

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

العنوان:

واقع صيرفة التأمين في البنوك التجارية دراسة حالة الجزائر

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

إشراف الأستاذ:
سمير محي الدين

إعداد الطالبين:
➤ نصيرة بولمناخر
➤ صيرينة درويش

السنة الجامعية 2021-2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و تقدير



"رجب أوزمعي أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه"

الآية 19 من سورة النحل

نتوجه بالشكر إلى المولى عز وجل الذي أنار دربنا ومكننا بفضل

من إتمام هذا العمل المتواضع؛

نتقدم بالشكر وعظيم الامتنان إلى كل من مدنا يد العون للإنجاز

هذا البحث سواء من قريب أو بعيد ونخص بالذكر؛

السيد الدكتور الأستاذ المشرف "محي الدين سمير"

على قبوله تأطير هذه المذكرة، وعلى توجيهاته ونصائحه السديدة التي

ساهمت إلى حد كبير في إخراج هذا العمل؛

كما نوجه الشكر إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة

لقبولهم مناقشة وتقييم هذا العمل؛

إلى كل موظفي وعمال كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

بجامعة تاسوست جيبل.

لكم منا جميعا أجمل عبارات الشكر والتقدير



إهداء

إختلقت دموع فرحتي بتخرجي وحزني بوادع أحبتي في غمضة عين مرت أيامنا
وها نحن اليوم نجني قطافنا ونودع أحبتنا والمكان الذي ضمنا هذه هي سنة الحياة
بالأمس إلتقينا واليوم افترقنا ولكن فرحنا بتخرجنا ينسينا ألمانا
أهدي تخرجي إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة حب إلى من حصد الأشواك عن
دربي ليمهد لي طريق العلم إلى الغالي أبي حسين والغالية أمي حبيبة حفظهما الله ورعاهم.
إلى كل أفراد عائلتي كبيرا وصغيرا وعلى رأسهم الغالي صهيب، رسيم و شهد.
إلى كل روح شاركتني بدعائها وحبها ودعمها وعلى رأسهم أستاذتي الغالية فاطمة مكبو
والغالية سعيدة لفويلي .
إلى كل صديقاتي وعلى رأسهم فاطمة وسعيدة وسلمى ورشيدة وحياة وحبيبة.

نصيرة



إلى من أبصرت بها طريق حياتي واستمدت منها قوتي
واعتزازي بذاتي إلى ينبوع العطاء
المتفاني مدى عمري والدي الغالية أمد الله في عمرها.
إلى من سعي وشقي لأنعم بالراحة والهناء الذي لم يبخل بشئ من أجل دفعي في طريق
النجاح الذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر إلى والدي العزيز حفظه الله.
إلى زوجي الغالي الذي ساندني وشجعني لاتمام دراستي و إلى ولدي يعقوب
حفظهم الله وأطال عمرهم
إلى اخواني وأخواتي الذين شاركوني طفولتي وأحبوني بصدق وإخلاص، إلى جميع
صديقاتي وكل من ساندني في انجار هذا العمل.

صبرينة

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الشكر
-	الإهداء
-	فهرس المحتويات
-	فهرس الجداول
-	فهرس الأشكال
أ - ث	المقدمة العامة
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي حول البنوك التجارية	
06	تمهيد
07	المبحث الأول: ماهية البنوك التجارية
07	المطلب الأول: نشأة البنوك التجارية وتطورها
08	المطلب الثاني: مفهوم البنوك التجارية
10	المطلب الثالث : أهمية وأهداف البنوك التجارية
11	المطلب الرابع: وظائف البنوك التجارية
13	المبحث الثاني: تصنيفات البنوك التجارية مصادرها واستخداماتها
13	المطلب الأول: تصنيفات البنوك التجارية
15	المطلب الثاني: موارد البنوك التجارية
17	المطلب الثالث: استخدامات البنوك التجارية
19	المبحث الثالث: هيكل ومنتجات البنوك التجارية ومزيجها التسويقي
19	المطلب الأول: الهيكل التنظيمي للبنوك التجارية
21	المطلب الثاني: منتجات البنوك التجارية
24	المطلب الثالث: المزيج التسويقي للبنوك التجارية
29	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين	
31	تمهيد
32	المبحث الأول: عموميات حول التأمين
32	المطلب الأول: نشأة ومفهوم التأمين
34	المطلب الثاني: عناصر وأهمية التأمين

37	المطلب الثالث: أنواع التأمين
40	المبحث الثاني: ماهية صيرفة التأمين
40	المطلب الأول: نشأة صيرفة التأمين
41	المطلب الثاني: مفهوم وعوامل صيرفة التأمين
42	المطلب الثالث: أهمية صيرفة التأمين
44	المبحث الثالث: متطلبات ونماذج صيرفة التأمين والمزايا والعيوب المترتبة عنها
44	المطلب الأول: متطلبات نجاح صيرفة التأمين
49	المطلب الثاني: النماذج الاستراتيجية لصيرفة التأمين
51	المطلب الثالث: الخدمات المتبادلة بين شركات التأمين والبنوك
53	المطلب الرابع: مزايا وعيوب صيرفة التأمين
56	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لواقع صيرفة التأمين في الجزائر 2015 - 2019	
58	تمهيد
59	المبحث الأول: تطور النظام المصرفي الجزائري
59	المطلب الأول: نشأة النظام المصرفي الجزائري
62	المطلب الثاني: مكونات النظام المصرفي الجزائري
65	المطلب الثالث: أداء البنوك التجارية (2014-2018)
67	المبحث الثاني: تطور صيرفة التأمين في الجزائر
67	المطلب الأول: الإطار القانوني لصيرفة التأمين في الجزائر
69	المطلب الثاني: شركات التأمين في الجزائر والاتفاقيات المبرمة مع البنوك
73	المطلب الثالث: منتجات صيرفة التأمين في البنوك التجارية الجزائرية
76	المبحث الثالث: دراسة تطبيقية لصيرفة التأمين في الجزائر
76	المطلب الأول: حجم أداء صيرفة التأمين في البنوك التجارية
83	المطلب الثاني: تحليل آثار صيرفة التأمين على البنوك التجارية
87	خلاصة الفصل
89	خاتمة
92	قائمة المراجع
-	الملخص

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
65	نسب سيولة القطاع المصرفي (2014-2018)	01
66	القروض الموزعة حسب الآجال (2014-2018)	02
66	الودائع المجمعة من طرف المصارف (2014-2018)	03
76	تطور قنوات توزيع التأمين على الأشخاص في الجزائر (2015-2019)	04
78	تطور معدل كثافة التأمين وكثافة التأمين على الأشخاص في الجزائر خلال (2011-2020)	05
80	التأمين على الأضرار خلال الفترة (2015-2020)	06
81	توزيع إنتاج قطاع التأمين حسب الشركات العمومية والخاصة والتعاضدية والشركات المختلطة في الجزائر خلال (2015-2020)	07
83	التأمينات على الأشخاص	08
84	تأمين الأضرار	09
86	حجم التأمينات	10

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
20	الهيكل التنظيمي للبنوك التجارية	01
25	العوامل المؤثرة على سياسة الخدمات المصرفية للبنك	02
42	إمكانيات واختيارات بيع الخدمات المصرفية للبنك	03
48	العوامل داخلية والخارجية لنجاح البنك	04
51	أهم النماذج الإستراتيجية لصيرفة التأمين	05
65	تطور الأصول السائلة للقطاع المصرفي (2018/2014)	06
77	نسب تطور قنوات توزيع التأمين على الأشخاص في الجزائر خلال (2019\2015)	07
79	تطور رقم تطور رقم الأعمال تأمين الأشخاص في الجزائر خلال الفترة (2019\2011)	08
83	قيم تأمين الأشخاص عبر القنوات الأربعة	09
85	قيم تأمين الأضرار للقنوات الأربعة	10
86	قيم حجم التأمين عبر أربع قنوات	11

المقدمة العامة

المقدمة العامة

يعتبر القطاع المالي من أهم القطاعات الاقتصادية في كل دولة لما له من أهمية بالغة على الاقتصاد، حيث شهد هذا القطاع في السنوات الأخيرة مجموعة من التحولات الجذرية، إذ تمثلت أهم هذه التحولات والتطورات في التي شهدتها الساحة المالية والمعرفية على مستوى النظام المعرفي مما زاد من حدث المنافسة، هذا ما جعل الشراكة بين البنوك وشركات التأمين والتعاون فيما بينهم من أجل تقديم خدمات مالية حديثة النشأة تعود بالنفع على الاقتصاد الوطني وتزيد من تطور البلاد وعليه فان هذه الشراكة تنتج عنها ما يعرف بصيرفة التأمين.

وكان أول ظهور لها في أوروبا وهذا النضج سوق التأمين الأوروبي الذي يتميز بجودة وقدرة تنافسية عالية، لتنتشر في ما بعد في باقي أنحاء دول العالم لكن بنسب مختلفة، إذ تبقى الدول المتقدمة هي الأولى في استخدام هذه الصناعة وتحقيق نمو وتقدم عالي فيها، أما في الدول الضعيفة فهي مازالت تحاول التحسين والتطور فيها، ومن بين هذه الدول الجزائر، إذ تستعمل صيرفة التأمين بشكل ضعيف مقارنة بالدول الأخرى، تعتبر صناعة صيرفة التأمين في الجزائر حديثة النشأة. وعليه سنحاول من خلال موضوعنا هذا التطرق إلى دراسة حالة الجزائر هذه الصناعة ومدى تطورها من خلال دراسة حجم صيرفة التأمين في السوق الجزائري.

أولاً- إشكالية الدراسة

وبناء على ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

➤ ما مدى تطور صيرفة التأمين في الجزائر؟ وكيف ساهمت في تطوير السوق الجزائري؟

ويتدرج تحت هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

➤ هل ساهمت صيرفة التأمين في توسيع نشاط البنوك وشركات التأمين؟

➤ هل هناك تحديات تواجهها صيرفة التأمين في الجزائر؟

➤ ما هي متطلبات نجاح صيرفة التأمين في الجزائر؟

ثانياً- فرضيات الدراسة

من خلال التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية يمكن وضع مجموعة من الفرضيات :

➤ تساهم صيرفة التأمين في توسيع نشاط شركات التأمين والوصول لشريحة أوسع من العملاء بأقل تكلفة.

➤ هناك تحديات تواجهها صيرفة التأمين حيث تعتبر البيئة التشريعية أهم عائق أمام توسيع وتطوير نشاط صيرفة التأمين في الجزائر.

➤ يمكن لصيرفة التأمين في الجزائر أن تساهم في النهوض بفرع على الحياة من خلال توسيع الاكتتاب في عقود التأمين وبشكل خاص التأمين على الحياة.

ثالثا- أهمية الدراسة

وتتمثل أهمية الدراسة في:

تبرز أهمية الموضوع كون هذا القطاع الذي تناولته الدراسة والمتمثل في القطاع البنكي وقطاع التأمين من أهم قطاعات الاقتصاد الوطني، كما تؤدي صيرفة التأمين دورا هاما في توزيع المنتج التأميني عبر القنوات المصرفية للوصول الى شريحة جديدة من العملاء بتكلفة أقل، وهو ما يساهم في زيادة رقم أعمال قطاع التأمين في الجزائر.

رابعا- أهداف الدراسة

- التعرف على أهمية صيرفة التأمين بالنسبة لشركات التأمين من جهة والبنوك من جهة أخرى.
- معرفة العوامل التي تؤدي إلى نجاح صيرفة التأمين في الجزائر.
- التعرف على الاستراتيجيات لصيرفة التأمين وايجابياتها.
- تحديد مساهمة صيرفة التأمين في سوق التأمين الجزائري

خامسا- منهج الدراسة

مسايرة لطبيعة الموضوع وللإجابة عن الإشكالية الرئيسية المطروحة، تطلبت الدراسة اعتمادنا على العديد من المناهج، فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي في وصف ظاهرة صيرفة التأمين، والفرق بينها وبين أنواع أخرى من أنواع قنوات التوزيع للمنتج التأميني من خلال المسح المكتبي. كما اعتمدنا على المنهج التحليلي في الدراسة التطبيقية من خلال تحليل الإحصائيات والجداول والأشكال والنسب والبيانات.

سادسا- أسباب اختيار الموضوع

الأسباب الموضوعية:

- إعطاء مفهوم واسع حول صيرفة التأمين ودورها في المؤسسات البنكية والتأمينية.

الأسباب الذاتية:

- الميول الشخصي في دراسة موضوع صيرفة التأمين.

- الاهتمام بهذا الموضوع لنقص الدراسات فيه.

سابعا- حدود الدراسة

سنتناول في هذه الدراسة بالاستناد إلى المعطيات التي تخص قطاع التأمين والقطاع المصرفي وستشمل الدراسة آخر الأرقام والإحصائيات، بالنسبة للإطار المكاني فسوف نقوم بدراسة واقع صيرفة التأمين في الجزائر، أما الاطار الزمني فستكون الدراسة من سنة 2015 إلى 2019.

ثامنا - الدراسات السابقة

قمنا بالاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة أثناء انجازنا لموضوع تخرجنا هذا وقد تمثلت هذه الدراسات في :

أ- دراسات باللغة العربية

1. فريد بن بوزيد، "التأمين عبر القنوات المصرفية"، مجلة التأمين العربي، الإتحاد العام العربي للتأمين، العدد 26، 1995: حيث هدفت هذه الدراسة الى ابراز أثر صيرفة التأمين على أسواق التأمين العربية والوطنية وطبيعة النماذج المطبقة في دول المغرب العربي وتوصل هنا الباحث الى أن المغرب كانت سباقة في تطبيق صيرفة التأمين في الدول المغاربية وأن عملية توزيع منتجاتها التأمينية عبر البنوك قد يحمل في طياته خطر بروز الجانب التجاري على حساب نوعية المنتج.

2. حمول طارق، "أهمية صيرفة التأمين في تطوير السوق التأمينية، حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2016:

حيث هدفت هذه الدراسة الى التعرف على صيرفة التأمين كأحد توجهات الحديثة للبنوك وشركات التأمين وإبراز مدى مساهمتها في تطوير سوق التأمين وقد استنتج الباحث مجموعة من الاستنتاجات أهمها أن التأمين في الجزائر لا يزال ضعيف وذلك راجع إلى عدة أسباب أهمها غياب ثقافة التأمين، وضعف المنافسة على مستوى السوق المصرفية والتأمينية، ونقص الخبرة وثقافة الرجال الاقتصاديين.

3. أسماء حدباوي، دور قنوات توزيع التأمين في النهوض بفرع التأمين على الأشخاص في الجزائر خلال الفترة (2011-2020)، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2022:

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور قنوات توزيع التأمين في تطوير وتوسيع نشاط التأمينات الأشخاص بشكل خاص القنوات الحديثة، حيث أن عملية توزيع منتجات التأمين واختيار القناة الأنسب يمكن شركات التأمين من الوصول إلى شريحة أوسع من العملاء وبالتالي زيادة وتطوير إنتاجها.

ب- الدراسات باللغة الأجنبية

1. دراسة " Mark teunissen, bancassurance: tapping into the banking strength, the " : geneva,papers on risk and insurance, volume33,july 2008

حيث هنا قام الباحث من خلال هذه الدراسة بتقديم صورة حول صيرفة التأمين كقناة توزيع لمنتجات التأمين والايجابيات التي تعود بها على شركات التأمينية و البنوك، وسلط الباحث الضوء على بعض الدول الأوروبية.

2. دراسة " Sresha, efficiency gains of bancassurance insurance companies, prespective, " :intevnational journal of research,vol 1,may 2014

قام الباحث هنا بدراسة واقع انتشار التغطية التأمينية في الهند حيث تبين أن 70% من سكان المناطق الريفية في الهند لا تصلهم التغطية التأمينية، وتوصل الباحث إلى أن معدل الاختراق للتأمين على الحياة بالمناطق الريفية في الهند يمكن أن يتحسن إذا اعتمدت شركات التأمين على صيرفة التأمين لكن في ظل قطاع تأمين فعال.

تاسعا - خطة الدراسة

تقتضي الدراسة تقسيم هذا البحث إلى ثلاث فصول تسبقها مقدمة وتليها خاتمة البحث، حيث يتناول **الفصل الأول** إطار مفاهيمي حول البنوك التجارية، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث، يتناول المبحث الأول ماهية البنوك التجارية، والمبحث الثاني تصنيفات البنوك التجارية مصادرها واستخداماتها، أما المبحث الثالث فتناولنا فيه هيكل ومنتجات البنوك التجارية ومزيجها التسويقي. وبالنسبة **للفصل الثاني** فيتضمن الإطار المفاهيمي لصيرفة التأمين حيث تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول يتناول عموميات حول التأمين، أما المبحث الثاني فتطرقتنا فيه إلى ماهية صيرفة التأمين، أما المبحث الثالث متطلبات نجاح صيرفة التأمين ونماذجها الاستراتيجية وأهم الخدمات المتبادلة بين شركات التأمين والبنوك. أما **الفصل الثالث** فتناولنا فيه ثلاث مباحث المبحث الأول تطور النظام المصرفي الجزائري والمبحث الثاني تطور صيرفة التأمين في الجزائر وأخيرا المبحث الثالث الدراسة التطبيقية حيث تناولنا فيه حجم أداء صيرفة التأمين في البنوك التجارية وتحليل اثارها.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للبنوك التجارية

المبحث الأول: ماهية البنوك التجارية

المبحث الثاني: تصنيف وموارد البنوك التجارية واستخداماتها

المبحث الثالث: هيكل ومنتجات البنوك التجارية ومزيجها التسويقي

تمهيد

تعتبر البنوك على اختلاف أشكالها وأنواعها الدعامة الأساسية لأي جهاز مصرفي وطريقة حول الخوض في مجال النظم المصرفي الذي يشمل كل المؤسسات المصرفية وما تحمله من شتى الأنظمة والقوانين السارية المفعول والبنوك التجارية على وجه الخصوص، وهي ركيزة جد مهمة لسير النشاط الاقتصادي لدولة ما مهما كانت الإعتبارات التي تحملها في جعبتها.

لذلك كان بروز البنوك مقترن بأدوار التي يقوم بها والمتمثلة في الكثير من الوظائف منها ما هو تقليدي والتي ظهرت في العهود الأولى لنشأة البنوك، ومنه ما هو حديث والتي تطورت مع تطور النظام المصرفي من جهة وتطور البنوك من جهة أخرى.

يعتبر البنك التجاري أحد ركائز التي يتركز نشاطها على قبول الودائع ومنح الإئتمان، فالبنك التجاري بهذا المفهوم يعتبر وسيطا بين أولئك الذين لديهم أموال فائضة، وأولئك الذين يحتاجون لهذه الأموال، ويعد البنك التجاري أهم الوسطاء الماليين في الاقتصاد.

ولدراسة أعمق وأشمل لما تم ذكره ارتأينا تقسيم الفصل الأول إلى ثلاث مباحث رئيسية، حيث عالجتنا في المبحث الأول مفاهيم أساسية حول البنوك التجارية، وفي المبحث الثاني تصنيف البنوك التجارية، مواردها واستخداماتها، أما المبحث الثالث فقد تطرقنا فيه إلى الهيكل التنظيمي للبنك التجاري، منتجاته ومزيجها التسويقي.

المبحث الأول : ماهية البنوك التجارية

لقد احتلت البنوك منذ فترة طويلة أهمية بالغة في مختلف المنظومات الاقتصادية، وتزداد أهميتها من وقت لآخر مع التطورات الهامة التي تطرأ على اقتصاديات الدول، خاصة أنها تقوم بتزويد المشاريع والقطاعات المختلفة والاقتصاديات بشكل عام بالتمويل اللازم لمواكبة التطور السريع الذي يميز العصر.

المطلب الأول : نشأة وتطور البنوك التجارية¹

كلمة بنك هي مشتقة من كلمة 'بانكو' الإيطالية والتي تعني المصطبة ويقصد بها المنضدة التي يقف عليها الصراف لتحويل العملة في مدينة البندقية، وهي كلمة مشتقة من اللغة اللاتينية القديمة التي يعود أصلها إلى سيدنا عيسى عليه السلام في القدس.

تشير الدراسات التاريخية في هذا المجال إلى أن فكرة البنوك بدأت بالظهور في القرنين الأول والثاني بعد الميلاد، فبعد ظهور مشاكل نظام المقايضة كان سك النقود يمثل حلا جيدا، إلا أن هذه النقود كانت ثمينة (ذهب أو فضة)، مما أوجب على مالكيها البحث عن وسائل جديدة لحفظها، فكان الصاغة هم الجهة الأمانة التي تستطيع القيام بهذه المهمة بسبب وسائل الحماية الموجودة لديهم في ذلك الوقت .

وفي الفترة من القرن الخامس عشر إلى القرن السابع عشر صار الصاغة يصدرن شهادات ملكية يتعهد بموجبها الصائغ لحامل الشهادة بأنه يمكن استبدال هذه الشهادات عند الطلب (الورقة النقدية) بجنيهاً ذهبية تساوي القيمة المكتوبة فيها. فنشأة البنوك وبرزت من خلال تطور نشاط الصيارفة الذين كانوا يقبلون الودائع (النقود الثمينة) مقابل إيصالات أو شهادات إيداع بمبلغ الوديعة ويحصلون مقابل ذلك على عمولة. وتدرجياً لاحظ هؤلاء الصيارفة أن الإيصالات أخذت تلقى قبولا عاما في التداول وفاء لبعض الإلتزامات أي تلعب دور النقود في الوفاء باللتزامات وأن أصحاب هذه الودائع لا يتقدمون لسحب وداائعهم دفعة واحدة، لذلك فكر هذا الأخير في استثمارها من خلال إقراضها للمحتاجين مقابل فائدة معينة مع علمه بأنه مجبر على إعادة الودائع لأصحابها. وعندها ازداد الطلب على القروض وجد الصاغة أنفسهم أمام إمكانية استخدام الأموال المودعة لديهم للأسباب التالية :

- أن المودع لا يهتم سوى الحصول على أمواله عند الطلب .
- أن الفترات التي كان يغيبها كثير من المودعين تعتبر طويلة نسبياً.
- أن احتمال عودة هؤلاء المودعين مع وسحبهم لأموالهم معاً أمر مستحيل .
- أن هناك من يودع يومياً فيعوض المسحوبات اليومية مما يحافظ على المستوى العام للودائع لدى الصائغ.

¹ حسين محمد سمحان، أسس العمليات المصرفية الإسلامية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013، ص21-23.

الفصل الأول..... الإطار المفاهيمي للبنوك التجارية

➤ ازدياد المنافسة بين الصاغة أدى إلى دفع فوائد لأصحاب الودائع ، فبعد أن كان الغرض من عملية الإيداع هو حفظ المادة الثمينة من السرقة والضياع أصبح المودع يتطلع إلى الحصول على فائدة ، لذلك تطورت نشاطات البنوك في مجال تلقي الودائع مقابل فائدة . كذلك تقديم القروض بناء على هذه الودائع لقاء فائدة. وعائد الصائغ يتمثل في الفرق بين الفائدة التي يتقاضاها على القروض والفائدة التي يدفعها لأصحاب الودائع.

يشير المؤرخون على أن أول بنك منظم أنشئ في عام 1157م ثم بنك جنوه عام 1170م وبرشلونة عام 1403م وأمستردام عام 1609م وهامبورغ عام 1919م. وكان الهدف من إنشاء هذه البنوك هو تركيز عمليات الودائع والصراف المحلي في بنك واحد يخضع لإشراف الحكومة حماية للمواطنين من تلاعب الصيارفة بالسكوكات.

يقال أن القروض كانت تمنح للتجار والبحارة وملأ الأراضي بفائدة تتراوح بين 6 و 48 بالمائة شهريا، وقد واجهت البنوك هجوما شرسا من رجال الدين في أوروبا في تلك الفترة لأن الربا محرم في النصرانية واليهودية أيضا، إضافة إلى سوء معاملة المصرفيون للفقراء واستغلالهم.

المطلب الثاني: مفهوم البنوك التجارية

أولا- تعريف البنوك التجارية

تعرف البنوك التجارية على أنها البنوك التي تقوم بأعمال الصرافة، والخدمات المصرفية وقبول الودائع، ومنح الإئتمان والقروض لمن يطلبها مقابل تقديم الضمانات اللازمة ودفع الفوائد المحددة المستحقة على القرض. ولهذا نجد أن البنوك التجارية تقوم بدور كبير في تنشيط الحركة الاقتصادية في البلاد، وتوفير الأموال اللازمة للاستثمار واستخدام الأموال بأسلوب منظم وطبقا للأصول المصرفية المعروفة.¹

تعرف البنوك التجارية بأنها المؤسسة التي ينحصر نشاطها في مبادلة تعهداتها بالدفع لدى الطلب، والتي تتمتع بالقبول العام بديون الآخرين سواء كانوا أفرادا، أم مؤسسات أم حكومات.²

يعرف قانون النقد والقرض في مادته 114 البنوك التجارية على أنها (أشخاص معنوية مهمتها العادية والرئيسية إجراء العمليات الموصوفة في المواد من 110 إلى 113 من هذا القانون). وبالرجوع إلى هذه المواد نجد أن البنوك التجارية هي تلك المؤسسات التي تقوم بالعمليات التالية:³

¹ أحمد محمد المصري، إدارة البنوك التجارية والإسلامية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1998، ص35.

² عبد الرحمان العاني قتيبة، التمويل ووظائفه في البنوك الإسلامية والتجارية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2013، ص28.

³ الطاهر لطرش، تقنيات البنوك (دراسة في طرق استخدام النقود من طرف البنوك مع الإشارة إلى تجربة الجزائر)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص202.

1. جمع الودائع من الجمهور .

2. منح القروض .

3. توفير وسائل الدفع اللازمة ووضعها تحت تصرف الزبائن والسهر على إدارتها .

ومن خلال ما سبق نستنتج أن البنوك التجارية هي عبارة عن نوع من أنواع المؤسسات المالية التي يتميز نشاطها بقبول الودائع ومنح الائتمان كما تتميز بقبولها للحسابات الجارية مما يجعلها على استعداد لدفع هذه الودائع إلى أصحابها في أي وقت ودون تماطل مما يجعلها تكسب ثقة الزبائن لها .

ثانياً - خصائص البنوك التجارية

تتميز البنوك التجارية بمجموعة من الخصائص تميزها عن بقية البنوك وهي:

1. البنوك التجارية مؤسسات مالية تقوم على الائتمان حيث تستلم الودائع وتمنح القروض وتحصل في ذلك على فرق الفائدة بين الإقراض والإقراض.¹
2. يغلب على نشاط البنوك التجارية الطابع قصير الأجل سواء من حيث الموارد المتاحة له (الودائع) أو من حيث استخدامات هذه الودائع (القروض والسلفيات).²
3. تساهم البنوك التجارية في إيجاد ودائع جديدة مشتقة من خلال قيام المصرف بعمليات منح القروض والاستثمار في الأوراق المالية.³
4. تمثل الودائع الجارية أحد المصادر المهمة من مصادر أموال البنوك التجارية، وتتميز هذه الودائع بإمكانية السحب عليها بصورة فورية ودون إشعار مسبق.⁴
5. بالنسبة لمبدأ التدرج تعتبر البنوك التجارية مشروعات من الدرجة الثانية في التسلسل الرئاسي للجهاز المصرفي لا يسبقها في ذلك إلا البنك المركزي.⁵
6. كما تتميز البنوك التجارية بتعدد عملياتها وتنوعها، بجانب وظائفها الرئيسية في خلق نقود الودائع والهدف من ذلك هو تحقيق قيام النقود بوظائفها.⁶

¹ عبد القادر خليل، مبادئ الاقتصاد النقدي والمصرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2014، ص114.

² توفيق محب خلة، الاقتصاد النقدي والمصرفي 'دراسة تحليلية للمؤسسات والنظريات'، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2011، ص206.

³ المرجع نفسه، ص206.

⁴ هيل عجمي الجناي، رمزي ياسين ارسلان، النقود والمصارف والنظرية النقدية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص110.

⁵ المرجع نفسه، ص111.

⁶ العطرة عنوش، البنوك التجارية ودورها في تمويل المؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، علوم اقتصادية، الرصد الوطني للأطروحات، 2001،

المطلب الثالث: أهمية وأهداف البنوك التجارية

أولاً- أهمية البنوك التجارية:

لقد أصبحت المصارف التجارية الدعامة الأساسية في بناء الهيكل الاقتصادي للبلد وزادت أهميتها في العصر الحديث حيث تمثلت هذه الأهمية في ما يلي:

1. أصبحت البنوك التجارية تشكل فيما بينها أجهزة فعالة يعتمد عليها في تطوير وتنمية مختلف قطاعات الاقتصاد القومي.
2. تكون المصارف التجارية في مجموعها حلقة تتفاعل معها داخلها شتى نواحي النشاط الاقتصادي وتؤدي دورا هاما في التهيئة لتحقيق التنمية الاقتصادية بشكل متوازن وكفاء.
3. المصارف التجارية تقدم مجموعة من دراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات قبل اتخاذ القرار بالإقراض أو المشاركة في رؤوس الأموال أو تأسيس بعض المشروعات.¹
4. تأتي أهمية البنك التجاري من عدد من الاعتبارات، فالبنك التجاري يعتبر أكبر الوطاء الماليين وأقدمهم.
5. البنوك التجارية من أكثر الوطاء الماليين تأثيرا على الاقتصاد، وذلك لما تقوم به من وظيفة توسيع الائتمان والنقود، الأمر الذي جعل منها هدفا رئيسيا لإجراء السياسة النقدية ومحطا لاهتمام البنك المركزي.
6. تؤدي البنوك التجارية دورا هاما في تنشيط الأسواق المالية، كمستشار وكمستثمر ومسير للاستثمارات المالية.
7. تساهم في حركية التجارة الدولية وتسهل التدفقات النقدية.²

ثانيا: أهداف البنوك التجارية

تسعى البنوك التجارية عند ممارستها لنشاطها إلى تحقيق جملة من الأهداف وهي:

1. **السيولة:**³ وتعني السيولة قدرة البنك التجاري على مواجهة التزاماته بشكل فوري، وذلك من خلال الاحتفاظ بأرصدة نقدية سائلة وبسرعة دون تحقيق خسارة في قيمتها، حيث تستخدم السيولة النقدية في تلبية طلبات المودعين عند السحب على ودائعهم، وعند قيام البنك بمنح الائتمان للحكومة أو للأفراد وعلى ذلك نميز نوعين من السيولة وهما:
أ. **السيولة الحاضرة:** التي تكون من نقود حاضرة في خزائن البنك المركزي وأرصدة نقدية مودعة له.

¹ نصر حمود مزان فهد، أثر السياسات الاقتصادية في أداء المصارف التجارية، دار صفا للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص74،

ص75.

² اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2013 269 270.

³ آسيا محجوب، البنوك التجارية والمنافسة في ظل بيئة مالية معاصرة حالة البنوك الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة
1945 08 .25 2011

الفصل الأول..... الإطار المفاهيمي للبنوك التجارية

ب. السيولة شبه النقدية: التي تتمثل في الإحتياطات الثانوية لدى البنك التجاري كأذون الخزينة وأوراق نقدية لدى البنك المركزي.

2. الربحية:¹ إن الأمر الذي لاشك فيه أن هدف تحقيق الربح وتعظيمه هو أول ما تهتم به البنوك التجارية، لأنه إذا تدهورت أحوال البنك التجاري وحقق خسائر، فإن المساهمين فيه عادة يهربون عند أول فرصة، وذلك ببيع أسهمهم، وربما يتفق أكثر المساهمين ويقومون ببيع البنك إلى أي جهة تستطيع إدارته بشكل أفضل.

3. الأمان:² إن أمان المصرف يعني مدى ثقة إدارة المصرف بأن التسهيلات المصرفية التي تمنح سوف يتم تسديدها في تواريخ استحقاقها المحددة ليتم إقراضها مجدداً أو للحصول على أكبر عائد ممكن.

من أجل ذلك يجب عليها أن تضع قواعد محددة للإقراض تقلل قدر الإمكان مقدار المخاطرة المصرفية الممنوحة، منها مايلي:

أ. سمعة العميل المقترض ومدى انتظامه في الوفاء بالتزاماته (سواء في المصرف نفسه أو اتجاه المتعاملين معه).

ب. مكانة المؤسسة المقترضة في السوق بين المتنافسين.

ج. المركز المالي للمؤسسة وملاءتها ومدى توازن هيكلها المالي.

