

مدى مساهمة توظيفات شركات التأمين في دعم المزايا التنافسية
دراسة حالة الجزائر خلال الفترة (2005-2015)

The extent to which insurance companies investments contribute to the competitive
advantages
Algeria case study (2005-2015)

فيروز جيرار¹*

¹ جامعة فرحات عباس سطيف 1 (الجزائر)، djirar26@hotmail.fr

تاريخ النشر: 2019/12/30

تاريخ القبول: 2018/12/31

تاريخ الاستلام: 2018/09/30

ملخص:

إن الانفتاح الكبير لأسواق التأمين محليا وعالميا، وتزايد حدة المنافسة بين شركات التأمين، أدى بهذه الأخيرة إلى ضرورة تطوير الميزة التنافسية بها، لتضمن بقاءها واستمرارها في ظل بيئة تتسم بالتغير المستمر. وتعتمد شركات التأمين في ذلك على عدة مداخل أهمها مدخل الموارد المالية، من خلال التوظيف الأمثل للأموال المتجمعة لديها وتحقيق عوائد مالية، ومن ثم توجيه هذه العوائد للوفاء بتعهداتها والتزاماتها، ودعم قدراتها التنافسية وتحقيق التميز وتطوير عناصر الميزة التنافسية المتمثلة في النمو، التميز، الإبداع والابتكار، قيادة التكلفة.

كلمات مفتاحية: تأمين، شركات التأمين، توظيف، استثمار، ميزة تنافسية.

تصنيفات JEL : G25، D89.

Abstract:

The great openness of the insurance markets, locally and globally, and increased competitiveness among insurance companies, have led the latter to the need to develop their competitive advantage, to ensure their survival and continuity in an environment characterized by constant change. insurance companies are relying, in that , on several intakes, most importantly financial resources, through the optimal investment of accumulated funds ,achieving financial revenue , and then orienting these revenues to fulfill their commitments and obligations, and to promote their competitive competences and achieve differentiation and develop competitive advantage elements of growth , differentiation, creativity and innovation , cost leadership.

Keywords: insurance, insurance companies, placement, investment competitive advantage.

JEL Classification Codes: G25, D89.

1. مقدمة:

تعد شركات التأمين من المؤسسات المالية والخدمية التي تلعب دورا مزدوجا في الاقتصاد، فإلى جانب قيامها بتقديم خدمة التأمين وتوفير التغطية من الأخطار المختلفة، فهي مؤسسة مالية تتلقى الأموال من المؤمن لهم ثم تعيد استثمارها مقابل عائد وذلك لسداد كافة الالتزامات التي تواجهها.

وفي ظل الانفتاح الكبير لأسواق التأمين والتطورات الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، تواجه شركات التأمين منافسة قوية محليا وعالميا، ومنطلق هذه المنافسة هو نوعية وجودة الخدمات التأمينية المقدمة، خدمة العملاء، تخفيض التكاليف، تعظيم العائد على الاستثمار مع تقليل المخاطر التي تتعرض لها المحافظ المالية، مما أدى بشركات التأمين إلى الاهتمام الخاص بالميزة التنافسية باعتبارها من أهم العوامل والاستراتيجيات المؤثرة على استمرارية وديمومة المنظمات، وهذا من خلال إتباع شركات التأمين مجموعة من الآليات والتوجهات الحديثة في مختلف الأنشطة التأمينية وخاصة النشاط الاستثماري الذي يمثل محركا لقطاع التأمين ويسمح بخلق وتطوير الميزة التنافسية، حيث أن زيادة استثماراتها وتحقيق عوائد مناسبة يسمح لشركة التأمين بتغطية التزاماتها تجاه المؤمن لهم ومختلف المتعاملين معها، بالإضافة لمختلف المصاريف الإدارية، كما تضمن هذه الاستثمارات للشركة مواجهة أي تقلبات عكسية غير متوقعة وتدعيم مركزها المالي وتقديم منتجات وخدمات متميزة، مما يمكنها من تحقيق التفوق والتميز وتحسين موقعها في السوق ودعم المزايا التنافسية بها.

مشكلة البحث: في ضوء ما تقدم تتمثل إشكالية الدراسة في السؤال التالي :

ما مدى مساهمة توظيفات شركات التأمين في دعم المزايا التنافسية بها؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية الأسئلة التالية :

- ما هو مفهوم التوظيف والاستثمار في شركات التأمين ؟
 - ما هي أهمية الميزة التنافسية بالنسبة لشركات التأمين؟ وماهي عناصرها؟
 - ما هي مؤشرات مساهمة توظيفات شركات التأمين في دعم المزايا التنافسية بالجزائر ؟
- فرضيات البحث : تم طرح الفرضيات التالية للدراسة قصد اختبار صحتها:
- هناك علاقة بين توظيفات شركات التأمين وبين دعم المزايا التنافسية بها.
 - تساهم توظيفات شركات التأمين في الجزائر بشكل كبير وفعال في دعم وتطوير الميزة التنافسية بمختلف عناصرها.

هدف البحث: يهدف إلى :

- تحديد العلاقة بين توظيفات شركات التأمين وبين الميزة التنافسية في ظل انفتاح قطاع التأمين ؛
- معرفة أثر توظيفات شركات التأمين في دعم الميزة التنافسية في الجزائر.

منهج البحث: اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لعرض المفاهيم المتعلقة بالموضوع، كما اعتمدنا المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي لتحليل وتفسير البيانات والمؤشرات والوقوف على دلالتها، باستخدام أدوات إيضاحية كالجداول والأشكال البيانية كلما دعت الحاجة لذلك.

