

الثقافة التأمينية بالجزائر (الواقع والأسباب) دراسة حالة بعض ولايات الغرب الجزائري

قارة ابتسام* ، قصاص فتيحة**

الإرسال: 2019/07/30

القبول: 2019/11/23

النشر: 2020/01/05

ملخص : تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مدى تأثير العوامل المحددة لسلوك المستهلك على ثقافته التأمينية من خلال دراسة استكشافية لعينة من المستهلكين في بعض ولايات الغرب الجزائري، عن طريق استبيان تم تحليله باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية، أين توصلنا إلى غياب الثقافة التأمينية في الوسط المدرس والتي تعود لعدة عوامل أدت كلها إلى قلة اهتمام الفرد بعملية التأمين وبالتالي انخفاض الأرقام المحققة في هذا القطاع، وعلى ضوء ذلك نوصي بالتوسع في تطبيق المفهوم الشامل للتسويق مع التركيز على أن الإعلان مفيد في تطوير الثقافة التأمينية للفرد و تعريف الجمهور بخدماته، وأنه عامل مساعد للبيع الشخصي، وفائدته كبيرة.

الكلمات المفتاحية : خدمة تأمينية، مستهلك، ثقافة تأمينية، جزائر.

تصنيف JEL: G22, M31.

Insurance culture in Algeria -Reality and reasons- Case study of some of the western Algerian states

Abstract : This study aims to determine the impact of determinants of consumer behavior on insurance culture through an exploratory study of a sample of consumers in some states of the West of Algeria, through a questionnaire analyzed using the statistical package of social sciences, where we found the absence of insurance culture in the center. This is due to a number of factors that led to the lack of individual interest in the insurance process and consequently the decrease in the figures achieved in this sector. In light of this, we recommend extending the application of the comprehensive concept of marketing with the emphasis that advertising is useful in developing the insurance culture of the individual and informing the public of its services, and that it is a catalyst for personal sale, and its usefulness is great.

Keywords : Insurance Service, Consumer, Insurance Culture, Algeria

JEL Classification : M31, G22.

* أستاذة محاضرة "أ"، المركز الجامعي غليزان، الجزائر، nihalearama85@gmail.com، (المؤلف المرسل)

** أستاذة محاضرة "ب"، المركز الجامعي غليزان، الجزائر، fatihaguessas@hotmail.com

1. مقدمة:

يتميز الاقتصاد العالمي في عصرنا الحالي باتجاه الأخطار نحو التزايد بسبب التطور السريع للتكنولوجيا، ترابط الأنشطة والتحولات الاجتماعية مما يستلزم الحاجة المتزايدة للأمان، و في هذا المجال قطعت الدول المتقدمة شوطا كبيرا حيث وفرت لصناعة التأمين المناخ الملائم من خلال إرساء شبكة معلومات في الداخل والخارج وتخصيص كفاءات إدارية ذات خبرة عالية ومؤسسات مالية ناجحة، وهذا ما جعلها قادرة على تقديم خدمات تأمينية ذات مستوى راق ورفيع وبأسعار منافسة فتساير بذلك متغيرات البيعة الاقتصادية.

وبهذا الصدد قامت الجزائر بإنشاء عدة شركات وطنية تعمل على تأمين مجمل الأخطار الموجودة في الحياة الاقتصادية، وبدخول مرحلة الإصلاحات الاقتصادية شهد هذا القطاع ثورة إصلاحية كللت في الأخير بفتح مجال التأمين عن طريق المرسوم 95-07 المؤرخ في 25 جانفي 1995 وبذلك أعطى آفاقا جديدة لعملية المنافسة التأمينية وتحسين الخدمات المقدمة من طرف هذه المؤسسات للزبون الجزائري، لكن رغم هذا تواجه هذه الشركات تحديات عديدة لعل أهمها نقص الثقافة التأمينية عند أفراد المجتمع وعدم إدراكهم بأهمية التأمين على الجوانب النفسية والاجتماعية والاقتصادية حيث أثبتت دراسة قام بها المجلس الوطني للتأمينات CNA سنة 2006 (Revue « l'argus de l'assurance », p07) أن المستهلك الجزائري يؤمن خاصة المسؤولية المدنية للسيارات نظرا لسعرها المنخفض وكونها إجبارية.

- الإشكالية:

ما مدى تأثير محددات السلوك الاستهلاكي للفرد الجزائري على مستوى ثقافته التأمينية؟

- الأسئلة الفرعية:

ما هو مستوى الثقافة التأمينية للمستهلك الجزائري؟

ما هي أهم العوامل المؤثرة في الثقافة التأمينية للمستهلك الجزائري؟

- فرضيات الدراسة:

تعتبر الثقافة التأمينية للمستهلك الجزائري ضعيفة.

تتأثر الثقافة التأمينية للفرد الجزائري بالعوامل النفسية والشخصية المؤثرة على سلوكه الاستهلاكي.

تتأثر الثقافة التأمينية للفرد الجزائري بالمزيج التسويقي لشركات التأمين.

- منهجية الدراسة:

كما هو معروف فإن قيمة الدراسة تكمن فيما يتوصل إليه من نتائج ذات قيمة علمية، وذلك لن يتحقق إلا من خلال اعتماد أنسب الطرق و الأدوات المنهجية في جمع البيانات، لهذا قمنا بجمع البيانات عن طريق المقابلة الشخصية والاستبيان لأنهما من أحد الطرق التي تهدف إلى الحصول على السير الذاتية لعينات البحث وتحليل الواقع الاجتماعي الذي نحاول معرفته و فهمه انطلاقا من تساؤلات الدراسة.

2. محتوى الدراسة:

1.2. الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى:

نتائج الدراسة المسحية الذي أجرته شركة الأبحاث IRISCO "الهندسة الاجتماعية والاتصالات"، حيث استطاع علما الاجتماع صفر زيتون وإبراهيم بن موسى بجامعة الجزائر استجابة لطلب المجلس الوطني للتأمينات CNA «إجراء استطلاع في ثمانية ولايات حيث اعتمدا على صبر لآراء 1500 رب أسرة و 300 من وسطاء التأمين، حيث يهدف هذا العمل إلى محاولة معرفة استعمال وإدراك أصحاب الممتلكات لمنتج التأمين ضد الكوارث الطبيعية، وقد توصلا إلى أن 10 % فقط من الأسر التي تم استطلاعها تمتلك التأمين ضد الكوارث الطبيعية، ومن بين مالكي الأراضي غير المؤمنين نحو 35 % يرجعون السبب إلى دوافع مالية في حين قال 20 % إلى نقص الثقة في شركات التأمين وقال 30 % آخرون إنهم غير واعين بأن التأمين أصبح إجباريا (www.cna.dz، 2008).

–الدراسة الثانية:

رسالة ماجستير بعنوان «إشكالية تطوير ثقافة التأمين لدى المستهلك ببعض ولايات الغرب الجزائري» من إعداد الباحثة شيخ كريمة بجامعة تلمسان تحت إشراف البروفيسور عبد الرزاق بن حبيب (2009_2010) حيث توصلت إلى النتائج التالية:

– إن المستهلك الجزائري لا يتحمل وحده موضوع التقصير من حيث الإقبال على بعض الخدمات التأمينية، بل تتحمل شركات التأمين المسؤولية عن ذلك أيضا خاصة فيما يتعلق بالجانب التحسيني لمختلف الخدمات التي يقدمها القطاع وتبسيطها من خلال الترويج الذي يمثل التوعية التأمينية داخل هذه الشركات.

–الدراسة الثالثة:

مقال بعنوان " واقع الثقافة التأمينية بالجزائر وسبل دعمها –ولاية تبسة نموذجا-" من إعداد: براهيم خالد، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية، المجلد 11، العدد 2، 2005، جامعة تبسة، أين توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- تدني مستوى ثقافة الفرد الجزائري رغم وعيه بأهمية التأمين كوسيلة لإدارة الخطر.
- يعتبر ضعفا لمستوى المعيشي و ضعف جودة الخدمات التأمينية المقدمة من الأسباب الرئيسية لتدني الثقافة التأمينية.