د. حجم القرض المطلوب ومدى وجود تناسب بينه وبين دخل المقترض وكذا ملائمة للغرض المعلن عنه.

هـ. مدة القرض، فكلما قصرت المدة كلما ساعد ذلك على التقدير الأمثل للمخاطر المحيطة به.

و. الضمانات المقدمة، ومدى ملائمتها إمكانية مراقبتها.

المطلب الرابع: وظائف البنوك التجارية

تقوم المصارف التجارية بدور مهم في النشاط الاقتصادي من خلال الوظائف والخدمات التي تقدمها ولعل أبرز هذه الوظائف هي الوظائف التقليدية القديمة والوظائف الحديثة وهي على النحو التالي:

أولاً- الوظائف التقليدية³

1. قبول الودائع على اختلاف أنواعها.

2. تشغيل موارد البنك على شكل قروض واستثمارات متنوعة مع مراعاة مبدأ التوفيق بين سيولة أصول البنك وربحياتها وأمنها.

3. تحصيل الأوراق التجارية وخصمها.

¹ حسين بني هاني، اقتصاديات النقود والبنوك، دار الكندي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002، ص 207.

² عبد الرزاق بن حبيب، خديجة خالدي، سيات العمل المصرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015، ص 46.

³ محمد عبد الخاق، الإدارة المالية والمصرفية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010، ص 59.

4. التعامل بالأوراق المالية من الأسهم والسندات بيعا وشاء لمحفظتها أو لمصلحة عملائها.
5. المساهمة في إصدار أسهم وسندات شركات المساهمة.
6. تحصيل الشيكات المحلية عن طريق غرفة المقاصة، وصرف الشيكات المسحوبة عليها.
7. تمويل التجارة الخارجية وما يتطلبه ذلك من فتح إتمادات مستندية Documentary Credis استيراد أو تلقيه اعتمادات مستندية تصدير مفتوحة عليه، وهذا الأمر يستلزم من البنك تقديم عدة خدمات وثيقة الصلة بتمويل التجارة الخارجية مثل:¹
 - أ. تحضير وفتح الإتمادات المستندية واستيراد ومراجعة اعتمادات التصدير.
 - ب. تدبير العملة وتحويلها على قوة اعتماد الاستيراد بشتى طرق التحويل الحديثة سواء من خلال الفاكس.
 - ج. العمل على تثبيت أسعار الصرف للعمولات موضوع الإتماد لتجنب مخاطر تقلبات سعر الصرف، وذلك من خلال عقود الصرف الآجلة وهي عن اتفاق بين البنك المحلي وآخر خارجي على السداد المؤجل بسعر ثم تحديده من الآن وهي ما تعرف بعمليات الشراء الآجلة.
 - د. اصدار خطابات الضمان اللازمة بأنواعها إذا ما تطلب الأمر ذلك.

ثانياً- الوظائف الحديثة:²

إدارة أعمال وممتلكات العملاء وتقديم الاستشارات الاقتصادية والمالية لهم من خلال دائرة متخصصة هي Trust Department.

1. تمويل الإسكان الشخصي من خلال الإقراض العقاري، ومما يجدر ذكره أن لكل بنك تجاري سقف محدد للإقراض في هذا المجال يجب أن لا يتجاوزه.
2. المساهمة في خطط التنمية الاقتصادية، وهنا يتجاوز البنك التجاري الإقراض لآجال قصيرة إلى الإقراض لآجال متوسطة وطويلة الأجل نسبياً.

ويضاف إلى هاتين المجموعتين من الوظائف الرئيسية للمصارف التجارية في المجتمعات التي تأخذ مبدأ التخطيط المركزي للإقتصاد (الاقتصاد الموجه) وظائف أخرى وأهمها:

1. **وظيفة التوزيع Distribution:** في المجتمعات ذات التخطيط الاقتصادي المركزي يتم توزيع كافة الأموال اللازمة للإنتاج أو إعادة الإنتاج والمتولدة من مصادر خارجة عن المشروع نفسه عن طريق المصرف، ويتم ذلك عادة بالطرق الإنتمانية، ولا يوجد أي مؤسسة أخرى غير المصارف تزاول هذا النشاط في ظل ذلك النظام.³

¹ توفيق محب خلة، الاقتصاد النقدي والمصرفي دراسة تحليلية للمؤسسات والنظريات، مرجع سابق، ص216.

² عبد الله خالد أمين، العمليات المصرفية والطرق المحاسبية الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الخامسة، الأردن، 2004، ص36.

³ المرجع نفسه، ص37.

2. **وظيفة الرقابة والإشراف Supervision and control**: تتولى المصارف في المجتمعات ذات التخطيط المركزي عملية توجيه الأموال للتأكد من أنها تستخدم فيما رصدت له من أغراض، وللتأكد من مدى ما حققته استخدامها من أهداف محددة مسبقاً للمشروعات التي استخدمتها.¹
3. **وظيفة الدفع Financial ayment**: ويشير هذا الإتجاه إلى المصارف بأنها وسيلة أو أداة لتسديد حسابات الصفقات وتسوية المدفوعات عبر تحويلات البطاقات الائتمانية أو تحويلات المصارف الإلكترونية وغيرها من حركات الأموال والحسابات، وهنا ينقسم نظام المدفوعات إلى: نظام مدفوعات التجزئة ونظام مدفوعات الجملة.²

المبحث الثاني: تصنيفات البنوك التجارية ومصادرها واستخداماتها

تناولنا في هذا المبحث تصنيفات البنوك التجارية من حيث حيز النشاط وحجم النشاط ومن حيث عدد الفروع، كما تطرقنا إلى مصادر البنوك التجارية واستخداماتها.

المطلب الأول: تصنيفات البنوك التجارية

أولاً- من حيث حيز النشاط ومدى تغطيتها للمناطق الجغرافية

وتنقسم إلى:³

1. البنوك التجارية الدولية

ويقصد بها تلك البنوك التي يقع مركزها الرئيسي في العاصمة أو في إحدى المدن الكبرى، وتباشر نشاطها خلال فروع أو مكاتب على مستوى الدولة أو خارجها، وتقوم هذه البنوك بكافة الأعمال التقليدية للبنوك التجارية، وتمنح الإئتمان قصير الأجل ومتوسط الأجل، كذلك فهي تباشر كافة مجالات الصرف الأجنبي وتمويل التجارة الخارجية.

2. البنوك التجارية المحلية

ويقصد بها تلك البنوك التي يقتصر نشاطها على منطقة جغرافية محدودة مثل محافظة معينة أو مدينة أو ولاية أو إقليم محدد. ويقع المركز الرئيسي للبنك والفروع في هذه المنطقة المحددة، وتتميز هذه البنوك بصغر الحجم، وترتبط بالبيئة المحيطة بها وينعكس ذلك على مجموعة من الخدمات المصرفية التي تقوم بتقديمها.

¹ عبد الله خالد أمين، مرجع سابق، ص37.

² ثريا عبد الرحيم الخزرجي، شيرين بدري البارودي، اقتصاد المعرفة، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2012، ص147.

³ ضيف خلاف، البنوك التجارية في تمويل التجارة الخارجية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم التسيير، جامعة أم بواقي، 2015، ص18.

ثانياً - من حيث حجم نشاطها

وتنقسم إلى:¹

1. بنوك الجملة

ويقصد بها تلك البنوك التي تتعامل مع كبار العملاء والنشآت الكبرى.

2. بنوك التجزئة

يقصد بها تلك البنوك التي تتعامل مع صغار العملاء وكذلك المؤسسات المالية الصغرى، لكنها تسعى لاجتذاب أكبر عدد ممكن من هذه المؤسسات، وتتميز هذه البنوك بما تتميز به تجار التجزئة، فهي منتشرة جغرافياً ، وتتعامل بأصغر الوحدات المالية قيمة من خلال خلق المنافع الزمانية والمكانية ومنفعة التملك والتعامل للأفراد، وبذلك فإن التجزئة تسعى إلى توزيع خدمات البنك من خلال المستهلك النهائي.

ثالثاً - من حيث عدد الفروع

وهي بدورها تنقسم إلى:

1. البنوك ذات الفروع:²

وهي تلك التي تشمل فعاليتها عدة مناطق بالدولة، ويكون لها فروع في أكثر المراكز التجارية والصناعية الهامة، وتؤدي هذه البنوك في الواقع دوراً اقتصادياً هاماً، أو تتلقى القسط الأكبر من الودائع، وتقوم بتقديم القسم الأكبر من الاعتماد والتسهيلات.

2. بنوك السلاسل:³

وهي عبارة عن سلسلة من البنوك نشأت نتيجة لنمو حجم البنوك التجارية، وزيادة حجم نشاطها واتساع نطاق أعمالها وتتكون السلسلة من عدة فروع منفصلة عن بعضها إدارياً، ولكن يشرف عليها مركز رئيسي واحد، يقوم برسم السياسات العامة التي تلتزم مختلف وحدات السلسلة بها، كذلك فهو ينسق بين الوحدات وبعضها، ولا يوجد هذا النوع من البنوك التجارية إلا في الولايات المتحدة الأمريكية.

3. بنوك المجموعات:⁴

وهي تأخذ شكل شركة قابضة تدير مجموعة من الشركات التابعة التي تعمل في النشاط المصرفي، حيث تقوم الشركة القابضة بالإشراف على الشركات التابعة وتضع لها السياسات العامة، بينما تترك لها تنفيذ

¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2006، 32.
² البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008، 58، 59.
³ محمد عبد الفتاح الصيرفي، 34.
⁴ المرجع نفسه، ص34.

هذه السياسات بشكل لا مركزي، وتأخذ هذه البنوك طابع احتكاري ولقد انتشرت هذه البنوك في أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية.

4. البنوك الفردية:¹

وهي بنوك صغيرة الحجم نسبياً يملكها أفراد أو شركات أشخاص، ويقتصد عملها في الغالب على منطقة صغيرة وعادة ما تستثمر مواردها في أصول عالية السيولة مثل الأوراق المالية والأوراق التجارية المخصصة، والأصول القابلة للتحويل إلى نقود خلال فترة زمنية قصيرة وبدون خسائر أو بخسائر قليلة، أي هي تحاول دوماً تجنب المخاطر التي لا تقدر على تحملها لصغر حجمها وضآلة إمكانياتها المالية.

المطلب الثاني: موارد البنوك التجارية

ويمثل الإلتزامات أو الخصوم مصادر أموال البنك المتاحة لديه، وهي عبارة عن حقوق الغير لدى البنك ويلتزم بردها عند المطالبة بها، لذلك يطلق عليها الإلتزامات أو المطلوبات.

ويمكن تمييز نوعين أساسيين من الموارد هما:

أولاً- الموارد الذاتية

تشمل هذه المصادر على الأموال التي يتأسس بها البنك، بالإضافة إلى ما يستطيع البنك توليده من خلال نشاطاته وتنقسم إلى:²

أ. رأس المال المدفوع

يستخدمه المصرف في الإعداد ومزاولة النشاط، ويعكس رأس المال المدفوع حجم النشاط المتوقع للمصرف، ويعتبر مؤشراً لدرجة متانة المركز المالي للمصرف، والذي يعكس درجة ثقة المتعاملين معه في المجال المصرفي والمالي، وحالياً تفرض التشريعات المصرفية حد أدنى لرأس المال المدفوع في المصرف، ولا تمنع زيادة رأس المال ولكنها تمنع عادة التعامل بالسحب من رأس المال، إلا في حالة الإفلاس.

ب. المخصصات

فهي أرصدة نقدية يتم تحميلها على إجمالي الأرباح المحققة في نهاية السنة المالية، وذلك لمواجهة الظروف الطارئة التي قد يمر بها المصرف، ومن أمثلة المخصصات: مخصص الديون المشكوك في تحصيلها،

¹ عبد الباقي اسماعيل ابراهيم، 5 البنوك التجارية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015، 142.
² اقتصاديات النقود والمصارف، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، 2002، 147، 148.

الفصل الأول..... الإطار المفاهيمي للبنوك التجارية

ومخصص هبوط أسعار الأوراق المالية بمحفظة الصرف، ومخصص الضرائب الذي يقابل التزاما على المصرف نحو مصلحة الضرائب.

ج. الإحتياطات

هي أرصدة يجنبها المصرف من صافي أرباحه القابلو للتوزيع على المساهمين في رأس ماله، وتتكون هذه الإحتياطات من الإحتياطات القانونية التي يلتزم المصرف بتكوينها بنص القانون، وبعض الإحتياطات الاختيارية التي يقوم المصرف بإرادته بتكوينها لدعم مركزها المالي.

د. الأرباح غير الموزعة

وهي مبالغ يقتطعها المصرف من إجمالي أرباحه بصفة مؤقتة وتعتبر من الموارد المتاحة للإستخدام:

ثانيا- الموارد غير الذاتية

وتشمل الأشكال التالية:

1. الودائع: تمثل الودائع المصدر الرئيسي لموارد البنك التجاري وهي على أنواع¹:

أ. **ودائع جارية:** حيث يلتزم البنك التجاري بأداء وظيفته في تسديد قيمة الودائع ومواجهة سحبيات العملاء على ودائعهم وصرف قيمة الشيكات عند الطلب، وعادة لا يحصل أصحاب هذه الودائع على فائدة.

ب. **ودائع لأجل:** حيث يلتزم البنك التجاري بدفع قيمتها في وقت لاحق عند تاريخ معين، ويحصل أصحاب هذه الودائع على فائدة.

ج. **ودائع بإخطار:** لا يستطيع أصحاب هذه الودائع السحب عليها قبل إعلام البنك التجاري بفترة متفق عليها قبل السحب، ويحصل أصحاب هذه الودائع على فائدة.

د. **ودائع التوفير:** يحتفظ أصحاب هذه الودائع على دفاتر توفير تسجل فيها المبالغ المسحوبة والمبالغ المودعة، ولا يمكن التعرف على رصيد الحساب إلا عند تقديم المودع دفتر التوفير.

2. الالتزامات الأخرى:²

وهي مبالغ قد تكون مستحقة لشركات تابعة أو مستحقات ضريبة لم يتم دفعها أو أرباح أسهم لم توزع بعد أو بعض الالتزامات المترتبة على البنك اتجاه جملة الدائنين في وقت إعداد الميزانية وهي مبالغ ضئيلة جدا بالعادة مقارنة مع مجموع ميزانية البنك.

¹ مجيد ضياء، اقتصاديات النقود والبنوك، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008، ص276، ص277.

² عبد الله خالد أمين، ابراهيم الطراد اسماعيل، ادارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2006،

3. الاقتراض:¹

كما قد تلجأ المصارف إلى الاقتراض من بعضها البعض أو من البنك المركزي لمقابلة احتياجات موسمية أو غير موسمية وعندما تقتصر مواردها الذاتية المتاحة عن تمويل هذه العمليات بالكامل.

ويمكن أن يكون الإقراض بصورة حسابات جارية أو لأجل أو تحت إشعار، وغالبا ما يكون هذا الإقراض بصورة مؤقتة، وتفضل البنوك الإقراض من بعضها البعض ضمن ترتيبات خاصة بدلا من اللجوء للإقراض من البنك المركزي الذي يؤدي دورا رئيسيا في الأنظمة المصرفية الحديثة كملجأ أخير للإقراض.

المطلب الثالث: استخدامات البنوك التجارية

بعد تجميع البنوك التجارية للوارد المالية من صادرها المختلفة، تقوم بتوزيعها على مختلف الاستخدامات، هذه الاستخدامات تختلف من نظام مصرفي لآخر ومن بنك لآخر وفي هذا الإطار هناك جملة عوامل يمكن أن تؤثر على كيفية توزيع هذه الموارد بالنسبة لمختلف الاستخدامات يمكن سردها في مايلي:²

1. اختلاف النظام الاقتصادي والنظام الائتماني، ومدى أهمية النشاط المصرفي في تحريك الفعالية الاقتصادية، ومدى انتشار الوعي المصرفي للمتعاملين من الجمهور والمؤسسات كل ذلك يؤثر على طريقة توزيع الموارد المالية للبنك.
2. التفاوت في الإمكانيات المالية للبنوك وطبيعة النشاط المصرفي، حيث تتأثر طريقة توزيع الموارد المالية حسب حجم الموارد المالية المتاحة وحسب نوع وطبيعة النشاط الاقتصادي الممول.
3. البناء الهيكلي للودائع التي يتلقاها البنك من حيث الآجال ومن حيث السيولة وطبيعتها.
4. مدى تدخل البنك المركزي ونوعية التسهيلات المصرفية الممنوحة.

وعليه يمكن تقسيم استخدامات المصارف التجارية إلى ثلاث مجموعات حسب درجة السيولة وحسب ربحيتها كما يلي:

أولاً- المجموعة الأولى

أصول ذات سيولة تامة وهي خط الدفاع الأول أمام مسحوبات المودعين الجارية وتشمل:³

1. **نقود جاهزة لدى البنك:** حيث يحتفظ المصرف التجاري بكمية كبير من السيولة النقدية من مقود ورقية ومن نقود معدنية لمواجهة طلب المودعين وتسديد قيمة الشيكات المسحوبة على ودائعهم.

¹ عبد الله خالد أمين، ابراهيم الطراد اسماعيل، مرجع سابق، ص 89.

² محود سحنون، الإقتصاد النقدي والمصرفي، بهاء الدين للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، قسنطينة، 2003، ص 78.

³ عبد الرزاق بن حبيب ، خديجة خالدي، أساسيات العمل المصرفي، مرجع سبق ذكره، ص 171، ص 172.

2. الأرصدة النقدية المودعة لدى البنك المركزي: حيث يفرض المصرف المركزي على المصارف التجارية أن تحتفظ بنسبة من ودائعها على شكل سيولة نقدية حاضرة في خزائن البنك المركزي ويحدد البنك المركزي هذه النسبة وفقا لمقتضيات الياسة النقدية، ويطلق على هذه النسبة بسبة الإحتياطي القانوني.

3. ثانيا- المجموعة الثانية

وتكون سيولتها منخفضة نسبيا بالمقارنة مع المجموعة الأولى ويمكن لهذه المجموعة أن تدر ربحا وتشمل:¹

1. أصول نقدية شديدة السيولة: وهي الأصول التي تسيلها بسهولة وتشمل (حسابات لدى البنوك الأخرى، أصول تحت التحصيل،...).
2. الأوراق المالية قصيرة الأجل: مثل أذونات الخزينة ذات السيولة العالية.
3. الأوراق التجارية المخصومة: وهي تمثل قروض قصيرة الأجل لأنها عبارة عن أوراق تجارية قام البنك بخصمها مقابل عمولة عن الفترة المتبقية والواقعة بين تاريخ الخصم وتاريخ الإستحقاق.

ثالثا- المجموعة الثالثة

وهي الأصول التي تكون يولتها منخفضة جدا وربحيته مرتفعة جدا بالمقارنة بالأصول السابقة على اعتبارات هدفها الأساسي هو تحقيق الربح وتشمل:²

1. القروض الطويلة الأجل والمتوسطة الأجل.
2. الأوراق المالية الطويلة الأجل.
3. الإستثمارات الحقيقية والأصول الثابتة.

المبحث الثالث: هيكل ومنتجات البنوك التجارية ومزيجها التسويقي

تطرقنا في هذا المبحث إلى الهيكل التنظيمي للبنوك التجارية، وأيضاً المنتجات التي تقدمها هذه البنوك، كما تطرقنا إلى مزيجها التسويقي.

المطلب الأول: الهيكل التنظيمي للبنوك التجارية

ليس هناك شكل تنظيمي موحد للبنوك التجارية، وإنما تختلف باختلاف مزيج الخدمات التي يقدمها البنك، بالإضافة إلى أن حجم البنك يؤثر على شكل التنظيم الذي يتخذه، ويمكن تصور الهيكل التنظيمي لبنك تجاري من البنوك كبيرة الحجم والتي تنتوع خدماتها من خلال تصور الإدارات التي يتضمنها، وكذلك الوظائف التي يقوم بها كل قسم داخل هذه الإدارة:¹

أولاً- إدارة القروض

ترتكز هذه الإدارة أساساً على تقديم الأنواع المختلفة من القروض، فبالنسبة للبنوك الكبيرة لا يكون هناك قسم واحد للقروض وإنما يكون هناك قسم لكل نوع من أنواع القروض، فمثلاً قد يكون هناك قسم للقروض التي تقدم للشركات الكبيرة، وقسم للقروض التي تقدم لأصحاب الخدمات المهنية المختلفة، وقسم لقروض شركات التأمين، كما يتم تحليل طلبات القروض والإئتمان من خلال متخصصين، وذلك في أقسام خاصة وهي قسم تحليل طلبات الإئتمان قسم الكمبيالات...الخ.

ثانياً- إدارة التمويل

ومهمة هذه الإدارة هي الحصول على الأموال التي يستخدمها قسم القروض والإئتمان في تقديم البنوك، فمعظم الأموال التي يحصل عليها من خلال قسم الودائع بأنواعها المختلفة سواء جارية أو لأجل أو إيداعية بالإضافة إلى قسم البنوك الأخرى المتعاملة مع البنك والتي يتم الحصول على الأموال فيه من خلال المقاصة بين وسائل الدفع وتقديم الخدمات الإستثمارية لهذه البنوك، كما تشمل هذه الإدارة على قسم الإستثمار الذي يختص بالمتاجرة في الأوراق المالية سواء طويلة أو قصيرة الأجل، وكذلك قسم التخطيط والتسويق والذي يقع على عاتقه مهمة تسويق الخدمات المصرفية بالإضافة إلى تطوير هذه الخدمات أو تقديم خدمات جديدة ذات جودة عالية من أجل النمو والتطور وكذلك التوسع وزيادة الحصة السوقية لها في السوق.

ثالثاً- إدارة العمليات

وتتولى هذه الإدارة شؤون البنك والتسهيلات المادية التي يملكها أو التي يستخدمها في عملياته اليومية مثل قسم حفظ السجلات وإجراءات التسجيل الخاصة بكل الإيداعات أو المسحوبات وكذلك القروض للعديد من العملاء (الزبائن)، بالإضافة إلى قسم الكمبيوتر أو نظام المعلومات، وكذلك قسم شئون العاملين والذي يختص

¹ بلال بن يخلف، أثر تطبيق منهج إدارة الجودة الشاملة على أداء البنوك التجارية، مذكرة ماجستير في علوم التسيير تخصص الاقتصاد التطبيقي في إدارة الأعمال والمالية، جامعة المدية، الجزائر، 2013، ص 79، ص 80.

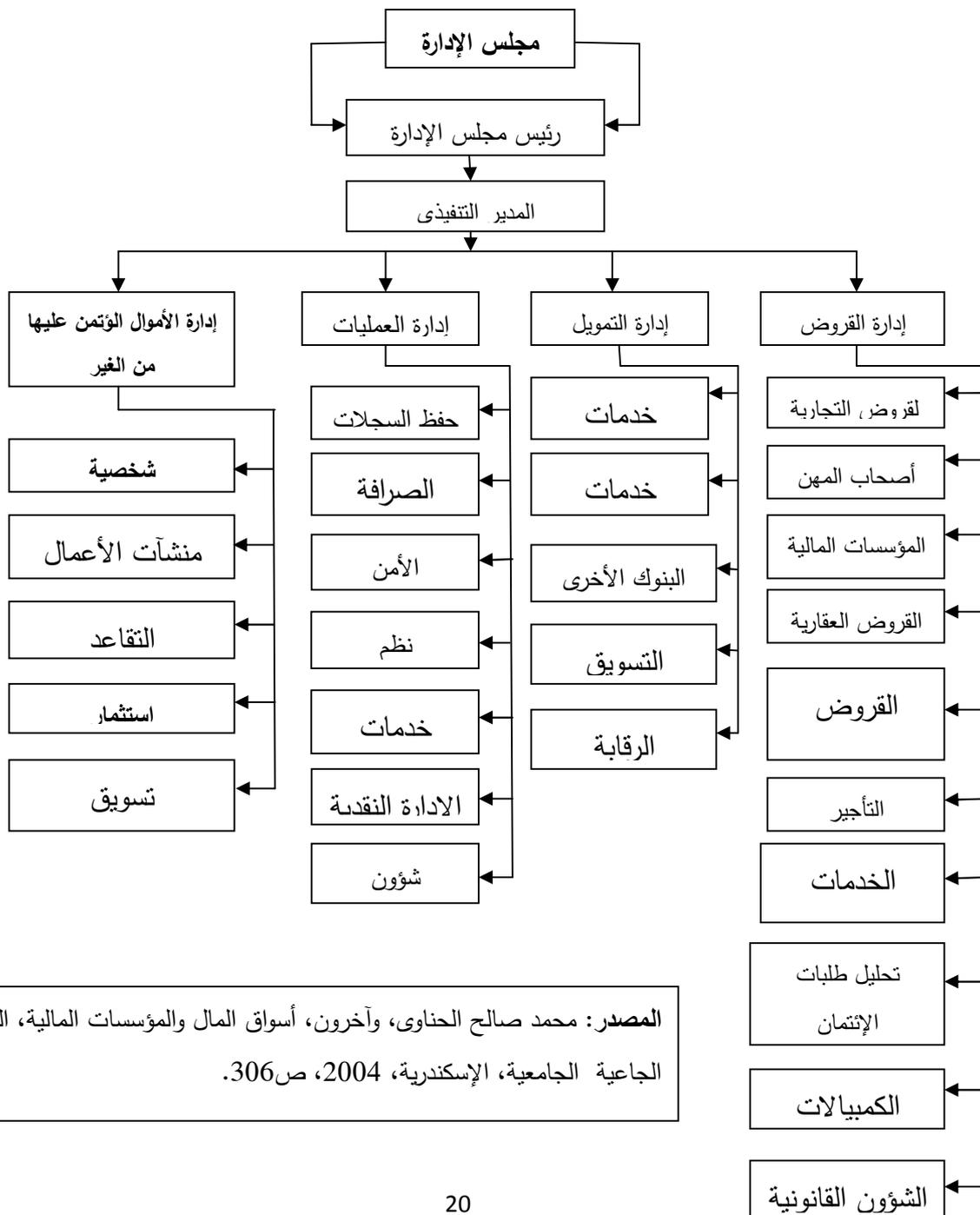
الفصل الأول..... الإطار المفاهيمي للبنوك التجارية

بحفظ سجلات العاملين وبرنامج تدريبهم كما تشمل هذه الإدارة على أموال المودعين وممتلكات البنك، وأخيرا قسم الإدارة سواء للأفراد أو منشآت الأعمال.

رابعاً- إدارة الأموال المؤتمن عليها لدى البنك

تتولى هذه الإدارة مهمة تقديم العديد من الخدمات الائتمانية للأفراد أو منشآت الأعمال بخلاف المهمة الرئيسية لإدارة القروض والائتمان وهي تقديم القروض بأنواعها المختلفة، قديم النصائح والخدمات التسويقية لهم ويمكن اختصار ما سبق في الشكل التوضيحي التالي:

الشكل رقم 01: الهيكل التنظيمي للبنوك التجارية



المطلب الثاني: منتجات البنوك التجارية الحديثة

مع التطور الذي صاحب التقدم التكنولوجي فإن البنوك التجارية أصبحت تقدم خدمات مصرفية جديدة ومستحدثة ولعل أهمها ما يلي:

أولاً- بطاقات الائتمان

وتعتبر بطاقات الائتمان من الأدوات التي تستخدم في العمليات الآتية:¹

1. الشراء الآجل للسلع والخدمات من المحلات التي تعرض علامة البطاقة الخاصة مع تأجير عملية الدفع، ويمنح صاحب كل بطاقة حدا أقصى مسموحاً للائتمان من خلال البطاقة. هذه البطاقة منفصلة عن الحساب الجاري للعميل بالمصرف.

2. السحب النقدي من فروع المصرف والمصارف الأخرى التي تعرض نفس علامة البطاقة المستخدمة ويرسل المصرف شهرياً كشف حساب بالمدفوعات التي تمت باستخدام بطاقات الائتمان إلى أصحابها، ويخير العميل في هذه الحالة بين دفع المبلغ الإجمالي للفاتورة نقداً خلال أيام من تاريخ استلامها، أو دفع جزء من مبلغها وتأجيل دفع الرصيد على أقساط دورية مقابل سعر فائدة محدد من المصرف. ومن أهم أنواع بطاقات الائتمان: بطاقة فيزا _ بطاقة ماستر _ بطاقة إيزو _ بطاقة داينيرز _ بطاقة أمريكان إكسپريس _ بطاقة شركة الخدمات المالية العربية...إلخ.

وأهم بيانات بطاقة الائتمان: إسم صاحب البطاقة ورقم حسابه _ المصرف المصدر للبطاقة _ رقم البطاقة المعتمد من المصرف المصدر.

وأغلب بطاقات الائتمان تصدر مقابل مصاريف عضوية (تدفع مرة واحدة) ومصاريف إشتراك (تدفع سنوياً).

ثانياً- خدمة الصراف الآلي²

مع تطور تكنولوجيا المعلومات واستخدام الحاسبات الآلية، ظهرت خدمة الصراف الآلي لتسهيل عملية تقديم كافة الخدمات المصرفية للعميل (إيداع ، سحب بحد أقصى من الحساب، الإطلاع على الرصيد، طلب كشف حساب، طلب دفتر الشيكات...) وذلك في أي وقت يشاء خلال 24 ساعة أيام العمل وأيام العطلات، حيث يقوم المصرف بإصدار بطاقة بلاستيكية تحتوي على شريط ممغنط سجل عليها جميع بيانات الحساب الجاري بالإضافة إلى رقم سري يستخدم خلال ماكينات آلية معقدة توجد خارج مبنى فرع المصرف لتسهيل استخدام خدماتها. ويتصل الصراف الآلي مباشرة بالحاسب الآلي المركزي للمصرف الذي يؤدي كافة العمليات المصرفية بسرعة فائقة بدقة عالية بموجب برامج سبق إعدادها وتخزينها داخلياً في ذاكرته بحيث يتم إعداد البيانات اللازمة لإدخالها بأسلوب معين يتفق وطبيعة الجهاز المستخدم، ويحصل الصراف الآلي على بيانات

¹ محمد مصطفى السنهوري، إدارة البنوك التجارية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2013، ص93.

² المرجع نفسه، ص94، ص95.

الفصل الأول..... الإطار المفاهيمي للبنوك التجارية

العميل المدونة على البطاقة فور إدخالها وإدخال الرقم السري بواسطة مفاتيح تشغيل الصراف الآلي، حيث توجد شاشة عرض لإرشاد العميل بخطوات تنفيذ أية عملية مصرفية... ويمكن للعميل استخدام هذه البطاقة مع فروع المصرف المصدر لها فقط دون فروع المصارف الأخرى حيث يوجد لكل منها نظام خاص.

وتحقق أجهزة الصراف الآلي مزايا ونتائج مهمة لكل من العميل والمصرف... فالعميل يستفيد من توفير الخدمة في المكان والزمان المناسبين مع تجنب الوقوف في الصفوف، ويستفيد المصرف بالحصول على جزء أكبر من السوق، والقدرة على التوسع دون حاجة إلى قوى عاملة أو مبان إضافية، وتقليل الإشعارات والمطبوعات والمراجعات المستندية، وانعدام الأخطاء، وقلّة تكاليف خدمة العملاء، وزيادة حجم الودائع غير المكلفة، وتفرغ الإدارة للمشاكل الأخرى واتخاذ القرارات.

ثالثاً - بطاقة الشيكات

تصدر معظم المصارف العالمية لأصحاب الحسابات الجارية الشخصية، بالإضافة إلى دفتر الشيكات، بطاقة تسمى "بطاقة الشيكات" يتم استخدامها مع دفاتر الشيكات، وتحتوي على بيانات أهمها: اسم العميل ورقم حسابه، التوقيع المعتمد لدى المصرف، حدود السحب المقرر للعميل سواء بالنسبة لكل شيك يتم إصداره أو للسحب النقدي، اسم المصرف المصدر، الرقم الرسمي لفرع مصرف العميل، رقم البطاقة وتاريخ الإصدار، تاريخ الإنتهاء.

