

## أهمية شبكات التوزيع في العملية التسويقية لشركات التأمين الجزائرية خلال الفترة 2014/2004

د. هوراد حطاب

المركز الجامعي تاهنغست

### المخلص

يحتل جانب التوزيع أهمية بالغة في العملية التسويقية خاصة في ما يخص الشركات التأمينية، باعتبارها شركات تقدم منتجاتها في شكل خدمات والتي لا يتم توزيعها بشكل تلقائي بل يكون ذلك من خلال تخطيط مسبق لكيفية توزيعها وإيصالها مباشرة للمستهلك وهذا لا يتم إلا عن طريق مجموعة من الشبكات، إذ أن عملية تسويق الخدمات التأمينية لا تتم إلا بنوعين من الشبكات منها المباشرة وغير مباشرة، حيث تقوم معظم الشركات بإتباع هذا الأسلوب، وفي هذه الورقة البحثية توصلنا إلى أن الشركات التأمينية تعتمد على الشبكتين في أن واحد ولكن بنسب متفاوتة، محققتا بذلك رقم أعمال.

**الكلمات المفتاحية:** التأمين، شبكات التوزيع، رقم الأعمال.

### Résumé □

L'importance des réseaux de distribution de la commercialisation des sociétés d'assurances.

Pour les sociétés d'assurances, la distribution est très importante dans l'opération de la commercialisation. Ce sont des sociétés qui présentent ses produits sous forme de services, et la distribution ne se fait pas spontanément, mais elle se fait à travers une planification postérieure pour assurer son arrivé directement au consommateur. Cette opération se fait à travers un ensemble de réseau.

L'opération de la commercialisation suit deux types de réseau, direct et indirect. La plus part de sociétés suit ce style.

Dans ce papier de recherche, nous avons déduit que les sociétés d'assurance suivent les deux types en même temps en réalisant un chiffre d'affaire.

**Mots clés :** assurance, réseau de distribution, chiffre d'affaire.

### مقدمة

تعدّ التغييرات التي مر بها الاقتصاد الجزائري خاصة تحوله من الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق، منذ سنة 1988 والذي كان سببا في زيادة المنافسة ودخول المؤسسات الأجنبية سواء عن طريق الشراكات أو إقامة استثمارات

أجنبية مباشرة، الأمر الذي أعطى بعد كبير في طريقة تفكير الشركات الوطنية من خلال اتخاذ استراتيجيات وأساليب لم تكن مستخدمة سابقا هذا من جهة، وزيادة المخاطر والمخاوف من جهة أخرى. وفي خضم هذه التطورات لم يخلو كذلك قطاع التأمين من هذه التحولات، بل كانت حاضرة ضمن الإصلاح الذي جاء في الأمر 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات والذي يتيح للمتعاملين الخواص والأجانب مزاولة نشاطاتهم من أجل توسيع قطاع التأمين وتوضيح الصورة حول إنهاء الاحتكار.

لذلك أولت شركات التأمين الجزائرية اهتمام بالغ بالوظيفة التسويقية، وليس أمها سوى الاهتمام بهذا الجانب لتوعية المستهلك من اجل زيادة الطلب وتحقيق الربح، ولكن هذه التوعية لا تتم إلا بالاعتماد على مجموعة من المتدخلين سواء كانوا أفراد أو مؤسسات، من أجل تحقيق إشباع حاجات ورغبات المستهلكين بتوفير الخدمات في الأوقات المناسبة والأمكنة الملائمة، وهذا انطلاقا من الاهتمام بالشبكات التوزيعية ومدى توسعها وتغطيتها للأسواق، لأنه من المهم الوصول للمستهلك ومن خلال تقريب وتوضيح الخدمات وما هي مميزاتها، في خضم اشتداد المنافسة وزيادة توسع الشبكات التوزيعية لأغلب الشركات. والغرض من هذه الورقة البحثية هو معرفة النتائج المحققة من طرف الشركات التأمينية، وواقع تطور شبكات التوزيع لتلك الشركات داخل السوق الجزائرية من خلال الإجابة على الإشكالية التالية:

- ما هو واقع شبكات التوزيع التأمينية في السوق الجزائرية؟  
للإجابة على هذه الإشكالية، سنتناول العناصر التالية:

- الإطار النظري للتأمين؛
- واقع قطاع التأمين الجزائري؛
- طبيعة شبكات التوزيع في قطاع التأمين الجزائري.

