها يكمن في نجاح الحديث بين مقدم الخدمة والزبون لأنها توضح وتؤكد كلمات مقدم الخدمة وتجسم أفكاره، كذلك تعتبر أداة مساعدة تؤثر في نظرة الزبائن وتضمن مشاركتهم لمشاعر مقدم الخدمة .[2]

ثالثا: تأثير محدد الإستجابة والإعتمادية على رضا الزبون

يتأثر الزبون بطريقة تقديم الخدمة والوقت الذي ينتظره للحصول على الخدمة، مما يتوجب على مقدم الخدمة القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن والإستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة حتى يقنعهم بأنهم محل تقدير واحترام من قبل الشركة التي يتعاملون معها إضافة إلى ذلك فإن الاستجابة تعبر عن المبادرة في تقديم الخدمة من قبل

[1] محمد أحمد هيكل، مهارات التعامل مع الناس، مجموعة النيل العربية ، مصر،2006، ص234.

[2] نفس المرجع السابق، ص 237.

العاملين بصدر رحب أي كم ينتظر ليحصل على الخدمة[1]، ويركز هذا البعد على المجاملة واللطف وتصل الاستجابة للزبون من خلال طول الوقت الذي ينتظره في تلقي الخدمة والإجابة على أسئلته وقدرة الشركة على تقديم الخدمة لتلبية احتياجاته وإرضائه، هنا يستلزم الموازنة بين الاستجابة وسلوك مقدم الخدمة، أي أن درجة ودقة وسرعة الاستجابة لها تأثير في رغبات الزبون وكسب رضاه.[2]

إن الاستجابة في تقديم الخدمة تنهي حالة القلق والشك الذي يتولى لدى الزبون في الإنتظار وعدم الحصول على الخدمة في الزمان والمكان اللذين يرغب بهما[3]، فالإدارة الجيدة للفترة التي يضطر الزبون أن ينتظرها تؤثر كثيرا على الطريقة التي يدرك الزبون فيها جودة الخدمة ويشكل انطباعاته عنها فالانطباعات الأولى مهمة جدا في الطريقة التي يشكل المرء فيها فكرته عن الخدمة برمتها بغض النظر عن مدى نجاح الخدمة بعد الانتظار.

حيث وضع مايستر Maister في عام 1985عددا من الإفتراضات عن الحالة النفسية للإنتظار في كتابه عن تقديم الخدمات، ومنذ ذلك الحين وهذه الإفتراضات تعتبر مرجعا رئيسيا في الموضوع وقد أظهرت عدة أبحاث صحة هذه الإفتراضات إلى حد كبير. هذه الإفتراضات هي[4]:

---

[1] خير الدين محمد علي، دور أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون " دراسة تحليلية ميدانية للمصرف الإسلامي في محافظة نينوي"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد07، العدد23 العراق، 2011، ص34.

[2] هالة فاضل حسين، سالم محمد عبود، تأثير أبعاد جودة الخدمة في درجة تفضيل المستهلك للشراء"الأسواق المولات"، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد 05، العدد01، العراق، 2013، ص103.

[3] باسم عباس كريدي الجاسمي، جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبون مدخل قيمي" دراسة إستطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة الديوانية، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد09،العدد01 العراق، 2007، ص 54.

[4] محمد خثير، أسماء مرايمي، مرجع سبق ذكره، ص43.

1- الأوقات الفارغة تمر ببطء بينما الأوقات المشغولة تمر بسرعة: عندما يكون لدى الزبون شيء يعمله أو ينشغل به بجانب الانتظار فإن الوقت يمر أسرع. ولكن عندما لا يكون هناك شيء سوى الانتظار فإن الزبون يشعر أن الوقت يمر بطيئا.

2- أوقات الانتظار قبل البدء في إجراءات الخدمة تمر أبطأ من أوقات الانتظار التالية: عندما يأخذ منك الموظف الأوراق ويبدأ في الإجراءات فإن تقبلك للخدمة يكون أقل من تقبلك للانتظار قبل بدء الخدمة تماما هذه نقطة دقيقة ومفيدة للمديرين.

3- القلق يجعل الوقت يمر أبطأ: عندما تنتظر نتيجة الاختبار فإن الوقت يمر أبطأ منه عند انتظارك لدفع فاتورة الكهرباء. وكذلك عندما ينتظر الزبون نتيجة تحليل طبي حرج فإن الوقت يمر أبطأ منه عند انتظار نفس الزبون لبرنامج تلفزيوني.

4- الانتظار غير المحدد يمر أبطأ من الانتظار المحدد: عندما لا يعرف الزبون إلى متى سينتظر فإن الوقت يمر أبطأ مما لو علم مسبقا أنه سينتظر خمس عشرة دقيقة.

5- الانتظار غير الموضح السبب يمر أبطأ من الانتظار الموضح السبب: عندما لا يعلم الزبون لماذا ينتظر فإنه لا يعلم إلى متى ينتظر ويكون أقل تقبلا للانتظار. ولكن عندما يعلم الزبون سبب الانتظار مثل ازدحام المكان فإنه يكون أكثر تقبلا للانتظار.

6- الانتظار الغير عادل يبدو أطول من الانتظار العادل: عندما تنتظر خمس عشرة دقيقة في طابور له احترامه فإن شعورك يكون أفضل بكثير من انتظارك عشر دقائق في طابور غير منظم. فعندما تشعر أنك تنتظر دقيقة واحدة بسبب أن شخصا تقدم في الطابور بغير حق أو أنه دخل من الباب الخلفي فإنك تشعر بضيق لا تشعر به إن انتظرت وقتا أطول بسبب الازدحام مثلا.

7- كلما زادت قيمة الخدمة كلما زاد تقبل الانتظار: عندما يذهب المريض للطبيب فإنه يكون أكثر تقبلا للانتظار منه في طابور المحل التجاري. فكلما كانت الخدمة التي ننتظرها مهمة بالنسبة لنا كلما كان تقبلنا للانتظار أكثر.

8- الانتظار المنفرد يمر أبطأ من الانتظار في جماعة: عندما تنتظر وحدك فإنك تشعر بالملل ولكن وجود صحبة معك تجعل الوقت يمر أسرع فإنك قد تتحدث معهم وتناقش معهم بعض الأمور والتي قد تكون مفيدة كذلك.

وقد أضاف غيره أن الانتظار المريح يمر أسرع من الانتظار الغير مريح.لذلك فإنه كلما كان مكان الانتظار سيئا كالوقوف في الحر أو البرد كلما مر الوقت أبطئ كلما كان الانتظار تجربة غير مريحة.

هناك عدة أبحاث في هذا المجال والتي تعطي مزيدا من الفهم للحالة النفسية للزبون لوقت الانتظار. فمثلا هناك دراسة قام بها كاتز وآخرون Katz et al حيث درسوا إدراك الزبون لوقت الانتظار وكيف يتأثر ذلك بوجود وسائل تسلية ووجود معلومات عن وقت الانتظار. هذه الدراسة تمت في بنك بالولايات المتحدة عام 1988 وقد انقسمت إلى ثلاث مراحل، في المرحلة الأولى لم يكن هناك أي وسائل تسلية ولا أي معلومات عن وقت الانتظار. في المرحلة الثانية تم وضع لوحة إلكترونية. في المرحلة الثالثة تم وضع ساعة رقمية عند مدخل الطابور تبين الزمن المتوقع للانتظار. وكانت النتائج كالتالي: في الحالة الأولى كان تقدير الزبائن لزمن الانتظار أطول من الحقيقي بنسبة 25%، كلما زادت وسائل التسلية (اللوحة الإلكترونية) كلما كان وقت الانتظار أكثر

متعة وكلما زاد رضا الزبون عن الخدمة. توفير معلومات عن الزمن المتوقع للانتظار يجعل تقدير الزبون لطول وقت الانتظار مقارب للواقع ولكنه لا يؤثر على رضا الزبون عن الخدمة.[1]

[1] نفس المرجع السابق، ص44.

خلاصة الفصل:

اتسع مجال إدارة الإنتاج ليشمل قطاع الخدمات وأصبح يستخدم مصطلح"إدارة الإنتاج والعمليات" الأكثر عمومية وشمولا الذي يحوي إدارات الشركات الخدمية أيضا بدلا من مصطلح "إدارة الإنتاج" الذي يوحي بأنه يقتصر على الشركات التي تنتج سلعا مادية ملموسة فقط.

إن إدارة الإنتاج والعمليات في شركات التأمين هي عبارة عن مجموعة من القرارات الإستراتيجية والتكتيكية التي تتعلق بتصميم النظام الإنتاجي، والتي تتعلق بتحديد الطريقة التي يتم بها تحويل مجموعة من المدخلات إلى مجموعة من المخرجات، ومجموعة من القرارات التي تختص بعملية التخطيط والرقابة، حيث تعتبر الرقابة على الإنتاج من المهمات الأساسية لإدارة الإنتاج والعمليات، وهي عملية ضرورية تلي مهمة التخطيط لتمكين الشركة من الوصول إلى أفضل أداء. و بما أن شركة التأمين تتميز بعدم ملموسية منتوجاتها فعملية الرقابة على الإنتاج تتم عن طريق الرقابة على جودة الخدمة التأمينية المقدمة.

جودة الخدمة التأمينية من أهم الإستراتيجيات التي يجب على شركة التأمين تبنيها، فالهدف منها هو ملائمة ما يتوقعه الزبائن من الخدمة المقدمة لهم، والتي تعزز ثقتهم وولائهم لشركة التأمين. فإن العلاقة الإيجابية بين إدراك جودة الخدمة ورضا الزبائن يقود إلى ولائهم نحو شركة التأمين من جهة، ومن جهة أخرى سيزيد من الاتجاهات السلوكية الشرائية للزبائن نحو الخدمة المقدمة. فرأس المال الزبائني الذي تمتلكه شركة التأمين وتسعى جاهدتا وبكل امكانياتها وطاقاتها من أجل تنميته وتطويره والحفاظ عليه حتى تضمن به البقاء والإستمرار، وتحقق أعلى مستويات من الإنتاج، وزيادة حصتها السوقية وتحقق أهدافها المستقبلية.

الفصل الرابع

تشخيص وضعية سوق التأمين في الجزائر من حيث الإنتاج خلال الفترة "2006-2017"

تمهيد:

إهتمت الجزائر بقطاع التأمين منذ إستقلالها لما يكتسبه من أهمية بالغة على مستوى الإقتصاد الوطني، لهذا وجب عليها إصدار العديد من التشريعات لتكفل تنظيم ورقابة كافة العمليات التأمينية التي تتم داخل التراب الوطني أو خارجه، من أجل الوصول إلى إمكانية تقييم أدائها بطريقة علمية حتى تضمن إستمراريتها وبقائها في جو تسوده تحولات إقتصادية في شتى المجالات.

ومن أبرز الإصلاحات التي قامت بها الحكومة للنهوض بالقطاع، سن القانون الجديد للتأمين المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 07/95، حيث فتح المجال أمام الشركات الأجنبية للتواجد في السوق الجزائرية من خلال فتح فروع لها بالجزائر، الأمر الذي وضع الشركات العمومية أمام تحديات كبيرة للعمل في مناخ مغاير لما كان سائدا في عهد الحماية والدعم والتطهير المالي والإحتكار الحكومي، كما يهدف هذا القانون إلى تطوير القطاع وتفعيل آدائه وتعزيز آليات الرقابة على نشاط الشركات.

سنتطرق في هذا الفصل الذي خصص لتشخيص وضعية سوق التأمين في الجزائر من خلال ثلاث مباحث، سنبين في الأول سمات قطاع التأمين في الجزائر وفي المبحث الثاني سنقوم بتحليل وضعية سوق التأمين في الجزائر من حيث الإنتاج، على أن يخصص المبحث الثالث لتبيين مكانة قطاع التأمين في الجزائر على المستوى العالمي.

المبحث الأول: سمات قطاع التأمين في الجزائر

مر قطاع التأمين في الجزائر على غرار القطاعات الإقتصادية الأخرى بجملة من الإصلاحات التي فرضتها السياسات الإقتصادية المختلفة والتي وضعته أمام تحديات تتطلب منه الإستجابة للتغيرات المختلفة في المحيط وللإلمام بهذا العنصر سنتطرق إلى مختلف المراحل التاريخية التي مر بها القطاع إضافة إلى هيكلته على ضوء إصلاحات 2006.

المطلب الأول: التطور التاريخي لقطاع التأمين في الجزائر

تدرج تطور نشاط التأمين في الجزائر عبر مراحل متعددة ومتمايزة وذلك منذ فترة الاحتلال الفرنسي إلى غاية العشرية الأولى من القرن الحالي، حيث إمتد العمل بنظام التأمين الفرنسي، إلى أن لجأ المشرع الجزائري إلى سن قوانين جزائرية خاصة بالتأمين هدفت إلى تنظيم وتفعيل دور القطاع، بحيث شهد القطاع عدة إصلاحات يمكن إيجازها في المراحل التالية:

الفرع الأول: مرحلة الإحتلال " قبل سنة 1962"

عرفت الجزائر التأمين بعد دخول الإستعمار الفرنسي سنة 1830م، حيث أنشأت أول شركة تأمين تعاونية في الجزائر سنة 1861م كانت مخصصة للتأمين ضد الحرائق، وكان التأمين لحماية مصالح المعمرين من خلال تأمين الأخطار التي تتماشى وأهدافهم مثل تأمين المواد الزراعية والتأمينات على الحياة وحوادث المرور وكانت العمليات التأمينية خاضعة للنصوص الفرنسية الموضوعة آنذاك، خاصة قانون 13 جويلية 1930 المنظم لعقد التأمين، وفي هذه الفترة كان

القطاع مستغلا من طرف شركات أجنبية أغلبها شركات فرنسية إذ بلغ عددها آنذاك 270 شركة تأمين.[1]

أهم ما ميز هذه المرحلة هو إهمال المشرع الفرنسي لفرع التأمين البري أما التأمين البحري كان يدر أموالا كثيرة على شركات التأمين، وفيما بعد تدارك المشرع الفرنسي هذا النقص بإصداره لمجموعة من القوانين والنصوص التنظيمية منها:

أولا: قانون 13 جويلية 1930 الذي كان بمثابة القاعدة، إذ كان فحواه عبارة عن تعديل إلزامي لمجموع عقود التأمين البرية.[2]

ثانيا: قانون 14 جوان 1938 قام بتوحيد مراقبة الدولة لكل شركات التأمين، وتثبيت طريقة الحساب ووضع الأرصدة وصلاحيات إدارة المراقبة.[3]

ثالثا: مرسوم 17 أوت 1941 الذي نظم الضمانات والإحتياطات المفروضة على شركات التأمين ومرسوم 19 أوت من نفس السنة الذي وضع شروط إعتماد شركات التأمين الأجنبية داخل الجزائر.[4]

رابعا: أمر 05 أكتوبر 1945 يقضي برفع صلاحيات تسيير حوادث العمل من أيدي شركات التأمين ليتكفل بها الضمان الإجتماعي.

---

[1] عبد الرزاق بن خروف، التأمينات الخاصة في التشريع الجزائري، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2000، ص32.

[2] Ali Hassid, Introduction a l étude des assurance économiques, entreprise nationale du livre, Alger, 1984,p23.

[3] طبايبية سليمة، دور محاسبة شركات التأمين في إتخاذ القرارات وفق معيار الإبلاغ المالي الدولي"دراسة حالة الشركات الجزائرية للتأمين"،أطروحة دكتوراه،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة سطيف 1 الجزائر، 2014، ص234.

[4] نفس المرجع السابق، ص 234.

خامسا: قانون 31 ديسمبر 1946 الذي تم بموجبه تأسيس صندوق ضمان السيارات لحماية ضحايا الحوادث الذين يجدون أنفسهم بصدد مواجهة مسؤول هارب أو غير قادر على الدفع.[1]

سادسا: مرسوم 06 مارس 1947 الخاص بتنظيم الإدارة العامة لمراقبة شركات التأمين والذي تم على إثره إنشاء التأمين بصفة فعلية في الجزائر، قرار 05 ماي 1947 القاضي بإنشاء لجنة إستشارية جزائرية للتأمينات والتي تقوم بتنظيم سوق التأمين ووكالات التأمين، قرار 28 أوت 1947 الذي حدد النسبة الإجبارية من المؤونات التقنية لشركات التأمين التي تستثمر في الجزائر حددت هذه النسبة آنذاك ب 50%.[2]

سابعا: قانون 25 أفريل 1956 الذي نص على تأميم 32 شركة تأمين وإنشاء صندوق مركزي لإعادة التأمين إضافة إلى مجلس وطني للتأمين.

ثامنا: قانون 27 أوت 1958 الذي نص على إلزامية التأمين على المسؤولية المدنية لمالكي السيارات.[3]

ومن أهم ما ميز هذه الفترة أن هذه القوانين نظمت قطاع التأمين، لكنها في المقابل أعطت لشركات التأمين الفرصة للحصول على أموال ضخمة من المؤمن لهم دون النظر إلى الخدمات المقدمة والتي ترتكز على حماية مصالحهم من الخطر، وفي غياب تام لمراقبة الدولة الجزائرية لها سمح لهذه الشركات باستغلال وتطوير الفروع التي تسمح لها بجني أرباح طائلة فقط، خاصة إعادة التأمين، إذ تمكنت هذه الشركات من تحويل رؤوس الأموال إلى الخارج وبكل حرية والتي قدرت ب

[1] Ali Hassid, Introduction a l étude des assurance économiques, op cit ,p24.

[2] Messaoud Boualem tafiani, les assurances en algérie,office de publication universitaire,alger,1987,p23.

[3] طبايبية سليمة، مرجع سبق ذكره،ص 234.

140 مليار فرنك فرنسي من أصل 143 مليار فرنك فرنسي[1]، وهو ما يعني حرمان الخزينة الجزائرية من مداخيل هائلة، إضافة إلى تملص هذه الشركات من التزاماتها تجاه المؤمن لهم نتيجة وقوع الحوادث وبالتالي عدم التعويض، إذ إقتصر التأمين في هذه الفترة على المعمرين ولم يستفد الجزائريون منه إلا نسبة ضئيلة وذلك نتيجة الأهداف السياسية الإستعمارية التي تسعى من ورائها إلى ترك الشعب الجزائري في معاناة إجتماعية وإقتصادية.

الفرع الثاني: مرحلة إحتكار الدولة لقطاع التأمين الجزائري " 1962-1988"

استمرت الجزائر العمل بالقوانين الفرنسية في كل القطاعات الإقتصادية ومنها قطاع التأمين وذلك لوجود فراغ قانوني، ومن أجل تنظيم نشاط التأمين صدرت قوانين وأوامر ومراسيم كانت نتيجتها إنهاء نشاط جميع الوكالات والفروع الأجنبية وتصفية أعمالها وبسط نفوذ الدولة على هذا القطاع، حيث نص المشرع الجزائري مجموعة من القوانين المتعاقبة:

أولا: القانون المتعلق بالتأمينات رقم 197/63[2] المؤرخ في 08 جوان 1963 والذي هدف إلى:

1- تكريس رقابة الدولة على نشاط التأمين للحد من التسرب المخيف للأموال المدخرة في تلك الفترة .

2- فرض عملية إعادة التأمين على جميع العقود الموقعة في الجزائر وهذا لفائدة الشركة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين CAAR وقد حددت نسبة التنازل لهذا الصندوق ب 10 % من

[1]Messaoud Boualem tafiani, les assurances en algérie" étude pour une meilleure contribution a la stratégie de développement,OPU et ENAP, Algérie,1992,p67.

[2] القانون رقم 197/63 المؤرخ في 1963/06/08 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 38، الصادرة في 12جوان1963، ص 614.

رقم أعمال الشركات الممارسة وذلك بموجب قرار من وزير المالية والصادر في 15 أكتوبر 1963.

3- ضرورة تقيد جميع شركات التأمين داخل البلاد بشروط الضمان المفروضة من طرف وزارة المالية من مراقبة واعتماد.

ولكن عقب مبادرات الحماية هذه قررت شركات التأمين الأجنبية باستثناء بعضها التوقف الفوري لنشاطاتها بدون مراعاة إجراءات التصفية المنصوص عليها في النظام المقرر استنادا على قانون 1963م المذكور وقد جعلت هذه الوضعية الدولة تقوي من نشاط الشركة العامة القائمة التي كانت تهتم بإعادة التأمين CAAR وأصبح لها الحق ابتداء من 1964م في المشاركة في كل عمليات التأمين وإعادة التأمين. فضلا إلى تكثيف الدولة إستثماراتها من خلال اعتمادها ل 17 شركة[1] لتأدية هذا الغرض التأميني منها: الشركة الجزائرية للتأمين SAA في 12 ديسمبر 1963 التعاونية الجزائرية للتأمين الخاص بعمال التربية والثقافة MAATEC في 28 ديسمبر 1964 الصندوق المركزي لإعادة تأمين التعاونيات الزراعية CCRMA في 28 أفريل 1964 بالإضافة إلى منح 14 إعتماد لشركات أجنبية من خلال القرار الصادر في جانفي 1964 منها "ستة شركات فرنسية ثلاثة بريطانية، واحدة إيطالية، واحدة هندية، واحدة نيوزلندية".

ثانيا: القانون المتعلق بالتأمينات رقم 127/66[2] المؤرخ في 27 ماي 1966 الذي نص على احتكار الدولة لكل عمليات التأمين وإعادة التأمين بالجزائر، وقد إستثنت التعاونيات من مبدأ الإحتكار، وعلى هذا الأساس تمت عملية تأميم الشركة الجزائرية للتأمين SAA وسحب الإعتماد

[1] عبد الرزاق بن خروف، مرجع سبق ذكره، ص 33.

[2] القانون رقم 127/66 المؤرخ في 1966/05/27 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد43، الصادرة في 31 ماي 1966 ، ص 503.

من الشركات الخاصة وإنهاء نشاطها وتحويله إلى الشركات الجزائرية القائمة آنذاك، وتدخل هذه الخطوة في سياق تحقيق الأهداف التالية:

1- تحقيق الرقابة الفعالة على هيئات التأمين وتنظيم وظيفة الإنتاج.

2- التنظيم والتشكيل المناسب للسوق الوطنية للتأمين وإعادة التأمين.

3- توجيه الإستثمار داخل الدولة وفقا لمخططات التنمية.

4- نشر الثقافة والوعي التأميني.

ثالثا: الأمر رقم 15/74 الصادر في 30 جانفي 1974 المتضمن إلزامية التأمين على السيارات.

رابعا: المرسوم رقم 828 المؤرخ في 21 ماي 1975 الذي يقضي بتطبيق مبدأ التخصص على شركات التأمين إذ بموجبه أصبحت كل شركة تمارس نشاطا أو أنشطة معينة، إذ تخصصت الشركة الوطنية للتأمين SAA في تأمين الأخطار البسيطة عن إستعمال الآليات البرية والتأمين عن الأشخاص والأخطار المتعددة، الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR تأمين المسؤولية لقطاع البناء، الشركة الجزائرية للتأمين CAAT لتأمين النقل البري البحري والجوي عمليات إعادة التأمين للشركة المركزية لإعادة التأمين CCR، عمليات التأمين الفلاحي للصندوق الوطني للتعاون الفلاحيCNMA .[1]

نجم عن انتهاج شركات التأمين الوطنية لسياسة التخصص مجموعة من الآثار منها[2]:

[1] Messaoud Boualem tafiani, les assurances en algérie ,op cit ,P18.

[2] وليد شويتر، تطور سوق التأمينات في الجزائر، ورقة بحثية مقدمة للندوة حول مؤسسات التأمين التكافلي والتأمين التقليدي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية، جامعة فرحات عباس ، سطيف، الجزائر، يومي 25/ 26 أفريل 2011، ص05.

1- تغيير العلاقات مع المؤمن لهم الذين وجدوا أنفسهم أمام متعامل واحد لا يمكن معه مناقشة بنود عقد التأمين، أو الطعن في تخفيض أو رفض تعسفي للتعويضات.

2- إهمال الاهتمام بالجانب التسويقي.

3- إكراه المؤمن لهم على التوجه إلى ثلاث شركات تأمين هي: الصندوق الجزائري للتأمين وإعادة التأمين لتغطية المخاطر الصناعية والنقل، والشركة الجزائرية للتأمينات من أجل التأمين على السيارات وتأمينات الأشخاص، وأخيرا الشركة الجزائرية لتأمينات النقل بدءا من عام 1986.

خامسا: القانون 07/80 الصادر في 09 أوت 1980 الذي يعتبر أول قانون جزائري للتأمين يهدف إلى تنظيم نشاط التأمين وإعادة التأمين، إذ أنه قام بتحديد مختلف قواعد عقد التأمين وبيان حقوق والتزامات أطرافه وطرق إبرامه وإنقضائه، وتحديد مجالات عقد التأمين، بعد ذلك تم صدور قانون آخر سنة 1985 الذي دعم مبدأ التخصص ونظم شركات الدولة للتأمين بمختلف تخصصاتها.

الفرع الثالث: مرحلة إلغاء التخصص " 1988-1995"

في ظل الإصلاحات التي عرفها الإقتصاد الوطني لم تحقق الإجراءات المتخذة في إطار المرسوم رقم 242/80 لإعادة هيكلة الشركات الأهداف المرجوة في تطوير الاقتصاد الوطني بسبب استمرار التدخل المفرط للدولة في اتخاذ القرارات داخل الشركة الاقتصادية، وعدم التحكم في تقنيات التسيير والتنظيم الجيد على مستوى وظائف الشركة، تزامن هذا مع الانخفاض الكبير لأسعار النفط بدءا من عام 1986، ما نجم عنه تفاقم لمديونية الدولة وتدهور اجتماعي تمثل في تفشي البطالة

وتدهور القدرة الشرائية للمواطن[1]، وهو ما دفع السلطات إلى اتخاذ إصلاح اقتصادي آخر للخروج من الأزمة وتفادي انهيار الاقتصاد الوطني، تمثل في إصدار القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية رقم 01/88[2] والقانون 04/88 من أجل رفع التدخل المباشر للدولة في الاقتصاد عن طريق منح الاستقلالية للشركات الوطنية، بأن تتحول من شركات اشتراكية ذات طابع اقتصادي إلى شركات عمومية اقتصادية، وعليه أصبح قطاع التأمين يتمتع بإستقلالية وحرية أكثر.

وفي إطار الإصلاح تم سنة 1990 إلغاء مبدأ التخصص ليتماشى مع استقلالية الشركات ولإتاحة الفرصة من الناحية الفنية لتوازن أفضل من أجل تدارك الإختلال الذي ينجم بين فروع التأمين، وبهذا أصبحت الشركات تمارس جميع العمليات بروح المنافسة بينها من أجل الوصول إلى تقديم تشكيلة منتجات تتوافق مع احتياجات الزبائن. ومن أجل ضمان هذه الإصلاحات تم إنشاء منظمة سميت الإتحاد الجزائري للتأمين وإعادة التأمين في 22 فيفري 1994 والتي تم إعتمادها في 24 فيفري 1994.

الفرع الرابع: إلغاء إحتكار الدولة لقطاع التأمين " 1995 إلى يومنا هذا"

مر قطاع التأمين في هذه الفترة بجملة من الإصلاحات المهمة التي ساهمت في تطويره من أهماها:

[1] الطيب داودي، عبد الحق ماني، تقييم إعادة هيكلة المؤسسة الإقتصادية العمومية الجزائرية، مجلة الفكر العدد03، بسكرة، الجزائر،2013،ص141.

[2] قانون رقم 01/88 المؤرخ في 12 جانفي 1988 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الإقتصادية الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 02، الصادرفي 13 جانفي 1988.

أولا: الأمر 07/95

شهد قطاع التأمين سنة 1995 عدة تعديلات حيث تم إصدار الأمر رقم **07/95**[1] المتعلق بالتأمينات المؤرخ في 25 جانفي 1995 والذي يتضمن تحرير قطاع التأمين وإلغاء الإحتكار وبذلك فتحه أمام القطاع المحلي الخاص والأجنبي. ولقد تضمن هذا الأمر كيفية إنشاء وإعتماد شركات التأمين، فحسب المادة 215 الفقرة الأولى:" تخضع شركات التأمين في تكوينها إلى القانون الجزائري وتأخذ أحد الشكلين الآتيين: شركة ذات أسهم أو شركة ذات شكل تعاضدي".

كما سمح هذا التشريع لشركات التأمين أن توزع منتجاتها عن طريق الوسطاء المعتمدين وحدد هذا الأمر نوعين من الوسطاء :الوكلا العاميين (يتم إعتمادهم من طرف شركات التأمين) والسماسرة (يتم إعتمادهم من طرف وزارة المالية).

أحدث الأمر رقم 07/95 بعض التغييرات المتعلقة بالتأمينات الإجبارية، حيث تم تقليص قائمة هذه التأمينات ولم يبقى إجباري إلا تأمين المسؤولية المدنية والتأمين على السيارات وكذلك التأمين البحري والجوي التأمين ضد الحريق للشركات العمومية. وتضمن هذا الأمر إنشا المجلس الوطني للتأمينات CNA الذي ينضم ويراقب نشاط التأمين، كما أصدر مرسوم تنفيذي رقم 337/95 المؤرخ في 30 أكتوبر 1995 الذي يتضمن صلاحيات المجلس الوطني للتأمين وتكونه وتنظيمه وعمله.

ثانيا: تم في 10 جانفي 1996 إصدار مرسوم تنفيذي رقم 06/96 يقضي بقيام الشركة الجزائرية لتأمين وضمان قروض الصادرات CAGEX.

[1] الأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، الصادرة في08 مارس 1995، ص03.

ثالثا: القرار المؤرخ في 03 نوفمبر 1998 تضمن إنشاء كل من اللجنة القانونية ولجنة حماية مصالح المؤمن لهم والتعريفة التابعة للمجلس الوطني للتأمين وتشكيلها وعملها.

رابعا: إصدار مرسوم تنفيذي يتعلق بإعداد قائمة عمليات التأمين وحصرها، ولقد عدل بالمرسوم التنفيذي رقم 293/02 الصادر في 11 ديسمبر 2002.

خامسا: الأمر رقم 12/03 الصادر في 26 أوت 2003 المتضمن إجبارية التأمين على الكوارث الطبيعية والتعويض عليها، ثم جاءت المراسيم التنفيذية "264/04، 270/04، 272/04" المؤرخة في 29 جانفي 2004 لتشخيص الحوادث الطبيعية المغطاة بإلزامية التأمين على آثار الكوارث الطبيعية وتحديد كيفيات إعلان حالة الكارثة الطبيعية والبنود النموذجية الواجب إدراجها في عقود التأمين، وتوضيح الإلتزامات التقنية الناتجة عن تأمين الكوارث الطبيعية، وتبعه القرار في 31 أكتوبر 2004 والذي تم فيه تحديد معايير التعريفة والتعريفات والإعفاءات المطبقة على الكوارث الطبيعية.[1]

سادسا: القانون رقم 04/06

بعد عشر سنوات من دخول الأمر 07/95 حيز التطبيق ظهرت بعض الجوانب التي تم إغفالها خاصة فيما يتعلق بالتأكد من مصادر الأموال المكتتبة في رؤوس أموال شركات التأمين إضافة إلى عملية الوساطة، ولهذا تم تعديله من خلال القانون الجديد للتأمين رقم **04/06**[2] المؤرخ في 20 فيفري 2006 والذي جاء لتحقيق هدفين أساسيين يتمثل الهدف الأول في إصلاح قطاع التأمين بالشكل الذي يفعل دوره في التنمية الإقتصادية من خلال تعبئة الإدخار لتمويل برامج

[1] مرقاش سميرة ، مرجع سبق ذكره ،ص193 .

[2] القانون رقم 04/06 المؤرخ في 2006/02/20 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 12، الصادرة في 15 مارس 2006،ص03.

التنمية الإقتصادية والإجتماعية، والهدف الثاني يتمثل في توفير البيئة المناسبة لشركات التأمين المتواجدة في السوق للوقوف أمام المنافسة المرتقبة، وهذا خاصة بعد الإتفاقية المبرمة مع الإتحاد الأروبي والإنظمام المرتقب للجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة. جاء هذا القانون بجملة من التدابير لتطوير صناعة التأمين في الجزائر ونذكر منها[1]:

1- إضفاء نوع من الشفافية في تعاملات شركات التأمين من خلال فصل تأمين الأشخاص على التأمينات الأخرى وأهم ما جاء به إمكانية تعيين أكثر من مستفيد فيما يتعلق بتأمينات الأشخاص وهو الأمر الذي لم يكن موجود في السابق، وهو ما كان يشكل عائق من عوائق تطوير تأمينات الأشخاص في الجزائر.

2- تسريع عملية تحرير القطاع حيث سمح لشركات التأمين الأجنبية بفتح فروع لها في الجزائر دون تأسيس شركات تأمين في الجزائر.

3- السماح للبنوك لتوزيع بعض منتجات التأمين على مستوى وكلاتها ونفس الشيء لبريد الجزائر.

4- إنشاء صندوق لضمان حقوق المؤمن لهم .

5- تعزيز الملاءة المالية وترشيد عملية التسيير في شركات التأمين من خلال فرض بعض المعايير الإحترازية مثل التأكد من التحرير الكلي لرأس المال المكتتب، والتأكد من مصادر الأموال من المصدر، تقنين مشاركة البنوك في رؤوس أموال شركات التأمين.

سابعا:كما عمدت الدولة لتحديد كيفيات وشروط فتح مكاتب تمثيل شركات التأمين وإعادة التأمين وذلك وفقا لتراخيص تمنح بقرار من الوزير المكلف بالمالية، وهذا من خلال القرار المؤرخ في 02 جانفي 2007. ولقد جاء المرسوم التنفيذي رقم 152/07 المؤرخ في 22 ماي 2007 الذي يحدد

[1] بيشاري كريم، مرجع سبق ذكره، ص165.

شروط منح شركات التأمين وإعادة التأمين الإعتماد، كما تضمن المرسوم التنفيذي رقم 153/07 كيفيات وشروط توزيع منتجات التأمين عن طريق البنوك والمؤسسات المالية وما شابهها وبشركات توزيع أخرى. وحدد المرسوم التنفيذي رقم 220/07 المؤرخ في 14 جويلية 2007 شروط إعتماد خبراء التأمين وشروط ممارسة مهامهم وشطبهم، ويتم اعتمادهم عن طريق جمعية شركات التأمين.[1]

ثامنا: تميزت سنة **2008** بالتسوية النهائية للنزاع الجزائري الفرنسي على عمليات التأمين الذي يرجع إلى سنة 1966 عندما قامت الدولة الجزائرية المستقلة حديثا بتأميم صناعة التأمين، حيث قامت شركات التأمين الفرنسية بإيقاف كل أنشطتها والإنسحاب من سوق التأمين الجزائري ومغادرة الجزائر، وعلى إثرها قامت الشركات العمومية الجزائرية " الشركة الجزائرية للتأمين والصندوق الجزائري للتأمين وإعادة التأمين" بالوفاء بإلتزاماتها وتسوية مختلف مطالبات شركات التأمين الفرنسية دون إمكانية استخدام الأصول المقابلة لها، وذلك لأن الممتلكات المكتسبة بالمقابل لهذه الإلتزامات ظلت قانونيا ملكا للشركات الفرنسية.

ولتسوية هذا النزاع بشكل نهائي، تم التوقيع على اتفاقية 06 مارس 2008 بباريس بين شركات التأمين الجزائرية وشركات التأمين الفرنسية، لتنظيم تحويل المحفظة بين الطرفين بأثر رجعي إبتداء من سنة 1966.وكنتيجة لهذه التسوية تم السماح للشركات التأمينية الفرنسية بالإستثمار والقيام بجميع عمليات التأمين في الجزائر مرة أخرى بعد 42 سنة .[2]

[1] مرقاش سميرة، مرجع سبق ذكره، ص 193.

[2] مرقوم كلثوم، صيرفة التأمين في ظل تحرير الخدمات المالية " إشارة لحالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، تخصص محاسبة مالية وبنوك، شعبة العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي ، الشلف، الجزائر،2017،ص 165.

تاسعا: في سنة 2009 تم تحديد الحد الأدنى لرأس مال شركات التأمين لكل فرع كالتالي[1]:

1- 1 مليار دينار جزائري بالنسبة للشركات التي تمارس عمليات التأمين على الأشخاص والرسملة.

2- 2 مليار دينار جزائري بالنسبة للشركات التي تمارس عمليات التأمين على الأضرار.

3- 5 مليار دينار جزائري بالنسبة للشركات التي تمارس حصريا عمليات إعادة التأمين.

4- أما بالنسبة للشركات ذات الطابع التعاضدي فقد حدد حد رأس المال الأدنى كالتالي:

أ- 600 مليون دينار بالنسبة للشركات التي تمارس عمليات التأمين على الأشخاص والرسملة.

ب- 1 مليار دينار بالنسبة للشركات على الخسائر.

عاشرا: في سنة 2010 حدد القرار المؤرخ في 19 أكتوبر 2010 شروط وكيفية مشاركة سماسرة إعادة التأمين الأجنبية المعتمدة في الجزائر وهي تخضع إلى لجنة الإشراف على التأمينات.[2]

حادي عشر: في سنة 2011 طبق الفصل النهائي بين تأمين الأضرار وتأمين الأشخاص الذي نص عليه القانون رقم 04/06، حيث أنه في جويلية 2011 أصبح قطاع التأمين ينقسم إلى فئتين رئيسيتين من شركات التأمين الأولى مخصصة في تأمين الأضرار والثانية في تأمين الأشخاص حيث لا يتم الجمع بين النشاطين في شركة تأمين واحدة، ويعتبر هذا الإجراء بمثابة إصلاح هيكلي للقطاع لترقية سوق تأمين الأشخاص.

[1] المرسوم التنفيذي رقم 375/09 المؤرخ في 11/16/ 2009، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 67 الصادر في 19 نوفمبر 2009، ص 67.

[2] طبابيبة سليمة، مرجع سبق ذكره، ص239.

مع نهاية سنة 2012 أصبح سوق التأمين الجزائري يتكون من 22 شركة تأمين " أضرار أشخاص التعاضدي" نصفها تابعة للقطاع العام.وسنة 2013 إتسمت باعتماد لجنة الإشراف على التأمينات 10 وسطاء لإعادة التأمين الأجانب.[1]

المطلب الثاني: مكونات قطاع التأمين في الجزائر

يرتبط نشاط التأمين بمجموعة من الشركات والأفراد الذين يساهمون في القيام بعملية التأمين بشكل أو بآخر حيث يتدخل الوكلاء والسماسرة في عملية توزيع عقود التأمين، في حين يتدخل خبراء التأمين قبل إتمام العقود من خلال تقدير الأخطار وتقديم الإستشارة، كما يمتد دورهم إلى تحديد حجم التعويض المناسب عند وقوع الخطر.[2] ويتكون سوق التأمين الجزائري من:

الفرع الأول: الشركات الناشطة في قطاع التأمين في الجزائر

يضم سوق التأمين في الجزائر 24 شركة تأمين في الوقت الحالي، مقسمة إلى أربعة عشر شركة لتأمين الأضرار والأشخاص، ستة شركات منها عمومية والثمانية الباقية شركات خاصة. وما يميز هذه الشركات أنها تشكل نسبة كبيرة من السوق، كما نجد صنف أخر وهو التعاونيات والتعاضديات التي أنشأت بهدف مساعدة عمال القطاع التي تنتمي إليه، ولكنها دخلت في العمل التأميني ولذلك أصبحت من شركات التأمين. حيث قدرت بثلاث تعاونيات منها اثنتين لتأمين الأضرار والثالثة مختصة في تأمينات الأشخاص. لتنقسم السبع شركات المتبقية إلى أربعة شركات مختلطة التي تزاول نشاطها التأميني في جميع الأخطار وفي كل الفروع، والثلاثة الأخرى عمومية متخصصة.

[1] Guide des assurances en algérie,2009, op cit ,P 14.

[2] Guide d'assurance en algérie, 2009, op cit ,p16.

أولا: الشركات العمومية المكلفة بالتأمين المباشر

نقصد بالشركات العمومية المكلفة بالتأمين المباشر، شركات التأمين وإعادة التأمين التقليدية التي تنشط في السوق الجزائرية للتأمين قبل الإصلاحات، والتي تشكل أكبر نسبة من السوق.

1- الشركات العمومية لتأمين الأضرار

تتمثل الشركات العمومية لتأمين الأضرار في أربع شركات وهي :

أ- الشركة الجزائرية للتأمين و إعادة التأمين CAAR:

تعتبر عميد الشركات وأقدمها على الإطلاق عايشت مختلف مراحل تطور قطاع التأمين في الجزائر تأسست غداة الإستقلال بموجب الأمر رقم 197/63 المؤرخ في 08 جوان 1963 تم تكليفها بمتابعة ومراقبة عمليات التنازل القانوني، وكان الهدف من عمل الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين هو السماح للدولة الجزائرية على مراقبة سوق التأمين، حيث كانت تلزم أي شركة تباشر نشاطها في الجزائر أن تتنازل عن أقساطها ما نسبته 10% لصالحها. وفي سنة 1964 تم الترخيص لها بممارسة كل عمليات التأمين، وفي سنة 1975 قررت التنازل على نشاط إعادة التأمين إلى الشركة المركزية لإعادة التأمين التي تم إنشائها لهذا الغرض، في سنة 1985 تنازلت عن محفظتها في فرع النقل إلى الشركة الجزائرية للتأمين الشامل. وفي إطار إعادة هيكلة نشاطها أصبحت تختص بالتأمين على الأخطار الصناعية.

مع الإصلاحات الاقتصادية لعام 1988م التي مست قطاع التأمين، وذلك بإلغاء قانون التخصص والإنتقال إلى الاستقلالية عملت على تحليل وتحديد محفظتها في تأمين النقل السيارات، التأمين على الأشخاص وفي سنة 1995 تنازلت عن محفظتها في فرع القرض الموجه

للتصدير إلى الشركة الجزائرية لضمان الصادرات وعليه فهي تساهم ب 10% من رأس المال الإجتماعي لهذه الشركة.

يقدر رأس مالها الإجتماعي ب 8 مليار دينار، إذ تملك الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين خمسة فروع جهوية ووصل عدد الوكالات المباشرة حاليا إلى 80 وكالة بالإضافة إلى 36 وكالة غير مباشرة. بلغ عدد العمال الدائمون لديها حوالي 1900 عامل، إذ عرف رقم أعمالها تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة حيث إنتقل من 7.5 مليار دج سنة 2006 إلى 15.2 مليون دج سنة 2017 وهي بذلك تحتل المرتبة الثانية من حيث رقم الأعمال.[1]

ب- الشركة الوطنية للتأمين SAA:

تأسست الشركة الجزائرية للتأمين في 12 ديسمبر 1963 في صورة شركة مختلطة جزائرية بنسبة 61% ومصرية ب 39%، وفي 27 ماي 1966 أممت الشركة في إطار إحتكار الدولة لمختلف عمليات التأمين وفي سنة 1979 ومع ظهور قانون التخصص احتكرت الشركة كلا من فرع السيارات، الأخطار البسيطة، تأمينات الحياة وعند إلغاء التخصص نوعت الشركة محفظتها بضم الفروع الأخرى للتأمين.

يقدر رأس مالها الإجتماعي ب 30 مليار دينار، إذ تمتلك الشركة الوطنية للتأمين 15 مديرية جهوية موزعة على كامل التراب الوطني و 520 وكالة مباشرة، 210 وكيل عام، 20 وسيط،147 نافذة للتأمين البنكي. بلغ رقم أعمالها سنة 2017 ما يقارب 27 مليار دج بإحتلالها المرتبة الأولى، أما عن عدد العمال فهي توظف 4140 عامل.[2]

[1] D'après le site http://www.caar.dz,Consulté le 11-04-2018, a 10h30.

[2] D'après le site http://www.saa.dz ,Consulté le 11-04-2018, a 11h.

ت- الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT:

هي شركة عمومية إقتصادية ذات طابع تجاري نتجت عن إعادة هيكلة قطاع التأمين الجزائري في أفريل 1985 طبقا للمرسوم 92/85 المؤرخ في 30 أفريل 1985، وتم تخصيصها لتمارس عمليات التأمين المتعلقة بالنقل البري البحري والجوي وكانت تعمل لصالح الدولة. مع إعادة الهيكلة والإصلاحات الإقتصادية تحولت الشركة الجزائرية للتأمينات إلى شركة عمومية إقتصادية ذات أسهم. بعد إلغاء التخصص طورت نشاطها ليشمل كافة فروع التأمين.

تمتلك الشركة الجزائرية للتأمين 9 فروع جهوية موزعة على كامل التراب الوطني، و155 نقطة بيع موزعة بين 101 وكالة مباشرة و 54 وكيل عام ، في سنة 2017 بلغ عدد عمالها 1615 عامل وحققت رقم أعمال قدره 23.1 مليار دج[1]

ث- شركة تأمين المحروقات CASH

منح لها الإعتماد في 4 أكتوبر 1999 لممارسة مختلف عمليات التأمين وإعادة التأمين وهي شركة ذات أسهم برأسمال إجتماعي قدره 1.8 مليار دج موزعة على المساهمين على النحو التالي: وزارة الطاقة متمثلة بمؤسسة سوناطراك بمساهمة قدرها 39%، مؤسسة نافطال بمساهمة قدرها 11%. وزارة المالية متمثلة بالشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين بمساهمة قدرها 33.3% الشركة الجزائرية لإعادة التأمين CCR ب 16.7%.[2]

حققت شركة تأمين المحروقات في سنة 2016 رقم أعمال قدره 9877 مليون دج ليرتفع إلى 10761 مليون دج في سنة 2017 محققا بذلك نسبة نمو قدرها 9%.

[1]D'après le site http://www.caat.dz, Consulté le 11-04-2018, a 14h15.

[2]D'après le site http://www.cash-assurances.dz,Consulté le 11-04-2018, a 18h36.

2- الشركات العمومية لتأمين الأشخاص

في صنف تأمينات الأشخاص نجد شركتين عموميتين هما:

أ- شركة كرامة للتأمين CAARAMA:

أنشأت كرامة للتأمين من طرف الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين، وهي شركة عامة تابعة لها قدر رأسمالها ب 000 000 000 1 دج، وذلك بعد صدور القانون رقم 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 والقاضي بفصل تأمينات الأشخاص عن تأمينات الأضرار. وتمتلك هذه الشركة 7 فروع جهوية وأكثر من 250 وكالة تنقسم إلى 87 وكالة مباشرة لشركة La CAAR و3 وكلاء عاميين، 72 صراف آلي للقرض الشعبي الجزائري، 21 صراف لبنك ABC* ووكالة ل Caarama Assurance.[1] حققت في سنة 2016 رقم أعمال قدر ب 2069 مليون دج، ليرتفع بنسبة 2 % إلى 2129 مليون دج في سنة 2017.

ب- شركة تالا للتأمين على الحياة الجزائر TALA:

باشرت شركة تالا لتأمين الحياة عملها في 01 جويلية 2011، أسست من طرف الشركة الجزائرية للتأمين "CAAT" وهي تابعة لها ومتخصصة في التأمين على الحياة، قدر رأسمالها الإجتماعي ب 000 000 000 1 دج تتشارك فيه كل من الشركة الجزائرية للتأمين ب 55% والباقي يتقاسمه كل من الصندوق الوطني للإستثمار "FNI"* بنسبة 30% وبنك الجزائر الخارجي

[1] D'après le site http://www.caarama.dz, Consulté le 11-04-2018, a 19h20.

* Arab Banking Corporation

* Fond National d'Investissement.

"BEA" ** بنسبة 15%.[1]

ومن خلال الجدول التالي سنبين تطور رقم أعماها منذ بداية نشاطها سنة 2011:

الجدول رقم(08): تطور رقم أعمال شركة تالا للتأمين على الحياة TALA من"2011-2017"

الإنتاج/السنوات	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TALA" مليون دج"	561	1169	1327	1556	2131	2191	1850

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات.

من خلال الجدول نلاحظ أن شركة تالا للتأمين على الحياة عرفت تطروا في رقم أعمالها ففي بداية نشاطها سنة 2011 حققت رقم أعمال قدره 561 مليون دج ليصل إلى 1850 مليون دج سنة 2017.

والجدول الموالي يلخص جميع شركات التأمين العمومية المتواجدة في سوق التأمين في الجزائر سنة 2017:

[1] D'après le site www.tala.dz, Consulté le 11-04-2018, a 22H30.

** Banque Extérieure d'Algérie.

الجدول رقم(09): شركات التأمين العمومية المتواجدة في السوق سنة 2017

نوع النشاط	شركات التأمين العمومية	تاريخ التأسيس
تأمين الأضرار	الشركة الوطنية للتأمين SAA	1963/12/12
	الشركة الجزائرية للتأمين و إعادة التأمين CAAR	1963/06/08
	الشركة الجزائرية للتأمين CAAT	1985/04/30
	شركة تأمين المحروقات CASH	1999/10/04
تأمين الأشخاص	شركة تالا للتأمين على الحياةTALA	2011/03/09
	شركة كرامة للتأمين CARAMA	2011/03/09

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمديرية التأمينات2017.

ثانيا: شركات التأمين الخاصة

نعني بشركات التأمين الخاصة، الشركات التي أنشأت بعد صدور الأمر رقم07/95 والتي تقوم بضمان جميع الأخطار لمختلف فروع التأمين، والتي تنقسم بدورها إلى الشركات الخاصة لتأمين الأضرار والشركات الخاصة لتأمين الأشخاص.

1- الشركات الخاصة لتأمين الأضرار

يتكون السوق الجزائري لتأمين الأضرار من ستة شركات خاصة، سنتعرف عليها فيما يلي:

أ- الشركة الدولية للتأمين و إعادة التأمين CIAR:

تأسست وتحصّلت على الإعتماد يوم 05 أوت 1998 لمباشرة مختلف عمليات التأمين وإعادة التأمين وهي شركة ذات أسهم برأسمال خاص وطني يعادل 450 مليون دج، أين سمح لها بمزاولة التأمين بكل فروعه المختلفة إضافة إلى عمليات إعادة التأمين، فضلا عن تأمين الأخطار

العادية بادرت الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين ببعث منتجات تأمينية جديدة مثل ضمان الكفالات وضمان قروض الإستهلاك، وهذا للإستجابة للزبائن وتلبية حاجات الشركات الجزائرية بعد الإنفتاح الإقتصادي الذي عرفته الجزائر. تتمتع بشبكة توزيع تضم 7 فروع جهوية 210 وكالة 214 وكيل منتشرين عبر أهم ولايات الوطن إضافة إلى توظيف فريق متكامل من الكفاءات في إطار تعزيز قدرتها البيعية لعرض خدمات الشركة على الزبائن المحتملين. [1]

لقد عرف رقم أعمال الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين تطورا مستمرا منذ بداية نشاطها حيث كان رقم أعمالها في سنة 1999 أي بعد سنة من انطلاق نشاطها يقدر بـ 151 مليون دج وبعد عشرية من انطلاق نشاطها أي في سنة 2008 حققت الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين رقم أعمال قدر بأكثر من أربع ملايين دينار، إلى أن بلغت رقم أعمال قدر ب 9174 مليون دج وحصة سوق قدرها 7 % سنة 2017.

ب- شركة ترست الجزائر TRUST:

تم إنشاء شركة ترست الجزائر للتأمين وإعادة التأمين في 25 أكتوبر 1997، وهي شركة ذات أسهم برأسمال مشترك "جزائري بحريني قطري" قدره 1.8 مليار دينار جزائري، بدأت في تطبيق عملياتها بعد تحصلها على قرار الإعتماد من وزارة المالية بتاريخ 18 نوفمبر 1997 وهي مكونة من أربعة مساهمين مقسمة حسب التوزيع الآتي: المساهم الرئيسي ترست الدولية البحرينية بنسبة 60%، الشركة المركزية لإعادة التأمين الجزائرية CCR بنسبة 17.5%، الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR بنسبة 17.5%، العامة للتأمينات القطرية بنسبة 5%.

[1] D'après le site http://www.laciar.com, Consulté le 12-04-2018, a 09H12.

