

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'enseignement supérieur
et de la recherche scientifique
Universitaire de Bouira
Colonel Akli Mohend Oulhadj
Bouira



وزارة التعليم العالي
و البحث العلمي
جامعة البويرة
العقيد أكلي محمد أولحاج
البويرة

معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
تخصص: بنوك وتأمينات

تقرير تربص
لنيل شهادة الليسانس LMD
عنوان المذكرة

دراسة جودة الخدمات التأمينية
دراسة حالة الصندوق الجهوي للتعاون
الفلاحي CRMA
بالأخضرية

تحت إشراف الأستاذ:

طيطاح أحمد

من إعداد الطلبة:

لبانجي حورية

جقبويي أعلام

السنة الجامعية 2012/2011

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال تعالى:

"يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا
العلم درجات"

سورة المجادلة الآية 11

قال صلى الله عليه وسلم:

"إِنَّ اللَّهَ يَجِبُ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ
يَتَّقِنَهُ"

حديث شريف

شكر ونفكار

<> الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله << الآية 41 من سورة الأعراف.

شكرا لله أولا وأخرا فهو الذي أماننا على إكمال هذه الدراسة، والصلاة والسلام

على رسولنا محمد صلى الله عليه وسلم.

عرفانا بالجميل نشكر على وجه الخصوص الوالدين الكريمين لما منحا لنا من حبه وحنان وإسنادنا

دون قيد أو شرط ووقفا عند أمره سبحانه وتعالى، أن نقدم الشكر لمن أجرى الله النعمة على

أيديهم لخدمة البشرية، حيث قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "...ومن صنع إليكم معروفا فكافئوه

فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه" رواه أحمد

وفي حديث آخر "من لا يشكر الناس لا يشكر الله".

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان للأستاذ المشرف "ططاطح أحمد" الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته،

فكان نعمة الأستاذ ونعم المشرف.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لكل موظفي وموظفات الصندوق الجموي للتعاون الفلحي بالأخصرية

لمساندتهم ودعمهم لنا في إكمال الدراسة التطبيقية.

كما نشكر كل من ساهم في انجاز هذا البحث من قريب أو من بعيد وجزاه الله عنا كل خير

وبارك الله لهم في عملهم وعمرهم.

أحلام / حورية

الخطوة

شكر وتقدير

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

مقدمة عامة..... أ-ب-ج-د

الفصل الأول: مفاهيم أساسية حول التأمين

تمهيد: 02.....

المبحث الأول: ماهية التأمين..... 03

المطلب الأول: نشأة ومفهوم التأمين..... 03

المطلب الثاني: وظائف التأمين..... 05

المطلب الثالث: تقسيمات التأمين..... 06

المبحث الثاني: عقد التأمين..... 08

المطلب الأول: مفهوم عقد التأمين..... 08

المطلب الثاني: أطراف عقد التأمين..... 09

المطلب الثالث: أركان عقد التأمين..... 11

المبحث الثالث: شركات التأمين..... 11

المطلب الأول: تعريف شركات التأمين..... 11

المطلب الثاني: أنواع شركات التأمين في الجزائر..... 12

المطلب الثالث: استراتيجيات تقديم الخدمة التأمينية..... 17

خلاصة الفصل..... 19

الفصل الثاني: أساسيات حول خدمة التأمين وجودتها

- 21.....تمهيد
- 22.....المبحث الأول: ماهية الخدمة التأمينية
- 22.....المطلب الأول: مفهوم الخدمة التأمينية
- 24.....المطلب الثاني: دورة حياة الخدمة التأمينية
- 26.....المطلب الثالث: استراتيجيات تقديم الخدمة التأمينية
- 27.....المبحث الثاني: الجودة
- 27.....المطلب الأول: مفهوم الجودة ومراحل تطورها.
- 31.....المطلب الثاني: أهمية الجودة ومستلزمات نجاحها.
- 33.....المطلب الثالث: أبعاد الجودة ودعائمها.
- 35.....المبحث الثالث: جودة الخدمة التأمينية.
- 35.....المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة التأمينية.
- 36.....المطلب الثاني: خطوات تحقيق جودة الخدمة التأمينية.
- 37.....المطلب الثالث: مؤشرات تقييم جودة الخدمة التأمينية.
- 40.....خلاصة الفصل

الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية

- 42.....تمهيد
- 43.....المبحث الأول: تقديم حول الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CRMA
- 43.....المطلب الأول: نشأة الصندوق الوطني CRMA ومفهومه
- 43.....المطلب الثاني: نشاطات الصندوق الوطني

45.....	المطلب الثالث: وظائف الصندوق وهيكله التنظيمي
47.....	المبحث الثاني: ماهية الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي CRMA
47.....	المطلب الأول: تأسيس الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي
47.....	المطلب الثاني: وظائف الصندوق الجهوي وأهدافه المختلفة
48.....	المطلب الثالث: تسيير الصندوق الجهوي ومصالحة المختلفة
52.....	المبحث الثالث: دراسة واقع الجودة في CRMA
52.....	المطلب الأول: الخدمات المقدمة من طرف الصندوق
53.....	المطلب الثاني: سياسة وميثاق الجودة المطبقة في الصندوق
54.....	المطلب الثالث: قياس رضا العملاء في الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي CRMA
55.....	المبحث الرابع: الدراسة الميدانية
55.....	المطلب الأول: تحديد مجتمع الدراسة وأسلوب جمع البيانات
57.....	المطلب الثاني: دراسة وتحليل البيانات
73.....	المطلب الثالث: اختيار الفرضيات وعرض نتائج الاستبيان
78.....	خلاصة الفصل
80.....	خاتمة
84.....	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

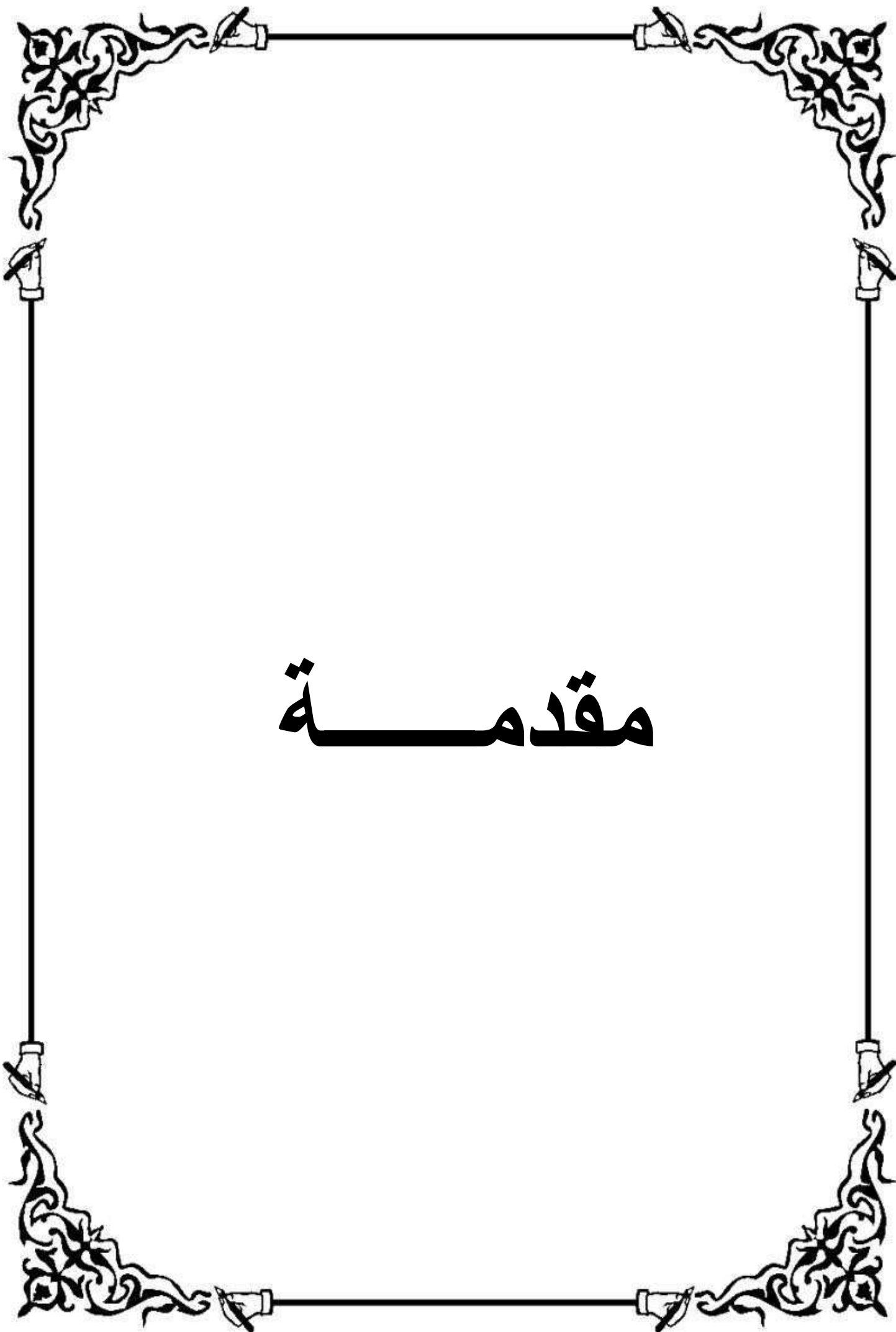
قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	رقم الصفحة
1	مراحل دورة حياة الخدمة التأمينية	26
2	مؤشرات جودة تقييم الخدمة التأمينية	39
3	تطور حجم الزبائن الجدد خلال الفترة 2006-2011.	54
4	نسبة العملاء المفقودين 2006-2011.	55
5	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	58
6	توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية	58
7	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.	59
8	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	59
9	توزيع مفردات العينة حسب عدد سنوات التعامل مع المؤسسة.	60
10	معرفة الزبائن التأمين، أنواعه، وفوائده.	60
11	رأي الزبائن حول التأمين	61
12	الحالات التي تزعم الزبائن في التأمين	61
13	غاية عمل شركات التأمين.	62
14	تقييم جودة الخدمة التأمينية من ناحية الملموسة.	63
15	تقييم جودة الخدمة التأمينية من ناحية الاعتمادية	65
16	تقييم جودة الخدمة التأمينية من ناحية الاستجابة	67
17	تقييم جودة الخدمة من ناحية التعاطف	69
18	تقييم جودة الخدمة من ناحية الأمان	71
19	التوزيع التكراري والنسبي لإجابات أفراد عينة الدراسة حسب درجة رضاهم عن الجودة الكلية للخدمة التأمينية.	73
20	ترتيب مؤشرات جودة الخدمات التأمينية CRMA بالأخضرية.	74

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	رقم الصفحة
1	تقسيمات التأمين	07
2	مؤسسات التأمين في الجزائر	16
3	دورة حياة الخدمة التأمينية	25
4	التطور التاريخي للجودة	31
5	مفهوم جودة الخدمة	35
6	الوزن النسبي لمؤشرات جودة تقييم الخدمة التأمينية.	39
7	الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتعاون الفلاحي.	46
8	الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتعاون الفلاحي بالأخضرية	49
9	التمثيل البياني لتقييم أفراد عينة الدراسة لمؤشر الملموسية.	64
10	التمثيل البياني لتقييم عينة الدراسة لمؤشر الاعتمادية	66
11	التمثيل البياني لتقييم عينة الدراسة لمؤشر الاستجابة	68
12	التمثيل البياني لتقييم عينة الدراسة لمؤشر التعاطف	70
13	التمثيل البياني لتقييم عينة الدراسة لمؤشر الأمان	72
14	التمثيل البياني لمؤشرات التقييمية لجودة الخدمة التأمينية	75

مقدمة



مقدمة عامة:

كما هو معلوم منذ خلق الإنسان على وجه الأرض وهو يسعى للحد من المخاطر التي يصادفها في حياته اليومية والتي قد تمس بحياته أو شخصيته أو حتى بممتلكاته والتي ازداد وطأها في عصر ازدادت فيه كثافة الحوسبة، الإنسان الآلي، الاتصالات الفورية، المنزل الحديث والمصنع الحديث، النقل بالطائرات والسفن والطرق السريعة، مما قد ضاعت من حجم ودرجة المخاطرة بظهور أنواع أخرى من المخاطر لم يعرفها الإنسان من قبل.

ويعتبر التأمين أفضل الأساليب لتغطية جل هذه الأخطار في العصر الحالي، ولكن ومن غير شك أن خدمات التأمين بمفهومها وخصائصها لم تكن حديثة العهد بل نشأة مع فكرة التعاون وتطورت بتقدم حياة الإنسان إلى أن وصلت إلى الصورة التي هي عليها الآن، حيث أصبح التأمين خدمة تباع وتشتري وما زاد من أهمية التأمين أنه أصبح من معايير التمايز في العصر الحديث، فقياس درجة التقدم الاقتصادي لأي دولة يعتمد على جودة قطاعا التأمين والمصارف، باعتبارهم من الخدمات غير المنظورة التي تؤمن حاجات المجتمع والمؤسسات.

يعد قطاع التأمينات من القطاعات التي شهدت ديناميكية كبيرة في السنوات الأخيرة خاصة أحداث 11 ديسمبر 2001. فيضانات باب الواد 10 نوفمبر 2001، وزلزال 21 ماي 2003، التي جاءت لتؤكد على أهمية التأمين في حياة الإنسان اليومية والعملية لما يوفر له من ثقة في النفس ويحرر باله من التفكير في المخاطر التي قد تصيبه دون سابق إنذار.

وتعتبر شركات التأمين من المؤسسات الخدمية المتخصصة في تقديم خدمات متنوعة ومختلفة وذات جودة تختلف من شركة إلى أخرى، خاصة بفتح سوق التأمين الجزائري أمام المنافسة بمقتضى الأمر 07/95 أي الانفتاح على السوق العالمي وفتح المجال للخوارج للمنافسة، وبالتالي استمرار مؤسسات التأمين في أداء نشاطها وضمنان نموها وتطورها مرهون بمدى قدرتها على جلب أكبر عدد من التعاملات وتلبية حاجات ورغبات العملاء، ويتوقف ذلك على مستوى جودة الخدمة التأمينية المقدمة من طرف الشركة.

إن تقييم جودة الخدمة وتطويرها بشكل دائم ومستمر يعتبر مهما لمؤسسات التأمين، لذلك على هذه الأخيرة وتطبيق أساليب إدارية حديثة تتماشى مع حاجات وتوقعات العملاء وتؤدي إلى تحقيق رضاهم وولاءهم.

كذلك يسعى الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي الذي قمنا فيه بإجراء هذا التربص إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية، يؤمن من خلالها بقاءه واستمراره وكذلك احتفاظه بحصته السوقية في ظل المنافسة الشديدة بينه وبين شركات التأمين حوله (SAA،CAAT)، فهو يحاول دائماً من خلال الخدمات المقدمة من طرفه إرضاء أكبر عدد من العملاء وبالتالي الاحتفاظ بهم وكسب ولاءهم.

ومن خلال ما سبق نتبلور في أذهاننا الإشكالية التالية:

- كيف يمكن استثمار مصطلح الجودة في مجال خدمات التأمين؟

لتوضيح مختلف جوانب الإشكالية المطروحة نقوم بإدراج التساؤلات التالية:

1- ما المقصود بالتأمين؟ وفيما يتجلى عقد التأمين؟

2- ماذا نعني بالجودة؟ وكيف تطبق على الختمات التأمينية؟

3- هل لدى زبائن CRMA معرفة كاملة عن التأمين وفوائده؟

4- هل المعايير التي يلجأ إليها زبائن CRMA بالأخضرية تختلف في أهميتها النسبية عند تقييم لجودة الخدمات التأمينية المقدمة إليهم؟

5- هل توجد علاقة بين معايير جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبائن عن الجودة الكلية للخدمة التأمينية؟

حتى يتم تحديد إجابة عن التساؤلات السابقة ندرج الفرضيات التالية:

* قد يكون التأمين الوسيلة المثلى للحد من الأخطار، كما أن عقد التأمين قد يكون ذلك الاتفاق بين طرفي العقد، يلتزم فيه المؤمن بدفع التعويض، والمؤمن له بدفع قسط التأمين.

* قد تكون الجودة هي القدرة على تلبية حاجات ورغبات الزبائن، أما جودة الخدمة التأمينية فهي المنافع التي يحصل عليها الزبائن من جراء شرائهم لبوليصة التأمين.

* ربما قد تكون لدى زبائن CRMA المعلومات الكافية عن التأمين.

* يمكن أن تختلف المعايير التي يلجأ إليها زبائن CRMA بالأخضرية في أهميتها النسبية عند تقييم لجودة الخدمة المقدمة إليهم.

* توجد علاقة بين معايير جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبائن عن الجودة الكلية لها.

أهداف البحث: إن الغرض من هذه الدراسة لا يخرج في حقيقة الأمر عن كونه محاولة لتحقيق الأهداف التالية:

* محاولة الاطلاع على واقع الجودة على مستوى الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالاختصاصية CRMA.

* محاولة سد الفجوة الموجودة في الأبحاث والدراسات الخاصة بتقنيات الجودة في قطاع التأمين، ولفت الباحثين إلى أهمية الموضوع وفتح المجال لهم لاثرائه ودراسته من جوانبه المختلفة.

* يهدف البحث إلى وضع استراتيجيات الجودة المناسبة لتقوية المركز التنافسي لشركات التأمين للتعامل مع مخاطر السوق المفتوحة بهدف تقليص فرص خروج هذه الشركات تدريجيا من هذه المنافسة.

وأخيرا يهدف البحث للتوصل إلى بعض النتائج والاقتراحات التي من الممكن أن تساهم في تطور جودة الخدمة في مؤسسات التأمين عامة وفي الهيئة المستقبلية خاصة.

أهمية الدراسة: يستمد هذا البحث أهميته من خلال أن مصطلح الجودة يلعب دورا هاما في قطاع التأمين وذلك من خلال الأهمية التي يكتسبها قطاع التأمين في حياة الفرد والمجتمع. إلا أن الاهتمام به من طرف الباحثين لا يزال ضعيفا، لذلك فهو يتطلب المزيد من الأبحاث والدراسات خاصة تلك المتعلقة بجودة الخدمة التأمينية.

أسباب اختيار الدراسة: يرجع اختيارنا لهذا الموضوع إلى الأسباب التالية:

- أولا محاولة تطبيق ما درسناه خلال سنوات الدراسة على سبيل المثال تسويق الخدمات التأمينية.

- كذلك نقص الدراسات والأبحاث المتعلقة بجودة الخدمة التأمينية وبالتالي توفير مرجع للزملاء الطلبة.

- حداثة الموضوع حيث أن مواضيع جودة الخدمات بصفة عامة والتأمينية بصفة خاصة تعد فضاء خصبا للبحث والإثراء.

- نقص الوعي لدى المؤسسات التأمينية الجزائرية بأهمية الجودة في تقديم الخدمات وما تحققه من ميزة تنافسية.

وأخيرا ربما السبب الأكثر أهمية هو الكوارث الأخيرة التي مست الجزائر لاسيما (العشرية السوداء، فيضانات باب الواد، زلزال 21 ماي...) والتي كان لها وقع شديد على نفوس الجزائريين والتي أبرزت غياب ثقافة التأمين لدى المواطن الجزائري.

المنهج المتبع: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلائم وطبيعة الموضوع حيث تم استغلال المعلومات عليه الوصف الخلفية النظرية للموضوع، ثم التوجه الى ميدان التربص والدراسة وجمع البيانات الخاصة بالمؤسسة والاستبيان ثم تبويبها بهدف اختيار الفرضيات واستخلاص النتائج.

ومن أجل دراسة ومعالجة الموضوع من مختلف جوانبه تم تقسيم البحث إلى 3 فصول منه فصلين نظريين وفصل تطبيقي.

وأما الفصل الأول فتناولنا فيه المفاهيم المتعلقة بالتأمين من خلال التعريف بنشأته ومفهومه، كما تم التطرق إلى تقسيمات وأهمية التأمين، وهذا من خلال المبحث الأول، أما المبحث الثاني، فتطرقنا فيه إلى مفهوم عقد التأمين، خصائصه، أطرافه، مبادئه، وأركانه. وفي المبحث الثالث قمنا بتعريف شركات التأمين وظائفها وعملياته، ووقفنا عند أهم شركات التأمين الجزائرية، وفي الفصل الثاني، تناولنا في المبحث الأول مفهوم الخدمة التأمينية وخصائصها ودورة حياتها وإستراتيجية تقديمها، وفي المبحث الثاني تناولنا المفاهيم المتعلقة بالجودة ومراحل تطورها، أهميتها ومستلزمات نجاحها، أبعادها ودعائمها أما المبحث الثالث فعالجنا فيه مفهوم جودة الخدمة التأمينية، خطوات تحقيقها، مؤشرات تقييمها. أما الفصل الثالث والأخير فهو يتعلق بميدان الدراسة ففي المبحث الأول قمنا بتقديم عام حول الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي نشأته ومفهومه هيكله، أهدافه، وفي المبحث الثاني وقفنا عند الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخصرية من خلال تأسيسه، أهدافه ومصالح تسييره وفي المبحث الثالث حاولنا تقييم واقع الجودة في CRMA من خلال أهم الخدمات المقدمة من طرفها، طبيعة عملاءها وكذا قياس رضاهم وفي المبحث الرابع والأخير قمنا بدراسة ميدانية حول الموضوع فحددنا مجتمع الدراسة واخترنا العينة المستهدفة وقمنا بدراسة وتحليل البيانات، اختبرنا الفرضيات وتوصلنا إلى عرض نتائج الاستبيان.

الفصل الأول:

مفاهيم أساسية حول التأمين

تمهيد:

ولد التأمين من التكافل الذي يرمي إلى إيجاد نوع من التعاون بين أفراد المجتمع، يساعدهم على مواجهة المخاطر التي تعترضهم، وذلك بقيام المشتركين بدفع أقساط دورية تكفي لتغطية الخطر المؤمن ضده.

وبعد تطور الحياة التجارية واتساع علاقات الأفراد والدول أصبح التأمين يلقي قبولا واسعا، فظهرت شركات التأمين بأنواعها وتخصصاتها والتي تدافع الأفراد نحوها يسعون للتأمين على حياتهم وممتلكاتهم وكذلك الشركات والمنشآت الصناعية والتجارية، ويرجع السبب في إقبال كل هؤلاء على التأمين هو ليس الشعور بالربح أو الكسب غير المشروع، بل هو التكافل والتضامن والتعاون في دفع ما يصيب الأفراد والمنشآت من جراء الحوادث والكوارث التي يتعرضون لها دون سابق إنذار.

ومن خلال هذا الفصل الخاص بعموميات حول التأمين سنحاول إدراج ثلاث مباحث، أما المبحث الأول فيتعلق بماهية التأمين، و المبحث الثاني سنتطرق فيه إلى عقد التأمين، وفي المبحث الثالث نتناول شركات التأمين.

المبحث الأول: ماهية التأمين

كما هو معلوم أن حياة الإنسان منذ ظهوره على وجه الأرض محفوفة بالمخاطر وعرضة في كل لحظة للعديد منها التي قد تصيبه بشكل مفاجئ، وهذه المخاطر مواكبة وملازمة لحياة الإنسان بشكل دائم. لذلك فإن الإنسان أينما كان وفي أي مجتمع حل يظهر في حالة اضطراب دائم، وهذا ما حدا بالإنسان ودفعه إلى السعي الدؤوب والعمل المتواصل والجهد الحثيث على الدوام لبذل كافة المحاولات للتغلب على هذه المخاطر وتجنبها، وربما كان أحسن الطرق لمواجهة هذا الخطر* هو التأمين الذي سنعرض على نشأته ومفهومه من خلال هذا المطلب.

المطلب الأول: نشأة التأمين ومفهومه

I- نشأة التأمين: تعود نشأة التأمين إلى العصور القديمة، فيعتبر التأمين البحري أقدم أنواع التأمين نظرا لارتباطه المباشر بالنقل البحري والتجارة البحرية. وليس لأن التجارة البحرية أقدم أنواع التجارة وإنما لأنها أكثر عرضة للعديد من المخاطر التي قد لا تعترض الأنواع الأخرى من التجارة، ويقال أن هذا النوع من التأمين أول ما عرف عند الصينيين والبابليين: فعند الصينيين لجأ تجار الصين القدامى إلى توزيع حمولات بضائعهم بعدة قوارب بدلا من تركيزها في قارب واحد والذي ترجم لاحقا في المثل الإنجليزي القائل (لا تضع البيض كله في سلة واحدة) وذلك تخفيفا وتلافيا لحدة وحجم الخطر وعند البابليين ورد في قانون «حمو رابي»* سنة 2250 قبل الميلاد ما يلي: «يستطيع البحارة أن يتفقوا فيما بينهم على أنه إذا فقد أحدهم سفينة ستشيد له سفينة أخرى بدلا منها، أما إذا فقد سفينته نتيجة لخطئه فلا يحق له المطالبة بغيرها، وإذا فقد سفينة نتيجة ذهابه إلى مسافات لا تذهب إليها السفن...»⁽¹⁾.

كما عرف العرب التأمين عند قدماء مصر حيث يذكر التاريخ المسجل على جدران المعابد أنهم كونوا جمعيات تعاونية لدفن الموتى نظرا لاعتقادهم بوجود حياة أخرى، وما يتطلبه ذلك من ارتفاع نفقات

* الخطر: لا يمكن إعطاء مفهوم موحد للخطر ولكن بالرغم من ذلك تكاد تتفق معظم المؤلفات على أنه «الخسارة المادية أو البشرية المحتملة نتيجة لوقوع حادث معين».

* حمو رابي: هو سادس ملوك بابل وأشهرهم وهو صاحب الشريعة المشهورة، حكم للفترة (1750-1792) ق م وأصدر شريعته المتمثلة في قانون حمو رابي المذكورة سلفا في السنة 30 من حكمه .

1- محمود جودة ناصر، إدارة أعمال التأمين بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان ،

مراسيم الوفاة كبناء المقابر وتحنيط الجثث وغيرها، وتتولى هذه الجمعيات الأنفاق على كل هذه المراسيم نيابة عن أسرة المتوفى ومقابل هذا يكون الشخص المتوفى قد سدد اشتراكا سنويا يدفعه قبل وفاته، وهو ما يعرف الآن بقسط التأمين وهذا النظام يمثل التأمين على الحياة بصورته الحالية⁽¹⁾.

II- مفهوم التأمين:

لولا وجود الخطر لما وجد التأمين فمن خلال تطرقنا لمفهوم الخطر وجدنا أن أحد وسائل مواجهته هو التأمين الذي تعددت تعريفاته والتي نذكر منها ما يلي:

التأمين: لغتا: التأمين في اللغة العربية مشتق من الأمن وهو طمأنينة النفس وزوال الخوف⁽²⁾.

أما اصطلاحا: يعني الاتفاق الذي تتحمله بموجبه شركة التأمين مسؤولية تغطية الأخطار المتفق عليها في العقد، مقابل دفعات يسدها المتعاقدون مع هذه الشركات تمثل أقساط التأمين⁽³⁾.

تعريف التأمين حسب "EVINGPEFFER": «التأمين هو وسيلة للتقليل من خسائر الأخطار التي يتعرض لها المؤمن عليه وذلك بتحمل المؤمن جزء من هذه الخسائر، فالمؤمن يقوم بتقديم للمؤمن عليه ما يعادل نسبيا الخسائر الاقتصادية أو الاجتماعية التي تعرض لها المؤمن له»⁽⁴⁾.

تعريف القانون المدني الجزائري للتأمين:

عرف في المادة 619: «التأمين عقد يلتزم المؤمن بمقتضاه أن يؤدي إلى المؤمن له أو إلى المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغا من المال أو إيرادا أو أي عوض مالي آخر في حالة وقوع الحادث أو تحقق الخطر المعين في العقد وذلك مقابل قسط أو أي دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له للمؤمن»⁽⁵⁾.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج مفهوم للتأمين كما يلي: « هو تحويل الخطر المحتمل الوقوع والذي لا يمكن لشخص أن يتحمل نتائجه المادية بمفرده إلى أخطار صغيرة مؤكدة ومحسوبة (أقساط التأمين) موزعة على أكبر عدد ممكن من الأشخاص معرضين لنفس الخطر، فإن طاقة كل منهم أن يتحمل نصيبه منها بسهولة».

1- عز الدين فلاح، التأمين مبادئه وأنواعه، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص ص (21،22).

2- عز الدين فلاح، مرجع سابق، ص6.

3- محمد جودة ناصر، مرجع سابق، ص ص (10-15).

