

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة ابن خلدون - تيارت-

ميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير  
شعبة: علوم مالية ومحاسبة  
تخصص: مالية البنوك والتأمينات



كلية: العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير  
قسم: العلوم الاقتصادية

## مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

من إعداد الطالب:  
✓ بلقايم نصر الدين

### تحت عنوان:

أثر التحول الرقمي على قطاع التأمين لرواسة تطبيقية على  
خدمات التأمين عبر الانترنت في الجزائر

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

الصفة	الرتبة	الأستاذ (ة)
رئيسا	محاضر ب	بوجلة ايمان
مشرفا ومقررا	محاضر ب	عدة لويذة
مناقشا	محاضر ب	اجري خيرة

الموسم الجامعي: 2024م - 2025م.

# شكر وعرفان

يقول الله تعالى ﴿وَقَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾ (19) :  
كلمة لا بد منها، كلمة اعتراف بالجميل والفضل وليس في الكون أحق من الخالق.  
بداية نسجد لله رب العالمين شكرا وحمدا على توفيقه وإعانتة ومنحه لنا الصبر  
وسهل لنا الطريق وآتانا من العلم والمعرفة لإنجاز هذا البحث.

فالحمد والشكر لله عز وجل

نتقدم بالشكر الخاص للأستاذة المشرف "الدكتورة عدة لويضة" التي لم تبخل  
علينا بتشجيعاتها وتحفيزنا التي كانت لنا خير عون بعون الله تعالى في انجاز هذا  
العمل

نتقدم بالشكل الجزيل لكل من ساهم في ثمره جهدنا وأعاننا، جزاهم الله خيرا  
وجعل عونهم في ميزان الحسنات

كما لا يفوتنا أن نشكر كل الطاقم الإداري والتربوي لجامعة ابن خلدون تيارت  
وفي مجمل القول الحمد لله من يوم خلقنا الى يوم البعث راجين من الحي القيوم  
أن يزدنا الدرجات ويرزقنا علما نافعا ونسأله أن يهدينا سبيل السداد ويلهمنا  
التوفيق والرشاد

وشكرا.

# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، نبينا محمد  
الأمين.

إلى كل من ظن أحلامي أكبر من الواقع، شكرا لأنكم كنتم وقودي لأثبت أن الواقع  
نفسه خلق ليغير.

وإلى نفسي، التي قاومت بصمت، وثارت بأمل، أهديك هذا الإنجاز، لأنك  
تستحقين النور بعد كل ظلام.

وإلى والدي العزيزين، يا من كنتما الدعاء الذي حملني، أهدي هذا النجاح لكما.

## ملخص الدراسة:

شهد قطاع التأمين في الجزائر، على غرار العديد من القطاعات الخدمية، تحولاً تدريجياً نحو الرقمنة، استجابة للتطورات التكنولوجية المتسارعة والمتطلبات الجديدة للزبائن. تهدف هذه الورقة البحثية إلى دراسة أثر التحول الرقمي على جودة وكفاءة خدمات التأمين، من خلال تحليل تجربة التأمين عبر الإنترنت، مع التركيز على وكالة التأمين الوطني (SAA) كنموذج تطبيقي في ولاية تيارت.

تم الاعتماد على منهج وصفي تحليلي مدعوم بدراسة ميدانية من خلال استبيانات موجهة لكل من موظفي الوكالة وزبائنها، وذلك لقياس مدى توفر البنية التحتية الرقمية، درجة تكوين الموارد البشرية، مستوى رضا الزبائن، وأبرز التحديات المرتبطة باستخدام المنصات الرقمية.

أظهرت النتائج أن التحول الرقمي في الشركة الوطنية للتأمين وكالة تيارت لا يزال في مرحلته الأولية، حيث تقتصر الخدمات الرقمية المقدمة على الدفع الإلكتروني، والتسويق عبر الإنترنت، والتواصل مع الزبائن من خلال رسائل الهاتف والبريد الإلكتروني، ورغم ما أظهرته النتائج من تحسن نسبي في سرعة الاستجابة وجودة الخدمة، إلا أن محدودية التكوين، وبطء بعض المنصات، وعزوف بعض الزبائن عن التعامل الرقمي، لا تزال تُشكل عوائق أمام تحقيق تحول رقمي فعال وشامل.

توصي الدراسة بضرورة تبني إستراتيجية شاملة للتحول الرقمي في قطاع التأمين تقوم على تحسين البنية التحتية، تعميم التكوين المتخصص، وتكثيف حملات التوعية لدى الزبائن، مما يعزز من كفاءة الخدمات التأمينية ويزيد من جاذبية السوق

## الكلمات المفتاحية:

التحول الرقمي، قطاع التأمين، الخدمات التأمينية، رضا الزبائن، SAA، الجزائر

## **ABSTRACT**

The insurance sector in Algeria, like many other service sectors, has witnessed a gradual shift toward digitalization in response to rapid technological developments and evolving customer demands. This research paper aims to study the impact of digital transformation on the quality and efficiency of insurance services by analyzing the experience of online insurance, with a specific focus on the National Insurance Agency (SAA) as a case study in the Tiaret province.

The study adopts a descriptive-analytical approach supported by a field study based on questionnaires directed at both the agency's employees and its clients. The research seeks to assess the availability of digital infrastructure, the extent of human resource training, customer satisfaction levels, and the main challenges related to the use of digital platforms.

The results indicate that digital transformation at the SAA agency in Tiaret is still in its early stages, with digital services limited to electronic payments, online marketing, and customer communication via SMS and email. While the findings show a relative improvement in response speed and service quality, several obstacles remain—such as limited training, slow platform performance, and customers' reluctance to engage with digital services—which hinder the achievement of a fully effective digital transformation.

The study recommends adopting a comprehensive digital transformation strategy in the insurance sector based on improving infrastructure, generalizing specialized training, and intensifying awareness campaigns for customers. Such measures would enhance service efficiency and increase the attractiveness of the insurance market.

### **Keywords:**

**Digital transformation, Insurance sector, Insurance services, Customer satisfaction, SAA, Algeria**

## الفهرس

شكر .....	
إهداء .....	
مقدمة.....أ	

### الفصل الأول:

#### الإطار المفاهيمي حول التحول الرقمي وخدمات التأمين عبر الانترنت

تمهيد .....	8
المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي .....	9
المطلب الأول: مفاهيم التحول الرقمي .....	9
الفرع الأول: تعريف التحول الرقمي.....	9
الفرع الثاني: تعريف بعض المصطلحات التي تتعلق بالتحول الرقمي .....	12
الفرع الثالث: مراتب التحول الرقمي: .....	12
المطلب الثاني: فوائد وخصائص التحول الرقمي .....	14
الفرع الأول: فوائد التحول الرقمي.....	14
الفرع الثاني: خصائص التحول الرقمي:.....	15
المطلب الثالث: اليات ومتطلبات التحول الرقمي .....	17
الفرع الأول: تقنيات التحول الرقمي:.....	17
الفرع الثاني: متطلبات التحول الرقمي:.....	19
الفرع الثالث: خطوات التحول الرقمي:.....	20
المبحث الثاني: ماهية قطاع التأمين وخدمات التأمين عبر الانترنت:.....	22
المطلب الأول: ماهية قطاع التأمين:.....	22
الفرع الأول: مفهوم التأمين:.....	22
الفرع الثاني: عناصر عملية التأمين .....	23
الفرع الثالث: مكونات قطاع التأمين (في الجزائر): .....	24
الفرع الرابع: دور التأمين في التنمية الاقتصادية والحماية من المخاطر:.....	25
الفرع الخامس: التقنيات الرقمية المستخدمة في قطاع التأمين: .....	26
المطلب الثاني: مفهوم الخدمات التأمينية عبر الانترنت .....	31
الفرع الأول: تعريف الخدمات التأمينية عبر الإنترنت.....	31
الفرع الثاني: مراحل تطور قطاع التأمين من التقليدي الى الرقمي .....	32
الفرع الثالث: مزايا وعيوب التحول الرقمي في صناعه التأمين.....	33

المطلب الثالث: أثر التحول الرقمي على قطاع التأمين .....	34
المبحث الثالث: الادبيات التطبيقية لتحول الرقمي وقطاع التأمين .....	39
المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة.....	39
الفرع الأول: دراسات خارج الجزائر.....	39
الفرع الثاني: دراسات داخل الجزائر .....	42
المطلب الثاني: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة .....	45
الفرع الأول: أوجه التشابه.....	45
الفرع الثاني: أوجه الاختلاف .....	46
المطلب الثالث: أوجه الاستفادة والفجوة البحثية.....	46
الفرع الأول: أوجه الاستفادة.....	46
الفرع الثاني الفجوة البحثية.....	47
خلاصة الفصل .....	48

## الفصل الثاني:

### الدراسة التطبيقية

تمهيد .....	50
المبحث الأول: واقع التحول الرقمي في شركات التأمين الجزائرية.....	51
المطلب الأول: عرض تجارب بعض شركات التأمين الجزائرية في الخدمات التأمينية.....	51
المطلب الثاني: تحليل وضعيه قطاع التأمين الجزائري في ظل تطور مؤشرات التكنولوجيا المعلومات.....	53
المبحث الثاني: التعريف بالشركة قيد الدراسة .....	54
المطلب الأول: التعريف بالشركة الوطنية للتأمين وهيكلها التنظيمي .....	54
المطلب الثاني اهداف ومهام الشركة الوطنية للتأمين (SAA).....	56
المطلب الثالث: تقديم الشركة الوطنية للتأمين - وكالة تيارت .....	57
المبحث الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة.....	60
المطلب الأول: تحديد مجتمع الدراسة واختبار العينة .....	60
المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة الميدانية.....	61
خلاصة الفصل: .....	86
خاتمة.....	88
قائمة المصادر والمراجع.....	92
الملاحق.....	97

## قائمة الجداول:

- الجدول رقم 1: مجموعة التقنيات المستخدمة في الحصول على البيانات وتحليلها ..... 26
- الجدول رقم 2: مجموعة التقنيات المستخدمة في تخزين البيانات ..... 28
- الجدول رقم 3: مجموعة تقنيات المستخدمة في المبيعات والاتصال ..... 30
- الجدول رقم 4: مزايا التحول الرقمي ..... 33
- الجدول رقم 5: عيوب التحول الرقمي ..... 34
- الجدول رقم 6: تأثير التقنيات الرقمية على سلسلة قيمة التأمين ..... 35
- جدول رقم (7): صدق الاتساق الداخلي ألفا كرونباخ ..... 61
- الجدول رقم 08 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية ..... 62
- الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لخدمات التأمين عبر الإنترنت من شركة SAA ..... 65
- الجدول رقم 10: مدى استخدام خدمات التأمين الرقمية ..... 66
- الجدول رقم 11: مدى سهولة الوصول إلى المنصات الرقمية الخاصة بشركة SAA ..... 67
- الجدول رقم 12: مدى استخدام المنصة الإلكترونية أكثر من الفرع التقليدي ..... 68
- الجدول رقم 13: مدى الشعور بالرضا العام عن خدمات التأمين الرقمية ..... 69
- الجدول رقم 14: مدى الخدمات الرقمية متوفرة دائماً دون أعطال ..... 70
- الجدول رقم 15: الخدمة المقدمة عبر الإنترنت تستجيب لحاجياتي ..... 71
- الجدول رقم 16: أثر التحول الرقمي على كفاءة تقديم الخدمة ..... 72
- الجدول رقم 17: قللت الخدمات الرقمية من الوثائق والإجراءات الورقية ..... 73
- الجدول رقم 18: سهّل التحول الرقمي تتبع وضعية ملف التأمين ..... 74
- الجدول رقم 19 : التحديات التي تواجه المستفيدين من الخدمات الرقمية ..... 75
- الجدول رقم 20: مدى افتقار إلى المعرفة الكافية ..... 76
- الجدول رقم 21: مدى ضعف الإنترنت يعيق الاستخدام ..... 77
- الجدول رقم 22 : مقارنة بين نتائج الاستبيان والمقابلة ..... 85



## قائمة الأشكال

- الشكل رقم 01: مراتب التحول الرقمي ..... 13
- الشكل رقم 02: الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين وكالة تيارت الفرع "أ" ..... 58
- شكل رقم 03 : متغير الجنس ..... 63
- شكل رقم 04 :متغير الفئة العمرية ..... 63
- شكل رقم 05 : متغير الرتبة الوظيفية ..... 64
- شكل رقم 06 : توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لخدمات التأمين عبر الإنترنت من شركة SAA ..... 65
- شكل رقم 07 : مدى استخدام خدمات التأمين الرقمية ..... 66
- شكل رقم 08 : مدى سهولة الوصول إلى المنصات الرقمية الخاصة بشركة SAA ..... 67
- شكل رقم 09 : مدى استخدام المنصة الإلكترونية أكثر من الفرع التقليدي ..... 68
- شكل رقم 10: مدى الشعور بالرضا العام عن خدمات التأمين الرقمية ..... 69
- شكل رقم 11: مدى الخدمات الرقمية متوفرة دائماً دون أعطال ..... 70
- شكل رقم 12: الخدمة المقدمة عبر الإنترنت تستجيب لحاجياتي ..... 71
- شكل رقم 13: أثر التحول الرقمي على كفاءة تقديم الخدمة ..... 72
- شكل رقم 14 : قللت الخدمات الرقمية من الوثائق والإجراءات الورقية ..... 73
- شكل رقم 15 : سهّل التحول الرقمي تتبع وضعية ملف التأمين ..... 74
- شكل رقم 16: التحديات التي تواجه المستفيدين من الخدمات الرقمية ..... 75
- شكل رقم 17: افتقار إلى المعرفة الكافية ..... 76
- شكل رقم 18: مدى ضعف الإنترنت يعيق الاستخدام ..... 77

# مقدمة

في ظل التطورات المتسارعة التي يشهدها العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أصبح التحول الرقمي من بين أهم التوجهات الاستراتيجية التي تتبناها المؤسسات الحديثة لتعزيز كفاءتها وتحسين جودة خدماتها. ويُعدّ هذا التحول ضرورة ملحة وليس خيارًا، نظرًا لما يقدمه من مزايا تنافسية كبرى أبرزها تحسين جودة الأداء، تقليل التكاليف، تسريع الإجراءات، وتلبية متطلبات الزبائن بشكل أكثر فاعلية وفي هذا السياق، لا يمكن إغفال أثر التحول الرقمي على قطاع التأمين، باعتباره أحد القطاعات الحيوية في الاقتصاد الوطني، نظرًا لدوره الأساسي في توفير الحماية المالية للأفراد والمؤسسات ضد المخاطر المختلفة. لقد فرضت التحولات التكنولوجية الحديثة على شركات التأمين ضرورة تبني أدوات وتقنيات رقمية لتطوير منتجاتها وتحسين علاقتها مع الزبائن، من خلال تقديم خدمات تأمين رقمية تواكب العصر، ما يسهم في اختصار الوقت والجهد، وتقديم خدمة بجودة أعلى وشفافية أكبر.

في الجزائر، وبالرغم من الجهود المبذولة في سبيل رقمنة الإدارة ومرافق الدولة، إلا أن قطاع التأمين لا يزال يواجه جملة من التحديات البنيوية والتنظيمية التي تعيق اندماجه التام في المنظومة الرقمية، خصوصًا على مستوى وكالاته الجهوية، من هذا المنطلق، جاءت هذه الدراسة الموسومة بـ: "أثر التحول الرقمي على قطاع التأمين: دراسة تطبيقية على خدمات التأمين عبر الإنترنت - حالة وكالة SAA بتيارت"،

وذلك بهدف استكشاف واقع التحول الرقمي في إحدى وكالات الشركة الوطنية للتأمين، وتحليل مدى تأثيره على مستوى الخدمات، والوقوف على التحديات التي تعترضه، من خلال الجمع بين التحليل الكمي للاستبيان والمقابلة النوعية مع أحد مسؤولي الوكالة.

### الإشكالية:

شهد قطاع التأمين في الجزائر، شأنه شأن باقي القطاعات الاقتصادية، محاولات متزايدة لتبني أدوات وتقنيات التحول الرقمي بهدف تحسين فعالية الخدمات التأمينية والاستجابة لتغيرات البيئة التكنولوجية وسلوكيات الزبائن. غير أن هذا التحول لا يزال يطرح مجموعة من التحديات المتعلقة بمدى نضج البنية التحتية الرقمية، ومستوى تأهيل الموارد البشرية، ومدى استخدام المنصات الرقمية من قبل العملاء، فضلًا عن أثر ذلك على جودة الخدمة، سرعة الأداء، ورضا المستفيدين.

وفي هذا السياق، تُطرح الإشكالية المحورية التالية:

ما هو واقع التحول الرقمي في الشركة الوطنية للتأمين SAA وكالة تيارت من خلال خدمات

التأمين عبر الإنترنت ؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما مدى توفر البنية التحتية الرقمية اللازمة لتقديم خدمات التأمين عبر الإنترنت في وكالة SAA بتيارت؟

2. إلى أي مدى يتم تأهيل وتكوين الموظفين على استخدام المنصات الرقمية الخاصة بالتأمين؟

3. ما هي أهم الخدمات التأمينية الرقمية التي تقدمها الوكالة؟ وما مدى رضا الزبائن عنها؟

4. ما أبرز الصعوبات أو التحديات التي تواجه الوكالة في تقديم خدماتها عبر الإنترنت؟

5. هل ساهم استخدام المنصات الرقمية في تحسين جودة الخدمات التأمينية وسرعة الاستجابة؟

فرضيات الدراسة:

1. تتوفر لدى وكالة الشركة الوطنية للتأمين SAA بتيارت بنية تحتية رقمية متوسطة.

2. تسعى وكالة الشركة الوطنية للتأمين SAA بتيارت إلى تأهيل موظفيها على استخدام المنصات الرقمية.

3. تقدم وكالة الشركة الوطنية للتأمين SAA بتيارت مجموعة من الخدمات التأمينية عبر الإنترنت.

4. تواجه وكالة الشركة الوطنية للتأمين SAA بتيارت تحديات مختلفة.

5. ساهم استخدام المنصات الرقمية في تحسين سرعة الاستجابة وجودة الخدمة لدى وكالة الشركة الوطنية للتأمين بتيارت SAA.

أهمية الدراسة: وتكمن أهمية هذا البحث في كونه:

1. يسلط الضوء على واقع تبني الخدمات الرقمية داخل شركة تأمين عمومية جزائرية، مما يساهم في تشخيص التحديات التقنية والتنظيمية.

2. يساعد القائمين على شركات التأمين وصانعي القرار في الجزائر على فهم مدى رضا الزبائن وفاعلية الموظفين في التعامل مع التحول الرقمي.

3. يفتح المجال أمام دراسات لاحقة أكثر عمقاً حول العلاقة بين الرقمنة وجودة الخدمة، أو دور الذكاء الاصطناعي في تحسين عمليات التأمين

اهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الأكاديمية والتطبيقية، تتمثل فيما يلي:

1. تحديد مستوى تبني التحول الرقمي داخل قطاع التأمين في الجزائر، من خلال دراسة حالة وكالة SAA بتيارت.

2. تحليل واقع استخدام المنصات الرقمية في تقديم خدمات التأمين عبر الإنترنت، ومدى تفاعل الزبائن مع هذه المنصات.

3. تشخيص أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه الوكالة في عملية التحول الرقمي، سواء من حيث البنية التحتية أو الجوانب البشرية والتكوينية.

#### أسباب اختيار الموضوع:

#### أسباب الموضوعية:

1. أهمية التحول الرقمي في الوقت الراهن، باعتباره أحد المحاور الأساسية في تطوير الأداء المؤسسي وتحسين الخدمات، خاصة في القطاعات الخدمية مثل التأمين.

2. رغبة الباحث في تسليط الضوء على واقع قطاع التأمين في الجزائر، ومدى مواكبته للتطورات التكنولوجية الحديثة مقارنة بالتجارب الدولية.

3. قلة الدراسات الميدانية التطبيقية التي تناولت موضوع التحول الرقمي في قطاع التأمين الجزائري، مما شكل دافعا لسد جزء من هذه الفجوة المعرفية من خلال دراسة حالة محلية.

#### أسباب الذاتية:

1. يعود اختيار هذا الموضوع إلى اهتمامي الشخصي المتزايد بالتحول الرقمي وتطبيقاته العملية في المؤسسات الخدمية، وخاصة في قطاع التأمين.

2. أثار انتباهي التفاوت بين تطور التقنيات الرقمية وبين واقع استخدامها الفعلي في وكالات التأمين، مما حفزني على التعمق في هذا المجال.

3. رغبت في تقديم مساهمة علمية يمكن أن تعود بالفائدة على الواقع المحلي من خلال دراسة تطبيقية تنطلق من تجربة ميدانية حقيقية.

#### حدود الدراسة:

يمكن تقسيم حدود البحث إلى:

– حدود مكانية: اقتصرَت هذه الدراسة على الشركة الوطنية للتأمين SAA وكالة تيارت فقط.

– الحدود البشرية: اقتصرَت هذه الدراسة على 60 زبون من زبائن وموظفي الشركة الوطنية للتأمين

وكالة SAA لولاية تيارت فقط، إضافة الى ذلك مدير الوكالة.

– حدود زمنية: تغطي هذه الدراسة الفترة الزمنية الممتدة من نهاية عام 2024 إلى وسط عام 2025

### أدوات ومنهج الدراسة:

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري و الجانب التطبيقي كمنهج رئيسي في هذه الدراسة، وذلك نظراً لطبيعة الموضوع التي تتطلب رصداً لواقع التحول الرقمي في قطاع التأمين وتحليلاً لواقع خدمات التأمين عبر الإنترنت، من خلال وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليل البيانات الميدانية المرتبطة بها.

### وقد اعتمدت الدراسة على أداتين رئيسيتين لجمع البيانات:

1. الاستبيان: وُجه إلى عينة من زبائن الشركة الوطنية للتأمين (SAA) فرع تيارت، بهدف قياس آرائهم وتصوراتهم حول جودة الخدمات الرقمية، ومدى استخدامهم واستفادتهم من المنصات الإلكترونية الخاصة بالشركة.
  2. المقابلة: أُجريت مقابلة مفتوحة مع مدير فرع وكالة تيارت، قصد التعرف على وجهة نظر الإدارة حول واقع التحول الرقمي، والصعوبات المرتبطة به، ومدى توفر البنية التحتية الرقمية والتكوين اللازم للموظفين.
- وقد تم تحليل بيانات الاستبيان باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية (النسب المئوية والتكرارات)، مما مكن من استخلاص نتائج كمية تدعم الجوانب الكيفية للمقابلة، وتحقيق تكامل بين المعطيات الكمية والنوعية.
- ### صعوبات الدراسة:

1. واجهت الدراسة صعوبة في الحصول على بيانات دقيقة ومحدثة عن التحول الرقمي في قطاع التأمين بالجزائر.
2. واجهت صعوبات في التنسيق لإجراء المقابلات مع مسؤول الشركة.
3. نقص الدراسات السابقة المحلية قلل من إمكانية الاستفادة من تجارب مشابهة.

### هيكل الدراسة:

تتكون هذه الدراسة من فصلين رئيسيين، يتناول **الفصل الأول** الإطار النظري للدراسة الذي يشمل ثلاثة مباحث رئيسية، حيث يُناقش **المبحث الأول** ماهية التحول الرقمي وتعريفاته وأبعاده، بينما يتناول **المبحث الثاني** قطاع التأمين وخدمات التأمين عبر الإنترنت، مستعرضاً أهم خصائصه وتطوره. أما **المبحث الثالث** فيخصص لمراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث.

أما الفصل الثاني فيتضمن الإطار التطبيقي للدراسة، ويحتوي على مبحثين رئيسيين، حيث يُعرّف المبحث الأول بالشركة موضوع الدراسة وفرعها المحدد، موضحًا هيكلها التنظيمي والمهام والوظائف ويشمل المبحث الثاني الدراسة التطبيقية التي تتضمن جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج البحث. وأخيرا لا نتائج وخاتمة البحث.

# الفصل الأول

## الإطار المفاهيمي

حول التحول الرقمي وخدمات  
التأمين عبر الانترنت





#### تمهيد

في العصر الحديث، أصبح التحول الرقمي ضرورة ملحة لجميع القطاعات الاقتصادية والخدمية، إذ يمثل نقطة تحول جوهرية تعيد تشكيل طرق العمل وأساليب تقديم الخدمات. يتضمن التحول الرقمي تبني التقنيات الرقمية الحديثة، وإعادة هيكلة العمليات التنظيمية والتشغيلية، بما يلبي المتطلبات الجديدة للمستهلكين ويعزز التنافسية.

يستعرض هذا الفصل المبحث الأول الذي يعرف ماهية التحول الرقمي، ويستعرض خصائصه وآلياته ومطالبه الأساسية، موضحاً كيف يمكن للمنظمات تبني هذه التحولات لتظل مواكبة لتغيرات البيئة التكنولوجية المتسارعة.

أما المبحث الثاني فيتناول قطاع التأمين كأحد القطاعات الحيوية التي شهدت تغيرات جذرية بفعل التحول الرقمي، حيث تم تحليل خدمات التأمين عبر الإنترنت وأثر هذه التحولات الرقمية على أداء القطاع، مع تقديم لمحة عن واقع هذا القطاع في الجزائر والتحديات والفرص التي تواجهه في ظل التطورات التكنولوجية.

## المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي

يُعد التحول الرقمي من المفاهيم الحديثة التي اكتسبت أهمية متزايدة في مختلف القطاعات، نظراً لدوره في تطوير الأداء وتعزيز الكفاءة من خلال توظيف التقنيات الرقمية، وفي هذا المبحث سنقوم بالتطرق إلى النقاط الأساسية والعامة لماهية التحول الرقمي من خلال المطلب الأول مفاهيم التحول الرقمي بعرض تعارف المتعلقة به لمفهوم، الخصائص، الفوائد، والآليات والمتطلبات.

### المطلب الأول: مفاهيم التحول الرقمي

#### الفرع الأول: تعريف التحول الرقمي:

قبل التطرق للمعنى الإصلاحي كان ولا بد ان نتعرض أولاً للمعنى اللغوي للمصطلح لكونه بوفر السياق الأساسي والتاريخي للكلمة ثم نقوم ببيان المعنى الاصطلاحي الذي يتماشى مع الإطار العملي او النظري للموضوع

**التحول:** تحول عن الشيء، زال عنه إلى غيره. ويقال: حال الرجل يحول مثل تحوّل من موضع إلى موضع، ويقال حال إلى مكان آخر أي تحوّل، وحال الشيء نفسه يحول حولاً بمعنيين: يكون تغيراً ويكون تحولاً (ريهام ، 2020)

**رقمي** (ابن منصور ، 2011، صفحة 207): الرقمي مشتق من الرقم، وهو ما يُكتب بالأرقام، والاعداد "رَقَمَ الشيءَ يَرْقُمُهُ رَقْمًا: كَتَبَهُ، ومنه الرَّقْمُ في الثوب، والرَّقْمُ من العدد". وفي سياق هذا الحديث، صارت تُستخدم للإشارة إلى كل ما يتعلق بالتكنولوجيا أو المعالجة الإلكترونية للمعلومات باستخدام الأرقام (خاصة النظام الثنائي). فالكلمة رقمي (digital) مستنتجة من الطريقة التي يؤدي بها جهاز الحاسب عملياته، عن طريق عد الأرقام (Digits Counting). (بكروا، 2018)

فهي صفة تُطلق على البيانات أو العمليات التي تُعالج أو تُخزن أو تُنقل باستخدام تقنيات الحوسبة أو نظم الحاسوب، وتعتمد على النظام الثنائي (0 و1).

#### التعريف العلمي التحول الرقمي (Transformation Digital):

لا يكاد يوجد اجماع في الادبيات المتوفرة حول تعريف متفق عليه وواحد للتحول الرقمي نظرا لحدثة المفهوم، اذ ينظر اليه على انه محرك للتغيير في جميع السياقات خاصة في سياق العمليات التجارية، بالتأثير على جميع جوانب الحياة البشرية بناء على استخدام التقنيات (بلقاضي، 2024، صفحة 694)

وفيما يلي عرض بعض هذه التعريفات:

"الانتقال من نظام تقليدي إلى نظام رقمي قائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع مجالات العمل، وذلك عن طريق مجموعة من المتطلبات الاستراتيجية والثقافية والتقنية والمالية والبشرية والأمنية والتشريعية" (مصطفى، 2018)

"عملية انتقال المنظمات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات وفرص تزيد من قيمة خدماتها ومنتجاتها" (مطيري، محمد، و مروة ، 2022)

"استخدام التقنيات الرقمية الجديدة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، أو الأجهزة المحمولة، أو الأجهزة المدمجة، لتحسين الأعمال الرئيسية، مثل تحسين تجربة العملاء أو تبسيط العمليات أو إنشاء نماذج أعمال جديدة". (أل ثاني، 2023، صفحة 12)

كما عرفته مؤسسة Corporation Data International: IDC "أنه العملية المستمرة التي تقوم بها المؤسسات للتكيف مع متطلبات عملائها وأسواقها (النظام البيئي الخارجي)، عبر توظيف القدرات الرقمية، من أجل ابتكار نماذج عمل جديدة ومنتجات وخدمات، تمزج بسلاسة الأعمال الرقمية واليدوية وتجارب الزبائن، مع تحسين الكفاءة التشغيلية والأداء التنظيمي في نفس الوقت. (يوسف و وجميلة، 2019)

عرفته أيضا شركة: Capgemini " أصبح التحول الرقمي هو التحدي الرئيسي في إدارة التغيير لأنه لا يؤثر فقط على هياكل الصناعة والموقع الاستراتيجي، ولكن على جميع مستويات المؤسسة. (كل مهمة، نشاط، عملية) وسلسلة التوريد الموسعة الخاصة بها"

من خلال التعريفات السابقة للتحول الرقمي، نستخلص أن هذا المفهوم يشير إلى الانتقال من نموذج عمل تقليدي إلى نموذج عمل رقمي جديد، وذلك بدمجه مع التقنيات التكنولوجية الحديثة، وبناءً عليه، لا يُقصد بالتحول الرقمي تلك المؤسسات التي نشأت رقمية منذ البداية، فهذه الأخيرة لا تحتاج إلى تحول رقمي، بل تحتاج إلى تحديثات مستمرة لمواكبة التكنولوجيا الجديدة. وهذا التحول عملية مستمرة مع استمرار التطور التكنولوجي ولا ينتهي بالوصول إلى نقطة معينة.

