

توفیقای تازه در همکاری بانک و بیمه

ترجمه: فریبا شاکری

تجدید مالکیت در مؤسسات تولیدی و در توزیع نه تنها ناظر بر امکانات سهمی شدن در آنهاست بلکه در طبیعت مناسبات نیز مؤثر است. برای مثال در هلند داشتن حداقل سهام در مؤسسات یا انعقاد قراردادهای توزیع مشترک امری رایج بود تا اینکه در سال ۱۹۹۰ با ایجاد تغییراتی در قانون به بانکها و شرکت‌های بیمه اجازه داده شد که بیش از ۱۵ درصد سهام یکدیگر را تحت مالکیت خود درآورند، بطوریکه در حال حاضر مجدداً پی‌ریزی مهمی در این بازار با همکاری شرکت‌های بیمه بزرگ و مؤسسات مالی در حال انجام است. ایتالیا نیز تغییراتی در این زمینه انجام داده‌است، در این کشور بانکها تا سال ۱۹۸۸ از داشتن سهام در بخش بیمه محروم بودند. در آن سال با ایجاد تغییراتی در قوانین، اولین جواز به مؤسسه Lavor Vita متعلق به بزرگترین بانک ایتالیا «بانک ملی کار» اعطا گردید که در نتیجه سایر بانکها نیز از این بانک تبعیت کردند.

پایه و اساس این پیوند (بین بانک و بیمه) این است که بانکها خدمات بیشتر و کاملتری را به مشتریان خود عرضه کنند. در این صورت بانکها می‌توانند یا حق‌العمل دریافت کنند یا اینکه در سود حاصل از بخش بیمه سهم شوند. این امر برای تولیدات شرکت‌های بیمه هم راه تازه‌ای را در توزیع بوجود می‌آورد. در حال حاضر مناسباتی بین بانک و بیمه وجود دارد که عمدتاً مشارکت در سهام یکدیگر است بدون اینکه از جهت فعالیت همکاری آشکاری داشته باشند. در بیشتر مواقع بانکها ترجیح می‌دهند توزیع‌کننده بیمه باشند تا تولیدکننده آن و ترجیحاً فعالیتهای تولیدی خود را در این زمینه محدود می‌کنند. فرانسه و اسپانیا دو مورد مشخص و قابل ذکر می‌باشند.

همکاری بانکها و مؤسسات بیمه در سالهای اخیر در جرید بازتاب وسیعی داشته‌است و به حق تغییرات عمده‌ای در برخی از شرکتهای بیمه بازار مشترک اروپا و بازارهای پولی بوجود آمده‌است. با تمام اینها می‌خواهیم ببینیم این همکاری در عمل چه نتایجی داشته‌است؟

ممکن است تصور شود بکار بردن عناوینی نظیر بانک‌اشورنس^۱ یا آلفینانز^۲ به این معناست که این رابطه باید دارای شکل کاملاً استاندارد باشد، البته این تصور زیاد هم دور از حقیقت نیست. مطالعه بازارهای گوناگون اروپائی تغییرات مهمی را در داخل و در بین کشورها نشان می‌دهد. سرعت تغییرات و استراتژیهای ناشی از آن، بطور قابل توجهی متفاوت می‌باشد.

بانکها و شرکتهای بیمه نمی‌توانند این دگرگونی را نادیده بگیرند از اینرو که این دگرگونیها ساختار صنایع و اقتصاد توزیع را تغییر دهند و هر مؤسسه، چه بانک باشد چه بیمه باید تصمیم بگیرد که با این امر چگونه برخوردی داشته‌باشد. برای مثال، به شیوه‌های گذشته ادامه دهد، در آن تجدید نظر کند یا تولید و توزیع خود را متنوع کرده و یا نهاد مشترکی برای ورود به بخش‌ها و بازارهای تجارت نوین بوجود آورد.

