

آليات دعم تنافسية خدمات التأمين التكافلي في السوق الجزائري-حالة شركة سلامة للتأمين-

Competitive support mechanisms for Takaful insurance services in the Algerian market

ط.د غباش فريدة*¹، فلاق صليحة²

¹جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر، f.ghebache@univ-chlef.dz

مخبر الأنظمة المالية والمصرفية والسياسات الاقتصادية الكلية في ظل التحولات العالمية

²جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر، s.fellag@univ-chlef.dz

تاريخ الاستلام: 2022/02/09 تاريخ القبول: 2022/11/16 تاريخ النشر: 2022/12/31

ملخص:

نهدف من خلال هذه الدراسة لتوضيح آليات دعم تنافسية خدمات التأمين التكافلي في السوق الجزائري بالتطبيق على شركة سلامة، حيث شهدت صناعة التأمين اهتماما واسعا وتجسد ذلك من خلال إصدار المرسوم التنفيذي رقم 21/81 الذي ينظم نشاط شركات التأمين التكافلي في الجزائر. وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى كون سوق التأمين الجزائري يشهد هيمنة للتأمين التجاري مقارنة بالتأمين التكافلي الذي رغم المساعي المبذولة لتطويره (المرسوم رقم 21/81) لم يحضى بمكانته. مما يتطلب ضرورة إنشاء شركات التأمين التكافلي لتنافسها.

الكلمات المفتاحية: التأمين التكافلي، التأمين التجاري، تنافسية الخدمات، شركة سلامة، الجزائر.

ترميز JEL : G2، G22

Abstract:

This study aims to shed light on the mechanisms supporting the competitiveness of Takaful insurance services in the Algerian market, By presenting the experience of Salama Insurance Company. The Takaful insurance industry in Algeria has been the subject of great interest, which has been materialized by the promulgation of Executive Decree No. 81/21 regulating the activity of Takaful insurance companies in Algeria.

Through this study, we have concluded that the Algerian insurance market knows an absolute dominance of commercial insurance compared to Takaful insurance, which despite the efforts made to develop it (Decree n° 81/21) has not reached its status.

Keywords : Takaful Insurance, Commercial Insurance, Competitive Services. Salama Company, Algeria.

JEL Classification Codes: G22, G2

1. مقدمة:

يعد قطاع التأمين من بين أهم القطاعات التي تعول عليها الدول النامية للنهوض باقتصادياتها، فقد باتت من متطلبات تطوير الاقتصاد لما حققه من إنجازات وإسهامات جعلته يحتل موقعا استراتيجيا، ونميز في هذا القطاع بين نوعين مختلفين منهم التأمين التجاري والتأمين التكافلي الذي عرفت صناعته توسعا كبيرا في جميع أنحاء العالم مع تضاعف معدل النمو، مما خلق منافسة بين هذين الأخيرين حول من يجذب أكبر عدد من المؤمنين فكلاهما يوفر مناخ تأميني يقلل من المخاطر ويعظم مصلحة الأطراف المشاركة في العملية التأمينية والجزائر كغيرها من الدول حاولت تفعيل صناعة التكافل من خلال إصدار (18/21) من أجل دعم تنافسية القطاع. على ضوء ما سبق نطرح الإشكالية التالية :

ما هي آليات تعزيز تنافسية خدمات التأمين التكافلي في السوق الجزائري ؟

أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في تحديد أهم مقومات المنافسة بين التأمين التجاري والتأمين التكافلي وكذا الآليات التي من شأنها دعم وتعزيز تنافسية خدمات التأمين التكافلي في الجزائر.

أهداف الدراسة: نسعى من خلال هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

✓ تشخيص واقع التأمين التكافلي في العالم؛

✓ تحديد مقومات سوق التأمين الجزائري؛

✓ توضيح أهم آليات دعم تنافسية خدمات التأمين التكافلي في الجزائر.

الدراسات السابقة: تم الاعتماد في هذه الدراسة على مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت المنافسة التأمينية لشركات التأمين، نذكر منها:

- دراسة Mervan BARAZI (2018) بعنوان: la particularité de l'application du droit de la concurrence dans le secteur des assurances

تطبيق قانون المنافسة على قطاع التأمين في فرنسا، حيث توصلت الدراسة إلى أن خضوع مختلف شركات

التأمين لقانون المنافسة ليس مطلقا، وأن لدول الأعضاء الحرية في تنظيم نظام الضمان الاجتماعي وهو

مبدأ من مبادئ القانون الأوروبي لا تفعله سلطات المنافسة ولا يمكن تعارضه.

- دراسة للباحثين Sanderson Abel ; and Juniors Marire (2021) بعنوان: Competition in the

insurance sector – An application of Boone indicator، حاول الباحثين من خلال دراستهما تسليط

الضوء على قياس المنافسة في سوق التأمين بتطبيق مؤشر بون Boone للفترة من (2010 إلى 2017)

آليات دعم تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية في السوق الجزائري

في زيمبابوي، وأهم النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة هي أن المنافسة كانت معتدلة في صناعة التأمين. كشفت النتائج كذلك أنه لا يوجد فرق كبير في المنافسة بين الفترتين 2013-2017 في حين تأثرت الفترة 2010-2012 في الغالب بانعدام الثقة في السوق نتيجة مخلفات التضخم المفرط التي أفقدت الناس مدخراتهم لان معظم بواليص التأمين أصبحت عديمة القيمة.

- دراسة للباحثين إبراهيم بلحيمر و دكتور طارق قندوز (2018) بعنوان: المنافسة التأمينية على أساس الوساطة التسويقية "دراسة حالة الجزائر"، حاول الباحثين من خلال هذه الدراسة تحديد دور الوساطة التسويقية في تفعيل المنافسة التأمينية في الجزائر، ومن أهم النتائج المتوصل إليها أن سوق الوساطة التأمينية في الجزائر ذات اتجاه صاعد وبارز، غير أن الشبكة التجارية المباشرة تبقى هي المسيطرة على حجم الأقساط المكتتبة في السوق خلال الفترة المدروسة.

- دراسة الباحث عامر أسامة (2013) بعنوان: أثر آليات توزيع الفائض التأميني على تنافسية شركات التأمين التكافلي، حاول الباحث من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على آليات التوزيع الفائض التأميني وما تخلفه من آثار على تنافسية شركات التأمين التكافلي وتوصل من خلال الدراسة إلى أن لقرار توزيع الفائض التأميني نتائج مباشرة على ملاءة شركات التأمين التكافلي وعلى زيادة وتطوير مقدرتها التنافسية.

2. الإطار المفاهيم لتنافسية الخدمات التأمينية التكافلية :

سنتناول من خلال هذا المحور أهم المفاهيم الخاصة بكل من التنافسية والخدمة التأمينية التكافلية وتنافسية الخدمة التأمينية التكافلية.

