

جاهزية شركات التأمين للتحويل الرقمي في ظل جائحة كورونا (دراسة تطبيقية على شركات التأمين بمدينة مصراتة)

سراج محمد المرابط
seraj.lemrabet@gmail.com
كلية الاقتصاد والعلوم السياسية
جامعة مصراتة

أحمد فرج الزطيف
a21s.2021ak@gmail.com
كلية الاقتصاد والعلوم السياسية
جامعة مصراتة

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى جاهزية شركات التأمين للتحويل الرقمي في ظل جائحة كورونا، من خلال دراسة أثر المتغيرات المستقلة والمتمثلة في (توافر البنية التحتية، توافر الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين، توافر منتجات رقمية، واجهة الموقع) على المتغير التابع (الجاهزية للتحويل الرقمي)، وتم تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها من خلال تحليل البيانات المجمعّة بواسطة استمارة الاستبانة والتي كان عددها 50 استمارة، حيث وزعت على عينة من شركات التأمين داخل مدينة مصراتة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لكونه ملائماً لعرض المفاهيم المتعلقة بالتأمين الرقمي، كما تم تحليل واختبار فرضيات الدراسة باستخدام اختبار الانحدار المتعدد (OLS) بواسطة البرنامج الإحصائي (SPSS)، وتوصلت إلى أن متغير توافر منتجات رقمية (إلكترونية) له تأثير مهم ودال إحصائياً على المتغير التابع (الجاهزية للتحويل الرقمي). كما أشارت النتائج إلى أن متغير (البنية التحتية) له تأثير سالب الاتجاه على المتغير التابع (الجاهزية للتحويل الرقمي)، إلا أن هذا التأثير غير دال إحصائياً، وهذه النتيجة جاءت منسجمة مع نتائج الإحصاءات الوصفية المتعلقة بهذا المتغير.

الكلمات الدالة: التأمين الرقمي، جائحة كورونا.

The readiness of insurance companies for digital transformation in light of the Corona pandemic

(Applied study on insurance companies in the city of Misurata)

Ahmed Faraj Elzatayef
The faculty of economic
and political science
Misurata University

Seraj Mohammed Almurabet
The faculty of economic
and political science
Misurata University

Abstract

This study aims at identifying the readiness of insurance companies to shift towards digital insurance taking into consideration Covid-19 pandemic by studying the impact of the independent variables such as (the availability of infrastructure, the availability of trust between policyholders (clients) and insurance companies, the availability of digital products, the site interface) on the dependent variable. (The desire to shift towards digital insurance). The objectives of this study were achieved and its hypotheses were tested by analyzing the data collected through the questionnaire, delivered to fifty candidates working in different Insurance companies in Misurata City. The study relied upon the descriptive analytical approach since it is appropriate to present concepts related to digital insurance, the study hypotheses were analyzed and tested using Ordinary Least Squares (OLS) by the Statistical Package for the Social Science (SPSS). The study was concluded that the availability of the variable electronic digital products has an important and statistically significant effect on the dependent variable (the desire to shift towards Maine digital).

Moreover, the results demonstrated that the (infrastructure) variable has a negative impact on the dependent variable (the desire to transform), but this impact is not statistically significant, and this result was compatible with the results of descriptive statistics related to this variable.

Keywords: digital insurance , Covid 19

1. الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة

يعتبر وجود قطاع تأمين يتسم بالتطور من أهم الأسس لأي اقتصاد ناجح، وذلك لكون التأمين يقوم بتوزيع الأخطار ويقلل من تركزها، ومن ثم يجنب الاقتصاد الوطني أثر الخسائر التي قد يتعرض لها، وعلى مستوى الأفراد فإن التأمين يخفف من درجة المخاطر التي يتعرض لها الأشخاص، ويمنحهم الأمان والراحة؛ مما يؤدي إلى تشجيع الاستثمار، وزيادة فرص العمل وارتفاع الإنتاج (زايد وآخرون، 2019).

كما تُعد شركات التأمين إحدى المنظمات المتخصصة في تقديم الخدمة التأمينية بمختلف أنواعها، وكذلك تحسينها وتطويرها بشكل دائم ومستمر، وهذا غاية الأهمية بالنسبة لها خاصة في ظل إنفتاح سوق التأمينات الليبية، بالتالي فهي مضطرة لإنتهاج استراتيجيات فعالة لتحسين أدائها وتطبيق أساليب إدارية حديثة من أولوياتها تلبية احتياجات العميل التأمينية (معمر، 2016).

ونتيجة للتطورات الهائلة التي شهدتها العالم في مجال التكنولوجيا والاتصالات والتقنية الحديثة فقد أدت إلى ظهور ما يسمى بالتجارة الإلكترونية، التي تعد من أفضل وأهم إنجازات وقتنا الحالي، إذ إن إجراء المعاملات التجارية عن طريق شبكة الإنترنت قد سهلت للفرد عملية الاختيار والشراء بطريقة مريحة تختلف عن الطرق التقليدية، وأضافت للشركات فرصاً هائلة للتطور والتوسع في أعمالها وأنشطتها، ولهذا صار لزاماً على شركات التأمين الدخول إلى الأسواق العالمية والتكيف مع المعطيات الجديدة تزامناً مع بروز التجارة الإلكترونية، وزيادة حدة المنافسة على المستوى المحلي والدولي في قطاع التأمين، باعتباره أحد القطاعات الاقتصادية المهمة، ونتيجة لهذا التطور فقد أدى إلى تحقيق الريادة على مستوى التكلفة وجودة الخدمات المقدمة (عبود ومحمد، 2011).

وبذلك أصبحت شركات التأمين تقوم بجزء كبير من معاملاتها عن طريق شبكة الإنترنت، حيث ساهم هذه الشبكات بتقديم العديد من الخدمات، تأتي في مقدمتها الخدمات المالية، ومن ضمنها تسويق الخدمة التأمينية إلى مختلف طالبي التأمين عبر هذه التقنية المتطورة، الأمر الذي جعل معظم شركات التأمين على مستوى العالم تتسابق من أجل تقديم خدماتها عبر أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا، وأطلق على هذه العملية بـ (التأمين الرقمي) أو (الإلكتروني) (الشوري، 2019).

ويفترض أن تتحلى شركات التأمين بالجاهزية من حيث البنية التحتية، وتدعيم الثقة بينها وبين حملة الوثائق، وتوفير منتجات تأمينية رقمية، وكذلك تصميم موقع إلكتروني (واجهة الموقع) يتصف بالوضوح والشمولية وعدم التعقيد، والتي يمكن من خلاله تقديم الخدمات التأمينية الرقمية لكافة شرائح المجتمع (الشمول المالي)، وخاصة بعد ظهور جائحة كورونا، والذي يستلزم معها تحقيق التباعد الاجتماعي، وتقديم الخدمات عن بعد، أما في حالة عدم توفر البنية التحتية والثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين ومنتجات تأمين رقمية وكذلك الموقع الإلكتروني - فإن ذلك يشير إلى عدم جاهزية شركات التأمين للتحول الرقمي، و بالتالي فقد يصعب تحقيق التباعد الاجتماعي في ظل جائحة كورونا، فقد أجريت العديد من الدراسات التي أكدت نتائجها على ضرورة جاهزية شركات التأمين من حيث توافر البنية التحتية والقوانين والتشريعات التي تدعم التحول الرقمي، بالإضافة إلى الثقة المتبادلة بين شركات التأمين والعملاء أصحاب الوثائق، وتوافر منتجات تأمين رقمية، وتصميم الموقع الإلكتروني الذي يشترط فيه أن يتسم بالوضوح وسهولة التنقل، ومنها دراسة (Narissette, 2020) التي أشارت إلى تحول كل من الهند وفيتنام إلى التأمين الرقمي، وذلك لضمان توفير مصادر معلومات للعملاء بأشكال تقنية متطورة؛ من خلال إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها على شبكة الإنترنت، تتسم بالتفاعل والسرعة في تقديم خدماتها التأمينية، وأيضاً تقليص الوقت، وتقريب المسافات، كما يمكن استغلالها كبديل لتقليل كثافة الأشخاص داخل الشركة.

ومع نهاية سنة 2019 ظهرت فيروسات تاجية جديدة في مدينة ووهان الصينية، وتم تصنيفها باسم (Covid-19)، وأدى انتشارها الواسع والسريع في جميع دول العالم إلى تغيير الطريقة التي تتعامل بها الشركات مع العملاء، حيث أدى إلى تعطيل الأنشطة التجارية في جميع أنحاء العالم، وخاصة تلك الأنشطة التي تعتمد على التعامل مع عملائها وجهاً لوجه، بما في ذلك التأمين الذي تعتمد أكبر الشركات فيه على شبكات الوكلاء والوسطاء والبنوك لبيع وثائق التأمين.

بينما في ظل الوضع الراهن ومع الانتشار الكبير لاستخدام الإنترنت عبر العالم وصل دور الأجهزة الرقمية في حياتنا إلى آفاق جديدة، حيث يقضي المزيد من الأشخاص وقتاً أطول في أداء أعمالهم عبر الإنترنت أكثر من أي وقت مضى، حيث ارتفع عدد هؤلاء الأشخاص إلى 4.54 مليار مستخدم في يناير 2020 بزيادة قدرها 7%، مقارنة بشهر يناير 2019؛ هذا ما دفع إلى زيادة التوجه نحو التجارة الإلكترونية (Munster, 2020).

ومع تفشي جائحة كورونا التي طال تأثيرها أغلب الأنظمة التجارية؛ مما أدى إلى إغلاق المؤسسات التجارية بشكل عام والمؤسسات التأمينية بشكل خاص في أغلب دول العالم، مما دفعت إلى اتخاذ التدابير الوقائية المتمثلة في التباعد الاجتماعي والحجر المنزلي والإغلاق التام.

وبالتزامن مع الزيادة المستمرة في عدد الإصابات بهذا الفيروس بدأت العديد من المؤسسات المتخصصة في مجال التأمين حول العالم في التحول نحو الرقمنة، حيث أشارت دراسة (زين، 2020) ودراسة (Narisette , 2020) إلى تحول كل من الهند وفيتنام إلى التأمين الرقمي، وذلك لضمان توفير مصادر معلومات للعملاء بأشكال تقنية متطورة من خلال إنشاء مواقع إلكترونية خاصة بها على شبكة الإنترنت، تتسم بالتفاعل والسرعة في تقديم خدماتها، وأيضاً تقليص الوقت وتقريب المسافات، كما يمكن استغلالها كبديل لتقليل كثافة الأشخاص داخل الشركة.

وبالرجوع إلى ما تعرضت له شركات التأمين في ليبيا خلال هذه الأزمة والتي من المتوقع استمرارها لفترات طويلة، صار لزاماً على شركات التأمين التقليدية التحول نحو تقديم خدمات تأمينية رقمية، لكي تستطيع المحافظة على الحصة السوقية والمنافسة بتقديم منتجات تأمين رقمية، وتحقيق المزيد من الأرباح والاستقرار.

2.1 مشكلة الدراسة

تواجه شركات التأمين في ليبيا تحديات تنافسية عديدة نتيجة للتطور الهائل والمتزايد في تقديم الخدمات الإلكترونية للعملاء، وكذلك نتيجة للأحوال الحالية والمتعلقة بجائحة كورونا (Covid-19) والتي تتطلب التحول نحو الرقمنة في كافة العمليات، لكي يتحقق التباعد الاجتماعي للحد من انتشار هذه الجائحة (مقابلة مع المدير العام في الشركة ليبيا للتأمين).

لذلك أصبح من الضروري أن تسعى شركات التأمين في ليبيا إلى التحول نحو التأمين الرقمي، شأنها شأن باقي دول العالم، ومما لا شك فيه فإن تكنولوجيا التأمين تحقق للشركات العديد من المميزات فيما يتعلق بالمنافسة واكتساب عملاء جدد، وبالتالي زيادة الأرباح والمحافظة على النمو والاستمرار والبقاء.

وبالرغم من أن للتأمين الرقمي العديد من المميزات في المحافظة على الحصة السوقية واكتساب رضا العملاء من خلال تقديم العديد من الخدمات الإلكترونية- إلا أن عملية التحول تشوبها العديد من التحديات (متطلبات)؛ حتى تستطيع شركات التأمين العاملة في ليبيا التحول نحو التأمين الرقمي.