تاریخ، فرهنگ، تجارب داد و ستد و تغییرات پیرامون محیط همگی تا حدودی در تصمیمات مدیران درباره چگونگی برخورد با بانک‌اشورنس نقش مؤثری دارند. این موضوع به اتحاد استراتژیهای که فلسفه‌ها و نتایج گوناگون ساختارها و مناسبات را منعکس می‌کند، منتج می‌شود. از تملک کامل شرکتهای بیمه توسط بانکها یا بالعکس، تا مشارکت جزئی در سهام و قراردادهای توزیع بدون دریافت هیچگونه کمیسیون را شامل می‌شود. مقررات و قوانین عامل مهمی هستند که در ترکیب پیوندهای بانک/بیمه مؤثر می‌باشند. مقررات مربوط به

سهام قابل توجه

با وجود روشهای گوناگون هر کشور در نحوه مشارکت در بخش بیمه، بانکها توانسته‌اند سهم قابل توجهی از بازار بیمه عمر را به دست آورند. بیش از ۵۰ درصد از اشکال تازه بیمه‌های عمر انفرادی در فرانسه، توسط بانکها توزیع شده است در حالیکه برآوردهای موجود نشان می‌دهند که این نسبت در کشورهای هلند، بلژیک، ایرلند و اسپانیا بالغ بر ۲۰ درصد شده است.

علیرغم هجوم گسترده بانکها برای سهام شدن در بخش بیمه، شرکت‌های بیمه تمایل کمتری برای ورود به بخش بانکی از خود نشان داده‌اند. برای مثال، شرکت‌های بیمه در فرانسه، مالک تعدادی بانک و مؤسسات مالی هستند و همچنین تسهیلات مالی مانند کارتهای اعتباری، وامهای شخصی، وثیقه‌ها و معاملات سهام خصوصی را بوجود آورده‌اند، ولی هنوز هیچ کوشش جدی در ارتباط با ایجاد یک حرکت مؤثر برای ورود به بخش بانکی صورت نگرفته است. در آلمان، تعدادی از قراردادهای توزیع بین بانکها و شرکت‌های بیمه، دو جانبه هستند بطوریکه بانکها تولیدات بیمه‌ای و نمایندگان بیمه نیز تولیدات بانکی را توزیع می‌کنند.

دخالت در بازار جدید مستلزم تعریف تازه‌ای از بازار است و به مرور مرزهای بین این دو حرفه هر چه بیشتر به هم نزدیک می‌شوند. به عنوان مثال حقوقهای بازنشستگی، معمولاً در صندوقهای بازنشستگی و یا شرکت‌های بیمه نگهداری می‌شوند ولی در بریتانیا و فرانسه مؤسسات مالی دیگری هم می‌توانند قراردادهای حقوق بازنشستگی منعقد کنند و از همان مزایای مالیاتی استفاده نمایند.

تولیدات ذخیره‌ای

توسط بانکها و بیمه‌ها طرحی در فرانسه و بریتانیا تحت عنوان تولیدات ذخیره‌ای با مالیات اندک هم اکنون پیاده شده است. قراردادهای مهم در فرانسه مانند قراردادهای عمده بیمه که توسط بانکهای فرانسوی فروخته می‌شوند چون اغلب همراه خدمات بانکها عرضه می‌گردند باعث اختلال در جریان فروش بیمه توسط آنها می‌شود. با اینحال اختلافات بین صندوق مشترک تولیدات

بیمه و قراردادهای مشترک بانک/بیمه همیشه منشاء و ریشه مهمی ندارند.

در این فضای ذخیره و سرمایه گذاری، برخی از این تولیدات جانشین بالقوه‌ای در رفع نیازهای مختلف مشتریان هستند و می‌توانند اختلاف نظرهای موجود در آییننامه‌ها و اعمال مالیاتی را حل کنند.

بنابراین تعدادی از کشورها در حال ایجاد فضای همکاری متعادلی می‌باشند به گونه‌ای که این همکاریها روز بروز نزدیکتر می‌شود. در این موقعیت شرکت‌های بیمه باید با ارزیابی مجدد، اختلافات بین خودشان با دیگر شرکتها را مشخص کرده و آن استراتژی را که می‌توانند از یک سود قابل رقابت حمایت کنند گسترش دهند.

تعدادی شرکت‌های بیمه در کشورهای مختلف برای ورود به بازارهای کشورهای دیگر با بانکها روابط برقرار کرده‌اند تا از سیستم بانکی کانال بادوامی برای توزیع بیمه به وجود آورند. کشورهای اسپانیا و ایتالیا هدف اصلی اجرای چنین طرحی می‌باشند. تشکیل شرکت‌های مشترک بیمه عمر شکل متداول ورود در چنین بازاری است.

