مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

# تطبيقات الذكاء الأصطناعي ودورها في تبني خدمات التأمين الرقمية دراسة إستطلاعية لآراء عدد من موظفي شركة التأمين العراقية

**أ.د. ليث علي يوسف الحكيم**
كلية الإدارة والأقتصاد/ جامعة الكوفة
**الباحث علي مظهر عبد المهدي**
شركة التأمين العراقية

**ا.م.د ايفان ماضي حمزة**
جامعة بابل / كلية الهندسة
**Eng.Evan.rubae@uobabylon.edu.iq**

**الباحث ماهر محسن التميمي**
شركة التأمين العراقية
**الباحث حيدر جاسم التميمي**
وزارة الداخلية

**المستخلص:**

هدف هذا البحث إلى أستكشاف العلاقة بين قدرات الذكاء الاصطناعي وخدمات التأمين الرقمية في شركة التأمين العراقية. وتتمثل أهمية البحث من سعيه إلى تحديد قابليات الذكاء الأصطناعي التي تسهم في تقديم خدمات تأمين رقمية قادرة على تلبية وتحقيق رغبات الزبائن، فضلاً عن السعي لردم الفجوة المعرفية بين هذين المتغيرين. لتحقيق هذا الهدف تم تصميم استبانة موجهة لموظفي شركة التأمين العراقية، وتناولت قدرات الذكاء الاصطناعي وخدمات التأمين الرقمية، بموجبها وزع الباحثون بإستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة (115) إستبانه على عدد من الموظفين في الشركة المبحوثة. من بعد ذلك تم أسترجاع (100) إستبانة صالحة للتحليل الأحصائي وبمعدل استجابة بلغ (87%). بعد تحليل البيانات بإستخدام برنامج SPSS V.24 توصل الباحثون إلى وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين قابليات الذكاء الأصطناعي وخدمات التأمين الرقمية، فضلاً عن وجود تأثير معنوي وموجب لقابليات الذكاء الأصطناعي في خدمات التأمين الرقمية.

**الكلمات الرئيسة:** قابليات الذكاء الأصطناعي، خدمات التأمين الرقمية، وشركة التأمين العراقية.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

**Abstract:**

This research aims to investigate the relationship between artificial intelligence (AI) capabilities and digital insurance services in Iraqi Insurance Company. The significance of this research lies in its endeavor to identify AI capabilities that contribute to providing digital insurance services capable of meeting and fulfilling customer desires, as well as bridging the knowledge gap between these two variables. To achieve this objective, a questionnaire was designed and distributed to employees of Iraqi Insurance Company, addressing AI capabilities and digital insurance services. Using the simple random sampling method, researchers distributed (115) questionnaires to a number of employees in the research company. Subsequently, (100) valid questionnaires were retrieved for statistical analysis, representing a response rate of (87%). After analyzing the data using the SPSS V.22 program, the researchers found a positive and statistically significant correlation between AI capabilities and digital insurance services, as well as a positive and significant effect of AI capabilities on digital insurance services.

**Keywords:** Artificial Intelligence Capabilities, Digital Insurance Services, Iraqi Insurance Company.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

## المبحث الأول: منهجية البحث

### أولاً: مشكلة البحث:

يشهد قطاع التأمين في العالم تحولاً رقمياً كبيراً بفضل تطبيقات الذكاء الأصطناعي. تقدم هذه التطبيقات فرصاً جديدة لتحسين كفاءة العمليات، وتعزيز خدمة الزبائن، وتطوير منتجات تأمينية جديدة ومبتكرة. على الرغم من أنتشار هذه التطبيقات في مختلف الشركات العالمية، إلا إن الشركات في العراق بشكل عام وشركات التأمين بشكل خاص، لا تزال في مراحلها الأبتدائية من التحول الرقمي. مع ذلك هناك إمكانات كبيرة لتبني خدمات التأمين الرقمية في السنوات المقبلة، بدعم من تطبيقات الذكاء الأصطناعي.في ظل ذلك، توجد ندرة في الدراسات المتعلقة بدراسة طبيعة العلاقة بين قابليات الذكاء الأصطناعي وخدمات التأمين الرقمية الأمر الذي ولد الرغبة للباحثين في محاولة دراسة العلاقة بين هذين المتغيرين لردم أو تقليص الفجوة المعرفية فيما بينهما، عبر إجراء دراسة إستطلاعية لآراء عينة من الموظفين في شركة التأمين العراقية. وهنا يمكن القول إن مشكلة البحث يمكن أن تتمثل بالآتي: "إن عدم تقديم خدمات تأمين رقمية من قبل الشركة المبحوثة يعود إلى ضعف الأهتمام بتبني تطبيقات الذكاء الأصطناعي".

### ثانياً: تساؤلات البحث:

في ضوء مشكلة البحث يمكن وضع مجموعة من التساؤلات على النحو الآتي:

أ. ما مستوى توافر قابليات الذكاء الأصطناعي على وفق رأي عينة من الموظفين في شركة التأمين العراقية؟

ب. ما مستوى تبني خدمات التأمين الرقمية على وفق رأي عينة من الموظفين في شركة التأمين العراقية؟

ج. ما طبيعة العلاقة بين قابليات الذكاء الأصطناعي وخدمات التأمين الرقمية على وفق رأي عينة من الموظفين في شركة التأمين العراقية؟

### ثالثاً: أهداف البحث:

من أجل وضع إجابات لتساؤلات البحث تم تحديد الأهداف الآتية:

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

أ. معرفة مستوى توافر قابليات الذكاء الأصطناعي على وفق رأي عينة من الموظفين في شركة التأمين العراقية.

