



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
الشعبة: علوم تجارية
التخصص: تسويق الخدمات

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان:

أثر جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية على

تحقيق رضا الزبائن

-دراسة حالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية CNAS

وكالة ميله

الأستاذ المشرف	من إعداد الطلبة	
عقون شراف الدين	بوسمينه عيسى	01
	ناموس عبد النور	02

لجنة المناقشة :

الصفة	إسم و لقب الأستاذ(ة)
رئيسا	ريغي هشام
مشرفا و مقررا	عقون شراف
ممتحنا	معايش أميرة

السنة الجامعية 2024/2023

البسمة



الشكر والعرفان

شكر و عرفان

يطيب لنا بعد حمد الله عز وجل أن نتقدم بعظيم الشكر والتقدير ووافر الإمتنان والثناء إلى
الذي تحمل معنا عناء هذا العمل، الأستاذ المشرف: عقون شراف الذي لم يبخل علينا
بنصائحه وإرشاداته القيمة

وإلى كل معلمينا وأساتذتنا الكرام الذين بثوا فينا الإرادة وروح الإجتهد وإلى السيد: رشيد
بوخاله موظف بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي بالإضافة إلى موظفي بلدية حمالة
وعين التين وعمال المركز الجامعي

كما نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأساتذة أعضاء اللجنة الموقرة لقبولهم مناقشة هذه
المذكرة ولا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الموصول إلى كل من كان له يد عون وإسناد أو كلمة
نصح وإرشاد لإخراج هذا العمل. سائلين المولى عز وجل أن يجعله في ميزان حسناتهم يوم لا
ينفع مالا ولا بنون.

ونسأل الله العلي القدير أن يجعل هذا العمل في ميزان حسناتنا جميعا فإن أصبنا فمن الله وإن
أخطئنا فمن أنفسنا والله ولي التوفيق.

الإهداء

إلى صاحب السيرة العطرة، والفكر المُستنير؛
فلقد كان له الفضل الأوّل في بلوغي التعليم العالي
(والدي الحبيب)، أطال الله في عُمره.
إلى من وضعتني على طريق الحياة، وجعلتني رابط الجأش،
وراعتني حتى صرت كبيرًا
(أمي الغالية)، طيّب الله ثراها.
إلى إخوتي؛ من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب.
إلى جميع أساتذتي الكرام؛ ممن لم يتوانوا في مد يد العون لي
أهدي إليكم بحثي في أثر جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية
على تحقيق رضا الزبائن

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
.I	البسمة
.II	الشكر والعرهان
.III	الإهداء
.IV	فهرس المحتويات
.V	فهرس الأشكال والجداول
.VI	فهرس الملاحق
	المقدمة
	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات التأمينية الاجتماعية
02	تمهيد
02	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول التأمينات الاجتماعية
02	المطلب الأول: مفهوم التأمين
05	المطلب الثاني: مفهوم التأمينات الاجتماعية
06	المطلب الثالث: أنواع التأمينات الاجتماعية
09	المبحث الثاني: ماهية الجودة
09	المطلب الأول: مفهوم الجودة
10	المطلب الثاني: أهمية الجودة
11	المطلب الثالث: أهداف الجودة
12	المبحث الثالث: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات التأمينية الاجتماعية
11	المطلب الأول: أولاً: مفهوم الخدمة
13	ثانياً: مفهوم جودة الخدمة التأمينية
14	المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية
18	المطلب الثالث: مؤشرات تقييم جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية
21	خلاصة
22	الفصل الثاني: ماهية رضا الزبائن
22	تمهيد
23	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لرضا الزبائن

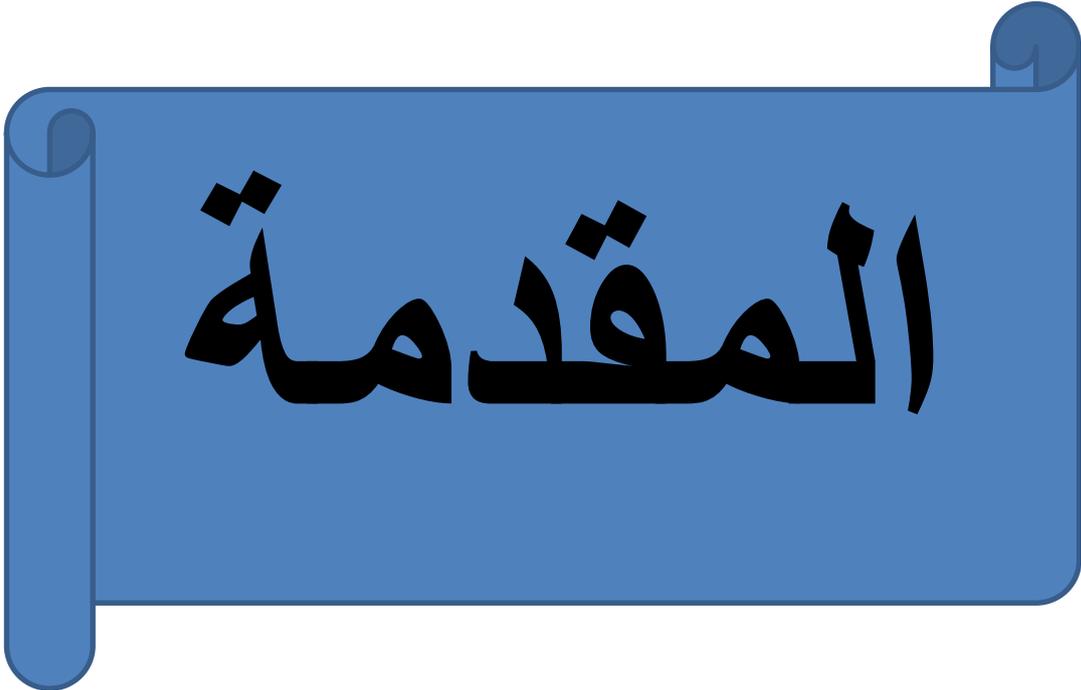
23	المطلب الأول: مفهوم رضا الزبائن
24	المطلب الثاني: أهمية وخصائص رضا الزبائن
26	المطلب الثالث: محددات رضا الزبائن
28	المبحث الثاني: علاقة الجودة برضا الزبائن
28	المطلب الأول: أساليب قياس رضا الزبائن
30	المطلب الثاني: إدارة العلاقة مع الزبائن في المؤسسة
32	المطلب الثالث: جودة الخدمات وعلاقتها برضا الزبائن
34	خلاصة
35	الفصل الثالث: دراسة حالة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي CNAS -وكالة ميلة -
35	تمهيد
36	المبحث الأول: مدخل عام لمؤسسة CNAS -وكالة ميلة -
36	المطلب الأول: نشأة مؤسسة CNAS -وكالة ميلة -
37	المطلب الثاني: مهام و أهداف مؤسسة CNAS -وكالة ميلة -
39	المطلب الثالث: دراسة الهيكل التنظيمي لمؤسسة CNAS -وكالة ميلة -
46	المبحث الثاني: مستوى أداءات مؤسسة CNAS -وكالة ميلة -
46	المطلب الأول: أنواع الأداءات مؤسسة مؤسسة CNAS -وكالة ميلة -
52	المطلب الثاني: بطاقة الشفاء والمؤمن (نظام الشفاء)
53	المبحث الثالث: تصميم الدراسة الميدانية وتحليل نتائجها
53	المطلب الأول: تحديد مجتمع وأداة الدراسة وإختيار العينة
53	المطلب الثاني: إختيار صدق وثبات أداة الدراسة
56	المطلب الثالث: دراسة خصائص عينة الدراسة وعرض نتائج الدراسة
63	المحور الثاني : مستوى جودة خدمات التأمين الاجتماعية بمؤسسة CNAS
72	خلاصة
80	الخاتمة
83	قائمة المراجع
94	الملاحق
106	الملخص

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
19	نسبية الأبعاد	01
39	جودة الخدمة	02
39	الهيكل التنظيمي لمؤسسة CNAS	03
56	دائرة نسبية المفردات الجنس	1-3
57	دائرة نسبية لمفردات السن	2-3
58	دائرة نسبية لمفردات مستوى التعليم	3-3
59	دائرة نسبية لمفردات الوظيفة	4-3
60	دائرة نسبية لمفردات التعامل	5-3
61	دائرة نسبية لمفردات التنقل	6-3

فهرس الجدول:

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
20	المؤشرات الخمسة	01
54	معامل الارتباط بيرسون	1-3
56	معامل الارتباط ألفا كرونباخ	2-3
55	توزيع مفردات العينة حسب الجنس	3-3
57	توزيع مفردات العينة السن	4-3
58	توزيع مفردات العينة المستوى التعليمي	5-3
59	توزيع مفردات العينة الوظيفة	6-3
60	توزيع مفردات العينة مدة التعامل	7-3
61	توزيع مفردات العينة التنقل	8-3
63	المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارة الملموسية	9-3
64	المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارة الإعتمادية	10-3
65	المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارة الإستجابة	11-3
65	المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارة الأمان	12-3
60	المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارة التعاطف	13-3
66	المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارة المتغير التابع رضا الزبائن	14-3
66	أبعاد جودة خدمات التأمين الإجتماعية	15-3
67	علاقة الارتباط بين خدمات التأمين ورضا الزبائن	16-3
70-69-68	نموذج الإنحدار المتعدد لخدمات التأمين ورضا الزبائن	17-3
71-70	علاقة أبعاد الجودة لخدمات التأمين ورضا الزبائن	18-3



المقدمة

مقدمة عامة :

- لقد شهدت العقود الأخيرة تطورا ملحوظا و هاما في مجال تقديم الخدمات و منافسة حارة بين مقدميها و وعي كبير بالأنشطة الخدمية المقدمة ، و أثرها على تحقيق رضا الزبون و التمايز في السوق و إكتساب ميزة تنافسية .
- و تعتبر جودة الخدمة من أهم المواضيع التي لاققت اهتماما بالغا من طرف الباحثين في مجال تسويق الخدمات ، لما لها من خصائص ، و تقنيات تسويقية مختلفة عن المنتجات المادية الملموسة لذا كان على المؤسسة الخدمية و بالأخص التأمينية أن تكون على دراية تامة بخصائص خدماتها ، و كذا استراتيجيتها التسويقية ، حتى يتسنى لها تطبيق نظام ملائم .
- من خلال تحسين جودة خدماتها و تطويرها من حين لآخر بما يتماشى و بواكب التغيرات التي تحدث من أجل تحقيق و كسب رضا زبائنها و ضمان ولائهم لها ، و هذا لضمان استمرارية المؤسسة .

1- مشكلة البحث :

في ظل التغيرات التي يشهدها العالم من تطور في شتى المجالات ، كان لزاما على المؤسسات الوطنية تغيير أسلوب التسيير ، حيث المؤسسة تقاس بجودة الخدمة التي تقدمها ، باعتبار أن تسويق الخدمة يكون ناجحا إذا كانت المؤسسة تقدم خدمة ذات جودة عالية ، كما تعتبر مؤسسة CNAS من بين المؤسسات الخدمية في مجال التأمين و فروعها ، و إن الأخذ بهذه الظروف يقودنا إلى طرح الإشكالية التالية : هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى $0.05 \leq \infty$ لأبعاد جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية بمؤسسة CNAS (وكالة ميلة) على رضا زبائننا؟

و إنطلاقا من هذه الاشكالية الرئيسية يمكننا صياغة الاسئلة الفرعية التالية :

1- هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $0.05 \geq \infty$ لبعد الملموسية على رضا زبائن مؤسسة CNAS وكالة ميله .

2- هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $0.05 \geq \infty$ لبعد الاعتمادية على رضا زبائن مؤسسة CNAS وكالة ميله .

3- هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $0.05 \geq \infty$ لبعد الاستجابة على رضا زبائن مؤسسة CNAS وكالة ميله .

4- هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $0.05 \geq \infty$ لبعد الأمان على رضا زبائن مؤسسة CNAS وكالة ميله .

5- هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $0.05 \geq \infty$ لبعد التعاطف على رضا زبائن مؤسسة CNAS وكالة ميله .

2- فرضيات البحث :

- الفرضية الرئيسية :

يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $0.05 \geq \infty$ لأبعاد جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية بمؤسسة CNAS وكالة ميله على رضا زبائننا .

- الفرضيات الفرعية :

1- يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى $0.05 \geq \infty$ لبعد الملموسية بمؤسسة CNAS وكالة ميله على رضا زبائننا .

2- يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى $0.05 \geq \infty$ لبعد الاعتمادية بمؤسسة CNAS وكالة ميله على رضا زبائننا .

3- يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى $0.05 \geq \infty$ لبعد الاستجابة بمؤسسة CNAS وكالة ميله على رضا زبائننا .

4- يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى $0.05 \geq \infty$ لبعد الأمان بمؤسسة CNAS وكالة ميله على رضا زبائننا .

5- يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى $0.05 \geq \infty$ لبعد التعاطف بمؤسسة CNAS وكالة ميله على رضا زبائننا .

3- متغيرات البحث :

دراستنا تشمل على متغيرين احدهما مستقل و الآخر تابع و هما :

- المتغير المستقل : و يتمثل في جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية و المتكون من خمسة أبعاد و هي : بعد الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الأمان ، التعاطف،
- المتغير التابع : و هو رضا الزبائن .

4- أسباب اختيار الموضوع :

- طبيعة التخصص العلمي الذي نزاوله ز اهتمامنا بموضوع تسويق الخدمات التأمينية و رغبة الطالبين في اختيار الموضوع .
- كون أن الدراسات و الابحاث في هذا المجال نادرة من جهة و من جهة أخرى للأهمية الكبيرة التي يتمتع بها موضوع البحث في الوقت الحالي .
- نقص الوعي لدى مؤسسات بحث أغلب مدراء الشركات ، و الزبائن لم تفهم بعد دور التأمين .
- التعرف على العلاقة الموجودة بين الخدمات التأمينية الاجتماعية و رضا الزبائن .

5- صعوبات البحث :

- هناك صعوبات في إقتناء الكتب و المراجع في المجال .
- الدراسات و الابحاث نادرة في هذا المجال .
- واجهتنا صعوبات و عراقيل في إجراء الدراسة الميدانية .

6- أهمية الدراسة :

- معرفة أهمية دور ابعاد جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبائن .
- محاولة تقديم أفكار تستند على نتائج الدراسة ، تسترشد بها مؤسسة CNAS وكالة ميلة في تطوير أدائها لتحسين جودة خدماتها المقدمة للزبائن .
- إثراء المعلومات و زيادة المعرف المتعلقة بالدراسة من خلال كل من الاطار النظري و الإطار التطبيقي للدراسة .

7- أهداف البحث :

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر جودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة CNAS وكالة ميله على رضا زبائنها ، للمساهمة بمساعدة هذه الوكالة في تحسين جودة خدماتها المقدمة لأجل زيادة مستوى رضا زبائنها ، لذا فإن هذه الدراسة تسعى بالأساس إلى :
- تقديم إطار نظري يتعلق بمفاهيم الخدمة ، الجودة ، جودة الخدمة التأمينية ، و أهميتها مع تسليط الضوء على رضا الزبون ، و أهميته و محدداته .
 - بلورة أهم الأبعاد التي يقوم عليها نموذج جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية المقدمة من طرف مؤسسة CNAS وكالة ميله .
 - التوصل إلى نتائج من خلال الدراسة الميدانية بإمكانها أن تساعد مؤسسة CNAS وكالة ميله في تحسين جودة خدماتها و تحقيق رضا زبائنها.
 - معرفة العلاقة الموجودة بين جودة الخدمات المقدمة و رضا الزبائن .

8- منهج البحث :

للإجابة عن الاشكالية المطروحة سلفا و الفرضيات الموضوعية و في ضوء طبيعة الدراسة و الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الجانب النظري لتحديد الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة التأمينية و رضا الزبون ، أما في الجانب التطبيقي و لمعرفة أثر جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية على رضا الزبائن في مؤسسة CNAS وكالة ميله فتم استخدام منهج دراسة الحالة ، كما تم استخدام المنهج التحليلي عند تحليل الاستبيان المقدم لزبائن الوكالة .

9- حدود البحث:

تتمثل حدود الدراسة في :

- 1/ الحدود المكانية / اعتمدت الدراسة النظرية على جمع المعلومات من المكتبة المتواجدة في الجامعة ، أما الدراسة التطبيقية فقد اقتصرنا على مؤسسة CNAS وكالة ميله التي أخذناها كنموذج لدراستنا .
- 2/ الحدود الزمانية : امتدت فترة هذه الدراسة على شهر فيفري 2024 كاملا .

10- هيكل البحث :

إشتملت دراستنا على مقدمة و ثلاث فصول و خاتمة ، بالإضافة إلى ملخص الدراسة و قد قسمناها كالتالي :

- الفصل الأول : تحت عنوان جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية ثم تقسيمه إلى ثلاث مباحث ، حيث المبحث الأول تناولنا فيه المفاهيم العامة حول التأمينات الاجتماعية ، أما المبحث الثاني شمل ماهية الجودة ، أما المبحث الثالث فقد شمل الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات التأمينية الاجتماعية .
- الفصل الثاني : و كان تحت عنوان ماهية رضا الزبائن حيث ثم تقسيمه إلى مبحثين المبحث الأول تناولنا فيه عموميات حول رضا الزبائن أما المبحث الثاني فقد شمل العلاقة بين جودة الخدمة التأمينية و رضا الزبائن.
- الفصل الثالث : تحت عنوان حيث ثم تقسيمه إلى ثلاث مباحث ، المبحث الأول تناولنا فيه ، التعريف بمؤسسة CNAS وكالة ميله ، أما المبحث الثاني تناولنا فيه مستوى أداءات مؤسسة CNAS وكالة ميله و المبحث الثالث تصميم الدراسة الميدانية و تحليل نتائجها .

11-الدراسات السابقة :

هنالك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقنا إليها سواء مكتيبا أو الكترونيا و التي تناولت موضوع اثر جودة الخدمة على رضا الزبون بالمؤسسات الخدمية من بينها:

1-دراسة بوعنان نور الدين تحت عنوان جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء (مذكرة ماجيستر ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة 2006.2007) دراسة ميدانية في المؤسسة المسائية بسكيكدة ، مدت هذه الدراسة إلى التأكد على أهمية جودة الخدمة المقدمة كمصدر للميزة التنافسية في ظل الانفتاح على السوق العالمي و تحليل العلاقة بين جودة الخدمة المدركة و رضا العملاء ، توصلت هذه الدراسة إلى نتائج التالية :

- عملية الاتصال بين المؤسسة المينائية لسكيكدة و عملائها ضعيفة ، وهذا ما يفسر عدم علم أغلبية العملاء بحصول المؤسسة على شهادة الايز المطابقة للمواصفات العالمية .
- أغلبية عملاء المؤسسة وضعوا خدمة الشحن و التفريغ في المرتبة الاولى و ذلك يدل على أن هذه الخدمة تحتاج إلى يد عاملة كبيرة فيها نوع من التهاون من طرف العمال مما كلف العملاء بعض الخسائر .

- يعتبر عملاء المؤسسة المينائية لسكيكدة أن الاداء الفعلي للخدمة المينائية المقدمة يتغير

2-دراسة (نور الهدى محمد عبد الرحمان و الصديق ادريس ، مجلة العلوم الاقتصادية ، جامعة السودان 2010) تحت عنوان / جودة الخدمات التأمينية و أثرها على رضا العملاء (دراسة حالة الشركة التعاونية للتأمين -المملكة العربية السعودية) هدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على جودة الخدمات التأمينية و ذلك من خلال التعرف على مدى امكانية تطبيق نموذج الجودة على الخدمات التأمينية و أثر ذلك على رضا العملاء و لتحقيق أهداف الدراسة ثم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ومن نتائج الدراسة نذكر :

- إمكانية تطبيق نموذج الجودة لقياس الجودة المدركة في مجال الخدمات التأمينية .
- هناك أثر معنوي للمتغيرات المستقلة المتمثلة في أبعاد جودة الخدمة التأمينية على المتغير التابع رضا العميل .

3- دراسة (عبد القادر مزيان، مذكرة ماجيستر ، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان 2012) تحت عنوان

: تأثير محددات جودة الخدمات على رضا العملاء (دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون

الفلاحي CNMA بسعيدة).

هدف هذه الدراسة إلى تحديد و تعريف مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة بإعتبارها استراتيجية حديثة لرضا العملاء ، و لتحقيق أهداف الدراسة ثم اعداد إستبانة و توزيعها على عينة مكونة من (500) من عملاء الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA بسعيدة ، وقد تم استخدام عدد من الاساليب الاحصائية في برنامج SPSS و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج هي :

- تعزيز الاهتمام بمحددات جودة الخدمة لتحقيق رضا الزبون في خدمات وكالة التأمين .
- ضرورة اهتمام وكالات التأمين بالأبعاد الخاصة بجودة الخدمة خاصة تلك المتعلقة بالأمان و تحري الصدق و الأمانة مع الزبون في ما يتعلق بشروط الوثيقة و مزاياها و فوائدها.
- بالضعف في أغلب مظاهر هذا ما يعكسه الانطباع السلبي حول مستوى الخدمة الميائية .

4- دراسة (نجوى عمروش ، مذكرة ماجيستر ،جامعة منتوري قسنطينة 2012) تحت عنوان دور

جودة الخدمة في تحقيق رضا العميل (دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT)

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بالجودة و ابعادها و نماذج قياسها ، كما تناولت طرق قياس رضا العميل لمعرفة درجة رضا ، من أجل ايجاد الأساليب الكفيلة بتحسين جودة الخدمات ، و اعتمدت الدراسة على منهج الوصفي التحليلي و منهج دراسة الحالة و لتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان ، وزع على عينة من (200) شخص من عملاء الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT بقسنطينة ، وقد تم استخدام عدد من الاساليب الاحصائية في برنامج SPSS و توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

الفصل الأول :

مفاهيم عامة حول

التأمينات الاجتماعية

الفصل الأول : الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات التأمينية:

تمهيد :

تعتبر شركات التأمين إحدى منظمات الأعمال المتخصصة في تقديم الخدمة التأمينية بمختلف أنواعها حيث تتلقى طلبات التأمين من العملاء و تقوم بموجبه بمنح الحماية الكاملة للأفراد من أجل الأخطار التي قد يتعرضون لها و تمنحهم الشعور بالأمان و الإطمئنان و من بين هذه التأمينات ، يوجد التأمين الاجتماعي و هذا النوع له أهمية كبيرة في المجتمع لأنه يهدف لحماية المصلحة العامة من جل المخاطر التي قد تلحق بهم .

