



رقمنة التأمين المصرفي كمدخل لتعزيز الشمول التأميني في الجزائر

Digitization of bancassurance as an input to enhance insurance inclusion in Algeria

فلاق صليحة

سعيدى صبيرة*

جامعة حسيبة بن بوعللي، الجزائر

جامعة حسيبة بن بوعللي، الجزائر

s.fellag@univ-chlef.dz

s.saidi@univ-chlef.dz

تاريخ النشر: 2023/08/31

تاريخ القبول: 2023/08/02

تاريخ الإرسال: 2023/06/01

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهمية تفعيل التأمين المصرفي لزيادة مساهمته ودوره في تعزيز الشمول التأميني في الجزائر، وهذا عبر توظيف الرقمنة كآلية دعم للنشاط المالي والتأميني من خلال الدفع الإلكتروني واستعمال الانترنت، واستغلال الوسائط الاجتماعية. ومن خلال عرض التجربة الجزائرية في مجال التأمين المصرفي تم التوصل لكون السلطات الجزائرية تبذل مجهودات كبيرة لتفعيل الشمول المالي من خلال تعزيز فرص الحصول على التمويل والقروض وغيرها من خلال التسهيلات المتعلقة بتوفير الخدمات المالية الرقمية، والتكنولوجيا المالية، إضافة إلى تفعيل خدمات التأمين المصرفي من خلال اتفاقيات الشراكة بين البنوك وشركات التأمين مما سمح للبنوك بتوزيع منتجات التأمين على الحياة وأتاح تعميمها، كما تمكنت شركات التأمين رفقة البنوك من الوصول إلى أكبر شريحة من العملاء، الأمر الذي سيسمح بتعزيز الشمول التأميني بالجزائر.

الكلمات المفتاحية: التأمين المصرفي؛ الرقمنة؛ الدفع الإلكتروني؛ الشمول التأميني؛ الشمول المالي.

Abstract:

This study aims to highlight the importance of activating bancassurance to increase its contribution and role in enhancing insurance coverage in Algeria, and this is by employing digitization as a support mechanism for financial and insurance activity through electronic payment, internet use, and social media exploitation.

By presenting the Algerian experience in the field of bancassurance, it was concluded that the Algerian authorities are making great efforts to activate financial inclusion by enhancing access to financing, loans, and others through facilities related to the provision of digital financial services and financial technology, in addition to activating bancassurance services through agreements Partnership between banks and insurance companies, which allowed banks to distribute life insurance products and allow them to be circulated, and insurance companies, along with banks, were able to reach the largest segment of customers, which will allow the promotion of insurance inclusion. in Algeria.

Key Words: bancassurance; digitization; electronic payment; insurance inclusion.; Financial inclusion.

JEL Classification: G22; L24; O32

*مرسل المقال: سعيدى صبيرة (s.saidi@univ-chlef.dz)



المقدمة:

الشراكة في مجال الخدمات بين البنوك و شركات التأمين من الأمور التي مكنت عملاء البنوك الحصول على منتجات تأمينية ومصرفية من نفس الشباك، وقد عرف هذا النوع من الأنشطة بـ "التأمين المصرفي" كما أطلق على المؤسسة المالية التي تمارسه "بنك التأمين"، وقد عرف هذا النشاط الجديد نمواً وتوسعا سريعاً، حيث ظهرت أولى بوادره في أوروبا في سبعينيات القرن الماضي فقط ولكن سرعان ما انتشر عبر معظم دول العالم، حيث أصبح اليوم هذا النوع من المؤسسات الذي يجمع بين الأنشطة المصرفية والتأمينية يسيطر على السوق المالي في أغلب الدول، وسمح باستقطاب الكثير من الزبائن، وتعتبر الجزائر من الدول التي تبنت شركاتها البنكية والتأمينية منتجات التأمين المصرفي، ووظفتها كآلية لتعزيز الشمول التأميني ودعم التنمية الاقتصادية، وعليه فإن إشكالية هذه الورقة البحثية هي

كالتالي: **ما هي سبل تعزيز رقمنة خدمات التأمين البنكي ودعم الشمول التأميني بالجزائر؟**

أهداف الورقة البحثية: الغرض من إعداد هذه الورقة البحثية هو تحقيق الغايات التالية:

- تبيان مزايا خدمة التأمين البنكي؛
 - إبراز دور الرقمنة في تحسين خدمة صيرفة التأمين وتوسيع قاعدة عملائها، ما يسمح بتعزيز الشمول التأميني؛
 - معرفة مدى تطبيق واستخدام صيرفة التأمين في الجزائر.
- أهمية الورقة البحثية:** تكمن أهميتها في إبراز دور الرقمنة من خلال استعمال التكنولوجيا في تنويع وتسريع عمل شركات التأمين، ما يسمح باستقطاب مختلف فئات المجتمع نحو التأمين والمساهمة في تعزيز الشمول التأميني، وتم التطرق لتجربة الجزائر كنموذج.

أقسام الدراسة: للإلمام بمختلف جوانب الموضوع تم تقسيم هذه الدراسة للأقسام التالية:

- أولاً: التأصيل النظري للتأمين المصرفي وعلاقته بالشمول التأميني؛
- ثانياً: تشخيص واقع التأمين المصرفي والشمول التأميني في الجزائر؛
- ثالثاً: آليات رقمنة التأمين المصرفي لتفعيل الشمول المالي في الجزائر.

I. التأصيل النظري للتأمين المصرفي وعلاقته بالشمول التأميني:

1. التأمين المصرفي توجه استراتيجي لنشر الخدمة التأمينية:

شهد التأمين المصرفي انتشاراً كبيراً كونه يدمج النشاط التأميني في النظام التسويقي للبنوك، مما يسمح لها بتوزيع منتجات تأمينية قريبة من نشاطها، وفيما يلي عرض للتأصيل النظري للتأمين المصرفي وعلاقته بالشمول التأميني .

