

Impact of the Corona virus (COVID-19) on the distribution of insurance Services.

Dr. Tari Abdelkadir¹, Dr. Ramdan Taouinar², Dr. Yacine Khelouf³,
Dr. Haddouche Shourouk⁴

¹University Center of Tipaza (Algeria).

²University of Chlef (Algeria).

^{3,4}University of Tlemcen (Algeria).

The Author's E-mail: tariabdelkadir3@gmail.com¹, r.taouinar@univ-chlef.dz², yacine.khelouf@univ-tlemcen.dz³, chourouk.haddouche@univ-tlemcen.dz⁴

Received: 08/2023

Published: 02/2024

Abstract:

This study aims to identify the impact of the Covid-19 pandemic on the distribution of insurance services, by displaying various insurance distribution channels, and presenting some of the results achieved before and during the pandemic.

The study found that the Covid-19 pandemic significantly affected the insurers went to the e-distribution of insurance services in the world, and It has reduced the insurance activity in Algeria, and the impact of distribution channels was weak because there was no distribution network based on e-distribution.

Keywords: Insurance, Distribution, Brokers, Bancassurance.

JEL Classification Code : j22.

تأثير جائحة فيروس كورونا (كوفيد-19) على توزيع خدمات التأمين

د. طاري عبد القادر¹، د. توينار رمضان²، د. خلوف ياسين³، د. حدوش شروق⁴

¹المركز الجامعي تيبازة (الجزائر).

²جامعة الشلف (الجزائر).

^{3,4}جامعة تلمسان (الجزائر).

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على انعكاس جائحة كورونا (كوفيد-19) على توزيع خدمات التأمين، من خلال عرض مختلف القنوات، وعرض بعض النتائج المحققة قبل وأثناء الجائحة، وقد توصلت الدراسة إلى أن جائحة كورونا

ساهمت بشكل كبير في توجه المؤمن لهم نحو توزيع الخدمات التأمينية الكترونيا في العالم، وبالنسبة لتأثير الجائحة في الجزائر، فقد أدت إلى خفض نشاط التأمين في الجزائر، مع التأثير الضعيف على القنوات التوزيعية للخدمات التأمينية في الجزائر لغياب قنوات توزيع تلي الحاجات التأمينية عن بعد.

الكلمات الدالة: التأمين، التوزيع، الوسطاء، بنك التأمين.

تصنيفات J22: jel

مقدمة

يقوم نشاط التأمين باعتباره نشاط اقتصادي، على بيع أو تقديم خدمات تأمينية لمختلف العملاء المحتملين وللمجموع المؤمن لهم مقابل أقساط تمثل حقوق شركات التأمين عن التغطية التأمينية المقدمة، ونظرا لخصوصيات هذا النشاط، فان مشكلة الوصول إلى أكبر قدر ممكن من العملاء يعتبر تحديا هاما بالنسبة للإدارة التسويقية للشركات، وذلك باعتماد مختلف القنوات الممكنة لتوزيع خدمة التأمين خاصة مع تنامي حدة المنافسة في السوق.

إضافة لذلك فقد فرضت جائحة كورونا على المجتمعات تغيير بعض العادات المعيشية، وقطاع التأمين باعتباره نشاط تجاري يقوم على التواصل المباشر بين المؤمن والمؤمن له، الأمر الذي أدى إلى البحث واستغلال مختلف قنوات التوزيع التي تمكن من تلبية الحاجات التأمينية مع الحفاظ على الصحة الفردية والجماعية.

وعليه فإن المشكلة البحثية للدراسة تتمثل في التساؤل التالي:

ما مدى انعكاس جائحة كورونا على قنوات توزيع خدمات التأمين؟

الجواب على هذه السؤال يتطلب معرفة ما يلي؟

- ما هي مختلف القنوات التوزيعية للخدمات التأمينية؟
- ما هو أثر جائحة كورونا على نشاط التأمين؟
- فيم يتجلى أثر جائحة كورونا على قنوات توزيع التأمين في الجزائر؟

أهداف الدراسة:

- تقديم مختلف قنوات توزيع الخدمات التأمينية؛
- دراسة أثر جائحة كورونا على توزيع التأمين؛
- عرض تأثير جائحة كورونا على قنوات توزيع التأمين في الجزائر.

محاور الدراسة :

المحور الأول: عرض مختلف قنوات توزيع خدمات التأمين.

المحور الثاني: تأثير جائحة كورونا على قنوات توزيع التأمين في العالم.

المحور الثالث: قنوات توزيع التأمين في الجزائر.