ب. معرفة مستوى تبني خدمات التأمين الرقمية على وفق رأي عينة من الموظفين في شركة التأمين العراقية.

ج. تحديد طبيعة العلاقة بين قابليات الذكاء الأصطناعي وخدمات التأمين الرقمية على وفق رأي عينة من الموظفين في شركة التأمين العراقية.

**رابعاً: أهمية البحث:**

تنقسم أهمية البحث على ما يأتي:

أ- **الأهمية المعرفية:** وتتضمن مايأتي:

1. يكتسب هذا البحث أهمية كبيرة نظراً لقلة الدراسات في مجالي قدرات الذكاء الأصطناعي وخدمات التأمين الرقمية بشكل عام، وندرة الدراسات التي تبحث في طبيعة العلاقة بين هذين المتغيرين بشكل خاص. تعد هذه الدراسة، حسب علم الباحثين، المحاولة الأولى لربط هذين المتغيرين.
2. تمثل هذه الدراسة حلقة وصل بين الدراسات العربية والدراسات الأجنبية في مجال متغيري البحث، وهما قابليات الذكاء الأصطناعي وخدمات التأمين الرقمية.

ب - **الأهمية الميدانية:** وتتضمن ما يأتي:

1. يقدم هذا البحث مساهمة علمية في مجال تبني خدمات التأمين الرقمية في العراق.
2. يقدم هذا البحث توصيات عملية لشركات التأمين والحكومة العراقية لتعزيز تبني خدمات التأمين الرقمية
3. يسهم هذا البحث في زيادة الوعي بأهمية تطبيقات الذكاء الأصطناعي في قطاع التأمين العراقي بشكل عام وشركة التأمين العراقية بشكل خاص.

**خامساً: مخطط البحث الفرضي:**

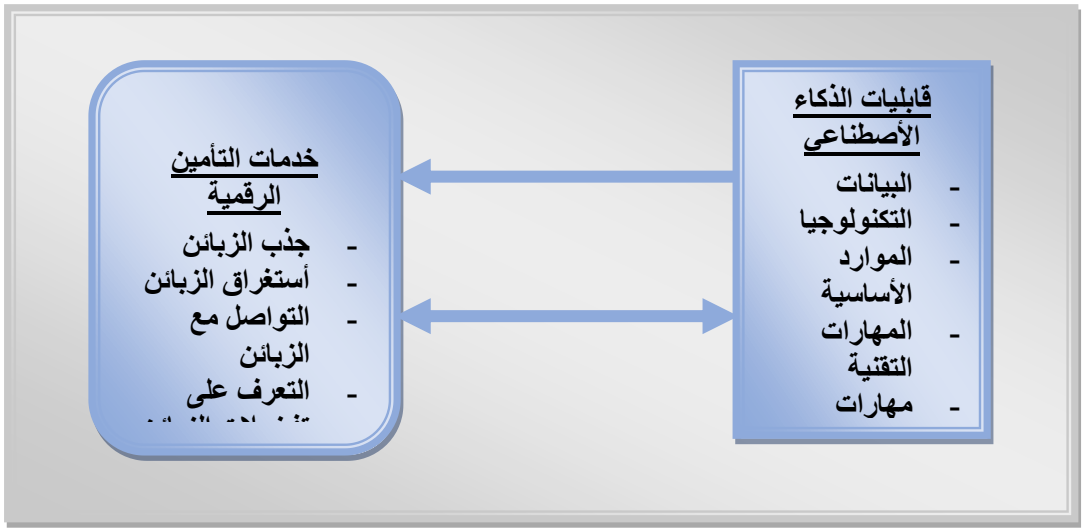
مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

الشكل (1) يوضح العلاقة الفرضية بين متغير قابليات الذكاء الأصطناعي ومتغير خدمات التأمين الرقمية.




**الشكل (1) مخطط البحث الفرضي**

**سادساً: فرضيات البحث:**

يمكن صياغة فرضيات البحث الحالي كالآتي:

- **الفرضية الرئيسة الأولى:** تنص على: "توجد علاقة إرتباط طردية وموجبة بين قابليات الذكاء الأصطناعي وخدمات التأمين الرقمية)، وتتفرع عنها الفرضيات الآتية:

1. الفرضية الفرعية الأولى: تنص على: "توجد علاقة إرتباط طردية وموجبة بين معنى العمل وخدمات التأمين الرقمية).
2. الفرضية الفرعية الثانية: تنص على: "توجد علاقة إرتباط طردية وموجبة بين الذات الباطنية وخدمات التأمين الرقمية).
3. الفرضية الفرعية الثالثة: تنص على: "توجد علاقة إرتباط طردية وموجبة بين الشعور بالإنتماء للجماعة وخدمات التأمين الرقمية).
4. الفرضية الفرعية الرابعة: تنص على: "توجد علاقة إرتباط طردية وموجبة بين الموائمة بين قيم الفرد والمنظمة وخدمات التأمين الرقمية).

