

## واقع الخدمات الإلكترونية في شركات التأمين الجزائرية-حالة شركة الكرامة للتأمينات وشركة CAAT

## The Reality of Electronic Services in Algerian Insurance Companies: The Case of Caarama Assurance and CAAT

## La réalité des services électroniques dans les compagnies d'assurance algériennes : Le cas de Caarama Assurance et CAAT

نبيلة بوفولة<sup>\*1</sup>

تاريخ الإرسال: 2025/09/19 تاريخ القبول: 2025/11/12 تاريخ النشر: 2025/12/31

## ملخص:

تهدف من خلال هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء على بعض الخدمات المقدمة عن بعد على مستوى شركات التأمين بصورة عامة وعلى مستوى شركة الكرامة للتأمينات، والشركة الجزائرية للتأمينات بصورة خاصة. اعتمدنا في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي، مع عرض حالات تطبيقية تتعلق بشركة الكرامة للتأمينات التي تمارس تأمينات الأشخاص، وشركة CAAT التي تمارس تأمينات الأضرار.

توصلنا إلى أن الخدمات المقدمة عن بعد من طرف شركة **Caarama Assurance** تقتصر على عمليات الاكتتاب الإلكتروني لعقد التأمين السفر فقط، مع إمكانية تعديل محتوياته عبر البوابة الإلكترونية. بالإضافة إلى إمكانية الدفع الإلكتروني لتسديد قسط التأمين. أما بالنسبة لشركة **CAAT** فخدماتها عن بعد تقتصر على عروض **Epach** تشمل أخطار السكن، وأخطار الكوارث الطبيعية يمكن للزبائن اكتتابها وتعديل معلوماتهم وتقديم تصريح بوقوع الضرر أيضا، بالإضافة إلى تقديم حساب تقديري لأقساط بعض خدمات التأمين. تبقى الخدمات التأمينية المقدمة عن بعد محدودة، لأنها محصورة فقط في عمليتي التسعير والاكتتاب، دون الارتقاء لمستوى تسوية المطالبات والمعاملات الإلكترونية التي يتطلع لها الزبائن.

**الكلمات المفتاحية:** خدمات عن بعد، شركات التأمين، البوابة الإلكترونية، إكتتاب إلكتروني، دفع إلكتروني.

**Abstract :**

We aim in this research paper to shed light on some remote services offered by insurance companies in general, and specifically by Caarama Assurance and the Algerian Insurance Company (CAAT).

We adopted the descriptive-analytical approach, presenting practical case studies related to Caarama Assurance, which operates in personal insurance, and CAAT, which operates in property insurance.

We found that the remote services provided by Caarama Assurance are limited to the electronic subscription of travel insurance contracts only, with the possibility of modifying their contents via an electronic portal. Additionally, electronic payment is available for paying the insurance premium. As for CAAT, its remote services are limited to Epach offers, which include

\*المؤلف المراسل

<sup>1</sup> Nabila Boufoula , University Abdelhamid Mehri Constantine 2 , Research Laboratory in Marketing Studies: Algeria, e-mail: nabila.boufoula@univ-constantine2.dz

home risks and natural disaster risks; customers can subscribe to these, update their information, and submit damage claims, as well as obtain an estimated price for some insurance products, The remotely delivered insurance services remain limited, as they are confined only to pricing and underwriting processes, without reaching the level of claims settlement and electronic transactions that customers look forward to

**Keywords:** Remote services, insurance companies, electronic portal, electronic subscription, electronic payment

## مقدمة

شهد قطاع التأمين في الجزائر في السنوات الأخيرة تحولات بارزة نتيجة تسارع وتيرة الرقمنة وتبني الخدمات الإلكترونية سعياً لمواكبة التطورات العالمية، والاستجابة لتطلعات الزبائن في الحصول على خدمات تأمينية عن بعد. تكون عصرية وفعالة ورغم هذه الجهود، يواجه تطبيق الخدمات الإلكترونية عن بعد، على مستوى معظم شركات التأمين الجزائرية العديد من التحديات، منها ما يرتبط بالبنية التحتية الرقمية، ومنها ما يتعلق بالكفاءات البشرية، والتشريعات المنظمة لقطاع التأمين. وهذا ما أثر على جودة الخدمات ومستويات رضا الزبائن.

فأهمية هذه الدراسة تأتي من حاجتنا إلى فهم وتحليل واقع الخدمات التأمينية المقدمة عن بعد، واستكشاف مدى قدرة شركات التأمين الجزائرية على تبني حلول رقمية متكاملة وفعالة لخدمة زبائنهم وتعزيز تنافسيتهم. كما تسعى الدراسة لتشخيص العراقيل التي تحد من تطوير هذه الخدمات، وتقتترح الحلول المناسبة في ضوء تجارب شركات رائدة مثل شركتي الكرامة وCAAT.

وبناء على كل ما سبق نطرح التساؤل الرئيسي التالي :

-ما هو واقع الخدمات المقدمة عن بعد على مستوى شركات التأمين الجزائرية؟

- **الفرضية:** للإجابة على التساؤل المطروح نستعين بالفرضية التالية:
  - إن خدمات التأمين المقدمة عن بعد في شركات التأمين الجزائرية محدودة، تقتصر فقط على عمليتي التسعير والاكتتاب.
- الأسئلة الفرعية:** اعتمدنا على الأسئلة التالية:

- ما هي أهم الخدمات التأمينية المقدمة عن بعد في شركات التأمين الجزائرية؟
- ما هي العراقيل التي تحد من تطوير خدمات التأمين المقدمة عن بعد؟

- ما هي العمليات والإجراءات المؤتمتة المتاحة على مستوى كل من شركة الكرامة وشركة CAAT ؟

● **أهمية البحث:** تكمن في كونه يوفر تصورا شاملا عن واقع الخدمات الإلكترونية المقدمة عن بعد في شركات التأمين الجزائرية، وهو ما يساعد على:

- الكشف عن مدى جاهزية قطاع التأمين للتحويل الرقمي، وتأثير ذلك على جودة الخدمات ورضا الزبائن.
- دعم المستويات الادارية في شركات التأمين لفهم مختلف العراقيل التقنية والتنظيمية التي تواجه الخدمات الإلكترونية، وهذا يساعد في تقديم المقترحات المناسبة لتعزيز الأداء وتحسين تنافسيتها.
- تعزيز عملية تطوير الخدمات الإلكترونية التي تساهم في تحقيق السرعة والمرونة، مما يعود بالنفع على المجتمع والاقتصاد على حد سواء.

● **أهداف البحث:** نسعى من خلال هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

- إبراز الممارسات الإلكترونية المطبقة على مستوى شركات التأمين، التي تراعي خصوصيتها ووظائفها.
- التطرق إلى التطبيقات الإلكترونية السائدة في شركات التأمين على المستوى الداخلي والخارجي.
- تسليط الضوء على تجربة شركة الكرامة للتأمينات لتقديم خدمات الكترونية، في مجال تأمينات الأشخاص
- عرض تجربة الشركة الجزائرية للتأمينات في تقديم خدمات الكترونية أيضا، لكن في مجال تأمينات الأضرار.

● **منهجية البحث:** اعتمدنا في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي لتوضيح مفاهيم الإدارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية ووصف وتحليل الخدمات الإلكترونية في شركات التأمين، مدعمين ذلك بمنهج دراسة الحالة بالتركيز على شركتي الكرامة للتأمينات وCAAT كنماذج تطبيقية.

واعتمدنا على بعض الدراسات السابقة التي نلخصها كما يلي:

- دراسة لعراس آمنه بعنوان **واقع استخدام الإدارة الالكترونية في شركات التأمين الجزائرية -دراسة تطبيقية لنظام الكتروني متكامل لشركة CAAR** ، منشور في مجلة دفاتر اقتصادية العدد 1 لسنة 2019. توصلت الباحثة الى أن الإدارة الالكترونية لشركة CAAR تتميز بالنقص حيث لا تزال في بدايتها. تقتصر فقط على أنظمة التسيير الالكتروني على المستوى الداخلي فقط.

