



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المرجع :/2016

القسم: علوم التسيير

الميدان : العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الشعبة: علوم التسيير

التخصص : مالية و بنوك

مذكرة بعنوان :

تقييم جودة خدمات التأمين في البنوك التجارية من وجهة نظر العملاء
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

مذكرة مكمله لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص " مالية و بنوك "

إشراف الأستاذ(ة):

إعداد الطالبة :

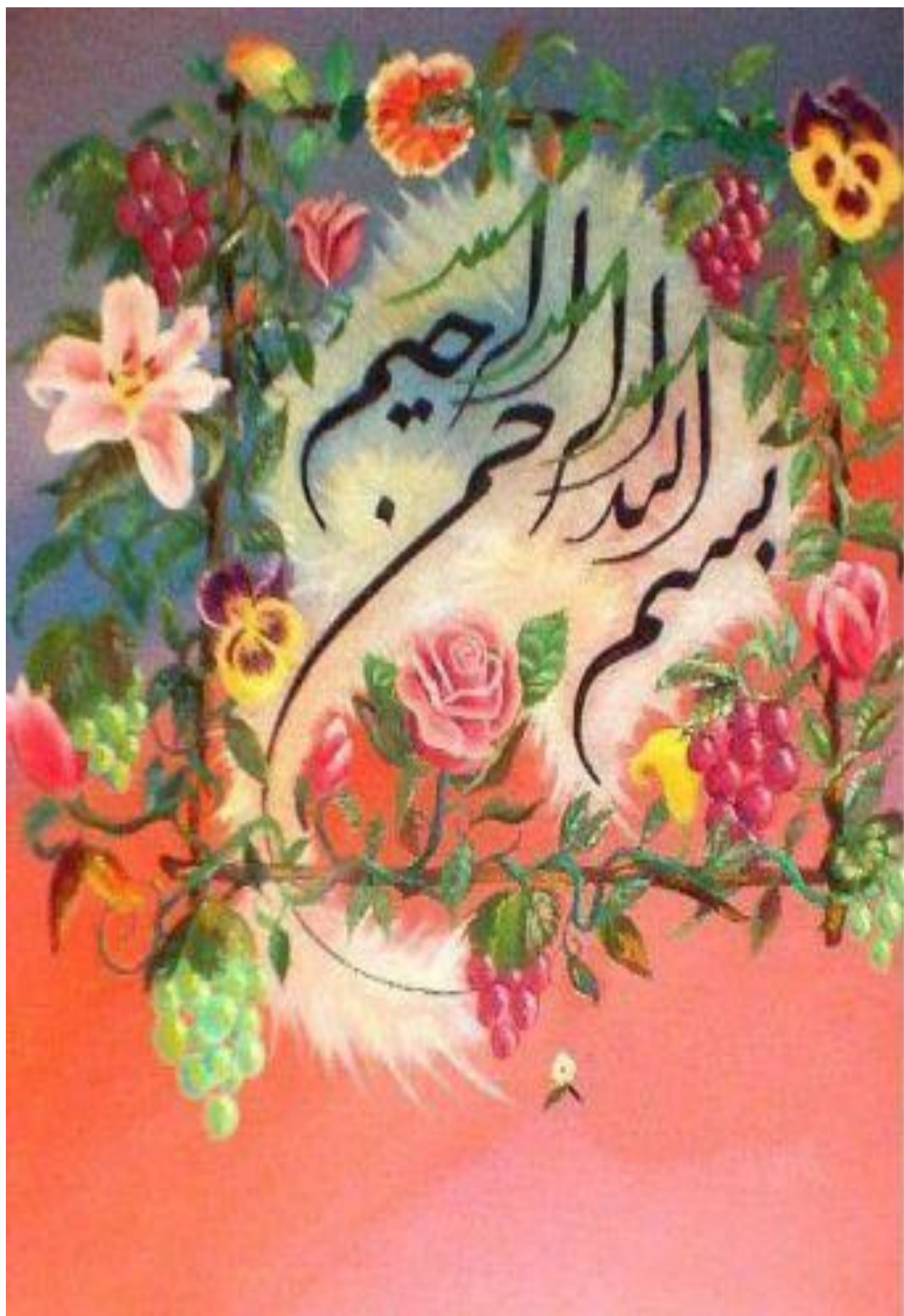
قطاف عقبة

زواق فايژه.

لجنة المناقشة :

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	غيشي عبد العالي
مناقشا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	مرزوقي ياسر
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله	قطاف عقبة

السنة الجامعية: 2015/2016



شكر وعرفان

لله الحمد والشكر أولا وأخيرا على أن وفقني في إنجاز هذا العمل الذي أتمناه لجنة في الميدان البحث العلمي كما لا يفوتني ان أتقدم بخالص الشكر وكثير الاحترام إلى الأستاذ طافع عتبة الذي كان له الفضل في إنجاز هذا العمل من خلال توجيهاته وإرشاداته.

كما أتوجه بواقر التقدير والامتنان لأساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بمركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف على الدعم الذي منحوني إياه.

كما أتفضل بجزيل الشكر والتقدير إلى أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم بقبول الاشتراك في مناقشة هذا البحث المتواضع وتقييمه.

الأهداء

الحمد لله الذي أنار لي طريقي وكان خير عون لي كل
خطوة خطوتها في حياتي إلا بذكره وحمده

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من قال فيهما الرحمن
أخفض لهما جناح الذل من الرحمة إلى أمي العزيزة و
الحنونة التي لم تبخل عليا بدعائها إلى روح أبي الطاهرة
رحمة الله عليه إلى إخوتي الأعزاء فريد و لمياء و ليلى

إلى أصدقاء دربي الذين يشاركونني الحياة وما فيها
خاصة صديقتي العزيزتين حنان و خديجة

إلى كل من ساندني ومد ليا يد العون ورافقتني في
إنجاز هذا العمل من قريب و بعيد

فايزة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وعرفان
	الإهداء
V	قائمة الأشكال
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الملاحق
أ	المقدمة
2	الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي
2	تمهيد
3	المبحث الأول: ماهية البنوك التجارية
3	المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية (تعريف وخصائص)
5	المطلب الثاني: أنواع ووظائف البنوك التجارية
9	المطلب الثالث: أهمية وأهداف البنوك التجارية
10	المطلب الرابع: إستراتيجية البنوك التجارية لمواكبة التحولات العالمية
13	المبحث الثاني: مفاهيم حول البنوك الشاملة
13	المطلب الأول: مفهوم البنوك الشاملة
18	المطلب الثاني: العوامل المساعدة على ظهور البنوك الشاملة ووظائفها
21	المطلب الثالث: مناهج التحول إلى البنوك الشاملة وضوابط التحول إليها
23	المطلب الرابع: مزايا وعيوب البنوك الشاملة
25	المبحث الثالث: أساسيات حول بنوك التأمين
25	المطلب الأول: مفهوم شركات التأمين ووظائفها
28	المطلب الثاني: آليات تكامل شركات التأمين مع البنوك التجارية
30	المطلب الثالث: مفهوم بنوك التأمين
36	المطلب الرابع: ايجابيات و سلبيات بنوك التأمين

38	خلاصة
40	الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي
40	تمهيد
41	المبحث الأول: عموميات حول خدمة التأمين المصرفية
41	المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية والخدمة التأمينية
45	المطلب الثاني: أهمية الخدمة التأمينية
46	المطلب الثالث: أنواع الخدمات التأمينية
49	المطلب الرابع: مبادئ العملية التأمينية
53	المبحث الثاني: شروط نجاح البنوك في تقديم الخدمة التأمينية
53	المطلب الأول: تقنيات صناعة الخدمة التأمينية في البنوك
56	المطلب الثاني: دور البنوك في تطوير الخدمة التأمينية
59	المطلب الثالث: طرق توزيع خدمة التأمين المصرفية
63	المبحث الثالث: تقييم جودة خدمة التأمين المصرفية
63	المطلب الأول: مدخل إلى جودة خدمة التأمين المصرفية
67	المطلب الثاني: أهمية وأهداف جودة الخدمة التأمين المصرفية
69	المطلب الثالث: مؤشرات تقييم جودة خدمة التأمين المصرفية
73	خلاصة
75	الفصل الثالث: دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد
75	تمهيد
76	المبحث الأول: عموميات حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية
76	المطلب الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية
77	المطلب الثاني: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد
79	المبحث الثاني: عينة الدراسة والإجراءات المنهجية

فهرس المحتويات

79	المطلب الأول: تعريف بنك التأمين (بنك الفلاحة والتنمية الريفية والشركة الجزائرية للتأمينات)
80	المطلب الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
83	المبحث الثالث: دراسة وتحليل البيانات وعرض النتائج واختبار الفرضيات
83	المطلب الأول: دراسة خصائص العينة وتحليل بيانات العينة
94	المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
98	الخاتمة
101	قائمة المراجع
	الملخص

قائمة الأشكال والجداول والملاحق

قائمة الأشكال والجداول والملاحق

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم
9	وظائف البنك التجاري	01
14	النموذج المتكامل	02
15	النموذج الألماني	03
15	النموذج الأمريكي	04
20	وظائف البنك الحديث الشامل	05
48	التقسيمات الأساسية للتأمين	06
62	قنوات توزيع خدمات التأمين المصرفية	07
64	مفهوم جودة الخدمة	08
72	نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة المصرفية (نموذج تحليل الفجوات)	09
78	مخطط الهيكل الإداري للوكالة	10

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم
29	نماذج تكامل شركات التأمين مع المصارف	01
35	البنوك التي تمارس أعمال التأمين المصرفي في الأردن	02
83	توزيع العينة حسب الجنس	03
84	توزيع العينة حسب السن	04
84	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	05
85	توزيع العينة حسب المهنة	06
86	مدة التعامل مع خدمات التأمين لـ BADR	07

قائمة الأشكال والجداول والملاحق

86	خدمات التأمين المقدمة من طرف BADR	08
87	مدة التأمين	09
87	تفريغ إجابات السؤال (8)	10
88	الإجابة على السؤال الثانوي ضمن السؤال رقم (8)	11
89	تقييم عينة الدراسة لجانب الملموسية	12
90	تقييم عينة الدراسة لجانب الاعتمادية	13
91	تقييم عينة الدراسة لجانب الاستجابة	14
92	تقييم عينة الدراسة لجانب الأمان	15
93	تقييم عينة الدراسة لجانب التعاطف	16
94	التقييم الكلي لجودة خدمات التأمين المصرفية	17

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم
109	الاستمارة	01
113	اختبار ألفا كرونباخ	02
115	مخرجات SPSS	03

مقدمة

جراء مخلفات الأزمة المالية الأخيرة التي أحدثتها البنوك العالمية، ومع زيادة العولمة المالية وظهر اتفاقية تحرير التجارة والخدمات المالية ومع تطورات إصلاح المنظومة البنكية فزاد نشاط هذه البنوك وتنوع خدماتها وأدوات استثمارها لتقلل من وقوع الخطر مرة أخرى، وهو ما يطلق عليها البنوك الشاملة التي تمارس وتزاول أنشطة مصرفية وأنشطة غير مصرفية وتقديمها خدمات بنكية متنوعة ذات جودة عالية تخلق منافسة في السوق البنكي والمالي ومع تطور هذه الخدمات يسعى البنك إلى تقديم خدمات أكثر للعملاء وجذبهم، بتحسين صورة البنك لدى العميل عن طريق جودة خدمة بأقل تكلفة فسعت هذه البنوك للبحث عن اتجاهات حديثة لتقديم وتطوير خدماتها البنكية، فظهر ما يسمى بالخدمات البنكية الحديثة حيث لم يقتصر دور البنوك على تقديم هذه الخدمة وإنما أصبح دورها يتمثل في تقديم خدمات التأمين وتوجه هذه البنوك التجارية إلى البنوك التأمين التي هي وجه آخر للبنوك الشاملة وهذا راجع لسبب تزايد المنافسة مع شركات التأمين، لقدرة هذه الأخيرة على استقطاب وجذب عملاء البنك إليها مما تقدمه من خدمات مالية للمستثمرين في سوق المالي وعقد شراكة مع هذه الأخيرة وبما أن البنك هو في النظام المالي وسعيه للمحافظة على مكانته فكان بمقدوره تقديم خدمات جديدة متمثلة في خدمات التأمين البنكي ولمعرفة هذه الخدمات التأمينية وهل هي بنفس جودة خدمات الشركات التأمين سوف نطرح هذه الإشكالية:

ما هو تقييم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد لمستوى جودة خدمات التأمين المصرفي المقدمة لهم من طرف وكالة ميلة؟

وللإجابة على هذه التساؤل نطرح عدة تساؤلات فرعية:

- ما هو تقييم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الملموسية لجودة خدمة التأمين المصرفي؟
- ما هو تقييم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الاعتمادية لجودة خدمة التأمين المصرفي ؟
- ما هو تقييم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الاستجابية لجودة خدمة التأمين المصرفي ؟
- ما هو تقييم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الأمان لجودة خدمة التأمين المصرفي ؟
- ما هو تقييم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب التعاطف لجودة خدمة التأمين المصرفي ؟

فرضيات الدراسة

لمحاولة الإجابة عن هذه التساؤلات المطروحة توضع الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

-يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد لمستوى جودة خدمات التأمين المصرفي المقدمة لهم من طرف وكالة ميله بسليبي.

الفرضيات الفرعية:

-يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الملموسية لجودة خدمة التأمين المصرفي بسليبي.

-يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الاعتمادية لجودة خدمة التأمين المصرفي بسليبي.

-يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الاستجابية لجودة خدمة التأمين المصرفي بسليبي.

-يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الأمان لجودة خدمة التأمين المصرفي بسليبي.

-يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب التعاطف لجودة خدمة التأمين المصرفي بسليبي.

أهمية الدراسة

إن صناعة التأمين يحتاج لتطوير وابتكار استراتيجيات تسويقية مرنة تواكب التغيرات الاقتصادية وتعتمد على إدخال خدمات تأمين جديدة ومتنوعة وتطبق أساليب بيعية مستحدثة ويعتبر موضوع تقييم جودة خدمات التأمين البنكية في البنوك من وجهة نظر العملاء من أحدث المواضيع التي تبني إستراتيجية صناعة تأمين عبر البنوك وتوزيع هذه الخدمات للوصول إلى شريحة جديدة من العملاء وتركز هذه الدراسة على هذه العلاقة التبادلية التكاملية بين شركة التأمين و البنوك.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى :

- التعرف على خدمات التأمين في البنوك ومدى أهميتها.
- التعرف على توجه البنوك إلى بنوك التأمين كوجه حديث للبنوك الشاملة.

- واقع شراكة شركات التأمين والبنوك في تقديم خدمات التأمين البنكية.
- ما مدى رضا العملاء على هذه الخدمات التأمين البنكية.

أسباب اختيار الموضوع

- اختيار هذا الموضوع لأنه يدخل في مجال التخصص ويساهم في الارتقاء المستوى العلمي للطلبة.
- حداثة الموضوع وكون التأمين عبر البنوك ذات أهمية بالغة له علاقة بتطور البنوك نحو تقديم خدمات جديدة.
- التغيرات الحديثة في الجهاز البنكي وتبني الجزائر لمفهوم بنوك التأمين ورغبة منها في تجسيد نجاح البنوك العالمية لهذا المجال .

الدراسات السابقة :

- برغوتي وليد بعنوان: تقييم جودة خدمات شركات التأمين وأثارها على الطلب في السوق التأمينات الجزائرية (1995-2009) دراسة تطبيقية للشركة الجزائرية للتأمينات SAA رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد التنمية جامعة الحاج لخضر باتنة (2013-2014) حيث تناول الباحث من خلال هذه الدراسة إشكالية الأبعاد التي يمكن من خلالها تقييم جودة الخدمة التأمين في شركة التأمين و العلاقة بين جودة الخدمة البنكية و رضا العميل فأوجه التشابه للدراسة هي تقييم جودة الخدمة التأمين أما أوجه الاختلاف هي مكان التريض في الشركة الجزائرية للتأمينات SAA
- فاروق أبوجديع بعنوان: التأمين عبر المصارف رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص إدارة الأعمال جامعة دمشق سوريا (2009-2010) تناول الباحث في هذه الدراسة واقع بنوك التأمين في القطاع الاقتصادي فأوجه التشابه كانت في الجانب النظري لدراستي أما أوجه الاختلاف كانت في الجانب التطبيقي فالباحث اعتمد على أسلوب التحليلي على عكس دراستي اعتمدت على أسلوب الإحصائي والرياضي .
- بوعزوز جهاد بعنوان: أفاق تسويق خدمات التأمين في الجزائر ظل الإصلاحات الجديدة للقطاع مع دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمينات CAAT رسالة ماجستير في العلوم التسيير تخصص إدارة أعمال جامعة بن يوسف بن خدة الجزائر (2008-2009) حيث تناول الباحث من خلال هذه الدراسة أفاق تسويق الخدمة التأمين في الجزائر فأوجه التشابه للدراسة حيث لمح الباحث حول تسويق خدمات التأمين عبر البنوك أما أوجه الاختلاف هي مكان التريض إضافة إلى إتباع الأسلوب التحليلي.

منهج الدراسة

في هذه الدراسة اتبعنا المنهج التحليلي وصفي لمتغيرات البحث باستخدام مختلف المراجع من الكتب والملتقيات وإضافة مناهج إحصائية ورياضية وبرنامج المعالجة الإحصائية SPSS لقياس جودة خدمة التأمين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد.

هيكل الدراسة

سوف تقسم هذه الدراسة إلى ثلاث فصول فصليين نظريين وفصل تطبيقي

الفصل الأول: بعنوان البنوك وأنشطة التأمين البنكي حيث نتحدث عن البنوك بصفة عامة واتجاهاتها الحديثة نحو البنوك التأمين بحيث نتطرق فيه إلى مختلف المراحل التطورية للبنوك .

الفصل الثاني: بعنوان الإطار النظري لجودة خدمات التأمين البنكية حيث تطرقنا إلى مفهوم جودة الخدمات البنكية واتجاهاتها الحديثة نحو تقديم خدمات التأمين.

الفصل الثالث: دراسة حالة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد لقياس جودة خدمات التأمين من طرف عملائها حول الخدمات التي يقدمها بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميله.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين

تمهيد:

تلعب البنوك دوراً مهماً في العصر الحديث، حيث أصبحت لا يمكن الاستغناء عنها وعن خدماتها سواء على مستوى الفرد أو القطاع الاقتصادي وغيرها من القطاعات ومن المعروف أن نشأة البنوك ارتبطت بما يشهده العالم من تطورات اقتصادية الذي أكسبها عدة وظائف منها ما هو تقليدي كقبول الودائع ومنح القروض وإدارة المحفظة المالية وخدمات التأمين التي تداخلت مع أنشطة البنك التجاري لولادة كيان جديد وهو بنك التأمين كوجه حديث للبنوك الشاملة وفي هذا الفصل سوف نتطرق إلى:

المبحث الأول: ماهية البنوك التجارية.

المبحث الثاني: مفاهيم حول البنوك الشاملة.

المبحث الثالث: أساسيات حول بنوك التأمين.

المبحث الأول: ماهية البنوك التجارية

ارتبط تطور البنوك دائما بتطور المجتمعات الاقتصادية خاصة التجارية حيث كانت من أهم الأنشطة التي تساعد على نموها وتنوعها لذا فإن دراسة طبيعة البنوك يستوجب بالضرورة معرفة ما هي هذه البنوك التجارية وأهميتها وأهدافها.

المطلب الأول: مفهوم البنوك التجارية

في هذا المطلب نتطرق إلى تعريف البنوك التجارية، إضافة إلى خصائصها.

أولاً: تعريف البنوك التجارية

لم يكتفي الباحثون في إعطاء تعريف موحد وشامل للبنك التجاري حيث يمكن تعريفها على أنها "تقوم بقبول الودائع وتوظف النقود بأنواعها لمدة قصيرة لا تزيد في الغالب عن السنة أهم أعمالها خصم الأوراق التجارية والتسليف بضمان أوراق مالية أو بضائع بفتح الإعتمادات"،¹ نلاحظ من خلال هذا التعريف أن المفكر الاقتصادي حصر مدة أنشطة البنك التجاري كما أنه حصر وظائفها بالرغم من أن البنوك التجارية تشهد تعدد الوظائف حتى غير البنكية.

وهناك تعريف آخر وهو "أن البنك التجاري مؤسسات تتيح خدمات بنكية متنوعة للجمهور دون تمييز فهي تقدم للمدخرين فرص لاستثمار مدخراتهم من خلال الودائع التقليدية أو شهادات الإيداع قصيرة الأجل وكذلك تتيح فرص عديدة للمقترضين من خلال تقديم قروض قصيرة أو متوسطة وطويلة الأجل"،² نلاحظ من خلال هذا التعريف أن الباحث يرى أن البنوك التجارية تنحصر أعمالها في قبول الودائع ومنح القروض وهذه الخدمات تقدم لكافة الجمهور وذلك بهدف استقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء ولكن هنا نرى أن الباحث لم يراع شروطاً واجبا توفرها للعميل لمنحه القرض وهذا ينعكس سلباً على عائد البنك التجاري.

يمكن تعريفه هو "الذي يقوم بصفة معتادة بقبول الودائع عند الطلب أو لأجل محدود تزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي كما تزاول عمليات تنمية الادخار والاستثمار في الداخل والخارج والمساهمة في إنشاء المشروعات هذا إلى جانب القيام بالعمليات والخدمات البنكية

¹ - محمد عبد الفتاح الصيرفي؛ إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص: 30.

² - أكرم حداد ومشهور هذلول؛ النقود والبنوك، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص: 144.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

المتعددة الأخرى بما يساهم في تسيير المعاملات لأفراد ومؤسسات المجتمع¹، من خلال هذا التعريف نرى أن الباحث ركز على أن البنك التجاري يقوم بوظائف لخدمة أو لصالح المجتمع الاقتصادي بهدف تنميته بما يعود بالفائدة على البنك التجاري بحد ذاته.

وهناك تعريف آخر للبنك التجاري حيث عرف على أنه "هو عبارة عن بنوك الائتمان أو بنوك الودائع وعملياتها (أي إقراضها الأموال للغير) في الغالب قصيرة الأجل ومعظمها تخدم قطاع التجارة وهي تعتمد أساسا على ودائع المودعين²، في هذا التعريف نجد أن الكاتب يرى أن البنوك التجارية تتمحور حول وظائف تقليدية لها (الودائع والقروض) هذه الوظائف موجهة لقطاع التجارة وعادة ما تكون قصيرة الأجل.

من خلال التعاريف السابقة نجد أن كل كاتب يرى أو يعرف البنك التجاري ولكن على العموم ليست هناك وجهات اختلاف كبيرة ومن مجمل هذه التعاريف يمكن القول أن البنك التجاري هو هيئة وسيطة بين المدخرين والمقرضين حيث تتمحور وظائفه في قبول الودائع ومنح القروض عادة ما تكون قصيرة الأجل موجهة لسد حاجيات الأفراد أو القطاعات الاقتصادية في فترة زمنية معينة بغية تحقيق التنمية الاقتصادية.

ثانيا : خصائص البنوك التجارية

مما سبق من التعاريف يتضح لنا أهم سمات وخصائص البنوك التجارية والتي تتمثل فيما يلي³:

- تعتبر الودائع بأشكالها المتعددة أهم مصادر التمويل لدى البنك التجاري، وقد تكون الودائع قصيرة أو متوسطة الأجل أو ودائع ثابتة لدى البنك أو لأجل محدد.
- تقوم البنوك التجارية باستخدام أموالها في مجالات متعددة تبدأ بالسيولة كعنصر أساسي تتعدد تقسيماته بين النقدية في الخزينة و الأرصدة في البنك المركزي والأرصدة الموجودة في البنوك الأخرى.
- تمنح البنوك التجارية القروض والسلفيات التي تختلف آجال استحقاقها والأغراض المقدمة لمنحها والضمانات المطلوبة للحصول عليها.

¹ - عبد الحميد عبد الفتاح المغربي؛ إدارة المنشأة المتخصصة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009، ص: 22.

² - شاكر القزويني؛ محاضرات في اقتصاد البنوك، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص: 31.

³ - عبد الحميد عبد الفتاح المغربي؛ المرجع السابق، ص-ص: 23-24.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

- تقوم البنوك التجارية باستثمار جزء من مصادرها لما يشكل لديها محفظة استثمارية متكاملة تحتوي على السندات وأذون الخزينة وأوراق مالية لشركات المساهمة.
- تنتم أعمال ونشاطات البنوك التجارية على وجه العموم باستخدام قصير ومتوسط الأجل وتقل إلى حد كبير النشاطات ذات المدى البعيدة.
- تعمل البنوك التجارية على تقديم مجموعة كبيرة من الخدمات البنكية التي تغطي العديد من مجالات نشاط الأفراد والمنظمات والشركات في المجتمع مثل صرف الشيكات شراء النقد الأجنبي وغيرها.
- تحقق البنوك التجارية أرباحها من العائد المتحقق من عمليات توظيفها المختلفة بعد استبعاد ما تتحمله من أعباء وفوائد تدفعها للمودعين والمقرضين.
- تعد البنوك التجارية الأكثر شيوعا وهي تمارس مختلف وظائفها في جميع الأنشطة الاقتصادية داخلها أو خارجها وليس الأنشطة التجارية فقط تدل على خدمتها بل تخدم المجالات الصناعية والخدمية.

المطلب الثاني: أنواع ووظائف البنوك التجارية

يمكن تقسيم البنوك التجارية إلى عدة أنواع وذلك حسب نشاطاتها المختلفة إضافة إلى المناطق الجغرافية التي تغطيها ونتيجة لذلك قد تختلف وظائفها البنكية وقد لا تشترك فيما بينها ويتم توضيح هذه الأنواع إضافة إلى وظائفها فيما يلي :

أولاً: أنواع البنوك التجارية

تقسم البنوك التجارية حسب عدة أسس هي :¹

- 1- من حيث نشاطها ومدى تغطيتها للمناطق الجغرافية: وتنقسم إلى:
 - 1-1- البنوك التجارية العامة: ويقصد بها تلك البنوك التي يقع مركزها الرئيسي في العاصمة أو في إحدى المدن الكبرى وتباشر نشاطها من خلال الفرع أو المكاتب على مستوى دولة أو خارجها.
 - 1-2- البنوك التجارية المحلية: ويقصد بها البنوك التي يقتصر نشاطها على منطقة جغرافية محدودة ويقع المركز الرئيسي للبنك والفروع في هذه المنطقة كما أنها تتميز بصغر الحجم، فهي ترتبط بالبيئة المحيطة بها وينعكس ذلك على خدماتها البنكية المقدمة.

¹ - محمد عبد الفتاح الصيرفي؛ مرجع سابق، ص-ص: 32-34.

2- من حيث حجم النشاط: ويتم تصنيفها إلى:

2-1- بنوك الجملة: ويقصد بها تلك البنوك التي تتعامل مع كبار العملاء والمنشآت الكبرى.
2-2- بنك التجزئة: وهي عكس النوع السابق حيث تتعامل مع صغار العملاء لكنها تسعى لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء، فهي منتشرة جغرافيا وتتعامل بأصغر الوحدات المالية قيمة من خلال خلق المنافع الزمنية والمكانية.

3- من حيث عدد الفروع: وتقسم إلى:

3-1- البنوك ذات الفروع: هي البنوك التي تتخذ شكل شركات المساهمة كشكل قانوني لها فروع متعددة وتتبع اللامركزية في تسيير أمورها حيث يترك للفرع تدبير شؤونه.
3-2- بنوك السلاسل: هي سلسلة من البنوك نشأت نتيجة لنمو حجم البنوك التجارية وتتكون هذه السلسلة من عدة فروع منفصلة عن بعضها إداريا ويشرف عليها مركز رئيسي واحد يرسم السياسات العامة.

3-3- بنوك المجموعات: وهي التي تأخذ شكل شركة قابضة تدير مجموعة من الشركات التابعة التي تعمل في النشاط المصرفي وتتخذ لامركزية في إدارة شؤون هذه الشركات ولها طابع احتكاري وقد شهد هذا النوع من البنوك انتشارا في أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية.
3-4- البنوك الفردية: هي منشأة فردية تكون محدودة رأس المال، تتعامل في المجالات القصيرة الأجل ويتم توظيف الأموال في الأوراق المالية والأوراق التجارية المخصصة وغير ذلك من الأصول عالية السيولة والتي يمكن تحويلها إلى نقود بسرعة وبدون خسائر.

ثانيا: وظائف البنوك التجارية

تعددت وظائف البنوك التجارية حيث يمكن تقسيمها إلى صنفين هما:

1- الوظائف التقليدية: وتتمثل في:

1-1- قبول الودائع: تعتبر من أهم الوظائف للبنك التجاري والذي وجد من أجلها وهي الوظيفة الأولى حيث أصبحت البنوك تلعب دور الوسيط بين طالبي الائتمان والمودعين أصحاب الفوائض المالية وذلك بإغراء أو جذب أكبر قدر ممكن من المودعين أو المقرضين بمنح مزايا عديدة ومتنوعة لهم وإن أهم عنصر يجب أن يتواجد في هذه الوظيفة هو الثقة، حيث تلعب دورا مهما لاكتمال هذه الوظيفة وبالتالي تشجيع نحو فرص الاستثمار وهذا ما ينعكس على تمويل المشاريع الاقتصادية وتنمية النشاطات الاقتصادية.

1-2- منح الائتمان: تعتبر الوظيفة الثانية للبنك التجاري وتتمثل في منح القروض لمحتاجيها في فترة زمنية معينة مقابل ضمانات مطلوبة وليس بشرط أن تمنح هذه القروض من الودائع بل هناك مصادر أخرى لها.

1-3- تجميع المدخرات: وذلك باستثمار مدخرات الزبائن عن طريق ما يعرف بإدارة الاستثمارات.¹

1-4- تحصيل المستحقات: حيث تقوم البنوك التجارية بتحصيل مستحقات زبائنهم من مصادر مختلفة سواء بشيكات أو كمبيالات أو سندات إذنية.²

1-5- الاستثمار في الأوراق المالية: هو بمثابة منح ائتمان طويل مثل شراء السندات.³

2- الوظائف غير التقليدية: حيث يسعى البنك إلى ممارسة العديد من الوظائف وتقديم خدمات مختلفة ومتنوعة من بينها:

2-1- تقديم خدمات استشارية للمتعاملين: لقد تعدت وظيفة البنك التجاري من دور الوسيط بين المقرض والمقترض إلى متدخل يقدم عدة الاستشارات المالية وقيام بدراسة جدوى المشاريع لأصحابها وذلك لضمان نجاحها مقابل عمولات مختلفة، لأن في ذلك فائدة للبنك التجاري وضمان لاسترجاع أمواله دون تكبد خسائر ومخاطر القروض حيث يضمن تسديد الالتزامات المترتبة عليه وفق توقيعات متفق عليها.⁴

2-2- تقديم الخدمات المالية للمؤسسات الخاصة: لم يقتصر نشاط البنك التجاري على تمويل المؤسسات العمومية والكبيرة بل تعدى ليشمل المؤسسات الخاصة ليستحوذ على أكبر قاعدة من العملاء وتوسيع نشاطه المالي وتشمل هذه الخدمات التمويلية أربعة مجالات وهي:⁵

تعميم استخدام أساليب التمويل البنكي متنوعة ومرونة النشاط حيث يمنح التمويل إلى المؤسسات الخاصة حسب طبيعة نشاطها أو بالنظر إلى أصولها مثال على ذلك مؤسسة خاصة ذات أصول ثابتة يمنح لها قرض على شكل الرهن العقاري كما يتم توسيع نشاط منح القروض حيث تتماشى مع مجال الذي تنشط فيه المؤسسة مثلاً مؤسسات عقارية، صناعية، تجارية، خدمية، زراعية،

¹ - وسام الحجار، وداد سعد؛ تطور وظائف البنوك التجارية، العدد6، مجلة الدفاع الوطني اللبناني، لبنان، 2016، ص: 123.

² - وسام الحجار، وداد سعد؛ المرجع السابق، ص: 125.

³ - حسين عمر؛ عموميات حول البنوك، www.bayt.com، أطلع يوم : 18-01-2016.

⁴ - فلاح حسن الحسيني، ومؤيد عبد الرحمان الدوري؛ إدارة البنوك مدخل كمي واستراتيجي معاصر، ط2، دار وائل للنشر، الأردن،

2003، ص: 36.

⁵ - طارق طه؛ إدارة البنوك في بيئة العولمة والإنترنت، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص: 76.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

سياحية، وغيرها من المجالات حيث يقوم البنك بتطوير خدمات الإقراض والعمل بقوة على تطويرها والإيداع الفردي.

2-3- ادخار مناسبات: تشجيع البنوك للمتعاملين معها بأن يقوموا بالادخار لمواجهة مناسبة معينة مثل نفقات الاصطياف، أو الزواج، نفقات الدراسة بالخارج حيث يمنح لهم مزايا عديدة من بينها تسهيل شروط الاقتراض.

