الابتكار في قطاع التأمينات

Innovation in the Insurance Sector

ديرم ريم[1*]، خلوي فايزة زهيرة[2]

[1]مخبر هندسة التنمية المستدامة، مسؤولية الجامعة والاندماج الاجتماعي، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، الجزائر،

direm.rym@univ-oran2.dz

[2]مخبر بحث التوجهات والتحديات الجديدة للسياسات التنموية في الجزائر، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، الجزائر،

khaloui.faiza@univ-oran2.dz

تاريخ الاستلام: 2025/12/19 **تاريخ القبول2026/04/16**

الملخص:

يلعب الابتكار دورًا أساسيًا في قطاع التأمين، حيث يُمكن الشركات من مواكبة التحولات السريعة في السوق وتلبية توقعات العملاء المتزايدة. ومن أجل الحفاظ على قدرتها التنافسية، يتعين على شركات التأمين مواجهة العديد من التحديات، مثل تردد بعض العملاء في تبني الحلول الجديدة والصعوبات المرتبطة بتسويق المنتجات المبتكرة. ويُعد تبني التقنيات الحديثة والنماذج الاقتصادية الجديدة أمرًا ضروريًا لتلبية متطلبات السوق وتعزيز ثقة المؤمن لهم.

الكلمات المفتاحية :التأمين، الابتكار، التحديات، التحول الرقمي.

Abstract:

Innovation plays a fundamental role in the insurance sector, enabling companies to keep pace with rapid market changes and meet the growing expectations of customers. To maintain their competitiveness, insurance companies must overcome several major challenges, such as customer reluctance to adopt new solutions and difficulties related to the marketing of innovative products. Embracing modern technologies and new business models has become essential to meet market demands and strengthen policyholders' trust.

Keywords: Insurance, Innovation, Challenges, Digital Transformation.

Résumé:

L’innovation joue un rôle essentiel dans le secteur de l’assurance, car elle permet aux entreprises de s’adapter aux transformations rapides du marché et de répondre aux attentes croissantes des clients. Afin de préserver leur compétitivité, les compagnies d’assurance doivent faire face à plusieurs défis, notamment la réticence de certains clients à adopter de nouvelles solutions ainsi que les difficultés liées à la commercialisation des produits innovants. L’adoption des technologies modernes et de nouveaux modèles économiques apparaît ainsi comme une nécessité pour satisfaire les exigences du marché et renforcer la confiance des assurés.

Mots-clés : Assurance, Innovation, Défis, Transformation digitale.

1- تمهيد :

أصبح الابتكار اليوم رافعة إستراتيجية لا غنى عنها لشركات التأمين الساعية إلى التكيف مع بيئة دائمة التغير. ففي مواجهة عملاء أكثر تطلبًا ووعيًا، بالإضافة إلى التحديات العالمية مثل التغير المناخي، والتوسع الرقمي، وتحول المخاطر الاقتصادية والاجتماعية، بات من الضروري على شركات التأمين تلبية الاحتياجات الحالية مع الاستعداد لمتطلبات المستقبل.

وفي هذا السياق، يتجلى الابتكار بأشكال متعددة: من تعديل وثائق التأمين إلى ابتكار هياكل تغطية جديدة، مرورًا بإدماج التكنولوجيا الرقمية وتحليل البيانات. وتمثل هذه التحولات فرصة لإعادة تشكيل النماذج الاقتصادية التقليدية وفتح المجال أمام عروض تأمينية أكثر مرونة وتخصيصًا تتماشى مع توقعات المؤمن لهم.

ومع ذلك، تثير هذه التطورات العديد من التحديات الجوهرية. فمن الضروري أن تتمكن شركات التأمين من تقديم حلول مبتكرة قادرة على الاستجابة للمخاطر الناشئة مع التحكم في تأثير التغيرات الاجتماعية والاقتصادية على نشاطها. كما يتعين عليها تجاوز بعض العوائق التي تعرقل مسار الابتكار، مثل تردد بعض العملاء في قبول التغيير أو الصعوبات المرتبطة بتسويق المنتجات الجديدة.

وعليه، نطرح الاشكالية التالية : ما هي أهم العوائق التي تعترض الابتكار في قطاع التأمين؟ وكيف يمكن لشركات التأمين تجاوز هذه العقبات للحفاظ على قدرتها التنافسية وضمان استمراريتها؟

❖ فرضيات الدراسة:

انطلاقًا من إشكالية الدراسة، والمتمثلة في التساؤل حول العوائق التي تعترض الابتكار في قطاع التأمين وسبل تجاوزها، يمكن صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: يساهم الابتكار في قطاع التأمين في تحسين القدرة التنافسية لشركات التأمين وتعزيز استمراريتها في السوق.

الفرضية الثانية: تواجه شركات التأمين مجموعة من العوائق التنظيمية، والتسويقية، والتكنولوجية التي تحد من تبني الابتكار وتطوير المنتجات التأمينية.

الفرضية الثالثة: يلعب التحول الرقمي دورًا إيجابيًا في دعم الابتكار داخل شركات التأمين من خلال تحسين جودة الخدمات وتلبية احتياجات العملاء المتجددة.

