

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة: العلوم الاقتصادية التخصص: الاقتصاد نقدي وبنكي

### تقييم جودة الخدمة التأمينية

-دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين "CAAR"- مستغانم

تحت إشراف الأستاذة:

مقدمة من طرف الطالبة:

دردور أمال

داني الزهرة

أعضاء لجنة المناقشة:

جامعة مستغانم	أستاذة محاضرة- أ -	بن حراث حياة	رئيسا
جامعة مستغانم	أستاذة مساعدة -أ-	دردور أمال	مقررا
جامعة مستغانم	أستاذة محاضرة- ب-	حجار آسيا	مناقشا

السنة الجامعية: 2016/2017

## الشكر

ولا يسعني إلا أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذة " دردور أمال " التي قبلت الإشراف على هذه المذكرة، وعلى المجهودات التي بذلتها من أجلي، والنصائح والتوجيهات العظيمة .  
والى الأستاذة المشرفين، الشكر الجزيل.

# الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع الذي استمتعت من خلاله بحلاوة التعب والمسؤولية العلمية إلى أعز من في الوجود الوالدين الكريمين الذين سهروا على تربيتي وتعليمي أطال الله عمرهما.

"أمي" الإنسانة العظيمة التي أمدتني الحياة بابتسامتها، ونصائحها ودعواتها فكانت لي الصديقة والأم

الحبيبة والتي مهما أهديتها من العبارات والامتنان فلن أوفيها حقها.

"أبي" الإنسان العظيم الذي حرص على متابعة مسيرتي في الدراسة والذي أهداني بكل ما يملك.

إلى إخوتي وأخواتي.

إلى خالي وابنة خالي "منصورية"

## الفهرس

رقم الصفحة	الموضوع
	الشكر
	الإهداء
	الفهرس
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
ب	مقدمة عامة
1	الفصل الأول: عموميات حول التأمين والخدمة التأمينية
2	مقدمة الفصل
3	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التأمين
3	المطلب الأول: نشأة التأمين
4	المطلب الثاني: تعريف التأمين
5	المطلب الثالث: أنواع التأمين
8	المبحث الثاني: الإطار العام لعقد التأمين
9	المطلب الأول: تعريف عقد التأمين وعناصره
11	المطلب الثاني: إبرام عقد التأمين
13	المطلب الثالث: مبادئ وخصائص عقد التأمين
16	المبحث الثالث: مفاهيم عامة حول خدمة التأمين
16	المطلب الأول: مفهوم الخدمة التأمينية
18	المطلب الثاني: خصائص الخدمة التأمينية
19	المطلب الثالث: تسعير الخدمة التأمينية
21	خاتمة الفصل
22	الفصل الثاني: جودة الخدمات في شركات التأمين
23	مقدمة الفصل
24	المبحث الأول: مفهوم جودة الخدمة التأمينية وخطوات تحقيقها
24	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة التأمينية

25	المطلب الثاني : أهمية جودة الخدمة التأمينية
26	المطلب الثالث : خطوات تحقيق الجودة لإرضاء العملاء
32	المبحث الثاني : تقديم جودة الخدمة التأمينية وأساليب تحسينها
32	المطلب الأول : مؤشرات (معايير) تقييم جودة الخدمة التأمينية
34	المطلب الثاني : نماذج قياس جودة الخدمة التأمينية
38	المطلب الثالث : أساليب تحسين جودة الخدمة التأمينية
44	خاتمة الفصل
45	الفصل الثالث : دراسة حالة الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين « CAAR »
46	مقدمة الفصل
47	المبحث الأول : قطاع التأمين في الجزائر
47	المطلب الأول : بنية قطاع التأمين في الجزائر
49	المطلب الثاني : عموميات حول الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين
54	المبحث الثاني : الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين رقم 403 - مستغانم
54	المطلب الأول : التعريف بالوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين 403 - مستغانم
58	المطلب الثاني : نشاطات الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين واهدافها
59	المطلب الثالث : الخدمات المقدمة من طرف الوكالة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين
61	المبحث الثالث : مجالات الجودة في الوكالة الوطنية
61	المطلب الأول : مجالات الجودة في الوكالة
62	المطلب الثاني : العراقيل التي تواجه الوكالة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين
63	خاتمة الفصل
65	خاتمة عامة
68	قائمة المراجع

## فهرس الجداول

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
26	مستوى متطلبات الزبائن	1
27	الرسائل غير اللفظية	2
33	مؤشرات تقييم الجودة	3

## فهرس الأشكال

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
28	هرم ماسلو للحاجات	1
29	هرم التميز	2
31	التغذية العكسية	3
35	نموذج لجودة الخدمة Gronroos	4
37	نموذج Parasuraman الفجوات الخدمة	5
41	دورة المقارنة المرجعية	6
52	الهيكل التنظيمي للوكالة محل الدراسة Caar	7
55	الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين	8

# المقدمة العامة

## مقدمة عامة :

لقد شهدت العقود الأخيرة تطورا هاما في مجال تقديم الخدمات ومنافسة حادة بين مقدميها، ووعي كبير لدى الباحثين والمهتمين بالنشاطات الخدمية بأهمية جودة الخدمة المقدمة وأثرها على تحقيق رضا العميل والتمايز في السوق والربحية.

تعتبر شركات التأمين إحدى منظمات الأعمال المتخصصة في تقديم الخدمة التأمينية بمختلف أنواعها، حيث تتلقى طلبات التأمين من العملاء وتقود بدراستها، وعند الموافقة عليها يتم التعاقد، ويعتبر ذلك بمثابة تعهد من شركة التأمين، تلتزم بموجبه بأداء مبلغ التأمين أو التعويض إلى العميل أو إلى المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه، إذا تحقق الخطر المؤمن منه، وذلك نظير مبلغ من المال يدفعه العميل دفعة واحدة أو على شكل أقساط.

إن استمرارية شركات التأمين في أداء نشاطها بشكل جيد، وضمان نموها وتطورها مرتبط بمدى قدرتها على جلب أكبر عدد ممكن من عقود التأمين، هذا من جهة ومن جهة أخرى، فهو مرهون إلى حد كبير بقدرتها على تلبية حاجات ورغبات عملائها، ويتوقف كل هذا على مستوى جودة الخدمة التأمينية المقدمة من طرف هذه الشركات، إذ تلعب الجودة دورا هاما في تصميم خدمة التأمين وعرضها، وتؤثر على حجم الطلب، وتعد وسيلة لصنع المكانة التنافسية للشركة في السوق.

يعتبر تقييم مستوى الجودة في الخدمات التأمينية ومن ثم تحسينها وتطويرها بشكل دائم ومستمر، أمرا في غاية الأهمية بالنسبة لشركات التأمين الوطنية خاصة في ظل الانفتاح سوق التأمين الجزائرية، وتزامنا مع تطورات الأوضاع الاقتصادية وترتيبات انضمام الجزائر لمنظمة التجارة العالمية وعقد اتفاقيات الشراكة الأوروبية، فإن شركات التأمين مضطرة لانتهاج إستراتيجية فعالة في تسويق خدماتها وتطبيق أساليب إدارية حديثة تستهدف بالدرجة الأولى تلبية احتياجات العميل التأمينية وتعظيم مصلحته وإشباع رغباته وفي هذا السياق يتم طرح الإشكالية التالية :

- كيف يتم تقييم جودة الخدمة لشركات التأمين؟
- ويندرج عن هذه الإشكالية تساؤلات فرعية تتمثل في ما يلي :
- ماذا نعني بالتأمين ؟
- ما هي أهم النماذج والأساليب لقياس وتحسين جودة الخدمة التأمينية ؟
- هل تعمل الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين على تحسين جودة خدماتها التأمينية ؟

## الفرضيات :

- الخدمات التأمينية من أجدر الخدمات التي يتلقاها الفرد والتي توفر له الحماية اللازمة في حياته.
- من نماذج قياس جودة الخدمة التأمينية نموذج النتائج والعمليات ونموذج جودة الخدمة .
- تعمل الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين على تحسين جودة خدماتها التأمينية وذلك من خلال خلق خدمات جديدة بطريقة توافق رغبات الأفراد وتلبي احتياجاتهم .

## هدف الدراسة : تهدف هذه الدراسة إلى :

- تحديد مفهوم التأمين وأنواعه.
- التعرف على الخدمة التأمينية.
- تحديد مفهوم جودة الخدمة التأمينية ونماذج قياسها وأساليب تحسينها.
- تطوير وتحسين جودة الخدمة في قطاع التأمين لإرضاء العملاء .

## المنهج المتبع :

لدراسة مشكلة موضوع البحث وتحليل أبعادها وجوانبها ونتائجها للإجابة عن إشكالية البحث وإثبات صحة الفرضيات تمت الدراسة بالاعتماد على المنهج الوصفي في الجانب النظري والمنهج التحليلي في الجانب التطبيقي.

## منهجية الدراسة :

للإلمام بالموضوع ومعالجته من مختلف جوانبه فقد تم تقسيم هذا البحث إلى ثلاثة فصول على النحو التالي :  
يتناول الفصل الأول مفاهيم عامة حول التأمين والخدمة التأمينية ..  
أما الفصل الثاني فيتناول جودة الخدمة التأمينية .  
ويتناول الفصل الثالث دراسة تطبيقية على مستوى شركة التأمين وإعادة التأمين .  
وفي الأخير سنختم الدراسة بخاتمة عامة نعرض فيها أهم النتائج المتوصل إليها.

# الفصل الأول

عموميات حول التأمين و الخدمة التأمينية

## مقدمة الفصل:

أصبح التأمين اليوم من معايير التميز في العصر الحديث لأي دولة باعتباره من الخدمات غير الملموسة التي تؤمن حاجات المجتمع و المؤسسات، و قد بات أحد أهم متطلبات التنمية الاقتصادية بمختلف أنواعها (الصناعية ، الزراعية ، الخدماتية ...إلخ) .

فقط أصبح التأمين ضرورة ملحة لدرء الأخطار التي لا يمكن للأفراد و المجتمعات إهمالها و إغفال دورها في الحياة الاقتصادية و الأهم من ذلك انه يعمل على تعبئة المدخرات في سبيل تمويل الاستثمارات المنتجة و التي تعتبر ركيزة للتقدم. و نظرا لما يكتسبه التأمين من أهمية في الحياة سواء الاجتماعية أو الاقتصادية لذلك توجهت الدول إلى التحول نحو الصناعة التأمينية الخدماتية و مواكبة تطوراتها و هذا عن طريق شركات متخصصة و هذا بعد مرورها بأهم فترة و هي فترة الظهور و نشأة التأمين كمرحلة أولى ثم الانتقال إلى مرحلة أكثر تطورا و تميزا مما أسهم في إدخال العديد من الدول إلى مرافقة تلك المرحلة من الحياة الاقتصادية .

ويهدف هذا الفصل إلى التطرق إلى مفاهيم أساسية حول التأمين و الخدمة التأمينية لذا تم تقسيمه إلى :

المبحث الأول : مفاهيم أساسية حول التأمين.

المبحث الثاني : الإطار العام لعقد التأمين .

المبحث الثالث : مفاهيم عامة حول خدمة التأمين.

## المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول التأمين

لقد مر التأمين بعدة مراحل أدت الى تطوره واكتمال قواعده وأشكاله المختلفة وظهور أنواع عديدة وهذا نظرا إلى تطور الحياة الاقتصادية للإنسان واتساع مجال تعامله.

## المطلب الأول:نشأة التأمين

إن فكرة التعاون تحمل نفس المعنى الذي يهدف إليه نظام التأمين في وقتنا الحاضر وهي توزيع عبئ الخطر عند تحققه لشخص أو لشيء معين على مجموعة كبيرة من الأشخاص أو الأشياء المعرضين لنفس الخطر فقد أظهر التاريخ أن القدماء كونوا جمعيات تقوم على نفس الفكرة وفي عهود الحضارات القديمة كالإغريقين والبابليين والأشوريين والهندوس ازدهر التبادل التجاري فيما بينهم عن طريق البحر ولكن مخاطر القرصنة البحرية وغرق السفن البحرية حالت إلى حدها من ازدهار هذا التبادل فظهر ما يسمى بالقرض البحري.

ويعتبر التأمين البحري أقدم أنواع التأمينات ولم يظهر التأمين إلا في القرن الرابع عشر وذلك لأن عقود التأمين البحري المشار إليها قد تضمنت أيضا التأمين على حياة القبطان والبحارة بنفس أسعار تأمين البضاعة والسفينة ولكن ظهور الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر كان له الأثر الواضح في ظهور التأمين على الحياة الصناعية وأيضا ظهور التأمين على الحياة الاجتماعية وبالنسبة لتأمين الحريق فكان لحريق لندن الشهير عام 1666، الذي أتى على 85 من المباني أنشأت شركات التأمين مساهمة متخصصة للقيام بالتأمين على هذا الخطر.<sup>1</sup>

وبتقدم الصناعة وظهور وسائل النقل وتطورها تتابع ظهور فروع مختلفة أخرى للتأمين كالتأمين على الحوادث الشخصية في إنجلترا عام 1849 ثم التأمين على السيارات والتأمين من أخطار الطيران.

ثم ظهر التأمين الاجتماعي الذي يهدف لحماية الطبقة العاملة من الأخطار التي حدثت لها تسبب لها خسارة مالية كأخطار الشيخوخة والعجز والوفاة والمرض وإصابات العمل والتعطل.

<sup>1</sup> زياد رمضان، "مبادئ التأمين"، دار الصفاء، الطبعة الأولى، 1998، ص 11.  
<sup>2</sup> ثامر أحمد البكري، تسويق الخدمات التأمينية، دار الإثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الشارقة، 2008، ص 77.

**المطلب الثاني:تعريف التأمين**

أصبح التأمين في الآونة الأخيرة ينظر إليه على أنه نوع من الاستثمار الأكثر طلبا اقتصاديا وذلك لما حققه من مزايا لطرفي العملية التأمينية سواء كان المؤمن (شركة التأمين) أو المؤمن له (العميل أو المستفيد).

وهناك عدة تعاريف للتأمين ويمكن تقديمها على النحو التالي:

**أولاً: التعريف اللغوي.**

هو مصدر الأمن والأمان ويعني به زوال الخوف والطمأنينة النفسية وفي وقتنا الحاضر يقال أمن فلان على شيء أي دفع فلان مبلغا معيناً من المال ليحصل هو أو من يوكله قدراً من المال سبق الاتفاق عليه أو تعويضاً على حسب الضرر الذي قد يصيبه.<sup>2</sup>

**ثانياً:التعريف القانوني:**

التأمين في مفهوم المادة 619 من القانون المدني الجزائري يعرفه على النحو التالي:  
هو عقد يلتزم المؤمن له أو الغير (المستفيد) الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغاً من المال أو إيراد أو أداء مالي آخر في حالة تحقق الخطر المبين في العقد وذلك مقابل أقساط أو أية دفعات مالية أخرى.<sup>3</sup>

**ثالثاً:التعريف الاقتصادي:**

يمكن تعريف التأمين اقتصادياً على أنه وسيلة لتقليل الخطر الذي يواجهه الفرد عن طريق تجميع عدد كاف من الوحدات المعرضة لنفس ذلك الخطر (كالسيارة والمنزل والمستودع مثلاً) لجعل الخسائر التي يتعرض إليها كل فرد قابلة للتوقع بصفة جماعية ومن ثم يمكن لصاحب وحده الاشتراك في نصيب منسوب إلى ذلك

<sup>2</sup>ثامر أحمد البكري، تسويق الخدمات التأمينية، دار الإثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الشارقة، 2008، ص77.  
<sup>3</sup> هاني حامد، تسويق الخدمات التأمينية، دار وائل للطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2002، ص 17.

الخطر ولإعطاء نظرة شاملة لمفهوم التأمين ككل على أنه أداة لتعويض الفرد عن الخسارة التي تحل به نتيجة لوقوع خطر ما متفق عليه مسبقا في عقد التأمين المبرم.<sup>4</sup>

### المطلب الثالث: أنواع التأمين:

يعرف التأمين بأنه مجال شاسع للغاية حيث أن نطاق تطبيقه غير محدود فكلما تعددت الأخطار ظهرت أنواع جديدة من التأمين ولذلك فإن تقسيم أنواع التأمين يرجع تبعاً للخطر المؤمن ضده أو على أساس الإدارة العملية حسب الغرض من التأمين أي تبعاً للهيئات التي تمارس عمليات التأمين

### أولاً: حسب الشكل القانوني:<sup>5</sup>

#### 1-التأمين التعاوني والتبادلي:

يقوم بهذا النوع من التأمين مجموعة من الأشخاص تجمع بينهم مصلحة مشتركة بمحض إرادتهم للتأمين على خطر أو مجموعة من الأخطار التي تواجههم في إطار جمعية تعاونية حيث يقوم كل شخص منهم بدور المؤمن له في نفس الوقت.

لا يهدف هذا النوع الى تحقيق الربح لذا يعمل على تخفيض قيمة الاشتراك الى أقل قدر ممكن حيث يتم أداء مبلغ التأمين من مجموع الاشتراكات المجمعة من كل عضو ويعتبر هذا الاشتراك قابلاً للتغيير بالزيادة أو النقصان تبعاً لعدد الأخطار وجسامتها خلال مدة التعاقد.

#### 2-التأمين التجاري:

عادة ما تأخذ شركات التأمين في هذا النوع من التأمين شكل شركات مساهمة حيث يلتزم المؤمن بدفع مبلغ التأمين عند تحقق الخطر المؤمن عليه مقابل دفع المؤمن له لأقساط ثابتة تحدد عند إبرام العقد تبعاً للدراسات الإحصائية والفنية يتميز هذا النوع من التأمين بانفصال المؤمن عن المؤمن له ويسمى هذا التأمين

<sup>4</sup> هاني حامد، مرجع سبق ذكره، ص 17.

<sup>5</sup>-أسامة عزمي سلام، إدارة الخطر والتأمين، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2007 ص 43

بالتجاري، لأنه يسعى لتحقيق الربح لذا نجد أن قيمة قسط التأمين في هذا النوع هي أكبر من قيمة الاشتراك في الأنواع الأخرى من التأمين من جهة ومن جهة أخرى لأن المؤمن في هذا النوع من التأمين يعتبر مالكا للأقساط المجمعة لديه فإذا ما كانت قيمة أداء مبلغ التأمين أقل من مجموع الأقساط فإن المؤمن يحتفظ بالجزء المتبقي دون أن يوزعه على المؤمن لهم أما في حالة ما إذا كانت قيمة أداء مبلغ التأمين تفوق مجموع الأقساط فإن المؤمن يتحمل هذه القيمة لوحده دون إلقاء العبء على المؤمن لهم.

