

توجهات الزبائن لخدمات التأمين التكافلي

دراسة ميدانية لعينة من الزبائن في ولاية سكيكدة.

**Customer attitudes towards Takaful insurance services**

**.A field study of a sample of customers in Skikda State**

د.بن الشيخ بوبكر الصديق

جامعة سكيكدة.

**المستخلص.** هدف الدراسة محاولة استكشاف وعي واهتمام الزبون الجزائري بخدمات التأمين التكافلي ومدى تفضيله لها. تم جمع بيانات الدراسة من عينة ميسرة عن طريق استمارة أعدت لتحقيق هدف الدراسة. خلصت الدراسة إلى أن مفردات عينة الدراسة على وعي ومعرفة بالتأمين التكافلي، حيث أظهرت اتجاهها عاما نحو الموافقة، هناك اهتمام من طرف مفردات عينة الدراسة بالتأمين التكافلي وخدماته، مفردات عينة الدراسة لديها نية تفضيلية قوية تجاه منتجات وخدمات التأمين التكافلي.

**الكلمات الدالة:** الوعي، الاهتمام، النية التفضيلية، سلوك المستهلك، التأمين التكافلي.

**Abstract.** The study aims to explore the market of Takaful insurance in Algeria and to see the possibility of its expansion and growth by trying to explore the awareness and interest of the Algerian customer in the services of Takaful insurance and to which extent he prefers it. The data of the study were collected from an available sample using a form prepared to achieve the goal of this study. The study concluded that the individuals from the study sample are aware of the Takaful insurance. They showed a general trend towards approval. There is an interest by these individuals in the Takaful insurance and its services. They have a strong preferential intention towards the services and goods of the Takaful insurance. They showed a general trend towards the approval of preferring the goods of Takaful insurance.

**Keywords:** awareness, concern, intention preferential, consumer behavior, Takaful insurance.

## مقدمة

تزايد الاهتمام بصناعة التأمين التكافلي في مختلف أنحاء العالم، وخاصة في الدول الإسلامية خلال السنوات القليلة الماضية، حيث أصبح التأمين التكافلي حاجة ضرورية للزبون المسلم، مع تزايد أعداد المسلمين في العالم، وانتكاسات النظام المالي التقليدي وقصوره عن مواجهة الأزمات المالية المستمرة والتي باتت تهدد النظام المالي التقليدي القائم على القواعد المنافية لتعاليم الشريعة الإسلامية.

لذلك بدأ الاهتمام نحو إنشاء شركات التأمين التكافلي باعتبارها إحدى مقومات النظام المالي الإسلامي وطرح منتجات وخدمات التأمين الإسلامي في الأسواق، خاصة بعد عجز النظم التأمينية المعاصرة في تحقيق التكافل، نظرا لاتجاهها إلى تحقيق مصالحها وتعظيم أرباحها، واعتبارها وسيلة للتجارة والربح وليس للتعاون والتكافل (عامر حسن عفانة، 2010). وقد خطى التأمين التكافلي (الإسلامي) خطوات جادة في مجالات التنظير والتطبيق لدى الأفراد والمؤسسات، حيث تقدر عدد شركات التأمين التكافلي في العالم بـ 195 شركة، وأكد تقرير نشر عن مؤسسة ستاندر اندبورز بأن لدى سوق التأمين التكافلي بدول مجلس التعاون الخليجي وحده، والذي ينمو بنسبة تقارب 40٪ سنويا القدرة على النمو ليبلغ 4مليارات دولار سنويا في السنوات القادمة.

ويعتبر التأمين التكافلي البديل الإسلامي للتأمين التقليدي، وهو اتفاق بين مجموعة من الأشخاص يتفقون على تعويض الضرر الذي قد يلحق أي واحد منهم من الأموال التي يتبرعون بها بشكل جماعي على قاعدة الاشتراك في الضرر والخسارة. ويقوم التأمين التكافلي بشكل عام على فكرة مؤداها توزيع النتائج الضارة لحادثة معينة على مجموعة من الأفراد بدلا من أن يترك من حلت به الكارثة يتحمل نتائجها وحده.

## مشكلة الدراسة

تتمحور مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على التساؤلات التالية:

- ما مدى وعي ومعرفة الزبون الجزائري بخدمات التأمين التكافلي؟
- ما مدى اهتمام الزبون الجزائري بالتأمين التكافلي؟
- هل يفضل الزبون الجزائري منتجات التأمين التكافلي بالمقارنة مع منتجات التأمين التقليدي؟

## أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

تحديد مدى وعي ومعرفة الزبون في الجزائر بخدمات ومنتجات التأمين التكافلي؛

قياس مدى اهتمام الزبون في الجزائر بخدمات ومنتجات التأمين ؛

معرفة مدى تفضيل الزبون في الجزائر لخدمات التأمين التكافلي .