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

- **الفرضية الرئيسة الثانية:** تنص على: "يوجد تأثير معنوي وموجب لقابليات الذكاء الأصطناعي في خدمات التأمين الرقمية)، وتتفرع عنها الفرضيات الآتية:

1. الفرضية الفرعية الأولى: تنص على: "يوجد تأثير معنوي وموجب لمعنى العمل في خدمات التأمين الرقمية).
2. الفرضية الفرعية الثانية: تنص على: "يوجد تأثير معنوي وموجب للذات الباطنية في خدمات التأمين الرقمية).
3. الفرضية الفرعية الثالثة: تنص على: "يوجد تأثير معنوي وموجب للشعور بالإنتماء للجماعة في خدمات التأمين الرقمية).
4. الفرضية الفرعية الرابعة: تنص على: "يوجد تأثير معنوي وموجب للموائمة بين قيم الفرد والمنظمة في خدمات التأمين الرقمية).

**سابعاً: مقياس البحث:**

الجدول (1) يوضح المقياس المستخدم في البحث.

**الجدول (1) مقياس البحث**

| المتغير | البعد | عدد الفقرات | المقياس المعتمد |
|---|---|---|---|
| قابليات الذكاء الأصطناعي | البيانات | 6 | Mikalef et al. (2023) |
| | التكنولوجيا | 7 | |
| | الموارد الأساسية | 3 | |
| | المهارات التقنية | 8 | |
| | مهارات الأعمال | 9 | |
| | التنسيق بين الأقسام | 7 | |
| | قابليات التغيير التنظيمي | 6 | |
| | الميل لتحمل المخاطر | 3 | |
| خدمات التأمين الرقمية | جذب الزبائن | 7 | Järvinen & Karjaluoto (2015) |
| | أستغراق الزبائن | 8 | |
| | الأحتفاظ بالزبائن | 9 | |
| | التعرف على تفضيلات الزبائن | 8 | |
| | الأحتفاظ بالزبائن | 5 | |

**المصدر:** من إعداد الباحثين.

**ثامناً: أداة البحث:**

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

على وفق المقاييس المستخدمة في البحث والموضحة في الفقرة أعلاه، تم إعداد إستبانة مكونة من محورين رئيسين، المحور الاول يتضمن العوامل الديموغرافية الخاصة بعينة البحث والتي تتضمن (النوع الاجتماعي والحالة الأجتماعية والعمر ومستوى التعليم وعدد سنوات الخبرة). أما المحور الثاني فهو يتعلق بمتغيري البحث قابليات الذكاء الأصطناعي وخدمات التأمين الرقمية، قيدت إجابات فقراته بسلم Likert الخماسي (لا أتفق تماماً, لا أتفق, محايد ,اتفق, اتفق تماما)، ولقد وزعت هذه الإستبانة مباشرة من قبل الباحثين على عينة البحث للمدة من (15-1-2024) إلى (5-2-2420).

**تاسعاً: مجتمع البحث وعينته:**

يتمثل مجتمع البحث بموظفي شركة التأمين العراقية وتم اختيار منهم (115) موظف كعينة لهذا البحث.

**عاشراً: أساليب التحليل الأحصائي:**

للإجابة عن تساؤلات البحث الحالي وتحقيقاً لأهدافه، أستخدمت عدة إختبارات في البرنامج الإحصائي SPSS v.22.

## المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث

**أولاً: مفهوم قابليات الذكاء الأصطناعي:**

ظهر مصطلح "الذكاء الاصطناعي" لأول مرة عام 1956م خلال "مؤتمر Dartmouth" الذي جمع نخبة من علماء الكمبيوتر والرياضيات. يمكن تعريف الذكاء الاصطناعي بشكل عام بأنه "القدرة على إظهار الذكاء من قبل الآلات" (Chintalapati & Pandey, 2022:39).

لقد عرف Balas et al. (2019:366-367) الذكاء الأصطناعي بأنه علم متخصص من علوم الكمبيوتر الذي يمكن أو يبني الذكاء في الآلات والأنظمة، من خلال تسخير البيانات الضخمة المتوفرة حولها. لقد أنشأ البشر أجهزة كمبيوتر وشبكات وإنترنت وخوادم سحابية، مما مكنهم من البدء في جمع بيانات المعاملات الضخمة.

في ذات السياق، أشار Ali et al. (2023:2) إلى إن الذكاء الأصطناعي قد أصبح متأصلاً في مجتمعنا لأنه يساعد مختلف القطاعات في التعامل مع القضايا الصعبة وإصلاح الأساليب التي عفا عليها الزمن. يستخدم الذكاء الاصطناعي في الهواتف الذكية لأداء مهام متنوعة، والسيارات ذاتية

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

القيادة لتجنب الحوادث، والبنوك لإدارة الاستثمارات والقروض، والمستشفيات لتشخيص الأمراض، وأجهزة إنفاذ القانون لمكافحة الجريمة، والقوات المسلحة، وشركات التأمين لتقييم المخاطر، وغيرها الكثير. فضلاً عما تقدم، تحاول العديد من المنظمات بنشاط دمج الذكاء الأصطناعي في سير أعمالهم نظراً لأدائها المتميز الذي ينافس أداء الإنسان في مجموعة واسعة من المهام.