1.1. دوافع خلق صيرفة التأمين:

صيرفة التأمين نوع من الوساطة القائمة على توفير منتجات التأمين عبر قنوات توزيع مشتركة تجمع بين زبائن المصارف وزبائن شركات التأمين، وهذا على أساس المزايا والأهداف التي يسعى كل طرف لتحقيقها، حيث يتم التعاقد بين شركات التأمين وشبكات فروع المصارف التي تعمل في القطاع المصرفي من أجل الاستفادة من فروعها



لتسويق وثائق التأمين، وعليه فالبنك هو بمثابة وكيل ينوب عن شركات التأمين في بيع منتجاتها (علي شاكرو فائزة، 2014، صفحة 15). وهو أيضا أداة مهمة لتوزيع المنتجات المالية (Daniel, 1995, p. 109). ويعرف Alan Leach التأمين المصرفي أو كما يطلق عليه أيضا بنك التأمين بأنه: "مشاركة البنوك وبنوك التوفير ومقرضي الرهن العقاري في تصنيع وتسويق وتوزيع منتجات التأمين" (Alan, 2001, p. 2). ومحفزات التعاون بين البنوك وشركات التأمين تتمثل في (علي شاكرو فائزة، 2014، صفحة 17):

- توفير شمولية الخدمة للزبون مما يمكنه من إجراء مختلف عملياته في مكان واحد؛
- توسيع قاعدة الزبائن عن طريق استقطاب قطاعي المصارف وشركات التأمين زبائن القطاع الأخر؛
- زيادة الربحية لدى المصارف عن طريق زيادة العمولات الناتجة عن النشاط التأميني في ظل تقلص هوامش الفوائد؛
- تعزيز النمو عن طريق التوسع في أسواق جديدة؛
- وجود وسائل عدة ومتنوعة لدى المصارف لتسويق الخدمات التأمينية مثل شبكة الفروع، أجهزة الصراف الآلي، مواقع الانترنت، كشوف الحساب وغيرها.

2.1 آليات عمل صيرفة التأمين:

تبنى إستراتيجية مشتركة بين البنوك وشركات التأمين لتحسين وتطوير الخدمات التأمينية المقدمة عبر القنوات البنكية، وتمكين شركات التأمين من رفع تنافسيتها، نشر خدماتها، توسيع قاعدة عملائها وتنوع أنشطتها يتم عبر الإجراءات المتبعة لتسيير عمل هذه الشراكة، وتتجسد آليات عمل بنك التأمين كالتالي (علي شاكرو فائزة، 2014، صفحة 18):

- تتعاون شركات التأمين مع المصارف في التأمين على حياة الزبائن الذين يحصلون على قرض ائتماني، بحيث تلتزم شركات التأمين بسداد أقساط القروض في حالة وفاة المقترض؛
- المصارف بالتعاون مع شركات التأمين تقوم بالإيداع الثابت مع الخدمات التأمينية، وهذا عبر الجمع بين نظام الودائع وخدمات التأمين، وعبره يتم دفع أقساط التأمين كلها أو جزء منها مع الفائدة التي يتم احتسابها من الوديعة البنكية، والتي تقوم من جانبها بتغطية أخطار معينة يجدها الزبون؛
- المصارف رفقة شركات التأمين تهدف لخدمة موازنة الأسر بما يحقق دخل ثابت للأسر عن طريق الأقساط التي يتم دفعها بشكل منتظم من قبل المؤمن له كأقساط للمصرف، ومن ثم تدفع له وفق التزامات وتواريخ محددة؛
- اتخاذ المصارف شكل الشركة القابضة المصرفية، وأصل هذه الشركات يعود إلى فكرة تنوع أنشطة المصارف للتقليل من المخاطر، وقد أصبح هناك اهتمام واسع النطاق لمعرفة مدى تأثير تحرير نشاط الشركات القابضة المصرفية على درجة المخاطر المرتبطة بالمصرف.

3.1 مزايا التأمين المصرفي:

ممارسة التأمين المصرفي لتسويق الخدمات التأمينية يندرج في خانة الشراكات التي توصف بمبدأ رايح رايح لكل الأطراف المشاركة في هذا النوع من الشراكة.



الجدول رقم (1): مزايا التأمين المصرفي

المزايا بالنسبة للبنك	
01	توسيع شبكة الخدمات المالية التي تقدمها البنوك واستقطاب عملاء جدد.
02	خدمة بيع المنتجات التأمينية عبر البنوك وفروعها تعد وسيلة إضافية لزيادة دخل البنك.
03	كسب ثقة العملاء وزيادة درجة ولائهم من خلال توفير خدمة شاملة يحصلون عليها من البنك دون الحاجة للتوجه إلى شركة التأمين أو وكلائها.
04	تصميم منتجات مصرفية تأمينية جديدة لتلبية حاجات الزبون.
05	استفادات المصارف من قدرتها على منح القروض للترويج لمنتجات التأمين عند إعطاء القرض.
المزايا بالنسبة لشركات التأمين	
01	الاستفادة من مختلف القنوات التي تملكها البنوك وهذا يقلل من اعتمادها على الوكلاء التقليديين وتقليل مصاريفها المتعلقة بالاتصال والتنسيق في العمل مع هؤلاء الوكلاء.
02	تطوير منتجات مالية جديدة يستحسنها العملاء، وتكون أكثر كفاءة وجودة.
03	التخفيض من حالات عدم التأكد والتأثير في تكرار وحجم الخطورة عن طريق توفير المعلومات الكافية عن المؤمن لهم، والذين عادة ما يكونون زبائن لدى المصرف ما يخفض من عامل سوء النية الذي يمثل أهم عائق وخطر بالنسبة لشركات التأمين؛
04	توسيع قاعدة زبائن شركات التأمين بشكل كبير
05	تقييم أفضل للمخاطر باستغلال قواعد بيانات عملاء البنك، لأن المعلومات المتحصل عليها من هذه البيانات ستسمح لشركة التأمين بفهم العملاء وتقييم المخاطر المؤمن عليها بشكل أفضل، إذ تساعد المعرفة الجيدة للوضع المالي والشخصي للعملاء على منع بعض المخاطر.
المزايا بالنسبة للعملاء كما يلي:	
01	تسهيل حصول العملاء على الخدمات المصرفية والتأمينية دون الحاجة لذهاب إلى شركات التأمين.
02	السماح للعميل بالاستفادة من منتجات التأمين بأسعار أفضل.

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المصادر التالية:

* حمول طارق، بودي عبد الصمد: الصيرفة التأمينية كتوجه استراتيجي لرفع جودة خدمات التأمين-التجربة الجزائرية-، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، المجلد 3، العدد 3، سنة 2018، ص: 56.