المبحث الأول : مفاهيم عامة حول التأمينات الاجتماعية:

- تختلف الآراء حول موضوع التأمينات الاجتماعية باختلاف الباحثين و الكتاب و لكن كلها تصب في معنى واحد ، و لهذا سنحاول في هذا المبحث التعرف على التأمينات الاجتماعية .

المطلب الأول : مفهوم التأمين :

هنالك عدة تعاريف للتأمين نذكر منها:

- عرفته لجنة مصطلحات التأمين بمؤسسة الخطر و التأمين الأمريكية بأنه تجميع للخسائر العرضية تحت طريق تحويل هذه الأخطار إلى المؤمنين الذين يوافقون على تعويض المؤمن لهم عن هذه الخسائر أو توفير مزايا مالية أخرى في حالة وقوعها¹ .
- و عرفها القانون المدني الجزائري للتأمين في مادته 619 على أنه " عقد يلتزم المؤمن بمقتضاه بأن يؤدي إلى المؤمن له أو الغير المستفيد الذي اشترط التأمين لصالحه لضمان المال أو ايراد أو أي أداء مالي آخر في حالة تحقق الخطر المبين في العقد و ذلك مقابل أقساط² .

¹ - جورج ريجدا مبادئ إدارة الخطر و التأمين ، ترجمة محمود توفيق البلقيني ، ابواهم محمد مهدي ، دار المريخ للنشر ، الرباط المملكة العربية السعودية ص51.

² - رئاسة الجمهورية ، القانون المدني ، الأمانة العامة للحكومة ، الجزائر 2007 ص102.

• و عرفه BESSOH على أنه عملية بمقتضاها يتعهد طرف يسمى المؤمن اتجاه طرف آخر يسمى المؤمن له مقابل قسط يدفعه هذا الأخير بأن يعرض عن الخسارة التي ألحقت به في حالة تحقق الخطر¹.

• و عرف وفقا للموسوعة البريطانية : على أنه نظام اجتماعي يتعهد بموجبه المؤمن بأن يعرض المؤمن له أو المستفيد عند تحقق أخطار معينة تترتب عليها أضرار خلال مدة معينة².

• كما يعرف أيضا على أنه نوع من التعاون بين المؤمن لهم في مواجهة الأخطار التي قد تحيط بأحدهم بغية تعويضه مما يؤذونه من أقساط³.

تعريف kulp حيث التأمين مشروع اجتماعي لإحلال التأكد محل عدم التأكد عن طريق تجميع الأخطار⁴

- وعرفه winet بأنه اجتماعي يهدف إلى تكوين الاحتياطات لمواجهة الخسائر التي يتعرض لها رأس المال و ذلك عن طريق نقل الخطر من أفراد كثيرين إلى شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص⁵.

- كما يعرف على أنه عقد يلتزم المؤمن (شركة التأمين) بمقتضاه أن يؤدي إلى المؤمن له أو إلى المستفيد الذي اشترى التأمين لصالحه مبلغا من المال أو إيراد مرتبا أو عوضا ماليا آخر في حالة وقوع الحادث أو لخطر المعين بالعقد و ذلك مقابل قسط أو دفعة مالية أخرى يؤديها المؤمن إلى المؤمن⁶.

- و من خلال ما سبق نستنتج أن :

التأمين عبارة عن عقد يبرم بين طرفين حيث يقوم على تحويل مخاطر مالية محددة من فرد أو كيان إلى شركة تأمين و يتم ذلك من خلال دفع مالي دوري أو مرة واحدة يسمى "قسط التأمين" و في حالة حدوث

¹ - درقاش للبصرة ،خولف زهرة إقامة تحالف استراتيجي بين الشركات التأمين و البنوك رقمنة مستقبلية لتسويق الخدمة التأمينية اخلة صنف الملتقى الدولي حول الصناعة التأمينية الوقاع العلمي و أفاق التطوير 3-4 ديسمبر 2012 جامعة حسبية بن بو علي الشلف ص 2.

² - أحمد أبو السعود عقدالتأمين بين النظرية و التأمين دار الراهة للنشر و التوزيع الأردن طبعة 1 2008 ص 19.

³ - سمر عبد القادر عساق ، النظام القانوني لعقد التأمين دار الراهة للنشر و التوزيع طبعة 1 2008 ص 19.

⁴ - نفس المرجع السابق ص 95

⁵ - جديدي معراج مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري ديوان المطبوعات الجامعية 2010 ص 10

⁶ - حميد جاسم علوان فوزي علاوي الطائي ، إدارة الخطر و التأمين دار العربي للطباعة بابل الطبعة الأولى 2020 ص 10

حدث أو خسارة المؤمن عليها تتكفل شركة التأمين بتعويض المؤمن له على الأضرار المالية المتكبدة وفقا للشروط و الأحكام المتفق عليها في العقد التأمين بشرط أن لا يكون له دخل في حدوث الضرر.

- ومن هذا التعريف نستنتج الخصائص التالية :

- التأمين نظام اجتماعي لأنه يسعى لحماية الأفراد من الأخطار التي يمكن أن تواجههم .
- التأمين علاقة تعاقد تتم بين طرفين أحدهما المؤمن و الآخر المؤمن له.
- ليكون هناك تأمين يجب أن يكون هناك خطر و احتمالية وقوع ذلك الخطر.

المطلب الثاني : مفهوم التأمينات الاجتماعية:

- هنالك عديد من مفاهيم للتأمينات الاجتماعية ، لكن كلها تصب في هدف واحد ، و من بين هذه التعريفات نذكر منها .
- يعرفه بلانشارد Blanchard على أنه النظام الذي يتوفر فيه العناصر التالية : عنصر الإلزام الاجبارية في التأمين ، تحصل الحكومة جزء من تكاليف التأمين ،قيام الحكومة بدور المؤمن (هيئة التأمين)¹ .
- يعرف عادل التأمين الاجتماعي على أنه كل تأمين اجباري من الدولة يهدف إلى توفير الحماية المادية للطبقات الضعيفة للمجتمع في حالة تعرضهم لأخطار ليس في قدرتهم تحملها .
- كما يمكن تعريفه بأنه نظام خاص بحماية العاملين حال تعرضهم لأحد المخاطر الاجتماعية التي يوليها إهتماما خاصا بإستخدام مجموعة من الحلول و الأساليب² .
- و عرف أيضا بأنها خدمات يقدمها جهاز حكومي و هو الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي قصد تغطية خطر أو طارئ معين يكون ضمن صلاحياته المحددة قانونيا³ .
- و يعرف بأنه نظام اجباري يلتزم من خلاله الأفراد العاملين و أصحاب الأعمال و الدولة بدفع أقساط دورية للجهة الحكومية التي تدير المال المجمع من هذه الأقساط⁴ .
- و من خلال ما سبق نستنتج بأن التأمينات الاجتماعية هي نظام اجباري منظم يهدف إلى حماية الأفراد و المجتمع بشكل عام من المخاطر المالية المتعلقة بالحياة الاجتماعية و الاقتصادية ، و يتم تحقيق هذا عبر تحصيل اشتراكات أو مساهمات من الأفراد و الشركات و يديرها هيئات أو جهات حكومية لتقديم الحماية الاجتماعية و الاقتصادية للمجتمع .

¹ - دار عياش .أثر نظام الضمان الاجتماعي على حركة الاقتصاد الوطني ،دراسة حالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لغير الأجراء CASNOS،رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ،جامعة يوسف بن خدة الجزائر 2004-2005 ص35
² - محمد بن أحمد بن صالح التأمينات الاجتماعية بين المفهوم المخاطر و التطور و الأثار ، مؤتمر التأمينات الاجتماعية بين الواقع و المأمول ،جامعة الأزهر 13-15 أكتوبر 2002
³ - عبد الرحمان شداد ،التأمينات الاجتماعية كنظام اجتماعي في التنظيمات من خلال نظرية الأنساق الاجتماعية مجلة سوسولوجيا ، جامعة البليدة 2 ص 113.
⁴ - محمد عبد الحليم عمر ، الإسلام و التأمينات الاجتماعية مؤتمر التأمينات الاجتماعية بين الواقع و المأمول ، جامعة الأزهر 13-15 أكتوبر 2022.

المطلب الثالث : أنواع التأمينات الاجتماعية:

- تختلف أنواع التأمينات الاجتماعية من دولة الى دولة أخرى و ذلك تبعا لاختلاف المستوى الاقتصادي و الاجتماعي كما أنها تتغير من وقت لآخر تبعا لعامل الزمن. و يمكن اجمال أهم المخاطر:

أولا:التأمين الاجتماعي ضد المرض¹

ويشير الى نظام تأميني يقدم حماية مالية للأفراد في حال تعرضهم للمرض و التي لا ترتبط بحوادث العمل والامراض المهنية و يقوم بمعالجة المصاب وتقديم كل الاعانات الطبية الى حين الشفاء و منح تعويضات يومية للعامل الأجير و تدخل ضمن هذه الحالة حالة الولادة .

ثانيا:التأمين على العجز²

و العجز هو عدم القدرة عن العمل و هو حالة تصيب الانسان في سلامته الجسدية و يعد عاجزا في نظر المشرع الجزائري عندما يكون مصابا بعجز ذهب بنصف قدرته على العمل أو الكسب على الأقل و تقدر درجة العجز من طرف طبيب مختص أو لجنة مختصة .

¹ - هوارية بن دهمة. الحماية الاجتماعية في الجزائر دراسة تحليلية لصندوق الضمان الاجتماعي تلمسان . رسالة ماجستير في تسيير المالية العامة . جامعة أبو بكر بلقايد . تلمسان 2014-2015 ص 2-21.
² - باديس كشيدة المخاطر المضمونة و البات فض المنازعات في مجال الضمان الاجتماعي . رسالة ماجستير في العلوم القانونية جامعة الحاج احضر باتنة 2009-2010 ص 34 .

ثالثاً:التأمين الاجتماعي ضد اصابات العمل¹

أي ما يقع للعامل نتيجة حادث معين قد يقع له أثناء تأديته وقيامه بمهامه أو من خلال ذهابه و غيابه من وإلى العمل كحوادث الطريق , حيث يجب ان لا ينحرف عن مساره الطبيعي و العادي له . وتتص المادة 6 من القانون رقم 13-83 لسنة 1983 و المتعلق بحوادث العمل و الأمراض المهنية على أنه : "يعتبر كحادث انجزت عنه اصابة بدنية ناتجة عن سبب مفاجئ و خارجي و طرأ في اطار علاقة عمل"².

¹- نفس المرجع السابق ص 20-21 .

²- المادة 6 من القانون رقم 13-83 المؤرخ في 2 جويلية 1983 المتعلق بحوادث العمل و الأمراض المهنية .

رابعاً: التأمين ضد البطالة¹ .

و يتم هذا التأمين للأحكام الخاصة بمن يتعطل عن العمل بصفة غير ارادية و يهدف إلى تعويضهم عن أجورهم المفقودة نتيجة البطالة الاجبارية و تعرف بمنحة البطالة و للإستفادة منها لا بد من توفر الشروط التالية :

- أن يبحث الشخص عن العمل ،و أن يثبت اسمه في سجل مكاتب العمل و أن يعبر بكل جدية عن رغبته الصادقة في العمل .
- إن المضرب عن العمل أو المحال على المجالس التأديبية أو المفصول وفقاً لقرار إداري لا يعد خاضع لهذا القانون .
- قدرة البطل على العمل .
- إن هذا التأمين يهدف إلى تحقيق غرضين :
- إيجاد فرص عمل للعاملين
- تقديم منافع عدم التشغيل للعاملين المؤهلين (منحة البطالة) .

¹ - دار عياش :أثر نظام الضمان الاجتماعي على حركة الاقتصاد الوطني ،دراسة حالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لغير الأجراء CASNOS شبكة يومرداس ،مرجع سبق ذكره ص47.

المبحث الثاني : ماهية الجودة

تعتبر الجودة من المواضيع التي تركز عليها المؤسسة حيث تسعى للإنتاج بجودة عالية و تعطي منتجاتها و خدماتها خصائص تجعلها متميزة عن باقي المؤسسات الاخرى المنافسة لها , و في هذا المبحث سنعرض مختلف الجوانب التي تخص الجودة و أهميتها بالنسبة للمؤسسة و الزبون.

المطلب الاول : مفهوم الجودة

تعددت المفاهيم حول الجودة بتعدد الباحثين حيث لكل باحث مفهومه الخاص و من بين هذه المفاهيم نذكر:

- تعريف جارفين 1987 : الجودة هي درجة الأداء التي يقدمها المنتج طبقا لما يتوقعه الزبون أي مدى المناسبة للاستخدام¹.
- تعريف coneu : الجودة هي بمثابة الأداء والمثانة المتميز للمنتج²
- كما عرفها ديمنج وليام ادوارد: على أنها مدى تحقيق احتياجات و توقعات المستفيد حاضرا و مستقبلا³.
- أما الجمعية الأمريكية لمراقبة الجودة فتعرفها : هي مجموعة الخصائص المتعلقة بالمنتج أو الخدمة و التي يؤدي تفعيلها الى ارضاء الحاجات المتوقعة أو المرغوبة.

¹ - علاء فرج طاهر . ادارة المواد والجودة الشاملة . دار الراجحة للنشر و التوزيع , الأردن الطبعة 1, 2010 ص 112.
² - توفيق محمد عبد المحسن ادارة الجودة الشاملة و أزمة الاقتصاد العالمي , دار النهضة للتوزيع , مصر 2010 ص 13.
³ - فريد كورتل , أمال كحيلة . الجودة و أنظمة الايزو. دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع , عمان 2010 ص 14.

وهناك خمسة مفاهيم تعبر عن حقيقة الجودة والمتمثلة في¹ :

- فائقة الجودة: تعني التفوق , تعرفها عندما تراها .
- قائمة على المنتج: و يكون المنتج ذو الجودة العالية أصلب وأكثر ليونة أو أكثر قوة .
- قائمة على التصنيع: تعني الجودة الانسجام و المطابقة مع المتطلبات.
- قائمة على المستخدم : تعني الجودة ملائمة الاستخدام أي قدرة المنتج أو الخدمة على ارضاء توقعات و تفضيلات الزبائن .

¹-فداء محمود حامد : ادارة الجودة الشاملة ،دار البادية ناشرون و موزعون ، الأردن الطبعة 1 . 2012 ص20

المطلب الثاني : أهمية الجودة

مع تزايد المنافسة ومع ارتفاع مستوى متطلبات الزبائن . أدركت المنظمات أن بإمكانها أن تجعل من الجودة مصدر لقدرتها التنافسية . فلا شك أن تحقيق الجودة هو حلم يراود كل المنظمات وذلك أن الجودة لم تعد ترفاً أو اختياراً يمكن التغاضي عنه , وإنما هو التزام لا بديل له , وسندرج أهميته فيما يلي :

أولاً: شهرة الشركة : تستمد المنظمة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها فهذا يضيف على المنظمة السمعة الحسنة و الانتشار الواسع لمنتجاتها أو خدماتها و يترتب على فشل الإدارة في الاهتمام الكافي بالجودة الإساءة الى سمعة المنظمة و ربما فقدانها الحصة السوقية.

ثانياً: المسؤولية القانونية عن المنتج: ان المنظمات التي تقوم بتصميم منتجات معينة و انتاجها تكون مسؤولة قانوناً عن كل أذى يحصل من وراء هذا المنتج , وعليه لا بد من ان تنتج منتجات خالية من العيوب تجنبها المسؤولية القانونية المترتبة عليها .

ثالثاً: المنافسة العالمية : من أجل أن تكون المنظمة المنتجة في وضع تنافسي على المستوى الدولي فعليها الاهتمام بمستوى الجودة اذ يجب أن تتوافق و تتسجم منتجاتها مع المتطلبات العالمية حتى تضمن بقاءها في بيئة الأعمال .

رابعاً: التكاليف و الحصة السوقية : ان تحقيق الجودة الجيدة و التحسين المستمر لما سوف يؤدي الى جذب أكبر عدد من الزبائن ومن زيادة الحصة النوعية و ذلك سيؤدي الى خفض التكاليف ومن ثم ربحية المنظمة ¹ .

¹ - قاسم نايف علوان . ادارة الجودة الشاملة و متطلبات الايزو الطبعة الأولى. دار الثقافة للنشر و التوزيع عمان سنة 2005 ص 32-33 .

المطلب الثالث: أهداف الجودة

بشكل عام هناك نوعان من أهداف الجودة :

أولاً: أهداف تخدم ضبط الجودة و هي التي تتعلق بالمعايير التي ترغب المؤسسة في المحافظة عليها

حيث تصاغ هذه المعايير على مستوى المؤسسة ككل وذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى ادنى

تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان و ارضاء العملاء .

ثانياً: أهداف تحسين الجودة وهي غالبا ما تنحصر في الحد من الأخطار وتطوير منتجات وخدمات

جديدة ترضي العملاء بفعالية أكبر¹.

ومن هنا يمكن تصنيف اهداف الجودة بنوعيهما الى خمس فئات :

1. أهداف الاداء الخارجي للمؤسسة ويتضمن الأسواق والبيئة و المجتمع.
2. أهداف الأداء للمنتوج أو الخدمة و تنازل العملاء والمنافسة .
3. أهداف العمليات و تناول مقدرة العمليات و فاعليتها و قابليتها للضبط .
4. أهداف الاداء الداخلي و تناول مقدرة المؤسسة و فاعليتها ومدى استجابتها للتغيرات و محيط العمل.
5. أهداف الأداء للعاملين و تناول المهارات و القدرات و التحفيز وتطوير العاملين.

¹- نور محي الدين محمد سعد الله , جودة الخدمات و اثرها في تحقيق رضا الزبائن دراسة تكميلية انيل درجة الماجستير العلوم غي الادارة جامعة شندي جمهورية السودان 2017 ص 22 .

المبحث الثالث : الاطار المفاهيمي لجودة الخدمات التأمينية الاجتماعية:

المطلب الاول :مفهوم الخدمة:

أولاً: مفهوم الخدمة : هناك عدة تعريفات للخدمة نذكر منها:

- (1) تعرف الخدمة بأنها نشاط أو انجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف اخر يكون مرتبطا بمنتج مادي ملموس أو لا يكون
- (2) تعرف أيضا على أنها تلك النشاطات المعرفة ولكن غير محسوسة وتمثل الهدف الرئيسي لتحقيق رضا الزبون .¹
- (3) عرفها Armstrong و Kotler بأنها نشاط أو منفعة يقدمها طرف الى طرف اخر و تكون في الاساس غير ملموسة و لا يترتب عليها أية ملكية . فتقديم الخدمة يكون قد يكون مرتبط بمنتج مادي او لا يكون
- (4) عرفها Cronroos أنها عبارة عن أشياء مدركة بالحواس وقابلة للتبادل تقدمها شركات او مؤسسات معينة بشكل عام بتقديم الخدمات او تعتبر نفسها مؤسسات خدمية .²
- (5) تعريف جمعية التسويق الامريكية : الخدمة هي عبارة عن الانشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو تقدم مرتبطة مع السلع المباعة .³

¹ - أمال العايب . عبد الرحمان .جودة خدمات التأمين وأثرها على رضا الزبون . دراسة ميدانية لشركة Lacaar وكالة تيسة . جامعة العربي التبيسي 2016-2017 ص 02.

² - حميد الطائي . بشير العملاق , تسويق الخدمات , دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع عمان سنة 2013 ص 34 .

³ - أمال العايب . عبد الرحمان بعيلي. مرجع سابق ذكره ص 02 .

ثانيا : مفهوم جودة الخدمة التأمينية :

عرف العديد من المؤلفين جودة الخدمة التأمينية على أنها عرض الخدمة للزبون و تقديمها له لغرض اشباع حاجته الحالية والمستقبلية . ويمكن تعريف جودة الخدمة التأمينية على انها خلو الخدمة من اي عيب خلال انجازها وهذا الحكم يصدره الزبون . بعد ادراكه الاداء الفعلي للخدمة .

أو هي قدرة مؤسسة التأمين على تقديم الحماية التأمينية بما يحقق رغبات الزبائن ويتطابق مع توقعاتهم وفي باحتياجاتهم التأمينية بشكل مستمر .

و يمكن القول بأن جودة الخدمة التأمينية عبارة عن مجموعة من الخصائص المميزة لخدمة التأمين .والقادرة على اشباع حاجات الزبائن و موافقة توقعاتهم وتعمل على ارضائهم و تمثل تقييما شاملا لأداء المؤسسة و درجة تميزها عن المؤسسات التأمينية الاخرى ¹.

¹ - عبد المطلب ناغل . رضوان مشيكي . اثر جودة الخدمات التأمينية على رضا الزبائن . دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين . جامعة محمد بوضياف المسيلة 2018-2019 . ص19.

المطلب الثاني : أبعاد جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية :

يتضمن تقييم الخدمة عادة عناصر ملموسة وأخرى غير ملموسة لذلك هناك محاولات عديدة لتحديد أبعاد

الجودة في مجال الخدمات منها :

يرى البعض لجودة الخدمة بعدان اثنان هما¹:

• الجودة الفنية

• الجودة الوظيفية

تشير الجودة الفنية الى جوانب الخدمة الكمية (المادية) بمعنى الجوانب التي يمكن التعبير عنها بشكل كمي
اما سلوك القائمين على تقديم الخدمة و مظهرهم و طريقة تعاملهم مع العميل (وعي جوانب قياسها
بالعناصر المادية) فهي تمثل الجودة الوظيفية للخدمة وفي تصنيف اخر لأبعاد الخدمة فقد تم التمييز بين :

• جودة العمليات : التي تحكم عليها العميل أثناء أداء الخدمة .

• جودة المخرجات : التي بقيمتها العميل بعد الاداء الفعلي لها.

ويميز البعض بين ثلاث أبعاد أساسية لجودة الخدمة :

• الجودة المادية : تتعلق بالبيئة المحيطة بتقديم الخدمة.

• الجودة التفاعلية : تمثل ناتج عملية التفاعل بين المستخدمين و الزبون .

• جودة المؤسسة " و ترتبط بصورة المؤسسة و الانطباع العام عنها.

¹- فتيحة بوحروود . ادارة الجودة في منظمات الاعمال النظرية و التطبيق . الطبعة 1 دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة عمان الاردن سنة 2015 ص 36-37.

المطلب الثالث : مؤشرات تقييم جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية:

ان تقييم العملاء لجودة الخدمة يستند الى عدة مؤشرات مرتبطة بجوانب الأدلة الملموسة و غير الملموسة و أهميتها :

1. الاعتمادية :

ويقصد بها قدرة الشركة الخدمية على أداء الخدمة وفقا للوعود التي قدمتها للعملاء مع ضمان حصولهم على الخدمة مهما تغيرت الظروف بمعنى اعتماد العميل على الشركة في تقديم الخدمة حسب ما اتفق عليه.