الفرضية الرابعة: يساهم اعتماد استراتيجيات تسويق مبتكرة في تقليص مقاومة العملاء تجاه المنتجات التأمينية الجديدة.

❖ أهمية البحث :

تكتسي هذه الدراسة أهمية بالغة في ظل التغيرات العميقة التي يشهدها قطاع التأمين نتيجة للتحولات الرقمية والاجتماعية والاقتصادية المتسارعة. فهي تساهم في إبراز ضرورة تبني الابتكار كخيار استراتيجي يتيح لشركات التأمين ليس فقط الحفاظ على مكانتها

التنافسية، بل أيضًا الاستجابة بمرونة لمتطلبات سوق متطور ومخاطر جديدة ومعقدة. كما تساعد هذه الدراسة على توعية الفاعلين في القطاع بأهمية استشراف المستقبل وتطوير حلول قادرة على تعزيز الثقة وضمان استدامة النشاط التأميني.

❖ **أهداف البحث** :تهدف هذه الدراسة إلى :

- تحفيز التفكير الجماعي حول كيفية تمكين قطاع التأمين من الابتكار بشكل فعال ومستدام.
- تعزيز قدرة شركات التأمين على تطوير حلول مبتكرة تلبي احتياجات السوق المتجددة وتواجه المخاطر الناشئة.
- الإسهام في استقرار الاقتصاد من خلال دعم دور التأمين في حماية الأصول والممتلكات داخل المجتمع.
- توفير منصة لتبادل الأفكار والتجارب بين مختلف الفاعلين في القطاع بهدف بناء رؤى واستراتيجيات مشتركة.
- اقتراح توصيات عملية تساعد شركات التأمين على تجاوز العقبات المرتبطة بالابتكار وتعزيز قدرتها التنافسية.

❖ **محاور البحث** :

ولتقييم صحة هذه الفرضيات، تم تقسيم الدراسة إلى محاور رئيسية، حيث ركزت الدراسة على الإطار المفاهيمي للتأمين والابتكار، واستكشفت العلاقة بين الابتكار وقطاع التأمين، بالإضافة إلى عرض عوائق الابتكار والتحديات التي تواجهه في هذا المجال.

❖ **الدراسات السابقة** :يشهد قطاع التأمين في الجزائر تحولات متسارعة تستدعي دمج الابتكار كعنصر أساسي للحفاظ على القدرة التنافسية وتلبية احتياجات العملاء المتغيرة.

الابتكار في قطاع التأمين بالجزائر :تحلل دراسة دور الابتكار كمصدر للميزة التنافسية في شركات التأمين الجزائرية، مع تحديد العوائق التي تعرقل هذا العملية مثل التنظيمات والقوانين وصورة القطاع، وغيرها(KAHOUL Mohamed Yazid , 2017) .

الابتكار كآلية لتحسين القدرة التنافسية :درس بحث كيفية مساهمة نظام الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية لسوق التأمين في الجزائر خلال الفترة 2002–2018، مبرزًا زيادة عدد المنتجات المقدمة بفضل الابتكار) .بن عزة إكرام .بن لدغم فتحي .بن سعد وسيلة ., 2024)

تشخيص سوق الابتكار في التأمين الجزائري :تسلط دراسة أخرى الضوء على واقع الابتكار في سوق التأمين الجزائري، مشيرة إلى نقص الروح الإبداعية والتكنولوجية، والحاجة إلى دمج المزيد من الأدوات الرقمية لتلبية توقعات السوق بشكل أفضل) .فلاق صليحة .حمدي معمر .بوزيان الرحماني هاجر (2020 ,.

1.1. مفاهيم التأمين والابتكار :

أصبح التأمين يُعتبر اليوم منتجًا استهلاكيًا شائعًا، بل وأساسيًا، شأنه شأن السلع الأساسية. وفي عالم يشهد تطورًا مستمرًا، يحتل الابتكار مكانة محورية في التقدم التكنولوجي. واليوم أكثر من أي وقت مضى، يُعد الابتكار استراتيجية لا غنى عنها

بالنسبة للشركات، حيث يُمكنها من التميز في السوق من خلال الاستجابة بشكل استباقي للاحتياجات المتغيرة للمستهلكين، مع ضمان ميزة تنافسية مستدامة.

1.1.1. مفهوم التأمين :

يمكن تعريف التأمين على أنه آلية تضامن تقوم على تجميع اشتراكات أو أقساط يدفعها مجموعة من الأشخاص أو الكيانات لمواجهة أخطار محتملة وغير مؤكدة.(Direm Rym, Arbaoui Kheira, 2024) وفي مقابل هذه الأقساط، يلتزم المؤمِّن بتقديم تعويض مالي عند تحقق الخطر، اعتمادًا على قوانين الاحتمالات والإحصاء، بهدف تعويض الأضرار التي قد تصيب الأفراد أو الشركات أو المنظمات(Isa Germain, 2019) .

