



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات لنيل شهادة الماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، علوم التسيير

تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسة

بغنوان:

أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون
"دراسة ميدانية شركة سلامة لتأمينات بورقلة"

من إعداد الطالبتين: - عميشي صفاء

- عبد الستار إكرام

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2026/05/23

أمام اللجنة المكونة من السادة:

محجوبي نور الهدى (أستاذ- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

محسن زوييدة (دكتور- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا

عبد الرزاق مولاي لخضر (أستاذ- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2026/2025



جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات لنيل شهادة الماستر أكاديمي

ميدان: العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، علوم التسيير

تخصص: اقتصاد وتسيير مؤسسة

بغنوان:

أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون
"دراسة ميدانية شركة سلامة لتأمينات بورقلة"

من إعداد الطالبتين: - عميشي صفاء

- عبد الستار إكرام

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2026/05/23

أمام اللجنة المكونة من السادة:

محجوبي نور الهدى (أستاذ- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

محسن زوييدة (دكتور- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا

عبد الرزاق مولاي لخضر (أستاذ- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



اهداء

اهدي هذا العمل المتواضع الى كل من كان لهم الفضل الكبير في وصولي الى هذه المرحلة ،الى
والداي الكريمين اللذان كانا سندي بعد الله سبحانه وتعالى ودعمني في طوال مسيرتي فلهما مني كل
الحب والامتنان، الى اخوتي واقاربي الذين شاركوني لحظات التعب والامل،
الى نفسي التي ثابرت وترددت لكنها لم تتوقف وأثبتت ان الصبر يمكنه ان يصنع بداية جديدة.
اهدي هذا العمل الذي لم يكن إنجازا فرديا بل ثمرة دعم خفي لا ينسى سواء من قريب او بعيد.
دمتم لي سالمين .

صفاء



اهداء

الحمد لله حمدا طيبا مباركا فيه والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين ، أما بعد :

أهدي ثمرة جهدي إلى كل من كان دعائهم سر نجاحي .

إلى من علّمني الصبر والعزيمة، إلى "أبي الغالي" أطال الله في عمرك وجزاك عني كل خير.

إلى من كانت دعواتها ترافقني في كل خطوة إلى أعلى إنسانة في حياتي، "أمي الحبيبة" لك مني كل الحب والتقدير، حفظك الله وأدامك نورا في حياتي.

إلى وحيد قلبي ورفيق دربي إلى سندي أخي " خير الدين "

إلى أخواتي الغاليات "نور الهدى، أميمة، بسمة اسراء"، شكرا لوقوفكم بجاني ودعمكم الدائم لي.

إلى مصدر البهجة التي كانت تخفف عني تعب الأيام إلى صغیرتي الغالية " رفيف "

إلى نفسي التي صبرت واجتهدت ولم تستسلم رغم الصعوبات

إلى صديقاتي اللواتي شاركنني أجمل اللحظات،

إلى كل من ساهم في نجاحي من قريب أو بعيد، أهدي هذا العمل المتواضع،

راجيةً من الله أن يكلل جهدي بالتوفيق والنجاح.

إكرام



شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على اشرف المرسلين.

نتقدم بجزيل الامتنان والتقدير الى كل من ساهم في انجاز هذا العمل من قريب او بعيد، واخص بالذكر الأستاذة المشرفة محسن زوبيدة على توجيهاتها القيمة ونصائحها السديدة التي لها كان لها بالغ الأثر في إتمام هذه الدراسة.

كما نتوجه بخالص التقدير والاحترام الى جميع أساتذة واداريين قسم العلوم الاقتصادية الذين لم يخلوا علينا بعلمهم ومعارفهم طوال مسيرتنا الدراسية.

ويطيب لنا ان نعبر ببالغ الامتنان الى المؤطرة حليلة بن طالب، وسعيدة بن طالب، على حسن الاستقبال وكرم المعاملة، وعلى ماقدمته لنا من توجيهات ومعلومات قيمة خلال فترة التريض، والمساهمة في انجاز هذا العمل المتواضع.

كما يسعنا ان نعبر بفائق الشكر والتقدير لكل من قدم لنا يد العون والمساعدة، سواء بالدعم المعنوي او العلمي، من زملاء الدراسة، وأصدقاء وكل من ساندنا وشجعنا على إتمام هذا العمل.

وفي الأخير نتقدم بجزيل الشكر الامتنان الى عائلاتنا الكريم على دعمهم المتواصل لنا ،

فهم السند الحقيقي في مشوارنا الدراسي.

نسأل الله ان يجزيهم جميعا خير الجزاء، وان يجعل هذا العمل في ميزان حسناتهم.

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون في وكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين بورقلة، وضمان استمرارية علاقة المؤسسة مع زبائنها نظرا لوعي الزبائن حول جودة الخدمات المقدمة ولتحقيق الهدف تم طرح الإشكالية التالية: ما مدى تأثير جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون في وكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين بورقلة ؟ وللاجابة على الإشكالية المطروحة ، تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وأجريت الدراسة على عينه عشوائية مكونة من 76 عميل لدى وكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين بورقلة، وتم استخدام الإستبيان والمقابلة كأدوات لجمع البيانات ومجموعة من الأساليب الإحصائية وبرنامج SPSS 26 لمعالجتها واختبار فرضيات الدراسة، وقد توصلنا إلى النتائج التالية أهمها: أن مستوى جودة الخدمة التأمينية في وكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين ورقلة مرتفع ودال إحصائيا وكذا أظهرت الدراسة أن مستوى رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة مرتفع أيضا مما يعكس إنسجاما ما بين الجودة والخدمة والرضا الزبون في الوكالة .

الكلمات المفتاحية: جودة ،جودة الخدمة التأمينية، زبائن، تأمين ، رضا الزبون ، سلامة للتأمين وإعادة التأمين .

Summary:

This study aims to determine the impact of insurance service quality on customer satisfaction at Salamah Insurance and Reinsurance Agency in Ouargla, and to ensure the continuity of the institution's relationship with its clients, given their awareness of the quality of services provided. To achieve this objective, the following research question was posed: To what extent does insurance service quality affect customer satisfaction at Salamah Insurance and Reinsurance Agency in Ouargla? To answer this question, a descriptive-analytical approach was adopted. The study was conducted on a random sample of 76 clients of Salamah Insurance and Reinsurance Agency in Ouargla. Questionnaires and interviews were used as data collection tools, and a range of statistical methods and the SPSS 26 program were used to process the data and test the study hypotheses. The most important results were: the level of insurance service quality at Salamah Insurance

and Reinsurance Agency in Ouargla is high and statistically significant. The study also showed that the level of customer satisfaction with the services provided is high, reflecting a correlation between quality, service, and customer satisfaction at the agency.

Keywords: Quality, Insurance Service Quality, Customers, Insurance, Customer Satisfaction, Salamah Insurance and Reinsurance.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

البيــــــــــــــــان	رقم الصفحة
الإهداء 1	V
الإهداء 2	VI
الشكر والعرفان	VII
ملخص الدراسة	VIII
قائمة المحتويات	X
قائمة الجداول	XI
قائمة الأشكال	XIII
قائمة الملاحق	XIV
مقدمة	أ
الفصل الأول :جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون	01
تمهيد الفصل الأول	02
المبحث الأول: الأدبيات النظرية لجودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون	03
المبحث الثاني :عرض ومناقشة الدراسات السابقة	22
خلاصة الفصل الأول	34
الفصل الثاني : الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون في شركة سلامة للتأمين وإعادة التأمين ورقلة	35
تمهيد الفصل الثاني	36
المبحث الأول: التعريف بشركة سلامة للتأمين وإعادة التأمين ورقلة، منهجية وأدوات الدراسة	37
المبحث الثاني : عرض ومناقشة نتائج الدراسة	60
خلاصة الفصل الثاني	89
الخاتمة	90
قائمة المراجع	94
الملاحق	96

قائمة الجداول

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(01-01)	مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة	30
(01-02)	عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة	47
(02-02)	يوضح المتوسط المرجح حسب توزيع مقياس ليكارت	49
(03-02)	معامل ألفا كرو نباخ	52
(04-02)	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " بعد الملموسية " والدرجة الكلية للمجال	53
(05-02)	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " بعد الاستجابة " والدرجة الكلية للمجال	54
(06-02)	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " بعد التواصل " والدرجة الكلية للمجال	55
(07-02)	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " بعد الثقة والأمان " والدرجة الكلية للمجال	55
(08-02)	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " بعد التعاطف " والدرجة الكلية للمجال	56
(09-02)	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " بعد المسؤولية " والدرجة الكلية للمجال	57
(10-02)	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " بعد السعر " والدرجة الكلية للمجال	57
(11-02)	معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " رضا الزبون " والدرجة الكلية للمجال	58
(12-02)	معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة	59
(13-02)	توزيع العينة حسب متغير الجنس	61
(14-02)	توزيع العينة حسب متغير العمر	62
(15-02)	توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	63
(16-02)	توزيع العينة حسب متغير نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة	64
(17-02)	توزيع العينة حسب متغير مدة التأمين	65

قائمة الجداول

66	توزيع العينة حسب متغير مدة تعاملك مع الشركة	(18-02)
67	يوضح إجابات الافراد لبعد الملموسية	(19-02)
69	يوضح إجابات الافراد للبعد الإستجابة	(20-02)
70	يوضح إجابات الافراد للبعد حسن التواصل	(21-02)
71	يوضح إجابات الافراد للبعد الثقة والأمان	(22-02)
72	يوضح إجابات الافراد للبعد التعاطف	(23-02)
73	يوضح إجابات الافراد للبعد المسؤولية	(24-02)
74	يوضح إجابات الافراد للبعد السعر	(25-02)
75	يوضح إجابات الافراد للمتغير التابع رضا الزبون	(26-02)
78	نتائج اختبار One-Sample T-Test لأبعاد جودة الخدمة التأمينية الفرضية الاولى	(27-02)
79	نتائج اختبار One-Sample T-Test لمستوى رضا الزبون الفرضية الثانية	(28-02)
81	نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون الفرضية الثالثة	(29-02)
83	نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لجودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون	(30-02)
86	نتائج التحليل التباين الأحادي ANOVA لاختبار أثر الخصائص الديموغرافية والعلمية على رضا الزبون	(31-02)
87	المقارنات البعدية Tikey HSD لمتغيرات رضا الزبون	(32-02)
88	نتائج ANOVA و Tikey HSD لمتغيرات رضا الزبون	(33-02)

قائمة الاشكال

قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
8	يوضح أنواع خدمات التأمين	(01-01)
19	يوضح محددات رضا الزبون	(02-01)
22	يوضح علاقة جودة الخدمة برضا الزبون	(03-01)
42	الهيكل التنظيمي للمؤسسة السلامة للتأمينات الجزائر	(01-02)
43	الهيكل التنظيمي لوكالة السلامة - بورقلة	(02-02)
53	متغيرات الدراسة	(03-02)
61	توزيع العينة حسب متغير الجنس	(04-02)
62	توزيع العينة حسب متغير العمر	(05-02)
63	توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي	(06-02)
64	توزيع العينة حسب متغير نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة	(07-02)
65	توزيع العينة حسب متغير مدة التأمين	(08-02)
66	توزيع العينة حسب متغير مدة تعاملك مع الشركة	(09-02)

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	رقم الصفحة
01	إستمارة أسئلة موجهة لمديرة وكالة السلامة للتأمين وإعادة التأمين بورقلة	102
02	إستمارة الاستبيان الموجهة للعملاء	105
03	قائمة الأساتذة المحكمين	109
(03-02)	معامل ألفا كرون باخ	109
(04-02)	معامل بيرسون للبعد الأول	110
(05-02)	معامل بيرسون للبعد الثاني	111
(06-02)	معامل بيرسون للبعد الثالث	112
(07-02)	معامل بيرسون للبعد الرابع	113
(08-02)	معامل بيرسون للبعد الخامس	114
(09-02)	معامل بيرسون للبعد السادس	114
(10-02)	معامل بيرسون للبعد السابع	115
(11-02)	معامل بيرسون للمتغير التابع	116
(12-02)	الصدق البنائي	118
(12-02)	متغير الجنس	119
(13-02)	متغير العمر	119
(14-02)	متغير المستوى التعليمي	119
(15-02)	متغير حسب نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة	120
(16-02)	متغير مدة التأمين	120
(17-02)	متغير مدة تملك مع الشركة	120
(18-02)	بعد الملموسية	121
(19-02)	بعد الاستجابة	121
(20-02)	بعد حسن التواصل	121
(21-02)	بعد الثقة والأمان	122

قائمة الملاحق

122	بعد التعاطف	(22-02)
122	بعد المسؤولية	(23-02)
123	بعد السعر	(24-02)
123	متغير رضا الزبون	(25-02)
124	الفرضية الأولى	(26-02)
124	الفرضية الثانية	(27-02)
124	لفرضية الثالثة	(28-02)
125	لفرضية الرابعة	(29-02)

مقدمة

أ. توطئة:

تُعَدّ جودة الخدمة من أهم المفاهيم الحديثة التي حظيت باهتمام واسع في مختلف المؤسسات الخدمية، لما لها من دور أساسي في تحقيق رضا الزبائن وضمان استمرارية المؤسسة في ظل المنافسة المتزايدة. ويُعتبر قطاع التأمين من بين القطاعات التي تعتمد بشكل كبير على جودة الخدمات المقدمة، باعتبار أن الخدمة التأمينية ترتبط بتوفير الأمان والثقة للزبون، مما يجعل تحسين مستوى الخدمة ضرورة حتمية لكسب رضا الزبائن والمحافظة عليهم.

وفي ظل التطورات الاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية التي يشهدها العالم اليوم، أصبح الزبون أكثر وعياً بحقوقه وأكثر قدرة على تقييم الخدمات التي تقدمها المؤسسات التأمينية، الأمر الذي دفع هذه المؤسسات إلى الاهتمام بمختلف أبعاد جودة الخدمة، مثل الاعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف، والعناصر الملموسة، بهدف تحقيق رضا الزبون وتلبية توقعاته المتزايدة.

ومن هذا المنطلق، تسعى المؤسسات التأمينية إلى تطوير خدماتها وتحسين تعاملها مع الزبائن، لأن رضا الزبون لم يعد مجرد هدف تسعى إليه المؤسسة، بل أصبح معياراً أساسياً لقياس نجاحها وقدرتها على الاستمرار في السوق. لذلك برزت الحاجة إلى دراسة العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون، والتعرف على مدى تأثير جودة الخدمات المقدمة في تشكيل انطباعات الزبائن واتجاهاتهم نحو المؤسسة.

وفي إطار هذا التوجه، جاءت هذه الدراسة لمعالجة موضوع أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون، من خلال دراسة ميدانية بوكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين، وذلك بهدف الوقوف على مستوى جودة الخدمات التأمينية المقدمة ومدى انعكاسها على رضا الزبائن، بالاعتماد على مجموعة من الأدوات والأساليب العلمية والإحصائية المناسبة.

ب. الإشكالية الدراسة:

ما مدى تأثير جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون في وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين بورقلة؟

ويمكن تقسيم الإشكالية الرئيسية إلى الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل توجد علاقة بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون؟
2. هل توجد علاقة ذات أثر لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون؟

مقدمة

3. ما مستوى رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة في الوكالة؟
4. ما مستوى جودة الخدمة التأمينية في وكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين بورقلة؟
5. كيف تقيم مؤسسة سلامة للتأمين وإعادة التأمين دور جودة الخدمة التأمينية في تحقيق رضا الزبائن والمحافظة عليهم؟

ج. فرضيات الدراسة:

وقد اعتمدنا في دراستنا على مجموعة من الفرضيات والمتمثلة في:

- توجد علاقة بين جودة الخدمة التأمينية و رضا الزبون؛
- توجد علاقة ذات أثر لأبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون؛
- مستوى رضا الزبون عن الخدمات المقدمة في وكالة سلامة للتأمينات مرتفع؛
- مستوى جودة الخدمة التأمينية في وكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين بورقلة مرتفع؛
- توجد علاقة ارتباط بين أبعاد جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون.

د. أهمية الدراسة:

- التعرف على مستوى جودة الخدمات المقدمة؛
- إبراز جودة الخدمة التأمينية وأهميتها؛
- التعرف على الخدمات التي تقدمها وكالة سلامة للتأمينات بورقلة ومدى جودتها؛
- تكمن أهمية هذه الدراسة في معرفة مدى تأثير جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون.

هـ. اهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على علاقة جودة الخدمة التأمينية برضا الزبون؛
- تحديد الابعاد الأساسية التي تقيس جودة الخدمة التأمينية؛
- دراسة مدى تأثير جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون في شركة سلامة للتأمين وإعادة التأمين بورقلة.

و. حدود الدراسة:

- **الحدود الزمانية:** امتدت فترة هذه الدراسة حسب الأدوات المعتمد عليها في جمع البيانات من بداية شهر مارس الى نهاية أفريل.
- **الحدود المكانية:** أجريت الدراسة في جنوب الجزائر بولاية ورقلة في وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين؛
- **الحدود البشرية:** زبائن وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين بورقلة.

ز. مبررات اختيار الموضوع :

- الرغبة الشخصية لاكتشاف مجال التأمين؛
- توعية المجتمع لثقافة التأمين.

ح. منهج وأدوات الدراسة:

للإجابة على إشكالية الدراسة تم الإعتماد في الجانب النظري على المنهج الوصفي التحليلي ،أما في الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على أسلوب دراسة الحالة والمقابلة وأداة الاستبيان لمعرفة اثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون في وكالة السلامة للتأمينات بورقلة ، كما تم تحليل مخرجات الاستبيان باستخدام المنهج التحليلي عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية SPSS.

ط. هيكل الدراسة:

لقد تم تقسيم الدراسة الى فصلين الفصل الأول يتعلق بالأدبيات النظرية لمتغيرات الدراسة حيث شمل في المبحث الأول جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون اما المبحث الثاني فخصص للدراسات السابقة العربية والأجنبية.

اما الفصل الثاني فيتعلق بالدراسة التطبيقية حيث قسم إلى مبحثين المبحث الأول شمل تقديم المؤسسة محل الدراسة ومنهجية وأدوات الدراسة والمبحث الثاني مخصص لتحليل مخرجات نتائج الدراسة المتوصل اليها.

ي. صعوبات الدراسة:

- صعوبة إيجاد المؤسسة محل الدراسة؛
- ضيق الوقت؛
- صعوبة الموافقة على إتمام فترة التربص في المؤسسات ذات النشاط المشابه لموضوع الدراسة؛
- صعوبة اسقاط المكتسبات النظرية على المؤسسة محل الدراسة؛

مقدمة

- صعوبة تحديد الابعاد الأساسية التي تقيس جودة الخدمة التأمينية؛
- دراسة مدى تأثير جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون في شركة سلامة لتأمين وإعادة التأمين بورقلة

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

ورضا الزبون

تمهيد:

يعد قطاع التأمين من القطاعات الخدمية المهمة التي تساهم في تحقيق الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي، من خلال توفير الحماية للأفراد والمؤسسات ضد مختلف المخاطر المحتملة. ومع تزايد المنافسة بين شركات التأمين وارتفاع توقعات الزبائن، أصبحت جودة الخدمة التأمينية من أهم العوامل التي تحدد نجاح المؤسسة واستمرارها في السوق.

لم يعد الزبون يهتم بالحصول على الخدمة فقط، بل أصبح يركز على مستوى جودتها من حيث سرعة الاستجابة، ودقة الأداء، وحسن المعاملة، والثقة، ووضوح الإجراءات. لذلك أصبحت الجودة عنصراً أساسياً في تحقيق رضا الزبون وكسب ولائه، خاصة وأن الخدمة التأمينية تقوم أساساً على الثقة والالتزام.

وبناء على هذا قمنا بتقسيم الفصل الى مبحثين:

المبحث الأول: الادبيات النظرية لجودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون.

المبحث الثاني: يضم الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغيرات وأوجه التشابه والاختلاف مع دراسة الحالية.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لجودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

سنتطرق في هذا المبحث للإطار النظري لجودة الخدمة التأمينية من خلال عرض مفهوم الجودة وأهميتها، ومفهوم الخدمة والتأمين والخدمة التأمينية، إضافة إلى توضيح أبعاد جودة الخدمة التأمينية والنماذج المعتمدة في قياسها وتقييمها.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة التأمينية

تخظى الجودة باهتمام كبير في مختلف المجالات بكونها أداة فعالة في تحسين المنتجات والخدمات من طرف الشركات، وفي هذا المطلب سنتعرف على مفهوم الجودة، الخدمة وجودة الخدمة التأمينية .

الفرع الأول: مفهوم الجودة و أهميتها

أولا : مفهوم الجودة

للجودة مفاهيم عديدة والتي تعد من الأدوات الأساسية لقياس مدى فعالية المنتج او الخدمة وفيما يلي بعض تعاريف للجودة:

التعريف الاول: الجودة بمعناها العام هي المنظمة لسلعة او خدمة بمستوى عالي التميز حيث تكون قادرة على الوفاء باحتياجات ورغبات زبائنها بالذي يتفق مع توقعاتهم وتحقيق الرضا والسعاد لهم، ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا لإنتاج السلعة وتقييم الخدمة¹.

ويعرف رواد الجودة منهم ما يلي:

التعريف الثاني: لـ (جوران) : الجودة هي الملائمة للاستخدام أي كلما كانت الخدمة او السلعة المصنعة ملائمة لاستخدام المستفيد كلما كانت جيدة².

التعريف الثالث: لـ (كروسبي) : لتحقيق الجودة يشترط توفر ثلاث مبادئ³:

- الوفاء بالمتطلبات؛

¹ عمر وصفي عقيلي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة (وجهة نظر)، دار وائل للنشر، 200، ص 17.

² محمود عبد الفتاح رضوان، إدارة الجودة الشاملة فكر وفلسفة (قبل ان يكون تطبيق)، ط1، 2012، ص 14.

³ محمود عبد الفتاح رضوان، إدارة الجودة الشاملة وفلسفة (قبل ان يكون تطبيق)، مرجع سابق، ص 14.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

- انعدام العيوب؛

- تنفيذ العمل بصورة صحيحة من اول مرة وفي كل مرة.

التعريف الرابع: ل (ديمينغ) : الجودة هي تحقيق احتياجات وتوقعات المستفيد حاضرا ومستقبلا¹.

من جل التعاريف المذكورة نستطيع استنتاج تعريف مبسط للجودة:

الجودة هي عبارة عن أسلوب شامل يهدف الى تحسين الخدمة او المنتج الى حد التميز ولا يقتصر على خلو المنتج او الخدمة من العيوب فقط ، بل يشمل قدرة المؤسسة على تلبية احتياجات الزبائن الحالية والمستقبلية بصورة تفوق توقعات الزبائن لتحقيق رضاهم وولائهم.

ثانيا: أهمية الجودة

تنقسم أهمية الجودة الى جانبين وهما²:

1- بالنسبة للمؤسسة:

- تحسين الاتصال والتعاون داخل المؤسسة؛

- زيادة الحصة السوقية؛

- تعزيز المركز التنافسي للمؤسسة.

2- بالنسبة لـزبائن:

- كسب رضا وولاء الزبائن؛

- المحافظة على الزبائن الحاليين والعمل على جذب زبائن جدد؛

- حماية الزبون بتوفير كافة المعلومات عن المنتج او الخدمة.

الفرع الثاني: مفهوم الخدمة التأمينية

¹ محمود عبد الفتاح رضوان، ادارة الجودة الشاملة وفلسفة (قبل ان يكون تطبيق) ، مرجع سابق، ص 14.

² ناصر مراد، أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة لتحسين القدرة التنافسية في المؤسسة، ص 13.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

سننتقل في هذا الفرع إلى التعرف على مفاهيم حول كل من الخدمة و التأمين و جودة الخدمة التأمينية ومختلف الأنواع المندرجة تحتها:

أولاً: مفهوم الخدمة

هناك عدة تعاريف للخدمة نذكر منها ما يلي:

التعريف الأول: هي جميع النشاطات والعمليات التي تحقق الرضا لدى المستهلك مقابل ثمن ودون ان يتضمن ذلك أخطاء¹.

التعريف الثاني: ل (kotler) أحد علماء التسويق " الخدمة هي أي نشاط أو منفعة يمكن لطرف أن يقدمها لطرف آخر تكون غير ملموسة أساساً ولا ينتج عنها امتلاك شيء مادي"².

من التعاريف المذكورة أعلاه يتضح أن للخدمة بعض المزايا نذكر منها:

- غير ملموسة: أي ليس لها مقابل مادي فالزبون لا يستطيع تجربتها أو الإحساس بها؛
- غير قابلة لتخزين: أي الخدمة تنتج وتستهلك عند الطلب ولا يمكن تخزينها في بعض الحالات؛
- أنها لا تملك لأحد: أي لا تعد ملكاً تكون فقط بمقابل مادي؛
- تنتج عند وقوع الطلب عليها: تكون من طرف لطرف آخر لحظة التقائهما³

ثانياً: تعريف التأمين:

التعريف القانوني للتأمين: عرف المشرع الجزائري في القانون المدني التأمين "هو اتفاق أو عقد يلتزم بمقتضاه الطرف الأول (المؤمن) أن يؤدي للطرف الثاني (المؤمن له) أو إلى المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغاً من المال أو إيرادات

¹ مدحت محمد العزب، المفاهيم الأساسية في الخدمات الصحية، ط 1، 2023، ص76.

² بن ساعد فاطمة، جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون، مقال في مجلة الابتكار والتسويق، جامعة جيلالي لباس، سيدي بلعباس، الجزائر، المجلد 10، العدد1، 2023، ص137.

³ باديس بوخلوة وخارف صافية، اثر جودة خدمات التأمين في تعزيز رضا العملاء: دراسة مقارنة بين الشركة الجزائرية للتأمين والشركة الدولية للتأمين وإعادة تأمين بالمنبعة، جامعة الوادي، الجزائر، مقال في مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 5، العدد1، 2020، ص53.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

أو مرتبا أو أي عوض مالي آخر في حالة وقوع الحادث، أو تحقق الخطر المبين في العقد وذلك مقابل قسط أو أي دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له للمؤمن¹.

التعريف الاقتصادي للتأمين: هو عمل من أعمال التنظيم والإدارة وذلك لأنه يقوم بتجميع أعداد كافية من الحالات المتشابهة لتقليل درجة عدم التأكد إلى أي حد غير مرغوب فيه².

كمفهوم عام نستخلص أن التأمين هو نظام تعاقد يهدف إلى توفير الحماية للأفراد والممتلكات والمؤسسات من المخاطر المحتملة، من خلال تحويل عبء الخسائر المالية الناتجة عن هذه الاخطار إلى شركة التأمين، التي تلتزم بتسديد التعويض للمؤمن له وفق شروط محدد مقابل دفع أقساط مالية منتظمة.

نستنتج من التعاريف عناصر عقد التأمين³:

- **المؤمن:** هو الطرف الأول في عقد التأمين وهو هيئة التأمين المتمثلة في شركة أو المؤسسة التي تقدم خدمة التأمين؛
- **المؤمن له:** وهو الطرف الثاني في عقد التأمين والمستفيد في عقد التأمين؛
- **مبلغ التأمين:** أو ما يسمى قسط التأمين وهو المساهمة المالية التي يدفعها المؤمن له للمؤمن؛
- **التعويض:** هو المبلغ الذي يدفعه المؤمن للمؤمن له في حالة وقوع الخطر؛
- **الخطر:** هو الخطر التأميني الذي يمكن أن يتعرض له المؤمن له حاضرا او مستقبلا.

¹ **المادة 619 من القانون المدني الجزائري**، الأمانة العامة للحكومة، سنة 2007، ص102.

² نادية ياس البياتي، **التأمين الإلزامي (من المسؤولية الناشئة عن حوادث السيارات)**، دار المنهل، ط1، 2010، العراق، ص11.

³ قارة قاسم و قصاص فتيحة، **الثقافة التأمينية بالجزائر (الواقع والأسباب) دراسة حالة بعض ولايات الغرب الجزائري**، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 8، العدد 3، 2020، ص65.

ثالثا: مفهوم الخدمة التأمينية

التعريف الأول: هي عبارة عن منافع مادية (إصلاح الضرر) أو المعنوية (الحصول على الأمن وزوال الخوف) المرتقبة أو الآجلة نتيجة وعد شركة التأمين بالتعويض في حال وقوع الضرر أو الخطر المتفق عليه حسب ما تحتويه وثيقة التأمين¹.

تعريف الثاني: هي قدرة شركات التأمين على مقابلة احتياجات العملاء حيث أن شركات التأمين تقدم عديد من الخدمات إلى العملاء مثل إصدار الوثائق وتسوية الطلبات وإدارة واستثمار أموال العملاء².

التعريف الثالث: هي ذلك المنتج (الوعد بالتعويض في حال تحقق الخطر) الذي تقدمه منظمات التأمين (المؤمن)، للمؤمن لهم (الزبائن) والتي تؤدي إلى إشباع حاجاته ورغباته المتمثلة في تغطية الأخطار المحتملة الوقوع مستقبلا³.

التعريف الرابع: الخدمة التأمينية هي عبارة منتج تنتجه وتسوقه شركات التأمين (المورد)، بهدف تلبية احتياجات العميل ورغباته التأمينية ضد المخاطر المحتملة الوقوع في الحاضر والمستقبل، والتي يمكن أن تتسبب بخسائر في شخصه أو ممتلكاته أو مسؤوليته اتجاه غيره⁴.

رابعا: أنواع خدمات التأمين

لخدمات التأمين أنواع وأصناف عديدة في مجالات كثيرة ويمكن توضيح بعضها في الشكل التالي:

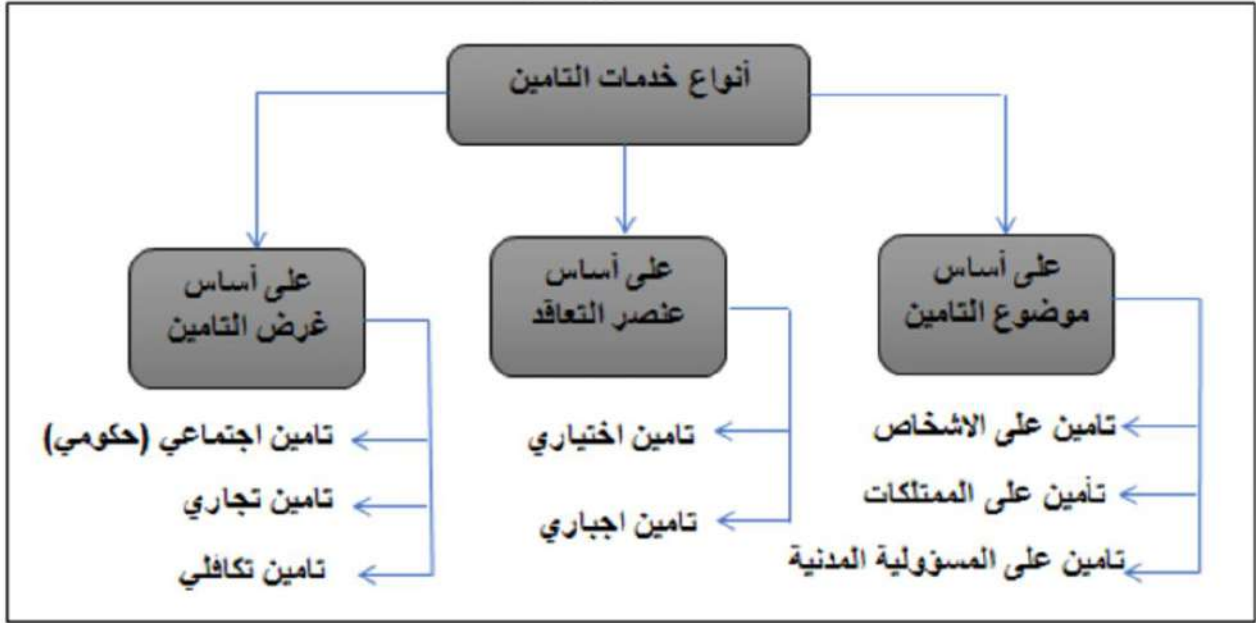
¹ فتيحة بوحرو، الدور الاستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين (دراسة تقييمية من منظور العملاء بجودة الخدمة الشركة الجزائرية للتأمين)، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، العدد 12، 2012، ص 203.

² عبد الرزاق بن علي وإبراهيم وصيف اغدير إبراهيم، اثر جودة خدمات التأمين في بناء الصورة الذهنية لدى عملاء الشركة الجزائرية للتأمين الشامل، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد 02، 2019، ص 687.

³ سارة زقروط، دور الالتزام بأخلاقيات التسويق في تحسين الخدمة التأمينية (دراسة حالة)، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه، تخصص إدارة المؤسسات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 اوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2020-2021، ص 102.