4-Francoiseward, jean hervrelovenzy : encyclopedie de lassurance compose et imprimee par jouve, decembre 1997,page 5.

5-جديدي معراج: مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري، الطبعة الخامسة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون (الجزائر)، 2007، ص12.

المطلب الثاني: وظائف التأمين

تكمن أهمية التأمين في الوظيفة التي يؤديها وإذا تمعنا فيه جيدا نجده يقوم بمجموعة من الوظائف نذكر منها:

– الوظيفة الاقتصادية:

يعمل التأمين على الوظيفة الاقتصادية من خلال:

– حفظ الثروة المستغلة – زيادة الإنتاج – خلق رؤوس الأموال

أما من حيث الإنتاج: فهذا ناتج على أن التأمين ساعد الأفراد والمؤسسات على دخول ميادين جديدة ما كانوا ليدخلوها لولا وجود التأمين، كون التأمين قد وفر لهم حماية تأمينية. كما أن البنوك تقوم بتقديم تسهيلات إئتمانية لمن يطلبها، وذلك من خلال التأمين على حياة المقترضين لصالح الجهة الدائنة بقيمة القرض.

أما من حيث حفظ الثروة المستغلة: فيتم ذلك من خلال قيام شركات التأمين بتعويض المؤمن له إذا تضرر مصنعه مثلا نتيجة لوقوع الخطر المؤمن ضده، وبذلك فإن صاحب المصنع لن يخرج من الدورة الاقتصادية إذ أنه يكون قادرا على إعادة بناء ما تضرر من خلال التعويض الذي حصل عليه.

حيث أن وظيفة التأمين هنا هي إعادة المؤمن له إلى الوضع الذي كان عليه قبل وقوع الحادث بمعنى إلغاء الأثر المادي للحادث.

أما من حيث خلق رؤوس الأموال: يتم ذلك من خلال ما تجمعته شركات التأمين من مجموع اقساط المؤمن لهم، الذي يمكن الاستفادة منها بتمويل قطاعات الصناعة والتجارة والزراعة والاستثمارات الأخرى، وبذلك تساهم شركات التأمين بشكل مباشر في هذه المشاريع.

– الوظيفة الاجتماعية: يقوم التأمين بتوفير جو من الراحة والطمأنينة والهدوء لدى أفراد المجتمع

وينجم هذا عن هدم حاجز الخوف وبث الطمأنينة في نفوس الأفراد والهيئات، فتتقدم على الاستثمار والإنتاج دون تردد وخوف من الأخطار التي يمكن لها مواجهتها بالتأمين.

– إعداد الدراسات والأبحاث بهدف تقليل الخسائر وتخفيف وقوع الخطر:

إن شركات التأمين بحكم خبرتها الخاصة في مواجهة الأخطار وبحكم اتصالها بالشركات الأخرى، التي توفر لها رصيد هائل من المعرفة والخبرة يمكنها من تقديم الدراسات والإحصائيات التي تفيد جمهور المؤمن لهم للتعرف على أنجح الوسائل لمنع وتقليل الخسائر إلى حدودها الدنيا⁽¹⁾.

1- أسامة عزمي سلام، إدارة الخطر والتأمين، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص ص(90-92).

المطلب الثالث: تقسيمات التأمين

يمكن أن ينقسم التأمين بدوره إلى أنواع عديدة وذلك بحسب الزاوية التي ينظر فيها، فيمكن تقسيم التأمين إلى:

1- التقسيم من حيث طبيعة الغرض من التأمين:

الغرض من هذا التأمين هو تحقيق المصلحة الخاصة أو العامة ومن ثم نميز بين نوعين من التأمين هما:

- (أ) - **التأمين الخاص:** يشمل جميع أنواع التأمين التي يكون للفرد الحرية الكاملة في اختيارها أو عدم اختيارها دون أي إجبار من أي ناحية كانت كالتأمين على الحوادث والتأمين على الحياة.
- (ب) - **التأمين الاجتماعي(العام):** ويشمل على الأنواع التي يكون فيها الفرد المعرض للخطر ملزماً بالتأمين ضده، أي ملزم بحكم القانون وهذه التأمينات غالباً ما يفرضها القانون لأغراض اجتماعية، والتأمين الاجتماعي هو وجه من أوجه الضمان الاجتماعي الذي تنظمه الدولة ويتشارك الأفراد فيه مثل تأمين المعاشات، تأمين التقاعد.

2- من حيث موضوع التأمين والخطر المؤمن ضده:

يمكن تقسيم هذا النوع من التأمين إلى:

- (أ) - **تأمين الأشخاص:** ويمثل التأمين ضد المخاطر التي يتعرض لها الشخص وتصيبه في حياته أو صحته، في هذه المرحلة الشخص هو موضوع التأمين إذ يتعلق به الخطر المؤمن منه مباشرة مثل: التأمين على الحياة.

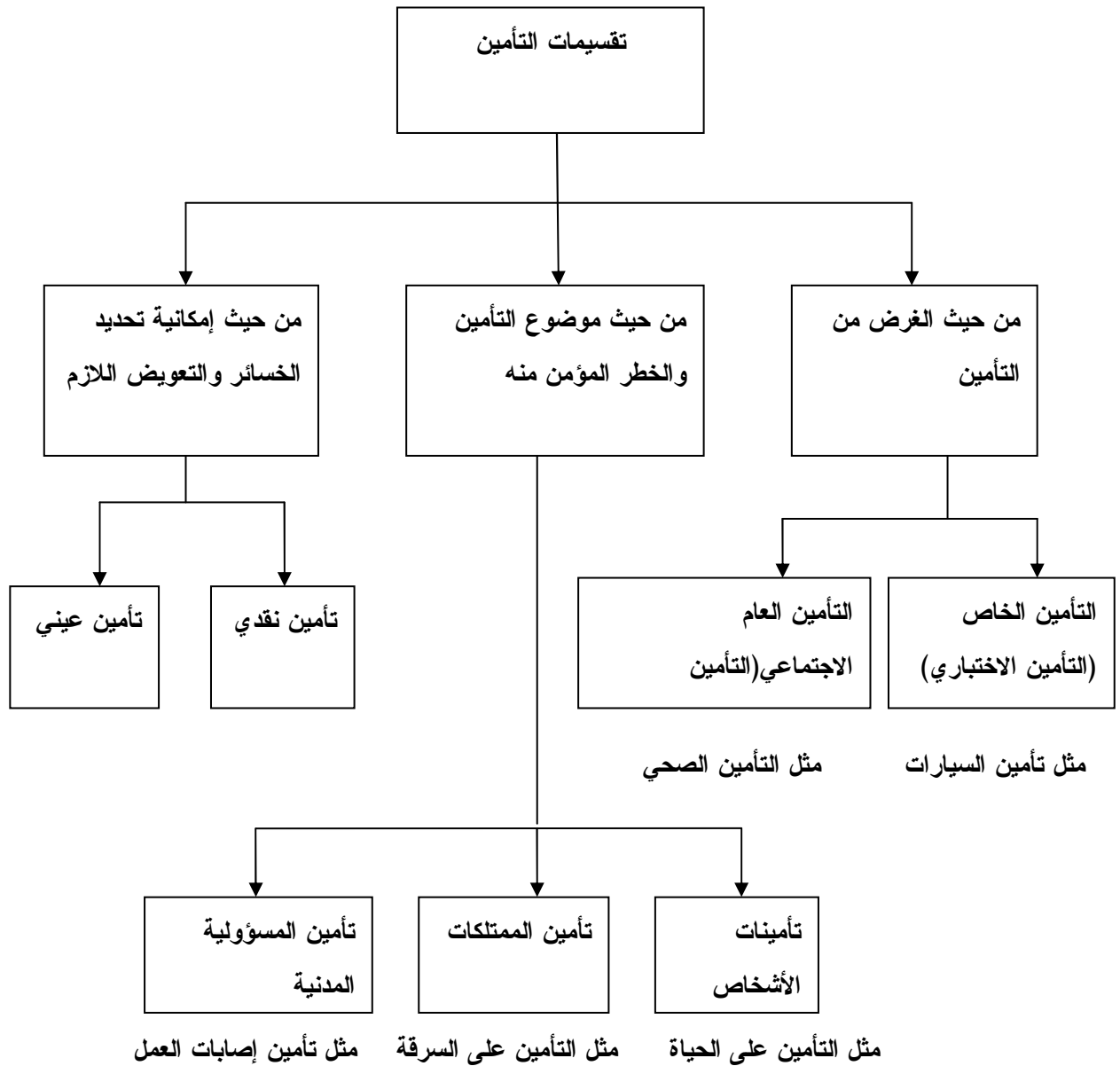
- (ب) - **تأمين الممتلكات:** يكون التأمين هنا متعلق بالخسائر التي تلحق ضرراً بممتلكات الشخص المؤمن له مثل: تأمين الحريق، تأمين السرقة.

- (ج) - **تأمين المسؤولية المدنية:** هنا يكون الخطر المؤمن ضده ناتج عن خطأ عن المؤمن له اتجاه الغير سواء أكان هذا الخطر مقصوداً أو غير مقصود مثل: تأمين إصابات العمل.

3- من حيث إمكانية تحديد الخسائر والتعويض اللازم:

في هذه الحالة يمكن تقسيم التأمين حسب قيمة التعويض المقبوض من الشركة للمؤمن له الذي يمكن أن يكون عينا أو نقداً، يمكن تحديد التعويض حسب قيمة الخسائر التي ألحقت بالمؤمن له، يهدف هذا النوع من التأمين إلى مساعدة المؤمن له إلى الرجوع إلى وضعه أو شبه وضعه السابق⁽¹⁾.

الشكل رقم (1): تقسيمات التأمين



المصدر: إعداد الطالبتين بناء على ما تم تناوله في الجانب النظري.

1- أسامة عزمي سلام، مرجع سابق، ص ص (94-97).

المبحث الثاني: عقد التأمين

المطلب الأول: مفهوم عقد التأمين

– تعريف عقد التأمين: هو اتفاق تلتزم شركة التأمين بمقتضاه أن تؤدي إلى المؤمن عليه أو المستفيد الذي عقد التأمين لصالحه مبلغ من المال في حالة وقوع الخطر المؤمن عليه والمبين في العقد، وذلك نظير أقساط أو دفعات مالية يؤديها المؤمن عليه لشركة التأمين⁽¹⁾.

ومن خلال هذا التعريف يتبين أن عقد التأمين يتميز بالخصائص التالية:

- (1) – عقد رضائي:** ويعني ذلك العقد الذي يكفي لانعقاده تراضي الطرفين أي الذي يكون فيه إيجاب وقبول.
- (2) – عقد احتمالي:** هو العقد الذي لا يستطيع أي من طرفي العقد تحديد المنفعة التي سيحصل عليها عند التعاقد، حيث لا يمكن تحديدها إلا عند تحقق الخطر، فاحتمال الكسب والخسارة أمر محقق لطرفي عقد التأمين.
- (3) – عقد المعاوضة:** بمعنى أنه العقد الذي يتلقى بمقتضاه كل أمر من المتعاقدين عوضاً لما قدمه، حيث المؤمن يأخذ القسط والمؤمن له يأخذ مبلغ التأمين⁽²⁾.
- (4) – عقد زمني:** هو ذلك العقد الذي يكون فيه الزمن عنصر جوهري، حيث يلتزم المؤمن بتحمل تابعة الخطر لمدة محددة وكذلك المؤمن له ملزم بسداد الأقساط في مواعيد محددة.
- (5) – عقد ملزم:** ينشئ عقد التأمين التزامات متبادلة على كاهل الطرفين، فيلتزم كل متعاقد اتجاه الآخر بأداءات معينة تحدد بمقتضى العقد.
- (6) – عقد إذعان:** هو ذلك العقد الذي يكون فيه طرف قوي يملئ شروطه على الطرف الآخر، أي الذي يقبل فيه أحد الأطراف بالشروط التي يعرضها إليه الطرف الآخر دون إمكانية مناقشتها، ومن أجل ذلك

1- عز الدين فلاح: التأمين مبادئه وأنواعه، مرجع سابق، ص 48.

2- أسامة عزمي سلام، مرجع سبق ذكره، ص ص (101، 102).

حرص المشرع على وضع قواعد لتوفير الحماية للطرف الضعيف لأجل أن تكون الكفة متوازنة بين الطرفين⁽¹⁾.

المطلب الثاني: أطراف عقد التأمين ومبادئه

I- أطراف عقد التأمين

لعقد التأمين مجموعة من الأطراف التي يجب مراعاتها، حتى يمكن التعامل معه على أسس قانونية أو تأمينية، والتي سنحاول التطرق إليها في هذا المطلب.

1- طرفا التعاقد: وهما المؤمن له الذي قام بالتأمين على الشيء موضوع التأمين، والمؤمن الذي هو شركة التأمين التي قبلت التأمين وتعهدت بالتعويض.

2- وثيقة التأمين: يقصد بها بوليصة التأمين التي تنشأ بمجرد اتفاق أطراف العملية التأمينية لإثبات عقد التأمين، وعملية التراضي بينهم، ويظهر بوثيقة التأمين كل شروط العقد سواء كانت عامة أو خاصة.

3- مبلغ التأمين: وهو المبلغ الذي يتعهد المؤمن (شركة التأمين) بدفعه إلى المؤمن له أو إلى المستفيد عند تحقق الخطر المؤمن ضده، وهو يتناسب طردياً مع قسط التأمين، أي كلما ارتفع القسط كلما كبر مبلغ التأمين والعكس صحيح⁽²⁾.

4- قسط التأمين: وهو الدفعة المالية التي يدفعها المؤمن له للمؤمن لقاء حصوله على عقد التأمين، وحساب قسط التأمين يعتمد على طبيعة الخطر ويختلف باختلاف الطبيعة من حيث ترددها النسبي ومدى الخسائر التي تسببها.

5- المستفيد: وهو الشخص الذي سيحصل على التعويض من شركة التأمين في حال حدوث الخطر المؤمن ضده في وثيقة التأمين والذي غالباً ما يكون هو المؤمن له.

6- مدة التأمين: وهي فترة سريان العقد.

1- جديدي معراج، مرجع سابق، ص ص(36، 37).

2- إبراهيم علي إبراهيم عبد ربه، التأمين ورياضياته، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 41.

(7) - المؤمن عليه (موضوع التأمين): وهو الشيء الذي تم التأمين عليه بمعنى أنه هو موضوع التأمين⁽¹⁾.

II - المبادئ القانونية لعقد التأمين:

يعتبر عقد التأمين من العقود القانونية ولذلك يخضع لمجموعة من الشروط والمبادئ والتي يمكن تصنيفها ضمن مجموعتين وأما المجموعة الأولى فتتمثل في:

(1) - مبدأ منتهى حسن النية: ويقوم هذا المبدأ على أساس أنه يجب على كل من طرفي العقد أن يمد الطرف الآخر بكافة المعلومات والبيانات والحقائق الجوهرية التي تتعلق بالخطر أو الشيء موضوع التأمين والظروف المحيطة به وكذلك تلك البيانات المتعلقة بعقد التأمين وشروطه.

(2) - مبدأ المصلحة التأمينية: ويقوم هذا المبدأ على أساس أن يكون للمؤمن له مصلحة مادية ومشروعة من بقاء الشيء أو الشخص على ما هو عليه ويتضرر في حال إذا لحق بالشيء أو الشخص حادث معين⁽²⁾.

(3) - مبدأ السبب القريب: يعني أن يكون الحادث المؤمن منه هو السبب المباشر والقريب لحدوث الخسارة، بمعنى أن يكون السبب الفعال الذي بدأت به سلسلة الحوادث المكونة للنتيجة دون تدخل من أية قوة أخرى ناشئة من مصدر جديد ومستقل عن السبب الأصلي وذلك حتى يلتزم المؤمن بدفع قيمة التعويض. هذه المبادئ الثلاثة تخضع لها جميع أنواع عقود التأمين دون استثناء. وأما المجموعة الثانية فتتمثل في:

(4) - مبدأ التعويض: ويقضي أنه في حال وقوع الخطر المؤمن ضده فإنه لا يجوز للمؤمن له أن يحصل على تعويض يزيد عن الخسارة الفعلية التي لحقت به.

(5) - مبدأ المشاركة: ينص على أنه إذا قام المؤمن له بالتأمين لدى أكثر من مؤمن أو شركة فإنه سيحصل على مبلغ التعويض مرة واحدة وتشارك جميع شركات التأمين في تعويض الخسارة عند تحقق الخطر، كل شركة حسب حصتها من مبلغ التأمين.

1- محمد جودت ناصر، مرجع سبق ذكره، ص ص(60،61).

2- أسامة عزمي سلام، مرجع سابق، ص ص(125 - 128).

(6) - مبدأ الحلول: ويقضي هذا المبدأ بإعطاء المؤمن الحق في الحلول محل المؤمن له في مطالبة طرف ثالث بتعويض قام بدفعه هذا الأخير، كما يمكن أن يحل المؤمن موضع المؤمن له في رفع الدعاوى والمطالبة بالحقوق من الطرف المتسبب في الخطر.

وهذه المبادئ الثلاثة تقتصر على تأمينات الممتلكات وتأمينات المسؤولية⁽¹⁾.

المطلب الثالث: أركان عقد التأمين

لقيام عقد التأمين يستوجب الأمر توافر عدة أركان نذكر منها ما يلي:

(1) - الرضا: يعتبر الركن الأساسي للعقد وهو يفيد تلاقي إرادة المؤمن له من جهة وإرادة المؤمن من جهة ثانية بالقبول والإيجاب من أجل إبرام العقد. وحتى يتم العقد يجب أن ينصب الرضا على عناصر التأمين الأساسية وهي الخطر المؤمن منه، القسط ومبلغ التأمين، فعقد التأمين لا يعقد إلا بالاتفاق على هذه العناصر.

(2) - المحل: يتمثل محل عقد التأمين في الخطر الذي يخشى المؤمن له من وقوعه في المستقبل، فالخطر هو المحل الذي يرد عليه عقد التأمين ويعتبر القسط محل التزام المؤمن له ومبلغ التأمين محل التزام المؤمن، فالؤمن له يلتزم بدفع مبلغ التأمين لتأمين المؤمن له من الخطر.

(3) - السبب: يكون السبب بشكل عام حول الغرض المباشر الذي يدفع بالمتعاقد إلى إبرام العقد وهذا ما يسمى في بعض النظريات بالسبب المقصود⁽²⁾.

المبحث الثالث: شركات التأمين

المطلب الأول: مفهوم شركات التأمين

تقوم بخدمة التأمين شركات متخصصة في أداء هذه الخدمة تسمى شركات التأمين والتي تعددت واختلقت التعاريف حولها، والتي نستوقف عند ذكر بعضها من خلال مايلي:

1- علي محمود بدوي، التأمين دراسة تطبيقية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، 2009، ص 2.

2- جديدي معراج، مرجع سبق ذكره، ص ص (54-58).

1- شركات التأمين هي "عبارة عن شركة تقوم بتقديم الخدمات التأمينية المختلفة للمستأمنين على أساس أن الخطر الذي يتم التعرض له هو خطر اقتصادي وقابل للقياس بطريقة حسابية، حتى وإن يتعرض له عدد كبير من الأفراد"⁽¹⁾.

2- تعتبر شركات التأمين شركة ذات الدور المزدوج فالى جانب قيامها بتقديم خدمة التأمين لمن يطلبها فهي مؤسسة مالية تتلقى الأموال من المؤمن لهم وهي كذلك تعمل كوسيط يقبل الأموال ثم تعيد استثمارها مقابل عائد شأنها شأن الأوراق التجارية⁽²⁾.

ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن شركات التأمين هي مؤسسات مالية تقوم بدور مزدوج من جهة أداء خدمة التأمين (التعويض)، ومن جهة أخرى تقوم باستثمار تلك الأقساط في مجالات واسعة للاستفادة من الربح وضمان الاستثمارية.

المطلب الثاني: أنواع شركات التأمين في الجزائر

بلغ عدد المؤسسات التي تزاوّل النشاط التأميني في الجزائر سنة 2004، 18 مؤسسة متمثلة في شركات عمومية، شركات خاصة، مؤسسات تعاضديه وشركات متخصصة كما يلي:

I- شركات التأمين العمومية: وهي ممثلة بـ 5 مؤسسات هي:

1- الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR:

تم إنشائها سنة 1963 وكانت مكلفة بعمليات إعادة التأمين، حيث كانت كل المؤسسات الوطنية ملزمة بوضع 10% من محفظتها لديها، وفي سنة 1975 تخلت عن عمليات إعادة التأمين للشركة المركزية لإعادة التأمين التي تم إنشائها لهذا الغرض، وفي سنة 1995 أصبحت شريكة في رأس مال الشركة الجزائرية لضمان الصادرات، بلغ رقم أعمالها سنة 2000 ما يقارب 4.29 مليار دينار جزائري وعدد عمالها 1700 عامل.

1- الأمير إبراهيم عثمان، الأنظمة المحاسبية المتخصصة، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007، ص 253.

2- حنفي عبد الغفار، الأسواق والمؤسسات المالية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 331.

(2) – الشركة الوطنية للتأمين S.A.A:

تأسست في 1963 حيث كانت عبارة عن شركة مختلطة جزائرية مصرية، تم تأمينها في 1966 وفي سنة 1975 أوكلت لها مهمة تأمين السيارات، الأشخاص، الأخطار البسيطة، وبعد إلغاء التخصص نوعت محفظة الشركة بضم الأنواع الأخرى للتأمين.

بلغ رقم أعمالها سنة 2000 ما يقارب 6.46 مليار دينار جزائري وتشغل أكثر 4325 عامل.

(3) – الشركة المركزية لإعادة التأمين CCR:

تم إنشاءها 1975 سنة من أجل المهام التالية:

– تطوير رؤوس الأموال الخاصة في قطاع التأمين.

– التعاون مع المؤسسات الوطنية في ميدان إعادة التأمين.

تتمتع هذه الشركة بشبكة علاقات مع آلاف شركات التأمين وإعادة التأمين الجزائرية منها والأجنبية بصفة مباشرة أو غير مباشرة عن طريق عملية الوساطة في مختلف أنحاء العالم.

(4) – الشركة الجزائرية للتأمين CAAT:

وهي شركة ذات أسهم ملك للدولة برأسمال قدره 1.5 مليار دينار جزائري، تمارس تقريبا كل انواع

التأمين.

(5) – شركة تأمين المحروقات:

تم اعتمادها سنة 1999 لممارسة كل عمليات التأمين وإعادة التأمين برأسمال قدره 1.8 مليار دينار جزائري، كان تخصصها في ميدان المحروقات خاصة فما يتعلق بمشاريع قيد الإنجاز، بعد 3 سنوات حققت رقم أعمال قدره 1.9 مليار دينار جزائري⁽¹⁾.

1- بشاري كريم، تسويق خدمات التأمين وأثره على الزبون، مذكرة ماجستير، التخصص تسويق، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2005، ص ص(89، 90).

II – شركات التأمين الخاصة: ونذكر منها ما يلي:**(1) – ترست الجزائر TRUST ALGERIA:**

تم إنشاء مؤسسة ترست الجزائر للتأمين وإعادة التأمين في 1997 وهي شركة ذات أسهم برأس مال مشترك (جزائري بحريني قطري) قدره 1.8 مليار دينار جزائري، وتتميز خدمات المؤسسة بالجودة والاستجابة لمتطلبات البيئة والمحيط حيث تملك خبرة في الميدان، وهذا ما سمح لها بتحقيق سنة 2000 رقم أعمال قدره 822 مليار جزائري وهذا بعد ثلاثة سنوات فقط من إنشائها.

(2) – الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين C.I.A.R:

تم إنشائها برأس مال قدره 450 مليون دينار جزائري، لها القدرة على مزاوله التأمين بكل فروعها، فضلا عن تأمين الأخطار العادية، بادرات الشركة بالبحث عن منتجات تأمينية جديدة مثل ضمان قروض البيع.

(3) – الجزائرية للتأمينات 2A:

تم اعتمادها سنة 1998 برأس مال قدره 500 مليون دينار جزائري، بعد سنتين فقط حققت 2A رقم أعمال قدره 345 مليون دينار جزائري.

(4) – شركة البركة والأمان:

تم اعتمادها سنة 2001 برأس مال قدره 480 مليون دينار جزائري، وهي شركة ذات أسهم مشتركة بين الجزائر والسعودية.

(5) – شركة الريان للتأمين:

تم إنشائها سنة 2001 برأس مال مشترك بين الجزائر وقطر، تتمتع هذه الأخيرة بشبكة توزيع واسعة في دول الخليج وتسعى لكسب مكانة محترمة في السوق الجزائرية.

(6) – الشركة العامة للتأمينات المتوسطة GAM:

تم اعتمادها في 2001 برأس مال قدره 500 مليون دينار جزائري، تسعى المؤسسة إلى تقديم خدمات متنوعة ومتميزة لربائنها.

III – المؤسسات التعاضدية (التعاونية):

توجد نوعين في السوق الجزائرية هما:

(1) – الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي: تم إنشائه في 1972، يعد هذا الأخير أكبر تعاونية

بالسوق الجزائري حيث قدر حجم الاشتراكات به بـ 2.27 مليار دينار جزائري سنة 2002.

(2) – التعاونية الجزائرية لتأمين عمال التربية والثقافة: تم اعتمادها في 1964، يقتصر

نشاطها على تأمين السيارات والأخطار المتعلقة بعمال التربية والثقافة، مما جعل حجم أعمالها 16 مليون دينار جزائري سنة 2002.

IV – الشركات المتخصصة: وتضم 3 شركات هي:**(1) – الشركة الجزائرية لضمان الصادرات:**

تم إنشائها في 1996 في شكل شركة ذات أسهم بمساهمة المؤسسات التالية: CNMA-BNA-
BEA-BDL-CPA-CAAR-SAA-CCR.

(2) – الشركة الجزائرية لضمان قروض الاستثمار AGSI:

أنشأت سنة 1999 برأس مال قدره 2 مليار دينار جزائري مشترك بين الدولة والبنوك العمومية وتمثل مهمتها في ضمان قروض الاستثمار.

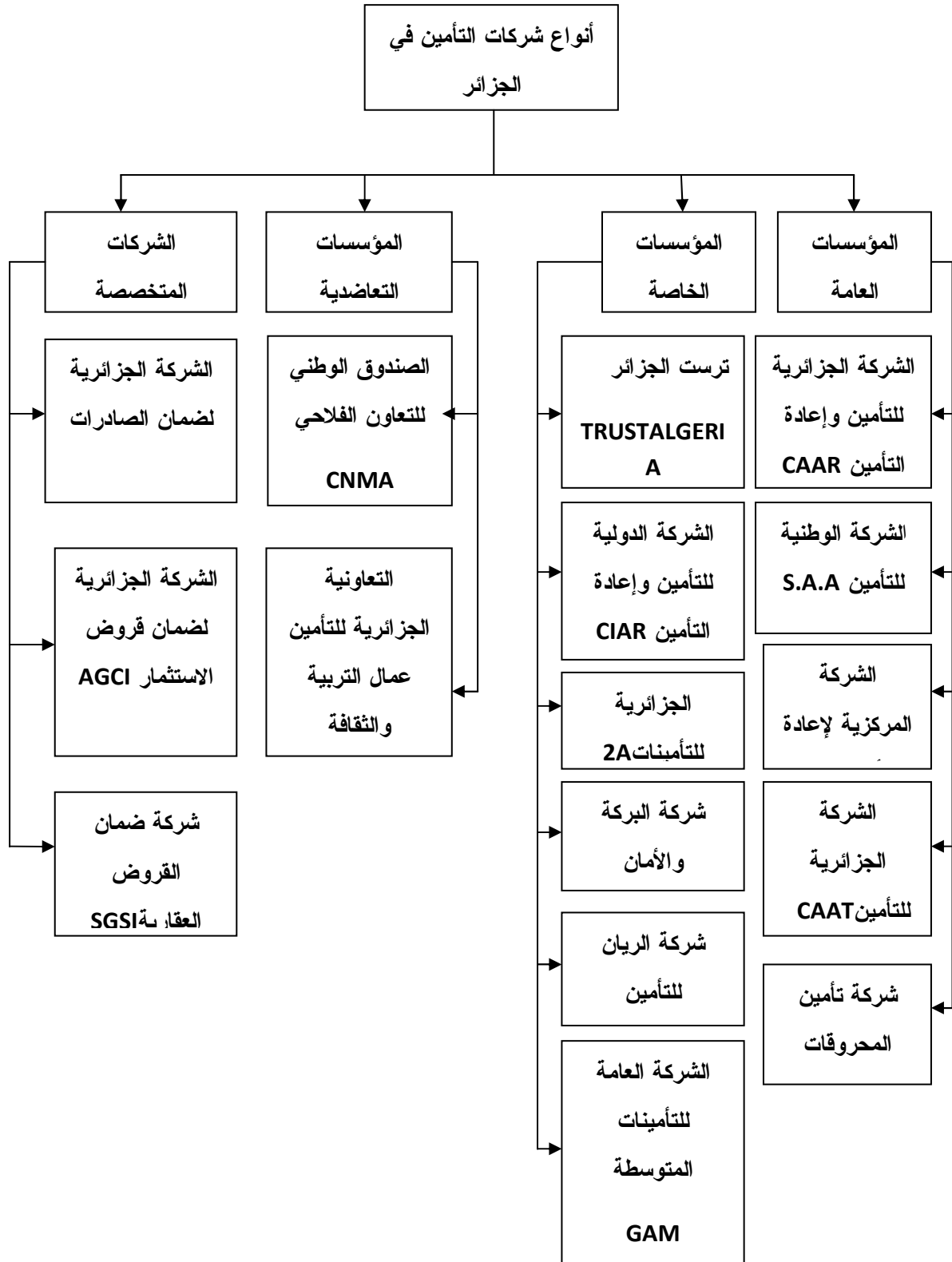
(3) – شركة ضمان القروض العقارية SGSI:

تم إنشائها سنة 1999 برأس مال قدره 1 مليار دينار جزائري مشترك بين الدولة والبنوك العمومية وهذا لتقديم الضمانات للبنوك لكي تقدم قروض عقارية⁽¹⁾.

