

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية  
وعلوم التسيير



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

الرقم التسلسلي: .....

مذكرة بعنوان:

محددات جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في  
الجزائر  
- دراسة حالة -

مقدمة لإستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي

إشراف الدكتور:

إعداد الطالب (ة):

• طارق عبد القدوس

• شلوفي رائد

• قدوار عبد القادر صهيب

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الهيئة المستخدمة	الصفة
أوسيف عمار ياسين	أستاذ محاضر أ	الشاذلي بن جديد - الطارف	رئيسا
طارق عبد القدوس	أستاذ محاضر أ	الشاذلي بن جديد - الطارف	مشرفاً ومقرراً
يونعاس شيماء	أستاذ محاضر أ	الشاذلي بن جديد - الطارف	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

"وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تَبْيِينًا لِّكُلِّ شَيْءٍ

وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِلْمُسْلِمِينَ"

سورة النحل 89

صدق الله العظيم

# شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا وحبينا محمد صلى  
الله عليه وسلم

اول شكر لله سبحانه وتعالى، على ما أسبغه علينا من نعم، تيسير السبيل، فله الحمد والشكر  
في كل وقت وحين.

بقوله تعالى: "لئن شكرتم لأزيدنكم"

سورة ابراهيم: الآية 07

كما نتقدم بالشكر الجزيل الخالص الى الأستاذ الفاضل المشرف "طار عبد القدوس" الذي تكرم  
مشكر بالإشراف على هذه المذكرة ومساندته لي في كل خطوة وسعة صبره.

كما أوجه خالص شكري وتقديري للأساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
إشرافا وتدريس وإدارة، كما أخص كل من استاذي (بوسيف سيد أحمد) واستاذتي (لعرايجي  
إيمان) جزاهما الله كل خير.

والشكر موصول للهيئة المناقشة الكرام الذين قبلوا مناقشة هذه المذكرة.

# إهداء

الحمد لله وحده، والصلاة والسلام على حبيبنا محمد وآله وصحبه ومن والاه. أما بعد:  
الحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية، مع تذكيرنا بهذه المذكرة بمثابة جهد ونجاح  
بفضله تعالى.

أهدي عملي هذا إلى الولدين الكريمين حفظهما الله وأدام عليهما نوراً لدربي.  
كما أهديه إلى الأخوة والأخوات رعاهم الله ووفقهم، ولكل العائلة الكريمة التي ساندتني وتستمر في الدعم.  
إلى كل قسم علوم الإدارة وكافة دفعة 2024 بجامعة الشاذلي بن جديد -ولاية الطارف -

إلى كل من كان لهم أثر على حياتي،  
وإلى كل من أحببتهم بقلبي ونسبهم إليه بقلبي.

رائد

# إهداء

الحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية،  
مع تذكيرنا بهذه المذكرة بمثابة جهد ونجاح بفضلته تعالى،  
أهدي عملي هذا إلى الولدين الكريمين حفظهما الله وأدام عليهما نوراً لدربي.  
وأيضاً، أهديه إلى الأخوة والأخوات رعاهم الله ووفقهم،  
وإلى كل العائلة الكريمة التي ساندتني وتستمر في الدعم.  
وختاماً، إلى كل قسم علوم الإدارة وكافة دفعة 2024 بجامعة الشاذلي بن جديد -ولاية الطارف-،  
وإلى كل من كان لهم أثر على حياتي، وإلى كل من أحببتهم بقلبي ونسبهم إليه بقلبي

صهيب

## ملخص

الدراسة تركز بشكل أساسي على أهمية جودة الخدمة في قطاع التأمين، حيث تعتبر هذه الجودة عاملاً حاسماً لتحقيق رضا العملاء وزيادة الإيرادات. تشمل محددات جودة الخدمة جوانب عدة تتمثل في الاحترافية، والشفافية، وسرعة الاستجابة، وتنوع المنتجات، فضلاً عن جودة الخدمة بعد البيع وآليات التعويض. وفي ظل التحديات التي تواجهها شركات التأمين في الجزائر، سواء كانت تحديات تشريعية، تنظيمية، تقنية، أو تنافسية، فإنها تحتاج إلى ابتكار مستمر لتلبية متطلبات السوق.

من المهم فهم أن تحقيق جودة الخدمة ليس مجرد هدف غير مباشر، بل إن له تأثيراً مباشراً على ربحية الشركات. فعندما تتمكن الشركة من زيادة رضا العملاء من خلال تقديم خدمات عالية الجودة، يزيد ذلك من ولاء العملاء وبالتالي يزيد من الإيرادات ويقلل من التكاليف الناتجة عن عمليات التسويق واكتساب العملاء الجدد.

ومن هنا، يعتبر الاستثمار في تحسين جودة الخدمة استراتيجية حيوية لتحقيق الربحية والنمو المستدام في قطاع التأمين.

**الكلمات المفتاحية:** الخدمة التأمينية، شركات التأمين، الجودة، الربحية، محددات الجودة التأمينية.

## Abstract

The study primarily focuses on the importance of service quality in the insurance sector, where this quality is considered a crucial factor in achieving customer satisfaction and increasing revenues. The determinants of service quality include several aspects such as professionalism, transparency, response speed, product diversity, as well as after-sales service quality and compensation mechanisms. Given the challenges facing insurance companies in Algeria, whether legislative, regulatory, technological, or competitive, they need continuous innovation to meet market requirements.

It is important to understand that achieving service quality is not just an indirect goal but directly impacts the profitability of companies. When a company is able to increase customer satisfaction by providing high-quality services, it increases customer loyalty, thereby increasing revenues and reducing costs resulting from marketing operations and acquiring new customers.

Therefore, investing in improving service quality is a vital strategy to achieve profitability and sustainable growth in the insurance sector.

**Keywords:** Insurance service, Insurance companies, Quality, Profitability, Insurance quality determinants.



## قائمة الاشكال والجداول

### 1- قائمة أشكال:

الصفحة	شكل
43	الشكل رقم 01: خصائص العينة حسب الجنس
44	الشكل رقم 02: خصائص العينة حسب الفئة العمرية
45	الشكل رقم 03: خصائص العينة حسب المؤهل العلمي
46	الشكل رقم 04: خصائص العينة حسب سنوات الخبرة
48	الشكل رقم 05: نموذج الدراسة

### 2- قائمة الجداول:

الصفحة	جدول
42	الجدول رقم 01: توزيع الاستبانة على عينة الدراسة
42	الجدول 02: الخصائص الشخصية لعينة الدراسة
43	الجدول 03: قياس متغيرات الدراسة من خلال فقرات الاستبانة
47	جدول 04: ميزان تقديري وفقا لمقياس ليكرت الخماسي
49	الجدول 05: معامل ارتباط كل بعد من أبعاد محددات جودة الخدمات التأمينية مع الدرجة الكلية للمحور (محددات جودة الخدمات التأمينية)
50	الجدول 06: معامل ارتباط كل عبارات محددات جودة الخدمات التأمينية مع الدرجة الكلية للمحور
51	الجدول 07: معامل ارتباط كل عبارات ربحية شركات التأمين مع الدرجة الكلية للمحور
52	الجدول 08: قيم معامل ألفا كرونباخ لتقدير ثبات أداة الدراسة
53	جدول 09: اختبار التوزيع الطبيعي وفق Kolmogorov-Smirnov
56	الجدول 10: تحليل بعد الملموسية
59	الجدول 11: تحليل بعد الاعتمادية
60	الجدول 12: تحليل بعد الاستجابة
61	الجدول 13: تحليل بعد الأمان

62	الجدول 14: تحليل بعد التعاطف
63	الجدول رقم 15: مدى توفر محددات جودة الخدمات التأمينية من وجهة نظر عينة الدراسة
64	الجدول 16: تحليل محور ربحية شركات التأمين
65	الجدول 17: علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة من وجهة نظر موظفي شركة التأمين محل الدراسة بولاية الطارف
67	الجدول 18: علاقات الارتباط بين جودة الخدمات التأمينية وربحية شركة التأمين
69	الجدول 19: نماذج الانحدار التدريجي لقياس أهم محددات جودة الخدمات التأمينية تأثيرا على ربحية شركة التأمين
70	الجدول رقم 20: معلمات نموذج الانحدار الخطي البسيط لجودة الخدمات التأمينية وربحية شركات التأمين

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

بسملة .....	
شكر وعرهان .....	
إهداء .....	
فهرس الاشكال والجدوال .....	
فهرس المحتويات .....	
مقدمة عامة .....	أ
الفصل الأول: .....	4
تمهيد .....	5
المبحث الأول: جودة الخدمات التأمينية .....	6
المطلب الأول: مدخل للخدمة التأمينية .....	6
المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمات التأمينية .....	9
المطلب الثالث: أبعاد ومؤشرات الجودة في الخدمة التأمينية .....	12
المبحث الثاني: استراتيجية تطوير جودة الخدمة التأمينية كمدخل لزيادة ربحية شركات التأمين .....	16
المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لربحية شركات التأمين والعوامل المؤثرة فيه .....	17
المطلب الثاني: متطلبات تطوير جودة الخدمة التأمينية لتحقيق ربحية شركات التأمين .....	28
المبحث الثالث: عرض وتقييم الدراسات السابقة .....	34
المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة .....	34
المطلب الثاني: مناقشة الدراسات السابقة وما يميزها عن الدراسة الحالية .....	39

50	الفصل الثاني:
51	تمهيد:
52	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية
52	المطلب الأول: عينة وأداة الدراسة
65	المطلب الثاني: اجراءات الدراسة
69	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستبيان
69	المطلب الأول: وصف وتشخيص متغيرات الدراسة
78	المطلب الثاني: تحليل بيانات متغيرات الدراسة
87	خلاصة الفصل:
88	خاتمة عامة
93	قائمة المصادر والمراجع

# مقدمة عامة

جودة الخدمة في قطاع التأمين تعد عاملاً حاسماً لنجاح الشركات، حيث تسهم في تحقيق رضا العملاء وزيادة الإيرادات. تتألف محددات جودة الخدمة من عدة جوانب تشمل الاحترافية والشفافية في التعامل مع العملاء، وسرعة الاستجابة لمتطلباتهم، وتوفير منتجات متنوعة تلبي احتياجاتهم المختلفة، بالإضافة إلى جودة الخدمة بعد البيع ومدى فعالية آليات التعويض في حالات الحوادث.

تواجه شركات التأمين في الجزائر تحديات تتعلق بالبيئة التشريعية والتنظيمية، حيث تفرض بعض القوانين والقواعد قيوداً على حرية تصرف الشركات، مما يجعل من الصعب عليها تقديم خدمات مبتكرة ومتميزة. كما تواجه الشركات تحديات تقنية وتنافسية في سوق التأمين، مما يستدعي منها الابتكار والتطوير المستمر لتلبية توقعات العملاء والتفوق في بيئة تنافسية.

من الجدير بالذكر أن جودة الخدمة لها تأثير مباشر على ربحية شركات التأمين، حيث يؤدي تحقيق رضا العملاء إلى زيادة الإيرادات من خلال جذب المزيد من العملاء والحفاظ على العملاء الحاليين. كما تساهم جودة الخدمة في تقليل تكاليف الاسترجاع والشكاوى، مما يعزز من هامش الربحية لدى الشركات.

بالنظر إلى هذه الجوانب، يمكن القول إن الاستثمار في تحسين جودة الخدمة التأمينية يعتبر استراتيجية حيوية لتحقيق الربحية والنمو المستدام في سوق التأمين في الجزائر. من خلال تحسين الخدمات وتلبية توقعات العملاء، يمكن للشركات تحقيق التميز التنافسي وتعزيز مكانتها في السوق.

وهنا يمكن طرح الإشكالية التالية:

### الإشكالية:

ماهو أثر تطبيق محددات جودة الخدمة التأمينية على ربحية شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف؟

### الأسئلة الفرعية:

- هل يدرك القارئون على شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف أهمية تطبيق محددات جودة الخدمة التأمينية؟

- هل توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين محددات جودة الخدمة التأمينية وربحية شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف عند مستوى دلالة 0.05؟

- هل يوجد أثر ذات دلالة احصائية لمحددات جودة الخدمة التأمينية على ربحية شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف عند مستوى دلالة 0.05؟

## فرضيات الدراسة

- الفرضية الأولى: "يدرك القائمون على شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف أهمية تطبيق محددات جودة الخدمة التأمينية"
- الفرضية الثانية: "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين محددات جودة الخدمة التأمينية وربحية شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف عند مستوى دلالة 0.05"
- الفرضية الثالثة: "يوجد أثر ذات دلالة احصائية لمحددات جودة الخدمة التأمينية على ربحية شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف عند مستوى دلالة 0.05"

## أهداف الدراسة:

- تحديد العوامل التي تؤثر على جودة الخدمات التأمينية في قطاع التأمين في الجزائر.
- قياس تأثير جودة الخدمة على ربحية شركات التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف.
- تقديم توصيات لتحسين جودة الخدمة وزيادة الربحية في هذا القطاع.

## أسباب اختيار الموضوع:

- أهمية جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء وزيادة الإيرادات.
- تحديات التأمين في الجزائر في مواجهة البيئة التشريعية والتنافسية.

## أهمية الدراسة:

- توفير إطار لتحسين جودة الخدمة وربحية شركات التأمين.
- تعزيز التنافسية في سوق التأمين الجزائري.

## منهج الدراسة:

- استخدام منهج وصفي لتحليل عوامل جودة الخدمة.
- استخدام تحليل الاحصائي لقياس تأثير جودة الخدمة على ربحية الشركات.

## الفصل الأول:

التأصيل النظري لجودة الخدمة

التأمينية وربحية شركات التأمين

### تمهيد

يُعدّ التأصيل النظري لجودة الخدمة التأمينية وربحية شركات التأمين محورًا رئيسيًا في فهم العلاقة بين تقديم خدمات تأمينية عالية الجودة وتحقيق الأرباح المستدامة لشركات التأمين. يعتمد هذا التأصيل على مبادئ الاقتصاد والتسويق التي تؤكد أن تحسين جودة الخدمة يعزز رضا العملاء وثقتهم، مما يؤدي إلى زيادة الطلب والولاء على المدى الطويل. إضافةً إلى ذلك، تؤدي الجودة العالية إلى تقليل المخاطر وزيادة الكفاءة التشغيلية، مما يسهم في تحسين الأداء المالي للشركة. تُبرز الدراسات النظرية أهمية الاستثمار في تطوير الكفاءات والابتكارات لتحسين جودة الخدمة وتحقيق التوازن بين رضا العملاء وربحية الشركة.

حيث يحتوي هذا الفصل على المباحث التالية:

- المبحث الأول: جودة الخدمات التأمينية
- المبحث الثاني: استراتيجية تطوير جودة الخدمة التأمينية كمدخل لزيادة ربحية شركات التأمين

### المبحث الأول: جودة الخدمات التأمينية

في عالم يسوده التقلب والغموض، تبرز الخدمات التأمينية كعنصر أساسي لضمان الاستقرار المالي والأمان الشخصي. إن الجودة في الخدمات التأمينية لا تعني فقط توفير الحماية المالية، بل تمتد لتشمل الدقة في التغطية، سرعة التعويض، والدعم الكامل للعملاء في أوقات الأزمات. هذا المبحث يهدف إلى استكشاف العوامل التي تسهم في تعزيز جودة الخدمات التأمينية والتحديات التي تواجه القطاع في تحقيق هذه الجودة. من خلال التحليل العميق للمعايير الدولية والممارسات الأفضل، سنقدم رؤية شاملة تساعد في فهم كيف يمكن للمؤسسات التأمينية أن تعمل بفعالية أكبر لصالح جميع الأطراف المعنية.

حيث يحتوي هذا المبحث على المطالب التالية:

- المطلب الأول: مدخل للخدمة التأمينية.
- المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمات التأمينية.
- المطلب الثالث: أبعاد ومؤشرات الجودة في الخدمة التأمينية.

### المطلب الأول: مدخل للخدمة التأمينية

يُعتبر التأمين أحد الأدوات المالية الهامة التي تهدف إلى توفير الحماية ضد المخاطر المحتملة من خلال آلية تعاقدية تضمن تعويض الخسائر وتقديم الدعم المالي عند وقوع الأحداث غير المتوقعة. تعتمد هذه الخدمة على مبدأ تقاسم المخاطر بين الأطراف وتوفير الأمان المالي للأفراد والمؤسسات.

### الفرع الأول: تعريف الخدمة التأمينية

الخدمة التأمينية عقد يتم بموجبه دفع مبلغ مالي (اشترك) من قبل شخص أو جهة (المؤمن له) إلى شركة تأمين، وذلك لتحمل الشركة مسؤولية تعويض المؤمن له أو المستفيد في حالة وقوع حدث معين (مثل حادث سيارة أو مرض)، وذلك بناءً على شروط محددة مسبقاً.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> ساخي بوبكر، دور وأهمية جودة الخدمة التأمينية في جلب العملاء، مجلة الأبحاث الاقتصادية، مجلد 17، عدد 01، 2022، ص 244.

تُعرف الخدمة التأمينية عادةً بأنها "نشاط يتضمن تبادلاً ينتج عنه الامتلاك لوثيقة تأمين تثبت حق العميل في الاستفادة من الخدمات التأمينية وفقاً للشروط المتفق عليها في العقد، دون أن يحدث نقل للملكية. تقدم المؤسسات التأمينية هذه الخدمات للعملاء أو المستفيدين، سواء كانوا أفراداً أو منظمات، لضمان استقرارهم المالي وحمايتهم من المخاطر المحتملة، سواء كانت تلك المخاطر تتعلق بحياتهم أو ممتلكاتهم".<sup>1</sup>

تضم الخدمة التأمينية مجموعة من المنافع الملموسة وغير الملموسة التي تحتويها وثيقة التأمين، والتي تلبي احتياجات ورغبات المؤمن لهم. من الضروري أن يتماشى المنتج التأميني مع اتجاهات التسويق الحديثة ومع توقعات الزبائن والظروف التنافسية في السوق.<sup>2</sup>

تُعرف خدمة التأمين بوعدهم بالتعويض في حالة وقوع الخطر، حيث تقدمها مؤسسات التأمين للأفراد أو الشركات، مما يساهم في إشباع حاجاتهم ورغباتهم في تغطية خسائر الأخطار المحتملة.<sup>3</sup>

كما تعتبر منافع الخدمة التأمينية منافع مادية أو معنوية متوقعة في المستقبل، مثل إصلاح الضرر أو الشعور بالأمان، التي يتعهد فيها مزود التأمين بتقديم تعويض في حالة وقوع حادث معين وفقاً لشروط الوثيقة التأمينية.<sup>4</sup>

### الفرع الثاني: خصائص الخدمة التأمينية

تتشارك خدمة التأمين مع الخدمات الأخرى في بعض الخصائص، لكنها تختلف عنها في بعض الجوانب، مما يجعلها صعبة في التسويق. تلك الخصائص تشمل:<sup>5</sup>

1. خدمات التأمين تكون آجلة بينما تكون الخدمات الأخرى فورية، وذلك لأنها مرتبطة بالخطر، فعند حدوث الخطر يحصل المؤمن له على التعويض.
2. الخطر التأميني محدود ومتحدد، فالخطر قد يكون ثابتاً كما هو الحال في التأمين على الحرائق.

<sup>1</sup> عز دين فالج: "مبادئ التأمين وأنواعه"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص. 6.

<sup>2</sup> إبراهيم محمد مهدي، التأمين ورياضياته، الخطر والتأمين، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، ط 1، 2010م، ص 83.

<sup>3</sup> كريم بيشاوي، خصوصيات تسويق الخدمة التأمينية، مجلة جديد الاقتصاد، مجلد 04، عدد 01، 2009، ص 77.

<sup>4</sup> محمد فؤاد حسان، "قياس جودة الخدمة في شركات التأمين"، مجلد آفاق جديدة، العدد الثالث، سبتمبر 2111، ص. 22.

<sup>5</sup> محمد عريقات حربي، سعيد جمعة عقل، "التأمين وإدارة الخطر بين النظرية والتطبيق"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 41.

3. تطور خدمة التأمين يعتمد على الوعي الثقافي للمجتمع، وهذا يفسر انتشار الوعي التأميني بشكل كبير في الدول المتقدمة.

4. أسعار خدمات التأمين لا تتأثر بآليات العرض والطلب، بل تتطلب تسعيراً فنياً ورياضياً.

5. العلاقة بين شركة التأمين والعميل علاقة مستمرة ورسمية، حيث تمتد طبيعة الوثائق التأمينية لفترات طويلة.

6. المشتري لوثيقة التأمين قد لا يستفيد شخصياً من ما دفعه، حيث يمكن أن تمتد العلاقة التعاقدية لتشمل طرفاً آخر اشترط التأمين لصالحه.

وبالإضافة إلى ذلك، تتأثر عملية عرض وتسويق خدمات التأمين بسياسات الحكومة وبيئة السوق ومستوى الوعي في المجتمع، مما يتطلب من شركات التأمين مراعاة هذه العوامل في استراتيجياتها التسويقية وابتكار خدمات جديدة لمواجهة التحديات المستقبلية.

### الفرع الثالث: أهمية الخدمة التأمينية

تحظى الخدمة التأمينية بأهمية اقتصادية واجتماعية معتبرة يمكن ذكرها كما يلي<sup>1</sup>:

#### أولاً، الأهمية الاقتصادية:

- يمثل التأمين أحد الوسائل الرئيسية للادخار والاستثمار، يعتبر التأمين أداة فعالة لتجميع المدخرات واستثمارها في مختلف دول العالم، وذلك عبر تجميع رؤوس الأموال من خلال الأقساط والاشتراكات، مما يساهم في تمويل المشاريع الصناعية والزراعية والتجارية، وكذلك في دعم تمويل الحكومات لمعالجة قضايا الخدمات العامة.
- يعزز التأمين استقرار المشروعات والعمالين بها من خلال تشجيع الدخول في مجالات إنتاجية جديدة أو التوسع في المجالات الحالية. يساهم أيضاً في استقرار العمالة والعمل لفترات طويلة، ويعزز الثقة المالية ويشجع المؤسسات المقرضة على منح القروض.

<sup>1</sup> بشرى بوعسلة، "الأهمية الاقتصادية للتأمين وتطوره في الجزائر"، مخبر التنمية الاقتصادية والبشرية في الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، العدد 11، جامعة لونيبي علي، البليدة، الجزائر، جوان 2015، ص. 313.

- يحسن التأمين ميزان المدفوعات من خلال العملات الأجنبية التي تجمعها المؤسسات، ويعد أداة فعالة للحد من التضخم من خلال امتصاص الأموال المتجمعة وتوجيهها نحو الاستثمار والتنمية.
- يساعد التأمين على تحقيق التوازن بين العرض والطلب في الاقتصاد، خصوصاً خلال الفترات الاقتصادية المزدهرة أو الكسادية، من خلال التعديل في نطاق التغطية التأمينية وزيادة قيمة التعويضات.

### ثانياً، الأهمية الاجتماعية:

- يوفر التأمين الحماية للفئات الأكثر ضعفاً في المجتمع من المخاطر التي قد يتعرضون لها.
- يعمل التأمين على تنمية الشعور بالمسؤولية وتقليل الحوادث، حيث يحفز الأفراد على التفكير في وسائل الحماية وتجنب الأضرار، كما تسهم بحوث ودراسات التأمين في نشر الوعي وتقليل تكرار الحوادث.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمات التأمينية

جودة الخدمات التأمينية تعني تقديم خدمات تلبية أو تتجاوز توقعات العملاء من خلال توفير حماية فعالة وموثوقة ضد المخاطر المحتملة، وتعزيز الثقة والرضا لدى المؤمن لهم عبر الأداء المهني والالتزام العالي من قبل شركات التأمين.

### الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة التأمينية

جودة الخدمة التأمينية تعني تقديم خدمات تأمينية تتوافق مع توقعات العملاء وتلبي احتياجاتهم بشكل موثوق وفعال، مما يعزز رضاهم وثقتهم بالشركة.

وتعرف جودة الخدمة التأمينية بأنها "مجموعة الخصائص المميزة لخدمة التأمين، القادرة على مقابلة احتياجات العملاء وتوقعاتهم، وتعمل على إرضائهم، وممثل تقييمها شاملاً لأداء الشركة، ودرجة تميزها مقارنة بالشركات المنافسة".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد فؤاد حسان، مرجع سابق، ص 24.

<sup>2</sup> بوحروود فبيجة، الدور الاستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 12، 2012، ص 201-202.

يمكن تعريف جودة الخدمة التأمينية على أنها "قدرة شركة التأمين على تقديم الحماية التأمينية بما يليبي رغبات الزبائن ويتوافق مع توقعاتهم، ويستمر في تلبية احتياجاتهم التأمينية، تعتبر معيارًا لقياس مستوى الخدمة المقدمة ومدى تلبية هذه الخدمات لتوقعات العملاء".<sup>1</sup>

تعرف الجودة الخدمات التأمينية على انها: "مجموعة من الخصائص التي تميز خدمة التأمين بقدرتها على تلبية احتياجات وتوقعات العملاء، مما يساهم في رضاهم وتقييم شامل لأداء الشركة ومكانتها مقارنة بالشركات المنافسة".<sup>2</sup>

يُعرف جودة الخدمة التأمينية بأنها مجموعة من السمات المميزة للخدمة التأمينية التي تستطيع تلبية احتياجات وتوقعات الزبائن، وتعمل على إرضائهم. تمثل هذه الجودة تقييماً شاملاً لأداء الشركة وتميزها مقارنةً بالشركات المنافسة. أو يمكن تعريف جودة الخدمة التأمينية كقدرة شركة التأمين على توفير الحماية التأمينية بطريقة تليبي رغبات العملاء (المؤمن لهم)، وتتناسب مع توقعاتهم وتلبي احتياجاتهم التأمينية بشكل مستمر. تمثل هذه الجودة دائماً معياراً لمستوى الخدمة المقدمة للعملاء لتلبية توقعاتهم.<sup>3</sup>

### الفرع الثاني: أهمية جودة الخدمة التأمينية

أهمية جودة الخدمة التأمينية تزداد بمرور الوقت، خاصةً مع التحولات في البيئة المالية والزيادة المستمرة في المنافسة بين شركات التأمين. يصبح تحقيق الجودة أمراً ضرورياً لاكتساب ميزة تنافسية تمكن الشركات من تعزيز مكانتها في السوق وضمان بقائها واستمراريتها، بالإضافة إلى توسيع نطاق أعمالها.