⁴ بلعدي عقيلة، تحسين جودة الخدمة التأمينية باستخدام نماذج صفوف الانتظار -دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين SAA - وكالة الجزائر العاصمة التابعة للمديرية الجهوية للجزائر 03، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 17، العدد 25، 2021، ص 221.

الشكل (01-01): يوضح أنواع خدمات التأمين



المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الدراسات السابقة

1. على أساس موضوع التأمين:

• تأمين على الأشخاص:

هي اتفاقية تأمينية بين المؤمن والمؤمن عليه لحماية الشخص من المخاطر التي قد تؤثر على حياته أو صحته أو قدرته على العمل، حيث يلتزم المؤمن بتقديم مبلغ مالي أو تعويض للمستفيد عند حدوث الخطر للمؤمن عليه أو عند انتهاء الفترة المتفق عليها في العقد وذلك مقابل دفع أقساط تأمينية وهذا لضمان الأمان المالي للأفراد عند مواجهة المخاطر التي تؤثر على حياته، ويضم هذا النوع¹:

- التأمين على الحياة؛

¹ مراكشي محمد أمين، ترقية خدمات التأمين الصحي في الجزائر، جامعة البليدة، الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 08، 2013، ص 268.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

- التأمين ضد الامراض: مصاريف العلاج او الفحوصات الخ؛
- التأمين ضد الحوادث الشخصية: حوادث المرور، إصابات جسدية؛

• التأمين على الممتلكات:

يكون موضوع الخدمة التأمينية في هذا النوع مجوع الاخطار التي تهدد ممتلكات العميل (شخص طبيعي أو معنوي)، سواء كانت ثابتة أو منقولة ويسمى هذا مبلغ التأمين في هذه الحالة تعويضان ويحدد على أساس الضرر أو الخسار التي تلحق بممتلكات العميل وذلك نتيجة وقوع المؤمن منه ، لهذا النوع تفرعات كثيرة نذكرها منها¹:

- التأمين ضد الحريق؛
- التأمين ضد السرقة والسطو؛
- التأمين على الماشية؛
- التأمين على المزروعات.

• التأمين على المسؤولية المدنية:

"يلتزم المؤمن بتعويض الاضرار التي يتسبب بها المؤمن له للغير"² أي عند احداث الشخص المؤمن له ضررا مادي او جسدي او مهما كان نوعه لشخص اخر، يقوم المؤمن بالتعويض عن الشخص المتضرر بدلا من المؤمن له وفق الشروط والمبالغ المتفق عليها في عقد او وثيقة التأمين لضمان حصول المتضرر على التعويض المستحق له.

2. على أساس عنصر التعاقد:

• التأمين الاختياري:

¹ سعيدي صبيحة، تفعيل الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، جامعة حسنية بن بوعلي الشلف، الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم المالية والمحاسبة ،تخصص :مالية وتأمينات 2022-2023، ص10.

² بن عزة أكرام والحاج ميمون و شمس الهدى، التأمين على المسؤولية المدنية الناشئة عن الحوادث المرورية: دراسة تطبيقية حالة شركة التأمين SAA، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 11، العدد 02، 2025، ص93.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

يقصد بالتأمين الاختياري التأمين الذي يتم بمحض إرادة الفرد أو المؤسسة ،حيث يملك المؤمن له حرية اتخاذ قرار التعاقد مع شركة التأمين دون أي الزام قانوني ويشمل عدة مجالات ك تأمين سيارة¹؛

• التأمين الاجباري:

في هذا النوع يفرض القانون على الأشخاص أو المنشآت بحيث يصبح من الضرورة المشاركة فيه تحقيق منفعة عامة وحماية الافراد والمجتمع من الأثر الاقتصادي من المخاطر ك التأمينات الاجتماعية².

3. على أساس غرض التأمين:

• تأمين تجاري:

في هذا النوع يلتزم المؤمن له بدفع مبلغ من المال للمؤمن (شركة التأمين)، على أن يتحمل المؤمن تعويض للضرر الذي يصيب المؤمن له ، فإن لم يتعرض للضرر المحدد في عقد التأمين يصبح المبلغ المدفوع حقا للمؤمن ولا شيء للمؤمن له³.

• تأمين اجتماعي:

الهدف منه تحقيق نوع من العدالة الاجتماعية وليس تحقيق ربح، ومن بين تفرعات هذا النوع نذكر بعضها⁴:

- تأمين إصابات العمال الناتجة عن حوادث العمل؛

- أمراض المهنة؛

- تأمين ضد البطالة؛

- التأمين الصحي؛

¹ ساخي بوبكر، دور وأهمية جودة خدمات التأمين في جلب العملاء ،مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، ورقة بحثية، جامعة الوادي ، الجزائر، المجلد 17، العدد 01، 2022، ص 54.

² ساخي بوبكر، اثر جودة خدمات التأمين في تعزيز رضا العملاء ، مرجع سابق، ص 54

³ هاني ابي الفضل الاسكندري، التأمين وانواعه المعاصرة، دمشق، الدار البيضاء، 2009، ص 33.

⁴ سعيد صبيحة، تفعيل الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي، مرجع سابق، ص 11.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

- التأمين ضد الوفاة... الخ.

● تأمين تكافلي (الإسلامي):

وهو تعاون مجموعة من الأشخاص على تحمل الخطر والاضرار المحتملة من خلال إنشاء حساب (صندوق) غير هادف للربح، و له ذمة مالية مستقلة أي و وفق احكام الشريعة الإسلامية أو ما يعرف بالتأمين الإسلامي¹.
كما يوجد أنواع أخرى وتندرج تحت التأمين الخاص وهي:

- تأمين بحري وجوي: والذي يغطي المخاطر المتعلقة بالنقل البحري أو الجوي، سواء للبضائع أو للركاب².

الفرع الثالث: مفهوم جودة الخدمة التأمينية وأهميتها

سنتعرف في هذا الفرع في مفاهيم حول جودة الخدمة التأمينية وتوضيح أهميتها:

أولا: تعريف جودة الخدمة التأمينية

التعريف الاول: قدرة شركة التأمين على تقديم الحماية التأمينية بما يحقق رغبات العملاء ويتطابق مع توقعاتهم ويفي باحتياجاتهم التأمينية بشكل مستمر وتمثل مقاسا أو معيارا للدرجة التي يصل إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم³.

التعريف الثاني: هي مدى ملائمة الخدمة التأمينية لغرض العميل وقدرتها على إشباع حاجاته ورغباته وتطلعاته⁴.

¹ عبد الحق علي وآخرون، تطبيق التأمين التكافلي في الجزائر آفاق وتحديات: شركة السلامة لتأمينات نموذجاً، مجلة الابداع، المجلد 10، العدد 01، 2020، ص 158.

² بن عزة اكرام والحاج ميمون شمس الهدى، التأمين على المسؤولية المدنية الناشئة عن الحوادث المرورية دراسة تطبيقية حالة شركة التأمين الجزائرية Saa، مرجع سابق، ص 93.

³ بلعجال يمينة وعنتو محمد، جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون شركة التأمين: دراسة ميدانية لزيائن شركة التأمين Saa مستغانم، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، Revue Algérurnne d'econome et gestion، vol 15، N 01، 2021، p 540.

⁴ قاسم فهمي، قياس جودة خدمات شركات التأمين العاملة في اليمن من وجهة نظر العملاء باستخدام نموذج SERVPERE: دراسة تطبيقية على الشركة المتحدة للتأمين، كلية المجتمع سنحان بلاد الروس، مجلة نماء للاقتصاد و التجارة، المجلد 05، العدد 02، 2021، ص 80.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

التعريف الثالث: هي قياس مدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات الزبون أي مقياس للدرجة التي يرتقي لها مستوى الخدمة المقدمة من قبل الشركة للزبائن لتقديم خدمات ذات جودة متميزة تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات الزبائن¹.

التعريف الرابع: هي قدرة شركات التأمين على مقابلة احتياجات وتوقعات العملاء، حيث أن شركات التأمين تقدم العديد من الخدمات إلى العملاء مثل اصدار الوثائق وتسوية المطالبات وإدارة واستثمار أموال العملاء وخلافه².

من التعاريف أعلاه نستنتج:

جودة الخدمة التأمينية هي تطبيق معايير وأساليب الجودة لتحسين الخدمة التأمينية المقدمة من طرف شركات التأمين للعملاء بهدف تلبية احتياجاتهم التأمينية بصورة تفوق توقعهم وإدراكهم لتحقيق رضاهم.

ثانيا: أهمية جودة الخدمة التأمينية

تعد جودة الخدمة عنصر أساسي لنجاح شركات التأمين في ظل المنافسة المتزايدة حيث تساهم في³:

- ✓ تحسن سمعة شركة التأمين من خلال بناء علاقات جيدة مع العملاء والعمل على تلبية رغباتهم واحتياجاتهم؛
- ✓ تعزيز ثقة العملاء في خدمات ومنتجات التأمين، مما يؤدي إلى زيادة الإقبال على الشركة وارتفاع حجم المبيعات والحصة السوقية؛
- ✓ جذب عملاء جدد عبر نقل الانطباعات الإيجابية والتوصيات بين الزبائن الحاليين والمحتملين؛
- ✓ تحسن الأداء المالي للمؤسسة نتيجة زيادة المبيعات وتوسيع قاعدة العملاء وتقليل تكاليف البحث عن زبائن جدد؛

¹ سهى عبد الحسن وشيخة اللامي، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمة التأمينية : بحث تطبيقي في شركة التأمين الوطنية ، جامعة بغداد ، معهد الهندسة الوراثية والتقنيات الاحيائية ، مجلة دراسا محاسبية ومالية، المجلد 17، العدد 60، 2002، ص 151.

² عبد الرزاق بن علي و إبراهيم وصيف أغدير ابراهيم، أثر جودة خدمات التأمين في بناء الصورة الذهنية لدى عملاء الشركة الجزائرية للتأمين الشامل ، **CAAT** ، مرجع سابق، ص 687.

³ ساخي بوبكر، دور واهمية جودة الخدمة التأمينية في جلب العملاء ، مرجع سابق، ص 239.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

✓ الحفاظ على الزبائن الحاليين من خلال تقديم خدمات تتوافق مع توقعاتهم مما يرفع رضاهم واستمرار تعاملهم مع الشركة؛

✓ تحقيق ولاء الزبائن وتشجيعهم على شراء خدمات تأمينية مستقبلا.

الفرع الرابع: أبعاد ونماذج تقييم جودة الخدمة التأمينية

يشمل هذا المطلب فرعين الأول يوضح الأبعاد الرئيسية المتحكمة في قياس جودة الخدمة التأمينية، والفرع الثاني سنتعرف على نماذج تقييم جودة الخدمة التأمينية:

أولا: أبعاد جودة الخدمة التأمينية

يمكن تقسيم أبعاد جودة الخدمة حسب " التصنيف الذي قام به Parasuranan وزملائه سنة 1988"¹ وهي خمسة أبعاد رئيسية والتي تم الاعتماد عليها في الدراسة الحالية إضافة إلى بعدين تم التوصل لهما أثناء البحث وبهذا تصبح سبعة أبعاد وهي:

(1) **بعد الملموسية:** وتشير إلى الجوانب المادية والملموسة التي توفرها الشركة لزبائنهم لإعطاء انطباع بالراحة وكسب عملاء جدد مثل أماكن الجلوس، نظافة المبنى، الموظفين، بصفة أدق هي المحيط المادي للشركة لإعطاء صورة إيجابية في ذهن العملاء²؛

¹ خالدي فراح و مهواة امال، أثر إدارة فرق العمل على جودة الخدمات التأمينية في شركات التأمين الجزائرية: دراسة لعينة من عدد شركات التأمين في بسكرة، مجلة اقتصاد المال والاعمال، المجلد 07، العدد 01، 2022، ص16.

² عبد الجبار زاويدي ومنى مسعوني، إدارة علاقات الزبائن وعلاقة جودة الخدمة التأمينية في الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين La CAAR وكالة تبسة، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، 2020، ص222.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

(2) **بعد الإعتمادية:** وتعبر عن درجة ثقة العميل بشركة التأمين، وعن مدى قدرة الشركة على الوفاء بالوعود المقدمة من قبله، وهذا البعد يعكس مستوى الخدمة والعميل هنا يأمل من شركة التأمين بأن يقدم له خدمة دقيقة من حيث الوقت والجودة¹؛

(3) **بعد الثقة والأمان:** تعكس خلو المعاملات مع شركة التأمين من الشك والمخاطرة، ويجب أن تتوفر في الخدمة التأمينية بدرجة تفوق توقعات الزبون، يمكن إبراز هذا المؤشر من خلال توفير أجهزة سلامة والامن والإجراءات المرتبطة بها²؛

(4) **بعد الإستجابة:** وتعني وجود الإرادة السابقة لدى الموظفين في مساعدة الموظفين وتزويدهم فوراً بالخدمة ويركز هذا البعد على المجاملة واللفظ والاصل في التعامل مع طلبات العملاء من الأسئلة والشكاوي والمقترحات كما أن تأدية هذه الخدمات ودرجة التفاعل التي تتم بين العميل و موظفي الشركة ، من حيث حسن الاستقبال ورغبة الموظفين في مساعدة الزبون والرد على استفساراته بكل لطف واي وقت³؛

(5) **بعد التعاطف:** يشير إلى درجة العناية بالمستفيد ورعايته بشكل خاص والاهتمام بمشاكله والعمل على إيجاد حلول لها بطرق إنسانية ،يعني فهم احتياجات الزبون ومراعاة شعورهم واذواقهم⁴؛

(6) **حسن التواصل:** يقتضي هذا البعد إلى تزويد الزبائن بالمعلومات وباللغة التي يفهمونها، وتقديم التوضيحات اللازمة حول طبيعة الخدمة وتكلفتها⁵؛

¹ بلعدي عقيلة، تحسين جودة الخدمة التأمينية باستخدام نماذج صفوف الانتظار ، مرجع سابق، ص 222.

² بلعدي عقيلة، تحسين جودة الخدمة التأمينية باستخدام نماذج صفوف الانتظار ، مرجع سابق، ص 222.

³ محمد محمد عيسى يوسف، جودة الخدمات واثرها في خلق ولاء عملاء لشركة ليبيا للتأمين فرع مصراته: دراسة تحليلية، مجلة شمال افريقيا، المجلد 02، العدد 03، 2024، ص 301.

⁴ ساخي بوبكر، دور واهمية جودة الخدمة التأمينية في جلب العملاء، مرجع سابق، ص 240.

⁵ بريكة السعيد وآخرون، أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون بالشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين ، ام البواقي، الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 04، المجلد 01، 2017، ص 289.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

(7) بعد السعر: ويعني هذا المؤشر توافق السعر مع الخدمة المقدمة وإدراك العميل بملائمة تكلفة الخدمة التأمينية

بالمنافع والتغطية التي يحصل عليها فكلما كان السعر متوافق مع جودة الخدمة المقدمة زاد رضا العميل.

ثانيا: نماذج تقييم جودة الخدمة التأمينية

نظرا لأهمية جودة الخدمة التأمينية في تحقيق رضا الزبون ظهرت بعض النماذج التي ساهمت في تقييم مستوى الخدمة المقدمة، وهي كالتالي:

نموذج الفجوة SERVQUAL:

يعد نموذج SERVQUAL من أهم الأدوات المستخدمة لقياس جودة الخدمة ورضا العملاء، حيث يقوم على مقارنة توقعات العميل مع ادراكه الفعلي للخدمة المقدمة بهدف الكشف عن الفجوة بينهما ويركز أيضا على أبعاد جودة الخدمة (المذكورة آنفا)، يستخدم في تحديد الفجوات بين ما ينتظره العملاء وما يحصلون عليه فعليا¹.

يمكن استخلاص أهميته وما يميزه في النقاط التالية:

- يساعد المؤسسات على مراقبة وتحسين جودة خدماتها؛
- يمكن الباحثين من تقييم أداء المؤسسات الخدمية بدقة؛
- بالنسبة لقطاع التأمين يتضح صدق كل مما سبق على أرض الواقع.

نموذج الأداء الفعلي SERVPRF:

¹ Malak Aldossary and Kamran Siddqui , *The relationship between service Quality and insurance usage – E3S Web of confrences*, Trans Siberia , 2023- p2-3

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

هو نموذج جاء نتيجة جهود بحثية بهدف تبسيط قياس وتقييم جودة الخدمة لتكون أكثر دقة وواقعية، بحيث يركز على مقارنة التوقع بالإدراك ويمثل أداة فعالة لتحليل رضا الزبون من خلال الآراء الناتجة عن تجربتهم الحقيقية حول الخدمة المقدمة، ويمكن التعبير عن الأداء الفعلي بالعلاقة التالية¹:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الأداء الفعلي}$$

نستنتج من العلاقة أن الأداء الفعلي هو المستوى الحقيقي للخدمة المقدمة ، وأن جودة الخدمة تحدد من ادراك الزبائن أي كيف يرى ويقيم هذه الخدمة.

فالعلاقة بين الأداء الفعلي وجودة الخدمة علاقة مباشرة أي:

✓ كلما كان الأداء الفعلي ممتاز ومرتفع الزبون يدرك الخدمة بأنها ذات جودة عالية وبالتالي يزيد الرضا؛

✓ كلما كان الأداء ضعيف ينخفض الإدراك وبالتالي يقل الرضا.

المطلب الثاني: الأدبيات النظرية لرضا الزبون

إن رضا الزبون من المفاهيم الأساسية في مجال التسويق وإدارة الخدمات، كونه يعكس مدى قدرة المؤسسة على تلبية حاجات الزبائن وتوقعاتهم. وقد أصبح تحقيق رضا الزبون من الأهداف الرئيسية للمؤسسات ، ومن التحديات التي تواجهها المؤسسات ، إضافة على ذلك ارتفاع مستوى وعي الزبائن بأهمية جودة الخدمة.

سنتناول في هذا المطلب مفهوم رضا الزبون وأهميته، ومحدداته ومراحل تحقيقه، وأساليب قياسه، إضافة إلى توضيح العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون.

الفرع الأول: مفهوم رضا الزبون وأهميته

¹ لعشاشي مصطفى ومزيان عبد القادر، تقييم وقياس جودة وكالات التأمينية في السوق الجزائرية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، العدد 07، 2015، ص 281.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

سننتقل إلى مفاهيم حول رضا الزبون وتوضيح أهميته في بعض النقاط:

أولاً: مفهوم رضا الزبون

التعريف الأول: عرفه kotler على أنه: "كل تصور إيجابي أو سلبي يشعر به الزبون اتجاه تجربة شراء أو استهلاك، تكون ناتجة عن مقارنة بين توقعاته للمنتج وفعاليته المدركة"¹.

التعريف الثاني: ويعرف أيضاً أنه "بمقابلة حكم المستهلكين على الأداء المتصور للمنتج أو الخدمة بما يتماشى مع توقعاتهم فضلاً عن مستوى المتعة المكتسبة من الوفاء المرتبط بالاستهلاك"².

التعريف الثالث: عرف رضا الزبون على أنه: درجة إدراك الزبون مدى فعالية المؤسسة في تقديم المنتجات التي تلبي احتياجاته ورغباته.³

ومما سبق ذكره من التعاريف نستنتج: أن رضا الزبون هو حالة شعورية تتكون لدى العميل نتيجة مقارنة توقعاته المسبقة حول منتج أو خدمة معينة مع الأداء الفعلي الذي يحصل عليه، فإذا كان الأداء يساوي أو يفوق التوقعات، يتحقق الرضا أما إذا كان أقل فيؤدي إلى عدم الرضا.

ثانياً: أهمية رضا الزبون

¹ Kotler , lane, delphineK,dubois ,Marketing Management(ed.12ème edition),paris:pearson edition2006 .

² جهان مالكي، محمد بلحسن و آخرون، تأثير إدارة علاقة الزبون الاجتماعية على ارتباط ورضا الزبون، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد26، العدد1، 2023، ص311.

³ محمد خثير، أسماء مرايمي، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، المجلد3، العدد 4، 2017، ص 33 .

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

يعد رضا الزبون من أبرز العوامل التي تسهم في تحديد نجاح المؤسسة و استمراريتها، حيث أشار عدد من الباحثين إلى أن العناصر التالية تعبر عن مستوى رضا الزبون اتجاه أداء المؤسسة وجودة خدماتها¹:

- إن رضا الزبون على جودة الخدمات المقدمة إليه من قبل المؤسسة سيقول من احتمالية توجه الزبون إلى مؤسسات أخرى منافسة لها ويقوده للتعامل معها في المستقبل مرة أخرى؛
- إذا كان الزبون راضيا عن أداء المؤسسة وخدماتها، فإنه ينقل تجربته الإيجابية إلى الآخرين مما يسهم في استقطاب زبائن جدد وتعزيز سمعة المؤسسة؛
- إذا كان الزبون راضيا عن جودة الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة فإن قراره بالعودة إليها سيكون سريعا؛
- يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمؤسسة بشأن مستوى الخدمة المقدمة له، مما يدفعها إلى تحسين وتطوير خدماتها بما يلي تطلعات الزبائن؛
- إن المؤسسة التي تهتم برضا الزبائن ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين ولا سيما فيما يخص المنافسة في الأسعار؛
- يعد رضا الزبون مقياسا لجودة الخدمة المقدمة.

الفرع الثاني: محددات ومراحل تحقيق رضا الزبون

إن رضا الزبون من أهداف المؤسسات ومن أجل تحقيق ذلك سنتطرق لتعرف على محددات ومراحل تحقيق رضا الزبون:

أولا: محددات رضا الزبون

¹ زكرياء عطلاوي، دور جودة الخدمة وأثرها في تعزيز رضا الزبائن (دراسة ميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، إدارة العمليات التجارية، قسم علوم تجارية، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2013-2014، ص113.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

يتأثر رضا الزبون ببعض المحددات التي تساهم في خلق نظرته اتجاه الخدمة المقدمة له وتقييمها من خلال معرفة ما إذا كانت تتوافق مع توقعاته أم لا، ومن أبرز هذه المحددات هي:

أ- **التوقع:** وهو التصور المسبق الذي يكونه الزبون حول الخدمة ومنافعها قبل الحصول عليها استنادا إلى خبراته السابقة والمعلومات المتراكمة عن الخدمات المماثلة وقد يتأثر قراره الشرائي بتجاربه السابقة حول الخدمة؛

ولقد عرض كل من **Pitts et Wooddsie** ثلاثة أنواع من التوقعات وهي¹:

1. **التوقع التنبؤي:** يوضح معتقدات العميل عن الخصائص التي يتوقع وجودها في الخدمة؛

2. **التوقع المعياري:** ويركز على المستويات المثالية التي يجب ان يكون عليها اداء الخدمة وهو الانسب لمحددات الرضا؛

3. **التوقع المقارن:** يعبر عن معتقدات العميل حول أداء الخدمة بالمقارنة مع الخدمات الاخرى المنافسة.

ب- **الأداء المدرك:** يعبر عن مستوى الاداء الذي يحصل عليه الزبون فعلا نتيجة الاستفادة من الخدمة وتقييمها معتمدا على المعلومات التراكمية التي يكونها من خبراته السابقة المماثلة²؛

يعد كل من التوقع والإدراك من المحددات الأساسية لرضا الزبون، حيث يتحدد مستوى الرضا من خلال المقارنة بينما كان متوقعا وما تم إدراكه فعليا ويمكن توضيحه في الشكل كالتالي:

الشكل (1-2): يوضح محددات رضا الزبون



المصدر: من اعداد الطالبتين

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الدراسة

ثانيا: مراحل تحقيق رضا الزبون

يتم تحقيق رضا الزبون وفقا للمراحل التالية:¹

- فهم حاجات الزبون: تعد هذه الخطوة مهمة للوصول إلى رضا الزبون وقياسه بحيث تقوم المؤسسة بجمع معلومات حول ما يحتاجه الزبائن وما يتوقعونه؛
- التغذية العكسية للزبائن: هنا يتم استقبال آراء الزبائن بعد تجربة الخدمة أو المنتج، هذه المرحلة تساعد المؤسسة في معرفة نقاط القوة والضعف في خدماتها؛
- القياس المستمر: في هذه المرحلة تقوم المنظمة بإنشاء برنامج خاص لقياس رضا الزبائن بشكل دوري ومنتظم.

ثالثا: أساليب قياس الرضا

تتمثل أساليب قياس الرضا فيما يلي:²

¹مزيان حمزة، ط.د بن سالم نادية، أهمية تحقيق رضا الزبون لبناء ولائه - دراسة ميدانية لعينة من زبائن موبيليس، مجلة البشار الاقتصادية، المجلد 6، العدد 1، أ، 2020، ص 629 - 630.

²مزيان حمزة و بن سالم نادية، أهمية تحقيق رضا الزبون لبناء ولائه - دراسة ميدانية لعينة من زبائن موبيليس، مرجع سبق، ص 630.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

- **أنظمة الشكاوي والاقتراحات:** تُعدّ الشكاوى تعبيراً عن انتقادات الزبائن الموجهة نحو المنتج أو الخدمة التي تقدمها المؤسسة أو ممثلوها، ويعتبرها البعض وسيلة لإظهار حالة عدم الرضا التي يشعر بها الزبون أثناء تعامله مع المؤسسة. كما أن إتاحة الفرصة للزبون للتعبير عن انتقاداته وتقديم اقتراحاته بخصوص المؤسسة ومنتجاتها تُسهم في تعزيز ولائه لها، إذا ما تم التعامل معها بطريقة صحيحة؛
- **استقصاء الرضا:** يُعدّ استقصاء الرضا من الأساليب الكمية التي تعتمد عليها المؤسسة لبناء استراتيجية دقيقة وموجهة، حيث يقوم على تجميع مختلف المعلومات المتوفرة عن الزبائن وتحويلها إلى بيانات قابلة للقياس والتحليل بشكل منهجي. ويسمح ذلك بتحديد مستوى رضا الزبائن، والتعرف على أهم العوامل المؤثرة في تحسينه، ثم مقارنتها بمستوى أداء المؤسسة. كما تعتمد المؤسسة في ذلك على إجراء استقصاءات دورية باستخدام عينة ممثلة من المجتمع المدروس، وذلك عبر وسائل متعددة مثل الهاتف، والبريد، والإنترنت، والمقابلات الفردية وغيرها؛
- **الزبون المتخفي:** الزبون المتخفي هو أسلوب تعتمد فيه المؤسسة على شخص يتقمّص دور زبون حقيقي لتقييم جودة الخدمة، حيث يقدّم تقريراً يتضمن ملاحظاته حول الجوانب الإيجابية والسلبية. ويُستخدم هذا الأسلوب لأن بعض الزبائن لا يعبرون بصراحة عن آرائهم. كما قد يفتعل هذا الزبون مواقف إشكالية لاختبار ردود فعل الموظفين، مثل إظهار الاستياء بشكل واضح، بهدف معرفة كيفية تعاملهم مع مثل هذه الحالات؛
- **تحليل الزبائن المفقودين:** يختص هذا النوع في الإجابة على التساؤل التالي: لماذا يتوقف العملاء عن التعامل مع المؤسسة؟ حيث تقوم من خلاله المؤسسة بالاتصال بالزبائن الذين توقفوا عن التعامل معها لمعرفة أسباب ذلك، مثل ارتفاع الأسعار أو ضعف جودة الخدمات، بهدف فهم دوافعهم واتخاذ إجراءات لمعالجة المشكلات.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

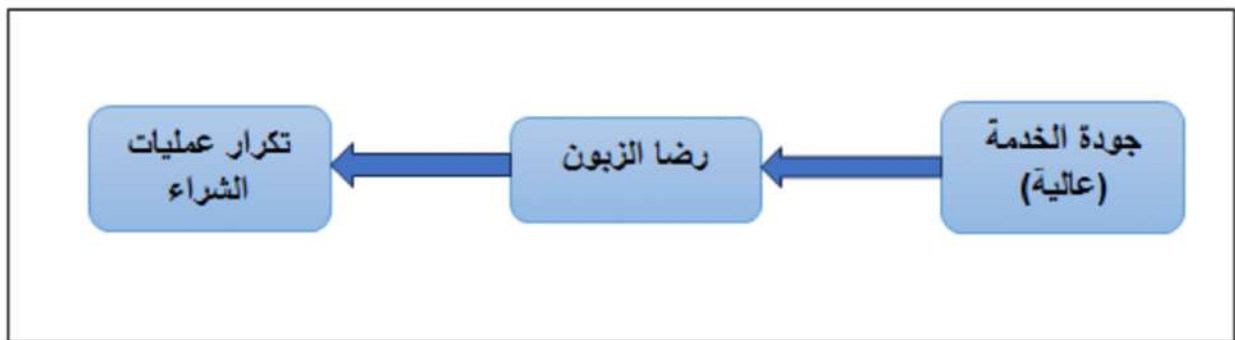
وقبل القيام بهذا التحليل، يجب على المؤسسة تقييم قيمة هؤلاء الزبائن وتقدير تكلفة استرجاعهم، ثم مقارنتها بالعائد المتوقع، فإذا كانت التكلفة أعلى من الربح المنتظر فلا يكون من المجدي إجراء الدراسة¹.

الفرع الثالث: علاقة جودة الخدمة التأمينية برضا الزبون

اختلف الباحثين في تحديد العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون، كما وضحت العديد من الدراسات العلاقة بينهما في صورة نوايا الشراء، بحيث أنه إذا ارتفع مستوى جودة الخدمة فهذا يؤدي إلى رضا الزبون وبالتالي تكرار عمليات الشراء، وتوصلت بعض الدراسات إلى نتائج متضاربة في اعتبار الرضا سابق أم لاحق لجودة الخدمة².
ومما سبق نستنتج أن جودة الخدمة التأمينية تؤدي إلى رضا الزبون وليس العكس و أن هناك علاقة سببية ما بين جودة الخدمة و رضا الزبون، حيث أنّ المستويات العليا من جودة الخدمة تؤدي إلى رضا الزبون وتكرار عمليات الشراء من نفس المؤسسة.

ونوضح العلاقة في الشكل التالي:

الشكل 1-3: يوضح علاقة جودة الخدمة برضا الزبون.



¹ كريمة بكوش، تحقيق رضا العميل الخارجي من خلال الموارد البشرية-دراسة حالة مؤسسة ترفال للحليب ومشتقاته بالبلدية، مذكرة ماجستير، تسويق، جامعة سعد دحلب البلدية، 2006، ص 100 .

² محمد ختير و اسماء مراسمي، العلاقة التفاعلية بين ابعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الرياض لاقتصاديات الاعمال، المجلد 03، العدد 01، 2017، ص 34-35.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الدراسات السابقة.

المبحث الثاني : الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة باللغة العربية واللغة الأجنبية

الدراسات السابقة من اهم المرتكزات العلمية التي يعتمد عليها الباحث في بناء دراسته، اذ تساهم في توضيح الاطار المعرفي للموضوع وفهم مختلف الجوانب المرتبط به، من خلال الاطلاع على أفكار ونتائج الباحثين السابقين، كما يمكن توضيح أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، وإبراز القيمة العلمية التي تضيفها دراستنا.

حيث سيتم التطرق في هذا المبحث الى عرض مجموعة من الدراسات السابقة حول موضوع جودة الخدمة ورضا الزبون، باللغتين العربية والأجنبية، مع تحليل اهم النتائج المتوصل اليها.

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة باللغة العربية

يشمل هذا المطلب الدراسات السابقة باللغة العربية حول موضوع دراستنا وهي:

- دراسة سعيدي صبيرة " تفعيل الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر"، أطروحة دكتوراه،

مالية وتأمينات، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2023.¹

هدفت الدراسة إلى إبراز دور تطوير ونشر الخدمة التأمينية في تعزيز الشمول المالي بالجزائر، من خلال التركيز على الرقمنة، توسيع قنوات التوزيع، والتأمين المصغر والتكافلي. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، والمنهج الاستقرائي في الجانب التطبيقي، مع استخدام الاستبيان وبرنامج SPSS لتحليل البيانات واختبار الفرضيات. توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

-تحسين وتطوير الخدمة التأمينية يساهم في دعم وتعزيز الشمول المالي.

¹ سعيدي صبيرة، تفعيل الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر، أطروحة دكتوراه، مالية وتأمينات، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2023.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

-توظيف تكنولوجيا التأمين والرقمنة يساعد على تسهيل تقديم الخدمات التأمينية ونشرها.

-تعميم المعاملات الرقمية يساهم في خفض تكلفة الخدمة التأمينية وتسريع الحصول عليها.

-توسيع قنوات التوزيع التقليدية والحديثة يساعد على زيادة انتشار الخدمات التأمينية.

