

أثر تكنولوجيا المعلومات على تحسين أداء الخدمات المالية - دراسة ميدانية على شركات التأمين الجزائرية -

محمد بن جاب الله

أستاذ مساعد قسم " / " كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير - جامعة عمار ثلجي بالآغواط -

Résumé : Ce papier traite de la problématique de l'exploitation des Technologies d'Information et leur impact sur les services financiers et en particulier les services d'assurance, dont on peut distinguer des aspects positifs et d'autres négatifs lors de leur utilisation dans les entreprises.

Il ne suffit pas d'avoir d'énormes capacités des TI dans les compagnies d'assurance algériennes pour leur utilisation convenable. Car ces compagnies doivent étudier leur faisabilité et prévoir leurs inputs comme facteur d'efficience.

D'autre part il est indispensable d'orienter les TI aux services de la clientèle en premier lieu afin d'augmenter leur performance et leurs profits en conséquence, et pouvoir ainsi ouvrir des horizons et des perspectives de procéder à des investissements électroniques dans le marché financier.

Mots clés : Technologies d'Information et de Communication, services financiers électroniques, services d'assurance, investissement électronique.

ملخص: تعالج هذه الورقة إشكالية استغلال تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على الخدمات المالية بوجه عام، وخدمات التأمين على وجه الخصوص. إذ من خلالها يمكن لنا أن نميز لهذه التكنولوجيات جوانب ايجابية وأخرى سلبية لدخولها المؤسسات.

فلا يكفي أن تملك شركات التأمين الجزائرية الكثير من المقومات في ما يتعلق بتكنولوجيا المعلومات حتى يتم استغلالها كما ينبغي.

فعليها أن تدرس مدى جدواها لإمكانية تنبؤها بالمرجات كطرف في تحديد كفاءتها. كما ينبغي عليها أن توجه هذه التكنولوجيا لخدمة الزبائن بالدرجة الأولى، ما يتيح لها زيادة أرباحها وأرباحها نتيجة لذلك، ومن جانب آخر فتح آفاق استثمارها الكترونيا في السوق المالية.

كلمات مفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الخدمات المالية الالكترونية، خدمات التأمين، الاستثمار الالكتروني.

مقدمة

لقد زاد دور المؤسسات المالية في الوقت الحالي، في تحريك عجلة الاقتصاد، ومن خلال الخدمات المالية التي تقدمها ازداد الاهتمام بها إن على المستوى الواقعي أو على المستوى الأكاديمي الذي تطرق للعديد من جوانبها وبمستويات مختلفة. ولعل أبرز ما يميز الخدمات المالية اليوم، هو التزاوج بينها وبين تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي أصبحت جزء لا يتجزأ من مقوماتها أو بالأحرى مدخلات عمليات إنتاج هذه الخدمات. وهو ما أثر على الدفع نحو الترابط

بشكل كبير بين كل من البنوك والسوق المالية كظاهرة خاصة في ثمانينات القرن الماضي.¹

ومن جملة المؤسسات التي تقدم خدمات مالية، البنوك، شركات التأمين كمراكز مالية أساسية، وفي هذا الإطار لا يمكن إغفال دور شركات التأمين في الاقتصاد من توفير الأمان لدى المتعاملين والمؤسسات والأفراد على حد سواء. هذه الشركات التي تقدم خدمات مالية غير مصرفية حظيت هي الأخرى بالتقدم التكنولوجي في مجال تكنولوجيا المعلومات.

ورغم تأخرها في هذا المجال إذا ما قورنت بالمؤسسات المالية الأخرى كالبنوك وكذلك الأسواق المالية، إلا أنها وخاصة في الدول المتقدمة أدركت إلى حد ما هذا النقص وأصبح لـ تكنولوجيا المعلومات TI أثر بالغ على تنمية وتفعيل الخدمات المالية لديها. في هذه الورقة سوف نحاول الإجابة على السؤال التالي: ما أثر تكنولوجيا المعلومات على الخدمات المالية بوجه عام وخدمات شركات التأمين على وجه الخصوص في الجزائر، وإلى أي مستوى يمكن لها أن تستفيد من هذه التكنولوجيا؟

وللإجابة عليه سوف ينقسم عملنا إلى المحاور: الدراسات السابقة؛ الإطار النظري للخدمات المالية الالكترونية؛ أثر تكنولوجيا المعلومات على سوق التأمين؛ إمكانيات تكنولوجيا المعلومات في الجزائر؛ دراسة حول شركات التأمين في الجزائر وبعد ذلك نقدم بعض النتائج والتوصيات.

1- الدراسات السابقة في الموضوع

لعل ما يلاحظ على الدراسات التي تمس الموضوع بشكل مباشر أنها محدودة، رغم الكثرة التي تتميز بها الدراسات والأبحاث التي تتعلق بالخدمات المالية بشكل عام، فمن بين الدراسات التي تمس بشكل أو بآخر موضوع بحثنا يمكن الإشارة إلى:

1-1: بحث لبرهان غسان سلمان² والذي يبين أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية المتكاملة في البنوك التجارية الأردنية، ويأتي هذا البحث ليحدد مدى نجاح الأنظمة الحديثة للمعلومات والاتصالات في مساعدة المصارف على أداء واجبها نحو الاقتصاد الأردني، حيث كان يهدف لإثبات أن البنوك كمؤسسات اقتصادية هامة لن تستطيع الاستمرار بالعمل والتنافس ما لم تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالفعالية اللازمة إلى جانب استفادة الزبون هو الآخر لتحقيق رغباته المصرفية من أي مكان. وهذا ما يشكل تكاملاً في توفير الخدمات المصرفية.