## أولا :الإطار النظري للتأمين التكافلي الإسلامي

### 1-مفهوم التأمين التكافلي

يهدف التأمين التكافلي الإسلامي إلى تقديم الخدمة التي يقدمها التأمين التقليدي للمستأمن (حامل وثيقة التأمين)، بطريقة تعاونية مشروعة خالية من الغرر المفسد للعقد والربا وسائر المحظورات، وذلك بتقديم المستأمن اشتراكات على أساس التبرع لتكون محفظة تأمينية لها شخصية مستقلة، تدفع منها عند وقوع الضرر المؤمن ضده، وما يتحقق من فائض بعد التغطية والمصاريف واقتطاع الاحتياطات يوزع على المستأمنين (حملة وثائق التأمين التكافلي) (الخلفي،2009). ويعرف عقد التأمين التكافلي الإسلامي بأنه"اتفاق بين شركة التأمين التكافلي باعتبارها ممثلة لهيئة المشتركين، وشخص طبيعي أو قانوني(اعتباري) على قبوله عضوا في هيئة المشتركين والتزامه بدفع مبلغ معلوم"قسط" على سبيل التبرع منه ومن عوائد استثماره لأعضاء هذه الهيئة، على أن تدفع له الشركة نيابة عن هذه الهيئة من أموال التأمين التي تجمع منه ومن غيره من المشتركين، التعويض عن الضرر الفعلي الذي أصابه من جراء وقوع خطر الأشخاص، على النحو الذي تحدده وثيقة التأمين ويبين أسسه النظام الأساسي للشركة"(حسين حامد حسين،2004: 5).

إن التأمين التكافلي الإسلامي يتفق وأحكام الشريعة الإسلامية، فهو يقوم على التعاون المتبادل في تحمل الخطر بين حملة الوثائق أو المشاركين في نظام التكافل، وأن هناك فصلا واضحا بين حسابات حملة الوثائق وحسابات المساهمين، كما أن شركات التكافل تستثمر في مجالات الاستثمار التي تتوافق وأحكام الشريعة الإسلامية، كما أن شركات التأمين التكافلي يتم الإشراف عليها من خلال مجلس مستقل يتمثل في هيئة الرقابة الشرعية. أما التأمين التجاري التقليدي وفقا لمعظم المذاهب والمدارس الإسلامية لا يتفق والشريعة الإسلامية، حيث تشوبه عدة شبهات منها: شبهة الربا والتي عادة تكون مرتبطة بالفائدة الثابتة على الأصول والاستثمارات، بالإضافة إلى شبهة الغرر(البنى حسين،2014)،بالإضافة إلى قيام التأمين التكافلي الإسلامي على مبدأ توزيع الفائض التأميني على المشتركين(يقصد بالفائض التأميني الأموال المتبقية في صندوق المشتركين كمحصلة للفرق الموجب بين موارد الصندوق واستخداماته). (عفانة، عامر حسين،2010).

### 2-خلفية عن صناعة التأمين التكافلي في الجزائر

بدأت صناعة التأمين التكافلي في الجزائر منذ سنة 2006، وذلك مع تأسيس شركة سلامة للتأمينات، بناء على النص القانوني رقم 04/06 الممضي في 20 فيفري 2006، والذي سمح بإنشاء هيئات تأمين في شكل شركة مساهمة أو شركة تعاضديه (المرسوم التنفيذي 13/09، 2009)، حاليا تعتبر شركة سلامة للتأمينات الشركة الوحيدة في الجزائر التي تقدم خدمات التأمين التكافلي الإسلامي، حيث بلغ رأس مال الشركة 2 مليار دينار جزائري، وهي فرع من المجمع العالمي لسلامة للتأمين وإعادة التأمين لشركة سلامة للتأمين، تستثمر 2,6 مليار دينار جزائري ولديها محفظة متنوعة بين 76٪ لتأمين الخواص و24٪ لتأمين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (وليد سعيود، 2011)، الحصة السوقية للشركة لا تقل عن 3٪ من حصة شركات التأمين التقليدية العاملة في سوق التأمين الجزائري. تقدم شركة سلامة مجموعة من المنتجات تتمثل أهمها في:

- تأمين السيارات، تأمين الأخطار الصناعية الكبرى والصغرى، تأمين المنشأة الفنية والورشات، تأمين الأخطار البسيطة للأفراد مساكين- محلات تجارية، تأمين النقل البحري، والبري والجوي، تأمين المسؤولية المدنية المختلفة، بالإضافة إلى تأمين الأشخاص وإعادة التأمين (-Salama. www.assurance.dz).