2. الاستجابة :

و يقصد بها الرغبة في مساعدة العميل و يمكنه من استلام الخدمة المناسبة في الوقت المناسب و أهم مؤشراتها : سرعة انهاء المعاملة , الرد على الاستفسارات و الأسئلة , تعدد منافذ الحصول على الخدمة ..

3. الكفاءة :

وهي مجموعة المعارف (SAVOIRS) و المهارات (SAVOIR-FAIRE) التي يمتلكها العاملون و التي تدل على فاعليتهم في أداء الخدمة .

4. سهولة المنال¹:

و تعني امكانية الوصول الى منافذ الخدمة بسهولة و يفسر ذلك وفق عدة مؤشرات مثل : امكانية و سرعة الاتصال الشخصي , ملائمة ساعات العمل , موقع الشركة , سهولة الاتصال عبر الهاتف ...

¹ - هاني حامد الضمور. تسويق الخدمات . دار وائل للنشر و التوزيع .عمان . الطبعة الثالثة سنة 2005 ص 344-345 .

5. اللطف و اللباقة :

ويشمل ذلك حسن المعاملة و التزام الاحترام و الأدب و اظهار مساعي الود والصدقاة للعميل و تأكيد لأهمية هذا الجانب يقول أحد الخبراء أن العملاء لا يهتمون بمضمون خطبك أو سياستك بقدر ما يهتمون بالطريقة التي تعاملهم بها، و إن مجرد كلمة شكر قد تكون أفضل من عشرة إعلانات لتحقيق الانطباع الذهني لدى العميل .

6. الأمان :

نقصد بذلك غياب الخطر و الشك و التعامل مع الشركة و ضمان المنفعة المتوقعة .

7. الاتصال :

و يتضمن ذلك توفير المعلومات التي تساعد العميل في التعرف على الخدمات المعروضة و نظم تسعيرها، إضافة إلى التواصل مع العملاء و الإستماع إليهم و إعلامهم بلغة مفهومة و بشكل منظم من خلال استعمال أنظمة الاتصال الأكثر فعالية .

8. فهم العميل¹ :

يمكن التعرف على احتياجات العميل و رغباته و محاولة تحديد توقعاته حول مستوى الأداء ، أي سعي الإدارة لإدراك جودة الخدمة كما يتوقعها العملاء .

9. الموثوقية :

و تعني درجة الثقة و المصدقية و أداء الشركة أي الدقة و الإلمام بالعمل و أداءه بالطريقة الصحيحة من المرة الأولى .

¹- قاسم ناين علوان المحياوي ، ادارة الجودة في الخدمات ،دار الشروق للنشر و التوزيع ، الأردن سنة 2006 ص94

10. الملموسية :

و تشير إلى المظهر الخارجي ، الموقع أو التصميم الداخلي للشركة التجهيزات ومظهر العاملين و مستوى التكنولوجيا ، إضافة إلى مختلف التسهيلات المادية الممنوحة للعميل مثل : أماكن الانتظار المناسبة أماكن الوقوف للسيارات¹ .

وقد تم تلخيص هذه المؤشرات العشرة في خمس مؤشرات فقط تختلف أهميتها النسبية من عميل إلى آخر و من خدمة إلى أخرى تبعا لتغير العوامل المؤثرة على إدراكات العملاء بمستوى الجودة ارتثى (KOTLER) بأن الأهمية النسبية للأبعاد التي يتحكم بها الزبون على جودة الخدمة كالتالي : الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الأمان ، التعاطف .

¹ - قاسم نايف علوان المحياوي ، إدارة الجودة في الخدمات ، مرجع سبق ذكره ص95.

يوجد تصنيف آخر وهو كالتالي:

(1) **الاعتمادية:** و تعني ثبات الاداء و إنجاز الخدمة التأمينية بشكل سليم ووفاء مؤسسة التأمين لما تم

وعد العميل به و هذا يتضمن :

- دقة تسجيل الحوادث ومعرفة أسبابها.

- دقة تقدير الضرر .

- تقديم الخدمة التأمينية بشكل صحيح و في المواعيد المحددة لها.

(2) **الملموسية :** و تشير إلى التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة التأمينية بدا بالمظهر الخارجي

للمؤسسة ، تهيئة من الداخل بالأجهزة و الوسائل المستخدمة في أداء الخدمة بشكل يخلق جواهايا للزبون .

(3) **الإستجابة:** و تتعلق بقدرة و رغبة و استعداد العاملين بالمؤسسة التأمينية في تقديم الخدمة و

مساعدة الزبائن و الرد على استفساراتهم ، و السرعة في أداء الخدمة و الاستجابة الفورية لطلب العميل و يمكن أن نعبر عنها مثلا بعدد التعويضات التي تم دفعها بالمقارنة مع التي لم تدفع .

(4) **الأمان :** و يعكس ذلك خلو المعاملات من الشك و الخطورة أي درجة الشعور بالأمان في الخدمة

المقدمة و من يقدمها .

(5) **التعاطف :** و يقصد بها القدرة على فهم و معرفة حاجات العميل حيث أن الزبون يرغب بأن يشعر

بأنه مفهوم على نحو جيد من قبل المؤسسة التي يحصل على الخدمة منها¹.

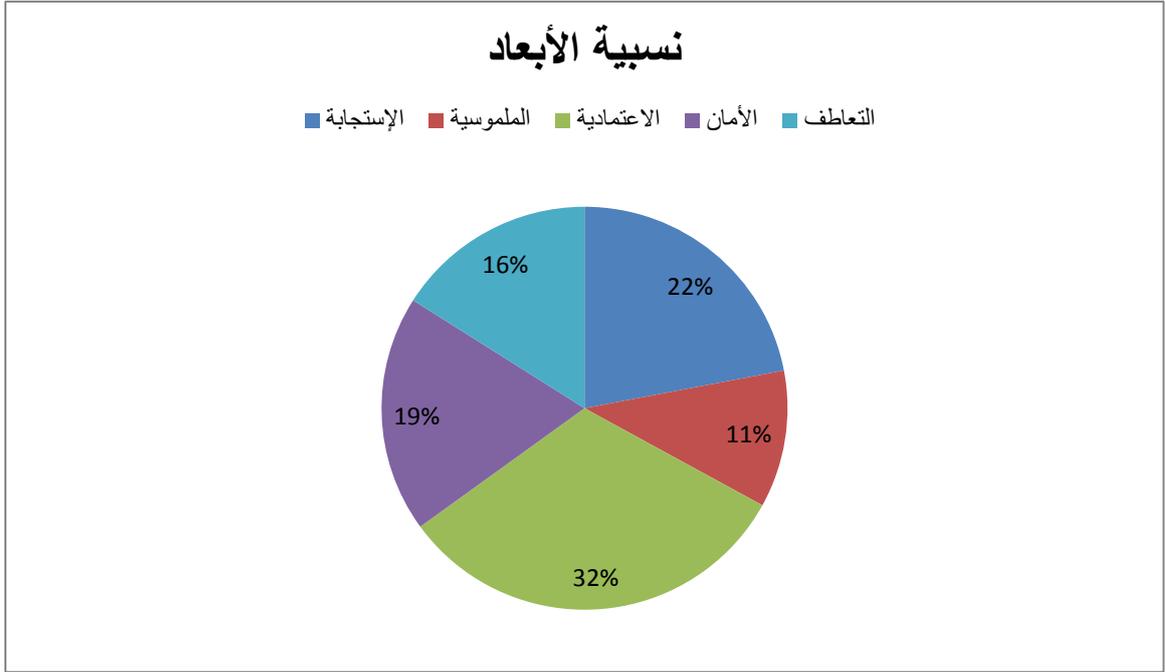
¹-عوض بدير ، تسويق الخدمات المصرفية .الطبقة الأولى ، البيان للنشر و التوزيع القاهرة سنة 1999 ص 346

وقد توصل كوتلر إلى أهمية النسبية لهذه الأبعاد كما يلي :

- الاعتمادية (32%) - الملموسية (11%) - الاستجابية (22%)

- الأمان (19%) - التعاطف (16%)

- و سنعبر عن هذه النسب بالشكل التالي :



وفيما يلي جدول يوضح هذه المؤشرات الخمسة¹ :

المؤشر	الشرح
1- الاعتمادية	دقة تسجيل الحوادث و معرفة أسبابها. أداء صادق. دقة تقدير الضرر. تقديم الخدمة التأمينية بشكل صحيح و في المواعيد المحددة لها.
2- الملموسية	ظهور العنصر المادي. حادثة و جاذبية مظهر المؤسسة. مظهر مقدم الخدمة. وفرة و حداثة الأجهزة المستخدمة.
3- الاستجابة	إعلام العملاء بأجال وفاء الخدمة . السرعة و المساعدة . سرعة التعويض. سرعة الرد على شكاوي العملاء.
4- الأمان	ضمان الحصول على الخدمة حسب الموعد. ثقة العملاء في المؤسسة. انعدام الخطر و الشك في المعاملات. أداء سليم من طرف الموظفين.
5- التعاطف	فهم و معرفة حاجات العميل. الإهتمام بالعميل. الوعي بأهمية العميل. ملاءمة ساعات العمل مع إلتزاماته .

المصدر: بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة لنيل شهادة الماجستير،

تخصص علوم التسويق، فرع التسويق، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2006-2007، ص73.

¹ - نور الدين بوعنان ، جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، تخصص علوم التسويق ، فرع تسويق . جامعة محمد بوضياف المسيلة 2006 . 2007 ص 73

خلاصة:

من خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل النظري، حول المفاهيم المتعلقة بالخدمة التأمينية الاجتماعية وأبعاد جودتها وتقييمها فإنه من الممكن تلخيص ذلك من خلال مايلي:

الخدمة التأمينية الاجتماعية هي المنتج الذي تعتمد عليه مؤسسة التأمين في إشباع حاجات زبائنها وتلبية رغباتهم، وتحقيق أهدافها التسويقية.

وإن مضمون الجودة في مجال الخدمات التأمينية الاجتماعية مرتبط إلى حد كبير بقدرة مؤسسة التأمين على تلبية حاجات زبائنها، ورغباتهم التأمينية، بشكل يتوافق مع توقعاتهم حول مستوى الأداء كما أن تقييم جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية المقدمة يعتمد بالأساس على أبعادها المتمثلة عادة في الملموسية في (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف).

الفصل الثاني :

ماهية رضا الزبائن

الفصل الثاني : ماهية رضا الزبائن:

تمهيد :

بعد تطرقنا في ما سبق للتأمينات الاجتماعية و أهميتها في حياة الأفراد و تأثيرها على المجتمع . و تحدثنا عن جودة الخدمات التأمينية المقدمة من طرف المؤسسة . سنتحدث في هذا الفصل عن مدى تلبية هذه الخدمات لحاجات الزبائن و رغباتهم باعتبارهم عنصر مريح و مهم بالنسبة للمؤسسة و سوف نتطرق الى علاقة الجودة بتحقيق رضا الزبائن و الحفاظ عليهم و كسب ولائهم . لذلك قمنا بتقسيم هذا الفصل الى مبحثين :

المبحث الاول : الاطار المفاهيمي لرضا الزبائن

المبحث الثاني : علاقة الجودة برضا الزبائن

المبحث الأول : الاطار المفاهيمي لرضا الزبون:

المطلب الأول : مفهوم رضا الزبون :

- اختلف الباحثون و الكتاب في تحديد مفهوم موحد لرضا الزبائن لذلك سنقوم بتقديم بعض من المفاهيم :
- عرفه johnadhall على أنه درجة ادراك الزبون لمدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات التي تلبي حاجاته و رغباته¹
 - يعرفه kotletr على أنه ذلك الشعور الذي يوحي للزبون بالسرور أو عدم السرور الذي ينتج عنه مقارنة أداء المنتج الملاحظ مع توقعات الزبون فهو دالة عن الأداء المدرك و المتوقع²
 - و يعرف على أنه الشعور بالسعادة و الابتهاج الذي يحصل عليها الانسان نتيجة اشباع حاجة أو رغبة عنده³

و عليه نستخلص أن رضا الزبائن عبارة عن :

- ذلك الشعور أو الاحساس الذي ينتاب الزبون عند استعماله للمنتج أو لخدمة معينة و حكمه على الأداء الفعلي لها مقارنة بما كان يتوقعه.
- نتيجة ذلك الحكم الذي يقوم به الزبون اتجاه ذلك المنتج أو الخدمة التي تقدمها المؤسسة
- مقارنة بين الأداء الفعلي للمنتج أو الخدمة مع الأداء المتوقع لها من قبل الزبون .

¹ - فهد ابراهيم جورج حوا . أثر الادارة اللوجسية على رضا الزبائن , دراسة حالة شركة باسيفك بالأردن . رسالة ماجستير في ادارة الأعمال . جامعة الشرق الأوسط الأردن 2013 ص 26 .

² - دنيا طارق أحمد . العلاقة بين الثقافة التنظيمية و رضا الزبون . دراسة تطبيقية في فندق فلسطين في بغداد , مجلة كلية بغداد العلوم الاقتصادية . كلية الادارة و الاقتصاد , الجامعة المستنصرية , العدد 28 , 2011, ص 13.

³ - سليم ابراهيم الحسنية , مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة حلب عن مستوى الأداء الاداري و الأكاديمي لكليتهم , مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية القانونية . المجلد 25, العدد الثاني 2009 ص 28.

المطلب الثاني : أهمية رضا الزبون و خصائصه:

أولا : الأهمية

تسعى كل مؤسسة لكسب رضا الزبائن لأنه أهم معيار في الحكم على أدائها و تكمن أهمية الرضا فيمايلي:

- رضا الزبون عن خدمة المؤسسة يؤدي الى الكلام الجيد عنها و بالتالي زبائن جدد و عودته اليها .
- يمثل الرضا تقنية عكسية بالنسبة للمؤسسة بحيث سيكون هناك تفاعل و دراية أكثر بحاجات الزبائن وبالتالي التطوير خدماتها المقدمة .
- يعبر الرضا عن مدى فاعلية سياسات المؤسسة و الكشف عن مستوى أداء عاملها و مدى حاجاتهم لدورات تكوينية .
- الرضا هو مقياس لجودة الخدمة المقدمة.
- يعد دالة لتخطيط الموارد التنظيمية و تسخيرها لخدمة رغبات الزبون وطموحاته في محو آراءه.¹

¹- نور الصباغ : أثر التوثيق الالكتروني على رضا الزبون في قطاع الاتصالات دراسة ميدانية , بحث مقدم لنيل درجة الماجستير ادارة الأعمال لتخصص الجامعة الافتراضية السورية , سوريا 2016 ص 42.

ثانيا : خصائص رضا الزبائن:

و تتمثل فيما يلي :

1. **الرضا الذاتي** : يتعلق رضا الزبون بعنصرين أساسيين طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للزبون من جهة الادراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى فنظرة الزبون هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار فيما يخص موضوع الرضا , فالزبون يحكم من خلال ما يتوقعه من الخدمة .
2. **الرضا النسبي** : و يتعلق بتقدير نسبي فكل زبون يقوم بالمقارنة من خلال نظريته لمعايير السوق . فالرضا يتغير حسب مستويات التوقع و هنا نستنتج بأنه ليست الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة فالمهم ليس أن تكون الأحسن و لكن يجب أن تكون الأكثر توافقا مع توقعات الزبائن .
3. **الرضا التطويري** : و يتغير من خلال تطوير مستوى التوقع من جهة و مستوى الأداء المدرك من جهة أخرى , فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات الزبون أن تعرف تطور نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير بالخدمات المقدمة.¹

¹- نور الدين بوغان . جودة الخدمات و أثرها في رضا العملاء .رسالة لنيل شهادة الماجستير . جامعة محمد بوضياف . كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير و العلوم التجارية . قسم علوم التسيير . المسيلة . الجزائر 2007ص115-116.

المطلب الثالث : محددات رضا الزبائن:

دراسة سلوك الرضا لدى الزبائن تحدده ثلاث أبعاد أساسية هي التوقعات (القيمة المتوقعة) , الأداء الفعلي (القيمة المدركة) , المطابقة وعدم المطابقة . حيث سوف ننظر الى هذه العناصر حيث:

أولا التوقعات :

تعبر التوقعات على الأداء ينتظر أو يتطلع الزبون الحصول عليه من اقتناء منتج أو علامة معينة و يعبر عنه بالقيمة المتوقعة قبل تنفيذ قرار الشراء و يمكن أن تتحدد الجوانب الأساسية للتوقع الذي يكونه الزبون عن المنتج فيمايلي :

1. توقعات الزبون عن مستوى أداء الخدمة أو السلعة
2. الأداء الفعلي و الخصائص الفعلية للسلعة أو الخدمة المقترنتان
3. نتائج المقارنة بين الأداء الفعلي و المتوقع للسلعة أو خدمته
4. المعلومات المقدمة للزبون من قبل المؤسسة
5. التعاملات السابقة للزبون مع المؤسسة
6. توقعات عن خصائص المنتج (الجودة المتوقعة)
7. توقعات عن المنافع و التكاليف الاجتماعية
8. توقعات عن تكاليف المنتج أو الخدمة¹

وقد صنف pittet woodride التوقع الى ثلاث أنواع:

- التوقع التنبئي : ويمثل عملية تركيز على مستويات الخصائص التي يتوقع وجودها في المنتج أو الخدمة .
- التوقع المعياري : ويتركز على حول ما يجب أن يكون عليه أداء المنتج أو الخدمة يتم اعدادها انطلاقا من دراسات وأبحاث نظرية قياسية .
- التوقع المقارن : يقوم الزبون بتكوين توقع عن المنتج أو الخدمة على أساس المقارنة بمنتجات أو علامات يتوقع أنها في نفس المستوى.²

¹ - عائشة مصطفى المنجاوي سلوك المستهلك , مكتبة عين شمس , القاهرة , مصر , 1998 ص182.
² - محم فريد صحن اسماعيل السيد . نادية عارض , الشوين , الدار الجامعية الاسكندرية مصر 2003 ص 126.

ثانيا: الأداء المدرك (الفعلي)

يلعب الأداء الفعلي للمنتج دور أكبر في حدوث الرضا حيث أن الأداء المدرك للمنتج هو بمثابة المعيار الذي يستخدم للمقارنة. و يمكن من خلاله تقييم وتحديد تأثير عدم التحقيق و ذلك بمقارنة الأداء المدرك مع التوقعات السابقة للمنتج كما يمثل في مستوى الأداء الذي يدركه الزبون عند استعمال المنتج أو الحصول على الخدمة بالإضافة الى الخصائص الفعلية لكليهما . ويمكن الاعتماد عليه للتعبير عن الرضا بأداء السلعة أو الخدمة¹

ثالثا: المطابقة (التثبيت)

و تعرف على أنها طبقة انحراف أداء المنتج عن مستوى التوقع الذي يظهر قبل الشراء و يأخذ نوعين هما²

1. **الانحراف الموجب** : أي الأداء الفعلي للمؤسسة أكبر من توقعات الزبون قبل عملية الشراء عند نقطة , وتعبير عن الهدف الذي تسعى المؤسسة الى تحقيقه من خلال تحسين أدائها باستمرار و هي حالة جيدة ومرغوبة فيها عند الزبون .
2. **الانحراف السلبي** : و نشأ الانحراف السلبي عندما يكون مستوى الأداء الذي يدركه الزبون أقل توقعات لديه.

¹-طلعت أسعد عبد الحميد الخطيب , طارق محمد خزندار , سلوك المستهلك . المفاهيم المعاصرة ذات التطبيقات. مكتبة الشمنفري للنشر و التوزيع , الرياض , السعودية 2006 ص 105.
²- عائشة مصطفى المنجاوي , المرجع السابق ص 128.

المبحث الثاني: علاقة الجودة برضا الزبائن:

هناك علاقة بين الجودة ورضا فالجودة العالية تؤدي الى رضا الزبون و الرضا بدوره يؤدي الى الولاء

سنحاول ابراز هذه العلاقة في المطالب التالية :

المطلب الأول: أساليب قياس رضا الزبون :

هناك العديد من الأساليب المتعلقة بقياس رضا الزبون و التي تتمثل في القياسات الدقيقة و القياسات

التقريبية :

(1) القياسات الدقيقة: نذكر منها :

- **الحصة السوقية :** ان قياس الحصة السوقية نسبيا سهل . فهناك من يقيس هذه الحصة بتحديد عدد الزبائن الا أن نجاح هذه الحالة يكون في المدى القصير أي أن يكون هدف المؤسسة هو نمو رقم اعمالها و هناك من يقيس هذه الأخيرة من خلال الزبائن الذين لهم علاقة طويلة مع المؤسسة. إن قياس الحصة السوقية مرتبط بقدر الأعمال المنجزة مع زبائنها و تنوعها بالنسبة لكل زبون حيث أن هذا المقدار يمكن أن يتقلص في حالة شعور الزبون بحالة عدم الرضا كما قد يرتفع في الحالة التي يكون فيها راضي عما تقدمه المؤسسة له.

وعليه يمكن قياس الحصة السوقية من خلال عدد الزبائن , رقم الأعمال , كمية المشتريات.

- **معدل الاحتفاظ بالزبون (أقدمية الزبون) :** للحفاظ على الحصة السوقية أو تنميتها هي الاحتفاظ بالزبائن الحاليين , يعتمد قياس الرضا أو عدم الرضا على الزبائن من خلال معدل نمو مقدار النشاط المنجز مع الزبائن الحاليين كما قد يكون هذا القياس بصفة نسبية أو مطلقة و هي تعبر عن الزبائن الذين احتفظت المؤسسة بعلاقات دائمة معهم.¹

¹-سميحة بلحسن . تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون . مذكرة ماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات . جامعة قاصدي مرباح وقلّة 2012 ص30-32.