### 3-التأمين الاجتماعي:

هذا النوع من التأمين هو إجباري على الطبقة العاملة وهو يغطي جملة من الأخطار التي تحول دون مباشرة هذه الطبقة لعملها كإصابات العمل والمرض والبطالة والعجز والشيخوخة والوفاة وعادة ما تشرف عليه الدولة (الضمان الاجتماعي) حيث تحدد المبالغ التي تقتطع من استحقاقات العمال وتحمل هي وصاحب العمل الجزء المتبقي لتغطية هذه الأخطار ويهدف هذا النوع من التأمين الى التكافل والتضامن الاجتماعي لتحقيق مصلحة عامة كضمان الاستقرار العائلي ورفع المستوى المعيشي لطبقة العمال<sup>6</sup>.

### ثانيا: حسب طبيعة الأخطار المؤمن عليها

#### 1-التأمين البحري:

يهدف هذا النوع من التأمين الى تغطية أخطار النقل البحري أو النهري سواء تعلق الأمر بتأمين السفينة نفسها من غريق أو حريق أو البضاعة المحمولة من تلف أو غرق.

#### 2- التأمين البري:

يغطي التأمين البري الأخطار التي لا تندرج ضمن النوع السابق بما فيها التأمين الجوي سواء تعلق الأمر بتأمين الطائرة نفسها أو حمولتها.

<sup>6</sup> هواري معراج، تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات التأمينية، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم علوم التسيير، 2005، ص 26.

**ثالثا: حسب أداء مبلغ التأمين:****1-تأمين الأضرار:**

يهدف هذا النوع من التأمين الى تعويض المؤمن له عن ما لحق به من أضرار عند تحقق الخطر المؤمن عليه ولهذا فان أساس أداء مبلغ التأمين هو التعويض وينقسم هذا النوع من التأمين الى قسمين على النحو التالي:

**1-1 تأمين الممتلكات(الأشياء):**

يهدف هذا التأمين الى تعويض المؤمن له عن الخسائر التي تلحق بممتلكاته عند تحقق الخطر المؤمن عليه ومن أمثلة ذلك تأمين المنازل ضد الحريق وضد السرقة وعادة ما تكون هذه التأمينات اختيارية.

**2-1 تأمين المسؤولية:**

يهدف هذا التأمين الى تعويض الضرر الذي يلحق بالذمة المالية للمؤمن له نتيجة رجوع الغير عليه أثر تسببه في أضرار لهم أي أنه يقوم بتعويض أضرار الغير التي تسبب فيها المؤمن لهم ومن أمثلة ذلك: تأمين المسؤولية المدنية عن حوادث السيارات وعادة ما تكون هذه التأمينات إجبارية قانونيا.

**2-تأمين الأشخاص:**

يتعلق هذا التأمين بشخص المؤمن له ويهدف الى دفع مبلغ معين من المال إذا وقع خطر أو حادث متفق عليه في العقد ويتعلق هذا الخطر أو الحادث بحياة المؤمن له أو سلامة جسمه كما قد يكون حادثا سعيدا كالزواج وهذا التأمين ليست لديه صفة التعويض لأن حياة الإنسان لا تقدر بثمن وإنما هو قائم على أساس جزافي حيث يتحدد مبلغ التأمين حسب الاتفاق بين المتعاقدين وينقسم هذا النوع الى نوعين هما:

**1-2 التأمين على الحياة:**

ومن أمثلة ذلك التأمين في حالة الوفاة والتأمين لحالة البقاء على قيد الحياة والتأمين المختلط وتأمين المجموعة وتأمين الزواج.

**2-2 التأمين ضد الحوادث الشخصية والأمراض:**

يغطي هذا النوع من التأمين نفقات العلاج والدواء وحالة العجز وكذلك الوفاة وبالرغم من أن هذا التأمين يتعلق بشخص المؤمن له إلا أنه يخضع وكحالة استثنائية لأساس التعويض ولهذا هناك من يتخذ تقسيما آخر لفصل التأمين على الحياة الذي يخضع للأساس الجزافي عن باقي أنواع التأمين الأخرى التي تخضع لأساس التعويض حيث تسمى بالتأمين العام.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> أسامة عزمي سلام، مرجع سبق ذكره، ص 43.

**المبحث الثاني: الإطار العام لعقد التأمين:**

يطبق نظام التأمين واقعيًا من خلال شركات التأمين التي تبرم عقودًا بينها وبين طالبي التأمين ولذا عرف التأمين على اعتبار أنه نظام تعاقدى لما كان الجانب التقني للتأمين يمثل جوهر العملية التأمينية، فإن الجانب القانوني له يعمل على تنظيم العلاقة بين المؤمن والمؤمن له بغرض حماية طرفي العلاقة في شكل عقد قانوني ينشأ التزامات وحقوق لكلا الطرفين.

**المطلب الأول: تعريف عقد التأمين وعناصره:****أولاً: تعريف عقد التأمين:**

يمكن إعطاء عدة تعريفات لعقد التأمين ولكل منها خاصية عرفه مجلس معايير المحاسبة الدولي في المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية "عقد التأمين عبارة عن عقد الذي يقبل بموجبه أحد الأطراف (شركة التأمين) بخطر تأميني هام من طرف آخر (حامل الوثيقة) بالاتفاق على تعويض حامل الوثيقة عند تحقق حدث مستقبلي غير مؤكد الوقوع والذي يؤثر بشكل سلبي على حامل الوثيقة"

إن التأمين كمفهوم قانوني عرفته المادة 166 من القانون المدني الجزائري بأنه "عقد يلتزم المؤمن بمقتضاه أن يدفع للمؤمن له أو المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغًا من المال أو إيرادًا أي مبلغ مالي آخر في حالة وقوع الحادث أو تحقق الخطر المبين في العقد وذلك مقابل قسط أو أية دفعة مالية يؤديها المؤمن له إلى المؤمن على أساس أنه نظام:

" نظام فني والحقيقة أن الجانب الفني هو الذي يكتشف ما يحققه التأمين من تعاون ووظيفة اجتماعية تتمثل في تشريعات العمل والتأمينات الاجتماعية وما يترتب على ذلك من إنشاء مؤسسات خاصة بالتعويض عن حوادث العمل والأمراض المهنية والبطالة"

ومن خلال التعاريف السابقة الذكر يمكن حصر تعريف جامع حول عقد التأمين وهو التعريف الأدق للأستاذ هيما والذي يشتمل على جانبي عقد التأمين وهما الجانب الفني والقانوني وعرفه على أنه عقد يلتزم بمقتضاه

أن يؤدي الى المؤمن له أو المستفيد مبلغا محددًا أو إيرادًا أو أي عوض مالي آخر عند وقوع خطر معين خلال مدة محددة مقابل قسط التأمين الذي يؤديه المؤمن له الى المؤمن<sup>8</sup>.

### ثانياً:عناصر التأمين:

لتكون عملية التأمين متكاملة وقد تمت في مجال ما يتطلب الأمر توافق وترابط مجموعة من العناصر التي تمثل مقومات نشاط التأمين وتتمثل هذه العناصر فيما يلي:

#### 1-المؤمن:

ويتمثل في شركة التأمين المتخصصة التي تتولى إجراءات التعاقد مع المؤمن لهم وأيضا يمكن أن نعرفها على أنها مجموعة أو شركة تقوم بالتأمين ودفع التعويض عند وقوع الحادث أوالخطر المبين في العقد

#### 2-المؤمن له:

وهو الطرف الثاني في العملية التأمينية والذي يتولى دفع الأقساط،وفقا للعقد مع الشركة نظير حصوله هو أو المستفيد من التأمين على التعويضات المقدرة أو المحددة في العقد.

#### 3-المستفيد:

وهو الطرف المستفيد من قيمة التأمين وقد يتمثل في المؤمن له نفسه أو قد يكون طرف ثالث كما هو الحال في بعض حالات التأمين على الحياة.

#### 4-وثيقة التأمين:

ويتم إصدارها من طرف شركة التأمين باعتبارها العقد الرئيسي للعملية التأمينية تتضمن مختلف الشروط الخاصة بالتأمين لكل من الطرفين ومن أهم البيانات والعناصر التي يجب أن تتضمنها أو تشير إليها الوثيقة.

<sup>8</sup> -نادية أمين محمد علي ،استراتيجيات مستحدثة لتطوير المنتج بالتطبيق على وثائق التأمين ، الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي،الدوحة قطر، 2003، ص129.

- قسط التأمين الدوري الذي يدفعه المؤمن له للشركة.

- مدة التأمين(الفترة الزمنية).

- قيمة التعويض المستحق وعادة ما يتوقف على قيمة الخسائر التي تحققت- الخطر المؤمن ضده.

- مبلغ التأمين وهو التعويض الذي يلتزم المؤمن بدفعه للمؤمن له عند وقوع الخطر.

### المطلب الثاني: إبرام عقد التأمين

ليتم إبرام عقد التأمين يجب المرور بمراحل عدة من شأنه إنجاح العملية التأمينية وتمثل هذه المراحل في :

#### أولاً: اقتراح التأمين:

وهي مرحلة اتصال وانتقال المعلومات وفي هذه المرحلة يتوجه المؤمن له لشركة التأمين وتقديم الطلب المتعلق

بتغطية خطر معين ويفيده بالمعلومات المتعلقة بهذا الخطر والاقتراح يكون بإحدى الطرق التالية:

#### 1-طريقة المقابلة الشخصية:

وتكون بين المكتب وممثل شركة التأمين ويلزم على المكتب بإدلاء كل المعلومات ويجب أن لا يغفل على أي

معلومة عن الخطر لمعرفة قيمة القسط.

#### 2-طريقة ملأ استمارة الاكتتاب:

وهي معلومات كتابية يملأها المكتب ويمضي عليها هو فقط.

#### 3-طريقة الاستبيان:

وهي طريقة مكتوبة ونستعملها عندما يكون الخطر متشعب وتقديره صعب.

**ثانيا:قبول اقتراح التأمين:**

وفي هذه المرحلة أي عند قبول اقتراح التأمين يلتزم المؤمن في عرض كافة الضمانات ويمكن للطرفين في هذه المرحلة أن يتفاوضا حول الشروط الخاصة حيث الشروط العامة تفرضها الدولة ولا يمكن لكلاهما التفاوض فيها.

**ثالثا:مذكرة التغطية:**

هي عقد مؤقت أي وثيقة فيها معلومات موجودة في عقد التأمين،ولكن يمضي عليها سوء المؤمن ولا يمضي عليها المؤمن له وتكون مدتها 48 ساعة وان حدث الخطر في هذه المدة يجب على المؤمن دفع تعويضات. وتصدر هذه المذكرة في حالة عدم تحديد قيمة الخطر، وأن المؤمن له لم يدلي بجميع المعلومات وتكون في صالح المؤمن ولذلك لا يجب أن تطول<sup>9</sup>.

**رابعا:مرحلة إمضاء عقد التأمين**

وهي المرحلة التي يصدر فيها عقد التأمين في شكله النهائي ويمضي عليها كلا الطرفين أي المؤمن والمؤمن له ويجب أن يشتمل على النقاط التالية:

- كافة البيانات المتعلقة بالمؤمن والمؤمن له.

- تحديد قيمة الأقساط الواجب دفعها وكيفية دفعها.

- تحديد مدة العقد أي يحدد بوضوح تاريخ بدايته ونهايته.

- إمضاء المؤمن و المؤمن له.

<sup>9</sup>-بوعنان نور الدين،جودة الخدمات وأثرها على رضا العميل،رسالةماجستير،كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير،جامعة المسيلة،2004،ص 63.

إن عقد التأمين يجب أن يكون مكتوباً بأسلوب واضح وبدون أي شطب أو تحميل ويبدأ سريانه من الساعة الصفر لليوم الموالي ما لم يتفق على خلاف ذلك .

### المطلب الثالث : مبادئ و خصائص عقد التأمين:

ليكون عقد التأمين فعالاً و صحيحاً يجب أن يشتمل على بعض المبادئ و الخصائص حتى يصبح مقبولاً قضائياً في حالة النزاعات لكي يكون المؤمن له محمياً وله القدرة على المطالبة بحقه.

### أولاً: مبادئ التأمين:

يتميز عقد التأمين بمجموعة من المبادئ التي يجب أن تتوفر فيه و نذكر منها:

#### 1- مبدأ حسن النية :

إن هذا المبدأ ضروري التوفير بين المتعاقدين حيث يجب أن يتم الإدلاء بجميع البيانات التي في عقد التأمين فيكون التصريح من طرف المؤمن له لكل ما لديه من معلومات و شروحات متعلقة بعملية التأمين أما المؤمن يجب أن يبين بوضوح شروط العقد و الاستثناءات و عليه فإن هذا المبدأ هو جوهر العملية التأمينية و عدم توفره يستلزم على الطرفين إفساخ العقد مباشرة بمعنى يجب على المؤمن له أن يدفع تعويضات في الأجل المحددة و يكون الإدلاء صحيح و عند تفاقم الخطر يجب على المؤمن الإعلام عن ذلك في الأجل المحددة لا تتعدى ثلاثين يوماً.

#### 2- مبدأ المصلحة التأمينية :

يشترط أن تكون مصلحة تأمينية بين طرفي العقد سواء كان المؤمن من جهة أو المؤمن له من جهة أخرى أي لا يكون هناك عنصر المغامرة في عملية التأمين و يكون موضوع التأمين واضحاً و قابل للتضرر و هذا ما يجعل الطرفين يحافظان على هذه المصلحة المتبادلة .

ويمكن تلخيص المصلحة التأمينية في أن المؤمن له تكون لديه مصلحة أن يبقى الشيء المؤمن عليه على حاله ويحافظ عليه ولا يتحقق الخطر، ومصلحة المؤمن أن لا يحدث الخطر لأنها كباقي الشركات هدفها الرئيسي الربح.

### 3- مبدأ التعويض:

أي عند وقوع الخطر يستلزم على المؤمن أن يوفي التزاماته اتجاه المؤمن له على حسب الخطر المؤمن ضده ويتمثل في دفع مبلغ التعويض ولا يمكن في أي حالة من الأحوال أن تكون قيمة التعويضات أكبر من قيمة الخسائر لأن التأمين ليس مصدر لثروة وهذا المبدأ يكون فعالاً في كافة عقود التأمين بخلاف عقد التأمين على الأشخاص.

### 4- مبدأ السبب القريب:

هو أن يحدد في العقد بوضوح السبب الرئيسي والمباشر لتحقيق الخطر ويكتسي هذا المبدأ أهمية بالغة في حالة تحديد التعويضات وأيضا الحد من النزاعات.

مثال: إذا أمن المؤمن له ضد حوادث السيارات وسرقت سيارته لا يكون لديه الحق في لتعويض لأن سبب حدوث الخطر غير مؤمن ضده.

### 5- مبدأ المشاركة

يمكن للمؤمن له أن يبرم عقد التأمين أو عقود التأمين تخص موضوع واحد ولنفس الفترة وعند عدة شركات بحيث عندما يتحقق الخطر المؤمن ضده يشترك في دفع التعويض المستحق للمؤمن له وفقا لنسبة معينة أو بما يعادل القسط المتحصل عليه.

**ثانيا: خصائص عقد التأمين:**

يميز عقد التأمين بعدة سمات أو خصائص معينة تجعله عقدا ذو أهمية عن باقي العقود ومن بين هذه الخصائص نجد:

**1- عقد التأمين عقد رضائي:**

أي لا ينعقد دون موافقة إرادة طرفي العقد بالتوافق الايجابي، وستلتزم الإثباتات الكتابية أي وثيقة التأمين وتوقع من الطرفين وزيادة على ذلك دفع الأقساط.

**2- عقد ملزم لجانبين:**

إن هذا العقد يصف الطرفين بصفة الدائن والمدين في نفس الوقت فالمؤمن له يلتزم بدفع الأقساط والمؤمن يلتزم بتعويض الخسارة فالالتزام الأول محقق والثاني يكون معلق.

**3- عقد احتمالي:**

يعتبر عقد التأمين عقدا احتماليا من الناحية القانونية فقط حيث يمكن أن يقع الخطر المؤمن ضده وأيضا هناك احتمال عدم وقوع هذا الخطر ولكن من الناحية الفنية والاقتصادية لا يعتبر احتماليا وذلك لأن المؤمن لا يأخذ عقد واحدا بل يجمع عدة عقود من المستأمنين واللذين يتعرضون لخطر واحد حيث يتقاضى منهم أقساطا محددة على أساس إحصائي دقيق تكفي لتغطية المخاطر التي تقع منهم أقساطا محددة على أساس إحصائي دقيق تكفي لتغطية المخاطر التي لا تقع لأي منهم.

**4- عقد معاوضة:**

أي يتجلى بصفة التعويض أي المؤمن له يدفع قسط مقابل تعويضه على الخطر في حالة وقوعه أما المؤمن فيستقبل الأقساط تعويضا لحمايته في حالة وقوع خطرا<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> إبراهيم عبد ربه، التأمين و ياضياته مع التطبيق على تأمينات الحياة و إعادة التأمين، الدار الجامعية للنشر، مصر، ص 19.

5- عقد زمني<sup>11</sup> :

حيث يكون عنصر الزمن أساسيا في العقد حيث يتحمل المؤمن الخطر خلال مدة محددة كما يكون المؤمن له ملتزم بدفع الأقساط في موعدها المتفق عليه حيث ينجم على هذه الصفة أن الفسخ لا يكون بأثر رجعي إذا تم فسخ العقد بعد سريانه حيث يتقاضى المؤمن له جزءا من القسط أي عن المدة الباقية أما المبلغ الذي تم دفعه من بداية مدة العقد حتى تاريخ الفسخ فلا يمكن للمؤمن له استرداده .

## 6- عقد إذعان :

أي أنه عقد تعسفي لأن في عقد التأمين هناك الطرف القوي الذي يملئ شروطه و ما على المؤمن له إلى الرضوخ إلى هذه الشروط أو رفضها، أي عدم القبول بها بإستثناء التأمينات الإلزامية.

## 7- عقد قانوني:

أي أن المشرع ينظم عقد التأمين في نصوص و أحكام قانونية يعمل بها في حالة نزاع أو خلاف قائم بين طرفي التأمين.

<sup>11</sup> تأمر أحمد البكري، مرجع سبق ذكره، ص 53.

## المبحث الثالث: مفاهيم عامة حول خدمة التأمين:

## المطلب الأول: مفهوم الخدمة التأمينية:

في هذا العنصر يتم التعرف على مفهوم الخدمة التأمينية بصفة خاصة لكن يجب التعريف بالخدمة بصفة عامة.

## أولاً: تعريف الخدمة:

يمكن تعريفها على أنها:

" فعل و أداء أو جهد يقدم من طرف إلى طرف آخر وقد يرتبط ذلك الفعل أو الأداء الغير ملموس بتقديم منتج غير مادي و لا يمكن تملكه"<sup>12</sup>.