2- الجانب النظري

1.2- مفهوم التوظيف والاستثمار في شركات التأمين:

يعرف الاستثمار من وجهة نظر شركات التأمين على أنه "تخصيص وتشغيل قدر من الموارد المتاحة لشركة التأمين بغرض تحقيق فوائد مستقبلا مع تقليل المخاطر الاستثمارية إلى أدنى حد ممكن لضمان الوفاء بالتعهدات القائمة تجاه حملة وثائق التأمين". كما يعرف أيضا بأنه "توظيف صافي الأموال المتجمعة لدى شركة التأمين أو المتدفقة إليها من زبائنها في أدوات استثمارية مختلفة".¹

كما يستعمل مصطلح الاستثمار والتوظيف كمترادفين، باعتبار أنه في الحالتين هو استعمال مبلغ من المال لتحقيق عائد مالي؛ إلا أن مصطلح التوظيف له دلالة التحوط والأمان، أي أنه يركز على العوائد المؤكد تحقيقها؛ في حين أن الاستثمار يتضمن جانبا من الحركية والمخاطرة. وغالبا ما يتم استخدام مصطلح التوظيف في شركات التأمين بدل مصطلح الاستثمار لأنها تتجنب المخاطرة العالية في جميع استثماراتها وتركز على السياسة الاستثمارية المحافظة والمتوازنة وتتجنب السياسة الهجومية ذات المخاطر العالية، وذلك حفاظا على الأموال المستثمرة كونها تمثل أموال حملة وثائق التأمين.²

وعليه فإن شركات التأمين تهدف من وراء التوظيف إلى ضمان الوفاء بالتزاماتها تجاه حملة الوثائق من ناحية وتجاه ملاكها من ناحية أخرى. فنشاط التوظيف يعد أحد الأنشطة الرئيسية في شركات التأمين لدرجة أن تقييم أدائها قد يعتمد اعتمادا كبيرا على نتائج هذا النشاط. وترجع هذه الحقيقة إلى ضخامة الأموال التي تتجمع لديها من مصادر مختلفة والتي يجب توظيفها بشكل جيد وإلا انخفض العائد على رأس المال المستثمر من جهة، وارتفعت أسعار التأمين من جهة أخرى مما يؤثر على عملية تقييم الأداء.

2.2- ماهية الميزة التنافسية في شركات التأمين وعناصرها:

تأتي أهمية التعرف على الميزة التنافسية من الدور الحاسم الذي تلعبه في حياة المنظمات.

1.2.2- تعريف الميزة التنافسية: يرى مايكل بورتر أن الميزة التنافسية "تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا، أي بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع".³ كما تتمثل الميزة التنافسية في "الوضع المتفوق الذي تحصل عليه المؤسسة، هذا التفوق يكون في شكل إضافة قيمة لدى المستهلك، والتي تأخذ شكل أسعار أقل مقارنة بأسعار المنافسين، أو في شكل منتج متميز، وذلك بهدف زيادة الحصة السوقية أو البقاء في السوق على الأقل".

وفي شركات التأمين يمكن القول أن الميزة التنافسية هي عبارة عن:

"قدرة شركة التأمين على تقديم مجموعة من الخصائص المميزة للخدمة التأمينية، والتي تكون قادرة على مقابلة احتياجات العملاء (المؤمن لهم) وتوقعاتهم مقارنة بما تقدمه الشركات المنافسة، وتؤدي في النهاية إلى تحقيق التفوق والتميز لشركة التأمين وتعظيم ربحيتها على المدى الطويل."⁴

2.2.2- عناصر الميزة التنافسية: يمكن لشركة التأمين أن تحقق الميزة التنافسية من خلال التأثير في عناصر هذه الأخيرة والمتمثلة في:

أ- النمو: يقصد به "تحقيق الميزة التنافسية من خلال التوسع بالحجم أو من خلال التوسع الجغرافي، وخاصة بعد ظهور الانترنت بوصفها شبكة معلومات عالمية تتصف بالسرعة وسهولة الاستخدام في إرسال واستقبال المعلومات".⁵

تهدف شركة التأمين من خلال النمو إلى الحفاظ على مركزها التنافسي وتدعيمه، لتحقيق معدلات نمو تناسب مع معدلات نمو القطاع، بالإضافة إلى زيادة مبيعاتها وأرباحها. حيث يتطلب تحقيق الميزة التنافسية من خلال النمو إضافة خدمات جديدة إلى سوق جديدة أو سوق قائمة. وتتمثل أهمية عنصر النمو بالنسبة لشركة التأمين في كونه يؤدي إلى رفع القيمة الذاتية لقيادة الشركة مما يكسبها ميزة تنافسية.⁶

ب- التميز: يكون التميز من خلال جعل المنتج التأميني يتمتع بخصائص فريدة تعطيه جاذبية تنافسية في الأسواق. ويتطلب عنصر التميز من الشركة تطوير منتجات جديدة وفريدة وتسويقها، وتقديم خدمات متميزة لا تقدمها الشركات المنافسة، والالتزام من قبل المسؤولين والعاملين في الشركة بالمحافظة على تميز المنتج.⁷ يعني البحث عن التميز أيضا؛ أن يكون المنتج ذا قيمة كبيرة للزبائن كالأسعار التشجيعية وخدمات ما بعد البيع، وهذا يعني أن تقوم الشركة بتقديم منتج عالي الجودة.

