

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU ANABİLİM DALI
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU BİLİM DALI

BANKACILIK İNOVASYONUNUN İSLAMİ FINANSAL
ÜRÜNLERİN GELİŞİMİNE KATKISI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Faiz Ali Hasan SALAH

İstanbul
Ocak , 2019

T.C.
İSTANBUL SABAHATTİN ZAİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU ANABİLİM DALI
İSLAM İKTİSADI VE HUKUKU BİLİM DALI

BANKACILIK İNOVASYONUNUN İSLAMİ FINANSAL ÜRÜNLERİN
GELİŞİMİNE KATKISI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Faiz Ali Hasan SALAH

Tez Danışmanı:

Dr. Öğr.Üyesi Abdelkader Chachi

İstanbul

Ocak, 2

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İslam İktisadı ve Hukuku Anabilim Dalı, İslam İktisadı ve Hukuku Bilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Danışman Dr. Öğr. Üyesi Abdelkader CHACHI

Üye Prof. Dr. Hasan Abou GHADA

Üye Dr. Öğr. Üyesi Mohamed Anas SARMINI

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Ömer ÇAHA
Enstitü Müdürü

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “ **BANKACILIK İNOVASYONUNUN İSLAMİ FINANSAL ÜRÜNLERİN GELİŞİMİNE KATKISI**” adlı çalışmamın öneri aşamasından sonuçlandığı aşamaya kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığımı, bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

لقد التزمت خلال الفترة من مرحلة اقتراح الرسالة باسم " مساهمة الابتكار المصرفي في تطوير المنتجات المالية الإسلامية " وحتى نهاية إعدادي لهذه الرسالة بالقواعد الأخلاقية العلمية. وأقر بأنني قمت بإعداد جميع المعلومات وفقاً لقواعد كتابه الرسالة التي حصلت عليها في إطار الأخلاقيات العلمية والتقاليد وأن جميع الاقتباسات التي استخدمتها في رسالتي بشكل مباشر أو غير مباشر هي كما وثقتها كما أثبتتها في قائمة المراجع.

Faiz Ali Hasan SALAH

إهداء

إلى:

روح والدتي الطاهرة (رحمة الله عليها)
والذي الذي ما إن يصلني صوته حتى أشعر بمرارة البعد الذي ما إن يهمس بنبرتة المتعبة حتى يغمرني
الشوق لرؤيته.

زوجتي الحبيبة، أولادي الغاليين.

أخوتي وأخواتي السند الدائم والتحفيز المستمر

أحبائي... أصدقائي ... زملائي

إلى أساتذتي وكل من تعلمت على يديه حرفاً. كنتم لي قدوات وقدرات

سانلاً المولى أن يجزيهم عني كل الخير

شكر وتقدير

أتوجه بالشكر لله أولاً وقبل كل شي . شكر يوافي نعمه، ويكافئ مزيده، صاحب الفضل والثناء كله، وإنه لمن دواعي سروري وفرحتي وواجب العرفان أن أتقدم بالشكر للجمهورية التركية حكومةً وشعباً. كما أتقدم بالشكر والعرفان لجامعة إسطنبول صباح الدين زعيم، وذلك لما قدمته من تسهيل ورعاية لإنجاز هذه الدراسة.

وأتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدني على إنجاز هذا العمل وذلك لي الصعوبات واخص بالذكر الدكتور **عبدالقادر الشاشي** الذي شرفني بقبول الإشراف على رسالتي وإبداء الملاحظات والاقتراحات التي من شأنها تغني البحث العلمي وإلى كل الأساتذة في قسم الاقتصاد الإسلامي في جامعة صباح الدين زعيم.

سائلا الله عز وجل أن يجعل كل ما قدموه في ميزان حسناتهم

الباحث

ÖZET
BANKACILIK INOVASYONUNUN İSLAMİ FINANSAL ÜRÜNLERİN
GELİŞİMİNE KATKISI
Faiz Ali Hasan SALAH

Yüksek lisans - islam iktisadı ve hukuku anabilim dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr.Üyesi Abdelkader Chachi

Ocak -2019

Bu çalışma kavramını tanımlamak amaçlanmıştır arasında yenilik ve Msahtmlh gelişme içinde İslami finans ürünleri ve hiç nedenlerini belirlemek için de Zmor yenilik İslami finans endüstrisi, gerçeği öğrenmek ait yeniliğin İslami Finansal Kurumlar.

Bu makalede elektronik bankacılık alanındaki finansal inovasyon disiplinlerini ve İslami finans kurumlarında finansal inovasyon başarısı elde etme mekanizmalarını vurguladı. Konuyla ilgilenen bir dizi bilimsel metodolojiyi , indüktif yöntem yöntemiyle takip etmiştir: bu, araştırma probleminin özelliklerini ve farklı yönlerin teşhisini tanımlamak için gerekli verileri toplamak için araştırma probleminin gerçekliğini tahmin etmeyi amaçlamaktadır: Araştırma konusuyla ilgili gerekli verileri, çeşitli kaynaklar aracılığıyla toplayın; bunların en önemlileri , araştırma konusuyla ilgili önceki çalışmaların ve masa başı bilgilerinin araştırılmasıdır. Ve özel referanslar. Sayesinde kullanım ait tündengelim yaklaşımı eduction sonuçlarını ve tavsiyelerini çizmek için çalışma ve teklif edilen politikaları içinde bağlantı ile ilgili kurumsal zihinsel akıl yürütme yoluyla araştırma problemi sonuçlarının ait tanı çalışmalarında gelmiş kullanılmıştır endüktif parça. Çalışma bir dizi tavsiyeyle sonuçlandı.

Anahtar Kelimeler: finansal kurumlar, bankacılık inovasyonu, elektronik bankacılık, finansal ürünler.

ملخص الدراسة

مساهمة الابتكار المصرفي في تطوير المنتجات المالية الإسلامية

إعداد الطالب

فايز علي حسن صالح

رساله ماجستير في الاقتصاد الإسلامي

قسم الاقتصاد الإسلامي

إشراف الدكتور/ عبدالقادر الشاشي

يناير -2019.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم الابتكار، ومساهمته في تطوير المنتجات المالية الإسلامية والتعرف على أسباب ضمور الابتكار في الصناعات المالية الإسلامية، ومعرفة واقع الابتكار في المؤسسات المالية الإسلامية. وأصبحت المنافسة من قبل المؤسسات المالية التقليدية والإسلامية في تسارع كبير رغبةً في المحافظة على ولاء زبائنهم بتقديم خدمات مصرفية متطورة. وسلطت الضوء في هذا الرسالة على ضوابط الابتكار المالي في الصيرفة الإلكترونية واليات تحقيق نجاح الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية لأن تعدد الحاجات والرغبات للزبائن تدفع المصارف التقليدية والإسلامية إلى القيام بالبحث والتطوير لخدمات المصرفية. وقمت أيضاً بذكر المراحل التي تمر في تطوير الخدمات المصرفية من مرحلة توليد الأفكار مروراً بالتصفية والتحليل والتطوير إلى مرحلة الاختبار والتسويق وقد اتبعت منهج الاستقرائي الذي يستهدف استقراء واقع مشكلة البحث،. كما ختمت البحث بمجموعة من التوصيات.

الكلمات المفتاحية : المؤسسات المالية، الابتكار المصرفي، الصيرفة الإلكترونية، المنتجات المالية.

ABSTRACT
BANKING INOVASYUNUN ISLAMI ADVANCED CONTRIBUTION OF
FINANCIAL PRODUCTS

Faiz Ali Hasan SALAH

Master Thesis section of Economic and Islamic Finance

Tez Danışmanı: Dr. Öğr.Üyesi Abdelkader Chachi

Janurary, 2019

The aim of this study is to identify the concept of innovation and its role in the development of Islamic financial products, to identify the reasons for innovation in the Islamic financial industries , and to know the reality of innovation in the Islamic financial institutions.

This study highlighting financial innovation in electronic banking and the mechanisms for achieving financial innovation success in Islamic financial institutions. It has followed a set of scientific methodologies that dealt with the subject, through the method of inductive method: which aims to extrapolate the reality of the problem of research in order to collect the necessary data to identify the characteristics of the problem of research and the diagnosis of different aspects and this through: Collect the necessary data on the problem of research through several sources, the most important of which are the previous studies that dealt with the subject of research and the desk survey of information for specialized references. Through the use of deductive approach education in the study to draw conclusions and recommendations and proposed policies in connection with the research problem through mental reasoning institutional on the results of diagnostic studies that have been used in the inductive parts. The study concluded with a set of recommendations.

Keywords: financial institutions, banking innovation, electronic banking, financial products.

قائمة المحتويات

i.....	ورقة التواقيع
ii.....	التعهد
iii.....	إهداء
iv	شكر وتقدير
v.....	ÖZET
vi.....	ملخص الدراسة
vii.....	Abstract
1.....	المقدمة
2.....	مشكلة الدراسة
2.....	أهداف الدراسة
2.....	أهمية الدراسة
3.....	منهجية الدراسة
4.....	الدراسات السابقة
9.....	أهم ما يميز الدراسة
10.....	هيكل الدراسة
12.....	الفصل الأول : مدخل إلى الابتكار المصرفي الإسلامي
12.....	المبحث الأول: ماهية الابتكار ومصادره ومزاياه
12.....	المطلب الأول : مفهوم الابتكار المالي المصرفي الإسلامي

- المطلب الثاني: مصادر الابتكار وتطوره.....14
- المطلب الثالث: مزايا المنتج الجديد المبتكر.....17
- المبحث الثاني: أهمية ومدى حاجة المصارف للابتكار المصرفي.....19**
- المطلب الأول: أهمية الابتكار في الصناعة المالية أو المصرفية.....19
- المطلب الثاني: حاجة المصارف إلى الابتكار المالي ومصادره.....21
- المطلب الثالث: أسباب ظهور الابتكار في الصناعة المالية.....23
- الفصل الثاني: واقع الابتكار في المؤسسات المالية الإسلامية.....25**
- المبحث الأول: الابتكار وضوابطه وتحدياته في المؤسسات المالية الإسلامية.....25**
- المطلب الأول : الابتكار في المؤسسات المالية الإسلامية.....25
- المطلب الثاني: ضوابط ومبادئ ابتكار منتجات مالية في الصيرفة الإسلامية.....26
- المبحث الثاني: مقارنة وتحديات ابتكار وتطوير منتجات مالية إسلامية.....30
- المطلب الأول : مقارنة الابتكار في الاستثمار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية.....30
- المطلب الثاني: تحديات ابتكار وتطوير منتجات مالية إسلامية.....31
- الفصل الثالث: آليات الابتكار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية.....34**
- المبحث الأول: مفهوم، متطلبات ابتكار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية.....34**
- المطلب الأول: مفهوم المنتجات المالية الإسلامية.....34
- المطلب الثاني: متطلبات ابتكار المنتجات المالية الإسلامية.....35
- المطلب الثالث: آليات مساعدة على الابتكار المالي في التمويل الإسلامي.....36
- المبحث الثاني: المنتجات المالية، وواقع ومشاكل تطويرها.....38**
- المطلب الأول: المنتجات المالية الإسلامية والسعي لتطويرها.....38

المطلب الثاني: واقع ومشاكل منتجات إدارة السيولة في المصارف الإسلامية.....40

42.....**الفصل الرابع: تطبيقات الابتكار في المالية الإسلامية**

المبحث الأول: أثر ومزايا تطبيقات الابتكار في المالية الإسلامية.....42

المطلب الأول: أثر الابتكار والإبداع على الميزة التنافسية للمصارف الإسلامية.....42

المطلب الثاني: مزايا تطبيقات الابتكار في المالية الإسلامية.....45

المبحث الثاني: دورة حياة واستراتيجيات وخطوات الإبداع والابتكار المصرفي للمنتجات

المصرفية.....46

المطلب الأول: دورة حياة المنتجات المصرفية.....46

المطلب الثاني: إستراتيجيات وخطوات الإبداع والابتكار المصرفي.....47

51.....**الفصل الخامس: نماذج ابتكارية في المالية الإسلامية**

المبحث الأول: نماذج المرابحة والبيع على الخارطة والصكوك الوقفية والمشتقات المالية.....51

المطلب الأول: نموذج عقد المرابحة.....51

المطلب الثاني: نموذج بيع عقار على الخارطة.....55

المطلب الثالث: نموذج الصكوك الوقفية.....58

المطلب الرابع: نموذج المشتقات المالية الإسلامية.....61

المبحث الثاني: تحديات ومناهج واقتراحات الابتكار في الهندسة المالية الإسلامية ومنتجاتها.....65

المطلب الأول: تحديات الابتكار في الهندسة المالية الإسلامية.....65

المطلب الثاني: مناهج واقتراحات لتطوير عملية الابتكار الهندسي في المالية الإسلامية.....68