ويكمن دور التأمين في كونه عنصرًا أساسيًا اجتماعيًا واقتصاديًا؛ فعلى الصعيد الاجتماعي، يوفّر الحماية المالية ويعزّز الشعور بالأمان ضد المخاطر غير المتوقعة، كما يشجّع الابتكار والأنشطة الجديدة من خلال تقليل آثار المخاطر. أمّا على الصعيد الاقتصادي، فيسهّل الوصول إلى الائتمان ويُعد وسيلة للادخار، حيث تُستثمر الأقساط في تمويل المشاريع والبنى التحتية، مما يساهم في دعم النمو الاقتصادي وخدمة الأفراد والشركات والاقتصاد ككل(Talal OMRANI, 2022) .

❖ **أنواع التأمين** :تنقسم التأمينات إلى فئتين رئيسيتين(SujetsUtiles.com, 2025) :

تأمين الأشخاص **و**تأمين الأضرار، ويضم كل منهما أنواعًا فرعية تستجيب لاحتياجات الأفراد والشركات.

أولًا: تأمين الأشخاص: يهدف هذا النوع إلى تغطية المخاطر المرتبطة بالأفراد أنفسهم، مثل الحياة، الصحة، والقدرة على العمل. وينقسم إلى:

- **تأمين الحياة** : يقوم على التزام المؤمِّن بدفع رأس مال أو معاش للمؤمَّن له أو للمستفيدين، إمّا بعد مدة محددة أو عند الوفاة. وينقسم إلى:

  - تأمين في حالة الحياة :يُدفع رأس المال أو المعاش للمؤمَّن له إذا بقي على قيد الحياة حتى تاريخ معين.
  - تأمين في حالة الوفاة :يُدفع التعويض للمستفيدين فقط في حال وفاة المؤمَّن له.
  - تأمين مختلط :يجمع بين ضمانتي الحياة والوفاة.

- **تأمين الوفاة** :يغطي المخاطر المرتبطة بوفاة المؤمَّن له، ويوفّر تعويضًا ماليًا لفائدة المستفيدين.

- **التأمين الصحي التكميلي** :يغطي نفقات العلاج، الاستشفاء، والحوادث، بما يخفف العبء المالي عن المؤمَّن له.

- **تغطية المخاطر الأخرى** :تشمل التأمين ضد:

  - العجز عن العمل
  - الإعاقة

- الوفاة الناتجة عن حادث

ثانيًا: تأمين الأضرار :يهتم هذا النوع بحماية ممتلكات وأصول المؤمَّن له من خلال تعويض الخسائر المادية الناتجة عن أحداث غير متوقعة، ويشمل:

- **تأمين الممتلكات**: يهدف إلى حماية الممتلكات المادية مثل العقارات، المركبات، والمعدات ضد مخاطر كالحريق، السرقة، والحوادث.
- **تأمين المسؤولية** :يختص بتعويض الغير عن الأضرار التي يتسبب فيها المؤمَّن له، ويغطي المسؤولية المدنية تجاه الأشخاص أو ممتلكاتهم.
- **تأمين البناء** :يتعلق بالمخاطر المرتبطة بأشغال البناء، مثل:

- التأمين العشري
- التأمين ضد العيوب أو الأضرار الهيكلية التي قد تظهر بعد إنجاز المشروع

وبذلك توفّر التأمينات بمختلف أنواعها حماية شاملة للأفراد والشركات، سواء على المستوى الشخصي أو على مستوى الممتلكات والأصول.

❖ **منتج التأمين:**

منتج التأمين هو خدمة تقدمها شركة التأمين، سواء في الوكالات أو عبر الإنترنت، ويُوجه هذا المنتج للأشخاص الطبيعيين أو المعنويين. ويهدف هذا المنتج إلى توفير حماية مالية وقانونية ضد المخاطر المرتبطة باستخدام ممتلكات أو خدمات معينة.

يتوفر في السوق مجموعة واسعة من منتجات التأمين، من بينها:

- التأمين على المسؤولية المدنية.
- التأمين على السيارات.
- التأمين على القروض (الذي يغطي مخاطر العجز، الوفاة أو البطالة.)
- التأمين الصحي، وغيرها.

تُمكّن هذه المنتجات المؤمن لهم من الوقاية ضد مختلف المخاطر وفقًا لاحتياجاتهم الخاصة.

الجدول (1): عدد المنتجات الجديدة في قطاع التأمين :

الفروع	المنتجات الجديدة	التعديلات	الخدمات المساعدة	الجمع/الفصل	تسويق المنتج	تغييرات العمليات	الإجمالي
المسؤولية المدنية	8	41	2	10	94	0	155
حوادث العمل	0	1	3	3	10	0	18
الأضرار	6	9	1	6	17	0	39
السيارات	0	1	0	0	3	1	5
المتوسط المركب*	3	2	1	14	18	1	39
فروع أخرى	12	23	2	7	32	2	77
المجموع	29	77	9	40	174	4	333
% من الإجمالي	9%	%23	%3	%12	%52	%1	%100

(Atlas magazin, 2012)

يكشف جدول الابتكارات في قطاع التأمين عن هيمنة التعديلات والتحسينات على المنتجات القائمة بنسبة (23%)، في حين تظل عملية إنشاء منتجات جديدة هامشية بنسبة (9%). وتُعد فئة تسويق المنتج ذات أهمية خاصة، حيث تمثل (52%) من الابتكارات، مما يُبرز الدور الحاسم للاستراتيجية التسويقية في سوق يشهد تنافساً شديداً.

