

الابتكار المالي في البنوك الإسلامية:

واقع وأفاق

د/ عبد الحليم غربي
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،
جامعة سطيف، الجزائر

Abstract :

The financial industry has seen a revolution in the areas of financial innovations; which caused economic crises!

This paper aims to review the realities, challenges and strategies for financial innovation in Islamic banks.

It ends by the need to develop Islamic financial products; which are based on *Charia* credibility and economic efficiency, and away from the traditional emulation products.

ملخص:

شهدت الصناعة المالية ثورة في مجالات الابتكارات المالية؛ تسببت في حدوث أزمات اقتصادية!

هدفت هذه الورقة إلى استعراض واقع وتحديات وإستراتيجيات الابتكار المالي في البنوك الإسلامية.

وخلصت إلى ضرورة تطوير منتجات مالية إسلامية تتميز بالمصادقية الشرعية والكفاءة الاقتصادية، وتبتعد عن محاكاة المنتجات التقليدية.

تمهيد

إن ما يُميّز أيّ صناعة هو منتجاتها؛ لأن مزايا هذه المنتجات والحاجة إليها هي التي تُحدّد الطلب عليها؛ ومن ثم تُحدّد استدامة صناعتها. فصناعة الأواني النحاسية مثلاً بدأت تندثر بعد أن أصبحت تُستخدم للزينة غالباً، وبعدها أصبح النحاس يُستخدم في كثير من الصناعات المتطورة الأخرى؛ بل إن هناك صناعة نشأت من الأواني التي من الممكن أن تشتمل على النحاس كجزء من مكونات أخرى؛ مما أدى إلى اندثار صناعة الأواني النحاسية لصالح صناعات أخرى!

وقد تزايد الطلب على المنتجات المالية الإسلامية في ظل توجّه عالمي متنام نحو الاستثمار الأخلاقي المتوافق مع المعاملات الإسلامية التي تستبعد الربا والغرر والتعدي على أموال الناس، وتجتنب التعامل مع المنتجات الضارة بالمجتمع...

وإذا وُجد حالياً إقبال كبير على المنتجات الشرعية؛ فإن ذلك مصحوب بوعي العملاء الذين أصبحوا لا يُقبلون على أيّ منتج يقال إنه "إسلامي"؛ بل يسألون عن التفاصيل وكيفية موافقته للشريعة. ولهذا فإن التحديات المتعلقة بالمنافسة في البيئة المصرفية العالمية تفرض على البنوك الإسلامية ابتكار أوعية ادخارية وأساليب استثمارية متطورة تلبي الاحتياجات الأساسية للعملاء، مع مراعاة الجمع بين السلامة الشرعية والكفاءة الاقتصادية وإمكانية التطبيق.

ولمّا كان هناك عمر زمني لكل منتج ينتهي بمرحلة الحاجة إلى التجديد، والمجيء بفكرة جديدة تجعل لهذا المنتج بعداً جديداً وحاجة جديدة يُقبل عليها العملاء مرة أخرى؛

فقد قام فريق من الباحثين في المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب التابع للبنك الإسلامي للتنمية باستخراج أكثر من 1.300 صيغة فقهية من الكتب الشرعية؛ بحيث يمكن تطويرها إلى منتجات مالية إسلامية وفقاً للمفهوم الحديث.

إن الابتكار المالي *Financial Innovation* في البنوك الإسلامية يتطلب توافر إستراتيجيات تضبط هذه العملية؛ في ظل سوق تنافسية أصبحت تشتمل على متعاملين لديهم القدرة على التمييز بين المنتجات الأصيلة والمنتجات البديلة؛ وسوف يعمل "مركز المنتجات المالية الإسلامية" الذي أسس مؤخراً من قبل المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية على تحقيق ما يلي:

- تحسين جودة المنتجات المالية الإسلامية، وتنميطها وتسجيلها وإيجاد البيئة المناسبة لتحفيز البحوث والإبداع والتطوير للمؤسسات المالية الإسلامية والأفراد العاملين فيها؛

- إيجاد جو تنافسي بين الباحثين في هذا المجال، وتوجيههم نحو البحوث التي تهتم بابتكار وتطوير المنتجات المالية وتبتعد عن التقليد والإفراط في البحوث النظرية؛ وذلك من خلال نظام تسجيل وحماية يحفظ لهم حقوقهم؛

- نشر ثقافة التطوير داخل قطاع هذه الصناعة، تحسين القدرات الابتكارية وتسهيل تبادل الخبرات ودعم الجهود الفردية في هذا المجال، بالإضافة إلى المبادرة باستكشاف فرص التطوير وتصميم منتجات جديدة؛

- دراسة المنتجات القائمة، وتقويم نتائج وأثار تطبيقها واستخدامها على المستوى الفردي والكلي، ووضع معايير وآليات محدّدة لتصنيف هذه المنتجات وتسجيلها؛

- تنميط عقود المنتجات المالية وتقنينها بما يُحقّق المعيارية والشفافية والقبول العام لها إقليمياً ودولياً.

وتهدف هذه الورقة البحثية إلى معالجة المحاور التالية:

- أولاً: المواصفات النظرية للمنتجات والابتكارات المالية الإسلامية؛
 - ثانياً: واقع وتحديات تطوير المنتجات المالية الإسلامية؛
 - ثالثاً: الإستراتيجية المستقبلية للابتكار المالي في البنوك الإسلامية.
- وفي ختام هذه الورقة تم عرض عدد من المقترحات الهامة.

أولاً: المواصفات النظرية للمنتجات والابتكارات المالية الإسلامية

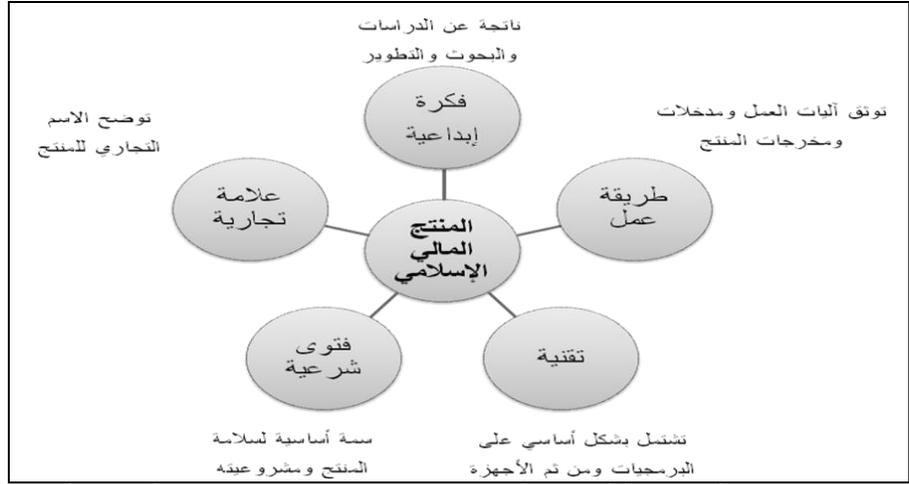
1- مفهوم المنتجات والابتكارات المالية الإسلامية

المنتجات المالية هي "الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية لعملائها، وهي في الحقيقة عقود معاوضة تهدف للربح بالنسبة للمؤسسة المالية، وتُقدم في المقابل خدمة، على شكل عين أو منفعة، للعملاء. لكن لكي تُحقّق المنتجات أهدافها فهي تتجاوز الجانب القانوني في التعاقد لتشمل التسويق ومتابعة العميل والتعرف على احتياجاته ومحاولة الموازنة بينها وبين حقوق المؤسسة ومصالحها. وبالنسبة للمؤسسات الإسلامية فإن المنتجات يجب أن تستوفي جانباً آخر هو الضوابط الشرعية"¹.

ويختلف المنتج المالي الإسلامي عن نظيره التقليدي من حيث اختلاف المعاملة وتركيبه المنتج واحتساب الربحية، فالثاني يعتمد على إفراض مبالغ مادية، أما الأول

فيرتكز على شراء أصل وبيعه للعميل. كما أن المنتج المالي الإسلامي يتميز بالإبداع ويحل الكثير من المشكلات وله طريقة عمل محددة، ويتم إخضاعه للتقنية من خلال الأجهزة والبرمجيات. والشكل التالي يوضح خصائص المنتج المالي الإسلامي.

