



مؤتمر التكافل العالمي السابع - دبي

وجوب ضخ استثمارات كبيرة في صناعة التكافل العالمية

والدعوة للحفاظ على النمو مع الربحية تبقى التحدي الأبرز!!



د. يهيا ملكين



حسين الميزرة صالح ملائكة وهاشم دي كوير



عبدالله العور

في البحث والتطوير، باعتبار ان قوة الصناعة تكمن في قدرتها على تحديد العوامل التي تسهم في النمو والاستفادة منها، ما سيؤدي للحصول على فهم أفضل للمتطلبات والاحتياجات بشكل يساعد على تطوير الحلول التي يمكنها أن تحقق أكبر قدر من الفائدة للقطاع. هذه كانت أبرز الاستنتاجات والمحاور التي تطرقت إليها المشاركون والمحاضرون الذين زادوا على 350 شخصية عالمية رائدة في صناعة التكافل ليجتمعوا في دبي لحضور المؤتمر العالمي السنوي السابع للتكافل لعام 2012.

توقع خبراء صناعة التكافل أن تواصل السوق نمونها خلال العام الجاري بوتيرة متسارعة في ظل التوجه والإقبال الكبير على التكافل في مختلف دول العالم، مشددين على ضرورة قيام الشركات بالتوسع في نشر الوعي بقطاع التكافل لضمان الحفاظ على استمرارية النمو في القطاع، فضلاً عن بذل الجهود لتعزيز القدرات الخاصة بصناعة التأمين عبر الاستفادة من الدخول في الأسواق وقطاعات الصناعة الجديدة وحضف الأسعار عن طريق زيادة المنافسة في السوق.

ومما لا شك فيه، ان صناعة التكافل تحتاج لتوظيف استثمارات كبيرة

هاشم دي كوير المدير التنفيذي والرئيس التنفيذي لشركة مايبان اجيباس، حيث تم مناقشة نقاط رئيسية كإدارة واقع الاقتصاد الجديد في صناعة التكافل العالمية والتحرك بنجاح خلف العوائد الاستثمارية وتحقيق الغاية المنشودة في بيئة يتحتم فيها عامل المنافسة، فضلاً عن نقاط أساسية أخرى تم التطرق إليها كالدعم على تعزيز قدرات الاكتتاب ومكافحة الضغوطات التي تؤدي إلى تكسیر الأسعار، بالإضافة إلى تحديد أوجه وسبل الاستفادة من محركات النمو الرئيسية لصناعة التكافل العالمية، كما نوقشت مسألة تحقيق الإمكانات الكاملة وما إذا كانت صناعة التكافل العالمي على المسار الصحيح للإيفاء بوعود النمو المنتظرة منها.

من جهته، دعا صالح ملائكة إلى رفع مستوى الوعي بالفوائد الكبيرة المتأتية من استخدام منتجات وخدمات التكافل للمحافظة على مستويات النمو الحالية وبذل الجهود الجماعية الهادفة لتعزيز القدرات الخاصة بصناعة التأمين من خلال الابتكار والدخول في الأسواق والقطاعات الجديدة للصناعة.

وأكد ملائكة أن الجهات الفاعلة في الصناعة مطالبة أيضاً بتوظيف استثمارات كبيرة في مجال البحث والتطوير، إذ إن قوة الصناعة تكمن في قدرتها على تعديد العوامل التي تسهم في نمو هذا القطاع من السوق والاستفادة منها وسيؤدي الحصول على فهم أفضل لمتطلبات تلك الجهات واحتياجاتها إلى مساعدتها في

وقال: إن المركز المالي العالمي يؤثر بيئة ملائكة لدعم وتعزيز مكانة التمويل الإسلامي كمصناعة تحقق نمواً كبيراً خلال السنوات الماضية، مشيراً إلى أن المركز سيواصل جهوده لخلق بيئة تساعد على تنمية وتعزيز مكانة المنتجات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية في الأسواق العالمية العالية.

