

الابتكار في الخدمات التأمينية كمجال تنافسي لشركات التأمين

*Innovation in Insurance Services as a Competitive Field for Insurance Companies*زينب بن يونس¹، فواز واضح^{2*}Zeyneb Benyounes¹, Fouaz Ouadah^{2*}¹ مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة (الجزائر)Zeyneb.benyounes@univ-msila.dz² جامعة محمد بوضياف بالمسيلة (الجزائر) fouaz.ouadah@univ-msila.dz

تاريخ النشر: 2025-03-30

تاريخ القبول: 2025-02-24

تاريخ الاستلام: 2024-12-23

ملخص:

هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور الابتكار في صناعة التأمين كمجال تنافسي لشركات التأمين، مع التركيز على تطبيقات التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والتأمين السيبراني، وفي قدرة شركات التأمين على التكيف مع المتغيرات السريعة في السوق من خلال الابتكار لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لعرض مختلف المفاهيم ودراسة حالة لشركة Lemonada الرائدة في تكنولوجيا التأمين والتي تعتمد على التقنيات الحديثة لتقديم خدمات تأمينية مبتكرة.

توصلت الدراسة إلى أن الابتكار في مجالاته الأربعة يمكن أن يسهم بشكل كبير في تحسين الكفاءة التشغيلية وتوسيع قاعدة العملاء. كما أظهرت الدراسة أن تبني نماذج جديدة يعزز تجربة العملاء ويسهم في تفوق الشركات في الأسواق التنافسية.

الكلمات المفتاحية: الابتكار، الميزة التنافسية، تكنولوجيا التأمين، التأمين السيبراني، الذكاء الاصطناعي.

تصنيفات JEL : D20، D43، L26.

Abstract:

This study aimed to identify the role of innovation in the insurance industry as a competitive field for insurance companies, focusing on modern technology applications such as artificial intelligence and cyber insurance. It also examines the ability of insurance companies to adapt to rapid market changes through innovation to achieve a sustainable competitive advantage. The study adopts a descriptive-analytical approach to present various concepts and includes a case study of Lemonade, a leading company in insurance technology that leverages modern technologies to offer innovative insurance services.

The study concluded that innovation in its four domains can significantly contribute to improving operational efficiency and expanding the customer base. Additionally, the findings revealed that adopting new models enhances the customer experience and supports companies in excelling in competitive market

Keywords: Innovation, Competitive Advantage, Insurance Technology, Cyber Insurance, Artificial Intelligence.

Jel Classification Codes: D20, D43, L26.

1. مقدمة:

إن الطبيعة الديناميكية للأسواق تقتضي على المؤسسة أن تكون قادرة على الحفاظ على تميزها، ويتجلى هذا من خلال بحثها عن مصادر تمكنها من تحقيق تنافسية دائمة، ومن هنا كان للابتكار دور كبير في خلق منتجات وخدمات، أسواق، تقنيات، عمليات وأساليب جديدة تحقق للشركة ميزة تنافسية ليصبح الابتكار ضرورة حتمية للمؤسسات الباحثة عن البقاء والنمو في سوق شديد المنافسة والبقاء فيه للمؤسسة المبتكرة. وشركات التأمين كغيرها من الشركات التي تبحث عن البقاء والتميز والقدرة على المواجهة في ظل التحديات المتزايدة التي يشهدها قطاع التأمين عالمياً أصبح الابتكار أداة أساسية في تحقيق التميز التنافسي لشركات التأمين. يشمل هذا الابتكار مجالات متنوعة، مثل تكنولوجيا التأمين، التأمين التكافلي، صيرفة التأمين، والتأمين السيبراني، خلق خدمات تأمينية إضافية مما يفتح أمام الشركات فرصاً جديدة لتحسين خدماتها وتلبية احتياجات العملاء بطرق أكثر كفاءة ومرونة في ظل البيئة السوقية المتغيرة.

يعتبر قطاع التأمين من القطاعات الحيوية التي تشهد تطوراً مستمراً في ظل التحديات العالمية المتزايدة والتغيرات السريعة في احتياجات العملاء وتكنولوجيا المعلومات، وفي هذا السياق يبرز الابتكار كعامل أساسي يمكن أن يعزز من قدرة شركات التأمين على التكيف مع هذه التحولات ويسهم في تعزيز مكانتها التنافسية في السوق. ومن هنا تنشأ إشكالية كيفية تأثير الابتكار على قدرة الشركات على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة، وعلى تحقيق التوازن بين التبنّي السريع للتقنيات الحديثة واحتياجات السوق المتغيرة وفي الوقت نفسه الحفاظ على قيمتها التنافسية. وبهدف التموّج في السوق وضمان مكانة ريادية في صناعة التأمين تتجه الشركات العاملة في الصناعة إلى اعتماد أساليب ابتكارية تميزها عن المنافسين وتضمن لها ميزات تنافسية مستدامة، ومن هذا المنطلق تبرز إشكالية البحث في السؤال التالي:

كيف يمكن للابتكار في خدمات التأمين من تعزيز القدرة التنافسية لشركات التأمين في ظل الابتكارات

العالمية الحديثة والمتسارعة؟.

للإجابة على الإشكالية المطروحة نقدم الفرضيات التالية:

- **الفرضية الأولى:** الابتكار في قطاع التأمين يعزز الميزة التنافسية لشركات التأمين ويساعد في تمييزها عن المنافسين من خلال تقديم حلول تأمينية متجددة تلبي احتياجات السوق المتغيرة.
- **الفرضية الثانية:** التوجه الجديد نحو تكنولوجيا التأمين يمنح شركات التأمين آفاقاً وفرصاً جديدة في ابتكار خدمات تأمينية.

- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على دور الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية، من خلال استكشاف تأثير التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والتأمين السيبراني والتأمين التكافلي، يساعد البحث في فهم كيف يمكن لشركات التأمين تحسين كفاءتها التشغيلية وتوسيع نطاق خدماتها، مما يساهم في تلبية احتياجات العملاء بشكل أكثر دقة وفعالية.

- أهداف الدراسة:

الهدف من هذا البحث السعي الى توضيح آلية عمل الابتكار في قطاع التأمينات كإستراتيجية فعالة وعملية ضرورية من عمليات التأمين بالشكل الذي يدعم من قدرتها التنافسية على المستوى المحلي والعالمي وبالمقابل يمكنها من مواكبة سوق التأمين المتسارعة والمتغيرة كذلك استكشاف عالم تكنولوجيا التأمين ورصد آخر التطورات التكنولوجية على المستوى الدولي.

- منهج الدراسة:

اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي ، المناسب لأغراض العرض ووصف متغيرات الدراسة وشرح مختلف المفاهيم، واعتماد الأسلوب التحليلي في تحليل بيانات شركة Lemonade.

- هيكل الدراسة:

لمعالجة الإشكالية السابقة، تم تقسيم الدراسة الى ثلاث محاور:

○ المحور الأول: الاطار المفاهيمي للابتكار.

○ المحور الثاني: دور الابتكار في تعزيز تنافسية شركات التأمين.