1.2. تعريف الخدمة التأمينية التكافلية :

لقد وردت عديد التعاريف التي تخص الخدمة التأمينية وفيما يلي أهمها:

تعرف الخدمة التأمينية على أنها منتج تنتجه وتسوقه شركة التأمين بهدف تلبية حاجيات العميل وطلباته التأمينية ضد المخاطر المحتملة الوقوع في المستقبل، والتي يمكن أن تسبب له خسائر في شخصه أو ممتلكاته، أو مسؤولياته تجاه الغير. (بوحروود، 2012، صفحة 203).

تعريف الخدمة التأمينية التكافلية: وهي عبارة عن المنتجات التأمينية التي تقدمها شركات التأمين التكافلي، وتتعدد تلك الخدمات فمنها ما يغطي أخطار الممتلكات وأخطار المسؤولية المدنية اتجاه الأشخاص أو ممتلكات الغير وتلك التي تغطي أخطار الأشخاص والحوادث الشخصية. (يوسف و صابر، 2011).

نستنج من خلال التعريفين السابقين أن الخدمة التأمينية التكافلية هي منتج تقدمه شركات التأمين التكافلي أو المصاريف الإسلامية لمواجهة المخاطر المحتملة على الممتلكات، الصحة، أو العمل والدخل ويكمن

الفرق بين التأمين التكافلي والتأمين التجاري بأن الأخير ينطوي على (غرر) بينما يخلو التأمين التكافلي من ذلك.

2.2. تعريف تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية:

قبل الخوض في تعريف تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية، يجب التمييز بين مصطلح المنافسة والتنافسية، إذ أن التنافسية هي إيجاد الشركة ميزات تنافسية تسمح لها بالإستمرار في السوق،(الرؤوف، 2008، صفحة 50) وتضل المنافسة هي المحرك الأساسي للشركات لزيادة قدرتها التنافسية.

- **تنافسية المنتج(الخدمة)التأميني** : تعتبر من الشروط اللازمة لتنافسية الشركة لكنه ليس شرطا كافيا، لأنه يتم اعتماد سعر التكلفة لتقويم تنافسية مع منتج معين، إلا أنه ليس المعيار الوحيد بل هناك معايير أخرى مثل: الجودة وخدمات ما بعد البيع والتي تعبر بطريقة دقيقة عن وضعية المنتج في السوق في وقت معين.(فلة، 2005، صفحة 40)

- **تنافسية الخدمة التأمينية التكافلية**: تقديم خدمة تأمينية باستغلال الموارد المتاحة أحسن استغلال، بالنظر لما يجب أن يكون وبالنظر لقوة المنافسين وطريقة استعمالهم لتلك الموارد، والتي تتجلى في تحسين الخدمات التأمينية بشكل يسمح بالحصول على نصيب من السوق، يضمن نموا مستمرا خلال المدى الطويل.(أسامة، 2014، صفحة 63)

نستنتج من خلال التعارف السابقة أن **تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية هي** مدى قدرة الشركة على تقديم الخدمات التأمينية بجودة عالية ومتوافقة ومتطلبات العميل بالاستغلال الحسن لمواردها مقارنة بالإستغلال من الشركة المنافسة، ووفق ماتنص عليه الشريعة الإسلامية .

3.2 . أنواع التنافسية :

وتضم الأنواع التالية:(عياشة، 2011، صفحة 103)

✚ **تنافسية المنتج(الخدمة)التأميني**:تعتبر من الشروط اللازمة لتنافسية الشركة التأمينية، إلا أنه ليس المعيار الوحيد بل هناك معايير أخرى مثل : الجودة،خدمات ما بعد البيع ...الخ.

✚ **تنافسية شركة التأمين**: يتم تقويمها على مستوى أعلى من تلك التي تخص الخدمة التأمينية، بحيث يتم الأخذ بعين الاعتبار كل الهوامش، والأعباء الإجمالية التي نجد من بينها: تكاليف البنية النفقات العامة، نفقات البحث والتطوير والمصاريف المالية، فإذا فاقت هذه المصاريف مستوى الهوامش واستمر ذلك

آليات دعم تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية في السوق الجزائري

لمدة طويلة فإن ذلك يؤدي بالشركة إلى تكبد خسائر يصعب تحملها وبالتالي فالشركة مطالبة بتقديم قيمة لزيائنها، ولن يتم ذلك إلا إذا حققت قيمة إضافية في كل مستوياتها.

✚ **التنافسية وفق الزمن:** يتم تقويمها على مستوى مدة العمل أو ما يعرف بزمن تواجد المؤسسة أو المنتج

في السوق وهنا يعتبر طول المدة والخبرة المكتسبة أساس لتحديد التنافسية وتنقسم إلى :

- التنافسية الملحوظة.

- القدرة التنافسية: وتعني تحقيق المؤسسة مزايا تنافسية تمكنها من التفوق على منافسيها.

2-4. مؤشرات قياس تنافسية الخدمة التأمينية التكافلية إلى:

هناك أربع مؤشرات يمكن على أساسها قياس التنافسية هي: (عياشة، 2011، صفحة 107).

- **الربحية:** وهي عبارة عن قياس للعائد في صورة أرباح يحصل عليها المساهمون لاستثمارهم في شركة التأمين وقد تكون في شكلين:

- **عائد حقوق الملكية:** توضح هذه النسبة ربحية الشركة فيما يتعلق برأس المال الذي يقدمه المساهمون.

- **عائد رأس المال:** تهدف هذه النسبة لتقديم معلومات عن أداء الشركة بالتركيز على الكفاءة التي تستخدم معها رأس المال، وهناك عاملين يمكن أن تتحقق من خلالهما الربحية:

1. **مدى جاذبية الصناعة التي تعمل بها:** ونقصد بها بيئة الصناعة التي هي من بين العوامل

التي تؤدي إلى وجود اختلافات في الربحية بين المنظمات .

2. **تحقيق ميزة تنافسية:** هناك شركات تعمل على المفاضلة بين مزايا التكلفة الأقل ومزايا

التميز.

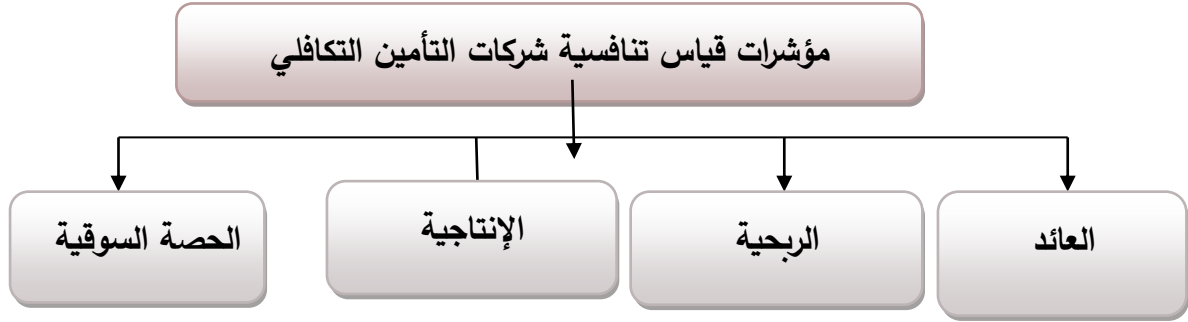
- **التكلفة:** تلعب التكلفة دورا هاما كسلاح تنافسي، فلا يمكن ضبط سعر تنافسي للخدمة دون ضبط مستمر للتكاليف بهدف الريادة في السوق.