1-2: دراسة لأسامة ربيع أمين سليمان³ التي سلطت الضوء على معوقات انتشار التجارة الالكترونية في مجال تسويق وثائق التأمين في سوق التأمين المصري، والتي تناولت جملة من المعوقات منها ما هو عام والتي تخص كافة المنتجات، كالجانب التشريعي وامن و سرية المعلومات، ارتفاع التكاليف وكذلك الحادثة في مفهوم التجارة الالكترونية إلى جانب مشكلة صيانة وإدارة المواقع الالكترونية. ومنها ما هو خاص بشركات التأمين كانهخفاض درجة نمطية الخدمات التأمينية، انخفاض معدل تكرار عمليات شراء الخدمات التأمينية، كثافة المعلومات والعمالة في هذا النوع من الخدمات، كما أشار إلى انخفاض الوعي لدى الزبون المصري.

1-3: دراسة للدكتور كاسر نصر المنصور⁴ عن إدارة المخاطر واستراتيجية التأمين في ظل تكنولوجيا المعلومات، وهي لم تركز على أثر تكنولوجيا المعلومات كرافد لشركات التأمين رغم المخاطر والسلبيات التي تنطوي عليها في أداء الخدمات المالية، بل ركزت على تغير استراتيجية شركات التأمين وعملها في ظل تكنولوجيا المعلومات، أي السلبيات والمخاطر التي تقوض أهداف المؤسسات والأفراد من خلال استغلالها لتكنولوجيا المعلومات. وما هي السبل الكفيلة لمواجهة تلك المخاطر. لذلك يرى صاحب الدراسة أن من المستحيل لشركات التأمين الحالية تقديم أي شكل من أشكال الأمان تجاه أخطار العصر ومن أهمها الخطر الالكتروني.

2- إطار نظري للخدمات المالية الالكترونية

من الضروري في هذا السياق، وقبل الحديث عن إدخال تكنولوجيا المعلومات في مجال الخدمات المالية، أن نشير بشيء من الإيجاز إلى تجارة الخدمات المالية كمفهوم من جهة، ومن جهة أخرى كتبني ومسار تطورها من قبل منظمة التجارة العالمية.

2-1: ماهية تجارة الخدمات المالية

قطاع الخدمات المالية يضم مهن البنك، التأمين، السندات، عندئذ نفضل مدخل وظيفي مؤسس على وحدة تلاقي هذه المهن المالية التي تقترب أكثر فأكثر وقبل تحديد الخصائص الرئيسية للقطاع، يكون من الضروري الوقوف على مفهوم الخدمات المالية، هذا المفهوم يشكل مرجعا لمجموعتين من العناصر لا ينبغي الخلط بينها.⁵

- الخدمات المالية *prestations financières*: وهي تغطي عقود مقترحة للزبائن وتنفذ على مبادراتهم أو/ولحساباتهم من خلال وسيط مالي. حيث عادة ما

تحتل المعلومة مكانة مهمة في العمل، حينئذ رؤوس الأموال لا تمثل إلا سندا ملموسا مثل، الاستشارة، الهندسة المالية، إرسال كشف الحسابات... الخ.

- المنتجات المالية: من جهتها، تميز العمليات و/أو الأصول المالية التي يكون أساسها رؤوس الأموال وتتنجز لمبادرة و/أو لحساب الزبائن بوسيط مالي على سبيل المثال، الإيداعات، القروض، التأمين على الحياة، خطط الادخار، المنتجات المشتقة.

كيفما تكون خدمات أو منتجات مالية، فالوسيط المالي (البنك، شركة تأمين، شركة بورصة أو آخر)، يجد نفسه بشكل أو بآخر مندمجا ضمن هذه العملية. عندئذ هذه الأخيرة تنجز في إطار علاقة تسمى servuction من خلالها الزبون يساهم بشكل نشط في مسار إنتاجها.

2-2: انتشار المالية الالكترونية

بعد الاقتصاديات الفلاحية والصناعية والخدمات، جاء وقت الاقتصاد اللامادي أو الاقتصاد الذي يهتم بالمعلومات. لذلك فما يعد مهما اليوم في النشاطات الاقتصادية ليس إنتاج وتراكم الأشياء المادية بل إصدار ومعالجة تدفقات المعلومات من خلال القنوات الرقمية، كذلك هياكل شبكات الإعلام الآلي والاتصالات السمعية، البصرية منها وغير البصرية.

نتيجة لذلك، ومن خلال الاقتصاد الجديد غير المادي أصبحت المالية تحتل مكانة رئيسية. فبدون نقود، بدون وسطاء ماليين، لا يمكن أن تكون هناك تجارة دولية، أو أي استثمار. كما أن من بين القوى التي ساعدت على جعل العمليات المالية تتم على مستوى عالمي هي التكنولوجيات الحديثة للمعلومات، أو ما يمكن أن يسمى بالمالية الالكترونية. إذ بدون المساهمات الكبيرة لتكنولوجيا المعلومات يستحيل وجود عولمة. فالإعلام الآلي، والاتصالات عن بعد تشكل الدعامة الأساسية للتطور المالي الجديد لأن البنك والبورصة ستكون في المؤسسة أو المنزل بفضل الهاتف و الحاسوب الشخصي. وخير دليل على أهمية تكنولوجيا المعلومات في الجانب المالي هو النفقات المخصصة لها اليوم والتي تمثل ما بين 15% و 20% من تكاليف الاستغلال للبنوك.⁶

هذا وساهمت تكنولوجيا المعلومات في ظهور أدوات مالية جديدة التي بدونها لا يمكن أن تتم، كالخيارات، العقود الآجلة التي ساعدت على تبني استراتيجيات جديدة للاستثمار تقف بشكل أساسي على الطاقة الكبيرة للحسابات بفضل الحواسيب.