ويتعين على العميل حامل البطاقة تقديمها مع دفتر الشيكات وذلك كضمان لعملية الدفع وحتى يتأكد البائع من مطابقة بياناتها مع بيانات الشيك، ويضمن المصدر للبطاقة لأصحاب المحلات والصارف تغطية مبلغ الشيك طالما لم يزد عن الحد الأقصى المقرر ومطابقة التوقيع على الشيك للتوقيع على البطاقة.¹

رابعاً - خدمات نقطة البيع

حيث يتم وضع محطة بيانات في المحلات التجارية تكون على اتصال بشبكة الحاسبات لمصرف أو أكثر، ويتم من خلالها سداد فواتير الشراء الكترونياً باستخدام البطاقات الممغنطة.²

خامساً - غرفة المقاصة الإلكترونية

حيث يقوم العديد من المصارف الآن بالمشاركة في شبكات حاسبات تتولى التداول الإلكتروني لملايين القيود المحاسبية التي تسجل المديونية والدائنة فيما بين المصارف، وبذلك تؤدي الدور التقليدي لغرف المقاصة

¹ محمد مصطفى السنهوري، إدارة البنوك التجارية، المرجع السابق، ص95.

² المرجع نفسه، ص95.

الفصل الأول..... الإطار المفاهيمي للبنوك التجارية

المصرفية ولكن بشكل فوري وبدرجة عالية من الكفاءة، ومن المتوقع مد نطاق التسويات المصرفية باستخدام الأقمار الصناعية لتشمل المصارف العالمية.¹

سادسا- الخدمات المصرفية عن بعد

وتقوم هذه الوسيلة بنقل وعرض المعلومات من خلال محطة بيانات، وجهاز استقبال خاص، أو على شاشة تليفزيونية عادية، أو حتى من خلال شبكة التلفونات العادية بناء على طلب العميل ومقابل اشتراك خاص.²

سابعا- صناديق الاستثمار

صندوق الاستثمار عبارة عن وعاء مالي يسعى إلى تجميع مدخرات الأفراد واستثمارها في الأوراق المالية من خلال جهة متخصصة ذات خبرة وكفاءة في ادارة المحافظ المالية بهدف تقليل مخاطر الاستثمار وتعظيم العوائد، ولا تخرج صناديق الإستثمار عن كونها إدارة لمحفظة أوراق مالية تستخدم فيها أموال المستثمرين الراغبين في هذا النوع من الاستثمار لشراء وبيع الأوراق المالية، ويصدر الصندوق مقابل أموال المستثمرين أوراقا مالية في صورة وثائق استثمار اسمية بقيمة واحدة يحددها الصندوق وذلك دفعة واحدة، وتوجد ثلاثة أنواع من صناديق التي تتخذ شكل الشركات المساهمة، صناديق استثمار المصارف التجارية، صناديق استثمار شركات التأمين.³

ثامنا - خدمات التأمين

تتنافس البنوك المعاصرة مع منظمات التأمين المختلفة في تقديم خدمات التأمين للعملاء، سواء كانت خدمات تأمين على العقارات أو الممتلكات مثل السفن والسيارات، أو التأمين ضد الخسائر المالية التي يتعرض لها رجال الأعمال وتخرج عن نطاق إرادتهم، وغير ذلك من خدمات التأمين الأخرى.

وقد تقوم البنوك بتقديم خدمات التأمين إما من خلال إنشاء إدارة متخصصة في ذلك لديها وبحيث تكون تابعة للمراكز الرئيسية لهذه البنوك، أو تقوم بها من خلال شركة تأمين تكون تابعة لهذه البنوك.⁴

¹ محمد مصطفى السنهوري، إدارة البنوك التجارية،

96.

² المرجع نفسه، ص96.

³ المرجع نفسه، ص96.

⁴ أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2007، ص87.

تاسعا- خدمات السفر والسياحة

وتتنافس البنوك المعاصرة أيضا في خدمة عملائها، فتقدم للمسافرين والسائحين مجموعة من الخدمات التي يحتاجون إليها مثل تحويل العملات الأجنبية والتأمين، والشيكات السياحية والشيكات المقبولة من البنك، وذلك في مقابل حصولها على رسوم يدفعها العميل تمثل دخلا لهذه البنوك، هذا ومما هو جدير بالذكر في هذا الصدد أنه لا يشترط وجود حساب للعميل في البنك حتى يمنحه هذا البنك هذه الخدمات.¹

المطلب الثالث: المزيج التسويقي للبنوك التجارية

يعتبر المزيج التسويقي ذلك الخليط من الأنشطة التسويقية التي يمكن التحكم فيها بواسطة المؤسسة والموجهة إلى قطاع سوقي للمستهلكين.

يضم المزيج التسويقي أربعة عناصر أساسية هي: الخدمة المصرفية، التسعير، الترويج، والتوزيع.

أولاً- المنتج البنكي (الخدمة المصرفية)

يعتبر المنتج البنكي أول عناصر المزيج التسويقي التي تشغل اهتمام البنوك باعتباره أساس وجود العناصر الأخرى في المزيج ومحور قيامها.

1. مفهوم المنتج البنكي

يعرف المنتج البنكي بكونه خدمة أو حزمة من الخدمات التي تقدم من البنك أو مجموعة بنوك لصالح جهة مستفيدة لهدف أو مجموعة من الأهداف التسويقية.

إذن فالمنتج البنكي يمثل الخدمة ذاتها، أي فئاعة يحصل عليها الزبون هي ناتجة عن الأسلوب الذي قدمت به الخدمة وينظر للخدمة من زاوية المنافع والإشباع التي يتوقع العميل الحصول عليها لأنها تمثل الدافع الأساسي لشرائها.² وما يميز المنتجات المصرفية عن غيرها هو:³

أ. إنها خدمات غير ملموسة لذلك تتعامل مباشرة مع الجمهور معتمدة على الثقة التي يجب أن تتوفر بين البنك وعملائه.

¹ المرجع نفسه، ص 88.

² ايمان العاني، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007، ص 27.

³ محمد العربي طاري، المزيج التسويقي للبنوك التجارية "حقائق وآفاق"، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثامن، 2005، ص 87.

الفصل الأول..... الإطار المفاهيمي للبنوك التجارية

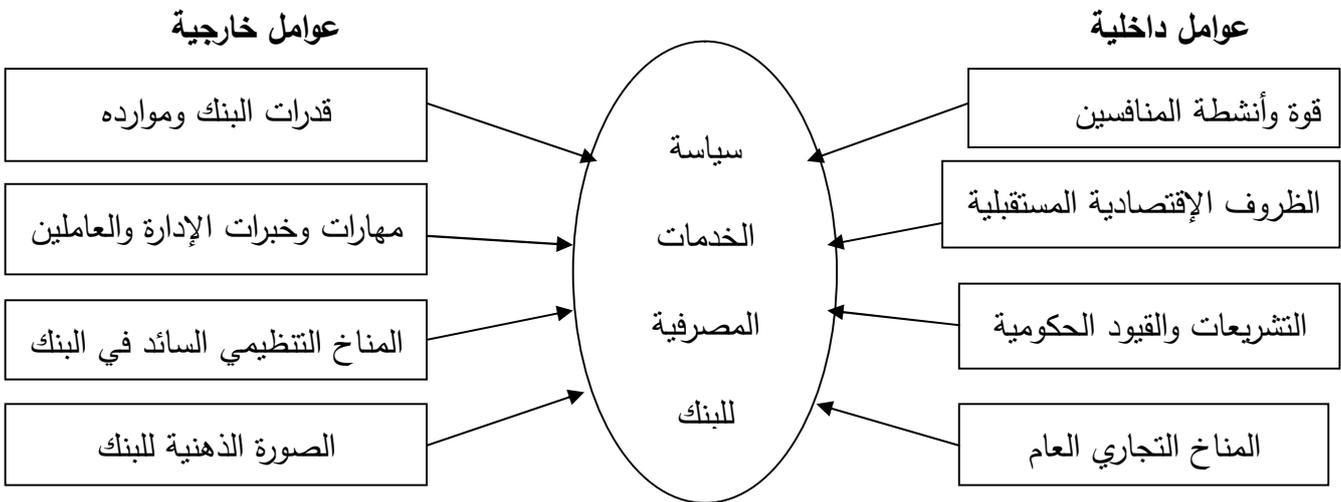
ب. تنوع الخدمات فقد بدأت المصارف بخدمة واحدة هي الإيداع لتتضاعف وتبلغ عام 1992 في الولايات المتحدة الأمريكية نحو 260 خدمة مصرفية.

ج. سياسة تحديد أنواع الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه والقيام بتطويرها وإضافة أشكال وأنواع جديدة بما يحقق أهداف وإشباع رغبات العملاء وحاجاتهم المتباينة، وتعتبر هذه السياسة هي المحرك الرئيسي لكافة السياسات الأخرى في البنك.

2. العوامل المؤثرة على سياسة الخدمات المصرفية للبنك

إن العوامل المؤثرة على سياسة تقديم الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك يمكن أن نقسمها إلى عوامل داخلية وعوامل خارجية.

الشكل رقم 02: العوامل المؤثرة على سياسة الخدمات المصرفية للبنك



المصدر: محمد العربي طاري، المزيج التسويقي للبنوك التجارية، ص88.

ثانياً- تسعير الخدمات المصرفية

من أهم القرارات التي تتخذها المؤسسات بشكل عام والبنوك بشكل خاص هي تلك القرارات المتعلقة بالسعر، حيث أن إيرادات البنك تعتمد في الأصل على سعر الخدمات التي يقدمها.

1. مفهوم التسعير المصرفي:¹

إن مفهوم السعر في التسويق المصرفي يشير إلى معدل الفوائد على الودائع، القروض، الرسوم، العمولات والمصرفيات الأخرى التي يتحملها المصرف لقاء تقديم الخدمة.

¹ محمد جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2005، ص264.

الفصل الأول..... الإطار المفاهيمي للبنوك التجارية

فالزبون عند شرائه للخدمة المصرفية يقوم بعملية مطابقة سعر الخدمة مع المنافع أو العوائد التي تحققها تلك الخدمة في حالة شرائها. وعليه فإن المصرفي الناجح هو الذي يضع السعر الذي يعكس قيمة الخدمة الحقيقية لدى الزبون.

2. أهمية التسعير المصرفي

تتجلى أهمية قرارات التسعير في كونها تؤثر وتتأثر بأطراف عديدة ويظهر ذلك من خلال عدة جوانب¹:

- أ. النظرية الاقتصادية: تعتبر الأسعار المحدد الرئيسي لمستوى المبيعات من السلع والخدمات لذلك يعتبر السعر وضع اهتمام جميع النظريات الاقتصادية، والكثير من الباحثين الاقتصاديين.
- ب. المستوى الحكومي: بما أن الأسعار تؤثر على معدلات التضخم وعلى الرفاهية الاجتماعية للمواطنين فإنها تخضع للدراسة والمراجعة الدائمة.
- ت. التأثير على الربحية: إن السعر يؤثر على معدلات الربحية التي يحققها البنك وذلك من خلال العائد الذي يمكن الحصول عليه بالإضافة إلى تأثيره على الطلب وبالتالي على حجم الأعمال التي يمكن تحقيقها، أي أن السعر يؤثر على ربحية البنك مباشرة.

لهذا نجد أن التسعير هو العنصر الوحيد الذي يحقق إيرادات البنك، بينما بقية عناصر المزيج التسويقي المنتج، الترويج، التوزيع تعتبر تكلفة للبنك، إلا أن التسعير في البنوك يأخذ أشكالاً متعددة منها معدلات سعر الفائدة على القروض أو الودائع بالإضافة تحديد الرسوم والأتعاب والعمولات التي يتقاضاها البنك مقابل الخدمات المصرفية للعملاء.

ثالثاً- ترويج الخدمات المصرفية

يأخذ الترويج من الأهمية ما تعادل تلك التي عليها العناصر الأخرى من المزيج، وبالنظر إلى الخصائص المعروفة للخدمات البنكية وخاصة التي تتصف باللاملموسية فإن الترويج يأخذ مكانة واضحة في العمل البنكي.

1. مفهوم الترويج المصرفي:²

يقصد بالترويج مجموعة الجهود التسويقية المتعلقة بإمداد العملاء بالمعلومات عن المزايا الخاصة بخدمة معينة وإثارة اهتمامهم وإقناعهم بمقدرتها عن غيرها من الخدمات الأخرى بإشباع احتياجاتهم وذلك بهدف دفعهم إلى اتخاذ قرار باستعمالها أو الاستمرار في استعمالها في المستقبل.

¹ محمد العربي طاري، المزيج التسويقي للبنوك التجارية "حقائق وآفاق"، مرجع سبق ذكره، ص 89.

² صباح محمد أبوتاية، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008، ص 114.

وطبقا لهذا التعريف يمكن النظر إلى الترويج على أنه بمثابة عملية اتصال بين البنك والعملاء، حيث أن الوظيفة الأولى للترويج تتمثل في نقل المعلومات عن الخدمة إلى العميل وذلك بهدف تسهيل عملية الحصول على المعلومات عن العملاء لتكوين اتجاه ايجابي نحو خدمات البنك.

2. أهداف الترويج

يمكن تقسيم هذه الأهداف إلى أهداف عامة وأخرى خاصة:¹

أ. الأهداف العامة: تتمثل في:

- إيصال معلومات عن الخدمة المصرفية للعملاء الحاليين أو المرتقبين.
- إثارة اهتمام العملاء بهذه الخدمة.
- تغيير اتجاه العملاء وخلق تفضيلا لديهم.
- التأثير على العملاء إما بشراء الخدمة أو الاستمرار في استخدامها.

ب. الأهداف الخاصة

إن الأهداف الخاصة لا يمكن حصرها ووضعها في إطار محدد لأنها متغيرة ومتقلبة من وقت لآخر ومن بنك لآخر ومن خدمة مصرفية لأخرى، وهذا باختلاف الظروف التي يعمل فيها البنك.

ثالثا: توزيع الخدمات المصرفية

لا يمكن أن يحقق البنك أهدافه إن لم يتم التخطيط لسياسة توزيع منتجاته بطريقة صحيحة، للتوزيع أهمية كبيرة في البنوك كونه العنصر الذي يجعل منتجات البنوك متاحة لعملائه بالكيفية والوقت المناسبين.

1. مفهوم التوزيع المصرفي

يقصد به الطريق الذي تسلكه الخدمة من المنتج إلى المستهلك ومما لاشك فيه أن أهمية عنصر التوزيع في المزيج التسويقي تنبع من أنه يخلق المنفعة الزمنية والمكانية للخدمة أو بعبارة أخرى يحقق عنصر التوزيع ضمان وصول الخدمة إلى العميل في الوقت والمكان المناسبين، ويفرض ذلك على البنك أن يختار منافذ توزيع الخدمات المصرفية بعناية وأن يعتبرها جزءا مكملا للمزيج.²

¹ فريدة بن شهو، واقع وآفاق التسويق المصرفي في البنوك التجارية، مجلة الإبتكار والتصميم، جامعة سيدي بلعباس، العدد الأول، ص49.

² مراد سامي أحمد، تفعيل التسويق المصرفي، المكتب العربي للمعارف، الطبعة الأولى، مصر، 2007، ص172.

2. أهمية التوزيع المصرفي:

تتمثل أهمية التوزيع المصرفي فيما يلي:¹

- أ. توفير الإتصال المستمر بين المصرف وعملائه مما يزيد من ثقتهم وإدانة صلتهم بالمصرف وذلك من خلال المعاملة الحسنة والتسهيلات الممنوحة.
- ب. الوصول إلى رضا العملاء من خلال توفيرها في الوقت والمكان المناسبين.
- ج. اكتساب شهرة للمصرف.
- د. التصدي للمنافسة والحفاظ على الحصة السوقية.
- هـ. تسهيل عملية تزويد المصرف بجميع المعلومات عن العملاء وردود أفعالهم.
- و. تحسين الصورة الذهنية للمصرف لدى العمل.

¹ محفوظ محمد ماجن، المزيج التسويقي كمدخل لكسب رضا العميل الخارجي المصرفي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة يحي فارس، المدينة، 2015، ص30.

خلاصة الفصل

نستطيع القول أن البنوك التجارية عبارة عن وسيط مالي بين المودعين أصحاب المدخرات، والمحتاجين للتمويل من أصحاب المشاريع، هذه الوساطة هي أساس وجودها، كما تسعى هذه البنوك إلى تحقيق أهدافها (السيولة، الربحية، الأمان) ولديها وظائف تقليدية وأخرى حديثة لها أهمية في النشاط الاقتصادي، للبنوك التجارية موارد مختلفة تحتاج إليها لمزاولة أنشطتها منها ما تحصل عليها من مصادر داخلية ومنها ما تحصل عليه من مصادر خارجية.

زاد اهتمام البنوك بتطبيق المفاهيم والأساليب التسويقية الحديثة، ووفقا لذلك يضم التسويق المصرفي أربع تتمثل في المنتج الذي يرغب البنك في تسويقه وأيضا التسعير حيث يحدد فيه سعر المنتج، الترويج تنقل فيه المعلومة للعميل، وأخيرا عنصر التوزيع فهو يحقق ضمان وصول الخدمة إلى العميل في الوقت والمكان المناسبين.

الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

المبحث الأول: عموميات حول التأمين

المبحث الثاني: ماهية صيرفة التأمين

المبحث الثالث: متطلبات ونماذج صيرفة التأمين والمزايا

والعيوب المترتبة عنها

تمهيد

التأمين من الأنشطة القديمة النشأة، حيث نشأ من خلال فكرة التعاون والتطور الإنساني والتكنولوجي حيث أصبح التأمين ضروري في حياتنا، وذلك من أجل التجنب من المخاطر المحيطة بنا في الحياة، وذلك من أجل تحقيق الحماية التأمينية، وتكون هذه الحماية التأمينية على شكل تعويضات تسدها شركة التأمين التي تتحمل الأخطار المؤمن عليها، والمبرمة بينها وبين المؤمن له، وعليه فقد شهد نشاط التأمين تطورا وانتشارا واسعا في السنوات الأخيرة بشكل كبير حتى أصبح من القطاعات الأكثر تواجدا، ومن أهم الركائز الأساسية التي تدعم النشاط الاقتصادي لأي دولة.

ويتمثل النشاط التأميني في قيام شركات التأمين بجذب وجمع الأقساط من المشتركين، وأمام هذا الكم الهائل من الأموال تجد شركات التأمين أن من واجبها أن تستثمر هذه الأموال، وتتوجه بها في هذه الحالة إلى البنوك باعتبارها قناة آمنة وذات خبرة في الاستثمارات مما يخلق من هذا الاشتراك بين شركات التأمين والبنوك ما يعرف بالصيرفة التأمينية، كما أن ضخامة الأموال المودعة من قبل شركات التأمين لدى البنوك يفرض عليها توفير الكثير من الامتيازات لشركات التأمين. وعليه سنحاول من خلال هذا الفصل إبراز الجانب النظري لنشاط التأمين حيث قسمناه إلى ثلث مباحث، سنتناول في المبحث الأول مفاهيم حول نشاط التأمين ، أما المبحث الثاني فنقدم فيه عموميات حول الصيرفة التأمينية بين شركات التأمين والبنوك، أما في المبحث الثالث والأخير فسنتحدث عن متطلبات نجاح صيرفة التأمين ونماذجها الإستراتيجية والخدمات المتبادلة بينها وبين شركات التأمين مع إبراز أهم مزايا وعيوب صيرفة التأمين.

المبحث الأول: عموميات حول التأمين

يعتبر التأمين وسيلة لحماية الفرد من الأضرار والمخاطر التي يتعرض لها، والواقع أن فكرة التأمين تقوم على التكافل والتعاون بين أفراد المجتمع بتصميم نظام منسجم مع التطورات الاقتصادية والمالية للبلد وعليه يقوم أفراد المجتمع بتأمين أنفسهم لدى شركات تأمين وذلك من أجل مواجهة المخاطر التي يتعرضون لها وذلك خلال فترة زمنية معينة.

المطلب الأول: نشأة التأمين ومفهومه

أولاً- نشأة التأمين¹

لقد جاء التأمين من فكرة التعاون والتكافل بين المجتمعات البشرية في إطار ما يسمى بالتأمين التعاوني، حيث توزع الخسائر التي كانت تلحق بأحد الأعضاء، وذلك بعد تحقق الخطر.

لقد اظهر لنا التاريخ أن قدماء المصريين كونوا جمعيات تقوم على نفس الفكرة سميت بـ "مجتمعات دفن الموتى بغرض تحمل(مراسيم الدفن من تحنيط، تشييد القبور...) وذلك نظير اشتراك الأعضاء".

في عهد الحضارات القديمة كالإغريقية والآشورية والهندوس ازدهر التبادل التجاري فيما بينهم، وللحفاظ على السفن البحرية من الغرق والقرصنة ظهر ما يسمى بالقرض البحري الذي يعمل على ازدهار التبادل التجاري، حيث تقوم هذه الفكرة على قيام شخص بإغراق مجهزة للسفينة بما يحتاجه من المال فيكون هذا المبلغ (القرض) من حق المقرض، بالإضافة إلى الفائدة إذا وصلت السفينة والحمولة بسلام إلى مقاصدها، لكن في حالة ضياع الحمولة فإنه يخسر المبلغ.

يعد التأمين البحري من أقدم أنواع التأمين حيث نشأ في نهاية القرن الثالث عشر واستمر حتى القرن الخامس عشر والذي ظهر في صورة مختلفة عن القرض البحري على أيدي اسبانيا والبرتغال، في نفس الوقت الذي ظهر فيه التأمين البحري ظهر بما يسمى التأمين على الحياة، وذلك أنه كان يؤدي على الريان والبحارة وبنفس الأسعار التي تؤمن على السلع وزادت أهمية التأمين على الحياة عند ظهور الثورة الصناعية في القرن الثامن عشر.

أما التأمين على الحريق، فكان ظهوره بحريق لندن الشهير سنة 1666 الذي أدى إلى خسائر مادية كبيرة، ولذلك زاد الاهتمام بهذا الفرع من فروع التأمين لدرجة أنه أنشئت شركات تأمين للمساهمة في التأمين على هذا الخطر.

خلال القرن الثامن عشر ظهرت أنواع أخرى من التأمين أهمها التأمين على المسؤولية والتأمين على حوادث العمل.

¹ وليد بوعوتي، تقييم جودة خدمات شركات التأمين وأثرها على الطلب في سوق التأمينات الجزائرية (1995 - 2009)، دراسة تطبيقية للشركة الجزائرية لتأمينات saa ، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، جامعة الحاج لخضر، الجزائر، 2014، ص 3، ص 4.

ومع التطور الصناعي، ظهرت أنواع أخرى منها التأمين على الحوادث الشخصية والتأمين على تلف الآلات الميكانيكية والتأمين على آفاق الزراعة وهلاك المواشي، التأمين على حوادث النقل البري والجوي والتأمين على أخطار الحروب بالإضافة إلى التأمين من المسؤولية في مزاوله المهن، تأمين الديون... وغيرها.

ثانيا- مفهوم التأمين

1. تعريف التأمين

يمكن إعطاء عدة تعريفات للتأمين وذلك على النحو التالي:¹

أ. يعرف التأمين: على أنه وسيلة اقتصادية يمكن عن طريقها استبدال خسائر كبير محتملة بأخرى صغيرة مؤكدة (الخسائر الكبيرة تتمثل في تحقق الخطر المؤمن ضده وبالتالي هلاك الشيء المؤمن عليها أما الخسارة الصغيرة فتتمثل في قسط التأمين الذي هو اقل من مبلغ التأمين غالبا).

ب. تعريف التأمين في الاقتصاد:²

يمكن تعريف التأمين من الناحية الاقتصادية بأنه 'أداة لتقليل الخطر الذي يواجهه الفرد عن طريق تجميع عدد كاف من الوحدات المتعرضة لنفس ذلك الخطر(كالسيارة، المنزل، المستودع...) لجعل الخسائر التي يتعرض لها كل فرد قابلة للتوقع بصفة جماعية، من ثم يمكن لكل صاحب وحدة الاشتراك بنصيب منسوب إلى ذلك الخطر'.

ج. تعرف التأمين لدى مختصين التأمين:³

أظهر مختصوا التأمين وجهة نظرهم في إعطاء تعريف للتأمين، فذهبوا إلى مفهوم أوسع من أن يكون عبارة عن:"عقد وما يترتب عنه من التزامات بين طرفي العقد المؤمن المستأمن فأبرزوا العناصر الفنية لعملية التأمين وأهملا الجوانب القانونية التي تنظمه فحسبهم التأمين هو عملية فنية أو تقنية تقوم على أسس رياضية وإحصائية (اكتوارية)" ولعل التعريف الذي أورده A. Chavfton من أدق وأبرز التعاريف في نظره " التأمين هو عملية مقايضة بين نتائج الصدفة بواسطة التعاون المنظم بين مجموعة من الأفراد وفقا لقوانين الإحصاء".

وعليه يمكننا استخلاص أن التأمين عبارة عن عقد بين طرفين أحدهما المؤمن والآخر المؤمن له، حيث يقوم هذا العقد وفق قوانين والتزامات، كما يعتبر التأمين أداة لتقليل المخاطر.

¹ كريمة شديخ، إشكالية تطوير ثقافة التأمين لدى المستهلك ببعض ولايات الغرب الجزائري، رسالة مقدمة تضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تسويق دولي، جامعة أبي بكر بلقايد، الجزائر 2010، ص 12،

² وليد بوزغوتي، تقييم جودة خدمات شركات التأمين وأثرها على الطلب في سوق التأمينات الجزائرية، مرجع سابق الذكر، ص5،

³ وليد بوزغوتي، مرجع سابق الذكر، ص6.

2. خصائص التأمين:¹

تتميز الخدمة التأمينية بعدة خصائص هي:

- أ. **التأمين خدمة غير ملموسة:** التأمين بطبيعته يختلف عن باقي الخدمات الأخرى، إذ إنه خدمة غير ملموسة، كما أنه لا يمكن تجربتها، الأمر الذي يقتضي عدم إمكانية رؤيتها قبل الحصول عليها.
- ب. **التأمين خدمة مستقبلية:** تبدأ خدمة التأمين من وقت توقيع العقد، متمثلة في الشعور النفسي بالأمان، بعكس الخدمات الأخرى التي تنتهي بانتهاء الإجراءات المادية فإن فترة أداءها تمتد إلى نهاية، التأمين والتي تصل إلى عام في التأمينات العامة، وإلى مدى الحياة في تأمينات الحياة.
- ج. **التأمين خدمة متنوعة ومتعددة التغطيات:** تتنوع خدمة التأمين وفقا لطبيعة الأخطار المؤمنة، أو الأشياء المؤمن عليها، أو مبالغ التأمين، وفترة السريان، والشروط التي تتضمنها الوثائق. ومع ذلك تتنوع لنفس الأشياء ولذات الأخطار وفترة التغطية.
- د. **التأمين خدمة تقوم على الوساطة التسويقية:** تقدم خدمة التأمين للأفراد والشركات المختلفة في أماكن تواجدهم. وتلجأ شركات التأمين للاستعانة بالوكلاء والسماصرة والمنتجين في تسويق خدمات التأمين، بينما تكتفي الشركة بمركزها الرئيسي بالإضافة إلى عدد من الفروع المتباعدة.
- هـ. **التأمين خدمة تحقق التوازن على المدى البعيد:** تعتمد خدمة التأمين على مجموعة من الأسس الفنية والرياضية التي تفرض تحقيق التوازن في محافظ العمليات التأمينية لهيئات التأمين في المدى الطويل، وهو ما يطلق عليه بالتوازن الزمني للعمليات.
- و. **التأمين خدمة تقديرية النتائج:** يتم احتساب المقابل للخدمة التأمينية على أساس تقديري، فالأسس الفنية والنماذج والخبرة، كلها تهدف فقط إلى تقليل انحرافات التكلفة الفعلية عن تلك المقدرة والمحسوبة على أساسها القسط. إذ أن المخصصات الفنية تعتمد هي الأخرى على التقدير بالنسبة لقيمة التسوية.

المطلب الثاني: عناصر وأهميه التأمين

أولاً- عناصر التأمين

عند العملية التأمينية توجد عدة عناصر أساسية يعتمد عليها الكيان التعاقدية، ومنه نذكر:²

1. **طرفا التعاقد:** وهو ما المؤمن والمؤمن له وأحيانا يكون طرف ثالث يسمى المستفيد وهو الشخص الذي يستحق مبلغ التأمين عند تحقق الخطر.
- أ. **المؤمن أو المستفيد:** المؤمن له هو الشخص الذي يعطي تكلفة التأمين، حيث يلتزم بدفع الأقساط، كما من حقه الحصول على مبلغ التأمين إذا تحقق الخطر، كما يبدو أن المؤمن له هو المستفيد، إلا

¹ إبراهيم بلحيمر، طارق قندوز، المنافسة التأمينية على أساس الوساطة التسويقية - دراسة حالة الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 07، العدد02، المركز الجامعي مرسلني عبد الله ، تيبازة، جامعة لمسيلة، الجزائر، 2018، ص466، ص467.

² وليد بوزغوتي، تقييم جودة خدمات شركات التأمين وأثرها على الطلب في سوق التأمينات الجزائرية، مرجع سابق، ص14.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

أن هذه ليست القاعدة العامة، ففي التأمين على الحياة قد لا يكون الأمر على هذا النحو فالمؤمن له هو من يبرم عقد التأمين، أما المستفيد فقد يكون المؤمن له أو أكثر من أفراد أسرته أو العاملين لديه. ب. المؤمن: وهو الطرف الذي يأخذ التعويض على عاتقه عند وقوع الحدث أي تعرض الطرف الآخر للحدث، والمؤمن الذي يزول التأمين يختلف تبعاً لاختلاف الدول وأنظمتها، ففي الدول الاشتراكية فإن الدولة هي التي تباشر أعمال التأمين بنفسها، أما الدول الرأسمالية فهي تقوم بتوزيع عمليات التأمين على مختلف الهيئات والشركات والوكالات، وغالباً ما تجري عمليات التأمين عن طريق وسطاء 'سماسرة' وذلك مقابل عمولة يحصلون عليها، وقد يحدث أن يتفاوض المتعاقد في إبرام عقد التأمين مع المؤمن الذي يختاره مباشرة.

2. الفترة الزمنية للتأمين:¹

عادة ما تفصح وثيقة التأمين عن الفترة لبدأ سريانها وانتهائها، والتي من خلالها يصبح للمستفيد أو المؤمن له الحق في الحصول على التعويض أو مبلغ التأمين، ففي تأمين الممتلكات عادة ما يعطي التأمين سنة كاملة، أما التأمين على الحياة فقد تكون المدة أكثر من عشر سنوات والعكس في حالة التأمين على البضائع المنقولة فالفترة هنا تكون قصيرة خاصة في حالة نقل البضائع تكون المدة لأيام قليلة أو ساعات.

3. الخطر:²

يعتبر الخطر أهم عناصر التأمين، لأن الغرض من التأمين دائماً هو رغبة الشخص في تغطية الآثار التي يربتها حادث معين، بحيث إذا تحقق هذا الحادث ووقع الخطر المؤمن له استحق مبلغ التأمين، والخطر في التأمين هو حادث محتمل الوقوع لا يتوقف وقوعه على محض إرادة أحد الطرفين عقد التأمين.

4. القسط أو الاشتراك:³

يقصد به المقدار النقدي أو المقابل المالي الذي يترجم في شكل ثمن للخدمة التأمينية، فهو من التأمين بمثابة الثمن في عقد البيع أو الأجرة في عقد الإيجار، وبعبارة أخرى يمثل القسط ذلك المبلغ الذي يتوجب على المتعاقد (المكاتب) الالتزام بدفعه بصورة أو بأخرى إلى شركة التأمين، نظير قيام هذه الأخيرة بتوفير الحماية ومنح الضمان، حيث تتكفل بالتغطية المادية للشخص أو الشيء موضوع التأمين من الضرر أو الخسارة المحتملة المؤمن ضدها، وتأخذ على عاتقها مسؤولية الوفاء بتسديد مبلغ التأمين أو قيمة التعويض عند تحقق الخطر المؤمن منه خلال المدة المحددة بوثيقة التأمين، ولا يعتبر التأمين نافذ

¹ وليد بوزغوتي، تقييم جودة خدمات شركات التأمين وأثرها على الطلب في سوق التأمينات الجزائرية، مرجع سابق، ص14.

² محمود عبد الرحيم الديب، أحكام التأمين - دراسة لعقد التأمين، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2010، ص28، ص39.

³ طارق قندوز، الخطر والتأمين مدخل أجهزة الإشراف والرقابة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2016، ص107.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

المفعول إلا بعد تسليم وثيقة التأمين ودفع القسط الأول، ويدفع القسط على دفعات دورية (سنوية أو نصف سنوية أو ثلاثية أو شهرية)، ويسمى في هذه الحالة بالقسط الدوري، أما إذا دفع مرة واحدة فيسمى عندئذ بالقسط الوحيد.

