

التأمين الرقمي في الجزائر: دراسة استطلاعية لتوجهات المستهلكين نحو تبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين

Digital Insurance in Algeria: An Exploratory Study of Consumer Attitudes Toward the Adoption of Digital Technologies in the Insurance Sector

زرادنة محمد¹

Zeradna Mohamed¹

¹ مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، جامعة تيسمسيلت، mohamed.zeradna@univ-tissemsilt.dz

تاريخ النشر: 2026/06/30

تاريخ القبول: 2026/06/25

تاريخ الاستلام: 2026/04/15

ملخص:

تهدف الدراسة الى تحليل واقع التحول الرقمي في قطاع التأمين في الجزائر، من خلال دراسة وتحليل توجهات المستهلكين الجزائريين نحو تبني مختلف التقنيات الرقمية في قطاع التأمين، وقد تمّ الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات باستخدام الاستبيان، حيث تم توزيع استمارة بحجم 120 مفردة، وتحليلها باستخدام برنامج *SpssV25*. أظهرت نتائج الدراسة أنّ هنالك وعياً متزايداً لدى المستهلكين الجزائريين بالتقنيات الرقمية في قطاع التأمين، ويرجع ذلك الى الإنتشار الواسع لهذه التقنيات، كما تبين أنّ مستوى الوعي الرقمي لدى المستهلكين يرتبط بشكل مباشر بتبنيهم هذه التقنيات، إذ يلاحظ أنّ زيادة الوعي تقود الى إستعداد أكبر للإعتماد عليها مع تأثير واضح للثقة والأمان الرقمي في القرار النهائي للمستهلكين. كلمات مفتاحية: التحول الرقمي، التأمين، التأمين الرقمي، سلوك المستهلك.

تصنيفات JEL: 033، G22، D91

Abstract:

This study aims to analyze the current state of digital transformation in the insurance sector in Algeria by examining and analysing Algerian consumers' attitudes toward adopting various digital technologies within the insurance industry. The study adopts a descriptive-analytical approach, relying on primary data collected through a questionnaire administered to a sample of 120 respondents. The data were analyzed using SPSS version 25.

The findings reveal a growing awareness among Algerian consumers regarding digital technologies in the insurance sector, which can be attributed to the widespread diffusion of associated with consumers' adoption of such technologies; increased awareness leads to a greater willingness to rely on digital insurance solutions. Moreover, trust and digital security were found to exert a significant influence on consumers' final adoption decisions.

Keywords: Digital transformation, Insurance, Digital insurance, Consumer behavior.

JEL Classification Codes: O33, G22, D91

المؤلف المرسل: زرادنة محمد ، الإيميل: mohamed.zeradna@univ-tissemsilt.dz

1. مقدمة:

في عالم اليوم التنافسي، وبفضل تقنيات الجيل التالي، إذا كانت الشركات بحاجة إلى النجاح، فيجب عليها تلبية احتياجات العملاء المتغيرة باستمرار، ومنصة رقمية هي وسيلة للقيام بذلك. هذا هو السبب في أن توصيل النظام الأساسي الرقمي هو خيار فعال للغاية. للحفاظ على المنافسة، يجب أن تظل الشركات على رأس الاتجاهات وأن تكون في وضعها للاستفادة من الحلول الرقمية والتكنولوجيا المتطورة.

تشهد صناعة التأمين تحولاً كبيراً مع استمرار التقنيات الرقمية في إعادة تشكيل مشهدها. لم يعد التحول الرقمي في مجال التأمين اتجاهًا بل ضرورة للبقاء والنمو. ومع توقع المستهلكين على نحو متزايد لتجارب سلسلة وشخصية وفعالة، يتعين على شركات التأمين التكيف لتلبية هذه المطالب

يشير التحول الرقمي في مجال التأمين إلى دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات الأعمال، مما يؤدي إلى تغيير جذري في كيفية عمل شركات التأمين وتقديم القيمة لحاملي وثائق التأمين. ويأتي هذا التحول مدفوعاً بالحاجة إلى تحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز تجربة العملاء والحفاظ على القدرة التنافسية في سوق سريع التطور.

1.1 الإشكالية

أدى التوسع في استخدام التقنيات الرقمية إلى إحداث تغييرات جوهرية في طريقة تقديم خدمات التأمين، ما يطرح تساؤلات حول مدى استعداد المستهلك الجزائري لتبني هذه الحلول الجديدة، وعليه فالدراسة الحالية تبحث في الإشكالية التالية:

- ما هي اتجاهات المستهلك الجزائري نحو تبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين؟
- تندرج ضمن الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية:
- ما مدى وعي المستهلكين الجزائريين بالتقنيات الرقمية في قطاع التأمين؟
- هل توجد علاقة بين وعي المستهلكين بالتقنيات الرقمية واستعدادهم لتبنيها في قطاع التأمين؟
- فيما تتمثل أهم المخاوف والتحديات التي تواجه المستهلك الجزائري لتبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين؟

2.1 فرضيات الدراسة

- تختبر الدراسة الحالية مجموعة من الفرضيات تم صياغتها كما يلي:
- لدى المستهلكين الجزائريين وعي بالتقنيات الرقمية في قطاع التأمين؛
- هناك علاقة إيجابية بين وعي المستهلكين بالتقنيات الرقمية واستعدادهم لتبنيها في قطاع التأمين؛
- تؤثر المزايا التي تقدمها التقنيات الرقمية في قطاع التأمين على قرار المستهلكين نحو تبني هذه التقنيات.

3.1 أهداف الدراسة

- تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نوجزها فيما يلي:
- تقديم إطار نظري يجمع بين التحول الرقمي وقطاع التأمين؛
- تحديد أهمية التقنيات الرقمية في صناعة الخدمات التأمينية؛
- تحليل توجهات المستهلك الجزائري نحو تبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين؛
- تحديد أهم العوامل التي تشكل تحديات ومخاوف لدى المستهلك الجزائري نحو تطبيق التقنيات الرقمية في قطاع التأمين.

4.1 أهمية الدراسة

تكتسب الدراسة أهمية كبيرة في سياق التحولات الرقمية التي تشهدها مختلف القطاعات في الجزائر، حيث تساهم الدراسة في فهم توجهات المستهلكين الجزائريين نحو تبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين من خلال تسليط الضوء على العوامل المؤثرة في تبني هذه التقنيات مثل الوعي التكنولوجي، الثقة والأمان الرقمي، بالإضافة إلى الوعي بالقيمة المضافة التي توفرها التقنيات الرقمية، كما توفر الدراسة رؤى مهمة حول كيفية استجابة السوق الجزائري للتطورات التكنولوجية في قطاع التأمين، وتحديد الفرص والتحديات التي تواجه رقمنة قطاع التأمين في الجزائر، ومن ثم وضع استراتيجية فعالة لدعم هذا التحول.

5.1 منهج الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة شاملة للأدبيات ذات العلاقة بالموضوع، بالإضافة إلى استخدام الأدوات البحثية مثل الاستبيان لجمع المعلومات من المستهلكين الجزائريين، ليتم بعدها تحليل الاستبيان باستخدام برنامج spss، وتقديم النتائج حول مدى استعداد المستهلك الجزائري لتبني التقنيات الرقمية في صناعة الخدمات التأمينية.

6.1 الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: دراسة محمد عبد اللطيف زايد، السيد الشربيني الأشقر، علاء محمد شكري، هبة الله عبد الصبور أمين بعنوان: **التأمين الرقمي: دراسة تطبيقية على قطاع التأمين السعودي**، هدفت الدراسة إلى تحليل واقع قطاع التأمين في ظل التحول الرقمي في المملكة السعودية، وتم استخدام الاستبيان كأداة للدراسة بحجم 228 مفردة موجهة إلى حملة الوثائق التأمينية واستطلاع آرائهم حول جودة الخدمات الإلكترونية التي تقدمها شركات التأمين وأثرها في مدى استفادتهم من خدمات التأمين الرقمي التي تتيحها الشركة، توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي في قطاع التأمين في السعودية لا يزال في حاجة إلى تطوير كبير من حيث الشمولية وتنوع الخدمات، وأن نجاح ذلك يرتبط بجودة الخدمة الإلكترونية المدركة لدى العملاء.