#### 1- الحفاظ على العملاء الحاليين وتوسيع نطاق التعامل:

يلعب ارتفاع مستوى الخدمة التأمينية المقدمة دوراً هاماً في إرضاء العميل وجعله راضياً عن الشركة، مما يزيد من فرص استمراره في التعامل معها وربما زيادة نطاق التعامل من خلال شراء تغطيات إضافية، هذا يعزز ولاء العميل ويحفزه على الاستمرار في التعامل مع الشركة والاستفادة من مختلف الخدمات التي تقدمها.

<sup>1</sup> محمد فؤاد حسان، "قياس جودة الخدمة في شركات التأمين"، مجلة آفاق جديدة، مصر، العدد 3، 1997، ص 83.

<sup>2</sup> بحرود فتيحة، "الدور الاستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 12، 2012، ص 205.

<sup>3</sup> زناتي سامية، "أثر الأوبئة والكوارث الطبيعية على الاستثمارات المالية وأزمات على جودة الحياة"، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عباس لغرور -خنشلة، 2020-2021، ص 47.

## 2- جذب واستقطاب عملاء جدد:

تلعب الانطباعات الجيدة التي ينقلها العملاء الحاليون دورًا حاسمًا في جذب عملاء جدد. يعتبر كل عميل راضٍ مصدرًا لجلب خمسة عملاء آخرين، مما يعكس أهمية بناء صورة إيجابية لدى العملاء الحاليين وضمنان استمرارية تجربتهم الإيجابية.

## 3- تحسين الأداء المالي:

يسهم توفير جودة الخدمة التأمينية في زيادة المبيعات وتوسيع نطاق التعامل مع العملاء الحاليين، بالإضافة إلى جذب عملاء جدد، مما يؤدي إلى تحسين الأداء المالي للشركة. بالإضافة إلى ذلك، يقلل التركيز على جودة الخدمة من التكاليف الناتجة عن تصحيح الأخطاء وتوفير تكاليف البحث عن عملاء جدد، مما يقلل من ميزانية الترويج ويزيد من ربحية العملاء الحاليين.<sup>1</sup>

## الفرع الثالث: مستويات الجودة في الخدمة التأمينية

يتم قياس جودة الخدمة التأمينية وفق عدة معايير تشمل:

- مدى قدرة إدارة الشركة على تحمل المسؤولية وتنفيذ خطة التطوير الموضوعة من قبلها.
- وضوح أهداف الشركة وشرحها للعاملين والمجتمع بشكل شافٍ.
- تقييم مدى وضوح الإجراءات والإرشادات المتبعة للعملاء للحصول على الخدمة التأمينية.
- تحديد المسؤوليات الفردية والجماعية لضمان أداء الخدمة بشكل فعال.
- وضوح وفعالية أساليب التعامل مع العملاء والتفاعل معهم.
- مدى وضوح التعليمات والتوعية بالسياسات والإجراءات المتبعة.
- الالتزام بالوقت المستغرق لتقديم الخدمة وفق الجداول الزمنية المحددة.
- يتم تقييم مدى خلق المناخ الاجتماعي الإيجابي داخل الشركة، والذي يسهم في تعزيز تفاعل العاملين وأدائهم.

<sup>1</sup> سعيدي صبيرة، تفعيل الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم المالية والمحاسبة، جامعة حسينية بن بوعلي الشلف، 2023/2022، ص 28.

- اهتمام الشركة بالسجلات المستخدمة وضبطها ومتابعتها بشكل دوري.
- يتم تقييم اهتمام الشركة بتطوير وتنفيذ أساليب فعالة لتقييم أداء الخدمة التأمينية.
- تقديم برامج دورية ومتابعتها لتحسين تجربة العملاء.
- مدى تشجيع الشركة للعاملين على تحسين أدائهم وتعزيز العمل الجماعي.
- التأكيد على التحسين المستمر وإشراك جميع العاملين فيه.
- ضمان أن يحصل العملاء على الخدمة في الوقت المناسب وبكفاءة.
- وضع رؤية واضحة وشاملة للشركة لتوجيه الجهود وتحقيق الأهداف المرجوة.

### المطلب الثالث: أبعاد ومؤشرات الجودة في الخدمة التأمينية

أبعاد ومؤشرات الجودة في الخدمة التأمينية تشمل عناصر مثل الموثوقية، الاستجابة، الكفاءة، والاهتمام الشخصي، حيث تركز هذه المؤشرات على تقييم مدى تلبية خدمات التأمين لاحتياجات العملاء وتوقعاتهم، وضمان رضاهم وثقتهم في الشركة التأمينية.

### الفرع الأول: أبعاد جودة الخدمة التأمينية

أبعاد جودة الخدمة التأمينية تعتبر محورية في تحديد مدى رضا العملاء وكفاءة الخدمات المقدمة من قبل شركات التأمين. تحليل هذه الأبعاد يساعد على فهم الطريقة التي يتم بها تقييم وإدارة الخدمات التأمينية. فيما يلي توضيح معمق لكل بعد:<sup>1</sup>

#### 1. الجودة الفنية:

هذه تتعلق بالموصفات الفنية للخدمة، وتشمل كل ما هو قابل للقياس والتحقق. في سياق التأمين، تشمل الجودة الفنية عناصر مثل:

- **دقة الوثائق والبيانات:** مدى دقة وصحة بيانات البوليصة التأمينية والسجلات المالية.

<sup>1</sup> عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان، مصر، الطبعة الأولى، 1999، ص 211.

- الامتثال للمعايير: تطبيق القوانين والتوجيهات التنظيمية في تقديم الخدمات.
  - الابتكار في العروض: تطوير منتجات تأمينية جديدة تلبي احتياجات متنوعة للعملاء.
  - كفاءة النظم التكنولوجية: استخدام التكنولوجيا في تسهيل وتسريع عمليات الخدمة التأمينية.
2. الجودة الوظيفية:

- هذا البعد يغطي الجوانب الغير ملموسة للخدمة ويركز على كيفية تقديم الخدمة للعملاء، بما في ذلك:
- المهارات البينية للموظفين: قدرة الموظفين على التواصل بفعالية وتقديم معلومات واضحة ومفيدة.
  - المظهر العام والاحترافية: الانطباع الذي يتركه الموظفون من خلال مظهرهم وتصرفاتهم.
  - التعاطف والاهتمام بالعملاء: القدرة على فهم احتياجات ومخاوف العملاء والتعامل معها بشكل ملائم.

### 3. جودة العمليات:

هذه تركز على العمليات التي تجري خلال تقديم الخدمة وتشمل:

- سرعة الخدمة: مدى سرعة تقديم الخدمة وإتمام الإجراءات التأمينية.
- الشفافية: مدى وضوح الإجراءات والشروط والأحكام المتعلقة بالخدمة التأمينية.
- التخصيص: قدرة الشركة على تخصيص الخدمات بناءً على متطلبات كل عميل.

### 4. جودة المخرجات:

هذا البعد يتعلق بتقييم العميل للخدمة بعد استلامها ويشمل:

- مستوى الرضا: درجة رضا العملاء عن الخدمة المقدمة.
- تلبية التوقعات: مدى تطابق الخدمة مع ما تم وعده به للعميل.
- التأثير المدى الطويل: تأثير الخدمة على العميل بعد استخدامها لفترة من الزمن، مثل كيفية التعامل مع الادعاءات والمطالبات.

تحليل هذه الأبعاد يوفر لشركات التأمين فهماً شاملاً للمجالات التي قد تحتاج إلى تحسين لزيادة الفعالية وتعزيز رضا العملاء.

### الفرع الثاني: مؤشرات تقييم جودة الخدمة التأمينية

مؤشرات تقييم جودة الخدمة التأمينية هي أدوات قيمة تستخدم لقياس وتحليل كفاءة وفعالية الخدمات التي تقدمها شركات التأمين. كل مؤشر يوفر بيانات حول جانب محدد من الخدمة، مما يساعد الشركات على تحسين عروضها وتعزيز رضا العملاء.

- 1. الاعتمادية:** يشير هذا المؤشر إلى القدرة على تقديم الخدمة بشكل مستمر وموثوق به وفقاً للتوقعات والوعود التي قُدمت للعملاء. الاعتمادية تعني أيضاً أن الخدمة يجب أن تكون متاحة حتى في الظروف المتغيرة، مما يضمن للعميل الأمان والثقة في التعامل مع الشركة.
- 2. الاستجابة:** تقيس هذه الخاصية مدى سرعة وفعالية الشركة في التعامل مع طلبات العملاء ومدى جاهزية الخدمات لتلبية احتياجاتهم بشكل فوري. هذا يشمل سرعة الرد على الاستفسارات والشكاوى وكذلك سهولة الوصول إلى الخدمات عبر مختلف القنوات.
- 3. الكفاءة:** تعتمد هذه الخاصية على مدى الخبرة، المعرفة، والمهارات التي يمتلكها العاملون في شركة التأمين وكيف يتم استخدام هذه الموارد لتحقيق أعلى مستويات الأداء. الكفاءة تشمل أيضاً استخدام الموارد بشكل فعال وتقديم حلول تأمينية مبتكرة تلبى توقعات العملاء.
- 4. سهولة الوصول:** هذا المؤشر يتعلق بمدى سهولة وصول العملاء إلى الخدمات التأمينية. يشمل ذلك الوصول الجغرافي للمكاتب والفروع، ساعات العمل الملائمة، وتوفر الخدمات الإلكترونية التي تمكن العملاء من التفاعل مع الشركة بسهولة.
- 5. اللطف والباقة:** يعكس هذا المؤشر مدى التزام الشركة بالمعاملة الاحترافية والودودة. هذا يشمل الاحترام والأدب في التعامل مع العملاء والقدرة على بناء علاقات طيبة معهم، مما يسهم في خلق تجربة إيجابية ورضا عام.
- 6. الأمان:** يقيم هذا المؤشر مدى ثقة العملاء في الشركة والخدمات التي تقدمها، بما في ذلك حماية بياناتهم وتوفير التغطية التأمينية الواضحة والمتكاملة التي تلبى توقعاتهم وتحمي مصالحهم.

7. **التواصل:** تعني هذه الخاصية مدى كفاءة وفعالية تبادل المعلومات بين الشركة والعملاء. يشمل ذلك توضيح شروط وتفصيل الخدمات، توفير تعليمات واضحة، والتواصل المستمر الذي يساعد العملاء في اتخاذ قرارات مستنيرة.

8. **فهم العميل:** هذا المؤشر يعكس مدى فهم الشركة لاحتياجات وتوقعات العملاء، ومدى قدرتها على تقديم خدمات تلبي هذه الاحتياجات بدقة. يتضمن ذلك التفاعل العميق مع العملاء لاستيعاب متطلباتهم وتقديم حلول تأمينية مناسبة.

9. **الموثوقية:** يقيس هذا المؤشر مدى الثقة والاعتمادية في التعاملات مع الشركة. يشمل الدقة في أداء العمل والتزام الشركة بالمعايير الأخلاقية والمهنية.

10. **الملموسية:** يرتبط هذا المؤشر بالعناصر الفيزيائية التي يمكن للعميل تقييمها، مثل جودة المرافق والتجهيزات المكتبية، المظهر العام للموظفين، والتجهيزات التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمة.

كل هذه المؤشرات تساعد شركات التأمين على تقييم جودة خدماتها وتحديد الفرص للتحسين بهدف تعزيز تجربة العميل وزيادة الولاء والثقة في الشركة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، 2005، ص 211.

### المبحث الثاني: استراتيجية تطوير جودة الخدمة التأمينية كمدخل لزيادة ربحية شركات التأمين

يتناول هذا المبحث استراتيجية تطوير جودة الخدمة التأمينية كآلية حاسمة لزيادة ربحية شركات التأمين، مؤكداً على العلاقة المباشرة بين جودة الخدمات والنجاح المالي لهذه الشركات. يبدأ بتحديد الأسس التي تُعتبر ضرورية لفهم كيف يمكن للجودة أن تُسهم في تعزيز الربحية، مثل تحسين تجربة العميل وزيادة مستويات الثقة والولاء لدى المستهلكين.

يتطرق المبحث إلى تقديم استراتيجيات ملموسة لتحسين الجودة في خدمات التأمين، والتي تشمل تعزيز التدريب والتأهيل للعاملين، استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحسين إدارة العمليات والخدمات، وتطبيق أساليب الجودة الشاملة وإدارة الجودة الشاملة لتعزيز مستويات الأداء. بالإضافة إلى ذلك، يناقش التمهيد كيفية استخدام التغذية الراجعة من العملاء لتحديد مجالات التحسين الممكنة وصياغة حلول فعالة ترتقي بجودة الخدمة.

أخيراً، يبرز المبحث الفوائد الرئيسية لاستثمار شركات التأمين في جودة خدماتها، مثل تعزيز القدرة التنافسية، تقليل التكاليف المرتبطة بالشكاوى والمطالبات، وتحسين الكفاءة العملية. هذه العوامل مجتمعة تساهم في تحقيق نمو مستدام وزيادة الربحية، مما يشير إلى أهمية استراتيجية جودة الخدمة كعامل محوري في تحقيق النجاح الاقتصادي لشركات التأمين.

ونتناول في هذا المبحث المطالب التالي:

- **المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لربحية شركات التأمين والعوامل المؤثرة فيه.**
- **المطلب الثاني: متطلبات تطوير جودة الخدمة التأمينية لتحقيق ربحية شركات التأمين.**

### المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لربحية شركات التأمين والعوامل المؤثرة فيه

نستعرض في هذا المطلب الإطار المفاهيمي لربحية شركات التأمين، مركزاً على العلاقة بين العوامل الداخلية مثل الكفاءة التشغيلية وجودة الخدمات، والعوامل الخارجية كالتغيرات في البيئة التنظيمية والاقتصادية. يُبين كيف تؤثر هذه الديناميكيات المتفاعلة على الربحية والاستدامة المالية للشركات في هذا القطاع الحيوي.

### الفرع الأول: مفهوم ربحية شركات التأمين

الربحية في شركات التأمين تمثل القدرة على تحقيق أرباح صافية من خلال تقديم خدمات التأمين، حيث يتم تحقيق هذه الأرباح عبر تحقيق فارق إيجابي بين إيرادات الشركة وتكاليفها، ويمكن إبراز المزيد من التعاريف:

- وتعني الربحية في مجال التأمين: "القدرة على تحقيق عائد مالي إيجابي من الأنشطة التأمينية، بما في ذلك جمع الأقساط التأمينية وإدارة المخاطر، بحيث تكون الإيرادات أكبر من التكاليف".<sup>1</sup>

- أيضاً يمكن تعريف الربحية في شركات التأمين على أنها: "القدرة على تحقيق ميزانية مالية إيجابية من خلال توفير خدمات التأمين وإدارة المخاطر بفعالية، مما يسمح بتحقيق أرباح مستدامة على المدى الطويل".<sup>2</sup>

- في سياق شركات التأمين: "تعبّر الربحية عن القدرة على إدارة العمليات بشكل فعال وتحقيق أرباح مالية من الأعمال التأمينية، بما يساهم في استمرارية الشركة وتحقيق أهدافها المالية والتنموية".<sup>3</sup>

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف الربحية في شركات التأمين كما يلي: "ربحية شركات التأمين تعني القدرة على تحقيق الأرباح والربحية من خلال أنشطتها التأمينية. تتمثل هذه الربحية في الفارق بين إيرادات

---

<sup>1</sup> محمد زاوي، محددات ربحية شركات التأمين في الجزائر، دراسة حالة لمجموعة من شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة 2005-2018، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، فرع علوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021/2020، ص 6.

<sup>2</sup> Radouane abdoune, structure financiere des societes d'assurance en france : entre determinants traditionnels et referentiels prudentiels, doctorat ès sciences de gestion, ecole doctorale entreprise, economie, societe (ees), universite de bordeaux, 2013/2014, p 36.

<sup>3</sup> Relwende Sawadogo. Essais sur les déterminants et les conséquences macroéconomiques du développement du secteur d'assurance dans les pays en développement. Economies et finances. Université d'Auvergne - Clermont-Ferrand I; Université Ouaga 2 Thomas Sankara (Ouagadougou), 2016, P 121.

الشركة من الأقساط التأمينية التي تجمعها من المؤمن عليهم وتكاليف المطالبات التي تدفعها للمؤمن عليهم، بالإضافة إلى تكاليف الإدارة والأرباح الناتجة عن استثمار الأموال. تعتمد ربحية شركات التأمين على القدرة على تقييم المخاطر بدقة وتسعير البوليصات بشكل صحيح، إضافة إلى إدارة فعالة للمطالبات والتحكم في التكاليف الإدارية".

### الفرع الثاني: مؤشرات ربحية شركات التأمين

تُعد المؤشرات الربحية أداة أساسية لتقييم الكفاءة المالية للشركات وتحديد قدرتها على توليد الأرباح. يعتمد المحللون الماليون على هذه المؤشرات لتقييم الأداء المالي وبيان العائد المالي من العمليات الاستثمارية ومدى قدرة الشركة على استخلاص الأرباح من أصولها أو مبيعاتها.

#### أولاً: العائد على مجموع الأصول

يُطلق على هذا المقياس أيضاً اسم معدل العائد على الأصول، وهو يعكس العلاقة بين الربح المحاسبي وحجم رأس المال المتاح للشركة والذي يتم استخدامه. يُعد هذا المقياس من بين أهم القياسات المستخدمة لتقييم قدرة إدارة الشركة على تحقيق العوائد على جميع الأموال المتاحة، بغض النظر عن مصدرها. وبالتالي، يُستخدم لتحديد فعالية الشركة في تحقيق الأرباح دون النظر إلى كيفية تمويل الأصول. يتم تقسيم تأثيرات ممارسة الأنشطة التشغيلية والاستثمارية عن تلك التي تتعلق بالأنشطة التمويلية على الربحية، ويُحسب معدل العائد على الأصول عن طريق قسمة صافي الربح بعد الضريبة على مجموع الأصول وضربه بنسبة 100.

#### ثانياً: العائد على حقوق الملكية

يُفهم هذا المقياس على أنه معدل ما تمتلكه الشركة من أموال للمالكين وما تحققه من عوائد من خلال الاستثمار بها. وكلما زاد هذا المعدل، كان ذلك دليلاً على أن الإدارة تعمل بكفاءة. يتم حساب المعدل عن طريق قسمة صافي الربح بعد الضريبة على حقوق الملكية. يعمل معدل العائد على حقوق الملكية على قياس ربحية كل دولار تم استثماره من قبل المالكين في المشروع. ويعكس جميع الأنشطة التشغيلية والتمويلية التي تقوم بها الشركة على هذا المعدل، ويتأثر بالرفع المالي وحجم الدين الذي يشكل رأس المال. تقيس هذه النسبة العائد على مجموع استثمارات المالكين وحملة الأسهم من أرباح الشركة.

#### ثالثاً: الربح إلى الخصوم:

يُستخدم قياس نسبة الربح إلى الخصوم كمؤشر لقياس تغطية الأرباح المتحققة من التدفقات النقدية للشركة من النشاطات التشغيلية لمجموع المطلوبات. تساعد هذه النسبة الإدارة في رفع الكفاءة العامة للإدارة عن طريق تحليل قدرة الشركة على تحقيق الأرباح بناءً على الأصول المتاحة لها. وكلما ارتفعت هذه النسبة، كان ذلك مؤشرًا على زيادة الكفاءة، مما يعني فعالية أكبر للشركة.

يتم حساب نسبة الربح إلى الخصوم عن طريق قسمة صافي الربح بعد الفوائد والضرائب على مجموع الخصوم.

### رابعاً: هامش الربح (الربح إلى المبيعات)

تمثل نسبة الهامش الربحي الارتباط بين الربح والمبيعات، وتعكس قوة نشاط المبيعات على تحقيق الأرباح. يتم حساب نسبة الهامش الربحي عن طريق قسمة مجمل الربح على صافي المبيعات. يُستخدم هذا المقياس لقياس قدرة الشركة على التعامل مع الظروف الصعبة التي قد تحدث نتيجة لتغيرات في أسعار السوق للمنتجات، أو زيادة في تكاليف الإنتاج، أو انخفاض في حجم المبيعات. ويُستخدم أيضاً لتقييم أداء الشركة بشكل شامل.

تحسب نسبة الهامش الربحي من خلال قسمة صافي الربح بعد الضرائب على صافي المبيعات، وتولي المؤسسة اهتماماً خاصاً بهذه النسبة لأنها تعكس الدخل والنفقات الأخرى التي قد تؤثر في قدرة الشركة على الاستمرار في نشاطها العادي.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: محددات الربحية لشركات التأمين

تتعدد المحددات التي تؤثر على الربحية في شركات التأمين، وبناءً على الدراسات السابقة التي تم تجميعها والمعوّضة في الفصل الموالي، فتم تصنيف هذه المحددات نظراً إلى محددات داخلية وأخرى خارجية، ومن خلال هذا الفرع سنعرض كل منها على النحو التالي:<sup>2</sup>

#### أولاً: محددات الربحية الداخلية

<sup>1</sup> محمد زاوي، مرجع سابق، ص ص 11-12.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص ص 11-12.

تعتبر المحددات الداخلية عن مجموعة العوامل التي تشكل من المحيط الداخلي للمنشأة، وتكون تحت سيطرتها، وبالتالي يمكن التحكم فيها، وعادة ما تنشأ نتيجة تفاعل بين بعض العناصر الداخلية للمنشأة، وتكون ذو اثار ايجابية أو سلبية على ربحية المنشأة.

**1- السيولة:** السيولة مصطلح شائع في المنظمات والأسواق المالية فهي من المواضيع المهمة والحساسة لما لها من أهمية بالغة في القرارات المالية التي تتخذها المنشآت فهي تحدد الإستقلالية والسلامة المالية للمنشأة وهي بمثابة نقطة قوة أو ضعف لها، حيث أن أي نقص في الاموال لمواجهة الالتزامات التعاقدية، ومتطلبات العملاء سوف سيؤثر في تحقيق وإنجاز الأهداف المسطرة وبالتالي على نشاط المنشأة عموماً، وغالباً ما تشير السيولة في المنشأة إلى قدرتها على استخدام أصولها للوفاء بالتزاماتها الحالية أو قصيرة الأجل يعني الأموال التي يمكن الوصول إليها بسهولة.

### أ- مفهوم السيولة:

- السيولة هي مفهوم نسبي يعبر عن العلاقة بين النقدية وأصول سهلة التحويل إلى نقدية (أصول شبه نقدية) وبين الالتزامات المستحقة المطلوب الوفاء بها.

- السيولة هي مقدرة المنشأة على توفير النقد اللازم لتغطية الالتزامات قصيرة الأجل المتوقعة وغير المتوقعة في مواعيدها دون تحمل خسائر".

- السيولة هي توفير الأموال الكافية لاحتياجات الوحدة الاقتصادية في كافة الأوقات والقدرة على سداد الالتزامات التي عليها.<sup>1</sup>

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن السيولة تلعب دور مهم في اغتنام الفرص دون التسبب في قابلية تحويل الأصول، فهي غالباً ماتعني سرعة الحصول على الأموال متى احتجت إليها خاصة حالة حدوث أشياء غير متوقعة أو أي نكسة مالية قد تحدث.

### ب- نسب السيولة:

<sup>1</sup> SEDDIKI Meriem, ZENAGUI Sid ahmed, Banking liquidity management and its role in reducing liquidity risk, Journal of Management, Organizations and Strategy JMOS, Spatial and entrepreneurial development studies laboratory, Year: 2023 Vol.5 No.1 pp: 93-104

غالباً ما يلجأ مدراء الشركات إلى عمليات تدقيق وتشخيص لتحديد الوضع المالي للوحدات الاقتصادية فيها ومن ثم تحديد الأداء المالي للإطمئنان على استثمارات الشركة وتعتبر نسب السيولة من أقدم النسب استعمالاً إذ يعتمد عليها المحللون والمستثمرون وأصحاب الشركات للحكم على الأداء المالي للشركة لتحديد القدرة على سداد التزامات الدين الحالية دون زيادة في رأس المال الخارجي، وكذا قدرة الشركة على دفع التزامات الدين وهامش أمانها والتأكد على أن كل استثماراتها بعيدة عن العسر المالي؛ ويمكن سرد أهم نسب السيولة التي تأخذها إدارة الشركة فيما يلي:

### ج- نسبة التداول:

حيث تقيس هذه النسبة قدرة الشركة على سداد التزاماتها المستحقة في أجالها من خلال أصولها المتداولة فهي تعتبر مقياساً لحالة الأمان لدى الأموال المضمرة في الشركة.

وتعتبر هذه النسبة عن عدد المرات التي تستطيع فيها الأصول المتداولة من تغطية الخصوم المتداولة فهي أفضل مؤشر لهامش الأمان للشركة وقوة وضعها المالي بالنسبة للموردين والبنوك، وكذلك تبين عن مدى تغطية الموارد المتاحة في الأجل القصير لإلتزامات الشركة القصيرة الأجل دون الحاجة لتسييل أصولها الثابتة أو الحصول على قروض.

### د- نسبة السيولة السريعة:

تعتبر هذه النسبة أكثر دقة من نسبة التداول فهي تهدف إلى قياس قدرة الشركة على سداد إلتزاماتها قصيرة الأجل دون الإعتتماد على البضاعة باعتبار هذا الأخير أقل عناصر الموجودات سيولة.

### هـ- نسبة النقدية:

تهدف هذه النسبة إلى معرفة قدرة الشركة على سداد ديونها قصيرة الأجل فهي تقيس الأصول النقدية في الشركة نسبةً إلى التزاماتها فهي بذلك تعطي نظرة معتدلة على قدرة الشركة على تغطية إلتزاماتها دون الحاجة إلى بيع أو تصفية الأصول الأخرى.

### 3- الرافعة المالية:

يتألف الهيكل المالي للشركات من توليفة متنوعة تضم حقوق الملكية والديون، وغالبًا ما ترتبط المخاطر المالية بخيارات التمويل هذه. المدراء الماليون يتحملون مسؤولية كبيرة في اختيار النسب المثالية لهذه العناصر لتعظيم قيمة الشركة. تُعتبر الرافعة المالية عنصرًا أساسيًا في هذا المزيج، حيث تستخدمها الشركات والمستثمرون عادة لتمويل حاجاتهم بتكاليف ثابتة ولزيادة العوائد على الاستثمارات وأرباح التشغيل.