ت- الإبداع والابتكار: يمثل الإبداع ميزة تنافسية في كثير من الحالات تكسب الشركة المبدعة حصة سوقية عالية نسبيا، كما تساهم في زيادة مبيعات الشركة. ويعرف الإبداع على أنه "العملية أو النشاط الذي يقوم به الفرد وينتج عنه ناتج أو شيء جديد".⁸

من خلال التعريف السابق يمكن القول أن الإبداع إما أن يتضمن معنى الحداثة أي الإدخال الأول لمنتج أو فكرة أو عمل جديد على الإطلاق، وإما يتضمن التحسين بإضافة تغيير مهم على المنتج دون أن يكون جذريا. من المصطلحات المرتبطة بالإبداع؛ مصطلح الابتكار، فكثيرا ما تدل الأدبيات على أن مصطلحي الإبداع والابتكار لهما نفس المعنى، إلا أن بعض الكتاب المتخصصين يميلون إلى التفريق بينهما، فالابتكار يتعلق باكتشاف فكرة جديدة متميزة، أما الإبداع فيتعلق بوضع هذه الفكرة موضع التنفيذ على شكل عملية أو منتج (سلعة أو خدمة) تقدمها الشركة لزبائها.⁹

ث- قيادة التكلفة: يمكن لشركة التأمين تحقيق ميزة تنافسية بالاعتماد على عنصر التكلفة، وذلك بتقديم منتج تأميني بتكلفة منخفضة، من خلال الاستثمار الأمثل للموارد وتخفيض تكاليف جميع النشاطات المتعلقة بالمنتج مثل تكاليف التسويق، البحث والتطوير، خدمات البيع، التوزيع...

يسمح تخفيض التكاليف مقارنة مع تكاليف الشركات المنافسة بفرض سعر أقل من أسعار المنافسين مع تحقيق نفس مستوى الأرباح، لذلك نجد أن التكلفة والسعريرتبطان ارتباطا وثيقا.¹⁰

3.2.2- أهمية الميزة التنافسية في شركات التأمين: تتعدد المزايا التي يمكن أن تحصل عليها شركة التأمين عند امتلاكها للميزة التنافسية، وتتمثل أهمها فيما يلي:¹¹

- تحقيق التميز الاستراتيجي عن المنافسين في الخدمات المقدمة في ظل بيئة شديدة التنافسية ؛
- تحقيق حصة سوقية لشركة التأمين وكذا ربحية عالية للبقاء والاستمرار في السوق، وبهذا يعتبر تطوير الميزة التنافسية في شركات التأمين هدفا استراتيجيا تسعى لتحقيقه ؛
- جذب واستقطاب مؤمن لهم جدد؛ حيث أكدت العديد من الدراسات أنه من الممكن لكل مؤمن له جذب خمس عملاء آخرين للتعامل مع شركة التأمين التي تملك الميزة التنافسية، دون جهود تبذلها الشركة، نظرا لولاء المؤمن لهم الأصليين للشركة ؛
- الارتقاء بالأداء المالي لشركة التأمين، حيث يساهم امتلاك الميزة التنافسية في تحسين ربحية الشركة ودعم حصتها السوقية وزيادة مبيعاتها ؛
- الخدمة التأمينية المتميزة تتيح لشركة التأمين فرصة إمكانية رفع الأسعار وتحقيق أرباح أكبر، حيث أن المؤمن له سيرضى بدفع قسط أكبر مقابل تغطية تأمينية أفضل.

3 - مؤشرات مساهمة توظيفات شركات التأمين في دعم الميزة التنافسية في الجزائر :

تعد سوق التأمين الجزائرية سوقا ناشئة، إذ تحتل المرتبة 64 عالميا حسب الأقساط المحصلة سنة 2015، وتساهم بنسبة 0,03% من سوق التأمين العالمية. أما إفريقيا فتحلت الجزائر المرتبة السادسة حسب حجم الأقساط المحصلة سنة 2015، وذلك بعد كل من جنوب إفريقيا التي تحتل المرتبة 18 عالميا، المغرب، نيجيريا، مصر، كينيا. ويساهم قطاع التأمين في الجزائر بنسبة 1,73% من سوق التأمين الإفريقية سنة 2015.¹² بلغ معدل النفاذية¹³ 0,7% من الناتج المحلي الإجمالي سنة 2015. كما حقق قطاع التأمين الجزائري سنة 2015 رقم أعمال إجماليا بقيمة 128,68 مليار دج بنسبة تطور بلغت 2,5% مقارنة بسنة 2014. أما عن حجم توظيفات شركات التأمين في الجزائر، فبالرغم من التطور المستمر الذي عرفه ؛ إلا أنه لا يزال ضعيفا مقارنة بالدول المتقدمة، حيث قدر حجم التوظيفات سنة 2015 بـ 223 مليار دج.

يعد تحديد أثر مساهمة توظيفات شركات التأمين في دعم الميزة التنافسية أمرا من الصعوبة بمكان، نظرا لعدم وجود معايير ومقاييس دقيقة لقياس هذا الأثر، لذلك يتم اللجوء لبعض المؤشرات التي تعكس مدى مساهمة التوظيفات في دعم وتطوير بعض الجوانب من عناصر الميزة التنافسية (النمو، التميز، الإبداع والابتكار، قيادة التكلفة). ومن بين هذه المؤشرات نتطرق لما يلي :

1.3- تطور شبكات توزيع التأمين مقارنة بتطور حجم التوظيفات:

من بين المؤشرات الدالة على مدى مساهمة توظيفات شركات التأمين في دعم الميزة التنافسية وخاصة ميزة النمو؛ هو مؤشر تطور شبكات توزيع التأمين مقارنة بتطور حجم التوظيفات، حيث كلما كانت العلاقة بين عدد شبكات توزيع التأمين وبين حجم التوظيفات علاقة طردية إيجابية كلما دل على نجاعة السياسة الاستثمارية في تطوير ميزة النمو في شركات التأمين. ويمكن توضيح ذلك في الجدول 1 (أنظر الملحق).

يتضح من خلال الجدول 1 وجود علاقة طردية بين تطور عدد شبكات توزيع التأمين وبين تطور حجم التوظيفات في شركات التأمين العاملة بالجزائر، حيث عرف عدد شبكات توزيع التأمين تطورا مستمرا منذ سنة 2005 حيث انتقل من 1082 شبكة سنة 2005 إلى 3099 شبكة سنة 2015. وبالمقابل نجد أن حجم توظيفات شركات التأمين هو الآخر عرف تطورا مستمرا منذ سنة 2005، وانتقل من 69.67 مليار دج سنة 2005 إلى 223.74 مليار دج سنة 2015، وبلغت نسبة التطور في حجم التوظيفات سنة 2015 مقارنة بسنة 2014 نسبة 1.34%.