–الدراسة الرابعة:

مقال بعنوان "قطاع التأمين الجزائري بين ضعف الثقافة التأمينية ومتطلبات مرحلة التقشف خلال الفترة (1995-2016)، من إعداد: كريم بيشاري، لبوزي مريم، مجلة الابحاث الاقتصادية لجامعة بليدة2، العدد 16، جوان 2017، أين توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- عدم وضوح الحكم الشرعي للخدمات التأمينية المتاحة، وعدم ارتياح الأفراد من اقتناءها.
- مساهمة شركات التأمين في هذا الإشكال ببعض الممارسات السلبية في حق المؤمن عليهم وعدم ابتكار خدمات ذات جودة قادرة على جذب وإقناع المستهلك الجزائري بالإضافة إلى عدم الاهتمام بوظيفة التسويق بالشكل الذي يساهم في إقناع المستهلكين بخدمات التأمين.
- كما يعتبر الدخل الضعيف لغالبية المجتمع الجزائري عائقا هاما لا يمكن الفرد من اللجوء للتأمين إلا إذا كان مجبرا مثل حالة التأمين الإلزامي للسيارات والمسؤولية المدنية.

2.2. الإطار النظري للدراسة:

1.2.2. مفهوم الثقافة التأمينية:

تعريف الثقافة اصطلاحاً: وتعني صقل النفس والمنطق والفطنة وأصلها ثقف ثقفاً وثقافة، بمعنى صار حذقاً خفيفاً فطناً وثقفه تثقيفاً أي سواه وتثقيف الرمح بمعنى تسويته وتقويمه (عزام أبو الحمام، 2015، ص 03).

واستعمل مصطلح الثقافة في العصر الحديث للدلالة على الرقي الفكري والأدبي والاجتماعي للأفراد والجماعات، والثقافة ليست مجموعة من الأفكار فحسب بل هي نظرية في السلوك بما يرسم طريق الحياة إجمالاً وبما يتمثل فيه الطابع العام الذي ينطبع عليه شعب من الشعوب (كمال رزيق، 2011، ص 04).

وعليه نستطيع القول بأن الثقافة تعبر عن مجموعة الخصائص والعادات التي تميز مجتمع عن غيره من الشعوب وتكسبه هويته وتحكم في سلوكيات أفرادها في حياتهم اليومية .

تعريف الثقافة التأمينية: من الصعب إيجاد مفهوم محدد للثقافة التأمينية خاصة وأنها تعبر عن العديد من الخصائص التي تجتمع وتختلف من مجتمع لآخر وتكون سبباً في تغير نظرتنا للعديد من المواضيع والقضايا التي يعد التأمين إحداها، بحيث يشكل أحد المواضيع الحساسة التي تتصادم معها ثقافة المجتمعات المسلمة، فهي تعبر عن مدى معرفة الفرد بأهمية التأمين وقدرة خدماته على حمايته من الأخطار المختلفة بالشكل الذي يشجعه على اقتنائها والاعتناع بأدوار شركات التأمين في عملية إدارة المخاطر، لذا تعرف الثقافة التأمينية على أنها: "الدراية الجيدة بكل ما يتعلق بمجال التأمينات فكراً وممارسة" أي لا يكفي فقط الوعي بأهمية التأمين كوسيلة لإدارة المخاطر وإنما يجب ممارسة التأمين حقيقة من خلال اقتناء هذه الخدمات والاستفادة منها (خالد براهمي، 2005، ص 119).

كما يمكن تعريفها بأنها "الإدراك الكامل للأخطار المحيطة بحياة الإنسان وممتلكاته والاعتناع بضرورة مواجهة هذه الأخطار والفهم بأن التأمين هو أنسب وسيلة، لذلك يجب أن يتحمل تكلفة عاجلة بدلا من مواجهة خطر لا يعرف حدوده أو مداه واقتناعه بأن يتم من خلال نظام تعاوني يفيد الفرد والمجتمع". (كمال رزيق، 2011، ص 05).

ومنه فإن الثقافة التأمينية هي فهم مدى أهمية التأمين وفوائده مع اقتناع هذا الفهم بالممارسة أي الإقبال على اقتناء الخدمة التأمينية.

2.2.2. تعريف سلوك المستهلك:

يعرف على أنه: (محمود جاسم الصميدعي، ردينة يوسف عثمان، 2001، ص 149)

"التصرفات والأفعال التي يسلكها الأفراد في تخطيط وشراء المنتج ومن ثم استهلاكه."

"النقطة النهائية لسلسلة من الإجراءات التي تتم داخل المستهلك وأن هذه الإجراءات تمثل الاحتياجات، الإدراك الدوافع، الذكاء والذاكرة."

وبالتالي نلاحظ أن سلوك المستهلك هو:

- عملية يتم التعرف عليها من خلال الأفعال والتصرفات والحركات وردود الأفعال المباشرة التي يقوم بها المستهلك عند اتخاذ قرار الشراء والتي يمكن ملاحظتها ومشاهدتها مباشرة عند شراءه للمنتج أو الخدمة، واختيارها من بين البدائل العديدة المطروحة أمامه.
- هناك جانب مهم يبقى ولا نستطيع التعرف عليه من الملاحظة المباشرة، وهي الإجراءات التي تتم داخل الفرد والتي تسبق عملية اتخاذ القرار.

3.2.2. العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك: تنقسم إلى ثلاثة أنواع من العوامل: (إياد عبد الفتاح النصور، مبارك بن فهد القحطاني، 2014، ص 171-172)

عوامل نفسية: ويمكن حصرها في (الدوافع والأهداف، التعلم، الإدراك، المواقف والمعتقدات)

عوامل شخصية: يمكن حصرها في (العمر، المنصب، نمط الحياة، الشخصية)
عوامل بيئية: نذكر منها (الثقافة، الطبقة الاجتماعية، الجماعات المرجعية، العائلة، المكانة، عوامل اقتصادية، تكنولوجية،
سياسية.....)

4.2.2. مفهوم الخدمة التأمينية:

التأمين لغة من الأمن، وهو طمأنينة النفس وزوال الخوف، وأصل الاشتقاق اللغوي هو: أمنأ وأماناً وأمنّة أي اطمأن ولم يخف، وبيت آمن: أي ذو أمن.
تعريف الشريعة: هو اتفاق تعاوني منظم تنظيماً دقيقاً بين عدد كبير من الناس الذين يتعرضون جميعاً للخطر، حتى إذا حاق الخطر ببعضهم تعاون الجميع على رفعه أو تخفيف ضرره ببذل ميسور لكل منهم يتلافون به ضرراً عظيماً نزل ببعضهم. (أحمد محمد لطفي أحمد، 2007، ص 12)

التعريف القانوني: يعتبر التأمين العقد الذي من خلاله يقوم طرف يدعى المكتتب (المؤمن له)، بتعهد إلى طرف آخر يعرف بالمؤمن الذي يقدم خدمة (تعويض) في حالة تحقق خطر وذلك مقابل تسديد سعر يعرف بالقسط. (خالد الخطيب، 2011، ص 165)

التعريف التقني: يعتبر التأمين العملية التي من خلالها ينظم المؤمن بطريقة جماعية عدد من المؤمن لهم، قصد مواجهة تحقق أخطار محددة، و ذلك لتعويض المصابين منهم بالأضرار الناجمة عن حوادث و ذلك من خلال الأقساط التي تم جمعها. (خالد الخطيب، 2011، ص 165)

يعرف M. Joseph Hémarl التأمين على أنه العملية التي يقوم بموجبها شخص (المؤمن له)، بتقديم تعويض لنفسه أو لطرف ثالث من خلال أجر (قسط) في حالة وقوع خطر، لصالح طرف آخر (المؤمن) الذي يأخذ على عاتقه مجموعة مخاطر، يعوضها وفقاً لقوانين الإحصاء. (François Couilbault ; Constant Eliashberg، 2007، ص 49)

يعرفه المشرع الجزائري في المادة 619 من القانون المدني الجزائري: التأمين عقد يلتزم المؤمن بمقتضاه أن يؤدي إلى المؤمن له أو إلى المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه مبلغاً من المال، أو إيراد مرتب أو أي عوض مالي آخر في حالة وقوع الحادث أو تحقيق الخطر المبين في العقد و ذلك مقابل قسط أو أي دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن له للمؤمن (جديدي معراج، 2004، ص 10)

من خلال هذه التعاريف نجد أن تعريف التأمين يعتمد على عدة عناصر أساسية هي:
الخطر، القسط، خدمة المؤمن، التعويض، المؤمن، المؤمن له.