ومن جهة أخرى، يشمل هذا التحول عدة جوانب في المؤسسة أو الحكومة، سواء في المنتج، أو طريقة تقديمه، أو حتى في تغيير الخدمة بالكامل، وذلك بما يتماشى مع متطلبات البيئة الرقمية. وقد يطال هذا التحول الإجراءات، والوظائف، وثقافة المؤسسة، وطريقة عملها، وعلاقتها ببيئتها الداخلية والخارجية، ويمتد هذا التحول ليشمل جميع أجزاء المنظمة، مما يعني أن تأثيره لا يكون جزئياً أو محدوداً،

بل يمس كافة مستويات المؤسسة حتى يصل الى جذورها، ومن هنا، يمكن التمييز بين مستويين من التحول الرقمي هما: (بدران، 2021)

**التحول الرقمي السطحي:** يتمثل في التغييرات التي تطرأ على العلاقة بالبيئة الخارجية للمؤسسة، مثل علاقتها مع الزبائن أو الموردين، وهذا المستوى من التحول يقتصر على توظيف بعض الأدوات الرقمية (كتطبيقات إلكترونية أو منصات تواصل) لتحسين العمليات القائمة دون إحداث تغيير جذري في نموذج العمل أو الهيكل التنظيمي.

**التحول الرقمي العميق:** يمثل تحولاً جذرياً يمس جوهر المؤسسة، حيث يصل إلى بنيتها الداخلية وأساليب العمل، ويُعيد تشكيل ثقافتها التنظيمية وعملياتها الأساسية، بما يؤدي إلى إعادة ابتكار نموذج الأعمال بالكامل.

**الفرع الثاني: تعريف بعض المصطلحات التي تتعلق بالتحول الرقمي:**

**تعريف الرقمنة:** "الرقمنة هي عملية تحويل المعلومات من شكلها التناظري (الشكل التقليدي أو الفيزيائي للمعلومات) إلى شكل رقمي يمكن معالجته وتخزينه باستخدام الحواسيب والتقنيات الرقمية." (خوصة و قراري، 2023)

**تعريف الأتمتة:** الأتمتة (مصطلح مُعَرَّب) تعني التشغيل الآلي أو التشغيل التلقائي، هو عملية تشغيل الآلات والأنظمة لتعمل ذاتياً بدون تدخل بشري، يُستخدم المصطلح لوصف مجموعة واسعة من العمليات التي تستهدف تقليل الاعتماد على الإنسان في المهام المختلفة، الأتمتة تعتمد على ثلاث مكونات رئيسية: (شريف، 2022)

الآلة (أو الماكينة): الجهاز المادي الذي يقوم بالعمل.

الجهاز المتحكم (الحاسوب): وحدة التحكم التي تدير عمل الآلة.

البرنامج: مجموعة من الأوامر المكتوبة بلغة برمجية معينة، يفهمها الحاسوب ويترجمها إلى عمليات على القطعة، مثل عمليات الحفر والصبغ أو التقطيع.

الفرق بين الأتمتة والمكننة:

- أ. الأتمتة: ترتبط باستخدام الإلكترونيات والبرمجيات للتحكم في العمليات والمهام.
- ب. المكننة: تتعلق باستخدام الآلات لتوفير الجهد البشري والوقت وتحويل العمل من يدوي إلى آلي (..).

### الفرع الثالث: مراتب التحول الرقمي:

من الرقمنة إلى الرقمنة الشاملة (بدرن، 2021)

تبدأ رحلة التحول الرقمي عادةً بمفهوم الرقمنة (Digitization)، والتي تعني تحويل الأشياء الفيزيائية أو الورقية إلى نسخ رقمية، هذه المرحلة تقتصر على التمثيل الرقمي للمعلومات دون إحداث تغييرات جوهرية في العمليات أو الأساليب.

ثم ننقل إلى مرحلة الرقمنة الإجرائية (Digitalization)، والتي تعني استخدام التكنولوجيا لتحسين العمليات داخل المؤسسة، مثل تطبيق أنظمة لإدارة الوثائق، أو برامج محاسبة، أو أنظمة شؤون الموظفين، في هذه المرحلة أصبحت كل وظيفة أو نشاط داخل المؤسسة معزولة رقمياً عن الوظائف الأخرى، حيث يُدار كل قسم أو مهمة عبر نظام منفرد، ومع مرور الوقت والتطور الحاصل في التكنولوجيا أصبحت هذه الطريقة غير كافية بسبب غياب التكامل بين هذه الأنظمة،

لذلك ظهرت الحاجة إلى مرحلة التحول الرقمي (Digital Transformation)، والتي تمثل تحولاً جذرياً وشاملاً في طريقة عمل المؤسسة. لم يعد الأمر مقتصرًا على رقمته الإجراءات، بل أصبحت هناك ضرورة للنظر إلى المؤسسة كوحدة متكاملة، ما يستدعي إعادة تصميم العمليات، وتطوير الخدمات، وتغيير بعض الوظائف، وتبني طرق جديدة للتفاعل مع البيئة الخارجية. ففي هذه المرحلة، تحدث "ثورة مؤسسية وتنظيمية" لتتواءم المؤسسة مع متطلبات العصر الرقمي والتقنيات الحديثة. والمراحل مبينة في المخطط التالي:

### شكل رقم 01 : مراتب التحول الرقمي



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد عباس بدرن. (2021/07/18)،

## المطلب الثاني: فوائد وخصائص التحول الرقمي

### الفرع الأول: فوائد التحول الرقمي.

تسعى المنظمات من خلال اعتماد التحول الرقمي كاستراتيجية الى تحقيق جملة من الأهداف نوجزها فيما: (الطراونة، 2024)

خفض التكلفة: يساهم التحول الرقمي في خفض التكلفة مع الحفاظ على أعلى مستويات الإنتاج، حيث من المعروف أن الشركات تفضل استخدام التقنيات الحديثة بغرض تجنب هدر الموارد وزيادة الأرباح وتقليل التكاليف.

1. تحسين البيانات: كما يساعد تجميع البيانات بشكل صحيح على اتخاذ القرارات الاستراتيجية الصحيحة، وبالتالي خفض التكلفة. لهذا يجب على مدير المشروعات المسئول عن اختيار الأدوات المناسبة للمكان والبيئة، والتي تضمن مستقبل أفضل لا دارة المشروعات.

2. التطوير الشامل: لا يقتصر مصطلح التطوير على الجانب التقني فقط، ولكنه يشمل جميع الجوانب.

3. تحقيق نتائج قابلة للقياس: يمكن لمدير المشروعات عند استخدام التحول الرقمي وضع أهداف للمشروع وقياس نتائجه، حيث يساعد التحول الرقمي في رسم خارطة الطريق في إدارة الأعمال لمختلف المجالات.

4. استخدام الذكاء الاصطناعي: للثورة الرقمية أهمية كبرى في المجال، حيث يكون من أهمها أن تعمل على تقليل المخاطر، وتوضيح رؤية المشروع، بالإضافة إلى تحليل البيانات بشكل واقعي.

5. الوصول إلى رضا العملاء: ازداد حاجة العملاء من إتمام جميع العمليات تلقائياً دون التعامل مع البشر، وبالتالي إنجاز جميع متطلباتهم واحتياجاتهم بشكل آلي، وبالتالي توفير الوقت والجهد. مما يزيد من رضا العملاء.

6. الحصول على رؤية واضحة: يكون من أهم مميزات التحول الرقمي أنه يسهل عملية تجميع البيانات وزيادة القدرة على تحويلها إلى رؤية مستقبلية واضحة يمكن تطبيقها والحصول على نتائج ملموسة قابلة للقياس. وبالتالي تسهيل عملية اتخاذ القرارات.

7. تسهيل البرامج: من المعروف أنه يجب على الشركات تطبيق استراتيجيات التحول الرقمي التي تعتمد على تسهيل البرامج وعدم الارتكاز على المنتج فقط. مما يضمن زيادة عائد الاستثمار. ولتسهيل البرمجيات يجب تطبيق التحول الرقمي الذي يعمل على الوصول إلى البيانات الهامة

للأعمال، حماية التراخيص الخاصة بالشركة، تحديد مصادر الدخل الجديدة، زيادة التفاعل مع العملاء، إنشاء تراخيص البرامج.

8. القضاء على الخطأ البشرية: يعتبر من أهم مميزات التحول الرقمي هو القضاء على الخطأ البشري الذي يحدث نتيجة تسجيل البيانات بشكل يدوي. بالإضافة إلى تقليل الوقت المستخدم في هذه العملية وزيادة الكفاءة.

9. زيادة الكفاءة التشغيلية: من خلال تطبيق التحول الرقمي يمكن زيادة الكفاءة التشغيلية عن طريق دمج العمليات اليدوية مع أنظمة المكتب الخلفية، وبالتالي تحصل على خفض التكاليف العامة، أتمتة عمليات التسليم وتحديثات المنتجات، إدارة المتغيرات المتعددة في المنتجات، تجنب حدوث ثغرات في الإيرادات، زيادة التنشيط بين الأجهزة، توفير الوقت.

10. ضمان النمو الرقمي المستقبلي: يهدف التحول الرقمي لزيادة تطور الأعمال، حيث يعتبر الخطوة الأولى من خطوات التحول الرقمي نحو مستقبل أفضل، حيث تعد الشركات التي لم تبادر باستخدام التقنيات الحديثة من الشركات التي سوف تختفي في المستقبل. وأصبح التصور الحالي للشركات هو الاعتماد على البرامج بدلاً من الاعتماد على الأجهزة.

#### الفرع الثاني: خصائص التحول الرقمي.

التحول الرقمي لا يقتصر على استخدام التكنولوجيا فقط، بل يمثل تغييراً جذرياً في طريقة عمل المؤسسات وتقديم خدماتها، وفيما يلي نذكر أبرز خصائصه (المحبشي، 2017):

1. التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي بل بين طرفين وعن بعد وبتكلفة منخفضة مع سهولة الحفظ والاسترجاع.

2. اللاتزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت الذي يناسب الفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.

3. المشاركة والانتشار: يسمح التحول الرقمي لكل شخص يمتلك وسائل بسيطة أو يكون ناشراً لرسالته ويشاركها مع الآخرين.

كما أضاف الباحث عبد الحميد محمد ماي لي : (محمد، 2004)

4. التنوع: فمع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها، أصبح للمتلقي خيارات أكثر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال.



5. التكامل: تمثل شبكة الأنترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله، في منظومة واحدة توفر للمتلقي الخيارات المتعددة، في إطار متكامل عن طريق توفير أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين بأسلوب متكامل خلال وقت التعرض على شبكة الأنترنت ومواقعها المتعددة.

اما الباحث عبد الله القرني فأضاف: (القرني، 2019)

6. تجاوز وحدتي المكان والزمان: يُعد تجاوز قيود الزمان والمكان من الخصائص الجوهرية للتحول الرقمي، حيث تتيح التقنيات الرقمية للأفراد والمؤسسات إمكانية الوصول إلى المعلومات والخدمات في أي وقت ومن أي مكان، دون الارتباط بحدود جغرافية أو زمنية. وقد أسهمت الإنترنت، ومنصات الحوسبة السحابية، والتطبيقات الذكية في توفير بيئة اتصال وتفاعل مستمرة، مما مكّن المستخدمين من التعلم والعمل والتواصل عن بُعد، وساهم في تسريع العمليات وتحقيق مرونة عالية في الأداء.

7. الاستغراق في عملية الاتصال: الاستغراق في عملية الاتصال من الخصائص البارزة للتحول الرقمي، إذ أدى توفر البنية التحتية للاتصالات، وانتشار الأجهزة الرقمية، وتطور برمجيات المعلومات وأنظمة الاتصال منخفضة التكلفة، إلى خفض تكلفة الاتصال والاستخدام بشكل ملحوظ. وقد شجّع ذلك المستخدمين على الانخراط العميق في استخدام الحاسوب وبرامجه لفترات طويلة، خاصة في إطار التعلم الفردي.

### المطلب الثالث: اليات ومتطلبات التحول الرقمي

بعد عرض المفاهيم العامة للتحول الرقمي وبيان خصائصه وفوائده، يجدر بنا التطرق إلى أبرز التقنيات والمتطلبات التي تعد أساساً لتحقيق هذا التحول.

#### الفرع الأول تقنيات التحول الرقمي:

تتعدد تقنيات التحول الرقمي ونذكر منها ما يلي:

- الذكاء الاصطناعي **Artificial Intelligence**: "جزء من علم الكمبيوتر يهدف الى تصميم أنظمة كمبيوتر ذكية، بمعنى تعطي نفس الخصائص التي نعرفها بالذكاء في السلوك الانساني" ويشير الباحثان (هاشمي وملياني) بعد نقلهما لمجموعة من التعاريف " ان جميع التعريفات السابقة تدور حول فكرة واحدة وهي قدرة الالة على التصرف مثل البشر". (هاشمي و ملياني، 2024)

- الحوسبة السحابية (Cloud Computing): مجموعة من التطبيقات السحابية تتضمن (تحرير النصوص والمستندات ، التخزين والعروض التقديمية، الجداول والخرائط الذهنية.....) عبر الانترنت بحيث

يمكن الوصول إليها من أي مكان ومن أي زمان وبأي جهاز رقمي ويتم تجميع هذه التطبيقات في منصة سحابية افتراضية على شبكة الأنترنت ويطلق عليها بيئة الحوسبة السحابية. (وليد ، ترابط، و تفراتر، (2022)

-البيانات الضخمة ( big data ) :هي تلك البيانات التي تفوق قدرة قواعد البيانات العادية على معالجتها ، البيانات هي كبيرة جدا ،تتحرك بسرعة عالية ، ولا تتلاءم مع متطلبات بنية قاعدة البيانات الخاصة بك ، وحتى يمكنك الاستفادة من هذه البيانات فإنه من الأجدر اختيار البديل الانسب لمعالجتها. (خالد و ساعد، 2017)

- البلوك تشين: (Blockchain): "بنية قاعدة بيانات تمكن من حفظ السجلات ومشاركتها بطريقة موزعة واللامركزية، مع ضمان سلامتها من خلال استخدام بروتوكولات التحقق القائمة على التوافق والتوقيعات المشفرة. (محمد الامين و حمزة ، 2024)

- انترنت الاشياء ( IOT ) :تُعرف إنترنت الأشياء بإنترنت كل شيء Internet of Everything (IoE)، أي كشبكة اتصال تشمل كل الأجهزة التي تستطيع العمل على شبكة الإنترنت، والتي بإمكانها جمع وإرسال ومعالجة البيانات التي تلتقطها من بيئتها المحيطة مستخدمة لذلك مستشعرات مُضمنة ومعالجات بالإضافة إلى وسائط اتصال، وتُعرف غالباً بالأجهزة الذكية لأنها تستطيع التواصل مع الأجهزة الأخرى المرتبطة بها بعملية تُعرف باتصال آلة بآلة Machine-to-Machine (M2M). (الرشيدي، 2022)

-الهواتف المحمولة وتطبيقاتها : أصبحت تطبيقات الهواتف الذكية من الوسائل الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات لتحسين جودة خدماتها، حيث ساهمت في تعزيز التواصل بين الإدارة والمواطن، وساعدت في تسهيل الإجراءات الإدارية وتقليص الوقت والتكاليف المرتبطة بها.

- روبوتات الدردشة (Chatbots): ويُشار إليها بالاختصار Chatbots، هي "أحد تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تستخدم معالجة اللغة الطبيعية للتحدث مع مستخدم بشري سواء بالصوت أو عبر الرسائل النصية ويتم استخدامها عامة في مجالات خدمة العملاء، تتمتع روبوتات الدردشة بالعديد من المزايا مقارنة بالعامل البشري التقليدي حيث يمكنها العمل على مدار الساعة وفي أي منطقة زمنية ويمكنها أيضا أتمته الاستعلامات الأكثر شيوعا لدى العلماء" (سميرة، 2022)

ويُعد المصطلح اختصارًا لعبارة "Chat Robots"، مما قد يسبب التباسًا لدى البعض بين الروبوتات الفيزيائية (الروبوتات الآلية) وبين هذه الأنظمة البرمجية الافتراضية التي تؤدي مهامًا تواصلية فقط.

- وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، واتساب، ماسنجر، منصات الإنترنت): تُعد وسائل التواصل الاجتماعي منصات رقمية تتيح للمستخدمين التواصل والتفاعل وتبادل المعلومات بشكل فوري عبر الإنترنت، مثل فيسبوك، واتساب، ماسنجر، تويتر، وإنستغرام وغيرها. وقد أصبحت هذه الوسائل من أبرز تقنيات التحول الرقمي التي ساهمت في تغيير نمط الاتصال التقليدي بين الأفراد، وبين المؤسسات وعملائها.

- الاستشارات الروبوتية (Robo-Advisors): يطلق عليه أيضا اسم الخدمات الاستثمارية، وهو عبارة عن برمجية حاسوبية أو منصة إلكترونية المؤتمتة تقدم خدمات الاستشارة أو إدارة الاستثمارات أو التخطيط المالي بشكل مؤتمت مع أقل قدر من التدخل البشري اعتمادا على قواعد رياضية وخوارزميات مصممة من قبل استشاريين وعلماء بيانات، يجمع المستشار الروبوتي معلومات العملاء المتعلقة بوضعهم المالي وأهدافهم المستقبلية من خلال استبيان عبر الإنترنت ثم يقوم بتحليل تلك البيانات لتقديم الخدمات الاستشارية أو استثمار أصول العميل مباشرة (Review, 2021)

- منصات الإنترنت (صفحات الويب): المنصات الرقمية هي البيئة التفاعلية، التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المرتبطة بالويب، والتي تحتوي على عرض متماسك/متناسق، تقني وتجاري للولوج إلى العالم البعيد، والخدمات التفاعلية والغير تفاعلية، التي يمكن أن تداع أو تقدم عبر الويب، كما يمكن أن تخضع للدفع، ويكون الولوج إليها محدودا أو مجان (بوطاروس و حجام ، 2024).

## الفرع الثاني: متطلبات التحول الرقمي

يمثل التحول الرقمي خطوة أساسية نحو تطوير أساليب العمل وتحسين جودة الخدمات، لكنه لا يتحقق تلقائيا، بل يحتاج إلى تهيئة مجموعة من الشروط والعوامل التي تُمكن من تطبيقه بفعالية. وفيما يلي سنتعرف على أبرز المتطلبات التي يكاد يجمع عليها الباحثون: (بلقاضي، 2024، صفحة 696)

1. بناء استراتيجية للتحول الرقمي : يقصد بها مدى اتخاذ المؤسسة لتدابير التخطيط الاستراتيجي للتحول الرقمي، ومدى وجود خطة استراتيجية للتحول الرقمي تتضمن الرؤية و الرسالة متوافقة مع الغاية و الأهداف الاستراتيجية ومدى تطويرها للخطط التشغيلية للتحول الرقمي وفق التطورات التكنولوجية والتنظيمية والتشريعية بالإضافة إلى مدى تكامل وتوافق الخطة الاستراتيجية مع الاطراف ذوي العلاقة ومدى امتلاك المؤسسة للوسائل الإبداعية المبتكرة في التخطيط الاستراتيجي المتعلقة بالرقمنة.

2. المتطلبات التقنية: يستلزم تقديم خدمات ذات مستوى مناسب لموظفي المنظمة وعملائها على حد سواء توفر بنية تحتية تقنية متكاملة تستخدم جميع الموارد كاملة من أنظمة تشغيل ، وسائط تخزين

و برامج ، يتطلب ذلك وجود فرق تقنية متخصصة لإدارة هذه البنية تعمل جميعها بسلاسة عبر بيئات تقنية ومراكز معلومات.

3. المتطلبات الإجرائية: تتطلب عملية التحول الرقمي وضع استراتيجية شاملة لأمن المعلومات تضمن حماية البيانات وضمان جودتها، بسن ضوابط صارمة لمنع سرقة البيانات وانتهاك خصوصية المعلومات واستعمالها بشكل آمن.

4. المتطلبات البشرية لعملية الرقمنة: يعد المورد البشري عنصر أساسي لعملية التحول الرقمي، وذلك من خلال توفير كوادر بشرية مؤهلة، ومدرّبة تتمتع بمهارات رقمية متقدمة في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحليل البيانات واتخاذ القرارات الفعالة، كما يجب ان يكون لدى العنصر البشري دراية تامة ورؤية استراتيجية بحتمية عملية التغيير نحو الرقمنة.

5. الثقافة التنظيمية: إن توفر ثقافة تنظيمية قوية وإيجابية ركيزة أساسية للتحول الرقمي، فنشر ثقافة التحول الرقمي هو أحد أبرز المناهج الحديثة في إدارة التغيير والتطوير ببعدها المادي (استخدام التقنيات المختلفة) والبعد الأخلاقي (الالتزام بأخلاقيات التعامل مع هذه التقنيات من المحافظة عليها واحترام الملكية الفكرية وغيرها) وتشكل ثقافة التحول الرقمي الإطار الذي يبين أسلوب عمل المؤسسات وتميزها، كما تلعب دور أساسي في التأثير على سلوك العاملين فيها، تعزيزاً لمشاركة المهارات والموارد والمعرفة، والتعلم والتنمية وتكيف المؤسسات ككل لممارسات جديدة .

#### الفرع الثالث خطوات التحول الرقمي:

التحول الرقمي ليس عملية بسيطة يمكن ان تحدث بين عشية وضحاها، حيث انها تستغرق دراسة متأنية والتخطيط، أكثر جهد، ان تفاصيل عمليات التحول الرقمي للمؤسسات قد تبدوا مختلفة وفقا لطبيعة عما كل منهما، لكن في الغالب تتبع مسارا موحدا (التخطيط، التطبيق، التحليل) . (شاوشي و خلوف، 2023)

وتتمثل فيما يلي: (بكري و مغراوي، 2021)

إطار العمل: يمكن للمؤسسات تصميم إطار عمل التحول الرقمي وفقا لأربع محاور عمل:

- استراتيجية التحول الرقمي

- نموذج الابتكار المؤسسي

- النموذج التشغيلي لتقنية المعلومات

- نموذج منصة تقديم الخدمات (النواحي التقنية والتجارية )

**تقييم الجهوزية:** تتضمن هذه الخطوة مراجعة لعدد من الجوانب:

تقييم منصة تقديم الخدمات: العامل الأول الذي يجب تقييمه من اجل الاستعداد قبل التحول الرقمي هو تقييم منصة تقديم الخدمات الحالية كما تحتاج المؤسسة الى تحديد ماهي علاقة نموذج المنصة الحالية بالنماذج التجارية المتاحة حاليا، بالنسبة لحجم أعمالهم وصناعاتهم، وعليه فهي بحاجة الى تحديد ما إذا كانوا يريدون امتلاك منصة خاصة بهم او تطوير منصة جديدة مع شركاء التقنية، او الانضمام الى نظام أساسي متاح بالفعل في السوق، وهنا يجب ان تتم مناقشة إيجابيات وسلبيات كل خيار.

تقييم عمليات تقنية المعلومات: العامل الثاني الذي يحتاج الى تقييم هو عمليات تقنية المعلومات اذ يتوجب على المؤسسة تدقيق النظر في كيفية دعم عمليات تقنية المعلومات لعملياتها الجارية والعمل المبتكر وينبغي تقييم مستويات امن تقنية المعلومات، والموثوقية والانفتاح.

تقييم نموذج الابتكار المؤسسي: العامل الثالث الذي ينبغي على المنظمات تقييمه هو نموذج الابتكار، فالمؤسسة تحتاج الى قياس مدى القدرة على الاستفادة من التكنولوجيا في الطريقة التي تخلق النتائج المالية وتشجع على الابتكار، من وجهة نظر العمليات التجارية ووجهة نظر نموذج العمل، والقيام بعدها بمقارنة قدرات المنافسين ومراجعة مدى نجاح نموذج الابتكار للمؤسسة ككل.

تقييم الاستراتيجية الرقمية: العامل الرابع الذي يجب على قيادة المؤسسة تقييمه، حيث يتطلب ان تكون المخاطر الاستراتيجية واضحة، وان يتم تحديد استراتيجية التحول بأكثر قدر ممكن من التفاصيل.

تقييم القيادة: العامل الخامس حيث تعطى قيادة تقنية المعلومات مناصب رئيسية في قيادة الاستراتيجية وتنفيذها وان يتم تقييم جاهزيتها.

## المبحث الثاني ماهية قطاع التأمين وخدمات التأمين عبر الانترنت

في هذا المبحث سنسلط الضوء على قطاع التأمين من حيث مفهومه ودوره الاقتصادي الذي يقوم به مع تسليط الضوء على أثر التحول الرقمي عليه من خلال دراسة خدمات التأمين عبر الانترنت

### المطلب الأول ماهية قطاع التأمين

#### الفرع الأول: مفهوم التأمين

1- **التعريف اللغوي للتأمين:** في اللغة، يُشتق لفظ "التأمين" من الجذر الثلاثي (أَمِنَ)، والذي يدل على الأمان والطمأنينة وزوال الخوف. يُقال: أَمِنَ الشخص أي زال عنه الخوف، وأَمَّنَه غيره أي جعله آمناً، واستأمنه أي طلب منه الأمان. وقد جاء في "لسان العرب" لابن منظور: "الأمن: نقيض الخوف، وقد أَمِنَهُ يَأْمِنُهُ أَمْنًا وَأَمَانًا وأَمَنَةً، فهو آمِنٌ وَأَمِينٌ، وَأَمَّنْتَهُ أَنَا تَأْمِينًا... .." (منظور، 2009، صفحة 26)

2- **اصطلاحاً:** نظراً لتداخل التأمين مع العديد من العلوم المختلفة، فقد تنوعت وجهات النظر بشأن تعريفه، حيث تناول كل باحث أو اتجاه علمي مفهوم التأمين من زاوية خاصة، مما أدى إلى تعدد التعريفات واختلافها باختلاف الخلفية التي انطلق منها كل فريق.

فمن وجهة نظر قانونية «عقد يلتزم المؤمن بمقتضاه أن يؤدي إلى المؤمن له أو المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغاً من المال، أو أي إيراد، أو أي عوض مالي آخر في حالة وقوع الحادث، أو تحقق الخطر المبين بالعقد، وذلك مقابل قسط، أو أية دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له للمؤمن. (Algérie, 1975)

ومن وجهة نظر اقتصادية: أداة لتقليل الخطر الذي يواجه الفرد عن طريق تجميع عدد كاف من الوحدات المتعرضة لنفس ذلك الخطر. (كالسيارة، والمنزل) لجعل الخسائر التي يتعرض لها كل فرد قابلة للتوقع بصفة جماعية، ومن ثم يمكن لكل صاحب وحدة الاشتراك بنصيب منسوب إلى ذلك الخطر (تسوري، 2020)

فمن هذين التعريفين يمكن ان نستنتج ان التأمين هو التأمين هو عقد يهدف إلى تقليل أثر الخطر الذي قد يتعرض له الأفراد أو الممتلكات، من خلال تجميع عدد كبير من الوحدات المتماثلة المعرضة لنفس الخطر، بحيث يتحمل كل مشترك قسطاً مالياً مقابل التزام شركة التأمين بتعويضه مالياً في حال تحقق الخطر المحدد في العقد.

## الفرع الثاني عناصر عملية التأمين:

العناصر الأساسية لعملية التأمين تتمثل في سبعة عناصر وهي:

**عقد التأمين:** هو عقد قانوني يتم بين الشركة المؤمنة والمؤمن له، بحيث يتعهد الطرف الأول بموجب هذا العقد على تعويض الطرف الثاني عن الخسائر التي قد تلحقه في المستقبل والمدرجة ضمن شروط العقد على تعويض الطرف الثاني عن الخسائر التي قد تلحقه في المستقبل والمدرجة ضمن شروط العقد في مقابل أن يدفع هذا الأخير مبلغا معيناً يسمى قسط التأمين. (سالم، 2019، صفحة 6)

**المؤمن:** هي شركة التأمين أو إحدى الهيئات المتخصصة التي تقدم الحماية والتأمين ضد المخاطر الممكنة. (سالم، 2019، صفحة 7)

**المؤمن له:** هو الشخص أو الهيئة طالبة التأمين أو المستأمن الذي يتعهد بدفع قسط أو أقساط التأمين لقاء التزام المؤمن بعملية التأمين عن الخطر الذي قد يلحق بالشيء المعرض للخطر المؤمن منه، على أن يتحصل على أن يتحصل على تعويض الخسارة في حال تحقق الخطر.

**وثيقة التأمين (بوليصة التأمين):** بمجرد الاتفاق الأطراف السالفة الذكر على تأمين معين، تصدر شركة التأمين وثيقة لتؤكد ذلك تسمى أحيانا بوليصة التأمين، ويظهر بهذه الوثيقة كل المعلومات المتعلقة بالعملية وأطرافها وشروط العقد، وطبعاً تختلف الوثائق أو بوليصيات التأمين في بعض الشكليات إلا أن الثابت تبقى دائماً موجودة في تلك الوثائق..

**قسط التأمين:** إن قسط التأمين يمثل التزام المؤمن له في عقد التأمين وهو المبلغ الذي يدفعه لشركة التأمين مقابل التزام هذه الأخيرة بتحمل تبعه الخطر (رقيق، 2022)

**مبلغ التأمين:** هو المبلغ الذي يلتزم المؤمن بدفعه إلى المؤمن له أو المستفيد في حالة تحقق الخطر.

**مدة التأمين:** يكون عقد التأمين المبرم بين المؤمن والمؤمن له صالح لفترة زمنية معينة يكون على إثرها الشيء موضع التأمين دائماً تحت صلاحية العقد المبرم، بحيث لا يحق للمؤمن له الحصول على تعويض خارج فترة سريان التأمين، وعلى غير ذلك يحق لصاحب التأمين الحصول على تعويضات طالما أن الخطر وقع في إطار الفترة المحددة في الوثيقة. وللاشارة أن هذه المدة تختلف من نوع تأمين لآخر (سالم، 2019، صفحة 8).

**الفرع الثالث مكونات قطاع التأمين (في الجزائر):** يتألف قطاع التأمين من عدة عناصر مترابطة تسهم في تحقيق أهدافه وتنظيم نشاطه. وفيما يلي استعراض لأبرز هذه المكونات.