- جلب زبائن جدد: من أجل نمو مقدار النشاط تبذل المؤسسة جهودها لتوسيع قاعدتها من الزبائن لكسب أكبر عدد من الزبائن .
- المردودية : ان المقاييس السابقة لا يمكن من خلالها معرفة مردودية الزبون التي بدورها تعبر عن رضاه أو عدم رضاه الذي ينتج عن توافق الأداء الفعلي للخدمات مع توقعات الزبائن , ان معدل الرضا المرتفع و الحصة السوقية المهمة ما هي الا وسائل لنمو الأرباح لذا فلا ينبغي على المؤسسات قياس مقدار الاعمال التي تنجزها مع زبائنها فقط و انما تهتم بمردودية هذه الأنشطة , ويمكن حساب المردودية من خلال قياس الربح الصافي الناتج عن كل زبون أو صنف من الزبائن
- عدد المنتجات المستهلكة من قبل الزبون : ان كل زبون يقنتي أكثر من منتج للمؤسسة في ظل سوق غير احتكارية فهذا الأخير دليل على أنه راضي عن مؤسسة و خدماتها .
- تطوير عدد الزبائن : يمكن اعتبار تطور عدد الزبائن أداة للتعبير عن رضاهم فان كان عدد زبائن المؤسسة في تزايد فهذا يعني ان الخدمات تلبي أو تفوق توقعات الزبائن مما ينتج عنها شعور بالرضا .ان هذا الشعور يؤثر بالإيجاب على عدد الزبائن خاصة المرتقبين من خلال الصورة الجيدة التي تنقل لهم المؤسسة و خدماتها أي ان الصورة تسمح بجلب زبائن جدد بالإضافة الى الاحتفاظ بالزبائن الحاليين.

كما هناك مقاييس أخرى بخلاف السابقة ومنها:

- معدل اعادة الشراء
- معدل الوفاء
- عدد شكاوى الزبائن
- قيمة المردودات¹

¹-سميحة بلحسن. مرجع سبق ذكره ص 32.

المطلب الثاني : ادارة العلاقة مع الزبائن في المؤسسة:

• مفهوم ادارة العلاقة مع الزبون : هي تطبيق لمفهوم التسويق بالعلاقات بهدف اشباع حاجات كل

زبون بصفة فردية من خلال الارتكاز على ما يقوله الزبون و ما تعرفه المؤسسة عنه.¹

أما kotler عرفها على أنها عملية تتضمن جمع المعلومات المفصلة والمتعلقة بكل زبون على حدا . وكذا الادارة بعناية لكل لحظات الاتصال مع الزبون . هذا كله من أجل تحقيق الاحتفاظ بولاء الزبون للمؤسسة.

و أكد Edelstein على أن ادارة علاقة الزبون بمعناها الواسع هي : ادارة كل تفاعلات الزبون و ذلك من خلال استخدام المعلومات مع الزبون الحالي و المحتمل لأجل التفاعل بفعالية أكبر من الزبون و تملك دورة حياة الزبون ثلاث مراحل حددها هي :

- مرحلة اكتساب الزبون .
- مرحلة زيادة قيمة الزبون .
- مرحلة الاحتفاظ بالزبون الجيد.

فالأهداف التي تسعى المؤسسة تحقيقها من خلال ادارة العلاقة مع الزبائن هي:

- رضا الزبون .
- ولاء الزبون .
- قيمة الزبون.

فارتفاع رضا الزبائن و ابتهاجهم ينعكس ايجابا على ارتفاع ولائهم و من ثم على قيمة الزبون حيث تمثل قيمة مشتريات جميع الزبائن التي يمكنهم شراؤها عن المؤسسة على مدار الوقت الذي يتعاملون فيه معها .

¹ - سارة خشعي . سلمى مرابطي. جودة الخدمة الفندقية و دورها في تحقيق رضا الزبون . دراسة حالة فندق الأمير تيبسة . مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر تخصص تسويق خدمات جامعة تيبسة 2019-2020 ص 44.

• خصائص ادارة العلاقة مع الزبائن :

- يهدف منظور العلاقة مع الزبائن الى الاحتفاظ بالزبائن¹
 - جمع وادماج المعلومات المتعلقة بالزبائن
 - استعمال برامج الاعلام الآلي المكرسة لتحليل البيانات
 - تقسيم الزبائن حسب قيمتهم المتوقعة
 - التقسيم الجزئي للسوق حسب حاجات و رغبات الزبائن
 - انشاء قيمة للزبون من خلال عمليات السير
 - تقديم قيمة للزبون من خلال تقديم الخدمات المناسبة للأقسام الحرفية
- اهمية ادارة العلاقة مع الزبائن :

يمكن تلخيص المزايا التي يمكن للمؤسسة أن تحققها من خلال تطبيقها لإدارة العلاقة مع الزبائن فيمايلي:

- يساعد المؤسسات على الوصول الى ما يعرف بزبون مدى الحياة من خلال العمل على ضمان الولاء للمؤسسة
- تخفيض تكاليف الاتصالات التسويقية نتيجة الاتصال المستمر بالزبائن الرئيسيين للمؤسسة و الحصول على زبائن جدد من خلال التوصيات التي يقدمها لهم الزبائن الموليين
- بناء قاعدة بيانات الزبائن بتسيير المؤسسة و القيام بمبادرات تسويقية تتضمن تنمية منتج جديد أو بداية جديدة لزيادة رضا الزبائن
- رفع مستوى الخدمة المقدمة للزبائن وانخفاض تكلفة خدمة الزبائن
- يحقق موقع في ذهن الزبون بأن المؤسسة تقع في موقع الخبير المستشار بالنسبة له في مجال تخصصها.

¹- إيمان عاشور . قياس أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا الزبون . مذكرة ضمن متطلبات الماجستير. تخصص تسويق. جامعة البليدة 2014-2015 ص123.

المطلب الثالث : جودة الخدمات و علاقتها برضا الزبون:

يرى Srotrcake وجود نوع من الاريالك والغموض حول العلاقة بين جودة الخدمة و رضا الزبون. و على الرغم من وجود علاقة أكيدة بين جودة الخدمة و رضا الزبون الا أن الأكاديميين لازالو غير متفقين على أرضية عمل مشتركة بخصوص مفهومي جودة الخدمة و الرضا , أو أنهم لا يمتلكون رؤية فعلية واضحة و دقيقة لتفسير طبيعة الترابط و ماهيته . وان الجودة المدركة من قبل الزبون بوصفها موقفا أو اتجاها شاملا. اذ ميز Bateson ما بين الجودة و رضا الزبون و حددهما كونهما اتجاها يكونه الزبون من خلال تقييمه لغرض الخدمة, و ان هذا الموقف غالبا ما يكون مبنيا أو مستندا على سلسلة من خبرات تقييمية سابقة . و الجودة هي بالأصل تقديم الخدمة على الوجه الذي يجب أن تقدم به للزبون بما يتناسب و توقعاته عنها, لأن هذه التوقعات لم تأتي من فراغ بل هي مبنية على تصورات و مؤثرات جعلت الزبون يتوقع هذه الجودة و بالتالي لن يحكم على الخدمة بأنها ذات جودة عالية الا اذا طابقت أو فاقت توقعاته.

كما أن جانب الاختلاق بين جودة الخدمة و رضا الزبون يكمن في كيفية تعريف او تحديد معنى التوقعات لأنه عند قياس جودة الخدمة فان مستوى المقارنة (نعني التوقع) "ما على الذي على الزبون توقعه" بينما قياس مستوى المقارنة على أساس "ما قد يتوقعه الزبون منن الخدمة " فان التوقع يكون على شكل تصور أو تنبأ كما أكد Anderson الى وجود اختلاف ما بين الرضا التراكمي للزبون و جودة الخدمة للأسباب التالية :¹

¹- دكتور محمد خثير و أستاذة أسماء مرابي , العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون بالمؤسسة , مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال , المجلد3 , العدد4 , 2017 , ص34.

1) يحتاج الزبون الى خبرة مع الخدمة لكي يحدد الرضا , بينما يكمن ادراك الجودة من دون خبرة فعلية.

2) ترتبط الجودة بالإدراكات الحالية , بينما الرضا يستند الى الخبرات السابقة و المتوقعة في المستقبل.

كما أن العديد من الدراسات وضحت العلاقة بين جودة الخدمة و رضا الزبون في صورة نوايا الشراء , حيث ان المستويات العليا من جودة الخدمة ستؤدي الى زيادة رضا الزبون و بالتالي تكرار عملية الشراء من نفس المؤسسة , و توصلت بعض هذه الدراسات الى نتائج متضاربة تمثل هذا الاختلاف في اعتبار الرضا سابق أم لاحق لجودة الخدمة و يمكن توضيح هذه النتائج في الشكل التالي:



المصدر : دكتور محمد خثير . أسماء مرايمي . نفس المرجع ص35

كما تم التوصل الى أن جودة الخدمة تؤدي الى رضا الزبون و ليس العكس. وأن هناك علاقة سببية ما بين الجودة والرضا حيث أن المستويات العالية من جودة الخدمة ستؤدي الى رضا الزبون و تكرار عملية الشراء من نفس المؤسسة ولا بد من الالتفاف الى أهمية الرضا و ما يمكن أن يحققه من أرباح.¹

¹ - دكتور محمد خثير. أسماء مرايمي. نفس المرجع ص35.

خلاصة:

حاولنا من خلال هذا الفصل الإلمام بموضوع رضا الزبون، والعلاقة الموجودة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن، فالرضا عبارة عن شعور بالسعادة بعد إستعمال الخدمة، ويتمثل رد فعل أو التصرف الصادر من الزبون أثناء مرحلة بعد الشراء، ولذلك فإن المؤسسات دوماً في منافسة لكسب أكبر عدد من الزبائن والعمل بأقصى جهد لإرضائهم، ونقطة بأن رضا الزبون يتغير وفق بيئة المؤسسة لذا على المؤسسة أن تكون دوماً مستعدة لزيائنها، وذلك من خلال إدخال التحسين في خدماتها وإستخدام أدوات ووسائل حديثة وتدعيمها بممارسات إدارية وذلك لكسب ودفع مستوى رضا الزبون لغرض تحقيق ولاء أكبر والإستحواذ على أكبر عدد من الزبائن.

الفصل الثالث :

دراسة حالة

الصندوق الوطني

الفصل الثالث: دراسة حالة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي:

تمهيد:

بعد تحدثنا في الفصلين الأول و الثاني عن جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية و رضا الزبون و تركيزنا على مختلف الجوانب المرتبطة بكسب رضا الزبون، سنقوم بإسقاط دراستنا النظرية هذه على أرض الواقع من خلال إختيارنا لمؤسسة تأمين جزائرية و المتمثلة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء _ وكالة ميلة _ بهدف الوقوف على مدى توفر هذه المؤسسة لجودة خدمات التأمين وعلى ضوء ما سبق قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: مدخل عام لمؤسسة CNAS وكالة ميلة.

المبحث الثاني: مستوى أداءات CNAS ميلة.

المبحث الثالث: تصميم الدراسة الميدانية و تحليل نتائجها.

المبحث الأول: مدخل عام لمؤسسة CNAS ميلة:

ومن خلال هذا المبحث سنحاول أن نعطي لمحة تاريخية حول الصندوق الوطني للضمان الإجتماعي للعمال الأجراء وكالة ميلة بمختلف المهام والأهداف التي يقوم بها هذا الصندوق.

المطلب الأول: نشأة مؤسسة CNAS لولاية ميلة:

قبل الحديث عن نشأة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ميلة، سنقوم بإعطاء تعريف له كمايلي:

- الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء هو مؤسسة عمومية ذات تسيير خاص طبقا للمادة 49 من القانون رقم 88-01 المؤرخ في 12 يناير 1988 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات العمومية الاقتصادية، فهو يتمتع بالشخصية المعنوية والإستقلالية المالية.

بعد تطرقنا لمفهوم الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي سنحاول عرض تطوره لكن بوكالة ميلة:

نشأ الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء لوكالة ميلة كسائر الوكالات الولائية عبر التراب الوطني بموجب المرسوم رقم 223/85 المؤرخ في 20 أوت 1985 م، والمتضمن التنظيم الإداري للضمان الاجتماعي للعمال غير الأجراء.

بدأ تشغيل الوكالة تدريجيا منذ جانفي 1986 م دون أن يكون لها مقر ثابت لأن المقر الأصلي المشيد حول مقر الولاية، ثم مقر للأمن الوطني، وبعد ذلك شرعت الوكالة في بناء المقر الحالي الكائن بحي بالوطوط في سنة 1993 م ليتم إستلامه في سنة 1997 م وتدشينه من طرف السيد الوزير المكلف بالإصلاح الإداري و الوظيف العمومي و قدرت تكلفة الإنجازات ب: 35.923.376.888 دج ،دون المساحة الأرضية ،وتتربع على مساحة قدرها 1187 م²، وعدد عمالها هو 460 عامل ،وتقع هذه الوكالة في شمال غرب ولاية ميلة ،وهي مصنفة في الدرجة الثالثة.¹

¹ - بن قويطن إيمان. جودة خدمة التأمين وأثرها على رضا وولاء الزبون. دراسة حالة صندوق الضمان الاجتماعي-CNAS- وكالة ميلة. مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماستر تخصص علوم التسيير. جامعة ميلة سنة 2015-2016 ص73.

المطلب الثاني: مهام وأهداف مؤسسة CNAS لولاية ميله:

سنحاول في هذا المطلب أن نقوم بإبراز أهم المهام التي يقوم بها الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء وكالة ميله، وأيضاً مختلف الأهداف التي يسعى لتحقيقها.

أولاً: مهام مؤسسة CNAS لولاية ميله:

يقيم الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لوكالة ميله بوظائف ومهام عديدة وهي كالتالي:

- تسيير المنحة العائلية لحساب الدول.
- الرقابة والمنازعات المتعلقة بتحصيل الإشتراكات الموجهة لتمويل الأداءات.
- منح رقم تسجيل وطني للمؤمن لهم إجتماعياً وكذلك لأصحاب العمل.
- المساهمة في ترقية السياسة الرامية إلى الوقاية من حوادث العمل والأمراض المهنية.
- تسيير الأداءات المتعلقة بالأشخاص المستفيدين من الإتفاقيات الثنائية للضمان الاجتماعي.
- إجراء الرقابة الطبية لفائدة المستفيدين.
- القيام بالنشاطات الرامية إلى تمكين العمال وذوي حقوقهم من الأداءات الجماعية على شط كل إنجازات.
- تسيير صندوق المساعدة والنجدة، وإبرام إتفاقيات مع مقدمي العلاج، وكذلك إعلام المستفيدين وأصحاب العمل بحقوقهم والتزاماتهم.

ثانيا: أهداف مؤسسة CNAS لولاية ميلة:

ويقصد بالأهداف هي الغايات التي تسعى هذه الوكالة إلى بلوغها والوصول إليها في المستقبل وتتمثل هذه الأهداف فيمايلي:

- ضمان إستمرارية أي نشاط تجاري أو صناعي في حالة وقوع ضرر لهذا النشاط.
- منح تجسيد فعلي لإثبات الحق الوطني والشرعي لكل فرد.
- المساهمة في ترقية مستوى معيشة العمال، وعائلاتهم المتكفل بهم ومنح الحق في الأداءات ذات الطابع الصحي.
- ضمان حقوق العمال في المستقبل فيما يخص التعاقد وذلك من خلال فرض عقوبات على المستخدمين في حالة التأخر وعدم دفع الإشتراكات إلى الوكالة.
- عصنة سير هيئات الضمان الاجتماعي.
- تحسين نوعية الخدمات لفائدة المؤمنين إجتماعيا.
- الحفاظ على التوازن المالي لمنظومة الضمان الاجتماعي.¹

¹-بن قويطن إيمان. مرجع سبق ذكره.ص74.

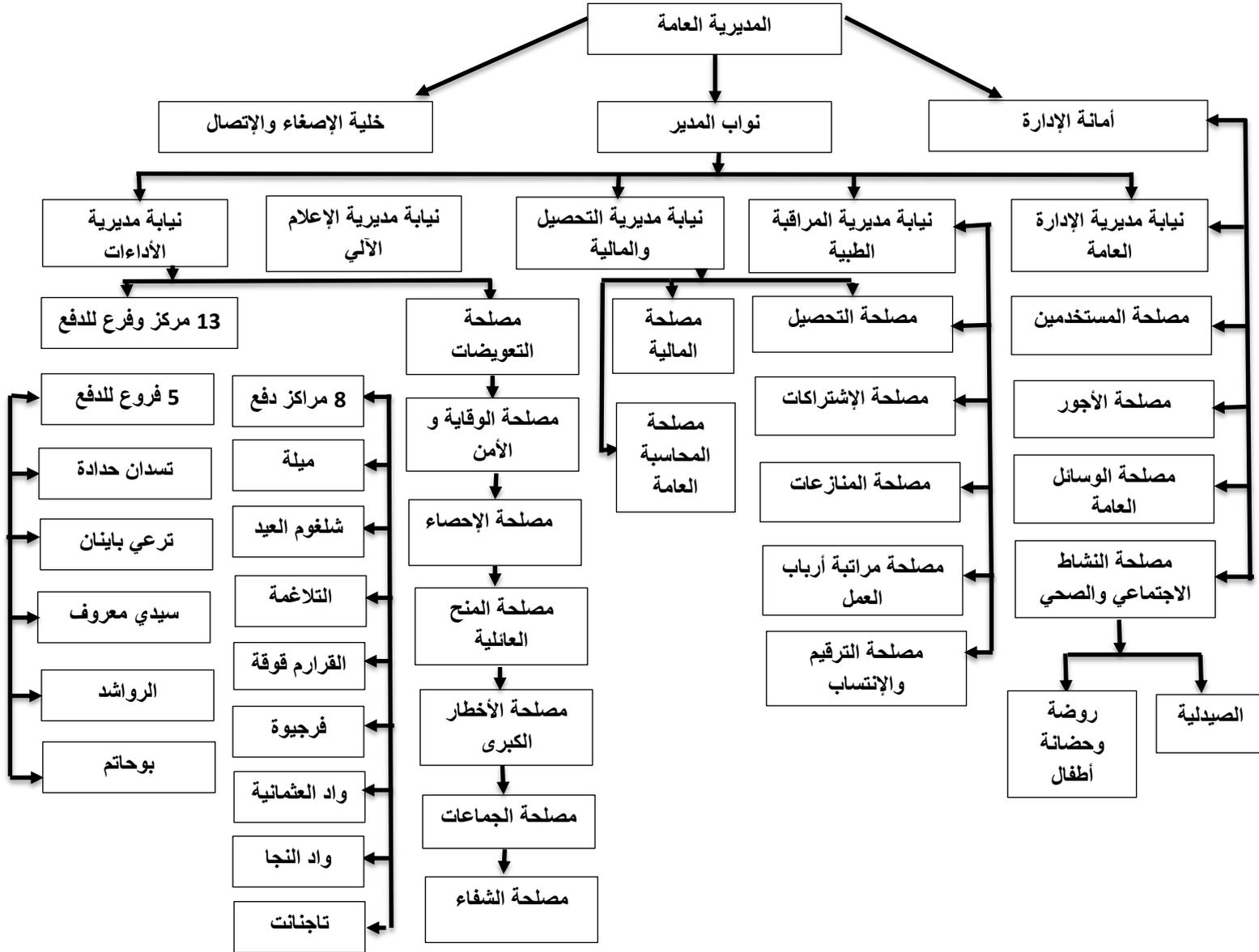
المطلب الثالث: دراسة الهيكل التنظيمي لمؤسسة CNAS ميلة:

قبل التعرض إلى مهام كل مصلحة في CNAS لابد من إبراز مخطط الهيكل التنظيمي لها.

أولا الهيكل التنظيمي لمؤسسة CNAS ميلة:

يتكون الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي من المديرية العامة ومن العديد من المصالح والفروع وسنحاول توضيحها في المخطط التالي:

الشكل: يوضح الهيكل التنظيمي لمؤسسة CNAS ميلة



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على وثائق من المؤسسة.

ثانياً: شرح الهيكل التنظيمي:

نلاحظ من خلال الهيكل التنظيمي لمؤسسة CNAS ميله أنه يتكون من:

1- المديرية العامة: والتي تنقسم بدورها إلى:

1-1- المدير: وهو المسؤول الأول عن تسيير المؤسسة، والتنسيق بين مختلف فروعها حيث تتمثل صلاحياته فيما يلي:

- تحقيق الأهداف الرئيسية المسطرة من طرف الإدارة المركزية للمؤسسة.
- المسؤول المباشر والرئيسي عن جميع المصالح الموجودة.
- يتأخر مجلس الإدارة ويصادق على قرارات أعضاءه.
- يمثل المؤسسة في الداخل والخارج.
- المصادقة على القائم والاجتماعات، والجداول المالية خلال السنة.

1-2- أمانة المدير: تقوم بهذه المهمة سكرتيرة واحدة مهمتها:

- استقبال الرسائل المرسله إلى البريد الخاص بالمدير، ثم تحويلها إليه.
- أخذ المواعيد المقررة مع المدير.
- استقبال ضيوف المدير.
- تنظيم المستندات والملفات، وتقديم الوثائق والمراجع التي تطلب من رئيسها وإرسال الرسائل الصادرة عن المدير إتجاهات مختلفة إلى المؤسسات الولائية، المديرية العامة، الوكالة الولائية للضمان الاجتماعي.

1-3- خلية الإصغاء والإتصال: تعتبر هذه الخلية مصلحة مهمة جدا في المؤسسة لكونها تقوم بمختلف

المهام التي تلبي احتياجات المتعاملين، ومن بين المهام التي تقوم بها نذكر مايلي:

- انها تقوم باستقبال مختلف المتعاملين مع المؤسسة و توجيههم و مرافقتهم، بهدف تسوية عرائضهم ومتطلباتهم.¹

¹- بن قويطن إيمان. مرجع سبق ذكره. ص75.

- تقوم بتبسيط طرق حصول المؤمنين والمتعاملين مع المؤسسة للحصول على حقوقهم في أسرع وقت ممكن.
- تساعد في تحسين العلاقات فيما بين المؤسسة والمتعاملين معها، من خلال مشاركتها في إيجاد الحلول لمختلف الخلافات المحتملة بينهم.
- الإتصال بمختلف المصالح لتسوية وضعية المتعاملين مع المؤسسة.
- من بين مهامها أنها تستقبل الطلبة الجامعيين والباحثين المترشحين بالمؤسسة وتزويدهم بكل المعلومات حول المؤسسة ومهامها وأهدافها وكل مصالحها.

4-1-نواب المدير: حيث تتكون المديرية العامة من خمسة نيابات وهي:

4-1-1 نيابة مديرية الإدارة العامة:

ينحصر دورها في الاهتمام بالعمال وأحوالهم وتقديم التسهيلات لهم وتشمل خمسة مصالح:

- **مصلحة المستخدمين:** تتكفل هذه المصلحة بشؤون المستخدمين وتسييرهم، ومتابعتهم على جميع المستويات، أي منذ دخولهم إلى غاية إحالتهم على التقاعد، وذلك ملف فردي يتضمن جميع المعلومات المتعلقة بالعامل من حالته العائلية، والعطل المرضية، والعطل مدفوعة الأجر، الغيابات، الترقية السنوية من حيث الأقدمية، العلاوات، العقوبات، قرارات الترسيم، تسوية الوضعية الإدارية للمستخدمين.
- **مصلحة الأجور:** تقوم هذه المصلحة بإعداد الأجور للعمال، وتعمل هذه المصلحة بالتعاون مع مصلحة المستخدمين، كونها تمها بالمعلومات اللازمة عن العمال مثل: الإجازات المرضية فهذه المصلحة تعمل على إقتطاع مبلغ من المال عن هذا الأجر.¹

¹- بن قويطن إيمان. مرجع سبق ذكره.ص76.