وتأسيساً على ما سبق فيمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:

- ما مدى جاهزية شركات التأمين للتحول الرقمي في ظل جائحة كورونا؟

3.1 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: وتختبر هذه الفرضية قدرة شركات التأمين الليبية على التحول نحو التأمين الرقمي في ظل جائحة كورونا، والتي تنص على أنه:

H₁: لدى شركات التأمين الليبية القدرة على التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا.

ويندرج تحت هذه الفرضية عدة فرضيات فرعية كما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى: تختبر هذه الفرضية مدى توافر بنية تحتية (التشريعات، والقوانين، والاتصالات، والإنترنت) لدى شركات التأمين الليبية تدعم التحول نحو التأمين الرقمي.

H₁: تتوافر لدى شركات التأمين الليبية بنية تحتية تدعم التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا.

الفرضية الفرعية الثانية: تختبر هذه الفرضية مدى توافر عنصر الثقة بين العملاء (حملة الوثائق) وشركات التأمين الليبية تدعم التحول الرقمي.

H₂: تتوافر الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين الليبية تدعم التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا.

الفرضية الفرعية الثالثة: تختبر هذه الفرضية مدى توافر منتجات رقمية (إلكترونية) يمكن التعامل معها من خلال الأجهزة الذكية وأجهزة الكمبيوتر بحيث تدعم التحول الرقمي.

H₃: تتوافر منتجات رقمية (إلكترونية) لدى شركات التأمين الليبية تدعم التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا.

الفرضية الفرعية الرابعة: تختبر هذه الفرضية مدى توافر موقع إلكتروني يخص شركات التأمين الليبية يتميز بالسهولة والوضوح؛ بحيث يجذب المزيد من العملاء، ويساعد في التحول الرقمي.

H₄: توافر موقع إلكتروني (واجهة الموقع) لدى شركات التأمين الليبية يدعم التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا.

4.1 نموذج الدراسة: يتمثل نموذج الدراسة في الشكل التالي (1-1) والذي يوضح العلاقة التفاعلية بين المتغيرات المستقلة وتأثيرها على المتغير التابع.

المتغيرات التابعة

المتغيرات المستقلة

الجاهزية للتحويل الرقمي

أبعاد ومتطلبات التحول نحو التأمين الرقمي

- توافر بنية تحتية
- الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين
- توافر منتجات رقمية
- واجهة الموقع الإلكتروني

شكل (1): نموذج الدراسة

(المصدر: من إعداد الباحثين، في ضوء الاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة)

5.1 أهداف الدراسة

- التعرف على ما إذا كانت للبنية التحتية والثقة بين العملاء وشركات التأمين ومدى توافر منتجات رقمية وكذلك واجهة الموقع الأثر في الجاهزية للتحويل الرقمي في شركات التأمين الليبية.
- التعرف على أهم عناصر أو أبعاد (متطلبات) الجاهزية للتحويل الرقمي من خلال الإطار العملي للدراسة.
- تسليط الضوء على أهمية التأمين الرقمي في ظل جائحة كورونا، وإلى أي حد يمكن تحقيق التباعد الاجتماعي للحد من الإصابة بهذا الوباء، بالإضافة إلى معرفة الالتزامات المترتبة على عقد التأمين الرقمي (الإلكتروني).

6.1 أهمية الدراسة

تستمد الدراسة أهميتها من الإسهامات التي يُتوقع إضافتها على المستويين العلمي والتطبيقي، خاصة في ظل ندرة مثل هذه الدراسات المطبقة على البيئة الليبية، والتي تناولت موضوع تحديات التحويل نحو التأمين الرقمي، كما يُتوقع أن يؤدي إصدار وثائق تأمين رقمية إلى جذب المزيد من العملاء لشركات التأمين، الأمر الذي بدوره يؤدي إلى تعزيز الأرباح والمحافظة على استمرار شركات التأمين ونموها واستمرارها.

7.1 منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي؛ لكونه ملائماً لعرض المفاهيم المرتبطة بالتأمين الرقمي، وذلك من خلال مراجعة الدوريات والمنشورات والدراسات المتعلقة بموضوع التأمين الإلكتروني (الرقمي)، ولمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة تم الاعتماد على البيانات الأولية، والتي تم تجميعها من خلال توزيع استمارة الاستبانة التي صُممت خصيصاً لهذا الغرض، بحيث تغطي كافة الجوانب المتعلقة بالإجابة على تساؤل المشكلة والوصول إلى الأهداف المحددة سلفاً.

وعند مراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة تبين أن لعملية التحويل نحو التأمين الرقمي أربعة أبعاد رئيسية (تحديات التحويل)، والتي تناولتها العديد من الدراسات، أهمها:

دراسة (Narisette, 2020)، ودراسة (Tome, 2018)، ودراسة (Crawford & Handy, 2013) ودراسة (Bueno et al, 2018)، والتي يمكن ذكرها كما يلي:

- **البنية التحتية:** هي الإطار الذي تستند عليه الشبكات الرقمية، والتي تتضمن شبكات الإنترنت والاتصالات وأجهزة الحاسوب، بالإضافة إلى نظام لوائح العمل الداخلية التي تدعم تطبيق التأمين

الرقمي، وكذلك أنظمة الحماية الصادرة عن هيئة التأمين للتخفيف من حدة مخاطر استخدام هذه التقنية.

- **الثقة بين العملاء وشركات التأمين:** هي درجة الثقة في موقع الشركة، والتي تعتمد على ثقة العملاء وسمعة الشركة، بحيث يشعر العميل بالأمان عند الدخول إلى حسابه على موقع الشركة، وكذلك شعوره بالراحة والاطمئنان عند إجراء المعاملات المالية.
- **توافر منتجات رقمية:** المنتجات الرقمية هي منتجات غير ملموسة ليس لها شكل فيزيائي محدد (كيان مادي ملموس)، وتكون في شكل رقمي (على الإنترنت)، ومنها وثائق التأمين المُصممة للهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب، ومن هذه الوثائق منتجات التأمين الصحي، ومنتجات التأمين على السيارات وغيرها.
- **واجهة الموقع الإلكتروني:** هو التصميم العام للموقع الإلكتروني، والتصميم المرئي، وتنظيم المعلومات، بحيث يتضمن الموقع نظام ألوان مُناسب ومصمم بشكل جيد، ويتمتع بدرجة عالية من الكفاءة والأمان، ويتضمن ميزات تفاعلية مفيدة، مثل: العروض التوضيحية، والأدلة الإرشادية التي تُمكن العميل من التنقل بين الروابط بشكل سهل.

8.1 مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في قطاع التأمين في ليبيا، أما عينة الدراسة فقد اقتصر على شركات التأمين العاملة في مدينة مصراتة، وهي: (شركة ليبيا للتأمين، شركة التكافل للتأمين، شركة الاتحادية للتأمين، شركة اليُسر للتأمين، شركة تيبستي للتأمين، شركة القافلة للتأمين، شركة المُتحدة للتأمين، شركة العالمية للتأمين).

9.1 الدراسات السابقة:

هدفت دراسة (أبوعرة، 2018) إلى التعرف على مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحسين أداء شركات التأمين، وذلك من خلال تأثيرها على كل من (نمو المبيعات، الحصة السوقية، رضا العملاء، الإبداع والتعليم)، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على الاختلافات في مستويات تطبيق تكنولوجيا المعلومات المُستخدمة لدى شركات التأمين تبعاً للمتغيرات الديموغرافية (المؤهل العلمي، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة، اسم الشركة)، واعتمدت الدراسة على توزيع استبانة لتغطية الجانب العملي، وللإجابة على تساؤلات المشكلة المطروحة، حيث تم توزيع (98) استمارة على عينة الدراسة، والمتمثلة في فروع شركات التأمين بمدينة رام الله بفلسطين، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي (SPSS)، وأظهرت نتائج الدراسة سعي شركات التأمين إلى توفير أجهزة الحاسوب والمعدات اللازمة لموظفيها؛ لتنفيذ أعمالها بالسرعة والدقة المطلوبة، واهتمامها بتوفير قواعد بيانات دقيقة

وخالية من الأخطاء، بالإضافة إلى سعيها في توفير ورشات عمل تدريبية من أجل رفع مستوى أدائهم ومهاراتهم، كما أظهرت النتائج امتلاك شركات التأمين شبكات اتصال فعالة لربط كافة الأقسام ببعضها البعض، وتسيير عملية نقل المعلومات وتسهيلها، كما تسعى إلى تطوير شبكات الاتصال بشكل دوري وتوفير وسائل الأمن والحماية لشبكاتها.

كما هدفت دراسة (زايد وآخرون، 2019) إلى استكشاف أكبر عدد ممكن من العوامل التي تؤثر على حكم طالبي التأمين، وحملة الوثائق على خدمات التأمين الرقمية، والسمات أو العوامل التي ينبغي على شركة التأمين الاهتمام بها، والعوامل التي ستشجع عملاء التأمين على الاستخدام المتكرر لمزايا التأمين الرقمي، سواء عند شراء التأمين أو إدارة الوثيقة، وأخيراً تحديد ما إذا كانت هناك أية ممارسات معيارية يمكن الاسترشاد بها لتقديم خدمات التأمين بشكل رقمي، وتمثلت عينة الدراسة في 32 شركة تأمين في المملكة العربية السعودية، وتم استخدام أساليب تحليل الانحدار، وتقدير الأثر بالنماذج البنائية، وتحليل التباين لاختبار فرضيات الدراسة، وبيّنت نتائج الدراسة أن التحول الرقمي في تقديم خدمات التأمين من جانب شركات التأمين السعودية لا يزال في حاجة إلى تطوير كبير من حيث شمولية الخدمات وتنوعها، ونجاح ذلك يرتبط بجودة الخدمة الإلكترونية كما يدركها عملاء التأمين.

وجاءت دراسة (سميرة ومحمد، 2019) لتوضح واقع البنية التحتية التقنية الداعمة للخدمات الإلكترونية، وكانت عينة الدراسة تتمثل في شركات التأمين العاملة في الجزائر، حيث قامت الدراسة باستخدام مؤشرات الجاهزية الإلكترونية والمتمثلة في المؤشرات الثلاث التالية: (مؤشر الهاتف الثابت، مؤشر الهاتف النقال، مؤشرات الإنترنت)، وتمت الدراسة خلال المدة 2006-2016، وذلك للتعرف على المعوقات والتحديات التي تواجه الصناعة التأمينية الإلكترونية، وذلك لاستخلاص مجموعة من الإجراءات والتدابير؛ ليتم الأخذ بها والعمل على تحقيقها، والمتمثلة أساساً في ضرورة وعي شركات التأمين بأهمية الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وخُصت الدراسة إلى أن الدخول في هذا المجال لم يعد خياراً فقط بل ضرورة لا بد منها، وأن التأخير في التوجه نحو تبني التجارة الإلكترونية في ظل الاقتصاد الرقمي القائم أساساً على تقنيات (Web) سيؤدي إلى تقليص حصتها السوقية محلياً و دولياً، خاصة في ظل احتدام المنافسة بين مختلف شركات التأمين المحلية والأجنبية.