- دراسة زواد رجاء ورماس محمد امين بعنوان "اثر معايير جودة خدمة التأمين على ولاء الزبون بوجود

الرضا كمتغير وسيط: دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CARMA" بولاية سعيدة،

مقال في مجلة دفاتر اقتصادية، 2022.¹

عاجلت الدراسة الإشكالية التالية: هل هناك اثر لمعايير جودة خدمة التأمين على ولاء الزبون بوجود عامل الرضا

كمتغير وسيط؟

هدفت إلى معرفة أثر معايير جودة الخدمة على رضا العملاء بالتركيز على عامل الرضا باعتباره متغير وسيط

حيث تم جمع عينة قدرت بـ 120 من زبائن المؤسسة باستخدام استبيان وتم معالجة البيانات وتحليلها باستعمال النمذجة

بالمعادلات الهيكلية من خلال اعتماد منهجية Advanced PLS بالاستعانة ببرنامج Smart PLS3

توصل الباحثان إلى أن معايير الجودة تساهم في تحقيق ولاء الزبون ويوجد اثر إيجابي في اختبار صحة فرضيات

الدارسة بين معايير جودة خدمة التأمين وولاء الزبون بوجود عامل الرضا كمتغير وسيط.

¹ زواد رجاء ورماس محمد امين، أثر معايير جودة خدمة التأمين على ولاء الزبون بوجود الرضا كمتغير وسيط: دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون

الفلاحي CARMA ، بولاية سعيدة، مقال في مجلة دفاتر اقتصادية، 2022

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

- دراسة ساخي بوبكر بعنوان "دور وأهمية الخدمة التأمينية في جلب العملاء" جامعة لونيبي علي

البليدة2، مخبر المفاولة، تسيير الموارد البشرية والتنمية المستدامة، مجلة الأبحاث الاقتصادية، ورقة

بجئية، 2022.¹

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مفهوم ومتطلبات جودة الخدمة التأمينية والاهتمام برضا العملاء الحاليين واستقطاب عملاء جدد لشركات التأمين مع إبراز دور وأهمية إدارة الجودة الشاملة في تعزيز المكانة التنافسية لشركات التأمين.

أظهرت نتائج دراسة الباحثان إلى:

• تقييم العملاء لجودة الخدمة التأمينية المقدمة من طرف شركات التأمين مؤطرة تحت عدة مؤشرات منها:

الاعتمادية، الملموسية، الاستجابة، الثقة والأمان؛

• الاهتمام بجودة الخدمة في مجال التأمين يعزز المكانة السوقية والتنافسية.

- دراسة سامية معزوز بعنوان "أثر تطبيق التأمين التكنولوجي في دعم نشاط شركات التأمين: دراسة عدد

من شركات التأمين الجزائرية"، جامعة قسنطينة2 عبد الحميد مهيري، الجزائر، مقال في مجلة دراسات

اقتصادية 2022.²

هدفت الدراسة إلى التعرف على إمكانية تطبيق التأمين التكنولوجي على نشاط شركات التأمين وتسليط الضوء

على قطاع التأمين.

¹ ساخي بوبكر، دور وأهمية الخدمة التأمينية في جلب العملاء، جامعة لونيبي علي البليدة 2، مخبر المفاولة، تسيير الموارد البشرية والتنمية المستدامة، ورقة بحثية في مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 17، العدد 1، 2022.

² سامية معزوز، أثر تطبيق التأمين التكنولوجي في دعم نشاط شركات التأمين: دراسة عدد من شركات التأمين الجزائرية، جامعة قسنطينة2 عبد الحميد مهيري، الجزائر، مقال في مجلة دراسات اقتصادية 2022.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام استبيان موجه لبعض موظفي شركات التأمين المتواجدة في الجزائر وقدرت ب 70 موظف، وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS.

وتوصلت الباحثة إلى أن التأمين التكنولوجي يساهم في زيادة القدرة الإستيعابية لشركات التأمين وتطوير مهاراتها.

- دراسة سارة زرقوط "دور أخلاقيات التسويق في تحسين جودة الخدمة التأمينية" دراسة حالة الشركة

الوطنية للتأمين SAA بالجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2021.¹

هدفت دراسة إلى معرفة دور أخلاقيات التسويق في تحسين جودة الخدمة التأمينية بالشركة الوطنية للتأمين

SAA بالجزائر. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي ودراسة الحالة باستخدام الاستبيان وبرنامج SPSS

لتحليل البيانات.، كما توصلت الدراسة إلى:

- وجود علاقة إيجابية بين أخلاقيات التسويق وتحسين جودة الخدمة التأمينية.

- وجود تأثير معنوي موجب لأبعاد أخلاقيات التسويق على جودة الخدمة التأمينية.

- التزام الشركة بدرجة أكبر ببعد الصدق والأمانة.

- وجود أثر معنوي للمتغيرات الشخصية على العلاقة بين المتغير المستقل والتابع.

- دراسة بلعجال يمينة وعنتو محمد بعنوان "جودة الخدمة ن وجهة نظر زبون شركة التأمين : دراسة ميدانية

لربائن الشركة الجزائرية للتأمين SAA" بولاية مستغانم، ورقة بحثية، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر،

2021.²

¹ سارة زرقوط، دور الإلتزام بأخلاقيات التسويق في تحسين الخدمة التأمينية، أطروحة دكتوراه، إدارة المؤسسات، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2021.

² بلعجال يمينة وعنتو محمد ، جودة الخدمة من وجهة نظر زبون شركة التأمين : دراسة ميدانية لربائن الشركة الجزائرية للتأمين SAA، بولاية مستغانم ، ورقة بحثية، جامعة سيدي بلعباس ، الجزائر، 2021.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الجوانب التي يركز عليها زبائن شركات التأمين في تقييم جودة الخدمة المقدمة لهم، وتم الاعتماد على الاستبيان لجمع البيانات موزع على عينة عشوائية من زبائن الشركة محل الدراسة، حيث توصل الباحثان الى النتائج التالية:

- فهم الشركة لتوقعات الزبون والقدرة على التعامل معها يساهم في تحسين جودة الخدمة المقدمة وتحقيق رضا الزبون؛

- التعامل المباشر مع الزبون والتفاعل معه في مجال التأمين يحفز لتقييم مدى جودة الخدمة المقدمة.

- دراسة بوخلوة باديس وخارف صفية بعنوان " اثر جودة خدمات التأمين في تعزيز رضا العملاء :

دراسة مقارنة بين كل من الشركة الجزائرية للتأمين SAA والشركة الدولية للتأمين بولاية المنية"،

مقال في مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2020.¹

هدفت هذه الدراسة إلى الإطلاع على مستوى جودة خدمات التأمين المقدمة وقياس درجة رضا العملاء إضافة على ذلك اختبار أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء والكشف عن وجود فروق في توقع العملاء تبعاً لطبيعة المؤسسة (عمومية، خاصة).

اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي وأيضا الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وتم توزيعه على عينة قدرت ب 371 من زبائن المؤسسات محل الدراسة وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS وبعض الأساليب الإحصائية.

¹ بوخلوة باديس وخارف صفية، أثر جودة خدمات التأمين في تعزيز رضا العملاء : دراسة مقارنة بين كل من الشركة الجزائرية للتأمين SAA والشركة الدولية للتأمين بولاية المنية، مقال في مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2020.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

توصل الباحثان إلى أن مستوى خدمات التأمين كان ضعيفا وبينت النتائج بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمات التأمين على رضا العملاء المتمثلة في الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف كما بينت الدراسة وجود اختلاف في توقع العملاء لجودة الخدمة بين المؤسستين العمومية والخاصة.

المطلب الثاني: دراسات سابقة باللغة الأجنبية

دراسة **The Impact of Insurance** : بعنوان **Dida Omar, Morad Ismail**

Quality on customer satisfaction, 2024.¹

هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين مؤشرات قياس جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات وزع على عينة حجمها 64 زبونا من شركة التأمين الجزائرية SAA، تم تحليل المعطيات بالاستعانة ببرنامج الاحصائي SPSS (الإصدار 25) بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحراف المعياريين معامل الارتباط والانحدار الخطي المتعدد.

توصل الباحثان إلى وجود علاقة إرتباطية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون وفسرت جودة الخدمة بنسبة 96% من التغير في درجة رضا الزبائن ووجود أثر إيجابي لبعض أبعاد جودة الخدمة وهي الملموسية، الإستجابة، الأمان على رضا الزبون ولا يوجد أثر معنوي لبعد الإعتمادية وبعده التعاطف، اهتمام وتركيز شركات التأمين برفع جودة خدمات التأمين يحقق رضا وولاء الزبائن بأعلى درجات.

¹ Dida Omar, Morad Ismail, **The Impact of Insurance Quality on customer satisfaction Acase study of the Algeria Insurance company SAA in Oran**, Province finance and markets journal, Vol11, No 01, 2024.

- دراسة Tung وآخرون بعنوان: **Factors affecting customer satisfaction with life insurance service quality Acase study in Hanoi,2024¹.**

هدفت هذه الدراسة إلى تبيان أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبائن في قطاع التأمين وتحديد العوامل الأكثر تأثيراً لأبعاد الجودة على مستوى رضا العملاء، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام استبيان موجه لعينة قدرت بـ 259 زبونا وتم تحليل البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي SPSS وتوظيف اختبارات إحصائية منها الانحدار الخطي المتعدد.

توصل الباحثون إلى أن بعض من أبعاد الجودة المتمثلة في الإستجابة، الضمان، الملموسية لها تأثير إيجابي ومعنوي على رضا الزبائن في حين أن بعد الإعتمادية والتعاطف لم يظهر أي تأثير قوي وبالتالي ضرورة تحسين سرعة الاستجابة لمتطلبات الزبائن وتطوير الجوانب المادية للخدمة من أجل رفع درجة الرضا لدى زبائن شركات التأمين وزيادة التنافسية.

- دراسة Agustin وآخرون بعنوان: **The Effect of service quality on customer satisfaction PT. CAR life Insurance During the international ,2022².**

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر جودة الخدمة على رضا الزبائن خلال جائحة كورونا، وإيجاد العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن في ظل الظروف الاستثنائية التي شهدتها قطاع التأمين، تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي

¹ Tung, H.T , LY, **Factors affecting customer satisfaction with life insurance service quality A case study in Hanoi**,International journal of scientific research and management, 2024 .

² Karima Rizki ,Agustin and al, **The Effect of service quality on customer satisfaction PT. CAR life Insurance During the international** ,the covid – 19 pandomic, journal of health and pharmaceutical ,vol: 2, No:2, 2022.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

إضافة إلى استبيان إلكتروني وزع على عينة مكونة من 100 زبون باستخدام أسلوب العينة العرضية ،حيث توصل الباحثون الى النتائج التالية:

- هناك أثر إيجابي ومعنوي لجودة الخدمة على رضا العملاء؛
- حققت أبعاد جودة الخدمة تقييمات مرتفعة، حيث برز كل من بعد الضمان وبعد التعاطف باعتبارهما من أكثر العوامل تأثيرا في تحديد مستوى رضا الزبون .

- دراسة Rahman and Belkcem بعنوان: Service quality and customer satisfaction in insurance compaies,2022.¹

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر جودة الخدمة التأمينية على مستوى رضا العملاء في شركات التأمين التقليدية ودراسة الأبعاد المتحركة في جودة الخدمة وهي الإعتمادية، الإستجابة، الملموسية، الأمان والتعاطف. تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وأداة الإستبيان لجمع المعلومات ووزع على عينة مكونة من 180 زبون من شركة تأمين ، واطهرت النتائج أن:

- هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا الزبون؛
- زيادة سرعة الإستجابة لمتطلبات الزبائن وتعزيز التواصل الفعال يساهم في زيادة مستوى الرضا والثقة.

المطلب الثالث: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

سنعرض في هذا المطلب أوجه التشابه والاختلاف بين دراستنا والدراسات السابقة باللغتين العربية والأجنبية في الجدول التالي:

الجدول رقم (01-01) : مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة

¹ Rahman and Belkcem ,Service quality and customer satisfaction in insurance compaies,An emprical study , journal of business and service management , 2022.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

الدراسة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
تفعيل الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر، سعدي صبيحة، (2023)	- ركزت الدراستان على أهمية الخدمات التأمينية و دورها في تحسين قطاع التأمين ؛ - تتشابه مع الدراسة الحالية في الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي و الاستبيان .	- تمثلت عينة الدراسة السابقة في موظفي شركات التأمين، بينما تستهدف الدراسة الحالية زبائن شركات التأمين؛ - ركزت الدراسة على الرقمنة والتأمين المصغر والتأمين التكافلي، في حين ركزت الدراسة الحالية على أبعاد جودة الخدمة ومدى تأثيرها على رضا الزبون.
أثر معايير جودة الخدمة التأمينية على ولاء الزبون بوجود الرضا كمتغير وسيط: دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CARMA، بولاية سعيدة، زواد رجاء، رماس محمد أمين، (2022).	- تتشابه مع الدراسة الحالية في دراسة جودة الخدمة التأمينية وعلاقتها بالزبون؛ - استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان.	- ركزت على ولاء الزبون بوجود الرضا كمتغير وسيط، بينما الدراسة الحالية ركزت على رضا الزبون كمتغير تابع مباشر.
دور وأهمية الخدمة التأمينية في جلب العملاء، ساخي بوبكر، (2022).	- تتشابه مع الدراسة الحالية في التركيز على جودة الخدمة التأمينية و أهميتها في تحقيق رضا العملاء.	- ركزت على دور الجودة في جلب العملاء وتعزيز التنافسية، بينما الدراسة الحالية ركزت على رضا الزبون بشكل مباشر.
أثر تطبيق التأمين التكنولوجي في دعم نشاط شركات التأمين: دراسة عدد شركات التأمين الجزائرية، سامية معزوز، (2022) .	- تتشابه مع الدراسة الحالية في ارتباطها بقطاع التأمين واعتمادها على المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان.	- تناولت هذه الدراسة أثر التأمين التكنولوجي في دعم نشاط شركات التأمين، بينما الدراسة الحالية تركز على جودة الخدمة التأمينية وعلاقتها برضا الزبون.

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

- يكمن الاختلاف في أن هذه الدراسة تناولت لأثر شركات التأمين على النشاط الاقتصادي، بينما الدراسة الحالية تبحث في أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون.	- تتشابه مع الدراسة الحالية في ارتباطها بقطاع التأمين واستخدام المنهج الوصفي التحليلي.	أثر شركات التأمين على النشاط الاقتصادي بالسودان: دراسة حالة شركات التأمين العاملة بمنطقة النيل الأبيض، ضوالت أحمد وآخرون (2022).
- ركزت الدراسة السابقة على أخلاقيات التسويق كمتغير مستقل، في حين ركزت الدراسة الحالية على جودة الخدمة كمتغير مستقل؛ - أجرت الدراسة على مستوى الشركة الوطنية للتأمين SAA، بينما أجريت الدراسة الحالية على مؤسسة سلامة للتأمين وإعادة التأمين.	- تناولت كلتا الدراستين قطاع التأمين، وموضوع جودة الخدمة التأمينية ؛ - استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان؛ - التركيز على الزبون باعتباره العنصر الأساسي في تقييم الخدمة.	دور أخلاقيات التسويق في تحسين جودة الخدمة التأمينية-دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين SAA بالجزائر، سارة زرقوط، (2021)
- ركزت على تقييم جودة الخدمة فقط ، بينما الدراسة الحالية تبحث في أثرها على رضا الزبون .	- تتشابه مع دراستنا في دراسة موضوع جودة الخدمة من وجهة نظر زبائن شركات التأمين، والإعتماد على الاستبيان.	جودة الخدمة من وجهة نظر زبون شركة التأمين : دراسة ميدانية لزبائن الشركة الجزائرية للتأمين Saa بولاية مستغانم . بلعجال يمينة، عتو محمد، (2021).

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

- طبقت هذه الدراسة على الشركة الجزائرية للتأمين (Saa) والشركة الدولية للتأمين بالمنية، بينما الدراسة الحالية طبقت على شركة سلامة للتأمين وإعادة التأمين ورقة؛ - - أضافت دراستنا بعدي السعر والتواصل الفعال.	- تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في تناول موضوع أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون، حيث ركزت على أبعاد الجودة مثل بعد الملموسية، الإجماعية، الإستجابة، الأمان والتعاطف؛ - اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي والإستبيان.	أثر جودة خدمات التأمين في تعزيز رضا الزبون-دراسة مقارنة بين كل من الشركة الجزائرية للتأمين Saa والشركة الدولية للتأمين بولاية المنية. بوخلوة باديس، خارف صفية (2020)
- أجريت الدراسة على شركة Saa، بينما الدراسة الحالية تطبق على شركة سلامة للتأمين وإعادة التأمين، مع اعتماد أبعاد إضافية لقياس الجودة بشكل أشمل.	- تشترك الدراستان في دراسة العلاقة المباشرة بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون، واستخدام الإستبيان.	The Impact of Insurance Quality on customer satisfaction, 2024 Dida Omar, Morad Ismail
- بينت الدراسة تفاوت تأثير بعض الأبعاد مثل الإستجابة، الضمان والملموسية، بينما الدراسة الحالية تسعى لدراسة جميع الأبعاد المعتمدة داخل شركة سلامة للتأمين.	- تتشابه الدراستان في تحليل أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون، واستخدام المنهج الوصفي التحليلي.	Factors affecting customer satisfaction with life insurance service quality A case study in Hanoi و آخرون Tung 2024,
- أجريت هذه الدراسة خلال جائحة كورونا وركزت على الظروف الاستثنائية، بينما الدراسة الحالية تعالج العلاقة في الظروف العادية لقطاع التأمين.	- تشترك الدراستان في دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن، واعتماد الإستبيان كأداة رئيسية؛ - الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي.	The Effect of service quality on customer satisfaction PT. CAR life Insurance During the international وآخرون Agustin 2022,

الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

- يشترك هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في دراسة العلاقة بين الجودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون، مع التركيز على الأبعاد الأساسية للجودة.	- يكمن الاختلاف في مكان التطبيق ومجتمع الدراسة، إضافة إلى أن الدراسة الحالية توسعت بإضافة أبعاد جديدة مثل السعر والتواصل الفعال.	Service quality and customer satisfaction in insurance compaies ,2022 Rahmani and Belkcem
--	--	---

خلاصة الفصل الأول:

تناولنا في هذا الفصل الأسس النظرية لمتغيرات دراستنا في مجال التأمين، حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى مفاهيم الجودة والخدمة التأمينية والأبعاد المتحركة في قياس جودة الخدمة التأمينية، إلى أنواع وأصناف خدمات التأمين. كما وضحنا بعض نماذج قياس جودة الخدمة والتي اعتمدنا على أحد هذه النماذج في إبراز المؤشرات المتحركة في تحديد مستوى جودة الخدمة التأمينية، بالإضافة إلى المفاهيم الأساسية حول رضا الزبون ومحدداته وأساليبه، وتوضيح العلاقة التي تربط جودة الخدمة التأمينية برضا الزبون .

أما في المبحث الثاني تطرقنا إلى مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع من قبل، حيث قسمناها إلى دراسات باللغة العربية و أخرى باللغة الأجنبية كما وضحنا أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة
التأمينية على رضا الزبون بوكالة سلامة
لتأمين وإعادة التأمين ورقلة

التأمين وإعادة التأمين ورقلة
التأمينية على رضا الزبون بوكالة سلامة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

تمهيد

بعد استعراض المفاهيم النظرية المتعلقة بجودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون في الفصل السابق، يهدف هذا الفصل التطبيقي إلى إسقاط تلك المفاهيم على المؤسسة محل الدراسة، من أجل تحليل أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون - دراسة حالة شركة سلامة للتأمينات الجزائر، وكالة ورقلة . كما سيتم استعراض العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون، مع التركيز على درجة التأثير المتبادل بينهما. يشمل الفصل دراسة نشأة المؤسسة وهيكلها التنظيمي، إلى جانب تحليل البيانات الناتجة عن الاستبيان الميداني وتم الاعتماد كذلك على المقابلة كأداة مكملية لجمع المعلومات. وسيتم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين على النحو التالي:

• **المبحث الأول:** التعريف بمؤسسة سلامة للتأمينات الجزائر-وكالة ورقلة والأدوات الدراسة المستعملة.

• **المبحث الثاني:** عرض ومناقشة نتائج الدراسة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

المبحث الأول: تقديم عام لشركة سلامة للتأمين وإعادة التأمين-ورقلة وأدوات الدراسة المستعملة

تعد مؤسسة سلامة للتأمين وإعادة التأمين من بين المؤسسات الرائدة في قطاع التأمين، حيث تنشط في تقديم مختلف الخدمات التأمينية التي تهدف إلى تلبية احتياجات الأفراد والمؤسسات، مع السعي المستمر لتحسين جودة خدماتها وتعزيز ثقة زبائنها.

المطلب لأول: التعريف بشركة سلامة للتأمينات الجزائرية-ورقلة

قبل أن نتطرق لتعريف مؤسسة سلامة للتأمينات وكالة ورقلة سنقوم بتقديم تعريف شامل للمؤسسة الاقتصادية سلامة للتأمينات المركزية في الجزائر العامة أو المؤسسة الأم التي تتركز عليها معظم المراكز أو الوكالات التابعة لها عبر الوطن.

الفرع الأول: نبذة تاريخية عن شركة سلامة للتأمينات الجزائرية-ورقلة¹

أولاً: لمحة عن شركة سلامة لتأمينات الجزائر-ورقلة

حصلت شركة البركة والأمان على الإعتماد بتاريخ 26 مارس 2000 وهذا عن طريق القرار رقم 30 الصادر عن وزارة المالية طبقاً للقانون رقم 95-07 الصادر بتاريخ 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات.

- شكلها القانوني من صنف "شركة ذات أسهم" ذات رأس مال إجتماعي قدره 450.000.000.00 دج (6.16 مليون دولار أمريكي) .

¹ وثائق من وكالة سلامة لتأمينات بورقلة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

- تعود أغلبية الأسهم من قبل شركة **TARIC** إلى المجمع الدولي " الشركة الإسلامية العربية للتأمين و إعادة التأمين التكافلي - سلامة " المدرجة في السوق المالي لدبي .
 - تسعى الشركة في رفع رأس مالها الاجتماعي إلى 1.5 مليار دج (20.54 مليون دولار أمريكي) وهذا في سنة 2007-2008 .
 - بعد تغيير إسمها التجاري تحت التسمية " سلامة للتأمينات الجزائر " الذي كان موضوع الاعتماد رقم 46 المؤرخ في 02 جويلية 2006 الممنوح من قبل وزارة المالية ، تسعى الشركة إلى ضمان أحسن خدمات لربائنها و بأكثر فعالية .
- تسعى شركة سلامة للتأمينات الجزائر إلى مواصلة إستراتيجياتها التنموية من خلال ¹:
- ✓ تموقع دائم في سوق أخطار الخواص في الشركات المتوسطة والصغيرة وتأمين الأشخاص التي تتوفر فيها إمكانيات هامة ؛
 - ✓ كسب موقع الصدارة في السوق خلال السبع سنوات القادة؛
 - ✓ وضع شبكة متنوعة كثيفة وجدية؛
 - ✓ تحقيق مردودية متزايدة.
- كما تتمثل رسالة المؤسسة ورؤيتها الاستراتيجية في:

1- التنمية الإستراتيجية:

¹ وثائق من وكالة سلامة للتأمينات بورقلة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

تتركز التنمية الإستراتيجية للشركة على إنشاء مراكز للربح موجهة حسب مختلف الأسواق المستهدفة:

✓ سلامة تأمينات عامة؛

✓ سلامة تأمينات الأشخاص والتكافل العائلي؛

✓ سلامة أخطار المؤسسات؛

✓ سلامة تأمينات الصحة ؛

✓ انترنت سلامة (البيع عن طريق شبكة الانترنت) ، تعتمد هذه الإستراتيجية على نظام معلومات ناجح وآليات

عصرية للتسيير .

2- سياسة الخدمات:

تماشيا مع النظرة الإستراتيجية للتنمية في السوق و انطلاقا من المبدأ الأساسي المتمثل في " التأمين هو أولا التسوية

السريعة للمتضررين " ، باشرت الشركة في نشاطاتها بالتركيز على الآفاق التالية¹ :

■ التعزيز المستمر لجودة الخدمات المقدمة للزبائن بتعويض المتضررين في اقصر الآجال من خلال انشاء مراكز

للخدمات التي تقوم أساسا بالتعويض المباشر في اطار ضمانات لضرار السيارات بعد اجراء الخبرة على

المركبات المؤمن عليها؛

■ التجسيد الفعلي لسياستها التنموية باقتراح خدمات جديدة.

3- المنتجات المسوقة:

¹ وثائق من وكالة سلامة لتأمينات بورقلة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

شركة سلامة التأمينات الجزائر تمارس تأميننا مؤسسا على تقنيات عالمية وملتزمة بمبادئ الشريعة الإسلامية ومبنية على تضامن المؤمنين والمساهمة في النتائج؛

يستند هدفها الاجتماعي الى ممارسة عمليات التأمين وإعادة التأمين ومنه فهي مؤهلة لممارسة جميع فروع التأمينات المقننة من طرف النصوص التنظيمية

هذه العمليات تستند الى تغطية الاخطار المعينة في الهدف الاجتماعي للشركة

4- شبكة التوزيع :

منذ نشأتها تمكنت الشركة من وضع شبكة توزيع متكونة من 95 نقطة بيع موزعة عبر التراب الوطني هذه الشبكة تتكون حاليا من¹ :

- 46 وكيل عام؛
 - 21 ملحقة؛
 - 17 وكالات ذات الدخل النسبي؛
 - 11 وكالة مباشرة.
- وتتعاون مع عدة وسطاء

¹ وثائق من وكالة سلامة لتأمينات بورقلة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

تبقى هذه الشبكة التجارية المؤطرة من قبل ثلاثة مديريات (وسط، شرق، غرب) في توسع مستمر، وستصل الى عدة

110 مابين وكيلا عاما ووكالات مع نهاية 2007

اما موظفو شركة فيتكون من 85 متعاون و أجزاء من بينهم 50% يشغلون على مستوى المقر الاجتماعي.

5- القدرات التقنية:

خلال الستة أعوام من النشاط استطاعت الشركة ان تنجز محفظة تأمينية لا يستهان بها وتتوازن التشكيلة والتكوين اذ انه يحتوي على زبائن من الشركات العامة والخاصة .

كما تحظى بتدعيم إعادة التأمين شركة التأمينات BEST RE تونس التي حصلت على تنقيط ممتاز على المستوى العالمي من صنف:

STADARD AND POOE S BBB (Good) et AM BEST: B++¹

وتسمى تصنيفات الجدارة الائتمانية تستخدم لتقييم القوة المالية لشركات التأمين ومدى قدرتها على الوفاء بالتزاماتها اتجاه زبائنها في دفع التعويضات، وحرف B يعني شركة سلامة لتأمينات حاصلة على درجة جيد.

ثانيا: تعريف مؤسسة سلامة للتأمينات وكالة ورقلة

تعتبر شركة السلامة للتأمينات وكالة ورقلة وكالة من الوكالات المباشرة التابعة للمديرية الجهوية باتنة لشركة السلامة للتأمينات الجزائر والتي تم تأسيسها عام 2001 ، ويقع مقرها في شارع العربي بن مهيدي حي الشرفة وتبلغ مساحتها 100 متر، و تتميز بطابع تجاري إقتصادي .

¹ هي تصنيفات تقييم لمؤسسات التأمين: STADARD AND POOE S BBB (Good) et AM BEST: B++

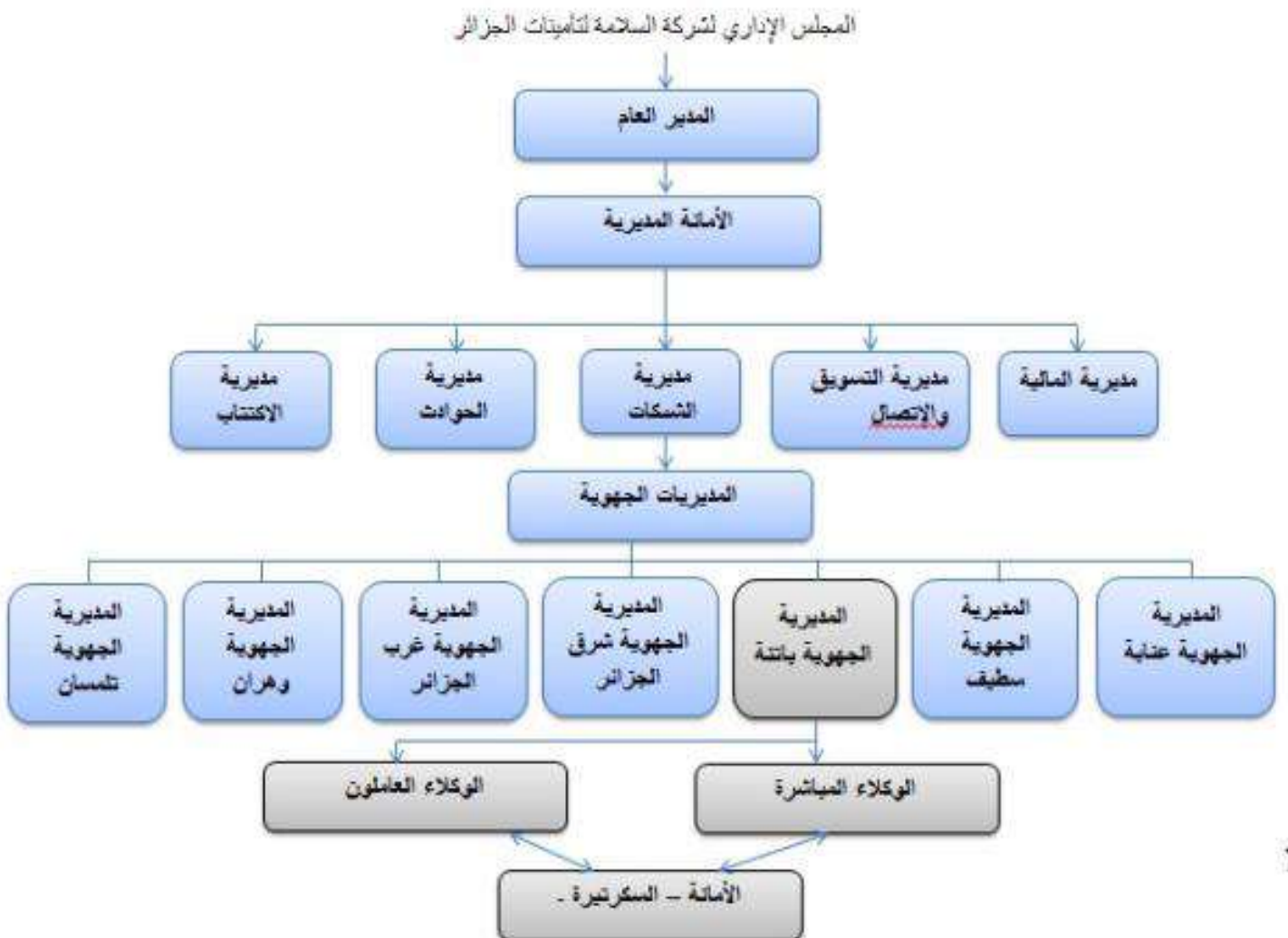
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

تتمتع وكالة ورقلة لشركة السلامة للتأمينات بسمعة طيبة في التعاملات مع زبائنها وسرعة المعاملات تسهل دراسة الملفات في المؤسسة المركزية والجهوية لشركة السلامة وهذا للحفاظ على المصداقية في العمل لكسب اسم أكثر شركة ناجحة في المجال الاقتصادي¹.