1- بشاري كريم، مرجع سبق ذكره، ص ص (90-93).

ويمكن توضيح مختلف هذه المؤسسات من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 2: يوضح مؤسسات التأمين في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبتان

المطلب الثالث: وظائف شركات التأمين وعملياتها

I- وظائف شركات التأمين:

كما هو معلوم أنه أي مؤسسة كانت لها وظائف تقوم بها، كذلك مؤسسات التأمين لا تستثنى من هذه المؤسسات فهي تمارس عدة وظائف منها:

(1) - وظيفة التسعير: تهتم هذه الوظيفة بمعرفة القسط الواجب إستفائه (تحصيله) من المؤمن له نظير خطر معين ينوي التأمين ضده، وبالتالي فهي تصنع سعر معين لكل نوع من أنواع التأمينات، يتناسب مع درجة تحقق الخطر.

(2) - وظيفة الاكتتاب: تعمل هذه الوظيفة على اختيار وتبويب طالبي التأمين بموجب السياسة التي تحددها الشركة بما يحقق أهدافها وغاياتها.

(3) - وظيفة الإنتاج: يقصد بالإنتاج في مجال التأمين المبيعات أو النشاطات التسويقية التي تقوم بها شركة التأمين، وعملية البيع تتمثل في الخدمة التأمينية وكثيرا ما يطلق على الوكلاء والمندوبين اسم المنتجين.

(4) - وظيفة تسوية المطالبات: وهي تلك الوظيفة المتعلقة بدفع مبلغ التأمين أو دفع التعويضات المستحقة للمؤمن له عند تحقق الخطر المؤمن ضده.

(5) - وظيفة إعادة التأمين*: ويقصد بهذه الوظيفة نقل جزء من الخطر إلى جهة أخرى أقدر على تحمل الخطر الذي فاق قدرة الجهة المعنية (الأولى).

(6) - وظيفة الاستثمار: كون دورة الإنتاج في شركات التأمين معكوسة إذ يتم تحصيل الإيرادات (جمع الأقساط) قبل إنفاق النفقات (التعويض)، فإنه سيتوافر لديها مبالغ ضخمة يمكن استثمارها أو منحها على شكل قروض⁽¹⁾.

* إعادة التأمين: " هو اتفاق بين هئتين أو أكثر تقوم فيه الهيئة الأولى بالتنازل عن جزء من كل عملية تأمينية تحصل عليها وذلك مقابل أن تهتم الهيئة الأخرى يتحمل نسبة من التعويض في حالة وقوع الخطر".

1- حربي محمد عريقات، التأمين وإدارة الخطر (النظرية والتطبيق)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص ص (44 - 50).

II - عمليات شركات التأمين:

تتعدد العمليات التي تقوم بها شركات التأمين، فهي تمثل جملة من الأنشطة التي بمقتضاها يتم تحقيق الأهداف المرجوة منها، ولهذا فإنه من الصعب عد كافة العمليات لكثرتها وتنوعها ولكن يمكن أن نذكر منها ما يلي:

(1) - عمليات إصدار وثائق التأمين: تتلخص إجراءات إصدار الوثائق في قيام طالب التأمين بملاً طلب التأمين أو معاينة الشيء موضوع التأمين، وبعد الموافقة على الطلب تقوم الشركة بإصدار البوليصة وبعد تحديد قيمة القسط الأول وتحصيله، يقوم القسم المختص بإثبات بيانات الوثيقة في سجل الوثائق ويتم إرسال الوثيقة إلى قسم المحاسبات الخاصة.

(2) - العمليات الخاصة بالتعويضات: يقصد بالتعويضات تلك المبالغ التي قامت الشركة بدفعها فعلاً إلى المستأمن، بسبب تحقق الخطر المؤمن ضده.

(3) - عمليات تكوين الاحتياطات: تلزم قوانين التأمين في جميع دول العالم على شركات التأمين أن تظهر في ميزانياتها احتياطات خاصة بعمليات التأمين ويطلق على هذه الأخيرة احتياطات تأمينية، ويعرف في المحاسبة بالمخصصات التي يتم تكوينها مقابل التزامات محتملة الحدوث مستقبلاً، وقد نجد من يطلق عليها اسم "مخصصات فنية" بدلاً من "مخصصات تأمينية"⁽¹⁾.

1- حربي محمد عريقات، مرجع سابق، ص ص (53-56).

خلاصة الفصل

لقد تبين لنا من خلال عرض مواضيع هذا الفصل المتعلق بالتأمين أن هذا الأخير لم يكن حديث النشأة، بل هو قديم قدم الحضارة الإنسانية، فإذا أردنا أن نرجعه إلى الغرب فهو يتمثل في شريعة حمورابي (التأمين البحري) وإذا أرجعناه إلى العرب فهو يتمثل لنا في تقاليد مصر في دفن الموتى، وما استخلصناه من كل هذا أن التأمين قديماً كان يعني التضامن والتعاون. أما التأمين في العصر الحالي فيعني وسيلة لمواجهة الخطر والشعور بالأمن والاستقرار.

كما أن للتأمين دور كبير سواء في دفع عجلة النمو الاقتصادي أو في تحقيق الأمن والاستقرار النفسي للأفراد.

والملاحظ لقطاع التأمين يرى بأنه تطور تطوراً سريعاً في جميع الدول وعلى غرار ذلك نجد أن الجزائر قد حققت قفزة نوعية في هذا المجال، وخاصة بعد انفتاح السوق مما جعل المجال مفتوحاً أما منافسة الشركات بعضها لبعض لتتقيد بأحسن الخدمات ولتجلب أكبر عدد من الزبائن، كل هذا عن طريق تطبيق الجودة في خدماتها والتي تضمن لها البقاء والاستمرار.

الفصل الثاني:

أساسيات حول الخدمة

التأمينية وجودتها

تمهيد

استحوذ مفهوم الجودة على اهتمام الكثير من منظمات الأعمال، حتى صار ينظر إليها على أنها المفتاح الرئيسي لنجاح أي منظمة صغيرة كانت أم كبيرة، فضلا عن ذلك أمتد تأثير الجودة ليتخطى المنتجات الصناعية ويمتد للمنتجات الخدمية، والخدمات التأمينية هي من أهم الخدمات التي تهتم بالجودة في أداءها خصوصا مع تزايد الأخطار المؤمن عليها، كذلك الانفتاح الاقتصادي على سوق التأمينات فقد أصبح مستوى جودة الخدمة التأمينية أحد الأسلحة التنافسية القوية التي تؤمننا لاستمرار والنمو لهذه المؤسسات، حيث أصبحت المفتاح الرئيسي لزيادة الحصة السوقية وبالتالي زيادة الأرباح، والجدير بالذكر أنه لا بد من الإدراك أن الجودة في التأمين هي ما يعبر عنه الزبون وليس ما تعبر عنه الشركة.

وعليه يعد الفهم الأساسي للجودة أمرا جوهريا للتنافس بفعالية وذلك لما يحققه من رضا للزبون وتخفيض عدد الشكاوي التي يقدمها.

لذا يسلط هذا الفصل الضوء على أساسيات حول جودة الخدمة التأمينية، حيث سيتم التركيز في المبحث الأول على ماهية الخدمة التأمينية، والمبحث الثاني نجد كل المفاهيم المتعلقة بالجودة، أما المبحث الثالث فحاولنا الجمع بين المبحثين السابقين بمبحث خاص بجودة الخدمة التأمينية.

المبحث الأول: ماهية الخدمة التأمينية**المطلب الأول: مفهوم الخدمة التأمينية**

إن الخدمات التي تقدمها شركات التأمين تمثل تلك الوثيقة التأمينية وما تقدمه من منفعة متمثلة بالحماية والأمان والاستقرار، الذي تمنحه هذه الوثيقة لحاملها في تعويضه عن الخسارة المتحققة نتيجة الخطر المؤمن منه مقابل مبلغ من المال يدفعه حامل الوثيقة إلى شركة التأمين، يعرف بالقسط التأميني إذا تمثلت الخدمة التأمينية الأداة التي تعتمد عليها مؤسسات التأمين في إشباع حاجات ورغبات زبائنها وتحقيق أهدافها في الأسواق المستهدفة، فعندما يقرر الزبون شراء خدمة تأمينية معينة فإن الدافع الأساسي للشراء هو ما تحققه هذه الخدمة من منافع، ولهذا على مؤسسة التأمين أن تنظر إلى الخدمة التي تقدمها من زاوية المنافع والإشاعات التي يتوقع الزبون الحصول عليها من وراء هذا الشراء، فمؤسسة التأمين تبيع المنافع التي تضمن للزبون الحصول على الأمان كما تضمن من خلالها تحقيق أهدافها.

وبناء على ما تقدم يمكن أن نستنتج أن الخدمة التأمينية هي المنفعة أو مجموع المنافع التي يمكن أن يحصل عليها الزبون من وثيقة التأمين جراء اقتنائه لها وتؤدي إلى إشباع حاجاته ورغباته⁽¹⁾.

من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج الخصائص المتعلقة بالخدمات التأمينية كما يلي:

1- خصوصيات متعلقة بالنشاط التأميني:

تنشط مؤسسات التأمين في قطاع سمته البارزة عدم التأكد لارتباطه بالمخاطر المستقبلية المؤمن عنها، الأمر الذي جعله ينفرد بمجموعة من الخصائص نذكرها فيما يلي:

— إن أهم ما يميز نشاط مؤسسات التأمين هو كون دورة الإنتاج فيها معكوسة، إذ يتم تحصيل الإيرادات قبل إنفاق النفقات، وهذا مقابل جهلها بالتكاليف المستقبلية التي تتحملها.

— يخضع قطاع التأمين لتنظيم صارم من قبل الدولة الأمر الذي يجعل هذه المؤسسات ليس لها كل الحرية في تقديم منتجاتها أو تحديد أسعارها.

— ارتفاع نسبة المخاطرة لكون عمليات التأمين مرتبطة بأحداث مستقبلية مما يجعل مؤسسات التأمين تتوخى الحيطة والحذر.

1- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 308.

— تتأثر مردودية مؤسسات التأمين بالتطور الاقتصادي والاجتماعي، فمثلا ارتفاع حوادث المرور، زيادة السرقة والكوارث يكون له انعكاس مباشر على هذه المؤسسات، مما يجعلها تعمل على دراسة هذه العوامل وأخذها بعين الاعتبار من خلال التنبؤ بتطورها المستقبلي.

— غياب الحس الأخلاقي في ميدان التأمين، فالغش أو السرقة على مستوى عقود التأمين لا يعد سرقة بل هو استرجاع أموال الزبون.

(2) — الخصوصيات المتعلقة بطبيعة المنتج (الخدمة التأمينية):

إن التطور الذي حدث في مجال الخدمات كان وليد التفاقم الاقتصادي وارتفاع مستويات المعيشة في الدول المتقدمة. فكان شعار منظمات الخدمات الفلسفة القائمة على أساس بيع الخدمة من خلال جهود بيعية مكثفة لإقناع المستهلك بتفضيل الخدمة، وإن هناك مجموعة من السمات المميزة للخدمات بشكل عام والتأمينية منها بشكل خاص والتي يجعل تسويقها يختلف بصورة جوهرية عن تسويق المنتجات الملموسة ومن هذه السمات ما يلي:

(أ) — **الخدمة التأمينية غير ملموسة:** تتميز الخدمة التأمينية بكونها غير ملموسة إذا لا يمكن رؤيتها، تذوقها أو لمسها كما هو الحال في السلع المادية أين يمكن للمستهلك استعمال حواسه في الحكم عليها، مما يجعل المستهلك يلجأ إلى طرق أخرى للحكم على جودة الخدمة مثل: سؤال الأصدقاء أو فحص المكان الذي تقدم فيه أو الوسائل والإمكانيات التي تملكها المؤسسة.

وهذا ما يجعل مؤسسة التأمين تجتهد في تقديم دليل مادي على جودة خدماتها مثل الاعتماد على الدعائم المادية (التجهيزات، المظهر الخارجي للمؤسسة).

(ب) — **تلازم إنتاج واستهلاك الخدمة:** على عكس السلعة المادية فإن الخدمة التأمينية يتم استهلاكها في الوقت الذي تنتج فيه، وتحمل هذه الخاصية آثار هامة فيما يتعلق بتسويقها إذ تطلب وجود المستهلك بنفسه عند شراء الخدمة، أما بالنسبة لمقدمها فيعتبر جزء منها، فطبيعة العلاقة بينه وبين متلقي الخدمة وأسلوب تعامله معه سيؤثران حتما على جودة الخدمة وحكم المستهلك عليها.

(ج) – التباين في جودة الخدمة التأمينية:⁽¹⁾ ترتبط جودة الخدمة التأمينية المقدمة للزبائن بعوامل كثيرة منها: مهارة الشخص الذي يقدمها والمكان الذي تقدم فيه، وباعتبار القائمين على تقديم الخدمة بشر فإن قدراتهم على العطاء والأداء تختلف من وقت لآخر إذ تتأثر بعوامل عديدة منها: ما هو داخلي يرتبط بمقدمي الخدمة، ومنها ما هو خارجي يتعلق بظروف العمل المحيطة بتقديم الخدمة، وهو الأمر الذي يجعل تنميط الخدمة أمرا صعبا غير أن هذا لا يمنع مؤسسة التأمين من اتخاذ بعض الإجراءات التي تمكنها من الرقابة على جودتها وذلك من خلال:

– اختيار أفضل العناصر البشرية وتدريبها على خدمة الزبائن باحترافية.

– دراسة ومتابعة مستوى رضا الزبون من خلال فتح قنوات الاتصال بينه وبين المؤسسة بالشكل الذي يسمح الاستجابة لحاجاته ورغباته.

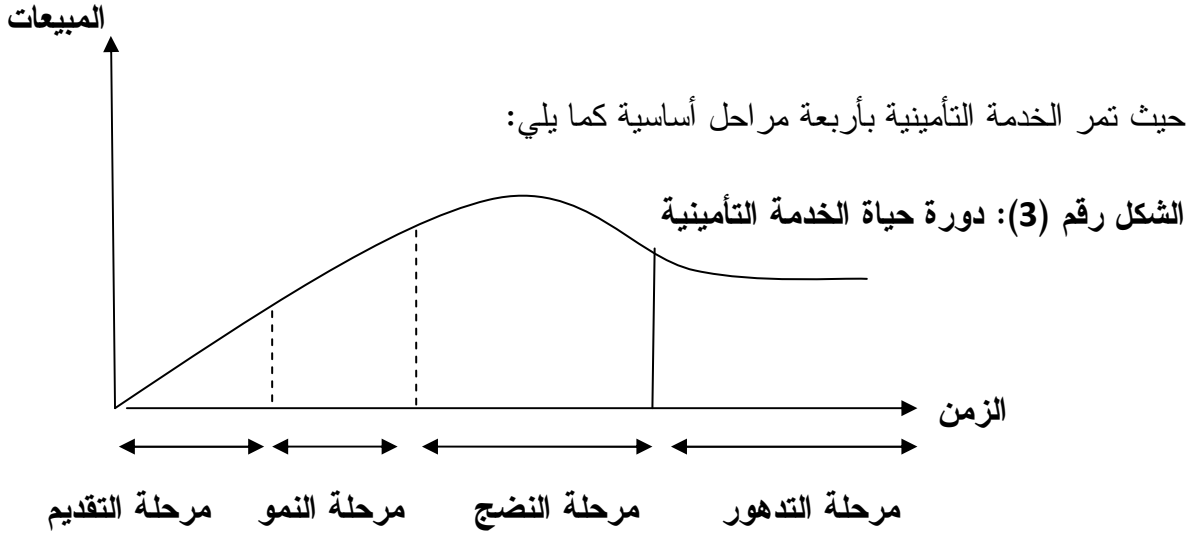
(د) – الخدمة التأمينية لا يمكن تخزينها: يلعب التخزين دورا مهما في تحقيق التوازن بين الاستمرار في الإنتاج بشكل مستمر من جهة، وتجنب عدم الانتظام في الطلب من جهة أخرى، غير أن الخدمة تتميز بالموسمية فمثلا يزداد بيع وثائق التأمين بالنسبة للتأمين الفلاحي في موسم الحرث.⁽²⁾

المطلب الثاني: دورة حياة الخدمة التأمينية

تمر الخدمة التأمينية من خلال حياتها بنفس المراحل التي يمر بها أي منتج، ويعتبر تحليل ومراقبة دورة حياة الخدمة التأمينية التي تقدمها المؤسسة إلى زبائنها أداة مساعدة في التعرف على الإستراتيجيات التسويقية المناسبة لكل مرحلة من هذه المراحل، التي سنتطرق إليها لاحقا.

¹ - بشاري كريم، مرجع سابق، ص27.

² - بشاري كريم، مرجع سابق، ص28.



المصدر، بشاري كريم، مرجع سابق، ص 30.

- (1) **مرحلة التقديم:** تتصف هذه المرحلة بالنمو المنخفض للمبيعات من الخدمات التأمينية الجديدة، وبصفة عامة تكون الأرباح معدومة نظرا لارتفاع التكاليف في هذه المرحلة.
- (2) **مرحلة النمو:** في هذه المرحلة تزداد المبيعات والأرباح نتيجة لزيادة قبول الخدمة في السوق.
- (3) **مرحلة النضج:** في هذه المرحلة يكون قد قام كل من يريد شراء الخدمة تقريبا بشرائها بالفعل، حيث في هذه المرحلة تصل المبيعات إلى أقصى حدودها مما يؤدي إلى ارتفاع عدد المنافسين.
- (4) **مرحلة التدهور:** في هذه المرحلة تتميز مبيعات المؤسسة بالانخفاض وقلّة الأرباح، مما يحتم على المؤسسة إما التخلي على هذه الخدمة أو تطويرها.

يلخص الجدول التالي الخصائص المميزة لكل مرحلة من دورة حياة الخدمة التأمينية:

الجدول رقم (1): مراحل دورة حياة الخدمة التأمينية.

مراحل دورة حياة الخدمة التأمينية				البيان
التدهور	النضج	النمو	التقديم	
منخفضة أرباح قليلة تقليل عدد المنافسين	نمو بمعدل منخفض مرتفعة مستقرة	نمو بمعدل مرتفع ترتفع متزايدة	منخفضة ضعيفة أو معدومة قليلة	الخصائص: - المبيعات - الأرباح - المنافسة
تقليل التكاليف واحتمال حذف الخدمة	زيادة الأرباح والمحافظة على المركز التنافسي	زيادة المركز التنافسي	اهتمام الإدارة بالخدمة	- الأهداف التسويقية
حذف بعض الخدمات توزيع منخفض تبدأ في ارتفاع منخفضة	تنويع الخدمات مكثف منخفض في انخفاض	تحسين الخدمات مكثف في انخفاض مرتفعة	خدمات أساسية توزيع متوسط مرتفع مرتفعة	- الخدمة - التوزيع - التسعير - نفقات الاتصال

المصدر: بشاري كريم، مرجع سابق، ص30.

المطلب الثالث: إستراتيجيات تقديم الخدمة التأمينية:

في ظل التغيرات المستمرة في السوق والبيئة التسويقية لمؤسسة التأمين، يصبح من الضروري أن تقوم المؤسسات بتصميم إستراتيجيات تسويقية تتلاءم مع الاحتياجات المتغيرة لزبائنها، وفيما يلي أهم الاستراتيجيات التي تتبعها مؤسسة التأمين:

(1) - إستراتيجية التغلغل في السوق: وفق هذه الإستراتيجية تركز مؤسسة التأمين على الطرق والأساليب التي من خلالها تحقق زيادة حصتها السوقية من خلال أسواقها الحالية وزبائنها الحاليين وذلك حسب ما يلي: - حث الزبائن الحاليين على زيادة حجم التعاملات مع المؤسسة.

- تشجيع الزبائن على اقتناء الخدمات المختلفة للمؤسسة والتي لم يكونوا قد اقتنوها بعد.

(2) – إستراتيجية تنمية السوق: في ظل هذه الإستراتيجية على مؤسسات التأمين أن تبحث عن أسواق جديدة وزبائن جدد، يمكنها تلبية حاجياتهم عن طريق الخدمات الحالية التي تقدمها وذلك بـ:

– تقديم خدماتها إلى شرائح جديدة.

– فتح فروع جديدة للوصول إلى زبائن جدد.

(3) – إستراتيجية تطوير الخدمات: طبقا لهذه الإستراتيجية تقوم مؤسسة التأمين بتقديم خدمات تأمينية جديدة، أو تطوير الخدمات الحالية، ويمكن أن يكون هذا التطوير إما في جودة الخدمة المقدمة، وإما في إضافة خدمات جديدة.

(4) – إستراتيجية التنوع في تقديم الخدمات: وفق هذه الإستراتيجية تركز مؤسسات التأمين على تقديم خدمات جديدة لزبائن جدد خارج نطاق الأنشطة التأمينية العادية⁽¹⁾.

المبحث الثاني: الجودة

المطلب الأول: مفهوم الجودة ومراحل تطورها

تعتبر الجودة سلاح استراتيجي بالنسبة للمؤسسة، وذلك لأنها تحقق ميزة تنافسية في مجال نشاطها، ولمعرفة المقصود بالجودة يمكن تسليط الضوء على بعض التعاريف المختلفة لها، وإعطاء لمحة عن مراحل تطور هذا المفهوم.

I – تعريف الجودة: لقد اختلفت التعاريف الخاصة بالجودة وذلك راجع لمختلف التحولات الاقتصادية عبر التاريخ، ولما كان مفهوم الجودة متعدد الأبعاد لم يتفق المفكرون والباحثون على إعطائها مفهوما موحدًا ودقيقًا، وفيما يلي يمكن عرض البعض منها.

• اصطلاحًا: يرجع مفهوم الجودة Quality إلى الكلمة اللاتينية Qualitas التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة صلابته، وكانت تعني قديما الدقة والإتقان⁽²⁾.

1- بشاري كريم، مرجع سبق ذكره، ص31.

2- مأمون الدرادكة، الجودة في المنظمات الحديثة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص15.

- تعريف Hill: يعرفها بأنها "المقدرة على تلبية متطلبات الزبائن وتحقيق توقعاتهم وتجاوزها باتجاه الأفضل"⁽¹⁾

أما فيما يخص التعريف الرسمي للجودة من قبل بعض المنظمات الدولية فهو:

- الجمعية الأمريكية للجودة: " تعرفها على أنها المهينة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدرتها على تلبية حاجات صريحة وضمنية".
- المنظمة الدولية للمعايير ISO: تعرفها على أنها "الخصائص الكلية لكيان نشاط أو عملية أو سلعة أو خدمة أو منظمة أو نظام أو فرد أو مزيج منها التي تنعكس في قدرته على إشباع حاجات صريحة أو ضمنية"⁽²⁾.
- وعرفتها الجمعية الفرنسية للتقنيين AFNOR ضمن المواصفات القياسية الدولية الإيزو وعلى أنها "قدرة مجموعة من الخصائص والمميزات الجوهرية على إرضاء المتطلبات المعلنة أو الضمنية لمجموعة من العملاء"⁽³⁾.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نستنتج بأن الجودة تشتمل على مجموعة من الخصائص المتعلقة بالسلعة أو الخدمة والتي لها قدرة على تلبية حاجات وتوقعات الزبائن (العملاء).

– وقد أرجع الباحث "David Garvin" الاختلاف في المعاني التي يأخذها مصطلح الجودة إلى خمسة مداخل لخصها كما يلي:

- (1) – **مدخل التفوق**: ويقصد بالجودة وفق هذا المدخل بأنها ملائمة المنتج، أي قدرة أداء المنتج للاستخدام وفقا للمواصفات التي تحقق رضا المستهلك بمعنى آخر تحقيق رغبة المستهلك.
- (2) – **مدخل المنتج**: ضمن هذا المدخل ينظر للجودة على أنها الدقة والقدرة في القياس للمفردات والخصائص المطلوبة في المنتج، والتي هي قادرة على تحقيق رغبات المستهلك، ومن هنا فإن الجودة هي المتغير الخاضع للقياس الدقيق.

1- يوسف جسيم الطائي، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمة، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص5.

2- رعد عبد الله الطائي، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص29.

3- Daniel duret, Maurice Pillet, qualite on production de ISO 9000 à SIX Sigma 2^{eme} édition, édition d'organisation, Paris, 2002, P21.

(3) - مدخل المستخدم: تمثل الجودة هنا قدرة المنتج على إرضاء توقعات العميل، لذلك فهي عبارة عن مفهوم شخصي ذاتي عكس المفهوم السابق الذي يعتبر مفهوم موضوعي، لذلك تعرف الجودة وفق هذا المدخل على أنها الملائمة بين خصائص المنتج أو الخدمة وتوقعات العميل.

(4) - مدخل التصنيع: في هذا المدخل تعني الجودة صنع منتجات خالية من النسب المعيبة من خلال مطابقتها لموصفات التصميم المطلوبة، أي عمل الشيء من أول مرة.

(5) - مدخل القيمة: يهدف هذا المدخل إلى تحديد عناصر السعر، أي مدى إدراك العميل لقيمة المنتج الذي يرغب في الحصول عليه، من خلال مقارنة خصائص ذلك للعميل فان المنتج يصبح بنظره ذا قيمة عالية، فالجودة يعبر عنها بدرجة التمايز بالسعر المقبول وتحقق السيطرة على متغيراتها بالتكلفة المقبولة⁽¹⁾.

II - مراحل تطور الجودة

نظرا للأهمية التي تحتلها الجودة في حياة كل من الفرد والمجتمع والمنشأة، فقد كان الاهتمام بها على مر العصور، حيث كان تطورها عبر عدة مراحل نذكر منها:

1- مرحلة المعاينة (الفحص أو التفنيش):

امتدت هذه المرحلة (1920-1945) من القرن 19 حتى أوائل القرن 20 تضمنت مجموعة نشاطات كالقياس والفحص والاختبار، يتم مقارنة نتائجها مع المتطلبات المحددة للتحقق من المطابقة لهذه النتائج، حيث تم فيها استخدام الأساليب الإحصائية لفحص المنتج.

2- مرحلة ضبط الجودة:

كانت هذه المرحلة سائرة (1945-1959) خلال القرن 20 حتى الخمسينيات منه، في هذه المرحلة تم التركيز على حاجات الزبون وتحديدتها من خلال الأبعاد المتمثلة في جودة التصميم وجودة المطابقة.

1- قاسم نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001-2000، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص ص (21، 22).

(3) – مرحلة تأكيد الجودة (1959-1989):

هي جميع الأفعال والنشاطات المنتظمة والمخططة الضرورية لتقديم الثقة الكافية لأن السلعة أو الخدمة سترضي جميع المتطلبات المحددة للجودة.