* صيرفة التأمين، هيئة الإشراف على التأمين، الجمهورية العربية السورية بتاريخ: 2 ديسمبر 2018، متاح على الموقع : <http://www.sisc.sy>، تم الاطلاع بتاريخ: 2021/11/02.

* Hamoul tarik, kassoul sofiane, analyse du contexte global de la bancassurance en algerie etude comparative , revue des études économiques approfondir ,n 04/2017, p p :12-13

* ابوجديع فاروق، معتوق محمد عمار: التأمين عبر المصارف، رسالة ماجستير إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2009م، ص: 7



4.1. نماذج بنك التأمين:

استخدام فروع المصارف وشبكات المبيعات لتطوير مبيعات منتجات التأمين يمكن أن يعتمد على عدة نماذج لتقديمها، والمبينة كالتالي:

- **اتفاقية التوزيع:** أبسط أشكال صيرفة التأمين، كون المصرف هو من يقوم بدور الوكيل أو الوسيط في توزيع المنتجات لشركة التأمين وفق تعاون تجاري بين الطرفين مقابل عمولة. (Teunissen, 2008, p. 3) وتتيح هذه الاتفاقية الوصول إلى أكبر عدد من عملاء الشريك الثاني، وتقوم البنوك باستغلال قوة المبيعات لشبكتها لتسويق منتجات معينة لشركة التأمين، والتي تتولى فيما بعد إدارة ومراقبة العقود المباعة بمجرد توقيع اتفاقية التوزيع.
 - **المشاريع المشتركة:** يمكن لكلا الطرفين إقامة مشروع مشترك بحيث يمكن للمصرف أن يقوم بإنشاء شركة ملكية مشتركة بينه وبين شركة التأمين أو عدة شركات تأمينية من خلال المساهمة في رأس المال وتحمل المسؤولية المشتركة للإدارة، وعادة ما تأخذ شركات التأمين مسؤولية مراقبة وإدارة المخاطر في حين يكون المصرف مسؤولاً عن عملية التوزيع، ويتحصل كل منهما على حصته النسبية من العوائد والأرباح والخسارة.
 - **التحالف الاستراتيجي:** عبارة عن عقود بسيطة أو مركبة تتعدد أشكالها وتتسم بالمرونة وعدم الدقة، ترم اختياريًا بين البنوك وشركات التأمين لفترات مختلفة لتحقيق أهداف قصيرة أو إستراتيجية مالية أو غير مالية قابلة للتطوير باستمرار بهدف تحقيق منافع متبادلة بين أطراف هذا التحالف (مرقاش و وييري، 2016، صفحة 68).
 - **الاندماج:** هو اتحاد بين المصارف وشركات التأمين في عملية التوزيع في شكل مؤسسة واحدة.
 - **التكامل:** يتم هذا النموذج من خلال الجمع بين المنتجات التأمينية والخدمات المصرفية عبر إنشاء شركة فرعية تقدم خدمات مالية متكاملة (Alain & Michel, 2004, p. 49). وهذا التكامل يمكن أن يكون فعالاً في توليد التآزر التشغيلي وتجنب بعض الصراعات المتعلقة بثقافة الشركة وإستراتيجيتها.
- وبالنظر إلى تنوع النماذج فعلى كل من البنوك وشركات التأمين اختيار إطار التعاون الذي يتلاءم وسياساتها في التسيير وتقديم أفضل خدمة للعملاء.



الجدول رقم (2): النماذج الرئيسية لصيرفة التأمين حول العالم

الدول التي فيها النموذج أكثر	العيوب	المزايا	الوصف	
الوم أ، ألمانيا، المملكة المتحدة، اليابان، كوريا الجنوبية.	-افتقار المرونة لبعث منتجات جديدة -اختلاف الثقافة بين المؤسساتين.	- تبدأ العمليات بسرعة. - عدم الحاجة لرأسمال مستثمر. - نموذج غير مكلف .	يلعب البنك دور الوسيط لشركة التأمين.	التفاقية التوزيع
ايطاليا، اسبانيا، البرتغال، كوريا الجنوبية.	صعوبة التسيير على المدى الطويل.	انتقال الخبرات.	يعقد البنك شراكة مع شركة تأمين واحدة أو أكثر.	المشروع المشترك
فرنسا، اسبانيا، بلجيكا، المملكة المتحدة، ايرلندا.	استثمار كبير.	نفس الثقافة لدى المؤسساتين.	خلق إضافة جديدة.	الاندماج الكامل

Source: Marjorie chevalier ; Carole Launay et Bérange Mainguy, la situation de la Bancassurance dans le monde ; Focus est une publication du Groupe SCOR ; Paris ; France ; Octobre 2005 ; p: 05

2. عموميات حول الشمول التأميني:

1.2. تعريف الشمول التأميني:

تتعدد تعاريف الشمول التأميني نورد أهمها فيما يلي:

- التأمين الشامل يهدف لسد فجوة الحماية للعملاء الناشئين وتبيان فرص السوق والتحديات المرتبطة بتوسيع التغطية لشرائح العملاء المحرومة، وجهود شركات التأمين والبنوك في جميع أنحاء العالم لمساعدتهم على إدارة المخاطر المالية وتخفيفها، وهذا يتوافق والشمول المالي في توفير وخلق العديد من الأساليب المختلفة للوصول إلى السكان غير المخدمين أو المحرومين من الخدمات المالية، أو الضعفاء ذوي الدخل المنخفض في الأسواق الناشئة وتمكينهم من الحصول على منتجات تأمينية مناسبة وبأسعار معقولة (Center for Financial Inclusion at Action and Institute of International Finance , 2018, p. 6)

- الشمول التأميني هو قيام شركات التأمين تطبيق مبدأ الشمول المالي عبر زيادة الوعي التأميني الذي يحتاج إلى دعم وزيادة تعريف المواطنين به، وتنوع المنتجات التأمينية بما يتناسب مع جميع شرائح المجتمع وبصفة خاصة المشروعات



الإنتاجية والخدمية والعمل على الترويج لهذه المنتجات، إضافة إلى توفير خدمات تأمينية أكثر جذبا للطبقات الفقيرة جدا (فزاع، 2018).