تضم شركة ترست اليوم مستثمرين أجانب بنسبة 100%، بعد إسترداد أسهم CAAR و CCR في عام 2007. وهي مقسمة على النحو التالي: 77.5% ترست الدولية، 22.5 % قطر للتأمين العام.

تمتلك مجموعة ترست الدولية شبكة فروع واسعة ومنتشرة عبر العالم في أكثر من 30 دولة " أروبا الولايات المتحدة الأمريكية، الشرق الأوسط وإفريقيا"،إذ تضم 8 شركات تأمين مباشرة، شركة واحدة لإعادة التأمين وشركة وساطة مع Lloyd's insurance london في لندن. [1]

تستجيب المجموعة حاليا لحاجيات الزبائن الدوليين، تميزت خدماتها بالجودة والإستجابة لمتطلبات البيئة والمحيط حيث تمتلك خبرة في ميدان الأخطار التكنولوجية وهذا ما سمح لها بتحقيق رقم أعمال قدر ب 2.7 مليار دج سنة 2017 .

ت- الجزائرية للتأمينات "2A":

تأسست الجزائرية للتأمينات في إطار فتح سوق التأمين الجزائري أمام الخواص بعد الأمر 07/95، وقد تأسست بموجب القرار 14/98 في 25 جانفي 1995 ومنح لها الإعتماد في 05 أوت 1998 لتمارس نشاط التأمين وإعادة التأمين، وهي شركة ذات أسهم برأس مال خاص وطني قدره 2 مليار دج. منذ بداية نشاطها حاولت الجزائرية للتأمينات تقديم خدمات متميزة لزبائنها من خلال تشكيلة خدمات تستجيب لحاجياتهم.

[1] D'après le site http://www.trustalgeriains.com, Consulté le 12-04-2018,a 09H30.

كما عملت الجزائرية للتأمينات على تطوير شبكة توزيعها من خلال 09 مديريات جهوية و 174 وكالة موزعة عبر أهم الولايات. إضافة إلى توظيفها أكثر من 480 موظف[1]، حققت تطور في رقم أعمالها إذ بلغ 3629 مليون دج سنة 2017.

ث- العامة للتأمينات المتوسطية GAM:

تأسست وتحصّلت على الإعتماد يوم 08 جويلية 2001 لممارسة كل عمليات التأمين وبدأت عملياتها التأمينية يوم 25 سبتمبر 2001 برأس مال وطني قدره 500 مليون دينار جزائري بمساهمة شخص جزائري بنسبة قدرها 90% حيث تعد من الشركات المكونة لمجمع حاجي، وهي شركة ذات أسهم ويتمثل مساهميها في مجموعة من الشركاء الذين يعملون في أنشطة مختلفة. وفي 12 أوت 2007 أصبحت هذه الشركة تابعة كليا لمجموعة مالية افريقية تعرف ب "ECP"* ورفعت رأسمالها الإجتماعي ليصل إلى 1.2 مليار دينار جزائري.

تسعى الشركة إلى تقديم خدمات متميزة ومتنوعة لزبائنها إضافة إلى تغطية كل مناطق القطر الوطني بشبكة توزيع ممثلة ب 4 مديريات جهوية و 210 وكالة [2]، حققت تطورا في رقم الأعمال الذي قدر ب 3464 مليون دج سنة 2017.

ج- شركة أليانس للتأمينات Alliance:

شركة أليانس للتأمينات هي شركة ذات أسهم، تأسست في جويلية 2005 برأسمال جزائري قدره 800 مليون دج حيث بدأت نشاطها الفعلي سنة 2006 لممارسة جميع عمليات التأمين وإعادة التأمين من خلال تقديمها لخدمات التأمين التقليدية، بالإضافة إلى إستهداف القطاعات

[1]D'après le site https://www.2a.dz,Consulté le 12-04-2018, a 18H20.

[2] D'après le site https://www.gam.dz, Consulté le 12-04-2018, a 18H50.

* Emerging Capital Partners.

الغير مستغلة لاسيما تأمين الأخطار. قررت سنة 2010 كأول شركة جزائرية خاصة رفع رأسمالها عن طريق بورصة الجزائر، وهذا بإصدار 1.8 مليون سهم "830 دينار للسهم" لتوسيع القاعدة المالية برفع رأسمال الشركة تطبيقاً لشروط القانون رقم 04/06 القاضي برفع الحد الأدنى لرأس المال من 10 ملايين دولار إلى 30 مليون دولار[1]، إضافة إلى توسيع قاعدة الشركاء بمساهمين جدد عن طريق إعطاء فرصة للجزائريين لتوظيف مدخراتهم، وكذا بعث الثقة في قدرات القطاع الخاص وطي صفحة الفشل والإنهيارات والفضائح المالية التي أثرت على سمعة المستثمرين الخواص.

تحتوي شركة أليانس على شبكة توزيع متطورة، تتكون من 6 مديريات جهوية مقسمة إلى 130 وكالة عامة و 63 وكالة مباشرة و16 وكالة رئيسية موزعة عبر 43 ولاية، بلغ عدد عمالها 439 عامل، وحققت رقم أعمال قدر ب 4802 مليون دج سنة 2017.

ح- شركة سلامة للتأمينات:

شركة خاصة برؤوس أموال شرق أوسطية، تأسّست وتحصّلت على الإعتماد بتاريخ 02 جويلية 2006 مستحوذة بذلك على شركة البركة والأمان السعودية التي تأسست سنة 2000، حيث حدث تغيير في التسمية وتجديد الإعتماد وشركة سلامة هي إحدى الفروع التابعة للشركة العربية الإسلامية للتأمين (إياك الإماراتية) ومقرها بالمملكة العربية السعودية حيث تضم 8 شركات تكافل موزعة على: الإمارات، السعودية، مصر السنغال، الجزائر، الأردن، بالإضافة إلى شركة إعادة

[1]D'après le site https://allianceassurances.com.dz, Consulté le 12-04-2018, a 19H08.

التكافل بتونس. وتعتبر حاليا الشركة الوحيدة من بين شركات التأمين المتواجدة في السوق الجزائرية التي تنفرد بطرح وثائق التأمين التكافلي.

تتكون شبكتها من 6 مديريات جهوية و 266 نقطة بيع موزعة على كامل التراب الوطني ولديها أكثر من 310 موظف.[1] عرف رقم أعمالها تطورا ملحوظا منذ نشأتها، ففي سنة 2006 سجلت رقم أعمال قدر ب 1055 مليون دج ليرتفع إلى 4787 مليون دج سنة 2017، هذا التطور راجع لإنفرادها بطرح وثائق التأمين التكافلي في سوق التأمين في الجزائر.

2- الشركات الخاصة لتأمين الأشخاص

فيما يخص الشركات الخاصة لتأمين الأشخاص الناشطة في السوق الجزائرية للتأمين نجد شركتين،كارديف الجزائر ومصير للحياة:

أ- كارديف الجزائر Cardif

تم إعتماد شركة كارديف سنة 2006 في مجال تأمينات الحياة، وهي فرع لمجمع BNP Paribas* منتجاتها مرتبطة بالبنوك حيث تقدم منتجات خاصة بتأمين حياة الأشخاص الذين يحصلون على قروض عقارية في إطار تطوير نشاطها قامت بتوقيع عقد مع الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط في مارس 2008.[2]

[1]D'après le site http://www.salama-assurances.dz, Consulté le 13-04-2018, a 10H20.

[2]D'après le site http://www.cardifeldjazair.dz, Consulté le 13-04-2018, a 10H40.

* Banque Nationale de Paris.

توزع منتجاتها عن طريق 23 وكالة لبنك BNP Paribas بالجزائر و 206 وكالة ل الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، باشرت نشاطها في سنة 2006 ليبلغ رقم أعمالها 2441 مليون دج بعد 10 سنوات من العمل.

ب- مصير للحياة Macir Vie

مصير للحياة هي شركة جزائرية خاصة ومتخصصة في التأمين على الحياة الصحة والسفر تابعة للشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين"CIAR" تأسست في 11 أوت 2011 بعد فصل تأمينات الأشخاص عن تأمينات الأضرار، قامت في بداية نشاطها برعاية الفريق الوطني لكرة القدم في 2011، وفي 2012 أضافت لنشاطاتها تأمين الحجاج والمعتمرين. تتكون شبكتها التجارية من 5 وكالات مباشرة[1]، وبلغ رقم أعمالها 1434 مليون دج سنة 2017.

في 25 نوفمبر 2018 أعلنت مصير للحياة على توقيعها على إتفاقية شراكة مع العامة للتأمينات المتوسطية GAM، تهدف هذه الإتفاقية إلى توسيع شبكة توزيع مصير للحياة على مستوى عدد من وكالات GAM والتي تسعى من خلالها شركة GAM إلى إثراء عروضها من خلال توزيع منتجات التأمين التي تسوقها مصير حياة "التأمين على السفر، تأمين الإئتمان المقترض، تأمين المجموعة والتأمين ضد حوادث الحياة" من خلال شبكتها المؤلفة من 209 وكالة الموزعة على 42 ولاية.

وفي الجدول الموالي سنلخص شركات التأمين الخاصة المتواجدة في سوق التأمين في الجزائر سنة 2017:

[1]D'après le site https://www.macirvie.com, Consulté le 13-04-2018, a 13H.

الجدول رقم(10): شركات التأمين الخاصة المتواجدة في السوق سنة 2017

نوع النشاط	شركات التأمين الخاصة	تاريخ التأسيس
تأمين الأضرار	الشركة الدولية للتأمين و إعادة التأمين CIAR	1998/08/05
	شركة ترست الجزائرTrust	1997/11/18
	الجزائرية للتأمينات 2A	1997/05/06
	العامة للتأمينات المتوسطية GAM	2001/07/8
	شركة أليانس للتأميناتAlliance	2005/07/30
	شركة سلامة للتأمينات	2007/03/26
تأمين الأشخاص	كارديف الجزائر Cardif	2006/10/11
	مصير للحياةMacir Vie	2011/08/11

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمديرية التأمينات2017.

ثالثا: التعاضديات أو التعاونيات Les Mutuelles

التعاضديات أو التعاونيات هي شركات تأمينية هدفها تعاوني، ونشاطها يتمثل في مساعدة منخرطيها كما ليس لها غرض تجاري، وهذا هو الإختلاف الجوهري بينها وبين شركات التأمين وإعادة التأمين.

1- التعاضديات المكلفة بتأمين الأضرار

يحتوي سوق التأمين في الجزائر على تعاضديتين تختصان في مجال تأمين الأضرار وهما:

أ- الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA

هو تعاونية فلاحية ذات طابع شركة مدنية، تأسس في 02 ديسمبر 1972 بموجب المرسوم 64/72 وذلك عن طريق الجمع بين 3 صناديق كانت قائمة آنذاك والمتمثلة في: الصندوق المركزي لإعادة تأمين التعاونيات الفلاحية الصندوق المركزي التعاوني الإشتراكي الفلاحي

صندوق التعاون الفلاحي للتعاقد. الهدف منه مساعدة المنتمين للقطاع الفلاحي لا لتحقيق الربح إعتمد من طرف البنك المركزي من أجل العمل البنكي ووزارة المالية لغرض تسيير النشاط التأميني، يقوم بتأمين كافة المخاطر الفلاحية، الصيد البحري، التأمين على السيارات المسؤولية المدنية،...الخ. ومن مهامه تسيير أموال الدولة من خلال الصندوق الوطني الفلاحي الذي يعمل على تدعيم الإستثمار الفلاحي، وكذا صندوق ضمان الإنتاج الفلاحي.

بلغت شبكة توزيع الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي 67 فرع جهوي، مرتبط ب 407 مكتب محلي وصندوق عام، توظف أكثر من 2297 عامل.[1] حيث قدر رقم أعماله سنة 2017 حوالي 13012 مليون دج وهو بذلك يمثل 10% من سوق التأمين الجزائري.

ب- التعاضدية الجزائرية لتأمين عمال التربية و الثقافة MAATEC

تم إعتمادها في 10 ديسمبر 1964 ، حيث بدأت تمارس نشاطها في 01 جانفي 1965 وفي سنة 1992 سمح لهذه التعاضدية بإستغلال فروع التأمين على السيارات والتأمين الشامل للسكن المتعلقة بعمال التربية والثقافة. مما جعل حجم أعمالها لا يتعدى 469 مليون دج سنة 2016 بمساهمة هامشية ضئيلة جدا من إجمالي سوق التأمينات الجزائري.[2]

2- التعاضديات المكلفة بتأمين الأشخاص

تتمثل التعاضدية المكلفة بتأمين الأشخاص في تعاونية واحدة والتي تعرف ب:

[1] D'après le site http://cnma.dz, Consulté le 13-04-2018, a 14H.

[2] D'après le site http://www.maatec.dz, Consulté le 13-04-2018, a 14H30.

أ- التعاونية Le Mutualiste

هي عبارة عن تعاونية متخصصة في تأمينات الأشخاص تابعة للصندوق الوطني للتعاون الفلاحي "CNMA" منحت الإعتماد من طرف وزارة المالية في 05 جانفي 2012، بصندوق تأسيسي حجمه 800 مليون دج، تقوم هذه التعاونية بتوزيع منتجاتها عن طريق شبكة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، التي تتكون من 67 صندوق إقليمي موزع عبر كامل التراب الوطني و كذا 337 مكتب محلي.[1]

والجدول الموالي يلخص التعاضديات المتواجدة في سوق التأمين الجزائري سنة 2017:

الجدول رقم(11): التعاضديات المتواجدة في السوق سنة 2017

نوع النشاط	التعاضديات	تاريخ التأسيس
تأمين الأضرار	الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA	1972/12/02
	تعاضدية عمال التربية و الثقافة	1964/12/10
تأمين الأشخاص	شركة التأمين التعاوني	2012/01/05

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمديرية التأمينات2017.

رابعا: الشركات المختلطة

يتكون سوق التأمين في الجزائر من شركات التأمين المختلطة التالية:

[1]D'après le site http://www.lemutualiste.dz, Consulté le 13-04-2018, a 16H.

1- الشركات المختلطة لتأمين الأضرار

تمثل شركة آكسا " AXA Assurances Algérie " الشركة المختلطة الوحيدة في السوق الجزائرية لتأمين الأضرار:

أ- أكسا الجزائرية لتأمينات الأضرار AXA Assurances Algérie Dommage

باشرت عملها في الجزائر في 03 أكتوبر 2011، حيث يقدر رأسمالها ب 3.15 مليار دج وذلك بمساهمة كل من مجمع أكسا "AXA" بنسبة 49% والصندوق الوطني للإستثمار"FNI" بنسبة 36% وبنك الجزائر الخارجي"BEA" بنسبة 15%.حققت أكسا لتأمينات الأضرار في سنة 2016 أداء جيد قدر ب 9% وهذا تماشيا لطموحاتها.

2- الشركات المختلطة لتأمين الأشخاص

هناك 3 شركات مختلطة لتأمين الأشخاص:

أ- آكسا الجزائرية لتأمينات الحياة AXA Assurances Algérie Vie

باشرت شركة آكسا المختصة في تأمينات الأشخاص نشاطها بتاريخ 02 نوفمبر 2011 برأسمال قدره 1 مليار دج وذلك بمساهمة كل من مجمع أكسا "AXA" بنسبة 49% الصندوق الوطني للإستثمار "FNI" بنسبة 36% وبنك الجزائر الخارجي"BEA" بنسبة 15%.[1]

ب- شركة أمانة " تأمين الإحتياط و الصحة" SAPS

أنشأت في 10 مارس 2011 برأسمال 2 مليار دج ، هي شركة ذات أسهم متخصصة في التأمين على الأشخاص تم إنشائها بمساهمة كل من التأمين المتبادل للتجار الصناعيين في فرنسا

[1]D'après le site https://www.axa.dz, Consulté le 15-04-2018, a 11H05.

"MACIF" *،الشركة الوطنية للتأمين "SAA"، بنك الفلاحة والتنمية الريفية "BADR "،بنك التنمية المحلية "BDL "، تضم 800 نقطة بيع وهي الأكثر شمولا على كامل التراب الوطني، لديها أفضل الأدوات التي تلبي أحدث المعايير التكنولوجية.[1]

ت- شركة الجزائرية للحياة AGLIC

تأسست الجزائرية للحياة في سنة 2015 برأس مال قدره مليار دج، هي شركة مساهمة متخصصة في التأمين على الأشخاص من مساهميها كل من شركة تأمين المحروقات "CASH" البنك الوطني الجزائري"BNA" وشركة التأمين الكويتية "شركة الخليج للتأمين". [2]

والجدول الموالي يلخص شركات التأمين المختلطة المتواجدة في سوق التأمين في الجزائر سنة 2017:

الجدول رقم(12): الشركات المختلطة المتواجدة في السوق سنة 2017

نوع النشاط	شركات التأمين	تاريخ التاسيس
تأمين الأضرار	أكسا الجزائر لتأمين الأضرار	2011/10/03
تأمين الأشخاص	أكسا الجزائر لتأمين الحياة	2011/11/02
	شركة تأمين الإحتياط و الصحة	2011/03/10
	الجزائرية للحياة	2015/02/22

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمديرية التأمينات2017.

[1]D'après le site https://www.amana.dz, Consulté le 15-04-2018, a 11H30.

[2] D'après le site https://www.aglic.dz, Consulté le 15-04-2018, a 12H20.

*La Mutuelle Assurances des Commerçants et Industriels de France.

خامسا: الشركات المتخصصة

شركات التأمين المتخصصة هي التي تشغل كل طاقتها المالية والبشرية في نوع معين من الأخطار وتقوم بضمانها، لأن التخصص في ميدان التأمين يكون له أثر إيجابي على الشركة وعلى حاملي عقود التأمين. وظهر هذا النوع حديثا أي بعد الإصلاحات، وجاء بموجب الأمر 07/95 منها:

1- الشركة الجزائرية لضمان الصادرات CAGEX

أنشأت هذه الشركة بموجب المرسوم رقم 06/96 المؤرخ في 10 جانفي 1996 المتعلق بتأمين القرض الموجه للتصدير، وهي شركة ذات أسهم بدأت برأسمال إجتماعي قدره 2مليار دج مشترك بين البنوك العمومية وشركات التأمين العمومية[1] مثلما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (13):المساهمين في الرأسمال الاجتماعي للشركة الجزائرية لضمان الصادرات CAGEX

البنوك	شركات التأمين
البنك الفلاحي و التنمية الريفيةBADR	الشركة الجزائرية للتأمين و إعادة التأمينCAAR
بنك الجزائر الخارجيBEA	الشركة الجزائرية للتأمينCAAT
بنك التنمية المحليةBDL	الشركة المركزية لإعادة التأمينCCR
البنك الوطني الجزائريBNA	الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA
البنك الشعبي الجزائريCPA	الشركة الجزائرية للتأمينSAA

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الموقع الإلكتروني للشركة.

[1]D'après le site http://www.cagex.dz, Consulté le 15-04-2018, a 16H10.

في سنة 1999 رفعت الشركة من رأسمالها ليسمح لها بمزاولة عمليات إعادة للتأمين وأصبحت تغطي الأخطار التالية: الأخطار التجارية مثل أخطار عدم القدرة على التسديد أو تدني قيمة الأصول، الأخطار السياسية الناجمة عن الأزمات السياسية في بلد مزاولة النشاط، أخطار عدم تحويل الأموال التي يدفعها المشتري أخطار الكوارث الطبيعية، الأخطار التي تصيب العارض في البلدان الأجنبية.

كما أن الشركة الجزائرية لضمان الصادرات تعرض مزيج من الخدمات منها: عقد شامل لتغطية رقم الأعمال المحقق من الصادرات، عقود فردية مرتبطة بعملية التصدير، عقد تأمين على المعروضات في الخارج.

في سنة 2017 سجلت CAGEX رقم أعمال قدر ب 815 مليون دج منها 115 مليون دج المتعلقة بتأمين قروض الصادرات و 700 مليون دج المتعلقة بتأمين القروض المحلية.

2- شركة ضمان القروض العقارية SGCI

هي شركة عمومية إقتصادية ذات أسهم، أنشأت في 05 أكتوبر 1997 برأسمال قدره 2 مليار دج موزع بين المساهمين التاليين: الخزينة العمومية، البنوك العمومية، شركات التأمين العمومية، ويملك كل واحد من المساهمين عدد معين من أسهم شركة ضمان القرض العقاري SGCI وقيمة كل سهم 50000 دج، الهدف من الشركة هو تقديم الضمانات للبنوك لكي تقدم قروض عقارية والتي شهدت نموا ملحوظا في السنوات الأخيرة.[1] تتوزع حصص المساهمين مثلما هو مبين في الجدول التالي:

[1]D'après le site http://www.sgci.dz, Consulté le 15-04-2018, a 17H.

الجدول رقم (14): حصص المساهمين في رأسمال شركة ضمان القرض العقاري SGCI

المساهمين	مبلغ المساهمة	النسبة	عدد الأسهم
الخزينة العمومية	807.000.000	%40.35	16.140
CNEP	161.050.000	%8.025	3.221
CPA	161.050.000	%8.025	3.221
BNA	161.050.000	%8.025	3.221
BDL	161.050.000	%8.025	3.221
BEA	161.050.000	%8.025	3.211
BADR	101.400.000	%5.07	2.028
CAAR	101.400.000	%5.07	2.028
SAA	101.400.000	%5.07	2.028
CAAT	41.800.000	2.09	836
CCR	41.750.000	2.0857	835

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الموقع الإلكتروني للشركة.

عرفت شركة ضمان القروض العقارية سنة 2017 زيادة كبيرة في رقم أعمالها قدرت ب 56% من 549 مليون دج سنة 2016 إلى 929 مليون دج سنة 2017.

3- الشركة الجزائرية لإعادة التأمين CCR

يعود إنشاء الشركة المركزية لإعادة التأمين CCR إلى سنة 1973من طرف السلطات العمومية بعد تنازل شركة LA CAAR عن محفظة إعادة التأمين، وهي شركة عمومية ذات أسهم برأسمال قدره 5 مليار دج والشركة الوحيدة التي ينحصر نشاطها في ممارسة عمليات إعادة

التأمين، إلى جانب إشرافها على البرنامج الوطني الخاص بتغطية أخطار الكوارث الطبيعية الذي تم وضعه بعد زلزال 21 ماي 2003.

تتمتع الشركة المركزية لإعادة التأمين بشبكة علاقات مع آلاف شركات التأمين و إعادة التأمين الجزائرية والأجنبية بصفة مباشرة أو بصفة غير مباشرة عن طريق عملية الوساطة في مختلف أنحاء العالم. بعد إصلاحات 1995 قامت الشركة بتكييف إستراتيجيتها للإحتفاظ بوضعية القائد لفرع إعادة التأمين من خلال تسيير مواردها البشرية والإستغلال الجيد للمعلومات وتتبع المحيط فضلا عن تشكيل مجمعات لإعادة التأمين بالشراكة مع شركات جزائرية وأجنبية وتجميع رأسمالها وفي هذا الإطار الشركة المركزية لإعادة التأمين شريك ومساهم في العديد من الشركات نذكر منها: الشركة المتوسطية للتأمين وإعادة التأمين MED-RE "لندن"، الشركة الإفريقية لإعادة التأمين Afric-RE"ليقوص- نيجيريا"، الشركة العربية لإعادة التأمين Arab-RE "بيروت" الشركة الجزائرية لضمان الصادراتCAGEX "الجزائر".

حققت الشركة المركزية لإعادة التأمين سنة 2017 رقم أعمال قدره 29.4 مليار دج بزيادة قدرها 8% مقارنة بسنة 2016.تم تحقيق هذا الرقم من السوق المحلية بنسبة 87%، في حين 13% المتبقية من السوق الدولية.

والجدول الموالي يلخص شركات التأمين المتخصصة المتواجدة في سوق التأمين في الجزائر سنة 2017:

الجدول رقم(15): شركات التأمين المتخصصة المتواجدة في السوق سنة 2017

نوع النشاط	شركات التأمين	تاريخ التأسيس
التأمينات المتخصصة	الشركة الجزائرية للتأمين و ضمان الصادرات CAGEX	10/01/1996
	شركة ضمان القرض العقاري SGCI	18/05/1999
	الشركة المركزية لإعادة التأمين CCR	01/10/1973

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمديرية التأمينات2017.

الفرع الثاني: الوسطاء

يتحقق نشاط التأمين من خلال مجموعة من الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين الذين يتدخلون بشكل أو بآخر في عملية التأمين، إنطلاقا قبول وتقدير الأخطار إلى تسوية التعويضات وفي السوق الجزائرية نجد ثلاثة أشكال من الوساطة :

أولا: الوكيل العام

الوكيل العام للتأمين هو شخص طبيعي يمثل شركة تأمين بموجب عقد التعيين المتضمن اعتماده بهذه الصفة. حسب القانون الجزائري يجب عليه تخصيص إنتاجه لشركة التأمين التي يمثلها، ولا يجوز له تمثيل أكثر من شركة تأمين بالنسبة لعملية تأمين أو فرع تأمين واحد، مهمته البحث عن أكبر قدر من المؤمن لهم لجمع أكبر حصة من الأقساط بالإضافة إلى استقبال طلبات التعويض.

يضع الوكيل العام للتأمين كفاءته التقنية تحت تصرف الجمهور قصد البحث عن عقد تأمين يلائم احتياجات زبائنه،كما يضع خدماته الشخصية وخدمات الوكالة العامة تحت تصرف الشركة

التي يمثلها بالنسبة للعقود التي توكل إليه إدارتها. يتقاضى الوكيل العام للتأمين عن ممارسة مهامه عمولات*.[1]

ويختلف الوكيل عن مندوب البيع والذي يكون عادة موظف لدى الشركة نفسها، والذي يقوم ببيع وثائق التأمين لصالح الشركة مقابل راتب وعمولة، وعقد الوكالة الذي تمنحه شركة التأمين يعطي الحق لوكيل التأمين العام بقبول التأمين مباشرة من المستفيد واستلام قسط التأمين المستحق على وثيقة التأمين دون الرجوع إلى شركة التأمين التي يمثلها.[2]

ثانيا: السماسرة

سمسار التأمين يمكن أن يكون شخص طبيعي أو اعتباري، يخضع لجميع التزامات التجار يمارس لحسابه الخاص مهنة التوسط بين طالبي التأمين وشركات التأمين بغرض اكتتاب عقد التأمين، ويعد سمسار التأمين وكيلا للمؤمن له ومسؤولا تجاهه.

يخضع سمسار التأمين في الجزائر للقانون التجاري باعتبار أن مهنة السمسرة هي نشاط تجاري وبالتالي يجب عليه التسجيل في السجل التجاري، ويحصل السمسار على ترخيص العمل من هيئة الإشراف والرقابة على التأمين ويتحصل على أتعابه على شكل عمولة تحسب عن القسط الصافي دون الحقوق والرسوم[3]. من أهم مهامه: تحليل احتياجات المؤمن لهم وإيجاد الحلول المثلى لمواجهة الأخطار، تنفيذ الخيارات المتوافق عليها بخصوص القسط والشركة المؤمنة والضمانات

[1] حساني حسين، توينار رمضان، دراسة تحليلية لواقع توزيع الخدمات التأمينية في الجزائر، مجلة إقتصاديات المال و الأعمال، العدد06، الجزائر، 2018، ص291.

[2] أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، مرجع سبق ذكره، ص215.

[3] المرسوم التنفيذي رقم 340/95 المؤرخ في 30 أكتوبر 1995 الذي يحدد شروط منح وسطاء التأمين، الإعتماد والأهلية المهنية وسحبه منهم ومكافئتهم ومراقبتهم، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد1995،65.

المقدمة بين المؤمن له وشركة التأمين، مساعدة المؤمن له في إدارة عقود التأمين وتبعات تحقق الخطر[1]. والجدول الموالي يوضح أهم جوانب الإختلاف بين سمسار التأمين والوكيل العام للتأمين:

الجدول رقم (16):جوانب الإختلاف بين سمسار التأمين والوكيل العام للتأمين

جوانب الإختلاف	سمسار التأمين	الوكيل العام للتأمين
الصفة	شخص طبيعي أو اعتباري	شخص طبيعي فقط
طبيعة النشاط	تاجر	وكيل معتمد
الإعتماد	الإعتماد من وزارة المالية بعد استشارة المجلس الوطني للتأمينات	الإتفاقية بينه و بين شركة أو شركات التأمين
طبيعة الإلتزام	حر من أي التزام اتجاه شركات التأمين	يعمل بناءا على توكيل يقدم من شركة التأمين
عمولة الأتعاب	نسبة من القسط الصافي الخال من الحقوق و الرسوم	عمولة التسيير وعمولة الإنتاج

المصدر: حساني حسين، تويتار رمضان، دراسة تحليلية لواقع توزيع الخدمات التأمينية في الجزائر مجلة إقتصاديات المال و الأعمال، العدد06، الجزائر، 2018، ص292.

ساهم الوسطاء في تحقيق 6% من إنتاج قطاع التأمين الجزائري سنة 2017، إذ عرف نشاطهم تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة حيث انتقل رقم الأعمال المحقق من طرف الوسطاء من 10.5 مليار دج سنة 2006 إلى 39.7 مليار دج سنة 2017 والجدول الموالي يوضح ذلك:

[1] حساني حسين، تويتار رمضان،مرجع سبق ذكره، ص292.

*العمولة هي نسبة من القسط المحصل الخالي من الحقوق والرسوم المحصل عليها من قبل وسطاء التأمين تكون مكافأة لهم على استقطاب وجذب وثيقة التأمين.

الجدول رقم (17): تطور إنتاج الوسطاء خلال الفترة " 2006- 2017"

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011
رقم الأعمال" مليار دج"	10.5	11.8	15.4	20.7	21.9	24
السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
رقم الأعمال" مليار دج"	28.3	31.7	35.9	37.6	37.7	39.7

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات"2006-2017"

ويرجع هذا التطور في إنتاج الوسطاء إلى زيادة عدد الوسطاء طول هذه الفترة، إذ كان عددهم 418 وسيط سنة 2006، ليبلغ عددهم 1367 وسيط سنة 2017 على المستوى الوطني منهم 1330 وكيل عام و37 سمسار يشكلون 6% من إنتاج القطاع. والجدول الموالي يبين تطور عدد الوسطاء:

الجدول رقم (18): تطور عدد الوسطاء خلال الفترة " 2006-2017"

عدد/السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الوكلاء العاميين	397	457	579	553	641	641	797	929	990	1090	1129	1330
السماسرة	21	24	26	28	23	26	28	28	31	38	31	37
إجمالي الوسطاء	418	481	605	581	664	667	825	957	1021	1128	1160	1367

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات"2006-2017"

ثالثا: البنوك

قبل سنة 2006 لم يكن مسموح للبنوك التي تنشط في الجزائر بتوزيع منتجات شركات التأمين، لكن بدخول القانون رقم 04/06 حيز التنفيذ أصبح بإمكان البنوك والهيئات المشابهة لها توزيع منتجات شركات التأمين وهذا وفقا لأحكام المادة 53 من القانون رقم 04/06 المعدل والمتمم للمادة 252 من الأمر 07/95.

حدد المرسوم التنفيذي رقم 153/07[1] المؤرخ في 22 فيفري 2007 كيفيات وشروط توزيع منتجات التأمين عن طريق البنوك والمؤسسات المالية وما شابهها وغيرها من شبكات التوزيع والمتضمن مايلي[2]:

1- إمكانية توزيع المنتجات التأمينية عبر البنوك والمؤسسات المالية وماشابهها وغيرها من شبكات التوزيع.

2- تكون عملية التوزيع للمنتجات التأمينية على أساس اتفاقية أو عدة إتفاقيات توزيع.

3- تحديد مضمون اتفاقية التوزيع والتي تتضمن أساسا: الوكالات أو مراكز البيع المؤهلة لاكتتاب عقود التأمين منتجات التأمين المراد توزيعها، تحديد عمولة التوزيع وكيفية دفعها، المقاطعة الإقليمية المرخص للوكيل بالعمل ضمنها، الجهات القضائية المختصة في الحكم في حالة نزاع، آجال تحويل الأقساط للمؤمن والتسيير وضبط الحوادث.

4- اعتبار الهيئات الموزعة لمنتجات التأمين وكلاء لشركات التأمين.

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 153/07 المؤرخ في 22 /2007/05 المتضمن كيفيات و شروط توزيع منتجات التأمين عن طريق البنوك والمؤسسات المالية الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 35، الصادر في 23 ماي 2007، ص17.

[2] مرقوم كلثوم، مرجع سبق ذكره، ص 183.

5- تنظيم شركات التأمين لتربص تكويني خاص بموظفي وكلاء التأمين المتمثل في 96 ساعة تكوين فعلية حول العمليات التأمينية.

6- يخضع نشاط توزيع منتجات التأمين عن طريق البنوك والمؤسسات المالية وغيرها من شبكات التوزيع إلى مراقبة لجنة الإشراف على التأمينات.

وحسب المادة 02 و المادة 04 من القرار الوزاري لوزارة المالية[1] المؤرخ في 2007/08/06 تستفيد البنوك والمؤسسات المالية وماشابهها في إطار توزيع المنتجات التأمينية من عمولة توزيع تحسب بنسبة مئوية من القسط المحصل الصافي من الحقوق والرسوم، ولقد حدد هذا القرار منتجات التأمين الممكن توزيعها بواسطة البنوك والمؤسسات المالية وماشابهها وكذا النسب القصوى لعمولة التوزيع الموضحة في الجدول التالي:

[1] المادة 02 والمادة 04، قرار وزارة المالية المؤرخ في 2007/08/06 الذي يحدد منتوجات التأمين الممكن توزيعها بواسطة البنوك والمؤسسات المالية وماشابهها وكذا النسب القصوى لعمولة التوزيع، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد59، الصادر في 23 سبتمبر 2007، ص17.

الجدول رقم (19):المنتجات المسموح بتوزيعها عبر البنوك و النسب القصوى لعمولة التوزيع

المنتجات المسموح بتوزيعها	النسبة القصوى لعمولة التوزيع
تأمين الأشخاص "الرسملة"	40 % من القسط الأول و 10% من الأقساط السنوية الموالية طيلة المدة الكاملة للعقد
فروع تأمين الأشخاص الأخرى "حوادث،مرض،الإعانة،الحياة،الوفاة"	%15
تأمين القروض	%10
تأمين الأخطار المتعددة للسكن" الأخطار البسيطة للسكن"	%32
التأمين الإلزامي لأخطار الكوارث الطبيعية	%5
تأمين الأخطار الزراعية	%10

المصدر: مرقوم كلثوم، صيرفة التأمين في ظل تحرير الخدمات المالية " إشارة لحالة الجزائر" أطروحة دكتوراه تخصص محاسبة مالية وبنوك، شعبة العلوم الإقتصادية،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر،2017،ص 184.

فالجدول يحدد مختلف فروع التأمين الممكن توزيعها عن طريق شبكة البنوك، كما يبين مختلف النسب المئوية من قسط التأمين الخالي من الرسوم والحقوق التي حددها المشرع كمكافأة للبنك عن تقديمه للخدمة التأمينية. وما يمكن استخلاصه من الجدول أن نسبة مكافأة فرع تأمين الرسملة وفرع تأمين أخطار السكن، هي نسب مرتفعة مقارنة بباقي فروع التأمين وذلك تشجيعا للبنوك ببذل جهود كبيرة للوصول إلى أكبر قدر ممكن من المؤمن لهم بالإضافة إلى كون هذه الفروع من التأمين مربحة واحتمال تحقق الأخطار فيها ضئيل. والجدول الموالي يبين تطور إنتاج خدمات بنك التأمين:

الجدول رقم (20): تطور إنتاج خدمات بنك التأمين للفترة "2012-2017"

السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
رقم الأعمال "مليون دج"	1287	1649	1963	2261	2638	4869

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات"2012-2017"

في سنة 2017 أظهر إنتاج خدمات بنك التأمين تحسنا بنسبة 85% إذ بلغ 4869 مليون دج .مقارنة بسنة 2016 تم تسجيل تغيير إيجابي من قبل معظم الشركات التي إستخدمت هذا النوع من الوساطة التي لاتزال مزدهرة بالنظر إلى وتيرة التغيير منذ إنطلاقه.

الفرع الثالث: الخبراء، ومحافظي العواريات والاكتواريون

تم تعريف أنشطة الخبير ومحافظ العواريات والاكتواري في المادتين 270 و 270 مكرر من الأمر 07/95 المعدل والمتمم بالقانون 04/06 المتعلق بالتأمينات، حيث أن شركات التأمين وإعادة التأمين تستعين بأشخاص مؤهلين يتم اعتمادهم من قبل جمعية شركات التأمين ممثلة في "الاتحاد الجزائري لشركات التأمين وإعادة التأمين" في مختلف مجالات الخبرة وفقا لأحكام المرسوم رقم 220/07 المؤرخ في 14 جويلية 2007.[1]

أولا: خبراء التأمين

الخبير حسب المادة 269 من الأمر 07/95 المتعلق بالتأمينات، هو كل شخص طبيعي أو معنوي مؤهل لتقديم الخدمة في مجال البحث عن الأسباب وطبيعة وامتداد الأضرار وتقييمها والتحقق من ضمان التأمين.

[1] المرسوم التنفيذي 220/07 المؤرخ في 14 جويلية 2007، المحدد لشروط اعتماد خبراء ومحافظي العواريات وخبراء التأمين لدى شركات التأمين وشروط ممارسة مهامهم وشطبهم، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 46 ، الصادر بتاريخ 15 جويلية 2007.

يعتمد الخبراء من طرف الإتحاد الجزائري لشركات التأمين وإعادة التأمين في مختلف فروع الخبرة مثل السيارات، الفلاحة، الأخطار الصناعية...إخ، وتتواجد في الجزائر شركتين فرعيتين للخبرة تابعة لشركات تأمين عمومية تتمثل في:

1- شركة الخبرة للجزائر " EXAL"*

هي شركة عمومية اقتصادية تأسست في عام 1997 برأس مال قدره 05 مليون دج، مقسم بين كل من "الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين" بنسبة 37.2% والشركة المركزية لإعادة التأمين ب 37.2% ، والشركة الجزائرية للتأمينات بنسبة 25.6%[1]، وقد أتى إنشاء هذه الشركة في إطار إعادة هيكلة قطاع التأمينات، فنشاط الخبرة الذي كان يمارس في السابق من قبل المكاتب التقنية للشركات تم فصله بهدف تحسين الأداء وتحكم أفضل لذلك قررت شركات التأمين وإعادة التأمين بالتشاور مع السلطات العمومية إنشاء شركة فرع ذات أسهم، تأخذ على عاتقها نشاط الخبرة، إضافة إلى خدمات أخرى كمعاينة الأخطار، تحيينات قيم التأمين، الرقابة التقنية القانونية المساعدة والاستشارة...الخ.

2- الشركة الجزائرية للخبرة و المراقبة التقنية للسيارات " SAE Exact"**

هي شركة فرعية تابعة للشركة الجزائرية للتأمين SAA والتي أنشأت في 01 فيفري 1998 تتركز مهمتها في إنجاز أعمال الخبرة في السيارات وفي الأخطار المختلفة لحساب هياكل الشركة

[1] D'après le site: www.exal.dz, Consulté le 16-05 -2018 a 09H15.

* Expertise Algérie.

**Société algérienne d'expertise et du contrôle technique automobile.

الأم، وإلى الشركات الأخرى لقطاع التأمين، كما تقوم كذلك بإنجاز أعمال المراقبة التقنية للسيارات تتكون من 25 مركز للخبرة متواجد بالتراب الوطني.[1]

ثانيا: محافظو العواريات

حسب المادة 270 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، يعتبر محافظ العواريات كل شخص مؤهل لتقديم الخدمة في مجال المعاينة والبحث عن أسباب وقوع الأضرار والخسائر والعواريات اللاحقة بالسفن والبضائع المؤمن عليها وتقديم التوصيات بشأن الإجراءات التحفظية والوقاية من الأضرار.[2]

ثالثا: الاكتواريون

وفق المادة 270 من الأمر 07/95 المعدل والمتمم بالقانون رقم 04/06، يعتبر اكتواريا كل شخص يقوم بدراسات اقتصادية ومالية وإحصائية بهدف إعداد أو تغيير عقود التأمين. ويقوم بتقييم أضرار وتكاليف المؤمن والمؤمن له، ويحدد أسعار الاشتراك بالسهر على مردودية الشركة، ويتبع نتائج الاستغلال ويراقب الاحتياطات المالية للشركة.

الفرع الرابع: فاعلين آخرين

من المؤسسات الأخرى الفاعلة فيما يخص نشاط التأمين في الجزائر نجد:

أولا: المكتب الموحد الجزائري للسيارات

هو شركة ذات أسهم تأسست في 01 أفريل 2014، برأس مال اجتماعي قدره 13 مليون دج، مقسم بين 13 شركة تأمين جزائرية مساهمة، مهمته الأساسية إصدار البطاقة البرتقالية، وهذا

[1] D'après le site: www.saa.dz, Consulté le 16-0- 52018 a11H.

[2] مرقاش سميرة، مرجع سبق ذكره، ص210 .

من أجل التكفل بالأضرار الناتجة عن حوادث السيارات المتسبب فيها أو المتعرض لها جزائريون خلال تنقلاتهم في الدول العربية الموقعة على الاتفاقية الجماعية لشركات التأمين لسنة1975[1]. حيث وقبل إنشاء هذا المكتب كان تسيير ملفات هذا النوع من الأضرار على عاتق الاتحاد الجزائري لشركات التأمين وإعادة التأمين.

ثانيا: التكوين

بعد صدور الأمر رقم 07/95 والقانون رقم 04/06 وإنفتاح السوق الوطني للتأمينات أوجب على السلطات أن تولي إهتماما بموضوع التكوين، الذي أصبح ضروريا وإستراتيجيا لتطوير قطاع التأمين الجزائري.

1- مدرسة الدراسات العليا للتأمين

تتويجا لإتفاق الشراكة بين الجزائر وفرنسا في مجال التأمينات، تم في عام 2010 إنشاء مدرسة الدارسات العليا للتأمين، كشركة ذات أسهم برأس مال اجتماعي قدره 28 مليون دج، من قبل 14 شركة تأمين جزائرية العضو في الاتحاد الجزائري لشركات التأمين وإعادة التأمين، وهذا بالتعاون مع المدرسة الوطنية للتأمينات "ENASS" ومعهد التكوين لمهنة التأمين " IFPASS" الفرنسيين، تعمل هذه المدرسة على ضمان حصول الطلاب على نوعية تكوين جيدة في مجال التأمين بالإضافة إلى مجالات أخرى تتعلق بمهنة التأمين مثل العقار والمالية والإقتصاد والتجارة.[2]

[1] Ayoub Bouaraba, 13compagnies d'assurances créent la SPA Bureau Unifié Automobile Algérien (BUA) Revue de l'Assurance, éditée par le Conseil National des Assurances, N°5, Algérie, de Janvier à Avril 2014,p30.

[2] مرقوم كلثوم، مرجع سبق ذكره، ص169.

وهذا من أجل تلبية الحاجة الكبيرة لقطاع التأمين للتكوين بهدف دعم وتحسين المستوى العام للسوق.

2- المعهد الجزائري للدراسات العليا المالية

هو شركة ذات أسهم يخضع للقانون التجاري برأس مال اجتماعي قدره 30 مليون دج، تأسس سنة 2004 بالاشتراك بين 12 شركة، بنوك عمومية "BNA,BEA,BADR,BDL,CNEP,CPA" وشركات تأمين " CCR,SAA,CAAR,CAAT" شركة إعادة تمويل الرهن العقاري وسوناطراك. تنظم دورات تكوينية ذات مستوى رفيع تخص المجال المالي، موجهة لإطارات ومسؤولي قطاع المصارف، القطاع المالي والتأمين.[1]

3- المعهد العالي للتسيير والتخطيط

تأسس المعهد بتاريخ 19 أكتوبر 1984 بموجب المرسوم رقم 293/84 كشركة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المدنية والاستقلال المالي، تتمثل مهمته في المساهمة في تحسين أنظمة تسيير الشركات (عمومية وخاصة) من خلال تصميم وإعداد وتنفيذ برامج إعادة التجديد والإتقان لفائدة إطارات التسيير عالية المستوى سواء الشاغلين أو المدعوين لشغل مناصب مسؤولية في الشركات، إضافة إلى تقديم خدمات الخبرة والاستشارة للشركات.[2]

4- المعهد العالي للتأمينات والتسيير INSAG

يقع مقره بالعاصمة، وهو أول مدرسة خاصة توفر تكوينا عالي المستوى في مجال التأمين لفائدة مترشحين أحرار أو إطارات تابعة لشركات تأمين جزائرية. وهو امتداد للمعهد العالي للتكوين

[1] نفس المرجع السابق، ص170.

[2] D'après le site www.isgp.dz, Consulté le 17/06/2018 a 22H.

في تقنيات التسيير ISTG سابقا الذي تأسس عام 1992، حيث باشرت هذه المدرسة في بدايات نشاطها تقديم تكوين في ميدان النشاط التجاري والتسيير لكن ومع انفتاح القطاع الوطني للتأمينات في سنة 1995 أمام الشركات الخاصة، بدأ المعهد الاهتمام بهذا السوق وباحتياجاته المستقبلية في مجال التأمين، أين تم في سنة 2111 إطلاق أول تكوين لدفعة ماستر في تخصص التأمينات.[1]

المطلب الثالث: هيئات الإشراف والرقابة على قطاع التأمين في الجزائر

إن قطاع التأمين في العالم يخضع للصرامة وذلك بغية تطويره، والجزائر من الدول التي تسعى إلى ذلك، ومن أجل الحفاظ على السوق الوطنية للتأمين وإدماجها في النشاط الإقتصادي والإجتماعي فرضت الدولة رقابة لنشاط التأمين من طرف هيئات منظمة، لتأطير قطاع التأمينات.

الفرع الأول: مديرية التأمينات بوزارة المالية

تعتبر مديرية التأمينات إحدى المديريات التابعة للمديرية العامة للخزينة التي تضم أربع مديريات أخرى والمتمثلة في مديرية المديونية العمومية، مديرية خزينة الدولة، مديرية المساهمات مديرية المصارف العمومية والسوق المالية.

مديرية التأمينات هي سلطة مراقبة تابعة لوزارة المالية، يمكن عن طريقها معرفة ما يجري في القطاع إذ تتشكل مديرية التأمينات من: نيابة المديرية للتنظيم، نيابة المديرية للتحليل والدراسات نيابة المديرية للرقابة. وتتمثل مهامها في:

أولا: دراسة واقتراح التدابير الموجهة لضبط وترقية ادخار هيئات التأمين وإعادة التأمين.

ثانيا: دراسة وتنفيذ التدابير التي من شأنها التشجيع على تطوير التأمين بجميع أشكاله.

[1] Massi Badiss, L'INSAG, un partenaire privilégié des compagnies d'assurances Revue de L'Assurance , éditée par le Conseil National des Assurances, N 02, Algérie, 2ème Semestre 2012, P 14.

ثالثا: متابعة وتقييم مساهمة الدولة في شركات التأمين العمومية واقتراح أي تدبير يرمي إلى تحسين تسييرها.

رابعا: السهر على الوفاء بدين شركات وتعاونيات التأمين وإعادة التأمين.

خامسا: دراسة ملفات طلبات الإعتماد لشركات وتعاونيات التأمين وإعادة التأمين و وسطاء التأمين.

سادسا: القيام بمركزة وتوحيد وتلخيص العمليات المحاسبية والمالية لنشاط التأمين وإعادة التأمين وإعداد حصائل دورية بشأنها.[1]

الفرع الثاني: المجلس الوطني للتأمينات CNA*

بموجب الأمر رقم 07/95 تم إنشاء جهاز إستشاري يدعى المجلس الوطني للتأمينات يرأسه وزير المالية يتشكل هذا المجلس من ممثلي المؤمنين والوسطاء، وممثلي المؤمن لهم وممثلي الدولة وممثلي مستخدمي القطاع يستشار هذا المجلس في المسائل المتعلقة بوضعية نشاط التأمين وإعادة التأمين وتنظيمه وتطوره ويعتبر مركزا للوثائق والمعلومات لكل من يحاول الإطلاع على هذا القطاع،كما يعتبر مركزا للبحث في تنمية وتطوير قطاع التأمين من خلال مشاريع القوانين التي يقترحها والورشات والملتقيات والمنتديات التي ينظمها والدراسات التقنية التي يقوم بها الرامية إلى ضمان السير الحسن لتأدية خدمات التأمين والإقبال عليها وكذا ضمان مردودية عالية للأصول المجمعة لدى شركات التأمين.[2] ويتكون نظام عمله من:

[1] المرسوم التنفيذي رقم 364/07 المؤرخ في 2007/11/28 الذي يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة المالية الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 75، الصادر في 02 ديسمبر 2007، ص 15.

[2] D'après le site http://www.cna.dz, Consulté le 18/06/2018 a 13H.

* CNA : Conseil national des assurances

أولا: الجمعية الإستشارية

وهي جمعية ممثلة من كل الأطراف ذات العلاقة تضم كل من رئيس لجنة مراقبة التأمينات مدير التأمينات بوزارة المالية، ممثل عن البنك المركزي، ممثل عن المجلس الإقتصادي والإجتماعي، أربعة ممثلين عن شركات التأمين يتم إختيارهم من طرف الإتحاد الجزائري لشركات التأمين وإعادة التأمين، ممثلان عن الوسطاء واحد عن السماسرة والثاني عن الوكلاء، خبير تأمينات معين من طرف وزير المالية، ممثل عن هيئة التسعير، ممثل عن المؤمن لهم يتم إنتخابه ممثلان عن موظفي القطاع.

ثانيا: اللجان

يتكون المجلس الوطني للتأمينات من أربعة لجان على النحو التالي:

1- لجنة الإعتماد

والتي تقدم رأيها في كل طلبات الإعتماد الخاصة بمزاولة نشاط التأمين فيما يتعلق بشركات التأمين والوسطاء، والتي يتم إيداعها على مستوى مديرية التأمينات بوزارة المالية، وتبدي رأيها في حالة سحب الإعتماد. وتضم هذه اللجنة ممثلين عن وزارة العدل، إدارة الضرائب، بنك الجزائر والإتحاد الجزائري لشركات التأمين وإعادة التأمين ويترأسها مدير التأمينات بوزارة المالية وتجتمع كلما استدعت الضرورة بطلب من رئيسها.

2- لجنة التسعير و حماية المؤمنين

هذه اللجنة مكلفة بحماية حقوق المؤمنين في كل ما يتعلق بالأسعار والتعويضات وأي ملف متعلق بهذا المجال.

3- لجنة تنظيم و تطوير السوق

مهمة هذه اللجنة هي تقديم الإقتراحات الخاصة بتطوير وتنظيم القطاع وتقديم اقتراحات تتعلق بتطوير مهنة التأمين، وكل هذا بناءا على المعطيات والأرقام المسجلة في القطاع.

4- اللجنة القانونية

تقدم رأيها في كافة التشريعات الجديدة المتعلقة بالتأمين في الجزائر.

ثالثا: الأمانة الدائمة

مهامها لم ينص عليها بصراحة في المادة 11 من المرسوم 95/339 المؤرخ في 30 أكتوبر 1995 المعدل بالمرسوم 07/137 بتاريخ 19 ماي 2007، حيث يشير إلى اسمها فقط وتم تنظيمها من خلال القانون الداخلي للمجلس وأصبحت مهمة الأمانة الدائمة هي تجميع البيانات وإجراء الدراسات الخاصة بالمجلس كما يقع على عاتقها تصميم برامج النشاط وتنظيم الملتقيات والندوات.

من خلال هذه اللجان يضطلع المجلس الوطني للتأمينات لتأدية مجموعة من المهام منها توجيه السياسة العامة للقطاع تطوير وترقية النشاط التأميني من خلال الأنشطة العلمية والورشات التي ينظمها، تحسين وتنظيم عمل شركات التأمين وإعادة التأمين وضمان سيولتها وتحسين أدائها الموازنة بين حقوق وواجبات المؤمن والمؤمن لهم تحديد الأسعار التي تتماشى مع الواقع الجزائري تنظيم وظيفة الوساطة وتطوير تأمين الأشخاص.[1]

كما يقوم هذا المجلس بدور رئيسي للتعريف بقطاع التأمين من خلال منشورات دورية "نشرات ومجلات" تهتم بتطوّر القطاع كما يسمح بالاطلاع على مختلف الأنظمة والقوانين التشريعية

[1] بيشاري كريم ، مرجع سبق ذكره، ص ص 166- 167.