○ المحور الثالث: نماذج ناجحة للابتكار التأميني -تجربة شركة Lemonade-

- الدراسات السابقة:

حظي موضوع الابتكار في مجال التأمين باهتمام بالغ من قبل العديد من الباحثين والمهتمين، وقد أسفر هذا الاهتمام عن إنتاج كم كبير من الدراسات والأبحاث التي سنستعرض بعضها منها في هذا السياق:

- دراسة مريم صيد "تكنولوجيا التأمين ودورها في عصنة وتطوير قطاع التأمين-عرض تجربة شركة Oscar الأمريكية-" وهي عبارة عن مقال منشور في مجلة ارساد للدراسات الاقتصادية والإدارية مجلد 5/عدد 1/جوان 2022 تطرقت الدراسة الى التعرف على تكنولوجيا التأمين كجزء من الثورة التي أحدثتها التكنولوجيا المالية مؤخرا، وكذلك التعرف على ابرز الابتكارات التكنولوجية ودورها في تطوير صناعة التأمين، واستعراض شركة Oscar الأمريكية كتجربة رائدة في مجال تكنولوجيا التأمين. وقد

خلصت الدراسة الى ان الاعتماد على التكنولوجيات الناشئة كالذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي وغيرها في صناعة التأمين، من شأنه خلق واستحداث نماذج أعمال جديدة تستهدف تجاوز الحدود التقليدية للقطاع وتغيير مقوماته الأساسية.

- حبار عبد الرزاق، واقع وخصوصية الابتكار في نشاط التأمين - مع إشارة إلى حالة قطاع التأمين بالجزائر - مقال منشور في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد 2018/55 تطرقت الدراسة لابرار واقع الابتكار في شركات التأمين وخصوصية هذا النشاط التي تعطي لعملية التطوير والتجديد بعدا مختلفا، ثم دراسة واقع الابتكار في التأمين في الجزائر.

- قرواني مريم، هباش فارس، دور تكنولوجيا التأمين في دعم الابتكار العملياتي في شركات التأمين مقال منشور في مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات مجلد 8/ عدد 1 / 2019 تطرقت الدراسة الى معرفة ابرز التطورات التي مست تكنولوجيا التأمين، والتي أدت الى ابتكار منتجات تأمينية جديدة تلبي تغيرات السوق، باستعمال أدوات تكنولوجية حديث كالذكاء الاصطناعي وانترنت الأشياء مما يؤدي الى تعزيز مركزها التنافسي.

2. الاطار المفاهيمي للابتكار:

1.2. مفهوم الابتكار:

يعتبر الابتكار من المفاهيم المعقدة والمتعددة الابعاد حيث اختلف المفكرون والمنظرون في تعريفه فيعرفه نجم عبود نجم: بأنه قدرة الشركة على التوصل الى ما هو جديد يضيف قيمة اكبر واسرع من المنافسين في السوق. هذا التعريف يعني ان تكون الشركة الابتكارية هي الأولى بالمقارنة مع المنافسين في التوصل الى الفكرة الجديدة او المفهوم الجديد و او الأولى في التوصل الى المنتج الجديد او الأولى في الوصول الى السوق (نجم، 2003، صفحة 22)

كما يعرفه دليل أوسلو الصادر عن منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) بأنه: تنفيذ لمنتج (سلعة او خدمة) جديد او محسن بشكل كبير، او عملية جديدة، او طريقة تسويق جديدة، او طريقة تنظيمية جديدة في ممارسات الاعمال، او تنظيم مكان العمل او العلاقات الخارجية (Oslo Manual) (2018, 2018)

مما سبق نستنتج ان الابتكار هو قدرة المؤسسة على استحداث وتطوير حلول مبتكرة (خدمات، منتجات، عمليات) تتفوق بها على منافسيها في السوق مما يؤدي الى خلق قيمة مضافة بشكل اسرع واكثر فعالية .

2.2. مفهوم الابتكار في خدمات التأمين:

هو عملية توفير خدمة جديدة، أو تجديد خدمات سابقة التي توضع موضع التنفيذ والتي تعود بفائدة على المؤسسة التي طورتها (شيخ، 2023، صفحة 119)

كما يعرف بأنه ابتكار سلعة أو خدمة جديدة تماما وعرضها في السوق واما تعديل وتحسين السلعة الحالية أو إضافة مزايا جديدة لتلك السلعة أو الخدمة بغرض تحقيق اهداف المؤسسة والاستجابة السريعة لحاجات ورغبات المستهلكين (شريف و رايس، 2023)

كما يعرف بأنه الوصول الى خدمات جديدة تماما تقدم للسوق اول مرة او عن طريق تقديم وتحسين الخدمات الحالية بهدف الوصول الى موقع متميز في السوق من خلال الاستجابة السريعة لحاجات ورغبات الزبائن المتغيرة مقارنة بالمنافسين (كموش، 2018، صفحة 153)

نستنتج مما سبق ان الابتكار في الخدمات هو الابتكار في الخدمات هو عملية تصميم وتطوير خدمات جديدة أو تحسين الخدمات القائمة بهدف تلبية احتياجات العملاء ورغباتهم المتغيرة، مما يحقق فوائد للمؤسسة التي طورتها ويعزز موقعها التنافسي في السوق.

3.2. أشكال الابتكار في الخدمات:

تتعدد أوجه الابتكار وتختلف اشكاله وحسب دليل أوسلو الصادر عن منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية فان اشكال الابتكار تتمثل في:

- ابتكار المنتج (الخدمة): ابتكار سلعة أو خدمة جديدة أو ادخال تحسينات على منتجات أو خدمات قائمة.
- ابتكار العملية: ابتكار طريقة انتاج أو توزيع جديدة أو تحسين العمليات القائمة.
- الابتكار التنظيمي: ابتكار طريقة جديدة في تنظيم ممارسات الاعمال، أو تنظيم مكان العمل، أو العلاقات الخارجية للشركة.
- الابتكار التسويقي: ايجاد أساليب تسويق جديدة (Oslo Manual 2018, 2018)

وهذا قدم Hertog نموذج الأبعاد الأربعة للابتكار في الخدمة وهي كالتالي (قريشي، 2023، صفحة 23)

- مفهوم الخدمة الجديدة: يشير الى طرح خدمات جديدة في السوق.
- تفاعل جديد مع الزبون: يشير الى الطرق الحديثة للتفاعل مع الزبون وتبادل المعلومات معه وإشراكه في عملية انتاج الخدمة.
- نظام جديد لتقديم الخدمة: ويشمل إيجاد طرق حديثة لتسليم الخدمات الحالية للزبائن.
- التكنولوجيا: والتي تضمن تقديم الخدمات الى الزبون بكفاءة.

4.2. مجالات الابتكار في الخدمات التأمينية:

- تتعدد مجالات الابتكار في التأمين ويمكن حصرها في:
- الابتكار التكنولوجي (Insurtech).

- الابتكار في قنوات التوزيع (صيرفة التامين).
- الابتكار في نماذج العمل (التامين التكافلي).
- الابتكار في المنتجات والخدمات (التامين السيبراني).