- **الإنتاجية:** تعرف الإنتاجية على أنها نسبة المدخلات والمخرجات أي أن إنتاجية أي عنصر من عناصر العملية الإنتاجية يمكن قياسه عن طريق هذه النسبة إذا أمكن معرفة كل المدخلات التي اشتركت في إخراج المخرجات.

- **الحصة من السوق :** يعتبر نصيب شركة التأمين من السوق من أهم المؤشرات التي يمكن من خلالها الحكم على تنافسيتها، خاصة إذا كان السوق يتميز بالنمو ويتوفر على فرص مستقبلية وجب على الشركة إستغلالها حيث إذا كانت هذه الحصة كبيرة فهذا يدل على تنافسيتها العالية في السوق مقارنة بالمنافسين الآخرين.

يلخص الشكل الموالي أهم مؤشرات قياس تنافسية شركات التأمين التكافلي:

الشكل رقم 01: مؤشرات قياس تنافسية شركات التأمين التكافلي



من إعداد الباحثين بالاعتماد على (عياشة، 2011، صفحة 107)

3. تشخيص واقع تنافسية قطاع التأمين التكافلي في العالم:

شهدت صناعة التأمين التكافلي العالمي تطوراً ملحوظاً، وانتشرت شركاتها عبر مختلف دول العالم حيث أصبحت منافساً لشركات التأمين التجاري، وسيتم من خلال هذا المحور التفصيل في واقع تنافسية شركات التأمين التكافلي في العالم من خلال عرض ما يلي :

1.3. التأمين التكافلي ضمن النظام المالي الإسلامي:

تعد صناعة التأمين التكافلي أحد مقومات هيكل النظام الاقتصادي الحديث والتي تؤثر بصفة رئيسية في الصناعات المالية الأخرى والاقتصاد ككل وفيما يلي عرض لمكانة هذا الأخير ضمن المنظومة العالمية. الجدول رقم 01: مكانة قطاع التأمين التكافلي من النظام المالي الإسلامي (توزيع أصول التمويل الإسلامي العالمي(2019):

عدد المؤسسات /الأدوات المالية	حصة الأصول من التمويل الإسلامي	الحجم (billion US\$)	
526	69%	1,993	البنوك الإسلامية
3,420	19%	538	الصكوك
645	5%	153	خدمات أخرى
1,749	5%	140	المصارف الإسلامية
336	2%	51	التكافل

Source:(Malaysia, 2020, p. 14)

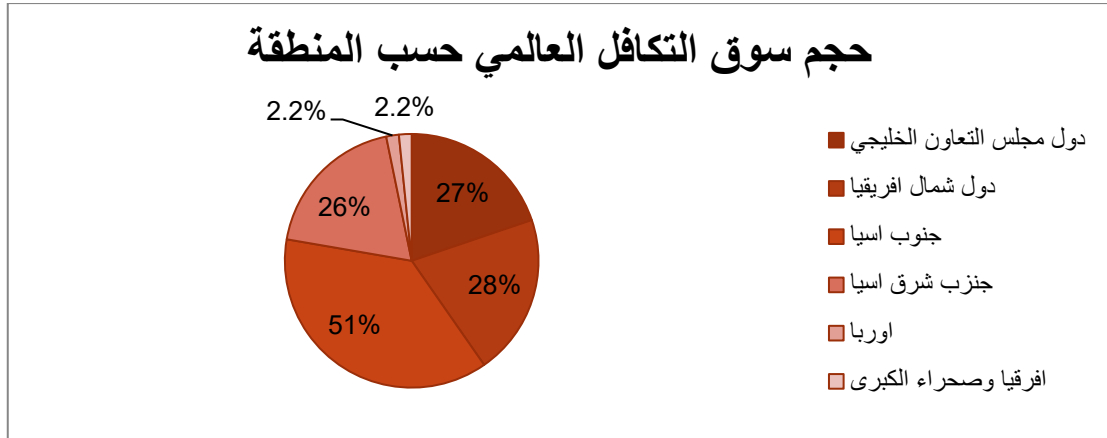
آليات دعم تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية في السوق الجزائري

من خلال الجدول نلاحظ نمو أصول التكافل العالمية بنسبة 10,9% على أساس سنوي لتصل إلى 51 مليار دولار أمريكي، وهذا الانتعاش يعود إلى تسجيل سوق التكافل للمملكة العربية السعودية (باعتباره أكبر سوق للتكافل في العالم) نمو بما يقدر 8,8% سنويا وذلك بإدخال التأمين الصحي الإلزامي في كثير من الأعمال هذا من جهة، ومن جهة أخرى فقد أفاد مشغلو التكافل في مجلس التعاون الخليجي عن تحسن في ربحية الاستثمارات بارتفاع في نسبة المساهمات بـ 14% فقد شوهد هذا الأخير على الكثير من خطوط الأعمال.

2.3. حجم سوق التكافل العالمي حسب المنطقة ((US\$ billion, 2014-2019):

يوضح الشكل الموالي حجم السوق التكافلي حسب المنطقة عالميا وهذا ما توضحه النسب الموزعة على الدائرة النسبية.