الخاتمة.....70

النتائج.....70

72.....التوصيات

73.....المراجع



المقدمة

يعتبر الاهتمام بالابتكارات في قطاع الصناعة المالية ومواكبتها أحد أهم ركائز تطوير عمل المؤسسات المالية الإسلامية وتحسين قوتها التنافسية وزيادة كفاءتها وقدرتها في سوق عالمي شديد التنافس، وفي ظل التغيرات والتطورات المتسارعة في مجال الصناعة المالية شهد قطاع المنتجات المالية نمواً سريعاً على المستوى العالمي فما بين سنة 2011 و 2015 م وصل مجموع الاستثمارات في هذا القطاع أكثر 15.5 مليار دولار، وحصل الإقبال على المنتجات المالية المبتكرة زخماً كبيراً من قبل البنوك والمؤسسات المالية العالمية التقليدية والإسلامية خاصة في آسيا والولايات المتحدة الأميركية ودول الخليج العربي.(1)

لهذا فإن ابتكار منتجات مالية جديدة تشكل فرصة كبيرة للنظام المصرفي في تنمية وتطوير أدائها وزيادة من كفاءتها في الخدمات والتعاملات. وبالنسبة للبنوك الإسلامية فإن الابتكار المالي يشكل عاملاً مهماً في تطوير المنتجات المالية الإسلامية والذي بدوره يسهم في تحقيق مزايا تنافسية قوية لهذه البنوك، فبالرغم مما حققته من نجاحات على أرض الواقع، فإن الابتكارات المالية تشكل وسيلة جديدة لهذا النظام المصرفي تساعد على التميز أكثر بمنتجاته وخدماته وبالتالي فهي ضرورة ملحة وسياسة استراتيجية يجب أن تُعطى حقها لتساهم في زيادة تحقيق النجاح للنظام المصرفي الإسلامي، وانطلاقاً من هذا الانشغال تأتي هذه الرسالة والتي أختارت عنواناً لها: (مساهمة الابتكار المصرفي في تطوير المنتجات المالية الإسلامية). والذي سوف أحاول الإحاطة بمختلف جوانبه وتحليل أبعاده من خلال الإجابة على الإشكالية الرئيسية التي يطرحها البحث.

(1) موقع إسلام أون لاين، مقال بعنوان " دور التكنولوجيا المالية في تطوير أداء البنوك الإسلامية"، <http://cutt.us/poOxn> تاريخ 4 أكتوبر، 2016.

مشكلة الدراسة

في ظل التطورات والتغيرات السريعة في الاقتصاد العالمي، وشدة المنافسة القائمة بين المؤسسات المالية، ما هو دور الابتكار في تطوير المنتجات المالية الإسلامية، وما هي آليات الابتكار التي تعمل على زيادة قدرتها التنافسية؟

الأسئلة الفرعية : تندرج ضمن الإشكالية الرئيسية الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما المقصود بالابتكار المالي المصرفي، وما هي مقوماته؟
2. ما هو واقع الابتكار المصرفي في منظومة الصناعة المالية الإسلامية؟
3. ما أهمية الابتكار المالي في الرفع من كفاءة وفعالية أداء البنك الإسلامي؟
4. ما هي الآليات تحقيق نجاح الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية؟
5. ماهي التحديات التي تواجه عملية ابتكار المصرفي وتطوير منتجات لتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات المالية الإسلامية؟

أهداف الدراسة

يمكن تلخيص أهداف البحث فيما يلي :

1. بيان المقصود بالابتكار المالي المصرفي، ومعرفة مقوماته.
2. معرفة واقع الابتكار المصرفي في منظومة الصناعة المالية الإسلامية.
3. بيان أهمية الابتكار المالي في الرفع من كفاءة وفعالية أداء البنك الإسلامي.
4. معرفة الآليات تحقيق نجاح الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية.
5. معرفة التحديات التي تواجه عملية ابتكار المصرفي وتطوير منتجات لتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسات المالية الإسلامية.

أهمية الدراسة

يكتسب هذا البحث أهميته بأن الابتكار المصرفي أصبح احتياجا أساسيا لقطاع صناعة المالية الإسلامية من أجل إيجاد منتجات مالية مبتكرة تجمع بين النجاح وموافقة المعايير الشرعية، حيث تمكن هذه المنتجات المبتكرة المؤسسات المالية الإسلامية من حصولها على ميزة تنافسية تمكنها من منافسة المؤسسات المالية التقليدية، وبالتالي فإن البحث تناول دور الابتكار في تطوير المنتجات المالية الإسلامية.

1. بيان مدى قدرة الابتكار على إيجاد منتجات مالية تحقق ميزة تنافسية للمؤسسات المالية الإسلامية.
2. التعرف على بعض نماذج المنتجات المالية الإسلامية المبتكرة.
3. التعرف على متطلبات الابتكار المصرفي للمنتجات المالية الجديدة.
4. بيان تحديات الابداع والابتكار المصرفي في الهندسة المالية ومنتجاتها.

منهجية الدراسة

- (1) **المنهج الاستقرائي:** الذي يستهدف استقراء واقع مشكلة البحث بهدف جمع البيانات اللازمة للتعرف على خصائص مشكلة البحث وتشخيص الجوانب المختلفة لها وهذا من خلال ما يلي :
- جمع البيانات اللازمة التي تناولت موضوع البحث بالاعتماد على الكتب المعاصرة ومراجع الاقتصاد والمصارف الإسلامية العربية والانجليزية منها وكذلك بعض مواقع الانترنت في تعريف بعض الجزيئات التي لم يتطرق لها الباحثون الأقدمون بما يتواءم مع العصر الحالي وبما يخدم موضوع الرسالة.
- (2) **المنهج الاستنباطي:** استخدام الاستنباط في الدراسة لاستخلاص النتائج والتوصيات والسياسات المقترحة بصدد مشكلة الرسالة من خلال الاستدلال الذهني المؤسس على نتائج الدراسات التشخيصية التي تم استخدام المنهج الاستنباطي في أجزائها.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى : دراسة عبد القوي ردمان محمد عثمان (2008)، بعنوان استخدام الهندسة المالية في المصارف الإسلامية الأدوات المالية الحديثة، دراسة في المؤتمر الثالث للمصارف الإسلامية بدمشق. هدفت الدراسة إلى بيان أن تطوير وابتكار منتجات الصيرفة الإسلامية يخضع في المقام الأول إلى فهم واستيعاب الفقه الإسلامي في العمليات المصرفية التقليدية وذلك لأنها حلول تتبع من صميم الفقه الإسلامي وأشارت إلى أن مقدرة المصارف الإسلامية على تحقيق الاستفادة من الهندسة المالية في مجال أعمالها يرتبط بالبيئة التي تعمل فيها هذه المصارف ومدى اهتمامها بالإبداع والبحث التي سيجعلها أكثر جذب وتنافسية من نظيرتها التقليدي.

وتوصلت الدراسة: إلى أن المصارف الإسلامية لكي تستمر في ابتكار، وتطوير أدواتها يجب عليها السعي لإيجاد البيئة المناسبة للمؤسسات للتطوير والابتكار، مثل تحفيز الموظفين على الابتكار، والتطوير، وحفظ الحقوق الأدبية لصاحب الفكرة أو الابتكار وتبني المؤسسات المالية لمبدأ الحماية الفكرية لمنتجاتها المبتكرة، وذلك حتى تستفيد منها ماديا مما يشجعها على التطوير، والابتكار حيث إنها تقوم بتحمل تكاليف للتطوير الباهظة، ومخاطر تطبيق الأداء للتحقق من جدواها بعد نجاحها.

وهذه المؤسسة أوتلك نجد أن المؤسسات المالية الأخرى تسارع إلى تطبيقها والاستفادة منها دون تحمل تكاليف التطوير أو مخاطر التطبيق في مرحلة الاختبار وهذا مما يثبط عزائم المؤسسات المالية عن محاولة التطوير والابتكار إلا للحاجة الملحة.

الدراسة الثانية: دراسة محمد كريم قروف (2011) بعنوان الهندسة المالية، الملتقى الدولي الأول حول الاقتصاد الإسلامي، الواقع.. ورهانات المستقبل. يومي 23 و24 فبراير، الجزائر.

كمدخل علمي لتطوير صناعة المنتجات المالية الإسلامية "هدفت الدراسة الى بيان أن المؤسسات المالية الإسلامية بحاجة الى محفظة متنوعة من الأدوات والمنتجات المالية التي تتيح لها المرونة الكافية للاستجابة لشتى المتطلبات التي تفرضها المتغيرات الاقتصادية.

حيث أنه ليس هنالك منتج واحد يوفي بهذه المتطلبات، كما هدفت هذه الدراسة الى تقديم الاقتصاد الإسلامي نموذجاً علمياً على استخدام أدوات الهندسة المالية لتفعيل وتطوير صناعة المنتجات المالية الإسلامية من جهة، وتخفيف حدة اضطرابات الأسواق المالية وسوء توزيع الثروة من جهة أخرى، وبما يترتب عليه التوظيف الأمثل للأموال وتوصلت الدراسة إلى أن السوق المالي الإسلامي بحاجة إلى المزيد من التطورات والابداع من اجل القيام بدور إقتصادي يسهم بفعالية في تخفيف التبعيه الاقتصاديه للأسواق في الدول الغربية وأن الهندسة المالية تعد أداة مناسبة لإيجاد حلول مبتكرة وأدوات مالية جديدة تجمع بين الضوابط الشرعية واعتبارات الكفاءة الاقتصادية.

الدراسة الثالثة: نايلي، إلهام (2013) أهمية الإبداع والابتكار في المنتجات المصرفية في إكساب المصارف ميزة تنافسية: دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصارف التقليدية، رساله ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والاقتصادية وعلوم التيسير بجامعة العربي بن مهدي، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، بالجزائر.

تتعلق مشكلة هذه الدراسة بالإجابة على سؤال : ما مدى تحقيق المصارف التقليدية عامة والمصارف الإسلامية خاصة لميزة تنافسية من خلال الإبداع والابتكار في منتجاتها المصرفية ؟

وعليه تفرض هذه الإشكالية أسئلة فرعية مهمة يمكن تلخيصها فيما يلي:

- كيف تؤثر عملية الإبداع والابتكار في المنتج المصرفي على تحقيق الميزة التنافسية للمصارف التجارية عامة والمصارف الإسلامية خاصة ؟

وفي نهاية المطاف أعطت الدراسة مجموعة من التوصيات أبرزها:

- (1) تنوع عملية الإبداع والابتكار لتشمل مجالات المزيج التسويقي المصرفي.
- (2) استمرار المصارف في متابعة اخر المستجدات في عالم التكنولوجيا والاتصالات والنظم المصرفية والحرص على تطبيقها وتطويرها وتعزيزها.
- (3) ضرورة التوسع في استخدام شبكة الإنترنت لتقديم الخدمات المصرفية المتنوعة، وتشجيع العملاء على طلب هذه الخدمات، والعمل على إعادة تصميم مراحل تقديم الخدمات المصرفية.

الدراسة الرابعة: خير الدين، محمود محمد (2013) أثر الابتكار والإبداع على سياسة تسعير الخدمات المصرفية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة- رساله ماجستير- جامعة الشرق الأوسط، الاردن.

سعت الدراسة الى حل مشكلة احتياج البنك إلى الاستمرارية في المنافسة على الخدمات المصرفية من حيث (السعر – الجودة) ولا يمكن تحقيق ذلك إلا من خلال إدخال الوسائل التكنولوجية بصفة مستمرة، والبنوك ما كان لها أن تتعدى القوميات لولا الإمكانيات التي توفرها التكنولوجيا والاستعانة بأحدث القنوات في هذا الشأن مما يرفع من القدرة التنافسية للبنك.

وهدفت الدراسة في كيفية تطوير سياسة تسعير الخدمات المصرفية باستخدام التكنولوجيا المتطورة في البنوك والتعرف على انعكاس تطوير سياسة تسعير الخدمات المصرفية على كفاءة وتنافسية البنوك. وتوصيات الدراسة الى أنه يجب على البنوك:

- الاهتمام بتبني أسس علمية في تسعير خدماتها المصرفية.
- الاهتمام باقسام البحث والتطوير واختيار العناصر الكفؤة التركيز على عملية تطويرهم لأنهم أساس كل تطور في البنك ولأنهم يشكلون حجر اساس في استمرار البنك وبقائه في بيئة سريعة التقلب بتقديم منتجات جديدة أو مطورة.
- التنوع في السياسة التسعيرية التي يتبعها البنك مع تقسيم العملاء إلى شرائح ومراعاة التسعير النفسي.
- الإبداع هو المحرك الرئيس لكافة أنشطة البنك وعملياته، وذلك بالنظر إلى التطورات العلمية والتكنولوجية الهائلة والتي لا مناص من التحكم فيها واستغلالها بصفة فعالة.