تلعب الرافعة المالية دورًا حاسمًا في تحديد الهيكل المالي للشركة، ومن الضروري المحافظة على التوازن بين المخاطر المرتبطة بزيادة الديون وفوائدها. يجب على الشركات تقييم كفاءتها التشغيلية والتمويلية قبل اللجوء إلى الرافعة المالية نظرًا لأن النجاح المفترض لها ليس مضمونًا بسبب التقلبات في البيئة الاقتصادية والسياسية والاجتماعية. تقتضي الإدارة الحكيمة للرافعة المالية توازنًا بين حقوق الملكية والمديونية، مما يسمح بتحقيق الاستفادة القصوى من الأموال المقترضة بتكلفة أقل من معدلاتها، وأي تقصير في هذا المجال قد يعرض الشركة لمخاطر جسيمة ويؤثر سلبيًا على أدائها.

### أ- مفهوم الرافعة المالية:

- تعرف الرافعة على أنها استخدام أموال الغير في التمويل بهدف زيادة أرباح التشغيل قبل الفوائد والضرائب وهو عبارة عن نسبة القروض إلى مجموع الخصوم.<sup>1</sup>
- تعزف أيضا على أنها اعتماد الشركة على الإقراض من المؤسسات المصرفية والمالية في سد احتياجاتها المالية، وبالتالي تكون التكاليف الثابتة لديها في هذه الحالة هي الفوائد المدينة أو المدفوعة.<sup>2</sup>
- وتُعرف الرافعة المالية بأنها مدى استخدام الشركة للدين والذي يترتب عليه تكاليف ثابتة ملزمة للشركة بدفع الأصل مع الفوائد المترتبة عليه.

ومما سبق يمكن أن نعرف الرافعة المالية بانها المحرك لنشاط الشركة وذلك باستخدام المال المقترض كمصدر لتمويل استثماراتها خاصة حالة حصول تذبذبات في التدفقات النقدية، فهي غالبا ما تقوم على أساس

<sup>1</sup> Wijaya, Anggita Langgeng and Others, 2018, " The Effect of Leverage on Corporate Cash Holdings: Evidence from Indonesian Manufacturing Firms", Financial Assets and Investing, 9(2), pp.61-72.

<sup>2</sup> Thu, Phung and, Khuong Nguyen Vinh, 2018, " Factors Effect on Corporate Cash Holdings of the Energy Enterprises Listed on Vietnam's Stock Market", International Journal of Energy Economics and Policy, VoL.18, No.5, pp.29-34.

تحسين الربح بتحقيق أعلى العوائد المحتملة للاستثمار من خلال استخدام الديون بأقل التكاليف وكل ذلك يعتمد على القرارات المالية للمنشأة.

### ب- نسب الرافعة المالية:

تعد نسب الرافعة المالية من أهم النسب ضمن الوظيفة المالية للشركة وتعرف كذلك بنسب الديون فهي تبين مدى اعتماد الشركة في استثماراتها وتمويل أصولها على الديون فهي بذلك تهتم بمعرفة مستوى القروض الرأسمالية في تشكيل هيكل رأس المال وكلفة الفوائد المرتبطة بالأموال المقترضة من الشركة وتعد من أهم مؤشرات قياس المخاطر المالية، حيث تمكن الشركة من معرفة مدى قدرتها على الوفاء بالتزاماتها خاصة طويلة الأجل.

### ج- نسبة الديون إلى حقوق الملكية:

وتعرف كذلك بنسبة الملكية وتقيس هذه النسبة مدى قدرة الشركة على تغطية تكلفة الفوائد الملزمة من الاستدانة الخارجية وتشير هذه النسبة أيضاً للعلاقة بين التمويل الخارجي عن طريق الغير وتلك التي تم تمويلها عن طريق ملاك المشروع.

ويعبر انخفاض هذه النسبة عن انخفاض حجم التمويل عن طريق الديون وهو مؤشراً إيجابياً يعبر عن مدى قدرة الشركة على خدمة ديونها وبالتالي تشكل حماية أفضل للدائنين أما ارتفاع مؤشرها فيعبر عن زيادة احتمالات عدم مقدرة الشركة على تغطية ديونها وبالتالي زيادة المخاطر على المقرضين والمستثمرين.

### د- نسبة الديون طويلة الأجل إلى مجموع الأصول:

نقيس هذه النسبة مدى اعتماد الشركة على الأموال المقترضة في تمويل أصولها، وتُعدُّ هذه النسبة مؤشراً على تمويل أصول الشركة من المصادر الخارجية حيث في ارتفاعها، يكون مؤشراً سلبياً بسبب التكاليف الإضافية التي قد تتحملها الشركة لخدمة الدين، وانخفاضها يدل على انخفاض الأعباء الثابتة التي قد تتحملها المنشأة.

تعد الرافعة المالية من أكثر المفاهيم التي أولت اهتمام كبير لدى الشركات كما تسمى الرافعة أيضاً بالمتاجرة بالملكية، وتشير هذه النسبة إلى مدى قدرة الشركة من تمويل أصولها من قبل الدائنين من أجل الحصول على أكبر عائد ممكن للمالكين وكلما انخفضت هذه النسبة كانت أفضل من وجهة نظر المقرضين.

### 3- حجم الشركة:

يلعب الحجم دور مهم لدى إدارة الشركات إذ يساعدها في استغلال الموارد المتاحة لتحقيق أكبر قدر ممكن من الإيرادات والأرباح وبأقل كلفة ممكنة فهو من العوامل المهمة لدى الشركة وتختلف أشكال وأحجام الشركات كونها كبيرة الحجم أو متوسطة أو صغيرة وغالبا ما يرجع التصنيف إلى الشكل القانوني لها؛ فدائما من الصعوبة بمكان تصنيف أحجام الشركات وتعميم ذلك على الكل وذلك يرجع إلى عامل المحيط الذي تعمل فيها هذه الشركات، فهناك ظروف اقتصادية واجتماعية لها أثر كبير وكلما كان حجم الشركة كبير كانت لها أكبر كفاءة ممكنة وفرص أكبر في تنوع مصادر دخلها لهذا يعتبر عامل الحجم مهم بالنسبة للأداء المالي للشركة، كما يعد كبر حجم الشركة أحد العوامل المهمة التي تزيد من فرص الحصول على القروض والتسهيلات الائتمانية لتمويل مشاريعها وعملياتها الإنتاجية والتسويقية وهذا ما يمنحها مرونة عالية في ذلك، وبالتالي تحقيق مؤشرات نمو عالية غالبا ما تمكنها من المحافظة على وضعيتها في السوق وتحسين قدرتها التنافسية في مجال نشاطها.

عادة ما تستفيد الشركة من حجمها الكبير في عمليات البحث والتطوير، بالإضافة إلى زيادة إمكانية اقتناء أحدث التقنيات المتطورة، بالرغم من أن هناك دراسات وأبحاث عديدة أشارت إلى أنه يمكن أن يكون للحجم أثر جانبي سلبي بالنسبة للشركة، بحكم أنها ستكون أكثر تعقيدا من مثيلاتها صغيرة الحجم، مما يؤدي إلى التأثير على أدائها المالي.

تعددت الأفكار والآراء حول موضوع مؤشرات الربحية وعلاقته بمقاييس حجم الشركة، حيث هناك من يربط بين مؤشرات الربحية العالية وحجم الشركة هذا من جهة، ومن جهة أخرى هناك من يرى بأن حجم الشركة الكبيرة يؤثر على الكفاءة والأداء، مما يؤدي إلى عدم استغلال كل الفرص المتاحة أمام الشركة.

ووفق التعريف أعلاه يمكن قياس حجم المنظمة باستخدام عدة مؤشرات، كقيمة رأس المال ومجموع الأصول وحجم المبيعات وعدد العاملين في الشركة، ويمكن الإشارة في هذا الخصوص أنه في هذه الدراسة تم

اعتماد مجموع الاصول كمؤشر لقياس حجم الشركة، وذلك من خلال أخذ اللوغاريتم لمجموع اصول الشركات محل عينة الدراسة.<sup>1</sup>

### 4- حجم رأس المال

يشير رأس المال إلى الموارد المالية التي تساعد الشركة في تمويل عملياتها مثل النقد والمعدات والتجهيزات وغيرها من الموارد الاخرى، وهذه هي الأصول التي تسمح للشركات بإنتاج السلع أو الخدمات فمن منظور اقتصاديات رأس المال المالي، يعد رأس المال جزءًا رئيسيًا من إدارة الأعمال وتنمية الاقتصاد، فغالبًا ما تتمحور جل مشاكل المنشآت المالية حول الجمع والاحتفاظ برأس المال الكافي لنشاطها إذ يعتبر رأس مال من العناصر المهمة في الشركة لأنه وهو الدليل على القوة المالية لها، وغالبًا ما يحافظ على الجانب المالي للشركة في حالة تعرضها للخسائر أو مخاطر الافلام بالإضافة لأنه يساهم في توفير السيولة، وبالتالي الوصول للملاءة وحماية أموال المؤمنتين من الخسائر المحتملة والغير متوقعة فهو دائما ما يعكس صورة إيجابية على هامش الأمان للمؤسسة ومن المهم دائما التمييز بين المال ورأس المال، فرأس المال هو أداة فعالة في الإنتاجية وخلق فرص العمل ويستخدم في توليد الدخل، وبناء الثروة فهو يعتبر أكثر دواما من المال.

وردت العديد من التعاريف الخاصة برأس المال نورد البعض منها. يعرف رأس المال على أنه مجموع قيم الأسهم التي يتم الإكتتاب بها وتشكل مجموع قيمة أصول الشركة الثابتة والمتداولة.

وهو عبارة عن مجموع ما يقدمه من طرف المساهمون سواء حصص نقدية أو عينية والتي تم تحديد قيمتها عند التأسيس حيث تبقى هذه القيمة ثابتة دون تغيير سواء زادت أو نقصت قيمة المقدمات التي ساهم بها كل مؤسس، كذلك عرف بأنه المبالغ والأصول التي يقدمها المساهمون بغية استثمارها لغرض تحقيق نشاط تجاري؟.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن مصطلح رأس المال يدل على القوة الشرائية أو الثروة المالية المدخرة، والتي عادة ما يستخدمها الشركات والأفراد للاستثمار أو لبدء أو تطوير أي عمل تجاري وعادة ما

<sup>1</sup> عبد الرزاق الشحادة وآخرون، مساهمة قواعد بازل في إدارة مخاطر المنظمات المصرفية-دراسة حالة مصرف عودة سورية، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، دار التل للطباعة، البلدة، الجزائر، العدد 11، الجزء الأول، جوان 2015؛ ص 223.

يتكون رأس المال المادي من السلع المادية مثل معدات الآلات أو المعدات والمباني التي يتم استخدامها بشكل دائم.

### ثانياً: محددات الربحية الخارجية

هي مجموعة من العوامل التي تتشكل نتيجة البيئة الخارجية للشركة، حيث تتعدى إطار سيطرة إدارة الشركة عليها، وبالتالي تجد صعوبة للتحكم فيها، مما يتطلب على إدارة الشركة التكيف مع هذه العوامل، ويكون لها نظرياً آثار متفاوتة بالسلب والإيجاب على ربحيتها، وفيما يلي عرض للمحددات الخارجية لربحية شركات التأمين.<sup>1</sup>

### 1- الناتج المحلي الإجمالي

معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي يعتبر مؤشراً أساسياً يقيس مدى تسارع أو تباطؤ نمو اقتصاد الدول، يتم القياس بمقارنة الناتج المحلي الإجمالي في فترة زمنية محددة مقابل فترة سابقة، لتقييم الأداء الاقتصادي العام للأمة، يعتبر هذا المعدل دليلاً على الصحة الاقتصادية وهو الوسيلة الرئيسية لمعاينة النمو الاقتصادي. يتغير معدل النمو هذا مع كل مرحلة من مراحل دورة الأعمال - الذروة، الانكماش، الانخفاض، والتوسع.

خلال مرحلة التوسع، يكون معدل النمو إيجابياً، ما يدفع بنمو الأعمال والوظائف ودخل الفرد. أما في فترة الانكماش، فتراجع الاستثمارات وتنخفض فرص العمل، ويقل الإنفاق الاستهلاكي. إذا تحول معدل النمو إلى الانخفاض، فإن ذلك يعني أن الاقتصاد يدخل في حالة من الركود، ويتوقف النمو الاقتصادي عند الذروة.

النمو الاقتصادي يُفسر على أنه الزيادة في الناتج المحلي الإجمالي، مما يؤدي إلى رفع متوسط دخل الفرد الحقيقي، يُعد الناتج المحلي الإجمالي نتاجاً لأنشطة اقتصادية متعددة تُحقق زيادة في الناتج الحقيقي أسرع من نمو السكان.

تم تعريف الناتج المحلي الإجمالي بأنه قياس لقدرة الدولة على تقديم مجموعة متنوعة من السلع الاقتصادية لمواطنيها، مدعومة بالتقدم التكنولوجي والتعديلات المؤسساتية والإيديولوجية، الناتج المحلي

<sup>1</sup> عز الدين نايف، محمد داود عثمان، تقييم مدى كفاءة إدارة المخاطر الائتمان في البنوك الإسلامية الأردنية، مجلة دورية نصف سنوية تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة البصرة، المجلد السادس، العدد الثاني عشر، 2013؛ ص 433.

الإجمالي يعكس القيمة النقدية والسوقية لجميع السلع والخدمات المنتجة داخل دولة خلال فترة محددة ويُعبّر عن الوضع الاقتصادي العام للبلاد.

## 2- التضخم

يعتبر التضخم من القضايا الاقتصادية الرئيسية التي تستحوذ على اهتمام كبير من الباحثين والاقتصاديين حول العالم. هذه الظاهرة، التي تعد قديمة قدرها جديدة، تشكل تحديًا مستمرًا للدول بغض النظر عن مرحلة تطورها الاقتصادي. التضخم مرتبط ارتباطًا وثيقًا بالعديد من العوامل مثل الأزمات الاقتصادية العالمية، الركود، البطالة، عدم الاستقرار السياسي والفساد، ويُعد مؤشرًا على الصحة الاقتصادية لأي دولة.

يُنظر إلى التضخم على أنه نتيجة مباشرة للسياسات الاقتصادية المُتبعة ويُعد بمثابة مقياس كمي للزيادة في متوسط أسعار سلة من السلع والخدمات المختارة على مر الزمن، وعلى الرغم من أن القليل من التضخم قد يُعتبر ضروريًا لنمو الاقتصاد المتنامي، إلا أن التضخم المفرط يمكن أن يكون مدمرًا.

تُظهر تعريفات التضخم التي طورها العلماء على مر العصور الاختلافات في الفهم والتفسير بناءً على السياقات الاقتصادية والسياسية. على سبيل المثال، يُعرف التضخم في إحدى التعريفات بأنه زيادة في الأسعار نتيجة تدخل الحكومة في النظام النقدي. وفقًا لـ **Hawtrey**، التضخم هو إصدار كميات كبيرة من العملة التي تفوق القيمة المادية للسلع والخدمات المتاحة. ويُمكن أيضًا تعريفه كفائض نقدي مستمر ومتزايد مقارنة بالسلع والخدمات المتاحة.

من خلال هذه التعريفات، يمكننا رؤية التضخم كظاهرة معقدة متعددة الأبعاد ناتجة عن مجموعة من الأسباب المترابطة التي قد تكون اقتصادية، سياسية أو حتى طبيعية. غالبًا ما يُعبّر عن هذه الظاهرة بارتفاع مستمر وعام في أسعار السلع والخدمات، مما يشير إلى اختلال في الهيكل الاقتصادي بين التدفقات النقدية والعينية.<sup>1</sup>

## 3- البطالة

<sup>1</sup> عز الدين نايف، محمد داود عثمان، المرجع السابق؛ ص 435.

البطالة تُعد واحدة من أكبر التحديات التي تواجه الاقتصادات العالمية والمجتمعات على حد سواء، وهي مشكلة ازدادت حدتها بفعل النمو الديموغرافي الكبير والتقدم التكنولوجي السريع، فضلاً عن شح الموارد. هذه الظاهرة، التي تستحوذ على اهتمام كبير من الباحثين، تعكس عدم التوازن بين العرض والطلب في سوق العمل، وتُعتبر من الأسباب الرئيسية للفقر وزيادة معدلاته في كثير من البلدان.

من المفهوم أن البطالة تؤثر سلباً على القطاع الاقتصادي المحلي وتعمل على إضعاف الإنتاج المحلي، خاصةً في الدول التي تعاني من نقص في الموارد الاقتصادية. وبهذا، يمكن لارتفاع معدلات البطالة أن يهدد استقرار الدول اقتصادياً وسياسياً على حد سواء.

البطالة لا تُعتبر فقط هدراً للموارد البشرية ولكنها أيضاً تُعد مؤشراً اقتصادياً مهماً يُستخدم لقياس صحة اقتصاد الدول. يُقاس معدل البطالة بقسمة عدد الأشخاص العاطلين عن العمل على إجمالي القوة العاملة في الدولة.

تُعرف البطالة بأنها الحالة التي يكون فيها الفرد قادراً وراعياً في العمل ولكن لا يجد فرصة عمل مناسبة أو أجراً يتناسب مع مؤهلاته وتطلعاته. وفقاً لمنظمة العمل الدولية، يُعرف العاطلون عن العمل بأنهم أفراد القوة العاملة الذين يرغبون في العمل وفقاً للأجور السائدة ويبحثون عن العمل ولكن دون جدوى. بينما يُعرفون أيضاً بأنهم أشخاص قادرين على العمل ولا يعملون على الرغم من جهودهم في البحث عن عمل وامتلاكهم القدرات الذهنية والجسمانية اللازمة للعمل.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: متطلبات تطوير جودة الخدمة التأمينية لتحقيق ربحية شركات التأمين

تطوير جودة الخدمة التأمينية يعد أساسياً لضمان ربحية واستمرارية شركات التأمين في بيئة الأعمال التنافسية الحالية. تواجه شركات التأمين تحديات تتطلب منها تقديم خدمات تلبي احتياجات العملاء بفعالية وتحسينها باستمرار مع التطورات التكنولوجية والتغيرات السوقية. في هذا المطلب، سنستعرض المتطلبات الأساسية لتطوير جودة الخدمات التأمينية التي تعزز الربحية، مستندين إلى استراتيجيات تشمل التحسينات التقنية، التدريب المستمر للموظفين، وتبني أفضل الممارسات الدولية في إدارة الجودة.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 436.

## الفرع الأول: تحقيق الربحية من خلال وضع نظام لقيادة الجودة

في سوق الأعمال المعاصر، تعد الجودة عاملاً أساسياً لتحقيق الربحية والتفوق الاستراتيجي. يستعرض هذا المقال كيفية تحقيق الشركات للربحية من خلال تطبيق نظام فعال لقيادة الجودة، مع التركيز على الأساليب الأساسية وأفضل الممارسات.

### أولاً: تعريف قيادة الجودة

قيادة الجودة هي عملية استراتيجية تهدف إلى تحسين جميع جوانب العمليات التجارية من خلال التركيز المستمر على الجودة. تتطلب هذه العملية التزاماً ثابتاً من الإدارة العليا وفريق العمل بأكمله للوصول إلى معايير الجودة المحددة وتجاوزها. الهدف هو تلبية وتجاوز توقعات العملاء، مما ينتج عنه رضا العملاء وولائهم، وهي عوامل حيوية للربحية المستدامة.

### ثانياً: الربط بين الجودة والربحية

الشركات التي تتبنى نظاماً لقيادة الجودة تجد أن تحسين الجودة يؤدي إلى زيادة الربحية بعدة طرق:

1. زيادة رضا العملاء: الجودة العالية تؤدي إلى رضا العملاء، وهو ما يزيد من فرص الشراء المتكرر والتوصيات الشفهية الإيجابية.
2. تقليل التكاليف: السعي لتحقيق جودة عالية يؤدي إلى تقليل الأخطاء والهدر، مما يخفف التكاليف التشغيلية بشكل كبير.
3. التميز عن المنافسين: في الأسواق المزدحمة، توفر الجودة وسيلة للتميز عن المنافسين والحفاظ على مكانة تنافسية قوية.
4. تعزيز العلامة التجارية: الالتزام بالجودة يعزز سمعة العلامة التجارية ويبني ثقة العملاء.

### رابع: استراتيجيات لتنفيذ نظام قيادة الجودة

1. الالتزام من القمة الإدارية: يجب أن يأتي التزام قيادة الجودة من أعلى مستويات الإدارة، مع توفير الموارد والدعم اللازم.

2. تطوير ثقافة الجودة: يجب على الشركة تطوير ثقافة تؤمن بأهمية الجودة في جميع الأقسام والمستويات.
3. تدريب الموظفين: التدريب المستمر للموظفين على أحدث الممارسات والتقنيات لتحسين الجودة.
4. التحسين المستمر: تطبيق مبادئ التحسين المستمر مثل **Lean** أو **Six Sigma** لتحسين العمليات والإجراءات.
5. الاستماع إلى العملاء: تطوير نظام فعال لجمع وتحليل تعليقات العملاء لفهم احتياجاتهم وتوقعاتهم بشكل أفضل.
6. تحليل البيانات والمتابعة: استخدام البيانات لمراقبة الأداء واتخاذ قرارات مبنية على معلومات دقيقة.

#### خامساً: الفوائد الطويلة الأجل لقيادة الجودة

الشركات التي تستثمر في نظام قيادة الجودة تكتسب عدة مزايا تنافسية يمكن أن تؤدي إلى فوائد طويلة الأجل مثل الاستدامة في السوق، قدرة أكبر على التكيف مع التغيرات السوقية، والقدرة على جذب والحفاظ على العملاء الأكثر ربحية<sup>1</sup>.

#### الفرع الثاني: تحقيق الربحية من خلال التميز في العلاقة مع العميل

في بيئة الأعمال التنافسية اليوم، تُعد العلاقات المتميزة مع العملاء من الأصول الأساسية التي تساهم في رفع الربحية. يستعرض هذا المقال كيفية تحقيق الشركات للربحية من خلال التميز في العلاقات مع العملاء، مع التركيز على الأساليب والاستراتيجيات الفعّالة.

#### أولاً: أهمية العلاقة مع العميل

تعد العلاقة مع العميل المحور الأساسي الذي يدور حوله نجاح أي عمل تجاري. إن الشركات التي تولي اهتماماً كبيراً بعلاقاتها مع العملاء غالباً ما تجد نفسها في موقف أفضل لفهم احتياجات وتوقعات عملائها. هذا الفهم يُترجم بدوره إلى تقديم منتجات وخدمات تلبّي تلك الاحتياجات بشكل دقيق، مما يعزز من الرضا العام والولاء للعلامة التجارية.

<sup>1</sup> مؤمن سليمان الدراكة، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2006، ص 117.

### ثانياً: بناء الثقة والولاء

الثقة هي حجر الزاوية في أي علاقة ناجحة مع العملاء. الشركات التي تبني علاقات قائمة على الثقة تضمن تكرار الأعمال من قبل العملاء وتقليل معدلات الانتقال إلى المنافسين. كما أن الولاء لا ينمو فقط من خلال تجارب الشراء المتميزة، بل أيضاً من خلال تجارب ما بعد البيع، الدعم، والخدمات المستمرة التي تفوق التوقعات.

### ثالثاً: الاستماع والتكيف

الشركات الناجحة هي التي تستمع بفعالية إلى عملائها وتكيف منتجاتها وخدماتها بناءً على المعلومات التي تجمعها. الاستماع الفعّال يتطلب استخدام أدوات تجميع البيانات المتقدمة وأنظمة تحليل لفهم السلوكيات والتفضيلات. من خلال هذه البيانات، يمكن للشركات أن تقدم حلولاً مخصصة تلبي احتياجات العملاء بشكل أكثر دقة وفعالية.

### رابعاً: الاستفادة من التكنولوجيا

التكنولوجيا لعبت دوراً محورياً في تحسين العلاقات مع العملاء. الأنظمة مثل إدارة علاقات العملاء (CRM) توفر أدوات لتتبع التفاعلات مع العملاء وتحليل البيانات لتحسين الخدمة المقدمة. التكنولوجيا مثل الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي يمكن أن تساعد أيضاً في تحسين تجربة العملاء من خلال التخصيص والاستجابة السريعة لاحتياجاتهم.

### خامساً: التركيز على تجربة العميل

- تجربة العميل هي مجموع كل التفاعلات التي يخوضها العميل مع الشركة.
- الشركات التي تركز على تحسين تجربة العميل عبر جميع نقاط الاتصال
  - من البحث والشراء إلى الدعم والخدمات ما بعد البيع
  - تزيد من فرصها في بناء علاقات مستدامة تساهم في الربحية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عريقات حربي محمد، عقل سعيد جمعة، التأمين وإدارة الخطر بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 218.

### الفرع الثالث: تحقيق الربحية من خلال تطبيق إدارة الجودة الشاملة

في عالم الأعمال المعاصر، تعد إدارة الجودة الشاملة استراتيجية أساسية لتعزيز الكفاءة وزيادة الربحية، حيث تركز على الجودة في جميع جوانب العمليات التنظيمية. يستعرض هذا المقال كيفية تحقيق الشركات للربحية من خلال تطبيق إدارة الجودة الشاملة، مما يؤدي إلى تحسين الأداء المالي وزيادة رضا العملاء والموظفين.

#### أولاً: فهم إدارة الجودة الشاملة

إدارة الجودة الشاملة هي فلسفة إدارية تهدف إلى تحقيق التميز في جميع العمليات التشغيلية. هذه الفلسفة تركز على مبادئ رئيسية مثل التركيز على العميل، الجودة كمسؤولية مشتركة بين جميع الموظفين، التحسين المستمر، واتخاذ القرارات المبنية على البيانات والحقائق. تعمل إدارة الجودة الشاملة على إنشاء بيئة تعاونية تساهم في تعزيز الابتكار والكفاءة.

#### ثانياً: الربط بين الجودة الشاملة والربحية

- 1. تعزيز رضا العملاء:** من خلال تقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية، تنمو مستويات الرضا والولاء لدى العملاء، مما يعزز العائدات من خلال التكرار والمبيعات عبر الإحالات.
- 2. تقليل الهدر والتكاليف:** يؤدي تطبيق مبادئ الجودة الشاملة إلى تقليل الأخطاء، تحسين العمليات، وتقليل الهدر، مما يخفف التكاليف التشغيلية.
- 3. تحسين الكفاءة والإنتاجية:** تحفيز الموظفين وتحسين بيئة العمل يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وتحسين الكفاءة العامة للشركة.
- 4. التميز التنافسي:** الالتزام بالجودة يمكن أن يميز الشركة عن المنافسين، مما يعزز مكانتها في السوق ويعزز حصتها السوقية.