تشير الأرقام المتعلقة بالخدمات المساعدة (3%) وتغييرات العمليات (1%) إلى وجود فرصة لتحسين هذه المجالات. وتبرز فرع المسؤولية المدنية كأكثر الفروع ابتكاراً بعدد إجمالي بلغ (155)، في حين تُظهر قطاعات حوادث العمل والسيارات مستوى منخفضاً نسبياً من الالتزام بالابتكار.

وبشكل عام، يُسلّط هذا الجدول الضوء على الاستراتيجية الحالية لشركات التأمين، والتي تركز على تحسين العروض الحالية وأهمية الجانب التسويقي، مع الإشارة في الوقت نفسه إلى مجالات يمكن تطويرها لدعم نمو مستدام في القطاع.

2.1.1. مفهوم الابتكار:

يمثل الابتكار رافعة أساسية للشركات، إذ يمكّنها من التميز في بيئة تنافسية متزايدة من خلال تحسين الإنتاجية، خفض التكاليف، وبناء شراكات استراتيجية جديدة. ولا يقتصر الابتكار على الجوانب التقنية فقط، بل يُعد أيضًا ثقافة وعقلية تقوم على الإبداع والقدرة على توليد أفكار جديدة باستمرار، مع التحلي بالجرأة لاستكشاف مسارات غير تقليدية والاستعداد لإعادة النظر في

الأساليب والمفاهيم السائدة.(Jean Gadrey, Faïz Gallouj, 1994) ويستند الابتكار إلى ثلاث ركائز أساسية هي الإبداع، الذي يسمح بابتكار حلول جديدة لتلبية الاحتياجات وحل المشكلات، والقيمة، حيث يجب أن يحقق الابتكار قيمة مضافة تفوق التكاليف المبذولة مع تحسين استغلال الموارد وزيادة رضا المستخدمين، وقيادة التغيير أو التبني(Arbaoui Kheira, 2014) ، إذ يرتبط نجاح الابتكار بمدى قبوله واعتماده من قبل المستخدمين وقدرتهم على استيعابه والشعور بالرضا عند استخدامه، بما يضمن تعزيز المكانة التنافسية للمؤسسة واستمراريتها على المدى الطويل(Arbaoui Kheira , 2016) .

❖ **خصائص الابتكار (حسب روجرز)**:حدد روجرز خمس خصائص تؤثر في تبنّي الابتكار:

- الميزة النسبية: مدى تفوق الابتكار مقارنة بالحلول السابقة.
- التوافق: درجة انسجام الابتكار مع قيم وتجارب واحتياجات المستخدمين.
- درجة التعقيد: مدى سهولة فهم الابتكار واستخدامه.
- إمكانية التجربة: إمكانية اختبار الابتكار على نطاق محدود قبل اعتماده الكامل.
- قابلية الملاحظة: وضوح نتائج وفوائد الابتكار للآخرين.

3.1.1. العلاقة بين التأمين والابتكار:

أصبح الابتكار في قطاع التأمين ضروريًا لمواجهة بيئة ديناميكية وتنافسية. يجب على شركات التأمين ألا تكتفي بالتكيف مع احتياجات العملاء المتغيرة، بل يجب عليها استباق اتجاهات السوق للحفاظ على مكانتها وأهميتها. ويترجم ذلك إلى تطوير مستمر في المنتجات والخدمات ودمج استراتيجيات ابتكار لمواجهة تحديات متعددة، من المتطلبات التنظيمية إلى الضغوط التنافسية.

الجدول (2): العلاقة بين الابتكار والتأمين :

الجانب	العلاقة مع الابتكار في التأمين
دور شركات التأمين	تلعب شركات التأمين دورًا مركزيًا في الاقتصاد من خلال ضمان رؤوس الأموال البشرية والمالية. وللحفاظ على قدرتها التنافسية، يجب عليها الابتكار باستمرار.
لماذا الابتكار؟	يتيح الابتكار التنبؤ بالتغيرات، وتلبية احتياجات العملاء المتزايدة، والحفاظ على هوامش الربح من خلال تحسين قيمة المنتجات.
الميزة التنافسية	يسمح الابتكار التدريجي بخلق منتجات ذات قيمة مضافة تبرر أسعارًا أعلى، وتجذب عملاء جدد، وتعزز صورة الشركة.
التكيف مع احتياجات العملاء	يساعد الابتكار على فهم أفضل للاحتياجات الجديدة وتلبيتها، مع الحفاظ على إمكانية التأمين على المخاطر من خلال التعديلات المستمرة لوثائق التأمين.
أشكال جديدة للتأمين	أحدثت الابتكارات مثل التسنيد (التوريق) والهياكل البديلة (التجمعات، شركات التأمين الذاتية) ثورة في كيفية إدارة المخاطر وتحويلها.