وتستعمل مصطلحات الخدمة البنكية الالكترونية لتمييز عدد كبير من الخدمات البنكية المعروضة بواسطة تقنيات عديدة مختلفة، هذه الأخيرة يمكن أن تكون عن طريق الانترنت، الهاتف النقال، وقد تكون عن طريق التلفاز مستقبلا. فمصطلح البنوك الالكترونية قد يعرف أحيانا بأسلوب ضيق ويبقى معرفة الخدمات التي تميز تسعيرة الدفع المنجزة بواسطة المعالجة الالكترونية اعتمادا على الانترنت، التفاوض الالكتروني، والذي يضم تزويد الخدمات في مجال تفاوض القيم المنقولة الكترونيا عن طريق الانترنت أو الهاتف النقال.

وقد وضحت اللجنة الفيدرالية للبنوك أن "تحديد الخدمات المالية الالكترونية E-Finance تجمع مجالات الخدمات البنكية الالكترونية والتفاوض الالكتروني إلى جانب مجالات أخرى للخدمات المالية بواسطة النقل الكتروني"⁷.

نتيجة لذلك، تعتبر المنافسة بين الأسواق المالية المنظمة وشبكات الأسواق الموازية الجانب الأكثر أهمية في التمويل الدولي حاليا. إذ قد توصلت لجنة الدراسة في هذا الركن إلى أن التنسيق بين المنافسة والتعاون هو الحل المفضل للمصارف، والأسواق والمؤسسات المالية، مثل التعاون بين الأسواق المستقبلية في شيكاغو وباريس ضمن شبكة Globex، فهذا النوع من الجغرافية الهجينة لا يذيب المراكز المالية، بل يجعلها متداخلة فيما بينها ومعقدة إلى جانب قيام MATIF لتطوير نظام شبيه كاستراتيجية في تشغيل الشبكات، كما أن هناك اتفاق آخر بين MATIF الفرنسية وDTB الألمانية للتعامل في العقود.

2-3: تكنولوجيا المعلومات أداة منافسة في قطاع الخدمات المالية

أصبحت التكنولوجيا أداة منافسة وتطور تسمح للبنوك وشركات التأمين تحسين المنافسة، فهي بذلك تتعلق بثلاثة مجالات رئيسية:⁸

- تخفيض التكاليف: التكنولوجيا الحديثة تمكن البنوك وشركات التأمين من تحسين المردودية بتخفيض التكاليف التجارية أولا. حيث تظهر الكثير من الدراسات أن لهيكل من الزبائن، وكالة تيليفونية تجد من 25% إلى 40% أقل تكلفة من الوكالة التقليدية.

- وفاء الزبون: الوفاء في عصر العولمة أصبح كميزة للبنوك وشركات التأمين، فالتكنولوجيا تلعب دورا رئيسيا لوفاء الزبون حيث تسمح بمعرفة عميقة لأهدافه وأحاسيسه التي يعتمد عليها في دراسات مدققة وأنظمة معلومات ناجعة تسمح بتشخيص العلاقات مع الزبون. لذلك فالبنوك وشركات التأمين تسعى لتوفير جودة علائقية كما أن المنافسة تقترح خدمات إضافية من خلال تجهيزات الاتصال، السرعة، الأمن، القرب، البساطة، النجاعة... الخ.

- جودة الخدمات: جودة الخدمة بعد ما تجمعت على اصطياد الأخطاء وتخفيض التكاليف من خلال التكنولوجيا الجديدة أصبحت أداة بيع بما أنها تشكل وسيلة لإجابة تطلعات الزبائن وتحفظ المردودية للمؤسسات المالية، قطاع البنوك والتأمين، هو في تقدم فيما يتعلق بتبني إجراءات الجودة وهيكل تكنولوجيا مؤهلة لمواجهة احتجاجات الزبائن. فشركات مثل norwich union أو cortical تجيب على المكالمات الهاتفية في ظرف 10 ثواني.

2-4: نظم التأمين الالكترونية

تكيف صناعة التأمين هي الأخرى، آليا وفق عدة أشكال، على سبيل المثال وكلاء التأمين يتم دمجهم داخليا بصفة آلية لإدارة وظائف المكتب مثل معلومات الزبائن، حسابات الذمم المدينة والواجبة الدفع. فهم يعتمدون الأتمتة لزيادة الكفاءة وتحسين التسويق. أما خارجيا فتكنولوجيا المعلومات والاتصالات تستعمل للربط داخل الناقلين أين يمكنهم الحصول على الاقتباس وتأمين الأعمال بأنفسهم. لذلك فالعديد من الشبكات الواسعة تطورت بما أهلها للحصول على معلومات دقيقة على الخط بالإضافة إلى تنقل المعلومات مباشرة إلى الناقل.⁹

فالتكنولوجيا تساعد في تدعيم الخدمات الأخرى للتأمين كذلك، خدمات الادعاءات مثلا أصبحت آلية لأن الادعاءات والتي كان أساس معالجتها الورق، أصبحت تعالج بالتحويل الالكتروني للمعلومات وترسل عبر الخط إلى الناقل وتسمح للناقل بالتعامل مع الادعاء بشكل عملي أكثر وإحكام السيطرة أكثر على تنظيم العملية.

كما أن تألية خدمات إدارة المخاطر للشركات الكبيرة سمح لها بمعالجة تحليل التأمين الخاص. هذه الشركات قادرة لتربط تلك الشبكات التي تزود بالمعلومات المهمة والتي تكون في وقتها المستعملة لتقييم وإدارة الخطر.

كما أن مجهزي الخدمات المالية الكبار لديهم امتياز عرض عدة أنواع من المنتجات المالية، مثلا تكنولوجيا المعلومات مكنت مؤسسات مثل American express أن تمتلك شريك الصندوق الأمريكي للتأمين على حياة رجال الإطفاء لتسويق خدمات إضافية مباشرة إلى بطاقات ائتمانهم القوية، حيث يمكنهم أن يعرضوا خدمات التأمين لها علاوات تضاف مباشرة إلى حساب بطاقة، American express .

