

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

## الموضوع:

دور نظم المعلومات وجودة الخدمات التأمينية دراسة حالة الشركة  
الوطنية للتأمين SAA - وكالة بسكرة -

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة علوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسة

من إعداد الطلبة (ة):

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- مقران مونية

- بوزاهر نسرين

## لجنة المناقشة

أعضاء اللجنة	الرتبة	الصفة	الجامعة
- حمريط رشيد	- أستاذ محاضر	رئيسا	بسكرة
- بوزاهر نسرين	- أستاذ محاضراً	مشرفا	بسكرة
-كساي نجوى	- أستاذ محاضر أ	مناقشا	بسكرة

الموسم الجامعي: 2024-2025







## شكر وعرفان



فالشكر أولاً لله عز وجل على أن هداني لسلوك طريق البحث والتشبع  
بأهل العلم وإن كان بيني وبينهم مفاوز.

- كما أخص بالشكر أستاذتي الكريمة ومعلمتي الفاضلة المشرفة  
على هذا البحث الأستاذة: بوزاهر نسرين

- ، فقد كانت حريصة على قراءة كل ما أكتب ثم توجهني إلى ما  
يرى بأرق عبارة وألفظ إشارة، فله مني وأفر الثناء وخالص  
الدعاء.

كما أشكر السادة الأساتذة وكل الزملاء وكل من قدم لي فائدة  
أو أعانني بمرجع، أسأل الله أن يجزيهم عني خيراً وأن يجعل عملهم في  
ميزان حسناتهم.

مقران مونية



بسم الله أبدأ كلامي الذي  
بفضله وصلت لمقامي، الحمد والشكر على ما أتاني

أهدي هذا العمل

إلى من علمني النجاح والصبر... إلى من علمني العطاء بدون انتظار... أبي الغالي  
إلى من علمتني وعانت الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه... إلى من كان دعاؤها سر نجاحي  
وحناها بلسم جراحي... أمي.

إلى زوجي و اولادي أسرتي العزيزة الصغيرة والكبيرة كل باسمه أينما وجدوا

وإلى إخوتي سدد الله خطاهم:

وإلى جميع أصدقائي وزملائي بالكلية

مقران مونية

## ملخص الدراسة

تتناول هذه الدراسة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة خدمات التأمين لدى الشركة الوطنية للتأمين – (SAA) وكالة بسكرة، عبر تحليل تأثير أبعاد نظم المعلومات والاتصال (الأجهزة والبرمجيات، الأفراد، قواعد البيانات، الشبكات) على مؤشرات جودة الخدمة التأمينية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف). أتبّع المنهج الوصفي التحليلي، حيث جُمعت البيانات من خلال استبانة وُزعت على عينة عشوائية من 30 موظفًا في الوكالة، وتم تحليلها باستخدام برنامج SPSS. أظهرت النتائج علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام نظم المعلومات وجودة الخدمة، مع اختلاف قوة الأثر حسب البعد؛ فقد كان الأثر الأقوى على الاعتمادية والملموسية، وأضعفها على الأمان و توصي الدراسة بضرورة تعزيز الاستثمارات في البنية التحتية الرقمية وتدريب الكوادر على التقنيات الحديثة لضمان تحسين متكامل في جودة الخدمات التأمينية.

**الكلمات المفتاحية:** تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جودة الخدمة التأمينية، شركة الوطنية للتأمين، SPSS، جودة التأمين.

## Summary

This study examines the role of Information and Communication Technology (ICT) in enhancing the insurance service quality at SAA Biskra Agency by analyzing the impact of ICT dimensions (hardware & software, human resources, databases, networks) on service quality indicators (tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy). A descriptive–analytical approach was employed: data were collected via a questionnaire distributed to a random sample of 30 agency employees and analyzed with SPSS. Results revealed statistically significant positive correlations between ICT use and service quality, with the strongest effects on reliability and tangibility, and the weakest on assurance. The study recommends increasing digital infrastructure investments and training staff on modern technologies to achieve comprehensive improvements in insurance service quality.

**Keywords:** Information and Communication Technology, Insurance Service Quality, SAA Agency, SPSS, Quality of Insurance.

## قائمة الجداول والأشكال

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	
49	الجدول رقم (1): مقياس ليكارت الخماسي	01
50	جدول رقم (2): قياس ثبات الاستبيان ألفا كرونباخ	02
51	جدول رقم (3): قياس الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني (معامل الارتباط بيرسون)	03
52	جدول رقم (4): قياس الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث (معامل الارتباط بيرسون)	04
54	جدول رقم (5): التحقق من التوزيع الطبيعي (معامل الالتواء والتفلطح)	05
55	جدول رقم (6): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	06
56	جدول رقم (7): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	07
57	جدول رقم (8): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب السن	08
59	جدول رقم (9): تقييم عينة الدراسة لعبارات المحور الأول :نظم المعلومات	09
61	جدول رقم (10): تقييم عينة الدراسة لعبارات المحور الثاني: جودة التامينية	10
64	الجدول رقم (11): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لاختبار الفرضية الرئيسية	11
65	الجدول رقم (12): تحليل التباين للإنحدار للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الرئيسية	12
66	الجدول رقم (13): نتائج تحليل الإنحدار لأثر نظم المعلومات و الاتصال على تحسن مؤشرات جودة الخدمة	13
67	الجدول رقم (14): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون الفرضية الفرعية الأولى	14
68	الجدول رقم (15): تحليل التباين للإنحدار للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الفرعية الأولى	15
69	الجدول رقم (16): نتائج تحليل الإنحدار لأثر نظم المعلومات على الملموسية	16
70	الجدول رقم (17): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون الفرضية الفرعية الثانية	17
71	الجدول رقم (18): تحليل التباين للإنحدار للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الفرعية الثانية	18
72	الجدول رقم (19): نتائج تحليل الإنحدار لأثر نظم المعلومات على الاعتمادية	19

73	الجدول رقم (20): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة	20
73	الجدول رقم (21): تحليل التباين للإنحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة	21
74	الجدول رقم (22): نتائج تحليل الإنحدار لأثر نظم المعلومات على الاستجابة	22
75	الجدول رقم (23): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة	23
76	الجدول رقم (24): تحليل التباين للإنحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة	24
77	الجدول رقم (25): نتائج تحليل الإنحدار لأثر نظم المعلومات على الأمان	25
78	الجدول رقم (26): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة	26
78	الجدول رقم (27): تحليل التباين للإنحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة	27
79	الجدول رقم (28): نتائج تحليل الإنحدار لأثر نظم المعلومات على التعاطف	28

#### قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
05	الشكل رقم ( 1): مكونات النظام	01
07	الشكل رقم (2): الفرق بين البيانات والمعلومات والمعرفة	02
19	الشكل رقم ( 3 ) : نموذج الفجوة	03

04	الشكل رقم (04): نموذج قياس جودة الخدمة " الفجوة (Servqual)"	20
05	الشكل رقم (5): جودة الخدمة حسب نموذج Servpref	22
06	الشكل رقم (6): الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين على المستوى المركزي	42
07	الشكل رقم (07 ) الهيكل التنظيمي للشركة التامين الوطني على المستوى الجهوي	43
08	الشكل رقم 08: الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين SAA وكالة بكرة	44
09	الشكل رقم 09: خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	56
10	الشكل رقم 10: خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	57
11	الشكل رقم 11: خصائص أفراد عينة الدراسة حسب السن	58

# المقدمة

نظرًا للتطور التكنولوجي الهائل الذي يشهده العالم اليوم، أصبحت نظم المعلومات والاتصال تحكم بشكل متزايد مختلف مجالات الحياة، لتتحول إلى عنصر أساسي لا غنى عنه في شتى القطاعات. فقد أحدثت هذه التطورات التقنية ثورة حقيقية، حولت الشركات إلى كيانات أكثر اعتمادًا على البيانات والخدمات الرقمية، حيث باتت الأجهزة الحديثة والبرمجيات المتطورة جزءًا لا يتجزأ من سير العمل اليومي. وفي المجال الاقتصادي، لم تعد الشركات قادرة على الاكتفاء بالأساليب التقليدية؛ بل بات من الضروري تبني حلول تقنية متقدمة، خاصة نظم المعلومات المتكاملة، لضمان استمراريته وقدرتها على المنافسة في أسواقٍ متغيرةٍ بسرعة.

وفي ظل هذا المشهد التنافسي الشرس، تسعى الشركات إلى تحسين خدماتها وكسب رضا العملاء من خلال الاعتماد على أدواتٍ تقنيةٍ متطورة، لاسيما تلك المرتبطة بإدارة المعلومات والتواصل. ولقد برزت أهمية نظم المعلومات والاتصال باعتبارها العمود الفقري لدعم اتخاذ القرار، وتعزيز الكفاءة التشغيلية، وضمان انسيابية الإجراءات بين مختلف إدارات الشركة. وفي قطاع التأمين على وجه الخصوص، الذي يعتمد أساسًا على التعامل مع المخاطر غير المؤكدة وتقديم خدمات غير ملموسة، تبرز الحاجة الملحة إلى توظيف هذه النظم لتحسين جودة الخدمات المقدمة وضمان رضا المؤمن لهم.

إن بناء صورة إيجابية للشركة التأمينية يركز إلى قدرة هذه الشركة على تقديم خدمات دقيقة وفي الوقت المناسب، إضافةً إلى توفير قنوات تواصل آمنة وفعالة مع العملاء. فالعمل في هذا القطاع لا يقتصر دوره على شراء وثيقة التأمين ثم الانصراف، بل يتابع مراحل الاكتتاب، وتسوية المطالبات، والتجديد—أيحوظ في كل خطوة مدى سرعة وموثوقية وجودة الخدمة. ومن هنا، تكتسب نظم المعلومات والاتصال دورًا إستراتيجيًا في تحسين تلك المراحل وجعلها أكثر شفافية وسلاسة، مما يمنح الشركة ميزة تنافسية حقيقية ويعزز ثقة العملاء ويحقق رضاهم.

على صعيد السوق الجزائري، شهد قطاع التأمين في السنوات الأخيرة نقلة نوعية نحو الرقمنة، حيث بدأت بعض الشركات الوطنية في إدخال قواعد بيانات موحدة، وأنظمة إدارة المطالبات الإلكترونية، وتطبيقات خدمة العملاء عبر الهواتف الذكية. وتأتي الشركة الوطنية للتأمين (SAA) كواحدة من أبرز الشركات العاملة في هذا القطاع، حيث تعمل على تطوير بنيتها المعلوماتية وتحديث أنظمة الاتصال الداخلي والخارجي بما يتماشى مع أفضل الممارسات العالمية. وتسعى SAA من وراء ذلك إلى تحسين مؤشرات جودة خدماتها التأمينية، مثل الملموسية والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف، بهدف تلبية تطلعات المؤمن لهم وتقليل الفجوات بين توقعاتهم والإدراك الفعلي للخدمة.

### أولاً: الإشكالية

في ظل حرص الشركة الوطنية للتأمين على تعزيز جودة خدماتها ورفع مستوى رضا المؤمن لهم، تثار التساؤلات التالية:

**كيف يساهم استخدام نظم المعلومات و الاتصال في تحسين جودة خدمات التأمين ؟**

ومن هذه الإشكالية تنبثق الأسئلة الفرعية التالية:

**التساؤلات الفرعية :**

1- ما هي القيمة التي يضيفها استخدام نظم المعلومات و الاتصال للمؤسسات الاقتصادية؟

2- ما هي خصوصية خدمات التأمين ؟

3- هل لاستخدام نظم المعلومات و الاتصال أثر ذو دلالة إحصائية على تحسين مؤشرات جودة الخدمة في الشركة الوطنية للتأمين ؟

### ثانيًا: الدراسات السابقة

1. دراسة أحمد عبد الوهاب أحمد، عثمان سالم عثمان، ومحمد نادي أبو زيد (2024). قياس أثر استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أداء قطاع التأمين: دراسة تطبيقية على شركة مصر لتأمينات الحياة. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط،

و هدفت هذه الدراسة إلى قياس مدى تأثير استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات —من شبكات المعلومات والبرمجيات، ودقة قواعد البيانات والمعلومات، وأجهزة الحاسبات، وجودة الخدمات التأمينية، والكفاءة التكنولوجية للجهة الإدارية— على تحسين متغيرات أداء شركة مصر لتأمينات الحياة، و اعتمد الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، فتم جمع بيانات عن طريق استبانة إحصائية وُجّهت إلى مديري وأخصائيي الإحصاء بالشركة، ثم عُمد إلى استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي لاختبار الفرضيات.

و أظهرت نتائج التحليل وجود أثر دال إحصائيًا لاستخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسن مبيعات المنتجات التأمينية، وزيادة رضا حملة وثائق التأمين، ورفع الحصة السوقية للشركة، وتعزيز قدراتها على الابتكار والتجديد في المنتجات. كما صاغ الباحثون معادلات الانحدار الخطي المتعدد التي تُبيّن وزن كل بُعد من أبعاد تكنولوجيا المعلومات في تفسير التباين الكلي لمتغيرات الأداء، وتوصّلت الدراسة إلى أن اعتماد هذه التقنيات يُعدّ محفّزًا أساسيًا لاتخاذ القرارات الاستراتيجية في شركات تأمينات الحياة، مع ضرورة التخطيط الدائم لتحديث البنية التحتية وتقنيات الاتصالات المستخدمة في القطاع.

2- دراسة حمادوش سميرة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر: أطروحة دكتوراه، جامعة حسينية بن بوعلي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، 2024

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تعزيز الميزة التنافسية لدى شركات التأمين الجزائرية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم إعداد استبيان وتوزيعه على عينة مكونة من 120 مسؤولاً وموظفًا في ثماني شركات تأمين جزائرية. جُمعت البيانات وحُلّلت باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار 25، حيث أُجري اختبار معامل الارتباط وتحليل الانحدار الخطي المتعدد للتأكد من وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (الأجهزة والمعدات، الشبكات، قواعد البيانات، البنية التحتية البشرية) وأبعاد الميزة التنافسية (التكلفة الأقل، جودة الخدمة التأمينية، المرونة، الإبداع). وأسفرت النتائج عن وجود تأثيرٍ طرديٍّ معنويٍّ (عند مستوى الدلالة 0.05) لكل بُعدٍ من أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الميزة التنافسية وأبعادها المختلفة، واعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأداة أساسية في عملية صنع القرار الاستراتيجي داخل إدارة شركات التأمين، مع متابعة دورية لقياس تأثيرها على مؤشرات الأداء.

4- دراسة أ. خلوط جهاد و شنشونة محمد، تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمة الفندقية: دراسة عينة من السياح في فندق سيدي يحيى ببسكرة 2019 ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة بسكرة

انطلق الباحثان بالتساؤل الرئيس التالي: ما مدى تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمة الفندقية في الفنادق الجزائرية؟

و سعت هذه الدراسة إلى استكشاف أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمة الفندقية بالجزائر، حيث تمثل أبعاد هذه التكنولوجيا في: الأجهزة والبرمجيات، الأفراد، قواعد البيانات، والشبكات. كما تم تحليل جودة الخدمة الفندقية من خلال الأبعاد التالية: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف.

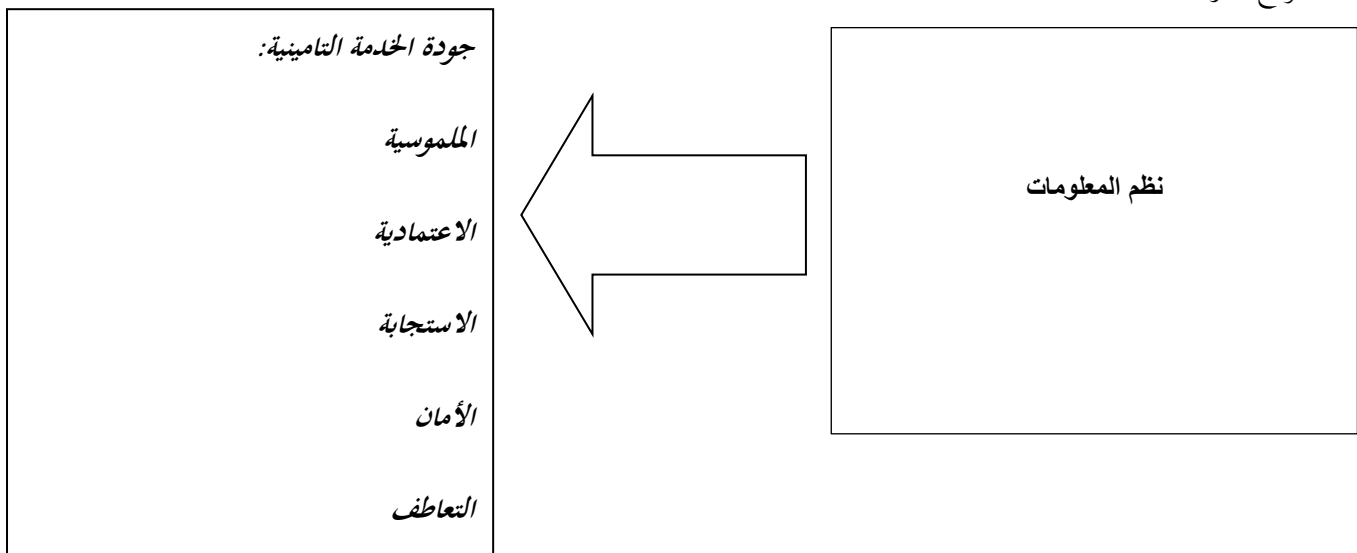
و شملت الدراسة الميدانية فندق سيدي يحيى ببسكرة، واعتمدت على استمارة لجمع البيانات من نزلاء الفندق. وقد وُزعت 20 استمارة واستُرُجعت جميعها بغرض قياس مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في رفع جودة الخدمة الفندقية في هذا الفندق.

وقد أظهرت النتائج صحة الفرضية الرئيسية للدراسة، والتي مفادها: "تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمة الفندقية بالفنادق الجزائرية من خلال الأبعاد التالية: الأجهزة والبرمجيات، وقواعد البيانات"، مع استثناء أبعاد الأفراد والشبكات من التأثير المباشر.

### ثالثا نموذج الدراسة

استنادا إلى إطار النظري، وفي ضوء إشكالية بحثنا وأهدافه. فقد قمنا بإعداد نموذج التالي:

نموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على الدراسات السابقة

رابعاً: فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية:

يساهم استخدام نظم المعلومات و الاتصال تحسين جودة خدمات التأمين من خلال التأثير على مؤشراتها.

الفرضيات الفرعية :

- 1- تتجسد قيمة استخدام نظم المعلومات و الاتصال في رفع قدرة الشركة الاقتصادية على اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت الحقيقي.
- 2- تتمثل خصوصية خدمات التأمين في كونها خدمات آجلة ضمن عقود مشروطة .
- 3- يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام نظم المعلومات و الاتصال على تحسن مؤشرات جودة الخدمة في الشركة الوطنية للتأمين.

ومن الفرضية الثالثة يتبثق منها خمس فرضيات فرعية جزئية:

- 3-1 يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام نظم المعلومات و الاتصال على الملموسية في خدمات الشركة الوطنية للتأمين
- 3-2 يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام نظم المعلومات و الاتصال على الاعتمادية في خدمات الشركة الوطنية للتأمين.
- 3-3 يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام نظم المعلومات و الاتصال على الاستجابة في خدمات الشركة الوطنية للتأمين
- 3-4 يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام نظم المعلومات و الاتصال على الأمان في خدمات الشركة الوطنية للتأمين.
- 3-5 يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام نظم المعلومات و الاتصال على التعاطف في خدمات الشركة الوطنية للتأمين

خامساً: منهج الدراسة:

لإتمام هذا البحث لجأنا إلى مجموعة من المصادر والمراجع ذات صلة بموضوعنا، حيث اعتمدنا على الكتب، أطروحات الدكتوراة ورسائل الماجستير بالإضافة إلى المجالات والمقالات والمؤتمرات لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للبحث.

كما اعتمدنا أيضاً على منهج دراسة الحالة لجمع البيانات الأولية من خلال توزيع الاستبيان على عينة البحث بغية معرفة آرائهم وتوجهاتهم حول محاور الدراسة، واستعنا بالبرنامج الإحصائي SPSS ومجموعة من الأدوات والأساليب الإحصائية لمعالجتها

## المنهجية التطبيقية:

- دراسة الحالة: الشركة الوطنية للتأمين (SAA) وكالة بركة شركة وطنية رائدة.
- عينة الدراسة: الموظفون (الإداريون والخدمات الفنية) في مكاتب SAA المركزية والجهوية في بركة ، حيث وُزع عليهم استبيان لقياس مدى إدراكهم لتأثير نظم المعلومات والاتصال على جودة الخدمات داخل مؤسساتهم.
- أدوات جمع البيانات: استمارة استبيان تضم مقاييس للمتغيرات التالية:
  1. مستوى استخدام نظم المعلومات والاتصال (أجهزة إلكترونية-تطبيقات-أنظمة قواعد البيانات).
  2. مؤشرات جودة الخدمة التأمينية (الملموسية-الاعتمادية-الاستجابة-الأمان-التعاطف).
- التحليل الإحصائي: تم استخدام برنامج SPSS لاختبار الفرضيات الفرعية (3-1 إلى 3-5) عن طريق الأساليب المناسبة مثل تحليل الانحدار الأحادي والمتعدد واختبار المعنوية عند مستوى دلالة 0.05.

## سادساً: الحدود الزمانية والمكانية والدلالية

- الحدود المكانية: أجريت الدراسة في المقر المركزي لـ SAA وفي ثلاث مديريات جهوية (الجزائر العاصمة، وهران، وعنابة).
- الحدود الزمانية: شمل جمع البيانات الفترة افريل 2025 (السداسي الثاني من السنة الجامعية 2025/2024).
- الحدود الدلالية: اقتصرَت الدراسة على قياس أثر متغير “استخدام نظم المعلومات والاتصال” في تحسين مؤشرات جودة الخدمات التأمينية الخمسة داخل SAA ، وفق منظور الموظفين داخل الشركة.

## سابعاً: أهمية الدراسة

- إثراء الجانب النظري: توسيع الأدبيات المتعلقة بعلاقة نظم المعلومات وجودة الخدمات التأمينية في سياق السوق الجزائري.
- تقديم توصيات عملية: مساعدة الإدارة العليا لدى SAA على تحسين بنيتها التقنية وإعادة هيكلة أنظمة المعلومات لتعزيز مؤشرات الجودة ورفع مستوى رضا العاملين والمستفيدين.
- دعم اتخاذ القرار: تمكين صانعي القرار لدى شركة التأمينات الوطنية SAA وكالة بركة والشركات المماثلة من الحصول على بيانات موضوعية حول مدى تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمات التأمينية.

## ثامناً: أهداف الدراسة

1. التعرف على القيمة المضافة لتوظيف نظم المعلومات والاتصال في الشركات الاقتصادية عمومًا والشركات التأمينية خصوصًا.
2. تحديد الخصائص المميزة لخدمات التأمين التي تفرض الاعتماد على نظم معلومات متقدمة.
3. قياس أثر استخدام نظم المعلومات والاتصال في تحسين مؤشرات جودة الخدمة التأمينية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف) لدى شركة التأمينات SAA وكالة بركة.

4. تقديم توصيات لتعزيز فعالية نظم المعلومات والاتصال في رفع جودة خدمات التأمين لدى الشركة الوطنية للتأمين.

### تاسعاً: صعوبات الدراسة

- تحدي الوصول إلى بيانات داخلية: بعض الوحدات في شركة التأمينات SAA وكالة بسكرة تردد مشاركة التفاصيل الفنية المتعلقة بأنظمة المعلومات المستخدمة.
- تفاوت المهارات التقنية لدى الموظفين: اختلاف مستوى الإلمام بخدمات وتطبيقات نظم المعلومات أدى إلى صعوبة تفسير بعض الأسئلة في الاستبيان لدى بعض الموظفين.
- ضيق الوقت: الاستعجال في إنجاز الدراسة لأغراض التقويم الأكاديمي القياسي وضع ضغطاً على مراحل جمع البيانات وتحليلها.

### عاشراً: هيكل الدراسة

قسمت الدراسة إلى فصلين، اثنان منها تتعلق بالجانب النظري والثاني متعلق بجانب التطبيقي، حيث تناولنا في الفصل الأول الإطار النظري وتناولنا في المبحث الأول: نظم المعلومات وتناولنا المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية وأيضاً المبحث الثالث: علاقة نظم المعلومات بجودة الخدمات التأمينية

أما الفصل الثاني فكان بعنوان الدراسة الميدانية شركة التأمينات الوطنية SAA وكالة بسكرة ، حيث تطرقنا في المبحث الأول: لمحة عن شركة التأمينات الوطنية SAA وكالة بسكرة. و في المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة. وفي المبحث الثالث : تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

## **الفصل الأول:**

### **نظم المعلومات والجودة التأمينية**

تمهيد:

في عالم الأعمال المعاصر، الذي يتسم بالديناميكية والتنافسية الشديدة، أصبحت نظم المعلومات عصبًا حيويًا للمؤسسات على اختلاف أنواعها وأحجامها. فلم يعد دور هذه النظم مقتصرًا على مجرد أتمتة العمليات الروتينية، بل امتد ليشمل دعم اتخاذ القرارات الاستراتيجية، وتعزيز الكفاءة التشغيلية، وتحقيق التكامل بين مختلف وظائف الشركة،

سنتناول في هذا الفصل، الذي يمثل نقطة انطلاق أساسية لفهم هذا المجال الحيوي، حيث نسعى إلى استكشاف المفاهيم الأساسية التي تقوم عليها نظم المعلومات، بدءًا من تعريف النظام ومكوناته، وصولًا إلى التمييز بين البيانات والمعلومات والمعرفة، وتحديد أنواع نظم المعلومات المختلفة ومكانتها في الهيكل التنظيمي للشركة. يهدف هذا المبحث إلى تزويد القارئ بإطار نظري متكامل حول نظم المعلومات، يُعد بمثابة الأساس الصلب الذي يُبنى عليه الفهم العميق لأهمية هذه النظم في تطوير الشركات وتحسين أدائها، وهو ما يمهد الطريق للانتقال إلى المبحث الثاني الذي يتناول الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية، وكيف يمكن لنظم المعلومات أن تساهم في تعزيز هذه الجودة في قطاع التأمين في المبحث الثالث.

## المبحث الاول: نظم المعلومات

تلعب نظم المعلومات دورًا حيويًا وجوهريًا في تطوير الشركات بصفة عامة، حيث تمثل أنشطة متكاملة تهدف إلى توفير المعلومات المناسبة والملائمة في الوقت المناسب، ليستعين بها المدراء في اتخاذ القرارات في المواقف المختلفة. لفهم نظم المعلومات بشكل أعمق، يجب البدء بفهم مفهومي النظام والمعلومات، باعتبار الأخيرة منتجًا لنظام معلومات فعال داخل الشركة، قادرًا على تحقيق التكامل بين العناصر البشرية والوسائل المادية. يرتبط جمع المعلومات واستغلالها بإرساء نظام فعال يتعامل مع الكم الهائل من البيانات المتدفقة يوميًا، مما يجعل نظم المعلومات مجموعة من الأجزاء المترابطة التي تهدف إلى التجميع المستمر للمعلومات وتحليلها، لتكون مرجعًا لجميع القرارات الإدارية من تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة. خاصة في عصرنا الحالي، عصر اقتصاد المعرفة والتحول نحو مجتمعات المعلومات، التي تزداد اندماجًا بفضل شبكات اتصالات البيانات والمعلومات الشبكية، مما يعزز أهمية نظم المعلومات في دعم العمليات الإدارية وضمان فعالية الشركات في بيئة تتسم بالتعقيد والتنافسية.

### المطلب الأول: مفهوم نظم المعلومات

حيث سنتناول في هذا المطلب مفهوم نظام المعلومات ومكوناته الأساسية

### الفرع الأول: مفاهيم حول نظم المعلومات

لفهم أفضل عن نظم المعلومات حري بنا أن نفرق بين مختلف المصطلحات التالية: النظام ومكوناته - المعلومات - البيانات

### اولا: تعريف النظام ومكوناته Systeme

يشير لودفيغ فون برتالانفي (Ludwig von Bertalanffy, 1968, p. 01) في إطار نظريته العامة للنظم إلى أن مفهوم "النظام" من الناحية الاصطلاحية لا يقتصر على مجال علمي واحد، بل يتجاوز ليشمل مجموعة واسعة من التخصصات والمجالات العلمية. وفقًا لبرتالانفي، فإن هذا المفهوم يُعتبر إطارًا نظريًا شاملاً يمكن تطبيقه في سياقات متعددة، مما يعكس طابعه الشمولي وقدرته على التكيف مع مختلف الأنظمة، سواء كانت بيولوجية أو اجتماعية أو تقنية أو إدارية. هذا التوسع في استخدام المصطلح يُبرز أهميته كأداة تحليلية قادرة على تفسير التفاعلات المعقدة بين مكونات الأنظمة في بيئات متنوعة.

يُعرف النظام بأنه "مجموعة من العناصر المترابطة التي تعمل بشكل متكامل وتناسقي لتحقيق هدف محدد، مثل النظام الإداري أو الاقتصادي في مؤسسة أو شركة معينة". هذا التعريف يُبرز الطبيعة التفاعلية والترابطية بين مكونات النظام، حيث تعمل كل عنصر بشكل متكامل مع الآخر لضمان تحقيق الأهداف المحددة بكفاءة وفعالية. يُعتبر هذا المفهوم أساسيًا في فهم كيفية عمل الأنظمة المعقدة، سواء في المجال الإداري أو الاقتصادي أو غيرها من المجالات التي تعتمد على التنسيق بين العناصر لتحقيق النتائج المرجوة. (حسين و مقلاني، 2019 - 2020، صفحة 13)

تتفق أغلب الدراسات بأن النظام يشمل على المكونات التالية:

## 1. المدخلات ((Inputs

تشير المدخلات إلى جميع العناصر أو المواد أو الطاقة التي تدخل إلى النظام، سواء كانت مصدرها البيئة الداخلية للمنظمة أو البيئة الخارجية. تُعتبر هذه العناصر مُستلزمات أساسية لعمل النظام، حيث تعتمد كفاءة النظام بشكل كبير على جودة وكمية المدخلات التي يتم توفيرها. المدخلات هي المكون الأولي الذي يُحدد قدرة النظام على تحقيق أهدافه بكفاءة وفعالية.