شكل 1: خصائص المنتج المالي الإسلامي



المصدر: عز الدين حوجة، "المصرفية الإسلامية"، المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية والهيئة الإسلامية العالمية للاقتصاد والتمويل، 2007، ص: 64.

ويشير الابتكار المالي في الصناعة المالية الإسلامية إلى "مجموعة الأنشطة التي تتضمن عمليات التصميم، والتطوير، والتنفيذ لأدوات وآليات مالية مبتكرة، والصياغة لحلول إبداعية لمشاكل التمويل، كل ذلك في إطار موجهات الشرع الحنيف"²، وهو بذلك يتضمن العناصر التالية:

- ابتكار أدوات مالية جديدة، مثل: بطاقات الائتمان؛
- ابتكار آليات تمويلية جديدة من شأنها تخفيض التكاليف الإجرائية لأعمال قائمة، مثل: التبادل من خلال الشبكة العالمية والتجارة الإلكترونية؛
- ابتكار حلول جديدة للإدارة التمويلية، مثل: إدارة السيولة أو الديون، أو إعداد صيغ تمويلية لمشروعات معينة تلائم الظروف المحيطة بالمشروع؛
- أن تكون الابتكارات في الأدوات أو العمليات التمويلية موافقة للشريعة الإسلامية؛ بحيث تكون محل اتفاق قدر الإمكان.

والابتكار المقصود ليس مجرد الاختلاف عن السائد؛ بل لا بد أن يكون هذا الاختلاف متميزاً إلى درجة تحقيقه لمستوى أفضل من الكفاءة والمثالية. ولذا فلا بد أن تكون الأداة أو الآلية التمويلية المبتكرة تُحقق ما لا تستطيع الأدوات والآليات السائدة تحقيقه.

وتتميز الابتكارات المالية الإسلامية بمجموعة من الخصائص عن الابتكارات المالية التقليدية، فهي تجمع بين الكفاءة الاقتصادية والمصادقية الشرعية، وهما خاصيتان

متراپطان من جهة؛ وتضمنان استفادة جميع الأطراف من جهة أخرى، هذا في الوقت الذي تتسبب فيه الابتكارات المالية التقليدية التي لا تتقيد بأي قيد في حدوث الأزمات المالية من خلال انهيار البورصات وإفلاس الشركات!

2- مصادر المنتجات والابتكارات المالية الإسلامية

يُمثل التراث الفقهي الإسلامي مجالاً خصباً للمنتجات والأدوات المالية، وهو ما تحتاج إليه صناعة المال الإسلامي، ومن المتوقع أن تفتح تلك المصادر الفقهية فرصاً وأفاقاً أوسع أمام البنوك الإسلامية.

ويتبين لنا بشيء من التتبع أن "الشريعة الإسلامية تضمنت الأسس الضرورية لقيام الهندسة المالية. فهي قد شجعت على الابتكار وحثت عليه، وبيّنت الأسس التي يمكن أن من خلالها توجيه وترشيد عملية الابتكار المالي بما يُحقق المصالح المرجوة"³. ويمكن توضيح صور الابتكار المالي في التاريخ الإسلامي من خلال النصوص التالية:

جدول 1: صور من الابتكار المالي في ظل الحضارة الإسلامية

النص	ما يُستدل من ضوابط الابتكار المالي
<p>حديث النبي ﷺ: "من سنَّ في الإسلام سنة حسنة فله أجرها وأجر من عمل بها إلى يوم القيامة، لا ينقص ذلك من أجورهم شيئاً. ومن سنَّ في الإسلام سنة سيئة فعليه وزرها ووزر من عمل بها إلى يوم القيامة، لا ينقص من أوزارهم شيئاً" [رواه مسلم].</p>	<p>- الدعوة للابتكار وإيجاد الحلول للمشكلات المختلفة المالية وغير المالية طالما كانت في مصلحة المجتمع؛ - الدعوة للاجتهاد وضرورة مواصلته هي من الموجهات الإسلامية القيمة التي تدعو إلى التجديد باستمرار ضماناً لحسن الأداء، ومن ثم المنافسة بإيجابية في سوق الخدمات المالية وأيضاً في غيره من المسائل الحياتية للمجتمع؛ - التنبيه إلى خطورة الابتكار الضار غير المشروع، إذ يتحمل الشخص في هذه الحالة مثل أوزار من تبعه؛ - الإشارة إلى القاعدة الاقتصادية المعروفة: ارتباط العائد بالمخاطرة، فكلما كان العائد المحتمل أكبر؛ كانت الخسارة المحتملة أكبر. وكما أن فضل الابتكار النافع كبير؛ فكذلك وزر الابتكار الضار.</p>
<p>توجيه النبي ﷺ لبلال المازني ؓ عندما أراد أن يبادل التمر الجيد بالتمر الرديء، فقال له: "لا تفعل، بع الجمع بالدرهم واشتر بالدرهم جنياً" [متفق عليه].</p>	<p>- الإشارة لأهمية البحث عن حلول تلبي الحاجات الاقتصادية دون إخلال بالأحكام الشرعية؛ - لم تأت الشريعة الإسلامية بتفصيل هذه الحلول، وإنما جاءت بتفصيل ما لا يحل من المعاملات المالية. وهذا يتفق مع قاعدة أن الأصل في المعاملات الحِلّ والجواز إلا ما عارض نصاً أو حكماً شرعياً ثابتاً؛ - الشريعة الإسلامية لم تحصر دائرة الابتكار، بل بالعكس فقد ضيّقت دائرة الممنوع، وأبقت دائرة المشروع متاحة للجهد البشري في الابتكار والتجديد.</p>
<p>ما أجاب به الإمام محمد بن الحسن الشيباني حين سُئل عن مخرج للحالة التالية: إذا قال شخص لأخر: اشتر هذا العقار مثلاً- وأنا اشتريه منك وأربحك فيه، وخشي إن اشتراه ألا يشتريه منه من طلب الشراء. فقال الإمام: "المخرج أن يشتري العقار مع خيار الشرط له، ثم يعرضه على صاحبه، فإن لم يشتريه فسخ العقد ورد المبيع". فقيل للإمام الشيباني: أرايت إن رغب صاحبه - من طلب الشراء- في أن يكون له الخيار مدة معلومة؟ فأجاب: "المخرج أن يشتري مع خيار الشرط لمدة أكبر من مدة خيار صاحبه، فإن فسخ صاحبه العقد في مدة خياره استطاع هو الآخر أن يفسخ العقد فيما بقي من المدة الزائدة على خيار صاحبه".</p>	<p>- إن الحلول أو المخارج المشار إليها هي هندسة مالية بالمعنى الحديث للمصطلح وهي حلول مبتكرة للمشكلات المالية التي كانت تواجه الأفراد خلال تلك الفترة؛ بل وتستخدم هذه الحلول إلى يومنا هذا.</p>

المصدر: راجع: عبد الكريم قندوز، مرجع سابق، ص: 20-21؛ 28-29؛

سامي السويلم، "صناعة الهندسة المالية: نظرات في المنهج الإسلامي"، مرجع سابق، ص: 9؛ 11-12.

3- مشروع علمي للمنتجات والابتكارات المالية الإسلامية

منذ ثلاثة أعوام تقريباً؛ قام المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب التابع للبنك الإسلامي

للتنمية بتكليف فريق علمي متخصص تمكّن من استخراج 1.357 منتجاً مالياً من 14 مرجعاً فقهياً أصيلاً من المذاهب الأربعة، وقام خلاله بدراسة 71 مجلداً يحتوي على 35.000 صفحة⁴.

كشف المسح الأولي الذي قام به الباحثون المعنيون أن عدداً كبيراً من المنتجات والأدوات قد لا تكون بالدرجة من الأهمية نفسها، وهذا ما أدى إلى الحرص على الالتزام بالضوابط الموضوعية للمنتج المالي، واستخراج المنتجات من كل المصادر المتوافرة مع تجنّب التكرار، والإبقاء على المنتجات والأدوات التي تبدو الحاجة إليها أكبر نسبياً من غيرها؛ مما قلّص عدد المنتجات المالية من 3.000 إلى 1.357 منتجاً.