أما دراسة (عبدالقادر ومليكة، 2020) هدفت إلى معرفة أثر فيروس كورونا المستجد (Covid-19) على شركات التأمين، وذلك من خلال تحليل أهم مسببات هذه المخلفات والعوامل المباشرة وغير المباشرة لحدوثها والجوانب المتأثرة سواء على مستوى الأنشطة أو الهياكل في شركات التأمين، حيث كانت عينة الدراسة تتمثل في قطاع التأمين الأوروبي بصفة عامة وبفروعه المختلفة، وبالرغم من زيادة التأمين على

الأشخاص في ظل الأوبئة والجوائح إلا أنه في المقابل تتخفف عمليات التأمين الأخرى كالتأمين على السيارات والنقل الجوي والبناء وشبكات التوزيع وغيرها.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يركز على جمع البيانات لدراساتها وتحليلها، لغرض دراسة الموضوع من جميع جوانبه، ولأجل ذلك تم الاعتماد على العديد من المراجع ومواقع الإنترنت الرسمية المتخصصة في مجال التأمين والتي لها صلة بموضوع الدراسة، وأظهرت نتائج الدراسة أن الجدل الحالي بخصوص تغطية الأوبئة على خلفية الجائحة الحالية هو بمثابة نقطة تحوّل لجميع فروع التأمين المتعلقة بالحوادث والمسؤولية المدنية في شركات التأمين، حيث إن خطر ظهور الجائحة أصبح اليوم يُمثل تحدياً للبشرية، وهو التحدي الذي يجب أن يدعمه عالم التأمين، وخاصة شركات إعادة التأمين، كما أظهرت أن كل شركات التأمين تضررت من التراجع الكبير جداً للطلب على التأمين بسبب توقف الأعمال في ظل استمرار المصاريف العامة للشركات بنفس الوتيرة، إلى جانب وجود نقص في مداخل شركات التأمين سينجم عنه نقص كبير في السيولة.

بينما هدفت دراسة (Klonowska et al 2020) إلى التعرف على أهم التحديات التي تواجه صناعة التأمين العالمية الناشئة عن جائحة كورونا (Covid-19)، حيث تمثلت عينة الدراسة في قطاع التأمين بدولة بولندا، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لدراسة ظاهرة تفشي الوباء على المدى الطويل، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها: أن أعمال التأمين قد تضررت بفعل هذا الوباء، وكذلك الانخفاض في حجم وثائق التأمين المُباعة للعملاء؛ مما يؤدي ذلك إلى انخفاض الأرباح وارتفاع مخاطر عدم القدرة على سداد الالتزامات (المُتمثلة في التأمين على أخطار المؤمن لهم)، أما على المدى الطويل فإن الدراسة توصلت إلى التأثير الإيجابي على شركات التأمين من حيث زيادة الوعي بدور هذه الشركات في تخفيف حدة الآثار السلبية للجوائح والأوبئة.

وهدف دراسة (Babuna 2020) إلى إظهار تأثير (Covid-19) على صناعة التأمين من خلال دراسة حالة لقطاع التأمين في غانا، وكانت فترة الدراسة تمتد من شهر مارس إلى يونيو خلال سنة 2020 وبمقارنة موازية مع الأوبئة السابقة مثل (H1N1)، (SARS-CoV)، (MERS)، حيث قامت الدراسة بمحاكاة تأثير الوباء على صناعة التأمين، واستخدمت الدراسة المقابلات الشخصية لتقدير تأثير الوباء، وأظهرت نتائج الدراسة أن الوضع الاقتصادي الحاضر يتّجه نحو الركود مع انخفاض الأرباح، بالإضافة إلى المطالبات المُتزايدة بسبب الإغلاق الجزئي والكامل في مختلف القطاعات في غانا، فقد شهدت صناعة التأمين خسارة تقدر حالياً بـ 112 مليون، وعلى ضوء النتائج أوصت الدراسة شركات التأمين بالسعي إلى التكيّف مع العمل غير المباشر من المواقع البعيدة (التأمين الرقمي)، والتدريب وتجهيز الموظفين للعمل بموجب لوائح التباعد الاجتماعي، وتعزيز بروتوكولات الأمن المعلوماتي.

2. الإطار النظري للدراسة

تمهيد

تتفق الدراسات المعالجة لموضوع تكنولوجيا التأمين على أنه أصبح مصطلحاً واسع الانتشار للغاية، وقد ظهر كقطاع ناتج عن استخدام الشركات الناشئة للتكنولوجيا المالية (عبد الرحيم، 2018).

وبالرغم من استخدام التكنولوجيا في قطاع التأمين على نطاق واسع في دول العالم منذ سنوات عدة إلا أنه بدأ استخدام مصطلح التأمين الرقمي في سنة 2011، حيث تم إطلاق أول مسرّع لتكنولوجيا التأمين العالمي (Startupbootcamp) في لندن، وخلال سنة 2016 وبالتزامن مع التقدم والتطور الذي شهده مجال التكنولوجيا والاتصالات أصبحت دول العالم تُركز اهتمامها على تكنولوجيا التأمين بشكل لا رجعة فيه من قبل المختصين والمستثمرين في قطاع صناعة التأمين (مريم وفارس، 2019).

تحتاج شركات التأمين اتباع هذه التطورات، ومواكبة التغير الحديث، والعمل على النمو، وتقليل حدة المخاطر، بالإضافة إلى زيادة الميزة التنافسية للمؤسسات؛ وذلك من خلال تحديث الخدمات الإلكترونية، وبالتالي يتوجب عليها العمل على تطوير خدماتها من أجل تقديمها عبر المواقع الإلكترونية، وتسهيلها للعملاء؛ لغرض الانتقال من تقديم الخدمات المباشرة في المكاتب إلى الخدمات غير المباشرة عبر شبكة الإنترنت (التلا، 2019).

1.2 تعريف التأمين الإلكتروني

يُعتبر عرض خدمات التأمين الإلكترونية فكرة حديثة عند أغلب الدول، وخصوصاً النامية منها، فهي تتطلب أدوات مالية وفنية تعمل على في النهوض بواقع التأمين التقليدي.

حيث تعددت تعريفات تكنولوجيا التأمين بين عدة باحثين، ولكن جميعها تضمنت مبادئ أساسية واحدة، فهناك من يعرفها على أنها: استخدام أحدث التقنيات والتطبيقات المبتكرة في التكنولوجيا، واستغلالها في قطاع التأمين؛ مما يُحسن من صورة التأمين التقليدي، ويساعد على حل المشاكل التقليدية التي يعاني منها قطاع التأمين (عبد الرحيم، 2018).

وقد تم تعريفها أيضاً من قبل (سميرة ومحمد، 2019) على أنها: مجموعة الخدمات والمنتجات التي تقدمها شركات التأمين بالاعتماد على التكنولوجيات الحديثة (الرقمية)، وفي مقدمتها الإنترنت للمتعاملين معها، تمكنهم من تنفيذ العديد من تعاملاتهم مع الشركة مباشرة عن طريق هذه الخدمة بدلاً من الحاجة لزيارة أحد مكاتب الشركة.

كما يمكن تعريفها على أنها التحول الرقمي، أي تحويل كل خدمات التأمين التي تقدمها شركات التأمين لجميع العملاء إلى خدمات رقمية، أي أتمتة العمليات بهدف تعزيز الكفاءة والسرعة، حيث إن الأتمتة هي استخدام الكمبيوتر والأجهزة المبنية على المعالجات أو المتحكمات والبرمجيات في مختلف القطاعات الصناعية والتجارية والخدمية؛ من أجل تأمين سير الإجراءات والأعمال بشكل آلي دقيق وسليم وبأقل خطأ ممكن (زايد وآخرون، 2019).

2.2 خصائص التأمين الإلكتروني (الرقمي):

للتأمين الإلكتروني عدة خصائص تميزه عن غيره من العقود، ويمكن بيان هذه الخصائص من خلال النقاط التالية (الخيواني، 2018):

أولاً- التأمين الإلكتروني عقدٌ إلكترونيًا

يتميز التأمين الإلكتروني بأنه عقد يتم إبرامه عن بعد؛ لأن عملية بيع وشراء خدمات التأمين تتم عبر شبكات الإنترنت، حيث يكون أطراف العقد في هذه العملية غير متواجدين في مجلس العقد من حيث المكان، فهو يتم بين غائبين من حيث المكان، وبين حاضرين من حيث الزمان، كما يتم الوفاء في العقد إلكترونياً.

وبناءً على ما سبق. فإن عقد التأمين الإلكتروني يقوم على عمليات وعدة مراحل، ومن أهمها: الإعلان والعرض لخدمات التأمين، ومن خلال ذلك تقوم شركات التأمين بعرض موقعها الإلكتروني للعملاء، ثم تأتي مرحلة الاختيار من قبل العملاء تمهيداً للتفاوض مع الشركات من أجل تبادل المعلومات إلكترونياً، وصولاً إلى إبرام العقد والتزام الأطراف بالتنفيذ وفقاً لشروط العقد.

ثانياً- التأمين الإلكتروني من عقود الإذعان

إن ما يميز التأمين الإلكتروني كونه من عقود الإذعان على اعتبار أن العميل لا يملك إلا أن يضغط في عدد من الخانات المقترحة أمامه في موقع الشركة الإلكتروني، إذ إن العميل يجد أمامه طلب التأمين والشروط المحددة مسبقاً، حيث إنه لا يملك مناقشة أو معارضة شركة التأمين حول شروط التعاقد، وذلك لأنه ليس لديه إلا خيارين التوقيع في حالة القبول أو عدم التوقيع في حالة الرفض.

لذلك على شركات التأمين الرقمية التي ترغب في زيادة إقبال العملاء للتأمين عبر مواقعهم - أن تجعل هناك وسيطاً إلكترونياً؛ حتى تكون العملية أكثر مرونة بالنسبة لطالبي التأمين، ويعمل الوسيط على التفاوض مع العملاء، والإجابة على كل أسئلتهم التي تتعلق بتقديم الخدمات التأمينية؛ لتعزيز الثقة لديهم، وزيادة إقبالهم نحو إبرام عقود التأمين إلكترونياً، والتخلي عن عقود التأمين التقليدية.

ثالثاً- التأمين الإلكتروني من عقود حسن النية

إن إبرام العميل عقد التأمين إلكترونياً- من أجل الحصول على الخدمة التأمينية التي تتم بعدم التقاء الطرفين- تعتمد بشكل كبير على الثقة المتبادلة بين شركة التأمين (المؤمن) والعميل (المؤمن له)، حيث إن آلية بيع هذه الخدمة تكون عن طريق إفصاح طالب التأمين عن البيانات التي تتطلبها الشركة؛ لمنحه هذه الخدمة من خلال ملء نموذج استمارة البيانات إلكترونياً.

وفي ضوء ما تقدم تقوم شركة التأمين بتحديد درجة الخطر وأسعار خدماتها التأمينية المناسبة له، وفي حالة تحقق الخطر المؤمن ضده، سوف تلجأ شركة التأمين بالتأكد من البيانات التي أفصح عنها المؤمن له، فإذا تبين أن البيانات المقدمة غير صحيحة لا يحصل المؤمن له على التعويضات، وهو ما ينسجم مع مبدأ حسن النية في تنفيذ العقود.

لذلك على أطراف عقد التأمين الإلكتروني مراعاة مبدأ حسن النية في مرحلة المفاوضات والتنفيذ والإفصاح عن جميع المعلومات والبيانات التي تساعد الأطراف على زرع الطمأنينة والثقة، وإن كان العقد قد أبرم إلكترونياً، وعليه فإن الالتزام بمراعاة مبدأ حسن النية في عقد التأمين يشكل قيداً على العميل وشركات التأمين التي تستمد أحكامها من مبدأ الإرادة والعقد شريعة المتعاقدين.

6.2 قنوات تكنولوجيا التأمين

تعددت قنوات تكنولوجيا التأمين التي تعتمد عليها الشركات لتسويق الخدمة التأمينية وعرضها بطرق رقمية إلكترونية، وفيما يلي عرض لأهم هذه القنوات (سميرة ومحمد، 2019)

- المنصة الرقمية: تسمح لمستخدميها بشراء وثائق التأمين من خلال هواتفهم النقالة، بالإضافة إلى إمكانية التصريح بالحادث وإرسال الصور عبر الهاتف، حيث تساعد التكنولوجيا في اختصار الوقت من طرف العملاء ومؤسسات التأمين للقيام بالإجراءات التأمينية، وكذلك الفوارق المكانية بغرض إيصال الخدمات التأمينية لجميع المناطق النائية والأرياف.

كما تتيح المنصة الرقمية الفرصة للعملاء القيام بدفع مبالغ الأقساط التأمينية بشكل آمن وسهل وسلس، وذلك من خلال هواتفهم النقالة حيث يتم مسح رمز الاستجابة السريع (QR code¹) للتمتع بدفع غير نقدي آمن من خلال الهواتف النقالة.