وللإحاطة أكثر بجوانب الموضوع ارتأينا معالجة الأفكار وفق ترتيب هذه النقاط والمثلة كما يلي:

### أولاً: الإطار النظري للتأمين

قبل الدخول في المفاهيم النظرية لأبد من إلقاء الضوء حول أول بدايات ظهور ملامح التأمين، حيث يرى المؤرخون أن النواة الأولى للتأمين قد انبثقت عن فكرة مغايرة تماماً لفكرة التعاون والتكافل، وهي فكرة المقامرة والرهان ذات الطابع الفردي، والتي كانت مجسدة مع نهاية القرن الثاني عشر ميلادي في عقد القرض البحري الذي كان يسمى أيضاً بعقد المخاطرة الجسيمة، كان هذا العقد منتشرًا في بلدان حوض البحر الأبيض المتوسط ولكن الكنيسة حرمتها لما يتضمنه من فوائد محرمة، مما أدى إلى تطوره في القرن الرابع عشر ميلادي، وأصبح يقوم على فكرة التعاون والتكافل بدل المقامرة، وبهذا يكون أول شكل من أشكال التأمين ظهوراً هو التأمين البحري.

وفي القرن السابع عشر، ظهر التأمين البري إثر حريق كبير حدث في لندن عام 1666 حيث نتج عنه خسائر جسيمة في الأرواح والممتلكات، الأمر الذي أدى إلى التفكير في تكوين جمعيات تعاونية للتأمين ضد الحريق، لتنشأ بعد ذلك منشآت مختصة في تقديم هذا النوع من التأمين، ظهرت لأول مرة في إنجلترا ثم انتشرت بعد ذلك إلى باقي البلدان الأوروبية والأمريكية.

ومع مطلع القرن العشرين بدأت دول العالم التي ذاع فيها التأمين تقنن هذا النشاط، فقد صدر القانون الألماني للتأمين في ماي 1908، ثم القانون الإنجليزي عام 1906 والقانون الفرنسي في 13 جويلية 1930 وخلال النصف الثاني من القرن العشرين وبداية الألفية الثالثة ومع تطور وانتشار الاختراعات والصناعات ووسائل المواصلات وتغير نمط حياة الأفراد انتشر التأمين وتطور بشكل مذهل، حيث أصبح الشخص خاصة في البلدان المتقدمة يؤمن على كل شيء حي أو معنوي يمتلكه بطريقة اختيارية أو إجبارية، فيؤمن التاجر على جميع ممتلكاته،

ويؤمن الخبير على خبراته ومؤلفاته ويؤمن السياسي على فوزه في الانتخابات إلى غير ذلك من التأمينات<sup>(1)</sup>.

**1- مفهوم التأمين** لقد تعددت وتنوعت تعاريف التأمين من الناحية اللغوية إلى القانوني والاقتصادية على النحو التالي:

**التأمين لغة:** ويقصد به الضمان والقدرة على درء الأخطار.

**التأمين اصطلاحاً:** هو عبارة عن اتفاق تتحمل بموجبه شركة التأمين مسؤولية تغطية الأخطار المتفق عليها في العقد، مقابل دفعات يسدها المتعاقدون مع هذه الشركات وتتمثل في أقساط التأمين والتي تستثمرها شركات التأمين بأعمال تجارية لتنميتها من جهة، وإمكانية الوفاء بالالتزامات تجاه المؤمن له من جهة ثانية<sup>(2)</sup>.

أما التأمين من وجهة نظر القانون فيعرف بأنه عقد يلتزم بمقتضاه المؤمن أن يؤدي للمؤمن له أو المستفيد الذي أشرط العقد لصالحه مبلغ من المال أو إيراد أو راتب أو أي عوض مالي آخر في حالة وقوع الحادث أو تحقق الخطر المبين في العقد وذلك نظير قسط أو أي دفعة مالية أخري يؤديها المؤمن إلى المؤمن له<sup>(3)</sup>.

من خلال ما سبق يمكن التوصل إلى أن التأمين ما هو إلا عملية يساهم من خلالها الأفراد أو المؤسسات بأقساط تمكنهم من الحصول على حق الحماية في حالة وقوع الأخطار المؤمن عليها في شكل تعويض تدفعه هيئة التأمين التي تأخذ على عاتقها تحمل الأخطار المؤمن عليها<sup>(4)</sup> ومن جملة هذه التعاريف نوضح المصطلحات التالية والتي تعتبر أساسية ومحددة للتأمين<sup>(5)</sup>:

- **المؤمن له:** وهو الشخص المعرض للخطر سواء في نفسه أو ممتلكاته أو ماله، وهو طالب التأمين ويلتزم بدفع قسط التأمين؛
- **المؤمن:** هي شركة التأمين التي تقدم الحماية التأمينية للأفراد، وتلتزم بدفع التعويض في حالة تحقق الخطر؛

- **المستفيد:** هو الشخص الذي تؤول إليه منفعة المترتبة على عقد التأمين، أي المبلغ في حالة تحقق الخطر؛
- **قسط التأمين:** هو المبلغ الذي يدفعه المؤمن له إلى المؤمن مقابل التزام المؤمن بتحمل الخطر المؤمن منه؛
- **مبلغ التأمين:** هو المبلغ الذي يلتزم المؤمن بدفعه إلى المؤمن له أو المستفيد عند تحقق الخطر المؤمن منه.