الجانب	العلاقة مع الابتكار في التأمين
العوامل الخارجية المحفزة للابتكار	تحفز الابتكار في القطاع دورات الأسعار، المنافسة، الإطار التنظيمي، تطور الطلب (المناخ، الطاقات النظيفة)، والتقدم التكنولوجي.
عوائق الابتكار	لا يمكن تسجيل براءة اختراع لمنتجات التأمين، مما يجعل الابتكارات عرضة للنسخ. كما قد تفتقر شركات التأمين الكبرى إلى المرونة والسرعة في التفاعل.
التكنولوجيا	تخلق التقدمات التكنولوجية (الذكاء الاصطناعي، حماية البيانات) فرصًا جديدة للابتكار في توزيع وتصميم المنتجات.

(Sidi said lyes, Mekbeul melissa, 2021)

❖ أشكال وأساليب الابتكار في التأمين:

أولًا: أنواع الابتكار في التأمين :

تُعتبر الابتكارات التدريجية في التأمين منقسمة إلى ثلاث فئات رئيسية:

- تعديل الوثائق التأمينية: يتم تعديل الوثائق بشكل دوري لتلبية احتياجات العملاء المتغيرة، مثل توسيع التغطيات، تعديل نسب التحمل (Franchise)، أو تعديل الحدود والشروط العامة. حوالي 25% من المنتجات الجديدة تأتي نتيجة هذه التعديلات، مع مراعاة التوازن بين التعقيد في تقييم المخاطر وسهولة فهم الوثائق) .بن يونس زينب .واضح فواز ., 2025)
- تجميع أو فصل الضمانات: شائع في التأمينات غير الحياتية(IARD) ، حيث يجمع عدة ضمانات تحت وثيقة واحدة لتقديم حماية أشمل، مثل دمج التأمين على الحياة مع العجز أو البطالة، مما يسمح بأسعار أكثر تنافسية بفضل توزيع المخاطر. بينما يتيح فصل الضمانات إدارة أفضل للتعرض الفردي للمخاطر.
- التأمينات ذات التفعيل المعتمد على المؤشرات: تُستخدم في القطاع الزراعي وبعض أنواع التأمين الخاصة، وتُفعّل عند بلوغ مؤشر معين (مثل كمية الأمطار أو الثلوج)، ليحصل المؤمن له على تعويض مالي متوافق مع الأضرار الناتجة عن هذا الحدث.

تُعد هذه الابتكارات التدريجية أدوات مهمة لتكييف العروض مع تطورات السوق وتحسين إدارة المخاطر.

ثانيًا: أساليب الابتكار في التأمين) :قرواني مريم .هباش فارس(2019 ,

تعتمد أساليب الابتكار على خصائص قطاع التأمين التي تميّزه عن باقي الخدمات:

- الانفصال الزمني بين شراء الخدمة واستهلاكها الفعلي.
- التنظيم الخاص لمراحل سلسلة القيمة التأمينية.
- العلاقة المزدوجة والمعقدة بين العميل وشركة التأمين.
- الاعتماد المتزايد على التكنولوجيا في تقديم الخدمات.

- الطابع الاجتماعي والاقتصادي البارز لخدمات التأمين.

تساهم هذه الخصائص في ظهور أشكال ابتكار خاصة تميز قطاع التأمين عن باقي القطاعات الخدمية، سواء في تطوير المنتجات أو تحسين العمليات والعلاقات مع العملاء.

2 – الطريقة والأدوات :

❖ المنهجية المعتمدة في البحث :

لإجراء هذه الدراسة، اخترنا منهجًا تحليليًا وصفيًا في بحثنا، وذلك بهدف تحليل هذا الموضوع بشكل أفضل ومحاولة تقديم إجابة لإشكاليتنا.

1.2. الابتكار في شركة التأمين الجزائرية SAA

تأسست الشركة الجزائرية للتأمين (SAA) عام 1968، لتصبح واحدة من أبرز شركات التأمين في الجزائر. تركز الشركة على تقديم مجموعة واسعة من الخدمات التأمينية، تشمل التأمينات الفردية والتجارية، إلى جانب إدارة المخاطر، بما يتيح لها تلبية احتياجات مختلف شرائح العملاء. على صعيد السوق، تتميز SAA بمكانتها القوية وشبكة فروع واسعة تغطي معظم مناطق البلاد، ما يعزز قدرتها على الوصول إلى العملاء بشكل مباشر. ومع ذلك، فإن الخدمات الرقمية المقدمة من قبل الشركة لا تزال محدودة، مما يمثل فرصة لتطوير الابتكار في تقديم الحلول التأمينية الإلكترونية وتحسين تجربة العملاء في المستقبل.