## 2. المخرجات ((Outputs

تمثل المخرجات النتائج التي ينتجها النظام نتيجة العمليات التحويلية أو الإنتاجية التي تتم على المدخلات. قد تتخذ المخرجات أشكالاً متنوعة، مثل المنتجات المادية، أو الخدمات، أو المعلومات، أو غيرها من النتائج التي تحقق الأهداف المحددة للنظام. جودة المخرجات تعكس مدى نجاح النظام في تحويل المدخلات إلى نتائج ذات قيمة مضافة.

## 3. العمليات ((Processes

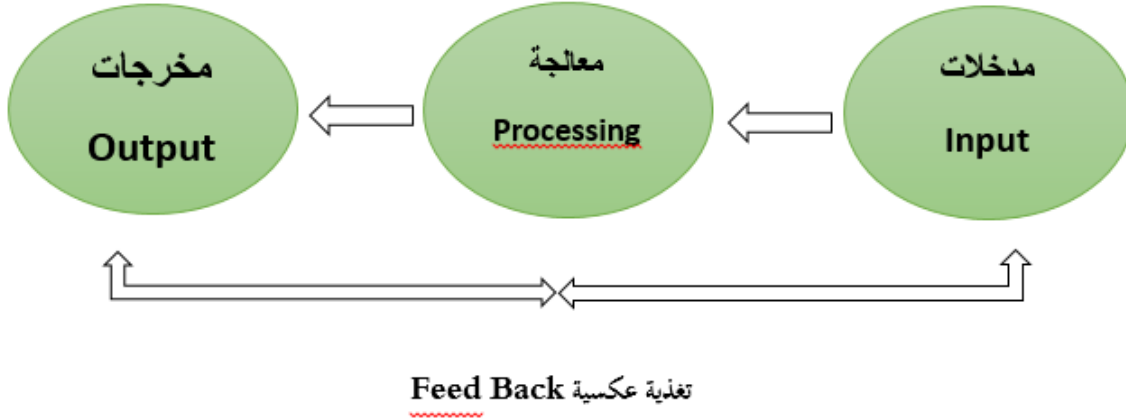
تُعتبر العمليات مكوناً أساسياً في أي نظام، حيث تقوم بتحويل المدخلات (المادة الخام) إلى مخرجات مفيدة تحقق أهداف النظام. لا يتم هذا التحويل بشكل عشوائي أو تلقائي، بل يتم من خلال تفاعل مُنظم ومُتحكم فيه بين مكونات النظام. العمليات تتطلب تحديد مسارات التفاعل وترشيدها لضمان تحقيق النتائج المطلوبة بكفاءة.

## 4. التغذية العكسية (Feedback

تلعب التغذية العكسية دوراً حيوياً في تطوير النظام وتحسين أدائه، حيث تعمل على تصحيح المسارات وتقييم فعالية العمليات. التغذية العكسية تُساهم في فحص النتائج والمخرجات التي يُنتجها النظام، مما يُساعد على تحديد نقاط القوة والضعف واتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة لضمان استمرارية تحسين النظام.

ومن خلال الشكل التالي يمكن توضيح مكونات النظام والعلاقة بينهم:

الشكل (1): مكونات النظام



المصدر: مراد حافظ حمدان، دور عوامل النجاح الحرجة لذكاء الأعمال في تطبيق نظم تخطيط موارد الشركات، دار الابتكار، عمان، 2018، ص 57.

#### ثانيا: تعريف البيانات Data

تُعرف البيانات على أنها المادة الأولية الخام التي يتم جمعها من مصادر مختلفة، سواء من البيئة الداخلية أو الخارجية للشركة، والتي تُشكّل الأساس الذي تُستخلص منه المعلومات. تتكون البيانات من حقائق أو أرقام أو إحصائيات غير مُنظمة، يتم تجميعها دون معالجة أولية. تعتمد جودة المعلومات الناتجة بشكل كبير على دقة وشمولية البيانات المجمعة، حيث تُعتبر البيانات الخطوة الأولى في سلسلة التحويل التي تهدف إلى إنتاج معلومات ذات قيمة وفائدة. (نافع، المدادحة، عدنان، و الذبابات، 2014، صفحة 14)

#### ثالثا : تعريف المعلومات Infomation

تُعرف المعلومات على أنها مجموعة من البيانات التي تم تصنيفها ومعالجتها وتنظيمها بشكل منهجي، بحيث تصبح ذات قيمة وقابلة للاستخدام. هذه العملية التحويلية تهدف إلى تحويل البيانات الخام إلى مخرجات ذات معنى، يمكن الاستفادة منها في اتخاذ القرارات أو تحليل الظواهر أو تحقيق أهداف محددة. المعلومات، بهذا المعنى، تُعتبر عنصراً أساسياً في أي نظام، حيث تعكس القدرة على تحويل المدخلات غير الشركة إلى مخرجات ذات فائدة عملية أو معرفية. (حسين و مقالنتي، 2019 - 2020، صفحة 16)

تُعرف المعلومات أيضاً بأنها "البيانات التي يتم إعدادها وتجهيزها لتكون في صورة أكثر فائدة لمُتلقيها، بحيث تمتلك قيمة مُدركة سواء في الاستخدام الفعلي أو المتوقع، أو في دعم القرارات التي يتم اتخاذها". هذا التعريف يُبرز الدور التحويلي للمعلومات، حيث

يتم تحويل البيانات الخام إلى صيغة مُنظمة وذات معنى، تُمكن من الاستفادة منها في السياقات الحالية أو المستقبلية، سواء في العمليات اليومية أو في عمليات صنع القرار الاستراتيجي. (بلال، 2005، صفحة 21)

#### رابعاً: المعرفة Knowledge

تُعرف المعرفة على أنها الناتج النهائي الذي يتشكل من خلال استخدام البيانات والمعلومات، بالإضافة إلى الخبرات المكتسبة من خلال التعلم والتجربة. تُعتبر المعرفة مرحلة متقدمة في سلسلة التحويل التي تبدأ بالبيانات الخام، مروراً بالمعلومات الشركة، وصولاً إلى الفهم العميق والتطبيق العملي. المعرفة لا تقتصر على مجرد امتلاك المعلومات، بل تشمل القدرة على تفسيرها وتحليلها واستخدامها في سياقات جديدة، مما يجعلها أداة قوية لاتخاذ القرارات وحل المشكلات ودفع الابتكار. (بحتي، 2004-2005، صفحة 24)

قبل الخوض في موضوع نظم المعلومات، من الضروري التمييز بين ثلاثة مفاهيم أساسية ومتداخلة، وهي: البيانات، والمعلومات، والمعرفة. تُستخدم هذه المصطلحات بشكل متزايد في مجال المعلوماتية، وتُرتب وفقاً لتدرج كثافتها وتركيزها، حيث تبدأ بالبيانات كمرحلة أولية، تليها المعلومات كمرحلة وسيطة، وتنتهي بالمعرفة كمرحلة متقدمة.

- **البيانات:** تمثل المادة الخام غير الشركة، والتي يتم جمعها من مصادر مختلفة دون معالجة أولية.

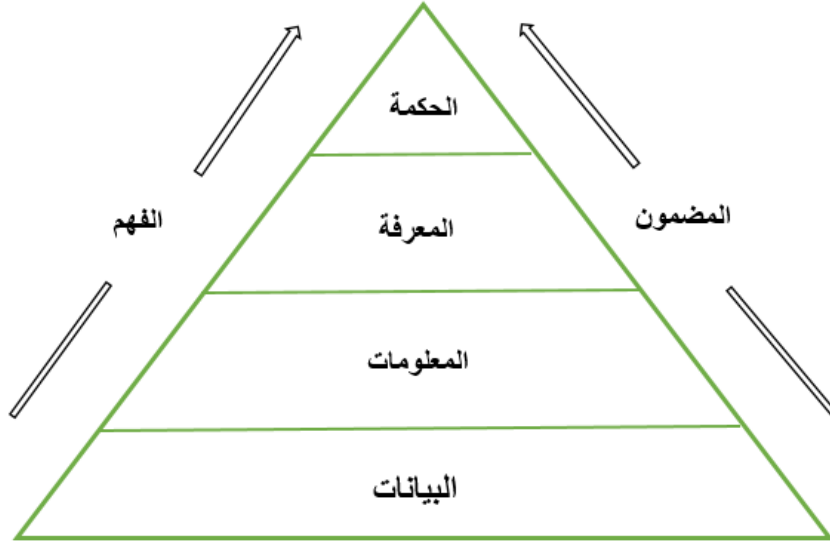
- **المعلومات:** هي البيانات التي تمت معالجتها وتنظيمها لتصبح ذات معنى وقابلة للاستخدام.

- **المعرفة:** هي الناتج النهائي الذي يتشكل من خلال استخدام المعلومات والخبرات المكتسبة، مما يُتيح الفهم العميق والتطبيق العملي.

هذا التدرج يُبرز تطور القيمة المضافة من مرحلة البيانات الخام إلى مرحلة المعرفة المتقدمة، والتي تُعتبر أساساً لاتخاذ القرارات الفعالة والابتكار في مختلف المجالات.

والشكل الآتي يوضح الفرق بين البيانات والمعلومات والمعرفة:

الشكل (2): الفرق بين البيانات والمعلومات والمعرفة



**Source :** Français Rossion, Transfert des savoirs : stratégies, moyens d'action, solutions adaptées à voter organisation, Lavoisier, France, 2008, p 36.

#### الفرع الثاني: تعريف نظم المعلومات Information System

يُعرّف نظام المعلومات على أنه "مجموعة من المكونات المترابطة التي تشمل الأجهزة، والبرمجيات، والبيانات، وشبكات الاتصالات، والتي يتم استخدامها من قِبل الأفراد أو الشركات لجمع البيانات، ومعالجتها، وتخزينها، وتوزيعها بشكل يُسهّل الوصول إلى المعلومات واستخدامها بكفاءة". هذا التعريف يُبرز الطبيعة المتكاملة لنظم المعلومات، حيث تعمل هذه المكونات معًا لتحقيق أهداف محددة، مثل دعم عمليات صنع القرار، وتحسين الكفاءة التشغيلية، وتعزيز التواصل داخل الشركة أو مع البيئة الخارجية. (أحمد و بازين، 2020-2021، صفحة 11)

و هو الطريقة التي تقوم من خلالها تجميع، صيانة، تحليل، وإعداد تقارير المعلومات الوظائف الموجودة في الشركة. (نجدي، 2004-2005، صفحة 24)

و يُعرّف نظام المعلومات على أنه مجموعة من المدخلات التي تمثل بيانات ومعطيات متنوعة، يتم معالجتها وتحويلها عبر عمليات مُنظمة ومتكاملة، بهدف الوصول إلى مخرجات ذات قيمة مضافة. هذه المخرجات تُساهم في تحقيق نتائج أفضل مقارنةً بالمعايير

المحددة مسبقاً، والتي تُستخدم لقياس الفائدة أو المردود الناتج عن النظام. بذلك، يُعتبر نظام المعلومات أداةً فعالة لتحسين الكفاءة واتخاذ القرارات المدعومة بالبيانات الدقيقة والموثوقة. (السالمي و خالد ، 2008، صفحة 58)

#### تعريف Robert Reix

يُعرّف روبرت ريكس (Robert Reix) نظام المعلومات على أنه "مجموعة من موارد الشركة، تشمل الوسائل المادية، والبرمجيات، والموظفين، والمعطيات، والإجراءات، التي تسمح بجمع البيانات، ومعالجتها، وتخزينها، وإيصالها في أشكال متنوعة مثل المعطيات الرقمية، النصوص، الصور، وغيرها. هذه الموارد تعمل بشكل متكامل لتلبية احتياجات الشركة في إدارة المعلومات بكفاءة".

#### تعريف Dourneau

من جهته، يعتبر دورنو "Dourneau" أن نظام المعلومات هو "ذاكرة ضخمة تهدف إلى خدمة صانعي القرار ومختلف مستخدمي المعلومات داخل الشركة. يتمثل دوره في توفير معلومات دقيقة حول الوضعية الحالية للمنظمة، بالإضافة إلى تسجيل الأحداث التاريخية التي تم استخدامها، مما يساهم في دعم عملية اتخاذ القرارات بشكل مدروس وفعال".

#### تعريف لوكاس (Lucas)

أما لوكاس "Lucas" فيعرف نظام المعلومات على أنه "مجموعة من الإجراءات الشركة التي يتم من خلالها توفير المعلومات اللازمة لدعم عمليات صنع القرار والرقابة داخل الشركة. يعتمد هذا النظام على تنظيم وتنسيق العمليات لضمان تدفق المعلومات بشكل يُعزّز الكفاءة التشغيلية ويدعم الأهداف الاستراتيجية".

ومن خلال هذه التعريفات نستنتج أن نظام المعلومات يُعتبر أداة أساسية في إدارة الموارد المعلوماتية داخل الشركة، حيث يعمل على جمع البيانات، ومعالجتها، وتخزينها، وتوزيعها بشكل يُسهّل عملية صنع القرار ويدعم الرقابة الفعّالة. تختلف التعريفات في تركيزها، لكنها تتفق على أن نظام المعلومات يلعب دورًا محوريًا في تحسين كفاءة الشركة وضمان تحقيق أهدافها الاستراتيجية. (رشيدة، 2021-2022، صفحة 5)

#### المطلب الثاني: خصائص نظم المعلومات وأهدافها

في هذا المطلب الثاني نتعرف على خصائص نظم المعلومات وأهدافها:

##### الفرع الاول: خصائص نظم المعلومات

يمكن تلخيص الخصائص الرئيسية لنظم المعلومات في العناصر التالية: (القباني، 2003-2002، صفحة 10)

#### 1. شبكة الاتصال (Communication Network)

يشبه نظام المعلومات شبكة اتصال متكاملة، حيث يوفر مسارات تدفق المعلومات إلى العديد من النقاط داخل الشركة وحتى خارجها. يعمل النظام على تسهيل حركة المعلومات وتوزيعها بكفاءة، مما يساهم في تعزيز التواصل بين الأقسام المختلفة داخل المشروع، بالإضافة إلى توفير المعلومات للجهات الخارجية ذات الصلة.

## 2. مراحل تحويل وتوظيف البيانات ((Stages of Data Transformation and Utilization))

تقوم نظم المعلومات بتحويل المدخلات إلى مخرجات من خلال ثلاث مراحل أساسية:

- ❖ **مرحلة الإدخال Input Stage:** يتم فيها جمع البيانات الخام من مصادر مختلفة.
  - ❖ **مرحلة التشغيل Processing Stage:** يتم فيها معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات ذات قيمة.
  - ❖ **مرحلة الإخراج Output Stage:** يتم فيها تقديم المعلومات النهائية للمستخدمين.
- ترتبط بهذه المراحل عدة وظائف، مثل تجميع البيانات، ومعالجتها، وإنتاج المعلومات، بالإضافة إلى وظائف الرقابة وإدارة البيانات لضمان دقتها وفعاليتها.

## 3. إدخال البيانات وإخراج المخرجات ((Data Input and Output))

في مرحلة الإدخال، يتم جمع البيانات الخام بأشكال متنوعة، بينما يتم في مرحلة الإخراج تقديم المعلومات النهائية التي تم تحويلها من هذه البيانات. تُعتبر البيانات المادة الخام التي يتم تحويلها إلى منتجات معلوماتية تامة، تُستخدم لأغراض متنوعة وتُلبى احتياجات مستخدمين مختلفين.

## 4. مستخدمو المعلومات ((Information Users))

يتم إنتاج المعلومات داخل نظام المعلومات لتلبية احتياجات نوعين رئيسيين من المستخدمين:

- ❖ **المستخدم الداخلي Internal Users:** يشمل المديرين والموظفين داخل الشركة، الذين يعتمدون على المعلومات لدعم عمليات صنع القرار والأنشطة اليومية.
- ❖ **المستخدم الخارجي External Users:** يشمل الجهات الخارجية ذات العلاقة، مثل الموردين، والعملاء، والدائنين، والوكالات الحكومية، وغيرها من الأطراف المهتمة بأداء الشركة.

## 5. الأهداف Objectives

يتميز أي نظام معلومات بثلاثة أهداف رئيسية:

- ❖ دعم عملية اتخاذ القرار Decision-Making Support من خلال توفير معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب.

❖ دعم العمليات اليومية الروتينية Support for Daily Operations من خلال تسهيل المهام التشغيلية اليومية.

❖ توفير المعلومات Information Provision لجميع المستخدمين الداخليين والخارجيين وفقاً لاحتياجاتهم.

## 6. الموارد Resources

يتطلب نظام المعلومات مجموعة من الموارد لإتمام وظائفه بشكل فعال، وتشمل:

- البيانات **Data** المادة الخام التي يتم تحويلها إلى معلومات.
- المعدات **Hardware** الأجهزة والتقنيات المستخدمة في معالجة البيانات.
- الأفراد **Personnel** الموظفون الذين يديرون النظام ويستخدمونه.
- التمويل **Funding** الموارد المالية اللازمة لتشغيل النظام وصيانته.
- يمكن تصنيف نظم المعلومات بناءً على تركيزها على الموارد البشرية أو التقنية:
- النظام اليدوي **Manual System** يعتمد بشكل أساسي على الموارد البشرية.
- النظام الإلكتروني **Electronic System** يعتمد بشكل رئيسي على المعدات والتقنيات الحديثة.

## الفرع الثاني: أهداف نظم المعلومات

تتمحور أهداف نظم المعلومات حول مجموعة من الأهداف العامة التي تسعى إلى تعزيز فعالية الشركات ودعم عملياتها التشغيلية والاستراتيجية. من أبرز هذه الأهداف ما يلي: (أحمد و بازين، 2020-2021، صفحة 12)

### 1. جمع وتنظيم البيانات والمعلومات المتخصصة

يهدف نظام المعلومات إلى جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمجال عمل الشركة وتنظيمها بشكل منهجي. يتم ذلك لضمان توفر قاعدة بيانات شاملة ودقيقة تُسهم في دعم العمليات اليومية واتخاذ القرارات الاستراتيجية.

### 2. توفير المعلومات الملائمة والمناسبة

يعمل نظام المعلومات على توفير المعلومات الدقيقة والملائمة للمخططين، والباحثين، ومتخذي القرار، في الوقت المناسب وبالشكل والكمية المطلوبة. هذا الهدف يُسهم في تعزيز فعالية القرارات وضمان تحقيق الأهداف المؤسسية بكفاءة.

### 3. توثيق المعلومات ومعالجتها

يتضمن هذا الهدف توثيق المعلومات ومعالجتها باستخدام الحواسيب وتقنيات المعلومات الحديثة، مع وضع نظام متكامل للتخزين، والمعالجة، والاسترجاع. يُسهم ذلك في تحسين إدارة المعلومات وضمان سهولة الوصول إليها عند الحاجة.

#### 4. تطوير البنية الأساسية للشركة

يعمل نظام المعلومات على تقديم أحدث المعلومات التي تُسهم في تطوير البنية الأساسية للشركة. يتم ذلك من خلال دعم الباحثين في إنجاز الدراسات والبحوث التي تُخدم الاستراتيجية العامة للشركة وتعزز قدرتها على الابتكار والتطوير.

#### 5. تنسيق الجهود والتعاون مع النظم الأخرى

يهدف نظام المعلومات إلى تنسيق الجهود بين النظم المختلفة داخل الشركة وخارجها، لضمان الاستخدام الأمثل للمعلومات. هذا التعاون يُسهم في تعزيز التكامل بين الأقسام وتحقيق الأهداف المشتركة بكفاءة.

#### 6. تدريب وتوعية المستخدمين

يُسهم نظام المعلومات في تدريب وتوعية المستخدمين من خدمات النظام، سواء كانوا موظفين أو مدراء أو جهات خارجية، على الاستخدام الأمثل للمعلومات. هذا الهدف يُعزز ثقافة المعلومات داخل الشركة ويزيد من فعالية استخدام الموارد المعلوماتية.

#### المطلب الثالث: انواع نظم المعلومات ومكانتها في الشركة

في هذا المطلب نعرض أنواع نظم المعلومات وتصنيفاتها ونوضح مكانتها داخل هيكل الشركة التنظيمي:

#### الفرع الاول: تصنيفات نظم المعلومات

تتنوع نظم المعلومات وتتفرع إلى عدة أنواع وفقاً لوظائفها ومجالات تطبيقها. فيما يلي شرح لأبرز هذه الأنواع: (غراب، 1991، صفحة 76)

#### 1. نظم معالجة المعاملات Transaction Processing Systems – TPS

تسمح نظم معالجة المعاملات بجمع البيانات المتعلقة بالمعاملات اليومية، وتحويلها، وتخزينها، وعرضها، وتعديلها، أو حتى إلغائها. تتميز هذه النظم بقدرتها على إدارة عدة معاملات في الوقت نفسه، مما يُعزز الكفاءة التشغيلية. تعتمد هذه النظم على البيانات المخزنة في قواعد البيانات لتوليد تقارير متنوعة، مثل الفواتير، وكشوف الأجور، وملخصات المخزون، وجداول التصنيع، وسجلات الشيكات.

#### 2. نظم دعم القرارات Decision Support Systems – DSS

تُساعد نظم دعم القرارات في عملية صنع القرارات من خلال تحليل البيانات وإنشاء توقعات إحصائية ونماذج بيانات. تعتمد هذه النظم على أسس علمية وأرقام دقيقة لدعم صنع القرار دون التأثير على حكمهم الشخصي. بالإضافة إلى ذلك، تُساهم هذه النظم في حل المشكلات المعقدة باستخدام بيانات داخلية وخارجية، مما يُعزز فعالية القرارات الاستراتيجية.

### 3. الأنظمة الخبيرة والشبكات المحايمة Expert Systems and Neural Networks

– الأنظمة الخبيرة Expert Systems تُعرف أيضًا باسم النظم القائمة على المعرفة (Knowledge-Based Systems)، وهي أنظمة محوسبة مصممة لتحليل البيانات وإنتاج التوصيات والتشخيصات والقرارات. تعتمد هذه الأنظمة على قواعد معرفية تُحاكي خبرة البشر في مجال معين.

– الشبكات المحايمة Neural Networks تستخدم هذه الأنظمة أجهزة الحاسوب لمحاكاة طريقة معالجة الدماغ البشري للمعلومات، بما في ذلك التعلم والتذكر. تُستخدم هذه الشبكات في تحليل البيانات المعقدة والتنبؤ بالأنماط المستقبلية.

### 4. نظم المعلومات حسب الوظيفة ((Information Systems by Function

يمكن تصنيف نظم المعلومات بناءً على نوع البيانات المدخلة والمعلومات المخرجة، بالإضافة إلى الغرض من استخدامها. من أبرز أنواعها:

– نظم المعلومات المحاسبية Accounting Information Systems : تُستخدم في تسجيل المعاملات المالية وإدارتها باستخدام برامج التسيير Logiciel de gestion commercial في الشركات الإنتاجية والتجارية.

– نظم المعلومات التسويقية Marketing Information Systems تُركّز على جمع وتحليل البيانات المتعلقة بالسوق والعملاء لدعم القرارات التسويقية.

– نظم معلومات الموارد البشرية Human Resources Information Systems : تُستخدم لإدارة بيانات الموظفين، مثل الرواتب، والتقييمات، والتدريب، مما يُعزز كفاءة إدارة الموارد البشرية.

#### الفرع الثاني: مكانة نظم المعلومات في الشركة

تحتل نظم المعلومات مكانة بالغة الأهمية داخل الشركة، حيث تلعب دورًا محوريًا في تعزيز كفاءة العمليات واتخاذ القرارات. يمكن توضيح مكانتها من خلال النقاط التالية: (ساحل، 2003، صفحة 18)

#### 1. من وجهة نظر التقارب النظامي

نظام المعلومات يُعتبر جزءًا لا يتجزأ من الأنظمة المكونة للشركة. فهو يتكامل مع الأنظمة الأخرى، مثل النظام المالي، ونظام الموارد البشرية، والنظام التشغيلي، لضمان تحقيق التنسيق والتناغم بين مختلف الوحدات التنظيمية. هذا التكامل يُساهم في تعزيز الفعالية الشاملة للشركة.

## 2. نظام المعلومات كنموذج للحقيقة التنظيمية

يعمل نظام المعلومات كجسر يربط بين نظامين رئيسيين داخل الشركة:

- النظام العلمي (Operational System): يتحرك هذا النظام بناءً على القرارات التي يتم نقلها إليه على شكل تدفقات معلوماتية، بهدف إنتاج مخرجات (منتجات أو خدمات) تتماشى مع أهداف الشركة.

- النظام القيادي (Management System): يتولى هذا النظام اتخاذ القرارات الدقيقة بناءً على المعلومات الداخلية والخارجية التي يتم جمعها وتحليلها. بعد ذلك، يتم نقل هذه القرارات إلى النظام العلمي لتنفيذها.

## 3. الدور الوسيط لنظام المعلومات

يعمل نظام المعلومات كوسيط بين النظام العلمي والنظام القيادي، حيث يقوم بجمع البيانات من مصادر مختلفة، وتحويلها إلى معلومات ذات قيمة، وتوزيعها على الجهات المعنية. هذا الدور الوسيط يُسهم في تعزيز التنسيق بين الوحدات التنظيمية وضمان اتخاذ القرارات بناءً على معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب.

## المبحث الثاني: الاطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية

تُشكل جودة الخدمات التأمينية محوراً أساسياً في دراسة الأداء التنظيمي ورضا العملاء، حيث تُعد المقياس الأكثر دقة وأهمية للحكم على مستوى الخدمة المقدمة وينبع جوهر هذا المفهوم من كون الجودة متغيرة غير ملموسة، ترتبط بشكل وثيق باحتياجات الأفراد وتوقعاتهم الشخصية فالعملاء في تقييمهم للخدمات التأمينية يستندون إلى معايير وأساليب متنوعة تعكس تصوراتهم الفردية مما يجعل الجودة مفهوماً ديناميكياً يتطلب فهماً عميقاً لتلبية هذه التطلعات المتغيرة.

### المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة التأمينية

في هذا المطلب سنقوم بتعريف مفاهيم الجودة والخدمة والتأمين، وصولاً إلى مفهوم جودة الخدمات التأمينية.

### الفرع الأول: مفهوم الجودة

في بدايات القرن العشرين، شهد الفكر الإداري تطوراً ملحوظاً بفضل إسهامات عدد من المفكرين والعلماء الغربيين. يبرز من بينهم Frederick Taylor، الذي وضع أسس النظرية العلمية، مركزاً على تحسين كفاءة العمل وأدائه من خلال التحليل المنهجي للعمليات. في السياق نفسه، قدم Henri Fayol نموذجاً الوظيفي للإدارة، الذي ركز على الجوانب الهيكلية للتنظيم، وتوزيع المهام، وتقسيم العمل بطريقة منظمة. كما ظهرت نظرية العلاقات الإنسانية، التي أكدت على العلاقة الوثيقة بين تعزيز الروح المعنوية للعاملين وزيادة الإنتاجية.

وفي سياق متصل، ساهم مفكرون آخرون مثل Taguchi وShibb وIshikawa في تعزيز هذا الاتجاه الإداري، إلى جانب إسهامات علماء يابانيين بارزين مثل Shewhart وCrosby وJuran، الذين لعبوا دوراً حاسماً في بلورة فلسفة الإدارة الحديثة وصياغة مبادئها. ومع ذلك، تُجمع معظم الأدبيات المعاصرة على أن الدكتور Edward Deming يُعدّ المؤسس الفكري الأبرز لإدارة الجودة الشاملة. فقد طوّر ديمينغ أفكاره في الولايات المتحدة، لكنها لم تحظَ بالاهتمام الكافي هناك في البداية. وبعد انتقاله للعمل كخبير في إحدى الشركات اليابانية ابتداءً من عام 1931، تبني اليابانيون هذه المفاهيم بحماس، وحولوها إلى

تطبيقات عملية أدت إلى تحقيق ما عُرف بـ "معجزة الجودة اليابانية"، التي بدأت ملامحها تتضح منذ خمسينيات القرن العشرين، لتصبح نموذجاً عالمياً في التميز الإداري والإنتاجي. (بوخلوة، 2015-2016، صفحة 4)

#### الفرع الثاني مفهوم الخدمة

يمكن تعريف الخدمة بأنها نشاط يتسم بطابع غير مادي، يتضمن مجموعة من العناصر غير الملموسة، ويتشكل من الأعمال، والعمليات، والفعاليات، والأداء. وبعبارة أدق، تمثل الخدمة كل ما يدركه العملاء أو يشعرون به كنتيجة لتفاعلهم مع الأفعال وردود الأفعال التي يتلقونها، وهي بذلك تعكس تجربة شاملة يقتنونها. ويرتبط تقديم الخدمة بتحول ملحوظ في العوامل المؤثرة فيها، إلا أن هذا التحول لا ينتج عنه بالضرورة منتج مادي ملموس، بل يظل محصوراً في إطار التأثير غير المادي الذي تمتاز به الخدمة.

وفقاً لتعريف Stanton، تُعدّ الخدمة نشاطاً غير ملموس يهدف إلى تقديم منفعة للمستفيد، دون أن يرتبط ذلك بالضرورة ببيع سلعة أو خدمة أخرى. بمعنى آخر، إنتاج الخدمة أو تقديمها لا يتطلب بالضرورة استخدام سلعة مادية كشرط أساسي. ومع ذلك، يُلاحظ أن تقديم الخدمة قد يترافق أحياناً مع منتج مادي ملموس كجزء من العملية، لكن هذا الارتباط ليس جوهرياً في تعريفها. استناداً إلى التعاريف السابقة، يمكن استخلاص أن الخدمة تتمثل في بذل جهد أو نشاط غير ملموس يقوم به طرف (المزود أو العميل) لصالح طرف آخر (المستفيد)، بهدف تحقيق منفعة محددة. وبهذا، تتجلى الخدمة كعملية تفاعلية تركز على القيمة المقدمة وليس على المادية الملموسة للمنتج.

#### الفرع الثالث: مفهوم التأمين

يعرف التأمين على أنه "وسيلة لتعويض الفرد عن الخسارة المالية التي تحل به نتيجة لوقوع خطر معين، وذلك بواسطة توزيع هذه الخسارة على مجموعة كبيرة من الأفراد يكون جميعهم معرضين لهذا الخطر". (عريقات و سعيد جمعة، 2016، صفحة 48) من الناحية الاقتصادية، يمكن تعريف التأمين بأنه "آلية تهدف إلى تخفيف المخاطر التي يواجهها الفرد من خلال تجميع عدد كافٍ من الوحدات المعرضة لنفس النوع من المخاطر كالسيارات، المنازل، أو المستودعات ضمن إطار جماعي". يعتمد هذا المفهوم على مبدأ التوزيع الإحصائي للمخاطر، حيث يُصبح من الممكن التنبؤ بالخسائر المحتملة على مستوى المجموعة، بدلاً من الفرد، بفضل قانون الأعداد الكبيرة. ونتيجة لذلك، يُتيح التأمين لكل فرد يمتلك وحدة معرضة للخطر المساهمة بنصيب نسبي في تكلفة هذا الخطر، مما يُقلل من العبء الاقتصادي الفردي ويُعزز الاستقرار المالي على نطاق أوسع.