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة سلامة للتأمين وإعادة التأمين الجزائر-بورقلة

سنتطرق في هذا الفرع الى الهيكل التنظيمي لمؤسسة سلامة للتأمينات الجزائر-ورقلة

الشكل رقم(01-05): الهيكل التنظيمي لمؤسسة سلامة للتأمينات الجزائر



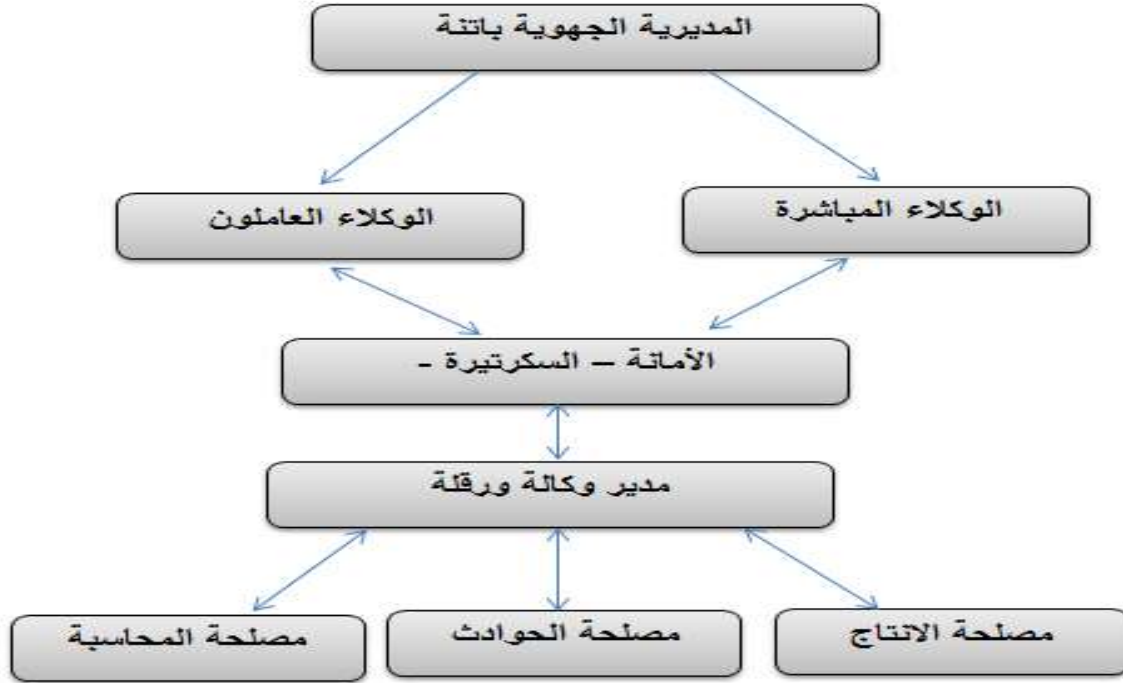
¹ وثائق من وكالة سلامة للتأمينات بورقلة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على وثائق المؤسسة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

الشكل رقم (06-01): الهيكل التنظيمي لوكالة السلامة للتأمين وإعادة التأمين بورقلة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق على وثائق المؤسسة

من خلال الشكل الموضح سنستعرض شرح مبسط للهيكل التنظيمي لوكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-ورقلة:

1- مدير الوكالة: وهو المسؤول الأول على إدارة الوكالة حيث تتركز مهامه إعطاء كامل التوجيهات القانونية والإدارية، وتسيير وله كامل الصلاحيات في الموافقة واتخاذ القرارات المتعلقة بشؤون الشركة او الوكالة، وانه المسير. والموجه والمنسق بين المصالح كما انه يعطي التعليمات والامور بطريقة مباشرة وغير مباشرة.

حيث تضم الوكالة مصالح من المدير، الى الأمانة-مصلحة الإنتاج-مصلحة الحوادث-مصلحة المحاسبة؛

2- الأمانة (السكرتيرة): تعتبر الأمانة الجزء الأهم في الوكالة وحافطة للمعلومات السرية وباعتبارها أيضا همزة وصل بين رئيس المركز وباقي المصالح من خلال التعاملات اليومية وبين زبائن الوكالة من مهامها كذلك نسخ المعلومات، وغيرها من الأعمال الإدارية؛

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

3- **مصلحة المحاسبة:** يقتصر عمل هذه المصلحة في وكالة السلامة لتأمين وإعادة التأمين المحافظة على السجلات المالية لكل من الاعمال والتعاملات التي تمارسها بين الوكالة والمديرية الجهوية ، والمديرية المركزية وتحضير التقارير الخاصة بوضع او حالة الوكالة المالي، وكذلك تزويد الجهات الرقابية بالبيانات المالية التي تطلبها المديرية العامة في العاصمة؛

4- **مصلحة الإنتاج:** مكلفة بإبرام العقود مع المؤمنين وتسليم أقساط التأمين؛

5- **مصلحة الحوادث:** وتهتم هذه المصلحة باستقبال الزبائن المؤمنين الذين وقع لهم الحادث من خلال تسليمهم لبعض الأوراق يتم ملئها من طرف المؤمنين تتضمن معلومات عن الحادث ويتم ارسال هذه المعلومات الى الخبير والذي مهمته تقييم الاضرار للممتلكات التي وقع لها الحادث.

نستنتج ان لكل مصلحة دور مهم وفعال داخل الوكالة من خلال ربط المهام والتكفل بالزبائن .

الفرع الثالث: منتجات شركة سلامة للتأمين وإعادة التأمين

من خدمات شركة سلامة للتأمينات وكالة ورقلة نذكر ما يلي :

✓ **التأمين على السيارات:** يوفر هذا النوع من التأمين حماية مالية ضد المخاطر التي قد تتعرض لها السيارة أو الغير

نتيجة استعمالها. يتضمن هذا العقد مجموعة من الضمانات مثل التأمين الإجباري للمسؤولية المدنية الذي يغطي

الأضرار التي تسببها السيارة للغير، وقد يشمل أيضاً ضمانات إضافية مثل تعويض الأضرار التي تصيب السيارة

نفسها، أو السرقة، أو الحريق، أو الحوادث. كما يحدد العقد حقوق وواجبات الطرفين، مثل التزام المؤمن له بدفع

القسط، والالتزام شركة التأمين بالتعويض عند وقوع الخطر وفق الشروط المتفق عليها. يتضمن هذا النوع تأمين

السيارات بأنواعها: (الملحق رقم 04،05،06)

- التأمين على السيارات السياحية و النفعية مع توفير المساعدة ؛

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

- التأمين على الحافلات وسيارات الأجرة .

✓ **التأمين على الممتلكات:** يوفر هذا التأمين حماية الأصول المادية للأفراد أو المؤسسات من الخسائر المالية الناتجة عن تحقق أخطار محتملة وغير متوقعة، مثل الحريق، السرقة، أو الكوارث الطبيعية. ويقوم هذا النوع من التأمين على مبدأ نقل عبء الخطر من المؤمن له إلى شركة التأمين، وذلك مقابل دفع قسط مالي محدد، حيث تلتزم شركة التأمين بتعويض المؤمن له عن الأضرار التي تلحق بممتلكاته وفقاً للشروط والضمانات المنصوص عليها في عقد التأمين. ويشمل هذا التأمين عدة صور: (الملحق رقم 07، 08، 09)

- كالتأمين على السكن ؛

- التأمين المركبات ؛

- التأمين على الممتلكات التجارية ؛

- ويشمل أيضاً المجال الصحي بأنواعه : تأمين الصيدليات والعيادات الخاصة والمخابر .

✓ **التأمين على الكوارث الطبيعية:** التأمين على الكوارث الطبيعية هو عقد يهدف إلى تعويض الأفراد أو المؤسسات عن الخسائر الناتجة عن أحداث طبيعية مفاجئة مثل الزلازل والفيضانات والعواصف. يدفع المؤمن له قسطاً مالياً مقابل حصوله على تعويض عند وقوع الخطر، وفق شروط محددة. وتكمن أهميته في تقليل الخسائر المادية والمساهمة في استعادة الاستقرار، رغم أن تغطيته قد تكون محدودة أو مشروطة.

✓ **التأمين على السكن:** التأمين على السكن هو عقد تأميني يهدف إلى حماية المسكن ومحتوياته من الأخطار المختلفة مثل الحريق، السرقة، تسرب المياه، أو الكوارث الطبيعية. يدفع المؤمن له قسطاً مالياً مقابل التزام شركة التأمين بتعويضه عن الأضرار التي قد تصيب المنزل أو ممتلكاته وفقاً لشروط محددة في العقد. وتكمن أهميته في توفير الأمان المالي والاستقرار، من خلال تغطية الخسائر المفاجئة التي قد يتعرض لها السكن. (الملحق رقم 10، 11)؛

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

✓ **التأمين على المسؤولية المدنية:** التأمين على المسؤولية المدنية هو عقد تأميني يهدف إلى حماية الشخص من الأعباء المالية الناتجة عن الأضرار التي قد يتسبب فيها للغير، سواء كانت أضرارًا مادية أو جسدية. حيث تلتزم شركة التأمين بتعويض الطرف المتضرر بدلاً عن المؤمن له، في حدود الشروط والمبالغ المحددة في العقد. وتكمن أهميته في توفير الحماية القانونية والمالية، خاصة في الحالات التي يصعب فيها تحمل تكاليف التعويض. (الملحق رقم 12، 13، 14).

المطلب الثاني: الطريقة والأدوات المستعملة

يهدف هذا المطلب إلى عرض المنهجية المعتمدة في الدراسة، من خلال تحديد أسلوب البحث، وصف العينة، وبيان أدوات جمع البيانات وآليات تحليلها الإحصائي، بما يضمن دقة النتائج وموضوعيتها.

الفرع الأول: تحديد مجتمع وعينة ومتغيرات الدراسة و الأدوات المستعملة

أولاً: مجتمع الدراسة

كون الظاهرة المدروسة تتعلق بأثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون، فإن مجتمع الدراسة يتمثل في جميع زبائن شركة سلامة للتأمينات الجزائر - وكالة ورقلة، سواء كانوا أفراداً أو مؤسسات، والمتعاملين مع الشركة في مختلف أنواع التأمينات (تأمين السيارات، الممتلكات، العقارات، وغيرها)، ويعكس هذا المجتمع البيئة التطبيقية التي تمارس فيها الخدمات التأمينية، حيث يمثل الإطار العام الذي يمكن من خلاله قياس مستوى جودة الخدمة ومدى رضا الزبائن عنها.

ثانياً: عينة الدراسة

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العشوائية البسيطة من بين مجتمع الدراسة، وذلك لضمان تمثيل مختلف الفئات بشكل متوازن وقد شملت العينة مجموعة من الزبائن المتعاملين مع الوكالة في مختلف أنواع التأمين، موزعين حسب:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

- ✓ الجنس (ذكور وإناث)؛
- ✓ الفئات العمرية (أقل من 30 سنة، بين 30 و 40 سنة، أكثر من 40 سنة)؛
- ✓ المستوى التعليمي (متوسط، ثانوي، جامعي)؛
- ✓ نوع التأمين (سيارات، ممتلكات، عقار، أكثر من نوع)؛
- ✓ مدة التأمين (3 أشهر، 6 أشهر، سنة كاملة)؛
- ✓ مدة التعامل مع الشركة (أقل من سنة، من 1 إلى 3 سنوات، أكثر من 3 سنوات).

وقد تم توزيع الاستبيان على عدد من الزبائن، واسترجاع نسبة معتبرة من الاستثمارات الصالحة للتحليل الإحصائي، بما يسمح بالحصول على بيانات واقعية تعكس الممارسات الفعلية، ويمكن من تعميم النتائج على مجتمع الدراسة ككل، تم اختيار عينة الدراسة عشوائيا لأن الموضوع يمس جميع المتعاملين تم اختيار 82 استبانة وتم توزيعها وتمكننا من استرجاع 81 استبانة وتم إلغاء 05 استبانات وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (02-01): عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة

البيان	العدد
الاستبيانات الموزعة	82
الاستبيانات المسترجعة	81
الاستبيانات الملغاة	5
الاستبيانات الصالحة للدراسة	76

المصدر: من إعداد الطالبتين

ثالثا: متغيرات الدراسة

سنحاول توضيح متغيرات الدراسة حيث تشمل متغيرين هما المتغير التابع (رضا الزبون) والمتغير المستقل (جودة الخدمة التأمينية) بالإضافة الى المتغيرات الشخصية وهذا ما سنوضحه فيما يلي:

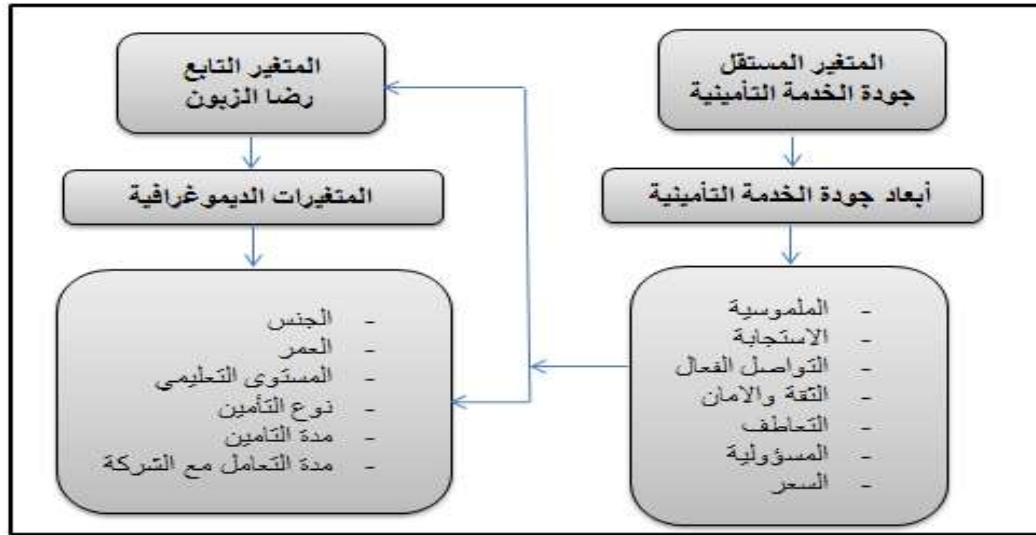
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقة

◀ المتغير المستقل: جودة الخدمة التأمينية

◀ المتغير التابع: رضا الزبون

◀ المتغيرات الشخصية التنظيمية: والمتمثل (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة، مدة التأمين، مدة تعاملك مع الشركة).

الشكل رقم (01-02): يوضح متغيرات الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الدراسات السابقة

رابعاً: أدوات الدراسة

للتأكد من صحة فرضيات البحث، تم الاعتماد على المقابلة والاستبيان بهدف حصول على نتائج صحيحة وقريبة من واقع الظاهرة محل الدراسة.

1. **المقابلة:** لمعرفة أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون في شركة سلامة للتأمين وإعادة التأمين ورقلة بالإضافة إلى نفي أو إثبات الفرضيات موضوع الدراسة ن ولكي نتمكن من جمع المعلومات بالدقة اللازمة، قمنا بإعداد مقابلة مع السيدة : مديرة وكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين ورقلة . حيث تحتوي المقابلة على 12 سؤال مقسمة إلى ثلاثة أقسام :

- القسم الأول: جودة الخدمة التأمينية والمتمثل في الأسئلة من 1 إلى 5؛

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

- القسم الثاني: حول رضا الزبون المتمثل في الأسئلة من 6 إلى 9؛
 - القسم الثالث: العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون الأسئلة من 10 إلى 12.
- أما فيما يتعلق في نتائج المقابلة سنرى ذلك في اختبار فرضيات المقابلة.

2. الاستبيان: لمعرفة واقع العلاقة الارتباطية بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون حيث تم تقسيم الاستبيان الى محورين هوما:

➤ **المحور الأول:** وهو المتغير المستقل حيث يتمثل في جودة الخدمة التأمينية والمتمثل في أبعاده، ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد العينة الدراسة على المحور الأول من الاستبانة والمحددة بالفقرات من الفقرة 01 إلى 28.

➤ **المحور الثاني:** وهو المتغير التابع حيث يتمثل في رضا الزبون، ويتم قياسها بدرجة استجابات أفراد عينة الدراسة على المحور الأول من الاستبانة والمحددة بالأسئلة من السؤال 29 الى 36.

➤ كما نشير هنا إلى اعتماد الطالبين على مقياس ليكارت الخماسي لتقييم إجابات أفراد العينة المستجوبة، حيث قدمت الدرجات والتقييم كما هو موضح في الجدول.

➤ وبالتالي حساب المدى: المدى = أعلى درجة على المقياس - أدنى درجة على المقياس

$$\text{المدى} = 5 - 1 = 4$$

$$\text{حساب طول الفئة} = \frac{\text{المدى}}{\text{عدد الفئات}} = \frac{4}{5} = 0.8$$

➤ ومنه المتوسط المرجح كم هو موضح في الجدول.

الجدول رقم (02_02): يوضح المتوسط المرجح حسب توزيع مقياس ليكارت

المستوى	الدرجة	مجال المتوسط
منخفض جداً	1	من 1 إلى 1.80
منخفض	2	من 1.81 إلى 2.60
متوسط	3	من 2.61 إلى 3.40

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

مرتفع	4	من 3.41 إلى 4.20
مرتفع جدًا	5	من 4.21 إلى 5

المصدر: من إعداد الطالبتين

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة وقياس صدق وثبات أداة الدراسة

للوصول إلى نتائج هذه الدراسة يتطلب استخدام العديد من الأساليب الإحصائية حيث استخدام البرامج الإحصائية، والاختبارات الضرورية، كما يتطلب الأمر الوقوف على قياس صدق وثبات أداة الدراسة، سوى الصدق الظاهري أو الاتساق الداخلي، ويمكن التفصيل في ذلك كما يلي:

أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تم الاستعانة بكل من برنامج **Excel** وبرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية **Spss** بنسخته 26 وقد تم استخدام كل من:

- معامل الثبات ألفا كرونباخ (**Cronbach's Alpha**) يستخدم هذا المقياس لتقدير ثبات فقرات الاستبيان؛
- المربعات الصغرى (الارتباط الخطي بين المتغير المستقل والمتغير التابع)؛
- معامل الارتباط بيرسون (**Pearson Correlation Coefficient**): يستخدم لقياس قوة واتجاه العلاقات بين متغيرات الدراسة ولمعرفة مدى الاتساق الداخلي لمجاور الدراسة؛
- التكرارات والنسب المئوية: الاعتماد عليها في محور البيانات العامة من أجل وصف خصائص عينة الدراسة؛
- المتوسط الحسابي (**Mean**): تم استعماله لمعرفة متوسط إجابات المبحوثين حول عبارات ومجاور الاستبيان، ومن ثم معرفة ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد الدراسة عن المجاور الدراسة؛

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

- الانحراف المعياري (Std. Deviation): يوضح التشتت في استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة، فكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس؛
- اختبار ANOVA (تحليل التباين): هو اختبار إحصائي يستخدم لمقارنة المتوسطات بين ثلاث مجموعات أو أكثر لتحديد ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بينها، يتم استخدامه بشكل شائع في الأبحاث التي تتضمن متغيراً مستقلاً مقسماً إلى مجموعات مختلفة ومتغيراً تابعاً يتم قياسه كمياً.
- أنواع اختبار ANOVA:
 - One-Way ANOVA (تحليل التباين أحادي الاتجاه): يستخدم لمقارنة متوسطات مجموعة واحدة من المتغيرات المستقلة (مثل مقارنة الكفاءة الإدارية بين ثلاث إدارات مختلفة)؛
 - Two-Way ANOVA (تحليل التباين ثنائي الاتجاه): يستخدم عندما يكون هناك متغيران مستقلان، ويتيح دراسة التفاعل بينهما وتأثيرهما على المتغير التابع؛
 - Repeated Measures ANOVA: يستخدم لمقارنة نفس المجموعة في ظروف مختلفة أو أوقات مختلفة.
- افتراضات اختبار ANOVA:
 - البيانات تتبع توزيعاً طبيعياً؛
 - تساوي التباينات بين المجموعات؛
 - استقلالية البيانات.

مخرجات الاختبار:

القيمة الإحصائية F: تظهر إذا كانت الفروق بين المجموعات ذات دلالة إحصائية؛

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

القيمة الاحتمالية (P-value): إذا كانت أقل من 0.05، فهذا يعني أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية بين المجموعات.

ثانيا: ثبات وصدق الاتساق الداخلي للاستبيان

سنحاول من خلال هذا الجزء التعرف على مدى الاعتماد على الاستبيان في التحليل الإحصائي وذلك من خلال حساب كل من ثبات ألفا كرونباخ وصدق الاتساق الداخلي للاستبيان كما يلي:

01: الصدق الظاهري

لقياس الصدق الظاهري تم تحكيم الاستبيان من طرف مجموعة من الأساتذة المحكمين، حيث كانت هناك العديد من التعديلات والمقترحات التي استجاب لها الباحث، لنحصل على الاستبيان في نسخته الأخيرة كما هو موضح في الملحق رقم (01-02)، مع قائمة الاساتذة المحكمين في الملحق رقم (02-02)

من أجل دراسة ثبات الاستبيان يستخدم معامل ألفا كرونباخ والذي يأخذ القيمة بين (0-1) وهي تعبر عن نسبة الثبات، وعليه نستعرض نتائج اختبار معامل الثبات ألفا كرونباخ.

02: ثبات الاستبيان "معامل ألفا كرونباخ للاستبيان":

يستخدم لقياس مدى ثبات أداة الدراسة من ناحية الاتساق الداخلي لفقرات الأداة، والنسبة الإحصائية المقبولة لهذا هي 60%، والجدول رقم (02-03) يبين معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة.

الجدول رقم (02-03): ألفا كرونباخ

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

عدد الفقرات	ألفا كرو نباخ
36	0.968

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS26 ملحق 02-03 ألفا كرومباخ

من خلال الجدول نلاحظ أنه بتطبيق ألفا كرو نباخ للتأكد من صدق وثبات الاستبانة تحصلنا على قيمة 96.8% أي هذا يدل على أن الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبيان مقبولا وكافي إحصائيا لهذه الدراسة وبالتالي تم التأكد من صدق وثبات الاستبيان مما يجعل الاعتماد عليه في تحليل النتائج صالحا.

نتائج معامل بيرسون للارتباط

المحور الأول: المتغير المستقل جودة الخدمة التأمينية

1. بعد الملموسية

الجدول رقم (02-04): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " بعد الملموسية " والدرجة الكلية للمجال

فقرات	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية sig	قوة العلاقة
01 مقر الشركة مريح ومنظم لإستقبال الزبائن	0.780**	0.000	علاقة قوية موجبة
02 التجهيزات والوسائل المستعملة تعكس مستوى مهني مقبول	0.840**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
03 المظهر العام للموظفين يعطي انطباعا إيجابيا عن الشركة	0.791**	0.000	علاقة قوية موجبة
04 الوثائق والعقود المقدمة واضحة ونظمة	0.760**	0.000	علاقة قوية موجبة
05 يوجد موقف آمن للسيارات	0.851**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26، ملحق رقم (02-04) معامل بيرسون للبعد الاول

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $a \leq 0.05$.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

-يوضح جدول رقم (02-04) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " بعد الملموسية " والدرجة الكلية للمجال والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq a$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

2. بعد الاستجابة

الجدول رقم (02-05): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "بعد الاستجابة" والدرجة الكلية للمجال

فقرات	معامل بيرسن للارتباط	القيمة الاحتمالية sig	قوة العلاقة
01 يتم الرد على استفساراتي من طرف الشركة في الوقت المناسب	0.645**	0.000	علاقة قوية موجبة
02 يتم معالجة ملفات التعويض الخاصة بي في آجال معقولة	0.729**	0.000	علاقة قوية موجبة
03 تبادر الشركة بحل المشكلات التي تواجهني دون تأخير	0.850**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
04 يتم استقبالي بشكل جيد في كل مرة أتعامل فيها مع الشركة	0.629**	0.000	علاقة قوية موجبة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26 . ملحق رقم (02-05) معامل بيرسون للبعد الثاني

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $0.05 \leq a$.

-يوضح جدول رقم (02-05) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الاستجابة " والدرجة الكلية للمجال، والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq a$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

3. بعد التواصل

الجدول رقم (02-06): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "بعد التواصل" والدرجة الكلية للمجال

فقرات	معامل بيرسن للارتباط	القيمة الاحتمالية sig	قوة العلاقة
-------	----------------------	-----------------------	-------------

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

01	يشرح الموظفون الخدمات التأمينية بطريقة واضحة ومفهومة	0.869**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
02	يتم اعلامي بجميع الإجراءات المتعلقة بعقد التأمين والتعويض	0.863**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
03	استطيع التواصل بسهولة مع الشركة عند الحاجة	0.854**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
04	يتميز أسلوب تعامل الموظفين لي باللباقة والاحترام	0.860**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-06) معامل بيرسون للبعد الثالث

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $0.05 \leq a$.

- يوضح الجدول رقم (02-6) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "التواصل" والدرجة الكلية للمجال والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq a$ وبذلك يعتبر المجال صادقا لما وضع لقياسه.

4. بعد الثقة والأمان

الجدول رقم (02-07): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "بعد الثقة والأمان" والدرجة الكلية للمجال

	فقرات	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية sig	قوة العلاقة
01	اثق في المعلومات التي تقدمها شركة التأمين	0.804**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
02	تحافظ الشركة على سرية معلوماتي الشخصية	0.888**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
03	تتميز الشركة بالوفاء بوعودها اتجاه الزبائن	0.881**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
04	يتم اخذ وضعي بعين الاعتبار عند تقديم الخدمة	0.899**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-07) معامل بيرسون للبعد الرابع

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $0.05 \leq a$.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

-يوضح الجدول رقم (02-07) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " الثقة والأمان " والدرجة الكلية للمجال والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq a$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

5. بعد التعاطف

الجدول رقم (02-08): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "بعد التعاطف " والدرجة الكلية للمجال

فقرات	معامل بيرسن للارتباط	القيمة الاحتمالية sig	قوة العلاقة
01 يهتم الموظفون بمشاكلي بشكل شخصي	0.835**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة
02 تضع الشركة مصلحة الزبون في أولى اهتماماتها	0.879**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة
03 اشعر ان الشركة تظهر تفهما لظروفي واستفساراتي	0.873**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-08) معامل بيرسون للبعد الخامس

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $0.05 \leq a$.

-يوضح الجدول رقم (02-08) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " التعاطف " والدرجة الكلية للمجال والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq a$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

6. بعد المسؤولية

الجدول رقم (02-09): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "بعد المسؤولية " والدرجة الكلية للمجال

فقرات	معامل بيرسن للارتباط	القيمة الاحتمالية sig	قوة العلاقة
01 تتحمل شركة التأمين مسؤوليتها عند حدوث أي خطأ أو تقصير في الخدمة	0.889**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

02	تحرص الشركة على احترام حقوق الزبائن كما هو منصوص عليه في العقد	0.922**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
03	العمال منضبون من حيث مواقيت العمل	0.903**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
04	يتم شرح شروط العقد بوضوح وشفافية	0.848**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-09) معامل بيرسون للبعد السادس

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $0.05 \leq a$.

-يوضح الجدول رقم (02-09) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "المسؤولية" والدرجة الكلية للمجال والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq a$ وبذلك يعتبر المجال صادقا لما وضع لقياسه.

7. بعد السعر

الجدول رقم (02-10): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال "بعد السعر" والدرجة الكلية للمجال

فقرات	معامل بيرسون للارتباط	القيمة الاحتمالية sig	قوة العلاقة
01 أرى أن أسعار الخدمات مناسبة مقارنة بجودتها	0.917**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
02 استطيع اختيار أقساط التأمين التي تتلاءم مع قدرتي الشرائية	0.905**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
03 تتسم تسعيرة الخدمات بالوضوح والشفافية	0.858**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة
04 اشعر أن القيمة التي أدفعها مقابل الخدمة مبررة	0.915**	0.000	علاقة قوية جدا موجبة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-10) معامل بيرسون للبعد السابع

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $0.05 \leq a$.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

-يوضح الجدول رقم (02-10) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " السعر " والدرجة الكلية للمجال والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq a$ وبذلك يعتبر المجال صادقاً لما وضع لقياسه.

المحور الثاني

المتغير التابع: رضا الزبون

الجدول رقم (02-11): معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " رضا الزبون " والدرجة الكلية للمجال

فقرات	معامل بيرسن للارتباط	القيمة الاحتمالية sig	قوة العلاقة
01 أنا راضي/ة بشكل عام عن الخدمات التأمينية المقدمة	0.908**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة
02 أنوي الاستمرار في التعامل مع هذه الشركة مستقبلاً	0.849**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة
03 أوصي الآخرين والأشخاص الذين أعرفهم بالتعامل مع هذه الشركة	0.906**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة
04 تلبي خدمات التأمين للشركة كل توقعاتي	0.901**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة
05 لا أتعرض للخطر عند الاستفادة من الخدمة المقدمة	0.837**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة
06 أشعر بالارتياح عند تعاملي مع الشركة	0.898**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة
07 أعتبر اختياري لهذه الشركة قراراً موفقاً	0.937**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة
08 أملك صورة واضحة عن الخدمات التي أرغب في الحصول عليها	0.868**	0.000	علاقة قوية جداً موجبة

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-11) معامل بيرسون للمتغير التابع

الارتباط دال إحصائياً عند مستوى دلالة $0.05 \leq a$.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

-يوضح الجدول رقم (11-02) معامل الارتباط بين كل فقرة من فقرات مجال " رضا الزبون " والدرجة الكلية للمجال والذي يبين أن معاملات الارتباط المبينة دالة عند مستوى معنوية $0.05 \leq a$ وبذلك يعتبر المجال صادقا لما وضع لقياسه.

2-الصدق البنائي: Validity Structure

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، وبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات البحث بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة.

الجدول رقم (12-02): معامل الارتباط بين درجة كل مجال من مجالات الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة

البعد	معامل بيرسن للارتباط	القيمة الاحتمالية sig	قوة العلاقة
بعد الملموسية	0.628**	0.000	علاقة قوية موجبة
بعد الاستجابة	0.605**	0.000	علاقة قوية موجبة
بعد حسن التواصل	0.500**	0.000	علاقة متوسطة موجبة
بعد الثقة والأمان	0.405**	0.000	علاقة متوسطة موجبة
بعد التعاطف	0.552**	0.000	علاقة قوية موجبة
بعد المسؤولية	0.487**	0.000	علاقة متوسطة موجبة
بعد السعر	0.438**	0.000	علاقة متوسطة موجبة
المتغير التابع (رضا الزبون)	1.000	/	/

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (12-02) الصدق البنائي

الارتباط دال إحصائيا عند مستوى دلالة $0.05 \leq a$.

يتضح من خلال الجدول رقم (12-02) أن أقوى الأبعاد ارتباطا برضا الزبون هما الملموسية ($r = 0.628$) والاستجابة ($r = 0.605$) ، يليهما التعاطف ($r = 0.552$) ، أما الأبعاد الأخرى مثل حسن التواصل، الثقة والأمان، المسؤولية، والسعر فقد أظهرت ارتباطات متوسطة لكنها دالة إحصائيا.

هذا يعكس أن رضا الزبون يتأثر بشكل أكبر بالعناصر الملموسة والخدمات السريعة المستجيبة، بينما تبقى بقية الأبعاد مكتملة ومؤثرة بدرجة أقل.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة.

بعد استعراض الإطار المنهجي وتفاصيل الأساليب الإحصائية التي استخدمت في الدراسة الميدانية، يأتي هذا الفصل ليتناول تحليل نتائج الدراسة التطبيقية ومناقشتها، يتم التركيز في هذا المبحث على عرض النتائج المرتبطة بالمتغيرات الشخصية، وذلك بهدف تقييم تأثير هذه المتغيرات على موضوع الدراسة، والتي سيتم في هذا المبحث تسليط الضوء على كيفية تأثير الخصائص الشخصية مثل الخبرة، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي.

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

سنحاول في هذا الجانب الاستفادة من الأساليب الإحصائية الوصفية من أجل القاء نظرة على توزيع العينة حسب الإجابات المطروحة عليهم وذلك من خلال الجداول التكرارية لكل متغير على حدة حسب نوع السؤال.

الفرع الأول: توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية والوظيفية.

تمكن البيانات الشخصية في الدراسة من معرفة وتحديد السمات العامة لمجتمع البحث معرفة خصائصه السوسيوديمغرافية، حيث اعتمدنا في دراستنا على بيانات من السمات العامة.

أولاً: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يلخص التحليل الإحصائي توزيع خصائص عينة الدراسة حسب متغير الجنس وفق الجدول الآتي:

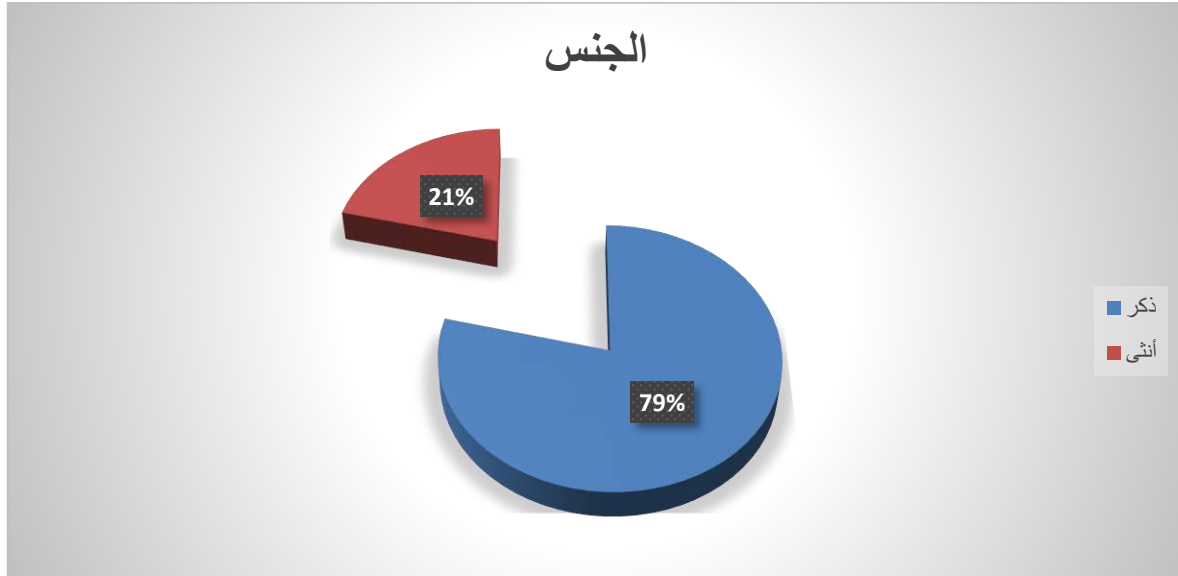
الجدول رقم (02-13): توزيع العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية%
ذكر	60	78.9%
أنثى	16	21.1%
المجموع	76	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-12) متغير الجنس

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

الشكل رقم (01-02) : توزيع العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الجدول رقم (02-13)

من خلال الجدول يتضح أن توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس يميل بشكل أكبر نحو الذكور بـ 78.9% من إجمالي العينة، وبلغت نسبة الإناث 21.1%، وهي نسبة أقل لكنها تظل مهمة لإتاحة المقارنة بين الجنسين في التحليل الإحصائي.