5. مبلغ التأمين المستحق أو قيمة التعويض:¹

يقصد به ذلك الالتزام أو التعهد المالي الذي ترتبه وثيقة التأمين كقيمة محددة ضمن الشروط العامة لبنود العقد، وتقع بموجب المسؤولية القصوى لدفع هذا المبلغ الموعود على عاتق المؤمن اتجاه المؤمن له أو المستفيد عند تحقق الخطر المؤمن منه، أو عند حلول الأجل المتفق عليه، وهذا مقابل قيام المؤمن له بواجبه في تسديد الأقساط المقررة، ويعد مبلغ التأمين عنصرا هاما من العناصر التقنية التي يقوم عليها التأمين.

ثانيا: أهمية التأمين

للتأمين أهمية بالغة نذكر منها:²

1. العمل على زيادة الإنتاج: نظرا لما يتميز به التأمين من توفير تغطيات أساسية من أخطار عديدة فإنه يشجع المنشآت والأفراد على الدخول في مجالات إنتاج جديد، أو التوسع في مجالات إنتاجهم الحالية دون تردد، وبالتالي الوصول إلى مزايا توسيع الإنتاج، كما يعمل على زيادة القدرة الإنتاجية للمشروع.
2. زيادة الكفاءة الإنتاجية: حيث أن التأمين يؤدي إلى إزالة الخطر من حياة الأفراد مما يبعث الأمان والطمأنينة في نفوسهم بخصوص المستقبل، الأمر الذي يمكنهم من تركيز كل طاقاتهم وأفكارهم في العمل والابتكار واستحداث الوسائل الكفيلة بزيادة الإنتاج وتحسين مستواه.
3. العمل على دفع عملية الإنتاج: هذا بشكل عام وخاصة في الدول النامية التي تعاني من ضعف في القدرة الادخارية بالنسبة للقطاع العائلي، فالتنمية الحقيقية هي التي تعتمد على الاستثمار في كافة المجالات المصحوبة في نفس الوقت بالادخار، حيث يمكن تحقيق تغيير في الشكل الاقتصادي والاجتماعي للبلد.
4. المساهمة في توسيع نطاق العمالة والتوظيف: حيث يمتص التأمين جزء كبيرا من العمالة في المجتمع، ذلك أن التوسع في التأمين يقتضي توفير حد معين من العمالة بمختلف أنواعها.
5. تقديم الحلول لبعض المشاكل الاجتماعية: تقدم نظم التأمين الاجتماعية الوسيلة الملائمة لمواجهة الخسائر المترتبة عن انقطاع الدخل نتيجة العجز أو الوفاء أو التعاقد ولم يكن تدخل الدولة في

¹ طارق قندوز، مرجع سابق الذكر، ص 111.

² فطيمة يحيوي، دور هيئات الإشراف في الرقابة على النشاط التأميني - دراسة حالة الجزائر، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، علوم اقتصادية، تخصص مالية وبنوك وتأمينات، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012، ص 18، ص 19.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

التأمين الاجتماعي وجعله إجباريا، إلا اعترافا بأهمية نظام التأمين الاجتماعي لحل تلك المشاكل الاجتماعية والمتعلقة بفقدان الدخل، الناتج عن المجهود الإنساني أو الذهبي الذي يمثل المصدر الأساسي للدخل لدى كثير من الأفراد.

6. تنمية الشعور بالمسؤولية والعمل على تقليل الحوادث: مما يتميز به التأمين هو أن المؤمن له في تحقيق الخطر المؤمن منه، كما أنه في بعض أنواع التأمين لا يستحق المؤمن له تعويضا إذا زادت الخسائر عن حد معين، ووجود مثل هذه الشروط والتخفيضات في التعويض تنمي لدى الفرد الشعور بالمسؤولية لتجنب الخطر المؤمن منه قدر الإمكان.

المطلب الثالث: أنواع التأمين

لقد مر التأمين بمراحل متعددة ومتنوعة، حيث كانت أنواع التأمين كالتالي:

أولاً- التأمين على الحياة:¹

هي البوليصة التي تؤمن على حياة المؤمن، ومن خلاله تكون شركة التأمين ملزمة قانونا لتوفير المنافع النقدية إلى عائلة المتوفي، أو المستفيد بعد وفاة حامل وثيقة التأمين، بالإضافة إلى العائدات التي تدفع للمستفيد، ويكون إما في شكل مبلغ مقطوع.

أو هو عقد تأمين يتفق فيه ويبرم بين صاحب بوليصة التأمين وشركة تأمين insurer، على أن تقوم شركة التأمين بدفع مبلغا معينا من المال في حالة وفاة صاحب البوليصة إلى ورثته، ويقوم صاحب البوليصة نظير ذلك بدفع مبلغا من المال على شكل أقساط شهرية، أو مبلغا من المال دفعة واحدة، ويحدد في العقد فترة سريان العقد، مثلا في الولايات المتحدة الأمريكية يتفق في العقد عادة على المبلغ الذي تقوم بدفعه الشركة إلى الورثة في حالة وفاة صاحب البوليصة.

ومن أنواع التأمين على الحياة نجد:

1. تأمين على الحياة لفترة زمنية: وفي هذا النوع من العقد تقوم شركة التأمين بموجبه بدفع مبلغ معين من المال، إلى الورثة في حالة وفاة صاحب البوليصة خلال فترة سريان العقد، (فائدة البوليصة تأمين الورثة لفترة زمنية بحصولهم على المبلغ المتعاقد عليه، وقد يكونوا أبناء قصر لصاحب البوليصة).
2. عقد يشمل التأمين على الحياة والادخار: بمقتضى هذا العقد تقوم شركة التأمين بدفع المبلغ المتعاقد عليه إلى الورثة في حالة وفاة صاحب البوليصة، أو تدفع لصاحب البوليصة مبلغا آخر متعاقد عليه في حالة وصوله سن 65 سنة مثلا، يكون بالنسبة له جزء من المعاش.

¹ كمال محمود جبرا، التأمين وإدارة الخطر، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2015، ص35.

ثانيا- التأمين على الممتلكات:¹

هو تأمين على ممتلكات ضد الأخطار، مثل الحريق أو السرقة أو ضد الأضرار المتسببة عن الطقس، والتأمين على ممتلك بعينه يمكن أن ينحصر في تأمين ضد الحريق فقط أو تأمين ضد الغرق(الفيضان) فقط أو ضد الزلازل.

وفي العادة لا يشمل التأمين على منزل التأمين ضد الزلازل أو ضد الفيضانات أو ضد الأضرار الناتجة عن الإرهاب أو الحروب. ويتطلب التأمين ضد أخطار مسماة، مثل الحريق أو السرقة، رصد قائمة المفقودات وسبب الضرر لكي تقوم شركة التأمين بدفع تعويض عن الضرر. ومن الأخطار المسماة named perils التي يؤمن عليها عادة، تأمين ضد الحريق والصواعق، والادخار والسرقة.

ويوجد لدى شركات التأمين برنامج باسم تغطية جميع الأخطار all risks insurance يشمل جميع أنواع الأخطار التي يمكن أن تمر على الممتلكات.

عقد التأمين يدفع صاحب الملك بموجب عقد التأمين قسطا شهريا متناسبا مع قيمة العقار المؤمن عليه، ونوع أو أنواع المخاطر. وتقوم الشركة المؤمنة بموجب العقد بدفع قيمة الخسائر أو الأضرار المتسببة عن الأخطار المذكورة في العقد.

ثالثا- التأمين الهندسي:²

يوفر هذا النوع من التأمين تغطية واسعة من الحماية للأعمال المدنية ونصب المواقع و المكائن، ومن أنواع الوثائق التي توفرها شركات التأمين في الأردن هي وثيقة تأمين كافة أخطار المقاولين مصممة بشكل يناسب تلبية كافة الاحتياجات والمتطلبات لتوفير حماية للمقاولين، ومن اليوم الأول لبدء العمل وتوريد المواد إلى الموقع لحين انتهاء مدة الوثيقة أو اكتمال المشروع وتسليمه، أيهما يحدث أولا.

. وثيقة تأمين كافة أخطار النصب.

. تأمين عطب المكائن.

. تأمين أجهزة الكمبيوتر.

رابعا- تأمين السيارات:³

يغطي هذا التأمين المسؤولية المدنية التي قد تلحق بأصحاب السيارات عند إلحاقهم الضرر بالغير(إصابات جسمانية، إتلاف ممتلكات) من جراء استخدام لهذه السيارات.

كما يمكن أن يتضمن تعويض للحوادث "اصطدام، حريق، سرقة وما إلى ذلك من أخطار يتفق

عليها".

¹ سالم رشدي سيد، التأمين المبادئ والأسس والنظريات، دار الراجحة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015، ص47.

² سالم رشدي سيد، مرجع سابق الذكر، ص48.

³ سالم رشدي سيد، التأمين المبادئ والأسس والنظريات، مرجع سابق الذكر، ص49

خامسا- تأمين ضد الحريق:¹

يتضمن هذا التأمين تعويض المؤمن له عن الأضرار التي تلحق بممتلكاته من جراء تحقق خطر الحريق، وعادة ما تمتد التغطية الممنوحة في وثائق التأمين ضد الحريق لتشمل أخطار أخرى يتفق عليها من الصاعقة، العواصف، الانفجار، سقوط الطائرات، أعمال الشغب.

كما يمكن أن يلحق بالحريق أخطار إضافية أخرى تلازمه ويمكن تأمينها مثل:

- خسارة الإيجار الناجمة عن الحريق، خسارة الأرباح اللاحقة لحادث الحريق، المسؤولية المدنية للمستأجر قبل المالك.

سادسا- التأمين ضد خطر السطوا السرقة:²

ويهدف هذا التأمين إلى تعويض المؤمن له عن الخسارة المادية التي تنتج عن استيلاء الغير على أمواله عن طريق اقتحام المباني التي تحتوى هذه الأموال (الممتلكات) أو أجزاء منها سواء باستخدام العنف أو التهديد باستخدامه، كما ويعوض عن الخسائر الناجمة عن عملية الاقتحام بحد ذاتها.

ونادراً ما تقوم شركات التأمين بالتأمين ضد خطر السرقة التي لا يستخدم فيها عنف أو إكراه.

سابعا- تأمين المسؤولية المدنية:³

ويهدف إلى تعويض المؤمن له عن المبالغ التي يلزم قانونا بدفعها للغير إذا ما تسبب في إلحاق ضرر بالغير جسدياً أو مادياً. ومن أهم أنواع المسؤوليات التي يمكن تأمينها ما يلي:

- تأمين المسؤولية الخاصة: ويشمل هذا رب الأسرة شخصياً عما يسببه عن أضرار للغير كما يشمل مسؤوليته عن الأضرار التي يسببها أولاده أو خدمة للغير.

- تأمين المسؤولية المدنية لرب العمل: لتعويض رب العمل عن المبالغ التي يدفعها لتعويض العاملين لديه عن إصابتهم بسبب العمل.

- تأمين مسؤولية أصحاب المهنة عن الأضرار التي يسببونها للغير أثناء مزاولتهم لمهنتهم.

¹ أسامة عزمي سلام، موسى نوري شقيري، إدارة الخطر والتأمين، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2007، ص98.

² أسامة عزمي سلام، موسى نوري، مرجع سابق الذكر، ص98.

³ أسامة عزمي سلام، موسى نوري، مرجع سابق الذكر، ص99، ص100.

المبحث الثاني: ماهية التأمين المصرفي

المطلب الأول: نشأة التأمين المصرفي

يعود ظهور صيرفة التأمين إلى سنة 1850 في بلجيكا، حيث كان يقوم الصندوق العام للادخار والتقاعد La caisse général d'épargne de retraite بممارسة النشاط المصرفي والتأميني في آن واحد، مما ساهم في ظهور صيرفة التأمين، والذي أدى إلى عملية الاكتتاب في عقود التأمين على الحياة وعقود التأمين على الحرائق كتغطية للمخاطر التي تتعلق بذلك النوع من القروض، وفي سنة 1945 أصبحت أغلبية البنوك وصناديق الادخار تمارس أنشطة في سوق التأمين المرتبطة بالخدمات المصرفية مثل عقود التأمين على الحياة.¹

وفي القرن العشرين انتقلت فكرة صيرفة التأمين من الدول التي أطلقت مشروع صيرفة التأمين، حيث ساعد تطور قطاع التأمين على ظهور صيرفة التأمين وهذا مادفع بالبنوك الفرنسية إلى مواجهة حادة حيث في أوائل السبعينات 1970م أطلق بنك (ACM) les assurance du Grédit mutuel منتج التأمين على الحياة والتأمين ضد خطر الحرائق وضد الأخطار المختلفة IARD، وذلك بعد حصوله على الموافقة من طرف السلطات الفرنسية، وبهذا وضعت أولى الخطوات في نشاط صيرفة التأمين، وقد استند في إطلاق هذا النشاط على فكرة الوساطة في تأمين القروض الموجهة للمقترضين لمواجهة حالات القروض المتعثرة بسبب وفاة المقترض، لتصبح شركة التأمين الذاتي لعملائها، وبهذا كانت ACM السباقة لما أطلق عليه بعد خمس عشرة سنة صيرفة التأمين BANC ASSURANCE، وفي سنة 1973م ثم إنشاء شركة متخصصة في التأمين على الحياة من طرف بنك La lompagnie Banaire.²

أما في اسبانيا فقد بدأ التأمين المصرفي في أوائل عام 1980م منذ أن سيطرت مجموعة Banc de bilboo أكبر حصة من Eurosegurosa رغم أن الاستحواذ كان في البداية من الجانب المالي، إلا أن هذا الأمر سرعان ماتطور لتتم السيطرة على ثلث سوق التأمينات الاسبانية.³

وفي ايطاليا سمح قانون Amato في سنة 1990م للبنوك الايطالية بتوزيع منتجات التأمين على الحياة، حيث أن توفر شبكة مصرفية جديدة والامتيازات الضريبية المطبقة على منتجات التأمين على الحياة سمح بتطور صيرفة التأمين في ايطاليا.⁴

¹ أسماء حدباوى، واقع وأفاق صيرفة التأمين في الجزائر 2007_2017، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد بوالصياف، الجزائر، 2020، ص35.

² المرجع نفسه، ص35.

³ بدر الدين مدات، فتحة ملياني، التأمين المصرفي في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة الإقتصاد الجديد، المجلد3، العدد1، 2022، ص185.

⁴ أسماء حدباوى، مرجع سابق، ص36.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

وفي تايلندا سنة 2004م، وقعت مجموعة Frotis مع مجموعة Thai-Muang اتفاقية لتسويق منتجات التأمين على الحياة وعلى غير الحياة Thai-Muang، واكتسبت بذلك 25% من التأمين على الحياة في مجموعة، كما أن مجموعة Frotis سعت إلى تطوير نماذج بنك التأمين في آسيا من خلال عديد الاتفاقيات الموقعة في كل من ماليزيا والصين.¹

المطلب الثاني: مفهوم التأمين المصرفي وعوامل ظهوره

أولاً- مفهوم التأمين المصرفي

1. تعريف التأمين

يعرف التأمين على أنه أداة لتقليل الخطر الذي يواجهه الفرد عن طريق تجميع عدد كاف من الوحدات المتعرضة لنفس الخطر لجعل الخسائر التي يتعرض لها كل فرد قابلة للتوقع بصفة جماعية ، ومن تم يمكن لكل صاحب وحدة الاشتراك بنصيب منسوب إلى ذلك الخطر.²

2. تعريف التأمين المصرفي

التأمين المصرفي هو عبارة عن إستراتيجية للمصرف تقضي بيع منتجات التأمين عبر شبكة فروع، وتتضمن هذه المنتجات التأمينات الشخصية على غير الحياة والتأمين على الحياة والتوفير والإدخار واستحوذت على حصة معوضة من السوق في فترة قصيرة نسبياً، ولا يزال هذا النمط مستمرا على نحو متزايد.³

ونشير إلى أن مصطلح التأمين أستعمل في فرنسا عام 1980م للتعبير عن بيع منتجات تأمينية عن طريق وساطة شبكة بنكية، واقتصر هذا المفهوم على التوزيع فقط، أي قيام البنوك بدور الموزع والمسوق للخدمات التأمينية لصالح شركات التأمين، حيث أليفا التأمين المصرفي على أنه درجة تكامل ما بين البنك وشركة التأمين، في طرح وتسويق منتجات تأمينية بصورة مشتركة.⁴

كما يمكن تعريفها على أنها اختيار من اختيارات بيع الخدمات التأمينية كما هو مبين في الشكل

الموالي:

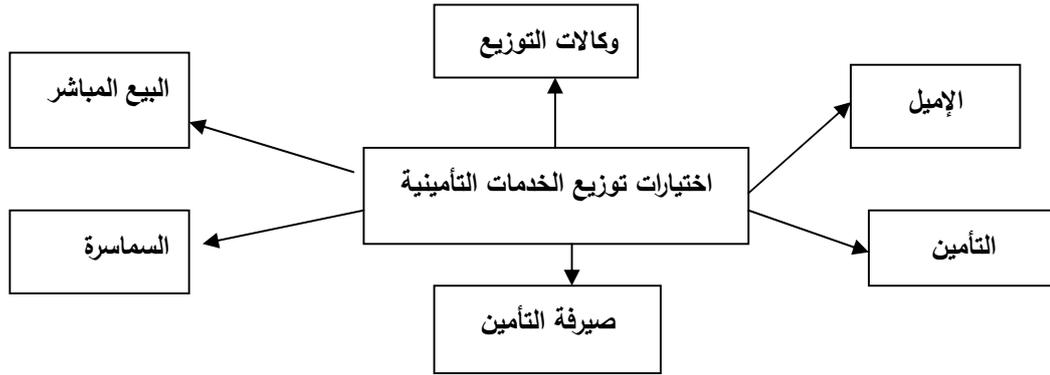
¹ أسماء حدياوي، واقع وآفاق صيرفة التأمين في الجزائر 2007_2017، ص36.

² عز الدين فلاح، التأمين مبادئه وأنواعه، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008، ص14.

³ سالم رشدي، التأمين المبادئ والأسس والنظريات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص170.

⁴ طارق حمول، عبد الصمد بودي، الصيرفة التأمينية كتوجه استراتيجي لرفع جودة خدمات التأمين، مجلة الدراسات الاقتصادية المعقدة، العدد9، جامعة طاهري محمد، الجزائر، 2018، ص51.

الشكل رقم 03: إمكانيات واختيارات بيع الخدمات التأمينية



المصدر: طارق حمول، عبد الصمد بودي، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة

ثانيا- عوامل ظهور التأمين المصرفي:¹

إن الاقتصاد في التكاليف هو الذي دفع مؤسسات مالية أخرى كالبنوك التجارية لبيع بعض الخدمات التأمينية، كالتأمين على الحياة الائتماني والتأمين على الممتلكات، فالخدمة التأمينية في هذه الحالة عادة ماتصاحب ائتمان حصل عليه المؤمن له من البنك لغرض شراء الشيء محل التأمين الذي قد يكون منزل أو سيارة، وهنا يتحقق للبنك ميزة الحصول على الخدمات المالية المتكاملة (الائتمان والتأمين) في نفس المكان، وقد اجتمعت جملة من الأسباب دفعت بالبنوك إلى الاستثمار في السوق التأميني ويمكن تلخيصها في مايلي:

- الطبيعة التكاملية للمنتجات للمنتجات المالية للبنك والشركة التأمينية.
- البحث عن التخفيض في التكاليف بمختلف أشكالها (تكاليف التوزيع، التكاليف التقنية، بنك المعطيات).
- اقتصاديات الحجم: عن طريق إدخال وتوسيع حجم المنتجات المعروضة، وهنا تستطيع البنوك وشركات التأمين مجتمعة إنتاج منتجات بسعر تنافسي مقارنة بمنتج مقدم من طرف عدة عارضين.
- هو اطار مساعد للتقارب بين البنوك والشركات التأمينية وتطور مفهوم ما يعرف بالبنوك الشاملة.
- يساعد في تحقيق الميزة النسبية فيما يخص بنك المعطيات للزبائن والصورة التجارية للبنك.
- درجة التطور التكنولوجي للبنوك أكبر منها في الشركات التأمينية .
- تمكين البنوك من زيادة ولاء عملاءها عن طريق تقديم خدمته كاملة لهم.

¹ راضية مصداغ، عبد الحميد بن ناصر، واقع وتحديات صيرفة التأمين في الجزائر، جلة المدبر، المجلد 7، العدد 2، 2020، ص164.

المطلب الثالث: أهمية صيرفة التأمين

أولاً- بالنسبة للبنوك:¹

- في حالة تكوين المشروعات المشتركة والاندماج بين البنوك وشركات التأمين، يستطيع البنك الاستفادة من مزايا الإعفاءات الضريبية على أقساط التأمين على الحياة .
- تصميم منتجات تأمينية بنكية جديدة لتلبية حاجات العميل بما يتناسب مع ظروفه الاقتصادية.
- تطوير المزيج التسويقي للبنك من خلال تنويع وتطوير الخدمات المقدمة.
- شركات التأمين تتمتع بقدرات خاصة يمكن أن تفيد المصاريف في مجال دراسة المخاطر ومتابعتها إلى جانب خبرتها التسويقية.
- تعتبر صيرفة التأمين وسيلة لخلق تيار إيرادات جديدة ، وذلك بسبب زيادة المنافسة بين المؤسسات المالية وانخفاض في هوامش البنوك وبالتالي الحاجة إلى خدمات جديدة فاجتهدت إلى نشاط بيع الخدمات التأمينية.
- إدارة منتجات التأمين على الحياة هي مشابهة جدا لإدارة بنوك الادخار .
- الرفع من معدلات الاحتفاظ بالعملة، وزيادة ثقة الزبائن وولائهم وذلك من خلال تنوع الخدمات التي يقدمها البنك كما أن موظفي البنك يقللون من تكاليف التوزيع الهامشية.
- زيادة في العائد على الموجودات من خلال خلق دخل من العملات ببيع منتجات التأمين.

ثانياً- بالنسبة لشركات التأمين:²

- أدى الاندماج بين البنوك وشركات التأمين إلى توفير شبكة جديدة هي أكثر كثافة، أقرب إلى الزبائن أكثر اطلاعا على احتياجاتهم وظروفهم، مما أدى إلى توسيع قاعدة عملاء شركات التأمين بشكل كبير أدى إلى استقطاب عملاء كان من الصعب الوصول إليهم، وذلك من خلال الاستفادة من الصورة الجيدة والثقة التي تتمتع بها البنوك، وكذا ما تتميز به خدماتها من جودة، وهذا من خلال ارتفاع معدلات التغلغل بالنسبة للمؤسسات البنكية مقارنة بشركات التأمين.
- تعتبر هذه الشبكة فرصة جديدة لتغيير أساليب التوزيع ومن ثم الحد من مخاطر الاعتماد المفرط على شبكة توزيع واحدة مما يؤدي إلى الاستفادة من تخفيض تكاليف التوزيع والعمولات المرافقة مقارنة مع التكاليف المرتبطة مع الوكلاء التقليديين.
- تحقيق تواجد سريع لشركة التأمين بالسوق دون الحاجة إلى الشبكة واسعة من الوسطاء.

¹ طارق حمول، أحمد بوشنافة، التوجهات الحديثة لاقتصاديات التأمين صيرفة التأمين، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2019، ص133، ص134.

² المرجع نفسه، ص136، ص137.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

➤ في حالة تكوين المشروعات المشتركة والاندماج بين البنوك وشركات التأمين تحصل شركة التأمين على مساندة البنك لمركزها المالي وبالتالي الحد من مخاطر السيولة.

ثالثا - بالنسبة للعملاء:¹

- تخفيض تكاليف التوزيع مقارنة مع قنوات التوزيع التقليدية، حيث يتمكن المستهلك من الوصول إلى جميع الخدمات المالية والتأمينية.
- العميل يستفيد من فرصة شراء منتجات تأمين بسيطة وغير مكلفة في كثير من الأحيان، مع أقساط تتناسب مع احتياجاته مع سهولة الحصول عليها لأن النظام المصرفي عموما أكثر كثافة من وكالات التأمين.
- توفير شمولية الخدمة للعميل مما يمكنه من إجراء مختلف عملياته في مكان واحد في أقل وقت.
- الاستفادة من خدمات التأمين جنبا إلى جنب مع غيرها من الخدمات المالية.
- منتجات مبتكرة وأفضل استجابات الزبائن وتطوير الخدمة المقدمة للعملاء من خلال التكنولوجيا الحديثة التي تملكها البنوك مثل آلات الصرافة.

المبحث الثالث:

المطلب الأول: متطلبات نجاح صيرفة التأمين

نظرا لدراسات التحليلية لنموذج بنك التأمين في بلدان مختلفة في العالم، استطاع المختصين في هذا المجال تقسيم عوامل نجاح هذا النموذج إلى عوامل خارجية متعلقة بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للبلد، وعوامل داخلية متعلقة بنموذج بنك التأمين في حد ذاته وهي على النحو التالي:

أولاً- العوامل الخارجية

تتمثل في عوامل مرتبطة بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي للبلد والتي تعمل على تطوير بنك التأمين وتتمثل في:

1. الإطار التنظيمي (التشريعي):²

تعتبر اللوائح التنظيمية والقوانين والتشريعات المتعلقة بالصيرفة التأمينية ومدى موقف السلطات من تنمية هذا النشاط وتطويره من أهم عوامل نجاح بنك التأمين ومثال ذلك:

➤ إيطاليا: إذ كانت بداية التأمين المصرفي مرتبطة بصدور قانون Amato في 30/07/1990 الذي سمح للبنوك بمزاولة النشاط التأميني وإضفاء الصفة القانونية لبنك التأمين .

¹ طارق حمول، أحمد بوشناف، التوجهات الحديثة لاقتصاديات التأمين صيرفة التأمين، مرجع سابق، ص142، ص143.

² كلثوم مرقوم، حسان حسين، واقع بنك التأمين في الجزائر، مخبر الأنظمة المالية والمصرفية والسياسات الاقتصادية الكلية في ظل التغيرات الدولية، اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 17، جامعة الشلف، الجزائر، 2017، ص218.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

➤ الولايات المتحدة: لقد كان قانون glass Steagall act عائقا أمام تطور بنك التأمين في الولايات المتحدة إذ كان يفصل بين عمل البنوك وعمل شركات التأمين. ولم يرى بنك التأمين النور إلا في سنة 1999م وكان ذلك بعد المصادقة على قانون جديد يسمح بعملية توزيع المنتجات التأمينية عبر البنوك.

➤ الجزائر: كان صدور قانون 04/06 المعدل والمتمم للأمر 07/95 المتعلق بالتأمينات الفضل في ظهور بنك التأمين في هذا البلد.

2. الضرائب:¹

تعتبر الامتيازات الضريبية المشجع الرئيسي للاستثمار في منتجات التأمين على الحياة أو منتجات التقاعد بدلا من غيرها من المنتجات.

3. سلوك المستهلك:²

يعتبر سلوك المستهلك من العوامل الأساسية لنمو بنك التأمين، الذي لا يتواجد بكثرة في البلدان التي يتعامل فيها السكان بالتكنولوجيا الحديثة وخاصة الأنترنت وهذا ما نجده في الدول الشمالية كبريطانيا، الولايات المتحدة وهولندا أين تعتبر الأنترنت عنصر من عناصر الحياة اليومية المهمة والتي تستعمل لاختيار المنتجات التي سيتم استهلاكها، خاصة المنتجات المالية، في حين يبقى الاختيار مربوطا بالبحث في الأنترنت وغير مرهون بالثقة التي تربط العميل ببنكه.

4. معدل نفاذ التأمين:³

عامل آخر لنجاح بنك التأمين وتطوره وهو انخفاض معدل نفاذ التأمين على الحياة والذي ساعد على سعي البنوك الأجنبية الكبرى وشركات التأمين على عقد تحالفات أو شركات مع شركات تأمين محلية لمعرفة احتياجات العملاء المحليين أو مع البنوك المحلية ذات شبكات منظمة وكثيفة ونتيجة لهذه التحالفات والاتفاقيات، استطاع بنك التأمين أن ينمو بفعالية وسرعة كبيرة وبتكلفة منخفضة في الغالب وأحسن مثال على ذلك إسبانيا وبعض بلدان أمريكا اللاتينية، حيث انتشرت فيها المصارف وشركات التأمين الأجنبية بشكل واسع مما زاد من نمو بنك التأمين وتطوره.

¹ كلتوم مرقوم، حسان حسين، واقع بنك التأمين في الجزائر، مرجع سابق، ص 218.

² كلتوم مرقوم، حسان حسين، واقع بنك التأمين في الجزائر، مرجع سابق، ص 2018.

³ المرجع نفسه، ص 219.

5. تقارب الشبكات البنكية:¹

تعد الشبكة الجغرافية المنظمة والمتقاربة للقطاع المصرفي مسألة جوهرية، وعاملا رئيسيا لتحقيق، النجاح، فوجد عدد كبير من نقاط البيع من شأنه تسهيل اللقاءات بين المصرفيين والمستهلكين، وبالتالي زيادة حظوظ بيع وتسويق المنتجات.

ثانيا - العوامل الداخلية: وتتمثل في:

1. تعريف المنتج وطرق توزيعه:²

لابد أن يكون المنتج معرف من طرف البنك الذي يميز جدا حاجات عملائه، كما يجب أن يتمتع المنتج بالبساطة والسهولة لتسهيل فهمها وتقديمها بسهولة بالنسبة لشبكة توزيعية مكونة من عمال غير متخصصين، كما يجب أن تكون الخيارات المطروحة فيها محددة .

2. إعطاء الأهمية اللازمة لتكوين شبكة البيع للمنتجات التأمينية:³

إن تدريب الموظفين في مجال التأمين ضروري لتمكنهم من إتقان أساسيات التأمين حتى يكونوا قادرين على تقديم خدمة جيدة للعملاء، إذ يمكن للأخطاء التي يرتكبها موظف غير كفء أن تكون له انعكاسات سلبية على صورة البنك مع عملائه، ما قد يؤثر على الثقة الموجودة بين البنك والزيون، وهذا ما يجعل وجود تكوين تام زمنيا وتقنيا لموظفي البنك قبل إطلاق عملية بنك التأمين أمرا لا بد منه، كما أنه من المهم العودة للمتخصصين في الميدان التأميني وإدراجهم في مختلف المستويات والهياكل وهذا لدعم نشاط البنك.

3. ضرورة تفهم واحترام الاختلاف بين ثقافتي البيع المصرفية والتأمينية:⁴

تقتضي صيرفة التأمين تفهم واحترام الاختلاف بين ثقافتي البيع المصرفية والتأمينية، وتحديد نظام عملات ومكافآت عادل ومدروس، يتمتع بالوضوح والشفافية، تقاديا لأي تعارض واحتكاك بين موظفي المصرف وبائعي شركة التأمين وهذا في ما يخص رواتب موظفي المصرف وعمولات البائعين للخدمات التأمينية، وكذلك مخافة البنك من أن يأتي الاكتتاب في التأمينات الاستثمارية على حساب الودائع المصرفية أو منتجات المصرف الأخرى.

¹ راضية مصداغ، عبد الحميد بن ناصر، واقع وتحديات صيرفة التأمين في الجزائر، مرجع سابق، ص171.

² نسيم شراطي، التأمين المصرفي كنموذج للإبتكار في الخدمات، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد04، 2015، ص83.

³ نسيم شراطي، التأمين المصرفي كنموذج للإبتكار في الخدمات، مرجع سابق، ص83، ص84.

⁴ المرجع نفسه، ص84.

4. نموذج إداري متكامل (نظام المعلومات الآلي):¹

ويستند التأمين المصرفي على نموذج إدارة فعال للغاية مندمج اندماجا كليا في العمل المصرفي، ففي بعض الدول، عرف بنك التأمين نجاحا كبيرا في مجموع أنشطته منذ إطلاق اكتتاب عقود التأمين عبر نظام المعلومات الآلي للوكالات البنكية، لأن نجاح بنك التأمين يمر عبر عملية بيع سريعة، وأحيانا مباشرة عبر الشبائيك، وذلك يستلزم توفير نظام معلومات آلي فعال موضوع تحت تصرف قوى البيع لأن سرعة الرد على الزبون على مستوى الشباك تعتبر عنصرا حاسما في عملية البيع، ولذلك فإن الإدماج الكامل لمعالجة البيانات في الشبكة البنكية تمكنهم من الحساب في عين المكان قسط التأمين وإصدار العقد مباشرة، لأنه لا بد وان تكون قادرة وإن لم تكن على الفور الفعلي الأقل في غضون أيام قليلة للرد على احتياجات العملاء المحتملين. ومن دون الشك أن هذا النموذج من التكامل سيسمح لنشاط التأمين المصرفي من الحصول على ميزة تنافسية كبيرة.

