

خصوصية تطوير الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عنها في البنوك التقليدية.

أ. بن يحي حسين

أستاذ مساعد "أ"

المركز الجامعي "بلحاج بوشعيب" عين تموشنت

Email: benyahiahoucine@yahoo.fr

Tel:0665773344

ملخص:

يهتم هذا البحث بظاهرة تطوير الخدمة المصرفية في البنوك الإسلامية من وجهة نظرة تسويقية، ركيزتها الأساسية مدى الاختلاف بينها وبين البنوك التقليدية، مع توضيحها لأهم امتيازات هذا الاختلاف. علما أنه يوجد تشابه كبير بين النوعين من البنوك بالنسبة لحالة التطوير ماعدا بالنسبة للبنوك الإسلامية التي تعتمد على مرحلة إضافية تشتمل على الرقابة الشرعية لمدى سلامة مقترحات الخدمة المطورة، بحيث تقوم البنوك الإسلامية بتتصيب لجنة (هيئة) شرعية داخلية مهمتها الأساسية هي تجنب البنك من الوقوع في المحظورات الشرعية خاصة منها الربا. ما يعني أن البنوك الإسلامية لا يمكنها تطوير الخدمة المصرفية فقط لاعتبارات اقتصادية، وإنما يجب التأكد والتحري من عدم مخالفة الخدمة للأحكام الشرعية الإسلامية، أي أنها تجمع بين المنفعة الاقتصادية (الدنيوية) والمنفعة الأخروية.

الكلمات المفتاحية: تطوير الخدمة المصرفية، الهيئة الشرعية، الرقابة الشرعية، ضوابط تطوير الخدمة المصرفية، مراحل التطوير

Abstract:

This study aims to analyze a phenomenon about exchange service in Islamic banks in terms of marketing. It deals with its and the traditional banks, by showing the most benefits of this deference. In addition to this great similarity between the two types of banks among developing, in conjunction with the Islamic banks which deal with an additional period about a law control according to their correct developing service. The Islamic banks stand with an intern developing law organization its principle function is to protect the bank from illegal thing especially that's why the Islamic banks can't developed the exchange service in economic reasons. However, we must take care and be sure about the Islamic service, it means that it stand with the economic life and religion benefits.

مقدمة:

تمر الخدمة المصرفية بعدة مراحل في حياتها السوقية بالإضافة إلى مرحلة ما قبل التقديم الخاصة بعملية التحضير والدراسة المسبقة، حيث تتكون الخدمة المصرفية من أربعة مراحل هي: مرحلة التقديم، مرحلة النمو، مرحلة النضج، وأخيرا مرحلة التدهور. على أن المراحل الثلاث الأولى تعتبر أقل حساسية من المرحلة الرابعة بسبب وجود نسبة مخاطرة مرتفعة ومؤثرة في هذه الأخيرة، ما يعني أن المراحل الثلاث تتشكل من نسبة مخاطرة أقل إن لم نقل أنها شبه معدومة، أيضا هذه المرحلة الرابعة تتميز بقلّة المداخل، قلّة المبيعات، قلّة الناتج الربحي، انخفاض سعر البيع، انخفاض الهامش الربح، ما يستوجب على المصرف اتخاذ حزمة من القرارات والاجراءات لتفادي الوقوع في الخسارة، ولعل أن أحسن حل لهذه الوضعية هو القيام بتطوير الخدمة المصرفية للتلاؤم مع المتطلبات وتكون لها أكبر قدر ممكن من الاستجابة.

من هذا المنطلق تم تقسيم البحث إلى جزئين، الأول يدرس عملية التطوير من تعريفه، مراحل، مستوياته أما الجزء الثاني فيدرس خصوصية التطوير في البنوك التقليدية المتمثلة في رقابة الهيئة الشرعية من تعريف الهيئة الشرعية، أنواع الرقابة الشرعية ووظائفها واختصاصاتها.

الجزء الأول: تطوير المعاملات المصرفية الإسلامية:

تمر الخدمة المصرفية بعدة مراحل آخرها مرحلة الانحدار التي تتميز بانخفاض في حجم المبيعات وفي قيمة الأرباح المحققة، حيث أنها تشكل مرحلة حرجة بالنسبة للبنك الإسلامي الذي يجب عليه الاجابة على تساؤلا بسيطا يتمثل في: ما هو أحسن قرار يتم اتخاذه اتجاه مثل هذه الوضعية؟ الجواب على هذا التساؤل بسيط يتمثل في قيام البنوك إما بتوقيف الخدمة المصرفية نهائيا من التعامل، أو أن تقوم بتجديد وتطوير معاملاتها الحالية، وهو المستهدف في الغالب.