الدراسة الثانية: دراسة سامية معزوز بعنوان "أثر تطبيق التأمين التكنولوجي في دعم نشاط شركات التأمين: دراسة عدد من شركات التأمين في الجزائر" (مجلة دراسات اقتصادية المجلد 9، العدد 1، جوان 2022، ص 289-309)، هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق التأمين التكنولوجي على نشاط شركات التأمين في الجزائر، وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي واستخدام الاستبيان كأداة للدراسة، وتم تحديد عينة الدراسة ممثلة في موظفي عدد من شركات التأمين المتواجدة في الجزائر بحجم 70 مفردة، ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة مساهمة التأمين التكنولوجي في تخفيض سعر الخدمات التأمينية الأمر الذي يؤدي إلى جذب عملاء جدد وزيادة القدرة التنافسية لشركات التأمين.

الدراسة الثالثة: دراسة Dariusz Pauch, Anna Bera بعنوان "Digitization in the insurance sector – challenges in the face of the Covid-19 pandemic"، هدفت الدراسة إلى استعراض عمليات الرقمنة التي تحدث في قطاع التأمين في مواجهة أزمة كوفيد-19، وقد تمت دراسة الموضوع من خلال تحليل الأدبيات والاتجاهات الرقمية في القطاع، بالإضافة إلى تحليل البيانات الثانوية من تقارير دولية ومحلية. خلصت النتائج إلى أن التكنولوجيا الحديثة والرقمنة لها تأثير كبير على توقعات العملاء، خاصة بعد تفشي الوباء، كما تم التركيز على أهمية أنظمة دعم اتخاذ القرار واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وتقنيات التعرف على الصوت والصورة في دعم المستخدمين.

الدراسة الرابعة: دراسة HEBAH SALAMEH بعنوان "The Impact of Technological Development on Digitizing the Insurance Sector in Palestine NEAR EAST UNIVERSITY, GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES,)، (INTERNATIONAL BUSINESS PROGRAM، 2021)، تركز هذه الدراسة على قطاع التأمين في فلسطين وتهدف إلى دراسة العلاقة بين التطور التكنولوجي (الأجهزة والبرامج وقواعد البيانات والشبكات) ورقمنة قطاع التأمين (التسويق الرقمي والبيع عبر

الإنترنت والأمان عبر الإنترنت). تم جمع البيانات من خلال استخدام استبيان، يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء شركات التأمين الفلسطينية بحجم 230 مفردة. وقد تضمن تحليل البيانات حساب الإحصاءات الوصفية، فضلاً عن تحليل العوامل والانحدار وتحليل الارتباط. وأشارت نتائج البحث إلى أن التطور التكنولوجي ورقمنة قطاع التأمين كانا ذا دلالة إحصائية، علاوة على ذلك، وجد أن البرمجيات وقواعد البيانات لها أعلى تأثير من بين جميع مكونات التطور التكنولوجي على رقمنة قطاع التأمين والتسويق الرقمي والأمن عبر الإنترنت. حيث كان للشبكات أعلى تأثير على البيع عبر الإنترنت. يوفر النموذج المفاهيمي الذي تم تطويره في هذا البحث علاقات التطور التكنولوجي (الأجهزة والبرامج وقواعد البيانات والشبكات) التي يمكن أن تستخدمها إدارة شركات التأمين كدليل للتأثير بشكل إيجابي على رقمنة قطاع التأمين لعملائها.

التعقيب على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض أهم الدراسات السابقة يتضح أنها تناولت التحول الرقمي في قطاع التأمين في سياقات مختلفة، مع التركيز على تأثير التكنولوجيا الحديثة في تحسين جودة الخدمات التأمينية، كما يظهر أن هذه الدراسات ركزت على تحليل الوضع الراهن في دول معينة مثل السعودية، فلسطين والجزائر، كما قامت باستخدام أدوات مثل الاستبيان بالإضافة إلى البيانات الثانوية، وعلى الرغم من أهمية هذه الدراسات، إلا أن معظمها نظر إلى تأثير الرقمنة من منظور الشركات أو التوجهات العامة في القطاع، مع تسليط الضوء على التحولات التكنولوجية ودورها في تحسين كفاءة الخدمات أو جذب العملاء. كذلك، تناولت بعض الدراسات تأثيرات جائحة كوفيد-19 على قطاع التأمين، مُظهرَةً أهمية الرقمنة في تلبية احتياجات العملاء في ظل الظروف الاستثنائية.

وتختلف الدراسات السابقة عن الدراسة الحالية في تركيز الأخيرة على المستهلك الجزائري بشكل خاص. بينما ركزت الدراسات السابقة على التحولات التكنولوجية أو آراء الشركات، ولم تركز بدرجة كافية على توجهات المستهلكين نحو تبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين، وهو ما تمثله الدراسة الحالية، والتي تسعى لفهم كيفية استجابة المستهلكين الجزائريين للابتكارات الرقمية في هذا القطاع. كما أن الدراسة الحالية تأخذ في الاعتبار العوامل الثقافية والاجتماعية التي قد تؤثر على قبول هذه التقنيات في الجزائر، وهو جانب لم يتم التطرق إليه بشكل واسع في الدراسات السابقة. لذلك، يمكن القول إن هناك حاجة ملحة لاستكشاف توجهات المستهلكين في الجزائر وتحليل مستوى استعدادهم لتبني التأمين الرقمي في ظل المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية الخاصة بالبلاد.

2. الإطار النظري للتحول الرقمي في قطاع التأمين: المفهوم، الأهمية والمتطلبات

1.2 تعريف التأمين

يعد التأمين الطريقة التي يتم بها التعامل مع الخطر، تتمثل وظيفته الأساسية في استبدال اليقين بعدم اليقين فيما يتعلق بالتكلفة الاقتصادية لأحداث الخسارة. هدفه حماية الأفراد والمؤسسات من المخاطر الناتجة عن أحداث غير متوقعة مما يساهم في تحقيق الاستقرار المالي وتعزيز الأمان الشخصي.

عرف (حميد، 2020، ص10) التأمين من الناحية القانونية بأنه "عقد يلتزم المؤمن (شركة التأمين) بمقتضاه أن يؤدي إلى المؤمن له أو إلى المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغاً من المال أو أيراداً مرتباً أو عوضاً مالياً آخر في حالة وقوع الحادث أو تحقق الخطر المعين بالعقد، وذلك مقابل قسط أو دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له إلى المؤمن".

من وجهة نظر شركة التأمين؛ فمفهوم التأمين هو "آلية أو خدمة" لنقل مخاطر معينة من الخسائر المالية إلى شخص آخر يسمى شركة التأمين، في مقابل دفع مبلغ ثابت متفق عليه وجب سداؤه قبل قيام شركة التأمين بخدمة المطالبة. (francois, 1998, p2)

وفي سياق تعريف التأمين، نقدم التعريف الموالي (زيد، 2006، ص34) والذي يتضمن مفهوم الخسارة: التأمين هو "توزيع الخسائر العرضية من خلال نقل الأخطاء أو تحويلها من المؤمن لهم إلى شركات التأمين التي تقبل تعويض مثل هذه الخسائر عند تحقق تلك الأخطار".

