الأكاديمية للدراسات
الإجتماعية والإنسانية

واقع البنية التحتية التقنية للخدمات الإلكترونية لقطاع التأمين في الجزائر

The Reality of the Technical Infrastructure of Électronique Services for the Insurance Sector in Alegria

[أ] طالبة دكتوراه.حمادوش سميرة، [ب] د. تقرورت محمد
[أ] طالبة دكتوراه تخصص بنوك وتأمينات | [ب] أستاذ بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف -
Hamadouch.samira@gmail.com

ملخص

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى تشخيص واقع البنية التحتية التقنية الداعمة للخدمات الإلكترونية في شركات التأمين العاملة في الجزائر، باستخدام مؤشرات الجاهزية الإلكترونية والمتمثلة في المؤشرات الثلاث التالية: (مؤشر الهاتف الثابت، مؤشر الهاتف النقال مؤشرات الإنترنت) خلال الفترة 2006-2016 بالإضافة إلى تشخيص واقع البنية التقنية لشركات التأمين في الجزائر بعرض مختلف المعوقات والتحديات التي تواجه الصناعة التأمينية الإلكترونية وذلك لاستخلاص مجموعة من الإجراءات والتدابير ليتم الأخذ بها والعمل على تحقيقها والمتمثلة أساسا في ضرورة وعي شركات التأمين بأهمية الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، و خلصت الدراسة إلى أن الدخول في هذا المجال لم يعد خيارا فقط بل ضرورة لابد منها وأن التأخير في التوجه نحو تبني التجارة الإلكترونية في ظل الاقتصاد الرقمي القائم أساسا على تقنيات الواب بل سيؤدي إلى تقليص حصتها السوقية محليا ودوليا خاصة في ظل احتدام المنافسة بين مختلف شركات التأمين المحلية والأجنبية.

الكلمات الدالة : تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، استثمار الكتروني، تجارة الكترونية، تامين إلكتروني.

Abstract

The Objective of This Study is to diagnose The reality of The Tecnical in frastructure supporting electronic Services in The insurance companies operating in Algeria using.

The indicators of electronic readiness in Algeria, represented by The following three in dicattors (fixed line index, mobile phone index, Internet indicators) during 2006-2016, to diagnose The reality of The technical Stracture of The insurance companies operting in Algeria by presenting the various obstacles and drallenges facing the electronic insurance industry, in order to draw a set of measures to be ta be talren, and to work towards achieoing them, The awareness of insurance companies of The in port ance of investnent in information and communnication tecnology, and thrat entry into this area is no longer only an option, but a necessity and the delay in the trend toward adoption of electronic commerce in the digital economay based mainly on web tecnologies, but will Reduces market share locally and in ternationally, espeially in light of the In light of the fierce competition between various domestic and foreign insurance companies.

Keywords: *Information Technology and Telecommunications, Electronic Investment, e-commerce, Electronic Insurance.*

مقدمة

يعيش العالم اليوم مرحلة جديدة كثرت وتعقدت متغيراتها، فتشير معطيات القرن الحالي إلى أن الحضارة الإنسانية تمر بعصر جديد تلاشت فيه الحدود الإقليمية وأصبح العالم بمثابة قرية صغيرة بكل ما تحمله الكلمة من علاقات القرابة والجوار.

إن ظهور المعلوماتية وما واكبها من تطور تكنولوجي سريع في عالم الاتصالات جعل من عالم الأعمال يبدو كمضمار يضم كل المؤسسات التي تسعى إلى استيعاب واستخدام أكبر كم من المعرفة، نتيجة سرعة المتغيرات وتعاظم الفرص الناشئة عنها من جهة واشتداد المنافسة وضغوط العملاء من جهة أخرى، الأمر الذي دفع بالمؤسسات الاقتصادية منها والخدمية إلى الاعتماد أكثر على تكنولوجيا المعلومات من أجل البحث دائما عن الجديد من المنتجات والخدمات وأساليب تقديمها للعملاء ولعل من أهم مقومات نجاح المؤسسات في تحقيق ذلك هو القدرة على اللحاق بأحدث التغيرات التكنولوجية. وعلى هذا سنحاول من خلال هذه الدراسة التطرق إلى الأهمية الاقتصادية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسة وإبراز دورها في تفعيل الخدمات التأمينية ثم تشخيص البنية التحتية التكنولوجية في الجزائر وفي سوق التأمين وكذا الوقوف على التحديات التي تواجه الصناعة التأمينية الإلكترونية في الجزائر.

وبناءا على ماسبق يمكن أن نطرح السؤال الرئيسي التالي:" **ماهو واقع البنية التحتية التقنية الداعمة للخدمات الإلكترونية لقطاع التأمين في الجزائر؟**"

أهمية البحث

يكتسي البحث أهمية بالغة لاعتبارين مهمين ، الأول هو أن تكنولوجيا المعلومات أداة يستفاد منها في جميع المجالات الاقتصادية و تتمثل في نظام مفتوح يتطور بشكل سريع ودائم فهذا الجانب جدير بالدراسة لحداثته وأهميته خصوصا لدى الأقطار غير المنتجة لها أي المستفيدة من هذه التكنولوجيات، وأما الاعتبار الثاني فيتعلق بالخدمات المالية التي يتفرع من قطاع الخدمات ككل فهذا القطاع له نسبة كبيرة في التجارة العالمية مقارنة بالقطاعات الأخرى، وله عدة آثار خصوصا إذا ما تعلق الأمر بالجانب المالي ولعل شركات التأمين تمثل أحد أقطاب المنظومة المالية في كل اقتصاد يسعى للنمو و التطور.

أهداف البحث

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الورقة البحثية في عدة نقاط يمكن إيجازها في:

- العمل على إظهار أهمية استغلال تكنولوجيا المعلومات و الآثار المترتبة عليها؛

- الكشف عن مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على مستوى شركات التأمين؛

- محاولة الكشف عن مدى استفادة شركات التأمين في الجزائر من مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات رغم خصوصية نشاطها.

وقصد الإلمام بجوانب الموضوع نتطرق إلى المحاور التالية:

المحور الأول: الأهمية الاقتصادية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

المحور الثاني: تفعيل الخدمات التأمينية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

المحور الثالث: تشخيص البنية التحتية التكنولوجية في الجزائر وفي سوق التأمين

المحور الرابع : الجاهزية الإلكترونية لشركات التأمين في الجزائر

المحور الأول: الأهمية الاقتصادية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

في هذا الجزء سنبين أسباب تزايد أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منظمات الأعمال وكذا أهمية الاستثمار فيها واستخدامها للحصول على ميزة تنافسية من خلال عرض مايلي:

أولا: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هذا المفهوم الذي أضحى مركز اهتمام الاقتصاديين والسياسيين، فهو مصطلح جاء نتيجة التزاوج بين عدة ميادين: المعلوماتية، الاتصالات، الإلكترونيك، وعليه فإن التركيبة المعقدة لهذه التكنولوجيا جعلت من الأهمية بمكان وضع تعريف يقترب من الشمولية والدقة لها ولخصائصها ومكوناتها وهذا ما يمكننا من التعرف على أثارها وأهميتها في المؤسسة.

1- **تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات** : هناك عدة تعاريف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات نورد أهمها فيما يلي:

تعرفها منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية على أنه:"مجموعة الأنشطة الاقتصادية التي تشارك في إظهار، معالجة، تخزين، وتحويل المعلومة باستخدام وسائل إلكترونية". [1]

وعرفها البنك الدولي على أنها: "مجموعة من النشاطات التي تسهل بالوسائل الالكترونية، معالجة، إرسال وعرض البيانات"، كما تعني أنها مجموعة الموارد والأجهزة اللازمة لمعالجة المعلومات من أجهزة كمبيوتر وبرامج وشبكات، ضرورية لإنتاج هذه المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها.[2]

وتم تعريف قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما يلي:" يتضمن قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كافة الأنشطة

التكنولوجية (الفنية) والاقتصادية والأكاديمية والتنظيمية التي تتعلق بالتكنولوجيات الخاصة بتمكين الأفراد والمنظمات من معالجة المعلومات ونقلها في أي وقت ومكان على نحو أسرع وأكثر فعالية.[3]

ويرى البعض أنه مجرد قطاع من قطاعات الاقتصاد مستقل بذاته ومن ثمّ فهو في حاجة إلى التّطوير والتّحسين المستمر من خلال دعم البينية الأساسية له، وينظر آخرون إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنه الأساس والقاعدة الرّئيسية لتحقيق التنمية وخفض الفقر من خلال وضع برامج وخطط إستراتيجية وسياسية ورقابية فعالة، وتوجد بعض المنظمات الدولية مثل البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة التي تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنه يشمل المفاهيم الثلاثة السابقة معا.

نستنتج مما سبق أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اعتمدت على المكونات الرئيسية للتكنولوجيا من أجهزة وبرامج وشبكات الاتصال وقواعد البيانات وكافة الوسائل المرئية والسمعية والمكتوبة والتي تساعد في جمع وتحليل ومعالجة وعرض البيانات وبثها للمستفيد الأخير من منظمات وأفراد وزبائن عن طريق الاتصال الالكتروني.