#### ثالثاً: استراتيجيات تطبيق إدارة الجودة الشاملة

1. الالتزام الإداري: يجب أن تظهر الإدارة العليا التزاماً كاملاً بالجودة كقيمة أساسية داخل الشركة.
2. تدريب الموظفين: توفير التدريب المستمر للموظفين لضمان فهمهم لمبادئ وممارسات الجودة الشاملة.
3. التحسين المستمر: استخدام أدوات مثل Six Sigma وS5 للتحسين المستمر للعمليات.
4. قياس الأداء والتقييم: استخدام مقاييس الأداء لتقييم فعالية الجودة الشاملة وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين.

#### رابعاً: الفوائد طويلة الأجل لإدارة الجودة الشاملة

الاستثمار في إدارة الجودة الشاملة يمكن أن يقود إلى فوائد طويلة الأجل، بما في ذلك تحسين سمعة الشركة، زيادة الاستدامة، وقدرة أفضل على التكيف مع التغييرات السوقية. هذه الفوائد تسهم في تعزيز الأداء المالي والربحية على المدى الطويل.

إدارة الجودة الشاملة ليست فقط مجموعة من الأدوات أو الأساليب، بل هي فلسفة إدارية شاملة تستلزم التزاماً عميقاً ومستمرّاً من جميع مستويات المنظمة. من خلال تبني هذه الفلسفة، تستطيع الشركات ليس فقط تحقيق الربحية، ولكن أيضاً تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في السوق.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> الطائي يوسف حجيم وآخرون، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 117.

### المبحث الثالث: عرض وتقييم الدراسات السابقة

تعد الدراسات السابقة في مجال محدد مهمة لفهم السياق وتقديم الإضاءة على الموضوع الذي يتناوله البحث الحالي. فهي توفر نقطة انطلاق أساسية لتحليل النتائج واتخاذ القرارات. في هذا السياق، سنقوم بعرض وتقييم مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بمحددات جودة الخدمة التأمينية وربحية شركات التأمين. سيتم تحليل هذه الدراسات بعناية لفهم كيفية تطور البحث في هذا المجال ومدى تأثيرها على التفكير الحالي والفهم لهذه المسائل. تسلط هذه النظرة النقدية الضوء على النقاط القوية والضعف في الأبحاث السابقة وتحديد الفجوات التي يمكن لهذا البحث أن يساهم في سدها.

سنقوم في هذا المبحث الى عرض الدراسات السابقة كمطب

### المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

#### الفرع الأول: الدراسات العربية

#### الدراسة الأولى: سالم، 2019/2018.

تشهد صناعة التأمين في الجزائر تطورات كبيرة تحت تأثير الابتكار التسويقي. يعد الابتكار في مجال التسويق من العوامل الأساسية التي تساعد الشركات على تلبية احتياجات السوق وتحسين الخدمات المقدمة للزبائن.

تتمحور إشكالية الدراسة حول مدى تأثير الابتكار التسويقي على صناعة التأمين في الشركات العمومية الجزائرية، خاصة في ضوء التحديات والضغوطات التي تواجه هذه الشركات في السوق. تتساءل الدراسة عن كيفية تأثير الابتكار في تصميم وتقديم الخدمات التأمينية على أداء الشركات.

تعتمد الدراسة على فرضية أساسية مفادها أن هناك علاقة قوية وإيجابية بين الابتكار التسويقي وتطوير خدمات التأمين في الشركات العمومية الجزائرية. تم اختبار هذه الفرضية من خلال تحليل البيانات المستخلصة من استبيانات وزعت على عينة من زبائن ثلاث شركات تأمين عمومية في الجزائر.

تهدف الدراسة إلى:

1. تحديد عناصر الابتكار التسويقي الأكثر تأثيراً على تطوير خدمات التأمين.

2. قياس مدى تأثير هذه العناصر على رضا الزبائن وأداء الشركات.

3. تقديم توصيات لتحسين استراتيجيات التسويق في الشركات التأمينية العمومية.

تبرز أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على دور الابتكار التسويقي في تحسين جودة خدمات التأمين وزيادة التنافسية في السوق. كما أنها تقدم رؤى عملية تساعد الشركات على تطبيق استراتيجيات تسويقية مبتكرة لتحقيق النجاح والاستدامة.

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي، حيث تم توزيع 500 استبيان على زبائن ثلاث شركات تأمين عمومية (SAA، CAAT، CAAR) في مدينة سعيدة. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS.V.20 لاستخلاص النتائج وتحديد العلاقات بين المتغيرات المختلفة.

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية قوية بين الابتكار التسويقي وتطوير صناعة التأمين في الشركات محل الدراسة. حيث أظهرت مؤشرات واضحة على أن الابتكار في المنتج، السعر، الترويج، التوزيع، والبيئة الفيزيائية يسهم بشكل كبير في تحسين الخدمات المقدمة وزيادة رضا الزبائن.

خلصت الدراسة إلى أن الابتكار التسويقي يعد عنصراً حاسماً في تحسين أداء شركات التأمين العمومية في الجزائر. توصي الدراسة بضرورة تبني استراتيجيات تسويقية مبتكرة والتركيز على الابتكار في جميع جوانب تقديم الخدمة لتحسين الأداء وزيادة القدرة التنافسية، تقدم هذه الدراسة إطاراً مهماً لفهم كيفية تأثير الابتكار التسويقي على صناعة التأمين في الجزائر وتوفر إرشادات عملية للشركات لتطبيق أفضل الممارسات في هذا المجال.

الدراسة الثانية: سعيدي، 2023/2022.

هذه الدراسة هي أطروحة دكتوراه في علوم المالية والمحاسبة قدمتها الطالبة سعيدي صبيبة من جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف. موضوع الدراسة هو "الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر".

تهدف الدراسة إلى البحث في دور الخدمة التأمينية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر. وقد تضمنت الدراسة تحليل الوضع الحالي للشمول المالي في الجزائر، والتعريف بالخدمة التأمينية وأهميتها، ثم تحليل دور الخدمة التأمينية في تعزيز الشمول المالي.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- ضعف مؤشرات الشمول المالي في الجزائر مقارنة بالمعدلات العالمية.

• للخدمة التأمينية دور كبير في تحسين الشمول المالي من خلال توفير الحماية المالية والاجتماعية للأفراد والمؤسسات.

• هناك عدة تحديات تواجه تفعيل دور الخدمة التأمينية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات لتعزيز دور الخدمة التأمينية في زيادة الشمول المالي في الجزائر.

### الدراسة الثالثة: عراس، 2019/2018

تطرقت هذه الدراسة لأطروحة دكتوراه قُدمت في جامعة الفرقان عباس سطيف 1 في الجزائر، تدرج الأطروحة في مجال العلوم الاقتصادية، مع تخصص في المالية والمصرفية، عنوان الأطروحة هو "تقييم ربحية شبكات توزيع التأمين على التأمين على الأضرار: دراسة حالة لمجموعة من شركات التأمين الجزائرية."

تهدف الأطروحة إلى تقييم ربحية شبكات توزيع التأمين على التأمين على الأضرار بين مجموعة من شركات التأمين الجزائرية، تستخدم الدراسة منهجية دراسة الحالة لتحليل عمليات وأداء شبكات توزيع التأمين لعدة شركات تأمين جزائرية، من المرجح أن توفر الأطروحة تحليلاً متعمقاً لأنظمة توزيع التأمين في الجزائر وتقديم توصيات لتحسين ربحيتها وكفاءتها.

بشكل عام، يبدو أن هذه دراسة أكاديمية شاملة حول موضوع مهم في صناعة التأمين الجزائرية. يمكن أن تكون التحليلات والنتائج المفصلة قيمة لشركات التأمين والجهات التنظيمية وصناع السياسات في الجزائر.

### الفرع الثاني: الدراسات الأجنبية

### الدراسة الأولى: Sawadogo, 2016

يتمحور الجزء الأول من الدراسة حول عوامل تطوير التأمين، حيث يستكشف الفصل الأول العلاقة بين التنمية الاقتصادية وتطوير التأمين على الحياة في منطقة إفريقيا جنوب الصحراء، مسلطاً الضوء على أهمية جودة المؤسسات. في الفصل الثاني، يتم دراسة دور الاستثمارات الأجنبية المباشرة كعامل محفز لنمو قطاعات التأمين غير الحياتي في البلدان النامية. أما الفصل الثالث، فيفحص تأثير الائتمان البنكي على توسع أنشطة التأمين، مع التركيز على التأمين غير الحياتي في بلدان إفريقيا جنوب الصحراء.

في الجزء الثاني، يتناول الفصل الأول تأثير تطوير التأمين على الحياة على النمو الاقتصادي في البلدان النامية، مقدمًا أدلة تجريبية على ذلك. الفصل الثاني يناقش العلاقة بين نمو قطاع التأمين وأداء الأسواق المالية في هذه البلدان. بينما يفحص الفصل الثالث كيفية تأثير تطوير التأمين غير الحياتي على الأنشطة التجارية الدولية.

### النتائج الرئيسية والمساهمات:

- جودة المؤسسات أمر حاسم لتطوير قطاع التأمين على الحياة في إفريقيا جنوب الصحراء. المؤسسات القوية تعزز الثقة والمصدقية في منتجات التأمين.
- تلعب الاستثمارات الأجنبية المباشرة دورًا مهمًا في تعزيز قطاع التأمين غير الحياتي. فهي لا تجلب رأس المال فقط بل أيضًا الخبرة والتكنولوجيا التي يمكن أن تساعد في تطوير الأسواق التأمينية المحلية.
- هناك علاقة إيجابية بين توفر الائتمان البنكي ونمو أنشطة التأمين. يتيح الوصول إلى الائتمان الاستثمار في منتجات التأمين من قبل الأفراد والشركات.
- لتطوير التأمين على الحياة تأثير إيجابي على النمو الاقتصادي. تساعد منتجات التأمين في إدارة المخاطر وتعبئة المدخرات، والتي يمكن توجيهها نحو استثمارات منتجة.
- يؤثر قطاع التأمين المتطور بشكل إيجابي على استقرار الأسواق المالية وتطويرها. شركات التأمين هي مستثمرون مؤسسيون مهمون في الأسواق المالية.
- ترتبط نمو التأمين غير الحياتي بزيادة الأنشطة التجارية الدولية. يوفر التأمين الحماية اللازمة ضد المخاطر للشركات المشاركة في التجارة الدولية.

### الدراسة الثانية: ABDOUNE, 2014

من أجل الحفاظ على استقرار القطاع المالي وديناميكية القطاعات الأخرى في الاقتصاد الحقيقي، يجب على شركات التأمين تعزيز متانتها المالية وقدرتها على الوفاء بالتزاماتها. ومع ذلك، على الرغم من أهمية مسألة مستوى رؤوس الأموال الخاصة في قدرة شركات التأمين على الوفاء بالتزاماتها وفي الاستقرار العام للقطاع المالي، فقد كانت هناك محاولات قليلة جدًا لتحليلها. في هذا السياق، الهدف الرئيسي من رسالتنا هو تحليل

محددات الهيكل المالي لشركات التأمين الفرنسية وتأثير دمج التنظيمات الاحترازية في تكوين مستوى رؤوس أموالها. لتحقيق ذلك، نعتمد على نظريات المقايضة والتمويل الهرمي في تطوير نموذجنا النظري الذي يتم اختباره تجريبياً على عينة من شركات التأمين الفرنسية خلال الفترة من 2006 إلى 2012. النتائج التجريبية الرئيسية تظهر أن التنظيم الاحترازي يؤثر على مستوى رؤوس الأموال في شركات التأمين الفرنسية.

#### الدراسة الثالثة: NZENGA, 2013

ينتظر في هذه المذكرة إلى الصناعة التأمينية في كينيا الرائدة داخل مجتمع شرق إفريقيا (المنظمة الحكومية الإقليمية لجمهوريات كينيا، أوغندا، جمهورية تنزانيا المتحدة، جمهورية رواندا وجمهورية بوروندي، ومقرها في أروشا، تنزانيا) وتلعب دوراً رئيسياً في منطقة الكوميسا. ومع ذلك، فإن اختراق التأمين على الحياة في كينيا ظل منخفضاً بنسبة 0.94% من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2009 و1.05% من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2010. يُعتبر هذا الرقم منخفضاً جداً مقارنةً بالدول الأخرى في إفريقيا مثل جنوب إفريقيا التي بلغت نسبة الاختراق فيها 7.58% من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2009 و12% من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2010؛ وناميبيا التي بلغت نسبة الاختراق فيها 5.0% من الناتج المحلي الإجمالي في عام 2010.

من وجهة نظر انخفاض اختراق أعمال التأمين على الحياة في كينيا، أثار ذلك الحاجة إلى دراسة تحليل وتقييم المساهمة المحتملة في هذا الاتجاه غير المشجع. هناك 14 شركة تأمين على الحياة في كينيا و7 شركات تأمين شاملة (تقدم كل من التأمين على الحياة والتأمين العام) لعام 2012، ليصل المجموع إلى 21 شركة. ركزت الدراسة على جميع شركات التأمين على الحياة المسجلة والمرخصة في كينيا، والواقعة داخل نيروبي. من خلال أخذ العينات الهادفة، تم تحديد 5 موظفي مبيعات من كل شركة تأمين على الحياة، ليصل المجموع إلى 105 مشاركين.

تم إدارة استبيان مسح منظم من قبل الباحث إلى المشاركين، والذين كانوا مطالبين بإكماله. تم تحليل الاستجابات باستخدام تقنيات الإحصاء الوصفي على شكل جداول توزيع التردد، والنسب المئوية؛ وتم استخدام الجداول والرسوم البيانية لتقديم البيانات. كانت النتيجة هي تحديد العوامل التي تؤثر على نمو أعمال التأمين على الحياة في كينيا وبالتالي تقديم توصيات تساعد في تحديد المؤشرات التي ينبغي على الصناعة التركيز عليها لتعزيز نمو أعمال التأمين على الحياة.

### المطلب الثاني: مناقشة الدراسات السابقة وما يميزها عن الدراسة الحالية

لمناقشة ومقارنة هذه الدراسات الست مع دراستك الحالية حول "محددات جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر"، سنقوم بتحليل الأهداف، المنهجية، النتائج، والتوصيات لكل دراسة، ثم نضعها جنباً إلى جنب مع دراستك لنرى أوجه التشابه والاختلاف.

#### الفرع الأول: مناقشة الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة مجموعة متنوعة من جوانب صناعة التأمين، مثل الابتكار التسويقي والشمول المالي وربحية شبكات التوزيع وعوامل تطوير التأمين في البلدان النامية. قدمت هذه الدراسات رؤى قيمة حول تحسين الأداء وزيادة التنافسية في القطاع. ومن خلال مقارنتها بالدراسة الحالية التي تركز على جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر، يمكننا استخلاص تعلّمات مفيدة لتعزيز استراتيجيات تعزيز جودة الخدمة التأمينية وتحسين الخدمات في صناعة التأمين.

#### دراسة 1: سالم، 2019/2018

تحت عنوان "تأثير الابتكار التسويقي على صناعة التأمين في الجزائر"، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف كيفية تأثير الابتكار في المجال التسويقي على تحسين صناعة التأمين داخل الجزائر. سعت الدراسة إلى تحديد أهم عناصر الابتكار التسويقي التي تساهم بشكل فعال في تطوير خدمات التأمين، بالإضافة إلى قياس مدى تأثير هذه العناصر على رضا الزبائن وأداء شركات التأمين. لتحقيق هذه الأهداف، تم اعتماد منهج وصفي تحليلي، حيث تم توزيع استبيانات على زبائن ثلاث شركات تأمين عمومية جزائرية (CAAT، CAAR، SAA) في مدينة سعيدة، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، أشارت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية قوية بين الابتكار التسويقي وتطوير صناعة التأمين، حيث ظهر أن الابتكار في عناصر مثل المنتج، السعر، الترويج، التوزيع، والبيئة الفيزيائية يساهم بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات المقدمة وزيادة رضا الزبائن. استناداً إلى هذه النتائج، توصي الدراسة بتبني استراتيجيات تسويقية مبتكرة والتركيز على الابتكار في جميع

جوانب تقديم الخدمة لتعزيز الأداء وزيادة التنافسية في السوق التأمينية الجزائرية. تقدم الدراسة بذلك إطارًا عمليًا يمكن لشركات التأمين الاعتماد عليه لتحسين استراتيجياتها التسويقية وتحقيق النجاح المستدام.

### دراسة 2: سعدي، 2023/2022

تحت عنوان "الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر"، تهدف هذه الدراسة إلى بحث دور الخدمات التأمينية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر. ركزت الدراسة على تحليل الوضع الحالي للشمول المالي في البلاد، والذي يتسم بضعف واضح مقارنة بالمعدلات العالمية. بالإضافة إلى ذلك، سعت الدراسة إلى تحليل كيف يمكن للخدمات التأمينية أن تسهم في تحسين هذا الوضع من خلال توفير الحماية المالية والاجتماعية للأفراد والمؤسسات. استخدمت الدراسة منهجية تحليل الوضع الراهن والاستفادة من البيانات الحالية المتاحة حول الشمول المالي والخدمات التأمينية في الجزائر. كشفت النتائج عن وجود ضعف كبير في مؤشرات الشمول المالي في الجزائر، وأظهرت أن للخدمات التأمينية دورًا محوريًا في تحسين هذه المؤشرات عبر تقديم حماية مالية أفضل وزيادة الوعي بأهمية التأمين. بناءً على هذه النتائج، قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات لتعزيز دور الخدمات التأمينية في تحقيق شمول مالي أوسع، منها تحسين السياسات الحكومية المتعلقة بالتأمين، زيادة التوعية بأهمية التأمين بين المواطنين، وتسهيل الوصول إلى خدمات التأمين لشرائح أوسع من المجتمع. تعتبر هذه التوصيات خطوة مهمة نحو تحسين الشمول المالي في الجزائر من خلال تقوية دور الخدمات التأمينية.

### دراسة 3: عراس، 2019/2018

تحت عنوان "تقييم ربحية شبكات توزيع التأمين على الأضرار في الجزائر"، تركزت هذه الدراسة على تقييم الأداء المالي لشبكات توزيع التأمين على الأضرار في الجزائر. تهدف الدراسة بشكل رئيسي إلى فهم مدى فعالية وكفاءة شبكات توزيع التأمين في تحقيق الربحية. لتحقيق هذا الهدف، تم استخدام منهجية دراسة الحالة التي تتضمن تحليلًا مفصلاً للعمليات والأداء المالي لشبكات توزيع التأمين في مجموعة مختارة من شركات التأمين الجزائرية.

شملت الدراسة تحليلات دقيقة لعمليات توزيع التأمين، بما في ذلك الطرق التي تستخدمها الشركات للوصول إلى العملاء وكيفية إدارة العمليات الداخلية لضمان تقديم خدمات تأمينية ذات جودة عالية. كما تناولت الدراسة العوامل التي تؤثر على أداء شبكات التوزيع من حيث الكفاءة التشغيلية والقدرة على تحقيق الأرباح.

أظهرت النتائج وجود تباين في أداء شبكات توزيع التأمين بين الشركات المختلفة، حيث أظهرت بعض الشبكات كفاءة عالية في إدارة عملياتها وتحقيق الربحية، بينما واجهت شبكات أخرى تحديات في هذا الصدد. استندت التوصيات إلى النتائج المستخلصة من التحليلات، حيث قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات لتحسين ربحية وكفاءة شبكات توزيع التأمين. من بين هذه التوصيات، تبني استراتيجيات تحسين العمليات الداخلية، استخدام التكنولوجيا الحديثة لتعزيز الكفاءة، وتطوير برامج تدريبية للموظفين لتحسين مستوى الخدمة المقدمة.

تعد هذه الدراسة مرجعًا هامًا لفهم كيفية تحسين أداء شبكات توزيع التأمين في الجزائر، وتقديم رؤى عملية يمكن أن تساعد الشركات على زيادة كفاءتها وربحيتها في سوق التأمين.

### دراسة 4: Sawadogo، 2016

تحت عنوان "عوامل تطوير التأمين وتأثيرها في البلدان النامية"، تهدف هذه الدراسة إلى فهم العوامل المؤثرة في تطوير قطاع التأمين في البلدان النامية، مع التركيز على منطقة إفريقيا جنوب الصحراء. تسعى الدراسة إلى تحقيق هدفين رئيسيين: أولاً، استكشاف العلاقة بين التنمية الاقتصادية وتطوير التأمين على الحياة في هذه المنطقة، وثانياً، دراسة دور الاستثمارات الأجنبية المباشرة والائتمان البنكي في تعزيز نمو قطاع التأمين.

اعتمدت الدراسة على منهجية تحليل تجريبي باستخدام بيانات تم جمعها من منطقة إفريقيا جنوب الصحراء. تم تحليل هذه البيانات لاستنتاج الروابط بين مختلف العوامل المؤثرة وتطوير قطاع التأمين. أظهرت النتائج أن جودة المؤسسات تلعب دورًا حاسمًا في تعزيز الثقة والمصدقية في منتجات التأمين، مما يسهم بشكل كبير في تطوير القطاع. كما تبين أن الاستثمارات الأجنبية المباشرة لا توفر فقط رأس المال، بل تجلب معها الخبرة والتكنولوجيا التي تسهم في تطوير الأسواق التأمينية المحلية. بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين توفر الائتمان البنكي ونمو أنشطة التأمين، حيث يمكن للأفراد والشركات الوصول إلى منتجات التأمين من خلال الدعم المالي المتاح.

بناءً على هذه النتائج، قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات لتعزيز قطاع التأمين في البلدان النامية، منها ضرورة تقوية المؤسسات لضمان الاستقرار والثقة في السوق، والعمل على جذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية المباشرة لدعم القطاع برأس المال والخبرات اللازمة. كما أوصت الدراسة بتحسين وصول الأفراد والشركات إلى

الائتمان البنكي كوسيلة لتعزيز النمو في قطاع التأمين. تعطي هذه التوصيات إطارًا عمليًا يمكن أن يساعد البلدان النامية على تطوير قطاع التأمين وتعزيز التنمية الاقتصادية فيها.

#### دراسة 5: ABDOUNE، 2014

تحت عنوان "تحليل محددات الهيكل المالي لشركات التأمين الفرنسية"، تهدف هذه الدراسة إلى فهم تأثير التنظيم الاحترازي على رؤوس أموال شركات التأمين في فرنسا. تركز الدراسة على تحليل كيفية تأثير السياسات التنظيمية الاحترازية على قدرة شركات التأمين على الوفاء بالتزاماتها، وبالتالي على استقرار القطاع المالي ككل. لتحقيق هذا الهدف، اعتمدت الدراسة على تحليل تجريبي مبني على نظريات المقايضة والتمويل الهرمي، حيث تم اختبار هذه النظريات باستخدام بيانات من شركات التأمين الفرنسية خلال الفترة من 2006 إلى 2012.

أظهرت النتائج أن التنظيم الاحترازي له تأثير كبير على مستوى رؤوس الأموال في شركات التأمين. فقد تبين أن السياسات التنظيمية الاحترازية تسهم في تعزيز متانة الشركات المالية، مما يزيد من قدرتها على مواجهة الأزمات المالية والوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء. يعتبر هذا التأثير إيجابيًا حيث يعزز من استقرار القطاع المالي العام ويقلل من المخاطر المرتبطة بعدم قدرة شركات التأمين على تحمل التزاماتها.

استنادًا إلى هذه النتائج، توصي الدراسة بضرورة تبني سياسات تنظيمية احترازية قوية لتحسين استقرار القطاع المالي. تشمل هذه التوصيات تعزيز الرقابة على رؤوس أموال شركات التأمين، وضمان الالتزام بالمعايير الاحترازية الدولية، وتشجيع الشركات على الحفاظ على مستويات كافية من رأس المال لمواجهة الأزمات المالية المحتملة. تقدم هذه التوصيات إطارًا عمليًا لصناع السياسات والشركات لضمان استقرار القطاع المالي وزيادة الثقة في نظام التأمين.

#### دراسة 6: NZENGA، 2013

تحت عنوان "تحليل عوامل نمو أعمال التأمين على الحياة في كينيا"، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وتقييم العوامل المؤثرة على نمو أعمال التأمين على الحياة في كينيا. اعتمدت الدراسة على منهجية توزيع استبيانات على موظفي المبيعات في شركات التأمين على الحياة، حيث تم جمع البيانات من 105 موظفي مبيعات في شركات التأمين المختلفة في نيروبي.

أظهرت النتائج أن هناك عدة عوامل تؤثر على نمو أعمال التأمين على الحياة في كينيا، منها المعرفة والوعي بأهمية التأمين، الثقة في شركات التأمين، والوضع الاقتصادي العام. قدمت الدراسة توصيات لتعزيز نمو أعمال

التأمين على الحياة، من بينها زيادة التوعية بين المواطنين بأهمية التأمين على الحياة، تحسين خدمات العملاء لتعزيز الثقة، وتبني استراتيجيات تسويقية فعالة.

## الفرع الثاني: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

الدراسة الحالية تبرز بتحليلها العميق لمحددات جودة الخدمة التأمينية وتأثيرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر، بينما تناولت الدراسات السابقة جوانب مختلفة مثل الابتكار التسويقي، والشمول المالي، وربحية شبكات التوزيع. كما تعتمد الدراسة الحالية على منهج وصفي تحليلي مع تركيز كبير على استخدام الاستبيانات واختبار الفرضيات، مما يمنحها منحي تطبيقياً ملموساً يتيح فهمًا أعمق لتحديات وفرص سوق التأمين في الجزائر.

### 1- مقارنة بين الدراسة الحالية ودراسة سالم، 2019/2018

دراستنا الحالية تتناول جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر، بينما دراسة سالم تركز على تأثير الابتكار التسويقي على صناعة التأمين في الجزائر.

- يتمحور التشابه بين الدراستين في التركيز على تحسين صناعة التأمين، حيث تحاول الدراستين تحديد العوامل الرئيسية التي يمكنها تعزيز جودة الخدمة وزيادة الأداء.
- من ناحية أخرى، يختلف موضوع الدراسة الحالية عن دراسة سالم في الجوانب التفصيلية، حيث تركز الأولى على جودة الخدمة وتأثيرها على الربحية بينما تركز الثانية على الابتكار التسويقي وتأثيره على جودة الخدمة ورضا العملاء.
- توصيات دراسة سالم تتمحور حول تبني استراتيجيات تسويقية مبتكرة، بينما توصيات دراستك الحالية قد تشمل تحسين التدريب للموظفين واعتماد التكنولوجيا الحديثة.