إن ممارسة شركات التأمين للنشاط التأميني يتمثل في إصدارها لوثائق تأمينية ترتبط بمجموعة من المخاطر مثل السرقة، الحريق والمسؤولية المدنية. أيضا يشتمل التأمين على الممتلكات الخاصة بالمواطنين كالسيارات والشركات ودور السكن. ولا يقتصر التأمين على ذلك فقط، بل يمتد إلى مجالات وأنشطة أخرى كالتأمين البحري والهندسي والتأمين الزراعي وغيرها من أنشطة الأفراد وحتى التأمين على الحياة وكل ذلك وفق وثائق متنوعة. (حميد، 2020، ص10)

يمكن تعريف التأمين بأنه عقد يُعرف ببوليصة يتم بموجبه تقديم حماية مالية للأفراد أو الشركات ضد الخسائر المحتملة من قبل شركة التأمين. يعتمد مبدؤه الأساسي على دفع مبالغ صغيرة بشكل دوري مقابل حماية من خسائر كبيرة غير متوقعة. يقوم العديد من حاملي الوثائق بتجميع مخاطرهم معاً، ويغطي أي ضرر يحدث من خلال الأقساط التي يدفعونها. بذلك، يوفر التأمين آلية للمساعدة في التعافي المالي في حال حدوث أضرار غير متوقعة.

2.2 تعريف التأمين الرقمي

يلقي مصطلح "التأمين الرقمي" شبكة واسعة عبر مختلف التقنيات والعمليات التشغيلية وتجارب العملاء، ولكنه نموذج تكنولوجي أولاً يشير مباشرة إلى منتجات التأمين التي يتم تسليمها وإدارتها بالكامل من خلال القنوات الرقمية.

وقد تم تعريف التأمين الرقمي (زايد، 2019، ص193) بأنه التحويل الرقمي، بمعنى تحويل الخدمات التأمينية التي تقدمها شركات التأمين من صيغتها التقليدية إلى خدمات رقمية، أي أتمتة العمليات وذلك بهدف تعزيز الكفاءة والسرعة، وترتبط الأتمتة باستخدام أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات التي تقوم على المعالجة والتحكم في مختلف الأنشطة وفي جميع الميادين صناعية، تجارية وخدمانية من أجل السير الحسن للأعمال وتقليل الخطأ.

وفق هذا التعريف؛ فإن التأمين الرقمي هو المصطلح المختصر المستخدم للإشارة إلى اتجاهات التحول الرقمي في قطاع التأمين، ببساطة إنه استخدام التقنيات الرقمية لإجراء تحسينات على العمليات والمنتجات من قبل مقدمي خدمات التأمين. وتتطلب عملية التحول الرقمي في قطاع التأمين تطبيق عدة أساليب متطورة وحديثة تخدم عملية التحول، منها: (علي، 2024، ص127)

- تطوير منصات رقمية تشمل المواقع الإلكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية لتسهيل تقديم الخدمات والمنتجات التأمينية للعملاء؛
- توظيف تقنيات تحليل البيانات الضخمة لتحسين التسعير، ودقة الاكتتاب، ومعالجة الطلبات بشكل أكثر فاعلية؛
- الاستفادة من الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي للارتقاء بمستوى الأداء، وتقديم تجربة مخصصة تسهم في تعزيز رضا العملاء.

وعليه يمكن تعريف التأمين الرقمي بالقول أنه: حوسبة خدمات التأمين التقليدية. بمعنى أدق رقمنة جميع عمليات التأمين واستبدال التواجد المادي للتأمين بالتواجد عبر الإنترنت، وإلغاء حاجة المستهلك لزيارة مؤسسات التأمين؛ إذ يمكن التأمين الرقمي العملاء من الوصول إلى منتجات وخدمات التأمين المختلفة عبر منصة إلكترونية أو عبر الإنترنت. تستخدم هذه المنصات خدمة العملاء عبر الإنترنت.

3.2 أهمية التحول الرقمي في قطاع التأمين

التحول الرقمي هو مصطلح يستخدم بشكل متكرر ومتنوع، ويمكن تعريف المصطلح على أفضل وجه بأنه الاستفادة من قوة التكنولوجيا لإعادة النظر في نماذج الأعمال واستقطاب العملاء إلى قنوات جديدة وخلق تجارب مستخدم أساسية.

إن التحول الرقمي مهم للعديد من الصناعات؛ ومع ذلك، فهو يمثل أولوية تجارية لقطاع التأمين. ولا يتعلق الأمر بتبني عملية مبتكرة أو خارجية بحتة؛ فالتحول الرقمي في التأمين يتطلب نموذج أعمال مبتكرًا يركز على احتياجات العملاء، والمزيد من المنتجات والخدمات المتصلة، والتقنيات الناشئة والبيانات في الوقت الفعلي. كما يتوقع العملاء بشكل متزايد علاقة شبه فورية

مع شركة التأمين فيما يتعلق بالتقديمات والمطالبات وخاصة لرعاية العملاء. ويمكن تلخيص أهمية التحول الرقمي لقطاع التأمين فيما يلي: (Sherif, 2019, p27-28)

- أ- **التقليل من المستندات الورقية:** في التحول الرقمي، يتم اعتماد شركات التأمين على المعاملات الإلكترونية دون الحاجة إلى استخدام الورق في بيع المستندات أو عدد المطالبات، كما يمكن ختم العقود بالتوقيعات الرقمية وأيضاً الدفع الإلكتروني؛
 - ب- **اختصار المسافة بين الشركات:** يعمل التحول الرقمي على تقليص الفجوة بين الشركات الكبيرة والصغيرة من خلال تمكين الأخيرة من الوصول إلى الأسواق المحلية والدولية دون الحاجة لبنية تحتية ضخمة. يساعد ذلك في جعل الشركات الصغيرة تتنافس بشكل متساوٍ مع الشركات الكبرى باستخدام نفس الطرق الإلكترونية في الشراء والبيع وتقديم الخدمات؛
 - ت- **مكافحة الاحتيال:** مكافحة الاحتيال تصبح أسهل باستخدام التكنولوجيا، حيث تساعد التقنيات الرقمية في تسريع العمليات وتحسين الخدمة للعملاء دون التأثير عليهم. إذ تمكن التقنيات الحديثة من تحليل كميات كبيرة من البيانات بسرعة ودقة، مما يساهم في كشف الاحتيال وتبسيط الإجراءات؛
 - ث- **إمكانية الوصول:** توفر شركات التأمين خدماتها للأفراد في المناطق النائية والريفية، مما يتيح لهم الوصول إلى التأمين دون الحاجة للسفر أو التواصل المباشر؛
 - ج- **الفحص البصري:** يساهم الفحص البصري في تسريع عملية معالجة المطالبات وكشف الاحتيال من خلال التقييم الآلي للصور والفيديوهات. يساعد ذلك في إجراء مقارنات موضوعية والكشف عن السمات البارزة؛
 - ح- **الناتج القومي الإجمالي:** إن زيادة معدلات النمو في حجم أقساط التأمين أو الاستثمارات في قطاع التأمين، فضلاً عن تحسين البيئة التشريعية لهذا القطاع، يؤدي إلى زيادة الناتج القومي.
- تظهر أهمية التحول الرقمي في قطاع التأمين في مختلف المزايا والفوائد التي يمكن أن يجلبها التحول الرقمي في صناعة التأمين؛ إذ يمكن أن تساعد الرقمنة في شركات التأمين على فهم عملائها بشكل أفضل من خلال تحليل البيانات، والتي بدورها يمكن أن تساعد في تطوير منتجات أكثر تخصيصاً وتحسين الاحتفاظ بالعملاء.
- إضافة إلى ذلك، يمكن أن تساعد التقنيات الرقمية شركات التأمين على أتمتة العمليات اليدوية، مما يؤدي إلى زيادة الكفاءة وتقليل التكاليف، وبالتالي، يعد التحول الرقمي ضرورياً لقطاع التأمين من أجل القدرة على المنافسة وتقديم أفضل تجربة ممكنة للعملاء.