حيث تظهر هذه التكنولوجيا من خلال ظاهرتين وهما الجمع بين الكلمة مكتوبة ومنطوقة والصورة الساكنة ومتحركة، وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية، أرضية أو فضائية، ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب وبالسرعة اللازمة، واعتماد الأسلوب الرقمي للقيام بكل هذه العمليات.[4]

وهناك مجموعة من **الضغوط والأسباب التي رفعت من أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات** تتمثل فيما يلي:

- تعقد وتقلب بيئات الأعمال: حيث أصبحت البيئة التي تعمل في ظلها المؤسسة أكثر تعقيدا وتقلباً [5]؛

- انبثاق نماذج الأعمال الالكترونية: أفرزت تقنيات ونظم المعلومات الالكترونية نماذج جديدة للأعمال لم تكن معروفة من قبل من حيث مضمون النشاط ووظائف الدعم الإداري المرتبطة به، والتي تقع في عالم الأعمال الرقمي المفتوح والفوري؛

- تغير هيكل الموارد: إذ أن هذا أدى إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ففي العصر الصناعي ساد أربع موارد رئيسية متاحة لمؤسسات الأعمال هي: الأفراد، الآلات و المعدات، المواد الخام و الأموال، أمّا الآن فيوجد عامل رئيسي خامس هو المعلومات، وهذا بالطبع يعني أن المؤسسات في حاجة للمعالجة المعلومات كمورد.

- المنافسة القوية: يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أن تساعد المؤسسات التي تنافس عالمياً في الحصول على مزايا العولمة، فباستخدام هذه التكنولوجيات يتم تحسين الإنتاجية، ورفع مستوى الخدمة وزيادة الربحية وهذه العناصر تمثل مدخلا للتعامل مع العديد من مشاكل وفرص العولمة؛

- انبثاق ثورة المعلومات والمعرفة: ويعبر عن ثورة المعلومات وانفجار المعرفة النمو المستمر في تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصالات وتحولها المتزايد نحو التصغير، السرعة، المرونة، حيث أصبح من الممكن فعلا القول بأنّ العالم أصبح قرية صغيرة[6]

- توقعات المستهلكين: أصبح المستهلك في عالم اليوم أكثر دراية ومعرفة بالمتاح من السلع والخدمات وجودتها، وهذا يؤدي بالمستهلك إلى طلب أفضل المنتجات من السلع والخدمات، ويطلبون معلومات أكثر تفصيلا عن السلع والخدمات التي يريدونها والمؤسسات في حاجة إلى أن تصبح قادرة على توصيل المعلومات بسرعة لإشباع رغبات المستهلكين ومن هنا ظهور دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تمكين المؤسسات من ذلك؛

- الاختراعات والابتكارات التكنولوجية: تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورا متزايد في التصنيع والخدمات، حيث أدت إلى خلق بدائل عديدة للمنتجات والخدمات وإلى ارتفاع مستوى الجودة ومنه تزيد من حدة المنافسة؛

- العولمة: حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمثابة المحرك لمؤسسات الأعمال اتجاه العولمة، من خلال استخدام الحاسبات الآلية وتكنولوجيا الاتصالات والثورة المعلوماتية كطاقة مولدة ومحركة للعولمة، وذلك عبر التجارة الإلكترونية، الطب الإلكتروني والتعليم الإلكتروني، الصيرفة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني وغيرها[7].

2ـ **خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات**: يمكن حصر أهم خصائص تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات فيما يلي:

- اللاّجماهيرية والتفاعلية: بمعنى أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، أما التفاعلية فالمستعمل لها يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت ؛ [8]

- اللاتزامنية وقابلية التوصيل: حيث يكون بإمكان المستخدم إرسال واستقبال الرسائل في أي وقت يناسبه، أما قابلية التوصيل تعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة بغض النظر عن البلد الذي تم فيه الصنع ؛[9]

- الشيوع والانتشار والعالمية: أي قابلية الشبكة للتوسع والانتشار عبر مختلف مناطق العالم، أما العالمية والكونية أي انتقال الرسائل والمعلومات بين مختلف الروابط والمراكز ووصولها إلى ممرات وطرق مختلفة عبر أنحاء العالم؛[10]

- تقليص الوقت والمكان (اللاّمركزية): تجعل كل الأماكن الكترونيا متجاورة، كما تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها

بيسر وسهولة، واللاّمركزية تعني استقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛[11]

- قابلية التحويل والتّحرك والحركية: أي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر ؛[12]

- تكوين شبكات الاتصال: تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين ، ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات الأخرى؛[13]

- الذكاء الصناعي وسهولة الاستخدام والنّمنمة: حيث تتسم بسهولة وبساطة التشغيل، وأمثلة ذلك: (الفيديو، الفاكس، والانترنت) ، والنمنمة أي أسرع و أرخص وهي تلك وتيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات، والذكاء الصناعي يعنى تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في الإنتاج.[14]

ثانيا: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المؤسسة الاقتصادية

تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورا مهما عند استخدامها في مختلف المؤسسات الاقتصادية لما لها من تأثيرات مباشرة وغير مباشرة على مختلف وظائفها وهيكلها، وكذا حصولها على ميزة تنافسية وتحولها من مؤسسات تقليدية إلى مؤسسات رقمية وهذا من خلال الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

1. أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منظمات الأعمال

تتضح أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال:

- أهمية استخدامها على الهيكل التنظيمي: تظهر هذه الأهمية من خلال تأثير دور التكنولوجيا على الإدارة العليا والوسطى وذلك من حيث محتوى الوظيفة ومتطلبات الكفاءة الإدارية في شاغلي هذه المراكز لتحقيق اللامركزية في سلطة الإدارة الوسطى من خلال برمجة وأتمتة العمليات وما يترتب على ذلك من اللاشخصية في الأداء و تخفيض عدد الكوادر بسبب عملية الأتمتة للوظائف خصوصا الروتينية منها ومساعدة المؤسسات على اتخاذ القرارات[15]؛

- أهمية استخدامها على الرقابة الإدارية وتفويض السلطة: إن توحيد وتكامل عمليات المنظمة في مجال الرقابة يقود إلى مركزيتها مما يترتب عليه رفع كفاءة أدائها، وعن أثر استخدامها على تفويض السلطة تتيح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمديرين التنفيذيين تفويض بعض صلاحياتهم للإدارة الوسطى دون أن يفقدوا الرقابة على ذلك.

- أهمية استخدامها على الأداء الوظيفي: تسهم التكنولوجيا ونظم المعلومات في التأثير على تحسين الأداء المؤسسي وذلك بزيادة قدرة المنظمة الدخول إلى أسواق جديدة وزيادة فاعليتها في تحقيق أهدافها على المدى الطويل، وتحسين فعالية عملية اتخاذ القرارات الإدارية. [16].

2. عوامل تحقيق الميزة التنافسية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تتحقق الميزة التنافسية من خلال الاستغلال الأفضل للإمكانيات والموارد الفنية، المادية والمالية، التنظيمية والمعلوماتية، بالإضافة إلى القدرات والكفاءات وغيرها من الإمكانيات التي تتمتع بها المؤسسة والتي تمكنها من تصميم وتطبيق استراتيجياتها التنافسية، وتعبر الميزة التنافسية على مجموعة المهارات والتكنولوجيات والموارد القدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لإنتاج قيم ومنافع للزبائن أعلى مما يحققه المتنافسون، وتنشأ الميزة التنافسية بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرائق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين حيث يكون بإمكانها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا [17]، وحتى تستطيع المؤسسة تحقيق ذلك فإنه يجب على الإدارة العليا لها القيام بالخطوات التالية[18]:

- البحث عن طرق لإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنتج أو الخدمة ؛

- البحث عن طرق لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عمل تغييرات جذرية في أسلوب وطريقة أداء الوظائف التنظيمية وتكامل تكنولوجيا المعلومات مع التخطيط ؛

- ينبغي أن تعمل الإدارة العليا على توفير جميع إمكانيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الفعّالة من أجل الرقابة على التكاليف المرتبطة بهذه التكنولوجيا ومدى تأثّر أهداف المؤسسة أثناء استخدامها ؛

- اعتبار الانترنت والتجارة الإلكترونية قوى أساسية في الاقتصاد المعاصر لأنها مبنية على أساس تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتأكيد على دورها في تمكين المنظمة من الاستعانة بالجهات الخارجية بحثا عن مهارات أو خبرات معينة غير متوفرة في البيئة الداخلية.

المحور الثاني: تفعيل الخدمات التأمينية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

في هذا المحور سنبين أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في قطاع الخدمات المالية وبالأخص في شركات التأمين وكذا نظم التأمين الإلكتروني وأهم القنوات المستخدمة فيه ثم أثار هذه التكنولوجيا على سوق التأمين.

أولا: تكنولوجيا المعلومات أداة منافسة في قطاع الخدمات المالية

أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أداة منافسة وتطور بحيث تسمح للبنوك وشركات التأمين بتحسين تنافسيتهم

حيث أنها ترتبط بثلاث مجالات رئيسية[21]:

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

2. **وفاء الزبون**: الوفاء في عصر العولمة أصبح كميزة للبنوك وشركات التأمين فالتكنولوجيا تلعب دور رئيس لوفاء الزبون حيث تسمح بمعرفة عميقة لأهدافه ورغباته وفهم جيد لأحاسيسه التي يعتمد عليها في دراسات مدققة وأنظمة المعلومات الناجحة التي تسمح لها بتشخيص العلاقات مع الزبائن، لذلك تسعى البنوك وشركات التأمين لتوفير الجود له، كما أن المنافسة تقترح خدمات إضافية من خلال تجهيزات الاتصال، السرعة والأمن له؛

3. **جودة الخدمات**: أصبحت شركات التأمين اليوم تسعى إلى تصميم وإنتاج خدمة عالية التميز أو التفرد والتي من خلالها تخلق قيمة عالية لعملائها وقد يتحقق التميز من خلالها احتواء الخدمة المقدمة على الكثير من التصميمات الجديدة معتمدة في ذلك على تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لعرض وبيع خدماتها لتحسين الصورة الذهنية عنها لدى العميل، إذ تتضمن هذه الصورة قناعة بأن خدمات الشركة متفردة بصورة جوهرية واستثنائية قياسا بالخدمات الأخرى الموجودة في نفس السوق.