➤ الابتكار التكنولوجي أو تكنولوجيا التأمين (insurtech)

هي كلمة جديدة تجمع بين التأمين والتكنولوجيا وهي فرع مشتق من التكنولوجيا المالية ولكنها مختلفة عنها وتعرف بانها ظاهرة تشمل ابتكارات من مشارك واحد او اكثر في السوق سواء تقليديين او غير تقليديين يستغلون تكنولوجيا المعلومات لتقديم حلول خاصة بصناعة التأمين (Liu, Shujun, Yujin, & Lulu, 2023, p. 1053) كما تعرف بانها استخدام الابتكارات التكنولوجية والعمليات الرقمية لتوليد فرص عمل جديدة وزيادة الجودة والمدخرات والكفاءة في مختلف الخطوات ذات القيمة المضافة في نموذج صناعة التأمين (دراجي و مطرف، 2023، صفحة 282) ومن ابرز تقنيات تكنولوجيا التأمين:

✓ **الذكاء الاصطناعي:** شهد مجال الذكاء الصناعي تطوراً هائلاً في السنوات الأخيرة، خاصة في مجال التعلم الآلي، وتستند هذه التقنية على تطوير شبكات عصبية صناعية تعمل بطريقة مشابهة للدماغ البشري، حيث تمتلك القدرة على التعلم والتطور ذاتياً دون الحاجة لتدخل الإنسان، وفي قطاع التأمين تتجه الشركات في الدول المتقدمة نحو التحول الرقمي بشكل متزايد لمواجهة التحديات المعاصرة، حيث وجدت في الأنظمة الروبوتية حلاً فعالاً لهذه التحديات وحسب دراسة حديثة أجرتها شركة اكسنتر بعنوان "رؤيا التكنولوجيا للتأمين" فان قطاع التأمين يستعد للتحول نحو استخدام التقنيات الذكية، وظهرت النتائج ان نحو 82% من شركات التأمين المشاركة في الدراسة أبدت استعدادها للاستثمار في حلول الذكاء الاصطناعي خلال السنوات الخمس القادمة. ووفقاً لدراسة أجرتها شركة Data Bridge Market Research يظهر سوق التأمين التكنولوجي العالمي للذكاء الاصطناعي نمواً مذهلاً حيث يتوقع ان يصل الى 35,770 مليون دولار امريكي بحلول عام 2030 بعد ان بلغ 3640 مليون دولار امريكي سنة 2022 ومن المتوقع ان يخضع لمعدل نمو سنوي مركب بنسبة 33.06% خلال الفترة المتوقعة من 2023 الى 2030 (Global Artificial Intelligence (AI) Insurtech Market – Industry Trends and Forecast to 2030)

▪ استخدامات الذكاء الاصطناعي في التأمين:

- من خلال تقنية تحليل نبرات الصوت لتقييم الحالة النفسية للعملاء تعمل على رصد وتحديد مستوى رضا العميل من خلال تحليل نغمة صوته اثناء المكالمة حيث يساعد هذا النظام الذكي في الكشف المبكر عن أي علامات استياء او احباط في صوت العميل، مما يتيح للشركة التدخل السريع ومعالجة المشكلة في وقتها، قبل ان تتفاقم مما يعزز جودة خدمة العملاء ويضمن الاستجابة الفورية لاحتياجاتهم وشكواهم.

- تساهم الأنظمة الذكية في تعزيز دقة العمليات المالية وتقليل المخاطر من خلال مكافحة الاحتيال وذلك بالكشف ومنع محاولات التلاعب والغش في المطالبات التأمينية. وكذلك من خلال الدقة في احتساب مبلغ القسط عن طريق استخدام خوارزميات متطورة مما يقلل من الأخطاء البشرية ويضمن تسعيراً عادلاً وموثوقاً.

- تسريع عملية الاكتتاب التأميني من خلال أنظمة رقمية متطورة تقوم بمعالجة طلبات التأمين بكفاءة عالية وتقليص الوقت المستغرق في إصدار وثائق التأمين (قرواني و هباش، 2019، صفحة 62)

✓ **تقنية البلوك شايين (Blockchain):** أو ما تعرف بسلسلة الكتل وهي عبارة عن قائمة من السجلات تسمى الكتل والتي ترتبط ببعضها البعض باستعمال التشفير، وهي قاعدة بيانات عامة لامركزية حيث يتم تنفيذ المعاملات والتحقق منها ولا يترتب عليها تكاليف غير أنه هناك تكاليف للبنية التحتية ضرورية لتنفيذ هذه التقنية. وتنشأ عن طريق قيام أحد الأطراف في المعاملة ببدء العملية من خلال إنشاء كتلة يتم التحقق منها لإضافتها للسلسلة ويتم تخزينها عبر الإنترنت مما يؤدي إلى إنشاء سجل والتزوير فيه يعني تزوير السلسلة بأكملها في ملايين المواقع وهو أمر غير قابل للتطبيق عملياً (مستحيل). تتمثل استخدامات تقنية البلوك شايين في قطاع التأمين من خلال المجالات التالية: التأمين المصغر، دفع المطالبات ومعالجتها، نظام مكافحة الاحتيال، عمليات إعادة التأمين، تطبيق العقود الذكية، التعهد بالمخاطر القياسية والمحددة (NJEGOMIR, DEMKO-RIHTER, & BOJANIĆ, 2021, p. 1802)

✓ **إنترنت الأشياء (IOT):** تتمثل إنترنت الأشياء في ربط مليارات الأجهزة المادية حول العالم بالإنترنت، والمزودة بأجهزة استشعار وبرامج لجمع البيانات ومشاركتها .

يفتح إنترنت الأشياء آفاقاً جديدة لشركات التأمين، خاصة مع انتشار المنازل الذكية التي تتميز بربط جميع أجهزتها بالإنترنت. هذا التطور يمنح شركات التأمين قدرات متقدمة في إدارة المخاطر وتقييمها بفعالية أكبر. فمثلاً، تستطيع أجهزة الاستشعار الذكية رصد تدفق المياه في الأنابيب للوقاية من أضرار التسربات المحتملة. هذه القدرة على تقييم المخاطر بدقة تجعل خدمات التأمين أكثر كفاءة للشركات والعملاء معاً.

ومع توفر المزيد من المعلومات عن المخاطر، تستطيع شركات التأمين: تقليل الآثار السلبية للأضرار، تقديم أقساط تأمينية مخفضة للعملاء ذوي المخاطر المنخفضة، تحسين أدائها العام من خلال: خفض التكاليف التشغيلية، تطوير تجربة العملاء، تعزيز فعالية تقييم وقبول المخاطر في التغطية التأمينية (NJEGOMIR, DEMKO-RIHTER, & BOJANIĆ, 2021, p. 1801)

✓ **تقنية الند للند:** هي نموذج أعمال يتيح لمجموعة من المؤمنين جمع رؤوس أموالهم و تنظيم عمليات التأمين الخاصة بهم بشكل مشترك ، وتتميز هذه التقنية بميزتين رئيسيتين وهما الشفافية في التعاملات و، خفض التكاليف التشغيلية (معزوز، 2021، صفحة 296)

✓ **تقنية السحابة:** الحوسبة السحابية في قطاع التأمين تمكن الشركات من نقل عملياتها إلى منصات إلكترونية خارجية تدار عبر الإنترنت مع ضمان سهولة الوصول إليها وتحقيق هذه التقنية مزايا رئيسية

لشركات التأمين ابرزها: تخفيض التكاليف التشغيلية والحفاظ على اتساق الموارد، مركزية البيانات وتوحيدها، تحسين الأداء العام ورفع الكفاءة التشغيلية (دراجي و مطرف، 2023، صفحة 283)

أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول، أدخل هنا محتوى العنوان الفرعي الأول.