4.2 متطلبات التحول الرقمي في قطاع التأمين

من أجل البقاء في المنافسة، تتطلب قطاع التأمين بناء منتج رقمي يمكن تبنيه بسهولة من قبل العملاء؛ لقد تغيرت توجهات المستهلكين الآن ويتوقعون تجربة رقمية من شركات التأمين الخاصة بهم؛ ومن أجل تلبية هذه التوقعات تحتاج شركات التأمين إلى رقمنة منتجاتها وعملياتها، ولتحقيق ذلك يجب توفر مجموعة من المتطلبات كما يلي: (العري، 2025)

- ضرورة توفر البنية التحتية التكنولوجية اللازمة لهذا التحول، وتشكل البنية التحتية الرقمية قضية عامة تعنى بها جميع الدول؛
- أن تكون هناك رغبة وإرادة واضحة لدى الجهات الرقابية المسؤولة عن شركات التأمين؛
- مدى استعداد شركات التأمين لتبني هذا التحول من خلال تحديد استراتيجيات تحول واضحة؛

- ضرورة توفر كادر وظيفي مؤهل لديه الرغبة والإمكانات مع توفير التدريب نحو التحول الرقمي؛
- توفير الحماية اللازمة للبرامج والتطبيقات من الاختراقات والقرصنة التي تهدد أمن المعلومات؛
- نشر المعرفة التقنية اللازمة لدى المتعاملين مع شركات التأمين حول فوائد وأهمية التحول الرقمي في القطاع.

بإجمال، يعد التحول الرقمي في قطاع التأمين خطوة أساسية لتحسين الكفاءة التشغيلية وتعزيز تجربة العملاء من خلال تقديم منتجات وخدمات مبتكرة، وأن تحقيق ذلك إنما يتطلب بالأساس استراتيجية واضحة من قبل شركات التأمين نحو تبني هذه التقنيات بكفاءة والعمل على توفير متطلبات هذا التحول من خلال تدريب الموظفين وتنمية الثقافة الرقمية لديهم من جهة، ومن جهة ثانية العمل على نشر المعرفة التقنية لجمهور العملاء.

في النهاية، التحول الرقمي في قطاع التأمين ليس مجرد تبني تقنيات حديثة؛ بل هو خطة عمل تستهدف تحديث الأساليب والاستراتيجيات القديمة، من أجل زيادة التفاعل مع العملاء والرفع من تنافسية شركات التأمين في سوق يشهد تطورات تكنولوجية متنامية باستمرار.

3. الدراسة التطبيقية

1.3 إجراءات الدراسة التطبيقية

نستعرض فيما يلي أهم الإجراءات المتبعة في دراسة الحالة، وذلك من خلال تحديد العينة المستهدفة بالدراسة، وأيضا الأدوات المستخدمة، مع تحليل نتائج اختبار أداة الدراسة (معامل ألفا كرونباخ).

1. عينة الدراسة: تم اختيار عينة الدراسة بطريقة مباشرة وهي عينة مستهدفة، وتتمثل مفرداتها في مجموعة الأفراد المستهلكين للمنتجات التأمينية (عملاء شركات التأمين في الجزائر)، والذين يتعاملون مع أكثر من شركة تأمين باختلاف أنواع التأمين، حيث بلغ حجم العينة 120 مفردة.

2. أدوات الدراسة: تم تبويب البيانات ومعالجتها احصائيا ببرنامج spss v25، بالإضافة إلى مجموعة من الأدوات من بينها:

- التكرارات والنسب المئوية فيما يخص تحليل خصائص العينة؛

- معامل ألفا- كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة؛

- مقاييس الإحصاء الوصفية لقياس إدراكات أفراد العينة لمتغيرات الدراسة؛

- الانحدار الخطي البسيط لقياس علاقة الارتباط والتأثير؛

- اختبار T لقياس معنوية علاقة الارتباط؛

- اختبار F لمعرفة قيمة التأثير.

3. ثبات الاستبانة: لقياس ثبات الاستبانة المعتمدة في الدراسة تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)

وننتجه تظهر في الجدول الموالي.

الجدول 01: متغيرات الدراسة الواردة في استمارة الاستبانة ونتائج معامل ألفا كرونباخ

المحور	المتغيرات الرئيسية	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
الأول	بيانات عامة	/	/
الثاني	مستوى الوعي بالتقنيات الرقمية في قطاع التأمين	05	0.761
الثالث	الثقة والأمان في التقنيات الرقمية	05	0.667
الرابع	المخاوف والتحديات من التقنيات الرقمية	05	0.852
الخامس	الاستعداد لتبني التقنيات الرقمية في قطاع	08	0.934

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss v25

أظهرت نتائج معامل ألفا كرونباخ في الجدول أن جميع المتغيرات الرئيسية في الدراسة تتجاوز الحد الأدنى المقبول (0.60)، مما يشير إلى موثوقية جيدة للأدوات المستخدمة في الاستبانة. كان "المستوى الوعي بالتقنيات الرقمية" و"الثقة والأمان" بمعاملات 0.761 و0.667 على التوالي، مما يعكس موثوقية مقبولة. أما "المخاوف والتحديات" و"الاستعداد لتبني التقنيات الرقمية"، فقد حققنا معاملات عالية (0.852 و0.934)، مما يدل على تماسك داخلي قوي للبيانات. بشكل عام، تؤكد النتائج على أن الأداة المستخدمة موثوقة في قياس المتغيرات المختلفة.

2.3 التحليل الوصفي لخصائص العينة

فيما يلي تحليل المتغير الأول من استمارة الاستبانة والمتعلق بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، حيث تم اعتماد التكرارات والنسب المئوية، والنتائج موضحة في الجدول الموالي.

الجدول 02: التحليل الوصفي لخصائص العينة

بيانات عامة	بيانات فرعية	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	65	54.2
	أنثى	55	45.8
العمر	من 18-29	24	20.0
	من 30-49	62	51.7
	أكثر من 50	34	28.3
الدخل	من 22000 دج إلى 49000 دج	22	18.3
	من 50000 دج إلى 99000 دج	62	51.7
	من 100000 دج فأكثر	36	30.0
شركات التأمين التي أتعامل معها	الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين CAAR	18	15.0
	الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT	13	10.8
	سلامة للتأمينات Salama	27	22.5
	الشركة الوطنية للتأمين SAA	24	20.0
	أخرى	38	31.7
أنواع التأمين	التأمين على الحياة	06	5.00
	التأمين على الممتلكات	39	32.5
	التأمين على السفر	32	26.7
	التأمين على الحريق	19	15.8
	أخرى	24	20.0

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss v25

بالنظر إلى الجدول السابق والذي يمثل التحليل الوصفي لخصائص العينة يتضح:

1. الجنس: يظهر أن الذكور يشكلون النسبة الأكبر في العينة (54.2%) مقارنة بالإناث (45.8%). قد يشير هذا إلى أن الذكور قد يكونون أكثر اهتماماً أو مسؤولية عن اتخاذ قرارات التأمين في الأمر أو أنهم يمثلون نسبة أكبر في النشاطات الاقتصادية المرتبطة بالتأمين؛
 2. العمر: النسبة الأكبر من المشاركين (51.7%) تتراوح أعمارهم بين 30 و49 سنة، وهي فئة قد تكون في مرحلة حياتية تتطلب اهتماماً أكبر بالتأمين، سواء بسبب المسؤوليات العائلية أو المهنية. كما أن 28.3% من المشاركين هم في الفئة العمرية التي تتجاوز 50 سنة، ما يشير إلى أهمية التأمينات التي قد تحتاجها هذه الفئة، مثل التأمينات الصحية أو ضد الحوادث. بينما تكون فئة الشباب (من 18-29 سنة) الأقل حضوراً (20.0%)، ما قد يعكس اهتماماً أقل بالتأمينات في مرحلة بداية الحياة العملية؛
 3. الدخل: تعد الفئة التي يتراوح دخلها بين 50,000 دج و99,000 دج هي الأكبر (51.7%)، وهذا قد يعكس شريحة ذات دخل متوسط إلى مرتفع قد تكون أكثر قدرة على تحمل تكاليف التأمين وتقدير قيمة هذه الخدمات. بينما يشكل أصحاب الدخل العالية (أكثر من 100,000 دج) 30.0% من العينة، مما يشير إلى أنهم قد يكونون أكثر اهتماماً بالأنواع المختلفة من التأمينات الخاصة مثل التأمين على الممتلكات أو التأمين على الشركات؛
 4. شركات التأمين: تنوعت الشركات التي يتعامل معها المشاركون، مع وجود ميل ملحوظ للتعامل مع شركات معروفة مثل "الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين" و"سلامة للتأمينات" والتي حققت نسب متفاوتة. يمكن أن يعود ذلك إلى سمعة هذه الشركات ووجودها الواسع في السوق المحلي، ما يجعلها الخيار المفضل. وتوزيع التعامل مع الشركات الأخرى قد يشير إلى تفضيلات متنوعة بناء على العروض المقدمة من كل شركة؛
 5. أنواع التأمين: يبدو أن التأمين على الممتلكات يحتل المرتبة الأولى (32.5%)، ما يتماشى مع الحاجة الأساسية للتأمين على الممتلكات في الجزائر، وهو نوع من التأمينات التي تتطلبها القوانين خاصة التأمين على المركبات. تليها التأمين على السفر بنسبة 26.7% ويمكن تفسيرها بارتفاع حركة السفر نحو الخارج مما يتطلب تأمين على فقدان الأمتعة أو إلغاء الرحلات، من جهة أخرى، الأنواع الأقل شيوعاً مثل التأمين على الحياة (5%) قد تكون مرتبطة بضرورة أقل أو بعدم وجود الوعي الكافي بهذه الأنواع من التأمينات، كما سجلت مختلف الأنواع الأخرى من التأمين نسبة 20% ما يشير إلى وجود أنواع أخرى من التأمين تختلف حسب احتياجات الأفراد.
- بناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن هناك تزايداً في الوعي بأنواع مختلفة من التأمينات لدى الأفراد ذوي الدخل المتوسط إلى العالي، وتفضيلات واضحة لخيارات تأمينية تتناسب مع احتياجاتهم الأساسية مثل تأمين السيارات والممتلكات.
- ### 3.3 التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة واختبار الفرضيات
- فيما يلي التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة الواردة في استمارة الاستبانة، من خلال تحليل المقاييس الإحصائية لهذه المتغيرات.
1. التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول متغير "مستوى الوعي بالتكنولوجيا المستخدمة في التأمين": يقدم الجدول الموالي التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المتغير الأول (مستوى الوعي بالتكنولوجيا المستخدمة في التأمين).

الجدول 03: التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول متغير مستوى الوعي بالتكنولوجيا المستخدمة في التأمين

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الوسيط	المنوال	الانحراف المعياري	الترتيب
1	أنا على دراية بالتقنيات الرقمية المستخدمة في قطاع التأمين	4.29	5.00	5	1.088	1
2	أعلم أن هناك خدمات عبر الانترنت وتطبيقات مخصصة لشراء التأمين تقدمها الشركات الجزائرية للتأمين	4.08	4.00	4	0.894	4
3	أعتقد أن التقنيات الرقمية أصبحت جزءا من قطاع التأمين	4.12	4.00	5	0.900	3
4	أرى أن قطاع التأمين في الجزائر تتكيف مع التطورات التكنولوجية الحديثة	4.17	4.00	4	0.823	2
5	أعتقد أن التحول الرقمي في قطع التأمين يساهم في تحسين الخدمات المقدمة للمستهلكين	4.06	4.00	4	0.892	5
	المحور الأول: مستوى الوعي بالتكنولوجيا المستخدمة في التأمين	4.14	4.20	4.20	0.660	

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss v25

بالنظر إلى الجدول السابق، نجد أن العبارة "أنا على دراية بالتقنيات الرقمية المستخدمة في قطاع التأمين" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.29 عند انحراف معياري قدره 1.088 مما يشير إلى أن أفراد العينة لديهم معرفة جيدة بالتقنيات الرقمية المستخدمة في قطاع التأمين، مع وجود تفاوت بين الإجابات أي أن بعض المستجوبين لديهم دراية أعلى من البعض الآخر. أما المرتبة الثانية فقد كانت العبارة "أرى أن قطاع التأمين في الجزائر تتكيف مع التطورات التكنولوجية الحديثة" بمتوسط حسابي 4.17 وانحراف معياري 0.823 مما يدل على أن المستجوبين يرون أن قطاع التأمين في الجزائر تتكيف بشكل جيد مع التطورات التكنولوجية الحديثة ولكن قد لا يكون بشكل كامل وسريع.

جاءت العبارة "أعتقد أن التقنيات الرقمية أصبحت جزءا من قطاع التأمين" في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.12 وانحراف معياري 0.900 وهي نتيجة تعكس قناعة قوية لدى أفراد العينة بأن التكنولوجيا أصبحت جزءا من قطاع التأمين، مع وجود تباين بين أفراد العينة ولكنه ليس كبيرا. في حين جاءت العبارة "أعلم أن هناك خدمات عبر الانترنت وتطبيقات مخصصة لشراء التأمين تقدمها الشركات الجزائرية للتأمين" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 4.08 مما يشير إلى أن المستجوبين بشكل عام على دراية بالخدمات والتطبيقات الرقمية لشراء التأمين، مما يؤكد ميل أفراد العينة لمعرفتهم بهذه التطبيقات، كما بلغت قيمة الانحراف المعياري 0.894 وهي نسبة معتدلة تعني أن الإجابات تميل إلى التركز حول المتوسط مع وجود تباين في آراء المشاركين.

المرتبة الخامسة والأخيرة "أعتقد أن التحول الرقمي في قطع التأمين يساهم في تحسين الخدمات المقدمة للمستهلكين" بمتوسط حسابي 4.06 ما يعكس أن المشاركين يعتقدون أن التحول الرقمي في التأمين يساهم في تحسين الخدمات، وأن له أثر إيجابي قد لا يكون بشكل كبير، في حين بلغ الانحراف المعياري 0.892 ما يعني أن آراء أفراد العينة تتفاوت بشكل معقول فيما بينها.

بشكل عام؛ المتوسط الحسابي لمحور "مستوى الوعي بالتكنولوجيا المستخدمة في التأمين" قد بلغ 4.14 بشكل عام تشير القيمة إلى أن مستوى الوعي بالتكنولوجيا المستخدمة في التأمين يعتبر جيدا، حيث يميل المستجوبين إلى إبداء آراء إيجابية، بلغ الانحراف المعياري 0.660 وهي قيمة منخفضة تدل على وجود إجماع شبه عام بين المستجوبين حول مستوى الوعي مع وجود تباين ضئيل.

وعليه يمكن القول أن؛ كل عبارة تشير إلى قناعة جيدة بين المشاركين بشأن استخدام التكنولوجيا في قطاع التأمين، مع بعض الاختلافات الطفيفة في المواقف. يُظهر التحليل أن الوعي بالتكنولوجيا والقبول العام بها قوي، لكن ربما يحتاج التحول الرقمي في القطاع إلى تعزيز أكبر لتحسين الخدمة المقدمة للمستهلكين.

2. التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المتغير الثاني (الثقة والأمان في التقنيات الرقمية المستخدمة في قطاع التأمين): نستعرض فيما يلي تحليل إجابات أفراد العينة حول المتغير الثاني (الثقة والأمان في التقنيات الرقمية)، من خلال تحليل المقاييس الإحصائية اللازمة لذلك.