- دراسة لمسعودة عمارة وراضية عباس بعنوان **رقمنة خدمات التأمين -شركات التأمين الجزائرية نموذجاً منشورة في مجلة الاكاديمية للباحث القانوني العدد2 لسنة 2022**. الباحثان قدمتا تشخيص لقطاع التأمين وتوصلتا إلى

أن غياب الأطر التشريعية التي تنظم المعاملات الإلكترونية في مجال التأمين، وعدم تفعيل تقنية التوقيع الإلكتروني بالإضافة إلى ضعف الخبرات التكنولوجية للموارد البشرية، كلها عراقيل ساهمت في تفاقم الفجوة الرقمية لهذا القطاع.

## 1- أساسيات عن الإدارة الإلكترونية:

ظهرت الإدارة الإلكترونية نتيجة التطور السريع في أنظمة المعلومات والاتصالات، وانتشار استخدام الانترنت ومختلف الشبكات. وقد حمل هذا المفهوم تغييرات جذرية في المجتمعات والصناعات وبيئة الأعمال، بابتكار نماذج أعمال حديثة.

### 1-1 مفهوم الإدارة الإلكترونية:

يرى بعض خبراء المعلوماتية بأنها اختصار للأعمال الإلكترونية، فهي تعني إدارة وتوجيه الأعمال الإلكترونية. إلا أن هذا يضع حدود لمجالات عمل الإدارة الإلكترونية، ويفصلها بصورة غير مباشرة عن الحكومة الإلكترونية، الذي يعبر عادة هذا المصطلح عن الادارة الإلكترونية في المؤسسات العامة.

■ عرفت الإدارة الإلكترونية " بأنها استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتقنيات الحديثة لتنفيذ الأعمال الإدارية وتقديم الخدمات الكترونيا. مما يؤدي إلى زيادة جودة الأداء وسرعة التنفيذ وخفض التكلفة. وتطوير التنظيم الاداري بتبسيط الاجراءات لاتخاذ القرارات المبنية على معلومات دقيقة ومباشرة." (زرزار، 2013، صفحة 30)

■ كما عرفت الادارة الإلكترونية "بأنها انجاز المعاملات الادارية وتقديم الخدمات العامة عبر شبكة الانترنت والانترانت، دون أن يضطر الزبائن للانتقال إلى الإدارات شخصا لإنجاز معاملاتهم، مع ما يترافق من اهدار للوقت والجهد والطاقات". (خماسية، 2013، صفحة 78)

فالإدارة الإلكترونية تجسد قدرة المؤسسات على انجاز مختلف الوظائف الادارية التي تتم داخلها، كالتنظيم والرقابة والانتاج باستخدام تكنولوجيا المعلومات، بالإضافة إلى ربط مباشر ومتواصل للمؤسسات بمختلف مورديها وزبائنها ومختلف الأطراف المؤثرة التي تتواجد في بيئتها الخارجية عبر مختلف تقنيات الاتصال الحديثة.

## 1-2 مزايا الإدارة الإلكترونية: تتمتع الإدارة الإلكترونية بمجموعة من المزايا التي نوضحها فيما يلي:

- ✓ تستخدم فيها أنظمة الأرشيف الإلكتروني والبريد الإلكتروني، والمفكرات الإلكترونية والرسائل الصوتية، ونظم تطبيقات المتابعة الآلية، والتوقيع الإلكتروني، فهي بالتحصيل تعتبر إدارة بلا أوراق. (خماسية، 2013، صفحة 79)
- ✓ إدارة بلا قيود مكانية، لأنها تؤدي عن بعد عبر العديد من تقنيات الاتصال الحديثة كالإنترنت والاكسترنات، كما تعتمد على بعض الوسائط والأدوات الإلكترونية كالهاتف المحمول أو الحاسوب.
- ✓ إدارة بلا قيود زمنية، حيث توفر الإدارة الإلكترونية امكانية التشبيك الفائق، والتفاعل الآني 7 أيام / 7 أيام، و24 ساعة على 24 ساعة، بتكلفة محدودة وبسرعة فائقة تتيح امكانية العمل عن بعد وفي أي وقت. (نجم، 2008، صفحة 159)

تقوم الإدارة الإلكترونية على مفهوم جديد ومتطور يتعدى المفهوم الحديث -اتصل ولا تنتقل- وينقله خطوة إلى الأمام بحيث يصبح- أدخل على الخط ولا تدخل في الخط-. (خماسية، 2013، صفحة 78)

**1-3 أهمية الإدارة الإلكترونية:**

تتجلى في القدرة على مواكبة التطور النوعي والكمي الهائل، في مجال تطبيق تقنيات ونظم المعلومات وما يرافقها. فهي تمثل استجابة لتحديات القرن الواحد والعشرين، التي تضم العولمة والفضاء الرقمي واقتصاديات المعلومات والمعرفة، وثورة الانترنت وشبكة المعلومات العالمية. (ياسين، 2009، صفحة 16)

إن الإدارة الإلكترونية القائمة على الانترنت وشبكات الأعمال، تصبح أكثر مشاركة بين الأفراد بفضل قواعد ومستودعات البيانات المتاحة للجميع، وهذا يسمح بإزالة الفجوات التنظيمية بين الإدارة في الأعلى والعاملين التي نجدها عادة في أنماط الإدارة التقليدية. (نجم، 2008، صفحة 153)

كما أن تكنولوجيا المعلومات استطاعت خلق اقتصاد للمعلومات، يختلف عن الاقتصاد الصناعي المتطور. وهذا ما سمح بظهور مجتمع المعلومات. أصبحت فيه عمليات معالجة البيانات وإنتاج المعلومات يشكل حيزا كبيرا واستطاعت الثورة المعلوماتية وما رافقتها من تكنولوجيات حديثة للاتصالات إلغاء الزمان والمكان، فالأصل أصبح آنيا وفوريا وخلق بيئة جديدة في مجال الاتصالات والعلاقات الانسانية التفاعلية، مما أدى إلى تطوير وتوسيع الأعمال الإلكترونية. (ياسين، 2009، صفحة 17)

لكن لا بد من التمييز بين الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الافتراضية والإلكترونية المجردة، التي تستخدم الانترنت ومنتجاتها الرقمية كقدرة جوهرية على إنشاء القيمة في العمل -الإنتاج والتوزيع والإدارة-. وبين الإدارة الإلكترونية في المؤسسات -المادية والرقمية- التي تستخدم الانترنت كوسيلة لتعزيز الإدارة من خلال الخصائص المميزة للإنترنت. فالشكل الأول للمؤسسات تكون الإدارة التقليدية عبئا ثقيلا وسببا في اتلاف القيمة وإعاقة تدفقها، أما في الشكل الثاني

للمؤسسات، فتعتبر مصدر لتكامل الأبعاد المادية من خلال الإدارة التقليدية والرقمية من خلال الإدارة الإلكترونية. (نجم، 2008، الصفحات 158-159).

## 2- أساسيات عن الأعمال الإلكترونية:

إن التطور التكنولوجي في مختلف النظم والاتصالات، فرض على المؤسسات مبادئ جديدة في مقدمتها ضرورة الانتقال من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية، فالكثير من المؤسسات اليوم تستخدم الانترنت ومختلف الشبكات لإدارة مختلف العمليات الداخلية، وتستخدمها أيضا في إدارة ومتابعة علاقاتها بزبائنها ومورديها ومختلف الأطراف الخارجية التي تتعامل معها.

### 1-2 مفهوم الأعمال الإلكترونية

إن مصطلح الأعمال الإلكترونية استخدم من طرف شركة IBM لأول مرة سنة 1997، وذلك في إطار سعيها المكثف لتمييز أنشطة الأعمال الإلكترونية عن التجارة الإلكترونية، وقد عرفتها بأنها "مدخل متكامل ومرن لتوزيع قيمة الأعمال المميزة، من خلال ربط النظم بالعمليات التي تنفذ من خلالها أنشطة الأعمال الجوهرية، بطريقة مبسطة ومرنة باستخدام تكنولوجيا الانترنت. (ياسين، 2009، صفحة 10)

فالأعمال الإلكترونية هي استخدام تقنيات العمل بالإنترنت ومختلف الشبكات، لتطوير الأنشطة الحالية كربط نظم الأعمال الجوهرية مباشرة مع مختلف الأطراف المستفيدة كالعاملين، الزبائن، الموردين وغيرهم. أو خلق أعمال افتراضية جديدة.