وأضاف أن 79% من الشركات في المركز تنبع حالياً نموذجاً إسلامياً للعمل والإدارة وما زالت هناك فرص هائلة للنمو لم يتم استغلالها بالكامل بعد، موضحاً أن مثل هذه المؤتمرات تمثل منصة لتعزيز مستوى الوعي بأهمية التأمين بوجه عام والتكافل بوجه خاص إضافة إلى دورها الهام في خلق أفاق واسعة للنمو.

الجلسة الأولى

حملت الجلسة الأولى عنواناً رئيسياً تمحور حول "تحسين الأداء التنافسي"، فضلاً عن سؤال مهني تطرقت لكيفية إمكان رواد صناعة التكافل العالمية الحفاظ على التوازن والكفاءة التشغيلية والربحية في أن؟ وفي خاتمة عقدت جلسات عامة وكلمات خاصة تحدث فيها كل من السادة: د. صالح ملائكة رئيس مجموعة رصد القابضة العالمية ونائب الرئيس والمدير التنفيذي لمجموعة سلامة، والسيد حسين الميزرة المدير التنفيذي والرئيس التنفيذي لشركة دبي الإسلامية للتأمين وإعادة التأمين، والسيد

شهد المؤتمر العالمي السنوي السابع للتكافل افتتاحاً رفيع المستوى في فندق دويسيت ثاني في دبي بالإمارات العربية المتحدة وتكبيراً على مكانته كأكبر تجمع سنوي لرواد صناعة التأمين الإسلامي على مستوى العالم، استضاف مؤتمر التكافل العالمي أكثر من 350 شخصية من صناع القرار العاملين الذين يمثلون ما يزيد على 150 مؤسسة للمشاركة في المناقشات التي ستركز على تحسين الأداء التنافسي لصناعة التكافل العالمية وإدارة التحول الأساسي للارتقاء بهذه الصناعة إلى مصاف الصناعات ذات الربحية العالية. وقد عقد مؤتمر التكافل العالمي الذي استمر لمدة يومين في مكان واحد مع المؤتمر السنوي الثاني للاستثمار والتمويل الإسلامي في الشرق الأوسط 2012.

أعمال اليوم الأول جلسة الافتتاح

عقدت الجلسة الافتتاحية تحت عنوان "رسم أفاق جديدة لتعزيز النمو والمنافسة على ساحة التكافل العالمية"، حيث ألقى عبدالله محمد العور الرئيس التنفيذي لسلطة مركز دبي المالي العالمي كلمة دعا فيها القطاع إلى استشراف أفاق جديدة للنمو في السوق في ظل المتغيرات العالمية.



أسامة قنيسي، طارق عواد ومصالح القنادري



زعيبر المصطوف ودي لى رينا



مايكل فرطواوي، أشهد طيرب، عبدالله القور، جو بولس، محمد الحمد وروما مرف



شادن مروان وفرق عمله



شكيب فوزنه ومحمد القريوي



شكيب البويربر، خليل سعيد وشكيب فوزنه

أنه توجد إمكانات وقدرات كبيرة لم يتم استغلالها بعد. وأضاف: "وبالنظر لفرص النمو الحالية المثيرة لصناعة التكافل في الثنين من أسواقها الأساسية وهما: الشرق الأوسط وآسيا، يسعدنا أن نعلن عن تدشين حدثين إقليميين حول صناعة التكافل بالاعتماد على الشواجح الذي حققه مؤتمر التكافل العالمي كقمة عالمية وهما: مؤتمر التكافل العالمي، قمة قادة آسيا، والتي ستعقد في ماليزيا وفي شهر حزيران/يونيو المقبل، ومؤتمر الشرق الأوسط للتكافل، والذي سيعقد في البحرين في تشرين الأول/أكتوبر ٢٠١٢ لإنشاء منابر تستهدف تسليط الضوء على القضايا الأساسية التي تتولى دفع عملية تطوير صناعة التأمين الإسلامي في المستوى الإقليمي في هذه الأسواق ذات إمكانات النمو الواعدة".