الجدول 04: التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المتغير الثاني (الثقة والأمان)

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الوسيط	المنوال	الانحراف المعياري	الترتيب
1	أشعر بالثقة في استخدام الأنظمة الرقمية في قطاع التأمين بسبب الأمان الرقمي المتاح.	3.96	4.00	5	1.040	4
2	أثق في أن المعاملات المالية عبر الإنترنت مع شركات التأمين تتم بأمان وبدون مخاطر	4.14	4.00	4	0.823	1
3	أشعر بالأمان عندما أقدم معلومات حساسة عبر الإنترنت (مثل بيانات الحساب المصرفي أو رقم الهوية) على منصات التأمين الرقمية.	4.01	4.00	4	0.893	2
4	أعتقد أن شركات التأمين الرقمية تبذل جهداً كبيراً لضمان سرية المعلومات الشخصية لعملائها	3.97	4.00	4	1.181	3
5	إذا واجهت مشكلة في الأمان الرقمي مع شركة تأمين، أشعر بأنها ستتعامل مع المشكلة بسرعة وكفاءة.	3.91	4.00	4	1.216	5
	الثقة والأمان في التقنيات الرقمية المستخدمة في التأمين	3.99	4.00	4.20	0.588	

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss v25

بالنظر إلى الجدول السابق، نجد أن العبارة "أثق في أن المعاملات المالية عبر الإنترنت مع شركات التأمين تتم بأمان وبدون مخاطر"، حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.14 أعلى متوسط حسابي، مما يدل على أن المشاركين لديهم ثقة كبيرة في الأمان المالي

عبر الإنترنت في شركات التأمين، وبلغ الانحراف المعياري 0.823 مما يشير إلى أن هناك تبايناً في الآراء بين المستجوبين. المرتبة الثانية جاءت العبارة "أشعر بالأمان عندما أقدم معلومات حساسة عبر الإنترنت (مثل بيانات الحساب المصرفي أو رقم الهوية) على منصات التأمين الرقمية" بمتوسط حسابي 4.01 مما يشير إلى شعور جيد بالأمان عند تقديم معلومات حساسة عبر الإنترنت في سياق التأمين الرقمي، أما قيمة الانحراف المعياري فقد بلغت 0.893 أي وجود تباين قليل في الآراء وهو ما يدل على أن الغالبية تشعر بالأمان.

المرتبة الثالثة كانت من نصيب العبارة "أعتقد أن شركات التأمين الرقمية تبذل جهداً كبيراً لضمان سرية المعلومات الشخصية لعملائها" وبلغ المتوسط الحسابي 3.97 وانحراف معياري 1.181 مما يشير إلى تقييم إيجابي نسبياً حول الجهود المبذولة من قبل شركات التأمين في الحفاظ على سرية المعلومات. في حين جاءت العبارة "أشعر بالثقة في استخدام الأنظمة الرقمية في قطاع التأمين بسبب الأمان الرقمي المتاح" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.96 وهي قيمة منخفضة قليلاً مما يدل على ثقة متوسطة إلى عالية في الأمان الرقمي، الانحراف المعياري بلغ 1.040 يعني تباين متوسط في الآراء (أي أن بعض المستجوبين قد يكونون أقل ثقة مقارنة بالآخر).

المرتبة الخامسة والأخيرة للعبارة "إذا واجهت مشكلة في الأمان الرقمي مع شركة التأمين، أشعر بأنها ستتعامل مع المشكلة بسرعة وكفاءة" المتوسط الحسابي 3.91 وهو أقل متوسط حسابي بين العبارات مما يدل على أن المستجوبين ليسوا متأكدين تماماً من قدرة شركات التأمين على التعامل مع مشاكل الأمان بالسرعة اللازمة، كما أن قيمة الانحراف المعياري قد بلغت 1.216 أي وجود تباين كبير حول هذه العبارة.

أظهر الجدول أن المتوسط الحسابي لمحور "الثقة والأمان في التقنيات الرقمية المستخدمة في التأمين" قد بلغ 3.99 مما يشير إلى مستوى جيد من الثقة والأمان، ما يعزز ذلك قيمة الانحراف المعياري والتي بلغت 0.588 مما يدل على أن آراء أفراد العينة متقاربة بشكل أكبر، وعليه يمكن القول أن غالبية المستجوبين يعبرون عن ثقة جيدة في الأمان الرقمي في قطاع التأمين، حيث كان المتوسط الحسابي مرتفعاً في معظم العبارات، خاصة في المعاملات المالية عبر الإنترنت. ومع ذلك، يظهر تباين أكبر في الآراء عندما يتعلق الأمر بقدرة شركات التأمين على التعامل مع مشكلات الأمان الرقمي بشكل فعال.

3. التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المتغير الثالث (تحديات ومخاوف التحول الرقمي في قطاع التأمين):
الجدول الموالي يقدم لنا التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة المستهدفة حول عبارات المتغير الثالث وهو أهم التحديات والمخاوف التي قد تنشأ لدى المستهلك الجزائري نتيجة تبنيه التقنيات الرقمية الحديثة في قطاع التأمين، النتائج يستعرضها الجدول الموالي.

الجدول 05: التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المتغير الثالث (تحديات ومخاوف التحول الرقمي)

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الوسيط	المنوال	الانحراف المعياري	الترتيب
1	أعتقد أن التأمين الرقمي لا يزال يفتقر إلى الانتشار الكافي في السوق المحلي، مما يجعل من الصعب العثور على خيارات مناسبة	4.09	4.00	4	0.898	1
2	القلق من التعقيد التكنولوجي قد يمنعني من استخدام خدمات التأمين الرقمية بشكل كامل.	4.04	4.00	4	1.080	3
3	أشعر أن التفاعل مع منصات التأمين الرقمي يفتقر إلى اللمسة الشخصية التي يمكن أن يوفرها التعامل مع وكيل تأمين تقليدي	3.88	4.00	4	1.101	4
4	أشعر بالقلق بشأن الأمان وحماية بياناتي الشخصية عند استخدام منصات التأمين الرقمي	4.08	4.00	4	1.100	2
5	أشعر أن الشركات التي تقدم التأمين الرقمي تفتقر إلى الشفافية بشأن تكاليف الخدمات الإضافية أو الرسوم غير الواضحة.	4.08	4.00	4	0.909	2
	تحديات تبني التحول الرقمي في قطاع التأمين	4.03	4.20	4.40	0.793	

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss v25

من خلال الجدول يتضح أن العبارة "أعتقد أن التأمين الرقمي لا يزال يفتقر إلى الانتشار الكافي في السوق المحلي مما يجعل من الصعب العثور على خيارات مناسبة" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.09 وانحراف معياري 0.898 مما يعكس تقييمًا مرتفعًا، حيث يشعر الأفراد أن التأمين الرقمي لا ينتشر بشكل كافٍ، مع وجود تباين متوسط في الآراء أي أن معظم المستجوبين يتفقون على هذا الرأي، المرتبة الثانية كانت العبارة "أشعر بالقلق بشأن الأمان وحماية بياناتي الشخصية عند استخدام منصات التأمين الرقمي"، بمتوسط حسابي 4.08 أي أن هناك قلق كبير بين أفراد العينة من حيث الأمان، في حين المرتبة الثالثة كانت من نصيب العبارة "أشعر أن الشركات التي تقدم التأمين الرقمي تفتقر إلى الشفافية بشأن تكاليف الخدمات الإضافية أو الرسوم غير الواضحة"، بمتوسط حسابي 4.08 مما يعني وجود تحديات مرتبطة بالشفافية في التكاليف والرسوم، الانحراف المعياري 0.909 يشير إلى تباين متوسط في الآراء مما يدل على أن هناك تفاوتًا في مستوى القلق بين المستجوبين.

المرتبة الرابعة "القلق من التعقيد التكنولوجي قد يمنعني من استخدام خدمات التأمين الرقمية بشكل كامل"، المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4.04 مما يدل على وجود قلق معتدل، إلا أن هناك اختلاف بين أفراد العينة حول هذه العبارة وهو ما تؤكد عليه قيمة الانحراف المعياري 1.080. أما المرتبة الخامسة والأخيرة فهي العبارة "أشعر أن التفاعل مع منصات التأمين الرقمي يفتقر إلى اللمسة الشخصية التي يمكن أن يوفرها التعامل مع وكيل تأمين تقليدي" بمتوسط حسابي 3.88 مما يدل على أن التأمين الرقمي لا يعوض اللمسة الشخصية، مع وجود تباين كبير في الآراء (قيمة الانحراف المعياري 1.101) مما يعني أن هناك فرقًا في مدى شعور المستجوبين بهذا النقص في التفاعل الشخصي.