➤ التأمين المصرفي:

في عصر التحولات المالية الحديثة، برز قطاعا البنوك والتأمين كمجالين متميزين. استجابةً للتغيرات الاقتصادية، نشأت تكتلات استراتيجية بين المؤسسات المصرفية وشركات التأمين، مما أدى إلى ظهور نموذج التأمين المصرفي (bancassurance). هذا النموذج يهدف إلى تحقيق التكامل بين الخدمات المالية، وتوسيع نطاق المنتجات، وتعزيز القيمة المضافة للعملاء من خلال تقديم حلول مالية شاملة ومتكاملة.

يعرف التأمين المصرفي على انه مصطلح فرنسي الأصل انشئ عام 1980، حيث يغطي مجموعة الاتفاقيات المبرمة مابين البنوك وشركات التأمين للتعبير عن منتجاتها التأمينية عن طريق الوساطة بشبكة بنكية، حيث اقتصر هذا المفهوم على التوزيع فقط (يمان، 2022، صفحة 397) كما يعبر التأمين المصرفي عن قيام البنوك ببيع وتسويق منتجات تأمينية يتم تصميمها إنجازها وتطويرها من قبل البنك وشركة التأمين، بحيث يقوم البنك نيابة عن شركة التأمين بجميع أو بأي من الأعمال التي تنص عليها التعليمات وذلك فيما يتعلق بنوع وفروع أعمال شركات التأمين المرخص له بممارستها وضمن حدود الاتفاقية (شرطي، 2015، صفحة 78)

الجدول رقم (01): النماذج الرئيسية لصيرفة التأمين حول العالم

النماذج	اتفاقية التوزيع	المشروع المشترك	الاندماج الكامل
الوصف	يلعب البنك دور الوسيط لشركة التأمين	يعقد البنك شراكة مع شركة تأمين واحدة او اكثر	خلق إضافة جديدة
المزايا	-تبدا العمليات بسرعة -ليس هنا راسمال مستثمر -اقل تكلفة	-انتقال الخبرات	-نفس الثقافة لدى المنظمين
العيوب	-افتقار المرونة لبعث منتجات جديدة -إمكانية اختلاف ثقافتي المنظمين.	-صعوبة الإدارة على المدى الطويل	-استثمار كبير

المصدر: حسبية علمي، صيرفة التأمين كنموذج مستحدث في الصناعة المصرفية ، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة علي لونيبي البليدة 02، المجلد 04، العدد 2021، 03 ص 141.

➤ التأمين التكافلي:

بعد ان اصدر المجمع الفقهي الإسلامي قرارا يؤكد حرمة التأمين التجاري ويقر التأمين التكافلي كبديل شرعي اصبح من الضروري تطوير نظام التأمين التكافلي والارتقاء بمستواه ليلبي احتياجات المجتمع التي كان يقوم بها التأمين التقليدي وبناءا على هذه الحاجة تم تأسيس شركات التأمين الإسلامية.

✓ تعريف التأمين التكافلي:

عرف التأمين التكافلي من طرف هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية بأنه: "اتفاق بين اشخاص قد يتعرضون لآخطار معينة على تلافي الاضرار الناشئة عن هذه الاخطار، وذلك بدفع اشتراكات على أساس الالتزام بالتبرع، ويتكون من ذلك صندوق تأمين له حكم الشخصية الاعتبارية، وله ذمة مالية مستقلة (صندوق) يتم منه التعويض عن الاضرار التي تلحق احد المشتركين من جراء وقوع الاخطار المؤمن منها، وذلك طبقا للوائح والوثائق، ويتولى إدارة هذا الصندوق هيئة مختارة من حملة الوثائق، وتديه شركة مساهمة باجر تقوم بإدارة اعمال التأمين واستثمار موجودات الصندوق (بوصيودة و بن ضيف، 2021، صفحة 220).

✓ آليات عمل شركات التأمين التكافلي :هناك عدة صيغ تعتمد عليها شركات التأمين التكافلي أهمها :

- **الوقف:** انشاء صندوق للاموال له ذمة مالية مستقلة، موارده تتشكل من الاشتراكات التي يدفعها المساهمون ومن عوائد استثمار المبالغ الموجودة بالصندوق.
- **الوكالة:** يقوم المشاركون بتوكيل شركة التكافل التي تقوم بمهام الإدارة من خلال تحديد أقساط التبرع، تقييم مختلف الاضرار وتحديد التعويضات (حليمة و حاكمي، 2024، صفحة 18).
- **المضاربة:** يعتمد نموذج المضاربة في شركات التأمين التكافلي على الشراكة بين المساهمون (أصحاب الأموال) الذين يتحملون المخاطر المالية للصندوق وشركة التكافل (المضارب) التي تقدم الخبرات الإدارية والريادية وتتولى إدارة واستثمار احتياطات الصندوق ويتميز هذا النموذج بتحديد نسب توزيع الأرباح مسبقا بين الطرفين و ان يتحمل المشاركون أي خسائر قد تحدث.
- **الصيغة المختلطة :** يجمع هذا النموذج بين المضاربة والوكالة حيث يستخدم عقد الوكالة للاكتتاب اين تكون الرسوم ثابتة، بينما يستخدم عقد المضاربة لاستثمار أموال المشاركين (بوصيودة و بن ضيف، 2021، صفحة 221).

➤ التأمين السيبراني:

لايزال سوق التأمين الالكتروني حديث النشأة ومتاخر نسبيا مقارنة بمنتجات التأمين التقليدية وبالتالي يتطلب تصميم منتجات تأمينية متطورة تتميز بالقدرة على مواكبة طبيعة المخاطر الإلكترونية المتغيرة وهذا المنتج الجديد مصمم لتوفير الحماية ضد الاضرار الناتجة عن تهديدات تكنولوجيا المعلومات وتغطية الخسائر المرتبطة بالمخاطر الإلكترونية (اسماعيل، 2021، صفحة 209).

✓ **تعريف الأمن السيبراني:** قدمت وزارة الدفاع الأمريكية تعريفا دقيقا لمصطلح الامن السيبراني: "كل الإجراءات التنظيمية اللازمة لضمان حماية المعلومات بجميع اشكالها المادية والالكترونية، من مختلف الجرائم: الهجمات، التخريب، التجسس والحوادث (مجاهد، 2023، صفحة 60).

✓ **تعريف التأمين السيبراني:** التأمين السيبراني أو التأمين على الجرائم الالكترونية، هو نوع متخصص من التأمين يوفر حماية الافراد والشركات من التهديدات والمخاطر الالكترونية التي تنشأ عبر الانترنت، يشمل هذا التأمين تغطية متنوعة تشمل حماية البيانات الشخصية والمالية، وتعويضات للخسائر المالية الناتجة عن الانتهاكات الأمنية مثل اختراق البيانات والاحتيال الالكتروني. وفيما يتعلق بالشركات، يشمل التأمين السيبراني تغطية تكاليف استعادة البيانات والتعويض عن فقدان الإيرادات بسبب انقطاع الخدمات الالكترونية، تغطية تكاليف التحقيق والتقدير، تقديم الدعم القانوني والتقني في حالات الاختراق (حلول التأمين-التأمين العام-التأمين السيبراني).