بهذا المعنى، يُمثل التأمين أداة اقتصادية لتحويل المخاطر غير المؤكدة إلى تكاليف متوقعة وقابلة للإدارة، حيث يتم توزيع الخسائر المحتملة بين المشاركين بناءً على مبدأ التضامن والتكافل. هذا النهج لا يُسهم فقط في حماية الأفراد من التداعيات المالية للأحداث غير المتوقعة، بل يُعزز أيضاً كفاءة تخصيص الموارد في الاقتصاد من خلال تقليل التقلبات الناتجة عن المخاطر العشوائية. (بوخلوة، 2015-2016، صفحة 53)

#### الفرع الرابع : مفهوم جودة الخدمات التأمينية

تُعرف جودة الخدمة التأمينية بأنها المستوى المتوقع والمدرّك للخدمات المقدمة، والذي يُعد العامل الحاسم في تحديد مدى رضا العملاء أو عدم رضاهم. ونظراً لأهمية هذا الجانب في تعزيز ولاء العملاء وبناء سمعة قوية، تولي معظم مؤسسات التأمين اهتماماً بالغاً بجودة خدماتها، حيث تعمل بشكل مستمر على تطوير معايير الأداء وتحسين تجربة المستفيدين، بما يضمن تلبية توقعاتهم وتعزيز ثقتهم في الخدمات التأمينية المقدمة (السعيد، شوقي ، و زكري، 2017، صفحة 289) وتعرف أيضاً على أنها: "كل نشاط معنوي يحقق رضا المستفيد من التأمين دون تحويل الملكية." و تُعرف بأنها "نوعية الخدمات المقدمة في ضوء التوقعات المسبقة والإدراكات الفعلية للعملاء".

تُشكل هذه الجودة المحدد الأساسي لمستوى رضا الزبون أو عدم رضاه، مما يجعلها محور اهتمام استراتيجي لمعظم الشركات التأمينية. ونتيجة لذلك، تضع هذه الشركات تعزيز جودة الخدمات التأمينية ضمن أولوياتها العملية، بهدف تحسين الأداء وتلبية متطلبات السوق المتغيرة.

في سياق شركات التأمين، يمكن تعريف الجودة بأنها “القدرة التنظيمية على تلبية احتياجات الزبون ورغباته، سواء الحالية أو المستقبلية”. هذا التعريف يُبرز البعد الديناميكي للجودة، حيث لا يقتصر على الاستجابة للوضع الراهن، بل يمتد إلى توقع التطلعات المستقبلية ومواكبتها. ومن زاوية أخرى، يمكن صياغة الجودة على أنها “قدرة شركات التأمين على تقديم الحماية التأمينية بمستوى يتماشى مع توقعات العملاء، ويحقق احتياجاتهم بشكل مستمر”. في هذا السياق، تُصبح الجودة معياراً أو مقياساً يعكس مدى نجاح الخدمة المقدمة في الوصول إلى المستوى المتوقع، مما يجعلها أداة تقييم أساسية للأداء التنظيمي. (فتيحة، 2012، صفحة 5)

وعليه، يمكننا أن نعرف جودة الخدمة التأمينية بصورة أكثر شمولية على أنها “مجموع الخصائص المميزة للخدمة التأمينية التي تمتلك القدرة على تلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم، مع تحقيق رضاهم”. تتجاوز هذه الخصائص مجرد الأداء الوظيفي لتشمل تقييماً شاملاً لمستوى الخدمة، وتشكل أيضاً أساساً لتمييز الشركة عن منافسيها في السوق. فالجودة، بهذا المعنى، ليست مجرد نتاج تقني، بل عملية استراتيجية تعكس كفاءة الشركة في بناء علاقات قوية مع عملائها، وتأكيداً على التفوق التنافسي من خلال تقديم قيمة مضافة تتجاوز التوقعات (فتيحة، 2012، صفحة 6)

#### المطلب الثاني : أهمية و خصائص جودة الخدمات التأمينية

سنتناول في هذا المطلب أهمية وجودة الخدمات التأمينية وخصائصها الخاصة

##### الفرع الاول: أهمية جودة الخدمات التأمينية

في ظل التحولات المتسارعة التي تشهدها بيئة الأعمال المعاصرة، وتزايد التحديات التنافسية التي تواجهها الشركات الخدمية، بما في ذلك قطاع التأمين، تبرز جودة الخدمة التأمينية كمحور استراتيجي لتحقيق التميز التنافسي. فهي ليست مجرد أداة تشغيلية، بل ركيزة أساسية تمكن شركات التأمين من تعزيز مكانتها في السوق، وضمان استمراريتها، بل وفتح آفاق التوسع في أسواق جديدة مستقبلية. وفقاً لـ (خفوس، 2019، صفحة 53)، فإن الجودة تمثل السبيل الأمثل للاستجابة للمتغيرات الاقتصادية وتلبية توقعات العملاء في سياق ديناميكي متجدد. ويمكن استخلاص أهمية جودة الخدمة التأمينية من خلال الأبعاد التالية، التي تجمع بين التحليل النظري والتطبيق العملي:

1. **بناء السمعة التنظيمية:** تُعد السمعة أحد الأصول غير الملموسة الأكثر قيمة في قطاع التأمين، حيث تعتمد بشكل كبير على جودة التفاعل بين الشركة وعملائها. فالخدمة التأمينية المتميزة، التي تتجاوز مجرد تقديم المنتج إلى فهم احتياجات العميل وتلبية رغباته، تُترجم إلى علاقات قوية تعزز الصورة الذهنية للشركة. هذا البعد لا يقتصر على تحسين الانطباع الفردي للعميل، بل يمتد ليصبح أداة تسويقية غير مباشرة تنعكس في تقوية العلامة التجارية.
2. **تعزيز الثقة والربحية:** إن تطبيق معايير الجودة في الأنشطة التأمينية يعزز الثقة في المنتجات المقدمة، مما ينعكس إيجاباً على حجم المبيعات والربحية. ففي صناعة تعتمد على الوعود طويلة الأجل، مثل التأمين، تُعد الثقة العملة الأساسية التي تُترجم إلى زيادة الحصة السوقية. فعندما تُقدم الشركة خدمات تتماشى مع توقعات العملاء من حيث الشفافية والموثوقية، فإن ذلك لا يؤدي فقط إلى ارتفاع الطلب على منتجاتها، بل يعزز قدرتها على تحقيق عوائد مالية مستدامة.
3. **جذب العملاء الجدد:** تتميز جودة الخدمة التأمينية بقدرتها على تحويل العملاء الحاليين إلى سفراء غير رسميين للشركة. فمن خلال نقل تجاربهم الإيجابية إلى العملاء المحتملين، يصبح العميل الراضي قناة تسويقية فعالة ومنخفضة التكلفة.

هذه الديناميكية تعتمد على مبدأ الاتصال البيئي، حيث تُشكل الانطباعات الإيجابية جسراً لاستقطاب عملاء جدد دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة في الحملات الإعلانية التقليدية. وهكذا، تتحول الجودة إلى أداة استراتيجية لتوسيع قاعدة العملاء.

4. **تحسين الأداء المالي:** يؤكد (الدين و مصطفى ابو بكر، 2004، صفحة 34) أن جودة الخدمة تؤثر بشكل مباشر على الأداء المالي لشركات التأمين من خلال زيادة المبيعات وتقليل التكاليف المرتبطة بالأخطاء التشغيلية. فالعمل على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وتوسيع نطاق تعاملهم يُقلل من الحاجة إلى استثمارات مكلفة لاستقطاب عملاء جدد. علاوة على ذلك، فإن الخدمة عالية الجودة تُقلص من مخاطر الشكاوى أو التعويضات الناتجة عن سوء الفهم أو الفشل في تلبية التوقعات، مما يعزز الكفاءة التشغيلية ويحقق توازناً مالياً أكثر استدامة.

5. **تعزيز ولاء العملاء:** يُعد الحفاظ على العملاء الحاليين وتوسيع نطاق تعاملهم أحد أبرز مظاهر نجاح جودة الخدمة التأمينية. فعندما تُقدم الشركة خدمات تتماشى مع احتياجات العملاء وتتجاوز توقعاتهم، يتحقق رضا العميل، وهو ما يُترجم إلى استمرارية التعامل وزيادة الطلب على منتجات تأمينية متنوعة. هذا الولاء لا يقتصر على الاحتفاظ بالعميل، بل يمتد إلى تعميق العلاقة معه، مما يعزز من قيمته الاقتصادية للشركة على المدى الطويل. ففي النهاية، العميل الموالٍ ليس فقط مصدر إيرادات ثابت، بل شريك في نجاح الشركة.

#### الفرع الثاني: خصائص الخدمات التأمينية

تتميز الخدمات التأمينية بعدة خصائص تجعلها مختلفة عن غيرها من الخدمات، مما يؤثر على طبيعة تقديمها وتسويقها. ومن أبرز هذه الخصائص: (خفوس، 2019، صفحة 58)

#### ❖ خدمة مؤجلة وليست حاضرة

بخلاف العديد من الخدمات الأخرى، تُعتبر خدمة التأمين وعداً مستقبلياً، حيث يقوم العميل بشراء التغطية التأمينية لكنه لا يستفيد منها فوراً، بل تصبح ذات قيمة فقط عند تحقق الخطر المؤمن منه.

#### ❖ تسويقها يعتمد على طبيعة المستفيد

يتأثر تسويق خدمات التأمين بعدة عوامل، منها شخصية العميل، ثقافته، مركزه الاجتماعي، وعيه التأميني، مدى حاجته إلى التغطية التأمينية، موقعها ضمن أولوياته، وإحساسه بالمخاطر والأمان في حياته، بالإضافة إلى قدرته المالية على شراء الوثيقة.

#### ❖ التأمين وعدٌ مشروط

تُعد خدمة التأمين التزاماً قانونياً مدوناً في وثيقة التأمين، حيث تلتزم شركة التأمين بتعويض العميل عند تحقق الخطر المؤمن منه. ومع ذلك، فإن هذا الالتزام قد لا يتحقق إذا لم يقع الخطر خلال فترة التأمين.

#### ❖ التسعير غير خاضع للمساومة

بخلاف العديد من المنتجات والخدمات، لا يمكن للعملاء التفاوض على سعر وثيقة التأمين، حيث يتم تحديده استناداً إلى دراسات اكتوارية دقيقة تأخذ في الاعتبار المخاطر المحتملة والتكاليف التقديرية، مما يجعله غير خاضع لقوانين العرض والطلب التقليدية.

#### ❖ العلاقة بين العميل وشركة التأمين تعاقدية

تستند العلاقة بين شركة التأمين والعميل إلى عقد تأميني ملزم يمتد عادةً لمدة سنة أو أكثر، مما يعني أن العلاقة ليست مجرد معاملة تجارية لحظية، بل التزام قانوني طويل الأجل.

في بعض الحالات، يمتد نطاق التغطية التأمينية ليشمل طرفاً ثالثاً لم يكن هو من قام بشراء التأمين، حيث يمكن للعميل أن يشترط التغطية لصالح شخص آخر، ما يعني أن المستفيد الفعلي قد لا يكون هو نفسه طالب التأمين

### المطلب الثالث : مؤشرات ونماذج تقييم جودة الخدمات التأمينية

في هذا المطلب سوف نعرض مؤشرات ونماذج تقييم الجودة

#### الفرع الاول: مؤشرات تقييم جودة الخدمات التأمينية

##### اولا: الاعتمادية

تشير الاعتمادية إلى قدرة الشركة على تقديم الخدمة وفقاً للوعود والتوقعات التي حددتها مسبقاً، بحيث تكون الخدمة المقدمة ذات مستوى عالٍ من الدقة والموثوقية. يُعد الالتزام بالمواعيد والجودة المحددة مسبقاً من العوامل الأساسية التي تعزز ثقة العملاء بالشركة. فالعملاء يتوقعون أن تُنفذ الخدمات بكفاءة ودقة، بما يضمن تحقيق النتائج المرجوة في الإطار الزمني المتفق عليه. على سبيل المثال، يعتمد مالك السيارة على الميكانيكي ليس فقط لإجراء عمليات الصيانة والإصلاح، ولكن أيضاً لإنجازها في الوقت المحدد وبجودة يمكن الوثوق بها، مما يعكس جوهر الاعتمادية في تقديم الخدمات. (طالب و اخرون، 2010، صفحة 108)

##### ثانيا: الملموسية

تشير الملموسية إلى العناصر المادية والتجهيزات المتاحة لدى الشركة الخدمية، والتي تشمل المعدات، والمظهر العام لمقدمي الخدمة، ووسائل وأدوات الاتصال المستخدمة في تقديم الخدمة. في كثير من الحالات، يعتمد العملاء على الخصائص المادية المصاحبة للخدمة لتقييم جودتها، حيث تلعب البنية التحتية، والتكنولوجيا المستخدمة، والتصميم الداخلي وديكور الشركة دوراً أساسياً في تشكيل انطباع إيجابي وتعزيز رضا العملاء. فبيئة العمل المريحة والمظهر الاحترافي للخدمات يعكسان مستوى الاهتمام بالجودة، مما يساهم في تعزيز تجربة العميل وزيادة ثقته بالشركة. (فتيحة، 2012، صفحة 208)

##### ثالثا: الاستجابة

تشير الاستجابة إلى مدى قدرة الشركة على التفاعل السريع والفعل مع احتياجات العملاء واستفساراتهم، بما يعكس مستوى اهتمامها وحرصها على تقديم خدمة ذات جودة عالية. تشمل الاستجابة عدة جوانب، من بينها سرعة تقديم الخدمة، والقدرة على حل المشكلات بكفاءة، والاستعداد لمساعدة العملاء في أي وقت. تلعب الاستجابة دوراً محورياً في تجربة العملاء، حيث يتوقع العملاء ردوداً سريعة ودقيقة عند طلب المعلومات أو مواجهة أي صعوبات. فكلما كانت الشركة أكثر حساسية تجاه احتياجات العملاء وأكثر قدرة على توفير حلول فورية، زادت ثقة العملاء بها وتعززت صورتها الإيجابية في السوق.

على سبيل المثال، في قطاع الخدمات، يُعدّ الرد السريع على استفسارات العملاء عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني، أو تقديم المساعدة الفورية في المتجر، مؤشرات واضحة على كفاءة الشركة في الاستجابة. كما أن توفر موظفين مؤهلين للتعامل مع العملاء بلباقة وسرعة يساهم في تعزيز ولاء العملاء ورفع مستوى رضاهم عن الخدمة. بالتالي، لا تقتصر الاستجابة على مجرد سرعة الأداء، بل تشمل أيضاً جودة التفاعل مع العملاء، ومدى قدرة الشركة على فهم متطلباتهم وتقديم حلول تناسب احتياجاتهم بشكل فعال وودّي.

##### رابعا: الامان

يُعدّ الأمان أحد الخصائص المحورية التي تؤثر بشكل مباشر على قرار العملاء في الإقبال على الخدمات التأمينية، حيث يمثل عنصراً جوهرياً في بناء الثقة وتعزيز الاطمئنان لدى المستفيدين. في سياق صناعة التأمين، التي تتسم بطبيعتها غير الملموسة وارتباطها

بالتعهدات طويلة الأمد، يصبح الأمان مؤشراً حاسماً يحدد مدى قبول العميل للخدمة المقدمة. فالعميل، بوصفه طرفاً رئيسياً في العملية التأمينية، يسعى جاهداً لضمان أن تكون الخدمة التي ينوي التعاقد عليها قادرة على توفير الحماية المطلوبة ضد المخاطر المحتملة.

ولتحقيق هذا الهدف، يتبنى العميل سلوكاً تحليلياً يتمثل في جمع المعلومات والبيانات ذات الصلة بالخدمة التأمينية، سواء من خلال الوثائق الرسمية، أو الاستفسارات المباشرة، أو التجارب السابقة للآخرين. هذا السلوك لا يعكس فقط حاجة العميل إلى تقليل حالة عدم اليقين المرتبطة بالقرار، بل يبرز أيضاً أهمية الشفافية والمصادقية في تعاملات شركات التأمين. فالمعلومات التي يحصل عليها العميل تُشكل أساس تقييمه لمستوى الأمان والثقة اللذين تقدمهما الخدمة، مما يجعل هذه العملية خطوة تمهيدية ضرورية تسبق اتخاذ قرار الشراء. (طالب و وآخرون، 2010، صفحة 109)

#### خامساً: التعاطف

يُعد التعاطف أحد الأبعاد الجوهرية في تقييم جودة الخدمات التأمينية، إذ يعكس مستوى الرعاية والاهتمام الذي توليه الشركة لعملائها، من خلال فهم احتياجاتهم والتفاعل مع مشكلاتهم بطرق إنسانية متقدمة. ويتجلى هذا المعيار في قدرة الشركة على تقديم حلول فعالة بمهنية وشفافية، مع الحرص على توفير تجربة خدمة متميزة تعزز ثقة العملاء وولاءهم. وعلى الرغم من ثبات الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة، مثل الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، فإن معيار التعاطف يتضمن عناصر أكثر تعقيداً، تشمل مدى توافر الخدمة من حيث الزمان والمكان، فعالية قنوات الاتصال، ومدى قدرة مقدمي الخدمة على فهم احتياجات العملاء واستباق توقعاتهم. لذا، فإن التركيز على التعاطف لا يقتصر على تحسين العلاقة بين الشركة والمستفيدين، بل يمتد ليشكل ركيزة أساسية في بناء سمعة الشركة.

#### الفرع الثاني: نماذج تقييم جودة الخدمات التأمينية

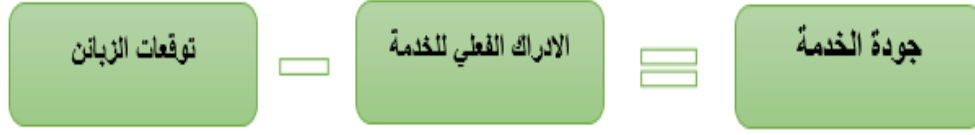
توصل الباحثون إلى تطوير نموذجين أساسيين لتقييم جودة الخدمة، يعتمدان على مجموعة من المؤشرات التقييمية التي تتميز بالمرونة وقابليتها للتكيف وفقاً لطبيعة ونوع الخدمة المقدمة.

#### أولاً: نموذج الفجوة

يُعد نموذج الفجوة أحد أبرز الإطارات النظرية وأكثرها شيوعاً في مجال قياس جودة الخدمة، والذي يُعرف أيضاً باسم "نموذج جودة الخدمة". طُور هذا النموذج على يد باراسورامان وبيري (Berry & Parasuraman) وآخرين في عام 1988، ويُعتبر أداة رئيسية موجهة لتحليل جودة الخدمة المدركة من وجهة نظر العملاء، إلى جانب تقييم مستوى رضاهم عن الأداء الفعلي للخدمة المقدمة. يقوم هذا النموذج على افتراض أساسي مفاده أن جودة الخدمة تتحدد من خلال الفارق بين توقعات العملاء المسبقة حول الخدمة وبين إدراكاتهم الفعلية لها بعد التجربة. (العالول، 2011، صفحة 17)

ويمكن التعبير عنها بالشكل التالي:

الشكل رقم ( 3 ) : نموذج الفجوة



**المصدر:** فتيحة, بوحرو, الدور الاستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين دراسة تقييمية من منظور العملاء لجودة الخدمة بالشركة الجزائرية للتأمينات، 2012، الصفحة 207، سطيف، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

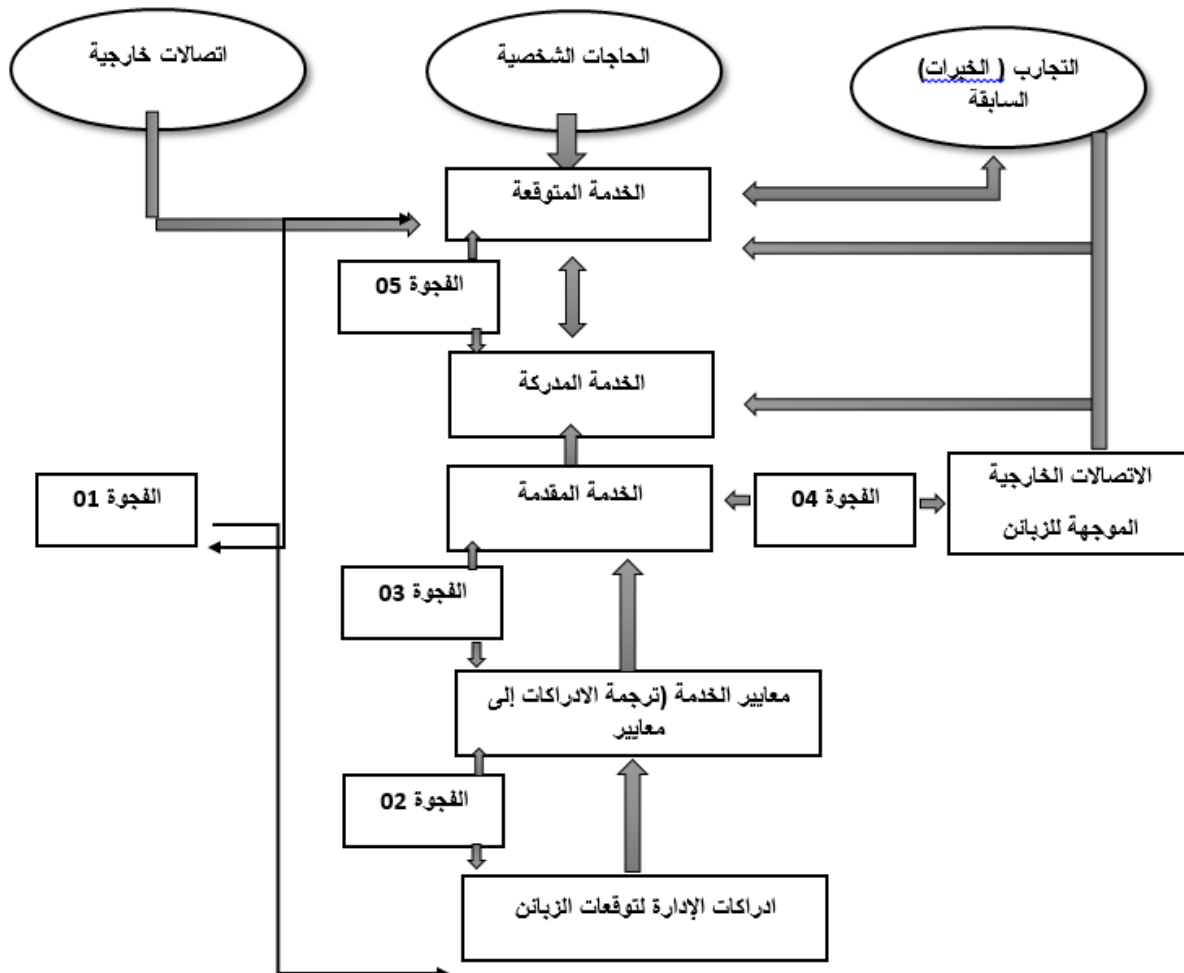
يُشكل هذا الفارق أو الفجوة المؤشر الأساسي لتقييم مدى نجاح الشركة في تقديم خدمة تتماشى مع توقعات العملاء أو تتجاوزها. فالجودة، في هذا السياق، لا تُعرف فقط بكونها استجابة للاحتياجات الأساسية، بل كعملية ديناميكية تتطلب مواكبة تطلعات العملاء والارتقاء بها بشكل مستمر. ينطلق النموذج من رؤية تحليلية ترى أن رضا العميل يتأثر بشكل مباشر بقدرة الشركة على تقليص هذه الفجوة، سواء من خلال تحسين الأداء الفعلي أو إدارة توقعات العملاء بفعالية. (فتيحة، 2012، صفحة 208)

يملك طالبو الخدمة القدرة على التعبير بوضوح عن توقعاتهم المتعلقة بالخصائص العامة التي تُميز جودة الخدمة، مما يعكس وعيهم بالمعايير التي يتوقعون تحقيقها. هذه القدرة لا تقتصر على صياغة التوقعات فحسب، بل تمتد إلى تمييزهم بين هذه التوقعات المسبقة وبين الإدراكات الفعلية لمستوى الخدمة المقدمة بعد تجربتها. هذا التمييز يُعد جوهرياً في سياق نموذج الفجوة، حيث يُشكل أساساً لفهم الانحرافات بين ما يُتوقع وما يُحقق فعلياً، وبالتالي تحديد مستوى الجودة المدركة.

يتضمن نموذج تحليل الفجوة اثنين وعشرين عنصراً محدداً، ترتبط كل منها بالأبعاد الرئيسية لجودة الخدمة. (هدى، 2009-2008، صفحة 161)

مثل الملموسية، والموثوقية، والاستجابة، والكفاءة، والتعاطف. هذه العناصر تُشكل أدوات قياس دقيقة تُمكن من تقييم الأداء عبر هذه الأبعاد، كما يوضحها الشكل التالي الذي يُبرز هيكلية نموذج الفجوة.

**الشكل رقم 04 : نموذج قياس جودة الخدمة " الفجوة (Servqual)"**



**Source:** Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L., (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49, pp. 41-50.

يُقدم نموذج الفجوة إطاراً تحليلياً شاملاً لفهم الانحرافات التي تؤثر على جودة الخدمة، من خلال خمس فجوات رئيسية تربط بين توقعات العملاء، إدراكات الإدارة، وأداء الخدمة الفعلي. يُشكل كل من هذه الفجوات نقطة تشخيصية تكشف عن مصادر الخلل في العملية الخدمية، وتُساعد الشركات على تحسين أدائها. (بلحسين، 2012، صفحة 18)

### 1. الفجوة الأولى: بين توقعات العملاء وإدراكات الإدارة

تمثل هذه الفجوة الانحراف بين ما يتوقعه العملاء من الخدمة وما تدركه الإدارة حول هذه التوقعات. تنشأ هذه الفجوة نتيجة ضعف الأنشطة البحثية التسويقية، أو عدم الاستفادة الفعالة من نتائجها، أو غياب التفاعل المباشر والمستمر بين الشركة وعملائها. فالافتقار إلى فهم دقيق لاحتياجات العملاء يؤدي إلى تصورات إدارية غير متوافقة مع توقعات السوق، مما يُشكل العائق الأول في تحقيق الجودة.

### 2. الفجوة الثانية: بين إدراكات الإدارة ومواصفات جودة الخدمة

تُعبّر هذه الفجوة عن عدم التوافق بين التصورات الإدارية لتوقعات العملاء وتحديد معايير جودة الخدمة الملائمة. تحدث هذه المشكلة عندما تفشل الشركة في ترجمة إدراكاتها إلى مواصفات واضحة وقابلة للقياس، مثل سرعة تقديم الخدمة أو الاستجابة للشكاوى. هذا الخلل قد ينجم عن غياب التخطيط الاستراتيجي أو ضعف القدرة على تحديد أهداف جودة محددة تتماشى مع توقعات العملاء.

### 3. الفجوة الثالثة: بين مواصفات جودة الخدمة وتسليم الخدمة الفعلي

تتعلق هذه الفجوة بالفرق بين المعايير الموضوعية للخدمة والأداء الفعلي أثناء تقديمها. تنشأ هذه المشكلة من عوامل تشغيلية مثل نقص الكفاءات البشرية - كوجود موظفين غير مؤهلين - أو ضعف البنية التحتية كالأجهزة والتقنيات. هذا الانحراف يُبرز أهمية التنفيذ الفعال للخطط، حيث إن أفضل المعايير تصبح بلا قيمة إذا لم تُترجم إلى واقع ملموس يعكس الجودة المطلوبة.

### 4. الفجوة الرابعة: بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية

تُشير هذه الفجوة إلى عدم التطابق بين الوعود التي تُقدمها الشركة عبر قنوات الاتصال الترويجية - كالإعلانات والحملات التسويقية وبين الأداء الفعلي للخدمة المقدمة. تؤثر هذه الفجوة بقوة على توقعات العملاء، حيث تُشكل الرسائل الترويجية أساساً لتكوين هذه التوقعات. فعندما تُبالغ الشركة في وعودها دون القدرة على الوفاء بها، ينشأ شعور بالإحباط لدى العملاء، مما يُضعف الثقة والمصداقية.

### 5. الفجوة الخامسة: بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة

تُعتبر هذه الفجوة الجوهرية في النموذج، حيث تمثل الفارق بين ما يتوقعه العملاء وما يدركونه فعلياً من الخدمة. تُعد هذه الفجوة نتاجاً تراكمياً للفجوات الأربع السابقة، وتُشكل المقياس الشامل لجودة الخدمة من وجهة نظر العميل. تشير الدراسات الشاملة إلى أن جودة الخدمة المدركة تتحرك على طيف يمتد من "الجودة المثلى" حيث تتجاوز الخدمة التوقعات إلى "الجودة المقبولة" حيث تلي الحد الأدنى من التوقعات. وبالتالي، يُصبح تقليص هذه الفجوة الهدف الاستراتيجي الأسمى للمؤسسات الراغبة في تحقيق رضا العملاء.

## ثانياً: نموذج الاتجاه

يُعد نموذج Servperف أحد النماذج الأساسية في قياس جودة الخدمة، حيث يستند إلى فكرة أن جودة الخدمة تتحدد من خلال الأداء الفعلي فقط، دون الحاجة إلى مقارنة توقعات العملاء بالإدراكات الناتجة عن تجربتهم للخدمة. وقد نشأ هذا النموذج كنتيجة مباشرة للتشكيك في دقة نموذج Servqual، حيث طرح الباحثان كرونين وتاييلور تساؤلات جوهرية حول مدى قدرة العملاء على تقييم جودة الخدمة بناءً على مقارنة بين توقعاتهم السابقة وإدراكاتهم الفعلية. ومن هذا المنطلق، تبنى الباحثان مقارنة

تري أن جودة الخدمة تُقاس كاتجاه مستقل يعتمد حصريًا على أداء الخدمة المدرك، باعتبار أن التوقعات تُشكّل ضمناً أثناء عملية التقييم. (نعيجات، 2019، صفحة 24)

#### الشكل رقم 05: جودة الخدمة حسب نموذج Servperf



المصدر : من اعداد الطالبة

#### الاختلافات بين Servqual و Servperf

على الرغم من أن النموذجين يعتمدان على نفس الأبعاد الجوهرية لجودة الخدمة، وهي:

1. الملموسية (Tangibility)
2. الاعتمادية (Reliability)
3. الاستجابة (Responsiveness)
4. التعاطف (Empathy)
5. الضمان/الاطمئنان (Assurance)

وكذلك يستخدمان نفس الـ 22 مؤشرًا لقياس هذه الأبعاد، فإن الاختلاف الجوهرى بينهما يكمن في المنهجية وليس في المحتوى. فقد قام نموذج Servperf بتبسيط عملية التقييم عبر تقليل عدد المتغيرات إلى النصف، من خلال استبعاد عنصر التوقعات تمامًا، ما جعله أكثر سهولة ووضوحًا في التطبيق مقارنة بنموذج Servqual، الذي يتطلب حسابات أكثر تعقيدًا بسبب صعوبة تحديد توقعات العملاء وقياسها بدقة.