الدراسة الخامسة: دراسة سايبى، صندرة (2014) بعنوان الإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية واقع وتحديات المؤسسات الجزائرية، نشرت في مجلة العلوم الانسانية – الجزائر.

هدفت الدراسة الى معرفة مفهوم الإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية مع تبيان دورهما وأشكالهما وأطر تطبيقهما في المؤسسات الاقتصادية، ثم فيما بعد تقييمهما على مستوى المؤسسات الجزائرية، بهدف الإطلاع واقع هذا الابتكار والإبداع على مستوى الجزائر.

فمن خلال الدراسة ، تبين أنه على الرغم من أن المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تطبق الابتكار بمختلف الأشكال ولوبشكل نسبي، وهو ما ينفي فرضية الدراسة التي تصرح بأن هذه المؤسسات عاجزة عن الابتكار، إلا أنها لا زالت تبقى مطالبة ببذل جهد أكبر في مجال الابتكار مما يخول لها الزيادة من قدرتها

التنافسية، وبالتالي القدرة على اختراق أسواق دولية. وقد يتوجب على المؤسسات الاقتصادية الجزائرية إعادة التفكير في جدية المشكلة المرتبطة بالغياب النسبي للابتكار في أنشطتها، هذا ما يجعلها عاجزة عن تطوير تنافسياتها، سيما في ظل انفتاح الأسواق. الدولة بدورها ينبغي أن لا تتوقف عند تطوير إنشاء المؤسسات، بل ينبغي أن تحسن من قدرة المؤسسات الاقتصادية المتواجدة أصلا على الابتكار. الأمر الذي يمكنها من مواجهة مختلف الأخطار التي تهددها على مستوى السوق.

الدراسة السادسة: دراسة للدكتور على محمد احمد أبوالعز (2016) بعنوان : " الابتكار في صيغ التمويل الإسلامي"، بحث منشور في مركز أبحاث فقة المعاملات الإسلامية، جامعة عمان العربية للدراسات، الاردن.

تحدث الباحث عن تعريف التمويل الإسلامي وخصائصه المميزة له على التمويل الربوي، وأسباب تخوف المصارف الإسلامية القائمة على أساس المشاركات وكذلك خصائص التمويل المبني على عقود المداينات ونقاط الاختلاف بينهما، كما عرف الباحث الابتكار التمويلي ودوافعه ومعوقاته وجوانبه وتكلم الباحث عن ابرز المبتكرات والممارسات والأدوات المستخدمة في التمويل الإسلامي ومن أبرز هذه المبتكرات الإجارة المنتهية بالتمليك، والسلم، والاستصناع، والمشاركة المتناقصة، والصكوك بأنواعها، عقد الجعالة وتطبيقاته المعاصرة.

الدراسة السابعة: دراسة قام بها حمود محمد، زيدان محمد (2016) وكانت بعنوان : إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة الى البنوك الجزائرية، رساله ماجستير- جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف.

تتعلق مشكلة هذه الدراسة بالإجابة على سؤال : كيف يمكن تحسين تنافسية البنوك الجزائرية عن طريق إدارة التكنولوجيا المصرفية، حيث ناقشت الدراسة في المحور الأول التكنولوجيا المالية واثارها في البنوك وسعى الباحث الى تعريف وخصائص التكنولوجيا المصرفية وتطرق الى مراحل تطور التكنولوجيا في العمل المصرفي وتطرق أيضاً إلى أشكال التكنولوجيا حيث شرح الباحث العديد من تطبيقات التكنولوجيا مثل النقود الرقمية والشيكات الإلكترونية وغيرها من التطبيقات المختلفة، وذكر الباحث عوامل استخدام التكنولوجيا في البنوك وعدد الاثار الإيجابية لاستخدام التكنولوجيا في أداء البنوك وكذلك عدد في نهاية المحور الأول مخاطر التكنولوجيا المصرفية، وفي المحور الثاني للدراسة تم مناقشة الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية بداية من تعريف الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا وانتهاءً بآليات الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا، وفي المحور الثالث الذي ناقش فيه الباحث المنافسة والتنافسية في مجال الصناعة المصرفية تحدث الباحث عن مفهوم التنافسية والمصطلحات ذات الصلة، وذكر أيضاً ما هي محددات التنافسية، والعوامل المؤثرة على المنافسة في الصناعة المصرفية، وفي المحور الرابع والأخير تحدثت الدراسة عن إدارة التكنولوجيا المصرفية لتعزيز تنافسية البنوك الجزائرية حيث شخصت الدراسة واقع الصناعة المصرفية في الجزائر، وأيضاً تنافسية البنوك الجزائرية ورأى الباحث أن الجزائر تعد ضمن البلدان التي أحرزت تقدماً في مجال التكنولوجيا، والاتصال وركزت في ذلك على القطاع المصرفي حيث تحدثت الدراسة أنه أي القطاع المصرفي الأكثر استفادة من تكنولوجيا الاعلام، والاتصال في الجزائر، ولكن بالرغم من ذلك فإن المنافسة القطاع المصرفي الجزائري مازل يتسم بتقديم خدمات مصرفية تقليدية، وغياب للتسويق المصرفي الحديث، وقد خرجت الدراسة بنتائج أهمها ان التكنولوجيا تؤثر إيجاباً على المؤسسات المالية والمصرفية إذا ما أحسن استغلالها بما يسمح بتحقيق الكثير من الإيجابيات وأيضاً انه يوجد استعداد لدى عملاء البنوك الجزائرية للتعامل مع مستجدات العمل المصرفي والتكنولوجيا المصرفية وذلك بالنظر الى الجاهزية التكنولوجية لهؤلاء العملاء.

أهم ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة

تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بالاتي :

1. تناولت الدراسات الأجنبية هذا الموضوع بشكل كبير جداً، والدراسات الموجودة بالعربية في الابتكار وعلاقته بالمصارف الإسلامية قليلة جداً لهذا ستحقق الدراسة عند تحويلها لدراسة تطبيقية إضافة للمؤسسات المالية الإسلامية.
2. عرضت الدراسة معرفة جديد الابتكار المتعلق بتطوير المنتجات المالية الإسلامية.



هيكل البحث

تتضمن الدراسة خمسة فصول يسبقها تمهيد يحتوي على مقدمة، ومشكلة الدراسة، وأهدافها، وأهميتها، ومنهجية الدراسة، والدراسات السابقة.

الفصل الأول : مدخل إلى الابتكار المصرفي الإسلامي

المبحث الأول: ماهية الابتكار ومصادره ومزاياه

المطلب الأول : مفهوم الابتكار المالي المصرفي الإسلامي

المطلب الثاني: مصادر الابتكار وتطوره

المطلب الثالث: مزايا المنتج الجديد المبتكر

المبحث الثاني: أهمية ومدى حاجة المصارف للابتكار المصرفي

المطلب الأول: أهمية الابتكار في الصناعة المالية أو المصرفية

المطلب الثاني: حاجة المصارف إلى الابتكار المالي ومصادره

المطلب الثالث: أسباب ظهور الابتكار في الصناعة المالية

الفصل الثاني: واقع الابتكار في المؤسسات المالية الإسلامية

المبحث الأول: الابتكار وضوابطه وتحدياته في المؤسسات المالية الإسلامية

المطلب الأول : الابتكار في المؤسسات المالية الإسلامية

المطلب الثاني: ضوابط ومبادئ ابتكار منتجات مالية في الصيرفة الإسلامية

المبحث الثاني: مقارنة وتحديات ابتكار وتطوير منتجات مالية إسلامية

المطلب الأول : مقارنة الابتكار في الاستثمار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية

المطلب الثاني: تحديات ابتكار وتطوير منتجات مالية إسلامية

الفصل الثالث: آليات الابتكار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية

المبحث الأول: مفهوم، متطلبات ابتكار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية

المطلب الأول: مفهوم المنتجات المالية الإسلامية

المطلب الثاني: متطلبات ابتكار المنتجات المالية الإسلامية

المطلب الثالث: آليات مساعدة على الابتكار المالي في التمويل الإسلامي

المبحث الثاني: المنتجات المالية، وواقع ومشاكل تطويرها

المطلب الأول: المنتجات الإسلامية والسعي لتطويرها

المطلب الثاني: واقع ومشاكل منتجات إدارة السيولة في المصارف الإسلامية

الفصل الرابع: تطبيقات الابتكار في المالية الإسلامية

المبحث الأول: أثر ومزايا تطبيقات الابتكار في المالية الإسلامية

المطلب الأول: أثر الابتكار والإبداع على الميزة التنافسية للمصارف الإسلامية

المطلب الثاني: مزايا تطبيقات الابتكار في المالية الإسلامية

المبحث الثاني: دورة حياة واستراتيجيات وخطوات الإبداع والابتكار المصرفي للمنتجات المصرفية

المطلب الأول: دورة حياة المنتجات المصرفية

المطلب الثاني: إستراتيجيات وخطوات الإبداع والابتكار المصرفي

الفصل الخامس: نماذج ابتكارية في المالية الإسلامية

المبحث الأول: نماذج المرابحة والبيع على الخارطة والصكوك الوقفية والمشتقات المالية

المطلب الأول: نموذج عقد المرابحة

المطلب الثاني: نموذج البيع على الخارطة

المطلب الثالث: نموذج الصكوك الوقفية

المطلب الرابع: نموذج المشتقات المالية الإسلامية

المبحث الثاني: تحديات ومناهج واقتراحات الابتكار في الهندسة المالية الإسلامية ومنتجاتها

المطلب الأول: تحديات الابتكار في الهندسة المالية الإسلامية

المطلب الثاني: مناهج واقتراحات لتطوير عملية الابتكار الهندسي في المالية الإسلامية

وتتضمن في نهاية الدراسة الخاتمة والنتائج والتوصيات والمراجع

الفصل الأول : مدخل الى الابتكار المصرفي الإسلامي

المبحث الأول: ماهية الابتكار المالي ومصادره ومزاياه

المطلب الأول: مفهوم الابتكار المالي المصرفي الإسلامي.

أن أهم ما يلاحظ على الشركات في الوقت الحاضر هو هذا التسارع في تحسين المنتجات الحالية وإدخال المنتجات الجديدة، مما يجعلها تعيش فيما يشبه انفجار المنتجات الجديدة والتزايد شبه أساسي لهذه المنتجات. ولعل أحد الأسباب الأساسية لذلك هو التطور الحاصل في رؤية الشركة إلى الابتكار والاستثمار فيه بوصفه النشاط الذي يحقق قيمة مضافة عالية والسلاح التنافسي في السوق الحالية التي أبرز سماتها وربما تهديداتها هو عدم وجود ضمانات أكيدة في المحافظة على الحصة السوقية. لأن الشركة التي لا تطور منتجاتها ستقوم الشركات المنافسة بذلك مما يهدد تلك الحصة. وإن الشركة الناجحة اليوم هي التي تطور منتجاتها بوتيرة أسرع من الشركات المنافسة أو تكون أكثر قدرة منها على الاستجابة لحاجات الزبائن أو في تقديم قيمة حقيقية مكافئة لما يدفعونه. وفي كل هذه الحالات أصبح الابتكار أحد مقاييس الأداء التنافسي للشركة من أجل البقاء والنمو في السوق. (2)

أولاً: مفهوم الابتكار لغة: إيجاد شيء غير مسبوق بمادة ولا زمان كالعقول. وهو يُقابل التكوين لكونه مسبقاً بالمادة، والأحداث لكونها مسبوقة بالزمان، والتقابل بينهما تقابل التضادان كان وجوديين، بأن يكون الإبداع عبارة عن الخلو من المسبوقية بالمادة. والتكوين عبارة عن المسبوقية بمادة، ويكون بينهما تقابل الإيجاب والسلب، إذا كان أحدهما وجودياً، والآخر عديمياً، يُعرف هذا من تعريف المتابليين. (3)

ثانياً: مفهوم الابتكار اصطلاحاً: " الابتكار هو جزء من عملية الإبداع التي تحدث بشكل شمولي لتطوير منتجات جديدة، ويتم ترجمة هذا الابتكار إلى مفهوم اقتصادي في منظمات الأعمال، والذي يتجسد بصورة تطوير سلع أو خدمات جديدة ". (4)

(2) سليمان ناصر، (2009 - 2010) عبد الحميد بوشرمة ، متطلبات تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 07 ، ، ص: 309 .

(3) علي الجرجاني، كتاب التعريفات، ضبطه وصححه جماعة من العلماء بإشراف الناشر، دار الكتب العلمية، بيروت، 1989.

(4) التميمي، وفاء صبحي (2011)، أثر جودة الخدمات المصرفية على أداء القطاع المصرفي في الأردن، ، ص 101.