پیش نویس سومین دستورالعمل بیمه‌های عمر که اخیراً انتشار یافت، اگر دنبال این روش متداول را بگیرد به شرکت‌های بیمه یک کشور این اجازه را می‌دهد بدون احتیاج به تشکیل مؤسسه محلی بیمه‌نامه‌های خود را مستقیماً توسط بانک کشور دیگر توزیع کنند. این مقدمات می‌تواند مشکلات چگونگی توزیع بیمه در کشورهای دیگر را تحت آزادی خدمات مالی حل کند. از زمان تصویب این قانون سرعت تشکیل این ارتباطات فرصت‌های مناسبی را برای حل این مشکلات بوجود آورده است.

هماهنگی اجرائی

مناسبات بانکها و شرکت‌های بیمه نه تنها در اصول و ساختمان همکاری‌هایشان بلکه در هماهنگی اجرائی آنها نیز متفاوت است. این اختلافات ناشی از دلایل گوناگونی می‌باشد مانند:

- ۱- نوع تولیداتی که عرضه می‌شود.
- ۲- مسائل مربوط به شروع کار.

۳- هدف.

شروع فعالیت‌های بانک/بیمه با تولیداتی که هم ساده‌اند و هم با طبیعت تولیدات بانکی نزدیک و مرتبط‌اند آغاز شده (برای مثال کارتهای اعتباری بیمه عمر یا اعطای وام) و مهمترین توفیقه‌ها هم در همین زمینه بدست آمد. موفقیت این امر بستگی به میزان هماهنگی این تولیدات با ماهیت معمول گذشته سیستم توزیع در بانکها و هم چنین محدود بودن تقاضا برای تخصصهای بالاتر بیمه‌ای داشته‌است و میزان بالای حق‌العمل در این توفیق بی‌تأثیر نبوده‌است.

مسئله برای بانکها در فروش بیمه، بخصوص فروش فرمولهای پیچیده‌تر این است که باید از تکنیکهای مؤثرتر در فروش استفاده کنند و سطح کارشناسی فنی بیمه‌ای را بالا ببرند. این گام توسط تعدادی از بانکها در چند کشور برداشته شده‌است ولی برخی از کشورها هم علاقه‌ای به تغییر وضع موجود ندارند.

در راه عرضه انواع وسیعتر، استراتژیهای توزیع نیز تغییر کرده و شامل آن دسته از کارکنان بانک که به عنوان مشاور و راهنمای مالی کار می‌کنند می‌شود که به عنوان کارمندان متخصص در اختیار شعب بانک گذارده می‌شوند تا فروش انواعی از تولیدات بانکی و بیمه‌ای را به رئیس شعبه گزارش کنند.

مؤسسات مشترک

مشاوران متخصص در بیمه گرچه قسمتی از پرسنل فروش هستند ولی مستقل عمل می‌کنند، آنها مراجعین به شعب بانکها را برای امور بیمه‌ای می‌پذیرند و ساختار فعالیت آنها مستقل از شبکه شعب بانکها خواهد بود.

بعضی از شرکتهای مشاورین فروش با تجربه شرکتهای بیمه دیگر را استخدام می‌کنند و برخی دیگر نیز از کارمندان سابق بانک به عنوان مشاورین در امر فروش بیمه استفاده می‌کنند. در مورد اخیر، دلیل عدم استخدام پرسنل فروش موقت بیمه به صورت فصلی یا دوره‌ای، گسترش دانش و علوم بانکی است.

در بریتانیا تعدادی از بانکها، هم دارای پرسنل اختصاصی در امر فروش تولیدات بیمه‌ای و هم دارای یک دلال کمکی برای مشورت در عرضه تولیدات مؤسسات

دیگر برای مشتریان ثروتمند و خواستاران این نوع تولیدات می‌باشند، این نوع برداشتها در دیگر کشورهای اروپا وجود ندارد.

توزیع بیمه توسط شعب بانک نقطه شروعی بوده‌است. در ایتالیا، بانکها از راههای دیگری در همین جهت وارد شده‌اند. در حالیکه در بریتانیا پرسنل فروش در بخش مالی در فعالیت امر بیمه متمرکز شد، در ایتالیا تعدادی از بانکهای بزرگ پرسنل فروش/شبکه‌های مالی خاصی جهت توزیع بیمه و دیگر خدمات بانکی بوجود آوردند. هدف آنها ایجاد یک خط توزیع اضافی و استفاده از آن در جهت ادامه و استمرار پایگاه خود در بین مشتریانشان بود.