## 2- أهمية التأمين: حسب مقولة Henry Ford الشهيرة:

New – York n'est pas La Création des Hommes, Mais Celles des Assurements Sans les Assurances , Il N'y Aurait Pas de Glatt Ciel.

هذه المقولة تبين مدى الأهمية التي تكتسبها صناعة التأمين في البلدان المتطورة، ذلك لأن الدرجة الكبيرة من الأمان التي يقدمها التأمين من خلال مساعدته المؤسسة على اتخاذ قرارات إيجابية يجعلها قادرة على القيام بأنشطة ذات درجات عالية من الخطورة. ويمكن تحديد أهمية التأمين من خلال العناصر التالية<sup>(6)</sup>:

- يعتبر التأمين وسيلة للاستثمار من خلال تكوين رؤوس الأموال التي تتجمع من الأقساط؛
- يهتم كذلك بتكوين العنصر الادخاري فيظهر جليا في تأمينات الحياة؛
- يعدّ أداة يمكن عن طريقها التوسع في الائتمان وتدعيم الثقة التجارية وكافة العمليات المرتبطة بهذا النطاق؛
- يؤدي التأمين دورا هاما بطريقة غير مباشرة في الوقاية من المخاطر والعمل على تقليل نسبة وقوعها من خلال معرفة أسبابها، ومن ثم تجنب وقوعها؛
- يعمل التأمين على تطوير عناصر الإنتاج عن طريق تزويد الوحدات الإنتاجية باستخدام الآلات الأكثر تطورا والمزودة بوسائل الحماية المانعة للأخطار، الأمر الذي يتولد عنه زيادة القدرة الإنتاجية؛

وإزاء كل المخاطر التي تتعرض لها المشروعات الاقتصادية فإن دور التأمين يكمن في كفالاته لضمان هذه الأخيرة، من خلال التحمل على عاتقه آثار الأخطار التي تلحق، هذا ما يؤدي إلى تحقيق الاستقرار الاقتصادي الذي ينعكس بصفة مباشرة وإيجابية على سلامة الاقتصاد ككل.

### ثانيا: واقع قطاع التأمين الجزائري

قبل التطرق لواقع شبكات التوزيع لابد أن نتعرف على عدد الشركات الناشطة في السوق الجزائرية والتطرق لقيمة إنتاجها خاصة بعد إنهاء الاحتكار من طرف الدولة من خلال الإصلاح الذي جاء ضمن الأمر 07/95 المؤرخ في 25 جانفي 1995 المتعلق بالتأمينات، ليحدث تغييرات جذرية في القطاع من بينها<sup>(7)</sup>:

- إلغاء الاحتكار والهيمنة الحكومية على عمليات التأمين وحرية ممارسة المهنة؛
- استحداث عمليات الوساطة (Intermédiation)، الأعوان العاملون والسماسة؛
- فتح المجال للخوادم المحليين والأجانب.

وبالتالي ظهرت شركات تأمين جديدة خاصة وأجنبية، حيث بلغ عددها<sup>(8)</sup> 24 شركة في مختلف التخصصات، خلال الفترة الممتدة من 1995 إلى وقتنا الحالي، مما يفسر التطور الملحوظ الذي شهده القطاع، خاصة وأن الشركات المتواجدة في الميدان سواء عمومية أو خاصة أصبحت تتنافس مع بعضها من أجل السيطرة على السوق واكتساب أكبر حصة سوقية. **تطور إنتاج التأمين في الجزائر لا يزال قطاع التأمينات في الجزائر محدودا، حيث لا يتعدّ إجمالي رأسماله 1.5 مليار دولار<sup>(9)</sup>، حيث احتلت المركز السادس على الصعيد الإفريقي من حيث رقم أعمال التأمينات، بعد كل من جنوب إفريقيا، المغرب ومصر، مضافا أن إفريقيا سجلت رقم أعمال في حدود 70 مليار دولار خاص بالتأمينات،**

كانت نسبة الجزائر 2% منها، أما على الصعيد العالمي فسجل رقم أعمال فاق 4778 مليار دولار، فقد بلغت نسبة الجزائر في هذا المبلغ 0.03 % لتحتل المركز 64 على المستوى العالمي<sup>(10)</sup>. والجدول الموالي يبين رقم الأعمال المحقق عبر السنوات الماضية من طرف نشاط التأمين في الجزائر. جدول رقم(1): تطور رقم أعمال نشاط التأمين في الجزائر خلال

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
رقم الأعمال	3584	416	465	538	680	776	810	873	1001	1151	1254
ل	9	47	04	61	09	78	82	29	82	07	72
النمو (%)	-	16,17	11,66	15,82	26,27	14,22	4,38	7,70	214,7	914,	9,00

### الفترة 2014/2004 الوحدة (مليون دينار جزائري)

Source : Office National des Statistiques (ONS).