إن التطور في عدد شبكات توزيع التأمين المصاحب للتطور في حجم التوظيفات يعكس مدى استثمار شركات التأمين في الجزائر لأموالها في توسيع شبكاتها التأمينية، حيث كلما زاد حجم التوظيفات زاد معه عدد شبكات التوزيع، الأمر الذي يؤدي إلى توسيع نشاطها وزيادة حجم مبيعاتها، ما يؤدي بها إلى تطوير ميزة النمو ومن ثم الميزة التنافسية ككل. غير أنه وبالرغم من التطور في عدد شبكات التوزيع في الجزائر إلا أنها لا تزال محدودة نوعا ما، ويمكن توضيح ذلك في الشكل 1 (أنظر الملحق).

من خلال الشكل 1 نلاحظ الزيادة في عدد شبكات توزيع التأمين والتي تشمل الشبكة المباشرة، الوكلاء العامون، سماسرة التأمين، والتي كانت كمحصلة لجملة الإصلاحات التي عرفها القطاع منذ سنة 1995، مما سمح بتوسيع شبكة توزيع التأمين، إلا أن هذه الزيادة في شبكة توزيع التأمين ليست بالمستوى الكافي لمواجهة المنافسة الأجنبية واقتحام الأسواق العالمية، فهي لا ترقى إلى المستويات العالمية، فعلى سبيل المثال نجد أن عدد شبكات توزيع التأمين في فرنسا بلغ 43250 سنة 2015، الأمر الذي يعد تحديا أمام شركات التأمين الجزائرية من أجل توجيه توظيفاتها بشكل أكبر نحو توسيع نشاطها وتطوير شبكة فروعها واقتحام الأسواق العالمية.

2.3- نسبة تغطية التوظيفات للالتزامات النظامية:

من المعلوم أن توظيفات شركات التأمين تعتبر الضمان الأساسي للمؤمن لهم والمستفيدين والغير في حالة تحقق الكوارث، كما تعتبر مصدرا لإيرادات الشركة لما تحققه من نواتج مالية من جهة أخرى. ونظرا لأهمية تمثيل الالتزامات النظامية في شركة التأمين بالأصول المختلفة ومدى تأثير ذلك على ملاءة الشركة؛ تعمل شركات التأمين في الجزائر على تغطية التزاماتها النظامية والمتمثلة في الاحتياطات، المخصصات التقنية، الديون التقنية، بأصول مختلفة حسب أوجه الاستثمار المحددة قانونيا، وهو ما يضمن لها الوفاء بتعهداتها القائمة وتحقيق التميز مقارنة بالشركات المنافسة. ويعطى هذا المؤشر بالعلاقة التالية :

$$100 \times \frac{\text{حجم التوظيفات}}{\text{الالتزامات النظامية}}$$

والحد المقبول لهذه النسبة هو أكبر من أو يساوي 100%، ويعكس هذا المؤشر مدى قدرة التوظيفات على تحقيق التميز للشركة مقارنة بالمنافسين من خلال دعم ملاءة شركة التأمين وقدرتها على الوفاء بالتزاماتها. ويوضح الجدول 2 تطور نسبة تغطية التوظيفات للالتزامات النظامية.

يتضح من خلال الجدول 2 أن نسب تغطية التوظيفات للالتزامات النظامية في شركات التأمين الجزائرية كانت مقبولة خلال الفترة 2006-2015، لأن التغطية كانت كلية (أكبر من 100%)، كما عرفت أقصى نسبة لها سنة 2013 (143.4%)، مما يعكس قدرة شركات التأمين على الوفاء بالتزاماتها مع تحقيقها لفوائض التغطية، أما في سنة 2005 فقد فاقت فيها قيمة الالتزامات النظامية لقيمة التوظيفات مما يعكس الوضعية غير المقبولة لشركات التأمين بالرغم من الفروقات القليلة خلال هذه السنة. وبالنظر إلى هذا المؤشر يمكن القول أن شركات التأمين في الجزائر قادرة على تحقيق جانب من جوانب التميز في شركات التأمين وهو القدرة على الوفاء بالالتزامات مما يعطيها قدرات تنافسية أكبر.

3.3- حصة الإنفاق على الإبداع والابتكار من إجمالي التوظيفات:

إن امتلاك وتطوير ميزة الإبداع في شركة التأمين يحتاج لموارد مالية معتبرة لاستغلالها في مشاريع البحث والتطوير وعمليات التجديد والتحسين وإدخال التكنولوجيا الجديدة عند تقديم الخدمة التأمينية، لذلك تحتاج شركات التأمين لاستثمار أموالها وتخصيص جزء من توظيفاتها لهذا الغرض. ويعكس مؤشر حصة الإنفاق على الإبداع والابتكار من إجمالي التوظيفات مدى أهمية استثمارات شركات التأمين في دعم الإبداع والابتكار، حيث كلما زادت نسبة هذا المؤشر؛ كلما دل على الدور الفعال للتوظيفات في تطوير ميزة الإبداع والابتكار. ويوضح الجدول 3 تطور حصة الإنفاق على الإبداع والابتكار من إجمالي توظيفات شركات التأمين في الجزائر.

