

بعد وصفه التكافل بـ «تسونامي» قبل ثلاث سنوات
أكد الحاجة إلى سنين إضافية لتستقيم أوضاع الشركات

شكيب أبو زيد:

التكافل لم يدخل بعد عصره الذهبي!

- ❖ مطلوب تمايزاً عن الشركات التجارية بالتركيز على الشرائح المهتمة بالجانب الشرعي من التأمين
- ❖ السوق السعودي يمثل أكبر الأسواق وأكثرها قدرة على النمو يليه السوق الإماراتي فالكويتي فالسوداني
- ❖ زيادة عدد شركات التكافل في السوق ليست في صالح المستهلك لأنها تؤدي إلى تدني الأسعار
- ❖ تعثر AIG يمكن أن يؤثر إيجاباً على أسواقنا إذا ساهم في إنهاء مرحلة الليونة في الأسعار!

قبل سنتين، وصف الرئيس التنفيذي في «تكافل-ري» شكيب أبو زيد ظاهرة التكافل في الوطن العربي والعالم بـ «تسونامي»، متوقفاً ارتفاع عدد الشركات التي تتعاطى هذا النوع من التأمين ونمو حجم أقساطها ومحافظتها بشكل غير اعتيادي. وفي اللقاء الذي أجريناه معه، قبل أيام، خلال زيارة قصيرة له إلى بيروت، رد على سؤال طرحناه عليه عما إذا كان التكافل دخل عصره الذهبي، بالقول: لا، لم يصل بعد إلى هذه المرحلة إذ المطلوب فترة زمنية إضافية لا تقل عن عشر سنوات! فهل كان جوابه ينم عن تشاؤم؟

مهما يكن فإن الرئيس التنفيذي في «تكافل-ري» لم يعلن تراجعاً عن قناعة صرح بها وهي أن التكافل هو فعلاً ظاهرة مستمرة، مستعيناً بأدلة منها وصول عدد الشركات إلى ١٤٠، فضلاً عن ارتفاع حجم أقساطها ومسارة شركات كبرى عالمية إلى تأسيس فروع ونوافذ تكافلية لها وإعادة تكافل.

على أن لقاءنا مع شكيب أبو زيد لم يقتصر فقط على موضوع التكافل، بل تطرقنا فيه أيضاً إلى الأزمة المالية العالمية التي انطلقت من شارع «وول ستريت» في نيويورك، لتزامن هذا اللقاء مع تلك الأزمة التي جعلت الرئيس التنفيذي في «تكافل-ري» يميل نحو التشاؤم بشكل عام لخوفه على عوائد الإستثمار لمصارف وشركات تأمين عربية جراء الهبوط الحاد للأسهم، وقد كان تشاؤمه في محله، إذ جاءت الأحداث، في ما بعد، لتؤكد صحة هذه المخاوف. في ما يلي نص المقابلة.



شكيب أبو زيد:
الدمج ليس حلاً

س: هل الدمج، براءيك، قد يكون حلاً لهذه المشكلة؟

ج: أنا لا أرى في الدمج بين شركات التأمين التكافلية حلاً لتطوير السوق، لأن هذا القرار مسألة إدارية ترتكز على استراتيجية كل شركة وعلى مصالحها وعلى المجموعة التي تنتمي إليها، لذلك فالعملية ليست سهلة.

س: تطبيق التكافل قائم على الشريعة الإسلامية، هل واجه هذا التطبيق تحراً ومضات وعراقيل، وإذا واجه فعلاً كيف تم تجاوزها وهل الفتاوى موحدة في هذه الدولة وذلك؟

ج: يمكننا معالجة هذه المسألة من خلال ثلاثة مستويات. الأول هو مستوى التشريع والقوانين، إذ تمّت دول شرعت التأمين التكافلي والبحرين والسودان والسعودية التي تعتمد بدورها التأمين التعاوني، أما باقي الدول العربية فليس لديها، مع الأسف، تشريعات خاصة بالتأمين التكافلي، المستوى الثاني هما المعياران الشرعي والمحاسبي اللذان أقرتهما هيئة المراجعة للمؤسسات الإسلامية في البحرين، يبقى المستوى الثالث والأخير الذي يقوم على اختلاف آراء هيئات الرقابة الشرعية في ما بينها.