نلاحظ من خلال الجدول أن شركات التأمين حققت رقم أعمال مقبولا بالنسبة للاقتصاد الوطني حيث بلغت سنة 2014 حوالي 125472 مليون دينار جزائري، والأهم في هذه النتائج أن نسبة النمو لم تسجل أي نتائج سلبية بل كلها إيجابية، منذ سنة 2005 والتي بلغت 16.17% إلى سنة 2014 التي زاد نموها عن السنة السابقة 2013 بنسبة 9%، ولكن لا نهمل التراجع الملاحظ في سنتي 2010 و2011 واللذان سجلا نسبة 4.38% و7.7% على التوالي.

ومن خلال النتائج المحققة على مستوى القطاع والموضحة في الجدول السابق، فإن هذه النتائج لم تحقق من منتج واحد، بل تحققت من خلال أنواع متعددة مثلما يوضحه الجدول الموالي:

## جدول رقم(2): تطور رقم أعمال نشاط التأمين حسب كل منتج

سنوات الدراسة											نوع الألتام
2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	
63879	60922	52466	43552	39645	35337	29566	24540	21082	18873	15516	السيارات
41834	36470	32055	28909	26507	28533	25641	19403	16990	14829	13060	الحرائق والكوارث
6497	5436	5333	5708	6093	6185	5761	5128	4495	4366	3925	التقل
3269	2786	2247	1626	1237	1044	717	520	569	738	968	كوارث زراعية
8976	8619	7499	7044	7180	5760	5430	3547	3045	2602	2081	تأمينات الأشخاص
1017	873	582	489	422	820	895	723	322	240	298	تأمينات القروض
125472	115107	100182	87329	81082	77678	68009	53861	46504	41647	35849	المجموع

خلال الفترة 2014/2004 الوحدة (مليون دينار جزائري)

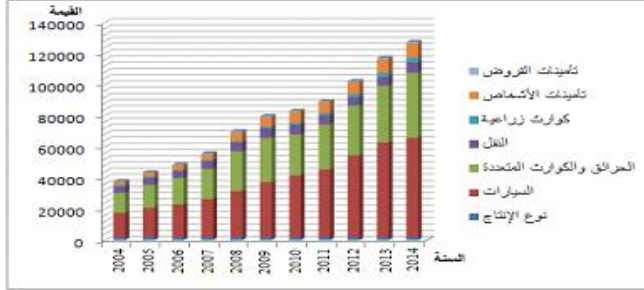
Source : Office National des Statistiques (ONS).

نلاحظ من خلال الجدول أن التأمين على السيارات والتأمين على الحرائق والكوارث الطبيعية يستحوذان على حصة الأسد من رقم الأعمال المحقق، حيث فاقا قيمة التأمين على السيارات 63 مليار دينار في سنة 2014 والتي شهدت نموا متزايدا بقيمة إيجابية دون تراجع مسبق وهو راجع لزيادة توسع حظيرة السيارات والتي فاق عددها 5.42 مليون سيارة<sup>(11)</sup> في نفس السنة، وكذلك التأمين ضد الحرائق والكوارث المتعددة فقد فاق 41 مليار دينار دون تراجع مسبق نتيجة لزيادة عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذلك المؤسسات المدعمة عن طريق برامج تدعيم الشباب والتي أصبح التأمين إجباريا عليها، بالإضافة إلى ذلك نلاحظ أن



هناك نمواً معتبراً في كل من المنتجات المتبقية والموضحة في الجدول كذلك، والشكل التالي يعكس الأرقام المبينة في الجدول:

شكل رقم (1): تطور رقم أعمال نشاط التأمين حسب كل منتج خلال الفترة 2004/2014 الوحدة (مليون دينار جزائري)



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج الجدول السابق رقم (02).

ورغم أن التأمين على السيارات بمختلف أنواعها لا يزال إجبارياً فإن شركات القطاع العام لم تعد تحتكر عمليات التأمين، وهذا ما وضعه الشكل السابق ولكن بظهور قانون 20 فيفري 2006 الذي نص على الفصل بين تأمين الأشخاص وتأمين الأضرار. والجدول الموالي يبين ذلك:

سنوات الدراسة											نوع التأمين
2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	
8976	8619	7499	7044	7180	5760	5430	3547	3045	2602	2081	الأشخاص
7,15	7,49	7,49	8,07	8,85	7,42	7,98	6,59	6,55	6,25	5,81	النسبة (%)
116495	106488	92683	80286	73903	71918	62579	50314	43459	39045	33767	الأضرار
92,85	92,51	92,51	91,93	91,15	92,58	92,02	93,41	93,45	93,75	94,19	النسبة (%)
125472	115107	100182	87329	81082	77678	68009	53861	46504	41647	35849	المجموع

### جدول رقم(3): تطور إنتاج تأمينات الخسائر والأشخاص خلال الفترة 2014/2004 الوحدة (مليون دينار جزائري)

Source : Office National des Statistiques (ONS).