كما تمتلك الشركة شبكة توزيع متكونة من 150 نقطة بيع مؤطرة من طرف 5 مديريات جهوية (شرق-وسط-غرب) على مستوى التراب الوطني للجزائر.

#### بعض المؤشرات الرقمية عن شركة سلامة للتأمينات الجزائر

من خلال الجدول (1) يلاحظ أن نسبة نمو رقم أعمال الشركة ارتفع بين سنة 2008-2009 من 32٪ إلى 39٪ بزيادة 7٪، لكنه انخفض بين سنة 2009-2010 من 39٪ إلى 7٪.

#### جدول (1) يوضح تطور رقم أعمال شركة سلامة للتأمينات الجزائر بين 2010-2008.

السنة	الأقساط بالمليون دينار	نسبة النمو٪
2008	1876	32
2009	2489	39
2010	2659	7

المصدر: وليد سعيود، 2011، تجربة سلامة للتأمينات.

ويوضح الجدول (2) عدد العقود المكتتبه أو الخدمات المقدمة في السوق لكل من قطاع الخواص وقطاع الشركات حيث بلغ عدد العقود

المكتتبة بالنسبة للقطاع الخاص 341470، أما قطاع الشركات فبلغ عدد العقود المكتتبة 18716، والملاحظ أن شريحة السوق الأكبر هي الشريحة السوقية لقطاع الخواص. أما قيمة الأقساط المدفوعة فبلغت بالنسبة لشريحة قطاع الخواص 1665653490 دينار جزائري بنسبة 77,36٪ من إجمالي الأقساط أما شريحة قطاع الشركات فبلغت 487338125 دينار جزائري بنسبة 22,63٪ من إجمالي الأقساط.

### جدول (2) عدد العقود المكتتبة لشركة سلامة للتأمينات الجزائر.

شريحة السوق	عدد العقود	قيمة الأقساط بالدينار
قطاع خاص	341470	1665653490
قطاع الشركات	18716	487338125
المجموع	360186	2152991615

المصدر : وليد سعيود، 2011.

أما الجدول (3) فيوضح تطور نمو الشركة من خلال الأخطار المؤمنة بين سنة 2005 إلى 2011، والملاحظ أن حجم المنتجات المسوقة من طرف الشركة في تزايد من سنة إلى أخرى، حيث ارتفع مجموع الأخطار المؤمنة من 654 خطر مؤمن سنة 2005 إلى 3267 خطر مؤمن سنة 2001 بتزايد ملحوظ من سنة لأخرى

### جدول (3) تطور حجم الأخطار المؤمنة لشركة سلامة للتأمينات الجزائر بين 2011-2005.

الأخطار المؤمنة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
المركبات (سيارات)	472	717	900	134	182	186	197
الأخطار البسيطة	56	75	150	184	194	185	386
أخطار المؤسسات	92	159	214	162	307	353	486
أخطار النقل	32	75	161	91	96	41	158
تأمينات شخصية	2	28	79	92	123	213	267
المجموع	654	1054	1504	1876	2548	2659	3267

المصدر: وليد سعيود، 2011.

تستخدم شركة سلامة للتأمينات الجزائر ثلاث نماذج شرعية في تنفيذ أعمالها المالية وإدارة صناديق التكافل على وجه التحديد وهي: نموذج

الوكالة، نموذج المضاربة والنموذج المختلط وهو الأكثر ممارسة وتطبيقا في الشركة (وليد سعيود، 2011).

## ثانياً: الدراسة الميدانية

### 1-متغيرات الدراسة

اشتملت الدراسة على المتغيرات التالية:

متغير المعرفة والوعي بخدمات التأمين التكافلي ويمكن تعريفه إجرائياً على أنه: "مدى معرفة وعي المستهلك بمفهوم الحلال والحرام في خدمات التأمين، ومدى استعمال المستهلك المعلومات المتاحة له فيما يتعلق بالحلال والحرام للحكم على منتج التأمين بشكل عام". وقد تم قياسه من خلال عبارتين تقيس مدى معرفة الزبون بمنظور الشريعة الإسلامية للتأمين التقليدي ومدى معرفته بوجود فرق بين التأمين التكافلي الإسلامي والتأمين التقليدي، وذلك من خلال مقياس خماسي أعطيت العبارة موافق بشدة رقم 5 والعبارة غير موافق بشدة الرقم 1. أما متغير الاهتمام بخدمات التأمين التكافلي فيمكن تعريفه على أنه: "درجة قلق المستهلك واهتمامه بالحلال في خدمات التأمين و المعتقدات التي يحملها تجاه موضوع الحلال في منتجات التأمين". وقد تم قياسه من خلال أربع عبارات تقيس مستوى اهتمام الزبون بخدمات التأمين التكافلي حيث أعطيت العبارة موافق بشدة الرقم 5، وأعطيت العبارة غير موافق بشدة الرقم 1. أما متغير النية التفضيلية لخدمات التأمين التكافلي فقد تم تعريفها على أنها: "مسار أو خط الحركة الذي ينوي المستهلك متابعته قصد الاشتراك في خدمات التأمين التكافلي"، وتم قياسها من خلال ثلاث عبارات، كانت العبارة الأولى هل تفضل منتجات التأمين التكافلي؟ من خلال مقياس خماسي أعطيت العبارة موافق بشدة رقم 5 وأعطيت العبارة غير موافق بشدة الرقم 1. أما العبارة الثانية فكانت هل تريد الاشتراك في خدمة التأمين التكافلي مستقبلاً؟ من خلال مقياس خماسي أعطيت العبارة موافق بشدة رقم 5 وأعطيت العبارة غير موافق بشدة الرقم 1، أما العبارة الثالثة فكانت هل ستختار خدمات التأمين التكافلي في المستقبل إذا كانت متوفرة؟ من خلال مقياس خماسي أعطيت العبارة موافق بشدة رقم 5 وأعطيت العبارة غير موافق بشدة الرقم 1.

### 2-منهج الدراسة

تم إجراء الدراسة وفق المنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل مستوى وعي ومعرفة الزبون بخدمات التأمين التكافلي واهتمامه بها ونيته التفضيلية لهذه الخدمات، وذلك من خلال استطلاع آراء عينة الدراسة من خلال جمع البيانات الأولية المتعلقة بمجالات الدراسة، ثم القيام بتحليل هذه البيانات عن طريق الأساليب الإحصائية المناسبة للإجابة على أسئلة الدراسة، ثم تفسير النتائج التي تم التوصل إليها.

### 3- عينة الدراسة:

ليس هنالك اتفاق مطلق بين علماء الاجتماع حول الحجم المثالي لعينة الدراسة، فهناك من يؤكد بأن أخذ نسبة 5% من المجتمع الأصلي تعد كافية وتحقق الغرض العلمي، وهناك من يؤكد على ضرورة سحب 10% من مجتمع الدراسة لتكون النتائج أدق وأكثر علمية (عقيل نوري، 2006)، ونظراً لكبير حجم المجتمع وقيود التكلفة والوقت، تم الاعتماد على أسلوب العينات الميسرة (القصدية)، من خلال أخذ عينة ميسرة تكونت من 204 مفردة، حيث وزعت 204 استبانة وتم استرجاع 81 منها أي بنسبة استرجاع (40.5%) وتعتبر هذه النسبة مقبولة لتحقيق أغراض الدراسة.

وقد توزعت خصائص مفردات عينة الدراسة كالتالي:

كانت نسبة الذكور (72,8%) بينما نسبة الإناث (27,2%)، أما فيما يتعلق بالعمر فبلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم بين 20-30 سنة (34,8%)، والذين تتراوح أعمارهم بين 31-40 سنة (54,3%) بينما بلغت نسبة الذين أعمارهم بين 41-50 سنة (11,1%) أما نسبة الذين تزيد أعمارهم عن 51 سنة فكانت (0%). وفيما يتعلق بالمستوى التعليمي، فقد بلغت نسبة الجامعيين (90,1%) وبلغت نسبت ذو المستوى الثانوي (8,6%)، وكانت نسبة ذو المستوى المتوسط (0%). أما فيما يتعلق بالدخل الشهري، فبلغت نسبة الذين تتراوح مداخيلهم الشهرية بين 18000-45000 دج (51,1%)، بينما بلغت نسبة الذين تتراوح مداخيلهم بين 45001-70500 دج (42%)، وبلغت نسبة الذين تتراوح مداخيلهم بين 70501-96000 دج (3,7%).

### 4- طريقة جمع البيانات الأولية:

تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء في جمع البيانات الأولية، وقد تم جمع البيانات من مفردات عينة الدراسة عن طريق اتصال الباحث شخصياً بالمستقصى منهم، من خلال المقابلة الشخصية لشرح طبيعة وأهداف الاستقصاء وطلب التعاون وتسليم استبانة المسح باليد، مع إعطائهم فترة زمنية للإجابة بكل حرية، ومن ثم إعادة جمع الاستبيانات بالاتصال الشخصي مرة أخرى، حيث استغرقت عملية جمع البيانات شهرين.