فإنجاز الأعمال التجارية عبر وسائط الكترونية ليس أمرا جديدا. حيث مارست أسواق المال وشركات الطيران والبنوك الكثير من هذه الأنشطة، وانتقلت المواقع الإلكترونية من مرحلة الاعلانات إلى مرحلة البيع، باختيار البضائع وارسالها للمشتري. وقد ساعدت تقنيات الاتصالات كالإنترنت تطوير الأعمال الإلكترونية بين الشركات لتنتقل إلى الصفقات التجارية بتفاصيلها وأعمالها الإدارية، كفواتير الشحن، العقود، أوامر التحويل البنكي، وثائق التأمين الإلكترونية وغيرها. (قنديلجي، 2015، صفحة 70).

2-2 أمثلة لبعض الأعمال الإلكترونية: تمثل الأعمال الإلكترونية مختلف الأنشطة التي تؤدي عبر وسائط الكترونية. قد تكون من المؤسسة إلى المستهلك قد تكون من المؤسسة إلى مؤسسة أخرى، كما قد تكون من المؤسسة إلى أطراف أخرى كالمجهزين والوسطاء... إلخ. وهذا ما يجعلنا نقسمها إلى أعمال تجارية، وأعمال غير تجارية، وقد تأخذ أشكالا متنوعة نذكر منها ما يلي:

## 2-2-1 التجارة الإلكترونية:

تعتبر جزء من الأعمال الإلكترونية التي تعبر عن استخدام الحاسوب، وتكنولوجيا الاتصالات في تبادل السلع والخدمات والمعلومات، ويتم من خلالها الربط الفاعل بين البائعين والمشتريين لتبادل المنتجات والمعلومات وتحويل الأموال. (قنديلجي، 2015، صفحة 69)

## 2-2-2 التسويق الإلكتروني:

يمثل إدارة التفاعل بين المؤسسة والمستهلك ضمن البيئة الافتراضية، لتحقيق التبادل المشترك لمختلف المنافع. فالبيئة الافتراضية للتسويق الإلكتروني، لا تركز فقط على عمليات البيع والشراء، وإنما على تطبيق وتنفيذ الأدوات التسويقية الإلكترونية. كما تركز على إدارة العلاقات بين المؤسسة والمستهلك من جهة، والتكيف البيئي سواء في البيئة الداخلية أو الخارجية من جهة أخرى. (احمد عزام، سعيد الشيخ، و حسونة، 2025، صفحة 440)

كما يمثل عملية عرض وتسويق لخدمات المؤسسة ومنتجاتها عبر شبكة الانترنت، وهو من أبرز أنشطة التجارة الإلكترونية. تسعى من خلاله المؤسسة إلى تسهيل تبادل وانسياب منتجاتها إلى المستهلك، باستخدام أدوات فعالة كمحركات البحث، الرسائل الإلكترونية، الاعلانات والدعاية التفاعلية. (قنديلجي، 2015، صفحة 133)

## 2-2-3 البنوك الإلكترونية:

تسمى كذلك بنوك الإنترنت. ظهرت في مطلع التسعينات، كمفهوم للخدمات المالية التي تقدم عن بعد، بالسماح للزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم ذات العلاقة بالبنك من المنزل أو المكتب. وفي أي وقت يريدونه. (حسن يوسف، 2012، صفحة 272)

انتقلت فكرة الخدمة المالية عن بعد، من ضرورة وجود برمجيات مناسبة داخل كمبيوتر الزبون، يزودها به البنك مجاناً أو لقاء رسوم مالية، حتى يتمكن من تنفيذ عمليات معينة عن بعد. ليتطور مفهوم الخدمات المالية على الخط بوجود بنك على الشبكة، يحتوي موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية. (قنديلجي، 2015، صفحة 174)

وهذا ما سمح بتطوير العمل المصرفي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات الزبائن، إلى تقديم الاستشارات المالية ومختلف الخدمات البنكية الحديثة.

## 2-3 عناصر الأعمال الإلكترونية:

لإنجاز مختلف الأعمال الإلكترونية تحتاج المؤسسات إلى أداء الكثير من المهام بأسرع وقت وبأقل التكاليف وهذا باستخدام الحواسيب واعتماد نظم معلوماتية، كالبرامج والتطبيقات التي تساعد في اتخاذ القرارات، بالإضافة إلى

الاستعانة بشبكات الإنترنت والإنترنت والإكسترنات. وفي قلب كل ذلك نجد الأفراد الذين يشكلون البنية البشرية التي تصنع المعرفة.

**2-3-1 العتاد:** يمثل المكونات المادية كالحواسيب والآلات الحديثة كالهواتف المحمولة، ومختلف ملحقاتها وأنظمتها.

**2-3-2 البرامج:** تمثل مختلف أنظمة المعلومات والتطبيقات التي تعتمد عليها المؤسسة، كبرامج البريد الإلكتروني وبعض التطبيقات الخاصة على مستوى الحواسيب أو الهواتف الذكية، حزم البرامج المالية، برامج إدارة المشروعات، برامج إدارة علاقات بالزبائن، برامج إدارة المخزون وغيرها.

**2-3-3 الشبكات:** تمثل وصلات إلكترونية تشمل ما يلي:

- **الإنترنت:** تسمى كذلك شبكة المعلومات الدولية، ظهرت سنة 1969 في الولايات المتحدة الأمريكية واستخدمت لأغراض عسكرية لأول مرة، ثم انتقل استخدامها إلى مراكز البحث والجامعات. (حسن يوسف، 2012، الصفحات 237-238)

تضم عددا كبيرا من شبكات المعلومات المحوسبة الموزعة على مستويات مختلفة محلية وإقليمية وعالمية، ويمكن لأي حاسوب أو نظام محسوب مزود بالمعدات المناسبة، الاتصال مع أي حاسوب أو نظام محسوب في أي مكان من العالم وتبادل المعلومات المتوفرة معه مهما كان حجمها. (قنديلجي، 2015، صفحة 61)

يطلق على شبكة الإنترنت تسميات عديدة كالشبكة العالمية، أو الشبكة العنكبوتية العالمية، أو الطريق الإلكتروني السريع للمعلومات. توفر للمستخدمين العديد من الخدمات كتصفح البريد الإلكتروني، الدخول إلى ملفات التواصل الاجتماعي الوصول إلى آلاف قواعد البيانات، تحويل الأموال، وغيرها من الاستخدامات. (قنديلجي، 2015، صفحة 62)

- **الإنترانت:** تسمى بالويب الداخلي، وهي عبارة عن شبكة مصممة لخدمة الحاجة إلى المعلومات داخل المؤسسة. باستخدام مفاهيم وأدوات الويب للتصفح السريع وغير المكلف. وهي شبكة اتصالات يستطيع العاملون في المؤسسة من خلالها الاضطلاع على القرارات والخطط، الاستفسار وطلب المعلومات واسترجاع البيانات من قواعد البيانات. مما يمكنها من العمل كوحدة واحدة. (نجم، 2008، صفحة 42)

- **الإكسترنات:** تمثل شبكة المؤسسة الخارجية، تصمم لتلبية الحاجة للمعلومات من أطراف خارجية كالمجهزين، العملاء مجموعة من المؤثرين، حملة الأسهم. كما تصمم لتلبية حاجة الجمهور إلى المعلومات، وحاجة المنظمات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال. تقوم على نظام التبادل الإلكتروني للبيانات للاتصال بالعالم الخارجي. (ياسين، 2009، صفحة 23)

إن التحول نحو الحواسيب والبرمجيات والتطبيقات الإلكترونية ومختلف الشبكات، لمعالجة البيانات وادخال وتحليل المعلومات. أمر مهم في التعامل مع الكثير من الأنشطة التي تقوم بها المؤسسة الاقتصادية في بيئتها الداخلية والخارجية. وتعتبر الإنترنت والإنترنت والإكسترنات بمثابة البنية الشبكية لتشكيل قاعدة للأعمال الإلكترونية.