در سالهای اخیر، این شبکه‌های مالی تولیداتشان را متنوع کرده و اکنون بیمه عمر نیز می‌فروشند و در حال حاضر ۱۵ درصد از بازار بیمه عمر انفرادی را در دست دارند. هدف آنها از این کار بیشتر جلب مشتریانی برای تولیدات بانکی شان بود. در حال حاضر در بعضی از شبکه‌ها که با شعب بانکها بطور نزدیکتر در حال فعالیت هستند تغییر مسیرهای با اهمیتی ظاهر شده‌است.

استفاده بانک از وضع جدید عبارت است از دسترسی به مشتریانی علاقمند و حضوری نمایان و توده پسند در این مسیر که بسیار مهم و قابل توجه است. مادام که این طرز فکر در بین مردم وجود داشته باشد که بانک مکان راحتی برای انجام امور بیمه‌ای است، بانکها نیاز به توافق در روشهای اجرایی برای انعکاس مشخصات مختلف بیمه‌های عمر دارند.

فلسفه همکاری بانک/بیمه ترکیب قابلیت‌های تولیدی شرکتهای بیمه با شبکه‌های توزیع بانکها بوده‌است. کلید مهم برای پیشرفت در بیمه، اظهارنظرهای فنی در امر فروش آن است و اگر این اظهارنظرها در امر فروش با پذیرش مشتریان بانک توأم شود آنگاه راه کسب موفقیت نیز بدست خواهد آمد.

باستثنای کشورهای فرانسه و اسپانیا، که مالکیت شرکتهای بیمه بوسیله بانکها در آنجا مرسوم است، خصوصیات ارتباطات بانک/بیمه به کندی به طرف مشارکت و مؤسسات مشترک پیش می‌رود و این امر مدتی به طول خواهد انجامید.

دارد.

البته طبیعت این ارتباطها با تقاضاهای بدیع و روزافزون مشتریان تغییر کرده است.

بیمه گران در جستجوی بانکی هستند که دارای واحد متخصص و با تجربه باشد و به وسیله گروهی کاردان از متخصصین در این امر اداره شود. از بانک انتظار می رود نکات فنی موجود در تجزیه و تحلیل مقاصد تجارت جدید را دریابد و ابتکارات تازه عرضه کند. این ابتکارات اهداف جدیدی را برای سود بیمه گران در جهت گسترش و توسعه فعالیت آنها بوجود خواهد آورد.

واحدهای تخصصی

بانکها پیشنهادهای تازه را براساس سلسله مراتب موجود تعیین می کنند ولی مشتریان آنها تمایل دارند که موقعیت واحدهای تخصصی در تشکیلات بانکها افزایش یابد تا به سهولت بتوانند از طریق این واحدها به تصمیم گیرندگان دسترسی پیدا کنند که این امر تا حدی مورد توجه برخی از بانکهای معروف قرار گرفته است.

ولی این امر کافی نیست زیرا متخصصان واحدهای بیمه نیاز به مسیری مشخص دارند که با متخصصین واحدهای دیگر در بازار رقابت کنند.

تصمیم نهایی مشتریان بستگی به کیفیت کار و نحوه اداره حساب دارد. البته خصوصیات با اهمیت دیگری هم هست که باید ارزیابی شود.

در بازار سرمایه قدرت تحرک اهمیت زیادی پیدا کرده است. به همین دلیل هم تعداد زیادی از بیمه گرها به دنبال این هستند که عموماً چه عاملی به عنوان تأمین کننده بودجه برنامه های بیمه ای برای برطرف ساختن کسریهای غیر قابل پیش بینی جریان نقدینه وجود دارد.

بیمه مالی یک اصطلاح مرسوم در بعضی موارد است، برای مثال با توجه به بیمه نامه های زمانی و مکانی لویدز، اکنون ساختارهای گوناگونی وجود دارد که می تواند عناصر زمان را با بیمه های معمول در هم بیامیزد. بنابراین لزومی ندارد برای تمام برنامه ها وجوهی ذخیره شود.

این روابط طبیعتاً، نسبت به مالکیت تام و کامل از ثبات کمتری برخوردار است و بقای آنها بستگی زیادی به ادامه همکاری مشتریان محلی آنها دارد. عمر طولانی این مناسبات از جمله بسته به اشتراک اهداف، اعتماد متقابل، نتیجه حاصل و حسن نیت شرکاء است.