الجدول (3):أشكال الابتكار المطبقة وتحليلها:

شكل الابتكار	الوصف	الأثر على الأداء	الصعوبات والتحديات
ابتكار المنتجات	إدخال برامج تأمين جديدة مثل التأمين ضد المخاطر الإلكترونية والمهنية	تحسين تنوع المنتجات، تلبية احتياجات العملاء الجديدة	مقاومة بعض العملاء لتبني المنتجات الجديدة، عدم كفاية البنية التحتية لبعض الفروع
ابتكار العمليات	الوثائق ودفع إصدار رقمنة الأقساط إلكترونيًا	تقليل زمن معالجة الوثائق، تحسين كفاءة العمليات، رفع رضا العملاء	عدم جاهزية جميع الفروع رقميًا، مقاومة الموظفين للتغيير
ابتكار التسويق	حملات توعية رقمية، تحسين الموقع الإلكتروني وتطبيق الهاتف	زيادة وعي العملاء بالمنتجات الجديدة، تحسين تجربة المستخدم	بعض العملاء مازالوا مترددين في استخدام الخدمات الرقمية، الحاجة لاستراتيجيات تسويق أكثر فعالية

ابتكار إدارة المخاطر	استخدام أدوات تحليل البيانات لتقييم المخاطر	تحسين دقة تقييم المخاطر، تقليل الخسائر، دعم القرارات الإدارية	نقص خبرات تقنية متقدمة لدى بعض فرق العمل، تكاليف استثمارية عالية

(BERD Anis, SLIMANI Hacene, 2022)

يوضح الجدول أن الابتكار في شركة SAA يعزز الأداء والكفاءة التشغيلية، لكنه يواجه تحديات مثل مقاومة العملاء والموظفين، ونقص البنية التحتية الرقمية. نجاح الابتكار يعتمد على التكامل بين المنتجات، العمليات، التسويق، وإدارة المخاطر، مع تبني استراتيجيات للتغلب على الصعوبات التنظيمية والتقنية، لضمان تحسين القدرة التنافسية واستدامة الأداء.

2.2. سلبيات الابتكار وتحدياته في مجال التأمين :

يُعد الابتكار عنصرًا أساسيًا في تطوير قطاع التأمين وضمان استمراريته في بيئة متغيرة وتنافسية. إلا أن هذا الابتكار لا يخلو من بعض العوائق والتحديات التي قد تعيق نجاحه وتحدّ من تأثيره الإيجابي. فيما يلي أبرز سلبيات الابتكار في التأمين والقضايا الاستراتيجية المرتبطة به.

أولًا: **عيوب الابتكار في التأمين**(Insurance Insider US, 2025) :

يشهد قطاع التأمين العديد من التحديات والعيوب المرتبطة بالابتكار، ويمكن تحديد أربعة عقبات رئيسية:

- التسويق غير المناسب: يُمكن أن يؤدي غياب استراتيجية تسويقية فعالة إلى فشل المنتج الجديد. فالتركيز فقط على تطوير المنتج دون التفكير في كيفية تسويقه وتموقعه في السوق قد تكون له نتائج كارثية.
- رفض العملاء: قد يؤدي تقديم ابتكارات لا تحقق فوائد ملموسة مقارنة بالعروض القائمة إلى رفضها من قبل العملاء. فالعملاء الذين اعتادوا على الحلول الحالية قد يترددون في تبني خيارات جديدة لا يرون فائدتها.
- الاعتراضات المتعلقة بالتكلفة: يُعتبر السعر المرتفع من أكثر الاعتراضات شيوعًا عند تقديم عرض جديد. قد يرى العملاء أن الابتكارات مكلفة للغاية. ورغم أن تعديلات هيكل التكاليف قد تكون ضرورية، إلا أن ذلك يثير تساؤلات حول القيمة المضافة الحقيقية للابتكار بالنسبة للعميل.
- الخوف من التقليد: غالبًا ما يخشى المبتكرون من سرقة أفكارهم، ما يدفعهم إلى عدم مشاركتها. إلا أن هذا النهج قد يكون عكسيًا، لأن تبادل الأفكار والنقاش مع الآخرين قد يساهم في تحسين الفكرة وتطويرها بشكل أفضل.

ثانيًا: تحديات الابتكار وآفاقه في قطاع التأمين(Débora ALLAM-FIRLEY , 2021) :

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم، أصبح قطاع التأمين حجر الأساس في حماية الأفراد والمؤسسات. لهذا، من الضروري أن تعمل شركات التأمين على:

- تقديم حلول تأمينية متجددة ومرنة قادرة على التصدي للمخاطر الجديدة والناشئة، بما يتماشى مع تطور احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
- إدارة مختلف أنواع المخاطر، سواء كانت مخاطر تأمينية تقليدية أو مخاطر اجتماعية، اقتصادية وبيئية تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على أنشطتها.

لذلك، يجب أن يكون الابتكار في التأمين موجّهًا نحو تلبية هذه التحديات وتحقيق التوازن بين استمرارية الأداء وتقديم قيمة مضافة، بما يضمن بقاء القطاع مواكبًا للتغيرات وفعالًا في خدمة المجتمع.

3 – النتائج ومناقشتها :

تشير نتائج الدراسة إلى أن الابتكار في قطاع التأمين يمثل رافعة استراتيجية مهمة لتعزيز القدرة التنافسية وضمان استمرارية الشركات في سوق متغير ومتطور. يظهر المبحث التطبيقي على شركة SAA أن تطبيق الابتكار، سواء على مستوى المنتجات أو العمليات أو التسويق الرقمي، أدى إلى تحسين تجربة العملاء وزيادة كفاءة الأداء، خاصة في الفروع التي تم فيها اعتماد الرقمنة بشكل كامل.