المتعلقة بالتأمينات وكل ما هو جديد فيما يخص هذا المجال، ولقد ساهم مؤخرا في التعريف بصيرفة التأمين في الجزائر من خلال مجلة دورية صدرت في سنة 2016، والتي تناولت صيرفة التأمين بعد عشر سنوات منذ تنظيمها في الجزائر.[1]

الفرع الثالث: لجنة الإشراف على التأمينات

تأسست هذه اللجنة بموجب المادة 26 من القانون رقم 04/06، التي تتصرف كإدارة رقابة بواسطة الهيكل المكلف بالتأمينات لدى وزارة المالية وتسهر على[2]:

أولا: مدى إحترام شركات ووسطاء التأمين المعتمدين للأحكام التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالتأمين وإعادة التأمين.

ثانيا: التأكد من أن الشركات تفي بالإلتزامات التي تعاقدت عليها تجاه المؤمن لهم وأنها لا زالت قادرة على الوفاء.

ثالثا: التحقق من المعلومات حول مصدر الأموال المستخدمة في إنشاء أو زيادة رأسمال شركة التأمين و/أو إعادة التأمين.

نظرا لأهمية هذه اللجنة يتم تعيين رئيسها بقرار رئاسي وباقتراح من وزير المالية وتضم: قاضيان معينان من طرف المحكمة العليا، ممثل عن وزارة المالية، خبير مقترح من طرف وزارة المالية. تتخذ هذه اللجنة قراراتها بأغلبية أصوات الأعضاء وفي حالة التساوي يأخذ رأي الرئيس.

---

[1] Manel Brahimi , La bancassurance intimement liée au développement des AP Revue de l'Assurance, éditée par le Conseil National des Assurances, N° 14,Algérie, 2016,P10.

[2] المادة 28 من القانون 04/06 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية،العدد15،الصادر في 12 مارس 2006، ص07.

الفرع الرابع: مركزية الأخطار

نشأت مركزية الأخطار بموجب المادة 06 من القانون رقم 04/06 وهي عبارة عن هيئة تابعة للهيئة المسؤولة عن التأمين بوزارة المالية، تتولى مهمة جمع المعلومات المتصلة بعقود تأمين الأضرار المكتتبة لدى شركات التأمين وفروع شركات التأمين الأجنبية المعتمدة، حيث يجب على شركات التأمين إبلاغ مركزية المخاطر بكل العقود التي تصدرها، وتعلم هذه الأخيرة شركة التأمين المعنية بكل حالة لتعددية التأمين من نفس الطبيعة وعلى نفس الخطر.[1]

الفرع الخامس: صندوق ضمان المؤمن لهم FGAS*

تأسس صندوق ضمان المؤمن لهم التابع لوزارة المالية بموجب المادة 32 من القانون رقم 04/06 " المادة 213 مكرر من الأمر رقم 07/95" والذي يتكفل في حدود الأموال المتوفرة، بكل أو جزء من الديون تجاه المؤمن لهم أو المستفيدين من عقود التأمين في حالة عجز شركات التأمين، إذا ما أصبحت أصول هذه الأخيرة غير كافية. وتتكون موارد الصندوق من إشتراكات سنوية لشركات التأمين و/أو إعادة التأمين وفروع شركات التأمين الأجنبية المعتمدة في حدود 1 % من الأقساط الصادرة صافية من الإلغاءات وحصيلة توظيف الأموال.[2]

---

[1] المرسوم التنفيذي رقم 138/07 المؤرخ في 2007/05/19 المتضمن لمهام مركزية المخاطر وتنظيمها وسيرها الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 33، الصادر في 20 ماي 2007، ص08.

*Fonds de garantie des assurés.

[2] المادة 32 من المرسوم التنفيذي رقم 111/9 المؤرخ في 2009/04/07 المتضمن كيفيات تنظيم صندوق ضمان المؤمن لهم و سيره و كذا شروطه المالية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد21، الصادر في 08 أفريل 2009،ص09.

الفرع السادس: المكتب المتخصص في التسعير BST*

نشأ هذا المكتب بموجب المادة 231 من الأمر رقم 07/95 المعدل والمتمم، يرأسه ممثل عن الوزير المكلف بالمالية يهدف إلى إعداد مشاريع التعريفات، ففيما يخص تأمين الأضرار الإلزامي تقوم إدارة المراقبة بتحديد التسعيرة أو مقاييسها حسب اقتراح المكتب وبعد أخذ رأي المجلس الوطني للتأمينات، أما فيما يخص تأمين الأشخاص الإختياري، فيمكن أن يقترح المكتب تعريفات مرجعية تكون على أساس جداول الوفيات والمعدل الأدنى المضمون المحدد بأمر من وزارة المالية، كما يقوم المكتب أيضا بدراسة وتحيين تعريفات التأمين المعمول بها[1] كما يستشار المكتب من قبل إدارة مراقبة التأمينات في كل المسائل المرتبطة بتعريفة عمليات التأمين وفي أي نزاع ناجم عن تطبيق التعريفات أو مقاييسها.

الفرع السابع: صندوق ضمان السيارات

نظرا لإرتفاع حوادث المرور أنشأ هذا الصندوق بمقتضى الأمر رقم 103/04 المؤرخ في أفريل 2004 ويقوم هذا الصندوق على فكرة تعويض ضحايا المرور في حالة كون المتسبب غير معروف. ويتم تمويله عن طريق رسم قدره 3% من كل عقد تأمين خاص بالسيارات لدى مختلف الشركات التي تنشط في التراب الوطني.

[1] المادة04، المرسوم التنفيذي رقم 257/09 المؤرخ في 2009/08/11 المتضمن تحديد تشكيل الجهاز المتخصص في تعريفة التأمينات وتنظيمه وسيره، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 47، الصادر في 16أوت 2009،ص10.

* Bureau spécialisé en tarification.

الفرع الثامن: الجمعيات المهنية

وفقا للمادة 214 [1]من الأمر رقم 07/95 يتعين على شركات التأمين والوسطاء الإنخراط في جمعيات مهنية تسمح لهم بالدفاع عن حقوقهم من جهة، وتحسيس الجمهور بأهمية التأمين من جهة أخرى، من أهم هذه الجمعيات:

أولا: الإتحاد الجزائري لشركات التأمين و إعادة التأمين

يعتبر الإتحاد الجزائري لشركات التأمين وإعادة التأمين UAR** أهم جمعية مهنية تنشط في قطاع التأمين والتي تأسست في 22 فيفري 1994 والتي تم إعتمادها في 24 أفريل من نفس السنة، يهتم بمشاكل المؤمنين وبذلك فهو يختلف عن المجلس الوطني للتأمينات الذي يهتم بمشاكل السوق بصفة عامة، ومن أهدافه ترقية نشاط القطاع وتمثيل المصالح الوطنية، يصدر سنويا مجلة تدعى المجلة الجزائرية للتأمينات يتناول فيها مختلف المواضيع المتعلقة بالقطاع.[2]

ثانيا: الجمعية الوطنية للوكلاء العامين للتأمين

هي جمعية وطنية تخضع لأحكام القانون رقم 06/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 المتعلق بالجمعيات تأسست سنة 2000[3]، وتضم الوكلاء العامين المعتمدين من قبل وزارة المالية

[1] المادة 214 من الأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد13، الصادر في08 مارس 1995،ص29.

** Union algérienne des sociétés d'assurance et de réassurance

[2] D'après le site http://www.uar.dz, Consulté le 22/06/2018,a 10H.

[3] Zakia Ainouche, Le contrat de nomination des mandataires est à revoir, Revue de l'assurance , éditée par le Conseil National des Assurances, N° 2 , Algérie, Janvier 2013, p38.

والمتعاقدين مع شركات التأمين الناشطة في السوق الجزائري، حيث تهدف إلى تمثيل وتسيير المصالح الجماعية لأعضائها.

ثالثا: الجمعية الجزائرية للدفاع عن مستهلكي التأمين

هي مؤسسة وطنية تأسست سنة 2000 بمبادرة من مجموعة من المواطنين، هدفها الحماية والدفاع عن مصالح المؤمن لهم، من خلال دفع وإلزام شركات التأمين على تطبيق واحترام القوانين خاصة في حالات التأخير أو التخفيض لمبلغ التعويضات،كما تسعى الجمعية إلى نشر الوعي لدى المستهلكين من خلال شرح وتوضيح إجراءات شركات التأمين وتعريفهم بحقوقهم.[1]

المبحث الثاني: تحليل إنتاج شركات التأمين في الجزائر

عرف سوق التأمين الجزائري تغيرات هيكلية هامة، خاصة بعد سن الدولة مجموعة من القوانين والتشريعات المتعاقبة التي هدفت إلى تنظيم وتفعيل دور القطاع، وهذا بتطبيق الأمر رقم 07/95 الذي نص على إلغاء إحتكار الدولة للقطاع وفتح المجال أمام الخواص، إلا أن هذا الإصلاح عرف الكثير من النقائص التي تم تداركها من خلال القانون رقم 04/06 المعدل والمتمم للأمر السابق.

لهذا إرتأينا إلقاء الضوء على إنتاج سوق التأمين في الجزائر من خلال مجموعة من الإحصائيات وهذا بالتركيز على الفترة التي تلت الإصلاح أي بعد تطبيق القانون رقم 04/06 وهذا بإختيارنا للفترة الممتدة من سنة 2006 إلى غاية سنة 2017 لمعرفة آثار الإصلاحات على قطاع التأمين في الجزائر.

[1] غفصي توفيق، سياسات ترقية قطاع التأمين الجزائري في تفعيل دوره للنهوض بالإقتصاد الوطني" دراسة ميدانية خلال 1995-2015"، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم إقتصادية، قسم العلوم إقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة الجزائر،2018،ص 93.

المطلب الأول: تطور إنتاج قطاع التأمين حسب الشركات

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى تحليل هيكل الإنتاج و توزيعه بين مختلف شركات التأمين.

الفرع الأول: هيكل الإنتاج حسب أنواع شركات التأمين "2006-2017"

من خلال معطيات الجدول التالي يتبين لنا أن قطاع الشركات العمومية هي التي تحتل النسبة الأكبر من التأمين مقارنة مع قطاع الشركات الخاصة والتعاضديتين والشركات المختلطة، حيث سجلت الشركات العمومية نسبة 60% سنة 2017 وبالمقابل 24% بالنسبة للشركات الخاصة، 10.4 % بالنسبة للتعاضديتين، أما الشركات المختلطة تمثل 5% من سوق التأمين الجزائري.

الجدول رقم (21): هيكل الإنتاج حسب أنواع شركات التأمين في الجزائر للسنوات"2006- 2017"

الوحدة: مليون دج

الشركات/السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الشركات العمومية	35273	40027	50336	54438	54438	57985	64107	72047	77964	79073	78719	79549
النسبة%	76	74	74	70	67	67	64	63	62	62	60	60
الشركات الخاصة	8385	10589	13553	18144	20467	21635	25003	28173	30322	30090	31400	33010
النسبة%	18	20	20	23,5	25	25	25	25	24	23	24.5	24
التعاضديتين	2852	7173	3995	5015	6808	6812	8820	10596	12292	13472	13625	13516
النسبة%	6	6	6	6,5	8	7,7	9	10	9,8	10,6	10.4	10.4
الشركات المختلطة	-	-	-	-	-	243	1703	3179	4964	5265	5816	7610
النسبة%	-	-	-	-	-	0,3	1	3	4	4	5	5
المجموع	46474	53789	67884	77339	81713	86675	99630	113995	125505	127900	129561	133685

المصدر:من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات "2006-2017"

رغم أن قطاع الشركات العمومية هو الذي يحتل النسبة الأكبر و قطاع الشركات الخاصة النسبة الأقل،إلا أننا نلاحظ أن نسبة القطاع العام في تناقص حيث كانت تقدر ب 76% سنة 2006 أي ما يعادل 35237 مليون دج لتنخفض سنة 2017 إلى 60% ما يقابلها 79549 مليون دج بينما القطاع الخاص في تزايد من 8385 مليون دج سنة 2006 بنسبة 18% إلى 33010 مليون دج بنسبة 24% سنة 2017، وهذا التطور الملحوظ لشركات التأمين الخاصة راجع إلى المجهودات المبذولة خاصة التسويقية منها لكسب الزبائن وتوسع حصصها السوقية وهذا بإبتكارها لمنتجات جديدة ذات جودة عالية ومتميزة تتماشى مع المتغيرات السائدة في السوق، مما يجعل الزبائن يتجهون إليها ويتخلون عن المنتجات التقليدية التي تطرحها الشركات العمومية، أما التعاضديتين والشركات المختلطة التي أنشأة في سنة 2011 تبقى نسبتها ضئيلة ولكنها على العموم في إرتفاع وهذا ما يدل على إشتداد المزاحمة والتباري التنافسي وكبر سوق المنافسة بين الشركات، وعلى العموم فإن الإنتاج في القطاع ككل في تطور مستمر بصفة عامة.

الفرع الثاني: توزيع سوق التأمين الجزائري بين مختلف شركات التأمين "2006-2017"

الجدول التالي يوضح لنا نسب توزيع سوق التأمين بين شركات التأمين العاملة في القطاع وتطورها خلال الفترة الممتدة من سنة 2006 إلى سنة 2017 :

الجدول رقم(22): توزيع سوق التأمين الجزائري بين مختلف شركات التأمين للفترة "2006-2017"

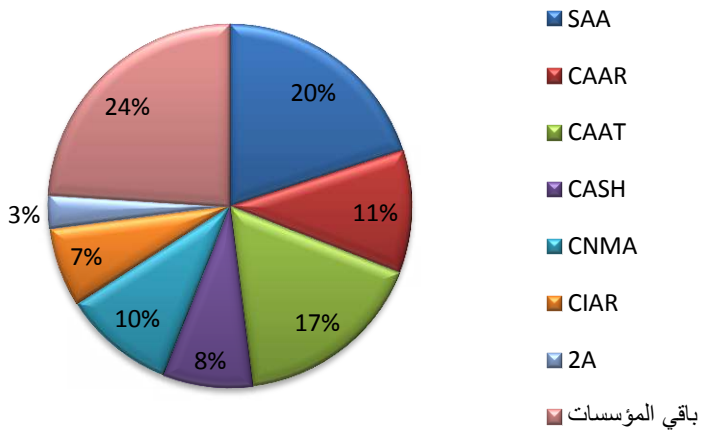
السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
SAA	%29	%27	%24	%24	%25	%25	%25	%23	%22	%22	%21	%20
CAAR	%16	%15	%16	%17	%16	%16	%15	%13	%13	%13	%12	%11
CAAT	%17	%20	%19	%17	%17	%17	%17	%16	%19	%17	%17	%17
CASH	%13	%12	%15	%12	%9	%9	%9	%9	%10	%8	%8	%8
CNMA	%6	%6	%6	%6	%8	%8	%9	%8	%9	%10	%10	%10
CIAR	%6	%6	%7	%8	%7	%7	%7	%7	%8	%8	%7	%7
2A	%4	%4	%3	%3	4%	%4	%4	%4	%3	%3	%3	%3
باقي المؤسسات	%9	%10	%10	%13	%14	%14	%14	%20	%16	%19	%22	%24

المصدر:من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات "2006-2017"

من خلال الجدول أعلاه يمكن ملاحظة أن الشركة الوطنية للتأمين SAA هي الشركة الرائدة في السوق رغم المنافسة الحادة بينها وبين كل من الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR، والشركة الجزائرية للتأمينات CAAT، فرغم خبرتها في التخصص الذي كان مفروضا عليها من قبل إلا أن الشركة الوطنية للتأمين SAA تبقى تمتلك حصة الأسد في السوق، فقد بلغت حصتها من السوق الإجمالي 20% سنة 2017 متبوعة بالشركة الجزائرية للتأمينات CAAT بنسبة 17%، ثم تليها CAAR بنسبة 11%، بالرغم من كل المجهودات التي تبذلها الدولة لرفع إحتكار شركات التأمين العمومية القديمة مثل"SAA ,CAAR,CAAT" إلا أنها تهيمن على نسبة معتبرة من السوق في حدود 60% وهذا راجع إلى خبرتها المكتسبة طول سنوات الإحتكار بالإضافة لإحتفاظها بزبائنها المتمثلين في أكبر الشركات العمومية مثل"سوناطراك، سونلغاز الخطوط الجوية الجزائرية..إلخ"،أما باقي الشركات تقدر حصتها ب 40%من السوق الإجمالي.

والشكل الموالي يبين تقسيم سوق التأمين الجزائري حسب الشركات لسنة 2017 :

الشكل رقم(33):توزيع الحصص السوقية لشركات التأمين سنة 2017



المصدر:من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمديرية التأمينات سنة 2017.

المطلب الثاني: تقييم إنتاج شركات التأمين في الجزائر حسب الفروع خلال الفترة "2006-2017"

من خلال الإنتاج المحقق من طرف شركات التأمين العاملة في السوق، عرف قطاع التأمين بصفة عامة تطورا هاما في رقم أعماله، لذا سنقوم بتقييم إنتاج شركات التأمين حسب أهم الفروع والمقارنة بين إنتاج شركات التأمين على الأضرار وشركات التأمين على الأشخاص كالتالي:

الفرع الأول: تقييم إنتاج التأمين حسب الفروع للفترة "2006-2011"

من خلال الجدول رقم 23 والذي يبين الأقساط المحققة لفروع التأمين المختلفة من سنة 2006 إلى سنة 2011، يتبين لنا أن فروع التأمين والتي تشمل تأمين السيارات، تأمين الأخطار الصناعية، تأمين النقل، التأمين الفلاحي تأمين الأشخاص وتأمين القروض قد زادت في مجموعها من46474 مليون دج سنة 2006 إلى86675 مليون دج سنة 2011.

نلاحظ من خلال الجدول سيطرة فرعين على سوق التأمين والمتمثلان في: فرع تأمين السيارات وفرع تأمين الأخطار الصناعية، حيث نسبتها من الإنتاج المحقق تراوحت ما بين 82% و 85% خلال فترة الدراسة.

فبالنسبة لفرع تأمين السيارات يحتل المرتبة الأولى بنسبة وسطية قدرت ب 47.07 % من الإنتاج الكلي لسوق التأمين ويرجع هذا للأسباب التالية:

أولا: إجبارية التأمين على السيارات خاصة فيما يتعلق بتأمين المسؤولية المدنية والمتابعة الصارمة لذلك.

ثانيا: تطور الحظيرة الوطنية للسيارات حيث وصل عدد السيارات في نهاية 2011 حوالي 5 ملايين سيارة.

ثالثا: توجه العديد من الوسطاء للإستثمار في هذا الفرع وترقيته خاصة فيما يتعلق بالتأمينات الإختيارية.

ثم يأتي في المرتبة الثانية فرع التأمين على الأخطار الصناعية بنسبة وسطية قدرت ب 35.60% من الإنتاج الكلي للسوق، إن تطور هذا الفرع راجع إلى المشاريع الإستثمارية الكبرى المعلن عنها في شتى المجالات (البناء، الأشغال العمومية، الطاقة ...إخ).

أما بالنسبة لفرع تأمين النقل فقد بلغ 4317 مليون دج سنة 2006 ووصل إلى 5510 مليون دج سنة 2011 وذلك بنسبة وسطية للفترة "2006-2011" ب 7.98 %.

وفيما يخص التأمين الفلاحي فقد بلغ 574 مليون دج سنة 2006 ووصل إلى 1047 مليون دج سنة 2011 أي بنسبة وسطية قدرت ب 1.12% وهي نسبة ضعيفة جدا خصوصا وأنها ترتبط بنشاط القطاع الفلاحي والذي يعتبر قطاعا أساسيا من القطاعات الإقتصادية.

أما فرع تأمين الأشخاص فقد حقق مبلغ قدره 2931 مليون دج في سنة 2006 وإرتفع إلى 6761 مليون دج سنة 2011 وهذا الإرتفاع راجع إلى زيادة التأمين المتعلق بالسفر، ورغم هذه الزيادة إلا أن هذا الفرع حقق نسبة منخفضة، نسبة وسطية قدرت ب 7.71% مع العلم أنه في الدول المتقدمة يحقق نسبة 50% من بنية الإنتاج الكلي للقطاع.

فرع تأمين القروض بلغ 231 مليون دج سنة 2006 لينخفض إلى 14 مليون دج سنة 2011 ويرجع هذا الإنخفاض إلى إيقاف العمل بالقروض الإستهلاكية إبتداءا من سنة 2010، بلغت نسبته المتوسطة 0.43%.

الجدول رقم (23): إنتاج التأمين حسب الفروع للفترة "2006-2011"

الوحدة: مليون دج

البيان	2006		2007		2008		2009		2010		2011		المتوسط	
	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ المتوسط	النسبة المتوسطة
تأمين السيارات	21064	%45	24525	%46	29530	%44	35433	%46	40329	%50	43958	%51	32473	%47,07
تأمين الأخطار الصناعية	17185	%37	19455	%36	25946	%38	28868	%37	26708	%33	29215	%34	24562	%35,6
تأمين النقل	4317	%9	5158	%10	5752	%8	6109	%8	6045	%7	5679	%6	5510	%7,98
التأمين الفلاحي	574	%1	517	%1	716	%1	762	%1	1051	%1	1047	%1	777	%1,12
تأمين الأشخاص	2931	%6	3542	%7	5394	%8	5789	%7	7533	%9	6761	%8	5325	%7,71
تأمين القروض	231	%0	592	%1	546	%1	378	%0	47	%0	14	%0	301	%0,43
المجموع	46474	%100	53789	%100	67884	%100	77339	%100	81713	%100	86675	%100	68979	%100

المصدر:من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات "2006-2011"

الفرع الثاني: تقييم إنتاج التأمين حسب الفروع للفترة "2012-2017"

من خلال الجدول التالي للأقساط المحققة لفروع التأمين المختلفة للسنوات " 2012-2017"، يتبين لنا أن الأقساط المكتتبة قد زادت في مجموعها من 99630 مليون دج سنة 2012 إلى 133685 مليون دج سنة 2017.

الجدول رقم (24): إنتاج التأمين حسب الفروع للفترة "2012-2017"

الوحدة: مليون دج

البيان	2012		2013		2014		2015		2016		2017		المتوسط	
	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ المتوسط	النسبة المتوسطة
تأمين السيارات	53118	%53	61073	%54	65360	%52	66841	%52	65158	%50	65047	%48.65	62766	%51,57
تأمين الأخطار الصناعية	32559	%33	37030	%32	42850	%34	42723	%33	44242	%34	47584	%36	41164	%33.82
تأمين النقل	5262	%5	5749	%5	6406	%5	5652	%5	6614	%5	5840	%4.36	5920	%4.86
التأمين الفلاحي	1398	%1	1758	%2	2052	%2	2591	%2	2256	%2	1628	%1.21	1947	%1,6
تأمين الأشخاص	7290	%7	8381	%7	8834	%7	10089	%8	11240	%9	13434	%10	9879	%8.11
تأمين القروض	3	%0	4	%0	3	%0	3	%0	50	%0	152	%0	35	%,
المجموع	99630	%100	113995	%100	125505	%100	127900	%100	129561	%100	86675	%100	121710	%100

المصدر:من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات "2012-2017"

نلاحظ من الجدول أعلاه بقاء سيطرة كل من فرع تأمين السيارات وفرع تأمين الأخطار الصناعية بنسبة من الإنتاج المحقق تراوحت ما بين 84% و 86 % خلال الفترة "2012-2017".

فبالنسبة لفرع تأمين السيارات يبقى يحتل الصدارة بنسبة وسطية قدرت ب 51.57% من الإنتاج الكلي لسوق التأمين ويرجع هذا لإجبارية تأمين السيارات خاصة فيما يتعلق بتأمين المسؤولية المدنية، كذلك تطور الحضيرة الوطنية للسيارات كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (25): تطور الحضيرة الوطنية للسيارات في الجزائر خلال الفترة "2012-2016"

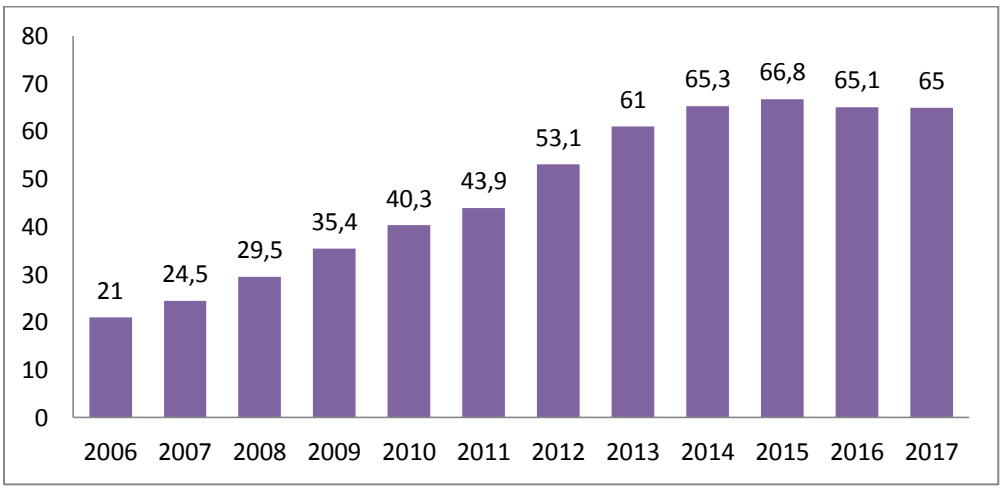
السنة	2012	2013	2014	2015	2016
الحظيرة	4812555	5123705	5425558	5683156	5986181
التطور	6%	6%	6%	5%	5,33%

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

- تقرير المجلس الوطني للتأمينات، سوق التأمين الجزائري للسيارات سنة 2014-2015، ص3.
- الديوان الوطني للإحصائيات.

بلغ عدد السيارات 4812555 سيارة سنة 2012، ليرتفع سنة بعد سنة ليصل إلى 5986181 سيارة سنة 2016، فبطبيعة الحال تعبر هذه الزيادة في عدد السيارات إلى الزيادة على الإقبال على شركات التأمين لتأمينها حيث يوضح الشكل التالي تطور رقم أعمال التأمين على السيارات في الجزائر:

الشكل رقم (34):تطور رقم أعمال التأمين على السيارات في الجزائر خلال الفترة "2006-2017"



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات"2006-2017".

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه التطور المستمر لرقم أعمال التأمين على السيارات، حيث إرتفع رقم أعمال تأمين السيارات من 21 مليار دج سنة 2006 إلى 65 مليار دج سنة 2017 وهذا ما يجعل منه الفرع الرائد في السوق الجزائرية بالنسبة لتأمينات الأضرار، والتي تتحكم فيه الشركات العمومية أكثر من الشركات الخاصة، بحيث تعود الحصة الأكبر للشركة الوطنية للتأمين SAA بما يقدر ب 32% ليليها الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي بنسبة 12.5% ثم كل من شركة CAAT و CAAR على التوالي بنسبة 11.6% و 11.3%، أما بالنسبة للشركات الخاصة فتحتل الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين CIAR المرتبة الأولى من حيث الحصة السوقية بنسبة 11%.

ثم يأتي في المرتبة الثانية فرع التأمين على الأخطار الصناعية بنسبة وسطية قدرت ب 33.82% من الإنتاج الكلي للسوق، أما بالنسبة لفرع تأمين النقل فقد بلغ 5262 مليون دج سنة

2012 وإرتفع إلى 6614 مليون دج سنة 2016 إلا أنه عاد وإنخفض بنسبة 12 % سنة 2017 أي قدر ب 5840 مليون دج بنسبة وسطية قدرت ب 4.86% وبهذا يبقى يحتل المرتبة الثالثة من محفظة سوق التأمين على الأضرار.

وفيما يخص التأمين الفلاحي فقد بلغ 1398 مليون دج سنة 2012 ليصبح 1628 مليون دج سنة 2017 أي بنسبة وسطية قدرت ب 1.6% وهي نسبة ضعيفة جدا، ويعود ضعف التأمين الفلاحي إلى الأسباب التالية :

- في القانون رقم 07/80 كان التأمين على الحريق والبرد إلزامي وبصدور الأمر رقم 07/95 خفف من مجال التأمينات الفلاحية الإجبارية، وهذا ما أدى إلى إنخفاض الإنتاج في هذا الفرع.
- أغلب الفلاحين لا يملك مستوى ثقافي يمكنه من قبول فكرة التأمين ومزاياها " غياب الثقافة التأمينية" ولذلك على شركات التأمين القيام بعملية تحسيس الفلاحين بمدى أهمية هذا النوع من التأمين والدور الذي يلعبه في حماية منتجاتهم وأراضيهم الفلاحية.

ظل فرع التأمين على القروض ضعيفا نسبيا، إلا أنه شهد تطورا ملحوظا حيث إرتفع مستوى أقساطه من 50 مليون دج سنة 2016 إلى 152 مليون دج سنة 2017.أما بالنسبة للتأمين على الأشخاص فهو في إتجاه تطوري يحتل ما نسبته 10% من سوق التأمين الجزائري منذ إنفصاله من التأمين على الأضرار.

الفرع الثالث: مقارنة إنتاج تأمينات الأضرار وإنتاج تأمينات الأشخاص "2012-2017"

من خلال الجدول التالي تطرقنا إلى تطور إنتاج تأمينات الأضرار وتأمينات الأشخاص فيتضح لنا أن رقم أعمال التأمين على الأشخاص ضئيل جدا، بإعتباره من أضعف حلقات التأمين في الجزائر.إلا أنه في تطور مستمر ففي سنة 2006 قدر ب 39 مليون دولار ليصل إلى 103 مليون دولار سنة 2011، وهي السنة التي دخل فيها القانون رقم 04/06 حيز التنفيذ بعد 5 سنوات من صدوره والذي ينص على فصل تأمين الأشخاص عن تأمين الأضرار ففي هذه الفترة عرف التأمين على الأشخاص تذبذبا وإنخفض إلى 89 مليون دولار سنة 2012 وبعد أخذ الإصلاحات التي عرفها سوق التأمين الوقت الكافي لإضهار ثمارها على أرض الواقع، إلا أنه من خلال التقارير السنوية لمجلة سيقما يتضح أمامنا عجز فرع التأمين على الأشخاص من تحقيق المستويات المطلوبة، خاصة في ظل زيادة عدد الشركات المتخصصة في هذا المجال، حيث إرتفع رقم أعمال التأمين على الأشخاص إلى 117 مليون دولار سنة 2017 ليقابله معدل تطور يقدر ب 20% مقارنة بسنة 2016، غير أن هذا غير كافي مقارنة مع التأمين على الأضرار الذي حقق رقم أعمال قدر ب 1099 مليون دولار مما يجعل الحصة السوقية الأكبر في سوق التأمين الجزائري تستمر لفرع التأمين على الأضرار والتي تقدر ب 90% وهذا التطور في رقم أعمال التأمين على الأضرار راجع إلى زيادة وعي المواطن الجزائري بأهمية التأمين، كبر حجم حظيرة السيارات وكذلك فرض الحكومة إجبارية التأمين على مختلف أنواعه. وتبقى 10% من سوق التأمين الجزائري للتأمين على الأشخاص.

الجدول رقم (26): أقساط التأمين على الأشخاص والتأمين على الأضرار في الفترة "2006-2017"

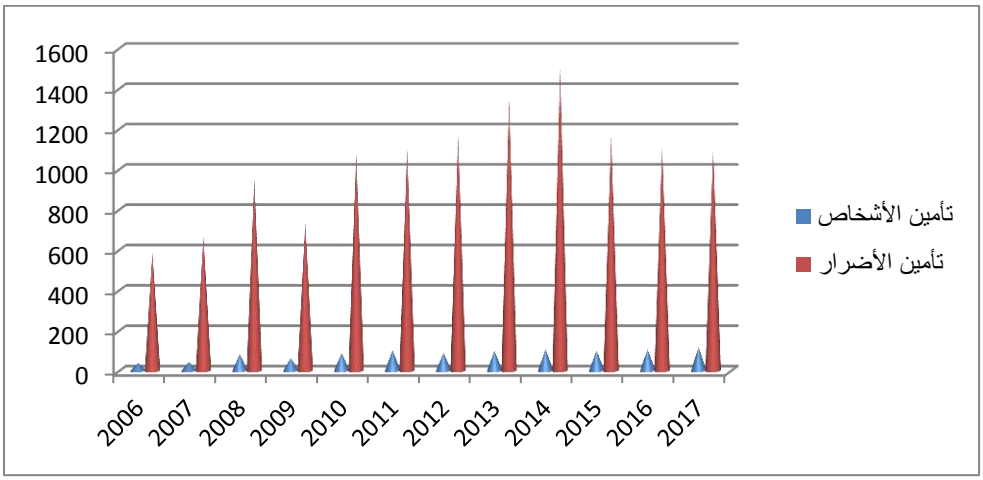
الوحدة: مليون دولار

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
تأمين الأشخاص	39	44	83	63	87	103	89	98	106	100	105	117
تأمين الأضرار	586	666	948	734	1075	1099	1161	1342	1492	1162	1107	1099

المصدر:من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمجلة سيقما من سنة 2006إلى2018.

وفي الشكل الموالي سنوضح الفرق بين كل من تأمينات الأضرار وتأمينات الأشخاص:

الشكل رقم (35): مقارنة إنتاج تأمينات الأشخاص و تأمينات الأضرار خلال الفترة "2006-2017"



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمجلة سيقما.

المطلب الثالث: تطور رقم أعمال شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة الممتدة من "2006-2017"

من خلال الجدول التالي يتبين لنا أن الشركات العمومية تسيطر على سوق التأمين، حيث نجد الشركة الوطنية للتأمين SAA رائدة في سوق الشركات العمومية بإعتبارها تمتلك أكبر حصة

سوقية ورقم أعمال، ففي سنة 2006 كان يقدر رقم أعمالها ب 13422 مليون دج ثم بدأ يتزايد حتى وصل إلى 26527 مليون دج سنة2017، ثم تليها وتنافسها الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT بتطور رقم أعمالها من 8068 مليون دج سنة 2006 إلى 23128 مليون دج سنة 2017، وتليها الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR التي إرتفع رقم أعمالها من 7573 مليون دج سنة 2006 إلى 15154 مليون دج سنة 2017، فهما يعتبران من أهم منافسين الشركة الوطنية للتأمين SAA في السوق.

أما بالنسبة لشركات التأمين الخاصة تعرف تطورا مستمرا إذ إنتقل رقم أعمالها من 8385 مليون دج سنة 2006 إلى 33010 مليون دج سنة 2017، وهو ما يفسر بإزدياد عددها حيث أصبحت 8 شركات سنة 2017.

يتضح لنا كذلك من الجدول ظهور عدة شركات تأمين بداية من سنة 2011، وهي الشركات التي أنشأة بموجب القانون رقم 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر رقم 07/95 الذي يقر بتقسيم سوق التأمين إلى فئتين رئيسيتين من شركات التأمين أي فصل تأمين الأضرار عن تأمين الأشخاص، وهذا بإنشاء شركات مختصة في تأمين الأضرار فقط وأخرى مختصة في تأمين الأشخاص، بحيث جاء هذا الفصل من أجل الإصلاح الهيكلي لقطاع التأمين وهي الأخرى في تطور مستمر.

في سنة 2015 نلاحظ ميلاد شركة تأمين جديدة تحت إسم الشركة الجزائرية للتأمين على الحياة "Algeria Gulf Life Insurance Company"بإختصار"AGLIC" ولدت بشراكة كل من شركة تأمين المحروقات "CASH"، البنك الوطني الجزائري"BNA" وشركة التأمين الكويتية"شركة الخليج للتأمين".

الجدول رقم (27):تطور رقم أعمال شركات التأمين للفترة "2006 -2017"

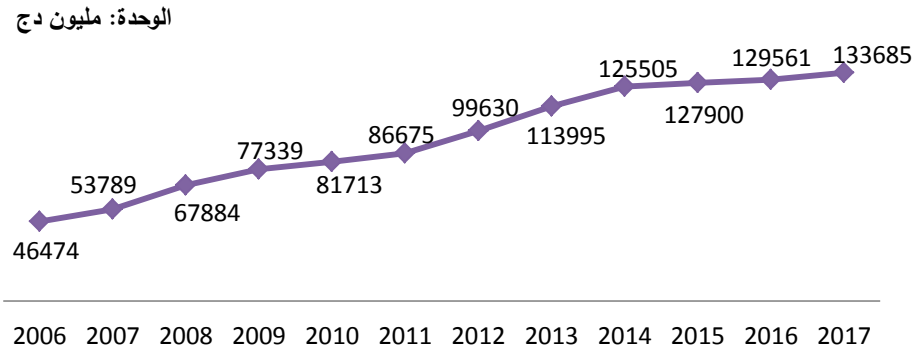
الوحدة: مليون دج

الشركة	القطاع	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
SAA	عام	13422	14719	16408	18677	20072	21147	23163	25759	26586	27413	26875	26527
CAAR	عام	7573	8157	12688	13260	12802	13740	14097	15198	16088	16638	15082	15154
CAAT	عام	8068	10588	11068	13345	14083	14637	15502	18114	20192	21160	22615	23128
TRUST ALG	خاص	1009	1433	1340	1461	1859	1868	2314	2725	2613	2152	2453	2746
CIAR	خاص	2830	3345	4628	6075	5981	6113	6680	7585	8859	9079	9182	9174
A2	خاص	1852	2118	2121	2622	3039	3203	3595	4057	3943	3594	3627	3629
MAATEC	عام	29	32	36	40	60	81	157	397	512	553	469	
CNMA	عام	2823	3141	3959	4975	6748	6732	8085	9593	11268	12452	12649	13012
CASH	عام	6174	6563	10172	8898	7481	7900	8376	9720	12002	9946	9887	10761
SALAMA	خاص	1055	1422	1916	2490	2540	2797	3277	4015	4491	4707	5019	4787
GAM	خاص	1337	1322	1645	2108	2911	2849	3373	3303	3506	3203	3329	3464
ALLIANCE	خاص	302	932	1676	2852	3423	3903	3715	4150	4427	4432	4565	4802
CARDIF	خاص	-	17	227	536	715	901	1073	1208	1374	1565	1768	2441
AXA D	مختلطة	-	-	-	-	-	2	382	1211	2491	2496	2569	3066
AXA VIE	مختلطة	-	-	-	-	-	-	251	769	1165	1290	1550	2469
SAPS	مختلطة	-	-	-	-	-	241	1070	1199	1272	1479	1697	2075
TALA	عام	-	-	-	-	-	516	1169	1327	1556	2131	2191	1850
CAARAMA	عام	-	-	-	-	-	-	1799	1929	1539	1784	2069	2129
MACIR VIE	خاص	-	-	-	-	-	-	977	1131	1109	1358	1428	1434
LE MUTUALISTE	عام	-	-	-	-	-	-	578	606	512	467	507	504
AGLIC	مختلطة	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	30	532
المجموع	-	46474	53789	67884	77339	81713	86675	99630	113995	125505	127900	129561	133685

المصدر:من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات "2006-2017"

على العموم نلاحظ تطور رقم أعمال قطاع التأمين طول فترة الدراسة، مسجلا بذلك إرتفاعا ملحوظا بنسبة 187.7%، من 46474 مليون دج سنة 2006 إلى 133685 مليون دج سنة 2017. وفيمايلي شكل توضيحي لتطور رقم أعمال قطاع التأمين من سنة 2006 إلى سنة 2017 :

الشكل رقم (36): تطور رقم أعمال قطاع التأمين خلال الفترة "2006-2017"



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات" 2006 – 2017".

المطلب الرابع: تطور المؤشرات الجزئية لقطاع التأمين في الجزائر

لقطاع التأمين في الجزائر أهمية كبيرة تتطلب البحث الدائم لتطويره، في سبيل تطوير مساهمته في الإقتصاد الوطني، فمن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى أهم المؤشرات الجزئية لقطاع التأمين.

الفرع الأول: تطور مؤشر الكثافة التأمينية في سوق التأمين الجزائري من سنة "2006-2017"

يعبر مؤشر الكثافة التأمينية " La densité d'assurance " عن حساب حجم أقساط التأمين لكل ساكن (إجمالي أقساط التأمين المكتتبة مقسومة على عدد السكان) في بلد ما، فهو

يشير إلى كم أنفق في المتوسط كل ساكن على خدمات التأمين، إلا أن هذا المؤشر يكون متأثرا بالتقلبات في أسعار صرف العملات عند إستخدامه في المقارنة بين الدول[1]، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(28): تطور مؤشر الكثافة التأمينية لسوق التأمين الجزائري خلال الفترة "2006-2017"

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
إجمالي عدد السكان	33481	34096	34745	35268	35978	36717	37495	38297	39114	39671	40606	41318
كثافة التأمين"دج"	1389	1580	1957	2203	2253	2378	2672	3006	3208	3224	3255	3235
كثافة التأمين "دولار"	19	21	30	22,9	32,8	33	34	39	40	31,8	30	29

المصدر: من إعداد الطالبة بلإعتماد على :

- Rapport CNA ,le marché algérien des assurances en 2014 et 2016 ,p5.
- Revue sigma, l'assurance dans le monde en 2016,suisse,N:3,2016.

في سنة 2007 بلغ رقم أعمال التأمين 53789 مليون دج في مقابل 46474 مليون دج سنة 2006 بإرتفاع قدره 16%،أما بالنسبة لمجموع السكان فقد إرتفع عددهم من 33.48 مليون نسمة في سنة 2006 إلى 34.09 مليون نسمة، وفيما يخص كثافة التأمين عرفت إرتفاعا من 1389 دج إلى 1580دج سنة 2007، واصل رقم أعمال القطاع في الإرتفاع سنة بعد سنة وفي المقابل زيادة عدد السكان الكلي وبالتالي أدى هذا إلى إستمرار زيادة كثافة التأمين التي بلغت 3235 دج سنة 2017.

[1] غفصي توفيق، مرجع سبق ذكره، ص 110.

فمن خلال الجدول يتضح لنا أن معدل إنفاق الفرد الجزائري على منتجات التأمين يزداد من سنة لأخرى ولاكن يبقى معدل سعر صرف الدولار مرتفعا ولهذا سيبقى بعيدا جدا عن المتوسط العالمي المقدر ب 650 دولار سنة 2017.

الفرع الثاني: تطور مؤشر الاختراق التأميني في سوق التأمين الجزائري في الفترة " 2006 –2017"

يشير مؤشر الإختراق التأميني" Le taux de pénétration d'assurance" إلى النسبة بين الأقساط المباشرة (خارج عمليات إعادة التأمين الدولية المقبولة) وبين الناتج الداخلي الخام (PIB)، وبأكثر دقة هو حصة من الناتج الداخلي الخام المخصصة لشراء إنتاج التأمينات. فهو يبين الأهمية النسبية لقطاع التأمين ضمن الإقتصاديات الوطنية، بحيث لايكون متأثرا بتقلبات أسعار صرف العملات. ومع ذلك فإنه يغفل الإختلافات التي قد توجد بين البلدان في تصميم المنتجات ومستويات الأسعار وخصائص السوق الأخرى.[1]

الجدول رقم (29):تطور مؤشر الاختراق التأميني لسوق التأمين الجزائري للفترة "2006-2017"

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
إجمالي أقساط التأمين"دج"	46474	53789	67884	77339	81713	86675	99630	113995	125505	127900	129561	133685
الناتج المحلي الخام PIB	8460	9306	11043	10034	12049	14519	15843	16644	17207	15600	16523	-
مؤشر الإختراق	%0,55	%0,58	%0,62	%0,77	%0,67	%0,60	%0,63	%0,69	%0,73	%0,82	%0,80	%0,72

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على:

[1] نفس المرجع السابق، ص 110.

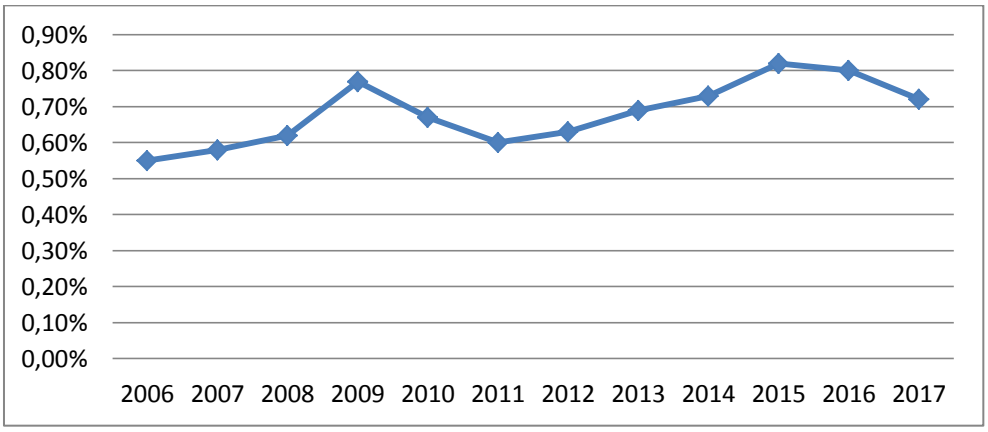
-Rapport CNA ,le marché algérien des assurances 2006-2017.
-Rapport de direction des assurances :activité des assurances en algérie 2006-2017.
-Revue sigma, l'assurance dans le monde en 2017 , N :3 ,suisse, 2018.

من الجدول أعلاه يتضح أن مؤشر إختراق التأمين هو الآخر ضعيف ويعرف تذبذبا من سنة لأخرى ،إذ إنتقل من 0.55% سنة 2006 ليرتفع إلى0.77% سنة 2009،ثم تراجع سنة 2010 ثم عاد وإرتفع إلى 0.80% سنة2016، ولكنه لم يستقر وعاد وإنخفض إلى 0.72% سنة 2017 كل هذه المعطيات تؤكد ركود نشاط التأمين وبقائه ضعيف ودون مستوى التطلعات ولا يتناسب مع الجهود المبذولة من طرف الحكومة للنهوض بالقطاع.

كما يأتي هذا الضعف أساسا من الحصيلة الضئيلة لصنف التأمين على الأشخاص ضمن إجمالي الأقساط المباشرة المكتتبة التي لا تمثل حصتها السوقية سوى 10% سنة 2017، أما مؤشر الإختراق لهذا الصنف في الناتج الداخلي الخام يقدر ب 0.07% مقابل 0.65% لصنف التأمين على الأضرار.

وبصفة عامة تبقى مساهمة قطاع التأمين في الناتج الداخلي الخام بعيد كل البعد عن المتوسط العالمي المقدر ب 6.13% من نفس السنة. والشكل الموالي يوضح تطور مؤشر الإختراق التأميني خلال الفترة "2006-2017":

الشكل رقم (37): تطور مؤشر الإختراق التأميني في الجزائر خلال الفترة "2006-2017"



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمجلة سيقما.

المبحث الثالث: مكانة قطاع التأمين الجزائري عالميا،إفريقيا،عربيا،مغاربيا

سنحاول في هذا المبحث تحديد مكانة قطاع التأمين الجزائري عالميا، إفريقيا، عربيا ومغاربيا من خلال معرفة مقدار الإنتاج العالمي وبالتالي تحديد مدى مساهمة قطاع التأمين الجزائري في هذا الناتج.

المطلب الأول: مكانة قطاع التأمين الجزائري عالميا

تظهر البيانات الخاصة بإجمالي أقساط التأمين العالمية أن أمريكا تحتل مركز الصدارة، فقد قدر إجمالي أقساط التأمين 1377114 مليون دولار سنة 2017 وهو يشكل نسبة 28.15 % من حصة سوق التأمين العالمية، وهذا ما يعكس الأهمية البالغة التي يوليها المواطن الأمريكي للتأمين ثم تليها الصين بنسبة بعيدة قدرة ب 11.07 % ما يعادل 541446 مليون دولار مسجلة بهذا معدل نمو قدر ب 16.2 %،ثم تليها كل من اليابان وبريطانيا بنسبة متقاربة 8.63%،5.79% أما بالنسبة لسوق التأمين الجزائري فهو في المرتبة 69 وهي مرتبة متدنية عالميا فإجمالي الأقساط بلغ 1215 مليون دولار سنة 2017 لا تتعدى حصته 0.02% من إجمالي الأقساط العالمية

فبالرغم من كل الإصلاحات والقوانين التي نص عليها المشرع الجزائري والتحسن النوعي الذي عرفه القطاع إلا أنه يبقى بعيدا عن أداء سوق التأمين العالمي الذي بلغ مجموع أقساطه ب 4891694 تريليون دولار سنة 2017 مسجل بهذا معدل نمو قدر ب 4%. والجدول التالي يبرز المراتب العشر الأولى عالميا لسنتي "2016-2017":

الجدول رقم(30): أفضل عشر دول عالميا لسنتي"2016-2017"

البلد	المرتبة	إجمالي الأقساط"مليون دولار"		نسبة النمو	الحصة السوقية
		2016	2017		
الولايات المتحدة الأمريكية	1	1349981	1377114	%2	%28.15
الصين	2	466131	541446	%16.2	%11.07
اليابان	3	451433	422050	%-6.5	%8.63
بريطانيا	4	290855	283331	%-2.6	%5.79
فرنسا	5	237417	241603	%1.8	%4.49
ألمانيا	6	214793	222978	%3.8	%4.56
كوريا الجنوبية	7	176909	181218	%2.4	%3.70
إيطاليا	8	159626	155509	%-2.6	%3.18
كندا	9	113329	119520	%5.5	%2.44
تايوان	10	101448	117474	%15.8	%2.40
الجزائر	69	1197	1215	%1.6	%0.02
العالم	-	4702841	4891694	%4	-

Source : Revue sigma, l'assurance dans le monde en 2017, N :3,suisse, 2018, p45.

المطلب الثاني: مكانة قطاع التأمين الجزائري إفريقيا

يظهر الجدول الموالي ترتيب العشر دول الأولى على المستوى الإفريقي لسنتي 2016-2017

الجدول رقم(31):أفضل عشر دول إفريقيا لسنتي "2016-2017"

البلد	المرتبة		إجمالي الأقساط "مليون دولار"		التغير	الحصة السوقية
	إفريقيا	عالميا	2016	2017		
جنوب إفريقيا	1	19	41080	47796	%16.4	%0,98
المغرب	2	50	3561	3718	%4.4	%0,08
كينيا	3	58	1923	2000	%4	%0,04
مصر	4	62	2125	1587	%-25.3	%0,03
الجزائر	5	69	1197	1215	%1.6	%0,02
ناميبيا	6	71	763	965	%26.4	%0,02
نيجيريا	7	78	1103	902	%-18.2	%0,02
تونس	8	83	857	814	% -5,1	%0,02
أنغولا	9	84	617	780	%26.4	%0,02
بلدان أخرى	-	-	6183	6914	-	%0,14
المجموع	-	-	59408	66691	12.3	%1,36

Source : Revue sigma, l'assurance dans le monde en 2017,suisse,N :3/2018.

من الجدول أعلاه نلاحظ تصدر جنوب إفريقيا وإحتلالها المرتبة الأولى قاريا و19 عالميا حيث بلغت مجموع أقساطها التأمينية 47796 مليون دولار بنسبة 0.98% من السوق العالمي لتليها الدولة العربية المغرب بنسبة 0.08 % ثم كينيا بنسبة 0.04%، أما الجزائر فتحتل المرتبة الخامسة بنسبة 0.02% بالرغم من كل الجهود التي تبذلها على المستوى الإفريقي من خلال

إنضمامها إلى كل من منظمة الإتحاد الإفريقي، بنك التنمية الإفريقية والمنظمة الإفريقية للتأمينات التي تسعى من خلالها إلى تعزيز علاقات القائمين على التأمين. بصفة عامة سوق التأمين الإفريقي سجل معدل نمو قدر ب 12.3% بالنسبة لسنة 2016.