- **مصلحة الوسائل العامة:** تقوم هذه المصلحة بتمويل جميع المصالح والفروع والمراكز التابعة للمؤسسة وذلك من خلال تسيير المخزن، الذي يحتوي على المطبوعات، وحافظات الأرشيف، وتجهيزات إلكترونية وأدوات التنظيم.
 - **مصلحة النشاط الاجتماعي والصحي:** وتتكون هذه المصلحة من فرعين هما:
 - الصيدلانية: وهي مصلحة تابعة للمؤسسة وظيفتها التكفل ببيع الأدوية، وكذلك منحها لذوي الحقوق من أصحاب بطاقات الدفع من قبل الغير أي بطاقة الشفاء.
 - روضة وحضانة الأطفال: هي مصلحة إجتماعية بالدرجة الأولى، تتكفل برعاية أطفال العمال من مختلف المؤسسات، دورها مساعدة المرأة العاملة، وتقوم المؤسسة بتسييرها ولها القدرة على إستيعاب 200 طفل.
- 1-4-2- نيابة مديرية المراقبة العامة:** ودورها التأكد من صحة مرض المؤمنون وإعطاء رأيها الطبي، ومراقبة المؤمن لهم الموجودين في الحالات التالية: عطل مرضية، أمراض عادية، حوادث العمل، أمراض مهنية وهي المسؤولة عن كافة فروع الولاية.

1-4-3- نيابة مديرية التحصيل والمالية: وتنقسم هذه النيابة إلى المصالح التالية:

- **مصلحة التحصيل:** لها أهمية كبيرة تميزها عم غيرها، وذلك راجع لنشاطاتها المتميزة وتتمثل في تحصيل الأموال من أرباب العمل، سواء كانوا خواصا أو عموميين أو مصالح إدارية، وتتكون هي الأخرى من المصالح التالية:
 - أ. مصلحة الإشتراكات:** رأس مال المؤسسة مبني أساسا على مبدأ الإشتراك، فأول مصلحة تبدأ بها هي مصلحة الإشتراكات. وهي المصلحة التي تقوم بالمتابعة الدائمة والمستمرة لمنفعة أرباب العمل وتتعلق بالمبالغ الواجب دفعها شهريا أو بعد كل ثلاثي، والتي ترتبط أساسا بعدد المستخدمين وأجورهم الشهرية، بحيث تتلقى التصريحات، التكاليف، ودفع الإشتراكات.
 - ب. مصلحة النزاعات:** تعمل هذه المصلحة بالتنسيق مع مصلحة الإشتراكات، فيها يخص المشاكل المتعلقة بأرباب العمل المدينين للمؤسسة. زد إلى ذلك المنازعات الخاصة بالمؤمنين أنفسهم وموازا مع هذه الأخيرة، تقوم هذه المصلحة بنفس النشاطات تقريبا مع مصلحة مراقبة أرباب العمل.

ج. **مصلحة مراقبة أرباب العمل:** لهذه المصلحة دور هام في عملية تحصيل مستحقات المؤسسة كما تقوم بإحصاء عدد العمال في الورشات والإدارات، ومراقبة دفاتر رب العمل، للتأكد من صحة التصريحات بمبالغ الاشتراكات المقدمة لمصلحة الاشتراكات.

د. **مصلحة التقييم والانتساب:** وتتكون هذه المصلحة من مصلحتين فرعيتين هما:

- **مصلحة التقييم:** وتقوم هذه المصلحة بالتكفل بأرباب العمل أولاً وذلك بإعطائهم أرقاماً فردية وتصنيفهم بالكيفية المناسبة التي تحدد المبالغ المدفوعة لمصالح تأمين العمال، ثم بعد ذلك يكون التكفل بالمؤمنين سواء كانوا عمالاً أحراراً، متربصين، فئات خاصة، معوقين، أرامل العمال، وذلك بإعطائهم بطاقات التقييم التي تعتبر وثيقة إجبارية لتعامل المؤمنين مع المؤسسة.
- **مصلحة الانتساب:** وهي مصلحة جديدة أدخلت في شهر أكتوبر 1995، تتكفل بانتساب جميع المؤمن لهم وذوي حقوقهم، بغية توحيد الجهود على المستويين، وتعويض مصاريف العلاج، ودفع منح عائلية، وتحسين الخدمات المقدمة إلى المؤمن لهم وذلك بإدخال الإعلام الآلي.

هـ. **مصلحة المالية:** تهتم هذه المصلحة بجميع الأمور المالية لدخول الأموال، استناداً إلى طلبات التسديد الخالية من جميع المصالح، بعد التأكد من صحة الوثائق المرفقة يكون التسديد عن طريق البنك بواسطة شيكات بنكية أو عن طريق الصندوق نقداً، أو عن طريق البنك بواسطة شيكات بنكية أو عن طريق الحساب الجاري البريدي (CCP) ويتمثل دور هذه المصلحة فيما يلي:

- التسيير الحسن للمصلحة وتطبيق السياسة المالية، اعداد الميزانية في نهاية كل دورة.
- محاسبة ومتابعة الحسابات وتحليلها وتوقيعها.
- مراقبة صحة المعلومات القادمة من كل مصلحة، والتأكد من الأرقام والقيام بالتسجيلات المحاسبية بوجود الوثائق التالية: مذكرة الإدخال، الإخراج والفترة.

و. **مصلحة المحاسبة العامة:** لها وظائف أساسية تقوم بيها. حيث تسجل العمليات المحاسبية أول بأول، وذلك بالإستناد على الفواتير الصادرة عن كل مصلحة، وعن كل جهة خارجية، وأهم ما تقوم به هو إعداد القوائم المحاسبية، والجداول المالية، حسب ما نص عليه المخطط المحاسبي الوطني إلى جانب هذا فإنها تضمن أحسن إستغلال للموارد الأولية التي تتوفر عليها المؤسسة، كإظهار نتيجة الإستغلال عند نهاية كل سنة مالية.

1-4-4-4- نيابة مديرية الإعلام الآلي: تقوم هذه النيابة بالمهام التالية:

- تسيير شبكات الإعلام الآلي على مستوى مصالح المؤسسة، ومراكز الدفع وكذلك على مستوى نيابة مديرية المراقبة الطبية.
- صيانة وتصلح أجهزة الإعلام الآلي.
- التأكد من عمليات ترقيم المؤمن لهم إجتماعيا.
- تحويل وقفل الملفات الخاصة بالمؤمن لهم إجتماعيا عبر المؤسسة.
- إدخال قوائم الإدارية القابلة لتعويض العمال الأجراء من طرف المؤسسة، والتصريح السنوي بالأجور، فيما يخص المشتركين.
- توزيع نظام الإعلام الآلي فيما يخص المنح العائلية ونوع حوادث العمل، والأمراض المهنية، والمحاسبة والتحصيل.

1-4-4-5- نيابة مديرية الأداءات: تتكون هذه النيابة من المصالح التالية:

- أ. **مصلحة التعويضات:** تقوم هذه المصلحة بمختلف التعويضات وتحدد نسب التعويضات لكل حالة.
- ب. **مصلحة الوقاية والأمن:** تتشكل هذه المصلحة من أعوان يسهرون بالتناوب على: متابعة المؤمن لهم في أماكن عملهم لمحاولة تحسين شروط عمل المؤمن لهم، وتجنب حوادث العمل وكذا الأمراض المهنية، بالتنسيق مع رب العمل. كذلك تقوم بمتابعة المؤمن لهم الذين تعرضوا لحوادث العمل من أجل تقادي تكرارها خصوصا أنها تستقبل يوميا عددا هائلا من الزوار من أرباب العمل والمؤمنون لهم.
- ج. **مصلحة الإحصاء:** تقوم هذه المصلحة بإحصاء شامل وعام لجميع المصاريف، ومداخيل المؤسسة، وترتكز بالخصوص على مصاريف المواد والمنتجات الصيدلانية الخاصة بالمؤسسة فهذه المصلحة لها إرتباطات بجميع المصالح الأخرى للمؤسسة. يقوم كل فرع من هذه الفروع بإحصائيات لازمة لذلك من خلال أداءات التأمين الصحي، وأداءات التأمين على الأمومة وأداءات التأمين على العجز، وأداءات التأمين على الوفاة.
- د. **مصلحة المنح العائلية:** تتكفل هذه المصلحة بتسيير المنح العائلية.
- هـ. **مصلحة الأخطار الكبرى:** تتضمن تسيير الأداءات النقدية الخاصة بحوادث العمل والأمراض المهنية.

- و. **مصلحة الجماعات:** تختص بالتعويضات الجماعية، على سبيل المثال: موظفي مؤسسة التكوين الذين تسوى ملفاتهم الطبية جماعة.
- ز. **مصلحة الشفاء:** هي مصلحة تقوم بعمل كل ما يخص بطاقة الشفاء. أنشأت حديثاً كون مشروع البطاقة الإلكترونية مشروع جديد، بحيث أن عمال هذه المصلحة يقزمون لإرسال استدعاءات المؤمن لهم وذوي الأمراض المؤمنة، والمتاقدين قصد إنجاز البطاقة الإلكترونية لهم، كما تستقبل ملفات الولاية. من جميع المراكز والفروع المتواجدة في الولاية.
- ح. **13 مركز وفرع للدفع:** بالإضافة إلى هذه المصالح. غل هذه النيابة مراكز دفع وفروع دفع تابعة لها وعددها 13. وتتمثل فيمايلي:
- مراكز الدفع: لهذه النيابة 8مراكز دفع وهي: ميله، فرجيوه، شلغوم العيد، التلاغمه، القرارم قوقه، وادي العثمانية، واد النجاه، تاجنانت.
 - فروع الدفع: لهذه النيابة 5 فروع دفع وهي: تسدان حداده، الرواشد، سيدي معروف، بوحاتم.¹

¹ - بن قويطن إيمان. مرجع سبق ذكره. ص88.

المبحث الثاني: مستوى أداءات مؤسسة CNAS ميلة:

سنحاول توضيح مختلف الأداءات التي يتضمنها كل نوع من أنواع التأمينات الاجتماعية التي يعطيها الصندوق:

المطلب الأول: أنواع الأداءات المقدمة من طرف المؤسسة:

أولاً: التأمين على المرض: وتتمثل أداءات التأمين على المرض في:

1-1 الأداءات العينية:

وتسمح الأداءات العينية لك ولذوي حقوقك بالإستفادة من التكفل بمصاريف العلاج الصحي وتغطي النفقات التالية:

- الطبية، الجراحية، الإستشفائية.
- الأعمال الطبية الشخصية والعلاجية بما فيها الإستكشافات البيولوجية.
- الصيدلانية، الأجهزة والأعضاء الإصطناعية.
- إعادة التأهيل الوظيفي والتأهيل المهني.
- العلاج والجراحة التجريبية للأسنان، جراحة عظام الوجه والفكين.
- النظارات الطبية.
- العلاج بالمياه المعدنية والعلاج المتخصص حسب طبيعة المرض.
- النقل الصحي بواسطة سيارة إسعاف زكل وسيلة نقل تقضيها الحالة الصحية للمريض.
- نسبة التكفل بالمصاريف الطبية:

كقاعدة عامة يتم تسديد الأداءات العينية بنسبة 80% ويمكن الرفع من هذه النسبة إلى 100% في الحالات المنصوص عليها بموجب التنظيم (بعض الأمراض المزمنة، المستفيدين من هامش التقاعد يساوي أو يقل عن الأجر الوطني الأدنى المضمون).

2-1 الأداءات النقدية:

تسمح هذه الأداءات بالإستفادة من دفع تعويضة يومية موجهة لتعويض الدخل المفقود عندما يضطر العامل إلى التوقف المؤقت عن العمل بسبب المرض.

- وتساوي 50% من الأجر اليومي الخاضع للإشتراكات الضمان الاجتماعي والضريبة على الدخل الإجمالي بالنسبة ل15 يوما الأولى من التوقف عن العمل ويتم رفع النسبة إلى 100% ابتداء من اليوم 16 من التوقف عن العمل.

للإستفادة من هذه الأداءات يجب أن:

- تكون لديكم صفة مؤمن له إجتماعيا.
- تبرير مدة معينة من العمل.

لاقتناء الأدوية في إطار الدفع من قبل الغير يجب تقديم مايلي:

- وصفة طبية.
- بطاقة شفاء صحية.

ويتم إعفاؤكم من الرقابة الطبية في الحالات التالية:

- إذا كنتم مصابين بأمراض مزمنة.

في حالة بلوغكم سن 75 سنة فما فوق، أما إذا تضمن وصفتم أدوية خاضعة لشروط خاصة للتعويض متخضع للرقابة الطبية.

- لتعويض المصاريف الصيدلانية يجب تقديم:
 - وصفة طبية ملصق عليها تسميات الدواء
 - بطاقة الشفاء ويتم تعويض المصاريف عن طريق التحويل إلى الحساب البريدي أو البنكي¹.

¹ - من إعداد الطلبة بالإعتماد على وثائق المؤسسة (كتاب قانون الضمان الاجتماعي نصوص تشريعية وتنظيمية).

- إلتزامكم في حالة التوقف عن العمل:
 - عليكم التصريح بالتوقف عن العمل إلى الصندوق في أجل لا يتعدى اليومين باستثناء أيام العطل ولا يحتسب اليوم الذي وصف فيه التوقف عن العمل.
 - لا تقوموا بأي نشاط مهني مرخص.
 - لا تغادروا مكان إقامتكم إلا إذا وصف لكم الطبيب ذلك لأغراض علاجية.
 - لا يجب التنقل دون ترخيص مسبق من الصندوق وذلك بعد رأي الطبيب المستشار.
 - الخضوع إلى كل المراقبات الطبية أو الإدارية التي يجريها الصندوق.
- التقادم: تتقادم أداءات التأمين ضد المرض بعد إنقضاء 4 سنوات مالم تتم المطالبة بها.

1- التأمين على العجز:

- تتم الإحالة على العجز وفق الشروط التالية:
 - الإصابة بعجز أو مانع عن العمل أو الكسب بقدرة على الأقل تساوي 50%.
 - عدم بلوغ السن القانونية للتعاقد.
 - تبرير فترة عمل محددة.
- وتصنف حالات العجز إلى ثلاث فئات:
- الفئة الأولى: عاجز(ة) قادر على ممارسة نشاط مهني مأجور.
 - الفئة الثانية: عاجز(ة) غير قادر إطلاقا على ممارسة أي نشاط مهني مأجور.
 - الفئة الثالثة: عاجز(ة) غير قادر إطلاقا على ممارسة أي نشاط مهني، وضرورة إستعانتة بالغير للقيام بالأعمال الأساسية للحياة.¹

¹ - من إعداد الطلبة. مرجع سبق ذكره.

منحة العجز تحتسب كمايلي:

- الفئة الأولى: نسبة 60% من الأجر السنوي الخاضع للإشتراكات بعد إقتطاع الضريبة وإشتراك الضمان الاجتماعي.
- الفئة الثالثة: نسبة 80% من الأجر السنوي الخاضع للإشتراكات بعد إقتطاع الضريبة وإشتراك الضمان الاجتماعي، يضاف إليها مبلغ زيادة الشخص المساعد وتصل إلى 40% من مبلغ المنحة.
- لا يمكن أن يكون المبلغ السنوي لمنحة العجز أقل من نسبة 75% من المبلغ السنوي للأجر الوطني المضمون.

ثانيا:التأمين على حوادث العمل والأمراض المهنية:

- إذا كان العامل أجير أو شبه بالأجير مهما كان القطاع الذي ينتمي إليه، يمكنه الإستفادة من تعويض عن حوادث العمل والأمراض المهنية التي وقع ضحية لها.
- يعتبر حادث عمل: الحادث الذي أنجر عنه ضرر جسدي شريطة أن يكون:
 - قد وقع لك بمكان مزاوله العمل وأثناء الفترة المحددة له.
 - الواقع خلال المسافة المقطوعة إلى العمل ذهابا وإيابا بالمسار الرابط بين مكان الإقامة ومكان العمل.

أثناء أداء مهمة العمل:

- يجب أن يتم التصريح بحادث العمل:
 - خلال 24 ساعة لدى صاحب العمل سواء من قبلك أو أحد ممثليك.
 - خلال 48 ساعة لدى هيئة الضمان الاجتماعي من قبل مستخدمك.¹

¹ - من إعداد الطلبة. مرجع سبق ذكره.

في حالة لم يبادر صاحب العمل بذلك يمكنك التصريح بالحادث الذي تعرضت له لدى هيئة الضمان الاجتماعي يجب أن يتضمن الملف مايلي:

- وثيقة التصريح بحادث العمل (يتم تحصيلها عبر الموقع الإلكتروني).
 - شهادة طبية أولية.
 - محضر محرر من قبل مصالح الشرطة أو الدرك الوطني بالنسبة لحادث السير.
 - لك الحق في الاستفادة من تعويضات يومية وأداءات عينية كمايلي:
- أداءات عينية: والتي تعوض 100% من التسعيرات التنظيمية (العلاج، الأجهزة الإصطناعية، الأدوية).
- تعويضات يومية: والموجهة لتعويض عدم تقاضي الراتب، وتسديده بنسبة 100% من الأجر المرجعي.

- كما يمكن الاستفادة أيضا من:
- ربح شهري يسدد في آجال إستحقاقه. إذا كانت نسبة العجز تساوي أو تفوق 10%.
- رأس المال تمثيلي للربح، إذا كانت أقل من 10%.
- تراجع نسبة العجز وفق التغير الذي يمكن أن يطرأ على الحالة الصحية للمؤمن له إجتماعيا.
- في حالة وقوع حادث عمل مميت يستفيد ذوي حقوق الضحية من:
- رأس مال الوفاة.
- ربع ذوي الحقوق.

2- التأمين على الأمومة:

إذا كانت العاملة أجيرة يسمح لها التأمين على الأمومة الإستفادة من:

- الأداءات العينية: (تعويض مصاريف العلاج الصحي).
- الأداءات النقدية: (الحصول على تعويض يومي بدءا من الراتب الشهري).
- التعويضات اليومية: يحق لها الإستفادة من عطلة الأمومة مدتها 98 يوما كما تستفيد من التعويضات اليومية خلال هذه الفترة بنسبة 100%.¹

¹ - اعداد الطلبة. مرجع سبق ذكره.

وللاستفادة من هذه التعويضات يجب أن تتوفر الشروط:

- صفة المؤمن لها إجتماعيا.
- تبرير مدة معينة من العمل.

ويتم تقديم الوثائق التالية:

- شهادة تتضمن المعاينة الأولى للعمل (3 أشهر).
- شهادة فحص العمل قبل الولادة (شهر سادس).
- شهادة فحص الحمل قبل الولادة (الشهر الثمن).
- شهادة الولادة.
- كشف الميلاد.
- شهادة التوقف عن العمل لمدة 98 يوما.
- شهادة العمل والأجر التي تحدد الأجر وأيام العمل.
- وثيقة التصريح باستئناف العمل أو عدمه.
- سند العطلة.

التقاعد:

يتقادم الحق في أداءات التأمين على الأمومة بعد إنتضاء 4 سنوات ، كما أن الصندوق يتكفل بتسديد رأس مال الوفاة إلى ذوي الحقوق المؤمن له إجتماعيا المتوفى وهم: الزوج، الأطفال المتكفل بهم، الأصول المتكفل بهم.

المطلب الثاني: بطاقة الشفاء والمؤمن (نظام الشفاء):

1- **تعريف بطاقة الشفاء:** هي بطاقة للتأمينات الاجتماعية تسمح بالتعرف على هوية المؤمن وذوي حقوقه، وتسهيل الحصول على مستحقات المؤمن وذوي حقوقه في أدرات الضمان الاجتماعي كما تمكنه من الحصول على أدااته دون الحاجة إلى إيداع طلب لدى مركز التابع له. وتحتوي على: رمز الضمان الإتماعي، رقم تسجيل المؤمن، الصورة، الإسم، اللقب، تاريخ الميلاد.

2- **كيفية الحصول على بطاقة الشفاء:** تسلم البطاقة مجاناً بعد تقديم الوثائق التالية:

- صورة شمسية.
- نسخة من بطاقة التعريف الوطنية.
- نسخة من بطاقة فصيلة الدم (إختيارية).
- هذا وقد أبرم الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء اتفاقية مع الممارسين الخواص صانعي النظارات الطبية والزجاج مصحح النظر وفي إطاراتهم الدفع من قبل الغير، لفائدة الأطفال في سن التمدرس والتحضيري شرط أن يعاني الطفل من نقص في البصر، خلفي إنعكاس النظر حولي العين، وأن لا يتعدى دخل المؤمن له إجتماعيا 40000 دج شهريا.¹

¹ - من إعداد الطلبة. مرجع سبق ذكره.

المبحث الثالث: تصميم الدراسة الميدانية وتحليل نتائجها:

من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة، وأيضا التعرض لأداة الدراسة إثبات صدقها، وكذلك خصائص عينة الدراسة وهذا بالإعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي spss:

المطلب الأول: تحديد مجتمع وأداة الدراسة واختيار العينة:

- (1) تحديد مجتمع الدراسة: شمل مجتمع الدراسة مجموع الزبائن المنتسبين لدى مؤسسة CNAS وكالة ميلة، وهم الذين يتأثرون أكثر بمستوى جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية المقدمة من طرفها.
- (2) تحديد نوع وحجم العينة: ثم اعتماد العينة العشوائية لأنها الأنسب لمثل هذه الدراسات حيث شملت العينة 170 زبون، وتمت مراعاة أن يكون الزبون منتسب إلى مؤسسة CNAS ميلة.
- (3) أداء الدراسة: إعتدنا في دراستنا هذه على الإستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات حول جودة الخدمات التأمينية المقدمة من قبل المؤسسة محل جودة الخدمات التأمينية المقدمة من قبل المؤسسة محل الدراسة من خلال إجابات الزبائن على فقرات الإستبيان.

وتم توزيع 170 إستبيان إسترجعنا منها 169 استبانة كاها صالحة للتحليل وهذا في الفترة الممتدة من 23 أبريل إلى 30 أبريل 2024.