2-4- خدمة البطاقة الائتمانية: حيث تعتبر من أشهر الخدمات البنكية الحديثة التي استخدمتها البنوك التجارية في الولايات المتحدة الأمريكية في التسعينات من القرن الماضي،¹ حيث تعتبر من أنواع النقود الإلكترونية وأكثرها شيوعاً، ويمكن استخدامها عن طريق شبكة الإنترنت وتعمل هذه البطاقات من خلال شريحة إلكترونية أو شريط مغناطيسي يحتوي على كافة المعلومات الضرورية عن الزبون وحسابه واللائمة لإتمام عملية البيع.²

2-5- إصدار خطابات الضمان: حيث يعتبر خطاب الضمان وثيقة يتعهد بها البنك للتسديد في حال لم يستطع المقترض تسديد ديونه في تاريخ استحقاقها مقابل عمولة و هذا النوع شائع في عمليات التجارة الخارجية.

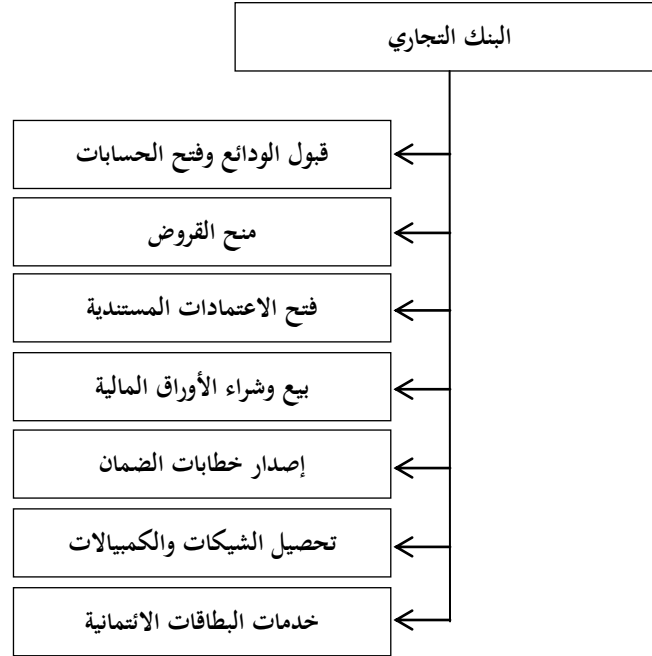
ويمكن توضيح مختلف الوظائف الممارسة في البنوك التجارية بالشكل الموالي:

¹ - أكرم حداد، مشهور هذلول؛ مرجع سابق، ص: 58.

² - فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمان الدوري؛ مرجع سابق، ص: 35.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

الشكل رقم (01): وظائف البنك التجاري



المصدر: سعيد سامي الحلاق، محمد محمود العرجوني؛ النقود والبنوك المركزية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص: 57.

المطلب الثالث: أهمية وأهداف البنوك التجارية

للبنوك التجارية أهمية كبيرة في التنمية الاقتصادية بالإضافة لها أهداف أهمها تحقيق الربحية والاستقرار المالي، كما أدم سميث من خلال دراسته للهيكل التمويلي والتنمية لخمس و ثلاثين دولة متقدمة، فإن التنمية الاقتصادية (المالية) هي المسار إلى النمو الكلي للاقتصاد وهذا يعني أن النظام البنكي دافع للتنمية الاقتصادية.¹

أولاً: أهمية البنوك التجارية

وتتمثل أهميتها عموماً في:²

- بدون هذه البنوك لا يمكن لصاحب المال أن يجد المستثمر المطلوب والعكس بالشروط المدة الملائمة للاثنتين.

¹ - حمزة محمود الزبيدي؛ إدارة البنوك، مؤسسة الوراق، الأردن، 2004، ص: 192.

² - محمد عبد الفتاح الصيرفي، مرجع سابق، ص: 19.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

- بدون هذه البنوك التجارية تكون المخاطرة في المشاريع التجارية.
- نظرا لتنوع استثماراتها فإنها توزع المخاطر مما يجعل تزايد التعامل مع هذه البنوك.
- سد حاجيات الأفراد من الأموال اللازمة وتجنب الوقوع في حالة ركود للمشاريع الاقتصادية.
- تشجيع الأسواق الأولية التي تستثمر وتصدر الأصول المالية التي يحجم عنها الأفراد خوفا من المخاطرة.
- إدارة المحافظ المالية للمتعاملين.

ثانيا: أهداف البنوك التجارية

- لتحقيق أهداف البنوك التجارية تأخذ بعين الاعتبار كل من القيود والفرص البيئية وكل العوامل المؤثرة في نشاطها وتتمثل أهم أهدافها في:¹
- تعظيم قيمة البنك من خلال الاهتمام بسمعة البنك ومكانته في سوق الوساطة المالية والعمل على تنمية الموارد.
- تعظيم الربحية في الأجل الطويل وذلك من خلال العمل على تحقيق معدلات معينة للربحية والسيولة والأمان.

المطلب الرابع: إستراتيجية البنوك التجارية لمواجهة التحولات العالمية

مع التطورات الاقتصادية الحاصلة فرض على البنوك التجارية أن تنتهج سياسات واستراتيجيات تخولها البقاء وتحقيق الاستمرارية لمواجهة المستجدات والتكيف مع المحيط الذي تتواجد فيه، والذي يؤثر على تنافسيتها ولذلك وجب على البنك التجاري استحداث خدماته البنكية لتلبية رغبات أكبر عدد ممكن من العملاء وبصفة متنوعة، ويتمتع بتقديمها بكل مرونة أي كلما تطورت هذه الاحتياجات وتغيرت عبر الزمن كلما كان البنك مستعدا لمواجهة وتلبيتها وفي ذلك يعتمد على كفاءة وخبرة الموظفين، إضافة إلى التكنولوجيا وتعتبر أهم عنصر لمجارات المستقبل، ولرفع التحديات لمستوى أداء خدمته لابد من التركيز على:

- 1- تقديم أنشطة تمويلية مبتكرة: في إطار مواجهة التحولات العالمية الحاصلة في الاقتصاد يسعى البنك التجاري إلى الحفاظ على مكانته في السوق البنكية وتعزيز قدرته التنافسية، فهو

¹ - عبد الحميد عبد الفتاح المغربي؛ مرجع سابق، ص: 44.

مطالب بالابتكار والإبداع في تقديم خدمات بنكية جديدة وقادرة على إشباع عملائه، إضافة إلى تنويع مجالات توظيف موارده المالية ومن بين هذه الأنشطة:¹

1-1- بنوك التجزئة: هناك العديد من الخدمات التمويلية التي يمكن أن تشهد توسعا ملموسا من قبل البنوك في إطار مزاولتها لأنشطة بنوك التجزئة ومن أهم خدماتها:

- تقديم القروض الشخصية وهي قروض استهلاكية تمنح لغرض جذب أكبر قدر ممكن من العملاء لتوسيع الاستثمار في السوق البنكية مثل شراء السيارات، الأثاث وغيرها.

- التوسع في تمويل المشروعات الصغيرة تعتبر من المجالات التي توليها البنوك التجارية اهتماما في تمويلها لتلبية احتياجات هذا القطاع لأن نجاح المشاريع الصغيرة وتوفيرها مصادر تمويل لها في اقتناء الأصول اللازمة لمزاولة نشاطها يعتبر نقطة التحول في توسيع هذه المشاريع وبالتالي تحقيق التنمية الاقتصادية.

1-2- تقديم القروض المشتركة: إن البنوك التجارية تلجأ إلى نوع من هذه القروض في حالة وجود مشروع كبير أو عميل واحد له احتياجات مالية ضخمة بهدف تمويله وتوزيع المخاطر البنكية كما أن اشتراك البنوك فيما بينها خاصة البنوك الحديثة النشأة يكسبها الخبرة والكفاءة في منح الائتمان.

1-3- تأسيس شركات رأس المال المخاطر: إن من مصادر التمويل شركات رأس المال المخاطر التي تعتبر مهمة لما تلعبه من دور في تقديم الدعم المالي للاستثمارات الواعدة عالية المخاطر وذلك بغرض تحقيق عوائد بعمولات مرتفعة وتقديم الاستشارات المالية للمشروعات القائمة وتوفير الإمكانيات اللازمة لنموها ونجاحها.

بالإضافة إلى التعامل بقوة مع المستحدثات البنكية الحديثة كتزايد التعامل في المشتقات المالية والأوراق المالية بأنواعها وانتقالها من السوق النقدية وعدم الانحصار في السوق المالية وذلك بغرض تنويع توظيف مواردها المالية وعدم الاقتصار على منح الائتمان كوظيفة وحيدة للبنوك التجارية.

2- تعميق استخدام التكنولوجيا: تعتبر من أهم العوامل لنمو القطاع المصرفي حيث يدخل عامل التكنولوجيا في تقديم الخدمات البنكية بأقل التكاليف وأعلى جودة ممكنة، أدى إلى ظهور نوع حديث من البنوك وهو البنوك الإلكترونية وذلك لمسايرة التطورات الحاصلة إضافة إلى تنمية

¹ - رسمية محمود خلف الله محمود؛ تنمية القطاع المصرفي في مواجهة تحديات العولمة، مؤتمر الاستثمار والتنمية وتحديات القرن الحادي والعشرين، المجلد الأول، جامعة الإسكندرية، مصر، يومي 11-13 سبتمبر 2003، ص: 299.

الصناعة البنكية من حيث جودة الخدمات أو تحسين أداء البنك التجاري وتعزيز التنافسية للبنك ككل حيث تظهر أهمية استخدام التكنولوجيا في استقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء في وقت قصير جدا وتوفير وتقليل التكلفة.

3- التحول إلى البنوك الشاملة ذات الخدمة المتنوعة: ينبغي خروج البنوك عن دورها التقليدي وتحولها إلى بنوك شاملة من خلال تبني استراتيجيات متطورة للعمل المصرفي وتقوم على أساس التنوع والتخلي عن الأوهام الوظيفية والقطاعية، وسوف يضع ذلك على عاتق تلك البنوك الكثير من المهام المتحدة لتمارسها استكمالاً لدورها¹، ولعل أهمها التوسع في الأنشطة الصيارفة الاستثمارية وذلك بتقديم عدة خدمات منها تقديم الاستشارات المالية حول إصدارات الأوراق المالية الجديدة تقديم خدمات التأمين ودفع أقساطها على عملائها وغيرها من الأنشطة الحديثة التي سوف يتم التطرق إليها لاحقاً.

¹ -وصاف سعدي، وصاف عتيقة؛ الصناعة البنكية والتحولات العالمية، ملتقى المنظومة البنكية الجزائرية والتحولات الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة ورقلة، الجزائر، 2011، ص: 307.

المبحث الثاني: مفاهيم حول البنوك الشاملة

في إطار العولمة المالية وتحرير تجارة الخدمات البنكية أصبحت البنوك تمارس أنشطة متعددة سمح لها باتخاذ نماذج جديدة في إدارة مواردها واستخدامها نحو الشمولية وظهور مصطلح البنوك الشاملة لخروج البنوك التجارية من وظيفتها التقليدية (بالودائع و القروض) إلى تنويع الخدمات البنكية وتضخم أعمالها ودخولها مجالات عديدة مثل فتح شركات للتأمين وقيام بأنشطة الشركات القابضة البنكية وذلك بغية مواجهة المنافسة وتعزيز المكانة في السوق البنكية لذلك نتطرق في هذا المبحث إلى كل محور له علاقة بالبنك الشامل من نشأته إلى أهم الانتقادات التي وجهت إليه.

المطلب الأول: مفهوم البنوك الشاملة

لظهور البنوك الشاملة دورا مهما في الاقتصاد لتغطية احتياجاته المالية ويسد العجز لذا سنحاول إعطاء تعاريف خاصة بالبنوك الشاملة وتعيين مميزاتها (خصائصها) بدقة.

أولا: نشأة البنوك الشاملة

يرى الكثير من الاقتصاديين أن البنوك الشاملة هي أساس فكرة ألمانية، رغم أن البنوك في ألمانيا بدأت متأخرة تاريخيا عن إنجلترا وإيطاليا ولقد كان دورها محدودا في هذه الفترة وكان أول هذه البنوك بنك بروسيا (بوندز BOUNDEZ بنك حاليا) والذي أسسه فريديريك الأكبر FREDERIQUE، قد اتسع نشاطه بمعناه الشامل من خلال التنويع في تمويل ملكية المشروع على نطاق واسع، وتم تأسيس بنك دوتش بنك DOUTSH BANK، ثم كوموز بنك KOMOZ BANK سنة 1870 م حيث تم تجميع موارد مالية واستثمارها في رأس مال هذا البنك، في البداية كانت هذه البنوك مملوكة ملكية خاصة تميزت بهذه الفترة أن مجالس إدارتها من كبار التجار خاصة في هامبورغ، تم تطورت هذه البنوك لتقدم خدمات متنوعة لعملائها منذ البداية، والتي تعد نواة البنوك الشاملة فيما بعد، حيث تختلف عن غيرها في أوروبا وتعزى نشأة البنوك الشاملة في ألمانيا إلى أسباب تاريخية، حيث لم يكن التداول والاتجار في الأوراق المالية قد استقر في ألمانيا بعد بسبب عدم وجود سوق رأس مال متطور بالقدر الكافي، وهو الأمر الذي دفع البنوك إلى التوسع في تمويل الشركات والتوسع في إقراض قطاع الصناعة بصفة خاصة ولذلك تزامن

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

تطور البنوك والصناعة في ألمانيا سوياً،¹ والبنوك الشاملة قد تتخذ عدة نماذج وتتمثل في النموذج المتكامل حيث أن البنك الشامل يمارس نفس وظائف البنوك التجارية بالإضافة إلى أنشطة وخدمات التأمين،² والشكل التالي يوضح لنا ذلك:

الشكل رقم (02): النموذج المتكامل



المصدر: رشدي صالح عبد الفتاح صالح؛ البنوك الشاملة وتطوير دور الجهاز المصرفي، بدون مكان النشر، 2000، ص:13.

نلاحظ من خلال هذا الشكل أن النموذج المتكامل للبنك الشامل يتمحور حول الوظائف التقليدية للبنوك (منح القروض وقبول الودائع) إضافة إلى وظائف بنوك الاستثمار متمثلة في عمليات البيع والشراء للأوراق المالية زائد على ذلك وظائف المؤسسات المالية مثل شركات التأمين في تقديم الخدمة التأمينية ويعتبر هذا النموذج الأكثر انتشاراً في المنظومة البنكية. بالإضافة إلى هذا النموذج يوجد نموذج آخر وهو النموذج الألماني للبنك الشامل ويمكن توضيحه في الشكل التالي:

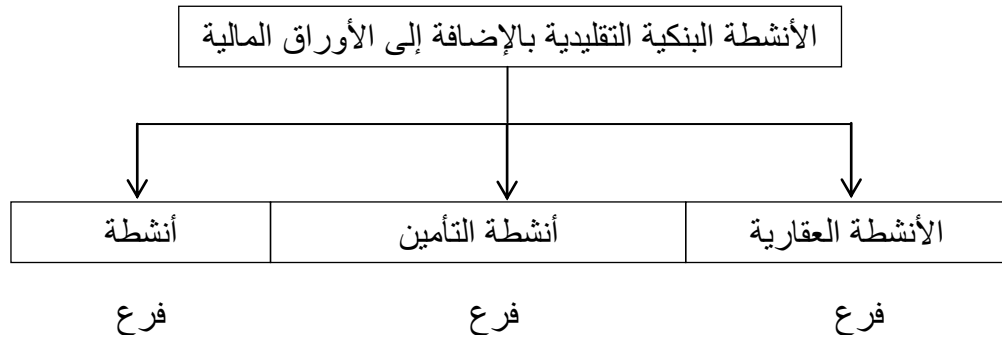
¹ - زقير عادل؛ تحديث الجهاز المصرفي العربي لمواجهة تحديات الصيرفة الشاملة (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ،

تخصص نقود ومالية)، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2008-2009، ص : 41.

² - رشدي صالح عبد الفتاح صالح؛ البنوك الشاملة وتطوير الجهاز المصرفي، بدون مكان النشر، 2000، ص : 12.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

الشكل رقم (03): النموذج الألماني

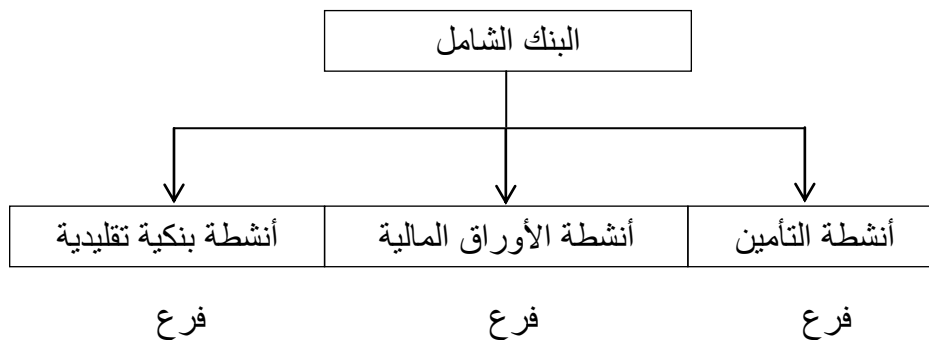


المصدر: رشدي صالح عبد الفتاح صالح؛ البنوك الشاملة وتطوير دور الجهاز المصرفي، بدون مكان النشر، 2000، ص:13.

يوضح لنا هذا النموذج من خلال الشكل أن أولويات البنك الشامل هي قبول الودائع ومنح القروض بالإضافة إلى القيام بإدارة محفظة الأوراق المالية والبنك الشامل تكون له فروع مختلفة تتخصص كل واحدة بتقديم خدمة مثل فرع البنك الشامل لتقديم الخدمات التأمينية وغيرها من الخدمات الأخرى.

يوجد هناك نموذج آخر لبناء هيكل البنك الشامل وهو النموذج الأمريكي حيث لا يختلف هذا النموذج عن النموذج الألماني ويمكن توضيحه في الشكل الآتي:

الشكل رقم (04): النموذج الأمريكي



المصدر: رشدي صالح عبد الفتاح صالح؛ البنوك الشاملة وتطوير دور الجهاز المصرفي، بدون مكان النشر، 2000، ص:13.

ثانيا: تعريف البنوك الشاملة

لقد تعددت التعاريف بين الاقتصاديين حول البنوك الشاملة أهمها:

عرف البنك الشامل على أنه "ظهر للقيام بكل الوظائف التقليدية وغير التقليدية في منظومة بنكية تقوم على التنويع الكامل للأعمال والوظائف لتلبي كل طلبات العميل وتحل جميع مشكلاته"،¹ من خلال هذا التعريف نلاحظ أن البنك الشامل يقوم بتنويع وظائفه وأعماله وكلما كان هذا التنويع أكبر كلما كان البنك شاملا لمختلف الخدمات التي تلبي احتياجات المجتمع أو العميل الاقتصادي.

وهناك تعريف آخر للبنك الشامل حيث يعرف بأنه "البنك الذي يحصل على موارده المالية من كافة القطاعات والفروع الاقتصادية في داخل البلاد وخارجها ويقدم الائتمان لكافة القطاعات أيضا، ناهيك عن تقديمه لتوليفة واسعة من الخدمات البنكية وتلك الخدمات التي تعتمد على وجود رصيد"،² من هذا التعريف يمكن أن نستنتج أن البنك الشامل هو البنك الذي يقوم بتنويع مصادر أمواله وهذا ما يؤدي إلى تنويع أنشطته وخدماته، كما يمكن الملاحظة أن هدف البنك الشامل هو الخروج من التقيد لخدمات أصلها الودائع أي يجب على البنك أن يمنح خدمات لا تركز على أموال المودعين.

يعرف البنك الشامل أيضا بأنه البنك الذي يقوم بتقديم الخدمات البنكية التقليدية وغير التقليدية بما فيها القيام بدور المنظم وجمع في ذلك بين وظائف البنوك التجارية وبنوك الاستثمار إضافة إلى نشاط التأمين وتأسيس الشركات والمشروعات، لا تقوم على أساس التخصص القطاعي أو الوظيفي بل تساهم في تحقيق التطور الأمثل والمتوازن للاقتصاد مع القيام بدور فعال في تطوير السوق المالية بالمعنى الواسع،³ نستنتج من هذا التعريف أن البنك الشامل هو مؤسسة جامعة للوظائف التقليدية للبنوك التجارية بالإضافة إلى ممارسة أعمال غير مصرفية للمؤسسات المالية كشركة التأمين وأن للبنك الشامل دور فعال في المنظومة المالية ككل.

هناك تعريف آخر للبنك الشامل هو أنه البنك الذي "يقدم مجموعة من الخدمات المالية المتنوعة التي تشمل قبول الودائع ومنح التمويل والتعامل بالأدوات المالية وبالعملات الأجنبية ومشتقاتها

¹ - عبد المطلب عبد الحميد؛ البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000، ص: 18.

² - محمد كمال، خليل الحمزاوي؛ اقتصاديات الائتمان المصرفي، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 1997، ص: 43.

³ - بريس عبد القادر؛ التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمة البنكية وزيادة القدرة التنافسية للصيرفة الجزائرية (رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقد ومالية)، جامعة الجزائر، 2006، ص: 62.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

وتعهد الإصدارات الجديدة من ديون وحقوق ملكية، والقيام بأعمال الوساطة على تنوعها وإدارة الاستثمارات وتسويق الخدمات الصناعية والتأمينية،¹ هذا التعريف يميل إلى تعريف البنك الشامل من جانب الوظائف العديدة التي يقوم بها.

ولكن على العموم كل هذه التعاريف يمكن القول أنها توضح البنك الشامل من جانب تنويع الخدمات والوظائف وكذلك القطاعات التي يخدمها وبالتالي يمكن أن نعرف البنك الشامل على أنه مؤسسة مصرفية تقوم بتجميع الوظائف التقليدية والحديثة للبنوك في إطار واحد وذلك بهدف مواكبة المستجدات الحاصلة في الصناعة البنكية بالخصوص، حيث تكون أوفى بتلبية حاجيات العميل والاقتصاد ككل أن البنك الشامل لا يعمل على تنويع أنشطة ومجالات التعامل فقط بل يتعداه للتنويع الجغرافي، كما تقوم فلسفة البنك الشامل على تنويع أنشطة تكون معاملات ارتباطها منخفضة.

ثالثاً: فلسفة البنك الشامل

يقوم البنك الشامل على فلسفة التنويع التي يقدمها ماركوتيز MARKOUTIZE حيث عرفت هذه الفلسفة رواجاً كبيراً في السبعينات إلا أنها عدلت من طرف وليام شارب حيث تقوم فرضيات الفلسفة على أن العالم لا تتوافر فيه المنافسة الكاملة ويترتب تنويع نشاط البنك على تخفيض المخاطر التي يتعرض لها بحيث لا يتأثر عائده سلباً وذلك بتنويع الودائع ومصادر التمويل بما يتناسب مع مجالات استثمارها، ويزداد مفهوم التنويع عمقاً وتزداد إيجابياته إذا ما اتجه البنك إلى ممارسة أنشطة غير مصرفية فإلى جانب الاستثمار في القروض والأوراق المالية قد يدخل البنك في مجالات أخرى كإدارة صناديق الاستثمار وتقديم خدمات تأجير الأصول أو القيام بوظيفة إصدار الأوراق المالية لمنشآت الأعمال،² وبالتالي يمكن القول أن البنك الذي ينوع في التعامل مع القطاعات العديدة، يتعرض لحد أدنى من المخاطر وفي مقدمتها مخاطر السيولة وعلى الأقل مراعاة معاملات الارتباط بين القطاعات الاقتصادية التي يتعامل معها، بمعنى كلما كان معامل الارتباط صغيراً زادت منافع ومزايا التنويع وتنعكس إيجابياً على نشاط المصرف والعكس صحيح، إذا كان

¹ - عائشة بدوي عبد الرحمان؛ الصيرفة الشاملة كمدخل لمواكبة مستجدات الصناعة البنكية، عدد 8، مجلة البركة، السودان، 2011، ص: 15.

² - منير إبراهيم هندي؛ إدارة البنوك التجارية-مدخل اتخاذ القرارات، ط3، المكتب العربي الحديث للتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2010، ص: 6.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

المعامل كبير بين القطاعات سوف يكون له أثر عكسي على عوائد البنك وفقدان الثقة والأمان من طرف المودعين مما يجعل البنك معرضاً لمخاطر الإفلاس.

رابعاً: مميزات البنوك الشاملة

ولعل أهم الخصائص التي تميزت بها البنوك الشاملة من غيرها من البنوك والمؤسسات المالية هي:¹

- الشمول مقابل التخصص المحدود.
- التنوع مقابل التقيد.
- الديناميكية مقابل الإستاتيكية.
- الابتكار مقابل التقليد.
- التكامل والتواصل مقابل الانحسار.

وفي الأخير يمكن القول أن البنك الشامل كونه غير محصور في نشاطه بمنتجات معينة أو بنقطة جغرافية محددة وإن خاصية الشمولية تنعكس إيجابياً على حساباته ونتائجها المالية تؤثر على درجة مخاطرة أعماله.²

المطلب الثاني: العوامل المساعدة على ظهور البنوك الشاملة ووظائفها

إن نشأة البنوك الشاملة وتطورها لم يكن لوحدها بل هناك عدة عوامل ساعدت على ذلك بحيث ارتبط وجودها أساساً بتطور الصناعة البنكية هذا ما أدى إلى تعدد وظائفها وخدماتها مقارنة مع الخدمات التقليدية للبنوك التجارية.

أولاً: العوامل المساعدة على ظهور البنوك الشاملة

هناك العديد من العوامل التي تساعد على ظهور البنوك الشاملة في المحيط المحلي والعالمي وهي:³

¹ - خبابة عد الله؛ الاقتصاد المصرفي (النقد، البنوك التجارية، بنوك الاستثمار، سياسة النقدية، الأسواق المالية، الأزمة المالية)، دار الجامعة الجديدة، الجزائر، 2013، ص: 212.

² - سامر جلدة؛ البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2011، ص: 7.

³ صلاح الدين محمد أمين؛ الصيرفة الشاملة ذات الخدمات الكاملة، 2003، ص: 7.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

- العوامل والمتغيرات الاقتصادية وبشكل أساسي التضخم وبعض المشاكل الاقتصادية الركود الاقتصادي.
- تزايد حدة المنافسة من المؤسسات البنكية وغير البنكية.
- العوامل الاجتماعية والديموغرافية.
- تزايد أهمية الزبائن وضرورة تلبية حاجاتهم ورغباتهم على أساس المفهوم الحديث للتسويق.
- تأثير الحاجة للتغير والتكيف مع البيئة البنكية.
- تطور الإدارة الإستراتيجية لمنشأة الأعمال وزيادة أهمية التحليل الإستراتيجي للبيئة الداخلية والخارجية.
- تقدم الاتصالات والتطور التكنولوجي.
- تزايد المخاطر البيئية وظهور مفهوم العولمة مما زاد من التعقيد البيئي وتطور السوق.
- الحاجة إلى تنويع الخدمات البنكية وتعزيز دورها في اقتصاديات الدول.
- المؤثرات الدولية مثل اتفاقية تحرير الخدمات البنكية ومقررات لجنة بازل.
- زيادة أهمية إدارة الجودة الشاملة كفلسفة في قطاع الخدمات ومن ضمنها القطاع البنكي.
- إن عمليات التحرير وإزالة الحواجز والقيود فتحت مجالا واسعا أمام البنوك بتقديم خدمات كانت حكرا عليها ومحظورة من ممارستها.
- الانطلاق باتجاه المنظمات البنكية الكبيرة وتزايد عمليات الاندماج المصرفي.

ثانيا: وظائف البنوك الشاملة

تتمثل وظائف البنوك الشاملة في:¹

- يقوم البنك الشامل بترويج المشروعات الجديدة وإتاحة فرص الاستثمار الجيدة في إطار علاقات التواصل والتعاون مع العملاء.
- تقديم مجموعة من الخدمات الاستثمارية للعملاء من بينها إعداد دراسات الجدوى وتقديم النصح لمن يتقدم إليها بطلبها، إذ لديه مجموعة من المعلومات المعاصرة عن التطورات الاقتصادية الكلية والقطاعية وظروف أسواق السلع والخدمات والسوق المالية المحلية والعالمية.

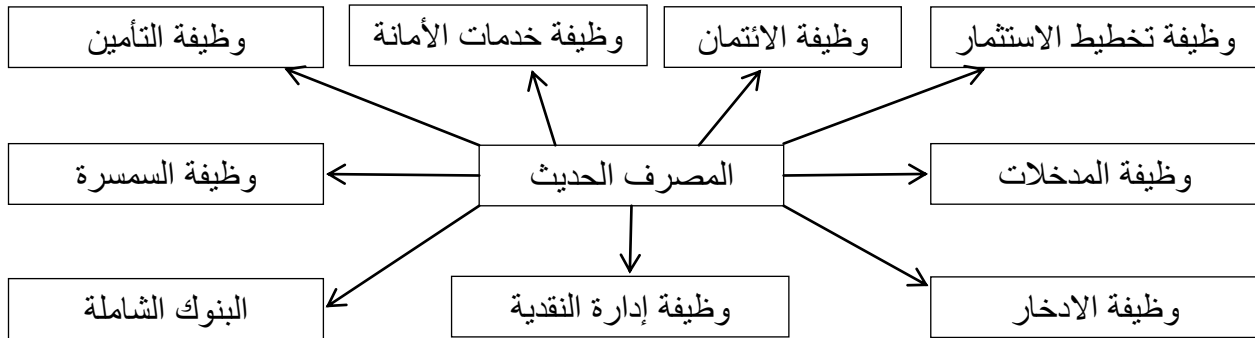
¹ - رايح عرابية؛ دور الصيرفة الشاملة في تطوير الصيرفة الدول النامية مع الإشارة إلى حالة مصر، العدد 6، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، 2009، ص-ص: 198-199.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

- الإِسناد وهي وظيفة تحمل مخاطر شراء الأوراق المالية (الأسهم) المصدرة حديثاً من الشركات المصدرة لها وبيعها على حساب مصارف الاستثمار ويؤمن للشركة الحصول على المال المطلوب ويتحمل بدلا منها المخاطر في السوق المالي.
- المساهمة المباشرة في الشركات التي يؤسسها المصرف الشامل في موقع يمكنها من الإسهام في الشركات الجديدة التي يعمل على تأسيسها والوفاء بمستلزمات تشغيلها.
- تكوين المحافظ الاستثمارية للغير بما يراه مناسب لكونه ذو خبرة وكفاءة في مجال تسييرها والمحافظة عليها من المخاطر.
- تقديم القروض والائتمان لتدعيم القدرات الإنتاجية وذلك بهدف زيادة نمو الطاقات الإنتاجية مما يدفع بالابتكار والإبداع لخلق فرص استثمارية جديدة.

نلاحظ خلال هذه الوظائف أن البنك الشامل يركز على التنوع في مجال الاستثمارات وذلك بغية تنويع مصادر التمويل لديه لتحقيق وفورات الحجم للاستفادة من تخفيض التكاليف وتقديم خدمات بجودة عالية وبالتالي الاستحواذ على أكبر عدد ممكن من العملاء وتعزيز مكانته التنافسية وهذا ما يؤكد أن كل وظيفة للبنك مكمل لوظيفة أخرى، ويمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل رقم (05): وظائف البنك الحديث الشامل



المصدر: نادية عبد الرحيم؛ تطور الخدمات البنكية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وبنوك)، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2010-2011، ص:

المطلب الثالث: مناهج التحول إلى البنوك الشاملة وضوابط التحول إليها

إن التحول إلى البنوك الشاملة كان ضرورة حتمية لمواكبة العصر الحديث في الاقتصاد والصناعة البنكية خاصة حيث يعتبران دافعين لتوجه هذه البنوك وتطورها في إطارها الضيق التقليدي ولكن لا بد من مراعاة شروط وضوابط لتحول هذه البنوك إلى الشمولية بمعنى أن يكون انفتاحها تدريجي كي لا يتكبد البنك خسائر ناجمة عن هذا التحول.

أولاً: مناهج التحول إلى البنوك الشاملة

يتم التحول إلى البنوك الشاملة وفق مناهجين أساسيين هما:

المنهج الأول يقوم على إنشاء بنك شامل من جديد تماماً تتوفر فيه كل مميزات البنوك الشاملة ووظائفها ولكن هذا المنهج يصنفه الاقتصاديون على أنه صعب التطبيق عملياً.

والمنهج الثاني يعتبر الأسرع والأسهل حيث يتمثل في تحويل بنك (المختص أو التجاري) إلى بنك شامل على أن يكون هذا البنك المراد تحويله ذو حجم كبير وقابل للنمو ولديه العديد من الفروع المرتبطة بالتكنولوجيا والاتصال فيما بينها عميق، كما لديه إطارات بشرية مؤهلة وذوي خبرة وكفاءة في مجال تسيير الجهاز المصرفي وهذا المنهج قائم على عدة أسس وقواعد وهي¹:

1- **التدرج:** أي التحول على مراحل متدرجة بإدخال خدمات البنك الشامل تدريجياً للحد من مقاومة التغيير لضمان استيعاب تقنيات هذه الخدمات ولتقديمها بمعايير الدقة والسرعة والفعالية في نطاق الجودة الشاملة.

2- **التطوير:** أي إعادة الهيكلة التنظيمية وتطوير اللوائح أو النظم الداخلية وكذلك إدخال التعديلات في الصلاحيات والسلطات، وتعديل الإجراءات بما يضمن أداء العمل بالصورة والشكل المطلوب.

3- **التجهيز:** وهو توفير الإمكانيات المادية وتكنولوجيا المعلومات المطلوبة لإنشاء المصرف الشامل بما في ذلك إعادة التخصص للفروع وإنشاء فروع جديدة أو إنشاء وحدات خاصة بخدمات البنوك الشخصية.