### 5- أداة الدراسة، الصدق والثبات:

#### 5-1- الصدق الظاهري لأداة الدراسة

تم الاعتماد في بناء أداة الدراسة على دراسة Mohamed and nor, (2011) ودراسة (Mohd S,at el,2012)، حيث حرص الباحث على عرض أداة الدراسة في شكلها الأولي على مجموعة من الأساتذة المحكمين قصد إبداء آراءهم في العبارات وتصحيح الأخطاء الممكنة، وقد أخذ الباحث بآراء المحكمين في ضبط أداة الدراسة. وبعد ذلك عرضت أداة الدراسة على عينة صغيرة مكونة من 10 مفردات للتأكد من مدى وضوح العبارات ودقتها واختبار مستوى الصدق والثبات، وفي ضوء مقترحاتهم تم

إعادة صياغة بعض العبارات، وحذف بعضها الآخر لتناسب مع أهداف وطبيعة الدراسة.

## 5-2- ثبات أداة الدراسة (الاعتمادية)

للتأكد من درجة ثبات أداة الدراسة، ومدى الاتساق الداخلي لفقراتها، تم استخدام معامل الارتباط ألفا كرونباخ (Alpha Correlation Coefficient)، باعتباره أكثر الأساليب المعتمدة في قياس درجة الاتساق الداخلي لأداة القياس، حيث يعتبر الباحثون (إدريس، 1978، 1992، Nunnally) أن الحدود المقبولة لمعامل الارتباط ألفا يجب أن تكون أكبر من 0,7، ويوضح الجدول (4) أن معامل الارتباط ألفا الإجمالي لكل عبارة الإستبانة بلغ (0,942) وهي قيمة مرتفعة نستطيع من خلالها الحكم على درجة ثبات أداة الدراسة، كما بلغ معامل الصدق (0,970)، في حين بلغ معامل الارتباط ألفا لكل متغير على حدة (الوعي والمعرفة، الاهتمام، النية التفضيلية) على التوالي (0,809، 0,914، 0,927) الأمر الذي انعكس أثره على الصدق الذاتي للإستبانة (0,889، 0,956، 0,962)، كل هذه النتائج تؤكد ثبات أداة الدراسة والتناسق الداخلي بين عباراتها، وأنها ستعطي نفس النتائج لو تم تكرار الدراسة مرة أخرى في ظروف مشابهة للدراسة الحالية، كما تؤكد أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي بين فقراتها ويمكن الاعتماد عليها في هذه الدراسة.

### جدول (4) معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة.

المتغيرات	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق
الوعي والمعرفة	2	0,809	0,889
الاهتمام	4	0,914	0,956
النية التفضيلية	3	0,927	0,962
<b>الإجمالي</b>	<b>9</b>	<b>0,942</b>	<b>0,970</b>

## ثالثاً: نتائج الدراسة الميدانية

### 1- وصف المتغيرات العامة للدراسة

تشير النتائج أن (35,8%) من أفراد عينة الدراسة مشتركين في خدمة التأمين، بينما (58,8%) غير مشتركين في خدمات التأمين، كما توضح نتائج الجدول أن (9,9%) من أفراد عينة الدراسة تشترك في خدمة الحياة و(48,14%) مشتركة في خدمة التأمين الصحي، و(69,13%) مشترك في خدمة التأمين على السيارات، و(14,81%) مشترك في خدمة التأمين على المباني والحرائق، وأخيراً (4,93%) مشترك في خدمة التأمين على القروض.

كما يوضح النتائج أن (28,4%) من عينة الدراسة يخصصون أقل من 1000 دج سنوياً للتأمين، بينما تخصص (38,8%) ما بين 1000-5000 دج سنوياً، وتخصص (21%) ما بين 5001-10000 دج سنوياً لخدمات

التأمين، بينما تخصص (4,9%) من أفراد عينة الدراسة ما يتراوح بين 10001-50000 دج سنويا وتخصص (2,5%) ما بين 100001-200000 دج سنويا للتأمين.

#### جدول (5) يوضح ترتيب العوامل المحددة لاختيار أفراد عينة الدراسة لخدمات التأمين.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العوامل
1	0,59275	3,8000	المنتج يتوافق والشريعة الإسلامية
4	0,70391	3,3333	السعر (تكلفة وثيقة التأمين)
2	0,50471	3,6579	سهولة استرجاع الأضرار
3	0,70212	3,4400	جودة خدمة التأمين
5	0,78974	3,3289	سمعة الشركة

يتضح من الجدول (5) أن أهم عامل يحدد اختيار أفراد عينة الدراسة لخدمات التأمين هو "توافق منتج التأمين مع الشريعة الإسلامية"، حيث احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3,8000)، وجاء في المرتبة الثانية عامل "سهولة استرجاع الأضرار" بمتوسط حسابي (3,6579)، وجاء في المرتبة الثالثة "جودة خدمة التأمين" بمتوسط حسابي (3,4400)، أما المرتبة الرابعة فكانت لعامل "السعر (تكلفة وثيقة التأمين)" بمتوسط حسابي (3,3333) وكان في المرتبة الخامسة عامل "سمعة الشركة" بمتوسط حسابي قدر ب(3,3289).