بیشتر این مسائل در زمان کوتاهی و در شرکتهایی که دارای عقاید متفاوتی هستند تجربه شده است. نیاز به راه های مختلف توزیع و روشهایی برای تولیدات مختلف محسوساً رو به افزایش می باشد. بانکها در مقایسه با بیمه ها به علت وجود مشتریان علاقمند در ابتدای امر وضع بهتری دارند.

البته نوع فعالیتهای بانکی و بیمه ای همچنان متفاوت خواهد ماند، اما ارتباط آنها موجب ایجاد شبکه تازه توزیع جهت ارضای نیازهای مشتریان خواهد بود و حداقل شکلی از یک سازمان فروش را به خود خواهد گرفت.

یک اتحاد هماهنگ

جو اقتصادی جاری شرکتهای بیمه آنها را مجبور به ارزیابی مجدد ارتباطاتشان با بانکها ساخته است. در بریتانیا شرکتهای بیمه مانند دیگر مؤسسات، دریافته اند که جو اقتصادی موجود نسبت به مسائلی که سنتاً به عنوان خدمات بانکی استاندارد در نظر گرفته می شده در حال تغییرات شدید و بی سابقه ای است.

این موضوع به ویژه در امر تحصیل اعتبار قابل توجه می باشد و در جهت کنترل دقیقتر اعطای اعتبار از طرف بانکها صورت می گیرد.

ساختار هزینه

شرکتهای بیمه و دلالات آن به روابط بانکی خود دقیقتر شده در نتیجه به ارزیابی نظام هزینه ای خود پرداخته اند تا ببینند آیا از وجوه خود به بهترین شکلی استفاده کرده اند. فرهنگ بانک که برای روابط بانکی اهمیت زیادی قائل است عامل بسیار مهمی است. رشد چنین فرهنگی مبنی بر مطالعات و بررسی های مستقل می باشد.

از نظر تاریخی، ارتباط بانکی اغلب مبتنی بر تماس های دوستانه در شعبات محلی می باشد. این ارتباط به ترتیبی است که در مواردی حتی بیش از یک قرن سابقه

برنامه‌های سرمایه‌گذاری

در گذشته، بانکها بطور وسیعی درگیر بیمه اتکائی طرح‌های سرمایه‌گذاری بر روی سکوهای حفر چاه نفت در فلات قاره بودند که براساس اعتبار اسنادی پایه‌ریزی شده بود.

امروزه مدیریت سرمایه‌گذاری برای کسب درآمدهای دارائی‌های مالی در سطح گسترده‌ای مورد استفاده می‌گیرد. برخی از بانکها در خارج از کشور اهداف ویژه شرکتها را براساس انعقاد قراردادهائی که پوشش بیمه‌ای آن نیز به عهده بانک می‌باشد برآورده می‌نمایند که این نوع قراردادهای، قراردادهائی بانکی بشمار می‌روند نه بیمه‌ای.

اعتبار علیرغم قابلیت استفاده نسبتاً ساده و راحت آن در قبل، اینک متاع کمیابی است. بدین معنا که در حال حاضر برای اعطای اعتبار از تدابیر محتاطانه‌ای مخصوصاً در هنگام کمبود نقدینگی ناشی از وصول مطالبات و دریافت خسارت از بیمه‌گران اتکائی استفاده می‌نمایند.

بعضی از شرکتها تازه باخبر شده‌اند ترازهای اعتبارائی که در ابتدا اعتبار در اخطار کوتاه تأمین شده‌اند، فقط تا زمانی که در اختیار بانکها هستند سودمند می‌باشند، و آنهم بستگی به قابلیت تبدیل به پول توسط بانکها در زمانی که سرمایه مورد نیاز باشد، دارد.

اعتبار کافی

تعدادی از بانکها به دادن اعتبار حتی به معتبرترین مؤسسات تمایل زیادی ندارند. آنها نسبتی را در ارتباط با سرمایه‌ها رعایت می‌کنند و ضرورت برگرداندن بودجه احتیاطی در درازمدت را به سرمایه‌دارائی که از نظر معروفیت معتبر هستند پیش‌بینی نمی‌کنند.

تمایل بانکها به اعطای اعتبار جز به گروهی محدود، از دید بانک هیچ جاذبه‌ای ندارد و اگر اعتباری نیز داده می‌شود فقط شامل مشتریان خاص بانک می‌باشد.

به عنوان قسمتی از یک ارتباط با چنین مشتریانی است که، بیمه‌گر انتظار دارد برای ارائه خدمات خود از بانک استفاده کند، آنهایی که آزادانه فعالیت می‌کنند می‌توانند بودجه‌ای را که لازم دارند تحت یک وام ساده به عنوان کمک هزینه دریافت کنند.