بالتالي، يتميز نموذج Servperf ببساطته وسهولة تطبيقه، مما يجعله خيارًا عمليًا وفعالًا للمنظمات التي تسعى إلى تقييم وتحسين جودة خدماتها بطرق منهجية دقيقة دون الدخول في تعقيدات القياس التقليدية المرتبطة بمقارنة التوقعات والإدراكات. (نعيجات، 2019، صفحة 24)

### المبحث الثالث: علاقة نظم المعلومات بجودة الخدمات التأمينية

تُشكل العلاقة بين نظم المعلومات وجودة خدمات التأمين محوراً أساسياً في ظل التطور التكنولوجي، حيث أصبحت هذه الأنظمة دعامة لتحسين الأداء والتميز التنافسي في قطاع التأمين. مع تزايد توقعات العملاء لخدمات سريعة ودقيقة، تبرز نظم المعلومات كأداة لتعزيز الكفاءة التشغيلية، دعم القرارات، وتلبية احتياجات العملاء بفعالية، مما يرفع مستوى الثقة والرضا. لم تعد هذه الأنظمة مجرد أداة تقنية، بل عنصراً استراتيجياً يُعيد صياغة تجربة العميل، مما يجعل فهم هذه العلاقة ضرورياً لنجاح الشركات.

#### المطلب الاول: علاقة نظم المعلومات والاتصال بجودة الخدمات التأمينية

أصبحت جودة الخدمة عنصراً تنافسياً حاسماً في نجاح الشركات الخدمية، حيث يعتمد رضا العملاء وولاؤهم بشكل مباشر على مستوى الخدمة المقدمة. في هذا السياق، تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال (ICT) دوراً جوهرياً في تحسين جودة الخدمة، من خلال تعزيز الكفاءة التشغيلية، وتوفير تجربة مستخدم سلسة، ودعم استراتيجيات التخصيص والاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء.

تتألف أي خدمة تقدمها الشركة من مكونين رئيسيين:

1. **الخدمة الجوهرية (Core Service):** وهي القيمة الأساسية التي تقدمها الشركة لعملائها، مثل التأمين، الخدمات المصرفية، أو الرعاية الصحية.

2. **الخدمات التكميلية (Supplementary Services):** وهي الخدمات الداعمة التي تعزز القيمة المقدمة، مثل الاستشارات، الدعم الفني، الدفع الإلكتروني، وإدارة الشكاوى.

#### نموذج زهرة الخدمة

تمثل الخدمات التكميلية إطاراً متكاملًا يُعرف بـ "زهرة الخدمة"، حيث تحيط هذه الخدمات بالخدمة الجوهرية كما تحيط أوراق الزهرة بمركزها. في الشركات الخدمية الرائدة، تكون هذه الزهرة متفتحة ونضرة، مما يعكس تكامل الخدمات واستدامتها. في المقابل، تعاني الشركات ذات الأداء الضعيف من ذبول أوراق الزهرة وسرعة تساقطها، ما يشير إلى عدم كفاءة الخدمات المقدمة وضعف تجربة العملاء.

#### دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة

في ظل التحول الرقمي، أصبحت الخدمات التكميلية تعتمد بشكل متزايد على التكنولوجيا، حيث يتم تقديمها عبر قنوات متعددة مثل الإنترنت، الهاتف، الفاكس، الأكشاك الإلكترونية، وتطبيقات الهاتف المحمول. أدى هذا التحول إلى تحسين دقة الخدمات، تقليل التكاليف التشغيلية، وزيادة سرعة الاستجابة، مما أسهم في تعزيز رضا العملاء وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

وتتمثل عناصر الخدمة التكميلية وتأثير التكنولوجيا عليها بما يلي: (العلاق، 2002، صفحة 177)

#### 1. المعلومات والاستشارات

تعد المعلومات ركيزة أساسية في جودة الخدمة، حيث يحتاج العملاء إلى بيانات دقيقة حول الخدمات المتاحة، بينما يحتاج مزودو الخدمة إلى تحليل اتجاهات السوق وسلوك العملاء لاتخاذ قرارات استراتيجية. مثل أنظمة الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات الضخمة، الدردشة الآلية (Chatbots)، والمساعدات الافتراضية التي تساعد في تحسين سرعة الوصول إلى المعلومات، تقديم استشارات مخصصة، وتوفير دعم فوري للعملاء.

#### 2. استلام الطلبات

تمثل إجراءات استلام الطلبات نقطة تفاعل حيوية بين الشركة والعميل، حيث تؤثر على تجربة المستخدم ومدى رضاه عن الخدمة مثل أنظمة إدارة الطلبات (OMS)، تطبيقات الهواتف الذكية، وتقنيات التعرف على الصوت والوجه التي تسهم في تقليل الأخطاء البشرية، تحسين كفاءة العمليات، وتوفير قنوات طلب متعددة تناسب احتياجات العملاء.

### 3. الضيافة، حماية ممتلكات العملاء، والاستثناءات

تساهم الضيافة وحماية ممتلكات العملاء في تحسين تجربة الزبائن داخل الشركات الخدمية، من خلال توفير بيئات آمنة ومرحبة. أما الاستثناءات فتتعلق بالطلبات الخاصة وحل المشكلات غير المتوقعة مثل أنظمة الأمن الذكي، التحليل التنبؤي للشكاوى، وتطبيقات الخدمة الذاتية التي تساعد في زيادة ثقة العملاء، تقديم حلول استباقية، وتعزيز رضا العملاء من خلال تجربة شخصية محسنة.

### 4. إعداد الفواتير والدفع

تعد إجراءات الدفع وإصدار الفواتير عنصرًا جوهريًا في العلاقة المالية بين الشركات والعملاء، حيث تؤثر بشكل مباشر على رضاهم وثقتهم في الخدمة مثل الدفع عبر الهاتف المحمول، الفواتير الإلكترونية، تقنيات البلوكشين، والتوقعات الرقمية والتي تقلل الأخطاء الحسابية، وتسهم في تسريع العمليات المالية، وتعزيز الأمان والشفافية في التعاملات. (العلاق، 2002، صفحة 178) و إن دمج الذكاء الاصطناعي (AI)، إنترنت الأشياء (IoT)، وتحليلات البيانات الضخمة (Big Data Analytics) في تقديم الخدمات أدى إلى إعادة تعريف جودة الخدمة، حيث أصبحت الشركات قادرة على تقديم تجارب مخصصة، وتقليل أوقات الانتظار، وتحقيق تكامل سلس بين العمليات الرقمية والتفاعلات البشرية وقد تم استخدام الذكاء الاصطناعي في الخدمات التأمينية لتحليل البيانات الطبية لتحديد خطط التأمين الأنسب لكل عميل.

### المطلب الثاني: علاقة نظم المعلومات برضا الزبون

في هذا المطلب سنتناول فيه أيضا وتعرف على العلاقة بين نظم المعلومات وبرضا الزبون من خلال تحليل تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الشركات الخدمية وعلى عناصر المزيج التسويقي

#### الفرع الأول: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الشركة الخدمية

أعادت تكنولوجيا المعلومات والاتصال تشكيل هيكلية الشركات الخدمية وديناميكيات عملها، مما أثر على جوانب متعددة بطرق تحمل طابعًا ثوريًا. (الزوياني، 2004، صفحة 57)

- 1- ساهمت في زيادة السرعة في إنجاز الوظائف عبر مختلف المستويات التنظيمية، حيث تتيح الأنظمة الإلكترونية المتكاملة، مثل أنظمة تخطيط الموارد (ERP)، معالجة المهام الإدارية والتشغيلية بكفاءة فائقة، سواء كان ذلك في تسجيل بيانات العملاء، معالجة المطالبات، أو إصدار التقارير، مما يقلل من زمن الانتظار ويعزز تجربة العميل بشكل مباشر.
- 2- أدت إلى تقليل التكاليف التشغيلية بشكل ملحوظ من خلال أتمتة العمليات الروتينية، مما يقلص الاعتماد على القوى العاملة في المهام المتكررة، ويوفر الموارد التي يمكن توجيهها نحو تحسين جودة الخدمات أو تطوير منتجات جديدة.
- 3- ساهمت في رفع مستوى جودة تصميم وتنفيذ الخدمات من خلال توفير أدوات متقدمة، مثل برمجيات محاكاة العمليات، التي تتيح اختبار الخدمات وتحسينها قبل تقديمها للعملاء، مما يضمن تقديم حلول مبتكرة تتماشى مع متطلبات السوق.
- 4- عززت الكفاءة والفعالية التنظيمية من خلال تحسين التنسيق بين الوحدات المختلفة، حيث توفر الأنظمة المتكاملة رؤية شاملة للعمليات، مما يتيح لكل موظف أو قسم معرفة دوره بدقة والالتزام به، وهو ما ينعكس على سلاسة تقديم الخدمة.
- 5- أتاححت إمكانية إعادة توزيع الأعمال تنظيميًا ومكانيًا عبر الإدارة الإلكترونية، حيث يمكن تنفيذ العديد من المهام عن بُعد دون الحاجة إلى الحضور الفعلي إلى مقر الشركة، مما يوفر المرونة ويقلل التكاليف اللوجستية.

6- جعلت ساعات العمل أكثر مرونة من خلال تمكين العاملين من استخدام الأجهزة الإلكترونية في أي وقت ومكان، مع تعزيز كفاءتهم عبر برامج التدريب على التكنولوجيا الحديثة، مما يرفع من مستوى الأداء الفردي والجماعي.

7- خففت من الأعباء الروتينية على الإدارة العليا، مثل مراجعة التقارير اليومية أو التعامل مع المهام الإدارية المتكررة، مما يتيح لها تخصيص وقت أكبر للتخطيط الاستراتيجي، صياغة السياسات طويلة الأمد، وتحسين كفاءة القرارات التنفيذية، وهو ما ينعكس إيجابياً على الأداء الكلي للشركة وجودة خدماتها المقدمة.

#### الفرع الثاني: تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على عناصر المزيج التسويقي

يتفاعل المزيج التسويقي الخدمي، الذي يشمل (الخدمة، التسعير، التوزيع، الترويج، البيئة المادية، الأفراد، العمليات)، مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بطريقة تعيد صياغة استراتيجيات تقديم الخدمات وتسويقها، مما يؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على رضا العملاء وإدراكهم للجودة. (E.Porter, 2001, p. 70)

❖ **الخدمة**، تستخدم الشركات التكنولوجيا لتصميم وإنتاج وتقديم الخدمات باستخدام أدوات مثل برمجيات الواقع الافتراضي

(Virtual Reality) والمصانع الافتراضية (Virtual Factory)، التي تتيح محاكاة الخدمات واختبارها قبل

إطلاقها، مما يضمن تحقيق أعلى مستويات الجودة والتكيف مع احتياجات العملاء. كما تجري بحوث التسويق عبر

شبكات الإنترنت والإنترنت والإكسترنات لجمع بيانات دقيقة حول سلوك العملاء، حصص السوق، واستراتيجيات

المنافسين، مما يمكن الشركات من تقديم خدمات مبتكرة ومخصصة بناءً على تحليلات متعمقة.

❖ **التسعير**: تتيح التكنولوجيا مراقبة الأسعار السوقية بشكل آني عبر منصات إلكترونية، مما يسمح بوضع أسعار تنافسية

تتماشى مع ديناميكيات السوق، فضلاً عن القدرة على الاستجابة السريعة للتغيرات المفاجئة، مثل تقلبات الطلب أو

العرض، والتي قد تؤثر على القرارات التسعيرية. كما تُدخل مفاهيم جديدة مثل التسعير المرن (Fluid Pricing)،

الذي يعتمد على التفاعل الرقمي لتحديد الأسعار بناءً على سلوك العملاء الفردي.

❖ **التوزيع** قلّصت التكنولوجيا من أهمية الوسطاء التقليديين، مفضلة قنوات إلكترونية متطورة مثل قنوات التلفزيون التسويقي

(Home Shopper TV Channel)، التي تعرض الخدمات بطريقة جذابة، والكتالوجات الرقمية التي توفر

تفاصيل شاملة عبر الإنترنت، ومواقع الويب التي تتيح للعملاء اختيار الخدمات بسهولة وسرعة، مما يعزز إمكانية

الوصول ويقلل التكاليف اللوجستية.

❖ **الترويج**، فقد أحدثت التكنولوجيا نقلة نوعية بإنشاء قنوات تواصل تفاعلية بين الشركة والعملاء، مستخدمة أدوات مثل

الإعلانات المباشرة عبر البريد الإلكتروني (Direct Mail)، الإعلانات عبر الهواتف المحمولة (Mobile

Advertising)، والدفع مقابل المشاهدة (Pay Per View)، مما يتيح استهداف العملاء بدقة وتعزيز جاذبية

العروض الترويجية.

❖ **البيئة المادية**، حلّت المواقع الافتراضية محل الفضاءات التقليدية، حيث يؤثر تصميم المواقع الإلكترونية من حيث الألوان،

الواجهة، وسهولة التنقل على إدراك العملاء للخدمة، مما يجعل البيئة الرقمية عنصراً حاسماً في تشكيل تجربتهم.

❖ **الأفراد**، قلّصت التكنولوجيا من دور الموظفين كمقدمي خدمة مباشرين، حيث حلّت الأنظمة الآلية والبرمجيات محل

التفاعل البشري في العديد من العمليات، بينما أتاح للعملاء بناء علاقات تفاعلية مع الشركة على مدار الساعة عبر

المنصات الرقمية، مما يعزز شعورهم بالسيطرة والراحة.

❖ **العمليات**، أصبحت جميع مراحل تقديم الخدمة من التصميم والتنفيذ إلى التسليم تعتمد على الشبكات الإلكترونية، مما

يضمن تنفيذاً سلساً واستجابة فورية لطلبات العملاء، مع تقليل الأخطاء البشرية وزيادة الدقة.

### الفرع الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق رضا العملاء

تُشكل جودة الخدمة العمود الفقري لاستراتيجيات الشركات في جذب العملاء والحفاظ عليهم، وتبرز تكنولوجيا المعلومات والاتصال كعامل حاسم في تحقيق هذا الهدف من خلال تقديم حلول مبتكرة تلبي توقعات العملاء وترفع من مستوى ولائهم. (شادلي، 2008، صفحة 133)

#### ❖ تقديم خدمات ذاتية متقدمة:

، حيث يمكن للعملاء تنفيذ الخدمات بأنفسهم عبر منصات إلكترونية (مثل طلب وثائق التأمين، دفع الأقساط، أو متابعة المطالبات) دون الحاجة إلى زيارة الشركة أو التفاعل مع موظفين، مما يمنحهم الاستقلالية، يوفر الوقت، ويعزز شعورهم بالتحكم في تجربتهم.

#### ❖ القضاء على زمن الانتظار وضيق الوقت

من خلال إنشاء قنوات تواصل فورية بين الشركة والعملاء، حيث يمكن للأنظمة الرقمية معالجة طلبات متعددة في وقت واحد، مما يتيح تلبية احتياجات عدد كبير من العملاء بسرعة، ويجنبهم عناء التنقل أو الانتظار في الطوابير، وهو ما يعد عنصراً أساسياً في تعزيز الرضا.

#### ❖ القضاء على المركزية

من خلال تمكين الشركات من تقديم خدماتها في أي مكان وزمان عبر الشبكات الإلكترونية، مما يقلل من التحديات المرتبطة بالإجراءات التقليدية، مثل الازدحام أو التنقلات المتكررة، ويزيد من راحة العملاء وإيجابية تجربتهم.

#### ❖ تدعم تطوير خدمات الاستعلام عن بُعد

حيث تستطيع الشركات متابعة عملائها عبر أدوات مثل البريد الإلكتروني، الرسائل النصية، أو استطلاعات الرأي الرقمية لفهم آرائهم، تفضيلاتهم، ومستوى رضاهم عن الخدمات، مما يعزز شعور العميل بأن الشركة تهتم به كفرد، وهو ما يترجم إلى رضا أعلى وولاء أكبر. هذه العناصر مجتمعة لا تعزز جودة الخدمة من حيث الموثوقية والاستجابة فحسب، بل تحول التجربة الخدمية إلى عملية شاملة تتسم بالسلاسة، التخصيص، والتفاعلية، مما يضع معياراً جديداً للتميز في تقديم الخدمات.

### المطلب الثالث: أثر تطبيق التكنولوجيا على جودة الخدمات التأمينية

من خلال هذا المطلب سوف نستعرض اهم التقنيات المعتمدة في الخدمات التأمينية، بالإضافة إلى ربط نظم المعلومات بالأبعاد الخمسة لجودة التأمينات.

#### الفرع الأول: مزايا تطبيق التكنولوجيا على جودة الخدمات التأمينية

يُعَدُّ التحول الرقمي في قطاع التأمين ركيزة أساسية لتعزيز كفاءة العمليات، وتحسين تجربة العملاء، وخفض التكاليف التشغيلية. فمن خلال تحليل البيانات الخاصة بالعملاء، تستطيع شركات التأمين تصميم منتجات مخصصة تلبي احتياجاتهم بدقة، حيث تساهم الأدوات الرقمية في تسهيل الوصول إلى عروض الأسعار والخدمات المختلفة، في حين توفر وسائل التواصل الاجتماعي منصة فعالة لبناء علاقات مستدامة مع العملاء وتعزيز التفاعل معهم. ومن بين مزايا هذا التحول الرقمي في قطاع التأمين مايلي: (عيد و الفارس، 2013، صفحة 66)

#### ❖ التوسع الجغرافي وسهولة الوصول

بينما تقتصر التغطية التأمينية التقليدية على نطاق جغرافي محدد، تتيح شبكة الإنترنت انتشاراً أوسع، مما يسمح للعملاء بالحصول على وثائق التأمين المناسبة من أي مكان في العالم دون الحاجة إلى زيارة مكاتب الشركات. ويساهم ذلك في تقليل تكاليف الطاقة والجهد المبذول للحصول على الخدمة، مما يعزز الكفاءة التشغيلية ويحقق وفورات ملموسة. (عيد و الفارس، 2013، صفحة 67)

#### ❖ تقليل المعاملات الورقية وتحسين الكفاءة التشغيلية

لطالما كان التأمين التقليدي يعتمد على كميات هائلة من المستندات الورقية، مما يشكل عبئاً على العملاء. إلا أن التحول الرقمي أتاح تقليل هذه المعاملات إلى الحد الأدنى، حيث يقتصر ملء المستندات على البيانات الأساسية فقط، مما يوفر تجربة أكثر سلاسة للعملاء ويساهم في تسريع الإجراءات الإدارية.

#### ❖ تسريع إنجاز المعاملات وتعزيز المرونة

يشكل تسريع العمليات التأمينية أحد أبرز مكاسب التحول الرقمي، إذ يؤدي استخدام التكنولوجيا الحديثة، لاسيما تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، إلى تقليص زمن إصدار العقود، حيث يمكن إنجازها في نفس اليوم بدلاً من الانتظار لعدة أيام. علاوة على ذلك، تتيح الأنظمة الإلكترونية الحديثة تحصيل أقساط التأمين رقمياً من حسابات العملاء، كما تُمكن من تسوية التعويضات بسرعة من خلال التحويلات المصرفية المباشرة، مما يلغي الحاجة إلى إصدار الشيكات وانتظار صرفها، الأمر الذي يساهم في تسريع العمليات التأمينية بشكل غير مسبوق.

#### ❖ خفض التكاليف وزيادة الكفاءة المالية

لقد أثبت التحول الرقمي فعاليته في خفض التكاليف التشغيلية، مما يعود بالنفع على كل من شركات التأمين وحاملي الوثائق. فمن خلال توظيف البيانات الضخمة، والذكاء الاصطناعي، والتحليلات التنبؤية، تتمكن الشركات من تحسين دقة عمليات الاكتتاب، وتقليل المخاطر، وتعزيز الكفاءة المالية. كما أن قدرة الشركات على إدخال منتجات جديدة إلى السوق بسرعة أكبر تساهم في تحقيق نمو مستدام للإيرادات، مما يوازن التكاليف الاستثمارية المرتبطة بالتحول الرقمي.

#### الفرع الثاني: التكنولوجيا التي تعتمد عليها الخدمات التأمينية:

تعتمد الخدمات التأمينية على التكنولوجيا في:

#### ❖ تكنولوجيا الهاتف المحمول وتطبيقاته

تُعدّ الهواتف الذكية والتطبيقات المرتبطة بها من أكثر الأدوات انتشاراً في العالم، حيث أسهمت في إحداث نقلة نوعية في طرق تفاعل شركات التأمين مع عملائها. فمن خلال هذه التكنولوجيا، أصبح بإمكان الشركات تقديم خدماتها بسرعة وكفاءة في أي وقت ومن أي مكان، مما يُمكّنهم من الوصول إلى شريحة أوسع من العملاء. علاوة على ذلك، لم تعد الشركات بحاجة إلى جمع المعلومات يدوياً لتقييم الأضرار عند وقوع المخاطر، إذ يمكنها عبر التطبيقات الذكية إجراء تواصل افتراضي مع العملاء والحصول

على جميع البيانات المطلوبة خلال دقائق، مما يقلل من الفجوة الزمنية بين إعداد التقارير وتسوية المطالبات التأمينية (عمارة و عباس راضية، 2022، الصفحات 415-420)

### ❖ العقود الذكية

تمثل العقود الذكية طفرة في مجال التعاقدات الرقمية، حيث تستند إلى تقنية البلوك تشين وتنفذ تلقائيًا عبر خوارزميات رياضية دون الحاجة إلى صياغتها على مستندات ورقية تقليدية. تتميز هذه العقود بكونها مشفرة وآمنة، مما يعزز الثقة ويقلل من مخاطر التلاعب. ونتيجة لذلك، أصبحت الشركات الناشئة في قطاع التأمين الرقمي تعتمد على هذه التقنية لتبسيط الإجراءات وتيسير عمليات التعاقد، خاصة في ظل تعدد العلاقات التعاقدية بينها وبين المؤمن لهم واستمرارية التزاماتها على المدى الطويل

### ❖ البيانات الضخمة

تُعرف البيانات الضخمة بأنها كميات هائلة من المعلومات ذات أنماط متنوعة، يتم توليدها من مصادر متعددة وتتدفق بسرعة عالية، مما يستدعي استخدام خوارزميات متقدمة لتحليلها. تسهم هذه التقنية في تمكين شركات التأمين من تقديم عروض تأمينية مخصصة، وضبط سياسات التسعير بناءً على تقييم المخاطر، والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، فضلاً عن اكتشاف عمليات الاحتيال عبر تحليل البيانات السلوكية للعملاء

### ❖ الذكاء الاصطناعي

يُعد الذكاء الاصطناعي أحد الركائز الأساسية في التحول الرقمي، حيث يعتمد على تطوير أنظمة قادرة على محاكاة القدرات الذهنية البشرية مثل التعلم، والاستنتاج، واتخاذ القرارات. في قطاع التأمين، يسهم الذكاء الاصطناعي في تسريع العمليات، وتحليل احتياجات العملاء بدقة، وإعداد حلول تأمينية مخصصة بناءً على تقييم المخاطر. كما يمكن شركات التأمين من تحسين استراتيجياتها التسويقية، واكتشاف فرص جديدة، مما يرفع من مساهمة القطاع في الاقتصاد الوطني. ومع ذلك، ينبغي عند تبني هذه التقنية مراعاة التشريعات الشركة لضمان توافقها مع القوانين المحلية. (عمارة و عباس راضية، 2022، صفحة 420)

### ❖ تقنية البلوك تشين

ظهرت تقنية البلوك تشين بالتزامن مع إطلاق العملة الرقمية البتكوين عام 2008، وهي تقوم على شبكة لامركزية من الأجهزة التي تتبادل المعلومات بشكل آمن وشفاف. تتيح هذه التقنية مزايا عديدة لشركات التأمين، مثل تقليل التكاليف التشغيلية، وتعزيز الشفافية، وتقليل مخاطر الاحتيال، إلى جانب تمكين الأطراف المختلفة من مشاركة البيانات في الوقت الفعلي بطريقة آمنة. هذه الخصائص تجعل البلوك تشين خيارًا مثاليًا لرفع مستوى الأمان والكفاءة في المعاملات التأمينية. (عزة و سهام موفق، صفحة 800)

### ❖ الحوسبة السحابية

تُعرف الحوسبة السحابية بأنها نموذج متطور يتيح الوصول عند الطلب إلى موارد الحوسبة، مثل الخوادم، والتخزين، والتطبيقات، والخدمات، من خلال شبكة الإنترنت. ووفقًا لتعريف NIST، فإن هذه التقنية تسمح بتوفير الموارد بسرعة وكفاءة دون الحاجة إلى تدخل إداري كبير، مما يساهم في تحسين عمليات التأمين وتقليل التكاليف التشغيلية. (عزة و سهام موفق، صفحة 801)

#### إنترنت الأشياء (IoT)

يُعد إنترنت الأشياء (IoT) مفهومًا ناشئًا يقوم على ربط الأشياء المادية بالفضاء الرقمي عبر الإنترنت، مما يتيح جمع البيانات وتحليلها في الوقت الفعلي. في قطاع التأمين، يُستخدم إنترنت الأشياء لمراقبة وتتبع الأصول المؤمن عليها، مثل المركبات والممتلكات، عبر أجهزة استشعار متصلة بالإنترنت. وتتيح هذه التقنية أتمتة مراحل المطالبات التأمينية، بدءًا من تلقي التنبيه الفوري بوقوع الحادثة، مرورًا بجمع الأدلة وتحليلها، وصولًا إلى التحقق من الامتثال لشروط التأمين، مما يقلل من حالات الاحتيال ويزيد من دقة عمليات التعويض. (عزة و سهام موفق، صفحة 803)

#### الفرع الثالث نظم المعلومات والابعاد الخمسة لجودة التأمينات

لعب نظم المعلومات والاتصال دورًا محوريًا في تعزيز الأبعاد الخمسة لجودة الخدمات التأمينية، إذ تساهم في توفير تجربة أكثر اتساقًا وفعالية للمستفيدين. وفيما يلي سردٌ يبين لكيفية ارتباط كل بُعد من هذه الأبعاد بنظم المعلومات والاتصال:

#### ❖ الملموسية (Tangibility)

يُقصدُ بالملموسية وجودُ العناصر المادية والتجهيزات الداعمة لعملية تقديم الخدمة، مثل: واجهات الفروع، المظهر المهني للموظفين، ووثائق التأمين الورقية أو الرقمية. وتساهم نظم المعلومات والاتصال في تعزيز الملموسية عبر ما يلي:

– **الواجهات الإلكترونية:** تُطوّر شركات التأمين مواقعها وتطبيقاتها المحمولة لتتيح للعميل تصفح الخدمات، ومتابعة ملفه، وطلب الوثيقة بصيغة رقمية واضحة. (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988:22) هذا العرض الرقمي يمثل “ملموسية” افتراضية تُشعر العميل بأن للشركة حضورًا تقنيًا احترافيًا.

– **الأجهزة المساندة للعملاء:** مثل الأكشاك الإلكترونية (Kiosks) داخل فروع التأمين، وأجهزة المسح الضوئي (Scanner) وقراءة البطاقات، التي تربط العميل بالقاعدة المعلوماتية في الحال؛ فتحوّل المعاملة إلى تجربة ملموسة متكاملة (Zeithaml & Bitner, 2003:98).

– **التوثيق الرقمي:** توفر نظم المعلومات القدرة على إصدار وثائق التأمين بصيغ إلكترونية ذات تصميم احترافي، تُطبع أو تُرسل بالبريد الإلكتروني فورًا للعميل. هذا التوثيق الرقمي يضيفي “ملموسية” رقمية تُعزّز انطباع الاحترافية وتقلل مُدة الانتظار (Parasuraman et al., 1988:22).