والملاحظ أن الانحرافات المعيارية للعامل الأول والثالث أكثر تجانسا من البعد الثاني والرابع والخامس، لأنه كلما كانت قيمة الانحراف المعياري صغيرة كلما دل ذلك على أن درجات أفراد العينة أكثر تجانسا فيما بينها. وعلى العموم فإن قيم الانحراف المعياري لكل العوامل منخفضة ما يدل على أن أفراد العينة لكل العوامل متجانسة.

#### 2- الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

يتناول الباحث فيما يلي الإحصاء الوصفي للمتغيرات البحثية لكل من المعرفة والوعي بالتأمين التكافلي، والاهتمام بالتأمين التكافلي وتفضيل منتجات وخدمات التأمين التكافلي، من حيث المتغيرات التي حازت على درجات الموافقة وفقا لاستجابات مفردات عينة الدراسة؛ تم يوضح الاتجاه العام لاستجابات مفردات الدراسة لكل متغير للإجابة عن الأسئلة البحثية.

## 1-2 الإجابة على السؤال الأول للدراسة:

يسعى هذا الجزء للإجابة على السؤال الأول للدراسة " ما مدى وعي ومعرفة الزبون الجزائري بخدمات التأمين التكافلي؟"، وتتضمن الإجابة عن السؤال الأول تحديد آراء مفردات عينة الدراسة نحو متغير الوعي والمعرفة بالتأمين التكافلي كما يوضحه الجدول (6)؛

جدول (6) آراء مفردات العينة حول متغيرات الوعي والمعرفة، الاهتمام، النية التفضيلية تجاه التأمين التكافلي.

الترتيب	الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العوامل الفرعية	العامل الرئيسي
2	موافق	0,9880	3,543	هل التأمين التقليدي غير مقبول من منظور الشريعة الإسلامية؟ هل هناك فرق بين التأمين التقليدي والتأمين التكافلي؟	الوعي والمعرفة
1	موافق	0,8944	3,777		
	موافق	<b>0,8285</b>	<b>3,660</b>	<b>الإجمالي</b>	
2	موافق	0,9286	4,012	هل خدمات التأمين التكافلي مهمة بالنسبة لك؟ هل أنت مستعد لدفع سعر أكبر مقابل الحصول على خدمات التأمين التكافلي؟ هل تعتبر خدمات التأمين التكافلي أداة تسويقية لمنافسة خدمات التأمين التكافلي؟ هل منتجات التأمين التكافلي ضرورية في المجتمعات المسلمة؟	الاهتمام
4	موافق	1,1415	3,493		
3	موافق	0,9143	3,703		
1	موافق	0,9483	4,024		
	موافق	<b>0,7977</b>	<b>3,808</b>	<b>الإجمالي</b>	
3	موافق	0,9380	4,086	هل تفضل منتجات التأمين التكافلي؟ هل تريد الاشتراك في خدمة التأمين التكافلي مستقبلاً؟ هل ستختار خدمات التأمين التكافلي في المستقبل إذا كانت متوفرة؟	النية التفضيلية
1	موافق	0,8960	4,185		
2	موافق	0,8997	4,123		
	موافق	<b>0,7811</b>	<b>4,131</b>	<b>الإجمالي</b>	

يتضح من الجدول (6) أن مفردات عينة الدراسة على وعي ومعرفة بالتأمين التكافلي، حيث أظهرت اتجاهها عاما نحو الموافقة بمتوسط حسابي (3,665) وانحراف معياري قدره (0,7811) ما يدل على تجانس درجات أفراد عينة الدراسة لعالمي الوعي والمعرفة بخدمات التأمين التكافلي، حيث توافق مفردات عينة الدراسة على أن التأمين التقليدي غير مقبول (حرام) من منظور الشريعة الإسلامية، كما توافق أن هناك فرقا بين التأمين التكافلي والتأمين التقليدي، فقد حازت على متوسطات حسابية قدرها (3,5432، 3,7778) على التوالي وهي تأخذ درجة الموافقة وانحراف معياري قدره (0,98805، 0,89443) على التوالي واحتلت الفقرة الثانية المرتبة الأولى كما احتلت الفقرة الأولى المرتبة الثانية.