في هذا السياق، أشار Bharadiya (2023:26) يواجه عالم الشركات اليوم ديناميكية متسارعة تعقد من إجراءات العمل، مما يشكل تحدياً أمام المديرين لفهم كافة جوانب عملهم. كما تلقي هذه التطورات، التي تشمل التحديثات والتغييرات، وعمليات الأستحواذ والأندماج، والمنافسة المتزايدة، والتطورات التكنولوجية، بضغوط على الشركات لإعادة النظر في أستراتيجياتها، وفي ظل هذه الظروف، تلجأ العديد من الشركات الكبرى إلى تقنيات ذكاء الأعمال (BI) للحصول على ميزة تنافسية يتم من خلال فهمٍ أفضل للعمليات التجارية والتحكم فيها. إذ يتم أستخدام ذكاء الأعمال إلى حد كبير لزيادة جودة المعلومات وحسن توقيتها ومساعدة المديرين على فهم الوضع التنافسي لشركتهم بشكل أفضل. يمكن للشركات تحليل أتجاهات حصة السوق المتغيرة، والتغيرات في سلوك المستهلك وأنماط الإنفاق، وتفضيلات الزبائن، وقدرات الشركة، وظروف السوق.

**ثانياً: قابليات الذكاء الأصطناعي:**

يتمتع الذكاء الأصطناعي بإمكانيات هائلة لثورة في مختلف مجالات الحياة، بدءاً من الأعمال والرعاية الصحية إلى التعليم والنقل، ولتحقيق أقصى استفادة من هذه الإمكانيات، من المهم فهم القابليات الأساسية للذكاء الأصطناعي، وهي: (Mikalef et al., 2023:10).

1. **البيانات:** تعد البيانات الوقود الذي يغذي أنظمة الذكاء الأصطناعي. فكلما زادت كمية البيانات عالية الجودة، زادت دقة وفعالية نماذج الذكاء الأصطناعي.
2. **التكنولوجيا:** تتطور تقنيات الذكاء الأصطناعي بوتيرة سريعة، مما يفتح آفاقاً جديدة لتطبيقاته، وتشمل هذه التقنيات التعلم الآلي، ومعالجة اللغة الطبيعية، ورؤية الكمبيوتر، والروبوتات.
3. **الموارد الأساسية:** يتطلب تشغيل أنظمة الذكاء الأصطناعي بنية تحتية قوية، بما في ذلك أجهزة الكمبيوتر عالية الأداء وشبكات الأتصالات المتطورة.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

4. **المهارات التقنية:** للأستفادة من الذكاء الأصطناعي، هناك حاجة إلى مهارات تقنية متخصصة في مجالات مثل هندسة البرمجيات، وتحليل البيانات، وعلوم البيانات.
5. **مهارات الأعمال:** يجب أن تمتلك الشركات مهارات لفهم كيفية دمج الذكاء الأصطناعي في نماذج أعمالها وتحقيق أهدافها الاستراتيجية.
6. **التنسيق بين الأقسام:** يتطلب تنفيذ مشاريع الذكاء الأصطناعي تعاوناً فعالاً بين مختلف أقسام المنظمة، مثل تكنولوجيا المعلومات والأعمال والعمليات.
7. **قابليات التغيير التنظيمي:** يمكن أن يؤدي الذكاء الأصطناعي إلى تغييرات كبيرة في طرق العمل، مما يتطلب من المنظمات القدرة على التكيف والتغيير.
8. **الميل لتحمل المخاطر:** لا يخلو تبني الذكاء الأصطناعي من بعض المخاطر، مثل إمكانية حدوث تحيزات أو أخطاء في النماذج.

**ثالثاً: مفهوم خدمات التأمين الرقمية:** يتألق التأمين الرقمي كجوهرةٍ ناصعةٍ في تاج الأبتكارات الحديثة في مجال التأمين، حاصداً ثمار ثورة الإنترنت، ليصبح أحد أهم إنجازات القرن العشرين وأبرز مظاهر التطور التكنولوجي في عصرنا الحالي. لقد فتح هذا المجال أبوابه أمام آفاقٍ رحبةٍ لسهولة المعاملات التجارية عبر الشبكة العنكبوتية. فقد بات بإمكان الزبائن الاختيار والشراء بكل سهولة ومرونة، مستغنين عن الطرق التقليدية المألوفة .كما منحت هذه الثورة الرقمية المنظمات فرصاً ذهبية للتطور والتوسع في أعمالها، وذلك من خلال الاستفادة القصوى من إمكانيات السحابة الرقمية في تخزين المعلومات وتحقيق التواصل الرقمي الفعال بينها وبين زبائنها. ومع مطلع الألفية الجديدة، برز مصطلح "التأمين الرقمي" ليفرض تحدياتٍ جسام على قطاع التأمين بكافة مجالاته، وعلى شركات التأمين بشكل خاص. فقد أدت التطورات العلمية المتسارعة إلى أنخفاضٍ ملحوظٍ في التكاليف وإبداعٍ هائلٍ في ابتكار المنتجات، مما أدى بدوره إلى اشتداد حدة المنافسة على المستويين المحلي والعالمي (Nicoletti, 2016:243-245). لقد أكد كل من (Harris & Katz 1991:265-266) على أن الأستثمار في التأمين يرتبط إرتباطاً وثيقاً بالتكنولوجيا التي تسهم بشكل مباشر بتحسين أدائها، على إعتبار ان المبدأ الأساسي لشركات التأمين هي كيفية أستثمار خدماتها في مجال التسويق بإستخدام التكنولوجيا المتقدمة. من جانب آخر، يرى (Hwang & Christensen