**شركات التأمين:** تشكل شركات التأمين النواة الأساسية في القطاع التأميني، يتكون قطاع التأمين الجزائري من عدة مؤسسات نذكر أهمها: (شنوفي، 2028)

**أ- شركات التأمين العمومية:** وهي مجموعة الشركات الداخلة في قطاع التأمين قبل إدخال التغيرات الاقتصادية والتي أخذت الاعتماد لمزاولة كل عمليات التأمين بعد تحرير السوق وهي:

الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين: (CAAR). الشركة الجزائرية للتأمين (SAA). الشركة الجزائرية للتأمين الشامل، (CAAT).

**ب- شركات التأمين الخاصة:** وهي مجموعة الشركات التي أنشأت وتم اعتمادها بعد صدور الأمر (95 / 07) تحت هيئات قانونية في شكل شركات أسهم المتعلقة برؤوس الأموال الخاصة: (شركة ترست الجزائر (ALGERIA-TRUST) الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين، CIAR، الجزائرية للتأمينات A2. البركة والأمان. مجموعات التأمينات المتوسطة GAM. شركة الريان للتأمين. شركة تأمينات الأشخاص (كالرديف الجزائر) CARDIF.

**ج- شركات التأمين التعاونية:** تتمثل في شركات التأمين غير الهادفة للربح حيث أنظمتها الأساسية غير مطابقة للقوانين على الرغم من منحهم حوافز تتوافق مع طبيعة نشاطاتهم (شركة سلامة للتأمينات، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA، التعااضدية الجزائرية لتأمين عمال التربية والثقافة. الصندوق الوطني للتقاعد (CNR)

**د- شركات التأمين المتخصصة (المهنية):** وهي شركات ذات طابع عمومي معظمها حصلت على الاعتماد بعد وقوع الاحتكار الذي أخذ شكل شركات التأمين ذات أسهم، ويقتصر نشاطها على بعض فروع التأمين.

ويتعلق الأمر ب: الشركة المركزية لإعادة التأمين CCR. شركة تأمين المحروقات Cash (مواس و اخرون، 2011)

ونشير الى وجود نوع الاخر وهو الشركات المختلطة.

**الوسطاء والوكلاء:** يُعتبر الوسطاء والوكلاء همزة وصل أساسية بين شركات التأمين والعملاء، حيث يساهمون في تسويق المنتجات التأمينية وتقديم الاستشارات للمؤمن لهم، ويساعدون في توسيع قاعدة



الزبائن ورفع الوعي التأميني. حيث ان الوسطاء والوكلاء الذين يحدددهم القانون الجزائري ضمن شروط معينة هم: الوكيل العام للتأمين، سمسار التأمين، البنك والمؤسسة المالية. (مقلالي، 2018)

**الهيئات الرقابية والتنظيمية:** تتولى الهيئات الرقابية الإشراف على نشاط السوق التأميني وضمان التزام شركات التأمين بالقوانين والمعايير المالية. وتكمن أهميتها في حماية حقوق المؤمن لهم وتحقيق الشفافية في القطاع. والهيئات المكلفة بمراقبة قطاع التأمين الجزائري هي: (صابرين، 2018)

هيئة الرقابة والإشراف، مديرية التأمينات والمجلس الوطني للتأمين (CNA)، والاتحاد الجزائري للتأمين وإعادة التأمين (UAR)، الجهاز المكلف بتحديد تعريف الأخطار. بالإضافة الى لجان أخرى تابعة لوزارة المالية.

**العملاء (المؤمن لهم):** العملاء هم المستفيدون من الخدمات التأمينية، ويُعدّون المحور الذي يدور حوله نشاط القطاع، حيث يتحدد نجاح شركات التأمين بقدرتها على تلبية حاجاتهم وكسب ثقتهم.

**معيدو التأمين:** تسهم شركات إعادة التأمين في تقاسم الأخطار مع شركات التأمين المباشر، مما يسمح بتوسيع طاقة التحمل ويعزز الاستقرار المالي لهذه الشركات، خاصة في حال الأخطار الكبيرة أو الكوارث. وفي قطاع التأمين الجزائري أشار الباحثان فيصل بهلولي وحسيبة علمي وغيرهم (حسيبة و فيصل ، 2021) أن أكبر شركة في إعادة التأمين والمنافس الأكبر في السوق هي الشركة المركزية لإعادة التأمين CCR، وهي ملك للدولة بالإضافة إلى شركات أخرى بعد انفتاح السوق والسماح برخص النشاط لسماسرة اجانب في اعادة التأمين.

المنتجات والخدمات التأمينية: تشمل المنتجات التأمينية مختلف أنواع التأمين مثل: التأمين على الحياة، التأمين ضد الحريق، الحوادث، التأمين الصحي، البحري، والسيارات. ويعكس تنوع هذه المنتجات قدرة القطاع على الاستجابة لاحتياجات السوق.

**الفرع الرابع دور التأمين في التنمية الاقتصادية والحماية من المخاطر:** يُعدّ التأمين أحد الركائز الأساسية في دعم الاقتصاد الوطني وتحقيق الاستقرار المالي، حيث يقوم بعدة أدوار مهمة يمكن تلخيصها فيما يلي: (زهيرة، 2020)

**وسيلة لكفالة الأمان للمؤمن له:** يوفر التأمين الحماية من المخاطر غير المتوقعة التي قد يتعرض لها الأفراد أو المؤسسات، مما يساهم في تقليل الخسائر المالية وتحقيق الطمأنينة والاستقرار النفسي.

أداة لتكوين رؤوس الأموال: من خلال تجميع الأقساط التأمينية واستثمارها في مشاريع اقتصادية متنوعة، يساهم التأمين في تعبئة المدخرات الوطنية وتحويلها إلى رؤوس أموال منتجة.

وسيلة لتسهيل الانتماء: يُعد التأمين شرطاً أساسياً في العديد من العمليات التمويلية، مثل القروض العقارية أو التمويل الصناعي، إذ يمنح المؤسسات المالية ضماناً ضد المخاطر المحتملة.

حماية وتمويل الاقتصاد الوطني: يساهم التأمين في مواجهة الكوارث الطبيعية والحوادث الكبرى التي قد تلحق أضراراً جسيمة بالبنى التحتية، من خلال توفير تعويضات تساعد في إعادة البناء والاستقرار.

تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية: من خلال التأمين على الصادرات والواردات، يساهم قطاع التأمين في تشجيع التجارة الخارجية وتعزيز الروابط الاقتصادية بين الدول.

الفرع الخامس التقنيات الرقمية المستخدمة في قطاع التأمين: في هذا الفرع سنتطرق لاهم التقنيات المستعملة في قطاع التأمين عالمياً من حيث المزايا وفرص ووجه الاستخدام في شركات التأمين نذكرها في ثلاث مجموعات كما يلي: (السيد و فرج، 2022)

أ- مجموعه التقنيات المستخدمة في الحصول على البيانات وتحليلها.

ب- مجموعه التقنيات المستخدمة في تخزين البيانات.

ج- مجموعه التقنيات المستخدمة في الاتصال والمبيعات.

جدول رقم 01 يوضح مجموعه التقنيات المستخدمة في الحصول على البيانات وتحليلها:

الشركات المستخدمة	المزايا والفرص	أوجه الاستخدام في شركة التأمين	التقنية
Fukuko Mutual Life (Japan) Tractable Insurefy (UK)	زيادة الكفاءة والفاعلية أساليب تعلم الآلة والتعلم العميق حيث تقوم أجهزة الكمبيوتر بتحسين نفسها بشكل مستمر بناء على مجموعة من بيانات محددة يتم الحصول عليها أوتوماتيكياً (مثل سلعة لها تأثيرات	تحسين شرائح العملاء، عروض المنتجات، التسعير والاكتتاب، كشف الاحتيال، زيادة جودة خبرة العملاء فيما يخص المبيعات والخدمات والعمليات (من تسريع وتحسين شفافية الخدمات وتسوية المطالبات	الذكاء الاصطناعي Artificial Intelligence

	ايجابية انخفاض مستويات المصروفات والتكاليف المعاملات	وعملياته الاكتتاب)، تقديم المشورات الروبوتية والمساعدات الرقمية. والنصائح المؤتمتة	
البيانات الضخمة Big Data	تمكن من التحديث السريع لتدفقات المعلومات لحل تفاعل مع العميل، توفر حلول برمجية في مختلف العمليات، فهم أفضل للعميل حيث تكون شركة التأمين قادرة على مراقبة سلوك العميل وتقديم منتجات تأمين مخصصة تتيح تحليلات البيانات الضخمة التحقق في العديد من المتغيرات المرتبطة والتي تفشل فيها الطرق التقليدية	الاكتتاب، والتسعير، انتقاء المخاطر، كشف الاحتيال، التنبؤ بالمطالبات، عروض المنتجات، استهداف العملاء وتحسين شرائح تقسيمهم. تتيح تحليلات البيانات الضخمة التحقيق في العديد من المتغيرات المرتبطة والتي تفشل فيها الطرق التقليدية	Velocity (USA) Logical Glue (UK). An Ping (China) 64% من شركات التأمين الألمانية
انترنت الأشياء IOT	إمكانية جمع معلومات شاملة عن سلوك العميل (على سبيل المثال: سلوك القيادة في تأمين السيارات، الحالة الصحية في التأمين على الحياة والتأمين الصحي) توسيع نطاق المنتجات كالتأمين على أساس الاستخدام أو التأمين على حسب الطلب مع عوامل تصنيف جديدة للمخاطر، سهولة معالجة المطالبات عن طريق إثراء	الاكتتاب والتسعير، المراقبة الرقمية والتأمين القائم على الاستخدام. استهداف العملاء، منصات التأمين شاملة كالمنصات الاستشارية لمنع المخاطر، عروض وتوصيات للمنتجات، كشف الاحتيال، إعلام رقمي بالخسارة الحادثة بمساعدة الخدمات الآلية	Octo Cocoon (UK) Sureify (USA)

		عملية المطالبات بالمعلومات الإضافية، زيادة عدد التدابير لتوجيه سلوك المؤمن عليه ومنع تقليل الخسارة	
--	--	--	--

المصدر: ريم صبحي مهدي السيد، علاء فرج مسعود العرب، التأمين والثورة الصناعية الرابعة "التحول الرقمي ومستقبل صناعة التأمين، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد 3، 2022، ص1485

جدول رقم 02 يوضح مجموعه التقنيات المستخدمة في تخزين البيانات:

الشركات المستخدمة	أوجه الاستخدام في شركة التأمين	المزايا والفرص	لتقنية
Spark (UK)·Monax (USA), Helperbit (Italy) Friendsurance (Germany), Inspeer (France), Lemonade (USA), Trove, Slice (USA), Cuva (UK), Tikkr (Sweden), Oscar (USA), Zhong An (China), Allianz, AXA, Munich Re,	العقود الذكية: هي عقود ذاتية التنفيذ. تأمين الند بالنـد: وهو مزيج بين التأمين المتبادل التقليدي والحلول التكنولوجية الحديثة. التأمين بالطلب: نموذج لتغطية مخاطر يواجهها العميل في لحظة معينة من	بيانات لا مركزية يمكن الثقة بها لتميزها بمقاومتها العالية للتلاعب التنظيم الفعال لتدفقات المعلومات بين عدد كبير من الأطراف المعنية زيادة الشفافية تسمح بإنشاء قواعد بيانات مجمعة وشاملة لكل معلومات المتعلقة بالتفاعلات مع كل عميل	سلسلة الكتل  Blockchain

Swiss Re, Aegon.	<p>خلال تقديم عروض تأمينية لتغطية فترات زمنية مختارة. التأمين الرقمي: وهو عرض منتجات تأمين رقمية بالكامل يمكن الوصول إليها فقط عبر شبكة الأنترنت.</p>		
Zhong An china ping An china	<p>زيادة جودة تجربة العملاء (من خلال تحسين عملية الاتصال) منتجات التأمين القائمة على السحابة والتي تكون موجهة بشكل متزايد نحو العملاء، تطبيق نماذج شراكه لتعزيز التعاون.</p>	<p>زيادة كفاءة ومرونة العمليات من تقصير لفترات المشروع بسبب زيادة مرونة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، (على سبيل المثال: فيما يخص إطلاق منتجات تأمين جديدة تقلل الوقت اللازم للتسويق، وانخفاض تكاليف الإنشاء والتطوير مع قابلية التوسع وساعات التحميل العالية وخفة الحركة) خفض تكاليف التشغيل: توفير التكلفة المحتملة فيما يتعلق بالأجهزة والتراخيص وصيانة الأنظمة القديمة، إمكانية الوصول الى البيانات بشكل مستقل.</p>	<p>الحوسبة السحابية Cloud Computing</p>

المصدر: ريم صبحي مهدي السيد، علاء فرج مسعود العرب، التأمين والثورة الصناعية الرابعة "التحول الرقمي ومستقبل صناعة التأمين، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد 3، 2022، ص1485

جدول رقم 03 يوضح مجموعة تقنيات المستخدمة في المبيعات والاتصال

الشركات المستخدمة	مزايا واستخدامها في شركة التأمين	التقنية
Debeka Policy Bazaar (India) Root (Italy) Dinghy Allianz (UK)	يمكن استخدام تطبيقات الهواتف المحمولة في الإبلاغ عن المتطلبات، إدارة التعاقدات، خدمة العملاء عرض المنتجات ورفع كفاءة عمليات البيع ومساعدة الوسطاء والوكلاء بتوفير الأدوات المختلفة لتسهيل الإجراءات كالتوقيعات الإلكترونية	التقنيات الهواتف المحمولة وتطبيقاتها
	يستخدم في خدمه الاستعلامات تأخذ بيانات المستخدم لإجراء محادثات محددة لبيع منتجات التأمين تلقائياً.	ربويات الدرشة Chatbots
	تستخدم الاستشارات الروبوتية في تجارات التجزئة وإدارة الأصول.	الاستشارات الروبوتية Robo- advisor
	تستخدم بعض الشركات التأمين وسائل تواصل الاجتماعي كصفحات الفاسبوك او الواتساب او الماسنجر في التواصل مع عملائها والتدخل السريع في حل المشكلات وسرعه الاستجابة في حال وجود استفسارات.	وسائل تواصل الاجتماعي
	غالبية شركات التأمين العاملة في الأسواق لديها صفحات خاصة في الويب خاصة على الويب تستخدمها للتعريف بنفسها ومنتجاتها وتوفير العديد من الخدمات.	منصات الإنترنت
Alianz AXA All State Swisse Re	غالبية شركات التأمين الكبرى لديها قنوات خاصة على اليوتيوب عن منتجاتها وشرحها.	منصات الفيديو يوتيوب

المصدر: ريم صبحي مهدي السيد، علاء فرج مسعود العرب، التأمين والثورة الصناعية الرابعة "التحول الرقمي ومستقبل صناعة التأمين، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد 3، 2022، ص1485

## المطلب الثاني: مفهوم الخدمات التأمينية عبر الإنترنت

### الفرع الأول تعريف الخدمات التأمينية عبر الإنترنت

قبل الحديث عن الخدمة التأمينية عبر الإنترنت لابد من تعريف الخدمة التأمينية أولاً ثم نبين كيف تكون هذه الخدمة عبر الإنترنت.

**1. تعريف الخدمة التأمينية:** تعرف الخدمة التأمينية بأنها مجموعة المنافع التي يجنيها المؤمن لهم والمتمثلة بالتعويض أو الحالة المعنوية المتمثلة بالشعور بالأمان، فهي المنتج الأساسي لشركات التأمين والمعبر عنه بوثيقة التأمين وما تتضمنه من شروط وأقساط وحدود تغطية وما يرتبط بها من تعويضات وكشوف ومعاينات والخدمات المرافقة لتقديم ذلك المنتج الأساسي (محمدي و طافر، 2018).

**2. الخدمة التأمينية عبر الإنترنت** تُعتبر الخدمة التأمينية عبر الإنترنت من أبرز أشكال استخدام التكنولوجيا الحديثة في قطاع التأمين، حيث تتيح للمؤمن لهم إمكانية الاستفادة من مختلف الخدمات التأمينية مثل الاشتراك، دفع الأقساط، تقديم المطالبات، وتتبع الملفات، وذلك من خلال المواقع الإلكترونية أو تطبيقات الهواتف الذكية. وتُعد هذه الخدمة واحدة من مظاهر التحول الرقمي، كونها تعتمد على استخدام الإنترنت لتبسيط الإجراءات وتحسين جودة الخدمة. فتقديم هذه الخدمات التأمينية عبر الإنترنت يشكل الأساس الذي يُمكن المؤسسات من تطبيق هذا التحول. وبذلك، فإن اعتماد شركات التأمين على هذه الخدمة يعكس سعيها لمواكبة التغيرات التكنولوجية وتحقيق الكفاءة والسرعة في تقديم خدماتها.

### 3. مجالات الخدمات التأمينية الرقمية: (Finance, 2022)

**شراء وثائق التأمين عبر الإنترنت:** تتيح هذه الخدمة للعملاء اختيار نوع التأمين المناسب (مثل التأمين على السيارات أو الصحة) عبر المنصات الرقمية وإتمام عملية الشراء دون الحضور الشخصي. (مثال: قيام العميل بشراء وثيقة تأمين سفر من موقع إلكتروني لشركة تأمين خلال دقائق).

**الدفع الإلكتروني للأقساط التأمينية** تسمح هذه الخدمة للمؤمن لهم بدفع الأقساط بشكل دوري باستخدام بطاقات الدفع أو المحافظ الرقمية. (مثال: تسديد قسط التأمين على الحياة من خلال تطبيق الهاتف المحمول الخاص بالشركة).

إدارة وتقديم المطالبات إلكترونياً تمكن العملاء من تقديم مطالباتهم والحصول على تعويضات دون الحاجة لمراجعة الشركة شخصياً. (مثال: تقديم مطالبة تعويض عن حادث سيارة عبر الموقع الإلكتروني وإرفاق صور الحادث إلكترونياً).

**خدمة العملاء الرقمية** تشمل توفير الدعم الفني والاستشارات من خلال الدردشة المباشرة أو البريد الإلكتروني أو تطبيقات الهاتف. (مثال: استخدام الدردشة الفورية لطلب تعديل في بيانات وثيقة التأمين).

**الوصول إلى الوثائق والمعلومات الشخصية** يتمكن المؤمن له من الاطلاع على بياناته ونسخ وثائقه من خلال حسابه على المنصة الرقمية. (مثال: تحميل نسخة إلكترونية من وثيقة التأمين الصحي عبر حساب العميل الإلكتروني).

### الفرع الثاني مراحل تطور قطاع التأمين من التقليدي الى الرقمي:

مر تنفيذ تكنولوجيا المعلومات والاتصال في شركات التأمين بستة مراحل وفقاً لنموذج نمو الأعمال الإلكترونية (Growth for E-Business-SOG e-Model)، تم تقييم الانتقال من مرحلة إلى أخرى بالاعتماد مؤشرات أربعة هي (الاستراتيجية، النظام، الموارد البشرية المهارات، التأثير على العمليات التجارية) هذه المراحل على التوالي: (الحاج نعا، 2023)

**مرحلة عدم اعتماد الإنترنت:** أي عدم وجود استراتيجية وخطة لتطوير وتنفيذ تقنيات الإنترنت، الأنظمة الموجودة قائمة على تطبيقات محدودة، تقليدية غير متأثرة بالابتكار. (ويجدر بنا الإشارة إلى أن هذه المرحلة تمثل مزيجاً من المرحلة الورقية التقليدية، ومرحلة بداية المكننة في قطاع التأمين، ولكن دون استخدام الإنترنت).

1. مرحلة حضور ثابت عبر الإنترنت: يقتصر على دور إعلامي ثابت، أي توفر معلومات عن المنتج في موقعها الإلكتروني (نموذج اتصال أحادي الاتجاه).

2. مرحلة حضور تفاعلي عبر الإنترنت: من نموذج اتصال أحادي الاتجاه تنتقل شركات التأمين إلى نموذج ثنائي الاتجاه للتواصل والتفاعل مع العملاء عبر الإنترنت

3. مرحلة التجارة الإلكترونية: تمثل المرحلة الرابعة تغيير جوهري، حيث أصبح لدى شركات التأمين الآن القدرة على إجراء جميع المعاملات عبر الإنترنت، ولهذه الأخيرة تأثير على الهياكل والعمليات التنظيمية، ما يولد حاجة ماسة للتغيير، ينتج عنها معاملات جديدة في أعمال التأمين، والانتقال إلى المرحلة الخامسة «التكامل الداخلي».



4. مرحلة التكامل الداخلي: يؤدي التكامل بين عمليات وأنشطة الأعمال التقليدية والإلكترونية إلى إنشاء إيصال سلس وتدفق العمليات في شركات التأمين، تهدف مبادرات الأعمال الإلكترونية إلى تقديم فوائد استراتيجية من خلال بناء أنظمة استراتيجية.

5. مرحلة التكامل الخارجي: تلعب تكنولوجيا المعلومات دوراً رئيسياً في شبكات الأعمال بأكملها. يتم إنشاء علاقات بين جميع المشاركين: العملاء، ومقدمي الخدمة (شركات التأمين) وشركاء الأعمال، تخلق تكنولوجيا المعلومات مزايا تنافسية استثنائية في هذه المرحلة من التطور.

### الفرع الثالث مزايا وعيوب التحول الرقمي في صناعة التأمين

1. مزايا وعيوب التحول الرقمي: يمكن تناول مزايا وعيوب التحول الرقمي في صناعة التأمين من خلال محورين رئيسيين: المحور الأول يركز على وجهة نظر شركة التأمين، أما المحور الثاني فيتناول وجهة نظر المؤمن له:

#### جدول رقم (04) : مزايا التحول الرقمي

المحور الأول من وجهة نظر شركات التأمين	المحور الثاني من وجهة نظر المؤمن له
<p>انخفاض الوقت والجهد والتكاليف. التقليل من المستندات الورقية. سهولة الوصول للعملاء، إمكانية دخول أسواق جديدة وزيادة حجم المبيعات. استخدام أساليب ترويج تفاعلية مع العملاء استجابة السريعة للتغيرات السوقية وتلبية احتياجات العملاء المتغيرة تحسين رضا العميل وزيادة ولائه. زيادة القدرة التنافسية وتحسين المنتجات والخدمات المقدمة</p>	<p>التواصل الفعال مع الشركات. تخفيض الوقت والجهد التعرف على المنتجات المتاحة بالأسواق والمفاضلة بينها لكثرة الخيارات الموجودة. كثافة المعلومات المتاحة بخصوص المنتجات وأسعارها. حلول تأمينية سريعة، أسعار أقل. استمرارية تقديم الخدمات (24 ساعة سبعة أيام اسبوعياً) مع إمكانية الوصول إلى استجابة سريعة</p>

المصدر: ريم صبحي مهدي السيد، علاء فرج مسعود العرب، التأمين والثورة الصناعية الرابعة "التحول الرقمي ومستقبل صناعة التأمين، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد 3، 2022، ص1485

جدول رقم (05) : عيوب التحول الرقمي

لمحور الاول من وجهة نظر شركات التأمين	المحور الثاني من وجهة نظر المؤمن له
<p>عدم التأكد من صحة التوقعات الإلكترونية</p> <p>عدم التأكد من صحة المعلومات والبيانات المقدمة من العميل.</p> <p>إمكانية اختراق مواقع الأنترنت من جانب القرصنة والحصول على البيانات السرية للعملاء وحساباتهم البنكية.</p> <p>ارتفاع معدل البطالة.</p>	<p>عدم التأكد من صحة الصفقات التأمينية.</p> <p>الإلكترونية او مدى حجية وثائق التأمين.</p> <p>زيادة احتمال التعرض للغش والاحتيال الإلكتروني.</p> <p>عدم الثقة في وسائل الدفع الإلكتروني وعدم التأكد من حقيقة الأعمال.</p> <p>عدم كفاية القوانين الخاصة بالأمن والموثوقية.</p>

المصدر: ريم صبحي مهدي السيد، علاء فرج مسعود العرب، التأمين والثورة الصناعية الرابعة "التحول الرقمي ومستقبل صناعة التأمين، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد 3، 2022، ص1485

المطلب الثالث أثر التحول الرقمي على قطاع التأمين:

يُعد إدماج التقنيات الرقمية في قطاع التأمين خطوة ضرورية لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، وفي هذا المطلب سنذكر التقنيات المستخدمة وكيفية تأثيرها على سلاسل القيمة لدى الشركات التأمين:

أثر تقنيات التحول الرقمي على سلسلة القيمة لشركات التأمين:

يخلق استخدام التقنيات الرقمية ميزة لشركات التأمين، ما يجعلها فرصة وقرار صحيح لغزو الأسواق فقد اثبتت دراسة (KPMG) ان اعتمادها يخلق ما نسبته 50% من الكفاءة وهي نسبة استثنائية إذا ما قورنت بقرينتها التقليدية والمقدرة ب 12 % ويعود ذلك لتأثيرها الكلي على المراحل الرئيسية لسلسلة قيمة شركات التأمين اذ يطال التغير والطوير: منتجات التأمين التسويق، المبيعات، التوزيع، والتسعير عمليات الاكتتاب وإدارة المطالبات، إدارة المخاطر. (الحاج نعاس ، 2023)

وتأثير التقنيات الرقمية على سلسلة القيمة يظهر في الجدول التالي:

جدول رقم (06) : تأثير التقنيات الرقمية على سلسلة قيمة التأمين

نشاط سلسلة القيمة	مهام الأداء	التقنيات المؤثرة	أوجه التأثير على النشاط
التسويق	يقوم قسم بحوث التسويق بالبحث عن أفكار جديدة لتطوير المنتج، تحليل متطلبات المجموعات المستهدفة من العملاء، وتصميم استراتيجيات التسعير للمنتجات المباعة، وتحسين تصميم الإعلانات استراتيجيات التواصل	Big Data, Video Platforms	- توفر موارد أكثر لبيانات العملاء، من أجل تقسيم أفضل لهم، وحساب المدة الزمنية لاستمرار العميل - استخدام الفيديوهات وصفحات الأنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في شرح أفضل للمنتجات من أجل العملاء المستفيدين ونشر اخبار الشركة والقوانين المنضمة والأصول المملوكة
تصميم وتطوير المنتج	تقديم منتجات تأمينية حديثة ومبتكرة في ضوء المتطلبات القانونية	Big Data IoT Blockchain	تجميع بيانات العملاء بشكل أكبر بما يساعد في تصنيف مخاطر المحافظ بشكل أفضل وبالتالي الخدمات المقدمة كعقود التأمين الذكية، وتأمين الطلب. تسعير أحسن يحقق التنافسية في الخدمات المقدمة كعقود الذكية والتأمين بالطلب. سهولة الربط وجمع المعلومات عن العملاء من خلال المنازل الذكية والسيارات الذكية ومتابعة الحالة الصحية للعميل وكل ذلك يساهم في تقديم أفضل للخدمات

وتقديم عروض جيدة وتحكم أحسن في المخاطر قبل حدوثها وتخفيض الخسارة والتكاليف وتقليل احتماليات الاحتيال.			
<p>- انتشار المعلومات بشكل أكبر</p> <p>- أتمته تغذية إدارة المخاطر في الشركات بالبيانات من أماكن مختلفة.</p> <p>- تسجيل بيانات التعاقدات رقمياً</p> <p>- أتمته عملية بيع المنتجات من خلال روبوتات الدردشة</p> <p>- زيادة عدد الوثائق المتعاقد عليها إلكترونياً</p> <p>- زيادة عدد العملاء المشاركين في عملية البيع الإلكتروني</p> <p>- الاستحواذ على قنوات بيع جديدة ومتنوعة ومبتكرة</p>	<p>Big Data</p> <p>Cloud Computing</p> <p>Chatbots</p> <p>AI</p> <p>Social networks</p> <p>Mobile apps</p>	<p>بيع المنتجات</p> <p>- الاستشارات البيعة</p> <p>- الاستحواذ على العملاء</p> <p>- خدمات ما بعد البيع</p>	المبيعات والتوزيع
<p>تقديم أفضل وأكثر دقة للمخاطر</p> <p>- تقليل عدم تجانس البيانات</p> <p>- زيادة احتمالية منع المخاطر</p> <p>- تصنيف أفضل للمخاطر بفضل تحسين</p>	<p>Big Data</p> <p>AI</p> <p>IOT</p> <p>Blockchain</p> <p>Cloud computing</p>	<p>- التعامل مع الطلبات المقدمة</p> <p>تقديم المخاطر</p> <p>تقديم العقود النهائية</p>	الاكتتاب والتسعير

مقدرة العمليات وبالتالي تسعير أفضل			
-تخزين بيانات التعاقدات رقمياً مع إمكانية تعديلها بواسطة العميل -أتمت الإجابة على الاستفسارات	IOT Cloud Computing AI Chatbots	تسجيل وتحديث وتغير بيانات العقود -الإجابة على تساؤلات العملاء بخصوص العقود وغيرها	إدارة العقود وخدمة العملاء
-منع الاحتيال من خلال تحليل البيانات -أتمته عمليات حساب ودفع المطالبات -تخزين البيانات الازمة لأتمته المدفوعات -إمكانية تقديم العملاء لمطالباتهم من خلال هواتفهم الذكية. خفض الوقت الازم لإجراء العمليات	Big Data AI Blockchain	تسوية المطالبات وكشف الاحتيال	إدارة المطالبات
-أتمته إدارة الأصول -خفض تكاليف العمليات بسبب قواعد البيانات اللامركزية	Blockchain Robo- Advisor	-تخصيص الأصول -إدارة الأصول والالتزامات	إدارة الأصول
أتمته عمليات اتخاذ القرار	Big Data AI	إدارة وتحليل المخاطر	إدارة المخاطر

المصدر: ريم صبحي مهدي السيد، علاء فرج مسعود العرب، التأمين والثورة الصناعية الرابعة "التحول الرقمي ومستقبل صناعة التأمين، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد 3، 2022، ص1485

من خلال تحليل المعطيات المعروضة واستقراءها، يتضح أن التقنيات الرقمية تُحدث تأثيراً على قطاع التأمين بالشكل الآتي:

أولاً: أثر التقنيات الرقمية على قطاع التأمين: التقنيات الرقمية حسّنت من أداء القطاع التأميني على عدة مستويات:

1. ابتكار المنتجات: استخدام تقنيات مثل البلوك تشين وإنترنت الأشياء: مكن من تطوير منتجات جديدة مثل: التأمين حسب الطلب والعقود الذكية.
2. تحسين إدارة المخاطر والتسعير: البيانات الضخمة (Big Data) والذكاء الاصطناعي (AI) ساعدا في تصنيف المخاطر بشكل أكثر دقة.
3. تعزيز قنوات البيع والتوزيع: منصات التواصل الاجتماعي، التطبيقات، والروبوتات (Chatbots) جعلت الوصول إلى العملاء أوسع وأكثر تنوعا.
4. تحول في نماذج التشغيل: أصبحت العديد من العمليات مؤتمتة (مثل المطالبات، الاكتتاب، خدمة العملاء)، مما غير طريقة عمل الشركات التأمينية بالكامل.
5. الاعتماد على الحوسبة السحابية (Cloud Computing): ساهمت في جمع وتخزين البيانات بشكل مرن وآمن.