وقد وُضع للمشروع العلمي في البداية خطة عمل متكاملة من أجل الوصول بالمنتج إلى مراحلته النهائية، تبدأ باستخراج النص (المنتج) من المصدر، ثم الدراسة الفقهية، ثم التحليل الاقتصادي للمنتج، وأخيراً مطابقة المنتج للواقع ومدى الإفادة منه في الصناعة المالية الإسلامية. وهذه المراحل تتضمن عناصر استرشادية تُلخص محتوى المنتج والأداة المالية ومضمونها، وتتمثل فيما يلي:

- اختيار اسم المنتج المستخرج من المصادر المختارة، وتوضيحه وبيانه بجملة مركزة مفيدة تكشف عن مضمون المنتج؛

- بيان حكم المنتج الوارد في المصدر ومقارنته بما ورد في المدارس الفقهية الأخرى؛

- ذكر التعليل للحكم، والهدف الاقتصادي من المنتج، والعقود الداخلة في المنتج، والمنتجات الأخرى ذات الصلة.

غير أن هناك عدداً من العوامل عجلت بإظهار المشروع في شكله الحالي قبل الانتهاء من جميع مراحلته وفق التصور السابق، ومن هذه العوامل ما يلي:

- التخوف من تقادم المشروع بمرور وقت طويل عليه؛

- ضيق الوقت الذي لازم فريق العمل؛ حيث تطلّب منه المشروع العمل بشكل مستمر لمدة عامين كاملين؛

- فتح المجال أمام الباحثين والمهتمين بالمنتجات المالية الإسلامية للإسهام في المشروع، والاستفادة من ملاحظاتهم بهدف تطوير المشروع وتجنّب ما قد يقع فيه من قصور.

وإذا كان هذا المشروع بصورته الراهنة لا يقدم منتجات جاهزة للصناعة المالية الإسلامية؛ فإن قيمته العلمية تكمن في كونه:

أ. الأول تاريخياً الذي اهتم بتتبّع المسائل الخاصة بالمعاملات المالية من المصادر الفقهية المختلفة واستخراج ما تتضمنه من المنتجات والعقود المالية؛ فهو يُعتبر مصنفاً جديداً في مصنفات الفقه الإسلامي والتاريخ الاقتصادي للحضارة الإسلامية؛ وذلك لما يُوفّره من نماذج عملية من التاريخ والفقه الإسلامي بحيث يسهل الأخذ منه والتطبيق؛

ب. يُعدّ مصدراً ومرجعاً يساعد الباحثين والمختصين وإدارات الهندسة المالية في البنوك الإسلامية على تطوير منتجات وأدوات مالية تفيد الصناعة وتُحقّق الأهداف المنشودة وتراعي مقاصد الشريعة الإسلامية في أدوات التمويل الإسلامي؛

ج. يوفّر خلفية ثرية لبناء وتطوير منتجات جديدة تواكب التجدد والتطور الحاصل

في هذه الصناعة مع احتفاظه بأصوله وأسسها؛

د. يأتي هذا المشروع في الوقت الذي يدعو فيه الكثيرون بضرورة مواكبة الاقتصاد والتمويل الإسلامي للتطور الكبير الذي حدث فيه، فقد فرض تحوّل الاقتصاد الإسلامي من مرحلة التأسيس إلى مرحلة التطبيق والانتشار والمنافسة، ضرورة الاستمرار في بناء منتجات جديدة توفّر للبنوك الإسلامية القدرة على النمو مع المحافظة على هويتها وشخصيتها المستقلة.

وقد تُطرح مسألة التحديد العلمي والمصطلحي لعبارة "المنتجات المالية" وكذلك "الأدوات المالية"؛ وذلك لغموضهما، وقد استقرّ هذا المشروع على اعتبار أن المنتج المالي أو الأداة المالية "تصرّف اختياري لحل مشكلة محدّدة أو الوصول إلى هدف معين بوسيلة مالية قد يقتصر على عقد واحد أو يتضمن عدة عقود، إضافة لاشتماله أنواع التصرفات المختلفة".

ثانياً: واقع وتحديات تطوير المنتجات المالية الإسلامية

1- واقع تطوير المنتجات المالية الإسلامية:

بالرغم من أهمية المنتجات المالية الإسلامية في الاقتصاد؛ إلا أن مقدار الاهتمام بدراساتها والعناية بتطويرها وتحقيق أهدافها لا يتناسب مطلقاً مع تلك الأهمية؛ وذلك للاعتبارات التالية:⁵

أ. **مخصصات التطوير:** حجم الإنفاق المخصص للبحث والتطوير للمنتجات المالية الإسلامية لدى البنوك الإسلامية يكاد يكون معدوماً؛ مقارنة بربحية هذه المؤسسات وأدائها المالي؛

ب. **التنظيم الإداري:** عدد قليل من البنوك الإسلامية التي تنشئ إدارات متخصصة في تطوير المنتجات المالية الإسلامية، وتوزّع هذه المهمة في الغالب بين الهيئات الشرعية وإدارة التسويق والإدارات المختلفة للبنك؛

ج. **الأهمية الاستراتيجية:** هناك غياب واضح لتطوير المنتجات في الخطط الاستراتيجية والرؤية التي تحكم مسيرة البنوك الإسلامية؛

د. **الواقع العملي:** تُقدّم البنوك الإسلامية الكثير من المنتجات باستمرار!

2- تحديات تطوير المنتجات المالية الإسلامية:

على الرغم من تزايد الطلب محلياً وإقليمياً ودولياً على المنتجات المالية الإسلامية؛ فإنه لم يرافق ذلك تطور متكافئ على مستوى العرض، وهذا ما أحدث خللاً بين الطلب وعرض المنتجات التمويلية والاستثمارية التي بقيت محصورة في منتجات شبه تقليدية لا تلبي الاحتياجات الحقيقية للعملاء، إن لم تُشكّل أحياناً عوائق أمام المتعاملين من حيث تعقيدها وكثرة إجراءاتها وارتفاع تكلفتها.

تعاني الصناعة المالية الإسلامية من الاعتماد المبالغ فيه على هيكلية المنتجات المالية التقليدية هيكلية شرعية من أجل تطبيقها في المؤسسات المالية الإسلامية. وإذا أُعْتُبرت هذه الممارسات مقبولة في بداية انطلاق الصناعة التي كانت تسعى إلى إثبات ذاتها كجزء من المنظومة المالية العالمية؛ فمن غير المقبول الآن أن نجد البنوك الإسلامية تبالغ في الهيكلية الشرعية للمنتجات المالية التقليدية.

إن التطور الذي تشهده الصناعة المالية من شأنه أن يضاعف من متطلبات الابتكار المالي حتى وإن تميّز المحيط العام بنوع من الاستقرار النسبي من حين لآخر. ولذلك فإن الصناعة المالية الإسلامية مطالبة بإيجاد بدائل شرعية للمنتجات المالية التي لا تتسجم مع الضوابط الشرعية، كالمشتقات وعمليات التوريق *securitization*، إلى جانب ضرورة توحيد المعايير المحاسبية والعقود المالية التي تتعامل بها معظم المؤسسات المالية الإسلامية. وهذا ما يُمثل أبرز الآثار للعولمة المالية على البنوك الإسلامية⁶. ولعل من أبرز التحديات القائمة على مستوى الخدمات والمنتجات في البنوك الإسلامية ما يلي⁷:

أ. توجيه معظم العمليات المصرفية نحو التمويل المحدّد العائد (البيوع والإجارات)، وليس الاستثمار القائم على المشاركة في الربح والخسارة؛ الأمر الذي يؤدي إلى عدم تحقيق الأهداف التنموية؛

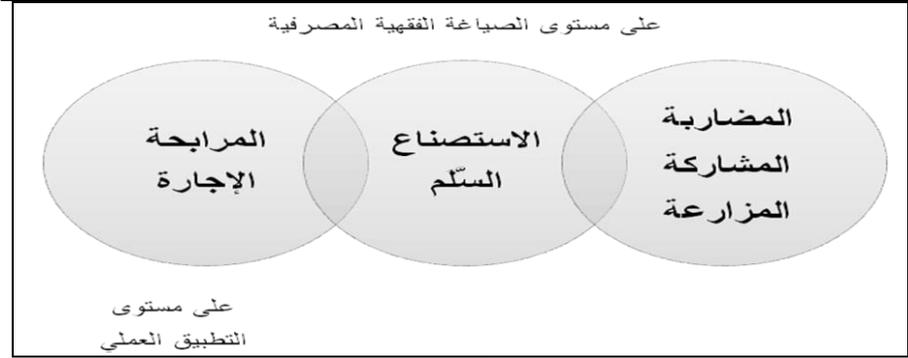
ب. الاختلاف بين البنوك الإسلامية في استخدام المنتج الواحد (العقود، النماذج، الإجراءات، آليات التنفيذ، الضوابط، الشفافية والتوثيق الكامل لهذه المنتجات)؛ الأمر الذي يؤدي إلى عدم فهم المتعاملين للصناعة المالية الإسلامية؛