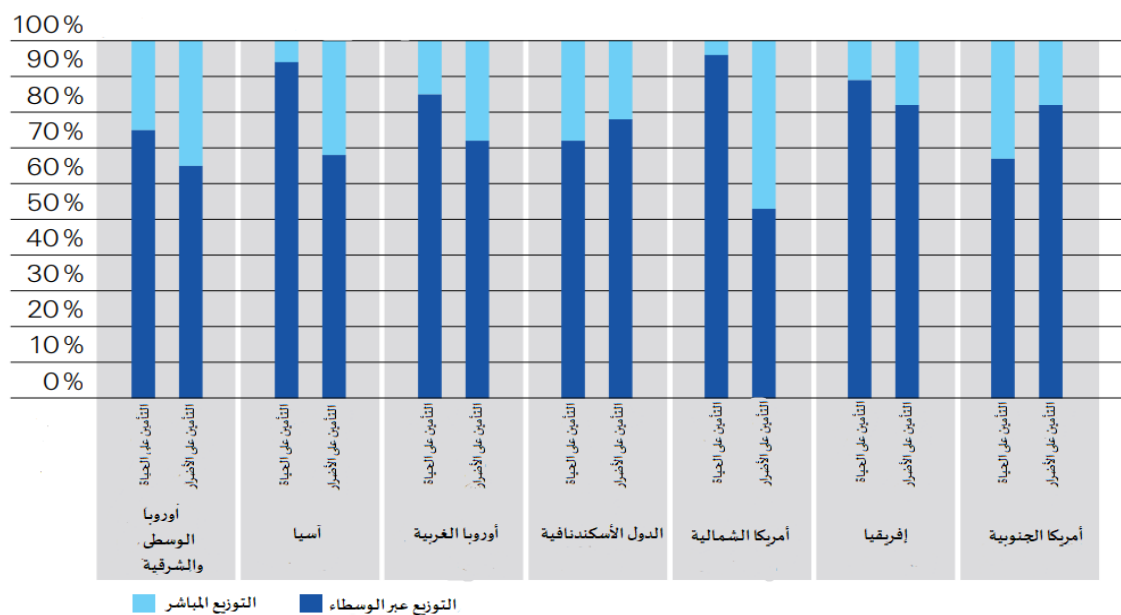
الخور الأول: قنوات توزيع الخدمات التأمينية.

ويعرّف التوزيع بأنه مختلف العمليات التي يقوم بها المنتج مع أو بدون منافسة مع مؤسسات أخرى، التي تهدف إلى إيصال السلعة أو الخدمة إلى العميل المرتقب في المكان والوقت المناسبين¹ ويعتبر توزيع الخدمة التأمينية من أهم نشاطات شركات التأمين، وازدادت أهميته بعد التحرير المالي وافتتاح الأسواق الذي ساهم في تنامي حدة المنافسة بين شركات التأمين، مما دفع هذه الشركات إلى البحث عن تنوع القنوات التوزيعية التي يمكن أن تزيد من حصصها السوقية.

يعرف توزيع الخدمات التأمينية بأنه عملية إيصال الخدمات التأمينية من شركة التأمين إلى طالبها عن طريق منافذ التوزيع المختلفة، وتعد هذه العملية من العمليات المهمة في شركات التأمين، وبواسطتها يمكن إيصال الحماية التأمينية التي تحقق الأمان للمؤمن لهم من الأخطار التي قد تعترضهم والتي ينشأ عنها خسارة مالية².

وتمارس شركات التأمين نشاط التوزيع للخدمة التأمينية بواسطة عديد الطرق تختلف بين كونها تقليدية أو حديثة تماشياً مع التطورات التي تشهدها تكنولوجيات الاتصال والإعلام، ويمكن تصنيفها بالشكل التالي:

- **التوزيع عبر الوكالة المباشرة:** وتتمثل في إيصال منتجات التأمين إلى المستهلك النهائي عن طريق وكالات شركة التأمين على مستوى إقليم الدولة التي تعمل فيها، والمستخدمون فيها موظفون مباشرون من قبل شركة التأمين ويعملون لتحقيق مصالحها.
 - **التوزيع عبر وسطاء التأمين:** تشمل هذه القناة الوكيل العام للتأمين، السماسرة وبنك التأمين.
 - **توزيع خدمات التأمين عن بعد:** ويكون عن طريق الوسائط الالكترونية باستخدام شبكة الإنترنت³.
- الشكل 01: توزيع خدمات التأمين بالطريقة المباشرة وعبر الوسطاء في العالم.



المصدر: Swiss Re⁴, sigma N° 2/2014

من خلال الشكل السابق، يتضح أن توزيع خدمات التأمين عن طريق وسطاء التأمين تتجاوز 70% وبهذا تمثل هذه القناة الأداة الأهم بالنسبة لشركات التأمين مقارنة بحصة التوزيع عن طريق الوكالة المباشرة، وخاصة بالنسبة لفرع التأمين على الحياة، أين يتجه أغلب المؤمن لهم إلى البحث عن التغطية التأمينية لتلبية حاجاتهم عبر الوسطاء سواء السماسرة أو الوكيل العام.

1- جوانب الاختلاف بين الوكيل العام وسمسار التأمين

الوكيل العام للتأمين هو شخص طبيعي يمثل شركة تأمين بموجب عقد التعيين المتضمن اعتماده بهذه الصفة⁵، وتبرز مهمته في البحث عن أكبر قدر من المؤمن لهم لجمع أكبر حصة من الأقساط، بالإضافة إلى استقبال طلبات التعويض.

يضع الوكيل العام للتأمين كفاءته التقنية تحت تصرف الجمهور قصد البحث عن عقد تأمين يلائم احتياجات عملائه، كما يضع خدماته الشخصية وخدمات الوكالة العامة تحت تصرف الشركة التي يمثلها بالنسبة للعقود التي توكل إليه إدارتها. يتقاضى الوكيل العام للتأمين عمولات لقاء ممارسته مهامه⁶.

يختلف الوكيل عن مندوب البيع والذي يكون عادة موظف لدى الشركة نفسها، ويقوم ببيع وثائق التأمين لصالح الشركة مقابل راتب وعمولة، وعقد الوكالة الذي تمنحه شركة التأمين يعطي الحق لوكيل التأمين العام بقبول التأمين مباشرة من المستفيد واستلام قسط التأمين المستحق على وثيقة التأمين دون الرجوع إلى شركة التأمين التي يمثلها⁷.