عند الأخذ بعين الإعتبار التصنيف القاري حسب التقرير السنوي لمجلة sigma، فإن القارة السمراء في ذيل الترتيب بحصة سوقية قدرت ب 1.36% تعكس مجموع أقساط مقدر ب 66691 مليون دولار، وترجع هذه النسبة الضئيلة إلى مجموعة من الأسباب أهمها الفقر، التخلف، المديونية إضافة إلى السبب الديني ونقص الوعي التأميني دون أن ننسى عدم توفر مناخ إقتصادي ملائم لإزدهار نشاط التأمين، وبالرغم من كل هذا تجدر الإشارة بأن أسواق التأمين الإفريقية هي أسواق ناشئة ومن المرتقب أن تبدأ في التحرك شيئا فشيئا إذا ما إستغلت أحسن إستغلال أما مركز الصدارة من نصيب قارة أمريكا بمجموع أقساط 1664522 مليون دولار وبحصة سوقية مقدرة ب 34.03% سنة 2017 من سوق التأمين العالمي، وهذا راجع إلى القاعدة الإقتصادية الضخمة المتمثلة في كبريات الشركات متعددة الجنسيات العابرة للحدود والقارات،كذلك ثقافة المواطن الأمركي ولجوئه إلى طلب كل أنواع التأمين من تأمين الأشخاص كتأمين الشيخوخة، العجز التقاعد إلى غير ذلك، تليها قارة آسيا بنسبة 32.52%، ثم قارة أروبا التي تحتل المرتبة الثالثة عالميا بنسبة 30.24 % وهذا يعود لكون غالبية دولها تعرف إزدهارا ونموا مستمرا في قطاع التأمين وتواجد عدد معتبر من الدول المتقدمة وكذلك تكتل معظم دولها في الإتحاد الأروبي الذي تزداد قوته يوم بعد يوم، ثم أستراليا ب 1.85 % كما هو مبين في الجدول التالي:

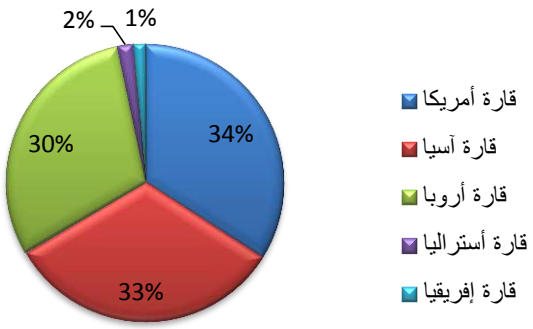
الجدول رقم (32): توزيع سوق التأمين العالمي حسب القارات لسنتي"2016-2017"

القارة	المرتبة	إجمالي الأقساط "مليون دولار"		نسبة النمو	الحصة السوقية
		2016	2017		
قارة أمريكا	1	1616070	1664522	%12.20	%34.04
قارة آسيا	2	1486574	1590688	%7	%32.52
قارة أروبا	3	1448819	1479197	%2.1	%30.24
قارة أستراليا	4	91968	90597	% -1.5	%1.85
قارة إفريقيا	5	59408	66691	%12.3	%1.36
العالم	-	4702841	4891694	%4	100%

Source : Revue sigma, l'assurance dans le monde en 2017 , N :3,suisse, 2018.

والشكل التالي يبين الحصص السوقية للقارات سنة 2017:

الشكل رقم (38): الحصص السوقية للقارات سنة 2017



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمجلة سيقما سنة 2017 .

المطلب الثالث: مكانة قطاع التأمين الجزائري عربيا

الجدول التالي يبين المراتب العشر الأولى عربيا لسنتي "2016- 2017":

الجدول رقم (33):أفضل عشر دول عربيا لسنتي "2016-2017"

البلد	المرتبة		إجمالي الأقساط"مليون دولار"		نسبة النمو	الحصة السوقية
	عربيا	عالميا	2016	2017		
الإمارات	1	36	11949	13521	%13.2	%0.28
السعودية	2	41	9828	9717	%-1.1	%0.20
المغرب	3	50	3561	3718	%4.4	%0,08
لبنان	4	60	1571	1634	%4	%0.03
مصر	5	62	2125	1587	%-25.3	%0.03
الجزائر	6	69	1197	1215	%1.6	%0.02
عمان	7	70	1071	1214	%13.4	%0.02
الأردن	8	81	821	854	%4	%0.02
الكويت	9	82	797	821	%3	%0.02
تونس	10	83	857	814	%-5.1	%0.02

Source : Revue sigma, l'assurance dans le monde en 2017 , N :3,suisse, 2018.

نلاحظ أن الإمارات في المرتبة الأولى عربيا و 36 عالميا بحصة سوقية تقدر ب 0.28% أي ما يعادل 13521 مليون دولار سنة 2017 على الرغم من أن عدد سكانها قليل حيث بلغ 9.4 مليون نسمة سنة 2017، ثم تليها السعودية بحصة سوقية قدرة ب 0.20%، ثم تليها كل من المغرب ولبنان، لتليهم مصر التي يبلغ عدد سكانها 97.55 مليون نسمة بنسبة 0.03% والتي تعتبر نسبة ضئيلة جدا مقارنة بالإمارات التي لا تمتاز بكثافة سكانية عالية وتتصدر المركز الأول أما الجزائر فهي في المركز السادس بنسبة 0.02% لتعكس قيمة 1215 مليون دولار بعد مصر.

المطلب الرابع: مكانة قطاع التأمين الجزائري مغاربيا

حسب التقرير السنوي لمجلة sigma تكشف آخر الأرقام أن رقم أعمال الدول المغاربية مجتمعة مع بعضها البعض"الجزائر، تونس، المغرب" يقدر ب 5615 مليون دولار سنة 2016 وإرتفع إلى5747 مليون دولار سنة 2017، وسنوضح كل هذا بالتفصيل في الجداول التالية:

الجدول رقم (34): ترتيب الدول المغاربية لسنتي "2016-2017"

البلد	المرتبة		إجمالي الأقساط "مليون دولار"		نسبة النمو	الحصة السوقية
	مغاربيا	عالميا	2016	2017		
المغرب	1	50	3561	3718	%4.4	% 0.08
الجزائر	2	69	1197	1215	%1.6	% 0.02
تونس	3	83	857	814	%-5.1	%0.02
المجموع	-	-	5615	5747	-	%0.12

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمجلة sigma لسنة 2018.

المغرب في المرتبة الأولى مغاربيا بمجموع أقساط 3718 مليون دولار لسنة 2017 أي ما يعادل 0.08% لتليها الجزائر في المركز الثاني بحصة سوقية تقدر ب 0.02% لتعكس بذلك قيمة 1215 مليون دولار، أما تونس فتحتل المركز الثالث بمعدل نمو سالب قدر ب 5.1%.

الجدول رقم (35): مقارنة مؤشر الكثافة التأمينية للدول المغاربية لسنة 2017

البلدان	الجزائر	تونس	المغرب	العالم
عدد السكان" مليون نسمة"	41.32	11.53	35.74	7527.2
مجموع الأقساط"مليون دولار"	1215	814	3718	4891694
الكثافة:مجموع الأقساط/عدد السكان	29.40	70.59	104.02	650

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمجلة sigma لسنة 2018.

الملاحظ من الجدول أن الكثافة التأمينية للدول المغاربية تبقى بعيدة كل البعد عن المتوسط العالمي المقدر ب 650 دولار، خاصة الجزائر التي قدرت كثافتها التأمينية ب 29.40 دولار وهذا دليل على غياب البصيرة والثقافة التأمينية لدى المواطن الجزائري.

الجدول رقم (36): مقارنة مؤشر الإختراق التأميني للدول المغاربية لسنة 2017

البلدان	الجزائر	تونس	المغرب	العالم
الناتج الداخلي الخام"مليون دولار"	169	40	106.5	79799
مجموع الأقساط"مليون دولار"	1215	814	3718	4891694
مؤشر الإختراق	%0.72	%2.04	%3.49	6,13%

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمجلة sigma لسنة 2018.

بالنسبة لمؤشر الإختراق التأميني تحتل الجزائر المرتبة الثالثة بمعدل 0.72% وهو لايزال بعيد كل البعد عن المتوسط العالمي المقدر ب 6.13% ،كذلك نفس الشيء بالنسبة لتونس، بينما نجد قطاع التأمين المغربي يساهم بنسبة 3.49 % في التنمية الإقتصادية.

الجدول رقم (37): إجمالي أقساط التأمين على الأشخاص للدول المغاربية لسنتي "2016-2017"

البلد	المرتبة		أقساط التأمين على الأشخاص "مليون دولار"		الكثافة التأمينية	مؤشر الإختراق
	مغاربيا	عالميا	2016	2017		
المغرب	1	51	1457	1523	42.61	%1.43
تونس	2	79	175	166	14.39	%0.04
الجزائر	3	83	105	117	2.83	%0,06
العالم	-	-	2581972	2657270	353.02	%3,32

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمجلة sigma لسنة 2018.

تحتل المغرب من حيث أقساط التأمين على الأشخاص المرتبة الأولى مغاربيا و51 عالميا بقسط سنوي يقدر ب 1523 مليون دولار سنة 2017، أي ما يعادل 13 مرة حصة الجزائر التي تحتل المرتبة 83 عالميا بقيمة 117 مليون دولار سنة 2017، أما تونس فتحتل المرتبة 79 عالميا بمبلغ 166 مليون دولار لنفس السنة.

الجدول رقم (38): إجمالي أقساط التأمين على الأضرار للدول المغاربية لسنتي"2016-2017"

البلد	المرتبة		أقساط تأمين على الأضرار "مليون دولار"		الكثافة التأمينية	مؤشر الإختراق
	مغاربيا	عالميا	2016	2017		
المغرب	1	48	2103	2195	61.41	%2,06
الجزائر	2	62	1091	1099	26.6	%0.65
تونس	3	78	682	647	56.1	%1.61
العالم	-	-	2120869	2234424	297	%2,80

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقرير السنوي لمجلة sigma لسنة 2018.

بالنسبة لأقساط التأمين على الأضرار تحتل الجزائر المرتبة 62 عالميا والثانية مغاربيا بقيمة 1099 مليون دولار في حين المغرب إحتلت المرتبة الأولى مغاربيا و 48 عالميا وهي تعكس 2195 مليون دولار، أما تونس فتحتل المرتبة الثالثة مغاربيا و 78 عالميا.

خلاصة الفصل:

بالرغم من كل الإصلاحات والتدابير المتخذة في سبيل النهوض بقطاع التأمين في الجزائر إلا أن النتائج المحققة لا ترقى إلى المستوى المرجو خاصة في ظل الإمكانات المادية والبشرية والمالية التي سخرتها الحكومة. إذ لايزال قطاع التأمين يواجه عدة قيود وتحديات أدت إلى ضعفه ومحدوديته، حيث قسمت هذه القيود إلى ثلاث مجموعات تمثلت الأولى في العوامل الداخلية المتعلقة بالأفراد، كغياب الثقافة التأمينية والوعي التأميني وعدم إدراك الفرد الجزائري لأهمية التأمين وإعتقاده أنه ليس بحاجة للتأمين، كما يعتبره كنوع من الإقتطاعات الإجبارية والتكاليف الثانوية ضعف القدرة الشرائية للمواطن الجزائري وبالكاد يتمكن من تسديد متطلباته الأساسية كذلك من أهم معوقات قطاع التأمين هو المعتقد الديني وإعتبار الكثير من الأفراد بأن التأمين يخالف المبادىء التي نادت بها الشريعة الإسلامية، وترسخ فكرة عدم مشروعيته لدى شريحة واسعة من المجتمع الجزائري.

تتمثل المجموعة الثانية من القيود في العوامل الداخلية المتعلقة بشركات التأمين، من أهمها النقص الفادح في تكوين الكوادر البشرية وتأهيل الخبرات الفنية وعدم الإستفادة من مئات الإطارات الجزائرية، إنعدام سياسات واضحة للإستثمار في رأس المال البشري الذي أدى إلى لاجودة الخدمات المقدمة،كذلك طول مدة تسوية المتضررين وعدم تناسب مبلغ التعويض مع حجم الضرر المحقق، غياب الديناميكية وضعف الجهود التسويقية وحملات الدعاية والإشهار. كل هذا يؤثر على المؤمنين وينزع ثقتهم بنشاط التأمين.

أما المجموعة الثالثة فتمثلت في عوامل أخرى مستقلة عن المجموعتين السابقتين، والتي تضم البيئة التنظيمية والقانونية لقطاع التأمين وواقع الإقتصاد الجزائري، فمن أهم القيود التي تؤثر

الفصل الخامس

دراسة أثر جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر

تمهيد:

تعتبر شركات التأمين من الدعائم الأساسية للتحول إلى إقتصاد السوق، ولهذا عمدت الجزائر إلى إجراء العديد من الإصلاحات لتحسين مستوى أداء شركات التأمين، خاصة وأن قطاع التأمين يعد من أهم القطاعات وأكثرها إستجابة للتطورات الإقتصادية العالمية.

يمثل قطاع التأمين في الجزائر أحد مكابح التنمية في بلادنا نظرا لوتيرة أعماله البطيئة التي لم تساير خطة التنمية، الأمر الذي جعل شركات التأمين سواء العمومية أو الخاصة أو الأجنبية تتنافس فيما بينها لإكتساب أكبر قدر ممكن من الزبائن، هذا ما يحتم عليها ضرورة تبني الفكر التسويقي الحديث في تعاملاتها من خلال الإهتمام بجودة المنتجات التأمينية التي تقدمها لتلبية حاجات ورغبات زبائنها.

ومن أجل إسقاط ما تم التطرق له في دراستنا النظرية والوصول إلى الأهداف المرجوة من الدراسة، قمنا بالإعتماد على استبيان موجه لفئة الزبائن لتبيين أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر، ويحتوي هذا الإستبيان عدة محاور مرتبطة بمتغيرات الدراسة، يمكن من خلاله اختبار فرضيات الدراسة وتحديد العلاقة والأثر بين المتغيرات، وعليه قمنا بتقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث، خصصنا المبحث الأول للإطار المنهجي والوصفي للدراسة، في حين خصصنا المبحث الثاني لدراسة العلاقة والأثر بين متغيرات الدراسة أما المبحث الثالث خصص لعرض الآليات المناسبة لتطوير قطاع التأمين في الجزائر.

المبحث الأول: الإطار المنهجي والوصفي للدراسة

من أجل دراسة أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر قمنا بالإستعانة باستبيان كأداة لجمع المعلومات، ويتضمن هذا المبحث المنهجية المتبعة للتوصل إلى النتائج المرجوة والإجابة على الإشكالية المحددة، حيث سنوضح مختلف الأدوات المستعملة في دراستنا التطبيقية التي تمت على مستوى بعض شركات التأمين الناشطة في الجزائر، كما نقوم بالتحليل الوصفي للدراسة.

المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

نقدم من خلال هذا المطلب الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية، سنقوم أولا بإلقاء نظرة وجيزة على الإستبيان والأسس الصحيحة لصياغته، ثم سنتطرق إلى مصادر جمع المعلومات المستعملة في دراستنا، كما سنحدد مجتمع وعينة الدراسة المعتمدة في الإستقصاء، مع الإشارة إلى الأساليب الإحصائية المستعملة في الدراسة.

الفرع الأول: الإستبيان وأسس صياغته

يحتاج تصميم الإستبيان إلى عناية فائقة، لأن حسن صياغة الإستبيان تحدد مدى صحة النتائج ودقتها ولهذا يجب مراعاة بعض الأمور عند بناء الإستبيان منها ما يتصل بشكلها وتنسيقها ومنها ما يتعلق بصياغة الأسئلة أو العبارات وأنواعها والبيانات المطلوبة، ورغم أن تصميم الإستبيان يختلف باختلاف موضوع البحث إلا أن هناك بعض الأسس والقواعد العامة التي لا بد من مراعاتها عند كتابة فقرات أسئلة الإستبيان والتي تم استخدامها في صياغتنا للإستبيان المستخدم في هذه الدراسة.

أولا: صياغة قائمة الأسئلة

يعرف الإستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء حول موضوع البحث، وهو أداة مهمة لجمع المعلومات واختبار الفرضيات في مجال البحث العلمي، لذا على الباحث أولا تحديد الهدف أو المشكل المدروس في الإستبيان ثم تقسيم المشكل إلى نقاط فرعية يجب دراستها لدراسة المشكل ككل، وبالتالي نتحصل على البيانات التي ينبغي جمعها، ثم ينتقل الباحث إلى اختيار نوع الأسئلة التي يريد طرحها ويمكن للباحث الإختيار من الأنواع التالية:

1- الأسئلة المفتوحة: هي الأسئلة التي تتطلب كتابة نص حر، وهذا النوع من الأسئلة يشجع الأشخاص الذين سيجيبون على الإستبيان على إضافة آرائهم الخاصة، مشاعرهم ومواقفهم، حيث يمكن للباحث استخدامها في جمع المعطيات النوعية.[1]

2- الأسئلة المغلقة: هو السؤال الذي ينحصر جوابه ضمن مجال محدد من الإجابات المتوقعة كأسئلة "نعم" أو "لا"، أو أسئلة "موافق"، "موافق تماما"، "محايد" "غير موافق" و"غير موافق تماما" ويتميز هذا النوع من الأسئلة بسهولة الترميز، التسجيل، وتبويب المعلومات المتحصل عليها. كما يمكن للباحث أن يبني استبيان يحتوي على أسئلة مفتوحة وأسئلة مغلقة حسب حاجته، المهم هو التحديد الدقيق لهدف أو مشكل الإستبيان والمعلومات المرغوب جمعها، وعليه مراعاة بعض العناصر عند صياغته للأسئلة نذكر منها[2]:

أ- الوضوح وإستخدام اللغة البسيطة.

---

[1] زياد بن علي بن محمود الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء استبيان، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين 2010، ص 14.

[2] قاسي فاطمة الزهراء، المرافقة المقاولاتية وتنشيط المشروعات الإستثمارية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم إقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02، الجزائر، 2017، ص 213 .

ب- إيجاز الأسئلة وتناسقها وارتباطها ببعضها البعض وتكون مرتبطة بالموضوع.

ت- تنظيم صفحة الإستبيان وترك مساحة كافية للإجابة.

ثانيا: مزايا وعيوب الإعتماد على استبيان

يتمتع الإستبيان بمجموعة من المزايا والعيوب[1]:

1- مزايا الإعتماد على استبيان:

أ- جمع معلومات كثيرة من أفراد متفرقين بأقل جهد.

ب- يوفر للشخص وقت أكبر للإجابة.

ت- توفير ظروف التقنين أكثر (قياس الصدق والثبات).

ث- يساعد على الحصول على معلومات يصعب الحصول عليها بإستخدام وسائل أخرى.

ج- لا يحتاج إلى عدد كبير من الأفراد لغرض متابعة الإستبيانات.

ح- يتيح الإستبيان جمع البيانات الكمية وتحليلها بسهولة.

2- عيوب الإعتماد على استبيان:

أ- يفقد الباحث اتصاله الشخصي بأفراد الدراسة.

ب- لا يتيح للمشاركين فرصة لتوضيح الأسئلة الغامضة.

ت- قد يكون وسيلة صعبة بالنسبة للمشاركين غير المتعلمين.

ث- قلة العدد المسترجع من الإستبيانات.

[1] عصام حسن أحمد الدليمي، سؤال وجواب في منهج البحث العلمي، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الأردن، 2014 ص ص 96-98.

هناك طرق عدة لتوزيع أو ملئ الإستبيان فهناك المقابلات الشخصية، أو عن طريق الهاتف، أو عن طريق البريد الإلكتروني خاصة بعد توسع شبكة الإتصالات، أو عن المسح عن طريق الويب.

ومنه نستنتج أن الإستبيان هو أداة لجمع معلومات وبيانات حول موضوع البحث، ويجب أن يكون وفق أسس وضوابط معينة حتى يكون ذو فائدة علمية ويمكن استغلاله في قياس صحة الفرضيات وتجميع المعلومات المختلفة وطبعا له ميزات وعيوب لكن ميزاته تفوق عيوبه بكثير.

الفرع الثاني: مصادر جمع المعلومات

من أجل معالجة كل جوانب الموضوع تم الاستعانة بنوعين من المعلومات وهما:

أولا: المصادر الثانوية

يتم في الجانب النظري الإستعانة بهذا النوع من المعلومات، من خلال الاعتماد على المصادر والمراجع باللغة العربية والأجنبية من كتب، مقالات، مداخلات علمية ودراسات جامعية "رسائل ماجستير ودكتوراه" ومواقع إلكترونية، وغيرها من مصادر المعلومات التي يمكن لأي باحث الإستفادة منها من أجل الإحاطة بكل جوانب دراسته من الناحية النظرية.

ثانيا: المصادر الأولية

استعملنا المعلومات الأولية في الجانب التطبيقي للدراسة (الدراسة الإستقصائية لأثر محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر)، ويضم هذا النوع مجموعة من المصادر والأساليب المنهجية التي تمكنا من خلالها للوصول إلى الأهداف المرغوبة من دراستنا، ومن هذه المصادر:

1- الإستقصاء: تم توزيع مجموعة من الإستمارات (الإستبيان) على زبائن مختلف شركات التأمين العاملة في الجزائر "العمومية، الخاصة والأجنبية" دون تخصيص زبائن شركة معينة، كما تم

الإعتماد على طريقتين لتوزيع الإستمارات الأولى بتوجهنا للوكالات التابعة لمختلف شركات التأمين، وارتأينا استخدام طريقة المقابلة الشخصية مع الزبائن بهدف الحصول على معلومات دقيقة وذات مصداقية، كذلك لمساعدة المبحوث في الإجابة على مختلف محاور الإستبيان إن تطلب ذلك. والطريقة الثانية كانت بإستخدام إستبيان إلكتروني وإرساله عن طريق البريد الإلكتروني للوكالات وبدورها ترسله لمختلف زبائنها، حيث ساهمت هذه الطريقة في تسهيل عملية الإستقصاء والحصول على إجابات الزبائن.

ويضم هذا الإستبيان مجموعة من العبارات المتعلقة بهذا الموضوع، والتي إرتأينا من خلالها الوصول إلى مجمل أهداف دراستنا، والتي تساعدنا في الإجابة على الإشكالية الرئيسية واختبار الفرضيات التي تم وضعها.

الفرع الثالث: مجتمع و عينة الدراسة

قبل البدأ في توزيع الإستبيان تم تحديد مجتمع الدراسة على أساس توجيهه إلى مختلف شركات التأمين في الجزائر ونظرا لصعوبة الوصول إلى هذه العينة، إرتأينا أن نعتمد عينة تمثيلية شملت زبائن شركات التأمين على مستوى ولاية البليدة و ولاية تيبازة، وما تم تسجيله من خلال توزيع الإستمارات وإعادة إسترجاعها مايلي:

أولا: إهمال الموظفين لقوائم الإستبيان وعدم تسليمها للزبائن.

ثانيا: عدم إسترداد كل القوائم التي تم توزيعها على مستوى الوكالات التابعة لشركات التأمين (تم توزيع 260 إستمارة ، واسترجعت منها 254 فقط وبعد التدقيق تم إستبعاد 18 إستمارة غير قابل للمعالجة بسبب عدم الإجابة على بعض الفقرات، أي تحصلنا على 236 استبانة قابلة للتحليل).

وبناءا عليه فإن حجم العينة المعتمدة للتحليل مقدرة ب 236 مفردة.

الفرع الرابع: اختبار أساليب التحليل الإحصائي

بعد جمع الإستبيان الموزع على فئة زبائن شركات التأمين قمنا بإفراغ محتواه وتحليله عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية "SPSS" (Statistical Package for Social Sciences) [1] بإستخدام عدد من الأساليب الإحصائية الوصفية والإستدلالية التي ناسبت متغيرات البحث كمايلي:

أولا– ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) لمعرفة مدى الإتساق الداخلي بين إجابات الإستبيان.

ثانيا– التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة.

ثالثا– المتوسط الحسابي لمعرفة الإتجاه العام لعينة الدراسة ومتوسط الإجابة على عبارات الإستبيان، والإنحراف المعياري لدراسة التشتت الموجود في الفقرات المرفقة بهذا الإستبيان.

رابعا– معامل الإرتباط الخطي: هو الأسلوب الذي يقيس طبيعة العلاقة بين متغيرين ودرجة قوتها تم في الدراسة اعتماد معامل الارتباط البسيط بيرسون"Pearson Corrélation" يقع المعامل في المجال [−1،1] ويقرر شكل العلاقة بحسب قيمة معامل الارتباط، كما يكشف الارتباط الخطي نسبة تغير ظاهرة ما بالمقارنة مع تغير في ظاهرة أخرى.

خامسا– معادلة الانحدار الخطي البسيط: حيث يتم بموجب ذلك تحديد الأثر ومعرفة معامل التحديد (R2) الذي يقيس نسبة مساهمة المتغير المستقل في تفسير المتغير التابع، ولأجل اختبار

[1] برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Statistical Package for social Science (SPSS) هو عبارة عن حزم حاسوبية متكاملة لإدخال البيانات وتحليلها، البرنامج موجه لاحتياجات علم النفس وعلم الاجتماع يستخدم عادة في جميع البحوث العلمية التي تشتمل على العديد من البيانات الرقمية، لكن اشتماله على معظم الاختبارات الإحصائية وقدرته الفائقة في معالجة البيانات وتوافقه مع معظم البرمجيات المشهورة جعل منه أداة فاعلة لتحليل شتى أنواع البحوث العلمية.

معنوية نموذج الانحدار الخطي يتم استخدام تحليل التباين الأحادي "ANOVA" حيث من خلال تحديد معنوية النموذج يمكن تحديد الأثر بين المتغير المستقل والتابع.

المطلب الثاني: بناء أداة الدراسة

بناء أداة الدراسة تشكل عنصر مهم في الدراسات الميدانية، وفي دراستنا هذه تم بناء الاستبيان بالإعتماد على الجانب النظري وبعض الدراسات التي تناولت جوانب الموضوع لإسقاطها على أرض الواقع، ونقدم في هذا المطلب عرض الاستبيان من خلال شرح محاوره، وتحديد صدق وثبات الأداة.

الفرع الأول: تصميم البحث

يغطي النموذج المقترح جانبا مهما من هذا البحث، إذ أنه يسعى إلى إبراز أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر.

وعلى هذا الأساس يسعى النموذج المقترح إلى التعرف على أثر محددات جودة الخدمة التأمينية (كمتغير مستقل)، وبين إنتاج شركات التأمين في الجزائر (كمتغير تابع). من خلال محددات الجودة الخمسة، وذلك كما يلي:

أولا: بيان أثر محدد الملموسية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر.

ثانيا: بيان أثر محدد الإعتمادية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر.

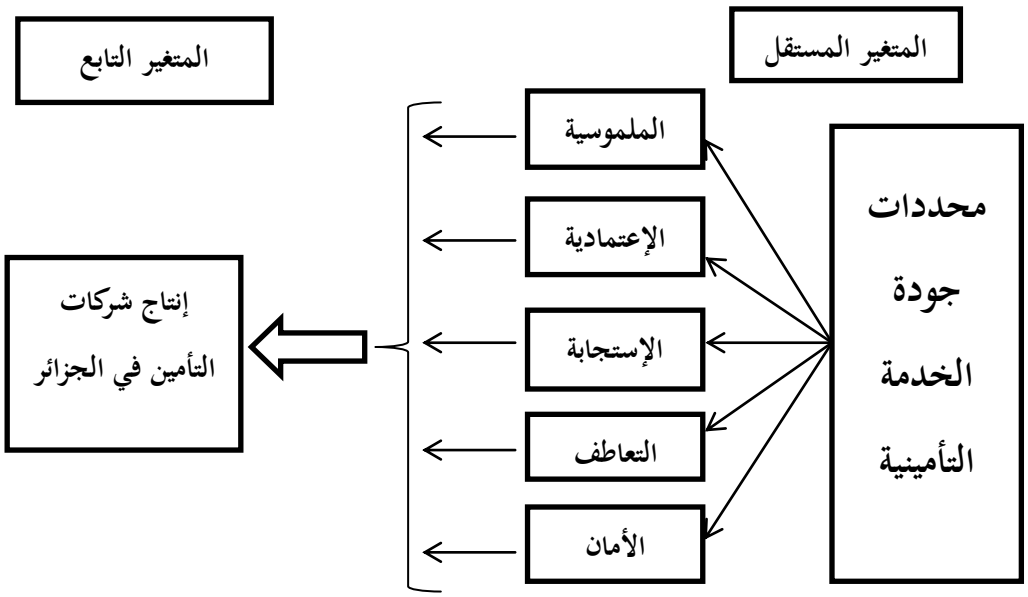
ثالثا: بيان أثر محدد الإستجابة على إنتاج شركات التأمين في الجزائر.

رابعا: بيان أثر محدد التعاطف على إنتاج شركات التأمين في الجزائر.

خامسا: بيان أثر محدد الأمان على إنتاج شركات التأمين في الجزائر.

وعلى هذا الأساس يمكننا عرض نموذج الدراسة من خلال الشكل أدناه:

الشكل رقم (39): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة.

الفرع الثاني: عرض الإستبيان

يحتوي الإستبيان على ثلاث محاور أساسية، يحتوي كل محور على مجموعة من الفقرات مترابطة ومتناسقة فيمابينها، معتمدين على سلم ليكارت (LIKERT) الخماسي لتسهيل الإجابة على هذه الأسئلة، ويساعد هذا المقياس في معرفة درجة موافقة المستجوبين من عدمها على الفقرات التي يحتويها الإستبيان، وأعطيت الدرجات لمدرج ليكارت كما يلي: غير موافق تماما درجة واحدة (1)، غير موافق درجتان (2)، محايد ثلاث درجات (3) موافق أربع درجات (4)، موافق تماما خمس درجات (5).

وقد تم تقسيم الإستبيان على النحو التالي (كما هو مبين في الملحق رقم "01"):

أولا: المحور الأول

معلومات حول العينة المعتمدة في الاستبيان وشملت الفقرات التالية:

1- الفقرة الأولى: متعلقة بالجنس (ذكر- أنثى).

2- الفقرة الثانية: متعلقة بسن المفردة.

3- الفقرة الثالثة: متعلقة بالمستوى التعليمي.

4- الفقرة الرابعة: متعلقة بالوظيفة.

5- الفقرة الخامسة: متعلقة بنوع شركة التأمين المتعامل معها.

6- الفقرة السادسة: متعلقة بإسم شركة التأمين المتعامل معها.

7- الفقرة السابعة: متعلقة بعدد سنوات التعامل مع شركة التأمين.

ثانيا: المحور الثاني

يتضمن مجموعة من الفقرات التي تحدد جودة الخدمات التي تقدمها شركات التأمين في الجزائر، من خلال 27 عبارة تعكس المحددات الرئيسية الخمسة للجودة وتتمثل في:

1- محدد الملموسية، تم طرحه من خلال 5 فقرات (من الفقرة 1 إلى الفقرة 5).

2- محدد الإعتمادية، تم طرحه من خلال 6 فقرات (من الفقرة 6إلى الفقرة 11).

3- محدد الإستجابة، تم طرحه من خلال 6 فقرات (من الفقرة 12 إلى الفقرة 17).

4- محدد التعاطف، تم طرحه من خلال 5 فقرات (من الفقرة 18 إلى الفقرة 22).

5- محدد الأمان، تم طرحه من خلال 5 فقرات (من الفقرة 23 إلى الفقرة 27).

ثالثا: المحور الثالث

يتعلق هذا المحور بإنتاج شركات التأمين في الجزائر، والذي تم إدراجه ضمن 16 فقرة من الفقرة 28 إلى الفقرة 43 وفق سلم ليكارت الخماسي.

الفرع الثالث: الصدق و الثبات

صدق الإستبيان يعني تمثيله للمجتمع المدروس بشكل جيد، أي أن الإجابات التي نتحصل عليها من أسئلة الإستبيان تعطينا المعلومات التي وضعت لأجلها أسئلة الإستبيان، أما ثبات الإستبيان فيعني أننا إذا أعدنا توزيع هذا الإستبيان على عينة أخرى من نفس المجتمع وبنفس حجم العينة فإن النتائج ستكون مقاربة للنتائج التي حصلنا عليها من العينة الأولى، وتكون النتائج بين العينتين متساوية باحتمال يساوي معامل الثبات[1] وفي دراستنا تم التأكد من صدق وثبات الإستبيان من خلال الإعتماد على أسلوبين:

أولا: الأسلوب الأول

الصدق الضاهري وهو عرض الإستبيان على مجموعة من الأساتذة المتخصصين (الملحق رقم 02) في الكلية من أجل تحكيمه والحصول على مختلف الملاحظات حول المحاور والعبارات المرتبطة بالدراسة والقيام بتصحيحها والتحصل على الصيغة النهائية للإستبيان.

ثانيا: الأسلوب الثاني

إختبار الثبات يتم إختبار صدق وثبات الإستبيان بعدة أدوات أشهرها معامل ألفا–كرونباخ Alpha Cronbach's* لمعرفة مدى الثبات بين العبارات المستخدمة في الإستبيان، هذا المعامل يمكننا من حساب الإرتباط الداخلي بين إجابات الأسئلة، وباستعمال برنامج SPSS تم الحصول على الجدول التالي:

[1] غيث البحر، معن التنجي، التحليل الإحصائي للإستبيانات باستخدام برنامج IBM SPSS Statistics، مركز سبر للدراسات الإحصائية والسياسات العامة، تركيا، 2014، ص14.

*يجب أن تكون قيمة معامل ألفا كرونباخ أكبر من 0.6، وبالتالي كلما إقتربت قيمة المعامل من الواحد كلما كان هناك إتساق داخلي بين فقرات الإستبيان.

الجدول رقم (39): مقياس ألفا كرونباخ Alpha Cronbach's لقياس ثبات الإستبيان

معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق*
0.946	**0.972**

*** معامل الصدق هو الجذر التربيعي لآلفا كرونباخ.**

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج برنامج SPSS. (الملحق رقم 03)

نلاحظ من خلال الجدول أن معامل ألفا للإستبيان ككل جاء مرتفعا حيث قدر ب 0.946(أنظر الملحق رقم 03)، كما أن قيمة ألفا لفقرات جاءت مرتفعة أيضا، وبأخذ الجذر التربيعي لمعامل ألفا نتحصل على نسبة الثبات تقدر ب 97.20% وهي نسبة مقبولة تدل على مصداقية واتساق لفقرات الإستبيان.

المطلب الثالث: التحليل الوصفي لعينة الدراسة

تضم عينة الدراسة 236 مفردة مكونة من مجموعة زبائن شركات التأمين في الجزائر، وسيتم في هذا المطلب وصف عينة الدراسة ومعرفة درجة الموافقة على الفقرات المتضمنة للإستبيان (المتوسط الحسابي)، ودراسة مستوى التشتت بين الإجابات (الإنحراف المعياري).

الفرع الأول: وصف خصائص عينة الدراسة

لقد تم إستخراج التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة، وتلخيص النتائج في الجداول الآتية.

أولا: البيانات الشخصية

الجدول التالي يتضمن وصف عينة الدراسة من خلال التوزيع التكراري والنسبة المؤوية للخصائص التالية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة.

الجدول رقم (40): توزيع التكرارات والنسب المئوية لعينة الدراسة

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة المؤوية
الجنس	ذكر	71	%30.1
	أنثى	165	%69.9
السن	من 18 سنة إلى 30 سنة	85	%36
	من 31سنة إلى 49 سنة	127	%53.8
	50 سنة فما فوق	24	%10.2
المستوى التعليمي	أقل من جامعي	61	%25.8
	جامعي	88	%37.3
	جامعي مابعد التدرج	87	%36.9
الوظيفة	طالب	24	%10.2
	أعمال حرة	36	%15.3
	موظف	160	%67.8
	متقاعد	16	%6.8
المجموع		**236**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه والمتعلق بتوزيع التكرارات والنسب لأفراد عينة الدراسة حسب الفئات، أن فئة الإناث احتلت النسبة الأكبر من المستجوبين (69.9%) بتكرار يقدر ب 165 مفردة، في حين أن نسبة الذكور بلغت 30.1% يقابلها 71 مفردة، أما توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية فقد قدرت نسبة الأفراد الذين يتراوح عمرهم من 18 سنة إلى 30 سنة 36% بتكرار يقدر ب 85 فرد، بالنسبة للأفراد الذين يتراوح عمرهم من 31 سنة إلى 49 سنة فقد قدرت نسبتهم ب 53.8% مايقابلها 127 فرد لتحتل النسبة الأكبر مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، أما الفئة العمرية المتبقية والذي يكون عمرهم من 50 سنة فما فوق فقد قدرت نسبتها ب 10.2% ليكون عدد أفرادها 24 فرد لتحتل بذلك النسبة الأخيرة مقارنة بالفئات العمرية السابقة الذكر. وفيما يخص توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي فقد نجد فئة اللذين يملكون مستوى أقل من

جامعي تمثل نسبة 25.8% بتكرار 61 مفردة، أما بالنسبة لفئة اللذين يملكون مستوى جامعي فبلغت نسبتها 37.3% بتكرار 88 مفردة وعليه فإن هذه الفئة تحتل النسبة الأكبر من المستجوبين على الإستبيان، أما فئة الجامعيين مابعد التدرج جاءت بتكرار 87 مفردة بنسبة 36.9%.

كما يظهر الجدول توزيع أفراد العينة من حيث الوظيفة فقد إحتلت فئة الموظفين أعلى نسبة ب 67.8% بتكرار 160 مفردة، أما الفئة الثانية من حيث الترتيب فقد إحتلها أصحاب الأعمال الحرة بتكرار 36 مفردة ونسبة 15.3%، تليها فئة الطلاب بتكرار 24 ونسبة 10.2%، أما فئة المتقاعدين قدرت نسبتها ب 6.8% مايقابلها 16 مفردة.

ثانيا: تحليل نتائج الأسئلة المتعلقة بشركات التأمين المتعامل معها

لقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة البحث من الزبائن، حيث تضمن الإستبيان ثلاثة أسئلة حول شركات التأمين المتعامل معها وهي: إسم شركة التأمين، نوع شركة التأمين، عدد سنوات التعامل مع شركة التأمين، والجداول أدناه توضح نتائج التحليل الخاصة بأفراد عينة البحث.

1- شركة التأمين المتعامل معها

لقد قمنا بإختيار جميع شركات التأمين العاملة في الجزائر للتعرف على الشركة الأكثر تنافسية في سوق التأمينات، ولذلك حرصنا على توزيع إستبيانات على كل وكالة من وكالات شركات التأمين، والجدول التالي يبين التكرارات وحصة كل شركة تأمين من العينة المدروسة:

الجدول رقم (41): توزيع أفراد العينة الإحصائية حسب إسم شركة التأمين المتعامل معها

إسم شركة التأمين	التكرار	النسبة
الشركة الوطنية للتأمين SAA	82	%34.7
الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT	26	%11
الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR	27	%11.4
شركة تأمين المحروقات CASH	6	%2.5
الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA	17	%7.2
التعاضدية الجزائرية لتأمين عمال التربية الثقافة MAATEC	4	%1.7
الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين CIAR	31	%13.1
شركة ترست الجزائر TRUST	2	%0.8
الجزائرية للتأمينات 2A	4	%1.7
العامة للتأمينات المتوسطية GAM	7	%3
شركة أليانس للتأمينات Alliance	11	%4.7
شركة سلامة للتأمينات SALAMA	17	%7.2
أكسا الجزائرية لتأمينات AXA	2	%0.8
المجموع	**236**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

يتبين لنا من الجدول أعلاه أن مفردات العينة يتجهون نحو الشركات العمومية بنسبة أكبر فالشركة الوطنية للتأمين SAA تحصلت على المرتبة الأولى ب 82 تكرار وبنسبة 34.7%، ثم تليها كل من الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR والشركة الجزائرية للتأمينات CAAT

أي ما يعادل على الترتيب نسبة 11.4% و11% من مجموع مفردات العينة، أما بالنسبة للشركات الخاصة فكانت الحصة الأكبر من نصيب الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين CIAR بنسبة 13.1% يقابلها 31 مفردة، ثم تليها شركة سلامة للتأمينات SALAMA ب 17 مفردة ونسبة 7.2% بإعتبارها الشركة الوحيدة من بين شركات التأمين المتواجدة في السوق الجزائرية التي تنفرد بطرح وثائق التأمين التكافلي التي تتناسب مع مبادئ الزبون الجزائري.

2- نوع شركة التأمين المتعامل معها

بهدف التعرف على أكثر الشركات تعاملا، وضعت الباحثة ثلاثة إقتراحات لأنواع شركات التأمين المتواجدة في الجزائر، والجدول أدناه يوضح ذلك.

الجدول رقم(42): توزيع أفراد العينة الإحصائية حسب نوع شركة التأمين المتعامل معها

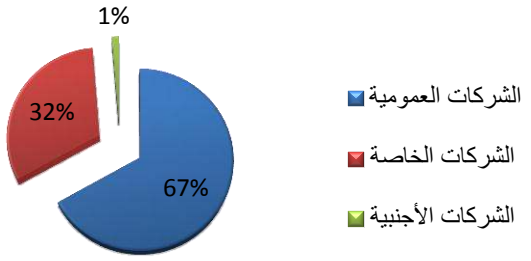
نوع شركة التأمين	التكرار	النسبة
شركات التأمين العمومية	158	%66.9
شركات التأمين الخاصة	75	%31.8
شركات التأمين الأجنبية	3	%1.3
المجموع	**236**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

من الجدول أعلاه نلاحظ إستحواذ شركات التأمين العمومية على أكبر عدد من الإستبيانات المسترجعة المقدرة ب 158 مفردة وبنسبة 66.9% يرجع هذا لمجموعة من الأسباب منها: إمتلاكها لشبكة توزيع واسعة وثقة المواطن الجزائري في الشركات الوطنية العمومية، في حين كانت حصة الشركات الخاصة بنسبة 31.8% بتكرار قدر ب 75 مفردة، أما بالنسبة للشركات الأجنبية فقدرت نسبتها ب 1.3% من العينة المدروسة. فبعد فتح المجال لشركات التأمين الخاصة

والأجنبية لازالت السوق التأمينية تتميز بشبه احتكار من طرف شركات التأمين العمومية، بحيث لم نشهد بعد الإنفتاح الحقيقي لهذا القطاع على المنافسة خاصة الأجنبية منها والتي من شأنها إثراء الساحة التأمينية الجزائرية بمنتجات وخدمات واساليب إدارية حديثة ومتطورة. والشكل الموالي يوضح حصص شركات التأمين المتعامل معها:

الشكل رقم (40):حصص شركات التأمين المتعامل معها



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول السابق.

3- عدد سنوات التعامل مع شركة التأمين

بهدف التعرف أكثر على مدة تعامل الزبائن مع شركات التأمين، قمنا بوضع أربعة فئات تضم سنوات التعامل والجدول أدناه يوضح ذلك.

الجدول رقم (43): توزيع أفراد العينة الإحصائية حسب مدة التعامل مع شركة التأمين

عدد سنوات التعامل مع شركة التأمين	التكرار	النسبة
أقل من سنة	37	%15.7
من 02 إلى 5 سنوات	138	%58.5
من06 إلى 10سنوات	37	%15.7
11 سنة فما فوق	24	%10.2
المجموع	**236**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

بالنسبة لعدد سنوات التعامل مع شركة التأمين فإن أغلبية مفردات العينة تتراوح مدة تعاملهم مع الشركة من 02 إلى 05 سنوات أي مايعادل 58.5% بتكرار 138 مفردة، بينما 37 مفردة أي مايقارب 15.7% من مجموع العينة هم زبائن جدد فترة تعاملهم مع الشركة لا تتجاوز السنة، والتي يجب على شركة التأمين المحافظة عليهم وتنمية وفائهم، أما اللذين تتراوح مدة تعاملهم من 06 إلى 10 سنوات جاءت بتكرار 37 مفردة ونسبة 15.7%، أما باقي أفراد العينة المتمثلة في 24 مفردة بنسبة 10.2% من إجمالي مفردات العينة تفوق مدة تعاملهم مع الشركات 11 سنة وهذا يدل على خبرة الزبائن في التعامل مع الشركة وولائهم لها، مما يدعم إلى حد ما البيانات التي يدلون بها عند الإجابة على الفقرات التي تبين أثر جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر.

الفرع الثاني: تحليل نتائج متغيرات الدراسة

من أجل معرفة درجة الموافقة على العبارات التابعة لمتغيرات الدراسة، تم الإعتماد على المتوسط الحسابي لمعرفة الإتجاه العام للإجابات على الفقرات المتعلقة بالدراسة والإنحراف

المعياري لدراسة وجود التشتت في إجابات أفراد العينة، فمن خلال الإعتماد على الجدول التالي تم التعرف على توجه هذه الإجابات.

الجدول رقم (44): المتوسطات المرجحة والاتجاه العام الموافق لها

المتوسط المرجح	الاتجاه
1 – 1.79	غير موافق تماما
1.80 – 2.59	غير موافق
2.60 – 3.39	محايد
3.40 – 4.19	موافق
4.20 – 5	موافق تماما

المصدر:سيد أحمد حاج عيسى، التحليل الإحصائي للإستبيانات باستخدام برنامجSPSS، ورقة بحث مقدمة في اليوم الدراسي الثاني حول تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية(SPSS)،كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02،الجزائر،2016 .

أولا: تحليل النتائج المتعلقة بمحدد الملموسية

يوضح الجدول رقم 45 المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات الزبائن عن مدى توفر فقرات محدد الملموسية في جودة الخدمة التأمينية المقدمة لهم من طرف شركات التأمين.

الجدول رقم (45): وصف فقرات محدد الملموسية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
01	جاذبية موقع شركة التأمين يزيد من إقبال الزبائن للتعاقد مع الشركة	3.68	1.283	موافق
02	توفر شركة التأمين أماكن خاصة لركن السيارات.	3.33	2.001	محايد
03	تتوفر شركة التأمين على الأقسام الخاصة لتقديم الخدمات.	3.71	1.346	موافق
04	يهتم موظفي شركة التأمين بمظهرهم وأناقتهم .	3.80	1.107	موافق
05	تتوفر شركة التأمين على تقنيات حديثة تساعد في تقديم خدمات متميزة.	3.58	1.393	موافق
محدد الملموسية		**3.62**	**1.426**	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري للفقرات الخاصة بمحدد الملموسية وبمتابعة الإتجاه العام للإجابات نلاحظ أن المتوسط الحسابي للفقرات (1، 3، 4، 5) يتراوح بين [3.58 و3.80] هذه القيم تعكس موافقة عينة الدراسة عن مضمون الفقرات (المتوسط المرجح محصور بين 3.40 و 4.19)، وقد إتفق معظم المستجوبون على إهتمام الموظفين بمظهرهم وأناقتهم وبهذا إحتلت هذه الفقرة المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.80 وإنحراف معياري 1.107، وإحتلت الفقرة (تتوفر شركة التأمين على الأقسام الخاصة لتقديم الخدمات) المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 3.71 وإنحراف معياري 1.346.

كما أجمع المستجوبون كذلك على أن شركات التأمين تملك مواقع جذابة تزيد من إقبالهم عليها، خاصة وأنها قريبة من أماكن إقامتهم أو عملهم وهو ما جعل هذه الفقرة تحتل المرتبة الثالثة

بمتوسط حسابي 3.68 وإنحراف معياري بلغ 1.283، وإحتلت فقرة (تتوفر شركة التأمين على تقنيات حديثة تساعد في تقديم خدمات متميزة) المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.58 وإنحراف معياري 1.393.

أما بالنسبة للفقرة التي تنص على أنه: " توفر شركة التأمين أماكن خاصة لركن السيارات" قدر المتوسط الحسابي الخاص بها ب 3.33 وهي القيمة التي تقع في مجال المتوسط المرجح (2.60 و 3.39) مايشير إلى أن الإتجاه العام لإجابات عينة الدراسة هو في الإتجاه المحايد حول هذه الفقرة.

وبمتابعة الإنحراف المعياري للفقرات نلاحظ أن كل الفقرات يتراوح الإنحراف المعياري الخاص بها من [1.107 إلى 2.001] وهذه القيم أكبر من 1 ومنه يمكن القول أن هناك تشتت وإختلاف في إجابات عينة الدراسة حول مضمون هذه الفقرات[1]، وهذا مايدل على إختلاف رأي المستجوبون.

ثانيا: تحليل النتائج المتعلقة بمحدد الإعتمادية

يوضح الجدول رقم 46 المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات الزبائن عن مدى توفر فقرات محدد الإعتمادية في جودة الخدمة التأمينية المقدمة لهم من طرف شركات التأمين.

[1] تنص القاعدة على أنه: إذا كان الانحراف المعياري أقل من 1 فإنه لا يوجد تشتت في الإجابات وأن أغلب المستجوبون تتطابق وجهة نظرهم (نفس الإجابات)، في حالة الانحراف المعياري أكبر من 1 فإن ذلك يدل على وجود تشتت واختلاف في الإجابات و وجهات النظر.

الجدول رقم (46): وصف فقرات محدد الإعتمادية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
01	تمتع موظفي شركة التأمين بالمهارات والكفاءات اللازمة لتسهيل الحصول على الخدمة.	3.72	1.213	موافق
02	توفر شركة التأمين عدد كاف من الموظفين المؤهلين لتقديم الخدمات.	3.63	1.145	موافق
03	تقدم لك شركة التأمين نصائح و توجيهات في إختيار الخدمة الملائمة	3.69	1.365	موافق
04	تقدم شركة التأمين الخدمة في فترة وجيزة.	3.69	1.381	موافق
05	وجود خبير بشكل دائم لدى شركة التأمين.	3.40	1.671	موافق
06	تلتزم شركة التأمين بوعودها إتجاه زبائنها.	3.47	1.629	موافق
محدد الإعتمادية		**3.60**	**1.400**	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

يشير الجدول رقم 46 أن المتوسط الحسابي العام لمحدد الإعتمادية يقدر ب 3.60 هذا المتوسط يقع في مجال المتوسط المرجح (3.40-4.19) الأمر الذي يعكس موافقة عينة الدراسة على الفقرات المقدمة حول هذا المحدد، وتشير النتائج إلى أن الفقرة التي تنص على أنه: "يتمتع موظفي شركة التأمين بالمهارات والكفاءات اللازمة لتسهيل الحصول على الخدمة" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.72 وإنحراف معياري قدره 1.213 في حين إحتلت كل من الفقرة " تقدم لك شركة التأمين نصائح وتوجيهات في إختيار الخدمة الملائمة" والفقرة "تقدم شركة التأمين الخدمة في فترة وجيزة" المرتبة الثانية بمتوسط حسابي متساوي قدر ب 3.69 ، أما فقرة "توفر شركة التأمين عدد كاف من الموظفين المؤهلين لتقديم الخدمات" فجاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 3.63 وإنحراف معياري بلغ 1.145.

أما فيما يخص إلتزام شركة التأمين بوعودها إتجاه زبائنها فقد إحتلت المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي قدره 3.47وإنحراف معياري 1.629، وإحتلت عبارة وجود خبير بشكل دائم لدى شركة التأمين المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدر ب 3.40 وإنحراف معياري قدره 1.671.

بالنسبة للتشتت العام في الإجابات نلاحظ أنه يظهر أكبر من 1 بالنسبة لمحدد الإعتمادية حيث قدر الإنحراف المعياري بقيمة 1.400.

ثالثا: تحليل النتائج المتعلقة بمحدد الإستجابة

يوضح الجدول رقم 47 المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات الزبائن عن مدى توفر فقرات محدد الإستجابة في جودة الخدمة التأمينية المقدمة لهم من طرف شركات التأمين.