### 3- شركات التأمين والخدمات الإلكترونية:

إن التطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، قدمت للمؤسسة فرصاً مهمة لتطوير أعمالها حتى تتمكن من البقاء في ظل كل التغيرات الجديدة. وإذا كانت العديد من المؤسسات قد حققت نتائج ملموسة في استخدام مختلف التقنيات الحديثة كشركات النقل الجوي، البنوك وغيرها. تسعى شركات التأمين لمواكبة تلك التطورات بتبني تغيرات جوهرية على أساليب أداء أنشطتها، بالاستعانة بقواعد البيانات لمتابعة زبائنها والإنترنت ومختلف الشبكات لاكتساب العقود وتسوية الأضرار. إلا أن تجسيد بعض الأعمال الإلكترونية على مستوى شركات التأمين، يجب أن يراعي بعض الخصائص التي تميزها مقارنة بمؤسسات أخرى.

### 3-1 مميزات شركات التأمين:

تعتبر شركات التأمين مؤسسات تمارس دوراً مزدوجاً، فهي مؤسسة تقدم خدمة التأمين لمن يطلبها حيث تتعهد للمؤمن لهم بالتعويض عن الخسائر التي قد تحدث في تاريخ لاحق، مقابل استيفاء أقساط معينة وموثقة بعقد أو وثيقة التأمين. وتعتبر كوسيط مالي يتلقى الأموال في شكل أقساط ويعيد استثمارها مقابل عوائد. كما تنفرد شركات التأمين ببعض الخصائص بحكم طبيعة العمليات التأمينية التي تختلف عن غيرها من العمليات الاقتصادية لمؤسسات الأعمال الأخرى، ونذكر البعض من هذه الخصائص فيما يلي:

**3-1-1 انعكاس الدورة الإنتاجية:** تتميز شركات التأمين بدورة إنتاجية عكسية مقارنة بباقي المؤسسات، فالمتعارف عليه أن ثمن الشراء يُسدد بعد الحصول على المنتج، إلا أن العملية مغايرة تماماً لما قد يحدث في شركات التأمين حيث يتم تحصيل الأقساط قبل تقديم خدمات التأمين في شكل تعويضات عن الخسائر المحققة. (Tosetti, Behar, Fromenteau, & Menart, 2002, p. 25)

فشركة التأمين تقدم وعداً بالتعويض قبل أن تحدد قيمة الالتزامات التي تقع عليها مستقبلاً. فالقسط يُدفع قبل وقوع الخطر المؤمن ضده، وخلال الوقت الذي يفصل بين التحصيلات والتعويضات تتمكن الشركة من تكوين احتياطات ومخصصات لمواجهة التزاماتها المحتملة. (Harrari, Jaworski, & Graussail, 1976, p. 65)

**3-1-2 اختلاف الميزانية المحاسبية:** إن نشاط المؤسسات الاقتصادية يقتضي تواجد جانب من الأصول في شكل استثمارات، مخزون... إلخ، وجانب من الخصوم يوضح فيه عملية تمويل جانب الأصول. وبإمكاننا قراءة الميزانية من اليمين إلى اليسار، إلا أن نشاط شركات التأمين يقودها إلى جانب فعلي من الخصوم في شكل التزامات اتجاه المؤمن لهم، في حين نجد أن جانب الأصول يوضح طريقة توظيف الأقساط المجمعة للوفاء بكل الالتزامات. (Tosetti, Behar, Fromenteau, & Menart, 2002, p. 26)

فنشاط شركات التأمين يركز بشكل كبير على جانب الخصوم، ويمكننا قراءة الميزانية من اليسار إلى اليمين ومعرفة كيف تم توظيف جانب الخصوم (Harrari, Jaworski, & Graussail, 1976, p. 65).

بشكل عام فإن المؤسسات الاقتصادية تتميز بأن أعباءها تكون معروفة ورقم أعمالها يكون بصورة تقديرية، على عكس شركات التأمين التي يكون رقم أعمالها معروف مسبقاً، أما أعباؤها المتمثلة في التعويضات، لا يتم حصرها إلا بعد تحصيل الأقساط ووقوع الخسائر.

**3-1-3 العملية التأمينية عملية فنية في كافة مراحلها:** تعتمد شركات التأمين على خبرات خاصة خلال مختلف المراحل التي تمر بها عملية التأمين. فخلال مرحلة الدعاية والترويج تكمن الصعوبة في تسويق خدمة آجلة، لذا فالأمر يستلزم وجود خبرات متخصصة في الإعلان عنها. وفي مرحلة التسعير يحتاج الأمر إلى وجود خبراء إكتواريين يتخصصون في الدراسات الرياضية التي تعتمد على التنبؤات والتقدير السليم للأسعار التي تناسب تلك الخدمة. وفي مرحلة تسوية الخسائر نجد أن الأمر يستدعي وجود فنيين متخصصين في تقدير حجم الخسائر، مما يساعد على التحديد الدقيق لمقدار التعويض المناسب للخسائر المحققة، وبناءً على ذلك نجد أنه في كل خطوة من خطوات العملية التأمينية يحتاج الأمر إلى خبرات غير عادية لأدائها وإتمامها. (البلقيني و واصف، 2004، صفحة 161)

### 3-2 الخدمات الإلكترونية لشركات التأمين:

تواجه شركات التأمين التقليدية تهديداً يتمثل في حاجتها إلى التكيف مع الفرص الجديدة التي توفرها الأعمال الإلكترونية. وهذا يتطلب منها استثمارات كبيرة في التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصالات، كما يستدعي منها تغيير في نماذج الأعمال السائدة.

### 3-2-1 متطلبات الخدمات الإلكترونية في شركات التأمين: إن تقديم مختلف الخدمات الإلكترونية يستدعي ما يلي:

➤ **البنية التقنية:** للقيام بمختلف الأعمال الإلكترونية تحتاج شركة التأمين إلى بنية تقنية عالية، انطلاقاً من العتاد ومختلف البرامج والتطبيقات، ووصولاً إلى مختلف نظم المعلومات والاتصالات. بالإضافة إلى ربطها بشبكات الإنترنت والإنترانت. لضمان الدخول السلس والآمن لقواعد البيانات، وكذلك ضمان جودة الاتصالات على المستوى الداخلي والخارجي.

➤ **كفاءة الأداء:** يستدعي ذلك الاستجابة لمتطلبات الموظفين في قسم الانتاج أو قسم التعويضات أو القسم التسويقي. بتأهيلهم وتدريبهم لتحسين مهاراتهم ورفع كفاءتهم.

➤ **التأطير القانوني:** نلاحظ غياب التشريعات المنظمة لخدمات التأمين المقدمة عن بعد، أو تلك التي تتعلق بمختلف الأنشطة الرقمية التي يمكن ان تمارسها شركات التأمين في الجزائر. وهذا يشكل عائقاً أمام تطور مثل هذه المعاملات الإلكترونية مستقبلاً.

**3-2-2 أنواع الأعمال الإلكترونية لشركات التأمين:** ظهرت بعض الأنشطة الإلكترونية على المستوى الداخلي والخارجي لشركات التأمين، نتناولها من خلال ما يلي:

➤ **أتمتة بعض العمليات الادارية:** على المستوى الداخلي لجأت شركات التأمين إلى الاستعانة بقواعد ومستودعات البيانات، التي تضم سجلات خاصة بزبائنها تضم الكثير من المعلومات، وهذا لتحسين متابعة عقود زبائنها. كما قامت باعتماد شبكات داخلية خاصة -Intranet- سهلت عملية الاتصال وتبادل المعلومات بين الموظفين، كما أصبح بإمكانهم الحصول على الملفات من مراكز مختلفة على الشبكة. كما سهلت الشبكة الداخلية عملية التواصل مع وكلائها الذين يتواجدون في مواقع جغرافية متعددة، وسهلت عملية الرقابة الداخلية.

➤ **تسعير وثائق التأمين:** لتحديد الأقساط المناسبة لمختلف الخدمات التأمينية التي تقدمها شركات التأمين، أصبح الأمر يتم بسرعة ودقة عالية، وهذا بفضل البرامج وأنظمة المعلومات التي استخدمتها الشركة، مما ساعدها في تحسين أداء موظفيها من جهة وارضاء زبائنها من جهة أخرى، وهذا يتم من خلال توفير محاكاة لأسعار بعض خدماتها المقدمة عبر مواقعها عبر شبكة الانترنت.