¹ - رايح عرابية؛ التسويق البنكي وآفاق تطبيقه في المؤسسة الجزائرية في ظل اقتصاد السوق، حالة القرض الشعبي الجزائري (رسالة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال)، جامعة الجزائر، الجزائر، 2009-2010، ص: 156.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

4- **الخطوة:** من حيث خضوع كافة العمليات البنكية وكافة خطوات التحول إلى المصرف الشامل لبرنامج مخطط ومبرمج زمنياً، في إطار عمليات التخطيط والتنظيم والتوجه والتحفيز والرقابة للتغلب على معوقات ومحددات التغيير المطلوب مع التأكد من نجاح مقومات التحول إلى البنوك الشاملة.

من خلال هذا المنهج يمكن القول أنه يركز على تدعيم قدرة الكفاءة البشرية للبنك نحو تقديم الابتكار والإبداع في قيادة المنظومة البنكية والعمل على تطوير وتغيير نشاط البنك نحو النمو والازدهار الذي ينعكس إيجابياً على التنمية الاقتصادية وبالتالي يمكن القول أنه يمكن تحويل أي بنك إلى بنك شامل ما دامت تتوفر فيه الشروط اللازمة والإمكانيات المادية والبشرية المساعدة على ذلك.

ثانياً: ضوابط التحول إلى البنوك الشاملة

هناك مجموعة من الضوابط لا بد على البنك مراعاتها قبل وبعد التحول إلى البنك الشامل وذلك لتحقيق الاستقرار في نشاطه المصرفي والمحافظة على مكانته في السوق البنكية وهي:¹

- التزام العاملين في البنوك الشاملة بسياسات الحيلة والحذر وخاصة في المرحلة التي يبدأ النشاط ويجب إخضاع كافة العمليات كبيرة الحجم للفحص والتدقيق حتى لا يتعرض المصرف الشامل لمخاطر غير محسوبة.

- تقوية أجهزة الرقابة لتحقيق دورها في ظل ممارسة واعية للإشراف على نشاط المضاربة، بما يضمن نوعاً راقياً من الرقابة التي تحمي المصرف من أي خطأ يهدد مسيرته أو مستقبله.

- وضع نظام للعمل والوظائف بكل دقة وفعالية وتحديد المسؤوليات الخاصة بكل وظيفة وذلك بهدف تجنب التضارب أو التعارض في ازدواج المصالح والسلطات.

- القيام بتسخير وسائل الإعلام والإعلان الفعالة للقيام بأنشطة البنك الشامل في إطار قواعد المحاسبة الدولية وذلك لتجسيد مبدأ الشفافية والإفصاح للجمهور المتعامل معهم وذلك يعكس مدى كفاءة وحسن إدارة البنك الشامل.

- تحقيق ملاءة مالية مناسبة من حيث رأس المال والاحتياطيات والمخصصات بما يضمن مكانة البنك الشامل.

¹ - راجع عرابية، المرجع السابق، ص-ص: 157-159.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

- تطبيق نظام التأمين على الودائع لبعث الثقة لدى المودعين يعتبر عامل مهم وإيجابي لزيادة قاعدة العملاء ومن جانب آخر يضمن استقرار النظام المصرفي.
- إتباع إستراتيجية عامة تنبثق من سياسات مرحلية، تشكل إطار الحركة التنفيذية للنشاط الذي يمارسه المصرف الشامل حتى لا يبتعد أو يحيد عن المصلحة العامة أو الأهداف الموضوعية لخدمة الاقتصاد القومي.
- المساندة من كل الجهات المسؤولة سواء من البنك المركزي أو السلطة التشريعية أو الهيئات الرقابية، أو السلطات النقدية لفكرة المصرف الشامل بما في ذلك البورصة وشركات التأمين في محاولة لتقوية الجهاز المصرفي وبالتالي تقوية الاقتصاد ككل.

المطلب الرابع: مزايا وعيوب البنوك الشاملة

بالرغم من أن للبنوك الشاملة إيجابيات كثيرة إلا أنها لا تخلو من العيوب والتي سوف نتطرق إليها فيما يلي:

أولاً: مزايا البنوك الشاملة

وتتمثل في:¹

- تؤدي البنوك الشاملة إلى توفير عناصر ومقومات ضرورية لعملية التنمية ابتداء من دراسة الجدوى، التأسيس، التمويل، الإدارة والتسويق... إلخ
- تسهم البنوك الشاملة في تعظيم استغلال ما يتوافر لدى الدولة من موارد لتقوم بتعبئتها وتخصيصها لأغراض التمويل على نحو يتسم بالكفاءة والرشاد أي تعمل على تعبئة الفائض الاقتصادي وتحسين استغلاله.
- تسهم البنوك الشاملة في تحقيق التوازن بين توظيف أصول البنوك ومواردها ومن ثم تجنبها التعرض لفشل بتركيز أنشطتها في مجال واحد كالائتمان، فتوزع الموارد بين استخدامات لها مردود اقتصادي يدفع نحو الازدهار من ناحية وتقليل المخاطر وتزايد معدلات الربح من مصادر حقيقة تعكس الأداء الاقتصادي، هذا فضلاً عن أنها تخلق البيئة الاقتصادية المواتية حيث تعمل البنوك بفاعلية وكفاءة كبيرتين.

¹ - مجلة معهد الدراسات البنكية، إضاءات الصيرفة الشاملة، العدد 4، الكويت، السلسلة السادسة، 2013، ص: 3.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

- تساهم في إحداث التطورات المطلوبة في العمل المصرفي لكي يستطيع الدخول إلى اتفاقية تحرير الخدمات المالية والتي تتطلب تحديث المؤسسات المالية لكي تتفق مع متطلبات العصر وابتكار خدمات جديدة كتوريق الديون، إنجاح الإصلاح الاقتصادي، أنشطة التأمين وغيرها.
- تساهم في تنشيط سوق الأوراق المالية حيث تعتبر مصدر مهم لتمويل المشروعات الاقتصادية وتعبئة الموارد المحلية الأزمة لذلك وتوسيع قاعدة الملكية وتعميق ما يعرف بالانتماء الاقتصادي والسياسي والاجتماعي.
- تساهم البنوك من خلال نشاط التمويل التاجيري في خلق رجال الأعمال والمنظمين الذين يحتاجون إلى الآلات ولمعدات ولكن لا يتوفر لديهم التمويل كما تشجع الكثير منهم على تحديث مشروعاتهم وحياسة التكنولوجيا الجديدة مما يدفع نحو زيادة القدرة التنافسية.

ثانيا: عيوب البنوك الشاملة

وهي كالآتي: ¹

- تركيز نشاط البنوك في عدد قليل منها كأنها بنوك ذات حجم كبير فهي تأثر على هيكل الاقتصاد الوطني على نحو يخالف المصلحة العامة.
- تركيز القوى السياسية باعتبارها كيانات قوية فهي تتداخل مع أنشطة السياسة ولها تأثير على مصالحها مثل الحصول على مزايا التشريعات الضريبية على حساب مشروعات أخرى.
- تعارض المصالح بين البنك وعماله خاصة في بعض الأنشطة كأنشطة الأوراق المالية.
- احتمالية التعرض لمخاطر كبيرة نتيجة تعدد الخدمات والأنشطة التي يقوم بها البنك الشامل.
- صعوبة الرقابة والإشراف عليها من قبل السلطات النقدية لتعدد أعمالها وهذا ما يؤثر سلبا على تطبيق السياسة النقدية خاصة بجانب الرقابة على الائتمان.
- احتمالية وجود احتكارات محلية فوجود بنك شامل واحد في منطقة منافس للبنوك الصغيرة يؤدي إلى زوالها وبالتالي انعدام المنافسة والإخلال بمبدئها.
- غير أنه في الواقع وبالرغم من هذه السلبيات إلا أن ذلك لم يمنع البنوك الشاملة من مزاولة نشاطها فهي تشهد توسعا كبيرا في أغلب أرجاء العالم لما تتسم به هذه الكيانات من مزايا.

¹ - راجع عرابية؛ مرجع سابق، ص: 77 .

المبحث الثالث: أساسيات حول بنوك التأمين

إن التحرير المصرفي وتعاضم آثار العولمة المالية أدى إلى اتساع نطاق البنوك الشاملة ليخترق صناعة التأمين حيث أصبحت محور جدل كبير بين الاقتصاديين، حيث أصبحت هذه البنوك تستحوذ على شركات التأمين أو تدمجها معها وتختلف مستوياتها من حيث درجة الصلة وذلك الإدماج أو الاستحواذ الهدف منه هو تنشيط السوق التأمينية واتخاذ استراتيجيات لإيجاد منافذ توزيع جديدة لخدمة التأمين وهو ما يعرف بالمصطلح بنوك التأمين حيث تعتبر من الأنشطة المستحدثة للبنوك الشاملة، إن التعاون الناشئ بين البنوك وشركات التأمين ساعد شركات التأمين على مواجهة المنافسة التي تعيشها مقارنة مع شركات أخرى وساعدتها أيضا على تسويق خدماتها التأمينية لما تتمتع به البنوك من كفاءة وضخامة رأس المال.¹

المطلب الأول: مفهوم شركات التأمين ووظائفها

تعتبر شركات التأمين كيانات لها وزن في الاقتصاد لما تقدمه هذه الأخيرة من خدمات لتلبية احتياجات العملاء، كما تعتبر أداة للتقليل من المخاطر ونقطة لتشجيع الاستثمار وإنشاء المشاريع بتوفير الحماية المطلوبة وهذه الحماية التي أدت إلى التنمية الاقتصادية حيث تسوف نتطرق إلى مفهومها ووظائفها.

أولا: مفهوم شركات التأمين

لقد وردت تعاريف عديدة لشركة التأمين باعتبارها كيان اقتصادي له منافع خاصة إلا أنها تتميز بمجموعة من الخصائص سوف نأتي على ذكرها.

1- تعريف شركات التأمين: ويمكن تعريفها كما يلي:

تعرف شركات التأمين على أنها "نوع من المؤسسات المالية التي تمارس دورا مزدوجا في مؤسسة للتأمين تقدم الخدمة التأمينية لمن يحتاجها ويطلبها وكذلك هي منشأة مالية تحصل على الأموال من المؤمن لهم لتعيد استثمارها في مقابل عائد يشاركون فيه وذلك إما بطريق مباشر من خلال دفع

¹ - مرقاش سمير، خلوف زهرة؛ إقامة تحالف استراتيجي بين شركات التأمين والصيرفة رؤية مستقبلية لتسويق الخدمة التأمينية، الملتقى الدولي السابع حول صناعة التأمين، الواقع العلمي و آفاق التطور - تجارب الدولي، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي 03-04 ديسمبر 2012.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

أقساط التأمين تقل في مجموعها عن قيمة التأمين المستحقة في حالة وقوع الخطر المؤمن منه،¹ من خلال هذا التعريف نجد أن العمل الرئيسي لشركة التأمين هو استثمار لأموال المؤمن وأن عائد الشركة مرتبط به.

هناك تعريف آخر لشركة التأمين حيث يعتبرها "شركات التأمين على الحياة أو الحريق وغيرها وتقوم بتجميع مواردها المالية على الأساس التعاقدية، وتستثمر أموالها في السندات والأسهم وتتواجد في هذه الشركات مدخرات وودائع ادخارية أكثر مما لدى الكثير من المؤسسات المالية الوسيطة،² من خلال هذا التعريف وهو مشابه للتعريف الأول من حيث الخدمات التي تقدمها شركات التأمين وكذلك وضوح كيفية الحصول على العوائد، التي هي ودائع في شركات وسيطة مثل البنوك.

وهناك تعريف آخر لشركة التأمين حيث عرفت على أنها شركة شاملة وهي شركة غير متخصصة في نوع معين حيث تصدر كافة وثائق التأمين التي تلبي مختلف احتياجات العميل وتغطي مخاطره،³ من خلال التعريف نلاحظ أيضا أنه لا يختلف عن التعاريف السابقة حيث يعتبر شركة التأمين أنها تقدم مختلف أنواع خدمات التأمين وشمولها لمختلف القطاعات الاقتصادية وذلك بغرض تنويع المخاطر التي تتعرض لها وتحقيق عوائد تفوق تغطية تلك المخاطر.

ومن خلال ما سبق يمكن أن نستنتج تعريف لشركات التأمين حيث يمكن أن نعتبرها مؤسسة مالية لها قدرة على تغطية المخاطر بكل أنواعها من خلال مصادر متنوعة من أموال يمكن أن تأتي من ودائع لها في البنوك أو أقساط المؤمن له واستثماره في مجالات متعددة تدر مداخل وافرة كما لا ننسى أن لشركة التأمين دور فعال في الاقتصاد وتحقيق التوازن الاقتصادي.

2- خصائص شركات التأمين: تتمتع شركة التأمين بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن مختلف الشركات وهي:⁴

- **التمتع بالثقة المالية والشخصية:** إن التأمين لدى شركات التأمين يكون بتوفر الثقة وذلك بضمان أمواله لتوفير هذه الثقة المالية لا بد من وجود حد أدنى من رأس المال والاحتياطيات قبل الموافقة

¹ - سامر جلدة؛ مرجع سابق، ص: 206.

² - محمود حسن الداوي وآخرون؛ النقود والبنوك، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص: 214.

³ - عبد الحميد عبد الفتاح المغربي؛ مرجع سابق، ص: 238.

⁴ - عبد الحميد عبد الفتاح المغربي؛ مرجع سابق، ص-ص: 239-240.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

على إنشاء تلك الشركة، أما صفة الشخصية أي هي كيان يتمتع بالاستقلالية و الشخصية المعنوية.

- **تقديم خدمة مستقبلية آجلة:** إن تقديم خدمة التأمين هي آجلة وهذا لأنها تحتاج إلى وسائل تسويق من نوع خاص ويحتاج إلى نمط معين من ذوي الخبرات الخاصة، بما أن تسعير هذه الخدمات لا يكون وفق الطلب والعرض إنما على الخبرة الماضية في هذا المجال.

- **شركات التأمين وعاء ادخاري:** بما أن خدمة التأمين آجلة فإن ذلك يؤدي إلى تراكم هائل للأموال لدى شركة التأمين في شكل مخصصات يتم استثمارها بشكل يتحقق معه الحفاظ على القوة الشرائية للنقد مع مراعاة جانب السيولة النقدية في تلك الأموال لمواجهة الطلبات المتوقعة (التعويضات).

- **العملية التأمينية عملية فنية في كامل مراحلها:** تعتبر مراحل تقديم الخدمة التأمينية صعبة لأنها يجب أن تتوفر على خبرات خاصة، ففي مرحلة ترويج وتقديم الخدمة التأمينية لها صعوبة في تسويق خدمة مستقبلية آجلة ولذلك تلتزم خبرات متخصصة في الإعلان والدعاية لتعريفهم بالحاجة إليها وكذلك التسعير يحتاج وجود خبرات إكتواريين يختصون في الدراسات الرياضية التي تعتمد على التنبؤات وبالتالي التقدير السليم للأسعار وعند تسوية الخسائر نجد الأمر يحتاج إلى وجود فنيين مختصين في تقديرها، مما يساعد في التحديد الدقيق لمقدار التعويض المناسب وبالتالي يمكن القول أن كل خطوة تحتاج إلى خبرات غير عادية.

ثانيا: وظائف شركات التأمين

وتتحدد الوظائف الخاصة بشركات التأمين بالآتي ¹:

- 1- **توفير الموارد المالية:** تعمل شركات التأمين على تأمين الموارد المالية لمختلف القطاعات الاقتصادية المختلفة وذلك من خلال منحها على شكل قروض للأفراد المنشآت لتمويل أنشطتهم وفعاليتهم المختلفة بالإضافة إلى أنها توظف الأقساط في شراء الأوراق المالية.
- 2- **تنمية وتشجيع الادخار:** تقوم شركات التأمين بدور مماثل للدور الذي تقوم به المنشآت المالية الأخرى كالبنوك التجارية ولعل وثيقة التأمين لمدى الحياة خير مثال على ذلك حيث يبقى المؤمن له يدفع أقساط التأمين حتى الوفاة.

¹ - سامر جلد؛ مرجع سابق، ص-ص: 208-209.

3- **بث الأمن والطمأنينة:** يمثل الخوف من المستقبل حالة ملازمة للبشر حيث حالة عدم التأكد واحتمالية التعرض للمخاطر في كل وقت وإن التأمين يبعث الثقة بالمستقبل و يجعل المستأمن مطمئنا على حمايته من آثار الأخطار التي تهدده في ماله ونفسه، وبذلك يشجع التأمين حاجة أساسية عند البشر وهي الحاجة إلى الأمان فيتحرر من الخوف و يتجه إلى التفاؤل و يبتعد عن التردد، بما يجعله يقدم على ممارسة أنشطته بكفاءة ودون تردد.

المطلب الثاني: آليات تكامل شركات التأمين مع البنوك التجارية

إن حاجة شركات التأمين إلى أسواق جديدة لتصرف خدماتها أدى بها إلى الاندماج مع البنوك التجارية لاستقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء وأن هذا التكامل نتج عنه كيان جديد وهو بنوك التأمين حيث تهتم بتوزيع خدمات التأمين ومساعدة على تطويرها، ويتجسد هذا التكامل في مجموعة من الأنماط (استراتيجيات) وهي:¹

- توقيع اتفاقية التوزيع بين البنك وشركة التأمين بموجبها تقوم شركة التأمين بتلبية طلبات العملاء من احتياجات مصرفية وتأمينية في آن وهذا يساعد على تحقيق إيرادات لكل منها.
- أن يكون البنك وكيلا لشركة التأمين وتوزيع وبيع الخدمات باسمه.
- مشاركة كل من البنك وشركة التأمين في أسهم شركة أخرى يكون عملها تقديم خدمات تأمينية مصرفية.
- ممارسة نشاط التأمين المصرفي عن طريق كل من المصرف أو شركة التأمين في شكل شركة تابعة جزئيا أو كليا.

ويمكن توضيح هذه الخيارات في الجدول التالي:

¹ - YAO AYA clémentine ; **les nouveaux relais de croissance de la banc assurance**, détraction d'entreprise d'assurance, Ecole nationale d'assurances , France 2011, p : 36.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

الجدول رقم (01): نماذج تكامل شركات التأمين مع البنوك

	درجة التكامل	
مجموعة من الخدمات المالية	تحالف استراتيجي	اتفاقية التوزيع
امكانية تحقيق تكامل في الخدمات	درجة تكامل أكبر في تطوير الخدمات والخدمات المالية	البنك يوزع الخدمات التأمينية مقابل عمولة
سلة من الخدمات المالية	إمكانية تبادل المعطيات	استثمار محدود
القدرة على تحقيق التكامل الكلي في الخدمات		

المصدر: طارق قندوز، عبد الحفيظ حسام الدين؛ إضاءات حول تجربة صيرفة التأمين في الجزائر (واقع والمأمول)، 2013، ص: 9.

نلاحظ من خلال هذا الجدول إذا كان التكامل على شكل اتفاقية التوزيع فهنا البنك يكون كواجهة لتسويق خدمات التأمين عبر نوافذه فقط.

أما إذا كان التكامل عبارة عن تحالف استراتيجي أي التحام وذوبان شركة التأمين في المصرف فتعتبر هنا خدمة التأمين جزء من خدمات المصرف ودرجة تكامل عالية.

أما الحالة الثالثة قد يتخذ البنك نوع جديد في خدماته كالتأمين لتبني مفهوم البنوك الشاملة بمعنى يمارس نشاط التأمين بتأسيس شركة تأمين جديدة دون اللجوء إلى الاستحواذ أو الإدماج.

إن التعاون بين شركات التأمين والبنوك له مجموعة من الآليات تتمثل في مختلف العوامل النجاح هذا التكامل وتتمثل في ¹:

تتمثل هذه العوامل في المحيط الاقتصادي والثقافي والاجتماعي الذي يعمل فيه مصرف التأمين في البيئة القانونية من التشريعات والقوانين، حيث تعتبر أهم العوامل التي لها تأثير حقيقي فوجود بيئة قانونية ملائمة لا تحد من إمكانيات المصرف في شراء حصص أو أسهم بالإضافة للمشاركة في تأسيس شركات التأمين الخاصة وتخفيض القيود على تسويق خدمات التأمين البنكية سيسمح لنشاط التأمين المصرفي بالتوسع بسهولة وسرعة أكبر مع منح مزيد من المزايا الضريبية التي

¹ - محمد فوزي؛ التأمين المصرفي نموذج للتعاون بين المؤسسات المالية الإسلامية، العدد 13، مجلة كتاب الشرق، الأردن، 2014، ص: 15.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

تشجع المستهلكين على الاستثمار في خدمات التأمين والتي تتأثر ايجابيا بالعوامل الثقافية والسلوكية منها الصورة الجيدة لبنك التأمين والمكانة التي يحتلها في المجتمع إضافة إلى شبكة جغرافية منظمة ومتقاربة للقطاع البنكي في مسألة جوهريّة وعامل رئيسي لتحقيق النجاح مثل عدد نقاط التوزيع والتي تعتبر عاملا أساسيا لكسب الثقة والولاء، كما وجدت طريقة أخرى للتواصل مع العملاء وهي شبكات الإنترنت كلما كانت بنوك التأمين متطورة وحديثة، كان لها تأثير إيجابي على نموها وانتشارها الواسع.¹

أما العوامل الداخلية هي أكثر تأثيرا على تعاون البنك مع شركة التأمين بحيث يسعى كل من الطرفين إلى تحقيق الملائمة في الأوضاع الاقتصادية وتحقيق المصالح وعدم تعارضها ولقدرة كيانان على التكامل بينهما لا بد من أن يستند التأمين المصرفي على نموذج الإدارة فعالة مندمجة كليا بالعمل المصرفي عبر نظام معلومات وتستخدم من مبادئ الشفافية والإيضاح نقطة لتحقيق التكامل وهذا ما يسمح بتحقيق ميزة تنافسية كبيرة خاصة على شبكة موظفي مصرف التأمين، كما أن عمليات المراقبة والمتابعة المستمرة من شأنها أن يستمر التكامل والتعاون بينهما، إضافة إلى تدريب الموظفين من خلال دورات واجتماعات وتطبيق نظام المكافآت من شأنه تحسين توزيع هذه الخدمات التأمينية لأنها تتطلب جهد كبير بالإضافة إلى خبراء وفنيين اكتسبوا مهارات سابقة لتلبية احتياجات العميل، كما أن التشابه بين خدمات التأمين والودائع لا نعتبرها خدمات بديلة ولكن يجب تكامل بينها وتقدم كل واحدة في إشباع حاجة معينة بمعنى أن لا تكون هذه الخدمات سببا في عدم أو فشل تكامل بنك مع شركة التأمين.

المطلب الثالث: مفهوم بنوك التأمين

إن بنوك التأمين أو التأمين المصرفي يعتبر كيان حديث النشأة، كما قلنا ناشئ عن اتحاد البنوك وشركات التأمين وذلك بغرض تنمية الأسواق التأمينية والتعريف بالخدمات التأمينية للعملاء التي تعتبر صعبة التسويق مقارنة مع الخدمات الأخرى لذلك سوف نقوم بإعطاء تعريف وتجارب لبعض الدول إليها.

- حيث كان أول بدايات ظهور التأمين في القرن 14، اهتدى الرجل الاقتصادي إلى ما يعرف بالقرض البحري من أجل ضمان سلعته فكان يقرض صاحب السفينة أو التاجر مالا مسبقا من مالك رؤوس الأموال وتعهّدوا له بإرجاعها له زائد فوائد إذا لحقت السفينة بسلام، أما إذا هلكت

¹ - Bancassurance ; wikipedia the free encyclopedia, a variable on the website ,existe le : 01-01-2016.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

هذه الأخيرة فيحتفظ بمبلغ القرض ومن هذا نلاحظ كأنه مؤسسة التأمين هو مالك المال والمؤمن هو التاجر فإذا هلكت السلعة دفع رب المال التعويض هو القرض، أما إذا وصلت بسلام يدفع التاجر قسط التأمين وهو الفائدة، أما فيما يخص تقنين التأمين فكان من طرف المشرع الفرنسي في القرن 17، كما أنشئت أول شركة للتأمين في إنجلترا سنة 1720 في مجال التأمين البحري.¹ أما ظهور التأمين أول مرة في البنوك كان في فرنسا حيث كانت أولى الدول التي أطلقت مشروع التأمين المصرفي، ففي فرنسا ومع أوائل السبعينات أطلقت شركة (Assurance du Crédit Mutuel ACM) منتج، أولهما منتج التأمين على الحياة والتأمين ضد خطر الحريق وضد الأخطار الأخرى المختلفة بعد حصولها على الموافقة من طرف السلطات الفرنسية وبهذا وضعت أولى الخطوات في نشاط بنوك التأمين، وقد استندت في إطلاق هذا النشاط على فكر الوساطة في تأمين القروض الموجهة للمقترضين لمواجهة حالات القروض المتعثرة بسبب وفاة المقترض، لتصبح شركة التأمين الذاتي لعملائها وبهذا كانت ACM السبابة كما أطلق عليه بعد خمس عشر سنة "التأمين المصرفي".²

أولاً : تعريف بنوك التأمين

إن بنوك التأمين مصطلح حديث النشأة فهو يختلف من باحث إلى آخر وسوف نتطرق إلى التعاريف وهي:

لقد عرفت على أنها مصطلح يوضح العلاقة بين البنك وشركة التأمين أين تستخدم شركة التأمين البنك كقناة لتوزيع خدماتها التأمينية للعملاء،¹ ما يتضح لنا من خلال هذا التعريف أنه ربط مفهوم التأمين بعلاقة التعاون بين شركة التأمين والمصرف بأنها على نمط توقيع اتفاقية توزيع خدمات التأمين.

هناك تعريف آخر لبنوك التأمين وهو يعتبر بنك التأمين في الأردن قيام البنك ببيع وتسويق خدمات تأمينية يتم تصميمها وإنجازها وتطويرها من قبل شركة تأمين والبنك بحيث يقوم البنك نيابة عن شركة التأمين بجميع أو بأي من الأعمال التي تنص عليها التعليمات وذلك بما يتعلق بنوع

¹ -رزوقي إبراهيم، بدري عبد الحميد؛ دور قطاع التأمين في التنمية الاقتصادية الوطني، دراسة مقارنة بين الجزائر ومصر، الملتقى الدولي السابع حول صناعة التأمين، الواقع العلمي وآفاق التطور، تجارب الدول، معهد العلوم الاقتصادية، علوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، يومي 3 - 4 ديسمبر 2012، ص: 3.

² - حسان سيوري؛ التأمين المصرفي، نادي بانوراما التأمين، الأفق الجديد للمواقع الإلكترونية، 2015، ص: 23.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

وفروع أعمال شركات التأمين المرخص له بممارستها وضمن حدود الاتفاقية¹، يختلف هذا التعريف عن الأول كون الباحث يرى أن مصرف التأمين هو على نمط تحالف استراتيجي وأن البنك هو الذي يتكفل بكل أعمال بنوك التأمين من تسويق وتطوير خدمات التأمين، ولكن على العموم يمكن أن نعتبر هذا التعريف صحيح ولكن هل قيام البنك بكل هذه الأعمال إلى جانب أعماله لا تعتبر تكلفة إضافة إلى تحمله المخاطر الأخرى عن باقي المخاطر التي يتعرض لها (مخاطر القروض).

كما عرفت بنوك التأمين على أنها توفير خدمات التأمين والبنوك عبر قناة توزيع مشتركة تجمع بين عملاء كل من البنك وشركة التأمين²، من خلال هذا التعريف يمكن ملاحظة أن إنشاء مؤسسة تقوم بتسويق خدمات التأمين والبنوك في وقت واحد صعب التطبيق لما تكلفه من موارد مالية وبشرية.

ولتعريف بنوك التأمين يمكن أن نورد هذين التعريفين وهما: "عملية بيع وثائق التأمين من خلال قنوات التوزيع في البنوك أو توزيع خدمات التأمين عن طريق قنوات التوزيع للبنك فهو يصف مجموعة من الخدمات المالية التي تغطي الحاجات المالية المختلفة للزبائن من خدمات بنكية وتأمينية"³ نجد هذا التعريف لا يختلف عن تعاريف سابقة فهو مزج لمختلف أنماط التعاون والتكامل للمصارف وشركات التأمين.

كما يمكن تعريف التأمين عبر البنوك على أنه "إستراتيجية تسويق المنتج التأميني عبر الشبكات البنكية"⁴، من خلال هذا التعريف نستنتج أن بنك التأمين ما هو إلا طريقة جديدة لتسويق خدمات التأمين ووصول إلى أكبر عدد ممكن من العملاء.

وبالتالي يمكن تعريف بنك التأمين على أنه عبارة عن شراكة قائمة بين البنك وشركة التأمين على أن يكون الاتفاق بينهم لتوزيع وتسويق خدمات التأمين سواء عن طريق شركة تابعة أو بشكل مباشر في إطار شروط نتفق عليها، الهدف من هذه الشراكة هو تعزيز المنافسة في السوق البنكية

¹ - عدنان عقيل سعد؛ التأمين عبر المصارف في الأردن، العدد 2، مجلة الدراسات المالية والبنكية، مركز البحوث المالية والبنكية، الأردن، 2013 ص: 14.

² - هشام البساط ؛ صيرفة التأمين، الجديد في أعمال الصيرفة من وجهتين القانونية والاقتصادية، المؤتمر العلمي السنوي، كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، لبنان ، 2000، ص: 4.

³ - طارق قندوز، عبد الحفيظ حسام الدين؛ إضاءات حول تجربة صيرفة التأمين في الجزائر (الواقع والمؤول)، 2013، ص: 6.

⁴ - فاروق أبو جديع، محمد عمار معتوق؛ التأمين عبر المصارف (رسالة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال) كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2009-2010، ص: 5.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

بالنسبة للبنك وتعزيزها في السوق التأمينية بالنسبة لشركة التأمين لمواجهة الشركات الكبيرة والمحتكرة للسوق وبالتالي بنوك التأمين هي صورة إيجابية لكل من الطرفين وبالإضافة إلى العميل المتعامل معهم لأنها تسمح بتقديم خدمات ذات جودة عالية.

ثانيا: أسباب ظهور بنوك التأمين

- إن توسط كل من بنك وشركة التأمين لتقديم خدمات التأمين كان له عدة أسباب وهي:¹
- تعتبر حافزا لاندماج كل من البنوك وشركات التأمين لتحقيق الربحية من خلال زيادة العمولات وتعزيز النمو من خلال التوسع في الأسواق الجديدة.
 - تقليل التكاليف لتقديم خدمات تأمينية جديدة بالاعتماد على الموارد المتاحة لدى البنك وتوسيع قاعدة العملاء.
 - يساعد على تحقيق الميزة النسبية فيما يخص بنك معطيات للزبائن والصورة التجارية للبنك، إضافة إلى اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية.
 - توسيع حجم الخدمات البنكية مقارنة مع نشاط التأمين مما يدفع إلى تكامل كل من البنك وشركة التأمين.
 - مواجهة تحديات العصر الحديث وتقديم خدمات بسعر تنافسي ونمو مفهوم البنوك الشاملة².

ثالثا: العراقيل التي تواجه انتشار بنوك التأمين

وتتمثل في:³

- عدم تنسيق السياسات التسويقية بين البنك وشركة التأمين.
- عدم وجود الخبرة الكافية لإدارة بنك التأمين وعدم وجود ترابط تام أو علاقة تكاملية ومنسجمة مع خاصية الخدمة التأمينية وقناة التوزيع.
- عدم وجود إطارات كفاءة بالنسبة لموظفي البنك مما يستدعي التدريب المكثف وتطور مصلح البحوث على مستوى الطرفين.

¹ - عادل محمد رزق؛ الاستثمار في البنوك والمؤسسات المالية من منظور إداري ومحاسبي، دار طبية للنشر والتوزيع العلمية، مصر، 2004، ص: 219.

² - هشام البساط ؛ تطور العلاقة بين المصارف وشركات التأمين، اتحاد المصارف العربية، القاهرة، مصر، 2000، ص: 369.

³ -Belkadi Saliha ; les enjeux de la bancassurance et les perspectives de son développement en algérien (Majester en sciences Economique option Monnaie banque) univ Mouloud mammeri, Tizi ouzou, Algérie, 2011, p : 76.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

- موقف المتعاملين من خدمات التأمين حتى أن البنوك تجد صعوبة في تسويق التأمين في المجتمع التقليدي يسوده العادات والتقاليد.
- احتمالية تعارض مصالح كل من شركة التأمين والبنك.