(4) – مرحلة إدارة الجودة الشاملة (1989-2010):

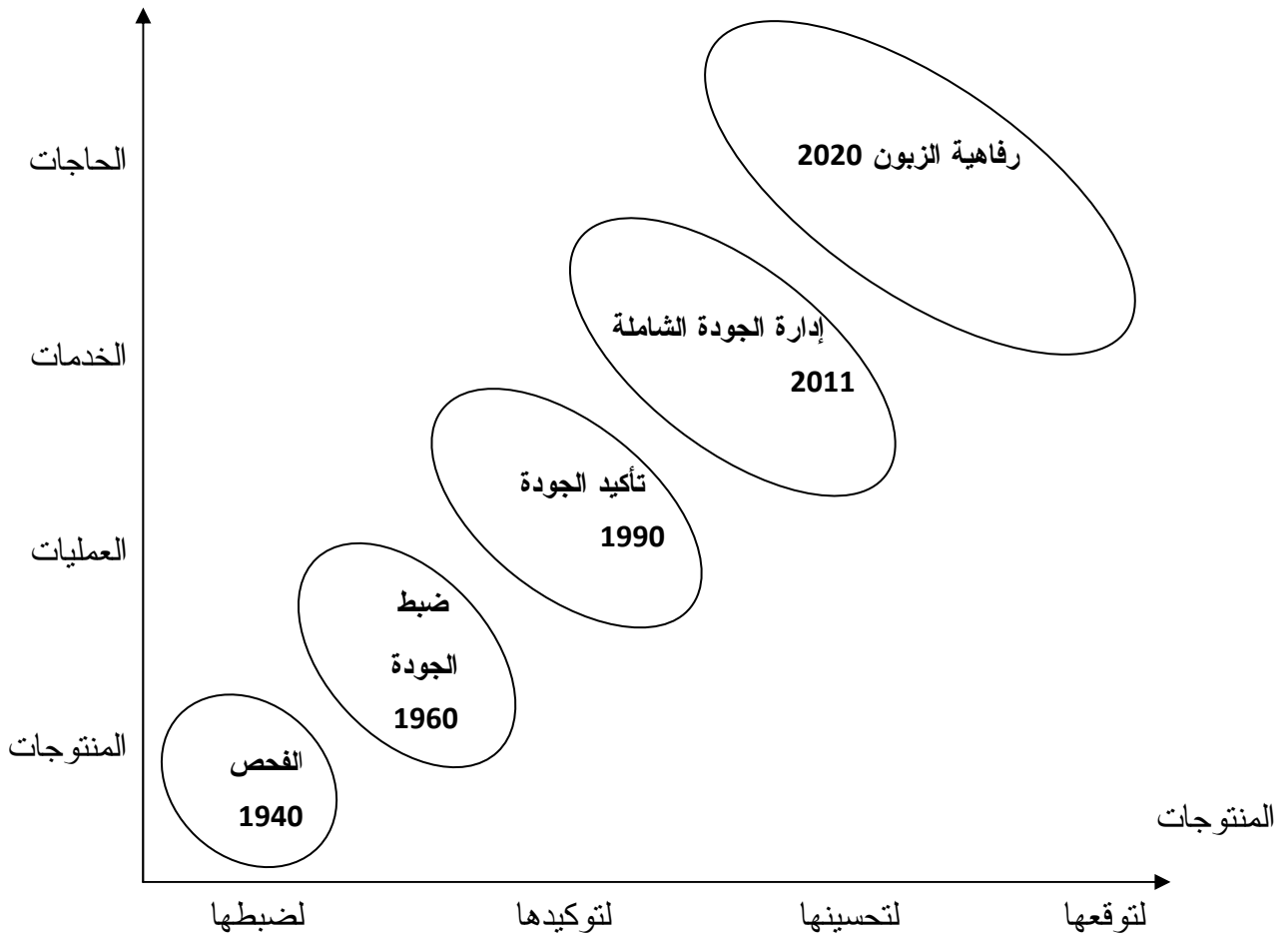
هذه المرحلة هي بمثابة فلسفة أو مجموعة مبادئ إرشادية لإدارة المنظمة وما يميزها هو إسهام الزبون في إجراء تحسينات على المنتج وتطوير مواصفاته بما يلبي حاجياته.

(5) – مرحلة رفاهية الزبون (2011-المستقبل):

يتوقع أن يشهد العقد القادم خطوات كبيرة في أساليب ضبط الجودة ولكن تحقق المؤسسة مستوى الجودة المطلوبة عليها التركيز وبشكل أساسي على رضا الزبون.

ويمكن توضيح هذه المراحل من خلال الشكل التالي.

الشكل رقم (04): التطور التاريخي للجودة



المصدر: عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 61.

المطلب الثاني: أهمية الجودة ومستلزمات نجاحها

I- أهمية الجودة

مع تزايد المنافسة، ومع ارتفاع مستوى متطلبات الزبائن، أدركت المنظمات أن بإمكانها أن تجعل من الجودة مصدراً لقدرتها التنافسية، فلا شك أن تحقيق الجودة هو حلم يراود جميع المنظمات، وذلك أن الجودة لم تعد ترفاً أو اختياراً يمكن التغاضي عنه، وإنما هي التزام لا بديل له. وسندرج أهمية الجودة فيما يلي:

(1) - شهرة الشركة: تستمد المنظمة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها، فهذا يضيف على المنظمة السمعة الحسنة والانتشار الواسع لمنتجاتها ويترتب على فشل الإدارة في الاهتمام الكافي بالجودة الإساءة إلى سمعة المنظمة، وربما فقدانها الحصة السوقية.

(2) - المسؤولية القانونية عن المنتج: إن المنظمات التي تقوم بتصميم منتجات معينة وإنتاجها تكون مسؤولة قانونا عن كل أذى يحصل من وراء هذا المنتج، وعليه لا بد من أن تنتج منتجات خالية من العيوب تجنبها المسؤولية القانونية المترتبة عليها⁽¹⁾.

(3) - المنافسة العالمية: من أجل أن تكون المنظمة المنتجة في وضع تنافسي على المستوى الدولي فعليها الاهتمام بمستوى الجودة، إذ يجب أن نتوافق وتتسجم منتجاتها مع المتطلبات العالمية حتى تضمن بقاءها في بيئة الأعمال.

(4) - التكاليف والحصة السوقية: إن تحقيق الجودة الجيدة والتحسين المستمر لها سوف يؤدي إلى جذب أكبر عدد من الزبائن، ومن ثم زيادة الحصة السوقية وذلك سيؤدي إلى خفض التكاليف ومن ثم زيادة ربحية المنظمة⁽²⁾.

II - مستلزمات نجاح الجودة

لضمان نجاح الجودة يجب القيام بمجموعة من الإجراءات والمستلزمات التي يمكن ذكرها فيما يلي:

(1) - تكامل إجراءات الفحص: تمثل إجراءات الفحص جزءا فعالا وأساسيا في ضبط الجودة كونها النشاط الذي يتم فيه التأكد من المطابقة للمواصفات الموضوعية، يتم الاعتماد في هذا الفحص على حسابات إحصائية بدءا من فحص المواد الأولية المسلمة، مرورا بالوحدات التي تنتج والتي لازالت تحت الصنع وانتهاء بالمنتجات الجاهزة، لضمان عدم خروج أي منتج تالف أو معيب إلى المستهلك⁽³⁾.

1- قاسم نايف علوان المحياوي، مرجع سابق، ص ص (32، 33).

2- يوسف جحيم الطائي، مرجع سابق، ص 74.

3- يوسف بومدين، تأهيل المنتجات التصديرية في إطار تسيير الجودة الشاملة، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001، ص 15.

(2) – الاختبار والصيانة: تعد الصيانة وسيلة هامة لضمان تحقيق الجودة المطلوبة بشكل مستمر وبتقليل مصادر الانحرافات، فمفهوم الصيانة يهتم بالمحافظة على وظيفة الآلات من أجل أداء المطلوب منها عند الحاجة⁽¹⁾.

(3) – التدريب والتعليم: العنصر البشري أعلى ما تملكه المؤسسة فهو الوسيلة الأولى لتحقيق الجودة والتميز، عن طريقه يتحقق الرضا والسعادة لدى الزبائن، لذلك تقدم إدارة الجودة أفضل الطرق والتي تتمثل في التدريب والتعليم لتحسين أدائهم لوظائفهم.

(4) – التزام الإدارة العليا: تكتسب الجودة قوتها وفعاليتها من الإدارة العليا التي تستخدمها سلاحا في تسويق منتجاتها، والتي يطلب منها توحيد جهود الأفراد العاملين باتجاه خدمة المؤسسة وتوفير بيئة داخلية متماسكة ومتفاعلة للأفراد ذوي العلاقة بالأنشطة المؤثرة في الجودة.

(5) – موقع الجودة في إستراتيجية المؤسسة: يتحدد من خلال تضافر ثلاثة عناصر وهي: (تقدير رضا المستهلك، الوضع التنافسي، ودرجة الانسجام مع المتطلبات الأساسية لنظام الجودة) لذا يجب أن يكون لها حيز واسع في التخطيط الإستراتيجي باعتباره هدفا أساسيا في عملية التخطيط⁽²⁾.

المطلب الثالث: أبعاد الجودة ودعائمها

I – أبعاد الجودة:

إن قياس الجودة لم يكن دائما بالمهمة السهلة، فقياس الجودة يرتكز على أبعاد أهمها تتمثل فيما يلي:

(1) – المعولية: وتشير إلى الاتساق والثبات في الأداء، إذ يجب أن تكون هناك درجة من الاعتمادية والثقة في أداء المنتج وأن يكون جاهزا وقت الطلب.

(2) – الاحترافية: يقصد بها احتراف المهنة وقدرة المجهز على تقديم منتج خالي من العيوب⁽³⁾.

(3) – الجمالية: ويقصد بها المعايير الذوقية للأفراد، أي إحساس الإنسان بالخصائص المفضلة لديه.

1- يوسف جحيم الطائي، مرجع سابق، ص ص (48، 49).

2- ويليامز ريتشارد، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، مكتبة جرير، عمان، 1999، ص ص (28 - 30).

3- يوسف جحيم الطائي، مرجع سابق، ص ص (77، 78).

- (4) **المطابقة:** يعني مدى تحقيق المنتج للموصفات المحددة سابقا.
- (5) **الاستجابة:** يركز هذا البعد على تحقيق الاستجابة العالية للتغيرات التي قد تطرأ على البيئة، أي مدى تجاوب البائع مع العميل.
- (6) **السمعة:** الخبرة والمعلومات السابقة عن المنتج، كأن يحمل العميل فكرة أن المنتج الذي يشتريه من أفضل المنتجات في السوق⁽¹⁾.
- (7) **المصداقية:** يقصد بها مدى قدرة المؤسسة على الوفاء بالتزاماتها وتعهداتها للعميل، وهنا تبرز المصداقية في مدى تلبية وتحقيق ما وعدت به في إعلاناتها وإشهاراتها.
- (8) **الاستمرارية:** وتعني المقدرة على أداء الخدمة بنفس الكفاءة والفعالية طوال الوقت.
- (9) **الأدوات:** قد يتطلب تقديم بعض الخدمات استعمال بعض الأدوات المادية لذلك، مثل الأدوات التي يستخدمها الطبيب، وهنا يتوقع العميل بأن تكون الأدوات متوفرة على درجة عالية من الكفاءة⁽²⁾.

II- دعائم الجودة

تقوم الجودة على دعامتين أساسيتين هما:

- (1) **جودة تصميم المنتج:** نقصد بها تحديد خصائص معينة للمنتج تجعله قادرا على إشباع معين أو تقديم خدمة مطلوبة، وتتمثل العناصر التي ينطوي عليها تصميم المنتجات في مواصفات الجودة وحدود التجاوز ووسيلة القياس وطريقة الصيانة وتعديل التصميم.
- (2) **جودة التنفيذ:** وتتمثل في تلك الطريقة التي تؤدي إلى إنتاج المنتج وفق المواصفات التي يحددها التصميم، وتعبر جودة التنفيذ عن مدى مطابقة المنتجات للمواصفات المحددة سابقا، وتعتمد على عنصرين أساسيين: - إمكانية النظام بإنتاج منتج وفق المواصفات المصنوعة.

1- محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص (21، 22).

2- الصيرفي محمد، الجودة الشاملة TQM طريقك للحصول على ISO، الطبعة الأولى، مؤسسة النورس الدولية للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص16.

— إمكانية قيام النظام بضبط الجودة لاكتشاف الانحرافات والتعرف على درجة المطابقة⁽¹⁾.

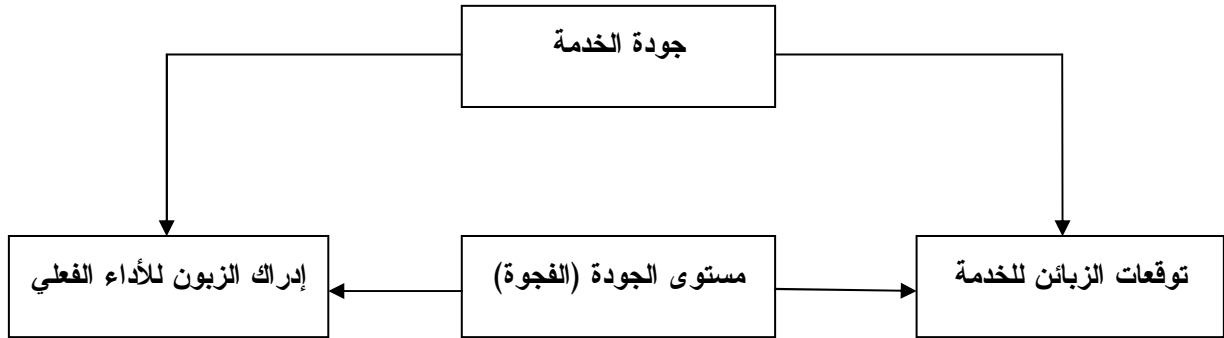
المبحث الثالث: تقييم جودة الخدمة التأمينية

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة التأمينية

تعددت التعاريف المنسوبة للخدمة التأمينية واختلفت باختلاف وجهة نظر كل عميل لهذه الخدمة، لكن قبل أن نتطرق إلى هذه التعاريف لابد وان نعرج أولاً عن مفهوم جودة الخدمة بصفة عامة

❖ **مفهوم جودة الخدمة:** تعددت التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة وذلك باختلاف حاجات وتوقعات العملاء عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة وكذلك الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة فنجد من يعرفها على أنها «معياري لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة». وذلك وفقاً للشكل التالي:

الشكل رقم (5): مفهوم جودة الخدمة



المصدر: عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، البيان للطباعة و النشر، القاهرة، 1999، ص337.

ويمكن التعبير عنها رياضياً كالتالي:

- جودة الخدمة = إدراك الزبائن للأداء الفعلي — توقعات الزبون لمستوى الأداء
- وتعرف أيضاً على «أنها ذلك الفرق الذي يفصل العميل عن الخدمة والجودة التي يحس بها بعد استعماله للخدمة، أو بعد تقديمها له»⁽²⁾.

1- قاسم نايف علوان المحياوي، مرجع سابق، ص37.

2- عوض بدير، مرجع سابق، ص337.

من خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة تتعلق بذلك التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة حيث يرى العميل جودة الخدمة من خلال مقارنته بين ما يتوقعه والأداء الفعلي للخدمة⁽¹⁾. وبعد أن توقعنا عند مفهوم جودة الخدمة بصفة عامة التي من خلالها يمكن أن نصل إلى مفهوم جودة الخدمة التأمينية بصفة خاصة.

• فتعرف على أنها «هي المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تتوفر في الخدمة التي تعكس تلبية حاجات معينة وتحقيق رضا العملاء»، ويمكن أيضا أن تعرف على أنها «مجموع مظاهر وخصائص الخدمة والتي تقوى من القدرة على خلق رضا معين وتلبية احتياجات معينة»⁽²⁾. من التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج أن الخدمة التأمينية هي مجموع المنافع التي يحصل عليها الزبون من خلال شرائه للخدمة التأمينية، وذلك من خلال الأمان الذي توفره هذه الأخيرة للزبون وبالتالي تلبية احتياجاته وتحقيق رضاه.

المطلب الثاني: خطوات تحقيق جودة الخدمة التأمينية

حتى يتسنى لمقدمي الخدمة التأمينية أن يقوموا بتقديمها بأكمل صورة وذات جودة عالية تلبية حاجات العميل وترضيه وبالتالي كسب ولائه* يجب عليهم إتباع الخطوات التالية:

1- جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالعملاء:

إن جذب انتباه العملاء وإظهار الاهتمام بهم من خلال المواقف الإيجابية، فالاستعداد النفسي والذهني لاستقبال العميل، وحسن المظهر والابتسامة والثقة بالنفس.... تعتبر كلها بمثابة مواقف مثيرة تؤدي إلى إيقاظ الرغبة لدى العميل من أجل الحصول على الخدمة التي يريدها، إلى جانب ذلك فهي تؤدي إلى تعزيز الولاء الدائم للعملاء.

2- خلق الرغبة لدى العملاء وتحديد حاجاتهم:

إن خلق الرغبة لدى العميل وتحديد احتياجاته تعتمد على المهارات البيعية والتسويقية لمقدم الخدمة، ومن المتطلبات الأساسية لتحقيق ذلك ما يلي:

— العرض السليم لمزايا الخدمة المقدمة بالتركيز على خصائصها.

1- Gérard Taker, Marketing des services, édition de nord, 1992, P45.

*الولاء: يعرف الولاء على أنه درجة اعتقاد إيجابي للزبون بالنسبة للعلامة والتزام اتجاهها والنية في مواصلة شرائها، بمعنى أن الزبون الذي يتميز بالولاء هو الزبون الذي يشتري نفس العلامة بشكل متتالي.

2- عبد الرزاق حميدي، جودة الخدمات البنكية، مذكرة لنيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، التخصص: إدارة التسويق، جامعة أمحمد بوقرة ببومرداس، 2007، ص112. (بتصرف)

— اعتماد كافة المعدات البيعية للتأثير على حواس العميل.

— ترك الفرصة للعميل ليستفسر عن الأمور التي يجب أن يستوضحها وأن يكون مقدم الخدمة مستعداً

للرد على تلك الاستفسارات بموضوعية ودقة.

(3) — اقتناع العميل ومعالجة الاعتراضات لديه:

إن عملية إقناع العميل باقتناء تلك الخدمة ليس بالأمر السهل، وإنما تتطلب من مقدم الخدمة العديد من الجهود السلوكية التي تقنع العميل عند تقديم الخدمة، وكذلك معالجة الاعتراضات والعراقيل التي يبديها العميل رغم اقتناعه بجودة الخدمة في بعض الأحيان، حيث يرى البعض أن عملية البيع لن تتم دون اعتراض من قبل العميل، لذلك يعتمد مقدم الخدمة على مجموعة من القواعد للرد على ذلك، ومن هذه القواعد نجد:

— أن يلتزم مقدم الخدمة بالقاعدة الذهنية في فني التعامل مع العميل وهي أن العميل دائماً على حق.

— يجب أن يكون مقدم الخدمة مستمعاً جيداً للعميل حتى يتم إرضاء كبريائه.

— يجب على مقدم الخدمة أن لا يجعل العميل يشعر بانهزامه في المناقشة وأنه قد انتصر عليه.

(4) — التأكد من استمرارية العملاء في التعامل مع المؤسسة:

حتى تتأكد المنظمة من استمرارية التعامل مع العميل تقدم ببعض الخدمات البيعية والتسويقية التي

تشكل ضماناً لولاء العملاء ونجد منها:

— الاهتمام بشكاوي العملاء وملاحظاتهم بحيث يجب على مقدمي الخدمة أن يكونوا على درجة عالية

من الصبر في استيعاب شكاوي العملاء واتخاذ الإجراءات اللازمة وذلك من خلال:

— الاعتذار لهم وإشعارهم بأهمية الشكوى المقدمة.

— تقديم الشكر للعملاء وتعظيم دورهم في دعم المؤسسة في توفير خدمات جيدة بصورة دائمة⁽¹⁾.

المطلب الثالث: مؤشرات تقييم جودة الخدمة التأمينية

حتى تقدم مؤسسات التأمين، خدمة تتلاءم مع توقعات العملاء وتلبي حاجاتهم لا بد أن تبحث عن

الطرق والوسائل لتطوير وتحسين جودة الخدمة، فالخدمة التأمينية الجيدة من وجهة العملاء هي التي تتوافق

مع توقعاتهم، لذلك فعلى المؤسسة التأمينية أن تتعرف على المعايير والمؤشرات التي يعتمد عليها العملاء في

الحكم على جودة الخدمة المقدمة لهم، وتتمثل أهم المؤشرات التي يعتمد عليها في تفسير جودة الخدمة

التأمينية ما يلي:

1- حضير كاظم محمود، إدارة الجودة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص217.

(1) – الاعتمادية: وتعني ثبات الأداء وإنجاز الخدمة التأمينية بشكل سليم، ووفاء شركة التأمين لما تم وعد العميل به وهذا يتضمن:

– دقة تسجيل الحوادث ومعرفة أسبابها.

– دقة تقدير الضرر.

– تقديم الخدمة التأمينية بشكل صحيح وفي المواعيد المحددة لها.

(2) – الملموسية: وتشير إلى التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة التأمينية بدءاً بالمظهر الخارجي للمؤسسة، وتهيئته من الداخل بالأجهزة والوسائل المستخدمة في أداء الخدمة بشكل يخلق جواً مريحاً للزبون.

(3) – الاستجابة: وتتعلق بقدرة ورغبة واستعداد العاملين بالمؤسسة التأمينية في تقديم الخدمة ومساعدة الزبائن، والرد على استفساراتهم، والسرعة في أداء الخدمة والاستجابة الفورية لطلب العميل، ويمكن أن نعبر عنها مثلاً بعدد التعويضات التي تم دفعها بالمقارنة مع التي لم تدفع.

(4) – الأمان: ويعكس ذلك خلو المعاملات مع شركات التأمين من الشك والخطورة، أي درجة الشعور بالأمان في الخدمة المقدمة ومن يقدمها.

(5) – التعاطف: ويقصد بها قدرة شركة التأمين على فهم ومعرفة حاجات العميل، بحيث أن الزبون يرغب

بأن يشعر بأنه مفهوم على نحو جيدة من قبل مؤسسة التأمين التي يحصل على الخدمة منها، وقد توصل كوتلز إلى الأهمية النسبية لهذه الأبعاد كما يلي:

– الاعتمادية (32%)، الملموسية (11%)

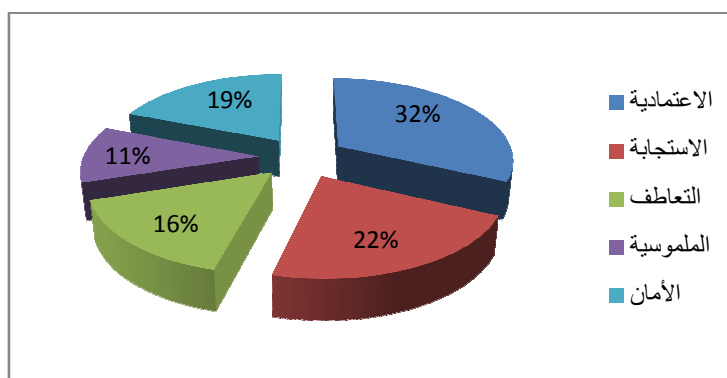
– الاستجابة (22%)، الأمان (19%)

– التعاطف (16%)⁽¹⁾.

والشكل الموالي يوضح أهمية هذه الأبعاد:

1- عوض بدير الحداد، مرجع سبق ذكره، ص 346.

الشكل رقم (6): الوزن النسبي للأبعاد الخمس



المصدر: من إعداد الطالبتين

وفيما يلي جدول يوضح هذه المؤشرات كالتالي:

الجدول رقم (2): مؤشرات تقييم جودة الخدمة التأمينية

المؤشر	الشرح
1- الاعتمادية	دقة تسجيل الحوادث ومعرفة أسبابها أداء صادق دقة تقدير الضرر تقديم الخدمة التأمينية بشكل صحيح وفي المواعيد المحددة لها
2- الملموسة	ظهور العنصر المادي مظهر مقدمي الخدمة حادثة وجاذبية مظهر المؤسسة وفرة وحداثة الأجهزة المستخدمة
3- الاستجابة	السرعة والمساعدة أعلام العملاء بآجال وفاء الخدمة سرعة التعويض سرعة الرد على شكاوي العملاء
4- الأمان	ثقة العملاء في المؤسسة ضمان الحصول على الخدمة حسب الوعد انعدام الخطر والشك في تعاملات المؤسسة أداء سليم من طرف الموظفين
5- التعاطف	الاهتمام العميل فهم ومعرفة حاجات العميل الوعي بأهمية العميل ملائمة ساعات العمل مع التزاماته

المصدر: بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص

علوم التسويق، فرع التسويق، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006-2007، ص73.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل الذي تناول الخدمة التأمينية وجودتها، تعرفنا على مفهوم الخدمة التأمينية، والتي بدورها تتميز بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها كون دورة الإنتاج فيها معكوسة، وبالتالي فهي تحصل الإيرادات قبل إنفاق النفقات، وصولاً إلى أسلوب أكثر تطوراً يعرف بالجودة والذي يعتبر ثقافة تنظيمية جديدة أحدثت ثورة إدارية من خلال التطور الذي عرفته وأهميتها بالنسبة للمؤسسة وتركيزها على العميل، باعتباره سبب وجود المؤسسة، وقد اتضح من خلال هذا الفصل عدم اتفاق حول مفهوم الجودة، فهناك المنتج الذي ينظر إليها على أنها المطابقة للمواصفات الموضوعية مسبقاً، والزبون الذي ينظر إليها على أنها تلبية لحاجاته ومطابقة لاستخداماته، ومهما كانت الجهات حول مفهوم الجودة، تبقى الجودة محل إقبال المؤسسات والزبائن، وقد حاولنا في هذا الفصل إسقاط هذا المفهوم أو المصطلح على الخدمة التأمينية من خلال خطوات تحقيق جودة الخدمة التأمينية وذلك بالاعتماد على أبعادها المختلفة.

الفصل الثالث:

الدراسة التطبيقية

تمهيد:

لاستكمال الدراسة النظرية يتوجب علينا دراسة تطبيقية للموضوع على مستوى إحدى مؤسسات التأمين. ولهذا الغرض سينصب اهتمامنا في الدراسة الميدانية في إحدى مؤسسات التأمين العامة، بالإضافة إلى توجيه استبيان لزبائن المؤسسة، وذلك للإحاطة أكثر بالموضوع. وهذه المؤسسة هي الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية، الذي وجد نفسه تحت ضوء الأوضاع الراهنة مجبراً على التأقلم مع المتغيرات الطارئة على محيطه، لذلك فهو يعمل على تقديم خدمات جديدة بالإضافة إلى تطوير الخدمات الموجودة سابقاً. وقد أعاد الصندوق تنظيم نفسه عدة مرات ليصل إلى مبتغاه، وهو تحقيق مكان مرموق في السوق التأميني بالإضافة إلى تحقيق رضا وولاء زبائنه.

ومن أجل الإحاطة بماهية المؤسسة وواقع الجودة فيها وتحليل الاستبيان ، قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى أربع مباحث، حيث في المبحث الأول تناولنا تقديم حول الصندوق الوطني، أما في المبحث الثاني فتطرقنا إلى الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية، وحاولنا في المبحث الثالث دراسة واقع الجودة في المؤسسة، وفي المبحث الرابع والأخير تناولنا فيه كل ما يخص الاستبيان.

المبحث الأول: تقديم حول الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA

نظراً للطاقات الكامنة الموجودة في البلاد فيما يخص الموارد الفلاحية، ونظراً للضرورة الأساسية لتلبية الحاجيات الوطنية من المنتوجات الغذائية، فإن الفلاحة تكتسي أهمية كبيرة بينما معدل تلميتها غير كاف نوعاً ما.

ولهذا أصبح من الضروري إنشاء مؤسسة متخصصة للتكفل بمهمة تمويل الحاجيات الخاصة بالقطاع الفلاحي، وفي هذا الإطار تمّ إنشاء الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA.

المطلب الأول: نشأة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي ومفهومه

ظهر الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA سنة 1972 بمقتضى المرسوم الوزاري رقم 64/72 المؤرخ في 2 ديسمبر 1972.

أنشئ الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي من اتحاد كل من الصندوق المركزي لإعادة التأمين والتعاونيات الفلاحية (CCMSA) الذي تأسس سنة 1907 والصندوق المركزي للتعاون الاجتماعي والفلاحي (CMAR) الذي ظهر عام 1958. وحصل الصندوق على اعتماد بقرار من طرف وزارة المالية في أفريل 1964 برأسمال يقدر بـ 650.000.000 دج ويضم 62 صندوق جهوي و 124 مكتباً محلياً، يتعلق المرسوم التنفيذي 95-97 المؤرخ في 30 نوفمبر 1999 بالنظام الأساسي لصناديق التعاون الفلاحي، والتعريف بالقواعد القانونية والتنظيمية بينها، والذي من ضمنها أن تتكون من أشخاص طبيعية ومعنوية تمارس نشاطها في القطاع الفلاحي، وهذا التنظيم يسمح للتعاون الفلاحي في إكمال مهمته بطريقة فعالة عبر القطر الوطني باستمرار، تعويض احتياجات العملاء والزبائن المتمثل في التأمين على الأخطار الفلاحية.