➤ **نشاط الاكتتاب:** قامت شركات التأمين باختيار وثائق التأمين لعرضها على الاكتتاب مباشرة عبر الإنترنت. فليس كل وثائق التأمين مناسبة لذلك. فكلما كانت وثيقة التأمين أكثر تعقيدا وذات قسط كبير، فإن المؤمن له يحتاج إلى ارشادات أكثر، هذا ما يجعلها أقل ملائمة لطرحها للاكتتاب المباشر عبر الإنترنت. فمثلا من السهل طرح وثائق التأمين على السيارات، ووثائق تأمين المنازل، ووثائق تأمين السفر. بينما من الصعب طرح وثيقة التأمين الأخطار الصناعية الكبرى، التأمين لحالة الوفاة وغيرها من وثائق التأمينات.

➤ **تسوية المطالبات:** يمكن لشركات التأمين استخدام الإنترنت لتسوية المطالبات. فعملية ادخال المعلومات الخاصة بتسوية الأضرار أصبحت تتم عبر شبكة الانترنت، وباستخدام الصور الرقمية. كما أن التطورات التقنية مكنت الزبائن من متابعة تقدم تسوية مطالباتهم، والحصول على معلومات عبر الإنترنت. (محمود، 2012، صفحة 134)

يمكن حتى دفع التعويضات الكترونيا، ومن أمثلة ذلك قيام إحدى الشركات اليابانية بطلب مساعدة من مجموعة متخصصة، لاستخدام كاميرات رقمية لرفع كفاءة تسوية مطالبات حوادث السيارات، فأرادت الشركة الموجودة في طوكيو تقليل الوقت المستغرق لتحريض وارسال الفيلم، كما أنهم لم يرغبوا بتعريض الصور الرقمية للعبث والاحتيال وكان الحل بوضع علامة مائية غير ظاهرة، تبين أي جزء تم تعديله على الصورة، إذا كانت هناك أي محاولة لذلك. (محمود، 2012، صفحة 134)

➤ **تسويق خدماتها:** وفرت التطورات التكنولوجية والانترنت بشكل خاص، عدة حلول أمام شركات التأمين لتسويق وعرض خدماتها، وجلب أكبر عدد ممكن من الزبائن، وقد سارعت العديد من شركات التأمين إلى انشاء مواقع الكترونية لها، استخدمت للقيام بالعديد من الأنشطة الإلكترونية نوضحها كما يلي: (قنديلجي، 2015، صفحة 182)

✓ **الموقع المعلوماتي:** هو المستوى الأساسي للنشاط الإلكتروني عبر شبكة الانترنت، تقدم من خلاله شركة التأمين معلومات عن برامجها وعروضها وخدماتها وأنشطتها.

✓ **الموقع التفاعلي:** الذي يوفر نوع من الاتصال بين شركة التأمين وزبائنها، كالبريد الإلكتروني، تعبئة طلبات ونماذج على الخط المباشر-online- تعديل بعض القيود والمعلومات وما شابه ذلك.

✓ **الموقع التبادلي:** عند هذا المستوى نقول أن شركة التأمين تمارس أنشطتها في بيئة الكترونية، حيث بإمكان الزبون الوصول إلى حساباتها، إجراء دفعات نقدية.

**3-2-3 مزاي الخدمات الإلكترونية لشركات التأمين:** إن نماذج الأعمال الإلكترونية وفرت العديد من المزايا أمام شركات التأمين، وهذا ما يدفعها إلى توسيعها مستقبلا، نذكر منها ما يلي:

- حققت الأعمال الإلكترونية تحسينات كبيرة لفائدة شركات التأمين في التوزيع والإدارة وتسوية المطالبات، فالتوزيع يشكل 26% من قيمة الأقساط عبر الشبكة، مما ساهم في تخفيض تكاليف التوزيع. كما أن استخدام الأعمال الإلكترونية في أتمتة العمليات وذلك 15% من الأقساط وتكاليف تسوية التعويضات، أدى إلى تخفيض في التكاليف الإدارية في حدود 9% إلى 12%. كما أن التقنيات الحديثة للمعلومات مكنت من تحليل أفضل للبيانات، وهذا ما انعكس على اختيار جيد للأخطار المغطاة. (محمود، 2012، صفحة 133)

- بفضل الخدمات الإلكترونية أصبح من السهل على شركات التأمين تأسيس اتصال مباشر مع الزبائن، يساعدها على الاستجابة لانشغالهم، بتقديم معلومات واستشارات، وتقديم عروضها بأسعار مناسبة. والتواصل مع شركات تأمين عبر أنحاء مختلفة من العالم، للتنسيق معها فيما يتعلق بعمليات إعادة التأمين.

- ساهمت الأعمال الإلكترونية في تحسين الخدمات التي تقدمها شركات التأمين، من خلال التغذية العكسية لزبائنها، كما أن الاستجابة للزبائن أصبحت تتميز بسرعة ومرونة كبيرتين.

- إن التطور التقني سمح لشركات التأمين من تحليل جيد للأخطار المعروضة عليها، كما ساعدها على التسعير الجيد والمناسب لها، وهذا قلص الجهد والوقت الذي كانت توظفه شركات التأمين في السابق.

- أصبح بإمكان الوسطاء استخدام حلول الأعمال الإلكترونية لتلبية احتياجات عدد كبير من الزبائن في آن معا، ثم تقديم كل البيانات إلى شركات التأمين في ظرف قياسي بفضل شبكة الاتصالات.

- أضفت الأعمال الإلكترونية الكثير من الشفافية على المهام والأنشطة التي تقوم بها شركات التأمين، وهذا ساعدها في بناء الثقة المتبادلة مع زبائنها أو وكلائها أو موظفيها.

#### 4- الخدمات الإلكترونية لبعض شركات التأمين الجزائرية:

تبنت الجزائر جملة من الإصلاحات التي تخص قطاع التأمين، تجسدت بدايتها في إصدار القانون 07-95 في جانفي 1995، الذي حمل العديد من التغييرات التي مست السوق الجزائرية للتأمينات. كان أهمها فتحها أمام المنافسة بسماع دخول شركات التأمين الخاصة والأجنبية. مع الغاء احتكار الدولة واقتصار دورها على التنظيم والمراقبة. ثم جاء بعدها القانون رقم 04-06 المعدل والمتمم للقانون السابق الصادر في فيفري 2006، والذي حمل إصلاحات عديدة أهمها الفصل الكلي بين نشاطي تأمينات الأضرار وتأمينات الأشخاص.

ولتعزيز تنافسية هذا القطاع أمام التغيرات العالمية، سارعت العديد من شركات التأمين إلى تبني المعاملات الالكترونية من خلال تقديم خدمات التأمين عن بعد. بالاستعانة بمواقعها عبر شبكة الإنترنت. لكن الملاحظ هو التفاوت الكبير فيما بين هذه المواقع. فنجد أن غالبية شركات التأمين تعتبر موقعها عبر شبكة الانترنت موقع معلوماتي، تقدم من خلاله معلومات عن أنشطتها وخدماتها، ووكالاتها فقط على غرار شركات TALA، GAM.

وهناك شركات تأمين تعتبر مواقعها عبر شبكة الانترنت موقع تفاعلي، من خلال تقديم بعض الخدمات كالإجابة الفورية لبعض الإشغالات، وتقديم محاكاة لأسعار بعض الخدمات التأمينية تسمح للزبون بمعرفة تقديرات أولية لسعر الخدمة دون تنقله لمقر الشركة، غير أن الأمر يقتصر على شريحة بسيطة من الخدمات كالتأمين على الكوارث الطبيعية، التأمين على الأخطار المتعددة المهنية والسكنية. كما تسمح بالاكتمال الالكتروني لعقد التأمين، والدفع عبر بطاقة CIB كما هو الحال في شركات CAAR، CAAT، SAA.

في حين نجد أن بعض شركات التأمين طورت من تطبيقات يمكن تحميلها عبر الهاتف، توفر خدمات شخصية تلبي حاجات الزبائن على غرار شركات ALLIANCE و AXA.