ثانيا: توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

يلخص التحليل الإحصائي توزيع خصائص عينة الدراسة حسب متغير العمر وفق الجدول الآتي:

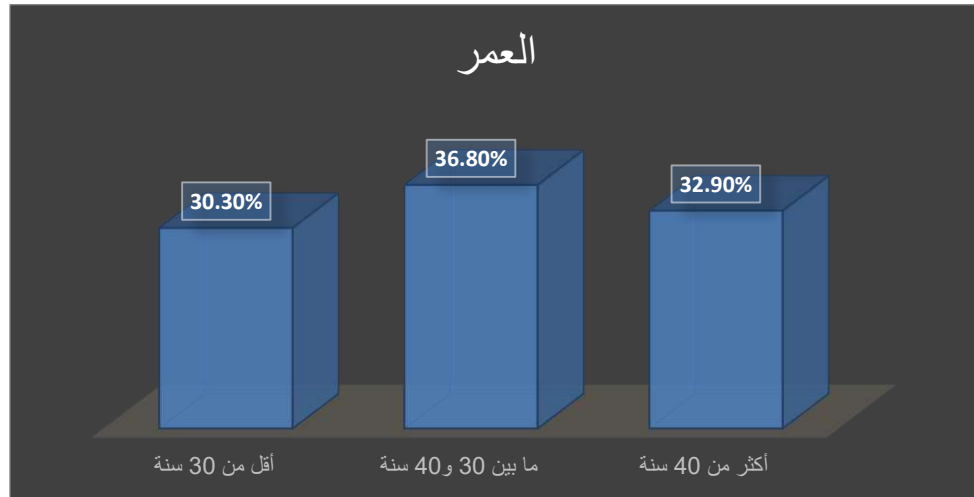
الجدول رقم (02-14): توزيع العينة حسب متغير العمر

العمر	التكرارات	النسبة المئوية%
أقل من 30 سنة	23	30.3%
ما بين 30 و 40 سنة	28	36.8%
أكثر من 40 سنة	25	32.9%
المجموع	76	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-13) متغير العمر

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

الشكل رقم (02-02) توزيع العينة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الجدول رقم (02-14)

يتضح من خلال الجدول أن الفئة العمرية ما بين 30 و 40 سنة تمثل النسبة الأكبر من أفراد العينة بنسبة 36.8%، تليها الفئة أكثر من 40 سنة بنسبة 32.9%، بينما جاءت الفئة أقل من 30 سنة بنسبة 30.3%، هذا التوزيع يعكس أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى الفئات العمرية المتوسطة، وهو ما قد يكون له أثر في طبيعة استجاباتهم ودرجة رضاهم عن الخدمات التأمينية.

ثالثاً: توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

يلخص التحليل الإحصائي توزيع خصائص عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي وفق الجدول الآتي:

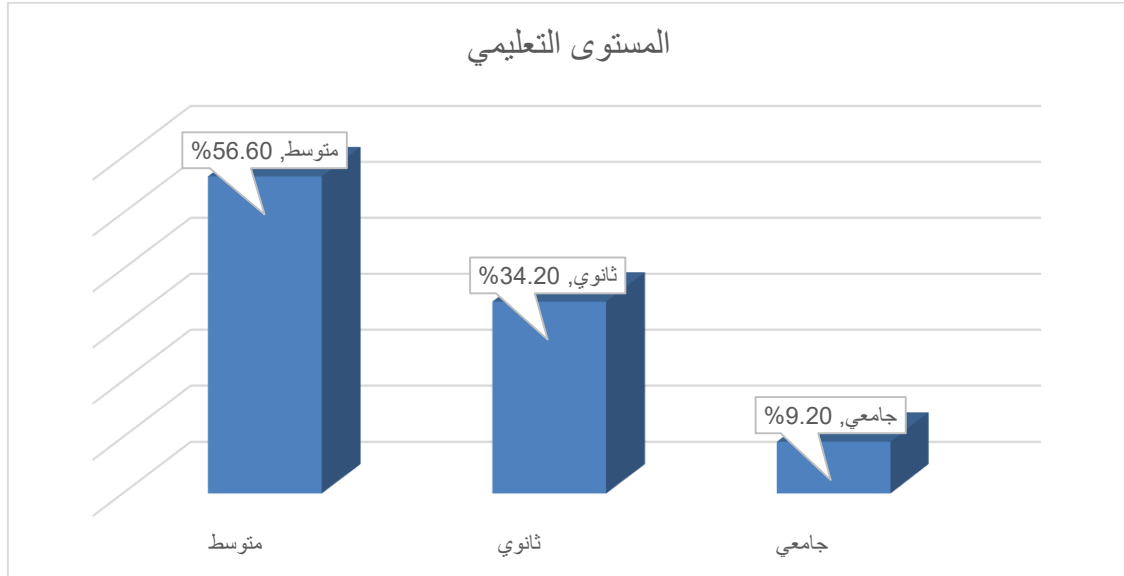
الجدول رقم (02-15): توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	التكرارات	المستوى التعليمي
56.6%	43	متوسط
34.2%	26	ثانوي
9.2%	7	جامعي
100%	76	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-14) متغير المستوى التعليمي

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

الشكل رقم (02-03) توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الجدول رقم (02-15)

من معطيات الجدول المبينة اعلاه أغلب أفراد العينة من ذوي المستوى التعليمي المتوسط بنسبة 56.6%، تليها فئة الثانوي بنسبة 34.2%، بينما جاءت فئة الجامعي بنسبة ضعيفة نسبياً بلغت 9.2% فقط، يعني هذا التوزيع يعكس أن غالبية المشاركين ينتمون إلى مستويات تعليمية متوسطة، وهو ما قد يؤثر على طبيعة استجاباتهم وتصوراتهم حول الخدمات التأمينية.

رابعاً: توزيع أفراد العينة حسب نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة

يلخص التحليل الإحصائي توزيع خصائص عينة الدراسة حسب متغير نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة وفق الجدول الآتي:

الجدول رقم (02-16): توزيع العينة حسب متغير نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة

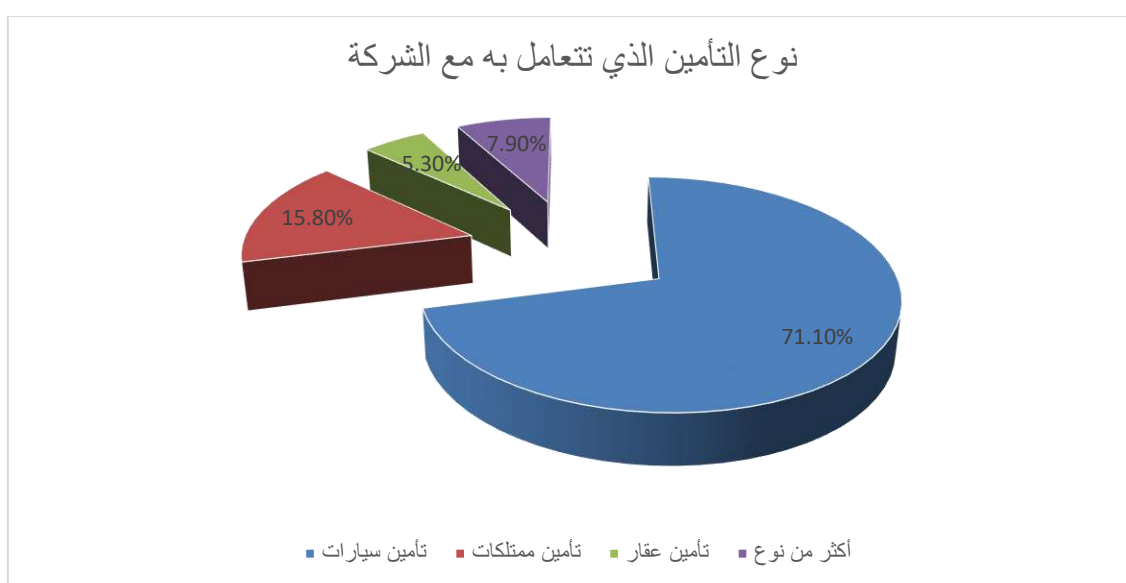
نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة	التكرارات	النسبة المئوية %
تأمين سيارات	54	71.1%
تأمين ممتلكات	12	15.8%

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

تأمين عقار	4	5.3%
أكثر من نوع	6	7.9%
المجموع	76	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-15) متغير حسب نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة

الشكل رقم (02-04) توزيع العينة حسب متغير نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الجدول رقم (02-16)

من خلال الجدول أغلب أفراد العينة يتعاملون مع الشركة في مجال تأمين السيارات بنسبة 71.1%، وهو ما يعكس أن هذا النوع من التأمين يمثل النشاط الأساسي للشركة، بينما بلغت نسبة تأمين الممتلكات 15.8%، وتأمين العقار نسبة ضعيفة نسبياً بـ 5.3%، في حين أن 7.9% من أفراد العينة يتعاملون مع الشركة في أكثر من نوع تأمين.

خامساً: توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة التأمين

يلخص التحليل الإحصائي توزيع خصائص عينة الدراسة حسب متغير مدة التأمين وفق الجدول الآتي:

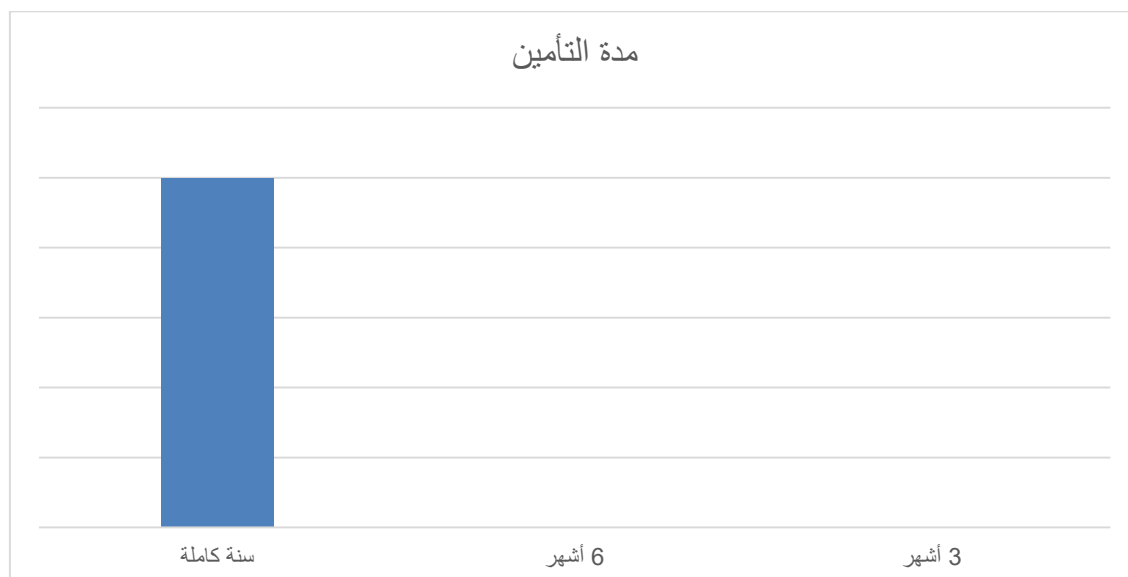
الجدول رقم (02-17): توزيع العينة حسب متغير مدة التأمين

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

مدة التأمين	التكرارات	النسبة المئوية %
سنة كاملة	76	100.0%
6 أشهر	0	0.0%
3 أشهر	0	0.0%
المجموع	76	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-16) متغير مدة التأمين

الشكل رقم (02-05) توزيع العينة حسب متغير مدة التأمين



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الجدول رقم (02-17)

يتضح من الجدول أن جميع أفراد العينة يتعاملون مع الشركة بعقود تأمين لمدة سنة كاملة بنسبة 100%، في حين لم يظهر أي تعامل بعقود قصيرة الأجل (3 أشهر أو 6 أشهر).

سادسا: توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة تعاملك مع الشركة

يلخص التحليل الإحصائي توزيع خصائص عينة الدراسة حسب متغير مدة تعاملك مع الشركة وفق الجدول الآتي:

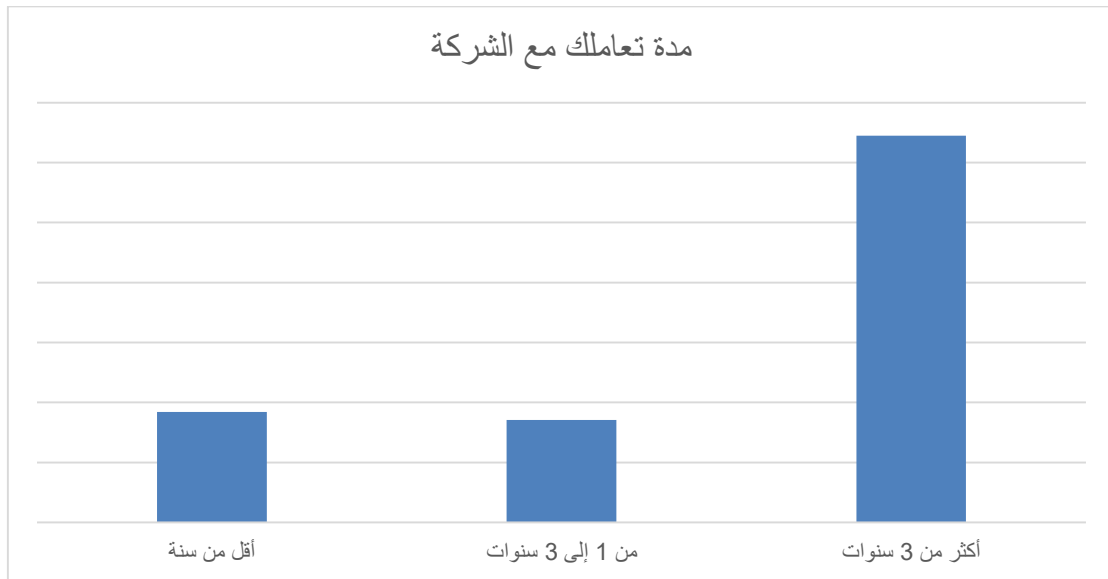
الجدول رقم (02-18): توزيع العينة حسب متغير مدة تعاملك مع الشركة

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

النسبة المئوية %	التكرارات	مدة تعاملك مع الشركة
18.4%	14	أقل من سنة
17.1%	13	من 1 إلى 3 سنوات
64.5%	49	أكثر من 3 سنوات
100%	76	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26. ملحق رقم (02-17) متغير مدة تعاملك مع الشركة

الشكل رقم (02-06): توزيع العينة حسب متغير مدة تعاملك مع الشركة



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الجدول رقم (02-18)

من معطيات الجدول أن أغلب أفراد العينة يتعاملون مع الشركة منذ أكثر من 3 سنوات بنسبة 64.5%، هذا يعكس وجود علاقة طويلة الأمد بين الزبائن والشركة، بينما بلغت نسبة الذين يتعاملون مع الشركة منذ أقل من سنة 18.4%، ونسبة الذين يتعاملون معها منذ 1 إلى 3 سنوات 17.1%.

الفرع الثاني: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات محور

تقييم مستوى تطبيق كل من أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

◀ سنحاول من خلال هذا الجزء تقدير الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة وذلك من خلال تقييم مستوى تطبيق أبعاد المستقل وذلك بحساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف وتقدير الاتجاه العام للإجابات الخاصة بأفراد العينة.

◀ حيث يوضح المتوسط الحسابي لكل فقرة معدل درجات الموافقة للعينة عليها، بمعنى أنه كل ما كان المعدل أكبر كل ما كان العنصر المقاس أكثر تطبيقاً في محل الدراسة ويوضح الانحراف المعياري درجة الاختلاف والتجانس بين آراء العينة رأي أنه كل ما تكون نسبة الانحراف إلى المتوسط (معامل التشتت النسبي) كل ما يكون أقل كل ما تكون العينة أكثر اتفاقاً حول الفقرة.

◀ من خلال هذا المنطلق يمكن تقدير الاتجاه العام حول آراء العينة حول تطبيق كل عنصر وكل بعد من أبعاد بواسطة مقياس ليكارت الخماسي الذي من خلاله نبين الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة الذي من خلاله نبين الاتجاه العام لإجابات عينة الدراسة.

المحور الأول: المتغير المستقل

◀ البعد الأول: الملموسية

جدول رقم (02-19): يوضح إجابات الافراد لبعد الملموسية

الفقرة	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (Std. Deviation)	معامل الاختلاف (CV %)	الاتجاه العام
الوثائق والعقود المقدمة واضحة ونظمة	4.5789	0.49701	10.85%	مرتفع جدا
المظهر العام للموظفين يعطي انطباعاً إيجابياً	4.5395	0.52766	11.62%	مرتفع جدا
التجهيزات والوسائل المستعملة تعكس مستوى مهني مقبول	4.4868	0.68300	15.22%	مرتفع جدا

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

مرتفع جدا	17.07%	0.74775	4.3816	مقر الشركة مريح ومنظم لإستقبال الزبائن
مرتفع جدا	25.52%	1.07475	4.2105	يوجد موقف آمن للسيارات
مرتفع جدا	12.93%	0.57413	4.4395	المتوسط العام لبعد الملموسية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم (02-18) بعد الملموسية

من خلال الجدول نلاحظ جميع الفقرات ضمن بعد الملموسية جاءت في مستوى مرتفع جدا (من 4.21 إلى 5)، حيث أعلى متوسط كان في فقرة "الوثائق والعقود المقدمة واضحة ونظمة" (4.5789)، مما يعكس رضا كبير عن وضوح الإجراءات الرسمية، أدنى متوسط ظهر في فقرة "يوجد موقف آمن للسيارات" (4.2105)، لكنه لا يزال ضمن المستوى المرتفع جدا، مع ملاحظة أن معامل الاختلاف ($CV = 25.52\%$) يشير إلى وجود تباين نسبي في آراء المستجيبين حول هذه النقطة.

الاتجاه العام لبعد الملموسية هو مرتفع جدا، مما يدل على أن الجوانب المادية والظاهرية للشركة (المقر، التجهيزات، المظهر، الوثائق، المرافق) تحظى بتقييم إيجابي قوي من الزبائن.

◀ البعد الثاني: الإستجابة

جدول رقم (02-20): يوضح إجابات الافراد للبعد الإستجابة

الفقرة	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (Std. Deviation)	معامل الاختلاف (CV %)	الاتجاه العام
يتم استقبالي بشكل جيد في كل مرة أتعامل فيها مع الشركة	4.5789	0.63798	13.92%	مرتفع جدا

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

يتم معالجة ملفات التعويض الخاصة بي في آجال معقولة	4.5263	0.66280	14.64%	مرتفع جدا
يتم الرد على استفساراتي من طرف الشركة في الوقت المناسب	4.4395	0.57413	12.93%	مرتفع جدا
تبادر الشركة بحل المشكلات التي تواجهني دون تأخير	4.2105	0.89912	21.36%	مرتفع جدا
المتوسط العام لبعد الاستجابة	4.3947	0.55266	12.57%	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم (02-19) بعد الاستجابة

جميع الفقرات ضمن بعد الاستجابة جاءت في مستوى مرتفع جدا حسب معطيات الجدول (من 4.21 إلى 5)، وكان أعلى متوسط الفقرة "يتم استقبالي بشكل جيد في كل مرة أتعامل فيها مع الشركة" (4.5789)، مما يعكس رضا كبير عن أسلوب الاستقبال، وأدنى متوسط ظهر في فقرة "تبادر الشركة بحل المشكلات التي تواجهني دون تأخير" (4.2105)، لكنه لا يزال ضمن المستوى المرتفع جدا، مع ملاحظة أن معامل الاختلاف ($CV = 21.36\%$) يشير إلى وجود تباين نسبي في آراء المستجيبين حول سرعة المبادرة لحل المشكلات.

الاتجاه العام لبعد الاستجابة هو مرتفع جدا، مما يدل على أن سرعة الرد، معالجة الملفات، الاستقبال الجيد، والمبادرة لحل المشكلات تحظى بتقييم إيجابي قوي من الزبائن.

◀ البعد الثالث: حسن التواصل

جدول رقم (02-21): يوضح إجابات الافراد للبعد حسن التواصل

الفقرة	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (Std. Deviation)	معامل الاختلاف (CV %)	الاتجاه العام
يتميز أسلوب تعامل الموظفين لي باللباقة والاحترام	4.5789	0.63798	13.92%	مرتفع جدا

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

مرتفع جدا	16.51%	0.73889	4.4737	أستطيع التواصل بسهولة مع الشركة عند الحاجة
مرتفع جدا	16.14%	0.72001	4.4605	يشرح الموظفون الخدمات التأمينية بطريقة واضحة ومفهومة
مرتفع جدا	18.20%	0.80437	4.4211	أشعر أن الشركة تُعلمني بجميع الإجراءات المتعلقة بعقد التأمين والتعويض
مرتفع جدا	13.93%	0.62495	4.4836	المتوسط العام لبعد حسن التواصل

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم (02-20) بعد حسن التواصل

جميع الفقرات ضمن بعد حسن التواصل جاءت في مستوى مرتفع جدا (من 4.21 إلى 5)، أعلى متوسط للفقرة "يتميز أسلوب تعامل الموظفين لي باللباقة والاحترام (4.5789)"، مما يعكس رضا كبير عن أسلوب التعامل المهني وأدنى متوسط ظهر في فقرة "يتم إعلامي بجميع الإجراءات المتعلقة بعقد التأمين والتعويض (4.4211)"، لكنه لا يزال ضمن المستوى المرتفع جدا، مع ملاحظة أن معامل الاختلاف ($CV = 18.20\%$) يشير إلى وجود تباين نسبي في آراء المستجيبين حول وضوح المعلومات المقدمة.

الاتجاه العام لبعد حسن التواصل هو مرتفع جدا مما يدل على أن وضوح الشرح، سهولة التواصل والإعلام بالإجراءات تحظى بتقييم إيجابي قوي من الزبائن.

◀ البعد الرابع: الثقة والأمان

جدول رقم (02-22): يوضح إجابات الافراد للبعد الثقة والأمان

الفقرة	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (Std. Deviation)	معامل الاختلاف (CV %)	الاتجاه العام
--------	------------------------	------------------------------------	-----------------------	---------------

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

أثق في المعلومات التي تقدمها شركة التأمين	4.5132	0.64277	14.24%	مرتفع جدا
تحافظ الشركة على سرية معلوماتي الشخصية	4.5132	0.70225	15.55%	مرتفع جدا
يتم أخذ وضعيتي بعين الاعتبار عند تقديم الخدمة	4.4737	0.72062	16.11%	مرتفع جدا
تتميز الشركة بالوفاء بوعودها اتجاه الزبائن	4.3684	0.81391	18.63%	مرتفع جدا
المتوسط العام لبعد الثقة والأمان	4.4671	0.62629	14.02%	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم (02-21) بعد الثقة والأمان

فقرات بعد الثقة والأمان جميعها جاءت في مستوى مرتفع جدا (من 4.21 إلى 5)، حيث كان أعلى متوسط فقري "أثق في المعلومات التي تقدمها الشركة" و "تحافظ الشركة على سرية معلوماتي الشخصية" (4.5132)، مما يعكس رضا كبير عن مصداقية الشركة وحماية بيانات الزبائن في حين أدنى متوسط ظهر في فقرة "تتميز الشركة بالوفاء بوعودها اتجاه الزبائن" (4.3684)، لكنه لا يزال ضمن المستوى المرتفع جدا، مع ملاحظة أن معامل الاختلاف ($CV = 18.63\%$) يشير إلى وجود تباين نسبي في آراء المستجيبين حول مدى وفاء الشركة بوعودها.

إذا الاتجاه العام لبعد الثقة والأمان هو مرتفع جدا، مما يدل على أن الثقة والسرية والوفاء والاعتبار الشخصي تشكل عناصر أساسية في تعزيز رضا الزبون.

◀ البعد الخامس: التعاطف

جدول رقم (02-23): يوضح إجابات الافراد للبعد التعاطف

الفقرة	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (Std. Deviation)	معامل الاختلاف (CV %)	الاتجاه العام
--------	------------------------	------------------------------------	-----------------------	---------------

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

مرتفع جدا	18.97%	0.83393	4.3947	تضع الشركة مصلحة الزبون في أولى اهتماماتها
مرتفع جدا	18.64%	0.81165	4.3553	أشعر أن الشركة تظهر تفهماً لظروفي واستفساراتي
مرتفع جدا	18.58%	0.79692	4.2895	يهتم الموظفون بمشاكلي بشكل شخصي
مرتفع جدا	16.16%	0.70225	4.3465	المتوسط العام لبعد التعاطف

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم (02-22) بعد التعاطف

نلاحظ من خلال الجدول جميع الفقرات ضمن بعد التعاطف جاءت في مستوى مرتفع جدا (من 4.21 إلى 5)، كان أعلى متوسط للفقرة "تضع الشركة مصلحة الزبون في أولى اهتماماتها" (4.3947)، مما يعكس رضا كبير عن اهتمام الشركة بمصلحة الزبون كأولوية وأدنى متوسط ظهر في فقرة "يهتم الموظفون بمشاكلي بشكل شخصي" (4.2895)، لكنه لا يزال ضمن المستوى المرتفع جدا ومعامل الاختلاف (CV) تراوح بين 18.58% و 18.97%، مما يشير إلى وجود تباين نسبي في آراء المستجيبين حول هذا البعد، لكنه يظل في الاتجاه العام الإيجابي.

إذا الاتجاه العام لبعد التعاطف هو مرتفع جدا، مما يدل على أن الاهتمام الشخصي، التفهم، وإعطاء الأولوية لمصلحة الزبون عناصر أساسية في تعزيز رضا الزبون.

◀ البعد السادس: المسؤولية

جدول رقم (02-24): يوضح إجابات الافراد للبعد المسؤولية

الفقرة	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (Std. Deviation)	معامل الاختلاف (CV %)	الاتجاه العام
العمال منضبطون من حيث مواقيت العمل	4.4868	0.68300	15.22%	مرتفع جداً

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

يتم شرح شروط العقد بوضوح وشفافية	4.4868	0.66319	14.78%	مرتفع جدًا
تحرص الشركة على احترام حقوق الزبائن	4.4474	0.66872	15.04%	مرتفع جدًا
تتحمل شركة التأمين مسؤوليتها عند حدوث أي خطأ أو تقصير	4.3816	0.86359	19.70%	مرتفع جدًا
المتوسط العام لبعد المسؤولية	4.4342	0.78885	17.79%	مرتفع جدًا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم (02-23) بعد المسؤولية

من خلال الجدول نلاحظ جميع الفقرات ضمن بعد المسؤولية جاءت في مستوى مرتفع جدا، مما يعكس أن الزبائن لديهم ثقة قوية في التزام الشركة بمسؤولياتها حيث كام أعلى متوسط ظهر في فقرتي "العمال منضبطون من حيث مواقيت العمل" و "يتم شرح شروط العقد بوضوح وشفافية(4.4868)"، وهو مؤشر على أن الانضباط والوضوح في العقود يمثلان نقاط قوة بارزة للشركة وأدنى متوسط كان في فقرة "تتحمل شركة التأمين مسؤوليتها عند حدوث أي خطأ أو تقصير(4.3816)"، ورغم ذلك فهي لا تزال ضمن المستوى المرتفع جدا، في حين معامل الاختلاف ($CV = 19.70\%$) يكشف عن وجود تفاوت نسبي في آراء المستجيبين حول مدى التزام الشركة بتحمل المسؤولية عند وقوع الأخطاء.

إذا الاتجاه العام لبعد المسؤولية هو مرتفع جدا، مما يدل على أن الانضباط واحترام الحقوق والوضوح في العقود تشكل ركائز أساسية في تعزيز صورة الشركة لدى الزبائن.

◀ البعد السابع: السعر

جدول رقم (02-25): يوضح إجابات الافراد للبعد السعر

الفقرة	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (Std. Deviation)	معامل الاختلاف (CV %)	الاتجاه العام
--------	------------------------	------------------------------------	-----------------------	---------------

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

مرتفع جدا	15.08%	0.68262	4.5263	أشعر أن القيمة التي أدفعها مقابل الخدمة مبررة
مرتفع جدا	14.29%	0.64291	4.5000	استطيع اختيار أقساط التأمين التي تتلاءم مع قدرتي الشرائية
مرتفع جدا	17.30%	0.77414	4.4737	تسمح تسعيرة الخدمات بالوضوح والشفافية
مرتفع جدا	17.07%	0.74775	4.3816	أرى أن أسعار الخدمات مناسبة مقارنة بجودتها
مرتفع جدا	14.29%	0.63897	4.4704	المتوسط العام لبعد السعر

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم (02-24) بعد السعر

نلاحظ ان جميع الفقرات ضمن بعد السعر جاءت في مستوى مرتفع جدا (من 4.21 إلى 5)، مما يعكس رضا الزبائن عن سياسة التسعير بشكل عام، أعلى متوسط كان في فقرة "أشعر أن القيمة التي أدفعها مقابل الخدمة مبررة" (Mean = 4.5263)، وهو مؤشر على أن الزبائن يرون أن الأسعار عادلة مقابل الجودة المقدمة، وأدنى متوسط ظهر في فقرة "أرى أن أسعار الخدمات مناسبة مقارنة بجودتها" (4.3816)، ورغم ذلك فهي لا تزال ضمن المستوى المرتفع جدا، مع ملاحظة أن معامل الاختلاف (CV = 17.07%) يكشف عن وجود بعض التباين في تقييم المستجيبين لهذه النقطة.

الاتجاه العام لبعد السعر هو مرتفع جدا مما يدل على أن وضوح الأسعار، إمكانية اختيار الأقساط وتبرير القيمة المدفوعة كلها عناصر أساسية في تعزيز رضا الزبون.

المحور الثاني: المتغير التابع

◀ المتغير التابع: رضا الزبون

جدول رقم (02-26): يوضح إجابات الافراد للمتغير التابع رضا الزبون

**الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة
سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة**

الفقرة	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (Std. Deviation)	معامل الاختلاف (CV %)	الاتجاه العام
أوصي الآخريين والأشخاص الذين أعرفهم بالتعامل مع هذه الشركة	4.6447	0.62618	13.48%	مرتفع جدا
أشعر بالارتياح عند تعاملي مع الشركة	4.6184	0.63176	13.68%	مرتفع جدا
أنا راضي/ة بشكل عام عن الخدمات التأمينية المقدمة	4.5658	0.66001	14.46%	مرتفع جدا
أنوي الاستمرار في التعامل مع هذه الشركة مستقبلا	4.5658	0.63949	14.01%	مرتفع جدا
اعتبر اختياري لهذه الشركة قرارًا موفقًا	4.5658	0.63949	14.01%	مرتفع جدا
أملك صورة واضحة عن الخدمات التي أرغب في الحصول عليها	4.5132	0.57720	12.79%	مرتفع جدا
لا أتعرض للخطر عند الاستفادة من الخدمة المقدمة	4.5000	0.60000	13.33%	مرتفع جدا
تلبي خدمات التأمين للشركة كل توقعاتي	4.4737	0.70188	15.69%	مرتفع جدا
المتوسط العام لبعد رضا الزبون	4.5559	0.56399	12.38%	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم (02-25) متغير رضا الزبون

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

جميع الفقرات ضمن بعد رضا الزبون جاءت في مستوى مرتفع جدًا، مما يعكس رضا قوي وشامل من الزبائن عن الشركة وخدماتها حيث أعلى متوسط كان في فقرة "أوصي الآخرين والأشخاص الذين أعرفهم بالتعامل مع هذه الشركة" (4.6447)، وهو مؤشر على أن الزبائن لا يكتفون بالرضا الشخصي بل يوصون الآخرين أيضًا، مما يعزز صورة الشركة الإيجابية وأدنى متوسط ظهر في فقرة "تلي خدمات التأمين للشركة كل توقعاتي" (4.4737)، ورغم هذا فهي لا تزال ضمن المستوى المرتفع جدًا، مع ملاحظة أن معامل الاختلاف ($CV = 15.69\%$) يكشف عن وجود بعض التباين في تقييم المستجيبين حول مدى تطابق الخدمات مع توقعاتهم.