تواجه شركات التأمين تحديات كبيرة في مواجهة الاخطار السيبرانية فهي غير مفهومة بشكل كاف كما انها تتطور بشكل مستمر وسريع وبالتالي يتعين عليها تحسين فهمها ووعيها بأنواع هذه الاخطار، وحماية نفسها وعملائها من هذه التهديدات وتقوم شركات التأمين بحماية حاملي وثائق التأمين بالتغطية من المخاطر الالكترونية التالية: الاضرار بالسمعة التجارية، التعدي على حقوق الملكية الفكرية، الابتزاز الالكتروني، سرقة أو فقدان البيانات، انقطاع الاعمال، مسؤولية الامن، الخصوصية، انقطاع وتشغيل أنظمة تكنولوجيا المعلومات تعطل الاعمال السيبرانية وازضافة الى الغرامات والتكاليف التنظيمية لحماية البيانات. (NJEGOMIR, DEMKO-RIHTER, & BOJANIĆ, 2021)

3. دور الابتكار في تعزيز تنافسية شركات التأمين:

1.3. **تعريف الميزة التنافسية لشركات التأمين:** تعرف على انها قدرة المنظمة على صياغة وتطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز افضل بالنسبة للمنظمات الأخرى العاملة في نفس النشاط (بكر، 2008، صفحة 13)، ويعرفها بورتر بانها تنشأ أساسا من القيمة التي استطاعت مؤسسة ما أن تخلقها لزيائنها بحيث يمكن أن تأخذ شكل أسعار أقل بالنسبة لأسعار المنافسين بمنافع متساوية أو بتقديم منافع متفردة في المنتج تعوض بشكل واع الزيادة السعرية المفروضة. كما تعرف بأنها ميزة أو عنصر التفوق للمؤسسة الذي تحققه جراء اعتمادها استراتيجية تنافسية معينة، سواء تعلق الامر باستراتيجية قيادة التكلفة (تحقيق ميزة التكلفة الأقل) أو استراتيجية التمييز، وبالتالي تحقيق استراتيجية الجودة الأعلى. (احمد، 2011، صفحة 27)

من خلال ماسبق نستنتج أن الميزة التنافسية هي كل مايميز المؤسسة وتتفوق به على منافسيها بحيث يصعب تقليده من قبل المنافسين وذلك بتقديم سلع وخدمات بأسعار اقل من السوق، او تقديم منتجات جديدة مبتكرة تعوض الزيادة في السعر.

2.3. مصادر الميزة التنافسية لشركات التأمين: تتمثل مصادر الميزة التنافسية في:

- **الابتكار:** يعتبر الابتكار أحد العناصر الأساسية في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة في السوق، فمن خلال التطوير المستمر في مختلف المجالات - سواء في المنتجات أو العمليات التشغيلية أو الأنظمة الإدارية أو الهياكل التنظيمية أو الاستراتيجيات - تستطيع المؤسسة استثمار قدراتها ومواردها لخلق حلول مبتكرة تلبي احتياجات العملاء بصورة متميزة. وتكمن قوة الابتكار في قدرته على منح المؤسسة ميزة فريدة تقتقر إليها المؤسسات المنافسة. هذا التفرد يمكن المؤسسة من تحقيق أحد الأمرين الاستراتيجيين: إما فرض أسعار أعلى لمنتجاتها المتميزة، أو خفض تكاليف الإنتاج بشكل كبير مقارنة بالمنافسين، مما يعزز موقعها التنافسي في السوق (الياس، 2021، صفحة 245)

- **الزمن:** ويقصد به سرعة الوصول للزبون أسرع من المنافسين، وبشكل المصدر الرئيسي لتحقيق الميزة التنافسية والذي يتطلب من المؤسسة الاستجابة السريعة لطلبات واحتياجات العملاء، المرونة في التكيف مع المتغيرات السوقية، تخفيض التكاليف وتحسين الجودة، مما يمنحها مركزا تنافسيا في السوق.

- **المعرفة:** هي خلق الأفكار الجديدة وتطبيقها على أرض الواقع لتدر علي المؤسسة أرباحا وتحقق لها التميز، إدارة المعرفة التنظيمية مما ينجم عليه تحقيق ميزة أو مجموعة مزايا تنافسية. (الهدى، 2022، صفحة 481)

- **الكفاءة والجودة:** ويقصد بها الاستغلال الأمثل للموارد مما يقلص من تكاليف الإنتاج ويحسن الإنتاجية اضعف الى ذلك الرفع من جودة المنتج مما يعزز من المركز التنافسي للمؤسسة ومن بيع منتوجاتها بسعر عالي في السوق. (احمد، 2011، صفحة 32)

3.3. أهمية الابتكار في تعزيز القدرة التنافسية: كما سبق وذكرنا بان الابتكار يمثل محورا رئيسيا

لامتلاك المؤسسة لمزايا تنافسية ويمكن تلخيص دوره في النقاط التالية: (خليل، 1998، صفحة 98)

- ظهور تكنولوجيا جديدة: وذلك من خلال: تصميم المنتج، طرق جديدة للتواصل مع العملاء، الإنتاج أو التسليم، استخدام الطرق الحديثة في التسويق.

- حدوث تغييرات بالقيود الحكومية: وذلك من خلال: قيود الدخول الى الأسواق، حماية البيئة وسياسات الحد من التلوث، حواجز التجارة، مواصفات المنتج.

- ظهور قطاع جديد في الصناعة: بمعنى خلق أسواق جديدة أو إعادة تشكيل الأسواق القائمة، إيجاد طرق جديدة للتواصل مع العملاء.

- ظهور حاجات جديدة للمستهلك أو تغييرها: تعديل في الميزة التنافسية اوالحصول على ميزة تنافسية جديدة تتماشى مع تغيير أولويات الحاجات أو تنمية حاجات جديدة للعملاء.

- تغيير تكاليف المدخلات أو درجة توافرها: تأثير التغيرات في التكاليف على الميزة التنافسية من خلال: تأثير تغيرات تكاليف العمالة، التقلبات في أسعار الطاقة، وسائل النقل والشحن، تكاليف الدعاية والاعلان، المعدات، المواد الخام، الاتصالات.

4. نماذج ناجحة للابتكار التأميني - تجربة شركة Lemonade:

" تُغير lemonade نموذج التأمين التقليدي. نحن نعامل الأقساط التي تدفعها كما لو كانت أموالك، وليس أموالنا. مع lemonade يصبح كل شيء بسيطاً وشفافاً. نحن نأخذ رسوماً ثابتة، وندفع المطالبات بسرعة كبيرة، ونُعيد ما تبقى من المال إلى القضايا التي تهلك. " (LEMONADE).