ثانيا: نظم التأمين الإلكتروني

تخضع خدمات التأمين في كل دولة إلى مجموعة من الأنظمة والقوانين التي تنظم عملها ومن ثم فإن قيام أي شركة من شركات التأمين بتسويق وبيع خدماتها عبر شبكة الإنترنت يلزمها بهذه الأنظمة والقوانين إضافة إلى أنظمة أخرى خاصة بعملها الإلكتروني عبر الإنترنت.

1. **مفهوم التأمين الإلكتروني** : إن بيع وشراء خدمات التأمين عبر الإنترنت تعتمد على الثقة المتبادلة من جانب البائع (شركة التأمين) والمشتري الإلكتروني وذلك كما هو الحال عند بيعها وشرائها في السوق التقليدية، غير أن العملية ضمن السوق الإلكترونية عبر الإنترنت تعتمد على الثقة أكثر بسبب عدم الالتقاء المادي بين الطرفين البائع والمشتري[22]، فالتسويق هنا يختلف عن كون الشيء المسوق ليس سلعة كما أن نشاط التسويق في حالة التأمين يهتم بدراسة الأسواق قبل السعي لتقديم الخدمة بغرض التعرف على حاجات العملاء ومعرفة حقيقة رغباتهم وأذواقهم وما يحرك هذه الرغبات وما يتحكم في الحاجات من عوامل مثل دوافع الاشتراك في التأمين[23]، إن آلية بيع خدمات التأمين عبر شبكة الإنترنت تكون من خلال إفصاح المشتري عن البيانات التي تطلبها الشركة ويملأ نموذجا خاص به وهنا تجري عملية الإفصاح عن البيانات في ضوء الثقة المتبادلة بينهم وتقوم شركة التأمين بتحديد أسعار خدماتها التأمينية بناء على البيانات التي يدلي بها المشتري(المؤمن) ولكن تقوم الشركة بالتأكد من هذه البيانات في حالة حصول الضرر ومطالبة المؤمن بالتعويضات فإذا تبين أن هناك بيانات غير صحيحة جرى الإدلاء بها فإن هذا المؤمن قد لا يحصل على التعويضات المالية، أما عن مدة عقد التأمين الإلكتروني بين الشركة والمشتري فإنه غالبا ما يكون سنة واحدة باستثناء بعض أنواع التأمين، وعليه يمكن القول أن التأمين الإلكتروني هو مجموعة الخدمات والمنتجات التي تقدمها شركات التامين بالاعتماد على التكنولوجيات الحديثة (الرقمية) وفي مقدمتها الإنترنت للمتعاملين معها، تمكنهم من تنفيذ العديد من تعاملاتهم مع الشركة مباشرة عن طريق هذه الخدمة بدلا عن الحاجة لزيارة أحد مكاتب الشركة.

2. **قنوات التأمين الإلكتروني**: تعددت القنوات الإلكترونية التي تعتمد عليها شركات التأمين لتسويق وعرض الخدمة التأمينية بطرق رقمية إلكترونية و فيمايلي عرض لأهم هذه القنوات[24]:

- خدمة التأمين أون لاين: تتيح هذه الخدمة للمتعاملين مع شركة التامين تنفيذ العديد من تعاملاتهم عبر شبكة الإنترنت بدلا من التنقل إلى مبنى الشركة؛

- خدمة هاتف التأمينات: إن هذه الخدمة موجهة لأصحاب العمل من الأفراد(مشتركين ومتقاعدين)، توفر هذه القناة العديد من الخدمات الذاتية التي يمكن الوصول إليها على مدار الساعة، ويمكن من خلال هذه الأخيرة الاستماع إلى بعض المعلومات المسجلة عن نظام التأمينات والخدمات الإلكترونية، كما تتيح هذه الخدمة إمكانية التحدث مع موظف التأمينات للإجابة عن الاستفسارات وطلب الدعم للخدمات الإلكترونية، ويمكن الوصول إلى هذه الخدمة عبر رقم مجاني خاص بكل بلد؛

- الرسائل النصية: لتوفير وسيلة سريعة ومناسبة في الوصول إلى العملاء فيتم عبر هذه الخدمة إشعار"sms" استحدثت التأمينات خدمة الرسائل النصية القصيرة للمشتركين عن أي تغيير في سجلاتهم التأمينية مثل إضافة مدة تأمينية وتاريخ بدايتها ومقدار الأجر وغيرها من الإشعارات.

3. أثار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على سوق التأمين

تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورا بالغ الأهمية في تغيير شروط سوق التأمين فأثرها يظهر في [25]:

- التركيز أكثر على الكفاءة: إن استعمال التكنولوجيات الحديثة سمح للمؤسسات المالية بشكل عام وشركات التأمين على وجه الخصوص بأن تركز أكثر على كفاءتها واستبعاد الأعمال التي يمكن أن توكل إلى شريك أخر مختص، فعدد

من مقدمي الخدمات يتوجهون إلى الاختصاص في أجزاء خاصة لخلق القيمة؛

- تخفيض حواجز الدخول إلى السوق: أين يكون موردو التأمين غير مجبرين بتشكيل شبكة توزيع تقليدية مكلفة وتكون نسب أعبائهم الاستغلالية جد ضعيفة، هذا الانخفاض في حواجز الدخول لسوق التأمين يساعد على زيادة المنافسة؛

- انخفاض التكاليف: من الواقع أن تكاليف التوزيع تنخفض بما أن البيع يكون دون وسطاء وأن تآلية بعض الوظائف يسمح بتحقيق أرباح إنتاجية، لذلك محللو شركة التأمين swissre في قطاع التأمين على الخسائر قدروا تكاليف التوزيع فهي تشكل من 12% إلى 26% من حجم العلاوات و الأعباء الإدارية من 5% إلى 15% من مداخيل العلاوات ومصاريف تسيير المنكوبين من 4% إلى 12% من التسديدات، هذا التحليل قامت به مؤسسة "Marketing of compagnie" حيث أجرت مقارنة بين تكاليف مختلف القنوات التقليدية والالكترونية وأوضحت أن مستويات القنوات الإلكترونية (البيع عبر الإنترنت) أقل من ناحية التكاليف.

المحور الثالث: تشخيص البنية التحتية التكنولوجية في الجزائر

ضمن هذه الجزئية سوف نقوم بتشخيص واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وفي سوق التأمين باستخدام مؤشرات جزئية تكنولوجية التي تعتبر كأدوات قياس تعكس الوضعية العامة لهذا القطاع، والمتمثلة في مؤشر الانترنت، ومؤشر الهاتف الثابت ومؤشر الهاتف النقال.

أولا: تطور مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر خلال الفترة 2006-2016

لقد عرفت مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات نمو مطردا من سنة إلى أخرى و هذا ما يفسر زيادة أهميتها و تعدد استخداماتها في مختلف المجالات وفيما يلي سوف نفصل أكثر هذه المؤشرات

1. مؤشر الهاتف الثابت

تشير اشتراكات الهاتف الثابت إلى مجموع العدد الفعال من خطوط الهاتف الثابت التماثلية واشتراكات نقل الصوت عبر بروتوكول الإنترنت والهواتف العمومية الثابتةISDN ومكافئات قناة الصوت(WLL) واشتراكات العروة المحلية اللاسلكية الثابتة(VOIP) وقد كان هذا المؤشر يسمى سابقا خطوط الهاتف الرئيسية قيد التشغيل، لا يزال سوق الاتصالات يحقق معدلات نمو مرتفعة سواء من حيث نوع الهاتف والمتعاملين وعدد المشتركين، والجدول رقم (1) يوضح تطور عدد المشتركين في الهاتف الثابت ونسبة اشتراك الأسر خلال الفترة 2006-2016 في الجزائر [26].

1-1 تطور اشتراكات الهاتف الثابت والمحمول خلال الفترة 2006-2016

من الجدول رقم (1) يتضح أن اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر تتجه نحو الاستقرار بحوالي ثلاثة ملايين مشترك وهي ظاهرة تمت ملاحظتها تقريبا في كل العالم، ويعرف عدد المشتركين في الهاتف الثابت أحيانا انخفاضا من سنة إلى أخرى ولوحظ هذا الاستقرار في عدد المشتركين بالتوازي مع ظاهرة أخرى وهي انخفاض استخدام الهاتف الثابت في عام 2015 حيث انخفض المتوسط الشهري لعدد الدقائق لكل مشترك إلى 104.78 دقيقة والذي كان حوالي 109 دقيقة في عام 2012، ويمكن تفسير الانخفاض المسجل في اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر إلى عدم وجود منافسة في قطاع الهاتف الثابت وقصور التجارب السابقة في تطوير القطاع فتجربة الهاتف الثابت لكم التي أطلقت سنة 2006 لم تنجح في خلق منافسة مع شركة اتصالات الجزائر وأعلن إفلاسها في ظرف قصير، وهي مملوكة لمجموعة الاتصالات الجزائرية التي تتكون من الشركتين المصريتين المصرية للاتصالات واوراسكوم تيليكوم التي فازت بأول رخصة للهاتف الثابت بالنسبة للقطاع الخاص.