### ❖ الاعتمادية (Reliability)

الاعتمادية هي قدرة شركة التأمين على تقديم الخدمة بشكلٍ دقيقٍ ومتسقٍ في كل مرةٍ، دون أخطاءٍ أو تبائنٍ في الأداء بين فروعها أو عبر قنواتها المختلفة. وهنا تبرز أهمية نظم المعلومات والاتصال من خلال:

- أنظمة إدارة المطالبات: (Claims Management Systems) تتيح هذه الأنظمة تتبع كل مطالبة منذ لحظة تسجيلها وحتى تسويتها، مع توثيق كل خطوة ببياناتٍ دقيقة. بالتالي، يقل احتمال الخطأ في إجراءات المعالجة أو التأخير غير المبرر. (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2003:99)

- قواعد البيانات الموحدة: عندما تعتمد الشركة قاعدة بياناتٍ مركزيةٍ موثوقةٍ، فإنها تضمن تطابق المعلومات المطلوب إدخالها مع البيانات المسجلة سابقاً، فيُستخرج القسط التأميني بدقة دون أخطاء حسابية أو طباعية. هذا الاتساق المعلوماتي ينعكس مباشرة في زيادة ثقة العميل بقدرة الشركة على الوفاء بالتزاماتها. (Parasuraman et al., 1988:22)

- التكامل بين الأقسام: عبر ربط وحدة الاكتتاب (Underwriting) بوحدة المحاسبة وقسم خدمة العملاء، تُصبح كل خطوة معتمدة على بياناتٍ ثابتةٍ ومعتمدةٍ، مما يقلص التباين في الخدمة بين فروع الشركة المختلفة. ونتيجةً لذلك، يتحقق مستوى عالٍ من الاعتمادية في إصدار الوثائق وتسوية المطالبات. (Zeithaml & Bitner, 2003:100)

### ❖ الاستجابة (Responsiveness)

يقيس هذا البعد مدى استعداد الشركة ورغبتها في مساعدة العملاء وتلبية احتياجاتهم بسرعة وكفاءة. وقد مكنت نظم المعلومات والاتصال شركات التأمين من:

- المحادثات الفورية (Chatbots) وخدمة العملاء 7/24: تعتمد بعض شركات التأمين على روبوتاتٍ ذكيةٍ للإجابة الفورية على الأسئلة الشائعة، مثل استعلام حالة المطالبة أو سقف التغطية، مما يقلص زمن الانتظار ويعطي العميل شعوراً بأن الشركة متوفرة دائماً. (Zeithaml & Bitner, 2003:99)

- أنظمة التذاكر: (Ticketing Systems) عند تقديم شكوى أو استفسار عبر البريد الإلكتروني أو الويب، تُولد نظم التذاكر تضاعف عملية التتبع وتضمن تحويل الطلب مباشرة إلى القسم المختص، مع إشعار العميل تلقائياً بوقت المعالجة المتوقع، وهو ما يعزز عنصر الاستجابة وسرعة التفاعل. (Parasuraman et al., 1988:22)

- التطبيقات المحمولة: (Mobile Apps) تسمح للعميل باستخدام الهاتف الجوال في رفع شكوى مطلوبة أو تقديم بيان حادثة مرفقة بصورة مباشرة، فتستقبل الشركة الطلب في الحال، ويبدأ المسار التلقائي لمعالجة المطالبة دون تأخيرٍ بدنيٍّ عقب الزيارة إلى مكتب الفرع. (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2003:99)

### ❖ الأمان (Assurance)

يُشير الأمان إلى مدى شعور العميل بالثقة تجاه مقدمي الخدمة، ويعتمد بشكل كبير على العوامل التقنية والتنظيمية التي تحمي حقوقه ومعلوماته. وتُساهم نظم المعلومات والاتصال في توفير الأمان عبر:

—التشفير وتطبيق بروتوكولات الأمان (SSL/TLS) عند دخول العميل إلى بوابة الشركة الإلكترونية لتحديث بياناته أو تحميل وثيقته، يُتاح تشفير البيانات المتبادلة لضمان عدم اعتراضها أو تعديلها من قِبل أطرافٍ غير مصرح لها. هذا الإجراء يعزز ثقة العميل بأن معلوماته الشخصية والمصرفية محمية. (Zeithaml & Bitner, 2003:100)

—التحكم بالوصول (Access Control) تعتمد وحدات تقنية المعلومات على أنظمة تحقق متعددة العوامل (Multi-factor Authentication)، حيث يُطلب من الموظف إدخال كلمة سرية ورمز رقمي يُرسل إلى هاتفه، قبل الوصول إلى قاعدة البيانات الخاصة بالعملاء. هذا المستوى من الأمان يضمن عدم تسرب البيانات أو استخدامها في غير محله (Parasuraman et al., 1988:23).

—المراقبة والتدقيق (Audit Trails) تحتفظ نظم المعلومات بسجلات مفصلة عن كل إجراء رقمي داخل النظام—من استعلام إلى تعديل أو تسوية مطالبة—مما يتيح للعميل وللإدارة التحقق من أي عملية تمت، ومعرفة المسؤول عنها، فإذا اشتكى العميل من تأخير أو خطأ، يمكن التعقب ومعرفة الخطأ وتصحيحه فوراً. (Zeithaml & Bitner, 2003:100)

### ❖ التعاطف (Empathy)

يتمثل التعاطف في الاهتمام الشخصي بالعميل وإظهار الرغبة في فهم ظروفه والتعامل معها بمرونة وذوق إنساني. وتساهم نظم المعلومات والاتصال في بلورة التعاطف بالطرق التالية:

—نظم إدارة علاقات العملاء (CRM Systems) تعتمد شركات التأمين على CRM لجمع بيانات تفصيلية عن سجل العميل، مثل: عدد مرات تقديم المطالبات السابقة، تعليقات العميل على الخدمة، وحالته الاجتماعية والمهنية. عندما يتواصل موظف خدمة العملاء مع هذا العميل، تتوفر أمامه معلومات عن ملفه الشخصي، فيتم تقديم الخدمة بأنسب طابع شخصي—مثل توجيه عروض خاصة لموظفي القطاع الحكومي إذا كان العميل موظفًا حكوميًا—مما يعزز الشعور بأن الشركة «تفهمه». (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2003:102)

—الرسائل النصية الشخصية والتذكارات التذكيرية: يمكن لنظام الاتصال الآلي إرسال تذكير للعميل قبل انتهاء صلاحية وثيقته بأيام، أو إرسال رسالة تعزيزية معه في حال وقوع حادثة سبق له تقديم مطالبة بشأنها. هذه البادرات الرقمية المدعومة بنظم المعلومات تخلق نوعًا من التآلف الشخصي الذي يشعر العميل بأنه ليس مجرد رقم في النظام. (Parasuraman et al., 1988:23)

—تحليلات البيانات الضخمة (Big Data Analytics) بفضل التحليلات التنبؤية، تُستخلص نماذج تشير إلى عملاء قد يكونون في حاجة إلى تغييرات خاصة في التغطيات—مثلًا، إذا تعدى عدد المطالبات عددًا معينًا في عام واحد، يُرسل النظام

تلقائيًا عرضًا لتوسعة التغطية بأسعارٍ مخفضة؛ فيشعر العميل بأن الشركة «تبادر» بفهم وضعيته قبل أن يطلب هو (Zeithaml & Bitner, 2003:102).

### خلاصة الفصل:

وفي الأخير تشكل نظم المعلومات والاتصال عنصراً استراتيجياً في الشركات المعاصرة، حيث يُنظر إليها كعصب حيوي يوفر المعلومات الملائمة في الوقت المناسب لدعم اتخاذ القرارات وتعزيز الكفاءة التشغيلية. وقد تبين عبر هذا الفصل أنَّ مفهوم نظام المعلومات يتأسس على مدخلاتٍ وعملياتٍ ومخرجاتٍ مترابطة، تتدرج من البيانات الخام إلى المعلومات الشركة وصولاً إلى المعرفة التي تدعم الابتكار وتطوير الأداء. من جهةٍ أخرى، أظهرت جودة الخدمات التأمينية أهميتها كعامل تنافسي استراتيجي، تُقاس من خلال خمس أبعادٍ رئيسية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف)، وتنعكس مباشرةً في رضا العملاء وولائهم. وقد استعرضنا نماذج تقييم الجودة (SERVQUAL) و (SERVPERF) التي تربط بين توقعات العملاء ومدركاتهم الفعلية لتحديد الفجوات وتحسين الأداء. كما توضح علاقة نظم المعلومات بجودة التأمينات كيف تساهم التقنيات الرقمية وادواتها في تعزيز هذه الأبعاد الخمسة، من خلال واجهات إلكترونية احترافية، وقواعد بيانات موحدة، وأنظمة تتبّع المطالبات، وتطبيقات محمولة، مما يرفع مستوى الثقة ويختصر زمن الاستجابة.

وفي الختام، يُعدُّ الدمج المنهجي لنظم المعلومات وجودة الخدمة التأمينية أساساً لنجاح الشركات في تلبية توقعات العملاء، وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في سوقٍ يتسم بالتعقيد والتطور المتسارع.

## الفصل الثاني :

دراسة حالة شركة التأمينات SAA وكالة بسكرة

تمهيد:

بعد استعراض الإطار النظري العام حول دور نظم المعلومات وجودة الخدمات التأمينية في الفصل الأول، سننتقل في هذا الفصل إلى الجانب التطبيقي للدراسة. وقد تم اختيار الشركة الوطنية للتأمين – (SAA) وكالة بسكرة كمجال لتطبيق الدراسة وتحليل الواقع الميداني.

ينقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث رئيسية، وهي كالتالي:

المبحث الأول: لمحة عن الشركة الوطنية للتأمين – (SAA) وكالة بسكرة.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

## المبحث الأول: الشركة الوطنية للتأمين (SAA) - وكالة بركة -

قبل التطرق إلى الشركة الوطنية للتأمين وكالة بركة، يجدر بنا أولاً عرض تقديم عام على الشركة الوطنية للتأمين (الشركة الأم) يشمل كل من التعريف النشأة والهيكل التنظيمي.

## المطلب الأول: تقديم الشركة الوطنية للتأمين (SAA)

## التعريف بالشركة الوطنية للتأمين SAA

تعد الشركة الوطنية للتأمين شركة وطنية اقتصادية عمومية، وهي تلعب دوراً هاماً في سوق التأمينات الجزائرية، عبر إحتلالها للريادة بأكثر من 30 بالمئة من رقم الأعمال المسجل، تمارس مهامها غير كامل التراب الوطني من خلال أكبر شبكة تجارية تنتشر عبر أهم التجمعات السكانية، مكونة من أكثر من 530 وكالة تأمين توظفها 15 مديرية جهوية بناء على معلومات مقدمة من طرف الشركة).

## لمحة تاريخية عن الشركة الوطنية للتأمين SAA

تحاول تلخيص التسلسل التاريخي التطور الشركة في النقاط التالية: (الشركة الوطنية للتأمين (2018)

تم إنشاء الشركة الوطنية للتأمين عقب الاستقلال بمقتضى القرار الوزاري الصادر بتاريخ 12 ديسمبر 1963، برأسمال مختلط بين الجزائر ومصر (شركة مختلطة)، وبمقتضى الأمر رقم 66-127 المؤرخ في 27 ماي 1966 الذي تضمن احتكار الدولة لعمليات التأمين الجريدة الرسمية رقم 43-31-05-1996)

في جانفي 1976، تخصصت الشركة في فرع المخاطر البسيطة من خلال تقديمها لعروض مصممة خصيصاً للأفراد والمهنيين والجماعات المحلية ومؤسسات القطاع الصحي

فيفري 1989، تم إعادة هيكلة الشركة لتصبح ذات طابع اقتصادي برأس مال قدره 80 مليون دينار جزائري وذلك في إطار استقلاليتها المالية التي حصلت عليها.

خلال سنة 1995، تم فتح سوق المنافسة أمام المستثمرين والوسطاء الخواص ووضع بعض الآليات الجديدة لتنظيم ومراقبة أفضل، فظهر وسيط التأمين المجلس الوطني للتأمين وهيئة المراقبة.

2003، تقسيم جهوي جديد وإدخال نظام تخطيط موارد الشركات وتطوير نظام المعلومات في إطار تنفيذ خطة استراتيجية جديدة.

2004، نهاية عهدة الشركة على رأس صندوق ضمان السيارات الذي كان يسمى سابقاً بصندوق التعويضات الخاصة.

2010، الفصل بين تأمين الأشخاص والتأمين ضد الأخطار.

2011، تم رفع رأس مال الشركة إلى 20 مليار دج.

2017، مكنت النتائج الجيدة التي تحققت على مدى السنوات الخمس الماضية بتعزيز رأسمال الشركة بفضل الأرباح المتراكمة، فبلغ رأسمالها 30 مليار دينار جزائري، أي ما يعادل 275 مليون دولار أمريكي، كما بلغت استثماراتها إلى 46 مليار دينار جزائري منها 29 مليار دج عقارات (أراضي ومباني).

وقد عرف رأسمال الشركة تطورا ملحوظا منذ حصولها على استقلاليتها المالية سنة 1989 ليصل إلى 20 مليار دينار جزائري:

#### استثمارات الشركة

تبلغ مساهمات الشركة الوطنية للتأمين (SAA) نسبة 34% في الشركات التالية:

- **Assure Immo SPA:** شركة تعمل في مجال العقارات.
- **SICAV/CELIM SPA:** شركة استثمارية.
- شركة متخصصة في التأمين على الأشخاص. (Life Insurance)
- **ALFA SPA:** شركة متخصصة في الكشف عن الاحتيال في عقود التأمين.
- مطبعة التأمينات.
- كما تبلغ مساهمات الشركة نسبة 20% في الشركات التالية:
- شركة إفريقية لإعادة التأمين. (AFRICA RE)
- الشركة الجزائرية لضمان وتأمين الصادرات. (CAGEX)
- شركة ضمان القرض العقاري. (SGCI)
- شركة إعادة التمويل الرهني. (SRH)
- شركة الاستثمار الفندقية. (SIH)

المصدر: الشركة الوطنية للتأمين، 2025

## المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين (SAA)

يتكوّن تنظيم الشركة الوطنية للتأمين من مستويين رئيسيين:

### 1. المستوى العام

تُدار الشركة من قِبَل «رئيس المدير العام (PDG)»، ويُعاونهُ مديران عامان مساعدا:

- مدير عام مكلف بالجانب الإداري: مسؤول عن الشؤون الإدارية والمالية والموارد البشرية، ويرتبط بعدة مديريات مركزية (الإدارة المالية، إدارة الموارد البشرية، إدارة الشؤون القانونية، إدارة المشتريات).
- مدير عام مكلف بالجانب التقني: أشرف على الوحدات الفنية، ويرتبط بأقسام متخصصة (إدارة الاكتتاب، إدارة المطالبات، إدارة التدقيق الداخلي، إدارة تقنية المعلومات).

### 2. المستوى الجهوي

تتوزع نشاطات الشركة على 15 مديرية جهوية تغطي كامل التراب الوطني، وتقوم كل مديرية جهوية بما يلي:

- تطبيق السياسات العامة الصادرة عن الإدارة العامة في المجالين الإداري والفني.
- إصدار وثائق التأمين للزبائن في النطاق الجغرافي للمديرية وتحصيل الأقساط ومتابعة ملفات المطالبات.
- التنسيق مع المديريات المركزية لنقل البيانات والإحصائيات الدورية، والمشاركة في البرامج التدريبية والمحاضرات التوعوية للموظفين.
- رصد المخاطر المحلية واقتراح تدابير تناسب خاصيات كل ولاية أو منطقة.

بهذا التوزيع الهيكلي، تجمع SAA بين مركزية اتخاذ القرار والرقابة على المستوى العام، ومرونة التنفيذ العملياني على المستوى الجهوي، بما يضمن تكافؤ الفرص وتوحيد المعايير وجودة الخدمة في جميع مناطق الجزائر.

### لمديريات الجهوية (15 مديرية):

1. المديرية الجهوية الجزائر 1
2. المديرية الجهوية الجزائر 2
3. المديرية الجهوية الجزائر 3

4. المديرية الجهوية عنابة

5. المديرية الجهوية باتنة

6. المديرية الجهوية البليدة

7. المديرية الجهوية بشار

8. المديرية الجهوية قسنطينة

9. المديرية الجهوية وهران

10. المديرية الجهوية ورقلة

11. المديرية الجهوية غليزان

12. المديرية الجهوية سطيف

13. المديرية الجهوية سيدي بلعباس

14. المديرية الجهوية تيزي وزو

15. المديرية الجهوية تلمسان

التنظيم الإداري لكل مديرية جهوية:

• المدير الجهوي

• أربعة أقسام رئيسية:

## 1. قسم التسويق (Division Marketing)

- الإشهار للتعريف بمنتجات الشركة
- تنشيط شبكة التوزيع
- التخطيط وإجراء الدراسات الخاصة بالشركة
- تحديد أهداف كل فرع تأمين موسميًا
- البحث وتطوير منتجات تأمينية جديدة

## 2. قسم الإنتاج (Production Division)

- مهام الإنتاج التصنيعي والوثائقي تنفذها الوكالات الثلاثية)

## 3. قسم المالية والمحاسبة (Finance & Accounting Division)

- تسجيل جميع عمليات النشاط بدقة وفق الوحدات المحاسبية

- إعداد الميزانية العامة

- إعداد جدول حسابات النتائج (TCR)

## 4. قسم الإدارة العامة والوسائل (General Administration & Resources Division)

- تنسيق العمل الإداري اليومي للمديرية

- تسيير الوسائل المادية والتقنية واللوجستية

### الوكالات (450 وكالة)

- رئيس الوكالة
- ثلاث مصالح فرعية:

#### مصلحة الإنتاج

- متابعة إجراءات إصدار الوثائق التأمينية
- إعداد كشوف المطالبات المبدئية

#### مصلحة الحوادث

- تسجيل ملفات الحوادث وحصر الأضرار
- تنسيق مع مركز المطالبات الجهوي لإجراء التسويات

#### مصلحة المحاسبة

- تحصيل الأقساط وتسوية المدفوعات
- إعداد التقارير المالية الدورية لكل فرع

مهام وحدات المديرية المركزية للشركة الوطنية للتأمين: (SAA)

### 1. قسم التسويق (Division Marketing)

- الإشهار للتعريف بمنتجات الشركة التأمينية
- تنشيط شبكة التوزيع (الوكالات والفروع الجهوية)
- التخطيط وإجراء الدراسات التسويقية اللازمة
- تحديد أهداف الأداء الموسمي لكل فرع تأمين
- البحث وتطوير منتجات تأمينية جديدة

### 2. مديرية الموارد البشرية (Direction R.H.)

- تنظيم العلاقات الاجتماعية داخل الشركة (المفاوضات النقابية، عقود العمل)
- تكوين وتدريب الموارد البشرية لتمكينها من مواكبة التطورات التقنية والسوقية
- التنسيق بين المديريات لضمان انضباط الهيكل التنظيمي وتوحيد الإجراءات

### 3. مديرية الممتلكات (Direction Patrimoines)

- توفير الوسائل المادية والمالية والتقنية اللازمة لفروع الشركة
- مراقبة ومتابعة تسيير ممتلكات الشركة (مباني، معدات، مركبات)
- إعداد الدراسات الخاصة بالبرامج الاستثمارية الجديدة

### 4. مديرية النقل (Direction Transports)

- تحسين خدمات التأمين الخاصة بوسائل النقل (بضائع، سيارات، سفن)
- تجميع المعلومات الإحصائية المتعلقة بحوادث النقل وأسعار الأقساط
- تنفيذ عقود التأمين للنقل بالتنسيق مع الوكالات الجهوية

### 5. مديرية الرقابة (Direction Contrôle)

- تقديم التقارير السنوية لمجلس الإدارة حول أداء الفروع والوحدات
- البحث عن الفروقات والمخالفات المسجلة في العمليات الجهوية
- متابعة تنفيذ الاستراتيجية الموضوعة من طرف مجلس الإدارة

### 6. مديرية الأعمال القانونية (Direction Juridique)

- تسيير الأعمال القانونية المتعلقة بعقود التأمين وحالات النزاع
- وضع الإجراءات اللازمة لتطبيق القوانين والأنظمة التأمينية
- تحديد آليات التعويض وتسوية المطالبات عبر جهات قضائية إذا استدعت الضرورة

### 7. مديرية المحاسبة والمالية (Direction Finances & Comptabilité)

- تسجيل عمليات النشاط المالية والمحاسبية وفق الوحدات المحاسبية المعتمدة
- إعداد الميزانية العامة للشركة وجدول حسابات النتائج (TCR)
- مراقبة تحصيل الأقساط وتسديد التعويضات والتقارير المالية المرحلية

تسيير الخزينة دفع الضرائب، متابعة دفع الأجور و تغطية الديون.

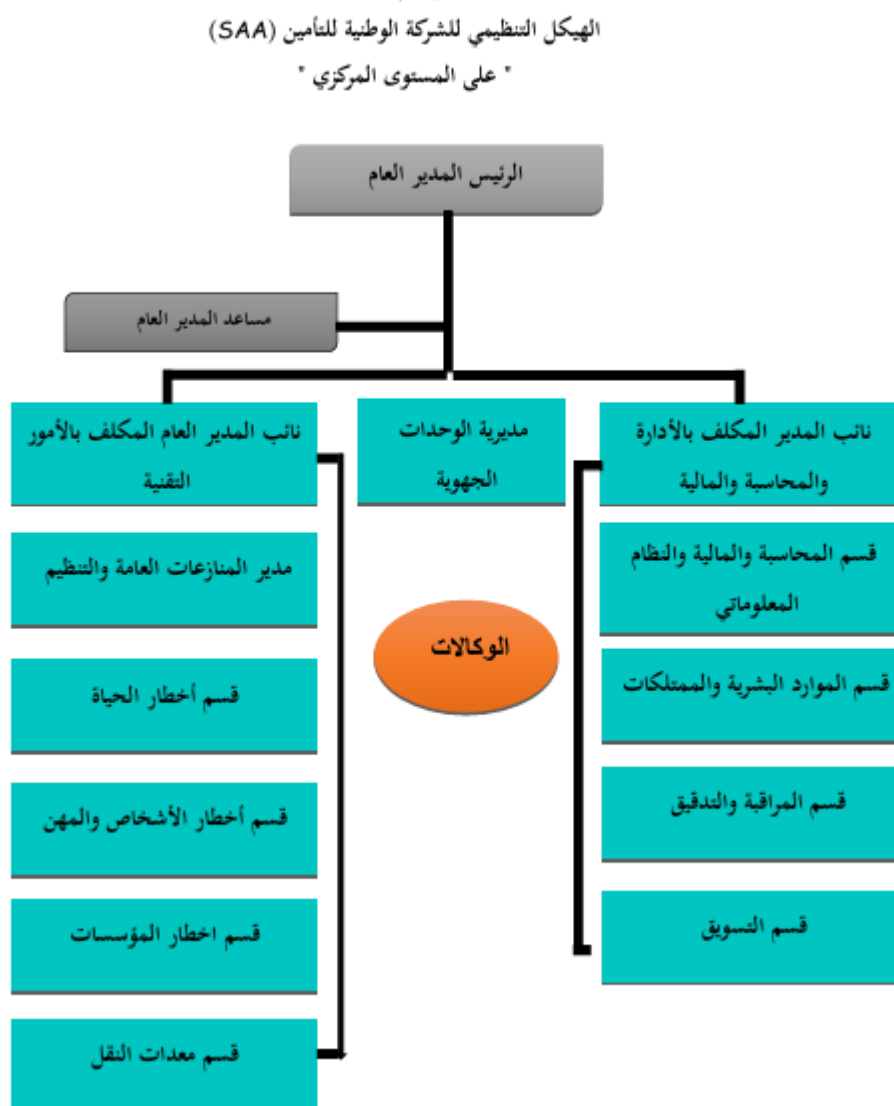
-8- مديرية التنظيم و المعلومات تتكفل ب:

تحليل المعلومات المحاسبية والإحصائية، إنشاء شبكة معلوماتية تربط بين المديرين، إعداد البرامج المعلوماتية من أجل تسير الشركة.

9- مديرية تأمين العمال: تتكفل ب:

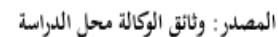
تحسين الإنتاجية وتخفيض التكاليف، إحصاء الأخطار ومبالغ التعويض وتقييم الحوادث.

الشكل رقم ( 06 ) الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين على المستوى المركزي



المصدر : من وثائق الشركة

"على المستوى الجهوي"



تقديم الشركة الوطنية للتأمين SAA وكالة بسكرة

الوكالات المباشرة التابعة للشركة الوطنية للتأمين (SAA) وكالة بركة

وكالة بسكرة ب رمز 3103.

وكالة طولقة رمز 3105

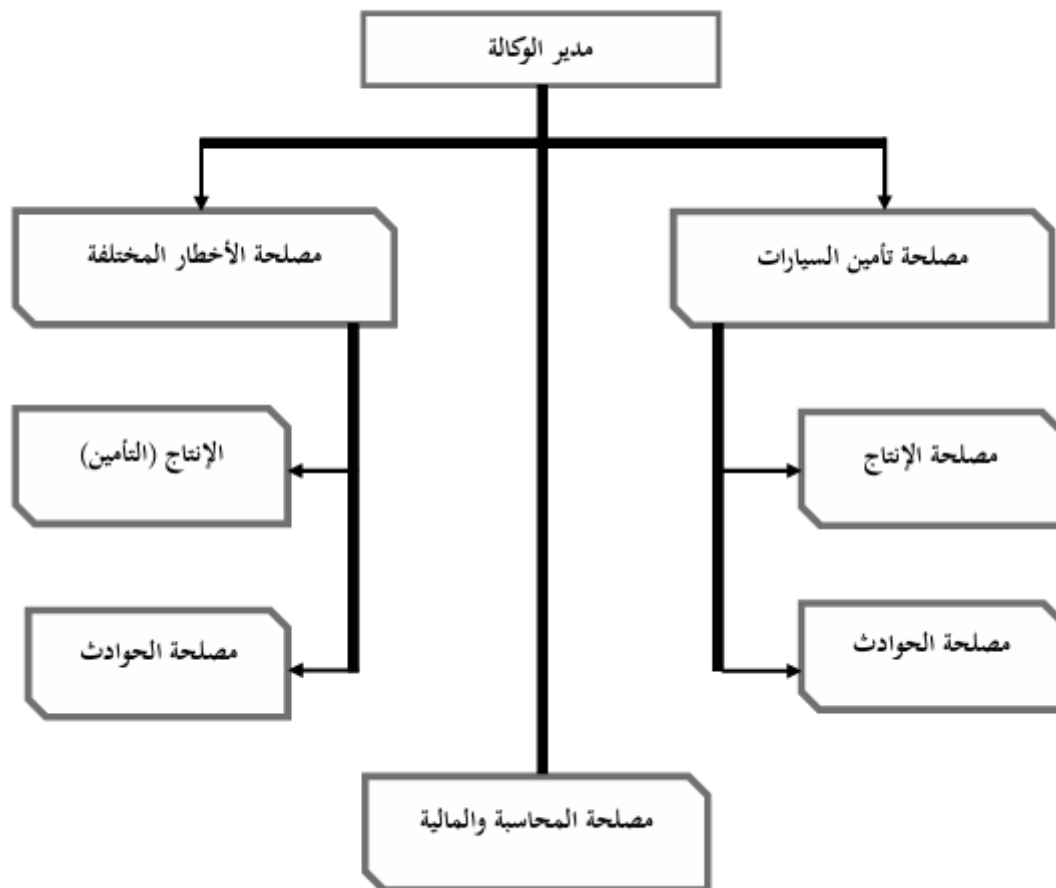
وكالة أولاد جلال رمز 3106

وكالة سيدي عقبة رمز 3109

وكالة بسكرة الشركات رمز 3114

الشكل رقم ( 08 ) الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين SAA وكالة بسكرة

الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين (SAA) \_ وكالة بسكرة



المصدر: وثائق الوكالة

الاطلاقاً من الشكل أعلاه يتكون الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين (SAA) وكالة بسكرة من:

**مدير الوكالة:** هو المشرف الرئيسي على تسيير الوكالة داخليا وخارجيا، له مجموعة من المهام تتمثل أهمها في توليه الشؤون الإدارية واتخاذ القرارات، متابعة السياسة العامة للشركة ... الخ.

مصلحة تأمين السيارات والتي بدورها تنقسم إلى:

مصلحة الحوادث تقوم هذه المصلحة بتسوية الملفات الناتجة عن كل الأخطار بما فيها الحوادث الجسمانية والمادية المتنوعة يشرف عليها رئيس فرع.

#### مصلحة الإنتاج

يختلف إنتاج شركة التأمين عن الشركات الاقتصادية والصناعية الأخرى؛ إذ لا يتحقق إنتاج فعلي إلا عند وقوع الخطر المنصوص عليه في العقد. تُعدّ هذه المصلحة من أهمّ مصالح الشركة، حيث تقوم بما يلي:

- إبرام العقود الخاصة بالزبائن: يُمثّل توقيع عقد التأمين “عملية إنتاج” للشركة؛ لأنه يولّد إيراداتٍ مباشرةً سواء نقدًا أو عن طريق الحوالات البنكية.
- تسجيل الأقساط: تشمل استلام أقساط التأمين وتوثيقها كمقبوضات تُضاف إلى الخزينة، وتشكل أساسًا لتغطية الخسائر المستقبلية عند تحقق الخطر.

#### مصلحة الأخطار المختلفة

تنقسم هذه المصلحة إلى وحداتٍ متخصصةٍ في إدارة كلِّ نوع من الأخطار، ومنها:

#### 1. الأخطار المتعلقة بالتأمين على السيارات

- تقويم قيمة التعويض عند وقوع الحوادث المرورية.
- متابعة إجراءات الإصلاح وتحصيل الوثائق المطلوبة من الموردين والفنيين.

#### 2. الأخطار الأخرى

- الحرائق: حصر الأضرار المادية الناتجة والتنسيق مع الدفاع المدني.
- نقل البضائع والأشخاص: تقدير الخسائر عند حوادث النقل بجميع أنواعه (بريًا، بحريًا أو جويًا).
- السرقة والسطو: دراسة مدى توافر شروط العقد وبيان قيمة التعويض وفقًا للأصول.
- أخطار قضايا أخرى (كالأضرار البيئية أو التعتّل التجاري): تقييم الأضرار والتعويض بناءً على شروط كل وثيقة.

#### مصلحة المحاسبة والمالية

تنقسم هذه المصلحة إلى قسمين رئيسيين:

## 1. الجانب المالي

- تسجيل حركات الأموال :يشمل جميع المدفوعات والمقبوضات الخاصة بالشركة.
- المدفوعات :العمليات التي تُنفّذها الشركة لجلب الأموال، مثل:
- إصدار عقود التأمين نقدًا أو بواسطة حوالات بنكية.
- استرداد أقساط الفروع الجهوية وتوريدها إلى الخزينة المركزية.
- المقبوضات :الأموال التي تستلمها الشركة من الزبائن—كأقساط التأمين—ومن مصادر أخرى مثل الفوائد المصرفية أو بيع الأصول الثابتة.

## 2. الجانب المحاسبي

- تسجيل العمليات المحاسبية اليومية :متابعة الإيرادات والنفقات، كإبرام العقود وتحويلات الفروع بين الوكالات.
- التقارب البنكي :مطابقة حسابات الشركة مع كشوف البنوك لضمان دقة الأرصدة وتحقيق الشفافية المالية.
- إشراف المحاسب الخاص بالشركة :يتحمّل مسؤولية إعداد القيود اليومية وإظهار النتائج المالية المرحلية، وإعداد التقارير الدورية (شهرية، ربع سنوية، سنوية).

## المطلب الرابع: المنتجات المقدمة من طرف الشركة الوطنية للتأمين – وكالة بسكرة

تتنوع المنتجات التأمينية التي تعرضها-SAA وكالة بسكرة إلى فئتين رئيسيتين:

### 1. منتجات تأمين الحياة والأفراد

#### التقاعد المستقبلي: (Pension Insurance)

- يسمح بتكوين مؤونة مالية للزوجين وبعض الفئات الأخرى.
- يدفع المؤمن له قسطاً دورياً للاقتطاع في حساب احتياطي، يُستثمر للاستفادة منه عند بلوغ سن التقاعد.

#### تأمين متعدد الأخطار السكنية: (Multi-Risk Home Insurance)

- يؤمن المجمعات السكنية ومحتوياتها (الأثاث والممتلكات) ضد الحرائق والكوارث الطبيعية والسطو.
- يتضمن تعويضاً عن قيمة الأضرار المادية والتكاليف الإضافية للإيواء المؤقت عند انعقاد الحدث المؤمن عليه.