نلاحظ من خلال النتائج أن الثقافة التأمينية حول الأشخاص لم تتوسع في المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات الأخرى، خاصة الدول المتقدمة والتي تفوق فيها النسبة 52% من إجمالي النسبة الكلية، بينما في الجزائر بلغة 7.15% وباقي النسبة تمثل مجمل التأمين على الخسائر والتي بلغة 92.85% في سنة 2014. وكما لحظنا سابقا أن أغلب نسبة الخسائر تتمثل في تأمين السيارات من جهة والأخطار والكوارث المتعددة من جهة أخرى.

#### ثالثا: شبكات التوزيع في قطاع التأمين

تتمثل شبكات التوزيع في مختلف الطرق والأساليب والوسائل التي من خلالها تتم عملية إيصال المنتجات (سلع وخدمات) إلى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي، وذلك عن طريق مجموعات الأفراد والمؤسسات التي يتم عن طريقها خلق المنافع الزمانية، المكانية والحيازية للسلع. ويعرف التوزيع على أنه "مجموع الوسائل والعمليات التي تسمح بوضع السلع والخدمات المنتجة من طرف المؤسسات في متناول المستعملين والمستهلكين النهائيين"<sup>(12)</sup>.

وحتى تكون الشبكة فعالة يجب أن تركز اختيارات المؤسسة في ميدان التأمين على<sup>(13)</sup>؛

- تقييم تقديري للشبكات المتواجدة على مستوى التراب الوطني؛
- التزام سياسة متماسكة تتوافق مع المحيط؛
- وضع تسيير يحد من المركزية في النوعية مع مهنية كبيرة على مستوى التسويق والاستفادة من الدعم المنهجي المقدم من طرف مقر الشركة.

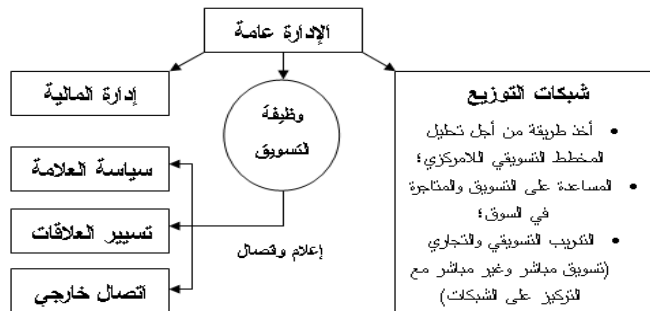
وبشكل عام تؤدي منافذ التوزيع عددا من الوظائف يمكن إيرادها على النحو التالي<sup>(14)</sup>:

- إيصال السلع والماركات المختلفة للمستهلكين المستهدفين في الوقت والمكان المناسبين؛
- تزويد المستهلكين بكافة المعلومات والبيانات عن كيفية استخدام وصيانة السلع من التلف؛
- تخزين السلع والمواد الخام والمواد نصف المصنعة حين الحاجة إليها؛
- تأمين نقل السلع أو الماركات المختلفة منها بالوسائل المختلفة؛
- كما تقوم منافذ التوزيع بوظائف أخرى متخصصة مثل التسهيلات المالية المرتبطة بالشحن والتأمين على البضاعة المنقولة من مراكز إنتاجها إلى أماكن استهلاكها.

إذا التوزيع عبارة عن عملية إيصال الخدمات التأمينية من شركة التأمين إلى المستفيد عن طريق منافذ التوزيع المختلفة، وتعد هذه العملية من العمليات المهمة في شركات التأمين إذ عن طريقها يمكن إيصال الحماية التأمينية التي تحقق الأمان والاستقرار للمستفيدين من الأخطار التي قد يتعرضون لها والتي تنشأ عنها خسائر مادية<sup>(15)</sup>.

ولقد تطورت شركات التأمين وتوسعت في السوق الجزائرية من خلال اهتمامها بجانب التسويق داخل هيكلها التنظيمية، حيث أصبح لشبكات التوزيع وظيفة أساسية باعتبارها حلقة الوصل بين الشركة والمؤمن له، والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل رقم (2): شبكات توزيع في لعلية تسويقية



لمصدر: كريمة شيخ، إشكالية تطوير ثقافة التأمين لدى المستهلك ببعض ولايات المغرب لجزائري، مذكره ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان، 2010/2009، ص111.