تتطلب الشبكات المصرفية المزيد والمزيد من صنع القرارات الذاتية من طرف المكتب الخلفي للتأمين للاستجابة فورا لطلبات العملاء والزبائن المحتملين، وإن فكرة تطوير هذه الأدوات تسمح للبايعين بعلاج أكبر قدر من الحالات من دون العودة إلى شركة التأمين، إلا في حالات الصفقات الكبيرة التي تتطلب خبرة خاصة.

إضافة إلى ذلك فإن هذا التكامل يسمح من أن يكون للشبكة نظرة شاملة لتقاليد واحتياجات عملائها، فالهدف من الإدارة المشتركة هو تبادل المعلومات بين جميع قنوات البيع في البنك (الصراف الآلي، عبر الهاتف...)، وكذلك إنشاء قاعدة يمكن استخدامها من قبل المكلف بالزبائن وكذا من قبل الإدارات الأخرى في البنك لأغراض مختلفة كأبحاث السوق، أو إطلاق منتجات جديدة.

5. مواصفات المنتجات المسوقة:²

لا بد وأن يكون هناك تفاعل للبنك مع المنتجات الموزعة لأنه في أفضل وضع لتحديد احتياجات العملاء، حيث أن بنك 'التأمين المبتدئ' عادة ما يبدأ بتوزيع منتجات التأمين البسيطة المدمجة أحيانا مع عروض البنك، والتي يجب أن تدمج في إجراءات بيع البنك وكذا في طريقة تسييره، حيث أن توافرها مع المنتجات المصرفية يسهل عملية بيعها وذلك نظرا للتشابه الكبير بين منتج التأمين على الحياة والودائع. لكن يجب أن نعلم أن بعض هذه المنتجات ليست غالبا منتجات بديلة للمنتجات البنكية، إلا أن هذا الطرح موجود بالفعل وهذا ما يشكل تحديا لكل من البنوك وشركات التأمين.

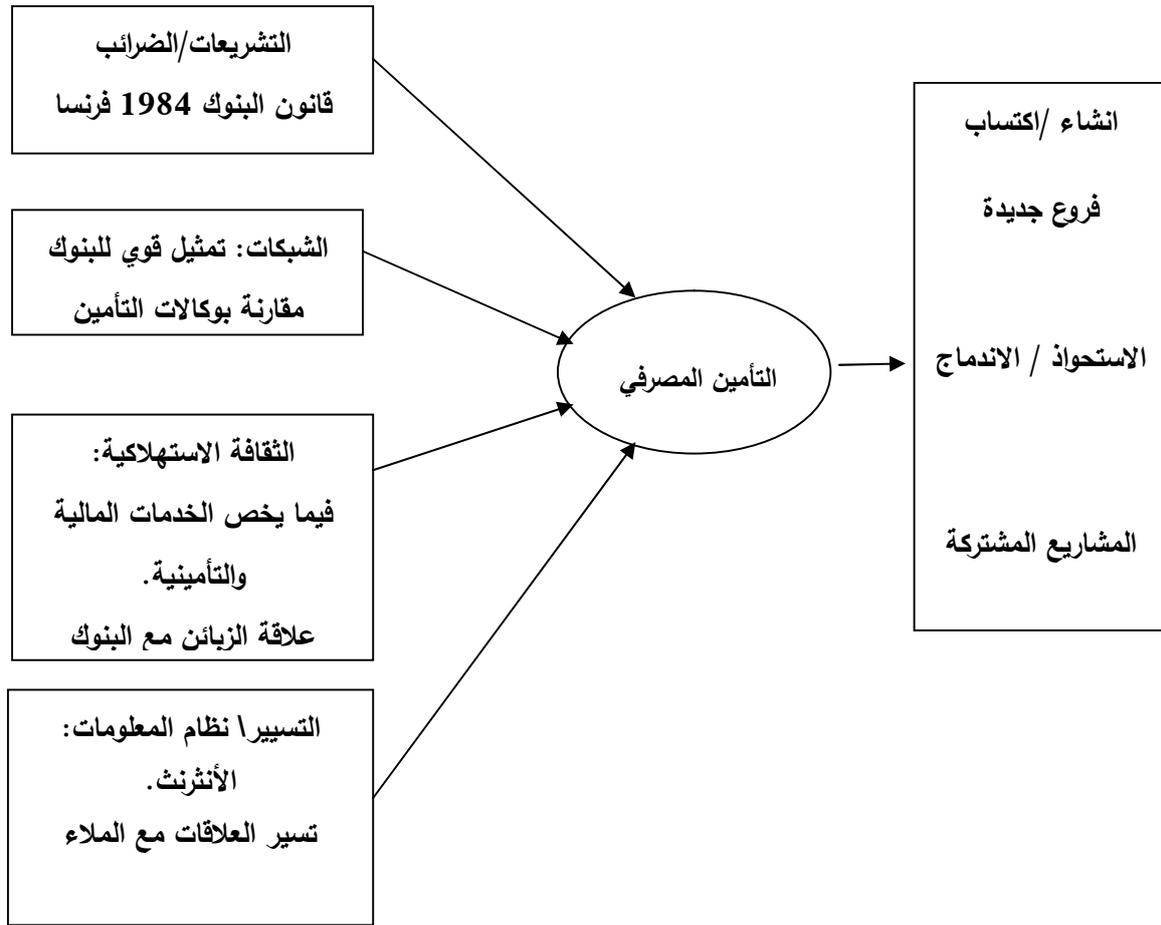
¹ نبيل قبلي، سفيان نقماري، التأمين المصرفي في الجزائر بين النظرية والواقع، مداخلة في الملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية، الواقع العلمي وآفاق التطوير - تجارب دولية، جامعة حسينية بن بوعلي، الجزائر، 2012، ص 07.

² نبيل قبلي، سفيان نقماري، التأمين المصرفي في الجزائر بين النظرية والواقع، مرجع سابق، ص 08.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

من الممكن جدا توسيع قطاع المبيعات من خلال عملية التأمين المصرفي، ولكن هذه الخطوة لا يجب أن تحدث إلا عندما تصبح شبكات البنك على دراية تامة بمفهوم التأمين على الحياة وعندما يصبح السوق أكثر نضجا لاستيعاب مبيعات أكثر تعقدا. ولكن الشيء المهم هو أن تقدم دائما منتجات يتم فهمها وتقديمها بسهولة، كما يجب أن تكون الخيارات المطروحة فيها محددة. ويلخص Mr CHEVALIER majorie عوامل نجاح بنك التأمين الداخلية والخارجية حسب المخطط التالي:

الشكل رقم 04: العوامل الداخلية والخارجية لنجاح البنك



المصدر: نبيل قبلي، سفيان نقماري، مرجع سابق الذكر، ص10.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

المطلب الثاني: النماذج الإستراتيجية لصيرفة التأمين

تعرف عملية صيرفة التأمين صعوبة في تحديد مفاهيمه وحتى استراتيجيات تنفيذه، لكن، أغلب الاقتصاديين يتفقون على وجود ثلاث نماذج إستراتيجية للدخول إلى نشاط التأمين المصرفي، وبعضها الآخر قسمها إلى أربع نماذج وهي كما يلي :

أولاً- اتفاقية التوزيع (Accord de distribution):

تعتبر اتفاقية التوزيع من أبسط أشكال التأمين المصرفي، هذه الحالة يقوم البنك بدور الوكيل أو الوسيط لشركة تأمين أو أكثر مقابل عمولة، حيث يقوم بعقد اتفاقية بينه وبين شركة التأمين ليقوم بدور الموزع للمنتجات التأمينية.¹

في هذا النموذج أيضا تمتلك البنوك ميزة تنافسية تسمح لها بتوزيع عدد كبير من منتجات التأمين مقارنة بشركات التأمين فهي تحظى بدرجة كبيرة من الثقة من طرف عملائها، إضافة إلى حيازتها على شبكة توزيع واسعة، إلى جانب المعلومات المتعلقة بزيائنها، والتي تعد بمثابة المادة الأولية لاتخاذ القرارات الرشيدة، وباستغلال هذه الميزة التنافسية تهدف البنوك إلى تطوير عملية بيع وثائق التأمين مقابل عمولة، وليس في إنتاج منتجات التأمين، يعتبر هذا النموذج الأكثر استخداما في كل من الولايات المتحدة الأمريكية، وبريطانيا، وألمانيا، اليابان، كوريا الجنوبية.²

ثانياً- المشاريع المشتركة (Joint Venture):³

وتعني مشاركة البنك مع شركة التأمين أو عدة شركات تأمينية أي أن البنك وشركة التأمين يقوموا بإنشاء شركة بملكية مشتركة، بحيث يمكن لكلا الطرفين إقامة مشروع مشترك من خلال المساهمة في رأس المال وتحمل المسؤولية المشتركة للإدارة، عادة ما تأخذ شركات التأمين مسؤولية مراقبة وإدارة المخاطر في حين يكون البنك مسؤولا عن عملية التوزيع، بحيث يتحصل كل منها على حصته النسبية من العوائد والأرباح والخسارة.

ثالثاً- التحالفات الإستراتيجية (Strategic Alliance):⁴

ويقوم البنك في هذا النموذج لصيرفة التأمين ببيع منتجات تأمينية لشركة تأمين معينة ويختار البنك الشركة المناسبة من خلال المنافسة بينهم، كما تتمكن شركة التأمين من توسيع قاعدة العملاء بأقل تكلفة.

¹ كلتوم مرقوم، حسان حسين، واقع بنك التأمين في الجزائر، مرجع سابق، ص215.

² أسماء حدباوي، واقع وأفاق صيرفة التأمين في الجزائر، مرجع سابق، ص38.

³ كلتوم مرقوم، مرجع سابق، ص216.

⁴ أسماء حدباوي، مرجع سابق، ص39.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

يسمح هذا النموذج للبنك باختيار الشركة الأفضل من حيث نوعية منتجاتها وسمعتها، كما يسمح لشركة التأمين بالوصول إلى عملاء البنك دون الحاجة لاستثمار مالي كبير، ومن عيوب هذه الإستراتيجية هو استمرار انخفاض مستويات التكامل بين المصرف وشركة التأمين، واستمرار عمل الشركات ككيان منفصل.

رابعاً- التكامل الكلي (complete Integration):

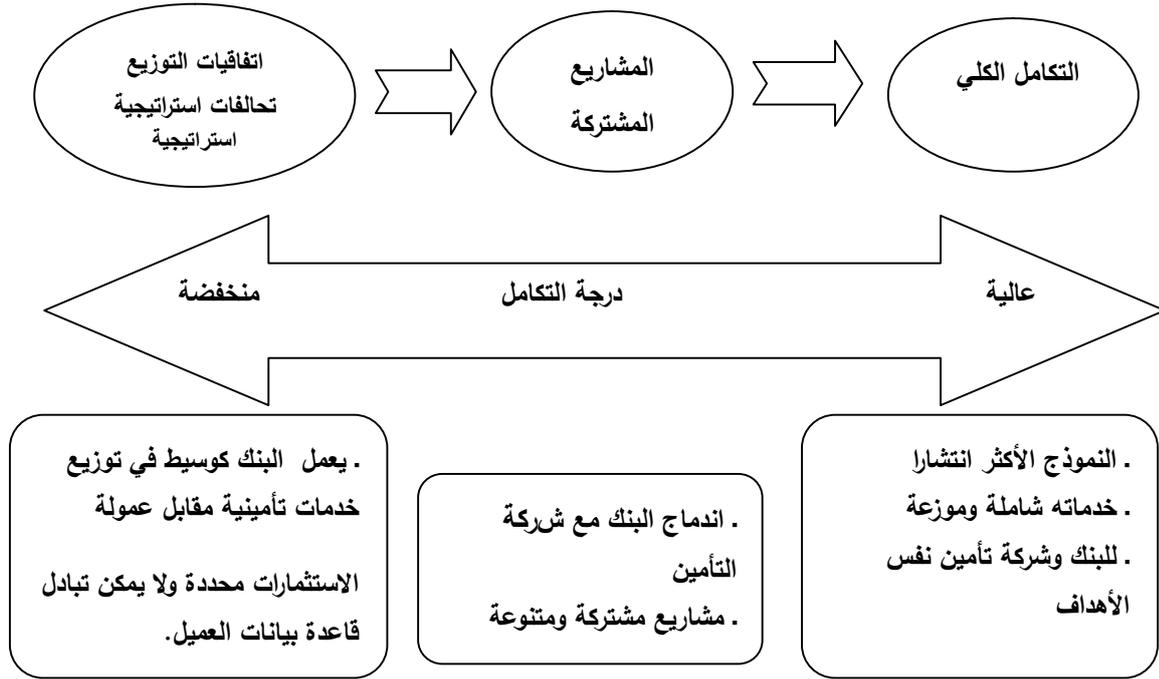
يعتبر هذا النموذج الأكثر انتشاراً واستخداماً في صيرفة التأمين حيث يقوم البنك ب:¹

1. إما بإنشاء شركة تابعة مختصة في بيع منتجات التأمين عبر الشبكات البنكية، رغبة منه في السيطرة بشكل كامل على النشاط الجديد.
2. وإما عن طريق إنشاء شركة مصرفية من قبل شركة التأمين والذي لا يزال غير مألوف، وذلك لوجود حواجز كبيرة وجد معقدة للدخول إلى النشاط المصرفي إذا ما قورنت بحواجز الدخول إلى النشاط التأميني.

إن الحد الأدنى المطلوب في السوق المصرفي أعلى بكثير من ذلك المطلوب في سوق التأمينات، فإستراتيجيات النمو الداخلي تسمح للبنك بالحصول على تعويضات متمثلة في عمولات وأرباح لا تسمح بتسريبها إلى كيانات اقتصادية أخرى، لذلك فإنها تتطلب استثمارات كبيرة في تكوين الأفراد بهدف اكتساب الخبرة اللازمة لأراء العمليات بالشكل الصحيح، ما لم تكن قد وزعت بالفعل منتجات مماثلة من خلال اتفاقية توزيع مع شركة التأمين، ولعل الميزة الرئيسية لهذا الشكل من أشكال صيرفة التأمين هو أن البنك سوف يقوم بتوزيع منتجاته عبر تطوير شراكته مع الشركة التابعة للاستجابة لتوقعات واحتياجات العملاء، وبالتالي توفير منتج مصمم وفق معايير الطلب ويمكن تعريفه على أنه إستراتيجية تمايز تهدف إلى انتعاش السوق، وينشر هذا النوع من المقاربة بكثرة في أوروبا عموماً وفي فرنسا على وجه الخصوص.

¹ مرجع نفسه، ص39.

الشكل رقم 05: أهم نماذج إستراتيجيات صيرفة التأمين



المصدر: أسماء حدباوي، واقع وآفاق صيرفة التأمين في الجزائر، ص 40

المطلب الثالث: الخدمات المتبادلة بين شركة التأمين والبنك

يقوم البنك وشركة التأمين بتقديم بعض الخدمات المتبادلة أهمها:¹

أولاً- الخدمات التأمينية التي يمكن لشركة التأمين تقديمها وتتناسب مع العمل البنكي هي:

- وثائق تأمين ضد مخاطر الحريق النمطية والمخاطر الإضافية للعهد العينية التي يقدمها العملاء لدائرة التسهيلات الائتمانية بالبنوك كضمان للقروض التي يحصلون عليها والتي يجب على البنك المحافظة عليها حتى يسترها العميل مرة أخرى.
- وثائق تأمين الحياة للعملاء طالبي القروض والتي تشترطها التسهيلات الائتمانية كشرط أساسي للحصول على قرض وذلك لضمان سداد باقي أقساط القرض للبنك بعد وفاة العميل وحتى لا يلجأ العميل إلى مطابقة الورثة أو الحجز على ضمانات أو بيعها في مزاد علني للحصول على باقي الأقساط التي لم يسدها العميل وتسمى وثائق تأمين الحياة المستخدمة في مثل هذه الحالة بوثائق حياة مؤقتة متناقصة القيمة وهي تتميز بانخفاض تكلفتها.

¹ سليم مجلخ، وآخرون، اتجاه العلاقات بين شركات التأمين والبنوك حسب وجهة نظر موظفي البنك وشركة التأمين، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، 2020، ص 74، 75.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

- وثائق تأمين الديون المتعثرة والتي تقدمها بعض شركات التأمين في الوقت الحالي حيث يتم تحويل مخاطر الديون المتعثرة من قبل البنك إلى شركات التأمين مقابل أقساط يدفعها البنك في بداية التعاقد لشركة التأمين، وعند تعثر العميل عن سداد القسط الثالث يطالب البنك شركات التأمين والتي تقوم بسداد الأقساط التي لم تسدد نيابة عن العميل، وتتولى الشركة متابعة وملاحقة العميل الذي لم يسدد بشتى الطرق المناسبة سواء الودية أو القانونية.
- وثائق التأمين البحري حيث تشترط دائرة الاعتمادات المستندية بالمصاريف من العميل عند فتح اعتماد مستندي بضرورة الحصول على وثيقة تأمين بحري لتغطية المخاطر البحرية والتي قد تتعرض لها البضاعة أو السفينة أو أجرة الشحن.
- وثائق تأمين تغطية شاملة لمخاطر البنك وتسمى Blankret cover لتغطية كافة مخاطر العمل البنكي مثل نقل النقدية، والتزييف والتزوير، وخيانة الأمانة، السطو والسرقعة، وبالتالي يتم نقل عبء هذه المخاطر إلى شركات التأمين.
- وثائق تأمين الحياة مؤقتة على الشخصيات الهامة بالبنوك حيث يمكن للمصارف شراء مثل هذه الوثائق ويكون المستفيد منها البنك، حيث يتم صرف مبلغ التأمين للبنك في حالة حدوث الوفاة أثناء سريان الوثيقة ويقوم البنك بدفع الأقساط مثل هذه الحالة.

ثانيا- الخدمات التي تقدمها البنوك إلى شركات التأمين

يمكن للمصارف خدمة شركات التأمين من النواحي التالية:¹

- تعتبر البنوك من المصادر الخصبة والمستمرة لحصول شركات التأمين على عملاء جدد في كافة فروع تأمين الحياة (فردي، جماعي، صحي)، وتأمين السيارات، تأمين بحري، والحوادث الشخصية، وهندسي وغيرها ذلك ويتميز هؤلاء العملاء غالبا بقدرة مادية فائقة تمكنهم من الشراء الفعلي لوثائق تأمين من كافة الأنواع والتي قد يفرضها البنك أحيانا على العملاء كتأمين الحياة، السيارات، والبحري وبالتالي تتمكن شركات التأمين من تحقيق قانون الأعداد الكبيرة الذي هو أساس صناعة التأمين وضمان نجاحها.

¹ سليم مجلخ، وآخرون، اتجاه العلاقات بين شركات التأمين والبنوك، مرجع سابق، ص75.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

- تلجأ شركات التأمين غالباً لفتح حساباته الجارية لدى البنوك لضمان وجود قدر من السيولة وبصفة مستمرة حتى تتمكن شركات التأمين من سداد قيمة المطالبات بشتى فروع التأمين في الوقت المناسب ولضمان تثبيت مصداقية أداء شركات التأمين لدى العاملين المرتقبين والحاليين.
- قيام شركات التأمين بإيداع مبالغ في شكل ودائع لأجل لدى البنوك كأحد أوجه الاستثمار حيث تتميز هذه الاستثمارات بعائد مناسب ومخاطر قليلة.
- شراء شركات التأمين لقدرة كبير من أسهم بعض البنوك في السوق المالي كأحد قنوات الاستثمار التي تنتهجها شركات التأمين ضمن خطتها الاستثمارية.
- استفادة شركات التأمين من خبراء الاستثمار بالبنوك لتكوين محفظة استثمارية مثلى تتميز بتنوع قنوات الاستثمار وضمان العائد المناسب وسيولة عند الطلب.
- اعتماد الكثير من أصحاب الوكالات التأمينية ووسطاء التأمين على البنوك كأحد قنوات التسويق الفعال لجذب عملاء جدد وتقديم كافة أنواع البرامج التأمينية لهم.

المطلب الرابع: مزايا وعيوب صيرفة التأمين

أولاً- مزايا صيرفة التأمين

- تساهم صيرفة التأمين في تنمية وتطوير قطاع التأمين وعصرنته، وذلك من خلال جملة من المزايا التي تقدمها لكل من البنك، وشركات التأمين والعملاء وهذا ما سنوضحه فيما يلي:
1. مزايا صيرفة التأمين بالنسبة لشركات التأمين تتمثل في:¹
 - توفير مصدر توزيع جديد للمنتجات التأمينية يعود بالنفع على شركات التأمين.
 - التوفير في الوقت وفي تكلفة الخدمات التأمينية من خلال اتباع قنوات جديدة في تسويق المنتجات.
 - تخفيض تكلفة الخدمات التأمينية مما ينعكس على أسعار التأمين التي تصبح أسعار تنافسية.
 - في حالة تكوين المشروعات المشتركة والاندماج بين المصارف وشركات التأمين ممكن لشركات التأمين الحصول على مساندة المصرف لمركزها المالي.
 - تحديث التغطية التأمينية بما يتوافق مع احتياجات العملاء.
 - توسع فوري لشركات التأمين في شبكة نقاط البيع من خلال شبكة فروع المصرف وقربها من العملاء دون الحاجة لشبكة واسعة من الوسطاء.

¹ نسيمه شراطي، التأمين المصرفي كنموذج للإبتكار في الخدمات، مرجع سابق، ص79، ص80.

الفصل الثاني.....الاطار المفاهيمي حول صيرفة التأمين

➤ تعود ثقة العميل بالمصرف الذي يتعامل معه ايجابيا على سمعة شركة التأمين وانتشارها، مما يسمح لشركة التأمين الوصول إلى شريحة جديدة من الجمهور .

2. مزايا صيرفة التأمين بالنسبة للبنوك:

إن دخول المصرف إلى جانب شركات التأمين لتقديم بعض الخدمات التأمينية لها مزايا بالنسبة له، تتمثل في:¹

➤ تؤمن تدفقا إضافيا ومستقرا من الدخل من خلال التنوع الذي يحققه الدخل في مجال التأمين وهذا يؤدي إلى تقليل اعتماد البنوك على الاختلاف في معدلات الفائدة كمصدر وحيد للدخل.

➤ قدرة البنوك على استخدام قاعدة عملائه الواسعة لتسويق التأمين.

➤ بيع جملة واسعة من الخدمات المالية للعملاء مما يساعد على تحسين العلاقة بالعملاء والحفاظ على ولائهم.

➤ تخفيض حجم رأس المال الضروري للحصول على نفس الدخل من العمل المصرفي لوحده.

➤ العمل على تحقيق خدمات مالية مدمجة ومتنوعة مصممة لتلبية حاجات العملاء في مختلف مراحل حياته الاقتصادية.

➤ الحصول على نسبة من الأصول التي تذهب عادة لشركات تأمين الحياة والمعفاة أحيانا من الضرائب.

➤ تقليل احتمالات تذبذب العائد على رأس المال فكلما هو معروف لكل من البنوك وشركات التأمين دورات ربحية أو اكتتابية مختلفة، وهناء ارتباط ضعيف بين دورة انكماشية ربما يعوضه الربح الناتج عن التأمين الذي قد يكون في مرحلة الانتعاش من الدورة الاقتصادية.

3. مزايا صيرفة التأمين بالنسبة للعملاء:

من أهم المزايا التي تقدمها صيرفة التأمين لعملاء البنك مايلي:²

➤ انخفاض التكلفة التأمينية وانخفاض أسعار التأمين.

➤ تطوير المنتجات التأمينية بما يتناسب مع احتياجات العملاء.

➤ الاستفادة من حزمة متكاملة من الخدمات المالية (التأمينية) والمصرفية.

➤ إتاحة فرص التسويق للعملاء من خلال تخفيف العناء وإمكانية الاستفادة من الخدمات البنكية والتأمينية في آن واحد.

¹ أسماء حذبوي، واقع وآفاق صيرفة التأمين في الجزائر، مرجع سابق، ص41.

² عبد القادر بريشي، محمد حمو، آفاق تقديم البنوك الجزائرية لمنتجات تأمينية، ورقة بحث مقدمة إلى المؤتمر العلمي الدولي، جامعة ورقلة، 2008، ص05.

ثانيا- عيوب صيرف التأمين

1. عيوب صيرفة التأمين بالنسبة للبنوك:

- بالرغم من المزايا التي يستفيد منها المصرف عند دخوله ألى جانب شركات التأمين لتقديم بعض الخدمات، إلا أن هذا التوجه له عيوب بالنسبة للمصرف نذكر منها:¹
- قد يتم بيع منتجات التأمين على حساب بعض المنتجات المصرفية من ودائع وصناديق الاستثمار، غير أن هذا الأمر يبقى أفضل لدى المصرف من تحويل العميل إلى مؤسسة أخرى.
 - أن دخول المصرف مجال تأمين الحوادث يتطلب مهارات وموارد مختلفة عن تلك المتوفرة لدى المصرف من تدريب وتأهيل للموظفين، واستثمارات مالية كبيرة وإدارة جيدة للمخاطر رغم المنافسة الشديدة والعوائد المتدنية لهذه الفروع، مما يجعل العملية غير مجدية من وجهة نظر مالية.
 - لم تتوصل الدراسات إلى البرهان بشكل قاطع أن العملاء يفضلون نظام التأمين المصرفي، خاصة المؤسسات وقطاع الأعمال بشكل عام.

ثانيا- عيوب صيرفة التأمين بالنسبة لشركة التأمين

- إذا كان لصيرفة التأمين بعض العيوب بالنسبة للبنوك فإن لهذا النوع من الصيرفة عيوب كذلك بالنسبة لشركة التأمين نوجزها فيما يلي:
- دخول المصارف مجال التأمين قد يدفع بعضها إلى تأسيس شركات تأمين خاصة بها.
 - قد يبقى ولاء العميل للبنك وليس لشركة التأمين، وقد يزداد هذا الولاء بارتفاع عد المنتجات التي يقتنيها العميل في البنك.²
 - تحول مركز صناعة القرار إلى البنك.
 - اختلاف الثقافة التجارية في معالجة الملفات.
 - غياب ظروف المنافسة النزيهة مع البنوك.³
- #### ثالثا- عيوب صيرفة التأمين بالنسبة للعملاء: تتمثل في:⁴
- زيادة التكلفة المالية لمنتجات التأمين.
 - قد يجبر الزبون أحيانا على اقتناء بعض المنتجات التأمينية نتيجة لتعاملات تقام بها مع البنك.

¹ عادل زقير، دور صيرفة التأمين في تطوير وانتعاش سوق التأمينات، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة حمة لخصر، الجزائر، العدد10، الجزء01، 2017، ص152.

² المرجع نفسه، ص152.

³ بدر الدين مدات، فتحة ملياني، التأمين المصرفي في الجزائر بين الواقع والمأمول، مرجع سابق، ص188.

⁴ بدر الدين مدات، فتحة ملياني، التأمين المصرفي في الجزائر بين الواقع والمأمول، مرجع سابق، ص188.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لهذا الفصل نستخلص أن لتأمين دور هام فالتأمين علم متطور شأنه في ذلك شأن التطور التكنولوجي، إذ أصبح الأفراد يبحثون عن مختلف أنواع أنظمة التأمين والضمانات لتحويل التكاليف المالية الناتجة عن تحقق الأخطار ووقوع الحوادث الغير مرغوب فيها، حيث أعطى العالم أهمية كبيرة لهذا النشاط من خلال تطوير الكفاءات المهنية والتكوين في هذا النشاط التأميني، وربطه بالبنوك وشركات التأمين حتى ظهر ما يعرف بصيرفة التأمين **Banc assurance** والذي يعتبر مفهوم حديث في اقتصاديات التأمين مقارنة بالتأمين العادي المعروف ومن أهم وأحدث التقنيات في مجال التأمين.

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية لواقع صيرفة التأمين في الجزائر

المبحث الأول: تطور النظام المصرفي الجزائري

المبحث الثاني: تطور صيرفة التأمين في الجزائر

المبحث الثالث: دراسة تطبيقية لصيرفة التأمين في الجزائر

تمهيد:

لقد عرف الجهاز المصرفي الجزائري عدة مراحل، حيث كانت الجزائر تسعى دوماً إلى إصلاح النظام المصرفي مع دخولها إلى اقتصاد السوق الأمر الذي أجبر البنوك على التفكير السريع والعميق في تحسين الخدمات، اتسع نطاق عمل المصارف ليقترح مجال الصناعة التأمينية حيث بدأ الاختفاء التدريجي للحدود بين البنوك وشركات التأمين فظهر التأمين البنكي مع تطور توزيع منتجات تأمينية تكمل المنتجات البنكية، ليندمج النشاط التأميني في النظام التسويقي البنكي، حيث بدأت البنوك في توزيع منتجات تأمينية عبر شبابيكها.

ساعد هذا التوجه تكامل المنتجات المالية المقدمة من طرف البنوك ونظيرتها من طرف شركات التأمين من جهة، والسعي الدائم لتخفيض الأعباء بتوسيع البنك وشركة التأمين لحجم المنتجات المعروضة، من خلال انتاج منتجات بسعر تنافسي من جهة أخرى.

المبحث الأول: تطور النظام المصرفي الجزائري

يعتبر النظام المصرفي من أهم الأسس التي سندت عليها أي نهضة اقتصادية على اختلاف الأزمنة والأمكنة، كما تعد فعالية هذا القطاع وسلامته أداة لحماية السيادة الوطنية وتعزيز النمو الاقتصادي.

المطلب الأول: نشأة وتطور النظام المصرفي الجزائري

تطور الجهاز المصرفي يتبع تطور شكل ونظام النشاط الاقتصادي المتبع خاصة إذا علمنا أن معظم الدول النامية تعاني من تخلف في جهازها المصرفي وضعف محدودية نطاقه وتأثيره، وهو بالتالي يحتاج إلى التطور ووضع السياسات المناسبة لتنظيم عمله وتوجيه نشاطه ليحقق الأهداف المرجوة منه.

كان بالجزائر إيان الاحتلال الفرنسي شبكة واسعة من المصارف والمنشآت المالية العامة والخاصة (البنوك التجارية، بنوك الأعمال والمؤسسات المالية)، كان بها حتى بنك الإصدار دون أن تكون له كل الحقوق التي لمثله في الدول ذات السيادة، إلا أن ذلك الجهاز المصرفي الذي أنشأ فيه تلك الفترة هو في الحقيقة امتداد للنظام المصرفي الفرنسي، وعليه فنشأة وتطور الجهاز المصرفي في فترة الاحتلال الفرنسي، يخدم المصالح الفرنسية، وهذا ما جعل السلطات العمومية الجزائرية تهتم بإنشاء جهاز مصرفي ويضمن تمويله، وقد كانت البداية سنة 1966م بتأميم البنوك الأجنبية ليتشكل بذلك الجهاز المصرفي الجزائري.¹

وأهم الإصلاحات التي جاءت فيه ما يلي:

أولاً- إصلاحات 1971 :

شهدت بعض الإصلاحات والتعديلات على السياسة المالية والنقدية بسبب النقائص التي خلقتها أساليب التمويل المعتمدة في الفترة الماضية وتماشيا مع السياسة العامة للدولة في إطار الاقتصاد المخطط، حيث أنشأ مجلس القرض والهيئة التقنية للمؤسسات المصرفية بموجب الأمر 47/71 الصادر في 1971/06/30 والمتضمن تنظيم البنوك، حيث أعطى هذا الأمر صلاحيات إضافية للبنك المركزي بعدما كانت تنحصر مهامه في خدمة الخزينة العامة وذلك بمنحها قروض وتسبيقات بدون قيد أو شرط.²

ثانياً- إصلاحات 1986:

نتيجة للأزمة المزروجة التي عاشها الاقتصاد الجزائري في منتصف الثمانيات بسبب انخفاض البترول وانهيار أسعار سعر الصرف الدولار ظهرت إصلاحات 1986 بموجب القانون رقم 12/86 الصادر في 1986/08/19 المتعلق بنظام البنوك والقرض، حيث تم إدخال إصلاح جذري على الوظيفة البنكية من أجل

¹ بن علي بلعزوز، محاضرات في النظريات والسياسات النقدية، ديوان الطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة، الجزائر، 2008، ص171.