3- أثر تكنولوجيا المعلومات على سوق التأمين

لعبت تكنولوجيا المعلومات دورا بالغ الأهمية في تغيير شروط سوق التأمين فأثر التكنولوجيا على سوق التأمين يظهر من خلال:¹⁰

3-1: إمكانية أمثلية عدد من مراحل عملية خلق القيمة

وهذا داخل المؤسسة كما يكون في خارجها فاستعمال هذه التكنولوجيات سمح للمؤسسات بأن تركز على كفاءتها الأساسية واستبعد الأعمال الأخرى التي تمكن أن توكل إلى شريك آخر مختص. فعدد من مقدمي الخدمات يتوجهون إلى الاختصاص في أجزاء خاصة لخلق القيمة.

3-2: تخفيض حواجز الدخول للسوق

أين يكون موردو التأمين غير مجبرين على تشكيل شبكة توزيع تقليدية مكلفة وتكون نسب أعبائهم الاستغلالية جد ضعيفة، هذا الانخفاض في حواجز الدخول لسوق التأمين يمارس زيادة المنافسة وتسهيل الدخول لمؤسسات أنشأت في قطاعات أخرى. عندئذ على هؤلاء المؤمنين إنفاق مبالغ طائلة على التسويق لتشكيل أسماء لأنفسهم.

3-3: اتجاه تخفيض التكاليف

من واقع أن تكاليف التوزيع تنخفض، بما أن البيع يكون دون وسطاء وأن تألية بعض الوظائف يسمح بإنجاز أرباح إنتاجية، لذلك، محللو شركة التأمين Swiss Re لقطاع التأمين على الخسائر، قدروا تكاليف التوزيع، فهي تشكل من 12% إلى 26% من حجم العلاوات، أعباء إدارية من 5% إلى 15% من مداخيل العلاوات و مصاريف تسيير المنكوبين من 4% إلى 12% من التسديدات. التحليل الذي تم من خلال مؤسسة Marketing of compagny حيث أجرت مقارنة بين تكاليف مختلف القنوات أوضحت أن مستويات القنوات خصوصا البيع عبر الانترنت أقل من ناحية التكاليف.¹¹

3-4: ضغط لتخفيض هوامش المؤمنين التقليديين

بالنظر إلى كون المؤمنين الإلكترونيين يعرضون علاوات أقل من المؤمنين التقليديين، فالمؤمنون التقليديون ومن اعتبار تكاليفهم جد مرتفعة، لا يملكون إلا هامشا محدودا لتغيير السعر، وهم مطالبون إذا باستعمال قنوات التوزيع التناوبية.

3-5: توجه المستهلكين

الاستعمال أكثر فأكثر من المستهلكين للانترنت لإجراء مشترياتهم يعتبر من نتائج ظاهرة مجتمع المعلومات الذي لا يمكن أن يتحرك اليوم دون هذه الوسيلة.¹² فقطاع التأمينات لا يمنح نفس الاتجاه حينما يكون عدد كبير من مستخدمي الانترنت يعتمدون في بداية الأمر على الانترنت للاستعلام على خدمات التأمين لمختلف الشركات ومقارنتها. كما أن هناك بعض الجوانب السلبية لا بد من ذكرها.¹³

- خدمات التأمين لها خصائص جد خاصة ما يجعل استعمال الانترنت كقناة توزيع أقل سهولة لذلك فهي: عادة معقدة (الزبون بحاجة لأن يستشير للقيام باختياره)؛

- صعوبة التنميط من واقع مرونتها الكبيرة التي تأخذ في الحسبان عددا مهما من العوامل في تنسيقات متعددة؛

- تتطلب عقود قليلة مع البائع (حيازة بوليصة التأمين يتم عادة لسنة على الأقل)؛

- بسبب البيع السلبي، البائع وليس المشتري هو الذي يؤثر على العملية في هذا النوع، فأهميته أكثر من المشتري؛

- اهتمام بتجنب خلافات قنوات التوزيع والتي تأتي من:

قنوات التوزيع التقليدية تتشكل من أعوان أو/و سماسرة، من واقع عامل الشك لديهم في استعمال الانترنت كقناة توزيع وجعلها سببا لتثبيط دورهم وخسائر للشركات؛ قنوات التوزيع التقليدية مكيفة بشكل جيد لتوزيع خدمات (كونهم يقدمون استشارات شخصية لزبائن عند اختيار المنتج الأفضل لاحتياجاتهم)؛ هذه القنوات التقليدية تحتل مكانة مهمة في توزيع منتجات شركات بما يولد جزء مهما من المداخل.

ويختلف عدد الزبائن المستهدفين عن طريق الانترنت وكذا نوع الفئة التي ينتمي إليها هؤلاء العملاء عن الطرق التقليدية. فمن خلال بحث أجري في هذا المجال أتضح عموما أنه في السنة الأولى المؤمن l'assureur يأمل في استقطاب من 20 إلى 25 كزبائن جدد شهريا بفضل الانترنت، هذا ما يظهر بوضوح للعديد منهم، وفي السنة الثانية يأملون في مضاعفة الرقم إلى 50 شهريا. وفي المدى البعيد سيزود الانترنت من 5 إلى 15% من مجمل الزبائن.

أما نوع الزبائن المستهدفين فغالبا ما يختلف عن ما يستقطبه المؤمنون بالطريقة التقليدية (حتى ولو أن هناك العديد لا يرغبون حقيقة في تغيير نوع

الزبائن)، فالزبائن المستهدفون عادة هم شباب (طلبة، شباب مهنيون)، فالمتدربون غالبا يمثلون وسطا مرنا وكذلك الذين يقيمون بالمدن الكبرى ومن الملاحظ أن المتقاعدين يمكن أن يشكوا جزءا من الزبائن المستقطبين بالانترنت كونهم يريدون تجربة هذه الخبرة الجديدة.¹⁴

كما أن الأسعار المقترحة عن طريق الانترنت تكون نفسها مع الطرق التقليدية إذ من الأجدر التفكير في تطبيق تخفيضات على المستهلكين الذين يحصلون على بوالص التأمين عن طريق الانترنت لكن ليس هذا هو الأساس حتى وان كان بعض الشركات يعتقدون ذلك.