1.1-تعريف التطوير:

يقصد به إضافة مزايا جديدة للخدمات القائمة بهدف زيادة الطلب، مثل القيام بإدخال تحسينات أو تعديلات على الخدمة المصرفية وفي طريقة تقديمها، استحداث خدمات وتقديمها ضمن المزيج الحالي للخدمات، توسيع النطاق الجغرافي من خلال تقديمها إلى شرائح جديدة من العملاء، والتي يمكن أن نلمس معناها من التعاريف التالية:

كوتلر وأندريسن Kotler، Andreasen : فإن تنفيذها لا يتطلب تغيرات جذرية في المعاملة، بل تشتمل على بعض التغيرات البسيطة مثل التغليف وإعادة التصميم، مع التركيز على عناصر المزيج التسويقي مثل الإعلان، قنوات التوزيع، البيع الشخصي والتسعير.

John frair : عبارة عن تطوير وإيصال الخدمات وفوائدها للعملاء بصورة جديدة ومتفوقة، بحيث تقدم أفضل الحلول الممكنة لتلبية الاحتياجات الحالية.

أما من الناحية الفقهية فتسمى بالعقود المستجدة، والتي تعرف على أنها: "تلك العقود التي تنظم أنواعا من العلاقات المستجدة بين المتعاملين، التي لم يكن محلها أمرا معهودا في القديم، أو لأنها جاءت وليدة التطورات التقنية والاتصالات والمعلومة، بحيث لا تشبه في أركانها والغرض من التعاقد عقدا من العقود المعروفة في الفقه، ويتم الحكم عليها بمدى تحقيقها المصلحة ومنافاتها الغرر الفاحش أو المحظورات الشرعية، وفق القاعدة الفقهية: "الأصل في العقود الإباحة".

من خلال التعاريف السابقة نستنتج ما يلي:

*التطوير يكون على معاملة موجودة وحالية.

*يشتمل على إحداث تحسينات وتعديلات جزئية على المعاملة الموجودة.

*تقام التحسينات تبعا لرغبات وتطلعات العملاء، لا إلى آراء وتخمينات البنك المنتج لها.

*الهدف من التطوير هو زيادة الطلب عليها.

*تتميز المعاملة الجديدة بتقديمها حولا ناجعة للاحتياجات الحالية.

2.1-مراحل تطوير المعاملة:

من المعروف أنه لا يمكن تصور إحداث وتكوين سلعة ما أو خدمة في عملية واحدة أو مرحلة واحدة، بل يجب المرور بعدة مراحل. أما بالنسبة لتطوير المعاملة فتتم بدورها بعدة مراحل نوضحها من خلال الشكل

الموالي:



المصدر: هاني حمود الضمور، تسويق الخدمات، 2008، دار وائل، الأردن، ص 250.

من الشكل نلاحظ وجود تسعة مراحل لتطوير المعاملات المصرفية، التي يمكن شرحها باختصار على النحو الآتي:

1.2.1-مرحلة توليد الأفكار: تبدأ هذه المرحلة بظهور الحاجة إلى تجديد وتطوير المعاملة المصرفية الحالية، عندها ينطلق البنك في الإجراءات الأولية المتمثلة في إجراء تجميع أهم الأفكار المساعدة على تحقيق هذا الهدف. ومن بين أهم المصادر المستعملة في عملية توليد الأفكار التمهيدية هي: الإلهام الشخصي لأعضاء البنك، الاقتباس من البيئة المحيطة، والطلبات المعلنة من طرف العملاء الخاصة بتقديم معاملات جديدة.

2.2.1-مرحلة غربلة الأفكار: بعد الانتهاء من تجميع الأفكار التمهيدية التي تعتبر بمثابة بدائل للحلول، يتم اختيار أحسن هذه البدائل الممكنة التحقيق والمحقة لأحسن مردودية، ثم يقوم البنك بتشكيل هذه المقترحات.

3.2.1-مرحلة الاختبار: تشتمل على عملية عرض المعاملة المصرفية الجديدة على بعض العملاء من أجل التعرف على ردود فعلهم اتجاه هذه المعاملة. فمن خلالها يمكن التوصل إلى أهم المزايا المفضلة التي يمكن اعتمادها في المعاملة المصرفية.