نلاحظ أن التأمين خدمة تحتاج إلى تسويق وإلى قنوات توزيع معينة لتسلكها في طريقها من هيئة التأمين إلى المؤمن له وتسويق هذه الخدمة تحتاج إلى قناة توزيع قصيرة وفي معظم الحالات يتم بيع عقود التأمين عن طريق الاتصال المباشر بالعملاء بواسطة مندوبي شركات التأمين المنتشرين في جميع أرجاء البلاد، كما أن الشركات الكبيرة تستخدم وكلاءها كل منهم في منطقة محددة.

كما أنه من الممكن استخدام طرق الاتصال المباشر كرجال البيع (الوسطاء) للطواف بمكاتب المستهلكين ومتاجرهم وأماكن عملهم، وتستخدم هيئات التأمين هذا الأسلوب كثيرا ولا تختلف طبيعة المشكلات التي تواجهها هيئات التأمين في هذا المجال عن المشاكل الموروثة في هذا الأسلوب التسويقي في حالة السلع.

والجدول الموالي يبين تطور شبكات التوزيع لأهم الشركات التأمينية في السوق الجزائرية.

**جدول رقم(4): تطور شبكات التوزيع لكل شركة من شركات التأمين الجزائرية خلال الفترة 2010/2014**

سنوات الدراسة					الوكالة
2014	2013	2012	2011	2010	
530	292	480	475	475	SAA
324	339	339	331	331	CNMA
234	25	209	195	195	CIAR
217	75	140	108	108	ALLIANCE
216	207	236	198	364	GAM
203	30	166	156	156	SALAMA
156	100	162	150	150	CAAT
153	95	151	128	128	2A
136	88	138	135	135	CAAR
60	37	22	-	-	AXA-Algérie
60	26	60	54	54	TRUST
59	41	30	26	26	MAATEC

27	23	23	21	21	CASH
10	7	7	-	-	TALA
6	4	118	-	-	MACIR-VIE
4	1	-	-	-	AMANA
1	-	-	-	-	MUTUALISTE
1	-	-	-	-	CAARAMA
2397	2241	2281	1977	2143	المجموع

Source : Office National des Statistiques (ONS).

نلاحظ من خلال الجدول أن شبكات التوزيع لشركات التأمين في زيادة حيث كان في 2010 تقدر بـ 2143 شبكة لتصبح سنة 2397 شبكة وتصدرت القائمة كل من شركة SAA في المرتبة الأولى وشركة CNMA في المرتبة الثانية على مدى سنوات الدراسة انتقل عدد شبكاتهما من 475 و331 سنة 2010 لتصبح في سنة 2014 تقدر بـ 530 و 324 شبكة على التوالي، لكن شركة CAAT تراجعت مكانتها من المرتبة الرابعة في 2013 إلى المرتبة السابعة في 2014 رغم أنها زادت في توسيع شبكتها من 100 إلى 156، وهذا راجع لزيادة توسيع المؤسسات الأخرى من شبكات توزيعها لذا استطاعت احتلال مراتب أفضل من شركة CAAT، أما هذا التوسع الكبير في شبكات الشركات خاصة منذ دخول القانون 04-06 المؤرخ في 20 فبراير 2006 التكميلي للأمر رقم 95-07 المؤرخ في 25 يناير 1995 في الفاتح جويلية الماضي<sup>(16)</sup>، الذي يلزم كل شركات التأمين بفصل نشاط التأمين على الأشخاص عن نشاط التأمين على الخسائر، قام العديد من المؤمنین العموميين بإنشاء فروع متخصصة في هذا المجال والتي كانت غير متداولة بكثرة في الجزائر من قبل. كما سمحت مطابقة شركات التأمين الوطنية لاسيما التابعة للقطاع العمومي بفتح آفاق جديدة بالنسبة للمؤمنين الجزائريين، من خلال زيادة التغطية نتيجتا لزيادة توسيع شبكات التوزيعية (التسويقية)، مما ساهم في زيادة نمو رقم الأعمال ككل.

ونقصد في هذا الجدول بالتوزيع حسب نوعية الشبكة أي نوعية الوكالات المتخصصة في القيام بالنشاط التأميني وهذه الشبكات تتكون من نوعين منها المباشرة وغير مباشرة والتي بدورها تتكون من<sup>(17)</sup>:

- الشبكات المباشرة تتمثل في الوكالات التابعة مباشرة للشركة التأمينية والتي منح لها الاعتماد بالإضافة لصناديق الجهوية؛
- شبكات غير مباشرة وتتكون من الوكلاء والوسطاء.