رابعاً: تحارب بعض الدول لبنوك التأمين

بما أن بنك التأمين صورة جديدة لكيان اقتصادي فإن الدول تسارعت لتجربة هذه الظاهرة ومن بينها:

- 1- **التأمين المصرفي في أوروبا:** تعتبر دولة اسبانيا هي الأولى أوروبا في صناعة التأمين في البنوك حيث تمثل نسبة 65% من رقم أعمال شركات التأمين سنة 2001،¹ فحين بلغت نسبة التأمين على الحياة في كل من فرنسا 64% سنة 2006 وبلجيكا 48% سنة 2005، كما اهتمت إيطاليا بنوك التأمين حيث تستحوذ على نسبة 59% سنة 2006 من الاقتصاد المحلي لسوق نلاحظ أن فترة انتشار بنوك التأمين في أوروبا كان في الألفيات فخلال فترة 1985 إلى غاية 2000 كانت القوانين تقيد حرية البنوك في ممارسة نشاط التأمين إلا بعد صدور قانون 1990 الذي سمح بتقديم خدمات التأمين عن طريق البنوك.²
- 2- **التأمين المصرفي في الشرق الأوسط، دول الخليج العربي:** إن نشأة بنوك التأمين في المنطقة العربية حديثة فأول هذه التجارب كانت سنة 2000 عندما اندمج بنك البحرين والكويت مع شركة التأمين البحرينية لتوزيع خدمات التأمين على المنازل والسيارات،³ وفي سنة 2007 المنطقة وقعت مجموعة من بنوك مصر على اتفاقية لتقديم خدمات التأمين البنكي في 2007/10/14،⁴ حيث لاقت هذه البنوك وشركات التأمين نجاحاً كبيراً خاصة في تقديم خدمات التأمين على الحياة كما لا ننسى تجربة الأردن حيث ارتفعت أقساط التأمين البنكي من 16 ألف دينار أردني إلى 2.9 مليون دينار أردني سنة 2011 وسوف نوضح مجموع بنوكها التأمينية كمثال على ذلك.

¹ - بريش عبد القادر، حمو محمد؛ مرجع سابق، ص: 9.

² - la bancassurance ; n5, tendances émergente, opportunité et défis, suisse, 2007.

³ - زقير عادل؛ مرجع سابق، ص: 98.

⁴ - بريش عبد القادر، حمو محمد؛ مرجع سابق، ص: 10.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

الجدول رقم (02): البنوك التي تمارس أعمال التأمين المصرفي في الأردن

البنك	شركة التأمين	نوع التأمين
البنك العربي	النسر العربي للتأمين	-التأمينات العامة -التأمينات على الحياة
البنك الأهلي الأردني	التأمين العربية	-التأمينات العامة -التأمينات على الحياة
البنك التجاري الأردني	المجموعة العربية الأردنية	-التأمينات العامة -التأمينات على الحياة

المصدر: عدنان عقيل سعد؛ التأمين عبر البنوك في الأردن، العدد 2، مجلة الدراسات المالية و البنكية،

مركز البحوث المالية و البنكية،الأردن، 2013،ص:15.

ومن خلال هذا الجدول نلاحظ أن التأمين في الأردن يأخذ نوعين هما: التأمين العام و التأمين الجامعي حيث تقوم بتأمين تكاليف التعليم المستقبلية بالإضافة إلى التأمين على الحياة وذلك لتأمين أقساط التكفل بالعائلة بعد وفاة راعي البيت، حيث يعتبر هذا التأمين حماة لدخل العائلة.

3- التأمين المصرفي لدول شرق آسيا: إن بداية ظهور التأمين المصرفي كان بداية سنة 1997 في دول آسيوية ولكن كان مقيدا إلا بعد صدور قانون في سنة 2000 يسمح للبنك بممارسة وتوزيع منتج التأمين،¹ حيث بلغت حجم الأقساط التأمين على الحياة 28% وأقساط التأمين على غير الحياة (العامة) 02 % سنة 2005 ومن بين هذه الدول التي شهدت انتشار واسعاً وسريعاً في الكيانات والإدماج بين المصرف وشركة التأمين مثل الهند والصين.

4- التأمين المصرفي في أمريكا: على غرار التطور الذي تشهده صناعة التأمين في أمريكا إلا إن أوروبا وآسيا سبقتها إلى بنوك التأمين فقد كانت بداية ظهوره سنة 1999 حيث وقعت كل من شركة Aux Etat-Unis مع بنك Gram-Leach-Belloy على إنشاء بنك التأمين لتوزيع خدمات التأمين للعمل وكندا هي كغيرها من الدول التي شهدت نجاح بنوك التأمين حيث قامت بتطوير خدمات التأمين والخروج من التأمين على الحياة لتطور منتج آخر وهو التأمين القروض والتأمين على السفر.

¹ - مندي أحمد؛ دور الصيرفة الشاملة في تحديث وعصرنة الجهاز المصرفي (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص نقود وبنوك)، جامعة الشلف، الجزائر، 2005-2006، ص: 66.

المطلب الرابع: إيجابيات و سلبيات بنوك التأمين

إن بنك التأمين في بداية ظهوره وتطوره تعرض لمجموعة من الانتقادات بالرغم من مزاياه العديدة لذا يمكن التعرف على هذه السلبيات والإيجابيات.

أولاً: سلبيات بنوك التأمين

واجه بنك التأمين انتقادات شديدة تستند على كون البنك الذي يقدم القرض للعميل يكون لديه ميزة تنافسية لا تتاح لشركات التأمين المستقلة كما أن العميل يشعر بالإحراج إذا ما أبدى رغبته في البحث عن خدمة بتكلفة أقل وهي:¹

- تباين الثقافة التجارية فكل من شركة التأمين والبنك يختلفان في التعامل مع العملاء.
- احتمال عدم تسديد شركة التأمين يعود سلباً على سمعة البنك.
- إن التركيز على خدمات التأمين وتسويقها قد يهدد بعض الخدمات الرئيسة للبنك.
- إن السرية البنكية يمكن أن تعرقل نجاح بنك المعلومات لشركة التأمين.
- يمكن أن يكون بنك التأمين قوة تهدد كيانات اقتصادية واحتكارها للسوق المالي والتأمين بالأخص هذا يؤدي إلى الإخلال بمبدأ المنافسة.

ثانياً: إيجابيات بنوك التأمين

إن ظهور بنك التأمين كان له عدة مزايا على الاقتصاد ككل ولكن يمكن ذكرها بالتفصيل:²

- 1- **بالنسبة للبنك:** وتستفيد من بعض المزايا وهي:
 - استفادة البنك من تحسين جودة خدماته وخروجها من إطارها التقليدي وتحقيق الربحية إضافة إلى زيادة حصتها السوقية وجذب أكبر عدد ممكن من العملاء وولائهم.
 - تنوع الخدمات يعزز إيرادات العمولات وتقليل تكلفة التوزيع.
 - تحسين القدرة التنافسية للبنك واكتسابها خبرات وكفاءات في مجال عمل تقديم الخدمات المالية.
- 2- **بالنسبة لشركة التأمين:** بما أن التأمين باشتراك مع البنك فإن هذه الشركات تستفيد من عدة مزايا هي:
 - إضافة ميزة تنافسية لشركة التأمين وتعتبر بنك تأمين مصدراً جديداً لأعمالها في سوق التأمينات.

¹ - تقرير عادل؛ مرجع سابق، ص : 62.

² - Akira tasuoko ; perspective for bancassurance, N192, dossier, décembre, France, 2004 ,p : 38.

الفصل الأول: البنوك التجارية وأنشطة التأمين المصرفي

- تأمين وإيجاد قنوات توزيع جديدة لخدمات التأمين وانخفاض تكاليف تقديمها.
 - تحقيق الربحية والعوائد مقارنة مع سابقها وتحسين سمعة شركة التأمين في السوق مما يساهم في استقطاب العديد من العملاء.
 - الاستفادة من وفرات الحجم وتقديم خدمات التأمين بأسعار تنافسية تتوافق مع احتياجاتهم.
- 3- بالنسبة للعملاء:**

- الاستفادة من جودة خدمة التأمين من حيث التكلفة والتغطية.
- تلبية احتياجاته بما يتماشى مع تطوير هذه الخدمات والتنويع فيها مما يساهم في انتفاعه من خدمات مالية متكاملة.
- تسهيل وصول المنتج إلى العميل سواء البنكية أو التأمينية في آن واحد ما يطلق عليه سوبر ماركت البنكي.

خلاصة:

إن لظهور البنوك دوراً مهماً في الحياة الاقتصادية حيث تعتبر ذات كيانات كبرى تقدم خدمات مالية وتتوسط بين الوحدات الاقتصادية لتحقيق التوازن من خلال سد العجز لإحياء المشاريع الاستثمارية، إلا أن نشاطها لم يقتصر على ذلك فقط سعت وراء تطوير وتدعيم البحوث لتقديم خدمات مالية جديدة قادرة على تلبية الاحتياجات الاقتصادية، والتكيف معها وهذا ما يسمى بالبنوك الشاملة، ولكن نتيجة للتطورات الحاصلة وزيادة عمليات الاندماج والاستحواذ من طرف البنوك على شركة التأمين ظهرت كيانات جديدة وهي بنوك التأمين وذلك بهدف تحقيق التكامل بين خدمة البنكية وخدمة التأمين واستحواذ أكبر عدد ممكن من العملاء لتعزيز المنافسة وتحسين السمعة في السوق التأمينية.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

تمهيد:

إن تواجد البنوك في بيئة مصرفية متطورة وسريعة التغير (ديناميكية) فهذا يتطلب من البنك بذل جهودا إضافية لمواكبة هذه التطورات وتبني هذه المستجدات من خلال تطوير استراتيجياتها وتوضيح نظرتها للمستقبل على المدى الطويل لتقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية لاستقطاب العميل وكسب ولائه لتحقيق الأرباح، ومواجهة المنافسة و تحسين سمعته والحفاظ على مكانته السوقية، ومن بين هذه الاتجاهات والتطورات هي ظاهرة اندماج البنوك مع شركات التأمين وتقديم الخدمة التأمينية من ضمن مجموع الخدمات المصرفية المقدمة، حيث تعمل كل من الشركة والبنوك على تقديمها بالجودة المطلوبة نظرا لأهمية هذه الخدمة سواء في الحياة الاجتماعية أو على مستوى الاقتصاد ككل وفي هذا الفصل سوف نتطرق إلى:

المبحث الأول: عموميات حول خدمة التأمين المصرفي.

المبحث الثاني: شروط نجاح البنوك في تقديم الخدمة التأمينية.

المبحث الثالث: تقييم جودة خدمة التأمين المصرفية.

المبحث الأول: ماهية خدمة التأمين المصرفي

أدت التطورات الحاصلة في المنظومة المصرفية إلى إحداث تغيرات كبيرة حول خدماتها المصرفية وقد تبنت مجموعة من الآليات التي طورت هذه الخدمات التقليدية إضافة إلى ظهور خدمات جديدة أخرى مثل : خدمة التأمين التي يتمتع البنك بسلطة توزيعها على عملائه كما تطرقنا في الفصل الأول، وخلال هذا المبحث سوف نتعرف على خدمة التأمين كخدمة مصرفية و أهميتها وما هي مختلف خدمات التأمين التي تقدمها هذه البنوك التجارية.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية والخدمة التأمينية

إن أساس قيام البنوك هو بسبب منفعة وتلبية احتياجات اقتصادية، وذلك من خلال تقديم خدمات مصرفية منها ما هو تقليدي وما هو حديث مثل خدمة التأمين مقابل ذلك تحقيق عوائد ونتائج مالية تعود على مردودية هذه البنوك، كما أن تقديم الخدمات المصرفية يكون على مدى طويل لكسب ولاء العملاء ولذلك على البنك العمل على تحسين جودة هذه الخدمات.

أولاً: مفهوم الخدمة المصرفية

بما أن البنوك مؤسسات خدمية بالدرجة الأولى فهي تحرص على تقديم خدمات مصرفية مميزة لتكسب ولاء عملائها، وتعرف الخدمة بأنها عبارة عن منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للعميل كنتيجة لتطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية فيه على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة والخدمة لا يمكن حيازتها أو استهلاكها مادياً،¹ من خلال هذا التعريف سوف نتطرق إلى مفهوم الخدمة المصرفية.

1- تعريف الخدمة المصرفية: لقد تعددت تعاريف الخدمة المصرفية حيث عرفت على "أنها نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد أو المكان الذي تقدم من خلاله أو مستوى الإشباع بالوعي المستفيد يرتبط بمستوى أداء الأفراد والمكان أو ذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل وأن هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط"،² من خلال هذا التعريف نلاحظ أن الخدمة المصرفية هي نتيجة بحوث وعمل تقدم لتلبية وإشباع حاجات الأفراد وكلما كانت ذات جودة زاد ولاء العميل لها وقد تكون خدمة واحدة لها عدة خدمات لتوفيرها.

¹ - أسعد حامد أورمان، أبي سعد الديوهجي؛ التسويق السياحي والفندقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص: 4.

² - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف؛ التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص: 63.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

كما تعرف الخدمة المصرفية أيضا: "بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة (حقيقية) وغير الملموسة (غير حقيقية) المدركة من قبل الأفراد والمؤسسات من خلال دلالتها وقيمها النفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين¹، إن هذا التعريف لا يختلف عن التعريف الأول، كما هناك إضافات حيث أن الهدف من تقديم هذه الخدمة هو تحقيق الربح والعوائد للبنك.

ومن خلال هذين التعريفين يمكن أن نعرف الخدمة المصرفية على أنها عبارة عن عملية تنشأ عن خبرات موظفي البنك في تقديم منتجات قادرة على تلبية حاجات المالية لفرد أو المؤسسات من أجل إكمال مشاريعه المستقبلية وكلما كانت هذه الخدمة ذات جودة معينة كلما زاد الطلب عليها.

2- مميزات الخدمة المصرفية: تتميز الخدمات التي تقدمها المصارف بـ:²

- الخدمات المصرفية ليست مادية مجسمة وبالتالي غير قابل للتلف ولا يمكن تخزينها.
- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الاختراع وكل خدمة جديدة يجدها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.
- الخدمات المصرفية قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عن تقديمها.
- تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق الشخصي بدرجة كبيرة حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل.
- الخدمة المصرفية تنتج وتقدم في نفس اللحظة التي يتقدم فيها الزبون لطلبها.
- الخدمة المصرفية غير نمطية وتختلف طريقة تقديمها من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين موظف البنك والعميل.

إن الهدف الرئيسي من الخدمات المصرفية هو تلبية الاحتياجات المالية للأفراد والاقتصاد ككل وهي أنواع مختلفة منها ما هو تقليدي وحديث كما تطرقنا إليه سابقا.

¹ - صادق أحمد عبد الله السبيعي؛ قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العلماء، العدد 18، مجلة الجامعة نجران،

السعودية، ص: 6.

² - بريش عبد القادر؛ جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، العدد 3، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، 2011، ص: 254.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

ثانيا: مفهوم خدمات التأمين

بما أن الخدمة التأمينية مقترنة بوجود التأمين الذي سوف نحاول إعطاء مجموعة من التعاريف حول التأمين والخصائص المميزة لهذه الخدمة التأمينية.

1- تعريف خدمة التأمين: لقد تعددت التعاريف حول الخدمة التأمينية من باحث إلى آخر حيث يمكن تعريفها على أنها عقد بين المؤمن له يتعهد به المؤمن من تعويض المؤمن له أو من يحل محله في حالة وقوع حادث متضمن في الشروط المحددة بالعقد وذلك مقابل مبلغ متفق عليه يدفعه المؤمن له¹، من خلال هذا التعريف نستنتج أن الخدمة التأمينية هي عقد لا يصح إلا بتوفير أركان مهمة وهي:²

- **المؤمن:** وهو الطرف الأول في عقد التأمين وهو هيئة التأمين أي هو الذي يتعهد بدفع مبلغ إلى الطرف الثاني في حالة وقوع الخطر، ويمكن أن يكون المؤمن فردا أو جمعية تعاونية أو شركة مساهمة أو غير ذلك.

- **المؤمن عليه:** وهو الطرف الثاني في عقد التأمين والمستفيد من عقد التأمين في حالات كثيرة حيث يدفع المؤمن مبلغ التأمين في حالة وقوع الخطر.

- **الشيء أو الشخص موضوع التأمين:** وهو من يكون معرض للخطر المؤمن ضده (ممتلكات، أشخاص، وقد يكون المؤمن نفسه).

- **قسط التأمين:** يعرف القسط بأنه المبلغ الذي يدفعه المؤمن له شهريا أو سنويا حسب الاتفاق بين الطرفين أو أن يتم دفع القسط مرة واحدة فقط عند التعاقد.

- **مبلغ التأمين:** هو مبلغ التعويض يدفعه المؤمن إلى المؤمن عليه في حالة وقوع الخطر.

ويمكن تعريف الخدمة التأمينية أيضا بأنها: "عبارة عن تلك المنافع المادية (إصلاح الضرر) أو المعنوية (الحصول على الأمن وزوال الخوف) المرتقبة أو الآجلة نتيجة عقد شركة التأمين بالتعويض في حال وقوع الضرر أو الخطر المتفق عليه حسب ما تحتويه وثيقة التأمين"³، من

¹ - إيهاب نظمي إبراهيم، حسن توفيق مصطفى؛ محاسبة المنشآت المالية (البنوك وشركات التأمين)، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص: 422.

² - كريمة شيخ؛ إشكالية تطوير ثقافة التأمين لدى المستهلك ببعض ولايات الغرب الجزائري (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق دولي)، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2010، ص: 15، 17.

³ - فتية بوحرو؛ الدور الاستراتيجي للجودة كأداة لتسويق خدمات التأمين، دراسة تقييمية من منظور العملاء لجودة الخدمة بالشركة الجزائرية للتأمينات، العدد 12، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2012، ص: 203.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

خلال هذا التعريف نلاحظ أن خدمة التأمين لها عميل لتلبية حاجته المالية دون التعرض لمخاطر مستقبلية تؤدي إلى خسارة أمواله.

كما يمكن تعريف خدمة التأمين على أنها "أداة لتقليل الخطر الذي يواجهه الفرد عن طريق تجميع عدد كافي من الوحدات المتعرضة لنفس ذلك الخطر (كالسيارة، المنزل، المستودع... إلخ) لجعل الخسائر التي يتعرض لها كل فرد قابلة للتوقع بصفة جماعية ومن ثم يمكن لكل صاحب وحدة الاشتراك بنصيب منسوب إلى ذلك الخطر"¹، ما يتبين لنا من هذا التعريف أن خدمة التأمين تكمن في المبلغ الذي يحصل عليه المؤمن عليه الذي يحسب على قيمة الخسارة لشيء المؤمن عليه.

وهناك تعريف آخر لخدمة التأمين وهي "اتفاق بين طرفين بمقتضاه يتعهد الطرف الأول بتعويض الطرف الثاني عن الخسائر المادية التي تقع له نتيجة تحقق خطر معين في مقابل أن يدفع الطرف الثاني مبلغاً أقل نسبياً من المبلغ الذي يتعهد الطرف الأول بسداده"².

ولكن على العموم يمكن تعريف الخدمة التأمينية هي عبارة عن منتج غير ملموس يمنح للعملاء لإشباع حاجاته المالية والحماية من المخاطر المستقبلية لاستمرارية نشاطه الاقتصادي وللحصول على هذا المنتج لا بد من توفير مجموعة من الشروط وهي وجود الشيء محل التأمين ودفع الأقساط لكي تلتزم الهيئة المكلفة بدفع التعويض.

2- خصائص الخدمة التأمينية: إن مجموع الخدمات تتفق فيما بينها في كل الخصائص لذلك نلاحظ أن لخدمة التأمين نفس خصائص الخدمة المصرفية إلا أنه هناك بعض الخصائص المضافة وهي:³

- هي خدمة محصنة لا يترافق تقديمها بتقديم أي منتج مادي.
- قابلة للتسويق على نطاق واسع ومستهلكها شخص طبيعي واعتباري.
- لا تعتمد كثيراً على الآلات والأدوات تحتاج لرأس مال ضخم وملاءة مالية دائمة ومستمرة.
- فترة التفاعل بين مقدمها ومستهلكها طويلة ومستمرة قد تمتد لعشرات السنين.
- مشتريها غير قادرين على المساومة في سعرها.

¹ - صلاح عز الدين؛ التأمين مبادئه وأنواعه، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص: 14-15.

² - صدقي عبد الهادي، محمود الزماميري؛ إدارة التأمين، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريد، الأردن، 2014، ص: 25.

³ - محمد جودت ناصر وآخرون؛ جودة الخدمة التأمينية في قطاع التأمين السوري من وجهة نظر المؤمن لهم، م35، العدد 1، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، لبنان، 2013، ص: 34.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

من خلال ما سبق يمكن القول أن خدمة التأمين المصرفي هي خدمة مصرفية وتأمينية في نفس الوقت حيث تقوم شركة التأمين بإنتاجها وتوفيرها والبنك يقوم بتوزيعها ضمن خدماته المصرفية.

المطلب الثاني: أهمية الخدمة التأمينية

لخدمة التأمين أهمية كبيرة سواء من الجانب الاقتصادي أو الاجتماعي وهي تتمثل في¹:

أولاً: من الناحية الاقتصادية

يمكن إبرازها في النقاط التالية:

- نظراً لأن نظام التأمين يقدم حماية الخسائر التي تترتب عن تحقيق الكثير من الأخطار التي تواجه الأفراد والهيئات، ومن هنا وجود التأمين يشجع على القيام بالمشروعات المختلفة حيث لم يعد هناك مجال للتردد في إنشاء هذه المشروعات بسبب الخوف من ضياع الأموال المستثمرة نتيجة لتحقيق الكثير من الأخطار مثل الحريق والسرقة.
- يعتبر التأمين وسيلة ادخارية هامة لما تقوم به شركة التأمين من تجميع للأقساط التأمينية وفي انتظار وصول تاريخ الاستحقاق مبالغ التأمين تقوم باستثمارها في توظيفات مختلفة وبالتالي هنا التأمين يعتبر مصدراً من مصادر التمويل غير المباشر التي يسعى إليها الأفراد والهيئات للحصول على القروض اللازمة لهم.
- تكمن أهمية الخدمات التأمينية في زيادة الكفاءة الإنتاجية حيث أن التأمين يؤدي إلى إزالة الخطر من حياة الأفراد مما يبعث الأمان في نفوسهم بخصوص المستقبل الأمر الذي يمكنهم من تركيز تفكيرهم وطاقاتهم في العمل وابتكار واستحداث الوسائل الكفيلة لزيادة الإنتاج وتحسين مستواه.
- تحقيق التوازن التلقائي بين العرض والطلب في الاقتصاد الوطني ففي أثناء الرواج الاقتصادي يمكن للدولة التوسع في نطاق التغطية التأمينية بالنسبة للتأمينات الاجتماعية الإلزامية من حيث شمولها لفئات جديدة مما يؤدي إلى زيادة المدخرات الإجبارية بما يساعد على التخفيف من الموجة التضخمية، وفي فترات الكساد تعمل التأمينات على زيادة قيمة التعويضات للعملاء في حالة المرض والإصابات وغيرها، هذا من شأنه زيادة الطلب الفعال على السلع والخدمات بما يساعد على التخفيف من حدة الكساد.

¹ - بن بتيش بلال؛ أثر جودة الخدمة التأمينية على تحقيق الميزة التنافسية لشركة التأمين في السوق الوطنية (رسالة ماجستير علوم اقتصادية، تخصص مالية وبنوك و تأمينات)، جامعة المسيلة، الجزائر، 2013، ص-ص: 7-8.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

ثانياً: من الناحية الاجتماعية

وتتمثل في:

- تحقيق الاستقرار الاجتماعي للفرد والأسرة من خلال محاربة الفقر حيث يجنب الفرد العوز والحاجة لما يضمنه من تعويض مادي يحقق له ولأسرته الحد الأدنى من مستوى المعيشة عن طريق تعويضه عن الخسائر التي تحدث في دخله نتيجة لمرضه أو عجزه أو غيرها.

- وسيلة مساعدة على تنمية الشعور بالمسؤولية وتقليل الحوادث حيث أن قيام الفرد بالتأمين على حياته يرتب لأسرته معاشاً يضمن لها الحياة الكريمة بعد مماته، كذلك تأمين السيارة يضمن للمتضرر من الخطر المؤمن منه عند وقوعه التعويض اللازم له، وهكذا نجد الخدمة التأمينية بكافة أنواعها تنتمي الشعور بالمسؤولية لدى الفرد تجاه نفسه وأسرته وتجاه مجتمعه وبالتالي يمكن القول أن كل من شركة التأمين والبنك يعملان على تطوير هذه الخدمات بما تعود بالفائدة على المجتمع ككل.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات التأمينية

التأمين كنظام يتعلق بخدمة الإنسان ويساهم في حل الكثير من مشاكله المتعددة ويمكن تقسيم الخدمة التأمينية إلى أنواع عديدة ومختلفة وذلك حسب الزاوية التي ننظر منها للتأمين، كما يمكن تقسيم التأمين بطرق مختلفة تعتمد على طبيعة الغرض من التقسيم فيما يلي أهم الأنواع المختلفة للتأمين:

أولاً: فمن الناحية القانونية

يمكن تقسيمها إلى:

1- التأمين على الحياة: يعرف التأمين على الحياة بأن عقد يتم بين المؤمن والمؤمن له بموجبه يلتزم المؤمن بدفع للمؤمن له أو المستفيد مبلغ التأمين الذي يكون في صورة مبلغ من المال يدفعه مرة أو مرة واحدة أو في صورة إيراد مرتب وذلك عند تحقق الخطر المؤمن منه وهو موت المؤمن على حياته أو بقاءه حياً لفترة معينة مقابل أن يدفع المؤمن أقساط التأمين، وعقد التأمين على الحياة ينشأ عنه علاقات متعددة فالمؤمن قد يكون هو ذاته المؤمن على حياته والمستفيد من التأمين، كمن يؤمن على حياته لصالح نفسه وقد يكون المؤمن له غير مؤمن على حياته ولكنه في نفس الوقت المستفيد من التأمين، كما في حالات التأمين على حياة الغير، وقد يكون المؤمن له

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

والمؤمن على حياته شخصا واحد والمستفيد شخصا آخر كما في التأمين على الحياة لصالح الغير.¹

2- **التأمينات العامة:** وتندرج تحت هذا النوع من خدمة التأمين كل أنواع التأمين التي لا ينطبق عليها وصف تأمينات الحياة مثل: التأمين على الحريق، التأمين على السيارات، التأمين على السرقة والسطو، التأمين على الطيران، التأمين البحري، التأمين على الأموال.²

ثانيا: خدمة التأمين من حيث الطبيعة والغرض من التأمين أو من حيث التي تتولى القيام بعملية التأمين

وتنقسم إلى نوعين وهما:³

1- **التأمين الخاص أو التجاري أو الاختياري:** يشمل التأمين التجاري جميع أنواع التأمين التي يكون بموجبها للشخص الحرية في أن يختار بين أن يقوم بالتأمين أو لا يقوم بالتأمين دون أي إلزام من أية جهة وتصدر هذه الأنواع عن مصلحة خاصة للفرد أو المنشأة وتقوم به شركات التأمين أو هيئات التأمين التبادلي كبنك ومن أمثلة التأمين الخاص: التأمين على الحياة، الحوادث...إلخ.

2- **التأمين الحكومي أو الاجتماعي أو الإلزامي:** يشمل التأمين الحكومي أو الاجتماعي أو الإلزامي أنواع التأمين التي يكون فيها الشخص المعرض للخطر ملزما بالتأمين ضده، إما بحكم القانون أو بأي حكم آخر، هذه الأنواع غالبا ما يفرضها القانون لأغراض اجتماعية لخدمة قطاعات واسعة من المواطنين كالعمال والموظفين، حماية لهم وضمانا لمستقبل عائلاتهم، فالتأمين الاجتماعي هو أحد أوجه الضمان الاجتماعي الذي تنظمه الدولة من خلال سلسلة تدابير تقوم بها أفراد النظام وتدير وسائل العيش والرفاهية والأمن للأفراد ويمول هذا النوع من التأمين من خلال اشتراكات يشترك فيها ثلاثة أطراف هي العمال وأصحاب العمل والدولة ومن أمثلة التأمينات الإلزامية التأمين ضد البطالة، التأمين الصحي، تأمين حوادث العمل، تأمين العجز والوفاء.

ثالثا: خدمة التأمين حسب موضوع التأمين

وهي ثلاث أنواع رئيسية وهي:¹

¹ - فايز أحمد عبد الرحمن؛ التأمين على الحياة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2006، ص: 34.

² - عبد احمد أبو بكر، وليد إسماعيل السيفو؛ إدارة الخطر والتأمين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص: 112.

³ - عبد أحمد أبو بكر، وليد إسماعيل السيفو؛ المرجع السابق، ص: 108.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

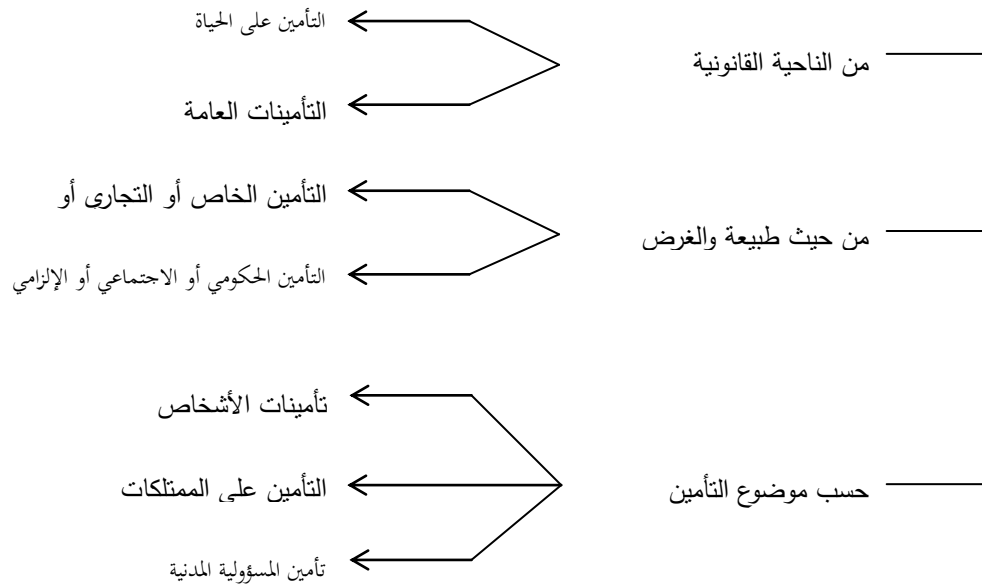
1- **تأمينات الأشخاص:** يشمل هذا التأمين الأنواع التي تصيب الأشخاص مباشرة سواء تعلق الأمر بحياتهم أو صحتهم وبذلك عدة أنواع نذكرها التأمين ضد خطر المرض، تأمين الحوادث الشخصية.

2- **التأمين على الممتلكات:** هو التأمين على كل ممتلكات الأشخاص التي تصيبها المخاطر مثل التأمين على المحاصيل الزراعية ضد الظواهر الطبيعية.

3- **تأمين المسؤولية المدنية:** وهي الخدمات التي يكون موضوع التأمين فيها المخاطر التي يتعرض لها الغير في أشخاصهم أو ممتلكاتهم بسبب المؤمن له أو أملاكه ومن أهمها تأمين المسؤولية المدنية من حوادث العمل أو الأمراض المهنية، تأمين المسؤولية المدنية لأصحاب العقارات وما يميز هذه الخدمة أن العلاقة بين العميل و هيئة التأمين تبقى حتى تشمل الشخص المتضرر، حيث تلتزم الهيئة بدفع التعويض إلى الشخص المستفيد الذي تضرر من الحادث.

ومن خلال ما سبق يمكن توضيح مختلف هذه الأنواع في الشكل التالي:

الشكل رقم(06): التقسيمات الأساسية للتأمين



المصدر: عبد أحمد أبوبكر، وليد إسماعيل السيفو؛ إدارة الخطر والتأمين، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص: 107.

¹ - حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل؛ التأمين وإدارة الخطر (نظرية والتطبيق)، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص: 39.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

المطلب الرابع: مبادئ العملية التأمينية

إن قيام البنك كهيئة بأنشطة التأمين عليه أن يعمل بمجموعة من المبادئ لضمان السير الحسن لعملية التأمين ويكون قادر على استقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء وكسب ولائهم على المدى الطويل ويحقق من ذلك عوائد كثيرة.