الخطر: نقصد به الخطر التأميني وهو الخطر الذي تتوفر فيه الصفات التالية:

يجب أن يتعلق بحادث مستقبلي (أي لم يحدث بعد).

يجب أن يتصف بالعشوائية أي يعتمد على الصدفة.

يجب أن لا يكون لإرادة المؤمن أي علاقة بحدوثه.

القسط: وهو المساهمة المالية التي يدفعها المؤمن له للمؤمن، مقابل ضمانات ممنوحة له، ودفعها يكون مسبقاً في بداية السنة أو العملية، فهو بذلك محل التزام المؤمن له، وهو يمثل إجمالي ما يدفعه المتعاقد نظير تغطية جميع ما لديه من وحدات الخطر، ونشير إلى أن هناك سعر التأمين، وهو متوسط ما يدفعه المتعاقد نظير تغطية وحدة واحدة من وحدات الخطر التي لديه.

خدمة المؤمن: أي أداء الخدمة، وتعني التعهد من طرف المؤمن في حالة تحقيق الخطر، بأداء مبلغ من المال الموجه إلى المكتتب أو المؤمن له مثلا بالنسبة للتأمين ضد الحريق أو إلى شخص آخر مثلا بالنسبة لتأمين المسؤولية أو إلى المستفيد مثلا بالنسبة للتأمين على الحياة (في حالة الوفاة). (Francois Couilbault ; Constant Eliashberg, 2007، ص 49)

التعويض: هو المبلغ الذي يدفعه المؤمن للمؤمن له أو المستفيد في حالة وقوع الخطر.

المؤمن: وهو الطرف الأول في عقد التأمين وهو هيئة التأمين أي هو الذي يتعهد بدفع مبلغ إلى الطرف الثاني في حالة وقوع الخطر، ويمكن أن يكون المؤمن فردا أو جمعية تعاونية أو شركة مساهمة أو غير ذلك. (شيخ كريمة، 2010، ص 10) المؤمن له: وهو الطرف الثاني في عقد التأمين، والمستفيد من عقد التأمين في حالات كثيرة حيث يدفع المؤمن مبلغ التأمين له في حالة وقوع الخطر (درار عياش، 2005، ص 26).

5.2.2. واقع التأمين في الجزائر مقارنة بدول العالم:

من 129.6 مليار دينار في عام 2016 إلى 133.6 مليار دينار في عام 2017 ، حيث نمت أعمال التأمين في الجزائر بنسبة 3٪. هذه الزيادة تنتج أساسا من التأمين الشخصي بمعدل تطور 20 ٪ مقارنة بعام 2016. الفرع السائد وهو "السيارات" لا يزال مستقرًا مع 49 ٪ من محفظة سوق التأمين مع انخفاض بنسبة 0.2 ٪ لكل مقارنة بعام 2016 ، تليها فرع "الأضرار الأخرى في الممتلكات" بحصة 36 ٪. أما بالنسبة للفرعين ، "المخاطر الزراعية" و "النقل" فقد عرفوا تدهورا كبيرا على الرغم من إطلاق عدة شركات منتجات التأمين الزراعي الجديدة في عام 2017. (rapport d'activité d'assurance, 2017)

أما فيما يلي فسنعرض التطور الحقيقي لأقساط التأمين خلال سنة 2018 في كل دول العالم:

Real premium growth (Total)
adjusted for inflation



المصدر : <http://www.sigma-explorer.com/> 25/07/2019.

الشكل (1): التطور الحقيقي للأقساط خلال سنة 2018

نلاحظ من خلال الشكل التراجع الكبير الذي تشهده أقساط التأمين في الجزائر خلال سنة 2018 مع العلم أن التراجع الذي يعرفه القطاع قد بدأ تدريجيا منذ سنة 2015 حيث تراجع الترتيب العالمي للجزائر من المرتبة 64 في 2014 ليصل إلى المرتبة 69 في 2015 بسبب مرحلة التقشف التي زادت من حدة التحديات كما صعبت على قطاع التأمين الجزائري الحفاظ على ترتيبه العالمي والعربي وكذا الإفريقي.

3. عرض النتائج وتحليلها:

1.3. الدراسة الاستطلاعية: قمنا بإجراء الدراسة الاستطلاعية على عينة حجمها 35 مستهلك ساعدت هذه العينة في الحصول على الصيغة النهائية للاستبيان (الملحق 01) من خلال استبعاد بعض العوامل المؤثرة التي لم يستوعبها المستجوبين وإعادة صياغة بعض الأسئلة المفتوحة في شكل مغلق حتى يتم معالجتها إحصائيا حتى وصلنا إلى هذا الاستبيان الذي سيتم الاعتماد عليها في الدراسة الأساسية بعد قياس صدقه وثباته.

2.3. صدق وثبات الاستبيان: اعتمدنا في قياس ثبات الاستبيان على معامل GUTTMAN بالنسبة للأسئلة ذات الإجابات الثنائية حيث كانت قيمته 0.78 أي 78% وهي قيمة مقبولة (ملحق 02).

أما الأسئلة التي تعددت فيها الاختيارات فقد تم قياس ثباتها وتناسقها الداخلي من خلال معامل ALPHA DE CRONPACH حيث كانت قيمته 0.80 أي 80% وهي قيمة مقبولة (ملحق 03).
بينما يتم قياس صدق الاستبيان من خلال الجذر التربيعي لقيمة معاملات الثبات فكانت كالتالي:

$$\sqrt{GUTTMAN} = \sqrt{0.78} = 0.88$$

أي 88% وهي قيمة مقبولة في مثل هذه الدراسات.

$$\sqrt{\alpha \text{ de cronbach}} = \sqrt{0.80} = 0.89$$

أي 89% وهي قيمة مقبولة في مثل هذه الدراسات.

وعليه وبعد التأكد من صلاحية أداة الدراسة أصبحت جاهزة لاستعمالها في الدراسة الأساسية.

3.3. الدراسة الأساسية:

- المجال الجغرافي للدراسة: تم إجراء الدراسة في المجتمع الجزائري وبالتحديد في بعض الولايات الغربية وهي غليزان - مستغانم - وهران.

- المجال الزمني للدراسة: بدأت منذ مارس 2019 إلى غاية ماي 2019.

- المجال البشري: اختارنا المجتمع الجزائري كمجتمع للدراسة وحددنا بعض الولايات الغربية (غليزان-مستغانم- وهران) كمجتمع للعينة حيث يشمل كل مستهلكي خدمة التأمين و كل من هو معني بتأمين نفسه أو ممتلكاته أو الأفراد المسؤول عنهم، إذ يكون زبون مستهدف من قبل شركات التأمين، لذا ونظرا لكبر حجم مجتمع العينة اخترنا عينة عشوائية قدرت ب 350 مستهلك تم توزيع الاستبيان عليهم، وبعد تجميع الإجابات حصلنا على 268 استبيان استبعدنا منها 35 استبيان غير كامل (إجابات ناقصة) لنصل في الأخيرة إلى عينة حجمها 233 مستجوب موزعة كما يلي: 90 استبيان من غليزان، 71 استبيان من مستغانم، 72 استبيان من وهران أي 38.62% غليزان 30.47% مستغانم، 30.90%.