بشكل عام تحليل إجابات أفراد العينة حول تحديات التحول الرقمي في قطاع التأمين يظهر أن أكبر تحدي هو قلة الانتشار الكافي للتأمين الرقمي في السوق المحلي (متوسط حسابي 4.09)، يليه القلق بشأن الأمان وحماية البيانات والشفافية في التكاليف. كما أن التباين في الآراء كان معتدلاً، مما يعكس تفاوتاً في مستوى التحديات التي يواجهها الأفراد.

4. التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المتغير الرابع (الاستعداد لتبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين)
نستعرض فيما يلي التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول استعدادهم لتبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين، وذلك من خلال تحليل المقاييس الإحصائية مثل المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفهم مدى استعدادهم واهتمامهم بتطبيق هذه التقنيات.

الجدول 06: التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة حول المتغير الرابع (الاستعداد لتبني التقنيات الرقمية)

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	المتوسط	المنوال	الانحراف المعياري	الترتيب
1	أنا مستعد لاستخدام التأمين الرقمي بدلاً من التأمين التقليدي	4.06	4.00	4	1.140	3
2	لدي استعداد لتقديم بياناتي الشخصية كاملة عبر مختلف منصات التأمين الرقمي إذا كان موثوقاً	3.97	4.00	4	0.943	4
3	أرغب في اختيار التأمين الرقمي نظراً لكونه يوفر تكاليف أقل من التأمين التقليدي	3.89	4.00	4	0.868	7
4	تزداد حاجتي لاستخدام التأمين الرقمي نظراً لكونه يتميز بالمرونة والشفافية ويوفر لي تجربة مخصصة بناءً على بياناتي الشخصية وتفضيلاتي	4.19	4.00	5	1.040	1
5	أعتقد أن التأمين الرقمي يقدم مستوى متكامل من الخدمات التأمينية تتناسب مع احتياجاتي الشخصية	3.93	4.00	4	0.905	6
6	إذا كانت شركات التأمين توفر خدمات رقمية أفضل، سأقوم بتغيير مقدم خدمة التأمين إلى الخيار الرقمي.	4.08	4.00	4	1.022	2
7	أنا مستعد لاستخدام التقنيات الرقمية بشكل أكبر لإدارة تأميناتي بدلاً من التعامل الشخصي مع الوكيل.	3.85	4.00	4	0.932	8
8	أتوجه إلى التأمين الرقمي إذا كان يسمح لي بإدارة كل تفاصيل وثيقة التأمين من خلال منصة واحدة تتعامل مع الشكاوى وتقدم حل للمشكلات	3.96	4.00	4	0.929	5
	المحور الرابع: الاستعداد لتطبيق التقنيات الرقمية في قطاع التأمين	3.99	4.22	4.44	0.764	

المصدر: من إعداد الباحث بناءً على مخرجات برنامج Spss v25

من خلال تحليل نتائج الجدول، يتضح أن أفراد العينة يظهرون استعدادًا جيدًا لتبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين، حيث بلغ المتوسط الحسابي الإجمالي للاستعداد لاستخدام هذه التقنيات 3.99، وهو قريب من 4، مما يشير إلى استعداد عام مرتفع. التصريحات التي تتعلق بالمرونة والشفافية في التأمين الرقمي، مثل العبارة رقم 4 ("تزداد حاجتي لاستخدام التأمين الرقمي...")، حصلت على أعلى تقييم (4.19)، مما يبرز أهمية هذه العوامل في تعزيز الاستعداد للتبني. كما أن العبارة المتعلقة بتغيير مزود الخدمة إلى الخيار الرقمي في حالة توفر خدمات رقمية أفضل (العبارة رقم 6) جاءت في المرتبة الثانية بمعدل 4.08. على الرغم من ذلك، كانت هناك بعض العبارات التي حصلت على تقييمات أقل، مثل العبارة رقم 7 ("أنا مستعد لاستخدام التقنيات الرقمية بشكل أكبر...") التي جاءت في المرتبة الثامنة بمعدل 3.85، مما يشير إلى أن البعض قد يكون مترددًا في الانتقال الكامل من الوكيل التقليدي إلى الإدارة الرقمية. بصفة عامة، تكشف النتائج عن توجه إيجابي نحو استخدام التأمين الرقمي، إلا أن هناك بعض الفروقات في الاستعداد، مما يستدعي تحسين الخدمات الرقمية وتوفير مزيد من الثقة في استخدامها.

4.3 اختبار الفرضيات

بعد استعراض التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة، فيما يلي اختبار الفرضيات الإجرائية المعتمدة في الدراسة، النتائج موضحة بالترتيب في الجدول اللاحقة.

1. اختبار الفرضية الأولى:

تتعلق الفرضية الأولى بمستوى وعي المستهلكين بالتقنيات الرقمية المستخدمة في التأمين، وقد تم صياغة الفرضية احصائيا كما يلي:

- H_0 : لا يوجد وعي لدى المستهلكين بالتقنيات الرقمية المستخدمة في التأمين عند مستوى دلالة $\alpha = 0,05$ ؛
- H_1 : يوجد وعي لدى المستهلكين بالتقنيات الرقمية المستخدمة في التأمين عند مستوى دلالة $\alpha = 0,05$

الجدول 07: نتائج اختبار (T) الأحادي العينة لدرجات إجابة أفراد العينة عن معرفتهم بالتقنيات الرقمية

المستخدمة في التأمين

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T المحسوبة	قيمة T الجدولية	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية (sig)
المعرفة بالتقنيات الرقمية المستخدمة في التأمين	4.14	0.660	68.757	1.97	119	0.001

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss v25

من خلال النظر إلى نتائج الجدول، يمكننا استنتاج أن المعرفة بالتقنيات الرقمية المستخدمة في التأمين لدى أفراد العينة تعتبر مرتفعة، حيث أن المتوسط الحسابي (4.14) يشير إلى درجة معرفة جيدة. كما أن القيمة المحسوبة لـ T (68.757) أكبر بكثير من القيمة الجدولية (1.97)، مما يعني أن هذا الفرق ذو دلالة إحصائية قوية. كما أن القيمة الاحتمالية (0.001) تؤكد أن النتيجة ليست عشوائية، بل تعكس فرقًا حقيقيًا بين متوسط درجات إجابة الأفراد والمتوسط المفترض. بناءً على هذه النتائج، يمكن رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تنص على أن لدى المستهلك الجزائري معرفة بالتقنيات الرقمية المستخدمة في قطاع التأمين.

2. اختبار الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على وجود علاقة إيجابية بين وعي المستهلكين بالتقنيات الرقمية واستعدادهم لتبنيها في قطاع التأمين، ولاختبار الفرضية نحتاج إلى حساب معامل الارتباط (بيرسون) بين كل عبارة من عبارات المتغير الأول مع المحور الثاني، نتائج الاختبار موضحة في الجدول الموالي:

الجدول 08: نتائج اختبار معامل الارتباط (بيرسون) لمتغير مستوى الوعي بالتقنيات الرقمية والاستعداد لاستخدام التقنيات الرقمية في قطاع التأمين

الرقم	العبارة	Corrélation de Pearson	Sig	N
1	أنا على دراية بالتقنيات الرقمية المستخدمة في قطاع التأمين	0.738	0.000	120
2	أعلم أن هناك خدمات عبر الإنترنت وتطبيقات مخصصة لشراء التأمين تقدمها الشركات الجزائرية للتأمين	0.799	0.000	120
3	أعتقد أن التقنيات الرقمية أصبحت جزءا من قطاع التأمين	0.579	0.000	120
4	أرى أن قطاع التأمين في الجزائر تتكيف مع التطورات التكنولوجية الحديثة	0.323	0.003	120
5	أعتقد أن التحول الرقمي في قطع التأمين يساهم في تحسين الخدمات المقدمة للمستهلكين	0.283	0.002	120
المحور الأول	مستوى الوعي بالتكنولوجيا المستخدمة في التأمين	0.707	0.000	120

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss v25

من خلال تحليل الجدول، يتبين أن هناك علاقة إيجابية قوية بين مستوى الوعي بالتقنيات الرقمية والاستعداد لاستخدامها في قطاع التأمين. العبارات التي تشير إلى دراية الأفراد بالتقنيات الرقمية المتاحة في قطاع التأمين (مثل معرفة وجود خدمات عبر الإنترنت وتطبيقات مخصصة) أظهرت معاملات ارتباط مرتفعة تتراوح بين 0.738 و0.799، مما يعكس وعياً متزايداً مرتبطاً بشكل مباشر بالاستعداد لاستخدام هذه التقنيات. في المقابل، على الرغم من أن علاقة الوعي بتكيف قطاع التأمين مع التطورات التكنولوجية كانت أقل قوة (0.323)، إلا أنها تظل ذات دلالة إحصائية. هذا يشير إلى أن الوعي بالتحويلات التكنولوجية في قطاع التأمين يعزز أيضاً الاستعداد لاستخدام التقنيات الرقمية، وإن كان التأثير أقل من العوامل الأخرى. بشكل عام، تؤكد النتائج أن تحسين الوعي بالتقنيات الرقمية يعزز استعداد الأفراد لاستخدامها في هذا القطاع.