الجدول رقم(01): اشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة 2006-2016(مليون مشترك)

المشتركين	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الهاتف الثابت	2,841	3,068	3,069	2,576	2,923	93,05	3,289	3,138	4.00	4.12	4.20
الهاتف المحمول	20,998	27,563	27,031	32,730	32,780	635,61	37, 527	39,517	20.8	37.6	23.12
الإجمالي	23.839	30.631	30.101	35.306	35.703	38.675	40.816	42.655	24.8	41.72	27.32

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير النشاط السنوي التالية :متاحة على الموقع:http://www.arpt.dz/ar/pub/raa

– سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، التقرير السنوي لـ (ARPT)2010، ص48، 2012 ص28.

الجدول رقم (02): تطور الكثافة الهاتفية (للهاتف الثابت والمحمول) في الجزائر خلال الفترة 2006 –2016

الكثافة الهاتفية	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
للهاتف الثابت(%)	9	9	8,97	7,22	8,05	8,29	8,70	8,11	7.85	8.09	8.26
للهاتف المحمول(%)	64	82	79,04	91,68	90,30	96,52	99,28	102,11	109.62	107.00	113.35
الإجمالية (%)	72	91	88,01	98,90	98,36	104,81	107,98	110,22	117.47	115.09	121.61

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير النشاط السنوي التالية متاحة على الموقع:http://www.arpt.dz/ar/pub/raa

– سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، التقرير السنوي لـ (ARPT)2010، ص48- 2012، ص28.

– سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، مرصد السوق الهاتفية النقالة والثابتة سنة 2014 ص4-5 ، 2016 ص4.

2-1 نسبة الأسر الموصولة بخط هاتفي ثابت: الجدول الموالي يوضح نسبة الأسر الموصولة بخط الهاتف الثابت خلال الفترة 2006-2016

الجدول رقم (03): نسبة الأسر الموصولة بخط هاتفي ثابت

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
نسبة اشتراك الأسر في الهاتف الثابت	%41.0	42.0	45.7	34.2	38.3	39.1	41.57	41.23	40.04	41.65	43.40

المصدر:. من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير النشاط السنوي التالية متاحة على الموقع:http://www.arpt.dz/ar/pub/raa

– سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، التقرير السنوي لـ (ARPT)2010، ص48- 2012، ص28.

– سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، مرصد السوق الهاتفية النقالة والثابتة سنة 2014 ص4-5، 2016 ص5.

من الجدول يتضح لنا أن نسبة ولوج شبكة الهاتف الثابت في الأسر بالاعتماد على معدل الأسر المصرح به في 2015/12/31 من طرف الديوان الوطني لإحصائيات انخفضت النسبة ب 3.99% خلال سنة 2016 مقارنة بالنسبة المسجلة في عام 2015 التي شهدت معدل اختراق 41.65% في الجزائر حيث نجد أن 8 أشخاص من أصل 100 يستفيدون من خدمات الهاتف الثابت ويرجع السبب في ذلك إلى توجه المواطنين نحو تكنولوجيا الهاتف النقال.

3-1 تطور حصص المتعاملين في سوق الهاتف الثابت بالنسبة لعدد المشتركين

الجدول رقم (04) يوضح تطور حصص المتعاملين من السوق بالنسبة لعدد المشاركين في الهاتف الثابت خلال الفترة 2006-2013، وما يلاحظ من خلاله سيطرة اتصالات الجزائر على سوق الهاتف الثابت طوال تلك الفترة حتى بعد دخول الشركة الجزائرية للاتصالات في سنة 2006 وعند خروجها من السوق في أواخر سنة 2008.

الجدول رقم(04) : تطور حصص المتعاملين في سوق الهاتف الثابت بالنسبة لعدد المشتركين خلال 2006 –2013

السنة	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
اتصالات الجزائر	2841297	3068409	3069140	2576165	2922731	3059336	3 289 363	3 138 914
الحصة السوقية (%)	98.45	98.56	99.82	100	100	100	100	100
الشركة الجزائرية للاتصالات	44 619	44 916	5 588	0	0	0	0	0
الحصة السوقية	1.55	1.44	0.18	0	0	0	0	0
إجمالي المشتركين	2885916	3113325	3074728	2576165	2922731	3059336	3 289 363	3 138 914

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على:

– سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، مرصد سوق الهاتفية الثابتة في الجزائر 2007،ص7. 2011، ص7، 2013 ص4.

سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، مرصد السوق الهاتفية النقالة والثابتة سنة 2014ص6، 2016ص6.

2. تطور سوق الهاتف النقال في الجزائر حسب المتعاملين في (GSM)

هناك منافسة قوية بين مشغلي النظام العالمي للاتصالات المتنقلة (GSM) الثلاثة (جازي و موبيليس ونجمة) في الهاتف الخلوي الجزائرية ، وقدمت شركة الاتصالات الخلوية الجزائرية (موبيليس)، وهي أوّل مشغّل اتصالات، خدماتها للسوق بوصفها مشغّل خلوي محتكر وبوصفها شركة تابعة لمجموعة اتصالات الجزائر تختصر بالحروف الأولى (ATM) المهيمنة حتى عام 2001 و في ديسمبر 2004 أطلقت موبيليس أول شبكة تجريبية من الجيل الثالث مبنية على معيار النطاق العريض للنفاذ المتعدد بتقسيم شفري(W-CDMA) ، وبلغ عدد مشتركيها ما يقرب 12.45 مليون مشترك في نهاية 2013 وانتهى احتكار موبيليس في جويلية 2001 عندما منحت السلطة التنظيمية للبريد والاتصالات شركة أوراسكوم تليكوم الجزائر المساهمة تختصر بالحروف الأولى(OTA) ممثلة في (جازي) نجحت شركة جازي بالحصول على رخصة لتشغيل النظام العالمي للاتصالات المتنقلة (GSM)، وقد استثمرت 2.5 مليار دولار أمريكي عام 2001 إلى غاية 2007، وبلغ عدد مشتركيها 17.57 مليون مشترك مع نهاية 2013، ومنحت الرخصة الثالثة لتشغيل النظام العالمي للاتصالات المتنقلة لشركة الاتصالات الوطنية الجزائرية تختصر بالحروف الأولى(WTA) ممثلة (نجمة- أوريدو) وبلغ عدد مشتركيها 9.49 مليون مشترك عام2013 [27].

2_2 تطور اشتراكات الهاتف النقال خلال الفترة 2006_2016

من الجدول يتبين لنا أن قطاع الهاتف النقال من أكثر القطاعات تطورا في الجزائر ضمن دليل تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال فقد شهد نموا مطردا عبر كل سنوات المذكورة في الجدول رقم (6) حيث تشير الإحصائيات عن تجاوز نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال 99% وهذا ما يفسر الارتفاع المستمر لعدد المشتركين حيث وصل إلى 45 مليون مشترك في سنة 2015 وفاق 47 مليون مشترك سنة 2016 أي بزيادة قدرها 5.26%.

-الجدول رقم (06) : تطور اشتراكات الهاتف النقال خلال الفترة 2006-2016

السنة	عدد المشتركين			العدد الإجمالي	الكثافة الهاتفية (%)
	اتصالات الجزائر للنقال	أوراسكوم لاتصالات الجزائر	الوطنية لاتصالات الجزائر		
2006	7476104	10530826	2991024	20997954	63.60
2007	9692762	13382253	4487706	27562721	81.50
2008	7703689	14108857	5218926	27031472	79.04
2009	10079500	14617642	8032682	32729824	91.68
2010	9446774	15087393	8245998	32780165	90.30
2011	10515914	16595233	8504779	35615926	96.52
2012	10622884	17 845 669	9059150	37 527703	99,28
2013	12 451 373	17 574 249	9 491 423	39517045	102,11
2015	14087440	17005165	12208360	43390965	107.40
2016	17344746	16367886	13328689	47041321	113.35

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير النشاط السنوي التالية:

-سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، 2010،مرجع سابق، ص58، 2011 ص36، 2013 ص5.

وتشكل فئة الاشتراكات المسبقة الدفع الحصة الأكبر وهذا ما يظهره الجدول الموالي:

-الجدول رقم(07): تطور المشتركين حسب نوع وطريقة الدفع (بالمليون)

السنوات	2013	2014	2015	2016
الاشتراك في الهاتف النقال	39.631	43.298	41.84	48.348
الاشتراك في الهاتف النقال وطريقة الدفع المسبق	36.05	38.50	41.84	43.73
الاشتراك في الهاتف النقال وطريقة الدفع المؤجل	3.58	4.80	4.09	4.61

المصدر: - سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، مرصد السوق الهاتفية النقالة والنابتة سنة 2013، ص5، 2016 ص3.

2.2 تطور الحصص السوقية للمتعاملين الثلاث في التكنولوجيا بالجزائر خلال الفترة 2013-2016

بدأت خدمة الجيل الثالث للهاتف النقال في الجزائر في نهاية 2013 وفي شهر واحد فقط تم تسجيل 308019 مشترك وتضاعف الرقم بنسبة 27 مرة في سنة 2014 ووصل إلى أكثر من 25 مليون مشترك في 2016 محققا بذلك معدل انتشار يبلغ حوالي 64%، أما عن خدمة الجيل الرابع للهاتف النقال فقد تم إطلاق الخدمة في سنة 2016 وفي الثلاثي الأخير فقط تم تسجيل 1464040 مشترك مع نسبة تفوق 89 من الاشتراكات المدفوعة مسبقا وهذا ما يوضحه الجدول رقم(8)

- الجدول رقم(08): عدد الاشتراكات في الجيل الثالث والرابع للهاتف النقال

المؤشرات	2013	2014	2015	2016
عدد الاشتراكات في G3	19308	535098	88102118	90397625
عدد الاشتراكات4G	/	/	/	404641
نسبة ولوج شبكة الهاتف النقال	%102.40	%109.62	%116	%119.70

المصدر: وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال متوفرة على الرابط www.mptic.dz

3.2 تطور الحصص السوقية للمتعاملين بالنسبة لعدد المشتركين (GSM. 3G.4G)

الجدول رقم (9) الذي يلخص تطور حصص المتعاملين (مشغلي) النظام العالمي للاتصالات المتنقلة (GSM) في الجزائر يتضح تذبذب في الحصة السوقية لكل متعامل خلال الفترة 2006 2016-، كما يظهر سيطرة المتعامل أوراسكوم لاتصالات الجزائر (جازي) على أكبر حصة في سوق الهاتف النقال في كل السنوات و بالتالي المرتبة الأولى، ثم تليها اتصالات الجزائر للنقال في المرتبة الثانية (موبيليس) وفي المرتبة الثالثة تأتي الوطنية لاتصالات الجزائر(نجمة)، كما نلاحظ انخفاض حصة (OTA) وحصة (ATM) نظراً لدخول المتعامل (WTA) سوق الهاتف المحمول في الجزائر.