في إطار سعيها لتوضيح واقع خدمات التأمين المقدمة عن بعد. وقع اختيارنا على شركة تأمين الكرامة للتأمينات باعتبارها فرع لشركة CAAR الذي يختص فقط بتقديم منتجات تأمينات الأشخاص. وكذا شركة CAAT باعتبارها شركة وطنية رائدة على مستوى السوق الجزائرية للتأمينات تختص بتقديم منتجات تأمينات الأضرار.

#### 4-1 شركة الكرامة للتأمينات:

تعتبر شركة الكرامة من شركات التأمين الرائدة التي تقدم خدماتها الكترونيا، بالتركيز على نشاطي الاكتتاب والدفع الالكترونيين. في انتظار توسعة ذلك ليشمل نشاط التعويضات.

#### 4-1-1 تقديم لشركة الكرامة للتأمينات:

تعتبر شركة الكرامة للتأمينات - Caarama Assurance - فرع تابع للشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين - Caar - أنشأت في إطار القانون رقم 06/04 الصادر في 20 فيفري 2006، المعدل لقانون التأمين رقم 95/07 الصادر في 25 جانفي 1995.

بدأت شركة الكرامة للتأمينات - Caarama Assurance - ممارسة نشاطها في 9 مارس 2011 برأسمال قدره 1000000000 دج، تملك شبكة تضم 7 وحدات جهوية، وأكثر من 200 وكالة تأمين مباشرة وغير مباشرة، وهذا بمساعدة ودعم شركائها في مقدمتهم نجد Caar، CPA، Bank ABC، (caarama، 2025).

تتكفل شركة الكرامة للتأمينات بفرع تأمينات الأشخاص، وتقدم عدة منتجات منها ما هو موجه للأفراد تضم عدة أنواع منها منتج مسافر، منتج تأمين المقترض الموجه للأفراد الذين لهم قروض عقارية أو استهلاكية لتغطية خطر توقفهم عن السداد في حالة الوفاة أو العجز وعدة أخطار أخرى. كما تقدم منتج خاص بتغطية الحوادث الفردية، وتأمين الحوادث المدرسية. أما بالنسبة للمهنيين فتقدم لهم منتجات لتغطية الحوادث التي يتعرض لها أصحاب المهن الحرة، والحرفين

ومسؤولي المؤسسات. وكذا في حالة اعسارهم عن تسديد قروضهم. وهناك منتج جماعي يتعلق بتغطية الأفراد العاملين في المؤسسات، جاء ليكمل التغطية التي يتحصلون عليها من التأمينات الاجتماعية.

تستفيد شركة الكرامة للتأمينات من خبرة شركة Caar كثيرا، فضمت العديد من عمالها، كما استفادت من الكثير من البرامج الإلكترونية وأنظمة المعلومات نذكر منها Progiel Orass و Module ADP . التي سمحت للشركة من الإدارة الآلية لمختلف عروضها، ومكنتها من متابعة مباشرة لعمل وكالتها، والحصول مباشرة على مختلف الملفات والتقارير والكشوفات المحاسبية.

#### 4-1-2 نماذج لبعض الخدمات الإلكترونية لشركة الكرامة للتأمينات:

فتحت شركة الكرامة للتأمينات بوابة للاكتتاب والتسيير والدفع الإلكتروني. لتصبح بذلك أول مؤمن يوفر هذا النوع من البوابات. تسمح هذه البوابة- التي طورها الشركة- بإعداد كشف تقديري الكتروني وتحويله إلى عقد. كذلك تتيح إمكانية دفع وتسديد قسط التأمين بالبطاقة البنكية الإلكترونية، وحتى عبر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر. كما تتيح أيضا إمكانية تغيير محتويات العقد عن بعد. فيما يخص مثلا مدة السفر أو الوجهة. كما يمكن كذلك إلغائه. كما تتيح أيضا للزبون إمكانية التعويض بشكل آلي وجد مبسط عند الاقتضاء.

✚ **اكتتاب عقد التأمين على السفر الكترونيا:** في إطار تحسين خدماتها وعروضها، قامت شركة الكرامة للتأمينات بإنشاء بوابة خاصة بالاكتتاب الإلكتروني لعقد تأمين مسافر فقط، في انتظار ضم منتجات تأمينية مستقبلا. هذا المنتج الموجه لزبائنها يوفر لهم العديد من المزايا كتغطية المصاريف العلاجية بسبب المرض أو الحوادث، تغطية مصاريف علاج الأسنان، تغطية عدة أخطار منها فقدان الأمتعة المسجلة، إلغاء السفر أو تأخره، ونقل الجثمان والعديد من الضمانات الأخرى. (caarama, 2025)

تتميز هذه البوابة الإلكترونية بالبساطة، حيث تتيح للزبون اكتتاب عقد التأمين على السفر من منزله أو مكتبه دون التنقل لشركة التأمين. ويمكننا توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول 1 : مراحل اكتتاب عقد تأمين مسافر على مستوى شركة الكرامة للتأمينات

| المراحل الانتقالية عبر البوابة الالكترونية | البيانات والتعليمات المطلوبة من المؤمن له                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| المرحلة الأولى                             | التوجه إلى الخانة Profil حتى يقوم بملء معلومات حول طبيعة السفر، فردي أو عائلي أو جماعي، اختيار الوجهة السفر، تاريخ العقد، مدة السفر.                                                                                                                                                                                                                                   |
| المرحلة الثانية                            | الانتقال الى الخانة votre devis المخصصة لوضع تاريخ الميلاد، واختيار كذلك حجم الرأسمال المؤمن عليه الذي يتراوح ما بين 150000 دج أو 300000 دج أو 600000 دج. وهذا يؤثر على قسط النهائي لعقد التأمين.                                                                                                                                                                      |
| المرحلة الثالثة                            | ينتقل الزبون إلى الخانة الثالثة votre souscription، التي تضم معلومات خاصة بمكتب العقد حيث يجب عليه أن يذكر اسمه ولقبه، وإيميله ورقم هاتفه، رقم جواز سفره، وخانة أخرى إذا كانت هناك معلومات يرغب في إضافتها.                                                                                                                                                            |
| المرحلة الرابعة                            | يتم التأكيد على هذا الاكتتاب من خلال الخانة الأخيرة في البوابة الإلكترونية -Confirmation- ثم سيتحصل الزبون على رقم وشفرة ترسل له عبر بريده الإلكتروني، حتى يتمكن من خلق فضائه عبر البوابة الإلكترونية و ذلك بإدخال الرقم السري وإيميله ، للاطلاع على مختلف العمليات التي قام بها، كما يمكنه تعديل محتوياتها أو طباعتها أو إلغائها. كما يمكنه تسديد قيمة عقده إلكترونيا |

#### المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على محتوى الملحق رقم 1

الملاحظ أن هناك سلسلة عبر واجهة هذه البوابة الالكترونية، ومن السهل على المؤمن له ملء المعلومات المطلوبة

منه، غير أن اللغة تقتصر فقط على الفرنسية مما يشكل صعوبة لدى بعض الزبائن الذين لا يتقنونها.

 **الدفع الالكتروني:** وقعت شركة تأمين الأشخاص الكرامة للتأمينات يوم 3 أبريل 2017. مع القرض الشعبي الجزائري اتفاقية تتيح لحاملي البطاقات البنكية الإلكترونية باكتتاب عقد تأمين الكترونيا، ودفع قيمته، بدءا في مرحلة أولى بالتأمين على السفر الذي يقترحه هذا المؤمن.

في هذا الإطار يمكن للزبون الذي يملك فضاء عبر البوابة الإلكترونية لشركة الكرامة للتأمينات، الدخول إلى حسابه ثم الانتقال إلى بوابة الدفع الالكتروني ليجد معلومات تتعلق ببطاقة الدفع، تاريخ صلاحيتها رقمها... إلخ. ويؤكد القيمة التي سيدفعها ثم يتحصل على وصل التسديد، الذي يمكنه الاحتفاظ به أو طباعته. نشير إلى امكانية الدفع حتى عبر بطاقة الذهبية الصادرة عن مؤسسة بريد الجزائر.