ويمكن تعريف الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي على أنه: "مؤسسة وظيفية فلاحية تهدف إلى تحقيق التعاون بين كل المشتركين وكل عمليات التأمين أو التعويض تقوم على ذهنية التضامن دون البحث عن الربح".

المطلب الثاني: نشاطات الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA

طبقاً للمرسوم 72-64 المؤرخ في 20 سبتمبر 1972 يحتوي التعاون الفلاحي على التأمينات الاقتصادية الفلاحية وتأمينات الضمان الاجتماعي الفلاحي (تأمين الأشخاص).

وتطبيقاً للقرار الوزاري رقم 05 المؤرخ في 18 فيفري 1995 لنشاط التأمين حول إلى نظام للضمان الاجتماعي (CNR - CNAS - CASNOS).

وفي نفس السنة (1995) وسع نشاط التعاون الفلاحي إلى القيام بعمليات بنكية من خلال الاتفاقية التي أبرمها البنك الجزائري مع صندوق التعاونية الفلاحية للقيام بعمليات بنكية الذي يسمح بتطوير القرض الفلاحي وهذا طبقاً للتعديل رقم 01/95 المؤرخ في 18 فيفري 1995 والذي تم إلغائه فيما بعد.

ومن خلال الخبرة واتساع الدافع في القطر الوطني، التعاونية الفلاحية ارتأت الاعتماد على الإمكانية العمومية للتسيير المالي لصناديق الدعم الفلاحي والمتمثلة في:

- أموال الضمان ضد الكوارث الطبيعية (FGCA).

- الأموال الوطنية للتطوير الفلاحي (FNDA).

ويقوم الصندوق الوطني بعمليات تأمينية من خلال الاعتماد المقدم له من طرف وزارة المالية الذي يهدف إلى تطوير الفلاحة الجزائرية، ويقوم الصندوق بعدة خدمات من بينها:

- التأمين الفلاحي وغير الفلاحي.

- عمليات الاعتماد الإيجاري (اليزينق) Leasing عن طريق شركة SALEM.

ويبقى النشاط الرئيسي للتعاون الفلاحي هو التأمين الذي قدر رقم أعماله بـ 2.5 مليار دينار جزائري سنة 2003. وقد أجاب التعاون الفلاحي على انشغالات مختلف الأعوان الاقتصاديين والاجتماعيين على ضمان وحفظ استثماراتهم ونشاطاتهم عن طريق وسطاء الصناديق الجهوية والمكاتب المحلية، لتقديم منتوجات تأمينية لتغطية الأخطار، والمتمثلة أساساً في النشاطات الفلاحية، وذلك بضمانها من تأثيرات العوامل المناخية، وأخطار أخرى ناتجة عن الاستغلال والتي تصنف حسب طبيعة الخطر ومن بينها:

- تأمين الأخطار الفلاحية.

- تأمين الأخطار الصناعية والتقنية.

- تأمين الأخطار البسيطة.

- تأمين السيارات والأجهزة الفلاحية.

- تأمين الأشخاص.

المطلب الثالث: وظائف CNMA وهيكلها التنظيمي:

يقوم الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي بعدة وظائف التي تقوم بمساعدة مديريات وهي:

1- مديرية التأمين: وتتمثل مهامها فيما يلي:

- مراقبة وتسيير الأداء الجيد للتأمين سواء من ناحية الإنتاج، الحوادث والتسويق.
- دراسة ملفات تعويض الأضرار التي تتجاوز صلاحيات الصناديق الجهوية.
- ممارسة عمليات إعادة التأمين.

2- مديرية المالية والمحاسبة: تقوم بتسجيل مختلف العمليات المحاسبية والمالية من خلال:

- تنظيم وتنسيق كل العمليات المحاسبية والمالية.
- المراقبة الدورية سواء عن طريق الاجتماعات التي تنظمها CNMA أو عن طريق تقارير تبعث للمديرية من قبل ممثلي مديرية المحاسبة والمالية.

3- مديرية الصندوق الفلاحي التعاوني CNAM: وتتمثل فيما يلي:

- المراقبة المستمرة والدورية للصناديق الجهوية.
- التنسيق والربط بين الصناديق.
- إعطاء وإصدار برامج جديدة خاصة بتسيير الصناديق الجهوية.

4- مديرية الموارد البشرية: من أبرز مهامها:

- توفير مختلف الوسائل العامة والظروف المناسبة للمستخدمين من أجل مردود جيد.
- تسيير ملفات المستخدمين من التوظيف والترقية.
- تكلفة بشراء السلع والخدمات.

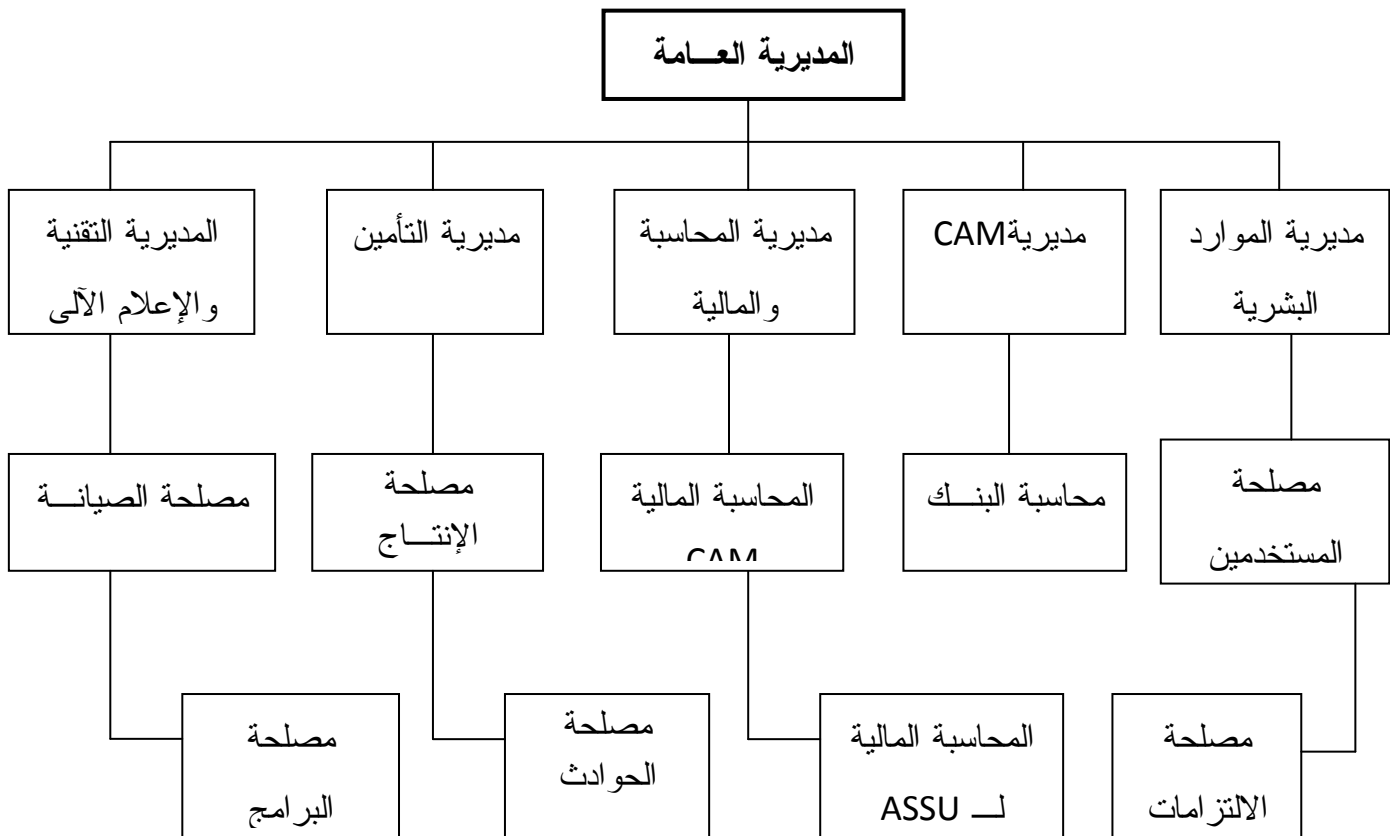
5- المديرية التقنية وتنظيم الإعلام الآلي: وتتمثل مهامها في:

- العناية وصيانة أجهزة الإعلام الآلي.
- تسيير ومراقبة السير الحسن لشبكة المعلومات الخاصة بالتأمينات.

➤ وضع أنماط وقواعد جديدة في عملية تحسين مردودية الأداء لدى مستعملي الكمبيوتر لتطوير الإنتاج داخل المؤسسة.

ومن خلال هذه الوظائف يمكن أن نتعرف على الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتعاون الفلاحي حسب الشكل التالي:

الشكل رقم (07): الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتعاون الفلاحي



المصدر: معلومات مقدمة من الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي (الأخضرية).

المبحث الثاني: ماهية الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي CRMA**المطلب الأول: تأسيس الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي CRMA**

كما أسلفنا الذكر في المبحث الأول أنّ للصندوق الوطني للتعاون الفلاحي صناديق جهوية تمثله عبر جهات مختلفة من الوطن، ومن بين هذه الصناديق نجد الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية، والذي قمنا فيه بإجراء التربص التطبيقي.

فتح الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية أبوابه لتقديم خدماته في 10 مارس 2003 ومقره الاجتماعي هو حي 05 جويلية. وكانت خدماته تتمثل في خدمات تأمينية بالإضافة إلى خدمات بنكية. وتتمثل هذه الأخيرة والتي تسمى بصيرفة التأمين⁽¹⁾ بمنح قروض فلاحية لطالبيها. وكانت هذه المصلحة أي مصلحة البنك أهم مصلحة في الصندوق لكن ومع مرور الوقت تمّ إلغاء هذه المصلحة سنة 2007، لتبقى الخدمات التأمينية وحدها من خصائص الصندوق.

يمكن تعريف الصندوق على أنه مؤسسة مالية تقوم بتقديم خدمات مالية لزيائنها، وكذلك تحقيق الربح والاستمرارية.

المطلب الثاني: وظائف الصندوق وأهدافه المختلفة**I. وظائف الصندوق:**

للسندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية CRMA عدة وظائف والمتمثلة فيما يلي:

- القيام بعمليات التأمين سواءً كانت عمليات تأمين خاصة بالأخطار الفلاحية أو تأمينات أخرى مثل التأمين على السيارات.
- القيام بتحديد قسط التأمين عن طريق مصلحة المحاسبة، وأيضاً القيام بحساب قيمة مبلغ التأمين عند حدوث الخطر بناءً على القسط المدفوع.
- متابعة ملفات التعويض التي تخص الزبائن.

¹ - صيرفة التأمين: يعتبر التأمين المصرفي ظاهرة عالمية حضارية، حيث يمكن تعريفها على أنها " توزيع منتجات التأمين في فروع البنوك والمؤسسات المالية "، أيضاً تعرف على أنها بين المنتجات التأمينية من خلال قنوات التوزيع في المصارف، وبالتالي فهي أخذ السبل التسويقية الحديثة للخدمات التأمينية والتي تستند على الثقة المتبادلة بين البنك وعملاءه.

- تسيير ومراقبة السير الحسن لشبكة المعلومات الخاصة بالخدمات التأمينية عن طريق خلية الإعلام الآلي.
- دراسة ملفات القضايا والمنازعات بطريقة مباشرة ،وذلك باللجوء إلى المحاكم عن طريق الخلية القانونية.
- يعمل الصندوق على الوقاية من الأخطار المتنوعة كالأخطار الفلاحية، الأخطار على السيارات..إلخ

II. أهداف الصندوق:

يسعى الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي من خلال نشاطاته إلى تحقيق الأهداف التالية:

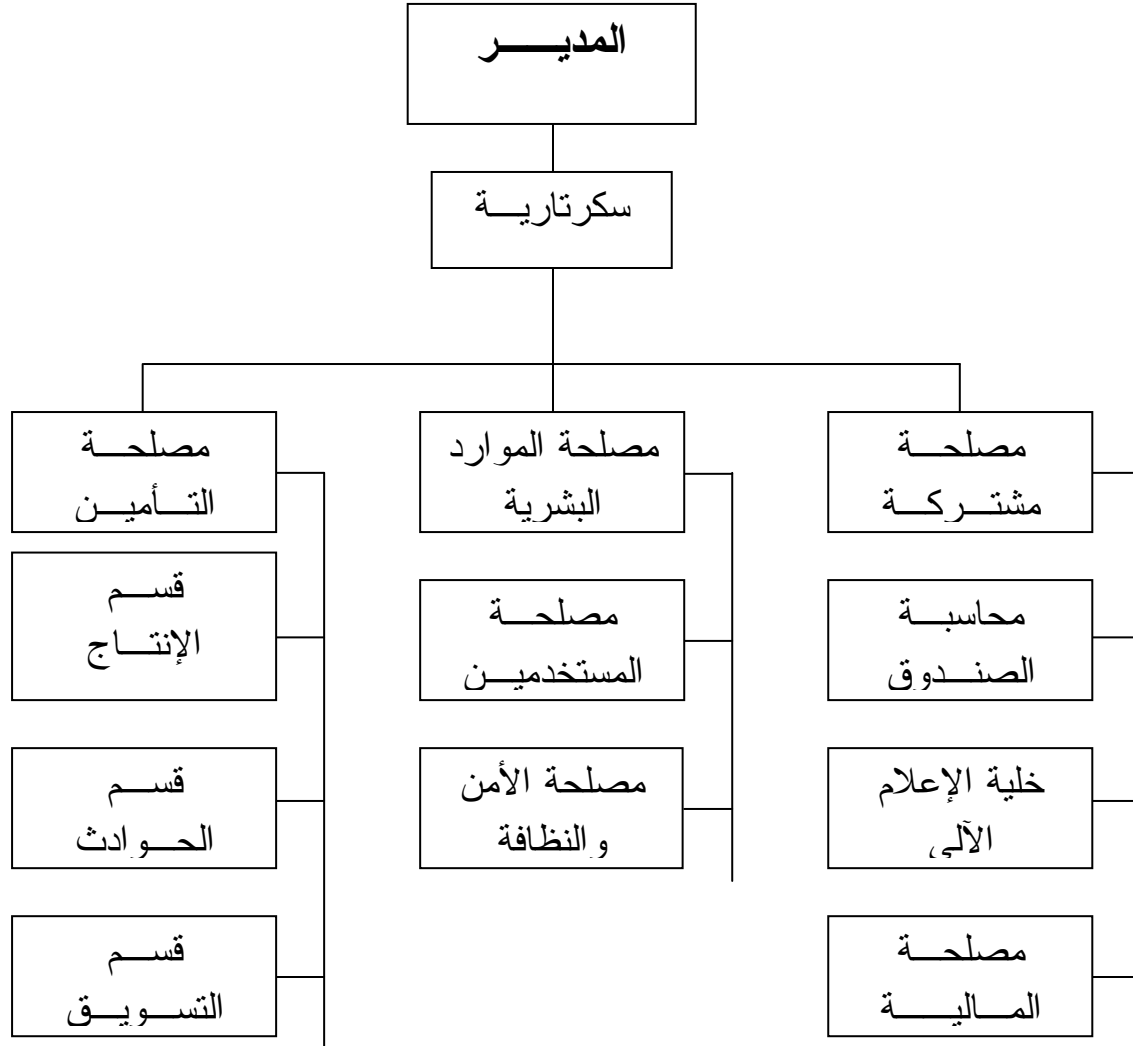
- ضمان التحقيق المستمر للأرباح باعتباره هدف عام تسعى إليه جميع المؤسسات سواء كانت إنتاجية أو خدمية من أجل البقاء والاستمرار.
- احتلال مكانة هامة في قطاع التأمين خاصة في الظروف الاقتصادية الحالية مع الدخول إلى اقتصاد السوق وظهور شركات تأمين ذات طبيعة خاصة وأخرى أجنبية، وبالتالي زيادة المنافسة من قبل مؤسسات تأمين أخرى.
- العمل على تقديم خدمات في أحسن الظروف وبأقل التكاليف.
- تنويع خدماته وتحسين جودتها.
- العمل على زيادة الحصة السوقية.

المطلب الثالث: تسيير الصندوق الجهوي ومصالحه المختلفة

يتمحور مضمون الهيكل التنظيمي لـ CRMA وفق الشكل التالي:

الشكل رقم (08): الهيكل التنظيمي للصندوق الجهوي للتعاون

الفلاحي CRMA بالأخضرية



المصدر: معلومات من المؤسسة

من خلال هذا الشكل يمكن شرح الهيكل التنظيمي للصندوق فيما يلي:

1- مصلحة التأمين: تتكون من :

- قسم الإنتاج
- قسم الحوادث
- قسم التسويق

2- مصلحة الموارد البشرية: تتكون من:

- مصلحة المستخدمين

- مصلحة الأمن والنظافة

3- مصلحة مشتركة: تتكون من:

- محاسبة الصندوق

- خلية الإعلام الآلي

لضمان السير الفعال للصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالخضرية فقد خصص لكل مصلحة من مصالحه وظيفة معينة يقوم بها، هذه الوظائف التي تكمل بعضها البعض تلتقي في الهدف المشترك الذي يسعى إليه الصندوق وهو تحقيق الربح بتقديم أحسن الخدمات، وفيما يلي سنتطرق بشكل وجيز إلى كل وظيفة أو مصلحة من مصالحه.

1- **المديرية:** وهي أعلى هيئة داخل الصندوق تحرص على السير الحسن للمؤسسة وإدارة شؤونها عن طريق تطبيق القوانين التي تسنها الإدارة المركزية بالجزائر العاصمة، كما تقوم بتوزيع الأعمال على المصالح المختصة وهذا طبعاً بعد القيام بدراساتها وفحصها، كما تقوم برعاية سمعة الصندوق.

2- **الأمانة (السكرتارية):** وهي بمثابة الخزينة أين تحفظ كل الوثائق والمستندات السرية التي تصدر من الإدارة والتي يجب على الأمانة عدم إفشاءها لأي كان إلا بإذن المدير، ويتلخص دورها في تنفيذ المهام قبل أن تقوم بإرسالها للمسؤولين.

3- **مصلحة التأمين:** وهي تهتم بتغطية معظم الكوارث التي قد تصيب مختلف التأمينات الخاصة بها وتتكون من 3 أقسام وهي:

أ- **قسم الإنتاج:** ويتجلى دوره في تسيير المستندات المالية (إنتاج العقود) كما تختص في حفظ السجلات الخاصة بكل العقود التي تقيدها فيها جداول البيانات فهي مصلحة تحرص على إرسال كل وثائق التأمين التي يصدرها الصندوق فيتم فحصها مع تقاضي بعض المشاكل من المحتمل وقوعها.

ب- **قسم الحوادث:** يقوم هذا القسم بتسيير ملفات الحوادث المنتسبة للوثائق مسبقاً بين الطرفين ففي حالة وقوع حادث فعلى المؤمن له وهذا في 7 أيام بعد علمه بالخطر المحقق به أن يعلم المؤمن كتابياً أو شفاهياً، وبعدها يقوم بالتصريح بالحادث على استمارة خاصة متوفرة لدى الصندوق وأثناء التصريح فإن القسم يسحب وثيقة التأمين من قسم الإنتاج، وبعد التأكد من تحقق الخطر يذكر سبب الحادث وثمان الخسائر وبعدها ينشأ محضر التعويض لحساب المستفيد.

- ج- **قسم التسويق:** يقوم هذا القسم على مستوى الصندوق إلى الاستجابة لمتطلبات زبائن المؤسسة وتحسين صورتها من خلال الأنشطة التي تقوم بها حيث يقوم هذا القسم بوضع السياسات التسويقية للصندوق بناءً على معلومات تسويقية كما يقوم بتقديم الاقتراحات والتعديلات الخاصة بالخدمات المقدمة أو الجديدة كذلك دراسة ومتابعة البحث عن منتجات جديدة.
- 4- **مصلحة الموارد البشرية:** يمكن تقسيم هذه المصلحة إلى:
- أ- **مصلحة المستخدمين:** هي التي تقوم بكل ما يتعلق بالمستخدمين وبالتنظيمات الخاصة بهم، أي ما يخص تنظيم الموظفين في مجالات التوظيف، التنقلات بين الوكالات، الترقيات، العلاوات والأجور..إلخ. أيضاً إعداد القوانين المختلفة لضبط علاقات العمل ومراقبة تصرفات العمال إضافة إلى ذلك فهي تقوم بتكوين الموظفين وتدريبهم على الوظيفة الموكلة إليهم.
- ب- **مصلحة الأمن والنظافة:** هذه المصلحة هي المسؤولة عن توفير الأمن داخل المؤسسة بالإضافة إلى الحرص على نظافة المؤسسة، فهي تخلق جواً من الراحة والطمأنينة لدى الزبائن وتشكل لهم حافزاً يدفعهم للتعامل مع هذه المؤسسة.
- 5- **المصلحة المشتركة:** وتنقسم إلى:
- أ- **محاسبة الصندوق:** تعتبر هذه المصلحة مركز اللقاء لكل مصالح الصندوق فهي تسجل كل مدخلات ومخرجات الصندوق، حيث تقوم بمراقبة الإيرادات المحصلة من مصلحة الإنتاج وتقيدها في اليوميات، كما تقوم بتسديد كل المبالغ المستحقة على الصندوق وتقوم بحساب قسط التأمين.
- ب- **خلية الإعلام الآلي:** تهتم بتطبيق جميع البرامج في الصندوق، حيث تقوم بالمحافظة على الملفات ومتابعة شبكة الاتصال داخل الصندوق بالإضافة إلى أنها تقوم بإعداد الجداول المقارنة بين النتائج المتوقعة والمحقة كما تقوم بإعداد ملخص لنشاطات المؤسسة.
- ج- **مصلحة المالية:** تقوم بمختلف العمليات المالية في الصندوق من جمع لأقساط التأمين وتسديد لمبالغ التعويض، إلى جانب ذلك فهي تحدد الوضعية المالية للصندوق من خلال تحديد الميزانية في نهاية كل سنة.

المبحث الثالث: دراسة واقع الجودة في CRMA

المطلب الأول: الخدمات المقدمة من طرف الصندوق

يعتبر الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي CRMA الذي انبثق عن الصندوق الوطني الجهوي للتعاون الفلاحي CNMA من الشركات الرائدة في قطاع التأمين الجزائري حيث وإلى جانب ممارسته للوظائف التقليدية التي تقوم بها الشركات الأخرى، فهو ينفرد بتشكيلة متنوعة ومتميزة من الخدمات وبأسلوب مبسط وجذاب وبجودة عالية استقطب مختلف شرائح المجتمع في ظرف وجيز مما جعله قادراً على مواجهة المنافسة بل والمحافظة على حصة معتبرة من السوق وتتمثل أهم هذه الخدمات فيما يلي:

1- التأمين الفلاحي:

يتمثل هذا النوع من التأمين بحماية أصحاب الأراضي الفلاحية أو الذين يقومون بتربية الحيوانات بشتى أنواعها من أجل حماية ممتلكاتهم من الأضرار.

2- التأمين على الكوارث الطبيعية:

هذا التأمين حديث النشأة بدأ في ديسمبر 2004، وهو تأمين إجباري خاص بالعقارات والمنازل والتجار والمصانع..إلخ، وفي هذا النوع من التأمين يطلب من المؤمن له إحضار عقد الملكية أو عقد الإيجار، وهذا من أجل تحديد موقع العقار المراد تأمينه والأضرار التي يقوم بتأمينها.

3- التأمين على الأخطار الصناعية والتقنية:

يختص هذا النوع في تأمين العتاد الفلاحي وكذا العتاد الصناعي، وعتاد أصحاب المهن والحرفيين من كل المخاطر التي تصيبه أثناء اشتغاله أو أثناء توقفه.

4- التأمين على الأخطار البسيطة:

هذا النوع من التأمين يكون على سرقة الممتلكات والسلع المخزنة وكذا الأخطار المتعددة للسكنات.

5- التأمين على النقل البحري:

يطبق هذا التأمين على بضائع النقل البحري وكذا الصيد البحري، وبما أن الصندوق لا يقع على الشريط الساحلي هذا التأمين يكون فيه معدوماً.

6- التأمين على السيارات:

في هذا النوع من التأمين يقوم الزبون بتأمين سيارته من المخاطر التي قد تصيبها أثناء سيرها أو توقفها سواء أكانت هذه الأخطار ناتجة عن الزبون نفسه أو من طرف آخر.

7- التأمين الشخصي:

يتمثل هذا النوع من التأمين في حماية الشخص في حد ذاته من جميع الأخطار التي يمكن أن تصيبه في حياته سواء حياته المهنية أو المدنية.

8- التأمين على المسؤولية المدنية:

يتمثل هذا النوع من التأمين في أخطار الحوادث التي تترتب على الزبون تجاه الغير.

المطلب الثاني: سياسة وميثاق الجودة المطبقة في الصندوق

لقد بدأ طموح الصندوق خلال السنوات القليلة الماضية لأن يكون كمتعامل اقتصادي معروف من خلال كفاءة مستخدميه وقدراتهم التي تؤهلهم للاعتراف في تقديم الخدمات المتعلقة بشتى أنواع التأمين بجودة عالية وبأقل التكاليف.

إن هذا الطموح يترجم بمدى استعداد الصندوق وقدرته على الاستجابة لمتطلبات ورغبات عملاء وإرضائهم والعمل على تحسين الخدمات وتنويعها. وترتكز سياسة الجودة على ثلاث مبادئ كما يلي:

1- إرضاء عملاء المؤسسة: والتي نجد من خلالها:

- الإصغاء الدائم لزبائن الصندوق.
- تقديم وباستمرار خدمات مناسبة مع ضمان التحسين المستمر لجودتها.

2- أداء المؤسسة: وتتمثل في:

- الاستغلال الأمثل لموارد الصندوق.
- تطوير قدرات المؤسسة في العمل والتنبؤ والتحسين.

3- احترافية المؤسسة:

- الكفاءة في القيام بالمهام والعمل الجماعي.

- تحسين قدرات موظفي الصندوق.

أما فيما يخص ميثاق الجودة للمؤسسة فيتضمن ما يلي:

- تطوير علاقات الثقة مع عملاء المؤسسة.
- وضع تنظيم مكيف مع احتياجات العملاء.
- الإصغاء الدائم والمتواصل للعملاء.

المطلب الثالث: قياس رضا العملاء في الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي

يهدف الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي إلى تحقيق الرضا لدى عملاءه، لذلك فهو يعمل على تقديم خدمات ذات جودة عالية من خلال توفير الموارد البشرية والمادية اللازمة لذلك، ويتم التعرف على رضا العملاء من خلال ما يلي:

1- معرفة عدد العملاء الجدد:

حيث تقوم مصلحة التسويق بجمع المعلومات الخاصة بالزبائن من خلال الملفات التي يقدمونها أثناء إنجاز الخدمات، ومن خلال الجدول التالي سنتعرف على تطور حجم العملاء خلال السنوات من 2006 إلى 2011.

الجدول رقم (3) : تطور حجم الزبائن الجدد

السنوات	نسبة العملاء الجدد %
2007-2006	0.25
2008-2007	0.35
2009-2008	0.45
2010-2009	0.45
2011-2010	0.50

المصدر: معلومات مقدمة من مصلحة التسويق

يمكن إرجاع هذا التطور بنسبة الزبائن الجدد إلى رضا العملاء عن الخدمة المقدمة.

2- **عدد الشكاوي:** إنَّ عدم رضا العملاء عن الخدمات المقدمة يترجم في شكل شكاوي مكتوبة كانت أم شفوية، أما بالنسبة لعدد الشكاوي لدى الصندوق فهي تختلف من يوم إلى آخر، حيث يمكن إرجاع هذا الاختلاف إلى الحالة التي يكون عليها مقدم الخدمة أو إلى التأخر في التعويض مثلاً.

3- **العملاء المفقودين:** تعمل مصلحة التسويق على متابعة الزبائن للتعرف على العملاء الذين توقفوا عن التعامل معها أي العملاء المفقودين وفيما يلي جدول يوضح العملاء المفقودين للمؤسسة خلال السنوات (2011/2006).