وقطاعات الصناعة الجديدة، ويجب عليها أن تعمل أيضاً على خفض الأسعار من طريق زيادة المنافسة في السوق".

وأضاف: "من أجل دفع صناعة التكافل نحو المضي قدماً في تحقيق كافة إمكاناتها وقدراتها، يجب على الجهات الفاعلة في الصناعة أيضاً توظيف استثمارات كبيرة في مجالي البحث والتطوير، إذ إن قوة الصناعة تكمن في قدرتها على تحديد العوامل التي تسهم في نمو هذا القطاع من السوق والاستفادة منها. وسيؤدي الحصول على فهم أفضل لمتطلبات تلك الجهات واحتياجاتها إلى تطوير الحلول التي يمكنها أن تحقق أكبر قدر من الفائدة بالنسبة لها".

من جهته، قال بفيهد مكلين المدير التنفيذي لمؤتمر التكافل العالمي في كلمته: "ما زال يتعين على شركات التكافل تحقيق مستويات مهمة من الأعمال على الرغم من تكدسها لتكاليف تأسيس كبيرة، ولعلّ زيادة المنافسة من شركات التكافل الجديدة ومن شركات التأمين العالمية التقليدية المؤسسة جيداً في سوق التكافل كذلك تفرض ضغوطاً كبيرة على ربحية الشركات الحالية به لئلا ومع تركيز صناعة التكافل حالياً في أسواق وقطاعات وخطوط أعمال محدودة، إلا

تطوير الحلول التي يمكنها أن تحقق أكبر قدر من الفائدة بالنسبة لها.

وقال: "إن صناعة التكافل باتت منتشرة اليوم في مختلف أسواق العالم وتنبؤوا مكانة جيدة تمكنها من تحقيق أقصى استفادة من مقومات النمو الهائلة التي تتميز بها هذه الصناعة، مشيراً إلى أهمية معالجة بعض القضايا الهامة المحددة التي يمكن أن تقف عتبة في طريق نمو الصناعة على المدى الطويل في ظل زيادة المنافسة بين الجهات اللامعة التقليدية والجهات الجديدة في السوق ومن بين هذه التحديات الحفاظ على التوازن والكفاءة التشغيلية والربحية التي تمثل قضايا أساسية لكافة الجهات المشاركة في هذه الصناعة".

أما حسين العيسرة فطرّق لمستقبل هذه الصناعة قائلاً: "مع توقع استمرار نمو قطاع التكافل بوتيرة متسارعة، يبدو مستقبل هذه الصناعة مشرقاً وواعداً ومن أجل ضمان محافظة هذه الصناعة على مستويات نموها فقد بات من الضروري رفع مستوى الوعي بالفوائد الكبيرة المتأتية من استخدام منتجات وخدمات التكافل، كما أنه من المهم أن يتم بذل الجهد الجماعي الهادفة لتعزيز القدرات الخاصة بصناعة التأمين، إضافة إلى ذلك، يجب أن تستفيد الجهات الرئيسية بهذه الصناعة من الدخول في الأسواق

المنافسة الشرسة مستمرة وعملية إعادة التقييم الجدية... مطلوبة بالإحاح

حسين الميزة

أمان... أداء متمايز، منتجات جديدة ومؤشرات واعدة



استمرار الخسائر، داعياً الهيئة الى تطبيق معايير صارمة لضمان التزام الشركات بسلوكيات المهنة وإجراء عملية إعادة تقييم جدية لوضع سوق التأمين إلى جانب تكثيف الجولات التفتيشية على الشركات للتأكد من التزامها الأسس الفنية الصحيحة في أداؤها لعملها ودعوة الشركات للتركيز على المنافسة في جودة الخدمة وليس السعر.

السيد حسين الميزة، رجل الأعمال المتميز والذي استطاع إثبات حضوره في عالم التأمين وقدرته على التغلب على الأزمات وتجاوزها والوصول بشركة أمان الى مراتب متقدمة في الأرقام والأداء، يتحدث عن واقع القطاع والشركة...