بشكل عام فإن الشمول التأميني يعني توفير التأمين للعملاء ذوي الدخل المنخفض بطريقة ماثلة لتلك المتوفرة في التأمين التقليدي أو أكثر، وهذا بتوظيف التكنولوجيا المالية لتحسين نفاذ الخدمات التأمينية تجاه العملاء والتواصل الجيد معهم لفهم مختلف احتياجاتهم، وهذا بقيادة شركات التأمين التي تقوم بالأعمال الإدارية لتحصيل الأقساط وتسوية المطالبات بالنسبة للعملاء في أسفل الهرم الاقتصادي، بالإضافة إلى التواصل معهم في مناطقهم السكنية النائية ومراعاة مستوياتهم التعليمية.

والخدمة الفعالة لسوق التأمين المستهدف لتعزيز الشمول التأميني تكمن في:

- تبسيط المنتجات التأمينية بحيث يسهل فهمها ويسهل الحصول عليها، بحيث تعمل هذه المنتجات البسيطة على بناء الثقة بين شركة التأمين والزبون بأقل تكلفة ممكنة؛
- الاستفادة من القنوات الرقمية وابتكارات تكنولوجيا التأمين للتواصل مع العملاء خاصة ذوي الدخل المنخفض؛
- تنفيذ نماذج أعمال ومنتجات جديدة لتقديم وإدارة حلول تخفيف المخاطر واسعة النطاق، والتي تلي احتياجات العملاء ذوي الدخل المنخفض.

2.2. أبعاد الشمول التأميني ومؤشرات قياسه:

باعتبار الشمول المالي في بداية ظهوره ارتبط بالقطاع المصرفي أولاً، فإن الأبعاد والمؤشرات التي تم وضعها لقياس الشمول المالي تتعلق بالنشاط الخاص بالبنوك، وفيما بعد انتقل مفهوم الشمول المالي ليشمل بقية القطاعات المالية والتي منها التأمين (الشمول التأميني)، أين قامت معظم الدول بتحديد أبعاد و مؤشرات خاصة بالتأمين، ويعتبر مؤشر الإستراتيجية الوطنية لشمول المالي "NFIS" من خلال أبعاده المتمثلة في (الجودة، الاستخدام، الوصول) أداة مهمة لقياس مستوى استخدام الأفراد البالغين والمنظمات للخدمات التأمينية، وفيما يلي عرض أبعاد ومؤشرات قياس الشمول التأميني (Inclusive Insurance in National Financial Inclusion Strategies Survey, 2018, p. 24):



الجدول رقم (3): أبعاد الشمول المالي ومؤشرات قياسه

المؤشرات قياسه	البعد
<ul style="list-style-type: none"> - عدد الوكلاء لكل 10000 من البالغين؛ - المسافة التي تمكن من الوصول إلى نقاط تقديم الخدمة. 	الوصول للخدمات التأمينية
<ul style="list-style-type: none"> - نسبة التغطية التأمينية للبالغين والمنظمات، - عدد بوليصات التأمين، - أقساط التأمين المرتبطة بالنتائج المحلي الإجمالي، - أقساط التأمين المرتبطة بالأفراد. 	استخدام الخدمات التأمينية
<ul style="list-style-type: none"> - نسبة من تكاليف المطالبات بالنسبة إلى أقساط التأمين. 	جودة الخدمات التأمينية

Source :Inclusive Insurance in National Financial Inclusion Strategies Survey, Report, 2018, p: 24.

3.2. تأثير التأمين المصرفي على الاقتصاد والشمول التأميني:

يجب أن يتكيف التأمين المصرفي مع حقائق وخصوصيات كل بلد من أجل تحقيق النتائج المتوقعة منه، فالبنوك وشركات التأمين جزء من الاقتصاد وهي تؤثر وتتأثر بالعوامل الاقتصادية، وتحقيق التكامل بين القطاعات الاقتصادية المختلفة هو إحدى بوابات تحقيق الشمول المالي، والموضحة في النقاط التالية:

- مشاركة البنوك في توزيع منتجات التأمين على الحياة أتاح تعميمها وتغيير نظرة بعض العملاء الذين كانوا ينظرون في السابق إلى التأمين على الحياة كموضوع محظور ويتعارض مع القناعات الدينية، وتمكنت شركات التأمين رفقة البنوك من ابتكار منتجات تأمين على الحياة كان الطلب عليها شبه معدوم، وقد تحقق ذلك من خلال القيمة الجوهرية للمنتجات نفسها وجودة شبكة التوزيع المصرفية من ناحية أخرى، وبهذا أنشأت البنوك سوقاً حقيقياً للتأمين على الحياة لم يكن موجوداً من قبل، فالبنوك لم تأخذ حصتها في السوق من شركات التأمين التقليدية، بل على العكس من ذلك أوجدت طلباً حقيقياً على منتجاتها، وبالتالي سوقاً حقيقياً للتأمين على الحياة.

- التأمين المصرفي أتاح الحفاظ على فرص العمل وإمكانية الاستفادة بشكل أفضل من الموارد البشرية للبنك من خلال بيع منتجات التأمين .

- إشراك البنوك في سوق التأمين ساهم في تحسين كفاءة العمل والخدمات، الأمر الذي أدى بمختلف الفاعلين في السوق التأميني نحو السعي إلى مراقبة أفضل للتكلفة واستغلال المزايا النسبية لبعضهم البعض.

4.2. تحديات تحقيق الشمول التأميني:

يواجه تحقيق الشمول التأميني عدة تحديات تتمثل أبرزها فيما يلي (بنك الكويت الدولي ، 2015، الصفحات

:17-16)



- الكثير من الشرائح في المجتمع لا تحوز على الأموال الكافية لشراء المنتجات التأمينية، ونقص الخدمات التأمينية المبتكرة والبسيطة، الأمر الذي ينتج عنه عدم توسيع قاعدة الشمول التأميني خاصة في الدول ذات مستويات الشمول المالي المتدنية؛

- نظرة أفراد المجتمع وخاص ذوي الدخل المنخفض لعدم الحاجة للخدمات التأمينية بمختلف أنواعها؛
نقص أتمتة الخدمات التأمينية وعزوف الكثير من فئات المجتمع عن الخدمات التأمينية المقدمة ضمن النظام المالي الرسمي بسبب بعد وكالات التأمين وكذا مكاتب البريد وأيضا قلة الوكالات البنكية التي تقدم خدمة التأمين المصرفي.. الخ، ما يزيد من تكاليف المنتجات التأمينية ويحتم على الجهات التنظيمية خاصة في البلدان ذات مستويات الدخل المتدنية البحث عن الحلول التي تمكن من تجاوز هذا الإشكال المتعلق ببعد المسافة وارتفاع التكاليف.