4.2.1-مرحلة تطوير الاستراتيجية التسويقية: يعتمد في هذه المرحلة على تحديد أهم الجوانب التسويقية الممكن الاستفادة منها مثل وصف حجم وتركيب وسلوك السوق المستهدف، تحديد التكلفة، وتحديد أهم الأهداف طويلة المدى.

5.2.1-مرحلة التحليل التجاري: تشتمل على التعرف على مدى جاذبية المعاملة المصرفية الجديدة.

6.2.1-مرحلة تطوير الخدمة الجديدة: من خلال تطوير المنشورات، الإعلانات، خطط البيع المساعدة على تطبيق المفهوم الجديد.

7.2.1-مرحلة اختيار السوق: تعتمد هذه المرحلة على عملية تجريب مدى نجاح المعاملة المصرفية من خلال اعتمادها لدى مجموعة من العملاء، وعلى أساسه يتم التعرف على عدد المهتمين الحقيقيين من بين العملاء المجربين.

8.2.1-المرحلة التجارية: يتم اعتمادها بعد قبول نتائج المرحلة السابقة، عندها يقوم البنك بإتباع مجموعة أنشطة تهدف بالدرجة الأولى إلى تسهيل وتفعيل التقديم الفعلي للمعاملة المصرفية الجديدة إلى السوق.

حيث فيها تحديد طرح وتقديم المعاملة المصرفية إلى السوق، النطاق الجغرافي لها، العملاء المستهدفين، مع التأكيد على جدولة هذه الإجراءات.

9.2.1-الطرح في السوق: تعتبر آخر المراحل المتمثلة في التقديم الفعلي للمعاملة لإبلا السوق من أجل التعامل الحقيقي.

3.1-مستويات التطوير:

من المعروف أن المعاملة المصرفية تتكون من العديد من العناصر الجزئية المحيطة بالمعاملة الأساسية، لدى فإن المصارف الإسلامية تطمح دائما إلى التحسين والتطوير المستمر لمخرجاتها. إذ أنه توجد سبعة احتمالات لتطوير المعاملات المصرفية هي على النحو الآتي:

1.3.1-الابتكارات الجذرية للخدمات: تعتمد هذه الحالة على إيجاد معاملة مصرفية جديدة غير موجودة سابقا، من خلال تشكيلها من عدة مواصفات وإجراءات جديدة غير معهودة في معاملات أخرى.

2.3.1-الابتكارات الجذرية لإجراءات: تشتمل على عملية التطوير المعتمدة في عملية تسليم الخدمة، مع المحافظة على المعاملة المصرفية الأساسية (Service de base)، علما أن الهدف من هذا التجديد هو تقليص وقت التسليم مع تحقيق إيرادات جديدة.

3.3.1-توسيع مزيج المعاملات المصرفية (La gamme): تقوم البنوك بإضافة معاملة مصرفية جديدة إلى المزيج المعاملاتي الموجودة بهدف الاستجابة إلى أكبر عدد ممكن من العملاء الحاليين، أو من أجل جذب عملاء جدد لهم رغبات مختلفة عن العملاء الحاليين، أو لكلا السببين.

4.3.1-توسيع خطوط الإجراءات: تختلف عن الابتكارات على الإجراءات من حيث اشتمالها على تجديد طريقة تسليم الخدمة الحالية من أجل تسهيل تسليم المعاملة المصرفية إلى العملاء الحاليين أو جذب عملاء جدد، مثل الاعتماد على شبكة الأنترنت في التسليم أو الاعتماد على الهاتف.

5.3.1-الابتكارات على الخدمات الإضافية: تشتمل على عملية إضافة خدمات إضافية جديدة إلى المعاملة الأساسية، على تطوير خدمات إضافية موجودة سابقا.

6.3.1-التحسينات على المعاملات المصرفية: تجرى هذه التحسينات على مستوى المعاملة الأساسية وعلى مستوى الخدمات الإضافية الموجودة سابقا من أجل رفع مستوى أداء المعاملة المصرفية الحالية.