## 2-2 الإجابة على السؤال الثاني للدراسة:

ينص السؤال الثاني للدراسة على ما يلي: "ما مدى اهتمام الزبون الجزائري بالتأمين التكافلي؟"، يتضح من الجدول (6) أن مفردات عينة الدراسة تبدي اتجاهها عاما نحو الموافقة على متغير الاهتمام بالتأمين التكافلي، حيث حصل متوسط حسابي (3,8085) أي بدرجة الموافقة، وانحراف معياري (0,7977)، واحتلت الفقرة "هل منتجات التأمين التكافلي ضرورية في المجتمعات المسلمة" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4,0247) وانحراف معياري (0,9483)، تليها الفقرة "هل خدمات التأمين التكافلي مهمة بالنسبة لك" بمتوسط حسابي (4,0123) وانحراف معياري (0,9286)، ثم جاءت الفقرة "هل تعتبر خدمات التأمين التكافلي أداة تسويقية لمنافسة خدمات التأمين التقليدي" بمتوسط حسابي (3,7037) وانحراف معياري (0,9483)، وجاءت في المرتبة الرابعة الفقرة "هل أنت مستعد لدفع سعر أكبر مقابل الحصول على خدمات التأمين التكافلي" بمتوسط حسابي (3,7037) وانحراف معياري (0,9483)، ويتضح من الوصف الإحصائي لمتغير الاهتمام بالتأمين التكافلي أن هناك اهتماما من طرف مفردات عينة الدراسة بالتأمين التكافلي وخدماته.

## 2-3 الإجابة على السؤال الثالث للدراسة

ينص السؤال الثالث للدراسة على ما يلي: "ما مدى تفضيل الزبون الجزائري لمنتجات التأمين التكافلي؟"، يتضح من الجدول (6)، أن مفردات عينة الدراسة قد أظهرت اتجاهها عاما بالموافقة على تفضيل منتجات التأمين التكافلي، حيث يبين الوصف الإحصائي لمتغير النية التفضيلية على حصوله لمتوسط حسابي قدره (4,1316) وهو قريب جدا من درجة الموافقة بشدة، وانحراف معياري (0,7811). واحتلت الفقرة "هل تريد الاشتراك في خدمة التأمين التكافلي مستقبلا؟" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4,185) وانحراف معياري (0,8960)، وجاءت في المرتبة الثانية الفقرة "هل ستختار خدمات التأمين التكافلي في المستقبل إذا كانت متوفرة؟" بمتوسط حسابي (4,1235) وانحراف معياري (0,89976)، وكانت في المرتبة الثالثة الفقرة "هل تفضل منتجات التأمين التكافلي؟" بمتوسط حسابي (4,0864) وانحراف معياري (0,9380). وعموما يمكن القول من خلال النتائج المتحصل عليها

أن مفردات عينة الدراسة لديها نية تفضيلية قوية تجاه منتجات وخدمات التأمين التكافلي.

## خاتمة

في ضوء نتائج التحليل الإحصائي، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج تتمثل في:

1- أهم عامل يحدد اختيار أفراد عينة الدراسة لخدمات التأمين هو "توافق منتج التأمين مع الشريعة الإسلامية" حيث احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3,8000)، وجاء في المرتبة الثانية عامل "سهولة استرجاع الأضرار" بمتوسط حسابي (3,6579)، وجاء في المرتبة الثالثة "جودة خدمة التأمين" بمتوسط حسابي (3,4400)، أما المرتبة الرابعة فكانت لعامل "السعر (تكلفة وثيقة الأمين)" بمتوسط حسابي (3,3333) وكان في المرتبة الخامسة عامل "سمعة الشركة" بمتوسط حسابي قدر ب(3,3289).

2 - مفردات عينة الدراسة على وعي ومعرفة بالتأمين التكافلي، حيث أظهرت اتجاهها عاما نحو الموافقة بمتوسط حسابي (3,665) وانحراف معياري قدره (0,7811) ما يدل على تجانس درجات أفراد عينة الدراسة لعامل الوعي والمعرفة بخدمات التأمين التكافلي، حيث توافق مفردات عينة الدراسة على أن التأمين التقليدي غير مقبول (حرام) من منظور الشريعة الإسلامية، كما توافق على أن هناك فرقا بين التأمين التكافلي والتأمين التقليدي، فقد حازت على متوسطات حسابية قدرها (3,5432، 3,7778) على التوالي وهي تأخذ درجة الموافقة وبانحراف معياري قدره (0,98805، 0,89443) على التوالي واحتلت الفقرة الثانية المرتبة الأولى كما احتلت الفقرة الأولى المرتبة الثانية.