أولاً: مبدأ حسن النية

لصحة أي عملية تأمينية يجب الالتزام بمبدأ حسن النية إلا أن خدمة التأمين وللخصوصية التي تتصف بها حيث أن الأموال المؤمنة هي ملك المؤمن له وبحوزته وهو حر في التصرف بها ويعلم كافة خصائصها وأن المؤمن من جهته يكون ذا معرفة بأنواع التأمين ويستطيع التمييز وتحديد أفضل غطاء الأموال المطلوب تأمينها لذا فإنه على كل من الطرفين في عقد التأمين الالتزام بهذا المبدأ التزاماً مطلقاً، فعلى المؤمن له أن يقوم بالتصريح بكافة تفاصيل هذه الأموال ولا يخفي أو لا يصرح بأي معلومة تؤثر على قبول المؤمن لطلب خدمة التأمين أو من أجل تحديد سعر هذه الخدمة وفرض الشروط الضرورية الأزمة لكل خطر ومن جانب المؤمن عليه أن يقوم بتقديم النصيح والإرشاد إلى المؤمن له ويساعده على اختيار أفضل غطاء مناسب وأن لا يستوفي من قسط زائد بدون تغطية، يجب على طرفي العقد الالتزام بهذا المبدأ قبل العقد وخلال فترة سريانه (في حالة وجود أي تغيير على طبيعة الخطر مما يزيد من فرص تحققه) كذلك بعد حصول حادث، من هذا المنطق يجب أن تخضع الخدمة التأمينية إلى مبدأ حسن النية المطلق.¹

ثانياً: مبدأ المصلحة التأمينية

يقضي هذا المبدأ أنه لا يجوز لأي شخص أن يحصل على خدمة التأمين (عقد التأمين) إلا إذا كان له في الشخص أو الشيء موضوع التأمين مصلحة تأمينية بمعنى أن يكون له في موضوع التأمين مصلحة مشروعة ومادية بحيث يكون في لقاء هذا الشخص أو الشيء منفعة مادية للمتعارف عليه أساساً أنه ليس كل خطر قابل للتأمين ما لم يكن قابلاً للقياس مالياً، لذا يتم تعريف المصلحة التأمينية في أنها حق قانوني في التأمين الناشئ والشروط التي وجب توفرها في المصلحة التأمينية أن تكون المصلحة مادية بمعنى أن العاطفة التي تعتبر مخالفة للقانون والآداب العامة كما لا يجوز التأمين على المدخرات والبضائع المهرية بالإضافة إلى أنه لا يجوز للسارق أن يؤمن على

¹ - منعم الخفاجي؛ مدخل لدراسة التأمين، بدون مكان نشر، 2014، ص: 20.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

بضائع مسروقة، وتطبق المصلحة التأمينية على المؤمن له كما تنطبق على المؤمن وتتحصر مصلحة المؤمن التأمينية في مسألة التعويض والاهتمام الذي ينشأ من جراء ذلك.¹

ثالثاً: مبدأ التعويض

مبدأ التعويض هو مبدأ أساسي آخر تخضع له العملية التأمينية يعني تعويض شخص ما عن ضرر أصابه بإعادته إلى المركز المالي الذي كان عليه قبل تحقق الضرر الفعلي، أي أن المؤمن له لا يستطيع المطالبة بتعويض يزيد عن المبلغ اللازم لإصلاح الضرر الفعلي الحاصل حيث يلتزم المؤمن بتعويض المؤمن له عن الضرر الذي أصابه نقداً أو باستبدال المال المتضرر بآخر مشابه أو تصليحه بحيث يستلم المؤمن له تعويض كاملاً عن الضرر المادي الذي أصابه، ويكون هذا التعويض محدد بمبلغ التأمين الذي يكون في أي حال من الأحوال الذي أصابه ويكون الحد الأعلى على المسؤولية المؤمن وقد يستلم المؤمن له تعويض ناقصاً إذا كانت هناك حالة تأمين ناقص أي أن مبلغ التأمين أقل من القيمة الحقيقية للأموال المؤمنة ويتم بذلك تطبيق شرط المعدل ويعرف أيضاً شرط النسبية الذي تخضع له أغلب وثائق التأمين على الأموال ومن هذا المبدأ يمكن أن نستخلص النقاط التالية:²

- المؤمن له لا يستحق أكثر من الخسارة الفعلية التي عرض لها وفي حالة الخسارة الجزئية لا يعوض أكثر من المبلغ اللازم لإصلاح التلف أو لمواجهة فقدان مع ملاحظة ما إذا كان هناك تأمين ناقص فيطبق شرط المعدل ونص هذا الشرط إذا وجد وقت الحادث أن مبلغ التأمين أقل من القيمة الحقيقية للأموال المؤمنة فإن مبلغ الضرر يخفض نسبياً ويعتبر المؤمن له مؤمناً لنفسه بالفرق، وإذا تضمنت الوثيقة أكثر من فقرة واحدة فإن هذا الشرط يطبق على كل فقرة بشكل منفصل.

- إذا تسلم المؤمن له تعويض من المؤمن فعليه أن يتنازل إلى الأخير عن كافة حقوقه اتجاه المسبب للضرر (إن وجد) حيث لا يجوز للمؤمن له أن يتسلم تعويضاً عن نفس الضرر من أكثر من جهة واحدة يفوق خسارته، أي التزام المؤمن له بشرط الحلول التي تخضع له الخدمة التأمينية.

¹ - محمد رفيق المصري؛ التأمين وإدارة الخطر، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص-ص: 143-145.

² - منعم خفاجي؛ مرجع سابق، ص-ص: 22-23.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

- في حالة إجراء التأمين أكثر من وثيقة واحدة لا يجوز للمؤمن له أن يتسلم أكثر من تعويض كامل من المجموعة هذه الوثائق وفقا لنص المشاركة المنصوص عليه ضمن الشروط العامة (مبادئ) لخدمة التأمين.

رابعاً: مبدأ الحلول (الرجوع)

يعتبر مبدأ الحلول في التأمين نتيجة حتمية لمبدأ التعويض ويمكن تعريف الحلول على أنها حق الشخص أو الهيئة التي قامت بتعويض شخص آخر أو هيئة وفقاً لاتفاقية قانونية محددة أن تحل محل الشخص الثاني (المؤمن له الذي تم تعويضه) بكافة ماله من حقوق كأن يقوم "أ" بتعويض "ب" عن خسارة حريق ومن حق "أ" التصرف بكافة الممتلكات التي تم التعويض عنها بإعادة بيعها أو استرداد ما يمكن استرداده.

قد يحدث أن يحصل المؤمن "أ" على مبلغ أكبر من المبلغ الذي قد يكون دفعه للمؤمن "ب" في مثل هذه الحالة نجد أن المؤمن يعطي الفرق للمؤمن له ذلك بعد خصم نصيب هذا الجزء من المصروفات التي يتحملها المؤمن "أ" ومن التطبيقات على مبدأ الحلول مثلاً في التأمين على الشركة نجد أن المؤمن الذي يدفع التعويض يكون له الحق في البضائع المسروقة التي يمكن الحصول، عليها أما في تأمين الحياة والأشخاص يلاحظ أن مبدأ الحلول لا ينطبق على الحياة ولا على التأمين من الحوادث الشخصية إذ المقصود من المبدأ هو منع المتعاقد من الحصول على تعويض مضاعف للخسارة التي تحل به حيث أن الخسارة التي تنتج إذا وقع الخطر المؤمن ضده لا يمكن أن تقدر بالنقود في حالة تأمينات الأشخاص نجد أن مبدأ الحلول لا يمكن أن يطبق على هذه التأمينات.¹

خامساً: مبدأ المشاركة

يحكم هذا الشرط الخطوات الواجب إتباعها عندما تكون هناك أكثر من وثيقة تأمين واحدة سارية المفعول وقت الضرر تغطي نفس الخطر على ذات الأموال ولنفس المصلحة حيث تتحد مسؤولية الشركة في مثل هذه الحالات بحدود لا تتجاوز حصتها النسبية من الضرر التي تتمثل بنسبة مبلغ التأمين لكل وثيقة إلى مجموع مبالغ التأمين لكافة الوثائق المشاركة في هذا التأمين على افتراض أن التأمين قد تم بكامل قيمة الأموال أو يزيد على ذلك أما إذا كانت هناك حالة تأمين ناقص بعد جمع مبالغ التأمين لكافة الوثائق فإن حصة كل وثيقة مشاركة في هذا التأمين تكون متناسبة مع

¹ - محمد رفيق المصري؛ مرجع سابق، ص-ص: 175-176.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

مبلغ التأمين لهذه الوثيقة إلى مجموع القيمة الفعلية للأموال وقت الحادث (وليس مجموع مبالغ التأمين) أما الفرق فيتحمله المؤمن له حيث يشارك في تحمل الضرر الجزئي وكأنه شركة تأمين أخرى مشاركة.¹

سادساً: مبدأ السبب المباشر

يتضمن هذا المبدأ أن المؤمن يلتزم بدفع المؤمن له إذا كان الخطر ضده هو السبب القريب لحدوث الخسارة وبالتالي السبب المباشر هو الذي أدى إلى وقوع الخسارة أو الذي يكون قادراً على بدء سلسلة الحوادث المتصلة تؤدي في نهايتها إلى وقوع الخسارة بدون تدخل أي مؤثر آخر مستقل، وترد هنا ملاحظة أن المقصود بالقريب ليس الزمان أو المكان بل المقصود بالقريب السبب والمتسبب، ويعتبر هذا المبدأ صعب التطبيق من الوجهة العملية ويتضح هذا من كثرة القضايا التي نشأت عن تطبيق هذا المبدأ كما أن حيثيات المحاكم في هذه القضايا غير واضحة مثلاً التأمين على الحريق المنزل من جراء انتشار الحريق وهلاك أفراد فهنا يكون ملزماً بدفع التعويض لكون الحريق سبباً مباشراً.

¹ - منعم الخفاجي؛ مرجع سابق، ص: 24.

المبحث الثاني: شروط نجاح البنوك في تقديم الخدمة التأمينية

اتسع نطاق المصرف الشامل ليخترق صناعة التأمين على الحياة وأصبحت هذه القضية محور جدل قائم بشأن تحرير النظام المالي العالمي حيث هناك بنوك تستحوذ على شركات التأمين و ذلك على مستويين إما عن طريق بيع منتجات التأمين نيابة عن شركة التأمين فرعية كوكيل أو الدمج بشكل أكبر بين أنشطة التأمين البنكية فتقوم البنوك بإصدار بوالص التأمين وتحظى بحصة في عمليات شركات التأمين بشكل مباشر وعلى هذا الأساس نتطرق إلى الأسس التي ممكن للبنك اعتمادها لنجاح في تقديم خدمة التأمين.

المطلب الأول: تقنيات صناعة الخدمة التأمينية في البنوك

إن تحقيق الهدف وهو نجاح البنك في تقديم الخدمة التأمينية من ضمن مجموعة الخدمات المصرفية التي يقدمها ويحقق التكامل بينها بالرغم من وجود عراقيل تحد هذا التطور أو النجاح ولذلك يجب على كل من الشركة التأمين والبنك الاتحاد والعمل بهذه التقنيات.¹

أولاً: التقنية الأولى

إصدار المنظومة المصرفية ترتيبات تحفز على ممارسة البنوك لأعمال التأمين المصرفي كما هو معمول به في دول العالم المتقدم وبما يعود بالفائدة على تحقيق الرؤية والرسالة لقطاعين اقتصاديين ماليين يشكلان حاجة اجتماعية واقتصادية ملحة، وإن يسيرا ضمن خطين موازيين حتى يستطيعا أن يحققا الهدف معا.

ثانياً: التقنية الثانية

لقد شكل التكامل بين الخدمات التأمينية والمصرفية مثالا يحتذى به في الدول الناهضة التي قطعت شوطا تطوريا، ووصل الحال لذا بعض الفقهاء إلى القول: "في ظهر كل شركة تأمين ناجح هناك بنك ناجح والعكس صحيح، ومن هنا تبلورت الحاجة إلى المزيد من التعاون بين شركات التأمين والبنوك وشكل التأمين المصرفي واحد من الحلول المطروحة لتعزيز دور التأمين بين أروقة المجتمع والفعاليات الاقتصادية، واعتبر عمودا ارتكازي في دعم ومساندة المحافظ الاستثمارية

¹ - مقال عيسى مقطش؛ تحليل اقتصادي التأمين المصرفي بين الواقع والطموحات، العدد 2، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مركز البحوث المالية والمصرفية، الأردن، 2013، ص-ص: 20 - 21.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

والإنتاجية لشركات التأمين وتدعيم ملاءتها المالية وخدمة زبائن البنوك وشركات التأمين الحاليين والمرتبين، وتحقيق مستوى عال في إدارة الوقت والجهد.

ثالثاً: التقنية الثالثة

هناك حقائق لا بد أن يفهمها العاملون في حق التأمين المصرفي وتسويقه وإدارته والإشراف عليه ومن ضمنها:

- العلاقة التداخلية التكاملية بين التسويق والإعلام والترويج والعلاقات العامة في التأمين وكيف نتعامل مع المؤثرات الإيجابية والسلبية في الإعلان والإعلام التأميني وكيف نستطيع تحقيق نتائج مثمرة من خلال استراتيجيات تسويقية وآليات بيع ناجحة في التأمين.
- التحوط التأميني ماذا يعني وكيف تبني خطة تحوط فعالة وكفئة.
- الوسائل والطرق التي عن طريقها يمكن التحكم في الأخطار وحد منها أو من حجم الخسائر الناجمة عنها أو تقليل عدد مرات تحققها من خلال أي أو كل الإجراءات التالية:
- الإجراءات الاحترازية والوقاية السابقة للتأمين ووسائل تجنب الخطر خلال نفاذ التأمين.
- التحكم في الخسارة وافترض الخطر.
- نقل عبء الخطر عن طريق وثائق التأمين ومقدار التحمل.
- دروس وعبر من حالات تحققت وما هو دور التأمين الإيجابي وما هي النتائج السلبية في غياب التأمين.

رابعاً: التقنية الرابعة

إن الاقتصاد المتطور بحاجة إلى تأمين متطور وإن النظرية الكينزية والتي تمتد آثارها إلى مجتمعاتنا الحالية، تؤكد أن الحلقة الأقوى تطرد الحلقة الأضعف وتحل محلها في الدور الاقتصادي، وإن الفلسفة الاجتماعية الاقتصادية الناجعة تقوم على "ميدان درهم وقائية خير من قنطار علاج" إن الجوانب الفنية المضيئة في مسيرة أي شركة تأمين معروفة للقائمين على القطاع وتبرز في الأرقام والنسب المستخرجة من مقارنة الأرباح الفنية والذمم المدنية ومعدلات الكفاءة الاستثمارية بالأقساط متحققة، وبالتالي فإن أرقام الميزانيات الشهرية وربح السنوية ونصف السنوية، لا بد أن تعكس الواقع الفعلي لمثل هذه الدراسات، دون أي مبالغة بأرقام غير موجودة فعلياً وهدفها التآلق إعلامياً لشركات لم تحققها أو تستحقها.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

خامسا: التقنية الخامسة

إن القيادات في القطاع تعرف جيدا أهمية وجود شركات قوية وذو ملاءة مالية وأن الطريقة المثلى لتحقيق هذا الهدف تكمن في الاندماج وبناء اتفاقيات إستراتيجية مع بنوك ناجحة، إنه التأمين المصرفي الذي سيسهم في وضع استراتيجيات مستحدثة و مستجدات فنية وتطلعات مستهدفة باتجاه تحقيق نقلة نوعية في إخراج الأسواق من قوقعة التأمينات الكلاسيكية، بما يتماشى مع المتغيرات التي تطفو على السطح، منذ بزوغ أزمة المال العالمية وامتداد تداعياتها إضافة إلى ظاهرة القرصنة البحرية واحتجاز البواخر نقل البضائع مما استوجب إعادة النظر في شروط المجتمعات التأمينية والإجراءات الاكتتابية ومعدلات أسعار التأمين أي جوانب فنية أو تنظيمية أخرى من شأنها معالجة الظروف المستجدة وبما يساهم بفعالية في تعزيز دور التأمين ضد مخاطر النقل سواء للبضائع المنقولة أو لأساطيل النقل الجوية والبحرية.

سادسا: التقنية السادسة

لا يفوتنا أن نؤكد أن التأمين المصرفي بمثابة فرصة مثمرة لتسليط الضوء على الأبعاد التسويقية والإعلامية والترويجية الكفوة لأعمال التأمين وتقسيم عملي واستراتيجي لمدى الحاجة لفتح الأسواق أمام دخول مستثمرين جدد من الخارج تحقيقا لمتطلبات العولمة والمنافسة المفتوحة واقتصاد السوق، ووضع الخطوات الكفيلة بانخراطهم في أسواق تأمين محلية وتمكينهم من تحقيق انطلاقة عملية ناجحة من خلال استراتيجيات التسويق الهادفة، إلى بناء محافظ إنتاجية متوازنة في مجتمعات متأثرة سلبا زوال الثقافة التأمينية، وتعاملها مع التأمين باعتباره خدمة ترفيهية باستثناء ما هو إلزامي، وتدني مستوى الدخل الفردي وضعف مساهمة التأمين في الدخل القومي الإجمالي، وكذلك في ظل مقولة معروفة أن التأمين في الدول العالم يباع ولا يشتري.

سابعا: التقنية السابعة

وفي الجانب الاستثماري، لا بد من التنويه أن شركات التأمين تقوم في عملها على محورين هما التأمين بأقساطه واتفاقيات الإعادة لكل نوع من أنواع التأمين و الاستثمار والتدفقات المالية، التي تلعب دورا رئيسيا بالإضافة إلى رأس المال في تشكيل الملاءة المالية لشركات التأمين، لذلك من المتوقع أن تؤتي ثمار التأمين المصرفي إذا ما تعزز دوره وتهيأت السوق المحلية للتعامل مع متطلباته.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

المطلب الثاني: دور البنوك في تطوير الخدمة التأمينية

التأمين عبر البنوك ظاهرة عالمية تركز على الثقة المتبادلة بين البنك وعملائه وهو إحدى الاستراتيجيات التسويقية الحديثة للخدمات التأمينية وتسعى جميع الأسواق في العالم إلى تطبيقها بهدف رفع من الجودة الشاملة للخدمات من خلال زيادة حجم أقساطها التأمينية ونسبة حصتها السوقية بالإضافة إلى خفض التكلفة التسويقية ومن ثم أسعار التأمين، بحيث يعتبر التأمين المصرفي أقل تكلفة مقارنة بطرق التوزيع التقليدية ويتم تنظيمه بشكل رسمي،¹ ولذلك تعمل البنوك على تطوير هذه الخدمة باعتبارها ضرورية في الحياة الاقتصادية ويمكن من خلالها تحقيق عوائد على المدى الطويل.

أولاً: أسباب تطوير خدمات التأمين

من أسباب تطوير الخدمة التأمينية من طرف البنك بالنسبة لشركة التأمين هي:²

- كسب عملاء جدد ومواجهة منافسة في السوق التأمين.
- إعطاء منفعة أكبر للعميل وزيادة إقباله على شراء الوثائق التأمينية.
- زيادة المدخرات اليومية.
- إضافة خدمة الاقتراض بضمان الوثيقة التأمينية.
- مساهمة تغيرات الأنشطة الاقتصادية.
- مواجهة القدرة الشرائية للعملاء.
- تنفيذ استراتيجيات جديدة وتقديم خدمة تأمينية جديدة وفقاً للخطة الموضوعة.

ثانياً: استراتيجيات تطوير الخدمة التأمينية

وتنقسم هذه الاستراتيجيات إلى:³

- 1- **الإستراتيجية المبدئية:** وهي إستراتيجية مخططة في بداية عملية إعادة جدولة برنامج تقديم الخدمة بناء على وضع المخاطرة والمدخلات من المعلومات المرتقبة عن الخدمة والسوق وهي نوعين:

¹ - جريدة القبس (سياسية، يومية، شاملة)، العدد 14010، الكويت، 31-05-2012، ص: 22.

² - نادية أمين محمد علي؛ إستراتيجية مستحدثة لتطوير المنتج بالتطبيق على وثائق التأمين، الملتقى العربي الثاني للتسويق في الوطن العربي والتحديات، الدوحة، قطر، يومي 6-8 أكتوبر 2003، ص: 131.

³ - نادية أمين محمد علي؛ المرجع السابق ص: 135-137.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

1-1- قائمة المنتج المنفرد: وهي إستراتيجية تهدف إلى أن الخدمة القديمة التي تكون منتشرة على نطاق واسع في الوقت المخطط لتقديم المنتج الجديد يجب أن يباع وتعتبر هذه الإستراتيجية ذات مخاطر عالية وعائد عالي وعندما تنفذ هذه الإستراتيجية بالكامل طبقاً لظروف السوق المخطط لها فإنه يمكنها تقديم خدمة جديدة للسوق بفعالية كبيرة مع تخفيض تكاليف زيادة دوراته.

1-2- قائمة المنتج الثنائي: وهي إستراتيجية تخطط لبيع كل من المنتجات القديمة والجديدة معاً في آن واحد لفترة من الوقت، أثناء تقديم المنتج الجديد وعند تطبيق هذه الإستراتيجية فإن البنك يكون أمامه أربع اختيارات هي:

- أن يتم تقديم المنتج الجديد في إقليم جغرافي واحد أو أكثر، على أن يكون هناك مدة شهر أو أكثر قبل تقديمه في الأقاليم الأخرى ومن ثم يمكن أن توجد تواريخ تقديم الخدمة التأمينية وهذا الاختيار يمكن أن يقلل مخاطر التمويل بدرجة كبيرة.

- أن يتم تقديم الخدمة التأمينية الجديدة أولاً في منافذ توزيع قليلة مستهدفة من ثم إلى منافذ أخرى التي يستخدمها البنك في تقديم الخدمات التأمينية القديمة لشركة التأمين وتستخدم هذه الإستراتيجية بصفة عامة في إقليم جغرافي يستخدم فيها التوزيع بشكل مباشر.

- بعد تقديم خدمة جديدة، على البنك وشركة التأمين أن تصفي الباقي من المنتج القديم بسعر منخفض مماثل لقيمتها السوقية.

- تلجأ شركة التأمين عندما تكون الخدمة الجديدة قد تسربت بدون أي إعلان رسمي، ويكون كل من المنتج القديم والجديد موجودان في السوق في نفس الوقت.

2- إستراتيجية الطوارئ: عندما تتغير ظروف السوق ووضع المخاطر على خدمة التأمين ففي هذه الحالة يمكن للبنك وشركة التأمين الاتفاق على خيار البدائل الأربعة لإستراتيجية الطوارئ التالية:

- بيع خدمة التأمين القديمة بسعر منخفض بنية التوسع في زيادة أقساط التأمين وهذا في حالة وجود منافسة شديدة في سوق التأمين وهي إستراتيجية مبدئية لما يكون المنتج القديم راكدا أثناء إطلاق المنتج الجديد.

- تأجيل تاريخ تقديم المنتج الجديد وتستخدم هذه الإستراتيجية في حالة مواجهة مشكلات عند تسليم المنتج الجديد بكميات كبيرة مع زيادة باهظة في الأسعار، تقديم المنتج الجديد في وقت أبكر مما هو مخطط له.

- المزج بين اثنين أو أكثر من استراتيجيات قائمة لخدمة ثنائية وتستخدم هذا النموذج في حالة زيادة نجاح الطلب على هذه الخدمة التأمينية الجديدة.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

ولقيام أو نجاح الإستراتيجية لا بد من توافق بين البنك وشركة التأمين خاصة من حيث خاصية تقديم الخدمات التأمينية وطبيعة العمل كل منهما وتنفذ هذه الإستراتيجية وفقا على مراقبة الأحداث والظروف وخاصة لتنفيذ الاستراتيجيات الطارئة، وفي مجال تقديم الخدمة التأمينية فإن الإستراتيجية المبدئية المناسبة لتطوير المنتج هي إستراتيجية المنتج الثنائي بمعنى تقديم منتج جديد بجانب المنتجات التأمينية المتاحة في السوق وهو الحالي في بنوك التأمين ويتم ابتكار هذه الخدمات بناء على رغبات وتوقعات العملاء طبقا لنتائج بحوث التسويق وعلى أن يتم تحديد استراتيجيات الطوارئ المناسبة وتستخدم في حالة الضرورة.

ثالثا: المزايا الممنوحة للبنك من طرف شركة التأمين لتحسين الخدمة التأمينية

وتتمثل هذه المزايا في مدة تدخل البنك في أعمال شركة التأمين والتكفل بتحسين الخدمة التأمينية وهي:¹

- 1- **وضع خطة للعمل:** تحديد خطوات تنفيذية للإدارة وأعضاء فريق خدمة للعملاء في البنك لتلبية احتياجات العملاء، أضيف إلى ذلك وضع سياسة واضحة بشأن الضمانات والمبادئ التوجيهية للخدمة يتبعها مسؤولوا خدمة البيع.
- 2- **منح أعضاء فريق خدمة العملاء على مستوى البنك مزيدا من السلطة:** لحل شكاوي العملاء بصورة مرضية ويمكن لأعضاء فريق خدمة العملاء أن يحل المشاكل دون انتظار الرجوع للمؤسسة في كل صغيرة وكبيرة، وذلك لتقليل من عدد الشكاوي وسرعة التعامل معها.
- 3- **وضع معيار للمهنية:** وهذا يتطلب من جميع العاملين في خدمة العملاء على مستوى البنك احترام وتقديم الدعم للعملاء دون انتظار أن يطلب منهم ذلك والاستماع والمشاركة باهتمام مع العملاء خلال المحادثة أثناء تقديم الخدمة وهذا يعتبر عملية بسيطة.
- 4- **تقديم المنح والكفاءات:** وذلك بعد التأكد من جودة الخدمة بإجراء مراجعة شهرية أو حتى نصف سنوية، تأكد من امتثال كل عضو في الفريق للمبادئ الإرشادية التي وضعتها شركة التأمين لخدمة العملاء وخضوع الدورات التدريبية اللازمة.

وبالتالي يمكن القول يجب على البنك لتطوير خدمة التأمين المصرفي بمشاركة شركة التأمين في تحقيق النقاط التالية:

- الابتكار والحفاظ على علاقات جيدة مع العملاء.

¹- Nadia Ahmed Mohammed Saeid ; bancassurance , www.bayt.com , existe le 20-02-2016.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

- الاهتمام الشخصي بالعملاء وقياس ومعرفة توقعاتهم بشأن الخدمة المطلوبة.

المطلب الثالث: طرق توزيع خدمة التأمين المصرفية

هناك طرق عديدة لتوزيع خدمة التأمين المصرفية في البنك عبر منافذه المتوفرة على مستوى الأقاليم الجغرافية وهي الوكلاء، موظفو البنك، المستثمرين الخاصين، شركات الوساطة، الإنترنت.¹ ويمكن تفصيلها وذكرها كما يلي:

أولاً: الوكلاء

وهم أشخاص تم التزامهم بعقد وكالة لبيع منتجات ويسمى البنك الوكيل الرئيسي يمثل شركة التأمين وينوب عنها في مفاوضة ومساومة طالبي التأمين ويسمح له بإصدار وثائق التأمين والتوقيع عليها كما يسمح له بفحص وتسوية المطالبات في حدود مبلغ معين ومتفق عليه ويكون الوكيل الرئيسي مثل فرع الشركة إذا كان ناجعاً.²

1- صلاحيات الوكيل: وتتمثل في:³

- تسويق خدمات التأمين وهي التي يبدأ الموكل ضرورة تسويقها عن طريق الوكالات ضمن منطقة جغرافية معينة.

- الكشف عن محلات التأمين.

- استلام أقساط التأمين من العملاء وتسديدها إلى شركات التأمين أو بأول مقابل عمولة يحصل عليها وهي نسبة معينة من هذه الأقساط.

2- مسؤوليات الوكيل: وتتمثل في:⁴

- أن يعتمد محل عمل خاص به ويوافق عليه الموكل.

- أن يسدد أقساط التأمين بعد استلامها من العملاء.

- أن يستعمل نفس المستندات المستعملة من قبل شركة التأمين.

- أن ينسق مع الموكل عند التوسع في الحملات الإعلانية.

¹ - Mario Grima ; **la bancassurance** , N192chez Bank of valette, Dossier banque et assurance le convergence prend de nouvelles formes, Elma, 2004, P : 50.

² -أحمد محمود؛ وسطاء التأمين ودورهم في تحسين جودة خدمات التأمين، منتديات الحكمة، 2012، www.bayt.com، 10-01-2016، ص: 4.

³ - يوسف حجيم الطائي وآخرون؛ إدارة التأمين والمخاطر، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص: 152.

⁴ - يوسف حجيم الطائي وآخرون؛ المرجع السابق، ص: 153.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

- أن يودع ضمانا أو يقدم كفالة يحدد مبلغ معين.
- أن يتحمل الأتعاب الناتجة عن تصرفات الأشخاص العاملين معه.
- أن ينجز الأعمال بذاته لا يحصل عليها جاهزة.
- أن يوظف المنتج لديه ومتخصص في الشؤون المالية.
- أن يمكن الموكل من تدقيق ومتابعة النشاط التأميني.

ثانيا: موظفو البنك

وهم أشخاص ذوي كفاءة وخبرة لإقناع العميل بمنتجات التأمين وتقديمها بالجودة المطلوبة وتحفيز الموظفين على تقديم هذه الخدمة يكون بتدريب أو منح المزايا كمكافآت نظرا لجهودهم المبذولة.

1- أهمية تدريب موظفي البنك: وتتمثل في: ¹

- زيادة الأداء التنظيمي من خلال وضوح الأهداف وطرق انسياب العمل وتعريف العاملين بما هو مطلوب منهم وتطوير المهارات لديهم لتحقيق الأهداف التنظيمية المطلوبة ويساهم في ربط أهداف العاملين بأهداف البنك وشركة التأمين.
- يساهم في خلق اتجاهات إيجابية داخل الكيان المصرفي أو خارجيا وذلك بهدف تطوير برامجهم وإمكانياته وتجديد المعلومات التي يحتاجها لصياغة أهدافه وتنفيذ سياسة شركة التأمين.
- يؤدي إلى توضيح السياسات العامة لبنوك التأمين وتطوير أساليب القيادة وترشيد القرارات الإدارية وبناء قاعدة للاتصالات الداخلية والخارجية.

2- طرق تدريب موظفي البنك: يتم اختيار الطريقة المناسبة بشكل مناسب للواقع الموجود داخل البنك وخلال زمن معين وأن كل طريقة مختارة حسب المستوى الثقافي أو المهني للعاملين وهي طريقتين: ²

- التدريب في موقع العمل (البنك) غالبا ما يتم ذلك في مجال طرح منتجات تأمينية جديدة من منفذ البنك التي توفر للمتدربين الاستيعاب الكامل للجانب النظري والعمل في شركة التأمين.
- التدريب خارج موقع العمل وهو عبارة عن برنامج لإجراء التدريب في أماكن ذات إمكانيات علمية وثقافية عالية المستوى لا يمكن توفيرها في مناطق العمل مثل المعاهد، الجامعات، التربصات العلمية الخارجية.

¹ - عطا الله وآخرون؛ إستراتيجية التدريب وأثرها على أداء العاملين في الشركات المساهمة العامة الصناعية الأردنية، الأردن، 2009، ص-ص: 14-15.

² - هایل عبد الوهاب الزايد؛ أثر التدريب في رفع كفاءة أداء العاملين دراسة ميدانية على شركات الصناعة النسيجية (رسالة ماجستير الاقتصاد، تخصص إدارة أعمال)، جامعة دمشق، سوريا، 2009، ص: 58 .

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

ثالثا: شركات الوساطة

وهي الأكثر انتشارا وتوفر موظفين متخصصين في مسائل التأمين المعقدة يقومون بمقابل مادي بتمثيل شركة التأمين فإنه يتصرف في خدمة عملائه ومساعدتهم على اتخاذ القرار بالنسبة لتأمين الخطر المؤمن ضده أو بالنسبة لأفضل أنواع الغطاء التأميني، أو لأي مدى ينبغي أن تكون تكلفة قسط التأمين، ويقدم الوسيط الاستشارة ما إذا كانت هناك طرق أو وسائل لنقل المخاطر مثل التأمين الذاتي وغيرها من منتجات التأمين غير التقليدية في بعض الحالات يقوم الوسيط (البنك) بعمليات المسح والمعاينة للممتلكات التي سوف يؤمنها.

رابعا: الإنترنت

يعتبر هذا الاتجاه نحو زيادة الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة من أهم سمات العصر الحديث وخاصة في الآونة الأخيرة، ويتعاضد دور التجارة الإلكترونية في مجال تسويق السلع والخدمات عبر شبكة الإنترنت كأحد مظاهر العولمة ومن المتوقع أن تؤثر التطورات التكنولوجية السريعة التي يشهدها حاليا على الهياكل الاقتصادية المختلفة ومنها قطاع التأمين ولكن هذه التقنية تتجنبها البنوك بسبب:¹

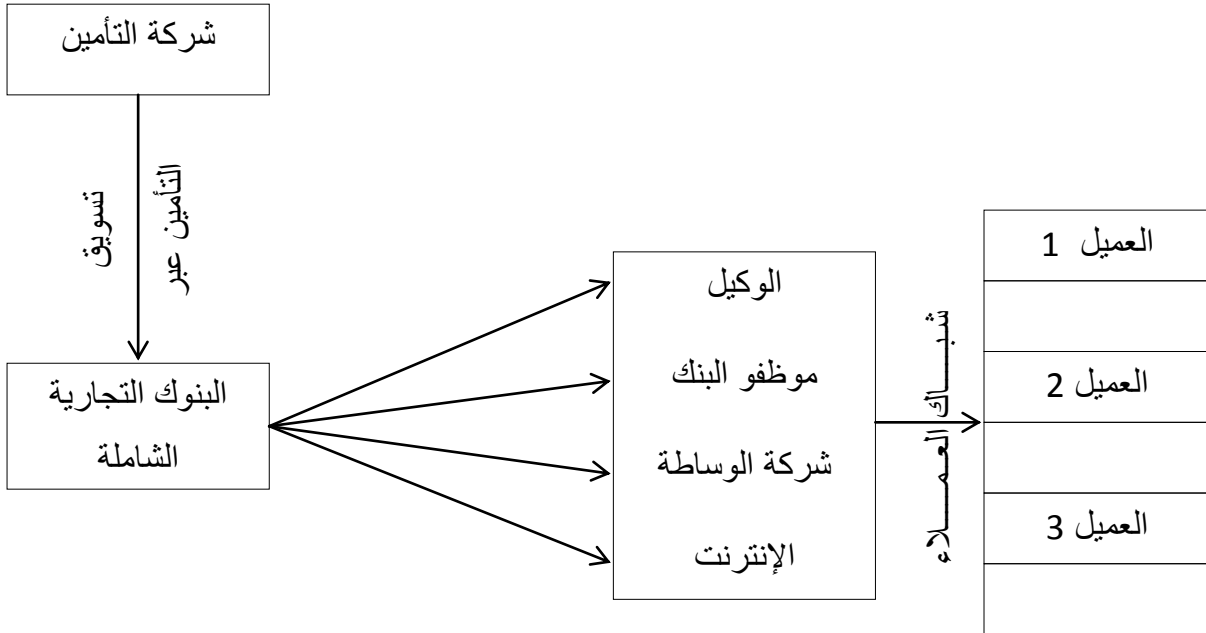
- عدم ضمان سرية وأمن المعلومات التي يتبادلها العميل والوسيط.
- عدم إمكانية الاعتماد على المعلومات التي يقدمها المستهلك عبر الإنترنت في تحديد درجة الخطر السعر التأميني المناسب له إذ يلزم معاينة الشيء المؤمن عليه على الطبيعة.
- تتميز الخدمات التأمينية بعدة سمات تصعب تسويقها إلكترونيا من أهمها عدم نمطية المنتج التأميني وتنوع التغطيات ومزايا التأمين بشكل أكبر.
- استخدام التجارة الإلكترونية من قبل المحترفين يعتبر فرصة كبيرة للنصب تتمثل في التعاقدات الوهمية.
- إن تحقيق قدر عالي من الاستفادة من الانترنت يتطلب توفر مجموعة من المقومات من أهمها التطور الاقتصادي والمعرفي للمجتمع ووجود شبكات اتصال متطورة وهي أمور لا تتوفر في البلدان النامية.