ويعتبر سمسار التأمين والذي يمكن أن يكون شخص طبيعي أو اعتباري وهو يخضع لجميع التزامات التجار، يمارس لحسابه الخاص مهنة التوسط بين طالبي التأمين وشركات التأمين بغرض اكتتاب عقد التأمين، ويعد سمسار التأمين وكيلا للمؤمن له ومسؤولا تجاهه⁸، حيث يقوم بمجموعة من المهام، أهمها⁹:

- تحليل احتياجات المؤمن لهم وإيجاد الحلول المثلى لمواجهة الأخطار؛
 - تنفيذ الخيارات المتوافقة عليها بخصوص القسط والشركة المؤمنة والضمانات المقدمة بين المؤمن له وشركة التأمين؛
 - مساعدة المؤمن له في إدارة عقود التأمين وتبعات تحقق الخطر.
- فسمسار التأمين يساعد على اتخاذ القرار الصحيح والمناسب لشراء الضمان، فهو يعمل كمستشار للمؤمن له تشمل الجوانب القانونية، التقنية والتعويضية في حال تحقق الأخطار المؤمن عليها¹⁰.

الجدول الموالي يوضح أهم جوانب الاختلاف بين سمسار التأمين والوكيل العام للتأمين.

الجدول 1. جوانب الاختلاف بين سمسار التأمين والوكيل العام للتأمين.

جوانب الاختلاف	سمسار التأمين	الوكيل العام للتأمين
الصفة	شخص طبيعي أو اعتباري.	شخص طبيعي فقط.
طبيعة النشاط	تاجر	وكيل معتمد.
طبيعة الالتزام	حر من أي التزام اتجاه شركات التأمين.	يعمل بناء على توكيل يقدم من شركة التأمين.
عمولة الأتعاب	نسبة من القسط الصافي الخال من الحقوق والرسوم.	عمولة التسيير وعمولة الإنتاج.

2- بنك التأمين، مدخل جديد لتوزيع الخدمات التأمينية

ويعني مصطلح بنك التأمين مختلف استراتيجيات الشراكة والتعاون بين البنوك وشركات التأمين (إنشاء فرع مشترك، توزيع الخدمات، اتفاقيات تقديم خدمات مالية متكاملة...) ¹¹.

والمفهوم التقليدي لبنك التأمين يقوم على توزيع الخدمات التأمينية عن طريق منافذ وقنوات توزيع البنوك ¹²، وهنا يجب أن نحدد أن هذا المصطلح (*bancassurance*) ينطوي على مفهوم آخر يتمثل في تأمين بنك (*assurbanque*) أو تأمين مالي (*assurfinance*) والذي يعني توزيع الخدمات البنكية بواسطة المنافذ التوزيعية لشركات التأمين ¹³.

حسب (*Jean Pierre Daniel*)، يمثل بنك التأمين توزيع منتجات التأمين من خلال الفروع البنكية، كما تشكل أداة مهمة لتوزيع المنتجات المالية ¹⁴.

وحسب (*Alain Leach*) في كتابه "بنك التأمين في أوروبا: آفاق وتحديات لسنة 2000" عرفه على أنه: "مشاركة البنوك ومؤسسات التمويل العقاري في صناعة وتوزيع المنتجات التأمينية" ¹⁵.

وحسب (*Serap O. Gonulal, Nick Goulder & Rodney Lester*) فإن بنك التأمين هو عملية استخدام فروع البنوك وشبكات المبيعات والعلاقات لتطوير المبيعات من منتجات التأمين ¹⁶.

أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور بنك التأمين يمكن إيجازها فيما يلي:

- الطبيعة التكاملية للمنتجات المالية للبنك والمؤسسة التأمينية؛
- البحث عن تخفيض التكاليف المرتبطة بالإنتاج والتوزيع خصوصاً؛
- تحقيق اقتصاديات الحجم والتنافسية في السعر عن طريق إدخال وتوسيع حجم المنتجات المعروضة ¹⁷؛
- زيادة ولاء العملاء بتقديم خدمات مالية متكاملة لهم؛
- إطار مساعد للتقارب بين البنوك وشركات التأمين ونمو مفهوم ما يعرف بالبنوك الشاملة ¹⁸؛

- بنك التأمين هو أداة إضافية لتحقيق دخل إضافي على شكل عمولات وأجور ناتجة من بيع خدمات التأمين¹⁹؛
- تحسين المردودية الإجمالية للبنك في ظل تقلص هوامش الفائدة²⁰.
- التغيير الملاحظ في سلوك العملاء من حيث الاستثمار في الأجلين المتوسط والطويل الأجل، وتفضيلهم لمنتجات التأمين على الحياة، حيث العائد عادة ما يكون أعلى من العائد على حسابات الودائع التقليدية²¹.
- زيادة الإخلاص والولاء للعملاء من خلال توزيع مجموعة من الخدمات المتعددة²²؛
- الامتيازات الضريبية المرتبطة بمنتجات التأمين على الحياة²³.

فالتقارب بين البنك وشركة التأمين يمكن أن يأخذ عدّة أشكال، أهمها:

- اتفاقيات التوزيع من خلال توزيع المنتجات وفق تعاون تجاري بين الطرفين وهي من أبسط أشكال صيرفة التأمين²⁴؛
 - التحالف الاستراتيجي بهدف تحقيق منافع متبادلة بين أطراف هذا التحالف²⁵؛
 - المشاريع المشتركة، حيث يمكن لكلا الطرفين إقامة مشروع مشترك من خلال المساهمة في رأس المال²⁶؛
 - التكامل من خلال إنشاء شركة جديدة فرعية تقدم خدمات مالية متكاملة
 - الاندماج بين المصارف وشركات التأمين في عملية التوزيع في شكل مؤسسة واحدة²⁷؛
 - التأمين البنكي بحيث تتوجه شركة التأمين إلى تقديم خدمات مصرفية²⁸.
- اختيار النموذج المناسب لبنك التأمين يخضع لمجموعة من العوامل أهمها، الرغبة في المخاطرة، طبيعة المنتجات محل التوزيع وفق نموذج بنك التأمين، بالإضافة إلى طبيعة ونوع الاستراتيجية التنافسية المراد تنفيذها²⁹، فلا بد من البحث عن النموذج المناسب والذي يتوافق مع حاجيات العملاء وطبيعة البيئة الاجتماعية والاقتصادية للبلد.