وقنوات التوزيع المستخدمة في الشبكات غير المباشرة الموضحة في الجدول<sup>(18)</sup>:

**الوسطاء:** هم مجموعة من الأفراد يقومون بتسويق الخدمة التأمينية المتمثلة بما تقدمه وثيقة التأمين ويعملون بين المستفيدين المرتقبين الراغبين بشراء الخدمة التأمينية وبين المؤمنين ومعظم الأفراد يحتاجون إلى الخدمة التي يقدمها التأمين، وتعمل شركات التأمين على تقديم هذه الخدمة إلى من يحتاجها منهم، لذلك فإن وجود الوسطاء ضروري جدا للقيام بייصال هذه الخدمات إلى أكبر عدد من الأفراد الذين يحتاجون تلك الخدمات عن طريق بيعها لهم باعة وثيقة التأمين، وأهم الوسطاء الذين يعملون على تسويق ذلك هم الوكلاء والسماصرة:

1-وكلاء التأمين: يقومون ببيع وثائق التأمين التي تصدرها شركة تأمين واحدة أو أكثر حيث يتقاضون عمولة كنسبة مئوية من كل قسط ناتج عن وثيقة تأمين يحصلون عليها من بيعهم لها.

2-السماصرة: السمسار هو الشخص الذي اتخذ عملية التوسط بين المؤمن والمؤمن له في إبرام عقود التأمين، حرفة وحيدة له مقابل عمولة يتقاضاها من المؤمن ويعتبر السمسار يمثل عن طالب التأمين إذ يتولى عن تنظيم استمارة طلب التأمين.

تستخدم شركات التأمين ثلاث منافذ توزيع عن طريق الوسطاء وهي:  
أ-الوكالات المستقلة: وهي المنافذ الأوسع والأكثر شيوعا من قبل شركات التأمين إذ انه يعتمد أساسا على مبدأ الحرية والاستقلال للوكيل في عمله عن شركة التأمين التي يمثلها بنوع معين من أنواع التأمين. تعمل

هذه الوكالات على جمع أقساط الوثائق الجديدة والمحددة من المؤمن لهم ثم تقوم باحتساب وخصم حصتها من عمولة الإنتاج حسب النسب المتفق عليها.

ب- الوكالات المتخصصة: تستخدم هذه الوكالة في تسويق تأمينات الممتلكات والمسؤولية فهي متخصصة بتمثيل شركة واحدة أو عدة شركات بحيث تكون هذه الشركة متخصصة بنوع معين من أنواع التأمينات وقد لاقت هذه الوكالات نجاحا كبيرا في الوقت الحاضر، ويعزى ذلك إلى عدة عوامل منها:

- توفير أغطية متاحة واسعة ومختلفة؛

- استخدام طرق الحديثة في إنتاج وثائقها الخاصة؛

- الإعلان العام حيث أنها لا تعلن عن نفسها فقط إنما تتفق مع شركة التأمين المرتبطة بها وبهذا يكون الإعلان مركزا وشاملا.

ج- البيع المباشر: استخدمت شركات التأمين هذا النظام في بداية صناعة التأمين إذ لم يكن لديها في حينه وسطاء تأمين حيث يتم تسويق منتجاتها عن طريق إعلان عن إنتاجها من وثائق التأمين إلى الراغبين في شراء تلك الوثائق وعلى الراغبين في الشراء التقدم إلى مكاتب الشركة أما اليوم فيتم التسويق المباشر عن طريق مستخدمي الشركة (المنتجين) وعن طريق البريد والبيع الآلي (الموجود خاصة في أماكن نقل المسافرين كالطائرات).

جدول رقم(5): نسبة تطور شبكات التوزيع المباشرة وغير المباشرة خلال الفترة 2010/2014

السنة	2010	2011	2012	2013	2014
عدد القوات المباشرة	1243	1287	1893	1367	1364
النسبة	%58	%65.1	%83	%61	%56.9
عدد القوات الغير المباشرة	900	690	388	874	1033
النسبة	%42	%34.9	%17	%39	%43.1
العدد الإجمالي للقنوات	2143	1977	2281	2241	2397

Source : Office National des Statistiques (ONS).

نلاحظ من خلال الجدول أن عدد القنوات المباشرة لشركات التأمين تفوق النصف وهذا على مر سنوات الدراسة، لكن في سنة 2012 نلاحظ أن عدد القنوات غير المباشرة تراجعت مسجلتا نسبة 17% وذلك راجع لانخفاض نسبة السماسرة والوسطاء مع العلم أن القطاع سجل نموا في رقم الأعمال وهو ما يوضحه الجدول السابق رقم (1) حيث سجل القطاع في نفس السنة رقم الأعمال قدر بـ 100182 مليون دينار، وهذا راجع لزيادة توسع حظيرة السيارات من جهة، وبرامج دعم الشباب في إطار إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

