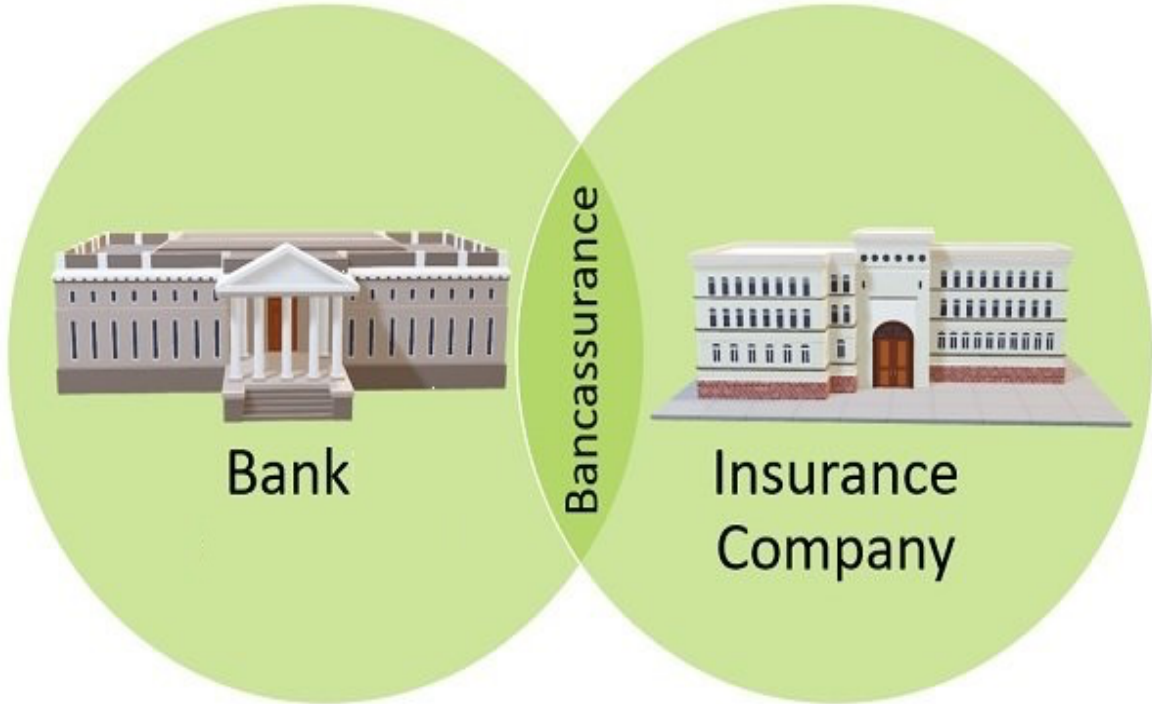


بحث بعنوان:

"التأمين المصرفي وأثره على الشمول التأميني والمالي"

“Bancassurance: its Impact on Insurance & Financial Inclusion”



نتالي حنا الشماع

مكتب تأمين حريق وحوادث عامة – مشرف

الشركة الاردنية الفرنسية للتأمين – جوفيكو

JOFICO
Jordan French Insurance Company



جوفيكو
الشركة الأردنية الفرنسية للتأمين

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
1	الغلاف
3-2	قائمة المحتويات
4	الملخص
المبحث الأول: مشكلة، أسئلة، منهجية وأهمية الدراسة	
5	مشكلة الدراسة
6	أسئلة الدراسة
6	منهجية الدراسة
7	أهمية الدراسة
المبحث الثاني: نشأة التأمين المصرفي ومفهومه وأهدافه وأطرافه ومفهوم الشمول المالي	
9 - 8	نشأة التأمين المصرفي
9	مفهوم التأمين المصرفي
12 - 9	أطراف التأمين المصرفي
12	ما هو التأمين المصرفي
13	أهداف التأمين المصرفي
14 - 13	مفهوم الشمول المالي
المبحث الثالث:	
أثر التأمين المصرفي على الشمول التأميني والمالي وأهم الإيجابيات والسلبيات المحتملة	
15	مقدمة
19 - 15	التأثيرات الإيجابية للتأمين المصرفي على الشمول التأميني والمالي
19	أهم المزايا التي يحققها التأمين المصرفي لكل من البنك وشركات التأمين

21 - 20	التأثيرات السلبية المحتملة للتأمين المصرفي
22- 21	أثر التأمين المصرفي على العملاء أنفسهم وفوائده
المبحث الرابع: المعوقات والتحديات وأهم الحلول	
24 - 23	المعوقات والتحديات التي يواجهها التأمين المصرفي
26 - 25	أهم الطرق والحلول التي تعمل على تطوير التأمين المصرفي وزيادة تأثيره الإيجابي على الشمول التأميني والمالي
المبحث الخامس: القضايا التنظيمية والقضائية	
28 - 27	القضايا التنظيمية والقانونية التي يمكن أن يخضع لها التأمين المصرفي
المبحث السادس: حالة التأمين المصرفي في الأردن والعالم	
31 - 29	حالة التأمين المصرفي في الأردن وتطوره في الأعوام السابقة ونسبة حصته من سوق التأمين
31	حالة التأمين ونموه في العالم
المبحث السابع: الدراسات السابقة ونتائجها	
36 - 32	الدراسات السابقة
38 - 36	نتائج الدراسات السابقة
المبحث الثامن : التوصيات واتجاهات السوق والتوقعات المستقبلية	
41 - 39	اتجاهات السوق والتوقعات المستقبلية للتأمين المصرفي
42	توصيات الدراسة
44 - 43	قائمة المراجع باللغة العربية والإنجليزية
47 - 45	الإستبانة

الملخص

هدفت الدراسة التعرف الى مفهوم التأمين المصرفي وأهدافه وأثره على الشمول التأميني والمالي بالإطلاع والتحليل للعديد من الدراسات السابقة الخاصة بموضوع البحث، حيث تم تسليط الضوء في هذا البحث على أهداف التأمين المصرفي، التي تتمركز في زيادة الإيرادات وزيادة ولاء العملاء لكل من البنك وشركة التأمين بالبيع المتبادل للمنتجات والخدمات المالية وما له من تأثير كبير و ايجابي على الشمول التأميني والمالي في زيادة الوصول وسهولته الى منتجات وخدمات التأمين و توسيع الوصول الى الخدمات المالية بشكل أسرع وأسهل وبتكلفة أقل وأثره على زيادة الربحية لكل من البنوك وشركات التأمين والإستفادة من قاعدة العملاء الكبيرة للبنك وتأثيره الكبير على الملاءة المالية .

وتطرقت الدراسة الى حالة التأمين المصرفي في الأردن بعمل استبانة لمجموعة عشوائية الأشخاص في مجالات عمل مختلفة، الذين يتعاملون مع البنوك لتقييم وفهم مدى معرفتهم بالتأمين المصرفي ومدى استخدامهم لهذه الخدمة التي توفرها البنوك لعملائها، إضافة الى الإطلاع على نتائج أعمال سوق التأمين الأردنية للسنة المالية 2021، الصادرة من البنك المركزي – دائرة المراقبة على أعمال التأمين.

وفي ضوء الدراسة استطعنا تحديد بعض المشكلات والمعوقات التي يواجهها التأمين المصرفي والعمل على تقديم بعض الطرق والمقترحات والتوصيات التي تعمل على تطويره والحد من معوقاته بالتركيز على بيع منتجات التأمين غير المرتبطة بالقروض وضمن فروع البنك المختلفة وليس من فرع البنك الرئيسي فقط، إضافة الى تدريب وتنقيف العاملين في قطاع البنوك للوصول الى نتائج البيع المرجوة وغيرها من الحلول العديدة التي سنتطرق لها في هذا البحث.

وشمل البحث بعض الدراسات التي اجريت في السنوات الأخيرة حول التأمين المصرفي وأثره على الشمول المالي ونتائجها، مثل مستوى رضا العملاء عن منتجات التأمين المصرفي وتأثيره على ربحية كل من البنوك

وشركات التأمين، إضافةً الى بعض الدراسات التي درست القضايا التنظيمية والقانونية المتعلقة بالتأمين المصرفي.

ولن ننسى اتجاهات السوق والتوقعات المستقبلية للتأمين المصرفي حيث أنه من المتوقع أن يشهد نموًا كبيرًا في المستقبل وأسباب عديدة منها الرقمنة (**Digitalization**)، وزيادة التدفق التنظيمي، وزيادة وعي العملاء بمنتجات التأمين وأهميته الكبيرة، وعوامل الاقتصاد الكلي، والامتثال والإبتكار في تحليل البيانات.

المبحث الأول

مشكلة الدراسة وأسئلتها ومنهجيتها وأهميتها

مشكلة الدراسة:

تعد الشراكة بصفة عامة أحد الأساليب الاستراتيجية التي من هدفها رفع مستوى الأداء وتحسين مستوى الاقتصاد والتنمية من زيادة الانتاجية، والإبتكار، والقدرة التنافسية، والنمو الإقتصادي بحيث تعتمد هذه التأثيرات على الشراكة المحددة والظروف الاقتصادية للبلد، لذا جاءت هذه الدراسة لتحديد مدى تأثير التأمين المصرفي (الشراكة بين البنوك وشركات التأمين بموجب اتفاقية) على كل من شركة التأمين والبنوك، وتتجسد الدراسة في السؤال التالي:

ما هو تأثير التأمين المصرفي على الشمول التأميني والمالي لكل من البنوك وشركات التأمين، وما هي فوائد التأمين المصرفي لكل منهما والمعوقات التي يمكن أن تؤثر بشكل سلبي على التأمين المصرفي بشكل عام؟
ما هي حالة التأمين المصرفي في الاردن وما نسبة حصته من حجم الأعمال المكتتبة في شركات التأمين؟

أسئلة الدراسة:-

- ما هي أهداف التأمين المصرفي؟
- ما هي التأثيرات الإيجابية للتأمين المصرفي على الشمول التأميني والمالي؟
- هل هناك تأثيرات سلبية محتملة للتأمين المصرفي؟
- ما هي أهم المزايا المحققة للبنوك وشركات التأمين بالتأمين المصرفي؟
- ما هي أهم التحديات والمعوقات التي يواجهها التأمين المصرفي؟
- ما هي الطرق والمقترحات والتوصيات التي بدورها تعمل على تطوير التأمين المصرفي وزيادة تأثيره الإيجابي على الشمول التأميني والمالي.
- ما هي أهم القضايا التنظيمية والقضائية التي يمكن ان يخضع لها التأمين المصرفي؟
- ما هي اتجاهات السوق والتوقعات المستقبلية للتأمين المصرفي؟

منهجية الدراسة:-

اعتمدت وأجريت بيانات الدراسة من مصادر ثانوية، بمراجعة الأدبيات من مقالات مختلفة من المجالات العربية والأجنبية التي تحدثت عن التأمين المصرفي والإطلاع وجمع البيانات من الدراسات السابقة التي أجريت على موضوع البحث ومن مصادر عبر مواقع على الإنترنت، إضافةً الى جمع معلومات من الموقع الإلكتروني للبنك المركزي الاردني و تم عمل استبانة لمجموعة عشوائية من الأشخاص لفهم مدى انتشار مفهوم التأمين المصرفي في الأردن والإطلاع على نتائجه وحصته من حجم الأقساط المكتتبة لشركات التأمين.