3 - هناك اهتمام من طرف مفردات عينة الدراسة بالتأمين التكافلي وخدماته، حيث حصل متغير الاهتمام على متوسط حسابي (3,8085) أي بدرجة الموافقة، وانحراف معياري (0,7977)، واحتلت الفقرة "هل منتجات التأمين التكافلي ضرورية في المجتمعات المسلمة" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4,0247) وانحراف معياري (0,9483)، تليها الفقرة "هل خدمات التأمين التكافلي مهمة بالنسبة لك" بمتوسط حسابي (4,0123) وانحراف معياري (0,9286)، تم جاءت الفقرة "هل تعتبر خدمات التأمين التكافلي أداة تسويقية لمنافسة خدمات التأمين التقليدي" بمتوسط حسابي (3,7037) وانحراف معياري (0,9483)، وجاءت في المرتبة الرابعة الفقرة "هل أنت مستعد لدفع سعر أكبر مقابل الحصول على خدمات التأمين التكافلي" بمتوسط حسابي (3,7037) وانحراف معياري (0,9483).

4 - مفردات عينة الدراسة لديها نية تفضيلية قوية تجاه منتجات وخدمات التأمين التكافلي. فقد أظهرت اتجاهها عاما بالموافقة على تفضيل منتجات التأمين التكافلي، حيث يبين الوصف الإحصائي لمتغير النية التفضيلية على حصوله لمتوسط حسابي قدره (4,1316) وهو قريب جدا من درجة الموافقة بشدة، وانحراف معياري (0,7811). واحتلت الفقرة "هل تريد الاشتراك في

خدمة التأمين التكافلي مستقبلاً؟" المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4,185) وانحراف معياري (0,8960)، وجاءت في المرتبة الثانية الفقرة "هل ستختار خدمات التأمين التكافلي في المستقبل إذا كانت متوفرة؟" بمتوسط حسابي (4,1235) وانحراف معياري (0,89976)، وكانت في المرتبة الثالثة الفقرة "هل تفضل منتجات التأمين التكافلي؟" بمتوسط حسابي (4,0864) وانحراف معياري (0,9380).

## المراجع

### أولاً: المراجع باللغة العربية

أبو شنب، ماجد محمد علي، (2013م)، أثر التحديات الميدانية على صناعة التأمين التكافلي بالمملكة العربية السعودية، رسالة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية العربية المفتوحة بالدنمارك، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم الإدارة.

إدريس، ثابت عبد الرحمان، (1992م)، تحليل المحددات الرئيسية للتسويق الداخلي والخارجي وأثرها على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على قطاع البنوك الكويتية، مجلة كلية التجارة للبحوث العالمية، المجلد الثالث والثلاثون، العدد الأول، ص: 317-399.

حسان، حسين حامد، (2014م)، أسس التكافل التعاوني في ضوء الشريعة الإسلامية، منتدى التكافل السعودي الأول، جدة.

حسين، لبنى، (2014م)، التنبؤ بمتوسط صافي أقساط التأمين التكافلي (حياة، ممتلكات) بسوق التأمين المصري، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، المجلد الثالث، العدد الثالث.

الخليفي، رياض منصور، (2009م)، التأمين التكافلي الإسلامي، بحث مقدم إلى ملتقى التأمين التعاوني، الهيئة الإسلامية للاقتصاد والتمويل الإسلامي، الرياض.

سعيد، وليد، (2011م)، تجربة سلامة للتأمينات الجزائر في تسويق التأمين التكافلي في السوق الجزائري، ورقة مقدمة ضمن الندوة الدولية حول شركات التأمين التقليدي ومؤسسات التأمين التكافلي بين الأسس النظرية والتجربة التطبيقية، جامعة عباس، سطيف، الجزائر.

عفانة، عامر حسن، (2010م)، إطار مقترح محاسبي لعمليات شركة التأمين التكافلي في ضوء الفكر المحاسبي الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.

المرسوم التنفيذي رقم 13/09 الصادر بتاريخ 2009/01/11م، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، رقم ثلاثة.

نوري، عقيل، (2006م)، طروحات موضوعية في أزمة الموضوعية، المجلة الجزائرية للدراسات السوسولوجية، العدد الأول، ص: 9-34.

ثانيا: المراجع باللغة الإنجليزية

**Mohd, S, M., et al.**, (2012), A study on Takaful and Conventional Insurance Preference: The case of Brunei, *International journal of Business and Social Science*, **3**(22):163-176.

**Mohmed, S. and Nor, H.**, (2011), Consumer Perception of Islamic Insurance Companies in Brunei Darussalam, *International Journal of Emerging Sciences*, **1**(23):285-306.

**Nunnally, J, C.**, (1978), *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, New York, Ny.

ثالثا: المواقع الإلكترونية

[www.Salama-assurance.dz](http://www.Salama-assurance.dz)