الاتجاه العام لبعد رضا الزبون هو مرتفع جدًا، مما يدل على أن الرضا، الاستمرار، التوصية، الشعور بالارتياح، والوضوح في الخدمات كلها عناصر أساسية في تعزيز ولاء الزبائن للشركة.

المطلب الثاني: مناقشة النتائج واختبار فرضيات الدراسة

أولاً : نتائج المقابلة

بعد اجراء المقابلة مع مديرة وكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين بورقلة استنتجنا ما يلي :

بالنسبة لمحور الجودة الخدمة التأمينية فكانت الإجابات بالنحو التالي :

- ✓ تقييم الوكالة جودة خدماتها من خلال رضا الزبون عن خدماتها حيث أن الزبون الراضي يميل إلى إعادة التعامل مع نفس الوكالة والاستفادة من خدماتها بشكل مستمر ؛
- ✓ نعم، المؤسسة تعتمد على وسائل تكنولوجية لتسهيل خدماتها من خلال استخدام مواقع تواصل اجتماعي و البريد الإلكتروني في التعامل مع الزبائن عن بعد والاجابة على استفساراتهم ؛
- ✓ لا يتم تكوين الموظفين لتحسين التعامل مع الزبائن بل يكون على أساس سنوات الخبرة فهنا الموظف يكتسب أسلوب معاملة مع الزبائن ؛
- ✓ لا، بحيث تعتمد على استراتيجيات معينة لتحسين جودة الخدمة ؛
- ✓ المنتج أكثر استعمالا هو تأمين سيارات .

بالنسبة لمحور لرضا الزبون فكانت الإجابات كالتالي :

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

- ✓ يمكن معرفة رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة من خلال استمرارية الزبون في التعامل مع الشركة والتوصية بها للغير ؛
- ✓ بالنسبة لآليات قياس رضا الزبون الوكالة لا تستخدم أي آليات ؛
- ✓ يتم التعامل مع شكاوي الزبائن في حالة عدم رضاه عن الخدمة المقدمة من خلال الاستماع الى رأيه أولا ومعرفة سبب عدم رضاه ومحاولة إيجاد حلول ترضي الطرفين ؛
- ✓ تعافى المؤسسة على زبائنها من خلال توفير الراحة والأمان والسرعة في تقديم الخدمة والرد على استفساراتهم .

بالنسبة لمحور علاقة جودة الخدمة برضا الزبون :

- ✓ بالنسبة للمؤسسة فكات الإجابة بلا من خلال تأثر الزبون بالتأخير في تلبية الخدمة ، حيث أنها لا تعاني من هذا المشكل ؛
- ✓ أما بالنسبة لتحسين الجودة والذي يساهم في جذب العملاء فكانت الإجابة بنعم وهذا ما تركز عليه المؤسسة .

وفي الأخير تم طلب اقتراحات مستقبلية للمؤسسة لتحسين جودة الخدمة التأمينية وهي كالتالي :

- ✓ تخصيص ميزانية مستقلة لتحسين جودة الخدمات التأمينية المقدمة ؛
- ✓ توفير معدات متطورة تساعد في تسهيل المعاملات بين المؤسسة والزبائن .

ثانيا :نتائج الاستبيان

اختبار الفرضيات **One Sample T.TEST** اختبار **One Sample T-Test** هو اختبار إحصائي يستخدم لمقارنة متوسط عينة واحدة بقيمة معروفة أو مفترضة لمتوسط المجتمع، يهدف هذا الاختبار إلى تحديد ما إذا كان هناك فرق ذو دلالة إحصائية بين متوسط العينة والقيمة المحددة مسبقا.

الفرع الأول: الفرضية الأولى جودة الخدمة التأمينية

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

صياغة الفرضية "مستوى جودة الخدمة التأمينية في وكالة السلامة للتأمينات بورقلة مرتفع"

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد فرق دال إحصائي بين المتوسط الحسابي لمستوى جودة الخدمة التأمينية والقيمة المرجعية (3).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد فرق دال إحصائي بين المتوسط الحسابي لمستوى جودة الخدمة التأمينية والقيمة المرجعية (3)، بحيث يكون المتوسط أكبر من 3 (أي أن مستوى جودة الخدمة التأمينية مرتفع).

جدول رقم (02-27): نتائج اختبار One-Sample T-Test لأبعاد جودة الخدمة التأمينية الفرضية الاولى

القرار الاختبار	مستوى الثقة 95%		الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية Sig	درجات الحرية (df)	قيمة T المحسوبة	البعد
	القيمة القصوى	القيمة الدنيا					
قبول	1.571	1.308	1.439	0.000	75	21.858	الملموسية
قبول	1.521	1.268	1.395	0.000	75	22.001	الاستجابة
قبول	1.626	1.341	1.484	0.000	75	20.695	حسن التواصل
قبول	1.610	1.324	1.467	0.000	75	20.422	الثقة والأمان
قبول	1.507	1.186	1.346	0.000	75	16.715	التعاطف
قبول	1.600	1.295	1.447	0.000	75	18.869	المسؤولية
قبول	1.616	1.324	1.470	0.000	75	20.061	السعر

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم 02-26 الفرضية الاولى

نلاحظ من معطيات الجدول جميع قيم t المحسوبة مرتفعة مقارنة بالقيمة الجدولية 2.00 وأن جميع القيمة الاحتمالية $Sig = 0.000$ أقل بكثير من مستوى الدلالة (0.05)، مما يعزز قوة القرار برفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، ومتوسط الفرق يوضح أن إجابات العينة تميل بشكل واضح إلى أعلى من المتوسط الفرضي، أي أن المشاركين يرون أن مستوى كل الأبعاد يتجاوز المستوى المتوسط المفترض، في حين فترة الثقة جميع القيم ضمن هذه الفترة موجبة بين 1.34 و 1.48، ما يعني أن الفرق ليس عشوائيا بل ثابت ومؤكد إحصائيا، في حين المتوسط الحسابي الإجمالي

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

لكل الابعاد أعلى من القيمة الفرضية (3)، مما يشير إلى أن المشاركين يميلون إلى تقييم بدرجة مرتفعة ومتفاوت أما الانحراف المعياري فهو منخفض نسبيا، مما يعكس أن آراء المشاركين متقاربة جدا ولا يوجد تباين كبير بينهم. ووفقا لقاعدة القرار: نرفض الفرضية الصفريية (H0) ونقبل الفرضية البديلة (H1)، أي أن هناك فرقا ذا دلالة إحصائية بين المتوسط الفرضي (3) والمتوسطات الفعلية لجميع الأبعاد، مما يدل على أن مستوى جودة الخدمة التأمينية في وكالة السلامة للتأمينات بورقلة مرتفع بشكل دال إحصائيا، وهو ما يعكس رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة.

الفرع الثاني: الفرضية الثانية رضا الزبون

الفرضية "مستوى رضا الزبون عن الخدمات المقدمة من وكالة السلامة للتأمينات بورقلة مرتفع" الفرضية الصفريية (H0): لا يوجد فرق دال إحصائيا بين المتوسط الحسابي لمستوى رضا الزبون والقيمة المرجعية (3). الفرضية البديلة (H1): يوجد فرق دال إحصائيا بين المتوسط الحسابي لمستوى رضا الزبون والقيمة المرجعية (3)، بحيث يكون المتوسط أكبر من 3 (أي أن مستوى رضا الزبون مرتفع).

جدول رقم (02-28): نتائج اختبار One-Sample T-Test لمستوى رضا الزبون الفرضية الثانية

المحور	قيمة T المحسوبة	درجات الحرية (df)	مستوى المعنوية Sig	الفرق بين المتوسطين	مستوى الثقة 95%		قرار الاختبار
					القيمة الدنيا	القيمة القصوى	
رضا الزبون	24.051	75	0.000	1.556	1.427	1.685	قبول

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم 02-27 الفرضية الثانية

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن قيمة t المحسوبة 24.051، وهي قيمة مرتفعة مقارنة بالقيمة الجدولية 2.00 عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، ما يعني أن الفرق بين المتوسط الفرضي (3) والمتوسط الفعلي 4.556 فرق جوهري ذو دلالة إحصائية قوية، والقيمة الاحتمالية $\text{Sig} = 0.000$ أقل بكثير من مستوى الدلالة 0.05، مما يعزز قوة القرار برفض الفرضية الصفريية وقبول الفرضية البديلة، في حين متوسط الفرق 1.556 يوضح أن إجابات العينة تميل بشكل واضح إلى أعلى من المتوسط الفرضي، أي أن المشاركين يرون أن رضاهم عن الخدمات المقدمة يتجاوز المستوى المتوسط

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

المفترض، وفترة الثقة 1.427 – 1.685 جميع القيم ضمن هذه الفترة موجبة، ما يعني أن الفرق ليس عشوائياً بل ثابت ومؤكد إحصائياً، والمتوسط الحسابي الإجمالي 4.556 أعلى من القيمة الفرضية (3)، مما يشير إلى أن المشاركين يميلون إلى تقييم رضاهم بدرجة مرتفعة، أما الانحراف المعياري (0.56399) فهو منخفض نسبياً، مما يعكس أن آراء المشاركين متقاربة جداً ولا يوجد تباين كبير بينهم.

ووفقاً لقاعدة القرار:

نرفض الفرضية الصفرية (H_0) ونقبل الفرضية البديلة (H_1)، أي أن هناك فرقاً ذا دلالة إحصائية بين المتوسط الفرضي (3) والمتوسط الفعلي (4.556)، مما يدل على أن مستوى رضا الزبون عن الخدمات المقدمة من وكالة السلامة للتأمينات بورقلة مرتفع بشكل دال إحصائياً.

الفرع الثالث: الفرضية الثالثة أثر لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون

صياغة الفرضيات: "توجد علاقة ذات أثر لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون".

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر دال إحصائياً لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون.

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر دال إحصائياً لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون.

جدول رقم (29-02): نتائج نموذج الانحدار الخطي المتعدد لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون الفرضية

الثالثة

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية DF	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	12.580	7	1.797	10.837	0.000
الخطأ	11.276	68	0.166	-	-
المجموع	23.856	75	-	-	-
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الثابت	1.455	0.469	-	3.104	0.003
الملموسية	0.384	0.110	0.391	3.497	0.001
الاستجابة	0.122	0.156	0.120	0.783	0.436
حسن التواصل	0.400	0.172	0.443	2.323	0.023

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

0.116	-1.590	-0.287	0.162	-0.258	الثقة والأمان
0.031	2.203	0.551	0.201	0.442	التعاطف
0.455	-0.752	-0.157	0.176	-0.132	المسؤولية
0.177	-1.363	-0.282	0.183	-0.249	السعر
المتغير التابع رضا الزبون			معامل التحديد 0.527		معامل الارتباط 0.726

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS 26، ملحق رقم 02-28 الفرضية الثالثة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية استنادا إلى قيمة F المحسوبة والبالغة 10.837 بقيمة احتمالية $\text{Sig} = 0.000$ وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، مما يؤكد دلالة النموذج ككل، ومن نفس الجدول نلاحظ أن معامل الارتباط بين المتغيرات المستقلة (أبعاد جودة الخدمة) والمتغير التابع (رضا الزبون) بلغ $R = 0.726$ أي بنسبة 72.6%، وهو ما يعكس علاقة قوية موجبة بين المتغيرات، وأن معامل التحديد يساوي $R^2 = 0.527$ ، وهذا يعني أن حوالي 52.7% من التباين الحاصل في رضا الزبون يعود إلى التغيرات الناتجة عن أبعاد جودة الخدمة التأمينية، بينما ترجع النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم تدخل في النموذج، كما بلغت قيمة t المحسوبة لبعض الأبعاد دلالة إحصائية واضحة:

✓ بعد الملموسية ($\beta = 0.391$, $\text{Sig} = 0.001$, $t = 3.497$)؛

✓ بعد حسن التواصل ($\beta = 0.443$, $\text{Sig} = 0.023$, $t = 2.323$)؛

✓ بعد التعاطف ($\beta = 0.551$, $\text{Sig} = 0.031$, $t = 2.203$).

بينما لم تظهر بقية الأبعاد دلالة إحصائية $\text{Sig} > 0.05$ ، مثل الاستجابة والثقة والأمان والمسؤولية وكذلك السعر.

وبما أن مستوى الدلالة لجميع الأبعاد الدالة قدر بـ $\text{Sig} < 0.05$ ، فإنه يتم رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل الذي ينص على وجود أثر دال إحصائيا لبعض أبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$.

يمكن صياغة معادلة الانحدار الخطي المتعدد:

$$\text{رضا الزبون} = 1.455 + 0.384X_1 + 0.122X_2 + 0.400X_3 - 0.258X_4 + 0.442X_5 - 0.132X_6 - 0.249X_7$$

حيث:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

$$X_1 = \text{الملموسية}$$

$$X_2 = \text{الاستجابة}$$

$$X_3 = \text{حسن التواصل}$$

$$X_4 = \text{الثقة والأمان}$$

$$X_5 = \text{التعاطف}$$

$$X_6 = \text{المسؤولية}$$

$$X_7 = \text{السعر}$$

الفرع الرابع: الفرضية الرابعة جودة الخدمة ورضا الزبون

صياغة الفرضيات "توجد علاقة ذات أثر لجودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون".

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر دال إحصائيًا لجودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون.

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر دال إحصائيًا لجودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون.

جدول رقم (30-02): نتائج نموذج الانحدار الخطي البسيط لجودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون

النموذج	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	8.827	1	8.827	43.459	0.000
الخطأ	15.029	74	0.203	—	—
المجموع	23.856	75	—	—	—
المتغير	B	الخطأ المعياري	معامل β	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة Sig

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

0.000	3.795	-	0.441	1.672	الثابت
0.000	6.592	0.608	0.099	0.650	جودة الخدمة التأمينية
المتغير التابع رضا الزبون		معامل التحديد 0.370		معامل الارتباط 0.608	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم 02-29 الفرضية الرابعة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية اعتمادا إلى قيمة F المحسوبة 43.459 بقيمة احتمالية $Sig = 0.000$ وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، مما يؤكد دلالة النموذج ككل ، ومعامل الارتباط بين جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون بلغ $R = 0.608$ أي بنسبة 60.8% وهو ما يعكس علاقة موجبة متوسطة القوة بين المتغيرين، ومعامل التحديد يساوي $R^2 = 0.370$ ، وهذا يعني أن حوالي 37% من التباين الحاصل في رضا الزبون يعود إلى تغيرات ناتجة عن جودة الخدمة التأمينية، بينما ترجع النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى لم تدخل في النموذج، في حين بلغت قيمة t المحسوبة $6.592 =$ بقيمة احتمالية $Sig = 0.000$ وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha = 0.05$ ، مما يعزز قوة القرار برفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة، وقيمة معامل الانحدار المعياري $Beta = 0.608$ توضح أن جودة الخدمة التأمينية لها أثر مباشر موجب على رضا الزبون.

وبما أن مستوى الدلالة قدر بـ ($Sig = 0.000 < 0.05$) ، فإنه يتم رفض الفرضية الصفريّة (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_1) ، أي أن هناك أثرا ذا دلالة إحصائية لجودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$).

معادلة الانحدار الخطي البسيط

$$\text{رضا الزبون} = 1.672 + 0.650X$$

$$X = \text{جودة الخدمة التأمينية}$$

المعادلة تعني أن كل زيادة بمقدار وحدة واحدة في جودة الخدمة التأمينية تؤدي إلى زيادة رضا الزبون بمقدار (0.650) وحدة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

الفرع الخامس: الفرضية الخامسة اختبار ارتباط بين أبعاد جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

"توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة التأمينية والدرجة الكلية للاستبانة (رضا الزبون)".

تم اختبار هذه الفرضية باستخدام معامل الارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول رقم (02-12) الذي يبين معاملات الارتباط بين كل بعد من أبعاد جودة الخدمة التأمينية والدرجة الكلية للاستبانة.

أظهرت النتائج أن جميع الأبعاد لها علاقات موجبة ودالة إحصائية عند مستوى دلالة $\alpha = 0.05$ ، حيث برزت أبعاد الملموسية $r = 0.628$ والاستجابة $r = 0.605$ كأقوى الأبعاد ارتباطا برضا الزبون، يليهما بعد التعاطف $r = 0.552$ ، بينما بقية الأبعاد (حسن التواصل، الثقة والأمان، المسؤولية، السعر) أظهرت ارتباطات متوسطة لكنها دالة إحصائية.

هذه النتائج تدعم الفرضية الخامسة وتؤكد أن رضا الزبون يتأثر بدرجات متفاوتة بجميع أبعاد جودة الخدمة التأمينية، مع تفوق بعض الأبعاد على الأخرى.

الفرع السادس: الفرضية السادسة للخصائص الديموغرافية والعوامل العملية على رضا الزبون

الفرضية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الزبون تعزى إلى الخصائص الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي) أو العوامل العملية (نوع التأمين، مدة التعامل مع الشركة).

جدول رقم (02-31): نتائج تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لاختبار أثر الخصائص الديموغرافية والعملية على رضا الزبون.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم 02-30.

جدول رقم (02-32): المقارنات البعدية (Tukey HSD) لمتغيرات رضا الزبون

المتغير التابع	مجموع المربعات	درجة الحرية	مربع المتوسطات	قيمة f	مستوى الدلالة
الجنس					
رضا الزبون	بين المجموعات	1	0.004	0.013	0.909
	داخل المجموعة	74	23.852	-	-
	المجموع	75	23.856	-	-
العمر					
رضا الزبون	بين المجموعات	2	0.444	0.692	0.504
	داخل المجموعة	73	23.412	-	-
	المجموع	75	23.856	-	-
-المستوى التعليمي					
رضا الزبون	بين المجموعات	2	0.039	0.059	0.943
	داخل المجموعة	73	23.818	-	-
	المجموع	75	23.856	-	-
نوع التأمين					
رضا الزبون	بين المجموعات	3	0.258	0.262	0.852
	داخل المجموعة	72	23.598	-	-
	المجموع	75	23.856	-	-
مدة التعامل مع الشركة					
رضا الزبون	بين المجموعات	2	0.133	0.205	0.815
	داخل المجموعة	73	23.723	-	-
	المجموع	75	23.856	-	-
المتغير المستقل	الفئات المقارنة	الفرق بين المتوسطات (I-J)	الخطأ المعياري	Sig.	فترة الثقة 95% (الحد الأدنى - الحد الأقصى)
النتيجة					

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة
سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

أقل من 30 - 30 إلى 40	-0.1873	0.1594	0.472	-0.5686 - 0.1940	لا فرق معنوي
أقل من 30 - أكثر من 40	-0.1089	0.1636	0.784	-0.5004 - 0.2825	لا فرق معنوي
30 إلى 40 - أكثر من 40	0.0784	0.1558	0.870	-0.2944 - 0.4512	لا فرق معنوي
متوسط - ثانوي	0.0467	0.1419	0.942	-0.2928 - 0.3862	لا فرق معنوي
متوسط - جامعي	0.0399	0.2328	0.984	-0.5171 - 0.5968	لا فرق معنوي
ثانوي - جامعي	-0.0069	0.2432	1.000	-0.5888 - 0.5750	لا فرق معنوي
سيارات - ممتلكات	0.1343	0.1827	0.883	-0.3463 - 0.6148	لا فرق معنوي
سيارات - عقار	0.0405	0.2967	0.999	-0.7397 - 0.8207	لا فرق معنوي
سيارات - أكثر من نوع	-0.0949	0.2464	0.980	-0.7429 - 0.5530	لا فرق معنوي
ممتلكات - عقار	-0.0938	0.3305	0.992	-0.9631 - 0.7756	لا فرق معنوي
ممتلكات - أكثر من نوع	-0.2292	0.2863	0.854	-0.9820 - 0.5237	لا فرق معنوي
عقار - أكثر من نوع	-0.1354	0.3696	0.983	-1.1073 - 0.8365	لا فرق معنوي
أقل من سنة - 1 إلى 3 سنوات	0.0185	0.2196	0.996	-0.5068 - 0.5438	لا فرق معنوي
أقل من سنة - أكثر من 3 سنوات	-0.0778	0.1728	0.894	-0.4911 - 0.3355	لا فرق معنوي

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

لا فرق معنوي	-0.5218 - 0.3291	0.851	0.1779	-0.0964	1 إلى 3 سنوات - أكثر من 3 سنوات	
--------------	---------------------	-------	--------	---------	---------------------------------------	--

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26 ملحق رقم 31-02.

جدول رقم (33-02): نتائج ANOVA و Tukey HSD لمتغيرات رضا الزبون

المتغير المستقل	ANOVA (F)	Sig.	أبرز نتائج Tukey HSD	الاستنتاج
الجنس	0.013	0.909	لا توجد فروق بين الذكور والإناث	لا أثر للجنس على رضا الزبون
العمر	0.692	0.504	الفئة (30-40 سنة) أعلى متوسط (4.6384) لكن الفروق غير معنوية	العمر لا يؤثر معنوياً
المستوى التعليمي	0.059	0.943	جميع الفئات (متوسط، ثانوي، جامعي) ضمن مجموعة متجانسة	التعليم لا يؤثر
نوع التأمين	0.262	0.852	لا فروق بين (سيارات، ممتلكات، عقار، أكثر من نوع)	نوع التأمين لا يؤثر
مدة التعامل	0.205	0.815	العملاء أكثر من 3 سنوات لديهم متوسط أعلى (4.5867) لكن غير معنوي	مدة التعامل لا تؤثر

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V26.

من خلال الجدول رقم (33-02) نتائج ANOVA جميع قيم $\text{Sig} > 0.05$ ، مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الزبون بين الفئات المختلفة (الجنس، العمر، التعليم، نوع التأمين، مدة التعامل).

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

ون نتائج Tukey HSD أكدت أن جميع الفئات تقع ضمن مجموعات متجانسة، أي أن الفروق بين المتوسطات غير معنوية إحصائياً، رغم وجود فروق طفيفة في المتوسطات (مثل ارتفاع رضا الفئة العمرية 30-40 سنة أو العملاء الذين تعاملوا أكثر من 3 سنوات)، إلا أن هذه الفروق لا تصل إلى مستوى الدلالة الإحصائية.

وعليه يمكن القول بالخصائص الديموغرافية (الجنس، العمر، التعليم) والعوامل العملية (نوع التأمين، مدة التعامل) لا تؤثر بشكل جوهري على رضا الزبون، وأن رضا الزبون يتحدد أكثر بعوامل جودة الخدمة، سرعة الاستجابة، الثقة، والشفافية وليس بالخصائص الشخصية أو نوع المنتج.

خلاصة الفصل الثاني:

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون-وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين-بورقلة

تم تخصيص هذا الفصل لدراسة الجانب الميداني للبحث حول أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون في وكالة السلامة للتأمينات - ورقلة، حيث تم اجراء مقابلة مع مدير المؤسسة وأيضا توزيع الاستبيان على عينة عشوائية بسيطة من مختلف الفئات (حسب الجنس، العمر، المستوى التعليمي، نوع التأمين، مدة التعامل مع الشركة)، وبلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل 76 استبانة بعد استبعاد غير الصالح منها.

أظهر تحليل النتائج أن أبعاد جودة الخدمة التأمينية (المللموسية، الاستجابة، حسن التواصل، الثقة والأمان، التعاطف، المسؤولية، السعر) لها أثر معنوي في تفسير رضا الزبون، حيث بينت النماذج الإحصائية وجود علاقات ارتباط متوسطة إلى قوية بين كل بعد من أبعاد الجودة والدرجة الكلية لرضا الزبون.

وبذلك يتضح أن رضا الزبون يتأثر بدرجة أكبر بالأبعاد المرتبطة بالمللموسية والاستجابة والتعاطف، بينما تبقى بقية الأبعاد مكتملة ومؤثرة بدرجات متفاوتة، وهو ما يعكس أهمية تحسين عناصر الجودة في تعزيز رضا العملاء.

خاتمة

خاتمة

بعد دراستنا لمختلف الأدبيات النظرية والتطبيقية لموضوع الدراسة: أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون - دراسة حالة وكالة السلامة للتأمينات بورقلة، توصلنا إلى مجموعة من النتائج النظرية والتطبيقية يمكن تلخيصها فيما يلي:

■ نتائج الدراسة

- ✓ تؤكد هذه الدراسة أن مستوى جودة الخدمة التأمينية في وكالة السلامة للتأمينات بورقلة مرتفع ودال إحصائياً؛
- ✓ مستوى رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة مرتفع أيضاً، مما يعكس انسجاماً بين جودة الخدمة ورضا العملاء؛
- ✓ أظهرت النماذج الإحصائية وجود أثر دال لبعض أبعاد الجودة على رضا الزبون، خاصة الملموسية، حسن التواصل، والتعاطف؛
- ✓ بينت معاملات الارتباط (بيرسون) وجود علاقات متوسطة إلى قوية موجبة بين جميع الأبعاد ورضا الزبون، مع تفوق الملموسية والاستجابة؛
- ✓ الانحدار الخطي البسيط أكد وجود أثر مباشر لجودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون بنسبة تفسير بلغت 37.0%.

■ مناقشة نتائج الفرضيات

الفرضية الأولى: جودة الخدمة التأمينية

"مستوى جودة الخدمة التأمينية في وكالة السلامة للتأمينات بورقلة مرتفع" تم إثباتها عبر اختبار T-Test حيث جاءت المتوسطات أكبر من القيمة المرجعية ودالة إحصائياً.

الفرضية الثانية: رضا الزبون

"مستوى رضا الزبون عن الخدمات المقدمة من وكالة السلامة للتأمينات بورقلة مرتفع" تم إثباتها عبر اختبار

T-Test حيث كان المتوسط أكبر من 3 ودال إحصائياً.

الفرضية الثالثة: أثر لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون

خاتمة

"توجد علاقة ذات أثر لأبعاد جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون" تم إثباتها عبر الانحدار الخطي المتعدد الذي أظهر أن بعض الأبعاد (المللموسية، حسن التواصل، التعاطف) لها أثر دال إحصائياً.

الفرضية الرابعة: جودة الخدمة ورضا الزبون

"توجد علاقة ذات أثر لجودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون" تم إثباتها عبر معامل بيرسون والانحدار الخطي البسيط، حيث أكدت النتائج وجود علاقة قوية موجبة وأثر مباشر دال إحصائياً.

الفرضية الخامسة: اختبار بيرسون

"توجد علاقة ارتباط دالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة التأمينية والدرجة الكلية للاستبانة (رضا الزبون)".

تم اختبار هذه الفرضية باستخدام معامل الارتباط بيرسون كما هو موضح في الجدول رقم (02-12)، حيث أظهرت النتائج أن جميع الأبعاد لها علاقات موجبة ودالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.05$) وقد برزت أبعاد المللموسية ($r = 0.628$) والاستجابة ($r = 0.605$) كأقوى الأبعاد ارتباطاً برضا الزبون، يليهما بعد التعاطف ($r = 0.552$)، بينما بقية الأبعاد (حسن التواصل، الثقة والأمان، المسؤولية، السعر) أظهرت ارتباطات متوسطة لكنها دالة إحصائية، هذه النتائج تدعم الفرضية الخامسة وتؤكد أن رضا الزبون يتأثر بدرجات متفاوتة بجميع أبعاد جودة الخدمة التأمينية مع تفوق بعض الأبعاد على الأخرى.

وفي الأخير يمكن القول إن جميع الفرضيات الموضوعة قد تم التحقق منها إحصائياً، وأن وكالة السلامة للتأمينات بورقلة تقدم خدمات ذات جودة عالية انعكست إيجاباً على رضا زبائنها، كما أن العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون مثبتة وقوية، مع وجود أبعاد محددة تلعب الدور الأكبر في تعزيز هذا الرضا، مما يعزز مكانة الوكالة التنافسية في سوق التأمينات

■ توصيات

- ✓ تعزيز الأبعاد الأكثر تأثيراً (المللموسية، حسن التواصل، التعاطف) عبر تحسين بيئة الاستقبال، وضوح العقود، وتدريب الموظفين على مهارات التواصل؛
- ✓ تطوير سرعة الاستجابة ومعالجة الملفات لتقوية هذا البعد الذي أظهر ارتباطاً قوياً لكنه غير دال في النموذج المتعدد؛

خاتمة

- ✓ الاهتمام بعنصر السعر عبر تقديم عروض مرنة وشفافة، بما يرفع من تأثيره على رضا الزبون؛
- ✓ الاستمرار في قياس رضا العملاء بشكل دوري لضمان تحسين مستمر لجودة الخدمة.

■ آفاق الدراسة

- ✓ يمكن توسيع نطاق الدراسة لتشمل وكالات أخرى للتأمينات في الجزائر للمقارنة بين النتائج؛
- ✓ دراسة أثر المتغيرات الشخصية (العمر، الجنس، المستوى التعليمي) على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبون؛
- ✓ إدماج متغيرات إضافية مثل الثقة المؤسسية أو الولاء الزبوني لزيادة تفسير النموذج.

المراجع

المراجع

قائمة المراجع

أولاً: قائمة المراجع باللغة العربية

أ- الكتب:

- (1) عمر وصفي عقيلي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة (وجهة نظر)، دار وائل للنشر، 200.
- (2) محمود عبد الفتاح رضوان، إدارة الجودة الشاملة فكر وفلسفة (قبل ان يكون تطبيق)، ط1، 2012.
- (3) ناصر مراد، أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة لتحسين القدرة التنافسية في المؤسسة.
- (4) مدحت محمد العزب، المفاهيم الأساسية في الخدمات الصحية، ط 1، 2023.
- (5) نادية ياس البياتي، التأمين الإلزامي (من المسؤولية الناشئة عن حوادث السيارات)، دار المنهل، ط1، 2010، العراق.
- (6) هاني ابي الفضل الاسكندري، التأمين وانواعه المعاصرة، دمشق، الدار البيضاء، 2009.

ب- البحوث العلمية:

- (1) كريات عطلاوي، دور جودة الخدمة وأثرها في تعزيز رضا الزبائن (دراسة ميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، إدارة العمليات التجارية، قسم علوم تجارية، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2013-2014.
- (2) كريمة بكوش، تحقيق رضا العميل الخارجي من خلال الموارد البشرية-دراسة حالة مؤسسة توافل للحليب ومشتقاته بالبلدية، مذكرة ماجستير، تسويق، جامعة سعد دحلب البلدية، 2006.
- (3) سارة زقروط، دور الالتزام بأخلاقيات التسويق في تحسين الخدمة التأمينية (دراسة حالة)، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة دكتوراه، تخصص إدارة المؤسسات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 اوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 2020-2021.

قائمة المراجع

- (4) سعيدي صبيحة، تفعيل الخدمة التأمينية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم المالية والمحاسبة ، تخصص : مالية وتأمينات 2022-2023.

ت- المقالات العلمية:

- (1) بن ساعد فاطنة، جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون، مقال في مجلة الابتكار والتسويق، جامعة جيلالي لباس، سيدي بلعباس، الجزائر، المجلد 10، العدد 1، 2023.
- (2) باديس بوخلوة وخارف صفية، اثر جودة خدمات التأمين في تعزيز رضا العملاء: دراسة مقارنة بين الشركة الجزائرية للتأمين والشركة الدولية للتأمين وإعادة تأمين بالمنية، جامعة الوادي، الجزائر، مقال في مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، المجلد 5، العدد 1، 2020.
- (3) قارة قاسم و قصاص فتيحة، الثقافة التأمينية بالجزائر (الواقع والأسباب) دراسة حالة بعض ولايات الغرب الجزائري، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 8، العدد 3، 2020.
- (4) فتيحة بوحرو، الدور الاستراتيجي للجودة كأداة تسويقية لخدمات التأمين (دراسة تقييمية من منظور العملاء بجودة الخدمة الشركة الجزائرية لتأمين)، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، العدد 12، 2012.
- (5) عبد الرزاق بن علي وإبراهيم وصيف اغدير إبراهيم، اثر جودة خدمات التأمين في بناء الصورة الذهنية لدى عملاء الشركة الجزائرية للتأمين الشامل، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد 02، 2019.
- (6) بلعدي عقيلة، تحسين جودة الخدمة التأمينية باستخدام نماذج صفوف الانتظار -دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين SAA - وكالة الجزائر العاصمة التابعة للمديرية الجهوية الجزائر 03، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 17، العدد 25، 2021.