الجدول رقم (09): تطور الحصص السوقية للمتعاملين الثلاث بالنسبة لعدد المشتركين

الحصة السوقية	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
(ATM)	35.60	35.17	28.50	30.80	28.82	29.53	28,31	31,51	26.94	28.34	28.33
(OTA)	50.15	48.55	52.19	44.66	46.03	46.59	47,55	44,47	42.99	39.19	34.79
(WTA'	14.24	16.28	19.31	24.54	25.16	23.88	24,14	24,02	30.08	32.47	36.87

(ATM) اتصالات الجزائر للنقال، (OTA) أوراسكوم لاتصالات الجزائر، (WTA) الوطنية لاتصالات الجزائر

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير النشاط السنوي:

-سلطة الضبط للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، 2010، ص60، 2011 ص36، 2013 ص ص 7-8.

الجدول رقم (10): تطور حظيرة المشتركين GSM لسنتي 2015-2016

المتعاملين	2015	2016
WTA	6.67%	5.9%
OTA	12.47%	8.21%
ATM	7.57%	6.26%

-**المصدر** : سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، مرصد السوق الهاتفية النقالة والثابتة سنة 2016، ص2.

من الجدول أعلاه يتضح لنا أن توزيع حصص السوق بين متعاملين الهاتف النقال(GSM) لم يتغير الترتيب منذ سنتين حيث تتولى شركة أوراسكوم تيليكوم الجزائر في عام 2016 أكبر حصة ب 8.21% تليها الجزائر للاتصالات موبيليس ثم الوطنية لاتصالات الجزائر، أما بالنسبة لسوق 4G و3G موبيليس الجزائر تيليكوم تقود المتعاملين حسب الجدول الموالي:

– الجدول رقم (11): تطور حظيرة مشتركي 3G و 4G خلال الفترة 2015-2016

4G		3G		
2016	2015	2016	2015	المتعاملين
3.08%	-	7.39%	5.63%	WAT
48.30%	-	7.45%	4.54%	OTA
48.62%	-	10.37%	6.61%	ATM

–المصدر: سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، مرصد السوق الهاتفية النقالة والثابتة سنة 2016، ص3.

4.2 تسعيرة المكالمات الهاتفية للثابت والمحمول

تختلف تسعيرة انهاء المكالمة الهاتفية من متعامل إلى آخر في الجزائر، بسبب الاختلاف في حركة المكالمات بينهم ووضعية كل متعامل في السوق (الحصة السوقية)، الأمر الذي يؤدي إلى عدم تناسق تسعيرة المكالمة الهاتفية في كل شبكة كما هو موضح في الجدول رقم (12) كما أنّها عرفت ارتفاع في تسعيرة المكالمة الهاتفية على شبكة الهاتف الثابت في الاتصال المحلي (خارج الرسم) بنسبة 15% بين 2009و2013، فيما سجلت تسعيرة المكالمة الهاتفية على شبكة الهاتف الثابت(خارج الرسم) تخفيضاً بنسبة 21% لكل من متعاملي الهاتف النقال (WTA) و (ATM) بينما 33% بالنسبة (OTA) بين 2009و2013 ، لتعرف بعد ذلك نوع من الاستقرار في تسعيرة المكالمة الهاتفية الثابتة بين 2014 و2017 سواء الاتصال المحلي او الخارجي، فيما سجلت تسعير المكالمة الهاتفية على شبكة الهاتف النقال تخفيضا بنسبة 39% و 34% لكل من متعاملي الهاتف النقال (ATM)و (WTA) بينما 4% بالنسبة (OTA) بين 2014و2017 وهذا ما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم(12): تسعيرة المكالمة الهاتفية على شبكة الهاتف الثابت والنقال

خدمة الاتصال(دج دون رسم)	2010/2009	2011/2010	2012/2011	2012/2013	التغير2013/2009
تسعيرة المكالمة الهاتفية على شبكة الهاتف الثابت					
الاتصال المحلي(الداخلي)	2.6	3	3	3	15%
الاتصال بالعبور	4	4	4	4	0%
تسعيرة المكالمة الهاتفية على شبكة الهاتف النقال					
(ATM)	3.5	3.25	2.8	2.75	21 -%
(OTA)	1.5	1.25	1.2	1.00	33 -%
(WTA)	3.5	3.25	2.8	2.75	21 -%

خدمة الاتصال(دج دون رسم)	2015/2014	2016/2015	2017/2016	التغير 2017/2014
تسعيرة المكالمة الهاتفية على شبكة الهاتف الثابت				
الاتصال المحلي(الداخلي)	3	3	3	0%
الاتصال بالعبور	4	4	4	0%
تسعيرة المكالمة الهاتفية على شبكة الهاتف النقال				
(ATM)	2.2	1.9	1.45.	34 -%
(OTA)	0.96	1.1	1.00	33 -%
(WTA)	2.2	1.8	1.35	39 -%

المصدر: سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية،2013، مرجع سابق، ص48 ، 2016 ص26.

3. مؤشر الإنترنت

تعتبر الإنترنت التكنولوجيا الأحدث التي توفر طاقات هائلة لنمو القطاعات المختلفة وتسريع انتقال المجتمعات نحو مجتمع المعرفة، و نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) الذي يلخص تطور عدد أجهزة الكمبيوتر وعدد مستخدمي الانترنت في الجزائر ومعدل انتشارها خلال الفترة 2006-2016، يسجل الارتفاع في عدد مستخدمي الانترنت خلال الفترة من سنة إلى أخرى، حيث كان في سنة 2006 حوالي 2450160 مستخدم للانترنت بمعدل انتشار (كثافة استخدام الانترنت) 7.38% ليرتفع في سنة 2016 إلى29538700مستخدم بمعدل انتشار 71.17%، كما شهدت خدمات النطاق

العريض الثابت للانترنت في الجزائر نمو ملحوظاً بنسبة 33.33 %وبعدد قدره 1.2 مليون مشترك مما جعلها تحتل المرتبة السادسة على المؤشر عربياً، حيث أنّ السعة القصوى لقناة النطاق العريض في الجزائر تضاعفت تقريباً في سنة 2011، عند إعلان اتصالات الجزائر مزود الخدمة الرئيسي للانترنت الثابتة عالية السرعة من 1.8 مليون إلى 11 مليون بحلول سنة2016و طرح 500000 من عقد النفاذ للخطوط متعددة الخدمات في سنة 2011 وحده، وبذلك فقد احتلت الجزائر المرتبة التاسعة من حيث معدل انتشار النطاق العريض الثابت، وذلك بنسبة 3.23%. ويوضح الجدول الموالي تطور استخدام الانترنت خلال الفترة 2006-2016 بالنسبة لعدد المشتركين:[28]

الجدول رقم (13): تطور عدد أجهزة الكمبيوتر وعدد مستخدمي الانترنت و معدل انتشارها في الجزائر

السنوات	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
مستخدمي الانترنت	2450160	2,460,000	3500000	4,100,000	4,700,000	519400	5,230,000
معدل الانتشار	7.38%	9.5	10.4	12.0	13.6	14	14.0
الكمبيوتر	-	1,482000	2,000700	2,434168	2,961551	3,763607	-

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على:

- سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية،2008، مرجع سابق، ص73.
- L'UIT (Union internationale des télécommunications) " **Internet world stats, Algerian Internet Usage and Population Growth** ", http://www.internetworldstats.com/af/dz.htm

الجدول رقم(14): تطور عدد مشتركي النطاق العريض (G3و G4)

مشتركي الإنترنت	2013	2014	2015	2016
مشتركي ADSL	1283241	1518629	1838492	20833114
مشتركي الجيل الرابع للهاتف الثابت 4G	-	80693	423280	775792
مشتركي ويماكس WIMAX	179	2021	2008	251
مشتركي الجيل الثالث 3G	308019	8509053	16319027	25214732
مشتركو VSAT	-	542	620	-
العدد الاجمالي لمستخدمي الإنترنت	6.404264	10110938	18583427	29538700

المصدر: وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال متوفرة على الرابط: www.mptic.dz

يتضح من الجدول أن هناك تطور وزيادة كبيرة في استخدام شبكة الإنترنت في الجزائر فقد تضاعف عدد المشتركين أربع مرات في ظرف سنة واحدة، ليقارب مليون مشترك في 2014/11/30 من بينهم 8.231.905 مشترك في الهاتف النقال ومن المتوقع أن يرتفع الرقم أكثر مع استخدام تكنولوجيا التدفق العالي اللاسلكي للهاتف الثابت(4G).