يوضح الجدول 3 تطور نسبة الإنفاق على الإبداع والابتكار من إجمالي التوظيفات خلال فترة الدراسة، حيث انتقلت هذه النسبة من 1.7% سنة 2005 إلى 2.3% سنة 2015، وهو ما يمكنه أن يساعد شركات التأمين في الجزائر على إدخال بعض التحسينات في المنتجات والخدمات أو إحداث تغييرات على عملية التسويق والمبيعات، مما يمكنها من زيادة قدرتها على المنافسة في السوق. غير أن هذه النسب تعد ضعيفة جدا بالمقارنة مع متطلباته تطوير ميزة الإبداع والابتكار، إضافة إلى أن هذه النسب لم تعرف تطورا كبيرا خلال جميع السنوات، ويفسر هذا الضعف بضعف استثمارات شركات التأمين في الجزائر والذي يعد العامل الأساسي في ذلك، بالرغم من تطور حجم التوظيفات في السنوات الأخيرة، بالإضافة إلى ضعف دور شركات التأمين في دعم الإبداع والابتكار واكتفائها بالمنتجات التقليدية، كما يفسر بغياب التشريعات الواضحة التي تدعم مشاريع البحث والتطوير والابتكار في المؤسسات الخدمية عامة وشركات التأمين خاصة، بالإضافة إلى قلة العنصر البشري المتخصص في البحث والتطوير في شركات التأمين مقارنة بالدول المتقدمة. كل هذا يجعل من مساهمة توظيفات

لشركات التأمين في الجزائر في تطوير ميزة الإبداع والابتكار مساهمة جد محدودة.

3. 4- تطور وفرات التكاليف مقارنة بتطور التوظيفات

تعتبر ميزة قيادة التكلفة من المداخل الهامة لتحقيق الميزة التنافسية، والتي يتم بموجبها توجيه كافة الجهود نحو هدف أساسي هو تخفيض التكلفة الكلية للخدمة التأمينية. ومن ثم يكون بإمكان هذه الشركات تقوية هامش المناورة السعرية، والحصول على هوامش أكبر تستثمرها لتعزيز وضعيتها. وحتى يتسنى لشركة التأمين تخفيض التكاليف والتحكم فيها وكذا تخفيض قيمة الأقساط يتوجب عليها تعظيم المبالغ المستثمرة وزيادة عوائدها، فكلما زاد حجم الأموال التي يتم توظيفها كلما شكل ذلك ضمانا إضافيا لشركة التأمين في مواجهة أي خسائر غير متوقعة، وبالتالي إمكانية تخفيضها للتكاليف والأقساط بأريحية أكبر. وهنا يعد مؤشر تطور وفرات التكاليف مقارنة بتطور التوظيفات مؤشرا هاما لمدى مساهمة توظيفات شركة التأمين في تطوير ميزة قيادة التكلفة. ويوضح الجدول 4 تطور وفرات التكاليف مقارنة بتطور التوظيفات في شركات التأمين في الجزائر.

يتبين من الجدول 4 تطور وفرات التكاليف في شركات التأمين في الجزائر خلال فترة الدراسة، حيث استطاعت شركات التأمين في الجزائر توفير ما قيمته 4.87 مليار دج عند توظيفها 69.67 مليار دج سنة 2005، وانتقلت سنة 2015 لتوفير 15.66 مليار دج عند توظيفها 223.7 مليار دج. مما يدل على الدور الهام الذي يمكن أن تلعبه توظيفات شركات التأمين في الجزائر في تخفيض التكاليف، وهو ما يسمح لها بتخفيض قيمة القسط وزيادة تنافسيتها، إلا أن حجم وفرات التكاليف الذي تم تحقيقه يعد ضئيلا، مما يحتم عليها ضرورة تنمية توظيفاتها وزيادة مردوديتها حتى تتمكن من السيطرة على التكاليف بشكل أكبر، وهو ما سوف يعطي لتوظيفات شركات التأمين أهمية أكبر في تطوير ميزة قيادة التكلفة. ويمكن توضيح مدى تطور وفرات التكاليف في شركات التأمين في الجزائر في الشكل 3.

يوضح الشكل 3 التطور في المبالغ التي قامت شركات التأمين في الجزائر بتوفيرها نتيجة لتوظيفاتها المالية، وبالرغم من أهمية هذه الوفورات في إعطاء شركات التأمين في الجزائر قدرات تنافسية أكبر؛ إلا أن الواقع يؤكد أن شركات التأمين في الجزائر تتحيز إلى المنافسة السعرية أكثر من المنافسة على أساس جودة الخدمة التأمينية. فالتنافسية حسب شركات التأمين الجزائرية؛ كانت ولا زالت تعتمد على تغيير قيمة القسط الصافي للتأمين وهو ما يجعل عملية التسعير عملية غير دقيقة ولا تركز على المهنية التأمينية، وغالبا ما يتم تحديد أسعار التأمين من طرف السلطات العمومية المعنية بالقطاع، ويكمن سبب ذلك في كون شركات التأمين في الجزائر ليست في المستوى الذي يمكنها من جمع البيانات الإحصائية الضرورية وبالقدر الكافي لوضع تسعير معين مما يستدعي تحديد الأسعار من قبل الهيئة الوصية لتجنيب القطاع منافسة مدمرة قائمة على أسعار بعيدة عن الحقيقة.

يضاف إلى ذلك إهمال عناصر أساسية في تسعير المنتجات التأمينية في الجزائر، أهمها العنصر المالي في

التسعير والذي يمكن أن يأخذ بعين الاعتبار عوائد التوظيفات المالية التي تساهم في تخفيض تكلفة منتجات التأمين.