#### 4-2 الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT

أنشأت في أبريل 1985 إثر إعادة هيكلة شركة CAAR، اقتصر نشاطها في البداية على تغطية أخطار النقل بأنواعه البري والبحري والجوي. وفي ظل الإصلاحات التي شهدتها قطاع التأمين بصدر قانون التأمين 95/07. توسعت محفظة أعمالها لتشمل جميع أنواع خدمات التأمين. هي شركة مساهمة برأسمال قدره 25 مليار، المساهم الرئيسي فيها هي

الدولة. وبعد صدور القانون رقم 06/04 الصادر في 20 فيفري 2006، المعدل لقانون التأمين رقم 95/07 الصادر في 25 جانفي 1995، اقتصر نشاطها على تأمينات الأضرار فقط.

#### 4-2-1 نماذج تطبيقية للخدمات الإلكترونية لشركة CAAT

لمواكبة التغيرات السائدة في بيئة أعمالها من جهة، واستجابة لمتطلبات زبائنها من جهة أخرى، قامت الشركة الجزائرية للتأمينات بتقديم تشكيلة من خدماتها التأمينية عن بعد أي عبر الانترنت بشكل رئيسي، في انتظار تطوير تطبيقات وبرامج عبر الهواتف الذكية. فتشكيلة خدماتها الإلكترونية، يمكن تصنيفها إلى مستويين كما يلي:

✚ **التسعير عبر الانترنت:** تتيح من خلاله للزبون تقدير أولي لأسعار خدمات التأمين التي يرغب في الحصول عليها، إلا أن الأمر يقتصر فقط على التأمين على السيارات، التأمين على المساكن، والتأمين ضد الكوارث الطبيعية. ويجب على الزبون عند ولوجه لموقع الشركة اختيار المنتج الذي يرغب في معرفة سعره، وما عليه فقط إلا ملء كل الخانات التي يطلع عليها، والتي تضم معلومات تتعلق به سواء كان صاحب السيارة أو المنزل، ومعلومات ومواصفات تتعلق بالشيء المراد تأمينه، ثم اختيار الضمانات المقترحة، ويتميز الموقع بواجهة بسيطة تمكن الزبون من فهم محتوياتها بكل سهولة واختيار اللغة ما بين العربية والفرنسية. (CAAT, 2025)

✚ **الاكتتاب عبر الانترنت:** ضمن هذا المستوى تقدم الشركة من خلال واجهتها عروض لخدماتها الإلكترونية يسمى Epack موزعة على ثلاثة أصناف Epack habitation، Epack CAT NAT، السارية المفعول في انتظار طرح Epack MP الموجهة لتغطية الأخطار المتعددة المهنية. (CAAT, 2025)

#### جدول 2: مراحل اكتتاب عقد Epack habitation بالنسبة لشركة CAAT

| المراحل         | البيانات والمعلومات المطلوبة                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| المرحلة الأولى  | واجهة تتضمن معلومات تتعلق بالسكن، يجب على المؤمن له ملء كل التفاصيل الخاصة بما تضم طبيعة المؤمن له إذا كان مالك أو مستأجر، طبيعة السكن فردي أو جماعي، عدد الغرف، قيمة السكن وقيمة محتوياته، العنوان، الولاية، المساحة، تاريخ البناء،                            |
| المرحلة الثانية | واجهة تضم معلومات تتعلق بالمؤمن له، حالته العائلية، اسمه مهنته، رقم هاتفه، إيميله، ولاية وبلدية إقامته.                                                                                                                                                         |
| المرحلة الثالثة | واجهة بما تاريخ بداية العقد والضمانات المشتراة والتي تضم ضمانات الحريق والانفجار والأخطار اللاحقة، ضمان السرقة، ضمان أضرار المياه، ضمان كسر الزجاج، ضمان المسؤولية المدنية لرب الأسرة، وإضافة إلى ضمان المساعدة المنزلية لتقديم خدمات الكهرباء والسباكة وغيرها. |

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على معلومات مستخرجة

[https://epack.caat.dz/caatplateforme/public/assurance\\_mrh](https://epack.caat.dz/caatplateforme/public/assurance_mrh)

لا يمكن الانتقال من مرحلة لأخرى دون اكمال جميع الإجراءات والمعلومات المطلوب وضعها، وتتميز الواجهة بالسهولة والبساطة، وعلى الزبون الاختيار ما بين اللغة العربية أو الفرنسية. و آخر مرحلة يتم إعطاء تقدير لقيمة القسط الوارد في العقد حسب الشروط والضمانات الواردة فيه.

### جدول 3: مراحل اكتاب عقد Epack CAT NAT بالنسبة لشركة CAAT

| المراحل        | البيانات والمعلومات                                                                                                                                                      |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| الخطوة الاولى  | واجهة تضم معلومات تتعلق بالمسكن او العقار المراد تأمينه، عنوانه، الولاية والبلدية، تاريخ الانشاء، المساحة، عدد الطوابق، مطابق للمعايير الزلزالية، قيمته، تراخيص الانشاء. |
| الخطوة الثانية | واجهة تضم معلومات تتعلق بالمؤمن له، كالاسم، اللقب، الوظيفة، العنوان، الايميل، بلدية وولاية الإقامة                                                                       |
| الخطوة الثالثة | واجهة بها تاريخ سيران العقد وتقديم التقدير الاولي لقيمته حسب المعلومات المقدمة، وحسب الضمانات المشتراة وهي الزلازل، الفيضانات، انزلاقات التربة والعواصف والرياح القوية.  |

المصدر : من اعداد الباحثة بالاعتماد على معلومات مستخرجة من

[https://epack.caat.dz/caatplateforme/public/assurance\\_catnat](https://epack.caat.dz/caatplateforme/public/assurance_catnat)

رغم كل المجهودات المبذولة من طرف شركة CAAT ، تبقى الخدمات الالكترونية المقدمة عبر واجهتها عبر الانترنت غير كافية ، لأنها تقتصر فقط على بعض منتجات التأمين ، في انتظار توسيعها لتشمل منتجات أكثر. كما أنها خدمات تركز على الاكتاب فقط. مع طرح إمكانية تطوير تلك الخدمات المقدمة عن بعد من خلال إضافة إمكانية الإبلاغ عن وقوع الحوادث من خلال حساب المؤمن له، في انتظار إضافة إمكانية الدفع الالكتروني وتحسين موقع الشركة وجعله موقع تبادلي بين الشركة وزبائنها. من خلاله دعمه بمساعدين للذكاء الاصطناعي وروبوتات للدردشة.

إن الانتقال من تقديم خدمات إلكترونية محدودة بالنسبة لشركات التأمين في الجزائر، إلى منظومة رقمية متكاملة يتطلب الاستثمار في التكنولوجيا، وتدريب الموارد البشرية، والاستماع المستمر لملاحظات الزبائن. بالإضافة الى اصدار القوانين التي تؤطر هذا النوع من المعاملات لضمان حقوق جميع الأطراف. كل هذه الخطوات من شأنها تعزيز تنافسية شركات التأمين الجزائرية، لتلبية تطلعات الزبائن في ظل تسارع التطورات الرقمية.

### خاتمة

ظهرت الإدارة الإلكترونية بعد التطور السريع في أنظمة المعلومات والاتصالات. وحملت تغييرات جذرية في الكثير من المفاهيم الإدارية والتسويقية، بابتكار نماذج أعمال جديدة، تعتمد على استخدام شبكة الإنترنت والإنترنت والإكسترنات.

إن شركات التأمين على غرار باقي المؤسسات الاقتصادية الأخرى، قامت بإدراج بعض الأعمال الإلكترونية مع مراعاة خصوصيتها. فالتطور التقني شمل كل الأقسام الداخلية في شركات التأمين، مما مكنها من تحليل جيد للأخطار المعروضة عليها. كما ساعدها على التسعير المناسب لخدماتها، وهذا وفر عليها الكثير من الوقت والتكاليف. وأضاف بعض الشفافية على أنشطتها، مما عزز الثقة المتبادلة مع زبائنها أو وكلائها أو موظفيها. وعلى ضوء ذلك توصلنا إلى جملة من النتائج التي نلخصها كما يلي:

- إن التكيف مع الفرص الجديدة التي توفرها الأعمال الإلكترونية. يتطلب من شركات التأمين استثمارات كبيرة في التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصالات، لتحسين بنيتها التحتية.