الجدول رقم (47): وصف فقرات محدد الإستجابة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
01	الموظفون في شركة التأمين مستعدون لتقديم المساعدة للزبائن.	3.67	1.097	موافق
02	يجيب موظفي شركة التأمين على إستفسارات وتساؤلات الزبائن.	3.97	0.824	موافق
03	يتكفل موظفي شركة التأمين بسرعة للرد على شكاوي الزبائن.	3.29	1.500	محايد
04	الموظف المكلف بتقديم الخدمة يهتم بتلبية طلبات الزبون.	3.77	0.979	موافق
05	يتم تسهيل بعض الإجراءات على الزبائن بهدف تحقيق السرعة في تقديم الخدمة.	3.46	1.236	موافق
06	سرعة شركة التأمين في تقديم التعويض بعد حدوث الضرر " دراسة ملف التعويض".	3.13	1.936	محايد
محدد الإستجابة		**3.54**	**1.262**	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

يوضح الجدول السابق أن المتوسط الحسابي العام للفقرات المتعلقة بمحدد الإستجابة قدر ب 3.54 والذي يشير إلى درجة موافق (المتوسط المرجح محصور بين 3.40 و 4.19)، وبالنسبة للفقرات التي يتضمنها هذا المحدد فيمكن تحليل النتائج المرتبطة بها على النحو التالي:

بالنسبة للفقرة "يجيب موظفي شركة التأمين على إستفسارات وتساؤلات الزبائن" إحتلت المرتبة الأولى يشير الإتجاه العام لهذه الفقرة إلى درجة موافق لأن قيمة متوسطها الحسابي قدر ب 3.97 تقع في المجال (3.40–4.19) للمتوسط المرجح، كما لوحظ عدم وجود تشتت في إجابات أفراد العينة حول هذه الفقرة لأن قيمة إنحرافها الذي قدر ب 0.824 أقل من الواحد.

بالنسبة للفقرة " الموظف المكلف بتقديم الخدمة يهتم بتلبية طلبات الزبون" جاءت في المرتبة الثانية ، يشير الإتجاه العام لهذه الفقرة لدرجة موافق لأن قيمة المتوسط الحسابي 3.77 (المتوسط المرجح محصور بين 3.40 و 4.19)، كما لاحظنا عدم تسجيل تشتت في إجابة أفراد العينة لأن قيمة إنحرافها أقل من الواحد.

والإتجاه العام للفقرة " الموظفزن في شركة التأمين مستعدون لتقديم المساعدة للزبائن" التي إحتلت المرتبة الثالثة يشير إلى درجة موافق، وهو تعبير عن درجة موافقة أفراد العينة على الفقرة التي بلغ متوسطها الحسابي 3.67، مع تسجيل تشتت في إجابات أفراد العينة لأن قيمة إنحرافها أكبر من الواحد، ويدل ذلك على وجود إختلاف في الرأي حول الاجابة.

في حين إحتلت فقرة "يتم تسهيل بعض الإجراءات على الزبائن بهدف تحقيق السرعة في تقديم الخدمة" المرتبة الرابعة وبإتجاه عام يشير إلى درجة موافق لإنحصار متوسطها الحسابي في المجال (3.40–4.19).

بالنسبة للفقرة (3 ، 6) فإن المتوسط الحسابي المحصل عليه يتراوح بين (3.13– 3.29) ما يشير إلى أن عينة الدراسة في الإتجاه المحايد حول هذه الفقرات لأنها تقع في مجال المتوسط المرجح (2.60– 3.39)، وبمتابعة الإنحراف المعياري للفقرات (3 ، 6) يتراوح بين (1.500 – 1.936) وهي قيم أكبر من 1 أي أن هناك تشتت وإختلاف في إجابات عينة الدراسة حول مضمون هذه الفقرات.

رابعا: تحليل النتائج المتعلقة بمحدد التعاطف

يوضح الجدول رقم 48 المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات الزبائن عن مدى توفر فقرات محدد التعاطف في جودة الخدمة التأمينية المقدمة لهم من طرف شركات التأمين.

الجدول رقم (48): وصف فقرات محدد التعاطف

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
01	تضع شركة التأمين مصلحة الزبون في مقدمة إهتماماتها.	3.42	1.554	موافق
02	يستقبل الموظف في شركة التأمين الزبائن بإبتسامة ولطف.	3.69	1.287	موافق
03	عدم التمييز بين الزبائن من حيث المعاملة و الإهتمام.	3.56	1.431	موافق
04	توفر شركة التأمين مطويات كافية لشرح أنواع الخدمات التي تقدمها.	3.56	1.515	موافق
05	توفر شركة التأمين ساعات عمل ملائمة لظروف الزبائن (العمل في عطلة نهاية الأسبوع).	3.44	1.584	موافق
محدد التعاطف		**3.53**	**1.474**	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

نلاحظ من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام المتعلق بمحدد التعاطف يقع في مجال المتوسط المرجح (3.40 – 4.19) حيث يقدر ب 3.53 ، كما يتراوح المتوسط الحسابي لجميع الفقرات بين (3.42– 3.69) وهو ما يشير إلى موافقة عينة الدراسة على الفقرات المذكورة. كما أن الإنحراف المعياري المسجل أكبر من الواحد وهو مايظهر تشتت في الإجابات وإختلاف الآراء حول مضمونها. ويمكن تحليل النتائج المرتبطة بهذا المحدد بالتفصيل كالتالي:

إحتلت فقرة يستقبل الموظف في شركة التأمين الزبائن بإبتسامة ولطف المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.69 وإنحراف معياري 1.287.

إن حرص شركة التأمين على توفير مطويات كافية لشرح أنواع الخدمات التي تقدمها وكذلك حصرها على عدم التمييز بين زبائنها جعل هتان الفقرتان تحتلان المرتبة الثانية بالتساوي بمتوسط حسابي قدر ب 3.56.

في حين جاءت فقرة "توفر شركة التأمين ساعات عمل ملائمة لظروف الزبائن" بالمرتبة الثالثة، بمتوسط حسابي 3.44 وإنحراف معياري 1.584، لأن أغلبية المستجوبون أجمعو على أن أوقات عمل شركات التأمين متشابهة وهي من الساعة 8:30 صباحا إلى 16:30 مساءا، الأمر الذي جعل الزبائن يكيفون أوقات ذهابهم لشركات التأمين مع أوقات عملها.

أجمع المستجوبون على أن شركة التأمين لا تضع مصلحة الزبون في مقدمة إهتماماتها، مما جعل هذه الفقرة تحتل المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 3.42 وإنحراف معياري قدره 1.554.

خامسا: تحليل النتائج المتعلقة بمحدد الأمان

يوضح الجدول رقم 49 المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لإجابات الزبائن عن مدى توفر فقرات محدد الأمان في جودة الخدمة التأمينية المقدمة لهم من طرف شركات التأمين.

الجدول رقم (49): وصف فقرات محدد الأمان

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
01	يتميز موظفي شركة التأمين بحسن معاملة زبائنهم.	3.46	1.781	موافق
02	يشعر الزبائن بالثقة والأمان عند تعاملهم مع شركة التأمين.	3.33	1.916	محايد
03	تحافظ شركة التأمين على خصوصية زبائنها.	3.48	1.842	موافق
04	الشعور بالأمان عند التعامل مع شركة التأمين يكسبها زبائن جدد.	3.55	2.215	موافق
05	تتعامل شركة التأمين بسرية مع المعلومات الشخصية لزبائنها.	3.56	1.780	موافق
محدد الأمان		**3.47**	**1.906**	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن فقرات محدد الأمان تأخذ الإتجاه العام للعينة إلى درجة موافق، وهذا حسب الجدول رقم (44) لأن قيمة المتوسط الحسابي لهذا المتغير قدرت ب 3.47 ويمكن تفسيره بأن أفراد العينة يقرون بحسن المعاملة التي يتلقونها من طرف موظفي الشركة بالإضافة إلى محافظة الشركة على خصوصيتهم. وعليه قد نسجل إختلافات بسيطة في آراء أفراد العينة حول الإجابات عن الفقرات الخاصة بالمحدد والتي يمكن تحليلها كمايلي:

إن قيمة المتوسط الحسابي للفقرات (1 ، 3 ، 4 ، 5) إنحصر في المجال [3.40 – 4.19]، وهذا المجال حسب الجدول (44) يعبر عن درجة موافق، بإستثناء الفقرة التي تنص على أنه:" يشعر الزبائن بالثقة والأمان عند تعاملهم مع شركة التأمين" بلغ متوسطها الحسابي ب 3.33 وهو مايدل على حيادية أفراد العينة بخصوص هذه الفقرة لأن قيمة المتوسط الحسابي تقع في

المجال المتوسط المرجح [2.60 – 3.39]، كما قد تم تسجيل تشتت في أراء أفراد العينة حول الإجابة لأن قيمة الإنحراف المعياري الخاص بها جاء أكبر من 1.

سادسا: تحليل النتائج المتعلقة بجودة الخدمة التأمينية الكلية لشركات التأمين في الجزائر

يوضح الجدول الموالي المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لتقييم الزبائن لجودة الخدمة التأمينية الكلية المقدمة لهم من طرف شركات التأمين في الجزائر.

الجدول رقم (50): وصف محددات جودة الخدمة التأمينية لشركات التأمين في الجزائر

المحدد	المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	الإتجاه العام
محدد الملموسية	3.62	1.426	موافق
محدد الإعتمادية	3.60	1.400	موافق
محدد الإستجابة	3.54	1.262	موافق
محدد التعاطف	3.53	1.474	موافق
محدد الأمان	3.47	1.906	موافق
جودة الخدمة التأمينية	**3.552**	**1.493**	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

من خلال الجدول السابق يمكن القول أن الإتجاهات العامة لإجابات عينة الدراسة حول جودة الخدمة التأمينية الكلية جاءت موافقة، وهو مايعني أن الزبائن يقيمون جودة الخدمة التأمينية المقدمة إليهم بأنها تلبي حاجاتهم ورغباتهم وهي ترقى لمستوى تطلعاتهم، وهو مايؤكده المتوسط الحسابي العام لمجموع المحددات الخمسة الذي قدر ب 3.552 وهي القيمة التي تقع في المجال المرجح [3.40 – 4.19] ، كما يتبين من خلال الجدول أن أهم المحددات التي يستخدمها الزبائن عند تقييمهم لجودة الخدمة التأمينية كان لصالح محدد الملموسية الذي إحتل المرتبة الأولى من حيث الأهمية لهذه المحددات بمتوسط حسابي قدره 3.62 وإنحراف معياري 1.426 في حين إحتل

محدد الإعتمادية المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 3.60 وإنحراف معياري يساوي 1.400أما محدد الإستجابة جاء في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 3.54 وإنحراف معياري يساوي 1.262، كما كانت رتبة محدد التعاطف الرابعة بمتوسط حسابي قدره 3.53 وإنحراف معياري يساوي 1.474، في حين جاء محدد الأمان في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره 3.47 وبإنحراف معياري يساوي 1.906. وبالنسبة للإنحراف المعياري العام قدر ب 1.493 وهو أكبر من 1 الأمر الذي يظهر وجود تشتت وإختلاف في الإجابات المقدمة من العينة.

سابعا: إنتاج شركات التأمين في الجزائر

يوضح الجدول الموالي المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية لتقييم الزبائن لإنتاج شركات التأمين في الجزائر والذي يعتبر المتغير التابع للبحث.

الجدول رقم (51): وصف فقرات إنتاج شركات التأمين في الجزائر

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
01	تنوع الخدمات التأمينية وجودتها يؤثر على قرار الشراء.	3.99	0.979	موافق
02	الإلتزام بتقديم خدمات تأمينية ذات جودة عالية يزيد من إقبال الزبائن على شراء خدمات تأمينية جديدة.	4.21	0.849	موافق تماما
03	توفر شركة التأمين منتجات تأمينية بأشكال مختلفة لتتناسب مع إحتياجات الزبائن ومختلف شرائحهم.	3.86	0.997	موافق
04	تطرح شركة التأمين عروضا وخصومات على منتجاتها بشكل مستمر.	3.39	1.397	محايد
05	تقدم شركة التأمين منتجات تأمينية ذات أسعار تتناسب مع جودة الخدمة التأمينية.	3.56	1.405	موافق
06	تعرض شركة التأمين بعض منتجاتها على شكل حزم " Packs" بأسعار مناسبة "مثل تقديم عدة خدمات مع بعضها".	3.52	1.425	موافق
07	إلتزام شركة التأمين بتسليم الخدمة التأمينية " التغطية التأمينية بعد وقوع الخطر" وفقا للوعود التي إلتزمت بها الشركة.	3.50	1.553	موافق
08	توفير خدمات إضافية " إسعاف السيارات، تغيير الزجاج" يزيد من إقبال الزبائن على شراء منتجات التأمين.	3.93	1.088	موافق

09	تتوزع مكاتب تقديم الخدمة في شركة التأمين بشكل يساعد على تقديمها بسرعة للحفاظ على وقت الزبون.	3.74	1.292	موافق
10	تتمتع شركة التأمين بقنوات لتوزيع منتجاتها من أجل تسهيل وتسريع تسليم المنتجات للزبائن " التأمين عبر البنوك، وكلاء، سماسرة ".	3.48	1.425	موافق
11	تتميز شركة التأمين بإستخدام الأساليب الحديثة في الترويج بعرض منتجاتها من خلال الصحف،الإذاعة، التلفاز، موقعها الإلكتروني....إلخ.	3.42	1.590	موافق
12	إستخدام تكنلوجيا الإعلام والإتصال "برامج تطبيقات،هاتف،SMS بريد إلكتروني" في شركات التأمين يزيد من كفائتها وسهولة تواصلها مع الزبائن.	3.86	1.247	موافق
13	يسعى بإستمرار الموظفون في شركة التأمين الى معرفة حاجات الزبائن وتحويلها إلى منتجات جديدة.	3.33	1.500	محايد
14	تلبي المنتجات التأمينية كافة رغبات الزبائن وتحقق رضاهم من خلال تركيزها على خلق مزايا جديدة.	3.42	1.488	موافق
15	تسعى شركة التأمين إلى تنويع تشكيلة منتجاتها التأمينية لتحقيق رضا الزبائن.	3.64	1.209	موافق
16	تقدم شركة التأمين منتجات مبتكرة ومتميزة لتحقق رضا زبائنها و الإحتفاظ بهم وكسب زبائن جدد.	3.59	1.443	موافق
المتوسط الحسابي العام لمتغير إنتاج شركات التأمين		**3.64**	–	**موافق**

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على نتائج SPSS.

نلاحظ من الجدول رقم (51) أن قيمة المتوسط الحسابي للفقرات (1، 3، 5، 6، 7، 8، 9 10، 11 12 14، 15، 16) يتراوح مابين (3.42– 3.99)، وتقع هذه القيم في المجال [3.40 – 4.19] والتي تعبر عن درجة "موافق" على هذه الفقرات، أما قيمة المتوسط الحسابي للفقرة 2 التي تنص على "الإلتزام بتقديم خدمات تأمينية ذات جودة عالية يزيد من إقبال الزبائن على شراء خدمات تأمينية جديدة" تشير إلى درجة "موافق تماما" لأنها تقع في المجال المتوسط المرجح [4.20 – 5]، وبالنسبة للفقرة 4 والفقرة 13 قدر المتوسط الحسابي الخاص بهما على التوالي 3.39 ، 3.33 الذي يشير إلى أن أفراد العينة في الإتجاه المحايد لأن قيمة المتوسط تقع في المجال [2.60 – 3.39]، كما نلاحظ أن قيمة الإنحراف المعياري للفقرات (1، 2، 3) يتراوح بين

(0.849 – 0.997) وهذه القيم أقل من 1 وهو مايدل على عدم وجود تشتت في إجابات أفراد العينة حول هذه الفقرات، أما الفقرات (4، 5، 6، 7، 8، 9، 10، 11، 12، 13، 14، 15، 16) فإن الإنحراف المعياري الخاص بها محصور بين (1.088 – 1.590) وهذه القيم أكبر من 1 والتي تشير إلى وجود تشتت أو إختلاف في إجابة أفراد العينة حول هذه الفقرات.

المبحث الثاني: دراسة العلاقة والأثر بين متغيرات الدراسة

يتم في هذا المبحث إختبار فرضيات العلاقة والأثر بين المتغيرات، وعادة يتم تحديد طبيعة العلاقة بين متغيرين من خلال ملاحظة قيمة معامل الإرتباط المتحصل عليه، كما يتم دراسة الأثر بين المتغيرين باستعمال أحد النماذج الإحصائية السائدة، وفي دراستنا سنحاول قدر الإمكان من ربط المتغيرات ببعضها البعض للحصول على نتائج معقولة.

المطلب الأول: دراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة

يتم دراسة العلاقة بين المتغيرات[1] باستعمال معامل الإرتباط البسيط بيرسون، حيث أن قيم هذا المعامل تقع في المجال المغلق [1+، 1–]، حيث كلما اقترب المعامل من قيمة الواحد (1+) كلما كانت العلاقة طردية موجبة وقوية، وكلما اقترب المعامل من قيمة ناقص واحد (1–) كلما كانت العلاقة عكسية سالبة قوية.

نعالج من خلال هذا المطلب الفرضية الرئيسية التي تنص على أنه:

توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين محددات جودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

والتي تتفرع إلى خمسة فرضيات فرعية يمكن معالجتها كما يلي:

[1] الملحق رقم (06).

الفرع الأول: دراسة العلاقة بين محدد الملموسية للجودة وإنتاج شركات التأمين

يتم دراسة العلاقة بين محدد الملموسية باعتباره متغير مستقل وإنتاج شركات التأمين كمتغير تابع، من خلال اختبار الفرضية التي تنص على أنه " توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الملموسية لجودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$".

يمكن توضيح اختبار العلاقة بين محدد الملموسية وإنتاج شركات التأمين من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (52): نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد الملموسية وإنتاج شركات التأمين

	محدد الملموسية	إنتاج شركات التأمين	المعنوية
محدد الملموسية	1	0.718**	0.000
إنتاج شركات التأمين	0.718**	1	

**الارتباط معنوي عند مستوى 0.01

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss .

يشير الجدول رقم 52 إلى وجود علاقة ارتباط موجبة وقوية بين محدد الملموسية وإنتاج شركات التأمين حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (r= 0.718) ويظهر الجدول أيضا أن علاقة الارتباط معنوية بين محدد الملموسية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة 0.01 (Sig = $0.000 \leq 0.05$).

وعلى ضوء النتائج المتوصل إليها يمكن قبول الفرضية التي تنص على أنه توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الملموسية للجودة وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفرع الثاني: دراسة العلاقة بين محدد الإعتمادية للجودة وإنتاج شركات التأمين

يتم دراسة العلاقة بين محدد الإعتمادية باعتباره متغير مستقل وإنتاج شركات التأمين كمتغير تابع، من خلال اختبار الفرضية التي تنص على أنه " توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الإعتمادية لجودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$".

يمكن توضيح اختبار العلاقة بين محدد الإعتمادية و إنتاج شركات التأمين من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (53): نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد الإعتمادية وإنتاج شركات التأمين

	محدد الإعتمادية	إنتاج شركات التأمين	المعنوية
محدد الإعتمادية	1	0.662**	0.000
إنتاج شركات التأمين	0.662**	1	

**الارتباط معنوي عند مستوى 0.01

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss.

نلاحظ من الجدول رقم 53 وجود علاقة طردية موجبة وقوية بين محدد الإعتمادية وإنتاج شركات التأمين . لأن قيمة الإرتباط قدرت ب 0.662 ، كما يبين الجدول معنوية العلاقة بين المتغيرين عند مستوى دلالة 0.01 ($0.000 = Sig \leq 0.05$) ، وعليه تقبل الفرضية التي تنص على وجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الإعتمادية للجودة و إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفرع الثالث: دراسة العلاقة بين محدد الإستجابة للجودة وإنتاج شركات التأمين

يتم دراسة العلاقة بين محدد الإستجابة باعتباره متغير مستقل وإنتاج شركات التأمين كمتغير تابع، من خلال اختبار الفرضية التي تنص على أنه " توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الإستجابة لجودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$".

يمكن توضيح طبيعة العلاقة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (54): نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد الإستجابة وإنتاج شركات التأمين

	محدد الإستجابة	إنتاج شركات التأمين	المعنوية
محدد الإستجابة	1	0.709**	0.000
إنتاج شركات التأمين	0.709**	1	

**الارتباط معنوي عند مستوى 0.01

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss .

يتضمن الجدول اعلاه مصفوفة الارتباط بين محدد الإستجابة وإنتاج شركات التأمين، وبتتبع معامل الارتباط المتحصل عليه ($r= 0.709$) يمكن القول أن هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية (المعامل محصور بين 0.6 و 0.9) بين محدد الإستجابة و إنتاج شركات التأمين، علاقة الارتباط بين المتغيرين معنوية عند مستوى دلالة 0.01 ($Sig = 0.000 \leq 0.05$) ، ومنه يمكن قبول الفرضية التي تنص على أنه توجد علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية بين محدد الإستجابة للجودة و إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفرع الرابع : دراسة العلاقة بين محدد التعاطف للجودة وإنتاج شركات التأمين

يتم دراسة العلاقة بين محدد التعاطف باعتباره متغير مستقل وإنتاج شركات التأمين كمتغير تابع، من خلال اختبار الفرضية التي تنص على أنه " توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد التعاطف لجودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$".

يمكن إختبار الفرضية بناءا على مانتحصل عليه من نتائج، والمبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (55): نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد التعاطف وإنتاج شركات التأمين

	محدد التعاطف	إنتاج شركات التأمين	المعنوية
محدد التعاطف	1	0.765**	0.000
إنتاج شركات التأمين	0.765**	1	

**الارتباط معنوي عند مستوى 0.01

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss .

يظهر الجدول أعلاه أن معامل الإرتباط بين محدد التعاطف وإنتاج شركات التأمين قدر ب 0.765 ، وهو يشير إلى علاقة طردية موجبة قوية بين المتغيرين كما أن هذه العلاقة معنوية عند مستوى دلالة 0.01 ($Sig = 0.000 \leq 0.05$).

وعليه يمكن قبول الفرضية التي تنص على وجود علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد التعاطف وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفرع الخامس : دراسة العلاقة بين محدد الأمان للجودة وإنتاج شركات التأمين

الجدول التالي يبين وجود علاقة ارتباط موجبة بقوة ضعيفة (المعامل محصور بين 0 و0.4) بين محدد الأمان وإنتاج شركات التأمين ، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (r= 0.314) ويظهر الجدول أيضا وجود علاقة ارتباط ضعيفة عند مستوى دلالة 0.01 (Sig = 0.000≤0.05).

الجدول رقم (56): نتائج معامل الارتباط بيرسون للعلاقة بين محدد الأمان وإنتاج شركات التأمين

	محدد الأمان	إنتاج شركات التأمين	المعنوية
محدد الأمان	1	0.314**	0.000
إنتاج شركات التأمين	0.314**	1	

**الارتباط معنوي عند مستوى 0.01

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss .

بناء على نتائج الجدول السابق يمكن قبول الفرضية التي تنص على أنه توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين محدد الأمان لجودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

وعلى ضوء النتائج السابقة يمكن قبول الفرضية الرئيسة التي تنص على أنه:" توجد علاقة إرتباط ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

المطلب الثاني: دراسة الأثر بين متغيرات الدراسة

يمكن تحديد طبيعة الأثر الموجود بين المتغير المستقل(محددات جودة الخدمة التأمينية) والمتغير التابع (الإنتاج التأميني)[1] باستعمال نموذج الإنحدار الخطي البسيط، فمن خلال تحليل النتائج يمكن اختبار الفرضيات التي تبين الأثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع*، وسيتم في هذا المطلب دراسة أثر كل من محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر.

نقوم في هذا المطلب باختبار الفرضية الرئيسية التي تنص على أنه:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

ونظرا لتفرع المتغير المستقل (محددات جودة الخدمة التأمينية) إلى خمس متغيرات جزئية، سيتم دراسة أثر كل متغير فرعي على حدى، وبالتالي تتفرع الفرضية إلى خمس فرضيات جزئية وهي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الملموسية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الإعتمادية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الإستجابة على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

---

[1] الملحق رقم (07).

*نقبل الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين Xو Y، إذا كان النموذج الخطي المطبق معنوي أي ($sigANOVA \leq 0.05$) ونقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين Xو Y إذا كان النموذج الخطي المطبق غير معنوي أي ($sigANOVA \geq 0.05$).

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد التعاطف على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الأمان على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفرع الأول: أثر محدد الملموسية على إنتاج شركات التأمين

باستعمال تحليل الانحدار يوضح الجدول التالي نتائج اختبار أثر محدد الملموسية على إنتاج شركات التأمين والذي يوضح في نتائجه إلى وجود علاقة تأثيرية موجبة (β=0.718 مع t=15.795) ومعنوية (Sig = 0.000≤0.05) بين محدد الملموسية وإنتاج شركات التأمين والنموذج المطبق بالانحدار الخطي معنوي (Sig = 0.000≤0.05)، كما يتضح أن محدد الملموسية يساهم ب 41.4% "معامل التحديد المعدل 0.414 =R^2" من التغيرات التي تطرأ على إنتاج شركات التأمين (41.4% من تغيرات الإنتاج يفسرها محدد الملموسية) وهي مساهمة مرتفعة.

الجدول رقم (57): نتائج أثر محدد الملموسية على إنتاج شركات التأمين

النموذج	المعاملات غير معيارية		المعاملات المعيارية	قيمة t	معنوية t
	A	الخطأ المعياري	Beta		
الثابت	1.351	0.150		8.990	0.000
محدد الملموسية	0.636	0.040	0.718	15.795	0.000
معنوية ANOVA	0.000				
معامل التحديد R^2	0.416				
معامل التحديد R^2 المعدل	0.414				
* المتغير المستقل: محدد الملموسية ، المتغير التابع: إنتاج شركات التأمين.					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss.

بناء على النتائج السابقة الذكر يمكن قبول الفرضية الجزئية الأولى التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الملموسية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفرع الثاني: أثر محدد الإعتمادية على إنتاج شركات التأمين

من خلال نتائج تحليل الانحدار يشير الجدول رقم (58) إلى أن هناك علاقة تأثير موجبة (β=0.662 مع t=13.524) ومعنوية (Sig = 0.000≤ 0.05) بين محدد الإعتمادية وإنتاج شركات التأمين، النموذج المطبق بالانحدار الخطي معنوي (Sig = 0.000≤0.05)، كما أن قدرة مساهمة محدد الإعتمادية على التغيرات الحاصلة في إنتاج شركات التأمين جاءت بنسبة 43.6% أي (معامل التحديد المعدل R^2 = 0.436) وهي نسبة مرتفعة، أي أن ما نسبته 43.6% من التغيرات التي تطرأ على إنتاج شركات التأمين يفسرها محدد الإعتمادية.

الجدول رقم (58): نتائج أثر محدد الإعتمادية على إنتاج شركات التأمين

النموذج	المعاملات غير معيارية		المعاملات المعيارية	قيمة t	معنوية t
	A	الخطأ المعياري	Beta		
الثابت	1.599	0.157		10.195	0.000
محدد الإعتمادية	0.571	0.042	0.662	13.524	0.000
معنوية ANOVA	0.000				
معامل التحديد R^2	0.439				
معامل التحديد R^2 المعدل	0.436				
* المتغير المستقل: محدد الإعتمادية، المتغير التابع: إنتاج شركات التأمين.					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss.

بناء على نتائج الجدول السابق يمكن قبول الفرضية الجزئية الثانية التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الإعتمادية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفرع الثالث: أثر محدد الإستجابة على إنتاج شركات التأمين

يوضح الجدول الموالي النتائج المتعلقة باختبار الفرضية الجزئية الثالثة:

الجدول رقم (59): نتائج أثر محدد الإستجابة على إنتاج شركات التأمين

النموذج	المعاملات غير معيارية		المعاملات المعيارية	قيمة t	معنوية t
	A	الخطأ المعياري	Beta		
الثابت	1.429	0.149		9.589	0.000
محدد الإستجابة	0.627	0.041	0.709	15.392	0.000
معنوية ANOVA	0.000				
معامل التحديد R^2	0.503				
معامل التحديد R^2 المعدل	0.501				
* المتغير المستقل: محدد الإستجابة، المتغير التابع: إنتاج شركات التأمين.					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss.

يتضح لنا من الجدول رقم (59) أن هناك علاقة تأثير موجبة (β=0.709 مع t=15.392) بين محدد الإستجابة وإنتاج شركات التأمين ، وأن نموذج الإنحدار الخطي البسيط معنوي لأن (Sig = 0.000≤0.05) كما نلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدل R^2 =0.501 وتشير هذه النتيجة إلى أن المتغير المستقل الجزئي (محدد الإستجابة) يفسر ما نسبته 50.1% من التغير الحاصل في المتغير التابع (إنتاج شركات التأمين). و بما أن نموذج الإنحدار الخطي البسيط معنوي وله أثر موجب ومفسر، يمكن قبول الفرضية الجزئية التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الإستجابة على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة α≤0.05.

الفرع الرابع: أثر محدد التعاطف على إنتاج شركات التأمين

يمكن توضيح طبيعة الأثر الموجود بين المتغيرات في الجدول التالي:

الجدول رقم (60): نتائج أثر محدد التعاطف على إنتاج شركات التأمين

النموذج	المعاملات غير معيارية		المعاملات المعيارية	قيمة t	معنوية t
	A	الخطأ المعياري	Beta		
الثابت	1.434	0.127		11.322	0.000
محدد التعاطف	0.628	0.035	0.765	18.171	0.000
معنوية ANOVA	0.000				
معامل التحديد R^2	0.585				
معامل التحديد R^2 المعدل	0.583				
* المتغير المستقل: محدد التعاطف، المتغير التابع: إنتاج شركات التأمين.					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه وجود علاقة تأثيرية موجبة لأن (β=0.765 ، t=18.171) لمحدد التعاطف على إنتاج شركات التأمين، وأن نموذج الإنحدار الخطي البسيط معنوي لأن (Sig = 0.000≤0.05)، كما نلاحظ أن قيمة معامل التحديد المعدل R^2 =0.583، وتشير هذه القيمة إلى أن المتغير المستقل الجزئي يفسر ما نسبته 58.3% من التغير الحاصل على المتغير التابع إنتاج شركات التأمين (يساهم محدد التعاطف ب 58.3% من التغيرات الحاصلة في إنتاج شركات التأمين) وهي مساهمة مرتفعة. وعليه يمكن قبول الفرضية الجزئية التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد التعاطف على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة α≤0.05.

الفرع الخامس: أثر محدد الأمان على إنتاج شركات التأمين

نتائج الانحدار في الجدول رقم (61) تشير إلى وجود علاقة تأثيرية موجبة (β= 0.314 مع t= 5.061) بين محدد الأمان وإنتاج شركات التأمين ، ومعنوية (Sig = 0.000≤0.05) والنموذج المطبق بالانحدار الخطي معنوي (Sig = 0.000≤0.05)، ومن خلال معامل التحديد

المعدل المحصل عليه R^2 =0.095 يتضح أن محدد الأمان قادر على تفسير ما نسبته 9.5% من التغيرات التي تطرأ على إنتاج شركات التأمين (يساهم محدد الأمان ب 9.5% من التغيرات الحاصلة في إنتاج شركات التأمين)، وهي نسبة ضعيفة بالمقارنة مع بقية محددات جودة الخدمة التأمينية.

الجدول رقم (61): نتائج أثر محدد الأمان على إنتاج شركات التأمين

النموذج	المعاملات غير معيارية		المعاملات المعيارية	قيمة t	معنوية t
	A	الخطأ المعياري	Beta		
الثابت	2.910	0.155		18.774	0.000
محدد الأمان	0.214	0.042	0.314	5.061	0.000
معنوية ANOVA	0.000				
معامل التحديد R^2	0.099				
معامل التحديد R^2 المعدل	0.095				
* المتغير المستقل: محدد الأمان، المتغير التابع: إنتاج شركات التأمين.					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج spss.

بناء على ماتحصلنا عليه يمكن قبول الفرضية الجزئية الخامسة التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الأمان على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

وعلى ضوء النتائج السابقة المتحصل عليها والمتضمنة قبول الفرضيات الجزئية، يمكن التأكد من وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمحددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$.

المبحث الثالث: آليات تطوير قطاع التأمين في الجزائر

في خضم التحديات الجسيمة التي تعتري بيئة شركات التأمين، أصبحت الحاجة ماسة ولازمة والضرورة ملحة وضاغطة لتطوير قطاع التأمين والإستجابة الفعالة لإحتياجات الزبائن بتجويد وتنويع خدمات القطاع والإرتقاء بتنافسيتها إلى المستويات والمعايير الدولية.

المطلب الأول: إبتكار وتنويع المنتجات التأمينية

إن الإبتكار هو تجسيد لفكرة أو تصور لمنتج جديد أو خدمة جديدة في السوق يميز الشركة عن باقي الشركات المنافسة، فتملك الشركة عن طريقه ميزة تنافسية.[1]

قطاع التأمين كغيره من القطاعات بحاجة لعملية الإبتكار التي تظهر نتيجة إرتباطه بتطور المجتمع البشري الباحث عن توفير الحماية لنفسه من تقلبات الحياة، الأمر الذي يلقي المسؤولية على شركات التأمين التي تجد نفسها في مواجهة مخاطر عشوائية، غير متوقعة، متعددة...إلخ فالإبتكار في شركات التأمين يعد ضرورة يومية ومن الحكمة أن تعطى المكانة الحقيقية للبحث والإبتكار في هذا القطاع.

الفرع الأول: الإبتكار في قطاع التأمين

إن وظيفة التأمين إرتبطت بالحاجة إلى تغطية المخاطر ولذلك فهو يمثل منذ نشأته الضمان الذي يجعل الحياة أكثر أمنا واستقرارا، غير أنه مع التطور الذي تشهده الحياة في مختلف جوانبها (الإقتصادية الإجتماعية،..الخ) ينتظر من التأمين أن يأخذ بعدا جديدا يشمل ويواكب متغيرات هذا التطور ويكون هدفه الأسمى تحقيق التضامن بالرغم من ما ينطوي عن وظيفته التجارية من مردودية.

[1] شيخ كريمة، إبتكار المنتجات التأمينية و دوره في ترقية شركات التأمين بالمغرب العربي"حالة سوق التأمين الجزائر تونس و المغرب"، مجلة الإبتكار و التسويق، العدد 01، الجزائر، 2014، ص296.

أولا: مجالات الإبتكار في شركات التأمين

يهدف التأمين التقليدي إلى نقل أو تحويل الخطر، بمعنى تحمل المخاطر أو تمويل تلك المخاطر التي تعترض الشركات والخواص، ويأتي الإبتكار في تنويع العروض المقدمة للشركات والخواص لتوزيع المخاطر وتخفيف حدة التغيرات في المداخيل والنفقات، وتحسين الوساطة المالية وتحفيز تراكم رأس المال، ودعم الفعالية الإقتصادية.

الجدول رقم (62): مجال الإبتكار في قطاع التأمين

مجموعات العمل	المواضيع	مجالات الإبتكار ذات الأولوية
تطوير منتجات و خدمات جديدة لمسايرة التغيرات الجارية	الإدخار و التقاعد	– خلق وسائل السوق في خدمة منتجات الريع. – الاستثمار في منتجات ريع الحياة. – تشجيع الاستثمار في الأسهم. – تعبئة ثروة العقار في خدمة التقاعد.
	الاعتمادات	– التفكير في نماذج جديدة للعمل في تغطية مخاطر الاعتمادات. – التفكير في الاعتماد على حلول التضامن العائلي.
	التنمية المستدامة و المسؤولية الإجتماعية	– دعم الصناعات البيئية، و التمويل من أجل النمو الأخضر. – الحد من أوجه الضعف الإجتماعي و الحماية الاجتماعية المستدامة. – المؤمن كمستثمر مسؤول.
	إقتصاد الوظائف	– تطبيق مبادئ الإقتصادي الخدمي (servicielle)
تطوير العلاقات مع الزبائن الجدد وتعزيز الكفاءة التشغيلية من	تجربة العملاء	– وسائل التعاون و التقرب من العملاء. – إستغلال بيانات العملاء ومحاكاة اللحظات المهمة في الحياة.
	الكفاءة التشغيلية	– انسيابية العمليات و تأثيرات نظم المعلومات. – تعزيز الروابط بين القطاعات

خلال إستغلال إمكانات تكنولوجيا المعلومات والإتصالات	تكييف المناهج الإدارية والتجارية	– دمج التقنيات الحديثة في شبكات التوزيع التقليدية وفي ذات الوقت ضمان التدريب الفعال للفرق وتعزيز مهاراتهم.
إدارة المخاطر الكبرى	الخطر الديموغرافي	– بيانات و نماذج معدلات الوفيات و المراضة (التطبيب). – خطر الإعتماد.
	خطر السوق	– التعرف على نموذج السوق الذي يعمل فيه المؤمن. – تأثير وأهمية وتطور البيئة التنظيمية من حيث توزيع الأصول، إعتمادا على طريقتين. – التفكير في عرض الوحدات في الحساب.
	خطر المناخ	– التقدم في وضع نماذج لمخاطر تغير المناخ. – معرفة وفهم الظروف التي تؤثر في التأمين و التكلفة. – توقع وتحليل آثار تغير المناخ على الأنشطة ولكن أيضا على المحفظة الإستثمارية للشركة.
	المخاطر التنظيمية	– قياس المخاطر، وخصوصا خطر النموذج. – تسيير مخاطر الحوكمة. – الوصول إلى مصادر التمويل.

Source : Jean-Claud Seys et autres, l'innovation dans l'assurance, premier livre blanc, Drire, Ile-de-France, 2010, p 17.

إن التوجه الحالي لشركات التأمين في مجال الإبتكار يركز على بعض الأصناف ذات العلاقة بالتطور الإقتصادي والإجتماعي للشركات الإقتصادية والأفراد، نذكر منها مايلي[1]:

[1] حبار عبد الرزاق، واقع وخصوصية الإبتكار في نشاط التأمين" مع الإشارة إلى حالة قطاع التأمين بالجزائر" مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 55، العراق ، 2018، ص353.

1- التأمين على سلسلة الإمداد أو التوريد ضد خطر عدم تسليم أو تأخير البضائع.

2- التأمين ضد مخاطر الطاقات المتجددة (تأمين اللوحات الشمسية مثلا).

3- التأمين ضد مخاطر إختراق المعلومات (تأمين الأنترنت).

4- التأمين ضد مخاطر السمعة.

5- التأمين ضد المخاطر البيئية و التغير المناخي.

6- التأمين ضد مخاطر نانوتكنولوجي.

7- التأمين التكافلي أو التعاوني المعتمد على المشاركة في تحمل المخاطر وفق مبادىء الشريعة الإسلامية.

8- التأمين الجزئي أو المصغر الموجه للأفراد ذو الدخل الضعيف.

ثانيا: تأثير الإبتكار في نشاط التأمين

للإبتكار تأثيرات على نشاط التأمين، سواء إيجابية أو سلبية:

1- التأثيرات الإيجابية

يعبر ابتكار المنتجات عن قدرة شركة التأمين على خلق فرص متعددة للنمو والإستمرار في السوق من خلال تحقيق الربحية وزيادة المبيعات وخفض التكاليف، حيث نجد أن الشركة الأكثر ابتكارا هي الأكثر قدرة على خلق أسواق جديدة وتحويل التهديدات إلى فرص مستقبلية، من آثاره الإيجابية:

أ- **أثره على الربحية:** هناك علاقة جد مهمة بين الربح والإبتكار، حيث يعتبر الإتكار أحد العوامل المؤثرة على الربحية بل هناك ما يسمى بالربح الإبتكاري، وهو الربح الناتج عن الإبتكار ولقد تبين أن الربح الإبتكاري يأتي من كل جوانب عمل الشركة أكان إنتاجيا أو ماليا أو تسويقيا أو متعلق

بوظائف الإدارة[1]، فالإبتكار التسويقي للمنتجات يؤثر على نجاح المنتج من خلال قدرته في الإستجابة لحاجات ورغبات الزبائن بشكل أفضل من المنافسين.

ب- أثره في خفض التكلفة و زيادة المبيعات: إن تخفيض التكلفة من أهم الأهداف التي تسعى إليها شركة التأمين وذلك لما ينعكس على أدائها، حيث أن التكلفة المنخفضة مقارنة مع المنافسين تعني سعر بيع أقل من سعر المنافسين وهذا ما يعطي للشركة ميزة تنافسية تمكنها من الصمود في وجه المنافسة[2]، حيث تتمكن شركة التأمين من خلال الإبتكار والتحكم في العمليات الإنتاجية أن تخفض التكلفة من خلال الكفاءة التسويقية في ابتكار و/أو تقديم المنتج إلى السوق، فإذا ما تمكنت الشركة من ابتكار طريقة تسويقية جديدة تسمح لها بعرض المنتج و/أو تقديم منتج جديد، ولكن بتكلفة أقل قد ينعكس ذلك على تقليل التكلفة النهائية للمنتج خاصة إذا قلنا بأن 50 % من الإنفاق الخاص بالمنتج ينفق علي العملية التسويقية ووسطاء التوزيع المختلفين[3]، وهذا ما يجعل الشركة التي تتبني الإتجاه الإبتكاري في التسويق قادرة على خفض السعر إلى مستوى دون السعر الإعتيادي في السوق، مما يجعلها قادرة على زيادة كمية المبيعات.

ت- أثره على رضا الزبون: هناك صراع خفي قائم بين وظيفة التسويق ووظيفة الإنتاج عندما يتعلق الأمر بابتكار المنتجات التأمينية ويتمثل في وجود اتجاهان في هذه العملية، حيث تدعم كل وظيفة اتجاه معين وهذان الإتجاهان هما التبسيط والتنويع ولابد للشركة أن تحدد سياستها إزاءهما ويعني التنويع في المنتج تحديد درجة مثلى لتنوع تشكيلة المنتجات، حيث أن التنوع الزائد يؤدي

---

[1] مؤيد عبد الحسين الفضل، رضا صاحب أبوحمد، أساسيات إقتصاديات الأعمال، الطبعة الأولى، دار المناهج الأردن، 2003، ص 336.

[2] نجم عبود نجم، إدارة الإبتكار" المفاهيم و الخصائص و التجارب الحديثة"، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 165.

[3] عصام الدين أمين أبو علفة، التسويق المفاهيم و الإستراتيجيات " النظرية و التطبيق الجزء الأول"، مؤسسة حورس الدولية، مصر،2000، ص38.

زيادة عدد المنتجات المختلفة إلى تلبية حاجات الزبون الخاصة وهذا يزيد من التكلفة ويقلل من الكفاءة التشغيلية وهذا من وجهة نظر الإنتاج غير مرغوب فيه، بينما التنويع التبسيط أو التنوع المحدود يزيد من الكفأة التشغيلية لنظام الإنتاج إلا أنه يخفض المبيعات، وذلك لأنه يحد من الإستجابة لحاجات الزبائن المتنوعة وهذا من وجهة نظر التسويق غير مرغوب فيه، حيث نجد أن الإبتكار يؤدي إلى التنويع منه إلى التبسيط، لأنه يأتي بالجديد والذي يدخل ضمن التنوع من حيث أن الجديد هو نوع إضافي يضاف للأنواع الأخرى التي تنتجها الشركة[1]، حيث أن التنويع يعني وجود عدد كبير من المنتجات التي تستجيب لإحتياجات الزبون، لأن هذا يوفر أمامه فرصة أكبر لإختيار المنتجات حسب حاجته.

وبالتالي فإن الإبتكار في قطاع التأمين يتجلى عنه إزدهار الإقتصاد وتعزيز الرفاه الإجتماعي للأفراد.

2- التأثيرات السلبية

بالرغم من أهمية ابتكار المنتجات الجديدة بالنسبة لشركة التأمين في تحقيق الإستقرار والنمو في مبيعاتها وأرباحيا والتقدم والرفاهية للمجتمع ككل، فان هذه العملية تكتنفها درجة عالية من المخاطرة والتي تعتبر من أهم العوائق التي تواجه الشركة في المضي قدما في عملية الإبتكار وتوجد مجموعة من العوائق من أهمها:

أ- **إرتفاع معدل فشل المنتجات الجديدة:** يعتبر ارتفاع معدلات فشل المنتجات الجديدة من المعوقات التي تقف دون قيام شركة التأمين بالإبتكار، حيث يصل معدل الفشل في الشركات التي تقدم الخدمات مابين 15% و25 %، وقد أشارت بعض الدراسات إلى أن 95% من المنتجات

[1] نجم عبود نجم، مرجع سبق ذكره، ص 260.

الجديدة والتي يتم اختبارها في السوق لا تصل إلى مرحلة التقديم النهائي[1]، وفيما يتعلق بأسباب الفشل وجد أنها تنقسم إلى 18% منها مالية من خلال عدم وجود التمويل الكافي لدعم عملية ابتكار المنتج وتسويقه نقص الموارد المالية، و32% لأسباب فنية من خلال عدم قدرة المنتج على تحقيق مستوى الأداء المطلوب منه، عدم القدرة على تجسيد المنتج من الناحية الفنية وتعود 50% الباقية على الأسباب التسويقية والتجارية سوء في تقدير حجم السوق، تغير رغبات الزبون، توقيت إطلاق المنتج، رد فعل قوي من المنافسين.[2]

ب- قصر دورة حياة المنتج: إن ما يلاحظ اليوم من السرعة الكبيرة التي يتم فيها تطوير المنتجات الموجودة وإدخال منتجات جديدة جعل من دورة حياة المنتجات أقصر مما كانت عليه سابقا، وفي الخمسة عشر سنة الأخيرة انخفض متوسط طول حياة المنتج من ثلاث سنوات إلى سنة واحدة، كما أن محاولات إنعاش المنتجات المتدهورة عن طريق الترويج غالبا ما تكون غير ناجحة، وفي ظل المنافسة الشديدة وحيث معدل التجديد والإبتكار ولو بمفهومه الضيق المعتمد على إدخال تعديلات طفيفة على المنتج يعتبر مرتفعا فإنه لا يكون بإمكان المنتج أن يعيش في السوق إلا لفترة محدودة،ثم يجد الزبون بعد ذلك بدائل جديدة له تجذبه ليتحول عن المنتج الأول، وإذا كانت تكاليف ابتكار المنتج عالية فإن شركة التأمين قد لا تجد في الفترة القصيرة التي أتيحت لها في السوق كافية لاستعادة تكاليف ابتكارها ناهيك عن تحقيق عائدات مجزية منها.[3]

ت- إرتفاع تكلفة إبتكار المنتجات: إن عملية الإبتكار مكلفة جدا ويظهر ذلك في المبالغ

---

[1] زياد محمد الشرمان، عبد الغفور عبد السلام، مبادىء التسويق، الطبعة الأولى، دار الصفاء، الأردن،2001 ص150.

[2] حسين علي، الأساليب الحديثة في التسويق الدليل العملي للإستراتيجيات والخطط التسويقية، الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر و التوزيع، سوريا، 2000، ص 196.

[3] أحمد شاكر العسكري، التسويق " مدخل إستراتيجي"، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن 2000، ص 44.

الضخمة المنفقة على دراسة الأفكار الخاصة بالمنتجات الجديدة وعلى أنشطة البحث والتطوير وذلك نتيجة التعقيد الفني المتزايد لمعظم المنتجات.

ث- إزدياد حدة المنافسة في حالة النجاح: عندما تقدم شركة التأمين منتج جديد وذلك بعد تخطيه كافة العقبات ويبدأ في تحقيق النجاح في السوق، تبدأ المنافسة في الظهور بشكل حاد وبطريقة قد تؤثر على عمر أو طول حياة المنتج في السواق، وبالطبع فإن المنافسة تؤثر على المبيعات بشكل ملموس وبطريقة قد تدفع الشركة إلى سحب المنتج من السوق وذلك بدلا من المنافسة، حيث تتبع الكثير من الشركات هذه السياسة خاصة عندما تنخفض المبيعات نتيجة المنافسة بشكل سيئ، إن مثل هذه المخاطر تضع الشركة في موقف محير فبينما يعتبر إبتكار المنتجات الأساس لاستمرار الشركات ونموها، فإن تقديم هذه المنتجات قد يحمل من المخاطر ما يؤثر على حياة الشركة نفسها.

ج- مقاومة الزبون: إن من الصعب عادة اجتذاب انتباه الزبائن نحو أفكار المنتجات الجديدة وذلك لعدة أسباب أبرزها الدخل فالزبائن ذوي الدخل الضعيف ينفقون الجزء الأكبر من دخلهم على المنتجات الأساسية وبالتالي هم لا يجدون الفرصة في تجريب المنتجات الجديدة، كما أن كثرة البدائل في السوق تجعل هناك منافسة في الظفر بانتباه الزبائن من طرف المنافسين، بالإضافة إلى الولاء للقديم والخوف من الجديد بسبب رضاء الزبائن على المنتجات الحالية، كل هذه الأسباب وغيرها تشكل ما يسمى بمقاومة الزبون، وهذا من العوائق التي تجعل الشركة تعزف عن الإبتكار للخوف من عدم إقناع الزبون بما تقدمه من إبتكارات.[1]

بصفة عامة التأثيرات الثانوية السلبية للإبتكار في نشاط التأمين تبقى محدودة، فشركات التأمين لا تمثل تهديدا نظاميا، فحتى في حالة الخسائر الغير متوقعة فإنه يتم مواجهتها من طرف

[1] نفس المرجع السابق، ص 45.

المساهمين الخواص أما الزبائن فيكونون في منأى عن تحمل خسائر كبيرة ما عدا فقدان عمولات التأمين المدفوعة.

ثالثا: شروط تحرير الإبتكار في قطاع التأمين

للإبتكار في قطاع التأمين شروط لتحريره[1]:

1- الحاجة إلى الحد من الحواجز والعقبات التي تحول دون الإبتكار

أ- الحواجز والعقبات الداخلية (التركيز على الأسواق القائمة أكثر من الإستثمار في البحث والتطوير في الأسواق المستقبلية، ثقافة إدارة المخاطر، عملية الإبتكار والتطوير).

ب- الحواجز والعقبات الخارجية (الحواجز التنظيمية، عدم الإستقرار التنظيمي، صعوبة الحصول على المعلومات والبيانات الأولية ، صورة التأمين،.....إلخ).

2- من خلال مدخل إبتكار تعاوني متكيف مع قطاع التأمين ويدعم من المحيط الإقتصادي:

أ- يجب أن يكون مدخل وعملية الإبتكار مطورة ومحترفة، فالإبتكار يمثل تحدي إستراتيجي لجميع متعاملي قطاع

التأمين في محيط غير مستقر ويتطور بإستمرار، ولقد أدركت شركات التأمين أن المنظمات التي تتطور هي فقط تلك التي تتكيف بتطوير إجابات مبتكرة، حيث أن التحدي الحقيقي لشركات التأمين ليس النجاح في الإبتكار (الذي سيتم نسخه لاحقا من طرف المنافسين) بل تطوير القدرة على الإبتكار أفضل من باقي المتعاملين (القدرة على الإستجابة بشكل أسرع).

ب- يجب تدعيم وتأييد "الإبتكار التعاوني" كمدخل مهم، فتطوير القدرة على الإبتكار الداخلي يعد شرط ضروري ولكنه غير كاف للبقاء في المنافسة، إذ من المهم أن تعرف شركات التأمين كيف

[1]Jean-Claud Seys et autres, l'innovation dans l'assurance, premier livre blanc ,DRIRE, Ile-de-France, 2010, pp 55-62.

تقوم بالتعاون مع محيطها الإقتصادي (المهنيين المهرة، الموزعين، الزبائن، السلطات العمومية الباحثين، الهيئات الأخرى وبعض الأحيان المنافسين) لتطوير الإبتكارات بفعالية ونشرها على أوسع نطاق ممكن.

الفرع الثاني: واقع الإبتكار في قطاع التأمين في الجزائر

إن شركات التأمين في الجزائر مدركة بأهمية الإبتكار ودوره في تحصيل مخرجات معلوماتية أساسية لإستعمالها كمدخلات في عملية البحث والتطوير، إلا أن واقع الحال يشير إلى التأخر الكبير في إعتماد التكنولوجيات الجديدة للمعلومات والإتصالات في قطاع التأمين بالجزائر وهو ما يشكل عائقا كبيرا لعملية التجديد والإبتكار للنشاط، ويجب التفريق في هذا الإطار بين نوعية المعلومات التي نتحدث عنها، فهناك معلومات تخص شركات التأمين على أساسها يتم تطوير النشاط، حيث يتعلق الأمر بمخاطر المحيط الداخلي والخارجي، ومعلومات أخرى تخص نشاط الشركة ذاته تساعدها في الرفع من مستوى أدائها، وتوفير هذه النوعية من المعلومات هي من إختصاص مركزية المخاطر.