قائمة المراجع

- (7) مراكشي محمد لمين، ترقية خدمات التأمين الصحي في الجزائر، جامعة البليدة، الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 08، 2013.
- (8) بن عزة اكرام والحاج ميمون و شمس الهدى، التأمين على المسؤولية المدنية الناشئة عن الحوادث المرورية: دراسة تطبيقية حالة شركة التأمين SAA، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 11، العدد 02، 2025.
- (9) ساخي بوبكر، دور وأهمية جودة خدمات التأمين في جلب العملاء، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، ورقة بحثية، جامعة الوادي ، الجزائر، المجلد 17، العدد 01، 2022.
- (10) عبد الحق علي وآخرون، تطبيق التأمين التكافلي في الجزائر آفاق وتحديات: شركة السلامة لتأمينات نموذجاً، مجلة الابداع، المجلد 10، العدد 01، 2020.
- (11) قاسم فهمي، قياس جودة خدمات شركات التأمين العاملة في اليمن من وجهة نظر العملاء باستخدام نموذج SERVPERE: دراسة تطبيقية على الشركة المتحدة للتأمين، كلية المجتمع سنحان بلاد الروس، مجلة نماء للاقتصاد و التجارة ، المجلد 05، العدد 02، 2021.
- (12) سهى عبد الحسن وشيخة اللامي، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمة التأمينية : بحث تطبيقي في شركة التأمين الوطنية ، جامعة بغداد ،معهد الهندسة الوراثية والتقنيات الاحيائية ، مجلة دراسا محاسبية ومالية، المجلد 17، العدد 60، 2002.
- (13) خلدي فراح و مهاوة امال، أثر إدارة فرق العمل على جودة الخدمات التأمينية في شركات التأمين الجزائرية: دراسة لعينة من عدد شركات التأمين في بسكرة، مجلة اقتصاد المال والاعمال، المجلد 07 ، العدد 01، 2022.
- (14) عبد الجبار زايدي ومنى مسعوني، إدارة علاقات الزبائن وعلاقة جودة الخدمة التأمينية في الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين La CAAR وكالة تبسة، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، 2020.
- (15) محمد محمد عيسى يوسف، جودة الخدمات واثرها في خلق ولاء عملاء لشركة ليبيا للتأمين فرع مصراته: دراسة تحليلية، مجلة شمال افريقيا، المجلد 02، العدد 03، 2024.
- (16) بريكة السعيد وآخرون، أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون بالشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين ، ام البواقي، الجزائر، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 04، المجلد 01، 2017.

قائمة المراجع

- (17) بلعجال يمينة وعتو محمد، جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون شركة التأمين: دراسة ميدانية لزبائن شركة التأمين Saa مستغانم، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، العدد 01، المجلد 15، 2021.
- (18) جهان مالكي، محمد بلحسن و آخرون، تأثير إدارة علاقة الزبون الاجتماعية على ارتباط ورضا الزبون، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، المجلد 26، العدد 1، 2023.
- (19) محمد خثير، أسماء مرايمي، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد 3، العدد 4، 2017.
- (20) زعباط سامي، دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون: دراسة مقارنة، مجلة المالية والأسواق.
- (21) مزيان حمزة، ط.د بن سالم نادية، أهمية تحقيق رضا الزبون لبناء ولائه — دراسة ميدانية لعينة من زبائن موبيليس، مجلة البشار الاقتصادية، المجلد 6، العدد 01، 2020.
- (22) لعشاشي مصطفى ومزيان عبد القادر، تقييم وقياس جودة وكالات التأمينية في السوق الجزائرية، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدارسات، العدد 07، 2015.
- (23) زواد رجاء ورماس محمد امين، أثر معايير جودة خدمة التأمين على ولاء الزبون بوجود الرضا كمتغير وسيط: دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CARMA، بولاية سعيدة، مقال في مجلة دفاتر اقتصادية، 2022.
- (24) سامية معزوز، أثر تطبيق التأمين التكنولوجي في دعم نشاط شركات التأمين: دراسة عدد من شركات التأمين الجزائرية، جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهيري، الجزائر، مقال في مجلة دراسات اقتصادية 2022.

د- القوانين

- (1) المادة 619 من القانون المدني الجزائري، الأمانة العامة للحكومة، سنة 2007.

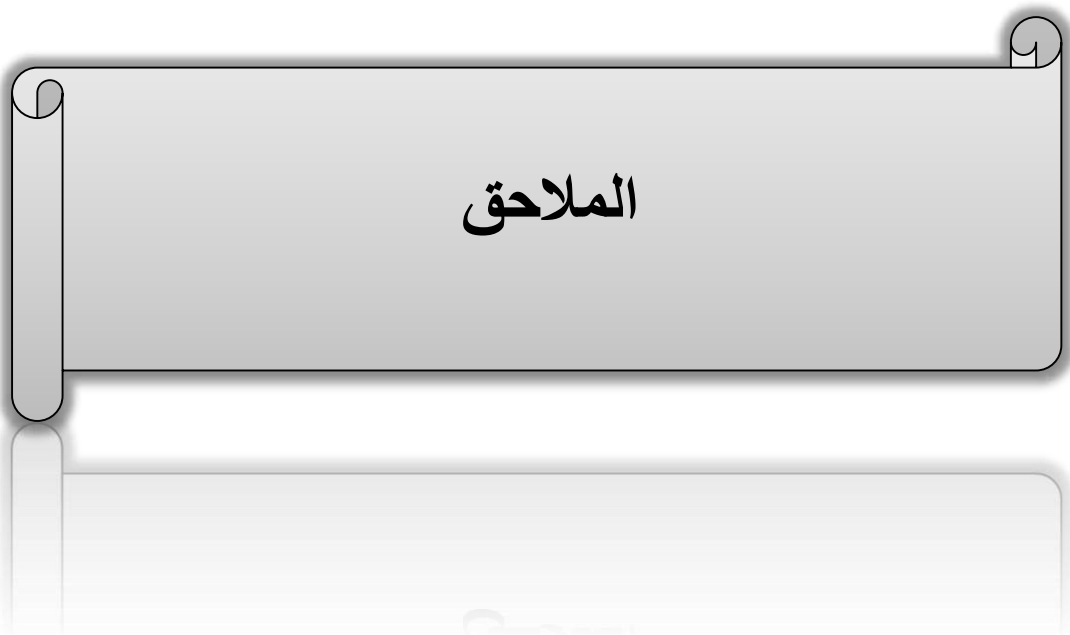
a. Books

- 1) Bernard , *Marketing Management*(ed.13e èdition ,paris, pearson Edition, 2009, P687 .

b. Scientific articles

- 1) Dida Omar, Morad Ismail, *The Impact of Insurance Ouality on customer satisfaction Acase study of the Algeria Insurance company SAA in Oran*, Province finance and markets journal, Vol11, No 01,2024.
- 2) Tung, H.T, LY, *Factors affecting customer satisfactiom with life insurance service quality A case study in Hanoi*, International journal of scientific research and management, 2024.
- 3) Karima Rizki, Agustin and al, *The Effect of service quality on customer satisfaction PT. CAR life Insurance During the international ,the covid – 19 pandomic*, journal of health and pharmaceutical ,vol: 2, No:2, 2022.
- 4) Rahmani and Belkcem, *Service quality and customer satisfaction in insurance compaies*,An emprical study, journal of business and service management, 2022.

- 5) Malak Aldossary and Kamran Siddqui , **The relationship between service Quality and insurance usage – E3S Web of conferrnces**, Trans Siberia, 2023.



قائمة الملاحق

الملحق رقم (01): استمارة الاسئلة الموجهة لمديرة وكالة سلامة لتأمين وإعادة التأمين بورقلة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كليوم العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية

قسم العلوم الاقتصادية

عنوان الدراسة: اثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون دراسة حالة - وكالة سلامة للتأمين وإعادة التأمين - بورقلة

استمارة موجهة لمدير/ وكالة سلامة

في إطار انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر بعنوان: اثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون ، قمنا باعداد

المقابلة التالية مع السيد/ة

تهدف هذه القابلة الى معرفة مدى جودة الخدمات المقدمة والاستراتيجيات المستخدمة لرضا زبائن بوكالة سلامة لتأمين

واعادة التأمين بورقلة

نرجو من سيادتكم التكرم بالاجابة عن هذا الاستبيان، ونحيطكم علما أن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة ، ولن يتم

استخدامها إلا لغرض البحث العلمي.

ملاحظة: ضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة

❖ المحور الاول :جودة الخدمة التأمينية

1) كيف تقيمون مستوى جودة الخدمات المقدمة في شركتكم ؟

:

2) هل تعتمد المؤسسة على وسائل تكنولوجية حديثة لتسهيل الخدمات ؟

قائمة الملاحق

☐ نعم ☐ لا

(3) هل يتم تكوين الموظفين لتحسين التعامل مع الزبائن ؟

☐ نعم ☐ لا

(4) هل تعتمدون على استراتيجيات معينة لتحسين جودة الخدمة ؟

☐ نعم ☐ لا

(5) ماهو المنتج أكثر طلبا من طرف العملاء ؟

☐ تأمين أشخاص ☐ تأمين سيارات

☐ تأمين عقار ☐ تأمين ممتلكات

❖ المحور الثاني : رضا الزبون

(6) كيف يمكنكم معرفة مدى رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة ؟

.....

(7) هل لديكم آليات لقياس رضا الزبائن (استبيانات ،شكاوي ،.....) ؟

☐ نعم ☐ لا

(8) كيف يتم التعامل مع شكاوى الزبون في حالة عدم رضاه عن الخدمة المقدمة ؟

.....

(9) كيف تحافظ المؤسسة على ولاء زبائنها ؟

.....

❖ المحور الثالث: علاقة جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون

(10) هل يؤثر التأخر في التعويض على رضا العملاء ؟

☐ لا☐ نعم

(11) هل تحسين الجودة يساهم في جذب العملاء؟

☐ لا☐ نعم

(12) ماهي اقتراحاتكم لتحسين جودة الخدمة وتحقيق رضا الزبون ؟

.....

قائمة الملاحق

الملحق رقم (02): استمارة الأسئلة الموجهة للزبائن

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح ورقلة



كليوم العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير وعلوم التجارية

قسم العلوم الاقتصادية

استمارة استبيان موجهة للزبائن

في إطار انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسات , والتي من خلالها نحاول معالجة موضوع " أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون -دراسة حالة شركة سلامة للتأمينات الجزائر- وكالة ورقلة " . نرجو من سيادتكم التكرم بالاجابة عن هذا الاستبيان والذي يهدف الى التعرف على ارائكم حول جودة الخدمات المقدمة ومدى رضاكم عنها. ونحيطكم علما أن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة , ولن يتم استخدامها إلا لغرض البحث العلمي .

ملاحظة: ضع علامة (X) في الخانة المناسبة .

أثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون

2026/ 2025

قائمة الملاحق

➤ المحور الأول : البيانات الشخصية

الجنس : ذكر ☐ انثى ☐

العمر: اقل من 30 سنة ☐ ما بين 30 و 40 سنة ☐ أكثر من 40 سنة ☐

المستوى التعليمي: متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة: تأمين سيارات ☐ , تأمين ممتلكات ☐

تأمين عقار ☐ أكثر من نوع ☐

مدة التأمين : 3 أشهر ☐ 6 أشهر ☐ سنة كاملة ☐

مدة تعاملك مع الشركة : أقل من سنة ☐ , من 1 إلى 3 سنوات ☐ , أكثر من 3 سنوات ☐

➤ المحور الثاني : أبعاد جودة الخدمة

الأبعاد	الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الملموسية	01	مقر الشركة مريح ومنظم لإستقبال الزبائن.					
	02	التجهيزات والوسائل المستعملة تعكس مستوى مهني مقبول.					
	03	المظهر العام للموظفين يعطي انطباعاً إيجابياً عن الشركة.					
	04	الوثائق والعقود المقدمة واضحة و منظمة.					
	05	يوجد موقف آمن للسيارات .					

قائمة الملاحق

					06	يتم الرد على استفساراتي من طرف الشركة في الوقت المناسب.	الاستجابة
					07	يتم معالجة ملفات التعويض الخاصة بي في آجال معقولة.	
					08	تبادر الشركة بحل المشكلات التي تواجهني دون تأخير.	
					09	يتم استقبالي بشكل جيد في كل مرة أتعامل فيها مع الشركة.	
					10	يشرح الموظفون الخدمات التأمينية بطريقة واضحة ومفهومة.	حسن التواصل
					11	يتم اعلامي بجميع الإجراءات المتعلقة بعقد التأمين والتعويض.	
					12	استطيع التواصل بسهولة مع الشركة عند الحاجة.	
					13	يتميز أسلوب تعامل الموظفين لي باللباقة والاحترام.	
					14	اثق في المعلومات التي تقدمها شركة التأمين.	الثقة والأمان
					15	تحافظ الشركة على سرية معلوماتي الشخصية.	
					16	تتميز الشركة بالوفاء بوعودها اتجاه الزبائن.	
					17	يتم اخذ وضعيتي بعين الاعتبار عند تقديم الخدمة.	
					18	يهتم الموظفون بمشاكلي بشكل شخصي.	التعاطف
					19	تضع الشركة مصلحة الزبون في أولى اهتماماتها.	
					20	اشعر ان الشركة تظهر تفهما لظروفي واستفساراتي.	
					21	تتحمل شركة التأمين مسؤوليتها عند حدوث أي خطأ أو تقصير في الخدمة.	المسؤولية
					22	تحرص الشركة على احترام حقوق الزبائن كما هو منصوص عليه في العقد.	
					23	العمال منضبطون من حيث مواقيت العمل.	
					24	يتم شرح شروط العقد بوضوح وشفافية.	

قائمة الملاحق

					أرى أن أسعار الخدمات مناسبة مقارنة بجودتها.	25	السعر
					استطيع اختيار أقساط التأمين التي تتلائم مع قدرتي الشرائية.	26	
					تتسم تسعيرة الخدمات بالوضوح والشفافية.	27	
					أشعر أن القيمة التي أدفعها مقابل الخدمة مبررة.	28	

المحور الثالث : رضا الزبون

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
01	أنا راضي/ة بشكل عام عن الخدمات التأمينية المقدمة من شركة سلامة.					
02	أنوي الاستمرار في التعامل مع هذه الشركة مستقبلا.					
03	أوصي الآخرين والأشخاص الذين أعرفهم بالتعامل مع هذه الشركة.					
04	تليي الخدمات التأمينية للشركة كل توقعاتي.					
05	لا أتعرض للخطر عند الاستفادة من الخدمة المقدمة.					
06	أشعر بالارتياح عند تعاملي مع الشركة.					
07	اعتبر اختياري لهذه الشركة قرارا موفقا.					
08	أملك صورة واضحة عن الخدمات التي أرغب في الحصول عليها.					

قائمة الملاحق

الملحق رقم (03): قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	اسم الاستاذ
01	محسن زوييدة
02	حجاج مراد
03	بن قرينة
04	سليمة غدير احمد

ملحق رقم (02-03) معامل الفا كرو نباخ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	76	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	76	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.968	36

قائمة الملاحق

ملحق رقم (02-04) معامل بيرسون للبعد الاول

Correlations							
		بعد الملموسية	مقر الشركة مريح ومنظم لإستقبال الزبائن	التجهيزات والوسائل المستعملة تعكس مستوى مهني مقبول.	المظهر العام للموظفين يعطي انطباعًا إيجابيًا عن الشركة	الوثائق والعقود المقدمة واضحة ونظمة	يوجد موقف آمن للسيارات
بعد الملموسية	Pearson	1	.780**	.840**	.791**	.760**	.851**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
مقر الشركة مريح ومنظم لإستقبال الزبائن	Pearson	.780**	1	.545**	.667**	.612**	.458**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
التجهيزات والوسائل المستعملة تعكس مستوى مهني مقبول.	Pearson	.840**	.545**	1	.485**	.546**	.712**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
المظهر العام للموظفين يعطي انطباعًا إيجابيًا عن الشركة	Pearson	.791**	.667**	.485**	1	.674**	.549**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76
الوثائق والعقود المقدمة واضحة ونظمة	Pearson	.760**	.612**	.546**	.674**	1	.468**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76
يوجد موقف آمن للسيارات	Pearson	.851**	.458**	.712**	.549**	.468**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76

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

قائمة الملاحق

ملحق رقم (02-05) معامل بيرسون للبعد الثاني

Correlations						
		بعد الاستجابة	يتم الرد على استفساراتي من طرف الشركة في الوقت المناسب	يتم معالجة ملفات التعويض الخاصة بي في آجال معقولة.	تبادر الشركة بحل المشكلات التي تواجهني دون تأخير.	يتم استقبالي بشكل جيد في كل مرة أتعامل فيها مع الشركة
بعد الاستجابة	Pearson Correlation	1	.645**	.729**	.850**	.629**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
يتم الرد على استفساراتي من طرف الشركة في الوقت المناسب	Pearson Correlation	.645**	1	.349**	.294*	.310**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.010	.006
	N	76	76	76	76	76
يتم معالجة ملفات التعويض الخاصة بي في آجال معقولة.	Pearson Correlation	.729**	.349**	1	.517**	.064
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.585
	N	76	76	76	76	76
تبادر الشركة بحل المشكلات التي تواجهني دون تأخير.	Pearson Correlation	.850**	.294*	.517**	1	.573**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
يتم استقبالي بشكل جيد في كل مرة أتعامل فيها مع الشركة	Pearson Correlation	.629**	.310**	.064	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.585	.000	
	N	76	76	76	76	76

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

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

قائمة الملاحق

ملحق رقم (02-06) معامل بيرسون للبعد الثالث

Correlations						
		يشرح الموظفون الخدمات التأمينية بطريقة واضحة ومفهومة.	يتم اعلامي بجميع الإجراءات المتعلقة بعقد التأمين والتعويض.	استطيع التواصل بسهولة مع الشركة عند الحاجة.	يتميز أسلوب تعامل الموظفين لي باللباقة والاحترام.	بعد حسن التواصل
بعد حسن التواصل	Pearson	1	.869**	.863**	.854**	.860**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
يشرح الموظفون الخدمات التأمينية بطريقة واضحة ومفهومة.	Pearson	.869**	1	.651**	.662**	.689**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
يتم اعلامي بجميع الإجراءات المتعلقة بعقد التأمين والتعويض.	Pearson	.863**	.651**	1	.625**	.662**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
استطيع التواصل بسهولة مع الشركة عند الحاجة.	Pearson	.854**	.662**	.625**	1	.655**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
يتميز أسلوب تعامل الموظفين لي باللباقة والاحترام.	Pearson	.860**	.689**	.662**	.655**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

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

قائمة الملاحق

ملحق رقم (02-07) معامل بيرسون للبعد الرابع

Correlations						
		بعد الثقة والأمان	اثق في المعلومات التي تقدمها شركة التأمين.	تحافظ الشركة على سرية معلوماتي الشخصية.	تتميز الشركة بالوفاء بوعودها اتجاه الزبائن.	يتم اخذ وضعيتي بعين الاعتبار عند تقديم الخدمة
بعد الثقة والأمان	Pearson Correlation	1	.804**	.888**	.881**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
اثق في المعلومات التي تقدمها شركة التأمين.	Pearson Correlation	.804**	1	.679**	.551**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
تحافظ الشركة على سرية معلوماتي الشخصية.	Pearson Correlation	.888**	.679**	1	.691**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
تتميز الشركة بالوفاء بوعودها اتجاه الزبائن.	Pearson Correlation	.881**	.551**	.691**	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
يتم اخذ وضعيتي بعين الاعتبار عند تقديم الخدمة	Pearson Correlation	.899**	.620**	.725**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

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

قائمة الملاحق

ملحق رقم (02-08) معامل بيرسون للبعد الخامس

Correlations					
		بعد التعاطف	يهتم الموظفون بمشاكلي بشكل شخصي.	تضع الشركة مصلحة الزبون في أولى اهتماماتها.	اشعر ان الشركة تظهر تفهما لظروفي واستفساراتي.
بعد التعاطف	Pearson Correlation	1	.835**	.879**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76
يهتم الموظفون بمشاكلي بشكل شخصي.	Pearson Correlation	.835**	1	.588**	.581**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76
تضع الشركة مصلحة الزبون في أولى اهتماماتها.	Pearson Correlation	.879**	.588**	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76
اشعر ان الشركة تظهر تفهما لظروفي واستفساراتي.	Pearson Correlation	.873**	.581**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76

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

ملحق رقم (02-09) معامل بيرسون للبعد السادس

Correlations						
			تتحمل شركة التأمين مسؤوليتها عند حدوث أي خطأ أو تقصير في الخدمة.	تحرص الشركة على احترام حقوق الزبائن كما هو منصوص عليه في العقد.	العمال منضبطون من حيث مواقيت العمل.	يتم شرح شروط العقد بوضوح وشفافية.
بعد المسؤولية	Pearson	1	.889**	.922**	.903**	.848**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76

قائمة الملاحق

تتحمل شركة التأمين مسؤوليتها عند حدوث أي خطأ أو تقصير في الخدمة.	Pearson	.889**	1	.791**	.721**	.603**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
تحرص الشركة على احترام حقوق الزبائن كما هو منصوص عليه في العقد.	Pearson	.922**	.791**	1	.766**	.712**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
العمال منضبطون من حيث مواقيت العمل.	Pearson	.903**	.721**	.766**	1	.765**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
يتم شرح شروط العقد بوضوح وشفافية.	Pearson	.848**	.603**	.712**	.765**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

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

ملحق رقم (02-10) معامل بيرسون للبعد السابع

Correlations						
		أرى أن أسعار الخدمات مناسبة مقارنة بجودتها.	استطيع اختيار أقساط التأمين التي تتلائم مع قدرتي الشرائية.	تتسم تسعيرة الخدمات بالوضوح والشفافية.	أشعر أن القيمة التي أدفعها مقابل الخدمة مبررة.	
بعد السعر	Pearson	1	.917**	.905**	.858**	.915**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
أرى أن أسعار الخدمات مناسبة مقارنة بجودتها.	Pearson	.917**	1	.763**	.720**	.803**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
	Pearson	.905**	.763**	1	.670**	.851**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					

قائمة الملاحق

استطيع اختيار أقطار	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
التأمين التي تتلائم مع قدرتي الشرائية.	N	76	76	76	76	76
تتسم تسعيرة الخدمات بالوضوح والشفافية.	Pearson Correlation	.858**	.720**	.670**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
اشعر أن القيمة التي أدفعها مقابل الخدمة مبررة.	Pearson Correlation	.915**	.803**	.851**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

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

ملحق رقم (11-02) معامل بيرسون للمتغير التابع

Correlations										
		أنا راضي/ة	أنوي	أوصي	تتلي	لا اتعرض	اشعر	اعتبر	املك صورة	واضحة عن
		بشكل عام	الاستمرار	الأخرين	خدمات	للخطر عند	الشركة	اختياري	الخدمات	التي ارغب
		عن	في التعامل	والأشخاص	التأمين	الاستفادة	بالارتياح عند	لهذه	الشركة	الحصول
		الخدمات	مع هذه	الذين أعرفهم	للتأمين	من الخدمة	تعاملي مع	قرارا	في الحصول	عليها
		رضا	التأمينية	بالتعامل مع	للتأمين	المقدمة	الشركة	موفقا	في الحصول	عليها
		الزبون	المقدمة.	هذه الشركة.	توقعاتي.	المقدمة	الشركة	موفقا	في الحصول	عليها
رضا الزبون	Pearson Correlation	1	.908**	.849**	.906**	.901**	.837**	.898**	.937**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76
أنا راضي/ة بشكل عام عن الخدمات التأمينية المقدمة.	Pearson Correlation	.908**	1	.843**	.848**	.738**	.690**	.780**	.811**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76
أنوي الاستمرار في التعامل مع هذه الشركة مستقبلا.	Pearson Correlation	.849**	.843**	1	.742**	.672**	.608**	.707**	.772**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000

قائمة الملاحق

	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76
أوصي الآخرين والأشخاص الذين أعرفهم بالتعامل مع هذه الشركة.	Pearson Correlation	.906**	.848**	.742**	1	.782**	.728**	.799**	.808**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76
تلبية خدمات التأمين للشركة كل توقعاتي.	Pearson Correlation	.901**	.738**	.672**	.782**	1	.792**	.804**	.821**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76
لا أتعرض للخطر عند الاستفادة من الخدمة المقدمة	Pearson Correlation	.837**	.690**	.608**	.728**	.792**	1	.686**	.747**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76
أشعر بالارتياح عند تعاملتي مع الشركة	Pearson Correlation	.898**	.780**	.707**	.799**	.804**	.686**	1	.872**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76
أعتبر اختياري لهذه الشركة قراراً موفقاً	Pearson Correlation	.937**	.811**	.772**	.808**	.821**	.747**	.872**	1	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76
أملك صورة واضحة عن الخدمات التي أراغب في الحصول عليها	Pearson Correlation	.868**	.733**	.684**	.732**	.774**	.712**	.727**	.828**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76

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

قائمة الملاحق

ملحق رقم (02-12) الصديق البنائي

Correlations									
		رضا الزبون	بعد الملموسية	بعد الاستجابة	بعد حسن التواصل	بعد الثقة والأمان	بعد التعاطف	بعد المسؤولية	بعد السعر
رضا الزبون	Pearson	1	.628**	.605**	.500**	.405**	.552**	.487**	.438**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76
بعد الملموسية	Pearson	.628**	1	.639**	.386**	.352**	.495**	.469**	.383**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.002	.000	.000	.001
	N	76	76	76	76	76	76	76	76
بعد الاستجابة	Pearson	.605**	.639**	1	.699**	.666**	.754**	.706**	.666**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76
بعد حسن التواصل	Pearson	.500**	.386**	.699**	1	.857**	.755**	.792**	.792**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76
بعد الثقة والأمان	Pearson	.405**	.352**	.666**	.857**	1	.784**	.792**	.753**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76
بعد التعاطف	Pearson	.552**	.495**	.754**	.755**	.784**	1	.896**	.890**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76
بعد المسؤولية	Pearson	.487**	.469**	.706**	.792**	.792**	.896**	1	.852**
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76
بعد السعر	Pearson	.438**	.383**	.666**	.792**	.753**	.890**	.852**	1
	Correlation								
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	

قائمة الملاحق

N	76	76	76	76	76	76	76	76
---	----	----	----	----	----	----	----	----

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

البيانات الشخصية

ملحق رقم (12-02) متغير الجنس

		الجنس			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	60	78.9	78.9	78.9
	انثى	16	21.1	21.1	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

ملحق رقم (13-02) متغير العمر

		العمر			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 30 سنة	23	30.3	30.3	30.3
	ما بين 30 و 40 سنة	28	36.8	36.8	67.1
	أكثر من 40 سنة	25	32.9	32.9	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

ملحق رقم (14-02) متغير المستوى التعليمي

		المستوى التعليمي			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	متوسط	43	56.6	56.6	56.6
	ثانوي	26	34.2	34.2	90.8
	جامعي	7	9.2	9.2	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

قائمة الملاحق

ملحق رقم (02-15) متغير حسب نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة

نوع التأمين الذي تتعامل به مع الشركة				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid تأمين سيارات	54	71.1	71.1	71.1
تأمين ممتلكات	12	15.8	15.8	86.8
تأمين عقار	4	5.3	5.3	92.1
أكثر من نوع	6	7.9	7.9	100.0
Total	76	100.0	100.0	

ملحق رقم (02-16) متغير مدة التأمين

مدة التأمين				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid سنة كاملة	76	100.0	100.0	100.0

ملحق رقم (02-17) متغير مدة تعاملك مع الشركة

مدة تعاملك مع الشركة				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من سنة	14	18.4	18.4	18.4
من 1 إلى 3 سنوات	13	17.1	17.1	35.5
أكثر من 3 سنوات	49	64.5	64.5	100.0
Total	76	100.0	100.0	

الاتجاه العام للفقرات

قائمة الملاحق

ملحق رقم (02-18) بعد الملموسية

Statistics

		مقر الشركة مريح ومنظم لإستقبال الزبائن	التجهيزات والوسائل المستعملة تعكس مستوى مهني مقبول.	المظهر العام للموظفين يعطي انطباعاً إيجابياً عن الشركة	الوثائق والعقود المقدمة واضحة ونظيفة	يوجد موقف آمن للسيارات	بعد الملموسية
N	Valid	76	76	76	76	76	76
	Missing	0	0	0	0	0	0
	Mean	4.4868	4.3816	4.5395	4.5789	4.2105	4.4395
	Std. Deviation	.68300	.74775	.52766	.49701	1.07475	.57413

ملحق رقم (02-19) بعد الاستجابة

Statistics

		يتم الرد على استفساراتي من طرف الشركة في الوقت المناسب	يتم معالجة ملفات التعويض الخاصة بي في آجال معقولة.	تبادر الشركة بحل المشكلات التي تواجهني دون تأخير.	يتم استقبالي بشكل جيد في كل مرة أتعامل فيها مع الشركة	بعد الاستجابة
N	Valid	76	76	76	76	76
	Missing	0	0	0	0	0
	Mean	4.5263	4.2105	4.2632	4.5789	4.3947
	Std. Deviation	.66280	.89912	.85430	.63798	.55266

ملحق رقم (02-20) بعد حسن التواصل

Statistics

		يشرح الموظفون الخدمات التأمينية بطريقة واضحة ومفهومة.	يتم اعلامي بجميع الإجراءات المتعلقة بعقد التأمين والتعويض.	استطيع التواصل بسهولة مع الشركة عند الحاجة.	يتميز أسلوب تعامل الموظفين لي باللباقة والاحترام.	بعد حسن التواصل
N	Valid	76	76	76	76	76
	Missing	0	0	0	0	0

قائمة الملاحق

Mean	4.4605	4.4211	4.4737	4.5789	4.4836
Std. Deviation	.72001	.80437	.73889	.63798	.62495

ملحق رقم (02-21) بعد الثقة والأمان

Statistics						
		يتم اخذ وضعيتي بعين الاعتبار عند تقديم الخدمة	تتميز الشركة بالوفاء بوعودها اتجاه الزبائن.	تحافظ الشركة على سرية معلوماتي الشخصية.	اثق في المعلومات التي تقدمها شركة التأمين.	بعد الثقة والأمان
N	Valid	76	76	76	76	76
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4.5132	4.5132	4.3684	4.4737	4.4671
Std. Deviation		.64277	.70225	.81391	.72062	.62629

ملحق رقم (02-22) بعد التعاطف

Statistics				
		اشعر ان الشركة تظهر تفهما لظروفي واستفساراتي.	تضع الشركة مصلحة الزبون في أولى اهتماماتها.	يهتم الموظفون بمشاكلي بشكل شخصي.
N	Valid	76	76	76
	Missing	0	0	0
Mean		4.3553	4.3947	4.2895
Std. Deviation		.81165	.83393	.79692

ملحق رقم (02-23) بعد المسؤولية

Statistics				
		يتم شرح شروط العقد بوضوح وشفافية.	العمال منضبطون من حيث مواقيت العمل.	تحرص الشركة على احترام حقوق الزبائن كما هو منصوص عليه في العقد.
N	Valid	76	76	76
	Missing	0	0	0
Mean		4.3553	4.3947	4.2895
Std. Deviation		.81165	.83393	.79692

قائمة الملاحق

Missing	0	0	0	0	0
Mean	4.3816	4.4342	4.4868	4.4868	4.4474
Std. Deviation	.86359	.78885	.68300	.66319	.66872

ملحق رقم (02-24) بعد السعر

Statistics					
	بعد السعر	اشعر أن القيمة التي أدفعها مقابل الخدمة مبررة.	تتسم تسعيرة الخدمات بالوضوح والشفافية.	استطيع اختيار أقساط التأمين التي تتلائم مع قدرتي الشرائية.	أرى أن أسعار الخدمات مناسبة مقارنة بجودتها.
N	Valid 76	76	76	76	76
	Missing 0	0	0	0	0
Mean	4.3816	4.5263	4.4737	4.5000	4.3816
Std. Deviation	.74775	.68262	.77414	.64291	.74775

ملحق رقم (02-25) متغير رضا الزبون

Statistics									
	رضا الزبون	الحصول عليها	قرارا موفقا	لهذه الشركة تعاملتي مع الشركة	بالارتياح عند التعامل مع الشركة	اشعر بالخطر عند الاستفادة من الخدمة المقدمة	تلبى خدمات التأمين للشركة كل توقعاتي.	أوصي الآخرين والأشخاص الذين أعرفهم بالتعامل مع هذه الشركة.	أنوي الاستمرار في التعامل مع هذه الشركة مستقبلا.
N	Valid 76	76	76	76	76	76	76	76	76
	Missing 0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.5559	4.5132	4.5658	4.6184	4.5000	4.4737	4.6447	4.5658	4.5658
Std. Deviation	.56399	.57720	.63949	.63176	.60000	.70188	.62618	.63949	.66001

اختبار الفرضيات

قائمة الملاحق

ملحق رقم (26-02) الفرضية الاولى

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
بعد الملموسية	21.858	75	.000	1.43947	1.3083	1.5707
بعد الاستجابة	22.001	75	.000	1.39474	1.2684	1.5210
بعد حسن التواصل	20.695	75	.000	1.48355	1.3407	1.6264
بعد الثقة والأمان	20.422	75	.000	1.46711	1.3240	1.6102
بعد التعاطف	16.715	75	.000	1.34649	1.1860	1.5070
بعد المسؤولية	18.869	75	.000	1.44737	1.2946	1.6002
بعد السعر	20.061	75	.000	1.47039	1.3244	1.6164

ملحق رقم (27-02) الفرضية الثانية

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
رضا الزبون	24.051	75	.000	1.55592	1.4270	1.6848

ملحق رقم (28-02) الفرضية الثالثة

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.726 ^a	.527	.479	.40722	.527	10.837	7	68	.000	1.811

a. Predictors: (Constant), بعد الملموسية, بعد الثقة والأمان, بعد الاستجابة, بعد حسن التواصل, بعد المسؤولية, بعد التعاطف

b. Dependent Variable: رضا الزبون

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	12.580	7	1.797	10.837	.000 ^b

قائمة الملاحق

Residual	11.276	68	.166		
Total	23.856	75			

a. Dependent Variable: رضا الزبون

b. Predictors: (Constant), بعد السعر, بعد الملموسية, بعد الثقة والأمان, بعد الاستجابة, بعد حسن التواصل, بعد المسؤولية, بعد التعاطف

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	1.455	.469			3.104	.003			
	بعد الملموسية	.384	.110	.391		3.497	.001	.628	.390	.292
	بعد الاستجابة	.122	.156	.120		.783	.436	.605	.095	.065
	بعد حسن التواصل	.400	.172	.443		2.323	.023	.500	.271	.194
	بعد الثقة والأمان	-.258	.162	-.287		-1.590	.116	.405	-.189	-.133
	بعد التعاطف	.442	.201	.551		2.203	.031	.552	.258	.184
	بعد المسؤولية	-.132	.176	-.157		-.752	.455	.487	-.091	-.063
	بعد السعر	-.249	.183	-.282		-1.363	.177	.438	-.163	-.114

a. Dependent Variable: رضا الزبون

ملحق رقم (02-29) الفرضية الرابعة

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F Change	df1	df2		
1	.608 ^a	.370	.361	.45067	.370	43.459	1	74	.000	1.747

a. Predictors: (Constant), جودة الخدمة التأمينية

b. Dependent Variable: رضا الزبون

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.827	1	8.827	43.459	.000 ^b
Residual	15.029	74	.203		
Total	23.856	75			

a. Dependent Variable: رضا الزبون

b. Predictors: (Constant), جودة الخدمة التأمينية

قائمة الملاحق

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta				Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	1.672	.441		3.795	.000			
	جودة الخدمة التأمينية	.650	.099	.608	6.592	.000	.608	.608	.608

a. Dependent Variable: رضا الزبون

قائمة الملاحق

الملحق رقم (04): عقد تأمين اسطول سيارات شرطة



Agence : Société Aga_Taleb_24760
Adresse : Rue Larbi Ben M'hidi, Ouargla Wilaya de Ouargla
Tel : 0551 723 845
Fax :
Direction régionale : Direction Regionale Est Batna

CONDITIONS PARTICULIERES

Responsabilités Civile Diverses

Police No : 24760/2026/10.2/1

Responsabilité Civile Voiturier

La présente police d'assurance est régie tant par l'ordonnance n°95-07 du 25 Janvier 1995 modifiée et complétée par la loi 06-04 du 20 février 2006 relatives aux assurances que par les textes réglementaires en vigueur ainsi que par les Conditions Générales, particulières et clauses ci-après qui prennent sur les conditions générales en ce qu'elles ont de contraire.
Conformément à la Loi n° 18-07, Je donne mon consentement pour la collecte et le traitement de mes données à caractères personnelles à des fins limitées et nécessaires à la réalisation de ce contrat.
Toute requête d'accès, de rectification ou de suppression des données, devra faire l'objet d'une demande écrite au nom du DPO de SALAMA Assurances Algérie et déposée au bureau d'ordre situé à Coopérative El Amel N° 5 Said Hamdine - Bir Mourad Rais.