المطلب الثاني : إختبار صدق و ثبات أداة الدراسة :

• الصدق الظاهري لأداة الدراسة:

قمنا بعرض الاستبيان على عدد من الأساتذة الخبراء لتحكيم وإبداء رأيهم على مدى ملائمة عبارات الإستبيان. فقدموا لنا ملاحظات أخذناها بعين الإلتبار وأعدنا صياغته في الصورة النهائية له.

2-1 صدق الإتساق الداخلي لأداة الدراسة:

بعد قيامنا بإثبات الصدق الظاهري لأداة الدراسة قمنا بتطبيقها ميدانيا على مفردات العينة الكلية وقمنا بإدخال البيانات في البرنامج الإحصائي spss وقمنا بحساب معامل الارتباط Person لمعرفة درجة الارتباط بين كل فقرات الإستبيان مع المحور الذي تنتمي له، وهذا ما سنوضحه في الجدول التالي:

جدول رقم 3-1 معامل الارتباط بيرسون لدراسة الآثار الموجودة بين خدمة التأمين الاجتماعية ورضا الزبائن:

الملموسية	الإعتمادية	الإستجابة	الأمان	التعاطف	رضا الزبائن	جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية	
0.803	0.873	0.828	0.765	0.822	0.759	1	جودة خدمات التأمينية الاجتماعية
0.513	0.618	0.670	0.602	0.729	1		رضا الزبائن
0.551	0.683	0.651	0.529	1			التعاطف
0.511	0.518	0.548	1				الأمان
0.524	0.708	1					الإستجابة
0.653	1						الإعتمادية
1							الملموسية

الارتباط هو دلالة إحصائية عند المسوى 0.01

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

• نلاحظ من خلال هذا الجدول أنه هنالك إرتباط قوي بين جودة خدمة التأمين الاجتماعية ورضا

الزبائن عند المستوى 0.759.

كما نلاحظ أن معامل الارتباط بيرسون بين أبعاد جودة خدمة التأمين الاجتماعية ورضا الزبائن حيث أظهرت النتائج سبب العلاقة بينهم هو بعد التعاطف بالدرجة الأولى في المستوى 0.729 وفي الدرجة الثانية بعد الإستجابة بمستوى 0.670 .

ثبات أداة الدراسة:

حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ

الجدول رقم 3-2 معامل ألفا كرونباخ لكا محور:

إسم المتغير	المحور الأول	المحور الثاني	الإستمارة ككل
ألفا كرونباخ	0.905	0.871	0.852

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول نلاحظ أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مقبولة وهي أكثر من النسبة المعيارية 0.68 حيث بلغ معامل كرونباخ الإستمارة ككل 0.852 وألفا للمحور الأول بلغ 0.905 والمحور الثاني فبلغ 0.871 ومنه الإستمارة تتمتع بالثبات وهذا ما يسمح تطبيقيا على جميع أفراد عينة الدراسة.

2- دراسة خصائص عينة الدراسة وعرض نتائج الدراسة

سنحاول تحليل كل ما تضمنه الإستبيان من محاور بإستخدام البرنامج الإحصائي ونقوم بدراستها بالإعتماد على النتائج التي نتحصل عليها.

1-2 دراسة خصائص عينة الدراسة:

لقد تضمن الإستبيان مجموعة من الخصائص والمتمثلة في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، مدة التعامل مع المؤسسة، عدد مرات التنقل للتعامل مع مؤسسة CNAS.

- توزيع مفردات العينة حسب الجنس:

الجدول رقم 3-3 توزيع مفردات العينة حسب الجنس:

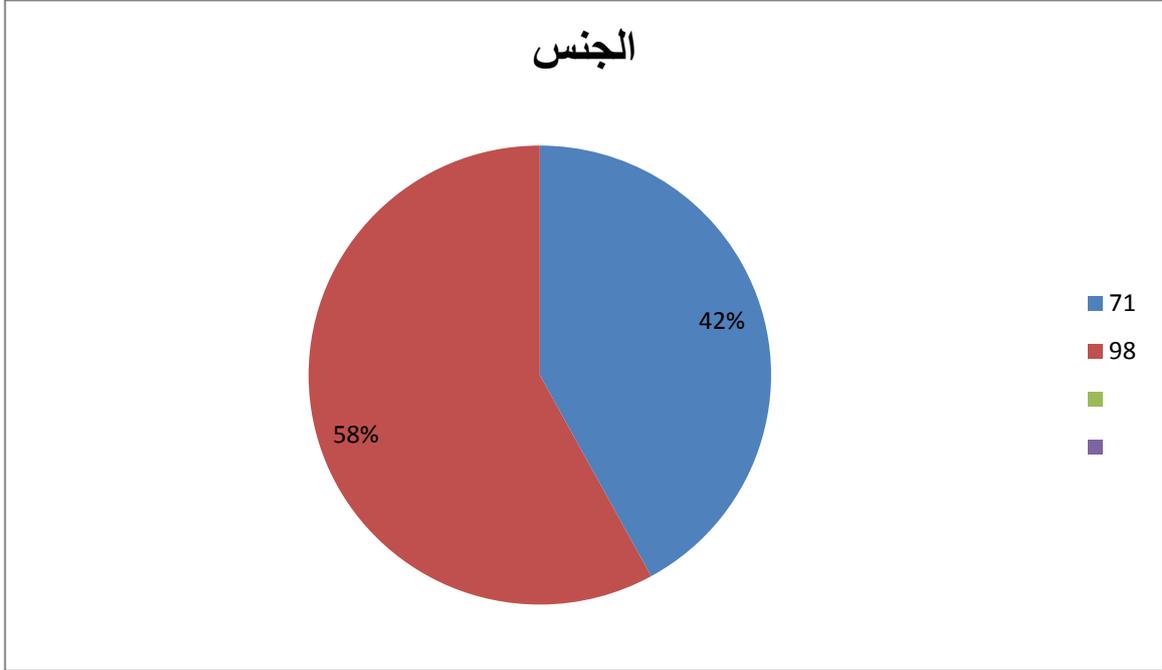
الشكل	الذكر	الأنثى	المجموع
التكرار	71	98	169
النسبة المئوية	42	58	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

المطلب الثالث : دراسة خصائص عينة و عرض نتائج الدراسة

1-دراسة خصائص عينة الدراسة

الشكل 1-3 دائرة نسبية لمفردات حسب الجنس:



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول والشكل السابقين يتضح لنا أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور حيث أن نسبة الإناث قدرت ب: 58% والذكور ب: 42% .

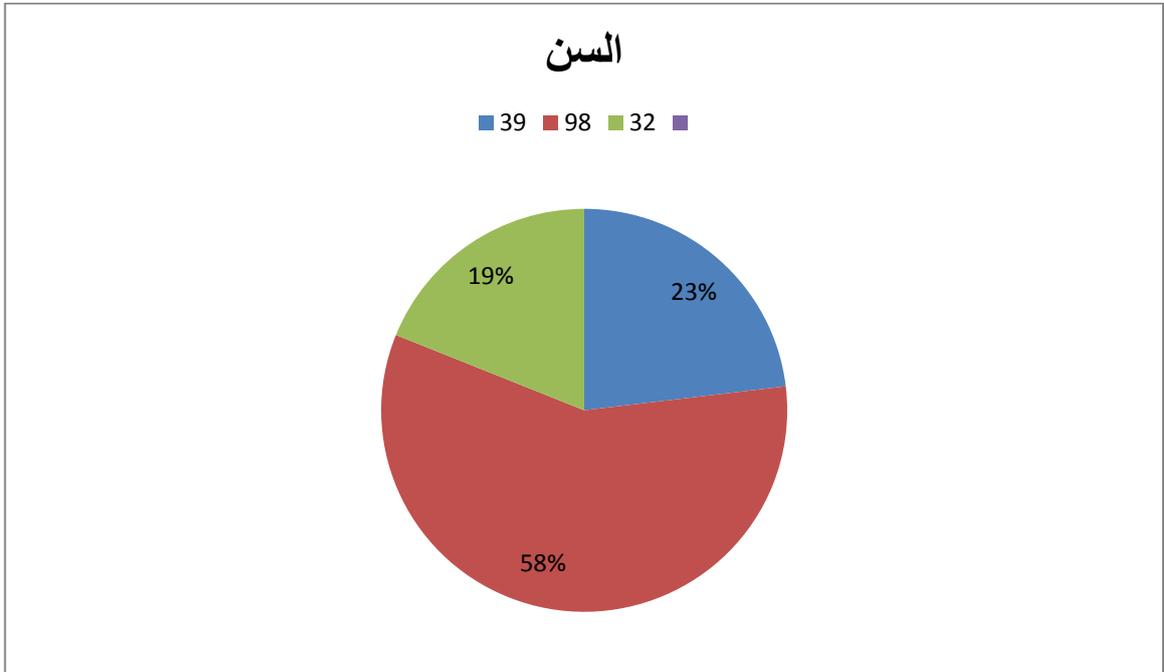
• توزيع المفردات عينية حسب السن:

الجدول رقم 3-4 توزيع مفردات العينية حسب السن

التكرار	النسبة	الفئة
39	23.1	من 18 إلى 30
98	58	من 31 إلى 45
32	18.9	من 46 إلى 59
169	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spps

الشكل رقم 3-2 توزيع مفردات العينية حسب السن:



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spps

• نلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين أن الفئة العصرية قد طغت على مختلف الفئات

العصرية بنسبة 58% كما نلاحظ انعدام الفئة العصرية أكثر من 60 سنة.

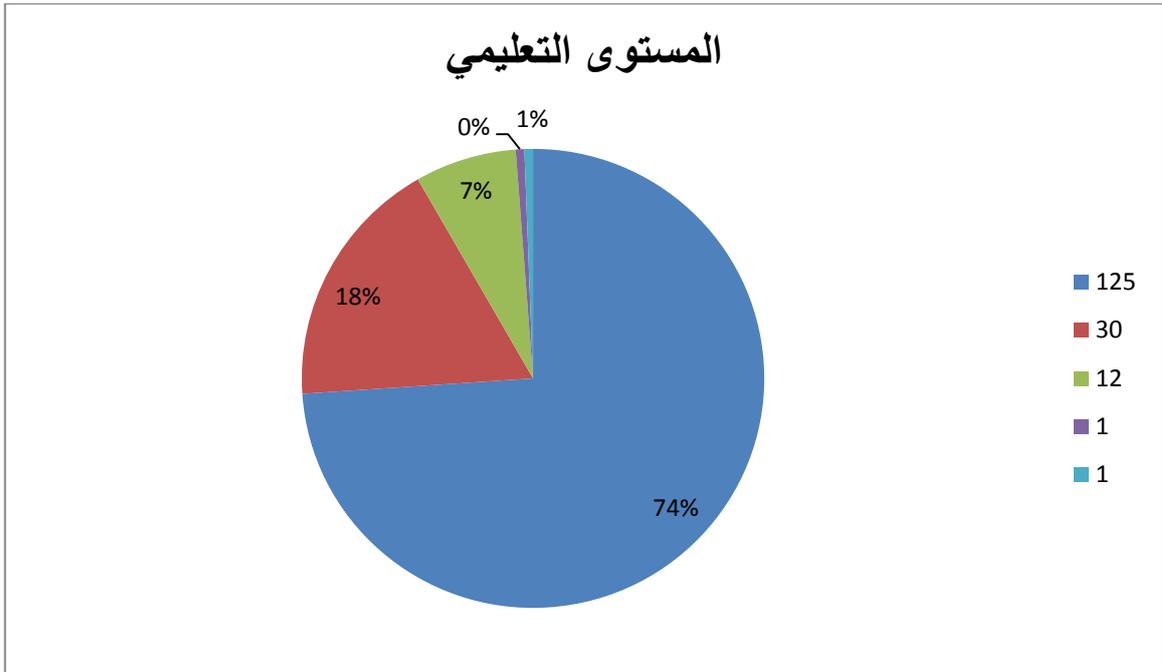
• توزيع مفردات العينة وفق المستوى التعليمي:

الجدول توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي:

التكرار	النسبة	الفئة
125	74	جامعي
30	17.8	ثانوي
12	7.1	متوسط
1	0.6	إبتدائي وأقل
1	0.6	أخرى
169	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم 3-3 توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي:



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال ما سبق أن أغلب أفراد العينة لها مستوى تعليمي عالي حيث قدرت نسبة الجامعيين ب: 74% ثم تليها ثانوي 17.5% ثم المتوسط: 7.5% ثم الإبتدائي و أخرى ب: 0.6% وعليه نجد أن أغلب أفراد العينة ذو مستوى جديد هذا ما سهل علينا الدراسة عند ملئ الإستبيان.

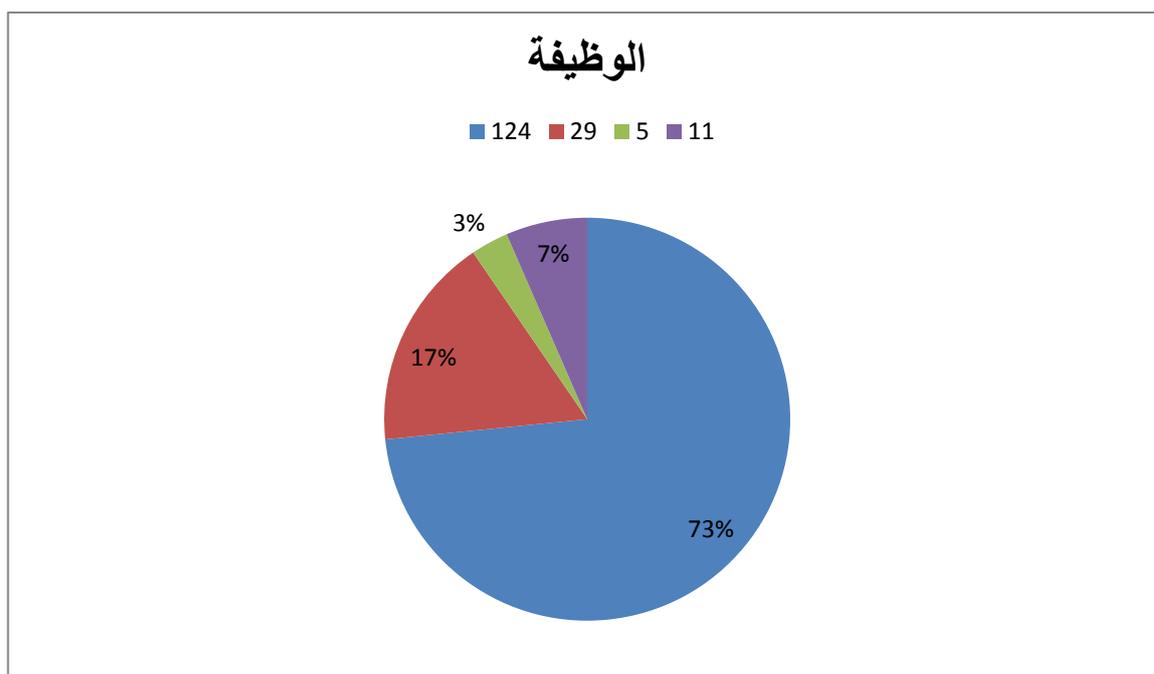
• توزيع مفردات العينة وفق الوظيفة:

الجدول رقم 3-6 توزيع مفردات العينة حسب الوظيفة:

الفئة	النسبة	التكرار
موظف	73.4	124
طالب	17.1	29
متقاعد	3	5
بدون وظيفة	6.5	11
المجموع	100	169

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

الشكل 3-4 توزيع مفردات العينة حسب الوظيفة:



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول نلاحظ أن فئة الموظفين هي الفئة الأكثر تواجدا في العينة بنسبة 73.4% ثم تليه فئة الطالب ب: 17.1% ثم فئة بدون وظيفة بنسبة 6.5% الذين كانوا عاملين ثم أحيلوا للتوقف عن العمل ثم نجد فئة المتقاعدين بنسبة 3%

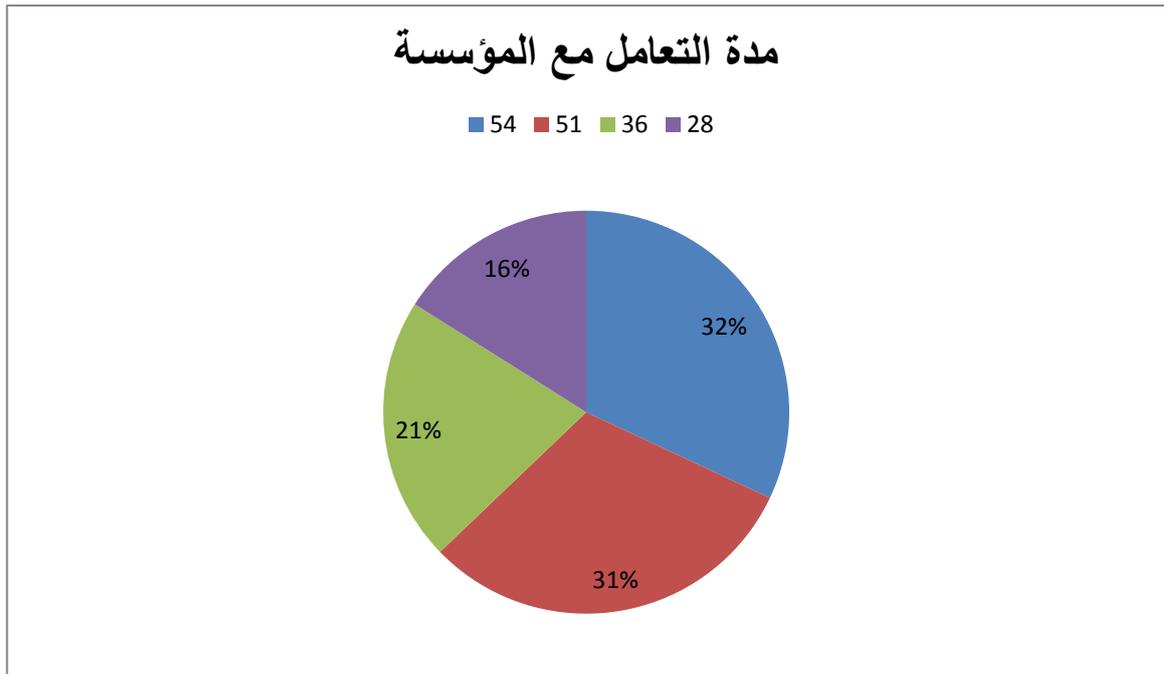
• توزيع مفردات العينة حسب مدة التعامل مع المؤسسة:

الجدول رقم 3-7 توزيع مفردات العينة حسب مدة التعامل مع المؤسسة:

التكرار	النسبة	الفئة
54	32	أقل من 5 سنوات
51	30.8	من 5 إلى 10 سنوات
36	21.2	من 11 إلى 15 سنة
28	16	أكثر من 15 سنة
169	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم 3-5 توزيع المفردات حسب مدة التعامل مع المؤسسة:



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة المتعاملين مع المؤسسة لهم أقل من 5 سنوات ثم تليها الفئة من 5 إلى 10 سنوات ثم من 11 إلى 15 سنة ثم أكثر من 15 سنة بأقل نسبة 16.5

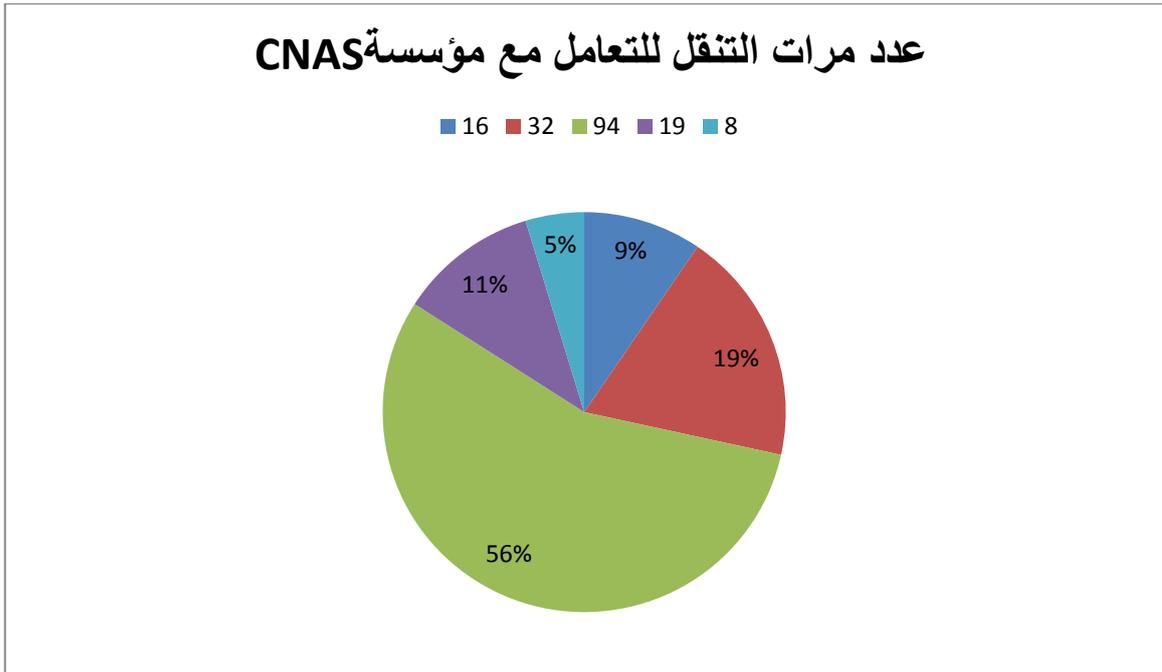
- توزيع مفردات العينة حسب عدد مرات التنقل للتعامل مع مؤسسة CNAS:

الجدول رقم 3-8 توزيع مفردات العينة حسب عدد مرات التنقل للتعامل مع مؤسسة CNAS:

التكرار	النسبة	الفئة
16	9.5	أسبوعيا
32	18.9	شهريا
94	55.6	سنويا
19	11.2	أكثر من سنة
8	4.7	التعامل عن بعد دون التنقل
169	100	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم 3-6 توزيع مفردات العينة حسب عدد مرات التنقل للتعامل مع مؤسسة CNAS:



المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أن أكثر أفراد العينة ينتقلون للمؤسسة بنسبة 55.6% سنويا ثم شهريا ب: 18.9% ثم فئة أكثر من سنة ب: 11.2% ثم أسبوعيا ب: 9.5% ثم المتعاملين عن بعد ب: 4.7%

2-2 عرض نتائج الدراسة:

تتكون الإستمارة من ثلاث محاور كل محور يحتوي على أبعاد تهدف للإجابة على الفرضيات الموضوعية.