ومع ذلك، توضح الدراسة أن العوائق التنظيمية والتكنولوجية، بالإضافة إلى مقاومة بعض العملاء والموظفين للتغيير، تشكل تحديات حقيقية أمام استدامة الابتكار. هذا يؤكد صحة الفرضيات الثانية والرابعة، ويبرز أهمية الجمع بين الابتكار الرقمي واستراتيجيات تسويقية فعالة وتدريب مستمر للموظفين لتجاوز هذه المقاومة.

بالإضافة إلى ذلك، تؤكد النتائج الجزئية أن التحول الرقمي يلعب دورًا أساسيًا في دعم الابتكار وتحسين جودة الخدمات، بما يتوافق مع الفرضية الثالثة، لكنه يحتاج إلى استثمار أوسع في البنية التحتية الرقمية لضمان توحيد الممارسة على مستوى جميع الفروع.

بالتالي، يمكن تفسير النتائج على أن نجاح الابتكار في شركات التأمين لا يعتمد فقط على إدخال منتجات جديدة أو أدوات رقمية، بل على قدرة المؤسسة على دمج الابتكار داخل ثقافتها التنظيمية، وربطه باستراتيجيات تسويق فعّالة، وبنية تحتية تقنية قوية، وتدريب مستمر للموظفين.

هذا التفسير يسمح بفهم أن الابتكار في التأمين عملية شاملة ومتكاملة تتجاوز مجرد تطوير المنتجات، لتشمل تحسين العمليات، الثقافة المؤسسية، والتفاعل مع العملاء بطرق مبتكرة، بما يدعم قدرة الشركة على التكيف مع التغيرات المستقبلية وحماية موقعها في السوق.

4– الخلاصة:

خلصت هذه الدراسة إلى أن الابتكار في قطاع التأمين لم يعد خيارًا ثانويًا، بل أصبح ضرورة استراتيجية لضمان القدرة التنافسية واستمرارية شركات التأمين في بيئة تتسم بالتغير السريع وتزايد حدة المنافسة. وقد أكدت النتائج النظرية والتطبيقية، ولا سيما من خلال دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمين(SAA) ، أن تبنّي الابتكار، خاصة في مجالات المنتجات والرقمنة والتسويق، يساهم بشكل واضح في تحسين تجربة العملاء ورفع كفاءة الأداء المؤسسي.

وأظهرت نتائج المبحث التطبيقي أن الابتكار الرقمي يمثل رافعة أساسية لتطوير الخدمات التأمينية، إلا أن فعاليته تظل متفاوتة بين الفروع، تبعًا لمستوى الاستثمار في البنية التحتية التكنولوجية ودرجة جاهزية الموارد البشرية. كما بيّنت الدراسة أن وجود عوائق تنظيمية وتكنولوجية، إلى جانب مقاومة التغيير من طرف بعض العملاء والموظفين، يشكل تحديًا حقيقيًا أمام تعميم الابتكار واستدامته، وهو ما يؤكد صحة الفرضيات المتعلقة بوجود قيود تحدّ من تبنّي الابتكار في قطاع التأمين.

وفي هذا السياق، أبرزت النتائج أن نجاح الابتكار لا يقتصر على إدخال منتجات جديدة أو اعتماد أدوات رقمية فحسب، بل يتطلب مقاربة شاملة تقوم على إدماج الابتكار في الثقافة التنظيمية للمؤسسة، وتعزيز استراتيجيات التسويق، وتطوير الكفاءات البشرية، وتحقيق الانسجام بين الأنظمة التقليدية والتكنولوجيات الحديثة. كما أكدت الدراسة أن الجمع بين التحول الرقمي، والتكوين المستمر، والتواصل الفعّال مع العملاء، يُعد عنصرًا حاسمًا في تقليص مقاومة التغيير وتعزيز قبول الحلول المبتكرة.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن الابتكار في قطاع التأمين هو عملية متكاملة تشمل المنتجات، العمليات، الموارد البشرية، والعلاقات مع العملاء، بما يسمح لشركات التأمين، مثل SAA ، بالتكيف مع التحولات المستقبلية، وتعزيز موقعها في السوق، والمساهمة في تطوير القطاع ككل.

❖ التوصيات المقترحة :

في ضوء النتائج المتوصل إليها، يمكن اقتراح جملة من التوصيات العملية التي من شأنها دعم الابتكار في قطاع التأمين وتعزيز استدامته، من بينها:

1. إرساء ثقافة الابتكار داخل شركات التأمين، من خلال تشجيع الموظفين على الإبداع وتوفير بيئة عمل محفزة على المبادرة والتجديد.
2. اعتماد تحليل مستمر لحاجيات العملاء، عبر تطوير المنتجات والخدمات بناءً على دراسات ميدانية منتظمة وآليات فعالة للتغذية الراجعة.
3. الاستثمار في التكنولوجيا الحديثة، لا سيما أدوات الرقمنة والذكاء الاصطناعي، بهدف تبسيط العمليات وتحسين جودة الخدمات وتجربة العميل.
4. تعزيز التعاون مع الفاعلين الخارجيين، من خلال بناء شراكات مع الشركات الناشئة والمؤسسات التكنولوجية لتسريع وتيرة الابتكار.
5. تطوير الكفاءات البشرية عبر برامج تكوين وتدريب مستمرة تُمكّن الموارد البشرية من مواكبة التحولات التكنولوجية والتنظيمية.
6. تبنّي استراتيجيات تسويق مبتكرة وفعالة، تواكب المنتجات التأمينية الجديدة وتُسهم في تقليص مقاومة العملاء وتعزيز قبول السوق.