الشكل رقم 02: حجم سوق التكافل العالمي حسب المنطقة



Source):Malaysia(13 صفحة، 2020،

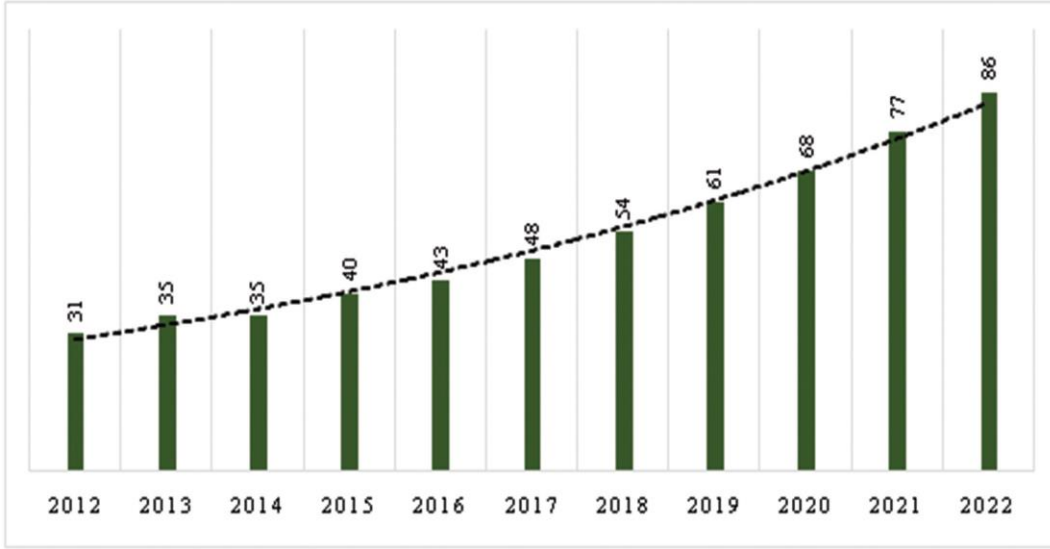
من خلال الشكل نلاحظ استحواذ دول مجلس التعاون الخليجي على 41,2% من أصول التكافل العالمية وذلك بسبب حجمها الكبير والمتزايد والسكان المسلمون الأثرياء في حين أن منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا (28.3%) وجنوب شرق آسيا (26.1%) لديهما نسبة كبيرة أيضا في السوق .

في 2019 حافظت المملكة العربية السعودية على مكانتها كأفضل سوق للتكافل بإجمالي أصول يبلغ 17 مليار دولار أمريكي، تليها إيران بـ (14مليار دولار أمريكي) وماليزيا (10مليار دولار أمريكي) والإمارات (3 مليارات دولار) من حيث نمو التكافل، جزر المالديف وباكستان وبروناي كانت الأسواق الأسرع نموا في 2018.

3. 3. أصول التكافل العالمية والنمو المتوقع لها:

التأمين التكافلي يسلك مسار النمو ونظرة مستقبلية ايجابية خلال السنوات المقبلة وهذا يعود للإنتشار الواسع للثقافة التأمينية.

الشكل رقم 03: أصول التكافل العالمية والنمو المتوقع لها



Source:(Malaysia, 2020, p. 30)

من خلال الشكل الموضح أعلاه، نلاحظ زيادة مرتقبة في أصول التأمين التكافلي حيث يرجح أن تصل إلى 86 مليار دولار أمريكي بحلول سنة 2022 بزيادة تقدر بـ 9 مليار دولار في سنة 2021، وما تجدر الإشارة إليه أن هذا التطور بلغ أوجه خلال السنوات الأخيرة من 2020 2021 وذلك نتيجة الإقبال الكبير على الإكتتاب من طرف العملاء جراء الخسائر الناتجة عن وباء كورونا covid-19 ، الذي خلق تخوف لدى الناس ودفعهم لتأمين أنفسهم.

4. سبل دعم تنافسية سوق التأمين التكافلي في الجزائر

1. 4. التنظيم القانوني لسوق التأمين التكافلي في الجزائر

إن جوهر الحديث عن التأمين التكافلي في الجزائر ينصب أساسا على المرسوم التنفيذي رقم 13/09 والصادر بتاريخ 2009/01/11، والذي جاء كأثر قانوني لنص المادة 215 من القانون 07/95 المعدل بالقانون 04/06 الممضى في 20 فيفيري 2006، حيث سمح هذا المرسوم بإنشاء هيئات تأمين في شكل شركة مساهمة وشركة تعاضدية، وقد تضمن هذا المرسوم 4 مواد وملحقا يمثل قانونا نموذجيا للشركات ذات الشكل

آليات دعم تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية في السوق الجزائري

التعاضدي (احمد، 2018، صفحة 586)، إلا أنها لم تكن كافية لتوضيح الآليات القانونية لعمل شركات التأمين التكافلي مما استلزم طرح قانون جديد لتنظيم العملية التأمينية التكافلية ويتعلق الأمر هنا بالمرسوم التنفيذي رقم 81/21 المؤرخ في 23 فيفيري 2021 والمحدد لشروط وكيفيات ممارسة التأمين.

ووفقا لهذا المرسوم، فإن التأمين التكافلي هو نظام تأمين يعتمد على أسلوب تعاقدى ينخرط فيه أشخاص طبيعيين أو معنويون يدعون بالمشاركين الذين يتعهدون بمساعدة بعضهم البعض في حالة حدوث مخاطر أو في نهاية مدة عقد التأمين التكافلي، بدفع مبلغ مالي في شكل تبرع يسمى المساهمة وتسمح المساهمات المدفوعة على هذا النحو بإنشاء صندوق يسمى صندوق المشاركين أو حساب المشاركين وتتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية التي يجب احترامها، بحيث يهدف هذا المرسوم إلى تحديد شروط وكيفيات ممارسة التأمين التكافلي.

4. 2. شركة سلامة لتأمين في الجزائر

تعتبر شركة سلامة لتأمين في الجزائر إحدى الفروع التابعة للشركة العربية الإسلامية للتأمين (أياك) الإماراتية ومقرها السعودية. لقد إعتمدت شركة سلامة بمقتضى القرار رقم 46 الصادر بتاريخ 02 جويلية 2006 من قبل وزارة المالية، حيث إستحوذت على شركة (البركة والأمان) التي تم إنشاؤها بتاريخ 26/03/2000، وتوفر الشركة خدمات متعددة في السوق الجزائرية حيث تتوفر على 250 نقطة بيع على مستوى التراب الوطني و4 مديريات جهوية، وتتفرد بخدمات التأمين التكافلي. (احمد، 2018، صفحة 586) ومن المنتجات التي تقدمها الشركة لقطاع التأمين في الجزائر مايلي: (ابتسام و حميدي، 2019، صفحة 117)

- توفر للمواطن الجزائري مايسمى بالمعاش التقاعدي الناتج عن تراكم رأس المال في حالة اليسر، والاستفادة من ذلك في حالة الهبوط المفاجئ في الدخل .

- خدمات الرعاية الاجتماعية في حالة العجز والوفاة الكلي للمؤمن عليه لفائدة المستفيدين كالأزواج والأمهات والأولاد، وكل مستفيد منصوص عليه في عقد التأمين.

- توفر فائض مالي "فوائد منتجات التكافل" وهو بمثابة تقاعد لحماية الأسرة في حالة الوفاة الطبيعية بحيث يلتزم الطرفان مسبقا (شركة التأمين والمستفيد) على تخصيص مبلغ محدد يمثل مبلغ التعويض في حالة الوفاة.