توقع السيد حسين الميزة، العضو المنتدب الرئيس التنفيذي لشركة دبي الإسلامية للتأمين وإعادة التأمين (أمان)، أن تحقق الشركة أداءً إيجابياً خلال العام الحالي، وذلك بفضل مجموعة من العوامل والمنتجات المبتكرة، مشيراً إلى أن أمان ستستمر في ريادتها في قطاع التأمين، على الرغم من كل الظروف الصعبة التي تحيط بالاقتصاد المحلي والإقليمي.

وأضاف الميزة أن شركات التأمين تعاني المنافسة الحادة في جميع القطاعات، مما أدى إلى انعكاسات سلبية على ميزانياتها، في وقت تستمر فيه أسعار الخدمات الطبية والمواد الأولية في الارتفاع، داعياً إلى ضرورة اتباع سياسات تدفع الأمور في الاتجاهات الصحيحة، مؤكداً على تآكل رؤوس أموال بعض الشركات نتيجة

أطلقت أمام مجموعة من المنتجات الجديدة خلال الأشهر الماضية، كما تشير التوقعات أنها ستحقق رقماً جديداً لربح الربع الأول من العام، بما يثبتها في موقع القوة والمتميز بين شركات التأمين العاملة في دولة الإمارات العربية المتحدة ما هو قولكم؟

تتبع أمام الاستراتيجية التي وضعها مجلس الإدارة، الغاضبة بعودة الشركة إلى الربحية خلال العام الجاري في خلاف الحد من الضمان التي تعود لأوضاع السوق. إلى جانب بعض السياسات التي كانت بحاجة إلى دراسة وتقييم، وبما بالغت تعديل وتطوير الكثير منها.

تقضي الاستراتيجية الجديدة بالمحافظة على ريادة أمام في قطاع التكافل، مع تقديم أفضل الخدمات وأشدّها والتواجد في الجانب المؤسّس وتوفير كل المتطلبات والمستلزمات في هذا القطاع، وإجراء سوق بمنتجات جديدة ومتوّجة.

في هذا الإطار أطلق أمام سلسلة منتجات جديدة، منها منتج مبتكر للتأمين والحماية الكاملة للبحوث والقرارات الترفيحية الفاخرة، يميّز بتبنيها التقنية الكاملة، إما على أساس المبتغى فيها أو على القيمة السوقية الحالية ووفقاً للقوانين الخاصة بالبحوث. وتوفّر وثيقة التأمين تغطية الأضرار المادية للهيكل والآلات والعبء المثبتة على البيت أو المركب، مثل المحركات الخارجية، فضلاً عن تغطية النفقات القضائية والتكاليف إنقاذ القارب والمسؤولية القانونية للاسخدام وللخسارة أو للضرر لسوق وامتلاك الطرف الثالث وإزالة النفقات المترتبة على سقوط السفينة وضرر الممتلكات الشخصية، وقد تمت هذه التغطية لتشمل الصغار الناجمة عن تلف أو خسر الممتلكات الشخصية ضمن شروط معينة والضمان الممكن تكديها أثناء الإبحار وكذلك المسؤولية القانونية تجاه الركاب.

كما أطلقت الشركة في معرض سوق السفر العربي ٢٠١٢، الذي يعدّ الأبرز لقطاع السياحة والسفر في المنطقة لثلاثة منتجات جديدة للتأمين على المسافرين: "مسافر" و"شيفينغ" و"الحج والعمرة" المصممة خصيصاً لضمان حصول كل من الأفراد والعائلات على أفضل الفوائد بأسعار مدروسة، وتأتي هذه المشاركة ترجمة لثقة الشركة بقدرتها على الاستحواذ على حصة كبيرة من سوق التأمين على السفر في الدولة.