#### التأمين الفردي ضد الحوادث: (Personal Accident Insurance)

- عقدٌ يغطّي المخاطر الجسدية التي قد يتعرض لها الفرد (كحوادث السير أو الإصابات اليومية).
- يُدفع مبلغ تعويض محدد مسبقاً عند وقوع الإصابة التي تسببت في عجز دائم أو جزئي.

### تأمين التعويضات اليومية: (Daily Allowance Insurance)

- يعوّض المؤمن له مبالغ يومية عن أيام العجز عن العمل إثر حادث أو إجراء طبي (كالجراحة).
- يُستخدم كدعم ماليٍّ للموظفين والعمال الذين تتوقف إجازاتهم المرضية عن الدخل الأساسي.

#### 2. منتجات تأمين أخرى

### التأمين على السيارات: (Motor Insurance)

- المصدر الرئيسي لإيرادات الشركة؛ إذ يمثل حصةً كبيرةً من خزينة SAA.
- يغطي الحوادث المرتبطة بالسيارات (أضرار المركبة والمسؤولية تجاه الغير).

### تأمين الأخطار الصناعية والتجارية: (Industrial & Commercial Risk Insurance)

- يخصصُ الشركات التجارية والصناعية الكبيرة والحديثة المنشأة؛ لحمايتها من أخطار الحريق والانفجار والأضرار المادية.
- يشمل تغطية الأصول الثابتة ومحتويات المنشأة ونقاط التوقف الإنتاجي.

### تأمين النقل: (Transport Insurance)

- يشمل النقل عبر الطرق (عربات الشحن)، السكك الحديدية، والنقل البحري.
- يغطي الخسائر الناجمة عن الحوادث أو التأخيرات التي تؤثر على نقل البضائع.

### التأمين ضد الكوارث الطبيعية: (Natural Catastrophe Insurance)

- يغطي الأخطار الناتجة عن الزلازل والفيضانات والعواصف والأعاصير.
- يُعوض الشركات عن الأضرار الهيكلية والمخاطر البيئية التي تلحق بالمتلكات والمعدات.

## المبحث الثاني الإطار المنهجي للدراسة

## المطلب الأول: أدوات جمع البيانات

تتحد الأدوات المنهجية لأي دراسة على ضوء طبيعة البيانات المتوفرة حول الموضوع، وبما أن بحثنا يتعلق بنظم المعلومات وجودة الخدمات التأمينية وجب استخدام طريقة دقيقة لجمع البيانات حول مشكلة الدراسة والاجابة عن اسئلتها وفحص فرضياتها هذا ماتم تبنيه في هذه الدراسة، فقد استخدمت الاستبيان كوسيلة وذلك بالشكل التالي:

## الاستبيان

يعد الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات والمعلومات من مصادرها، فالاستبيان عبارة عن أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحسب أغراض البحث<sup>1</sup>.

يتضمن الاستبيان المستعمل من قبلنا (40) سؤال موزع على أربع محاور رئيسية كما يلي:

المحور الأول: يتضمن أسئلة عامة مرتبطة بالمعلومات الشخصية لأفراد العينة ويضم الأسئلة من (01-03)

المحور الثاني: يضم (20) أسئلة حول نظم المعلومات ويضم الأسئلة من 01-20،

المحور الثالث: تضمن (20) أسئلة حول جودة التأمينية ، وتمثلت من 20-40.

وبعد التحصل على الاستبيانات التي تمت الإجابة عنها وفي إطار معالجة هذه البيانات تم اختيار مقياس ليكارت، وهو مقياس شائع الاستخدام ويتلخص المقياس في تحديد مجموعة من العبارات تصف الموضوع المراد تقييم اتجاه الأفراد نحوه، ويمكن أن تأخذ العبارات صيغا موجبة أو سالبة، ويطلب من الفرد المبحوث اختيار الإجابة المعبرة عن رأيه، ويستخدم هذا السلم في تصنيف الإجابات على فقرات المقياس، ولقد استخدمنا السلم ذو خمس درجات كما يلي:

<sup>1</sup> ربحي مصطفى عليان وعثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي والتطبيق دار ضفاء للنشر والتوزيع ط 2000 ص82.

الجدول رقم (1): مقياس ليكارت الخماسي

الدرجة	5	4	3	2	1
الأهمية النسبية	مرتفع جدا	مرتفع	متوسط	منخفض	منخفض جدا
المستوى	موافق بشدة	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق	غير موافق بشدة
المتوسط الحسابي	05.00-4.20	04.19-3.40	3.39-2.60	2.59-1.80	1.79-1.00

المصدر: من إعداد الطالبة إستنادا للدراسات السابقة

ولتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات المجمعة، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية والذي يرمز له اختصارا SPSS V24 ، وهو برنامج يحتوي على مجموعة كبيرة من الاختبارات الإحصائية التي تندرج ضمن الإحصاء الوصفي مثل التكرارات، المتوسطات والانحرافات المعيارية...إلخ، وضمن الإحصاء الاستدلالي مثل معاملات الارتباط، التباين الأحادي...إلخ، وفيما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في هذا البحث:

- ✓ اختبار ألفا كرومباخ alpha Cronbach للتحقق من ثبات أداة القياس.
- ✓ المتوسطات الحسابية لمعرفة درجة أهمية إجابات عينة الدراسة وكذا ترتيب العبارات.
- ✓ الانحراف المعياري لمدى انحراف الإجابات بانسجام أو تشتت العبارة.
- ✓ معامل الارتباط بيرسون: لقياس الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان ومعرفة العلاقة بين متغيري الدراسة.
- ✓ تحليل الانحدار البسيط وتحليل التباين: يعد تحليل الانحدار طريقة إحصائية تهدف إلى تحديد العلاقة بين المتغير التابع وبين المتغير المستقل.

### المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى التعرف على مجتمع وعينة الدراسة.

#### أولاً: مجتمع الدراسة

يعتبر مجتمع الدراسة في هذا البحث محدود لأن الدراسة تهدف إلى معرفة دور نظم المعلومات وجودة الخدمات التأمينية في المؤسسة، ويرجع أساساً اختيار العينة من أجل تحقيق أغراض هذه الدراسة، فقد قمنا بتوزيع الاستبيان على عينة عشوائية من العاملين في الشركة الوطنية للتأمين SAA ولاية بسكرة

#### ثانياً: عينة الدراسة

لقد اخترنا عينة بسيطة من مجتمع الدراسة، وهي نسبة مقبولة لتمثل مجتمع الدراسة، ويمكن تعميم النتائج المتوصل لها على باقي المجتمع المدروس حيث تم توزيع 30 استبيان على العاملين في مؤسسة ثم تم استرجاع 30 استبانة قابلة للدراسة والقيام بتحليل البيانات الأولية للدراسة باستخدام الحزمة الإحصائية لتطبيق العلوم الإجتماعية SPSS.

### المطلب الثالث: الثبات والاتساق الداخلي للاستبيان واختبار التوزيع الطبيعي

#### أولاً: ثبات أداة الدراسة:

ثبات أداة الدراسة للتحقق من ثبات أداة الدراسة جرى حساب معامل كرونباخ ألفا Cronbach Alpha والثبت من صدقها كما هو موضح في الجدول:

جدول رقم (2): قياس ثبات الاستبيان ألفا كرونباخ

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات "ألفا كرونباخ"	معامل الصدق
المحور الأول: نظم المعلومات	20	0.915	0.956
المحور الثاني: جودة التأمينية	20	0.896	0.946
الاستبانة ككل	40	0.913	0.955

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V24

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ أن معامل الثبات الكلي لأداة البحث بلغ (0.913) وهو معامل ثبات ممتاز ومناسب لأغراض البحث، كما تراوح معامل الثبات بمتغيرات الدراسة بين 0.946-0.956. وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة البحث (أي ثبات استبانة البحث) مما يجعلنا على ثقة بصحتها وصلاحياتها لتحليل النتائج.

#### ثانيا: الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان:

تم القيام بقياس صدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان وذلك من خلال دراسة معامل الارتباط لكل بعد مع المحور الخاص به وكل محور مع الاستبيان ككل:

جدول رقم (3): قياس الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني (معامل الارتباط بيرسون)

مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	المحور الاول: نظم المعلومات
0.000	0.755**	تساهم أجهزة الحاسوب في أداء أنشطة المؤسسة
0.000	0.690**	يتناسب عدد أجهزة الحاسوب مع حجم عمل المؤسسة.
0.000	0.562**	يتناسب عدد أجهزة الحاسوب مع طبيعة عمل المؤسسة
0.000	0.779**	أجهزة الحاسوب المستخدمة من أفضل و أحدث التقنيات المتاحة.
0.000	0.641**	تسعى شركتكم لاستخدام برمجيات حديثة و مواكبة التطورات في هذا المجال
0.000	0.674**	تساعد البرمجيات المستخدمة في تبادل المعلومات داخل المؤسسة.
0.000	0.550**	تسرع البرمجيات التي تستخدمها الشركة في أداء العمليات وتقديم خدماتها
0.000	0.683**	توفر الشركة أنظمة حماية متطورة لحماية بيانات الشركة.
0.000	0.669*	يوجد داخل الشركة أفراد مختصين في توفير أفضل خدمة للعميل.
0.000	0.723**	توجد مصلحة أو جهة مسؤولة عن شكاوي العملاء
0.000	0.755**	تعمل الشركة على تقديم تحفيزات معنوية ومادية لعمالها
0.000	0.690**	تقوم الشركة بدورات تدريبية لتكوين إطاراتها وكفاءاتها على التقنيات المستحدثة والمتطورة
0.000	0.562**	تستخدم الشركة قاعدة بيانات متطورة
0.000	0.779**	يوجد لدى الشركة قاعدة بيانات مفصلة عن عملائها
0.000	0.641**	توجد لدى الشركة قاعدة بيانات مفصلة عن منافسيها
0.000	0.674**	توجد لدى الشركة قاعدة بيانات مفصلة عن مورديها

0.000	0.550**	تساهم شبكات الاتصال في تبادل المعلومات بين العاملين داخل المؤسسة
0.000	0.683**	استخدام شبكة الانترنت يساهم في سرعة وسهولة الحصول على المعلومات
0.000	0.669*	استخدام شبكة الانترنت تساعد في تلبية احتياجات العاملين داخل المؤسسة
0.000	0.723**	توفر الشركة موقع الكتروني على شبكة الانترنت

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V24

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن جميع قيم معامل ارتباط كل عبارة مع المحور الخاص بها دالة عند مستوى دلالة 0.00 حيث تتراوح قيم معامل الارتباط ما بين (0.550 إلى 0.779) وتعتبر دلالة إحصائية قوية جداً، ومنه يمكننا القول أن كل عبارات المحور الثاني للاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

جدول رقم (4): قياس الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثالث (معامل الارتباط بيرسون)

مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	المحور الثاني: جودة التأمينية
الملموسية		
0.000	0.950**	وجود عدد زوار للموقع الالكتروني به كثرة او قليل
0.000	0.897**	التصميم العام للشركة يلفت الانتباه للعملاء
0.000	0.639**	مكاتب وأقسام الشركة منظمة بشكل يسهل تقديم الخدمة؛
0.000	0.639**	يهتم موظفي الشركة بمظهرهم وأناقتهم..
الاعتمادية		
0.000	0.703**	تدرسون على الواجبات والحقوق و الالتزامات المتبادلة
0.000	0.914**	تعملون على ا بسط تعاملات الشركة مع عملائها
0.007	0.374**	تحرصون على تقديم الخدمة بشكل صحيح ومن المرة الأولى.
0.000	0.929**	تعتبر إدارة الشركة مصلحة الزبون هدفها الأساسي.
الاستجابة		
0.009	0.364*	لدى شركتكم استعداد تام لمساعد متطلبات عملائكم؛
0.000	0.868**	تقدم شركتكم الخدمات بسرعة مناسبة.
0.000	0.703**	يتم التعويض من قبل الشركة في الوقت المناسب؛.

0.000	0.914**	تبدي الشركة اهتماما كافيا في التعامل مع شكاوى الزبون..
الامان		
0.000	0.703**	معدل رجوع العميل مرتفع
0.000	0.914**	يشتكي العميل من تسرب بيانات العملاء
0.007	0.374**	لديكم عملاء دائمين على طلب خدماتكم.
0.000	0.929**	تمنحكم معلومات حول المعاملات التي يقوم بها.
التعاطف		
	0.703**	تعتبر الشركة خدمة الزبون من أهم أولوياتها.
0.000	0.914**	أوقات دوام الشركة مناسبة للزبون؛
0.000	0.374**	تولي شركتكم اهتمام شخصيا لشريحة من عملائنا VIP
0.007	0.929**	تقوم شركتكم بحل مشاكل عملائكم الاستثنائية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V24

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن جميع قيم معامل ارتباط كل عبارة مع المحور الخاص بها دالة عند مستوى دلالة 0.00 حيث تتراوح قيم معامل الارتباط ما بين (0.364 إلى 0.950) وتعتبر دلالة إحصائية قوية جدًا، ومنه يمكننا القول أن كل عبارات المحور الثاني للاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه.

### ثالثا: اختبار التوزيع الطبيعي:

تم التحقق من التوزيع الطبيعي من خلال حساب قيمة معامل الالتواء ومعامل التفلطح لمتغيرات الدراسة ويمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

جدول رقم (5): التحقق من التوزيع الطبيعي (معامل الالتواء والتفلطح)

المتغيرات	معامل الالتواء	معامل التفلطح
المحور الاول :نظم المعلومات	0.158	-0.842
المحور الثاني: جودة التأمينية	-1.200	0.928
محاور الاستبانة	-1.647	2.352

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V24

من خلال الجدول نجد أن قيمة معامل الالتواء بالنسبة لجميع المتغيرات كانت محصورة بين (-1.647 و0.158)، وكذلك معاملات التفلطح محصورة بين (-0.842 و2.352) وهي ضمن المجال المقبول (3- و3) بالنسبة لمعامل الالتواء، (10- و10) بالنسبة لمعامل التفلطح، مما يشير أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي وهذا ما يسمح لنا بمواصلة اختبار فرضيات الدراسة.

### المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الاستبيان

وفي هذا المبحث سنقوم بدراسة الفرضيات الخاصة بالدراسة وقبل ذلك سوف نقوم أولاً بتحليل خصائص عينة الدراسة ومن ثم تحليل البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة.

#### المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

يشتمل الوصف الاحصائي لعينة الدراسة على الخصائص الديمغرافية لها وتتمثل في (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المؤهل الوظيفي وعدد سنوات الخبرة)، سيتم تحديد نسبة وتكرار كل عامل من هذه العوامل فيما يلي.

#### 1. الجنس:

جدول رقم (6): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	فئات المتغير
50	15	ذكر
50	15	انثى
100	30	المجموع

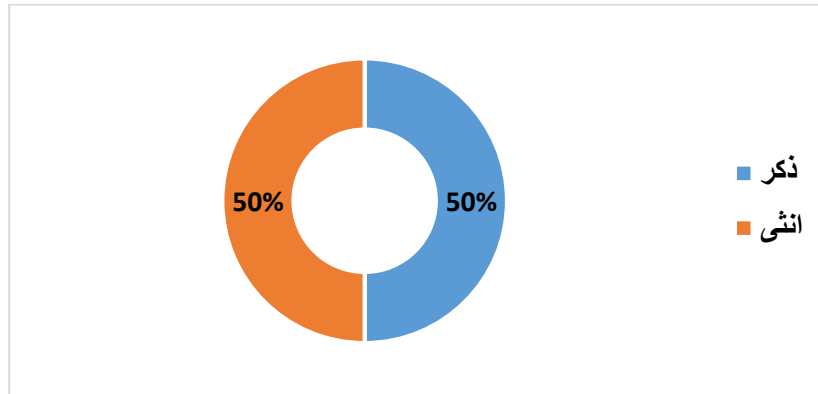
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V24

يوضح الجدول رقم (6) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس، حيث يتبين أن عدد الذكور بلغ 15 فرداً بنسبة 50 % من إجمالي العينة، وهي النسبة نفسها التي سجلتها الإناث (15 فرداً بنسبة 50%)، ما يشير إلى توازن تام في تمثيل الجنسين داخل عينة الدراسة.

هذا التوازن في العينة يعكس درجة من الحياد المنهجي في جمع البيانات، ويعزز من قدرة الدراسة على تعميم نتائجها فيما يتعلق بتأثير نظم المعلومات على جودة الخدمات التأمينية دون تحيز جنسي. كما يُمكن من فهم مدى توافق أو اختلاف آراء الذكور والإناث تجاه المحاور المدروسة، خاصة إذا تم تحليل الفروق لاحقاً وفق هذا المتغير.

بالنظر إلى طبيعة الشركة الوطنية للتأمين (SAA) كمؤسسة خدمتية، فإن هذا التوزيع المتوازن يعكس واقعاً وظيفياً محتملاً يُشارك فيه كل من الذكور والإناث في العمليات التأمينية والإدارية، مما يضيف مصداقية إضافية على العينة، ويجعل نتائج الدراسة قابلة للتعميم على السياق الحقيقي للمؤسسة.

الشكل رقم (09): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



## 2. المستوى التعليمي:

جدول رقم (7): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	فئات المتغير
66.7	20	جامعي
3.3	1	دراسات عليا
13.3	4	أخرى
16.7	5	ثانوي فأقل
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V24

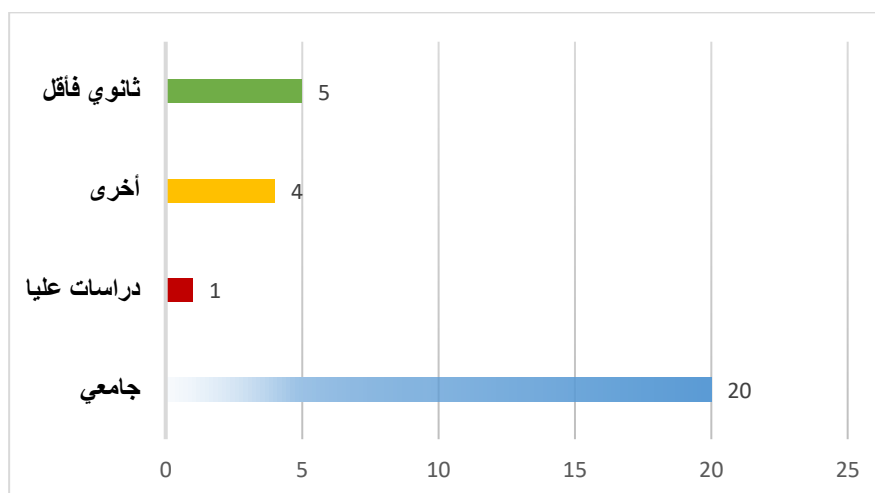
يبين الجدول رقم (7) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي، حيث تُظهر النتائج أن نسبة كبيرة من المشاركين (66.7%) يحملون مستوى جامعي، أي 20 فردًا من أصل 30. في المقابل، نجد أن نسبة 16.7% من المبحوثين يمتلكون مستوى تعليمي ثانوي أو أقل، و 13.3% لديهم مستويات تعليمية أخرى، في حين لا تتجاوز نسبة الحاصلين على دراسات عليا سوى 3.3% فقط.

يُشير هذا التوزيع إلى أن غالبية عمال الشركة الوطنية للتأمين محل الدراسة ينتمون إلى فئة ذوي التكوين الأكاديمي الجامعي، وهو أمر متوقع بالنظر إلى طبيعة القطاع التأميني الذي يتطلب حدًا أدنى من الكفاءات العلمية لفهم الأنظمة والبرمجيات المعتمدة في الإدارة، وكذا التعامل مع الزبائن وتقديم الخدمات.

كما أن ارتفاع نسبة الفئة الجامعية قد يكون له تأثير إيجابي على مدى فهم واستيعاب الموظفين لأهمية نظم المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المقدمة، وهو ما يعزز من صدقية إجاباتهم في الاستبيان، ويدعم موثوقية النتائج التي تم الوصول إليها لاحقًا في الجانب التحليلي للدراسة.

من جهة أخرى، فإن تمثيل فئة التعليم الثانوي بنسبة معتبرة (16.7%) يُعد مؤشرًا على وجود تنوع في الكفاءات داخل المؤسسة، مما قد يؤثر بدرجات متفاوتة في مستوى التعامل مع التكنولوجيا أو فهم أبعاد الجودة، ويتيح للبحث استكشاف ما إذا كان هناك تباين في الإدراك بناءً على هذا المتغير التعليمي مستقبلاً..

الشكل رقم (10): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



3. السن:

جدول رقم (8): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	فئات المتغير
20	7	من 20 إلى 30 سنة
40	12	من 30 إلى 40 سنة
23.3	7	من 40 إلى 50 سنة
16.7	5	50 سنة فأكثر
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS.V24

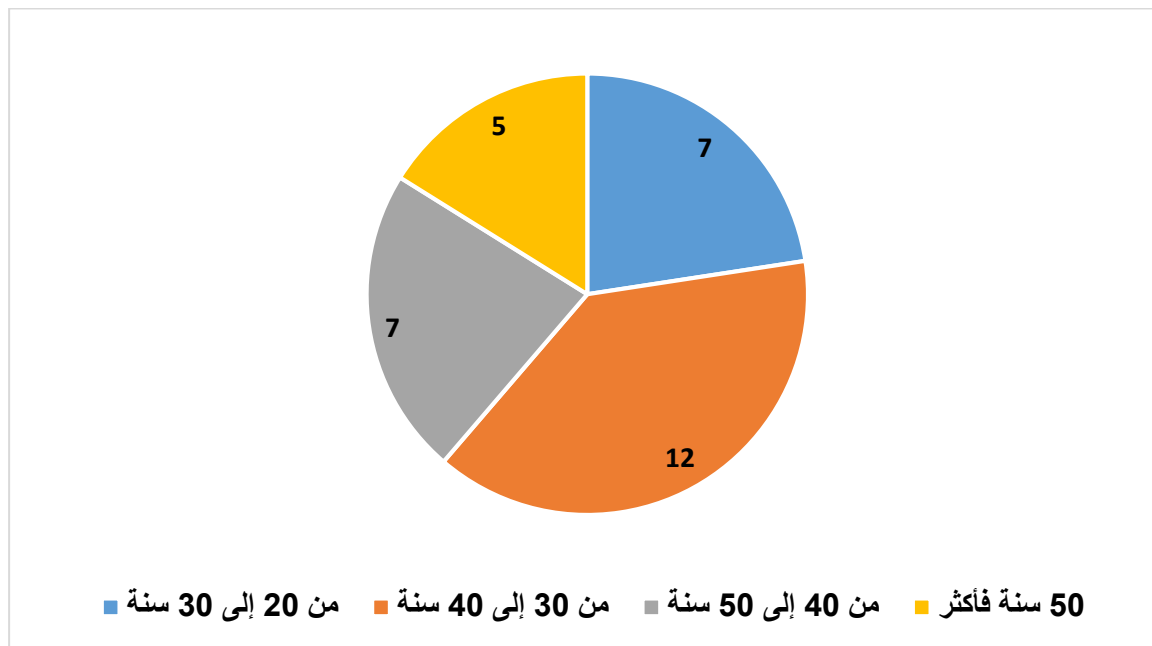
يبين الجدول رقم (8) توزيع أفراد العينة حسب الفئات العمرية، حيث يتضح أن أكبر فئة عمرية تمثلت في الموظفين الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و 40 سنة، والذين يشكلون 40% من العينة (12 فرداً). تليهم فئة الموظفين الذين تتراوح أعمارهم بين 40 و 50 سنة بنسبة 23.3% (7 أفراد)، ثم فئة الشباب من 20 إلى 30 سنة بنسبة 16.7% (5 أفراد)، وفي حين مثلت الفئة التي تجاوزت 50 سنة نسبة 16.7% (5 أفراد)،

يشير هذا التوزيع إلى أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى فئة العاملين في منتصف العمر المهني، ما يعكس وجود خبرات متراكمة نسبية لدى أغلب المستجوبين، تؤهلهم لتقييم فعالية نظم المعلومات والاتصال وجودة الخدمات التأمينية بشكل موضوعي، بناءً على تراكماتهم وتجاربهم داخل الشركة.

كما أن تمثيل مختلف الفئات العمرية ضمن العينة يعزز من تنوع الآراء، ويكسب نتائج الدراسة قوة تحليلية أوسع، إذ تسمح البيانات بمقارنة مدى اختلاف أو اتفاق وجهات النظر بين الفئات الشابة وذات الخبرة، لا سيما فيما يتعلق بتقبل التكنولوجيا أو التفاعل مع أدوات نظم المعلومات والاتصال.

يمكن القول إن هذا التوزيع العمري المتوازن إلى حدٍ ما، يُعدّ مناسباً لطبيعة موضوع الدراسة، حيث أن فهم وتحليل العلاقة بين استخدام نظم المعلومات وتحسين جودة الخدمة يتطلب مساهمة فئات ذات خبرة عملية فعلية، وهو ما يتوفر بوضوح في هذه العينة.

الشكل رقم (11): خصائص أفراد عينة الدراسة حسب السن



### المطلب الثاني: تحليل البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة

سوف نقوم في هذا المطلب بتحليل نتائج إجابات الاستبيان وذلك لمناقشة أبعاد ومحاور الدراسة عن طريق استخدام الإحصاءات الوصفية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعرفة مستوى القبول وترتيب العبارات.

### الفرع الأول: تحليل عبارات محاور الاستبيان

#### المحور الاول :نظم المعلومات

جدول رقم (9): تقييم عينة الدراسة لعبارات المحور الاول :نظم المعلومات

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	تساهم أجهزة الحاسوب في أداء أنشطة المؤسسة	4,400	0,6200	مرتفع جدا
2	يتناسب عدد أجهزة الحاسوب مع حجم عمل المؤسسة.	4,2333	0,7273	مرتفع جدا
3	يتناسب عدد أجهزة الحاسوب مع طبيعة عمل المؤسسة	3,9333	0,78492	مرتفع
4	أجهزة الحاسوب المستخدمة من أفضل و أحدث التقنيات المتاحة.	3,8000	1,09545	مرتفع
5	تسعى شركتكم لاستخدام برمجيات حديثة و مواكبة التطورات في هذا المجال	3,8333	0,98553	مرتفع
6	تساعد البرمجيات المستخدمة في تبادل المعلومات داخل المؤسسة.	3,8000	0,61026	مرتفع
7	تسرع البرمجيات التي تستخدمها الشركة في أداء العمليات وتقديم خدماتها	3,8667	0,50742	مرتفع
8	توفر الشركة أنظمة حماية متطورة لحماية بيانات الشركة.	3,7667	0,81720	مرتفع
9	يوجد داخل الشركة أفراد مختصين في توفير أفضل خدمة للعميل.	3,7333	0,82768	مرتفع
10	توجد مصلحة أو جهة مسؤولة عن شكاوي العملاء	3,2333	1,04000	متوسط
11	تعمل الشركة على تقديم تحفيزات معنوية ومادية لعمالها	3,4667	0,81931	مرتفع
12	تقوم الشركة بدورات تدريبية لتكوين إطاراتها وكفاءاتها على التقنيات المستحدثة و المتطورة	3,6000	0,96847	مرتفع
13	تستخدم الشركة قاعدة بيانات متطورة	3,8000	0,61026	مرتفع
14	يوجد لدى الشركة قاعدة بيانات مفصلة عن عملائها	3,7667	0,77385	مرتفع
15	توجد لدى الشركة قاعدة بيانات مفصلة عن منافسيها	3,7667	0,85836	مرتفع
16	توجد لدى الشركة قاعدة بيانات مفصلة عن مورديها	3,7333	0,82768	مرتفع
17	تساهم شبكات الاتصال في تبادل المعلومات بين العاملين داخل المؤسسة	4,0000	0,74278	مرتفع
18	استخدام شبكة الانترنت يساهم في سرعة وسهولة الحصول على المعلومات	4,0667	0,69149	مرتفع
19	استخدام شبكة الانترنت تساعد في تلبية احتياجات العاملين داخل المؤسسة	4,2000	0,48423	مرتفع جدا
20	توفر الشركة موقع الكتروني على شبكة الانترنت	4,1000	0,54772	مرتفع

المحور الاول : نظم المعلومات	3,8550	0,38019	مرتفع جدا
------------------------------	--------	---------	-----------

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS25.

يهدف هذا المحور إلى قياس مدى توقّر وتفعيل نظم المعلومات والاتصال داخل الشركة الوطنية للتأمين (SAA) بولاية بسكرة، وذلك انطلاقاً من تقييم أفراد العينة لمجموعة من العبارات المرتبطة بجوانب البنية التكنولوجية، قواعد البيانات، البرمجيات، البنية الاتصالية، والتدريب.

وكما يُبين الجدول رقم ( 9 )، فإن المتوسط العام لتقييم الأفراد لمحور نظم المعلومات بلغ 3.85، مع انحراف معياري قدره 0.38، وهو ما يُصنّف ضمن درجة "مرتفعة جداً" وفق سلم التقدير الخماسي، مما يدل على وجود فئاعة قوية لدى المبحوثين بأن نظم المعلومات والاتصال مفعلة بدرجة معتبرة داخل الشركة.

من خلال التحليل الجزئي للعبارات، نلاحظ أن عبارة "يتناسب عدد أجهزة الحاسوب مع حجم عمل المؤسسة" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط 4.23، تليها "يوجد داخل الشركة أفراد مختصين في توفير أفضل خدمة للعميل" و"توفر الشركة أنظمة حماية متطورة لحماية بيانات الشركة"، ما يشير إلى أن البنية الأساسية والموارد البشرية في المجال المعلوماتي تحظى بتقدير جيد من طرف الموظفين، ما يعزز فعالية العمل ويُسهل في تسريع تقديم الخدمات.

في المقابل، سجلت بعض العبارات متوسطات أقل، مثل "توجد مصلحة أو جهة مسؤولة عن شكاوي العملاء" التي سجلت متوسطاً بلغ 3.23 مع انحراف معياري مرتفع (1.04)، مما قد يشير إلى عدم وضوح أو ضعف التنظيم في معالجة شكاوي العملاء، وهو عنصر جوهري في تحسين جودة الخدمة التأمينية.

كما تشير المتوسطات الجيدة للعبارات المتعلقة بقواعد البيانات (العبارات 13 إلى 16) إلى وجود اهتمام واضح بتجميع المعلومات حول العملاء والموردين والمنافسين، مما يعزز من قدرة الشركة على اتخاذ قرارات استراتيجية قائمة على بيانات موثوقة.