¹ QR code: هو رمز الإستجابة السريعة أو الرمز المربع، وهو اسم العلامة التجارية لنظام مصفوفة الرموز الشريطية ثنائي الأبعاد، انتشر هذا النظام بسبب سهولة القراءة بشكل سريع ونسبة التخزين العالية وهو اختصار لـ (Quick Response Code).

- **خدمة التأمين Online:** تتيح هذه الخدمة للمتعاملين مع شركة التأمين تنفيذ العديد من تعاملاتهم عبر شبكة الإنترنت بدلاً من الذهاب إلى مبنى الشركة.
- **خدمة هاتف التأمينات:** إن هذه الخدمة موجهة لأصحاب العمل من الأفراد (مشاركين ومتقاعدين)، حيث توفر هذه القناة العديد من الخدمات الذاتية التي يمكن الوصول إليها على مدار الساعة، ويمكن من خلال هذه الخدمة الاستماع إلى بعض المعلومات المسجلة عن نظام التأمينات والخدمات الإلكترونية، كما تتيح هذه الخدمة إمكانية التحدث مع موظف التأمينات للإجابة عن الاستفسارات وطلب الدعم للخدمات الرقمية، ويمكن الوصول إلى هذه الخدمة عبر رقم مجاني خاص بكل بلد.
- **الرسائل النصية:** لتوفير وسيلة سريعة ومناسبة في الوصول إلى حاملي الوثائق ليتم عبر هذه الخدمة إشعار (SMS)، أستخدمت التأمينات خدمة الرسائل النصية القصيرة للمشاركين عن أي تغير في سجلاتهم التأمينية، مثل: إضافة مدة تأمينية، وتاريخ بدايتها، ومقدار الأجر، وغيرها من الإشعارات.

7.2 متطلبات التحول الرقمي في شركات التأمين

تهدف شركات التأمين للتحول الرقمي من خلال خلق نماذج أعمال جديدة تماماً واستهداف كل عملية في سلسلة القيمة، ابتداءً من التسويق والتوزيع وتطوير المنتج إلى تطوير إدارة المطالبات من خلال الابتكارات التكنولوجية، حيث تُعتبر هذه العمليات الأكثر تحدياً للتحول الرقمي، وحتى تكون شركات التأمين جاهزة للتحول نحو التأمين الرقمي، يجب أن تتوفر لديها المتطلبات الآتية (مريم وفارس، 2019):

- **الموقع الإلكتروني:** إحدى الطرق التي تستفيد بها الشركات الناشئة من هذه الشريحة هي استغلال التفاعل الضعيف تقليدياً في دورة حياة العميل، واستغلال فرصة التفاعل بالإنترنت مع عملائها بدءاً من عملية الاكتتاب إلى تقديم المطالبات، وبالتالي يجب التركيز على تجربة حامل الوثيقة والحصول على ولائه، فيجب أن تعمل على جعل العميل يحصل على قيمة أعلى بكثير من التي توقعها، ما يؤدي إلى رضاه وتحسين الصورة الذهنية للشركة، وتغيير اتجاه حاملي الوثائق التأمينية لشراء التأمين عبر الإنترنت، رغم أنه لا يزال وكلاء التأمين يمثلون قناة التوزيع الرئيسية لمنتجات التأمين، في مجال سلسلة القيمة هذه يركز الابتكار على تعزيز التفاعلات، وبناء الثقة في العلاقات من خلال بيع وثائق التأمين عبر الإنترنت وإنشاء مواقع المقارنة عبر الإنترنت، المشاركة المستهدفة للعميل في إنتاج الخدمة وتوحيد الخدمات المُسيرة ذاتياً.

- **وظائف تدعيم الثقة:** إن التحسين في شركات التأمين الرقمي يساوي التشغيل الآلي باستخدام التكنولوجيا؛ ليحل محل المهام الإدارية، ويقلل الحاجة إلى الرقابة والتفاعل البشريين، حيث تزداد العديد من شركات التأمين للمساعدة في تحسين هذه الوظائف، سواء بالنسبة للعملاء أو للموظفين، حيث تُركز بعض شركات تكنولوجيا التأمين على تطوير الأدوات الرقمية للعملاء بشكل أفضل في إدارة سياساتها وبرامجها الإدارية لشركات التأمين لأتمتة مختلف سياسات عمليات الإدارة.
- وبالتالي فإن التكنولوجيا في سلسلة قيمة التأمين تميل إلى تعزيز العمليات التي لها تأثير كبير على الأقساط مثل: التسعير، واختيار المخاطر، والكشف عن الاحتيال، والذي يترجم إلى مزايا تنافسية في المقام الأول، بالإضافة إلى تدعيم الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين الرقمي، فشركات التأمين التقليدية التي تعاني من صعوبة أكبر في التكيف مع شركات تكنولوجيا التأمين الناشئة سوف يعانون من ارتفاع التكاليف، وبالتالي عدم إمكانيتها لتصدي المنافسة، ويمكن زوالها.
- **توافر منتجات رقمية:** تعمل شركات التأمين الرقمي على الإبداع في تقديم المنتجات الرقمية الجديدة (تطبيقات الويب (Web)، تطبيقات الهاتف، الكتب الإلكترونية)، والخدمات والأفكار لتلبية احتياجات العملاء في ظل الوضع الراهن الناتج عن فيروس كورونا، ما أدى إلى تطوير خدمات مختلفة مثل: منتجات التأمين الصحي، وتمييز حساب القسط للعملاء ذوي الدخل المنخفض أو المحدود، وأدى إلى انتشار التأمين على المنتجات الصغيرة، مثل: التأمين "بالساعة" أو الأنشطة والأحداث، تأمين فقدان الأطفال، تأمين القضايا في المحاكم، تأمين بطاقة الائتمان (Tome، 2018).
- **توافر بنية تحتية للتحويل نحو التأمين الرقمي:** تُعتبر عملية التسويق الإلكتروني (الرقمي) من أهم وأبرز نشاطات التجارة الإلكترونية، التي تُمارسها شركات التأمين الرقمية، حيث إنها تتم عن بُعد بشكل غير مباشر (الإنترنت)، وهي التي تسعى إلى تسهيل تبادل المنتجات التأمينية الرقمية و انسيابها من الشركات إلى العملاء بشكل سلس من خلال استخدام أدوات وأساليب معينة، تحقق التباعد الاجتماعي والمنافع المطلوبة لأطراف العملية التسويقية، وتتم هذه العملية بشكل رئيسي على شبكة الإنترنت (Internet Based Marketing) في كافة الأنشطة التسويقية، كالإعلان والبيع والتوزيع والترويج لوثائق التأمين الإلكترونية، وذلك من خلال توافر أنظمة ولوائح عمل داخلية صادرة من هيئة التأمين، تدعم التحويل نحو تطبيق التأمين الرقمي، تسمح من خلالها عقد شراكات مع مزودي خدمات تقنية المعلومات بما يساعد على إدخال الخدمات الرقمية للتأمين، مما تدفع إلى في توافر البنية التحتية الكاملة لنظام التأمين الرقمي، التي تعمل على حماية أموال حملة الوثائق من مخاطر استخدام هذه التقنية (أمين، 2018).

8.2 تأثير جائحة كورونا (Covid-19) على شركات التأمين

تشكل جائحة (Covid-19) ضغطاً هائلاً على مجتمعات واقتصادات الدول في جميع أنحاء العالم، بما في ذلك التأمين، وأصبحت مشكلة وحافزاً للابتكار، حيث لوحظت اختلالات كبيرة في القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، ووفقاً لصندوق النقد الدولي فإنه من المتوقع أن يشهد الاقتصاد العالمي أسوأ ركود له منذ الكساد الكبير في القرن الماضي (يونج، 2020).

وكان لهذه الجائحة (Covid-19) تأثير مختلف على سوق صناعة التأمين، فقد ارتفع عدد حالات التأمين على الحياة والتأمين الصحي بشكل حاد، وكان هناك انخفاض كبير في التأمين على السفر والسيارات، ومع ذلك لجأت جميع شركات التأمين إلى تغييرات في نظام التفاعل مع حاملي الوثائق حتى الآن، بالتالي عندما يتمكن أكثر من 90% من المشاركين في السوق من ممارسة الأعمال التجارية عن بُعد فهذا يجعل شركات التأمين تشعر بالتأثير الإيجابي لفيروس كورونا على جذب عملاء جدد والاحتفاظ بهم، كما أن الجائحة أظهرت بعض التصدّعات ونقاط الضعف في النموذج التقليدي للتفاعل بين شركات التأمين وحاملي الوثائق، وذلك من خلال تركيزه على جهود شركات التأمين في الابتكارات والاستثمارات في المستقبل الرقمي (Volosovych et al, 2021).

وفي ظل ما رتبته جائحة كورونا من آثار سلبية على أغلب المؤسسات الاقتصادية بشكل عام والمؤسسات التأمينية التقليدية بشكل خاص - قامت حكومات دول العالم باتخاذ تدابير وقائية تكفل التوازن والحماية لجميع الأطراف، حاملي الوثائق وموظفي الشركات، حيث إن اتخاذ هذه التدابير كان له أثر كبير في تعطيل جميع الأنشطة الاقتصادية، وترتبت على ذلك نتائج سلبية على النشاط التجاري للشركات؛ مما أدى إلى خسائر مالية، وبالتالي ضرورة تفعيل بعض وثائق التأمين (عبد القادر ومليكة، 2020).

بالإضافة إلى أن الأوضاع الراهنة من إغلاق جزئي وكامل ناتج عن هذه الجائحة تسببت في انهيار البورصات، وخلق أزمة اقتصادية لجل الشركات العاملة في مجال سوق التأمين، لذا اتجهت جميع الشركات إلى الخدمات الرقمية والأدوات الجديدة، التي تسمح لهم بالتكيف مع الأحوال الاستثنائية السائدة حالياً بسبب انتشار فيروس كورونا المستجد، والتي صاحبها تغير جذري في السلوك الشرائي للعملاء جميعاً (العايب، 2020).

ولقد أثبتت أزمة فيروس كورونا (Covid-19) غير المسبوقة الدور الحيوي والكبير الذي تؤديه التكنولوجيا الرقمية، وكانت قدرة الشبكات والأشخاص في الصمود منذ ظهور هذه الجائحة استثنائية

بالفعل، فقد شهد العالم تسارع رقمنة العديد من الشركات والخدمات، بما في ذلك أنظمة العمل عن بُعد والمؤتمرات الإلكترونية (الرقمية) على شاشات الكمبيوتر والهواتف الذكية (جاو، 2020).

حيث إن لشركات التأمين حصة من هذا التحول السريع نحو الرقمنة، شأنها شأن باقي الشركات، لذلك قامت بتطبيق تكنولوجيا التأمين (InsurTech) كإجراء احترازي لمكافحة انتشار هذا الوباء، ويعتبر العديد من الخبراء أن تكنولوجيا التأمين فرصة عظيمة لتطويرها المُبتكر، وتجدر الإشارة إلى أن إيرادات سوق تكنولوجيا التأمين العالمي في العام 2020 قُدرت بنحو 5.48 مليار دولار أمريكي، ومن المتوقع أن تصل إلى 10.14 مليار دولار بحلول عام 2025، بمتوسط معدل نمو سنوي يبلغ 10.80% في الفترة 2019-2025، اليوم من الآمن أن نقول إن أحد العوامل الرئيسية في هذا النمو سيكون جائحة (Covid-19) الذي أعطى دفعة كبيرة لتوسيع التقنيات المُبتكرة في صناعة التأمين (Volosovych et 2021)،al.

9.2 نبذة مختصرة عن تاريخ قطاع التأمين في ليبيا:

تعتبر ليبيا كبقية الأقطار العربية تخضع للحكم العثماني، وللقوانين والقواعد التي يقرها، والتي من بينها قوانين التأمين، خاصة التأمين البحري في ذلك الوقت، حيث بدأ تطبيق قانون التأمين البحري العثماني كجزء من المدونة البحرية الصادرة في عام (1849)؛ ولهذا يعد هذا القانون أول قانون للتأمين يطبق في ليبيا.