كما تم ترتيب الإجابة على أسئلة الإستمارة وفق مقياس لكارت الخماسي (غير موافق تماما، غير موافق، محايد، موافق، موافق جدا، أي من (1-5)).

ويتم تحديد فئات المقياس كمايلي:

المدى: الفرق بين أعلى واطل درجة المقياس: 5-1=4

طول الفئة: المدى / عدد الفئات: 4/0.85

- ✓ فئة غير موافق إطلاقا تتراوح درجتها بين 1-1.80 وتدل على درجة ضعيف جدا.
- ✓ فئة غير موافق تتراوح درجتها 1-2.60 وتدل على درجة ضعيف.
- ✓ فئة محايد تتراوح درجتها بين 2.61-3.4 وتدل على درجة متوسط.
- ✓ فئة موافق تتراوح درجتها بين 3.41-4.20 وتدل على درجة مرتفعة.
- ✓ فئة موافق جدا تتراوح درجتها ما بين 4.21-5 وتدل على درجة مرتفع جدا.

المحور الثاني: مستوى جودة خدمات التأمين الاجتماعية بمؤسسة CNAS:

بالرجوع إلى الملحق رقم(2) المتعلق بالمتوسطات والانحرافات المعيارية لكل فقرة نجد مايلي:

• البعد الأول: الملموسية:

الجدول رقم 3-7 المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارات بعد الملموسية:

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى الفعالية
01	قاعة إنتظار مؤسسة CNAS مجهزة ومكيفة	1.83	0.70	2	ضعيف
02	المظهر الخارجي لمؤسسة CNAS ملائم وجذاب	2.57	1.14	3	متوسط
03	توفر مؤسسة CNAS وسائل الراحة الكافية من أجل تقديم خدمات للزبائن	2.92	1.09	3	متوسط
04	تميز موظفوا CNAS بالأناقة والمظهر اللائق وحسن الإستقبال	3.02	1.13	3	متوسط
05	وجود تجهيزات ومعدات متطورة بمؤسسة CNAS من أجل تسهيل خدمات الزبائن	2.86	1.12	3	متوسط
06	وجود أماكن آمنة وملائمة لركن السيارات بمؤسسة CNAS	2.94	1.20	3	متوسط
	المجموع	2.69	1.06		

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spps

قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارات من 1-6 لبعء الملموسية والنتائج موضحة في الجدول السابق حيث أظهرت نتائج هذا بالجدول أن معظم إجابات أفراد العينة الدراسة على بعد الملموسية تقع في المجال (2.61-3.40) التي تقابلها درجة متوسط حيث أن العبارة 4 تحتوي على أعلى تنقيط 3.02 تليها العبارة 6 بق: 2.94 ثم العبارة 3 ب: 2.92 وعليه فإن الزبائن يقيمون بعد الملموسية بمستوى متوسط.

• البعد الثاني: الإعتمادية:

الجدول رقم 3-8 المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد الإعتمادية:

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى الفعالية
01	تقوم مؤسسة cnas بتقديم الخدمة في الواعيد التي تم تحديدها	3.23	1.20	3	متوسط
02	يحرص موظفو مؤسسة cnas على تقديم الخدمة بشكل صحيح و من أول مرة	3.11	1.16	3	متوسط
03	تهتم مؤسسة cnas بمشاكل الزبائن و الرد على استفساراتهم	2.88	1.06	3	متوسط
04	تتوفر المؤسسة على موظفين ذوي خبرة و أكفاء	2.63	1.05	3	متوسط
05	تتوفر مؤسسة cnas على أنظمة دقيقة للتوثيق و السجلات	2.72	0.93	3	متوسط
	المجموع	2.91	1.08		

مصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للعبارات من 1 إلى 5 لبعد الإعتمادية والنتائج الموضحة في الجدول السابق حيث أظهرت نتائج هذا الجدول أن معظم إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد الإعتمادية تقع في المجال (2.61-3.40) والتي تقابلها درجة المتوسط حيث أن العبارة 01 تحتوي على أعلى تنقيط 3.23 تليها العبارة 02 ب3.11 ثم العبارة 03 ب2.88 وعليه فإن الزبائن يقيمون بعد الإعتمادية بمستوى متوسط.

• البعد الثالث: بعد الإستجابة:

الجدول رقم 3-9 المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لعبارات بعد الإستجابة:

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى الفعالية
01	موظفو مؤسسة cnas يقدمون لك خدمات فورية و سريعة	3.31	1.17	3	متوسط
02	تتوفر مؤسسة cnas على عدد كافي من الموظفين لتقديم الخدمات	2.92	1.13	3	متوسط
03	يستجيب مقدم الخدة بسرعة لشكاوي الزبائن و إستفساراتهم	3.19	1.07	3	متوسط
04	يتم إبلاغ الزبائن بدقة بمواعيد تقديم الخدمة	3.20	1.12	3	متوسط
	المجموع	3.15	1.12		

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بع الإستجابة والنتائج موضحة في الجدول حيث أظهرت نتائج هذا الجدول أن معظم إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد الإستجابة تقع في المجال (2.61-3.40) والتي تقابلها درجة متوسط حيث أن العبارة الأولى تحتوي على أعلى تنقيط ب:3.31 تليها العبارة 4 ب: 3.20 والعبارة 3.19 ثم العبارة 2 ب:2.29 وعليه فإن الزبائن يقيمون بعد الإستجابة بمستوى متوسط.

البعد الرابع: الأمان:

الجدول رقم 3-10 المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لعبارات بعد الأمان:

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المساري	الأهمية النسبية	مستوى الفعالية
01	سلوك موظفي مؤسسة cnas مهذب و يشعرك بالثقة	2.91	1.14	3	متوسط
02	تشعر بالأمان عند تعاملك مع مؤسسة cnas	2.66	1.04	3	متوسط
03	تتوفر مؤسسة cnas على اجهزة وإجراءات أمنية متطورة	2.88	1.02	3	متوسط
04	تضع مؤسسة cnas مصلحة زبائننا فوق كل اعتبار	3.29	2.54	3	متوسط
	المجموع	2.93	1	3	متوسط

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spps

لقد تبين لنا من خلال ملاحظتنا لنتائج الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على بعد الأمان تقع في المجال (2061-3.40) تقابلها درجة متوسط حيث نلاحظ أن العبارة 4 في البعد تحتوي على أعلى متوسط وتقدر ب: 3.29 والعبارة 2 تحتوي على أقل متوسط وتقدر ب: 2.66 ومن نجد أن بعد الأمان بقيمة الزبائن بمستوى متوسط.

• البعد الخامس: التعاطف:

الجدول رقم 3-11 المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لعبارات بعد التعاطف:

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى الفعالية
01	فترات عمل مؤسسة cnas مناسبة للزبائن	2.31	1.01	2	ضعيف
02	يستقبل مقدم الخدمة الزبائن برحابة صدر و إبتسامة	3.26	1.13	3	متوسط
03	لا يميز مقدم الخدمة بين الزبائن في تقديمه للخدمات من حيث المعاملة والإهتمام	3.28	1.13	3	متوسط
04	حسن معاملة الزبائن و إحترامهم و تقدير ظروفهم	3.09	1.10	3	متوسط
	المجموع	2.99	0.84	3	متوسط

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spps

أظهرت النتائج أن معظم الإجابات أفراد الدراسة على بعد التعاطف تقع في المجال (2.61-3.40) والتي تقابلها درجة متوسط حيث نجد أن العبارة رقم 3 تحتوي على متوسط حسابي ب: 3.28 في حين نجد العبارة رقم 1 تحتوي على أقل متوسط حسابي: 2.31 هنا تبين أن بعد الأمان بقيمة العملاء بمستوى متوسط.

المحور الثالث: رضا الزبائن:

الجدول رقم 3- 12 المتوسطات والانحرافات المعيارية لعبارات المتغير التابع (رضا الزبون):

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى الفعالية
01	الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة CNAS افضل من توقعاتك	3.21	0.98	3	متوسط
02	نت راضي على مستوى معاملتك من طرف موظفي مؤسسة CNAS	2.95	1.05	3	متوسط
03	أنت برأيك في التعامل مع مؤسسة CNAS	2.71	1.10	3	متوسط
04	أنت تتصح الآخرين بالتعامل مع مؤسسة CNAS	2.70	0.92	3	متوسط
05	أنت راض بشكل عام على مستوى الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة CNAS	2.94	1.07	3	متوسط
	المجموع	2.90	1.02		

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spps

تظهر لنا نتائج الجدول أن معظم إجابات أراء الدراسة على المتغير التابع (رضا الزبائن) والذي تضمن 5 عبارات حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا المتغير 2.90 والذي يقع في المجال (2.61-3.40) والذي تقابله درجة متوسط وانحراف معياري يقدر ب: 1.02 وهذا يدل على أن الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ميلة تحقق مستوى متوسط لرضا عملائها ويعني أن غالبيتهم راضون نوعا ما وبدرجة متوسطة عن خدمات هذا الصندوق، وهذا بينته العبارات في الجدول حيث أن العبارات كانت بدرجة متوسط.

• نتائج تحليل المتوسطات والانحرافات المعيارية لأبعاد جودة خدمات التأمين الاجتماعية:

الجدول رقم 3- 13 أبعاد جودة خدمات التأمين الاجتماعية:

اسم المتغير	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى الفعالية
بعد الملموسية	2.69	0.68	3	متوسط
بعد الاعتمادية	2.91	0.81	3	متوسط
بعد الاستجابة	3.15	0.86	3	متوسط
بعد الأمان	2.93	1	3	متوسط
بعد التعاطف	2.99	0.84	3	متوسط
المجموع	2.93	0.83		متوسط

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spps

نلاحظ من خلال الجدول أن المتوسط الحسابي لجودة خدمة التأمين الاجتماعية قدرت ب: 2.93 الإنحراف المعياري ب: 0.83 وهذا ما يقابل مستوى متوسط ويدل على تقييم العملاء لمختلف الأبعاد جودة خدمة التأمين الاجتماعية كان حياديا.

2-3 إختيار الفرضيات:

سنقوم باختيار فرضيات البحث باستخدام نموذج الإنحدار المتعدد عن طريق البرنامج الإحصائي spss

- المتغير التابع: اختيار رضا الزبون:
- اختيار الفرضية الرئيسية

سنقوم باختبار هذه الفرضية من خلال دراسة الأثر بين المتغير التابع رضا الزبائن والمتغير.....جودة خدمة التأمين الاجتماعية وهي كالاتي:يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $a \geq 0.05$ لأبعاد جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية للصندوق الوطني CNAS وكالة ميلة على رضا زبائنها حيث سيتم تطبيق نموذج الإنحدار المتعدد بإستخدام وثيقة ENTER في إدخال المتغيرات ويكون هذا كمايلي:

- العلاقة بين متغيرات نموذج الانحدار المتعدد:

من خلال الجدول التالي سنبين علاقة بين المتغير التابع: رضا الزبائن والمتغير المستقبل جودة خدمة التأمين الاجتماعية.

الجدول رقم 3-14 علاقة الارتباط بين جودة التأمين الاجتماعية ورضا الزبائن

البيان	R	R ²	R ² المعدلة	الخطأ المعياري للتقدير	الأسلوب
أثر جودة خدمة التأمين الاجتماعية على رضا الزبائن	0.759	0.976	0.574	0.54714	ENTER

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال هذا الجدول أنه توجد علاقة بين جودة خدمة التأمين الاجتماعية ورضا الزبائن حيث بلغ معامل الارتباط 0.759 ويوجد أيضا تباين في وجود التأمين حيث قدر ب: 0.576

• اختبار قبول نموذج الإنحدار المتعدد:

سوف نوضح معنوية نموذج الإنحدار المتعدد لعلاقة جودة خدمة التأمين الاجتماعية برضا الزبائن من خلال الجدول التالي:

نموذج الإنحدار	البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
جودة خدمة التأمين الاجتماعية ورضا الزبائن	الإنحدار	68.014	1	68.014	227.199	0.00
	الباقي	49.993	167	2.299		
	المجموع	118.007	0.299			

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spps

توضح لنا نتائج هذا الجدول أن قيمة F بلغت 227.199 عن درجة حرية (1-167) وهي دلالة إحصائية لأن دلالتها تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في ادراسة أي أنه توجد علاقة إرتباطية قوية بين جودة خدمة التأمين الاجتماعية ورضا الزبائن، بمعنى توجد علاقة إنحدار معنوية بين المتغير التابع والمتغير المستقبيل وبالتالي نقبل هذا النموذج في تحليل العلاقة الإنحدارية.

نتائج تحليل الإنحدار المتعدد:

سنقوم بعرض نتائج تحليل الإنحدار المتعدد التابع ورضا الزبائن والمتغير المستقبيل لجودة خدمة التأمين الاجتماعية والتي تبين لنا علاقة تأثير المستقبيل على المتغير.

الجدول رقم 3-16 نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لعلاقة جودة خدمة التأمين الاجتماعية على رضا الزبائن

متغيرات النموذج	معاملات التأثير B	الخطأ المعياري	قيم(0)Beta	T المحسوبة	مستوى الدلالة
الثابت	0.168	0.186		0.904	0.368
جودة خدمة التأمين الاجتماعية	0.937	0.062	0.759	15.073	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spps

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن جودة خدمة التأمين الاجتماعية تؤثر على ولاء الزبائن لأن قيمة التأثير موجبة مما بين وجود علاقة طردية بين المتغير التابع والمتغير المستقل وهذا ما تؤكدته قيمة B التي بلغت 0.759 وحسب نتائج اختبارنا فإن لجودة خدمة التأمين الاجتماعية تأثير معنوي على رضا الزبائن لأن دلالتها تساوي 0.000 أقل من 0.05 مستوى دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $0.05 \geq a$ لأبعاد جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية للصندوق الوطني CNAS وكالة ميلة على رضا زبائنها.

• إختبار الفرضيات الفرعية:

- باستخدام نموذج الانحدار المتعدد ونبعا لطريقة stepwise في إختيار المتغيرات بين المتغير التابع رضا الزبائن والمتغيرات المستقلة أبعاد جودة خدمة التأمين الاجتماعية، وسنوضح ذلك في الجدول التالي:

الجدول رقم 3-17 الإنحدار المتعدد للعلاقة بين الأبعاد جودة خدمة التأمين الاجتماعية برضا الزبائن:

النموذج	المتغيرات المستقلة للنموذج	R	R ²	R ² المعدلة	الخطأ المعياري للتقدير	تباين R ²
01	التعاطف	0.729	0.531	0.529	0.575	
02	الاستجابة والتعاطف	0.773	0.597	0.593	0.534	
03	الأمان والإستجابة والتعاطف	0.794	0.631	0.624	0.513	

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

نلاحظ ظهور بعد التعاطف والاستجابة والأمان في الجدول حيث أن معامل الارتباط لأبعاد الثلاثة مع رضا الزبائن بلغ 79.3% و يفسر 63.1% من التغير فيها، في حين لم تظهر باقي الأبعاد في النموذج. كما تبين من خلال الجدول التالي نتائج التحليل ANOVA لاختيار معنوية نموذج الانحدار والمتعدد.

الجدول رقم 3-18 اختبار معنوية نموذج الانحدار المتعدد لعلاقة أبعاد جودة خدمة التأمين الاجتماعية
برضا الزبائن:

النموذج	المتغير المستقبل للمنموذج	البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
01	التعاطف	الإنحدار	62.766	1	62.706	189.363	0.000
		الباقي	55.301	167	0.331		
		المجموع	118.007	168			
02	التعاطف و الإستجابة	الإنحدار	70.506	2	35.253	123.196	0.000
		الباقي	47.501	166	0.286		
		المجموع	118.007	168			
03	التعاطف والإستجابة والأمان	الإنحدار	74.475	3	24.826	94.095	0.000
		الباقي	43.532	165	0.264		
		المجموع	118.007	168			

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

يوضح لنا الجدول أن المستوى المعنوي 0.000 وهو أقل من 0.05 وبالتالي توجد علاقة إنحدار معنوية
بين المتغير التابع رضا الزبائن وأبعاد جودة خدمة التأمينات الاجتماعية التعاطف، الإستجابة والأمان.

• و لتحديد أي الأبعاد أكثر تأثيرا في رضا العملاء نعتمد على الجدول التالي:

الجدول رقم 3-19 علاقة أبعاد جودة خدمة التأمين الاجتماعية برضا الزبائن

النموذج	المتغيرات	قيمة B	الخطأ المعياري	معامل B	قيمة t	مستوى الدلالة
01	الثابت	0.749	0.163	0.729	4.604	0.000
	التعاطف	0.720	0.52		13.761	0.000
02	الثابت	0.368	0.168	0.508	2.193	0.30
	التعاطف	0.502	0.064	0.339	7.834	0.000
	الإستجابة	0.327	0.63		5.221	0.000
03	الثابت	0.256	0.164	0.440	1.560	0.21
	التعاطف	0.435	0.064	0.258	6.804	0.000
	الإستجابة	0.249	0.063	0.228	3.932	0.000
	الأمان	0.190	0.049		3.879	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أن بعد التعاطف هو الأكثر تأثيراً على رضا الزبائن لأن قيمة B بلغت 0.440، ونلاحظ عدم ظهور باقي الأبعاد في أي نموذج مما يبين أنها لا تمارس أي تأثير معنوي على رضا الزبائن.

ونستخلص مما سبق:

- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التعاطف على رضا الزبائن بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ميعة (تأكيد الفرضية الخامسة).
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الإستجابة على رضا الزبائن بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ميعة (تأكيد الفرضية الخامسة).
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الأمان على رضا الزبائن بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ميعة (تأكيد الفرضية الرابعة).
- ✓ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الملموسية على رضا الزبائن بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ميعة (نفي الفرضية الأولى).
- ✓ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الإعتمادية على رضا الزبائن بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ميعة (نفي الفرضية الثانية).

خلاصة:

تضمن هذا الفصل الدراسة الميدانية والتي قمنا بها على مستوى الصندوق الوطني للضمان الإجتماعي للعمال الأجراء -وكالة ميلا-والتي هدفنا من ورائها إلى التعرف على أثر جودة خدمات التأمين الاجتماعية على رضا الزبائن، ومن خلال هذا الفصل قمنا بتفريغ وتحليل بيانات الإستبيان التي كنا قد وزعناها على العينة المدروسة وتوصلنا بالإعتماد على نتائج التحليل إلى تقييم العملاء لجودة خدمة التأمين الاجتماعية كان حياديا وهذا ماأكده المتوسط الحسابي المتعلق بجودة خدمة التأمين الاجتماعية والذي بلغ 293 الذي يقابله مستوى فعالية، كما أنه هنالك علاقة فردية بين جودة خدمة التأمين الاجتماعية ورضا الزبائن والتي ظهرت من خلال وجود أثر لبعده التعاطف والإستجابة والأمان على رضا الزبائن أما باقي الأبعاد فلم يكن لها أي تأثير.

الختامة

الخاتمة:

حاولنا من خلال هذا البحث معرفة أثر جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية على رضا الزبائن حيث قمنا بإعداد جانب نظري حول هذا الموضوع ثم أسقطنا هذه الدراسة ميدانيا على مؤسسة تأمينية ليتبين لنا أنه من الضروري توفر الجودة في الخدمات التي تقدمها مؤسسات التأمين وتقديم خدمات ذات جودة عالية تفوق توقعات الزبائن لتحقيق رضاهم.

وعلى ضوء ما سبق سنستعرض مختلف النتائج التي كنا قد توصلنا إليها من خلال الدراسة الميدانية بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي وكالة ميلة-ونقدم بعض من التوصيات التي نراها ضرورية، خاتمين بها بحثنا هذا.

1. نتائج الدراسة:

- ✓ وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات التأمينية الاجتماعية على رضا الزبائن بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي.
- ✓ وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الإستجابة والتعاطف والأمان على رضا الزبائن بالصندوق الوطني للضمان الاجتماعي، هذا ما أدى إلى ظهور أثر لجودة خدمة التأمين الاجتماعية على رضا الزبائن.
- ✓ لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعدين: الملموسية والإعتمادية على رضا الزبائن.
- ✓ جودة خدمات التأمين الاجتماعية هي خدمات تقدمها مؤسسات التأمين القادرة على تلبية حاجات الزبون ورغباته فيجب على المؤسسة أن تقدم خدمات تتوافق ومتطلبات زبائنها.
- ✓ الزبون هو الوحيد القادر على الحكم على مدى جودة الخدمات باستخدامه للعديد من المؤشرات مثل: الوقت، السرعة، الاستجابة... الخ فالزبائن يعتبرون صفقة مريحة للمؤسسة وجب عليها معرفة الطريقة المناسبة للتعامل معهم حتى تحقق رضاهم.

التوصيات:

- توفير عدد كافي من الموظفين مقدمي الخدمة.
- تحسين معاملة الموظفين للزبائن والتعامل معهم بأسلوب مهذب.
- توفير أماكن خاصة بالصندوق لركن السيارات وأمنة.
- الحرص على تقديم الخدمات بشكل صحيح وفي الوقت المحدد.
- الاهتمام بالمظهر الداخلي والخارجي للمؤسسة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

1- الكتب

- 1 - جورج ريجدا مبادئ إدارة الخطر و التأمين ،ترجمة محمود توفيق البلقيني ، ابواهيم محمد مهدي ، دار المريخ للنشر ،الرباط المملكة العربية السعودية.
- 2 - رئاسة الجمهورية ، القانون المدني ، الأمانة العامة للحكومة ،الجزائر 2007.
- 3 - درقاش للبصرة ،خلف زهرة إقامة تحالف استراتيجي بين الشركات التأمين و البنوك رقمنة مستقبلية لتسويق الخدمة التأمينية اخلة صنف الملتقى الدولي حول الصناعة التأمينية الواقع العلمي و أفاق التطوير 3-4 ديسمبر 2012 جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف .
- 4 -أحمد أبو السعود عقداالتأمين بين النظرية و التأمين دار الياة للنشر و التوزيع الأردن طبعة 1 2008
- 5 -سمر عبد القادر عساق ، النظام القانوني لعقد التأمين دار الياة للنشر و التوزيع طبعة 1 2008
- 7 - جديدي معراج مدخل لدراسة قانون التأمين الجزائري ديوان المطبوعات الجامعية 2010 .
- 8 - حميد جاسم علوان فوزي علاوي الطاني ،إدارة الخطر و التأمين دار العربي للطباعة بابل الطبعة الأولى 2020.
- 9- دار عياش .أثر نظام الضمان الاجتماعي على حركية الاقتصاد الوطني ،دراسة حالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لغير الأجراء CASNOS،رسالة ماجيستر في العلوم الاقتصادية ،جامعة يوسف بن خدة الجزائر 2004-2005 .
- 10 - محمد بن أحمد بن صالح التأمينات الاجتماعية بين المفهوم المخاطر و التطور و الأثار ، مؤتمر التأمينات الاجتماعية بين الواقع و المأمول ،جامعة الأزهر 13-15 أكتوبر 2002
- 11 - عبد الرحمان شداد ،التأمينات الاجتماعية كنظام اجتماعي في التنظيمات من خلال نظرية الأنساق الاجتماعية مجلة سوسيلوجيا ، جامعة البليدة.
- 12 - محمد عبد الحليم عمر، الاسلام و التأمينات الاجتماعية مؤتمر التأمينات الاجتماعية بين الواقع و المأمول ، جامعة الأزهر 13-15 أكتوبر 2022.