ويمكن توضيح هذه القنوات في الشكل التالي:

¹ - ماجدة حسن ربيعة ؛ خدمات التأمين عبر الإنترنت، العدد 2 ، مجلة منتديات التأمين في العراق ، العراق ، 2013 ، ص: 5.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

الشكل رقم (07): قنوات توزيع خدمات التأمين المصرفية



source: Souhila Chalchoule ; **Assurance évier et Bancassurance dans l'accompagnement du développement**, de la commission de contrôle des Assurance, Avril, Tunis , 2009, P: 8.

المبحث الثالث: تقييم جودة خدمة التأمين المصرفية

إن قيام شركة التأمين بتوزيع خدماتها في البنوك التجارية وذلك لما تتميز به البنوك من ضخامة رأس المال وكفاءة بشرية على تسويق المنتجات المصرفية كما أن ذلك يساعد على تحسين جودة هذه الخدمات التأمينية، لذلك ما هي الاستراتيجيات التي تتبعها البنوك لتقديم هذه الخدمة بالجودة المطلوبة بما يعود بالرضا على الزبون ورضا شركة التأمين من جهة وتحسين صورتها وسمعتها لدى العميل مما يكسبها قوة إضافة لمواجهة المنافسة أما البنك فيحقق أرباحاً على المدى الطويل.

المطلب الأول: مدخل إلى جودة خدمة التأمين المصرفية

تعد جودة الخدمة من أهم القضايا والأمور التي تهتم لها الإدارة في البنوك مع تنظيم العلاقة مع شركة التأمين الحليفة وذلك لرفع مستوى أداء البنك من حيث تقديم الخدمة التأمينية من ضمن الخدمات المصرفية باستخدام العديد من الأساليب والأدوات التي يمتلكها لتحسين جودة خدماته وذلك لتحقيق وفرة في هذه الخدمات التي تشبع رغبة العميل من جهة والاقتصاد من جهة.

أولاً: تعريف جودة خدمة التأمين المصرفية

إن منظمات الأعمال في مجال تقديم الخدمات من بينها البنوك يواجه منافسة متزايدة لذا من مصلحة هذه البنوك الاهتمام بجودة الخدمات المقدمة ولكي تحقق الجدارة المطلوبة وتحقيق الرضا والإشباع للمستفيد منها من خلال إدراكهم لجودة الخدمة المقدمة ولذلك اختلفت الآراء حول تعريف جودة الخدمات ومن بين هذه التعاريف يرى كل من بيرري BERRY أن جودة الخدمة تعتمد على التجربة الحالية للزبون وتجاربه السابقة للخدمات التي استفاد منها وتعتبر أساسية لتقديم الخدمة استناداً إلى جودة الخدمة المدركة ويتفق هذا الاتجاه مع بينتر PINTER ومن خلال هذا التعريف أنه يهتم بالتجارب السابقة لخدمة المقدمة لتقييم جودتها.¹

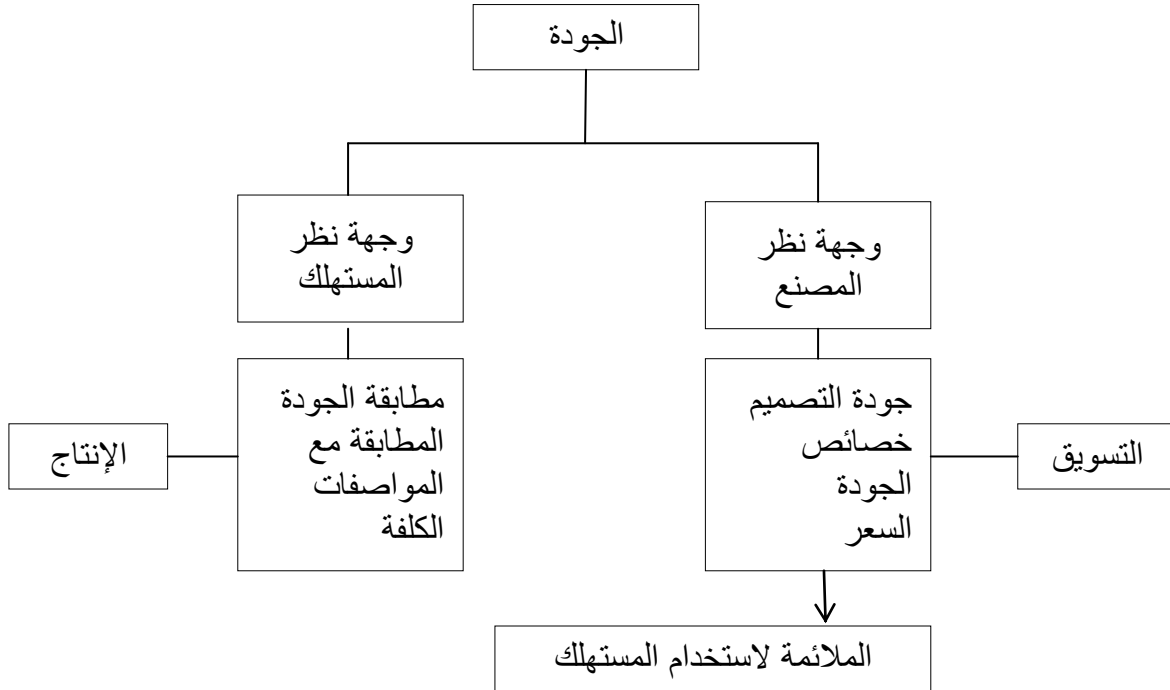
ومن التعاريف لجودة الخدمة أيضاً خصائص المنتجات التي تلبي احتياجات ورضا الزبائن وهي تختلف باختلاف نوع الخدمات والمنتجات وطرق استخدامها وفي هذا السياق كلما زادت الجودة زاد رضا الزبائن وبالتالي يزداد دخل وريح الكيانات، ومن خلال هذا التعريف نستنتج أنه لتحقيق العوائد والأرباح يكون مربوط بتوفير وتقديم خدمة ذات جودة معينة لكسب ولاء العميل.

ومن خلال ما سبق يمكن توضيح مفهوم الجودة الخدمات في الشكل التالي:

¹ - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف؛ تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010، ص: 91.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

الشكل رقم (08): مفهوم جودة الخدمة



المصدر: راتب صويص، غالب جليل صويص؛ إدارة الجودة المعاصرة مقدمة في إدارة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص: 37.

من خلال هذا الشكل يمكن القول أن مفهوم جودة الخدمات يتحدد وفق وجهتين للنظر هما: ¹

- الجودة من وجهة نظر المستهلك (العميل): أصبحت الجودة عاملاً مهماً في اختيار المستهلك للخدمة، فلقد أصبح المستهلكون (العملاء) يعرفون ويميزون بين الشركات صاحبة المنتجات ذات الجودة العالية وهم يشترون منتجاتها ولهذا يجب على الشركة بأن تأخذ بعين الاعتبار كيف يعرف المستهلك الجودة، حيث يقول إدوارد وديمنج EDOUARED ET DIMANGE كاتب ومستشار مجال الجودة المستهلك هو الجزء المهم في خط الإنتاج ويجب أن تهدف الجودة إلى تلبية حاجات المستهلك الحالية والمستقبلية ومن وجهة النظر هذه فإن جودة السلعة أو الخدمة تتحدد بما يريده المستهلك وما يرغب بأن يدفع ليحصل عليه، ولأن المستهلك لديه العديد من الاحتياجات فإن توقعاته عديدة للجودة، ومن هنا تؤدي بنا هذه النتيجة إلى تعريف الجودة والبحث

¹ - راتب جليل صويص، غالب جليل صويص: إدارة الجودة المعاصرة مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات ، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص-ص: 32-35.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

في مدى ملائمة السلعة والخدمة للأغراض التي وضعت لأجلها أو مدى ملائمتها للاستخدام فعند تصميم السلعة أو الخدمة يجب الأخذ بعين الاعتبار مدى تطابقها مع مختلف احتياجات المستهلكين.

- **الجودة من وجهة نظر المصنع:** فبمجرد تحديد تصميم المنتج أو الخدمة يجب أن تحقق الجودة المطلوبة التي قد أنتجت وفقا للتصميم المعد مسبقا ومن الأمثلة على تطابق الجودة مع المواصفات المحددة مسبقا مثل الخدمات السياحية المروج لها ومن هنا فإن المنتجات جيدة الجودة من وجهة نظر المصنع تقضي بضرورة تطابق المواصفات مع المصممة مسبقا في حين أن المنتجات رديئة الجودة لا تعمل جيدا لأنها لا تطابق المواصفات، ويعتمد تحقيق التطابق على مجموعة من العوامل تتمثل في إعداد الجيد للتصميم عملية تقديم الخدمة من تخطيط إلى الرقابة.

ومن خلال ما سبق يمكن إدراج معادلة الجودة الخدمة كالتالي: ¹

مستوى جودة الخدمة = إدراك الزبون للأداء الفعلي - توقعات الزبون لمستوى الأداء

وفي ضوء هذه المعادلة السابقة يمكن تصور مستويين للخدمة: ²

- **الخدمة العادية:** هي تلك الخدمة التي تحقق عندما يتدنى الأداء الفعلي للخدمة عن مستويات التوقعات بالنسبة لها.

- **الخدمة المتميزة:** وهي تلك الخدمة التي تحقق عندما يفوق أو يتجاوز الأداء الفعلي للخدمة توقعات الزبائن لها.

ومن خلال التعريف الشامل لجودة الخدمات يمكن القول أن تعريف جودة الخدمة التأمين المصرفية على أنها محصلة التفاعل بين العميل وبين عناصر تتعلق بالمصرف نفسه، وقد تم قياسها بأبعاد المكونة لنموذج الخدمة المصرفية بالإضافة إلى إدراج بعد معالجة الشكاوي لأبعاد الجودة الخدمة المصرفية، ³ ومن خلال التعريف يمكن القول أن جودة خدمة التأمين المصرفية تطبق عليها معايير أو نماذج قياس الخدمة المصرفية وذلك في إطار أنها خدمة من الخدمات المقدمة مصرفيا كما يجب على شركة التأمين التعاون مع بنك لتحقيق التكامل وحل المشاكل المتعلقة بشكاوي العملاء.

¹ - قاسم نايف علوان المحيوي؛ إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات، دار الشروق، الأردن، 2006، ص: 90 .

² - بن بتيش بلال؛ مرجع سابق ، ص: 14.

³ - فاطمة محمد حلوز، هاني حامد الضمور؛ أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، م39، العدد 1، مجلة دراسات العلوم الاقتصادية، الأردن، 2012، ص: 52.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

وهناك من يعرف الجودة الخدمة التأمينية المصرفية على أنها بعدان وهما: ¹ الجودة الفنية تشير على الجوانب الكمية للخدمة، بمعنى الجوانب التي يمكن التعبير عنها بشكل كمي أما الجودة الوظيفية فهي تشير إلى الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية إلى المستفيد من الخدمة، ومن خلال هذا التعريف إن شركة التأمين تهتم بجودة الوظيفة حيث يعتبر هو الأساس لنقل هذه الخدمة إلى المستفيد من خلال مختلف الكيفيات والوسائل المتاحة لديه وإذا فشل البنك في إيصال هذه الخدمة فهنا يمكن القول أنه لم يصل إلى الجودة المطلوبة وتكون عكس ما خططت له شركة التأمين.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف جودة الخدمة التأمينية المصرفية هي إدراك العميل لما يقدمه البنك من خدمة تأمينية وما هو مطبق أو مصمم فعلياً في شركة التأمين.

ثانياً: أبعاد جودة الخدمة التأمينية المصرفية

وتتمثل في: ²

- **الفهم الإدراك:** ويتمثل في استعداد مقدم الخدمة (البنك) في الوقت الكافي للزبون للتحدث وإبداء وجهة نظره دون ملل منه، أي معرفة الزبون وبذل الجهود لفهم حاجاته.
- **الثقة في الأداء:** وهذه الثقة تتأثر من خلال السمعة التي يتمتع بها مقدم الخدمة.
- **الاستمرارية:** وتعني المقدرة على أداء الخدمة بنفس الكفاءة والفعالية طوال الوقت.
- **المضمون الذاتي للخدمة:** ويتمثل في المهارات التي يتمتع بها مقدم الخدمة وذلك فيما يتعلق بطريقة عرض الخدمة وإقناع الزبائن بها.
- **المطابقة:** وبمعنى تحقيق التجانس بين تطلعات الزبائن والخدمة المقدمة أي تحقيق الجودة.
- **الأدوات:** وقد يتطلب تقديم بعض الخدمات استعمال بعض الأدوات المادية مثل الأدوات الإلكترونية والحاسوب لتقديم الخدمة التأمينية عبر البنك، وهنا يتوقع الزبون بأن تكون هذه الأدوات متوفرة وعلى درجة عالية من الكفاءة وهنا لتعميق الشعور المادي للزبون في حصول الخدمة.
- **التوقيت:** ويتمثل في محاولة تحقيق رغبة الزبون في تقديم الخدمة له في الوقت الذي يريده، أي كم ينتظر الزبون من وقت لتقديم الخدمة.

¹ - حميد الطائي وآخرون؛ التسويق الحديث مدخل شامل، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص: 229.

² - سميحة بلحسن؛ تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون دراسة إستراتيجية حالة مؤسسة موبيليس وكالة ورقلة (رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات)، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، الجزائر، 2006، ص-ص: 13-14.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

- **الاتصالات:** وتعني إبقاء الزبائن مطلعين على كل ما يخصهم والاستماع لهم أي على البنك أن تعدل لغتها وفقا لمختلف الزبائن.

ثالثا: العوامل المؤثرة في جودة الخدمة التأمين المصرفية

وتتمثل هذه العوامل في:¹

- **الأسواق:** بديهي إذا لم يكن هناك أسواق فإنه لن تكون هناك منتجات، ولن يكون هناك اهتمام بالجودة وأساليبها وهناك الكثير من المنتجات التي تطرح في الأسواق ولكي يمكن لمنتج ما أن يحتل مكانا مناسباً في الأسواق فلا بد من أن يكون ذا جودة عالية تحقق له الاستقرار اللازم.

- **العامل:** لقد أدى التقدم الكبير في وسائل الإنتاج المختلفة إلى نشأة الحاجة إلى وجود نوع من التخصصية العالية لمواجهة هذا التقدم ولتحقيق الإتقان والجودة في الأداء.

- **رأس المال:** قد أدت زيادة التنافس في الأسواق إلى تقسيم فرص الربح بين المنتجين وفي نفس الوقت فإن الحصول على المعدات الحديثة للارتقاء بمستوى الجودة يتطلب الكثير من استثمار رؤوس الأموال لتغطية تكاليف تقديم الخدمة التأمينية في البنوك.

- **الإدارة:** لا يخفى علينا بالطبع الحاجة إلى وجود نظام إداري واع لخلق ومتابعة نظام فعال لضبط الجودة وخاصة أن مسؤوليات الجودة قد وزعت على المجموعات المختلفة وأصبحت للإدارة مسؤولية عن متابعة هذه المجموعات ومراقبة الجودة.

- **الآلات والوسائل الفنية الحديثة:** لقد أدت زيادة الطلب على خدمات التأمين المصرفية إلى توفر العديد من الوسائل الإلكترونية الحديثة لتلبية هذا الطلب عند الحاجة حيث ساعدت هذه البرمجيات على الوصول إلى دقة عالية وبالتالي جودة مرتفعة إلى حد كبير.

المطلب الثاني: أهمية وأهداف جودة الخدمة التأمين المصرفية

إن تسويق خدمة التأمين عبر البنك له دور مهم في تحسين جودة هذه الخدمات وذلك لما لها من أهمية بالغة للوصول إلى أهداف مسطرة.

أولاً: أهمية جودة خدمة التأمين المصرفية

وتتمثل أهمية جودة الخدمة فيما يلي:²

¹ - مزيان عبد القادر؛ أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي (رسالة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق دولي)، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2011-2012، ص: 10.

² - محمود الصميدعي، ردينة عثمان يوسف؛ مرجع سابق، ص-ص: 95-96.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

- 1- **الرؤيا الاستراتيجية:** حيث تتكون لدى منظمات راقية تطورات دقيقة وواضحة حول طبيعة زبائنها واحتياجاتهم الفعلية مما يجعلها تريح ولاءهم الدائم، إن مثل هذا التصور أو الرؤيا ضروري وأساسي لمنظمات إذا أرادت خلق ولاء الزبائن الذين يتعاملون معها وإن هذه الرؤيا يجب أن تتحول إلى اتجاه ونهج استراتيجي للعمل به.
- 2- **الالتزام الإدارة العليا والعاملين بمفهوم الجودة:** إن إحدى سمات المنظمات الخدمية التي تميزها هو التزامها الكامل بنوعية وجودة خدماتها، حيث تبحث إدارتها ليس فقط عن الأداء الحالي وإنما كيفية أداء الخدمة بشكل أفضل ويوافق معدل كل شهر ويتم التخلص من كل شيء لا تنطبق عليه المواصفات التي تتسجم مع طموحات المستقبل وإدارة المنظمة الخدمية.
- 3- **وضع قياسات عليا للجودة:** ضرورة أن تقوم المنظمات الخدمية بوضع قياسات محددة لنوعية وجودة الخدمة المقدمة، ويتم في كل فترة اختبارها عن طريق إجراء البحوث واستقصاء آراء الزبائن من أجل تعديل تلك القياسات بما يتناسب مع التطورات الفنية والتكنولوجية التي يشهدها العالم في مجال العمل في القطاع الخدمي بشكل عام.
- 4- **وضع أنظمة لمراقبة أداء الجودة:** إن المنظمات الخدمية المتميزة تتابع باستمرار أداء خدمات منافسيها والشكاوي وفق مراقبة الخدمة، وتقوم المنظمات الخدمية بإرسال بطاقات معينة إلى منازل زبائنها لمعرفة مستوى أداء خدمات العاملين فيها.
- 5- **أنظمة إرضاء المشتكين من الزبائن:** إن إحدى المؤثرات الأساسية لتمييز المنظمة الخدمية هو قدرتها على الاستجابة وبسرعة لشكاوي زبائنها ومعالجتها بشكل يخلق حالة الرضا لديهم، ويولد لديهم الشعور بأن هناك من يهتم برغباتهم وهذا سوف يعزز العلاقات العامة بين العاملين في المنظمة والزبائن.
- 6- **إرضاء العاملين والزبائن في آن واحد:** إلى جانب ما تقدمه المنظمات الخدمية المتميزة من خدمات لزبائنها في مجال تطوير وتوعية الخدمة فإنها أيضا تقدم أداة تسويق داخلية لمساعدة العاملين ومكافئة أدائهم الجيد كما قلنا سابقا نظرا لإيمانهم بأن علاقة المنظمة الخدمية بالعاملين تنعكس سلبا أو إيجابيا على علاقتهم بالزبون.

ثانيا: أهداف جودة خدمة التأمين المصرفية

إن قيام البنك وشركة التأمين بالاتحاد لتحقيق جودة معينة الهدف منها هو: ¹

¹ - محمد عبد العقال النعيمي، عبد الوهاب العزاوي؛ إدارة الجودة الشاملة المعاصرة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص: 17.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

- خفض التكاليف وذلك بتقليل الأخطاء العمل ونسبة تكراره وبذل الجهود للقيام بعمل إضافي وتحقيق الجودة.
- زيادة العوائد والأرباح وذلك من خلال تقليل التكلفة وتسريع وتيرة تلبية الخدمات على مستوى الشبابيك وهذا ما يؤدي إلى زيادة المشاركة في السوق.
- رضا العميل وذلك من خلال تقديم الخدمة بشكل جيد في كل مرة هذا ما يحسن الصورة الذهنية لديه بحيث يقوم العميل بنفسه بدعاية عن خدمات تلك الشركة أو البنك.
- تمكين الموظفين من أداء الخدمة جيدا وذلك بمنحهم السلطة الكافية و بذلك تتجنب الشركة المشاكل المستقلة.

المطلب الثالث: مؤشرات تقييم جودة خدمة التأمين المصرفية

إن جودة خدمات التأمين المصرفية هي اهتمام كل من البنك وشركة التأمين لما لها أهمية كبيرة تعود بالسمعة على كليهما، ولذلك تسهر كل واحدة منهما على التعرف على الأساليب التي يستوجب استخدامها في تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة، أي بتحديد المؤشرات المعتمدة في الحكم على الخدمة الكلية المدركة لذلك هناك معايير ونماذج تتفق فيما بينها وأعطت نتائج صحيحة لتطبيقها على خدمات بصفة عامة مثل الخدمة المصرفية والخدمة التأمينية.

أولاً: معايير جودة الخدمة التأمين المصرفية

المعايير التي تشير إلى جودة الخدمة التأمينية هي:

- 1- **الاعتمادية:** تشير الاعتمادية إلى قدرة مزود الخدمة على إنجاز أو أداء الخدمة الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه فالمستفيد يتطلع إلى مزود الخدمة بأن يقدم له خدمة دقيقة من حيث الوقت والإنجاز كما وعده بذلك.¹
- 2- **الاستجابة:** ويقصد بها هي أن الشركة أو البنك على أتم الاستعداد لتقديم المساعدة للعميل أو تقديم الحلول لمشاكله مثال هل أن مدير شركة التأمين قادر ومستعد لإرضاء عميل لديه مشكلة وعاجلة يتطلب مساعدته وتدخله لحل هذه المشكلة.²
- 3- **الأمان:** وتعني ثقة الزبون اتجاه البنك وإحساسه بالاطمئنان النفسي.³

¹ - حميد الطائي وآخرون؛ مرجع سابق، ص: 230.

² - أحمد محمود أحمد؛ تسويق الخدمات المصرفية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص: 109.

³ - غيثي عبد العالي، شمام عبد الوهاب؛ قياس جودة الخدمات المصرفية، العدد 1، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007، ص: 109.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

- 4- **التعاطف:** الحرص على إحساس العميل بقيمته ومحاولة مساعدته لتحقيق ذاته من خلال إبداء روح الصداقة إشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة وفق حاجته.¹
- 5- **الجوانب الملموسة:** وتتمثل في مختلف الجوانب الملموسة للخدمة المقدمة التي تدخل درجة جودتها مثل المباني شكل وتصميم الداخلي للمبنى التقنيات والأجهزة المستخدمة وفي تقديم الخدمة التأمين المصرفية.

ثانيا: نماذج تقييم جودة خدمة التأمين المصرفية

وتنقسم إلى نموذجين وهما:

- 1- **النموذج الإتجاهي:** يقوم هذا المدخل على أن جودة الخدمة تتمثل في مفهومها اتجاهها يتصل بالرضا لكنه ليس مرادف له بإضافة إلى ذلك أنه مرتبط بإدراك الزبائن للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ومن خلال هذا المفهوم يطرح إشكال رئيسي يتمثل في مفهوم جودة الخدمة ورضا الزبائن كما يرى بعض الباحثون والتفسير الشائع لهذا الاختلاف هو أن جودة الخدمة كما يقيّمها ويدركها الزبون وهي من أشكال الاتجاه الذي يعتمد على عملية تقييم تراكمية بعيدة المدى وقد اعتمد على الفرضية القائلة أن الرضا يمثل حالة نفسية تسبق الحكم على جودة الخدمة وذلك من خلال أن:
- جودة الخدمة تمثل مفهومها اتجاهي.
 - إن الرضا يعتبر عاملا وسيطا بين الإدراكات السابقة والحالية لجودة الخدمة وفي هذا الإطار تتم عملية تقييم الزبائن لجودة الخدمة المقدمة لهم فعليا.

يرى أولفر OLIVER أن الاتجاه الأولي نحو الخدمة يعتبر دالة للتعرف على الخدمة من طرف الزبائن و التوقعات المستقبلية هي أساس لتقييم الحالي للخدمة المقدمة للزبائن يعتمد على خبراتهم السابقة بشأن أدائها لهذا فإن هذا الاتجاه يتكيف وفق لمستوى الرضا الذي يكون حققه الزبون عن الخدمة خلال تعامله مع المنظمة الخدمية.

ومما سبق نرى أن الرضا الزبون عن الأداء الفعلي للخدمة يلعب دورا رئيسيا في تشكيل إدراكات الزبون حول جودة الخدمة وعند تكرار العملية تلبي الخدمة للزبون فيصبح الرضا أحد العوامل المتدخلة في تقييم جودة الخدمة.²

¹ - غيشي عبد العالي، شمام عبد الوهاب؛ المرجع السابق، ص: 109.

² - هوارى معراج؛ تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية (رسالة دكتوراه في علوم التسويق)، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005، ص-ص: 32-34.

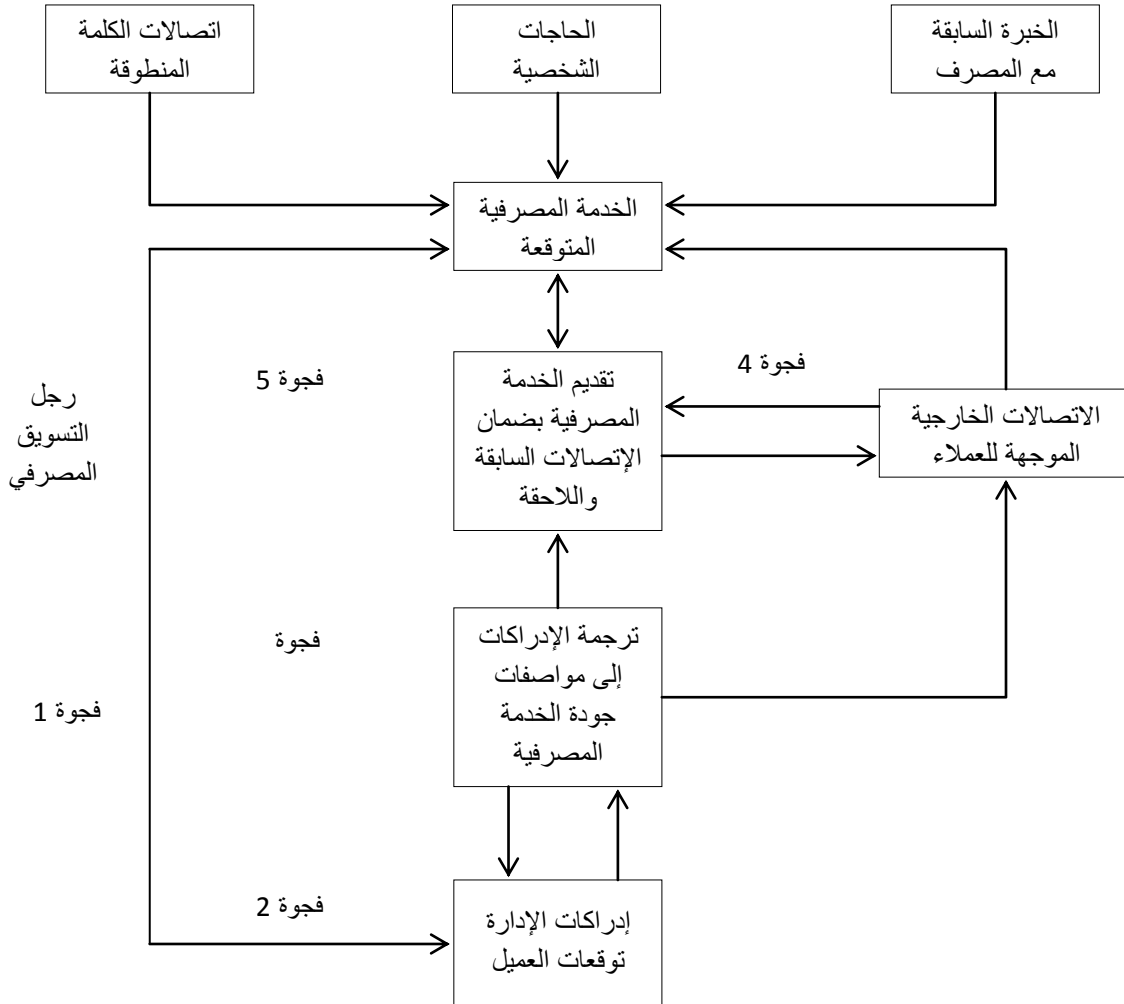
الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

- 2- نموذج الفجوات: طور بييري BERRY نموذجاً لتشخيص المسببات الرئيسية لفجوة جودة الخدمة المدركة أي الفجوة الفاصلة بين توقعات وإدراكات المستفيد، أسماها نموذج الفجوات وقد شخص أربعة مسببات لهذه الفجوة وهي:
- عدم التحديد الدقيق لرغبات وتوقعات العملاء على موردي الخدمة أن يتأكد من اطلاع الإدارة على جوانب الخدمة الأكثر أهمية بالنسبة للمستفيد ووفقاً للأولويات المطلوبة قبل المستفيد نفسه.
 - عدم القدرة أو عدم الاكتراث لحل المشكلات التي يعاني منها العملاء قد تكون الإدارة غير قادرة أو غير مكترثة في توظيف إمكانياتها ومواردها لحل المشكلة، كأن يكون مدير المصرف مطلعاً على حجم الضيق الذي يعاني منه العملاء في انتظار الحصول على الخدمة، إلا أنه لا يكثرث ولا يفعل شيئاً للتقليل من هذه المعاناة.
 - المعايير الموضوعة ليست على درجة عالية من الإتقان ويعود ذلك إلى سوء أداء أو عجز القائمين على الخدمة على التعامل الصحيح ولائق مع المستفيدين من الخدمة أو القائمين على تقديم الخدمة غير مدربين أو مؤهلين بشكل كفو للاتصال مع العملاء أو لإنجاز أعمالهم بمهنية.
 - تقديم خدمة غير التي وعد البنك بتقديمها للعميل وتعرف بفجوة الوعود وتعد مسؤولة عن امتناع العميل وعدم رضاه عن الخدمة.
- ويشير نموذج الفجوة إلى إمكانية وجود خمسة أنواع من الفجوات تتمثل في:¹
- **الفجوة المصرفية:** الفرق بين ما تعتقده إدارة المؤسسة الخدمية حول توقعات العملاء و حاجاتهم الفعلية.
 - **الفجوة المعيارية:** الفرق بين إدراك إدارة البنك لتوقعات العميل المواصفات القياسية المحددة للجودة الواجب توصيلها إلى العميل.
 - **الفجوة التوصيل:** الفرق بين المعايير المحددة المرتبطة بتوصيل الخدمة ومستوى الأداء الفعلي للخدمة قبل المؤسسة الخدمية المقدمة لها.
 - **الفجوة الاتصال الداخلية:** هي الفرق بين ما تدعيه المؤسسة حول الجودة في رسالتها الإعلامية وجهودها البيعية وبين المستوى الفعلي للجودة المقدمة.
 - **الفجوة الإدراكية:** الفرق بين مستوى جودة الخدمة كما تصل إلى العملاء وما يدركونه بشأنها.
- ويمكن توضيح هذه الفجوات في الشكل التالي:

¹ - أحمد محمود الزامل وآخرون؛ تسويق الخدمات المصرفية، الثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص-ص: 137-138.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

الشكل رقم (09): نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة المصرفية (نموذج تحليل الفجوات)



المصدر: أحمد محمود الزامل وآخرون؛ تسويق الخدمات المصرفية، دار الإثراء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2012، ص: 138.

الفصل الثاني: جودة خدمات التأمين المصرفي

خلاصة:

إن قيام شركات التأمين بتسويق خدماتها عبر البنوك له عدة أهداف من بينها تحسين الجودة والسمعة في السوق التأمينية وكسب ولاء العملاء على المدى الطويل مما يحقق لها عدة مزايا من بينها تحقيق أرباح وعوائد وفيرة، كما لا ننسى أن للبنوك نصيب من هذه المزايا وفي إطار علاقة الثقة المتبادلة بين الطرفين فإن البنك يكون حريص على تقديم خدمة بأداء فعال ومدرك للزبون لما للبنك من ضخامة رأس المال وكفاءة بشرية متميزة حيث تلعب دورا كبيرا في تطوير الخدمة التأمينية.

ومن خلال ما سبق يمكن القول إن الخدمة التأمينية شبيهة بالخدمة المصرفية ويمكن قياس جودة خدمة التأمين المصرفية بمزج معايير ونماذج المتفق عليها. كما لا ننسى أن كسب العميل يعود بالفائدة والمردودية على الطرفين في إطار شركة التأمين تقوم بالإنتاج والبنك يقوم بالاتصال.