و عرفت أيضا على أنها:

"نشاطات اقتصادية تعمل على خلق قيمة و في نفس الوقت نفسه تقدم منفعة للمستهلكين و ذلك في الوقت و المكان الذين يحددهما ويرغب فيها طالب الخدمة"<sup>13</sup>.

## ثانياً: تعريف الخدمة التأمينية:

يمكن إعطاء تعريف الخدمة التأمينية على أنها:

الخدمات التي تقدمها شركات التأمين لحامل الوثيقة و ما تمثله تلك الوثيقة من منفعة متمثلة بالحماية و الأمان و الاستقرار الذي تمنحه وثيقة التأمين في تعويض حاملها عن الخسارة المتحققة عند وقوع الخطر المؤمن ضده<sup>14</sup>.

<sup>12</sup> عز الدين فلاح، التأمين مبادئه و أنواعه، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان - الأردن، ص 94.  
<sup>13</sup> يرغوتي وليد، تقييم جودة الخدمات التأمين و أثرها على الطلب في شركات التأمين- رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، 2013 جامعة الحاج لخضر- باتنة، ص 20.  
<sup>14</sup> أسامة عزمي سلام شقيري نوري موسى، إدارة الخطر و التأمين، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان - الأردن، ص 84.

وأيضاً:

"الخدمة التأمينية هي المنفعة أو مجموع المنافع التي يمكن أن يحصل عليها حامل وثيقة التأمين جراء اقتنائه لها وتؤدي إلى إشباع حاجاته ورغباته ."

وبالتالي يمكن القول ان تعريف الخدمة التأمينية تم استنتاجه من تعريف الخدمة بصفة عامة إضافة إلى خصائص عقد التأمين لأنه لا يوجد تعريف موجز وشامل في معظم الرسائل العلمية نظراً لطبيعة هذا المفهوم المعقدة.

"الخدمة التأمينية هي تفاعل اجتماعي بين مجهز الخدمة و الزبون يهدف هذا التفاعل إلى تحقيق الكفاءة لكليهما"<sup>15</sup>.

#### المطلب الثاني: خصائص الخدمة التأمينية:

تشارك الخدمة التأمينية مع باقي الخدمات في خصائص معينة ومحدودة، كما تختلف عن هذه الخدمات و تنفرد بها في عدة خصائص نظراً لصعوبة تسويقها وتمثل هذه الخصائص فيما يلي:<sup>16</sup>

- خدمة التأمين خدمة آجلة على عكس باقي أنواع الخدمات الأخرى التي تعتبر خدمات فورية، وذلك لأنها مرتبطة بالخطر حيث إذا تحقق الخطر يستفيد المؤمن له.
- إن وثيقة التأمين غير قابلة للمساومة (لا يستطيع تحديد السعر).
- إن الخطر التأميني محدد و ذو طبيعة موصوفة يعني أن الخطر قد يكون ثابتاً كما هو الحال في التأمين على الحريق.

<sup>15</sup> حديدي معراج، مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون- الجزائر، 2004، ص 55.  
<sup>16</sup> بونشادة نوال، إستراتيجيات الأعمال في شركات التأمين الجزائرية في ظل انفتاح سوق التأمين بالجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، سطيف، 2006، ص 62-63.

- إن أسعار التأمين لا يحددها العرض و الطلب و لا التكلفة التاريخية، لكن تقوم شركات التأمين بتحديددها منفردة أو مجتمعة في هيئة اتحادات، و أحيانا تقوم الحكومات بفرضه على شركات التأمين كما هو الحال في التأمينات الإجبارية.
- إن تطور الخدمة التأمينية يعتمد على الوعي الثقافي للمجتمع، هذا ما يفسره بصفة خاصة.
- انتشار الوعي التأميني لدى الطبقة المثقفة الغالبة في الدول المتقدمة.
- ما يميز كذلك الخدمة التأمينية استمرار العلاقة بين العميل و شركات التأمين حيث عقود التأمين تمتد من عام حتى عشرين عاما أو أكثر.
- الخدمة التأمينية تخضع عملية عرضها لتأثير سياسات حكومية، حيث ليس لها الحرية الكاملة في عرض خدماتها أو تحديد أسعارها.
- في الخدمة التأمينية مشتري وثيقة التأمين لا يجني ثمارا أشتراه بنفسه، حيث يمكن امتداد العلاقة بين طالب التأمين و الشركة لتشمل طرف آخر اشتراط التأمين لصالحه.
- إن الإستفادة من الخدمة لها محددات من طرف الشركة التأمين على عكس الخدمات الأخرى.
- في الخدمة التأمينية شركات التأمين تقوم بتسويق المنافع الناتجة عن الخدمة التأمينية المتمثلة بالحماية التي تقدمها لحاملها من الأخطار المادية المحتملة الوقوع التي تم التأمين عليها.

#### المطلب الثالث: تسعير الخدمة التأمينية:

- إن من وظائف شركات التأمين تسعير الخدمة التأمينية فالسعر هو التكلفة التي يدفعها المؤمن له إلى شركة التأمين نظير تغطية الأخيرة لوحدة واحدة من الخطر و يمثل نسبة مئوية من مبلغ التأمين و يختلف من تأمين لآخر و لمعرفة كيفية تسعير الخدمة التأمينية يمكن إدراج بعض طرق التسعير و المتمثلة فيما يلي:

**أولاً: طريقة التسعير التحكيمي:**

تعتمد هذه الطريقة على التسعير الذاتي لكل خطر على حدى حيث أن كل خطريتم تسعيه على أساس صفاته الخاصة مستقلا عن أي صنف مقررا و أية جداول خاصة حيث تعتمد على الخبرة الشخصية لشركة التأمين.

إن تقدير التسعير في هذه الطريقة تعتمد على وجود إحصائيات خام و لذلك فإنه لا يمكن القول بأنها خالية من أي أساس علمي و أن هذه الطريقة كذلك تعتمد على التقدير الشخصي الذي يتطلب الدقة في التقدير.

**ثانياً: طريقة دليل السعر:**

تعرف هذه الطريقة بالتسعير الشامل حيث يتم تقسيم الأخطار إلى أقسام حسب الصفات الرئيسية لكل قسم ثم ينظم دليل أسعار لكل قسم من تلك الأقسام بين سعر التأمين لمجموعة الأخطار المتشابهة الواردة في الدليل.

**ثالثاً: طريقة التسعير حسب الصفات الخاصة:<sup>17</sup>**

تقوم شركات التأمين في هذه الطريقة بالترقية بين جملة الوثائق في الفرع الواحد على أساس عدة أمور وهي:

- ✓ الخبرة السابقة مع الشركة.
- ✓ حجم القيم المعرضة للخطر عند المؤمن لهم.
- ✓ طبيعة الشيء موضوع التأمين.

<sup>17</sup> عبد العزيز فهمي، هيكل مقدمة في التأمين، دار النهضة العربية للطباعة و النشر، بيروت- لبنان، 1999، ص 102.

خاتمة الفصل:

إن التأمين نشاط هادف و حيوي و ذو أهمية بالنسبة للمجتمع و يحتاج قطاع التأمين شروط إقتصادية لنموه و تساعده مجموعة من العوامل الإجتماعية و النفسية للمجتمع و هذا لتنوع تقسيماته و أهميته تنوع و لها العائد الكبير من جهة تعويض المؤمن له و تقديم الراحة و الطمأنينة من الأخطار التي تواجهه و يتحصل هذا كله عن طريق إبرام العقد التأميني و الإلتزام خصائصه و مبادئه كما تنفرد خدمة التأمين بعدة خصائص تجعلها مختلفة عن باقي أنواع الخدمة حيث تتميز بتداخل جوانبها الفنية و القانونية مما يجعل عملية التفاعل بين العميل و شركة التأمين تكون في صورة رسمية.

# الفصل الثاني

جودة الخدمات في شركات التأمين

مقدمة الفصل :

مع ظهور الثورة الصناعية زاد الاهتمام بقطاع الخدمات في العالم واشتدت المنافسة، لذا أصبح من الضروري على كل مؤسسة تريد البقاء في قطاعها السوقي الاهتمام بجودة خدماتها المقدمة، حتى تتمكن من خلق ميزة تنافسية لهذه الأخيرة، وذلك اعتمادا على عدة خطوات تستطيع من خلالها تحقيق الجودة التي ترغب بها الزبائن-العملاء- على اعتبارهم أنهم سادة السوق.

ويهدف هذا الفصل إلى إبراز أهمية جودة الخدمات في الشركات التأمين وأساليب تقديمها وكيفية تحسينها لذا يتم تقسيم الفصل إلى :

المبحث الأول : مفهوم جودة الخدمة التأمينية وخطوات تحقيقها .

المبحث الثاني : تقييم جودة التأمين وأساليب تحسينها.

**المبحث الأول : مفهوم جودة الخدمة التأمينية وخطوات تحقيقها.**

يعتبر تقييم مستوى الجودة في الخدمات التأمينية ومن ثم تحسينها وتطويرها بشكل دائم ومستمر أمراً فيه غاية الأهمية بالنسبة لشركات التأمين، فهي مضطرة لانتهاج استراتيجيات فعالة في تسويق خدماتها وتطبيق أساليب إدارية حديثة تستهدف بالدرجة الأولى تلبية احتياجات العميل التأمينية وتعظيم مصلحته وإشباع رغباته.

**المطلب الأول : مفهوم الجودة الخدمة التأمينية.**

تعتبر الجودة سلاح استراتيجي بالنسبة للمؤسسة وذلك لأنها تحقق ميزة تنافسية في مجال نشاطها وهي القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدمها له.

**1- تعريف جودة الخدمة :**

جودة الخدمة هي مفهوم يعكس مدى ملائمة الخدمة المقدمة بالفعل لتوقعات المستفيد من الخدمة.<sup>18</sup> وتعرف أيضاً بأنها : تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق المنافسين الآخرين.<sup>19</sup> ومن خلال التعريفين السابقين يمكن تعريف جودة الخدمة على أنها : تقديم خدمة تتوافق مع احتياجات الزبائن وتوقعاتهم أو تفوقها.

**2- تعريف جودة الخدمة التأمينية :**

إن إعطاء تعريف محدد لجودة الخدمة التأمينية لأنه أصبح يخضع لأراء مختلفة منها رأي مدراء الأقسام ومنتجي وثائق التأمين ومدراء الفروع فلكل من هؤلاء رأيه الخاص بمفهوم جودة الخدمة التأمينية وهي أراء لا تعكس بالضرورة اتجاه متماثلاً .

فجودة الخدمة التأمينية من منظور التأمين هي تقديم أفضل الخدمات ويتحكم في ذلك أخلاقيات ممارسة المهنة.

وبالتالي تقديم التعويضات لمستحقيها . أما من المنظور الإداري فيعني كيفية استخدام الخبرة التأمينية المتاحة والقدرة على جذب الزبائن المرتقبين، أما من جهة نظر المؤمن لهم أو المستفيد من الخدمة التأمينية وهو الأهم فتعني جودة الخدمة التأمينية . طريقة الحصول عليها ونتيجتها النهائية.<sup>20</sup>

تابت عبد الرحمن إدريس ، " كفاءة وجودة الخدمات الولجيسيتية "، دار الجامعة، الإسكندرية ، 2006 ، ص 291.<sup>18</sup>  
خضير كاظم حمودة، "إدارة الجودة وخدمة العملاء"، دار الميسرة ، الطبعة الأولى ، عمان، 2002، ص 215.<sup>19</sup>  
إلهام نعمة كاظم، "تقييم جودة الخدمة التأمينية في شركة التأمين الوطنية فرع الديوانية"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 15 ، العدد 3، 2013، ص 122.<sup>20</sup>

ومن جهات النظر الأخرى المتعددة حول مفهوم جودة الخدمة التأمينية تدل وجهة نظر المؤمن له أو المستفيد من الخدمة أهمية بالغة حيث أن مستوى تلك الجودة يعتمد بحد كبير على إدراك الزبون وتقييمه لها وبالتالي ستكون الخدمة التأمينية ذات جودة لو جاءت متلائمة مع توقعات الزبائن ولبت احتياجاتهم.<sup>21</sup>

### المطلب الثاني : أهمية جودة الخدمة التأمينية :

لما كانت الخدمة تباع ومن ثم تستهلك وتنتج فإن العميل يعتبر عنصراً أساسياً في عملية إنتاجها وتقديمها، وهنا تصبح لجودة الخدمة أهمية كبيرة من منظور المنظمات الاقتصادية والتي تتمثل في :<sup>22</sup>

#### 1- نمو مجال الخدمات:

عرف قطاع الخدمات في العشرية الأخيرة تطوراً في شتى المجالات الخدمية من فندقية وتأمين وتعليم وصحة ونقل ...، وهذا راجع إلى التحسن المعيشي للفرد وتطور حاجاته ورغباته، فأصبح الفرد يبحث عن الأفضل في ما هو معروض من خدمات ، هذا ما دفع المؤسسات الخدمية إلى الاهتمام بجودة الخدمات أكثر فأكثر.

#### 2- ازدياد حدة المنافسة :

أدى نمو مجال الخدمة وتزايد المؤسسات العاملة في نفس النشاط إلى احتداد المنافسة بينها، وأصبحت كل منها تسعى إلى الحصول على ميزة تنافسية لضمان بقائها واستمرارها في السوق وهذا لا يأتي إلا برفع مستوى جودة خدماتها.

#### 3- الفهم الأكبر للعملاء :

من مفهوم التسويق الحديث والذي يركز على العميل فإن إدراك حاجات ورغبات هذا الأخير، والفهم الدقيق لها يعتبر عاملاً مهماً لبقاء واستمرارية المنظمة الخدمية، إذ لا يكفي تقديم منتجات ذات جودة وسعر معقول دون توفر المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعميل، لأن العميل لا يكون دائماً مدركاً لحاجته وحتى إن كان مدركاً لها في بعض الأحيان.

فإنه يعجز عن التعبير عنها وهذا ما يدفع المنظمات إلى محاولة التعرف بشكل أكثر وضوحاً على رغبات العميل الظاهرة والباطنة.

والجدول التالي ينظم متطلبات الزبائن في أربع فئات :

<sup>22</sup>- مأمون الدراكة ، طارق الشبلي "الجودة في المنظمات الحديث"، دار الصفاء، الطبعة الأولى ، الأردن، 2002، ص 194-201 <sup>21</sup> خضير كاظم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 217-223.

جدول رقم 1: مستويات متطلبات الزبائن .

مذكورة صراحة	مفترضة	مكتومة	مجهولة
هذا ما أرغب فيه أو أحتاجه	كنت أظن أنك تعرف حاجتي لذلك	لم أكن أدري أن بإمكانني الحصول على ذلك	لم أفكر إطلاقاً في الحصول على ذلك

المصدر: ستويل دانيال، ترجمة سعد كامل إلياس، المبيعات والتسويق والتحسين المتواصل ، مكتبة العبيان ، عمان، 2002، ص 91.

4- المدلول الاقتصادي لجودة خدمة العميل :

أصبحت المنظمات خاصة الخدمية منها تحرص في الوقت الحالي على ضرورة استمرار التعامل فيما بينها، وتوسيع قاعدة عملائها ، وهذا يعني أن المؤسسات يجب أن لا تسعى فقط إلى جذب زبائن وعملاء جدد، ولكن يجب عليها أيضا أن تحافظ على العملاء القدامى ومن هنا تظهر الأهمية القصوى لجودة خدمة العملاء من أجل ضمان ذلك.

المطلب الثالث : خطوات تحقيق الجودة لإرضاء العملاء :

لا يوجد اتفاق حول الخطوات المتبعة لتحقيق الجودة في خدمة العملاء، ولعل من أكثرها شيوعاً نذكر:<sup>23</sup>

5- إظهار الموافق الإيجابية اتجاه الآخرين :

نظراً لارتباط الخدمة بشخصية مقدمها فإن مواقف هذا الأخير عند التعامل مع العملاء من مظهر وسلوك وحديث يعد بمثابة الصورة الذهنية التي ترسم في أذهان العملاء، والتي تمكنهم من الحكم على جودة الخدمة، حيث تشير بعض الدراسات إلى أن فشل معظم العاملين في مجال خدمة الزبون يرجع إلى مواقفهم اتجاه الآخرين وعدم إظهارهم للمواقف الإيجابية.

وهناك العديد من المواقف التي تمكن مقدم الخدمة من خلق صورة ذهنية إيجابية لدى الزبون من بينها :

- حسن المظهر والمقابلة الإيجابية نحو الجميع حتى في الأيام العصيبة .
- الابتسام والرقرة في التعامل مع العملاء بصرف النظر عن أعمارهم ومظاهرهم .
- الدقة التامة في إعطاء مواصفات دقيقة عن الخدمة وعدم اللجوء إلى المبالغة.
- الاستعداد الذهني والنفسي لمواجهة العملاء وإشعارهم بالاهتمام بهم والرغبة في تقديم الخدمة الملائمة لهم وفي مختلف مجالات التفاعل.
- الثقة بالنفس وقوة الشخصية وانتهاج الموضوعية في التعامل والتفاعل مع مختلف العملاء.
- الشعور بالسعادة والتحمس العملي عند تقديم الخدمة.

خضير كاظم حمود، مرجع سبق ذكره، ص 217-223. <sup>23</sup>

- التركيز على المنظمة تبدأ من العميل وتنتهي بالعميل في توفير الخدمة التسويقية.
- وهناك طرق عديدة لإظهار المواقف الإيجابية نحو الآخرين منها :
- اهتمام الموظف بمظهره أثناء تقديم الخدمة .
- الاهتمام بلغة الجسد، ويمكن الإشارة إلى أربع مجموعات من الرسائل غير اللفظية في الجدول التالي :
- الاهتمام بصدى الصوت أي كيفية التي يقال بها الشيء، فلا بد من اهتمام الموظف بنبرة صوتية، وتجنب الصوت العالي حتى في النقاشات الحادة –سواء الحديث المباشر أو غير المباشر كالهاتف...
- ضرورة العمل بنشاط وحيوية .