ويرتبط الإبداع أو العملية الإبداعية بالابتكار " Innovation " وهو الطرق أو الأساليب الجديدة المختلفة الخارجة أو البعيدة عن التقليد التي تستخدم في عمل أو تطوير الأشياء والأفكار. وهو عملية عقلية تعبر عن التغييرات الكمية والجذرية أو الجوهرية في التفكير، وفي الإنتاج أو المنتجات، وفي العمليات أو طرق وأساليب الأداء، وفي التنظيمات والهياكل. (5)

ثالثاً: الابتكار المالي في الصناعة المالية الإسلامية بأنه: مجموعة الأنشطة التي تتضمن عمليات التصميم، والتطوير، والتنفيذ، لأدوات وآليات مالية مبتكرة، والصياغة لحلول إبداعية لمشكلات التمويل، كل ذلك في إطار توجيهات الشرع الحنيف. (6)

- **تعريف اخر للابتكار المالي في الصيرفة الإسلامية :** مواكبة مسيرة البنوك الإسلامية في عمليات تطويرية من خلال تصميم منتجات جديدة يساعدها في مواجهه التحديات الاقتصادية والمالية المعاصرة. (7)

- **التعريف الراجح للابتكار المالي من وجهة النظر الإسلامية :** هو مجموعة الإجراءات والتدابير التي مؤداها تلبية احتياجات المجتمع المالي، سواء بإعادة تأهيل منتجات قائمة أو بتطويرها أو بتصميم منتجات بديلة مبتكرة تكون قابلة للتنفيذ والتحقيق ضمن قواعد الشريعة الإسلامية وضوابطها بالنسبة للمنتج المالي الإسلامي فهو مركب مالي تراعى فيه قواعد الشريعة الإسلامية وضوابطها، وتحقق للعملاء الرضا وتعمل على اشباع حاجاتهم التمويلية التي يحتاجونها ويتضمن الابتكار المالي ايجاد حلول للمشاكل المالية المعقدة ولاستغلال الفرص المالية. (8)

(5) نيفين حسين محمد (2016) ، دور الابتكار والإبداع المستمر في ضمان المركز التنافسي للمؤسسات الاقتصادية والدول " دراسة حالة دولة الإمارات ، ، ص 4.

(6) السويلم، إبراهيم سامي(2010) ، صناعة الهندسة المالية نظرات في المنهج الإسلامي ،مركز البحوث شركة الراجحي المصرفية للاستثمار-جدة -ديسمبر ، ص 5.

(7) الريش عبدالقادر(2016) ، الابتكار المالي في التمويل وأهميته في تحقيق كفاءة وفعالية أداء البنوك الإسلامية ، ص 4 ، مجلة الاقتصاد والمالية ، بحث منشور ، .

(8) نايلي ، إلهام . (2013) "أهمية الإبداع و الابتكار في المنتجات المصرفية في إكساب المصارف ميزة تنافسية : دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية و المصارف التقليدية ، ، ص 15.

المطلب الثاني: مصادر الابتكار وتطوره.

تطور الابتكار عبر خمسة أجيال متتالية ، فإن الجيل الأول كان نتيجة الدفع التكنولوجي (العرض)، والثاني نتيجة جذب الحاجة أو السوق (الطلب)، والجيل الثالث نتيجة الدفع والجذب المذكورين مع بعضهما، والجيل الرابع يمثل نموذجاً مندمجاً لمختلف العوامل، أما الجيل الخامس فهو جيل تلعب فيه النظم المندمجة ونماذج الشبكات دوراً حيوياً، حيث تظهر فيه الارتباطات بين الأطراف المعنية ومن مختلف القطاعات. على أن الابتكارات التكنولوجية لا تطور المنتجات فقط بل كذلك الخدمات، كما هو الحال في الصناعة المصرفية مثلاً، حيث الأدوات (الجوال) والنظم الإلكترونية العصرية (على المباشر) تمكن الفرد والمنظمات من إنجاز مختلف العمليات بسهولة ودون الارتباط بمكان أو زمن أو وكالة أو مستندات.(9)

مصادر الابتكار متعددة، وهذا معناه أنه ليس هناك مصدر واحد أو وحيد للابتكار التكنولوجي. وإن كان العلم والتكنولوجيا هما المصدران الأساسيان، فإن غزار الأفكار المتدفقة عبر المكان والزمن تعني أنه لا يمكن أن ترتبط المصادر بشخص واحد أو منظمة واحدة أو جهات معينة. غير أنه مادام أن الجديد والتجديد مبنيان على المعرفة، فكما كانت هذه الأخيرة صحيحة ودقيقة أوبالأحرى علمية وتطبيقية ميدانيا كانت أهمية مخرجات الابتكار أكبر.(10)

ومع أنه لا يمكن إهمال أو التغاضي عن أهمية الابتكارات الصغيرة أو الطفيفة أو دورها، كما تم ذكره. من خصائصها المعرفية والعلمية والتكنولوجية من أجل سلامة استعمال مخرجات الابتكار أو استهلاكها من منتجات أو خدمات. فخضوع هذه إلى شرط السلامة يوجب ضبط الأمور من حيث مصدرها، أشكالها، وظائفها، مكوناتها، وغير ذلك. وباختصار، فإن عملية الابتكار ليست هينة، ولا يمكن لأي شخص، أو طرف أن

(9) في نظر (leinerKand angW، 2005) فإن الابتكار والبحث والتطوير وصل اليوم إلى مرحلة الجيل السادس التي تتضمن الرجوع إلى العمل في المخابر وتكريس المعارف العلمية الأحدث كما كان سابقاً. ولعل هذا يدل على أن المستجدات ليست خطية، أي تنتج دائماً انطلاقاً من اتجاه واحد، مثل وجود الطلب على سلعة أو خدمة.

(10) عوجان، وليد هويل ، أداء المؤسسات المالية الإسلامية في عصر العولمة ، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر للمؤسسات المالية الإسلامية ، كلية الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، ص : 1686.

يزاولها بسهولة. وبعبارة أخرى، فالعملية الابتكارية نشاط فكري يعتمد على استعمال الذكاء والمعرفة العلمية والتكنولوجية مع نوع طريقة مزجها.

هذا ويجدر ذكر أنه قد يحدث أن تكون الابتكارات ناتجة من جهد فكري وباستعمال المعرفة العلمية المتوافرة، ومع ذلك تترتب عليها آثار سلبية. ففي مجال الصيدلة مثلا يحدث أن يتم الوصول إلى دواء جديد وتبرز منه آثار سلبية في مرحلة معينة من تسويقه، وذلك رغم التحاليل المخبرية. (11) المتعددة. والمثال الشائع هو مادة السكرين، ما يدل على أن العملية الابتكارية ليست تلقائية. (12)

من المصادر الأخرى والمهمة للابتكار التكنولوجي التي عادة ما يتجاوز عنه هي التجارب العملية. (13)

فالشخص الذي يزاول وظيفة إنتاجية أو تطبيقية معينة، ويقوم بأدائها بإتقان دون روتين وتكاسل، قد تخطر في باله فكرة أو أفكار تدفعه إلى إجراء التغيير، ومن ثم تحسين المنتج أو الطريقة الفنية التي يستعملها اعتقادا منه بأن ذلك إجراء صالح يزيد من قيمة العمل. وعليه، فإن هذا المصدر يعد جد مهما رغم أنه لا يستند بالضرورة إلى البحث العلمي أو التطبيقي، إذ يمكن للفرد أن يكون في مستوى علمي بسيط، ولكن نظرا لاهتمامه بعمله أو محيطه وبذكائه يتمكن من تصور تغييرات ونماذج أخرى. ومهما كانت هذه صغيرة في قيمتها أو حجمها، فقد تكون مفيدة لتحسين الأداء والإنتاجية. على أن تخضع الفكرة طبعا إلى اعتبار، وتثبت تطبيقها وتجسيدها فعلا على أرض الواقع وبتكلفة تنافسية. إن أهم شيء هو أن يكون مثل هذا الابتكار البسيط يضيف جديدا على الموضوع، وليس مجرد خليط لا أساس له من الصحة. (14)

(11) حماد، حمزة عبدالكريم محمد (2008)، مخاطر الاستثمار في المصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، ص: 60.

(12) الغالي، ابن إبراهيم، (2014) دور الابتكار المالي في تطوير الصيرفة المالية الإسلامية، بحث مقدم الى المؤتمر الدولي حول: منتجات وتطبيقات الابتكار والمهندسة المالية الإسلامية، يومي: 5-6 ماي، بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف 2، الجزائر، ص: 6-7.

(13) مرجع سابق أوكيل، سعيد. (2011) الابتكار التكنولوجي لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنافسية. شركة العبيكان للبحث و التطوير، ص 69.

(14) ناصر، سليمان، بوشرمة، عبد الحميد (2009-2010)، متطلبات تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر، ص 308.

وفي إيجاز، يمكن القول إنه في عالم البحث العلمي قد يكون الباحث نفسه هو المبتكر، وفي التسويق أو الاقتصاد قد يكون الزبون نفسه هو المبتكر.

وفي ظل تزايد الاهتمام بالابتكار المالي في القطاع المصرفي الإسلامي سواءً على المستوى الإقليمي أو الدولي، ونتيجة التنافسية الحادة في التغييرات بفضل ثورة تكنولوجيا العلوم، وتغيير معايير كفاية رأس المال، باتت البنوك تبحث عن نهج أكثر ملاءمة وشفافية لأداء أعمالها المصرفية. حتى تتمكن من تطوير منتجاتها، وتكون قادرة على استيعاب الأسواق المالية العالمية التي تتسم بالمخاطر العالية.

وكما أشارت قاعدة من العملاء أكثر اطلاعاً على المتغيرات المالية العالمية تدفع المؤسسات المالية إلى إعادة النظر بنهجها في خدمة العملاء ودعمهم بما يتواءم مع التغييرات المتسارعة، مما يؤدي إلى تحولات جوهرية في ثقافة هذه الصناعة. (15)

(15) غربي، عبدالحليم عمار (2013)، مصادر واستخدامات الأموال في المصارف الإسلامية مجموعة دار أبي الفداء العالمية، سوريا، ص 73.

المطلب الثالث: مزايا المنتج الجديد المبتكر

يُعد الابتكار المالي أساس الهندسة المالية، حيث يمكن أن يكون تمثيلاً دقيقاً لهذه العملية عندما يكون جديداً، ويمكن أن يعرف الابتكار المالي أو الإبداع المالي على أنه " أحد القوى المؤثرة المهمة في البيئة المصرفية وفي العمل المصرفي من حيث تأثيره على طبيعة الأدوات المتاحة والتنظيم والأنشطة والخدمات المصرفية المقدمة الى الجمهور فضلاً عن نوعية الكوادر البشرية المطلوبة وقد ارتبط الإبداع والابتكار المالي بشكل كبير بعوامل أخرى وهي العوامل المتمثلة بشكل أساس بتزايد المنافسة والتطورات التكنولوجية " (16)

يشير الابتكار المالي إلى "مجموعة الأنشطة التي تتضمن عمليات التصميم، التطوير، التنفيذ لأدوات وآليات مالية مبتكرة، والصياغة لحلول إبداعية لمشاكل التمويل، وهوبذلك يتضمن العناصر التالية: (17)

- 1- ابتكار أدوات مالية جديدة مثل بطاقات الائتمان.
 - 2- ابتكار آليات تمويلية جديدة من شأنها تخفيض التكاليف الإجرائية لأعمال قائمة، مثل التبادل من خلال الشبكة العالمية والتجارية الإلكترونية.
 - 3- ابتكار حلول جديدة للإدارة التمويلية، كإدارة السيولة أو الديون، أو إعداد صيغ تمويلية لمشروعات معينة تلائم الظروف المحيطة بالمشروع.
 - 4- ابتكار أدوات للخطوط ضد المخاطر المستقبلية في إطار مسمى إدارة المخاطر.
- يجب أن يتميز المنتج المبتكر بمجموعة من المميزات لكي يكون ناجحاً وجديداً، منها:
1. أن يكون مهماً: بتحقيقه لمنافع وفوائد مهمة للمستهلك.
 2. أن يكون فريداً: بمعنى أن تكون منافعه جديدة ومميزة.
 3. أن يتسم بالاستمرارية في التميز: بحيث يصعب تقليده بسرعة من قبل المنافسين.
 4. أن يكون قابلاً للتسويق: بحيث يمتلك المصرف القدرة على تسويق المنتج وتصنيعه بسعر مناسب، وتوفير نظام توزيع فاعل لتوصيل ودعم المنتج. (18)

(16) صلاح الدين أمين (2014)، الابتداع المالي في الأسواق المالية البنك الضامن أنموذجاً إطار معرفي وصفي ، مجلة كلية بغداد الاقتصادية ، العدد الخامس ، ص 11 ، تاريخ 11 أكتوبر.

(17) محمد بن يوسف، (2013) الابتكارات المالية في المصارف التقليدية والإسلامية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، أكاديمية العلوم المالية والمصرفية، بنك فيصل الإسلامي، السودان، العدد الرابع، ص5.