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

(2008: 1333-1334) إن المنصات الرقمية لا توفر ميزة تنافسية لشركات التأمين على أقرانها فحسب، ولكنها تساعد أيضاً في تحقيق أهدافها الأستراتيجية في مدة زمنية محددة. أذ إنها تعد عامل حاسم بالنسبة للمنظمات التي تتنافس في سوق مشتركة. ومن ثم، من الضروري أن يكون لدى أي منظمة تكنولوجيا تلبي أحتياجات البيئة المحيطة في جميع الجوانب ذات الأهمية القصوى لزيادة نموها. تعد القدرات التكنولوجية ضرورية لشركات التأمين إذ ان تبني للتقنيات الحديثة مثل التأمين الالكتروني والتحول الرقمي في عمليات الأكتتاب والتسويق والبيع. فضلاً عن أعتماد منتجات تكنلوجية مستحدثة، بوصفها خطوة جديدة في التطوير الطبيعي لقطاع التأمين، من شأنها أن تقلل من نفقات المنظمات العامة وتكاليف التشغيل، ويصب في مصلحة زيادة مرونة وفعالية القطاع بشكل عام. إن شركات مثل Google و Amazon و Facebook رائدة في هذا المجال من خلال تحول هذه المعلومات إلى إيرادات تصل إلى المليارات. أما من وجهة نظر الزبون فستسهم هذه التحولات في تعزيز الشفافية واكتساب رؤية أفضل للزبائن وتمكينهم من التسويق والحصول على خدمات التأمين بشكل أسهل (Cebulsky et al., 2018:360-366).

**رابعاً: أبعاد خدمات التأمين الرقمية:**

يمثل التأمين الرقمي نقلة نوعية في قطاع التأمين فهة يوظف إمكانيات التكنولوجيا لتقديم خدمات مبتكرة تلبي أحتياجات الزبائن بشكلٍ أفضل، وتعد رحلة الزبون مع التأمين الرقمي رحلة شاملة تتضمن أبعاداً رئيسة، يمكن تحديدها على وفق رأي Järvinen & Karjaluoto (2015) بما يأتي:

1. **<u>جذب الزبائن:</u>** تتميز نافذة خدمات التأمين الرقمية بسهولة الأستخدام والتصميم الجذاب ووضوح المحتوى، مع إمكانية الوصول إلى جميع الخدمات التأمينية بسهولة. فضلاً عن أستغلال قنوات التسويق الإلكترونية مثل محركات البحث ووسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى الزبائن المحتملين والترويج لمنتجات التأمين الرقمي، وكذلك تقديم عروض تنافسية تجذب أنتباه الزبائن وتشجعهم على تجربة خدمات التأمين الرقمي.
2. **<u>أستغراق الزبائن:</u>** توفر خدمات التأمين الرقمية قنوات تفاعلية متنوعة مثل الدردشة الحية والذكاء الأصطناعي للتواصل مع الزبائن والإجابة على أستفساراتهم وتقديم الدعم اللازم. فضلاً عن تقديم تجربة شخصية للزبائن من خلال تخصيص المنتجات والخدمات والعروض لتناسب أحتياجاتهم

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

وتفضيلاتهم، وكذلك عن طريق تصميم واجهات سهلة الاستخدام لجميع الخدمات الرقمية، بما في ذلك شراء وثائق التأمين وإدارة الحسابات وتقديم المطالبات.

3. **التواصل مع الزبائن:** تتيح خدمات التأمين الرقمية التواصل مع الزبائن بشكلٍ فعال من خلال قنوات رقمية متنوعة مثل البريد الإلكتروني والرسائل النصية ووسائل التواصل الأجتماعي، وكذلك تقديم محتوى قيم للزبائن يثري معلوماتهم حول التأمين ويساعدهم على أتخاذ قراراتٍ مستنيرة، مع إبقاء الزبائن على أطلاعٍ بآخر التطورات والخدمات والعروض المقدمة من قبل شركة التأمين.
4. **التعرف على تفضيلات الزبائن:** تحليل بيانات الزبائن لفهم سلوكهم وتفضيلاتهم وأحتياجاتهم بشكلٍ أفضل، وكذلك إجراء أستطلاعات دورية لجمع آراء الزبائن وملاحظاتهم حول الخدمات المقدمة. كما يمكن تقديم مكافآت للزبائن المخلصين وتقديم عروض حصرية لهم لتعزيز ولائهم.
5. **الأحتفاظ بالزبائن:** تساعد خدمات التأمين الرقمية على تقديم خدمة أستثنائية تلبي أحتياجات الزبائن وتساعدهم على حل مشاكلهم بسرعة وفعالية. فضلاً عن تطوير الخدمات المقدمة بشكلٍ مستمر لتلبية أحتياجات الزبائن المتطورة، وكذلك بناء علاقات قوية مع الزبائن قائمة على الثقة والأحترام.