ثانياً: أثر التقنيات الرقمية على جودة الخدمة ورضا العملاء: التقنيات الرقمية حسّنت تجربة العميل من حيث:

1. توفير الخدمة بشكل أسرع وأسهل: استخدام تطبيقات الهاتف، والـ Chatbots، ومنصات الإنترنت أتاح تقديم الخدمات على مدار الساعة.
2. شخصنة الخدمة: تحليل البيانات عبر Big Data مكن من فهم أفضل للعملاء وتقديم عروض مخصصة لهم.
3. الرد الفوري والتفاعل الذكي: الروبوتات والذكاء الاصطناعي ساهما في سرعة الرد على الاستفسارات وتسوية المطالبات.
4. سهولة تقديم المطالبات والتفاعل مع العقود: إمكانية تقديم المطالبات عبر الهواتف، وتعديل العقود رقمياً، أدى إلى تحسين رضا العملاء بشكل مباشر

ثالثاً: أثر التقنيات الرقمية على تقليل التكاليف

ساهمت التقنيات في تخفيض التكاليف عبر:

1. أتمتة العمليات التشغيلية: مثل إدارة العقود، خدمة العملاء، والمطالبات، مما قلل من الاعتماد على الموارد البشرية.
2. تقليل الخسائر الناتجة عن الاحتيال: من خلال استخدام الذكاء الاصطناعي والبلوكشين في كشف ومنع الاحتيال.

3. تقليل تكاليف إدارة الأصول: بفضل التقنيات مثل Robo-Advisors وBlockchain، التي تقلل الحاجة إلى تدخل بشري مباشر.

4. رفع كفاءة تسعير العقود: ما يعني تجنب التسعير الزائد أو المنخفض، وتحقيق عوائد أفضل بتكلفة أقل.

5. نستخلص ان التقنيات الرقمية أثرت بشكل تحويلي على سلسلة القيمة في شركات التأمين، ونتج عنها:

6. تحسين تنافسية القطاع التأميني، رفع جودة الخدمة وتجربة العميل، تخفيض التكاليف التشغيلية وتحسين الكفاءة.

### المبحث الثالث: الأدبيات التطبيقية لتحول الرقمي وقطاع التأمين

في ظل التطورات المتسارعة في مجال التحول الرقمي، بات من الضروري الوقوف على أبرز الدراسات التطبيقية التي تناولت تأثير هذا التحول في قطاع التأمين، لاسيما في تقديم الخدمات التأمينية عبر الإنترنت، **يهدف هذا المبحث إلى** استعراض الأدبيات التطبيقية ذات الصلة، مع التركيز على التجارب الجزائرية والدولية بهدف استخلاص الدروس المستفادة وتحديد الفجوات البحثية في هذا المجال الحيوي.

#### المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

استعرضت الدراسات السابقة موضوع التحول الرقمي والتأمين من عدة زوايا، بعضها ركز على التحول الرقمي وجودة الخدمات والرضا للعملاء، والبعض الآخر تناول تجارب دولية أو قطاعية مختلفة. فيما يلي عرض لأبرز هذه الدراسات:

#### فرع الأول: دراسات خارج الجزائر

دراسة (زايد، علاء، السيد، و هبة الله ، 2019) التأمين الرقمي: دراسة تطبيقية على قطاع التأمين السعودي:

تهدف الدراسة إلى استكشاف تأثير التحول الرقمي في قطاع التأمين السعودي، خاصة فيما يتعلق بجودة الخدمات الإلكترونية المقدمة من شركات التأمين وأثرها على رضا وولاء العملاء. كما تهدف إلى تحديد أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية المؤثرة على ذلك. وشملت الدراسة: جميع شركات التأمين المسجلة في

السعودية وعينة عشوائية من العملاء الحاليين لشركات التأمينية واجريت هذه الدراسة سنة 2018. وكان حجم العينة: 500 عميل تم توزيع الاستبيان عليها، واستُلمت 228 استبانة مكتملة. وكانت الأدوات الإحصائية المستخدمة: تحليل الانحدار، تحليل التباين، نمذجة المعادلات البنائية. وتوصلت الى ان: التحول الرقمي في قطاع التأمين السعودي ما زال بحاجة إلى تطوير كبير فيما يخص شمولية وتنوع الخدمات. التحول الرقمي يعتمد بشكل أساسي على جودة الخدمات الإلكترونية كما يدركها العملاء. هناك تأثيرات إيجابية لأبعاد جودة الخدمة الإلكترونية (الموثوقية، سهولة الاستخدام، الثقة، التخصيص، المحتوى والكفاءة، واجهة الموقع) على رضا العملاء وولائهم. لم تُظهر الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية بين العملاء وفقاً للنوع، الجنس، العمر، الدخل، والمستوى التعليمي.

دراسة (السيد و فرج، 2022) التأمين والثورة الصناعية الرابعة: التحول الرقمي ومستقبل صناعة

التأمين.

تهدف الدراسة إلى: التعرف على مفهوم التحول الرقمي وأهم تقنيات تكنولوجيا المعلومات التي تؤثر على صناعة التأمين. وتحليل تأثير استخدام هذه التقنيات على سلسلة قيمة شركات التأمين. تعرض مزايا وعيوب التحول الرقمي والتحديات التي تواجه شركات التأمين في تطبيقه. تسليط الضوء على شركات تكنولوجيا التأمين الناشئة وأشكال التعاون المختلفة بينها وبين شركات التأمين التقليدية. استكشاف الفرص المتاحة لصناعة التأمين من خلال التعاون المشترك مع هذه الشركات. واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي للدراسات السابقة والمقالات والبيانات توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي يؤثر بشكل كبير على صناعة التأمين، حيث يفرض تغيراً جذرياً على ثقافة الشركة ومنتجاتها وعملياتها وعلاقة العملاء والعلاقات مع مختلف المنافسين في هذا القطاع. كما أن استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات يؤدي إلى إعادة تشكيل سلسلة القيمة لشركات التأمين، مما يتطلب من هذه الشركات التكيف مع المتغيرات التكنولوجية لتحقيق الكفاءة والفعالية في تقديم الخدمات.

دراسة (الحاج نعاس ، 2023) أثر التقنيات الرقمية على صناعة التأمين: تطبيقات عالمية (روسيا

وإيطاليا).

تهدف الدراسة الي استكشاف تأثير التقنيات الرقمية على صناعة التأمين مع التركيز على التجارب العالمية الناجحة، خصوصاً في روسيا وإيطاليا، وتحليل كيفية تبني شركات التأمين لهذه التقنيات لتعزيز القدرة التنافسية، وتطوير المنتجات والخدمات، وتحديث سلسلة القيمة. واعتمدت الدراسة منهجية تحليل نظري لمفاهيم التحول الرقمي وأثره على شركات التأمين. ودراسة تطبيقية تحليلية لحالات شركات التأمين في



روسيا وإيطاليا. واستخدام دراسات حالة وتقارير حديثة، مثل: تقرير "Insurance Europe 2021-2022"، ودراسات KPMG، وGalena Pisoni. وتصلت الى النتائج التالية: التحول الرقمي ليس مجرد تحول تكنولوجي بل يشمل إعادة هيكلة العمليات وتغيير نماذج الأعمال. اعتماد التقنيات الرقمية (كالذكاء الاصطناعي، إنترنت الأشياء، الحوسبة السحابية، و blockchain) أدى إلى تحسين جودة الخدمات وتقليل التكاليف وتسريع الإجراءات.

• روسيا: 76% من شركات التأمين تبنت تقنيات رقمية مثل cloud computing، chatbots ، وإنترنت الأشياء. إلا أن هناك تحديات مثل قضايا أمن المعلومات، ارتفاع التكاليف، وصعوبة تأهيل الكفاءات.

• إيطاليا: شركات مثل Assinord Verona اعتمدت استراتيجية مزدوجة تشمل الشراكة مع الشركات الناشئة، والابتكار الداخلي، ما ساهم في تحسين العمليات وتطوير منتجات تأمينية رقمية جديدة. التحول الرقمي ساعد في الانتقال من نموذج "الكشف والإصلاح" إلى نموذج "المنع والوقاية"، مما رفع القدرة التنافسية للشركات.

دراسة (مريم، 2022). تكنولوجيا التأمين ودورها في عصرنة وتطوير قطاع التأمين: عرض تجربة

شركة Oscar الأمريكية.

تهدف الدراسة إلى: التعرف على مفهوم تكنولوجيا التأمين (InsurTech) كجزء من الثورة التي أحدثتها التكنولوجيا المالية في السنوات الأخيرة. واستعراض الابتكارات التكنولوجية الحديثة وأهميتها في تطوير قطاع التأمين. تحليل تجربة شركة Oscar الأمريكية كنموذج رائد في مجال تكنولوجيا التأمين. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى أن: الاعتماد على التكنولوجيات الناشئة مثل الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في صناعة التأمين يمكن أن يؤدي إلى إنشاء نماذج أعمال جديدة تتجاوز الحدود التقليدية للقطاع وتعيد تشكيل مقوماته الأساسية. شركة Oscar الأمريكية أثبتت، خلال سنوات قليلة من نشاطها، فعالية هذه التكنولوجيات من خلال تقديم مناهج ابتكارية مختلفة لممارسة التأمين، مما ساهم في تحسين تجربة العملاء وتقديم خدمات أكثر كفاءة وفعالية.

## الفرع الثاني دراسات داخل الجزائر

### دراسة: (شراقة ، 2021) متطلبات التحول الرقمي في قطاع التأمين الجزائري.

سعت الدراسة إلى تسليط الضوء على متطلبات نجاح تجربة التحول الرقمي في قطاع التأمينات بالجزائر، خاصة بعد صدور القرار المتعلق بإمكانية الدفع الإلكتروني منذ سنة 2016. وهدفت إلى: تحليل واقع التحول الرقمي في شركات التأمين الجزائرية. تحديد المعوقات التي تحول دون تحقيق تحول رقمي فعال. اقتراح حلول لتجاوز التحديات المرتبطة بالبنية التحتية والتشريعات. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى أن تجربة التحول الرقمي في قطاع التأمين الجزائري لا تزال في مراحلها الأولى، وذلك بسبب: ضعف البنية التحتية، عدم توفر شبكة إنترنت ذات جودة عالية واتصالات النطاق العريض.

- أنظمة العمل المتقدمة: اعتماد شركات التأمين على أنظمة تقليدية لا تتماشى مع متطلبات الرقمنة.
  - قصور الجانب التشريعي: غياب تشريعات تتوافق مع مستجدات التحول الرقمي في القطاع.
- دراسة (عمارة و عباس، 2022) عنوان الدراسة: رقمنة خدمات التأمين: شركات التأمين الجزائرية نموذجاً.

هدفت الدراسة إلى التأكيد على أهمية رقمنة قطاع التأمين في الجزائر، من خلال أتمتة الخدمات التأمينية، وذلك تماشياً مع الاتجاهات الحديثة في الإدارة، والسعي إلى الانتقال نحو الخدمات الإلكترونية. كما ركزت الدراسة على تحليل الجهود المبذولة من طرف الدولة الجزائرية لتطوير خدمات التأمين الرقمي، ودراسة واقع الخدمات الرقمية المقدمة من قبل شركات التأمين الجزائرية ومدى ملاءمة الإطار القانوني الحالي مع متطلبات التطورات التكنولوجية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستندة إلى تحليل واقع رقمنة خدمات التأمين في الجزائر من خلال استطلاع عام للخدمات المقدمة عبر الويب من طرف شركات التأمين التي اعتمدت نظام الأتمتة ضمن سياساتها الإدارية والخدمية. وكانت نتائج الدراسة:

- غياب الإطار القانوني الداعم لخدمات التأمين الإلكتروني رغم توجه الدولة الجزائرية نحو رقمنة القطاعات في إطار سياسة "مشروع الجزائر الإلكترونية"، مما أدى إلى فراغ قانوني دفع شركات التأمين للعزوف عن تقديم خدماتها الرقمية.

- ضعف إقبال المجتمع على التأمين بسبب نقص الوعي التأميني لدى غالبية الأفراد.
- تركّز نشاط التأمين بشكل أساسي على فروع التأمين على المركبات والأخطار الصناعية، حيث تمثل نسبة الأقساط المكتسبة من هذين الفرعين أكثر من 50% من إجمالي الأقساط المكتتبة في أسواق التأمين العربية، في حين تبقى بقية الفروع الاقتصادية ضعيفة الحضور، ومثلاً بلغت نسبة الأقساط المكتتبة في التأمين على السيارات بالجزائر حوالي 49% في عام 2010.

• ضرورة تبني استراتيجيات فعالة لتطوير قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتكييف شركات التأمين مع متطلبات الاقتصاد الرقمي والمنافسة العالمية.

• بعد "بناء استراتيجية رقمية" كان له الدور الأكبر في تحسين مستوى جودة الخدمات في المؤسسة.

دراسة (تسوري، 2020) دور التأمين الإلكتروني في أداء شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة

2017-2013.

**هدفت الدراسة إلى:** تحليل دور التأمين الإلكتروني في تحسين أداء شركات التأمين الجزائرية خلال الفترة 2017-2013. التعرف على منتجات التأمين الإلكتروني وكيفية الاستفادة منها. تقييم مساهمة التأمين الإلكتروني في زيادة إنتاجية شركات التأمين وتعزيز حصتها السوقية. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى أن:

- التأمين الإلكتروني يساهم بشكل كبير في رفع قيمة إنتاج شركات التأمين وتعظيم حصتها السوقية.
- استخدام الإنترنت في تحويل الأعمال التقليدية إلى إلكترونية يؤدي إلى تحسين الكفاءة والفعالية في تقديم الخدمات التأمينية. التأمين الإلكتروني يساهم في تقليل التكاليف التشغيلية لشركات التأمين.

دراسة (رحمة و عشي، 2023) التحول الرقمي ومستقبل صناعة التأمين في ظل الثورة الصناعية

الرابعة: سيناريوهات ما بعد كوفيد-19.

**تهدف الدراسة إلى** تحليل تأثير الثورة الصناعية الرابعة على صناعة التأمين، من خلال: تسليط الضوء على مظاهر التحول الرقمي في القطاع. استعراض الفرص المتاحة عبر تطبيقات تكنولوجيا التأمين (InsurTech).

تحديد المخاطر الناشئة عن هذا التحول. استشراف السيناريوهات المستقبلية لصناعة التأمين في ظل تداعيات جائحة كوفيد-19. اعتمدت الدراسة على منهج تحليلي الوصفي، وتوصلت إلى:

- تسارع وتيرة التحول الرقمي ونمو البيانات الرقمية، خاصة بعد أزمة كوفيد-19، يؤدي إلى نقلة نوعية في صناعة التأمين.

- ظهور نماذج أعمال جديدة وإعادة رسم حدود صناعة التأمين التقليدية.

- اكتساب المنصات الرقمية والنظم البيئية أهمية كبرى، مما يؤثر على مستقبل شركات التأمين ويعيد تشكيل المشهد التنافسي بين الشركات الراسخة والمنافسين الجدد.

دراسة (ترغيني، 2018) قطاع التأمين في الجزائر وأفاقه المستقبلية مقارنة بالمغرب وتونس:

**تهدف الدراسة إلى** استكشاف واقع قطاع التأمين في الجزائر، من خلال: تحليل نوعية الرقابة التي تمارسها الدولة الجزائرية على نشاط التأمين، وتحديد الجهات المخولة برقابة عمليات التأمين،

ثم إبراز نقاط القوة والضعف في القطاع، من خلال مقارنة الجزائر مع دول المغرب العربي (المغرب وتونس). واعتمدت الدراسة على تحليل وصفي ومقارن لواقع قطاع التأمين في الجزائر، مع التركيز على: مكان إجراء الدراسة الجزائر، مع مقارنة مع دول المغرب العربي (المغرب وتونس). وتوصلت إلى: يُعتبر قطاع التأمين في الجزائر من أبرز القطاعات الاقتصادية، وأحد أهم مصادر الادخار لتمويل النشاط الاقتصادي.

- تُمارس الدولة الجزائرية رقابة على نشاط التأمين، من خلال جهات مخولة بذلك.
  - أظهرت المقارنة مع المغرب وتونس أن هناك تفاوتًا في أداء قطاع التأمين بين هذه الدول، مما يبرز نقاط القوة والضعف في القطاع الجزائري.
- دراسة (عاشوري و ابراهيم، 2023) أثر التحول الرقمي في تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل الاندماج في الاقتصاد الرقمي: دراسة تحليلية لمؤشرات قطاع بريد المواصلات السلكية واللاسلكية بالجزائر.

تهدف الدراسة إلى بناء أساس نظري وتحليلي حول موضوع التحول الرقمي وأثره على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، من خلال دراسة تحليلية لقطاع بريد المواصلات السلكية واللاسلكية في الجزائر. اعتمدت الدراسة على تحليل مؤشرات قطاع بريد المواصلات السلكية واللاسلكية في الجزائر، مع التركيز على البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وخدماتها. وتوصلت إلى:

- يساهم التحول الرقمي في تمكين البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وخدماتها التي تتسم بالكفاءة وأسعارها المناسبة من المشاركة في الاقتصاد الرقمي، وزيادة رفايتها وقدرتها على المنافسة الاقتصادية.
- ضعف ثقافة العاملين بتكنولوجيا المعلومات والاتصال يعرقل من التحول الرقمي، ويحد من دعم الاستثمار في البنية التحتية ذات الحزمة العريضة.
- هناك حاجة للتوسع في القواعد التنظيمية لتشمل مجالات جديدة، مثل إنترنت الأشياء، وخدمات نظم أسماء النطاقات، والمنصات التشاركية.

دراسة (بلفاضي، 2024) متطلبات التحول الرقمي ودورها في تحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة في قطاع الاتصالات: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية سطيف.

هدفت الدراسة إلى: تحليل دور متطلبات التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة في قطاع الاتصالات. تحديد الأبعاد الرئيسية للتحول الرقمي وتأثيرها على جودة الخدمة. واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت الدراسة إلى أن: هناك أثر ذو دلالة إحصائية لمتطلبات التحول الرقمي بأبعادها الخمسة (بناء استراتيجية رقمية، المتطلبات الإجرائية، المتطلبات التقنية، المتطلبات البشرية، والثقافة التنظيمية) في تحسين جودة الخدمات المقدمة في قطاع الاتصالات بولاية سطيف.

### المطلب الثاني: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

يهدف هذا الجزء من الدراسة إلى إبراز موقع الدراسة الحالية الموسومة بـ: **أثر التحول الرقمي على قطاع التأمين: دراسة تطبيقية على خدمات التأمين عبر الإنترنت في الجزائر - شركة SAA مديرية تيارت**، ضمن الأدبيات السابقة، وذلك من خلال استعراض أوجه التشابه والاختلاف بينها وبين الدراسات السابقة ذات الصلة.

#### الفرع الأول: أوجه التشابه:

**المنهج المتبع (الوصفي التحليلي):** وافقت الدراسة الحالية العديد من الدراسات المذكورة اعلاه في استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي، بهدف تحليل البيانات وفهم تأثير التحول الرقمي على قطاع التأمين مثل دراسة صبرينة شراقة (2021)، وعمارة وعباس (2022)، وبهية تسوري بن تسوري (2020).

**التركيز على التحول الرقمي في قطاع التأمين:** جميع الدراسات تناولت موضوع التحول الرقمي وتأثيره على قطاع التأمين أو قطاع قريب (تكنولوجيا المعلومات والاتصال)، وهو نفس الإطار الذي تركز عليه هذه الدراسة، مع اختلافات في النطاق الجغرافي أو المنهجي أحياناً.

**استخدام أدوات جمع البيانات الكمية:** وافقت هذه الدراسة دراسة د. محمد عبد اللطيف زايد وآخرين (2019) في استخدامها لأداة الاستبيان، حيث جمعت بيانات كمية من عملاء شركات التأمين لتحليل أثر جودة الخدمات الرقمية.

**دراسة واقع شركات التأمين الجزائرية:** توافقت هذه الدراسات مع الدراسات التي ركزت على شركات التأمين الجزائرية، مثل دراسة صبرينة شراقة، وعمارة وعباس، وبهية تسوري.

**أهداف مشتركة:** هذه الدراسة تهدف إلى فهم أثر التحول الرقمي على خدمات التأمين الإلكترونية وتحسين جودة هذه الخدمات، وهو هدف مشترك مع معظم الدراسات الأخرى التي حاولت تحليل أبعاد جودة الخدمات الرقمية وتأثيرها على رضا العملاء وأداء الشركات.

**الفرع الثاني: أوجه الاختلاف:**

**التركيز الجغرافي المحدد (مديرية SAA تيارت):** هذه الدراسة ركزت على شركة SAA في مديرية تيارت الجزائرية، بينما معظم الدراسات السابقة تناولت شركات التأمين في الجزائر بشكل عام (مثلاً صبرينة شراقة، عمارة وعباس)، أو خارج الجزائر (مثلاً د. محمد عبد اللطيف زايد وآخرون في السعودية، كوثر حاج نعاس في روسيا وإيطاليا). هذا ما يميز هذه الدراسة بكونها تطبيقية وميدانية في نطاق جغرافي محدد.

**أداة البحث الأساسية (الاستبيان فقط):** ركزت دراستك بشكل أساسي على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. بينما استخدمت بعض الدراسات منهجاً تحليلياً فقط أو جمعت بين أدوات متنوعة مثل المقابلات وتحليل الوثائق (مثلاً كوثر حاج نعاس، ريم صبحي).

**التركيز على خدمات التأمين عبر الإنترنت:** هذه الدراسة خصصت اهتماماً لتحليل الخدمات التأمينية المقدمة عبر الإنترنت في الجزائر، بينما بعض الدراسات السابقة تناولت التحول الرقمي بشكل عام أو التقنيات الرقمية دون التركيز على خدمات الإنترنت فقط (مثلاً صبرينة شراقة، عمارة وعباس).

**التوقيت والخصوصية:** تتناول هذه الدراسة أثر التحول الرقمي في مرحلة ما بعد كوفيد-19 مع الإشارة الضمنية للظروف الراهنة في الجزائر، بينما بعض الدراسات السابقة كانت أقدم (مثل دراسة بهية تسوري 2020 التي تناولت الفترة 2013-2017) أو ركزت على الثورة الصناعية الرابعة (مثلاً بركات وعشي 2023).

**المطلب الثالث: أوجه الاستفادة والفجوة البحثية**

**الفرع الأول أوجه الاستفادة:**

✚ **تعزيز الإطار النظري:** ساعدت الدراسات السابقة على تحديد المفاهيم الرئيسية المرتبطة بالتحول الرقمي في قطاع التأمين، والتحديات المتعلقة بالتقنيات الجديدة (مثلاً ريم صبحي، كوثر حاج نعاس).

✚ **رصد تجارب دولية ومحلية:** قدمت الدراسات رؤى مهمة من تجارب دولية مثل السعودية (زايد وآخرون)، وروسيا وإيطاليا (كوثر حاج نعاس)، إلى جانب التجارب الجزائرية (صبرينة شراقة، عمارة وعباس)، مما أتاح تحليل واقع قطاع التأمين في الجزائر ضمن سياق عالمي.

✚ **تحديد العوامل المؤثرة والتحديات:** ساعدت الدراسات على تحديد عوامل مثل ضعف البنية التحتية، غياب التشريعات الملائمة، وقصور الثقافة الرقمية (صبرينة شراقة، عمارة وعباس)، مما يوفر خلفية لدراستنا لتحديد العوائق التي تواجه شركة SAA بمديرية تيارت.

✚ **استخدام المنهج الوصفي التحليلي:** وفرت هذه الدراسات نماذج ومداخل تحليلية مشابهة لما اعتمدته دراستنا، مما يعزز موثوقية الإطار المنهجي الذي نتبعه.

### الفرع الثاني الفجوة البحثية الفجوة البحثية:

- على الرغم من هذه الإسهامات، تبقى هناك فجوة بحثية مهمة تتمثل في:
- غياب الدراسات التطبيقية المحددة في الجزائر التي تركز على خدمات التأمين عبر الإنترنت لشركة تأمين معينة، خصوصاً دراسة حالة تطبيقية ميدانية مثل SAA في مديرية تيارت.
- قلة الدراسات الميدانية التي تعتمد أدوات كمية (الاستبيان) في الجزائر لجمع بيانات مباشرة من العملاء والمستخدمين حول الخدمات الرقمية التأمينية.
- نقص التحليل العملي لتجربة التحول الرقمي في سياق شركة جزائرية محددة، بينما معظم الدراسات تناولت الوضع العام في الجزائر أو دراسات مقارنة خارجية.
- محدودية الدراسات حول التحول الرقمي في التأمين بعد جائحة كوفيد-19 في الجزائر، مع التركيز على كيفية التعامل مع المتغيرات الجديدة وتحديات العصر الرقمي.

#### خلاصة الفصل الأول:

في ضوء ما تم عرضه، يتضح أن التحول الرقمي لم يعد خيارًا بل أصبح مطلبًا استراتيجيًا وضروريًا لضمان استمرارية ونمو المؤسسات في ظل التنافسية العالمية المتزايدة. وقد بين الفصل كيف أن التحول الرقمي يعتمد على مجموعة من الخصائص والآليات التي تتطلب تكاملًا بين التكنولوجيا والموارد البشرية والثقافة التنظيمية.

وعلى صعيد قطاع التأمين، فقد أظهر الفصل أن الاعتماد على الخدمات الرقمية يعزز من كفاءة العمليات ويخلق فرصًا جديدة لتوسيع نطاق الخدمات وتحسين تجربة العملاء، إلا أن واقع القطاع في الجزائر يعكس وجود فجوات وتحديات ينبغي معالجتها لتسريع وتيرة الرقمنة واستغلال إمكانياتها بشكل فعال. لذا، فإن نجاح التحول الرقمي في هذا القطاع يتطلب تبني استراتيجيات متكاملة تراعي البنية التحتية، التشريعات، والموارد البشرية المؤهلة.



# الفصل الثاني

الدراسة التطبيقية

تمهيد:

يُعد التحول الرقمي من أبرز المتغيرات التي أثرت في قطاع التأمين في السنوات الأخيرة، حيث تسعى شركات التأمين إلى تبني تكنولوجيا المعلومات بهدف تحسين جودة الخدمات، وتبسيط الإجراءات، وتطوير علاقتها مع الزبائن. وبعد التأسيس النظري الذي تناولناه في الفصل السابق حول مفاهيم التحول الرقمي وقطاع التأمين، ننتقل في هذا الفصل إلى الجانب التطبيقي من الدراسة، من أجل فحص مدى انعكاس هذا التحول على أرض الواقع داخل شركة تأمين جزائرية، وذلك بالاعتماد على البيانات الميدانية التي تم جمعها باستخدام أدوات البحث.

ويتضمن هذا الفصل ثلاثة مباحث ؛ يُعنى المبحث الأول بعرض تجارب التحول الرقمي في بعض شركات التأمين الجزائرية واما المبحث الثاني فيتم التطرق فيه الى التعريف بالمؤسسة محل الدراسة، وهي الشركة الجزائرية للتأمينات (SAA)، من خلال تقديم لمحة عامة عن الشركة الأم، ثم التطرق إلى فرعها المحلي بمدينة تيارت، باعتباره المجال الجغرافي للدراسة التطبيقية. وقد تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب تغطي التعريف بالشركة، الهيكل التنظيمي، والمهام والوظائف التي تقوم بها الوكالة محلياً.

أما المبحث الثالث، فيتناول الجانب التطبيقي من الدراسة، من خلال عرض وتحليل نتائج الاستبيان الموجّه لعينة من زبائن الوكالة، بالإضافة إلى تقديم مضمون المقابلة التي أُجريت مع مدير وكالة تيارت، بهدف تعزيز البيانات الكمية بمعلومات نوعية تساهم في تفسير وتحليل واقع التحول الرقمي في تقديم خدمات التأمين عبر الإنترنت.

ويُمكن هذا الفصل من الانتقال من الإطار النظري إلى التحليل الواقعي والميداني، بغرض اختبار الفرضيات المطروحة وتقييم مدى توافق الواقع مع ما تم التوصل إليه في الجانب النظري، ما يعزز من مصداقية النتائج ويساعد في تقديم توصيات عملية قابلة للتنفيذ.

## المبحث الأول واقع التحول الرقمي في شركات التأمين الجزائرية:

### المطلب الأول : عرض تجارب بعض شركات التأمين الجزائرية في الخدمات التأمينية:

وفقا لدراسة التي أجرتها الباحثة شراقة صبرينة على شركة CAAR و Alliance نلخص ما يلي: (شراقة ، 2021)

**تجربة شركة CAAR:** شركة عمومية قديمة في الجزائر، تملك شبكة واسعة وتوفر 42 موزعاً للدفع الإلكتروني أنجزت أكثر من 100,000 معاملة إلكترونية منذ أكتوبر 2016، عقدت اتفاقية مع بنك CPA لتفعيل الدفع الإلكتروني لتأمين السكن عبر الإنترنت أطلقت استبياناً إلكترونياً على موقعها لاستطلاع رأي العملاء، مما يدل على بدء التواصل الرقمي، وضعت خطة لتوسيع الخدمة إلى منتجات أخرى كالتأمين ضد الكوارث.

### تجربة شركة CAARAMA (فرع CAAR):

أطلقت في 3 أبريل 2017 بوابة إلكترونية لاكتتاب ودفع وإدارة عقود التأمين عبر الإنترنت باستخدام بطاقة CIB المنتج الأساسي في البداية: تأمين السفر إلى الخارج (Assistance Voyage)، تم إطلاق تطبيق My CAARAMA في أبريل 2018: يقدم نفس الخدمات المتاحة على الموقع يحتوي على أدوات مثل حساب الأسعار، مواقع الوكالات، وتوجيه العملاء باستخدام Google Maps، يمكن من خلاله الإبلاغ عن الكوارث والحوادث، أطلقت أيضاً خدمة الدفع باستخدام البطاقة الذهبية لبريد الجزائر لتوسيع قاعدة المستخدمين تستعد لإطلاق خدمة m-paiement (الدفع عبر الهاتف المحمول)، والتي ستمكن الزبائن من الاكتتاب في عقود التأمين كاملة عن بُعد.