3-6: بطاقات الدفع التأمينية

يلاحظ أن البطاقة وسعت حقل استعمالها لدى الصيادلة، الأطباء، المؤمنين اجتماعيا، فمن يواجهون البطاقة carte à puce. فهي تساعد في تسهيل التبادلات بين أطراف سوق الصحة، وتميز الاتصالات وتسهل إجراءات تسيير الإدارة الأكثر تعقيدا، ففي فرنسا ما يقارب 40 مليون بطاقة حية ستوزع والتي ستحل محل مليار ورقة علاج تصدر كل سنة. فحرفيو الصحة يجهزون بقراري يسمح لهم بإدخال المعلومات المحتواة في بطاقة المريض. لذلك فالدخول مسموح من خلال البطاقة المهنية الخاصة بالصحة التي تشهد مسبقا بعقده (استشارة، الحصول على دواء.. بنفس الشكل الذي يظهر على ورقة العلاج).¹⁵

في نهاية اليوم كل المعلومات تحول بفضل محول Modem عن طريق خط هاتفي لصندوق التأمين على المرض والذي بدوره يسدد مباشرة ما يتم على ذلك للمريض. المؤمنون المكملون يهتمون أيما اهتمام بذلك، ففكرة البطاقة الوحيدة التي تسمح في حالة الدافعون الآخرون امتلاك مجموعة معلومات ضرورية فيما يتعلق بالتأمين الضروري أو التأمين المكمل الذي يسهل الإجراءات التي تعتبر كمحفز أو جاذب لهم .

وللمعالج الصغير le micro processeur للبطاقة الحية دور في التنبؤ بهذه الحالة والتي تقتضي ثلاثة أقسام خاصة، ما يتعلق بالمعلومات الإدارية المخصصة للنظام الإجباري، ما يتعلق بالمعلومات الضرورية الخاصة بتعويض التأمين المكمل وقسم خاص بالمعلومات الطبية. فهذه البطاقة توفر إمكانيات عديدة ترتبط بتكنولوجيا جديدة. لذلك فالبنوك وشركات التأمين عليها أن تستغلها وتستهملها بطريقة ناجعة سريعا.

4- إمكانيات تكنولوجيا المعلومات في مؤسسات التأمين الجزائرية

نحاول من خلال هذا المحور تقييم المستويات المتعلقة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسات الجزائرية للتأمين، ويكون ذلك باعتماد مقارنة بينها ومجموعة من الدول تم اختيارها من مرجع الاتحاد الدولي للاتصالات. هذا ما يتيح لنا معرفة إمكانيات الجزائر وسبل اندماجها ليس في جانب الخدمات المالية فحسب وإنما في شتى المجالات والجدول رقم (1) يبين لنا مؤشر اعتمده الاتحاد الدولي في تقييم كل الدول في هذا المجال.

الجدول رقم (1): مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات IDI 2002-2007

الاقتصاد	ترتيب 2007	IDI 2007	ترتيب 2002	IDI 2002
السويد	1	7,50	1	6,05
الدنمارك	3	7,22	4	5,78
سويسرا	8	6,94	7	5,42
بريطانيا	10	6,78	10	5,27
اليابان	12	6,64	18	4,82
ألمانيا	13	6,61	14	5,02
استراليا	14	6,58	13	5,02
و م الأمريكية	17	6,44	11	5,25
كندا	19	6,34	9	5,33
إيطاليا	22	6,18	24	4,38
فرنسا	23	6,16	25	4,37
أسبانيا	27	5,91	28	4,10
إمارات ع المتحدة	32	5,22	40	3,27
البحرين	42	4,69	38	3,30
قطر	44	4,44	47	2,84
السعودية	55	3,62	73	2,13
الكويت	57	3,57	49	2,77
لبنان	64	3,43	56	2,53
الأردن	76	3,06	65	2,36
عمان	77	3,00	76	2,12
فلسطين	79	2,92	67	2,20
ليبيا	81	2,84	78	2,08
تونس	83	2,73	94	1,86
سوريا	89	2,66	102	1,69
مصر	94	2,54	95	1,81
الجزائر	97	2,51	105	1,61

1,37	111	2,34	101	المغرب
1,03	131	1,56	120	السودان
1,04	129	1,47	124	اليمن
1,00	135	1,36	134	موريتانيا

Source : ITU2009

(IDI Ict Development Index) هو مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات الذي يهدف إلى تعقب التقدم في تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الدول ومراقبة التقييم الرقمي العالمي. فبناء مؤشر يأخذ في الاعتبار الاحتمال الكبير، مؤشرات ITU¹⁶ الاتحاد الدولي للاتصالات السابقة والتقلبات المستقبلية من الدول الأعضاء والخبراء، والأكثر من ذلك قبل حساب المؤشر، الاتحاد الدولي للاتصالات يفحص مع أعضائه البيانات المتضمنة في المؤشر للأخذ في الحسبان كل المتغيرات الجديدة. لعملية البناء العامة للمؤشر، أخذ التعليمات التابعة لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية.

الدول العربية عموما تبوأ مراتب أخيرة بالمقارنة مع بقية الدول المتقدمة التي هي في أغلبها أوروبية، إذ تأتي الإمارات العربية المتحدة في المرتبة الأولى عربيا في السنتين، حيث تحتل في سنة 2002 المرتبة 40 بمؤشر 3,27 ليتحسن المؤشر و يصبح 5,22 في سنة 2007 وأهلها لرتبة 32، وعموما الدول العربية في قارة آسيا كانت الأحسن.