شخصياً، لا أجد أن هذا الاختلاف يشكل أي مشكلة للقطاع لأنه مستنبط من الشريعة الإسلامية، وبخاصة أن التجاين بين الطماء جزئي وبسيط ومرتبطة بالنماذج التي تقدمها الشركات.

في الإجمال، إن شركات التكافل أصبحت متجانسة، وتبني معايير محدّدة، مع العلم أن التجاين إيجابي، لأنه يسمح للمستهلكين بالتأمين بين شركة وأخرى حسب معايير عديدة كخسبة الوكالة (الأجر)، ما يسمح لحامل الوثيقة أن يقارن بين الشركات وبالتالي أن يختار الأنسب له، مع الإشارة إلى أن غالبية الشركات التكافلية التي تأسست في الفترة الأخيرة هي شركات تبني النموذج البحريني، وهو نظام الوكالة في ما يخص الإختيار أو الأقسام، ونظام المضاربة في ما يتعلق بالاستثمار.

س: هل تمكّنت شركات التكافل، حتى الآن، من توزيع فوائدها التأميني؟

ج: تمكّنت العديد من الشركات التكافلية العربية من توزيع فوائدها التأميني سيما القديمة منها، وأخرى لم تتمكن من ذلك، ونحن نتمنّى على كافة الشركات توزيع الأرباح التأمينية على حملة الوثائق، لأن هذا الأمر سينعكس إيجاباً على القطاع التكافلي.

س: لماذا بعض الشركات التكافلية لا توزع

مقدّمة في الأسواق.

س: ما هو حجم شركات التكافل حالياً وما هي الأسواق العربية الأكثر تعاملاً مع التكافل؟

ج: لدينا إحصائيات تنشر في دليل الشركات الإسلامية WID الذي يحوي جميع أرقام الشركات. من ذلك أن السوق السعودي هو تعاوي مائة في المائة بحكم القانون الجديد، وهو يمثل أكبر الأسواق وأكثرها قدرة على النمو السريع. ثم هناك السوق الإماراتي بشركاته الثلاث المؤسّسة سابقاً وشركاته الست المؤسّسة حديثاً أو التي هي في طور التأسيس. كما أن الكويت يعتبر سوقاً واعدة بالنظر إلى عدد الشركات.

كذلك هناك السوق السوداني الذي يعتبر رائداً



المطرب تحسين
العديد من
المنتجات
التأمينية

في مجال التأمين الإسلامي و الذي يحظى
بشعبية نمو مرتفعة تتاهن ٢٠٪ سنوياً.

س: هل ترى في زيادة عدد شركات التكافل
في الأسواق العربية مؤشراً إيجابياً أم سلبياً
للقطاع؟

ج: لا شك بأن زيادة عدد شركات التكافل في السوق يُشير إلى انتشار التكافل وتداوله، ويسمح لها بالحصول على نسبة كبيرة من السوق، إلا أن هذه الكثافة قد تؤدي إلى منافسة شرسة لن تكون في صالحها ولا حتى في صالح المستهلكين، لأنها ستؤدي إلى تدني الأسعار، وبالتالي تدني الخدمات، مما سيوصل السوق إلى انهيار لا يخدم اقتصاد البلد ولا مصلحة قطاع التأمين ولا مصلحة الشركات التي ستقلص أقسامها شيئاً فشيئاً.



س: لا شك أن التكافل مرّ في مراحل
قبل أن يصل إلى ما وصل إليه..