برداشتی تازه‌تر از اداره سرمایه‌ها و منافع و مسائل پولی وسیعتر، تلاش بیمه‌گرانی است که برای بدست آوردن حداقل خسارات و حداکثر سودهای سهام سرمایه‌گذاری‌هایشان از نظریات فنی بانکی استفاده می‌کنند.

اگرچه اغلب بیمه‌گران بزرگ، مدیریت سرمایه‌گذاری را در داخل سازمان گسترش داده‌اند، شرکت‌های کوچکتر ترجیح می‌دهند این کار را به بانکها واگذار کنند. هزینه این امر از طریق درآمد حاصل جبران خواهد شد.

تعدادی از بیمه‌گران مایل نیستند که اداره تمام سرمایه‌گذاری خود را در مبنای احتیاطی قرار دهند. تولیدات بانکهای خصوصی در نتیجه تلاشهای ویژه‌شان می‌تواند در جهت اعمال نظارت و رسیدگی به امور خاص سهام سودمند باشد.

آشناگی در بازارهای بورس خارجی موجب شد شرکتها در نتیجه نوسان بازار زیان کنند بطوریکه انتقال درآمدهای خارجی طبیعتاً ضربه‌ای به شهرت آنها وارد می‌آورد. در مقابله با آن، طرحها و مدل‌هایی وجود دارد که بیمه‌گران را قادر می‌سازد میزان پذیرش ریسک خود را با نوسانات بازار تنظیم کنند.

شبکه‌های ارتباطی نقل و انتقال بانکی

لزوم ایجاد روشی برای پرداختهائی که دارای حساسیت زمانی هستند و پیدایش شبکه‌های تسویه اتوماتیک، مستلزم بکارگیری مقررات آزموده شده تصفیه حسابها از طریق وسائل الکترونیکی مطمئن بین بیمه‌گران و بانکهاست. تأثیر این امر بر اداره موجودی نقدینه بیمه‌گر، موجب می‌شود که مشتری کمتر متضرر شود و سودبخشی عملیات بهبود پیدا کند.

صرفه‌جویی ناشی از بکارگیری کامپیوترهای شخصی و کاهش تعداد کارمندان یکی از جمله سودهای این طرح می‌باشند.

شرکت‌های بیمه برآند شبکه جغرافیائی توزیع بانک را هر چه بیشتر با شبکه خود نزدیک کنند، تا ادارات خارجی آنها بتوانند مسائل مهم ناشی از برخورد اهداف در منطقه را حل کنند.

نقاطی نمایندگی دارند؟ و در آینده در چه نقاطی نمایندگی دایر خواهند کرد؟ زیرا روابط بانکها و شرکتهای بیمه یک رابطه بلند مدت است. بانک می‌تواند اهداف کوتاه مدت بیمه‌ای را برآورده نماید ولی در مورد اهداف دراز مدت نیازمند برنامه‌ریزی و همکاری طولانی می‌باشد.

بطور کلی مشخص است که بانکها نمی‌توانند کلیه خدمات بیمه‌ای را به تنهایی به بازار عرضه کنند زیرا این امر مستلزم داشتن آگاهی و دانش بیمه‌ای و چگونگی استفاده از منابع خارجی در جهت ارائه خدمات مطلوب می‌باشد.

شرکتهای بیمه در بررسی نحوه انجام این طرح بایستی این موضوع را در نظر بگیرند که بانکها در چه

جدول ارتباط بانکها و شرکتهای بیمه در اروپا

بلژیک	فرانسه	ایتالیا	آلمان	هلند	اسپانیا	بریتانیا	
-	*	-	-	-	*	-	بانکهای صاحب شرکتهای بیمه
-	-	-	-	-	-	-	شرکتهای بیمه صاحب بانکها
+	+	+	*	+	-	-	رقابتهای اقلیت قابل توجه در رهبری صاحبان سهام
-	-	-			-	-	شرکتهای تابعه بیمه خطر مشارکتی
	-			-		-	تجمع خدمات مالی
+	*	+	*	+	+	*	قراردادهای توزیع
	-				-	-	تغییر و تبدیل‌های تولیدات بانکی به وسیله شرکتهای بیمه

* زیاد

+ متوسط

- کم

پاورقی

1) Bancassurance

2) Allfinanz