كما يجب على المصارف التي تطبق استراتيجية الابتكار التسويقي أن تحقق مجموعة من المعايير، منها: نسبة الزيادة في المبيعات أو الحصة السوقية للمصرف، والتغير في درجة رضا أو عدم رضا العملاء لخدمات المصرف، والتكلفة الفعلية للابتكارات مقارنة بالعائد منها. ونسبة الزيادة في الأرباح، والتغير الذي طرأ على الصورة الذهنية للمصرف). (19)



(18) جاسر، محمد عمر (2010): نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة، مداخلة مقدمة في مؤتمر المصارف الإسلامية اليمنية تحت عنوان الواقع .. وتحديات المستقبل، تنظيم نادي الأعمال اليمنيين- صنعاء الجمهورية العربية اليمنية- في الفترة 20-21 مارس.

(19) أبو جمعة، نعيم حافظ (2010) ، دور التسويق الابتكاري في تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية، ص 4.

المبحث الثاني: أهمية ومدى حاجة المصارف للابتكار المصرفي

المطلب الأول: أهمية الابتكار في الصناعة المالية أو المصرفية

يرى الأسرج أنه على الرغم من الإجماع على أهمية الابتكار والتطوير المستمر للمنتجات المالية، إلا أنه لا بد من ترجمته إلى منهج علمي وعملي يتناسب وأهمية تلك الأدوات أو المنتجات المالية، فما زالت الإدارات المالية بحاجة إلى مزيد من التخصصية والمهنية الفكرية لاستنباط مزيد من تلك الأدوات المبتكرة.

فما زالت المؤسسات المصرفية تولي قدرا من الاهتمام بجانب الابتكار وتنفق مبالغ طائلة لتطوير منتجاتها وأدواتها المالية وابتكار أدوات جديدة تلبي الاحتياجات المالية التمويلية المتزايدة بما يحقق زيادة قيمة المؤسسة المالية وتغطي طلب السوق الذي تمارس أعمالها فيه.(20)

ويعتبر الابتكار المالي بحسب غربي عبدالحليم أن من أهم المجالات التي تهتم بها إدارات البنوك الناجحة، لأن الابتكار المالي يجعل البنك متواجدا بشكل فعال وكفاء في السوق المصرفية، لما فيه من تجديد منتجاته المالية لتلبية الاحتياجات التمويلية المعاصرة، لكن الأهم من ذلك أن تكون لدى المصارف الإسلامية استراتيجيات واضحة وهادفة بهذا الخصوص، لان هذه الاستراتيجيات تضبط عملية الابتكار المالي، بعيدا عن التخبط والتناقض بين الأهداف والتطبيق. ولا شك في أن الابتكار المالي يحتل أهمية قصوى في البنوك الإسلامية خاصة في ظل الضغوط التنافسية الحادة التي تفرضها التغيرات الجذرية التي يشهدها العالم بالتحول للاقتصاد الحر، إضافة إلى ترابط أسواق التمويل الدولية بفضل ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. وما لم تصل المصرفية الإسلامية إلى ابتكار منتجات تحمل طابع الاستقلالية عن المنتجات التقليدية القائمة، فإنها ستظل غير قادرة على المنافسة في ظل المتغيرات العالمية التي أصبحت تتسم بالتجدد والتعدد والاستمرار.

وهذا يتطلب اتخاذ خطوات في هذا الاتجاه ومن هذه الخطوات، عدم اقتصار دور الهيئات الشرعية في المصارف الإسلامية على التحليل والتحرير، عليها أن تقود عمليات الإبداع والتطوير في المنتجات والآليات المصرفية لدى المصارف الإسلامية.(21)

(20) الأسرج، حسين (2013)، واقع وأفاق الابتكار المالي في البنوك الإسلامية، أكاديمية العلوم المالية والمصرفية، مجلة العلوم المالية والمصرفية، بنك فيصل السودان، العدد الرابع، ص22.

(21) غربي، عبد الحليم (2009)، الابتكار المالي في البنوك الإسلامية: واقع وأفاق مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 9، ص224.

كما لا بد من التأكيد على أن ما تقوم به بعض البنوك الإسلامية من “أسلمة” للمنتجات المصرفية بإضفاء صبغة شرعية عليها من شأنه الإضرار بصناعة المصرفية الإسلامية بشكل عام بل يجب العمل في اتجاه ثقل الخبرة والمعرفة للوصول الى منتجات مبتكرة وإسلامية بشكل كامل، لدرجة أنها تختلف بشكل جذري عن المنتجات التقليدية. ويجب التأكيد على أن مستقبل المصارف الإسلامية يتوقف على مدى التطوير العلمي لهذه المؤسسات، واستغلال أحدث الطرق والأبحاث العلمية في توسيع دائرة التمويل، وابتكار صيغ جديدة للمفهوم المصرفي، وتطوير الصيغ الموجودة حالياً لتتلاءم وتواكب التطورات المصرفية واتجاهات العولمة المالية، سعياً لإرضاء المتعاملين بالداخل والخارج كأحد متطلبات العولمة من ناحية، واستجابة للتطورات التي حدثت في الفكر الإداري من برامج الجودة الشاملة إلى الهندرة أو الإدارة بالتجوال؛ الأمر الذي يتطلب من إدارات المصارف والهيئات المالية الأخرى بذل مزيد من الجهد وإعمال الفكر وتحديث طرق وأساليب تقديم الخدمات.(22)

(22) مرجع سابق، محمد عمر جاسر، نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة، ص 8-9

المطلب الثاني: حاجة المصارف إلى الابتكار المالي ومصادره

شهدت الصناعة المالية الإسلامية معدلات نمو مرتفعة خلال السنوات الماضية، وما زالت صناعة متسارعة النمو لحد الآن. ويعزز مكانة ونجاعة التمويل الإسلامي على مستوى العالم، تنامي حجم أصول واستثمارات البنوك الإسلامية، والتي بلغت 2,4 ترليون دولار سنة 2015 وتجاوزت هذا الرقم في سنة 2016، وحسب تقرير المؤتمر العالمي الأول للمصرفية والمالية الإسلامية الذي نظمته جامعة أم القرى في مارس 2016، يُتوقع أن يصل حجم هذه الأصول المالية إلى 3.4 ترليون دولار في نهاية العام 2018، وهو ما يمثل 1,5% من إجمالي الأصول العالمية، بمعدلات نمو تتراوح بين 15 و20% سنويا. (23)

كما بلغ عدد المؤسسات المالية الإسلامية ما يزيد عن 600 مؤسسة مالية إسلامية تعمل في مختلف دول العالم (24)، ويغطي نشاطها أكثر من 75 دولة. هذا التطور صاحبه ازدياد شدة المنافسة بالأسواق الدولية والمحلية وخاصة في ظل الأزمة المالية العالمية، مما يتطلب النظر في الخدمات والمنتجات التي تقدمها، والعمل على تحسينها وتطويرها بابتكار أدوات ومنتجات جديدة، ووضع أنظمة عمل تمكن من تطبيق وإدخال المنتجات المالية الإسلامية بفاعلية من أجل تلبية احتياجات العملاء المتزايدة، ومن أجل تطور الصناعة المالية الإسلامية والرقى بها، مراعاة للأهداف التي أنشئت من أجلها.

رغم التطور السابق، إلا أنها تشير إلى وجود تطور بطيء في ابتكار وتطوير منتجات مالية جديدة، مما قد ينجم عنه مخاطر على تنافسية المؤسسات المالية الإسلامية. ومن جهة أخرى يعرف مجال الدراسات والبحوث المتعلقة بموضوع الابتكار والتطوير في المنتجات المالية الإسلامية نقصا كبيرا. (25) وتتأكد حاجة القطاع المالي الإسلامي للابتكار من خلال الاهتمام الكبير الذي يوليه البنك الإسلامي للتنمية والمعهد الإسلامي للبحوث والتدريب بهذا الموضوع، حيث بين أن النقص الكبير في المنتجات المبتكرة في التمويل الإسلامي يعد من أكبر تحديات هذه الصناعة الناشئة.

(23) ندوة علمية حول الابنك التشاركية الافاق و التحديات يوم 2 دجنبر 2017، <http://cutt.us/ohgIV> ، تاريخ الدخول 2018/5/15.

(24) 1,5 ترليون دولار أصول المؤسسات المالية الإسلامية في 2013.

(25) بوداب سهام، صناعة الهندسة المالية الإسلامية: الواقع والتحديات، جامعة أم البواقي، الجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد الثامن ، 2017.

ويمكن تخيص حاجة المصارف إلى الابتكار المالي في النقاط التالية : (26)

- 1- تنوع مصادر الربحية للمؤسسة المالية المصرفية.
 - 2- تجنب تقادم المنتجات والأدوات المالية الحالية، للمحافظة على النمو والاستمرار.
 - 3- تقليل مخاطر الاستثمار بتنويع صيغة وقطاعاته.
 - 4- دعم المركز التنافسي للمؤسسة المالية في السوق.
 - 5- التطوير المستمر للمنتجات المالية يزيد من الخبرة المالية والمصرفية.
- اما مصادر الإبداع والابتكار المالي فيمكن تلخيصها من خلال طريقتين :
- 1- **المحاكاة** : وتغني أن يتم سلفا تحديد النتيجة المطلوبة من المنتج، الغرض الذي من أجله يتم ابتكار المنتج أو الأداة المالية، لزيادة أرباح المؤسسة أو التقليل التكاليف أو لزيادة العملاء. (27)
 - 2- **الأصالة والابتكار**: أي إيجاد صناعة هندسية مالية، والبحث عن الاحتياجات الفعلية للعملاء، والعمل على تصميم المنتجات المناسبة لها وهذا المنهج أكثر كلفة من منهج المحاكاة، ولكنه في المقابل أكثر جدوى وأكثر إنتاجية لأنه يحافظ على أصالة المؤسسات المالية المصرفية، كما يساعد على محاولة استكمال المنظومة المعرفية المصرفية للصناعات المالية. (28)

(26) بوبعة، عبد (2012)، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، ص9.

(27) جاسر، محمد عمر (2010) ، نحو منتجات مالية مبتكرة، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر المصارف الإسلامية وتحديات المستقبل، صنعاء، اليمن.

(28) قندوز، عبد الكريم (2007) ، الهندسة المالية الإسلامية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد الإسلامي، مجلد20، طبعة2، جدة، السعودية، ص805.

المطلب الثالث: أسباب ظهور الابتكار في الصناعة المالية.

إن من أهم العوامل التي يعزى لها ظهور الابتكار المالي، يكمن في الطريقة التي تغيرت فيها الأسواق المالية منذ عام 1960 من فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، التي شهدت استقرار نسب المبادلات ونسب الفائدة المنخفضة الثابتة والصدمات القليلة للنظام الاقتصادي، وانتقال العالم بأسره الى حالة من المخاطر الحقيقية للتصرفات غير السؤلة التي مانت يطلقها الساسى وأصحاب القرار مما أدى الى حركة كبيرة في الأسعار الموجودة في الأسواق المالية بشكل يتسم بعدم الاستقرار. وقد نددت هذه البيئة غير المستقرة بضرورة التخلي عن الأدوات التقليدية وانتهاج أدوات حديثة ومطورة تتلاءم مع احتياجات العصر، ووضع حد للمشاكل المالية التي باتت تهدد اقتصاديات العالم خاصة أمريكا آنذاك. وكانت العديد من مؤسسات التي لها علاقة بالمنتجات المالية تعاني من ضعف كبير في مجال الابتكار المصرفي. وهذا الضعف يفاقم ويزيد عبء المؤسسات المالية، وكثير من المؤسسات المالية لا تركز على الابداع والابتكار. في حين ارتفاع توقعات العملاء للأشياء الجديدة التي تسهل عملهم وفي الجانب الأخر ظهور منافسين جدد يعني أنه بينما المؤسسات المالية الإسلامية تتجاهل الابتكار تكون المؤسسات المالية الأخرى قد حققت نجاحات هائلة في كسب العملاء والتاثير في تحولات السوق فمثلاً تستخدم البنوك الكبرى التقنيات الرقمية لتوسيع خياراتها في مجالات كثيرة منها كيفية وصول العملاء لحساباتهم عن طريق الهاتف المحمول.(29)

وهذا وهناك بعض الاسباب أدت تحول المؤسسات المالية الى أن تتخذ نهجاً لتشجيع تطوير المنتجات المالية يمكن تلخيصها في الآتي:

- (1) انهيار اتفاقية بيتن وودز؛ وهو الأمر الذي ترتب عليه حدوث تقلبات عنيفة في أسعار الصرف فكانت سبب لتطور عقود الصرف والبحث عن آليات للتحوط ضد مخاطر تقلبات أسعار الصرف.
- (2) انهيار أسواق الأوراق المالية العالمية المتتالية، حيث دفعت المستثمرين للبحث عن حماية أصولهم المالية من خلال أسواق المشتقات المالية.