**شركة Alliance:** تُعد شركة اليونس للتأمينات من أبرز شركات التأمين الخاصة في الجزائر، حيث احتلت المرتبة الثامنة وطنياً في 2019، والثالثة في قطاع التأمين الخاص عام 2020 بحصة سوقية بلغت 3.60%، واستجابة للتطورات الرقمية، تبنت الشركة استراتيجية رقمية شاملة تهدف إلى رقمته خدماتها بالكامل. فقد أطلقت أول موقع إلكتروني ثنائي اللغة (عربي-فرنسي) يتميز بالتفاعلية والمرونة، ويتيح للزبائن الاطلاع على المعلومات والتصريح بالحوادث ومتابعة ملفات التعويض. كما دمجت الموقع مع تطبيقات الهاتف الذكي، وخدمة عرض الأسعار، وتنبهات الأقساط، مع التخطيط لتفعيل الدفع الإلكتروني. ويُعد فضاؤها الرقمي من الأكثر تطوراً في السوق الجزائري، ما يعزز تواصلها مع العملاء ويضمن السرية والأمان في تقديم الخدمات.

وأضاف الباحثان عمارة مسعودة وعباس راضية تجارب أخرى متعلقة بخدمات التأمين عبر الانترنت لشركات تأمين جزائرية) هي: (عمارة و عباس، 2022)

**الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي التعااضد الفلاحي CNMA** فقد أضاف منذ سنوات تأمين السيارات والكوارث الطبيعية بالنسبة للأملاك العقارية ويقترح الصندوق خدمة على الخط إضافة إلى إمكانية تحميل نشره جوية أسبوعية للقطاع الزراعي والفلاحي والملاحظ أن حساب التعااضدية على شبكة الفايسبوك وكذلك على اليوتيوب تشغلان عكس رابطي شبكة انستغرام وتوتر.

**الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT** تتيح لزبائنها الحاليين والمستقبليين القيام بعملية تقييم أولية على الخط للتأمين ضد الكوارث الطبيعية ASSURANCE CATNAT والتأمين متعدد المخاطر للسكنات MULTIRISQUE HABITATION ويمكن اختصار موقع الشركة الدولية لتأمين وإعادة التأمين فهو في عهد نموذج النص على الويب.

**الشركة الجزائرية للتأمينات A2** فلا يقترح أي خدمة على الخط رغم وجود رابطين لا يشغلان خاصة بالتقييم الأولي لتأمين السيارة والسفر في وسط صفحة الاستقبال الرئيسية وتعد الشركة بالمقابل بالانطلاق في الدفع الالكتروني ويمكن أن أنقر في الصفحة الاستقبال أن الزبائن سيكون بمقدورهم قريبا القيام بالشراء والدفع على الخط فيما يخص منتجات التأمين، وتمتلك ذات الشركة صفحة على فيسبوك تويتير ويوتيوب لكن هذه الأخيرة تتوفر على فيديو وحيد تم بثه منذ سنتين بينما لا يشغل الرابط الخاص بتدفق RSS.

لا يقترح موقع تراست الجزائر ALGERIA TRUST أي خدمة على الخط رغم خانة على الصفحة الرئيسية ورد فيها إمكانية إجراء حساب التقييم الأولي قريبا، بينما لا تشغل روابط الفايسبوك وتويتير ولنكدا أن رغم توفرها على الصفحة ويسمح محرك بحث بالحصول على الروابط الاتصال بالوكالات عبر الولايات والبلديات وتحديد مواقعهم على الخريطة غوغل.

**موقع شركة التأمينات سلامة SALAMA** فباستثناء رابطين أحدهما خاص بشبكة الوكالات فلا يشغل أي رابط آخر.

لا تقترح العامة للتأمينات المتوسطة GAM أي خدمة على الخط عبر موقعها الالكتروني عدا إمكانية البحث عن الوكالات في الولايات والبلديات بمخطط إرشاد عبر الخريطة.

**المطلب الثاني : تحليل وضعيه قطاع التأمين الجزائري في ظل تطور مؤشرات التكنولوجيا المعلومات والاتصال: (شراقة ، 2021)**

تُعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال أحد العوامل الأساسية التي تدفع بعجلة التحول الرقمي في مختلف القطاعات الاقتصادية، وعلى رأسها قطاع التأمين. وقد عرفت الجزائر تطوراً لافتاً في مؤشرات استخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، مما وفّر بيئة رقمية خصبة لشركات التأمين لاستغلالها في تحسين خدماتها وتعزيز تفاعلها مع الزبائن.

وفقاً للإحصائيات التي أوردها دراسة شراقة (2021)، نقلاً عن منصة إدارة وسائل التواصل الاجتماعي **Hootsuite**، فإن الجزائر احتلت مراكز متقدمة عالمياً سنة 2018، حيث جاءت:

- في المرتبة 20 عالمياً من حيث نمو عدد مستخدمي الإنترنت.
  - وفي المرتبة 19 عالمياً من حيث نمو عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.
- ويرجع هذا التطور إلى سهولة النفاذ إلى الإنترنت عبر الهواتف الذكية والحواسيب الشخصية، مما جعل الشعب الجزائري من أكثر الشعوب استخداماً لشبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي على المستوى العالمي.

وحسب التقرير الرقمي للجزائر لعام 2021، فإن المؤشرات الرقمية سجلت ما يلي:

- بلغ عدد مستخدمي الإنترنت حوالي 26.35 مليون فرد، أي ما يمثل 59.6% من إجمالي السكان.
- وبلغ عدد المستخدمين النشطين على شبكات التواصل الاجتماعي 25 مليون مستخدم، بنسبة 56.5% من عدد السكان المقدر بـ 44.23 مليون نسمة.
- كما يُقدّر عدد مستخدمي الهواتف المحمولة المتصلين بالإنترنت بحوالي 46.82 مليون مستخدم، بنسبة تجاوزت ( 105.8% وهي نسبة توحى باستخدام أكثر من شريحة هاتف لكل فرد).
- من جهة أخرى، بلغ عدد الأفراد الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي عبر الهواتف المحمولة نحو 24.48 مليون مستخدم، أي ما يمثل 97.9% من إجمالي مستخدمي الإنترنت.
- يُذكر أيضاً أن ما يقارب 86.4% من مستخدمي الإنترنت ينشطون على منصة فايسبوك عبر الهواتف الذكية.

- وقد ارتفع معدل الاستخدام اليومي لتطبيقات الهواتف الذكية بشكل واضح، خاصة عبر شبكات الجيل الثالث والرابع، ليلبلغ 42% من مجموع المستخدمين.

تحليل دلالات هذه المؤشرات:

تشير هذه الأرقام إلى وجود فرصة حقيقية أمام شركات التأمين الجزائرية لتوسيع رقمنة خدماتها، وذلك من خلال:

- استغلال الانتشار الواسع للهواتف الذكية في تطوير تطبيقات مخصصة للاكتتاب، الدفع، وتقديم المطالبات.
- دمج مواقع التواصل الاجتماعي ضمن استراتيجيات التواصل وخدمة العملاء.
- تحسين تجربة المستخدم الرقمي عبر منصات سهلة الاستخدام ومصممة وفقاً لتفضيلات المستخدم الجزائري.

### المبحث الثاني : التعريف بالشركة قيد الدراسة

يُعد التعرف على المؤسسة محل الدراسة خطوة أساسية في أي بحث تطبيقي، إذ يُمكن الباحث من وضع المعطيات الميدانية في سياقها المؤسسي والإداري والوظيفي. وفي إطار هذه الدراسة، نُسَلِّط الضوء على الشركة الوطنية للتأمين (SAA)، باعتبارها واحدة من أقدم وأكبر شركات التأمين الناشطة في الجزائر.

يهدف هذا المبحث إلى تقديم نظرة عامة عن الشركة الأم، من حيث النشأة والتطور والمكانة داخل السوق الوطنية، ثم التطرق إلى المهام والوظائف الأساسية التي تضطلع بها في مجال التأمين بأنواعه، كما سيتم التعرض فيما بعد لاحقاً إلى التعريف بالفرع المحلي للشركة بمدينة تيارت (فرع أ)، الذي يمثل المجال الميداني للدراسة التطبيقية،

### المطلب الأول: التعريف بالشركة الوطنية للتأمين وهيكلها التنظيمي

#### أولاً: التعريف بالشركة الوطنية للتأمين (SAA)

تُعد الشركة الوطنية للتأمين (Assurance – SAA' Société Nationale d) واحدة من أعرق المؤسسات الناشطة في سوق التأمين بالجزائر، وقد عرفت تحولات هيكلية وتنظيمية كبيرة منذ تأسيسها. أنشئت بتاريخ 12 سبتمبر 1963 كشركة ذات طابع مختلط بالتعاون مع كفاءات مصرية، نظراً لضعف الإطارات الجزائرية المؤهلة آنذاك، حيث بلغت حصة الشريك المصري نحو 39% من رأسمال الشركة. ثم

تم تأميم الشركة بتاريخ 27 ماي 1966 في إطار سياسة الدولة الجزائرية لتأمين قطاع التأمين ومنحه صبغة سيادية (SAA، 2023).

وفي إطار إصلاحات الثمانينيات، وضمن سياسة الانفتاح الاقتصادي، تم تحويل الشركة الوطنية للتأمين سنة 1989 إلى مؤسسة عمومية اقتصادية (EPE) برأسمال ابتدائي قدره 80 مليون دينار جزائري، وتحولت إلى شركة مساهمة (Société par Actions – SPA)، خاضعة لأحكام القانون التجاري الجزائري (الأمر 59-75 المعدل والمتمم). وقد عرفت الشركة منذ ذلك التاريخ تطوراً تدريجياً في هيكلها المالي والتنظيمي، حيث بلغ رأسمالها سنة 2017 نحو 30 مليار دينار جزائري، ليُرفع مجدداً سنة 2023 إلى 35 مليار دينار جزائري، مما يعكس مكانتها كفاعل استراتيجي في سوق التأمين (الانباء، 2023).

يقع المقر الاجتماعي للشركة حالياً في حي الأعمال، باب الزوار – الجزائر العاصمة، وهي مسجلة قانونياً تحت:

رقم السجل التجاري: B10000126921

رقم التعريف الجبائي: 097916070008240

رقم التعريف الإحصائي: 090791870008240

رقم الخضوع الجبائي: 16070801031

ثانياً: التعريف التجاري والنشاط

تزاوّل الشركة الوطنية للتأمين مختلف عمليات التأمين وإعادة التأمين، سواء في مجال تأمينات السيارات، تأمينات الأشخاص، التأمينات الزراعية، الصناعية، الهندسية، وتأمينات النقل. وتُعد من الشركات الرائدة على المستوى الوطني من حيث حجم المحفظة وعدد الزبائن، الذي فاق 2 مليون زبون. تتوزع شبكة الشركة التجارية على مستوى التراب الوطني من خلال:

16 مديرية جهوية.

شبكة تضم 761 نقطة بيع وخدمات عبر التراب الوطني، تشمل وكالات مباشرة، ووكلاء عامين، وسماسرة، إضافة إلى نقاط البيع عبر البنوك.

كما تعتمد الشركة شعاراً يعكس التزامها اتجاه زبائنها: "الاستماع، الالتزام، التميز، الابتكار، الشفافية".

تعد الشركة الوطنية للتأمين الأولى وطنياً في مجال التأمين وتحتل المرتبة السادسة إفريقياً والمرتبة 65 عالمياً.

### ثالثاً: الهيكل التنظيمي لشركة الشركة الوطنية للتأمين SAA

يُشرف على إدارة الشركة رئيس مدير عام، حالياً السيد يوسف بن ميسية، الذي يقود الهيكل الإداري العام للشركة (الانباء، تأمينات: حركة للرؤساء المدراء العامين للشركات العمومية، 2022). الهيكل التنظيمي يتضمن عدة مستويات ووحدات إدارية متخصصة، منها: الإدارة العامة: تشرف على التخطيط الاستراتيجي، العلاقات المؤسسية، والرقابة العامة على أداء الشركة.

الإدارات المركزية: تضم إدارات متخصصة مثل إدارة التأمينات العامة، إدارة التأمينات التقنية والخاصة، إدارة الموارد البشرية، إدارة المالية والمحاسبة، وإدارة تكنولوجيا المعلومات. الإدارات الجهوية: تغطي مختلف مناطق الجزائر، وتُشرف على تنفيذ السياسات العامة وتنسيق العمليات على المستوى المحلي. وتوجد 16 إدارة جهوية على مستوى التراب الوطني. الوكالات المحلية: تُعد نقاط الاتصال المباشرة مع الزبائن، وتقدم خدمات التأمين المختلفة، وتُقدر بأكثر من 520 وكالة موزعة عبر الوطن.

### المطلب الثاني اهداف ومهام الشركة الوطنية للتأمين (SAA)

#### أولاً: اهداف الشركة الوطنية للتأمين (SAA)

الريادة في سوق التأمين الجزائري: تسعى SAA إلى الحفاظ على مكانتها كأكبر شركة تأمين في الجزائر، حيث تستحوذ على أكثر من 22.5% من حصة السوق الوطنية، وتُعد من بين الشركات الرائدة في المنطقة المغاربية والعربية.

دعم الاقتصاد الوطني: تُساهم الشركة في تمويل خزينة الدولة من خلال الإيرادات الضريبية المحصلة، مما يجعلها مصدراً مهماً لتغطية نفقات الدولة.

توسيع شبكة التوزيع: تهدف SAA إلى تقريب خدماتها من المواطنين عبر تغطية كافة التراب الوطني بنقاط بيع، بما في ذلك المناطق النائية، لتسهيل الوصول إلى خدمات التأمين.

تنويع المنتجات التأمينية: تسعى SAA إلى تقديم منتجات جديدة، مثل تأمين "تكافل"، لتلبية احتياجات متنوعة للعملاء وتعزيز دورها كمستثمر مؤسسي في خدمة الاقتصاد الوطني.



### ثانيا: مهام الشركة الوطنية للتأمين (SAA)

تقديم خدمات تأمينية شاملة: توفر SAA مجموعة واسعة من خدمات التأمين للأفراد والمؤسسات، بما في ذلك التأمين على السيارات، السكن، الكوارث الطبيعية، والتأمين الصحي.

تطوير الموارد البشرية: تُولي الشركة أهمية كبيرة لتكوين وتدريب كوادرها، حيث أنشأت مراكز تكوين مجهزة في عدة ولايات لتأهيل الطاقم البشري وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

الاستثمار في الاقتصاد الوطني: تُساهم SAA في دعم الاقتصاد من خلال استثماراتها، حيث بلغت أصولها المالية 50.5 مليار دينار جزائري، مما يعكس دورها كمستثمر مؤسستي.

تحسين تجربة العملاء: تسعى الشركة إلى تحسين رضا العملاء من خلال تقديم خدمات مباشرة في نقاط البيع، واستخدام أدوات رقمية حديثة لتبسيط عمليات التأمين وضمان جودة أفضل للخدمات.

التوسع الجغرافي: تعمل SAA على افتتاح وكالات جديدة في مختلف مناطق الجزائر، بما في ذلك المناطق النائية، لتقريب خدماتها من المواطنين وتسهيل الوصول إليها.

### المطلب الثالث: تقديم الشركة الوطنية للتأمين - وكالة تيارت

تُعد وكالة تيارت إحدى الوكالات الإقليمية التابعة للشركة الوطنية للتأمين (SAA)، وهي تابعة للمديرية الجهوية غليزان تحت الرمز 2304. من خلال هذا المطلب، سنتطرق إلى تعريف الشركة الوطنية للتأمين - وكالة تيارت، بالإضافة إلى هيكلها التنظيمي، كما يلي:

#### أولاً: تعريف الشركة الوطنية للتأمين - وكالة تيارت

جاء تأسيس وكالة تيارت في إطار سياسة توسيع نشاطات الشركة الأم، خاصة بعد تحرير قطاع التأمين في الجزائر بموجب الأمر رقم 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995، والذي منح دفعة قوية للقطاع من خلال فتح باب المنافسة بين شركات التأمين.

باشرت وكالة تيارت نشاطها بناءً على الأمر 07/09، وهي مؤسسة مدنية تقوم بدور الوسيط والنيابة عن الشركة الأم التي يقع مقرها في الجزائر العاصمة. وتتمتع الوكالة بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

تقع الوكالة في حي 200، طريق السوقر، تيارت، تحت الرمز 2304، وتُعد واحدة من أصل 35 وكالة تابعة للمديرية الجهوية غليزان. تهدف الوكالة إلى تقديم أفضل خدمة تأمينية ممكنة، وتوفير الحماية للأفراد وممتلكاتهم من مختلف الأخطار، إلى جانب تحقيق الربحية وزيادة رقم الأعمال.

وكالة تيارت الفرع "أ" تحتل المرتبة الأولى في آخر خمس سنوات على مستوى المديرية الجهوية غليزان من حيث الإيرادات المالية. وبهذا، فقد ساهمت الوكالة بشكل فعال في خدمة المجتمع وتعزيز الاقتصاد الوطني (تيارت، 2025).

وتجدر بنا الإشارة إلى أن هذه الوكالة تُعرف بالفرع "أ"، وهي مستقلة عن الفرع "ب" المتواجدة في حي الإخوة قطون.

**بطاقة فنية للوكالة الشركة الوطنية للتأمين SAA – وكالة تيارت**

العنوان حي 200، طريق السوق، تيارت

الفرع "أ" الرمز 2304

مدير الوكالة: صالح بالخوجة فيصل

رقم الأعمال (ماي 2025) 90 مليون دينار جزائري

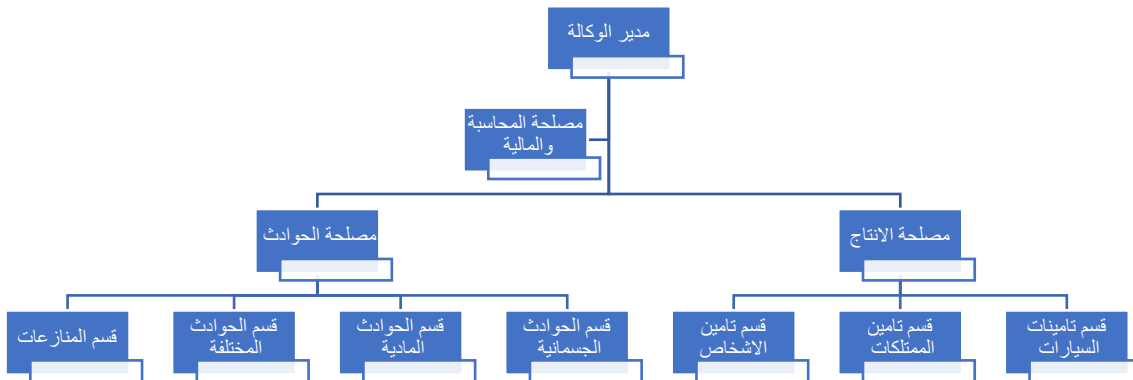
عدد عمليات تأمين الأخطار المتنوعة 848 عملية

عدد عمليات تأمين السيارات 4635 عملية

عدد العاملين 8 موظفين + 2 حراس + 1 عامل نظافة

ثانيا الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين وكالة تيارت الفرع "أ" :

شكل رقم 02 : الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين وكالة تيارت الفرع "أ"



المصدر: مقابلة شخصية مع رئيس وكالة التأمين - وكالة تيارت، بتاريخ 21 ماي 2025، على الساعة 15:00 مساءً.

## تنظيم مهام الوكالة:

### رئيس الوكالة

يُعتبر رئيس الوكالة السلطة العليا، ويتولى إدارة وتسيير جميع المهام التنظيمية والإدارية داخل الوكالة. وكذلك مسؤولاً عن قسم المنازعات.

**مصلحة الإنتاج:** هي المصلحة المسؤولة عن إصدار جميع عقود التأمين. ومن أهم مجالات التأمين التي تُعنى بها هذه المصلحة:

تأمين السيارات

تأمين الأشخاص

تأمين الممتلكات

**مصلحة المالية والمحاسبة:** تُعنى هذه المصلحة بضبط جميع العمليات المحاسبية اليومية، وتشمل مهامها:

إصدار الشيكات الخاصة بالتعويضات

تسديد المستحقات المالية

تسويق وتسوية المستحقات الواجبة على الزبائن

**مصلحة الحوادث:** تبدأ مهمة هذه المصلحة عند التصريح بوقوع حادث يكون الزبون طرفاً فيه. وهي تنقسم إلى فرعين رئيسيين:

قسم الحوادث المادية: يهتم بالأضرار التي تلحق بممتلكات المؤمن لهم، مثل المباني والسيارات.

قسم الحوادث الجسمانية: يعنى بالأضرار الجسدية التي تلحق بالمؤمن لهم. وتشمل المهام المتابعة القانونية للملف حسب طبيعة الخطر المحقق، بما في ذلك الإجراءات القضائية.

قسم الحوادث المختلفة: هو قسم يعني بالحوادث التي لا تندرج مباشرة ضمن الحوادث الجسمانية أو الحوادث المادية.

قسم المنازعات: يختص قسم المنازعات بمتابعة الشكاوى والخلافات البسيطة التي تنشأ بين الزبائن والوكالة، خاصة فيما يتعلق بالتعويضات أو العقود. يعمل على جمع الوثائق وتكوين الملفات، ومحاولة إيجاد حلول ودية، ثم إحالة الملفات المعقدة إلى الإدارة الجهوية أو المركزية لمتابعتها قانونياً. يهدف القسم إلى تسوية النزاعات محلياً قدر الإمكان وتفادي التصعيد القضائي.

### المبحث الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

للوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية، تم اعتماد وصف البيانات في شكل نسب مئوية، وتحليلها تحليلًا إحصائيًا. كما قمنا بتوضيح حدود الدراسة، والأدوات اللازمة لتنفيذها، بالإضافة إلى تحديد مجتمع وعينة الدراسة، وذلك في إطار بحثنا حول "أثر التحول الرقمي على قطاع التأمين: دراسة تطبيقية على خدمات التأمين عبر الإنترنت في الجزائر - دراسة حالة شركة التأمين SAA فرع تيارت".

#### المطلب الأول: تحديد مجتمع الدراسة واختبار العينة

1. **تحديد مجتمع الدراسة:** يضم مجتمع الدراسة زبائن شركة التأمين SAA فرع تيارت، باعتبارهم الفئة المعنية باستخدام خدمات التأمين عبر الإنترنت.

2. **المدة الزمنية:** امتدت الدراسة الميدانية من شهر افريل 2025 الى نهاية شهر ماي 2025

3. **اختبار نوع وحجم العينة:** تم اعتماد استمارة مبنية على مقياس ليكرت الخماسي باعتباره الانسب لمثل هذه الدراسات، وقد شملت العينة (60) زبونا من زبائن الشركة الوطنية للتأمين SAA وكالة تيارت. كما تم الاعتماد على مقابلة مع المدير للحصول على معطيات من داخل المؤسسة.

4. **منهجية البحث المستخدم:** تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بوصفه الأنسب لطبيعة هذه الدراسة، كما تم اعتماد الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. وقد تم تحليل البيانات باستخدام الإحصاء الوصفي بهدف دراسة العلاقات والتأثيرات بين متغيرات.

5. **أدوات جمع البيانات:** اعتمدت الدراسة على أداتين رئيسيتين لجمع البيانات من أجل تحقيق أهداف البحث والتحقق من الفرضيات المطروحة:

#### أولاً: الاستمارة (الاستبيان):

تم تصميم استمارة مبنية على مقياس ليكرت الخماسي، بهدف قياس آراء وتوجهات زبائن شركة التأمين SAA فرع تيارت حول أثر التحول الرقمي على خدمات التأمين عبر الإنترنت. وقد تمت صياغة أسئلة الاستبيان وفق الأسس العلمية المتعارف عليها، حيث تم إخضاعها لاختبارات الصدق والثبات.

#### ثانياً: المقابلة المفتوح

تم إجراء مقابلة شخصية مع رئيس وكالة SAA تيارت بتاريخ 21 ماي 2025 على الساعة 15:00 مساءً، وقد صُممت المقابلة بأسئلة نصف موجهة، جمعت بين الأسئلة المفتوحة والمغلقة، بهدف تعميق الفهم حول كيفية تطبيق التحول الرقمي في الوكالة، وأهم الخدمات الرقمية المقدمة، وكذا التحديات التي تواجهها المؤسسة في هذا المجال.

## المطلب الثاني. تحليل نتائج الدراسة الميدانية

### 1. الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة:

للتحقق من صلاحية أداة الدراسة وملاءمتها لقياس الظاهرة المستهدفة، قام الباحث بفحص الخصائص السيكومترية المتمثلة في الصدق والثبات، وذلك لضمان الاعتماد على أداة تمتلك درجة عالية من الموثوقية والاتساق الداخلي، بما يجعلها صالحة للاستخدام العلمي.

### 2. صدق أداة الدراسة (الاستبيان):

تم الاعتماد على نوعين من مقاييس الصدق هما: صدق الاتساق الداخلي وصدق المحكمين.

### 1.2. حساب الثبات الاستمارة:

جدول رقم 07 : مستوى الثبات الاستمارة بطريقة الفا كرونباخ

قيمة ألفا	مقياس
0.844	

تشير قيمة معامل الفا كرونباخ الى مستوى عالي من الثبات الداخلي لأداة الدراسة، مما يدل على ان المقياس المستخدم يتمتع بمصداقية وثبات جيد ويصلح لقياس الظاهرة المدروسة، وهي تدل على أن مقياس ثابت وصلاحيته للقياس.

وبما أن الاحصاءات تدعم مصداقية أداة الدراسة ومنه يمكن لنا اعتماد على النتائج المتحصل عليها من خلال هذه الدراسة.

### 3. وصف خصائص مجتمع الدراسة

حددنا ثلاث متغيرات شخصية وتنظيمية أساسية تم اعتبارها متغيرات مستقلة للدراسة.

الجدول 08 : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية

المتغيرات	العناصر	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	39	65%
	انثى	21	35,00%
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	05	8,33%
	من 30 الى 39 سنة	26	43,33%
	من 40 الى 49 سنة	17	28,33%
	أكثر من 50 سنة	12	20%
المؤهل العلمي	متوسط و أقل	13	21,67%
	ثانوي	11	18,33%
	جامعي	36	60%

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS 21.0.

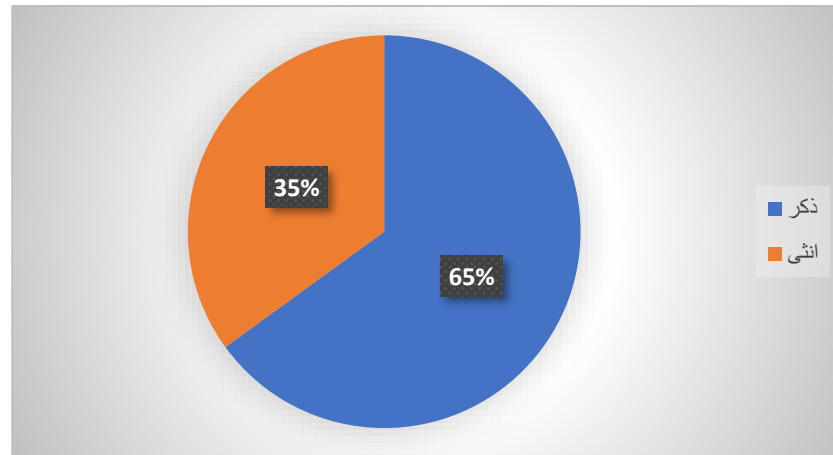
يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن محور البيانات الشخصية والمهنية كان لها الاثر

الكبير في فهم افراد عينة الدراسة والإجابة عنها بموضوعية كالاتي:

يتضح من جدول توزيع أفراد عينة الدراسة (زبائن شركة التأمين SAA ) ما يلي:

#### 1. متغير الجنس

تشير النتائج إلى أن الذكور يمثلون نسبة 65% من زبائن الشركة المشاركين في الدراسة، مقابل 35% للإناث. يُفهم من ذلك أن خدمات التأمين، وخاصة الخدمات المقدمة عبر الإنترنت، تجذب نسبة أكبر من الذكور، ما قد يرتبط بطبيعة المسؤوليات المالية والاجتماعية التي يتحملها الرجال غالبًا في المجتمع الجزائري. كما يمكن أن يعكس ذلك تفاوتًا في مستوى الإقبال على المنصات الرقمية بين الجنسين، وهو ما ينبغي أن يؤخذ في الحسبان عند تصميم الحملات التسويقية والتحسيسية الموجهة للزبائن..

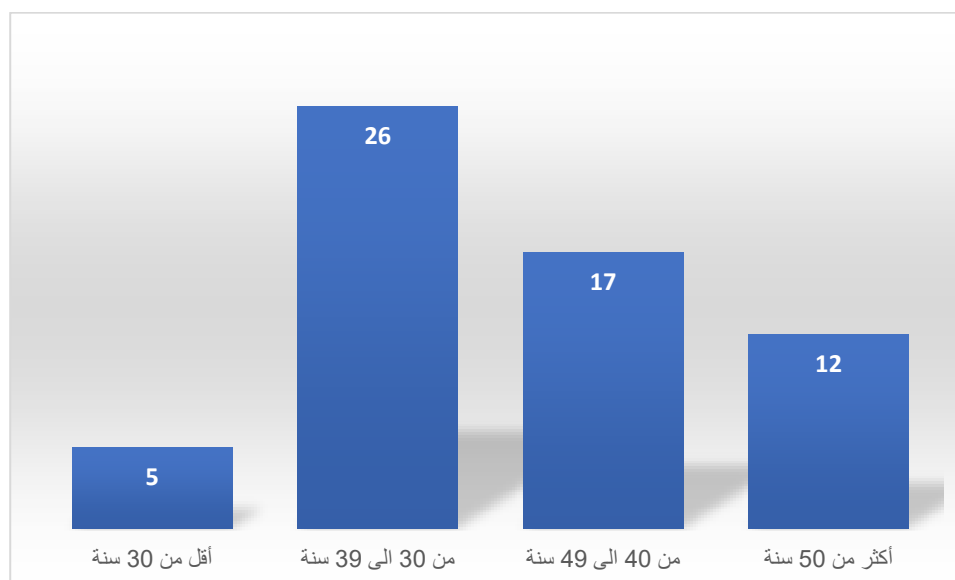


شكل رقم 03 متغير الجنس

## 2. متغير الفئة العمرية

تُبين البيانات أن الشريحة العمرية الأكثر تمثيلاً بين زبائن شركة SAA هي فئة 30 إلى 39 سنة بنسبة 43.33%، تليها فئة 40 إلى 49 سنة بنسبة 28.33%، ثم فئة أكثر من 50 سنة بنسبة 20%، وأخيراً فئة أقل من 30 سنة بنسبة 8.33%.