1.4. تعريفها: هي شركة أمريكية رائدة في مجال تكنولوجيا التأمين تأسست في افريل سنة 2015 بنيويورك ويتمويل قدره 480 مليون دولار، تعد الشركة ناشئة وتقدم عروضاً تأمينية مبتكرة تستهدف مالكي المنازل، المستأجرين، وأصحاب العقارات، تحت شعار التركيز على تلبية احتياجات العميل المتغيرة والمحافظة على طلبه، في سبتمبر 2016، حصلت الشركة على رخصة التأمين الخاصة بها من هيئة تنظيم ولاية نيويورك، مما سمح لها بممارسة نشاط التأمين، حيث أصبحت تخضع لالتزامات نفسها التي تلتزم بها شركات التأمين لتقليدية، وخاصة فيما يتعلق بقواعد الملاءة المالية، وبذلك الخطوة تمكنت الشركة من تقديم منتجات تأمينية محدودة لفئات معينة من العملاء. (صبرينة، 2021، صفحة 28)

2.4. تطور الشركة:

الجدول رقم(02): الأداء المالي لشركة Lemonade

الربع الثالث 2023	الربع الثالث 2024	
1.984.154	2.313.113	اجمالي العملاء
719 مليون دولار	889.1 مليون دولار	قسط ساري المفعول
362 دولار	384 دولار	متوسط القسط لكل عميل
314.3 مليون دولار	377.7 مليون دولار	اجمالي الإيرادات
19%	27%	هامش الربح الإجمالي
194.5 مليون دولار	172.2 مليون دولار	صافي الخسارة

المصدر: (بيان المهمة، الرؤية، & القيم الأساسية) (2024) لشركة Lemonade ، (2024)

تعرف الشركة تطوراً في إجمالي عدد العملاء من 1.984.154 عميل في الربع الثالث من عام 2023 إلى 2.313.113 عميل في الربع الثالث عام 2024 وهذا راجع لاعتماد الشركة على العديد من المبادرات التي تهدف إلى تعزيز تجربة العملاء مثل روبوتات الدردشة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي لمعالجة الطلبات الفورية التي يتطلب دفعها أقل من ثانيتين مما يعكس التزام الشركة بخدمة العملاء السريعة، كما يلاحظ ارتفاع في القسط الساري من 719 مليون دولار إلى 889.1 مليون دولار، وذلك لاعتماد الشركة على مجموعة واسعة من منتجات التأمين، ارتفاع متوسط القسط لكل عميل من 362 دولار إلى 384 دولار يشير إلى محافظة الشركة على القدرة على تحمل تكاليف عروضها، كذلك عرفت

الشركة تطورا في اجمالي الإيرادات من 314.3 مليون دولار خلال الربع الثالث من عام 2023 الى 377.7 مليون دولار من نفس الفترة لعام 2024 الى، وهذا راجع لزيادة طلب العملاء على منتجات الشركة بسبب أسلوبها المبتكر الذي يعتمد على الشفافية والثقة في التعامل، بالإضافة إلى سرعة معالجة مطالبات التأمين واكتشاف الممارسات الاحتيالية مما يعكس القدرة التنافسية في سوق سريع التطور، وقد بلغ هامش الربح الإجمالي لنفس الفترة 27% من 19% في العام السابق مما يعكس تحسن الكفاءة التشغيلية. كذلك سجلت الشركة خسارة مقدارها 194.5 مليون دولار خلال الربع الثالث من عام 2024 مقارنة بخسارتها في الربع الثالث من عام 2023 والمقدرة بـ 172.2 مليون دولار وهذا راجع لاستثمار الشركة في النمو والمبادرات الاجتماعية، والذي بدوره يعكس شفافية الشركة في نشر تقاريرها عن أدائها المالي. (بيان المهمة، الرؤية، القيم الأساسية (2024) لشركة Lemonade، 2024)

3.4. تنافسية الشركة:

تعمل الشركة على توسيع وجودها في السوق، حيث تتواجد حاليا في الولايات المتحدة، ألمانيا، هولندا، فرنسا والمملكة المتحدة وتهدف شركات التأمين التابعة لها الى توفير تجربة خالية تماما من الاعمال الورقية وكل شيء يتم فوراً بما يتماشى ونهجها الرقمي، وتتمثل ميزتها التنافسية في نموذجها القائم على الذكاء الاصطناعي لتقديم أسعار تنافسية، عمليات مبسطة، ونموذج أعمال مسؤول اجتماعياً. ورغم التحديات المتعلقة بالأداء المالي ورضا العملاء، فإن نهج الشركة المبتكر وجهودها في توسيع السوق يقدمان إمكانات كبيرة للنمو. ومع استمرار Lemonade في تحسين تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وتوسيع نطاق تواجدتها في السوق، فإنها في وضع جيد للاستفادة من الاتجاهات الناشئة وإعادة تشكيل صناعة التأمين. الأمر الذي يحقق وفورات كبيرة في التكاليف وكفاءة تشغيلية مقارنة بشركات التأمين التقليدية. يركز نموذج الشركة على الشفافية، التسعير العادل، والمسؤولية الاجتماعية، مما يجذب المستهلكين الملمين بالتكنولوجيا والواعين اجتماعياً. ومع ذلك تواجه Lemonade منافسة كبيرة من شركات التأمين مثل USAA و NATIONWIDE التي تقدم مجموعة أوسع من التغطيات وتتمتع بسمعة قوية في خدمة العملاء. وعلى الرغم من النهج الابتكاري الذي يميز Lemonade فإن الشركة بحاجة إلى الاستمرار في معالجة مخاوف العملاء بشأن معالجة المطالبات وإلغاء السياسات للحفاظ على ميزتها التنافسي (Lemonade Inc.: AI Disruption in Insurance Industry Analysis, 2024)

4.4. عوامل نجاح شركة Lemonade:

عصير الليمون (إعادة اختراع التأمين باستخدام الذكاء الاصطناعي): تشكل شركة Lemonade مثالا بارزا على كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي لاجداث ثورة في صناعة التأمين فقد اعادت هذه

الشركة الناشئة في مجال تكنولوجيا التأمين تعريف نموذج التأمين التقليدي من خلال توظيف الذكاء الاصطناعي وخوارزميات التعلم الآلي لتقديم تجربة تأمين مبسطة وفعالة لعملائها.

- **التأمين الشخصي المخصص:** تعد إحدى أبرز الطرق التي تحدث بها Lemonade تحولاً في قطاع التأمين وهي تقديم وثائق تأمين مخصصة. حيث تعتمد الشركة على الذكاء الاصطناعي لتحليل كميات ضخمة من البيانات، تشمل الملفات الشخصية للعملاء، تفاصيل الممتلكات، وعوامل المخاطر، مما يتيح لها تصميم خطط تأمينية تتوافق تماماً مع احتياجات كل فرد من حاملي الوثائق.