4 3. تطور رقم أعمال شركة سلامة للتأمين التكافلي:

الجدول رقم 3 : تطور رقم أعمال شركة سلامة لتأمينات في الجزائر (2016 - 2020)

مليون دينار جزائري

السنوات	2016	2017	2018	2019	2020
رقم الأعمال (مليون دينار)	5019	4787	5158	5377	4558

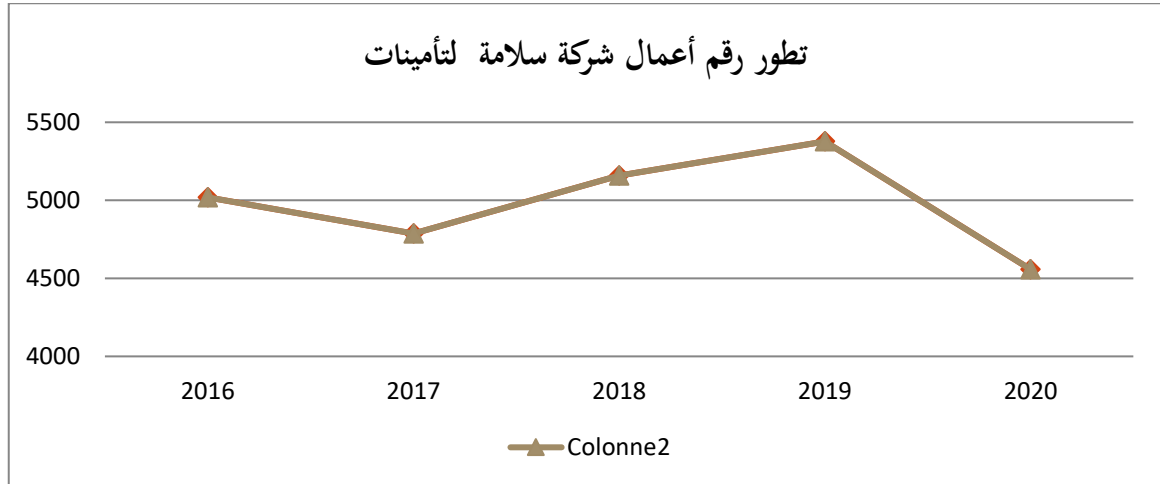
المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على :

Magazine; [http://www.atlasmagazine.netactivite des atlas](http://www.atlasmagazine.netactivite%20des%20atlas)

ONS, l'Algérie en quelques chiffres, résultats: 2013-2016, P71, online :

[http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQC_R_2016_ED_2017 - Francais .pdf](http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQC_R_2016_ED_2017_-_Francais_.pdf)

الشكل رقم 5: منحى تطور رقم أعمال شركة سلامة لتأمينات في الجزائر



المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على :

Magazine; [http://www.atlasmagazine.netactivite des atlas](http://www.atlasmagazine.netactivite%20des%20atlas)

ONS, l'Algérie en quelques chiffres, résultats: 2013-2016, P71, online :

[http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQC_R_2016_ED_2017 - Francais .pdf](http://www.ons.dz/IMG/pdf/AQC_R_2016_ED_2017_-_Francais_.pdf)

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن شركة سلامة للتأمينات في الجزائر قد حققت تطورا في رقم أعمالها بزيادة نسبية خلال السنوات من 2017 إلى 2019، إلا أنه وفي سنة 2020 حققت رقم أعمال يفوق 4.6 مليار دينار جزائري مقابل 5.4 مليار دينار جزائري سنة 2019، وهو إنخفاض راجع إلى الأزمة الصحية (وباء كورونا) التي أثرت بشدة على قطاع التأمينات، فقد أثرت على العقود الجارية من خلال فترات العسر المالي

آليات دعم تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية في السوق الجزائري

التي مر بها المؤمن لهم والتي تسببت في تخلفهم عن دفع الأقساط وعلى عمليات الإكتتاب الجديدة بسبب فترة الحجر التي أدت لغلق مؤسسات التأمين .

5. معالم تنافسية شركة سلامة للتأمينات في السوق الجزائرية

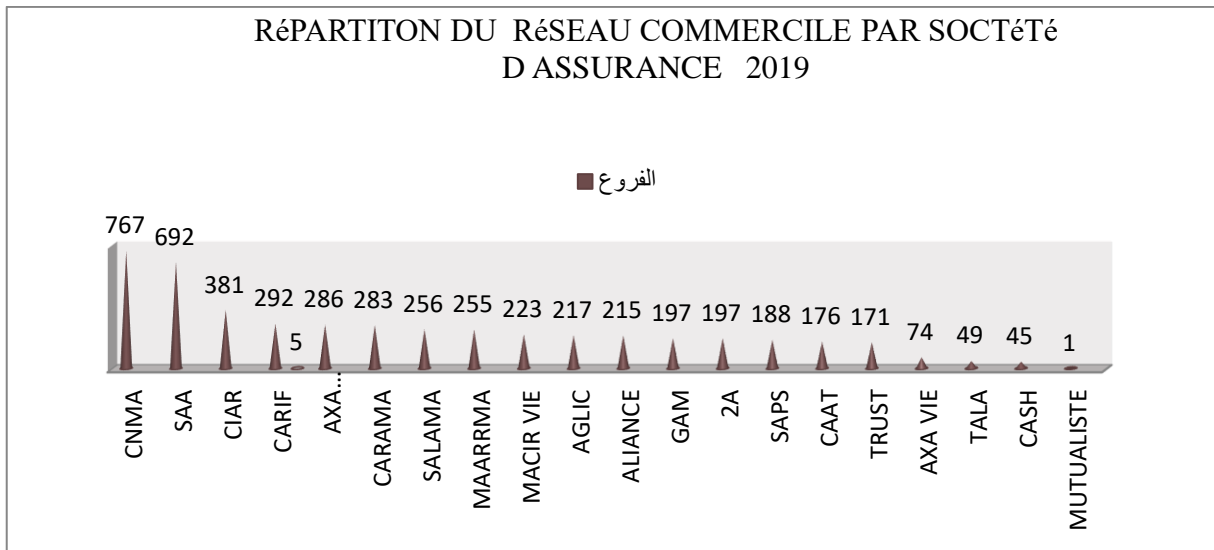
تتضح دلالات تنافسية شركة سلامة للتأمين في السوق الجزائرية من خلال ما يلي:

- تعتبر شركة سلامة لتأمينات الجزائر هي الشركة الوحيدة الناشطة في مجال التأمين التكافلي.
- تعد شركة سلامة لتأمينات الجزائر الوحيدة التي لها هيئة لرقابة الشرعية.
- تمتلك شركة سلامة للتأمينات محفظة متوازنة ومتنوعة بين 76% لتأمين الخواص و 24% لتأمينات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

1.5. فروع شركة سلامة لتأمينات الجزائر

تضم شركة سلامة شبكة واسعة منتشرة عبر التراب الوطني تضمن وصول الخدمة التأمينية التكافلية إلى الأعوان الاقتصاديين المتواجدين عبر التراب الوطني، وفيما يلي شكل يوضح عدد الفروع التابعة لشركة سلامة مقارنة بباقي شركات التأمين المشكلة لقطاع التأمين الجزائري.