أهمية الدراسة: -

تكمن أهمية الدراسة في التعرف إلى مفهوم التأمين المصرفي وأثاره على كل من البنوك، وشركات التأمين، وخدمة العملاء ورضاهم من ناحية مالية واقتصادية، وعلى الآثار التي يمكن أن تؤثر بشكل ايجابي في القطاع المالي إضافةً الى التعرف على المعوقات والتحديات التي يمكن أن يواجهها التأمين المصرفي ويجاد بعض الحلول التي بدورها تساعد على تجنب المشكلات التي يمكن أن تحد من نجاح هذا التعاون بين البنوك وشركات التأمين وانشاء تحالف مشترك بين شركات التأمين والبنوك وابتكار تغطيات تأمينية وطرق حديثة وكفوة لتوزيع الخدمات التأمينية مما يعود بالإيجابية على كل من شركات التأمين والبنوك والعملاء المتلقين للخدمات.

المبحث الثاني

نشأة التأمين المصرفي ومفهومه وأهدافه وأطرافه

نشأة التأمين المصرفي

بدأت فكرة التأمين المصرفي Bancassurance في فرنسا في الثمانينيات سنة 1980 وهو مصطلح فرنسي تعود أصوله الى أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، عندما قامت البنوك لأول مرة ببيع منتجات التأمين كوسيلة لتنويع مصادر إيراداتها وتقديم خدمات مالية أكثر شمولاً للعملاء.

في بداية الأمر، كان بيع منتجات التأمين جزءاً صغيراً من أعمال البنك وكان يقتصر عادةً على تأمين الحياة.

ومن ثم بدأت ممارسة التأمين المصرفي تكتسب زخمًا كبيرًا، حيث كانت البنوك تبحث عن طرق جديدة لزيادة الربحية، إضافةً الى توسيع قاعدة عملائها مما شجع ذلك البنوك في تقديم مجموعة واسعة من منتجات التأمين الأخرى المختلفة مثل التأمين على الممتلكات والتأمين ضد الحوادث وغيرها.

في بداية الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي بدأ التأمين المصرفي في النمو بسرعة في أوروبا وآسيا، حيث قامت العديد من البلدان بتحرير صناعاتها المصرفية والتأمينية مما سمح هذا التحرير للبنوك وشركات التأمين بتكوين شراكات وبيع منتجات التأمين من خلال قنوات التوزيع الخاصة بالبنوك.

ومن ثم لعبت الأزمة المالية العالمية لعام 2008 أيضًا دورًا كبيرًا في إطلاق التأمين المصرفي حيث كانت العديد من البنوك تبحث عن طرق جديدة لزيادة ربحيتها واستقرار ميزانياتها.

وفي السنوات الأخيرة، اكتسب التأمين المصرفي شعبية متزايدة كطريقة للبنوك لزيادة ربحيتها ولشركات التأمين لتوسيع قاعدة عملائها كما سهل رقمنة قطاعي البنوك والتأمين بتكوين شراكات بين البنوك وشركات التأمين ببيع منتجات التأمين عبر الإنترنت.

وبشكل عام، ظهر نموذج التأمين المصرفي كطريقة للبنوك لتنويع مصادر إيراداتها وتقديم خدمات مالية أكثر شمولاً للعملاء وبذلك نما بمرور الوقت نتيجة للظروف الاقتصادية المتغيرة وتحرير قطاعي التأمين والبنوك، و سنتعرف لاحقًا أكثر على أثره على الشمول التأميني والمالي.

مفهوم التأمين المصرفي:

هو ظاهرة عالمية حضارية، حيث يُعدُّ أحد الاستراتيجيات التي تسعى أسواق التأمين في العالم الى تطبيقها بهدف رفع مستوى الإنتاج والمبيعات، لذلك فإن التأمين المصرفي هو أحد السبل التسويقية الحديثة الذي يوصف الشراكة بين البنك وشركة التأمين عن طريق بيع وتوزيع الخدمات التي تقدمها شركة التأمين نيابة عنها نظير تقاضي البنك عمولات متفق عليها وبموجب اتفاقية مبرمة بينهم كما يقدم خدمات أخرى مثل الاكتتاب وحل المطالبات أيضاً، وله العديد من الفوائد لكل من البنك وشركة التأمين حيث يسمح للبنك بتقديم خدمات ومنتجات إضافية لعملائه مما يزيد من قاعدة عملاء شركة التأمين و يُعَدُّ العلاقة والرابط الأحدث والأكثر نموًا وفعالية في كثير من أسواق العالم.

ومن خلال التعرف على مفهوم التأمين المصرفي، نستطيع تحديد أطرافه وهي:

أطراف التأمين المصرفي:

1- شركة التأمين:

شركة التأمين هي الطرف الأول في عقد التأمين وهي عبارة عن مؤسسة مالية توفر تغطية تأمينية للأفراد والشركات مقابل أقساط تأمين يتم تحصيلها من حاملي الوثائق لتوفر الحماية المالية ضد الخسائر أو الأضرار التي قد تحدث نتيجة الخسائر المحققة، مثل الحوادث أو الكوارث الطبيعية أو الأمراض بحيث تتمكن شركة التأمين من خلال الأقساط التي تجمعها بسداد مطالبات الحوادث التي قد يتعرض لها حاملو الوثائق وتوليد دخلها وتنمية أصولها.

قد تتخصص شركات التأمين في أنواع مختلفة من التغطيات التأمينية، مثل التأمين على الحياة أو التأمين الصحي أو التأمين على السيارات أو التأمين على المنازل والممتلكات، والتأمين على الحياة، وتأمين القروض وغيرها العديد من التأمينات الأخرى.

2- البنك:

البنك هو عبارة عن مؤسسة مالية تقبل الودائع وتمنح القروض، بحيث تستخدم الودائع لتقديم قروض للعملاء لمجموعة متنوعة من الغايات مثل شراء المنازل، والسيارات والسلع الاستهلاكية الأخرى وكذلك لأغراض الاستثمار وغيرها وتقدم البنوك العديد من الخدمات الأخرى مثل الحسابات الجارية وحسابات التوفير وبطاقات الإئتمان والمنتجات الاستثمارية، إضافةً إلى الخدمات المصرفية عبر الإنترنت.

وتخضع البنوك للرقابة من الهيئات الحكومية للتأكد من أنها تعمل بطريقة آمنة وسليمة وأنها تتبع قوانين حماية المستهلك وتنقسم البنوك إلى فئات مختلفة اعتماداً على حجمها وهيكل الملكية والخدمات التي تقدمها، مثل البنوك التجارية، والبنوك الصناعية، والبنوك الاستثمارية، وبنوك الإيداع والبنوك المركزية وغيرها.

3- قاعدة العملاء:

هي مجموعة العملاء التي تمتلكها الشركة أو المؤسسة والتي تمثل مجموعة الأفراد أو المنظمات التي تشتري سلعةً أو خدمات، ويمكن تحديد قاعدة العملاء بخصائص مثل التركيبة السكانية أو الموقع أو عادات الشراء بحيث تستخدم الشركات معرفتها بقاعدة عملائها لاستهداف جهود التسويق والمبيعات ولتطوير منتجات وخدمات جديدة تناسب الأسواق المستهدفة في الخدمات المصرفية والتأمين، ويمكن أن تشير قاعدة العملاء أيضاً إلى مجموعة الأفراد أو الشركات التي لديها حسابات مع البنك أو سياسات مع شركات التأمين.

ويمكن تحليل قاعدة العملاء من حيث حجمها ومعدل نموها وإمكانية المبيعات المستقبلية أيضاً، وغالباً ما يُنظر إلى الأعمال التجارية التي لديها قاعدة عملاء كبيرة ومستقرة على أنها في وضع أقوى من تلك التي لديها قاعدة عملاء صغيرة سريعة التغير، وتقوم الشركات بتتبع قاعدة عملائها لفهم تفضيلات عملائها

واحتياجاتهم وسلوكهم لإستخدام هذه المعلومات لتحسين المنتجات والخدمات المقدمة فضلاً عن تجربة العملاء أيضاً، وبالتالي تُعدُّ زيادة ولاء العملاء وقاعدة العملاء المحددة جيداً والمفهومة أمراً بالغ الأهمية للشركات لاتخاذ قرارات استراتيجية وتخصيص الموارد بشكل فعال مما يسمح للشركات بتحديد فرص النمو والتوسّع.

4- المنتجات والخدمات المقدمة

تشير قاعدة المنتجات والخدمات المقدمة إلى مجموعة السلع أو الخدمات التي تقدمها شركة أو مؤسسة لعملائها ويمكن الإشارة إليه بإسم خط المنتج أو الخدمة بحيث تشمل هذه القاعدة كلاً من المنتجات المادية والخدمات غير الملموسة، وعادةً ما يتم تصميم قاعدة المنتجات والخدمات المقدمة وفقاً لاحتياجات ورغبات السوق المستهدف للأعمال والمصممة لتلبية الاحتياجات المحددة لقاعدة العملاء أيضاً، على سبيل المثال، قد يقدم البنك مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات مثل حسابات التوفير والحسابات الجارية والقروض وبطاقات الائتمان والخدمات المصرفية عبر الإنترنت ، بينما قد تقدم شركة التأمين أنواعاً مختلفة من السياسات مثل التأمين على السيارات والمنزل والتأمين الصحي والتأمين على الحياة ويمكن توسيع قاعدة المنتجات والخدمات هذه وفقاً لظروف السوق وأهداف العمل.

5- قنوات التوزيع المستخدمة لبيع المنتجات

هي الطرق المختلفة والمتعددة التي تستخدمها الشركات والمؤسسات لتوزيع وبيع منتجاتها للعملاء مثل البيع المباشر، والبيع الإلكتروني، والبيع عن طريق الوسطاء والوكلاء.

ويمكن أن تشمل العناصر الإضافية للتأمين المصرفي جهوداً تسويقية وترويجية مشتركة، وبرامج تدريب لموظفي البنك ليصبحوا وكلاء تأمين، وتطوير منتجات تأمين متخصصة مصممة خصيصاً لقاعدة عملاء البنك.

ما هو التأمين المصرفي:

التأمين المصرفي هو عبارة عن نوع من أنواع الخدمات المالية وشراكة تجارية بين أحد البنوك وإحدى شركات التأمين، حيث يقوم البنك ببيع الخدمات والمنتجات التي تقدمها شركة التأمين لعملائها من خلال قنوات التوزيع أو المواقع الإلكترونية الخاصة بها بحيث يتيح للعملاء شراء منتجات التأمين مثل التأمين على الحياة، والتأمين الصحي، والتأمين على الممتلكات وغيرها من أنواع التأمين مباشرة من البنك الذي يتعاملون به من دون الحاجة الى مراجعة شركات التأمين حيث يقوم البنك بتقديم الدعم التوزيعي والإداري لمنتجات شركة التأمين بتقديم مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المالية لعملائه مما يعود بالفائدة الكبيرة على شركة التأمين بزيادة قاعدة عملائها، إضافة الى الفائدة التي يقدمها التأمين المصرفي للعملاء أنفسهم بإتاحة شراء منتجات التأمين وإدارة حساباتهم المصرفية من مؤسسة مالية واحدة.