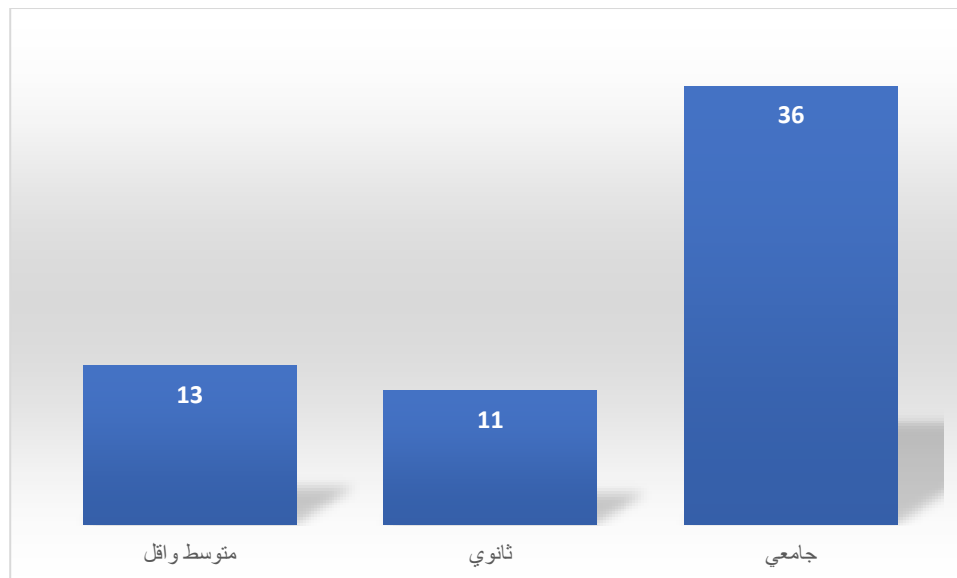
يؤحي هذا التوزيع بأن أغلب زبائن التأمين الذين يتفاعلون مع الخدمات الرقمية ينتمون إلى فئة عمرية نشطة اقتصادياً ومهنيّاً، وهي الفئة الأكثر استعداداً للتفاعل مع التحول الرقمي. أما النسبة المحدودة للفئة الشابة فقد تعكس إما ضعف الوعي بأهمية التأمين أو قلة الحاجة إليه في هذه المرحلة العمرية.



شكل رقم 04 : متغير الفئة العمرية

### 3. متغير المؤهل العلمي

تفيد النتائج أن غالبية زبائن شركة التأمين SAA المشاركين في الدراسة يحملون مستوى تعليمي جامعي بنسبة 60%، بينما تُشكل فئة الحاصلين على تعليم ثانوي 18.33%، وتعليم متوسط 21.67%.



### شكل رقم 05 : متغير الرتبة الوظيفية

يشير ارتفاع نسبة الحاصلين على مستوى جامعي إلى وجود قاعدة من الزبائن يمتلكون القدرة على استخدام التكنولوجيا، إلا أن ضعف استخدام الخدمات الرقمية رغم هذا المؤهل العلمي يدعو إلى التساؤل حول وجود معوقات أخرى تتعلق بالوعي أو البنية التحتية

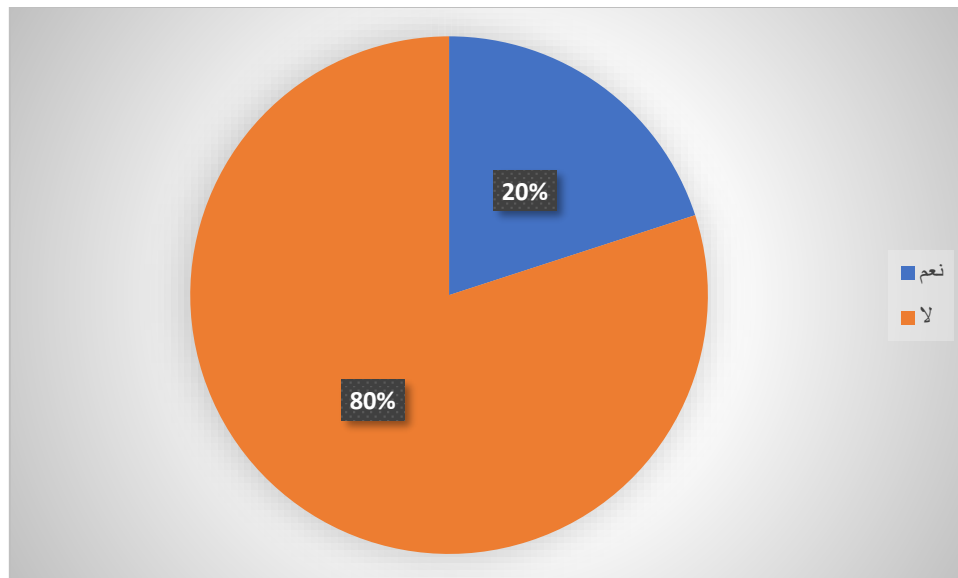


الجدول رقم 09 : توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لخدمات التأمين عبر الإنترنت من

شركة SAA

النسبة المئوية(%)	التكرار	الإجابة
20.00%	12	نعم
80.00%	48	لا
100.00%	60	المجموع

تشير نتائج الجدول إلى أن 80% من المبحوثين لم يسبق لهم استخدام خدمات التأمين عبر الإنترنت، في حين أن 20% فقط صرّحوا باستخدامها. تعكس هذه النسبة المحدودة ضعف انتشار هذه الخدمات بين زبائن الشركة، وهو ما قد يُعزى إلى عدة عوامل، من بينها محدودية الوعي الرقمي أو غياب التكوين الملائم أو نقص الثقة في التعاملات الإلكترونية كما يشير إلى احتمالية وجود عقبات تقنية أو معرفية تعيق الانتقال الفعلي نحو التعامل الرقمي، ما يستدعي من الشركة مراجعة استراتيجياتها في الترويج والتكوين والتطوير التقني، من أجل تحقيق اندماج أوسع وتحسين تفاعل الزبائن مع خدماتها الرقمية.

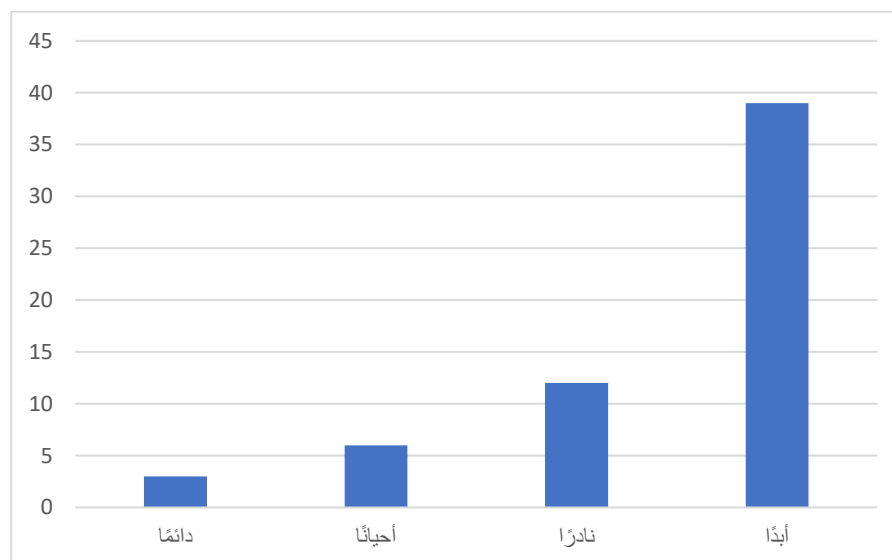


شكل رقم 06 : توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لخدمات التأمين عبر الإنترنت من شركة SAA

الجدول رقم 10 مدى استخدام خدمات التأمين الرقمية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
دائمًا	3	5.00%
أحيانًا	6	10.00%
نادرًا	12	20.00%
أبدًا	39	65.00%
المجموع	60	100.00%

تظهر البيانات أن الغالبية العظمى من المبحوثين (65%) لا يستخدمون هذه الخدمات إطلاقًا، في حين أن 20% يستخدمونها نادرًا، و10% فقط يستخدمونها أحيانًا، و5% فقط بشكل دائم. وهو ما يشير إلى أن استخدام خدمات التأمين الرقمية لا يزال محدودًا للغاية بين أفراد العينة، فهذه النسب المحدودة تؤكد وجود فجوة رقمية بين توفر الخدمة واستخدامها الفعلي، وهو ما يشير إلى أن التحول الرقمي لا يزال في مراحل أولية من التفعيل، ويواجه تحديات محتملة تتعلق بالبنية التحتية الرقمية، أو بثقة الزبائن، أو بدرجة الإلمام بالخدمات الرقمية.



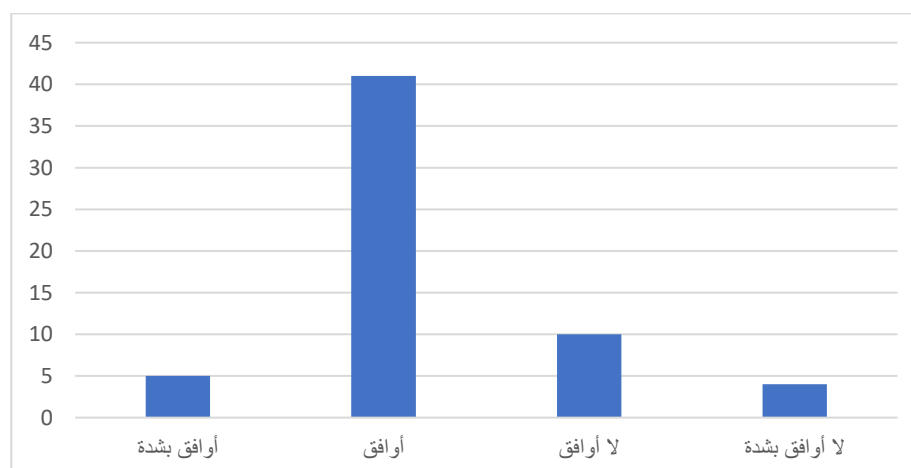
شكل رقم 07 مدى استخدام خدمات التأمين الرقمية

الجدول رقم 11 مدى سهولة الوصول إلى المنصات الرقمية الخاصة بشركة SAA

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أوافق بشدة	5	8.33%
أوافق	41	68.33%
لا أوافق	10	16.67%
لا أوافق بشدة	4	6.67%
المجموع	60	100.00%

تشير بيانات الجدول إلى أن غالبية الزبائن (68.33%) يوافقون على أنهم يجدون سهولة في الوصول إلى المنصات الرقمية الخاصة بشركة SAA ، ويضاف إليهم 8.33% يوافقون بشدة، ما يعني أن أكثر من ثلاثة أرباع العينة (76.66%) لديهم تصور إيجابي تجاه سهولة الوصول إلى هذه المنصات. هذه النسبة المرتفعة تُعد مؤشرًا إيجابيًا على أن البنية الرقمية للشركة - من حيث الواجهة، أو التوفر، أو سهولة الاستخدام - ليست عائقًا رئيسيًا في حد ذاتها، وهو ما يفتح الباب للتركيز على مشكلات أخرى قد تكون مسؤولة عن ضعف الاستخدام مثل ضعف الوعي أو نقص الثقة أو عدم ملاءمة المحتوى.

في المقابل، نجد أن 16.67% لا يوافقون، و 6.67% لا يوافقون بشدة، ما يعادل ربع العينة تقريبًا (23.34%)، وهي نسبة لا يمكن إغفالها، وتشير إلى وجود فئة من العملاء ما تزال تواجه مشاكل فعلية في الوصول أو التعامل مع المنصات الرقمية، ربما لأسباب تتعلق بالمعرفة الرقمية أو القدرات التقنية الفردية أو جودة الشبكة.



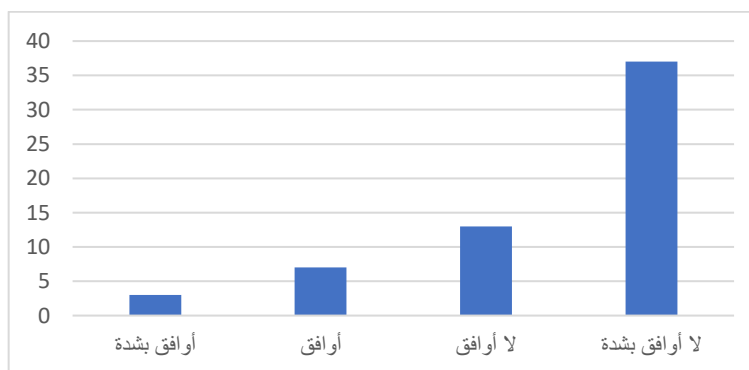
شكل رقم 08 مدى سهولة الوصول إلى المنصات الرقمية الخاصة بشركة SAA

الجدول رقم 12 مدى استخدام المنصة الإلكترونية أكثر من الفرع التقليدي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أوافق بشدة	3	5.00%
أوافق	7	11.67%
لا أوافق	13	21.67%
لا أوافق بشدة	37	61.67%
المجموع	60	100.00%

تظهر بيانات الجدول إلى أن نسبة محدودة من الزبائن (16.67%) صرحوا باستخدامهم المنصة الرقمية أكثر من الفرع التقليدي، في حين أعربت الأغلبية 83.34% (منها 61.67% لا يوافقون بشدة) عن تفضيلها التعامل المباشر مع الفروع التقليدية.

هذا الانخفاض الملحوظ في الاعتماد على المنصة الرقمية يمكن ان يفسر بوجود قصور في التحول الرقمي من حيث التفاعل والاستعمال الفعلي، لا مجرد التوفر. وهو ما يتناقض مع نتائج الجدول السابق، حيث عبّر أكثر من 75% من الزبائن عن سهولة في الوصول إلى المنصات. ما يعني أن المشكلة ليست في إمكانية الوصول، بل في جدوى المنصة، أو جاذبيتها، أو ثقة الزبائن بها. تُبرز هذه المعطيات حاجة الشركة إلى تحفيز الزبائن على الاستخدام الرقمي من خلال توفير خدمات حصرية أو مزايا عبر الإنترنت، إلى جانب حملات توعوية وتوضيحية لأهمية وفعالية هذه الخدمات. كما أن هذه النتيجة قد تعكس استمرار الزبائن في الثقة بالنمط التقليدي، إما بسبب الاعتياد أو الشك في كفاءة المعالجة الرقمية، ما يشير إلى ضرورة تعزيز الثقة الرقمية من خلال الشفافية، السرعة، وخدمة الزبائن الفعالة عبر المنصة.



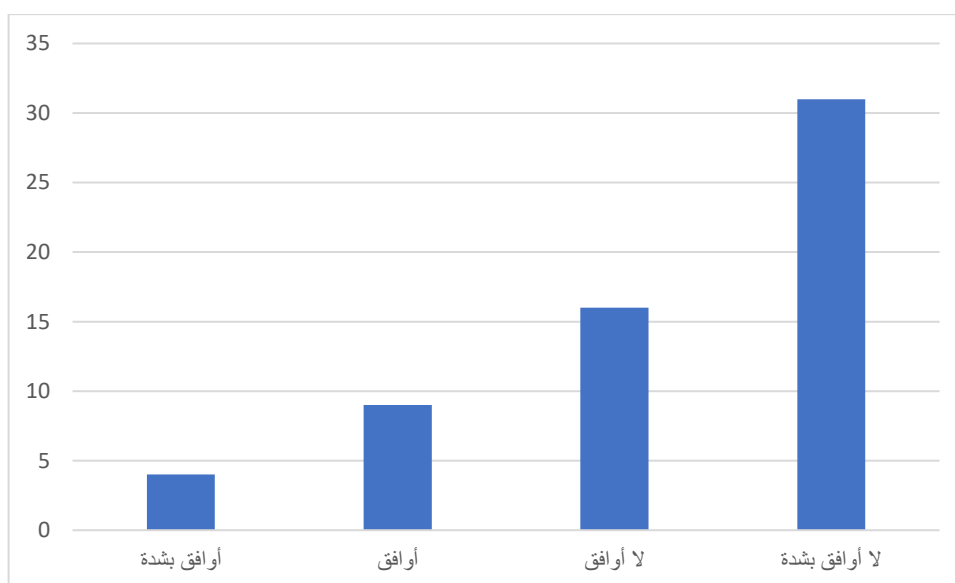
شكل رقم 09 مدى استخدام المنصة الإلكترونية أكثر من الفرع التقليدي

الجدول رقم 13 مدى الشعور بالرضا العام عن خدمات التأمين الرقمية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أوافق بشدة	4	6.67%
أوافق	9	15.00%
لا أوافق	16	26.67%
لا أوافق بشدة	31	51.67%
المجموع	60	100.00%

تعكس نتائج الجدول ضعفاً كبيراً في مستوى الرضا العام عن خدمات التأمين الرقمية المقدمة من شركة SAA ، حيث عبّر أكثر من نصف العينة (51.67%) عن عدم رضا شديد، تليها نسبة 26.67% ممن لا يوافقون أيضاً، ما يعني أن 78.34% من الزبائن غير راضين عن التجربة الرقمية بشكل عام. في المقابل، لم تتجاوز نسبة الراضين (أوافق وأوافق بشدة) 21.67%، وهي نسبة ضعيفة جداً تؤكد أن الخدمات الرقمية المقدمة لا تلبي التوقعات ولا تُحقّق قيمة مضافة ملموسة للمستخدمين. هذا التقييم السلبي يشير إلى أن الزبائن ربما جربوا الخدمات الرقمية ولكن لم يجدوا فيها فعالية أو جودة كافية للاستمرار في استخدامها.

كما ينبغي العمل على استعادة ثقة المستخدم في هذه الخدمات من خلال استراتيجية شاملة للتجربة الرقمية تشمل الجودة والوضوح والموثوقية

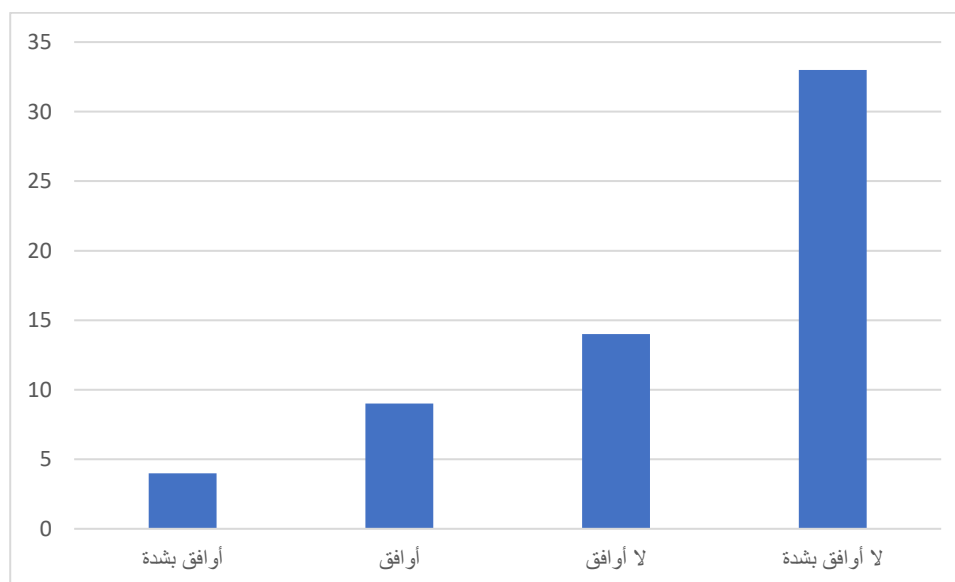


شكل رقم 10 مدى الشعور بالرضا العام عن خدمات التأمين الرقمية

الجدول رقم 14 مدى الخدمات الرقمية متوفرة دائماً دون أعطال

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
أوافق بشدة	4	6.67%
أوافق	9	15.00%
لا أوافق	14	23.33%
لا أوافق بشدة	33	55.00%
المجموع	60	100.00%

تكشف نتائج الجدول عن إشكالية كبيرة في استمرارية الخدمات الرقمية، حيث يرى 78.33% من الزبائن (بينهم 55% لا يوافقون بشدة) أن خدمات التأمين الرقمية تعاني من الأعطال أو الانقطاعات المتكررة، وهو ما يُشكل عاملاً مباشراً في تدني الرضا العام والثقة باستخدام هذه المنصات. في المقابل، لا تتجاوز نسبة من يرون أن الخدمات متوفرة دائماً دون أعطال 21.67%، وهي نسبة ضعيفة يمكن أن يعود هذا إلى ضعف البنية التحتية التقنية أو ضعف الصيانة والتحديث المستمر للمنصة الرقمية. هذا الخلل الواضح في الاستمرارية يُفسّر جزئياً سبب مستوى الاستخدام المنخفض والمتكرر للمنصة، ويفرض على الشركة أن تولي أولوية قصوى لضمان استقرار الخدمة الرقمية



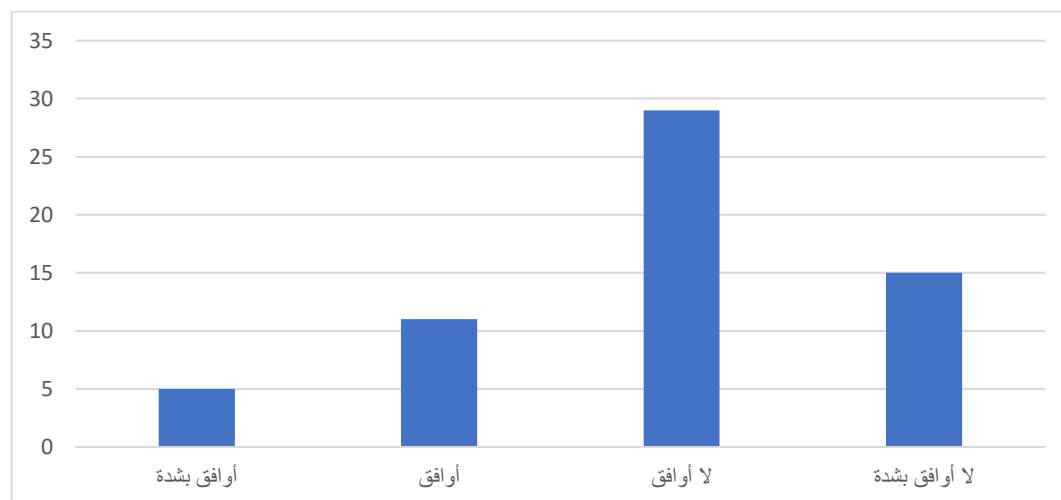
شكل رقم 11 مدى الخدمات الرقمية متوفرة دائماً دون أعطال

الجدول رقم 15 الخدمة المقدمة عبر الإنترنت تستجيب لحاجياتي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أوافق بشدة	5	8.33%
أوافق	11	18.33%
لا أوافق	29	48.33%
لا أوافق بشدة	15	25.00%
المجموع	60	100.00%

تشير نتائج الجدول إلى أن غالبية الزبائن (73.33%) يرون بأن الخدمة الرقمية لا تستجيب لحاجاتهم بالشكل المطلوب، وهي نسبة مرتفعة تؤكد وجود فجوة واضحة بين ما يتوقعه المستخدم وما تقدّمه فعليًا المنصة الرقمية لشركة SAA. فقط 26.66% من العينة يرون أن الخدمة تلبي حاجاتهم بدرجة مقبولة (أوافق وأوافق بشدة)، وهي نسبة ضعيفة لا تكفي لإثبات فعالية النظام الرقمي الحالي. هذا قد يعود الى :

- غياب التخصيص والتفاعل الشخصي في الخدمة.
  - ضعف في خيارات الخدمة المتوفرة أو محدوديتها.
  - ربما بطء في الرد أو معالجة الملفات، مما يجعل التجربة غير مرضية.
- النتائج هنا تكشف جانبًا نوعيًا مهمًا: ليس فقط أن الخدمة غير مستقرة ، بل أيضًا غير ملائمة لحاجات الزبائن، ما يزيد من فجوة الثقة الرقمية ويؤثر سلبيًا على الرضا والتبني.



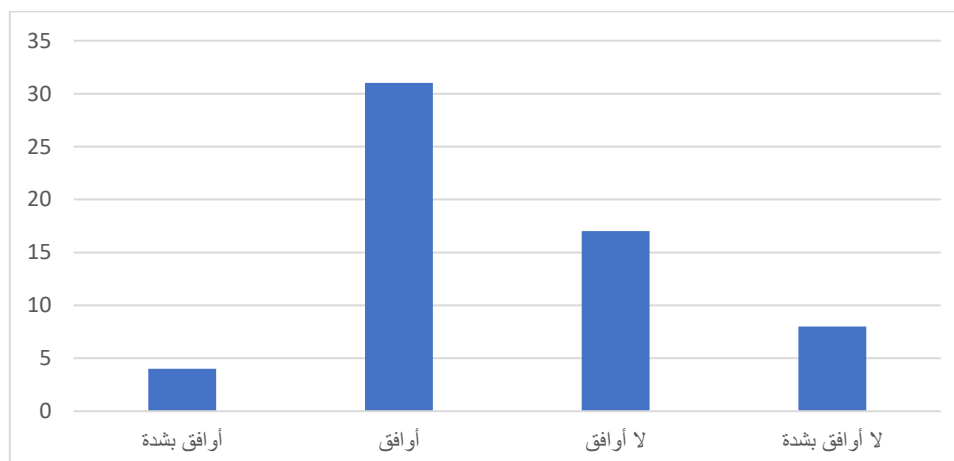
شكل رقم 12 الخدمة المقدمة عبر الإنترنت تستجيب لحاجياتي

الجدول رقم 16 يوضح مدى أثر التحول الرقمي على كفاءة تقديم الخدمة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أوافق بشدة	4	6.67%
أوافق	31	51.67%
لا أوافق	17	28.33%
لا أوافق بشدة	8	13.33%
المجموع	60	100.00%

تكشف نتائج هذا الجدول عن اتجاه إيجابي نسبي بين أفراد العينة حول أثر التحول الرقمي في تحسين كفاءة تقديم خدمات التأمين، حيث عبّر 58.34% من الزبائن (أوافق بشدة + أوافق) عن اقتناعهم بأن الرقمنة ساعدت على تسريع المعالجة وتبسيط الإجراءات. مع ذلك فإن النسبة المتبقية (41.66%) ممن لا يوافقون على ذلك تمثل مؤشراً غير مطمئن، يشير إلى وجود تجارب متفاوتة، أو اختلاف في مدى استفادة الزبائن من الرقمنة حسب الحالات أو نوعية الملفات. ويمكن تفسير هذا الانقسام بوجود:

- تفاوت في تطبيق الرقمنة بين خدمات أو فروع مختلفة.
  - بطء في بعض الإجراءات رغم رقمنتها، بسبب بقاء بعض الأجزاء الورقية أو البيروقراطية.
  - نقص في تدريب الموظفين على تسريع التعامل الرقمي.
- النتائج توضح أن هناك بداية لفاعلية رقمية لكنها غير شاملة بعد، وأن كفاءة الأداء تحتاج لتعزيز الرقمنة بشكل أوسع وتكاملي مع نظام العمل الداخلي.



شكل رقم 13 أثر التحول الرقمي على كفاءة تقديم الخدمة



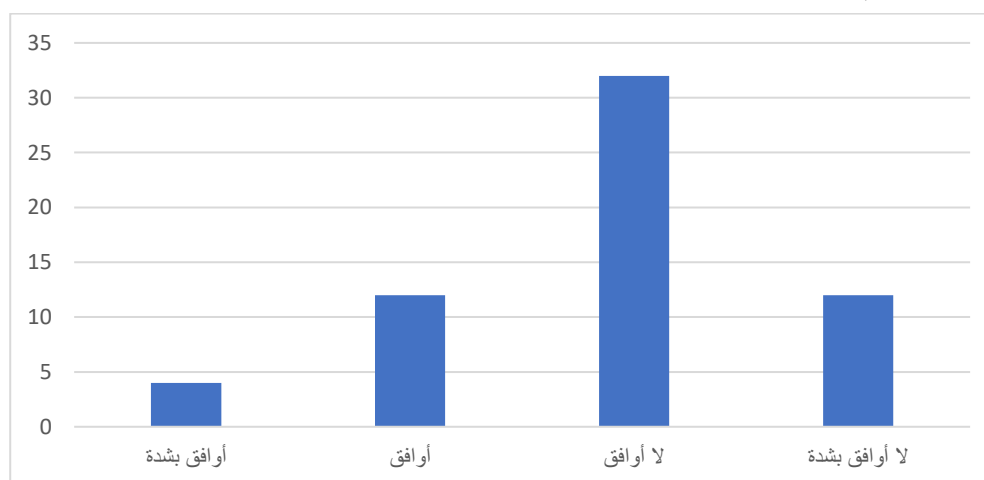
الجدول رقم 17 مدى تقليل الخدمات الرقمية من الوثائق والإجراءات الورقية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أوافق بشدة	4	6.67%
أوافق	12	20.00%
لا أوافق	32	53.33%
لا أوافق بشدة	12	20.00%
المجموع	60	100.00%

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن أغلب المستخدمين من خدمات شركة SAA (بنسبة 73.33%) يرون أن الخدمات الرقمية لم تساهم بشكل فعال في تقليل الوثائق والإجراءات الورقية، وهو مؤشر واضح على وجود قصور في تحقيق الأتمتة والتحول الرقمي الكامل داخل الشركة، هذا الموقف يعكس:

- استمرار اعتماد كبير على الإجراءات الورقية التقليدية.
  - ضعف تكامل الأنظمة الرقمية مع العمليات الداخلية.
  - ربما وجود قيود تنظيمية أو إدارية تعيق استبدال الوثائق الورقية بالكامل.
- في المقابل، هناك 26.67% فقط ممن يؤكدون وجود تحسن ملموس في هذا الجانب، مما يشير إلى وجود بعض التجارب الإيجابية لكنها غير شائعة أو غير عامة.