ج. عدم توافر بيئة مناسبة لاستحداث منتجات جديدة مشتقة أو مبتكرة، والاقتصر على عدد محدود من المنتجات أو ابتكار منتجات شاذة تخالف الإجماع؛ الأمر الذي يؤدي إلى التسرع في طرح المنتجات دون وجود مرجعية للصناعة تقوم بضبط عملية التطوير وحمايتها وتوجيهها وإدارتها بالشكل الذي يبتعد بها عن الانفرادية؛

د. محاكاة البنوك التقليدية في تحديد تكلفة عمليات التمويل وذلك بالاسترشاد بمؤشر سعر الفائدة؛ الأمر الذي يؤدي إلى تنامي عدم ثقة العملاء وفقدان البنوك الإسلامية لأيّ تميّز أو استقلالية، ويطرح أهمية إيجاد مؤشر ربحية بديل عن سعر الفائدة لقياس عائد عمليات التمويل؛

هـ. البنوك الإسلامية مطالبة أكثر من أيّ وقت مضى على رفع التحدي والاستجابة لرغبات العملاء بتطوير منتجات مصرفية ومالية بديلة لحزمة المشتقات التي أفرزتها العولمة المالية. ولما كان التطور لا يعرف التوقف وحاجات الإنسان تتجدّد؛ فإن البحث عن البدائل يُشكّل لبّ التحدي الذي تواجهه الصناعة المالية الإسلامية⁸.

شكل2: المنتجات المالية الإسلامية بين النظرية والتطبيق



المصدر: عز الدين خوجة، مرجع سابق، ص: 61.

3- مشكلات تطوير المنتجات المالية الإسلامية:

نظّمت الهيئة الإسلامية العالمية للاقتصاد والتمويل بالتعاون مع المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية عام 2007 حلقة نقاش بأسلوب العصف الذهني حول: "تطوير المنتجات المالية الإسلامية" بمشاركة مجموعة من مديري التطوير للبنوك والخبراء الشرعيين والاقتصاديين والمهتمين؛ حيث تمت مناقشة الممارسات المتبعة في تطوير المنتجات المالية الإسلامية، وآليات تطوير المنتجات وتحسينها من الناحية الشرعية والفنية عبر مراحل عملية تطوير المنتج التالية:

أ. **ثقافة المؤسسة:** الكيفية التي تنظر فيها المؤسسة ككل إلى عملية تطوير المنتجات، والكيفية التي تتعامل فيها مع تلك العملية في ضوء الثقافة التي تغرسها في نفوس موظفيها وتسعى إلى تعميمها بينهم.

جدول 2: المشكلات القائمة أمام تطوير المنتجات المالية الإسلامية المتعلقة بثقافة المؤسسة

مشكلات التطوير	المشكلات الشرعية-الفنية
----------------	-------------------------

<ul style="list-style-type: none"> • ضعف القناعة الشرعية بالحلول الاقتصادية الإسلامية؛ • عدم وجود لجنة عليا تشمل على أشخاص شرعيين ولها صلاحيات في التطوير؛ • ضعف استشعار هم الاقتصاد الإسلامي من جميع أعضاء البنك؛ • ضعف التأهيل الفني للشرعيين وضعف التأهيل الشرعي للموظفين؛ • ضعف التطوير للمنتجات الأصلية؛ • استيراد المنتجات الإسلامية من هيئات تقليدية؛ • تهميش الدور الشرعي في المنتجات الجديدة؛ • الجهل بآراء الشريعة بالمنتجات المالية المناسبة للتطوير؛ • ضعف استقلالية الهيئات الشرعية. 	<ul style="list-style-type: none"> • عدم تطوير الموارد البشرية للمواءمة مع تطوير المنتجات؛ • عدم التركيز على الإبداع والتطوير والتحفيز له والاهتمام به من الإدارات العليا؛ • عدم كفاية الموازنات والمخصصات المالية للبحوث والتطوير؛ • عدم وجود ملكة الابتكار والريادة بسبب عدم وجود حماية المنتج وبسبب طبيعة التعليم والمجتمع العربي؛ • قصور النظر في البنوك وحصر الرؤية في الربح السريع؛ • قصور في إيجاد إدارات التطوير في المؤسسات المالية؛ • قصور في الهيكلية الإدارية ومرورها وانسجامها مع الإدارات الأخرى للمواءمة مع عمليات التطوير؛ • عدم وجود رؤية واضحة وخطط عمل ناضجة لعمليات وإدارات التطوير؛ • وجود خلط بين تطوير المنتج وإدارة تطوير المنتج وعدم وضوح في المفاهيم والاختصاصات؛ • غياب القناعة بجهود أفراد البنك والميول إلى التقليد والمنافسة مع ارتفاع تكاليفها؛ • لا يوجد أنماط معيارية للتطوير؛ • ضعف ثقافة المنظمة المتعلمة وهي انسياب المعلومات وتدققها في كافة الاتجاهات في الهيكل التنظيمي للبنك وتوظيفها.
--	--

المصدر: راجع: تقرير حول جلسة العصف الذهني، "تطوير المنتجات المالية الإسلامية"، المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية والهيئة العالمية للاقتصاد والتمويل، 2007، ص: 4-5؛ 7.

ب. تحديد احتياجات العملاء: الكيفية التي يتم فيها التواصل مع العملاء الحاليين والمستهدفين من أجل تلمس احتياجاتهم؛ تمهيداً لتلبية تلك الاحتياجات من خلال منتجات مالية إسلامية جديدة.

جدول 3: المشكلات القائمة أمام تطوير المنتجات المالية الإسلامية المتعلقة بتحديد احتياجات

العملاء

مشكلات التطوير	المشكلات الشرعية-الفنية
----------------	-------------------------

<ul style="list-style-type: none"> • ضعف التنقيف الشرعي للعملاء؛ • ضعف تمكين العميل من الإطلاع على تفاصيل الفتوى الشرعية؛ • عدم وجود بحث للاحتياجات الشرعية للعملاء، وتلّمس مواطن القلق لديهم؛ • ضعف وجود الشرعيين في عمليات بحوث السوق؛ • عدم الأمانة في نقل المعلومة للعميل؛ • لا توجد منهجيات بحثية سليمة لمعرفة احتياجات السوق؛ • ضعف إطلاع الشرعيين على نتائج بحوث السوق. 	<ul style="list-style-type: none"> • عدم وجود بحوث لتحديد احتياجات العملاء؛ • الاهتمام فقط بمجموعات التركيز عند إجراء البحوث؛ • الانعكاس في ابتكار المنتجات فهي تبدأ من الأعلى ولا تبدأ من احتياجات العملاء وتبدأ من الغير تقليداً ولا تبدأ من الذات ابتكاراً؛ • غياب المسح الاجتماعي مع العملاء؛ • ضعف التواصل مع العملاء لمعرفة احتياجاتهم؛ • لا توجد أنماط معيارية للتطوير؛ • عدم مراعاة مقاصد الشريعة عند تطوير المنتجات المالية الإسلامية؛ • عدم المبالاة بالعمل نتيجة الاحتكار؛ • طلبات العملاء المالية المحضة تجبر البنوك الإسلامية على محاكاة البنوك التقليدية؛ • ضعف ثقافة العميل في العمل المالي الإسلامي؛ • استغلال احتياجات العميل استغلالاً غير جيد؛ • عدم التفريق بين حاجات العملاء ورضاء العملاء؛ • عدم توثيق عمليات تحديد الاحتياجات للمنتجات.
---	---

المصدر: راجع: تقرير حول جلسة العصف الذهني، مرجع سابق، ص: 5؛ 7-8.

ج. إستراتيجية المنتج: الكيفية التي يتم فيها إحداث التفاعل بين معطيات البيئة الخارجية (التنظيمية والتشريعية والسوقية) التي تعمل فيها المؤسسة مع معطيات بيئتها الداخلية، في ضوء الرؤية الواضحة لما تقتضيه عملية التطوير واحتياجات السوق والمقاصد الشرعية.