## المبحث الثالث: الإطار العملي للبحث

### أولاً: التحليل الوصفي لمتغيرات البحث:

تم إستخدام أختبارات التحليل الوصفي المتمثلة بـ(الوسط الحسابي والإنحراف المعياري) لتحديد مستوى توافر المتغيرات المبحوثة في شركة التأمين العراقية، وذلك بالإعتماد على الفئات الآتية:

- الفئة الأولى: 1-1.80 ضعيف جداً.
- الفئة الثانية: 1.81-2.60 ضعيف.
- الفئة الثالثة: 2.61-3.40 حول الوسط.
- الفئة الرابعة: 3.41-4.20 عالي.
- الفئة الخامسة: 4.20-5 عالي جداً.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

1. **التحليل الوصفي لمتغير قابليات الذكاء الأصطناعي:** إن الجدول (2)، يقدم عرضاً لنتائج إختبارات الوسط الحسابي والإنحراف المعياري لهذا المتغير على وفق آراء عدد من المستجيبين البالغ عددهم (100) مستجيباً، والتي أظهرت وجود إنسجام وتناسق واضح في الإجابات مع عدم توافر لهذا المتغير في الشركة المبحوثة، فلقد حقق وسطاً حسابياً عاماً مقداره (**2.663**) وهو يقع ضمن الفئة الثالثة-حول الوسط، مع إنحراف معياري عام (**0.788**)، وهو يدل على إنخفاض تشتت الإجابات حول وسطها الحسابي. الأمر الذي يدعو إدارة الشركة المبحوثة بالعمل على تبني هذا البعد للإرتقاء بواقع العمل الإداري فيها.

**الجدول (2) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير قابليات الذكاء الأصطناعي**

| البعد | الوسط الحسابي | الإنحراف المعياري |
|---|---|---|
| البيانات | 2.520 | 0.818 |
| التكنولوجيا | 2.870 | 0.745 |
| الموارد الأساسية | 2.483 | 0.826 |
| المهارات التقنية | 2.783 | 0.833 |
| مهارات الأعمال | 2.617 | 0.750 |
| التنسيق بين الأقسام | 2.750 | 0.711 |
| قابليات التغيير التنظيمي | 2.863 | 0.855 |
| الميل لتحمل المخاطر | 2.417 | 0.770 |
| **المعدل** | **2.663** | **0.788** |

**المصدر:** برنامج SPSS v.24.

2. **التحليل الوصفي لمتغير خدمات التأمين الرقمية:**

إن الجدول (3)، يقدم عرضاً لنتائج إختبارات الوسط الحسابي والإنحراف المعياري لهذا المتغير على وفق آراء عدد من المستجيبين البالغ عددهم (100) مستجيباً، والتي أظهرت وجود إنسجام وتناسق واضح في الإجابات مع عدم توافر لهذا المتغير في الشركة المبحوثة، فلقد حقق وسطاً حسابياً عاماً مقداره (**2.545**) وهو يقع ضمن الفئة الثانية-ضعيف، مع إنحراف معياري عام (**0.847**)، وهو يدل على إنخفاض تشتت الإجابات حول وسطها الحسابي. الأمر الذي يدعو إدارة الشركة المبحوثة بالعمل على تبني هذا البعد للإرتقاء بواقع العمل الإداري فيها.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

**الجدول (3) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير خدمات التأمين الرقمية**

| البعد | الوسط الحسابي | الإنحراف المعياري |
|---|---|---|
| جذب الزبائن | 2.634 | 0.911 |
| أستغراق الزبائن | 2.343 | 0.833 |
| التواصل مع الزبائن | 2.551 | 0.852 |
| التعرف على تفضيلات الزبائن | 2.773 | 0.884 |
| الأحتفاظ بالزبائن | 2.422 | 0.753 |
| **المعدل** | **2.545** | **0.847** |

**المصدر:** برنامج SPSS v.24.

**ثانياً: إختبار فرضيات الإرتباط:**

تتضمن هذه الفقرة إختبار ست فرضيات رئيسة، على النحو الآتي:

**1. وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين البيانات وخدمات التأمين الرقمية:**

أظهرت النتائج وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين البيانات وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل الإرتباط بينهما بلغت (0.832)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**2. وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين التكنولوجيا وخدمات التأمين الرقمية:**

أظهرت النتائج وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين التكنولوجيا وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل الإرتباط بينهما بلغت (0.783)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**3. وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين المهارات الأساسية وخدمات التأمين الرقمية:**

أظهرت النتائج وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين المهارات الأساسية وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل الإرتباط بينهما بلغت (0.850)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**4. وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين المهارات التقنية وخدمات التأمين الرقمية:**

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

أظهرت النتائج وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين المهارات التقنية وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل الإرتباط بينهما بلغت (0.771)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**5. وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين مهارات الأعمال وخدمات التأمين الرقمية:**