الجدول رقم (4) : نسبة العملاء المفقودين

السنوات	نسبة العملاء المفقودين %
2007-2006	0.1
2008-2007	0.1
2009-2008	0.2
2010-2009	0.1
2011-2010	0.3

المصدر: مصلحة التسويق

يمكن إرجاع نسبة العملاء المفقودين إلى عوامل مختلفة نذكر منها:

في كثير من الحالات يمكن إرجاعها إلى فقدان العميل للشيء المؤمن عليه مثل التأمين على السيارات في حالة بيعها، وربما إلى عدم الرضا عن الخدمات المقدمة.

المبحث الرابع: الدراسة الميدانية

المطلب الأول: تحديد مجتمع الدراسة وأسلوب جمع البيانات

بهدف معرفة أهمية جودة الخدمة المقدمة إلى العملاء من أجل الحفاظ عليهم وكسب ولاءهم، وقصد

معرفة نظرة الزبون إلى CRMA ونوعية الخدمة المقدمة إليه، تطرقنا في المبحث السابق إلى تقييم جودة

الخدمة المقدمة في CRMA، لكن وبما أننا لاحظنا أن تقييم الجودة يكون مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بالزبائن، قمنا في هذا المبحث بإجراء استقصاء موجه إلى الزبائن، الهدف منه معرفة ما إذا كان الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية يهتم بجودة خدماته، وسنستعرض في هذا المطلب أهم الإجراءات المنهجية المعتمدة في تطبيق الدراسة الميدانية.

1. تحديد مجتمع الدراسة:

يشتمل مجتمع الدراسة على نسبة من العملاء الذين يتعاملون مع الصندوق.

أما فيما يخص حجم العينة الإحصائية للزبائن تم اختيارها بصفة عشوائية وتقدر بـ 50 زبون، وهي العينة الميسرة لأن عملية اختيار وحدات المجتمع تمثلت في الأقارب والمعارف ومجموعة من الزبائن الذين تمت مقابلتهم في CRMA أثناء قيامنا بالتربص فيها، ولكن واجهتنا صعوبات من طرف الزبائن ورفضهم الإجابة عن الاستمارة، رغم إصرارنا على أن الدراسة تستعمل لأغراض علمية بحتة.

2. أسلوب جمع البيانات:

تمر جمع البيانات اللازمة من خلال أسلوب الاستقصاء، حيث قمنا بتصميم استمارة بحث موجهة لزبائن الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية، قصد التعرف على مدى إدراكهم لجودة الخدمة التأمينية المقدمة إليهم، أي التعرف على تقييم الأداء الفعلي للخدمة التأمينية من وجهة نظر الزبائن، وهذا وفقاً لنموذج الاداء الفعلي. و فيما يتعلق بالإجابة على أسئلة الاستبيان، فمنها من ملئت من طرف الزبائن، ومنها من ملئت من خلال الطرح الشفوي للأسئلة وتسجيل الإجابات شخصياً (المقابلة)، وهذا إذا تطلب منا الأمر ذلك، أي إذا كان الزبون غير مؤهل علمياً على القراءة والكتابة.

وفيما يتعلق بتصميم استمارة البحث فقد تكونت من أربعة أجزاء بالإضافة إلى صفة التقديم وطلب المساعدة وهي كالتالي:

- الجزء الأول: يتعلق هذا الجزء بالخصائص الديموغرافية للعينة (السن، الجنس،..).
- الجزء الثاني: يشتمل هذا الجزء على الأسئلة المتعلقة بالتأمين بصفة عامة، بالإضافة إلى اقتراحات الزبائن لتحسين الجودة وذلك من خلال 6 عبارات.

- **الجزء الثالث:** يتعلق هذا الجزء بتحديد إدراك العملاء لمستوى الذكاء الفعلي للخدمة التأمينية، يحتوي هذا الجزء على 13 عبارة تترجم المؤشرات الخمسة الأساسية لنموذج Servperf، ويتم قياس متغيرات هذا الجزء باستخدام مقياس ليكرت الذي يحتوي على 5 خمس درجات كما يلي:

- لا أوافق بشدة لها درجة واحدة (1)

- لا أوافق لها درجتين (2)

- محايد لها ثلاث درجات (3)

- أوافق لها أربع درجات (4)

- أوافق بشدة لها خمس درجات (5)

كما يعكس كل من: المدى [1 - أقل من 2.5] درجة موافقة منخفضة.

المدى [2.5 - أقل من 3.5] درجة الموافقة المتوسطة.

المدى [3.5 - أقل من 5] درجة الموافقة العالية.

- **الجزء الرابع:** يتعلق هذا الجزء بتحديد درجة رضا كل من زبائن CRMA بالأخضرية، على الجودة الكلية للخدمة التأمينية المقدمة إليهم. وهذا من منطلق أن رضا الزبون عن مستوى الجودة في الخدمة المقدمة له، يعدّ بمثابة تقييم نهائي لأداء جودة الخدمة الفعلية.

تمّ قياس متغيرات هذا الجزء باستخدام مقياس ليكرت كما في الجزء الثالث.

أمّا إذا أشرنا للأدوات الإحصائية المستعملة فقد تم الاستعانة ببعض الرموز الإحصائية التالية: التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، وذلك لتقديم وصف شامل لبيانات العينة.

المطلب الثاني: تحليل نتائج الاستبيان

- **الجزء الأول:** بغرض التعرف على الخصائص الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة تناول هذا الجزء بعض البيانات الشخصية لأفراد العينة كما يلي:

1. **الجنس:** يوضح الجدول أدناه، توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجدول رقم (5): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسب المئوية
أنثى	08	% 16
ذكر	42	% 84
المجموع	50	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول نلاحظ أن النسبة العالية من أفراد العينة هم من الذكور بنسبة 84% في حين بلغت نسبة الإناث 16%.

II. السن:

الجدول رقم (6): توزيع الأفراد حسب الفئات العمرية

السن	التكرارات	النسب المئوية
[30 – 18]	11	% 22
[42 – 30]	17	% 34
[54 – 42]	18	% 36
أكثر من 54	4	% 8
المجموع	50	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

يلاحظ من الجدول أعلاه أن معظم أفراد العينة هم من الفئة العمرية [42 – 54] سنة، حيث بلغ عددهم 18 فرداً وبنسبة مقدارها 36% ثم تليها الفئة [30 – 42] والبالغ عددهم 17 فرداً وبنسبة 34 أما الفئة [18 – 30] فبلغ عدد الأفراد 11 فرداً بنسبة مقدارها 22% في حين لم يشكل الأشخاص من الفئة العمرية 54 سنة فأكثر سوى 4 أفراد وبنسبة مقدارها 8% .

III. المستوى التعليمي: يوضح الجدول أدناه توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

جدول رقم (7): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرارات	النسب المئوية
أقل من ثانوي	22	44 %
ثانوي	19	38 %
جامعي	6	12 %
دراسات عليا	3	6 %
المجموع	50	100 %

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

يتضح من خلال الجدول رقم (7) أن النسبة العالية من أفراد العينة ذات مستوى تعليمي أقل من ثانوي بلغ عددهم 22 شخص ونسبة مقدارها 44%، ثم يليها بعد ذلك الأفراد ذوي المستوى الثانوي إذ بلغ عددهم 19 شخصاً ونسبة مقدارها 38%، أما باقي أفراد العينة فنجد نسبة 12% للأشخاص الذين لديهم مستوى تعليمي جامعي ونسبة 6% منهم لديهم دراسات عليا.

IV. الوظيفة: يبين الجدول التالي توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

جدول رقم (8): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرارات	النسب المئوية
موظف	28	56 %
عامل حر	12	24 %
متقاعد	7	14 %
بطل	3	6 %
المجموع	50	100 %

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان

يلاحظ من الجدول أن غالبية أفراد العينة من حيث الحالة المهنية هم الموظفين حيث بلغ عددهم 28 فرداً وبنسبة مقدارها 56%، ثم يليها بعد ذلك أصحاب الأعمال الحرة بنسبة 24%، أما باقي أفراد العينة فيتوزعون حسب مهنتهم كالتالي: 14% متقاعدين، 6% بطالين.

• **الجزء الثاني:** بغرض التعرف على مدى إدراك الزبائن بالتأمين، تم إدراج هذا الجزء الذي يتضمن

بعض المعلومات حول التأمين وارتباطهم بأفراد العينة كما يلي:

2. منذ متى وأنت تتعامل مع الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية؟

الجدول رقم (9): يوضح التكرارات والنسبة إجابات الزبائن على السؤال رقم 1.

عناصر الإجابة	التكرار	النسب المئوية
أقل من سنتين	10	20 %
من 2 - 5 سنوات	22	44 %
أكثر من 5 سنوات	18	36 %
المجموع	50	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يبين هذا السؤال نسبة وفاء زبائن الصندوق حيث بلغت نسبة الأفراد الذين يتعاملون معه منذ مدة تفوق الخمس سنوات 36 % بينما نسبة 44% هم زبائن لديهم مدة تتراوح بين سنتين وخمس سنوات، كما أن 20% للزبائن الجدد الذين تتراوح مدة تعاملهم أقل من سنتين.

3. ما هي معرفتك الشخصية بالتأمين، أنواعه وفوائده؟

الجدول رقم (10): يوضح التكرارات والنسبة إجابات الزبائن على السؤال رقم 2

البيان	التكرار	النسب المئوية
ممتازة	8	16 %
جيدة	22	44 %
ضعيفة	5	10 %
لا أعرف	14	28 %
المجموع	50	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتان بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يتضح لنا من الجدول أن معظم الزبائن لدى الصندوق لديهم معرفة جيدة حول التأمين والتي بلغت نسبتها 44% في حين كانت نسبة إجابة الزبائن بعدم معرفة أنواع التأمين وفوائده 28% أما فيما يخص المعرفة الضعيفة بالتأمين والممتازة فكانت نسبتيهما 10% و 16% على التوالي.

4. في رأيك هل التأمين..؟

الجدول رقم (11): يوضح التكرارات والنسبة إجابات الزبائن على السؤال رقم 3

عناصر الإجابة	التكرار	النسب المئوية
نفقة زائدة	19	38 %
نوع من الضرائب	19	38 %
وسيلة ادخار	2	4 %
وسيلة أمان وحماية	10	20 %
المجموع	50	100 %

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يهدف هذا السؤال إلى معرفة مستوى الثقافة التأمينية لدى زبائن CRMA، من خلال الإجابات المقدمة ينظر 38% من أفراد العينة إلى أن التأمين عبارة عن نفقة زائدة، ونفس النسبة له نوع من الضرائب، ويرى 20% بأن التأمين وسيلة أمان وحماية، في حين أن 4% فقط من أفراد العينة ينظرون للتأمين على أنه وسيلة ادخار.

5. ماذا يزعجك في التأمين؟

الجدول رقم (12): يوضح التكرارات والنسبة إجابات الزبائن على السؤال رقم 4

عناصر الإجابة	التكرار	النسب المئوية
غلاء الأقساط	22	44 %
الروتين والبيروقراطية	8	16 %
التأخر في التعويض	22	44 %
المجموع	50	100 %

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

نرى من خلال الجدول بأن أغلبية أفراد عينة الدراسة يشكون من غلاء الأقساط وتأخر التعويض، حيث قدرت نسبتهم بـ 44%، في حين نجد بقية أفراد العينة أي ما نسبته 16% يشكون من الروتين والبيروقراطية.

6. في رأيك ما هي غاية عمل شركات التأمين؟

الجدول رقم (13): يوضح التكرارات والنسبة إجابات الزبائن على السؤال رقم 5

الغاية	التكرار	النسب المئوية
اجتماعي	9	18 %
ربحي	41	82 %
إنساني	0	0 %
المجموع	50	100 %

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن ما نسبته 82% من أفراد العينة يرون بأن غاية شركات التأمين هو ربحي، بينما 18% يرون بأن غاية شركات التأمين هو اجتماعي، في حين نجد ما نسبته 0% لغاية شركات التأمين إنساني.

7. الاقتراحات المقدمة من الزبائن: يمكن إجمال الاقتراحات المقدمة من الزبائن في:

- السرعة بمعالجة الملفات خاصة عند وقوع الخطر.
- تسريع إجراءات التعويض.
- تخفيض قسط التأمين.
- تقديم تحفيزات للمؤمنين الذين لم يصادفهم وقوع أخطار لمدة زمنية معينة. وأيضاً للذين لم يتسببوا في وقوع أخطاء، وهذا يكون غالباً في التأمين على حوادث السيارات. ويمكن حصر هذه التحفيزات في: تخفيض أقساط المؤمنين، مكافأة في شكل تأمين مجاني لمدة معينة.
- مراعاة العدالة في تقديم الخدمة، وتدريب العاملين للتعامل بشكل أفضل مع الزبائن.
- **الجزء الثالث:** سنركز في هذا العنصر على تحليل البيانات المتعلقة بتقييم الزبائن لمؤشرات جودة الخدمة التأمينية المقدمة إليهم.

1. **الملموسية:** يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على توفير الجودة في الخدمة التأمينية المقدمة إليهم من ناحية مؤشر الملموسية.

الجدول رقم (14): تقديم جودة الخدمة التأمينية من ناحية مؤشر الملموسية:

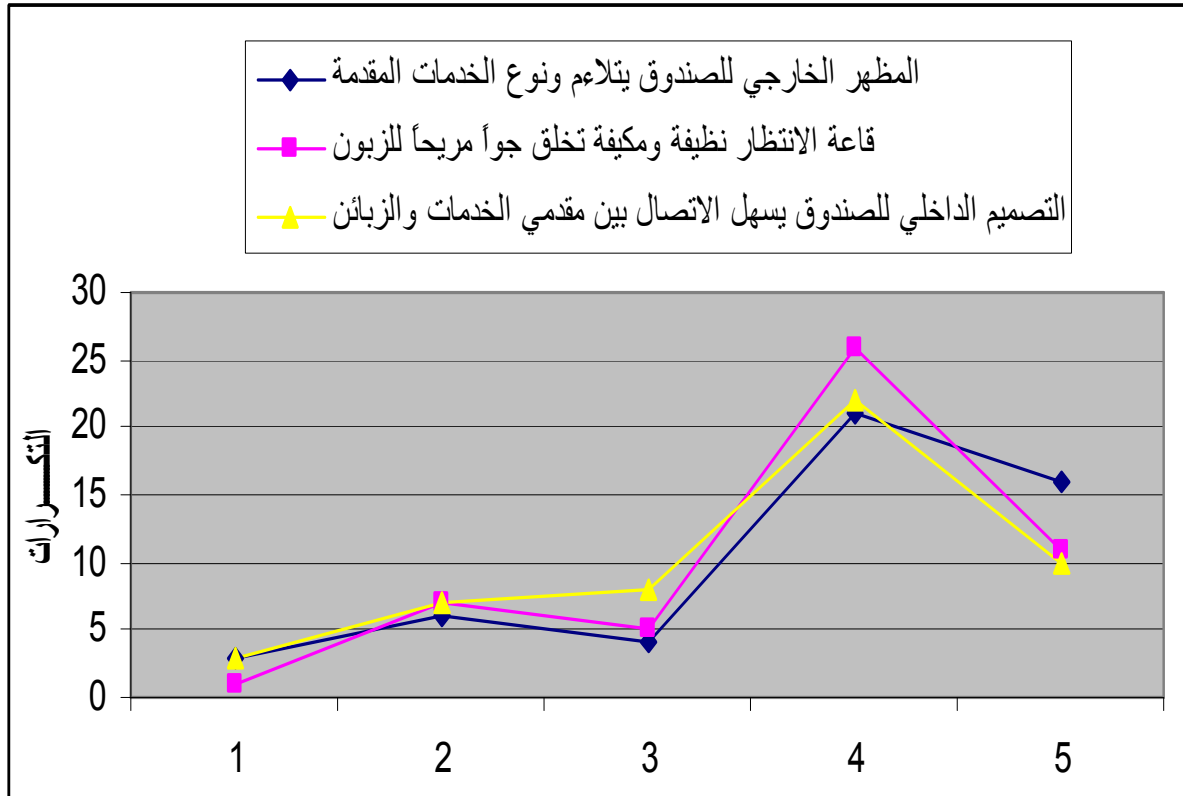
الرقم	العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		غير موافق إطلاقاً 1	غير موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافق جداً 5			
1	المظهر الخارجي للصندوق يتلاءم ونوع الخدمات المقدمة	3	6	4	21	16	3.82	1.18	عالية
2	قاعة الانتظار نظيفة ومكيفة تخلق جواً مريحاً للزبون	1	7	5	26	11	3.78	1	عالية
3	التصميم الداخلي للصندوق يسهل الاتصال بين مقدمي الخدمات والزبائن	3	7	8	22	10	3.58	1.13	عالية
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام						3.72	/	عالية

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج الاستبيان د.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن اتجاهات أفراد العينة نحو كل العبارات كانت ضمن الموافقة العالية وهذا إن دلّ على شيء فهو يدلّ على أن غالبية أفراد عينة الدراسة يقيمون جودة الخدمة التأمينية المقدمة إليهم فعلياً في: ملاءمة المظهر الخارجي لنوع الخدمة المقدمة، ولتسهيل التصميم الداخلي لها، الاتصال بمقدمي الخدمات وتوفرها على قاعات انتظار نظيفة ومكيفة بما يخلق جواً مريحاً للزبون.

وفيما يتعلق بالمعدل العام للمتوسطات الحسابية لكافة الفقرات التي تحدد تقييم الزبائن بجودة الخدمة التأمينية المقدمة إليهم حسب مؤشر الملموسية، فيتبين من الجدول أعلاه أن المعدل قد بلغ 3.72 مما يعكس درجة موافقة عالية على جودة الخدمة التأمينية من ناحية مؤشر الملموسية، وبإجماع أفراد عينة الدراسة.

الشكل رقم: (09) التمثيل البياني للتقييم أفراد عينة الدراسة لمؤشر الملموسية



المصدر: أعد بالاعتماد على نتائج الاستبيان

2. **الاعتمادية:** يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على توفر الجودة المطلوبة في الخدمة التأمينية المقدمة إليهم من ناحية الاعتمادية.

الجدول رقم (15): تقديم جودة الخدمة التأمينية من ناحية مؤشر الاعتمادية:

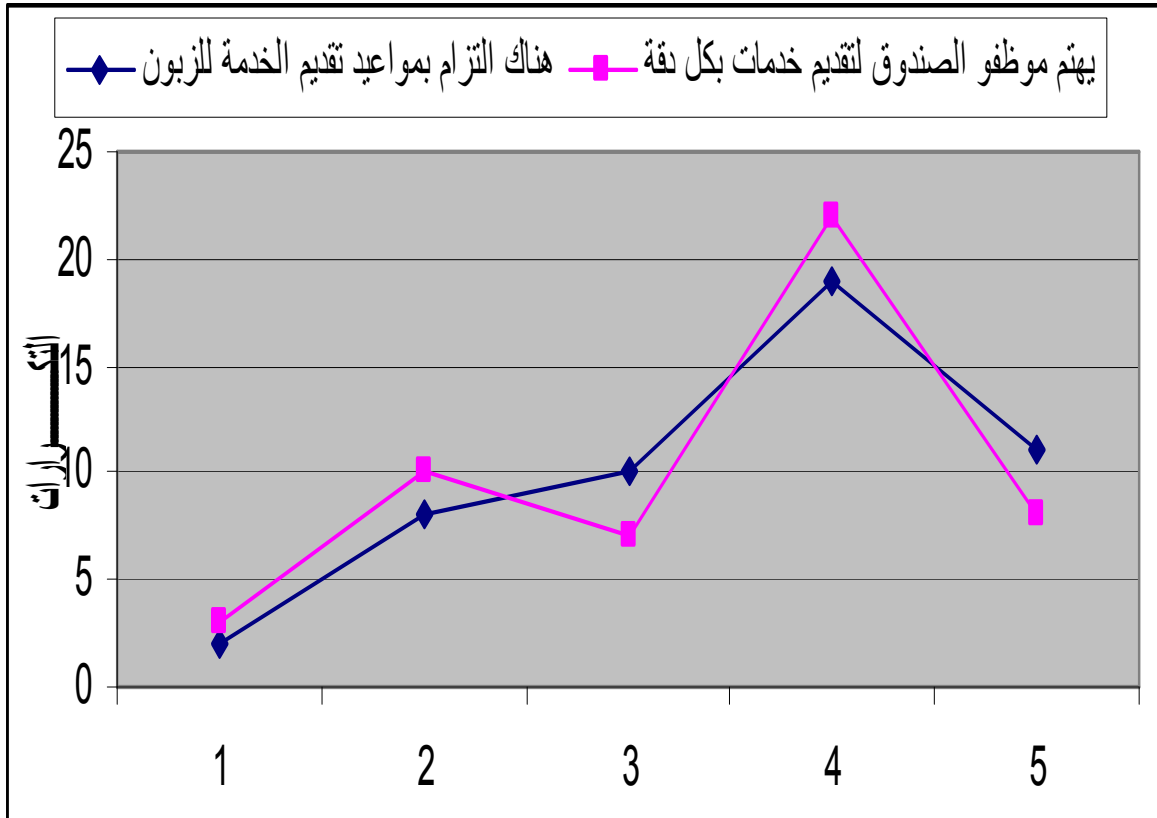
الرقم	العبارة	التكرارات					غير موافق إطلاقاً 1	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق إطلاقاً				
1	هناك التزام بمواعيد تقديم الخدمة للزبون	11	19	10	8	2	3.58	1.11	عالية	
2	يهتم موظفو الصندوق لتقديم خدمات بكل دقة	8	22	7	10	3	3.44	1.15	متوسطة	
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام						3.51	/	عالية	

المصدر: أعدّ الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يتبين من الجدول أعلاه أن اتجاهات أفراد العينة نحو العبارة الأولى كانت بوسط حسابي مقداره 3.58 والانحراف المعياري مقداره 1.11، مما يعكس درجة موافقة عالية من قبل أفراد عينة الدراسة على التزام مقدمي الخدمات بمواعيد العمل في المؤسسة، أما الاتجاهات نحو العبارة الثانية، فكانت بوسط حسابي قدره 3.44 وانحراف معياري 1.15، وهذا ما يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة توافق بدرجة متوسطة على عدم ارتكاب مقدمي الخدمات أخطاء في عملية تقديم الخدمة.

أما بالنسبة للمعدل العام للمتوسطات الحسابية الخاص بالعبارتين فيتبين من الجدول أنه قد بلغ 3.51 مما يعكس درجة موافقة عالية من قبل أفراد عينة الدراسة على جودة الخدمة التأمينية من ناحية مؤشر الاعتمادية وبإجماع أفراد عينة الدراسة.

الشكل رقم: (10) التمثيل البياني لتقييم أفراد عينة الدراسة بمؤشر الاعتمادية.



المصدر: أعد بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

3. **الاستجابة:** نلاحظ من خلال الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على توفير الجودة في الخدمة التأمينية المقدمة إليهم من ناحية الاستجابة.

الجدول رقم (16): تقديم جودة الخدمة التأمينية من ناحية مؤشر الاستجابة:

الرقم	العبارات	التكرارات					غير موافق إطلاقاً 1	غير موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافق جداً 5	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	لدى مقدمي الخدمة الإرادة والرغبة في مساعدة الزبون	2	10	4	26	8	3.56	1.10	عالية					
2	إعلام العملاء بدقة عن موعد تقديم الخدمة	2	12	10	17	9	3.38	1.15	متوسطة					
3	الاستجابة السريعة لشكاوي الزبائن والرد على استفساراتهم	6	14	16	10	4	2.84	1.03	متوسطة					
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام						3.26	/	متوسطة					

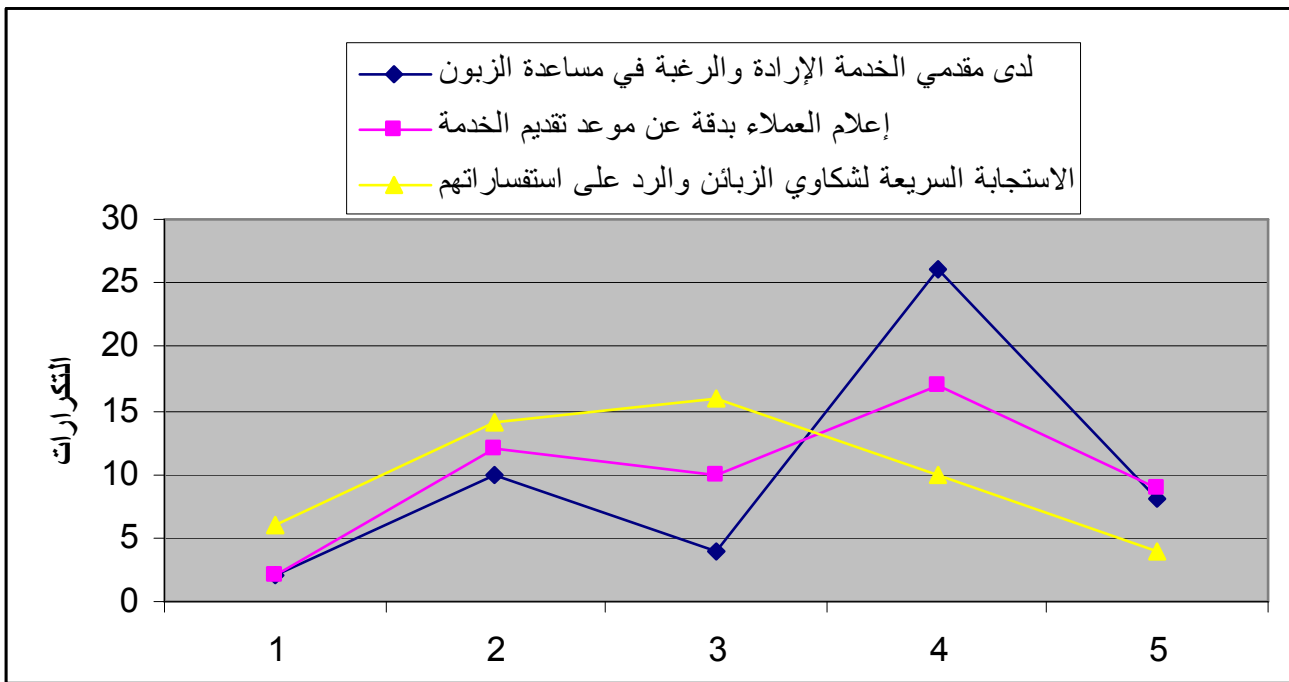
المصدر: أعدّ الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يشير الجدول أعلاه أن أعلى متوسط حسابي هو 3.56 كان للعبارة التي تنص على أن لمقدمي الخدمة الرغبة في مساعدة الزبائن. وذلك بانحراف معياري قدره 1.10. وهذا يدل على أن غالبية أفراد عينة الدراسة توافق بدرجة عالية على هذه الفقرة، وقد جاءت العبارة المتعلقة بفترة الحصول على الخدمة في المرتبة الثانية بوسط حسابي مقداره 3.38 وبانحراف معياري مقدّر بـ 1.15. ويدل هذا على أن الموافقة على طول فترة الانتظار تكون بدرجة متوسطة، أما بالنسبة للمرتبة الأخيرة فجاءت بوسط حسابي قدره

2.84 وانحراف معياري 1.03. وهذا أيضاً يدل على درجة التقييم المتوسطة لهذه الفقرة المتعلقة بسرعة الرد على شكاوي العملاء.

وفيما يتعلق بالمعدل العام للمتوسطات الحسابية للعبارات التي تحدد تقييم الزبائن لجودة الخدمة التأمينية حسب مؤشر الاستجابة فيتبين من الجدول أن المعدل العام قد بلغ 3.26. مما يعكس درجة موافقة متوسطة من قبل أفراد العينة وبإجماع أفراد عينة الدراسة.

الشكل رقم: (11) التمثيل البياني لتقييم أفراد عينة الدراسة بمؤشر الاستجابة



المصدر: أعد بالاعتماد على نتائج الجدول.

4. **التعاطف:** الجدول التالي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على توفير الجودة في الخدمة التأمينية المقدمة إليهم من ناحية مؤشر التعاطف.