جدول رقم 2: الرسائل غير اللفظية :

رسائل سلبية	رسائل إيجابية
1- الوجه قلق ومتجهم.	1- عندما يكون الوجه مسترخيا ومتحكم فيه
2- الابتسامة مفقودة ومصطنعة.	2- عند الابتسامة طبيعية ومرحة.
3- تجنب الاتصال بالعين عند الحديث أو الإنصات.	3- الحفاظ على الاتصال بالعين عند الحديث أو الإنصات للآخرين.
4- حركة الجسد متعجلة ومرفوعة	4- حركة الجسد مسترخية ومع ذلك متأنية ومنتظمة

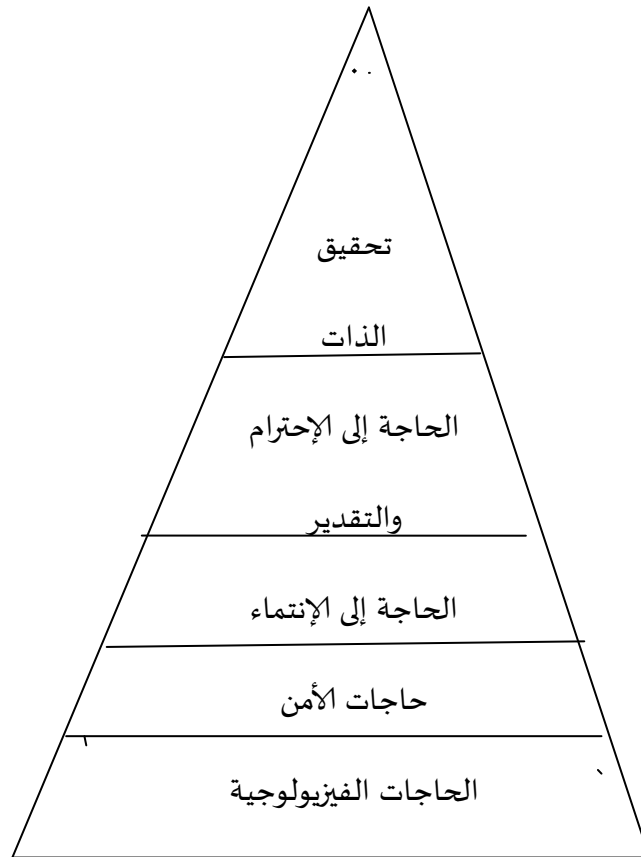
المصدر: مأمون الداركة ، طارق الشبلي ، الجودة في المنظمات الحديثة، دار الصفاء ، الأردن، الطبعة الأولى، 2002، ص 196.

2- تحديد حاجات العميل أو الزبون :

من بين الصعوبات التي تواجهها المؤسسة في عملية تقديم الخدمات هي تلك الفجوة التي توجد بين فهم وإدراك المؤسسة لحاجة العميل وجودة الخدمة المتوقعة من قبله، وللتقليل من حجم هذه الفجوة تسعى المؤسسة للفهم الدقيق لحاجات العميل الأساسية التي تتمثل في :

- الحاجة للفهم حين يحتاج العميل إلى تفسير الرسائل التي يبعث بها بشكل صحيح.
- الحاجة للشعور بالترحيب إذ يمكن أن يشعر العميل بأنه غريب ولن يعود مرة أخرى في حالة لم يقابل بالترحيب وإبداء السعادة للتعامل معه.
- الحاجة للشعور بالأهمية والاحترام وهذا ما يثبتته تقسيم-ماسلو – للحاجات إذ لا يكتفي الفرد بتلبية حاجاته الفيزيولوجية وحصوله على الأمن والائتمان بل يسعى لأن يكون محترماً ويحظى بمكانة مرموقة من قبل الآخرين.

الشكل رقم 1 : هرم ماسلو للحاجات .



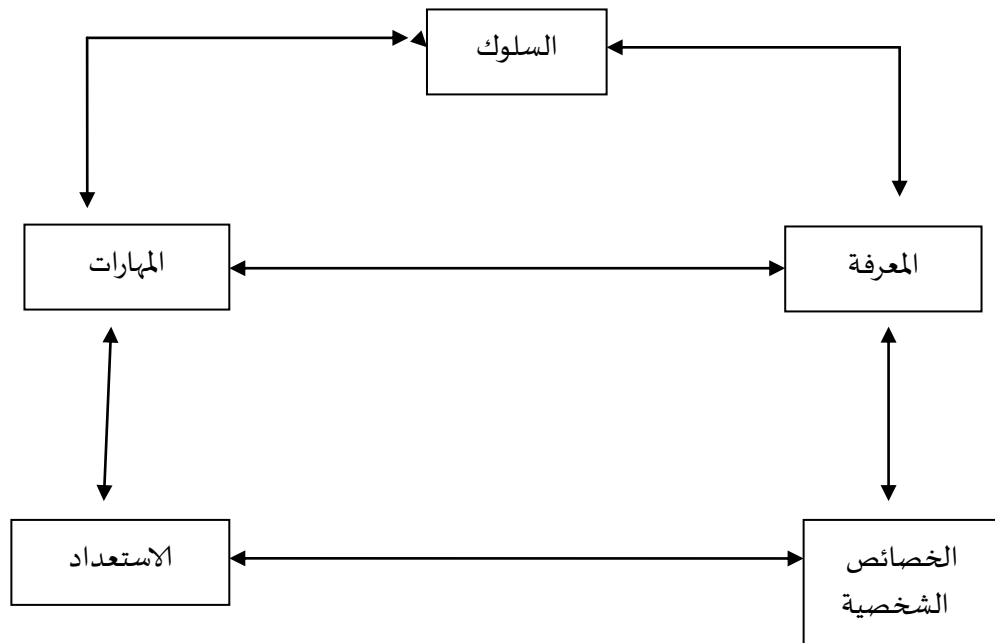
مصدر : Stéphanie Moissonas, Jean –Claude Dufor

Marketing et services, Editions de la Chenelière, 2006, p67.

- الحاجة لتلقي العون والمساعدة , فالعميل يحتاج من مقدم الخدمة تفاصيل وشروحات حول الخدمة ومزاياها وخصائصها ومراحل إنتاجها، وذلك القصور الفرد لوحده في فهم هذه الإجراءات .
  - الحاجة للراحة . سواء كانت بدنية من خلال توفير محيط مادي يضمن للعميل الحصول على الخدمة في ظروف جيدة أو نفسية وذلك بالعناية بكل شأنه التأثير على نفسيته إيجابيا.
  - - حاجة العميل إلى الإصغاء الجيد له والتركيز على ما يقوله من تجنب مغالطته.
- 3- العمل على توفير حاجات العملاء:

- حتى تتمكن المؤسسة الخدمية من توليد الرغبة لدى العميل لاقتناء الخدمة وتبنيها يجب عليها الاهتمام بالموظفين والعمل على تدريبهم واكسابهم المهارات البيعية والتسويقية ، ومن أهم هذه المهارات نذكر ما يلي:
- التزام مقدم الخدمة بتوفير الخدمة في المكان والوقت المناسبين.
  - الوفاء بالحاجات الأساسية للعملاء.
  - تميز مقدم الخدمة في أدائه الوظيفي من خلال ما يملكه من خصائص شخصية واستعداد ومعرفة ومهارات وسلوك، وهذا ما يوضحه هرم التميز.

الشكل رقم 2 : هرم التميز.



المصدر: مدحت أبو النصر، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصرن الطبعة الأولى ، 2008، ص 115.

4- إقناع العميل والتعامل مع اعتراضه.

يرى رجال التسويق أنه من النادر أن يتم البيع دون الاعتراض على أحد العناصر الخدمة من قبل العميل، وتتباين طرق الرد على هذه الاعتراضات من قبل مقدم الخدمة، فأحياناً يكون الرد بمجرد إثارة العميل للاعتراض حيث يتم معالجة كل اعتراض وفي حينه ، وفي أحيان أخرى يترك العميل يسترسل في الحديث، ويتم الرد عليه جملة واحدة، وهنا مجموعة من القواعد التي يمكن لمقدم الخدمة الاعتماد عليها في قيام بعملية الرد، منها:

-أن يكون دبلوماسياً في الرد على العميل قد يثبت له بطريقة مباشرة خطأ وجهة نظره وإن كانت فعلاً خاطئة ، ويمكن أن يستند لمجموعة من المبادئ منها:

- مبدأ نعم هذا صحيح ولكن.

- الغالي ثمنه فيه.

- قلب الاعتراض إلى ميزة.

- تدوين الاعتراضات المقدمة من قبل العميل، وهذا يساهم في إرضاء كبريائه، ويمنح سهولة نسبية في الرد على اعتراضه.

- من الأمور الهامة عند الرد على الاعتراضات أن لا يشعر مقدم الخدمة العميل بهزيمته في المناقشة، الأمر الذي قد يؤدي إلى فشل العملية البيعية.

- يجب على رجل البيع أن يكون يقظاً فيفرق بين اعتراض العميل وعدم رغبته في الشراء، فعلى مقدم الخدمة إن كان في الحالة الأولى أن يسرع في إنهاء المقابلة بكل هدوء ولباقة، تجنباً لإهدار الوقت.

5- ضمان وفاء العملاء.

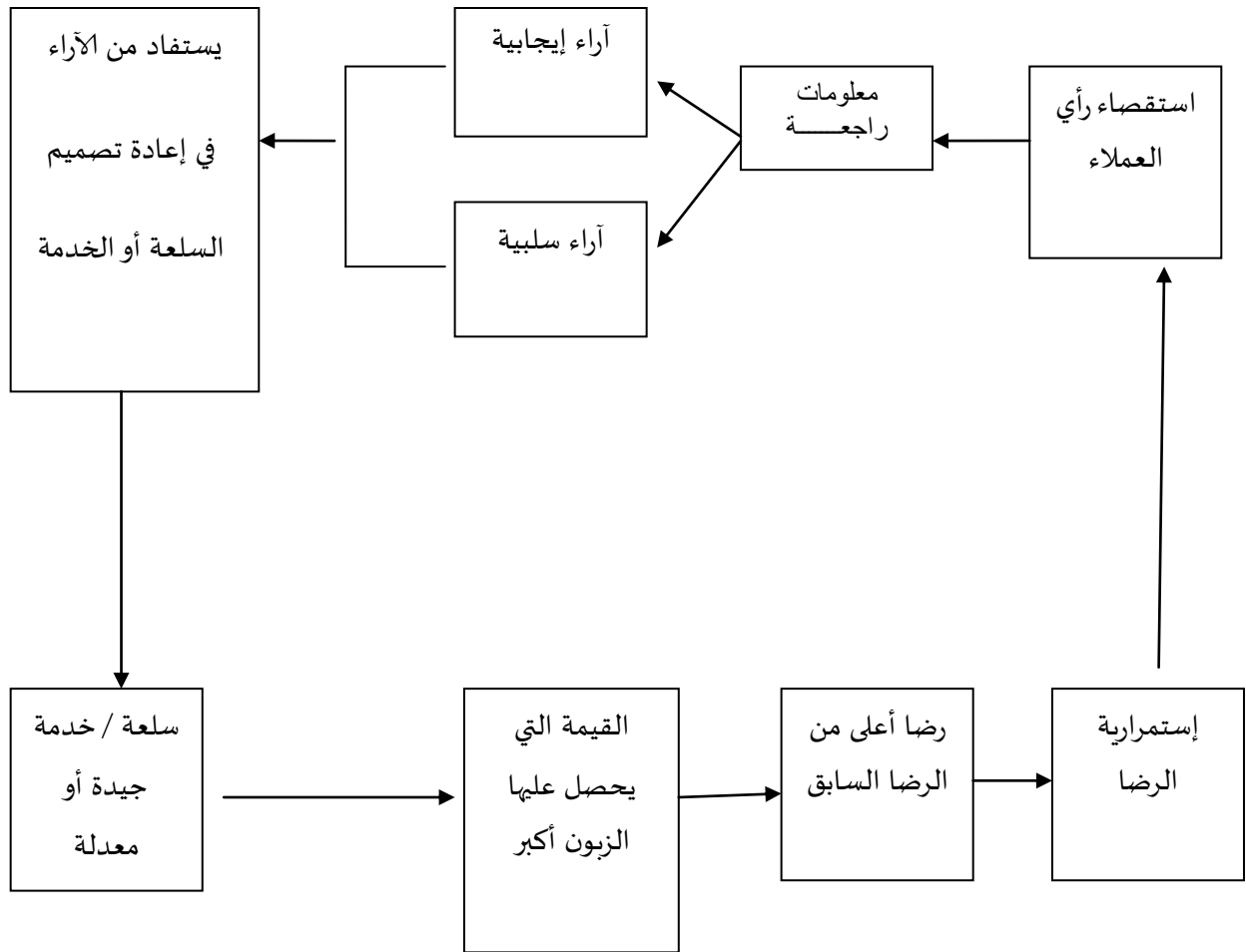
إن مبدأ الذي تبنته العديد من المنظمات الخدمية هو زيادة على اكتساب عملاء جدد، المحافظة على العملاء القدامى وهذا الأمر يتطلب القيام ب :

- إظهار الاهتمام بالعملاء من خلال الإصغاء لشكاويهم ومحاولة معالجتها عن تلقها وشرح الكيفية التي يتم بها هذا التعديل والاستجابة ، مع ضرورة تقديم الشكر للعميل على اعتبار أن الشكر هي هدية لقدم الخدمة .

- ضرورة التأقلم والتكيف مع كافة الحالات التي قد يكون فيها العميل، وكسب العملاء ذوي الطبع الصعب وذلك لإيجاد الأسباب التي تجعلهم يبدون سلوكيات معقدة والتي يمكن أن تعود للتعيب والإرهاق أو للانتظار لفترة طويلة....

- الممارسة المستمرة لجميع مبادئ جودة الخدمة، وذلك بالاتصال المتواصل مع العملاء لمعرفة آرائهم وتقييمهم لجودة الخدمة، من خلال استطلاعات الرأي، واستخدام هذه النتائج في تحسين جودة الخدمة المقدمة بشكل مستمر حيث تبرز أهمية المعلومات المستمدة من العملاء في الشكل الموالي:

الشكل رقم 3: التغذية العكسية.



المصدر: عمروصفي عقلي، "المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، داروائل للنشر، الأردن ن الطبعة الأولى، 2001، ص 160.

## المبحث الثاني : تقييم جودة الخدمة التأمينية وأساليب تحسينها:

إهتم الكثير من الباحثين في مجال الخدمات بتحديد أهم المؤشرات للحكم على جودة الخدمة من جهة نظر الزبون، وهو ما يمكن المؤسسة من استخدامها لقياس الانحرافات والفجوات، ثم تصحيحها وتحسينها، وهذا لسعيهم الدائم إلى كسب رضا عملائها والمحافظة على أكبر شريحة من زبائنها.

## المطلب الأول: مؤشرات (معايير) تقييم جودة الخدمة التأمينية:

إن المعايير التي يعتمد عليها في تقديم جودة الخدمة ،<sup>24</sup> هي تلك التي يحددها المستفيد من الخدمة، وقد توصل العديد من الباحثين إلى بلورة عشرة محددات خاصة بجودة الخدمة وهي:<sup>25</sup>

- 1- الاعتمادية: هي قدرة مقدم الخدمة على إنجاز أو أداء الخدمة موعودة بشكل دقيق يعتمد عليه.
- 2 -مدى توفر الخدمة من حيث الزمان والمكان : بمعنى الخدمة متوفرة في المكان والزمان اللذين يريد هما الزبون.
- 3- الأمان : بمعنى أن الخدمة خالية من الخطورة والشك.
- 4- المصدقية : أن مقدم الخدمة يكون أهل بالثقة ويلتزم بوعوده .
- 5- درجة فهم مقدم الخدمة للزبون : أن يفهم مقدم الخدمة متطلبات الخاصة بالزبون ويعرف مشاعره ويقدرها.
- 6- الاستجابة : مدى استعداد ورغبة مقدم الخدمة على تقديم المساعدة للزبون أو حل مشاكله المتعددة.
- 7- الجدارة : مستوى الجدارة الذي يتمتع بها القائمون على تقديم الخدمة من حيث المهارات والقدرات التحليلية والإستنتاجية ، والمعارف التي تمكنهم من أداء مهامهم بشكل أفضل.
- 8- الملموسية : بمعنى البيئة المادية التي تقدم من خلالها الخدمة (المباني، المعدات، الأجهزة، الديكور، الإضاءة،...)
- 9- الاتصالات أن يكون مقدم الخدمة قادر على تنوير الزبون حول طبيعة الخدمة المقدمة والدور الذي ينبغي على المستفيد أن يلعبه للحصول على الخدمة المطلوبة.
- 10 - اللباقة : ويقصد بها أيضا الود، المجاملة، التعاطف، التعاون، وهي توفير الاحترام والتقدير لطالب الخدمة واللفظ في التعامل واحترام عادات وتقاليد العميل .

حميد الطائي، بشير العلق، "تسويق الخدمات"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 243-م. <sup>24</sup>  
بشير العلق، "ثقافة الخدمة"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 155-156. <sup>25</sup>

إن التأمل لهذه المؤشرات يلاحظ تداخل وتكامل البعض منها، ولقد تم لاحقاً دمج المؤشرات السابقة ذكرها بعد سلسلة من الاختبارات في خمس مؤشرات وهي: <sup>26</sup>

الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف كما هو موضح في الجدول الموالي:

المؤشر	البيانات
الجوانب الملموسة	-جاذبية المظهر الخارجي للمنظمة -التصميم الداخلي للمنظمة -حدائثة الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة -المظهر اللائق لمقدمي الخدمة
الاعتمادية	-الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة -تقديم الخدمة بشكل صحيح(عدم حدوث أخطاء) -معلومات دقيقة وصحيحة
الاستجابة	-السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة -الاستجابة الفورية لحاجات الزبون -الرد الفوري على استفسارات والشكاوي
الضمان (الأمان)	الشعور بالأمان في التعامل -الثقة بمقدمي الخدمات
التعاطف	-تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن التعامل -فهم ومعرفة احتياجات الزبائن -ملائمة ساعات العمل -وضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا - تقدير ظروف الزبون والتعاطف معه -اللطف في التعامل مع الزبون

**المصدر:** عبد الرحمان إدريس، قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات : دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت في المجلة العربية للعلوم الإدارية، الكويت، مجلس النشر، العلمي، المجلد الرابع، العدد الأول، نوفمبر 1996، ص 21.

ثابت عبد الرحمان إدريس، مرجع سبق ذكره، ص 294-296. <sup>26</sup>

## المطلب الثاني : نماذج قياس جودة الخدمة التأمينية :

إن عملية قياس جودة الخدمة تعرضت في القرن الماضي إلى جدال كبير من خلال العديد من البحوث والدراسات المتخصصة في هذا الصدد، وذلك بغرض البحث عن النموذج المناسب للقياس من خلال الأبعاد والعناصر المعبرة عن جودة الخدمة، وسيتم استعراض النماذج المختلفة في قياس جودة الخدمة :

## 1- نموذج النتائج والعمليات :

يركز هذا النموذج في قياس جودة الخدمة على مكونات هذه الأخيرة والمتمثلة في النتائج والعمليات، وينظر إلى النتائج على أنها الإنجاز أو عدم الإنجاز للغاية النهائية من الخدمة، أما العمليات فهي تمثل الخدمة الوظيفية التي تنطوي على التفاعل بين مقدم الخدمة والمستفيد الفعلي منها، إلا أن هذا النموذج لا يحظى بأهمية كبيرة، وذلك لأنه لم يقدم مقياساً محدداً يمكن استخدامه في التطبيق العملي لقياس وتقييم جودة الخدمة.