4- النتائج ومناقشتها :

توصلنا من خلال هذه الدراسة لمجموعة من النتائج وفق سياق معرفي ومنهجي مترابط مع الإشكالية محل الدراسة، وفيما يلي نقدم هذه النتائج بشكل نتأكد معه من مدى صحة الفرضيات المقدمة سابقا:

- إن الهدف من توظيف شركات التأمين لأموالها هو تحقيق ربح (عائد)، بالإضافة إلى زيادة ملاءمتها المالية، وبذلك دعم قدرتها على الوفاء بالتزاماتها وتعهدها تجاه حملة وثائق التأمين ؛

- يمكن لشركة التأمين أن تحقق الميزة التنافسية بتقديم خدمة متميزة أو بأقل تكلفة، كما يمكنها تحقيق الميزة التنافسية من خلال التأثير في عناصر هذه الأخيرة والمتمثلة في النمو، التميز، الإبداع والابتكار، قيادة التكلفة ؛

- يعد النشاط الاستثماري أحد المصادر الهامة لتطوير الميزة التنافسية في شركات التأمين، حيث أن الأموال الموجهة للتوظيف والعوائد المتأتية عنها تعد موردا ماديا أساسيا في دعم القدرات التنافسية لشركات التأمين؛

- تؤثر توظيفات شركات التأمين في دعم وتطوير الميزة التنافسية في شركات التأمين من خلال تطوير كل عنصر من عناصر الميزة التنافسية، فتطوير ميزة النمو يتم من خلال استغلال التوظيفات المالية في توسيع النشاط وتحقيق النمو في المبيعات. أما دعم ميزة التميز فيتم من خلال توجيه التوظيفات لتقديم منتجات متميزة مقارنة بمنتجات المنافسين. كما يتطلب دعم ميزة الإبداع والابتكار موارد مالية كبيرة توظف في مشاريع البحث، يمكن توفيرها من خلال الاستثمار في مجال الإبداع والابتكار. أما دعم ميزة قيادة التكلفة فيتم من خلال العائد على الاستثمار، حيث أنه كلما كان العائد على الاستثمار مرتفعا كلما أدى ذلك لتخفيض التكاليف وتخفيض سعر التأمين، على اعتبار أن كلا من التكاليف ومعدل العائد على الاستثمار تدخل في حساب القسط التأميني؛

- تعكس مؤشرات مساهمة توظيفات شركات التأمين في دعم الميزة التنافسية في الجزائر التي تم التطرق لها؛ المساهمة المحدودة لتوظيفات شركات التأمين في دعم عناصر الميزة التنافسية المتمثلة في النمو، التميز، الإبداع والابتكار، قيادة التكلفة وبالتالي المساهمة المحدودة في تطوير الميزة التنافسية ككل.

من خلال النتائج السابقة تأكد لنا صحة الفرضية الأولى، حيث أن هناك علاقة بين توظيفات شركات التأمين وبين دعم المزايا التنافسية بها، من خلال توجيه هذه التوظيفات والعوائد المتأتية عنها في تحقيق التميز والتفوق للشركة. أما الفرضية الثانية فقد تأكد لنا نفها إذ لا تساهم توظيفات شركات التأمين في الجزائر بشكل كبير وفعال في دعم وتطوير الميزة التنافسية بمختلف عناصرها، فهذه المساهمة تعد محدودة وضئيلة.

5- خاتمة :

بناء على النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة لإشكالية مدى مساهمة توظيفات شركات التأمين في دعم المزايا التنافسية، ودراسة حالة الجزائر؛ نقدم ضمن النقاط التالية مجموعة من الاقتراحات والتوصيات التي يمكن الاستفادة منها سواء في الدراسات العلمية أو على مستوى صياغة وتطبيق استراتيجية فعالة لتوجيه التوظيفات نحو تطوير الميزة التنافسية في شركات التأمين الجزائرية، وتتمثل أهم هذه الاقتراحات في:

- ضرورة قيام شركات التأمين برفع إمكاناتها وقدراتها وتحسين أدائها لتوفير رؤوس الأموال اللازمة للاستثمار ودعم وتبني السياسات الاستثمارية الملائمة التي تعود عليها بالنفع وتضمن لها تحقيق أهدافها الاستراتيجية؛
- ضرورة التعامل مع استثمارات شركات التأمين على أنها مورد رئيس وهام من بين موارد شركات التأمين واعتبار سياساتها الاستثمارية أحد المصادر الهامة لتطوير ميزتها التنافسية؛
- العمل على توفير المناخ الملائم للاستثمار، ونشر الوعي الاستثماري خاصة في الجزائر، الأمر الذي من شأنه أن يساعد شركات التأمين على تنمية توظيفاتها ويزيد من مساهمة توظيفات شركات التأمين في الاقتصاد الوطني؛
- إنشاء قسم خاص لمتابعة الأسواق المالية والتوظيفات في شركات التأمين الجزائرية، يضم محللين ماليين معتمدين لدى شركات التأمين لتوظيف خبرتهم العملية والعلمية في تطوير وتحسين النشاط الاستثماري بها؛
- زيادة المساحة الاستثمارية والتنوع الاستثماري لشركات التأمين في مختلف المجالات مما يعمل على تحسين مستوى أداء هذه الشركات ويزيد مساهمتها في الاقتصاد؛
- العمل على ترسيخ ثقافة تطوير الميزة التنافسية لدى شركات التأمين وتحقيق التفوق والتميز؛
- ضرورة توجيه توظيفات شركات التأمين لتطوير عناصر الميزة التنافسية المتمثلة في النمو، التميز، الإبداع والابتكار، قيادة التكلفة، وتبني الآليات المناسبة لذلك؛
- يجب على شركات التأمين في الجزائر توجيه توظيفاتها لتنوع وتطوير منتجات تأمينية تسير المنتجات التي تقدمها الشركات الأجنبية، لأن قانون المنافسة ليس في صالحها، فهي مطالبة بتلبية رغبات العملاء على اختلاف احتياجاتهم؛
- العمل على زيادة وتعزيز الدعم المالي المخصص لمشاريع البحث والتطوير في شركات التأمين الجزائرية، وابتكار المنتجات الجديدة واستحداث الخدمات التأمينية غير التقليدية، والتجديد والتحسين المستمر لوثائق التأمين حتى تتناسب مع الاحتياجات المتطورة للأشخاص؛
- إتباع الأسس الفنية والعلمية الدقيقة في تسعير المنتجات التأمينية والتحكم في التكاليف، خاصة في شركات التأمين الجزائرية؛