#### الختامة:

لشبكات التوزيع مكانة وأهمية كبيرة في السياسة التسويقية للشركات التأمينية الجزائرية، لأن المؤسسة من خلال هذه الشبكات تستطيع الوصول إلى المواطن وإقناعه بخدماتها التأمينية، كما أننا توصلنا من خلال هذه الورقة البحثية إلى النقاط التالية:

- 1- شهد قطاع التأمين نوع في مؤسساته منذ نهاية الاحتكار إلى يومنا هذا بشركات خاصة وعمومية؛
  - 2- زيادة تنوع المنتجات التأمينية في السوق الجزائرية؛
  - 3- معظم أقساط التأمين لفرع الخسائر مصدرها التأمين على السيارات والمركبات بالإضافة للحرائق والكوارث؛
  - 4- تولي شركات التأمين اهتمام كبير بشبكات التوزيع؛
  - 5- تعتمد شركات التأمين على نوعين من الشبكات منها مباشرة وغير مباشرة، حيث تعتمد على المباشرة بنسبة أكثر من غير المباشرة.
  - 6- يعدّ الوسطاء والوكلاء من أهم المكونين لشبكات التوزيع.
- الهوامش والمراجع المعتمدة



- (1) هدى بن محمد، تحليل ملاءة ومردودية شركات التأمين دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمينات "CAAT"، مذكرة ماجستير، جامعة 2004/2005، ص 8-9.
- (2) نور الهدى لعمى، واقع سوق التأمين الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي، مذكرة ماجستير، جامعة المسيلة، 2010/2009، ص 10.
- (3) برعي عثمان الشريف عبد العزيز، تقويم أثر إعادة التأمين على إدارة الأخطار المكتتبة لدى شركات التأمين المباشر، دراسة تطبيقية على شركة التأمين الإسلامية في السودان للفترة من (2005-2014)، رسالة دكتوراه، جامعة الرباط الوطني، 2016، ص 48.
- (4) كمال رزيق، محمد لين مراكشي، خصوصية قطاع التأمين وأهميته لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (حالة الجزائر)، الملتقى الدولي السابع حول: "الصناعة التأمينية، الواقع العملي وأفاق التطوير - تجارب الدول"، يومي 03/04-12-2012، جامعة الشلف، ص 4.
- (5) عبد الرزاق بن الزاوي، إيمان نعمون، إرساء مبادئ الحوكمة في شركات التأمين التعاوني، الملتقى الوطني حول: حوكمة الشركات كآلية للحد من الفساد المالي والاداري يومي 07/06 ماي 2012، مخر مالية بنوك وإدارة الأعمال، جامعة بسكرة، ص 4.
- (6) صندرة لعور؛ التأمين على أخطار المؤسسة دراسة حالة تأمين خسائر الاستغلال، مذكرة ماجستير، جامعة قسنطينة، 2005/2004، ص 46-49.
- (7) بلقوم فريد، خليفة الحاج، تطور سوق التأمين وأفاقه المستقبلية في الجزائر -دراسة مقارنة مع الدول المغاربية: تونس والمغرب، الملتقى الدولي السابع حول: الصناعة التأمينية، الواقع العملي وأفاق التطوير - تجارب الدول - يومي 03-04/12-2012، جامعة الشلف، ص 4.
- (8) [www.djazairress.com/elmassa/121242](http://www.djazairress.com/elmassa/121242)
- (9) [www.essalamonline.com/ara/permalink/15487.html#ixzz4ddzah4](http://www.essalamonline.com/ara/permalink/15487.html#ixzz4ddzah4)
- (10) [www.djazairress.com/elmassa/121242](http://www.djazairress.com/elmassa/121242)
- (11) [www.el-massa.com/dz/index.php/component/k2/item/13321](http://www.el-massa.com/dz/index.php/component/k2/item/13321)
- (12) أوكيل رابح، محاضرات في مقياس تسيير قنوات التوزيع، جامعة البويرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2015/2014، ص 7.
- (13) بن عمروش فايزة، واقع تسويق الخدمات في شركات التأمين دراسة حالة: الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA، مذكرة ماجستير، جامعة بومرداس، 2008/2007، ص 81.
- (14) <https://azziomar.wordpress.com>
- (15) كريمة شيخ، إشكالية تطوير ثقافة التأمين لدى المستهلك ببعض ولايات الغرب الجزائري، مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان، 2010/2009، ص 137.
- (16) سوق التأمينات في الجزائر، هشاشة رغم ضخامة الإمكانيات، يمكنك الاطلاع عليه من خلال الرابط التالي:
- [www.essalamonline.com/ara/permalink/15487.html#ixzz4ddx2dv7I](http://www.essalamonline.com/ara/permalink/15487.html#ixzz4ddx2dv7I)
- (17) Office National des Statistiques, Réseau de distribution des Sociétés d'assurance 2014, p2
- (18) كريمة شيخ، مرجع سبق ذكره، ص 138.