- أدوات الدراسة:

- الاستبيان: شمل الاستبيان ثلاثة أقسام كما يلي:

القسم الأول: يضم الأسئلة الشخصية المتعلقة بالمستجوب وفيه 7 أسئلة مغلقة.

القسم الثاني: يضم 10 أسئلة تتمحور حول درجة الثقافة التأمينية للمستجوبين منها 8 مغلقة و 2 مفتوحة .

القسم الثالث: يضم الأسئلة التي تحدد العوامل المؤثرة على السلوك الشرائي للمستهلك وهي 22 سؤال مغلق.

- الأساليب الإحصائية للدراسة:
- البرنامج الإحصائي SPSS : يساعد هذا البرنامج الإحصائي على التحليل الوصفي لمعطيات الدراسة من خلال حساب المتوسط الحسابي و الانحرافات المعيارية و النسب المئوية و التكرار كما يساعد على التمثيل البياني للمعطيات، وقد تم الاعتماد في ذلك على:
- الإحصاء الوصفي: المتوسطات والتكرارات، تم استعمالها في عملية التحليل الفردي للمتغيرات التي تم التطرق لها في الاستبيان.
- الإحصاء الاستدلالي: معامل الارتباط بيرسون Coefficient De Corrélation Pearson وتم استعماله في اختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة.

4.3. التحليل الوصفي للمتغيرات:

1.4.3. المتغيرات الشخصية:

جدول (1): التحليل الوصفي للمتغيرات الشخصية لأفراد عينة الدراسة

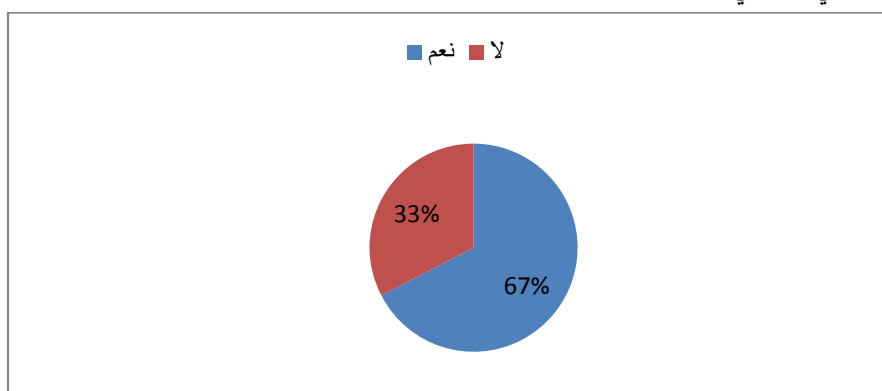
النسبة	التكرار	المعيار
48.5	113	الجنس: ذكر
51.5	120	أنثى
42.9	100	السن: أقل من 30
37.3	87	30-40
13.3	31	40-50
6.4	15	أكثر من 50
0.9	2	المستوى التعليمي: بدون تعليم
2.1	5	ابتدائي
6	14	أساسي
14.6	34	ثانوي
76.4	178	جامعي
27	63	الدخل الشهري: أقل 18000
33	79	من 18000 إلى 35000
21	49	من 35000 إلى 50000
18	42	أكثر من 50000
59.2	138	الوظيفة: موظف عمومي
12.4	29	موظف قطاع خاص
16.3	38	طالب جامعي
6	14	أعمال حرة

6	14	بدون عمل
		عدد الأطفال:
14.2	33	دون أطفال
10.3	24	طفل واحد
50.2	117	طفلين
14.2	33	3 أطفال
11.2	24	4 أطفال وأكثر

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS.

التعليق: نلاحظ من خلال الجدول تقارب في نسبة أفراد العينة من حيث الجنس مع تفوق للفئة العمرية الأقل من 30 بنسبة 42.9% و الفئة من 31 إلى 40 بنسبة 37.3% أي عينة شابة بنسبة 80.2% تتمتع بمستوى جامعي بنسبة 76.4% ودخل متوسط يتراوح بين 18000 إلى 35000 بنسبة 33% وهذا راجع لكونهم موظفين عموميين بنسبة 59.2% لديهم أطفال أين كانت فئة الطفلين هي العالبة على العينة بنسبة 50.2%.

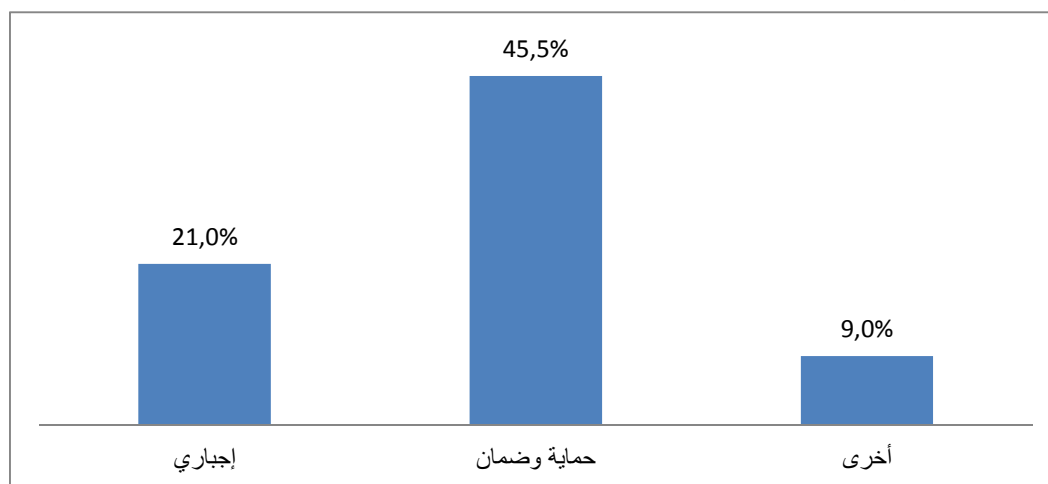
2.4.3. درجة الوعي التأميني للمستجوبين:



المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج SPSS.

شكل (02): درجة استخدام أفراد العينة للخدمة التأمينية

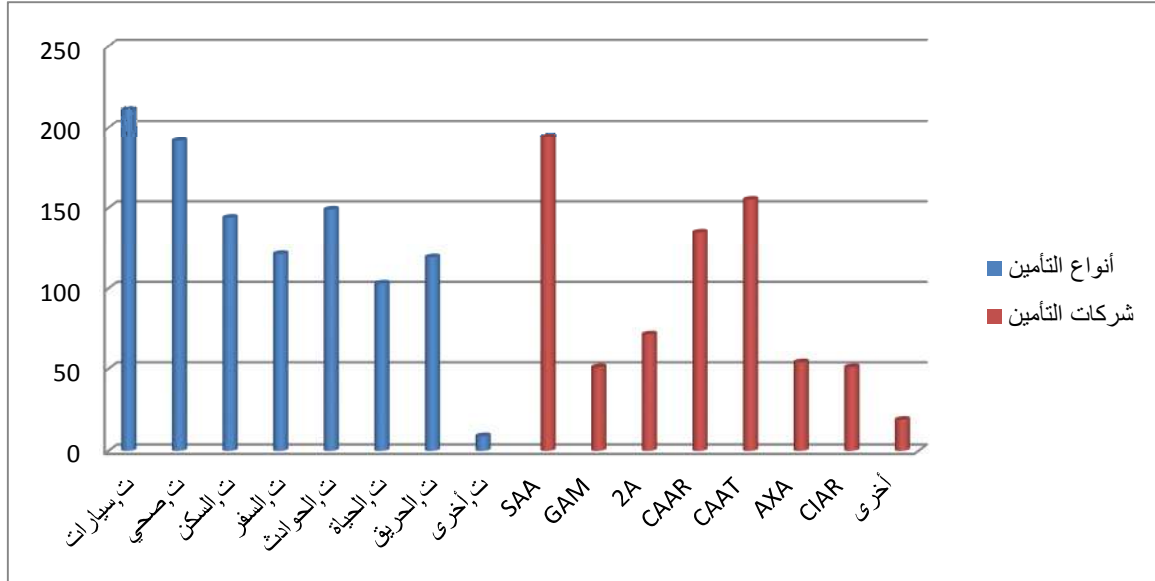
نلاحظ أن 67% من أفراد العينة يلجؤون لخدمة التأمين.



المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على نتائج SPSS.

الشكل (03): أسباب لجوء أفراد العينة للتأمين

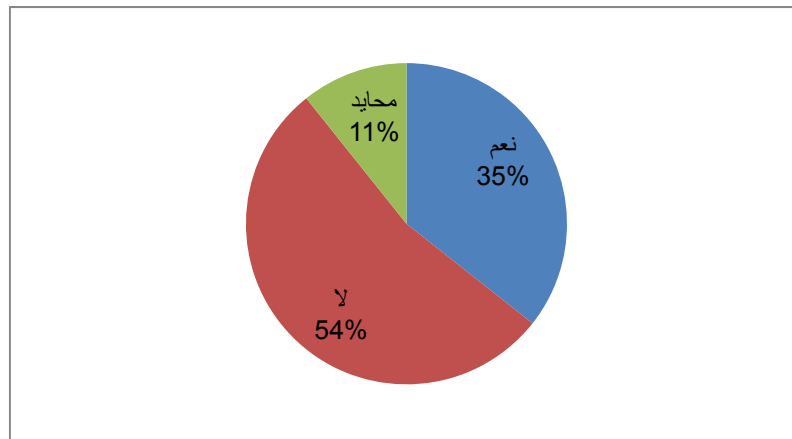
يلجأ 45.5% من أفراد العينة للتأمين باعتباره حماية و ضمان بينما يلجأ له 21% منهم لكونه إجباري.



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج SPSS.

الشكل (04): معرفة أفراد العينة لأنواع التأمين والشركات المقدمة لها

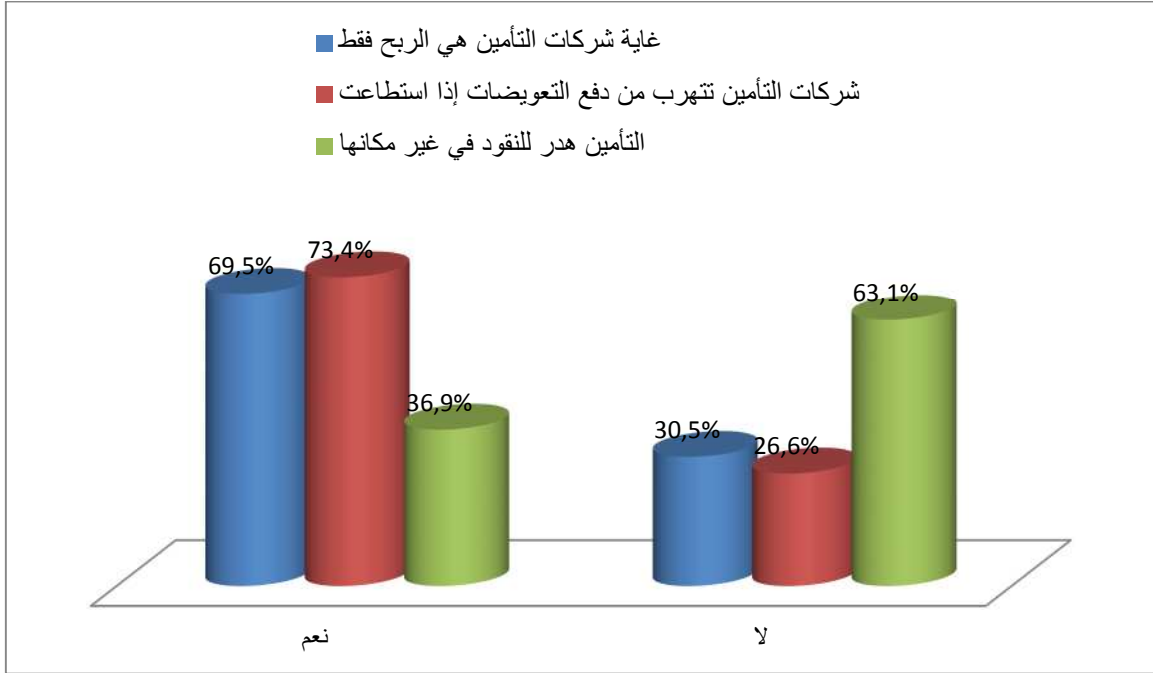
نلاحظ من خلال الشكل أن أفراد العينة على علم بكل المنتجات التأمينية المتوفرة خاصة تأمين السيارات، التأمين الصحي والتأمين على الحوادث، أما فيما يخص الشركات الناشطة في التأمين فنجد تقريبا أن أكثر الشركات المعروفة هي الشركات العمومية الثلاثة SAA-CAAT-CAAR بينما تعد الشركات الأخرى غريبة على معظم أفراد العينة.



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج SPSS.

الشكل (05): رأي المستجوبين في الحكم الشرعي للتأمين

يرى 54% من الأفراد المستجوبين أن التأمين ليس حراما بكل أنواعه بل يعتبرون أن التأمين على الحياة هو النوع الوحيد المحرم شرعا، بينما يرى 35% منهم أن التأمين بكل أنواعه حرام، في حين امتنع 11% منهم عن الإجابة.



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على نتائج SPSS.

الشكل (06): رأي المستجوبين في شركات التأمين

نجد من خلال الشكل شبه إجماع من أفراد العينة 70% على أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط وأنها تتهرب من دفع التعويضات إذا استطاعت، أما فيما يخص كون التأمين هدر للنقود نجد 60% منهم يرفض هذه الفكرة مقابل 40% يوافقون عليها.

3.4.3. اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى: تعتبر الثقافة التأمينية للمستهلك الجزائري ضعيفة

من خلال الأشكال (01-02-03-04-05) وجدنا أن 67% من أفراد العينة يقبلون على الخدمة التأمينية إما لكونه إجباري (التأمين على السيارات) أو كضمان وحماية (التأمين الصحي) لا غير، ورغم معرفة أفراد العينة بأغلب الخدمات التأمينية المتوفرة إلى أننا نجد التأمين على السيارات يأخذ الحصة الأكبر في ذلك بنسبة 90.5% يليه التأمين الصحي ب 82% مع توجههم نحو الشركات العمومية دون الشركات الأجنبية و ذلك لانعدام ثقتهم بها حيث يرى 70% منهم أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط وأنها تتهرب من دفع التعويضات إذا استطاعت، ولاحظنا مدى اقتناع 54% من أفراد العينة بأنه ليس كل أنواع التأمين حرام حيث وافق 35% منهم أن التأمين على الحياة هو النوع الوحيد المحرم شرعا وعليه واستنادا إلى ذلك يمكننا القول أن: الفرضية الأولى: الثقافة التأمينية للمستهلك الجزائري ضعيفة محققة إلى حد ما حيث وضحنا من خلال الإطار النظري أن الثقافة التأمينية هي الوعي إضافة للتطبيق و الممارسة لكننا وجدنا أن المستهلك الجزائري و رغم وعيه بأهمية التأمين وأنواعه والشركات التي تقدمه إلى ان ممارسته تنحصر في الانواع الإجبارية.