أما ما يتعلق بالجزائر فكانت رتبها في سنة 2002 هي 105 بمؤشر 1,61 وتحسنت في سنة 2007 بمؤشر 2,51 ومرتبة 97، لكن هذا غير كاف بالمقارنة مع بقية الدول العربية والأجنبية، وبمقارنة جيرانها فتأتي الجزائر بعد تونس وليبيا، بينما تسبق المغرب وموريتانيا على مدار السنتين.

وهنا تظهر الفجوة الرقمية بين الدول العربية والدول المتقدمة، ولا نبالغ إن قلنا بوجود فجوة حتى فيما بين الدول العربية، فمثلا مقارنة دولة كالإمارات أو البحرين مع الجزائر، فالفرق يظهر بوضوح عند المقارنة.

يمثل التقسيم الرقمي digital divide في الجدول رقم (2) والذي يقاس عادة من ناحية قدرة وصول الأفراد إلى تكنولوجيا المعلومات ومستويات دخول الهاتف النقال، الانترنت، الحاسبات الشخصية، فالبلاذ قد تغلح في منطقة واحدة، كالهاتف الخليوي، لكن العكس بالنسبة لمنطقة أخرى، نفس الشيء بالنسبة للانترنت، أين يكون هذا المؤشر المركب يخدم هذا الغرض. فمن التقسيم الذي اعتمده الاتحاد الدولي للاتصالات والذي يظم أربعة تقسيمات بمستويات مختلفة وهي مستوى منخفض، مستوى متوسط، مستوى أعلى، مستوى عالي.

وباعتماد الدول المدروسة يمكن ملاحظة أن كل الدول الأجنبية في مختلف القارات هي في المستوى العالي، باستثناء الدولة العربية الوحيدة التي تقع في هذا المستوى وهي الإمارات العربية المتحدة، وهذا تما توضيحه سلفا.

أما مختلف الدول العربية الباقية، فهي تقع في المستوى الثاني (الأعلى)، وهي كلها دول آسيوية، البحرين، قطر، السعودية، الكويت، لبنان. لتأتي أغلب الدول العربية في المستوى المتوسط، ومن ضمنها الجزائر، وتشمل معظم الدول العربية الإفريقية. أما المستوى المنخفض فيتضمن 3 دول هي السودان واليمن وموريتانيا.

نتيجة لذلك، يمكن القول أن للجزائر من المقومات ما يجعلها تضع استراتيجية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتخفف من الفجوة الرقمية وتندمج بشكل أكثر فعالية وكفاءة مع الاقتصاد العالمي وفي مقدمتها مجال الخدمات المالية، حيث يبدي المواطن الجزائري اهتماما وقبولا كبيرين في ميدان تكنولوجيا المعلومات في هذا السياق.

الجدول رقم (2): قائمة الاقتصاديات من خلال مجموعة IDI 2007

المستوى العالي high	أعلى opper	متوسط medium	منخفض low
السويد، الدنمارك، سويسرا، بريطانيا، اليابان، أستراليا، ألمانيا، والولايات المتحدة الأمريكية، كندا، إيطاليا، فرنسا، إسبانيا، إمارات ع المتحدة.	البحرين، قطر، السعودية، الكويت، لبنان.	الأردن، عمان، فلسطين، ليبيا، تونس، سوريا، مصر، الجزائر، المغرب.	السودان، اليمن، موريتانيا.

Source : ITU2009

من الجدول رقم (3)، لدينا إحصائيات عن المشاركين ومستخدمي الانترنت لسنتي 2007 و2008، حيث لا نرى تغيرا يذكر بين السنتين. ويمكن ملاحظة أن عدد المستخدمين زاد بالمقارنة مع سنة 2006 والذي وصل إلى 3500000، أما عدد المشتركين فهو قليل جدا إذ لا يفوق ما نسبته 0,58 لكل 100 فرد مقارنة مع دول أخرى متطورة التي لا يكاد يخلو بيت من الانترنت.

الجدول رقم (3): الانترنت في الجزائر لسنتي 2007 و2008

السنة	مسجلون مشتركون	مسجلون لكل 100 فرد	مستخدمون	مستخدمون لكل 100 فرد
2007	190000	0,58	3500000	10,34
2008	190000	0,58	3500000	10,34

المصدر: الاتحاد الدولي للاتصالات (بتصرف)

كما أن الجزائر تعتبر الأولى عربيا في سرعة التحميل من الانترنت، حيث صنف تقرير حديث نشرته منظمة "كوهيو نيكيشنز ووركز أوف أمريكا" الأمريكية أن الجزائر في الرتبة الأولى عربيا من حيث سرعة التحميل على الانترنت بـ 2,7 ميغا بايت. وذكرت المنظمة التي تتكون من مهندسين متخصصين في مجال الاتصالات أن الجزائر تفوقت على جميع الدول العربية رغم ولوجها هذا الميدان متأخرة مقارنة بمصر مثلا أو تونس، المغرب، الإمارات.¹⁷

5- دراسة حول شركات التأمين في الجزائر

5-1: الاستبيان و العينة محل الدراسة

تمت هذه دراسة على عدد من شركات التأمين تتمثل في أربع شركات عمومية وهي الشركة الوطنية للتأمين، الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين، الشركة الجزائرية للتأمينات، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، وأربع شركات أخرى خاصة هي، الجزائرية للتأمينات، الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين، سلامة للتأمينات، العامة للتأمينات. من جهة أخرى تم تصميم استبيان مع الأستاذ المشرف وبالا اعتماد على دراسات سابقة تمس هذا المجال كاستبيان مفتوح وهذا لإعطاء فرصة أكثر للعينة المقصودة في إبداء رأيها رغم المجهود الكبير الذي يتطلبه في التحليل إلا أن النتائج المنتظرة منه دفعت الباحث إلى الاعتماد على مثل هذه الاستبيانات.