وكانت نسبة المشتركين في الإنترنت والمقدرة 84% سنة 2014 تخص تكنولوجيا الجيل الثالث للهاتف النقال في حين تبقى تكنولوجيا الوايماكس قليلة الاستخدام، فبالرغم من ارتفاع الأسعار نسبيا لتقنية الجيل الثالث إلا أن المواطن الجزائري استعمل الجيل الثالث لكونها تقدم خدمات الإنترنت وأيضا لسهولة الولوج إليها هذا فضلا عن وسائل التواصل المتنقلة من هواتف ذكية ولوحات إلكترونية، أما عن عدد مستخدمي الإنترنت الذي وصل إلى 29مليون مستخدم من أصل 40.263.711 نسمة في سنة 2016 وهذه النسبة قليلة.

المحور الرابع: الجاهزية الإلكترونية لشركات التأمين في الجزائر

تتوفر غالبية شركات التامين في الجزائر على موقع الكتروني على شبكة الانترنت(من بين نحو 20 شركة عمومية وخاصة)، لكن ما تعلق بالخدمات المقدمة للزبائن وللمقبلين على عقود التامين فالتباين واضح بينهما، فمنذ دخول الانترنت للجزائر وتعميمه لم تقم هذه المؤسسات بمجهود كبير لابتكار خدمات جديدة للزبائن و رغم أن الأفكار متوفرة لكن وجب توفر الكثير من الإرادة والقليل من المال، وبتصفح لمواقع الويب لشركات التامين الجزائرية عمومية كانت أو خاصة يمكن ملاحظة أن الانترنت غير مدرج في إستراتيجية الأغلبية منها، في حين أن البعض الأخر صار يتوافق مع التكنولوجيات الجديدة.

أولا: واقع الجاهزية الشبكية لشركات التأمين في الجزائر

ويمكن القول أن مرحلة موقع الانترنت للمؤسسة الذي يكتفي بكلمة المدير العام و بعض المعلومات الأساسية (شبكة الوكالات العناوين الهاتف والبريد الالكتروني) قد انتهى، فمتصفح الانترنت صار أكثر من فئة الشباب ويبحث عن

التفاعلية والإجابات السريعة على تساؤلاته...دون الحاجة لتنقل لوكالة التأمين وتكمن الفائدة من الخدمات على الخط خاصة ما تعلق بالأسعار المقترحة هو السماح للمؤمن أن يقوم بالاختيار والتفكير قبل أن يتنقل للوكالة، وصار وجود تطبيق نقال أو العمل بنظام التفاعلية على شبكات التواصل الاجتماعي أمرا ضروريا وبالنسبة لفئات أخرى من متصفحي الانترنت فإن تقديم الحصيلة السنوية والدراسات صار أمرا لا بد منه. وعمليات التجديد التي تم ملاحظتها في مواقع الانترنت لبعض الشركات بقيت مقتصرة على ما يمكن تقديمه من خدمات للزبون وبالنسبة للدفع الالكتروني الذي أطلق مؤخرا فيجب انتظار القليل من الوقت لكي تنخرط هذه الشركات في الخدمات على الخط، ولم نتطرق إلا للشركات التي تقدم خدمات للجمهور العريض[29].

- الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين(CAAR): يقترح موقع الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين محاكاة لعملية تقييم أولية لتأمين متعدد المخاطر للسكنات ويسمح محرك بحث في الصفحة الرئيسية للموقع بتحديد الوكالات عبر الولايات، ولا يظهر أي رابط لتوجيه المتصفح نحو شبكات التواصل الاجتماعية.

- وعلى موقع الشركة الجزائرية للتأمينات (SAA) :بإمكان الزبائن الخواص من القيام بثلاث عمليات تقييم أولية

تخص تأمين السيارات والتأمين ضد الكوارث الطبيعية والتامين متعدد المخاطر للسكنات، وخاصية البحث عن وكالات الشركة فقط؛

- أما الصندوق الوطني للتعاون)التعاضد(الفلاحي ((CNAM : فقد أضاف منذ سنوات تامين السيارة والتامين ضد الكوارث الطبيعية بالنسبة للأملاك العقارية، ويقترح موقع الصندوق خدمة على الخط إضافة لإمكانية تحميل نشرة جوية أسبوعية للقطاع الزراعي و الفلاحي وما يلاحظ أن حساب صندوق التعاضد الفلاحي على شبكة فيسبوك وكذلك قناته على اليوتيوب تشتغلان عكس رابطي شبكتي انستغرام وتوتير؛

- وتتيح الشركة الجزائرية للتأمينات الشاملة(CAAT) : لزبائنها الحاليين والمستقبليين بالقيام بعملية تقييم أولية على الخط للتامين ضد الكوارث الطبيعية والتأمين متعدد المخاطر للسكنات، أما عن موقع الشركة الدولية للتأمين وإعادة التامين فهو في عهد نموذج النص على الويب، أما أرضية الويب للشركة الجزائرية للتأمينات(2A) فلا يقترح أي خدمة على الخط رغم وجود رابطين لا يشتغلان خاصة بالتقييم الأولي لتامين السيارة والسفر في وسط صفحة الاستقبال الرئيسية، وتعد الشركة بالمقابل بالانطلاق في الدفع الالكتروني ويمكن أن نقرا في صفحة الاستقبال أن"الزبائن سيكون بمقدورهم قريبا القيام بالشراء والدفع على الخط (عبر الانترنت) فيما يخص منتجات التأمين وتمتلك ذات الشركة صفحة على فيسبوك وتوتير وقناة يوتيوب لكن الأخيرة تتوفر على فيديو وحيد تم بثه منذ سنوات، بينما لا يشتغل الرباط الخاص بتدفق RSS، ولا يقترح موقع تراست الجزائر أي خدمة على الخط رغم توفر خانة على الصفحة الرئيسية ورد فيها إمكانية إجراء الحساب للتقييم الأولي قريبا بينما لا تشتغل روابط فيسبوك وتوتير و"لينكاد "و غم توفرها على الصفحة ويسمح محرك بحث بالحصول على روابط الاتصال بالوكالات عبر الولايات والبلديات وتحديد مواقعهم على خريطة غوغل؛

- أما بالنسبة لموقع شركة التأمينات "سلامة الجزائر" فباستثناء رابطين احدها خاص بشبكة الوكالات، لا يشتغل أي رابط آخر ، ولا تقترح الشركة العامة للتأمينات المتوسطية(GAM) أي خدمة على الخط عبر موقعها الالكتروني عدا إمكانية البحث عن الوكالات في الولايات والبلديات بمخطط إرشاد عبر الخريطة؛

- أليانس وأكسا (AXA) بخدمات إلكترونية كاملة

تعتبر أرضية شركة أليانس (AA) الأكمل بمجموع ستة نماذج لعمليات التقييم الأولية متوفرة في صفحة الاستقبال، ويتعلق الأمر بتقييم السيارات والسكن والكوارث الطبيعية والحماية القانونية والمهنيين والحرفيين والمتعدد المخاطر للمؤسسات أما الخدمة الأخرى المفيدة جدا في حال التعرض لحادث ما فهي إمكانية التصريح بحادث مرور للسيارة على الخط، وتجدر الإشارة إلى أن أليانس للتأمينات تنوي إطلاق موقع باللغة العربية.[30] ويوفر موقع أكسا (AXA) لتأمينات الجزائر إمكانية إجراء أربعة عمليات تقييم أولية على الخط، تخص السفر والسيارة والسكن وحزمة خاصة بالمؤسسات حيث أطلقت الشركة منتج جديد يسمى AXA connect وهي خدمة جديدة خاصة بالهواتف الذكية من نوع أيفون بحيث يقدم هذا التطبيق عددا من الخدمات بما فيها التصريح المسبق لحوادث السيارات وبمجرد إرسال الزبون للتصريح عن بعد بدون التنقل إلى الوكالات التجارية للتصريح يتم الاتصال به بشكل سريع لتحديد اليوم الذي يتم فيه إجراء الخبرة للسيارة لتحديد حجم الضرر الذي لحق بالسيارة ومبلغ التعويض المقابل له ويحصل الزبون على التعويض في نفس اليوم، إلى جانب هذه الخدمة يتم تقديم خدمات أخرى مثل عناوين الوكالات التجارية ومراكز خدمة العملاء وخدمات المساعدة وغيرها من الخدمات، فقد دخلت شركة AXA دخول قوي للسوق الجزائري من خلال المنتجات الكثيرة والتي تعرضها بطرق حديثة ولعل من أبرزها التعويض على الضرر في نفس اليوم الذي وقع فيه الحادث حيث يتم تعويض 70% من الحوادث في نفس يوم إجراء الخبرة على السيارة، كما شرعت الشركة في استغلال ورشات إصلاح السيارات التابعة لعلامتي "رونو" و"بيجو"، وهذا لتمكين زبائنها من تصليح سياراتهم مباشرة في حال وقوع حادث للسيارة، وحسب المدير العام لشركة "أكسا" فإن الزبائن سيتمكنون بفضل هذه الخدمة الجديدة من الحصول على تأمين عند شركة

أكسا الجزائر للتأمينات مباشرة بعد شرائهم سيارات من علامتي "رونو" و"بيجو" من دون الحاجة إلى التنقل إلى وكالة للتأمين للقيام بعملية تأمين السيارة، وسيستفيد الزبائن بموجب هذا العقد من خدمة جديدة تمكنهم من القيام بتصليح السيارة في حال تعرضها لحادث داخل ورشات هاتين العلامتين، فقد أصبحت الشركة الآن تعوض زبائنها خلال 4 أيام من إبلاغها بالحوادث التي تتعرض لها السيارات، وذلك بفضل مجموعة من الإجراءات والخدمات التي أطلقتها سنة 2015 والتي تم تجسيدها خلال سنة 2016 وتتمثل في تجديد الخدمات وتحسين نوعيتها وهذا بالاعتماد على الاتصالات الهاتفية والرسائل النصية التي من شأنها تقليص عدد زيارات الزبون لوكالات الشركة وتسهيل عملية إجراء معاينة السيارات المتضررة ومن ثم تسريع عملية التعويض التي تكون عن طريق تحويله مباشرة في الحساب البنكي أو الحسابات البريدية للزبون وهي العملية التي تستغرق 4 أيام وحسب المدير العام لشركة أكسا فإن الشركة تتكفل بـ500 متضرر يوميا في المجال الصحي؛