## 2- نموذج أبعاد وعناصر جودة الخدمة:

يمكن هذا النموذج من تقييم جودة الخدمة من خلال قياس الأبعاد والعناصر الأساسية التي تنطوي عليها الجودة، إلا أنه لم يحظ انتشاراً واسعاً وذلك راجع إلى :

- اختلاف الباحثين حول أبعاد والعناصر الخاصة بجودة الخدمة فاعتبرها البعض ثلاثة أبعاد تمثلت في الجودة المادية، جودة المنظمة والتفاعلية، بينما اعتبرها البعض الآخر خمسة أبعاد هي المهنية، المهارات وشهرة المنظمة، المصداقية، الفورية، الثقة والاعتمادية .
  - عدم القدرة على التوصل إلى مقياس كمي يمكن استخدامه في قياس الأبعاد الخاصة بجودة الخدمة بالإضافة إلى أنه يركز على الجانب النظري مع افتقار التطبيق لأفكار هذا النموذج.
- بالرغم من أوجه القصور السابقة الذكر لهذا النموذج ألا أنه أسهم بشكل فعال في تنمية النماذج اللاحقة لقياس جودة الخدمة .

3-نموذج جودة الخدمة :<sup>27</sup>

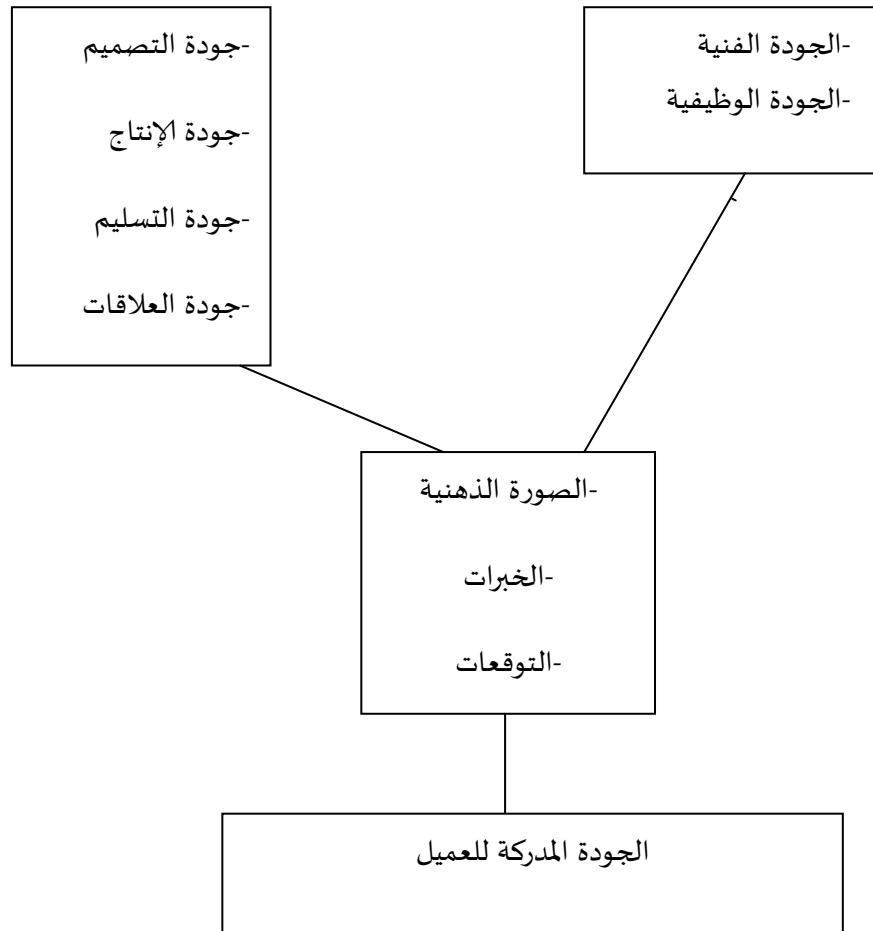
أ- نموذج الجودة لـ Gronroos:

أعتمد النموذج على أربعة أنواع للجودة تتطلب تعاون كل من الأفراد داخل المنظمة لتقديم الجودة المتوقعة، ويشير النموذج إلى أربعة مصادر للجودة وهي جودة التصميم وجودة الإنتاج وجودة التسليم وجودة العلاقات، وبطبيعة الحال فإن الطريقة التي يتم بها إدارة الجوانب المختلف للجودة لها تأثير على إدراك العميل للجودة، وكذلك فإن كل من الجودة الفنية والجودة الوظيفية تتأثران بهذه المصادر للجودة.

ويتحدد إدراك العميل للجودة من خلال مقارنته بالتوقعات التي سبق أن تشكلت والخبرات التي حصل عليها عند تقديم الخدمة إليه، بالإضافة إلى الصورة الذهنية عند المنظمة والتي تلعب دورا مساعدا إذا كانت إيجابية وتجعل الخدمة أقل جاذبية إذا كانت الصورة الذهنية سلبية، والشكل التالي يبين مخططا لنموذج

Gronroos

الشكل رقم 4: نموذج لجودة الخدمة Gronroos



مصدر : Payne, Adrian,1996 (181)

2001، ص 561-588. لحسن عبد الله باشيوة، نزار عبد المجيد البروراي، إدارة الجودة مدخل لتميز الريادة، الوراق للنشر، الطبعة الأولى، الأردن،<sup>27</sup>

## ب- نموذج Parasurman (تحليل الفجوات)

يوضح هذا النموذج بداية كيف تنشأ جودة الخدمة وماهية الفجوات التي يمكن أن تسبب مشاكل في تسليم الخدمة على النحو المتوقع.

ويحدد النموذج خمسة أنواع رئيسية من الفجوات وذلك على النحو التالي :

**الفجوة الأولى:** تظهر الاختلاف بين توقعات العملاء وإدراك الإدارة لهذه التوقعات ويطلق عليها باسم "فجوة البحوث"

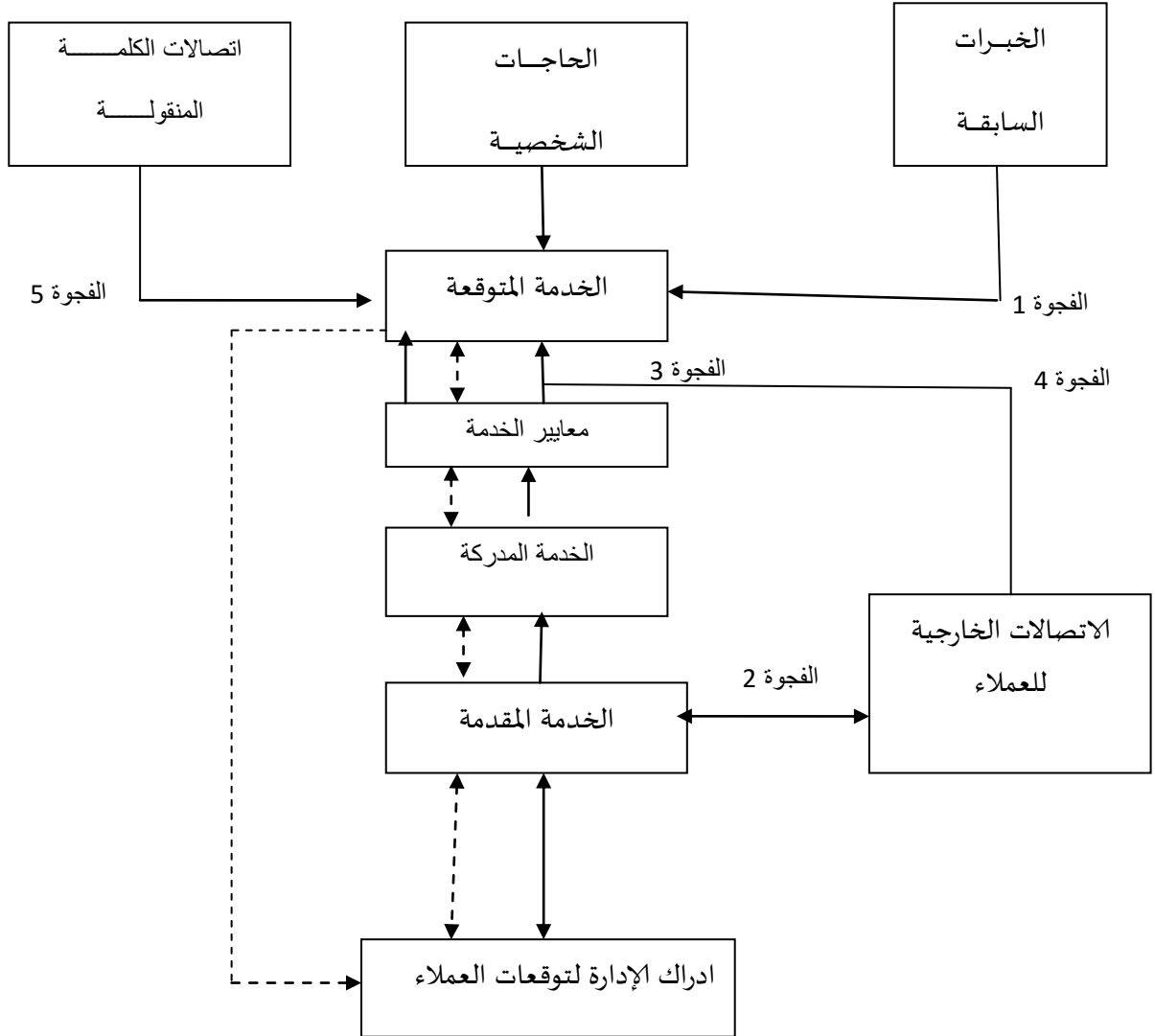
**الفجوة الثانية:** فجوة بين إدراك الإدارة لتوقعات العملاء ومواصفات جودة الخدمة وتسمى بـ "فجوة التصميم"

**الفجوة الثالثة:** فجوة بين مواصفات الخدمة وما تم تقديمه فعلا للزبائن ويطلق عليها بـ "فجوة التسليم"

**الفجوة الرابعة :** فجوة بين الخدمة المقدمة فعلا، والوعد التي قدمت من قبل المنظمة الخدمية ويطلق عليها "فجوة الاتصالات"

**الفجوة الخامسة:** الفجوة بين الخدمة المقدمة فعلا وجودة الخدمة المتوقعة ويطلق عليها بـ "فجوة الواقعة"

الشكل رقم 5: نموذج براسورامان لفجوات الخدمة.



المصدر: لحسن عبيد الله باشيوة، نزار عبد المجيد البروارين "إدارة الجودة مدخل للتميز والرداءة، اوراق للنشر والتوزيع الأردن، الطبعة الأولى 2011، ص 561.

لقياس جودة الخدمة Servequal : في عام 1985 قام بدمج المعايير الـ 10 وأطلق على هذه الأبعاد بنموذج rasuraman quality و Service إشارة إلى Serveraman

## 4- نموذج الأداء الفعلي للخدمة Servpref :

وتمثلت في رفضهم لفكرة Servequal جاء هذا النموذج نتيجة الانتقادات التي توجهت لنموذج الفجوات الفجوة بين إدراك العملاء وتوقعاتهم، بالإضافة إلى الصعوبة والتعقيد في العمليات الحسابية التي يتضمنها القياس، يمتاز بالبساطة من حيث القياس والتحليل، ويركز على تقييم Servperf في ظل هذا النموذج، بينما نموذج الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للزبون.

وكلا النموذجين، يعتمد على نفس الأبعاد (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الأمان، أو الضمان).<sup>28</sup>

على ضوء ما سبق يمكن استنتاج أنه مهما كان نوع النموذج المستخدم لقياس جودة الخدمة فإنه يوفر للمؤسسة تغذية عكسية من المعلومات، ويبقى لكل نموذج أوجه قوة وأوجه قصور وعلى المؤسسة إيجاد مجالات لإدخال التحسينات، وذلك لزيادة درجة الرضا لدى العملاء.

وهو ما سيتم التطرق إليه في المطلب الموالي.

## المطلب الثالث : أساليب تحسين جودة الخدمة التأمينية:

إن المنظمات ينبغي أن تنمو نمواً سريعاً لمجاراة التغيرات من حولها، وعليها أن تعدل نفسها ليس من وقت لآخر فقط ولكن طول الوقت، ولتحسين وتطوير جودة خدماتها تعتمد عدة أساليب نذكر منها :

## أولاً : أسلوب العلامات المرجعية Benchmarking

## 1- تعريف :

يمكن النظر إلى أسلوب العلامات المرجعية كأحد أدوات التطوير/ التحسين والذي يستحق الإشارة إليه.

العلامات من الممارسات، وذلك عن (Best of the best) المرجعية هي : عبارة عن عملية تتعلق بتحديد أفضل الفضل.

طريق مقارنة النشاط عبر صناعات مختلفة، وكذلك أفضل الأفضل لمستويات الأداء كمدخلات

لوضـع

الأهداف .<sup>29</sup>

توفيق محمد عبد المحسن، "قياس الجودة والقياس المقارن، دار الفكر العربي، مصرن 2004، ص 69. <sup>28</sup>

وتعرف أيضا بأنها : قياس عمليات وخدمات ومقارنتها مع المنافسين .

وهي الوسيلة التي بواسطتها يتم وضع الأهداف والأسبقيات والعمليات التي تقود إلى الميزة التنافسية.<sup>30</sup>

## 2- خطوات العلامات المرجعية :

تتكون عملية العلامات المرجعية من خمس خطوات رئيسية وهي:<sup>31</sup>

- **الخطوة الأولى :** وتتعلق بتخطيط عملية العلامات المرجعية، أي اختيار المجال التي سيتم مقارنتها وتطبيق العملية المرجعية عليها، وكذلك تحديد المرشحين للعلامات المرجعية.

- **الخطوة الثانية :** بمجرد تنمية خطة العلامات المرجعية فإن الخطوة الثالثة تتمثل في إجراء دراسة العلامات المرجعية والتي تبدأ بقياس عملية التشغيل الخاصة بالشركة وإجراء التقييم الكمي والقيام بعملية تحليلية وفي هذه الخطوة يتم Site visits و الزيارات الميدانية Surveys جمع بيانات العلامات المرجعية وذلك من خلال أسلوب الاستقصاء .

فعندما تكون هذه البيانات متاحة للشركة فإنها عندئذ تستطيع أن تحدد الفجوة . فالشركة عندئذ تستخدم هذه المعلومات لتحديد مستويات الأداء التي يجب أن تحققها في المستقبل ولوضع أهداف طويلة الأجل في ضوء رؤية إستراتيجية للمستقبل .وبصفة عامة، فإن العديد من الشركات في الدول المتقدمة تميل إلى تطبيق العلامات المرجعية لتطوير وتحسين أدائها وتحقيق الميزة التنافسية.

**الخطوة الثالثة :** وتتعلق بقبول نتائج العلامات المرجعية ، ففي الغالب نجد أن دراسات العلامات المرجعية تكشف عن ممارسات ومستويات أداء جديدة والتي تعكس الإبداع والتطور.

قدم عدة مقترحات للحصول على القبول الخاص بصلاحية نتائج Robert c.comp وفي هذا الصدد فإن دراسات العلامات المرجعية وقابليتها للتطبيق والتي من بينها ما يلي :

- توثيق طبيعة وطريقة عمل أفضل الممارسات.

- أخذ الأفراد المسؤولين عن التشغيل في زيارات ميدانية لمشاهدة أفضل الممارسات لأول مرة.

- زيادة درجة المصداقية للنتائج من خلال عدة مصادر .

- توفير المعلومات.

ثابت عبد الرحمان إدريس، مرجع سبق ذكره، ص 251.<sup>29</sup>

عيسى قعادة، ركد عبد الله الطائي، إدارة الجودة الشاملة، داراليازوري، الطبعة العربية، الأردن، 2008، ص 218.<sup>30</sup>

ثابت عبد الرحمان إدريس، مرجع سبق ذكره، ص 251-254.<sup>31</sup>

**الخطوة الرابعة :** وتتعلق بتنفيذ عمليات التحسين، إن ذلك يعني وضع الأهداف الممتدة في الأجل الطويل، والأهداف التي يمكن إنجازها في الأجل القريب، التخطيط لعملية التطوير والتحسين، وأخيرا التنفيذ الفعلي للتطوير والتحسين.

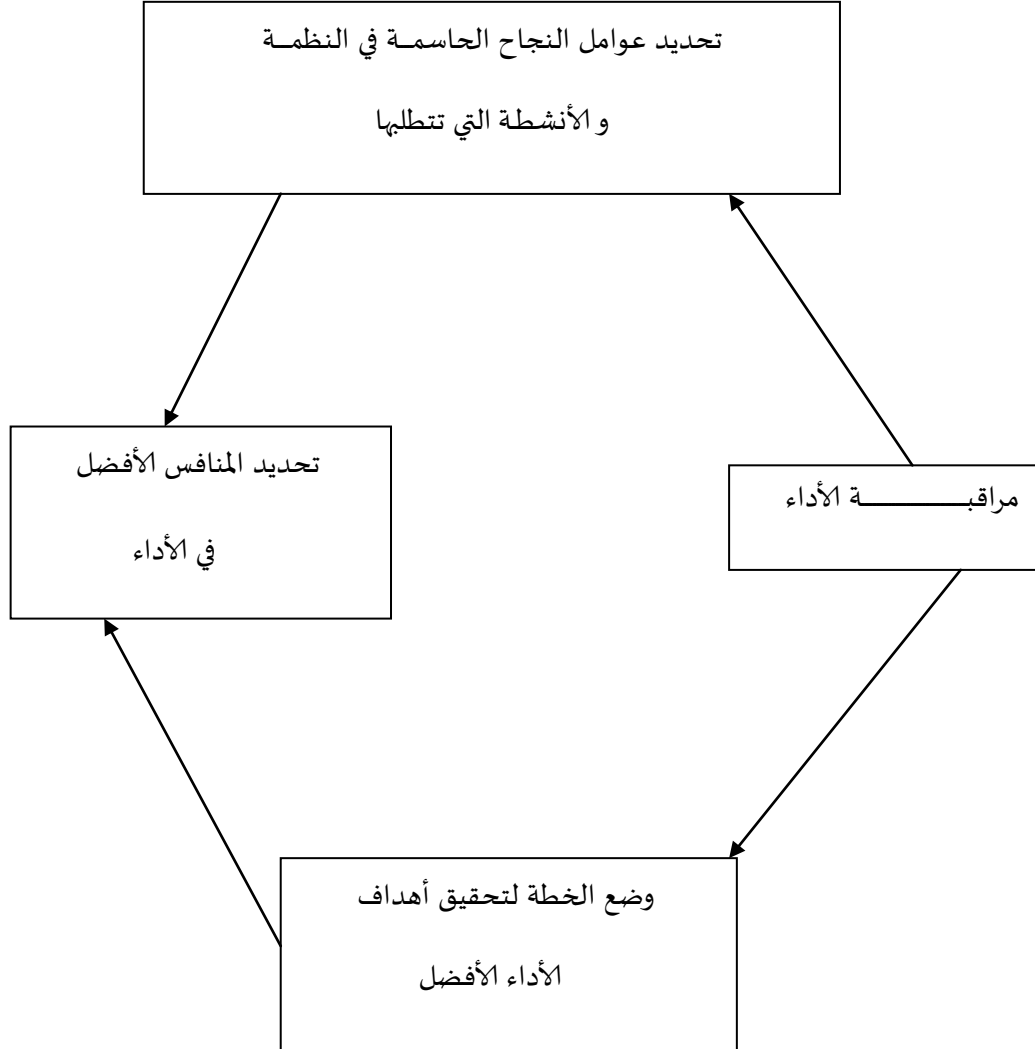
**الخطوة الخامسة :** وأخيرا تتعلق هذه الخطوة بمراجعة عمليات الشركة ومستويات أدائها بعد تطبيق خطة التطوير والتحسين للتأكد من مدى التوافق والجمع بين التفكير والإنتاج الخاصة بأفضل الأفضل.