جدول 4: المشكلات القائمة أمام تطوير المنتجات المالية الإسلامية المتعلقة بإستراتيجية المنتج

مشكلات التطوير	المشكلات الشرعية-الفنية
<ul style="list-style-type: none"> • محاكاة المنتجات التقليدية؛ • عدم وضوح القوانين المتعلقة بالمنتجات، وعدم وجود مرجعية تضبط ذلك؛ • عدم وضوح الرؤية المستقبلية للمنتج؛ 	<ul style="list-style-type: none"> • نقص الكم والنوع في الكفاءات البشرية الشرعية؛ • التركيز على السلامة الصورية للمنتج وعدم الاهتمام بالسلامة الحقيقية والمقاصدية؛ • عدم ترتيب المنتجات حسب السلامة الشرعية؛

<ul style="list-style-type: none"> ● غياب المرحلة في تصميم منتجات مالية؛ ● كثرة العقبات التي تواجه المنتج الشرعي السليم داخل البنك وخارجها؛ ● ضعف الالتزام بالمعايير الشرعية والمهنية؛ ● عدم مراعاة قرارات الاجتهاد الجماعي في المآجع الفقهية؛ ● ضعف التخطيط الإستراتيجي والرؤية المستقبلية من قبل الهيئات الشرعية للصناعة والبنك؛ ● ضعف ممارسة الهيئة لدورها في إيقاف المنتج المخالف بعد إطلاقه. 	<ul style="list-style-type: none"> ● لا يوجد تصور إستراتيجي لمحفظة منتجات البنك؛ ● عدم وجود التوازن بين منتجات البنك؛ ● غلبة تحقيق الأهداف قصيرة الأجل على الأهداف البعيدة والمقاصد الكلية؛ ● البيئة العامة التنظيمية لا تخدم تطوير المنتجات؛ ● عدم استشراف المستقبل في بناء محفظة المنتجات؛ ● توقيت طرح المنتج بما يتعارض مع المنتجات الأخرى.
---	--

المصدر: راجع: تقرير حول جلسة العصف الذهني، مرجع سابق، ص: 5-6؛ 8.

د. توليد أفكار المنتجات واختيار أفضلها: الأساليب والطرائق والوسائل التي يتم استخدامها في توليد الأفكار حول المنتجات المالية الجديدة؛ ومن ثم انتقاء أفضلها لتطويرها إلى منتجات حقيقية.

جدول 5: المشكلات القائمة أمام تطوير المنتجات المالية الإسلامية المتعلقة بتوليد أفكار المنتجات واختيار أفضلها

مشكلات التطوير	المشكلات الشرعية-الفنية
<ul style="list-style-type: none"> ● الانشغال بالأعمال اليومية عن التطوير؛ ● غياب آلية توليد الأفكار وأدوات التفكير الإبداعي؛ ● ضعف توظيف الطاقات الخارجية والجديدة في تطوير المنتجات؛ ● عدم وجود مسوحات دورية أو استبيانات تحصر احتياجات العملاء للاستفادة منها في عملية التطوير؛ ● عدم وجود مسوحات دورية لمعرفة أفكار وارتباطات موظفي المؤسسة؛ ● ضعف وجود البيئة الإبداعية والابتكارية للتطوير؛ ● ضعف ثقافة المنظمة المتعلمة وهي انسياب المعلومات وتوظيفها؛ ● ضعف الشجاعة الأدبية والريادة؛ ● ظاهرة الخوف من الفشل في المؤسسات المالية الإسلامية. 	<ul style="list-style-type: none"> ● تهميش دور الهيئات الشرعية في توليد المنتجات المالية؛ ● ضعف مشاركة الشرعيين في تطوير المنتجات المالية؛ ● نقص البيئة المتكاملة للمنظومة الشرعية.

المصدر: راجع: تقرير حول جلسة العصف الذهني، مرجع سابق، ص: 6؛ 8.

ه. تصميم المنتج: الكيفية التي يتم فيها تصميم الفكرة التي تم التوافق عليها وتطويرها إلى مستوى أعلى من النضوج، والكيفية التي يتم فيها تحديد تفاصيل المنتج والمواد المستخدمة في تصميمه وإجراءات وسياسات تنفيذه وسماته القانونية والشرعية والتكنولوجية.

جدول 6: المشكلات القائمة أمام تطوير المنتجات المالية الإسلامية المتعلقة بتصميم المنتج

مشكلات التطوير	المشكلات الشرعية-الفنية
<ul style="list-style-type: none"> ● التنازع بين الهيئات في تصميم المنتج (الفنية- الشرعية)؛ ● نقص وجود الأدلة الإجرائية لعملية تصميم المنتج 	<ul style="list-style-type: none"> ● إشراك المختصين الشرعيين في مراحل متأخرة من عملية التصميم؛ ● عدم وضوح الآلية في إشراك الهيئات الشرعية

<ul style="list-style-type: none"> • أو اضطرابها؛ • نقص الكفاءات الشرعية المساندة لعملية تطوير المنتج؛ • عدم وجود متخصص شرعي ضمن فريق التطوير يتبع إدارياً وفنياً لإدارة التطوير؛ • التركيز على النواحي الإجرائية أكثر من النواحي المقاصدية والاقتصادية. 	<ul style="list-style-type: none"> • في أكثر المؤسسات المالية الإسلامية؛ • عدم الالتزام الكامل بالأدلة الإجرائية - إن وُجدت-؛ • البطء أو الاستعجال في تصميم المنتج؛ • العجز عن تصميم المنتج تقنياً أو ارتفاع تكلفته التقنية؛ • عدم إمكانية استيعاب الموارد التقنية في البنك لتصميم المنتج؛ • ضعف التنسيق بين الهيئات الفنية والهيئات الشرعية؛ • ضعف الدراسات الشرعية في المؤسسات المالية الإسلامية؛ • ضعف ترجمة الوثائق الأجنبية التي تُستخدم في تصميم المنتج.
--	--

المصدر: راجع: تقرير حول جلسة العصف الذهني، مرجع سابق، ص: 6-8.

و. **إطلاق المنتج:** الكيفية التي يتم فيها إطلاق المنتج في السوق، والتحضيرات اللازمة قبيل هذه العملية من إجراءات تسويقية وترويجية واختبارات أولية على المنتج.

جدول 7: المشكلات القائمة أمام تطوير المنتجات المالية الإسلامية المتعلقة بإطلاق المنتج

مشكلات التطوير	المشكلات الشرعية-الفنية
<ul style="list-style-type: none"> • ضعف اختبار النموذج الأولي للمنتج؛ • عدم تعريف الجمهور والموظفين بالجوانب الشرعية والفنية للمنتج؛ • لا يوجد التدريب الكافي لتطبيق المنتجات الجديدة؛ • ضعف المهارات التسويقية لدى الموظفين للمنتج؛ • غلبة تحقيق الهدف التسويقي على المعايير والضوابط الشرعية؛ • ضعف التغذية الراجعة للمنتج؛ • عدم التخطيط السليم لإطلاق المنتج. 	<ul style="list-style-type: none"> • سوء استخدام إجازة الهيئة للمنتج في النواحي التسويقية؛ • نقص تمكين العميل من الإطلاع على تفاصيل الفتوى الشرعية؛ • تحييد الهيئات الشرعية في النواحي التسويقية بعد إطلاق المنتج، لاسيما تدقيق المواد التسويقية والمواد الدعائية؛ • ضعف الرقابة الشرعية الداخلية والخارجية على تطبيق المنتج؛ • ضعف التدريب الشرعي على تطبيق المنتج بعد إطلاقه؛ • ضعف توعية العملاء بالمنتج بعد إطلاقه؛

• ضعف ممارسة الهيئة الشرعية لحقها في إيقاف المنتج والتحذير منه إعلامياً في حالة وجود إشكالات شرعية عليه.

المصدر: راجع: تقرير حول جلسة العصف الذهني، مرجع سابق، ص: 7-9.