ج: أنطلق التكافل، في مرحلته الأولى، في العام ١٩٧٩ من السودان أولاً وبعد ذلك من المملكة العربية السعودية وكان عدد الشركات محدود جداً لأن التكافل لم يكن مفهومه الحالي. المرحلة الثانية بدأت في العام ١٩٨٤، مع ولادة شركة التكافل الماليزية، ثم كانت المرحلة الحالية والثالثة التي بدأت عام ٢٠٠٤، والتي شهدنا فيها انطلاقاً حقيقية للتكافل، إن بتكاثر عدد الشركات، أو بتزايد إهتمام المعبدين العالميين وشركات التأمين العالمية بهذا القطاع، ما يُشير إلى أن الإطلاقة الفعلية للتكافل تعود إلى بدايات القرن الواحد والعشرين، والذي شهد أيضاً ولادة شركة «تكافل وري» عام ٢٠٠٥ التي شكّلت حدثاً أساسياً وحاسماً في تاريخ التكافل وإعادة التكافل.

س: بعد مرور ثلاثين سنة، عمر هذا التكافل...

ما هو حجمه حالياً في قطاع التأمين؟

ج: لا شك في أن التأمين التكافلي خطا العديد من الخطوات الإيجابية، بليل وصول عدد الشركات التي تتعامله إلى ١٤٠ شركة تتوزع في أوروبا وآسيا، إضافة إلى ارتفاع حجم أقسامها، ما دفع الشركات الأجنبية إلى تأسيس فروع ونوافذ تكافلية لها وإعادة تكافل، كما الحال مع «ميونخ - ري»، «هنوفر - ري» و«AIG».

س: هل نستطيع القول أن التأمين التكافلي
يعيش اليوم عمره الذهبي؟

ج: لا يستحق القول أن التأمين التكافلي وصل إلى مرحلة النضوج في الدول العربية إذ هو حديث العهد نسبياً في وقت لا تزال الشركات التجارية تهتم على السوق، ولذلك فإنّه بحاجة إلى فترة زمنية إضافية لا تقل عن عشر سنوات لمعرفة الأراء الحقيقي للشركات التكافلية في الأسواق، والتي عليها اتخاذ العديد من الخطوات للمضي قدماً بهذا القطاع، ولغرض نفسها في الأسواق بهدف الحصول منها على حصة محترمة. كما عليها التمييز عن الشركات التجارية التقليدية من خلال اعتماد استراتيجية محدّدة للعمل تركز على الشرائح الأكثر قابلية واهتماماً بالجانب الشرعي من التكافل. لكن، مع الأسف، فهوية الشركات التكافلية لم تتحدّد بعد، وتمييزها لم يظهر إلى العلن حتى الآن، إلا أننا نعتقد أن هذا الأمر لن يطول، لأن خيرات شركات التكافل ستزداد مع مرور السنين، وستتخضع للفرلة والتصنيف والتمايز، مما سيسمح لها باحتلال مواقع

مقارنةً مع منتجات أخرى، كالتأمين على الممتلكات والتأمين الهندسي والتأمين على السيارات الذي يشهد إقبالاً كبيراً في السوق الإماراتي والسعودي.

س: هل سيكون، باعتقادك، للآزمة المالية العالمية، ولتعثّر شركة AIG إنكساث سلبية على مجمل السوق التأميني التقليدي والتكافلي؟ وهل تأثرت الشركات الخليفة بشكل عام بهذه الموجة؟

ج: نحن نعتقد أن للآزمة الاقتصادية العالمية الحالية إنكساثاً سلبياً على عوائد الإستثمار، إذ إن هبوط الأسهم لم يطل الشركات في الولايات المتحدة أو في أوروبا واليابان فقط، بل وصل أيضاً إلى منطقة الخليج حيث شهدت الأسهم هبوطاً حاداً في المنطقة، مما أثر على شركات التأمين بطبيعة الحال، لأن معظمها شركات إذخارية بشكل كبير جداً، وهي توظف مدّراتها في سندات خريزة أو في عقارات أو في سوق الأسهم.

أما بالنسبة إلى تأمين شركة AIG، فنحن نعتبر أن هذا الأمر لا بد أن يؤثر إيجاباً على أسواقنا، ولو بطريقة هامشية، خلافاً لما يعتقد البعض، لأنه يُشير إلى أن مرحلة اللبونة في الأسعار انتهت، على الأقل على الصعيد العالمي، ما يجب أن ينعكس إيجاباً على شركات التأمين التي سترفع أسعار منتجاتها. أما الجانب السلبى، فهو انهيار سوق الأسهم، سواءً كان في أوروبا أو في منطقة الخليج.