وتتخذ هذه الشراكة بين البنك وشركة التأمين أشكالاً مختلفة، مثل أن يصبح البنك وكياً لشركة التأمين أو أن تصبح شركة التأمين تابعة للبنك.

ما هي أهداف التأمين المصرفي :

تتمثل الأهداف الرئيسية للتأمين المصرفي في زيادة الإيرادات وولاء العملاء لكل من البنك وشركة التأمين بالبيع المتبادل للمنتجات والخدمات المالية، بحيث يشمل ذلك تقديم خدمات ومنتجات التأمين للعملاء بفروع البنك أو المواقع الإلكترونية الخاصة به، إضافة إلى الأهداف التالية:

1- زيادة الإيرادات لكل من البنك وشركة التأمين بتقديم منتجات التأمين للعملاء بالبيع المتبادل للمنتجات والخدمات.

2- زيادة ولاء العملاء بتوفير محطة واحدة ملائمة لإحتياجاتهم للخدمات المالية والتأمينية.

3- بيع منتجات التأمين لعملاء البنك الحاليين.

4- تقديم وسيلة مريحة وفعالة للعملاء لشراء منتجات التأمين.

5- تحسين إدارة مخاطر البنك بتنويع مصادر إيراداته.

6- الاحتفاظ بالعملاء لكل من البنك وشركة التأمين.

7- توفير في التكاليف لكل من البنك وشركة التأمين من خلال قنوات التوزيع المشتركة وقواعد بيانات العملاء.

8- جذب عملاء جدد للبنك مهتمين بشراء منتجات التأمين.

مفهوم الشمول المالي:-

يقصد بالشمول المالي إتاحة الخدمات المالية كافةً واستخدامها من مختلف فئات المجتمع بمؤسساته وأفراده من القنوات الرسمية، بما في ذلك حسابات التوفير المصرفية، وخدمات الدفع والتحويل، والتأمين، والتمويل والإئتمان، وابتكار خدمات مالية أكثر ملاءمة وبأسعار تنافسية، ويتضمن مفهوم الشمول المالي حماية حقوق مستهلكي الخدمات المالية وتشجيعهم على إدارة أموالهم ومدخراتهم بشكل سليم، بغرض تفادي لجوء البعض إلى

القنوات والوسائل غير الرسمية التي لا تخضع لجهات الرقابة والإشراف، التي تعتمد في غالب الأحيان أسعار مرتفعة، ويتم قياس الشمول المالي من حيث قياس مدى إتاحة الخدمات المالية التي تمثل العرض من جهة، وقياس مدى استخدامها واستغلالها من جهة أخرى المتمثلة في جانب الطلب وبالتالي فإن الشمول المالي يهدف لتوسيع فرص الوصول للخدمات المالية، من خلال العمل على تطوير جانبي العرض والطلب.

المصدر: الموقع الإلكتروني للبنك المركزي الأردني - الإشتغال المالي

المبحث الثالث:

أثر التأمين المصرفي على الشمول التأميني والمالي وأهم الإيجابيات وبعض السلبيات المحتملة

مقدمة :

مما سبق نستطيع تحديد أثر التأمين المصرفي على الشمول التأميني والمالي حيث يكون لتوزيع منتجات التأمين من خلال البنوك تأثير كبير وإيجابي على كل من شركة التأمين والشمول المالي، مما يسمح للبنوك بشبكة فروعها الواسعة وقاعدة عملائها الكبيرة أن تجعل منتجات التأمين في متناول الأشخاص الذين لربما لم يتم الوصول اليها من قنوات التوزيع التقليدية ويمكن الإستفادة من البنية التحتية وموارد البنك لتوفير الخدمات التأمينية وتوزيعها بطريقة أكثر كفاءة وفعالية من حيث التكلفة.

ويساعد التأمين المصرفي على زيادة انتشار التأمين والشمول المالي بتوفير طرق أسهل للوصول الى منتجات التأمين من مؤسسة مالية موثوقة وزيادة معدل الإدخار، حيث تكون قابلية الناس للإدخار في المستقبل أكثر في حال كان لديهم حماية تأمينية، وبشكل عام فإن التأمين المصرفي يساعد في زيادة توافر منتجات التأمين والقدرة على تحمل تكاليفها وتعزيز قدرة أكبر من الأمن المالي للأفراد والعائلات، إضافةً الى ما سبق فإن تأثير التأمين المصرفي على التأمين والشمول المالي كبير جدًا ومتعدد الأوجه "الإيجابية منها والسلبية المحتملة".

التأثيرات الإيجابية للتأمين المصرفي على الشمول التأميني والمالي:-

1- زيادة وسهولة الوصول الى منتجات وخدمات التأمين:- زاد التأمين المصرفي من الوصول الى

منتجات وخدمات التأمين لكل من الأفراد والشركات الصغيرة التي لربما لم تكن قادرة على تحمل تكاليف التأمين أو الوصول إليه من القنوات التقليدية، مما أدى إلى زيادة الحماية المالية والأمن لهؤلاء الأفراد والشركات.

2- تحسين الأداء المالي لشركات التأمين: حيث أثبتت الدراسة, S.K. Gamage, S.Y.R. Fernando,

2018 بتحليل ممارسات التأمين المصرفي على صناعة التأمين في سيريلانكا أن لممارسة التأمين المصرفي علاقة إيجابية بالأداء المالي لشركات التأمين، حيث أن قطاع التأمين ينمو بمعدل معقول وأن التأمين المصرفي قد نما بسرعة في السنوات القليلة الماضية وبناءً على ذلك يمكن لشركات التأمين أن تزيد من أدائها المالي أكثر وأكثر من خلال بيع منتجاتها عن طريق البنوك.

3- تعزيز الشمول المالي: ولعب التأمين المصرفي دورًا رئيسيًا في توسيع الوصول الى الخدمات

والمنتجات المالية للأفراد والمجتمعات الذين لربما لم يكن لديهم إمكانية الوصول إليها من قبل، بحيث أن البنوك لديها نطاق أوسع ويمكن أن توفر الوصول إلى منتجات التأمين في المناطق الريفية والنائية حيث قد لا يكون لمقدمي التأمين التقليديين وجود، مما يمكنهم من الوصول إلى عملاء جدد في هذه المجتمعات بتقديم منتجات وخدمات التأمين، الذي بدوره يعمل على زيادة الوصول إلى الخدمات المالية الأخرى مثل الإدخار والإئتمان وقد ساعد ذلك على تعزيز الشمول المالي والحد من الفقر وزيادة الاستقرار المالي والأمان للسكان وتعزيز النمو الاقتصادي حيث يعمل الشمول المالي على تعزيز سهولة الوصول إلى الخدمات المالية وتوافرها واستخدامها من شرائح سكانية محرومة، والفئات المهمشة مثل سكان الريف، النساء والأسر ذات الدخل المنخفض مما يمكنهم من الاستفادة بشكل كبير من الخدمات المالية الأساسية

مثل المدخرات والاقتراضات والمدفوعات والتأمين (البنك الدولي 2014). فلا يزال هناك ملايين الأشخاص مستبعدين قسرياً من النظام المالي بسبب مستويات الدخل غير الكافية والتميز في تقديم الخدمات المالية في الدول النامية بشكل خاص، مما يؤدي إلى احتمال خسارة المدخرات والأموال القابلة للاستثمار وتراكم الثروة . كما يساعد الشمول المالي على سد هذه الفجوات وتوفير وصول أكبر للأسر والشركات إلى الموارد اللازمة لتمويل الاستهلاك والاستثمار وبالتالي رفع مستوى النشاط الاقتصادي، إضافةً إلى جعل النمو شاملاً، فالحصول على التمويل يمكن أن يمكّن الوحدات الاقتصادية المختلفة من المشاركة في أنشطة الاستثمار التشاركي طويلة الأجل، وتسهيل التخصيص الفعال للموارد الإنتاجية، وبالتالي تقليل تكلفة رأس المال، والتعامل مع الصدمات غير المتوقعة قصيرة الأجل بشكل أفضل، وتقليل مصادر الائتمان غير الرسمية الاستغلالية (Demirguc-Kunt et al. 2015,2018; Omar& Inaba, 2020).

4- **زيادة المنافسة وإبتكار المنتجات:** أدى التأمين المصرفي إلى زيادة المنافسة في سوق التأمين بتقديم منتجات وأسعار تنافسية لتحقيق النجاح في السوق، حيث أن للبنوك قدرة على التفاوض على شروط أفضل لعملائها بتحصيل أقساط أقل أو شروط أفضل مما تنعكس هذه المنافسة على العملاء بتقديم منتجات وخدمات بشروط أفضل لهم وخفض التكاليف عليهم وكذلك يمكن للتأمين المصرفي أن يقود إلى إبتكار منتجات خدمات التأمين حيث سيتم تحفيز شركات التأمين لإنشاء منتجات جديدة وفريدة من نوعها لجذب العملاء، ويمكن للبنوك التي لديها فهم أفضل لإحتياجات عملائها العمل مع مزودي خدمات التأمين لإنشاء منتجات مخصصة تلبي الإحتياجات المحددة لعملائها وإلى توفر مجموعة واسعة من منتجات التأمين في السوق، التي تعود بالفائدة على العملاء والذي من دوره يعمل على مساعدة شركات التأمين على زيادة انتشارها وتوسيع قاعدة عملائها.

5- **زيادة الملاءة المالية:** للتأمين المصرفي تأثير إيجابي على الملاءة المالية لشركة التأمين حيث يُعدُّ مصدرًا ثابتًا للإيرادات بتوفير تدفق ثابت من العملاء من قاعدة عملاء البنك الكبيرة وشبكة فروعها الواسعة ومن هذه القنوات يمكن لشركات التأمين الوصول إلى المزيد من العملاء وزيادة مبيعاتها وهذا يؤدي إلى استقرار مالي أكبر لشركات التأمين بزيادة الأقساط المتدفقة وزيادة السيولة لشركة التأمين والحماية ضد تقلبات السوق والانكماش الاقتصادي مما يؤدي إلى تحسين الملاءة المالية لشركات التأمين.

6- **زيادة الربحية:** أصبح التأمين المصرفي مصدرًا لزيادة الربحية للبنوك وشركات التأمين، حيث زادت إمكانية البنوك في كسب دخل إضافي ببيع منتجات التأمين مما يؤدي إلى زيادة في قيمة السهم وبذلك فإن التأمين المصرفي له الأثر الكبير على أداء البنوك وفي الوقت نفسه تستفيد شركة التأمين من سمعة البنك وعلاقته الموثوقة مع عملائه.