الشكل رقم 6: فروع شركة سلامة لتأمينات الجزائر



Source (للتأمينيات، 2019، صفحة 10):

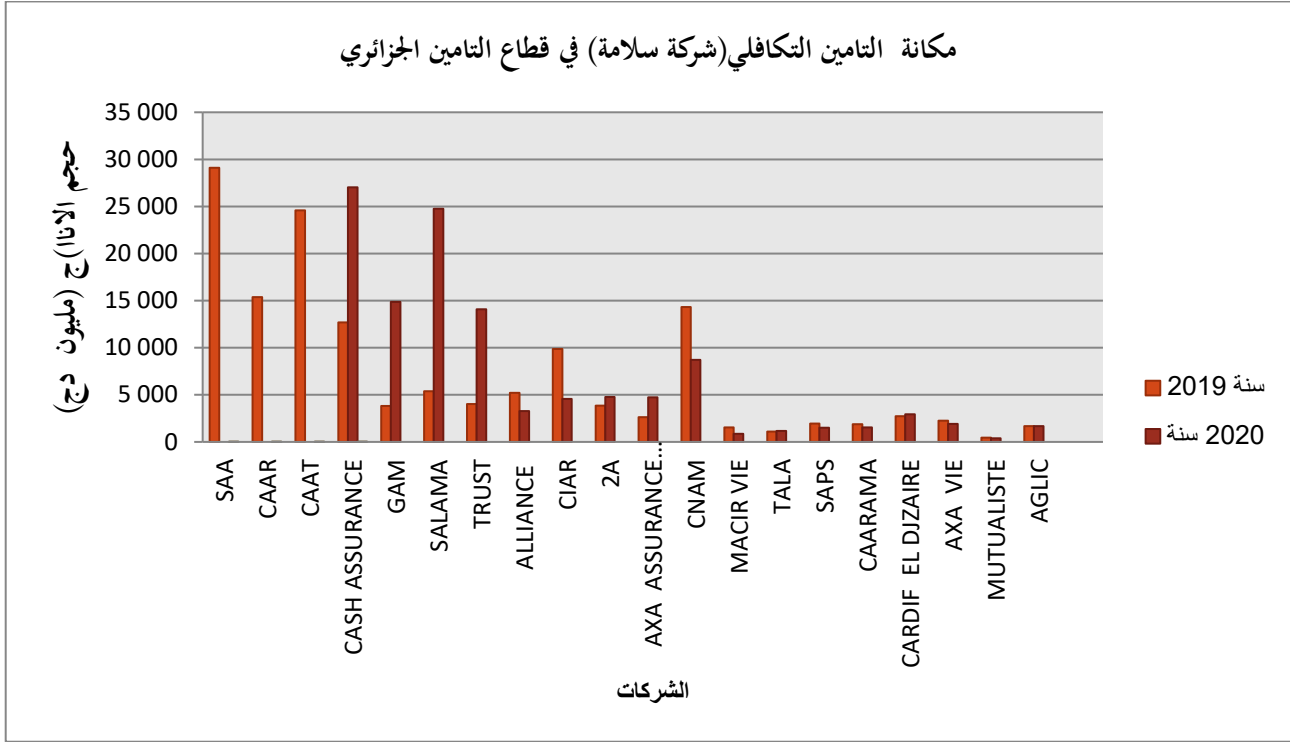
تضم شركة سلامة للتأمينات ما يقارب 256 وكالة موزعة عبر التراب الوطني وهي تحتل المرتبة 6 من حيث الإنتشار في السوق التأمينية حيث تسبقها كل من الصندوق الوطني للتأمينات (CNMA) بـ 767 و الشركة الوطنية للتأمينات (SAA) بـ 692، والشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CIAR) وشركة أكسا للتأمينات الجزائر (AXA) وشركة كرامة للتأمين (CARA).

2.5. مكانة التأمين التكافلي (شركة سلامة) ضمن المنظومة التأمينية في الجزائر

تتضح مكانة التأمين التكافلي بقطاع التأمين في الجزائر من خلال حجم الإنتاج الخاص بكل شركة

ناشطة في قطاع التأمينات في الجزائر وهذا ما يوضحه الجدول الموالي :

الشكل رقم 6: مكانة شركة سلامة ضمن المنظومة التأمينية الجزائرية



Source: (Assurances, 2020, p. 09)

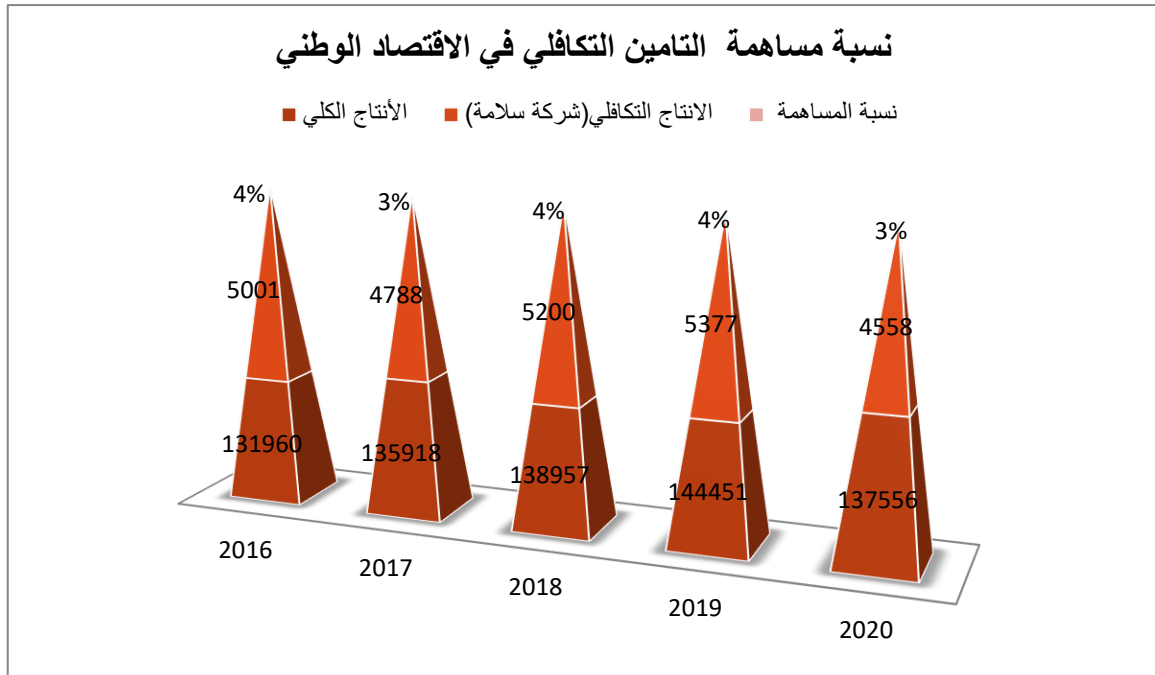
تعتبر شركة سلامة للتأمين في الجزائر الممثل الوحيد للتأمين التكافلي فيها ،ومن خلال الشكل نلاحظ أنها تحتل المرتبة السادسة (6) بحجم إنتاج 2500 مليون دينار جزائري مقارنة بحجم الإنتاج الخاص بكل شركات التأمين العاملة في الجزائر حيث تسبقها كل من الشركة الوطنية للتأمينات (SAA) وشركة كرامة للتأمين (CAAR) وشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين (CAAT) وشركة تأمين المحروقات (CASH) وتأمينات .GAM

3.5. مساهمة شركة سلامة في الإنتاج الكلي للفترة من (2016. 2020):

يوضح الشكل الموالي مساهمة التأمين التكافلي ممثلا بشركة سلامة في الإقتصاد الوطني الجزائري .