الفرضية الثانية: تتأثر الثقافة التأمينية للفرد بالعوامل النفسية والشخصية المؤثرة على سلوكه الاستهلاكي

الجدول (02): نتائج اختبار الارتباط بيرسون

		أفراد العائلة	الطبقة الإجتماعية	الدوافع الشخصية	التعلم	المعتقدات والمواقف
هل تستخدم خدمة التأمين	Corrélation de Pearson	,119	,089	,005	-,055	-,105
	Sig. (bilatérale)	,071	,176	,945	,403	,108
	N	233	233	233	233	233
هل التأمين بكل أنواعه حرام	Corrélation de Pearson	,195 ^{**}	,057	-,009	-,025	-,027
	Sig. (bilatérale)	,003	,389	,889	,708	,681
	N	233	233	233	233	233
هل تعتقد أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط	Corrélation de Pearson	,131 [*]	,157 [*]	,010	,088	-,154 [*]
	Sig. (bilatérale)	,045	,017	,881	,182	,019
	N	233	233	233	233	233
هل تعتقد أن التأمين هدر للنقود في غير مكانها	Corrélation de Pearson	,135 [*]	,102	,090	,005	-,027
	Sig. (bilatérale)	,040	,121	,172	,942	,679
	N	233	233	233	233	233
هل تظن أن شركات التأمين تنهرب من دفع مستحقات المؤمنين لديها إذا استطاعت	Corrélation de Pearson	,123	,100	,005	,073	-,009
	Sig. (bilatérale)	,061	,130	,937	,265	,896
	N	233	233	233	233	233

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ أن الدلالة الاحصائية للعبارات أكبر من 0.05 وعليه يمكننا القول ان الفرضية الثانية تتأثر الثقافة التأمينية للفرد بالعوامل النفسية والشخصية المؤثرة على سلوكه الاستهلاكي غير محققة إلى حد ما كما نلاحظ أن العنصر الوحيد الذي تتوفر فيه الدلالة الإحصائية و بنسبة 80٪ هو أفراد العائلة وعليه يمكن اعتبارها المحدد الأول للثقافة التأمينية للمستهلك الجزائري.

الفرضية الثالثة: تتأثر الثقافة التأمينية للمستهلك الجزائري بالمزيج التسويقي لشركات التأمين سنقوم بتقسيم هذه الفرضية إلى فرضيات فرعية حسب عناصر المزيج التسويقي السبعة (الخدمة، السعر، الترويج، التوزيع، العملية، الدليل المادي، الناس).

فرضية فرعية 01: الخدمة:

الجدول (03): نتائج اختبار بيرسون لعنصر الخدمة

جودة الخدمة	إجبارية التأمين من طرف الدولة أو أي هيئة أخرى	التطابق مع مبادئ الشريعة الإسلامية	مميزات عقد التأمين	الثقة في شركة التأمين	
,061	-,182	,080	,065	,099	هل تستخدم خدمة التأمين
,351	,005	,225	,324	,132	Corrélacion de Pearson
233	233	233	233	233	Sig. (bilatérale)
,088	-,019	,126	,114	,129	N
,178	,772	,055	,083	,050	هل التأمين بكل أنواعه حرام
233	233	233	233	233	Corrélacion de Pearson
,036	,020	-,043	,062	,089	Sig. (bilatérale)
,588	,756	,510	,349	,174	N
233	233	233	233	233	هل تعتقد أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط
,113	,059	,082	,112	,053	Corrélacion de Pearson
,085	,372	,210	,088	,421	Sig. (bilatérale)
233	233	233	233	233	N
,053	-,110	-,006	,128	,172**	هل تظن أن شركات التأمين تتهرب من دفع مستحقات المؤمن لديها إذا استطاعت
,422	,094	,925	,052	,008	Corrélacion de Pearson
233	233	233	233	233	Sig. (bilatérale)
					N

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ أن الدلالة الإحصائية لأغلب العبارات أكبر من 0.05 وعليه فإن الفرضية الفرعية تتأثر الثقافة التأمينية للفرد بالخدمة التأمينية غير محققة إلى حد ما.

فرضية فرعية 02: السعر:

الجدول (04): نتائج اختبار بيرسون لعنصر السعر

الأسعار	
,095	هل تستخدم خدمة التأمين
,149	Corrélacion de Pearson
233	Sig. (bilatérale)
233	N
,123	هل التأمين بكل أنواعه حرام
,061	Corrélacion de Pearson
,061	Sig. (bilatérale)
233	N
-,046	هل تعتقد أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط
,481	Corrélacion de Pearson
,481	Sig. (bilatérale)
233	N
,120	هل تعتقد أن التأمين هدر للنقود في غير مكانها
,068	Corrélacion de Pearson
,068	Sig. (bilatérale)
233	N
,044	هل تظن أن شركات التأمين تتهرب من دفع مستحقات المؤمن لديها إذا استطاعت
,044	Corrélacion de Pearson
,503	Sig. (bilatérale)
233	N

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ أن الدلالة الإحصائية لأغلب العبارات أكبر من 0.05 وعليه فإن الفرضية الفرعية تتأثر الثقافة التأمينية للفرد بأسعار الخدمة التأمينية غير محققة إلى حد ما.

فرضية فرعية 03: الترويج:

الجدول (05): نتائج ارتباط بيرسون لعنصر الترويج

القيام بمعارض ودوريات عن التأمين وخدماته	إصدار كتيبات ونشرات عن التأمين	توفير فكرة واضحة عن كل التأمينات التي تقدمها الشركة	سهولة الحصول على المعلومات	الإشهار الجذاب		
هل تستخدم خدمة التأمين	Corrélation de Pearson	,011	-,165	,179**		
	Sig. (bilatérale)	,866	,012	,006		
	N	233	233	233		
هل التأمين بكل أنواعه حرام	Corrélation de Pearson	-,109	-,014	-,020		
	Sig. (bilatérale)	,097	,832	,766		
	N	233	233	233		
هل تعتقد أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط	Corrélation de Pearson	,036	,072	,187**		
	Sig. (bilatérale)	,584	,275	,004		
	N	233	233	233		
هل تعتقد أن التأمين هدر للنقود في غير مكانها	Corrélation de Pearson	,010	,056	,165*		
	Sig. (bilatérale)	,878	,398	,012		
	N	233	233	233		
هل تظن أن شركات التأمين تنهرب من دفع مستحقات المؤمنین لديها إذا استطاعت	Corrélation de Pearson	,019	,052	,183**		
	Sig. (bilatérale)	,774	,434	,005		
	N	233	233	233		

المصدر: مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ أن الدلالة الإحصائية لأغلب العبارات أكبر من 0.05 وعليه فإن الفرضية الفرعية تتأثر

الثقافة التأمينية للفرد بعملية الترويج للخدمة التأمينية غير محققة إلى حد ما.

فرضية فرعية 04: التوزيع:

الجدول (06): نتائج ارتباط بيرسون لعنصر التوزيع

قرب الشركة من مقر سكنك أو عملك		
هل تستخدم خدمة التأمين	Corrélation de Pearson	,038
	Sig. (bilatérale)	,562
	N	233
هل التأمين بكل أنواعه حرام	Corrélation de Pearson	,027
	Sig. (bilatérale)	,677
	N	233
هل تعتقد أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط	Corrélation de Pearson	,130*
	Sig. (bilatérale)	,048
	N	233
هل تعتقد أن التأمين هدر للنقود في غير مكانها	Corrélation de Pearson	,062
	Sig. (bilatérale)	,345
	N	233
هل تظن أن شركات التأمين تنهرب من دفع مستحقات المؤمنین لديها إذا استطاعت	Corrélation de Pearson	,185**
	Sig. (bilatérale)	,005
	N	233

المصدر: مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن الدلالة الإحصائية لأغلب العبارات أكبر من 0.05 وعليه فإن الفرضية الفرعية تتأثر الثقافة التأمينية للفرد بعملية الترويج للخدمة التأمينية غير محققة إلى حد ما.
فرضية فرعية 05: عملية تقديم الخدمة:

الجدول (06): نتائج ارتباط بيرسون لعنصر عملية تقديم الخدمة

		سرعة دفع التعويضات	سرعة تقديم الخدمة
هل تستخدم خدمة التأمين	Corrélacion de Pearson	-,155*	-,146
	Sig. (bilatérale)	,018	,026
	N	233	233
هل التأمين بكل أنواعه حرام	Corrélacion de Pearson	,130*	,219**
	Sig. (bilatérale)	,047	,001
	N	233	233
هل تعتقد أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط	Corrélacion de Pearson	,046	,089
	Sig. (bilatérale)	,489	,178
	N	233	233
هل تعتقد أن التأمين هدر للنقود في غير مكانها	Corrélacion de Pearson	,112	,222**
	Sig. (bilatérale)	,088	,001
	N	233	233
هل تظن أن شركات التأمين تتهرب من دفع مستحقات المؤمنین لديها إذا استطاعت	Corrélacion de Pearson	-,014	,164*
	Sig. (bilatérale)	,830	,012
	N	233	233

المصدر: مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن الدلالة الإحصائية لأغلب العبارات أقل من 0.05 وعليه فإن الفرضية الفرعية تتأثر الثقافة التأمينية للفرد بعملية تقديم الخدمة التأمينية محققة إلى حد ما.
فرضية فرعية 06: الدليل المادي:

الجدول (07): نتائج ارتباط بيرسون لعنصر الدليل المادي

		وجود خدمات إضافية (موقف السيارات)
هل تستخدم خدمة التأمين	Corrélacion de Pearson	-,174*
	Sig. (bilatérale)	,008
	N	233
هل التأمين بكل أنواعه حرام	Corrélacion de Pearson	,074
	Sig. (bilatérale)	,263
	N	233
هل تعتقد أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط	Corrélacion de Pearson	,141*
	Sig. (bilatérale)	,031
	N	233
هل تعتقد أن التأمين هدر للنقود في غير مكانها	Corrélacion de Pearson	,131*
	Sig. (bilatérale)	,045
	N	233
هل تظن أن شركات التأمين تتهرب من دفع مستحقات المؤمنین لديها إذا استطاعت	Corrélacion de Pearson	,082
	Sig. (bilatérale)	,213
	N	233

المصدر: مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن الدلالة الإحصائية لأغلب العبارات أقل من 0.05 وعليه فإن الفرضية الفرعية تتأثر الثقافة التأمينية للفرد بالدليل المادي للخدمة التأمينية محققة إلى حد ما.

فرية فرعية 07: الناس:

الجدول (08): نتائج ارتباط بيرسون لعنصر الناس

شخصية وكيل التأمين وطريقة معاملته لك		
هل تستخدم خدمة التأمين	Corrélation de Pearson	-,084
	Sig. (bilatérale)	,199
	N	233
هل التأمين بكل أنواعه حرام	Corrélation de Pearson	-,008
	Sig. (bilatérale)	,899
	N	233
هل تعتقد أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط	Corrélation de Pearson	-,015
	Sig. (bilatérale)	,819
	N	233
هل تعتقد أن التأمين هدر للنقود في غير مكانها	Corrélation de Pearson	,065
	Sig. (bilatérale)	,323
	N	233
هل تظن أن شركات التأمين تنهرب من دفع مستحقات المؤمنين لديها إذا استطاعت	Corrélation de Pearson	,055
	Sig. (bilatérale)	,406
	N	233

المصدر: مخرجات برنامج spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن الدلالة الإحصائية لأغلب العبارات أكبر من 0.05 وعليه فإن

الفرضية الفرعية تتأثر الثقافة التأمينية للفرد بالأشخاص المقدمين للخدمة التأمينية غير محققة إلى حد ما.

وعليه فإن الفرضية الثالثة: تتأثر الثقافة التأمينية للمستهلك بالمزيج التسويقي لشركات التأمين غير محققة إلى حد

ما، حيث لاحظنا أن العنصر الوحيد الذي أثر في الثقافة التأمينية للأفراد بشكل واضح هو عملية تقديم الخدمة من خلال

سرعة تأديتها وسرعة دفع التعويضات يليها عنصر الدليل المادي المتمثل في توفر موقف للسيارات.

4. الخلاصة:

توصلنا في هذا البحث إلى التحقق من أهمية قطاع التأمين في العالم من خلال عرض أهم مؤشرات التي تؤكد اهتمام

الدول المتقدمة بالخدمات التأمينية، كما لاحظنا في المقابل مدى ضعف هذا القطاع في الدول الإفريقية بصفة عامة وفي

الوطن العربي بصفة خاصة رغم أن النسب كانت متفاوتة بين الدول العربية، حيث أظهرت بعض الدول اهتماما متزايدا

بتطوير قطاع التأمين لديها مثل الإمارات العربية المتحدة والمغرب بينما تبقى الدول الأخرى تحقق أرقاما هامشية مقارنة

بنظيرتها في الوطن العربي أو العالم، والجزائر من بين أكثر هذه الدول ضعفا من حيث تطور قطاع التأمين الذي تسيطر

عليه ثلاثة مؤسسات عمومية، كما انه تعتمد على مجال واحد في التأمين وهو تأمين السيارات، من هذا المنطلق تعمقنا في

دراسة عينة من المجتمع الجزائري توصلنا من خلالها إلى النتائج التالية:

✓ غياب الثقافة التأمينية في الوسط المدرس والتي تعود لعدة عوامل أدت كلها إلى قلة اهتمام الفرد بعملية التأمين

وبالتالي انخفاض الأرقام المحققة في هذا القطاع.

✓ يعتبر المستهلك أن التأمين حماية وضمن.

✓ يملك المستهلكين فكرة عن أهم أنواع التأمين المتوفرة في السوق الجزائرية.

- ✓ يلجأ المستهلكين إلى أنواع التأمين الإجبارية.
- ✓ يلجأ المستهلكين إلى مؤسسات التأمين العمومية المعروفة لديهم SAA-CAAT-CAAR.
- ✓ يعتقد المستهلكين أن التأمين جائز شرعا وان النوع الوحيد غير الجائز هو التأمين على الحياة الأمر الذي يفسر الانخفاض الشديد للأرقام المسجلة في هذا الفرع.
- ✓ نجد ما بين 60% - 70% من المستهلكين يعتقدون أن شركات التأمين تنهرب من دفع التعويضات إذا استطاعت الأمر الذي ولد، انعدام ثقتهم في هذه الشركات وفي عملية التأمين بحد ذاتها.
- ✓ تعتبر أفراد العائلة العامل النفسي الوحيد المؤثر في القرار الاستهلاكي لخدمة التأمين.
- ✓ تعتبر إجبارية التأمين من أهم دوافع التأمين لدى الأفراد بعد تطابق العقد مع مبادئ الشريعة الإسلامية.
- ✓ تعتبر السرعة في تقديم الخدمة والتعويض أهم العناصر التسويقية التي يهتم بها المستهلك في اتخاذ قراره التأميني.