7- **زيادة ولاء العملاء:** للتأمين المصرفي أثر كبير على زيادة ولاء العملاء وثقتهم بتوفير مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المالية وتقديم خدمة أكثر ملاءمة وكفاءة من عرض منتجات مخصصة تلبي الاحتياجات المحددة للعملاء، التي تساعدهم في إدارة مخاطرهم وتحقيق أهدافهم المالية.

8- **تطوير جمع البيانات وتحليلها:** يعمل التأمين المصرفي على تحسين جمع البيانات وتحليلها بتزويد شركات التأمين بإمكانية الوصول إلى بيانات العملاء المتاحة للبنوك، التي يتم استخدامها لفهم متطلبات العملاء وتلبية احتياجاتهم بشكل أفضل.

9- **تقليل التكلفة والجهد والزمّن:** حيث أن التسويق لمنتجات التأمين عن طريق البنك يُعدُّ أكثر سهولة ومن

دون تكلفة تُذكر حيث بُعِدُ البنك تجمَعًا للعملاء ويحقق مبدأ low Premium – High Volume من خلال تسويق خدمات التأمين عبر أكبر قاعدة للعملاء.

10- **تحصيل أقساط التأمين:** يساعد التأمين المصرفي على ضمان تحصيل الأقساط من العملاء باقتطاع

قسط التأمين من حسابات العملاء مباشرة بالإتفاق المسبق معهم وذلك يعود بالفائدة على شركة التأمين بضمنان تحصيل الأقساط بشكل أكبر وأسرع وتقلل نسبة الذمم لعملائها في السوق مما له الأثر الكبير الإيجابي على التقارير المالية الخاصة بشركات التأمين وزيادة ملائمتها المالية.

11- **التأثير الإيجابي على الاقتصاد:** للتأمين المصرفي آثار ايجابية على الاقتصاد من خلق فرص عمل

جديدة، زيادة الوصول إلى التأمين، تشجيع الاستثمار بتوفير شبكة أمان للخسائر المحتملة، التي تقلل من المخاطر المرتبطة بالإستثمار مما يؤدي ذلك إلى زيادة الثقة بين المستثمرين وتشجيعهم على استثمار المزيد من الأموال، إضافةً الى تعزيز الابتكار وزيادة الإيرادات والأرباح.

ومما سبق نستطيع أن نلخص المزايا لكل من البنوك وشركات التأمين نتيجة الشراكة بينهم من خلال مفهوم (التأمين المصرفي)

المزايا المحققة للبنك	المزايا المحققة لشركة التأمين
تقديم خدمات مالية متكاملة للعملاء	القدرة على الوصول إلى أسواق جديدة بسرعة أكبر وبتكلفة أقل من قاعدة عملاء البنك الكبيرة
تنوع المنتجات والخدمات المعروضة، التي بدورها تُسهم في جذب عملاء جدد	زيادة الكفاءة والقدرة على تطور منتجات جديدة بالتعاون مع الشراكة مع البنك

استمرارية نشاط البنوك نتيجة لتقديم خدمات متكاملة للعملاء	تقليل الاعتماد على بيع منتجات التأمين بالوكلاء والوسطاء
رفع مستوى رضى العملاء وولاءهم بتقديم خدمات مالية متنوعة ضمن مؤسسة واحدة	تطوير الأعمال وزيادة تحقيق الملاءة المالية
جذب عملاء جدد من فئات أخرى	الوصول الى فئات معينة بالمشاركة مع البنك
تنوع محفظة العملاء	زيادة الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف
زيادة دخل البنك من العمولات او الأجرور التي يتقاضاها من بيع المنتجات التأمينية	زيادة حجم الأقساط وتحسين الملاءة المالية

وبشكل عام، يُعدُّ التأمين المصرفي بمثابة الحل الأقوى لشركات التأمين لبيع منتجاتها من خلال قنوات التوزيع البنكية. بالمقابل اعتبرت البنوك أنها الطريقة الأكثر كفاءة في تلبية متطلبات العملاء بتقديم خدمات تلبي احتياجاتهم المالية وحمائتهم من المخاطر المحتملة، وربما أن تكاليف توزيع البنوك أقل بكثير من شركات التأمين فإن هذا المفهوم سيساعد البنوك على عرض منتجات التأمين بأسرع قناة توزيع، الذي بدوره يفيد البنوك وشركات التأمين من تحقيق هذا النشاط بنجاح حيث يساعد في الوصول الى العملاء في جميع أنحاء البلاد وإن تنفذ هذا المفهوم في جميع أنحاء العالم سيفتح بالتأكيد تحديات جديدة وخلق فرص حقيقية (KEITH, K.& DANIEL W., 2016) وسيسهل التأمين المصرفي في المجال البنكي في تعزيز البيئة التنافسية وتطوير منتجات جديدة في مجال التأمين وزيادة رضا العملاء، وتتمثل الأولويات الاستراتيجية للبنوك في زيادة حماية الأعمال، إضافةً الى تقديم منتجات جديدة وفقاً لاحتياجات العميل (EIDA MARZAI, 2018).

وأن التعاون بين شركات التأمين والبنوك هو بمثابة تعاون مثمر وبنّاء حيث سيسمح لشركات التأمين من الإقتراب الى عدد كبير من العملاء من قاعدة عملاء البنك الكبيرة كما ستتلقى البنوك بالمقابل فوائد في توزيع منتجاتها وخدماتها البنكية مما يؤدي الى زيادة الإيرادات والربحية.

التأثيرات السلبية المحتملة للتأمين المصرفي على الشمول التأميني والمالي:

- 1- **احتمالية سوء البيع:** قد تستخدم البنوك مركزها المهيمن في السوق لدفع منتجات التأمين المحددة للعملاء، مما قد يؤدي الى سوء البيع والخسارة المحتملة للعملاء.
 - 2- **معايير الإكتتاب المنخفضة:** قد تضحى شركات التأمين بمعايير الإكتتاب الخاصة بها من أجل زيادة المبيعات من قنوات التوزيع الخاصة بالبنك، مما قد يؤدي إلى إرتفاع مخاطر المطالبات والخسائر المحتملة لشركات التأمين.
 - 3- **تضارب المصالح:** قد يكون هنالك تضارب محتمل في المصالح بين البنوك وشركات التأمين حيث أن لكل منهما أولويات ونماذج ربح مختلفة مما قد يؤدي إلى إرتفاع مخاطر المطالبات والخسائر المحتملة لشركات التأمين.
- ومن المهم معرفته، بالرغم من أن التأمين المصرفي يمكن أن يزيد من الوصول إلى التأمين وتعزيز الشمول المالي، فمن المهم للمنظمين ضمان حماية مصالح العملاء ومراقبة الجوانب السلبية المحتملة عن كذب للتأمين المصرفي.

أثر التأمين المصرفي وفوائده على العملاء أنفسهم والخدمات التي يقدمها والتي تصحب في مصلحتهم

وراحتهم.

التأمين المصرفي يساعد العملاء على شراء منتجات التأمين المختلفة من خلال البنوك بحيث يتيح لهم الفرصة بشراء المنتجات بسهولة وبأسعار منافسة، إضافةً الى تقديم الخدمات المالية المتكاملة لهم بدمج خدمات التأمين والخدمات المصرفية، حيث يمكّن العملاء استخدام حساباتهم المصرفية لدفع خدمات التأمين من الخدمات المصرفية عبر الإنترنت أو الهاتف المحمول وهذا يسمح للعملاء بإدارة سياسات التأمين الخاصة بهم بشكل أكبر وأكثر كفاءة.

ولن ننسى هنا ذكر الخدمات التي يمكن للبنوك أن تقدمها للعملاء من تقييم المخاطر وتقديم المشورة للعملاء بناءً على ملفهم المالي والذي بدوره يمكّن العملاء من إتخاذ قرارات مستنيرة بشأن إحتياجاتهم التأمينية الخاصة بهم، إضافةً الى قدرة البنوك على إدارة المطالبات ومساعدة العملاء في إدارة المطالبات بتوجيههم في أثناء عملية المطالبات ومساعدتهم على تقديم الوثائق اللازمة.

إضافةً الى امكانية الحصول على خصومات خاصة بالعروض الترويجية التي تقدمها البنوك لبيع الخدمات التأمينية، مما يجعل التأمين في متناول العملاء بخدمات التأمين عبر الإنترنت أو تطبيقات البنك عبر الهواتف الذكية المحمولة بحيث تقدم البنوك للعملاء القدرة على الوصول إلى المعلومات والخدمات المتعلقة بالتأمين بسهولة أكبر مما يلغي الحاجة إلى زيارة مؤسسات متعددة للوصول إلى المنتجات والخدمات المالية.

ولن ننسى فرص البيع المتبادل الذي يقدمها التأمين المصرفي حيث يوفر فرصًا لتلبية متطلبات العملاء الحاليين لمنتجات التأمين الخاصة بهم مما يساعد في زيادة الإيرادات وولاء العملاء للبنك الذي يتعاملون معه.

المبحث الرابع
المعوقات والتحديات وأهم الحلول

بالرغم مما سبق والآثار الإيجابية للتأمين المصرفي على الشمول التأميني والمالي فإنه لا يخلو من التحديات والمعوقات التي قد يواجهها وتتلخص في ما يلي:

المعوقات والتحديات التي يواجهها التأمين المصرفي:-

- 1- المعرفة والفهم المحدود للمنتجات: المعرفة والخبرة المحدودة لموظفي البنوك في منتجات التأمين وإكتتاب العقود، مما قد يؤدي الى سوء البيع وسوء خدمة العملاء في ما يتعلق بالخدمات التأمينية.
- 2- أهداف متضاربة: إحصائية تضارب المصالح بين البنك وشركة التأمين حيث قد يعطي البنك الأولوية لمنتجاته على منتجات شركة التأمين مما قد يؤدي إلى صراعات وصعوبات في تطوير شراكة ناجحة.
- 3- التحديات التنظيمية: تخضع البنوك وشركات التأمين للوائح تنظيمية مختلفة وقد يكون من الصعب التعامل مع هذه القواعد المختلفة وضمان الامتثال مع احتمالية أن تكون متطلبات التدقيق والإمتثال للجهات التنظيمية معقدة ومكلفة.
- 4- قنوات التوزيع المحدودة: قابلية التوسيع المحدودة لأن التأمين المصرفي يعتمد بشكل أساسي على فروع البنك، التي يمكن أن تكون محدودة في مناطق معينة.
- 5- الربحية المحدودة: في بعض الحالات قد لا يكون التأمين المصرفي مربحًا مثل خطوط الأعمال الأخرى للبنوك، مما قد يؤدي الى محدودية الموارد والاستثمار في الشراكة.

6- **انعدام الثقة:** قد لا يثق بعض العملاء في البنوك لشراء منتجات التأمين بواسطة البنوك ويفضلون شراء التأمين من شركات التأمين المختصة.