7.3.1- تغيير النمط (Style): تتضمن هذه العملية على إجراءات مجموعة تعديلات على الجانب المادي للمحيط من أجل تحفيز مقدمي الخدمة مثل تغيير الآثاث، تغيير الطلاء، تغيير ملابس العمال، هذا من دون المساس بإجراءات تقديم المعاملة المصرفية، أو المساس بمستوى الأداء. ومن خلال ما سبق يمكن أن يطرح تساؤل بسيط هو: أن تقع مرحلة تدخل الهيئة الشرعية من بين مراحل التطوير بالنسبة للبنوك الإسلامية؟

الجزء الثاني: الضوابط الشرعية المعتمدة في التطوير:

تهتم البنوك الإسلامية على مدى صحة وسلامة معاملاتها المصرفية مثلما تهتم بالمرودية الاقتصادية، إذ تعتبر هذه الخاصية من بين مميزاتها عن البنوك التقليدية التي تركز على الحسابات التجارية، بينما تركز البنوك الإسلامية على الجوانب العقائدية للمعاملات المتمثلة في الضوابط الفقهية الموضوعة لعملية تطوير وتجديد المعاملة المصرفية. أما هذه الضوابط فهي على النحو الآتي:

- ✓ خلو المعاملة المصرفية المطورة من الضرر.
- ✓ خلوها من التعامل بجهالة الحكم الشرعي.
- ✓ خلوها من التعامل بالغرر.
- ✓ خلوها من التعامل بالربا، مثل زيادة قيمة الدين حالة عدم دفع العميل للأقساط الواجبة لمدة معينة.
- ✓ خلوها من كل ما يخالف القرآن الكريم، السنة النبوية والإجماع الصريح.

1.2- ماهية الهيئة الشرعية: (هيئة الرقابة الشرعية).

تقوم البنوك الإسلامية بالعديد من المعاملات المصرفية والتي تتميز في أغلب الأحيان بالتعقد، وكذلك تتشابه في عدة حالات مع معاملات محضرة، عليه تتلقى هذه البنوك صعوبة في المحافظة على سلامة معاملاتها المصرفية. بسبب تكوين أفرادها الذي في الغالب هو تكوين ربوي، ومن هذا الإشكال استوجب على المصارف الإسلامية استحداث مدقق شرعي داخلي. علما أن فكرة المراقبة الشرعية للمعاملات موجودة في التشريع الإسلامي منذ بدايته:

مثل: حديث رفاة أن النبي صلى الله عليه وسلم قال: " يا معشر التجار: إن التجار يبعثون يوم القيامة فجارا إلا من اتقى الله وبر وصدق. " (أخرجه الترمذي وابن ماجه وابن حبان).

روي عن عمر بن الخطاب رضي الله عنه أنه كان يرسل إلى السوق من يتولى إخراج التاجر الذي لا يحسن معرفة الأحكام الشرعية للبيع والشراء منه.

روي عن الإمام مالك أنه كان يأمر الأمراء، فيجمعون التجار والسوقة، ويعرضونهم عليه، فإذا وجد أحدا منهم لا يفقه أحكام المعاملات، ولا يعرف الحلال من الحرام. أقامه من السوق وقال له: "تعلم أحكام البيع والشراء، ثم اجلس في السوق".

ومما سبق يمكن تعريف هيئة الرقابة الشرعية على أنها عبارة عن لجنة متكونة من مجموعة مختصين في الفقه الإسلامي، دورهم الأساسي يتمحور حول ضمان سلامة المعاملات التي تقوم بها البنوك الإسلامية، أو التي تعتزم القيام بها، أي أنها تعمل على تقليل المخالفات الشرعية إلى أدنى مستوى، مع تنظيمها لأنشطة (معاملات) البنك الإسلامي حسب الشريعة الإسلامية.

2.2-أنواع الرقابة الشرعية: يوجد نوعين من الرقابة المعروفة في البنوك الإسلامية الخاصة بالهيئة الشرعية:

1.2.2-رقابة قبلية: تشتمل على قيام الهيئة بمراجعة جميع العقود والاتفاقيات التي تعتزم البنوك الإسلامية القيام بها، وهي في حد ذاتها مرحلة من مراحل تجديد وتطوير المعاملات المصرفية. إذ أنه لا يمكن اعتماد أي عقد أو اتفاقية إلا بعد قبولها من طرف هيئة الرقابة الشرعية.

2.2.2-رقابة بعدية: تشتمل على عملية مراجعة جميع العقود والاتفاقيات والأنشطة الحالية للمصارف الإسلامية، وذلك بهدف التعرف على مدى سلامتها وعدم وجود للمخالفات الشرعية. علما أنه في عدة أحيان يعتمد على طريقة العينات. ومن خلالها يمكن تحقيق الثقة في المعاملات الحالية.