- **عملية مطالبات تأمين سريعة وسهلة:** من المجالات التي أحدثت فيها Lemonade تحولاً كبيراً في صناعة التأمين هي عملية تقديم المطالبات. تقليدياً كانت المطالبات تتطلب إجراءات ورقية طويلة، ومكالمات هاتفية تستغرق وقتاً طويلاً، وغالباً ما يحدث تأخير في صرف المدفوعات. لكن Lemonade قامت بتبسيط هذه العملية باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتصبح أسرع وأسهل للمستخدمين، وذلك من خلال استخدام روبوتات الدردشة وتقنيات معالجة اللغة الطبيعية، يتيح نظام المطالبات المعتمد على الذكاء الاصطناعي في Lemonade التفاعل مع العملاء لجمع تفاصيل المطالبات، تقييم الأضرار، ومعالجة المدفوعات. هذا النهج يلغي الحاجة إلى الأوراق التقليدية و يتيح لحاملي الوثائق تقديم مطالباتهم في أي وقت ومن أي مكان باستخدام هواتفهم الذكية أو أجهزة الكمبيوتر، مما يجعل التجربة أكثر كفاءة وسلاسة.

- **منع الاحتيال في التأمين وكشفه:** يشكل الاحتيال في مجال التأمين تحدياً رئيسياً يؤدي إلى ارتفاع التكاليف وزيادة المطالبات المزيفة. لكن Lemonade تعتمد على خوارزميات الذكاء الاصطناعي للعب دور محوري في كشف الاحتيال ومنعه، مما يخلق بيئة تأمينية عادلة وشفافة. وذلك عبر تحليل الأنماط، والبيانات التاريخية، يستطيع الذكاء الاصطناعي في Lemonade تحديد المطالبات المشبوهة والإبلاغ عنها للتحقق بشكل أعمق.

- **التعلم المستمر والتحسين المستمر:** أحد أكثر الجوانب إثارة للإعجاب في تقنية الذكاء الاصطناعي لدى Lemonade هو قدرتها على التطور والتحسين بشكل مستمر مع مرور الوقت. كلما زادت البيانات التي يتم جمعها وتحليلها، أصبحت خوارزميات الذكاء الاصطناعي أكثر ذكاءً ودقة في تقييم المخاطر، تحديد الأقساط، ومعالجة المطالبات بكفاءة أعلى (10 شركات ناشئة في مجال تكنولوجيا التأمين تحتاج إلى معرفتها في عام 2021، 2024).

5. الخاتمة:

من خلال ما تم تناوله في هذه الدراسة يمكن القول بأن الابتكار في صناعة التأمين يمثل عنصراً حيوياً في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة لشركات التأمين في ظل التغيرات التكنولوجية السريعة والاحتياجات المتزايدة للعملاء. كما ان اعتماد التقنيات التكنولوجية الحديثة يدعم الابتكار ويحسن من كفاءة الخدمات التأمينية للشركات، ويوسع قاعدة عملائها كما أثبتت نماذج الشركات مثل "LEMONADE" أن الابتكار لا يقتصر فقط على تحسين العمليات، بل يعيد تشكيل تجربة العميل بشكل جذري. لذلك يعد الاستثمار في الابتكار ضرورة استراتيجية للشركات التي تسعى للتميز والنمو في سوق التأمين التنافسي. فالابتكار هو أساس الميزة التنافسية المستدامة، وتزداد القدرات التنافسية لشركات التأمين من خلال اكتسابها لمجموعة ميزات تنافسية عن طريق الابتكار والكفاءات البشرية المنتجة للابتكار، وتحافظ الشركات على ميزاتها التنافسية عن طريق الحماية القانونية لابتكاراتها وكذلك التحسين المستمر في الخدمات عن طريق الابتكار والبحث والتطوير.

1.5. نتائج الدراسة:

✓ **تحسين الكفاءة التشغيلية:** توصل البحث إلى أن الابتكار التكنولوجي مثل الذكاء الاصطناعي والتحليل البياني يعزز من كفاءة شركات التأمين في إدارة المخاطر وتقديم خدمات مخصصة للعملاء، مما يؤدي إلى تقليل التكاليف وزيادة فعالية العمليات.

✓ **زيادة التنافسية:** أظهرت الدراسة أن الابتكار في مجالات مثل التأمين السيبراني والتأمين التكافلي يساهم في تميز شركات التأمين في السوق ويمنحها ميزة تنافسية قوية، خاصة في الأسواق التي تشهد تطوراً سريعاً في الاحتياجات الرقمية للعملاء.

✓ **تحسين تجربة العملاء:** أظهرت النماذج الابتكارية مثل "LEMONADE" أن التكنولوجيا يمكن أن تساهم في إعادة تشكيل تجربة العميل، من خلال توفير خدمات تأمينية مبسطة وسهلة الوصول، مما يزيد من رضا العملاء ويعزز ولائهم.

✓ **تعزيز الشفافية والثقة:** استخدمت الشركات الابتكارية تقنيات مثل الـ Blockchain لزيادة الشفافية في عمليات التأمين مما يعزز ثقة العملاء في خدمات التأمين ويشجعهم على التفاعل مع الشركات بشكل أكبر.

2.5. اختبار الفرضيات:

من خلال هذه الدراسة تمكنا اختبار فرضيات الدراسة في ضوء ما توفر من بيانات ومعلومات، حيث ظهر جلياً تأكيد صحة الفرضيات المقترحة التي تقول بأن:

- الابتكار في قطاع التأمين يعزز الميزة التنافسية لشركات التأمين، ويساعد في تمييزها عن المنافسين من خلال تقديم حلول تأمينية متجددة تلبي احتياجات السوق المتغيرة، حيث ثبت ذلك من خلال اعتبار الابتكار مدخلا أساسيا في تحقيق الميزة التنافسية التي تنشأ بقيام الشركات بخلق خدمات تأمينية جديدة.

- التوجه نحو تكنولوجيا التأمين يقدم فرصا كبيرة لشركات التأمين لتحسين كفاءتها التشغيلية وزيادة قدرتها التنافسية، وتوسيع نطاق خدماتها لتشمل أسواقا جديدة، كذلك يمكنها أن تحسن من سرعة معالجة المطالبات وتحقيق شفافية أكبر في العمليات، فالتكنولوجيا الحديثة تدعم نظم المعلومات خاصة التسويقية منها، وهو ما يمكن الشركات من الوصول إلى زبائنهم بشكل سريع وتوفير احتياجاتهم التأمينية بكفاءة وفعالية.

3.5. الاقتراحات:

- الاستثمار في التكنولوجيا حيث يجب على شركات التأمين التركيز على تبني وتطوير التقنيات الحديثة.
- تعزيز التأمين السيبراني، على شركات التأمين استثمار المزيد في تقنيات التأمين السيبراني لضمان العمل في بيئة رقمية آمنة.
- التوسع في التأمين التكافلي حيث يتعين على الشركات دراسة توسيع عروضها في مجال التأمين التكافلي لتلبية احتياجات فئات جديدة من العملاء التي تفضل الحلول التأمينية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية.
- توسيع التعاون مع قطاع البنوك لتقديم منتجات تأمينية مدمجة مع الخدمات المصرفية.
- إدخال تقنيات Blockchain في إدارة المطالبات لضمان الشفافية والأمان مما يزيد من الثقة بين العملاء والشركات.