- لتحسين مستوى أداء شركات التأمين في الجزائر يجب على هذه الشركات زيادة الحملات الإعلانية والإعلامية، لتوضيح مدى أهمية أنواع التأمين في حياة الفرد والمجتمع، وذلك بعمل نشرات توعية من خلال كتيبات أو مجلات أو جرائد أو من خلال التلفاز أو الراديو، وعقد ورشات عمل أوندوات تثقيفية سواء عبر التلفاز أو الراديو لتوعية المجتمع بأهمية العملية التأمينية ومدى الفوائد التي تعود على الفرد من وراء ذلك؛
- صياغة استراتيجية واضحة المعالم لتحسين صورة قطاع التأمين لدى الجمهور في الجزائر مما يؤدي بدوره لتنمية توظيفات شركات التأمين، من خلال غرس الوعي التأميني والاهتمام بالثقافة التأمينية، وتعريفهم بأهمية الحاجة إلى الحماية مع تحسيسهم بحقوقهم.
- آفاق البحث: بعد معالجتنا لموضوع مدى مساهمة توظيفات شركات التأمين في دعم المزايا التنافسية، دراسة حالة الجزائر، برزت لنا بعض الجوانب والإشكالات الجديدة بمواصلة البحث فيها لأهميتها النظرية والتطبيقية، ومنها:

- آليات تطوير الميزة التنافسية في شركات التأمين الجزائرية؛
- أثر استراتيجية النمو على الأداء التسويقي لدى شركات التأمين؛
- إدارة المحفظة الاستثمارية في شركات التأمين كمدخل لتعزيز تنافسيتها في ظل العولمة المالية؛
- أهمية استثمار أقساط التأمين في تحقيق ميزة الريادة في التكلفة في شركات التأمين؛
- أسباب انخفاض مساهمة قطاع التأمين في سوق الجزائر للأوراق المالية.

6- قائمة المراجع:

- جمال الدين مرسي، مصطفى أبو بكر. (2004). دليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع، الدار الجامعية، مصر
- جميلة الجوزي، (2011). دور الإبداع التكنولوجي في تعزيز القدرة التنافسية للدول العربية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 11، جامعة سطيف، الجزائر.
- خالد خطيب. (2011). مدخل إدارة الجودة الشاملة لتحسين القدرة التنافسية في قطاع التأمين، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 10، جامعة بسكرة، الجزائر.
- السلي علي. (2002). إدارة التميز، دار غريب للنشر، مصر.
- طاهر محسن الغالي، إديس وائل صبيح. (2009). الإدارة الاستراتيجية: منظور منهج متكامل، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن.
- عبد الغفار حنفي، رسمية قرياقص. (2002). البورصات والمؤسسات المالية، الدار الجامعية، مصر.
- منية خليفة، (9-10 نوفمبر 2010). آليات تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول: "المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية"، جامعة الشلف، الجزائر.

- Cayman Islands Monetary Authority. (2010). **Asset Management & Investment Strategy For Insurance Companies**, Island, P.2, Available at: www.cimoney.com.ky/regulated_sectors/reg_sec.aspx?id
 - Jean-Marie Ducreux. (2009). **Le grand livre de la stratégie**, EYROLLES, Paris
 - Marc Vandercammen, **Marketing : L'essentiel Pour Comprendre**, Décider, Agir, De Boeck Université, 1er Edition, 2002.
 - Michael Porter, Trad : Pierre Mirailles. (1993). **L'avantage concurrentiel des nations**, INTER EDITION, Paris.
- Swiss Reinsurance compagnie, (2015). **L'assurance dans le monde en 2015**, Revue de Sigma, N°4/2015, Suisse, P.36, disponible sur : www.swissre.com/sigma

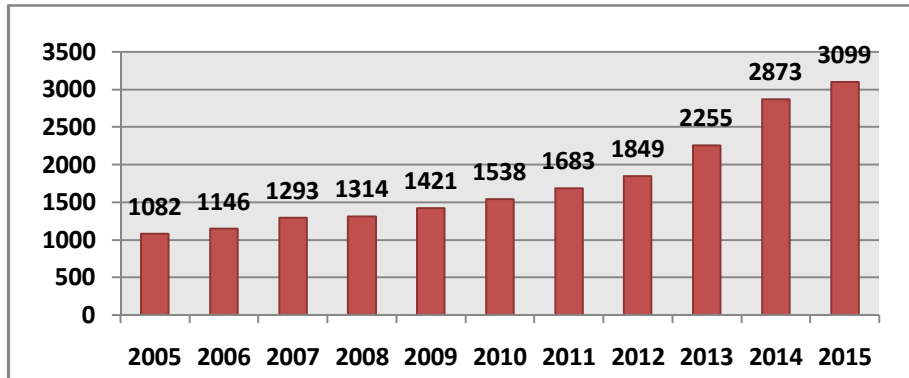
7- ملاحق :

الجدول رقم (1): تطور شبكات توزيع التأمين مقارنة بتطور حجم التوظيفات في الجزائر خلال الفترة 2005-2015

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
حجم التوظيفات (مليار دج)	69.67	84.65	87.07	110.77	136.89	140	151.06	175.72	198.68	220.78	223.74
عدد شبكات التوزيع	1082	1146	1293	1314	1421	1538	1683	1849	2255	2873	3099