أما من حيث البنية التحتية للاتصال، فإن العبارات المرتبطة بشبكات الإنترنت والإنترنت والموقع الإلكتروني للشركة (17 إلى 20) سجلت متوسطات تتجاوز 4.00، وهو ما يعكس قوة في التواصل الداخلي والخارجي ويدعم مرونة العمل وجودته.

بصورة عامة، تُشير النتائج إلى أن الشركة قد حققت مستوى متقدماً في مجال نظم المعلومات، إلا أن هناك بعض الجوانب التنظيمية (مثل شكاوى العملاء والتحفيز والتكوين) التي تحتاج إلى مزيد من الدعم لتحسين التكامل بين البنية الرقمية والتشغيلية.

### المحور الثاني: جودة التأمينية

جدول رقم (10): تقييم عينة الدراسة لعبارات المحور الثاني: جودة التأمينية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	المللموسية			
1	وجود عدد زوار للموقع الالكتروني به كثرة او قليل	3,8667	0,93710	مرتفع
2	التصميم العام للشركة يلفت الانتباه للعملاء	3,6667	0,92227	مرتفع
3	مكاتب وأقسام الشركة منظمة بشكل يسهل تقديم الخدمة؛	3,9667	0,85029	مرتفع
4	يهتم موظفي الشركة بمظهرهم وأناقتهم..	4,0667	0,69149	مرتفع
	الاعتمادية	4,0750	0,51340	مرتفع
5	تدرسون على الواجبات والحقوق و الالتزامات المتبادلة	4,1000	0,60743	مرتفع
6	تعملون على ابسط تعاملات الشركة مع عملائها	4,2333	0,56832	مرتفع جدا
7	تحرصون على تقديم الخدمة بشكل صحيح ومن المرة الأولى.	4,0333	0,61495	مرتفع
8	تعتبر إدارة الشركة مصلحة الزبون هدفها الأساسي.	3,9333	0,69149	مرتفع
	الاستجابة	3,8750	0,68150	مرتفع
9	لدى شركتكم استعداد تام لمساعد متطلبات عملائكم؛	4,0667	0,82768	مرتفع
10	تقدم شركتكم الخدمات بسرعة مناسبة.	3,7333	0,82768	مرتفع
11	يتم التعويض من قبل الشركة في الوقت المناسب؛.	3,6000	0,93218	مرتفع
12	تبدي الشركة اهتماما كافيا في التعامل مع شكاوى الزبون..	4,1000	0,75886	مرتفع
	الامان	3,4083	0,44277	مرتفع
13	معدل رجوع العميل مرتفع	3,4000	0,85501	مرتفع
14	يشتكي العميل من تسرب بيانات العملاء	2,8000	1,09545	متوسط
15	لديكم عملاء دائمين على طلب خدماتكم.	3,5333	1,07425	مرتفع
16	تمنحكم معلومات حول المعاملات التي يقوم بها.	3,9000	0,66176	مرتفع
	التعاطف	4,1000	0,52358	مرتفع
17	تعتبر الشركة خدمة الزبون من أهم أولوياتها.	4,1333	0,57135	مرتفع
18	أوقات دوام الشركة مناسبة للزبون؛	4,0333	0,85029	مرتفع

19	تولي شركتكم اهتمام شخصيا لشريحة من عملائنا VIP	4,0667	0,90719	مرتفع
20	تقوم شركتكم بحل مشاكل عملائكم الاستثنائية	4,1667	0,46113	مرتفع
	المحور الثاني: جودة التأمينية	3,8700	0,42418	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS25.

يُعنى هذا المحور بقياس تصورات عينة الدراسة حول جودة الخدمات التأمينية المقدمة من طرف الشركة الوطنية للتأمين (SAA) في ولاية بكرة، وذلك استناداً إلى مقياس SERVQUAL الذي يتضمن خمسة أبعاد رئيسية هي : الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف.

كما يبين الجدول رقم (10)، فقد بلغ المتوسط العام لتقييم العينة لمحور جودة الخدمات التأمينية 3.87، وهو يقع في درجة "مرتفعة" على سلم التقدير الخماسي، مع انحراف معياري قدره 0.42، ما يعكس رضا عامًا مرتفعًا من طرف الموظفين عن مستوى جودة الخدمات التي تقدمها الشركة محل الدراسة.

#### أولاً: بعد الملموسية

يتعلق هذا البعد بالعناصر الفيزيائية والخارجية الملموسة التي تعكس صورة الشركة. وقد جاءت جميع العبارات المدرجة تحته بتقييمات مرتفعة، وكان أعلى متوسط يعود لعبارة "يهتم موظفو الشركة بمظهرهم وأناقتهم" (4.06)، بينما حصلت عبارة "التصميم العام للشركة يلفت انتباه العملاء" على أدنى متوسط (3.66). يعكس ذلك صورة مهنية إيجابية لموظفي الشركة، وكذلك اهتماماً ملحوظاً بالبيئة المادية والتنظيمية، وهو ما يساهم في تعزيز ثقة العملاء.

#### ثانياً: بعد الاعتمادية

سجل هذا البعد أعلى متوسط كلي (4.08) مقارنة بباقي الأبعاد، مما يدل على قوة الشركة في الوفاء بالتزاماتها تجاه الزبائن. أبرز العبارات في هذا الجانب كانت "تعملون على أبسط تعاملات الشركة مع عملائها" (4.23)، ما يُشير إلى وجود ممارسات احترافية في تقديم الخدمة بدقة ومن المرة الأولى، وهو ما يُعتبر حجر الزاوية في بناء ولاء الزبائن.

#### ثالثاً: بعد الاستجابة

حقق هذا البعد متوسطاً قدره (3.87)، وهي درجة مرتفعة نسبياً تدل على أن الموظفين يلاحظون استعداداً جيداً من الشركة للاستجابة لمتطلبات العملاء. غير أن بعض العبارات، مثل "يتم التعويض في الوقت المناسب"، جاءت بتقييم

أقل (3.60)، مما يُشير إلى إمكانية وجود بعض التأخيرات أو التحديات في هذا الجانب، وهو ما قد يحتاج إلى معالجة تنظيمية داخلية.

#### رابعًا: بعد الأمان

جاء هذا البعد في المرتبة الأخيرة من حيث التقييم العام، إذ بلغ متوسطه (3.40)، وهو تقييم أقل نسبيًا مقارنة بالأبعاد الأخرى. الملفت للنظر أن عبارة "يشتكى العميل من تسرب بيانات العملاء" سجلت أدنى متوسط (2.80)، ما يُعتبر مؤشرًا مهمًا على وجود بعض المخاوف أو مواطن ضعف في نظام حماية البيانات، وهو ما يتطلب تدخلًا إداريًا وتكنولوجياً لرفع مستوى الأمان المعلوماتي والرقمي داخل المؤسسة.

#### خامسًا: بعد التعاطف

حقق هذا البعد متوسطًا مرتفعًا (4.10)، ما يعكس وعيًا عاليًا لدى الموظفين بأهمية العلاقة الإنسانية مع الزبون. جاءت أعلى عبارة في هذا الجانب "تقوم شركتكم بحل مشاكل عملائكم الاستثنائية" (4.16)، مما يشير إلى قدرة الشركة على تقديم حلول شخصية ومخصصة لبعض الحالات الخاصة، ما يُكسبها تميزًا في مستوى الخدمة.

تعكس نتائج هذا المحور تقييمًا إيجابيًا عامًا لجودة الخدمات التأمينية في شركة SAA، حيث أبدى الموظفون رضاهم عن الأداء في معظم الأبعاد، خاصة الاعتمادية والتعاطف. إلا أن وجود تقييم منخفض نسبيًا لبعد الأمان قد يُنذر بوجود مشكلات تتعلق بحماية معلومات الزبائن، مما يُحثّ تعزيز أنظمة الأمان المعلوماتي في الشركة. تؤكد هذه النتائج أهمية الاستثمار في البنية التحتية والموارد البشرية والتكنولوجية معًا، لتحقيق تكامل شامل بين نظم المعلومات وجودة الخدمات.

الفرع الثاني: تحليل ومناقشة الفرضيات

أولاً: تحليل ومناقشة الفرضية الرئيسية

والتي تنص على " 3- يوجد أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام نظم المعلومات والاتصال على تحسن مؤشرات جودة الخدمة في الشركة الوطنية للتأمين."

1- تحليل اختبار معامل الارتباط (بيرسون) لاختبار الفرضية الرئيسية

الجدول رقم (11): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لاختبار الفرضية الرئيسية

المتغيرات	معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
نظم المعلومات والاتصال جودة التأمينية	0.768**	30	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على مخرجات SPSS25

وللتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام اختبار معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)، لقياس طبيعة العلاقة بين المتغير المستقل (نظم المعلومات والاتصال) والمتغير التابع (جودة الخدمات التأمينية)، وذلك اعتماداً على إجابات عينة الدراسة المكونة من 30 موظفاً.

كما يبين الجدول رقم (11)، فقد أسفر التحليل عن وجود معامل ارتباط موجب وقوي بلغت قيمته ( $r = 0.768$ ) عند مستوى دلالة ( $\text{Sig} = 0.000$ )، وهي قيمة تقل عن المستوى المعتمد ( $\alpha = 0.05$ )، مما يدل على وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية قوية بين استخدام نظم المعلومات وتحسن جودة الخدمة.

2- اختبار صلاحية النموذج:

قبل اختبار الفرضية الرئيسية، يجب التأكد من صلاحية النموذج المستخدم في الاختبار، سنقوم باختبار صلاحية النموذج المقترح باستخدام تحليل التباين للانحدار، ونتأمله موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (12): تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الرئيسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	معامل الارتباط R	معامل التحديد $R^2$	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	2.469	1	2.469	0.768	0.589	40.138	0.000
الخطأ	1.723	28	0.062				
المجموع	4.192	29					

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

قبل التحقق من صحة الفرضية الرئيسية، من الضروري التأكد من صلاحية النموذج المستخدم في التحليل الإحصائي. وقد تم استخدام تحليل التباين (ANOVA) للانحدار البسيط لتقييم مدى ملاءمة النموذج، أي مدى صلاحية المتغير المستقل "نظم المعلومات والاتصال" في تفسير التغيرات التي تطرأ على المتغير التابع "جودة الخدمات التأمينية".

كما يُبين الجدول رقم (12)، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.768$ ، وهي قيمة مرتفعة تدل على وجود علاقة قوية بين المتغيرين. أما معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغ 0.589، وهو ما يعني أن نحو 58.9% من التغير في جودة الخدمات التأمينية يمكن تفسيره من خلال استخدام نظم المعلومات والاتصال، وهي نسبة عالية تُظهر قوة النموذج.

من جهة أخرى، فإن قيمة F المحسوبة بلغت 40.138 عند مستوى دلالة (Sig = 0.000)، وهي قيمة تقل بكثير عن المستوى المعتمد ( $\alpha = 0.05$ )، مما يعني أن النموذج الإحصائي معنوي إحصائياً، أي أنه مناسب وصالح لاستخدامه في اختبار الفرضية الرئيسية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن النموذج المقترح يتمتع بدرجة عالية من الكفاءة والموثوقية في تفسير العلاقة بين المتغيرين المدروسين، مما يؤهله ليكون أساساً لاختبار الفرضية الرئيسية المتعلقة بآثر نظم المعلومات على جودة الخدمة.

وبالتالي، فإن التأكد من صلاحية النموذج يدعم نتائج اختبار معامل الارتباط (بيرسون) التي تم تحليلها سابقاً، ويُعزز من قوة الاستنتاج بأن نظم المعلومات والاتصال تلعب دوراً مهماً في تحسين جودة الخدمات التأمينية في الشركة الوطنية للتأمين SAA.

### 3-تحليل اختبار الانحدار للفرضية الرئيسية

وسوف نستعمل تحليل الانحدار البسيط، وذلك لتحديد أثر المتغير المستقل (نظم المعلومات والاتصال)، على المتغير التابع (جودة التأمينية)، وهذا بحساب معامل الانحدار، وقياس معامل التحديد R square وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (13): نتائج تحليل الانحدار لأثر نظم المعلومات و الاتصال على تحسن مؤشرات جودة الخدمة

المتغير المستقل X	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R <sup>2</sup>
نظم المعلومات والاتصال	0.688	6.335	0.000	0.768	0.589

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

لمعرفة طبيعة التأثير الذي يمارسه استخدام نظم المعلومات والاتصال على جودة الخدمات التأمينية، تم اللجوء إلى تحليل الانحدار الخطي البسيط، بهدف تحديد ما إذا كان المتغير المستقل (نظم المعلومات والاتصال) يفسر بدرجة دالة إحصائية التغيرات التي تطرأ على المتغير التابع (جودة الخدمات التأمينية).

كما يُبين الجدول رقم (13)، فإن قيمة معامل الانحدار غير المعياري (B) بلغت 0.688، ما يعني أن كل زيادة بوحدة واحدة في درجة استخدام نظم المعلومات والاتصال تقابلها زيادة بمقدار 0.688 في تقييم جودة الخدمات التأمينية، وهو ما يعكس أثراً إيجابياً مباشراً وواضحاً لهذا الاستخدام.

من جهة أخرى، فقد بلغت قيمة T المحسوبة = 6.335، عند مستوى دلالة = 0.000، وهي قيمة أقل بكثير من المستوى المعتمد (0.05)، مما يدل على أن تأثير نظم المعلومات والاتصال على جودة الخدمة ذو دلالة إحصائية قوية.

أما من حيث تفسير التباين، فإن معامل التحديد  $R^2 = 0.589$ ، وهي نسبة مرتفعة نسبياً، تشير إلى أن نحو 58.9% من التغيرات التي تطرأ على جودة الخدمات التأمينية يمكن تفسيرها باستخدام نظم المعلومات والاتصال، بينما تعزى النسبة المتبقية (41.1%) إلى عوامل أخرى لم تشملها هذه الدراسة.

تدعم هذه النتائج ما تم التوصل إليه سابقاً من خلال اختبار بيرسون وتحليل التباين، وتثبت أن لنظم المعلومات دوراً مركزياً في تحسين أداء المؤسسات الخدمية، مثل شركات التأمين، لا سيما فيما يتعلق بتلبية حاجات العملاء وتعزيز رضاهم، وتحقيق الكفاءة الداخلية في تقديم الخدمات.

وبناءً على هذه المؤشرات، يتم رفض الفرضية الصفرية التي تفترض عدم وجود تأثير، وقبول الفرضية البديلة الرئيسية التي مفادها أن استخدام نظم المعلومات والاتصال يؤثر بشكل معنوي وإيجابي على تحسين جودة الخدمات التأمينية في الشركة الوطنية للتأمين SAA.

## 1-تحليل اختبار معامل الارتباط (بيرسون) لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

الجدول رقم (14): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون الفرضية الفرعية الأولى

المتغيرات	معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
نظم المعلومات الملموسية	0.696**	30	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على مخرجات SPSS25

وللتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام اختبار معامل الارتباط بيرسون (Pearson) ، الذي يسمح بقياس قوة ونوع العلاقة بين المتغير المستقل (نظم المعلومات والاتصال) والمتغير التابع (الملموسية)، والتي تمثل أحد الأبعاد الأساسية لجودة الخدمات التأمينية.

كما هو موضح في الجدول رقم ( 14)، بلغت قيمة معامل الارتباط = 0.696 عند مستوى دلالة = 0.000، وهي أقل من المستوى المعتمد (0.05)، ما يدل على وجود علاقة ارتباط قوية موجبة وذات دلالة إحصائية بين المتغيرين.

يشير هذا الارتباط إلى أنه كلما زاد مستوى استخدام نظم المعلومات والاتصال داخل الشركة، زاد إدراك الموظفين لتحسن عناصر الملموسية، مثل تنظيم المكاتب، مظهر الموظفين، تصميم الواجهة المؤسسية، والحضور الرقمي للمؤسسة عبر الموقع الإلكتروني. وهذا يعكس فاعلية استخدام التكنولوجيا الرقمية في دعم الانطباع العام والمرئي عن المؤسسة، وتعزيز صورة الاحترافية لدى العملاء.

## 2-اختبار صلاحية النموذج:

قبل اختبار الفرضية الفرعية الأولى، يجب التأكد من صلاحية النموذج المستخدم في الاختبار، سنقوم باختبار صلاحية النموذج المقترح باستخدام تحليل التباين للإنحدار، ونتأمله موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (15): تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الفرعية الأولى

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	معامل الارتباط R	معامل التحديد $R^2$	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	2.029	1	2.029	0.696	0.484	26.279	0.000
الخطأ	2.162	28	0.077				
المجموع	4.192	29					

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تُظهر نتائج تحليل التباين (ANOVA) المتعلقة بنموذج الانحدار البسيط أن النموذج المستخدم لاختبار العلاقة بين نظم المعلومات باعتباره المتغير المستقل، والملموسية باعتبارها المتغير التابع، هو نموذج صالح إحصائياً.

بلغت قيمة معامل الارتباط الخطي بين المتغيرين ( $R = 0.696$ )، مما يعكس وجود ارتباط قوي نسبياً بين استخدام نظم المعلومات وتحسين مستوى الملموسية في خدمات التأمين. أما معامل التحديد ( $R^2 = 0.484$ )، فيشير إلى أن ما نسبته 48.4% من التغيرات التي تطرأ على مستوى الملموسية يمكن تفسيرها من خلال التغيرات في مستوى استخدام نظم المعلومات داخل الشركة. هذه النسبة تعتبر مرتفعة نسبياً، وتعكس قدرة النموذج على تفسير جانب مهم من الظاهرة المدروسة.

كما أن قيمة  $F$  المحسوبة = 26.279 عند درجة حرية (1)، 28، ومستوى دلالة  $\text{Sig.} = 0.000$ ، تُعد دالة إحصائياً بدرجة عالية (أقل بكثير من 0.05)، ما يدل على أن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية، أي أن العلاقة بين المتغيرين ليست ناتجة عن الصدفة بل هي علاقة حقيقية.

بالتالي، يمكن القول إن نموذج الانحدار البسيط المستخدم في اختبار الفرضية الفرعية الأولى يتمتع بصلاحية إحصائية قوية، مما يتيح الاعتماد عليه في تحليل العلاقة بين نظم المعلومات والملموسية. وهذا يعزز مصداقية الفرضية التي تفترض وجود أثر معنوي لاستخدام نظم المعلومات على تحسين عناصر الخدمة التي يمكن إدراكها بصرياً أو مادياً.

### 3-تحليل اختبار الانحدار للفرضية الفرعية الأولى

وسوف نستعمل تحليل الانحدار البسيط، وذلك لتحديد أثر المتغير المستقل (الموارد البشرية)، على المتغير التابع (الأداء الوظيفي)، وهذا بحساب معامل الانحدار، وقياس معامل التحديد R square وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (16): نتائج تحليل الانحدار لأثر نظم المعلومات على الملموسية

المتغير المستقل X	معامل	قيمة T	مستوى	معامل	معامل
	الانحدار B	المحسوبة	دلالة	الارتباط R	التحديد R <sup>2</sup>
نظم المعلومات	0.398	5.126	0.000	0.696	0.484

المصدر: من إعداد الطالبات بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تُظهر نتائج تحليل الانحدار البسيط وجود أثر مباشر وإيجابي ودالّ إحصائياً لاستخدام نظم المعلومات على بعد "الملموسية" ضمن أبعاد جودة الخدمة التأمينية. حيث بلغت قيمة معامل الانحدار ( $B = 0.398$ )، مما يعني أن كل وحدة زيادة في استخدام نظم المعلومات تُؤدي إلى زيادة قدرها 0.398 وحدة في مستوى الملموسية، وذلك بافتراض ثبات العوامل الأخرى.

تشير قيمة  $T$  المحسوبة = 5.126 إلى أن هذا الأثر قوي نسبياً، خاصة أن مستوى الدلالة الإحصائية ( $Sig = 0.000$ ) يقل بكثير عن العتبة المقبولة 0.05، ما يدل على دلالة إحصائية عالية جداً.

كما أن القيم المصاحبة للنموذج:

• معامل الارتباط  $R = 0.696$  يدل على علاقة ارتباط قوية،

• ومعامل التحديد  $R^2 = 0.484$  يشير إلى أن 48.4% من التغير في الملموسية يمكن تفسيره من خلال استخدام نظم المعلومات.

وهذا ما يدعم بشكل واضح الفرضية الفرعية (3-1) ويؤكد صحتها.

تفسيرياً، هذا يعني أن اعتماد الشركة الوطنية للتأمين على أدوات نظم المعلومات (مثل استخدام الحواسيب، البرمجيات، قواعد البيانات، والاتصال الشبكي الداخلي) ينعكس بوضوح على تحسين البيئة المادية الملموسة داخل المؤسسة. يشمل ذلك التنظيم الداخلي، الأناقة والمظهر العام للموظفين، وتوفير تجهيزات تكنولوجية حديثة تدعم عملية تقديم الخدمة.

بناءً على نتائج معامل الارتباط والانحدار، فإن الفرضية الفرعية الأولى مقبولة إحصائياً، وتؤكد أن تحسين نظم المعلومات داخل الشركة يساهم بدرجة معتبرة في رفع مستوى الملموسية، مما يدعم الفرضية العامة للمذكورة حول دور نظم المعلومات في تحسين جودة خدمات التأمين.

# 1-تحليل اختبار معامل الارتباط (بيرسون) لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

الجدول رقم (17): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون الفرضية الفرعية الثانية

المتغيرات	معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
نظم المعلومات الاعتمادية	0.667**	30	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS25

شير نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون إلى وجود علاقة طردية قوية بين استخدام نظم المعلومات والاعتمادية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ( $r = 0.667$ )، وهي تقع ضمن الفئة التي تصنف كعلاقة قوية حسب القواعد الإحصائية المتعارف عليها (0.60-0.79). هذه القيمة تدل على أنه كلما زادت فعالية نظم المعلومات في الشركة، زادت موثوقية الخدمات التأمينية المقدمة.

أما مستوى الدلالة ( $\text{Sig} = 0.000$ )، فهو أقل من 0.05، مما يدل على أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية عالية، ولا تعود إلى الصدفة أو العشوائية.

تفسيرياً، تعكس هذه النتيجة أن توظيف نظم المعلومات في الشركة، سواء على مستوى الأنظمة الرقمية أو قواعد البيانات أو التواصل الداخلي، يعزز قدرة الشركة على تقديم خدمات دقيقة، وفي الوقت المناسب، وبجودة ثابتة، وهو جوهر مفهوم "الاعتمادية" في جودة الخدمات.

## 2- اختبار صلاحية النموذج:

قبل اختبار الفرضية الفرعية الثانية، يجب التأكد من صلاحية النموذج المستخدم في الاختبار، سنقوم باختبار صلاحية النموذج المقترح باستخدام تحليل التباين للانحدار، ونتأمله موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (18): تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الفرعية الثانية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	معامل الارتباط R	معامل التحديد $R^2$	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	1.866	1	1.866	0.667	0.445	22.456	0.000
الخطأ	2.326	28	0.083				
المجموع	4.192	29					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

. تشير نتائج تحليل التباين (ANOVA) إلى أن نموذج الانحدار البسيط المستخدم لدراسة أثر نظم المعلومات على الاعتمادية يتمتع بصلاحية إحصائية قوية، وهو ما يسمح بالاعتماد عليه في تفسير العلاقة بين المتغيرين.

بلغت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.667$ ، مما يعكس وجود علاقة ارتباط قوية بين المتغير المستقل (نظم المعلومات) والمتغير التابع (الاعتمادية). أما معامل التحديد  $R^2 = 0.445$ ، فيوضح أن حوالي 44.5% من التغيرات في الاعتمادية تعزى إلى استخدام نظم المعلومات. وهذه نسبة معقولة تُظهر قدرة النموذج على تفسير جزء معتبر من الظاهرة المدروسة.

قيمة  $F$  المحسوبة = 22.456 عند درجات حرية (1، 28)، ومستوى الدلالة المصاحب ( $Sig = 0.000$ )، يشير إلى أن النموذج ككل ذو دلالة إحصائية عالية، أي أن المتغير المستقل يفسر التغير في المتغير التابع بشكل غير عشوائي.

بالتالي، فإن النموذج الإحصائي المستخدم لاختبار الفرضية الفرعية الثانية صالح من الناحية الإحصائية، ويُعتمد عليه في تحليل العلاقة بين نظم المعلومات والاعتمادية، مما يُعزز نتائج اختبار الارتباط السابقة.

### 3-تحليل اختبار الانحدار للفرضية الفرعية الثانية

وسوف نستعمل تحليل الانحدار البسيط، وذلك لتحديد أثر المتغير المستقل (الموارد المادية)، على المتغير التابع (الأداء الوظيفي)، وهذا بحساب معامل الانحدار، وقياس معامل التحديد R square وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (19): نتائج تحليل الانحدار لأثر نظم المعلومات على الاعتمادية

المتغير المستقل X	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R <sup>2</sup>
الاعتمادية	0.0494	4.739	0.000	0.667	0.445

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تُظهر نتائج تحليل الانحدار البسيط أن استخدام نظم المعلومات والاتصال داخل الشركة الوطنية للتأمين له تأثير إيجابي معنوي على بعد الاعتمادية، وهو أحد الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة التأمينية.

بلغ معامل الانحدار ( $B = 0.494$ ) ، ما يعني أن زيادة استخدام نظم المعلومات بوحدة واحدة يؤدي إلى ارتفاع في مستوى الاعتمادية بمقدار 0.494 وحدة، وهو تأثير مباشر وموجب يدل على قوة العلاقة بين المتغيرين.

كما أن قيمة T المحسوبة = 4.739 بمستوى دلالة ( $Sig = 0.000$ )، تشير إلى أن هذا الأثر ذو دلالة إحصائية قوية جداً. أي أن الفرضية القائلة بوجود تأثير حقيقي ليست ناتجة عن الصدفة وإنما مدعومة بالدليل الإحصائي.

أما على مستوى النموذج العام:

• معامل الارتباط  $R = 0.667$  يدل على وجود ارتباط قوي.

• ومعامل التحديد  $R^2 = 0.445$  يُظهر أن نظم المعلومات تفسر حوالي 44.5% من التغيرات التي تطرأ على الاعتمادية.

استناداً إلى نتائج اختبار الارتباط والانحدار، يمكن القول إن الفرضية الفرعية الثانية (2-3) تُقبل، حيث يوجد أثر موجب ومعنوي لاستخدام نظم المعلومات على الاعتمادية في جودة خدمات الشركة الوطنية للتأمين.

## 1-تحليل اختبار معامل الارتباط (بيرسون) لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

الجدول رقم (20): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

المتغيرات	معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
نظم المعلومات الاستجابة	0.630**	30	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS25

تشير نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون إلى وجود علاقة طردية قوية نسبياً بين استخدام نظم المعلومات ومستوى الاستجابة لدى الشركة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط  $(r = 0.630)$  وتعد هذه القيمة ضمن حدود العلاقات القوية نسبياً وفق التصنيفات الإحصائية  $(0.60 - 0.79)$ ، مما يدل على أن ارتفاع مستوى استخدام نظم المعلومات يترافق مع تحسن واضح في مستوى الاستجابة لدى الشركة.

أما مستوى الدلالة الإحصائية  $(Sig = 0.000)$ ، فهو أقل من 0.05، ما يؤكد أن العلاقة ذات دلالة إحصائية عالية وليست ناتجة عن الصدفة، وإنما تمثل واقعاً يمكن تعميمه على مجتمع الدراسة.

## 2-اختبار صلاحية النموذج:

قبل اختبار الفرضية الفرعية الثانية، يجب التأكد من صلاحية النموذج المستخدم في الاختبار، سنقوم باختبار صلاحية النموذج المقترح باستخدام تحليل التباين للانحدار، ونتأمله موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (21): تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	معامل الارتباط R	معامل التحديد $R^2$	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	1.662	1	1.662	0.630	0.396	18.395	0.000
الخطأ	2.530	28	0.090				
المجموع	4.192	29					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تُظهر نتائج تحليل التباين للنموذج أن نموذج الانحدار البسيط المستخدم صالح إحصائيًا ويُعتمد عليه في تفسير العلاقة بين استخدام نظم المعلومات كمتغير مستقل، والاستجابة كمتغير تابع ضمن جودة الخدمة التأمينية.

بلغ معامل الارتباط  $R = 0.630$  ، وهو يشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية نسبيًا بين المتغيرين. أما معامل التحديد  $R^2 = 0.396$  ، فيوضح أن حوالي 39.6% من التغير في مستوى الاستجابة يُفسر باستخدام نظم المعلومات، وهي نسبة معتبرة في الدراسات السلوكية والإدارية.

أما قيمة  $F$  المحسوبة = 18.395 عند درجات حرية (1، 28)، فقد جاءت عند مستوى دلالة (Sig = 0.000)، مما يؤكد أن النموذج الإحصائي ذو دلالة معنوية عالية. وبالتالي، فإن العلاقة بين نظم المعلومات والاستجابة ليست ناتجة عن الصدفة بل هي حقيقية ومؤثرة.

### 3-تحليل اختبار الانحدار للفرضية الفرعية الثالثة

وسوف نستعمل تحليل الانحدار البسيط، وذلك لتحديد أثر المتغير المستقل (الموارد المادية)، على المتغير التابع (الأداء الوظيفي)، وهذا بحساب معامل الانحدار، وقياس معامل التحديد R square وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (22): نتائج تحليل الانحدار لأثر نظم المعلومات على الاستجابة

المتغير المستقل X	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة	معامل الارتباط R	معامل التحديد $R^2$
الاستجابة	0.351	7.743	0.000	0.630	0.396

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تشير نتائج تحليل الانحدار إلى وجود أثر إيجابي ودالّ إحصائيًا لاستخدام نظم المعلومات على بعد الاستجابة. حيث بلغت قيمة معامل الانحدار  $B = 0.351$  ، مما يعني أن كل وحدة زيادة في استخدام نظم المعلومات تؤدي إلى زيادة بمقدار 0.351 وحدة في مستوى الاستجابة لدى المؤسسة.

كما أن قيمة  $T$  المحسوبة = 7.743 جاءت عالية جدًا، مع مستوى دلالة  $Sig = 0.000$  ، وهو ما يدل على أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية قوية للغاية (أقل من 0.05)، أي أن التأثير حقيقي وليس ناتجًا عن الصدفة أو الخطأ العشوائي.

أما على مستوى النموذج، فقد تم تدعيم التحليل بالمعطيات التالية:

• معامل الارتباط:  $R = 0.630$  ارتباط قوي نسبياً.

• معامل التحديد:  $R^2 = 0.396$  يفسر النموذج حوالي 39.6% من التغيرات في مستوى الاستجابة من خلال متغير نظم المعلومات.