أما بخصوص العينة فتم توزيع 172 استبيان على الشركات محل الدراسة في ولايات أربع وهي الأغواط، الجلفة، غرداية، ورقلة. حيث تم استرجاع 110، عندئذ تم إلغاء 16 استبيانا أي بنسبة 14.55% كونها غير مكتملة بما لا يسمح بتحليلها أو تتضمن تناقضان صارخة لا يمكن الاعتماد عليها وتم قبول 94 استبيانا أي ما نسبته 85.45%.

5-2: ثبات المقياس

لتدعيم صدق المقياس تم الاعتماد على معامل كرونباخ ألفا Cronbach Alpha للأسئلة الرئيسية دون الأسئلة العامة الثلاثة الأولى فوجد أن قيمته بلغت 0.6922 وهي قيمة كبيرة جدا تثبت مدى صدق المقياس إذ تحدد القيمة المقبولة في هذا المقياس بأن تكون أكبر من 0.6.

5-3: أدوات الإحصاء المستعملة والفرضيات المتبناة

قصد تحليل عينة الدراسة واستنتاج النتائج المطلوبة واختبار الفرضيات تم الاعتماد من خلال برنامج SPSS على مجموعة من الأدوات يمكن الاعتماد على

أهم أداة في ذلك في حدود هذا المقال تتمثل في معامل الارتباط للرتب سبيرمان spearman. أما بخصوص الفرضيات المتبناة فهي كما يلي:

الفرضية الرئيسية الأولى: استعمال تكنولوجيا المعلومات في قطاع الأعمال يقلل من تكلفة إنجازها ويزيد من سرعة تنفيذها.

1:الفرضية الفرعية الأولى: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات و تخفيض التكاليف.

2:الفرضية الفرعية الثانية: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات وسرعة التنفيذ.

3:الفرضية الفرعية الثالثة: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات و الكفاءة.

الفرضية الرئيسية الثانية: تستفيد الخدمات المالية بشركات التأمين استفادة كبيرة من استعمال تكنولوجيا المعلومات على غرار بقية الخدمات المالية.

1:الفرضية الفرعية الأولى: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات و تسهيل العلاقات الإدارية.

2:الفرضية الفرعية الثانية: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات والمنافسة.

3:الفرضية الفرعية الثالثة: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات وتطوير الخدمات المالية.

الفرضية الرئيسية الثالثة: من أهم أسباب نماء شركات التأمين وزيادة منافستها دخولها في استثمارات، لا سيما الاستثمارات الالكترونية.

1:الفرضية الفرعية الأولى: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات والفعالية.

2:الفرضية الفرعية الثانية: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات والربح.

3:الفرضية الفرعية الثالثة: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات والاستثمارات الالكترونية.

الفرضية الرئيسية الرابعة: يواجه مجال الخدمات المالية الالكترونية سلبيات وعيوب من جراء إدخال تكنولوجيا المعلومات، قد تفوق بعض الأحيان إيجابياتها.

1:الفرضية الفرعية الأولى: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات ومشكلات في العمل.

2:الفرضية الفرعية الثانية: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات ومشكلات التوظيف.

3:الفرضية الفرعية الثالثة: H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المعلومات وسلبيات على شركات التأمين.

أما الفرضيات البديلة H_1 فهي نقيض لفرضية العدمية، وبحساب معامل الارتباط كانت النتائج وفق الجدول التالي:

الجدول رقم(4): معامل الارتباط لقياس علاقة أثر تكنولوجيا المعلومات بمختلف المتغيرات

المتغير	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
الفرضية الرئيسية الأولى		
1- تخفيض التكاليف	0.208	0.044
2- السرعة في التنفيذ	0.341**	0.001
3- الكفاءة	0.047-	0.651
الفرضية الرئيسية الثانية		
1- تسهيل العلاقات الإدارية	0.246*	0.017
2- المنافسة	0.147	0.158
3- تطوير الخدمات المالية	0.016	0.879
الفرضية الرئيسية الثالثة		
1- الفعالية	0.166	0.110
2- الربح	0.048	0.646
3- الاستثمارات الالكترونية	0.109	0.294
الفرضية الرئيسية الرابعة		
1- مشكلات في العمل	0.104	0.318
2- مشكلات التوظيف	0.034-	0.748
3- سلبيات على شركات التأمين	0.254*	0.014

هناك علاقة ارتباط قوية بين تكنولوجيا المعلومات والمتغيرات التابعة التي كانت محلا للدراسة وأساسا للإجابة على الفرضيات، إذ وجد بأن معامل الارتباط سبيرمان المعتمد يتراوح بين 0.016 و 0.314 في حالة العلاقة الطردية بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة، ولذلك فعلاقة الارتباط هذه تتفاوت من متغير إلى آخر. و-0.047 و-0.034 في حالة العلاقة العكسية، أي بزيادة المتغير

المستقل ينخفض المتغير التابع لكن هي نسب ليست بالكبيرة. وهذا ما أكد صحة الفرضيات المتبناة الأربعة التي هي بين تكنولوجيا المعلومات والمتغيرات التابعة.