5. الإحالات والمراجع:

- انيس دراجي، و عواطف مطرف. (2023). دور تكنولوجيا التأمين في دعم التأمين البارمتري لتغطية المخاطر المناخية في المجال الزراعي اضاءة من خلال عرض لاهم ابتكارات شركات تكنولوجيا التأمين في منتجات التأمين البارمتري. مجلة دراسات اقتصادية، 17(2)، الصفحات 273-290.
- بركاهم كموش. (2018). واقع التسويق الابتكاري في المؤسسات المصرفية في الجزائر-دراسة تحليلية مقارنة(اطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسنطينة: جامعة قسنطينة2 -عبد الحميد مهري.
- بن الدين نور الهدى. (2022). دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة مؤسسة -ENIE-. مجلة الاقتصاد والبيئة، 6(1)، الصفحات 474-495.
- بن نعم حليمة، و بوحفص حاكمي. (2024). تحديات صناعة التأمين التكافلي-دراسة حالة الجزائر-. مجلة التكامل الاقتصادي، 12(1)، الصفحات 14-26.

- بيان المهمة، الرؤية، & القيم الأساسية (2024) لشركة LEMONADA. (11، 2024). تاريخ الاسترداد 15 12، 2024، من <https://dcf.fm/ar/blogs/vision/lmnd-mission-vision?srsId=AfmBOopnOKiPz9LGhCFZrF2JmJzOqNUCMZwCgpAloEmRTm-utm#Top&19hniwP01>
- حلول التأمين-التأمين العام-التأمين السيبراني. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 25 10، 2024، من wiseley Insure: <https://wiselyinsure.com/ar/%D8%AD%D9%84%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D9%85%D9%8A%D9%86/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D9%85%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B9%D8%A7%D9%85/%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D9%85%D9%8A%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A8%D8%B1%D8%A7>
- خالدية امينة ليلي يمانى. (2022). دور البنوك في الترويج لمنتجات التأمين. مجلة ادارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، (1)8، الصفحات 395-416.
- زغدار احمد. (2011). المنافسة- التنافسية والبدائل الاستراتيجية (الإصدار 1). عمان، الاردن: دار جرير.
- زكية بوصيودة، و محمد عدنان بن ضيف. (2021). التأمين التكافلي الاسلامي سوق واعد-عرض اهم التجارب العالمية الرائدة مع الاشارة لحالة الجزائر -. مجلة الاقتصاد والمالية، (2)7.
- سالم الياس. (2021). التنافسية والميزة التنافسية في منظمات الاعمال. مجلة ابحاث ودراسات التنمية، (1)8، الصفحات 230-248.
- سامية معزوز. (2021). اثر تطبيق التأمين التكنولوجي في دعم نشاط شركات التأمين-دراسة عدد من شركات التأمين في الجزائر -. مجلة دراسات اقتصادية، (1)9، الصفحات 289-309.
- شرافة صبرينة. (2021). تكنولوجيا التأمين اتجاه جديد لصناعة تأمين متطورة ومتحولة تكنولوجيا-دراسة حالة شركة LEMONADA. مجلة دراسات، (2)12، الصفحات 17-35.
- شيماء قريشي. (2023). تأثير الابتكار التسويقي على جودة الخدمات المصرفية-دراسة عينة من المصارف بولاية بسكرة،الجزائر العاصمة، سطيف (اطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، بسكرة: جامعة محمد خيضر .
- عماد الدين شيخ. (2023). اثر الابتكار في الخدمة على قيمة العلامة التجارية الفندقية-دراسة تحليلية لآراء عينة من زبائن المؤسسات الفندقية المصنفة 5 نجوم بالشرق الجزائري. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، (1)16، الصفحات 117-135.
- فايزة احمد الحسيني مجاهد. (2023). الوعي بالامن السيبراني ترف ام ضرورة في عصر المعلوماتية. مجلة بحث وتربية، (2)13، الصفحات 54-74.
- كريمة بن شريف، و عبد الحق رايس. (2023). اثر تفعيل الابتكار في المنتج في تطوير خدمات مصرفية جديدة-دراسة تطبيقية لبنك ترست الجزائر. مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، المجلد 8(1)، الصفحات 118-138.
- محمد سعيد اسماعيل. (2021). التأمين الالكتروني ضد المخاطر السيبرانية: المشكلات القانونية والحلول المقترحة -دراسة في القانون القطري المقارن-. مقدمة ضمن ملتقى حول القانون في مواجهة الازمات العالمية-الوسائل والتحديات-. 10. قطر: المجلة الدولية للقانون.
- مريم قرواني، و فارس هباش. (2019). دور تكنولوجيا التأمين في دعم الابتكار العملياتي في شركات التأمين. مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات، (1)8.
- مصطفى محمود ابو بكر. (2008). الموارد البشرية مدخل تحقيق الميزة التنافسية. الاسكندرية، مصر: الدار الجامعية.
- نبيل مرسي خليل. (1998). الميزة التنافسية في مجال الاعمال. الاسكندرية، مصر: مركز الاسكندرية للكتاب.
- نجم عيود نجم. (2003). إدارة الابتكار : المفاهيم و الخصائص و التجارب الحديثة (الإصدار 1). عمان، الاردن: دار وائل.
- نسيم شراطي. (2015). التأمين المصرفي كنموذج للابتكار في الخدمات. المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية(4).

- (s.d.). Consulté le 12 16, 2024, sur LEMONADE: <https://www.lemonade.com/>
- 10 شركات ناشئة في مجال تكنولوجيا التأمين تحتاج إلى معرفتها في عام 2021. (2024, 6 18). تاريخ الاسترداد 12 14, 2024, من fastercapital: <https://fastercapital.com/arabpreneur/10-%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84-%D8%AA%D9%83%D9%86%D9%88%D9%84%D9%88%D8%AC%D9%8A%D8%A7-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%A3%D9%85%D9%8A%D9%86-%D8%AA%D8%AD%D8%>
- *Global Artificial Intelligence (AI) Insurtech Market – Industry Trends and Forecast to 2030*. (s.d.). Récupéré sur DATA.
- *Global Artificial Intelligence (AI) Insurtech Market – Industry Trends and Forecast to 2030*. تاريخ (10, 2023). تاريخ الاسترداد 11 15, 2024, من DATA BRIDGE: https://www.databridgemarketresearch.com/reports/global-artificial-intelligence-ai-insurtech-market?srltid=AfmBOopWkB5c3HsouVbt8HwXqbBnhJBPYD3f8-5u_CLKd_g8naK7_ns3
- *Lemonade Inc.: AI Disruption in Insurance Industry Analysis*. (2024, 7). Consulté le 12 14, 2024, sur kavaut: https://www.kavout.com/market-lens/lemonade-inc-ai-disruption-in-insurance-industry-analysis?utm_source=chatgpt.com/market-lens/lemonade-inc-ai-disruption-in-insurance-industry-analysis?utm
- Liu, J., Shujun, Y., Yujin, Z., & Lulu, Z. (2023). Research on InsurTech and the Technology Innovation Level of Insurance Enterprises. *Sustainability*, 15(11), pp. 1050-2071.
- NJEGOMIR, V., DEMKO-RIHTER, J., & BOJANIĆ, T. (2021). Disruptive Technologies in the Operation of Insurance Industry. *Tehnički vjesnik*, 28(5), pp. 1797-1805.
- *Oslo Manual 2018*. (2018, 10 22). Consulté le 11 3, 2024, sur OECD: https://www.oecd.org/en/publications/oslo-manual-2018_9789264304604-en.html