وبهذه التوجهات، يمكن لقطاع التأمين أن يخطو نحو مستقبل أكثر ابتكارًا واستدامة، مستجيبًا لمتطلبات العصر وتطلعات العملاء في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية المتسارعة.

5- الإحالات و قائمة المراجع :

- فلاق صليحة . حمدي معمر . بوزيان الرحماني هاجر . (2020). الابتكار في سوق التأمين الجزائري بين الواقع والتحديات. *مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات* ، 65-83.

- قرواني مريم . هباش فارس. (2019). دور تكنولوجيا التأمين في دعم الإبتكار العملياتي في شركات التأمين. *مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات* ، 55-72.

- Arbaoui Kheira .(2016) . FORMATION ET TIC: DANS UNE LOGIQUE DE L'EFC . *Revue des Etudes Economiques Approfondies*.45-24 ،

- Arbaoui Kheira .(2014) .Les risques de l'innovation dans l'entreprise : Essai d'analyse à partir d'un echantillon d'entreprises Algériennes .*Thèse de doctorat en sciences commercials* . Oran ،Management ،Algérie: Université d'Oran 2 Mohamed Ben Ahmed.

- Atlas magazin 21) .Novombre , 2012 .(*L'innovation dans le secteur de l'assurance* . تاريخ الاسترداد 20octobre, 2024 من، Atlas magazin : https://www.atlas-mag.net/article/l-innovation-dans-le-secteur-de-l-assurance

- BERD Anis, SLIMANI Hacene .(2022) .Les enjeux de la transformation digitale dans les compagnies d'assurances cas » agence de la SAA . « Tizi-Ouzou ،Algérie: Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou.

- Débora ALLAM-FIRLEY 11) . Janvier, 2021 .(Spécificités de l'innovation dans les services d'assurance . *Université Sorbonne Paris Nord* . Paris ،Sciences de gestion et du management ، france: HAL open science.

- Direm Rym, Arbaoui Kheira .(2024) .La conformité aux principes de la Charia dans la gestion des risques TAKAFUL : essai d'analyse dans le contexte Algérien .*Journal d'études en économie et Management*.350-331 ،

- Insurance Insider US .(2025) .*Innovation in the insurance industry: Trends, strategies &challenges. Insurance Insider US* من، 2025 ,11 10 تاريخ الاسترداد . https://www.insuranceinsiderus.com/innovation-in-the-insurance-industry?utm_source=.com&zephr_sso_ott=eZ4KEa

- Isa Germain .(2019) .*La définition de l'assurance, rôle et histoire de l'assurance* تاريخ . الاسترداد 23Mai, 2023 من، cours de droit.net: https://cours-de-droit.net/definition-de-l-assurance-role-et-histoire-a127437864/

- Jean Gadrey, Faïz Gallouj) .septembre, 1994 .(Linnovation dans lassurance : le cas de lUAP .lille ،UNIVERSITE DES SCIENCES ET TECHNOLOGIES DE LILLE ، France: HAL.

- KAHOUL Mohamed Yazid .(2017) . L'innovation Dans Le Secteur Des Assurances : Cas De L'algérie .*MÂAREF*.98-81 ،

- Sidi said lyes, Mekbeul melissa .(2021) .L'innovation dans les assurances en Algérie : Cas de la SAA Tizi-Ouzou .Tizi-Ouzou ،Algérie: Université Mouloud Mammeri.

- SujetsUtiles.com .(Avril, 2025). *التطور التاريخي لقانون التأمين وتعريفه وخصائصه، تمييز عقد التأمين عن العقود المشابهة له، صور عقد التأمين وأطرافه وعناصره*. تاريخ الاسترداد 21 Octobre, 2025، من https://www.sujetsutiles.com/2025/04/kanon-taemin.html?utm_source=.com

- Talal OMRANI .(2022) .L'impact du secteur de l'assurance sur la croissance économique Approche ARDL appliquée au cas de l'Algérie (1980-2021 . (*Revue Forum d'études et de recherches économiques*.1022 ،

- بن عزة إكرام . بن لدغم فتحي . بن سعد وسيلة . (2024). أثر خلق المعرفة وفق نموذج Seci على أداء العاملين في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية – دراسة حالة مؤسسة الاسمنت حجر السود بسكيكدة -. *مجلة الاقتصاد و التنمية البشرية* ، 38-53.

- بن يونس زينب . واضح فواز . (2025). الابتكار في الخدمات التأمينية كمجال تنافسي لشركات التأمين. *مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة* ، 238-255.