آليات دعم تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية في السوق الجزائري

الشكل رقم 7: مساهمة شركة سلامة للتأمينات الجزائر في الإنتاج الكلي



Source: (Assurances, 2020, p. 17)

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه تطور في نسب مساهمة التأمين التكافلي في الإقتصاد الوطني خلال الفترة (2016 الى 2019)، ويعود السبب في ذلك لما شهده القطاع من انتشار على المستوى المحلي من خلال فروع شركة سلامة وكذا النوافذ المفتوحة سواء على مستوى شركات التأمين التجاري أو البنوك والتي خصصت لبيع منتجات التأمين التكافلي، كلها عوامل ساهمت في زيادة عوائد شركات التأمين التكافلي وبالتالي ارتفاع نسب الضرائب المدفوعة للخزينة من جهة ومن جهة أخرى امتصاص جزء كبير من نسب البطالة .

4.5. التحديات التي تواجه قطاع التأمين التكافلي في الجزائر:

إن التأمين التكافلي في الجزائر قطاع يشهد نمو بطيء إذ أنه لم يوفق في تحقيق مكانته ضمن سوق التأمين الجزائري وهذا يرجع لعدة أسباب أهمها :
التحديات التنظيمية:

تتمثل التحديات الإستثمارية التي تواجه التأمين التكافلي في الجزائر في :
. قلة البنوك الإسلامية العاملة بالجزائر يعتبر من التحديات التي تعيق تطور خدمات التأمين التكافلي، فغياب البنوك الإسلامية لا يسمح لشركات التأمين التكافلي بإستثمار اشتراكات المساهمين في الشركة، ويدفع بهذه الشركات إلى استثمار أموالها في بنوك تجارية تتعامل بنظام الفوائد مما يخالف المبادئ الإسلامية التي قامت على أساسها. (دريس، 2016، صفحة 269).

. نقص الكفاءات البشرية على الصعيد الشرعي والفني والمدرية على الأساليب الحديثة في شتى الوظائف كإدارة المخاطر، الخبراء الإكتواريين، حيث تعاني الجزائر من قلة الإهتمام بالتكوين في مجال التأمين، ناهيك عن التأمين التكافلي.(بوعزوة، 2017، صفحة 29).

. غياب عملية إعادة التكافل الداخلية بسبب وجود شركة وحيدة و هي شركة سلامة للتأمينات مما يؤدي إلى نقص إعادة الطلب على إعادة التأمين، ويبقى الحل لشركة سلامة في اللجوء إلى إعادة التكافل الخارجية ومن هنا الوقع في تحدي آخر وهو تقلبات أسعار الصرف.(براهيمي، 2018، صفحة 275).

. ضعف أساليب تسويق الخدمات التأمينية في الجزائر، وعدم الإعتماد على التكنولوجيا المتاحة ومع وجود الأنترنت وغيرها من الأساليب الحديثة التي تمكن من تسويق خدمات التأمين التكافلي إلى كل شرائح المجتمع فشرية سلامة وبرغم مرور عدة سنوات ليست بالقليلة إلا أن المجتمع الجزائري لا يعرفها ولا يعلم عن منتجاتها إلا القليل.

التحديات الثقافية:

. الإفتقار إلى المعلومات والمعطيات حول التأمين ودرجة مساهمته في الإقتصاد، ومن جهة أخرى تتمثل هذه التحديات في تدني الثقافة التأمينية للعاملين في شركات التأمين التكافلي خاصة، ومن أهم أسباب تدني مستوى العلمي في هذا المجال ما يلي:(براهمي، 2018، صفحة 269)

. ضعف التنسيق بين العاملين في شركات التأمين التكافلي بين الجانب الشرعي والجانب الفني .
. عدم تركيز وسائل الإعلام على نشر الوعي التأميني، والمساهمة في تبيان أهمية التأمين في حياة الفرد والمجتمع.

. إنعدام التكوين والتدريب للناجحين في مسابقات التوظيف بسبب الغياب الكلي لمعاهد التدريب التطبيقي لخريجي الجامعات.

5.5. آليات تعزيز تنافسية خدمات التأمين التكافلي :

. إنشاء شركات التأمين التكافلي: إن ما يعزز تنافسية خدمات التأمين التكافلي إنشاء شركات تأمين تتوافق مع مقومات الشريعة الإسلامية من شأنها تقديم خدمات ذات جودة عالية توافق رغبات المؤمن لهم من جهة والمبادئ الإسلامية من جهة أخرى.

. جودة الخدمة: يساهم إنشاء شركات التأمين التكافلي حتى وإن كانت مدعومة من الدولة بتعزيز تنافسية خدمات تكافلية محققة جودة الخدمة التأمينية التي تسعى شركات التأمين التكافلي إلى تقديمها شريطة أن تتوافق

آليات دعم تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية في السوق الجزائري

هذه الخدمات ومقومات الشريعة الإسلامية من جهة، ومن جهة أخرى تتناسب ومتطلبات المؤمن لهم، حيث يصب هذان العاملان في ميزان تقديم خدمة تأمينية ذات جودة عالية .

. نشر ثقافة التأمين التكافلي: وذلك من خلال طرح برامج تثقيفية تعمل على نشر ثقافة التأمين التكافلي

وأهميته في المجتمعات التي ما تزال خدمة التأمين فيها غير كافية ولا تغطي كافة الإحتياجات التأمينية لهم.

. كسب ثقة المؤمن لهم: تسعى شركات التأمين التكافلي إلى كسب ثقة المتعاملين من خلال وضعها تحت

تصرف المتعاملين لخدمات ذات جودة عالية وكذا إمكانية دفع التعويضات في وقت المناسب.

. تقديم خدمات تتوافق ورغبات المؤمن لهم: ما تفرضه المنافسة بين شركات التأمين التكافلي، جذب

أكبر عدد من العملاء والاحتفاظ بهم، إذ يتعين عليهم تبني السياسات والأساليب التي تركز بشكل رئيسي على

العميل وكسب رضاه، فتقديم خدمة عملاء متميزة هو المعيار الوحيد الذي يميز أفضل شركة، وهو يساهم في

نهاية المطاف في تعزيز أرباح الشركة وصورتها.