- وفي الشق المتعلق بتامين الأشخاص لا تتوفر أي شركة تامين من القائمة التالية على خدمات عبر الخط وهي:

CARDIF ElDjazair فرع بنك BNP Paribasو TALA TAAMINE Life Algérie، فرع CAATو Le Mutualiste فرع الصندوق الوطني للتعاضد الفلاحي التي تم إنشائها في 22 فيفري 2015 l'Algérienne Vie فرع شركة (كاش) للتأمينات لا تتوفر بعد على موقع على الويب وهو قيد الانجاز، وأيضا موقع كرامةCAARAMA Assurance فرع CAAR لا يمكن الدخول إليه ، ويوفر موقع AMANA Assurances فرع MACIFو SAA التقييم الأولي على الخط للمساعدة أثناء السفر وإمكانية الدفع الإلكتروني، أما فيما يخص موقع Macir Vieفرع CIAR فيوفر إمكانية الاكتتاب على الخط الخاصة بالتامين على السفر، لكن الدفع على الخط غير متوفر، كما يقترح الموقع أيضا خيار التصريح بحادث أو ضرر على غرار فقدان الأمتعة والوثائق خلال السفر أو في حال السقوط، أما شركة "كرامة" الفرع التابع لشركة التأمين وإعادة التأمين تتيح عبر بوابتها الإلكترونية إمكانية الاكتتاب والتسيير والدفع الإلكتروني لمنتوج التأمين خلال السفر "مسافر" وهذا بموجب اتفاقية شراكة وقعتها شركة التأمين "كرامة" مع القرض الشعبي الوطني وكالات حيث سيتمكن زبائن "كرامة للتأمينات" من حاملي بطاقات الدفع الإلكتروني cib من الحصول على بوليصة التأمين دون التنقل وكالات الشركة على مدار الأسبوع وفي كل وقت و القيام بإعداد كشف تقديري وتحويله إلى عقد، كما سيتمكن الزبون من تسيير وتعديل عقد التأمين وبنوده لاسيما فيما يتعلق بفترة التغطية، تعديل الوجهة وكذا إمكانية المطالبة بمبلغ القسط المؤمن إذا كان ذلك مستحقا .

ثانيا: مساهمة تكنولوجيا المعلومات في التأمينات الاجتماعية(بطاقة الشفاء)

يعتبر نظام الشفاء المشروع الطموح الذي يعتمد على استعمال التكنولوجيات "الدقيقة " والذي ينتج بطاقة ذات شريحة تسمى الشفاء و يأتي هذا النظام في إطار العصرنة الشاملة لقطاع الضمان الاجتماعي، إذ تعتبر الجزائر السباقة في العمل به قارياً وعربياً. فهو نظام معقد سواء من الناحية التقنية أو العملية أو الوظيفية، متعدد الأبعاد ذو انعكاسات هيكلية على سير الصندوق وبيئته وقد وصلت التغطية الصحية ببطاقة الشفاء حوالي 15 مليون بطاقة شفاء على المستوى الوطني في السداسي الأول من سنة 2017 ، 85%منها تشمل باقي الأصول وأصحاب الأمراض المزمنة الذين يتم التكفل بهم بنسبة كاملة[31].

تمثل هذه البطاقة la carte à puce chifa عنصرا مهما من برنامج التحديث الذي قام به قطاع العمل و الضمان الاجتماعي لزيادة الأداء و تحسين نوعية الخدمات للنظام الوطني للضمان الاجتماعي خصوصا التأمينات الاجتماعية فهذه البطاقة تتوفر على أدوات أساسية لتحديث التعاقد والاتفاق للعلاقات بين نظام الضمان الاجتماعي و مؤسسات العلاج بما يوافق المتطلبات الدولية من خلال أمن البيانات و نجاعتها بساطتها وسرعتها والأهداف المرجوة من هذه البطاقة تمثل اكبر مشروع على مستوى إفريقيا تتمثل في:

- وضع وسيلة الكترونية مهمة للتعريف بالمؤمنين و ذوي الحقوق التي تحتوي معلومات عنهم بخصوص الضمان الاجتماعي و الخدمات، بالإضافة إلى التناقل الآلي للمعلومات من خلال مقدمي خدمات العلاج بقاعدة بيانات عن الضمان الاجتماعي تسهل عمليات السداد، المتابعة و المراقبة

ويسمح نظام الشفاء لصناديق الضمان الاجتماعي بتسييرا محكم و تأليه مجموع الوثائق المستعملة ما يترجم تسيير شفاف و بتكلفة أقل، كما يسمح للمؤمنين الاجتماعيين بالمعرفة الجيدة لحقوقهم و الواجبات .

ثالثا: المعوقات التي تواجه الصناعة التأمينية الإلكترونية في الجزائر

هناك بعض المخاوف والمعوقات التي تتعلق بالتجارة الإلكترونية للخدمات التأمينية وهي على نوعين معوقات عامة ومعوقات خاصة مرتبطة بطبيعة وخصائص الخدمة التأمينية، وطبيعة سوق التأمين، ومدى ملائمة التسويق الإلكتروني والتجارة الإلكترونية كأسلوب لتسويق هذا النوع من الخدمات وهي على النحو الأتي:[32]

1- **المعوقات العامة** : ويقصد بها المعوقات التي تصيب كافة المنتجات سواء السلع أم الخدمات والتي يتم تسويقها عبر الانترنت وأهمها:

- المشاكل المتعلقة بعدم توافر الأمان لكل من الشركات والعملاء ومنها: عدم ضمان سرية وأمن المعلومات التي يتم تبادلها بين العميل والوسيط، المشاكل الناجمة عن فيروسات الكمبيوتر و مشاكل مبيعات التأمين عبر الانترنت وأهمها عدم وجود تنظيم تشريعي خاص للتجارة الالكترونية في الجزائر يكفل الحماية القانونية للعملاء والشركات علي حد سواء؛

- عدم إمكانية الاعتماد على المعلومات التي يقدمها المستهلك عبر الانترنت في تحديد درجة الخطر والسعر التأميني المناسب له فالتجارة الالكترونية للتأمين عبر الانترنت ليست كافية للحكم على الخطر بأنه قياسي وأن السعر العادي ملائم له إذ يلزم معاينة الشيء المؤمن عليه على الطبيعة وهو ما يفسر اكتفاء الشركات بتسويق وثائق التأمين البسيطة فقط عبر الانترنت والتي لا يحتاج تسعيرها إلى دقة كبيرة مثل التأمين علي السيارات.

2ـ **معوقات الخاصة**: يقصد بها تلك المعوقات المرتبطة بطبيعة وخصائص الخدمة التأمينية وطبيعة سوق التأمين حيث:

- تتميز الخدمات التأمينية بعدة سمات تصعب تسويقها الكترونياً من أهمها عدم نمطية المنتج التأمين وتنوع التغطيات والمزايا التأمينية بشكل كبير وكذلك تتصف صناعة التأمين بأنها كثيفة العمالة حيث تعتمد شركات التأمين بدرجة كبيرة علي المنتجين والوسطاء في تسويق منتجاتها، بالإضافة إلى خصوصية صناعة التأمين عن غيرها بأنها كثيفة المعلومات والعمالة؛

- انخفاض الوعي التأمين لدى المجتمع : إن تحقيق قدر عال من الاستفادة من الانترنت والتجارة الالكترونية يتطلب توافر مجموعة من المقومات من أهمها التطور الاقتصادي والمعرفي للمجتمع ووجود شبكات اتصال متطورة وهي أمور لا تتوفر في معظم البلدان النامية من بينها الجزائر؛

- استخدام التجارة الاليكترونية من قبل المحترفين يعطي فرصة كبيرة لعمليات نصب تتمثل في تعاقدات وهمية؛

استطاعت العديد من القطاعات الاقتصادية وعلى رأسها البنوك الاستفادة من التطبيقات التكنولوجية والتحول شبه الكلي في أعمالها إلى العمل الإلكتروني، إلا أن شركات التأمين في الجزائر لم تحقق حتى الأن ذات الاستفادة من شبكة الانترنت في تسويق منتجاتها التأمينية بشكل الإلكتروني، ولعل السبب في ذلك راجع إلى غياب الاتصال ما بين الشركات التأمينية والمؤمنين، حيث لازال استخدام شبكة الانترنت في شركات التأمين يسير بصورة أبطأ من القطاعات الاقتصادية الأخرى ولم تستطيع هذه الشركات أن تستغل الإمكانيات الهائلة التي تتيحها تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمزايا الكبيرة التي يمكن أن تستفيد منها بالعمل الإلكتروني وعليه يمكن القول أن عدم استجابة شركات التأمين الجزائرية مثل هذه التطورات بالسرعة الكافية وإعداد الخطط المناسبة لمواجهتها من شأنه أن يجعلها في موقف يصعب معه تحقيق أي ميزة تنافسية بل ومن المحتمل أن تفقد هذه الشركات القدرة على المنافسة والخروج من سوق التأمين الوطني كليا، وأن تتحول إلى مجرد وسيط يعمل لصالح شركات التأمين الأجنبية، وبالتالي حرمان الاقتصاد الجزائري من الدور الحيوي لهذا لقطاع الهام وإسهاماته في مجال خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع خاصة في ظل الظروف الاقتصادية الحرجة التي تمر بها الجزائر.