² بعلي حسني مبارك، إمكانيات رفع كفاءة أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية والمصرفية المعاصرة، رسالة ماجستير علوم تسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011، ص64.

إرساء المبادئ العامة للبنوك وتوحيد الإطار القانوني الذي يسير المؤسسات المصرفية، حيث تم اعتماد مقاييس الربحية والمردودية والأمان في تسيير البنوك العمومية خاصة في مجال منح القروض بمختلف أنواعها.¹

ثالثا- إصلاحات 1988:

شرعت الجزائر منذ عام 1988 في تطبيق برنامج إصلاحي واسع مس مجوع القطاعات الاقتصادية، وقد مست الإجراءات المتخذة في هذا الإطار المؤسسات العمومية بالدرجة الأولى، تجسد هذا البرنامج في القانون 01/88 المؤرخ في 12/01/1988 الذي جاء معدلا ومتمما للقانون السابق.

منح القانون 01/88 المؤسسات الاقتصادية العمومية الاستقلالية المالية إلى جانب الاستقلالية في التسيير، وذلك قصد جعل الاقتصاد الوطني يساير التحولات الاقتصادية العالمية من خلال الخروج من مرحلة الاقتصاد والمخطط نحو مرحلة الإنفتاح على الخارج، ومحاولة التحول إلى اقتصاد السوق من أجل تحقيق الإلتئمان والنمو الاقتصادي.²

رابعا- إصلاحات 1990

تعتبر سنة 1990 منعرجا هاما وحاسما في مسار الإصلاحات المالية والنقدية في الجزائر، والتي صادفت صدور قانون النقد والقرض (10/90) الصادر في 14 أفريل 1990 والذي حاولت من خلاله السلطات الجزائرية تفادي القصور الذي وقع في الإصلاحات السابقة، وتماشيا مع سياسة التحول إلى اقتصاد السوق الحر، وأهم ما يضمنه هذا القانون تعزيز أكبر لاستقلالية البنك المركزي والذي أصبح يسمى "بنك الجزائر"، وتعديل مهام البنوك لزيادة فعاليتها في النشاط الاقتصادي بعد منحها الشمولية في العمل المصرفي، وكذا فتح الإستثمار في السوق المصرفية الجزائرية أمام القطاع الخاص والأجنبي.³

عرف النظام المصرفي الجزائري بعد عدة سنوات من صدور قانون النقد والقرض 10/90 والعمل به، تعديلات نتيجة التغيرات التي مست المحيط الاقتصادي الجزائري أهمها:

1. الأمر رقم 01/01

أول تعديل لقانون النقد والقرض 10/90 كان الأمر رقم 01/01 الصادر في 27 فيفري 2001، حيث تضم هذا الأمر تعديل الجوانب الإدارية في تسيير بنك الجزائر دون المساس بمضمون القانون، إضافة إلى الفصل بين مجلس ادارة بنك الجزائر ومجلس النقد والقرض.⁴

¹ بعلي حسني مبارك، إمكانيات رفع كفاءة أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية والمصرفية المعاصرة، مرجع سابق، ص 67.

² مالك الأخضر، بعلة الطاهر، واقع الجهاز المصرفي الجزائري بين متطلبات لجنة بازل 2" وتحديات تطبيق بازل 3"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجزائر، العدد 02، 2020، ص 302.

³ ناصر سليمان، آدم حديدي، تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 02، الجزائر، 2015، ص 14.

⁴ المرجع نفسه، ص 15.

2. الأمر رقم 11/03

جاء الأمر رقم 11/03 المتعلق بالنقد والقرض الصادر في 26/08/2003، الذي يهدف إلى تقليص صلاحيات محافظ بنك الجزائر الذي كان يتمتع بها والتي كانت تمثل محل نزاع بينه وبين وزارة المالية، ومنه تقليص استقلالية بنك الجزائر التي كان يتمتع بها وفقا للقانون 10/90 ومن جهة أخرى بهدف هذا التعديل إلى تدعيم الإشراف والرقابة على البنوك الخاصة بعد الأزمة التي أحدثتها افلاس بنك الخليفة والبنك الصناعي التجاري.¹

3. الأمر رقم 04/10

جاء الأمر رقم 04/10 المؤرخ في 26 أوت 2010 بهدف تعديل وتنظيم الأمر رقم 11/03 المتعلق بالنقد والقرض، حيث تضمن اشتراط نسبة المساهمة الوطنية في اطار الشراكة بما لا يقل عن 51% من رأس المال بالنسبة للترخيص بالمساهمات الخارجية في البنوك والمؤسسات المالية التي يحكمها القانون الجزائري، تضمن أيضا تعزيز الرقابة الداخلية من خلال وضع جهاز رقابة داخلي فعال.²

4. الأمر رقم 10/17

بعد انخفاض أسعار المحروقات في السوق العالمية، شهدت الجزائر تراجع في إيراداتها لتمويل الموازنة العامة والتي تعتمد أساسا على المحروقات. لجأت الجزائر إلى سياسة التسيير الكمي، والتي تسمح بطبع كتلة نقدية ليس لها مقابل لدى البنك المركزي، من أجل تمويل الموازنة العامة للجزائر، وهذا بإصدار قانون النقد والقرض 10/17 الصادر بتاريخ 11 أكتوبر 2017 الذي يحتوي على المادة 45 التي تنص على أن يقوم البنك المركزي بشكل استثنائي ولمدة 5 سنوات بشراء مباشر من الخزينة السندات المالية التي تصدرها الخزينة.³

¹ فضيلة زواوي، وآخرون، أثر تعديلات قانون النقد والقرض على مسار إصلاح المنظومة البنكية الجزائرية خلال الفترة 1990-2017، مجلة البحوث والدراسات التجارية، المجلد 05، العدد 01، 2021، ص 83.

² ناصر سليمان، آدم حديدي، تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، مرجع سابق، ص 15.

³ فضيلة زواوي، وآخرون، مرجع سابق، ص 85.

المطلب الثاني: مكونات النظام المصرفي الجزائري

يتكون النظام المصرفي من البنك المركزي والبنوك التجارية وأيضا البنوك المتخصصة.

أولا- البنك المركزي:¹

هو مؤسسة مصرفية تتولى مهمة إصدار النقد والمعاملات المصرفية للدولة وتشرف وتراقب سلوك البنوك التجارية في تنفيذ السياسة الاقتصادية في الدولة عن طريق بعض السياسات والأجهزة فيه.

في حين عرفه المشرع الجزائري في المادة 09 من القانون 11/03 المتعلق بالنقد والقروض المعدل والمتمم على أنه:

"مؤسسة وطنية مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، ويعد تاجرا في علاقته مع الغير، ويحكمه التشريع التجاري..."

ومنذ صدور هذا القانون 10/90 المتعلق بالنقد والقروض قبل أن يحل محله القانون 11/03 السالف الذكر أصبح البنك المركزي الجزائري يسمى بنك الجزائر.

ثانيا- البنوك التجارية

وهي التي تمثل أكبر قسم في النظام المصرفي وتعتبر وسيطا ماليا بين أصحاب الفائض وأصحاب العجز، وتأتي في الدرجة الثانية في التسلسل بعد البنك المركزي الذي يباشر عليها الرقابة ويؤثر في قدرتها على خلق النقود والودائع، وذات استقلالية مالية وتسمى بنوك الودائع لكونها تقوم بقبول الودائع على اختلاف أنواعها من الأفراد والمؤسسات وبنوك الائتمان لأنها تقدم قروض عن طريق خلق الودائع.² يوجد في الجزائر مجموعة من البنوك التجارية نذكرها فيمايلي:³

1. الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP): هو بنك عمومي تم تأسيسه في 10 أوت 1964 بموجب القانون رقم 227/64 وكانت مهمته جمع مدخرات الأفراد والعائلات، أما في مجال منح القروض فقد أسندت له مهمة تمويل ثلاث عمليات وهي: تمويل البناء، الجماعات المحلية، العمليات الخاصة ذات المنفعة الوطنية.

2. البنك الوطني الجزائري (BNA): هو بنك عمومي تأسس في 13 جوان 1966 بموجب المرسوم 178/66 لتمويل المشاريع الاقتصادية إضافة إلى مهام أخرى منها اقراض المؤسسات والمنشآت الصناعية العامة.

¹ عمار زعي، أمانة سلطاني، دور البنك المركزي في تنفيذ السياسة النقدية في التشريع الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، الجزائر، المجلد 04، العدد 02، 2020، ص 725.

² خنوق أمين عبد الله، العمليات المصرفية - الطرق المصرفية الحديثة-، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 18.

³ نبيلة فالي، استراتيجيات تأهيل المؤسسات المصرفية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2017، ص 190 ص 220.

3. **القرض الشعبي الجزائري (CPA):** بنك عمومي تأسس بموجب المرسوم المؤرخ في 11 ماي 1967 كبنك ودائع، عمل على إعادة الأنشطة التي كانت تقوم بتمويلها بعض فروع البنوك الأجنبية كالسياحة، الفنادق...الخ.
4. **البنك الخارجي الجزائري (BEA):** بنك عمومي تأسس بموجب الأمر رقم 204/67 الصادر بتاريخ 01 أكتوبر 1967 وأسندت له مجموعة من المهام، كمنح الضمانات للمستوردين والمصدرين...الخ.
5. **بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR):** بنك عمومي تأسس في 13 مارس 1982 تولى مهمة تجميع الودائع سواء جارية أو لأجل ويقوم بمنح قروض للقطاع الفلاحي والحرفي وتمويل مختلف الأنشطة في الريف.
6. **بنك التنمية المحلية (BDL):** بنك عمومي تأسس المرسوم رقم 85/85 المؤرخ في 30 أبريل 1985 تولى مهمة تجميع الودائع بالإضافة إلى تقديم القروض لصالح الجماعات والهيئات العامة المحلية.
7. **بنك البركة الجزائري (AL BARAKA):** هو أول مصرف برأس ما مختلط (عام وخاص) تأسس في 20 ماي 1991 يقوم بجميع العمليات البنكية من تمويلات واستثمارات.
8. **سي تي بنك الجزائر (CITI BANK):** بنك خاص تأسس في 18 ماي 1998، يقوم بتقديم الخدمات التجارية والتي تتمثل في خدمات الأسواق والأوراق المالية.
9. **المؤسسة العربية البنكية الجزائرية (ABC):** بنك خاص تأسس في 02 ديسمبر 1998، ركز في خدماته على خدمة المؤسسات العامة والخاصة في قطاعي التجارة والصناعة.
10. **ناتيكسيس الجزائر (NATIXIS ALGERIE):** بنك خاص تأسس في 27 أكتوبر 1999، يعمل على تقديم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المالية للشركات والمهنيين والأفراد في الجزائر.
11. **سوسيتي جنرال الجزائر (SGA):** بنك خاص تأسس في 2000، يقدم مجموعة من الخدمات المصرفية المتنوعة والمبتكرة للأفراد والمهنيين والمؤسسات.
12. **البنك العربي الجزائري (AB PLC):** بنك خاص تأسس في 15 أكتوبر 2001، يقدم خدمات مصرفية مالية واستثمارية وتجارية متنوعة في مختلف القطاعات.
13. **بي أن بي باريبا الجزائر (BNP PARIBAS EL DJAZAIR):** بنك خاص تأسس في 31 جانفي 2002، يقوم بتقديم باقة شاملة ومتنوعة من الخدمات والمنتجات المصرفية عالية الجودة.
14. **ترست بنك الجزائر (TBA):** بنك خاص تأسس في 30 ديسمبر 2002، يقدم مجموعة متنوعة ومتكاملة من الخدمات والمنتجات إلى جانب العديد من الحلول التمويلية والاستثمارية.
15. **بنك الخليج الجزائر (GULF BANK ALGERIA):** بنك خاص تأسس في مارس 2004، يقدم المنتجات التقليدية بطرق أكثر حداثة وعصرية ويقدم أيضا منتجات تتوافق مع الشريعة الإسلامية.
16. **بنك الإسكان للتجارة والتمويل الجزائر (HBTF-ALGERIA):** بنك خاص تأسس في أكتوبر 2003، يلعب دورا كبيرا في دعم الاستثمار المحلي والاستفادة من الفرص الاقتصادية.

17. فرنسا بنك الجزائر (FARANSA BANK EL-DJAZAIR): بنك خاص تأسس في 31 جانفي 2002، تقوم على تقديم أفضل تجربة بنكية ومالية وحصول العملاء على خدمة م الدرجة الأولى.
18. بنك السلام (AL SALAM BANK): بنك خاص تأسس في سبتمبر 2008، يعمل طبقا للقوانين الجزائرية ووفقا لأحكام الشريعة الإسلامية في كافة تعاملاته.
19. آتش آس بي سي الجزائر (HSBC): بنك خاص تأسس في 17 أوت 2008، مرخص له مزاوله جميع العمليات المصرفية كما هو محدد في القرار 03/11 الخاص بالعملات والائتمان.
20. القرض الفلاحي وبنك الاستثمار الجزائري (CA-CIB Algerie): هو بنك خاص تأسس في ماي 2007.

ثالثا- البنوك المتخصصة

تعتمد هذه البنوك في على مصادرها الداخلية في القيام بوظائفها حيث تعتمد في تمويل أنشطتها التي تتخصص فيها على مواردها الذاتية ولا تمثل الودائع بالنسبة لها دورا ملحوظا، كما أن تجميع الودائع لا يمثل واحد من أغراضها، هذا ويمكن تقسيم البنوك المتخصصة من حيث عملياتها التمويلية التي تقوم بها إلى الأنواع التالية:¹

1. البنوك الصناعية

تهدف للنهوض بالقطاع الصناعي من خلال تقديم القروض المتوسطة والطويلة الأجل للمؤسسات الصناعية، وذلك بغرض تحديث آلياتها ورفع انتاجاتها، كما تساهم بدراسات الجدوى الاقتصادية للمشروعات الجديدة، ليكون اقراضها مبنيا على أسس علمية وموضوعية، ولكي يتم توجيه قروضها إلى النشاطات الصناعية التي تعطي أكبر عائد ممكن.

2. البنوك العقارية

هي بنوك توفر الأموال لمن يرغبون الاستثمار في الحصول على الملكيات العقارية أو تحسينها، وتعتمد على رؤوس أموالها واحتياطياتها وعلى اصدار السندات والإقراض من المؤسسات المالية الأخرى ومن البنك المركزي كمصادر تمويل دون الاعتماد على الودائع، وتمتاز مصادر تمويلها بطول الأجل لكي تلائم التسهيلات الائتمانية التي تقدمها لعملائها، بالإضافة لذلك تركز على الضمانات العينية وذلك برهن العقارات.

3. البنوك الزراعية

هي البنوك التي تتعامل مع المؤسسات الزراعية حيث تختص بتقديم التسهيلات والخدمات المصرفية كافة لمساعدة هذه المؤسسات لأداء دورها في عملية التنمية الزراعية سواء كانت هذه المؤسسات تابعة للأفراد أو جمعيات تعاونية.

¹ انتصار صحراوي، مساهمة البنوك الخاصة في تمويل الاقتصاد الجزائري، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر،

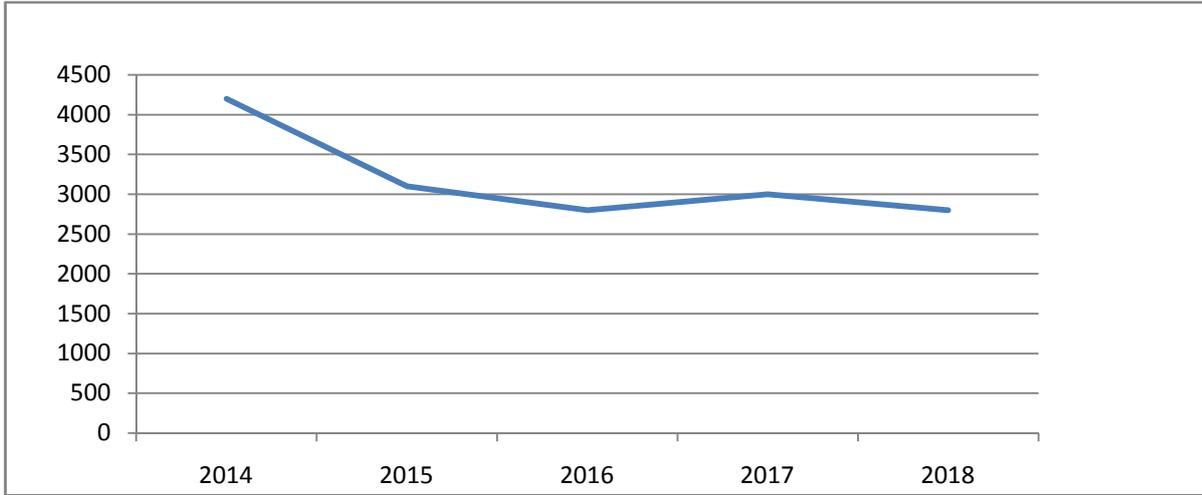
المطلب الثالث: أداء البنوك التجارية الجزائرية (2014-2018)

أولاً- السيولة المصرفية:

تعتبر السيولة على أنها الكفاءة أو الملائمة التي يمكن بها تحويل الأصول او الرقابة المالية إلى نقد فوراً دون التأثير على القيمة السوقية.

الشكل رقم 06 : تطور الأصول السائلة للقطاع المصرفي 2014-2018

الوحدة: مليار دينار



المصدر: التقرير السنوي لبنك الجزائر 2019.

الجدول رقم 01 : نسب سيولة القطاع المصرفي

2018	2017	2016	2015	2014	
%19.84	%23.51	%23.52	%27.14	%37.96	نسبة الأصول السائلة/إجمالي الأصول
%47.45	%53.70	%58.39	%61.64	%82.06	نسبة الأصول السائلة/الخصوم قصيرة الأجل

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على التقرير السنوي لبنك الجزائر.

عرفت الأصول السائلة للمصارف (80% منها تعود إلى المصارف العمومية)، وتيرة متناقصة طيلة الخمس سنوات الأخيرة، لتبلغ أدنى مستوى لها في 2018.

انخفضت نسبة (الأصول السائلة / مجموع الأصول) والتي كانت %37.96 في 2014 و %27.14 في 2015 و %23.52 في 2016 لتصل إلى %23.5 في 2017 و %19.8 في 2018.

كما انتقلت نسبة (الأصول السائلة / الخصوم قصيرة الأجل) من %82.06 في 2016 لتصل إلى %53.7 في 2017 و %47.5 في 2018، هذا الانخفاض ناتج عن تراجع الأصول السائلة.

ثانيا- القروض الموزعة

الجدول رقم 02: القروض الموزعة حسب الآجال

يبين الجدول القروض الموزعة حسب الآجال من طرف المصارف خلال الفترة بين 2014-2018.

الوحدة: مليار دينار

2018	2017	2016	2015	2014	القروض حسب الآجال
2687.1	2298.0	1914.2	1710.6	1608.7	القروض القصيرة الأجل
7287.0	6579.9	5993.6	5564.9	4894.2	القروض المتوسطة والطويلة الأجل
9974.0	8877.9	7907.8	7275.6	6502.9	مجموع القروض الممنوحة
%26.90	%25.90	%24.20	%23.50	%24.70	نسبة القروض القصيرة الأجل
%73.10	%74.10	%75.80	%76.50	%75.30	نسبة القروض الطويلة الأجل

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على التقرير السنوي لبنك الجزائر 2019.

نلاحظ زيادة تدريجية في القروض الممنوحة من طرف المصارف حيث بلغت القروض المصرفية الموجهة للإقتصاد 8877.9 مليار دينار في 2017 مسجلة بذلك نموا بنسبة 12.27%، في المقابل سجل 9974 مليار دينار في 2018 مسجلة نموا بنسبة 12.35%.
في نهاية سنة 2018 بلغت الحصة النسبية للقروض المتوسطة والطويلة الأجل 73.1% (74.1% في نهاية 2017).

ثالثا: الموارد المجمعة

الجدول رقم 03: الودائع المجمعة من طرف المصارف

يبين الجدول الودائع المجمعة من طرف المصارف العمومية والخاصة خلال الفترة بين 2014-2018.

الوحدة: مليار دينار

2018	2017	2016	2015	2014	طبيعة الودائع
4880.5	4499.0	3732.2	3891.7	4434.8	الودائع تحت الطلب
5232.6	4708.05	4409.3	4443.4	4083.7	الودائع لأجل
809.6	1024.7	938.4	865.7	599.0	الودائع كضمان
10922.7	10232.2	9079.9	9200.8	9117.5	مجموع الودائع المجمعة
%86.24	%85.81	%87.06	%88.30	%87.74	حصة المصارف العمومية
%13.76	%14.19	%12.84	%11.70	%12.26	حصة المصارف الخاصة

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على التقرير السنوي لبنك الجزائر 2019.

عرفت حصة الودائع تحت الطلب ارتفاعا بما يقدر ب 8.5% في نهاية سنة 2018 مقابل 20.5% في 2017، حيث انتقلت هذه الودائع من 4499.0 مليار دينار في نهاية 2017 إلى 4880.5 مليار دينار في نهاية 2018.

فيما يخص تطور الودائع لأجل، انتقل قائم هذه الودائع من 4708.5 مليار دينار في نهاية 2017 إلى 5232.6 مليار دينار في نهاية 2018، ما يمثل زيادة بنسبة 11.1%.

تعرف الودائع المستلمة كضمان للالتزامات بالتوقيع للمصارف انخفاضا بنسبة 21.0 في 2018، حيث انتقلت هذه الودائع من 1024.7 مليار دينار في 2017 إلى 809.6 مليار دينار في 2018.

في نهاية 2018 عرفت حصة الموارد المجمعّة من طرف المصارف العمومية تحسنا طفيفا مع بقائها مهيمنة بنسبة 86.24 (85.81 في نهاية 2017) من إجمالي الموارد المجمعّة من طرف مجموع المصارف. فيما يخص المصارف الخاصة عرفت نسبتها انخفاض وانتقلت من 14.19% في نهاية 2017 إلى 13.76% في نهاية 2018.

وأخيرا يمكن القول أن الودائع والقروض المصرفية تطورت بشكل ايجابي في 2018، بالمثل كان عليه الحال في 2017، وباستثناء معدلات السيولة التي عرفت وتيرة متناقصة لتصل إلى حد أدنى في 2018.

المبحث الثاني: تطور صيرفة التأمين في الجزائر

تناولنا في هذا المبحث صيرفة التأمين في الجزائر من خلال عرض الإطار القانوني لها، وأيضا شركات التأمين الناشطة في الجزائر واهم الاتفاقيات المبرمة بينها وبين البنوك، كما تطرقنا إلى منتجات صيرفة التأمين التي تقدمها البنوك.

المطلب الأول: الإطار القانوني لصيرفة التأمين في الجزائر

تنظم صيرفة التأمين في الجزائر جملة من القوانين المتعلقة بالتأمين والتي تسمح لشركات التأمين عبر شبكات البنوك من جهة وبعض القوانين المتعلقة بالبنوك من جهة أخرى، حيث أنه قبل سنة 2006 كان يمنع على شركات التأمين توزيع منتجاتها عبر البنوك وذلك حسب المادة 252 من الأمر 07/95 والتي حصرت المسموح لهم بتوزيع منتجات التأمين وذلك مذكورته المادة 119 من قانون النقد والقرض 10/90 والتي تمنع البنوك من ممارسة أي نشاط خارج الأعمال المصرفية.

وفي سنة 2006 كانت البداية الحقيقية لصيرفة التأمين بعد صدور القانون 04/06 المعدل والمتمم للأمر 07/95 والذي أعطى الضوء الأخضر لشركات التأمين بتوزيع منتجاتها عبر شبابيك البنوك، ثم تلاه صدور المرسوم التنفيذي رقم 07/153 المؤرخ في 22 ماي 2007 والأمر المؤرخ في 20 فيفري 2008، بالنسبة

للبنوك فإن الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض المعدل والمتمم لقانون 10/90 المؤرخ في 26 أوت 2003 سمح لها بتوزيع منتجات التأمين في إطار ممارسة عمليات مالية أخرى كعمليات ملحقة بالنشاط الأساسي لها وذلك ما وضحته المادة 72 من نفس الأمر.¹

أولاً- بنك التأمين في ظل قوانين التأمين

تمثلت أهم القوانين التي سمحت لشركات التأمين بتوزيع منتجاتها عبر البنوك في:

أ. القانون 04/06 المؤرخ في 20 فيفري 2006 المعدل والمتمم للأمر 07/95:

جاء القانون 04/06 بجملة من الإصلاحات لقطاع التأمين، حيث نص في المادة 53 على: "يمكن لشركات التأمين توزيع منتجات التأمين المسوقة عبر البنوك والمؤسسات المالية وشبه مالية وشبكات أخرى للتوزيع".²

ب. المرسوم التنفيذي رقم 153/07 المرخ في 22 ماي 2007:

أهم ما جاء به هذا المرسوم هو:

1. جاء في نص المادة 02 من هذا المرسوم: "يمكن لشركات التأمين المعتمدة تقديم عمليات التأمين بواسطة البنوك أو المؤسسات المالية أو هيئات مشابهة على أساس اتفاقية أو عدة اتفاقيات".³

2. ونصت المادة 03 من نفس المرسوم على: "يجب على شركة التأمين أن تعرض على لجنة مراقبة التأمينات، أي اتفاقية توزيع تبرم بينها وبين الهيئات المذكورة في المادة 02، قبل دخولها حيز التطبيق، تعد جمعية المؤمنين اتفاقية التوزيع النموذجية المسيرة للعلاقة بين شركة التأمين والبنك والمؤسسة المالية".⁴

3. أما المادة 05 من نفس المرسوم فقد جاءت بأهم العناصر التي يجب أن تتوفر في نموذج الإتفاقية وتتمثل في:⁵

- وكالات أو أي مركز بيع للبنك أو المؤسسة المالية المؤهلة لاكتتاب عقود التأمين.
- منتجات التأمين موضوع الاتفاقية.
- عمولة التوزيع وكيفيات دفع أجر الوكيل.
- المقاطعة الإقليمية المرخص للوكالة أو أي مركز بيع، العمل ضمنها.
- الجهة القضائية المختصة في الحكم في حالة نزاع.

¹ أسماء حدباوي، واقع وأفاق صيرفة التأمين في الجزائر 2007-2017، مرجع سابق، ص112.

² المادة 53 من القانون 04/06 المعدل للأمر 07/95 والمؤرخ في 20 فيفري 2006، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 15، الصادرة بتاريخ 12 مارس 2006.

³ 02 من المرسوم التنفيذي 153/07، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 35

23 2007 18.

⁴ المادة 03 من المرسوم التنفيذي 153/07، مرجع نفسه، ص 18.

⁵ المادة 05 من المرسوم التنفيذي 153/07، مرجع نفسه، ص 18.

➤ آجال تحويل الأقساط للمؤمن والتسيير وضبط الحوادث.

ج. القرار الوزاري المؤرخ في 06 أوت 2007:

حدد هذا القرار منتجات التأمين المسموح بتوزيعها عبر البنوك والمؤسسات المالية والحد الأقصى لعمولة التوزيع

➤ نصت المادة 03 من القرار أنه: " تستفيد البنوك والمؤسسات المالية وما شابهها في اطار توزيع المنتجات المسموح بتوزيعها، من مكافأة تدفع في شكل عمولة توزيع تحسب بنسبة مئوية على أساس القسط المحصل الصافي من الحقوق والرسوم".¹

د.القرار الوزاري المؤرخ في 20 فيفري 2008:

➤ نصت المادة 02 من القرار على أن: " النسبة القصوى لمساهمة البنوك أو المؤسسات المالية في رأسمال شركة و/أو إعادة التأمين ب15 % من رأسمالها".²

ثانيا- بنك التأمين في ظل قوانين التأمين

بعدها كان يحظر على البنوك ممارسة أي عمليات خارج نشاطها الأساسي جاء الأمر 11/03 ليسمح للبنوك بتوزيع منتجات التأمين إلى جانب العمليات الأساسية لها.

➤ نصت المادة 72 من القرار على: " يمكن للبنوك والمؤسسات المالية أن تجري جميع العمليات ذات العلاقة بنشاطها كالعمليات التالية (عمليات الصرف، عمليات على الذهب والمعادن الثمينة، توظيف القيم المنقولة وكل منتج مالي، واكتسابها وشراءها وتسييرها وحفظها وبيعها)...الخ".³

¹ المادة 03 من القرار المؤرخ في 06 أوت 2007، يحدد منتجات التأمين الممكن توزيعها والمؤسسات المالية وما شابهها وكذا النسب القصوى لعمولة التوزيع، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 59، الصادرة في 23 سبتمبر 2007، ص17.

² المادة 02 من القرار المؤرخ في 20 فيفري 2008، يحدد منتجات التأمين الممكن توزيعها والمؤسسات المالية وما شابهها وكذا النسب القصوى لعمولة التوزيع، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 17، الصادرة في 30 مارس 2008، ص25.

³ المادة 72 من الأمر 11/03 المتعلق بالنفذ والقرض، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الصادرة في 27 أوت 2003، العدد 52، ص 12.

المطلب الثاني: شركات التأمين الناشطة في الجزائر والاتفاقيات المبرمة مع البنوك

أولا- شركات التأمين الناشطة في الجزائر

جاء القانون 04/06 المؤرخ في 20 فيفري المعدل والمتمم للأمر 07/95 المتعلقة بالتأمينات يلزم شركات التأمين بالتفرقة بين نشاط التأمين على الأضرار ونشاط التأمين على الأشخاص. تتكون السوق الجزائرية من:¹

1. شركات التأمين على الأضرار: هناك 11 مؤسسة وهي:
 - الشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين "CAAR"، شركة عمومية أنشأت في 08 جوان 1963.
 - الشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين "CIAR"، شركة خاصة أنشأت في 15 فيفري 1997.
 - سلامة للتأمينات الجزائر "SALAMA ASSURANCES"، شركة خاصة أنشأت في 13 أبريل 1999.
 - الشركة الجزائرية للتأمين "SAA"، شركة عمومية أنشأت في 12 ديسمبر 1963.
 - أليونس للتأمين "ALLIANCE ASSURANCES"، شركة خاصة أنشأت في 30 جويلية 2005.
 - الجزائرية للتأمينات "2A"، شركة خاصة أنشأت في 06 ماي 1997.
 - شركة تأمين المحروقات "CASH"، شركة عمومية (فرع لسوناطراك) أنشأت في 04 أكتوبر 1999.
 - أكسا للتأمينات الأضرار- الجزائر "AXA"، شركة خاصة أنشأت في 03 أكتوبر 2011.
 - الشركة الجزائرية للتأمين الشامل "CAAT"، شركة عمومية أنشأت في 30 أبريل 1985.
 - تروست الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين "TRUST ALGERIA"، شركة خاصة أنشأت في 18 نوفمبر 1997.
 - العامة للتأمينات المتوسطة "GAM"، شركة خاصة أنشأت في 10 سبتمبر 2002.
2. شركات التأمين على الأشخاص: هناك 08 مؤسسات وهي:
 - كارديف الجزائر "CARDIF EL-DJAZAIR"، شركة خاصة أنشأت في 11 أكتوبر 2006.
 - كرامة للتأمينات "KARAMA"، شركة عمومية أنشأت في 09 مارس 2011 وهي فرع للشركة الجزائرية للتأمين وإعادة التأمين "CAAR".
 - تأمين لايف الجزائر "TALA"، شركة عمومية أنشأت في 17 أبريل 2011 وهي فرع للشركة الجزائرية للتأمين الشامل "CAAT".
 - أمانة للتأمين "ASSURANCE PREVOYANCE ET SANTE – SAPS"، شركة مختلطة أنشأت في 10 مارس 2011.