- تمكنت شركات التأمين من أتمتة بعض الأنشطة الداخلية، بالاستعانة بقواعد ومستودعات البيانات، مما سهل عليها عملية متابعة عقود التأمين لزبائنها. كما سهل عملية الرقابة الداخلية.

- تعتمد شركات التأمين على موقعها عبر شبكة الانترنت بجعله موقع معلوماتي، تفاعلي فقط. في انتظار الارتقاء به وجعله موقع تبادلي مستقبلا.

- إن معرفة أسعار بعض الخدمات التأمينية يتم من خلال محاكاة يوفرها موقع الشركة عبر الانترنت، إلا أن الأمر يبقى محدود على خدمات تأمينية معينة في انتظار توسيعه مستقبلا.

- قامت شركات التأمين باختيار وثائق تأمينية بسيطة لعرضها على الاكتتاب مباشرة عبر الإنترنت. كوثائق التأمين على السيارات، ووثائق التأمين على المنازل، ووثائق التأمين على السفر.

- قامت شركة الكرامة للتأمينات بإنشاء بوابة الكترونية، تتيح للزبون اكتتاب عقد التأمين على السفر من منزله أو مكتبه دون التنقل لشركة التأمين، وهذا عبر خطوات بسيطة. مع توفير امكانية الدفع الالكتروني عبر البطاقات البنكية، أو البطاقة الذهبية الصادرة عن مؤسسة بريد الجزائر.

- تركز شركة الكرامة للتأمينات فقط على نشاطي الاكتتاب الالكتروني، والدفع الالكتروني لعقد التأمين على السفر، في انتظار توسيع تشكيلة المنتجات التأمينية مستقبلا.

- قامت الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT بتشكيل باقة **Epack** تضم خدمات تأمينية عن بعد، تضم **Epack habitation** و **Epack cat nat** مفعلة عبر موقعها، في انتظار تفعيل **Epachk MP** الموجهة للمهنيين وأصحاب المؤسسات.

- تقدم شركة CAAT خدمات لاكتتاب عقود تأمين على السيارات، والمساكن، وكذا الكوارث الطبيعية. كما تقدم خدمات لحساب التقدير الأولي لأقساط تلك العقود. دون الحاجة لتنقل الزبون لمقر الشركة، بل يكفي زيارة موقعها عبر شبكة الانترنت أو انشاء حساب عبرها.

وفي الأخير يمكننا ابداء التوصيات التالية:

- بإمكان شركات التأمين توسيع أنشطتها الإلكترونية حتى لا تقتصر فقط على عمليتي الاكتتاب والدفع الإلكترونيين لتشمل عملية تسوية التعويضات، مع تسخير الإمكانيات التقنية التي تدعم ذلك.
- يتعين على شركات التأمين تأهيل موظفيها وتدريبهم على استخدام برامج أو نظم معلومات معينة، لتحسين مهاراتهم ورفع كفاءتهم.
- إتاحة الاكتتاب الإلكتروني لجميع خدمات التأمين، وليس فقط تأمين السفر أو البعض منها، كالتأمين على أخطار المؤسسات، التأمين الجماعي، وغيرها، مع مراعاة تبسيط محتوياتها للزبون.
- السماح للزبون -المؤمن له- بإمكانية إدارة ومتابعة عقود التأمين بالكامل عبر الإنترنت، بما في ذلك التجديد، الإلغاء وتقديم الطلبات الخاصة بالتعديلات.
- إطلاق تطبيقات عبر الهواتف الذكية، تتيح للزبائن إدارة جميع تعاملاتهم التأمينية بسهولة، مع دعم الإشعارات الفورية وتقديم المساعدة المباشرة.
- يجب على شركات التأمين تحسين بنيتها التقنية وخاصة واجهات بواباتها الإلكترونية، لتكون سهلة الاستخدام ومتوافقة مع جميع الأجهزة (حاسوب، هاتف، ألواح الكترونية). مع تخصيص الموارد المالية اللازمة لذلك.
- يجب توفير الحماية اللازمة لهوية الزبائن والحفاظ على سرية بياناتهم، بتطبيق أعلى معايير الأمان السيبراني، لتعزيز ثقتهم في الأعمال الإلكترونية التي تقوم بها شركات التأمين.
- إتاحة إمكانية تقديم ملفات التعويض وتحميل الوثائق إلكترونياً من طرف الزبائن، مع إمكانية تتبع حالة الطلب خطوة بخطوة. مع ادراج خاصية رفع الصور والفيديو للأضرار مباشرة عبر البوابة أو التطبيقات.
- إدراج روبوتات دردشة ذكية (Chatbots) للإجابة الفورية على استفسارات الزبائن على مدار الساعة.
- ربط خدمات التأمين الإلكترونية بجهات أخرى، لخلق تكامل مع منصات حكومية أو مصرفية مثلاً، لتسهيل إجراءات التحقق والدفع.

## الاحالات والمراجع:

- 1 -Caarama Assurance. (2025, juin 14). Récupéré sur <https://moussafer.caarama.dz/>
- 2-CAAT. (2025, juin 14). Récupéré sur <https://www.caat.dz/index.php/ar:>
- 3-Ecole nationale d'assurance de paris. (1998). *Manuel internationale de l'assurance* . paris: Economica.
- 4-Harrari, J., Jaworski, L., & Graussail, C. (1976). *Le management dans l'assurance*. Paris: Securiat.
- 5-Tosetti, A., Behar, T., Fromenteau, M., & Menart, S. (2002). *Assurance comptabilite reglementation acuariat*. Paris: Economica.
- 6-العياشي زرزار. (2013). اثر تطبيق الادارة الالكترونية على كفاءة العمليات الادارية. *القدسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 15 (العدد 1)*.
- 7-حامد قداء محمود. (2012). *الادارة الالكترونية*. عمان: دار البداية.

- 8-زكريا احمد عزام، مصطفى سعيد الشيخ، و عبد الباسط حسونة. (2025). مبادئ التسويق الحديث بين النظرية والتطبيق. عمان: دار المسيرة.
- 9-سعد غالب ياسين. (2009). الادارة الالكترونية. عمان: دار اليازوري.
- 10-صدام خماسية. (2013). الحكومة الالكترونية الطريق نحو الاصلاح الاداري. الاردن: عالم الكتب الحديث.
- 11-عامر ابراهيم قنديلجي. (2015). التجارة الالكترونية وتطبيقاتها. عمان: دار المسيرة.
- 12-محمد توفيق البلقيني، و جمال عبد الباقي واصف. (2004). مبادئ ادارة الخطر والتأمين. المنصورة: دار الكتب الاكاديمية.
- 13-نجم عبود نجم. (2008). الادارة والمعرفة الالكترونية. عمان، الاردن: دار اليازوري.
- 14-يوسف حسن يوسف. (2012). التسويق الالكتروني. القاهرة: المركز القومي للاصدارات القانونية.

الملاحق:

## الملحق رقم 1 مراحل اكتتاب عقد تأمين مسافر الخطوة الأولى

**Votre Assurance A L'Etranger**

Nature : \* ☐ Individuel ☐ Famille ☐ Groupe

Destination principale : \* Sélectionner...

Date d'effet du contrat : \* Sélectionner...

Durée du séjour : \* Sélectionner...

## الخطوة الثانية

**Votre devis**

Nature : ☐ Individuel ☐ Famille ☐ Groupe

Produit : Classic & Classic plus

Date d'effet : Sélectionner...

Durée : 8 jours

Date de Naissance : \* Sélectionner...

Capital Assuré : \* 150 000 DZD

## الخطوة الثالثة

**Votre souscription**

Titre : \* Monsieur

Nom : \* Prénom : \* Email : \* Confirmation Email : \*

Téléphone : \* Numéro De Passeport : \* Date de Naissance : 08/01/2003 Capital Assuré : 150000.00

[Informations supplémentaires](#)

المصدر نموذج محمل عبر موقع : <https://moussafer.caarama.dz/index.xhtml>