بناءً على نتائج تحليل الارتباط والانحدار، فإن الفرضية الفرعية الثالثة (3-3) تُقبَل إحصائياً، وتؤكد أن نظم المعلومات تؤثر بشكل إيجابي وفَعّال على تحسين مستوى الاستجابة في الشركة الوطنية للتأمين.

#### 1-تحليل اختبار معامل الارتباط (بيرسون) لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة

الجدول رقم (23): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة

المتغيرات	معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
نظم المعلومات الأمان	0.197**	30	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على مخرجات SPSS25

تشير نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون إلى وجود علاقة طردية ضعيفة بين استخدام نظم المعلومات ومستوى الأمان في الشركة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ( $r = 0.197$ ) هذه القيمة تُصنّف ضمن العلاقات الضعيفة (أقل من 0.30)، ما يشير إلى أن العلاقة موجودة لكنها ليست قوية من حيث التأثير أو التكرار داخل العينة محل الدراسة.

ورغم ضعف العلاقة، إلا أن مستوى الدلالة الإحصائية ( $\text{Sig} = 0.000$ ) أقل بكثير من 0.05، مما يدل على أن العلاقة ذات دلالة إحصائية معنوية، أي أنها حقيقية وغير ناتجة عن الصدفة.

## 2- اختبار صلاحية النموذج:

قبل اختبار الفرضية الفرعية الثانية، يجب التأكد من صلاحية النموذج المستخدم في الاختبار، سنقوم باختبار صلاحية النموذج المقترح باستخدام تحليل التباين للانحدار، ونتأمله موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (24): تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الفرعية الثالثة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	معامل الارتباط R	معامل التحديد $R^2$	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	0.163	1	0.163	0.197	0.039	1.136	0.000
الخطأ	4.028	28	0.144				
المجموع	4.192	29					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تشير نتائج تحليل التباين إلى أن النموذج المستخدم في هذا الاختبار يُظهر علاقة ضعيفة جدًا بين المتغيرين. حيث:

- بلغت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.197$ ، مما يعكس وجود علاقة طردية ضعيفة جدًا.
- أما معامل التحديد  $R^2 = 0.039$ ، فيشير إلى أن نموذج الانحدار يفسر فقط 3.9% من التغيرات في متغير الأمان من خلال استخدام نظم المعلومات، وهي نسبة ضئيلة تدل على أن هناك متغيرات أخرى تؤثر بدرجة أكبر.

ومع ذلك، بلغت قيمة  $F$  المحسوبة  $= 1.136$ ، وهي قيمة ضعيفة جدًا إحصائيًا، إلا أن مستوى الدلالة (Sig)  $= 0.000$  يوحي بوجود دلالة إحصائية معنوية.

## 3- تحليل اختبار الانحدار للفرضية الفرعية الرابعة

وسوف نستعمل تحليل الانحدار البسيط، وذلك لتحديد أثر المتغير المستقل (الموارد المادية)، على المتغير التابع (الأداء الوظيفي)، وهذا بحساب معامل الانحدار، وقياس معامل التحديد R square وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (25): نتائج تحليل الانحدار لأثر نظم المعلومات على الأمان

المتغير المستقل X	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة	معامل الارتباط R	معامل التحديد R <sup>2</sup>
الأمان	0.170	5.996	0.000	0.197	0.039

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تشير نتائج تحليل الانحدار إلى أن استخدام نظم المعلومات له أثر إيجابي ضعيف لكنه دال إحصائياً على بُعد الأمان في الشركة الوطنية للتأمين.

- بلغت قيمة معامل الانحدار ( $B = 0.170$ ) ، ما يعني أن زيادة استخدام نظم المعلومات بوحدة واحدة يؤدي إلى زيادة قدرها 0.170 في مستوى الأمان، وهو تأثير ضعيف من حيث الحجم لكنه في الاتجاه الموجب.

- جاءت قيمة T المحسوبة = 5.996 وهي عالية نسبياً، مع مستوى دلالة ( $Sig = 0.000$ ) ، مما يشير إلى أن هذا التأثير ذو دلالة إحصائية قوية رغم أنه ضعيف في حجمه الفعلي.

- في المقابل، بلغت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.197$  ، وهي كما أوضحنا سابقاً تشير إلى علاقة ضعيفة جداً.

- أما معامل التحديد  $R^2 = 0.039$  ، فيوضح أن فقط 3.9% من التغيرات في مستوى الأمان يمكن تفسيرها من خلال نظم المعلومات، وهي نسبة ضعيفة تُبرز أن هناك عوامل أخرى خارج النموذج تؤثر على هذا البعد.

الفرضية الفرعية الرابعة (3-4) تُقبل إحصائياً من حيث وجود دلالة معنوية، لكن تُقيّم على أنها ضعيفة في الأثر . وهذا يعني أن نظم المعلومات تؤثر على الأمان، ولكن بشكل محدود يتطلب تطويراً وتوسيعاً في الجوانب الأمنية حتى يتحقق أثر ملموس أكبر في هذا المجال الحساس.

## 1-تحليل اختبار معامل الارتباط (بيرسون) لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة

الجدول رقم (26): يوضح نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة

المتغيرات	معامل الارتباط	العينة	مستوى الدلالة
نظم المعلومات التعاطف	0.584**	30	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS25

تشير نتائج اختبار الارتباط إلى وجود علاقة طردية متوسطة القوة بين استخدام نظم المعلومات والبعد الخامس من أبعاد جودة الخدمة، وهو التعاطف، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط  $(r = 0.584)$  ورغم أنها لم تصل إلى مستوى "العلاقة القوية"، إلا أنها تقع في الحد الأعلى من العلاقات المتوسطة  $(0.40-0.59)$ ، ما يجعلها ذات أهمية إحصائية وسلوكية معتبرة.

بالإضافة إلى ذلك، فإن مستوى الدلالة  $Sig = 0.000$  يُشير بوضوح إلى أن العلاقة ذات دلالة معنوية قوية جداً، أي أنها ليست عشوائية أو نتيجة للصدفة.

## 2-اختبار صلاحية النموذج:

قبل اختبار الفرضية الفرعية الثانية، يجب التأكد من صلاحية النموذج المستخدم في الاختبار، سنقوم باختبار صلاحية النموذج المقترح باستخدام تحليل التباين للانحدار، ونتأمله موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (27): تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	معامل الارتباط R	معامل التحديد $R^2$	قيمة F المحسوبة	مستوى دلالة F
الانحدار	1.431	1	1.431	0.584	0.341	14.508	0.000
الخطأ	2.761	28	0.099				
المجموع	4.192	29					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

تشير نتائج تحليل التباين إلى أن نموذج الانحدار البسيط المستخدم في دراسة أثر نظم المعلومات على التعاطف يتمتع بصلاحية إحصائية جيدة.

- بلغت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.584$  ، ما يدل على وجود علاقة ارتباط متوسطة القوة بين المتغيرين.
- وبلغ معامل التحديد  $R^2 = 0.341$  ، أي أن 34.1% من التغيرات في مستوى التعاطف داخل الشركة يمكن تفسيرها من خلال التغير في مستوى استخدام نظم المعلومات، وهي نسبة جيدة في السياقات الاجتماعية والسلوكية.

أما قيمة  $F$  المحسوبة = 14.508 عند درجات حرية (1، 28) مع مستوى دلالة ( $Sig = 0.000$ ) ، فهي تُظهر أن النموذج ذو دلالة معنوية عالية، ما يعني أن العلاقة بين نظم المعلومات والتعاطف حقيقية وليست عشوائية، ويمكن الاعتماد عليها في التحليل والاستنتاج.

### 3-تحليل اختبار الانحدار للفرضية الفرعية الخامسة

وسوف نستعمل تحليل الانحدار البسيط، وذلك لتحديد أثر المتغير المستقل (الموارد المادية)، على المتغير التابع (الأداء الوظيفي)، وهذا بحساب معامل الانحدار، وقياس معامل التحديد  $R$  square وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (28): نتائج تحليل الانحدار لأثر نظم المعلومات على التعاطف

المتغير المستقل X	معامل الانحدار B	قيمة T المحسوبة	مستوى دلالة	معامل الارتباط R	معامل التحديد $R^2$
التعاطف	0.424	3.809	0.000	0.584	0.341

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS V25

أظهرت نتائج تحليل الانحدار وجود تأثير موجب ودال إحصائياً لاستخدام نظم المعلومات على التعاطف، حيث بلغ معامل الانحدار ( $B = 0.424$ ) ، ما يعني أن كل وحدة زيادة في استخدام نظم المعلومات تُسهم في زيادة مستوى التعاطف بمقدار 0.424 وحدة.

كما أن قيمة  $T$  المحسوبة = 3.809 جاءت عالية نسبياً، ومستوى الدلالة ( $Sig = 0.000$ ) أقل بكثير من 0.05، ما يدل على دلالة إحصائية قوية لهذا الأثر. أي أن نظم المعلومات تسهم بشكل حقيقي في رفع مستوى التعاطف داخل الشركة.

بالإضافة إلى ذلك:

- معامل الارتباط  $R = 0.584$  يدل على وجود ارتباط متوسط القوة بين المتغيرين.
- ومعامل التحديد  $R^2 = 0.341$  يعني أن نظم المعلومات تفسر حوالي 34.1% من التغير في مستوى التعاطف، وهي نسبة مقبولة في الدراسات الاجتماعية والسلوكية.
- بناءً على نتائج تحليل الارتباط والانحدار، فإن الفرضية الفرعية الخامسة (3-5) تُقبل إحصائياً، حيث يوجد أثر ذو دلالة معنوية لاستخدام نظم المعلومات على التعاطف في خدمات التأمين، ويُعد هذا الأثر ذا قوة تفسيرية مقبولة وتأثير إيجابي مباشر.

### المطلب الثالث: نتائج الدراسة

#### نتائج الدراسة التطبيقية

أولاً: نتائج الفرضيات الفرعية

#### الفرضية: (3-1)

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات والاتصال على الملموسية".

معامل الارتباط  $\Rightarrow r = 0.696$  علاقة طردية قوية.

معامل التحديد  $\Rightarrow R^2 = 0.484$  يفسر 48.4% من التغير في الملموسية.

معامل الانحدار  $\Rightarrow (B) = 0.398$  أثر موجب واضح.

$\Rightarrow T = 5.126$  | Sig = 0.000 دلالة معنوية عالية.

النتيجة: قبول الفرضية، يوجد أثر قوي ودال.

#### الفرضية: (3-2)

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات والاتصال على الاعتمادية".

معامل الارتباط  $\Rightarrow r = 0.667$  علاقة طردية قوية.

معامل التحديد  $\Rightarrow R^2 = 0.445$  يفسر 44.5% من التغير في الاعتمادية.

معامل الانحدار  $(B) = 0.494$

$T = 4.739$  | Sig = 0.000

النتيجة: قبول الفرضية، يوجد أثر دال وقوي نسبياً.

#### الفرضية: (3-3)

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات والاتصال على الاستجابة".

معامل الارتباط  $\Rightarrow r = 0.630$  علاقة طردية قوية نسبياً.

معامل التحديد  $\Rightarrow R^2 = 0.396$  يفسر 39.6% من التغير في الاستجابة.

معامل الانحدار  $(B) = 0.351$

$T = 7.743 \mid \text{Sig} = 0.000$

النتيجة: قبول الفرضية، التأثير قوي ودال معنويًا.

#### الفرضية: (3-4)

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات والاتصال على الأمان".

معامل الارتباط  $\Rightarrow r = 0.197$  علاقة طردية ضعيفة.

معامل التحديد  $\Rightarrow R^2 = 0.039$  يفسر 3.9% فقط من التغير في الأمان.

معامل الانحدار  $(B) = 0.170$

$T = 5.996 \mid \text{Sig} = 0.000$

النتيجة: الفرضية مقبولة إحصائيًا، لكن التأثير ضعيف.

#### الفرضية: (3-5)

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام نظم المعلومات والاتصال على التعاطف".

معامل الارتباط  $\Rightarrow r = 0.584$  علاقة طردية متوسطة القوة.

معامل التحديد  $\Rightarrow R^2 = 0.341$  يفسر 34.1% من التغير في التعاطف.

معامل الانحدار  $(B) = 0.424$

$T = 3.809 \mid \text{Sig} = 0.000$

النتيجة: قبول الفرضية، العلاقة متوسطة ودالة.

ثانيًا: نتيجة الفرضية الرئيسية

الفرضية الأساسية:

"يساهم استخدام نظم المعلومات والاتصال في تحسين جودة خدمات التأمين من خلال التأثير على مؤشراتها".

معامل الارتباط  $\Rightarrow r = 0.768$  علاقة طردية قوية جدًا.

معامل التحديد  $\Rightarrow R^2 = 0.589$  يفسر 58.9% من التغير في جودة الخدمات التأمينية.

معامل الانحدار  $(B) = 0.688$

$T = 6.335 \mid F = 40.138 \mid Sig = 0.000$

النتيجة: الفرضية الرئيسية مقبولة بقوة، ويوجد تأثير كبير ودال إحصائيًا لاستخدام نظم المعلومات على تحسين جودة الخدمات التأمينية.

## خلاصة الفصل:

في الختام، يتضح أنّ لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال أثرًا جوهريًا في رفع جودة الخدمات التأمينية لدى الشركة الوطنية للتأمين - وكالة بسكرة، من خلال تعزيز أبعاد الملموسية والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف. فقد أسهمت الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات وشبكات الاتصال والكوادر البشرية المدربة في توفير بيئة معلوماتية متكاملة، تمكّن من إصدار الوثائق بسرعة ودقة وحماية بيانات العملاء، مع إظهار اهتمام شخصي وحلول فورية لمتطلباتهم. وبالتالي، أدّت هذه التحسينات التقنية إلى تعزيز ثقة العملاء وتسهيل الإجراءات وتأمين مطالباتهم في الوقت المناسب، مما يجعل تكنولوجيا المعلومات والاتصال أداةً استراتيجية رئيسية لتحسين جودة الخدمة ورفع تنافسية الشركة في سوق التأمين

الخاتمة

## تفسير نتائج الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر استخدام نظم المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمات التأمينية في الشركة الوطنية للتأمين - (SAA) ولاية بسكرة. وللتحقق من صحة الفرضية الرئيسية، تم إجراء تحليل شامل تضمن ثلاث اختبارات أساسية: معامل الارتباط بيرسون، تحليل التباين (ANOVA)، وتحليل الانحدار البسيط. وقد أظهرت النتائج دلالات معنوية واضحة تدعم فرضية وجود أثر إيجابي قوي لنظم المعلومات على مؤشرات جودة الخدمة.

### 1. قوة العلاقة بين نظم المعلومات وجودة الخدمة التأمينية

تشير نتائج اختبار معامل الارتباط بيرسون إلى وجود علاقة طردية قوية جدًا بين استخدام نظم المعلومات والاتصال وجودة الخدمة التأمينية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ( $r = 0.768$ )، وهي أعلى من جميع معاملات الارتباط المسجلة في الفرضيات الفرعية، مما يؤكد أن الاستخدام الشامل لنظم المعلومات يُحدث تأثيرًا ملموسًا ومركبًا في تعزيز جودة الخدمة بشكل عام. كما أن مستوى الدلالة الإحصائية ( $\text{Sig} = 0.000$ ) يدعم وجود علاقة حقيقية وذات دلالة معنوية عالية بين المتغيرين، وبالتالي يمكن الجزم بأن هذه العلاقة ليست عشوائية وإنما تعكس واقعًا فعليًا داخل الشركة محل الدراسة.

### 2. صلاحية النموذج الإحصائي

تم اختبار صلاحية نموذج الانحدار عبر تحليل التباين، حيث بلغت قيمة  $F$  المحسوبة = 40.138 عند مستوى دلالة ( $\text{Sig} = 0.000$ )، وهي قيمة مرتفعة جدًا تُشير إلى أن النموذج صالح إحصائيًا بدرجة عالية، ويمكن الاعتماد عليه في تفسير العلاقة بين نظم المعلومات ومجمل جودة الخدمة التأمينية.

وبلغ معامل التحديد  $R^2 = 0.589$ ، ما يعني أن نظم المعلومات والاتصال تفسر نحو 58.9% من التغيرات في جودة الخدمة، وهي نسبة قوية تُظهر أثرًا واضحًا لهذا المتغير في تحسين الأداء العام للخدمة التأمينية.

### 3. دلالة وتأثير نظم المعلومات

تشير نتائج تحليل الانحدار البسيط إلى أن معامل الانحدار ( $B = 0.688$ ) يدل على أن كل وحدة زيادة في تطبيق نظم المعلومات تؤدي إلى تحسن قدره 0.688 في مستوى جودة الخدمة التأمينية، وهو تأثير قوي ومباشر، يؤكد أهمية العامل التكنولوجي والرقمي في رفع كفاءة المؤسسة وتحسين تجربة الزبائن.

وبقيمة  $T = 6.335$  ومستوى دلالة  $0.000$ ، تتأكد الدلالة الإحصائية العالية لهذا الأثر، مما يدعم الفرضية الأساسية القائلة بأن نظم المعلومات تساهم بشكل فاعل في تحسين جودة الخدمات التأمينية عبر التأثير على أبعادها المختلفة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف).

### الاستنتاج:

بناءً على ما سبق من نتائج كمية وتحليل إحصائي، يمكن القول إن الفرضية الرئيسية للدراسة تُقبل إحصائيًا. فقد أظهرت النتائج أن استخدام نظم المعلومات والاتصال داخل الشركة الوطنية للتأمين له أثر كبير، دال إحصائيًا، ومباشر على جودة الخدمات التأمينية. ويُعد هذا الأثر شاملاً لجميع الأبعاد المدروسة، بدرجات متفاوتة، ما يعكس الدور الاستراتيجي الحيوي للتكنولوجيا الرقمية في قطاع التأمين.

### توصيات الدراسة:

#### 1. تعزيز الاستثمار في نظم المعلومات المتقدمة

يُصح بزيادة الاهتمام بالبنية التحتية الرقمية داخل الشركة، وذلك من خلال اقتناء أحدث الأجهزة والبرمجيات وربطها بنظم قواعد بيانات مركزية وآمنة، بما يعزز سرعة وكفاءة تقديم الخدمة التأمينية.

#### 2. تفعيل تقنيات الذكاء الاصطناعي والتحليلات التنبؤية

بما أن نظم المعلومات أثبتت تأثيرًا واضحًا على الاعتمادية والاستجابة، يمكن دمج أدوات الذكاء الاصطناعي لتحسين توقع احتياجات العملاء، ومعالجة المطالبات بشكل أوتوماتيكي، وتسريع اتخاذ القرار.

#### 3. التركيز على جانب الأمان السيبراني

نظرًا لضعف العلاقة بين نظم المعلومات والأمان في الدراسة، توصي الشركة بتطوير سياسات أمن معلومات قوية، تشمل حماية قواعد البيانات، تشفير المعاملات، وتدريب الموظفين على إدارة المعلومات الحساسة.

#### 4. تنمية البعد الإنساني في استخدام التكنولوجيا

أظهرت النتائج وجود علاقة بين نظم المعلومات و"بُعدي" التعاطف و"الاستجابة"، لذا يجب استثمار التكنولوجيا لتقوية العلاقات الإنسانية مع العملاء، من خلال أدوات التواصل الذكي، وتخصيص الخدمات حسب كل حالة.

#### 5. تنظيم دورات تدريبية دورية للعاملين

لرفع فعالية نظم المعلومات، من الضروري تدريب الإطارات والموظفين على كيفية استخدام الأنظمة الإلكترونية بطريقة فعالة وآمنة، وتعزيز ثقافة الابتكار والتكيف الرقمي داخل المؤسسة.

### 6. الاهتمام بتجربة المستخدم الرقمي

توصى الشركة بتحسين موقعها الإلكتروني ومنصات الخدمة الذاتية الرقمية لجعلها أكثر تفاعلية، شفافية، وسهولة في الاستخدام، بما يعزز جودة الخدمة على مستوى الملموسية والتواصل.

### 7. إجراء دراسات تقييم دوري لمستوى الجودة

يجب اعتماد تقييم دوري (ربع سنوي أو نصف سنوي) لأداء نظم المعلومات وتأثيرها على جودة الخدمة من خلال مقاييس كمية واستبيانات العملاء والموظفين، لضمان التحسين المستمر.

### 8. التوسع في الأتمتة والتكامل بين الأنظمة

من المهم أن تعمل نظم المعلومات كمنظومة موحدة تشمل كل مصالح الشركة (الإدارية، المالية، التعويضات، خدمة الزبائن) لتحقيق أقصى استفادة ممكنة وتحسين الاعتمادية والاستجابة.

## قائمة المراجع

### 1. أولاً: المراجع باللغة العربية

#### الكتب والمطبوعات:

1. بحتي، إبراهيم). 2004-2005. (تكنولوجيا نظم المعلومات في الشركات الصغيرة والمتوسطة (مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية). ورقة: جامعة قاصدي مرباح.
2. قباني، ثناء علي). 2003-2002. (نظم المعلومات المحاسبية. الإسكندرية: الدار الجامعية.
3. السالمي، علاء عبد الرزاق، والسليطي، إبراهيم خالد). 2008. (الإدارة الإلكترونية (ط1). عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
4. السعيد، بركة فوزي، شوقي، فوزي، وزكري، إيمان). 2017. (أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون بالشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (المجلد 01). أم البواقي: مجلة دراسات اقتصادية، جامعة العربي بن المهيدي.
5. العلاق، بشير). 2002. (تطبيقات تكنولوجيا المعلومات. عمان: مؤسسة الوراق.
6. البليل، محمد اسماعيل). 2005. (نظم المعلومات الإدارية. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
7. بوخلوة، باديس). 2016-2015. (أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة المنتجات النفطية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). ورقة: جامعة قاصدي مرباح، كلية العلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال.
8. دروي، عبد الرحيم فؤاد والعارف، أحمد أبو بكر). 2013. (مزايا ومعيقات تبني تطبيقات شبكة الإنترنت في شركات التأمين. مجلة الأبحاث الاقتصادية.
9. عريقات، ح. م.، وسعيد جمعة، ع). 2016. (مبادئ التأمين (ط1). عمان: دار البداية ناشرون وموزعون.
10. العيواني، عواطف يونس إسماعيل). 2004. (انعكاسات التجارة الإلكترونية على الأداء التسويقي للمنظمات الخدمية. الموصل: كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
11. عمارة، مسعودة، وعباس، راضية). 2022. (رقمنة خدمات التأمين: شركات التأمين الجزائرية نموذجاً (المجلد 13). المجلة الأكاديمية للبحث القانوني.
12. فتحي، علاء فرحان وآخرون). 2010. (المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن (ط1). دمشق: دار صفاء للنشر والتوزيع والطباعة.
13. خفوس، سهيلة). 2019. (محددات جودة الخدمة التأمينية وأثرها على إنتاج شركات التأمين في الجزائر (أطروحة دكتوراه. LMD البليدة: جامعة لونييسي علي.

14. عزة، هشام بن، وسهام موفق. (بلا تاريخ). تطبيقات التكنولوجيا الناشئة (الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية) في شركات التأمين لتعزيز الشمول المالي الرقمي (المجلد 09). مجلة الدراسات القانونية.
  15. الغراب، كمال). 1991. (نظم المعلومات الإدارية: مدخل كمي وإداري (ط1). مصر: مكتبة الإشعاع الفنية.
  16. المطياز، أحمد، وسعيد بازين). 2020-2021. (دور نظم المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية حول الشركات الاقتصادية الجزائرية. غرداية: جامعة غرداية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية.
  17. نافع، أحمد، المدادحة، عبد الرزاق عدنان، والذبابات). 2014. (اقتصاديات المعلومات والمعرفة (ط1). عمان: دار الرواد.
  18. رشيدة، حدي). 2021-2022. (دور نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في الشركة: دراسة حالة لمؤسسة العمومية الاستشفائية لقصر الشلالة. تيارت: جامعة ابن خلدون، ملحقة قصر الشلالة.
  19. نعيمات، عبد الحميد). 2019. (نمذجة العلاقة بين إدراك وجودة الخدمة ورضا الزبون (المجلد 16). الأغواط: مجلة دراسات جامعة الأغواط.
  20. العالول، إياد فتحي). 2011. (قياس جودة الخدمات: دراسة ميدانية في قطاع غزة. غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية.
  21. بوخرو، فتيحة). 2012. (الدور الاستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين: تقييم خدمة الشركة الجزائرية للتأمينات من منظور العملاء (المجلد 12). سطيف: مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير.
  22. سميحة بلحسين). 2012. (تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون: مذكرة ماستر تسويق الخدمات. ورقلة: جامعة قاصدي مرباح.
  23. دروي، عبد الرحيم فؤاد، والعارف، أحمد أبو بكر). 2013. (مزاي ومعوقات تبني تطبيقات شبكة الإنترنت في شركات التأمين. رسالة ماجستير في الاقتصاد. الجزائر: جامعة الجزائر.
  24. رشيدة، حدي). 2021-2022. (دور نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في الشركات الصحية. تيارت: جامعة ابن خلدون، ملحقة قصر الشلالة.
- المقالات والأبحاث العلمية:**
25. اوغديني، هدى). (2008-2009). "اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة: دراسة ميدانية بالشركة المينائية". سكيكدة: جامعة عنابة.

26. العالول، إياد فتحي. (2011). "قياس جودة الخدمات التي تقدمها شركة جوال من وجهة نظر الزبائن في محافظات قطاع غزة." غزة: كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر.
27. شادلي، شوقي. (2008). "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة." ورقلة: جامعة قاصدي مرباح.
28. الزيواني، عواطف يونس إسماعيل. (2004). "انعكاسات التجارة الإلكترونية على الأداء التسويقي للمنظمات الخدمية." الموصل: مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل.
29. عيد، أحمد أبو بكر، والفارس، عبد الرحيم فؤاد. (2013). "مزايا ومعوقات تبني تطبيقات شبكة الإنترنت في شركات التأمين." مجلة الأبحاث الاقتصادية.
30. بوحرو، فتيحة. (2012). "الدور الاستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين: دراسة تقييمية من منظور العملاء لشركة الجزائرية للتأمينات." مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد 12.
31. مسعودة عمارة، وعباس راضية. (2022). "رقمنة خدمات التأمين: شركات التأمين الجزائرية نموذجاً." المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، المجلد 13.
32. سكفالي، حسين، ومقلانتي، مروة. (2019-2020). "نظم المعلومات الإدارية وأثرها على الأداء الوظيفي للعاملين: دراسة حالة." قالة: مجلة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945.
3. رسائل جامعية وأطاريح:
33. بوخلوة، باديس. 2015-2016. (أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة المنتجات النفطية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). ورقلة: جامعة قاصدي مرباح، كلية العلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال.
34. خفوس، سهيلة. 2019. (محددات جودة الخدمة التأمينية وأثرها على إنتاج شركات التأمين في الجزائر) (أطروحة دكتوراه). (LMD البلدية: جامعة لونييسي علي.
35. سميحة بلحسين. 2012. (تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون) (مذكرة ماستر في تسويق الخدمات). ورقلة: جامعة قاصدي مرباح.

ثانياً: المراجع الأجنبية

- ertalanffy, L. von, & Ludwig, V. (1968). *General System Theory: Foundation, Development, Application*. New York: George Braziller. .36
- Porter, M. E. (2001). “Strategy and the Internet.” *Harvard Business Review*, باريس. .37
- Boulding, W., Staelin, R., Ehret, M., & Johnston, W. J. (2005). “A Customer Relationship Management Roadmap: What Is Known, Potential, and Challenges.” *Journal of Marketing*, 69(4), 155–166. .38
- Constantinides, E., & Fountain, S. J. (2008). “Web 2.0: Conceptual Foundations and Marketing Issues.” *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 9(3), 231–244. .39
- Hermida, A. (2010). “Twittering the News: The Emergence of Ambient Journalism.” *Journalism Practice*, 4(3), 297–308. .40

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). “Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media.” *Business Horizons*, 53(1), 59–68. .41
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. .42
- Qualman, E. (2018). *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business* (3rd ed.). Wiley. .43
- Solomon, M. R. (2014). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (11th ed.). Pearson. .44

# فهرس المحتويات

	الشكر والاهداء
	ملخص الدراسة
	قائمة الجداول والاشكال
أ/ج	مقدمة عامة
	الفصل الاول
02	تمهيد
03	المبحث الاول: نظم المعلومات
03	المطلب الأول: مفهوم نظم المعلومات
08	المطلب الثاني: خصائص نظم المعلومات وأهدافها
11	المطلب الثالث: انواع نظم المعلومات ومكانتها في الشركة
13	المبحث الثاني: الاطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية
13	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة التأمينية
15	المطلب الثاني : اهمية و خصائص جودة الخدمات التأمينية
17	المطلب الثالث : مؤشرات ونماذج تقييم جودة الخدمات التأمينية
23	المبحث الثالث: علاقة نظم المعلومات بجودة الخدمات التأمينية
23	المطلب الاول: علاقة نظم المعلومات والاتصال بجودة الخدمات التأمينية
24	المطلب الثاني: علاقة نظم المعلومات برضا الزبون
26	المطلب الثالث : أثر تطبيق التكنولوجيا على جودة الخدمات التأمينية
33	خلاصة الفصل:.
	الفصل الثاني
35	تمهيد
36	المبحث الأول: المبحث الأول: الشركة الوطنية للتأمين (SAA) - وكالة بسكرة -
36	المطلب الأول: تقديم الشركة الوطنية للتأمين (SAA)
38	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للشركة الوطنية للتأمين (SAA)
43	المطلب الثالث: الشركة الوطنية للتأمين وكالة بسكرة

46	المطلب الرابع: المنتجات المقدمة من طرف الشركة الوطنية للتأمين - وكالة بسكرة
48	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
48	المطلب الأول: أدوات جمع البيانات
50	المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة
50	المطلب الثالث: الثبات والاتساق الداخلي للاستبيان واختبار التوزيع الطبيعي
55	المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
55	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة
59	المطلب الثاني: تحليل البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة
81	المطلب الثالث: نتائج الدراسة
84	خلاصة الفصل:
86	خاتمة عامة
90	قائمة المراجع
	ملاحق

# الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

## تصريح شرفي

(خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث)

أنا الممضي أسفله،

السيد (ة): .....الصفة: .....طالب.....

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: .....والصادرة بتاريخ: .....

المسجل بكلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: .....

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج في الماستر عنوانها:

.....

.....

.....

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: .....

توقيع المعني