أظهرت النتائج وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين مهارات الأعمال وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل الإرتباط بينهما بلغت (0.821)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**6. وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين التنسيق بين الأقسام وخدمات التأمين الرقمية:**

أظهرت النتائج وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين التنسيق بين الأقسام وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل الإرتباط بينهما بلغت (0.792)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**7. وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين قابليات التغيير التنظيمي وخدمات التأمين الرقمية:**

أظهرت النتائج وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين قابليات التغيير التنظيمي وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل الإرتباط بينهما بلغت (0.844)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**8. وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين الميل لتحمل المخاطر وخدمات التأمين الرقمية:**

أظهرت النتائج وجود علاقة إرتباط طردية ومعنوية بين الميل لتحمل المخاطر وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل الإرتباط بينهما بلغت (0.854)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**ثالثاً: إختبار فرضيات معامل التأثير:**

تتضمن هذه الفقرة إختبار ست فرضيات رئيسة، على النحو الآتي:

**1. وجود تأثير موجب ومعنوي للبيانات في خدمات التأمين الرقمية:**

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

للتقين من صحة هذه الفرضية، فإن الجدول (4) يظهر وجود تأثير موجب ومعنوي لالبيانات في خدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل $R^2$ بينهما بلغت (0.692)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**الجدول (4) تأثير البيانات في خدمات التأمين الرقمية**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | $R^2$ | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | .661 | .170 | | | 3.661 | .000 |
| | البعد الأول | .690 | .090 | .832 | .692 | 7.663 | .000 |

**المصدر:** نتائج برنامج SPSS V.24.

**2. وجود تأثير موجب ومعنوي للتكنولوجيا في خدمات التأمين الرقمية:**

للتقين من صحة هذه الفرضية، فإن الجدول (5) يظهر وجود تأثير موجب ومعنوي للتكنولوجيا في خدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة معامل $R^2$ بينهما بلغت (0.613)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**الجدول (5) تأثير التكنولوجيا في خدمات التأمين الرقمية**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | $R^2$ | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | .491 | .199 | | | 3.261 | .000 |
| | البعد الثاني | .814 | .112 | .783 | .613 | 8.482 | .000 |

**المصدر:** نتائج برنامج SPSS V.24.

**3. وجود تأثير موجب ومعنوي للمهارات الأساسية في خدمات التأمين الرقمية:**

للتقين من صحة هذه الفرضية، فإن الجدول (6) يظهر وجود تأثير موجب ومعنوي للمهارات الأساسية في خدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة قيمة معامل $R^2$ بينهما بلغت (0.722)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**الجدول (6) تأثير المهارات الأساسية في خدمات التأمين الرقمية**

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | $R^2$ | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | .894 | .178 | | | 5.631 | .000 |
| البعد الثالث | .427 | .072 | .850 | .722 | 8.453 | .000 |

**المصدر:** نتائج برنامج SPSS V.24.

### 4. وجود تأثير موجب ومعنوي للمهارات التقنية في خدمات التأمين الرقمية:

للتقين من صحة هذه الفرضية، فإن الجدول (7) يظهر وجود تأثير للمهارات التقنية في خدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة قيمة معامل $R^2$ بينهما بلغت (0.594)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**الجدول (7) تأثير المهارات التقنية في خدمات التأمين الرقمية**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | $R^2$ | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | .613 | .221 | | | 5.441 | .000 |
| البعد الرابع | .704 | .101 | .771 | .594 | 8.366 | .000 |

**المصدر:** نتائج برنامج SPSS V.24.

### 5. وجود تأثير موجب ومعنوي لمهارات الأعمال في خدمات التأمين الرقمية:

للتقين من صحة هذه الفرضية، فإن الجدول (8) يظهر وجود تأثير لمهارات الأعمال في خدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة قيمة معامل $R^2$ بينهما بلغت (0.674)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**الجدول (8) تأثير مهارات الأعمال في خدمات التأمين الرقمية**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | $R^2$ | T | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | .214 | .115 | | | 5.876 | .000 |
| البعد الخامس | .883 | .642 | .821 | .674 | 9.649 | .000 |

**المصدر:** نتائج برنامج SPSS V.24.

### 6. وجود تأثير موجب ومعنوي للتنسيق بين الأقسام في خدمات التأمين الرقمية:

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

للتقين من صحة هذه الفرضية، فإن الجدول (9) يظهر وجود تأثير للتنسيق بين الأقسام وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة قيمة معامل $R^2$ بينهما بلغت (0.627)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**الجدول (9) تأثير التنسيق بين الأقسام في خدمات التأمين الرقمية**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | $R^2$ | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | .623 | .653 | | | 3.221 | .000 |
| البعد السادس | .719 | .733 | .792 | .627 | 6.323 | .000 |

**المصدر:** نتائج برنامج SPSS V.24.

**7. وجود تأثير موجب ومعنوي لقابليات التغيير التنظيمي في خدمات التأمين الرقمية:**

للتقين من صحة هذه الفرضية، فإن الجدول (10) يظهر وجود تأثير لقابليات التغيير التنظيمي وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة قيمة معامل $R^2$ بينهما بلغت (0.699)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