التوصيات:

- ✓ تأسيس وتدعيم المعاهد العلمية التي تعد المنتج الفردي وفقا لمفاهيم التسويق الحديثة ليكون الوسيط الفعال في خلق واجتذاب العملاء المرتقبين وكسب ثقة العملاء الحاليين وتأدية دوره كوسيط تأمين يقدم الخدمة للعميل في أحسن صورة.
- ✓ تشجيع الشباب والكفاءات ذات المستوى العلمي والثقافي المناسب في الدخول في مجال التأمين الذي يحجمون عنه نتيجة لما يواجهه من مشاكل.
- ✓ يؤدي التركيز على الإنتاج التأميني وعدم تطبيق التسويق التأميني الفعال إلى صعوبة بيع عدد كبير من خدمات التأمين ومن ثم انخفاض الإيرادات والربحية.
- ✓ إدراج التأمينات في المقررات الدراسية والتخصصات الجامعية العليا.
- ✓ تشجيع وتسهيل الاستثمار في مجال التأمين والتأمين التكافلي.
- ✓ توفير فقهاء اقتصاديين في الشريعة الإسلامية لتوضيح حكم الشرعي في خدمة التأمين لإزالة الشكوك حول شرعيته من خلال الوصول إلى رأي جماعي شامل و وضع النقاط على الحروف للعديد من مواطن الضعف والغموض في الآراء المتعددة السابقة بكافة اتجاهاتها.
- ✓ توفير الرقابة التأمينية الفعالة، خاصة على جودة الخدمات التأمينية لزيادة الثقة ما بين المستهلك و شركات التأمين خاصة في مجال التعويضات مع عقد برامج تدريبية لتقوية أجهزة الإشراف والرقابة بالتالي السعي لإعادة الثقة لدى المستهلك.
- ✓ تحسيس المسيرين لشركات التأمين و خاصة الوكالات بأهمية التسويق كوسيلة لتوعية المستهلك.
- ✓ إعداد برامج لتوعية المستهلك الجزائري بأهمية التأمين.
- ✓ التوسع في تطبيق المفهوم الشامل للتسويق، عن طريق إصدار وثائق تأمين علي أساس تغطية أكثر من خطر في وثيقة واحدة مجمعة.
- ✓ طرح برامج تأمينية تتلاءم مع الإمكانيات المادية للمواطنين حتى يتسنى لهم الحصول على تغطية تأمينية مناسبة.
- ✓ يجب أن تفهم شركات التأمين أن الإعلان مفيد في تطوير الثقافة التأمينية للفرد و تعريف الجمهور بخدماها، وأنه عامل مساعد للبيع الشخصي، وفائدته كبيرة، بدلا من الاعتقاد أن الأساس كله يكمن في البيع الشخصي ولا فائدة من الإعلان.

✓ اهتمام شركات التأمين بطرق نشر الوعي التأميني كطريقة لجذب العملاء.

المراجع العربية

1. أبو الحمام عزام. (2015). *الإعلام الثقافي جدليات وتحديات*، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
2. أحمد محمد لطفي أحمد. (2007). *نظرية التأمين*، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر.
3. الخطيب خالد. (2011). *الأسس النظرية و التنظيمية للتأمين التقليدي في الجزائر*، مداخلة في *الندوة الدولية: شركات التأمين التقليدي ومؤسسات التأمين التكافلي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية*، جامعة فرحات عباس، سطيف، 25-26 أبريل 2011.
4. إباد عبد الفتاح النور، مبارك بن فهيد القحطاني. (2014). *سلوك المستهلك*، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
5. براهي خالد. (2015). *واقع الثقافة التأمينية في الجزائر وسبل دعمها ولاية تبسة نموذجا، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية*، جامعة البليدة 02 لونيبي علي، الجزائر، العدد 11، ص 115-127.
6. جديدي معراج. (2004). *مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري*: ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر.
7. درار عياش. (2005). *أثر الضمان الاجتماعي على حركة الاقتصاد الوطني* دراسة حالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لغير الأجراء لولاية بومرداس، رسالة ماجستير تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر.
8. رزيق كمال. (2011). *التأمين التكافلي كحل لمشكلة غياب ثقافة التأمين في الوطن العربي بالرجوع إلى حالة الجزائر*، مداخلة مقدمة في *إطار الندوة الدولية حول شركات التأمين التقليدي ومؤسسات التأمين التكافلي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية*، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس- سطيف، الجزائر، 25-26/04/2011.
9. شيخ كريمة. (2010). *إشكالية تطوير ثقافة التأمين لدى المستهلك ببعض ولايات الغرب الجزائري*، رسالة ماجستير في التسويق الدولي، جامعة تلمسان، الجزائر.
10. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف. (2001). *سلوك المستهلك: مدخل كمي وتحليلي*، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن.
11. كريم بيشاري، لبوزي مريم. (2017). *قطاع التأمين الجزائري بين ضعف الثقافة التأمينية ومتطلبات مرحلة التقشف خلال الفترة (1995-2016)*، *مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة بليدة 2*، العدد 16، ص 90-105.
12. وزارة المالية، المديرية العامة للخزينة، مديرية التأمينات. (2017). *نشاط التأمينات في الجزائر*، تقرير سنوي لسنة 2017.

المراجع الأجنبية

1. Couilbault François (2007); Constant Eliashberg ; Les grands principes de l'assurance ; *Edition l'ARGUS*, 8eme 78dition ; Paris, France.
2. <http://www.sigma-explorer.com/25/07/2019>.
3. www.cna.dz

ملحق 01 : إستبيان

القسم الأول: معلومات شخصية

1. السن: أقل من 30 سنة من 31 سنة إلى 40 سنة
- 2- الجنس: أنثى ذكر
- 3- المستوى التعليمي: بدون تعليم ابتدائي أساسي ثانوي جامعي
- 4- الدخل الشهري: أقل من 18000 دج من 18000 دج إلى 35000 دج من 35000 دج إلى 50000 دج أكثر من 50000 دج
- 5- الحالة الاجتماعية: أعزب (عزباء) متزوج (متزوجة) أرمل (أرملة) مطلق (مطلقة)
- 6- عدد الأطفال: 01 02 03 04 أو أكثر
- 7- الوظيفة: موظف عمومي موظف قطاع خاص طالب جامعي أعمال حرة بدون عمل

القسم الثاني: قياس مدى الوعي التأميني للمستهلك الجزائري

- 1- هل تستخدم خدمة التأمين؟ نعم لا
- 2- إذا كانت الإجابة نعم. فلماذا؟
 إجباري حماية وضممان أخرى وضع
- 3- ما هي أنواع التأمين التي تعرفها؟
 التأمين على السيارات التأمين الصحي التأمين على السكن تأمين السفر
 التأمين على الحوادث التأمين على الحياة التأمين ضد الحريق أخرى حدد
- 4- من بين هذه الأنواع ما هي الأنواع التي تستخدمها؟
- 5- من بين شركات التأمين الموجودة في الجزائر ما هي الشركات التي تعرفها؟
 SAA GAM 2A CAAR
 CAAT AXA CIAR أخرى حدد
- 6- هل التامين بكل أنواعه حرام؟ نعم لا

7- إذا كانت الإجابة لا. ما هو حسب معلوماتك النوع الجائز شرعا؟

8- هل تعتقد أن غاية شركات التأمين هي الربح فقط؟ نعم

لا

9- هل تظن أن شركات التأمين تنهرب من دفع مستحقات المؤمنين لديها إذا استطاعت؟ نعم

لا

10- هل تعتقد أن التأمين هدر للنقود في غير مكانها؟ نعم

لا

القسم الثالث: العوامل المؤثرة في القرار الاستهلاكي لخدمة التأمين عند الفرد الجزائري

11- على أي أساس تتخذ قرار التأمين؟ حدد أهمية كل معيار حسب السلم التالي:

ضع علامة x في الخانة المناسبة:

المعيار	درجة أهميته	مهم جدا	مهم	أقل أهمية	لا يهم
1- أفراد العائلة					
2- الطبقة الاجتماعية					
3- الدوافع الشخصية					
4- التعلم					
5- المعتقدات والمواقف					
6- الثقة في شركة التأمين					
7- مميزات عقد التأمين					
8- التطابق مع مبادئ الشريعة الإسلامية					
9- إجبارية التأمين من طرف الدولة أو أي هيئة أخرى					
10- قرب الشركة عن مقر عملك أو سكنك					
11- الإشهار الجذاب					
12- جودة الخدمة					
13- الأسعار					
14- سرعة تقديم الخدمة					
15- سرعة دفع التعويضات					
16- شخصية وكيل التأمين وطريقة معاملته لك					
17- سهولة الحصول على المعلومات					
18- توفير فكرة واضحة عن كل التأمينات التي تقدمها الشركة					
19- وجود خدمات إضافية (موقف سيارات)					
20- إصدار كتيبات ونشرات عن التأمين					
21- القيام بمعارض ودوريات عن التأمين وخدماته					