وفي عام (1911) خضعت البلاد إلى قوانين الحكومة الإيطالية، وفتحت هيئات التأمين الإيطالية وكالات لها في ليبيا، ولذلك فإن هذه الفروع والوكالات كانت تخضع مباشرة إلى القوانين الإيطالية حتى عام (1934) الذي صدر فيه القانون رقم (2011)، والذي نص على وجوب تطبيق القوانين المدنية والتجارية والعقوبات الإيطالية صراحة على الأراضي والمجتمع الليبي، ومنها خضوع قطاع التأمين إلى تلك القوانين، واستمر الوضع في السوق التأميني المحلي على ما هو عليه حتى بعد إعلان استقلال ليبيا في عام (1951).

وفي عام (1959) صدر أول قانون للإشراف والرقابة على شركات التأمين في وقت لم يكن تزال فيه أعمال التأمين في ليبيا سوى وكالات وفروع ومكاتب الشركات الأجنبية، وقد وصل عدد الفروع التي تم تأسيسها في الستينيات إلى (23) وكالة أو (فرعا).

وتأسس خلال الستينيات عدد من شركات التأمين الليبية كان أولها شركة (ليبيا للتأمين) في (1964/5/30) بمساهمة ليبية (60%) وعراقية (40%)، ثم شركة الصحاري للتأمين في (1967/1/15) بمساهمة ليبية

(60%) وأمريكية (40%)، وشركة المختار للتأمين في (1968/1/18) بساهمة ليبية (60%) ومصرية (40%)، وأخيرا شركة شمال أفريقيا للتأمين في (1969/7/16).

وبعد ذلك حظيت صناعة التأمين باهتمام كبير، حيث أصبحت هذه الصناعة تعمل على أسس علمية لدفع عجلة نموها بما يحقق لها المشاركة الفعالة في خدمة الاقتصاد الوطني، وقد تميز هذا الاهتمام بإصدار جملة من القوانين والتعليمات والإجراءات المنظمة للنشاط التأميني في ليبيا، وفي مقدمتها القانون رقم (131 لسنة 1970) في الإشراف والرقابة على شركات التأمين، والذي يهدف إلى بسط رقابة شاملة على شركات التأمين، وضمان حقوق حملة الوثائق، ودعم صناعة التأمين بما يكفل حماية الاقتصاد، إلى جانب تصفية الوكالات والفروع الأجنبية في هذا القطاع (المسلاطي، ص142).

3. الإطار العملي للدراسة

1.3 تحليل البيانات وأساليب المعاينة الإحصائية

يتناول هذا الجزء التعريف بمجتمع الدراسة، وتحليل النتائج، واختبار الفرضيات بالطرق الإحصائية المحددة لمنهجية الدراسة، وقد تم استخدام برنامج (SPSS) لإجراء التحليل الإحصائي للبيانات المجمعة من الاستبانة التي تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة، وتم تصميمه بواسطة مقياس ليكرت الخماسي لقياس إجابة المشاركين في الدراسة، وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (1): توزيع الدرجات حسب الأهمية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

2.3 وصف مجتمع الدراسة وعينتها

يتمثل مجتمع الدراسة في شركات التأمين في ليبيا، أما عينة الدراسة تمثلت في شركات التأمين العاملة في مدينة مصراتة، وهي: (شركة ليبيا للتأمين، شركة الاتحادية للتأمين، شركة القافلة للتأمين، شركة المتحدة للتأمين، شركة اليسر للتأمين، شركة التكافل للتأمين، شركة العالمية للتأمين، شركة تيبستي للتأمين) وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (2): عينة الدراسة واستمارات الاستبانة الموزعة

فئات عينة الدراسة	الاستمارات الموزعة	الاستمارات المستلمة	الاستمارات المفقودة	الاستمارات الصالحة للتحليل	
				العدد	النسبة %
شركة ليبيا للتأمين	20	12	8	12	24%
شركة الاتحادية للتأمين	5	5	0	5	10%
شركة القافلة للتأمين	3	3	0	3	6%
شركة المتحدة للتأمين	5	5	0	5	10%
شركة اليسر للتأمين	3	3	0	3	6%
شركة التكافل للتأمين	4	3	1	3	6%
شركة العالمية للتأمين	5	5	0	5	10%
شركة تيبستي للتأمين	5	4	1	4	8%
المجموع	50	40	10	40	80%

وقد استجابت عينة الدراسة لعملية توزيع الاستبانة والتي تمت من خلال المقابلات الشخصية مع بعض المسؤولين في الشركات التي تنتمي لعينة الدراسة وتوزيع عدد من استمارات الاستبانة عليهم، وبعد فترة زمنية أخرى أجريت مقابلة ثانية لجمع استمارة الاستبانة بعد تعبئتها، حيث بلغ عدد الاستمارات المجمعة (40) استمارة من أصل (50) استمارة، أي: نسبة (80%) من عدد الاستمارات الموزعة، وهي نسبة جيدة، ويمكن الاعتماد عليها في تحليل بيانات الدراسة.

3.3 وصف وتحليل خصائص العينة

إن وجود المعلومات العامة في الاستبانة يُعد جانباً مهماً يوفر ما يفيد تكوين صورة مبدئية عن المستجيبين من حيث المسمى الوظيفي والمؤهل العلمي والخبرة المهنية، وقد تضمنت الاستبانة بناء على ذلك ثلاثة أسئلة، شملت الوظيفة الحالية للمستجيبين، المسمى الوظيفي له، ومؤهله العلمي، وخبرته المهنية، ويمكن تحليل التركيز على هذه الخصائص بأن معرفة المسمى الوظيفي والمؤهل العلمي والخبرة المهنية، تجعل الباحثين على بصيرة بمدى اختلاف واتساق إجابات المستجيبين على الأسئلة بناء على اختلاف مسمياتهم الوظيفية ومؤهلاتهم العلمية وخبرتهم المهنية، فاتفق المستجوبين مثلاً يدل على أنهم يحملون نفس الاعتقاد بغض النظر على مسمياتهم الوظيفية، ومؤهلاتهم العلمية، وخبرتهم المهنية. علاوة على ما سبق فإن معرفة المؤهل العلمي والخبرة المهنية والوظيفة الحالية، يجعل من الإجابات المتحصل عليها أكثر فائدة، لاسيما إذا كان المستجيبون يتمتعون بمسميات وظيفية جيدة، ومؤهلات علمية عالية، وسنوات خبرة طويلة، ويشغلون مناصب إدارية فعالة في الشركات محل الدراسة، ويمكن بيان هذه المعلومات العامة والخاصة بموظفي عينة الدراسة كما يلي:

الجدول رقم (3): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة الحالية

النسبة %	العدد	الوظيفة الحالية
2.5%	1	مدير عام
2.5%	1	مستشار
15%	6	مدير إدارة
30%	12	رئيس قسم
50%	20	أخرى
100%	40	الإجمالي

نلاحظ من الجدول السابق والخاص بتوضيح خصائص عينة الدراسة حسب الوظيفة الحالية للمستجوبين أن ما نسبته (2.5%) من المستجوبين في الدراسة وظيفتهم مدير عام، وأن ما نسبته (2.5%) من المستجوبين في الدراسة وظيفتهم مستشار، وأن ما نسبته (15%) من المستجوبين في الدراسة وظيفتهم مدير إدارة، وأن ما نسبته (30%) من المستجوبين في الدراسة وظيفتهم رئيس قسم، وأن ما نسبته (50%) من المستجوبين كانت للوظائف الأخرى.

نلاحظ من الجدول التالي جدول رقم (4) أن أفراد عينة الدراسة المستهدفة بالاستبانة حسب المؤهل العلمي تتركز على أصحاب المؤهل العلمي (بكالوريوس)، حيث بلغت نسبتهم (45%)، كذلك أصحاب المؤهل العلمي (دبلوم عالٍ) حيث بلغت نسبتهم (20%)، أما أصحاب المؤهل العلمي (ماجستير) فقد بلغت نسبتهم (10%)، بينما أصحاب المؤهلات العلمية الأخرى بلغت نسبتهم (25%)، حيث إن أصحاب المؤهلات العلمية العالية (ماجستير - بكالوريوس - دبلوم عالٍ) كانت نسبتهم (75%)، وتُعبّر هذه النسبة على مدى قدرتهم للإجابة على الاستبانة الموزعة بطريقة علمية وصحيحة مما يعطي الارتياح التام لمصادقية البيانات.

الجدول رقم (4): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

النسبة %	العدد	المؤهل العلمي
10%	4	ماجستير
45%	18	بكالوريوس
20%	8	دبلوم عالي
25%	10	مؤهل علمي آخر
100%	40	الإجمالي

تشير النتائج الموضحة بالجدول التالي رقم (5) أن معظم المستجوبين لديهم الخبرة في مجال العمل لمدة تتراوح ما بين (5 - 10) سنوات، وهي ما نسبته (37.5%) منهم، وهذا يعتبر مؤشراً جيداً، وذلك لإمكانية الاستفادة من هذه الخبرة في الإجابة على أسئلة الاستبانة.

الجدول رقم (5): يوضح عينة الدراسة حسب سنوات الخبرة

النسبة %	العدد	سنوات الخبرة
15%	6	أقل من 5 سنوات
37.5%	15	5 – 10 سنوات
12.5%	5	11 – 15 سنة
35%	14	أكثر من 15 سنة
100%	40	الإجمالي

4.3 الطرق الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات

1.4.3 الطرق الإحصائية المستخدمة في اختبار صدق وثبات الاستبانة

إن من أهم الطرق الإحصائية المستخدمة للتأكد من درجة صدق وثبات Reliability الاستبانة في الكثير من الدراسات طريق ألفا كرونباخ، ويُعد هذا المقياس جيداً إذا ما زادت قيمته عن (60%)، لذلك تم استخدام هذه الطريقة في اختبار درجة صدق وثبات استبيان هذه الدراسة والجدول التالي نتائج اختبار ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة.

تشير النتائج الموضحة بالجدول التالي رقم (6) إلى أن معاملات الثبات مرتفعة في كافة محاور الاستبانة، حيث تراوحت قيمة معاملات ألفا كرونباخ ما بين (70.1% - 91.4%)، مما يعطي وبشكل عام طمأنينة تجاه استخدام أداة الدراسة من حيث نسبة الخطأ ودرجة الثبات في النتائج.

الجدول رقم (6): نتائج اختبار Alpha Cronbach لمحاور الاستبانة

معامل ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	محاور الاستبانة
86.5%	8	أسئلة الاستبانة المكونة للمحور الأول
91.4%	5	أسئلة الاستبانة المكونة للمحور الثاني
87.2%	5	أسئلة الاستبانة المكونة للمحور الثالث
86.8%	5	أسئلة الاستبانة المكونة للمحور الرابع
70.1%	4	أسئلة الاستبانة المكونة للمحور الخامس
85.6%	27	جميع أسئلة محاور الاستبانة

2.4.3 الإحصاءات الوصفية:

تم تحليل البيانات التي تم تجميعها بإجراء التحليلات الإحصائية الوصفية (العدد، النسب، المتوسطات، الانحرافات المعيارية، الالتواء، التقلطح) للتعرف على الاتجاه العام لإجابات المستجوبين،

واتضح أن معظم اتجاهات المستجوبين إيجابية بالنسبة لفقرات الاستبانة المتعلقة بمدى جاهزية شركات التأمين للتحويل نحو التأمين الرقمي في ظل جائحة كورونا، وذلك بالاستناد إلى قيم المتوسط الحسابي لإجابات المستجوبين، حيث جاءت معظمها بمتوسط أكبر من (3). كما توضح الإحصائيات الوصفية أيضاً أن نسبة تشتت (الانحرافات المعيارية) للإجابات صغيرة، وبهذا يتم توضيح تحليلات الإحصاءات الوصفية باستخدام العدد، النسب، المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، الالتواء، التفلطح، وذلك بإدراج جدول تنسيقي لكل محور من محاور استبانة الدراسة حسب هذه المقاييس الإحصائية.