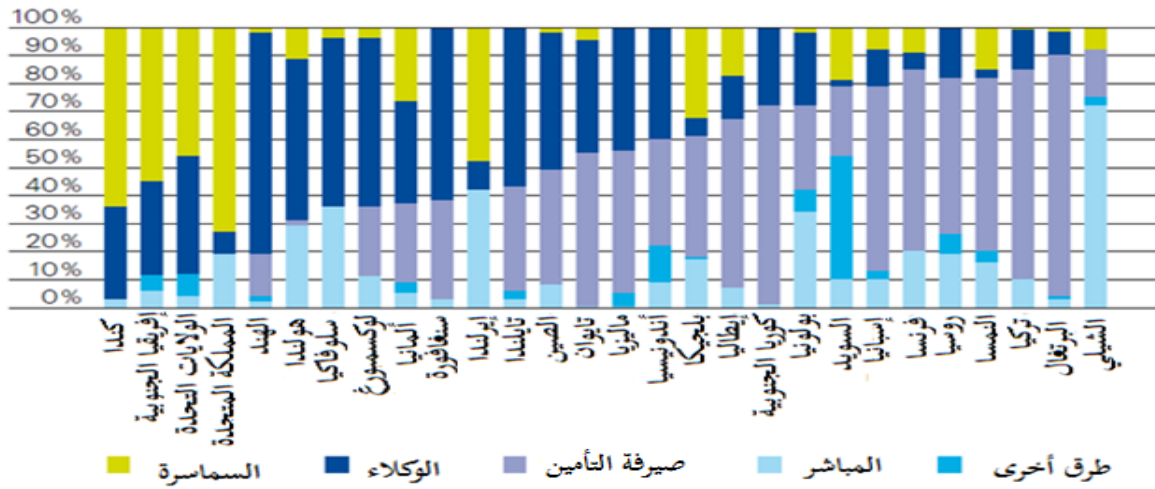
ويتوقف نجاح بنك التأمين على مجموعة من العوامل الخارجية المرتبطة بالبيئة الاقتصادية والاجتماعية للبلد بالإضافة

إلى عوامل داخلية مرتبطة بتنظيم هذه العلاقة وبمؤدج بنك التأمين الذي تم تبنيه، أهمها:

- التشريعات والتنظيمات المساعدة أو المعيقة لمثل هذا التوجه؛
- الامتيازات الضريبية الممنوحة في حالة تبني هذا التوجه نحو بنك التأمين³⁰؛
- مكانة البنك أو شركة التأمين في السوق والصورة المكونة عليهما؛
- توجهات المستهلك وسلوكه؛
- كثافة الشبكة البنكية وانتشارها بشكل متناسب وما يتطلبه العملاء؛
- يعتبر التكوين عامل مهم لنجاح صيرفة التأمين بهدف تقديم خدمات تلي تطلعات العملاء، بحيث يفرض القانون في الجزائر ضرورة تكوين لمدة 96 ساعة فيما يخص توزيع منتجات التأمين عبر البنوك³¹؛
- البساطة والشفافية التي يمكن أن تميز المنتجات التأمينية؛

تعدّ قنوات التوزيع بين البيع المباشر والوكلاء وسماسة التأمين بالإضافة إلى دخول البنوك في هذا التوجه الجديد ساهم في تسهيل ودعم تسويق خدمات التأمين خصوصا تلك المرتبطة بتأمينات الاحتياط، حيث تظهر الإحصائيات في المجال دور البنوك كأكبر قناة توزيع في العالم حسب ما يوضّحه الشكل الموالي:

الشكل 2: قنوات توزيع منتجات تأمينات الاحتياط لبعض الدول في العالم.



Source : sigma, *Assurance Prévoyance : une approche centrée sur le consommateur*, SwissRe, N° 06/2013, p 25.

3- الشبكات الإلكترونية لتوزيع الخدمات التأمينية

مع تطوّر تقنيات تكنولوجيا الاتصال، أصبحت تستخدم الوسائط والشبكات الإلكترونية في توزيع منتجات التأمين، دون تحمل عناء التوجه لشركة التأمين أو البحث عن وسطاء لاكتتاب عقد التأمين، ونفس الشيء بالنسبة لعملية التعويض والخبرة في حالة تحقّق الخطر المؤمن عليه.

فظهر شبكة الأنترنت والتطوّر الهائل الذي صاحبها في مجال التجارة الإلكترونية أدى إلى استحداث وسيلة توزيع حديثة تعتمد على التوزيع الإلكتروني (e-distribution) للخدمة التأمينية.

يعرّف التوزيع الإلكتروني للخدمات التأمينية بأنه كل الأنشطة الإلكترونية التي تستعمل لإشباع رغبات وحاجات العملاء، أو هو تداول خدمات التأمين عن طريق الأنترنت، وتشمل بيع وثائق التأمين وتحصيل الأقساط واستقبال طلبات التعويض ومعالجة الشكاوى³².