خاتمة

إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبحت اليوم تشكل جزءا حيويا في المؤسسات الاقتصادية والمالية الحديثة، فهي تؤثر على نشاطاتها وطريقة عملها وتواصلها مع بيئتها من خلال إحداث تحويلات عميقة في أسلوب العمل فلكل مؤسسة أهدافها المتمثلة في البقاء والنجاح، أما الهدف في تبني التكنولوجيا فهو إكساب هذه المؤسسة ميزة تنافسية والمحافظة عليه وشركات التأمين كمؤسسات من المؤسسات المالية غير المصرفية ورغم خصوصية أنشطتها إلا أنها هي الأخرى استفادت في كثير من الجوانب من استخدام تكنولوجيا المعلومات خصوصا في الدول المتطورة،حيث أصبحت تمارس التجارة الالكترونية وتستعمل التقنيات الحديثة في أنشطتها الاستثمارية بفضل الشبكات الممتدة و المتصلة بينها و بين بيئتها الخارجية وهذا يعد مدخل استراتيجي لها هذا من جهة، ومن جهة أخرى تعتبر كيفية استغلال تكنولوجيا المعلومات ضرورية في تفعيل مخرجات هذه التكنولوجيات فقد تجد لدى بعض المؤسسات أن هناك إمكانيات ضخمة لكن لا يقابلها مخرجات بما يوافق أهدافها وهذا الواقع يظهر جليا في الكثير من المؤسسات الجزائرية، كما قد يكتنف استخدام تكنولوجيا المعلومات الكثير من السلبيات و المخاطر يمكن أن تؤثر على عمل المؤسسات سواء تعلق الأمر بالاستخدام في اتخاذ القرارات أو في نظم الدفع أو غيرها من الاستخدامات فنتيجة لذلك يجب على المؤسسات أن تأخذ في الحسبان جملة هذه المخاطر والعمل على مواجهتها والتقليل منها ولو أن البعض منها قد استعصى حتى على الدول المتقدمة وهي دائما بصدد إيجاد حلول لها.

مما سبق يمكن ذكر أهم النتائج المتوصل إليها فيما يلي:

- لا يزال قطاع التأمينات في الجزائر محدودا وغير مطور بالدرجة الكافية حيث لا يتعدد إجمالي رساميله 1.5 مليار دولار، وهو مصنف في المركز 70 عالميا بنسبة التأمين على السكان لا تتجاوز 0.6 % وبمعدل 23 دولارا لكل ساكن رغم ارتفاع رقم أعمال قطاع التأمينات في الجزائر بارتفاع نسبته 6.9 % بقيمة 87.3 مليار دج، ويمثل فرع السيارات حصة الأكبر من السوق، حيث يشكل أكثر من نصف إنتاج القطاع بمبلغ 43.9 مليار دينار وبنسبة تطور بلغت 9.5 %بعدما أصبح تأمين الأشخاص بالنسبة لمحترفي القطاع خدمة جد مربحة؛

- عرفت التأمينات الاجتماعية قفزة نوعية فيما يتعلق بتحديث هذا القطاع في مجال تكنولوجيا المعلومات، إذ تعد بطاقة الشفاء كخطوة مهمة في عصرنة مجال التأمينات الاجتماعية؛

- الثقافة الإلكترونية لدى المواطن الجزائر موجودة والدليل عدد المشتركين الكبير في الاشتراك المنزلي للانترنت وهذا ما يفتح المجال أمام الكثير من القطاعات لتطويرها وفق أدوات تكنولوجيا المعلومات إلا أنه متخوف من استخدامها في مجال الخدمات التأمينية؛

- يمكن القول أن شركات التأمين في الجزائر غير جاهزة بشكل الكافي للخوض في الاستثمارات الالكترونية رغم أهمية هذا المجال مما يحقق لها الكثير من المزايا إذا ما كانت إرادة قوية لهذه الشركات بالمعنى الصحيح.

وقصد تطوير قطاع التأمين في الجزائر ينبغيالعمل بالتوصيات التالية:

- ينبغي ترسيخ الوعي الإلكتروني لدى المجتمع الجزائري بخصوص الخدمات التأمينية؛

- ضرورة وعي شركات التأمين الجزائرية بأهمية التسويق الإلكتروني لخدمات التأمين وأن الدخول في مجال التجارة الإلكترونية لم يعد خيارا فقط بل ضرورة لابد ؛

- العمل على نشر ثقافة التأمين بين أوساط الجزائريين وتبيان مشروعية التأمين وأهميته، إضافة إلى ضرورة تحديث القوانين المعمول بها في شركات التامين وتعديلها لمواكبة التغيرات التكنولوجية؛

- ضرورة تكيف البنوك والمؤسسات المالية بما فيها شركات التأمين مع التطورات التكنولوجية الحديثة وضرورة إصدار بطاقات الدفع الإلكترونية لحل مشكل الدفع الإلكتروني؛

- العمل على إعداد الموارد البشرية المؤهلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال

-ضرورة إيجاد البنية الأساسية التقنية للمعلومات والاتصالات وذلك بدعم أسعار أجهزة الحاسوب الشخصية ونشر خدمات الإنترنت وتخفيض تكلفة الاتصالات.

المراجع

1- Lombard D. et autres; "NTIC et commerce électronique: sait-on vraiment de quoi on parle?", problèmes économiques; N°2720; paris; juillet 2001 , p12-.

2- محمد علم الدين- محمد عبد الحسيب، الحاسبات الالكترونية و تكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة، مصر، 1997، ص139.

3- الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي أسيا (الاسكوا)، أولويات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في غربي آسيا... قضايا مختارة، نيويورك، 2003،ص62.

4- شريف درويش اللبان ، تكنولوجيا الاتصال :المخاطر و التحديات و التأثيرات الاجتماعية ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة، 2000، ص102.

5- عبد الله فرغلي على موسى، تكنولوجيا المعلومات و دورها في التسويق التقليدي و الالكتروني، القاهرة، ايتراك للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى،2007، ص28.

6- سعد ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج، عمان- الأردن، الطبعة الأولى، 2008، ص37.

7- عبد الله فرغلي على موسى، مرجع سابق، ص32.

8- فارس بوباكور، بومعيل سعاد، أثر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، العدد03، مارس2004، ص205.

9- محمد تقرورت، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية، الملتقى الوطني حول : السياحة والتسويق السياحي في الجزائر، جامعة قالمة،25-26أكتوبر 2009،ص4.

10- رمضان صديق، "الضرائب على التجارة الإلكترونية-دراسة مقارنة، دار النهضة العربية، القاهرة، مصر، 2001 ، ص6-7.

11- سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع ، الأردن، 2004 ، ص98..

12- جميلة بدريسي، تكنولوجيا المعلومات و أثرها على الشغل، رسالة ماجستير- علوم اقتصادية، جامعة الجزائر، 1994، ص6-5.

13- الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية و الاجتماعية لغربي أسيا (الاسكوا)، مرجع سابق، ص59.

14- محمد تقرورت، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية، مرجع سابق، ص5.

15- حواس التيمطاط، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على فاعلية إدارة الموارد البشرية في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، الأردن، 2007، ص37.

16- محمود إسماعيل علي إسماعيل، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على شركات صناعة الدواء الأردنية، رسالة ماجستير، كلية إدارة المال و الأعمال، جامعة آل البيت، الأردن، 2009-2008، ص29.

17- Michael PORTER, l'Avantage concurrentiel des nations, Inter .éditions, Paris 1993, p48

18- عبد الله فرغلي علي موسى، مرجع سابق، ص40.

19- محمد الطائي، هدى عبد الرحيم حسين العلي، اقتصاديات المعلومات: القوة الناعمة في تحقيق التفوق التنافسي للمؤسسات، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان- الأردن، الطبعة الأولى، 2007، ص54. 20

20- محمد بن جاب الله، أثر تكنولوجيا المعلومات على تفعيل وتنمية الخدمات المالية دراسة حول كفاءة شركات التأمين وأفاق استثمارها الإلكتروني، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2012، ص 192.

21- يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2007، ص 135

22- أهمية التسويق الإلكتروني لخدمات التأمين، مقال منشور على الرابط: http:// www.biog. Dotaraby.com

23- Mlika ABOUBAKER , Suzame RIVARD, courtage en ligne l'expérience de vinget neuf compagnies d'assurance CIRAVNO , janvier 2002,p p 8-1124

24- محمد بن جاب الله، مرجع سابق، ص 194

25- سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، التقرير السنوي للسنوات 2006-2016 متوفر على الموقع: http://www.arpt.dz/ar/pub/raa

26- وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال متوفرة على الرابط www. mptic.dz

27- سلطة الضبط للبريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية، مرصد السوق الهاتفية النقالة والثابتة سنة 2016

28- L'UIT (Union internationale des télécommunications) " Internet world stats. Algerian Internet Usage and Population Growth ." http://www.internetworldstats.com/af/dz.htm

29- الخدمات على الخط: شركات التأمين مطالبة بالمزيد من الجهود متوفرة على الرابط: http://aljazairalyoum.com

30- شركة أكسا لتأمينات الجزائر متوفرة على الرابط: www.axa.dz

31- http://www.cnas.dz/?q=ar/espace-chifa/systme-chifa الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي متوفر على:

32- http://www.cnas.dz/?q=ar/espace-chifa/systme-chifa الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي متوفر على :

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