ثالثاً: الإستراتيجية المستقبلية للابتكار المالي في البنوك الإسلامية

1- مناهج الابتكار المالي في البنوك الإسلامية:

إذا كان الابتكار المالي يُعتبر من أهم المجالات التي تهتم بها الإدارات المصرفية الناجحة⁹؛ باعتباره يجعل البنك متواجداً بشكل فعال في السوق المصرفية؛ فإن الأهم من ذلك أن تكون لدى البنوك الإسلامية إستراتيجيات واضحة وهادفة تضبط عملية الابتكار المالي وتُجنّبها التناقض بين الأهداف النظرية والتطبيق العملي. ويمكن أن يكون للابتكار المالي عدة مداخل، وهي تتعدّد تبعاً للطرق الممكن استخدامها من قبل البنوك الإسلامية؛ لكنها في الغالب لا تخرج عن أحد المنهجين التاليين:¹⁰

أ. **منهج المحاكاة للمنتجات التقليدية:** هو الأسلوب الأكثر ممارسة في واقع الصناعة المالية الإسلامية اليوم، ويعني أن يتم سلفاً تحديد النتيجة المطلوبة من المنتج المالي الإسلامي، وهي عادة النتيجة نفسها التي يُحقّقها المنتج التقليدي. ودون الأخذ في الاعتبار الحكم الشرعي لهذه المنتجات التي أثارت الكثير من الجدل وصدر بشأنها قرارات مَجْمَعِيّة؛ فإن هذا المنهج قائم على المحاكاة والتقليد للمنتجات المالية التقليدية. وإذا كان من أبرز مزاياه السهولة والسرعة في تطوير المنتجات؛ حيث لا تتطلب الكثير من الجهد والوقت في البحث والتطوير؛ بل مجرد متابعة المنتجات الراجعة في السوق وتقليدها من خلال توسيط السلع؛ فإن سلبياته كثيرة منها:

- تصبح الضوابط الشرعية مجرد قيود شكلية لا حقيقة لها ولا قيمة اقتصادية من ورائها، وهذا ما يُضعف قناعة العملاء بالمنتجات المالية الإسلامية، ويجعلها محل شك وريبة؛ بل ستصبح تلك الضوابط عبئاً وعائقاً أمام البنوك الإسلامية، إذ هي لا تُحقّق أيّ قيمة مضافة؛ بل مجرد تكلفة إضافية. ومن الطبيعي في هذه الحالة أن تُحمّل البنوك الإسلامية هذه التكلفة على العميل، لتكون المنتجات المالية الإسلامية المقفّدة في النهاية أكثر كلفة من المنتجات التقليدية، مع أنها تُحقّق النتيجة نفسها؛

- لما كانت المنتجات التقليدية تناسب الصناعة المالية التقليدية وتحاول معالجة مشكلاتها وأزماتها؛ فإن محاكاة هذه المنتجات تستلزم التعرض للمشكلات نفسها، وهذا بدوره يستلزم محاكاة المزيد من المنتجات التقليدية بحيث تصبح الصناعة المالية الإسلامية في النهاية تعاني من ذات المشكلات والأزمات التي تعاني منها الصناعة التقليدية؛

- المنتج التقليدي هو جزء من منظومة متكاملة من الأدوات والمنتجات القائمة على فلسفة ورؤية محدّدة، ومحاولة تقليد جوهر هذه المنظومة وأساسها، يقود الصناعة المالية الإسلامية لمحاكاة سائر أدوات المنظومة وعناصرها، وهو ما يجعلها مهدّدة بأن تفقد شخصيتها وتصبح تابعة بالجملة للصناعة التقليدية. وبذلك فإن كل المشكلات والأزمات التي تعاني منها الصناعة التقليدية ستنتقل بدورها إلى الصناعة الإسلامية.

وبدلاً من أن يكون التمويل الإسلامي هو الحلّ للأزمات المالية التي يعاني منها العالم اليوم، سوف يصبح مجرد صدى وانعكاس لهذه الأزمات!

- لا يعني ما سبق أن جميع المنتجات التي تُقدّمها الصناعة المالية التقليدية غير مناسبة للتمويل الإسلامي؛ ولكن ينبغي التمييز بين اقتباس ما يتلاءم مع فلسفة التمويل الإسلامي ومبادئه، ومحاكاة الأساس الذي تقوم عليه المنظومة التقليدية.

ب. منهج الأصالة والابتكار لتطوير المنتجات الإسلامية: هو البحث عن الاحتياجات الفعلية للعملاء والعمل على تصميم المنتجات المناسبة لها؛ الأمر الذي يتطلب ما يلي:

- دراسة مستمرة لاحتياجات العملاء والعمل على تطوير الأساليب التقنية والفنية اللازمة لها؛ وذلك لضمان الكفاءة الاقتصادية للمنتجات المالية الإسلامية؛
- وضع أسس واضحة لصناعة هندسة مالية إسلامية مستقلة عن الهندسة المالية التقليدية؛

- المحافظة على أصالة الصناعة المالية الإسلامية، والسماح لها بالاستفادة من منتجات الصناعة المالية التقليدية، مادامت تفي بمتطلبات المصادقية الشرعية؛
- يؤدي إلى استكمال المنظومة المعرفية للاقتصاد الإسلامي ومواكبته للتطورات الحاصلة في العلوم المالية؛

- لا شك أن هذا المنهج أكثر كلفة من التقليد والمحاكاة؛ لكنه في المقابل أكثر جدوى وأكثر إنتاجية (التكلفة تكون غالباً مرتفعة في بداية تطبيق المنتج، ثم بعد ذلك تنخفض)؛ لذلك ينبغي وضع الخطط الجادة التي تُحدد مسار الصناعة المالية الإسلامية بعيداً عن منهج التقليد والمحاكاة إلى منهج الأصالة والابتكار، ثم يتم تطبيق هذه الخطة تدريجياً؛ بحيث يتم تخصيص نسبة 5% مثلاً من الميزانية السنوية للبنوك الإسلامية لتطوير المنتجات الجديدة، على أن يتم مراجعة النتائج وتقييم الأداء دورياً.

2- إستراتيجيات الابتكار المالي في البنوك الإسلامية:

نستعرض فيما يلي بعض الإستراتيجيات الهامة التي ينبغي على البنوك الإسلامية الاهتمام بها في عملية الابتكار المالي¹¹:

أ. **إستراتيجية الخروج من الخلاف الفقهي:** هناك من يرى بأن تطوير المنتجات والابتكارات المالية الإسلامية يستند إلى خلاف الفقهاء، كما أنه في الوقت نفسه تُعتبر المشكلة التي تواجه البنوك الإسلامية هي عدم اتفاق علماء الشريعة على فتاوى المنتجات الإسلامية. وإذا كان الخلاف الفقهي يُعتبر إحدى الظواهر الإيجابية في الفقه الإسلامي؛ فإن من أهم الإستراتيجيات لدى البنوك الإسلامية بخصوص الابتكارات والمنتجات المالية التي تطرحها للعملاء أن تكون وفقاً للقرارات المجمعية العالمية؛ لأن الاجتهاد الجماعي والتنسيق بين الفقهاء هو الهدف الإستراتيجي للفتاوى المستجدة؛ حتى يتم توسيع قاعدة العملاء لدى البنوك الإسلامية وتوفير جهودها في الردّ على المخالفين إلى جهود الحلول والبدائل المالية المبتكرة؛

ب. **إستراتيجية التميز في الكفاءة الاقتصادية:** لا يكفي أن يكون للابتكارات المالية التي تقوم بها البنوك الإسلامية تكييف فقهي معيّن؛ بل يجب أن تكون ذات كفاءة اقتصادية عالية مقارنة بالمبتكرات المالية التقليدية؛ لأن المنافسة وعدم وجود فوارق

جوهرية بين المنتجات المالية التي تطرحها المؤسسات المالية بشكل عام تجعل الطلب على هذه المنتجات مرناً جداً؛ أي أن هذه المنتجات النمطية تتسم بمخاطر السوق العالية لحساسيتها لأيّ تغير في السوق، وكذلك يجب على الابتكارات المالية في البنوك الإسلامية أن تتجنب المساعدة في زيادة الآثار الاقتصادية السلبية مثل: التضخم والبطالة وسوء توزيع الثروة؛

ج. **إستراتيجية الاتفاق مع السياسات والتشريعات الحكومية:** تهدف السياسات والتشريعات الحكومية إلى تحقيق هدفين رئيسين هما:

- **الأول:** تحقيق مصلحة الفرد والمجتمع في شتى مجالات الحياة؛

- **الثاني:** جعل مصلحة المجتمع متطابقة مع مصلحة الفرد.