- عدم تطور البنية التحتية للقطاع المالي للبلدان النامية بالقدر الذي يكفل زيادة فرص النفاذ للخدمات المالية، وافتقار الكثير منها لوجود المقومات الأساسية التي تمكن من زيادة فرص النفاذ لهذه الخدمات.

- تدني مستويات التنافسية بين شركات التأمين وبطء تطورها، بالإضافة لغياب تصنيف مالي وقانوني محدد لمؤسسات التمويل متناهي الصغر، ما أدى إلى تقليل الشفافية في نشاط قطاع التمويل المصغر المتمثل في التأمين المصغر وتقييد قدرته على تعبئة الموارد المالية اللازمة لعملياته المختلفة.

II . تشخيص واقع سوق التأمين المصرفي والشمول التأميني في الجزائر

1. شركات التأمين في الجزائر:

عدد شركات التأمين الناشطة في السوق الجزائرية لسنة 2021 هي 24 شركة، تتخصص في تأمينات الأضرار وتأمينات الحياة، وهذا وفقا لما جاء به القانون 06-04 المعدل والمتمم للقانون 95-07 بفصل تأمينات الأضرار عن تأمينات الأشخاص بغية ترقية ونشر خدمة تأمينات الأشخاص بشكل أكبر وجعلها وعاء ادخاري يجذب أموال المؤمن لهم ويدفعهم نحو شراء الخدمات المالية لرفع من نسبة الادخار الوطني. وبيان شركات التأمين العاملة في الجزائر هو كالتالي:

1.1. شركات التأمين على الأضرار:

ويبلغ عددها ثلاثة عشرة (13) شركة، منها أربع (4) شركات عمومية، ستة (6) شركات خاصة، تعاضيتين وشركة واحدة مختلطة.

2.1. شركات التأمين على الأشخاص:

ويبلغ عدد شركات تأمينات الأشخاص ثمانية (08) شركات، منها شركتين اثنتين (2) عموميتين، شركتين اثنتين (2) خاصة، شركة واحدة (1) تعاضدية وثلاثة (3) شركات مختلطة.

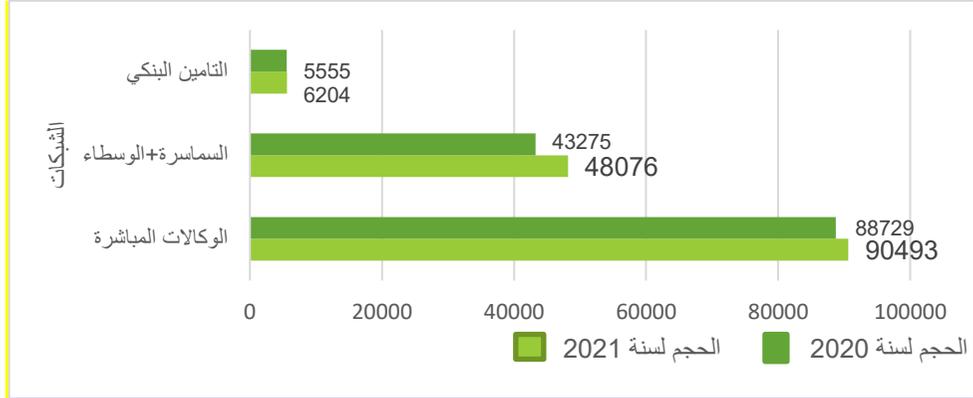


بالإضافة إلى: الشركة المركزية لإعادة التأمين (CCR)؛ الشركة الجزائرية للتأمين و ضمان الصادرات (CAGEX)؛ شركة ضمان القرض العقاري (CGCI).

2. تطور التأمين المصرفي:

يبلغ حجم الإنتاج الخاص بشركات التأمين 144773 مليون دينار جزائري، الشكل الموالي يوضح حجم إنتاج شبكة الوسطاء. لسنة 2020 وسنة 2021 .

الشكل رقم (1): حجم إنتاج شبكة الوسطاء في الجزائر لسنة 2021



المصدر: التقرير السنوي لنشاط التأمين بالجزائر لسنة 2021

وعن رقم الأعمال المحقق من طرف شركات التأمين فهو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم (4): رقم الأعمال الخاص بالتأمين البنكي حسب الشركات (الوحدة: مليون دج) .

التغيير 2021/2020		سنة 2021		سنة 2020		شركة التأمين
النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	النسبة	المبلغ	
3%	15	8%	481	8%	467	SAA
48%	4	0%	14	0%	9	CAAR
13%	10	1%	81	1%	71	AXA Dommage
100%-	5-	0%	0	0%	5	TRUST
6%-	24-	6%	347	7%	371	SAPS
22%	113	10%	615	9%	502	Caarama assurance
9%	264	50%	3 109	51%	2 845	-CARDIF EL
4%-	17-	6%	389	7%	406	AXA Vie
33%	290	19%	1 168	16%	878	AGLIC
12%	649	100%	62046	100%	5555	المجموع

المصدر: التقرير السنوي لنشاط التأمين بالجزائر لسنة 2021



من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا بأن التأمين المصرفي سجل زيادة بنسبة تقدر بـ 12٪ سنة 2021 بحيث انتقل الإنتاج بعد مروره عبر الشبكة المصرفية من 5.5 مليار دينار جزائري في عام 2020 إلى 6.2 مليار دينار في عام 2021. ويرجع ذلك لزيادة اتفاقيات الشراكة بين البنوك وشركات التأمين والتي نوضحها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (5): اتفاقيات الشراكة المتعلقة بصيرفة التأمين في الجزائر

البنوك	شركات التأمين	
BADR /BDL	SAA	تأمينات الأضرار
TRUST Bank	TRUST Assurance	
CPA	CAAR	
BNA /BEA	CAAT	
CPA /BEA	CAAR	
BEA /BNP	AXA	
SGA	Alliance assurance	
EL BARAKA Bank	SALAMA Assurance	تأمينات الأشخاص
BNA/ BDL /BADR	AMANA (SAPS)	
BNA	AGLIC	
CNEP/BNP Paribas	CARDIF	
SGA/AGB	AXA	
ABC/ BNA /CPA	CAARAMA	