الجدول رقم (7): إجابة عينة الدراسة بخصوص توافر بنية تحتية للتحويل نحو التأمين الرقمي

التقاطع	الالتواء	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البيان					
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
				العدد					
النسبة %									
0.304	-1.04	1.032	3.400	3	5	7	23	2	1. لدى شركة التأمين أنظمة ولوائح عمل داخلية تدعم التحويل نحو تطبيق التأمين الرقمي.
				7.5	12.5	17.5	57.5	5	
-0.537	-0.62	0.946	3.025	3	8	14	15	0	2. تتوفر قوانين صادرة من هيئة التأمين تدعم تطبيق التأمين الرقمي وتقديم الخدمات الإلكترونية للتأمين.
				7.5	20	35	37.5	0	
1.812	-1.58	1.075	3.650	4	2	2	28	4	3. تسمح الأنظمة المعمول بها لعقد شراكات مع مزودي خدمات تقنية المعلومات؛ بما يساعد على إدخال الخدمات الرقمية للتأمين.
				10	5	5	70	10	
0.310	-0.83	1.030	3.375	3	4	11	19	3	4. سهولة إعادة هيكلة الأنظمة ولوائح العمل؛ لتتماشى مع قواعد السوق الخاصة بصناعة التأمين الرقمي.
				7.5	10	27.5	47.5	7.5	
-0.081	-0.17	0.882	3.200	1	7	17	13	2	5. يتوافر مزودي خدمات تقنية المعلومات تراعي خصوصية وطريقة عمل شركات التأمين فيما يتعلق بالتأمين الرقمي.
				2.5	17.5	42.5	32.5	5	
-0.656	-0.53	1.031	3.250	2	9	8	19	2	6. تتوافر شركات اتصالات وإنترنت تتضمن تسخير تكنولوجيا التأمين لبناء البنية التحتية الكاملة لنظام التأمين الرقمي.
				5	22.5	20	47.5	5	
-1.089	-0.11	1.106	2.825	5	12	9	13	1	7. توجد لدى شركة التأمين أنظمة حماية صادرة عن هيئة التأمين؛ لتخفيف حدة مخاطر استخدام التقنية.
				12.5	30	22.5	32.5	2.5	
1.360	-1.17	0.965	3.875	1	4	3	23	9	8. تسعى شركة التأمين إلى تحسين البيئة التنظيمية من خلال الاعتماد على التكنولوجيا في تطوير صناعة التأمين.
				2.5	10	7.5	57.5	22.5	
2.422	-1.41	0.725	3.325	الإجمالي					

يتضح من الجدول التالي رقم (7) أن مجموعة من الإحصاءات الوصفية (العدد، النسبة، المتوسطات، الانحرافات المعيارية، الالتواء، التفلطح) لجاهزية شركات التأمين للتحويل نحو التأمين الرقمي، يمكن توضيحها كالآتي: أن نسبة أفراد

العينة تتجه آراؤهم بالموافقة على أغلب أسئلة المحور الأول (توافر البنية التحتية)، وتقع هذه النسبة ما بين (2.5%-70%)، وبنسبة (5%-42.5%) من أفراد العينة تتجه آراؤهم نحو الوسطية (محايد)، بينما نسبة من أفراد العينة تتجه آراؤهم نحو ضعف جاهزية شركات التأمين فيما يتعلق بتوافر البنية التحتية اللازمة للتحول نحو التأمين الرقمي، وتقع هذه النسبة ما بين (2.5%-30%)، وقد كان متوسط الإجابات لهذا المحور (3.325).

يتضح من الجدول التالي رقم (8) أن مجموعة من الإحصاءات الوصفية (العدد، النسبة، المتوسطات، الانحرافات المعيارية، الالتواء، التقلطح) لجاهزية شركات التأمين للتحول نحو التأمين الرقمي، ويمكن توضيحها كالاتي: أن نسبة من أفراد العينة تتجه آراؤهم بالموافقة على كافة أسئلة المحور الثاني (توافر الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين) وتقع هذه النسبة ما بين (7.5%-62.5%)، وبنسبة (7.5%-27.5%) من أفراد العينة تتجه آراؤهم نحو الوسطية، بينما كانت نسبة أفراد العينة الذين تتجه آراؤهم نحو ضعف جاهزية شركات التأمين فيما يتعلق بتوافر عنصر الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين اللازمة للتحول نحو التأمين الرقمي تتراوح ما بين (5%-22.5%)، وقد كان متوسط الإجابات لهذا المحور (3.540).

الجدول رقم (8): إجابة عينة الدراسة بخصوص توافر الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين

البيان	العدد					التقلطح	الالتواء	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي			
	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة							
	النسبة %											
1. توافر الثقة بين شركة التأمين والعملاء (حملة الوثائق) يساهم في التحول الرقمي لإمكانية تقديم الخدمات التأمينية في ظل جائحة كورونا.	5	25	5	2	3	12.5	62.5	12.5	3.675	1.022	-1.41	1.846
2. تسعى شركة التأمين لتقديم الدعم الفني الكافي لخدمة العملاء، لكسب ثقتهم والاستفادة من الخدمات الرقمية.	12	20	3	2	3	30	50	7.5	3.900	1.127	-1.37	1.521
3. تتمتع شركة التأمين بالكفاءة من خلال امتلاكها للخبرة والقدرة الكافية على العمل بشكل جيد والوفاء بالتزاماتها اتجاه حملة الوثائق يعزز الثقة لدى العاملين معها.	8	19	7	4	2	20	47.5	17.5	3.675	1.071	-0.87	0.390
4. تقوم شركة التأمين بإجراء دراسات جدوى دقيقة تفسر عوامل الخطر في التأمين الرقمي، وتقلل من الغموض عند حملة الوثائق.	4	16	11	6	3	10	40	27.5	3.300	1.090	-0.51	-0.320
5. تقوم شركة التأمين بإجراء دراسات دورية لقياس رضا العملاء عن الخدمات الإلكترونية في ظل جائحة كورونا وتحسينها بشكل مستمر، لكسب المزيد من العملاء.	3	15	10	9	3	7.5	37.5	25	3.150	1.098	-0.31	-0.727

1.465 -1.27 0.933 3.540

الإجمالي

يتضح من الجدول التالي رقم (9) أن مجموعة من الإحصاءات الوصفية (العدد، النسبة، المتوسطات، الانحرافات المعيارية، الالتواء، التقلطح) لجاهزية شركات التأمين للتحويل نحو التأمين الرقمي يمكن توضيحها كالتالي: نسبة من أفراد العينة تتجه آراؤهم تجاه الموافقة على كافة أسئلة المحور الثالث (توافر منتجات رقمية)، وتتراوح هذه النسبة ما بين (5% - 50%)، بينما أفراد العينة الذين اتجهت آراؤهم نحو الوسطية (محايد) كانت نسبتهم ما بين (25% - 45%)، والبعض الآخر من أفراد هذه العينة اتجهت آراؤهم نحو ضعف شركات التأمين فيما يخص توافر منتجات رقمية للتحويل نحو التأمين الرقمي حيث كانت نسبتهم محصورة بين (5% - 12.5%)، وكان متوسط الإجابات لهذا المحور (3.375).

جدول رقم (9): إجابة عينة الدراسة بخصوص توافر منتجات رقمية (إلكترونية) لدى شركات التأمين

التقلطح	الالتواء	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البيان					
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
				العدد					
النسبة %									
0.029	-0.41	1.011	3.050	4	5	18	11	2	1. لدى شركة التأمين تصورات اتجاه إمكانية بيع وثائق التأمين مصممة لتناسب الهوائف الذكية.
				10	12.5	45	27.5	5	
0.697	-0.96	1.009	3.425	3	3	11	20	3	2. يمكن لشركة التأمين محاكاة منتج تقليدي وتقديمه رقمياً يتميز بالجودة وعدم التعقيد.
				7.5	7.5	27.5	50	7.5	
0.044	-0.51	1.004	3.375	2	5	13	16	4	3. لدى شركة التأمين الجاهزية في إطلاق منتجات رقمية جديدة في ظل كوفيد 19.
				5	12.5	32.5	40	10	
0.840	-0.94	1.037	3.525	3	2	11	19	5	4. يقود التخصص في مجال التأمين إلى ابتكار منتجات رقمية تصل بأقل تكلفة لكافة شرائح المجتمع (أو ما يعرف بالشمول المالي).
				7.5	5	27.5	47.5	12.5	
0.551	-0.84	0.987	3.500	2	4	10	20	4	5. تسعى شركة التأمين لمنح العملاء وثائق إلكترونية لمنهج التأمين الصحي في ظل انتشار جائحة كورونا.
				5	10	25	50	10	
2.203	-1.12	0.821	3.375	الإجمالي					

يتضح من الجدول التالي رقم (10) أن مجموعة من الإحصاءات الوصفية (العدد، النسبة، المتوسطات، الانحرافات المعيارية، الالتواء، التقلطح) لجاهزية شركات التأمين في التحويل نحو التأمين الرقمي ويمكن توضيحها كالتالي: أن نسبة من أفراد العينة تتجه آراؤهم بالموافقة على كافة أسئلة

المحور الرابع (واجهة الموقع) وتقع هذه النسبة ما بين (10% - 50%)، وكانت نسبة أفراد العينة الذين اتجهوا نحو الوسطية تتراوح بين (12.5% - 45%)، بينما أفراد العينة الذين كانت آرائهم تتجه إلى ضعف جاهزية شركات التأمين فيما يتعلق بتوافر موقع إلكتروني (واجهة الموقع) للتحويل نحو التأمين الرقمي كانت نسبتهم تتراوح بين (2.5% - 17.5%)، وكان متوسط الإجابات لهذا المحور (3.515).

جدول رقم (10): إجابة عينة الدراسة بخصوص توافر موقع إلكتروني (واجهة الموقع) لشركات التأمين

التقاطع	الالتواء	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البيان					
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
				العدد					
النسبة %									
-0.034	-0.63	0.960	3.500	1	6	9	20	4	1. لدى شركة التأمين الجاهزية للتعاقد مع شركات متخصصة، تعمل على وضع واجهة إلكترونية و تصميمها حيث تخدم التأمين الرقمي.
				2.5	15	22.5	50	10	
-0.002	-0.12	1.012	3.275	2	5	18	10	5	2. توجد عروض توضيحية وأدلة استرشادية في واجهة الموقع، تمكن المستخدم من التنقل بين الروابط بشكل أكثر سهولة.
				5	12.5	45	25	12.5	
0.251	-0.96	1.163	3.675	3	4	5	19	9	3. الموقع الرسمي لشركة التأمين يعمل بكفاءة عالية، ويتمتع بدرجة أمان مرتفعة، تتماشى مع طبيعة عمل صناعة التأمين.
				7.5	10	12.5	47.5	22.5	
-0.579	-0.70	1.271	3.650	3	6	5	14	12	4. يمنح الموقع الإلكتروني اسم مستخدم ورقم سري خاص بكل عميل، بحيث يضمن سرية البيانات والحفاظ عليها من عمليات التزوير والاختلاس.
				7.5	15	12.5	35	30	
-0.774	-0.33	1.176	3.475	2	7	10	12	9	5. تسعى شركة التأمين لتطوير واجهة الموقع، بحيث تتضمن إمكانية اختيار سداد رسوم الاشتراكات عن طريق وسائل الدفع الإلكترونية المعمول بها في ليبيا.
				5	17.5	25	30	22.5	
0.511	-0.71	0.907	3.515	الإجمالي					

يتضح من الجدول التالي (11) أن مجموعة من الإحصاءات الوصفية (العدد، النسبة، المتوسطات، الانحرافات المعيارية، الالتواء، التقلطح) لمعرفة الجاهزية للتحويل الرقمي ويمكن توضيحها كالتالي: أن نسبة من أفراد العينة تتجه آراؤهم بالموافقة على كافة أسئلة المحور الخامس (الجاهزية للتحويل الرقمي)، وتقع هذه النسبة ما بين (10% - 60%)، واتجهت آراء فئة من المستجوبين في العينة إلى الوسطية (المحايد)، وكانت نسبتهم (10% - 35%)، أما باقي أفراد العينة فقد كانت آراؤهم تتجه نحو

ضعف جاهزية شركات التأمين فيما يخص التحول الرقمي حيث تتراوح نسبتهم بين (2.5% - 15%)، بينما معدل متوسط الإجابات كان (3.687).