المصدر: Guide des Assurance en Algerie, KPMG, ed.2015, P.31

الشكل رقم (1): تطور عدد شبكات توزيع التأمين في الجزائر خلال الفترة 2005-2015



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول 1

الجدول رقم (2): تطور نسبة تغطية التوظيفات للالتزامات النظامية في شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة 2005-2015

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
حجم التوظيفات (مليار دج)	69.67	84.65	87.07	110.77	136.89	140	151.06	175.72	198.68	220.78	223.74
الالتزامات النظامية (مليار دج)	69.76	77.25	82.01	104.01	112.2	120.12	123.47	134.85	138.55	163.82	171.01
نسبة التغطية (%)	99.86	112.71	106.16	106.48	122	116.55	122.34	130.3	143.4	134.8	130.83

المصدر: Conseil National des Assurances (CNA), Bulletin des assurances , N :34 , Algérie, 2016, P.6

الجدول رقم (3): تطور حصة الإنفاق على الإبداع والابتكار من إجمالي توظيفات شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة 2005-

2015

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
حجم التوظيفات (مليار دج)	69.67	84.65	87.07	110.77	136.89	140	151.06	175.72	198.68	220.78	223.74
نسبة الإنفاق على الإبداع والابتكار (%)	1.7	1.75	1.84	2.06	2.21	2.18	2.19	2.23	2.23	2.27	2.3

المصدر: بالاعتماد على البيانات الصادرة عن البنك الدولي، متوفر على الموقع: www.banquemonddiale.org ، والمجلس الوطني

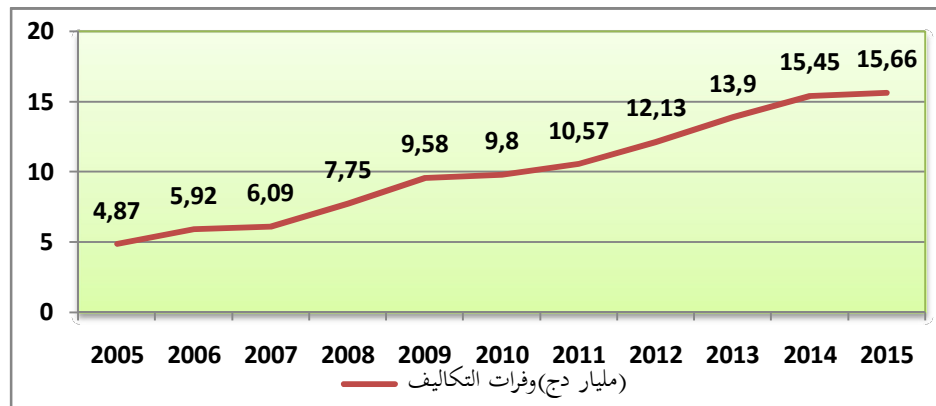
للتأمينات متوفر على الموقع www.cna.dz

الجدول رقم (4): تطور وفرات التكاليف مقارنة بتطور التوظيفات في شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة 2005-2015

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
حجم التوظيفات (مليار دج)	69.67	84.65	87.07	110.77	136.89	140	151.06	175.72	198.68	220.78	223.7
وفرات التكاليف (مليار دج)	4.87	5.92	6.09	7.75	9.58	9.8	10.57	12.13	13.9	15.45	15.66

المصدر: Ministère des finances, Rapport sur l'activité des assurances en Algérie, les années 2005-2015

الشكل رقم (3): تطور حجم وفرات التكاليف في شركات التأمين في الجزائر خلال الفترة 2005-2015



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الجدول 3

8- الهوامش:

¹ عبد الغفار حنفي، رسمية قرياقص. (2002). البورصات والمؤسسات المالية، الدار الجامعية، مصر، ص. 386

² Cayman Islands Monetary Authority. (2010). **Asset Management & Investment Strategy For Insurance Companies**, Island, P.2, Available at: www.cimoney.com.ky/regulated_sectors/reg_sec.aspx?id

³ Michael Porter, Trad : Pierre Mirailles. (1993). **L'avantage concurrentiel des nations**, INTER EDITION, Paris, P.48

⁴ خالد خطيب. (2011). مدخل إدارة الجودة الشاملة لتحسين القدرة التنافسية في قطاع التأمين، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد 10، جامعة بسكرة، الجزائر، ص. 120

⁵ طاهر محسن الغالي، إديس وائل صبيحي. (2009). **الإدارة الاستراتيجية: منظور منهج متكامل**، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ص. 87

⁶ Jean-Marie Ducreux. (2009). **Le grand livre de la stratégie**, EYROLLES, Paris, P42

⁷ السلي علي. (2002). إدارة التميز، دار غريب للنشر، مصر، ص. 125

⁸ جميلة الجوزي، (2011). دور الإبداع التكنولوجي في تعزيز القدرة التنافسية للدول العربية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 11، جامعة سطيف، الجزائر، ص.276

⁹ منية خليفة، (9-10 نوفمبر 2010). آليات تطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، الملتقى الدولي الرابع حول: "المنافسة والاستراتيجيات التنافسية للمؤسسات الصناعية خارج قطاع المحروقات في الدول العربية"، جامعة الشلف، الجزائر، ص.76

¹⁰ Marc Vandercammen, **Marketing : L'essentiel Pour Comprendre, Décider, Agir**, De Boeck Université, 1er Edition, 2002, P216.

¹¹ جمال الدين مرسي، مصطفى أبو بكر. (2004). دليل فن خدمة العملاء و مهارات البيع، الدار الجامعية، مصر ، ص 34

¹² Swiss Reinsurance compagnie, (2015). **L'assurance dans le monde en 2015**, Revue de Sigma, N°4/2015, Suisse, P.36, disponible sur : www.swissre.com/sigma

¹³ معدل النفاذية هو معدل مساهمة قطاع التأمين في الناتج المحلي الإجمالي (PIB) ويساوي: $\frac{\text{رقم الأعمال}}{PIB}$