- 13 - بن دهمة هوارية . الحماية الاجتماعية في الجزائر دراسة تحليلية لصندوق الضمان الاجتماعي تلمسان . رسالة ماجستير في تسيير المالية العامة . جامعة أبو بكر بلقايد . تلمسان 2014-2015 .
- 14 - باديس كشيدة المخاطر المضمونة و اليات فض المنازعات في مجال الضمان الاجتماعي . رسالة ماجستير في العلوم القانونية جامعة الحاج احضر باتنة 2009-2010.
- 15- المادة 6 من القانون رقم 83-13 المؤرخ في 2 جويلية 1983 المتعلق بحوادث العمل و الأمراض المهنية .
- 16- دار عياش :أثر نظام الضمان الاجتماعي على حركية الاقتصاد الوطني ،دراسة حالة الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية لغير الأجراء CASNOS شبكة بومرداس ،مرجع سبق ذكره.
- 17 - علاء فرج طاهر . ادارة المواد والجودة الشاملة . دار الراية للنشر و التوزيع ، الأردن الطبعة 1، 2010.
- 18 - توفيق محمد عبد المحسن ادارة الجودة الشاملة و أزمة الاقتصاد العالمي ، دار النهضة للتوزيع ، مصر 2010.
- 19 - فريد كورتل ، أمال كحبله . الجودة و أنظمة الايزو. دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع ، عمان 2010.
- 20 -فداء محمود حامد : ادارة الجودة الشاملة ،دار البادية ناشرون و موزعون ، الأردن الطبعة 1 . 2012 .
- 21 - قاسم نايف علوان . ادارة الجودة الشاملة و متطلبات الايزو الطبعة الأولى. دار الثقافة للنشر و التوزيع عمان سنة 2005 .
- 22 - نور محي الدين محمد سعد الله ، جودة الخدمات و اثرها في تحقيق رضا الزبائن دراسة تكميلية انيل درجة الماجستير العلوم غي الادارة جامعة شندي جمهورية السودان 2017 .
- 23 - أمال العايب . عبد الرحمان .جودة خدمات التأمين وأثرها على رضا الزبون . دراسة ميدانية لشركة Lacaar وكالة تبسة . جامعة العربي التبسي 2016-2017.
- 24 - حميد الطائي . بشير العملاق ، تسويق الخدمات ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع عمان سنة 2013 .
- 25 - عبد المطلب ناغل . رضوان مشيكي . اثر جودة الخدمات التأمينية على رضا الزبائن . دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين . جامعة محمد بوضياف المسيلة 2018-2019 .

- 26 - فتيحة بوحروود . ادارة الجودة في منظمات الاعمال النظرية و التطبيق . الطبعة 1 دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة عمان الاردن سنة 2015.
- 27 - هاني حامد الضمور. تسويق الخدمات . دار وائل للنشر و التوزيع .عمان . الطبعة الثالثة سنة 2005 .
- 28 - قاسم ناين علوان المحياوي ، ادارة الجودة في الخدمات ،دار الشروق للنشر و التوزيع ، الأردن سنة 2006 .
- 29 -عوض بدير ، تسويق الخدمات المصرفية .الطبقة الأولى ، البيان للنشر و التوزيع القاهرة سنة 1999 .
- 30 - دنيا طارق أحمد . العلاقة بين الثقافة التنظيمية و رضا الزبون . دراسة تطبيقية في فندق فلسطين في بغداد ، مجلة كلية بغداد العلوم الاقتصادية . كلية الادارة و الاقتصاد ، الجامعة المستنصرية ، العدد 28 ، 2011.
- 31 - عائشة مصطفى ،...، سلوك المستهلك ، مكتبة عين شمس ، القاهرة ، مصر ، 1998.
- 32 - محم فريد صحن اسماعيل السيد . نادبة عارض ، الشوين ، الدار الجامعية الاسكندرية مصر 2003.
- 33 -طلعت أسعد عبد الحميد الخطيب ، طارق محمد خزندار ، سلوك المستهلك . المفاهيم المعاصرة ذات التطبيقات. مكتبة الشمنفري للنشر و التوزيع ، رياض ، السعودية 2006 .
- 2-الرسائل و الأطروحات :**
- 1 - بوعنان نور الدين ، جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، تخصص علوم التسيير ، فرع تسيير . جامعة محمد بوضياف المسيلة 2006 . 2007 .
- 2 - فهد ابراهيم جورج..... . أثر الادارة اللوجسية على رضا الزبائن ، دراسة حالة شركة باسيفك بالأردن . رسالة ماجستير في ادارة الأعمال . جامعة الشرق الأوسط الأردن 2013.
- 3 - نور الصباغ : أثر التوثيق الالكتروني على رضا الزبون في قطاع الاتصالات دراسة ميدانية ، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير ادارة الأعمال لتخصص الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا 2016
- 4 - بوعنان نور الدين . جودة الخدمات و أثرها في رضا العملاء .رسالة لنيل شهادة الماجستير . جامعة محمد بوضياف . كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير و العلوم التجارية . قسم علوم التسيير . المسيلة . الجزائر 2007.

5-سميحة بلحسن . تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون . مذكرة ماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات. جامعة مرياح وقلة 2012.

6 - سارة خشعي . سلمى مرابطي. جودة الخدمة الفندقية و دورها في تحقيق رضا الزبون . دراسة حالة فندق الأمير تبسة . مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر تخصص تسويق خدمات جامعة تبسة 2019-2020.

7 - عاشور ايمان . قياس أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا الزبون . مذكرة ضمن متطلبات الماجستير. تخصص تسويق. جامعة البليدة 2014-2015.

3المجلات :

- 1 - سليم ابراهيم الحسنية , مدى رضا طلبة كلية الاقتصاد في جامعة خلب عن مستوى الأداء الاداري و الأكاديمي لكليتهم , مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية القانونية . المجلد 25, العدد الثاني 2009
- 2 - دكتور محمد خثير و أستاذة أسماء مرابمي , العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون بالمؤسسة , مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال , المجلد 3 , العدد 4 , 2017 , .

4-مواقع الأنترنت :

49 في 2024/02/10 على الساعة 10:00 تم الاطلاع على الموقع
. <http://www.cnas.dz/index.php?:presentation>

الملاحق

الملاحق :

الملحق رقم 1: قائمة الأساتذة المحكمين

الهيئة المستخدمة	الدرجة العلمية	إسم المحكم و لقبه
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف	أستاذ محاضر أ	الواعر لخميسي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف	أستاذ محاضر أ	عبد العالي غيثي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف	أستاذ محاضر أ	بودرجة رمزي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف	أستاذ محاضر أ	هبول محمد
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف	أستاذة محاضرة أ	لبصير دليلة

الملحق رقم 2: إستبيان



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

المركز الجامعي ميلة

معهد العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير

إستبيان حول :

أثر جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية على تحقيق رضا الزبائن

تحية طيبة وبعد:

في إطار إعداد مذكرة تخرج استكمالا لنيل شهادة الماستر تخصص تسويق الخدمات، تحت إشراف الأستاذ عقون شراف يشرفنا نحن الطلبة بوسمينة عيسى و ناموس عبد النور أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان و الذي يهدف الى دراسة حالة أثر جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية على تحقيق رضا الزبائن، راجين منكم الاجابة بكل مصداقية عن الأسئلة التي يتضمنها. ونعلمكم أن المعلومات المجمعة تستخدم لأغراض علمية بحتة.

ملاحظة : الاجابة تكون بوضع علامة × في المكان المناسب

يمنع منعاً باتاً كتابة الاسم واللقب والامضاء

الرقم	العبارات	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
-------	----------	--------------	-------	-------	--------------	--------------------

بعد الملموسية

01	قاعة إنتظار مؤسسة cnas مجهزة ومكيفة					
02	المظهر الخارجي لمؤسسة cnas ملائم وجذاب					
03	توفر مؤسسة cnas وسائل الراحة الكافية من أجل تقديم خدمات جيدة للزبائن					
04	يتميز موظفو مؤسسة cnas بالأناقة و المظهر اللائق و حسن الاستقبال					
05	وجود تجهيزات و معدات متطورة بمؤسسة cnas من أجل تسهيل خدمة الزبائن					
06	وجود أماكن امنة و ملائمة لركن السيارات بمؤسسة cnas					

بعد الاعتمادية

01	تقوم مؤسسة cnas بتقديم الخدمة في المواعيد التي تم تحديدها					
02	يحرص موظفو مؤسسة cnas على الالتزام بتقديم الخدمة بشكل صحيح و من أول مرة					
03	تهتم مؤسسة cnas بمشاكل الزبائن و الرد على استفساراتهم					
04	تتوفر المؤسسة على موظفين ذوي خبرة و أكفاء					
05	تتوفر مؤسسة cnas على أنظمة دقيقة للتوثيق و السجلات					

بعد الإستجابة

01	موظفو مؤسسة cnas يقدمون لك خدمات فورية و سريعة				
02	تتوفر مؤسسة cnas على عدد كافي من الموظفين لتقديم الخدمات				
03	يستجيب مقدم الخدمة بسرعة لشكاوي الزبائن و استفساراتهم				
04	يتم إبلاغ الزبائن بدقة بمواعيد تقديم الخدمة				

بعد الأمان

01	سلوك موظفي مؤسسة cnas مهذب و يشعرك بالثقة				
02	تشعر بالأمان عند تعاملك مع مؤسسة cnas				
03	تتوفر مؤسسة cnas على اجهزة وإجراءات أمنية متطورة				
04	تضع مؤسسة cnas مصلحة زبائننا فوق كل اعتبار				

بعد التعاطف

01	فترات عمل مؤسسة cnas مناسبة للزبائن				
02	يستقبل مقدم الخدمة الزبائن برحابة صدر و إبتسامة				
03	لا يميز مقدم الخدمة بين الزبائن في تقديمه للخدمات من حيث المعاملة و الإهتمام				
04	حسن معاملة الزبائن و إحترامهم و تقدير ظروفهم				

المحور الثاني : رضا الزبائن

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة CNAS افضل من توقعاتك					
02	انت راضي على مستوى معاملتك من طرف موظفي مؤسسة CNAS					
03	انت مقتنع برأيك في التعامل مع مؤسسة CNAS					
04	انت تنصح الاخرين بالتعامل مع مؤسسة CNAS					
05	انت راض بشكل عام عن مستوى الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة CNAS					

المحور: المعلومات الشخصية

السن :

من 31 إلى 45 سنة

من 18 إلى 30 سنة

ذكر

من 60 سنة فأكثر

من 46 الى 59 سنة

انثى

المستوى التعليمي:

أخرى

ابتدائي وأقل

متوسط

ثانوي

جامعي

الوظيفة :

موظف

طالب

متقاعد

بدون وظيفة

مدة التعامل مع المؤسسة :

أقل من 5 سنوات من 5 الى 10 سنوات من 11 الى 15 سنوات أكثر من 15 سنة

عدد مرات التنقل للتعامل مع مؤسسة cnas:

أسبوعيا شهريا سنويا أكثر من سنة التعامل عن بعد دون التنقل

الملحق رقم 3 : مخرجات البرنامج الإحصائي spss

معامل الارتبط بيرسون

		AT	AR	RE	AS	ASY	CS	QSI5
AT	Corrélation de Pearson	1	,653**	,524**	,511**	,551**	,513**	,803**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	169	169	169	169	169	169	169
AR	Corrélation de Pearson	,653**	1	,708**	,518**	,683**	,618**	,873**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	169	169	169	169	169	169	169
RE	Corrélation de Pearson	,524**	,708**	1	,548**	,651**	,670**	,828**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	169	169	169	169	169	169	169
AS	Corrélation de Pearson	,511**	,518**	,548**	1	,529**	,602**	,765**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	169	169	169	169	169	169	169
ASY	Corrélation de Pearson	,551**	,683**	,651**	,529**	1	,729**	,822**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	169	169	169	169	169	169	169
CS	Corrélation de Pearson	,513**	,618**	,670**	,602**	,729**	1	,759**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	169	169	169	169	169	169	169
QSI5	Corrélation de Pearson	,803**	,873**	,828**	,765**	,822**	,759**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	169	169	169	169	169	169	169

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

معامل ألفا كرونباخ

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,852	2

المحور الأول

المحور الثاني

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,905	23

الإستبيان ككل

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,871	5

إحصائيات خصائص مفردات عينة الدراسة

GENDER الجنس

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide male	71	42,0	42,0	42,0
feminine	98	58,0	58,0	100,0
Total	169	100,0	100,0	

AGE السن

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 18-30	39	23,1	23,1	23,1
31-45	98	58,0	58,0	81,1
46-59	32	18,9	18,9	100,0
Total	169	100,0	100,0	

EDULV المستوى التعليمي

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide UNIVERSITY	125	74,0	74,0	74,0
SECONDARY	30	17,8	17,8	91,7
MIDDLE	12	7,1	7,1	98,8

ELMBL	1	,6	,6	99,4
OTHER	1	,6	,6	100,0
Total	169	100,0	100,0	

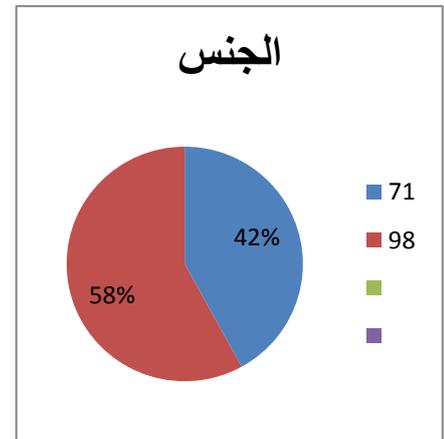
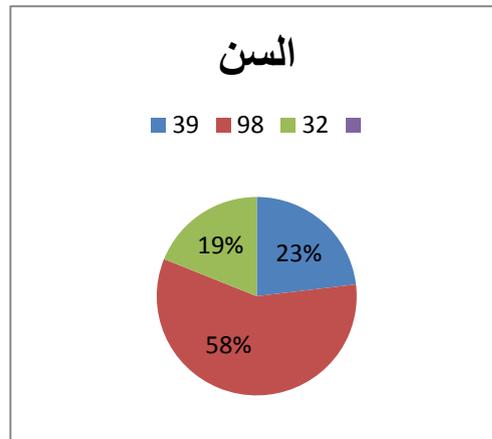
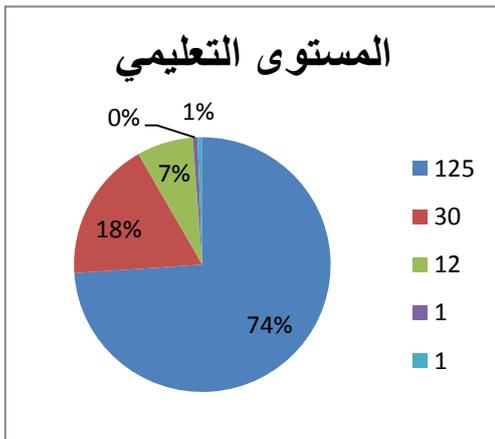
FUNCTION مدة التعامل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	EMP	124	73,4	73,4	73,4
	STU	29	17,2	17,2	90,5
	RET	5	3,0	3,0	93,5
	UNP	11	6,5	6,5	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

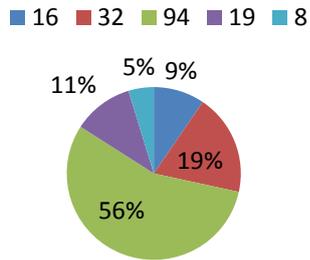
DDWI عدد مرات التنقل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	>5	54	32,0	32,0	32,0
	5-10	51	30,2	30,2	62,1
	11-15	36	21,3	21,3	83,4
	15<	28	16,6	16,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

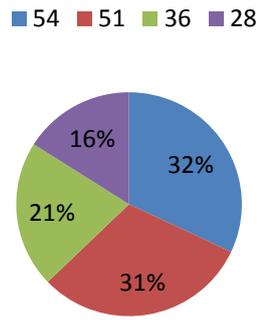
الدوائر النسبية لخصائص أفراد العينة



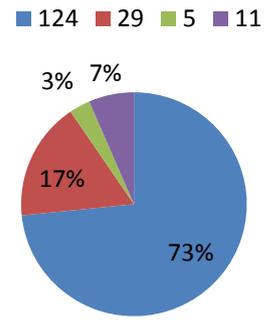
عدد مرات التنقل للتعامل مع مؤسسة CNAS



مدة التعامل مع المؤسسة



الوظيفة



المتوسطات والانحرافات المعيارية

المتوسطات والانحرافات المعيارية لبعء الملموسية

Statistiques

		v1	v2	v3	v4	v5	v6
N	Valide	169	169	169	169	169	169
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		1,8343	2,5799	2,9231	3,0296	2,8698	2,9467
Ecart type		,70441	1,14219	1,09109	1,13088	1,12635	1,20643

المتوسطات و الانحرافات المعيارية لبعء الإعتمادية

Statistiques

		v7	v8	v9	v10	v11
N	Valide	169	169	169	169	169
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3,2308	3,1124	2,8817	2,6331	2,7278
Ecart type		1,20515	1,16206	1,06802	1,05575	,93056

المتوسطات و الانحرافات المعيارية لبعء الإستجابة

Statistiques

		v12	v13	v14	v15
N	Valide	169	169	169	169
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		3,3136	2,9231	3,1953	3,2012
Ecart type		1,17610	1,13913	1,07059	1,12112

المتوسطات و الانحرافات المعيارية لبعء الأمان

Statistiques

		v16	v17	v18	v19
N	Valide	169	169	169	169
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		2,9112	2,6627	2,8876	3,2959
Ecart type		1,14348	1,04590	1,02604	2,54157

المتوسطات و الإنحرافات المعيارية لبعء التعاطف

Statistiques

		v20	v21	v22	v23
N	Valide	169	169	169	169
	Manquant	0	0	0	0
Moyenne		2,3195	3,2663	3,2899	3,0947
Ecart type		1,01403	1,13131	1,13597	1,10864

المتوسطات و الإنحرافات المعيارية للمتغير التابع : الرضا

Statistiques

		v24	v25	v26	v27	v28
N	Valide	169	169	169	169	169
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		3,2130	2,9527	2,7101	2,7041	2,9408
Ecart type		,98902	1,05114	1,10409	,92327	1,07849

المتوسطات و الإنحرافات المعيارية لجميع المتغيرات

Statistiques

		AT	AR	RE	AS	ASY	QSI5
N	Valide	169	169	169	169	169	169
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		2,6972	2,9172	3,1583	2,9393	2,9926	2,9187
Ecart type		,68974	,81402	,86801	1,00354	,84842	,67881

اختبار الفرضيات للمتغير: رضا الزبائن

الفرضية الرئيسية

باستخدام نموذج الانحدار المتعدد و بالاعتماد على تقنية ENTER نجد النتائج التالية

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,759 ^a	,576	,574	,54714

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	68,014	1	68,014	227,199	,000 ^b
	Résidus	49,993	167	,299		
	Total	118,007	168			

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Corrélation simple
		B	Ecart standard	Bêta			
1	(Constante)	,168	,186		,904	,368	
	QSI	,937	,062	,759	15,073	,000	,759

الفرضيات الفرعية

باستخدام نموذج الانحدار المتعدد و تقنية stepwise نجد النتائج التالية

Récapitulatif des modèles^d

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Durbin-Watson
1	,729 ^a	,531	,529	,57545	
2	,773 ^b	,597	,593	,53493	
3	,794 ^c	,631	,624	,51364	2,039

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	62,706	1	62,706	189,363	,000 ^b
	Résidus	55,301	167	,331		
	Total	118,007	168			
2	Régression	70,506	2	35,253	123,196	,000 ^c
	Résidus	47,501	166	,286		
	Total	118,007	168			
3	Régression	74,475	3	24,825	94,095	,000 ^d
	Résidus	43,532	165	,264		
	Total	118,007	168			

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t
		B	Ecart standard	Bêta	
1	(Constante)	,749	,163		4,604
	ASY	,720	,052	,729	13,761
2	(Constante)	,368	,168		2,193
	ASY	,502	,064	,508	7,834
	RE	,327	,063	,339	5,221
3	(Constante)	,256	,164		1,560
	ASY	,435	,064	,440	6,804
	RE	,249	,063	,258	3,932
	AS	,190	,049	,228	3,879

a. Variable dépendante : CS

الملخص:

يعد موضوع جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية من بين المواضيع التي أخذت إهتمام العديد من الباحثين، وهذا ما أثار إنتباهنا لدراسة مثل هذا النوع من المواضيع، إن دراستنا هذه هدفت إلى معرفة أثر جودة الخدمات التأمينية الاجتماعية على رضا الزبائن، لذا قمنا بتسليط الضوء على مؤسسة جزائرية والمتمثلة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي CNAS وكالة ميلة للوصول إلى مستوى جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة CNAS وكالة ميلة ومدى رضا زبائنها على تلك الخدمات المقدمة.

Résumé:

Le sujet de la qualité des services d'assurance sociale fait partie des sujets qui ont attiré l'attention de nombreux chercheurs, et c'est ce qui a provoqué notre attention à l'étude de ce type de sujet. Satisfaction client, nous avons donc mis en évidence une institution algérienne représentée dans l'agence National Social Security CNAS Mila pour atteindre le niveau de qualité des services fournis par la Fondation CNAS, l'agence Mila et l'étendue de la satisfaction de ses clients envers ces services fournis.

Summary:

The subject of the quality of social insurance services is among the topics that took the attention of many researchers, and this is what caused our attention to studying this type of subject. This study aimed at Maalfrafa the impact of the quality of social insurance services on customer satisfaction, so we highlighted an Algerian institution represented In the National Social Security Fund CNAS Mila Agency to reach the level of quality of services provided by the CNAS Foundation, the Mila Agency and the extent of its customers' satisfaction with those services provided.