أولا: مجالات التجديد و الإبتكار في قطاع التأمين في الجزائر

من أهم مجالات التجديد والإبتكار في قطاع التأمين في الجزائر نجد:

1- التأمين المصرفي

يعتبر التأمين المصرفي مجال مهم في تطوير منتجات التأمين في الجزائر ويدعم بشكل مباشر عملية الإبتكار وهذا بالنظر لحداثة هذا الفرع في القطاع والفرص الكبيرة الممكن استغلالها بين شركات التأمين والبنوك، هاته الأخيرة تمتلك شبكة توزيع أكبر وأهم من نظيرتها في التأمين من جهة، ومن جهة أخرى لكلا الوسيطين الماليين خبرة في تخصصهما سيساهم في خلق

ديناميكية أكبر في القطاع المالي، ويعبر التزايد المطرد لحجم رقم الأعمال المحقق في هذا الفرع دليل على الإمكانيات المتاحة، حيث بلغت نسبة التطور أكثر من 120% خلال ست سنوات.

الجدول رقم (63): منتجات التأمين المصرفي الموزعة على مستوى البنوك.

البنك	منتجات تأمينات الأشخاص	منتجات تأمينات الأضرار
البنك الوطني الجزائري BNA	– السفر والمساعدة في الخارج – التأمين المؤقت عند الموت	– التأمين على الكوارث الطبيعية – التأمين المنزلي الشامل
بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR	– السفر و المساعدة بالخارج – الحوادث الفردية – عقد تأمين سداد الإئتمان	– التأمين على الكوارث الطبيعية – التأمين المنزلي الشامل – التأمين الفلاحي
الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياطCNEP	– منتج صحتي – منتج الإحتياط الشامل	//
BNP Paribas EL Djazair	– الحماية الشاملة – التأمين المنزلي	التأمين المحترف
Cardif EL Djazair	– تأمين المقترضين للخواص و المهنيين – تأمين إحتياطي/ صحي للزبائن – تأمين خاص بالمؤسسات – تأمين السفر	//

المصدر: حبار عبد الرزاق، واقع وخصوصية الإبتكار في نشاط التأمين" مع الإشارة إلى حالة قطاع التأمين بالجزائر"، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 55، العراق ،2018 ص360.

سجل قطاع التأمين في الجزائر حوالي 30 إتفاقية توزيع بين البنوك وشركات التأمين، التي هدفت إلى تعزيز وترقية منتجات التأمين الموجهة للأفراد خاصة المتعلقة بفرع تأمينات الأشخاص

حيث تنشط 991 وكالة بنكية في توزيع منتجات التأمين التي حققت رقم أعمال قدره 4.8 مليار دج سنة 2017. والجدول الموالي يلخص أهم الإتفاقيات بين شركات التأمين والبنوك:

الجدول رقم (64): أهم الإتفاقيات بين شركات التأمين والبنوك

شركة التأمين	البنك	تاريخ الإتفاقية	عدد وكالات صيرفة التأمين
كارديف الجزائر	سيتي لام الجزائر تابع ل (BNP Paribas)	2007/12/10	1
كارديف الجزائر	الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط CNEP	2008/03/25	216
الشركة الوطنية للتأمين	بنك التنمية المحلية BDL	2008/04/19	22
الشركة الوطنية للتأمين	بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR	2008/04/20	144
الشركة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين	البنك الخارجي الجزائريBEA	2008/05/11	/
الشركة الوطنية للتأمين	البنك الوطني الجزائريBNA	2008/05/12	15
الشركة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين	القرض الشعبي الجزائريCPA	2008/05/20	53
الشركة الوطنية للتأمين و إعادة التأمين	البنك الوطني الجزائريBNA	2008/06/22	/
الشركة الجزائرية للتأمين	البنك الوطني الجزائريBNA	2008/06/22	/
كارديف الجزائر	بي ان بي باريبا BNP paribas	2009	/
الشركة الوطنية للتأمين وشركة مصير الحياة	بنك الفلاحة و التنمية الريفية، بنك التنمية المحلية" BDL،BADR"	2010/07/22	20
شركة آكسا	البنك الخارجي الجزائري BEA	2011/05/31	7
شركة آكسا للحياة	سوسيتي جنرال SGA	2012/02/29	76
شركة كرامة	القرض الشعبي الجزائريCPA	2012/12/12	72
شركة كرامة	البنك الوطني الجزائريBNA	/	/
شركة آكسا للأضرار	بي ان بي باريباBNP Paribas	2013/04/01	70
شركة آكسا للأضرار	سوسيتي جنرال SGA	2015/04/23	76
شركة آكسا للأضرار	بنك الخليج الجزائر Gulf bank	2015/03/23	53
شركة أكسا للحياة	بنك الخليج الجزائر Gulf bank	2015/03/23	53

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على منشورات الشركات المعنية.

تعتبر قاعدة الزبائن الواسعة التي تمتلكها البنوك مثالية للتوزيع الشامل في سوق المنتجات إذ يمكن لشركات التأمين الإستفادة من اتساع هذه القاعدة لتصنيف الزبائن المحتملين بالتفصيل وفقا لإحتياجاتهم وقيمهم وبصرف النظر عن القدرة على الإستفادة من مجموعات زبائن جدد والهروب من التكلفة العالية للحصول عليهم، هناك سبب آخر دفع شركات التأمين للنظر في قنوات بديلة، وفي بعض الحالات يمكن أن تعمل مع بنك قوي كفريق واحد يستطيع مساعدتها لتمويل تطوير الأعمال الجديدة وتعزيز الثقة العامة في شركة التأمين.بإختصار تنجذب شركات التأمين إلى التأمين الصيرفي لأنه يمكنها من[1]:

أ- استغلال قاعدة زبائن البنوك الضخمة.

ب- تقليل اعتمادها على الوكلاء التقليديين من خلال الإستفادة من مختلف القنوات التي تملكها البنوك.

ت- مشاركة الخدمات مع البنوك.

ث- تطوير منتجات مالية جديدة أكثر كفاءة بالتعاون مع الشركاء في البنوك.

ج- إنشاء سوق بسرعة دون الحاجة إلى بناء شبكة من الوكالات.

ح- الحصول على رأس مال إضافي من البنوك لتحسين الملاءة المالية وتوسيع الأعمال التجارية.

خ- إمكانية وصول الزبائن إلى كل من الخدمات المصرفية ومنتجات التأمين من خلال البنك.

2- الرقمنة

يتطلب الإبتكار في أي شركة إلى قاعدة بيانات، تفيدها في تطوير منتجاتها وخدماتها لتعود بالفائدة الإيجابية لها وللزبائن، والأكيد أن إدخال تكنولوجيا المعلومات والإتصال في قطاع التأمين

[1] عادل زقرير، دور صيرفة التأمين في تطوير وإنعاش سوق التأمينات" حالة الجزائر"، مجلة الدراسات الإقتصادية والمالية،الجزء 01، العدد10، الوادي الجزائر،2017، ص151.

عموما سهل بشكل كبير في ممارسة النشاط، وقد برز هذا الجانب باعتماد Le Datamining (إستخراج أو التنقيب عن المعلومات) الذي يسمح بالبحث عن معلومات محددة إنطلاقا من قاعدة بيانات كبيرة اعتمادا على الخوارزميات في مجال الإحصاء والذكاء الإصطناعي والإعلام الآلي.

في الجزائر عمد المجلس الوطني للتأمينات (CNA) إلى اعتماد قاعدة بيانات مركزية للإحصائيات (BDCS) الذي يسمح باستعمال تقنيات Datamining بتقدير تطور حجم الإنتاج و/أو الأضرار لقطاع التأمين، وتحديد مختلف العلاقات بين مؤشرات القطاع.

من جانب آخر تم سنة 2016 إطلاق برنامج يساعد على اتخاذ القرار في شركات التأمين من طرف ORIFINA وتم تسمية البرنامج IRIS (Insurance & Reisurance Integrated System) عملت عليه مجموعة من مهندسي الإعلام الآلي فرع مجموعة Alliance Assurances، ويعمل هذا البرنامج على تسيير جميع أنشطة شركة التأمين المتعلقة بتجميع عمولات التأمين وتسيير العقود وتعويض الخسائر.[1]

بالرغم من المجهودات المبذولة في مجال الرقمنة السابق ذكرها، لا يكمن الحكم بتطور أنظمة المعمومات والإتصال بقطاع التأمين في الجزائر، على الأقل بالنظر لبعض ممارسات النشاط خاصة فيما يتعلق بالتعويضات عن الخسائر المحققة التي تتميز ببطء آجال التنفيذ، ففي سنة 2015 تم التوقيع على إتفاقية تطهير ملفات التعويض من طرف الإتحاد الجزائري لشركات التأمين وإعادة التأمين وشركات التأمين على الأضرار التي تعود إلى سنوات 2010 و2011 و 2012.[2]

[1] حبار عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص 361.

[2]direction des assurances, activités des assurances en Algérie, ministère des finances, direction générale du trésor, rapport 2015, p20.

وبإعلان إمكانية الدفع الإلكتروني في أكتوبر 2016 بالجزائر، اقدمت شركة التأمينات على الأشخاص أمانة " AMANA" عن طريق موقعها الإلكتروني على فتح المجال للمكتتبين بالتسجيل والإكتتاب عبر الخط خاص بالتأمين على السفر، وتعد هذه الخطوة سباقة في قطاع التأمين بالجزائر.[1]

3- المنتجات التأمينية الجديدة المبتكرة

قام المجلس الوطني للتأمين CNA سنة 2016 بدراسة استقصائية على مستوى مجموعة من شركات التأمين العمومية والخاصة في الجزائر خصصت لموضوع الإبتكار في قطاع التأمين (مقابلات مع مدراء ومسئولي هاته الشركات)، وقد أبرزت هاته الدراسة اهتمام شركات التأمين الناشطة في القطاع بعملية الإبتكار والتطوير ودورها في الرفع من مستويات الأداء كما ونوعا، كما خلصت أن عوامل النجاح "حسب المستجوبين" تتوقف على العنصر البشري والرقمنة وأنظمة المعلومات والإتصال والإدارة والتسيير.

عكس ما يمكن اعتقاده، تعمل جميع شركات التأمين العاملة في الجزائر على تطوير منتجاتها وتقديم صورة مبتكرة لنشاطها، وهذا يدل على حجم المنافسة في القطاع خصوصا بعد انخفاض الموارد المالية للبلد من جهة وعلى الحركية التي تميز القطاع من جهة أخرى أساسا بعد صدور القانون رقم 04/06 في 20 فيفري 2006.

[1] Mourad Zenikhri, les sociétés d'assurances se mettent aux TIC, conseil national des assurances ,Bulletin des assurances N°37 , Algérie, 4éme trimestre 2016, p 09 .

الجدول رقم (65): منتجات التأمين الجديدة المبتكرة في قطاع التأمين في الجزائر

الشركات	المنتجات الجديدة المبتكرة
الشركة الجزائرية للتأمين SAA	عرض " كفالة، الوفاء، لالة، حرفي/ مهني". تأمين " فقدان الإنتفاع، فقدان الإستغلال، جميع الأخطار المحدد، أفضل تصليح، شراء قيمة القدم والإقتطاع".
الشركة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين CAAR	عرض " المساعدة الطرقية – Assistance auto".
شركة تأمين المحروقات Cash Assurance	عرض " المساعدة الطرقية – Assistance auto". تأمين خسائر الإستغلال الموجه للمؤسسات.
الشركة الدولية للتأمين و إعادة التأمين CIAR	تأمين " قرض بيع السيارة". تأمين السفر. التأمين " الصحي الوطني والدولي". تأمين العودة في حالة الطوارئ.
الجزائرية للتأمينات 2A	التأمين الصحي . منتجات أخرى لتأمينات الأشخاص.
تأمينات الجزائر للأضرار AXA Assurance Algérie dommage	عرض خاص " التأمين على السيارات". تأمين "الإحتياط الجماعي والصحي".
تعاضدية التأمين الجزائرية لعمال التربية والثقافة MAATEC	عرض " المساعدة الطرقية – Assistance auto".
الصندوق الوطني للتعاون الفلاحيCNMA	عرض "دار الفلاح".
مصير للحياة MACIR Vie	خدمة " التأمين الصحي للمجموعة". تأمين"حج– عمرة". تأمين " الصحة المحلية".

المصدر: من إعداد الطالبة إعتمادا على منشورات الشركات المعنية.

من جانب آخر، تعتمد بعض شركات التأمين العاملة في الجزائر على التواصل مع زبائنها والجمهور العام من خلال سبر الآراء المعلن عبر مواقعها الإلكترونية الرسمية، وهذا على غرار الشركة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين CAAR التي طرحت سؤالا مفاده: ماهو الجانب الذي

يتوجب تطويره وتحسينه، وكانت نسبة الإجابات موزعة كمايلي: 57.9% لنوعية الإستقبال 18.3% الإستشارة والتوجيه، 11.7% قرب الوكالات 12.1% تنوع المنتجات.

بدورها طرحت الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT سبرا للآراء حول: كيف تعرفت على الشركة، وأتت نتائج الإجابات كمايلي: 26.6 % عبر السمع، 24.4% عبر النت، 19.3% عبر الصحافة، 16.1% عبر المعارض، 6.3% عبر التأمين المصرفي.

كما تعتبر الشركة الجزائرية لإعادة التأمين CCR الوحيدة في قطاع التأمين بالجزائر من تمتلك خلية للإستراتيجية والتطوير، وهي تماثل خلية أو مديرية البحث والتطوير (R & D) ، هذه الأخيرة تعتبر بمثابة المحرك الرئيسي في تطوير وتجديد النشاط داخل أي شركة اقتصادية أو مالية.

تسعى العديد من شركات التأمين في الجزائر سواء العمومية أو الخاصة إلى إعادة هيكلة محافظها التي لا يزال منتج "تأمين السيارات" يهيمن عليها على حساب منتجات مهمة أخرى على غرار تأمينات الأشخاص، علما أن عدد المنتجات المعروضة من طرف شركات التأمين كان في حدود 85 منتج سنة 2006 ليصل حاليا إلى أكثر من 100 منتج في التأمين وإعادة التأمين [1] ولعل أبرز المنتجات الواعدة في قطاع التأمين في الجزائر التي يمكن التعويل عليها في خلق صورة مبتكرة للقطاع تتمثل في[2]:

أ- التأمين المدرسي للشركات العمومية والخاصة.

ب- استرجاع الرفات من الخارج.

ت- المسؤولية المدنية للوكلاء الإجتماعيين.

[1] guide investir en Algérie, présenté par Kpmg , Algérie, 2012, P 269.

[2] حبار عبد الرزاق، مرجع سبق ذكره، ص363.

ث- الحماية القانونية.

ج- التأمين التكافلي في تأمينات الأشخاص.

ح- المساعدة الطرقية.

4- الإطار التنظيمي و القانوني

لا تستطيع شركات التأمين أن تمارس نشاطها إلا في حدود الإطار التنظيمي والقانوني المسموح به، وعليه فإن عملية الإبتكار تبقى مرهونة بمواكبة المشرع الجزائري لرغبة وتطلعات شركات التأمين في الجزائر حيث لا يجب أن يمارس دور المقيد دون إهمال دور المراقب، لهذا يتوجب على الجهات المنظمة لقطاع التأمين تحديث الأطر التنظيمية، حتى تتناسب مع السياسات والمعايير الدولية وتتلائم مع التطور العالمي لصناعة التأمين ومتطلبات العصر.يجب إعتماد وسائل الإثبات والتبليغ الحديثة إستجابة لمقتضيات السرعة والكفاءة في سير العملية التأمينية الحديثة.

إجبار شركات التأمين على إستخدام الأنظمة النقدية الحديثة، لتنظيم أعمالها اليومية والشهرية من تدوين السجلات وحفظ المعلومات بدلا من الطرق التقليدية المتبعة حاليا، حيث أن تطبيق هذا القانون يؤدي إلى إحداث نقلة نوعية للعمل التأميني والإرتقاء به، وذلك من خلال إصدار مجموعة من الأنظمة والتعليمات من خلال هيئة تنظيم قطاع التأمين وإعطائها الصلاحيات الكاملة بإعتبارها الجهة المنظمة والتي يناط بها تنظيم وتطوير سوق التأمين بإعادة النظر في كافة الأطر القانونية والهياكل التنظيمية ومعايير الكفاءة والأداء السائدة حاليا وذلك بما يتلاءم مع المعايير والمفاهيم والمتغيرات الدولية، بحيث تبدأ الهيئة بإجراء مراجعة شاملة لكافة التشريعات ذات العلاقة والمنظمة لأعمال التأمين سواء من الناحية القانونية أو المالية، وذلك بتحديثها وتطويرها لتكون أكثر توافقا مع المتطلبات الحديثة لسوق التأمين العالمي.

لابد من وضع قانون خاص ينظم العلاقة التعاقدية بين أطراف عقد التأمين، لتكون أكثر وضوحا وشمولية مما هو معمول به حاليا، ليكون هذا القانون هو المرجع الخاص الذي يتم الرجوع إليه لوضع شروط وإستثناءات وتحديد أطراف عقد التأمين والإلتزامات المترتبة عند وضع وثائق التأمين، مما يجعلها أكثر وضوحا وإنسجاما عند التعامل بها للتطبيق العملي وتكون أقل عرضة للطعن والتفسير والتأويل.[1]

وضع التشريعات والتعليمات المنظمة لأعمال الإندماج فيما بين شركات التأمين وتبسيط الإجراءات بشكل يسهل العمليات الإندماجية، والذي يؤدي إلى زيادة رؤوس أموالها وهذا يجعلها قادرة على تقديم خدماتها التأمينية وفق أسعار ومنافسة مدروسة، يعود بشكل إيجابي على سمعة هذا القطاع محليا ودوليا بالإضافة إلى تحسين أعمالها الإكتتابية وزيادة الطاقة الإستيعابية للإحتفاظ بالأقساط المتحققة، حيث أن تشجيع عمليات الإندماج بين شركات التأمين، مسايرة للإتجاه العالمي في قطاع التأمين بتكوين كيانات كبيرة على أساس قواعد مالية وفنية ضخمة حتى تتمكن من المنافسة بقوة في ظل آليات السوق من خلال منح حوافز كالإعفاءات الضريبية خلال فترات زمنية محددة.[2]

كذلك لابد من تزويد الهيئات بالكوادر المدرية في النواحي القانونية والمالية، ومن ذوي الخبرات التأمينية التي تعمل على وضع الأطر الأساسية التي تحتاجها الهيئة والذي يؤهلها للقيام بدورها الرقابي والمتمثل بوجود قانون تأمين عصري يتلاءم مع متطلبات العصر ويتوافق مع

[1] بناي مصطفى، واقع وآفاق شركات التأمين الجزائرية في ظل الإصلاحات الإقتصادية والمتغيرات الدولية " 2005-2011"، أطروحة دكتوراه، تخصص تحليل إقتصادي، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، 2014، ص 236.

[2] خيري سليم، التحديات التي تواجه تنمية صناعة التأمين في ظل اتفاقية الجات، الندوة العربية حول العولمة وصناعة التأمين العربية، القاهرة، مصر، يومي 4 /5 فيفري 2001 .

متطلبات الملاءة المالية والمعايير الدولية للحسابات، وهذا يتطلب هيئة قضاة ومحامين يتمتعون بالاحتراف القضائي التأميني لحل المشاكل والقضايا التأمينية العالقة بين شركات التأمين.

لابد من وجود نظام لسوق تأمين فعال يتسم بالشفافية المالية بوجود إدارة مالية فعالة من محاسبين ومدققي حسابات وأخيرا وضوح السياسات والخطط التنموية السليمة للإقتصاد، وذلك لتمكين المستثمرين والمشرفين على قطاع التأمين من تقييم الظروف المالية ومعرفة الإتجاهات الإستثمارية لهذا القطاع.

المطلب الثاني: تطوير الكفاءات البشرية لتدعيم تنافسية شركات التأمين

إن إكساب الشركات التأمينية الميزة التنافسية يستلزم إعادة النظر في الكفاءات البشرية التي تحويها، يتضح هذا من خلال:

الفرع الأول: خصائص الكفاءات التي تسمح بخلق ميزة تنافسية

إن إعتبار العنصر البشري داخل الشركة بما يتوفر لديه من كفاءات فكرية أو مهنية موردا إستراتيجيا مسؤولا عن خلق الميزة التنافسية المستدامة يتطلب منه أن يتصف بمجموعة من الخصائص التي تتميز بها الموارد الإستراتيجية وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (66): مكونات الميزة التنافسية المبنية على مساهمة كفاءة الموارد البشرية

موارد ذات قيمة	موارد نادرة	موارد يصعب تقليدها	موارد يدعمها التنظيم	المضامين التنافسية	الأداء
لا	–	–		عدم وجود ميزة تنافسية	**ضعيف**
نعم	لا	–		ميزة متماثلة	**متوسط**
نعم	نعم	لا		ميزة تنافسية مؤقتة	**فوق المتوسط**
نعم	نعم	نعم		ميزة تنافسية مستدانة	**جيد و ممتاز**

المصدر: عبد الحكيم أحمد الخزامي إدارة الموارد البشرية إلى أين؟ "التحديات، التجارب التطلعات"، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، مصر،2003، ص136.

أولا: خاصية القيمة

تخلق الشركات القيمة من خلال تخفيض التكاليف أو تميز المنتجات، حيث يتحقق تراجع التكلفة من خلال تشجيع وتحفيز الموارد البشرية على محاربة كل أسباب ومظاهر الهدر والفقد في الموارد الأخرى، لذلك يجب أن تلتزم إدارة الموارد البشرية بتوفير المناخ الملائم والحوافز المناسبة وذلك حتى ترتقي باتجاهات العاملين وتحسن من رضاهم الوظيفي.

ثانيا: خاصية الندرة

إن خاصية قيمة الموارد البشرية ضرورية للشركة ولكنها ليست معيارا كافيا لتحقيق الميزة التنافسية خاصة إذا وجدت نفس الخاصية في شركات منافسة، وفي هذه الحالة لا يمكن أن تكون هذه الخاصية ميزة تنافسية لأي شركة، لذلك فإنه على إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية أن تفحص كيف يمكن تنمية واستثمار الخصائص النادرة في موارد الشركة للحصول على الميزة التنافسية.

ثالثا: خاصية عدم القابلية للتنفيذ

يمكن للموارد البشرية ذات القيمة والنادرة أن توفر للشركة ما يزيد على الربح العادي في الأجل القصير ومع ذلك عندما تستطيع شركة أخرى تقليد مثل هذه الخصائص فإنه بمضي الوقت سوف لا تقدم هذه الخصائص أكثر من التماثل في الميزات التنافسية، لذلك يجب على إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية تنمية وتغذية خصائص مواردها البشرية التي لا يمكن للشركات المنافسة أن تقلدها بسهولة.

رابعا: خاصية التنظيم

حتى توفر آية خاصية من خصائص الموارد البشرية للشركة مصدرا للميزة المتواصلة فإن على الشركة أن تنظم من أجل استثمار مواردها البشرية، حيث يتطلب التنظيم وجود النظم والممارسات الملائمة التي تسمح لخصائص الموارد البشرية أن تؤتي ثمار مزاياها المحتملة.[1]

خامسا: خاصية عدم قابلية الموارد البشرية للتبديل

يجب على المورد البشري الذي يعتبر مصدرا للميزة التنافسية المستدامة ألا يكون قابلا للتبديل بمورد مكافئ له على مستوى الإستراتيجية المنتهجة من قبل الشركة، ذلك أن كفاءة ومهارة وفعالية المورد البشري لا يمكن تعويضها بأي مورد آخر، فهو الأقدر على الإبداع والتصور والتكيف مع متطلبات البيئة الدائمة التغير.

الفرع الثاني: تنمية الكفاءات البشرية لتدعيم تنافسية شركات التأمين

[1] مصنوعة أحمد، تنمية الكفاءات البشرية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمنتج التأميني، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية الواقع العملي وآفاق التطوير "تجارب الدول"، جامعة حسيبة بن بوعلي ، الشلف، الجزائر يومي 04/03 ديسمبر، 2012، ص10.

تحتل عملية تنمية كفاءات الأفراد لدى إدارة شركات التأمين أهمية كبيرة نظرا للارتباط الوثيق بين جودة المنتجات التأمينية وكفاءة الموظفين المساهمين في إنتاجها، لذلك تلجأ هذه الشركات إلى تصميم وتنفيذ البرامج التدريبية المكثفة التي تعمل على إكساب العاملين بها المعرفة والسلوك المناسبين لتقديم منتجات تأمينية ذات جودة عالية وتسمح للشركة بمواجهة متطلبات التنافسية محليا ودوليا.

تهدف تنمية الكفاءات في شركة التأمين إلى تحقيق الإستثمار الفعال لقدراتها من خلال اعتماد استراتيجيات لتحسين آدائها تشمل دراسة وتحليل نظام الموارد البشرية، وتحديد نقاط قوتها لتدعيمها ونقاط ضعفها لمعالجتها، بما يساهم في تدعيم انجاز الأهداف المبرمجة، حيث تقوم تنمية المهارات على مبدأ المشاركة الجماعية داخل الشركة بهدف تحقيق تميز في الأداء من خلال إيجاد بيئة يتم فيها تحسين وتطوير مستمر لها لتحقيق رضا الزبون بمساهمة جميع العاملين بشكل مستمر.

إن إستقطاب أفضل المهارات البشرية وتنظيم دورات تكوين متخصصة لها، ووضع نظام متكامل لتقييم أداءها ومن ثم تصميم النظام المناسب لتحفيزها يشكل أهم أنشطة إدارة الموارد البشرية بشركة التأمين الباحثة عن دعم مشروع الحصول على الميزة التنافسية، فعملية بناء الميزة التنافسية في بيئة صناعة التأمين تتطلب التركيز على نظام تنمية الكفاءات والذي يمر عبر سياسة البحث عن أحسن المداخل لتثمين الموارد البشرية بما يساهم في ترقية الخدمات التأمينية، ومن هذا المنطلق تمارس هذه الإدارة الكثير من السياسات الهادفة إلى تعزيز مكانة المورد البشري ضمن موارد الشركة[1]، وذلك من خلال ما يلي:

[1] نفس المرجع السابق، ص 11.

أولا: نظام تثمين كفاءات الأفراد في إطار تدعيم الميزة التنافسية

يدخل هذا النظام في إطار الإدارة التكاملية للموارد البشرية حيث يساهم وضعه في دعم الإستراتيجية التنموية لشركة التأمين، حيث يهدف اعتماد مثل هذا النظام من طرف الشركة إلى تحقيق جملة من النتائج من أهمها:

1- عقلنة القرارات الخاصة بتنمية المسارات المهنية للأفراد عن طريق ربطها بكل من:

أ- تقييم موضوعي للأداء لضمان عدم الإنحياز الشخصي الذاتي في تقييم الأداء.

ب- تثمين الطاقات الكامنة للأفراد عن طريق إستغلال القدرات الكامنة وتفجيرها.

2- العمل على الأخذ بعين الاعتبار المعطيات التالية :

أ- الإحتياجات والإمكانيات الحالية والمستقبلية لشركة التأمين.

ب- التطلعات والطموحات الحالية والمستقبلية للأفراد.

3- التأكيد على أهمية تحديد الإحتياجات التدريبية لتهيئة الأفراد لتحقيق أهداف شركة التأمين.

4- تصميم البرامج التدريبية المناسبة التي تضمن دعم الميزة التنافسية من خلال التأكد من توفر الشروط والمتطلبات التالية:

أ- العمل على ضمان تعدد كفاءات الفرد الواحد بشركة التأمين ، وينعكس ذلك في زيادة سرعة العمليات التأمينية و من ثم تقديم الخدمات المتاحة في الوقت الذي يفضله الزبون.

ب- تقييم أداء الجهاز الوظيفي من خلال القيام بعملية فحص الشركة لإنجازات الفرد العامل على مدى فترة زمنية محددة بأسلوب متناسق وموحد، بهدف التوصل إلى إتفاق حول أفضل السبل التي تؤدي إلى تحسين مستوى الإنجاز وتحديد مستويات جديدة في العمل للفترة القادمة.

ثانيا: تقييم كفاءات الأفراد في شركات التأمين

يهدف نظام تقييم كفاءات الأفراد إلى تقديم معلومات مفيدة للإدارة لمساعدتها على إكتشاف الإنحرافات بالتدريب والتحفيز والتطوير وهذا يعني أن تقييم أداء العامل تتجلى أهميته في كونه يعالج إشكالية حساسة تمس وترتبط بمتابعة تطور أدائه قصد دفعه إلى الإستغلال الأمثل لقدراته وطاقاته، حيث تواجه شركة التأمين الكثير من الأساليب البديلة لتقييم الكفاءات ومن بين هذه الأساليب نجد أسلوب تقييم الأداء الذي يرتكز على الإدارة بالأهداف،والذي يمر بالمراحل التالية [1]:

1- تحديد بنود عقد العمل

بحيث لابد من معالجة كل الأمور المتعلقة بالتعاقد، مختلف الحالات الممكنة الوقوع التي قد تؤدي إلى مشاكل معقدة في حالة إهمالها. لابد أن يعالج عقد العمل، موضوع العقد ومدته، سلطات الإطار المسير، حقوقه واجباته، تقييم الأداء، العقوبات في حالة الإخلال ببنود العقد ومتفرقات أخرى حسب خصوصية العقد .

2- أجر معدل دوريا يأخذ بعين الإعتبار سوق العمل

للحفاظ على الإطار من إغراءات سوق العمل لابد على المستخدم توفير على الأقل ما يمكن أن يحصل عليه هذا الإطار في حال مغادرته منصب عمله، بدلا من أجر محدد ثابت لابد من التفكير في أجر يخضع لمتغيرات سوق العمل.

3- تحديد دقيق للأهداف

إن وضع نظام للتسيير عن طريق تحديد الأهداف وطرق لتقييم تحقيق هذه الأهداف يدفع المسير هو الآخر إلى تحديد مجموعة من الأهداف للتابعين له مباشرة وإيجاد مؤشرات لتقييم هذه

[1] حساني حسين، تسيير المهارات ومساهمته في تنافسية المؤسسات، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الوطني الأول حول تسيير الموارد البشرية، جامعة محمد خيضر ببسكرة، الجزائر، يومي 22 /23 فيفري 2012، ص 08 .

الأهداف، وفي هذا النموذج المقترح، يجب أن تكون الأهداف قابلة للتغيير والتجديد بموافقة طرفي العقد.

4- تحديد مؤشرات دقيقة لتقييم الأداء

إستمرار التحديد للأهداف، من الضروري وضع إجراءات وطرق لتقييم تحقيق هذه الأهداف. هذه الإجراءات تفرض وجود هيئة وطريقة للتقييم.

المطلب الثالث: تطوير الإستراتيجيات التسويقية لشركات التأمين

إن شركات التأمين تحتاج لتطوير وإبتكار إستراتيجيات تسويقية مرنة تواكب التغيرات الدولية وتعتمد على إدخال خدمات تأمين جديدة ومتنوعة، وتطبق أساليب إكتتابيه مستحدثة، وتغير المفاهيم الجامدة وتجد الحلول المناسبة للمشاكل التي تواجه قطاع التأمين. والتي تتمثل في:

الفرع الأول: غيبية الفلسفة الفكرية التسويقية في شركات التأمين

مازال يسيطر حتى الآن على مخططي السياسات التسويقية عدة مفاهيم مثل مدى أهمية الزبون للشركة ومفهوم تحقيق الربح السريع... الخ، في الوقت الذي تتسابق فيه الشركات في العالم إلى الإهتمام بإشباع رغبات وحاجات الزبائن عن طريق محاكاة رغبات الزبون ووضع أولويات إهتمام الزبون عند تصميم الشكل النهائي للخدمة، لتصل في النهاية إلى خدمة مفصلة طبقا لرغبات وتوقعات ومطالب الزبائن، وتطبيق أسس التسويق بالعلاقات، الذي يعد أحد الأساليب الأساسية التي تندرج تحت مفهوم أشمل وهو البيع الشخصي وعن طريقه يتم خلق علاقة تمتد لآجال مستقبلية مع الزبون، وعن طريق عرض إمكانيات الشركة وقدرا تها في تقديم أفضل خدمة للزبون، وعن طريق عرض إمكانيات الشركة وقدرا تها في تقديم أفضل خدمة للزبون، ولا يتحتم

طبقا لهذه الطريقة إنهاء عملية البيع في الحال. ومن هنا يتضح أن مفهوم التسويق بالعلاقات هو تمهيد لأكثر من عملية بيعية في المستقبل.

الفرع الثاني: غياب الأدوات الإبتكارية في صناعة القرارات التسويقية

فبينما تبنى القرارات الإدارية في كل بلاد العالم على المشاركة، تبنى القرارات التسويقية على النقل المباشر وحب الظهور والمعايير الفردية، التي تتم غالبا دون علم أو إدراك، ولابد أن نؤمن بأن هناك أفراد يفكرون ويمكن أن يقدموا الكثير طالما أ نهم يعملون في شركة إبتكارية تخطيطا وتنظيما.

الفرع الثالث: إعتبار بحوث التسويق أمر ترفيهي، وتكلفة غير مبررة

يعتبر هذا بمثابة إهدار لمنطق الكفاءة التسويقية فمن المهم عند رسم السياسة التسويقية لشركة التأمين القيام بدراسة مستفيضة للسوق والزبائن المرتقبين والحاليين للوقوف على رغبات العملاء، ودراسة دوافع الشراء لديهم وأنجح سبل الدعاية والإعلان في التأثير عليها والتعرف على حجم الطلب المتوقع على الخدمة التي يقدمها المؤمن وكذلك التعرف على المشاكل التي تعترض تسويق الخدمة وأخيرا التعرف على رد فعل الزبائن بعد إستخدام الخدمة والحصول عليها.[1]

الفرع الرابع: إغفال القياس الصحيح لقدرة المنافس

يستلزم هذا الأخذ في عين الإعتبار حصة المنافس في السوق، حصة المنافس في ذاكرة الزبائن وحصة المنافس في قلوب الزبائن.[2]

---

[1] عزة عبد السلام إبراهيم، تسويق التأمين في ظل المتغيرات الإقتصادية العالمية، ورقة بحثية مقدمة للملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات قطر، يومي 08/06 أكتوبر 2003، ص90.

[2] Philip Kotler, Marketing Management, The Millennium Edition Prentice-Hall, United States, 2000, P 224.

الفرع الخامس: البعد الشديد عن مفاهيم الجودة الشاملة

تعتبر جودة المنتج أحد أهم بدائل إستراتيجيات التنافس حيث تعبر الجودة عن قدرة المنتج (سلعة/خدمة) على الإستجابة لتوقعات الزبون بصفة مستمرة.

إن الإهتمام بجودة المنتج أصبح مطلبا رئيسيا للزبون بصرف النظر عن نوع المنتج (سلعة/خدمة) أو المكان. فقد أدت ثورة التكنولوجيا في مجال الإتصالات وتبادل المعلومات وإنتقال الثقافات إلى تلاشي أثر الثقافات المحلية وتحول العالم إلى قرية صغيرة وأصبح الزبون أيا كان موطنه يطلب الأفضل في مستوى الجودة وليس على مستوى المعروض محليا فقط ولكن على مستوى المتاح عالميا. وإنتهت إحدى الدراسات إلى أن جودة المنتج تعتبر أهم العوامل المؤثرة في أداء النظام الإنتاجي من حيث قدرته على تحديد إحتياجات الزبائن لتحقيق رضاهم و الإحتفاظ بزبائنه الحاليين أو جذب زبائن جدد. وهذا يتطلب تحقيق تحسين مستمر ولا نهائي في جودة المنتج. فبالإضافة لمحددات الجودة العشرة ،هناك محدد آخر يتمثل في تخفيض تكلفة الإنتاج لوثيقة التأمين وتحسين ربحية وإنتاجية النظام الإنتاجي مما يعني تحسين القدرة التنافسية للنظام الإنتاجي. فالجودة تعني وضع الزبون أولا وأخيرا وفي كل مكان داخل البرنامج التسويقي.

الفرع السادس: عدم المعرفة أو التطبيق لأساليب المقارنة بالمتميز

هي عملية إنشاء مقياس خارجي أو مرجع يمكن القياس عليه بالنسبة لوظيفة أو نشاط أو مشكلة ككل. وهو أحد المناهج المستخدمة في عملية إدارة الجودة الشاملة، وأحد المراحل لتحسين الجودة ودفعها للإقتراب من مقاييس عالمية معروفة، وبما يمكن شركة التأمين من الحصول على مزايا تنافسية، ويعتبر أسلوب المقارنة بالمتميز أداة تعكس بوضوح الموقف المقارن لما يقدمه

المؤمن مقارنا بالمؤمنين الآخرين من حيث عناصر القوة والضعف.كما أنها تعطي أسس التحسين والتطوير والتفوق في أداء الخدمة .

الفرع السابع: البعد الواضح عن تحقيق الإستفادة السريعة والمطلوبة من أساليب التسويق المباشر والتسويق الإلكتروني عبر شبكات الأنترنيت

فالتسويق المباشر هو نظام للإتصال التفاعلي في مجال التسويق يضمن استخدام مجموعة من الوسائل غير التقليدية والتي تحقق إستجابة ملموسة بأقل جهد ممكن، وفي التسويق المباشر تقف الشركة والزبون المرتقب وجها لوجه ليتعاملا سويا من خلال تفاعل منظم يرقى إلى ما هو أكثر من إرسال بائع شخصي، حيث يتم إستخدام أدوات التفاعل الحديثة كمجموعة وسائل Média بدأ من البريد المباشر وحتى إستخدام شبكات الأنترنيت بلا شك تزيد بشكل كبير من إمكانيات البائع في الوقت والحركة ووسائل الشرح والعرض والإقناع والوصول للزبون في أي مكان.[1]

مما لا شك فيه أن من أهم العوامل المؤثرة في التسويق والمنافسة علي تقديم الخدمة التأمينية هو تكلفة الخدمة التأمينية أو أقساط التأمين, لذلك يجب اتباع الطرق العلمية السليمة لتسعير الأخطار لنتمكن من التسويق والتنافس في سوق مفتوح لا يخضع لقيود ولا يتمتع بحماية من المنافسة الحرة.

المطلب الرابع: التأمين التكافلي كآلية لتطوير قطاع التأمين في الجزائر

أخضع علماء المسلمين صور التأمين المستوردة من الغرب للبحث والتدقيق الفقهي بغرض التوصل لصورة مثلى لعقد تأمين لا تشوبه شائبة الربا أو الغرر ،كما هو حادث الآن في عقود التأمين المستوردة التي يمكن تسميتها عقود التأمين التقليدية في مقابل التأمين الإسلامي

[1] عزة عبد السلام إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 93.

(التكافلي)، وقد أثمرت هذه الجهود الفقهية نظاما للتأمين الإسلامي (التكافلي) الذي تبنته شركات التأمين الإسلامية (التكافلية) كبديل إسلامي للتأمين التجاري.

الفرع الأول: ماهية التأمين التكافلي

التأمين التكافلي هو نظام ظهر كبديل للتأمين التقليدي مثله مثل أي نظام له مفهوم وخصائص ومميزات تميزه عن الأنظمة الأخرى و هذا ما سنتطرق إليه .

أولا: مفهوم التأمين التكافلي

عرفت هيئة المحاسبة والمراجعة للشركات الإسلامية التأمين التكافلي في المعيار رقم 26 "التأمين التكافلي هو اتفاق أشخاص يتعرضون لأخطار معينة تلافي الأضرار الناشئة عن هذه الأخطار وذلك بدفع اشتراكات على أساس الالتزام بالتبرع ويتكون من ذلك صندوق تأمين له حكم الشخصية الاعتبارية وله ذمة مالية مستقلة يتم منه التعويض عن الأضرار التي تلحق أحد المشتركين من جراء وقوع الأخطار المؤمن عنها وذلك طبقا للوائح والوثائق ويتولى إدارة هذا الصندوق هيئة مختارة من حملة الوثائق أو تديره شركة مساهمة بأجر تقوم بإدارة أعمال التأمين وإستثمار موجودات الصندوق.[1]

التأمين التكافلي هو نظام تكافلي لا يقوم على مبدأ الربح كأساس بل يهدف إلى تفتيت أجزاء المخاطر وتوزيعها على مجموعة المشتركين (المؤمن لهم) عن طريق التعويض إلى المشترك المتضرر من مجموعة حصيلة اشتراكاتهم، بدلا من أن يبقى الضرر على عاتق المتضرر بمفرده

[1] عبد الله علي الصيفي، التأمين على الودائع المصرفية في البنوك الإسلامية، ورقة بحثية مقدمة لملتقى التأمين التعاوني، الأردن، يومي 13/11 أفريل 2010،ص04.

وذلك طبقا لنظام الشركة والشروط التي تتضمنها وثائق التأمين وبما لا يتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية.[1]

عرف بأنه "تعاون مجموعة من الأفراد معرضين لخطر معين على تفتيت و توزيع آثار ذلك الخطر عليهم جميعا، وذلك عن طريق دفع اشتراكات متساوية تقدر وفقا للضرر الفعلي الذي أصاب المضرور، وذلك بغية تعويضه عما أصابه من ضرر".[2]

يتضح من المفاهيم السابقة أن عقود التأمين التكافلي هي عقود اختيارية على سبيل التبرع وأن المشترك الذي يدفع اشتراك لجماعة يشتركون باقتسام المخاطر، يدخل في تلك الجماعة ويستحق من الاشتراكات إذا حل به ضرر، كما يمكن اعتبار التأمين التكافلي بيت مال مصغر لمجموعة من الأفراد ترعى بعض جوانب التكافل الاجتماعي الأكثر ضرورة عندهم ولا يهدف إلى تحقيق الربح،كما لا يهدف إلى تحقيق الغنى لأفراده، بل مجرد رفع الضرر اللاحق بهم.

ثانيا: أنواع التأمين التكافلي

تختلف أنواع التأمين التكافلي عن التأمين التقليدي حيث ينقسم التأمين التكافلي إلى نوعين هما:

1- التأمين العام أو على الأشياء

أنواع التأمينات العامة في التأمين التكافلي هي نفسها أنواع التأمينات العامة في التأمين التجاري وهي تقوم على تعويض الضرر الفعلي ، وتستوعب التأمين من الحريق، السيارات ،الحوادث المتنوعة، المسؤولية المدنية وخيانة الأمانة، وغيرها.

[1] عز الدين فلاح، مرجع سبق ذكره، ص 40.

[2] نعمات محمد مختار، مرجع سبق ذكره، ص219.

2- التأمين على الأشخاص

التأمين على الأشخاص في حالتي العجز أو الوفاة المسمى أحيانا بالتكافل، ويقابله في التأمين التقليدي التأمين على الحياة الذي حرمه العلماء.

ويتم التأمين في حالتي العجز أو الوفاة عن طريق[1]:

أ- طلب اشتراك يبين فيه جميع أحوال الشخص وصفاته المطلوبة للتأمين عليه، والتفاصيل الخاصة بها للمشترك وما عليه.

ب- تحديد مقدار الاشتراك (اشتراك التأمين).

ت- تحديد مقدار المزايا التي تدفع للمستفيد حسب الاتفاق.

في حالة الوفاة توزع المستحقات المتعلقة بالتكافل طبقاً لما يحدد في الوثائق من أشخاص أو جهات أو أغراض بعد موت المشترك، حسب ما هو منظم في اللوائح المعتمدة من هيئة الرقابة الشرعية، أما إن وجدت أرصدة استثمار فتوزع على الورثة طبقاً لأحكام الميراث الشرعية. إذ يشترط لحصول الورثة على مبلغ التكافل أن تكون البيانات التي تقدم بها المشترك عند اشتراكه صادقة وصحيحة، أن تكون وفاة المورث قد حدثت بسبب غير الانتحار وغير الإعدام قصاصا، وأن لا يكون الورثة قد قتلوا مورثهم للحصول على هذا المبلغ فإذا قتله أحد الورثة فقد يحرم من نصيبه في مبلغ التكافل وحصل بقية الورثة على مبلغ التكافل دون القاتل، أن يكون المشترك قد قام بسداد الاشتراكات المستحقة عليه قبل الوفاة.[2]

---

[1] موسى مصطفى القضاة، حقيقة التأمين التكافلي، ورقة بحثية مقدمة لندوة حول مؤسسات التأمين التكافلي والتأمين التقليدي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، يومي 25 /26 أفريل 2011، ص36.

[2] فايز أحمد عبد الرحمن، التأمين في الإسلام، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2006 ،ص153.

الفرع الثاني: شركات التأمين التكافلي

شركة التأمين التكافلي هي شركة تقوم بإدارة أقساط المشتركين وتستثمرها لصالحهم فإذا وقع مكروه لأحدهم تقوم الشركة بالاقتطاع من تلك الأموال وتعويض المتضرر لكن أموال الاستثمار وعوائدها تبقى ملكا للمشتركين ولا تأخذ الشركة إلا نسبة معينة مقابل إدارتها واستثمارها لتلك الأموال التي إن لم تكن كافية لتعويض المتضررين فان الشركة تكون مجبرة على منح المشتركين قرض حسن لتغطية العجز.[1]

أولا: أسس و مبادئ شركات التأمين التكافلي

تمارس شركات التأمين التكافلي نشاطها وفق الأسس والمبادئ التالية[2]:

1- الالتزام بالتبرع حيث أن المشترك يتبرع بالاشتراك وعوائده لحساب التأمين لدفع التعويضات وقد يلزم بتحمل ما قد يقع من عجز حسب اللوائح المعتمدة.

2- قيام الشركة المنظمة للتأمين بإنشاء حسابين منفصلين أحدهما خاص بالشركة نفسها حقوقها والتزاماتها والآخر خاص بصندوق (حملة الوثائق) حقوقهم والتزاماتهم.

3- الشركة وكيلة في إدارة حساب التأمين ومضاربة أو وكيلة في استثمار موجودات التأمين.

4- يختص حساب التأمين بموجودات التأمين وعوائد استثماراتها كما أنه يتحمل التزاماتها.

5- يجوز أن تشمل اللوائح المعتمدة على التصرف في الفائض بما فيه مصلحة حسب اللوائح المعتمدة مثل تكوين الاحتياطات أو تخفيض الاشتراكات أو التبرع به لجهات خيرية أو توزيعه أو جزء منه على المشتركين على أن لا تستحق الشركة المديرة شيئا من ذلك الفائض.

---

[1] عبد الباري مشعل، تقويم تشريعات التأمين التعاوني وتطبيقاته ومدخلات إعادة دراسة التأمين، ورقة بحثية مقدمة لملتقى التأمين التعاوني، الأردن، يومي 13/11أفريل 2010 ، ص08.

[2] نفس المرجع السابق، ص 09.

6- صرف جميع المخصصات المتعلقة بالتأمين والفوائض المتراكمة في وجوه الخير عند تصفية الشركة .

7- أفضلية مشاركة حملة الوثائق في إدارة عمليات التأمين من خلال إيجاد صيغة قانونية مناسبة لممارسة حقهم في الرقابة، وحماية مصالحهم مثل تمثيلهم في مجلس الإدارة.

8- إلتزام الشركة بأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية في كل أنشطتها واستثماراتها وبخاصة عدم التأمين على المحرمات أو أغراض محرمة شرعا .

9- تعيين هيئة رقابة شرعية تكون فتاواها ملزمة للشركة ووجود إدارة رقابة وتدقيق شرعي داخلي.

ثانيا: الآثار الإقتصادية لشركات التأمين التكافلي

يبرز الدور الإقتصادي لشركات التأمين التكافلي من عدة زوايا نلخصها فيما يلي[1]:

1- تعتبر شركات التأمين مؤسسة مالية ضمنية تقوم بدور إدخاري مهم والمتمثل في تعبئة المدخرات المالية المتأتية من تجميع مبالغ الأقساط من المؤمن لهم، ولما كانت شركات التأمين التكافلي تقوم على إستقطاب الإشتراكات من الأفراد فهي بهذا الدور التنافسي تستحوذ على نسبة معتبرة من مدخرات الأفراد، مما يجعلها تشكل وعاء ماليا آخر منافسا لودائع المصارف من جهة وللمدخرات المالية التأمينية حيث تعمل شركات التأمين التجاري من جهة أخرى، دون أن ننسى الدور التوظيفي لهذه المدخرات المالية في مختلف الأوعية الإستثمارية وبالتالي المساهمة في خلق تنمية إقتصادية.

2- نمو وتوسع شركات التأمين التكافلي وتوظيف أموالها أو إشتراكاتها في أوعية غير مخالفة للأحكام الشرعية الإسلامية، الأمر الذي ينتج عنه تحويل هذه المدخرات المالية من القطاع التقليدي

[1] بونشادة نوال، العمل المؤسساتي التكافلي بين جهود التأصيل وواقعية التطبيق، ورقة بحثية مقدمة لملتقى مؤسسات التأمين التكافلي والتأمين التقليدي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية، جامعة سطيف، الجزائر، يومي 26/25 أفريل 2011 ، ص ص06-08.

الربوي بمختلف شركاته الإستثمارية (شركات التأمين التجاري كانت أو مصارف أو صناديق إستثمارية) مما يعني بالضرورة توجيهها نحو القطاع الإسلامي أو التعاوني بجميع شركاته، وذلك على حساب خفض وحجب تلك الأوعية المالية الإستثمارية عن القطاع التقليدي، وهذا ما ينتج عنه تطوير الشركات المالية الإسلامية بشكل عام، وتعزيز مسيرة نمو الشركات التأمينية الإسلامية.

3- في حالة العجز المالي لشركات التأمين التكافلي فإنه وطبقا للركيزة الإستراتيجية لعمل هذه الشركات وهي ضرورة الإلتزام الشرعي لكافة أعمالها التأمينية منها والإستثمارية. فإنه ينبغي عليها أن تلجأ إلى مصادر تمويل لا تخالف أحكام الشريعة الإسلامية والذي من شأنه أن يعزز من الأداء الكلي للمصارف وشركات التمويل الإسلامي على حساب تخفيض الطلب على إجمالي التمويل والإئتمان التقليدي.

الفرع الثالث: الفروقات الجوهرية بين التأمين التكافلي و التأمين التجاري

تختلف شركات التأمين التكافلي عن شركات التأمين التجارية في الكثير من النقاط، وعليه سنتطرق لأهم الفروقات ما بينهما في الجدول الموالي:

الجدول رقم(67): الفروقات الجوهرية بين التأمين التكافلي والتأمين التجاري

	معيار المقارنة	التأمين التجاري	التأمين التكافلي
01	**الخطر المؤمن منه**	يراعى في هذا التأمين معطيات قانون الإحتمالات، وقانون الأعداد الكبيرة والكثرة ومن ثم تحقيق مصلحة شركة التأمين أولا وأخيرا إذ تعمل شركات التأمين وفق مبدأتعظيم الربح. ويمكن التأمين على أي خطر تتحقق فيه شروط الخطر .	يراعى في هذا التأمين أساسا تفتيت الأخطار والتعاون في تحمل الأضرار الناجمة عنها والمترتبة عليها لأي عضو في هيئة المشتركين في التأمين ومن ثم تحقيق مصلحة أعضائه المشتركين فيه أولا. ويجب أن يكون الخطر مجازا شرعا فلا يمكن التأمين على شحنات الخمور أو السجائر ومستودعاتها.
02	**وثيقة التأمين**	شركة التأمين طرف أصيل في العقد ويتبع الوثيقة لحساب حملة الأسهم.	ينص فيها صراحة على أن شركة الإدارة تعد مدير للصندوق و وكيلا عن المؤمنين ومضاربا في أموالهم وأن الفائض التأميني ملك المشتركين.
03	**ملكية الأقساط "الإشتراكات"**	أقساط التأمين مملوكة لشركة التأمين أي المؤمن وحده. وتستغل بما يعود بالنفع عليه وحده	إشتراكات التأمين مملوكة لهيئة المشتركين في التأمين التعاوني التكافلي في مجموعهم. تستغل بما يعود بالخير على جميع المشتركين.
04	**حساب القسط "الإشتراك"**	حساب القسط يدخل فيه ربح الشركة وسعر الفائدة كأساس في الحساب	لا يعتبر الربح هو المقصد و الهدف الأساسي ولا وجود لسعر الفائدة في حساب الإشتراك.
05	**إستثمار الأموال و إدارة أعمال التأمين**	تقوم به الشركة لحسابها الخاص بإعتبار ان الأموال مملوكة لها ولا تراعي فيه أحكام الحلال والحرام. ولا تمنح أي من المؤمن لهم الحق في المشاركة في الإدارة.	يقوم المساهمون بالإستثمار على أساس المضاربة الشرعية مقابل نسبة معلومة من الربح ويجب أن يتم إستثمار الأموال طبقا لأحكام الشريعة الإسلامية. وشركة المساهمين وكيلة في إدارة أعمال التأمين والوكالة قد تكون بأجر أو بدون أجر ويجب أن يشترك بعض أعضاء صندوق التكافل في إدارة النشاط التأميني بالإنتخاب من بين جميع المشتركين في صندوق التكافل.