الفصل الثالث: دراسة

وتحليل جودة الخدمات

التأمين المصرفي بينك

الفلاحة والتنمية الريفية

الفصل الثالث: دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

تمهيد:

بعد تعرضنا للدراسة الكاملة حول جودة خدمات التأمين المصرفية في البنوك التجارية ومحاولة الربط بينهما في هذا الفصل إلى مدى جودة خدمات التأمين المصرفية المقدمة من طرف BADR وكالة ميلة لعملاء وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية شلغوم العيد لتدعيم دراستنا قمنا بإنجاز وتصميم استمارة وتوزيعها عليهم، ومن خلال هذا الفصل نتطرق إلى:

المبحث الأول: عموميات حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

المبحث الثاني: عينة الدراسة والإجراءات المنهجية.

المبحث الثالث: دراسة وتحليل البيانات وعرض النتائج واختبار الفرضيات.

الفصل الثالث: دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

المبحث الأول: عموميات حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية

إن العلاقة بين الجهاز المصرفي وقطاع التأمين في الجزائر يحضرها التشريع الجزائري حيث في أول تم فصل مهامها وعلى البنك القيام بمهام محصورة في منح الائتمان وقبول الودائع وبالرغم من هذا الفصل نجد أن هناك تشابه كبير بين وظائف شركات التأمين والبنوك وتربط بينهما ويتجلى ذلك الترابط من خلال مساهمة البنوك التجارية العمومية في رأس مال بعض شركات التأمين كاستثمار لهذه المصارف حيث نجد: ¹

- مساهمة كل من القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، البنك الجزائري الخارجي والبنك الوطني الجزائري، في رأس مال الشركة الجزائرية لضمان الصادرات (CAGEX) التي تم إنشاؤها في 05 جوان 1996 في شكل شركة ذات أسهم.

- المساهمة المشتركة بين المصارف العمومية والدولة في الشركة الجزائرية لضمان قروض الاستثمار (CAGCI) التي أنشئت سنة 1999 تتمثل مهمتها الأساسية في ضمان قروض الاستثمار الموجهة للأفراد والمؤسسات.

- تعديل وتوسيع أنشطة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي لتشمل العمليات المتعلقة بالفلاحة وتطويرها وهو المؤسسة المصرفية الوحيدة التي تمارس خدمات (تأمين الأخطار المتعلقة بالأخطار الفلاحية وأخطار الصيد البحري).

المطلب الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية

بما أن الدراسة تقوم حول تقييم جودة خدمات التأمين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية من غير معقول دون تقييم الجهة المعنية بدراسة بنك BADR حيث يعتبر مساهم أولي ورئيسي في تسويق خدمات التأمين.

أولا: نشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية

تم إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية بموجب مرسوم رئاسي رقم 88-108 المؤرخ في 13 مارس 1982 كمؤسسة مالية وطنية تعمل كبنك تجاري ذات شركة أسهم برأس مالي جماعي قدره 1000000 دج، مقسم على 1000 سهم بقيمة اسمية قدرها مليون دينار للسهم الواحد، مكتتبه

¹ - مداني أحمد؛ مرجع سابق، ص: 66.

الفصل الثالث: دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

بكاملها من طرف الدولة محتفظة من طرف الخزينة العمومية، مع تطورات الحاصلة في مختلف المجالات ارتفعت أسهم البنك إلى 22000 في سنة 1991، ثم بعدها إلى 33000 سهم سنة 1992 وبذلك وصل رأس ماله الجماعي إلى 33000000 دج مقره الاجتماعي الجزائر العاصمة 17 نهج العقيد عميروش.

ثانيا: مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

تتمثل المهام الرئيسية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:

- بنك ودائع ومنح القروض.
- تمويل المشاريع الفلاحية من أجل تنمية الاقتصاد الوطني.
- تمويل عمليات التجارة الخارجية وتقديم الاعتمادات المستندية.
- تنمية المشاريع المبدئية وتطويرها.
- تقديم خدمات التأمين المصرفية بالتعاون مع الشركة الجزائرية للتأمينات.

المطلب الثاني: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

يعتبر العميل عنصر مهم للحكم على مدى جودة الخدمات التي يقدمها البنك، لذلك أجرينا الدراسة حول رأي عملاء وكالة شلغوم العيد عن جودة خدمة التأمين المصرفية المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميلة.

أولا: تعريف الوكالة

هي وحدة مقرها بلدية شلغوم العيد يمس نشاطها تقريبا كل البلديات حيث تعرف هذه المناطق باقتصادها المتنوع في جميع القطاعات حيث ينتوع زبائننا بين الصناعيين وتجار الجملة والمزارعين والموظفين، تم إنشاؤها في سنة 1997 بموجب مرسوم تنفيذي في الجزائر كفرع لتسهيل إيصال الخدمات المتنوعة والمصرفية للزبائن.

ثانيا: الهيكل التنظيمي للوكالة

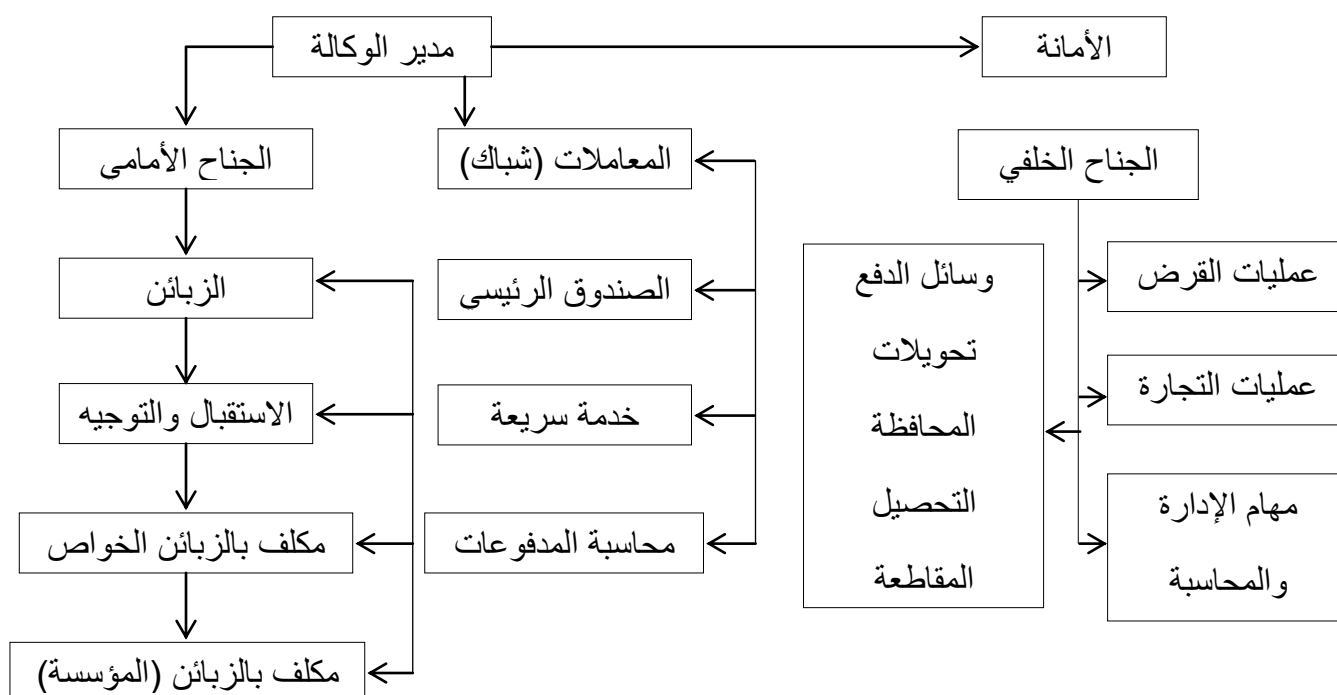
يتكون الهيكل التنظيمي للوكالة من الوظائف التالية:

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

- 1- **وظيفة الشباك وتنحصر في:** فتح الحسابات البنكية (عملية السحب والإيداع) وكذلك التحويلات البنكية.
- 2- **وظيفة المحفظة:** وهي من أهم المصالح مهمتها تسوية الشيكات بين المتعاملين لها ويركز عمل المحافظ على:
 - التحصيل وذلك عن طريق المقاصة خلال 48 ساعة.
 - الخصم: خصم الأوراق التجارية.
- 3- **وظيفة العمليات الخارجية:** تقوم بمختلف العمليات الخاصة بالعملية الصعبة إضافة إلى العمليات الخارجية التجارية.

ويمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل رقم (10): مخطط الهيكل الإداري للوكالة



المصدر: أمانة البنك BADR.

الفصل الثالث: دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

المبحث الثاني: عينة الدراسة والإجراءات المنهجية

يعتبر بنك التأمين كيان جديد له أهمية كبيرة سواء بالنسبة للاقتصاد أو بالنسبة للعملاء لما يسهل الكثير من الطلبات خاصة توفير الحماية للمشاريع التنموية ضد المخاطر المحتملة، لذلك كان للجزائر نصيب في تجربة هذه الكيانات من بينها بنك الفلاحة والتنمية الريفية وشركة الجزائرية للتأمينات في تقديم خدمات التأمين المصرفية.

المطلب الأول: تعريف بنك التأمين (بنك الفلاحة والتنمية الريفية والشركة الجزائرية للتأمينات)

تشرع نحو 50 وكالة نموذجية تابعة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية في إدخال خدمات التأمين عبر نشاطاتها، وذلك بموجب اتفاقية الشراكة الموقعة في أبريل 2008 مع الشركة الجزائرية للتأمين.

وأكد بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن إدخال خدمات بنك التأمين المقترحة من قبل الشركة الجزائرية للتأمينات ضمن نشاطاته يتعلق أساسا بعواصم الولايات، على أن تعمم العملية على كافة شبكات التي تضم 300 وكالة موزعة عبر التراب الوطني، حيث سيستفيد البنك من خلال هذه الاتفاق من عوائد تدفعها له الشركة الجزائرية للتأمينات في شكل عمولة خاصة بتحصيل منح التأمين المسوقة من قبل البنك.¹

إن تعاون بنك الفلاحة والتنمية الريفية مع الشركة الوطنية للتأمينات نتج عنه تقديم خدمات تأمين مصرفية للعملاء وهي:

- تأمين على الأشخاص ويضم هذا النوع التأمين على الممتلكات المنقولة مثل السيارات و المعدات والآلات بالإضافة إلى تأمين الصادرات والواردات حيث يشمل هذا النوع من التأمين التعويضات عن الخسائر و المسؤولية المدنية ويوجه لطالبي القروض
- تأمين المخاطر الفلاحية ويشمل التأمين على كافة المخاطر الزراعة والمواشي والدواجن.

¹ - أليلى، أ ج؛ بدر بنك يشرع في توفير خدمات التأمين على مستوى 50 وكالة، جريدة الحوار، 01-05-2009، الموقع الإلكتروني: <http://www.elhiwaronline.com>، أطلع يوم 20-03-2016.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

-تأمين على السكن وهذا النوع من التأمين موجه للمقاولين وأصحاب المشاريع السكنية حيث يضم تأمين كافة المخاطر ضد الحريق، السرقة، الكوارث الطبيعية.
ومن خلال الدراسة الميدانية للبنك BADR وكالة شلغوم العيد فإن مدة تقديمه هذه الخدمات قرابة 3سنوات حيث يتم توجيه العملاء نحو الشركة الوطنية للتأمينات لتلقي هذه الخدمة.

المطلب الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

بما أننا في صدد دراسة ميدانية حول تقييم جودة خدمات التأمين التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية المحلية وكالة ميلة لكل العملاء الولاية، في إطار التعاون مع الشركة الجزائرية للتأمينات فقد خصصنا استمارة لعملاء البنك وكالة شلغوم العيد للإجابة عليها.

أولاً: تحديد مجتمع الدراسة وإجراءات سحب العينة

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في مجمع العملاء المؤمن في وكالة شلغوم العيد على الأشخاص والمخاطر الفلاحية والسكن المتعاقدين مع شركة SAA ونظرا لكون عملاء البنك أفراد ومؤسسات فإن هذه الدراسة شملت العملاء الأفراد فقط والذين لم نستطع تقدير عددهم خلال فترة الدراسة فتم توزيع 75استمارة استردت 60 منها و على أساسها تم سحب أفراد العينة.

نسبة لسحب مفردات العينة فقد تم إتباع بعض الإجراءات منها:

- مراعاة أن يكون العميل المستجوب قد أمن خلال سنة 2016 على أملاكه لمد ستة أشهر أو لمدة سنة كاملة، إضافة إلى أنه تم الأخذ بعين الاعتبار أن يكون أكثر تردد على وكالة شلغوم العيد لضمان ما يدلي به من بيانات فيما يخص الخدمة المقدمة له.
- استبعاد الأفراد الذين تقدموا للمطالبة بالتعويض عن الضرر الذي تسبب فيه العميل المتعاقد لنفيه مع الشركة فيما يتعلق بتغطية المخاطر المرتبطة بأملاكه.

ثانياً: أسلوب جمع البيانات والأدوات الإحصائية المستعملة

لجمع البيانات اللازمة للدراسة فقد تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء حيث تم تصميم استمارة البحث موجهة للعملاء لاستجوابهم مباشرة الملحق (01) حيث تتكون الاستمارة من جزأين رئيسيين وهما:

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

الجزء الأول: يتعلق بالخصائص الديموغرافية للعينة وخصائص التعامل مع البنك.

الجزء الثاني: خاص بآراء العملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد حول جودة خدمة التأمين المقدمة لهم من قبل وكالة ميلة بالتعاون مع شركة SAA حيث تتضمن 19 عبارة تقييمية تترجم المؤشرات الخمس الأساسية حسب نموذج SERVPERF تكون الإجابة على العبارات الخاصة بالجزء الثاني وفق مقياس ليكرت وخمس درجات وتقيم ترتيب العبارات 19 حسب طبيعة المؤشر الذي تعكسه، أما الأدوات الإحصائية المستعملة بعد تفرغ الاستمارة وترميز البيانات وإدخالها برنامج معالجة الإحصائية للبيانات للعلوم الاجتماعية SPSS فقد تم الاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية أهمها:

- استخدام التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية وذلك لتقديم وصف شامل للبيانات العينية من حيث الخصائص ودرجة الموافقة.
- حسب الدراسات السابقة فقد تم تقسيم مقياس ليكرت كما يلي:

5	3.5	2.5	1	
عالية	متوسطة	منخفضة		درجة الموافقة
إيجابي	حيادي	سلبي		مستوى التقييم
عالية	متوسطة	منخفضة		درجة الرضا

- كما تم فحص البيانات من خلال مقياس ألفا كرونباخ للتأكد من درجة الاتساق الداخلي بين العبارات والتحقق من مصداقية النموذج SEVPERF حيث قدر معامل ألفا كرونباخ بـ 0.851 (85.1%) وهي قيمة تفوق المعدل الذي يمثل الحد الأدنى المتعارف عليه في العلوم الاجتماعية وهو 60% وتعتبر هذه القيمة قريبة جدا من قيمة ألفا كرونباخ التي توصلت إليها الدراسات السابقة.

تم إجراء الاختبار الثنائي Binomiale Test للتأكد من تباين تقييم العملاء للأداء الفعلي للخدمة حيث كانت قاعدة اتخاذ القرار كما يلي:

- إذا لم يتجاوز المجموع الإجابات 57 درجة فإن ذلك يعني جودة أداء الخدمات بالبنك أي التقييم إيجابي.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

-إذا تجاوز المجموع الإجابات 57 فهذا يعني أن العملاء يعتبرون أداء الخدمات ذو مستوى منخفض من الجودة أي أن التقييم سلبي.

للاشارة فقد تم تحديد 57 كما يلي:

-أعلى درجة هي: (5) تقابل الموافقة بشدة أدنى درجة هي (1) تقابل علامة غير موافق بشدة وبذلك فإنه يمكن القول.

-الموافقة المطلقة على كل العبارات أي إعطاء الدرجة (1) لكل عبارة فإن المجموع سيكون $1 \times 19 = 19$ درجة.

عدم الموافقة بشدة على كل العبارات أي إعطاء الدرجة (5) لكل عبارة فإن سيكون $5 \times 19 = 95$ درجة.

الدرجة المتوسطة (قاعدة اتخاذ القرار): $(95 + 19) / 2 = 57$ درجة.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

المبحث الثالث: دراسة وتحليل البيانات وعرض النتائج واختبار الفرضيات

في هذا المبحث سنقوم باستعراض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها ومناقشتها وفقا للأهداف والأسئلة الموضحة سابقا، ذلك من خلال دراسة خصائص العينة من الناحية الديموغرافية ومن ناحية التعامل مع الشركة، إضافة إلى ذلك يتم تحليل إجابات مفردات العينة على الأسئلة والعبارات الواردة في الاستمارة وأخيرا اختبار الفرضيات والخروج بالنتائج وتقديم الاقتراحات.

المطلب الأول: دراسة خصائص العينة وتحليل بيانات العينة

لقد شملت الاستمارة قسمين أساسيين والتي يتم تقسيمهما إلى مجموعتين من الخصائص وهي الخصائص الديموغرافية وخصائص التعامل مع البنك.

أولا: الخصائص الديموغرافية

من أجل التعرف على بعض خصائص العينة من الناحية الديموغرافية تضمنت الاستمارة المعتمد عليها في البحث 4 متغيرات هي كما يلي: الجنس، السن، المستوى الدراسي، المهنة.

1- الجنس: الجدول التالي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

الجدول رقم(03): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكور	52	% 86.7
إناث	8	% 13.3
المجموع	60	% 100

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

فمن خلال هذا الجدول يتضح أن أغلب مفردات العينة ذكور حيث يمثلون النسبة 86.7 % والباقي إناث حيث يمثل 13.3 % و ترجع هذه النسبة إلى أن أغلبية الذكور هم المالكون للأماكن محل التأمين لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

2- السن: تم تقسيم عينة الدراسة حسب العمر إلى ثلاث فئات وذلك حسب الجدول التالي:

الجدول رقم(04): توزيع العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة
30 – 18	6	% 10
50 – 31	36	% 61.7
أكثر من 51	17	% 28.3
المجموع	60	% 100

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

يلاحظ من خلال هذا الجدول أن معظم عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين 31 و 50 سنة بنسبة 61.7 % وهذا يدل على أن هذه الفئة واعية لمدى أهمية خدمات التأمين المصرفي.

3- المستوى التعليمي: يختلف المستوى التعليمي للعينة محل الدراسة والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم(05): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ابتدائي	8	% 13.3
متوسط	19	% 31.7
ثانوي	15	% 25
جامعي	18	% 30
المجموع	60	% 100

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

من خلال هذا الجدول نلاحظ على المستوى التعليمي لعينة الدراسة معظمهم متوسط بنسبة 31.7 % تليها الجامعي بنسبة 30 % حيث يوجد فارق نسبته 1.7 % هو فارق بسيط وهذا ما يترجم أن عينة دراسة ذو مستوى تعليمي جيد ذو دراية وعلم بجودة خدمات التأمين المصرفية مقدمة لهم.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

4- المهنة: وهي تختلف باختلاف مفردات العينة ويمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم(06): توزيع العينة حسب المهنة

النسبة	التكرار	المهنة
% 6.7	4	حرفي
% 15	9	فلاح
% 41.7	25	تاجر
% 15	9	مقاول
% 21.7	13	متقاعد
% 100	60	المجموع

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة هم تجار حيث بلغت نسبة 41.7 % وتليها فئة المتقاعدين بنسبة 21.7 % وكما نلاحظ تساوي فئة الفلاحين مع فئة المقاولين نسبة 15 % ثم تأتي فئة الحرفيين بنسبة 6.7 % ويرجع السبب لنسبة أكبر لفئة التجار لأنها أكثر تعاملًا مع البنك الفلاحة والتنمية الريفية التجاري وتوفير خدمات التأمين لهذه الفئة التي تعتبر أهم زبون يمكن للبنك BADR أن يحقق له إيرادات إيجابية

ثانيا: خصائص التعامل مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية

في هذا الإطار يتم عرض بعض الخصائص المتعلقة بمفردات العينة وذلك في التعامل مع شركة SAA وبنك BADR وكالة شلغوم العيد.

1- **مدة التعامل:** بما أن التأمين المصرفي حديث في وكالة شلغوم العيد له قرابة 3 سنوات من حيث نشأته والتعامل به، لدى يمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (07): مدة التعامل مع خدمات التأمين لـ BADR

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

النسب	التكرار	مدة التعامل
50 %	30	أقل من سنة
46,7 %	28	من سنة إلى 3 سنوات
100 %	60	المجموع

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم عملاء البنك كانت مدة تعاملهم مع خدمات التأمين أقل من سنة على عكس الفئة السنة إلى 3 سنوات وهذا يدل أن معظم أفراد عينة الدراسة هم عملاء جدد ولأول مرة يتعاملون بخدمات التأمين المصرفي.

2- نوع التأمين: في إطار شراكة الشركة الوطنية للتأمينات وبنك الفلاحة والتنمية الريفية، فإنها تسخر ثلاث أنواع من خدمات التأمين وقد اختلفت وتتنوعت حسب رغبات العينة، ويمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم(08): خدمات التأمين المقدمة من طرف BADR

النسبة	التكرار	خدمات التأمين
56,7 %	34	تأمين على الأشخاص
20 %	12	المخاطر الفلاحية
23,3 %	14	السكن
100 %	60	المجموع

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن أكثر خدمات التأمين طلبا من طرف عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية هي لتأمين على الأشخاص بنسبة 56,7 %، ثم التأمين على السكن بنسبة 23,3 %، ثم تليها المخاطر الفلاحية بنسبة 20 % ويرجع السبب لنقص طلب هذا النوع من خدمات التأمين حسب رأي مدير وكالة شلغوم العيد هو نقص الوعي لدى الفلاحين وأن المستوى التعليمي لهم دون دراية وعلم بخدمة التأمينات، إلى جانب عامل الثقافة والعادات والتقاليد.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

3- **مدة التأمين:** ويقصد بها مدة تأمين الممتلكات رهن طلب القرض وتختلف باختلاف رغبات مفردات العينة يمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (09): مدة التأمين

مدة التأمين	التكرار	النسبة
6 أشهر	31	51,7 %
سنة كاملة	29	48,3 %
المجموع	60	100 %

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

نلاحظ أن أغلب أفراد العينة يتعاملون مع خدمات التأمين ذات 6 أشهر بنسبة 51,7 %، وذلك بسبب حيث يرى العملاء أن قسط التأمين لمدة 6 أشهر مناسب من حيث القيمة وذلك بعد استجواب أغلبهم.

4- **التعاملات مع شركات تأمين أخرى أو بنوك تقدم خدمات التأمين:** ويمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم(10): تفريغ إجابات السؤال (8)

	التكرار	النسبة
نعم	41	69,5 %
لا	19	30,5 %
المجموع	60	100 %

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن معظم أفراد عينة الدراسة كانوا يتعاملون مع شركات تأمين أخرى أو بنوك تقدم خدمات التأمين مماثلة أو مشابهة وذلك بنسبة تقدر بـ 69,5 % وبذلك يمكن استخلاص أنهم يعتمدون في تقييمهم لمستوى الجودة في الخدمات على الخبرات السابقة المتعاملين مع بنك BADR.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

5- سبب تغيير الشركة السابق ويمكن توضيحها في الجدول التالي:

جدول رقم (11): الإجابة على السؤال الثانوي ضمن السؤال رقم (8)

النسبة	التكرار	السبب
61,4 %	32	سوء الخدمات التي يمنحها البنك السابق
29,5 %	18	الامتيازات التي يمنحها البنك BADER
9,10 %	10	أسباب أخرى
100 %	60	المجموع

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

حسب الجدول أعلاه فإن العملاء يرجعون أسباب تغيير الشركات والبنوك المتعامل معها سابقا إلى سوء الخدمات التي تقدمها، حيث قدرت نسبة 61,4، ثم السبب الثاني إلى الامتيازات التي يمنحها البنك للعملاء مع خدمات التأمين كالتخفيضات على قسط التأمين، أما الأسباب الأخرى فترجع لـ:

- المشاكل مع شركات سابقة بسبب التعويضات على الخسائر.
- توسط وتعامل البنك مع العديد من الشركات التي تجبر العملاء على التأمين لدى BADR.
- أو لسبب التغيير من طرف العميل والقيام بتجربة خدمة جديدة تكون مناسبة من حيث القسط والمدة.

ثالثا: تحليل بيانات العينة

خلال بناء الاستمارة اعتمدنا على نموذج "SERVOPERF" بأبعاده الخمسة المكونة من الملموسية والاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف حيث تم ترجمتها إلى 19 عبارة كما يلي:

- الملموسية تم ترجمتها من العبارة 1 إلى العبارة 5.
- الاعتمادية تم ترجمتها من العبارة 6 إلى العبارة 8.
- الاستجابة تم ترجمتها من العبارة 9 إلى العبارة 12.
- الأمان تم ترجمتها من العبارة 13 إلى 15.
- التعاطف تم ترجمتها من العبارة 16 إلى 19.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

1- تحليل الجوانب التي تتعلق بتقييم جودة الخدمة التأمينية وتقسم إلى:

-الملموسية: لمعرفة تقييم العملاء لجوانب الملموسة لخدمة للتأمينات المصرفية تم اعتماد 5 عبارات ويمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (12): تقييم عينة الدراسة لمؤشر الملموسية

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
1	مبنى البنك جذاب ومميز	1,8	0,783	22	منخفضة
2	التصميم الداخلي للبنك منظم يسهل أداء العمل	1,73	0,848	20,3	منخفضة
3	قاعات الانتظار مجهزة ومكيفة	1,71	0,852	20,3	منخفضة
4	توافر تجهيزات ومعدات الاتصال	1,64	0,760	16,9	منخفضة
5	تميز العاملون بمظهر لائق	1,95	0,839	32,2	منخفضة
المجموع	الملموسية	1,766	0,816	22,34	منخفضة

المصدر: تشغيل الحاسوب وبرنامج SPSS.

من خلال الجدول الذي يبين لنا المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ، ونسبة الموافقة ودرجتها حيث نلاحظ أن كل العبارات لمعيار الملموسية منخفضة إلى العبارة (5) حول تميز العاملون بمظهر لائق كانت متوسطة بنسبة 32,3 % حسب مقياس ليكرت محصورة في مجال [3.5 - 2.5] ثم تليها العبارة 2 و 3 لتقييم قاعات الانتظار والتصميم الداخلي للبنك بنسبة 20.3 % وهي منخفضة حسب مقياس ليكرت محصورة في مجال [2.5 - 1] ثم العبارة (1) هي أيضا منخفضة بنسبة 22% ومحصورة في مجال [2.5 - 1] أما العبارة (5) التي تقيم دور التكنولوجيا والمعدات الاتصال في تحسين جودة خدمات التأمين بنسبة 16.9 % وهي منخفضة ومحصورة حسب مقياس ليكرت في مجال [2.5 - 1] وبالتالي إن العملاء يقيمون الملموسية بدرجة منخفضة بنسبة 22.34 % وبالمتوسط الحسابي 1.766 وانحراف يقدر بـ0.816 ومحصورة حسب مقياس ليكرت في المجال [2.5 - 1].

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

-الاعتمادية: يدل مؤشر الاعتمادية على صدق البنك اتجاه عملائها في الوفاء بالوعود وذلك من خلال تقديم الخدمات والأداء الصحيح دون أخطاء.

الجدول رقم(13): تقييم عينة الدراسة لجانب الاعتمادية

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
6	عمال البنك منظّمون من حيث مواقيت العمل	1.95	0.879	35.6 %	منخفضة
7	العمال حريصون على تقديم الخدمة بالشكل الأمثل والدقيق	1.83	0.950	37.3 %	منخفضة
8	الاهتمام بمشاكل العملاء والإجابة على استفساراتهم	1.83	0.913	33.9 %	منخفضة
المجموع	الاعتمادية	1.87	0.914	35.6 %	منخفضة

المصدر : تشغيل الحاسوب وبرنامج SPSS.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن العبارة (7) كان تقييمها منخفض جدا حيث كانت نسبتها 37.3 % ومحصورة حسب مقياس ليكرت في مجال [1 - 2.5] في مجال 7 كان تقييمها منخفض جدا حيث كانت نسبتها 37.3 د وذلك تقديم الخدمات والأداء الصحيح دون أخطاء وتوف بمتوسط حسابي يقدر بـ1.83 ثم تليها العبارة (6) حيث قيمها العملاء بمنخفضة وذلك لانعدام عمال البنك الانضباط من حيث مواقيت العمل ثم العبارة (8) وهي منخفضة جدا ومحصورة في مجال [2.5 - 1] حسب مقياس ليكرت.

وبالتالي إن العملاء تقييمهم لجانب الاعتمادية منخفض بنسبة 35.6 % وبمتوسط حسابي 1.87 وانحراف معياري 0.914 وهي محصورة في مجال ليكرت في [1 - 2.5].

-الاستجابة: ويقصد بها سرعة استجابة البنك لرغبات العميل وتم توضيحها في الجدول التالي:

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

الجدول رقم (14): تقييم عينة الدراسة لجانب الاستجابة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
9	فترة الانتظار لتلقي الخدمة قصيرة	1.75	0.863	27.1%	منخفضة
10	البنك يسدد مبلغ التعويض في أقرب الآجال	2.12	0.892	45.8%	منخفضة
11	البنك يأخذ بمبدأ السرعة في الرد على شكاوي العملاء	2.05	0.899	42.4%	منخفضة
12	قسط التأمين مناسب من حيث القيمة	2.25	0.801	47.5%	منخفضة
المجموع	الاستجابة	2.05	0.864	40.7%	منخفضة

المصدر: تشغيل الحاسوب وبرنامج SPSS.

من خلال الجدول نلاحظ أن تقييم العملاء لمؤشر الاستجابة متوسط حيث كل العبارات على نسبة موافقة مقدرة بـ 40% إلا العبارة (9) وانتقاد فترة تلقي الخدمة لدى العملاء وهي منخفضة ولكن على العموم هو تقييم منخفض حيث أن البنك ملتزم بمسؤولياته اتجاه العملاء سواء من حيث مبالغ التعويض أو مبدأ السرعة في الرد على شكاوي العملاء أو من حيث قسط التأمين الذي يناسب معظم رغبات أفراد العينة.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

-الأمان: هو شعور العميل بالراحة النفسية عند تعامله مع البنك ويمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم(15): تقييم عينة الدراسة لجانب الأمان

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
13	ثقتك بالبنك تامة	2.31	0.771	49.2 %	متوسطة
14	العمال على علم ودراية بالطلبات التأمينية للعميل	1.92	0.915	37.3 %	متوسطة
15	شعور بالأمان في التعامل مع العمال	2.22	0.832	47.5 %	متوسطة
المجموع	الأمان	2.15	0.839	40.7 %	منخفضة

المصدر: استخدام الحاسوب وبرنامج SPSS.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن العملاء لتقييم مؤشر الأمان كانت متوسطة بنسبة 44.67 % وانحراف معياري 0.839 ومتوسط حسابي ب: 2.15 وهي محصورة في مقياس ليكرت ب: 3.5 - 2.5] وهذا يدل على أن العملاء على ثقة معتبرة بالبنك وأن العمال البنك يسايرون رغبات وطلبات العميل من حيث نوع التأمين وقسطه وأن معظم العملاء يشعرون بالراحة والأمان لدى تعاملهم مع عمال البنك وبالتالي نقول توفر عنصر أمان في بنك معتبر ومقبول.

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

-التعاطف: والذي يعبر عنه بالعبارات المبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم(16): تقييم عينة الدراسة لجانب التعاطف

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
16	تمتع العمال بالإنسانية واللباقة	2.29	0.832	52.5 %	متوسطة
17	يضع البنك مصلحة العميل فوق كل اعتبار	1.85	0.867	30.5 %	متوسطة
18	العمال يقدمون توجيهات للعملاء	2.02	0.881	39.5 %	متوسطة
19	حسن معاملة العملاء واحترامهم وتقدير ظروفهم	1.80	0.867	28.5 %	متوسطة
المجموع	التعاطف	1.99	0.862	40.7 %	متوسطة

المصدر: استخدام الحاسوب وبرنامج SPSS.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن العبارة (16) حازت على نسبة الموافقة بـ 52.5 % ونسبة أكبر من العبارات السابقة وهذا يدل على أن عمال البنك يتمتعون بالإنسانية واللباقة في التعامل مع العملاء البنك.

أما العبارات الأخرى كانت تقييمها بين منخفض ومتوسط لأنها حسب مقياس ليكرت محصورة في مجال [1 – 2.5]

وبالتالي تقييم العملاء لمؤشرات التعاطف كانت منخفضة بمتوسط حسابي 1.99 وانحراف معياري 0.862 ونسبة 37.75 % وحسب مقياس ليكرت هي في مجال [1 – 2.5].

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

2- التقييم الكلي لجودة خدمات التأمين المصرفي ويمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم(17): التقييم الكلي لجودة خدمات التأمين المصرفي

المؤشر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الموافقة	درجة الموافقة
الملموسية	1.766	0.816	22.34 %	منخفضة
الاعتمادية	1.87	0.914	35.6 %	منخفضة
الاستجابة	2.05	0.864	40.7 %	منخفضة
الأمان	2.15	0.894	44.67 %	منخفضة
التعاطف	1.99	0.862	37.75 %	متوسطة
جودة الخدمة	1.965	0.87	36.19 %	منخفضة

المصدر: تم تنظيم الجدول بناء على مخرجات SPSS.