ومن خلال النظر إلى العلامات أو المقارنات المرجعية السابق الإشارة إليها فقد يسأل البعض لماذا تسمح الشركة أن تقارن نفسها بغيرها.

ألا تفقد الشركة بذلك الميزة التنافسية، حيث يشاركها غيرها أسرارها.

ولكن الواقع يشير إلى عكس ذلك ومن ثم يقدم الإجابة على هذه التساؤلات حيث يتبين أن معظم الشركات الناجحة عالميا والتي تجري دراسات العلامات المرجعية وبشكل جاد ومتعمق لا تشعر بالقلق أو بالخوف من فقدان الميزة التنافسية في السوق، بل على العكس تجدها فرصة لتبادل المعلومات والتحسين من خلال التعلم من رواد الآخرين في السوق.

الشكل رقم 6: دورة المقارنة المرجعية .



المصدر: عيسى قداد، عبد الله الطائي، إدارة الجودة الشاملة، دار اليزوري للنشر والتوزيع، الكعبة العربية، الأردن، 2008، ص 222.

ثانيا : أسلوب إدارة الجودة الشاملة.

### 1- تعريف إدارة الجودة الشاملة:

تعددت تعاريف إدارة الجودة الشاملة، من بينها:

"هي نظام يتضمن مجموعة الفلسفات الفكرية المتكاملة والأدوات الإحصائية والعمليات الإدارية المستخدمة لتحقيق الأهداف ورفع مستوى رضا العميل والموظف على حد سواء".<sup>32</sup>

وتعرف أيضا : " هي منهج شامل لتحسين التنافسية والفعالية والمرونة في المنظمة من خلال التخطيط والتنظيم والفهم لكل نشاط وإشراك كل فرد في أي مستوى تنظيمي في المنظمة".<sup>33</sup>

### 2- مبادئ إدارة الجودة الشاملة:

اختلفت آراء الباحثين والكتاب حول المبادئ التي تقوم عليها إدارة الجودة الشاملة من بينها تلك التي اعتمدها اللجنة الفنية.

لـ ISO ومن بينها :<sup>34</sup>

أ- **التركيز على الزبون** : تعتمد المنظمة على زبائنها في استمرارها ونجاحها، مما يتوجب عليها فهم حاجاتهم الحالية والمستقبلية والعمل على تلبيةها والسعي بجد لتجاوز توقعاتهم.

ب- **القيادة** : تقع على القيادة المنظمة مسؤولية خلق وحدة الغرض والتوجه الكلي للمنظمة، وإيجاد البيئة الداخلية المناسبة التي تسمح للعاملين بالمشاركة الفاعلة في تحقيق الأهداف، والمحافظة على تلك البيئة.

ج - **مشاركة الأفراد** : إن فسخ المجال أمام جميع أفراد المنظمة للمشاركة في اتخاذ القرار يمكنهم من إظهار قدراتهم ومواهبهم مما يساعد على زيادة ولائهم وانتمائهم.

د- **التحسين المستمر** : إن التحسين المستمر للأداء الكلي للمنظمة يجب أن يكون هدفا ثابتا ومستمرا.

هـ- **مدخل الحقائق في اتخاذ القرار** : إن القرارات الفاعلة هي تلك المستندة على تحليل البيانات والمعلومات وليس على الحدس والتخمين أو الخبرة.

ي- **علاقة المنفعة المتبادلة مع المجهزين** : تعتمد المنظمة والمجهزين كلا على الآخر، إذ تربطهم علاقة مصلحة مشتركة، تؤدي عند إدارتها بكفاءة إلى تعزيز قدرتها على خلق قيمة مضاعفة لكل منهما .

مجموعة عبد الفتاح رضوان، "إدارة الجودة الشاملة"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، مصرن 2013، ص 25.<sup>32</sup>  
عيسى قدارة، عبد الله الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 75.<sup>33</sup>  
محمد عبد الوهاب العريزي، "إدارة الجودة الشاملة"، دار البازوري، الطبعة العربية، الأردن، 2005، ص 40-41.<sup>34</sup>

## 3- مراحل تطبيق إدارة الجودة الشاملة :

تمر عملية تطبيق إدارة الجودة الشاملة بخمسة مراحل أساسية هي :<sup>35</sup>

- **مرحلة اقتناع وتبني الإدارة لفلسفة إدارة الجودة الشاملة.**

إذ أن في هذه المرحلة، يتم تقرير إدارة المنظمة عن رغبتها في تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة ومن هذا المنطق يبدأ كبار المديرين بالمؤسسة بتلقي برامج تدريبية متخصصة عن مفهوم النظام وأهميته ومتطلباته المبادئ التي يستند إليها.

- **مرحلة التخطيط :** وفيها يتم وضع التفاصيل للتنفيذ وتحديد الهيكل الدائم والموارد اللازمة لتطبيق النظام.
- **مرحلة التقويم:** والغرض منه تهيئة الأرضية المناسبة للبدء في تطبيق إدارة الجودة الشاملة.
- **مرحلة التنفيذ :** إذ يتم اختيار الأفراد الذين سيعهد إليهم بعملية التنفيذ، ويتم تدريبهم على أحدث وسائل التدريب المتعلقة بإدارة الجودة الشاملة.
- **مرحلة تبادل ونشر الخبرات :** هنا يتم استثمار الخبرات والنجاحات التي يتم تحقيقها من تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة.

## 4- فوائد تطبيق إدارة الجودة الشاملة :

الفوائد من تطبيق إدارة الجودة الشاملة يمكن إيجازها بما يأتي:

- تحسين النوعية للخدمة.
- الرقي بمستوى الأداء لدى العاملين كافة.
- يساعد على تخفيض تكاليف الخدمات وغيرها.
- تحقيق رضا العاملين وزيادة ولائهم وانتمائهم للمنظمة .
- استمرار قدرة المؤسسة على المنافسة والبقاء.

<sup>35</sup>-هناء محمود القيسي، فلسفة إدارة الجودة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، ص 87.

## خاتمة الفصل :

إن عملية تقديم الخدمة تختلف في جوانب عن عملية إنتاج السلع من بينها عدم تجانس المخرجات وهذا مهما حاولت شركات التأمين أو غيرها من المؤسسات الخدمية تنميطها وهو ما يجعل التحكم في جودة الخدمة وضمانها أمرا غاية في الصعوبة خاصة وأن العميل جزء رئيسي من عملية تقديمها والذي يعتبر العامل الأكثر أهمية في تحديد جودة الخدمة من جهة نظر شركات التأمين.

يرى العميل في نفسه أن الحكم على جودة الخدمة يخضع لعدة معايير ومؤشرات تعد في نظره أجزاء جد مهمة من الخدمة، وحتى تتمكن شركات التأمين كسب عميلها عليها أن تقدم خدمات في المستوى ما هو مطلوب من قبله، ومن ثمة البحث عن كل ما من شأنه تحسين الجودة المقدمة إلى ما هو أفضل، بالاعتماد على مجموعة من النماذج تقيس بها الجودة المقدمة مقارنة مع ما يطلبه العميل، وما تقدمه الشركات المنافسة.

# الفصل الثالث

دراسة حالة الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة  
التأمين  
« CAAR » - مستغانم

## مقدمة الفصل :

يتميز السوق الجزائري للتأمينات بتنوع المنتجات و السبب يرجع إلى النهضة الاقتصادية التي تسعى الدولة الجزائرية إلى تحقيقها عن طريق الإصلاحات الاقتصادية المعتمدة في كل من المجال المالي والصناعي وغيرها وخاصة عندما انتهجت الجزائر سياسة الإنفتاح التام للسوق الجزائري للاستثمار.

وتعتبر الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين من أقدم وأهم شركات التأمين بالجزائر عملت على توفير خدماتها عبر التراب الوطني من خلال مديرياتها الجهوية ووكالتها المختلفة ولعل أهم التحديات التي تواجه هذه الشركة تكمن في كيفية تميزها في سوق المنافسة وإبراز جودة خدماتها لعملائها قصد اكتساب رضائهم وبالتالي وفائهم لها دون الشركات الأخرى المتواجدة في السوق.

لقد قمت في هذا الفصل باختيار وكالة تابعة للقطاع العام "الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين وذلك قصد إلقاء نظرة عن الواقع العملي لقطاع التأمين.

## المبحث الأول: قطاع التأمين في الجزائر

ولقد كان النظام السائد في الجزائر بعد استرداد السيادة الوطنية نظام التأمين الفرنسي لسنة 1930، ولأنه كان يتصف بالضعف والتعقيد ونقص الحماية فقد عمل المشرع الجزائري على إصدار عدة نصوص قانونية لإرساء نظام تأمين جديد وإنشاء مؤسسات تأمين جزائرية وهذا ما سنتطرق إليه بشيء من التفاصيل .

## المطلب الأول: بنية قطاع التأمين في الجزائر:

يتكون قطاع التأمين في الجزائر مما يلي :

## 1- هيئات المراقبة والتأطير.

- المجلس الوطني للتأمين CNA Conseil National Des Assurances أنشئ هذا المجلس في 25 جانفي 1995 وهو تابع لوزارة المالية ويسعى إلى تطوير نشاط التأمين كما يهتم بمشاكل كل سوق التأمين بصفة عامة بما فيها شركات التأمين والمؤمن لهم ومحيط قطاع التأمين وتكثف فيه هيئات مختلفة : وزارة المالية ، شركات التأمين ، المؤمن لهم، وزارات أخرى...<sup>36</sup>

- الإتحاد الجزائري للتأمين وإعادة التأمين UAR Union Des Assurances Et Des Réassurances

أنشئ في 22 فبراير 1994 له صفة الجمعية المهنية وهو يختلف عن المجلس الوطني للتأمين كونه يهتم بمشاكل المؤمنين فقط حيث لا تشمل عضويته إلى شركات التأمين وإعادة التأمين.<sup>37</sup> وهناك مؤسسات أخرى لتنظيم التأمين بالجزائر موضحة فيما يلي:

- مديريات التأمين (Direction Des assurances) DGT du MF
- مجلس مراقبة التأمينات (Commission De Supervision Des Assurances)
- الشركة المركزية لإعادة التأمين (Compagnie Centrale De Réassurances) CCR

## 2- مؤسسات التأمين الناشطة في الجزائر (هيكل قطاع التأمين في الجزائر):

## أ- الشركات :

1- الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR أنشئت سنة 1963 برأسمال 27 مليار دينار تخصص في الأخطار الصناعية.

2- الجزائرية للتأمين (شركة مصرية جزائرية) SAA أنشئت سنة 1963 برأسمال 3.1 مليار دينار تخصص في السيارات .

<sup>36</sup> أنظر إلى الموقع : <http://www.cna.dz> تاريخ الإطلاع 2017/05/05.

<sup>37</sup> أنظر إلى الموقع : <http://www.caar.com.dz> تاريخ الإطلاع 2017/05/05

3- الجزائرية للتأمين الشامل CAAT أنشئت سنة 1985 برأسمال 1.5 مليار دينار تخصص في أخطار النقل.

4- المركزية لإعادة التأمين CCR أنشئت سنة 1975 برأسمال 2 مليار دينار تخصص في إعادة التأمين.

#### ب - التعاضديات :

1- الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA برأسمال 100 مليون دج تخصص في تأمين الأخطار الفلاحية .

2- التعاضدية الجزائرية MAATEC برأسمال 100 مليون دج تخصص في تأمين عمال التربية والثقافة.

- الشركات المعتمدة بعد صدور الأمر 07-95 المتعلق بالتأمينات :

#### ج- شركات التأمين المتخصصة :

1- الشركة الجزائرية لضمان الصادرات CAGEX رأسمالها 450 مليون دج تخصص لضمان العمليات الموجهة للتصدير تأسست عام 1996

2- شركات ضمان القرض العقاري SGCI رأسمالها مليار دج تخصص في تقديم ضمانات القروض العقارية تأسست عام 1997.

3- الشركة الجزائرية لضمان قرض الاستثمار AGCI رأسمالها 2 مليار دج تخصص لممارسة عمليات التأمين المرتبطة بمنح قروض الاستثمار الموجهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تأسست عام 1998.

#### د - شركات التأمين الأخرى:

1- شركة التأمين وإعادة التأمين TRUST ALGER برأسمال 1.8 مليار دج ، شركة جزائرية بحرينية قطرية تأسست عام 1997 .

2- الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين CIAR رأسمالها 450 مليون دج تخصص للقيام بمختلف أنواع التأمين تأسست عام 1998.

3- الجزائرية للتأمينات A2 تأسست سنة 1998 برأسمال 500 مليون دج .

4- شركة تأمين المحروقات CASH تخصص بالقيام بتأمين المحروقات، رأسمالها 1.8 مليار دج.

5- الشركة المتوسطة للتأمين GAM تخصص بالقيام بمختلف أنواع التأمين تأسست عام 2001.

6- الشركة العابرة للقارات وإعادة التأمين ANAH-RATS تأسست عام 2001.

7- شركة ريان للتأمين، تأسست عام 2001.

وهناك شركات خاصة أخرى كشركة Alliance وشركة سلامة للتأمينات<sup>38</sup>.

<sup>38</sup> انظر إلى الموقع : <http://www.cna.dz>

## المطلب الثاني : عموميات حول الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين

تعتبر الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين من أكبر شركات التأمين في الجزائر أنشأت بموجب قانون 63/167 المؤرخ في 08 جوان 1963 وأقتصر نشاطها في بداية الأمر على مراقبة شركات التأمين الأجنبية وكانت مكلفة بالمراقبة من خلال التنازل القانوني كانت تلزم مختلف الشركات التي تزاوّل نشاطها في الجزائر أن تتنازل عن حجم الأقساط بنسبة 10% لصالح الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين.

- وفي سنة 1975 تنازلت عن نشاط إعادة التأمين إلى الشركة المركزية لإعادة التأمين.
- أما في سنة 1985 تنازلت عن محافظتها في فرع النقل إلى الشركة الجزائرية للتأمين الشامل.
- وفي إطار إعادة هيكلة نشاطها أصبحت تختص بالتأمين عن الأخطار الصناعية وبعد التحولات الاقتصادية التي طرحت من طرف القانون سنة 1988 وتحولت إلى الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين بعدما كانت كصندوق للتأمين وإعادة التأمين .

وفي سنة 1989 ومع إلغاء قانون التخصص عملت الشركة من جديد على تجديد محافظتها في فرع القرض الموجه للتصدير إلى الشركة الجزائرية للتأمين وضمن الصادرات .

- الرأسمال الاجتماعي للشركة أنتقل من 500 مليون دج سنة 1994 إلى 2 مليار دج ثم 2.7 مليار دج سنة 1998.

- بلغ عدد عمال الشركة 1737 عامل سنة 1996 ثم انتقل إلى 1696 عامل سنة 1997 ليصل إلى 1964 عامل سنة 1998 ويرجع هذا الانخفاض إلى ذهاب عدد المتقاعدين في حين تصل إنتاجية كل عام إلى 2.5 مليون دج.

- نشاطات الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين تتمثل في نشاطين أساسيين هما :

- أولا: عمليات التأمين المباشر:

إن اقتصاد الجزائر بعد الاستقلال كان في حالة سيئة جدا وهذا ما جعل الجزائر تسعى إلى بناء اقتصادها من خلال المشاريع الاقتصادية الهادفة إلى تحقيق 5 التنمية الوطنية وتفاديا للأخطار التي تلحق بهذه المشاريع وكلفت الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين بتأمينها نظرا لخبرتها الواسعة في هذا الميدان ومن بين هذه المشاريع المؤمنة نذكر منها:

- منشآت المركبة لتمبيع الغاز.
- كل المركبات البتروكيمياوية .
- أساطيل النقل الجوي والبحري.
- مشاغل المساكن ومؤسسات التعليم.

وهذا ما يوضح لنا أن الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين تهدف إلى حماية أموال الدولة وممتلكاتها حيث أنها تختص في :

- تأمين الممتلكات .

- تأمين المسؤولية المدنية بأنواعها.

- تأمين الأشخاص.

- تأمين أخطار التنقل.

إن الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين بعد إلغاء التخصص ودخول مرحلة المنافسة مع بقية الشركات العاملة في نفس القطاع أصبحت تسعى إلى توسيع مجال نشاطها وتحسين أدائها لضمان حصتها في السوق وإشباع حاجات ومتطلبات اقتصاد السوق.

#### ثانيا : عمليات إعادة التأمين<sup>39</sup>.

إن هذه العملية تحدث عندما تتعرض إحدى الشركات أن تؤمن ضد خطر معين بمبلغ كبير يفوق إمكانيات الشركة المالية فتقبل العملية للمحافظة على عملائها ولكنها تحتاط لذلك وتقوم بالتأمين على الجزء الباقي لدى شركة تأمين أخرى وذلك لتوزيع الخطر على عدة مؤمنين حيث يشتركون في التعويضات عن حدوث الخطر المؤمن ضده.