### 2- مقارنة بين الدراسة الحالية ودراسة سعدي، 2023/2022

تتناول الدراسة الحالية جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر تختلف عن دراسة سعدي التي تتناول "الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر" في عدة نقاط.

- أولاً، الهدف الرئيسي في دراستك الحالية هو تحليل جودة الخدمة وتأثيرها على الربحية، بينما تركز دراسة سعدي على تحليل الوضع الحالي للشمول المالي ودور الخدمة التأمينية في تعزيزه.

- ثانياً، في الدراسة الحالية تستخدم منهجية وصفية تحليلية وتعتمد على استبيانات واختبار الفرضيات، بينما تعتمد دراسة سعيدي على تحليل الوضع الراهن والاستفادة من البيانات الحالية.
- في النهاية، توصيات الدراسة الحالية تشمل تحسين جودة الخدمة وزيادة الربحية، بينما تقدم دراسة سعيدي توصيات لتعزيز دور الخدمة التأمينية في تحسين الشمول المالي.

### 3- مقارنة بين الدراسة الحالية ودراسة عراس، 2019/2018

الدراسة الحالية التي تركز على جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر تختلف عن دراسة عراس التي تقوم بتقييم ربحية شبكات توزيع التأمين على الأضرار في الجزائر في عدة جوانب.

- أولاً، في الهدف، حيث تسعى الدراسة الحالية لتحليل جودة الخدمة وتأثيرها على الربحية، بينما تركز دراسة عراس على تقييم ربحية شبكات التوزيع.

- ثانياً، في المنهجية، حيث تعتمد الدراسة الحالية على منهج وصفي تحليلي مع استخدام استبيانات واختبار الفرضيات، بينما تعتمد دراسة عراس على منهجية دراسة الحالة وتحليل عمليات وأداء شبكات التوزيع.

- في النهاية، توصيات الدراسة الحالية تركز على تحسين جودة الخدمة وزيادة الربحية، بينما توصيات دراسة عراس تركز على تحسين ربحية وكفاءة شبكات التوزيع التأميني.

### 4- مقارنة بين الدراسة الحالية ودراسة Sawadogo، 2016

الدراسة الحالية التي تركز على جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر تختلف عن دراسة Sawadogo، 2016 التي تركز على عوامل تطوير التأمين وتأثيرها في البلدان النامية في عدة نقاط.

- أولاً، في الهدف، حيث تسعى الدراسة الحالية لتحليل جودة الخدمة وتأثيرها على الربحية، بينما تسعى دراسة Sawadogo إلى استكشاف العلاقة بين التنمية الاقتصادية وتطوير التأمين.

- ثانياً، في المنهجية، حيث تعتمد الدراسة الحالية على منهج وصفي تحليلي مع استخدام استبيانات واختبار الفرضيات، بينما تعتمد دراسة Sawadogo على تحليل تجريبي عبر بيانات من منطقة إفريقيا جنوب الصحراء.

- في النهاية، توصيات الدراسة الحالية تركز على تحسين جودة الخدمة وزيادة الربحية، بينما توصيات دراسة Sawadogo تركز على تقوية المؤسسات وجذب الاستثمارات الأجنبية لتحسين قطاع التأمين.

### 5- مقارنة بين الدراسة الحالية ودراسة ABDOUNE 2014

الدراسة الحالية التي تركز على جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر تختلف عن دراسة ABDOUNE، 2014 التي تحلل محددات الهيكل المالي لشركات التأمين الفرنسية في عدة نقاط. أولاً،

في الهدف، حيث تركز الدراسة الحالية على جودة الخدمة وتأثيرها على الربحية، بينما تركز دراسة ABDOUNE على تحليل تأثير التنظيم الاحترازي على رؤوس أموال شركات التأمين. ثانياً، في المنهجية، حيث تعتمد الدراسة الحالية على منهج وصفي تحليلي مع استخدام استبيانات واختبار الفرضيات، بينما تعتمد دراسة ABDOUNE على تحليل تجريبي بناءً على نظريات المقايضة والتمويل الهرمي. في النهاية، توصيات الدراسة الحالية تركز على تحسين جودة الخدمة وزيادة الربحية، بينما توصيات دراسة ABDOUNE تركز على تبني سياسات تنظيمية احترازية لتحسين استقرار القطاع المالي.

#### 6- مقارنة بين الدراسة الحالية ودراسة NZENGA 2013

تحت عنوان "تحليل عوامل نمو أعمال التأمين على الحياة في كينيا"، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وتقييم العوامل المؤثرة على نمو أعمال التأمين على الحياة في كينيا. اعتمدت الدراسة على منهجية توزيع استبيانات على موظفي المبيعات في شركات التأمين على الحياة، حيث تم جمع البيانات من 105 موظفي مبيعات في شركات التأمين المختلفة في نيروبي.

أظهرت النتائج أن هناك عدة عوامل تؤثر على نمو أعمال التأمين على الحياة في كينيا، منها المعرفة والوعي بأهمية التأمين، الثقة في شركات التأمين، والوضع الاقتصادي العام. قدمت الدراسة توصيات لتعزيز نمو أعمال التأمين على الحياة، من بينها زيادة التوعية بين المواطنين بأهمية التأمين على الحياة، تحسين خدمات العملاء لتعزيز الثقة، وتبني استراتيجيات تسويقية فعالة.

#### دراستك الحالية: محددات جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر

العنصر	دراستك الحالية	دراسة NZENGA، 2013
العنوان	محددات جودة الخدمة التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر	تحليل عوامل نمو أعمال التأمين على الحياة في كينيا
الأهداف	1. تحديد العوامل المؤثرة على جودة الخدمات التأمينية. 2. قياس تأثير جودة الخدمة على الربحية. 3. تقديم توصيات لتحسين جودة الخدمة وزيادة الربحية.	1. تحليل وتقييم العوامل المؤثرة على نمو أعمال التأمين على الحياة.

استبيانات موزعة على موظفي المبيعات في شركات التأمين.	منهج وصفي تحليلي، يشمل فصلين: الإجراءات المنهجية للدراسة التجريبية وتقديم وتحليل نتائج الاستبيانات واختبار الفرضيات.	المنهجية
تحديد العوامل المؤثرة على نمو أعمال التأمين على الحياة.	تحديد العوامل الأكثر تأثيرًا على جودة الخدمة وأثرها على الربحية.	النتائج
زيادة التوعية بأهمية التأمين، تحسين خدمات العملاء، تبني استراتيجيات تسويقية فعالة.	تحسين التدريب للموظفين، تبني التكنولوجيا الحديثة، تحسين العمليات الداخلية.	التوصيات

كلتا الدراستين تركزان على تحليل العوامل المؤثرة على قطاع التأمين ولكن من زوايا مختلفة. بينما تركز دراستك على جودة الخدمات التأمينية وأثرها على الربحية في الجزائر، تركز دراسة NZENGA على نمو أعمال التأمين على الحياة في كينيا. منهجية كل دراسة تختلف بناءً على الأهداف، ولكن النتائج تهدف إلى تقديم توصيات لتحسين الأداء في قطاع التأمين، سواء من خلال تحسين جودة الخدمة أو تعزيز النمو.

## خلاصة:

يستعرض الفصل العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية وربحية شركات التأمين من خلال التأصيل النظري للمفاهيم الأساسية. يشير إلى أن جودة الخدمة التأمينية تتضمن الموثوقية، الاستجابة، الضمان، التعاطف، والمظهر، بينما تعرف الربحية بقدرة الشركات على تحقيق أرباح بعد خصم جميع التكاليف. يعزز تحسين جودة الخدمة رضا العملاء وولاءهم، مما يزيد الإيرادات والربحية. يستعرض الفصل دراسات حالة لشركات تأمين نجحت في هذا المجال، ويبرز التحديات مثل التنافس المتزايد وتغير توقعات العملاء، وأهمية الممارسات المثلى كاستثمار في تدريب الموظفين وتحسين العمليات واستخدام التكنولوجيا. يستنتج الفصل أن تحسين جودة الخدمة يعزز الأداء المالي لشركات التأمين.

## الفصل الثاني:

دراسة تطبيقية تحليلية لمحددات جودة التأمينية

وأثرها على ربحية لشركة التأمين وإعادة التأمين CAAR

تمهيد:

بعد التطرق في الإطار النظري للمتغيرات الأساسية للدراسة المتمثلة في محددات جودة الخدمات التأمينية، وعامل الربحية لشركات التأمين، تضمن هذا الفصل تحليل بيانات الدراسة الميدانية بهدف التعرف على محددات جودة الخدمات التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين، حيث سنقوم بوصف لمنهجية وإجراءات وأدوات الدراسة ووصولاً إلى عرض النتائج ومناقشتها، وأخيراً اختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية.

ولتوضيح ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كالتالي:

**المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية**

**المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستبيان**

**المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التطبيقية**

سيتم من خلال هذا المبحث محاولة إيضاح الجوانب المنهجية المعتمدة بالدراسة الميدانية، وبما أن كل البحوث أو الدراسات تتطلب أسس منهجية وخطوات يتبعها الباحث خلال إنجاز بحثه، وحتى تكون له أساس وقاعدة للتوصل إلى النتائج بدقة عالية، سنتعرض في هذا المبحث أهم الأساليب والطرق المستخدمة والمعتمدة في إجراء هذه الدراسة بالمؤسسة المبحوثة، ويتضمن كلا من منهج البحث، المجتمع، العينة، الإجراءات اللازمة لذلك مع تحليل البيانات المتوصل إليها وتفسيرها.

**المطلب الأول: عينة وأداة الدراسة**

اعتمادا على ما تم التطرق إليه في الفصل النظري من البحث، أردنا التقرب أكثر من ميدان تطبيق هذه المفاهيم في شركات التأمين بولاية الطارف، تم اختيارها كونها شركات تدعم وتزيد من التنمية الاقتصادية للبلاد، وفي هذا المطلب يتم التعرض لوضع نموذج للدراسة، مع ذكر أهم أدوات الدراسة المستخدمة، وكذا الأساليب الإحصائية المعتمد عليها في تحليل النتائج واختبار الفرضيات.

**الفرع الأول: وصف مجتمع وعينة الدراسة****1- مجتمع الدراسة**

يتكون مجتمع الدراسة من موظفي شركة التأمين CAAR بالطارف، حيث تم إختيار عينة عشوائية عرضية، وتم توزيع (35) إستمارة على أفراد العينة، وهو العدد الذي سمح للطلبان توزيعه في ميدان الدراسة.

**2- عينة الدراسة**

قام الطالبان بتوزيع (35) استبانة على أفراد عينة الدراسة المتكونة من موظفي شركة التأمين CAAR بولاية الطارف، حيث تم استرجاعها كاملة، وبعد الاطلاع عليها وتدقيقها تبين أن (32) منها صالحة لأغراض التحليل الإحصائي، وبهذا يكون عدد الاستبانات التي تم اعتمادها لغاية التحليل الإحصائي (32) استبانة أي بنسبة (91.42%).

الجدول رقم 01: توزيع الاستبانة على عينة الدراسة

عدد الاستبانات الموزعة	عدد الاستبانات المسترجعة	عدد الاستبانات غير صالحة للتحليل	عدد الاستبانات الصالحة للتحليل	نسبة الاستبانات الصالحة للتحليل
35	35	03	32	91.42%

المصدر: من اعداد الطلبة

وبغية عرض أهم الخصائص المتعلقة بعينة الدراسة، استخدم الطالبان أساليب الإحصاء الوصفي من أجل استخراج التكرارات والنسب المئوية لتلخيص أهم الخصائص المتعلقة بعينة الدراسة من حيث الجنس، السن، المؤهل العلمي، الخبرة. ويمكن توضيح هذه الخصائص وتلخيصها من خلال الجدول التالي:

الجدول 02: الخصائص الشخصية لعينة الدراسة

البيان	الخصائص	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	19	59.4
	أنثى	13	40.6
	المجموع	32	100
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	08	25.0
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	06	18.8
	من 40 إلى 50 سنة	10	31.3
	أكبر من 50 سنة	08	25.0
المجموع	32	100	
المؤهل العلمي	ثانوي فأقل	06	18.8
	جامعي	19	59.4
	دراسات عليا	07	21.9
	المجموع	32	100
تجربة	أقل من 5 سنوات	08	25.0

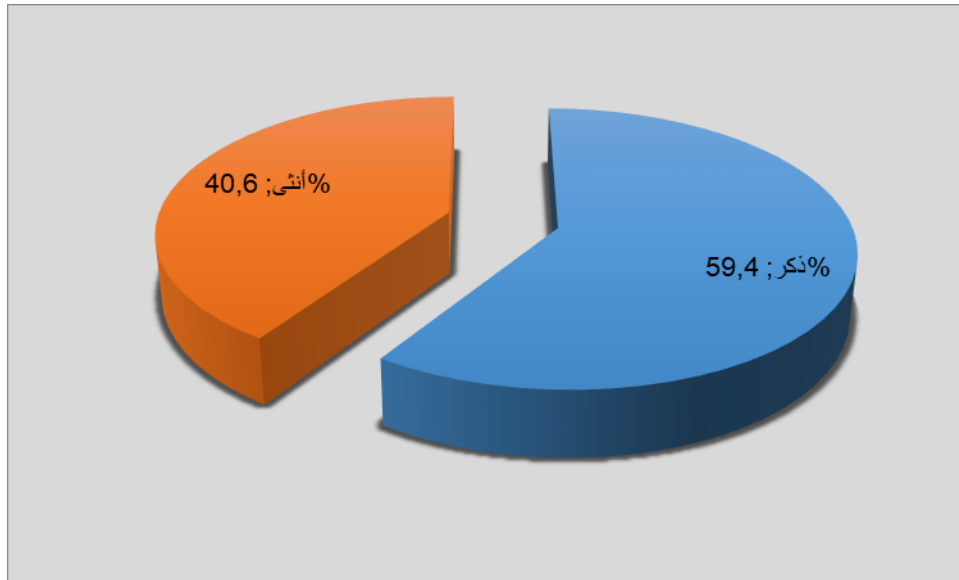
15.6	05	من 5 إلى 10 سنوات	
28.1	09	من 11 إلى أقل 15 سنة	
31.3	10	من 15 سنة فأكثر	
100	32	المجموع	

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

ويظهر من الجدول أعلاه ما يأتي:

- إن أغلب المستجوبين هم من فئة الذكور، حيث الغالبية العظمى من العينة لديها خبرة تتراوح بين 15 سنة فأكثر بنسبة 31.3%، تليها الفئة التي لديها خبرة من 11 إلى أقل 15 سنة بنسبة 28.1%. في المقابل، الفئة التي لديها خبرة من 5 إلى 10 سنوات تشكل أقل نسبة 15.6%. هذا يعكس أن الشركة لديها موظفين ذو خبرة متوسطة إلى طويلة الأجل، ويمكن عرض ما سبق في الشكل الموالي:

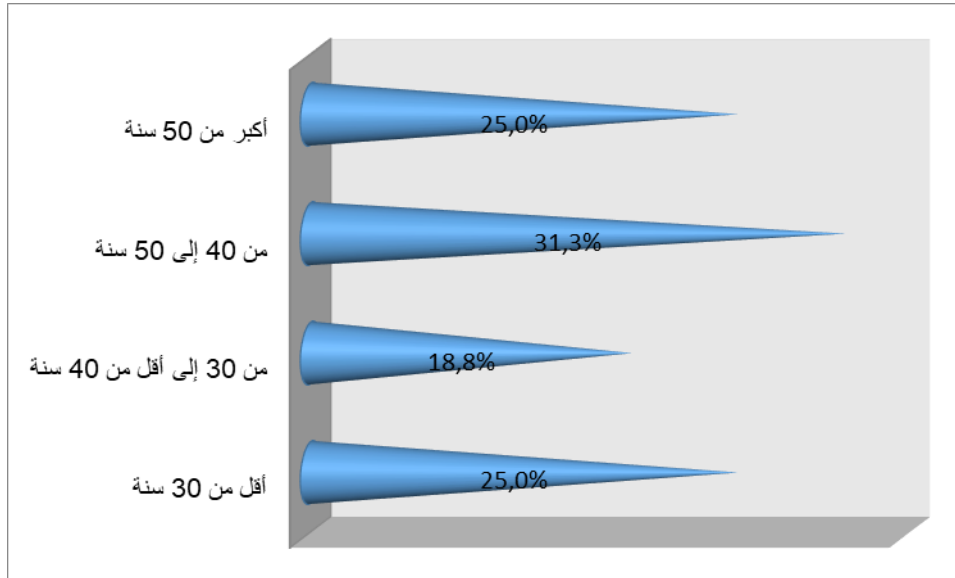
الشكل رقم 01: خصائص العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة

أما من حيث الفئة العمرية، يشكل الأفراد الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة نسبة 25.0% من المجموعة، وهم نفس نسبة الأفراد الذين تزيد أعمارهم عن 50 سنة، بواقع 8 أفراد لكل فئة. تعتبر الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 سنة الأقل تمثيلاً بنسبة 18.8% (6 أفراد)، بينما تعد الفئة العمرية من 40 إلى 50 سنة الأكثر تمثيلاً بنسبة 31.3% (10 أفراد). يعكس فإننا نلاحظ أن هذا التوزيع تنوعاً في الفئات العمرية ضمن المجموعة، حيث يصل العدد الإجمالي للأفراد إلى 32، مما يوفر توازناً نسبياً بين الفئات العمرية المختلفة، ويمكن تلخيص ذلك في الشكل التالي:

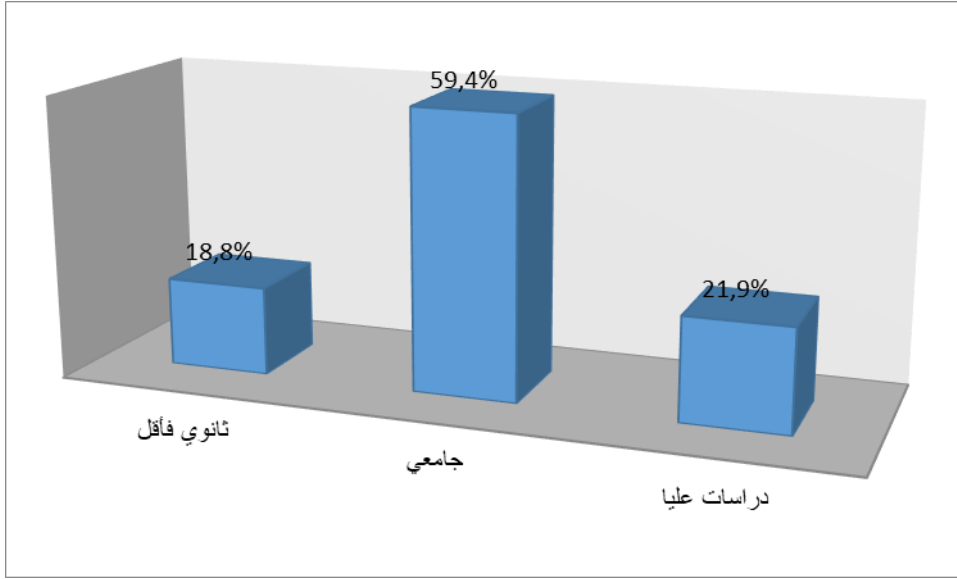
### الشكل رقم 02: خصائص العينة حسب الفئة العمرية



### المصدر: من إعداد الطلبة

أما من حيث المؤهل العلمي، فنجد أن توزيع المؤهلات العلمية لأفراد مجموعة معينة، حيث يشكل الأفراد الحاصلون على شهادة ثانوية أو أقل نسبة 18.8% من المجموعة (6 أفراد)، في حين يشكل الحاصلون على مؤهل جامعي الأغلبية بنسبة 59.4% (19 فرداً). أما الحاصلون على دراسات عليا فيمثلون 21.9% من المجموعة (7 أفراد). يعكس هذا التوزيع تنوعاً في المستويات التعليمية ضمن المجموعة، حيث يصل العدد الإجمالي للأفراد إلى 32، مما يشير إلى أن الأغلبية لديهم تعليم جامعي بينما يوجد تمثيل معقول للحاصلين على مؤهلات أقل أو أعلى من الجامعي، يمكن تلخيص ذلك في الشكل التالي:

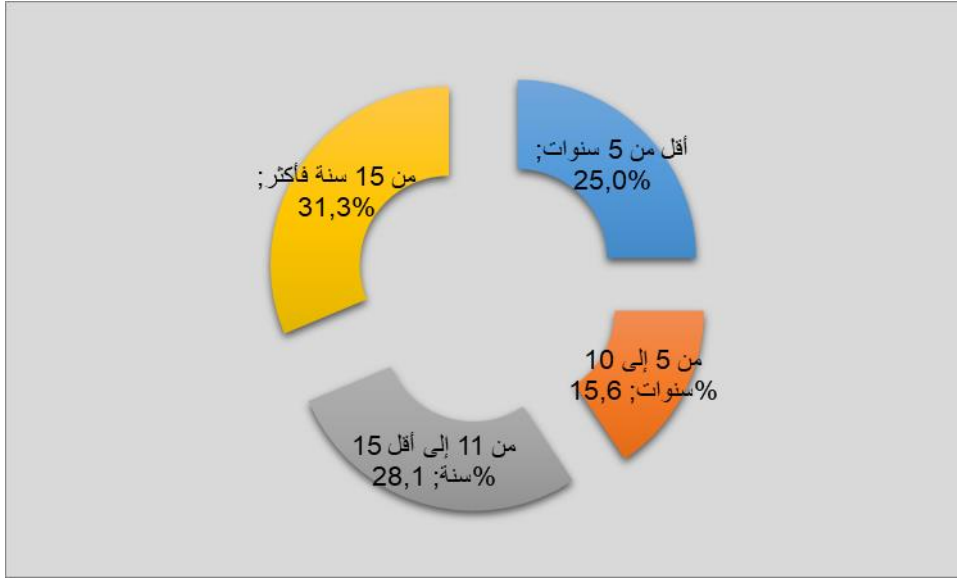
الشكل رقم 03: خصائص العينة حسب المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطلبة

- كما نلاحظ من خلال الجدول أعلاه من حيث سنوات يشكل الأفراد الذين لديهم خبرة أقل من 5 سنوات نسبة 25.0% من المجموعة (8 أفراد). أما الأفراد الذين تتراوح خبرتهم بين 5 إلى 10 سنوات فيمثلون 15.6% (5 أفراد)، بينما الأفراد الذين تتراوح خبرتهم بين 11 إلى أقل من 15 سنة يمثلون 28.1% (9 أفراد). والأفراد الذين لديهم خبرة 15 سنة فأكثر يمثلون النسبة الأكبر وهي 31.3% (10 أفراد). يعكس هذا التوزيع تنوعاً في مستويات الخبرة، حيث تتراوح سنوات الخبرة بين الأقل من 5 سنوات إلى أكثر من 15 سنة، مع تركيز أكبر للأفراد في الفئات ذات الخبرة الأطول، ويمكن تلخيص ذلك في الشكل التالي:

الشكل رقم 04: خصائص العينة حسب سنوات الخبرة



## المصدر: من إعداد الطلبة

وكخلاصة لما تم عرضه حول خصائص عينة الدراسة، ومن خلال البيانات المتعلقة بالقسم الأول من الاستبيان والخاصة بالبيانات العامة لعينة الدراسة، يمكن أن نستنتج بأن العينة اتصفت بكون النسبة الأكبر منها هي من الذكور، ومن الفئة العمرية من 40 إلى 50 سنة، ومتحصلين على شهادات جامعية، وبسنوات خبرة في مجال التأمين فاقت عن الـ 15 سنة.

## الفرع الثاني: أدوات الدراسة

قامت هذه الدراسة على اتباع المسح الميداني، ولهذا الغرض ولأجل القيام بجميع البيانات من عينة الدراسة تم الاعتماد بشكل أساسي على استمارة الاستبانة التي وزعت عن طريق الاتصال المباشر مع عينة الدراسة، بحيث تم ملاءمة الكثير من الاستمارات مباشرة في حضور المستقصى منه أثناء المقابلة، وذلك في محاولة لشرح القائمة وإثراء إجابات المبحوثين.

## 1- عرض الاستبيان

تناولت استمارة الاستبانة ثلاثة أجزاء رئيسية، بحيث تضمن الجزء الأول منها: البيانات العامة والبيانات التعريفية بالأفراد المبحوثين، وقد تضمنت البيانات الخاصة بعينة الدراسة من حيث (الجنس، السن، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة).

في حين ركز الجزء الثاني من الاستبانة على المتغيرات الخاصة بمحددات جودة الخدمات التأمينية، حيث تضمن خمسة أبعاد (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف). إذ تم وضع 22 عبارة موزعة بالتساوي نسبياً لكل بعد.

بينما خصص الجزء الثالث من الاستبانة للمتغير الخاص بربحية شركات التأمين، وتم وضع 10 عبارات لهذا المحور، والجدول الموالي يوضح الفقرات التي تقيس متغيرات الدراسة وفق ما تمت الإشارة إليه.