7- **خصوصية البيانات:** تتمتع البنوك بإمكانية الوصول الى بيانات العملاء الحساسة، التي قد لا تتمكن

شركات التأمين من الوصول اليها بسبب القيود التنظيمية والتي قد تجعل شراكة التأمين المصرفي صعبة الى حد ما والعكس صحيح قد لا تتمتع البنوك بالوصول الى بيانات العملاء المطلوبة للتأمين مثل

شركات التأمين المختصة، مما قد يؤدي الى صعوبة على البنوك لترويج منتجات التأمين بشكل فعال.

8- **تحديات التكامل أو الدمج:** قد يكون لدى البنوك وشركات التأمين أنظمة وعمليات مختلفة لتكنولوجيا المعلومات مما قد يجعل من الصعب دمجها بشكل فعال.

9- **الوعي وثقافة التأمين لدى المواطنين:** واحدة من اهم اسباب عزوف الناس عن اقتناء وثائق التأمين المختلفة هو نقص الوعي التأميني لديهم.

10- **الوازع والمعتقد الديني:** كثير من الناس يرى ان بعض الخدمات التأمينية، خصوصًا ما يتعلق بتأمين الأشخاص كالتأمين على الحياة محرمة او شبه محرمة نظرًا للوازع الديني الذي يعتقد به الكثير منهم بالإعتماد على الفتاوي من رجال الدين.

ومن الجدير ذكره بأن نجاح التأمين المصرفي يعتمد على مدى قدرة البنك وشركة التأمين على العمل معًا والتغلب على هذه التحديات والمعوقات بتطوير عمليات واضحة وتحديد الأدوار والمسؤوليات لكل منهما، إضافة الى وضع خطة إستراتيجية مشتركة تحدد الأهداف والغايات وخطط العمل لشراكة التأمين المصرفي.

وتاليًا سنتطرق الى العديد من الطرق التي بدورها تعمل على تطوير التأمين المصرفي.

طرق وحلول للحد من المعوقات والتحديات التي يواجهها التأمين المصرفي

وبالرغم من التحديات والمعوقات التي يواجهها التأمين المصرفي فهناك العديد من الطرق، التي بدورها تعمل على تطوير التأمين المصرفي وزيادة تأثيره الإيجابي على الشمول التأميني والمالي ومنها:

- 1- التركيز على بيع المنتجات التأمينية غير المرتبطة بالقروض.
- 2- التركيز على بيع المنتجات التأمينية ضمن فروع البنك المختلفة وليس على الفرع الرئيسي فقط.
- 3- تقديم مجموعة واسعة من المنتجات التأمينية بحيث يوفر البنك أكبر عدد ممكن من المنتجات التأمينية المعروضة للعملاء مما يتيح لهم اختيار المنتج المناسب وبما يتوافق مع احتياجاتهم ووضعهم المالي.
- 4- تحسين تثقيف العملاء: يمكن للبنوك تزويد العملاء بالمواد والموارد التعليمية لمساعدتهم على فهم أهمية التأمين وأنواع التغطيات التأمينية المتاحة.
- 5- تعزيز خدمة العملاء: تحسين خدمة العملاء للبنوك بتوفير فرق مخصصة للتأمين المصرفي وتقديم مواد عبر الإنترنت لمساعدة العملاء على ادارة سياسات التأمين الخاصة بهم.
- 6- تحليل بيانات العملاء: باستخدام تحليل البيانات للعملاء لتحديد احتياجاتهم وتصميم عروض التأمين المصرفي وفقًا لذلك.
- 7- التركيز على احتفاظ البنك بالعملاء: التركيز على احتفاظ البنك بالعملاء بتقديم الخدمات الممتازة ومعالجة مخاوفهم على الفور.
- 8- المراقبة المستمرة وتحليل ملاحظات العملاء لإجراء التعديلات اللازمة وبما يتوافق مع متطلباتهم.

9- العمولات المدفوعة للبنك والمتفق عليها مقابل بيع منتجات التأمين بواسطته، حيث تُعدُّ العلاقة طردية وكلما زادت العمولات المدفوعة زادت قابلية البنك في بيع المنتجات بشكل أكبر لغايات زيادة ربحيته.

10- زيادة تثقيف موظفي التأمين المصرفي في البنوك وتدريبهم أو توظيف أشخاص ذوي خبرة في التأمين: من المهم أن يكون موظفو التأمين المصرفي في البنوك ذوي خبرة كافية وجيدة في مجال التأمين وأن يكونوا ملمين بالمنتجات التأمينية التي يقدمها البنك ليتمكنوا من تقديم أفضل الخدمات التأمينية والاجابة على استفسارات العملاء واعطائهم النصائح اللازمة لهم بما يتناسب معهم مما يزيد من حجم المبيعات والوصول الى النتائج المرجوة.

11- الرقابة على أعمال التأمين: زيادة الرقابة على شركات التأمين ومقدمي الخدمات التأمينية والاشراف عليهم بما يكفل سلامة مراكزهم المالية وحماية حقوق المؤمن لهم والمستفيدين منها وفق احكام التشريعات النافذة، وذلك لتوفير المناخ الملائم لتطوير وتعزيز دور صناعة التأمين في ضمان الأشخاص والممتلكات ضد المخاطر لحماية الاقتصاد الوطني ولتجميع المدخرات الوطنية وتنميتها واستثمارها لدعم التنمية الاقتصادية.

المبحث الخامس

القضايا التنظيمية والقانونية

ما هي القضايا التنظيمية والقانونية التي يمكن أن يخضع لها التأمين المصرفي:-

- 1- اللوائح المصرفية والتأمينية: يشمل التأمين المصرفي كلاً من المنتجات المصرفية والتأمينية، التي تخضع لأنظمة مختلفة في معظم البلدان، في العادة ما يتم تنظيم البنوك من قبل منظمي البنوك بينما يتم تنظيم شركات التأمين من منظمي التأمين حيث يمكن أن يثير التأمين المصرفي تحديات تنظيمية عندما يتعلق الأمر بالتنسيق والتفاعل بين هذين الإطارين التنظيميين المختلفين .
- 2- قوانين حماية المستهلك والامتثال بهذه القوانين: يمكن أن يثير التأمين المصرفي مخاوف بشأن حماية المستهلك، لا سيما فيما يتعلق ببيع منتجات التأمين بواسطة البنوك حيث تهدف إلى حماية المستهلكين من ممارسات البيع غير الأخلاقية والتأكد من بيع منتجات التأمين بطريقة عادلة وشفافة للإمتثال بقوانين حماية المستهلك.

- 3- مكافحة غسل الأموال (AML) ولوائح اعرف عميلك (KYC) : من المحتمل أن يثير التأمين المصرفي مخاوف بشأن الامتثال للوائح AML و KYC ، حيث يمكن استخدام منتجات التأمين لغسل

الأموال أو تسهيل الجرائم المالية الأخرى .يجب أن تكون البنوك وشركات التأمين المشاركة في التأمين المصرفي قادرة على تحديد النشاطات المشبوهة والإبلاغ عنها.

4- **حماية البيانات والخصوصية:** غالبًا ما يتضمن التأمين المصرفي مشاركة بيانات العملاء بين البنوك وشركات التأمين، مما قد يثير مخاوف بشأن حماية البيانات والخصوصية وقد يشعر المنظمون بالقلق بشأن احتمالية إساءة استخدام بيانات العملاء أو إساءة التعامل معها .

5- **متطلبات الملاءة المالية ورأس المال:** يمكن للتأمين المصرفي أيضًا أن يثير مخاوف بشأن الملاءة المالية ومتطلبات رأس المال قد يكون لدى البنوك وشركات التأمين متطلبات ملاءة ورأس مال مختلفة ومما قد يجعل من الصعب ضمان رأس المال الكافي لكليهما.

6- **لوائح حماية البيانات:** الامتثال للوائح حماية البيانات، مثل القانون العام لحماية البيانات (General Data Protection Regulation GDPR)، وحماية المعلومات الشخصية والمالية للعملاء.

7- **قوانين المنافسة العادلة:** يجب على عمليات التأمين المصرفي الامتثال لقوانين المنافسة العادلة لمنع الممارسات المنافسة للمنافسة و ضمان تكافؤ الفرص لجميع المشاركين في السوق.

8- **قيود البيع المتقاطع:** قد تفرض بعض البلدان قيودًا على مستوى البيع المتبادل لمنتجات التأمين من قبل البنوك وغالبًا ما يتم وضع هذه القيود لحماية المستهلكين من ممارسات البيع غير الأخلاقية و لضمان عدم استخدام البنوك لموقفهم من الثقة لبيع منتجات التأمين التي قد لا تكون في مصلحة العميل.

9- **متطلبات الترخيص:** تتطلب عمليات التأمين المصرفي تراخيص منفصلة للبنك وشركة التأمين قد تشمل

هذه المتطلبات الحد الأدنى من متطلبات رأس المال، والتزامات في اعداد التقارير المالية المستمرة، الإشراف المستمر من السلطة التنظيمية، الشروط والقواعد المتعلقة بأنواع منتجات التأمين التي يمكن بيعها، وتدريب وتعليم موظفي التأمين المصرفي، التسويق والإعلان عن منتجات التأمين.

10- **النزاعات القانونية:** من المحتمل أن تنشأ النزاعات القانونية في التأمين المصرفي لأسباب مختلفة مثل

سوء بيع منتجات التأمين، والنزاعات على العمولات، وعدم دفع المطالبات، وإلغاء البوليصة، وخرق العقد ويمكن حل هذه النزاعات بالمفاوضات أو التقاضي في محكمة قانونية ومن المهم لكل من البنوك وشركات التأمين وضع سياسات وإجراءات واضحة لتقليل مخاطر النزاعات القانونية ولضمان حل عادل في الوقت المناسب لأي نزاعات قد تنشأ.

المبحث السادس

حالة التأمين المصرفي في الأردن:

بدأت خدمة التأمين المصرفي في المملكة الأردنية الهاشمية عام (2005) – هيئة التأمين حيث أصدر مجموعة من التعليمات لتنظيم التعاون بين البنوك وشركات التأمين.

بعمل استبيان بطرح بعض الأسئلة على مجموعة من عملاء البنوك في قطاعات عمل مختلفة وبعد الإطلاع عليها وتحليلها، تم الاستنتاج بأن التأمين المصرفي لم يأخذ حقه كما يجب في الأردن. بالرغم من التطور الكبير لنتائج التأمين المصرفي في السنوات الأخيرة، إذ إنه ومن الاستبيان تبين أن هناك نسبة عالية لم يسبق لها وقد سمعت عن التأمين المصرفي علما بأنه ظهرت نسبة عالية من الإجابات بأن شراء منتجات التأمين يُعدُّ من أولوياتهم ولكنهم يفضلون شراء التأمين من شركات التأمين مباشرة وهذا يدل على أن التسويق للتأمين المصرفي في الاردن ضعيف الى حد ما.