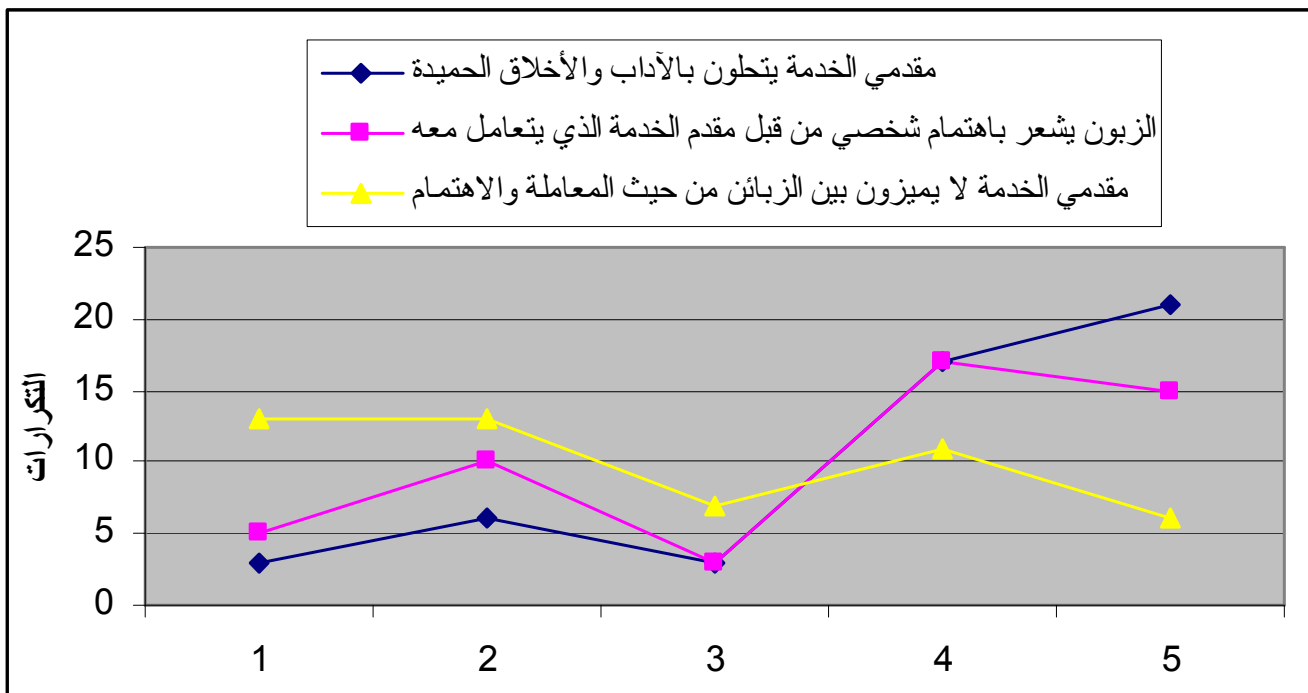
الجدول رقم (17): تقديم جودة الخدمة التأمينية من ناحية مؤشر التعاطف:

الرقم	العبارات	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		غير موافق إطلاقاً 1	غير موافق 2	محايد 3	موافق 4	موافق جداً 5			
1	مقدمي الخدمة يتحلون بالآداب والأخلاق الحميدة	3	6	3	17	21	3.94	1.22	عالية
2	الزبون يشعر باهتمام شخصي من قبل مقدم الخدمة الذي يتعامل معه	5	10	3	17	15	3.54	1.36	عالية
3	مقدمي الخدمة لا يميزون بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام	13	13	7	11	6	2.68	1.38	متوسطة
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام						3.44	/	متوسطة

المصدر: أعدّ الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول نلاحظ أنه قد وافق غالبية أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية على تحلي مقدمي الخدمة بالآداب والأخلاق الحميدة، وعلى شعور الزبون بالاهتمام الشخصي من قبل مقدم الخدمة، إذ بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارات: 3.94 ، 3.54 على الترتيب وبانحراف معياري قدره: 1.22 ، 1.36 على الترتيب. أما فيما يخص الفقرة الثالثة المتعلقة بالتمييز بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام، فكانت ضمن الدرجة المتوسطة بانحراف معياري يقدر بـ 1.38، ومتوسط حسابي 2.68 . أما المتوسط الحسابي العام لكل هذه الفقرات التي تحدد تقييم الزبائن لجودة الخدمة التأمينية المقدمة إليهم حسب مؤشر التعاطف، فتبين من الجدول أنه قد بلغ 3.44 مما يعكس درجة متوسطة على جودة الخدمة التأمينية من ناحية مؤشر التعاطف، وبإجماع عينة الدراسة.

الشكل رقم: (12) التمثيل البياني لتقييم أفراد عينة الدراسة بمؤشر التعاطف



المصدر: أعد بالاعتماد على نتائج الجدول.

5. الأمان: الجدول التالي يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على توفير الجودة في الخدمة التأمينية المقدمة إليهم من ناحية مؤشر الأمان.

الجدول رقم (18): تقديم جودة الخدمة التأمينية من ناحية مؤشر الأمان:

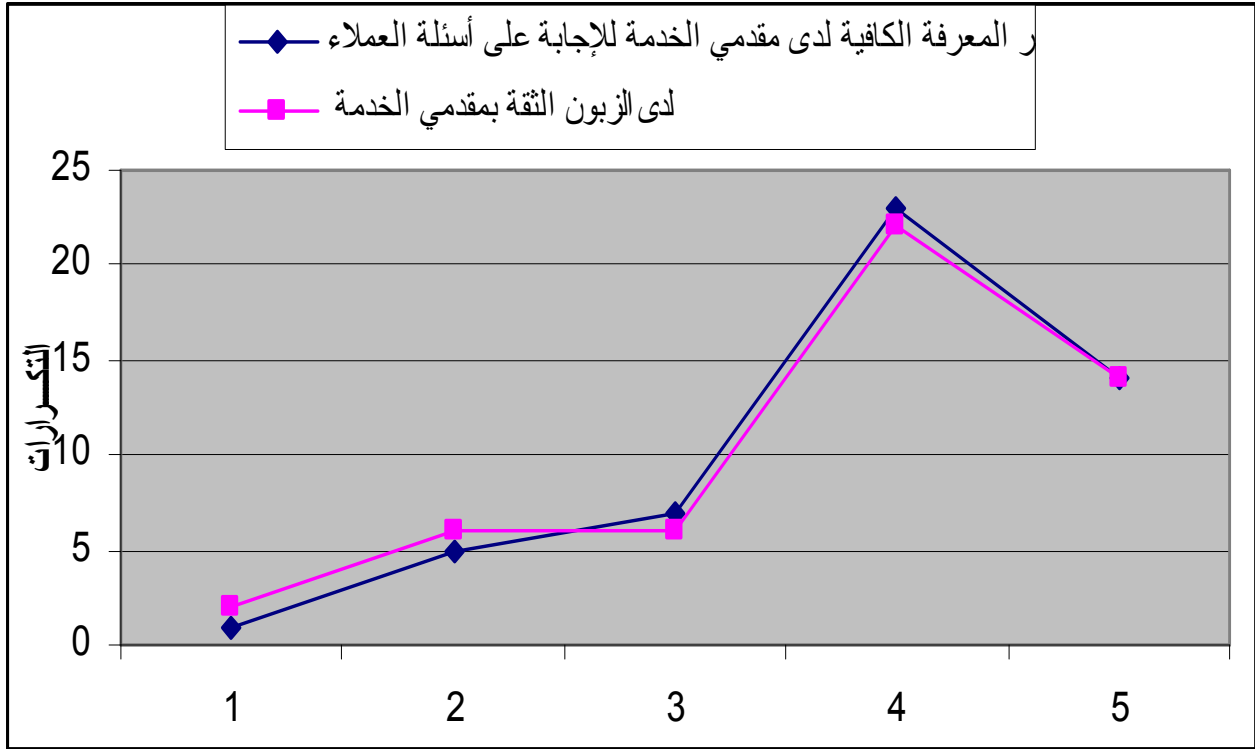
الرقم	العبارات	التكرارات					غير موافق إطلاقاً 1	درجة الموافقة
		موافق جداً	موافق	محايد	غير موافق	موافق		
1	توفر المعرفة الكافية لدى مقدمي الخدمة للإجابة على أسئلة العملاء	14	23	7	5	1	عالية	
2	لدى الزبون الثقة بمقدمي الخدمة	14	22	6	6	2	عالية	
	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام	3.84	/				عالية	

المصدر: أعدّ الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يتبين من الجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة توافق بدرجة عالية على شعورها بالأمان عند تعاملها مع مقدمي الخدمة والثقة بهم، إذ بلغ المتوسط الحسابي لكلاهما على الترتيب: 3.88 ، 3.80 في حين قد انحرافهما المعياريين: 0.99 ، 1.09 على الترتيب. أما بالنسبة للمعدل العام للمتوسطات الحسابية الخاص بفقرتي مؤشر الأمان، فيتبين من الجدول أن المعدل العام قد بلغ 3.84. مما يعكس درجة موافقة عالية من قبل أفراد عينة الدراسة على جودة الخدمة التأمينية من ناحية مؤشر الأمان وبإجماع كافة أفراد عينة الدراسة.

الجزء الرابع: سنركز في هذا الجزء على تحليل السؤال المتعلق بعلاقة معايير الجودة ورضا الزبائن وذلك من خلال الجدول رقم (19) الذي يتم فيه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب درجة رضاهم عن الجودة الكلية للخدمة التأمينية المقدمة إليهم.

الشكل رقم: (13) التمثيل البياني لتقييم أفراد عينة الدراسة لمؤشر الأمان



المصدر: أعد الشكل بالاعتماد على نتائج الجدول.

الجدول رقم (19): التوزيع التكراري والنسبي لإجابات أفراد العينة تبعاً لدرجة الرضا على الجودة

الكلية للخدمة التأمينية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد الإجابات	كبيرة جداً	كبيرة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً	درجة الرضا
			5	4	3	2	1	
0.49	3.56	50	6	18	24	2	0	التكرارات
		100	12	36	48	4	0	النسب المئوية

المصدر: أعدّ الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 48% من أفراد عينة الدراسة كانت درجة رضاهم عن الجودة الكلية للخدمة التأمينية متوسطة أو منخفضة، وبصفة عامة يمكن القول أن درجة رضا الزبائن عن الجودة الكلية للخدمة التأمينية هي فوق المتوسط ويستدل هذا بالمتوسط الحسابي الذي قدر بـ 3.56 وهو ضمن المدى [3.5 - 5] وبالتالي هو ضمن الدرجة العالية وبإجماع أفراد عينة الدراسة كما يدل على تدني الانحراف المعياري الذي قدر بـ 0.49 .

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات وعرض النتائج

(1) - اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: لدى زبائن CRMA المعرفة الكافية عن التأمين وأهميته.

لتحليل هذه الفرضية تم الاعتماد على نتائج الجزء الثاني في الأسئلة الموجهة لاختبار عينة الدراسة بمدة معرفتهم عن التأمين (س2، س3) ، ومن خلال التحليل وجدنا أن غالبية عينة الدراسة، أي ما نسبته 44% لديهم معرفة جيدة عن التأمين، لكن لاحظنا أيضاً أن غالبية عينة الدراسة يرون أن التأمين نفقة زائدة أو نوع من الضرائب وهذا ما ينفي معرفتهم بالتأمين، وبالتالي ربما كانت الإجابات عن السؤال 2 بطريقة عشوائية.

فما يمكن استنتاجه: غياب الثقافة التأمينية لدى غالبية الزبائن فالتأمين هو وسيلة ادخار ووسيلة حماية وأمان أكثر مما هو نفقة زائدة أو نوع من الضرائب.

وعليه نقول أن الفرضية المتعلقة بمعرفة زبائن CRMA عن التأمين وأهميته مرفوضة وخاطئة.

الفرضية الثانية: تختلف المعايير التي يلجأ إليها زبائن CRMA بالأخضرية في أهميتها النسبية عند تقييمهم لجودة الخدمات التأمينية المقدمة.

لاختبار هذه الفرضية اعتمدنا على تحليل نتائج الجزء الثالث من الاستبيان، فتم حساب المتوسطات الحسابية والنسب المئوية، وكذلك تم إعطاء درجة الموافقة للمؤشرات الخمسة التي يستعين بها الزبائن في تقييمهم لجودة الخدمات التأمينية المقدمة إليهم، وذلك وفقاً للجدول التالي:

جدول رقم (20): ترتيب مؤشرات جودة الخدمات التأمينية لـ CRMA بالأخضرية:

الترتيب	البيان	المتوسط الحسابي	النسب المئوية %	الدرجة المئوية °	درجة الموافقة	التقييم
1	الأمان	3.84	21.61	77.79	عالية	إيجابي
2	الملموسية	3.72	20.93	75.36	عالية	إيجابي
3	الاعتمادية	3.51	19.75	71.11	عالية	إيجابي
4	التعاطف	3.44	19.36	69.70	متوسطة	حيادي
5	الاستجابة	3.26	18.35	66.04	متوسطة	حيادي
	المجموع	17.77	100	360	/	/

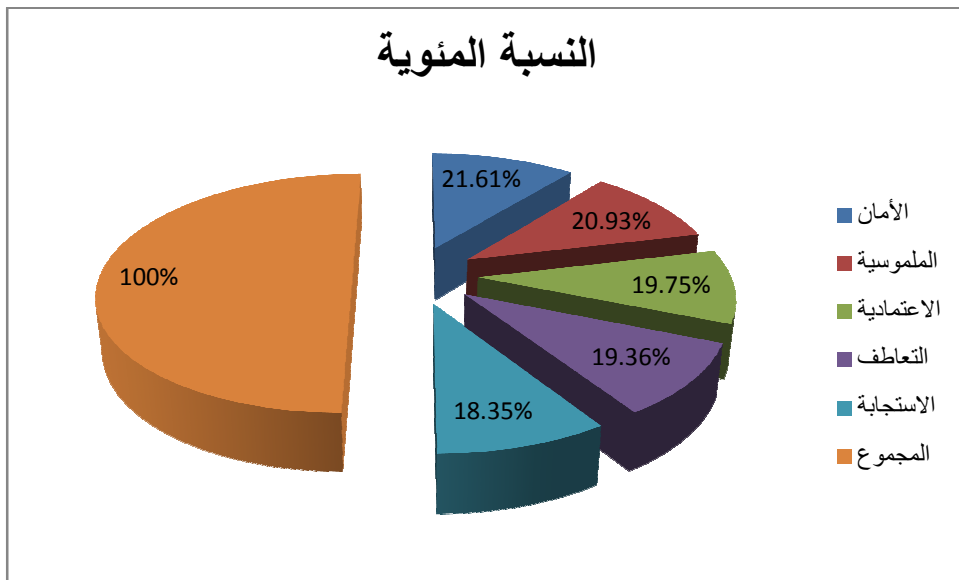
المصدر: أعدّ الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

يتبين من خلال الجدول أن مؤشر الضمان كان أكثر الأبعاد توفراً في جودة الخدمة التأمينية بوسط حسابي مقداره 3.84 ونسبة مئوية تقدر بـ 21.61 %، ويليه بعد ذلك مؤشر الملموسية بوسط حسابي 3.72 ونسبة مئوية 20.93 %، ثمّ مؤشر الاعتمادية بوسط حسابي 3.51 ونسبة مئوية تقدر بـ 19.75 %، مما يعكس أن غالبية أفراد عينة الدراسة توافق بدرجة عالية وتقييم إيجابي على جودة الخدمات التأمينية من ناحية هذه المؤشرات.

وفي المقابل فإن أقل الأبعاد توفراً على جودة الخدمة التأمينية كان بوسط حسابي مقداره 3.26 ونسبة مئوية تقدر بـ 18.35% هو بعد الاستجابة، مما يدل على وجود هذا البعد بدرجة متوسطة وتقييم حيادي من قبل أفراد عينة الدراسة، واحتل رتبته بعد التعاطف الذي يحمل المرتبة ما قبل الأخيرة بوسط حسابي 3.44 ونسبة مئوية 19.36%، والذي بدوره أيضاً يعكس درجة موافقة متوسط وتقييم حيادي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة على توفر هذا البعد في جودة الخدمة التأمينية.

والشكل التالي يوضح: الأهمية النسبية للمؤشرات الخمسة:

الشكل رقم (14) : التمثيل بواسطة الدائرة النسبية للمؤشرات الخمسة التي تقيم جودة الخدمة التأمينية



المصدر: أعد الشكل اعتماداً على نتائج الجدول رقم (20)

يتضح على ضوء النتائج أن المعايير التي يعتمد عليها زبائن CRMA تختلف في أهميتها النسبية عن تقييمهم لجودة الخدمة التأمينية.

وعليه نقول أن الفرضية المتعلقة باختلاف الأهمية النسبية للمؤشرات التي يعتمد عليها الزبائن في تقييمهم لجودة الخدمة التأمينية صحيحة.

الفرضية الثالثة: هناك علاقة بين معايير جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبائن عن الجودة الكلية للخدمة التأمينية.

بناءً على نتائج الجدول رقم (19) ومن خلال النسب المئوية المتعلقة بدرجة رضا الزبائن عن جودة الخدمة التأمينية وجدنا أنّ ما نسبته 48% من أفراد عينة الدراسة كانت درجة رضاهم عالية، هذا بغض النظر عن درجة الرضا المتوسطة، وبالتالي غالبية أفراد عينة الدراسة راضون عن جودة الخدمة التأمينية المقدمة إليهم.

وعليه نقول بأن الفرضية المتعلقة بعلاقة معايير جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبائن عن هذه الخدمة صحيحة.

عرض نتائج الاستبيان:

سنستعرض في هذا العنصر النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية التي مست عينة تتكون من 50 زبون من زبائن الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية، كما يلي:

الجزء الأول:

- 1- هيمنة جنس الذكور من زبائن CRMA، إذ بلغت نسبتهم 84% في حين بلغت نسبة الإناث 16% وهذا يدل على أن غالبية المؤمنين هم من جنس الذكور.
- 2- بالنسبة للسن لاحظنا أنّ معظم زبائن CRMA تتراوح أعمارهم ما بين [30-42] إذ بلغت نسبتهم 34% والفئة [42-54] بنسبة 36%.
- 3- أجمعت الدراسة على أنّ المستوى التعليمي لغالبية زبائن CRMA لديهم أقل من ثانوي بنسبة 44% وثنائي بنسبة 38%، وهذا ما يدل على أن زبائن CRMA هم من فئة الفلاحين باعتبارها تتعامل أكثر مع هذه الفئة وفي الغالب نجد المستوى التعليمي عن هذه الفئة متدني.
- 4- أما فما يتعلق بمهنة زبائن CRMA فنجد أنّ أغليبتهم موظفين بنسبة 56%.

الجزء الثاني:

- 1- غالبية الزبائن يتعاملون مع المؤسسة، من 2 - 5 سنوات بنسبة 44% وأكثر من 5 سنوات بنسبة 36%، وهذا ما يعكس مستوى ولاء الزبائن للشركة.
- 2- ضعف الثقافة التأمينية لدى زبائن CRMA، إذ أنّ نسبة كبيرة منهم تنظر إلى التأمين على أنه نوع من الضرائب أو نفقة زائدة.
- 3- معظم زبائن CRMA اتفقوا على أن غاية شركات التأمين هو تحقيق الربح فقط.

الجزء الثالث:

لخصت دراسة وتحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات المؤشرات الخمس إلى ما يلي:

تختلف المايير التي يستخدمها زبائن الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية في أهميتها النسبية عند تقييمهم لجودة الخدمة التأمينية المقدمة، حيث أسفرت النتائج أن أكثر المؤشرات التي تشعر الزبون بجودة الخدمة هي على الترتيب:

الأمان - 21.61%، الملموسة - 20.93%، الاعتمادية-19.75%، التعاطف 19.36% الاستجابة-
18.53%

الجزء الرابع:

عالج هذا الجزء النتيجة المتعلقة برضا الزبائن عن جودة الخدمة التأمينية المقدمة كما يلي: رضا غالبية أفراد عينة الدراسة بدرجة عالية أو متوسطة عن جودة الخدمة التأمينية، إذ يعتبرون أن الأداء الفعلي للخدمة التأمينية المقدمة في الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية يمتاز بالجودة في أغلب مظاهره الملموسة وغير الملموسة.

خلاصة الفصل:

تضمن الفصل الثالث دراسة تطبيقية في الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بالأخضرية، حيث تمّ فيه إعطاء نبذة حول كل من الصندوق الوطني والجهوي للتعاون الفلاحي، بعد ذلك تمّ التطرق إلى واقع الجودة في CRMA، حيث تناولنا من خلال هذا الأخير أهم الخدمات التي يقدمها ومدى رضا العملاء عن هذه الخدمات، وفي الأخير تمّ القيام بدراسة ميدانية وذلك من خلال توزيع استبيان على زبائن CRMA، حيث تمّ استهداف 50 زبون وبعدها تمّ تحليل النتائج باستخدام بعض الأساليب الإحصائية، ثمّ اختبر فرضيات البحث الموضوعية واستخلص نتائج الاستبيان.

خاتمة

خاتمة عامة:

من خلال هذه الدراسة، والتي تم فيها الاعتماد على الجانب النظري في الفصلين الأول والثاني، ومن هذا البحث والجانب التطبيقي في الفصل الثالث.

ولا يمكن أن نخفي أنه قد واجهتنا من خلال إعداد هذا البحث صعوبات كثيرة، راجعة أساسا لقلّة المراجع بما أن الموضوع حديث، صعوبة الحصول على المعلومات في الهيئة المستقبلية، كذلك رفض أغلبية الزبائن على مساعدتنا في ملأ الاستبيان، إلا أن هذا لم يمنعنا من الإحاطة بالموضوع وتحقيق عمل نأمل أن يكون في المستوى.

وبعد الإحاطة بالموضوع من كل جوانبه توصلنا إلى مجموعة من النتائج على المستويين النظري والميداني والتي يمكن إيجازها فيما يلي:

- يعد قطاع التأمين من القطاعات الخدمية التي شهدت تطورا كبيرا، حيث يلعب دورا هاما كأداة لمواجهة الأخطار التي تتعرض للإنسان دون سابق إنذار.
- لا يجب أن يتوقف نشاط مؤسسات التأمين عن إنتاج الخدمة التأمينية وتحديد سعرها ومنافذ توزيعها فحسب، بل يتعين عليها إضفاء الجودة على خدماتها بما يلبي رغبات وتوقعات الزبائن.
- مر قطاع التأمين في الجزائر بجملة من الإصلاحات كان أهمها إلغاء تخصص الشركات العمومية فاتحا بذلك المنافسة أمام القطاع الخاص والأجنبي.
- يرتبط مفهوم جودة الخدمة التأمينية بمدى قدرة مؤسسة التأمين على تقديم خدمة تتطابق مع توقعات الزبائن أو تتجاوزها.
- يعد مصطلح الجودة مفهوما جديدا بالنسبة للصندوق، وخاصة لدى الموظفين.
- يحض الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي بوفاء زبائنه، كما أنه يستقطب نسبة معتبرة من الزبائن الجدد.
- من خلال تواجدهم بالصندوق (أثناء تربيصنا) لاحظنا وجود زبائن متعطشين للحصول على مختلف خدمات الصندوق.

- ضعف الثقافة التأمينية لدى زبائن الصندوق حيث ينظر أغلبهم إلى التأمين على أنه نوع من الضرائب أو نفقة زائدة.

- مصداقية نموذج الأداء الفعلي "serv perf" وإمكانية الاعتماد عليه في تقييم جودة الخدمات التأمينية

- اختلاف المعايير التي يعتمد عليها زبائن الصندوق في أهميتها النسبية لتقييمهم لجودة الخدمات التأمينية.

ومن خلال النتائج المتحصل عليها يمكن اختبار فرضيات الدراسة كما يلي:

- الفرضية الأولى: يعتبر التأمين الوسيلة المثلى للحد من الأخطار كما أن عقد التأمين هو ذلك العقد الذي بمقتضاه تؤدي شركة التأمين إلى المؤمن مبلغ التأمين في حالة وقوع الخطر، مقابل أن يلتزم هذا الأخير بدفع أقساط التأمين. وهذا ما يثبت لنا صحة الفرضية الأولى.

- الفرضية الثانية: الجودة هي مجموعة الخصائص التي لها القدرة على تلبية حاجات ورغبات الزبائن، كذلك جودة الخدمة التأمينية هي مجموع المنافع التي يحصل عليها الزبون من الخدمة التأمينية، وبالتالي تلبية احتياجاته وتوقعاته، وهذا ما يثبت لنا صحة الفرضية الثانية.

- الفرضية الثالثة: ضعف الثقافة التأمينية لدى الأفراد وزبائن الصندوق فالتأمين هو وسيلة ادخار ووسيلة حماية وأمان أكثر مما هو نفقة زائدة أو نوع من الضرائب. وبالتالي تم نفي هذه الفرضية.

- الفرضية الرابعة: تختلف المعايير التي يلجأ إليها زبائن CRMA بالأخصرية في أهميتها النسبية عند تقييمهم لجودة الخدمات التأمينية المقدمة وقد تم إثبات صحتها في اختيار فرضيات الاستبيان.

- الفرضية الخامسة: توجد هناك علاقة بين معايير جودة الخدمة التأمينية فهذه الفرضية أيضا صحيحة فقد تم إثبات صحتها في اختيار فرضيات الاستبيان.

ومن أهم التوصيات التي يمكن تقديمها بناء على النتائج المستخلصة من الجانب التطبيقي هي:

- الرفع من مستوى أداء العاملين من خلال تكثيف الدورات التكوينية وخاصة الحرص على تأهيل مقدمي الخدمات الذين هم على اتصال مباشر مع الزبائن.

- العمل على تحقيق رضا العاملين بهدف تحقيق رضا الزبائن لما يمثله العاملين لأهمية في انتشار العلاقات التفاعلية بين مقدم الخدمة أو الزبون.

- التعرف على حاجات الزبون كمنطلق لتحديد مواصفات الخدمة بمعنى أن يتبنى الصندوق إستراتيجية تسويقية موجهة للزبون.
- ضرورة قيام الصندوق بفتح مصلحة خاصة بالجودة، للتحسين من خدماته، وكذلك الرقابة على جودة الخدمات المقدمة.
- زيادة الاهتمام بإجراء بحوث السوق، ومن أجل توفير منتج (خدمة تأمينية) يلائم حاجات العملاء.
- ضرورة اهتمام الصندوق بالأبعاد الخاصة بجودة الخدمة خاصة تلك المتعلقة بالتعاطف والاستجابة.
- القيام بأيام تحسيسية وتوعوية بفائدة التأمين وأهميته.
- العمل على تنمية وفاء الزبائن بتقديم التخفيضات والامتيازات للزبائن الأوفياء.
- تقديم مكافآت معتبرة لكل زبون لا يتسبب في أي حادث لمدة معينة، كما هو معمول به في بعض الدول المتقدمة وهو ما لمسناه في الاقتراحات التي قدمها الزبائن.
- مواكبة التطور التكنولوجي في مجال العمل التأميني، خاصة فيما يتعلق بأجهزة الخدمة التأمينية.
- وفي الأخير نوصي الشركة بالشراكة مع الشركات الأجنبية قصد الاستفادة من خبراتها وتحسين وتطوير جودة خدماتها.
- وفيما يخص آفاق الدراسة ارتأينا إلى اقتراح بعض المواضيع والتي لها صلة بموضوعنا وهي:
 - دور جودة خدمة التأمين في زيادة الحصة السوقية.
 - صيرفة التأمين (الواقع والأفاق).
 - جودة الخدمة التأمينية بين التنظير والتطبيق.
- وفي الأخير الأمل أن تكون هذه المذكرة سندا للطلبة الجدد، والتي تمثل حصيلة المعلومات المستنتجة خلال هذه الدراسة، ويجدر بنا القول أن الإحاطة بجميع جوانب الموضوع صعبة، وتبقى مجالات البحث مفتوحة أمام طلبة السنوات القادمة.
- نسأل الله التوفيق والسداد.

المراجع

قائمة المراجع:

المراجع بالعربية:

الكتب:

- 1- أسامة عزمي، إدارة الخطر والتأمين، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
- 2- الأمير إبراهيم عثمان، الأنظمة المحاسبية المتخصصة، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2007.
- 3- الصيرفي محمد، الجودة الشاملة TQM طريقك للحصول على ISO ، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 4- إبراهيم عبد ربه إبراهيم، التأمين ورياضيته، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 5- جديدي معراج، مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري، الطبعة الخامسة، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون (الجزائر).
- 6- حربي محمد عريقات، التأمين وإدارة الخطر (النظرية والتطبيق)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 7- حنفي عبد الغفار، الأسواق والمؤسسات المالية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- 8- خضير كاظم محمود، إدارة الجودة، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 9- رعد عبد الطائي، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 10- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 11- عز الدين فلاح، التأمين مبادئه وأنواعه، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 12- علي محمود بدوي، التأمين دراسة تطبيقية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، 2009.