بناءً على ذلك؛ فإنه يجب على البنوك الإسلامية عند إعدادها للمبتكرات المالية التأكد من أنها لن تخرج عن إطار هذين الهدفين؛ لأن تحقيق المصلحة الفردية دون الأخذ في الاعتبار أثرها على المجتمع هو بحدّ ذاته تخطيط غير سليم ومضر؛

د. **إستراتيجية التميز في خدمة المجتمع:** يتكون الاقتصاد الإسلامي من قطاعين رئيسين: قطاع نفعي، وقطاع خيري يهدف إلى تعظيم المنفعة الأخروية؛ لذلك يجب على البنوك الإسلامية طرح مبتكرات مالية تلبّي هذه الحاجة، من خلال الاستفادة من الأفكار الواردة في مباحث الزكاة والوقف والصدقات في المصادر الفقهية وتطبيقها على الواقع، مثل: إدارة صناديق الزكاة والنظارة على الوقف؛ وبذلك تكون البنوك الإسلامية متميزة في خدمة المجتمع في هذا الجانب لأن فيه تلبية لحاجاته الروحية.

3- مستقبل الابتكار المالي في البنوك الإسلامية:

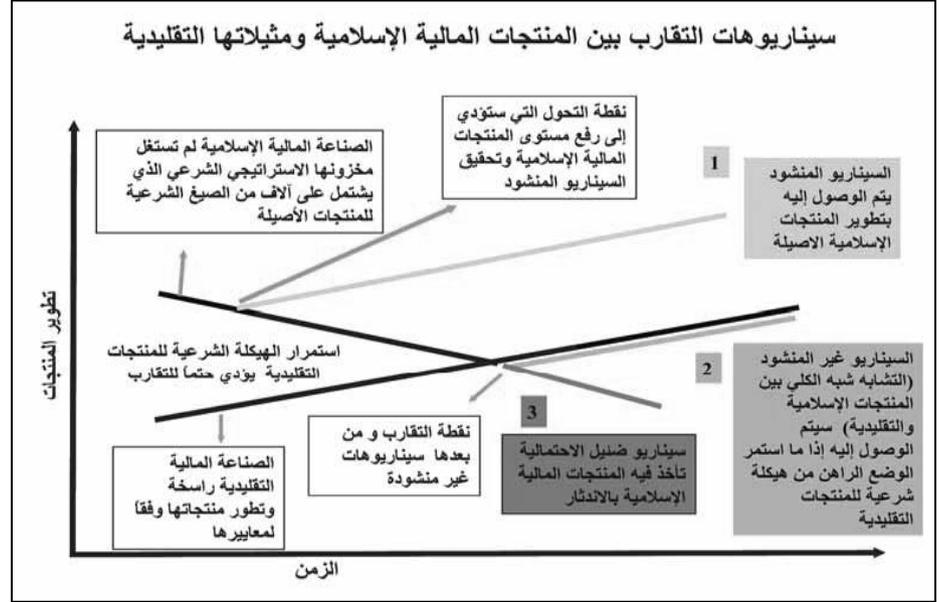
إذا ما بقي الحال على ما هو عليه من عمليات الهيكلية الشرعية لمنتجات تقليدية؛ فإن مستوى المنتجات المالية الإسلامية (بحكم أنها شرعية) سينحدر ليصل إلى نقطة يتقارب فيها مع مستوى الخدمات التقليدية. وستكون الصناعة المالية الإسلامية أمام ثلاثة مشاهد (سيناريوهات) محتملة في المستقبل المنظور:

أ. **المشهد الأول (الأقوى احتمالاً):** يتمثل في الإستراتيجية التي يجب أن تتبناها الصناعة المالية الإسلامية لتحقيق استدامتها؛ فالمطلوب منها أن تتحول في المستقبل العاجل إلى استغلال المخزون الإستراتيجي من الصيغ الفقهية الشرعية للمنتجات الإسلامية الأصيلة في عمليات التطوير والابتكار؛ حتى تحافظ على هوية الصناعة وتلبي احتياجات السوق وتُسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية المحلية؛

ب. **المشهد الثاني (الأقل احتمالاً):** يتمثل في أن تتشابه المنتجات المالية الإسلامية تشابهاً كبيراً مع بعض المنتجات المالية التقليدية، وهو أمر سيعمل حتماً على دعم المنتجات المالية التقليدية ورفع مستوياتها واستدامة صناعتها، تماماً كما يعمل على إضعاف خصوصية ومزايا الصناعة المالية الإسلامية ومنتجاتها؛

ج. **المشهد الثالث (الأضعف احتمالاً):** يتمثل في اندثار المنتجات المالية الإسلامية نتيجة عدم تطوير منتجات أصيلة تدعم استدامة الصناعة، ونتيجة لاستفادة المنتجات المالية التقليدية من عمليات الهيكلية الشرعية لمنتجاتها؛ فستصبح جميع المنتجات من نتاج الصناعة التقليدية.

شكل 3:



وكان المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية قد وضع خطة مستقبلية لإنشاء "مركز التسجيل وتطوير المنتجات"، ورسالة هذا المركز هي: "إيجاد البيئة المناسبة لدعم عمليات البحوث والتطوير، وتحفيز جوانب الإبداع والابتكار للمنتجات المالية الإسلامية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية واحتياجات العملاء، وإيجاد آلية مناسبة لحماية تلك المنتجات"¹².

وتتحدد الأهداف الأساسية لهذا المركز في خمسة مجالات رئيسة تلخصها كلمة "ثبات" وهي: ثقة، بحوث، تطوير، اعتماد، تسجيل؛ حيث:

- **(ث) ثقة:** العمل على بناء ودعم الثقة لدى المؤسسات المالية والأفراد؛ بحيث تبادر البنوك الإسلامية وتكثف جهودها الابتكارية في بيئة محفزة وحامية لحقوق أصحابها، كما يتأكد العملاء من مهنية الخدمات المالية الإسلامية التي تُقدّم إليهم وسلامتها الفنية والشرعية؛

- **(ب) بحوث:** إيجاد جوّ تنافسي بين الباحثين وتوجيههم نحو البحوث التي تهتم بابتكار وتطوير المنتجات المالية وتبتعد عن التقليد والإفراط في البحوث النظرية، وذلك من خلال نظام تسجيل وحماية يحفظ لهم حقوقهم؛

- **(ت) تطوير:** نشر ثقافة التطوير داخل صناعة الخدمات المالية الإسلامية وتحسين القدرات الابتكارية، وتسهيل تبادل الخبرات، ودعم الجهود الفردية في هذا المجال، بالإضافة إلى المبادرة باستكشاف فرص التطوير وتصميم منتجات جديدة؛

- **(ا) اعتماد:** وضع آليات محدّدة لاعتماد وتسجيل وترخيص المنتجات الجديدة، ويشمل ذلك توفير الإمكانيات المادية والبشرية، وصياغة نظام إجراءات الإيداع،

- والفحص، والنشر، والاعتراض، والترخيص؛
- (ت) تسجيل: القيام بإدارة حقوق الملكية المعتمدة بدءاً من عمليات التسجيل إلى متابعة دعاوى الإلغاء ودعاوى التعدي، وكذلك تقصي التجاوزات وكشف المخالفات ومساءلة المعتدين ومتابعتهم بالطرق المناسبة.
- وفي عام 2008 أوصى المؤتمر العالمي السابع للاقتصاد الإسلامي، تحت شعار "ثلاثون عاماً من البحث في الاقتصاد الإسلامي: حلول وتطبيقات لقضايا اقتصادية معاصرة"، بشأن المنتجات المالية الإسلامية؛ ما يلي:¹³
- "ضرورة تكاتف جهود المراكز البحثية، والمؤسسات التمويلية، وهيئات الرقابة الشرعية، والمجامع الفقهية لتصميم منتجات مالية إسلامية جديدة تلبي الاحتياجات الحالية والمستجدة للفئات الاقتصادية المختلفة في الأسواق المالية ومتوافقة مع المقاصد والضوابط الشرعية؛"
- "دعوة المجامع الفقهية باعتبارها مؤسسات متقدمة للاجتهاد الجماعي إلى مزيد من الاهتمام بالقضايا والمشكلات الاقتصادية المعاصرة، بما في ذلك المعاملات والمنتجات المالية الإسلامية".

خاتمة

لا شك أن هناك حاجة ماسة للإبداع والتطوير في البنوك على اختلاف أنواعها؛ لأن ذلك من عوامل الديمومة والبقاء في أسواق تشهد تنافساً حاداً فيما بين البنوك المحلية و/أو المصارف الدولية. كما أن هناك حاجة ملحة للتطوير والإبداع والهندسة وكل ما يندرج تحت تلك المترادفات على مستوى البنوك الإسلامية وعلى مستوى الصناعة ككل.