كل هذه العمليات تتم بالتزامن مع:

- انتشار وتعميم استخدام البيانات الإلكترونية بين المصالح؛
- أرضية تشريعية وقانونية مواكبة لتنظيم العمل وتحديد حقوق والتزامات طرفي التعاقد في جميع الحالات؛
- آليات تقنية تضمن سلامة وأمن المعلومات، وكذا آليات تضمن انتقال الأموال بين طرفي التعاقد؛

- التنسيق الالكتروني بين مختلف المصالح ذات العلاقة مع طرفي التعاقد؛
- الخبرة والتكوين لمهني القطاع للتعامل بالتوزيع الالكتروني للخدمة التأمينية؛

المحور الثاني: تأثير الأزمة الصحية على توزيع الخدمات التأمينية في العالم:

كان لانتشار جائحة كورونا منذ بداية سنة 2020 آثارا سلبية واسعة على الصعيد الدولي نتيجة التدابير الوقائية المتخذة للحد من تفشيها والتي من أبرزها إغلاق الحدود وإقرار حظر التنقل، حيث سجل الاقتصاد العالمي انكماشاً هاماً في حدود 3,2% - والذي اعتبر أدنى مستوى تم تسجيله بعد الأزمة المالية العالمية سنة 2008 مقابل نمو بمعدل 2,5%+ سنة 2019 ومن المتوقع أن تشهد المؤشرات العالمية تحسناً خاصة مع تزايد عدد الملقحين وعودة النشاط للاقتصاد العالمي.

كما هو الحال في قطاعات اقتصادية عديدة، مثل انتشار جائحة فيروس كورونا تحدياً كبيراً وغير مسبوق لصناعة التأمين التي تمثل أحد أهم القطاعات الحيوية المساهمة في الاقتصاد، فقد واجهت مؤسسات التأمين وإعادة التأمين عديد العراقيل بسبب ما صاحب الأزمة من تقلص في حجم التجارة العالمية وفي حركة السفر وفي مجال العقارات والمقاولات، هذا بالإضافة إلى ما عانتته شركات التأمين على الحياة من تفاقم تعويضاتها بعد ارتفاع عدد الوفيات عبر العالم وإلغاءات السفر.

الشكل 03: تأثير جائحة كوفيد 19 على صناعة التأمين في العالم

الأسواق	النمو في أفساط التأمين على الحياة					النمو في أفساط التأمين على الأضرار				
	2020	'10-19	2021F	2022F	'21-22F	2020	'10-19	2021F	2022F	'21-22F
الدول المتقدمة	-5.7%	0.8%	3.3%	3.2%	3.2%	1.5%	2.8%	2.2%	2.8%	2.5%
الدول النامية	0.3%	6.4%	5.7%	6.8%	6.3%	1.4%	8.3%	5.8%	8.2%	7.0%
العالم	-4.4%	1.7%	3.8%	4.0%	3.9%	1.5%	3.5%	2.8%	3.7%	3.3%
الصين	2.8%	9.0%	6.2%	7.7%	7.0%	4.4%	15.4%	6.5%	10.5%	8.5%
الدول النامية بدون الصين	-2.7%	4.0%	5.1%	5.5%	5.3%	-2.0%	4.3%	4.7%	4.8%	4.7%

Swiss Re sigma N° 3/2021, World insurance: the recovery gains pace,

p2.

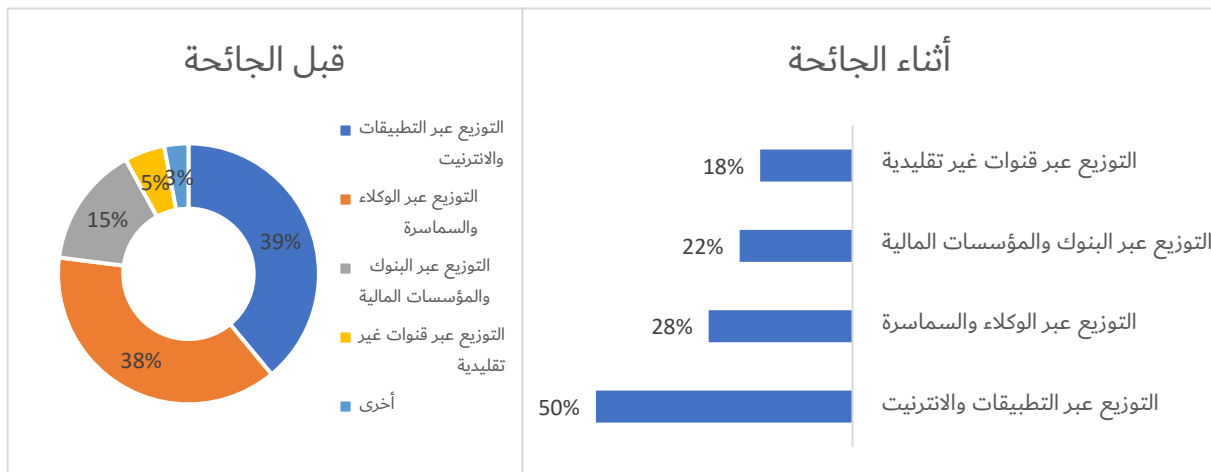
وبالرغم من كل هذه الصعوبات والعراقيل، فقد اعتبر قطاع التأمين على الصعيد العالمي من القطاعات الأقل تضرراً من الأزمة الصحية المالية الراهنة، حيث أثبت مرونته وسرعة استجابته للمتغيرات العالمية والإقليمية المزامنة لانتشار جائحة فيروس كورونا المستجد³³.

01- تأثير الأزمة الصحية على توزيع الخدمات التأمينية.

قبل انتشار جائحة كورونا، كان النظام الحياتي للأفراد يعتمد بشكل كبير على التواصل المباشر، لكن بعد انتشار الأزمة الصحية، والتي أدت إلى تغير العديد من الممارسات الاقتصادية والاجتماعية، والتأمين باعتباره نشاط تجاري يقوم على التواصل المباشر بين مقدم الخدمة وطالب التغطية التأمينية خاصة مع الاستخدام الكبير للقنوات التوزيعية التقليدية، الأمر الذي فرض الحاجة الملحة للتوجه نحو اعتماد التوزيع باستخدام القنوات الحديثة التي تركز على الرقمنة واستخدام الأنترنت.