بالتالي يجب أن تركز الشركة جهودها على تطوير البنية التحتية الرقمية، وإعادة هندسة العمليات لتقليل التداخل الورقي وتعزيز فعالية الخدمات الرقمية



شكل رقم 14 قللت الخدمات الرقمية من الوثائق والإجراءات الورقية

الجدول رقم 18 تسهيل التحول الرقمي تتبع وضعية ملف التأمين

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أوافق بشدة	5	8.33%
أوافق	6	10.00%
لا أوافق	16	26.67%
لا أوافق بشدة	33	55.00%
المجموع	60	100.00%

تُظهر نتائج هذا الجدول أن الغالبية العظمى من العملاء (81.67%) يشعرون أن التحول الرقمي لم يساهم بشكل فعال في تسهيل عملية تتبع وضعية ملف التأمين، حيث أعربوا عن عدم رضاهم بهذا الجانب (لا أوافق + لا أوافق بشدة).

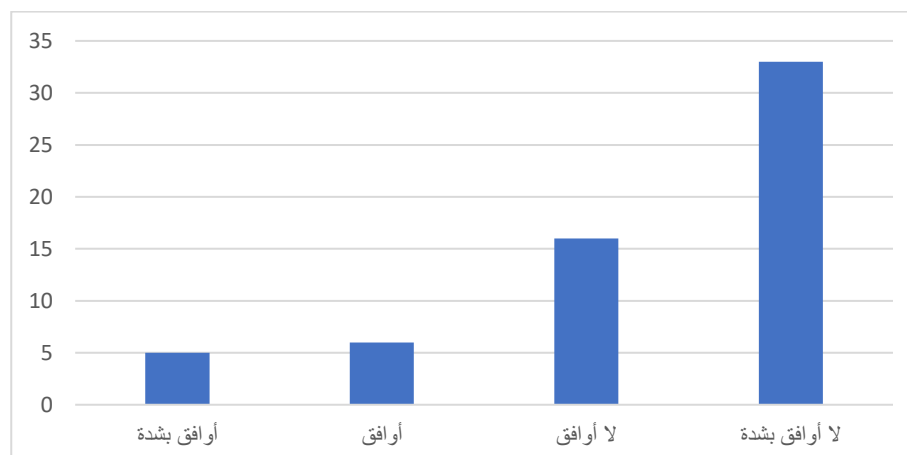
هذا يعكس وجود قصور واضح في تجربة المستخدم مع منصة الشركة الرقمية، مما قد يعود إلى:

- ضعف نظام التتبع الإلكتروني أو نقص في تحديث المعلومات بشكل مستمر.
- تعقيدات تقنية في واجهة المستخدم تمنع سهولة الوصول للمعلومات.
- نقص الدعم أو الإرشاد لكيفية استخدام خاصية التتبع.

بالمقابل، نسبة ضئيلة (18.33%) فقط أظهرت رضاً أو رضاً جزئياً، مما يدل على أن

التحول الرقمي لم يصل بعد إلى مرحلة تحقيق المزايا الكاملة في هذا المجال.

بالتالي، على شركة SAA تعزيز نظام التتبع الرقمي لتوفير شفافية أكبر وتحسين تجربة العملاء



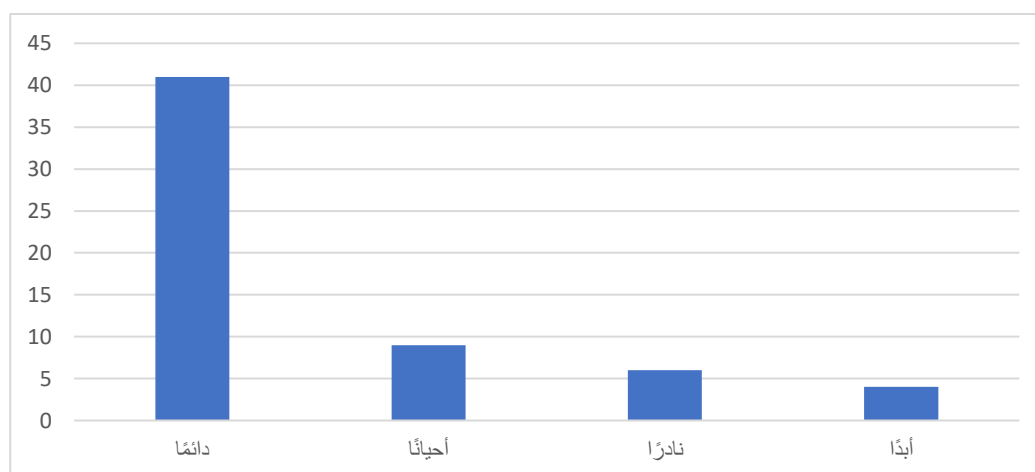
شكل رقم 15 سهّل التحول الرقمي تتبع وضعية ملف التأمين

الجدول رقم 19 التحديات التي تواجه المستخدمين من الخدمات الرقمية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
دائمًا	41	68.33%
أحيانًا	9	15.00%
نادرًا	6	10.00%
أبدًا	4	6.67%
المجموع	60	100.00%

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن نسبة كبيرة جداً من العملاء (68.33%) يواجهون صعوبات تقنية دائمة عند استخدام منصة SAA الرقمية، في حين يعاني 15% منهم من هذه المشكلات أحياناً فقط. هذا يعني أن ما يقارب 83.33% من المستخدمين يعانون بشكل متكرر أو مستمر من مشاكل تقنية. هذه النتيجة تؤكد وجود تحديات تقنية واضحة تعيق استخدام الخدمات الرقمية بفعالية، مثل:

- أعطال متكررة في النظام أو انقطاعات في الخدمة.
  - ضعف في تصميم واجهة المستخدم أو تعقيد الإجراءات الرقمية.
  - مشاكل في التوافق مع الأجهزة أو متصفحات الإنترنت المختلفة.
- بينما نسبة ضئيلة فقط (16.67%) لا تواجه هذه المشاكل بشكل دائم أو نادر، مما يدل على أن غالبية العملاء يعانون من هذه العقبات. من المهم أن تركز الشركة جهودها على تحسين الاستقرار التقني للمنصة، وتقديم دعم فني مستمر للمستخدمين لضمان تجربة استخدام سلسة.



شكل رقم 16 يوضح التحديات التي تواجه المستخدمين من الخدمات الرقمية

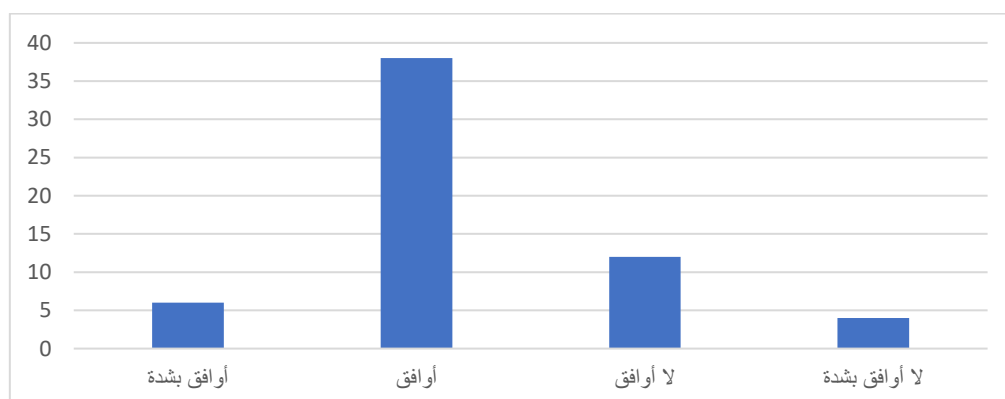
الجدول رقم 20 مدى افتقار إلى المعرفة الكافية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
أوافق بشدة	6	10.00%
أوافق	38	63.33%
لا أوافق	12	20.00%
لا أوافق بشدة	4	6.67%
المجموع	60	100.00%

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن نسبة كبيرة من المستفيدين من خدمات التأمين الرقمية تعاني من نقص في المعرفة الكافية لاستخدام هذه الخدمات بكفاءة، حيث وافق 63.33% منهم، و10% أبدوا موافقة شديدة على هذا الشعور، أي أن ما مجموعه 73.33% من العينة يعترفون بوجود قصور في معرفتهم الرقمية.

هذا يعكس وجود فجوة معرفية وتقنية لدى أغلب العملاء، مما قد يؤثر سلباً على قدرتهم على الاستفادة الكاملة من الخدمات الرقمية، ويبرز الحاجة إلى:

- تنظيم حملات توعية وتدريب لتعزيز المهارات الرقمية لدى العملاء.
  - توفير دعم فني وتعليمي مبسط يوجه المستخدمين خطوة بخطوة.
  - تحسين تصميم المنصة الرقمية بحيث تكون أكثر سهولة ويسر في الاستخدام.
- في المقابل، فقط 26.67% من العملاء يعتقدون أن لديهم المعرفة الكافية، وهو ما يشير إلى أن المشكلة ليست شاملة لكن تأثيرها كبير.



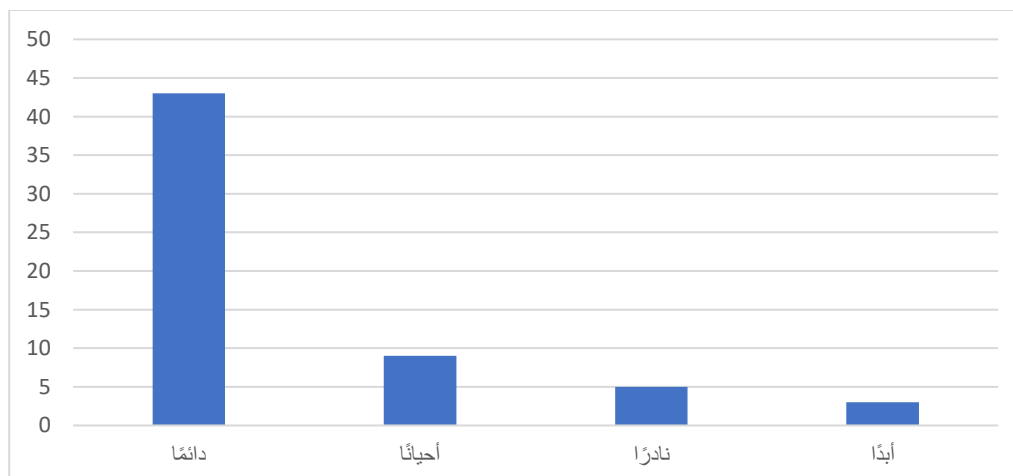
شكل رقم 17 افتقار إلى المعرفة الكافية

الجدول رقم 21 مدى ضعف الإنترنت يعيق الاستخدام

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية(%)
دائمًا	43	71.67%
أحيانًا	9	15.00%
نادرًا	5	8.33%
أبداً	3	5.00%
المجموع	60	100.00%

تعكس نتائج هذا الجدول أن نسبة كبيرة جداً من المستخدمين من خدمات التأمين الرقمية تعاني من ضعف في جودة الإنترنت يؤثر بشكل مستمر على قدرتهم على استخدام هذه الخدمات، حيث أشار 71.67% منهم إلى أنهم يواجهون ضعف الإنترنت "دائمًا" أثناء الاستخدام، فيما يواجه 15% المشكلة "أحيانًا". هذا يوضح أن تحدي البنية التحتية لشبكات الإنترنت يشكل عائقاً رئيسياً أمام استغلال الخدمات الرقمية بشكل فعال، مما يؤثر سلباً على تجربة المستخدمين ويحد من انتشار التحول الرقمي داخل شركة SAA – فرع تيارت. ومن هنا، تبرز أهمية:

- تحسين جودة شبكة الإنترنت في المناطق التي تخدمها الشركة.
- توفير حلول بديلة مثل التطبيقات الخفيفة التي تعمل في ظروف اتصال ضعيفة.
- تعزيز التعاون مع مزودي خدمات الإنترنت لتحسين الاستقرار والسرعة.



شكل رقم 18 مدى ضعف الإنترنت يعيق الاستخدام

مقابلة مع مدير شركة – SAA فرع تيارت حول أثر التحول الرقمي على خدمات التأمين عبر الإنترنت  
أولاً: معلومات عامة

### 1. ما هي وظيفتك داخل الشركة؟ وهل يمكنك التحدث عن مهامك الأساسية؟

يشغل المدير الحالي لشركة – SAA فرع تيارت منصب الإدارة والتوجيه الشامل للوكالة الفرعية. تتمثل مهامه الأساسية في الإشراف على سير العمل اليومي لجميع أقسام الشركة، واتخاذ القرارات الاستراتيجية المتعلقة بتحسين جودة خدمات التأمين التي ترسمها له السلطة التي اعلى منه في الشركة، بالإضافة إلى ضمان تنفيذ السياسات التنظيمية المعتمدة من الإدارة العليا. كما يشرف على تنسيق التواصل بين الوكالة والزيائن لضمان تحقيق رضاهم.

### 2. كم عدد سنوات خبرتك في الشركة؟ وكيف أثرت خبرتك الطويلة أو القصيرة على فهمك للتحول الرقمي في الوكالة؟

يمتلك مدير فرع وكالة SAA محل الدراسة خبرة مهنية تفوق العشرين سنة داخل الشركة، مما أكسبه اطلاعاً معمقاً على تطور نشاط التأمين على مستوى الوكالة، وقدرة على تقييم التغيرات الحاصلة نتيجة إدخال التقنيات الرقمية، خاصة فيما يتعلق بخدمات التأمين عبر الإنترنت. وتُمكنه هذه التجربة الطويلة من تقديم رؤية شاملة لا تقتصر على واقع التحول الرقمي داخل الوكالة فحسب، بل تمتد أيضاً إلى فهم التوجهات العامة التي تتبناها الشركة الأم في هذا المجال، سواء من الجانب التقني أو من الناحية التنظيمية والإدارية. وبفضل هذا الإلمام الواسع، يمكن اعتباره مصدراً موثقاً في رصد مستوى التحول الرقمي في الشركة، وتقييم فعالية خدمات التأمين الرقمية، بالإضافة إلى تحديد أبرز التحديات والعقبات التي تواجه هذا المسار من داخل المؤسسة نفسها.

### 3. هل تلقيت أي تدريب أو تكوين خاص باستخدام المنصات الرقمية؟

لم يتلق المدير أي تدريب أو تكوين رسمي متخصص في استخدام المنصات الرقمية الخاصة بالشركة، وهو ما يعكس واقع محدودية البرامج التدريبية المقدمة للكوادر الإدارية في الوكالة الفرعية. بالرغم من ذلك، فقد اعتمد على الخبرة العملية الذاتية والتعلم المستمر من خلال التعامل اليومي مع الأنظمة الرقمية، بالإضافة إلى تبادل الخبرات مع موظفين مختصين في المجال التقني. إلا أن غياب التدريب الرسمي يشكل تحدياً في تعميق مهاراته الرقمية وقدرته على مواكبة التطورات السريعة في مجال التحول الرقمي، مما يبرز أهمية توفير برامج تدريبية مستدامة للمديرين بهدف تعزيز كفاءتهم ودعم نجاح عملية التحول الرقمي داخل الوكالة.

ثانيًا: التحول الرقمي في خدمات التأمين عبر الإنترنت

أ. إبرام العقود عبر الإنترنت

هل تتيح الشركة حاليًا للزبائن إمكانية إبرام عقود التأمين إلكترونيًا عن بعد؟

في الوقت الحالي، لا توفر شركة - SAA فرع تيارت خدمة إبرام عقود التأمين إلكترونيًا عن بعد ولا توجد هذه الخدمة على المستوى العام للشركة الأم . يعتمد النظام المعمول به على الأسلوب التقليدي، حيث يُطلب من الزبائن الحضور شخصيًا إلى الوكالة لإتمام إجراءات التعاقد. يعكس هذا الواقع محدودية تطبيق التحول الرقمي في هذه المرحلة، والذي قد يكون مرتبطًا بعوامل تقنية أو تنظيمية داخل الوكالة أو على مستوى الشركة الأم. كما يشير ذلك إلى وجود فجوة بين الإمكانيات التقنية المتاحة والحاجة إلى تطوير خدمات رقمية متكاملة تسهل على الزبائن إنجاز معاملاتهم عن بعد، وهو ما قد يشكل فرصة مهمة للتحسين المستقبلي.

ب. تسوية المطالبات التأمينية إلكترونيًا عبر الإنترنت

كيف تتم متابعة مطالبات الزبائن عبر الإنترنت؟

تتطلب متابعة مطالبات الزبائن في شركة - SAA فرع تيارت الحضور الفعلي إلى الوكالة، حيث يتم تقديم الوثائق الضرورية ومتابعة المعالجة بشكل مباشر. لا تتوفر حاليًا آلية إلكترونية متكاملة لمتابعة وتسوية المطالبات عبر الإنترنت، مما يعكس محدودية الخدمات الرقمية المقدمة في هذا الجانب. يعتمد النظام الحالي على الإجراءات التقليدية التي تشمل التفاعل الشخصي، وهو ما قد يؤثر على سرعة وفعالية معالجة المطالبات، ويزيد من الأعباء على العملاء وموظفي الوكالة. هذا الواقع يبرز الحاجة الملحة لتطوير منصات رقمية تمكن العملاء من تقديم ومتابعة مطالباتهم إلكترونيًا، مما يساهم في تحسين جودة الخدمة وزيادة رضا الزبائن.

ج. الدفع الإلكتروني وخدمات الزبائن

هل تتيح الشركة إمكانية الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت؟ كيف ولماذا؟

تتيح شركة - SAA فرع تيارت لزبائنهم إمكانية الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت كخدمة متوفرة حاليًا، مما يعكس بداية تطبيق التحول الرقمي في جانب المعاملات المالية. تساهم هذه الخدمة في تسهيل عمليات الدفع وتقليل الحاجة للحضور الشخصي، وهو ما يتماشى مع توجهات العصر الرقمي ويعزز من راحة العملاء وكفاءة العمليات.

هل تعتقد أن التحول الرقمي قد يخفف الضغط على الوكالة فيما يخص التعامل المباشر مع الزبائن؟  
نعم يُلاحظ أن التحول الرقمي قد يخفف الضغط على الوكالة بشكل كبير ويوفر الجهد والوقت والتكلفة، حيث ما زال جزء كبير من التعاملات يتطلب الحضور المباشر. على الرغم من إطلاق خدمة الدفع عبر الإنترنت، إلا أن العديد من الإجراءات الأخرى لا تزال تعتمد على التفاعل التقليدي، مما يقلل من التأثير الكامل للتحول الرقمي في تقليل الجهد والوقت والتكلفة على الزبون من جهة والوكالة. من جهة أخرى.

يرجع التأثير المحدود للتحول الرقمي في الشركة عموماً والوكالة خصوصاً إلى أن الخدمات الرقمية المتوفرة حالياً تغطي جزءاً ضئيلاً فقط من العمليات التأمينية، مثل الدفع الإلكتروني والتسويق الرقمي، في حين أن الإجراءات المهمة الأخرى مثل إبرام العقود وتسوية المطالبات لا تزال تتم بشكل تقليدي يتطلب الحضور الشخصي. بالإضافة إلى ذلك، يواجه بعض الزبائن صعوبات تقنية أو نقص في المعرفة الرقمية، مما يجعلهم يفضلون التعامل المباشر مع الموظفين.

هذه العوامل مجتمعة تحد من إمكانية تعميم الخدمات الرقمية وتقلل من الفاعلية في تقليل عمل الوكالة. لذلك، يلزم التوسيع في الخدمات الرقمية وتوفير الدعم والتدريب اللازم للزبائن لتعزيز الاستفادة من التحول الرقمي بشكل كامل.

#### د. روبوتات الدردشة (Chabots) والذكاء الاصطناعي

هل تعتمد الشركة على روبوتات الدردشة أو مساعدين رقميين للرد على استفسارات الزبائن؟  
تؤكد شركة - SAA فرع تيارت عدم اعتمادها حالياً على تقنيات روبوتات الدردشة أو المساعدين الرقميين في التواصل مع الزبائن والرد على استفساراتهم.

يعود ذلك إلى محدودية الموارد التقنية والبنية التحتية الرقمية المتاحة للوكالة الفرعية، بالإضافة إلى عدم تبني استراتيجيات متقدمة للتحول الرقمي في هذا المجال. ويُعد هذا الجانب من الخدمات الرقمية فرصة واضحة للتحسين المستقبلي، حيث يمكن لتقنيات الذكاء الاصطناعي أن تسهم بشكل فعال في تحسين جودة وسرعة الاستجابة للزبائن، وتخفيف العبء على الموظفين المباشرين، مما يعزز تجربة المستخدم ويزيد من كفاءة العمليات الداخلية.



هـ. استخدام الرسائل النصية والبريد الإلكتروني والهاتف

هل تستخدم الشركة الرسائل النصية أو رسائل البريد الإلكتروني لإبلاغ الزبائن بمستجدات ملفاتهم أو تذكيرهم بمواعيد انتهاء العقود؟

تقوم شركة - SAA فرع تيارت باستخدام الرسائل النصية والبريد الإلكتروني كوسائل أساسية للتواصل مع الزبائن، حيث تُستخدم هذه الأدوات لإبلاغ العملاء بمستجدات ملفاتهم التأمينية وتذكيرهم بمواعيد دفع الأقساط، فتستخدم الوكالة مثلاً الرسائل النصية لأعلام العميل بدخول مبلغ التعويض إلى حسابه البنكي أو البريدي على خلاف الطريقة التقليدية التي تلزمه بالذهاب إلى الشركة واستلام شيك مبلغ التعويض أو تعلمه الرسالة بقرب نهاية العقد مما يساهم في تعزيز الشفافية وتحسين تجربة العميل.

هل تعتقد أن هذه الطريقة مفيدة في تحسين التواصل؟

نعم، تعتبر هذه الوسائل مفيدة جداً في تحسين قنوات التواصل بين الوكالة والعملاء، حيث تساعد في ضمان وصول المعلومات بسرعة وفعالية، وتساهم في تقليل حالات التأخير أو الإغفال في متابعة الملفات أو المواعيد.

كيف تقيم فعالية هذه الرسائل في تعزيز التواصل مع الزبائن؟

يقيم مدير الشركة فعالية الرسائل النصية والبريد الإلكتروني بدرجة عالية جداً (10/10)، مؤكداً أن هذه الأدوات تلعب دوراً محورياً في تعزيز التواصل مع الزبائن، وزيادة مستوى الرضا لديهم من خلال توفير إشعارات مستمرة وواضحة حول خدمات التأمين المختلفة.

و. استخدام التوقيع الإلكتروني

هل تعتمد الشركة حالياً على التوقيع الإلكتروني في إبرام عقود التأمين؟

حالياً، لا تعتمد الشركة الوطنية للتأمين ولا فروعها كفرع تيارت على التوقيع الإلكتروني في إبرام عقود التأمينات معاملات أخرى حيث ما تزال الإجراءات تعتمد على التوقيع الورقي التقليدي في رأيك، هل سيؤثر استخدام التوقيع الإلكتروني على تحسين جودة وكفاءة خدمات التأمين عبر الإنترنت؟ ولماذا؟

بالتأكيد، يرى مدير الشركة أن اعتماد التوقيع الإلكتروني سيكون له أثر إيجابي ملموس على تحسين جودة وكفاءة خدمات التأمين الرقمية، حيث يسهل التوقيع الإلكتروني عمليات إبرام العقود الإلكترونية المتطورة ويقلل من الحاجة للحضور الشخصي، مما يوفر الوقت والجهد للعملاء والعاملين على حد سواء.

يعزو المدير ذلك إلى أن التوقيع الإلكتروني يسهم في تسريع الإجراءات، ويعزز من أمان الوثائق والمستندات الموقعة رقمياً، كما يحد من المخاطر المرتبطة بفقدان أو تلف الوثائق الورقية. إضافة إلى ذلك، فإن التوقيع الإلكتروني يدعم استراتيجية التحول الرقمي للشركة ويساعد في تقديم خدمة أكثر مرونة وعصرية تتماشى مع تطلعات العملاء في العصر الرقمي.

ثالثاً: التقييم العام للتحول الرقمي في الشركة

### 1. كيف تقيم البنية التحتية الرقمية في الوكالة؟

أوضح مدير فرع شركة SAA في تيارت أن تقييمه للبنية التحتية الرقمية للوكالة يعكس واقعاً محدوداً، حيث منحه درجة تقييم منخفضة تصل إلى 10/4،5، مما يعكس عدم كفاية مستوى تجهيزات الرقمية للشركة حالياً. وأضاف أن البنية التحتية المتوفرة لا تعد كافية لدعم التحول الرقمي بشكل فعال، إذ تحتاج إلى التجهيزات التقنية والموارد اللازمة لتوفير خدمات رقمية متكاملة ومتطورة.

### 2. هل تراها كافية لدعم التحول الرقمي بشكل فعال؟

وأشار المدير إلى أن عملية تطوير الخدمات الرقمية داخل الوكالة ليست متوفرة بالقدر المطلوب الذي ينبغي أن تكون عليه، واصفاً مستوى التطوير بـ "ضعيف جداً"، مما يشير إلى غياب الاستثمارات والتحديثات اللازمة التي تواكب متطلبات العصر الرقمي وتلبي تطلعات العملاء وهذا قد يرجع إلى عوائق وتحديات تحول دون هذا التطور الرقمي في الشركة عموماً وفي خدمات التأمين عبر الانترنت خصوصاً، هذا الوضع ينعكس سلباً على جودة الخدمات الرقمية المقدمة، ويحد من قدرة الوكالة على المنافسة في سوق التأمين المتغير بسرعة

يؤكد المدير على أهمية تعزيز البنية التحتية الرقمية، وتكثيف جهود التطوير والتحديث لتسريع وتيرة التحول الرقمي في الوكالة، بما يسهم في تحسين الأداء وتقديم خدمات تأمين إلكترونية ذات جودة عالية.

### رابعاً: مستوى تطبيق التحول الرقمي داخل الشركة

#### 1. في رأيك، هل قامت شركة SAA بتطبيق أدوات التحول الرقمي بفعالية؟

يرى مدير فرع شركة SAA بتيارت أن تطبيق أدوات التحول الرقمي داخل الشركة لا يزال بعيداً عن الفعالية المطلوبة. بل هو في مراحل الولادة، فقد صرّح صراحة أن الشركة لم تستثمر وتوظف الإمكانيات الرقمية بالشكل المطلوب، سواء على مستوى البنية التحتية، أو الخدمات المقدمة عبر المنصات

الإلكترونية. ويرجع ذلك إلى غياب استراتيجية رقمية شاملة ومتكاملة ووجود عقبات وتحديات مختلفة تضمن التنسيق بين مختلف مكونات العملية التأمينية الرقمية

## 2. هل هناك مجالات تحتاج إلى تحسين؟

وأكد أن جميع مجالات التحول الرقمي في الشركة تقريباً تحتاج إلى تحسين، بدءاً من رقمنة عمليات إبرام العقود وتسوية المطالبات، إلى تطوير قنوات الدفع الإلكتروني، وصولاً إلى تفعيل أدوات الذكاء الاصطناعي والتوقيع الإلكتروني. كما أشار إلى ضعف الاستثمار في الموارد البشرية المؤهلة رقمياً، وغياب التدريب المنهجي المستمر للموظفين، مما يُعيق تبني التحول الرقمي بشكل فعال ومستدام. بناءً على ذلك، شدد المدير على ضرورة إجراء إصلاحات شاملة تشمل جميع الجوانب، من البنية التحتية التقنية إلى تحسين ثقافة التعامل الرقمي، بهدف تحقيق تحول رقمي حقيقي يُواكب متطلبات العصر، ويُعزز من جودة وكفاءة خدمات التأمين عبر الإنترنت.

### خامساً: مقترحات وتحسينات

#### 1. ما هي اقتراحاتك لتحسين التحول الرقمي وخدمات التأمين عبر الإنترنت في الشركة؟

اقترح مدير فرع شركة SAA بتيارت مجموعة من التوصيات الهادفة إلى الارتقاء بواقع التحول الرقمي في المؤسسة، بما يواكب التطورات التقنية المتسارعة في قطاع التأمين. وقد شدد بدايةً على ضرورة بناء بنية تحتية رقمية قوية، قادرة على دعم الأنظمة الحديثة وتحمل الأعباء التشغيلية للخدمات الإلكترونية، خاصة في ظل التوسع المتزايد لاستخدام الإنترنت في المعاملات المالية والإدارية. كما دعا إلى تبني تقنيات رقمية متقدمة تُستخدم في الشركات الرائدة عالمياً، مثل: الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، روبوتات الدردشة، وتحليلات البيانات الذكية، لما لها من دور في أتمتة العمليات، تحسين تجربة الزبائن، وتقديم خدمات أكثر سرعة وفاعلية. وأضاف أن اعتماد تكنولوجيا البلوك تشين في إبرام العقود الإلكترونية يمكن أن يوفر مصداقية وشفافية عالية ويقلل من مخاطر التزوير.

هل هناك أي أفكار أو ملاحظات إضافية تود مشاركتها فيما يخص مستقبل التحول الرقمي في

وفروعها؟

وأكد المدير على أهمية تفعيل قانون الإمضاء الإلكتروني لتسهيل المصادقة على الوثائق عن بعد، وتعميم استخدامه في المعاملات الرسمية، مما سيوفر الوقت ويُخفف الضغط على الوكالات. كما شدد على ضرورة رفع وعي المواطنين حول خدمات التأمين الرقمية من خلال حملات توعوية، إعلانات، وفيديوهات تعليمية عبر المنصات الرقمية.

وفي إطار الأمن السيبراني، دعا إلى تعزيز أنظمة الحماية والوقاية ضد الاختراقات وضمن سرية البيانات، بالتوازي مع سن قوانين وتشريعات ملائمة تضمن الحقوق وتحمي الزبائن في ظل المعاملات الإلكترونية.

في المجمل، عبّر المدير عن رؤيته لمستقبل رقمي وطموح للشركة بشكل عام وفروعها بشكل خاص ومنها وكالة تيارت، يقوم على الابتكار والتقنية، ويستلزم إرادة مؤسساتية قوية واستثمارًا حقيقيًا في الموارد التقنية والبشرية.

**تحليل المقابلة:** توضح المقابلة أن التحول الرقمي في فرع شركة SAA - تيارت لا يزال في مرحلته الأولى، حيث تعتمد الشركة بشكل كبير على الأساليب التقليدية في تقديم معظم خدماتها، مع وجود بعض الخدمات الرقمية الأولية مثل الدفع الإلكتروني. خبرة المدير الطويلة تزيد من فهمه لتطور القطاع، لكنه يفتقر إلى تدريب رسمي في مجال التحول الرقمي، مما يحد من قدرته على قيادة هذا التحول بفعالية.