Source: Guemmaz Souhil, La structure institutionnelle de la bancassurance en Algérie: Historique et actualité, Revue Etudes Economiques, Volume: 15/ N°: 02 (2021), p 483

3. الشمول التأميني في الجزائر:

التأمين حلقة محورية في النظام المالي، ولا يمكن تجاهلها في إرساء الشمول المالي، ومؤشر الشمول التأميني رغم غياب الأرقام الخاصة به في قاعدة البيانات الخاصة بالشمول المالي فالجزائر تحصي المؤشرات التالية:

الجدول رقم (6): أرقام مؤشر الشمول التأميني في الجزائر لسنة 2021

مؤشرات قياسه	البعد
- عدد الوكلاء لكل 10000 من البالغين: 0,81 وكالة (*1)	الوصول للخدمات التأمينية
- المسافة التي تمكن من الوصول إلى نقاط تقديم الخدمة: 1319 كلم (*2)	
- أقساط التأمين المرتبطة بالنتائج المحلي الإجمالي: 0,77%	استخدام الخدمات التأمينية
- نسبة من تكاليف المطالبات بالنسبة إلى أقساط التأمين: 0,50	جودة الخدمات التأمينية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على التقرير السنوي لنشاط التأمين لسنة 2021، ومعلومات تم الحصول عليها من مديرية التأمينات.

¹* نم حسابها بناء على الفئة السكانية فوق 15 سنة بالجزائر لسنة 2021 حسب البيانات المتوفرة في الموقع الخاص بالبنك الدولي والمقدرة بـ 14.2 مليون و عدد الوكلاء في قطاع التأمين لسنة 2021 المقدر بـ 1759.



*2 تقدر الكثافة السكانية بـ 18.4 فرد/كلم² والمسافة التي تمكن من الوصول إلى نقاط تقديم الخدمة التأمينية يصحب حسابها بسبب التباين الكبير في التركز السكاني في الشمال والجنوب، وكذا في المناطق الحضرية والأرياف حيث تبلغ مساحة الجزائر 2381741 كلم²، وهي أكبر بلد إفريقيا وعربيا ومتوسطيا، والعاشر عالميا.

ومن خلال الجدول رقم (6) يتضح لنا بأن الشمول التأميني في الجزائر يشهد منحى تصاعدي، وهذا مرده دور السلطات الرقابية على قطاع التأمين وشركات التأمين في جذب الزبون نحو الخدمات التأمينية وتسهيل وصوله لمختلف الخدمات المالية بأقل تكلفة وأسرع وقت ممكن من خلال التأمينات الإجبارية وكذا فتح نوافذ التأمين التكافلي وأيضا زيادة عدد الوكالات المباشر والوكالات البنكية التي توفر شبائيكها خدمة التأمين المصري، بالإضافة لدعم برامج التثقيف المالي وتوظيف التكنولوجيا الحديثة في تقديم وتطوير الخدمات المالية والتأمينية.

III . آليات رقمنة التأمين المصرفي لتفعيل الشمول المالي في الجزائر:

تبذل السلطات الجزائرية مجهودات كبيرة لتفعيل الشمول المالي من خلال تعزيز فرص الحصول على التمويل والقروض وغيرها تتم من خلال التسهيلات المتعلقة بتوفير الخدمات المالية الرقمية، والتكنولوجيا المالية بأسعار معقولة وجودة تتناسب مع انفتاح السوق للاقتصاد الرقمي. فالمراسيم التنفيذية التي أصدرتها الحكومة في عام 2005، 2010، 2015 والتي نصت على استخدام وسائل الدفع القانونية في المعاملات التي تفوق قيمتها 50000 دج، 500000 دج، 1000000 دج (عمار ياسين و شافية، 2020، صفحة 124). كانت خطوة مهمة قامت بها الدولة لمحاربة الاقتصاد الموازي وتسهيل القيام بالمعاملات المالية المختلفة، والتي تبعها قانون المالية لعام 2018 الذي يفرض على أي متعامل اقتصادي يقدم السلع أو الخدمات للمستهلكين وضع تحت تصرف زبائنه موزعات الدفع الإلكتروني لتمكينهم من دفع مبلغ مشترياتهم عن طريق بطاقة الدفع الإلكترونية، ومع استمرار ارتفاع المعاملات الإلكترونية بفضل تغيير سلوك المستهلك الجزائري الذي أضحى يفضل السحب من الموزعات الآلية للأوراق النقدية بزيادة تقدر بـ 114,08% تتأكد أهمية تعميم وسائل الدفع الإلكتروني في كل المعاملات المالية. وعن الأرقام المسجلة في قطاع الدفع الإلكتروني لسنة 2021 والتي مست القطاع المالي الجزائري بكل مؤسساته فهي كالتالي (وكالة الانباء الجزائرية، 2022):

1. البطاقات البنكية:

- استخدام البطاقات البنكية في خدمات التأمين المصرفي سيساهم في رقمنة القطاع وتعزيز الشمول المالي، ولقد بلغ العدد الإجمالي للبطاقات البنكية: 1530403 بطاقة. موزعة كما يلي:
- عدد البطاقات الخاصة بالمؤسسات (corporates): 82671 بطاقة.
 - عدد بطاقات التوفير: 1155211 بطاقة.
 - عدد البطاقات الذهبية: 8841339 بطاقة.
 - عدد البطاقات المزودة بخدمة الدفع عبر الانترنت: 10248097 بطاقة.
 - عدد البطاقات المحمية بخدمة كلمة المرور لمرة واحدة (OTP) : 9661293.



- نسبة البطاقات المؤمنة: 94%.

2. الدفع عبر الانترنت:

تقنية الدفع عبر الانترنت تعتبر ركيزة مهمة لرقمنة التأمين المصرفي ودفع أقساطه مما يعزز الشمول المالي ولقد بلغ عدد التجار الالكترونيين الذين انظموا إلى منصة الدفع عبر الانترنت 152 (+114,08%).

- عدد المعاملات المقبولة باستعمال البطاقات البنكية عبر الانترنت: 7821346 (+70,25%).

- قيمة المعاملات التي تمت عبر الانترنت: 11176475535,68 (+106,07%).

- متوسط عدد معاملات التجار الالكترونيين في اليوم: 141.