3.2-وظائف واختصاصات الهيئة الشرعية:

*مراجعة مدى سلامة القانون الأساسي للمصرف الإسلامي ومدى مطابقته لأحكام الشريعة.

*دراسة صيغ العقود والاتفاقيات من أجل تصحيح الأخطاء أو إلغاء المخالفات.

*مساعدة الإدارة التنفيذية على إعداد العقود النمطية والنماذج العملية.

*تقديم البدائل الشرعية للمنتجات المالية التقليدية المخالفة لأحكام الشريعة.

*الإجابة عن الأسئلة الواردة من إدارة المؤسسة.

*المساهمة في تنمية الوعي المصرفي الإسلامي للعاملين في المصرف.

*حل المنازعات بين المؤسسة المالية وبين الجهات الأخرى.

*تقديم تقرير سنوي شامل لمدى التزام المصرف الإسلامي بأحكام الشريعة الإسلامية.

الخاتمة:

في خلاصة البحث يظهر جليا الفرق الموجود بين عملية التطوير في البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية، حيث أن البنوك الإسلامية لها عملية غريبة ثانية بعد عملية غريبة الأفكار التابعة لعملية توليد الأفكار بهدف التأكد من مدى مشروعيتها، وأنه تكون مع الخدمات الحلال التي يتم تداولها في السوق من دون تلقي لردود فعل جماهيرية تنعكس سلبا على أداءها.

لكن بالرغم من هذه المميزات فيجب دائما التذكير بأن عملية التطوير في البنوك الإسلامية تستلزم مجموعة عناصر تؤخذ بعين الاعتبار منها:

* تعتبر عملية تقديم البديل الإسلامي للمعاملات المصرفية التقليدية الركيزة الأساسية لإيجاد المصارف الإسلامية، لدى استوجب عليه إنشاء هيئة تراقب مدى احترام هذا المبدأ.

* تعريف عمال المصرف على جميع قواعد المعاملات المصرفية، الناتج عن احتواء المصرف على جزء من العمال غير عارفين لهذه القواعد.

* تعقد صور العقود وتنوعها يتطلب إصدار أحكام فقهية خاصة بها غير موجودة في كتب الفقه القديمة، علما أن البنكيين غير مؤهلين للقيام بالاجتهاد الفقهي.

* تميز المعاملات المصرفية الإسلامية بالتغيير وعدم التكرار في كل حالة أو مشروع يموله البنك، مما يستدعي وجود اتصال دائم بين القائمين على النشاط وهيئة الرقابة الشرعية. *الاعتماد على التنسيق مع الهيئات الرسمية للفتوى من أجل تفادي الاختلاف، علما أن مسيري البنك ليس لهم وسيلة تساعد على التنسيق إلا الهيئة المختصة، المتمثلة في الهيئة الشرعية، التي تسهر على القيام بالرقابة الشرعية.

المراجع:

- (1) زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي: حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، أطروحة دكتوراه، 2004/2005، جامعة الجزائر، الجزائر.
- (2) عيشوش عبدو، تسويق الخدمات المصرفية في الجزائر - بنك البركة، رسالة ماجستير، 2008/2009، جامعة باتنة، الجزائر.
- (3) عبد الله إبراهيم عبد الله نزال، أثر الضوابط الشرعية في تطوير الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية الأردنية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، أطروحة دكتوراه، 2006.
- (4) ربحي مصطفى عليان، أسس التسويق المعاصر، دار صفاء، 2009، الاردن.
- (5) هاني حمود الضمور، تسويق الخدمات، 2008، دار وائل، الأردن.
- (6) Denis Lapert, **Le marketing des services**, Dunod, 2005, France.
- (7) عبد الله إبراهيم عبد الله نزال، أثر الضوابط الشرعية في تطوير الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية الأردنية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، أطروحة دكتوراه، 2006، ص 31-34.
- (8) السالوس، علي أحمد، 2002، موسوعة القضايا الفقهية المعاصرة والاقتصاد الإسلامي، قطر، دار الثقافة.
- (9) محمد سليمان الاشقر وآخرون، بحوث فقهية في قضايا اقتصادية معاصرة، دار النفائس، 1998، الاردن.
- (10) نزيه حماد، في فقه المعاملات المالية والصرفية المعاصرة، دار القلم، 2010، سوريا.
- (11) شهاب أحمد سعيد العزبي، إدارة البنوك الإسلامية، دار النفائس، 2012، الاردن.