Assure.... :

Code :

Tel :

Adresse : MAGRA - M SILA - ALGERIE Postal Code:28000

Activite : Accordeur d'orgues

Periode d'assurance: De 10/01/2026 12:00 PM à 31/07/2026 24:00 PM

Prime Nette	Cout de Police	TVA	Timbre de dimension	Prime Totale
22,000.00	1,000.00	4,370.00	120.00	27,490.00

Prime Totale ... : VINGT SEPT MILLE QUATRE CENT QUATRE VINGT DIX Dinars Algeriens

Specifications:

Objet Assure : 1 Responsabilité Civile Professionnelle du Trar 1,000,000
* Tonnage du camion/camionnette Plus de 3 tonnes
* Mode d'assurance RCV Tous risques
* Immatriculation 015473-814-28
* Marque et Type RANDON CITERNE
* Nombre de véhicules transporteurs 1
* Numéro de châssis 280

Les Garanties	Limite d'indemnité DZD
* Dommages matériels causés aux marchandises transportées (y compris les frais de défense de l'Assuré et les frais de prévention et de limitation des dommages)	# 1,000,000 /-Par Sinistre Pour toute la durée de la police :# 1,000,000 /-

Franchises :

Objet Assure No: 1
* En cas de sinistre RC voiturier, l'Assuré conserve une franchise de 5 % de la somme assurée avec un minimum de 5,000/-DZD

Clauses spéciales et Exclusions

- * CONVENTION - LIMITES DE RESPONSABILITE
- * Exclusions spécifiques à la RC Voiturier
- * RC Voiturier
- * ETENDUE TERRITORIALE

Signature de l'Assuré

Emise a Aga_Taleb_24760, en 2 exemplaires le 10/01/2026

SALAMA Assurances Algérie

قائمة الملاحق

الملحق رقم (05): عقد تأمين سيارة فردية



SALAMA ASSURANCES ALGERIE
Coopérative El Amel N° 5 - Rue Said Hamdine -
Bir Mourad Rais - ALGER -
Tel : + 021.43.58.59 Fax : +021.43.58.48

Agence : Aga_Taleb_24760
Code : 24760
Adresse : Rue Larbi Ben M'hidi, Ouargla Wilaya d
Tel : 0551 723 845
Fax :

CONDITIONS PARTICULIERES

ASSURANCE AUTOMOBILE PARTICULIER

La présente police d'assurance est régie tant par l'ordonnance n°95-07 du 25 janvier 1995 modifiée et complétée par la loi 06-04 du 20 février 2006 relative aux assurances que par les textes réglementaires en vigueur ainsi que par les Conditions Générales, particulières qui priment sur les conditions générales en ce qu'elles ont de contraire.
La PTA est garantie par la société Algérienne vie en vertu de la convention de distribution des PTA SALAMA/ ALGLIC.
Conformément à la Loi n° 18-07, Je donne mon consentement pour la collecte et le traitement de mes données à caractères personnelles à des fins limitées et nécessaires à la réalisation de ce contrat.
Toute requête d'accès, de rectification ou de suppression des données, devra faire l'objet d'une demande écrite au nom du DPO de SALAMA Assurances Algérie et déposée au bureau d'ordre situé à Coopérative El Amel N° 5 Said Hamdine - Bir Mourad Rais.

POLICE		Police No: 24760/2026/1010/487	
Effet	10/02/2026	2.0	6 Mois
Echéance	09/08/2026	24.00	Contrat Ferme

Assuré 4204216		Conducteur et Beneficiaire	
Nom et prénom		Beneficiaire	
Adresse		Nom et prénom	
Profession		Date Naissance	01/01/1901
Code		Sexe	
Tel:		N. Permis	0
		Delivré le	01/01/2010

VEHICULE			
Marque	RENAULT	Immatricule	002895-198-30
Type	VF1SAGRO5	Date M.C	01/01/2000
Chassis	17766137	Energie	
Genre	00-Vehicule particulier sans remorque	Puissance	7 CV
Usage	0-Affaires	V/ Véhicule	
		N. Places	5
		Zone	Sud

GARANTIES			
Désignation	Limite / Capital	Prime	Franchise
10110 Responsabilité Civile	Illimite	1,895.51	
17110 Defense et Recours		400.00	
03111 Dommage collision option 20000	20,000.00	2,758.25	1000
			1000
03120 Bris de Glaces		660.00	1000
			1000

REDUCTION		BONUS - MALUS		MAJORATION RC	
Taux Réduction	15.00	Bonus%		Mat Inflammable	.00
Montant	486.75	Malus %	150 %	Permis < 1 an	.00
				Age < 25 ans	.00

DECOMPTÉ DE LA PRIME						
Prime Nette	Accessoires	TVA	FGA	Taxe enviroim	Timbres	Prime Totale
5,713.76	500.00	1,180.61	71.87		521.00	7,987.24

Attestation No: 7338436

Le Souscripteur

Pour SALAMA Assurances Algérie

قائمة الملاحق

الملحق رقم (06): عقد معاينة ودية لحادث سيارة

CONSTAT AMIABLE D'ACCIDENT AUTOMOBILE

à signer obligatoirement par les deux conducteurs

Ne constitue pas une reconnaissance de responsabilité, mais un relevé des identités et des faits, servant à l'accélération du règlement.

Date d'accident le 20 heure: الساعة 20 تاريخ الحادث : في المكان بالضبط :

Dégâts matériels autres qu'aux véhicules A et B ☐ Oui ☐ Non ☐ لا الخسائر المادية اللاحقة بغير السيارات أ و ب

Témoins: Nom et adresse s'il s'agit de passagers d'un véhicule الشهود : الاسم و العنوان، وإذا تعلق الأمر بمسافرين في إحدى السيارات بين أيهما أ أو ب

معاينة ودية لحادث سيارة

توقع هذه المعاينة إجباريا من طرف السائقين

ولا تشكل إقرارا بالمسؤولية، بل كشفا بالبيانات و الوقائع، قصد الإسراع بالتسوية.

تاريخ الحادث : في الساعة 20 المكان بالضبط :

الخسائر المادية اللاحقة بغير السيارات أ و ب

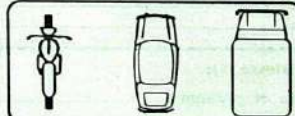
الشهود : الاسم و العنوان، وإذا تعلق الأمر بمسافرين في إحدى السيارات بين أيهما أ أو ب

سيارة A Véhicule A

Véhicule:
 Marque, Type:
 N° d'immatriculation:
 Venant de:
 Allant vers:
 Assuré (voir attest, d'assurance):
 Nom:
 Prénom:
 Adresse:
 Ste d'assurances:
 N° police:
 Attest valable du: au
 Agence:
 Conducteur (voir permis de conduire):
 Nom:
 Prénom:
 Adresse:
 Permis de conduire N°:
 Délivré le:
 Par la wilaya de:
 Catégorie A1 A B C D E F
 (entourer la catégorie)
 Indiquer par une flèche → le point de choc initial

 Dégâts apparents:
 Indiquer le nombre de cases marquées d'une croix (x) :
 Observations:
 Signature des conducteurs
 Ne rien modifier au constat après séparation des exemplaires

سيارة B Véhicule B

السيارة :
 الصنف، الطراز :
 رقم التسجيل :
 القامة من :
 المتجهة إلى :
 المؤمن له (انظر شهادة التأمين) :
 اللقب :
 الاسم :
 العنوان :
 شركة التأمين :
 رقم وثيقة التأمين :
 شهادة صالحة من : إلى :
 الوكالة :
 السائق (انظر رخصة السياقة) :
 اللقب :
 الاسم :
 العنوان :
 رقم رخصة السياقة :
 المسلمة في :
 من طرف ولاية :
 من صنف أ ب ج د هـ
 (اشر للصنف في دائرة)
 بينوا بواسطة سهم نقطة الاصطدام الأولية

 الخسائر الواضحة :
 ملاحظات :
 لا تغييروا المعاينة بعد فصل النسخ

Signature des conducteurs
 إيمضاء السائقين

Signature des conducteurs
 إيمضاء السائقين

قائمة الملاحق

الملحق رقم (07): عقد تأمين ممتلكات



Agence : Société Aga_Chelalga_23900
Adresse : Rue des sables El Oued El Oued
Tel :
Fax :
Direction régionale : Direction Regionale Est Batna

Assurance Dommages aux Biens Police No : 23900/2026/8431.1/8 Cat Nat - Biens Immobiliers

La présente police d'assurance est régie tant par l'ordonnance n°95-07 du 25 janvier 1995 modifiée et complétée par la loi 06-04 du 20 février 2006 relatives aux assurances que par les textes réglementaires en vigueur ainsi que par les Conditions Générales, particulières et clauses ci-après qui priment sur les conditions générales en ce qu'elles ont de contraire.
Conformément à la Loi n° 18-07, Je donne mon consentement pour la collecte et le traitement de mes données à caractères personnelles à des fins limitées et nécessaires à la réalisation de ce contrat.
Toute requête d'accès, de rectification ou de suppression des données, devra faire l'objet d'une demande écrite au nom du DPO de SALAMA Assurances Algérie et déposée au bureau d'ordre situé à Coopérative El Amel N° 5 Said Hamdine -Bir Mourad Rais.

Assure
Code

Adresse
Activité
Beneficiaire
:

Periode d'assurance: Du 30/01/2026 a 0:00 au 29/01/2027 a 24:00

Somme Totale Assuree: 1,400,000/- DZD

UN MILLION QUATRE CENT MILLE Dinars Algeriens

Prime nette	Cout de Police	TVA	Timbre de dimension	Prime Totale
1,500.00	500.00	0.00	120.00	2,120.00

Prime Totale . . . : DEUX MILLE CENT VINGT Dinars Algeriens

Risque 1: Bien Immobilier

1,400,000/DA

Adresse du risque: CITE TELAIBA EL OUED Str. , EL OUED , ALGERIE

Type de construction Individuelle

Nombre d'étages de la construction 0

Superficie totale bâtie 12

Année de construction CATNAT 2019

Permis de construire Oui

Acte de propriété (notarié ou administratif) Oui

Conforme aux règles parasismique Ne sait pas

Règlement parasismique c) avant 1983

Situation de la construction c) autre

Situation aux abords de cours d'eau Ne sait pas

Existence d'un sous sol ou entresol Non

Parties légères dans la construction Non

Construction sur remblai Ne sait pas

Logement au RDC, au sous sol ou entresol Non

Couverture par toiture légère Non

Valeur du contenant (au prix normatif) 500000

Limite de couverture 80% de la valeur assurée du contenant

Franchise 2% de dommages avec un min de 30.000 DA

Code géographique 3901

Article 1: Bâtiments : 1,400,000.00 DZD

Garanties

Somme Assurée à 100% (Da)

الملحق رقم (08): عقد تأمين ممتلكات

سلامة SALAMA
سلامة للتأمينات الجزائرية
SALAMA ASSURANCES ALGERIE

Agence: Aga_Taleb_24760
Adresse: Rue Larbi Ben M'hidi, Ouargla Wilaya de Ouargla
Tel: 0551723845
Fax:
Direction régionale: Direction Regionale Est Batna

Tous Risques Chantier
Conditions Particulières
Police No. 24760/2026/9.411/7

La présente police d'assurance est régitant par l'ordonnance n° 95-07 du 25 janvier 1995 modifiée et complétée par la loi n° 06-04 du 20 février 2006 relatives aux assurances que par les textes réglementaires en vigueur ainsi que par les Conditions Générales, particulières et clauses ci-après qui priment sur les conditions générales en ce qu'elles ont de contraire.
Conformément à la Loi n° 18-07, Je donne mon consentement pour la collecte et le traitement de mes données à caractères personnelles à des fins limitées et nécessaires à la réalisation de ce contrat.
Toute requête d'accès, de rectification ou de suppression des données, devra faire l'objet d'une demande écrite au nom du DPO de SALAMA Assurances Algérie et déposée au bureau d'ordre situé à Coopérative El Amel N° 5 Said Hamdine - Bir Mourad Rais.

Assure... :
Code... :
Adresse
Valeur déclarée... :
Tel :
Période d'assurance: De 05/01/2026 à 00:00 A 30/04/2026 à 24:00

Prime Nette	Cout de Police	TVA	Timbre de Dimension	Prime Totale
8,995.45	1,000.00	1,899.14	120.00	12,014.59

Prime Totale. ... : DOUZEMILLEQUATREZDinarsAlgeriens et CINQUANTE NEUF Centimes

Paramètres de l'objet assuré

Maitre de l'ouvrage	4RM DRIM
Entrepreneur	HAMMOUCH OUACIMEDDINE
Titre du Marché	travaux de refecton en tce des blocs y/c éclairage extérieur au niveau jardin enfant a flou/4rm + travaux réalisation concertin pour mur de cloture + travaux de remise en état du reseau électrique au niveau jardin enfant / menia 4 rm n contrat 321/2025
Valeur du Marché	8.995,448
Loi et	Algérie
Juridiction Site de Co	afloulaghout
nstruction	Autres
Type de travaux de	3
construction Période de construction/mont	3
age (mois) Période des essais (mois)	3
Période de Maintenance (mois)	Visite
Type de Maintenance	25% de la valeur totale du risque (VTR) sans dépasser les limites par événement et/ou par période d'assurance indiquées dans les conditions particulières
Limitede la couverture ATS (si accordée)	25% de la valeur totale du risque (VTR) sans dépasser les limites par événement et/ou par période d'assurance indiquées dans les conditions particulières
Limitede la couverture EMP (si accordée)	50% de la valeur totale du risque (VTR) mentionné dans le tableau des garanties ci-dessous
Limitede la couverture Tremblement de terre (si accordée)	50% de la valeur totale du risque (VTR) mentionné dans le tableau des garanties ci-dessous
Limitede la couverture Inondation (si accordée)	50% de la valeur totale du risque (VTR) mentionné dans le tableau des garanties ci-dessous
Date de début des travaux	05/01/2026
Date de la réception provisoire	30/04/2026

Couverture : Conformément aux conditions générales attachées. **Limitede garantie en DZD**

Section 1 Dommages Matériels

* Dommages aux travaux de construction **8,995,448/- Par Sinistre**

Franchises:

* Autres Causes: 50,000.00 DZD par sinistre

Clauses spéciales et Exclusions:

Exclusions

* Engins de Chantier (sauf convention contraire)

الملحق رقم (09): عقد تأمين ممتلكات

TousRisquesChantier
Conditions Particulieres
PoliceNo.24760/2026/9.411/7

- * Exclusiondespertesou dommagescausésauxrécoltes,forêtsetcultures(MR 103)
- * Exclusiondes RisquesPolitiques
- * Exclusionscommunes(TRC)
- * ResponsabilitéContractuelle

25thJanuary2026 Emise

a Aga_Taleb_24760, en 3 exemplaires

Signature

SALAMAAssurancesAlgérie

2/2

قائمة الملاحق

الملحق رقم (10): عقد تأمين على السكن

سلامة SALAMA
سلامة للتأمينات الجزائر
SALAMA ASSURANCES ALGERIE

Agence : Aga_Chelalga_23900
Code : 23900
Adresse : Rue des sables El Oued El Oued
Tel :
Fax :
Direction régionale : Direction Regionale Est Batna

Multirisque Professionnelle Police No: 23900/2024/8123/2

CONDITIONS PARTICULIERES

Conformément à la Loi n° 18-07, Je donne mon consentement pour la collecte et le traitement de mes données à caractères personnelles à des fins limitées et nécessaires à la réalisation de ce contrat.
Toute requête d'accès, de rectification ou de suppression des données, devra faire l'objet d'une demande écrite au nom du DPO de SALAMA Assurances Algérie et déposée au bureau d'ordre situé à Coopérative El Amel N° 5 Said Hamdine -Bir Mourad Rais.

POLICE				
Effet	19/11/2024	0:00	Durée	
Échéance	18/11/2025	24:00	Type	
4650931		Assuré		
Nom et prénom				
Adresse				
Profession				
Code				
Tel:				
Risque				
1 BOULANGERIE				
Adresse : ALGERIE OUARGLA CITE MEKHADMA OUARGLA				
Caracteristiques				
Âtiment ou risque locatif	10000000			
Valeur de contenu professionnelle	7812350			
Nombre d'employés	3			
Superficie des locaux professionnels	301-400			
Valeur des glaces	500000			
GARANTIES Souscrites				
Désignation	Limite / Capital	Prime	Franchise	
Incendie	17,812,350.00	18,218.53		
Tempêtes, grêle et neige sur les couvertures		300.00		
Défense et Recours	10,000.00	100.00		
Recours des voisins et des tiers	1,000,000.00			
Dégât des eaux	1,781,235.00	1,394.00		
Vol avec effraction	7,812,350.00	7,812.35		
Ris de Glaces	500,000.00	40,000.00		
Enseignes lumineuses	118,483.00	7,108.98		
Responsabilité Civile Exploitation	3,000,000.00	5,625.00		
DECOMPTE DE LA PRIME				
Prime Nette	Accessoires	TVA	Timbres	Prime Totale

قائمة الملاحق

الملحق رقم (11): تأمين سكن

Coopérative el amel N° 5 - Rue Said Hamdine - Bir Mourad Raïs - ALGER - Tel : + 021.43.58.59 Fax : +021.43.58.48

Agence : Aga_Taleb_24760
Code : 24760
Adresse : Rue Larbi Ben M'hidi, Ouargla Wilaya de Ouargla
Tel : 0551 723 845
Fax :
Direction régionale : Direction Regionale Est Batna

Multirisque Habitation Police No: 24760/2026/8121/18

CONDITIONS PARTICULIERES

Conformément à la Loi n° 18-07, Je donne mon consentement pour la collecte et le traitement de mes données à caractères personnelles à des fins limitées et nécessaires à la réalisation de ce contrat.
 Toute requête d'accès, de rectification ou de suppression des données, devra faire l'objet d'une demande écrite au nom du DPO de SALAMA Assurances Algérie et déposée au bureau d'ordre situé à Coopérative El Amel N° 5 Said Hamdine -Bir Mourad Raïs.

POLICE				
Effet	06/02/2026	0:00	Durée	
Echéance	05/02/2027	24:00	Type	
4424588		Assuré		
Nom et prénom				
Adresse				
Profession				
Code				
Tél:				
Risque				
1 Appartement dans un immeuble résidentiel/ maison individuelle				
Adresse : ALGERIE ouargla cite bouameur ouargla				
Caractéristiques				
Qualité de l'assuré	Propriétaire			
Nombre de pièce	10			
Majoration de DDE	Oui			
Valeur de Bâtiment ou Risques	Valeur de reconstruction au jour du sinistre			
Limite de garantie Bris de glc	2.000,00 DA par sinistre			
aux de réduction	50% de réduction			
GARANTIES Souscrites				
Designation	Limite / Capital	Taux ?	Prime	Franchise
Incendie	1,300,000.00	1	1,300.00	
Bris de Glaces	2,000.00			
Dégât des eaux	1,300,000.00	.9	1,170.00	
Vol	1,300,000.00	1	1,300.00	
CC Chef de Famille: 10 000 000,00 Dommages Corpore	10,000,000.00			
100.000,00 Dommages matériels	100,000.00			
100.000,00 Intoxication Alimentaire	1,000,000.00			
DECOMPTÉ DE LA PRIME				
Prime Nette	Accessoires	TVA	Timbres	Prime Totale
3,770.00	500.00	811.30	120.00	5,201.30

Fait à Aga_Taleb_24760 le: 05/02/2026

Le Souscripteur

Pour SALAMA Assurances Algérie

قائمة الملاحق

الملحق رقم (12): عقد تامين على المسؤولية المدنية

SALAMA
سلامة للتأمينات الجزائر
ALAMA ASSURANCES ALGERIE

Agence : Société Aga_Chelalga_23900
Adresse : Rue des sables El Oued El Oued
Tel :
Fax :
Direction régionale : Direction Regionale Est Batna

CONDITIONS PARTICULIERES
Responsabilité Civile Professionnelle
Police No : 23900/2025/13.2/3
Responsabilité Civile Professionnelles Prestataires de Services

La présente police d'assurance est régie tant par l'ordonnance n°95-07 du 25 janvier 1995 modifiée et complétée par la loi 06-04 du 20 février 2006 relatives aux assurances que par les textes réglementaires en vigueur ainsi que par les Conditions Générales, particulières et clauses ci-après qui prennent sur les conditions générales en ce qu'elles ont de contraire.
Conformément à la Loi n° 18-07, Je donne mon consentement pour la collecte et le traitement de mes données à caractères personnelles à des fins limitées et nécessaires à la réalisation de ce contrat.
Toute requête d'accès, de rectification ou de suppression des données, devra faire l'objet d'une demande écrite au nom du DPO de SALAMA Assurances Algérie et déposée au bureau d'ordre situé à Coopérative El Amel N° 5 Saïd Hamdine - Bir Mourad Rais.

Assure.... :
Code :

Adresse : SOKRA ROUISSAT - OUARGLA - ALGERIE
Activité : Pharmacien

Periode d'assurance: De 18/08/2025 2:00 PM à 17/08/2026 24:00 PM

Prime Nette	Cout de Police	TVA	Timbre de dimension	Prime Totale
6,500.00	1,000.00	1,425.00	120,00	9,045.00

Prime Totale ... : NEUF MILLE QUARANTE CINQ Dinars Algeriens

Specifications:
Objet Assure : 1 RC Professionnelle 2,000,000
* Description de l'activité assurée pharmacie
* Secteur d'activité NAA Commerce de détail d'articles médicaux et orthopédiques
* Chiffre d'affaires annuel prévisionnel 3000000
* Chiffre d'affaires du dernier exercice 2500000
* Loi et Juridiction Algérie
* Territorialité Algérie
* Branche d'activité COMMERCE DE GROS ET INTERMEDIAIRES DU COMMERCE

Les Garanties	Limite d'indemnité	DZD
* Défense et recours	# 100,000	/-Pour toute la durée de la police
* Dommages corporels	# 3,000,000	/-Pour toute la durée de la police
* Dommages matériels	# 3,000,000	/-Pour toute la durée de la police
* Dommages immatériels consécutifs	# 1,000,000	/-Par Sinistre

Franchises :
Objet Assure No: 1
* En cas de dommages matériels, l'Assuré conserve une franchise de 0 DZD par sinistre
* En cas de dommages immatériels consécutifs à un dommage corporel ou matériel, l'Assuré conserve une franchise de 0 DZD par sinistre
* En cas de dommages corporels, l'Assuré conserve une franchise de 0 DZD par sinistre

Clauses spéciales et Exclusions
Conditions
* RC Professionnelle
Exclusions
* Exclusions spécifiques à la RC Professionnelle

Signature de l'Assuré

Emise a Aga_Chelalga_23900, en 2 exemplaires le 18/08/2025
SALAMA Assurances Algérie

قائمة الملاحق

ملحق رقم (13): التأمين على المسؤولية المدنية (التأمين العشري)

ALAMA ASSURANCES ALGERIE

Agence : Société Aga Chelalga_23900
Adresse : Rue des sables El Oued El Oued
Tel :
Fax :
Direction régionale : Direction Regionale Est Batna

CONDITIONS PARTICULIERES
Responsabilités Civile Diverses
Police No : 23900/2025/13.5.1/1
Responsabilité Civile Décennale(nouvelle version)

La présente police d'assurance est régie tant par l'ordonnance n°95-07 du 25 janvier 1995 modifiée et complétée par la loi 06-04 du 20 février 2006 relatives aux assurances que par les textes réglementaires en vigueur ainsi que par les Conditions Générales, particulières et clauses ci-après qui priment sur les conditions générales en ce qu'elles ont de contraire.
 Conformément à la Loi n° 18-07, Je donne mon consentement pour la collecte et le traitement de mes données à caractères personnelles à des fins limitées et nécessaires à la réalisation de ce contrat.
 Toute requête d'accès, de rectification ou de suppression des données, devra faire l'objet d'une demande écrite au nom du DPO de SALAMA Assurances Algérie et déposée au bureau d'ordre situé à Coopérative El Amel N° 5 Said Hamdine - Bir Mourad Rais.

Assure. :
Code :

Adresse : MEKHADMA - OUARGLA - ALGERIE

Periode d'assurance: De 18/05/2025 0:00 PM à 17/05/2035 24:00 PM

Prime Nette	Cout de Police	TVA	Timbre de dimension	Prime Totale
52,600.00	1,000.00	10,184.00	300.00	64,084.00

Prime Totale ... : SOIXANTE QUATRE MILLE QUATRE VINGT QUATRE Dinars Algeriens

Specifications:

Objet Assure : 1 Responsabilité Civile décennale
 * Maître de l'ouvrage
 * Titre du Marché
 * Nature et destination de l'ouvrage
 * Nombre d'étage
 * Portée ou volume
 * Implantation de l'ouvrage
 * Présence de sous sol
 * Avis du CTC
 * Présence de nappe phréatique
 * Nature des fondations
 * Présence des risques spéciaux
 * Nature de la structure
 * Hauteur de l'ouvrage au dessus du sol (m)
 * Hauteur sans plancher intermédiaire (m)
 * Hauteur du mur de soutènement (m)
 * Profondeur des parties enterrées (m)
 * Longueur de la portée (m)
 * Eloignement de l'ouvrage par rapport à la mer
 * Coût définitif de l'ouvrage
 * Date de début des travaux
 * Date de la réception provisoire
 * Date de la réception définitive
 * Réserves formulées à la réception

185,832,000
 SONATRACH TRANSPORT PAR
 CANALISATION DIVISION EXPLOITATION R.T
 CENTRE BEJAIAI
 AMENAGEMENTS AU NIVEAU DE LA
 STATION DE POMPAGE SP 1BIS CONTRAT
 09/RTC/TNF/2021
 Autres ouvrages
 0
 15 m < portée < 20 m ; 1.000 m3 < volume < 2.000 m3
 15
 Non
 OUI
 Absence de nappe
 Semelles
 Aucun
 Béton préfabriqué réalisé sur chantier
 H0 < 15 mètres
 15 mètres < Hp < 35 mètres
 5 mètres < Hs < 8 mètres
 5 < profondeur < 10 mètres
 10
 Supérieur à 5 km
 OUI
 01/01/2023
 12/06/2025
 18/05/2025
 OUI

1/1

قائمة الملاحق

الملحق رقم (14): التأمين على المسؤولية المدنية (التأمين العشري)

CONDITIONS PARTICULIERES
Responsabilités Civile Diverses
Police No : 23900/2025/13.5.1/1
Responsabilité Civile Décennale(nouvelle version)

Les Garanties	Limite d'indemnité	DZD
* RC Decennale Gros Oeuvres	# 1,900,000 /-Par Sinistre	
* RC Decennale Second Oeuvres	# 2,500,000 /-Par Sinistre	
* Garantie Etanchéité	# 400,000 /-Par Sinistre	

Franchises :

Objet Assuré No: 1

- * En cas de sinistre étanchéité, l'Assuré conserve une franchise de 10 % de la somme assurée avec un minimum de 30,000/-DZD
- * En cas de sinistre RC décennale, l'Assuré conserve une franchise de 10 % du montant du sinistre par sinistre avec un minimum de 300,000/-DZD

Clauses spéciales et Exclusions

- * Clause d'absence de sinistre à la souscription du contrat d'assurance
- * Exclusions spécifiques à la RC Décennale
- * ANNEXE - Clauses spéciales pour le rachat de la garantie étanchéité dans la police Responsabilité décennale
- * RC Décennale

Signature de l'Assuré

Emise a Aga_Chelalga_23900, en 2 exemplaires le 14/07/2025
SALAMA Assurances Algérie

2/2

فهرس المحتويات

	الاهداء
VII	شكر وتقدير
VIII	الملخص
X	قائمة المحتويات
XI	قائمة الجداول
XIII	قائمة الاشكال البيانية
XIV	قائمة الملاحق
أ - د	المقدمة
01	الفصل الأول: جودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون
02	تمهيد
03	المبحث الأول: الادبيات النظرية لجودة الخدمة التأمينية ورضا الزبون
03	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة التأمينية
16	المطلب الثاني: مفهوم رضا الزبون
22	المبحث الثاني: عرض الدراسات السابقة
22	المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة باللغة العربية
27	المطلب الثاني: عرض الدراسات السابقة باللغة الاجنبية
30	المطلب الثالث: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
89	خلاصة الفصل
35	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لأثر جودة الخدمة التأمينية على رضا الزبون وكالة السلامة لتأمين وإعادة التأمين
37	المبحث الأول: تقديم عام لشركة سلامة للتأمينات الجزائر-ورقلة والأدوات المستعملة
37	المطلب الأول: تعريف بشركة سلامة للتأمين وإعادة التأمين ورقلة
46	المطلب الثاني: الطريقة و الأدوات المستعملة
60	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة.
60	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة
76	المطلب الثاني: مناقشة النتائج واختبار فرضيات الدراسة
89	خلاصة الفصل الثاني

قائمة الفهرس

90	الخاتمة
94	قائمة المراجع
96	الملاحق