6- النتائج والتوصيات

يمكن أن نشير إلى أهم النتائج من خلال هذه الدراسة في النقاط التالية:

1- هناك علاقة ارتباط بين TIC وتخفيض التكاليف الخاصة بالشركة وكذلك هناك علاقة ارتباط وتأثير بين TIC وسرعة تنفيذ الأعمال بشكل جيد؛

2- شركات التأمين رغم الخصائص التي تميزها عن باقي المؤسسات المالية خاصة البنوك إلا أنها قطعت شوطا لا يستهان به في مجال تكنولوجيا المعلومات، لكن يبقى ذلك غير كافي بالنظر لما تفرضه البيئة في هذا المجال؛

3- هناك رؤية مستقبلية لشركات التأمين في الجزائر في ما يخص الاستثمار في البورصة الالكترونية لما يرونها من ايجابية في تحقيق الفعالية لهذه الشركات وزيادة الأرباح. لكن تبقى الرؤية الاستثمارية مرهونة بمدى وجود بورصة نشطة في الجزائر؛

4 - لا تخلو عملية تألية أعمال شركات التأمين من وجود سلبيات تتعلق بتكنولوجيا المعلومات؛

5 - يمكن القول أنه رغم وجود هياكل مادية لدى شركات التأمين تخص تكنولوجيا المعلومات، إلا أن الشيء الأساسي يبقى غير مفعّل والذي يتمثل في مدى استغلال هذه التكنولوجيات بالشكل الأنسب والأنجع؛

أما التوصيات فيمكن وضع البعض منها كما يلي:

1- ضرورة إيجاد وحدة ضمن الهيكل التنظيمي للشركة، تخص نظام المعلومات الذي يعد أساسيا في تطوير وتتبع مهام سريان المعلومات داخل وخارج المؤسسة. وذلك لا يكون إلا بالاستثمار وتخصيص مبالغ لهذا الغرض؛

2- الاستغلال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات المتاحة وبدرجة كبيرة، لأن هناك الكثير من الاستثمارات لا يكون من وراءها استفادة بل و تثقل كاهل الشركات بالتكاليف دون استغلالها، كما جاء في جواب أفراد العينة عن تكاليف تكنولوجيا المعلومات بالمقارنة مع العمل اليدوي التي كانت كبيرة؛

3- الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات كوسيلة لاتخاذ القرار وليس بوصفها أداة تساعد على التخزين والاسترجاع السريع للمعلومات؛

4- استغلال شبكة الانترنت في الأعمال الأساسية وربط الشركة ببعضها البعض وكوسيلة اتصال مع الزبون خصوصا الاعتماد على تقنية البريد الالكتروني، إضافة إلى الوقت المتاح في العمل. لأنه لوحظ أن الوقت المستغرق في العمل على الشبكة أغلب ممن يستغلون الشبكة لا يزيد عن 25% أي تقريبا لا يتجاوز الساعتين يوميا ؛

5- محاولة تفادي سلبات تكنولوجيا المعلومات والتي يكون لها الأثر الكبير على أداء الشركة بتطوير نظم المعلومات والاعتماد على البرامج المتطورة، وكذلك تفادي الاستعمال العشوائي لموظفي الشركات لتكنولوجيا المعلومات إلا في حدود الاختصاص والحاجة .

الهوامش والإحالات:

¹ -Allen F. et Gale D., "A welfare comparison of intermediaries and financial markets in Germany and the US", European Economic Review, 39, n°2, mars 1995.

² - برهان غسان سلمان، أثر نظم تكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية المتكاملة، على البنوك التجارية الأردنية من منظور القيادات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، 2000.

³ - أسامة ربيع أمين سليمان، معوقات انتشار التجارة الإلكترونية في مجال تسويق وثائق التأمين في سوق التأمين المصري، "صناعة الخدمات في الوطن العربي"، المؤتمر الدولي العشرون، كلية المنصورة، مصر، 2004.

⁴ - كاسر نصر المنصور، إدارة المخاطر واستراتيجية التأمين في ظل تكنولوجيا المعلومات، الملتقى الدولي السنوي السابع، إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، أبريل 2007، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان.

⁵ - Nacer Bernou, Mustapha Sadni-Jallab, le commerce des services financiers dans le monde : un état des lieux, GATE UMR 5824 du CNRS , université Lumière, Lyon 2, juin 2002. Site : <http://ses.telecom-paristech.fr/bourreau/cours/Article-Barbet.pdf>.

⁶ -Charles Goldfinger, nouvelle finance planétaire, site : <http://www.archipress.org/ts/goldfinger.htm>

⁷ - Sara Giardina, le contrat d'E-Finance dans les rapports Banque/ Client, mémoire DEA en droit, criminalité et sécurité des nouvelles technologies, université de Lausanne et Genève, 2003.

⁸ - Michel Badoc et autres, e-marketing de la banque et de l'assurance, 2eme édition, Edition d'Organisation, Paris, 2000, pp 116-118.

- Curien, N. et M. Gensollen, «TIC et nouvelles relations économiques, écosystèmes et coopération» in Encyclopédie de l'innovation, Mustar et Pénan, Economica, 2003.

⁹ - US Congress Office of Technology Assessment, Effects information technology on financial services systems, Washington D.C : OTA-CIT-202, September 1984, pp 106-108.

¹⁰ - Malika Aboubaker, Suzanne Rivard, courtage en ligne : l'expérience de vingt neuf compagnies d'assurance, CIRANO, Montréal, janvier 2002, pp08-11.

¹¹ - Brousseau E. et N. Curien, « Économie d'Internet, économie du numérique » in Économie de l'Internet, Revue Économique, vol. 52 (hors série), 2001.

-Brousseau E. et A. Rallet, "Technologies de l'information, organisation et performances économiques", Paris, Commissariat général du Plan, 1999.

¹² - Cette G., J. Mairesse et Y. Kocoglu, «Croissance économique et diffusion des TIC : le cas de la France sur longue période», Revue Française d'Économie, n° 3, vol. 16, 2002.

¹³ - Malika Aboubaker, Suzanne Rivard op cit, p.13.

¹⁴ - Melanie Kabla , les assurances de dommages au Québec et internet : enquête auprès des assureurs en IRID, décembre 2001, site :

www.fsa.ulaval.ca/html/fileadmin/pdf/industrielle_Alliance/Essais_memoires/Melanie_Kabla_essais.pdf.

¹⁵ - Michel Badoc et autres, op, cit, p60.

¹⁶ - الاتحاد الدولي للاتصالات (ITU).

¹⁷ - جريدة الخبر، السنة التاسعة عشر، عدد 5745، الاثنين 2009/08/31 الموافق لـ 10 رمضان

.1430