6. الخاتمة :

يعد قطاع التأمين التكافلي من أهم القطاعات الاقتصادية لكونه يساهم في الإقتصاد الوطني من خلال

النسبة التي يفرضها القانون الجزائري على شركات التأمين (50% من مداخيل الإستثمارات لشراء سندات

الخرينة) وكذا من خلال الحماية الممثلة في التغطية التأمينية لمختلف الأفراد والمشروعات من الأخطار

المحتملة، إلا أنه لم يحظى بالمكانة المناسبة له وهذا راجع للمنافسة التي تفرضها شركات التأمين التجاري التي

تتميز بطول فترة تواجدها في السوق الجزائري مقارنة بنظيرتها الإسلامية التي تفتقد لوجود قانون وتشريع صريح

ينظم عملها .

نتائج الدراسة :

يمكن عرض أهم ما توصلت إليه الدراسة من نتائج في النقاط التالية:

- صناعة التأمين التكافلي العالمي تشهد تطورا ملحوظا، وهذا ما فسره الإنتشار الواسع لشركات التأمين

التكافلي عبرمختلف دول العالم حيث أصبحت منافسا لشركات التأمين التجاري برغم من حداثة مقارنة بشركات

التأمين التجاري؛

- ضعف إنتشار صناعة التأمين التكافلي في الجزائر باعتبارها صناعة ناشئة، وتعتبر شركة سلامة

للتأمينات أول شركة أسست لهذا الغرض في الجزائر بتسويقها لمنتجات التأمين التكافلي؛

- تسعى الدولة الجزائرية من خلال المرسوم 81/21 لدعم الصناعة التأمينية التكافلية، بحيث سمحت

للبنوك بإنشاء نوافذ لتسويق الخدمة التأمينية التكافلية وهذا ينطبق بدوره على شركات التأمين التجاري لضمان

الانتشار الأوسع لهذه الصناعة؛

- إن أهم ما يعزز تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية في السوق الجزائرية هو توسيع شبكة شركات التأمين التكافلي ودعمها برقمنة الخدمة التكافلية في ظل السرعة مع ضرورة الأخذ بعين الاعتبار جودتها المتمثلة في التسوية الفورية للمطالبات.
- التوصيات:** من خلال النتائج المتوصل إليها، يمكننا تقديم التوصيات التالية بهدف توضيح سبل تعزيز تنافسية خدمات التأمين التكافلي في الجزائر:
- نشر ثقافة التأمين التكافلي بين أفراد المجتمع من خلال تنظيم الندوات والملتقيات، وتكثيف الجهود بين مختلف الأطراف الفاعلة في سوق التأمين من المجلس الوطني للتأمينات ووزارة المالية ولجنة الإشراف على التأمينات وهيئات أخرى؛
- ضرورة وضع قوانين صريحة من شأنها تنظيم العملية التكافلية في الجزائر على غرار المرسوم التنفيذي 21/81، للسماح لها بممارسة نشاطها دون أي عائق وبالتالي تقديم منتجات تأمينية تكافلية بشكل صريح وتنظيم الجانب المالي الخاص بها؛
- ضرورة التوجه نحو توسيع شبكة شركات التأمين من خلال إنشاء فروع جديدة لضمان وصول الخدمة لكافة المتعاملين؛
- التوجه نحو رقمنة الخدمة التأمينية التكافلية لتسريع وصولها.

7. قائمة المراجع :

1. atlas magazine و direction des assurances activite des assurances e .(2020) .marche algerien de l assurance en 2019 . تطور رقم اعمال شركة سلامة للتأمينات . . http://www.atlasmagazine.net .
2. Bank Negara Malaysia .(2020) . *ISLAMIC FINANCE AND WEALTH* .malaysia . *MANAGMEMZNT RAPORT* .
3. direction generale du tresor .(2020) . *مكانة شركة سلامة من قطاع التأمين في الجزائر* .direction des assurances activite des assurances en algerie .
4. العهيار فلة .(2005) . دور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة . شهادة ماجستير . الجزائر ، ادارة أعمال ، الجزائر : جامعة الجزائر .

آليات دعم تنافسية الخدمات التأمينية التكافلية في السوق الجزائري

5. المجلس الوطني للتأمينات. (2019). *فروع شركة سلامة للتأمينات الجزائرية*. <https://iefpediq.com>. الجزائر: المجلس الوطني للتأمينات.
6. جهاد بوعزوزة. (2017). *تشخيص واقع معيقات وفاق تطوير صناعة التأمين التكافلي مع الإشارة الى حالة الجزائر. مجلة الادارة والتنمية لبحوث والدراسات* .
7. حاوشين ابتسام، و نعيمة حميدي. (2019). *التأمين التكافلي كبديل للتأمين التجاري في سوق لجزائري حالة شركة سلامة للتأمينات الجزائرية. معهد العلوم الاقتصادية (2)، 117*.
8. حجاج عبد الرؤوف. (2008). *الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية : مصادر هاودور الابداع التكنولوجي في تنميتها،دراسة شركة رواج الورود لصناعة العطور. مذكرة ماجيستر . تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات ، الجزائر: جامعة 20 أوت 55*.
9. خالد براهيم. (2018). *متطلبات تطوير صناعة التأمين التكافلي في الجزائر. أطروحة دكتوراه . كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، البلدية: جامعة البلدية 02*.
10. خالد براهيم. (2018). *متطلبات تطوير صناعة التأمين التكافلي في الجزائر. أطروحة دكتوراه . كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، البلدية: جامعة البلدية 02*.
11. عامر أسامة. (2014). *أثر توزيع الفائض التأميني على تنافسية شركات التأمين التكافلي. مذكرة ماجيستر . كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، السطيف: جامعة السطيف 1*.
12. عثمانى عياشة. (2011). *دور التسويق في زيادة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. شهادة ماجيستر . سطيف، اقتصاد وتسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، الجزائر: جامعة فرحات عباس*.
13. عثمانى عياشة. (2011). *دور التسويق في زيادة تنافسية شركات التأمين التكافلي . مذكرة ماجيستر . السطيف، اقتصاد وتسيير مؤسسات صغيرة ومتوسطة، الجزائر: جامعة فرحات عباس*.
14. فتيحة بوحروود. (2012). *الدور الاستراتيجي لجودة الخدمة كأداة تسويقية لخدمات التأمين. مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، صفحة 203*.
15. مسيردي سيد احمد. (30 04, 2018). *تطبيقات التأمين التكافلي في القانون الجزائريقراءة في المرسوم التنفيذي رقم 13-09. (11، المحرر) صفحة 586*.
16. مسيردي سيد احمد. (30 04, 2018). *تطبيقات التأمين التكافلي في القانون الجزائريقراءة في المرسوم 09-13. مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية ، صفحة 586*.