3. اختبار الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثانية على وجود تأثير للثقة والأمان الرقمي على قرار استخدام المستهلك الجزائري للتقنيات الرقمية في قطاع التأمين، وقد تم صياغة الفرضية احصائيا كما يلي:

- H0: لا تؤثر الثقة والأمان على قرار استخدام المستهلك الجزائري للتقنيات الرقمية في قطاع التأمين عند مستوى دلالة $\alpha = 0,05$

- H1: تؤثر الثقة والأمان على قرار استخدام المستهلك الجزائري للتقنيات الرقمية في قطاع التأمين عند مستوى دلالة $\alpha = 0,05$

الجدول 09: نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لتأثير الثقة والأمان على قرار استخدام المستهلك الجزائري للتقنيات الرقمية في قطاع التأمين

قرار استخدام التقنيات الرقمية في قطاع التأمين	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	قيمة F المحسوبة	درجة الحرية	قيمة F الجدولية	القيمة الاحتمالية (sig)
الثقة والأمان	0.384	0.148	20.425	1.119	3.84	0.001

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Spss v25

أظهرت نتائج الجدول أن معامل الارتباط بين الثقة والأمان وقرار استخدام التقنيات الرقمية هو 0.384، مما يشير إلى علاقة إيجابية ضعيفة إلى متوسطة بين المتغيرين. كما أن معامل التحديد (R^2) يعكس أن 14.8% فقط من التغير في قرار استخدام التقنيات يمكن تفسيره بالثقة والأمان. بينما تشير قيمة F المحسوبة (20.425) وهي أكبر من قيمتها الجدولية (3.84)؛ تشير إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لهذا المتغير على القرار، وهي نتيجة تؤكد قبول الفرضية البديلة القائلة بوجود تأثير معنوي للثقة والأمان على قرار استخدام المستهلك الجزائري لتقنيات الرقمية في قطاع التأمين، وهو ما تؤكدته القيمة الاحتمالية (sig = 0.001) وهي أقل من القيمة الاحتمالية المعتمدة في الدراسة.

4. تحليل النتائج:

من خلال اختبار الفرضيات محل الدراسة يمكن تحليل النتائج المتوصل إليها في الشكل التالي:

- يعتمد التحول الرقمي في قطاع التأمين على دمج التقنيات الحديثة مثل التطبيقات الرقمية، والذكاء الاصطناعي وغيرها في صناعة الخدمات التأمينية، بحيث تهدف إلى خلق قيمة مضافة عن طريق تحسين تجربة العملاء وزيادة كفاءة العمليات وتقليل التكاليف؛
- أظهرت الدراسة وجود وعي كبير لدى المستهلكين الجزائريين بالتقنيات الرقمية المستخدمة في قطاع التأمين، ويعزو ذلك إلى الانتشار الواسع لهذه التقنيات مثل الانترنت والهواتف الذكية، وسعي الدولة إلى عصرنة قطاع التأمين والتوجه نحو اقتصاد رقمي في جميع المجالات؛
- تبين أن قرار استخدام المستهلك الجزائري للتقنيات الرقمية في قطاع التأمين يرتبط بمستوى الوعي المدرك لديه، حيث كلما زاد الوعي بهذه التقنيات كان هناك توجه كبير نحو تبنيها في صناعة الخدمات التأمينية؛
- أسفرت الدراسة عن وجود تأثير للثقة والأمان الرقمي على استعداد المستهلك الجزائري نحو تبني التقنيات الرقمية في قطاع التأمين، الأمر الذي يعكس الحاجة إلى زيادة الوعي والتثقيف حول هذه التقنيات نظرا لأن المستهلكين يميلون بشكل أكبر إلى الوثوق في الوكلاء والتعاملات الشخصية؛
- رغم الفوائد الكبيرة للتحول الرقمي في قطاع التأمين، لا يزال في مراحله الأولى بسبب عوائق وتحديات مثل ضعف البنية التحتية الرقمية والأنظمة التقليدية، والحاجة إلى تطوير التنظيمات والتشريعات لمواكبة التكنولوجيا الحديثة.

5. خاتمة:

تناولت الدراسة بالتحليل واقع التأمين الرقمي في الجزائر من خلال تحليل توجهات المستهلكين الجزائريين نحو تبني التقنيات الرقمية في صناعة الخدمات التأمينية، حيث تبين أن السوق الجزائرية تتجه بخطوات ثابتة نحو رقمنة قطاع التأمين بشكل كلي، غير أن تحقيق ذلك يتطلب مزيداً من الجهود لتذليل العقبات والمخاوف خاصة ما يتعلق بالثقة والأمان الرقمي، هذا وتوصي الدراسة بـ:

- يجب على شركات التأمين في الجزائر إطلاق حملات توعية لشرح فوائد التأمين الرقمي خاصة ما يتعلق بكيفية استخدام المنصات الرقمية وأمان البيانات الشخصية؛
- بهدف تشجيع المستهلكين نحو التأمين الرقمي ضرورة تقديم الشركات لمنتجات تأمين مبتكرة ومرنة تتوافق مع احتياجات ورغبات المستهلك مثل التأمين عبر تطبيقات الهواتف الذكية، الدفع الإلكتروني وغيرها؛
- ضرورة أن تولي شركات التأمين أهمية قصوى لإدارة علاقة العملاء، بحيث يسمح ذلك بتسهيل التفاعل مع العملاء عبر المنصات الرقمية وتقديم الدعم الفني لهم.

6. قائمة المراجع:

- حميد جاسم علوان، فوزي علاوي الطائي، (2020)، "إدارة الخطر والتأمين"، دار العربي للطباعة، الطبعة 1، بغداد، العراق.
- زيد منير عبوي، (2006)، إدارة التأمين والمخاطر، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- Outreville, J.F., (2012), Theory and practice of insurance, Springer Science & Business Media.
- عبد اللطيف زايد وآخرون، (2019)، التأمين الرقمي: دراسة تطبيقية على قطاع التأمين السعودي، المجلة العربية للإدارة، المجلد 39، العدد 1.
- ولاية على أفضل عبد الكريم آل الشيخ جعفر، (2024)، أثر التحول الرقمي على إدارة مخاطر التأمين باستخدام تحليل السيناريوهات واختبار الإجهاد، المجلة العربية للنشر العلمي، المجلد 7، العدد 71.
- Radwan, S. M, (2019), The Impact of digital Technologies on Insurance Industry in light of digital transformation. Blom Egypt investments and Insurance Brokerage & Consultancy, 2, 1-87.
- محمد يوسف العربي، (2024)، دور الذكاء الاصطناعي في تطوير قطاع التأمين (الواقع، التحديات، استشراف المستقبل)، <https://shiekanins.sd/public/includes/library/pdf>، تم الاطلاع والتحميل بتاريخ: 2025/02/05 . 17:30