وبالتالي من خلال هذا الجدول نلاحظ أن جودة خدمات التأمين المصرفي على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميله بالنسبة لعملاء وكالة شلغوم العيد منخفضة بنسبة 36.19 % وانحراف معياري 0.87 ومتوسط حسابي 1.965 وهي محصورة في المجال [1 - 2.5] حسب مقياس ليكرت.

المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

بعد الدراسة الميدانية وعلى أساس قاعدة اتخاذ القرار يتم اختبار الفرضيات و الخروج بالنتائج.

ثانيا: تحليل نتائج الدراسة

من خلال الدراسة الميدانية تم التوصل إلى النتائج التالية:

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

1- بالنسبة للخصائص الديموغرافية: نلاحظ أن الفئة الأكبر المتعامل معها من طرف البنك هي الذكور بنسبة 86% وكان متوسط الأعمار بين 31 و 50 سنة بنسبة 61.7% أما بالنسبة للمستوى التعليمي كانت متوسط أكبر بـ 31.7% وهذا ما يدل على أن العملاء لديهم القدرة على فهم العبارات كما تليها نسبة الجامعي بـ 30% مما يدل على قلة العشوائية في الإجابات وسهولة فهم عبارات الاستثمار.

أما بالنسبة للمهنة كانت نسبة أكبر للتجار وذلك يعتبر أنها شريحة العملاء الأكثر أو أن البنك يتعامل مع هذه الشريحة لكسب ولائها له.

كما لاحظنا أن مدة التأمين كانت أكثرها 6 أشهر حيث يرى العملاء أنها مناسبة من حيث القسط، أما بالنسبة لمدة التعامل مع البنك كانت أقل من سنة وهذا يدل ربما على ضعف الإعلان والإشهار حول خدمة التأمين المصرفية لأنها غير معروفة للعديد من العملاء.

أما بالنسبة لتعامل العملاء مع الشركات السابقة كانت نسبة 69.5% وتم تغييرها بالنسبة سوء الخدمات التي تقدمها بنسبة 61.4% وهذا يدل على صحة الاستثمار حيث تم تقييمها بناء على الخبرات السابقة للعملاء حول خدمة التأمين.

2- بالنسبة لعينة الدراسة:

- يقيم عملاء البنك BADR وكالة شلغوم العيد جانب الملموسية تقييما حياديا ومنخفضا كما يعتبرون عمال البنك غير منضبطون من حيث مواقيت العمل باعتبار عمال البنك غير كفيئين.
- يقيم عملاء البنك الاستجابة تقييما منخفضا لأن أغلب العبارات ذات درجة منخفضة إضافة إلى مؤشرات الأمان والراحة في التعامل مع العمال هي أيضا منخفضة.
- يعتبر العملاء بأن جانب التعاطف منخفض جدا وهذا ما يؤثر سلبا على الجودة بالإضافة على استمرارية العمل مع منتجات التي تقدمها الوكالة في المستقبل.

ثانيا: اختبار الفرضيات

بناء على النتائج المتوصل إليها يتم اختبار فرضيات التالية

الفرضية الرئيسية :

الفصل الثالث:دراسة وتحليل جودة الخدمات التأمين المصرفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد

- يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد لمستوى جودة خدمات التأمين البنكية المقدمة لهم من طرف وكالة ميله سلبلي، فرضية صحيحة لأن العملاء غير راضين عن الخدمة وأنها لا تعكس توقعاتهم لمستوى الخدمة بالبنك منخفضة وسلبية، وذلك بسبب طول مدة الإجراءات للحصول على خدمة التأمين المصرفي وعدم توفيرها في الشبائيك على مستوى الدوائر والبلديات وانحصارها في الولاية.

الفرضيات الفرعية :

- يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الملموسية لجودة خدمة التأمين المصرفي سلبلي، فرضية صحيحة لأن العملاء غير راضين عن جانب الملموسية وكان تقييمهم سلبلي.

- يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الاعتمادية لجودة خدمة التأمين المصرفي سلبلي، فرضية صحيحة لأن العملاء غير راضين عن جانب الاعتمادية وكان تقييمهم محايد لأن العميل يهتم بمهارة العميل في تقديم الخدمة.

- يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الاستجابة لجودة خدمة التأمين البنكية سلبلي، فرضية صحيحة لأن العملاء غير راضين عن مؤشر الاستجابة وكان تقييمهم محايد.

- يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب الأمان لجودة خدمة التأمين البنكية سلبلي، فرضية صحيحة لأن العملاء غير راضين عن مؤشر الأمان وكان تقييمهم سلبلي.

- يقيم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد للجوانب التعاطف لجودة خدمة التأمين البنكية إيجابي، فرضية غير صحيحة لأن العملاء غير راضين عن مؤشر التعاطف وكان تقييمهم سلبلي.

خاتمة

أصبحت السوق المصرفية الآن أكثر اتساعا و أكثر منافسة و أكثر مخاطرة لذلك تعمل البنوك على مواجهة تحديات البيئة الحديثة، من خلال عدة وسائل أهمها الاندماج مع شركات التأمين لظهور كيانات كبيرة قادرة على المنافسة و الوقوف أمام الوحدات العملاقة وتنويع في المنتجات والخدمات التي تنتجها وتقدمها لتخفيض المخاطر والتعامل مع الابتكارات المالية في هذا المجال، وكذلك التنويع في التعامل مع عملاء عدة مناطق جغرافية مختلفة و قطاعات عديدة بما يضمن عدم التركيز واستخدام التقنيات الحديثة لتقديم خدمات ذات جودة عالية وفي ظل هذه التحديات وجدت البنوك أو القطاع المصرفي نفسه مجبرا على التأقلم و التكيف مع هذا المحيط الجديد و قام بعدة محاولات للوصول إلى هذا الهدف وإعطاء البنوك دورها الحقيقي و الفعال في تنمية التأمين وكسبه للعملاء عن طريق تقديم خدمات التأمين المصرفي.

نتائج الدراسة

من خلال هذه الدراسة تم التوصل الى النتائج التالية:

- يعتبر التأمين أداة فعالة في تقليل الأضرار التي تصيب الأفراد حيث ينقل عبء الخطر على عاتق شركات التأمين والذي يكون في شكل تعويض نقدي أو عيني يدفعه المؤمن له بسداد تكلفة التأمين المتفق عليها في العقد.
- إن التأمين المصرفي هو خطوة جديدة يقوم بها البنك وذلك لمواجهة المنافسة في ظل بيئة مصرفية متطورة للحفاظ على مكانته ومركزه المالي.
- إن تقديم خدمات التأمين المصرفي يعتبر مكملا للخدمة المصرفية لأنها شبيهة لها باعتبارها وديعة مؤقتة لدى البنك وأن تقديمها بالجودة المتوقعة لدى العملاء يؤدي إلى كسب ولائهم على المدى الطويل وتحقيق الأرباح ويعتبر العميل عنصرا فعالا في تقييم جودة خدمة التأمين المصرفية.
- ترتبط جودة الخدمة المدركة ورضا العميل بالخبرة والتجارب.
- إن مفهوم الجودة في مجال الخدمة التأمينية يرتبط بقدرة البنك على الوفاء بالتزاماته وتلبية رغبات العملاء حسب توقعاتهم السابقة لديهم حول مستوى الأداء بالبنك.

الاقتراحات والتوصيات

من خلال ما سبق يمكن اقتراح التوصيات التالية:

- على الدولة وخاصة المنظومة المصرفية الاهتمام بتطوير نموذج بنوك التأمين لتجسيد النجاح الذي وصل اليه الدول السباقة لهذا النموذج.
- يجب على البنك تحسين عدة جوانب لتقديم خدمة بنكية ذات جودة عالية.

- ضرورة الاهتمام بالسرعة والدقة في تقديم خدمات التأمين المصرفي لأنها خدمة مميزة لدى البعض.
- سرعة الاستجابة لرغبات العملاء بحيث تعكس توقعاتهم حول جودة الخدمة المقدمة.
- ضرورة القيام بالبحوث والدراسات لزيادة المستوى المعرفي و الاستفادة من تجارب الدول السابقة في هذا المجال.
- القيام بدورات تدريبية وتكوينية لعمال البنك من أجل اكتساب القدرات الكافية لتقديم خدمات ذات جودة عالية اضافة الى قدرتهم على ترجمة رغبات العملاء الى جودة ملموسة.
- تشجيع اندماج شركات التأمين والبنوك التجارية وذلك بوضع تحفيزات وتمهيد كل الظروف لنجاح هذه الكيانات كسن القوانين والقواعد من طرف السلطات الرقابية لحماية هذه الكيانات الجديدة في المنظومة الاقتصادية للبلد.

أفاق الدراسة

- إن أهم النتائج التي توصلنا إليها في هذه الدراسة أتاحت لنا أفاق بحثية جديدة يمكن أن تفيدها مستقبلا تتمثل في:
- دور البنوك في تحسين جودة خدمات شركات التأمين.
 - أثر بنوك التأمين على الميزة التنافسية لبنوك التجارية.
 - واقع صيرفة التأمين في الجزائر وتداعياتها.

قائمة المراجع

أولاً: باللغة العربية

1. الكتب:

- 1- أحمد محمود أحمد؛ تسويق الخدمات المصرفية، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001.
- 2- أحمد محمود الزامل وآخرون؛ تسويق الخدمات المصرفية، الثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- 3- أسعد حامد أورمان، أبي سعد الديوهجي؛ التسويق السياحي والفندقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000.
- 4- أكرم حداد ومشهور هذلول؛ النقود والمصارف؛ دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 5- إيهاب نظمي إبراهيم، حسن توفيق مصطفى؛ محاسبة المنشآت المالية (البنوك وشركات التأمين)، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 6- حربي محمد عريقات، سعيد جمعة عقل؛ التأمين وإدارة الخطر (نظرية والتطبيق)، دار وائل للنشر، الأردن، 2010.
- 7- حمزة محمود الزبيدي؛ إدارة المصارف، مؤسسة الوراق، الأردن، 2004.
- 8- حميد الطائي وآخرون؛ التسويق الحديث مدخل شامل، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 9- خبابة عد الله؛ الاقتصاد المصرفي (النقود، البنوك التجارية، بنوك الاستثمار، سياسة النقدية، الأسواق المالية، الأزمة المالية)، دار الجامعة الجديدة، الجزائر، 2013.
- 10- راتب جليل صويص، غالب جليل صويص؛ إدارة الجودة المعاصرة مقدمة في إدارة الجودة الشاملة للإنتاج والعمليات والخدمات، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 11- رشدي صالح عبد الفتاح صالح؛ البنوك الشاملة وتطور الجهاز المصرفي، بدون مكان النشر، 2000.
- 12- سامر جلدة؛ البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن 2011.
- 13- سعيد سامي الحلاق، محمد العلجوني؛ النقود و البنوك المركزية، دار اليازوري للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010.

- 14- شاكِر القزويني؛ محاضرات في اقتصاد البنوك، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- 15- صدقي عبد الهادي، محمود الزماميري؛ إدارة التأمين، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، الأردن، 2014.
- 16- صلاح عز الدين؛ التأمين مبادئه وأنواعه، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 17- طارق طه؛ إدارة البنوك في بيئة العولمة والإنترنت، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.
- 18- عادل محمد رزق؛ الاستثمار في البنوك والمؤسسات المالية من منظور إداري ومحاسبي، دار طيبة للنشر والتوزيع والتجهيزات العلمية، مصر، 2004.
- 19- عبد أحمد أبو بكر، وليد إسماعيل السيفو؛ إدارة الخطر والتأمين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- 20- عبد المطلب عبد الحميد؛ البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها، الدار الجمعية، الإسكندرية، مصر، 2000.
- 21- عبد الحميد عبد الفتاح المغربي؛ إدارة المنشأة المتخصصة، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2009.
- 22- عطا الله وآخرون؛ إستراتيجية التدريب وأثرها على أداء العاملين في الشركات المساهمة العامة الصناعية الأردنية، الأردن، 2009.
- 23- فايز أحمد عبد الرحمن؛ التأمين على الحياة، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2006.
- 24- فلاح حسن الحسيني، ومؤيد عبد الرحمان الدوري؛ إدارة البنوك مدخل كمي وإستراتيجي معاصر، ط2، دار وائل للنشر، الأردن، 2003.
- 25- قاسم نايف علوان المحياوي؛ إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات، دار الشروق، الأردن، 2006.
- 26- محمد رفيق المصري؛ التأمين وإدارة الخطر، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 27- محمد عبد العقال النعيمي، عبد الوهاب العزاوي؛ إدارة الجودة الشاملة المعاصرة، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2009.
- 28- محمد عبد الفتاح الصيرفي؛ إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 29- محمد كمال، خليل الحمزاوي؛ اقتصاديات الائتمان المصرفي، منشأة المعارف، الإسكندرية، مصر، 1997.

- 30- محمود حسن الداوي وآخرون؛ **النقود والمصارف**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 31- منعم الخفاجي؛ **مدخل لدراسة التأمين**، بدون مكان نشر، 2014.
- 32- منير إبراهيم هندي؛ **إدارة البنوك التجارية-مدخل اتخاذ القرارات**، ط3، المكتب العربي الحديث للتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2010.
- 33- يوسف حليم الطائي وآخرون؛ **إدارة التأمين والمخاطر**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
- 34- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف؛ **تسويق الخدمات**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010.
- 35- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف؛ **التسويق المصرفي**، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001.
2. **الأنطروحات:**
- 36- بريس عبد القادر؛ **التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمة المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية** (رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية)، جامعة الجزائر، 2006.
- 37- بن بتيش بلال؛ **أثر جودة الخدمة التأمينية على تحقيق الميزة التنافسية لشركة التأمين في السوق الوطنية** (رسالة ماجستير علوم الاقتصادية، تخصص مالية وبنوك و تأمينات)، جامعة المسيلة، الجزائر، 2013.
- 38- زقير عادل؛ **تحديث الجهاز المصرفي العربي لمواجهة تحيات الصيرفة الشاملة** (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية)، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2008، 2009.
- 39- سميحة بلحسن؛ **تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون دراسة إستراتيجية حالة مؤسسة موبيليس وكالة ورقلة** (رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات)، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
- 40- كريمة شيخ؛ **إشكالية تطوير ثقافة التأمين لدى المستهلك ببعض ولايات الغرب الجزائري** (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق دولي)، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2010.

- 41- مدني أحمد؛ دور المصارف الشاملة في تحديث وعصرنة الجهاز المصرفي (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص نقود وبنوك)، جامعة الشلف، الجزائر، 2005-2006.
- 42- مزيان عبد القادر؛ أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي (رسالة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق دولي)، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2011-2012.
- 43- هایل عبد الوهاب الزايد؛ أثر التدريب في رفع كفاءة أداء العاملين دراسة ميدانية على شركات الصناعة النسيجية (رسالة ماجستير الإقتصاد، تخصص إدارة أعمال)، جامعة دمشق، سوريا، 2009.
- 44- هوارى معراج؛ تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية (رسالة دكتوراه في علوم التسيير)، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005.
- 45- رايح عرابة؛ التسويق البنكي وآفاق تطبيقه في المؤسسة الجزائرية في ظل اقتصاد السوق، حالة القرض الشعبي الجزائري (رسالة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال)، جامعة الجزائر، 2009-2010.
- 46- فاروق أبو جديع، محمد عمار معتوق؛ التأمين عبر المصارف (رسالة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال) كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 200-2010.
3. المجالات:
- 47- إضاءات البنوك الشاملة، العدد 4، مجلة معهد الدراسات المصرفية، الكويت، السلسلة السادسة، 2013.
- 48- بريش عبد القادر؛ جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، العدد 3، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر.
- 49- حسان سيوري؛ التأمين المصرفي في مصلحة الشركة الأم للبنك أم للعميل، نادي بانوراما التأمين، الأفق الجديد للمواقع الإلكترونية، 2015.
- 50- صادق أحمد عبد الله السبئي؛ قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العلماء، العدد 18، مجلة الجامعة نجران، السعودية.
- 51- طارق قندوز، عبد الحفيظ حسام الدين؛ إضاءات حول تجربة صيرفة التأمين في الجزائر (الواقع والمؤول)، 2013.
- 52- عائشة بدوي عبد الرحمان؛ الصيرفة الشاملة كمدخل لمواكبة مستجدات الصناعة المصرفية، عدد 8، مجلة البركة، السودان، 2011.

- 53- عدنان عقيل سعد؛ التأمين عبر المصارف في الأردن، العدد2، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مركز البحوث المالية والمصرفية، الأردن، 2013.
- 54- غيثي عبد العالي، شمام عبد الوهاب؛ قياس جودة الخدمات المصرفية، العدد 1، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2007.
- 55- فاطمة محمد حلوز، هاني حامد الضمور؛ أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، م39، العدد 1، مجلة دراسات العلوم الاقتصادية، الأردن 2012.
- 56- فتيحة بوحروود؛ الدور الاستراتيجي للجودة كأداة لتسويق خدمات التأمين، دراسة تقييمية من منظور العملاء لجودة الخدمة بالشركة الجزائرية للتأمينات، العدد12، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، الجزائر، 2012.
- 57- ماجدة حسن ربيعة؛ خدمات التأمين عبر الإنترنت، العدد 2، مجلة منتديات التأمين في العراق، العراق، 2013.
- 58- متقال عيسى مقطش؛ تحليل اقتصادي التأمين المصرفي بين الواقع والطموحات، العدد 2، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، مركز البحوث المالية والمصرفية، الأردن، 2013.
- 59- محمد جودت ناصر وآخرون؛ جودة الخدمة التأمينية في قطاع التأمين السوري من وجهة نظر المؤمن لهم، م35، العدد1، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، لبنان، 2013.
- 60- محمد فوزي؛ التأمين المصرفي نموذج للتعاون بين المؤسسات المالية الإسلامية، العدد13، مجلة كتاب الشرق، 2014.
- 61- هشام البساط؛ تطور العلاقة بين المصارف وشركات التأمين، اتحاد المصارف العربية، القاهرة، مصر، 2000.
- 62- رابح عرابة؛ دور الصيرفة الشاملة في تطوير البنوك الدول النامية مع الإشارة إلى حالة مصر، العدد 6، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، 2009.
- 63- وسام الحجار، وداد سعد؛ تطور وظائف البنوك التجارية، العدد 6، مجلة الدفاع الوطني اللبناني، لبنان، 2016.
- 64- صلاح الدين محمد أمين؛ الصيرفة الشاملة ذات الخدمات الكاملة، 2003.
4. الملتقيات:
- 65- رزوقي إبراهيم، بدري عبد الحميد؛ دور قطاع التأمين في التنمية الاقتصادية الوطني، دراسة مقارنة بين الجزائر ومصر، الملتقى الدولي السابع حول صناعة التأمين، الواقع العلمي وآفاق التطور،

تجارب الدول، معهد العلوم الاقتصادية، علوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعللي بالشلف، الجزائر، يومي؛ 3- 4 ديسمبر 2012.

66- رسمية محمود خلف الله محمود؛ **تنمية القطاع المصرفي في مواجهة تحديات العولمة**، مؤتمر الاستثمار والتنمية وتحديات القرن الحادي والعشرين، المجلد الأول، جامعة الإسكندرية، يومي 11-13 سبتمبر 2003

67- نادية أمين محمد علي؛ **إستراتيجية مستحدثة لتطوير المنتج بالتطبيق على وثائق التأمين**، الملتقى العربي الثاني للتسويق في الوطن العربي والتحديات، الدوحة، قطر، يومي 6-8 أكتوبر 2003.

68- هشام البساط؛ **صيرفة التأمين**، الجديد في أعمال المصارف من وجهتين القانونية والاقتصادية، المؤتمر العلمي السنوي، كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، لبنان، 2000.

69- وصاف سعدي، وصاف عتيقة؛ **الصناعة المصرفية والتحويلات العالمية**، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة ورقلة، الجزائر.

70- مرقاش سمير، خلوف زهرة؛ **إقامة تحالف استراتيجي بين شركات التأمين والبنوك رؤية مستقبلية لتسويق الخدمة التأمينية**، الملتقى الدولي السابع حول صناعة التأمين، الواقع العلمي و آفاق التطور - تجارب الدولي، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعللي، الشلف، الجزائر، يومي 03-04 ديسمبر 2012.

5. الجرائد:

71- جريدة القبس (سياسية، يومية، شاملة)، الكويت، 31-05-2012، العدد 14010.

6. مواقع الالكترونية:

72- www.bayt.com

73- www.elhiouaronline.com

ثانيا: باللغة الأجنبية:

74- AKIRA TASUOKO ; **PERSPECTIVE FOR BANCASSURANCE**, N192, DOSSIER, DICEMBER ,FRANCE, 2004.

75- **BANCASSURANCE** ;WIKPEDIA THE FREE ENCYCLOPEDIA, A VARIABLE ON THE WEBSITE, 01-01-2016

76- **LA BANCASSURANCE** ; N5, TENDANCES EMERGENTE, OPORTUNITE ET DEFIS, SUISE RE, 2007.

- 77- YAO AYA CLEMENTINE ; **LES NOUVEAUX RELAIS DE CROISSINEDO LA BANC ASSURANCE**, DERACTIONE D'ENTREPRISE D'ASSURANCE, ECOLE NATIONALE D'ASSURANCES, 2011.
- 78- -BELKADI SALIHA ; **LES ENJEUX DE LA BANCASSURANCE ET LES PERSPECTIVES DE SON DEVLOPPEMENT EN ALGERIE** (MAJESTER EN SCIENCES ECONOMIQUE OPTION MONNAIRE BANQUE) UNIV MOULOUD MAMMERI, TIZI OUZOU, ALGERIE.
- 79- MARIO GRIMA ; **LA BANCASSURANCE, CHEZ BANK OF VALLETTA**, N192, DOSSIER BANQUE ET ASSURANCE LE CONVERGENCE PREND DE NOUVELLES FORMES, ELMA, 2004.
- 80- SOUHILA CHALCHOULE ; **ASSURANCE ENVIER ET BANCASSURANCE DANS L'ACCAMPANGENT DU DEVEELOPPEMENT** DE LA COMMISSION DE CONTROLE DES ASSURANCE, TUNIS, 2009.

الملاحق

الملحق رقم (01): استثمارة

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف

معهد العلوم الاقتصادية والتجارية

الاستثمارة موجهة للعملاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR وكالة شلغوم العيد المؤمنين لدى

بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة ميله

رقم الاستثمارة :

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته نحن بصدد دراسة تطبيقية حول تقييم جودة خدمات التامين المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة شلغوم العيد لذا نرجو من سيادتكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بوضع اشارة X في الخانة المناسبة التي تتفق مع رأيكم كمساعدة منكم على انجاح الدراسة و شكرا

المحور الاول :معلومات عن العميل

1. الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

2. السن:

☐ من 30_18 ☐ من 50_31 ☐ من 50 الى ما فوق

3. المستوى التعليمي :

☐ ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي

4. المهنة:

☐ حرفي ☐ فلاح ☐ تاجر ☐ مقاول ☐ متقاعد

5. نوع التأمين:

☐ الأشخاص ☐ المخاطر الفلاحية ☐ السكن

6. مدة التأمين :

☐ ستة أشهر ☐ سنة كاملة

7. مدة تعاملك مع خدمات التأمين في BADER :

☐ أقل من سنة ☐ من سنة الى 3 سنوات ☐

8. هل تعاقدت مع شركات تأمين أخرى او بنوك تقدم خدمات التأمين سابقا :نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة بنعم لماذا لماذا غيرتها هل بسبب:

☐ سوء الخدمات التي تقدمها

☐ الامتيازات التي يمنحها البنك

أسباب أخرى أذكرها:

.....

المحور الثاني: آراء العملاء BADR وكالة شلغوم العبد حول جودة خدمة التأمين

المقدمة من طرف البنك وكالة ميله

درجة الموافقة					الرقم	العبارات
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					01	مبنى البنك جذاب ومميز
					02	التصميم الداخلي للبنك منظم يسهل أداء العمل
					03	قاعات الانتظار مجهزة ومكيفة

					توافر تجهيزات ومعدات الاتصال والمعلوماتية متطورة	04
					تميز العاملون بمظهر اللائق	05
					عمال البنك منضبطون من حيث مواقيت العمل	06
					العمال حريصون على تقديم الخدمة بالشكل الأمثل والدقيق	07
					الاهتمام بمشاكل العملاء والإجابة على استفساراتهم	08
					فترة الانتظار لتلقي الخدمة قصيرة	09
					البنك يسدد مبلغ التعويض في أقرب الآجال	10
					البنك يأخذ بمبدأ السرعة في الرد على شكاوى العملاء	11
					قسط التأمين مناسب من حيث القيمة	12
					ثقتك بالبنك تامة	13
					العمال على علم ودراية بالطلبات التأمينية للعميل	14
					شعور بالأمان في التعامل مع العمال	15
					تمتع العمال بالإنسانية و اللباقة	16
					يضع البنك مصلحة العميل فوق كل اعتبار	17
					العمال يقدمون توجيهات للعملاء	18
					حسن معاملة العملاء واحترامهم وتقدير ظروفهم	19

الملحق (02): اختبار ألفا كرومباخ

Fiabilité

Remarques		
Sortie obtenue		18-APR-2016 01:09:03
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\031525221\Documents\FAIZ
	Jeu de données actif	A\Sans titre1.sav
	Filtre	Jeu_de_données1
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	<sans>
	Entrée de la matrice	60
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques reposent sur l'ensemble des observations dotées de données valides pour toutes les variables dans la procédure.
Syntaxe		RELIABILITY /VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q5 Q4 Q6 Q7 Q8 Q9 Q10 Q11 Q12 Q13 Q14 Q15 Q16 Q17 Q18 Q19 Q20 Q21 Q22 Q23 Q24 Q25 Q26 Q27 Q28 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,00
	Temps écoulé	00:00:00,04

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	44	73,3
	Exclue ^a	16	26,7
	Total	60	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,851	28

الملحق رقم (03): مخرجات spss

Corrélations

Remarques		
Sortie obtenue		18-APR-2016 01:11:43
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\031525221\Documents\FAIZ A\Sans titre1.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	60
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques associées à chaque paire de variables sont basées sur l'ensemble des observations contenant des données valides pour cette paire.
Syntaxe		CORRELATIONS /VARIABLES=Q1 Q2 Q3 Q4 Q5 Q6 Q7 Q8 Q9 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,03
	Temps écoulé	00:00:00,02

Corrélations

		الجنس	السن	المستوى التعليمي	المهنة
الجنس	Corrélation de Pearson	1	-,288*	,250	,025
	Sig. (bilatérale)		,025	,054	,847
	N	60	60	60	60

السن	Corrélation de Pearson	-,288*	1	-,186	,274*
	Sig. (bilatérale)	,025		,155	,034
	N	60	60	60	60
المستوى التعليمي	Corrélation de Pearson	,250	-,186	1	,391**
	Sig. (bilatérale)	,054	,155		,002
	N	60	60	60	60
المهنة	Corrélation de Pearson	,025	,274*	,391**	1
	Sig. (bilatérale)	,847	,034	,002	
	N	60	60	60	60
نوع التأمين	Corrélation de Pearson	,128	-,089	,156	-,088
	Sig. (bilatérale)	,329	,501	,233	,505
	N	60	60	60	60
مدة التأمين	Corrélation de Pearson	,092	,123	-,197	-,135
	Sig. (bilatérale)	,484	,348	,132	,303
	N	60	60	60	60
مدة تعاملك مع خدمات التأمين في BADR	Corrélation de Pearson	,043	-,130	,190	-,004
	Sig. (bilatérale)	,744	,327	,149	,975
	N	59	59	59	59
هل تعاقدت مع شركات تأمين أخرى أو بنوك تقدم خدمات التأمين سابقا	Corrélation de Pearson	-,015	,002	-,090	-,142
	Sig. (bilatérale)	,908	,988	,499	,285
	N	59	59	59	59
إذا كانت الاجابة بنعم لماذا غيرتها هل بسبب	Corrélation de Pearson	,067	,089	,027	-,153
	Sig. (bilatérale)	,666	,564	,863	,322
	N	44	44	44	44

Corrélations

		نوع التأمين	مدة التأمين	مدة تعاملك مع خدمات التأمين في BADR
الجنس	Corrélation de Pearson	,128	,092	,043
	Sig. (bilatérale)	,329	,484	,744
	N	60	60	59
السن	Corrélation de Pearson	-,089	,123	-,130
	Sig. (bilatérale)	,501	,348	,327
	N	60	60	59
المستوى التعليمي	Corrélation de Pearson	,156	-,197	,190
	Sig. (bilatérale)	,233	,132	,149
	N	60	60	59
المهنة	Corrélation de Pearson	-,088	-,135	-,004
	Sig. (bilatérale)	,505	,303	,975
	N	60	60	59
نوع التأمين	Corrélation de Pearson	1	-,034	,091

	Sig. (bilatérale)		,796	,492
	N	60	60	59
مدة التأمين	Corrélation de Pearson	-,034	1	,164
	Sig. (bilatérale)	,796		,215
	N	60	60	59
BADR مدة تعاملك مع خدمات التأمين في	Corrélation de Pearson	,091	,164	1
	Sig. (bilatérale)	,492	,215	
	N	59	59	59
هل تعاقدت مع شركات تأمين أخرى أو بنوك تقدم خدمات التأمين سابقا	Corrélation de Pearson	,007	,128	,128
	Sig. (bilatérale)	,955	,335	,335
	N	59	59	59
إذا كانت الاجابة بنعم لماذا غيرتها هل بسبب	Corrélation de Pearson	-,045	-,129	-,071
	Sig. (bilatérale)	,773	,404	,648
	N	44	44	44

Corrélations

		هل تعاقدت مع شركات تأمين أخرى أو بنوك تقدم خدمات التأمين سابقا	إذا كانت الاجابة بنعم لماذا غيرتها هل بسبب
الجنس	Corrélation de Pearson	-,015	,067
	Sig. (bilatérale)	,908	,666
	N	59	44
السن	Corrélation de Pearson	,002	,089
	Sig. (bilatérale)	,988	,564
	N	59	44
المستوى التعليمي	Corrélation de Pearson	-,090	,027
	Sig. (bilatérale)	,499	,863
	N	59	44
المهنة	Corrélation de Pearson	-,142	-,153
	Sig. (bilatérale)	,285	,322
	N	59	44
نوع التأمين	Corrélation de Pearson	,007	-,045
	Sig. (bilatérale)	,955	,773
	N	59	44
مدة التأمين	Corrélation de Pearson	,128	-,129
	Sig. (bilatérale)	,335	,404
	N	59	44
BADR مدة تعاملك مع خدمات التأمين في	Corrélation de Pearson	,128	-,071
	Sig. (bilatérale)	,335	,648
	N	59	44
هل تعاقدت مع شركات تأمين أخرى أو بنوك تقدم	Corrélation de Pearson	1	-,197

خدمات التأمين سابقا	Sig. (bilatérale)		,201
	N	59	44
اذا كانت الاجابة بنعم لماذا غيرتها هل بسبب	Corrélation de Pearson	-,197	1
	Sig. (bilatérale)	,201	
	N	44	44

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملخص:

أصبح موضوع جودة الخدمة محل اهتمام متزايد من طرف البنوك التجارية سعياً لتقديم خدمة التأمين المصرفي بشكل أفضل، وهذا الموضوع يركز على عملية تقييم جودة خدمة التأمين المصرفية من وجهة نظر العملاء من خلال الأبعاد الخمسة المكونة لجودة الخدمة وهي: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان، ودراسة علاقة الجودة من وجهة نظر العميل بغية تحسين صورة بنك التأمين، وللبحث في هذا الموضوع تم استخدام استمارة اعتمدنا في تشكيل أسئلتها على نموذج serperf حيث شملت الدراسة 60 عميلاً في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة شلغوم العيد المؤمنين لدى وكالة ميله، وبعد التحليل الإحصائي تم التوصل إلى النتائج التالية:

– تقييم الزبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية لجودة الخدمة التأمين المصرفي سلبية.

– توجد علاقة ارتباطية ايجابية ضعيفة بين الجودة الكلية و مكوناتها الخمسة.

الكلمات المفتاحية: التأمين المصرفي، الجودة، الخدمة البنكية.

Résumé :

La qualité du service devient un intérêt augmentatif par les banques pour offrir une meilleure service bancassurance, Cette recherche se focalise sur l'opérations d'évaluer la qualité bancaire du point de vue du clients à travers les cinq dimensions qui constituent la qualité du services qui est : tangibilité, fiabilité, réactivité, empathie, et sécurité, et l'étude de la relation de qualité avec la satisfaction du client bancaire pour bonne former image bancassurance , Pour la recherche dans ce thème on a utilisé une consigne dans la quelle on composé ses questions en se basent sur le modèle de servperf , de l'étude de la satisfaction des clients individuels qui recouvre un échantillon qui se compose de 60 client bancaire de la banque de l'agriculture et le développement rural de chelghoum l'aide assuré dans BDER de mila.

Après l'analyse statistique, l'étude donne les résultats suivants :

- L'évaluation des clients de banque de l'agriculture et le développement rural de la qualité du service bancassurance mise à leur disposition négative.
- Il existe une relation positive faible entre la qualité totale et ses cinq composants.

LES MOT CLE: BANCASSURANCE, QUALITE, SERVICE BANCAIRE.