إن منتج الحج والعمرة للتأمين على السفر يعدّ حلاً استراتيجياً جدياً، مصمماً خصيصاً لكافة المسلمين المسافرين لأداء فريضة الحج السنوية في مكة المكرمة. أما منتج "مسافر" للتأمين على السفر فإنه مخصص للعائلات والأفراد الراغبين بالسفر في أي جهة حول العالم، في حين يعنى منتج "شيفينغ" للتأمين على السفر بالمشاهير الذين أيّ دولة أوروبية، وتوفّر المنتجات الثلاثة مزيداً هامة مثل النفقات الطبية الطارئة وفترة الاستشفاء في الخارج والنقل أو الترحيل إلى الوطن في حالات المرض أو الحوادث والعناية الطبية الطارئة للأسنان والإحلال الطبي وفقدان جواز السفر والأوراق الشخصية والأموال المدفوعة مسبقاً وتقديم الأدوية ونقل الرسائل المعالجة ونظام المعلومات الطبية للمناسبات الجديدة والإحالة/الموعد الطبي لأخصائي محلي وخدمات الاتصال والسلفة المالية وفقدان الأمتعة والأموال، إضافة إلى الحوادث الشخصية.

أما في ما يتعلق بالأداء المالي للشركة خلال الربع الأول من العام الجاري، فإننا في انتظار صدور النتائج رسمياً في وقت قريب جداً.

■ نلتم عن موضوع المنافسة الشريفة وتبنيها السلبية على مؤشرات الشركات التي أطلقت العام ٢٠١١ معظمها على خسائر، في حين يهذ استمرها باستمرار الخسائر للعام الحالي ما هو موقفكم من هذا الموضوع؟

في أمّان، اتخذنا قراراً بالمنافسة على صعيد الخدمات، كما تقديم برامج جديدة ومتنوعة، فلا يزال التأمين في دولة الإمارات العربية المتحدة، فلا يزال يشهد منافسة شرسة على صعيد الأسعار التي تقدمها بعض الشركات والتي تنطوي على مخاطرة كبيرة وانكساراً خطيراً في المستقبل القريب ومثل هذه التصرفات لا تليق بالسوق ولا بمستويات الخدمة التي تقدمها الشركات لعملائها.

لذلك أدعو الشركات إلى إعادة النظر في القرارات المتهورة ومن غير المعقول أن تصل النسبة لإصدار وثائق التأمين على السيارات إلى أقل من ٨٠٪، خصوصاً أن قطاع التأمين على السيارات يستحوذ على حصة ضخمة ليست باليسيرة من إجمالي الأقساط المكتتبة للشركات. الأمر الذي يشكل ضغطاً على الشركات التي عادت إلى السوق بعدما توقفت خلال الفترة الماضية عن ممارسة وتقديم هذا النوع من الخدمة.

وهناك حاجة ملحة إلى زيادة الوعي بين الشركات العاملة في السوق بالمخاطر المترتبة على مثل هذه التصرفات وتوعيتها بأثار السلبية المترتبة على المنافسة الشديدة في مختلف قطاعات التأمين.

عام ٢٠١١ كان صعباً على جميع القطاعات وليس على قطاع التأمين وحده نتيجة حالة التخبط الكبيرة في الاقتصاد العالمي، حيث انتقلنا خلاله من حالات إفلاس على مستوى الشركات والبنوك إلى حالات إفلاس في دول وحكومات وهو ما لم تكن نتوقع سماعه في يوم من الأيام.

■ ألم تتعظ بعض الشركات من النتائج الكارثية لمثل هذه المنافسة؟

تتبع بالمنافسة لهذا الأمر، أما البعض الآخر فلا زال سائراً على طريق المنافسة الشريفة على رغم الأوضاع الصعبة التي تتخبط فيها.

■ ما الدور الذي تقوم به هيئة الرقابة على شركات الضمان في هذا المجال؟

لا تتدخل الهيئة في لعبة الأسعار، على اعتبار أن السوق حرة ولا مجال لتدخل الهيئات الرقابية في هذا الإطار، لكن لجانباً تشكّلت وشكّيات وصالت إلى المتزبذين والمنظمين بسبب الحالة المالية التي وصلتها بعض الشركات وانكسار ذلك على الخدمات للمؤمنين.

