



أوراق في التأمين

علي الجنابي*: التأمين المصرفي في العراق بين التكامل المفقود والنمو المنشود

المقدمة

نسعى في هذا المقال الى تسليط الضوء على تنشيط الوثائق الخاملة وغير المفعلة نسبياً في العراق¹ وأبرز تلك الوثائق هي التي تتشارك فيها شركات التأمين مع المصارف ضمن اتفاقيات والتي من شأنها زيادة الربحية للطرفين، وبالتالي تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء. مضمون هذا المقال القصير، لذلك، موجه الى إدارات شركات التأمين والمصارف للعمل معاً على إنضاج هذا التوجه للوصول الى التكامل بين الطرفين لتحقيق نمو مثمر لجميع الاطراف (المصارف، شركات التأمين، العملاء).

التأمين المصرفي من منظور الباحث

هو النشاط الاستراتيجي المشترك بين شركات التأمين والمصارف بهدف تسويق أنواع محددة من وثائق التأمين على زبائن المصارف مقابل نسبة عمولة متفق عليها من الطرفين، وهي بالتالي تعتبر خدمة مضافة الى خدمات المصرف المقدمة للعملاء.

المصارف وأهميتها لشركات التأمين

تعتبر المصارف وفروعها أحد أهم شبكات التسويق الحديثة بالنسبة لشركات التأمين لترويج أنواع عديدة من الخدمات التأمينية لعملاء المصارف الذين كسبوا ثقتهم بالخدمات المقدمة من تلك المصارف. وقد حققت الكثير من شركات التأمين على الحياة نجاحاً باهراً في هذا المجال في عدة دول، واستطاعت ان تجذب شريحة كبيرة من عملاء البنوك لشراء التأمين. لكن في الوقت ذاته هناك بلدان، ومنها العراق، لم تلج هذا المجال، لا بل يلاحظ اتساع الفجوة بين شركات التأمين والمصارف العراقية.

مميزات التأمين المصرفي

مما لاشك فيه ان اسلوب البيع المباشر في شركات التأمين أصبح تقليدياً وبحاجة الى دعمه بطرق تسويقية مبتكرة وتجديد فلسفتها في البيع من وقت لآخر والا فإن إيرادات تلك الشركات ستراجع تدريجياً. إن ترويج منتجات شركات التأمين عبر المصارف يُعد بمثابة ولادة نمو جديد قوي لها وركيزة استراتيجية لتحقيق خططها المستقبلية الى

¹ المقال هو جزء مقتضب من بحث متكامل مُعد للمشاركة في احد المؤتمرات العربية للتأمين.



أوراق في التأمين

حد كبير، وهو ما يؤدي بالتالي الى ارتفاع حجم اقساط قطاع التأمين ككل وزيادة مساهمته في الناتج المحلي. ومن اهم المميزات لهذا التوجه:

- 1 - توفر المصارف قنوات توزيع لمنتجات شركات التأمين مما يتيح للطرفين الاستفادة من شبكة العملاء التي تمتلكها المصارف، وبالتالي الوصول الى أسواق جديدة.
- 2 - تسهم في انتشار الوعي التأميني من خلال تثقيف زبائن المصارف عن تلك المنتجات.
- 3 - زيادة مبيعات وثائق التأمين بتكاليف أقل مقارنة بقنوات التسويق التقليدية لشركات التأمين.
- 4 - انتشار فروع المصارف الجغرافية في المناطق الحضرية والريفية مما يسهل انتشار وثائق التأمين واقتنائها.
- 5 - تعتبر مصدر ربح اضافي للمصارف من خلال الرسوم الاضافية التي تحصل عليها ونسبة ربحية حسب الاتفاق مع شركات التأمين.
- 6 - ستطرح كخدمة يقدمها المصرف لعملائه وتوفير ما يحتاجه العميل من منتجات مالية من خلال مكان واحد (المصرف).
- 7 - وجود بيانات العميل لدى المصرف سيساهم في سرعة اصدار وثيقة التأمين وسهولة سداد أقساط التأمين من خلال ربطها بحسابات مصرفية.
- 8 - يسهم في زيادة عنصر الثقة والأمان في خدمات شركات التأمين وتوفيرها من قبل المصرف لعملائه الذين يثقون بخدماته.

ومن خلال دراسة سريعة لواقع التأمين المصرفي في العراق، نرى ان حجم التعاون بين القطاع المصرفي وقطاع التأمين هو تعاون محدود نوعاً ما، ينمو نسبياً في تأمين قروض المصارف لكن يصيبه الخمول في ترويج الوثائق الأخرى، كوثيقة التأمين على حياة زبائن المصرف من خلال الادخار والاستثمار، او تأمين الاعتمادات المستندية، وكثير من الوثائق التي من الممكن تنشيطها عبر فروع المصارف.

(* شركة التأمين الوطنية/مسؤول وحدة تأمين القروض في فرع الحياة
خبير معتمد لدى ديوان التأمين العراقي

حقوق النشر محفوظة لشبكة الاقتصاديين العراقيين. يسمح بإعادة النشر بشرط الإشارة إلى المصدر. 2022/11/23

<http://iraqieconomists.net/ar/>