إضافة إلى عمليات التأمين وإعادة التأمين تقوم الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين باستثمار الفوائد المتأتية من النشاط وذلك بمنحها القروض بفوائد أو بتوظيف أموالها كودائع في البنوك وبالمقابل تحصل على فوائد معتبرة إضافة إلى السمعة التي تتمتع بها الشركة في الميدان المالي حيث أن مبالغ استثمارها تزداد عاما بعد الأخرى.

#### ثالثا : التوظيف المالي:

على غرار الشركات الأخرى للتأمين فإن شركة التأمين عملت على تطوير ديناميكية للتوظيف المالي من خلال الإجراء المتبع في المادة والذي يعتمد على أمانة التوظيف.

إن هيكل التوظيف المالي للشركة يجب على كافة التزامات القانون الجزائري وكذا السياسة العامة المتبعة في الجزائر وقد سمحت هذه الآلية الجديدة للتوظيف المالي بتحقيق معدل مردودية لا بأس به في السنوات الأخيرة.

#### رابعا : توزيع الشبكة التجارية للشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين :

يمتاز المخطط الإداري للشركة بمجموعة من الوحدات والفروع المنتشرة عبر التراب الوطني تشرف عليها مديرية عامة يقع مقرها الرئيسي في محافظة الجزائر الكبرى وتتشكل حاليا من 5 فروع جهوية :

- وحدة 602 الحراش .

<sup>39</sup>-عزالدين فلاح، التأمين مبدئه وأنواعه، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى ، عمان الأردن، 2008، ص 17

حيث تتأسس المرتبة الأولى من حيث رقم الأعمال وذلك عن طريق الخبرة التي تكتسبها فهي تتعامل مع أكبر المؤسسات الصناعية مثل سونطراك ومصنع الحليب في جرجرة.

وتتفرع من هذه الوحدة 14 وكالة وقد سجلت نتيجة إيجابية وهي في تزايد مستمر وعدد عمالها 270 عامل.

- وحدة 203 بلوزداد :

تم تأسيس هذه الوحدة سنة 1991 وتغطي مختلف التأمينات وتتفرع من هذه الوحدة 13 وكالة ولديها 205 عامل وهي تتعامل مع أكبر المؤسسات الجزائرية والأجنبية ونذكر منها سونلغاز وسونطراك

- وحدة 503 قسنطينة.

تم تأسيس هذه الوحدة في 12 جانفي 1988 ولديها 64 عامل و11 وكالة وأكبر نسبة التأمينات التي تغطيها هي تأمينات السيارات ويلها التأمينات ضد الحريق.

- وحدة 401 وهران.

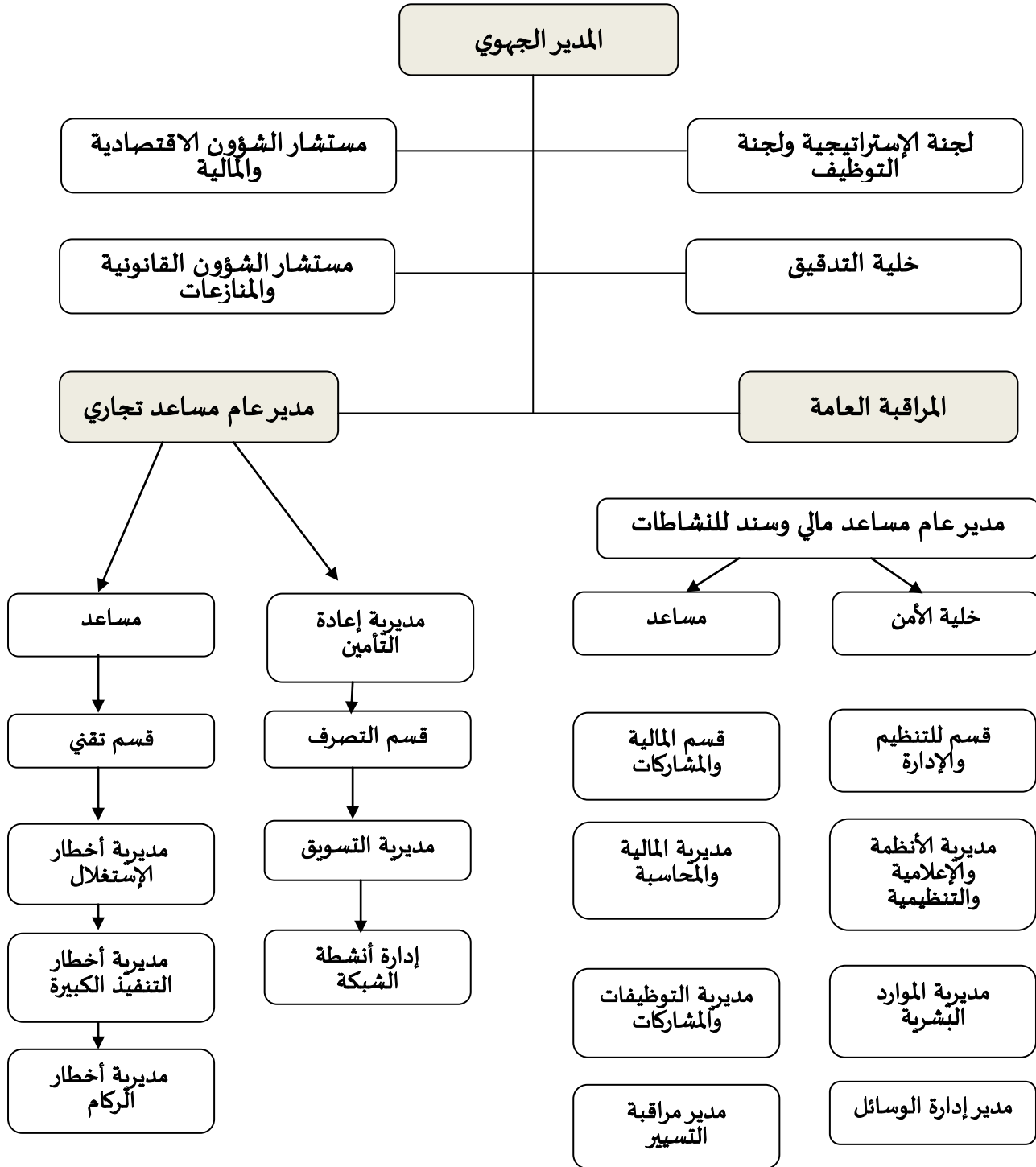
تغطي هذه الوحدة مختلف التأمينات وتتفرع إلى 21 وكالة ولديها 403 عامل وهي تتعامل مع أكبر المؤسسات الصناعية مثل سونلغاز.

- وحدة 302 عنابة.

تتفرع هذه الوحدة إلى 14 وكالة ولديها 280 عاملا وتغطي مختلف التأمينات وتتعامل مع المؤسسات الكبرى ومنها مركب الحجار للحديد والصلب.

خامسا : الهيكل التنظيمي للمديرية الجهوية للشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين .

الشكل رقم 01: الهيكل التنظيمي للوكالة محل الدراسة caar



المصدر: المجلة الدورية للشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين

سادسا: زبائن الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين :

- 1- المؤسسات العمومية الوطنية :
  - سونطراك.
  - الطيران الجزائري.
  - سونلغاز.
  - التصدير الدسمي للحليب.
  - الديوان الجزائري ONAB.
- 2- المؤسسات الأجنبية الخاصة .
  - BROWN et ROOT
  - INTERNATIONAL drogadon
  - Groupe international prise
  - فريق دولي international montage
  - شركة تأمين إيطالية وهي شركة تأمين التأمين الوسيطة (تونس – إيطاليا)
  - Podonoassicurazion

سابعا: شركاء الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين ::

- إن الشركة عضو نشيط في المنظمات الدولية التالية .<sup>40</sup>
- المنظمة الإفريقية للتأمين.
  - الاتحاد العام العربي للتأمين.
  - الفيدرالية الأفروآسية للتأمين وإعادة التأمين .
  - المكتب الساحلي الدولي بلندن.

فهمي هيكل، مقدمة في التأمين ، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، لبنان ، 2001 ، ص 56.<sup>40</sup>

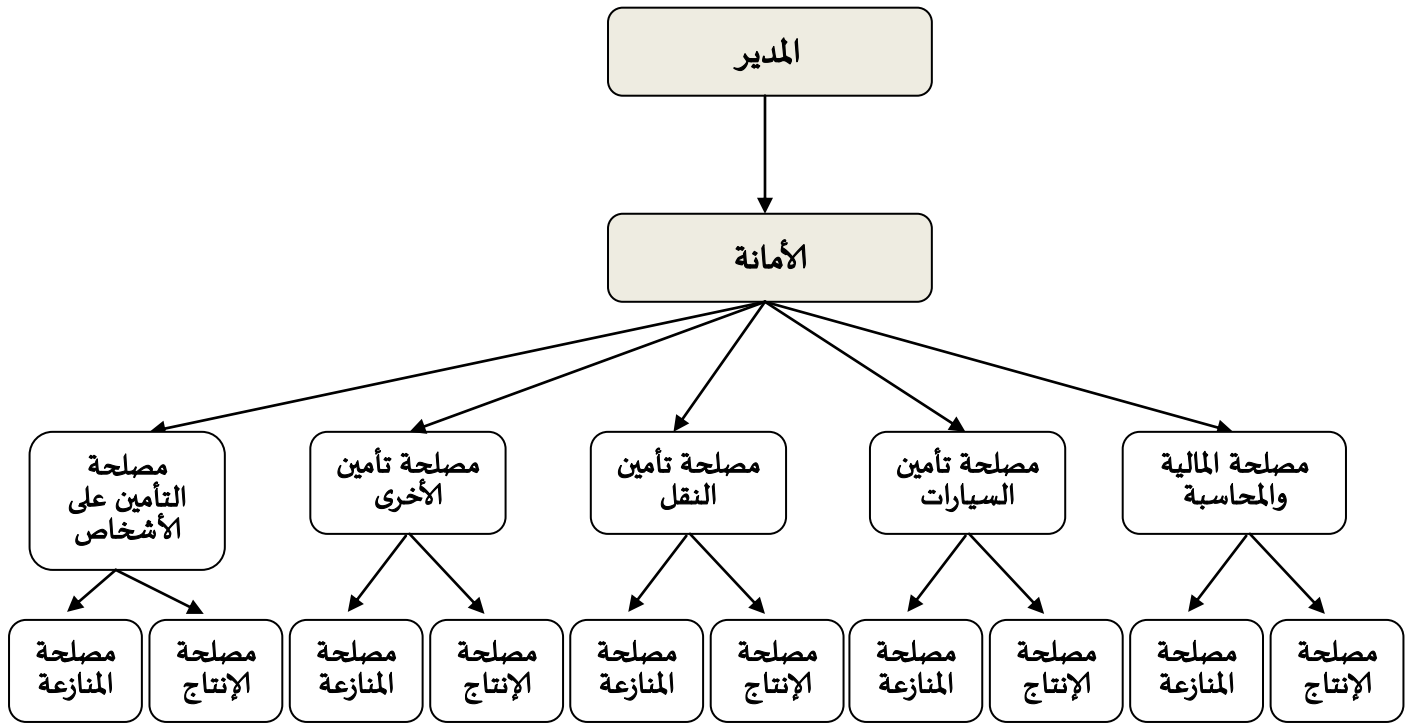
المبحث الثاني : الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين رقم 403 – مستغانم

المطلب الأول : التعريف بالوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين رقم 403 : – مستغانم

تعتبر وكالة مستغانم من إحدى الوكالات 21 التابعة لوحدة وهران رقم 401 وتم تأسيسها سنة 1963 فهي تغطي معظم أنواع التأمينات وتتعامل مع أكبر المؤسسات الصناعية والتجارية ومن بينها مطحنة الظهرة والشركة الوطنية لتكرير السكر وشركة (إينوب) لبيع الخشب ، حيث يبلغ عمالها 14 عامل موزعين على 4 مصالح وهي مصلحة الإنتاج ، ومصلحة التعويضات، وأيضا المصلحة التجارية وأخيرا المصلحة المحاسبية ولا تقوم هذه الوكالة بعملية إعادة التأمين بسبب نقص الميزانية.<sup>41</sup>

خليفي محمد بن عومر بن عودة ، التسيير المحاسبي في التأمينات ، من مذكرة المجستير ، جامعة قسنطينة، 2004، ص 71.<sup>41</sup>

الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين :



المرجع . من إعداد الطالبة بناء على معلومات من الوكالة

تحليل الهيكل التنظيمي للوكالة:

الهيكل التنظيمي للوكالة هو الإطار المحدد والموزع للمسؤوليات على الأفراد العاملين بالمؤسسة سواء كانوا منفذين أو مشرفين وللمؤسسة هيكل تنظيمي وظيفي يعمل على تقسيم الوظائف والمهام الداخلية وتحديد المسؤوليات بحيث يسهل اتخاذ القرارات واستمرارية المؤسسة والمصالح في المؤسسة تربطها علاقات وأنشطة متعددة ويأخذ الهيكل التنظيمي للوكالة رقم 403 المعلومات التالية:

#### أولا : مدير الوكالة

يتمثل في رئيس الوكالة الذي يستند إليه جملة من المهام باعتباره المستوى الأول والمباشر على سير الوكالة وتمثل في :

- مراقبة عقود التأمين وإمضاءها.
- مكلف بالأعمال القضائية مع المحامين.
- مكلف بأمر العمال من توظيف وترقية وإقامة.
- التدخل في حالة نزاع والفصل فيه بين المؤمن لهم وإحدى المصالح .
- مراقبة جميع النشاطات التقنية والمالية.
- مراقبة أنشطة المصالح التابعة للوكالة وتطبيق قرارات المديرية المركزية والجهوية.

#### ثانيا : مصلحة الأمانة العامة والمالية والمحاسبة

##### 1- الأمانة العامة

تعتبر المساعد الأول ويتمثل دورها فيما يلي:

- لها علاقة مباشرة مع الوحدة بوهران فهي همزة وصل تقوم بإيصال الوثائق كل 15 يوم.
- تأمين أحسن الأحوال البريد الصادر والوارد للوكالة والبريد السري الخاص بالمدير وكذلك البريد العادي وتتكفل أيضا بمهمة التسجيل والترتيب.
- تنظيم مفكرة المواعيد الرسمية للمدير كالزيارات والاجتماعات .
- حفظ الوثائق.
- إرسال الفاكس والعمل على الآلة الراقنة ومختلف التجهيزات كالإعلام الآلي.

## 2- مصلحة المالية والمحاسبة:

تختص بالإشراف الآلي والمحاسبي من خلال التدفقات والإيرادات المالية للمؤسسة وذلك بتحديد النفقات كما تقوم بتسجيل كل العمليات المالية الخاصة بالتأمين أو التعويض وكذا المصروفات إضافة إلى عمليات التسوية في نهاية الدورة كتنقيح الميزانية.

## 3- مصلحة الإنتاج:

وهي المصلحة التي تباشر العملية التأمينية من إصدار الوثائق وتحصيل الأقساط ومتابعتها وهي بدورها تتفرع إلى أربعة مصالح وهي :

مصلحة تأمين السيارات ومصلحة تأمين النقل ومصلحة تأمين الأشخاص ومصلحة تأمين الأخطار المتعددة ويتمثل دور هذه المصلحة في :

- تلقي طلبات التأمين من الراغبين في ذلك سواء على الحياة أو تأمين السيارات أو البضائع.
- إصدار وثائق التأمين.
- تحديد العمولات المستحقة للعملاء .
- مقدار قسط التأمين الذي يكون سنوي.
- بعض البيانات الأخرى التي ترتبط بنوع التأمين.
- تعديلات الوثائق أو إلغائها .

## 4- مصلحة الحوادث :

تحتوي هذه المصلحة على مكتبين يختصا بنوعين من الحوادث وهما :

- الحادث المادي: وهو في حالة وقوع أضرار مادية فقط كالسرقة والسطو والحريق والانفجار وأيضا انكسار الزجاج.

- الحادث الجسماني: وهو في حالة وقوع أخطار جسمانية وتطبق عنه نفس الإجراءات وأما الفرق في الوثائق بينه وبين الحادث المادي هو محضر السلطات المحلية أو القرارات القضائية وهي بدورها تقوم بما يلي:

- عمليات المراقبة والتأكيد من صحة الحوادث كما أنها تتلقى البيانات حول حادث ما .
- تتأكد من صحة هذه المعلومات عن طريق إرسال خبير متخصص في نوع من هذه المخاطر سواء كانت حريق أو حوادث أخرى...
- تتأكد من تاريخ إصدار وثيقة التأمين وتاريخ الحوادث.
- وجود الضمانات في وثيقة تتناسب مع نوع الحادث.
- تحديد قيمة الخسائر والمبالغ المراد تعويضها.
- تسجيل التعويضات المنصرفة في سجل التعويضات .

المطلب الثاني : نشاطات الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين وأهدافها<sup>42</sup>

## أولا : نشاطاتها

بصفة عامة تتمثل نشاطاتها هذه الشركة فيما يلي :

- التأمين ضد الأخطار المختلفة .
  - تعويض الزبائن في حالة وقوع الخطر.
  - تشغيل المدخرات اللازمة لتمويل التطور الاقتصادي الوطني.
  - المساهمة في تطور النظام المالي بصفة خاصة والاقتصاد بصفة عامة ولتحقيق هذه النشاطات يتطلب من الشركة الأخذ بالتوجيهات التالية :
  - العرض يكون لتغطية المخاطر.
  - التحسين المستمر بنوعية الخدمات المقدمة للزبائن خاصة باستعمال التكنولوجيات الجديدة وذلك لتسهيل عملية تقديم المعلومات .
  - الكفاءة والفعالية في تسيير العقود.
  - إمكانية الرفع والتحكم في التوازن المالي.
- ومن هنا نستنتج أن أهمية الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين دعم النمو الاقتصادي وذلك بحماية المؤسسات والأفراد من الأخطار التي يمكن تأمينها عن طريق تقديم خدمات ذات نوعية وبسعر جيد .

## ثانيا : أهدافها

- تتمثل أهداف الوكالة فيما يلي :
- البحث عن الربح وتحسين مستوى المردودية المالية.
- تنوع محفظة المنتجات (خدمات).
- حماية موقع الريادة لها في سوق التأمين ضد مخاطر التنقل.
- تحسين الحصص السوقية .
- تحسين وتحديث تسيير وتطوير الموارد البشرية.
- خلق مناصب عمل بتطوير الشبكة التجارية.
- ضمان نوعية جيدة للخدمات المقدمة للزبائن وبسعر جيد وذلك قصد كسب ولائهم .