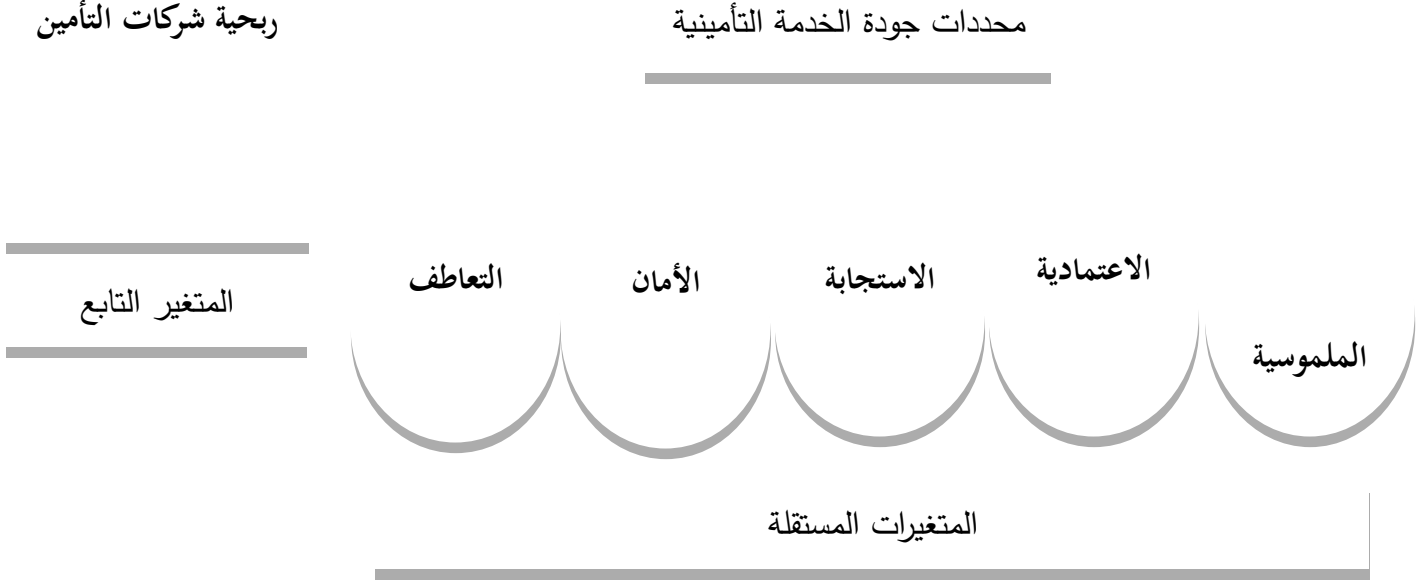
## الجدول 03: قياس متغيرات الدراسة من خلال فقرات الاستبانة

نوع المتغير	المتغير الرئيسي	المتغير الفرعي	عدد الفقرات
المتغير المستقل (المؤثر)	محددات جودة الخدمات التأمينية	الملموسية	07
		الاعتمادية	04
		الاستجابة	04
		الأمان	03
		التعاطف	04
المتغير التابع (المتأثر)	ربحية شركات التأمين		10

المصدر: من اعداد الطلبة

ويمكن عرض المتغيرات بشكل أكثر تفصيل كالتالي:

### الشكل رقم 05: نموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على النظريات الأدبية

#### 1- المقياس المستخدم

فيما يتعلق بالمقياس المستخدم، ونتيجة لما تتميز به الدراسات في البلدان النامية من تعقيدات لدرجة تجعل تعامل الباحثين معها يتسم بدرجة من من الصعوبة، مما يفرض على القائم بجمع البيانات شرح القائمة وكيفية ملئها وأهمية البيانات الواردة فيها، وعليه تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي نظرا لسهولة استخدامه، حيث يرى كل من: Anderson Alan Joseph Hair أن هذا المقياس أكثر المقاييس شيوعا واستخداما لأنه سهل الإعداد والاستخدام وسهل التفسير، وهو يقوم على إعداد مفردات العينة مجموعة من العبارات ويطلب منهم التعبير عن درجة موافقتهم من عدمها، على سلم متدرج من الدرجة (1) التي تعبر على: لا أتفق تماما إلى الدرجة (5) التي تعبر عن: أتفق تماما، في حين تعني الدرجة (2) لا أتفق، أما الدرجة (4) فتعني: أتفق. ويمتوسط حسابي فرضي قدره (3) الذي يعبر عن: محايد. وهو ما اعتمدت عليه الدراسة الحالية في قياس

متغيراتها، وهذا لما يمنحه هذا المقياس لمفردات العينة من سهولة وسلاسة في ملأ الاستثمارات، مما يؤدي إلى تسهيل عملية جمع البيانات.

كما تم حساب المدى لطول خلايا المقياس ليكارت الخماسي المستخدم في الاستمارة، حيث تم حساب المدى بين أكبر وأصغر قيمة لدرجات مقياس ليكارت ( $4 = 5 - 1$ )، ثم تقسيمه على عدد درجات المقياس للحصول في الأخير على طول الفئة كآتي :

جدول 04: ميزان تقديري وفقا لمقياس ليكارت الخماسي

الاتجاه العام	المتوسط المرجح	الاستجابة
ضعيف جدا	من 1 إلى 1.80	لا أوافق تماما
ضعيف	من 1.81 إلى 2.60	لا أوافق
متوسط	من 2.61 إلى 3.40	محايد
مرتفع	من 3.41 إلى 4.20	أوافق
مرتفع جدا	أكبر من 4.20	أوافق تماما

المصدر : من اعداد الطلبة

2- ثبات المقياس المستخدم

3-1 الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان

تعد هذه الطريقة من أدق الوسائل المعروفة لحساب الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان، وتعني أن كل فقرة من الفقرات تسير في المسار نفسه الذي يسير فيه المقياس ككل، ويهدف بيها إلى معرفة مدى اتساق جميع فقرات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه أي أن العبارة تقيس ما وضعت لقياسه ولا تقيس شيء آخر، وعليه قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه هذه الفقرة.

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول: والموضحة في الجدول التالي:  
الجدول 05: معامل ارتباط كل بعد من أبعاد محددات جودة الخدمات التأمينية مع الدرجة الكلية للمحور (محددات جودة الخدمات التأمينية)

رقم البعد	البعد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	الملموسية	0.828	0.000
02	الاعتمادية	0.650	0.000
03	الاستجابة	0.847	0.000
04	الأمان	0.849	0.000
05	التعاطف	0.785	0.000

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه بأن جميع الفقرات للأبعاد الخمسة المكونة للمحور الأول ترتبط مع فرضية المحور ككل والذي ينص على (أبعاد محددات جودة الخدمات التأمينية) وهذا ما يدل على أن فقرات هذه الأبعاد دالة إحصائياً، حيث نجد أن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراتهم دالة إحصائياً عند مستوى معنوي  $\alpha = 0.05$  في جميع فقرات المحور، أي يوجد ارتباط معنوي ومنه تعتبر فقرات المحور الأول صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الأول مع الدرجة الكلية للمحور الأول: والموضحة في الجدول التالي:

الجدول 06: معامل ارتباط كل عبارات محددات جودة الخدمات التأمينية مع الدرجة الكلية للمحور

رقم	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تستخدم الوكالة آلات وتجهيزات حديثة لتقديم خدماتها	0.676	0.000
02	تتوفر الوكالة على المرافق الضرورية لإنجاز الخدمات	0.470	0.003
03	مكاتب وأقسام الوكالة منظمة، مما يسهل الحصول على الخدمة.	0.652	0.000
04	المظهر العام للشركة جذاب	0.428	0.007
05	توفير أماكن ركن السيارات	0.637	0.000
06	جاذبية الموقع يزيد من إقبال العملاء للتعاقد مع شركة التأمين	0.413	0.009
07	يرتدي موظفي الوكالة زي موحد يعكس شعار الوكالة	0.452	0.005
08	تلتزم الوكالة بالوقت لأداء الخدمة	0.650	0.000
09	تتعاون الوكالة مع العميل عند حدوث مشكلة	0.155	0.198
10	تؤدي الوكالة الخدمة الصحيحة من أول مرة	0.644	0.000
11	توفير عدد كاف من الموظفين المؤهلين	0.282	0.059
12	يتم الحصول على الخدمة في وقت قياسي	0.698	0.000
13	تستجيب الوكالة بسرعة لشكاوي زبائنهم	0.549	0.001
14	تسدد الوكالة مبلغ التعويض بعد فترة زمنية قصيرة	0.701	0.000
15	تستخدم شركة التأمين خدمة الأنترنت كوسيلة للتعريف بالخدمات التأمينية	0.682	0.000
16	الشعور بالأمان عند التعامل مع الوكالة يكسبها عملاء جدد	0.867	0.000
17	يمكن الاعتماد على موظفي الوكالة، فهم أهل الثقة	0.695	0.000
18	الوكالة تولي اهتماما فرديا بكل عميل	0.797	0.000
19	تضمن الوكالة ساعات عمل ملائمة تناسب ظروف العميل	0.737	0.000
20	تضع الوكالة مصلحة العميل في صدارة اهتماماتها	0.651	0.000
21	يتم توجيه الموظفين لفهم احتياجات العميل والعمل جاهدين على تحقيقها	0.597	0.000
22	توفير الوكالة لمطويات كافية لشرح أنواع الخدمات التي تعرضها	0.627	0.000

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه بأن جميع الفقرات تقريبا للمحور الأول ترتبط مع فرضية المحور الأول ككل والذي ينص على: (محددات جودة الخدمات التأمينية) وهذا ما يدل على أن فقرات هذا المحور دالة إحصائيا، حيث نجد أن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراته دالة احصائيا عند مستوى معنوي  $\alpha = 0.05$  في أغلب فقرات المحور أي يوجد ارتباط معنوي، ومنه تعتبر فقرات المحور الأول صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني مع الدرجة الكلية للمحور الثاني: والموضحة في الجدول التالي:

الجدول 07: معامل ارتباط كل عبارات ربحية شركات التأمين مع الدرجة الكلية للمحور

رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تحقق الوكالة أرباحا جيدة	0.785	0.000
02	حققت الوكالة إيرادات مقبولة خلال الفترة الأخيرة من الانجاز	0.738	0.000
03	تنتهج الوكالة استراتيجية خفض التكاليف لأجل زيادة إيراداتها	0.688	0.000
04	تتسم تكلفة تقديم الخدمة في الوكالة بالانخفاض مقارنة بالشركات المنافسة	0.280	0.060
05	الوكالة قادرة على التكيف والاستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية	0.737	0.000
06	تعمل الوكالة على تقديم مستويات خدمة مختلفة	0.673	0.000
07	تستخدم الوكالة تجهيزات تكنولوجية حديثة مقارنة بالمنافسين	0.651	0.000
08	خدمات ما بعد البيع التي تؤديها الوكالة أفضل من شركات التأمين المنافسة	0.692	0.000
09	تقدم الوكالة عروضاً ذات مزايا احتكارية متفردة لا تتوفر لدى منافسيها	0.806	0.000
10	الخدمات التي تقدمها الوكالة تزيد من ولاء العميل واستمراريته في التعاقد معها	0.786	0.000

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه بأن جميع الفقرات للمحور الثاني ترتبط مع فرضية المحور الثاني ككل والذي ينص على: (ربحية شركات التأمين) وهذا ما يدل على أن فقرات هذا المحور دالة إحصائيا، حيث نجد أن معاملات الارتباط المحسوبة لكل فقرة من فقراته دالة احصائيا عند مستوى معنوي  $\alpha = 0.05$  في جميع

فقرات المحور أي يوجد ارتباط معنوي، ومنه تعتبر فقرات المحور الثاني صادقة ومتسقة داخليا لما وضعت لقياسه.

### 3-2 ثبات الاستبيان

يقصد بالثبات قدرة المقياس المستخدم على توليد نتائج متطابقة أو متقاربة نسبيا في كل مرة يتم استخدامه فيها، أو هي الدرجة التي يتمتع بها المقياس المستخدم في توفير نتائج متسقة في ظل ظروف متنوعة ومستقلة لأسئلة متعددة، ولكن لقياس نفس الخاصية أو الموضوع محل الدراسة وباستخدام نفس مجموعة المستقصى منهم.

ومن أكثر المقاييس شيوعا في تحديد درجة الاتساق بين محتويات المقياس المستخدم طريقة معامل الارتباط ألفا كرونباخ، والتي تتميز بدرجة عالية من الدقة في تحديد درجة اعتمادية أو ثبات المقياس من خلال ارتكازها على حساب المعامل الكلي للارتباط بين جميع فقرات المقياس المستخدم، بالإضافة إلى درجة ارتباط كل بند مع المعامل الكلي للارتباط، والقاعدة هنا أن معامل الارتباط المنخفض يشير إلى أن أداء السؤال أو العبارة المستخدمة في المقياس يعتبر ضعيفا من حيث قدرته على قياس الخاصية موضوع البحث والعكس صحيح.

وحسب الجدول أدناه فإن قيمة معامل ألفا لكل محاور متغيرات الدراسة هي **0.873** وهي أكبر من 0.6 وهي القيمة المثالية لهذا المعامل ومنه يمكن الاعتماد على مقياس هذه الدراسة باعتبار أنها تتضمن جانب كبير من الدقة والموثوقية.

الجدول 08: قيم معامل ألفا كرونباخ لتقدير ثبات أداة الدراسة

المحاور	معامل Cronbach's Alpha
محور محددات جودة الخدمات التأمينية	0.828
محور ربحية شركات التأمين	0.780
المحور الكلي	0.873

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

### 3- صدق المقياس المستخدم

يهدف التحقق من الصدق الظاهري للمقياس تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من ذو الاختصاص للحكم على دقة فقراتها وكيفية صياغتها ومدى صياغتها ومدى وضوحها وموضوعيتها ومدى توافقها مع أهداف الدراسة، ومن هذا المنطلق وللتأكد من مدى صدق وصلاحيه المقياس المستخدم في الدراسة الحالية تم عرضه على عدد من الأساتذة الأكاديميين وتمت الاستفادة من اقتراحاتهم في تعديل وتنقيح فقرات الاستبانة واخراجها بصورتها الحالية.

### المطلب الثاني: اجراءات الدراسة

سيتم في هذا المطلب التطرق إلى أهم المراحل التي مرت بها الدراسة بداية من مرحلة ما قبل التطبيق مروراً إلى مرحلة التطبيق ووصولاً إلى مرحلة ما بعد التطبيق، هذا إلى اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة وعرض أهم المقاييس الاحصائية التي ستعتمدها.

### الفرع الأول: مراحل تطبيق الدراسة التطبيقية

تم تطبيق هذه الدراسة على شركة التأمين CAAR الناشطة بولاية الطارف محل الدراسة عبر المراحل التالية:

#### 1- مرحلة ما قبل التطبيق: حيث غطت هذه المرحلة الخطوات التالية:

- تجميع كافة البيانات والمعلومات الخاصة بالمؤسسة محل الدراسة وذلك من أجل إثراء الدراسة الأولية.
- تم تحديد الجهات المعنية في شركات التأمين المبحوثة والاتصال معهم وذلك لإجراء متغيرات الدراسة.
- تصميم استبانة الدراسة وعرضها على المحكمين المختصين في موضوع الدراسة بغرض اختبار الصدق الظاهري لفقراتها.

#### 2- مرحلة التطبيق: لقد تم تطبيق الجوانب التالية خلال هذه المرحلة:

- عقد مقابلات مع المستجوبين في المؤسسة محل الدراسة، والاتصال بهم بشكل مستمر أثناء تعبئتهم لأداة الدراسة لتوضيح ما هو غامض من وجهة نظرهم.
- ادخال البيانات على البرنامج الاحصائي المعروف spss.

- استخراج النتائج الاحصائية الخاصة بالمقاييس والمتغيرات، حيث اشتملت على الجوانب الوصفية والجوانب الاستدلالية.

### 3- مرحلة تحليل وتفسير النموذج: اشتملت هذه المرحلة على خطوتين رئيسيتين:

- دراسة النموذج، وصفيا من خلال بعض مؤشرات الاحصاء الوصفي.
- اختبار النموذج، وذلك باستخدام الاختبارات الاحصائية التي تقيس درجة العلاقة بين المتغيرات ومستوى دلالتها أو دجة الثقة بها.

### 4- مرحلة النتائج والتوصيات: اشتملت هذه المرحلة على الجوانب الآتية:

- عرض نتائج الدراسة الوصفية والتحليلية المتعلقة بتطبيق أبعاد محددات جودة الخدمات التأمينية وأثره على ربحية شركات التأمين.
- تقديم التوصيات الرئيسية التي تمخضت عن هذه الدراسة للجهات المعنية في قطاع التأمين والأقسام المختلفة التي تعنى بمدى استخدام محددات جودة الخدمات التأمينية وتأثير ذلك على ربحية شركات التأمين.

## الفرع الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي وأساليب التحليل الاحصائية المستخدمة

### 1- التوزيع الطبيعي

بما أن حجم العينة انحصرت بين 30 و ال 50 مفردة، في هذه الحالة يتم اختبار ما إذا كانت متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وذلك بالاعتماد على اختبار **Shapiro-Wilk** وفق فرضيتين:

- **الفرضية الصفرية:** لا تتبع متغيرات الدراسة التوزيع الطبيعي في حالة كانت مستوى الدلالة **SIG** أقل من 0.05

- **الفرضية البديلة:** تتبع متغيرات الدراسة التوزيع الطبيعي في حالة كانت مستوى الدلالة **SIG** أكبر من 0.05

ومن خلال الجدول أدناه، فإننا نلاحظ أن قيمة **SIG** لمتغيرات الدراسة لا تفوق عن 0.05، وعليه نرفض الفرضية البديلة، ونقبل الفرضية الصفرية التي تنص على أن متغيرات الدراسة لا تتبع التوزيع الطبيعي.

## جدول 09: اختبار التوزيع الطبيعي وفق Kolmogorov-Smirnov

Kolmogorov-Smirnov			المتغير
SIG	DF	الاحصائية	
0.000	32	0.836	محددات جودة الخدمات التأمينية
0.000	32	0.699	ربحية شركات التأمين

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

نظرا لكون متغيرات الدراسة لا تتبع التوزيع الطبيعي، في هذه الحالة سنعمد على الاختبارات اللامعلمية، لعل أهمها (معامل الارتباط لسبيرمان، اختبارات الإشارة).

## 2- الأساليب الاحصائية المستخدمة

لقد تم استخدام أسلوب الاحصاء التحليلي الذي يتناسب مع لأهداف الدراسة، وذلك لاختبار الفرضيات، ووصف العلاقة بين المتغير المستقل من جهة، والمتغير التابع من جهة أخرى، وذلك من خلال:

- استخدام البرنامج الاحصائي SPSS لمعالجة وتحليل البيانات واستخراج نتائج الدراسة، وقد تم استخدام عدد من الأساليب الاحصائية، الوصفية، والاستدلالية التي ناسبته متغيرات الدراسة المختلفة على النحو التالي:

- احتساب التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعرض وتحليل نتائج اجابات واتجاهات أفراد عينة الدراسة.

- اختبار الإشارة من أجل تحديد ما إذا هناك تطبيق فعلي في متغيرات الدراسة أم لا.

- معامل الارتباط البسيط تم استخدامه لتحديد طبيعة العلاقة بين متغيرين، وتحديد الاتصال الداخلي لفقرات الاستبانة الخاصة بمحددات جودة الخدمات التأمينية وربحية شركات التأمين.

- معامل الارتباط المتعدد تم استخدامه لتحديد العلاقة بين مجموعة متغيرات مستقلة ومتغير تابع.

- أسلوب الانحدار الخطي البسيط لتحديد أثر استخدام محددات جودة الخدمات التأمينية ومتغيراتها كمتغير مستقل على ربحية شركات التأمين كمتغير تابع.

- أسلوب الانحدار التدريجي استعمال ليشمل على اختيار المتغيرات المستقلة لكي يتم استخدامها في النموذج النهائي.
- اختبار  $R^2$  لمعرفة القوة التفسيرية لكل من المتغيرات المستقلة وذلك بتحديد أثر كل متغير مستقل في المتغير التابع.
- اختبار T-Test لمعرفة فيما إذا كانت هناك علاقة ذات دلالة احصائية فيما بين كل متغير من المتغيرات المستقلة وبين المتغير التابع.
- اختبار F-Test لمعرفة فيما إذا كان النموذج صالح للدراسة ونتائجه حقيقية أم لا.

## المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستبيان

ينطوي هذا المبحث على عرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان المصممة في ضوء مقياس ليكرت خماسي التدرج الذي يتوزع من أعلى وزن فيه، الذي أعطى الدرجة (5) لتمثل حقل الإجابة (أتفق تماماً)، إلى أوطأ وزن فيه، الذي أعطى الدرجة (1) لتمثل حقل الإجابة (لا أتفق تماماً) للوقوف على استجابات أفراد العينة وتصوراتهم حول محددات جودة الخدمات التأمينية وربحية شركات التأمين.

وقد استخدم الطالبان لهذا الغرض المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، من أجل التعرف على مدى الانسجام والتوافق في آراء أفراد العينة وتصوراتهم حول فقرات متغيرات الدراسة، ولقد تم اعتماد معيار الاختيار المتمثل بالوسط الحسابي الفرضي (المدى) كمتوسط للقياس بهدف قياس وتقييم الدرجة المتحصل عليها والمتعلقة باستجابات أفراد عينة الدراسة.

## المطلب الأول: وصف وتشخيص متغيرات الدراسة

تتضمن الجداول الموالية المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية والترتيب من أجل التعرف على استجابات أفراد العينة وتصوراتهم عن متغيرات الدراسة.

الفرع الأول: وصف وتشخيص محددات جودة الخدمات التأمينية من وجهة نظر موظفي شركة التأمين  
محل الدراسة

أولاً : تحليل بعد الملموسية

الجدول 10: تحليل بعد الملموسية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرمز
3	1,51305	4,0313	تستخدم الوكالة آلات وتجهيزات حديثة لتقديم خدماتها	X1
2	1,27910	4,0938	تتوفر الوكالة على المرافق الضرورية لإنجاز الخدمات	X2
4	1,14960	3,9688	مكاتب وأقسام الوكالة منظمة، مما يسهل الحصول على الخدمة.	X3
1	0,76200	4,2500	المظهر العام للشركة جذاب	X4
6	0,94186	3,6250	توفير أماكن ركن السيارات	X5
5	1,00753	3,7812	جاذبية الموقع يزيد من إقبال العملاء للتعاقد مع شركة التأمين	X6
7	1,43649	3,4688	يرتدي موظفي الوكالة زي موحد يعكس شعار الوكالة	X7
مرتفع	0,75308	3,8884	-	بعد الملموسية

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على نتائج SPSS

بالنظر إلى النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكن أن نستنتج ما يلي:

يوضح الجدول تقييم عدد من العبارات المتعلقة بمدى ملموسية الخدمات المقدمة من قبل الوكالة، باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لترتيب هذه العبارات. تُظهر النتائج أن العبارة "المظهر العام للشركة جذاب (X4)" حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.2500) وأقل انحراف معياري (0.76200)، مما يشير إلى تقييم عالٍ وثبات في الآراء حول هذه العبارة، محتملةً المرتبة الأولى. تليها العبارة "تتوفر الوكالة على المرافق الضرورية لإنجاز الخدمات (X2)" بمتوسط حسابي 4.0938 وانحراف معياري 1.27910، في المرتبة الثانية. أما العبارة "تستخدم الوكالة آلات وتجهيزات حديثة لتقديم خدماتها (X1)" جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.0313. بالمقابل، العبارة "يرتدي موظفي الوكالة زي موحد يعكس شعار الوكالة (X7)" كانت الأدنى تقيماً بمتوسط حسابي 3.4688 وانحراف معياري 1.43649،

في المرتبة السابعة. بشكل عام، بلغ متوسط بعد الملموسية 3.8884 مع انحراف معياري 0.75308، مما يدل على مستوى مرتفع من التقييم العام لهذا البعد.

ثانياً: تحليل بعد الاعتمادية

### الجدول 11: تحليل بعد الاعتمادية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرمز
1	0,54532	4,6562	تلتزم الوكالة بالوقت لأداء الخدمة	X1
3	0,59229	4,3125	تتعاون الوكالة مع العميل عند حدوث مشكلة	X2
4	0,76662	4,1563	تؤدي الوكالة الخدمة الصحيحة من أول مرة	X3
2	0,71772	4,4688	توفير عدد كاف من الموظفين المؤهلين	X4
مرتفع جداً	0,43930	4,3984	-	بعد الاعتمادية

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج SPSS

بالنظر إلى النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكن أن نستنتج ما يلي: يوضح الجدول تقييم عدد من العبارات المتعلقة ببعد الاعتمادية في خدمات الوكالة، باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لترتيب هذه العبارات. تُظهر النتائج أن العبارة "تلتزم الوكالة بالوقت لأداء الخدمة (X1)" حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.6562) وأقل انحراف معياري (0.54532)، مما يشير إلى تقييم عالٍ وثبات في الآراء حول هذه العبارة، محتلةً المرتبة الأولى. تليها العبارة "توفير عدد كاف من الموظفين المؤهلين (X4)" بمتوسط حسابي 4.4688 وانحراف معياري 0.71772، في المرتبة الثانية. أما العبارة "تتعاون الوكالة مع العميل عند حدوث مشكلة (X2)" جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.3125، تليها العبارة "تؤدي الوكالة الخدمة الصحيحة من أول مرة (X3)" بمتوسط حسابي 4.1563 وانحراف معياري 0.76662، في المرتبة الرابعة. بشكل عام، بلغ متوسط بعد الاعتمادية 4.3984 مع انحراف معياري 0.43930، مما يدل على مستوى مرتفع جداً من التقييم العام لهذا البعد. بشكل عام، يعكس المتوسط الحسابي المرتفع جداً لبعد

الاعتمادية أن هذا البعد يُعد نقطة قوة بارزة للوكالة، مما يؤكد على قدرتها على تقديم الخدمات بشكل موثوق وموائم لتوقعات العملاء.

ثالثا: تحليل بعد الاستجابة

الجدول 12: تحليل بعد الاستجابة

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرمز
1	0,87067	4,3750	يتم الحصول على الخدمة في وقت قياسي	X1
3	0,53788	4,0312	تستجيب الوكالة بسرعة لشكاوي زبائنها	X2
4	0,64446	3,8125	تسدد الوكالة مبلغ التعويض بعد فترة زمنية قصيرة	X3
2	1,01947	4,1562	تستخدم شركة التأمين خدمة الأنترنت كوسيلة للتعريف بالخدمات التأمينية	X4
مرتفع	0,60492	4,0937	-	بعد الاستجابة

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج SPSS

بالنظر إلى النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكن أن نستنتج ما يلي:

يوضح الجدول تقييم عدد من العبارات المتعلقة ببعد الاستجابة في خدمات الوكالة، باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لترتيب هذه العبارات. تُظهر النتائج أن العبارة "يتم الحصول على الخدمة في وقت قياسي (X1)" حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.3750) مع انحراف معياري (0.87067)، محتلّة المرتبة الأولى. تليها العبارة "تستخدم شركة التأمين خدمة الأنترنت كوسيلة للتعريف بالخدمات التأمينية" (X4) بمتوسط حسابي 4.1562 وانحراف معياري 1.01947، في المرتبة الثانية. أما العبارة "تستجيب الوكالة بسرعة لشكاوي زبائنها (X2)" جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.0312، في حين كانت العبارة "تسدد الوكالة مبلغ التعويض بعد فترة زمنية قصيرة (X3)" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.8125. بشكل عام، بلغ متوسط بعد الاستجابة 4.0937 مع انحراف معياري 0.60492، مما يدل على مستوى مرتفع من التقييم العام لهذا البعد.