ففي استبيان أجرته الشركة السويسرية للتأمين في آسيا حول تأثير جائحة كوفيد 19 على المستهلك والقلق المالي، والطلب على منتجات التأمين، خلص إلى أن قدرة شركة التأمين على معالجة السياسات والمطالبات عبر الأنترنت يعتبر أولوية قصوى ومعالجة عقود التأمين من البداية إلى النهاية عبر الأنترنت من الاعتبارات الأهم في اختيار شركة التأمين³⁴.

الشكل 04: توزيع خدمات التأمين عبر الوسائط المختلفة في العالم خلال سنة 2021



المصدر: Swiss Re sigma N° 3/2021, World insurance: the recovery gains pace, p13.

من خلال الشكل السابق الذي يوضح حصص مختلف قنوات التوزيع للخدمات التأمينية خلال فترة الجائحة الصحية يتضح التطور الكبير لتوزيع خدمات التأمين عبر الوسائط الالكترونية وشبكات الأنترنت، حيث كان يمثل نسبة 39% من الإنتاج العالمي قبل انتشار الجائحة ليتطور ليصل الى حوالي 50% من الإنتاج العالمي، وهذا التطور

كان على حساب السماسرة والوكلاء العامون الذين تراجعت حصتهم الى 28% بعدما كانت حصتهم تمثل 38% من الإنتاج العالمي.

هذا مع ملاحظة تطور التوزيع الخدمات التأمينية عبر الشبائيك البنكية بـ 7% بعد انتشار الجائحة الصحية ليصل الى 22% من الإنتاج العالمي خلال نفس الفترة.

المحور الثالث: قنوات توزيع التأمين في الجزائر

كانت مساهمة الأمر 07-95 المتعلق بالتأمين بالغ الأثر على نشاط توزيع خدمات التأمين، حيث سمح للسماسرة والوكلاء العامون العودة الى ممارسة نشاطهم بعدما تم تعليقه سنة 1972³⁵.

ومن أجل توسيع شبكة التوزيع عمدت هيئات الإشراف والرقابة إلى إصلاحات جديدة تضمنها القانون 04-06 وأدرجت خلالها وسيطا جديدا تمثل في توزيع خدمات التأمين بواسطة الشبائيك البنكية.

ومن الناحية التجارية تضع شركات التأمين في خدمة زبائنها شبكة توزيع مباشرة تتم عبر وكالة تجارية خاصة بشركة التأمين تمثل حصة 40% من الانتاج، وشبكة توزيع غير مباشرة تتم عبر وسطاء التأمين الذين يتم اعتمادهم من قبل وزارة المالية تنتج حصة 60% من الانتاج.

ويتم إنتاج التأمين في السوق الجزائري بواسطة شبكة توزيع ممثلة في الجدول التالي:

الجدول 02: شبكات التوزيع المعتمدة في الجزائر

سنة 2019		طبيعة شبكة التوزيع
شركات التأمين على الأشخاص	شركات التأمين على الأضرار	
185	1734	شبكة التوزيع المباشرة
300	1435	الوكيل العام للتأمين
45 وسيط تأمين معتمد منهم 38 في حالة نشاط ³⁶		سماسرة التأمين
791	520	وكالات بنكية
3091		شبكة التوزيع غير المباشرة
5010		المجموع
Réseau de distribution des sociétés d'assurance, Note statistique, CNA, Algérie, 2019, p3		المصدر:

01- تأثير جائحة كورونا على توزيع خدمات التأمين في الجزائر.

لقد كان لجائحة كورونا بالغ الأثر على نشاط التأمين في الجزائر، حيث حقق القطاع تراجعاً في حجم النشاط بنسبة 5% وبقيمة تفوق 6.8 مليار دينار، أين حقق سنة 2019 نشاط بقيمة 144 مليار دينار للتراجع الى 137 مليار دج سنة 2020، وكان فرع التأمين على الأشخاص أكثر تضرراً أين تراجع حجم النشاط بـ 12% وفي فرع التأمين على الأضرار بـ 4%.

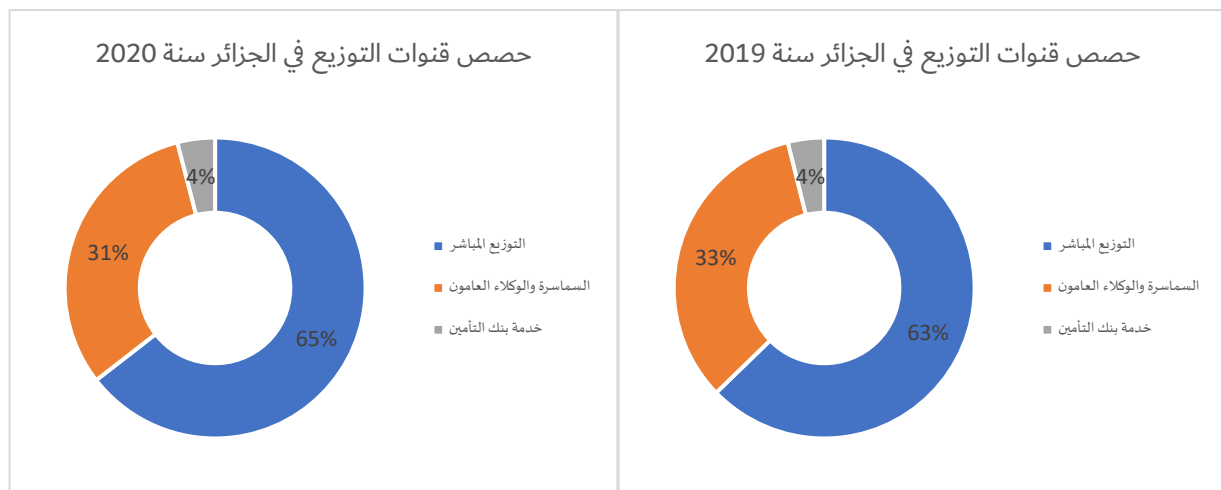
الجدول 03: إنتاج قنوات توزيع خدمات التأمين في الجزائر.