متوسط قيمة معاملات التجار الالكترونيين في اليوم: 201450,53

3. السحب من الموزعات الآلية للأوراق النقدية:

وتتمثل في:

- عدد أجهزة الحظيرة الوطنية لشبابيك الموزعات الآلية للأوراق النقدية: 3053 (+0,76%).

- نسبة مساهمة البنوك في حظيرة الموزعات الآلية للأوراق النقدية: 1646 (54%).

- نسبة مساهمة بريد الجزائر في حظيرة الموزعات الآلية للأوراق النقدية: 1407 (46%).

- عدد عمليات السحب من الموزعات الآلية باستعمال البطاقات البنكية: 87722789 (+50,15%).

- قيمة عمليات السحب من الموزعات الآلية باستعمال البطاقات البنكية: 1728937064000 دج (+61,13%).

4. أهمية الدفع الالكتروني في رقمنة التأمين المصرفي:

وسائل الدفع الالكتروني أصبحت مهمة في تنشيط التجارة الالكترونية، فهي تعمل على تسهيل وتبسيط دفع مستحقات الحصول على مختلف السلع والخدمات التي من بينها الخدمة التأمينية، بالإضافة لمحاربة ظاهرة اكتناز الأموال وتقليل عمليات السرقة والاحتيال التي تكون في المعاملات النقدية الورقية. وكل هذه المزايا التي توفرها وسائل الدفع الالكتروني كان لها الأثر الايجابي لتحسين حياة الأفراد والمؤسسات عبر اختصار الوقت، والحد من تكلفة التنقل والانتظار لسحب الأموال وتسديد قيمة المشتريات والخدمات والتحويلات وهذا ما يجعل من الدفع الالكتروني حلقة محورية في بناء مستقبل التأمين الرقمي وتنشيط حركية نقل وانتقال الأموال في إطار الاقتصاد الرسمي. فالمزايا التي يحققها الدفع الالكتروني لمختلف الأطراف المستفيدة من هذه التكنولوجيا يمكن توضيحها من خلال الشكل التالي:



الشكل رقم (2): مزايا الدفع الالكتروني.

بالنسبة للاقتصاد	بالنسبة للمؤمن	بالنسبة للمؤمن له
<ul style="list-style-type: none"> الدول التي تحتضن شركات التكنولوجيا المصدرة لهذه الوسائل تحيي مداخيل معتبرة عن طريق الضرائب على ارباح الشركات التقليل من اثار الاقتصاد الموازي و التقليل من التسرب النقدي تخفيض نفقات البنوك المركزية في اصدار النقود الورقية 	<ul style="list-style-type: none"> الحصول على بعض الامتيازات الضريبية كسب المزيد من العملاء وتكثيف نقاط بيع الخدمة التامينية و عليه تعزيز الشمول المالي توفير التكاليف مقارنة مع الوسائل التقليدية 	<ul style="list-style-type: none"> سهولة الاستعمال؛ توفير الجهد والوقت؛ توفير خاصية الامان مقارنة؛ بالنقود الورقية الحد من استعمال الاوراق والايصالات؛ تجنب مخاطر التزوير؛ السرية، حيث يعتمد استخدامها على ارقام سرية خاصة بالمستخدم.

المصدر: لعلاوي نواري، حماني عبد الرؤوف، مساهمة الدفع الالكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر البطاقة الذهبية لبريد الجزائر أنموذجا، مجلة المشكاة في الاقتصاد التنمية والقانون، المجلد5، العدد12، سنة2020، ص ص: 46-47.

وشركات التأمين كمثيلاهما من المؤسسات المالية الناشطة بالجزائر وفرت لزيائنها خدمة الدفع الالكتروني لبيع وثائقها التأمينية، وهذا استجابة لمتطلبات الانصهار في البيئة الرقمية، وقد تم على مدار السنوات تعميم استخدام الدفع الالكتروني في شركات التأمين الجزائرية في وكالاتها المباشرة ووكالاتها العامين، وكذا في وكالات البنوك التي تمارس صيرفة التأمين، بالإضافة إلى الدفع الالكتروني عبر الانترنت، وفي البدء تم اعتماد حل الدفع الإلكتروني من قبل أربعة (4) شركات تأمين في البداية من أصل 24 في السوق، وتقدم هذه الخدمة الجديدة علناً لحاملي بطاقات ما بين البنوك (CIB) و Edahabia d'Algérie Poste، وهذه الشركات هي: شركة Amana، Caarama و Macir vie المتخصصين في تأمينات الأشخاص وشركة تأمين أضرار واحدة هي caar. (Mehdi, 2018, p. 20)

ونفذت شركتي caar و caat العمليات الأولى لتكوين محطات الدفع الإلكترونية على مستوى الفروع التجارية في 2015 و cash و saa سنة2016، وتملك كل من شركة gig algeria، و gam وأليانس لتأمينات النظام الإلكتروني محطة الدفع (TPE) وهي جهاز إلكتروني يسمح للتجار الذين يمتلكونها بقبول الدفع مقابل مشتريات العملاء عن طريق الدفع بالبطاقة المصرفية (Mehdi, 2018, p. 22). وهذا زاد من جودة الخدمات المقدمة للعملاء بتقليل مخاطر ضياع الأموال واستعمال الأوراق النقدية المزورة.



5. استخدام الوسائط الاجتماعية:

مع دخول الشبكات الاجتماعية على الويب، حدثت ثورة في نظام المعلومات والاتصالات بأكمله في العديد من المجالات، وأصبحت هذه الشبكات الاجتماعية التي تتفوق على الوسائط التقليدية أفضل الطرق المختصرة للوصول إلى العملاء واكتساب أفضل المهارات.

ومستقبل التأمين على الإنترنت تعززه الشبكات الاجتماعية، فامتلاك موقع على شبكة الإنترنت لا يكفي لنشر إستراتيجية اتصالات وتسويق رقمي، بل يجب عليهم الاستثمار في الشبكات الاجتماعية واستغلالها بالشكل الأمثل لتقرب من الزبائن (Mahdi, 2018, p. 11).