■ تشير بعض المعلومات إلى أن عدد من شركات المنافسة العاملة في الإمارات والتي تكثفت خسائر كبيرة استنزفت جزءاً مهماً من رساميلها. تعمل من أجل الاندماج في شركة واحدة ما هي معلوماتكم في هذا الاطار؟

بات عدد من الشركات غير قادر على الاستمرار وفق الآليات التي يعمل من ضمنها.

■ ما هي الجدائل إن؟

البدائل كثيرة وتتمدّ بتوجه الشركات إلى الاهتمام

بأعمالها الفنية والتركيز على كيفية تحقق الربحية من الأعمال الفنية. وتعدّ الودائع الاستثمارية أحد هذه الخيارات، حيث توفر الشركات سهولة تمكّنها من الوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء.

■ أين تتحدّم حدة المنافسة بين القطاعات؟

أدى تراجع الطلب على التأمينات البحرية وانخفاض الدخل من قطاع الإنشآت إلى دفع الكثير من الشركات المحلية إلى التركيز على قطاع التأمين على السيارات باعتباره القطاع الأقل تأثراً بتداعيات الأزمة المالية العالمية، ما زاد حدة المنافسة بين شركات التأمين وتراجع أسعار وثائق التأمين على السيارات إلى مستويات لم نشهدها من قبل، حيث بدأنا نلمس مستويات عميقة لا تغطي تكاليف الوثائق التي تصدرها هذه الشركات، وصلت في بعض الأحيان إلى أقل من ٢٪ من إجمالي قيمة السيارة.

وهناك شركات تعرض نسبياً تصل إلى ٧,١٥٪ للتأمين الشامل وذلك لانخفاض في الرغبة في الاستحواذ على أكبر قدر ممكن من الوثائق التي توفر لها تدفقات نقدية يومية من جانب وتمهيد في تعويض ما يترتب عليها من خسائر، خصوصاً أن عقود التأمين على السيارات تدخل في حسابات شركات مباشرة ولا تتطلب تغطيات إضافية عن طريق عقود إعادة التأمين بما ضمن الشركات أكبر نسبة احتفاظ من سعر الوثيقة.

■ والتأمين الصحي؟

بالتأكيد تعاني شركات التأمين لارتفاع أسعار الخدمات التي تقدمها المستشفيات والعيادات الخاصة التي تقوم هاشم الربحية لمثل هذه الخدمة بأعباء. كما تواجه الشركات حالياً مشكلة تلاعب العديد من المستشفيات والعيادات الخاصة بالمطالبات التي تقدمها الشركات التي تفوق القيمة الفعلية لتكاليف العلاج، الأمر الذي يؤدي إلى استمرار وتوسع حالة التخشع ما بين شركات التأمين وهذه المستشفيات والعيادات الخاصة التي تسعى إلى تحقيق الربح بغض النظر عن الطريقة.

■ هل يختلف سوق التكافل عن التأمين التقليدي؟

لا يختلف الوضع في سوق التكافل عن وضع قطاع التأمين عموماً، حيث تعاني الزيادة في عدد الشركات في سوق محدودة الحجم، ولو نظرنا إلى سوق بحجم الإمارات، السوق الهبابي لوجدنا أن عدد الشركات العاملة فيه يصل إلى ٢٠٠ شركة بينما يعمل في سوق الإمارات أكثر من ٦٠ شركة، لذلك باعتقادي بات من الضروري إبرلاق مبادرات لتشجيع الاندماج بين الشركات بشكل يمكنها من تجاوز الظروف الصعبة التي تمر بها حالياً من جهة، وبمساعدة على تكوين كيانات قادرة على المنافسة في أسواق الدول المجاورة تحديداً والأسواق الإقليمية والدولية عموماً.

■ هل تم مقلّون بدأه أمام خلال العام الجاري؟

بالتأكيد، اننا مقلّون بالأداء الممتاز والتمتاز لأمان والشفافية التي تتمتع بها والمنتجات التي تطلقها مع التنويه أن كل المؤشرات وأعادة في هذا المجال.