(29) رزق، عادل (2013)، الأدوات المالية المبتكرة، أنواعها، أهدافها، أهميتها، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، أكاديمية العلوم المالية والمصرفية، بنك فيصل، السودان، العدد الرابع، ص6.

- (3) المنافسة الشرسة فيما بين المؤسسات المالية والمصرفية، إذ دفعت بهذه المؤسسات إلى استنفار دوائر البحث والابتكار لخلق أدوات مالية جديدة لإدارة المخاطر وتقديم الحلول لمشاكل التمويل، والقفز فوق القيود التي تفرضها السياسات النقدية.
- (4) اتساع وتعدد أدوات الاستثمار المتاحة في أسواق المال.
- (5) إيجاد أدوات جديدة لإدارة المخاطر.
- (6) تطوير أدوات جديدة من ما يحسن بزيادة العائد والانفتاح على الأسواق العالمية.
- (7) تنوع وتعدد استراتيجيات الاستثمار نتيجةً لتعدد وتنوع وتجدد أدوات الاستثمار (خاصة المشتقات المالية).
- (8) تصميم وتطوير لأدوات وآليات مبتكرة وصياغة حلول إبداعية لمشاكل التمويل. (30)

(30) د. عبد الكريم قندوز (2008) ، الخيارات، المستقبلات والمشتقات المالية الأخرى ، ص 89 ، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

الفصل الثاني: واقع الابتكار في المؤسسات المالية الإسلامية

المبحث الأول: الابتكار وضوابطه وتحدياته في المؤسسات المالية الإسلامية

المطلب الأول : الابتكار في المؤسسات المالية الإسلامية

يقول سامح "إن النزعة والميل الطبيعي للأفراد واصحاب القرار، هو الجروح الى البقاء على ماكان، لأن العديد منهم يرتاح للعادات والأعمال الروتينية التي جرت الاعمال وصارت مألوفاً لأن التغيير بحاجة إلى همة عالية ونفس جديدة، والابتكار بطبيعته حذر وفيه الكثير من التحدي والشجاعة لذلك من المهم أن يعتقد الأفراد أن أعمالهم الإبداعية ستعود بالمنافع لهم وللمؤسسات ومن خلال مقارنة ما تعمل به المؤسسات والأسواق التقليدية في إطار الابتكار. (31)

ويمكن القول أن الابتكار الناجح تفتقده المؤسسات والأسواق المالية الإسلامية بشكل كبير والمؤسسات المالية بدأت تركز كل جهودها فيما يتعلق بالمشتقات المالية والتخريجات الفقهية لها، وما أنجر عنه من اختلافات فقهية حول شرعيتها في بعض الاحيان، وكيفية تكيفها بما يتوافق مع الشريعة الإسلامية، وكانها حل لكل شي، في حين ليست المشتقات المالية الا منتجاً من منتجات المالية الربوية، التي تعد من أكثر المنتجات تعقيداً وخطورة حتى على الاسواق المالية التقليدية ذاتها، وبذلك تحول مفهوم الابتكار المالي من مختلف تلك التحديثات والعمليات والأليات الجديدة التي من شأنها تلبية حاجات المتعاملين المسلمين في ترشيد قراراتهم في مجال الاستثمار والتمويل وتحريك عمل الاسواق المالية وتنشيطها من خلال عمليات الابداع والتطوير للمنتجات والأدوات والخدمات المالية التي من شأنها تحقيق الكفاءة في جميع الموارد، والتي تبدأ من فسخ المجال للأفكار أن تولد، وتنمو، وتكبر ما دامت في الاتجاه الصحيح، وما دامت لم يتم القطع بعد بخطئها او فشلها، الى مجرد بذل الجهد والمال من أجل الظهور بحلة شبيهة بتلك التي تزين ظاهر المؤسسات والأسواق المالية التقليدية على الرغم من أن باطنها بئس من ضربات الفشل أو على الأقل. (32)

(31) رياض، سامح (2013)، الابتكارات المالية والمشتقات- الإطار المفاهيمي، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، مجلة العلوم المالية والمصرفية، بنك فيصل السودان، العدد الرابع، ص15.

(32) موسى بن منصور (2014)، منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية والصناعة المالية الإسلامية، ص 9، حث غير منشور، .

المطلب الثاني : ضوابط ومبادئ ابتكار منتجات مالية في الصيرفة الإسلامية

أولاً: ضوابط الابتكار المالي في الصيرفة الإسلامية

من المفترض أن ديناميكيات الابتكار في الصناعة المصرفية الإسلامية تختلف تمامًا عن ديناميكيات الصناعة المصرفية التقليدية. لكن للأسف ، فإن الكتابات حول الابتكار المالي حتى الآن تقدم القليل من الإرشاد إلى حد ما حول المؤسسات المصرفية الإسلامية التي ينبغي أن تكون الأكثر ابتكارًا. هو ما نسميه على أنه الخطوة التالية في الابتكار المالي في الصناعة المصرفية الإسلامية وعلى الرغم من أن البنك الإسلامي هو في حد ذاته كيان تجاري فهو يسعى بطبيعة الحال أن يحقق الربح ، في نفس الوقت لا يمكن أن يهمل الجوهر المهم في نظامه بالتالي يجب أن يخدم مجموعة من الأسس والقواعد وهي :

(1) الأساس الأول العقيدة الإسلامية : إذ تمثل الأساس العام الذي تقوم عليها المنتجات المصرفية الإسلامية في مراعاة ما شرعه الله من معاملات.

(2) الأساس الثاني الفوائد الربوية : الركيزة التي تبنى عليها الإقتصادات الوضعية، والتي تعتبر في الإقتصاد الإسلامي من المحرمات وبالتالي الابتكار المالي في أي منتج اسلامي قائم على تحريم الفوائد.

(3) تجنب التعامل بالجهالة والغرر : إذ أن تحري الحلال في التمويل والاستثمار في البنوك الإسلامية يهدف الى التأكد من أن تحصيل الأموال تتم وفق الشرعية الإسلامية ويكون استخدامها خال من أي من المحظورات الشرعية التي حددتها الشرعية الإسلامية.

وضرورة تجنب ابتكار أدوات مالية تكون فيها جهالة، او غرر، او غبن، أو يكون فيها أكل

أموال الناس بالباطل. (33)

(4) أن تكون غير مسبقة.

(5) أن تكون عملية سهلة ميسرة.

(6) أن تكون مناسبة للداخل والخارج المصرفي.

(33) مرجع سابق الريش عبدالقادر ، الابتكار المالي في التمويل وأهميته في تحقيق كفاءة وفعالية أداء البنوك الإسلامية ،

ثانياً: مبادئ المنتجات المالية الإسلامية

المبدأ الأول: المبادئ العامة في التعاقد، وتتضمن: الأهلية القانونية للتعاقد كالعقل والبلوغ والتميز، التراضي بين الأطراف المتعاقدة ومراعاة القوانين السائدة. والملاحظ هنا أن الشريعة الإسلامية تتفق مع القوانين الوضعية في هذا الإطار بالرغم من وجود بعض الفوارق الطفيفة في هذا الخصوص كاعتماد السن القانونية المؤهلة للتعاقد. (34)

المبدأ الثاني: من المبادئ فهي هامة وتتميز بالخصوصية في المعاملات المالية الإسلامية وتشمل: الالتزام الأخلاقي والقيمي، الإباحة الشرعية، التوازن والحاجة الحقيقية. لذلك وحتى يكون المنتج مقبولاً، من وجهة النظر الشرعية، فيتوجب حينها أن يكون أخلاقياً وموافقاً للقيم الحميدة، فكما أن الشريعة شجعت على العمل والتجارة والكسب الحلال فإنها منعت المنتجات والخدمات المحرمة أخلاقياً التي من شأنها الاضرار بالفرد والمجتمع مثل تحريم الاتجار بالمخدرات والكحول، والقمار والملاهي الليلية والحانات والاتجار بالأدوية المحرمة وكذلك المواد الضارة بالبيئة، وكذلك توزيع ونتاج أي سلعة أو خدمة أو نشاط غير مقبول أخلاقياً وتأنفه الطباع البشرية السليمة وهوما يتعارف عالمياً بالاستثمار الأخلاقي "Ethical Investment". (35)

المبدأ الثالث: الإباحة الأصلية للمعاملات، فالشريعة قررت في قواعدها وضوابطها الفقهية القاعدة الشرعية التي نصت على أن " الأصل في البيوع الإباحة" المنبثقة من الأصل العام "الأصل في الأشياء الإباحة" حتى يثبت النهي، وهذا في كل شيء. وهذا أصل جليل يعول عليه في تخريج العقود والمسائل المستجدة في الحياة المعاصرة مما لم يتطرق إليه الفقهاء من قبل، يكون مقبولاً شرعاً، إذا لم يتصادم مع دليل شرعي من المصادر الأصلية وكان مما اقتضه مصالح الناس العامة ولم يشتمل على مفسدة راجحة. والأمثلة على ذلك كثيرة نذكر منها: عقد الإيجار، عقد التحكير، عقد المقاوله والاشتراط لمصلحة الغير. (36)

المبدأ الرابع: مبدأ التوازن فيتطلب وجود العدالة في تحمل كل من طرفي العقد لالتزاماته مقابل الحصول على حقوقه، فلا ينبغي أن يتحمل طرف التزامات الطرف الآخر ولا ينتقص من حقوقه، ويجب كذلك

(34) جاسر، محمد عمر (2014)، نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة ، بيت الاستثمار الخليجي، دولة الكويت ،، ص 6.

(35) مرجع سابق ، 5.

(36) مرجع سابق، ص 9.

مراعاة الالتزام بالشروط فالمسلمون عند شروطهم، وموجب ذلك كله الى حكمة الشريعة ورغبتها في قطع الطريق على النزاع والخصومة، ومن أمثلة ذلك اشتراط الزيادة في القرض إلى أجل أو الغرر والجهالة في المبيع أو الثمن أو الأجل، وكل شرط أو عرف من شأنه أن يخالف مقتضى العقد -على تفصيل-.

والمبدأ الخامس: الواقعية (الصلاحية) أي أن الحاجة وتلبية الاحتياجات والتعاملات الاقتصادية هي الباعث على التعاقد وليس مجرد العبث تدعولل عقد حاجة ويتم فيها تبادل أصول أو حقوق ملموسة لها قيمة من وجهة نظر الشريعة وليست أمور احتمالية أو وهمية كالمتاجرة في مؤشرات الأسهم أو المشتقات المالية التي يغلب عليها صفة المبادلات الصفرية "Zero-Sum Games". (37)

وكما للشريعة الإسلامية مبادئها فإن لها غايات وأهدافاً (مقاصد الشريعة)، وتدور هذه المقاصد وفلسفة تشريعها حول الأمور العامة وقصدت إلى حفظها في الناس "تحقيق مصلحة العباد في الدنيا والآخرة لكي يقوم الناس بخلافة الأرض، وذلك بجلب المنافع لهم ودفع المضار عنهم وإخلاء المجتمع من الفاسد". (38)

وتنقسم المقاصد الكلية إلى ثلاث مستويات هي: **الضروريات**: حفظ النفس، حفظ الدين، حفظ العقل، حفظ النسل والعرض، **حفظ المال**. و**الحاجيات**: وهي ما تحتاج اليه الأمة لتحسين أحوالها، و**التحسينيات**: وهو الأخذ بمحاسن العادات والأخلاق ولقد عُدَّ **حفظ المال** من المقاصد الضرورية وتقوم فلسفته الشرعية على اعتبار أن **المال وسيلة لا غاية**، وسيلة لحياة الانسان ومعاشه، ومن أجل ذلك نظم الإسلام التشريعات حتى لا يجر الى الطغيان، لأنه لا بد من ضوابط تكبح جماحه فالانسان ميال بطبعه إليه. (39)

ومن أهم مقاصد الشريعة الإسلامية في حفظ المال **التداول**: تشريع وسائل إيجابية لتحقيق المقصد، وضرورة استثمار المال بالطرق التي حددها الشرع، وحسن تداول النقود والتعامل بها. وفي المقابل حرم الاسلام الوسائل السلبية التي تحد من التداول مثل: منع الكنز، منع التعامل بالربا، منع الميسر، منع الاحتكار ومنع حكر تداول الأموال في أيدي فئة من الناس.

أما المقاصد الأخرى في حفظ المال فتتضمن **الوضوح (التوثيق والاشهاد)**، **العدل في الأموال** من حيث المساواة بين الناس، الانفاق المحمود في النفقة الواجبة، الكف عن الامساك المذموم والنهي عن الشح

(37) قندوز عبد الكريم (2009)، "الهندسة المالية الإسلامية بين النظرية و التطبيق"، مؤسسة الرسالة ناشرون، بيروت، لبنان، ص40.