شبكة التوزيع	2019	2020	نسبة التغير
التوزيع المباشر	90637	88727	-2%
السماسرة والوكلاء العامون	48195	43275	-10%
خدمة بنك التأمين	5618	5555	-1%
المجموع	144451	137556	-5%

المصدر: تقرير وزارة المالية حول نشاط التأمين في الجزائر سنة 2020

يتضح من خلال الجدول السابق التراجع في حجم نشاط قطاع التأمين في الجزائر قبل وأثناء جائحة كورونا، ويعود الجزء الأكبر الى تراجع أداء السماسرة والوكلاء العامون بنسبة 10%، وهذا راجع للتدابير الصحية التي اتخذتها الجزائر للحد من انتشار الجائحة، والتي كان لها تأثير مباشر على الاقتصاد الوطني بشكل عام وقطاع التأمين بشكل خاص.

الشكل 05: حصص قنوات التوزيع خلال الفترة 2019-2020.



المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على تقرير نشاط التأمين في الجزائر

يتضح من خلال الشكل السابق الأداء الضعيف لخدمة بنك التأمين في الجزائر فهو قناة التوزيع الأقل فعالية مقارنة بالوكلاء والسماسرة، حيث لا يتجاوز حجم نشاطها 4% من السوق.

كما يمكن ملاحظة التأثير الضعيف لجائحة كورونا على حصص قنوات التوزيع رغم التراجع في أداء القطاع، وهذا راجع لغياب التوزيع عن طريق المنافذ الالكترونية التي تمكن من توزيع التأمين دون الحاجة للتنقل للوكالة أو التعامل مع السماسرة والوكلاء العامون.

هذه النتائج المحققة تعكس التوجهات العالمية، التي يحظى فيها التوزيع عبر المنافذ البنكية حصة معتبرة مقارنة مع باقي قنوات التوزيع الأخرى، التي يسيطر عليها التوزيع عن بعد باستخدام الوسائط الالكترونية والتي تعزز تأثيرها خاصة مع الأزمة الصحية العالمية.

نتائج الدراسة:

- بعد دراسة موضوع تأثير جائحة كورونا على قنوات توزيع خدمات التأمين، تمكنا من الوصول إلى النتائج التالية:
- إن نظام توزيع خدمات التأمين يقوم على الوصول إلى المؤمن له المحتمل بكل الطرق الممكنة، سواء تعلق الأمر ببحث المؤمن له عن شركة التأمين عن طريق الوكالة المباشرة، أو بحث شركات التأمين عن المؤمن لهم المحتملين من خلال الوسطاء على غرار السماسرة والوكلاء العامون وخدمة بنك التأمين، وذلك بتحفيزهم على النشاط من خلال تقديم نسب من الأقساط المحصلة كعمولة توزيع.
- تعتبر خدمة بنك التأمين نتيجة التكامل بين النشاطين، ويتجلى ذلك من خلال استغلال شبائيك البنوك كشبكات توزيع لخدمات التأمين.
- لقد كان لجائحة كورونا أثر كبير على الاقتصاديات العالمية بشكل عام، وقطاع التأمين بشكل خاص، خاصة في الفترة الأولى التي تبعت انتشار الجائحة، والتي تميزت باتخاذ تدابير صحية كان لها بالغ الأثر، لكن مع اكتشاف اللقاحات وتزايد عدد الملقحين شهدت المؤشرات بعض التحسن خاصة مع زيادة وعي المؤمن لهم بالخطر، الأمر الذي يؤدي بشكل خاص إلى زيادة الطلب على التأمين على الحياة.
- إن ضروريات التباعد الجسدي أدى إلى تطور نتائج التوزيع عن بعد باستخدام الوسائط والتطبيقات المختلفة.
- إن قنوات التوزيع المعتمدة في الجزائر تقليدية ولا تتضمن التوزيع عن بعد، والنتائج المحققة لا تحقق الأهداف المتوقعة منها، ودليل ذلك أن أكثر من 60% من الإنتاج هو من حصة الوكالات المباشرة.
- تأثير جائحة كورونا على نشاط التأمين في الجزائر كان كبير، خاصة مع التدابير التي اعتمدها الجزائر، حيث انخفض حجم الإنتاج بشكل ملحوظ، في المقابل كان التأثير على مختلف قنوات التوزيع ضعيف، كون مختلف القنوات تقوم على التواصل المباشر، ولا وجود لبدائل تقوم على التوزيع عن بعد.

التوصيات:

- ضرورة إدراج التوزيع الإلكتروني للخدمة التأمينية في الجزائر كقناة توزيع تساهم في التطورات العلمية والصحية المعاصرة.
- العمل على البحث عن كفاءات تفعيل دور خدمة بنك التأمين.
- ضرورة تفعيل دور الرقابة على نشاط التوزيع لما يمكن أن يتضمنه النشاط من تحايل واختلاس وتبييض للأموال.