جدول رقم (11): إجابة عينة الدراسة بخصوص الجاهزية للتحول الرقمي

التفطح	الالتواء	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البيان					
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
				العدد					
النسبة %									
-0.419	-0.48	0.873	3.575	0	6	9	21	4	1. توجد رغبة لدى العملاء (حملة الوثائق) في التفاعل مع التقنيات الحديثة لشركة التأمين.
				0	15	22.5	52.5	10	
-0.669	-0.18	0.905	3.525	0	6	12	17	5	2. توجد رغبة في شراء وثائق تأمين رقمية، تحقق التباعد الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.
				0	15	30	42.5	12.5	
0.825	-0.79	1.037	3.525	3	1	14	16	6	3. تساهم القرارات والتشريعات الوزارية المتعلقة بفرض حظر التجول في التفكير للتحول نحو التأمين الرقمي.
				7.5	2.5	35	40	15	
1.235	-0.66	0.686	4.125	0	1	4	24	11	4. لدى الموظفين في شركة التأمين الجاهزية في تشغيل الخدمات الرقمية.
				0	2.5	10	60	27.5	
0.298	-0.34	0.642	3.687	الإجمالي					

5.3 التمهيد لاختبار فرضيات الدراسة:

بداية وقبل الشروع في اختبار فرضيات الدراسة وذلك لاستخدام المقدر OLS- سيتم تحليل معامل الارتباط (تفسير قوة واتجاه العلاقة) والتحقق من عدم وجود مشكلة الارتباط الخطي العالي (Multi-collinearity) بين متغيرات الدراسة، حتى نستطيع الوثوق بنتيجة الانحدار للنماذج القياسية وقدرتها التفسيرية للعلاقة التي تجمع بين متغيراتها (الكور، 2011).

1.5.3 تحليل قوة الارتباط بين متغيرات الدراسة:

تم استخدام معامل الارتباط (بيرسون) لمعرفة قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة، وهي: (توافر البنية التحتية للتحويل نحو التأمين الرقمي، الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين، توافر منتجات رقمية، وجهة الموقع الإلكتروني)، والمتغير التابع وهو (الجاهزية للتحويل الرقمي)، ويعرف معامل الارتباط والذي يُرمز له بالرمز "R" بأنه: عبارة عن مقياس رقمي يقيس قوة الارتباط بين متغيرين، حيث تتراوح قيمته بين (+1، -1) وتدل إشارة المعامل الموجبة على العلاقة الطردية، بينما تدل الإشارة السالبة على العلاقة العكسية.

ويوضح الجدول رقم (12) نتائج معامل ارتباط (بيرسون) الثنائي لقياس قوة واتجاه العلاقة الخطية بين كل زوج من متغيرات الدراسة، ومن خلال الاختبار الإحصائي المرافق لقيمة معامل الارتباط يمكن إقرار أو عدم إقرار بوجود علاقة خطية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

ونلاحظ من الجدول التالي رقم (12)، والذي يلخص نتائج تحليل الارتباط بين متغيرات الدراسة المستقلة، وكذلك المتغير التابع المتمثل في الجاهزية للتحويل الرقمي، حيث أظهرت النتائج أنه لا تعاني المتغيرات من مشكلة الارتباط الخطي المتعدد العالي، أي: أنه لم يتعد أعلى معامل ارتباط بين متغيرات الدراسة المستقلة والمتمثلة في (توافر البنية التحتية، توافر الثقة، توافر منتجات رقمية، توافر واجهة موقع) والمتغير التابع المتمثل في (الجاهزية للتحويل الرقمي) ما نسبته (23.3%).

جدول رقم (12) مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

الجاهزية للتحويل الرقمي	واجهة المواقع	توافر منتجات رقمية	الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين	توافر بنية تحتية للتحويل نحو التأمين الرقمي	المتغيرات
				1	توافر بنية تحتية للتحويل نحو التأمين الرقمي
			1	0.542**	الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين
		1	0.076	-0.024	توافر منتجات رقمية
	1	-0.198	0.233	0.442**	واجهة المواقع
1	0.035	0.638**	-0.209	-0.091	الجاهزية للتحويل الرقمي

** تشير إلى أن قيمة معاملات الارتباط دالة إحصائيًا عند مستوى معنوية أقل من 1%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج تحليل البيانات.

6.3 اختبار وتحليل معنوية النموذج عن طريق اختبار (F):

يوضح الجدول التالي رقم (13)، والذي يتضمن قيم تحليل التباين، و(R^2) معامل التحديد (القوة التفسيرية) وذلك للتعرف على حجم تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع والمتمثل في الجاهزية للتحويل الرقمي، حيث بلغت قيمة (R^2) (53.1%)، والتي تعني أن التغير بوحدة واحدة في المتغيرات المستقلة يُفسر ما نسبته 53.1% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

ومن خلال نتائج اختبار F في الجدول التالي رقم (3- 13) فإنه تشير إلى أن معامل التحديد (R^2) بلغ (53.1%)، وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة المتمثلة (توافر بنية تحتية، الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين، توافر منتجات رقمية، واجهة الموقع) تشرح وتفسر ما نسبته 53.1% من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (الجاهزية للتحويل الرقمي)، وأن قيمة (F) جاءت معنوية عند مستوى معنوية أقل من 1%، حيث كانت قيمة (sig (0.000)، وبناءً على ما سبق يتم قبول فرضية الدراسة الرئيسية والتي تنص على أنه: لدى شركات التأمين الليبية القدرة للتحويل نحو التأمين الرقمي في ظل جائحة كورونا.

الجدول رقم (13): معنوية معادلة الانحدار المتعدد وقوتها التفسيرية

Model	R	R ²	Adjusted R ²	Std. Error of the Estimate
1	0.728 ^a	0.531	0.477	0.46455
F		9.894		
Sig		0.000 ^b		

ولفحص واختبار معنوية معدلات الانحدار المتعدد المقدر، واختبار الأداء العام لنموذج الانحدار (المستخدم لاختبار فرضيات الدراسة) وقوتها التفسيرية- تم استخدام توزيع اختبار إحصائية (F) عند مستوى معنوية أقل من (1%)، حيث بينت النتائج الموضحة بالجدول السابق (3- 13) قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم لنموذج الدراسة، و التي تنص على أن معدلات الانحدار المقدر المستخدمة لاختبار فرضيات الدراسة لها معنوية إحصائية في شرح وتفسير سلوك المتغير التابع عند مستوى معنوية أقل من (1%)، ولاختبار أثر المتغير المستقل لنموذج الدراسة والمتمثلة في تحديات التحويل نحو التأمين الرقمي (توافر البنية التحتية، الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين، توافر المنتجات الرقمية، واجهة الموقع) على المتغير التابع وهو الجاهزية للتحويل الرقمي- سوف تستخدم الدراسة تحليل الانحدار المتعدد المطبق على النموذج القياسي المستخدم لاختبار فرضيات الدراسة.

7.3 اختبار الفرضيات باستخدام الانحدار المتعدد:

تبين نتائج اختبار (t) الموضحة بالجدول التالي رقم (14) أن متغير توافر البنية التحتية له تأثير سالب الاتجاه على المتغير التابع (الجاهزية للتحويل الرقمي)، إلا أنه غير دال إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (5%) ، وعليه يتم رفض فرضية الدراسة الفرعية الأولى، وقبول الفرضية العدمية، والتي تنص على عدم توافر بنية تحتية تدعم التحويل نحو التأمين الرقمي.

كما أشارت نتائج اختبار (t) أن متغير الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين له تأثير موجب ومعنوي عند مستوى معنوية أقل من (5%)، وبمعامل انحدار يبلغ (0.216)، وعليه يتم قبول فرضية الدراسة الفرعية الثانية، والتي تنص على أنه: تتوافر الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين الليبية، تدعم التحويل نحو التأمين الرقمي.

وفيما يخص متغير توافر منتجات رقمية (إلكترونية) فقد أشارت نتائج الانحدار بناءً على اختبار (t) أن متغير توافر منتجات رقمية (إلكترونية) له تأثير مهم ودال إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (1%) على متغير الجاهزية للتحويل الرقمي، وبمعامل انحدار بلغ (0.557)، وبناءً على ذلك يتم قبول فرضية الدراسة الفرعية الثالثة، والتي تنص على أنه: تتوافر منتجات رقمية (إلكترونية) لدى شركات التأمين الليبية، تدعم التحويل نحو التأمين الرقمي.

كما تبين نتائج اختبار (t) الموضحة بالجدول (14) أن متغير واجهة الموقع له تأثير موجب ومعنوي عند مستوى معنوية أقل من 5%، وبمعامل انحدار بلغ (0.182)، وعليه يتم قبول فرضية الدراسة الفرعية الرابعة التي تنص على توافر موقع إلكتروني (واجهة الموقع) لدى شركات التأمين الليبية يدعم التحويل نحو التأمين الرقمي.

جدول رقم (3-14) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد بين متغيرات الدراسة

Model	Un standardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.985	0.526		3.776	0.001
توافر بنية تحتية للتحويل نحو التأمين الرقمي	-0.016	0.132	-0.018	-0.119	0.906
الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين	0.216	0.095	0.313	2.262	0.030
توافر منتجات رقمية (إلكترونية)	0.557	0.093	0.712	5.979	0.000
واجهة الموقع	0.182	0.093	0.257	1.944	0.043

8.3 مناقشة نتائج الدراسة

من خلال الإحصاءات الوصفية والمتمثلة في (التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات، الانحرافات المعيارية، الالتواء، التقلطح) للتعرف على الاتجاه العام لإجابات المستجوبين، وكذلك استخدام نموذج الانحدار المتعدد باستخدام المقدر (OLS)، بهدف اختبار فرضيات الدراسة للتعرف على مدى جاهزية شركات التأمين للتحويل نحو التأمين الرقمي في ظل جائحة كورونا من خلال دراسة مدى توافر أهم المتطلبات الرئيسية لتطبيق التأمين الرقمي، والمتمثلة في توافر البنية التحتية، وتوافر الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين، وتوافر منتجات رقمية، وتوافر موقع الكتروني (واجهة موقع) يمكن توضيحها على النحو التالي:

- **متطلبات البنية التحتية:** أشارت نتائج اختبار (t) لنموذج الانحدار المستخدم والمتعلق بمعرفة أثر متطلبات البنية التحتية على جاهزية شركات التأمين للتحويل الرقمي كانت غير معنوية عند مستوى أقل من (5%) وذلك كما في الجدول رقم (14)، وجاءت هذه النتيجة منسجمة مع نتائج الإحصاءات الوصفية المتعلقة بالمحور الأول (توافر بنية تحتية)، والتي أكدت أن أغلب آراء المستجوبين حول العبارات كانت بعدم الموافقة، إلا أن هذه النتيجة جاءت مختلفة مع بعض الدراسات السابقة، منها دراسة سميرة ومحمد (2019)، والتي أكدت على ضرورة توافر بنية تحتية وتشريعية تدعم التحويل الرقمي في شركات التأمين الجزائرية، وقد يرجع هذا الاختلاف إلى قصور القوانين الصادرة من هيئة التأمين في ليبيا تدعم تطبيق التأمين الرقمي، أو قد يرجع إلى قلة مزودي خدمات تقنية المعلومات تراعي خصوصية وطريقة عمل شركات التأمين فيما يتعلق بالتأمين الرقمي.