إن واقع البنوك الإسلامية يعاني الكثير من المعوقات الداخلية والخارجية؛ وخاصة فيما يتعلق بقضية المنتجات المالية التي غلب عليها أسلوب المدائيات مقارنة بصيغ المشاركات، ولعل إستراتيجية الابتكار المالي والهندسة المالية هي التي سوف تعالج هذا الوضع؛ باعتبارها تهدف إلى إعادة صياغة عقود التمويل الحالية بطرق مختلفة لتحقيق التوازن بين المقاصد الشرعية والظروف الواقعية للعمل المصرفي والكفاءة الاقتصادية. لقد تبين لنا بأن البنوك الإسلامية في حاجة إلى تدعيم الاستثمار في رأس المال الابتكاري، وذلك على النحو التالي:

- 1- ضرورة استغلال المخزون الإستراتيجي من الصيغ الفقهية الشرعية للمنتجات الإسلامية الأصلية؛ وبخاصة كتب الأسئلة والفتاوى باعتبارها صادرة من حاجات الجمهور وملاستها للواقع؛
- 2- العمل على إيجاد الحوافز والاهتمام من الإدارات العليا وتخصيص موارد مالية كافية للبحوث والتطوير في مجال المنتجات والأدوات المالية؛ مما يسهم في رفع مستوى عمل إدارات التطوير والهندسة المالية في البنوك الإسلامية؛
- 3- أهمية تأهيل رأس المال البشري الذي يقوم بتطبيق المنتجات المالية الإسلامية وتنفيذها؛ حيث لا بد أن يكون هناك موظفون مقتنعون برسالة العمل المصرفي الإسلامي وقادرون مهنيًا وفنيًا لتطبيق هذه المنتجات على الوجه الملائم؛

- 4- ضرورة حماية الملكية الفكرية للمنتجات والخدمات المالية الإسلامية؛ حتى لا يؤدي ذلك إلى تراجع البحث العلمي في المجالات التي تحتاج إلى إبداع، ومنها تطوير المنتجات المالية الإسلامية؛
- 5- أهمية إيجاد المؤشرات الخاصة بالمنتجات المالية الإسلامية، باعتبارها من وسائل التغيير التي يمكن أن تُحدّد مساراً جديداً للمنتجات الإسلامية؛
- 6- العمل على بناء تحالفات إستراتيجية بين البنوك الإسلامية بحيث يكون هناك نوع من توحيد الجهود والاستفادة مما وصل إليه كل بنك ليكمّله البنك الآخر؛ بما يؤدي إلى تفعيل عملية التطوير والابتكار؛
- 7- تعزيز تطوير المنتجات والابتكارات المالية الإسلامية المستند إلى ثلاثية المصادقية الشرعية والكفاءة الاقتصادية الكلية والملاءمة العملية؛
- 8- ضرورة البعد عن محاكاة المنتجات المالية التقليدية.

الهوامش:

- ¹ سامي السويلم، "المنتجات المالية الإسلامية بين الإبداع والتقليد"، صحيفة الاقتصادية، السعودية، 2006/4/9.
- ² راجع: سامي السويلم، "صناعة الهندسة المالية: نظرات في المنهج الإسلامي"، مركز البحوث، شركة الراجحي المصرفية للاستثمار، ديسمبر 2000، ص 5؛ فتح الرحمن علي محمد صالح، "أدوات سوق النقد الإسلامية: مدخل للهندسة المالية الإسلامية"، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد الإسلامي، مج 20، ع 2، جدة، 2007، ص: 19.
- ³ سامي السويلم، "صناعة الهندسة المالية: نظرات في المنهج الإسلامي"، مرجع سابق، ص: 11.
- ⁴ راجع: المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، مشروع المنتجات والأدوات المالية في الفقه الإسلامي: المرحلة الأولى، البنك الإسلامي للتنمية، ط1، 2008، ص: 16-18.
- ⁵ سامي السويلم، "المنتجات المالية الإسلامية بين الإبداع والتقليد"، مرجع سابق.
- ⁶ راجع: محمد بوجلال، "تقييم الجهود التنظيري للبنوك الإسلامية والحاجة إلى مقاربة جديدة على ضوء ثلاثة عقود من التجربة الميدانية وأثر العولمة على الصناعة المصرفية"، في المؤتمر العالمي السابع للاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 1-3/04/2008، ص: 348-349.
- ⁷ راجع: عز الدين خوجة، مرجع سابق، ص: 66-68؛ أحمد نصار، "المصارف الإسلامية: الواقع والمأمول"، جريدة الغد، 14/07/2008، في الموقع الإلكتروني: <http://www.alghad.jo/?news=32307>
- ⁸ محمد بوجلال، مرجع سابق، ص: 351.
- ⁹ راجع: إبراهيم عبد الحليم عياده، مؤشرات الأداء في البنوك الإسلامية، دار النفائس، عمّان، ط1، 2008، ص: 110-113؛ أحمد سفر، العمل المصرفي الإسلامي (أصوله وصيغته وتحدياته)، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2004، ص: 242-246؛ منذر قحف، "عوامل نجاح المصارف الإسلامية"، ص: 6-7؛ 48، في الموقع الإلكتروني:

http://monzer.kahf.com/papers/arabic/Success_Factors_of_Islamic_banks_Publication_Version.pdf

¹⁰ راجع: سامي السويلم، "المنتجات المالية الإسلامية بين الإبداع والتقليد"، مرجع سابق.

¹¹ أحمد محمد نصار، "إستراتيجيات الابتكار المالي في المصارف الإسلامية"، جريدة الغد، 29/7/2005، في الموقع الإلكتروني:

<http://www.alghad.jo/?news=36025>

¹² عز الدين خوجة، مرجع سابق، ص: 63.

¹³ البيان الختامي وتوصيات المؤتمر العالمي السابع للاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 1-3/04/2008، ص: 5-6.

قائمة المراجع

1. إبراهيم عبد الحلیم عباده، مؤشرات الأداء في البنوك الإسلامية، دار النفائس، عمان، ط1، 2008.
2. أحمد سفر، العمل المصرفي الإسلامي (أصوله وصيغته وتحدياته)، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2004.
3. أحمد محمد نصار، "إستراتيجيات الابتكار المالي في المصارف الإسلامية"، جريدة الغد، 29/7/2005، في الموقع الإلكتروني: <http://www.alghad.jo/?news=36025>
4. أحمد نصار، "المصارف الإسلامية: الواقع والمأمول"، جريدة الغد، 14/07/2008، في الموقع الإلكتروني: <http://www.alghad.jo/?news=32307>
5. البيان الختامي وتوصيات المؤتمر العالمي السابع للاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 1-3/04/2008.
6. المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، مشروع المنتجات والأدوات المالية في الفقه الإسلامي: المرحلة الأولى، البنك الإسلامي للتنمية، ط1، 2008.
7. تقرير حول جلسة العصف الذهني، "تطوير المنتجات المالية الإسلامية"، المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية والهيئة العالمية للاقتصاد والتمويل، 2007.
8. سامي السويلم، "المنتجات المالية الإسلامية بين الإبداع والتقليد"، صحيفة الاقتصادية، السعودية، 2006/4/9.
9. سامي السويلم، "صناعة الهندسة المالية: نظرات في المنهج الإسلامي"، مركز البحوث، شركة الراجحي المصرفية للاستثمار، ديسمبر 2000.
10. عبد الكريم قندوز، "الهندسة المالية الإسلامية"، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد الإسلامي، مج20، ع2، جدة، 2007.
11. عز الدين خوجة، "المصرفية الإسلامية"، المجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية والهيئة العالمية للاقتصاد والتمويل، 2007.
12. فتح الرحمن علي محمد صالح، "أدوات سوق النقد الإسلامية: مدخل للهندسة المالية الإسلامية"، مجلة المصرفي، ع26، بنك السودان، 2002.
13. محمد بوجلال، "تقييم الجهود التنظيري للبنوك الإسلامية والحاجة إلى مقارنة جديدة على ضوء ثلاثة عقود من التجربة الميدانية وأثر العولمة على الصناعة المصرفية"، في المؤتمر العالمي السابع للاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 1-3/04/2008.
14. منذر قحف، "عوامل نجاح المصارف الإسلامية"، في الموقع الإلكتروني: http://monzer.kahf.com/papers/arabic/Success_Factors_of_Islamic_banks_Publication_Version.pdf
15. ناصر الزيادات، "حذار المبالغة في تقليد المنتج التقليدي"، جريدة القبس، الكويت، 20/01/2008.