وقد أثبتت صحة الاستبيان من الاطلاع على نتائج أعمال سوق التأمين الاردنية للسنة المالية 2021، الصادرة من البنك المركزي الاردني – دائرة المراقبة على أعمال التأمين حيث أظهرت عدد البنوك المرخصين لممارسة أعمال التأمين المصرفي هي 10 بنوك من أصل 23 بنك عامل في الأردن للسنة نفسها (بحسب التقرير السنوي لعام 2021 للبنك المركزي الاردني) وأن حجم أقساط التأمين المتحققة من التأمين المصرفي للعام 2021 تساوي 18,276 مليون دينار أي ما نسبته 3% فقط من حجم أقساط التأمين المتحققة (المكتتبة) من خلال قنوات التوزيع المختلفة وحسب الجدول التوضيحي التالي:

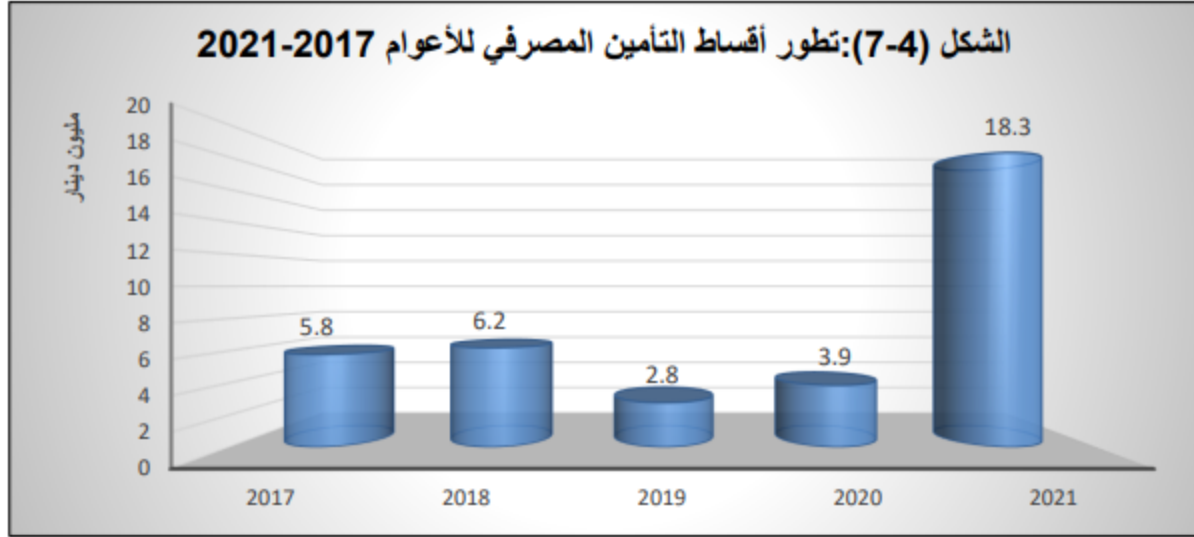
جدول (2-4): حجم أقساط التأمين المتحققة (حسب قنوات التوزيع) لعام 2021

النسبة من الإجمالي	إجمالي الأقساط المكتتبة (الف دينار)	قناة التوزيع
57%	365,516	البيع المباشر
16%	102,878	المكتب الموحد
12%	78,205	الوسطاء
12%	75,048	الوكلاء
3%	18,276	التأمين المصرفي
100%	639,923	الإجمالي

1 دينار أردني = 1.41 دولار أمريكي.

المصدر: نتائج أعمال سوق التأمين الاردنية للسنة المالية 2021 الصادرة من البنك المركزي الاردني

ولكن هذه النسبة أظهرت ارتفاعاً كبيراً بنسبة (374%) مقارنة بأقساط التأمين المصرفي للعام 2020 البالغة 3,859 مليون دينار وذلك يعود الى تصحيح توزيع الأقساط بين التأمين المباشر والتأمين المصرفي لدى بعض شركات التأمين، والرسم البياني التالي يوضح تطور أعمال التأمين المصرفي للأعوام 2017-2021



المصدر: نتائج أعمال سوق التأمين الاردنية للسنة المالية 2021 والصادرة من البنك المركزي الاردني

وأظهرت النتائج بأن ما يقارب 90% من أعمال التأمين المصرفي تتمركز في بيع تأمينات الحياة وحسب

الجدول التالي:

جدول (4-5): توزيع أقساط التأمين المكتتبة من خلال التأمين المصرفي لعام 2021

النسبة إلى إجمالي التأمين المصرفي	إنتاج التأمين المصرفي (الف دينار أردني)	إجازة التأمين
90.3%	16,508	الحياة
4.1%	753	الفروع الاخرى
2.2%	406	المركبات
2.2%	402	الطبي
0.7%	134	الحريق والأضرار الاخرى للممتلكات
0.4%	72	البحري والنقل
0%	0.4	المسؤولية
100%	18,276	المجموع

1 دينار أردني = 1.41 دولار أمريكي.

المصدر: نتائج أعمال سوق التأمين الاردنية للسنة المالية 2021 والصادرة من البنك المركزي الاردني

وبالرغم من التطور في نتائج التأمين المصرفي، الذي أظهره الرسم البياني السابق ولكن تُعدُّ نسبة الأقساط المكتتبة الأقل مقارنة بقنوات التوزيع الأخرى، التي من المفترض أن تكون أكبر نسبةً الى قاعدة العملاء الكبيرة للبنوك وقنوات توزيعه المختلفة ولأنه يُعدُّ الحل الأمثل لزيادة مبيعات شركات التأمين.

والجدول التالي يوضح تطور أعمال التأمين المصرفي في الاردن من عام 2008 – 2019

Development Bancassurance in Jordan

year	Life insurance	Non-life insurance	total	Growth rate
2008	750,290	140,369	890,369	5%
2009	997,070	442,510	1,439,580	9%
2010	1,215,941	555,230	1,771,171	11%
2011	1,963,111	887,929	2,851,040	18%
2012	1,826,071	107,606	1,933,677	12%
2013	1,585,887	90,146	1676033	10%
2014	N/E	N/E	-	-
2015	N/E	N/E	-	-
2016	1,051,231	1,414,128	2,465,359	15%
2017	4,438.7	1,332.5	5,771,330	36%
2018	4,785	1,409	6,194,323	39%
2019	1,264000	1,512000	2,776,000	17%

Source: The table was prepared by researchers based on the data of the Jordan Insurance Authority

المصدر: Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI) Volume 12, Issue 9, August 2021: 4097-4106

حالة التأمين المصرفي في العالم:

ينمو سوق التأمين المصرفي في جميع أنحاء العالم، خصوصًا للتأمين على الحياة في منطقة آسيا والمحيط الهادي وتقول شركة الأبحاث والاستشارات IMARC Group إن سوق التأمين المصرفي العالمي وصل إلى 1.268 تريليون دولار أمريكي في العام 2021 وتتوقع IMARC أن يستمر السوق في النمو بمعدل نمو سنوي مركب (CAGR) يبلغ 5.9% إلى أن يصل إلى 1.802 تريليون دولار أمريكي بحلول العام 2027 والعامل الرئيسي الذي يقود إلى هذا الاتجاه: تزايد " عدد المسنين مع زيادة الحاجة إلى التأمين الصحي والتأمين على الحياة، إضافة إلى خطط التقاعد. (CAROLINE CANTON, 2022)

المبحث السابع الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات التي تم إجراؤها حول موضوع التأمين المصرفي في السنوات الأخيرة، بما في ذلك البحث حول فعالية قنوات توزيع التأمين المصرفي، رضا العملاء عن منتجات التأمين المصرفي، تأثير التأمين المصرفي على ربحية البنك، إضافة إلى ذلك فإن هناك دراسات بحثت القضايا التنظيمية والقانونية المتعلقة بالتأمين المصرفي ومنها:

1- "التأمين المصرفي والشمول المالي Bancassurance and Financial Inclusion":

(2016) John.Paul. Koning and S.J.E. van der Laan.

هدف الدراسة:

دراسة العلاقة بين التأمين المصرفي والشمول المالي في أفريقيا حيث استخدمت هذه الدراسة بيانات من غانا وكينيا وجنوب إفريقيا للتحقيق في تأثير التأمين المصرفي على الوصول إلى منتجات التأمين للسكان المحرومين من الخدمات وتوصلت إلى أن التأمين المصرفي يمكن أن يلعب دورًا إيجابيًا في زيادة الوصول إلى منتجات التأمين للسكان المحرومين من الخدمات على وجه التحديد.

نتائج الدراسة:

وجدت أن التأمين المصرفي يرتبط بشكل إيجابي بالحصول على التأمين للأسر ذات الدخل المنخفض كما أنه يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بالحصول على التأمين للأفراد ذوي المستويات التعليمية المنخفضة وتشير الدراسة أيضًا إلى أن استخدام التأمين المصرفي في إفريقيا لا يزال منخفضًا مقارنة بالمناطق الأخرى وإمكانية زيادة الوصول إلى منتجات التأمين عبر التأمين المصرفي لا تزال غير مستغلة.

2- "واقع الشراكة للتأمين المصرفي في دول العالم" Julia Kagan, 2018

هدف الدراسة:

بحثت الدراسة في عقد شراكة بين شركة أليانز للتأمين ومصرف الفلبين الوطني في سنة 2015، حيث استطاعت شركة التأمين من الوصول الى من 660 فرع من البنوك التجارية و 4 ملايين عميل في الفلبين مع سقف سوقي بقيمة 64.67 مليار يورو اعتباراً من يونيو 2016.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة أنه من المتوقع أن يكون نمو التأمين المصرفي في أروبا الأعلى في تركيا وبولندا حيث تغلغت منتجات التأمين في أروبا الغربية ومثلت أقساط التأمين 7.4% من الناتج المحلي الإجمالي في حين أن أقساط التأمين في الفلبين لا تمثل سوى 1.7% من الناتج المحلي الإجمالي في السنوات الأخيرة.

3- "التأمين المصرفي Bancassurance": S.K. Srivastava and S.K. Srivastava (2010)

هدف الدراسة:

تبحث هذه الدراسة في نمو وتطور التأمين المصرفي في الهند وتجد أن لديها القدرة على زيادة الوصول إلى منتجات التأمين لمجموعة واسعة من المستهلكين وتبحث الدراسة لمراجعة شاملة للأدبيات المتعلقة بالتأمين المصرفي في الهند وتغطي تاريخ التأمين المصرفي ونموه وتطوره فضلاً عن التحديات التي تواجه الصناعة وتتضمن أيضاً مناقشة البيئة التنظيمية للتأمين المصرفي في الهند والفرص المتاحة لمزيد من النمو في هذا القطاع .

نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى أن التأمين المصرفي لديه القدرة على زيادة الوصول إلى منتجات التأمين لمجموعة واسعة من المستهلكين في الهند، لا سيما لشرائح السكان التي تعاني من قلة البنوك.

4- "التأمين المصرفي في الأسواق الناشئة Bancassurance in Emerging Markets": M.E.