**الجدول (10) تأثير لقابليات التغيير التنظيمي في خدمات التأمين الرقمية**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | $R^2$ | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | .614 | .151 | | | 1.415 | .000 |
| البعد السابع | .753 | .076 | .844 | .699 | 11.609 | .000 |

**المصدر:** نتائج برنامج SPSS V.24.

**8. وجود تأثير موجب ومعنوي الميل لتحمل المخاطر في خدمات التأمين الرقمية:**

للتقين من صحة هذه الفرضية، فإن الجدول (11) يظهر وجود تأثير للميل لتحمل المخاطر وخدمات التأمين الرقمية، إذ إن قيمة قيمة معامل $R^2$ بينهما بلغت (0.729)، وهي تحت مستوى معنوية (1%)، وهذا ما يشير إلى قبول هذه الفرضية.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

**الجدول (11) تأثير الميل لتحمل المخاطر في خدمات التأمين الرقمية**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | $R^2$ | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 (Constant) | .622 | .114 | | | 2.441 | .000 |
| البعد الثامن | .789 | .112 | .854 | .729 | 6.548 | .000 |

**المصدر:** نتائج برنامج SPSS V.24.

## المبحث الرابع: الإستنتاجات والتوصيات

### أولاً: الإستنتاجات :

1. أظهرت نتائج البحث أن مستوى تبني خدمات التأمين الرقمية في شركات التأمين العراقية لا يزال منخفضاً.
2. أظهرت نتائج البحث أن تطبيقات الذكاء الأصطناعي يمكن أن تؤدي دوراً هاماً في تحسين كفاءة العمليات، وتعزيز خدمة الزبائن، وتطوير منتجات تأمينية جديدة ومبتكرة.
3. أظهرت نتائج البحث أن هناك العديد من التحديات التي تواجه تبني خدمات التأمين الرقمية في العراق، مثل ضعف التحول الرقمي، وانخفاض مستوى التغلغل الرقمي، وانخفاض مستوى الثقة بالخدمات الرقمية، وعدم كفاية البنية التحتية الرقمية، وعدم وضوح التشريعات المتعلقة بالتأمين الرقمي.
4. أظهرت نتائج البحث أن هناك العديد من الفرص لتعزيز تبني خدمات التأمين الرقمية في العراق، مثل زيادة الوعي بأهمية خدمات التأمين الرقمية، وتحسين البنية التحتية الرقمية، وتطوير التشريعات المتعلقة بالتأمين الرقمي.

### ثانياً: التوصيات:

1. ضرورة زيادة الوعي بأهمية خدمات التأمين الرقمية لدى شركات التأمين والزبائن.
2. ضرورة تحسين البنية التحتية الرقمية في العراق لتعزيز تبني خدمات التأمين الرقمية.

مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية

مجلد (20) (عدد خاص) 2024

وقائع المؤتمر العلمي السابع لكلية الادرة والاقتصاد (تكامل العلوم الإدارية والاقتصادية في ظل التحول الرقمي لنماذج الاعمال وتحديات الابتكار)

18 نيسان 2024

3. ضرورة تطوير التشريعات المتعلقة بالتأمين الرقمي لخلق بيئة مناسبة للاستثمار في هذا المجال.
4. ضرورة استثمار شركات التأمين في تطبيقات الذكاء الأصطناعي لتحسين كفاءة العمليات، وتعزيز خدمة الزبائن، وتطوير منتجات تأمينية جديدة ومبتكرة.

**المصادر:**

1- Ali, S., Abuhmed, T., El-Sappagh, S., Muhammad, K., Alonso-Moral, J. M., Confalonieri, R. & Herrera, F. (2023). Explainable Artificial Intelligence (XAI): What we know and what is left to attain Trustworthy Artificial Intelligence. Information Fusion, 99, 101805.

2- Bharadiya, J. P. (2023). A comparative study of business intelligence and artificial intelligence with big data analytics. American Journal of Artificial Intelligence, 7(1), 24.

3- Cebulsky, M., Günther, J., Heidkamp, P., & Brinkmann, F. (2018). The Digital Insurance–Facing Customer Expectation in a Rapidly Changing World. In Digital Marketplaces Unleashed (pp. 359-370). Springer, Berlin, Heidelberg.

4- Chintalapati, S., & Pandey, S. K. (2022). Artificial intelligence in marketing: A systematic literature review. International Journal of Market Research, 64(1), 38-68.

5- Harris, S. E., & Katz, J. L. (1991). Organizational performance and information technology investment intensity in the insurance industry. Organization science, 2(3), 263-295.

6- Hwang, J., & Christensen, C. M. (2008). Disruptive innovation in health care delivery: a framework for business-model innovation. Health affairs, 27(5), 1329-1335.

7- Järvinen, J., & Karjaluoto, H. (2015). The use of Web analytics for digital marketing performance measurement. Industrial Marketing Management, 50, 117-127.

8- Mikalef, P., Lemmer, K., Schaefer, C., Ylinen, M., Fjørtoft, S. O., Torvatn, H. Y., & Niehaves, B. (2023). Examining how AI capabilities can foster organizational performance in public organizations. Government Information Quarterly, 40(2), 101797.

9- Nicoletti, B. (2016). Digital insurance throughout the world. In Digital Insurance (pp. 242-251). Palgrave Macmillan, London.