- 13- عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 14- عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، البيان للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 15- قاسم نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 9001 ز 2000، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 16- مأمون الدراكة، الجودة في المنظمات الحديثة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 17- محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 18- محمود جودة ناصر، إدارة أعمال التأمين بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 19- وليام ريشارد، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، مكتبة جرير، عمان 1999.
- 20- يوسف حجيم الطائي، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، الطبعة الأولى، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

المذكرات:

- * بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص علوم التسويق، فرع التسويق، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006-2007.
- * بيشاري كريم، تسويق خدمات التأمين وأثره على الزبون، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب بالبلدية، 2005.
- * عبد الرزاق حميدي، جودة الخدمات البنكية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسويق، التخصص إدارة التسويق، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2007-2008.
- * يوسف بومدين، تأهيل المنتجات التصديرية في إطار تسخير الجودة الشاملة، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسويق، جامعة الجزائر، 2001.

المراجع بالفرنسية:

- 1- Daniel Duret , Maurice Pillet , qualité on production : de ISO9000 a six sigma 2^{eme} édition, édition d'organisation, paris, 2002.
- 2- François Ewardd, Jean Hervre lovenzy : encyclopédie de l'assurance compose et imprimée par jouve, décembre 1997.
- 3- Gérard Taker, marketing des services, édition de nord,1992.

الملاحق

ملحق رقم (01)

الاستبيان

إلى زبائن CRMA الكرام

أختي الكريمة، أخي الكريم مع كل الاحترام والتقدير:

في إطار تحضير تقرير تربص لنيل شهادة ليسانس تحت عنوان "دراسة جودة الخدمات التأمينية"، الذي يهم المصلحة العامة بشكل عام ومصحتكم ضمنا - لذا نرجو منكم التكرم بالاجابة على أسئلة الاستبيان بوضع علامة X في المكان المناسب كمساعدة منكم لإنجاز هذه الدراسة، وكما نعلمكم أن إجاباتكم ستبقى في طي الكتمان ولا تستعمل إلا لأغراض علمية بحتة.

I- الجزء الأول: معلومات شخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: [30-18] [42-30] [54-42]
- 3- المستوى التعليمي: أقل من ثانوي ثانوي جامعي دراسات عليا
- 4- الوظيفة: موظف عامل حر متقاعد بطل

II- الجزء الثاني: معلومات حول التأمين

- 1- منذ متى وأنت تتعامل مع الصندوق الجهوي CRMA بالأخضرية؟
أقل من سنتين من 2-5 سنوات أكثر من 5 سنوات
- 2- ما هي معرفتك الشخصية بالتأمين، أنواعه وفوائده؟
ممتازة جيدة ضعيفة لا أعرف
- 3- في رأيك هل التأمين؟
نفقة زائدة وسيلة ادخار نوع من الضرائب وسيلة أمان وحماية

4- ماذا يزعجك في التأمين؟:

غلاء الأقساط الروتين والبيروقراطية التأخر في التعويض

5- في رأيك ما هي غاية عمل شركات التأمين؟:

اجتماعي ربحي إنساني

6- هل الخدمة التأمينية السيئة تمنعك من تجديد وثيقتك التأمينية؟:

نعم لا

7- ما هي اقتراحاتك لتحسين جودة خدمات CRMA؟:.....

.....

III- الجزء الثالث: مؤشرات تقييم الجودة

الملموسة: 1- المظهر الخارجي للصندوق يتلاءم ونوع الخدمات المقدمة.

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

2- قاعة الانتظار نظيفة ومكيفة تخلق جوا مريحا للزبون

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

3- التصميم الداخلي للصندوق يسهل الاتصال بين مقدمي الخدمات والزبائن.

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

الاعتمادية: 1- يهتم موظفو الصندوق بتقديم خدمات بكل دقة:

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

2- هناك التزام بمواعيد تقديم الخدمة للزبون

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

الاستجابة: 1- يهتم مقدمو الخدمة في الصندوق بالاستجابة السريعة لشكاوي الزبائن والرد على

استفساراتهم.

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

2- لدى مقدمي الخدمة الإرادة والرغبة في مساعدة الزبون

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

3- يهتم مقدمي الخدمة بإعلام العملاء بدقة عن موعد تقديم الخدمة.

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

الأمان: 1- لدى الزبون الثقة بمقدمي الخدمات.

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

2- توفير المعرفة الكافية لدى مقدمي الخدمة للإجابة عن أسئلة العملاء.

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

التعاطف: 1- مقدمي الخدمة في الصندوق يتحلون بالآداب والأخلاق الحميدة.

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

2- مقدمي الخدمات لا يميزون بين الزبائن من حيث المعاملة والاهتمام.

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

3- الزبون لا يشعر باهتمام شخصي من قبل مقدم الخدمة الذي يتعامل معه.

لا أوافق بشدة لا أوافق محايد أوافق أوافق بشدة

VI - الجزء الرابع: درجة رضا الزبائن عن الخدمة التأمينية

1- هناك علاقة بين معايير جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبائن عن الجودة الكلية عن الخدمة التأمينية:

ضعيفة جدا ضعيفة متوسطة كبيرة كبيرة جدا

نشكر لكم حسن تفضلكم وتعاونكم

الضندوق	الصف	رقم النكبة
الخطر	التعويض	

الضندوق الجهوي للتعاون الفلاحي (ع 2)

من، مضمون و عضو في الاتحاد بالضندوق الوطني للتعاون الفلاحي
مقبول بقرر من وزارة الاقتصاد الوطني بتاريخ 27 أفريل 1964
أمر رقم 72-64 بتاريخ 02 ديسمبر 1972
المقر 24 شارع فيكتور هيفو - الجزائر العاصمة

مخالصة تعويض النكبة

آنا المضي أدناه (1) :
الساكن ب
المتصرف (2) :
قد تسلمت من
على يد
و المتصرف باسم
مبلغ
للرصيد الكامل و النهائي للتعويض الراجع لي بسبب وقوع الحادث في :

بواسطة هذا المدفوع، أعلن تفرغ صندوق التأمين للتعاون الفلاحي و حتى المنتسب اليه من كل الشروط التابعة للنكبة بدون أي تحفظ أو استياء و بواسطة هذا المدفوع المقبول مني، أعتري بمافية الكفاية معوض للخسارة التي سبق حدوثها أو ممكن أن تقع في المستقبل، مباشرة أو غير مباشرة نتيجة هذا الحادث مهما كانت نتائجه المادية و الجسدية أو المعنوية.

أصرح (أكن أو لم أكن) خاضع للضمان الاجتماعي و منتسب للضندوق :

كما أصرح بأنني لن أطالب أي تسديد للمصاريف و التعويضات أو منحة العجز لغرض هذا الحادث إذ أنني تعاهد بعدم الرغبة في ذلك، و في حالة العرضة التزم بإزاء المؤسسة وإزاء مؤمنها بإبلاغها بالظعن المستجد عند مؤسسة الضمان الاجتماعي.

ايصال للمخالصة بمبلغ (3) :

حرر بـ

(توقيع المستفيد) (4)

(1) الاسم، اللقب، المهنة.

(2) أذكر صفة تدخل الموقع (زوج أو زوجة، سلف، وصي، متوكل، الخ (....)).

(3) على الموقع أن يكتب بيده المبلغ المسلم لديه بكامل الحروف.

(4) على المستفيد الذي لا يعرف أن يوقع أن يضع علامة تقاطع بحضور شاهدين بالاضافة الى توقيعهما يجب الاشارة الى الاسم و اللقب و الإقامة.

CAISSE REGIONALE DE MUTUALITE AGRICOLE

surée, garantie et fédérée par la CAISSE NATIONALE DE MUTUALITE AGRICOLE
Régie par la loi du 4 Juillet 1900
Agréée par arrêté du Ministère de l'Economie Nationale en date du 27 Avril 1964
Ordonnance N° 72-64 du 2 Décembre 1972
Siège 24, Boulevard Victor Hugo - ALGER

CAISSE	CATEGORIE	N° SINISTRE
	C	
RISQUE	INDEMNITE	

QUITTANCE D'INDEMNITE DE SINISTRE

Je soussigné (1) :
demeurant à :
agissant (2) : reconnais
avoir reçu de : Caisse Régionale d'Assurances Mutuelles Agricoles
par les mains de :
agissant au nom de : son Sociétaire
la somme de :
pour solde complet et définitif de l'indemnité me revenant par suite de l'accident survenu le :

Au moyen de ce paiement, je déclare tenir quitte et décharger SANS AUCUNE RESERVE la dite Caisse d'Assurances Mutuelles Agricoles ainsi que son Sociétaire de toutes leurs obligations relativement audit sinistre et au moyen de ce paiement accepté par moi en connaissance de cause, je me reconnais suffisamment indemnisé du préjudice qu'a pu ou pourra me causer dans l'avenir, directement ou indirectement, ledit accident quelles qu'en puissent être les suites tant matérielles que corporelles ou morales.

Je déclare (être ou ne pas être) assujetti à la Sécurité Sociale et être affilié à la Caisse.

Je n'ai sollicité en raison de l'accident dont il s'agit aucun remboursement de frais, aucune indemnité ou pension d'invalidité, et m'engage à n'en solliciter aucun, promettant, en tout cas, garantie à la Société et à son assuré pour le cas où ils seraient de ce chef l'objet d'un recours de la part de tout organisme ou Caisse de Sécurité Sociale.

Bon pour quittance de la somme de : (3)

Fait à le

(signature du bénéficiaire) (4)

(1) Nom, prénoms, profession.

(2) Dire en quelle qualité agit le signataire (conjoint survivant, ascendant, tuteur, mandataire, etc...)

(3) Le Signataire doit écrire de sa main, en toutes lettres le montant de l'indemnité allouée.

(4) Le bénéficiaire ne sachant signer fera une croix en présence de deux témoins qui signeront et leurs noms, prénoms, résidence et qualités seront mentionnés au regard de leur signature.



CRMA LAKHDARIA

الملاحق رقم (3) : الشاهد الفلاحي
(الرجوع)

Date: 04/07/2011
Heure: 14:33

CONTRAT**PRODUCTION ANIMALE (AGRICOLE****300****Multirisques Avicole****Identification du contrat**

Police n°: 19/030/2011/00010	Client: 1900004259 KHEDDAR SID ALI SMAIL
Adresse: OUED BOUAMOUD LAKHDARIA	
Date d'effet: 04/07/2011	Date fin de contrat: 03/07/2012
Tarif: - - -	

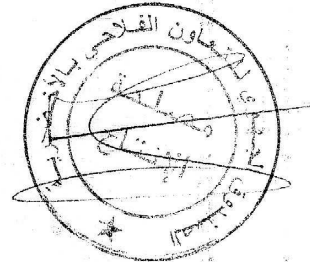
Garanties

Garantie	Capital	Prime/base	Réduction	Majoration	Prime nette
09.650-01 Mortalité Avicole					
09.650-01-03 » Poule Pondeuse	2,246,400.00	171,849.60			171,849.60
09.130 Incendie - Risques liés à l'activité agricole					
09.130-12 Batiment d'élevages					
09.130-12-02 » Batiment d'élevage construit en semi léger	1,000,000.00	1,950.00			1,950.00
09.130-12-05 » Matériels et outils d'élevage construction en semi léger	2,164,500.00	4,220.78			4,220.78
09.130-12-09 » Marchandises, approvisionnements et produits élevage con.	273,780.00	533.87			533.87
09.130-12-11 » Cheptel vif construction en semi léger	2,246,400.00	4,380.48			4,380.48
13.101-08 Recours des voisins et des tiers: bâtiment élevage					
13.101-08-02 » Recours des voisins et des tiers construction en semi le	1,000,000.00	480.00			480.00
09 AUTRES DOMMAGES AUX BIENS					
09.230-01 » Explosions bâtiments agricoles	5,684,680.00	568.47			568.47
09.410-04 » Tremblement de terre	2,842,340.00	8,527.02			8,527.02
09.130-03 » Dégâts des eaux sur bâtiments agricoles	2,842,340.00	2,273.87			2,273.87
09.330-13 » Tempête sur bâtiment d'élevage	2,842,340.00	2,273.87			2,273.87
09.420-16 » Inondation sur bâtiment d'élevage	2,842,340.00	2,842.34			2,842.34
13.121-02 R.C Exploitation Avicole					
13.121-02-01 » Dommages corporels	1,000,000.00	100.00			100.00
13.121-02-02 » Dommages matériels	200,000.00	100.00			100.00

Prime nette: 200,100.30	Compléments: 500.00	Net à payer: 234,742.35
Réduction:	Taxes: 34,102.05	
Majoration:	Timbres: 40.00	

L'Assuré

P/CRMA





CRMA LAKHDARIA

ملحق رقم (4) من التأمين الفلاحي (النحل)

CONTRAT

18-09-2011
 18-09-2011
 Heure: 18h
 18-09-2011

PRODUCTION ANIMALE (AGRICOLE) 310

Multirisques Apicole

Identification du contrat

Police n°: 19/030/2011/00016 Client: 1900001586 DOUGA KAMEL
 Adresse: GUERROUMA
 Date d'effet: 18/09/2011 Date fin de contrat: 17/09/2012
 Tarif: - - -

Garanties

Garantie	Capital	Prime/base	Réduction	Majoration	Prime nette
08.133 Incendie, Explosion, Chute de la foudre					
08.133-01 » Incendie Corps de ruches d'abeilles	304,200.00	1,521.00			1,521.00
08.133-02 » Incendie Essaims	304,200.00	1,521.00			1,521.00
08.133-04 » Incendie Matériel apicole	58,500.00	175.50			175.50
13.101 Recours des voisins et des tiers					
13.101-01 » Recours des tiers et des voisins Apicole	2,500,000.00	12,500.00			12,500.00
13.121-03 R.C Exploitation Apicole					
13.121-03-01 » Dommages corporels	1,000,000.00	1,500.00			1,500.00
13.121-03-02 » Dommages matériels		1,500.00			1,500.00
17.111 Protection juridique					
17.111-01 » Protection juridique	50,000.00	1,000.00			1,000.00

Prime nette: 19,717.50	Compléments: 500.00	Net à payer: 23,694.48
Réduction:	Taxes: 3,436.98	
Majoration:	Timbres: 40.00	

L'Assuré

P/CRMA



CRMA LAKHDARIA

ملحق رقم (5) : التأمين السكني
التأمين ضد الحرائقضريبة الطابع المحصل لفائدة
Date: 04-04-2012
Heure: 16:34
د.ج:**CONTRAT****INCENDIE****155****Multirisques simple habitation****Identification du contrat**

Police n°: 19/015/2008/00011

Client: 1900004220 AMIRI HOURIA

Adresse: CITE 480 LOGTS LAKHDARIA

Date d'effet: 02/09/2008

Date fin de contrat: 01/09/2009

Matricule :

Tarif: - - -

Garanties

Garantie	Capital	Prime/base	Réduction	Majoration	Prime nette
09.120: Incendie					
00.120-20: »Dalliments et dépendances	9,500,000.00	4,750.00			4,750.00
13.101: »Recours des voisins et des tiers	1,000,000.00	750.00			750.00
09.130-01: »Dégâts des eaux: Habitation (Tempête, Inondation)	9,500,000.00	9,500.00			9,500.00
09.230-01: »Bris de glaces et des carreaux	30,000.00	60.00			60.00
13.141: R.O: Chers de famille:					
13.141 01: »Dommages corporels	1,000,000.00	100.00			100.00
13.141-02: »Dommages matériels	200,000.00	20.00			20.00

Prime nette: **15,180.00**Compléments: **200.00**

Réduction:

Taxes: **2,614.60**Net à payer: **18,034.60**

Majoration:

Timbres: **40.00**

L'Assuré



ملحق رقم (7) : تأمين الأشغال الموسمية

CRMA LAKHDARIA

1

Date: 15-01-2012

Heure: 12:37

CONTRAT

ENGINEERING

810

Tous Risques Chantiers

Identification du contrat

Police n°: 19/080/2012/00001

Client: 1900011751 ETB TCE BETIT ABDELKRIM

Adresse: MAALA W DE BOUIRA

Date d'effet: 15/01/2012

Date fin de contrat: 14/01/2013

Tarif: - - -

Garanties

Garantie	Capital	Prime/base	Réduction	Majoration	Prime nette
09.410 : Dommages à forage en chantier					
09.410-01 : Travaux de construction	122,984,763.50	319,766.39	127,914.56		191,871.83
13.414 : R.C Construction					
13.414-01 : Dommages corporels et matériels	1,000,000.00	300.00			300.00

Prime nette: **320,086.39**

Compléments: **500.00**

Réduction: **127,914.56**

Taxes: **32,754.21**

Net à payer: **225,466.04**

Majoration:

Timbres: **40.00**

L'Assuré





الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي التأميني على
التمويل
 CAISSE REGIONALE DE MUTUALITE AGRICOLE = رقم (8) الملحق
 Reassurée, Garantie et fédérée par la CAISSE NATIONALE DE MUTUALITE AGRICOLE
 Agréée par arrêté du Ministère des Finances en date du 28 Avril 1964
 Ordonnance n°72-64 du 2 Décembre 1972
 Décret N° 90-147 du 22 Mai 1990
 عقد التأمين - POLICE D'ASSURANCE

CE CONTRAT EST SOUMIS AUX
 DISPOSITIONS DE
 l'Ordonnance N° 74/15 du 30 Janvier 1974
 modifiée et complétée par
 la Loi n°88/31 du 19 Juillet 1988
 et l'Ordonnance n°99/07 du 25 Janvier 1995
 Modifiée et complétée par la loi 06.04
 relative au régime
 des cotisations
 de la Cotisation

Sociétaire له المؤمن له		الصف	Nom, Qualité et Adresse du Sociétaire		الإسم و اللقب و الصفة و عنوان المؤمن له	عدد الأسابيع	
4 Roues		Cat.	BOURENANE SAID		Lieu du Garage	Nombre de Quinzaines	
ce		Inscription	BOURENANE SAID		Mكان المراب	الإشتراك	
1900003599		BOURENANE SAID	RUE AYADI AHMED LAKHDARIA			Cotisation	
e d'effet de l'Assurance		تاريخ سريان العقد	RUE AYADI AHMED LAKHDARIA			تكلفة	27,020.00
112/02374						Complément	
D	C	D	S	E	Cotisation Annuelle	Permis de Conduire	الرسوم
2012					التسك السنوي	رخصة السياقة	Taxes
Echéance de Cotisation		مدة القسط	Durée du Contrat	مدة العقد	Date d'Expiration (Sauf tacite de reconduction)	تاريخ انقضاء مدة العقد إلا إذا تمديد	Total الإجمالي
							à Payer للمخاتمة

DESCRIPTION : الوصف

الصف	D: 12 mois	نوع المركبة	15/04/2013	القوة	من	رقم التسجيل في الطراز	5670435	رقم	27,552.10
Marque	12 mois	نوع المركبة	15/04/2013	Puissance Fiscale	عدد المقاعد	رقم التسجيل في الطراز	5670435	رقم	27,552.10
					نوع المركبة	رقم التسجيل في الطراز	5670435	رقم	27,552.10

N Conduite intérieure VF7GJWJYB 8N029115 5 a 6 Cv 5° 5670435 27,552.10

Partie	Capital	Prime	Réduction	Majoration	Net à payer
Responsabilité civile du véhicule		570.00			570.00
Tierce - valeur du véhicule	1,000,000.00	45,000.00	22,500.00		22,500.00
Bris de glace		1,000.00	500.00		500.00
Défense et recours		150.00	75.00		75.00
Incendie valeur vénale	1,000,000.00	3,300.00	1,650.00		1,650.00
Vol Valeur vénale	1,000,000.00	2,800.00	1,400.00		1,400.00
Personnes transportées (Mutualiste) - 100 0°	100,000.00	325.00			325.00

ان de 50 % لا تطبق الا الشروط المذكورة فيما يلي من هذا العقد
 Les les Clauses et Conditions ci-après énumérées sont applicables
 résent contrat.

أصرح بأن تسلمت نسخة من الشروط العامة للتأمين وأشهد بصحة التصريحات التي على أساسها تم تحرير هذا
 le Sociétaire reconnaît avoir reçu un exemplaire des conditions générales d'assurance
 rtifiée que les déclarations qui ont servi de base à l'établissement du présent contrat sont sincères
 ritables.

حضره
 Fait à

المؤمن له
 Sociétaire
 CRMA LAKHDARIA
 Attestation n°



المبلغ الإجمالي
 TOTAL À PERCEVOIR
 27,552.10
 بضمان جماعي من الصندوق الوطني
 للتعاون الفلاحي
 24. نهج فيكتور هيغو - الجزائر
 Caisse Nationale de Mutualité Agricole
 24, Boulevard Victor Hugo- Alger

ضريبة الطابع المحصل لفائدة
الحزينة د.ج

1900003599

10/2012/02374	27,020.00
04/2012	500.00
04/2013	32.10
12 mois	27,552.10

TVA 17% :	4,623.15
Timbre dimension :	40.00
Timbre gradué :	1,200.00
TOTAL	33,415.25

RMA LAKHDARIA
OURENANE SAID
Espèce

الغابات والتأمين الفلاحي
الصندوق الجهوي للتعاون الفلاحي
CAISSE REGIONALE DE MUTUALITE AGRICOLE
Agrée par arrêté du M.F. en date du 28 Avril 1964
Ordonnance N° 72-64 du 2 Décembre 1972
Decret N° 90-147 du 22 Mai 1980
C.R.M.A.

شهادة تأمين السيارات
اسم ولقب و عنوان المؤمن له

السيد **بورنان سعيد**
BOURENANE SAID
RUE AYADI AHMED LAKHDARIA
سارية المفعول من **15/04/2013** الى **16/04/2012**

رقم عقد التأمين		المركبة	
		الطراز	رقم التسجيل

190/10/2012/02374 VF76JWJYB
المغطورة أو شبه المغطورة
النوع **CITROEN**
الطراز **CITROEN**
الشكل
رقم الرسم الوحيد على السيارات
رقم التسجيل **04885448**

178-1197 181
تقديم هذا المستند لا يعتبر سوى قرينة على التأمين من قبل المؤمن.

stitue pas une reconnaissance de responsabilité, mais un relevé
 ntités et des faits, servant à l'accélération du règlement
 accident le 21.02.2012 heure : 14h
 écis : SOUK EL HAJAJ
 matériels autres qu'aux véhicules A et B Oui Non
 s : Noms et adresse s'il s'agit de passagers d'un véhicule
 r duquel : A ou B :

وقع هذه المعاينة اجباريا من طرف المساهمين
 و لا تشكل اعترافا بالمسؤولية بل كشفها بالبيانات و الوقائع
 قصد الاسراع بالتسوية 12/2/12
 تاريخ الحادث : 20 الساعة
 المكان بالضبط :
 الحسائر المادية الملاحقة بغير السيارتين أ و ب لا نعم
 الشهود الاسم و العنوان و اذا تعلق الأمر بمسافرين في احدى السيارتين
 بين ايهما أ و ب

Véhicule A سيارة أ

السيارة :
 الصنف، الطراز :
 رقم التسجيل :
 الخادمة من :
 المتجهة الى :
 المؤمن له (أنظر شهادة التأمين) :
 اللقب :
 الاسم :
 العنوان :
 شركة التأمين :
 وثيقة التأمين :
 شهادة صالحة من :
 الوكالة :
 السائق (أنظر شهادة التأمين) :
 اللقب :
 الاسم :
 العنوان :
 المسجلة في :
 من طرف ولاية :
 من صنف أ ب ج د هـ
 (أنشر للصف في دائرة)

بينوا بواسطة سهم
 الأثرية ← نقطة الاصطدام

الحسائر الواضحة

ملاحظات

Mettre une croix (x) dans chacune des cases utiles

اجلو علامة (x) داخل إحدى الخانات الصالحة

- 1) Heurtait à l'arrière, en roulant dans la même file
- 2) Roulait dans le même sens et sur une file différente
- 3) Roulait en sens inverse
- 4) Provenait d'une chaussée différente
- 5) Venait de droite (dans un carrefour)
- 6) S'engageait sur une place à sens giratoire
- 7) Roulait sur une place à sens giratoire
- 8) En stationnement
- 9) Quittait un stationnement
- 10) Prenait un stationnement
- 11) Reculait
- 12) Doublait
- 13) Dépassement irrégulier
- 14) Changeait de file
- 15) Virait à droite
- 16) Virait à gauche
- 17) S'engageait dans un parking un lieu privé, un chemin de terre
- 18) Sortait d'un parking, d'un lieu privé, d'un chemin de terre
- 19) Empietait sur la partie de la chaussée réservée à la circulation en sens inverse
- 20) Roulait en sens interdit
- 21) Inobservation d'un signal de priorité
- 22) Faisait un demi-tour
- 23) Ouvrait une portière

Indiquer le nombre de cases
 → marquées d'une croix ← (x) التي جعلت فيها علامة (x)

Croquis de l'accident مخطط الحادث

Véhicule B سيارة ب

السيارة :
 الصنف، الطراز :
 رقم التسجيل :
 الخادمة من :
 المتجهة الى :
 المؤمن له (أنظر شهادة التأمين) :
 اللقب :
 الاسم :
 العنوان :
 شركة التأمين :
 وثيقة التأمين :
 شهادة صالحة من :
 الوكالة :
 السائق (أنظر شهادة التأمين) :
 اللقب :
 الاسم :
 العنوان :
 المسجلة في :
 من طرف ولاية :
 من صنف أ ب ج د هـ
 (أنشر للصف في دائرة)

بينوا بواسطة سهم
 الأثرية ← نقطة الاصطدام

الحسائر الواضحة

ملاحظات

ن لا نغير المعاينة بعد فصل النسخ

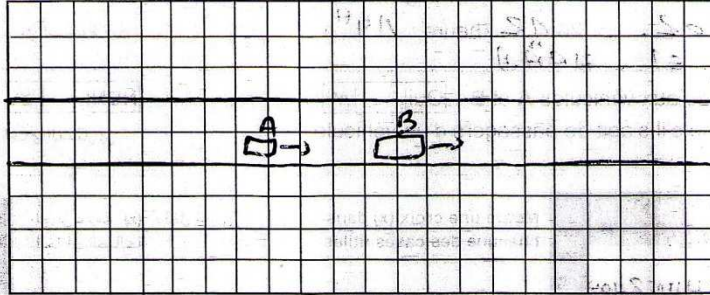
Signature des conducteurs
 امضاء السائقين

امضاء السائقين

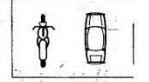
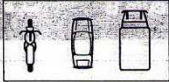
لا نغيروا المعاينة بعد فصل النسخ

1) Nom de l'assuré : GOURACHE SALHA المؤمن له :
 Profession : Tél : رقم الهاتف :

2) Plan :
 Désigner les véhicules par
 A et B conformément au recto
 Faire figurer :
 - Tracé des voies
 - La direction des véhicules
 - Leur position au moment du choc



بين بحرفي أ و ب
 ة الأولى
 :
 ط الطرق
 السيارات
 عها وقت الاصطدام



3) Circonstances de l'accident : je roulais sur ma voie Normalement et tout d'un coup un camion s'est remis en marche ma double et en arrivant à mon véhicule un objet s'est envolé de son plateau est tombé sur mon bras - brisé et cause le dégât suivant - الحادث :
 je roulais sur ma voie Normalement et tout d'un coup un camion s'est remis en marche ma double et en arrivant à mon véhicule un objet s'est envolé de son plateau est tombé sur mon bras - brisé et cause le dégât suivant -

4) A-t-il été établi :
 un procès-verbal de gendarmerie? Oui Non Non لا
 un rapport de police? Oui Non Non لا

Si oui : Brigade de commissariat
 5) Conducteur du véhicule assuré :
 est-il le conducteur habituel du véhicule? Oui Non Non لا
 Réside-t-il habituellement chez l'assuré? Oui Non Non لا

Date de naissance : 14/02/1961 ريادة :
 Véhicule assuré : lieu habituel du garage :
 Quel est le motif du déplacement ?
 Expertise des dégâts : garage ou le véhicule sera visible :

Quand ? Eventuellement téléphoner à
 a été volé, indiquer son numéro dans la série du type :
 est gagé : nom et adresse de l'organisme de crédit
 est un poids total en charge :
 était attelé à un autre véhicule (tracteur ou remorque) au moment de l'accident, indiquer le numéro d'immatriculation de cet autre véhicule :
 Poids total en charge :
 Nom de la société qui l'assure :
 N° de police :

7) Dégâts matériels autres qu'aux véhicules A et B :
 (nature et importance)
 Nom et adresse du propriétaire :

8) Blessé (s) :
 Nom et prénom :
 Age :
 Adresse :
 Profession :
 Caisse de sécurité sociale et immatriculation :
 Nature et gravité des blessures :
 Situation au moment de l'accident :
 (Piéton, Passager du véhicule A ou B) :
 1ers soins, hospitalisation à :

A Amman le 22-03 2012

Signature de l'assuré

20 يوم

امضاء المؤمن له