- **متطلبات توافر الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين:** أشارت نتائج اختبار (t) لنموذج الانحدار المستخدم وذلك كما في الجدول رقم (14)، والمتعلق بمعرفة أثر متطلبات توافر الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين على الجاهزية للتحويل الرقمي كانت معنوية عند مستوى أقل من (5%)، وهذا يعني وجود علاقة طردية بين متغير (الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين) والمتغير التابع (الجاهزية للتحويل الرقمي)، بمعنى: كلما ارتفعت الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين في ليبيا أدى ذلك إلى زيادة الجاهزية للتحويل الرقمي؛ فعندما تسعى شركة التأمين لتقديم الدعم الفني الكافي لخدمة العملاء تزداد ثقتهم في الخدمات الرقمية، وذلك لأن شركة التأمين التي تتمتع بالكفاءة من خلال امتلاكها للخبرة والقدرة الكافية على العمل بشكل جيد والوفاء بالتزاماتها اتجاه حملة الوثائق تعزز الثقة لدى العاملين معها، بالإضافة إلى إجراء دراسات جدوى دقيقة تفسر عوامل الخطر في التأمين الرقمي؛ مما يقلل الغموض لدى حملة الوثائق، كل ذلك يساهم في الجاهزية للتحويل الرقمي، وفي حالة ضعف الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين فقد يصعب عندها التحويل نحو التأمين الرقمي،

وهذا ما أكدته دراسة حمدوش ونقروش (2019)، والتي أشارت نتائجها إلى ضعف الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين الجزائرية من خلال عدم توافر الأمان بسبب عدم ضمان سرية وأمن المعلومات التي تبادلها بين العميل والوسيط؛ مما يعني صعوبة التحويل الرقمي لدى شركات التأمين الجزائرية.

1. متطلبات توافر منتجات رقمية:

التقطت نتائج اختبار (t) وجود أثر موجب الاتجاه لتوافر منتجات رقمية على جاهزية شركات التأمين للتحويل نحو التأمين الرقمي، وذلك كما في الجدول رقم (14)، وهذا يعني أن عملية التحويل نحو التأمين الرقمي تركز بشكل كبير على مدى توافر منتجات رقمية (إلكترونية)؛ بحيث يستطيع العملاء شراءها والاستفادة منها من خلال الأجهزة الذكية وأجهزة الحاسوب، وهذه النتائج جاءت متوافقة مع دراسة (Klonowska et. al (2020 على قطاع التأمين في بولندا، وكذلك دراسة (Babuna (2020 على قطاع التأمين في غانا والتي أشارت كلاً منهما إلى أن شركات التأمين التي تقدم خدمات التأمين التقليدي تأثرت وبشكل سلبي بعد ظهور جائحة كورونا، حيث انخفض حجم الوثائق المباعة؛ مما يؤدي ذلك إلى انخفاض الحصة السوقية وانخفاض الأرباح، و بالتالي ارتفاع المخاطر، الأمر الذي يدفع شركات التأمين العمل على ابتكار منتجات رقمية جديدة، يمكن بيعها للعملاء إلكترونياً عبر الأجهزة الذكية، تصل بأقل تكلفة لكافة شرائح المجتمع (ما يعرف بالشمول المالي).

2. متطلبات توافر موقع إلكتروني (واجهة موقع)

أشارت نتائج اختبار (t) لنموذج الانحدار المستخدم - كما في الجدول رقم (14)- والمتعلق بمعرفة أثر متطلبات توافر موقع إلكتروني (واجهة موقع) على الجاهزية للتحويل الرقمي كانت معنوية عند مستوى أقل من (5%) وهذا يعني وجود علاقة طردية بين توافر واجهة الموقع والجاهزية للتحويل الرقمي في ليبيا، حيث إن كفاءة واجهة الموقع ووضوحها وسهولة التنقل بين الروابط يدعم التحويل نحو التأمين الرقمي (الإلكتروني)، وهذه النتائج جاءت منسجمة إلى حدٍ ما مع نتائج دراسة حمدوش ونقروش (2019)، التي أشارت إلى أن معظم شركات التأمين الجزائرية- تتوفر لديها موقع إلكتروني (واجهة موقع) على شبكة الإنترنت؛ إلا أن الخدمات المقدمة من خلاله متباينة بين شركة وأخرى، حيث يكتفي بعضها بعرض المعلومات الأساسية وأسماء الوكالات والعناوين، وحتى يمكن القول بأن شركات التأمين في الجزائر جاهزة بالشكل الكافي للخوض نحو التأمين الرقمي فعليها ضرورة تحديث واجهة الموقع؛ بحيث يسهل التنقل بين الروابط، وكذلك سهولة الحصول على وثائق تأمينية، الأمر الذي يحقق لها الكثير من المزايا.

1.4 ملخص النتائج

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة التحديات التي تواجه شركات التأمين الليبية للتحويل نحو التأمين الرقمي، وذلك من خلال اختبار وتحليل أثر (توافر البنية التحتية، والثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين، وتوافر المنتجات الرقمية، وواجهة الموقع) على الجاهزية للتحويل الرقمي، باستخدام مقدر (OLS)، والآتي أهم الاستنتاجات والتفسيرات التي تم التوصل إليها من خلال تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

1. أظهرت نتائج الدراسة أن متغير البنية التحتية له تأثير سالب الاتجاه على المتغير التابع (الجاهزية للتحويل الرقمي)؛ إلا أن هذا التأثير غير دال إحصائياً.
2. أشارت النتائج إلى أن متغير الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين له تأثير موجب ودال إحصائياً، وهذا يعني وجود علاقة طردية بين متغير الثقة بين حملة الوثائق وشركات التأمين والمتغير التابع (الجاهزية للتحويل الرقمي)، وهذا يعني أن ارتفاع الثقة يعزز من الجاهزية للتحويل الرقمي.
3. فيما يخص متغير توافر منتجات رقمية فقد أظهرت نتائج الدراسة أن له تأثير مهم، ودال إحصائياً على المتغير التابع (الجاهزية للتحويل الرقمي)، وهذا يعني أن عملية التحويل نحو التأمين الرقمي تتركز وبشكل كبير على مدى توافر منتجات رقمية يتم التداول عليها من خلال الأجهزة الذكية وأجهزة الحاسوب.
4. بينت النتائج أن متغير واجهة الموقع (الموقع الإلكتروني) له تأثير موجب ومعنوي، أي أنه كلما زادت كفاءة ووضوح واجهة الموقع وسهولة التنقل بين الروابط أدى ذلك إلى زيادة الجاهزية للتحويل الرقمي.
5. أخيراً أشارت نتائج الدراسة - بناءً على اختبار الانحدار المتعدد لمتغيرات الدراسة المستقلة وأثرها على المتغير التابع - تم قبول فرضية الدراسة الرئيسية، والتي تنص على أنه لدى شركات التأمين الليبية القدرة للتحويل نحو التأمين الرقمي في ظل جائحة كورونا، حيث كانت قيمة (R^2) 53.1% وأن قيمة (F) كانت معنوية عند مستوى معنوية أقل من (1%).

2.4 توصيات الدراسة:

من خلال تناول هذه الدراسة لموضوع جاهزية شركات التأمين للتحويل نحو التأمين الرقمي، في ظل جائحة كورونا، وبالاستناد إلى النتائج التي تم التوصل إليها، فإن الدراسة تُقدم التوصيات التالية:

1. على هيئة التأمين إصدار قوانين وتشريعات تدعم تطبيق التأمين الرقمي وتقديم الخدمات الإلكترونية للتأمين، وكذلك عليها إصدار قوانين وأنظمة حماية، للتخفيف من حدة مخاطر استخدام هذه التقنية.
2. على مزودي خدمات تقنية المعلومات أن تراعي خصوصية عمل شركات التأمين وطريقتها فيما يتعلق بتطبيق التأمين الرقمي، حتى يتسنى لشركات التأمين اللبية التوسع في تقديم الخدمات التأمينية الرقمية (الإلكترونية).
3. على شركات التأمين أن تمنح العملاء منتجات التأمين الصحي عبر الأجهزة الذكية وأجهزة الحاسوب، لكي تساعد على تحقيق التباعد الاجتماعي في ظل جائحة كورونا.
4. يوصي الباحثون إجراء المزيد من الدراسات التي تأخذ في الاعتبار وجهة نظر العملاء (حملة الوثائق) في للتحويل الرقمي.

قائمة المراجع

- أبوعرة، عصام قاسم. (2018)، مدى تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات في أداء شركات التأمين. أمين، شاكر. (2018)، ملخص كتاب التسويق الإلكتروني.
- التلا، أزهار محي الدين. (2019)، أثر خدمات التأمين الإلكتروني على رضا العملاء في شركات التأمين العربية، ورقة بحثية منشورة، مؤتمر العقبة، الأردن.
- الخيواني، ماهر محسن. (2018)، التنظيم القانوني للتأمين الإلكتروني - دراسة مقارنة. الشورى، محمود علي. (2019)، التأمين الإلكتروني، ورقة بحثية منشورة، مؤتمر العقبة، الأردن.
- العايب، سامية. (2020)، تداعيات فيروس كورونا المستجد على سوق العمل "التجارة الإلكترونية نموذجاً"، مجلة قانون العمل والتشغيل، المجلد 05/ العدد 04، ص 01 - 20.
- الكور، عزالدين مصطفى (2011)، أثر التركيز والحصة السوقية في أداء البنوك التجارية الأردنية، مجلة دراسات للعلوم الإدارية، الأردن، مجل 38/العدد 2، ص 404-407.
- زايد، محمد عبد اللطيف، والسيد الأشقر، وعلاء شكري، وهبة الله أمين. (2019)، التأمين الرقمي - دراسة تطبيقية على قطاع التأمين السعودي.
- زين، محمد ظاهر. (2020)، تحولات الصحافة في تشاد من الورقي إلى الرقمي.

سميرة، حمادوش، وتقرورت محمد. (2019)، **واقع البنية التحتية التقنية للخدمات الإلكترونية لقطاع التأمين في الجزائر**، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية/ قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 21، ص 51 - 66.

وهيبة، عبد الرحيم. (2018)، **تكنولوجيا التأمين كمستقبل لصناعة التأمين**، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08/ العدد 01.

عبد القادر، عصماني، وعلقمة مليكة. (2020)، **دراسة تحليلية لمخلفات جائحة كورونا (Covid-19) على قطاع التأمين الأوروبي**، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المجلد 20/ ص 001-017.

عبود، سالم محمد، وفائزة محمد. (2011)، **أثر استراتيجية التسويق الإلكتروني في نشاط التأمين في العراق - دراسة تطبيقية في شركة التأمين الوطنية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة.

مريم، قرواني، وهباش فارس. (2019)، **دور تكنولوجيا التأمين في دعم الابتكار العملياتي في شركات التأمين**، مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات، المجلد 08/ العدد 01، ص 55-72.

معمر، سحالي. (2016)، **أثر تكنولوجيا المعلومات على أداء شركات التأمين - دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين**.

يونج، لي. (2020)، **تعافي الأعمال واستمرارها أثناء جائحة كورونا (Covid-19)**، تقرير صادر عن منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية.

جاو، هولين. (2020)، **التكنولوجيا وجائحة فيروس كورونا (Covid-19): إدارة الأزمة**، مجلة الإتحاد للأخبار (ITU).

Babuna, P., Yang, X., Gylbag, A., Awudi, D. A., Ngmenbelle, D., & Bian, D. (2020). The impact of Covid-19 on the Insurance Industry.

Bueno, J., Catlin, T., Lorenz, J. T., & Mendelson, B. (2018). Digital insurance in (2018) Driving real impact with digital and analytics.

Crawford, S., & Handy, G. (2013). Insurance in a digital world: the time is now - EY Global insurance, Digital survey 2013.

- Klonowska، A.، & Strupczewski، G. (2020). What can Covid-19 pandemic change in the global insurance business? Identification of the Major challenges.
- Munster، V.، Koompans، M.، & Wit، E. (2020). A novel Coronavirus Emerging in China – key Quistions for impact Assessment.
- Nariseti، R. (2020). McKinsey & Company – The recovery will be digital.
- Tomè، M. A.، (2018). Le nuove tecnologie digitali: opportunita e rischi per il settore assicurativo auto.
- Volosovych، S.، Zelenista، I.، Kondratenko، D.، Szymła، W.، & Mamchur، R. (2021). Transforming insurance technologies in the context of a pandemic .

للاستشهاد بهذا المقال وفق طريقة (APA):

الزطيف، أحمد والمرابط، سراج. (11، ديسمبر، 2021). شركات التأمين للتحويل الرقمي في ظل جائحة كورونا: د دراسة تطبيقية على شركات التأمين بمدينة مصراتة. ورقة مقدمة إلى المؤتمر الأكاديمي الرابع لدارسات الاقتصاد والاعمال، مصراتة، ليبيا، 29-62

https://misuratau.edu.ly/journal/eps/paperS.php?ed_id=319