¹ براهيم قنان، محاضرة بعنوان: الإطار العام للتأمين، التأمين البنكي، 2016-2017، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر،

- مصير للحياة "MASIR VIE"، شركة خاصة أنشأت في 11 أوت 2011 وهي فرع للشركة الدولية للتأمين وإعادة التأمين "CIAR".
- أكسا للتأمين على الحياة "AXA VIE"، شركة خاصة أنشأت في 02 نوفمبر 2011 وهي فرع للشركة الفرنسية "AXA".
- لومتاليست "LE MUTUALISTE"، شركة عمومية أنشأت في 05 جانفي 2012 وهي فرع للصندوق الوطني للتعاونية الفلاحية "CNMA".
- الجزائرية للحياة "L'ALGERIENNE VIE"، شركة خاصة أنشأت في 22 فيفري 2015.
- 3. شركات التأمين على القروض: هناك مؤسستين هما:
 - الشركة الجزائرية للتأمين وضمن الصادرات "CAGEX"، شركة عمومية أنشأت في 10 جانفي 1996.
 - شركة ضمان القروض العقارية "SGCI"، شركة عمومية أنشأت في 05 نوفمبر 1997.
- 4. التعاضديات: هناك تعاضديتين هما:
 - الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي "CNMA"، أنشأت في 02 ديسمبر 1972.
 - التعاضدية الجزائرية لعمل التربية والثقافة "MAATEC"، أنشأت في 10 ديسمبر 1964.
- 5. شركات إعادة التأمين: هناك شركة واحدة هي الشركة المركزية لإعادة التأمين "CCR"، شركة عمومية أنشأت 01 أكتوبر 1973.
- 6. الهيئات الإدارية: تتمثل في هيئات الضبط والرقابة وهي:
 - لجنة الإشراف على التأمينات "CSA"،
 - مديرية التأمينات "DASS"،
 - مكتب مختص في التسعير "BST"، مكتب أنشأ في 11 أوت 2001.
 - صندوق ضمان السيارات "FGA"، أنشأ في 04 أبريل 2004.
 - صندوق ضمان المؤمن لهم "FGAS"، أنشأ في 04 أبريل 2009.
- 7. الهيئات المهنية:
 - المجلس الوطني للتأمينات "CNA"، أنشأ في 25 جانفي 1995 بالأمرية 07/95 المعدلة والمتممة بقانون 04/06 المتعلق بالتأمينات.
 - الاتحاد الجزائري للتأمين وإعادة التأمين "UAR"، أنشأ في 22 فيفري 1994.

ثانيا- الإتفاقيات المبرمة بين شركات التأمين والبنوك

عدة اتفاقيات توزيع ابرمت بين البنوك وشركات التأمين العامة منها والخاصة مفادها توزيع منتجات التأمين من خلال شبائيك البنوك نحاول فيما يأتي ذكر بعض هذه الاتفاقيات:¹

- قام CNEP و SAA بعقد اتفاقية دخلت حيز التنفيذ في 2004/01/01، بعدما أنشأ الصندوق سنة 1989 صندوق ضمان لتقديم منتجات التأمين لحسابه الخاص، عند قيام هذا الأخير بمنح قروض عقارية، حيث يلزم البنك عميلها للانخراط في الصندوق بدفع اشتراك 3600 دينار ودفع أقساط سنوية، ويحصل البنك على عمولة بـ 4.5% من اجمالي الأقساط السنوية، علما أن هذا الاتفاق يغطي فقط مخاطر قرض وحيد هو ضمان قروض حالة الوفاة.
- كما وقعت SAA مع BDL اتفاقية تدخل في إطار التأمين البنكي يوم 2008/04/19، من أجل توزيع منتجات تأمين الأشخاص، تأمين السكن وتأمين الكوارث الطبيعية.
- كما وقعت SAA مع BADR في 2008/04/20، اتفاقية شراكة تسمح بتوفير المنتجات المقترحة من قبل شركة التأمين داخل شبائيك البنك وتشمل توزيع تغطية المخاطر الفلاحية، تأمين الأشخاص ومنتجات تأمين السكن، ووقعت اتفاقية مشابهة مع BDL.
- وقعت CAAR اتفاقية مع BNA في 2010/09/04 من أجل توزيع منتجات مخاطر متعددة للسكن، الكوارث الطبيعية، السفر، القرض وتأمين الوفاة المؤقت.
- كما وقعت نفس الشركة اتفاقية مع CPA في 2008/05/03 لإدخال منتجات جديدة للسوق، وهي تأمين أخطار السكن، الكوارث الطبيعية، الوفاة المؤقت والقروض، علما أنه سيتم توسيع الاتفاقية كمرحلة ثانية لتشمل تأمين السفر للخارج وتأمين الحوادث الفردية والجماعية، كما وقعت اتفاقية مشابهة مع BEA.
- وقعت SALAMA ASSURANCE و BARAKA BANK في 2010/05/31 اتفاقية تقضي بتبادل الخدمات في مجال الاستثمارات التأمينية والبنكية وتأسيس بنك تأميني لتوزيع المنتجات التأمينية لشركة سلامة في البنك، حيث انطلقت أول تجربة سنة 2010 من خلال تسويق البنك لمنتجات الشركة التالية: تأمين الكوارث الطبيعية، تأمين الأخطار الشاملة للسكن.
- وقعت CARDIF EL-DJAZAIR مع CNEP اتفاقية في 2008/03/25 لبيع منتجات تأمين الشركة عبر الصندوق، كما وقعت اتفاقية مشابهة مع BNP PARIBAS.

المطلب الثالث: منتجات صيرفة التأمين في البنوك التجارية الجزائرية

تقدم البنوك التجارية الجزائرية مجموعة متنوعة من منتجات التأمين وهي على النحو التالي:

أولاً- التأمين على الأشخاص

وهو عبارة عن تأمين يقصد به أن يأخذ المؤمن على عاتقه دفع مبلغ معين أو تقرير إيرادات، إذا ما حدث أمر يتعلق بشخص المؤمن له لا بماله كوصوله إلى سن معين أو وفاته، أو مرضه، في مقابل دفع أقساط سنوية أو اشتراكات ن جانب المؤمن له، تنقسم التأمينات على الأشخاص إلى خمسة فئات أساسية وهي:¹

1. التأمين على الحياة: ويقصد به جميع العمليات التأمينية التي يكون لحياة الفرد دخل فيها، أي أن الخطر المؤمن منه يكون متعلق بحياة الإنسان، ويكون الغرض منها واحد أو أكثر إما دفع مبلغ من النقود لشخص معين عند بلوغه سنا معيناً أو دفع مبلغ من النقود للمستفيدين عند وفاة شخص معين أو ضمان مبلغ دوري (معاش) يدفع مدى حياة شخص معين أو خلال فترة معينة من حياته، وقد يلحق به تأمينات إضافية، كالتأمين على الوفاة بسبب حادث والتأمين من العجز، وتعتبر هذه التأمينات مكملة للتأمين على الحياة.

يتفرع التأمين على الحياة إلى ثلاث اشكال والتي تتنوع بتنوع الشروط الواردة في وثيقة التأمين تتمثل هذه الأشكال في:

➤ التأمين على الحياة لخطر الحياة: تضمن وثيقة التأمين في هذا النوع حصول المؤمن له على مبلغ التأمين عند نهاية مدة العقد.

➤ التأمين على الحياة لخطر الوفاة: وتضمن الوثيقة في هذا النوع من التأمين حصول المستفيد على مبلغ التأمين في حالة وفاة المؤمن له.

➤ التأمين على الحياة المختلط: وتضمن هذه الوثيقة حول المؤمن له و/أو المستفيد على مبلغ التأمين.

2. تأمينات التوفير والرسملة: لا تشترط تأمينات الرسملة وفاة الشخص حتى يتحصل على تعويضات وإنما تمنح له عند بلوغه سن متفق عليه في العقد مبالغ مكتسبة على شكل دفعات على مدى الحياة أو مؤقتة أو مؤكدة.

3. تأمينات الحوادث الجسمانية: يتعهد المؤمن في حالة ما أصيب المؤمن له بحادث جسماني خلال فترة الضمان بأن يدفع له أو للمستفيد في حالة موته مبلغاً محدداً، أو أن يرد له كلياً أو جزئياً المصاريف الطبية والصيدلية المدفوعة عن تحقق الحادث، ويقصد بالحوادث في هذه الحالة كل إصابة جسمانية تحدث ضرراً في جسم الإنسان بصفة غير متعمدة.

¹ أسماء حدباوي، دور قنوات توزيع التأمين في النهوض بفرع التأمين على الأشخاص في الجزائر، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، المجلد 05، العدد 01، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2022، ص 266.

4. **التأمين الصحي:** يضمن هذا العقد تعويضات يومية وتعويض المصاريف الصيدلانية في حالة المرض.¹
5. **تأمين السفر والمساعدة:** هو التأمين الذي يهدف إلى حماية المسافرين ومساعدته أثناء قيامه بسفر من أجل العمل أو السياحة أو لغير ذلك في حالة تعرضه لحادثة سواء أثناء السفر أو في البلد المسافر إليه، ومن أهم المخاطر التي يغطيها نجد التأمين الصحي على المسافرين ومشكلة فقدان الحقائب والأمتعة.

ثانيا- تأمين القروض

هو عقد تتعهد بمقتضاه شركة التأمين بالقيام بتسديد القرض أو جزء منه في حالة تعذر المقترض بأداء التزاماته اتجاه المقرض لسبب أو لآخر مع الإشارة إلى أن نوع التأمين مرتبط بنوع الخطر، حيث تتمثل أنواع التأمينات فيما يلي:²

1. **تأمين القرض من مخاطر السوق:** هذا النوع من التأمين من يغطي الخسائر المحتملة التي قد تنجم عن تغيير أسعار الأوراق المالية على مستوى السوق المالي.
2. **تأمين القرض من خطر عدم الملاءة:** يهتم هذا النوع من التأمين بتغطية مخاطر عدم استرداد القروض والتي قد تؤثر على درجة الملائمة المالية للبنك.
3. **تأمين القرض من مخاطر إعادة التمويل:** فهي تشمل المخاطر التي تواجهها المؤسسات المالية، إذا تعددت تكاليف إعادة التمويل (معدل الفائدة الذي يدفعه لإعادة تمويل التزاماته)، ويتعرض لهذا النوع من المخاطر إذا كان العمر الاسمي لأصولها أكبر من العمر الاسمي لالتزاماتها.
4. **تأمين القروض من مخاطر إعادة الاستثمار:** وهي التأمينات التي تشمل المخاطر التي تواجهها البنوك إذا انخفض معدل إعادة استثمار الأموال عن تكاليف التمويل، ويكون عرضة لهذا النوع من المخاطر إذا كان العمر الاسمي لالتزاماتها أكبر من العمر الاسمي لأصولها.
5. **تأمين القروض من مخاطر القيمة السوقية:** وذلك بمواجهة المخاطر الناجمة عن التقلبات التي تحدث في القيمة الأصلية للأصول والالتزامات بسبب تغيرات معدل الفائدة، حيث أن القيمة السوقية لأي أصل ما هي إلا القيمة الحالية للتدفقات النقدية المتوقعة الحصول عليها من هذا الأصل، فارتفاع معدل الفائدة يترتب عليه ارتفاع معدل الخصم وبالتالي يؤدي ذلك إلى ارتفاع القيمة السوقية للأصل.
6. **تأمين القرض من خطر سعر الصرف:** فكل مؤسسة معرضة لخطر سعر الصرف من جراء القيام بعمليات بالعملة الصعبة، وامتلاك مستحقات وديون بالعملة الصعبة قد تقع على عائق البنك، وخطر سعر الصرف ناجم عن التغيير في أسعار العملات التي سلمت بها هذه المستحقات أو الديون في مقابل العملة الوطنية.

² <http://elearning-facsceg.univ-annaba.dz.09/06/2022>, 16:35.

7. تأمين القرض من خطر سعر الفائدة: يعرف خطر معدل الفائدة بأنها مخاطرة تراجع الإيرادات ناتجة عن تغير أسعار الفائدة صعودا وهبوطا حسب وضع كل مصرف على حدة نسبة إلى السيولة المتوفرة لديه ويتم التأمين على ذلك بصفة مدرجة على القرض الممنوح.
8. التأمين على ضمانات تغطية القروض مع الخارج: وهو التأمين على الضمان المصدر من طرف المستورد أو بنكه، كما يمكن أن يحرر هذا الضمان من طرف البنك المركزي لبلد المستورد.

ثالثا- تأمين على السكن

تأمين السكن هو ذلك التأمين الذي يغطي المؤمن له ضد الأضرار التي قد يتعرض لها السكن وكل محتوياته من أثاث، أجهزة كهربومنزلية، الجدران، الأسقف، الخ، هو ليس إجباري، من أهم الأضرار المؤمن ضدها نجد الحريق، الانفجارات، كوارث المياه التي تحدث عن طريق التسربات ، السرقة وغيرها من الأخطار.¹

رابعا- تأمين الكوارث الطبيعية

التأمين على الكوارث الطبيعية هو عقد يلتزم به المؤمن مع المؤمن له في حالة وقوع كارثة طبيعية (الفيضانات، العواصف، الزلازل) أدت بإلحاق الضرر للمؤمن له حيث يستفيد من التعويض مقابل أن يدفع أقساط معينة متفق عليها في العقد.

يعد التأمين ضد الكوارث الطبيعية من التأمينات الهامة في الجزائر بحكم موقعها الجغرافي المتميز بكثافة الكوارث الطبيعية، هذا ما جعل السلطات تجبر المواطن باكتتاب التأمين ضد الكوارث الطبيعية بموجب المرسوم رقم 12/03 الصادر في 26 أوت 2003 المتعلق بإلزامية التأمين من الكوارث الطبيعية وتعويض الضحايا.²

خامسا- التأمين الفلاحي

هو وسيلة تهدف إلى تقليل الخسائر جراء تعرض القطاع الفلاحي لخسائر بتوزيع أعباء هذه الخسائر على مجموعة كبيرة من المزارعين المشاركين، كما أن التأمين الفلاحي لا يقتصر على تأمين المحاصيل فقط، بل يشمل أيضا الماشية، الخيول الغابات، والبيوت البلاستيكية الزراعية، الدواجن، الجرارات والمعدات الفلاحية... الخ.³

¹ حكيمة دموش، التأمين المصرفي في القانون الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، العدد الخاص، جامعة بجاية، الجزائر، 2017، ص 204.

² <http://elearning-facsceg.univ-annaba.dz.10/06/2022>, 18:20.

³ <http://elearning-facsceg.univ-annaba.dz.10/06/2022>, 18:45.

المبحث الثالث: دراسة تطبيقية لصيرفة التأمين في الجزائر
المطلب الأول: حجم أداء صيرفة التأمين في البنوك التجارية الجزائرية
أولاً- التأمين على الأشخاص

لقد سجلت التأمينات على الأشخاص في الجزائر خلال 2011 \ 2019 نموا معتبرا، حيث تضاعف حجم الأقساط من 6.75 مليار دينار جزائري سنة 2011 إلى 12.19 مليون دينار سنة 2020، أي خلال عشر سنوات حققت سوق التأمينات في الجزائر نموا يقدر ب: 80.6%، غير أن حصة التأمينات على الأشخاص في سوق التأمينات الجزائري مازالت في تباطأ ملحوظ، فهي لا تزال تمثل 9% فقط من إجمالي إنتاج القطاع مقابل 91% لفرع التأمينات على الممتلكات ورغم الإصلاحات التي قامت بها الجزائر للنهوض بفرع التأمينات على الأشخاص والتمثلة في الفصل بين نشاط التأمين على الممتلكات وتأمينات الأشخاص، مما ساهم في ظهور شركات متخصصة في التأمين على الأشخاص، إلا أن حصة التأمين على الأشخاص في سوق التأمين الجزائري لا يزال ضعيف، وذلك راجع لطبيعة التغطيات الاختيارية التي يتضمنها فرع التأمين على الأشخاص على عكس التأمينات على الممتلكات الذي يتضمن العديد من التأمينات الإجبارية مثل التأمين على السيارات والتأمين على الكوارث الطبيعية.

الجدول رقم 04: قنوات توزيع التأمين على الأشخاص في الجزائر خلال الفترة 2015\2019

يبين الجدول أن توزيع التأمين على الأشخاص يتم عبر قنوات مختلفة وهي القنوات المباشرة، الوسطاء وصيرفة التأمين

الوحدة: مليون د.ج

السنوات	القنوات المباشرة		الوسطاء		صيرفة التأمين		مجموع القيم	
	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيم	النسبة
2015	6067	60.2%	2260	22.4%	17.47	17.4%	10074	100%
2016	6317	56.2%	2794	24.8%	2129	19%	11240	100%
2017	6342	47.2%	2841	21.1%	4251	31.7%	13434	100%
2018	6225	48.9%	2159	17%	4343	34.1%	12727	100%
2019	6622	48.7%	2019	14.8%	4971	36.5%	13612	100%

المصدر: أسماء حدباوي، دور قنوات توزيع التأمين في النهوض بفرع التأمين على الأشخاص في الجزائر خلال 2011\2020، مجلة أبحاث اقتصادية، مجلد5، عدد1، 2022، ص277.

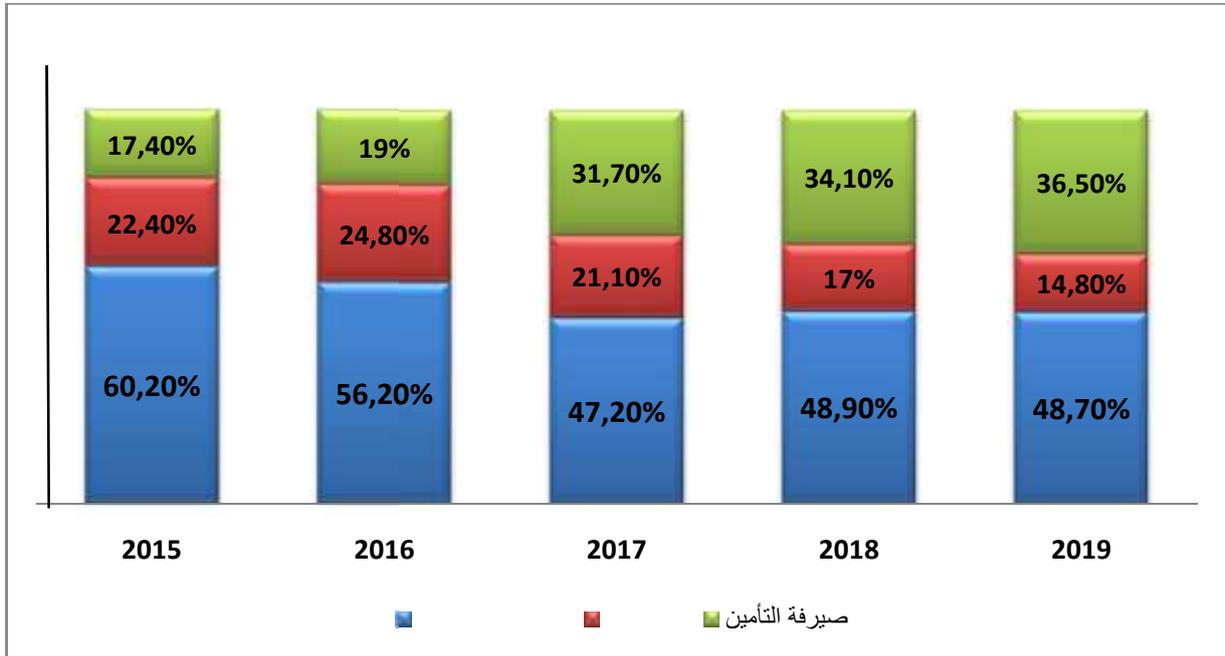
لقد سمح قانون 06\04 بتوزيع منتجات التأمين وظهرت صيرفة التأمين كقناة جديدة لتوزيع المنتجات التأمينية في الجزائر.

حيث لاحظنا من خلال الجدول(1- 3) أن أقساط التأمين على الأشخاص الموزعة خلال القنوات المباشرة كانت في نمو ملحوظ حيث شهدت سنة 2015 نمو ب 6067 مليون دينار جزائري وبنسبة 60.2%، وهذا يضمن بأن هناك زيادة لتستمر هذه الزيادة في 2016 بقيمة 6317 مليون دينار جزائري، كما نلاحظ الزيادة في القيمة تستمر في 2017 إلى 2019

أما أقساط التأمين الموزعة من طرف الوسطاء فقد شهدت قيم متقاربة نوعا ما حيث قدرت ب 2269 مليون دينار في سنة 2015 ، أما في سنة 2016 فقد قدرت ب 2841 مليون دينار وبقيت على هذا المستوى إلى غاية 2019 حيث قدرت ب 2019 مليون دينار .

أما فيما يخص أقساط التأمين والموزعة عن طريق القناة الحديثة والمسماة بصيرفة التأمين وهي تقنية جديدة واشترك قوي بين شركات التأمين والبنوك إذ شهدت تطور ملحوظا فقد كانت بدايتها في الجزائر بداية جيدة مقارنة مع القنوات الأخرى إذ تسعى البنوك وشركات التأمين إلى تطويرها واستعمالها بدلا من القنوات الأخرى وعليه فقد شهدت أقساط التأمين حسب صيرفة التأمين في سنة 2015 بما قدر ب قيمة 1747 مليون دينار جزائري ونسبة 14.4% لتشهد السنوات الأخرى ارتفاعا آخر من 2016 إلى غاية 2019 ب قيم مرتفعة ونسب مقبولة مما يعطي الأمل والتفاؤل في أن هناك تطور في قناة صيرفة التأمين.

الشكل رقم 07: يمثل نسب أقساط التأمين عبر القنوات الثلاثة



المصدر: أسماء حدباوى، دور قنوات التوزيع التأمين في النهوض بفرع التأمين على الأشخاص في الجزائر خلال 2011/2020، مجلة أبحاث اقتصادية، مرجع سابق ذكره، ص 278.

نلاحظ أن هناك ارتفاع في سنة 2015 في التأمين على الأشخاص عن طريق القنوات المباشرة حيث وصلت النسبة إلى 60.20%، لكن أخذت تتناقص تتناقص في السنوات المتبقية بنسب 56.20%،

47.20%، 48.20%، 48.70% على التوالي لسنوات 2016، 2017، 2018، 2019 مما يدل على أن نسبة صيرفة التأمين عبر القنوات المباشرة في تناقص مستمر.

أما فيما يخص التأمين على الأشخاص عبر قناة الوسيط فهي في تذبذب حيث انها لم تقل عن 22 ولم تتجاوزها، حيث كانت النسبة في سنة 2015 مقدرة ب 22.4%، وأخذت تتناقص في السنوات المتبقية وهذا يدل على بداية الاستغناء عن هذه القناة.

أما قناة تأمين الأشخاص عن طريق القناة المستحدثة فقد أعطت نسب جيدة وبديلة نمو مستمرة وهذا من خلال سنة 2015 إلى غاية 2019 وبنسب مقبول بها ثم أعطت صيرفة التأمين تطور جيد في سنة 2017 بنسبة 31.70% وتستمر في الارتفاع في سنة 2018 لتصل إلى 34.10% أما سنة 2019 فقد كانت النسبة جيدة ومرتفعة ب 36.50% ما يوحي بأن صيرفة التأمين في الجزائر تعطي تطور وارتفاع جيد مقارنة مع قناة الوسيط والقنوات المباشرة.

وعليه فإن التأمين على الأشخاص يعتبر طابع ادخاري ومهم مما يجعل عملية توزيعه عبر قناة صيرفة التأمين أمر سهل ومرح وهذا ما يجعل صيرفة التأمين في الجزائر في ارتفاع مستمر وتحسن هام من خلال توزيع منتجات التأمين على الأشخاص.

الجدول رقم 05: تطور معدل كثافة التأمين وكثافة التأمين على الأشخاص في الجزائر خلال 2015\2020

الوحدة: دولارا للفرد

الكثافة السنوات	2015	2016	2017	2018	2019	2020
كثافة التأمين	31.8	30	29	28	29	24
كثافة التأمين على الأشخاص	2.5	2.5	3	3	3	2

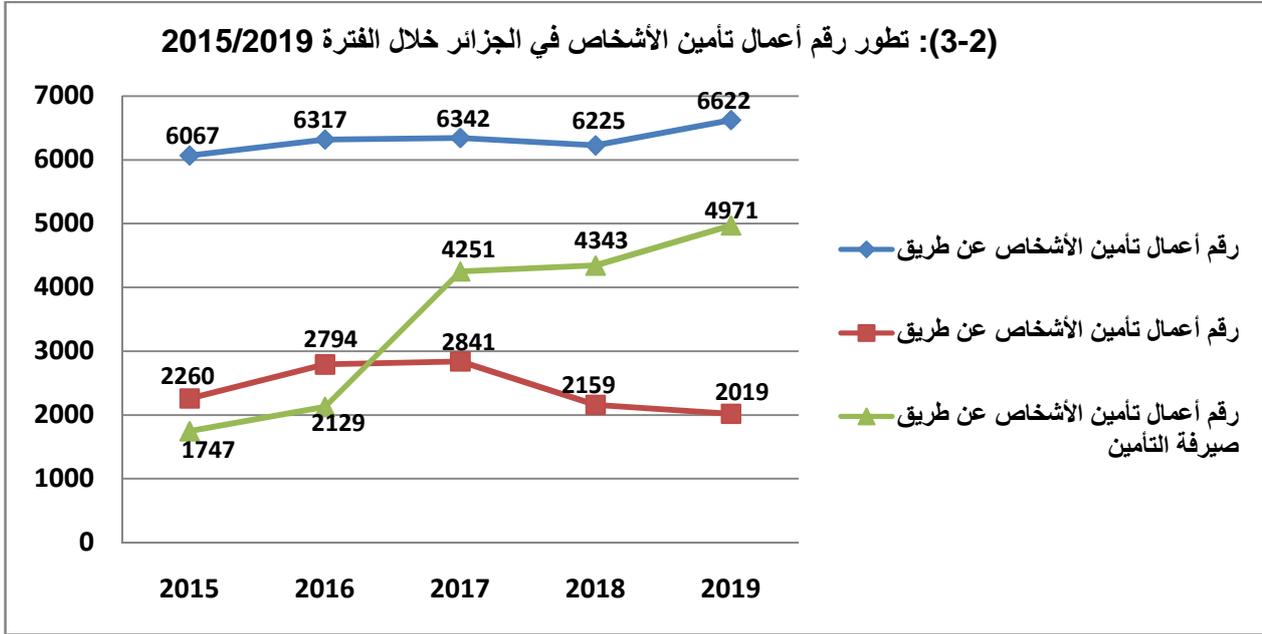
المصدر: أسماء حدباوي، دور قنوات توزيع التأمين في النهوض بفرع التأمين على الأشخاص في الجزائر خلال 2015\2020، نفس المرجع السابق الذكر، ص 274.

نلاحظ من خلال الجدول أن كثافة التأمين في سنة 2015 قد بلغت 31.8 دولار للفرد، وفي سنة 2016 بلغت 30 دولار للفرد كما وأنها أخذت تتناقص في السنوات المتبقية لتصل إلى 29، 28، 29، 24، بالنسبة لسنوات 2017، 2018، 2019، 2020 على التوالي.

كما شهدت كثافة التأمين على الأشخاص توازن مستقر في السنوات هذه حيث كانت كثافة التأمين على الأشخاص في سنة 2015 قد بلغت 2.5 دولار للفرد، كما استقرت في 3 دولار للفرد في السنوات الثلاث 2017، 2018، 2019 على التوالي، أما سنة 2020 فكانت في 2 دولار للفرد.

- مما يوحي لنا أن هناك ضعف في كثافة التأمين والدخل الفردي للفرد الجزائري.

الشكل رقم 08: تطور رقم أعمال تأمين الأشخاص في الجزائر خلال الفترة 2015 إلى غاية 2019



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الجدول رقم 08.

نلاحظ أن هناك تذبذب في رقم الأعمال في السنوات ما بين 2015 و2016 و2017 و2018 وارتفع قليلا في سنة 2019.

أما رقم أعمال صيرفة التأمين على الأشخاص وحسب قناة الوطاء فهو الآخر شهد تذبذب في نفس السنوات وهذا دليل على أن التأمين على الأشخاص لا يتركز بشكل كبير على القناة التوزيعية الوطاء ولا يعتمد عليها.

لنشاهد رقم أعمال تأمين الأشخاص من خلال صيرفة التأمين أنه في ارتفاع مستمر وتحسن جيد جدا يدل على أن قناة صيرفة التأمين تعتمد وبشكل كبير على التأمين على الأشخاص عكس قناة الوطاء والقنوات المباشرة.

ثانيا- التأمين على الأضرار خلال الفترة 2015- 2020

الجدول رقم 06: التأمين على الأضرار خلال الفترة 2015-2020

يبين الجدول قيم التأمين على الأضرار (التأمين على السيارات، النقل، القروض،...) خلال الفترة 2015-2020.

الوحدة: مليار د.ج

المجموع	التأمين على القروض	التأمين على النقل	التأمين على الأخطار الفلاحية	تأمين الحرائق والأخطار الفلاحية والمنتوعة	تأمين على السيارات	السنوات القيم	
						القيمة	النسبة
118.102	1.211	5.758	3.739	41.145	66.248	القيمة	2015
119.439	1.422	6.941	3.371	42.451	65.252	القيمة	2016
%1.132	%17.423	%20.545	%9.842	%3.17	%-1.5	النسبة	
121.625	2.111	5.852	2.630	45.689	65.341	القيمة	2017
%1.83	%48.45	%-15.689	%-21.98	%7.627	%0.136	النسبة	
126.045	2.145	5.827	2.473	46.611	68.987	القيمة	2018
%3.634	%1.61	%-0.427	%-5.97	%2.02	%5.58	النسبة	
131.848	2.292	6.137	2.683	51.491	69.243	القيمة	2019
%4.603	%6.853	%5.32	%8.49	%10.5	%0.37	النسبة	
125.509	2.079	6.047	2.207	52.368	62.805	القيمة	2020
%-4.80	%-9.293	%-1.466	%17.74	%1.70	%-9.3	النسبة	

المصدر: عمار داوولي، تحليل تطور سوق التأمين على الأضرار في الجزائر خلال الفترة (2015\2020)، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، مرجع سابق الذكر، ص 261.

نلاحظ من خلال الجدول أن فرع التأمين على السيارات خلال فترة 2015 حاز على أكبر حصة سوقية قدره ب 66.248 مليار دينار وبنسبة 65.252 %، ثم تأتي بعدها التأمين على الحرائق والأخطار المتنوعة لتليها التأمين على نقل والتأمين على القروض.

أما خلال سنة 2016 فهي الأخرى شهدت أكبر حصة لتأمين على السيارات بقيمة 65.252 مليار دينار تم التأمين على الحرائق والأخطار المتنوعة بقيمة قدرت بحوالي 42.451 مليار دينار بعدها التأمين على

النقل بحصة 6.941 مليار دينار، والتأمين على الأخطار الفلاحية ب 3.371 مليار دينار، وأخيرا التأمين على القروض بقيمة مقدرة ب 1.422 مليار دينار.

وفي سنة 2017 فكانت كالتالي تأمين السيارات ب 65.341 مليار دينار، التأمين على الحرائق والأخطار المتنوعة ب 45.689 مليار دينار، والتأمين على النقل ب 5.853 مليار دينار، والتأمين على الأخطار الفلاحية قدرت ب 2.630 مليار دينار ثم التأمين على القروض ب 2.111 مليار دينار. أما في سنة 2018 فقد قدرت حصة التأمين على السيارات بأكبر قيمة 68.987 مليار دينار، ثم التأمين على الحرائق والأخطار المتنوعة بما قدر ب 46.611 مليار دينار، والتأمين على النقل بحصة سوقية مقدرة ب 5.827 مليار دينار وأخيرا التأمين على القروض ب 2.145 مليار دينار.

وبالنسبة لسنة 2019 فكانت النتائج كالتالي استحوذ فرع التأمين على السيارات على أكبر حصة سوقية مقدرة بقيمة 69.243 مليار دينار، ثم التأمين على الحرائق والأخطار المتنوعة ب 51.451 مليار دينار تم التأمين على النقل بقيمة 6.137 مليار دينار والتأمين على الأخطار الفلاحية ب 2.683 مليار دينار وأخيرا التأمين على القروض يرتفع قليلا ب 2.292 مليار دينار وبنسبة 1.74%.

كما شاهدنا في سنة 2020 أن فرع التأمين على السيارات تحصل على 62.805 مليار دينار حيث إنخفض مقارنة بالسنوات السابقة ثم التأمين على الحرائق والأخطار المتنوعة ب 52.368 مليار دينار، ثم التأمين على النقل بحوالي 6.047 مليار دينار والتأمين على الأخطار الفلاحية ب 2.207 مليار دينار ثم التأمين على القروض بقيمة 2.077 مليار دينار.