(38) مرجع سابق، ص41.

(39) مرجع سابق، ص45.

والبخل، وأخيراً دفع المظالم: حيث منع التعدي بالتهب والسرقفة والسلب والغصب وأكل المال بالباطل. (40)



(40) جاسر، محمد عمر، نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة، مرجع سابق، ص 7.

المبحث الثاني: مقارنة وتحديات ابتكار وتطوير منتجات مالية إسلامية

المطلب الأول: مقارنة الابتكار في الاستثمار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية.

ثمة دوافع كثيرة للابتكار في المعاملات الإسلامية عموماً والمعاملات المالية الإسلامية على وجه الخصوص. وهذه الدوافع تستند إلى عموم القواعد الكلية التي تشجع الإبداع في المعاملات المالية الإسلامية ضمن عموم القواعد المؤيدة للاجتهد، والقاعدة الكلية التي تجعل الأصل في المعاملات الإباحة والحل، ومن ثم جعل الإتيان بالجديد المبتكر مبدأً إسلامياً أصيلاً، وكذا الكليات المتعلقة بمقاصد الشريعة التي تروم حفظ المال من خلال تنميته وحسن استثماره وإدارته.

أما الدوافع الواقعية المحفزة للابتكار في الاستثمار وتطوير المنتجات المالية لاسيما تلك المتعلقة بسوق الأوراق المالية، فيمكن تقسيمها إلى دوافع عامة، ودوافع خاصة بماليزيا. أما الدوافع العامة، فتزايد الطلبات الموجهة للمؤسسات المالية الإسلامية بإيجاد أدوات مبتكرة لإدارة السيولة بين المؤسسات المالية، وتنويع الأدوات المالية من خلال التقليل من أعمال العقود المبنية على المداينة المبنية على نقل المخاطر، والمقدمة للجدار الائتمانية على جدوى الاستثمار، والمناداة بأعمال الاستثمار الحقيقي القائم على اعتبار القيمة المضافة والمشاركة في المخاطر. وقد تبلورت هذه الانتقادات في مؤتمرات وندوات كثيرة منها حلقة النقاش الذي عقدته هيئة سوق الأوراق المالية الماليزية بالاشتراك مع مركز أكسفورد للدراسات الإسلامية في مارس سنة ٢٠١٢م بعنوان: حلول لإدارة السيولة، تركز فيها النقاش حول الأدوات المقترحة لتطوير منتجات تشاركية. وحلقة النقاش التي عقدته اسرا بالتنسيق مع المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب وجامعة دورهام سنة ٢٠١٤م، ومؤتمرات أخرى. وبالنسبة للكتابات، فهي كثيرة كذلك من أهمها مشروع إسرا المشترك مع قسم تطوير المنتجات التابع للبنك الإسلامي للتنمية، والبحث المشترك مع الجامعة للعالمية للمالية الإسلامية

أما الدوافع الخاصة بماليزية، فأهمها تداعيات تقسيم الودائع إلى ودائع جارية وحساب الاستثمار حيث فرق قانون المالية الإسلامية الماليزي بوضوح بين الوديعة الجارية والحساب الاستثماري حيث عرف الأولى بأنه: "الوديعة الإسلامية هي المبلغ الذي تم قبوله أو دفعه وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية على أن يتم سداؤه بالكامل... أين يجب على المصرف أن يضمنها، ولا يجوز له أن يضمن أي عائد سواء كان الضمان مباشراً أو غير مباشر" (قانون الخدمات المالية الإسلامية الماليزية ٢٠١٣م) وعرف الحساب الاستثماري بأنه: "الحساب الذي يتم فيه دفع المال وقبوله لأغراض استثمارية متوافقة مع

أحكام الشريعة الإسلامية، بما في ذلك مخصصات التمويل على اعتبار أنه لا يوجد أي التزام صريح أوضمني لسداد الأموال بالكامل أوسداد الأرباح، وعليه فإن الأرباح أو الأرباح والخسائر، يجب أن تكون مشتركة بين الشخص الذي دفع المال والشخص الذي قبله، بمقابل أومن دون مقابل" (قانون الخدمات المالية الإسلامية ٢٠١٣م. (41)

المطلب الثاني: تحديات ابتكار وتطوير منتجات مالية إسلامية

1- **توافق المنتجات مع الشريعة** : إيجاد معيار للقرارات الشرعية عبر تأسيس مجلس استشاري مركزي للصناعات المالية الإسلامية، لكن علماء الشريعة يقولون أن المعيار الموحد يخلق الكثير من الصلابة ويكتم مبادرات نموتطوير المنتجات.

2- **عدم وعي أفراد المجتمع بالمنتجات المالية الإسلامية**: إن انفتاح المؤسسات المالية الإسلامية على جمهور الناس، يجعلها تكسب العديد من المزايا التي ستضفي على عملها الديمومة والاستمرار. ويعاني الكثير من الأفراد في العالم الإسلامي من الجهل بمبادئ التمويل الإسلامي، فلا تكاد تجد من يفرق بين المرابحة والقرض بفائدة ربوية، وبين السندات والصكوك الإسلامية. وأحيانا كثيرة نجد التجار المسلمين لا يفقهون كثيرا في فقه البيوع والمعاملات المالية؛ فالتحدي كبير في وجه تطور المؤسسات المالية ومنتجاتها في ظل غياب هذا الوعي الذي يفترض أن يكون موجودا بينا المسلمين، خاصة إذا اعتبرنا أن الهدف الأول للتعامل مع المصارف الإسلامية هو التزامها بالشريعة الإسلامية، أما إذا كان التعامل مع المصرف الإسلامي غير مسلم فلا يهمله كثيرا التزامها بالشريعة بقدر اهتمامه بتحقيق الربح والعائد.

3- **البيئة القانونية التي يطبق فيها المنتج المالي الإسلامي**: تكاد تكون كل الدول العربية والإسلامية تطبق النظام الاقتصادي الربوي من خلال مؤسساته وآلياته المعروفة، إلا بعض الدول التي سعت إلى أسلمة نظامها المصرفي والاقتصادي كالسودان على سبيل المثال. لكن تبقى الرهانات كبيرة في أسلمة جميع المنتجات والمؤسسات وإدارتها بشكل يوافق روح الشريعة الإسلامية، ويبقى من الضروري توفير البيئة التشريعية والقانونية لعمل المؤسسات المالية الإسلامية للعمل جنبا إلى جنب مع الصناعة المالية التقليدية حتى تستقيم

(41) بوهراوة، سعيد (2015)، الابتكار في الاستثمار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية، المؤتمر العالمي الحادي عشر لعلماء الشريعة في المالية الإسلامية، ص 16.

الأمر وبعدها يتم التحول التدريجي، فلا يمكن بين ليلة وضحاها أن يتم إنشاء مصارف ومؤسسات إسلامية في دولة كانت لسنين عديدة تخضع لنظام الاقتصاد الغربي. (42)

4- **ضغط التكنولوجيا:** أهم التحديات التي تواجهها المؤسسات المالية هو عنصر التكنولوجيا إذا أصبحت التكنولوجيا تشكل ضغطاً على المؤسسات وتفرض عليها الابتكار المستمر حتى تضمن استمرارها وتحافظ على قدرتها التنافسية.

5- **ضغط السوق:** يمثل السوق أيضاً أحد دوافع المؤسسة إلى الإبداع والابتكار، فقد أثبتت دراسات أن مصدر الابتكار غالباً ما يكون نتيجة لطلبات الزبائن، ففي هذه الحالة تدخل المؤسسة تحسينات وتغييرات على منتجها بغرض تكييفه مع احتياجاتهم. كما قد يكون الابتكار سببه المنافسة الشديدة في السوق، حيث تجد المؤسسة نفسها مجبرة على تبني ابتكار قوي، وأكثر تأثيراً من الابتكارات المتبناة في المؤسسات المنافسة، للتمكن من المحافظة على حصتها في السوق والتوسع في أسواق جديدة. (43)

6- **قلة مراكز البحث والتدريب:**

في البدايات الأولى لمسيرة المؤسسات المالية الإسلامية، لم تكن الحاجة كبيرة لوجود مراكز بحوث وتدريب، لكن مع انتشار هذه المؤسسات عبر العالم وتطور أصولها وفروعها ازدادت الحاجة إلى إنشاء مراكز للبحث وأخرى للتدريب. وإذا تفحصنا الواقع الحالي نجد أن مراكز البحوث لدعم التمويل الإسلامي قليلة العدد مقارنة بالدول الإسلامية، ومن بين أهم تلك المراكز نذكر: المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، والأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية في المالية الإسلامية (ISRA) ومركز أبحاث الاقتصاد الإسلامي بجامعة الملك عبد العزيز، ومركز الاقتصاد الإسلامي بباكستان. (44)

(42) علي القره داغي، مدى قدرة المنتجات المالية الإسلامية في الاستجابة لمتطلبات السوق، المؤتمر العالمي الرابع لعلماء الشريعة حول المنتجات المالية الإسلامية، 2009، أكاديمية البحوث الشرعية، ماليزيا، ص 83.

(43) Ocde, promouvoir l'entrepreneuriat et les pme innovantes dans une économie mondialisée, les édition de l'Ocde, paris, 2004, p.19.

(44) مرجع سابق، شياد، فيصل. "تقييم المنتجات المالية الإسلامية و تحديات التطوير و الابتكار، ص 10.

7- إدارة السيولة والنقدية:

الإدارة النقدية في إطار التمويل الإسلامي مجال لم يشهد تطوراً كبيراً حتى الآن، ومن الأمور المهمة في أي نظام مالي تسهيل إجراءات إدارة السيولة وفي الواقع العملي نجد أن المصارف الإسلامية تلجأ إما إلى مصارف إسلامية لإدارة السيولة فيما بينها، أو إلى البنك المركزي أو إلى معاملات مع البنوك التقليدية وفق آلية مرابحة السلع الدولية المبنية على التورق. ولا تكاد تسلم أي من التعاملات السابقة من شبكات الربا والغرر وبيع ما هو غير موجود، وسائر المحرمات الأخرى. (45)

8- تطور الأسس المرجعية:

تسمى أيضاً المقارنات المرجعية والتسعير، إذ لا زالت صناعة التمويل الإسلامي تعاني من مشكلة التسعير والقياس وتحديد نسب المشاركة في الربح بين الشركاء، وما زالت المؤسسات المالية الإسلامية تستخدم الأسس المرجعية التقليدية، مما يتطلب بذل المزيد من الجهود من الاقتصاديين والمصرفيين وعلماء الشريعة. (46)

9- تحدي الموارد البشرية:

تقل الموارد البشرية المتخصصة في التمويل الإسلامي، ويتطلب ذلك توجيه وتدريب الموظفين الحاليين على أسس وأخلاقيات التمويل الإسلامي، مع التحضير للجيل القادم وتهيئته للاضطلاع بمهمة قيادة المؤسسات المالية الإسلامية وعلى القائمين على هذه المؤسسات الإنفاق على نشاطات البحث والتدريب والتكوين بجزء من الأرباح المحققة. (47)

(45) شريف غياط و محمد بوقموم ، «حاضنات الأعمال التكنولوجية و دورها في تطوير الإبداع و الابتكار بالمؤسسات الاقتصادية»، مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية ، جامعة قلمة ، العدد السادس، 2661 ، ص ص. 55 - 56

(46) مرجع سابق

(47) مرجع سابق، علي القره داغي، مدى قدرة المنتجات المالية الإسلامية في الاستجابة لمتطلبات السوق، ص 84.

الفصل الثالث: آليات الابتكار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية

المبحث الأول: مفهوم، ومتطلبات ابتكار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية

الآليات المساعدة على الابتكار

المطلب الأول: مفهوم المنتجات المالية الإسلامية

هي الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية إلى عملائها وهي في الحقيقة عقود معاوضة تهدف إلى الربح بالنسبة للمؤسسة المالية، وتقدم في المقابل خدمة، على شكل عين أو منفعة للعملاء، لكن لكي تحقق المنتجات أهدافها فهي تتجاوز الجانب القانوني للتعاقد لتشمل التسويق ومتابعة العميل والتعرف على احتياجاته ومحاولة الموائمة بينها وبين حقوق المؤسسة ومصالحها، وبالنسبة للمؤسسات الإسلامية فإن المنتجات يجب أن تستوفي جانباً آخر وهو الضابط الشرعي. (48)

ويختلف المنتج الإسلامي عن نظيره التقليدي من حيث إختلاف العمالة وتركيبية المنتج وإحتساب الربحية، فالثاني يعتمد على إقراض مبالغ مادية، أما الأول فيرتكز على شراء أصل وبيعه إلى عميل، كما أن المنتج الإسلامي يتميز بالإبداع ويحل الكثير من المشكلات وله طريقة عمل محددة، ويتم إخضاعه للتقنية من خلال الأجهزة والبرمجيات.