## رابعاً: تحليل بعد الأمان

الجدول 13: تحليل بعد الأمان

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرمز
2	0,77186	4,7187	الشعور بالأمان عند التعامل مع الوكالة يكسبها عملاء جدد	X1
1	0,62217	4,7500	يمكن الاعتماد على موظفي الوكالة، فهم أهل الثقة	X2
3	0,91526	4,5313	الوكالة تولي اهتماما فرديا بكل عميل	X3
مرتفع جدا	0,71842	4,6667	-	بعد الأمان

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج SPSS

بالنظر إلى النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكن أن نستنتج ما يلي:

يوضح الجدول تقييم عدد من العبارات المتعلقة ببعد الأمان في خدمات الوكالة، باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لترتيب هذه العبارات. تُظهر النتائج أن العبارة "يمكن الاعتماد على موظفي الوكالة، فهم أهل الثقة (X2)" حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.7500) وأقل انحراف معياري (0.62217)، محتلةً المرتبة الأولى. تليها العبارة "الشعور بالأمان عند التعامل مع الوكالة يكسبها عملاء جدد (X1)" بمتوسط حسابي 4.7187 وانحراف معياري 0.77186، في المرتبة الثانية. أما العبارة "الوكالة تولي اهتماما فرديا بكل عميل (X3)" جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.5313 وانحراف معياري 0.91526. بشكل عام، بلغ متوسط بعد الأمان 4.6667 مع انحراف معياري 0.71842، مما يدل على مستوى مرتفع جداً من التقييم العام لهذا البعد.

## خامسا: تحليل بعد التعاطف

الجدول 14: تحليل بعد التعاطف

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرمز
3	0,84242	4,2500	تضمن الوكالة ساعات عمل ملائمة تناسب ظروف العميل	X1
1	0,82733	4,3438	تضع الوكالة مصلحة العميل في صدارة اهتماماتها	X2
2	0,86544	4,3438	يتم توجيه الموظفين لفهم احتياجات العميل والعمل جاهدين على تحقيقها	X3
5	1,01947	3,8437	توفير الوكالة لمطويات كافية لشرح أنواع الخدمات التي تعرضها	X4
4	0,73708	4,1953	تضمن الوكالة ساعات عمل ملائمة تناسب ظروف العميل	X5
مرتفع جدا	0,84242	4,2500	-	بعد التعاطف

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج SPSS

بالنظر إلى النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكن أن نستنتج ما يلي:

يوضح الجدول تقييم عدد من العبارات المتعلقة ببعد التعاطف في خدمات الوكالة، باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لترتيب هذه العبارات. تُظهر النتائج أن العبارة "تضع الوكالة مصلحة العميل في صدارة اهتماماتها (X2) حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.3438) مع انحراف معياري (0.82733)، محتلّة المرتبة الأولى. تليها العبارة "يتم توجيه الموظفين لفهم احتياجات العميل والعمل جاهدين على تحقيقها (X3) بمتوسط حسابي 4.3438 وانحراف معياري 0.86544، في المرتبة الثانية. أما العبارة "تضمن الوكالة ساعات عمل ملائمة تناسب ظروف العميل (X1) جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.2500 وانحراف معياري 0.84242. وجاءت العبارة "تضمن الوكالة ساعات عمل ملائمة تناسب ظروف العميل (X5) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 4.1953. وأخيراً، كانت العبارة "توفير الوكالة لمطويات كافية لشرح أنواع الخدمات التي تعرضها (X4) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي

3.8437. بشكل عام، بلغ متوسط بعد التعاطف 4.2500 مع انحراف معياري 0.842420، مما يدل على مستوى مرتفع جداً من التقييم العام لهذا البعد.

كخلاصة عامة نلاحظ أن المحور الخاص لمحددات جودة الخدمات التأمينية، بحيث بلغ متوسطها بـ 4.1804، وهي بذلك تأخذ باتجاه مرتفع، والجدول التالي يوضح مستوى تطبيق لمحددات جودة الخدمات التأمينية من وجهة نظر عينة الدراسة.

الجدول رقم 15: مدى توفر محددات جودة الخدمات التأمينية من وجهة نظر عينة الدراسة

مدى توافر محددات جودة الخدمات التأمينية	مستوى المعنوية لاختبار الاشارة	المتوسط الحسابي	المحور الكلي
%83.60	0.000	4.1804	محددات جودة الخدمات التأمينية

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج SPSS

بالرجوع للجدول أعلاه فإننا نلاحظ أن القيمة الاحتمالية للمحور قدرت بـ 0.000، وهذا يعني أن هناك توافر في تطبيق محددات جودة الخدمات التأمينية، كما أن مستوى تطبيق هذه الأبعاد من وجهة نظر عينة الدراسة بلغت نسبتها %83.60.

الفرع الثاني: وصف وتشخيص ربحية شركات التأمين من وجهة نظر موظفي شركة التأمين محل الدراسة

الجدول 16: تحليل محور ربحية شركات التأمين

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرمز
2	0,85901	4,3125	تحقق الوكالة أرباحا جيدة	X1
5	0,70639	4,2187	حققت الوكالة إيرادات مقبولة خلال الفترة الأخيرة من الانجاز	X2
4	0,81258	4,2813	تنتهج الوكالة استراتيجية خفض التكاليف لأجل زيادة إيراداتها	X3
9	1,07576	3,5625	تتسم تكلفة تقديم الخدمة في الوكالة بالانخفاض مقارنة بالشركات المنافسة	X4
8	1,04727	3,7500	الوكالة قادرة على التكيف والاستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية	X5
3	0,72887	4,2813	تعمل الوكالة على تقديم مستويات خدمة مختلفة	X6
7	0,94186	4,1250	تستخدم الوكالة تجهيزات تكنولوجية حديثة مقارنة بالمنافسين	X7
6	1,05063	4,1563	خدمات ما بعد البيع التي تؤديها الوكالة أفضل من شركات التأمين المنافسة	X8
7	0,87759	4,0625	تقدم الوكالة عروضاً ذات مزايا احتكارية متفردة لا تتوفر لدى منافسيها	X9
1	0,90195	4,6562	الخدمات التي تقدمها الوكالة تزيد من ولاء العميل واستمراره في التعاقد معها	X10
مرتفع	0.60741	4.1406	-	ربحية شركات التأمين

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على نتائج SPSS

بالنظر إلى النتائج الواردة في الجدول أعلاه يمكن أن نستنتج ما يلي:

يعكس الجدول تقييم عدد من العبارات المتعلقة بربحية شركات التأمين، باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لترتيب هذه العبارات. تبين النتائج أن العبارة "الخدمات التي تقدمها الوكالة تزيد من ولاء العميل واستمراريته في التعاقد معها" (X10) حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.6562) مع انحراف معياري (0.90195)، محتلةً المرتبة الأولى. تلتها العبارة "تحقق الوكالة أرباحاً جيدة" (X1) بمتوسط حسابي 4.3125 وانحراف معياري 0.85901، في المرتبة الثانية. أما العبارة "تعمل الوكالة على تقديم مستويات خدمة مختلفة" (X6) فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.2813 وانحراف معياري 0.72887. بينما كانت العبارة "تنتهج الوكالة استراتيجية خفض التكاليف لأجل زيادة إيراداتها" (X3) في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 4.2813 وانحراف معياري 0.81258. وفي المرتبة الخامسة جاءت العبارة "حققت الوكالة إيرادات مقبولة خلال الفترة الأخيرة من الانجاز" (X2) بمتوسط حسابي 4.2187 وانحراف معياري 0.70639. بشكل عام، بلغ متوسط ربحية شركات التأمين 4.1406 مع انحراف معياري 0.60741، مما يدل على مستوى مرتفع من التقييم العام لهذا البعد.

### المطلب الثاني: تحليل بيانات متغيرات الدراسة

سيتم في هذا المطلب دراسة العلاقات بين متغيرات الدراسة وكذا معرفة مدى أثر المتغير المستقل (محددات جودة الخدمات التأمينية) بالمتغير التابع (ربحية شركات التأمين)

الفرع الأول: العلاقة بين محددات جودة الخدمات التأمينية وربحية شركة التأمين محل الدراسة بولاية الطارف

1- معامل الارتباط بين المتغيرات الجزئية لجودة الخدمات التأمينية وربحية شركة التأمين محل الدراسة بولاية الطارف

الجدول 17: علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة من وجهة نظر موظفي شركة التأمين محل الدراسة بولاية الطارف

الترتيب	مستوى الدلالة	ربحية شركات التأمين	المتغير (المستقل/التابع)
4	0.006	0.475	الملموسية
1	0.001	0.554	الاعتمادية
2	0.002	0.534	الاستجابة
3	0.002	0.517	الأمان
5	0.088	0.306	التعاطف

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج SPSS

يتضح من نتائج الجدول أعلاه وبشكل عام وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية موجبة بين محددات جودة الخدمات التأمينية وربحية شركات التأمين من وجهة نظر عينة الدراسة، ويمكن تفسير هذه العلاقة بأنه كلما سعت شركة التأمين قيد الدراسة إلى تطبيق محددات جودة الخدمات التأمينية من خلال أسس سليمة ومفهومة تمكنت من تحقيق ربحيتها.

وبشكل أكثر تفصيلا يوضح الجدول المذكور نتائج علاقات الارتباط بين محددات جودة الخدمات التأمينية كل على انفراد مع ربحية شركات التأمين وبشكل إجمالي كما يلي:

- احتل بعد الاعتمادية المرتبة الأولى من حيث علاقته الارتباطية بربحية شركات التأمين التي بلغت (0.554) وهذا يدل على اهتمام شركة التأمين موضوع الدراسة بعد الاعتمادية يظهر المتغير "الاعتمادية" أنه يحمل مستوى دلالة يبلغ 0.001، وهذا يشير إلى أن المتغير له تأثير كبير ومهم على

ربحية شركات التأمين، حيث يكون لزيادة الاعتمادية تأثير إيجابي بحوالي 0.554 نقطة على ربحية الشركات. احتل **بعد الاستجابة** المرتبة الثانية من حيث علاقته الارتباطية بربحية شركات التأمين التي بلغت (0.534) وهذا يدل على اهتمام شركة التأمين موضوع الدراسة ب**بعد الاستجابة** يظهر المتغير "الاستجابة" أنه يحمل مستوى دلالة يبلغ 0.002، وهذا يشير إلى أن المتغير يؤثر بشكل ملحوظ على ربحية شركات التأمين، حيث يكون لزيادة الاستجابة تأثير إيجابي بحوالي 0.534 نقطة على ربحية الشركات.

- احتل **بعد الأمان** المرتبة الثالثة من حيث علاقته الارتباطية بربحية شركات التأمين التي بلغت (0.517) وهذا يدل على اهتمام شركة التأمين موضوع الدراسة ب**بعد الأمان** يظهر المتغير "الأمان" أنه يحمل مستوى دلالة يبلغ 0.002، وهذا يشير إلى أن المتغير له تأثير ملحوظ على ربحية شركات التأمين، حيث يكون لزيادة الأمان تأثير إيجابي بحوالي 0.517 نقطة على ربحية الشركات.

- احتل **بعد الملموسية** المرتبة الرابعة من حيث علاقته الارتباطية بربحية شركات التأمين التي بلغت (0.475) وهذا يدل على اهتمام شركة التأمين موضوع الدراسة ب**بعد الملموسية** يظهر المتغير "الملموسية" أنه يحمل مستوى دلالة يبلغ 0.006، وهذا يشير إلى أن المتغير يؤثر بشكل طفيف على ربحية شركات التأمين، حيث يكون لزيادة الملموسية تأثير إيجابي بحوالي 0.475 نقطة على ربحية الشركات.

- احتل **بعد التعاطف** المرتبة الخامسة من حيث علاقته الارتباطية بربحية شركات التأمين التي بلغت (0.306) لكن دون دلالة احصائية، وهذا يدل على عدم الاهتمام شركة التأمين موضوع الدراسة بالشكل الكافي ل**بعد التعاطف** يظهر المتغير "التعاطف" أنه يحمل مستوى دلالة يبلغ 0.088، وهذا يشير إلى أن المتغير يؤثر بشكل طفيف على ربحية شركات التأمين، حيث يكون لزيادة التعاطف تأثير إيجابي بحوالي 0.306 نقطة على ربحية الشركات.

## معامل الارتباط بين جودة الخدمات التأمينية وربحية شركات التأمين

جدول 18: علاقات الارتباط بين جودة الخدمات التأمينية وربحية شركة التأمين

مستوى الدلالة	ربحية شركات التأمين	المتغير (المستقل/التابع)
0.000	0.591	جودة الخدمات التأمينية

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج SPSS

يتضح من نتائج الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط متوسطة وموجبة ذات دلالة احصائية بين جودة الخدمات التأمينية وربحية شركة التأمين من وجهة نظر موظفيها بولاية الطارف، وهو ما يتوافق مع ما تم عرضه في الجدول السابق من حيث مدى مساهمة لتطبيق محددات جودة الخدمات التأمينية بايجابية على ربحية شركة التأمين محل الدراسة.

## الفرع الثاني: نماذج الانحدار لمحددات جودة الخدمات التأمينية وربحية شركة التأمين

لقياس أثر كل من استخدام محددات جودة الخدمات التأمينية على ربحية شركات التأمين، سنستخدم على ما يعرف بالانحدار الخطي البسيط، والذي بدوره يقيس الأثر بين المتغير المستقل والمتغير التابع، صحيح أن الانحدار الخطي البسيط من شروط تطبيقه أن تكون البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، بينما اتضح أن كل من المحورين الأول والثاني حسب اختبار Shapiro-Wilk لا يتبعان التوزيع الطبيعي، لكن حسب دراسة "حمزة دودين" قد أشار إلى أن عدم تحقق شرط التوزيع الطبيعي لا يعتبر مشكلة إذا ما توافر في المتغير المقصود 30 مفردة أو أكثر، ويفسر ذلك بنظرية "Theorem Central Limit" أي نظرية النهاية المركزية، وبناء على ذلك فإننا سنستخدم الانحدار المعلمي البسيط نظرا لأنه أكثر قوة من حيث استخدامه للدرجات الحقيقية على عكس الاختبارات اللامعلمية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عبد الحفيظ قادري، محمد مرات، طرق التأكد من التوزيع الطبيعي للبيانات باستخدام بعض القوانين الاحتمالية وبرامج ( Excel, SPSS, Liserel) وعواقب الاخلال به (أمثلة تطبيقية)، مجلة دراسات نفسية وتربوية، المجلد 08، العدد 01، 2019، ص ص 77-78.

## 1- قياس أثر أهم محددات جودة الخدمات التأمينية على ربحية شركة التأمين

لتحديد أهم المحددات المؤثرة على ربحية شركات التأمين، اعتمدنا على نموذج الانحدار التدريجي بأسلوب خطوة بخطوة، وهذا النموذج يشمل على اختيار المتغيرات المستقلة التي لها أهمية احصائية بالمتغير التابع ألا وهو ربحية شركات التأمين، مع ازالة باقي المتغيرات التي ليس لها أي دلالة احصائية مع المتغير التابع، وفيما يلي جدول يوضح المتغيرات الداخلة والمستبعدة في النموذج.

الجدول 19: نماذج الانحدار التدريجي لقياس أهم محددات جودة الخدمات التأمينية تأثيرا على

ربحية شركة التأمين

المتغيرات الداخلة في النموذج	قيمة F	مستوى الدلالة	قيمة t	مستوى الدلالة	معاملات B	معامل التفسير R <sup>2</sup>	المتغيرات المستبعدة من النموذج	قيمة t	مستوى الدلالة	
الأمان (X1)	45.8	0.00	5.85	0.00	0.54	0.76	الملموسة	0.56	0.57	
الاعتمادية (X2)	26	0	3.07	0.00	0.46		الاستجابة	0.13	0.89	
					4		التعاطف	0.47	0.64	
نموذج الانحدار التدريجي	$Y = 0.541X1 + 0.464X2 - 0.425$									

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج SPSS

عند قراءتنا للجدول أعلاه نلاحظ ما يلي:

- نجد أن محددات جودة الخدمات التأمينية المستبعدة من النموذج تتمثل في كل من الملموسية، الاستجابة والتعاطف، بمستوى دلالة 0.578 و 0.890 و 0.641 على التوالي، وهي بذلك تفوق عن 0.05، ويمكن ارجاع سبب عدم ظهورها في النموذج نظرا لأن المحددات المستبعدة من النموذج (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) لم تظهر في النموذج لأن مستويات الدلالة لها كانت أعلى من 0.05، أي أنها ليست ذات تأثير معنوي على ربحية شركة التأمين.
- بلغت قيمة F للنموذج 45.826 بمستوى دلالة قدرت ب 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يدل على صلاحية النموذج المعتمد.
- إن المحددات الداخلة في النموذج والتي لها أثر فعلي على ربحية شركة التأمين حسب آراء عينة الدراسة تتمثل في الأمان والاعتمادية وهي مرتبة من الأعلى تأثير إلى الأقل اثر.
- تحتل محدد الأمان المرتبة الأولى من حيث التأثير على ربحية شركات التأمين، فكما يوضحه الجدول أن معامل بيتا البالغ 0.541 أي أن زيادة مستوى استخدام عنصر الأمان بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى التأثير بشكل ايجابي على ربحية شركات التأمين بنسبة 45.1% من وحدة انحراف معياري واحد، ويرجع سبب احتلاله المرتبة الأولى من التأثير كون أنه لها تأثير فعلي على ربحية شركة التأمين هي الأمان والاعتمادية، حيث كانت مرتبة من الأعلى تأثيراً إلى الأقل.
- يحتل محدد الاعتمادية المرتبة الثانية من حيث التأثير على ربحية شركات التأمين، فمن خلال الجدول نلاحظ أن معامل بيتا البالغ 0.464 أي أن زيادة مستوى استخدام عنصر الاعتمادية بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى التأثير بشكل ايجابي على ربحية شركات التأمين بنسبة 46.4% من وحدة انحراف معياري واحد، ويرجع سبب ظهوره في نموذج الدراسة كون أن زيادة مستوى استخدام عنصر الاعتمادية بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى تأثير إيجابي على الربحية بنسبة 46.4%. ويرجع سبب ظهوره في النموذج إلى أن الاعتمادية تعكس مدى قدرة الشركة على تقديم الخدمة بشكل موثوق وبالطريقة المتفق عليها.

- قدر معامل التفسير للمحددين معا (بعد الثقة وبعد المصدقية) بـ 0.760، أي أن تطبيق لهذه المحددات قادر على تفسير ما نسبته 76% من التغيرات التي تطرأ على ربحية شركة التأمين، أما النسبة الباقية البالغة 24% فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة.

## 1- قياس أثر جودة الخدمات التأمينية على ربحية شركة التأمين

الجدول رقم 20: معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط لجودة الخدمات التأمينية وربحية شركات التأمين

معامل التفسير $R^2$	مستوى الدلالة	قيمة t	مستوى الدلالة	قيمة F	أثر جودة الخدمات التأمينية على ربحية شركة التأمين	
0.600	0.000	6.715	0.000	45.085		
$Y = 0.885X + 0.441$					0.885	0.441

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على نتائج SPSS

يتضح من نتائج الجدول أعلاه بأن تقدير خط الانحدار يكون وفق ما يلي:

$$Y = 0.885X + 0.441$$

- أن قيمة (F) لمعامل الانحدار بلغت (45.085) وبمستوى دلالة 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يدل على ثبوت معنوية معامل الانحدار ومدى صلاحية النموذج في اعطاء نتائج غير مزيفة.
- أن قيمة (t) للنموذج المقدر بلغت (6.715) عند مستوى معنوية 0.05، وبناء عليه ترفض فرضية العدم، وتقبل الفرضية البديل وهذا يعني وجود أثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات التأمينية على ربحية شركات التأمين.
- من خلال قيمة معامل التفسير ( $R^2$ ) البالغة (0.600) يتضح أن جودة الخدمات التأمينية قادرة على تفسير ما نسبته (60%) من التغيرات التي تطرأ على ربحية شركات التأمين، أما النسبة الباقية البالغة (40%) فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة.
- كما يتضح من خلال الجدول أن معامل بيتا البالغ 0.885 أي أن زيادة مستوى تحسين جودة الخدمات التأمينية بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى التأثير الايجابي على ربحية شركات التأمين بنسبة 88.5% من وحدة انحراف معياري واحد.

وبناء على ما تقدم يتضح وجود أثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات التأمينية على ربحية شركة التأمين عند مستوى معنوية 0.05

## خلاصة الفصل:

من خلال الفصل المتعلق بالجزء التطبيقي للدراسة، تم عرض منهجية وإجراءات الدراسة، بالإضافة إلى عرض نتائج الاستمارة وتحليلها وتفسيرها، سواء من ناحية الخصائص الشخصية لأفراد العينة في شركة التأمين CAAR بولاية الطارف، وكذا من ناحية تحليل متغيرات محددات جودة الخدمات التأمينية كمتغير مستقل، وربحية شركات التأمين كمتغير تابع، وبالاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة لضمان مصداقية نتائج الدراسة، حيث تم التوصل إلى نتيجة مفادها عدم وجود أثر بين المتغيرين، أما من حيث المحدد الأكثر تأثيراً على ربحية شركة التأمين فتوصلنا إلى محدد الأمان ومحدد الاعتمادية.

خاتمة عامة

## خاتمة

لقد تعرضنا من خلال هذا البحث، إلى دراسة منهجية لتحليل مجموعة من المتغيرات التي تدرس العلاقة والتأثير بين جودة الخدمة التأمينية بمحدداتها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) باعتباره متغيرا مستقلا، وربحية شركات التأمين باعتباره متغيرا تابعا، وحاولنا تطبيق مؤشرات الدراسة على شركة التأمين وعودة التأمين الناشطة بولاية الطارف من خلال مجموعة من الأسئلة المحتواة في الاستبيان الموجهة إلى الموظفين على مستوى هذه الشركة.

واعتمادا على ما أفضت إليه نتائج اختبار نموذج الدراسة وفرضياتها، وبالنظر إلى ما تقدم عرضه من الأدبيات النظرية لهذا الموضوع سنحاول فيما يلي التأكد من صحة أو نفي فرضيات الدراسة، مع استخلاص أهم النتائج الخاصة بهذه الدراسة الميدانية، ثم التوصيات والاقتراحات، وانتهينا إلى عرض آفاق الدراسة.

## فرضيات الدراسة

**الفرضية الأولى:** والتي تنص على أن "يدرك القارئون على شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف أهمية تطبيق محددات جودة الخدمة التأمينية"

وهي صحيحة، فقد دلت نتائج الدراسة التطبيقية على أن محددات جودة الخدمة التأمين (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) تراوحت بين الاتجاه المرتفع والمرتفع جدا من وجهة نظر موظفي شركة التأمين وإعادة التأمين، وهذا يدل على أن هذا الأخير لهم دراية تامة بأهمية تطبيق محددات جودة الخدمة التأمينية، هذا إلى جانب أن مستوى تطبيق هذه المحددات بلغت بـ 83.60%، وهي نسبة جدية.

**الفرضية الثانية:** والتي تنص على أن "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين محددات جودة الخدمة التأمينية وربحية شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف عند مستوى دلالة 0.05"

وهي صحيحة، فقد دلت نتائج الدراسة التطبيقية على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية متوسطة نسبيا وموجبة بين جودة الخدمة التأمينية وربحية الشركة من وجهة نظر موظفي شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف، ويمكن تفسير هذه العلاقة بأنه كلما سعت الشركة عينة الدراسة إلى تطبيق محددات جودة الخدمة التأمينية من خلال إجراءات واضحة ومحددة ومفهومة تمكنت بذلك من زيادة وتحقيق ربحيتها، ويتفرع عن هذه النتيجة جملة من النتائج الفرعية التالية:

- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية موجبة بين (الملموسية) وربحية الشركة.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية موجبة بين (الاعتمادية) وربحية الشركة.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية موجبة بين (الاستجابة) وربحية الشركة.
- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية موجبة بين (الأمان) وربحية الشركة.
- عدم وجود ارتباط ذات دلالة احصائية بين التعاطف والربحية.

**الفرضية الثالثة:** والتي تنص على أن "يوجد أثر ذات دلالة احصائية لمحددات جودة الخدمة التأمينية على ربحية شركة التأمين وإعادة التأمين بولاية الطارف عند مستوى دلالة 0.05"

- وهي صحيحة، فحسب نموذج الانحدار البسيط بين المتغيرين أن معامل بيتا البالغ 0.885 أي أن زيادة مستوى تطبيق محددات جودة الخدمة التأمينية بمقدار وحدة واحدة سيؤدي إلى زيادة الربحية بنسبة 88.5% من وحدة انحراف معياري واحد، وهي نسبة مرتفعة، كما بلغ معامل التفسير (0.600) ما يتضح أن جودة الخدمة التأمينية قادرة على تفسير ما نسبته (60%) من التغيرات التي تطرأ على الربحية، أما النسبة الباقية البالغة (40%) فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة.

- أما من ناحية محددات جودة الخدمة التأمينية، فقد أظهرت أن الدراسة التطبيقية أن المحددات الأكثر تأثيراً على ربحية شركة التأمين وإعادة التأمين محل الدراسة حسب وجهة نظر موظفيها هي الاعتمادية والأمان، فقد قدر معامل التفسير لهذه المتغيرات الثلاث بـ 0.76، أي أي أن تطبيق لهذه المتغيرات قادر على تفسير ما نسبته 76% من التغيرات التي تطرأ على ربحية الشركة، أما النسبة الباقية البالغة 24% فتعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الدراسة.

### نتائج الدراسة

من خلال الدراسة البحثية، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- نتيجة التغيرات السريعة التي يشهدها العالم اليوم أصبح لزاما على أي شركة تأمين لكي تتمكن من الاستمرارية ومواجهة المنافسة الشديدة أن تتبنى مفاهيم محددات جودة التأمينية التي تساعدها على التفوق والتموقع الجيد في السوق وبالتالي زيادة في ربحيتها.
- يتفق أغلب الكتاب والباحثين على أن تطبيق محددات جودة الخدمة التأمينية له الأثر الأساسي في تحسين وزيادة الربحية.
- تقوم فكرة تحسين الجودة في الخدمة التأمينية على أساس علاج القصور والانحراف في الخدمة الفعلية، ويهدف التحسين على الحصول على مستويات أعلى من الجودة من خلال تطبيق كل المحددات وفقا للتصاميم التي وضعت لها ومعالجة الانحرافات خلال وقوعها.
- تنصب عملية تحقيق الربحية على تحديد مستوى الإنجاز المحقق مقارنة بالأهداف والمعايير التي يتطلبها العمل بغية اتخاذ الإجراءات التصحيحية الملائمة، وذلك من خلال تحقيق الكفاءة والفعالية المطلوبة، وابتاع أسس في عملية التقييم لجودة الخدمة مع اختيار أنسب الطرق للتقييم حسب أهداف الشركة.
- يتضح من خلال نتائج التحليل الوصفي توافر محددات جودة الخدمة التأمينية في شركة التأمين محل الدراسة، المتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) وبنسب متفاوتة، مما انعكس على إجابات أفراد العينة، إذ دلت نتائج تلك الإجابات على وعي المبحوثين.
- أن تطبيق محددات جودة الخدمة التأمينية لها دور فعال في زيادة ربحية شركة التأمين قيد الدراسة.