(2016) Solanki and M.K. Saini

هدف الدراسة:

درست لمحة عامة عن الحالة الحالية للبحوث حول التأمين المصرفي في الأسواق الناشئة وتحديد مجالات البحث المستقبلية للتأمين المصرفي وبدأت الدراسة بلمحة عامة موجزة عن مفهوم التأمين المصرفي وتاريخه وتطرقت إلى جوانب مختلفة للتأمين المصرفي مثل الفوائد والتحديات المحتملة، والبيئة التنظيمية، والتأثير على الشمول المالي.

نتائج الدراسة:

توصلت إلى أن البحث حول التأمين المصرفي في الأسواق الناشئة محدود وأن هناك العديد من المجالات التي تحتاج إلى مزيد من البحث، مثل تأثير التأمين المصرفي على الشمول المالي ودور التكنولوجيا في التأمين المصرفي والبيئة التنظيمية للتأمين المصرفي في الأسواق الناشئة.

5- "دور التأمين المصرفي في الشمول المالي The Role of Bancassurance in Financial

(2019) A.F.S. Hidayanto and D.A. Wijayanti : "Inclusion

هدف الدراسة:

بحثت هذه الدراسة في تأثير التأمين المصرفي على الشمول المالي في إندونيسيا ووجدت أن التأمين المصرفي يمكن أن يلعب دورًا مهمًا في زيادة الوصول إلى منتجات التأمين لشرائح السكان التي تعاني من نقص البنوك حيث استخدمت هذه الدراسة بيانات من مسح للأسر في إندونيسيا للتحقق في العلاقة بين التأمين المصرفي والشمول المالي .

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلى أن الأسر التي تتعامل بالتأمين المصرفي لديها ضمانات مالية ومستويات أعلى من التغطية التأمينية مقارنة بالأسر التي لا تتعامل بالتأمين المصرفي .
و إلى أن التأمين المصرفي يمكن أن يلعب دورًا مهمًا في زيادة الوصول إلى التأمين لشرائح السكان التي تعاني من ضعف البنوك، مثل الأسر ذات الدخل المنخفض والأفراد ذوي المستويات التعليمية المنخفضة.

6- "التأمين المصرفي ورضا العملاء Bancassurance and Customer Satisfaction":

Rakesh Jain and Rajendra Dua (2013).

هدف الدراسة:

تبحث هذه الدراسة في العلاقة بين التأمين المصرفي ورضا العملاء في الصناعة المصرفية الهندية

واستخدمت الدراسة بيانات المسح من عملاء البنوك الهندية للتحقق من العلاقة بين التأمين المصرفي ورضا العملاء.

نتائج الدراسة:-

توصلت الدراسة إلى أن التأمين المصرفي يمكن أن يؤدي إلى زيادة رضا العملاء، حيث يشعر عملاء البنوك التي تقدم منتجات التأمين المصرفي برضا أكبر نتيجة الخدمات الإجمالية التي يقدمها. وأظهرت أثر هذه النتائج على الصناعة المصرفية الهندية واقترحت أنه يجب على البنوك النظر في تقديم منتجات التأمين المصرفي لتحسين رضا العملاء.

7- "تأثير التأمين المصرفي على ربحية البنك The effect of bancassurance on bank

profitability " Andreas Hackethal and Tobias H. Schmidt حيث بحثت هذه الدراسة في تأثير التأمين المصرفي على ربحية البنوك في أوروبا وعن عوامل أخرى مثل مستوى التكامل بين البنك وشركة التأمين وأنواع المنتجات المعروضة وقنوات التوزيع المستخدمة.

8- "القضايا التنظيمية والقانونية المتعلقة بالتأمين المصرفي" -A.F.M. Mijntje Lückerrath

Rovers حيث بحثت هذه الدراسة في القضايا التنظيمية والقانونية المتعلقة بالتأمين المصرفي بما في ذلك التحديات والفرص التي تقدمه الأنظمة التنظيمية المختلفة.

نتائج الدراسات التي أجريت حول التأمين المصرفي

ومن هنا نستطيع أن نحدد أهم النتائج التي توصلت لها الدراسات حول التأمين المصرفي وأثره على الشمول المالي والتأميني ومن أهم هذه النتائج ما يلي:

1- **زيادة الوصول إلى التأمين:** وجدت الدراسات أن التأمين المصرفي يمكن أن يزيد من الوصول إلى منتجات التأمين للأفراد والشركات الصغيرة، وخصوصًا على البلدان النامية حيث قد تكون قنوات توزيع التأمين التقليدية محدودة.

2- **زيادة المنافسة:** يمكن أن يؤدي التأمين المصرفي إلى زيادة المنافسة في سوق التأمين، مما قد يؤدي إلى توفير منتجات متنوعة وبأسعار معقولة للمستهلكين.

3- **تحسين رضا العملاء:** وجدت الدراسات أن العملاء الذين يشترون التأمين من قنوات التأمين المصرفي يميلون إلى أن يكونوا أكثر رضا عن العملية من أولئك الذين يشترون التأمين من القنوات التقليدية.

4- **زيادة الإيرادات وتوفير التكاليف:** أظهرت الدراسات بأن التأمين المصرفي يؤدي إلى زيادة توفير الإيرادات والتكاليف لكل من البنوك وشركات التأمين بإستغلال البنوك لبنيتها التحتية الحالية وقاعدة العملاء لبيع منتجات التأمين، ويمكن لشركات التأمين الوصول إلى قاعدة عملاء كبيرة بواسطة البنوك.

5- **التحديات المحتملة على الامتثال التنظيمي:** أبرزت الدراسات أيضًا أن التأمين المصرفي يفرض تحديات تنظيمية، مثل تضارب المصالح المحتمل بين البنوك وشركات التأمين، والحاجة إلى الإشراف المناسب لضمان حماية العملاء.

6- **التأثير على الشمول المالي:** أشارت الدراسات أن للتأمين المصرفي تأثير إيجابي على الشمول المالي، وزيادة الوصول إلى الخدمات المالية وتعزيز المعرفة المالية حيث كشف أحدث البيانات للمؤشر العالمي للشمول المالي أن نسبة البالغين الذين يملكون حسابات مصرفية تبلغ حاليًا 69% على مستوى العالم

بمؤشرات عام 2017، وبما يعكس ارتفاعاً تصاعدياً، مقارنة بالعام 2011، الذي لم تزد فيه ذات النسبة على 51%، أي بزيادة تصل إلي 18 نقطة مئوية، وهو ما يمكن أن يرجع إلى ما تحقق من تطور في أنظمة الدفع الرقمي وإصدار أجيال جديدة من الخدمات المالية التي بات الوصول إليها سهلاً بالهواتف المحمولة والإنترنت.

و بشكل عام، فإن الدراسات السابقة تُظهر أن التأمين المصرفي يمكن أن يكون له العديد من الفوائد، ولكن من المهم معالجة القضايا التنظيمية والامتثال لضمان حماية العملاء وأن تكون العلاقة بين البنوك وشركات التأمين عادلة وشفافة.

المبحث الثامن

اتجاهات السوق والتوقعات المستقبلية للتأمين المصرفي

ما هي اتجاهات السوق والتوقعات المستقبلية للتأمين المصرفي؟

من المتوقع أن يشهد التأمين المصرفي نموًا كبيرًا في المستقبل وبعده اتجاهات منها:

- الرقمنة (Digitalization) : مع الاستخدام المتزايد للقنوات الرقمية ، مثل تطبيقات الأجهزة

المحمولة والبوابات عبر الإنترنت ، لتوزيع منتجات التأمين المصرفي ، يمكن للعملاء الوصول بسهولة

إلى منتجات التأمين وشرائها من المواقع الإلكترونية الخاصة بالبنك أو تطبيق الهاتف المحمول. ومن

المتوقع أن يؤدي ذلك إلى زيادة الوصول إلى منتجات التأمين المصرفي وإمكانية الوصول إليها ، مما

يؤدي إلى زيادة النمو في الأسواق، بالإضافة إلى ذلك، ستمكّن الرقمنة أيضًا المصرفيين من جمع

وتحليل كميات كبيرة من بيانات العملاء، التي يمكن استخدامها لتصميم المنتجات والخدمات لتلبية

احتياجات العملاء.

- **زيادة وعي العملاء:** من المتوقع أن يؤدي زيادة الوعي بمنتجات التأمين المصرفي بين العملاء إلى دفع عجلة النمو في السوق. نظرًا لأن العملاء أصبحوا أكثر وعياً بفوائد منتجات التأمين المصرفي ، فمن المرجح أن يقوموا بشرائها.
- **عوامل الاقتصاد الكلي المواتية:** من المتوقع أن تؤدي زيادة الدخل والاستقرار الاقتصادي في العديد من البلدان إلى دفع النمو في سوق التأمين المصرفي حيث أنه مع زيادة دخل الناس يصبح لديهم المزيد من الدخل المتاح لشراء منتجات التأمين، وعندما يصبح الاقتصاد أكثر استقرارًا يصبح الناس أكثر استعدادًا للاستثمار وشراء منتجات التأمين التي تحميهم من المخاطر.
- **الابتكار:** إن استخدام تحليلات البيانات والذكاء الاصطناعي في تطوير وتوزيع منتجات التأمين المصرفي سيمكن المصرفيين من إنشاء منتجات أكثر تخصيصًا وفعالية ، مما يجعل السوق أكثر كفاءة.
- **الشراكة مع تكنولوجيا التأمين:** تشارك العديد من البنوك مع شركات التأمين للاستفادة من قدراتهم التكنولوجية وتقديم منتجات وخدمات جديدة إلى السوق سيمكن هذا المصرفيين من تقديم منتجات وخدمات أكثر ابتكارًا وكفاءة للعملاء.
- **تزايد الطلب على التأمين متناهي الصغر:** هناك طلب متزايد على منتجات التأمين متناهي الصغر المصممة للأفراد والأسر من ذوي الدخل المنخفض وعادة ما تكون هذه المنتجات صغيرة وبأسعار معقولة وتوفر تغطية لمخاطر معينة مثل الوفاة أو الحوادث أو الأمراض ومن المتوقع أن يقود هذا إلى نمو سوق التأمين المصرفي في المستقبل.

- **إدارة المخاطر:** يركز المصرفيون على تطوير ممارسات أفضل لإدارة المخاطر المرتبطة بمنتجات التأمين المصرفي باستخدام التحليلات المتقدمة والتقنيات النموذجية لفهم وإدارة المخاطر بشكل أفضل، إضافة إلى تطوير أنواع جديدة من منتجات وخدمات إدارة المخاطر.
- **الامتثال:** يواجه المصرفيون تدقيقاً تنظيمياً متزايداً، ويركزون على التطوير والتنظيم لتلبية المتطلبات الجديدة للإمتثال ويشمل ذلك تطوير أنواع جديدة من أدوات الامتثال وإعداد التقارير التنظيمية، فضلاً عن تنفيذ أنواع جديدة من عمليات إدارة المخاطر والحوكمة لتلبية المتطلبات التنظيمية الجديدة.
- **الأمن السيبراني:** مع زيادة استخدام القنوات الرقمية والمنصات عبر الإنترنت، يركز مراقبو البنوك أيضاً على تطوير حلول الأمن السيبراني لحماية بيانات العملاء والمعاملات المالية ويشمل ذلك تطوير أنواع جديدة من منتجات وخدمات الأمن السيبراني بحث تكون أفضل من تنفيذ أنواع جديدة من بروتوكولات الأمان لحماية بيانات العملاء ومعاملاتهم.
- مع التأكيد بأننا **يجب** أن نكون على دراية كافية بأن اتجاه السوق والآفاق المستقبلية له قد تختلف حسب المنطقة وظروف السوق.