06	**الحسابات**	تمسك الشركة حسابا واحدا لأموالها جميعا.	تمسك الشركة حسابين منفصلين: إحداهما لأموال التأمين (هيئة المشتركين)وعوائدها و الآخر لأموال المساهمين.
07	**من يتحمل التعويضات**	تتحملها الشركة بناء على العقد.	يتحملها مجموع المشتركين من أموالهم المتبرع بها لصندوق التكافل.
08	**التأخر في سداد الأقساط**	يمكن حساب فوائد ربوية على تأخير السداد.	لا يمكن من الناحية الشرعية حساب فوائد ربوية على تأخير الأقساط ولكن يمكن علاجها بأحد الطرق التالية: ينص في العقد على أن التعويضات ستدفع على أقساط وبنفس معدلات التأخير. ينص في العقد على تقليل نسبة الفائض الموزع لمن يتأخر في السداد أو يماطل فيه.
09	**الربح/الفائض التأميني**	الربح:مقصود أساسي و تنفرد به شركة التأمين،يتحمله المؤمن لهم كعنصر من عناصر القسط. ويوزع الفائض التأميني(صافي الدخل)على المساهمين فقط بإعتباره حقا خالصا لهم لأنهم يمتلكون الأقساط ويدفعون التعويضات.	الفائض التأميني يستفيد منه المشتركون في التأمين طبقا لأسس التوزيع المنصوص عليها في نظام الشركة، بعد حجز جزء كإحتياطي يكون ملك للمشتركين في صندوق التكافل وحجز جزء للشركة المديرة كوكيل أو مضارب ويكون حق للمساهمين.
10	**العجز التأميني**	يتحمل حملة الأسهم أنفسهم كجزء من إلتزامهم تجاه حملة الوثائق.	يتحمله المشتركون في صندوق التكافل وقد يحصل على القرض الحسن من رأس المال ويسدد فور ورود أقساط جديدة.
11	**الإقتراض بضمان وثائق تأمين الحماية و الإدخار**	يتم الإقتراض بفائدة بضمان الوثائق.	لايجوز الإقتراض بفائدة ولكن يمكن إيجاد آلية لتمويل إحتياجات المشتركين بنظام المرابحة وبضمان وثائقهم.
12	**إعادة التأمين**	تنطبق عليه شروط وقواعد التأمين المباشر وليس له أي ضوابط شرعية.	هناك إحتياج لإعادة التأمين و الأولى إبرام إتفاقيات الإعادة مع شركات الإعادة الإسلامية وشركات التأمين الإسلامية. وللضرورة يمكن التعامل مع شركات غير إسلامية بضوابط شرعية.

13	الموارد البشرية	يجب أن يكون الموظف مؤهلا تأهيلا فنيا فقط ولا يشترط فيه أي معرفة بالأمور الشرعية و المخالفات التي تمارسها الشركة.	يجب أن يكون الموظف مؤهلا علميا و فنيا على أعلى مستوى في صناعة التأمين ثم مؤهل تأهيل مناسب وكاف من الناحية الشرعية حتى يكون على دراية بممارسة العمل وفق الضوابط الشرعية.

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مراجع التأمين التكافلي.

الفرع الرابع: واقع التأمين التكافلي في الجزائر

التأمين التكافلي يعتبر البديل الشرعي للتأمين التجاري يقوم على أحكام ومباديء الشريعة الإسلامية والمؤسس على العقيدة والتكافل والتضامن، فشركات التأمين التكافلي تغطي جميع مجالات التأمين التي يغطيها التأمين التجاري ولكن بأسلوب شرعي مميز، ففي الجزائر لا يمكننا أن نغفل عن فئة مهمة من الزبائن التي تجد في شركات التأمين التقليدي سببا في عزوفها عن اقتناء المنتجات التأمينية بشكل عام وهذا بسبب المحاذير الشرعية وعليه تمثل منتجات التأمين التكافلي مخرجا مهما في هذا الجانب.

على الرغم من نقص هذا النوع من الشركات في الجزائر، إلا أن نشاط التكافل الإسلامي بدأ يعرف تطور معتبر في سوق التأمين الجزائري بمنتوجاته التأمينية التي تستجيب لمتطلبات الزبائن وتتوافق مع معايير الشريعة الإسلامية، الأمر الذي جعل هذا البديل من التأمين يساهم في توسيع سوق التأمين بصفة عامة وتطوير فرع تأمين الأشخاص على وجه الخصوص[1]. و الجدول التالي يبين تطور الإنتاج السنوي لشركة التأمين التكافلي "سلامة" :

[1] بلقوم فريد، خليفة الحاج، تطور سوق التأمين وآفاقه المستقبلية في الجزائر"دراسة مقارنة مع الدول المغاربية"، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية" الواقع العملي و آفاق التطوير – تجارب الدول–" كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 04/03 ديسمبر 2012، ص16.

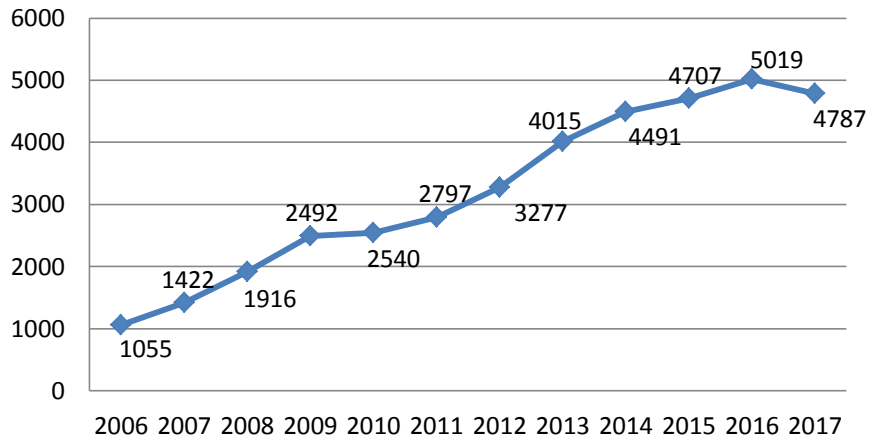
الجدول رقم (68):تطور الإنتاج السنوي لشركة سلامة للتأمين التكافلي في الفترة "2006-2017"

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011
رقم الأعمال" مليون دج"	1055	1422	1916	2492	2540	2797
السنوات	2012	2013	2014	2015	2016	2017
رقم الأعمال" مليون دج"	3277	4015	4491	4707	5019	4787

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على التقارير السنوية لمديرية التأمينات.

يمكن ترجمة معطيات الجدول في الشكل البياني الموالي:

الشكل رقم (41): تطور رقم أعمال شركة سلامة خلال الفترة "2006-2017"



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على معطيات الجدول السابق.

تعد شركة سلامة للتأمين التكافلي الوحيدة على مستوى القطاع في الجزائر من تسوق هذا المنتج، ويمثل التأمين التكافلي فرصة حقيقية لتقديم منتجات تأمينية جديدة خصوصا وأنه ينتمي لفرع التأمينات على الأشخاص، كما أن منتج التأمين التكافلي يعتبر مشروع قيد التطوير حتى على الصعيد العربي والعالمي، فالمنتج يحمل صورة أو نظرة شرعية لنشاط التأمين عموما بالنسبة للمجتمعات الإسلامية من جهة، ويمثل نمطا مختلفا في المعالجة والتعامل لنشاط التأمين بالنسبة للإقتصاد العالمي من جهة أخرى.

خلاصة الفصل:

تم تخصيص هذا الفصل لتحليل نتائج الإستبيان الموزعة على عينة مكونة من زبائن شركات التأمين في الجزائر، للتعرف على آرائهم حول موضوع محددات جودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين، وعلى ضوء ذلك تم تحليل نتائج المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمعرفة الإتجاه العام لإجابة أفراد العينة حول كل الفقرات المتعلقة بمحاور الإستبيان، كما قمنا باختبار معظم فرضيات الدراسة وخصوصا المتعلقة بدراسة العلاقة والأثر بين المتغيرات (محددات جودة الخدمة التأمينية و إنتاج شركات التأمين)، فقد توصلنا إلى وجود علاقة إرتباط بين كل محددات جودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين في الجزائر.

كما تبين لنا من خلال هذا الفصل وجود أثر لمحددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر، فمحدد الملموسية يساهم بنسبة 41.4% من التغيرات الحاصلة في إنتاج شركات التأمين، محدد الإعتمادية يساهم بنسبة 43.6% ، محدد الإستجابة 50.1%، محدد التعاطف يساهم بنسبة 58.3% من التغيرات الحاصلة في إنتاج شركات التأمين وهي مساهمة مرتفعة، أما محدد الأمان فهو يساهم بنسبة ضعيفة قدرة ب 9.5 %.

وفي الأخير قمنا بطرح مجموعة من الآليات التي يجب على شركات التأمين إتباعها لتطوير قطاع التأمين في الجزائر.

الخاتمة

الخاتمة

من خلال هذه الدراسة حاولنا معرفة وتحديد أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين في الجزائر، وذلك لأن تبني مفهوم الجودة أصبح من أهم المتطلبات الأساسية التي تسعى شركات التأمين لتحقيقه بهدف تحديد موقفها التنافسي وإمتلاك ميزة تنافسية مستدامة فالجودة في قطاع التأمين لها خصوصية تنفرد بها عن باقي القطاعات، بإعتبار التأمين يعتمد بشكل كبير على الجانب العشوائي أو الغير متوقع الذي يخلق نوع من الخصوصية في إهتمامه بالجودة والدور الفعال لها، فقد أصبحت جودة الخدمة التأمينية محورا لتميز وتفوق الشركة على منافسيها، والإستمرار في المحافظة عليها أصبح هو السبيل الوحيد لإستمرارها في خدمة زبائنها من خلال فهم إحتياجاتهم وتحقيقها بهدف إرضائهم و كسب ولائهم.

الجزائر كغيرها من دول العالم تدرك الحاجة لإصلاح والرفع من جودة خدمات قطاع التأمين، حيث تجسد هذا في برنامج الإستقرار والتصحيح الهيكلي الذي اعتمدته بإصدارها للأمر رقم 07/95 سنة 1995 الذي عرف فيها قطاع التأمين الجزائري مرحلة جديدة من أجل مسايرة التحول الذي عرفه السوق، وتميزت هذه المرحلة بإلغاء احتكار الدولة لقطاع التأمين والسماح للمستثمرين الوطنيين والأجانب بإنشاء شركات تأمين، بالإضافة إلى توسيع شبكة توزيع منتجات التأمين عن طريق إعادة بعث نشاط الوسطاء. وقصد تعميق الإصلاح لأجل ترقية نشاط التأمين أتبع الأمر رقم 07/95 بإصدار القانون رقم 04/06 سنة 2006 الذي حرر بموجبه السوق أمام شركات التأمين الأجنبية، أنشأت لجنة الإشراف على التأمينات وعزز نشاط التأمين على الأشخاص من خلال الفصل بينه وبين التأمين على الأضرار، حيث بدأ العمل بهذا الإجراء في جويلية 2011 وترتب عنه إنشاء شركات متخصصة في سوق جديدة موجهة لتأمينات الأشخاص

وبهذا تعددت وتنوعت المنتجات التأمينية المسوقة في قطاع التأمين في الجزائر والتي تعدت 100 منتج تأميني، إضافة إلى توسيع شبكة توزيع هذه المنتجات عن طريق البنوك والمؤسسات المالية الأخرى الذي شكل نمطًا جديدًا في جودة الخدمات التأمينية.

إلا أنه بالرغم من الجهود المبذولة، وماتم إنجازه من تطوير للتشريعات التأمينية خلال السنوات الماضية من أجل خلق البيئة التي تشجع على إعادة هيكلة السوق، وتحقيق المنافسة العادلة لمساعدة ودفع الشركات لتبني مفهوم الجودة وتطويرها لمواجهة المنافسة والمحافظة على حصتها السوقية واستمراريتها، إلا أن واقع خدمة التأمين الجزائرية ولحد الآن لم ترقى للمستوى المطلوب بالمقارنة مع ما تحققه شركات التأمين على المستويات العالمية من تطوير لجودة خدماتها، كما أنها لا تحقق أهداف هذا القطاع مما يتطلب منها إتباع استراتيجية متكاملة ومتجددة لتطوير قطاع التأمين في الجزائر.

نتائج الدراسة:

بعد معالجة الموضوع من مختلف جوانبه توصلنا إلى مجموعة من النتائج على المستويين النظري والتطبيقي والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

– تكتسي جودة الخدمة التأمينية خصوصية مرتبطة بخصوصية القطاع تميزها عن الجودة المطبقة في القطاعات الأخرى، وهذا راجع لإرتباط نشاط التأمين بالمخاطر التي تواجه الأفراد والشركات وطبيعة المنتج الذي تقدمه باعتباره خدمة تختلف عن باقي الخدمات، وهو ما يتطلب إعتماد الجودة بصفتها نظاما لتتكيف مع هذه الخصوصيات بهدف إرضاء الزبائن و كسب ولائهم، وبالتالي تحقيق أعلى مستويات من الإنتاج.

– تختلف محددات جودة الخدمة التأمينية المستخدمة للحكم على مستوى جودة الخدمة التأمينية في شركة التأمين من حيث أهميتها بالنسبة للزبون نفسه من وقت إلى آخر، ومن زبون لآخر ومن خدمة لأخرى، تبعا لتغير العوامل المؤثرة في جودة الخدمة.

– يضم سوق التأمين في الجزائر مجموعة متنوعة من منتجات التأمين تقسم إلى ثلاثة أصناف الصنف الأول متعلق بالمنتجات المرتبطة بالمسؤولية المدنية على مختلف أنواعها، البرية، البحرية الجوية ومنتجات المسؤولية المدنية في عقود مستقلة، في حين يضم الصنف الثاني المنتجات المرتبطة بالأضرار كالتأمين على السيارات، التأمين الفلاحي التأمين من الحريق، التأمين ضد الكوارث الطبيعية، التأمين على البضائع وعلى القروض المتعلقة بالصادرات وتأمينات الأضرار الأخرى، أما الصنف الثالث يتمثل في المنتجات المرتبطة بالأشخاص منها التأمين على الحياة التأمين من الإصابات وتأمينات المساعدة.

– أتاحت التدابير التي جاء بها القانون رقم 04/06 المعدل والمتمم للأمر رقم 07/95 المتعلق بالتأمينات نوع من الديناميكية لقطاع التأمين، ومن أهم التدابير التي جاء بها هو قرار الفصل بين تأمينات الأضرار وتأمينات الأشخاص، ومنح مهلة خمس سنوات للشركات الناشطة للتخلي عن العقود المتعلقة بتأمينات الأشخاص من محفظتها للشركات الجديدة التي بدأت نشاطها في جويلية 2011، متمثلة في ست (06) شركات لتأمين الأشخاص منها شركتين عموميتين، شركتين خاصتين وشركتين مختلطتين. بالإضافة إلى السماح لشركات التأمين الإستفادة من خبرة البنوك واتساع شبكتها لتوزيع المنتجات التأمينية وبالتالي الوصول إلى شرائح جديدة في السوق. كما سمح هذا القانون لشركات التأمين الأجنبية بالتواجد في الجزائر من خلال فتح فروع لها، ليوسع دائرة التنافس في السوق والإستفادة من خبرتها في هذا المجال وتطورها في تقديمها لخدمات ذات جودة عالية.

– على الرغم من إقرار ترسانة من القوانين والتشريعات، التي جاءت لتعزيز تنظيم القطاع من أجل توفير شروط النهوض به، إلا أن المؤشرات الكلية لقطاع التأمين والمتمثلة في رقم الأعمال المحقق الذي بلغ 133685 مليون دج، والذي رغم التحسن الذي عرفه يبقى ضعيف مقارنة بالمؤشرات القارية والعالمية، من جهة أخرى تظهر الأرقام المسجلة خلال الفترة 2006–2017 أن الحصة الأكبر من رقم الأعمال المحقق في قطاع التأمين في الجزائر تأتي من تأمين السيارات بنسبة متوسطة قدرها 52 %، وتلتها تأمينات الأخطار الصناعية بنسبة متوسطة 34%، في حين مساهمة التأمين على الأشخاص لا تتعدى 8% وهي نسبة بعيدة على المستوى العالمي أين يساهم هذا النوع من التأمين بنسبة تفوق 60%، كما تعكس النتائج المتوصل إيها إستحواذ شركات التأمين العمومية على أكثر من 60% من السوق الوطنية ، وهذا بعد مرور أكثر من إثنان وعشرون سنة (22 سنة) من فتح السوق أمام المنافسة الأجنبية.

– عكس مؤشر الإختراق التأميني الضعف الكبير والمزمن لمساهمة قطاع التأمين في الجزائر في الناتج الداخلي الخام حيث لم تتعدى أعلى نسبة لمساهمته خلال فترة الدراسة 0.8% مقارنة بالمتوسط العالمي لهذا المؤشر خلال نفس الفترة الذي قدر ب 6.7%، وهذا ما يظهر ضعف قطاع التأمين الجزائري رغم الإصلاحات التي جاءت لتفعيله.

– عبر مؤشر كثافة التأمين الإجمالية المتمثل في معدل إنفاق الفرد الواحد على خدمات التأمين عن أن الفرد الجزائري يعد الأضعف إنفاقا على منتجات التأمين حيث لم يتعد أعلى معدل له خلال فترة الدراسة 40 دولار مقارنة ب 104 دولار في المغرب و في حدود 80 دولار في تونس، أما عن أعلى معدل عالمي خلال نفس الفترة قدر ب 662 دولار.

– يتخلل قطاع التأمين مجموعة من القيود والمشاكل التي تقف كحاجز أمام تطور قطاع التأمين في الجزائر، منها ماهو مرتبط بالفرد كضعف الثقافة التأمينية لدى الفرد الجزائري الذي ينظر

للتأمين بنظرة سلبية، ومنها عوامل داخلية تخص شركة التأمين أهمها طول فترة تسوية المطالبات وعدم تناسب مبلغ التعويض مع حجم الضرر، ومنها ماهو متعلق بالوضع الإقتصادي السائد في الجزائر كضعف مستوى دخل الفرد بالشكل الذي ينعكس على مستوى الطلب على التأمين بالإضافة إلى حالة التقشف التي تعيشها البلاد وتأثيرها على كافة القطاعات.

هذا ومكنتنا الدراسة الميدانية التي قمنا بها من خلال عملية الإستقصاء التي مست عينة من زبائن شركات التأمين في الجزائر، بالوصول إلى النتائج التالية:

– توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة الخدمة التأمينية وإنتاج شركات التأمين في الجزائر بمحدداتها الخمسة عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ حيث:

- ✓ توجد علاقة إرتباط موجبة وقوية بين محدد الملموسية وإنتاج شركات التأمين، هذا الإرتباط معنوي عند مستوى دلالة 0.01؛
- ✓ توجد علاقة إرتباط موجبة وقوية بين محدد الإعتمادية وإنتاج شركات التأمين، هذا الإرتباط معنوي عند مستوى دلالة 0.01؛
- ✓ توجد علاقة إرتباط موجبة وقوية بين محدد الإستجابة وإنتاج شركات التأمين، هذا الإرتباط معنوي عند مستوى دلالة 0.01؛
- ✓ توجد علاقة إرتباط موجبة وقوية بين محدد التعاطف وإنتاج شركات التأمين، هذا الإرتباط معنوي عند مستوى دلالة 0.01؛
- ✓ توجد علاقة إرتباط موجبة بقوة ضعيفة بين محدد الأمان وإنتاج شركات التأمين، هذا الإرتباط معنوي عند مستوى دلالة 0.01.

- بينت نتائج الدراسة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمحددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ حيث:

- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الملموسية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ والنموذج المطبق بالانحدار الخطي معنوي ($Sig = 0.000 \leq 0.05$)؛
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الإعتمادية على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ والنموذج المطبق بالانحدار الخطي معنوي ($Sig = 0.000 \leq 0.05$)؛
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الإستجابة على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ والنموذج المطبق بالانحدار الخطي معنوي ($Sig = 0.000 \leq 0.05$)؛
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد التعاطف على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ والنموذج المطبق بالانحدار الخطي معنوي ($Sig = 0.000 \leq 0.05$)؛
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمحدد الأمان على إنتاج شركات التأمين عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ والنموذج المطبق بالانحدار الخطي معنوي ($Sig = 0.000 \leq 0.05$).

توصيات الدراسة:

على ضوء النتائج التي توصلنا إليها من خلال الدراسة النظرية والدراسة الميدانية التي قمنا بها يمكن أن نقدم بعض التوصيات التي يمكن أن تساهم في تطوير تطبيق الجودة في شركات التأمين في الجزائر بصفة خاصة وتطوير قطاع التأمين بصفة عامة، وبالتالي المساهمة في تطوير القطاع ككل، والتي يمكن إيجازها في:

1- إعتماد شركات التأمين على إستراتيجية تسويقية أساسها الجودة في تقديم الخدمات للزبائن بما يتوافق مع احتياجاتهم التأمينية وتوقعاتهم المسبقة.

2- العمل على إيجاد ثقافة تنظيمية تكون أساسا لدعم وتعزيز ثقافة الجودة بين الموظفين داخل الشركة.

3- من المستحسن إدراك شركات التأمين حقيقة تطور جودة الخدمة بشكل مستمر تبعا لتطور إحتياجات الزبائن ورغباتهم وتوقعاتهم وبالتالي عدم الإكتفاء بمستويات معينة من الجودة، بل يجب أن تستجيب لمختلف التطورات لضمان بقائها واستمراريتها.

4- لابد على شركات التأمين الإهتمام بجودة الخدمة التأمينية التي تقدمها لإعتبارها من أهم البدائل الإستراتيجية للتنافس.

5- ضرورة قياس ومعرفة الحصة السوقية ومتابعتها بشكل دوري لتعديل الإستراتيجيات والسياسات التي تعمل على تحقيق الجودة.

6- ضرورة المراجعة الدورية لمحددات الجودة المختلفة، لمتابعة أي تغيرات لكي تتمكن إدارة شركة التأمين من تعديل الإجراءات اللازمة للمحافظة على جودة الخدمة.

7- التوسع في خطوط الإنتاج وزيادة عدد المنتجات المقدمة من طرف شركة التأمين بما يتناسب مع حاجات السوق.

8- تحسين جودة الخدمات المقدمة باعتبارها أساس التغطية التأمينية، والتي تعد مدخل رئيسي لكسب رضا الزبائن وذلك بالتركيز على سرعة معالجة الملفات بإعادة النظر في وتيرة سير الإجراءات المتعلقة بعملية التعويض إبتداءاً من معاينة الأضرار والإنتهاء بتقديم التعويض، كذلك تقديم التعويض المناسب باعتبار أن مبلغ التعويض يعبر على مدى وفاء شركة التأمين بالتزاماتها وذلك من خلال التقدير العادل لحجم الضرر بتحسين عملية الخبرة ومراجعة سلم التعويضات بصفة دورية بما يتناسب مع الأسعار السائدة في السوق.

9- إتباع إستراتيجية فعالة لتطوير إنتاج شركات التأمين وذلك من خلال ما يلي:

- تقليل سعر تكلفة إنتاج الخدمة التأمينية، من خلال التعاون والتكامل بين الموظفين في شكل مجموعات للعمل بصورة علمية جماعية، ويؤدي كل موظف منتج دوره المحدد بحيث تتكامل مجهودات المجموعة للوصول إلى الأهداف المراد تحقيقها.
- تطوير طرق إنتاج وتقديم الخدمات التأمينية بحيث لا تقتصر المنافسة على السعر فقط بل يجب أن تركز على نوعية الخدمة عن طريق تقديم خدمات تأمينية حديثة غير تقليدية ومتميزة للزبائن، والإهتمام بتصميم الخدمة وتنمية الجهاز الإنتاجي للقدرة على الإستجابة السريعة لرغبات الزبائن والمتغيرات السوقية.
- التركيز على إنتاج الخدمة التأمينية بجودة عالية وتقديمها للزبائن بطريقة فعالة، لبيع أكبر عدد ممكن من منتجات التأمين، وبالتالي سيؤدي هذا إلى التأثير إيجابا على حجم إيرادات الشركة ومعدل ربحيتها.
- تأسيس وتدعيم معاهد علمية تقوم بتكوين الموظفين وفق المفاهيم و المعايير الدولية في إنتاج الخدمة بجودة عالية، وتأدية دورهم كوسطاء تأمين يقدمون الخدمة في أحسن صورة لكسب ثقة الزبائن وولائهم للشركة.

10- يقع على عاتق شركات التأمين إنتاج وتوزيع الخدمات التأمينية في آن واحد لذا يتطلب منها:

- تنويع وتقديم منتجات تأمينية تتلائم وتتوافق مع طبيعة المجتمع الجزائري.
- العمل على تقديم منتجات مصممة لتستهدف شرائح محددة من المجتمع بحيث يصبح التأمين متاحاً وميسورا لأصحاب الدخل المحدود.
- توسيع قائمة المنتجات المسوقة عن طريق البنوك.

- الإهتمام أكثر بالقنوات الغير مباشرة لتوزيع منتجات التأمين باعتبارها مسألة حيوية في إنجاح اختراق التأمين، من خلال توسيع قنوات التوزيع التقليدية، والانفتاح على قنوات مبتكرة مثل وكالات السفر الموثقين، وكلاء السيارات، الوكالات العقارية، المساحات الكبرى، المطارات...إلخ.

11- وضع إستراتيجية موحدة ومدروسة من جانب كل الفاعلين في مجال التأمين للإرتقاء بمستوى الثقافة التأمينية ونشر وتوسيع الوعي التأميني لدى الأفراد من خلال مايلي:

- تشكيل هيئة مشتركة بين شركات التأمين تضطلع بتصميم استراتيجية إعلامية وتسهر على تجسيدها ومتابعتها بهدف نشر والارتقاء بالثقافة التأمينية لدى الأفراد.
- تنظيم حملات واسعة ومستمرة على مستوى مؤسسات الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة من قبل متخصصين من أجل التعريف بمنتجات التأمين وأهميتها الاجتماعية والاقتصادية.
- الاستفادة من الوسائل والوسائط التكنولوجية للاتصالات ومؤسساتها كالهاتف النقال وشبكات التواصل والأنترنت من أجل إيصال الرسالة التأمينية.
- تنشيط دوري للندوات والأبواب المفتوحة والأيام الدراسية والتظاهرات العلمية على مستوى هيئات التكوين والجامعات لنشر ثقافة التأمين في أوساط المتعلمين.
- الانفتاح على النقابات العمالية ولجان الخدمات الاجتماعية من أجل التعريف وتشجيع الطلب على منتجات تأمين الأشخاص وبالأخص التأمين الجماعي والتأمين الصحي والتقاعدي التكميلي.

12- ضرورة إنشاء لجنة تعنى بالإبتكار والإبداع في مجال التأمين خصوصا بهدف تطوير منتجات التأمين على الأشخاص.

13- العمل على تأسيس بنك معلومات يقوم بتقديم كافة البيانات الهامة لقطاع التأمين، سواء كانت معلومات على النطاق المحلي أو الجهوي أو الدولي و ذلك لبناء مصادر معلومات إرشادية تعريفية يرتكز عليها قطاع التأمين الجزائري لمواكبة التطورات التي تطرأ على صناعة التأمين عالميا، وخاصة في ظل العولمة والإنفتاح على الأسواق العالمية وظهور التكتلات الإقتصادية.

14- إنشاء هيكل يضطلع بمعالجة ومتابعة شكاوى وتظلمات المستأمنين من أجل حماية مصالحهم وتعزيز ثقتهم في نظام التأمين، هذا الإطار من شأنه أن يمكن من اكتساب خبرة ورؤية عن مجالات عمل شركة التأمين التي يجب تحسينها، خاصة ما تعلق منها بتسوية مطالبات التعويض.

15- دعم وتشجيع التأمين التكافلي لما يمثله من مجال خصب وواعد خاصة في مجال التأمين على الأشخاص وهذا من خلال مايلي:

- تهيئة البيئة القانونية الخاصة به، بوضع القوانين والإجراءات المناسبة.
- الإستفادة من التجارب الدولية السابقة في هذا المجال من أجل وضع الخطط الملائمة.
- تكوين الكوادر البشرية للعمل في مجال التأمين التكافلي.
- إقامة المزيد من الندوات والملتقيات الداعمة للتأمين الإسلامي ولفكرة تحول شركات التأمين التجارية إلى شركات تأمين تكافلية والإنفتاح على منتجاته، لطرح المزيد من الأفكار والإقتراحات المساعدة على تفعيل التأمين التكافلي في الجزائر.

آفاق الدراسة:

بعد معالجة الموضوع من هذه الزاوية، يمكن لبعض الباحثين دراسة الموضوع من زوايا أخرى من خلال دراسة جانب معين من جوانبه، وهذا ما يقترح آفاقا جديدة مكملة لهذا الموضوع وعليه يمكن إقتراح دراسة المواضيع التالية:

- دور الثقافة التنظيمية في إرساء الجودة في شركات التأمين.
- أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على ربحية شركات التأمين.
- أثر جودة الخدمة التأمينية على الحصة السوقية.
- أثر جودة التعويضات على إنتاج شركات التأمين.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

أ – الكتب

1- إبراهيم أبو النجا، **التأمين في القانون الجزائري**، الطبعة الثالثة، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1980.

2- إبراهيم على إبراهيم عبد ربه، **التأمين ورياضياته مع التطبيق على تأمينات الحياة وإعادة التامين**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003.

3- أحمد سالم ملحم، **التأمين التعاوني الإسلامي وتطبيقاته في شركات التأمين الإسلامية**، دار المكتبة الوطنية الأردن،2000.

4- أحمد شاكر العسكري، **التسويق** " **مدخل إستراتيجي**"، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.

5- أحمد صلاح عطية، **محاسبة شركات التأمين**، مطبوعات كلية التجارة، جامعة الزقازيق مصر، 2003 .

6- أحمد طرطار، "**الترشيد الإقتصادي للطاقات في المؤسسة**"، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1993.

7- أحمد عبد الرزاق السنهوري، **الوسيط في شرح القانون المدني الجديد**"**عقود الغرر**،**عقود المقامرة والرهان والمرتب مدى الحياة وعقد التأمين**"، الطبعة الثالثة، منشورات الحلبي، لبنان 2009.

8- أحمد محمود أحمد، **تسويق الخدمات المصرفية**، الطبعة الأولى، دار البركة للنشر والتوزيع الأردن، 2001.

9- أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، **إدارة الخطر والتأمين**، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

10- أنيس أحمد عبد الله، **إدارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون**، الطبعة الأولى، دار الجنان للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

11- إياد عبد الله شعبان، **إدارة الجودة الشاملة**، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر والتوزيع الأردن،2009.

12- البشير زهرة، **التأمين البري" دراسة تحليلية وشرح لعقود التأمين**"، الطبعة الثانية، مؤسسات عبد الكريم بن عبد الله للنشر والتوزيع، تونس، 1985.

13- بشير عباس العلاق، حميد عبد النبي الطائي، **تسويق الخدمات**، دار زهران للنشر والتوزيع الأردن، 2007.

14- بشير عباس العلاق وآخرون، **تسويق العلاقة**، الطبعة الأولى، دار المناهج للتوزيع والنشر الأردن، 1999.

15- بهاء بهيج شكري، **التأمين من المسؤولية في النظرية و التطبيق**، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

16- تيسير العجارمة، **التسويق المصرفي**، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن 2005.

17- ثامر البكري، أحمد الرحومي، **تسويق الخدمات المالية**، اثراء للنشر والتوزيع، الشارقة 2008.

18- ثناء محمد طعيمة، **محاسبة شركات التأمين**، الطبعة الأولى، ايتراك للطباعة والنشر، مصر 2002.

19- جديدي معراج، **مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2000.

20- جمال الدين مرسي، مصطفى أبو بكر، **دليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع**، الدار الجامعية، مصر،2004.

21- جهاد بوعزوز وآخرون، **تسويق خدمات التأمين "واقع السوق الحالي و تحديات المستقبل"** دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن،2013.

22- حبيب إبراهيم الخليلي، **مسؤولية الممتنع المدنية والجنائية في المجتمع الإشتراكي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979.

23- حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل، **التأمين وإدارة الخطر**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن،2008.

24- حسن علي الذنون، **المبسوط في شرح القانون المدني**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر الأردن، 2006.

25- حسين عبد الله التميمي، **إدارة الإنتاج والعمليات "مدخل كمي"**، دار الفكر، الأردن،1997.

26- حسين علي، **الأساليب الحديثة في التسويق "الدليل العملي للإستراتيجيات والخطط التسويقية"** الطبعة الأولى، دار الرضا للنشر والتوزيع، سوريا، 2000.

27- حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس العلاق، **إدارة عمليات الخدمة**، اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

28- حميد عبد النبي الطائي وآخرون، **إدارة الجودة الشاملة TQM والإيزو ISO**، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2014 .

29- حميدة جميلة، **الوجيز في عقد التأمين**، دار الخلدونية، الجزائر، 2011.

30- خضير كاضم حمود، **إدارة الجودة الشاملة**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع الأردن،2000.

31- راشد راشد، **التأمينات البرية الخاصة في ضوء قانون التأمينات الجزائري المؤرخ في09أوت 1980** ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.

32- ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، **تسويق الخدمات**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن،2010.

33- رعد حسن الصرن، **عولمة جودة الخدمة المصرفية**، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن،2007.

34- رعد عبد الله الطائي، عيسى قدادة، **إدارة الجودة الشاملة**، دار اليازوري للنشر والتوزيع الأردن، 2008.

35- زكي خليل المساعد، **تسويق الخدمات وتطبيقاته**، الطبعة الأولى، دار المناهج، الأردن 2003.

36- زياد بن علي بن محمود الجرجاوي، **القواعد المنهجية التربوية لبناء استبيان**، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين، 2010.

37- زياد رمضان، **مبادئ التأمين**، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 1998.

38- زياد محمد الشرمان، عبد الغفور عبد السلام، **مبادىء التسويق**، الطبعة الأولى، دار الصفاء، الأردن، 2001.

39- زيد منير عبوي، **إدارة التأمين و المخاطر**، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع الأردن،2006.

40- سعد واصف، **التأمين من المسؤولية**، مطبوعات جامعة القاهرة، مصر،1958.

41- سعيد مقدم، **التأمين والمسؤولية المدنية**، الطبعة الأولى، كليك للنشر، الجزائر، 2008.

42- سليمان خالد عبيدات، **مقدمة في إدارة الإنتاج والعمليات** ، دار المسيرة للنشر والتوزيع الأردن، 2013.

43- سليمان محمد مرجان، **إدارة العمليات الإنتاجية" دراسة تحليلية للعمليات الإنتاجية في المنشآت الصناعية**"، منشورات كلية المحاسبة، ليبيا، 1993.

44- السيد محمد السيد عمران، **الموجز في أحكام عقد التأمين**، الفتح للطباعة والنشر، مصر 2002.

45- شريف محمد العمري، محمد محمد عطا، **الأصول العلمية والعملية للخطر والتأمين**، الطبعة الأولى،كلية المجتمع، جامعة الملك سعود، السعودية، 2012.

46- صالح ناصر عليمات، **إدارة الجودة الشاملة"التطبيق و مقترحات التطوير**"، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن،2004.

47- صلاح محمد سليمة، **تأمين المسؤولية المدنية عن أضرار التلوث البحري ودور نوادي الحماية والتعويض**، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.

48- صونيا محمد البكري، **إدارة الإنتاج والعمليات**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1999.

49- عادل عز عبد الحميد، **مباديء التأمين**، دارالنهضة العربية، القاهرة، 1971.

50- عادل محمد عبد الله، **إدارة جودة الخدمات**، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع الأردن،2013.

51- عايدة سيد خطاب، **الإدارة والتخطيط الإستراتيجي**، دار الفكر العربي، مصر، 1985.

52- عبد الحكيم أحمد الخزامي، **إدارة الموارد البشرية إلى أين؟ "التحديات، التجارب، التطلعات"** دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.

53- عبد الحميد موسى البرغوثي، التأمين الزراعي في فلسطين الواقع الراهن وآفاق المستقبل معهد السياسات الإقتصادية الفلسطينية، القدس، 2009.

54- عبد الرزاق بن خروف، **التأمينات الخاصة في التشريع الجزائري "الجزء الاول التأمينات البرية"** ، الطبعة الثالثة، مطبعة ردكول، الجزائر، 2002.

55- عبد الرزاق بن خروف، **التأمينات الخاصة في التشريع الجزائري**، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.

56- عبد الستار العلي ، **تطبيقات في إدارة الجودة الشاملة**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، الأردن، 2007.

57- عبد الستار محمد علي، **إدارة الإنتاج والعمليات" مدخل كمي"**، دار وائل للنشر والتوزيع الأردن، 2000.

58- عبد العزيز فهمي هيكل، **مبادىء في التأمين** ، الدار الجامعية، لبنان، 1985.

59- عبد القادر العطير، **التأمين البري في التشريع "دراسة مقارنة"**، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.

60- عز الدين فلاح، **التأمين مبادئه وأنواعه**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008 .

61- عصام الدين أمين أبو علفة، **التسويق المفاهيم والإستراتيجيات " النظرية و التطبيق الجزء الأول"** مؤسسة حورس الدولية، مصر،2000.

62- عصام أنور سليم، **أصول عقد التأمين**، دار منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 2008.

63- عصام أنور سليم، **عقد التأمين في القانون المصري واللبناني"الجزء الأول"**، مكتبة الدار الجامعية مصر،1997.

64- عصام حسن أحمد الدليمي، **سؤال وجواب في منهج البحث العلمي**، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.

65- على عباس، **أساسيات علم الإدارة**، الطبعة الثالثة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن 2008.

66- علي جذوع الشرفات، **التأمين الزراعي**، الطبعة الأولى، دار الزهران للنشر والتوزيع ،الأردن 2012.

67- علي علي سليمان، **التأمين والمسؤولية المدنية**، كليك للنشر، الجزائر،2008.

68- علي فيلالي، **الإلتزامات "العمل المستحق التعويض"**، الطبعة الأولى، موفم للنشر والتوزيع الجزائر، 2002.

69- عمر وصفي عقيلي، **المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة "وجهة نظر"**،الطبعة الأولى دار الوائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2001.

70- عوض بدير الحداد، **تسويق الخدمات المصرفية**، الطبعة الأولى، البيان للطباعة والنشر الأردن،1999.

71- غيث البحر، معن التنجي، **التحليل الإحصائي للإستبيانات باستخدام برنامج IBM SPSS Statistics**، مركز سبر للدراسات الإحصائية والسياسات العامة، تركيا، 2014.

72- فايز أحمد عبد الرحمن، **التأمين على الحياة**، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2006.

73- فايز أحمد عبد الرحمن، **التأمين في الإسلام**، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2006.

74- قاسم نايف علوان المحياوي، **إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو9001: 2000** الطبعة الثالثة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.

75- قاسم نايف علوان المحياوي، **إدارة الجودة في الخدمات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006.

76- مأمون سليمان الدراركة، **إدارة الجودة الشاملة**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان، الأردن،2001.

77- مأمون السلطي، سهيل إلياس، **دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة الإيزو 9000** الطبعة الأولى، دار الفكر المعاصر، دمشق، سورية، 1999.

78- مأمون سليمان الدراركة، **إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء**، الطبعة الاولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.

79- مأمون سليمان الدراركة، طارق الشلبي، **الجودة في المنظمات الحديثة**، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ،عمان، الأردن، 2002.

80- مثنى طه الحوري، إسماعيل علي الدباغ، **مباديء السفر والسياحة**، مؤسسة الوراق للنشر مصر، 1998.

81- محفوظ أحمد جودة، **إدارة الجودة الشاملة في الخدمات مفاهيم وتطبيقات**، الطبعة الثانية دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.

82- محفوظ أحمد جودة، **إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات**، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.

83- محمد أحمد عوض، **الإدارة الإستراتيجية الأصول والأسس العلمية**، الدار الجامعية، مصر 2003.

84- محمد أحمد هيكل ، **مهارات التعامل مع الناس**، مجموعة النيل العربية ، مصر، 2006.

85- محمد الصحن، **قراءات في إدارة التسويق**، الدار الجامعية، مصر،2002.

86- محمد العزاوي، **الإنتاج وإدارة المبيعات" منهج كمي تحليلي**"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.

87- محمد توفيق ماضي، **إدارة الإنتاج والعمليات**، الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر، 1999.

88- محمد جودت ناصر، **إدارة أعمال التأمين**، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر، عمان الأردن، 1998.

89- محمد حسن قاسم، **محاضرات في عقد التأمين**، الدار الجامعية، بيروت، 1999.

90- محمد رفيق المصري، **التأمين على الحياة والضمان الإجتماعي**، دار زهران للنشر والتوزيع الأردن، 1999.

91- محمد رفيق المصري، **التأمين وإدارة الخطر**، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2008.

92- محمد سعدو الجرف، **التأمين من منظور إسلامي**، مركز أبحاث الإقتصاد الإسلامي المملكة العربية السعودية، 2007.

93- محمد شرف الدين، **أحكام التأمين**، الطبعة الثالثة، مطبعة نادي القضاء، القاهرة مصر،1991.

94- محمد عبد العال النعيمي وآخرون، **إدارة الجودة المعاصرة "مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات**"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن،2009.

95- محمد عبد العظيم أبو النجا، **التسويق المتقدم**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008.

96- محمد عبد الفتاح الصيرفي، **الإدارة الرائدة**، الطبعة الأولى، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، الأردن،2003.

97- محمد عبد الفتاح محمد، **إدارة الجودة الشاملة بمنظمات الرعاية الإجتماعية**، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2008.

98- محمد علي شهاب، **إدارة الإنتاج والعمليات في المنشآت الصناعية والخدمية**، مؤسسة روزانيون، مصر،1983.

99- محمد عوض الترتوري، اغادير عرفات جويحان، **إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي والمكتبات ومراكز المعلومات**، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة الأردن، 2006.

100- محمد فريد الصحن، **التسويق**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر،2002.

101- محمد كامل درويش، **إدارة الأخطار وإستراتيجيات التأمين المتطورة في ظل إتفاقية الجات** دارالخلود، بيروت، لبنان، 1996.

102- محمد محروس اسماعيل، **إقتصاديات الصناعة والتصنيع**، مؤسسة شباب الجامعة، مصر 1997.

103- محمد وحيد الدين سوار، **شرح القانون المدني " النظرية العامة للإلتزام ج1"**، الطبعة الأولى، منشورات جامعة حلب، سوريا، 1997.

104- محمد وحيد عبد الباري، **إدارة الخطر والتأمين التجاري والإجتماعي**، مطبوعات كلية التجارة، جامعة القاهرة، مصر، 1997.

105- محمود حسين الوادي وآخرون، **إدارة الجودة الشاملة في منظمات الأعمال "بين النظرية والتطبيق"** الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

106- محمود عقلة، **مفاهيم حديثة في التسويق البنكي**، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2010.

107- مدحت أبو النصر، **أساسيات إدارة الجودة الشاملة**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر 2008.

108- مرقص سليمان، **الوافي في شرح القانون المدني**، الطبعة الخامسة، مكتبة مصر الجديدة القاهرة ، مصر، 1992.

109- مصطفى العوجي، **القانون المدني"المسؤولية المدنية"**، الطبعة الرابعة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان،2004.

110- مصطفى كمال السيد طايل، **معايير الجودة الشاملة "الإدارة،الإحصاء،الإقتصاد"**،الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع ،الأردن، 2013.

111- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، **التأمين البحري في مختلف القوانين" المصري،الفرنسي،الإنجليزي،اللبناني،..."**،الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر 2012.

112- مصطفى محمد، **التسويق الإستراتيجي للخدمات**، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن 2003.

113- ممدوح حمزة أحمد، ناهد عبد الحميد، **إدارة الخطر والتأمين**، مطبوعات كلية التجارة جامعة القاهرة، مصر، 2003.

114- منعم الخفاجي، **مدخل لدراسة التأمين**، الطبعة الأولى الإلكترونية، مكتبة التأمين العراقي الناشر مصباح كمال، العراق،2014.

115- منير إبراهيم هندي، **إدارة الأسواق والمنشآت المالية**، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر 2002.

116- مهدي السامرائي، **إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي**، الطبعة الأولى دار جرير للنشر والتوزيع ،الأردن،2007.

117- مهدي صالح محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالبي، **الإدارة و الأعمال**، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

118- موسى جميل النعيمات، **النظرية العامة للتأمين من المسؤولية المدنية**، الطبعة الأولى دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.

119- مولود ديدان، **قانون التأمينات**، دار بلقيس، دار البيضاء، الجزائر، 2010.

120- مؤيد عبد الحسين الفضل، رضا صاحب أبوحمد، **أساسيات إقتصاديات الأعمال**، الطبعة الأولى، دار المناهج، الأردن، 2003.

121- ناجي معلا، **أصول التسويق المصرفي**، مطابع الصفوة، الأردن،1994.

122- نجم عبود نجم، **إدارة الإبتكار" المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة"**، الطبعة الأولى دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن،2003.

123- نجم عبود و آخرون، **إدارة الموارد البشرية مع التركيز على إدارة شؤون الموظفين العموميين**، عدن للطباعة العراق، 2006.

124- نزيه محمد الصادق المهدي، **عقد التأمين "مع بيان أهم المستندات التأمينية"**، دار المطبوعات الجديدة، مصر،2007.

125- نعمات محمد مختار، **التأمين التجاري والتأمين الإسلامي بين النظرية والتطبيق**، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2005.

126- هاني حامد الضمور، **تسويق الخدمات**، الطبعة الخامسة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009.

127- يوسف حجيم الطائي، مؤيد عبد الحسين الفضل ،**إدارة الجودة الشاملة من المستهلك والى المستهلك**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.

128- يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي العبادي، **إدارة العلاقات مع الزبون**، الطبعة الأولى، دار المعارف للنشر، الأردن،2009.

ب- المجلات العلمية

129- أحمد خلف حسين علي الزهيري، **تأثير التسويق الإلكتروني في عناصر المزيج التسويقي للخدمة التأمينية**، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد8، العدد22، العراق، 2013.

130- أحمد دغيش، **التأمين في الترقية العقارية**، حوليات جامعة بشار، العدد 11، الجزائر 2011.

131- إسلام طالب محمد صالح، **أثر تقييم جودة الخدمات المصرفية في رغبة الزبون لإقتنائها"دراسة حالة في أحد المصارف الأهلية"**، مجلة المنصور، العدد14، العراق، 2010.

132- إلهام نعمة كاظم، **تقييم جودة الخدمات التأمينية في شركة التأمين الوطنية فرع الديوانية** مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد 15، العدد3، العراق، 2013 .

133- باسم عباس كريدي الجاسمي، **جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبون مدخل قيمي" دراسة إستطلاعية لآراء عينة من زبائن مصارف مدينة الديوانية"**، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد09 ، العدد01، العراق، 2007.

134- بلال جاسم القيسي،كريم ذياب أحمد، **تأثير إدارة علاقات الزبون في تحقيق جودة الخدمات في شركات الإتصالات العاملة في العراق"دراسة مسحية في شركة زين العراق للإتصالات"**، مجلة ديالى، العدد55، العراق، 2012.

135- بن طرية معمر، **نظام تأمين الكوارث الطبيعية في الجزائر"بين فكرة التأمين الفردي ومقتضيات التضامن الإجتماعي"**، مجلة تشريعات التعمير والبناء، العدد 06، تيارت، الجزائر 2018.

136- بوحرود فتيحة، **الدور الإستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين "دراسة تقييمية من منظور العملاء لجودة الخدمة بالشركة الجزائرية للتأمينات CAAT"**، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد12، سطيف، الجزائر، 2012.

137- بوزيان حسان، **أثر جودة الخدمة على رضا الزبون " دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر بمدينة العلمة"**، مجلة رؤى إقتصادية، العدد 06، الجزائر، 2014.

138- بوسماحة الشيخ، **تأمين المسؤولية عن المنتجات**، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 07، العدد 03، الجلفة، الجزائر، 2014.

139- جمال بوشنافة، **إلزامية التأمين على الممتلكات من أخطار الكوارث الطبيعية "دراسة تحليلية على ضوء الأمر رقم 12/03 والمراسيم التنفيذية"**، مجلة البحوث والدراسات العليا العدد05، المدية، الجزائر، 2011.

140- حاكم جبور الخفاجي، **رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون "دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي فرع النجف"**، مجلة الغري للعلوم الإقتصادية والإدارية ، المجلد 08 العدد25، العراق، 2012.

141- حامد كاظم متعب الشيباوي، جاسم راهي كاظم، **إستراتيجيات التسويق وأثرها في ولاء الزبون "دراسة تحليلية في الشركة العامة للإسمنت الجنوبية في الكوفة"**، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية المجلد17، العدد01 ، العراق، 2015.

142- حبار عبد الرزاق، **واقع وخصوصية الإبتكار في نشاط التأمين" مع الإشارة إلى حالة قطاع التأمين بالجزائر"**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، العدد 55، العراق، 2018.

143- حساني حسين، **إدارة خطر الكوارث الطبيعية في الجزائر"الواقع و الآفاق"**، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد11، الشلف، الجزائر، 2014.

144- حساني حسين، تويتار رمضان، **دراسة تحليلية لواقع توزيع الخدمات التأمينية في الجزائر**، مجلة إقتصاديات المال والأعمال، العدد06، الجزائر، 2018.

145- حمدوني علي، **تأمين خسائر الإستغلال بعد الحريق**، مجلة الشريعة والإقتصاد، العدد 11 قسنطينة، الجزائر،2017.

146- خير الدين محمد علي، **دور أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون "دراسة تحليلية ميدانية للمصرف الإسلامي في محافظة نينوي"**، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد07 ، العدد23، العراق، 2011.

147- دبوزين محمد، **وضعية سوق التأمينات على الأشخاص في الجزائر**، مجلة أبعاد إقتصادية العدد08، بومرداس، الجزائر، 2017.

148- رعد فاضل بابان، **أبعاد جودة الخدمة المصرفية ودورها في تحقيق رضا الزبون** "**دراسة تطبيقية في مصرف الرشيد**"، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 09، العدد29، بغداد، العراق 2014.

149- رونق كاظم حسين شبر، **دور كل من القيمة المدركة جودة الخدمة السعر والصورة الذهنية في تعزيز ولاء الزبون** "**دراسة تطبيقية في مصارف الاهلية التجارية العاملة في محافظة الديوانية**"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والإقتصادية، المجلد16، العدد02، العراق، 2004.

150- زكي أبو زيادة، **أثر تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة على الأداء التنظيمي**" **دراسة تطبيقية في عينة من المصارف التجارية الفلسطينية**"، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، المجلد25 العدد04، فلسطين،2011.

151- زهرة عبد محمد الشمري، **تقييم تطبيق التقنيات الحديثة لتحسين الإنتاجية**، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد08 العدد03، العراق، 2010.

152- زواوي عمر حمزة، **دراسة أثر التأمين ضد أخطار الكوارث الطبيعية على اتجاهات المستهلك الجزائري**، مجلة الإقتصاد والتنمية البشرية، العدد08، البليدة، الجزائر، 2013.

153- زياد خلف عليوي الجوالي، مهند بنيان صالح، **المسؤولية المدنية عن النفايات الطبية** مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد01، العدد01، العراق، 2012.