### ثالثا: التوصيات والاقتراحات:

وفي ضوء النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم المقترحات التالية:

- تنظيم ملتقيات ودورات تحسيسية يكون موضوعها حول جودة الخدمة ومحاولة إشراك العميل وإتاحته الفرصة للمشاركة وذلك من أجل تدعيم ثقته بالشركة.
- على الشركات الوطنية إدراك مدى خطورة تحول العملاء إلى الشركات الخاصة والتي انتشرت بشكل كبير خاصة بعد انفتاح السوق الجزائرية ولذلك يجب عليها العمل على تقديم أعلى مستوى من الجودة في الخدمات التأمينية.

- ضرورة التعرف على المؤشرات المختلفة التي يستخدمها العملاء للحكم على جودة الخدمة التأمينية والسعي لتليبيتها وهذا للوصول إلى خدمات متميزة.
- سعي إدارة شركة التأمين إلى تحسين مظهر الشركة ووضع معالم تميزها عن غيرها.
- تعاطف شركة التأمين مع عملائها في حال حدوث مشكلة بما لا يتعارض وسياسات الشركة.
- ضرورة قياس ومعرفة الحصة السوقية ومتابعتها بشكل دوري لتعديل الاستراتيجيات والسياسات التي تعمل على تحقيق الجودة.

#### رابعاً: آفاق الدراسة:

في ظل ما تم التوصل إليه يتم تقديم آفاق مستقبلية للدراسة كما يلي:

- أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على إنتاج شركات التأمين.
- استراتيجية جودة الخدمات وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية لشركات التأمين.
- تقييم جودة الخدمة التأمينية باستخدام مستويات ومؤشرات أخرى غير المطبقة في دراستنا.

## قائمة المصادر والمراجع

### الكتب

- عز دين فالح: "مبادئ التأمين وأنواعه"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- إبراهيم محمد مهدي، التأمين ورياضياته، الخطر والتأمين، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، ط 1، 2010م.
- محمد عريقات حربي، سعيد جمعة عقل، "التأمين وإدارة الخطر بين النظرية والتطبيق"، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان، مصر، الطبعة الأولى، 1999.
- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، 2005.
- مؤمن سليمان الدراكة، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2006.
- عريقات حربي محمد، عقل سعيد جمعة، التأمين وإدارة الخطر بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- الطائي يوسف حجيم وآخرون، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

### المجلات

- بحرود فتيحة، "الدور الاستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين"، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 12، 2012.
- بشرى بوعسلة، "الأهمية الاقتصادية للتأمين وتطوره في الجزائر"، مخبر التنمية الاقتصادية والبشرية في الجزائر، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، العدد 11، جامعة لونييسي علي، البليدة، الجزائر، جوان 2015.
- بوحروود فتيحة، الدور الاستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 12، 2012.
- ساخي بوبكر، دور وأهمية جودة الخدمة التأمينية في جلب العملاء، مجلة الأبحاث الاقتصادية، مجلد 17، عدد 01، 2022.
- عبد الحفيظ قادري، محمد مرتات، طرق التأكد من التوزيع الطبيعي للبيانات باستخدام بعض القوانين الاحتمالية وبرامج (Excel, Liserel, SPSS) وعواقب الاخلال به (أمثلة تطبيقية)، مجلة دراسات نفسية وتربوية، المجلد 08، العدد 01، 2019.

- عبد الرزاق الشحادة وآخرون، مساهمة قواعد بازل في إدارة مخاطر المنظمات المصرفية-دراسة حالة مصرف عودة سورية، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، دار التل للطباعة، البليدة، الجزائر، العدد 11، الجزء الأول، جوان 2015.
- عز الدين نايف، محمد داود عثمان، تقييم مدى كفاءة إدارة المخاطر الائتمان في البنوك الإسلامية الأردنية، مجلة دورية نصف سنوية تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة البصرة، المجلد السادس، العدد الثاني عشر، 2013.
- كريم بيشاوي، خصوصيات تسويق الخدمة التأمينية، مجلة جديد الاقتصاد، مجلد 04، عدد 01، 2009.
- محمد فؤاد حسان، "قياس جودة الخدمة في شركات التأمين"، مجلة آفاق جديدة، مصر، العدد 3، 1997.
- محمد فؤاد حسان، "قياس جودة الخدمة في شركات التأمين"، مجلد آفاق جديدة، العدد الثالث، سبتمبر 2011.

### الرسائل والاطروحات

- زناتي سامية، "أثر الأوبئة والكوارث الطبيعية على الاستثمارات المالية وأزمات على جودة الحياة"، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عباس لغرور -خنشلة، 2020-2021.
- سعيد صبيبة، تفعيل الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم المالية والمحاسبة، جامعة حسيبة بن بوعلوي الشلف، 2022/2023.
- محمد زاوي، محددات ربحية شركات التأمين في الجزائر، دراسة حالة لمجموعة من شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة 2005-2018، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم، فرع علوم التسيير، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020/2021.

### مراجع اجنبية

- Radouane abdoune, structure financiere des societes d'assurance en france : entre determinants traditionnels et referentiels prudentiels, doctorat ès sciences de gestion, ecole doctorale entreprise, economie, societe (ees), universite de bordeaux, 2013/2014.
- Relwende Sawadogo. Essais sur les déterminants et les conséquences macroéconomiques du développement du secteur d'assurance dans les pays en

- développement. Economies et finances. Université d'Auvergne - Clermont-Ferrand I; Université Ouaga 2 Thomas Sankara (Ouagadougou), 2016.
- SEDDIKI Meriem, ZENAGUI Sid ahmed, Banking liquidity management and its role in reducing liquidity risk, Journal of Management, Organizations and Strategy JMOS, Spatial and entrepreneurial development studies laboratory, Year: 2023 Vol.5 No.1
  - Wijaya, Anggita Langgeng and Others, 2018, " The Effect of Leverage on Corporate Cash Holdings: Evidence from Indonesian Manufacturing Firms", Financial Assets and Investing, 9(2).
  - Thu, Phung and, Khuong Nguyen Vinh, 2018, " Factors Effect on Corporate Cash Holdings of the Energy Enterprises Listed on Vietnam's Stock Market", International Journal of Energy Economics and Policy, VoL.18, No.5.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République algérienne démocratique et populaire

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف

Université de Chadli Bin Jadid - El-Taref

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion



## استبيان حول

# محددات جودة الخدمات التأمينية وأثرها على ربحية شركات التأمين في الجزائر

## ملاحظة

سيدتي سيدي، بعد التحية والتقدير أضع بين أيديكم هذه الاستمارة التي تهدف إلى قياس أثر محددات جودة الخدمة التأمينية على ربحية شركات التأمين من أجل تحضير الجانب التطبيقي لمذكرة الماستر في العلوم الاقتصادية في الكلية المذكورة أعلاه

وأحيط سيادتكم علما بأن كل ما تدلون به من آراء وبيانات سيكون موضع اهتمام ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط وعليه أرجو من حضرتكم تخصيص جزء من وقتكم لملء هذه الاستمارة ووضع علامة (X) في الخانة التي تعبر عن مدى موافقتكم عليها مع شكري وتقديري لكم.

2024/2023

الجزء الأول: جزء خاص المتغيرات الشخصية ويرجي وضع إشارة (x) أمام الإجابة المختارة

1-الجنس:

ذكور	أنثى

2-السن:

أقل من 30	من 30 إلى أقل من 40 سنة	من 40 إلى أقل من 50 سنة	أكثر من 50 سنة

3- المستوى العلمي:

ثانوي فأقل	جامعي	دراسات عليا

4- الخبرة:

أقل من 5 سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	من 11 سنة إلى أقل من 15 سنة	من 15 سنة فأكثر

5- المنصب

أذكر نوع المنصب: .....

**الجزء الثاني: محددات جودة الخدمة التأمينية (يرجى وضع X في المربع الذي يوافق خياركم)**

العبارات					تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
<b>المלוسية</b>									
تستخدم الوكالة آلات وتجهيزات حديثة لتقديم خدماتها									
تتوفر الوكالة على المرافق الضرورية لإنجاز الخدمات									
مكاتب وأقسام الوكالة منظمة، مما يسهل الحصول على الخدمة.									
المظهر العام للشركة جذاب									
توفير أماكن ركن السيارات									
جاذبية الموقع يزيد من إقبال العملاء للتعاقد مع شركة التأمين									
يرتدي موظفي الوكالة زي موحد يعكس شعار الوكالة									
<b>الاعتمادية</b>									
تلتزم الوكالة بالوقت لأداء الخدمة									
تتعاون الوكالة مع العميل عند حدوث مشكلة									
تؤدي الوكالة الخدمة الصحيحة من أول مرة									
توفير عدد كاف من الموظفين المؤهلين									
<b>الاستجابة</b>									
يتم الحصول على الخدمة في وقت قياسي									
تستجيب الوكالة بسرعة لشكاوي زبائنها									
تسدد الوكالة مبلغ التعويض بعد فترة زمنية قصيرة									
تستخدم شركة التأمين خدمة الأنترنت كوسيلة للتعريف بالخدمات التأمينية									
<b>الأمان</b>									
الشعور بالأمان عند التعامل مع الوكالة يكسبها عملاء جدد									
يمكن الاعتماد على موظفي الوكالة، فهم أهل الثقة									
الوكالة تولي اهتماما فرديا بكل عميل									
<b>التعاطف</b>									
تضمن الوكالة ساعات عمل ملائمة تناسب ظروف العميل									

					تضع الوكالة مصلحة العميل في صدارة اهتماماتها
					يتم توجيه الموظفين لفهم احتياجات العميل والعمل جاهدين على تحقيقها
					توفير الوكالة لمطويات كافية لشرح أنواع الخدمات التي تعرضها

### الجزء الثالث: عامل الربحية (يرجى وضع X في المربع الذي يوافق خياركم)

العبارات					تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
					تحقق الوكالة أرباحا جيدة				
					حققت الوكالة إيرادات مقبولة خلال الفترة الأخيرة من الانجاز				
					تنتهج الوكالة استراتيجية خفض التكاليف لأجل زيادة إيراداتها				
					تتسم تكلفة تقديم الخدمة في الوكالة بالانخفاض مقارنة بالشركات المنافسة				
					الوكالة قادرة على التكيف والاستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية				
					تعمل الوكالة على تقديم مستويات خدمة مختلفة				
					تستخدم الوكالة تجهيزات تكنولوجية حديثة مقارنة بالمنافسين				
					خدمات ما بعد البيع التي تؤديها الوكالة أفضل من شركات التأمين المنافسة				
					تقدم الوكالة عروضاً ذات مزايا احتكارية متفردة لا تتوفر لدى منافسيها				
					الخدمات التي تقدمها الوكالة تزيد من ولاء العميل واستمراريته في التعاقد معها				

قائمة الملاحق

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	19	59,4	59,4	59,4
Valid أنثى	13	40,6	40,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من 30 سنة	8	25,0	25,0	25,0
من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	6	18,8	18,8	43,8
Valid من 40 سنة إلى 50 سنة	10	31,3	31,3	75,0
أكثر من 50 سنة	8	25,0	25,0	100,0
Total	32	100,0	100,0	

المستوى العلمي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ثانوي فأقل	6	18,8	18,8	18,8
Valid جامعي	19	59,4	59,4	78,1
دراسات عليا	7	21,9	21,9	100,0
Total	32	100,0	100,0	

الخبرة المهنية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
أقل من 5 سنوات	8	25,0	25,0	25,0
من 5 إلى 10 سنوات	5	15,6	15,6	40,6
Valid من 11 سنة إلى أقل من 15 سنة	9	28,1	28,1	68,8
من 15 سنة فأكثر	10	31,3	31,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

## الملاحق

### Correlations

		الموسمية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	محددات جودة الخدمة التأمينية
الموسمية	Pearson Correlation	1	,344*	,530**	,542**	,462**	,828**
	Sig. (1-tailed)		,027	,001	,001	,004	,000
	N	32	32	32	32	32	32
الاعتمادية	Pearson Correlation	,344*	1	,652**	,554**	,431**	,650**
	Sig. (1-tailed)	,027		,000	,001	,007	,000
	N	32	32	32	32	32	32
الاستجابة	Pearson Correlation	,530**	,652**	1	,779**	,636**	,847**
	Sig. (1-tailed)	,001	,000		,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
الأمان	Pearson Correlation	,542**	,554**	,779**	1	,701**	,849**
	Sig. (1-tailed)	,001	,001	,000		,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32
التعاطف	Pearson Correlation	,462**	,431**	,636**	,701**	1	,785**
	Sig. (1-tailed)	,004	,007	,000	,000		,000
	N	32	32	32	32	32	32
محددات جودة الخدمة التأمينية	Pearson Correlation	,828**	,650**	,847**	,849**	,785**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).



# الملاحق

Correlations

		تحقق الوكالة أرباحا جيدة	حظت الوكالة إيرادات مجعولة خلال الفترة الأخيرة من الأعمار	نتائج الوكالة لسر الأتمتة خصص التكاليف لأجل زيادة الأرباح	تتم تكلفة تقديم الخدمة في الوكالة بالأخص مطارة بالشركات المنافسة	الوكالة قادرة على التكيف والابتعاية للتغيرات الأناحية والتارحية	نعمل الوكالة على تقديم مستويات خدمة مختلفة	تستخدم الوكالة تكنولوجية حديثة مطارة بالمناصين	خدمات ما بعد البيع التي توكدها الوكالة أفضل من شركات الأتمتة المنافسة	تقدم الوكالة عروضا ذات مرابا احتكارية متفردة لا تتوفر لدى منافسها	الخدمات التي تقدمها الوكالة تزيد من ولاء العميل واستمراربه في الصاف معها	رعيمة شركات الأتمتة
تحقق الوكالة أرباحا جيدة	Pearson Correlation	1	,787**	,563**	,153	,448**	,525**	,429**	,409**	,615**	,559**	,785**
	Sig. (1-tailed)		,000	,000	,202	,005	,001	,007	,010	,000	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
حظت الوكالة إيرادات مجعولة خلال الفترة الأخيرة من الأعمار	Pearson Correlation	,787**	1	,564**	,130	,382**	,503**	,442**	,431**	,498**	,476**	,738**
	Sig. (1-tailed)	,000		,000	,239	,016	,002	,006	,007	,002	,003	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
نتائج الوكالة لسر الأتمتة خصص التكاليف لأجل زيادة الأرباح	Pearson Correlation	,563**	,564**	1	,256	,313**	,407**	,290**	,287**	,698**	,444**	,688**
	Sig. (1-tailed)	,000	,000		,079	,041	,010	,054	,056	,000	,005	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
تتم تكلفة تقديم الخدمة في الوكالة بالأخص مطارة بالشركات المنافسة	Pearson Correlation	,153	,130	,256	1	-,014	-,085	-,199**	-,052	,235	,339**	,280**
	Sig. (1-tailed)	,202	,239	,079		,469	,322	,137	,389	,098	,029	,060
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
الوكالة قادرة على التكيف والابتعاية للتغيرات الأناحية والتارحية	Pearson Correlation	,448**	,382**	,313**	-,014	1	,518**	,556**	,594**	,544**	,589**	,737**
	Sig. (1-tailed)	,005	,016	,041	,469		,001	,000	,000	,001	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
نعمل الوكالة على تقديم مستويات خدمة مختلفة	Pearson Correlation	,525**	,503**	,407**	-,085	,518**	1	,464**	,320**	,526**	,593**	,673**
	Sig. (1-tailed)	,001	,002	,010	,322	,001		,004	,037	,001	,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
تستخدم الوكالة تكنولوجية حديثة مطارة بالمناصين	Pearson Correlation	,429**	,442**	,290**	-,199**	,556**	,464**	1	,697**	,381**	,356**	,651**
	Sig. (1-tailed)	,007	,006	,054	,137	,000	,004		,000	,016	,023	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
خدمات ما بعد البيع التي توكدها الوكالة أفضل من شركات الأتمتة المنافسة	Pearson Correlation	,409**	,431**	,287**	-,052	,594**	,320**	,697**	1	,479**	,433**	,692**
	Sig. (1-tailed)	,010	,007	,056	,389	,000	,037	,000		,003	,007	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
تقدم الوكالة عروضا ذات مرابا احتكارية متفردة لا تتوفر لدى منافسها	Pearson Correlation	,615**	,498**	,698**	,235	,544**	,526**	,381**	,479**	1	,558**	,806**
	Sig. (1-tailed)	,000	,002	,000	,098	,001	,001	,016	,003		,000	,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
الخدمات التي تقدمها الوكالة تزيد من ولاء العميل واستمراربه في الصاف معها	Pearson Correlation	,559**	,476**	,444**	,339**	,589**	,593**	,356**	,433**	,558**	1	,786**
	Sig. (1-tailed)	,000	,003	,005	,029	,000	,000	,023	,007	,000		,000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
رعيمة شركات الأتمتة	Pearson Correlation	,785**	,738**	,688**	,280**	,737**	,673**	,651**	,692**	,806**	,786**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,060	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,902	22

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	10

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,933	32

## Tests of Normality

Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>	Shapiro-Wilk
---------------------------------	--------------

## الملاحق

	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
محددات جودة الخدمة التأمينية	,189	32	,005	,836	32	,000
ربحية شركات التأمين	,289	32	,000	,699	32	,000

a. Lilliefors Significance Correction

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
تستخدم الوكالة آلات وتجهيزات حديثة لتقديم خدماتها	32	4,0313	1,51305
تتوفر الوكالة على المرافق الضرورية لإنجاز الخدمات	32	4,0938	1,27910
مكاتب وأقسام الوكالة منظمة، مما يسهل الحصول على الخدمة.	32	3,9688	1,14960
المظهر العام للشركة جذاب	32	4,2500	,76200
توفير أماكن ركن السيارات	32	3,6250	,94186
جاذبية الموقع يزيد من إقبال العملاء للتعاقد مع شركة التأمين	32	3,7812	1,00753
يرتدي موظفي الوكالة زي موحد يعكس شعار الوكالة	32	3,4688	1,43649
الملموسية	32	3,8884	,75308
Valid N (listwise)	32		

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
تلتزم الوكالة بالوقت لأداء الخدمة	32	4,6562	,54532
تتعاون الوكالة مع العميل عند حدوث مشكلة	32	4,3125	,59229
تؤدي الوكالة الخدمة الصحيحة من أول مرة	32	4,1563	,76662
توفير عدد كاف من الموظفين المؤهلين للاعتمادية	32	4,4688	,71772
Valid N (listwise)	32		

### Descriptive Statistics

## الملاحق

	N	Mean	Std. Deviation
يتم الحصول على الخدمة في وقت قياسي	32	4,3750	,87067
تستجيب الوكالة بسرعة لشكاوي زبائننا	32	4,0312	,53788
تسدّد الوكالة مبلغ التعويض بعد فترة زمنية قصيرة	32	3,8125	,64446
تستخدم شركة التأمين خدمة الأونترنيت كوسيلة للتعريف بالخدمات التأمينية	32	4,1562	1,01947
الاستجابة	32	4,0937	,60492
Valid N (listwise)	32		

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
الشعور بالأمان عند التعامل مع الوكالة يكسبها عملاء جدد	32	4,7187	,77186
يمكن الاعتماد على موظفي الوكالة، فهم أهل الثقة	32	4,7500	,62217
الوكالة تولي اهتماما فرديا بكل عميل الأمان	32	4,5313	,91526
Valid N (listwise)	32	4,6667	,71842

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
تضمن الوكالة ساعات عمل ملائمة تناسب ظروف العميل	32	4,2500	,84242
تضع الوكالة مصلحة العميل في صدارة اهتماماتها	32	4,3438	,82733
يتم توجيه الموظفين لفهم احتياجات العميل والعمل جاهدين على تحقيقها	32	4,3438	,86544
توفير الوكالة لمطويات كافية لشرح أنواع الخدمات التي تعرضها	32	3,8437	1,01947
التعاطف	32	4,1953	,73708
Valid N (listwise)	32		

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
محددات جودة الخدمة التأمينية	32	4,1804	,53190
Valid N (listwise)	32		

Binomial Test

	Category	N	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (2-tailed)
Group 1	<= 3	1	,03	,50	,000
محددات جودة الخدمة التأمينية Group 2	> 3	31	,97		
Total		32	1,00		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
تحقق الوكالة أرباحا جيدة	32	4,3125	,85901
حققت الوكالة إيرادات مقبولة خلال الفترة الأخيرة من الانجاز	32	4,2187	,70639
تنتهج الوكالة استراتيجيية خفض التكاليف لأجل زيادة إيراداتها	32	4,2813	,81258
تتسم تكلفة تقديم الخدمة في الوكالة بالانخفاض مقارنة بالشركات المنافسة	32	3,5625	1,07576
الوكالة قادرة على التكيف والاستجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية	32	3,7500	1,04727
تعمل الوكالة على تقديم مستويات خدمة مختلفة	32	4,2813	,72887
تستخدم الوكالة تجهيزات تكنولوجية حديثة مقارنة بالمنافسين	32	4,1250	,94186
خدمات ما بعد البيع التي تودبها الوكالة أفضل من شركات التأمين المنافسة	32	4,1563	1,05063
تقدم الوكالة عروضاً ذات مزايا احتكارية منفردة لا تتوفر لدى منافسيها	32	4,0625	,87759
الخدمات التي تقدمها الوكالة تزيد من ولاء العميل واستمراريته في التعاقد معها	32	4,6562	,90195
Valid N (listwise)	32		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ربحية شركات التأمين	32	4,1406	,60741
Valid N (listwise)	32		

Binomial Test

	Category	N	Observed Prop.	Test Prop.	Exact Sig. (2-tailed)
Group 1	<= 3	3	,09	,50	,000
ربحية شركات التأمين	Group 2	29	,91		
Total		32	1,00		

Correlations

			الطموسية	الاعتمادية	الاستجابة	الأمان	التعاطف	ربحية شركات التأمين
Spearman's rho	الطموسية	Correlation Coefficient	1,000	,360	,614**	,486**	,404	,475**
		Sig. (2-tailed)	.	,043	,000	,005	,022	,006
		N	32	32	32	32	32	32
الاعتمادية		Correlation Coefficient	,360	1,000	,545**	,291	,303	,554**
		Sig. (2-tailed)	,043	.	,001	,106	,092	,001
		N	32	32	32	32	32	32
الاستجابة		Correlation Coefficient	,614**	,545**	1,000	,381*	,328	,534**
		Sig. (2-tailed)	,000	,001	.	,031	,067	,002
		N	32	32	32	32	32	32
الأمان		Correlation Coefficient	,486**	,291	,381*	1,000	,360*	,517**
		Sig. (2-tailed)	,005	,106	,031	.	,043	,002
		N	32	32	32	32	32	32
التعاطف		Correlation Coefficient	,404*	,303	,328	,360*	1,000	,306
		Sig. (2-tailed)	,022	,092	,067	,043	.	,088
		N	32	32	32	32	32	32
ربحية شركات التأمين		Correlation Coefficient	,475**	,554**	,534**	,517**	,306	1,000
		Sig. (2-tailed)	,006	,001	,002	,002	,088	.
		N	32	32	32	32	32	32

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		محددات جودة الخدمة التأمينية	ربحية شركات التأمين
Spearman's rho	محددات جودة الخدمة التأمينية	Correlation Coefficient	1,000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	32
ربحية شركات التأمين		Correlation Coefficient	,591**
		Sig. (2-tailed)	,000
		N	32

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الأمان	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).
2	الاعتمادية	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).

Dependent Variable: اربحية شركات التأمين

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,825 <sup>a</sup>	,681	,671	,34851
2	,872 <sup>b</sup>	,760	,743	,30789

a. Predictors: (Constant), الأمان

b. Predictors: (Constant), الأمان, الاعتمادية

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,793	1	7,793	64,165	,000 <sup>b</sup>
	Residual	3,644	30	,121		
	Total	11,437	31			
2	Regression	8,688	2	4,344	45,826	,000 <sup>c</sup>
	Residual	2,749	29	,095		
	Total	11,437	31			

Dependent Variable: اربحية شركات التأمين

b. Predictors: (Constant), الأمان

## الملاحق

c. الأمان, الاعتمادية Predictors: (Constant),

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,884	,411		2,149	,040
	الأمان	,698	,087	,825	8,010	,000
2	(Constant)	-,425	,560		-,760	,454
	الأمان الاعتمادية	,541 ,464	,092 ,151	,640 ,336	5,850 3,072	,000 ,005

arبحية شركات التأمين. Dependent Variable:

**Excluded Variables<sup>a</sup>**

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	الملموسية	,083 <sup>b</sup>	,666	,510	,123	,706
	الاعتمادية	,336 <sup>b</sup>	3,072	,005	,496	,693
	الاستجابة	,207 <sup>b</sup>	1,271	,214	,230	,393
	التعاطف	-,033 <sup>b</sup>	-,222	,826	-,041	,509
	الملموسية	,062 <sup>c</sup>	,563	,578	,106	,703
2	الاستجابة	,023 <sup>c</sup>	,139	,890	,026	,323
	التعاطف	-,061 <sup>c</sup>	-,471	,641	-,089	,507

arبحية شركات التأمين. Dependent Variable:

b. الأمان Predictors in the Model: (Constant),

c. الأمان, الاعتمادية Predictors in the Model: (Constant),

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	محددات جودة الخدمة التأمينية <sup>b</sup>	.	Enter

arبحية شركات التأمين. Dependent Variable:

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,775 <sup>a</sup>	,600	,587	,39029

a. Predictors: (Constant), محددات جودة الخدمة التأمينية

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6,868	1	6,868	45,085	,000 <sup>b</sup>
Residual	4,570	30	,152		
Total	11,437	31			

a. Dependent Variable: ربحية شركات التأمين

b. Predictors: (Constant), محددات جودة الخدمة التأمينية

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,441	,555		,795	,433
محددات جودة الخدمة التأمينية	,885	,132	,775	6,715	,000

a. Dependent Variable: ربحية شركات التأمين