والجزائريون حريصون على استعمال الشبكات الاجتماعية، ووفقا للتقرير الرقمي للجزائر لسنة 2021 المتعلقة بعدد المستخدمين الناشطين للشبكات الاجتماعية فهي مبنية على النحو التالي (الشروق أونلاين، 2021):

- الفيس بوك: 23 مليون مشترك في الجزائر، 62% من المشتركين هم رجال والنساء يمثلن نسبة 38%؛
- منصة تويتر: تحصي الجزائر أكثر من نصف مليون مشترك 90,5% ذكور و9,5% إناث؛
- منصة انستغرام: لديها حوالي 6,8 مليون مشترك 55,9% و44,1% إناث؛
- منصة سناب شات: تحصي 5 ملايين مستخدم جزائري منهم 54,1% إناث و40,7% ذكور.

والتحول العالمي إلى عالم رقمي بسرعة فائقة دفع شركات التأمين الجزائرية كنظيراتها العالمية إلى عدم تجاهل هذه الأدوات الرقمية، حيث تستخدم 16 شركة تأمين شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، بمعنى أكثر من نصف الشركات العاملة في قطاع التأمين (24/16-66.66%) ولها حضور على الشبكات الاجتماعية، والشبكات الأكثر شيوعاً بين شركات التأمين الوطنية مرتبة كما يلي: Facebook (24/16-66,66%)، LinkedIn (24/11-45,83%)، Twitter (24/9-37,54%)، YouTube (33,33-24/8) Instagram (24/3-12,5%)

الخاتمة:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع استخلصنا مجموعة من النتائج والتوصيات نوردتها فيما يلي:

نتائج الدراسة: نوردتها فيما يلي:

- تعتبر صيرفة التأمين نوع من الوساطة القائمة على توفير منتجات التأمين عبر قنوات توزيع مشتركة تجمع بين زبائن المصارف وزبائن شركات التأمين، مما يساهم في توسيع قاعدة الزبائن عن طريق استقطاب قطاعي المصارف وشركات التأمين زبائن القطاع الأخر؛
- تبذل السلطات الجزائرية مجهودات كبيرة لتفعيل الشمول المالي من خلال تعزيز فرص الحصول على التمويل والقروض وغيرها من خلال التسهيلات المتعلقة بتوفير الخدمات المالية الرقمية، والتكنولوجيا المالية بأسعار معقولة مما يساهم تطبيقها في خدمات التأمين المصري في دعم الشمول المالي؛



- يقصد بالشمول التأميني توفير التأمين للعملاء ذوي الدخل المنخفض بطريقة مماثلة لتلك المتوفرة في التأمين التقليدي أو أكثر، وهذا بتوظيف التكنولوجيا المالية لتحسين نفاذ الخدمات التأمينية للعملاء؛
- مشاركة البنوك في توزيع منتجات التأمين على الحياة أتاح تعميمها وتغيير نظرة بعض العملاء الذين كانوا ينظرون في السابق إلى التأمين على الحياة يتعارض مع القناعات الدينية، كما تمكنت شركات التأمين رفقة البنوك من الوصول إلى أكبر شريحة من العملاء؛
- تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في تنشيط التجارة الإلكترونية، فهي تعمل على تسهيل وتبسيط دفع مستحقات الحصول على مختلف الخدمات التي من بينها الخدمة التأمينية، بالإضافة لمحاربة ظاهرة اكتناز الأموال مما يدعم الشمول المالي.

توصيات الدراسة: على ضوء النتائج المتوصل إليها نقدم التوصيات التالية:

- ضرورة تكوين يد عاملة تجمع بين النشاط التأميني والمصرفي؛
- الاستفادة من تجارب الدول في مجال رقمنة خدمات التأمين المصرفي ودعم الشمول المالي والتأميني؛
- بذل الجهود اللازمة لنشر الوعي التأميني بأهمية استخدام كافة الوسائل الرقمية لتسوية خدمات التأمين المصرفي؛
- ضرورة العمل على فتح تخصصات للتكوين في مجال التأمين المصرفي.

قائمة المراجع:

- Alain, B., & Michel, L. (2004). La Bancassurance Stratégie et Perspectives en France et en Europe. Paris, france: Edition d'organisation.
- Alan, L. (2001). cité dans Bancassurance in Practice. Munich Re Group .
- center for financial inclusion at action and institute of international finance . (2018). inclusive-insurance:closing the protection gap for emerging customers .
- Daniel, J. p. (1995). les enjeux de la bancassurance (Vol. 2eme édition). paris, France: édition de Verneui.
- Inclusive Insurance in National Financial Inclusion Stratégies Survey. (2018). Inclusive Insurance in National Financial Inclusion Stratégies Survey.
- Mahdi, c. (2018). hormis facebook largement investi . utilisation symbolique des réseaux sociaux. revue de l'assurance (22), p. 11.
- Mehdi, c. (2018). deux ans après son lancement officiel la solution a-paiement est adopte par seulement du sociétés d'assurance. revue de l'assurance (22), p. 20.
- Teunissen, M. (2008, July 1). Bancassurance: Tapping into the Banking Strength. the Geneva paperson Risk & Insurance , 33 (3).
- الشروق أونلاين. (2021). تاريخ الاسترداد 2 1 , 2022، من www.echoroukonline.com .
- اوسيايف عمار ياسين، و شاوي شافية. (2020). الشمول المالي في الجزائر: الواقع، المعوقات والحلول. مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية (97)، صفحة 124.



- بنك الكويت الدولي . (2015). الشمول المالي في دولة الكويت، الاهمية والواقع ومقارنة لمؤشرات الشمول المالي لدولة الكويت ودول الاقليم.
- رانيا فزاع. (21 فيفري, 2018). ما أبرز المنتجات التأمينية الداعمة للشمول المالي؟ <https://www.youm7.com> تاريخ الاسترداد 10 أكتوبر, 2021.
- سميرة مرفاش، و رابح وبيري. (2016). التحالفات الإستراتيجية بين شركات التأمين والبنوك، رؤية إستراتيجية لتطوير الصناعة التأمينية بالجزائر. مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية ، 8 (16)، صفحة 68.
- محمود علي شاكور، و عبد الكريم محمد فائزة. (2014). واقع صيرفة التأمين ودوره في تطوير خدمة التأمين. مجلة دراسات محاسبية ومالية ، 9 (27)، صفحة 15.
- وكالة الانباء الجزائرية. (5 فيفري, 2022). ارتفاع بنسبة 20 بالمئة في عدد البطاقات البنكية المتداولة خلال 2021. www.aps.dz تاريخ الاسترداد 1 جويلية, 2022.