154- سليمان محمد قليوان، **ثقافة الجودة بين الواقع والطموح** "**دراسة حالة كلية التربية**"، مجلة العلوم الهندسية وتقنية المعلومات، المجلد02، العدد02، ليبيا، 2016.

155- شيخ كريمة، **إبتكار المنتجات التأمينية ودوره في ترقية شركات التأمين بالمغرب العربي**"**حالة سوق التأمين الجزائر تونس والمغرب**"، مجلة الإبتكار والتسويق، العدد 01، الجزائر 2014.

156- صبايحي ربيعة، **خصوصيات المسؤولية المدنية للمهندس المعماري والمقاول بعد تسليم المباني في القانون الجزائري** ، مجلة الحقوق والحريات، العدد التجريبي، بسكرة، الجزائر، 2013.

157- طارق قندوز، **تأمينات الأشخاص بالجزائر بين الخلفية الدينية والثقافة التأمينية" الواقع والآفاق"** مجلة الإصلاحات الإقتصادية والإندماج في الإقتصاد العالمي، المجلد 09، العدد 17 الجزائر، 2014.

158- الطيب داودي، عبد الحق ماني، **تقييم إعادة هيكلة المؤسسة الإقتصادية العمومية الجزائرية**، مجلة الفكر، العدد03، بسكرة، الجزائر، 2013.

159- عادل زقرير، **دور صيرفة التأمين في تطوير وإنعاش سوق التأمينات" حالة الجزائر"** مجلة الدراسات الإقتصادية والمالية، الجزء 01، العدد10، الوادي، الجزائر،2017.

160- عامر عبد اللطيف كاظم العامري، **أثر ثقافة الجودة في الأداء المتميز "دراسة تحليلية مقارنة بين عينة من المنظمات الخدمية والإنتاجية العاملة في بغداد"**، مجلة الدنانير، العدد 09 العراق، 2016.

161- عباس حسين جواد، سحر عباس حسين، **أثر التخطيط الإستراتيجي في رضا الزبون وفق فلسفة إدارة الجودة الشاملة "دراسة ميدانية في الشركة العامة للصناعات الكيمياوية"**، مجلة أهل البيت، المجلد01 ، العدد03، العراق، 2006.

162- عزة أحمد عبد الله، **أساليب مواجهة الكوارث الطبيعية**، مجلة مركز بحوث الشرطة أكاديمية مبارك للأمن، العدد21، مصر، 2002.

163- علي رحال، إلهام يحياوي،"**الجودة والسوق**"، مجلة آفاق، العدد05، عنابة، الجزائر،2001.

164- علي عبد الله، **قياس رضا العميل الخارجي عن الجودة**، مجلة العلوم الإنسانية، العدد15 بسكرة، الجزائر، 2008.

165- عواطف يونس إسماعيل، **متطلبات التسويق بالعلاقات وأثرها في تعزيز العلاقة مع الزبون" دراسة استطلاعية لآراء عينة من الزبائن في معمل الألبان بالموصل**"، مجلة تنمية الرافدين، المجلد31، العدد95، العراق، 2009.

166- قدي عبد المجيد، وصاف سعيدي، **آليات ضمان الإئتمان وتنمية الصادرات "حالة الجزائر**"، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 02، بسكرة، الجزائر، 2002.

167- لزهر مساعدية، **في مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها "العادات، التقاليد، الأعراف**"، مجلة الذاكرة، العدد09، الجزائر، جوان 2017.

168- مجيد أحمد إبراهيم، **المحل في عقد التأمين البحري "دراسة مقارنة**"، مجلة كلية القانون للعلوم القانونية والسياسية، المجلد 07 ، العدد 25، العراق، 2018.

169- محفوظ حمدون الصواف، عمر علي إسماعيل، **مدى توافر قيم ثقافة الجودة في المنظمات الفندقية**، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد 09، العدد 01، العراق، 2011.

170- محمد خثير، أسماء مرايمي، **العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة**، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، المجلد 03، العدد 04، الجزائر، 2017.

171- محمود فؤاد حسان، **قياس جودة الخدمات في شركات التأمين بالتطبيق على القطاع العام** مجلة أفاق جديدة، مجلد 09 ، العدد 03، مصر،1997.

172- محي الدين شبيرة، **التأمين على الكوارث الطبيعية في الجزائر**، مجلة العلوم الإنسانية العدد33 ، قسنطينة، الجزائر، 2010.

173- منال ميسر نايف، إسراء صالح داؤود، **التأمين من المسؤولية المدنية للمحامي**، مجلة الرافدين للحقوق، المجلد10، العدد37، العراق، 2008.

174- ناجي معلا، حميد الطائي، **تقييم سياح العرب لجودة الخدمات الفندقية الأردنية**، مجلة العلوم الإدارية، المجلد30، العدد01، الأردن، 2003.

175- ناجي معلا، **قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن "دراسة ميدانية"** ، مجلة العلوم الإدارية، المجلد25، العدد02، الأردن، 1998.

176- نايلي إلهام، **جودة الخدمة المصرفية وأثرها على رضا الزبائن" دراسة حالة البنوك التجارية بولاية قسنطينة"**، مجلة رؤى إقتصادية ، العدد08، الجزائر، 2015.

177- هالة فاضل حسين، سالم محمد عبود، **تأثير أبعاد جودة الخدمة في درجة تفضيل المستهلك للشراء"الأسواق المولات"**، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، المجلد 05 العدد01، العراق، 2013.

178- الهواري جمال، ضيف فضيل البشير، **دور إعادة التأمين في تغطية الكوارث الطبيعية في الجزائر**، مجلة دفاتر إقتصادية، العدد09، الجلفة، الجزائر، 2018.

179- وفاء ناصر المبيريك، **دراسة العوامل المؤثرة على جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية**، المجلة العربية للإدارة، المجلد 24، العدد 01، السعودية، 2004.

180- يعيش تمام أمال، حاحة عبد العالي، **المسؤولية العشرية كآلية قانونية لحماية الملكية العقارية وفقا للقانون رقم 04/11**، مجلة الحقوق والحريات، عدد تجريبي، بسكرة، الجزائر 2013.

ت- الأطروحات والرسائل الجامعية

181- بلال جاسم القيسي، **انعكاسات التوازن الديناميكي على الأداء التسويقي من خلال ادارة علاقات الزبون"دراسة تحليلية لعينه من المصارف الخاصة في العراق"**، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة بغداد، العراق، 2012.

182- بلدي كريمة، **النظام القانوني للتأمين من المسؤولية المدنية**، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون التأمينات، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة الجزائر،2017.

183- بن طيب هديات، **دراسة الإنتاج والعمليات باستخدام البرمجة بالأهداف في مؤسسات الخدمات "دراسة حالة الجزائرية للتأمينات"**، أطروحة دكتوراه، تخصص تسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان الجزائر،2016.

184- بناي مصطفى، **واقع وآفاق شركات التأمين الجزائرية في ظل الإصلاحات الإقتصادية والمتغيرات الدولية " 2005-2011"**، أطروحة دكتوراه، تخصص تحليل إقتصادي، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر03، 2014.

185- بوجنان خالدية، **طرق وأساليب قياس الأقساط التأمينية بإستخدام التقنيات الإكتوارية "دراسة مسحية على عينة من شركات التأمين على الحياة بالجزائر"**، أطروحة دكتوراه، تخصص تأمينات وبنوك، قسم علوم التسيير،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة إبن خلدون، تيارت، الجزائر، 2015 .

186- بيشاري كريم، **التوجه التسويقي كمدخل لتطوير قطاع التأمينات في الجزائر**، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية،كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية،جامعة الجزائر03 ، 2012.

187- جمال هداش محمد حسين، **دور خصائص نظم المعلومات الإدارية في تحسين الأداء المالي من خلال إدارة علاقات الزبون"دراسة تطبيقية لعدد من المصارف التجارية الخاصة في بغداد"**، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا، جامعة النيلين، الخرطوم السودان،2018.

188- حوحو يمينة، **عقد التأمين على الحياة**، رسالة ماجستير، فرع عقود ومسؤولية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر ، 2008.

189- خالد عطا الله الطراونة، **قياس رضا زبائن مؤسسات تجارة الأجهزة والمعدات الطبية عن النشاطات التسويقية في الأردن**، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، الأردن، 2010.

190- رسمية أحمد أمين أبو موسى، **أثر جودة الخدمة على الربحية و رضا العملاء في المصارف الأردنية" دراسة مقارنة بين بنك الإسكان والبنك الإسلامي الأردن"**، رسالة ماجستير قسم التمويل والمصارف، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، الأردن . 2000

191- زيدات دليلة، **عقد التأمين على الحياة في القانون الجزائري**، رسالة ماجيستير، فرع عقود ومسؤولية كلية الحقوق، جامعة الجزائر، 2001.

192- سامي ناجي بني يوسف، **أثر خدمات التأمين الإلكترونية على رضا العملاء في شركات التأمين الأردنية**، رسالة ماجستير، تخصص التسويق، كلية الأعمال، جامعة عمان الأردنية الأردن،2016.

193- سليمة فيلالي، **بنية الهوية الجزائرية في ظل العولمة "دراسة على عينة من الطلبة الجامعيين بجامعة باتنة"**، أطروحة دكتوراه، تخصص علم الإجتماع الثقافي، قسم العلوم الإجتماعية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر 2014.

194- شربي محمد الأمين، **أهمية ودور تمويل وتأمين قروض التصدير في ترقية الصادرات غير النفطية (دراسة حالة"FSPE "و "CAGEX"خلال الفترة 1998-2009)**، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة الجزائر، 2012.

195- صندرة لعور، **التأمين على أخطار المؤسسة "دراسة حالة تأمين خسائر الإستغلال"**، رسالة ماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة، الجزائر،2005.

196- طبايبية سليمة، **دور محاسبة شركات التأمين في إتخاذ القرارات وفق معيار الإبلاغ المالي الدولي"دراسة حالة الشركات الجزائرية للتأمين"**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف 01، الجزائر، 2014.

197- عبد الفتاح محمد صلاح، **التأمين من منظور إسلامي" التأصيل للتكافل وإعادة التكافل"** أطروحة دكتوراه، الجامعة الأمريكية المفتوحة، كلية الدراسات الإسلامية، مصر، 2014.

198- عقبة ريمي، **نمذجة قياسية لتسعيرة تأمين السيارات (نموذج بواسون،نموذج ثنائي الحدين السالب) دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين SAA** ، رسالة ماجستير، فرع إقتصاد كمي، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009.

199- عمر بن الزوبير، **التوجه الموضوعي للمسؤولية المدنية**، أطروحة دكتوراه، فرع القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الجزائر01، 2017.

200- غفصي توفيق، **سياسات ترقية قطاع التأمين الجزائري في تفعيل دوره للنهوض بالإقتصاد الوطني" دراسة ميدانية خلال 1995-2015**"، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم إقتصادية، قسم العلوم إقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر، 2018.

201- فيروز قطاف، **تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية بسكرة**"، أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر،2011.

202- قادة شهيدة، **المسؤولية المدنية للمنتج"دراسة مقارنة"**، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون خاص، قسم الحقوق، كلية الحقوق، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2005 .

203- قاسي فاطمة الزهراء، **المرافقة المقاولاتية وتنشيط المشروعات الإستثمارية في الجزائر** أطروحة دكتوراه، تخصص علوم إقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة البليدة 02، الجزائر، 2017.

204- لكبير علي، **تأمين المسؤولية المدنية**، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون أعمال، قسم الحقوق،كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2015.

205- لكاص خالد، **نظام التأمينات بين العائد والحماية "دراسة حالة الجزائر"**، أطروحة دكتوراه تخصص تخطيط، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 03 ، 2012.

206- محمد خيري، **دور مؤسسات التأمين في تمويل الإقتصاد الوطني**، رسالة ماجستير، فرع نقود ومالية قسم علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011.

207- محمد عبد المحسن الموسوي، **أثر العلاقة بين التوجه نحو السوق والميزة التنافسية في الأداء التسويقي**، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة بغداد العراق، 1999.

208- مرقاش سميرة، **التحالف الإستراتيجي كأداة لتحسين وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية في ظل تحديات العولمة "دراسة حالة شركات التأمين"**،أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف الجزائر، 2016 .

209- مرقوم كلثوم، **صيرفة التأمين في ظل تحرير الخدمات المالية " إشارة لحالة الجزائر"** أطروحة دكتوراه، تخصص محاسبة مالية وبنوك، شعبة العلوم الإقتصادية،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر،2017.

210- موساوي عمر، **محددات إيراد التأمين على الأشخاص في قطاع التأمين الجزائري " دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين "**، أطروحة دكتوراه، تخصص دراسات اقتصادية، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة الجزائر، 2016.

211- نادية فضيل، **النظام القانوني للشركة الجزائرية لتأمين وضمان الصادرات وآثارها على التجارة الخارجية**، رسالة ماجستير، فرع قانون الأعمال،كلية الحقوق، جامعة الجزائر 01، 2015.

212- نايلي إلهام، **أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية "دراسة حالة بنوك ولاية قسنطينة"**، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر 2016.

213- نواف بن عرسان بن سند العنزي، **قياس جودة الخدمات التي تقدمها شركة الإتصالات السعودية**، رسالة ماجستير، قسم الإدارة العامة، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك الأردن، 2002.

214- الهاشمي بن واضح، **تأثير متغيرات البيئة الخارجية على أداء المؤسسات الإقتصادية الجزائرية "حالة قطاع خدمة الهاتف النقال في الجزائر 2008-2011"**، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف01، الجزائر، 2014.

215- هواري معراج، **تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية**، أطروحة دكتوراه، قسم علوم التسيير،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005.

216- يسعد فضيلة، **المسؤولية المدنية للمنتج عن منتجاته الصناعية**، أطروحة دكتوراه تخصص قانون الأعمال، قسم الحقوق، كلية الحقوق، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة الجزائر،2017.

217- يعقوبي صبرينة، **عقد التأمين البحري**، رسالة ماجستير، قسم الحقوق،كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر،2017.

ث- الملتقيات والندوات العلمية

218- بلقوم فريد، خليفة الحاج، **تطور سوق التأمين وآفاقه المستقبلية في الجزائر"دراسة مقارنة مع الدول المغاربية"**، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية" الواقع العملي وآفاق التطوير(تجارب الدول)" كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 04/03 ديسمبر 2012.

219- بونشادة نوال، **العمل المؤسساتي التكافلي بين جهود التأصيل وواقعية التطبيق**، ورقة بحثية مقدمة لملتقى مؤسسات التأمين التكافلي والتأمين التقليدي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية، جامعة سطيف، الجزائر، يومي 26/25 أفريل 2011.

220- حساني حسين، **تسيير المهارات ومساهمته في تنافسية المؤسسات**، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الوطني الأول حول تسيير الموارد البشرية، جامعة محمد خيضر ،بسكرة، الجزائر، يومي 22 / 23 فيفري 2012.

221- خيري سليم، **التحديات التي تواجه تنمية صناعة التأمين في ظل اتفاقية الجات**، ورقة بحثية مقدمة للندوة العربية حول العولمة وصناعة التأمين العربية، القاهرة، مصر، يومي 04 / 05 فيفري 2001.

222- زيرمي نعيمة، زيان مسعود، **الحماية الإجتماعية بين المفهوم والمخاطر والتطور في الجزائر**، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية " الواقع العملي وآفاق

التطوير تجارب الدول"، كلية العلوم الإقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر، يومي 04/03 ديسمبر 2012.

223- سيد أحمد حاج عيسى، **التحليل الإحصائي للإستبيانات باستخدام برنامجSPSS**، ورقة بحثية مقدمة في اليوم الدراسي الثاني حول تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية(SPSS)،كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة 02، الجزائر، 2016.

224- عبد الباري مشعل، **تقويم تشريعات التأمين التعاوني وتطبيقاته ومدخلات إعادة دراسة التأمين**، ورقة بحثية مقدمة لملتقى التأمين التعاوني، الأردن، يومي 13/11أفريل 2010.

225- عبد الله علي الصيفي، **التأمين على الودائع المصرفية في البنوك الإسلامية**، ورقة بحثية مقدمة لملتقى التأمين التعاوني، الأردن، يومي 13/11 أفريل 2010.

226- عزة عبد السلام إبراهيم، **تسويق التأمين في ظل المتغيرات الإقتصادية العالمية**، ورقة بحثية مقدمة للملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات، قطر يومي 08/06 أكتوبر 2003.

227- كمال رزيق، محمد لمين مراكشي، **خصوصية قطاع التأمين وأهميته لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي السابع حول "الصناعة التأمينية، الواقع العملي وآفاق التطوير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 04/03 ديسمبر 2012.

228- محمد الكشبور، **انطباعات حول المسؤولية والتأمين**، ورقة بحثية مقدمة للندوة الوطنية حول المهن القانونية الحرة، جامعة الحسن الثاني، الدار البيضاء، المغرب، يومي 23 /24 نوفمبر1990.

229- مصنوعة أحمد، **تنمية الكفاءات البشرية كمدخل لتعزيز الميزة التنافسية للمنتج التأميني** ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية الواقع العملي وآفاق التطوير "تجارب الدول"، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 04/03 ديسمبر 2012.

230- منصور مجاجي، **التأمين في الترقية العقارية**، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي حول التأمين، المركز الجامعي بشار، الجزائر، يومي 07 /08 مارس 2009.

231- موسى مصطفى القضاة، **حقيقة التأمين التكافلي**، ورقة بحثية مقدمة للندوة حول مؤسسات التأمين التكافلي والتأمين التقليدي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، يومي 26/25 أفريل 2011.

232- نادية أمين محمد علي، **استراتيجيات مستحدثة لتطوير المنتج بالتطبيق على وثائق التأمين** ، ورقة بحثية مقدمة للملتقى العربي الثاني حول"التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات"، قطر، 2003.

233- وصاف سعيدي، **ضمان إئتمانات التصدير في البلدان النامية "COTUNACE التونسية نموذجا** "، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي حول سياسات التمويل وأثرها على الإقتصاديات والمؤسسات "دراسة حالة الجزائر والدول النامية"، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، يومي 21 / 22 نوفمبر2006.

234- وفاء ناصر المبيريك، **جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية** ورقة بحثية مقدمة للملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي" الواقع و آفاق التطوير"، المنعقد بالشارقة، الإمارات العربية المتحدة، يومي 16/15أكتوبر 2002.

235- وليد شويتر، **تطور سوق التأمينات في الجزائر**، ورقة بحثية مقدمة للندوة حول مؤسسات التأمين التكافلي والتأمين التقليدي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية، جامعة فرحات عباس بسطيف، الجزائر، يومي 25 / 26 أفريل 2011.

ج- القوانين والمراسيم

236- **المواد**:41، 44، 45، 55، 56، 67، 69، 138،168، 174، 175، 178، 181 182، 184، 186، 187، 188، 190، 191، 196، 197، 198، 214، من الأمر رقم **07/95** المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 13، الصادرة في 08 مارس 1995.

237- **المواد**: 10، 28، 60 من القانون رقم **04/06** المؤرخ في 2006/02/20 المتعلق بالتأمينات **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 15، الصادرة في 12 مارس 2006.

238- المادة 01 من الأمر **12/03** المتعلق بإلزامية التأمين ضد الكوارث الطبيعية وبتعويض الضحايا، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد52، الصادر في 26 أوت 2003.

239- الأمر رقم **06/96** المؤرخ في 10 جانفي 1996 المتعلق بتأمين القرض عند التصدير **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 03، الصادر في 14 جانفي 1996.

240- القانون رقم **197/63** المؤرخ في 1963/06/08 المتعلق بالتأمينات، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 38، الصادرة في 12جوان 1963.

241- القانون رقم **127/66** المؤرخ في 1966/05/27 المتعلق بالتأمينات، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد43، الصادرة في 31 ماي 1966 .

242- قانون رقم **01/88** المؤرخ في 12 جانفي 1988 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الإقتصادية، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية** ، العدد 02، الصادرفي 13 جانفي 1988.

243- المرسوم التنفيذي رقم **340/95** المؤرخ في 30 أكتوبر 1995 الذي يحدد شروط منح وسطاء التأمين الإعتماد والأهلية المهنية وسحبه منهم ومكافئتهم ومراقبتهم، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد65، الصادر في سنة 1995.

244- المرسوم التنفيذي رقم **138/07** المؤرخ في 2007/05/19 المتضمن لمهام مركزية المخاطر وتنظيمها وسيرها، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 33، الصادر في 20 ماي 2007.

245- المرسوم التنفيذي رقم **153/07** المؤرخ في 22 /2007/05 المتضمن كيفيات وشروط توزيع منتجات التأمين عن طريق البنوك والمؤسسات المالية، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 35، الصادر في 23 ماي 2007.

246- المرسوم التنفيذي رقم **220/07** المؤرخ في 14/ 07/ 2007، المحدد لشروط اعتماد خبراء ومحافظي العواريات وخبراء التأمين لدى شركات التأمين وشروط ممارسة مهامهم وشطبهم **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 46 ، الصادر في 15 جويلية 2007.

247- المرسوم التنفيذي رقم **364/07** المؤرخ في 2007/11/28 الذي يتضمن تنظيم الإدارة المركزية في وزارة المالية، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 75، الصادر في 02 ديسمبر 2007.

248- المرسوم التنفيذي رقم **111/09** المؤرخ في 2009/04/07 المتضمن كيفيات تنظيم صندوق ضمان المؤمن لهم وسيره وكذا شروطه المالية، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية** العدد21، الصادر في 08 أفريل 2009.

249- المرسوم التنفيذي رقم **257/09** المؤرخ في 2009/08/11 المتضمن تحديد تشكيل الجهاز المتخصص في تعريفة التأمينات وتنظيمه وسيره،**الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية** العدد 47، الصادر في 16أوت 2009.

250- المرسوم التنفيذي رقم **375/09** المؤرخ في 11/16/ 2009، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد 67، الصادر في 19 نوفمبر 2009 .

251- المادة 02 و 04، قرار وزارة المالية المؤرخ في 2007/08/06 الذي يحدد منتوجات التأمين الممكن توزيعها بواسطة البنوك والمؤسسات المالية وماشابهها وكذا النسب القصوى لعمولة التوزيع، **الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية**، العدد59، الصادر في 23 سبتمبر 2007.

ح- التقارير والمنشورات السنوية

252- التقارير السنوية لمديرية التأمين بوزارة المالية الجزائرية من سنة 2006 إلى سنة 2017.

253- منشورات الشركة الوطنية للتأمين SAA، الشروط العامة لعقد تأمين السيارات، تأشيرة رقم 01، الجزائر، 2010.

خ- المواقع الإلكترونية

254- رمضان عمار الضو، التأمين الزراعي، من الموقع الإلكتروني:

https://www.sudaress.com/alsahafa/49712، تاريخ الإطلاع: 2017/02/10.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

A- Ouvrages

255- A.Favre Rochex et G.Courtieu, **le droit des assurances obligatoires**, librairie générale de droit et de jurisprudence, paris, 2000.

256- Alexandre Kamyab Sami, **stratégies de service**,dunod, paris france,2001.

257- Ali Hassid, **Introduction a l étude des assurance économiques** entreprise nationale du livre,Alger,1984.

258- Daniel Ray, **Musurer et developper la satisfaction des clients** 2eme tirage édition d 'organisation, paris, 2001.

259- J. Paveau, F. Duphil et autre, **Pratique du commerce international** "**Exporter**", 20ème édition, les editions Foucher , Vanves France, 2007.

260- Jaques Prevotes, Joel Eno, **l'assurance des pertes d'exploitation**,6eme édition, L'argus, paris, France, 1988.

261- Jean Bastin, **L'assurance crédit dans le monde contemporain** édition Jupiter et de Navarre, Paris, 1978.

262- Jean Bigot,Michel Périer,**Risques et assurances construction** L'Argus de l'assurance,paris,2007.

263- Jean-Claud Seys et autres, **l'innovation dans l'assurance**, premier livre blanc, Drire, Ile-de-France, 2010.

264- kotler et dubois , **marketing managment** , 9eme édition, publi union, paris , 1997.

265- Koutz et o'donnel, **managment « princips et méthodes de gestion »** macgraw hill édition ,quebec,1980.

266- Messaoud Boualem tafiani, **les assurances en algérie" étude pour une meilleure contribution a la stratégie de développement"** ,OPU et ENAP, Algérie,1992.

267- Messaoud Boualem tafiani, **les assurances en algérie**,office de publication universitaire,alger,1987.

268- Monique Zollinger, Eris Lamarque, **Marketing et Stratégie de la banque**,3eme édition ,dunod ,paris,1999.

269- Philip Kother, Bernard Dubois, **Marketing Management** , 12 edition Pearson Education, paris , 2004.

270- Philip Kotler, Bernard Dubois, Delphine Manceau, **Marketing Management** 11eme édition, Pearson édition, Paris,2004.

271- Philip.B.Crosby ,**la qualité c'est gratuit** ,ed economica paris,1999.

272- Pierre Bergeron, **la gestion moderne«théorie et cas** »,gaetanmorin editeur, quebec,1993.

273-Yvonne Lambert Faivre, **Droit des Assurances**, Edition Dalloz, Paris France, 2001.

B-Theses et Memoires

274- Haddouche Damia, **Mécanisme et outils de gestion de calamités Agricole** thèses de Diplôme des hautes étude d'assurance ,école des hautes études d'assurance ,dely Brahim,Alger,2015.

c- Etudes et Raports

275- conseil national d'assurance , " assurance de personnes: réalité et perspectives ", journées d'étude , Alger,18/12/2012.

276- conseil national des assurances, Le bulletin des assurances, lettre d'information trimestrielle du,N°3, Alger ,Octobre 2004.

277- direction des assurances, activités des assurances en Algérie ministère des finances, direction générale du trésor,Alger , rapport 2015.

278-Guide des assurances en algérie, présenté par kpmg, Algérie ,2009.

279- Guide investir en Algérie, présenté par kpmg , Algérie, 2012.

280- Guide investir en algérie, présenté par kpmg , Algérie , janvier 2017.

D- Les Revues

281- Ayoub Bouaraba, **13compagnies d'assurances créent la SPA Bureau Unifié Automobile Algérien (BUA)** , Revue de l'Assurance éditée par le Conseil National des Assurances, N°5, Algérie, de Janvier à Avril 2014.

282- Manel Brahimi , **La bancassurance intimement liée au développement des AP** , Revue de l'Assurance, éditée par le Conseil National des Assurances , N° 14,Algérie, 2016.

283- Massi Badiss, **L'INSAG un partenaire privilégié des compagnies d'assurances**, Revue de L'Assurance ,éditée par le Conseil National des Assurances, N 02, Algérie ,2ème Semestre 2012.

284- Michael K. Brady and J. Joseph Cronin Jr , **Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach**, The Journal of Marketing, Vol 65, N :03,USA,2001.

285- Mohammad Muzahid Akbar, Noorjahan Parvez, **Impact of service quality Trust and Customer satisfaction on customer loyalty**, ABAC Journal, Vol 29, N:01,Thailand ,2009.

286- Mourad Zenikhri, **les sociétés d'assurances se mettent aux TIC** conseil national des assurances ,Bulletin des assurances N°37 , Algérie 4éme trimestre 2016.

287- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2006**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2007.

288- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2007**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2008.

289- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2008**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2009.

290- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2009**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2010.

291- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2010**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2011.

292- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2011**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2012.

293- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2012**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2013.

294- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2013**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2014.

295- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2014**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2015.

296- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2015**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2016.

297- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2016**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2017.

298- Sigma N°3, **L'assurance dans le monde en 2017**, Compagnie Suisse de Réassurances ,2018.

299-Steven A Taylor & TL. Baker, **An Assessement of the relationship between service quality and customer satisfaction in formation of customer's purchase intentions**, Journal of retailing, Vol 70, 1994.

300- Zakia Ainouche, **Le contrat de nomination des mandataires est à revoir**, Revue de l'assurance , éditée par le Conseil National des Assurances, N 02 , Algérie, Janvier 2013.

E- Les sites électroniques

301- http://www.caar.dz,Consulté le 11-04-2018.

302-http://www.saa.dz ,Consulté le 11-04-2018.

303-http://www.caat.dz, Consulté le 11-04-2018.

304-http://www.cash-assurances.dz,Consulté le 11-04-2018.

305- http://www.caarama.dz,Consulté le 11-04-2018.

306- http://www.tala.dz, Consulté le 11-04-2018 .

307-http://www.laciar.com, Consulté le 12-04-2018.

308- http://www.trustalgeriains.com, Consulté le 12-04-2018.

309- https://www.2a.dz,Consulté le 12-04-2018.

310- https://www.gam.dz, Consulté le 12-04-2018.

311- https://allianceassurances.com.dz, Consulté le 12-04-2018.

312- http://www.salama-assurances.dz, Consulté le 13-04-2018.

313- http://www.cardifeldjazair.dz, Consulté le 13-04-2018.

314- https://www.macirvie.com, Consulté le 13-04-2018.

315- http:// www.cnma.dz, Consulté le 13-04-2018.

316- http://www.maatec.dz, Consulté le 13-04-2018.

317- http://www.lemutualiste.dz, Consulté le 13-04-2018.

318- https://www.axa.dz, Consulté le 15-04-2018.

319- https://www.amana.dz, Consulté le 15-04-2018.

320- https://www.aglic.dz, Consulté le 15-04-2018.

321- http://www.cagex.dz, Consulté le 15-04-2018.

322- http://www.sgci.dz, Consulté le 15-04-2018.

323- http://www.exal.dz, Consulté le 16/05/2018.

324- http:// www.saa.dz, Consulté le 16/05/2018 .

325- http:// www.isgp.dz, Consulté le 17/06/2018 .

326- http://www.cna.dz, Consulté le 18/06/2018 .

327- http://www.uar.dz, Consulté le 22/06/2018.

328-Article « Rapatriement de corps » :

http://www.elmouwatin.dz/?Rapatriement-de-corps, Consulté le

10/10/2017.

329- Article « Assurance Agricole », The World Bank :

http://www.worldbank.org, Consulté le 10/09/2017.

الملاحق

الملحق رقم (01): الاستبيان

جامعة البليدة 2

كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم العلوم الإقتصادية

تخصص إقتصاد التأمينات

إستبيان

تحية طيبة

تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان "محددات جودة الخدمة التأمينية و أثرها على إنتاج شركات التأمين في الجزائر"، وذلك إستكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه تخصص "إقتصاد التأمينات".ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بإعداد هذه الاستبانة.

لذا نرجو التكرم بالإجابة على فقرات هذا الإستبيان، و ذلك بما يتفق مع وجهات نظرك، علما بأن بيانات هذه الدراسة لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط و ستعامل بسرية تامة.

شكرا لكم لحسن تعاونكم.

المحور الأول: المعلومات الشخصية

الرجاء وضع العلامة × في مربع الإجابة التي تتفق مع حالتك:

1- الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

2- السن: ☐ 18-30 سنة ☐ 31-49 سنة ☐ 50 سنة فما فوق

3- المستوى التعليمي: ☐ أقل من جامعي ☐ جامعي ☐ جامعي ما بعد التدرج

4- الوظيفة: ☐ طالب ☐ أعمال حرة ☐ موظف ☐ متقاعد

5- نوع شركة التأمين التي تتعامل معها: ☐ عمومية ☐ خاصة ☐ أجنبية

6- إسم شركة التأمين التي تتعامل معها: .....

7- عدد سنوات التعامل مع شركة التأمين : ☐ أقل من سنة ☐ من 02-05 سنوات

☐ من 06- 10 سنوات ☐ 11 سنة فما فوق

المحور الثاني: جودة الخدمات التي تقدمها شركات التأمين في الجزائر.

الرجاء وضع علامة (×) في الإجابة المناسبة لرأيك.

الرقم	الفقرات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
محدد الملموسية: وهي كل ما يتعلق بالمواد الملموسة مثل التجهيزات والمعدات ومظهر الموظفين						
1	جاذبية موقع شركة التأمين يزيد من إقبال الزبائن للتعاقد مع الشركة.					
2	توفر شركة التأمين أماكن خاصة لركن السيارات.					
3	تتوفر شركة التأمين على الأقسام الخاصة لتقديم الخدمات.					
4	يهتم موظفي شركة التأمين بمظهرهم وأناقتهم .					
5	تتوفر شركة التأمين على تقنيات حديثة تساعد في تقديم خدمات متميزة.					
محدد الإعتمادية: القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة بدقة و ثبات						
6	تمتع موظفي شركة التأمين بالمهارات و الكفاءات اللازمة لتسهيل الحصول على الخدمة.					
7	توفر شركة التأمين عدد كاف من الموظفين المؤهلين لتقديم الخدمات.					
8	تقدم لك شركة التأمين نصائح وتوجيهات في إختيار					

	الخدمة الملائمة .					
9	تقدم شركة التأمين الخدمة في فترة وجيزة.					
10	وجود خبير بشكل دائم لدى شركة التأمين.					
11	تلتزم شركة التأمين بوعودها إتجاه زبائنها.					
محدد الإستجابة: مدى إستجابة الموظفين على تقديم الخدمة بسرعة و مساعدة الزبائن بإستمرار						
12	الموظفون في شركة التأمين مستعدون لتقديم المساعدة للزبائن.					
13	يجيب موظفي شركة التأمين على إستفسارات وتساؤلات الزبائن.					
14	يتكفل موظفي شركة التأمين بسرعة للرد على شكاوي الزبائن.					
15	الموظف المكلف بتقديم الخدمة يهتم بتلبية طلبات الزبون.					
16	يتم تسهيل بعض الإجراءات على الزبائن بهدف تحقيق السرعة في تقديم الخدمة.					
17	سرعة شركة التأمين في تقديم التعويض بعد حدوث الضرر " دراسة ملف التعويض".					
محدد التعاطف: يعبر عن إهتمام الموظفين بالزبائن و التعامل معهم بإحترام و تقدير						
18	تضع شركة التأمين مصلحة الزبون في مقدمة إهتماماتها.					
19	يستقبل الموظف في شركة التأمين الزبائن بإبتسامة ولطف					
20	عدم التمييز بين الزبائن من حيث المعاملة والإهتمام.					
21	توفر شركة التأمين مطويات كافية لشرح أنواع الخدمات التي تقدمها.					

22	توفر شركة التأمين ساعات عمل ملائمة لظروف الزبائن (العمل في عطلة نهاية الأسبوع).					
محدد الأمان: مدى شعور الزبائن بالأمان و الثقة بتعاملهم مع موظفي شركة التأمين						
23	يتميز موظفي شركة التأمين بحسن معاملة زبائنهم.					
24	يشعر الزبائن بالثقة والأمان عند تعاملهم مع شركة التأمين.					
25	تحافظ شركة التأمين على خصوصية زبائنها.					
26	الشعور بالأمان عند التعامل مع شركة التأمين يكسبها زبائن جدد.					
27	تتعامل شركة التأمين بسرية مع المعلومات الشخصية لزبائنها.					

المحور الثالث: إنتاج شركات التأمين في الجزائر

الرقم	الفقرات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
1	تنوع الخدمات التأمينية وجودتها يؤثر على قرار الشراء.					
2	الإلتزام بتقديم خدمات تأمينية ذات جودة عالية يزيد من إقبال الزبائن على شراء خدمات تأمينية جديدة.					
3	توفر شركة التأمين منتجات تأمينية بأشكال مختلفة لتتناسب مع إحتياجات الزبائن ومختلف شرائحهم.					
4	تطرح شركة التأمين عروضا وخصومات على منتجاتها بشكل مستمر.					
5	تقدم شركة التأمين منتجات تأمينية ذات أسعار					

	تتناسب مع جودة الخدمة التأمينية.					
6	تعرض شركة التأمين بعض منتجاتها على شكل حزم " Packs" بأسعار مناسبة "مثل تقديم عدة خدمات مع بعضها".					
7	إلتزام شركة التأمين بتسليم الخدمة التأمينية " التغطية التأمينية بعد وقوع الخطر" وفقا للوعود التي إلتزمت بها الشركة.					
8	توفير خدمات إضافية " إسعاف السيارات، تغيير الزجاج" يزيد من إقبال الزبائن على شراء منتجات التأمين.					
9	تتوزع مكاتب تقديم الخدمة في شركة التأمين بشكل يساعد على تقديمها بسرعة للحفاظ على وقت الزبون.					
10	تتمتع شركة التأمين بقنوات لتوزيع منتجاتها من أجل تسهيل وتسريع تسليم المنتجات للزبائن " التأمين عبر البنوك، وكلاء سماسرة ".					
11	تتميز شركة التأمين بإستخدام الأساليب الحديثة في الترويج بعرض منتجاتها من خلال الصحف، الإذاعة، التلفاز، موقعها الإلكتروني....إلخ.					
12	إستخدام تكنلوجيا الإعلام والإتصال "برامج، تطبيقات،هاتف،SMS بريد إلكتروني" في شركات التأمين يزيد من كفائتها وسهولة تواصلها مع الزبائن.					
13	يسعى بإستمرار الموظفون في شركة التأمين الى معرفة حاجات الزبائن و تحويلها إلى منتجات جديدة.					

14	تلبي المنتجات التأمينية كافة رغبات الزبائن وتحقق رضاهم من خلال تركيزها على خلق مزايا جديدة.					
15	تسعى شركة التأمين إلى تنويع تشكيلة منتجاتها التأمينية لتحقيق رضا الزبائن.					
16	تقدم شركة التأمين منتجات مبتكرة ومتميزة لتحقق رضا زبائنها والإحتفاظ بهم وكسب زبائن جدد.					

الملحق رقم (02): قائمة الأساتذة المحكمين للإستبيان

إسم ولقب الأستاذ	الرتبة
بن حمودة فطيمة	أستاذ التعليم العالي
يدو محمد	أستاذ التعليم العالي
ساخي بو بكر	أستاذ محاضر – أ–
زاير وافيا	أستاذ محاضرة –أ–
جيلالي شفيق	أستاذ محاضر – أ–
قاسي فاطمة الزهراء	أستاذ محاضرة – أ–
رافع نادية	أستاذ مساعد قسم – ب–

الملحق رقم (03): معامل ألفا كرونباخ

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,946	50

الملحق رقم (04): نتائج وصف عينة الدراسة

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أنثى	165	69,9	69,9	69,9
	ذكر	71	30,1	30,1	100,0
	Total	236	100,0	100,0	

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة30 إلى 18 من	85	36,0	36,0	36,0
	سنة 49 إلى 31 من	127	53,8	53,8	89,8
	فوق فما سنة 50	24	10,2	10,2	100,0
	Total	236	100,0	100,0	

التعليمي المستوى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جامعي من اقل	61	25,8	25,8	25,8
	جامعي	88	37,3	37,3	63,1
	التدرج بعد ما	87	36,9	36,9	100,0
	Total	236	100,0	100,0	

الوظيفة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	طالب	24	10,2	10,2	10,2
	حرة اعمال	36	15,3	15,3	25,4
	موظف	160	67,8	67,8	93,2
	متقاعد	16	6,8	6,8	100,0
	Total	236	100,0	100,0	

التامين شركة نوع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	عمومية	158	66,9	66,9	66,9
	خاصة	75	31,8	31,8	98,7
	أجنبية	3	1,3	1,3	100,0
	Total	236	100,0	100,0	

التأمين شركة اسم

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	Saa	82	34,7	34,7	34,7
	Caat	26	11,0	11,0	45,8
	Caar	27	11,4	11,4	57,2
	Ciar	31	13,1	13,1	70,3
	CRMA	17	7,2	7,2	77,5
	MAATEC	4	1,7	1,7	79,2
	GAM	7	3,0	3,0	82,2
	2A	4	1,7	1,7	83,9
	ALLIANCE	11	4,7	4,7	88,6
	TRUST	2	,8	,8	89,4
	SALAMA	17	7,2	7,2	96,6
	CASH	6	2,5	2,5	99,2
	AXA	2	,8	,8	99,6
	Total	236	100,0	100,0	

التامين شركة مع التعامل سنوات عدد

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة من اقل	37	15,7	15,7	15,7
	سنوات 05 الى 02 من	138	58,5	58,5	74,2
	سنوات 10 الى 06 من	37	15,7	15,7	89,8
	فوق فما سنة 11	24	10,2	10,2	100,0
	Total	236	100,0	100,0	

الملحق رقم (05): المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمتغيرات الدراسة

1- محدد الملموسية:

Statistiques

		شركة موقع جاذبية إقبال من يزيد التأمين مع للتعاقد الزبائن الشركة	أماكن التأمين شركة توفر السيارات لركن خاصة	التأمين شركة تتوفر الأقسام على لتقديم الخاصة الخدمات	شركة موظفي يهتم و بمظهرهم التأمين أناقتهم	التأمين شركة تتوفر حديثة تقنيات على تقديم في تساعد متميزة خدمات
N	Valide	236	236	236	236	236
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3,68	3,33	3,71	3,80	3,58
Erreur standard de la moyenne		,074	,092	,076	,069	,077
Variance		1,283	2,001	1,346	1,107	1,393
Somme		868	786	876	896	845

2- محدد الإعتمادية:

Statistiques

		شركة موظفي تمتع و بالمهارات التأمين لتسهيل اللازمة الكفاءات الخدمة على الحصول	التأمين شركة توفر من كاف عدد المؤهلين الموظفين الخدمات لتقديم	التأمين شركة لك تقدم في توجيهات و نصائح الملائمة الخدمة إختيار	شركة تقدم في الخدمة التأمين وجيزة فترة	بشكل خبير وجود شركة لدى دائم التأمين	شركة تلتزم بوعودها التأمين زبائنها إتجاه
N	Valide	236	236	236	236	236	236
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,72	3,63	3,69	3,69	3,40	3,47
Erreur standard de la moyenne		,072	,070	,076	,076	,084	,083
Variance		1,213	1,145	1,365	1,381	1,671	1,629
Somme		879	856	870	871	803	818

3- محدد الإستجابة:

Statistiques

		في الموظفون التأمين شركة لتقديم مستعدون للزبائن المساعدة	موظفي يجيب التأمين شركة على و إستفسارات تساؤلات الزبائن	موظفي يتكفل التأمين شركة على للرد بسرعة الزبائن شكاوي	المكلف الموظف يهتم الخدمة بتقديم طلبات بتلبية الزبون	بعض تسهيل يتم على الإجراءات بهدف الزبائن في السرعة تحقيق الخدمة تقديم	في التأمين شركة سرعة حدوث بعد التعويض تقديم ملف دراسة " الضرر "التعويض
N	Valide	236	236	236	236	236	236
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,67	3,97	3,29	3,77	3,46	3,13
Erreur standard de la moyenne		,068	,059	,080	,064	,072	,091
Variance		1,097	,824	1,500	,979	1,236	1,936
Somme		867	936	776	889	816	739

4- محدد التعاطف:

Statistiques

		التأمين شركة تضع في الزبون مصلحة إهتماماتها مقدمة	في الموظف يستقبل التأمين شركة و بإبتسامة الزبائن لطف	بين التمييز عدم حيث من الزبائن و المعاملة الإهتمام	التأمين شركة توفر لشرح كافية مطويات التي الخدمات أنواع تقدمها	ساعات التأمين شركة توفر الزبائن لظروف ملائمة عمل نهاية عطلة في العمل) (الأسبوع
N	Valide	236	236	236	236	236
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3,42	3,69	3,56	3,56	3,44
Erreur standard de la moyenne		,081	,074	,078	,080	,082
Variance		1,554	1,287	1,431	1,515	1,584
Somme		806	871	840	841	813

5- محدد الأمان:

Statistiques

		التأمين شركة تتعامل المعلومات مع بسرية لزبائنها الشخصية	عند بالأمان الشعور شركة مع التعامل يكسبها التأمين جدد زبائن	شركة تحافظ على التأمين خصوصية زبائنها	بالثقة الزبائن يشعر عند الأمان و شركة مع تعاملهم التأمين	شركة موظفي يتميز بحسن التأمين زبائنهم معاملة
N	Valide	236	236	236	236	236
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3,56	3,55	3,48	3,33	3,46
Erreur standard de la moyenne		,087	,097	,088	,090	,087
Variance		1,780	2,215	1,842	1,916	1,781
Somme		839	837	821	786	816

6- إنتاج شركات التأمين:

Statistiques

		التأمين شركة تعرض على منتجاتها بعض "Packs " حزم شكل مثل" مناسبة بأسعار مع خدمات عدة تقديم "بعضها	التأمين شركة تقدم ذات تأمينية منتجات مع تتناسب أسعار التأمينية الخدمة جودة	التأمين شركة تطرح و عروضا على خصومات بشكل منتجاتها مستمر	التأمين شركة توفر تأمينية منتجات مختلفة بأشكال مع لتتناسب الزبائن إحتياجات شرائحهم مختلف و	خدمات بتقديم الإلتزام جودة ذات تأمينية إقبال من يزيد عالية شراء على الزبائن جديدة تأمينية خدمات	الخدمات تنوع و التأمينية يؤثر جودتها قرار على الشراء
N	Valide	236	236	236	236	236	236
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,52	3,56	3,39	3,86	4,21	3,99
Erreur standard de la moyenne		,078	,077	,077	,065	,060	,064
Variance		1,425	1,405	1,397	,997	,849	,979
Somme		830	839	801	911	994	942

Statistiques

		التأمين شركة إلتزام التأمينية الخدمة بتسليم بعد التأمينية التغطية " وفقا "الخطر وقوع بها إلتزمت التي للوعود الشركة	" إضافية خدمات توفير السيارات، إسعاف من يزيد "الزجاج تغيير شراء على الزبائن إقبال التأمين منتجات	تقديم مكاتب تتوزع شركة في الخدمة يساعد بشكل التأمين بسرعة تقديمها على وقت على للحفاظ الزبون	التأمين شركة تتمتع منتجاتها لتوزيع بقنوات و تسهيل أجل من المنتجات تسليم تسريع عبر التأمين " للزبائن وكلاء، البنوك، " سماسرة	التأمين شركة تتميز الأساليب بإستخدام الترويج في الحديثة من منتجاتها بعرض الصحف، خلال موقعها التلفاز، الإذاعة، الإلكتروني
N	Valide	236	236	236	236	236
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3,50	3,93	3,74	3,48	3,42
Médiane		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Ecart type		1,246	1,043	1,137	1,194	1,261
Somme		826	927	882	821	808

Statistiques

		تكنلوجيا إستخدام الإتصال و الإعلام برامج،" SMSتطبيقات،هاتف، في "إلكتروني بريد يزيد التأمين شركات سهولة و كفائتها من الزبائن مع تواصلها	بإستمرار يسعى شركة في الموظفون معرفة الى التأمين و الزبائن حاجات منتجات إلى تحويلها جديدة	التأمينية المنتجات تلبي و الزبائن رغبات كافة خلال من رضاهم تحقق خلق على تركيزها جديدة مزايا	التأمين شركة تسعى تشكيلة تنويع إلى التأمينية منتجاتها الزبائن رضا لتحقيق	التأمين شركة تقدم و مبتكرة منتجات رضا لتحقق متميزة بهم الإحتفاظ و زبائنها جدد زبائن وكسب
N	Valide	236	236	236	236	236
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3,86	3,33	3,42	3,64	3,59
Médiane		4,00	3,00	4,00	4,00	4,00
Ecart type		1,117	1,225	1,220	1,100	1,201
Somme		910	787	808	860	847

الملحق رقم (06): نتائج اختبار علاقة الارتباط

Corrélations

		الملموسية	الانتاج
الملموسية	Corrélation de Pearson	1	,718**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	236	236
الانتاج	Corrélation de Pearson	,718**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	236	236

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		الاعتمادية	الانتاج
الاعتمادية	Corrélation de Pearson	1	,662**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	236	236
الانتاج	Corrélation de Pearson	,662**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	236	236

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		الاستجابة	الانتاج
الاستجابة	Corrélation de Pearson	1	,709**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	236	236
الانتاج	Corrélation de Pearson	,709**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	236	236

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		التعاطف	الانتاج
التعاطف	Corrélation de Pearson	1	,765**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	236	236
الانتاج	Corrélation de Pearson	,765**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	236	236

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

		الأمان	الانتاج
الأمان	Corrélation de Pearson	1	,314**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	236	236
الانتاج	Corrélation de Pearson	,314**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	236	236

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملحق رقم (07): نتائج اختبار الأثر

1- محدد الملموسية وإنتاج شركات التأمين

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,718[a]	,516	,514	,55839

a. Prédicteurs : (Constante), الملموسية

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	77,789	1	77,789	249,483	,000[b]
	Résidus	72,962	234	,312		
	Total	150,751	235			

a. Variable dépendante : الانتاج

b. Prédicteurs : (Constante), الملموسية

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	1,351	,150		8,990	,000
	الملموسية	,636	,040	,718	15,795	,000

a. Variable dépendante : الانتاج

2- محدد الإعتمادية وإنتاج شركات التأمين:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,662[a]	,439	,436	,60132

a. Prédicteurs : (Constante), الاعتمادية

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	66,139	1	66,139	182,910	,000[b]
	Résidus	84,612	234	,362		
	Total	150,751	235			

a. Variable dépendante : الانتاج

b. Prédicteurs : (Constante), الاعتمادية

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	1,599	,157		10,195	,000
	الاعتمادية	,571	,042	,662	13,524	,000

a. Variable dépendante : الانتاج

3- محدد الإستجابة وإنتاج شركات التأمين:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,709[a]	,503	,501	,56580

a. Prédicteurs : (Constante), الاستجابة

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	75,841	1	75,841	236,908	,000[b]
	Résidus	74,910	234	,320		
	Total	150,751	235			

a. Variable dépendante : الانتاج

b. Prédicteurs : (Constante), الاستجابة

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	1,429	,149		9,589	,000
	الاستجابة	,627	,041	,709	15,392	,000

a. Variable dépendante : الانتاج

4- محدد التعاطف وإنتاج شركات التأمين:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,765[a]	,585	,583	,51691

a. Prédicteurs : (Constante), التعاطف

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	88,226	1	88,226	330,189	,000[b]
	Résidus	62,525	234	,267		
	Total	150,751	235			

a. Variable dépendante : الانتاج

b. Prédicteurs : (Constante), التعاطف

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	1,434	,127		11,322	,000
	التعاطف	,628	,035	,765	18,171	,000

a. Variable dépendante : الانتاج

5- محدد الأمان وإنتاج شركات التأمين:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,314[a]	,099	,095	,76202

a. Prédicteurs : (Constante), الأمان

ANOVA[a]

Modèle		Somme des carrés	Ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	14,875	1	14,875	25,617	,000[b]
	Résidus	135,876	234	,581		
	Total	150,751	235			

a. Variable dépendante : الانتاج

b. Prédicteurs : (Constante), الأمان

Coefficients[a]

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
		B	Ecart standard	Bêta		
1	(Constante)	2,910	,155		18,774	,000
	الأمان	,214	,042	,314	5,061	,000

a. Variable dépendante : الانتاج

The Summary :

The aim of this research is to hightlight the impact of the good quality of the insurance services on the performance of the insurance companies in Algeria and clarifies the different sides and changes an concerning this topic, as well as diagnoses the reality of the insurance market in Algeria which is facing a great development because of its importance to the persons, companies and the national economy as a whole.

In order to solve this question we relied on a survey using a questionnaire distribution, to know about the relation and effect between the criteria of the tangible quality of the insurance services and the production insurance companies from a client point of view, so as to deduce the results and give recommendations that can help these companies to improve their quality level of its services and the needed procedures to develop the insurance sector in general.

Through our research we found out a series of consequences the most important one is the existence of a powerful relationship with a statistic significance between the determinants of the quality of the tangible insurance services « reliability, response, sympathy and security » and the production of the insurance companies in Algeria it reaches the level of the significance $\alpha \leq 0.05$, and the existence of an impact with a statistic significance in the level $\alpha \leq 0.05$ to all the determinant of the tangible « reliability, response, sympathy and security » in the insurance service upon and the production of the insurance company in Algeria, this study resulted also in the following :insprite of a series of reformations that the sector of insurance in Algeria had known and the existence of the conditions of the advancement of this field, it didn't provide the appropriate and expected results and it is still weak compared with the continental and worldwide indicators.