س: ألا ينعكس ارتفاع أسعار المنتجات التأمينية سلبياً على المستهلكين؟

ج: إن المنتجات التأمينية تختلف عن السلع العادية لأن سعر التأمين لا يُبنى على قاعدة العرض والطلب، وإنما على معادله الأساسية وهي أن الأقساط يجب أن تكون كافية لتغطية كامل المحاطر. للأسف فإن بعض الشركات، في كامل المنطقة العربية، تتكبد خسائر في العديد من منتجاتها، كالتأمين على السيارات والتأمين على الحريق، أو التأمين الطبي، كذلك فإن التأمين الهندسي شهد بعض الحوادث الكبيرة في السنوات الأخيرة. إن بعض وثائق التأمين تباع بأقل من السعر الأدنى المقبول فيها. من هنا نحن نعتبر أن شركات التأمين هي الآن في مرحلة هروب إلى الأمام، وهذا الأمر يضعها في موقع سلبي جداً لأنها تضطر في الكثير من الأحيان إلى إعادة تأمين نسبة كبيرة من أقساطها والإكتفاء بتلقي العمولة من طرف المعينين كإرباح تأمينية أساساً.

يحق لأي مساهم في تكافل - ربي الاستفادة من الفوائد التأمينية.

س: هل هناك برامج ومنتجات في النظام التقليدي غير موجودة في التكافل؟

ج: إن الفروع الموجودة في التأمين التكافلي هي تقليدية كالتأمين على الحريق وعلى السيارات والتأمين الهندسي والتأمين على المنتجات والتأمين على الممتلكات والتأمين الصحي.

لكن بما أن التأمين التقليدي موجود منذ أكثر من مئة سنة في السوق، فإن أنواع المنتجات المتوفرة في الأسواق الأوروبية والأميركية وفي أسواق آسيا وأستراليا، هي منتجات مشتركة جداً وعددها هائل، يعكس الشركات التكافلية التي لا تزال حديثة العهد. رغم ذلك، نجحت شركات التكافل الماليزية في تسويق منتجاتها، مقارنةً مع الشركات التقليدية، ما يدل على صحة وإجحاح التأمين التكافلي.

ونحن نعتبر أن هناك طاقات كبيرة جداً في المنطقة يجب استغلالها لتحسين العديد من المنتجات التأمينية، نخص بالذكر التأمين العائلي (أي التأمين على الحياة)، إضافة إلى التأمينات الفرعية، والتي مع الأسف لم تنجح

فانضها المالي على حملة الوثائق؟

ج: إن الشركات التكافلية العتيقة في السوق توزع فانضها المالي. أما الشركات الجديدة فلا تستطيع القيام بذلك في سنواتها الأولى، لأنه يترتب عليها دفع مصاريف تأسيس ضخمة من جهة، وتكون احتياجاتها من جهة ثانية.

مع ذلك نحن نؤكد أن توزيع الفوائد المالي لا يكفي لتطوير القطاع التكافلي، من هنا فالمطلوب من الشركات طرح منتجات تتلاءم مع الأفراد والمؤسسات الصغيرة، لأن الكبيرة منها لا تهتم كثيراً بالتأمين التكافلي، باستثناء المجموعات المالية الإسلامية كالمصارف الإسلامية، باعتبار أن عملياتها التأمينية يجب أن تكون على أساس شرعي.

س: ماذا عن شركة «تكافل-دبي»... هل بدأت توزيع الفوائد على الشركات؟ وما هو وضعها المالي؟

ج: نحن ملتزمون بتوزيع فائضنا التأميني، كما أننا بانتظار نتائج نهاية السنة وقرار هيئة الرقابة الشرعية لمعرفة ما إذا كان الفائض التأميني متوافراً أم لا وما ستكون قيمته، نشير إلى أن الفائض التأميني يوزع بنسبة مئة في المئة على حملة الوثائق، ولا



شركات التأمين
في مرحلة
الهروب إلى
الأمام