ثالثا- تطور رقم أعمال قطاع التأمين حسب الشركات

لدينا الجدول يبين توزيع إنتاج قطاع التأمين حسب الشركات العمومية والخاصة والتعاضدية والشركات المختلطة في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2015-2020

الجدول رقم 07: توزيع إنتاج قطاع التأمين حسب الشركات العمومية والخاصة والتعاضدية والشركات المختلطة

في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2015-2020 الوحدة: مليار د.ج

السوق الكلي	الشركات المختصة	الشركات الخاصة	الشركات العمومية	نوع الشركة	
				السنوات والقيم	القيمة
118.102	2.882	27.299	87.919	القيمة	2015
119.439	2.578	27.862	88.999	القيمة	2016
%1.132	%-10.548	%2.059	%1.227	معدل النمو	
121.625	2.932	28.430	90.262	القيمة	2017
%1.829	%13.734	%2.04	%1.418	معدل النمو	
126.045	2.965	31.089	91.990	القيمة	2018

معدل النمو	1.91%	9.353%	1.123%	3.634%
القيمة	97.223	31.999	2.626	131.848
معدل النمو	5.688%	2.924%	-11.429%	4.604%
القيمة	93.926	29.702	1.880	125.509
معدل النمو	-3.391%	7.176%	-28.39%	-4.807%

المصدر: عمار داوولي، نفس المرجع السابق، ص 255.

يعتبر نشاط التأمين في الجزائر حسب الشركات متطور وفي تحسن ملحوظ، حيث نلاحظ من خلال الجدول أن الشركات العمومية هي التي حازت على أكبر حصة من رقم أعمال التأمين وذلك من خلال أقساط التأمين المحققة خلال سنة 2015 والتي قدرت بـ 87.919 مليار دينار وتستمر في التزايد كل سنة خلال السنوات المتبقية من 2016 إلى غاية 2020 وهذا يدل على أن الشركات العمومية هي المسيطرة بشكل كبير عن باقي الشركات لأخرى.

أما الشركات الخاصة فتأتي بعد الشركات العمومية حيث بلغت قيمتها في سنة 2015 قيمة 27.299 مليار دينار لتحافظ على نفس القيمة في 2017 ثم ارتفعت قليلا في سنة 2017، وبعدها ارتفعت في سنتي 2018 و 2019 ولتتخف في 2020 محققا بذلك قيمة 29.702 مليار دينار وبنسبة سالبة مقدرة بـ: -7.176%.

أما فيما يخص الشركات المختلطة فقد شهدت قيم ضعيفة وبعض النسب السلبية وهذا يدل على أنها غير معتمد عليها بشكل كبير... إلخ.

و بهذا تتحصل الشركات العمومية على حجم سوقي كلي مرتفع وتليها الشركات الخاصة ثم أخيرا الشركات المختلطة وعليه نستنتج أن الشركات العمومية الجزائرية هي المسيطر الأكبر.

المطلب الثاني: تحليل آثار صيرفة التأمين على البنوك التجارية الجزائرية

أولاً- التأمين على الأشخاص

الجدول رقم 08: يبين لنا التأمين على الأشخاص في البنوك التجارية الجزائرية

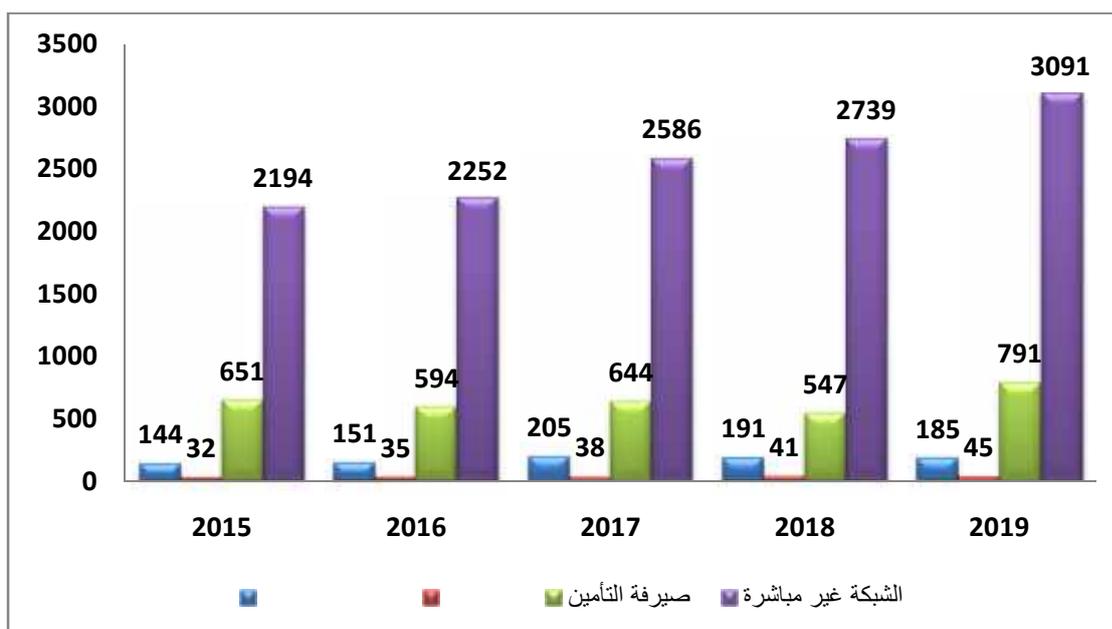
يبين لنا الجدول قيم التأمين على الأشخاص في البنوك التجارية الجزائرية خلال الفترة 2015-2019.

الوحدة: مليار د.ج

المجموع	الشبكة الغير مباشرة		صيرفة التأمين		الوسطاء		الشبكة المباشرة		الفتوات السنوات	
	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة		
%100	3021	%73	2194	%22	651	%1	32	%4	144	2015
%100	3032	%74	2252	%20	594	%1.1	35	%4.9	151	2016
%100	3473	%74	2586	%19	644	%1	38	%6	205	2017
%100	3518	%78	2739	%16	547	%1	41	%5	191	2018
%100	4112	%75	3091	%20	791	%1	45	%4	185	2019

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على تقارير المجلس الوطني

الشكل رقم 09: يمثل قيم تأمين الأشخاص عبر القنوات الأربعة بالإعتماد على الجدول السابق



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على تقارير المجلس الوطني

الفصل الثالث..... دراسة تطبيقية لواقع صيرفة التأمين في الجزائر 2015-2019

من خلال الشكل والمعتمد من الجدول السابق أعلاه نلاحظ أن التأمين على الأشخاص عبر الشبكة المباشرة بلغ في سنة 2015 قيمة 144 مليار دج وارتفع قليلا في سنة 2016 ب 151 مليار دج و 205 مليار دج في سنة 2017، أما في سنة 2018 فنخفض قليلا وبلغ 191 مليار دج، وفي سنة 2019 بلغ 185 مليار دج.

أما عن طريق الوسطاء فقد شهد التأمين على الأشخاص تذبذب حيث تراوح ما بين 32 مليار دج و 45 مليار دج لسنتي 2015 و 2019 على التوالي.

لتشهد صيرفة التأمين تطور ملحوظ في التأمين على الأشخاص حيث بلغت 651 مليار دج و 791 في سنتي 2015 و 2019 على التوالي.

أما الشبكة الغير مباشرة فهي الأخرى شهدت تطور مستمر وملحوظ في السنوات الخمسة حيث شهدت سنة 2019 ما يقدر ب 3091 مليار دج.

ثانيا- التأمين على الأضرار

الجدول رقم 09: تأمين الأضرار في البنوك التجارية الجزائرية

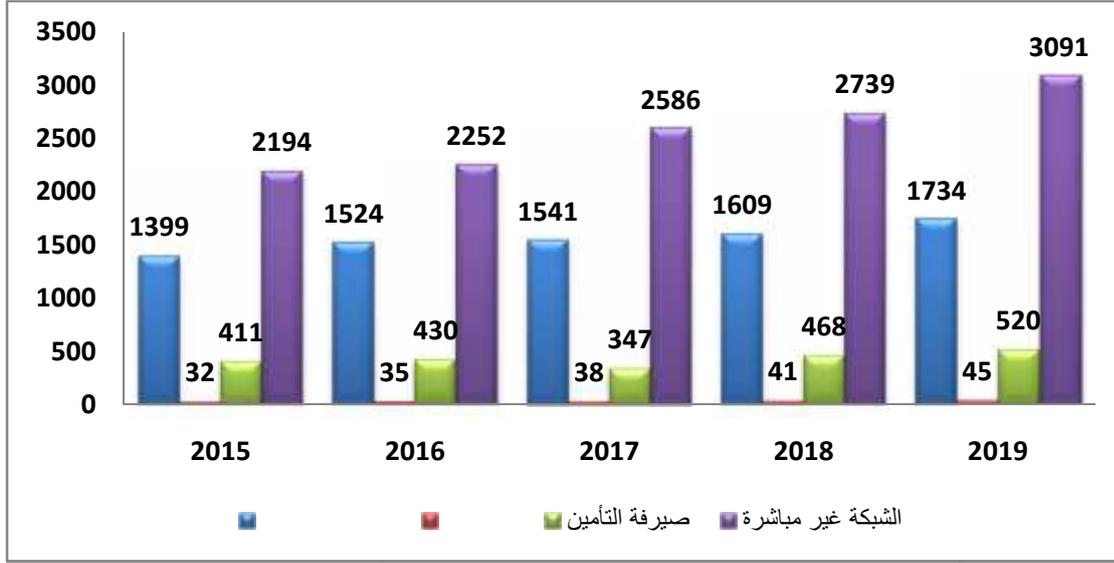
يبين الجدول قيم التأمين على الأضرار عبر القنوات خلال الفترة 2015-2019.

الوحدة: مليار د.ج

المجموع		الشبكة غير المباشرة		صيرفة التأمين		الوسطاء		الشبكة المباشرة		الفتوات
النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	السنوات
100%	4036	%54	2194	%10	411	%1	32	%35	1399	2015
100%	4241	%53	2252	%10	430	%1	35	%36	1524	2016
100%	4512	%57	2586	%8	347	%1	38	%34	1541	2017
100%	4857	%56	2739	%10	468	%1	41	%33	1609	2018
100%	5390	%57	3091	%10	520	%1	45	%32	1734	2019

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على تقارير المجلس الوطني

الشكل رقم 10: يمثل قيم تأمين الأضرار للقنوات الأربعة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على تقارير المجلس الوطني

نلاحظ من خلال الشكل أن التأمين على الأضرار عن طريق الشبكة المباشرة بلغ 1399 مليارات دج خلال 2015، بينما ارتفعت القيمة في سنة 2016 بـ 1524 مليار دج، وفي سنة 2018 بلغت 1609 مليارات دج، كما شهدت 2019 ما قدر بـ 1734 مليار دج، وعليه فإننا نلاحظ أن تأمين الأضرار عن طريق الشبكة المباشرة في تزايد مستمر كل سنة.

أما بالنسبة لتأمين الأضرار عن طريق الوسطاء فكان في تذبذب إذ كان مستقر ما بين 32 مليار دج و 45 مليار دج في سنتي 2015 و 2019 على التوالي.

كما شهدت صيرفة التأمين في البنوك التجارية الجزائرية في التأمين على الأضرار تطور مقبول وإيجابي حيث كانت في ارتفاع مستمر حيث بلغت في سنة 2018 ما قدر بـ 468 مليار دج وفي 2019 بلغ بـ 520 مليار دج، أما الشبكة المباشرة فهي الأخرى شهدت ارتفاع مستقر في السنوات الخمسة حيث بلغت في سنتي 2018 و 2019 ما قدر بـ 2739 و 3091 مليار دج.

ثالثا - حجم التأمينات في البنوك التجارية الجزائرية

الجدول رقم 10: حجم التأمينات في البنوك التجارية الجزائرية

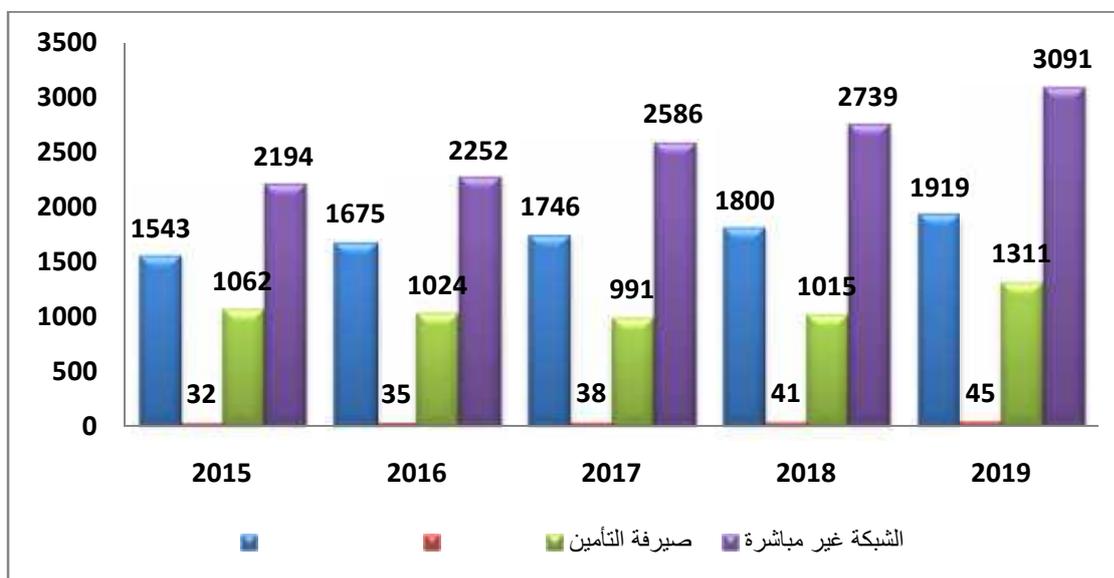
يبين الجدول حجم التأمينات في البنوك التجارية الجزائرية عبر القنوات خلال الفترة 2015-2019.

الوحدة: مليار د.ج

المجموع	الشبكة غير مباشرة		صيرفة التأمين		الوسطاء		الشبكة المباشرة		القنوات السنوات	
	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة	النسبة	القيمة		
%100	4831	45	2194	22	1062	%1	32	32	1543	2015
%100	4986	45	2252	20	1024	%1	35	34	1675	2016
%100	5361	48	2586	18	991	%1	38	33	1746	2017
%100	5595	49	2739	18	1015	%1	41	32	1800	2018
%100	6366	49	3091	20	1311	%1	45	30	1919	2019

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على تقارير المجلس الوطني

الشكل رقم 11: يمثل قيم حجم التأمينات عبر القنوات الأربعة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على تقارير المجلس الوطني

نلاحظ من خلال الشكل والمتمثل في مدرجات تكرارية ممثلة عليها مجموع تأمين الأشخاص والأضرار في البنوك التجارية الجزائرية خلال القنوات المبينة في الشكل، حيث شهدت الشبكة المباشرة تطور خلال السنوات الخمسة كما شهدت صيرفة التأمين تطور ملحوظ وارتفاع مستمر لكن الحصة الأكبر كانت في الشبكة الغير مباشرة حيث شهدت تطور ملحوظ ومستمر مقارنة مع الشبكة المباشرة.

خلاصة الفصل:

التأمين المصرفي عبارة عن إستراتيجية من نوع جديد يمكن للبنوك الجزائرية استعمالها بموجب القوانين التشريعات المنظمة لهذا النشاط، حيث تتجسد في التحالف الحاصل بينها وبين مؤسسات التأمين في سبيل تحقيق التوازن والتكامل بينهما في توفير خدمات أفضل للعملاء وتنويع منتجات التأمين، إذ أصبح بإمكان البنوك الجزائرية ممارسة نشاط التأمين المصرفي وتوزيع منتجات التأمين عبر شبابيكها البنكية كما أصبح بإمكان المواطن الجزائري الحصول على خدمات تأمينية على مستوى شبابه البنكي المعتاد، وعليه فإن التأمين المصرفي في الجزائر له كل الحظوظ للنمو والتطور نظرا لوجود بيئة تشريعية ملائمة.

خاتمة

خاتمة

مع التطورات التي شهدتها القطاع المالي في ظل العولمة المالية، وجدت البنوك وشركات التأمين نفسها أمام ضرورة إنتاج أساليب جديدة والخروج من دائرة نشاطها التقليدي من خلال تبني ما يعرف بصيرفة التأمين والتي تعني توزيع منتجات التأمين عبر شبائيك البنوك، هذا ما يمنح فرصة لشركات التأمين للوصول لشريحة جديدة من العملاء والمتمثلين في عملاء البنك مما يعني توسيع سوقها بتكلفة أقل من البحث عن عملاء جدد خارج هذا النطاق والذي يتطلب منها إجراء بحوث ودراسات تسويقية مكلفة مقارنة بتوزيع المنتجات عبر البنوك، وبالنسبة للبنوك في إطار صيرفة التأمين يحقق ربحا والمتمثل في العمولة التي يتقاضاها من شركات التأمين والتي ترتبط بحجم الأقساط التي يتحصلها كما أن بيع منتج التأمين بالموازنات مع الخدمات المالية يمنح فرصة لكسب ولاء العملاء للبنك.

عرفت صيرفة التأمين تطورا واسعا في الدول المتقدمة وبالأخص الدول الأوروبية والتي كانت بداية ظهور صيرفة التأمين بها، كما تجد أيضا أن تجربة صيرفة التأمين في الدول العربية تعتبر حديثة، ومن بين الدول العربية التي طبقت صيرفة التأمين نجد الجزائر والتي كانت بداية صيرفة التأمين بها في سنة 2006 بعد صدور القانون 06 \ 04 المعدل والمتمم للأمر 95 \ 07 كخطوة من الجهات الوصية للنهوض بقطاع التأمين الذي يعتبر ضعيفا إذا ما أخذنا بالمشورات الرئيسية للتأمين، كما أنه وبعد فتح المجال أمام البنوك وشركات التأمين لتوزيع منتجات التأمين عبر شبائيك البنوك قامت العديد من البنوك بعقد اتفاقيات توزيع مع شركات التأمين لكن رغم تعددها لا تزال صيرفة التأمين في الجزائر ضعيفة مقارنة بالدول المتقدمة إلا أن الجزائر تسعى جاهدا لتطويرها تحقيق الأفضل فيها .

مناقشة الفرضيات:

لقد وضعنا في بداية الدراسة عدة فرضيات:

- تعمل صيرفة التأمين في توسيع نشاط شركات التأمين والوصول لشريحة أوسع من العملاء بأقل تكلفة وقد تبين بأنها صحيحة.
- هناك تحديات تواجه صيرفة التأمين حيث تعتبر البيئة التشريعية أهم عائق أمام توسيع وتطوير نشاط صيرفة التأمين في الجزائر وقد تبين أنها صحيحة.
- يمكن لصيرفة التأمين في الجزائر أن تساهم في النهوض بفرع على الحياة من خلال توسيع الاكتتاب في عقود التأمين وبشكل خاص التأمين على الحياة وقد تبين أنها صحيحة.

نتائج الدراسة:

تتمحور النتائج المتوصل إليها من خلال دراستنا هذه النظرية والتطبيقية لهذا الموضوع فيما يلي:

- هيمنة الشركات العمومية على سوق التأمين على الأضرار في الجزائر بحصة سوقية تفوق 73% من إجمالي السوق خلال فترة الدراسة.
- الحصة السوقية لشركات التأمين المختلطة ضعيفة حيث لم تتجاوز 25% من الحصة السوقية الكلية سوق التأمين على الأضرار خلال فترة الدراسة.
- استحوذ فرع التأمين على السيارات وعلى الحرائق والأخطار المتنوعة على نسبة تفوق 90% في حين الفرع الآخر تبقى ثانوية حصتها السوقية مجتمعة ولا تتعدى 10%.
- تعتمد شركات التأمين في الجزائر على توزيع منتجاتها على قنوات مباشرة التابعة لها بصورة كبيرة مقارنة بالوسطاء وتليها صيرفة التأمين وهذا يعني أن صيرفة التأمين في تطور وتحسن ملحوظ .
- تخضع عملية صيرفة التأمين لقوانين التأمين في حين أن القوانين البنكية اقتصرت على السماح للبنوك بتوزيع منتجات التأمين دون التفصيل في العملية، فالجهات المسؤولة عن رقابة صيرفة التأمين هي هيئات التأمينية في الجزائر.

التوصيات:

- استخدام اليقظة التسويقية في مواجهة الأزمات الممكن حدوثها مثل أزمة كورونا.
- إعداد دراسات تسويقية مشتركة بين شركات التأمين والبنوك عن احتياجات العملاء لتوفير منتجات تتوافق أكثر مع متطلبات عملاء البنك، والسعي لابتكار منتجات تتوافق مع القدرة الشرائية للفرد في ظل ضعف الدخل للفرد الجزائري مع مراعاة الحاجات التأمينية.
- يجب على شركات التأمين الجزائرية العمل على تحسين صورها لدى الفرد الجزائري وذلك بالاهتمام بشكل خاص بالبنوك المن أجل توسيع استعمال صيرفة التأمين على المستوى الأوسع.
- ضرورة وضع تحفيزات ضريبية لنشاط صيرفة التأمين ولكل فروع التأمين، حيث أن المنتجات التي تخضع لإعفاءات ضريبية تكون أقل سعرا مما يساهم في زيادة الطلب عليها وتوسع نشاط صيرفة التأمين بصورة أوسع.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. بن حبيب عبد الرزاق، خديجة خالدي ، أساسيات العمل المصرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2015.
2. حسين بني هاني، اقتصاديات النقود والبنوك- الأسس والمبادئ، دار الكندي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002.
3. ثريا عبد الرحيم الخزرجي، البارودي شرين بدري، اقتصاد المعرفة- الأسس النظرية والتطبيقية في المصارف التجارية، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2012.
4. جلدة سامر، البنوك التجارية والتوريق المصرفي، دار أسامة للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2008.
5. عجمي الجنابي رهيل، ارسلان رمزي ياسين، النقود والمصارف والنظرية النقدية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009.
6. الحناوي محمد صالح، نهال فريد مصطفى، جلال إبراهيم العبد، أسواق المال والمؤسسات المالية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004.
7. خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية والطرق المحاسبية الحديثة، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الخامسة، عمان، 2004.
8. خنوق أمين عبد الله، العمليات المصرفية - الطرق المصرفية الحديثة-، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
9. خليل عبد القادر، مبادئ الاقتصاد النقدي والمصرفي 'إضاءات حول الجهاز المصرفي والسياسات النقدية في تحليل نظرية ومقاربات كمية'، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2014.
10. رشيد سيد سالم، التأمين المبادئ والأسس والنظريات، دار الرابحة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2007.
11. سحنون محمد، الاقتصاد النقدي والمصرفي، بهاء الدين للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، قسنطينة، 2003.
12. سمحان حسين محمد، أسس العمليات المصرفية الإسلامية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013.
13. السنهوي محمد مصطفى، إدارة البنوك التجارية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2013.

14. أبتاية صباح محمد، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008.
15. الصميدي محمد جاسم، وردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2005.
16. الصيرفي محمد عبد الفتاح، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
17. ضياء مجيد، اقتصاديات النقود والبنوك، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008.
18. عبد الباقي إسماعيل إبراهيم، إدارة البنوك التجارية، دار عيراء لنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015.
19. عبد الله خالد أمين، الطراد إسماعيل إبراهيم، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2006.
20. محمد عزت غزال، اقتصاديات النقود والمصارف، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، بيروت، 2002.
21. عز الدين فلاح، التأمين مبادئه وأنواعه، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2008.
22. قتيبة عبد الرحمان العاني، التمويل ووظائفه في البنوك الإسلامية والتجارية، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
23. قندوز طارق، الخطر والتأمين مدخل أجهزة الإشراف والرقابة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2016.
24. كمان محمود جبرا، التأمين وإدارة الخطر، الأكاديميون للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015.
25. الطاهر لطرش، تقنيات البنوك (دراسة في طريق استخدام النقود من طرف البنوك مع إشارة إلى تجربة الجزائر)، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السابعة، الجزائر.
26. محب خلة توفيق، الاقتصاد النقدي والمصرفي 'دراسة تحليلية للمؤسسات والنظريات'، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2011.
27. محمود عبد الخالق، الإدارة المالية والمصرفية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010.
28. مراد سامي أحمد، تفعيل التسويق المصرفي، المكتب العربي للمعارف، الطبعة الأولى، مصر، 2007.
29. أحمد محمد المصري، إدارة البنوك التجارية والإسلامية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 1998.
30. نصر حمود مزان فهد، أثر السياسات الاقتصادية والنقود والبنوك والأسواق المالية، الدار الجامعية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2013.

ثانيا: المجالات:

1. بلحيمر إبراهيم، قندوز طارق، المنافسة التأمينية على أساس الوساطة التسويقية دراسة حالة الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 07، العدد 02، الجزائر، 2018.
2. بن شهنو فريدة، واقع وآفاق التسويق المصرفي في البنوك التجارية، مجلة الابتكار والتصميم، جامعة سيدي بلعباس، العدد 01 .
3. حمول طارق، بودي عبد الصمد، الصيرفة التأمينية كتوجه إستراتيجي لرفع جودة خدمات التأمين، مجلة الدراسات الاقتصادية المعمقة، رقم 09، جامعة طاهري محمد، الجزائر، 2018.
4. زقير عادل، دور صيرفة التأمين في تطور وانعاش سوق التأمينات، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية، جامعة حمة لخضر، الوادي، العدد 01، الجزء 01، 2017.
5. شرطي نسيم، التأمين المصرفي كنموذج للابتكار في الخدمات، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، العدد 4 - 09، 2015.
6. طاري العربي محمد، المزيج التسويقي للبنوك تجارية، حقائق وآفاق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، العدد 08، بسكرة، 2005.
7. عمار زعبي، أمانة سلطاني، دور البنك المركزي في تنفيذ السياسة النقدية في التشريع الجزائري، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، الجزائر، المجلد 04، العدد 02، 2020.
8. زواوي فضيلة، وآخرون، أثر تعديلات قانون النقد والقرض على مسار إصلاح المنظومة البنكية الجزائرية خلال الفترة 1990-2017، مجلة البحوث والدراسات التجارية، المجلد 05، العدد 01، 2021.
9. مالك الأخضر، بعلة الطاهر، واقع الجهاز المصرفي الجزائري بين متطلبات لجنة بازل "2" وتحديات تطبيق بازل "3"، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجزائر، العدد 02، 2020.
10. مجلخ سليم، خالد على، بشيشي وليد، اتجاه العلاقات بين شركات التأمين والبنوك حسب وجهة نظر موظفي البنك وشركة التأمين، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، 2020.
11. مدات بدر الدين، فتيحة ملياني، التأمين المصرفي في الجزائر بين الواقع والمأمول، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 03، العدد 01، 2022.
12. مرقوم كلثوم، حسان حسين، واقع بنك التأمين في الجزائر، مخبر الأنظمة المالية والمصرفية والسياسات الاقتصادية الكلية في ظل التغيرات الدولية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 17، جامعة الشلف، الجزائر، 2017.
13. مصداع راضية، بن ناصر عبد الحميد، واقع وتحديات صيرفة التأمين في الجزائر، مجلة المدبر، المجلد 07، العدد 02، 2020.

14. ناصر سليمان، آدم حديدي، تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 02، الجزائر، 2015.

ثالثا: رسائل الماجستير والدكتوراه

1. بعلي حسني مبارك، إمكانيات رفع كفاءة أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية والمصرفية المعاصرة، رسالة ماجستير علوم تسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011 للبنوك وتأمينات، جامعة المسيلة، الجزائر، 2012.
2. بن يخلف بلال، أثر تطبيق منهج إدارة الجودة الشاملة على أداء البنوك التجارية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR الوكالة المركزية عميروش بالجزائر العاصمة، رسالة ماجستير في علوم التسيير، تخصص الاقتصاد الطبيعي في إدارة الأعمال والمالية، جامعة المدية، 2013.
3. بوغوتي وليد، تقييم جودة خدمات شركات التأمين وأثرها على الطلب في سوق التأمينات الجزائرية (1995\2009)، دراسة تطبيقية للشركة الجزائرية لتأمينات saa، رسالة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2014.
4. العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.
5. فالي نبيلة، استراتيجيات تأهيل المؤسسات المصرفية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2017.
6. ماجن محفوظ محمد، المزيج التسويقي كمدخل لكسب رضى العميل الخارجي المصرفي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة يحي فارس، المدية، 2015.
7. محجوب آسيا، البنوك التجارية والمنافسة في ظل بيئة مالية معاصرة، حالة البنوك الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2011.
8. يحيوي فطيمة، دور هيئات الإشراف في الرقابة على النشاط التأميني، دراسة حالة الجزائر، رسالة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير، علوم اقتصادية، تخصص مالية.

رابعا: مذكرات الماستر

1. انتصار صحراوي، مساهمة النوك الخاصة في تمويل الاقتصاد الجزائري، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2015.

خامسا: المواد القانونية

1. المادة 02 من المرسوم التنفيذي 153/07، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 35 الصادرة في 23 ماي 2007.

2. المادة 02 من القرار المؤرخ في 20 فيفري 2008، يحدد منتجات التأمين الممكن توزيعها والمؤسسات المالية وما شابهها وكذا النسب القصوى لعمولة التوزيع، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 17، الصادرة في 30 مارس 2008.
3. المادة 72 من الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الصادرة في 27 أوت 2003، العدد 52.
4. المادة 03 من القرار المؤرخ في 06 اوت 2007، يحدد منتجات التأمين الممكن توزيعها والمؤسسات المالية وما شابهها وكذا النسب القصوى لعمولة التوزيع، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الصادرة في 23 سبتمبر، العدد 59.
5. المادة 53 من القانون 04/06 المعدل للأمر 07/95 والمؤرخ في 20 فيفري 2006، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 15، الصادرة بتاريخ 12 مارس 2006.

سادسا: المحاضرات

1. إبراهيم قنان، محاضرة بعنوان: الإطار العام للتأمين، التأمين البنكي، 2016-2017، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر.
2. بن علي بلعزوز، محاضرات في النظريات والسياسات النقدية، ديوان الطبوعات الجامعية، الطبعة الثالثة، الجزائر، 2008.

سابعا: المواقع

1. [http:// elearning-facsceg.univ-annaba.dz.2022/06/09](http://elearning-facsceg.univ-annaba.dz.2022/06/09)
2. [http:// elearning-facsceg.univ-annaba.dz.2022/06/10](http://elearning-facsceg.univ-annaba.dz.2022/06/10)

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

لقد عرف القطاع المالي العديد من التطورات والمستجدات مما أدى إلى الاتجاه المتزايد نحو التحرر من القيود التي تحول دون توسع المؤسسات المالية في نشاطها، مما ساهم في دخول مؤسسات غير مصرفية ميدان العمل المصرفي والمالي، وزاد من حدة المنافسة ودفع بالبنوك إلى التوجه نحو مفهوم ما يعرف بالبنوك الشاملة وتقديم مجموعة متكاملة من الخدمات المالية المبتكرة، ومن بين هذه الخدمات تقديم المنتجات التأمينية عبر شبابيكها على أساس اتفاق بينها وبين شركات التأمين في إطار ما يسمى بصيرفة التأمين، حيث ظهرت هذه التقنية في الدول الأوروبية وانتشرت وتطورت في بقية الدول النامية والمتقدمة.

حيث تهدف دراستنا هذه إلى إبراز واقع صيرفة التأمين في الجزائر وتطور النظام المصرفي الجزائري، وكيفية أداء البنوك التجارية الجزائرية واستعمالها لنشاط صيرفة التأمين، وأهم الاتفاقيات المبرمة بينها وبين شركات التأمين، وتحليل آثار صيرفة التأمين على البنوك التجارية الجزائرية، وقد استخلصنا أن صيرفة التأمين في البنوك التجارية الجزائرية لا زالت ضعيفة مقارنة مع الدول النامية.

الكلمات المفتاحية: صيرفة التأمين، منتجات التأمين، شركات التأمين، واقع صيرفة التأمين.

Abstract :

The financial sector has seen many developments, leading to a growing trend towards freedom from the constraints that prevent financial institutions from expanding their activity. non-banking institutions ", which contributed to the entry of non-banking and financial institutions, It has intensified competition and prompted banks to move towards the concept of what are known as inclusive banks and provide an integrated range of innovative financial services insurance products, among which is the provision of insurance products through their windows on the basis of an agreement between them and insurance companies under the so-called insurance banking, It has emerged in European countries, spread and evolved in other developing and developed countries.

Our study aims to highlight the reality of insurance banking in Algeria and the development of the Algerian banking system, how Algerian commercial banks perform and use insurance banking activity, the most important agreements concluded between them and insurance companies, and to analyse the effects of insurance banking on Algerian commercial banks.

Keywords: insurance banking, insurance products, insurance companies, insurance banking reality.