البنية التحتية الرقمية الحالية غير كافية، وقد تم تقييمها بدرجة منخفضة، بالإضافة إلى غياب استراتيجية رقمية واضحة ومنسقة، ما يسبب بطء في تقدم الرقمنة داخل الوكالة. كما لوحظ غياب استخدام أدوات رقمية متقدمة كالتوقيع الإلكتروني، الذكاء الاصطناعي، وروبوتات الدردشة، على الرغم من فوائدها الكبيرة في تحسين جودة الخدمات وتسريعها.

في المقابل، تستخدم الشركة وسائل اتصال رقمية تقليدية مثل الرسائل النصية والبريد الإلكتروني بشكل فعال لتحسين التواصل مع العملاء، مما يعكس بداية إيجابية في مجال التحول الرقمي. ومن التوصيات المهمة التي قدمها المدير هي تعزيز البنية التحتية الرقمية، تبني تقنيات حديثة، رفع مستوى التدريب والتكوين الرقمي للعاملين، وتوعية العملاء لاستخدام الخدمات الرقمية، بالإضافة إلى الاستفادة من الإطار القانوني المتعلق بالتوقيع الإلكتروني لدعم الرقمنة.

بالتالي، فإن نجاح التحول الرقمي في الشركة الوطنية للتأمين عامة وفروعها ومنها فرع تيارت يتطلب استراتيجية شاملة، استثمارات تقنية وتدريبية مكثفة، إلى جانب تعاون بين الإدارات المختلفة لتحقيق أهداف الرقمنة وتحسين.

مقارنة بين نتائج الاستبيان والمقابلة

الجدول رقم 22 مقارنة بين نتائج الاستبيان والمقابلة

المحور	نتائج المقابلة	نتائج الاستبيان	التوافق / الاختلاف
البنية التحتية الرقمية	تقييم ضعيف (10/4.5)، نقص في الأجهزة والدعم التقني	رضا محدود، مشاكل تقنية متكررة	توافق على ضعف البنية التحتية
إبرام العقود إلكترونياً	غير متوفر، يعتمد على الإجراءات الورقية	معظم العملاء أكدوا عدم توفر الخدمة	اتفاق كامل على عدم وجود خدمة العقود الرقمية
متابعة المطالبات عبر الإنترنت	غير متوفر، يتم عبر الحضور الشخصي	يواجه العملاء صعوبات وتأخيرات بسبب النظام التقليدي	توافق على ضعف الخدمات الرقمية
الدفع الإلكتروني	متوفر ويعتبر خدمة ناجحة ومقبولة	رضا نسبي حول سهولة الاستخدام	توافق على أن الدفع الإلكتروني نقطة قوة
التواصل الإلكتروني (رسائل وبريد)	فعال جداً وحاصل على تقييم 10/10	رضا عالٍ من العملاء	توافق تام على فعالية التواصل الإلكتروني
التوقيع الإلكتروني والذكاء الاصطناعي	غير مستخدم حالياً، حاجة لتطوير	عدم رضا وطلب لتوفير هذه التقنيات	توافق على غياب التقنيات الحديثة
التدريب والدعم الفني	محدود جداً، لا توجد برامج تدريبية كافية	قلة التدريب تؤثر على الاستخدام	توافق على ضعف الدعم الفني والتدريب

من اعداد الطالب بناء على الاستبيان والمقابلة

ملخص هذه المقارنة:

- نقاط القوة : الدفع الإلكتروني والتواصل عبر الرسائل النصية والبريد الإلكتروني، مما يسهل تجربة العملاء.
- نقاط الضعف : البنية التحتية الرقمية غير كافية، نقص الخدمات الرقمية المتطورة، ضعف التدريب والدعم الفني.
- الاتفاق العام : هناك حاجة ماسة لتعزيز القدرات الرقمية وتوفير خدمات متكاملة لتحسين التحول الرقمي في الوكالة.

### خلاصة الفصل الثاني:

من خلال الدراسة الميدانية التي اعتمدت على أداتي الاستبيان والمقابلة، تبين أن التحول الرقمي في وكالة SAA بتيارت لا يزال في مراحله الأولى، ويواجه عددًا من التحديات المرتبطة بالبنية، التكوين، وطبيعة الخدمات. وعلى الرغم من وجود خطوات إيجابية نحو الرقمنة، إلا أن النتائج لا تزال دون المستوى المطلوب، الأمر الذي يستدعي تدخلًا من الإدارة العامة للشركة من أجل تسريع وتيرة التحول الرقمي وتحقيق أهدافه الاستراتيجية في تحسين الخدمات التأمينية وتيسير الوصول إليها عبر الإنترنت.

# الخاتمة

في ضوء المعطيات الميدانية وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية، يمكن القول إن التحول الرقمي في قطاع التأمين بالجزائر، وتحديدًا في وكالة SAA بولاية تيارت، قد بدأ يخطو خطوات متواضعة نحو الرقمنة والتحول الرقمي، غير أنه لا يزال يعاني من مظاهر القصور البنيوي والتشغيلي التي تُقيد فعاليته وتُحدّ من أثره على الخدمات المقدمة عبر الإنترنت.

وقد انطلقت الدراسة من الفرضية العامة التي مفادها:

"يفترض أن وكالة SAA بتيارت، تتمتع بواقع رقمي دون المتوسط في خدمات التأمين عبر الإنترنت وقد أكدت النتائج الميدانية صحة هذه الفرضية إلى حدّ كبير، إذ تم رصد أثر إيجابي نسبي في تسريع بعض الإجراءات وتحسين مستوى الخدمة وليس تقديمها عن بعد، إلا أن هذا التحسن بقي محدودًا.

فقد أظهرت الدراسة أن التحول الرقمي في الوكالة لا يزال جزئيًا، ويقتصر على خدمات محدودة مثل التقدير الأولي للأسعار والتواصل عبر البريد الإلكتروني، والدفع الإلكتروني دون أن يشمل جوهر العملية التأمينية. كما كشفت المعطيات عن فجوة بين الطموحات والواقع، إذ لم تحقق الخدمات الرقمية بعد نقلة نوعية في الأداء أو رضا الزبائن. وتم التأكد من هذه النتائج من خلال البيانات الإحصائية والمقابلة مع مدير الوكالة.

أما بالنسبة للفرضيات الفرعية، فقد أظهرت النتائج ما يلي:

1. الفرضية الأولى (البنية التحتية الرقمية): تأكدت جزئيًا، حيث تتوفر للوكالة بنية رقمية مقبولة، لكنها غير مكتملة وتعاني من نقص في التحديث والتكامل مع النظام المركزي، ما يؤثر على استقرار الخدمات الرقمية.

2. الفرضية الثانية (تأهيل الموظفين): ثبتت صحتها بشكل واضح؛ إذ أكدت البيانات وجود قصور كبير في التكوين المستمر، مع غياب استراتيجية واضحة لبناء كفاءات رقمية داخلية.

3. الفرضية الثالثة (الخدمات والرضا): ثبتت بدقة؛ فالوكالة تقدم بعض الخدمات عبر الإنترنت، لكن رضا الزبائن عنها لا يزال دون المتوسط، نتيجة لضعف الاستجابة التقنية وقلة التفاعل البشري.

4. الفرضية الرابعة (التحديات): تم تأكيدها بقوة، إذ كشفت الدراسة عن جملة من العراقيل التي تعيق التحول الرقمي، منها ضعف الموارد، مقاومة التغيير، عدم استقرار المنصات الرقمية، وتزداد بعض الزبائن في استخدام الخدمات الإلكترونية.



5. الفرضية الخامسة (الأثر على جودة الخدمة): ثبتت بشكل جزئي؛ حيث ساهمت الرقمنة في تحسين سرعة بعض الإجراءات (مثل تتبع الملفات)، لكنها لم تحقق بعد تحسناً شاملاً في جودة الخدمة، ما يشير إلى أثر محدود وغير متوازن.

#### خلاصة النتائج الأساسية للبحث:

- ✓ التحول الرقمي ما يزال في مرحلة الانتقال الأولي ولم يبلغ بعد درجة "النضج الرقمي".
- ✓ الخدمات الموجودة عبر الانترنت لدى الوكالة تتمثل في الموقع الإلكتروني للشركة، يتم فيه تسويق المنتجات، والتقييم الأولي للأسعار عن بعد عن طريق الهاتف أو البريد، وخدمة الدفع الإلكتروني بالإضافة إلى تحديد أقرب وكالة للزبون عبر الموقع
- ✓ توجد فجوة بين ما تطمح إليه الإدارة من خدمات رقمية، وما هو فعلي على الأرض.
- ✓ العامل البشري، وضعف التنسيق، وغياب الرؤية الاستراتيجية، كلها تُعد من أبرز معوقات التحول الرقمي.

✓ رضى الزبائن عن الخدمات الرقمية لا يزال متذبذباً، ويعتمد بدرجة كبيرة على الجهود الفردية للموظفين، وليس على نظام مؤسسي رقمي فعال.

#### أهم التحديات التي تعيق الرقمنة في وكالة SAA بتيارت:

- ضعف التجهيزات والمعدات الرقمية.
- غياب تكوين ممنهج ومستمر للموظفين.
- عدم تفعيل بعض الخدمات الرقمية بالكامل.
- نقص الوعي الرقمي لدى بعض الزبائن وترددهم في التعامل الرقمي .
- غياب التفاعل بين النظام المركزي والوكالات المحلية.
- عدم وضوح استراتيجية مركزية شاملة للتحول الرقمي.
- غياب إطار قانوني داعم وفعال للتعاملات الرقمية.
- 8. ضعف التقييم والمتابعة لمدى نجاعة الخدمات الرقمي.
- 9. عدم استثمار الشركة الام في التقنيات الرقمية الحديثة التي تكون أساسية للتحول الرقمي .
- 10. عدم استغلال تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي أو الحوسبة السحابية.

### أهم التوصيات المقترحة:

- تعزيز البنية التحتية الرقمية من خلال الاستثمار في المعدات وتحديث الشبكات والأنظمة.
- وضع خطة تكوين رقمية سنوية للموظفين، تشمل دورات تطبيقية ومرافقة تقنية.
- تحسين تجربة المستخدم الرقمي من خلال تصميم منصات سهلة الاستخدام وسريعة الاستجابة.
- إطلاق حملات توعوية تستهدف الزبائن لتعزيز الثقة في الخدمات الرقمية.
- إنشاء لجان رقمية داخلية بكل فرع لمتابعة تنفيذ استراتيجية الرقمنة وتقييمها دورياً.
- تكامل المنصات بين المركز والفروع لضمان تقديم خدمات موحدة وسلسة.
- مراجعة الإطار القانوني والتنظيمي لتمكين استخدام التوقيع الإلكتروني، العقود الرقمية، وحماية البيانات.

### آفاق الدراسة:

1. إجراء دراسات مقارنة بين فروع متعددة لشركة SAA أو بين شركات تأمين عمومية وخاصة، لفهم التفاوت في مستوى التحول الرقمي، والعوامل المؤثرة فيه.
2. توسيع نطاق الدراسات الميدانية لتشمل الزبائن، بهدف استقصاء تصوراتهم، ومستوى رضاهم، ومدى تفاعلهم مع الخدمات الرقمية، بما يُمكن من تطوير استراتيجيات تركز على "تجربة الزبون".
3. تحليل العلاقة بين التحول الرقمي والأداء المؤسسي من خلال مؤشرات كمية مثل السرعة، الكفاءة، خفض التكاليف، وزيادة عدد العقود الإلكترونية.
4. اقتراح نموذج استراتيجي وطني للتحول الرقمي في قطاع التأمين، يأخذ في الحسبان التحديات التقنية والبشرية والقانونية، ويستند إلى ممارسات دولية ناجحة.
5. إجراء دراسات معمقة حول دور التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات الضخمة، والبلوكشين، في تحسين التنبؤ بالمخاطر، وأتمتة المطالبات، وتخصيص الخدمات.
6. دراسة أثر التكوين الرقمي على أداء الموظفين وجودة الخدمة، وتحديد المسارات المثلى لبناء كفاءات رقمية مستدامة داخل شركات التأمين.
7. تقييم الأطر القانونية والتنظيمية ذات الصلة بالتأمين الرقمي، واقتراح تعديلات تشريعية لدعم التعاملات الإلكترونية، وحماية البيانات، وتعزيز الثقة الرقمية.

يتضح من مجمل الدراسة أن التحول الرقمي داخل وكالة SAA بتيارت لم يحقق بعد الأهداف المنتظرة منه، إذ لا يزال محدودًا في نطاق ضيق، ومشوبًا بالتحديات التقنية والبشرية والتنظيمية. لكن رغم هذه العراقيل، توجد إشارات مشجعة تدل على وجود إرادة للتغيير واعتراف بضرورة الرقمنة، مما يُعد أساسًا يمكن البناء عليه مستقبلاً.

ولكي يتحوّل هذا الواقع إلى نجاح رقمي فعلي، فإن الأمر يتطلب إعادة هندسة شاملة للأنظمة، وتكاملاً حقيقياً بين التكنولوجيا، الموارد البشرية، والاستراتيجية العامة، بما يسمح بترسيخ ثقافة رقمية داخل المؤسسة، وتحقيق انتقال حقيقي نحو نموذج تأميني عصري يتماشى مع متطلبات الزبائن وسوق التأمين الحديثة.

وبالتالي فإن التحول الرقمي ليس مجرد تقنية، بل هو فلسفة تغيير وإصلاح مؤسساتي عميق، لا يمكن أن يُثمر دون قيادة حازمة، تخطيط منهجي، واستثمار جاد في العنصر البشري والبنية التحتية.

قائمة المصادر

والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع العربية

- علمي حسيبة، و بهلولي فيصل . (2021). واقع سوق اعادة التأمين في الجزائر -دراسة تحليلية لفترة (2018-2010). المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، 10(1)، الصفحات 173-189.
- نسرين بوطاروس، و الجمعي حجام . (2024). المنصات الرقمية الاعلامية الجزائرية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل. مجلة الاعلام والمجتمع، 8(1)، الصفحات 345-358.
- ابن منصور. (2011). لسان العرب (المجلد 12). بيروت، لبنان: دار إحياء التراث العربي.
- ابن منظور. (2009). لسان العرب (المجلد 13). بيروت: دار صادر.
- أحمد أمين مصطفى. (2018). التحول الرقمي في الجامعات المصرية كمتطلب لتحقيق مجتمع المعرفة. مجلة الادارة التربوية، 19(1)، الصفحات 11-117.
- اسيا بلقاضي. (2024). متطلبات التحول الرقمي ودورها في تحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة في قطاع الاتصالات -دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر المجلد :09، العدد:01، 9(1)، الصفحات 690-710.
- أشرف الطراونة. (21 03 , 2024). فوائد ومميزات التحول الرقمي وأهميته في 2024 واهم الايجابيات والسلبيات. تم الاسترداد من LENKEDIN:  
<https://ae.linkedin.com/pulse/%D9%81%D9%88%D8%A7%D8%A6%D8%AF-%D9%88%D9%85%D9%85%D9%8A%D8%B2%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A-%D9%88%D8%B9%D9%8A%D9%88%D8%A8%D9%87-%D9%88%D8%A3%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%AA%D9%>
- الجزائرية وكالة الانباء. (12 جويلية، 2022). تأمينات: حركة للرؤساء المدراء العامين للشركات العمومية. تم الاسترداد من وكالة الانباء الجزائرية:  
<https://www.aps.dz/ar/economie/129132-2022-07-12-20-17-42>
- الجزائرية وكالة الانباء. (2023). الشركة الوطنية للتأمين ترفع رأسمالها إلى 35 مليار دينار جزائري. تم الاسترداد من  
<https://www.aps.dz/ar/economie/140099-35>
- السيد البدوي حامد ريهام . (2020). يبريانظمة التحول الدلالي بين المعجم والقرآن الكريم. الصفحات 3041-3031.
- الشركة الوطنية للتأمين SAA. (2023). العرض التقديمي للشركة الوطنية للتأمين SAA. تم الاسترداد من  
<https://la.saa.dz/ar/about>
- بخاوة محمد الامين ، و طربي حمزة . (2024). تعزيز شفافية افصاح سلاسل التوريد باستخدام تطبيقات بلوك تشين. مجلة التنمية الاقتصادية، 8(2)، الصفحات 114-128.

- بدر الدين عاشوري، و عاشوري ابراهيم. (2023). أثر التحول الرقمي في تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل الاندماج في الاقتصاد الرقمي: (دراسة تحليلية لمؤشرات قطاع بريد المواصلات السلكية واللاسلكية بالجزائر). *مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة*، (2)8، الصفحات 217-238.
- بركات رحمة، و صليحة عشي . (2023). التحول الرقمي ومستقبل صناعة التأمين في ظل الثورة الصناعية الرابعة :سيناريوهات ما بعد الكوفيد. *دراسات اقتصادية*، (2)17، الصفحات 225-244.
- بهية تسوري. (2020). دور التأمين الالكتروني في اداء شركات التأمين الجزائرية خلال فترة 2013-2017. *مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية*، 11.
- بوشي يوسف، و سالمي وجميلة. (2019). التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطرة. (2)12، الصفحات 967-944.
- ببيي وليد ، زينب ترابط، و يزيد تقرار. (2022). الحوسبة السحابية ودورها في خدمة المال والأعمال – تجربة المملكة العربية السعودية. *مجلة اقتصاد المال والاعمال*، (3)6، الصفحات 369-388.
- ترغيني صابرينة. (2018). قطاع التأمين في الجزائر وفاقه المستقبلية، 2018، العدد الثالث، ص204. *مجلة البحوث والدراسات التجارية*، (1)2، الصفحات 94-212.
- حدة مواس، و اخرون. (2011). مذكرة ماستر تحت عنوان الدور التنموي لشركات التأمين وطرق تفعيلها. كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، الجزائر: جامعة قلمة.
- حسين سالم. (2019). تطوير الصناعة التأمينية الجزائرية في ضوء مقارنة الإبداع والابتكار التسويقي داخل المؤسسات العمومية، أطروحة دكتوراه، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، جامعة الجزائر. الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير الجزائر 3.
- خالد بكروا. (2018). *أساسيات الانظمة الرقمية*. سورية، حلب: شعاع للنشر والعلوم.
- خيرة شاوشي، و زهرة خلوف. (2023). التحول الرقمي في الجزائر. *مجلة المحاسبة والتدقيق المالية*، (1)5، الصفحات 16-30.
- ر هاشمي، و ع ملياني. (2024). الإطار المفاهيمي للذكاء الاصطناعي. *مجلة التراث*، (2)14، الصفحات 47-56.
- رشيدة شنوفي. (2028). رسالة ماجستير تحت عنوان دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين أداء نشاط التأمينات. كلية علوم العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، بسكرة الجزائر: جامعة محمد خيضر.
- سميحة محمدي، و زهير طافر. (2018). أثر الذكاء الاقتصادي في تحسين جودة الخدمة التأمينية. *المجلة العلمية المدير* (7)، الصفحات 95-73.

- سميرة مقلالي. (2018). النظام القانوني لوسطاء التأمين في الجزائر. مجلة الشريعة والاقتصاد، (02)7، الصفحات 402-428.
- صبحي ريم السيد، و مسعود العرب فرج. (2022). التأمين والثورة الصناعية الرابعة "التحول الرقمي ومستقبل صناعة التأمين". المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، 13(3)، الصفحات 1483-1500.
- صبرينة شراقة . (2021). متطلبات التحول الرقمي في قطاع التأمين الجزائري. مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة، 9(2)، 243-256.
- صيد مريم. (2022). تكنولوجيا التأمين ودورها في عصرنة قطاع التأمين وتطوير قطاع التأمين- عرض تجربة شركة Oscar الأمريكية. مجلة ارساد للدراسات الاقتصادية والإدارية، 5(1)، الصفحات 63-74.
- عباس بدران. (18 07, 2021). التحول الرقمي السطحي مقابل العميق. [فيديو]. تم الاسترداد من [youtube: https://youtu.be/oo9FEm6ShM?si=Mv0JK2sgEFNeZPGF](https://youtu.be/oo9FEm6ShM?si=Mv0JK2sgEFNeZPGF)
- عباس بدرن. (18 07, 2021). Digital & Digitization, Digitalization Transformation. تم الاسترداد من YOUTUBE: <https://youtu.be/gvCayA4ILUE?si=GCjGy3pqSKUsUtQq>
- عبد الحميد محمد. (2004). اقتصاديات الرقمنة القاهرة. القاهرة مصر: دار عالم الكتب.
- عبد العزيز بن عبد الله القرني. (2019). التحول الرقمي في التعليم: المفهوم والتطبيقات . الرياض: دار مكتبة الرشد.
- عبد الغني احمد فهمي سميرة. (2022). روبوتات الدردشة CHATBOTS واستخداماتها في مؤسسات المعلومات: دراسة استكشافية تحليلية. المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات، 5(15)، الصفحات 269-310.
- عقبة رقيق. (2022). استراتيجيات تطوير التأمين التكافلي كبديل للتأمين التقليدي اطروحة طكتوراء. الجلفة الجزائر: كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير جامعة زيان عشور.
- قاسم المحبشي. (04 10, 2017). الاعلام الرقمي التفاعلي الخصائص والوظائف والتحديات. تم الاسترداد من سما نيوز: [samanews.org](http://samanews.org)
- قاشي خالد ، و العوادي ساعد. (2017). البيانات الضخمة وأثرها في اتخاذ القرار. مجلة الاقتصاد والاحصاء التطبيقي، 14(2)، الصفحات 150-165.
- كوثر الحاج نعاس . (2023). إثر التقنيات الرقمية على صناعة التأمين تطبيقات عالمية (روسيا، إيطاليا). مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال، 9(1)، الصفحات 64-82.
- محمد عبد اللطيف زايد، محمد شكري علاء، الشربيني الاشقر السيد، و عبد الصبور امين هبة الله . (2019). التأمين الرقمي: دراسة تطبيقية على قطاع التأمين السعودي. المجلة العربية للإدارة، 39(1)، الصفحات 191-207.

## قائمة المراجع:

- مختاري بكاري، و عبد القادري مغراوي. (29 05, 2021). مدى جاهزية الجزائر للتحول الرقمي، في ضل جائحة كورونا-ملتقى وطني -واقع وآفاق التوجه الرقمي في ظل أزمة كورونا. جامعة الجيلالي الياس سيدي بلعباس الجزائر كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- مدير وكالة الشركة الوطنية لتأمين تيارت. (22 05, 2025). مقابلة حول التحول الرقمي .
- مريم عبد العزيز جاسم علي آل ثاني. (2023). دور النمط القيادي في انجاح عملية التحول الرقمي بإدارات التدقيق الداخلي في القطاع العام لدولة قطر -رسالة ماجستير. قطر. الدوحة: كلية العلوم الاقتصادية جامعة قطر.
- مسعودة عمارة ، و راضية عباس. (2022). رقمه خدمات التأمين – شركات التأمين الجزائرية نموذجاً. *المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية*، 13(2)، الصفحات 397-421.
- مصطفى خوصة، و نورالدين قرابري. (2023). التحول الرقمي في قطاع الأعمال: مفاهيم أساسية. 14(1)، الصفحات 49-60.
- مصطفى كامل شريف. (26 01, 2022). ماهي الأتمتة. تم الاسترداد من <https://itach.dk/index.php/2022/01>
- منى عبد الرشيد. (2022). متطلبات توظيف تقنيات إنترنت الأشياء في العملية التعليمية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. *مجلة كلية التربية*، 38(10)، الصفحات 114-148.
- نواف مطيري، علي محمد وهدان محمد، و احمد عبد الرحمن مروة . (2022). دور آليات التحول الرقمي في تفعيل مدخل المراجعة على أساس المخاطر وتعزيز جودة مصلحة عملية المراجعة. 13(2)، الصفحات 1685-1714.
- ين خضرة زهيرة. (2020). دور قطاع التأمين في التنمية الاقتصادية. *المجلة الجزائرية للسياسة المالية* ، 8(1)، الصفحات 34-56.

## المراجع الإنجليزية

- Finance, J. o. (2022). *E-Insurance: Concept, Importance and Applications*. Retrieved from Journal of Insurance and Finance: <https://www.jif.jo/sites/default/files/2022-07/E.insurance%20-%20Copy.pdf>



## المراجع الفرنسية

- Algérie. (1975, septembre 26). Récupéré sur Journal officiel de la République algérienne: <https://www.joradp.dz/FTP/jo-francais/1975/F1975062.pdf>
- Review, M. T. (2021, 05 13). مجلة علمية صادرة عن معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا. Consulté le 05 17, 2025, sur <https://mittrarabia.com/technodad/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%B4%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%88%D8%A8%D9%88%D8%A>

## قائمة الملاحق

## قائمة الملاحق:

استبيان حول أثر التحول الرقمي على خدمات التأمين عبر الإنترنت في الجزائر

دراسة تطبيقية على شركة SAA – فرع تيارت

يُورَع هذا الاستبيان في إطار إعداد مذكرة ماستر بعنوان:

"أثر التحول الرقمي على قطاع التأمين – دراسة تطبيقية على خدمات التأمين عبر الإنترنت في الجزائر"

نرجو منكم تخصيص دقائق للإجابة على الأسئلة التالية بدقة وموضوعية. جميع المعلومات سَتُستخدم لأغراض علمية فقط.

### أسئلة للعملاء

أولاً: المعلومات الشخصية

1. الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

2. الفئة العمرية:

☐ أقل من 30 سنة ☐ من 31 إلى 39 سنة ☐ من 40 إلى 49 سنة ☐ أكثر من 50 سنة

3. المستوى التعليمي:

☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ متوسط وقل

4. هل سبق لك استخدام خدمات التأمين عبر الإنترنت من شركة SAA؟

☐ نعم ☐ لا

## قائمة الملاحق:

ثانيًا: أسئلة الاستبيان

أ. مدى استخدام خدمات التأمين الرقمية

5. أستخدم خدمات التأمين عبر الإنترنت بشكل منتظم.

☐ دائمًا ☐ أحيانًا ☐ نادرًا ☐ أبدًا

6. أجد سهولة في الوصول إلى المنصات الرقمية الخاصة بشركة SAA.

☐ أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة

7. أستخدم المنصة الإلكترونية للتأمين أكثر من زيارة الفرع التقليدي.

☐ أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة

ب. رضا الزبائن عن جودة الخدمات الرقمية

8. أشعر بالرضا العام عن خدمات التأمين الرقمية المقدمة من شركة SAA.

☐ أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة

9. الخدمات الرقمية متوفرة بشكل دائم دون أعطال.

☐ أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة

10. الخدمة المقدمة عبر الإنترنت تستجيب لحاجياتي بشكل جيد.

☐ أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة

ج. أثر التحول الرقمي على كفاءة تقديم الخدمة

11. الخدمات الرقمية ساهمت في تقليل الوثائق والإجراءات الورقية.

## قائمة الملاحق:

☐ أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة

12. التحول الرقمي سهّل عملية التتبع والإطلاع على وضعية ملف التأمين.

☐ أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة

د. التحديات التي تواجه المستفيدين من الخدمات الرقمية

13. أعاني من صعوبات تقنية عند استخدام منصة SAA الرقمية.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً

14. لا أتوفر على المعرفة الكافية لاستعمال الخدمات الرقمية بكفاءة.

☐ أوافق بشدة ☐ أوافق ☐ لا أوافق ☐ لا أوافق بشدة

15. ضعف الإنترنت يعيق أحياناً استخدامي لخدمات التأمين عبر الإنترنت.

☐ دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐ أبداً

## دليل المقابلة مع مدير فرع شركة – SAA تيارت حول التحول الرقمي في خدمات التأمين عبر الإنترنت

أولاً: معلومات عامة عن المدير والمهمة

1. ما هي وظيفتك داخل الشركة؟ وما المهام الأساسية المرتبطة بها؟
2. كم عدد سنوات خبرتك في الشركة؟
  - كيف أثرت هذه الخبرة على فهمك للتحول الرقمي داخل الوكالة؟
3. هل تلقيت أي تدريب رسمي في استخدام المنصات الرقمية الخاصة بالشركة؟

ثانياً: التحول الرقمي في خدمات التأمين عبر الإنترنت

أ. إبرام العقود إلكترونياً

4. هل تتيح الشركة حالياً للزبائن إمكانية إبرام عقود التأمين إلكترونياً عن بعد؟

ب. تسوية المطالبات إلكترونياً

5. كيف تتم متابعة وتسوية مطالبات الزبائن عبر الإنترنت؟

ج. الدفع الإلكتروني

6. هل تتيح الشركة إمكانية الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت؟

- كيف تؤثر هذه الخدمة على تقليل الضغط على الوكالة وتعزيز راحة الزبائن؟

د. روبوتات الدردشة والذكاء الاصطناعي

7. هل تعتمد الشركة على روبوتات الدردشة أو مساعدين رقميين في الرد على استفسارات الزبائن؟

○ ما الأسباب التي تعيق اعتماد هذه التقنيات حسب رأيك؟

#### هـ. وسائل الاتصال الرقمية

8. هل تستخدم الشركة الرسائل النصية أو البريد الإلكتروني للتواصل مع الزبائن؟

○ كيف تقيّم فعالية هذه الوسائل في تحسين تجربة الزبون؟

#### و. التوقيع الإلكتروني

9. هل تعتمد الشركة على التوقيع الإلكتروني في المعاملات؟

○ ما تأثير استخدام التوقيع الإلكتروني - من وجهة نظرك - على جودة

وكفاءة الخدمات الرقمية؟

#### ثالثاً: تقييم البنية التحتية والتحول الرقمي

10. كيف تقيم البنية التحتية الرقمية الحالية للوكالة؟

○ هل تراها كافية لدعم التحول الرقمي بفعالية؟

11. كيف تقيّم مدى تطبيق أدوات التحول الرقمي في الشركة بشكل عام؟

12. ما أبرز المجالات التي ترى أنها تحتاج إلى تحسين فيما يتعلق بالرقمنة؟

#### رابعاً: مقترحات للتحسين

13. ما هي اقتراحاتك لتحسين واقع التحول الرقمي وخدمات التأمين عبر

الإنترنت في الشركة؟

14. هل لديك أفكار إضافية تتعلق بمستقبل التحول الرقمي في الشركة الأم

أو فروعها؟