- ¹ Marc VANDERCAMMEN et autres, la distribution, 2^e édition, de BOECK Edition, Belgique, 2007, p2.
- ² أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، إدارة الخطر والتأمين، دار حامد للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2007، ص 214.
- ³ Le volum BTS, techniques d'assurance, éditions Foucher, France, 2012, p19
- ⁴ Swiss Re , sigma N° 2/2014, La distribution digitale dans l'assurance: une révolution tranquille, p4
Julien molard, dictionnaire de l'assurance, 3^e édition, Edition SEFI, France, 2014, p65.⁵
- ⁶ العمولة (la commission) هي نسبة من القسط المحصل الخالي من الحقوق والرسوم المحصل عليها من قبل وسطاء التأمين، تكون مكافأة لهم على استقطاب وجذب وثيقة التأمين.
- ⁷ أسامة عزمي سلام، شقيري نوري موسى، إدارة الخطر والتأمين، دار حامد للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2007، ص 215.
- ⁸ Laurence MARTIN, **actualité et devenir du courtier d'assurance en France**, presses universitaires d'aix-Marseille, France, 1991, p16.
- ⁹ Robert Leblanc, **le courtage d'assurance**, revue d'économies financière N 80, 2005, p 180.
- ¹⁰ <http://www.ibac.ca/Why-Use-A-Broker/The-Broker-Advantage.aspx>, consulté le 15/03/2017.
- ¹¹ Julien MOLARD, **dictionnaire de l'assurance**, 3^e édition, Edition SEFI, France, 2014, p65
- ¹² Alain borderie et autres, **la bancassurance**, revue banque edition, France, 2004, p47.
- ¹³ Bernard de gryse, **la bancassurance en mouvement**, édition larcier, Belgique, 2005, p2.
- ¹⁴ 1995, France, Jean pierre Daniel, **les enjeux de la bancassurance**, 2eme édition, édition de Verneuil, paris, p109.
- ¹⁵ 20Yiannis Violaris , **Bancassurance in Practice**, Munich R é groupe, Germany, 2001, p 15
- ¹⁶ Serap O.Gonulal, Nick Goulder &Rodney Lester, **Bancassurance A Valuable Tool for Developing Insurance in Emerging Markets**, policy Research Working Paper, N°6196, The World Bank Working Papers, Washington , september2012, p 8 .
- ¹⁷ حساني حسين، التحالفات الاستراتيجية بين البنوك ومؤسسات التأمين الجزائرية، أي نموذج للشراكة؟ وما دورها في تحسين الأداء؟، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد3، الشلف، 2010، ص 7.
- ¹⁸ حسين حساني، المرجع السابق ، 2010، ص8.
- ¹⁹ عبد اللطيف عبود، صيرفة التأمين بين التناول والتكامل، مجلة التأمين والتنمية، العدد 30، دمشق، سوريا، مارس 2005، ص 6.
- ²⁰ أسامة عزمي سلام و شقيري نوري موسى، مرجع سبق ذكره، ص 76.
- ²¹ Yiannis Violaris, **op.cit**, p 6.
- ²² Cesare Ravara, **la Bancassurance un Concept Promoteur sans être nouveau**, Economic Briefings, n°12, édition crédit Suisse, Research Munich, 1999, p3.
- ²³ Cesare Ravara, Ibid, p 0
- ²⁴ on Risk & Mark Teunissen, **Bancassurance: Tapping into the Banking Strength**, the Geneva papers, Insurance – issues and practice, volume 33, issue N°3, United Kingdom, 1 July 2008, p 409
- ²⁵ مرقاش سميرة، التحالف الاستراتيجي كأداة لتحسين وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية في ظل تحديات العمولة دراسة حالة شركات التأمين، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2016، ص 76.
- ²⁶ ERNEST& YOUNG, **Bancassurance: A winning formula**, Insurance Agenda, Australia, September 2010, p3.
- ²⁷ – main insurance distribution and sale Channel in Emilia CLIPICI, Catalina BOLOVAN, **Bancassurance Europe**, Scientific Bulletin–Economic Sciences, volume 11, Special Issue, Faculty of economic Sciences, University of Pitesti, Romania, 2012, p 56
- ²⁸ **la bancassurance : généralisation ou déclin du modèle ?** Revue d'économie financière, N°92 P.Trainar, les nouvelles frontières de la finance, France, juin 2008, p 54.
- ²⁹ ERNEST& YOUNG, **Bancassurance: A winning formula**, Ibid, pp 4.5.
- ³⁰ Sigma, **La bancassurance : tendances émergentes, Opportunités et défis**, Swiss Re, Compagnie Suisse de Réassurance, Economic Research & Consulting, Suisse, 05/2007, p 7.

- ³¹ المادة 6 من المرسوم التنفيذي رقم 07/153 بتاريخ 22 ماي 2007 و التي تحدد طرق توزيع المنتجات التأمينية عبر البنوك، المؤسسات المالية و شبه المالية وشبكات التوزيع الأخرى، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد 35، الصادر في 23/05/2007، ص 18.
- ³² شريف محمد غنام، التوزيع الإلكتروني للسلع والخدمات، دار الجامعة الجديدة، مصر 2012، ص 8.
- ³³ التقرير السنوي لقطاع التأمين 2020، الهيئة العامة للتأمين، تونس، 2020، ص 79.
- ³⁴ شكيب أبو زيد، أزمة كورونا والرقمنة، فرصة تاريخية لتطوير صناعة التأمين، مجلة ifid ard، العدد الخامس، الجزائر، 2020، ص 33.
- ³⁵ وزارة المالية 50 سنة من الانجاز، الجزائر، 2012، ص 56.
- ³⁶ Rapports d'Activité d'assurance en Algérie de 2020, Direction des Assurances, Ministère de Finance, Algérie, p19.