شنا في آية، التسويق في مجال التأمينات دراسة مقارنة بين الوكالة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين والوكالة الوطنية للتأمينات ، مذكرة ماجستير، جامعة مستغانم ، 2013، ص 56.<sup>42</sup>

**المطلب الثالث: الخدمات المقدمة من طرف الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين - مستغانم**

تعرض الوكالة تشكيلة من الخدمات على زبائنها حيث بعد إلغاء التخصص أصبحت تمارس كل فروع التأمين كما حافظت على موقعها كرائد على جميع الأخطار الصناعية والنقل وذلك لخبرتها الطويلة فيهم ولقد نجحت في إحداث التوازن في محفظتها المالية ففي سنة 2013 قامت بتعويض حوالي 899.59 مليار دينار في كل مجالات التأمين ولديها أكثر من 40000 عقد تأمين موقع من طرف أكبر الشركات العامة والخاصة وكذا الأشخاص.

وتقوم الشركة بتقسيم خدماتها إلى :<sup>43</sup>

**أولاً : التأمين على الأشخاص :**

ويهدف هذا النوع من التأمينات إلى تغطية الأخطار التي قد تصيب الإنسان خاصة الوفاة ولقد بلغت نسبة الحصة السوقية المحققة من طرف هذا النوع 17.5% وذلك سنة 2014 وهنا عدة أشكال تعرضها الوكالة وهي :

- التأمين على الحادث الفردي : وهو عبارة عن عقد مبرم ما بين الوكالة ومع المؤمن له سواء كان محامي أو طبيب والذي يتعهد بمقتضى هذا العقد بدفع أقساط شهرية والمحددة ب 145000 دج كما أن الوكالة تقوم بدفع مبلغ تعويض في حالة تعرض المؤمن له إلى حادث سواء كان في حياته المهنية أو غيرها ويغطي هذا النوع ما يلي :

الوفاة والعجز الكلي :

**ثانياً : التأمين على السفر الفردي :**

ظهر هذا النوع من التأمين سنة 2004 ويكون في حالة وقوع حادث للمؤمن له نتيجة لرحلة خاصة أو رحلة عمل فيقوم المؤمن له بتحديد المدة التي سيقضيها خلال الرحلة سواء كانت (ثمانية أيام أو عشرة إلى غاية تسعون يوماً) كما أنه عند تعاقد المؤمن له مع الوكالة تسلم له بطاقة التأمين ويغطي هذا النوع :

- الوفاة والداء المزمن .

**ثالثاً : التأمين الجماعي :**

وهو تأمين مجموعة من الأشخاص الذين يمتلكون نفس الخصائص ونفس الشروط لتغطية خطراً وعدة أخطار قد تصيبهم وتلجأ إلى هذا النوع المؤسسات سواء كانت عمومية أو خاصة وذلك عن طريق اتفاقية ما

عمور لطيفة، التأمين والبنوك ، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الجزائرية للتأمينات ، دراسة ماجستير، جامعة مستغانم، 2013، ص 74 .<sup>43</sup>

بين الوكالة والمؤسسات فمثل جامعة تقوم بتأمين عمالها إضافة إلى سياراتهم فمن بين الشروط التي تفرضها الوكالة على المؤمن له في هذا النوع من التأمين نذكر ما يلي :

- أن يكون عدد العمال في المؤسسة المراد تأمينها أكبر من 30 عامل .
- أن يكون المؤمن له عامل بصفة دائمة وأن لا يتعدى سن 60 عاما .
- أن تقوم المؤسسة ( المؤمن له ) بتأمين العمال إضافة إلى تأمين السيارات.

#### رابعاً: التأمين على السيارات :

هذا النوع من التأمين إجباري لقيادة السيارات حيث يغطي الخسائر المادية والجسدية المسببة من طرف الغير كالسرقة والحريق وتحطم الزجاج وغيرها ولقد حصل هذا النوع على نسبة 20% من الحصص السوقية .

ويتم إبرام العقد وهذا بعد الاتفاق على الضمانات وعن مدة العقد .

#### خامساً: التأمين على الأخطار المتعددة:<sup>44</sup>

من أجل ضم عدة أخطار في عقد تأمين وحيد لجأ المؤمن إلى استعمال عقود تأمين تسمى بالأخطار المتعددة وهي تضمن الأخطار الرئيسية التي يتعرض لها المؤمن له كالتالي : الحريق والانفجار وأضرار المياه وانكسار الزجاج والمسؤولية المدنية ويشتمل هذا النوع من التأمين على الأنواع التالية :

- الأخطار المتعددة للتجار والحرفيين .
- تأمين الأخطار المتعددة على السكن .
- تأمين المؤسسات الصناعية الحريق والانفجارات .
- تأمين ضد الكوارث الطبيعية .
- تأمين المسؤولية المدنية الرياضية .

#### سادساً: التأمين على النقل :

تعمل الوكالة على تأمين وسائل النقل البرية والجوية ضد الأخطار التي تلحق بها أو بالبضائع التي تحملها أو المسافرين الذين تنقلهم وينقسم إلى :

- تأمين النقل الجوي والبحري .
- تأمين النقل البري .
- تأمين نقل الأشخاص.

بن أحمد ناصر، مكانة الجودة في المؤسسة الخدمية، دراسة حالة مؤسسة خدمية جزائرية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2008، ص73

44

المبحث الثالث : مجالات الجودة في الوكالة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين والعراقيل التي تواجهها .  
تعتبر هذه الوكالة من أفضل الوكالات المتواجدة في مستغانم وذلك لإنفرادها ببعض الخدمات إلا أنها تواجه بعض العراقيل التي سنذكرها.

#### المطلب الأول :مجالات الجودة في الوكالة :<sup>45</sup>

تغطي الوكالة نسبة كبيرة من التأمين على حوادث المرور فهي تسعى إلى حلول جديدة وامتيازات تسير بقطاع التأمين إلى الأمن دون نسيان المنتوجات الأخرى وتأخذ بعض منها :

قامت الشركة مؤخرا بما يسمى ( التأمين المساعد ) .

وهذا يشمل نقل السيارة المعرضة لحوادث مرور والتي تكون مؤمنة لدى الشركة عن طريق ناقل السيارة الخاصة، تقوم الوكالة بتعويض هذا الناقل وذلك حسب المسافة المنصوص عليها في العقد وذلك في أجل لا يتعدى 5 أيام من تاريخ الحادث وإذا مرت سنتين على تأمين وسيلة نقل لدى الشركة يستفيد المؤمن له من امتيازات وتخفيضات لقسط التأمين المدفوع وذلك كهدية لوفاء الزبون.

وتسعى الشركة إلى إعطاء كل جديد لزبائها تلي رغبتهم لكن تكون مضطرة في بعض الأحيان إلى التعامل بجدية قد تغلب على الاهتمام بهم وعلى سبيل المثال : وسائل النقل التي لديها أكثر من 10 سنوات سير يؤمن لها ببوليصة التأمين مدتها سنة كاملة وذلك بدلا من 6 أشهر أو 3 أشهر نظرا لقدمها ونسبة تعرضها لحوادث مرور أكثر من السيارات وهذا في نظر الشركة إن وحدة التأمين وإعادة التأمين بمستغانم خدمات تأمينية ذات جودة كبيرة ويمكن أن ندرجها في النقاط التالية :

- تأخذ La caar التأمين وإعادة التأمين بعين الاعتبار تهديدات المنافسين الجدد من خلال خوفها من نظام التعرف المطبق لديهم لأن الشركة الجزائرية للتأمين تعتمد على تعريفة إجبارية من قبل وزارة المالية.

- إن وصول الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين إلى معرفة أصل هذا التهديد يجعلها تأخذ بعين الاعتبار الحلول اللازمة ومنها عن طريق عدة سبل كالتوعية عبر الدعاية والإشهار في الإذاعة المحلية للولاية وإقامة ملتقيات مع المتعاملين المؤمنين وغير المؤمنين لديهم الخبرات بينها وبيننا أشقائها في الولايات المجاورة .

- إن الوكالة تسعى إلى السير بطريقة احترافية في مجال التأمين وذلك عن طريق إقامة ملتقيات.

- إن درجة حدة المنافسة في السوق التأميني بين مختلف الشركات الناشطة في نفس الولاية تعد ضعيفة حتما وذلك نظرا للثقة الكبيرة المكتسبة لدى شركة التأمين وإعادة التأمين عند زبائها وهذا من خلال عودة الزبائن إليها بعد الذعر من الشركات الأخرى المنافسة وهذا نظرا لصرامة التعليمات المطبقة من وزارة المالية.

كريمة شيخ ، إشكالية تطوير ثقافة التأمين عند المستهلك الجزائري، أطروحة دكتوراة، جامعة تلمسان، 2009، ص 41. <sup>45</sup>

- عند وجود إقتراحات حول منتوجات جديدة من قبل الوحدة بمستغانم تدرس تلك الاقتراحات وترسل إلى المكتب الجهوي بوهران ويقوم هذا الأخير بإرسالها إلى الشركة الأم وبعد الاتفاق عليها تطبق هذه الاقتراحات عبر كافة وكالاتها عبر الوطن .

#### المطلب الثاني : العراقيل التي تواجه الوكالة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين :

- افتقار الوكالة لنظام فعال للمعلومات الذي يعتبر أساسيا في اتخاذ القرار الصحيح في مجال تقديم الخدمة التأمينية .
- نقص الوعي التأميني لدى الأفراد وهي أهم سبب وأهم عائق في عملية الخدمة التأمينية تتميز بجودة وكذلك سياسة التعويض من شأنها أن تززع الثقة بين الوكالة والأفراد وذلك لاستغراقها وقت طويل في تسوية الإجراءات .
- نقص الطلب على بعض الخدمات التأمينية كالتأمين على الحياة وتأمين السكن من قبل الأفراد الراجع إلى تدني المستوى المعيشي حيث انه لا يتوجه الفرد إلى وكالة التأمين إلا إذا كان مجبرا من أجل تقديم ملف لإحدى المديریات أو المصالح كما يوجد تركيز فقط على الخدمات الإلزامية كالتأمين ضد حوادث السيارات .
- قسم الحوادث في الوكالة المدروسة يعد أصعب مصلحة لأنه يتناول قسم كبير في السوق التأمينية .

## خاتمة الفصل :

من خلال هذا الفصل تم تسليط الضوء على تجربة الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين في مجال الخدمات المقدمة ودرجة الجودة التي تميزها وتبين لنا أن الوكالة تبذل قصارى جهدها لجعل خدماتها ذات جودة .

ولتحقيق هذه الأهداف تتخذ الوكالة جملة من الإجراءات الدائمة والمستمرة وأهمها التحسين المستمر للجودة وخلق خدمات جديدة والعمل على تقديمها بطريقة توافق رغبات الأفراد ودرجة وعيهم .

وبالرغم من المجهودات التي تبذلها الوكالة إلا أن هناك بعض جوانب القصور في الأداء وهذا راجع إلى مسؤولي الوكالة تكمن أساسا في الإهمال الواضح للأنشطة ذات علاقة بدراسة جودة الخدمة التأمينية وأيضا نقص الموارد المالية المخصصة لدراسة خدمات جديدة .

# الخاتمة العامة

## خاتمة عامة :

لقد كان اقتصاد الدول مبني على أساس القطاع الصناعي وبعد التطورات التي شهدتها كل المجالات أصبح لقطاع الخدمات دورا كبيرا وعليه أصبحت المؤسسات الخدمية تفرض وجودها في القطاعات الاقتصادية . يعد قطاع الخدمات من القطاعات الخدمية الذي عرف تطورا كبيرا خصوصا فيما يتعلق بأهميته بالنسبة للفرد وهو الحصول على الأمان والطمأنينة وبالنسبة للمؤسسات من خلال رفع أدائها وضمان الاستقرار وبالتالي مساهمة الخدمات في تنمية الاقتصاد الوطني .

وعليه تسعى مؤسسات التأمين إلى تقديم خدماتها بطريقة ملائمة وتتميز بجودة في الأداء . يعتبر تقييم مستوى الجودة في الخدمات التأمينية ومن ثم تحسينها وتطويرها بشكل دائم ومستمر أمرا في غاية الأهمية بالنسبة لشركات التأمين فهي مضطرة لانتهاج استراتيجيات فعالة في تسويق خدماتها وتطبيق أساليب إدارية حديثة تستهدف بالدرجة الأولى تلبية احتياجات العميل التأمينية وتعظيم مصلحته وإشباع رغباته .

كما هناك عدة نماذج وأساليب لقياس وتحسين جودة الخدمة التأمينية وهذا من أجل كسب ولاء الزبون وجذب زبائن جدد .

وتعتبر الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين من أهم شركات التأمين بالجزائر حيث تقدم مختلف أنواع التأمين ، كما أنها تسعى إلى توسيع مجال نشاطها وتحسين أدائها لضمان حصتها في السوق. كما تعمل الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين على تحسين جودة خدماتها التأمينية وذلك من خلال خلق خدمات جديدة بطريقة توافق رغبات الأفراد وتلبي احتياجاتهم ، كما تقوم الوكالة بتقديم امتيازات وتخفيضات لقسط التأمين المدفوع وذلك كهدية لوفاء الزبون .

وتبين أنه بالرغم من أن مستوى جودة الخدمة المقدمة للعملاء بالوكالة كان مقبولا من طرف العملاء، إلا أنه لا يرقى إلى مستوى توقعاتهم، ويحتاج إلى تحسين وتطوير مستمر، كما أن الوكالة تواجه عراقيل التي تعيق نشاطها .

## النتائج :

- 1- يعتبر التأمين أداة فعالة في تقليل اثر الأضرار التي تصيب الفرد حيث ينقل عبء الخطر إلى عاتق شركات التأمين والذي يكون في شكل تعويض نقدي أو عيني يدفعه المؤمن مقابل التزام المؤمن له بسداد تكلفة التأمين المنفق عليه في العقد.
- 2- الخدمة التأمينية هي المنفعة أو مجموع المنافع التي يمكن أن يحصل عليها حامل وثيقة التأمين جراء اقتنائه لها وتؤدي إلى إشباع حاجاته ورغباته .
- 3- للخدمة التأمينية خصائص تميزها عن باقي الخدمات الأخرى .

- 4- تتمثل جودة الخدمة التأمينية في تحقيق رغبات الزبائن وتلبية احتياجاتهم .
- 5- تعمل الوكالة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين على تحسين جودة خدماتها التأمينية وذلك من خلال خلق خدمات جديدة بطريقة توافق رغبات الأفراد وتلبي احتياجاتهم .

# المراجع

الكتب

- أسامة عزمي سلام، إدارة الخطر والتأمين، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2007.
- أسامة عزمي سلام شقيري نوري موسى، "إدارة الخطر والتأمين"، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007 عمان، الأردن.
- إبراهيم عبد ربه، التأمين ورياضياته مع التطبيق على تأمينات الحياة وإعادة التأمين دارالجامعية للنشر، مصر.
- البكري تامرياسر، "تسويق الخدمات الصحية"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2005.
- بشير العلاق، "ثقافة الخدمة"، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- هاني حامد، تسويق الخدمات التأمينية، دار وائل للطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2002.
- هناء محمود القيسي، "فلسفة إدارة الجودة"، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011.
- زياد رمضان، "مبادئ التأمين"، دار الصفاء، الطبعة الأولى، 1998.
- حديدي معراج، "مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2004.
- حميد الطائي، بشير العلاق، تسويق الخدمات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- لحسن عبد الله باشيوة، نزار عبد المجيد البرواري، "إدارة الجودة مدخل التميز والريادة"، الوراق للنشر، الطبعة الأولى الأردن، 2001.
- مأموم الدراركة، طارق الشبلي، "الجودة في المنظمات الحديثة"، دار الصفاء، الطبعة الأولى، الأردن، 2002.
- محمود عبد الفتاح رضوان، "إدارة الجودة الشاملة،" المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، مصر، 2016.

- محمد عبد الوهاب العزازي، "إدارة الجودة الشاملة"، دار اليازوري، الطبعة العربية، الأردن، 2005.
- عز الدين فلاح، التأمين مبادئه وأنواعه، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- عبد العزيز فهي، هيكل "مقدمة في التأمين، دار النهضة العربية، للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 1999.
- عيسى قدارة، رعد عبد الله الطائي، "غدارة الجودة الشاملة"، دار اليازوري، الطبعة العربية، الأردن، 2008.
- فهي هيكل، مقدمة في التأمين، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2001.
- توفيق محمد عبد المحسن، "قياس الجودة والقياس المقارن"، دار الفكر العربي، مصر، 2004.
- ثابت عبد الرحمان إدريس، "كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية، دار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- ثامر أحمد البكري، تسويق الخدمات التأمينية، دار الإثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الشارقة، 2008.
- خضير كاظم حمود، "غدارة الجودة وخدمة العملاء"، دار الميسرة، الطبعة الأولى، عمان، 2002.

### الملتقيات

- نادية أمين محمد علي، استراتيجيات مستحدثة لتطوير المنتج بالتطبيق على وثائق التأمين، الملتقى العربي الثاني حول التسويق في الوطن العربي، الدوحة، قطر، 2003.

## المجلات

- إلهام نعمة كاظم، "تقييم جودة الخدمة التأمينية في شركة التأمين الوطنية فرع الديوانية"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 15، العدد 3، 2013.

- عبد الرحمان إدريس، قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات، دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت في المجلة العربية للعلوم الإدارية، الكويت، مجلس النشر العلمي، المجلد الرابع، العدد الأول، نوفمبر 1996.

## الرسائل العلمية

- بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العميل، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2004.
- برغوتي وليد، "تقييم جودة خدمات التأمين وأثرها على الطلب في شركات التأمين"، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، 2013، جامعة الحاج لخضر - باتنة.
- بونشادة نوال، استراتيجيات الأعمال في شركات التأمين الجزائرية في ظل انفتاح سوق التأمين بالجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، سطيف، 2006.
- بن أحمد ناصر، مكانة الجودة في المؤسسة الخدمية، دراسة حالة مؤسسة خدمية جزائرية، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2008.
- هوارى معراج، تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات التأمينية، رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر، قسم علوم التسيير 2005.
- كريمة شيخ، إشكالية تطوير ثقافة التأمين عند المستهلك الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة تلمسان، 2009.
- شافي آية، التسويق في مجال التأمينات، دراسة مقارنة بين الوكالة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين والوكالة الوطنية للتأمينات، مذكرة ماجستير، جامعة مستغانم، 2013.
- خليفي محمد بن عومر بن عودة، التسيير المحاسبي في التأمينات، مذكرة في الماجستير، جامعة قسنطينة، 2004.
- عمور لطيفة، التأمين والبنوك، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الجزائرية للتأمينات، رسالة ماجستير، جامعة مستغانم، 2013.

## مواقع الأنترنت

-www.cna.com.dz

-www.caar.com.dz

## قائمة المراجع باللغة الأجنبية:

-Stéphane Moissonas, Tean-claude Dufor, Marketing et services, éditions de la chenelière, 2006, p

67.