توصيات الدراسة:

وبناء على التحليل السابقة ولغايات تطوير التأمين المصرفي نوصي بما يلي:

1- زيادة الدعايات الإعلانية عن الخدمات التأمينية التي تقدمها البنوك المرخصة للوصول الى اكبر شريحة من العملاء.

2- نشر الوعي التأميني لدى أفراد المجتمع وتشجيع إجراء البحوث العلمية في مجال التأمين المصرفي.

3- إصدار نشرات توعية بدور التأمين المصرفي وأهميته لزيادة ثقة العملاء وتأثيره الايجابي في الأداء

المالي.

- 4- الاستثمار في التدريب والتطوير لموظفي البنك لزيادة معرفتهم بمنتجات التأمين ومهارات البيع.
- 5- تقديم مجموعة واسعة من منتجات التأمين لتلبية احتياجات شرائح العملاء المختلفة واحتياجاتهم المتنوعة.
- 6- التركيز على بيع المنتجات التأمينية المختلفة التي تقدمها البنوك بتوعية العملاء بأهمية التأمين بشكل عام.
- 7- توفير قنوات ملائمة تسهل الوصول إليها للعملاء لشراء منتجات التأمين، مثل البوابات الإلكترونية وتطبيقات الهواتف المحمولة.
- 8- التأكد من أن أسعار المنتجات التأمينية وعمولاتها تنافسية ومتوافقة مع معايير السوق.

المصادر

باللغة العربية:-

- مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - أثر الشمول المالي على التفاوت في توزيع الدخل في مصر مقالة
1، المجلد 24، العدد 1 - الرقم المسلسل للعدد 94، يناير 2023 - المؤلف: ايناس فهمي / أستاذ الاقتصاد
المساعد- كلية التجارة وإدارة الأعمال- جامعة حلوان.

- أثر الشراكة الاستراتيجية لنموذج التأمين البنكي عمى الأداء المالي للبنوك التجارية – د. رشا أحمد علي إبراهيم – المعهد المصري لأكاديمية الإسكندرية للإدارة والمحاسبة.
- مجلة دراسات محاسبية ومالية – المجلد الثالث عشر العدد42 الفصل الأول سنة 2018 – معوقات التأمين المصرفي وأثرها على تحليل النسب المالية لشركات التأمين – أ.م.د علاء عبد الكريم البلداوي – الباحث ايد حسن كاظم القيسي.
- الموقع الإلكتروني للبنك المركزي الأردني - تقارير نتائج أعمال سوق التأمين الأردني لسنة 2021 الصادر من البنك المركزي الأردني – دائرة المراقبة على أعمال التأمين [Annual Report - 2021 -.pdf](http://www.cbj.gov.jo/Annual%20Report%20-%202021-.pdf) ([cbj.gov.jo](http://www.cbj.gov.jo))
- مجلة العلوم الإدارية و المالية - المجلد 5، العدد 2 (31 ديسمبر/كانون الأول 2021)، ص. 302-319، 18ص. دور التحالفات الاستراتيجية مع مؤسسات التأمين في تحسين أداء البنوك : محاولة لتحليل أداء البنوك الجزائرية باستخدام نموذج Scp حيمر، مريم - دبله، فاتح
- عدنان عقيل سعد 2013، التأمين عبر المصارف في الأردن مجلة الدراسات المالية و المصرفية، مج. 21، ع. 2(sp)، ص ص. 14-16. – قاعدة البيانات العربية الرقمية – معرفة
- الموقع الإلكتروني للإتحاد الأردني لشركات التأمين www.joif.org/Default.aspx

باللغة الإنجليزية:

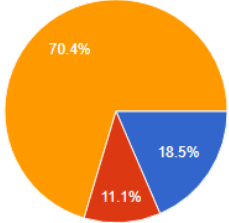
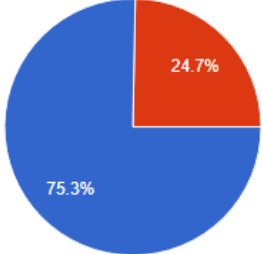
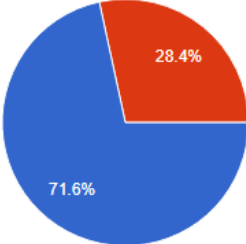
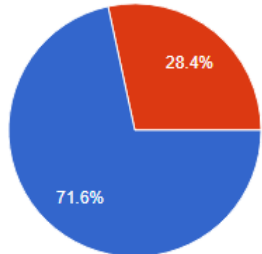
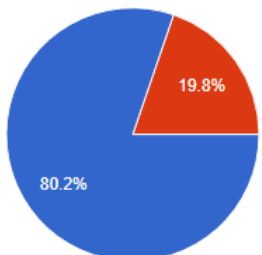
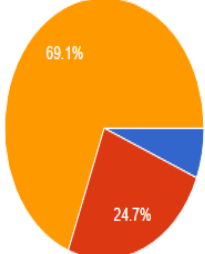
- Bancassurance and Financial Inclusion: Evidence from Africa - by J.P. Koning and S.J.E. van der Laan (2016) in the Journal of Financial Services Research

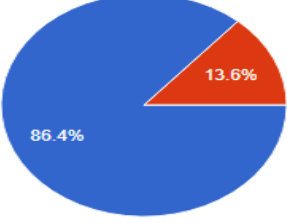
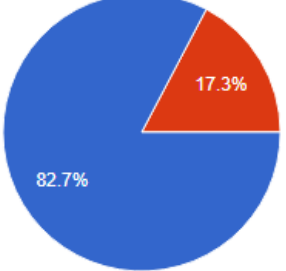
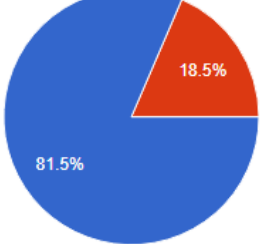
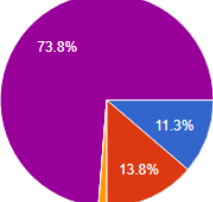
- S.K. Srivastava and S.K. Srivastava - (2010) Journal of Insurance and Risk Management, 2010
- International Journal of Bank Marketing, 2016, Vol. 34 Issue: 6, pp.723-747 - M.E. Solanki and M.K. Saini(2016)
- Agus.F.S. Hidayanto and Dewi.A. Wijayanti - (2019) Journal of Insurance Issues, 2019, Vol. 42, Issue 2, pp.104-127
- Rakesh Jain and Rajendra Dua (2013) Journal of Services Research, 2013, Vol. 13, No. 2, pp. 69-84 –
- Hamdi, Zahraa Salih; Ben Salem, Rihab Bedoui. Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry. 2021, Vol. 12 Issue 9, p4097-4106. 10p.
- Choudhury, Mousumi; Singh, Ranjit. Journal of the Insurance Institute of India. Apr-Jun2015, Vol. 2 Issue 4, p55-61. 7p. , Database: Business Source Complete.
- Caroline Banton, 2022
<https://www.investopedia.com/terms/b/bancassurance.asp>

استبيان لدراسة مدى المعرفة بمفهوم التأمين المصرفي

التأمين المصرفي وأثره على الشمول التأميني والمالي – الإستبيان على 85 شخص من مختلف القطاعات

الإجابة	السؤال
	الاسم (اختياري)
	العمر
	طبيعة العمل
<p> ● دبلوم ● بكالوريوس ● ماجستير ● دكتوراه ● غير ذلك </p>	المستوى العلمي
<p> ● نعم ● لا </p>	هل سبق لك وسمعت عن التأمين المصرفي؟
<p> ● نعم ● لا </p>	هل تعتقد بأن شراء منتجات التأمين من أولوياتك
<p> ● نعم ● لا </p>	هل سبق لك وقمت بشراء المنتجات التأمينية من خلال البنوك؟
<p> ● شركات التأمين مباشرة ● من خلال البنوك </p>	هل تفضل شراء المنتجات التأمينية من شركات التأمين أم من خلال البنوك؟

 <p>● نعم ● لا ● ربما</p>	<p>هل تعتقد بأن شراء التأمين من خلال البنوك يزيد من ادارة امورك المالية بشكل أكبر وأكثر كفاءة؟</p>
 <p>● نعم ● لا</p>	<p>هل تعتقد بأن خدمة التأمين المصرفي تساعد على تقديم خدمات مالية متكاملة بدمج الخدمات التأمينية والخدمات المصرفية ضمن مؤسسة مالية واحدة؟</p>
 <p>● نعم ● لا</p>	<p>هل تعتقد بأن شراء المنتجات التأمينية من أحد البنوك يزيد من اطمئنانك وسرعة التعويض في حال حدوث مطالبة؟</p>
 <p>● نعم ● لا</p>	<p>هل تفضل التعامل مع البنوك التي تقوم ببيع الخدمات التأمينية؟</p>
 <p>● نعم ● لا</p>	<p>هل تعتقد أن التأمين المصرفي قد زاد من توافر منتجات التأمين في مجتمعك؟</p>
 <p>● نعم ● لا ● لم يسبق لي وأن كنت بشراء المنتجات التأمينية من خلال البنوك</p>	<p>هل واجهت أية مشكلات من خلال شرائك للمنتجات التأمينية من البنك الذي تتعامل معه؟</p>

 <p>نعم لا</p>	<p>هل تعتقد بأن التأمين المصرفي يساعد في الوصول الى اكبر فئة من المجتمعات ويزيد من وعيهم بالمنتجات التأمينية بشكل عام؟</p>
 <p>نعم لا</p>	<p>هل تعتقد بأن شراء المنتجات التأمينية من خلال البنك الذي تتعامل معه يزيد من ثقتك بشركة التأمين الذي يتعامل معها البنك؟</p>
 <p>نعم لا</p>	<p>هل تعتقد بأن التأمين المصرفي يزيد من ولاء العملاء بتقديم وسيلة سهلة ومريحة لشراء منتجات التأمين؟</p>
 <p> جيد جدا جيد مقبول ضئيل لم يسبق لي وأن كنت بشراء المنتجات التأمينية من خلال البنك الذي تتعامل معه </p>	<p>كيف تقيّم مستوى رضاك عن المنتجات التأمينية التي يقدمها البنك الذي تتعامل معه؟</p>
	<p>بتجربتك للتأمين المصرفي هل لديك اية اقتراحات تعمل على تحسين هذه التجربة؟</p>

مع كل الشكر والإحترام والتقدير