وردت المنتجات المالية الإسلامية ليُعنى بها ما تعتمد عليها المصارف الإسلامية من صيغ استثمارية أثناء قيامها بالعمل المصرفي وتم التعبير عنها بعدة صور وهي:

(1) **صيغ الصيرفة الإسلامية:** ويراد بها الآليات التي تعتمد عليها المصارف الإسلامية خلال أدائها لعملياتها.

(2) **صيغ الاستثمار:** ويراد بها أدوات الاستثمار وأساليب الاستثمار المعتمدة في المصارف الإسلامية.

(3) **صيغ التمويل في المصارف الإسلامية:** ويراد بها الأدوات المالية التي تعتمد عليها المصارف في سبيل الحصول على المال من المدخرين باستثمار أموالهم من خلال المصارف.

(4) **صيغ التمويل في المصارف الإسلامية:** أساليب الاستثمار التي تعتمد عليها المصارف في سبيل تمويل

القطاعات الإنتاجية أو الاستهلاكية. (49)

المطلب الثاني: متطلبات ابتكار المنتجات المالية الإسلامية

(48) العبادي، أحمد و بن يامين، خالد. "دور الهندسة المالية في ابتكار منتجات مالية إسلامية"، 2014، ص 15.

(49) مرجع سابق، ص 288.

وينبغي أن تتوفر في المنتج المالي الإسلامي مجموعة من الشروط والمتطلبات حتى يصبح عقداً مالياً قابلاً للتطبيق من وجهة النظر العملية ومنسجماً مع أحكام الشريعة الإسلامية والقوانين والتنظيمات المعمول بها في البلد الذي سيطبق فيه العقد أو المنتج المالي الجديد. وبشكل عام توجد أربعة متطلبات أساسية لتطوير منتجات مالية إسلامية جديدة، وهي: (50)

(1) فهم الجوانب الشرعية للتمويل الإسلامي: ويكون فهم الجوانب الشرعية بالنظر إلى مقاصد الشريعة الإسلامية، وفهم المحرمات المالية التي منعتها الشريعة الإسلامية، وإدراك قواعد جمع العقود المختلفة مع بعضها، إذ إن الكثير من المنتجات المالية الجديدة في السوق المالية الإسلامية تضم عدة عقود مشتركة تشكل بجمعها منتجاً مالياً. فكل منتج مالي جديد يجب أن يكون خالياً من الربا والغرر والغبن وبيع شيء غير موجود في الملكية وغيرها من المحرمات.

(2) معرفة القوانين والتنظيمات المحلية: لا بد من وجود دولة ما يتم فيها استخدام المنتج الجديد، لذا فمراعاة البيئة القانونية والتنظيمية في ذلك البلد أمر مهم، وإذا كان عقداً دولياً فإن التزام المنتج بجميع القوانين الدولية يجعله صالحاً للتطبيق والاستعمال. كما ينبغي تحديد المرجعية القانونية عند وجود نزاعات حول العمليات التمويلية المختلفة

(3) المعرفة العلمية والفنية لأصول التمويل وطبيعة الوساطة المالية: ونقصد بهذه النقطة دراسة وفهم الدور التمويلي للمنتج وفوائد استعماله لجميع الأطراف سواء المصرف الإسلامي أو العملاء.

(4) الشروط الميدانية والتسويقية: تعني الشروط الميدانية والتسويقية دراسة الجدوى التسويقية للمنتج المالي، وكيفية تقديمه للزبائن والمتعاملين به، وتقديم شرح واف ومفصل عن تطبيقاته الميدانية العملية.

المطلب الثالث: آليات مساعدة على الابتكار المالي في التمويل الإسلامي

فيما يلي عرض لبعض الآليات والإستراتيجيات المساعدة على عملية تطوير وابتكار منتجات تمويلية جديدة في الصناعة المالية الإسلامية:

(1) العمل على تحقيق الكفاءة التمويلية.

(50) قحف، منذر (2011)، أساسيات التمويل الإسلامي، الأكاديمية العالمية للبحوث الشرعية في المالية الإسلامية، ماليزيا، ص 122.

ابتكار منتج مالي جديد يتطلب أن يحقق شرط الكفاءة الاقتصادية، ونعني بهذه الأخيرة الجمع بين تلبية رغبة العميل وخدمة المجتمع وبساطة آليات وإجراءات التطبيق، وتحقيق الأرباح للمساهمين، والتفوق على المنتجات المالية التقليدية. وحيث إنه ليس ثمة منتج مالي دون وجود مخاطر معه، فمن المهم أيضا توفير وسائل إدارة مخاطره والعمل على التخفيف منها قدر الإمكان. كذلك يجب على المبتكرات المالية في البنوك الإسلامية أن تتجنب المساعدة في زيادة الآثار الاقتصادية السلبية مثل التضخم والبطالة وسوء توزيع الثروة والآثار السلبية للعولمة. فالهدف من الابتكار توفير الخدمة والمنتج الذي يرغب فيه العملاء، سواء كانوا مودعين أو طالبي تمويل، ووفق تلك الطلبات والرغبات يتم توجيه عجلة الابتكار والتطوير، فلا حاجة لابتكار منتج لا يحقق رغبات المودعين والمستثمرين ويفيد المؤسسة المالية والمجتمع. (51)

(2) أشاعة آلية تنمية وخدمة المجتمع :

الاقتصاد الإسلامي يتكون من قطاعين رئيسيين: قطاع استثماري وقطاع خيري، والقطاع الخيري يهدف إلى تعظيم المنفعة الأخروية، ولا غنى للمسلم عن هذا الهدف. لذلك يجب على المصارف الإسلامية طرح مبتكرات مالية تلبى هذه الحاجة، والاستفادة من الأفكار الواردة في مباحث الزكاة والوقف والصدقات في المدونات الفقهية وكيفية تطبيقها على الواقع، مثل إدارة صناديق الزكاة والقيام بالنظارة على الوقف، وبذلك تكون البنوك الإسلامية متميزة في خدمة المجتمع المسلم في هذا الجانب لأن فيه تلبية لحاجاته الروحية. (52)

(3) نشر ثقافة إدارة المؤسسة المالية :

إن اهتمام إدارة المؤسسة المالية الإسلامية بعملية التطوير والابتكار وجعلها ضمن إستراتيجيتها، يساعد على تحقيق الهدف المنشود، حيث ينبغي على الإدارة الحرص على عملية التطوير والابتكار بتركيز جهود الموظفين والعاملين على اقتراح الأفضل والأحسن. ويمكن تفعيل ذلك خلال الاجتماعات الدورية بأن يقترح موظف صيغة جديدة أو آلية معينة للتعامل بها، أو تنظيم مسابقات

(51) شياذ ، فيصل(2015). "تقييم المنتجات المالية الإسلامية وتحديات التطوير والابتكار : حالة منتجات إدارة السيولة" دراسات اقتصادية إسلامية، ص 34.

(52) أحمد محمد نصار، إستراتيجية الابتكار المالي، على الموقع: <http://islamfin.go- forum.net/t942-topic> تاريخ التصفح : تموز 2008.

لتطوير المنتجات، لأن الموظف له علاقة مباشرة بالعملاء، وهو مطلع على احتياجاتهم ومشاكلهم. (53)

4) التزام المستوى الشرعي:

التزام المنتج المالي بالضوابط الشرعية وعدم اللجوء إلى الحيل المحرمة واللف والدوران على الربا والغرر وسائر المحرمات هو من صميم الابتكار المالي الإسلامي. وينبغي أويتوفر في المنتج روح ومقاصد الشريعة، فالإمام بالقواعد الشرعية من شأنه أن يحدد دائرة الإبداع والابتكار بجملة القيود الشرعية، حتى يعطي المبدع منتجا ماليا إسلاميا قلبا وقالبا، بعيدا عن الصورية التي عادة ما تنشأ نتيجة ابتكار منتجات غير متوافقة مع الضابط الشرعي، ويجب علينا بدل العمل على استبدالها أن نهتم بتعديلها وتحويرها وتعليبها لتظهر أنها مقبولة شرعيا. (54)

5) التزام النزاهة والمصادقية:

كثير من عوام الناس، بل المتخصصين والممارسين للعمل المصرفي الإسلامي يشككون في مصادقية العمل المصرفي الإسلامي ومدى التزامه بالشريعة الإسلامية، وهذه مشكلة حقيقية ينبغي الاهتمام بها والبحث عن حلول لها، من أجل استمرارية وبقاء أهم مؤسسات الاقتصاد الإسلامي الحديث. (55)

يمكن بذل جهود مشتركة بين المصارف الإسلامية والبنوك المركزية والهيئات الرقابية والجامعات وعلماء الشريعة لتوضيح مصادقية وتوافق العمل المصرفي الإسلامي مع روح الشريعة الإسلامية، وهذا الجهد لا يمكن أن يكون فرديا بل يشمل جهودا مشتركة وعملا دؤوبا مستمرا حتى يتحقق الهدف المنشود. (56)

(53) مرجع سابق ، شياد ، فيصل (2015). "تقييم المنتجات المالية الإسلامية و تحديات التطوير و الابتكار : حالة منتجات إدارة السيولة" دراسات اقتصادية إسلامية، ص 35.

(54) المرجع السابق.

(55) بودي، خالد محمد (2007) ، تقدير الفرص المتاحة أمام الصناعة المالية الإسلامية، المؤتمر الدولي السابع للمؤسسات المالية الإسلامية حول تطوير المنتجات المالية الإسلامية، الكويت.

(56) بلعزوز بن علي ، عبد الكريم قندوز، استخدام الهندسة المالية في إدارة المخاطر بالمصارف الإسلامية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر الدولي السابع حول :إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، ص ص :04-05 .

المبحث الثاني: المنتجات المالية، وواقع ومشاكل تطويرها

المطلب الأول: المنتجات المالية الإسلامية والسعي لتطويرها

كما لاحظ عدالباري مشعل: إن أي نشاط إنتاجي أو خدمي له تطورات مختلفة عبر السنين وربما الأشهر، حيث إن التغيير سنة كونية لا بد منها. وإذا تأملنا القطاع المالي فإننا نجد عقوداً ومنتجات جديدة بين فترة وأخرى مواكبة للتطورات الحاصلة في المجتمع كله. وفي مجال التمويل الإسلامي، نلمح محاكاة لكثير من المنتجات لتقليدية، بل وأحياناً يتم الاحتفاظ بالاسم نفسه كمؤشر داوجونز الإسلامي. (57)

وفي هذا يستعين الفكر الغربي بما يسمى الهندسة المالية للقيام بعملية التجديد والابتكار. ويمكن تعريف الهندسة المالية: بأنها عبارة عن التصميم والتطوير والتنفيذ لأدوات وآليات مالية مبتكرة، والصياغة لحلول إبداعية لمشكلات التمويل. والابتكار المقصود ليس لمجرد الاختلاف عن السائد، بل لا بد أن يكون هذا الاختلاف مميزاً إلى درجة تحقيقه مستوى أفضل من الكفاءة والمثالية، مع مراعاة أن الشريعة الإسلامية قد تضمنت الأسس الضرورية لقيام الهندسة المالية، فهي قد شجعت على الابتكار وحثت عليه، وبينت الأسس التي يمكن من خلالها توجيه عملية الابتكار المالي بما يحقق المصالح المرجوة. (58)

وعلى الرغم من أهمية تطوير المنتجات المالية الإسلامية وتجديدها بما يضمن تنافسيتها والتزامها تجاه عملائها، وتنويع مخاطرها إلا أن حجم الاهتمام به لا يزال ضعيفاً. ومن أسباب تطوير المنتجات المالية الإسلامية، وهي حاجة ضرورية لإدارات المصارف حتى تبقى متطورة، يمكن أن نذكر ما يلي:

1. تنويع مصادر الربحية التي هي مطلب شرعي.
2. تجنب تقادم المنتجات الحالية للمحافظة على النمو.
3. تقليل مخاطر الاستثمار بتنويع صيغته وقطاعاته.

(57) مشعل، عبد البارى (2007) تقويم المنتجات المالية الإسلامية من منظور المصادقية الشرعية، المؤتمر الدولي السابع للمؤسسات المالية الإسلامية حول تطوير المنتجات المالية الإسلامية، الكويت، ص 10.

(58) مرجع سابق، سامي السويلم (2004)، صناعة الهندسة المالية: نظرات في المنهج الإسلامي، مركز البحوث شركة الراجحي المصرفية، ص 5.

4. دعم المركز التنافسي للبنك في السوق. (59)
5. التطوير المستمر للمنتجات يزيد من خبرة المصرف ويبقيه في حيوية مستمرة. وقد أصدر المجلس العام للمؤسسات المالية الإسلامية تقريرا، بناء على استطلاعات الرأي التي قام بها، بين فيه أن الواقع التطبيقي للمنتجات المالية الإسلامية يتميز بعدة خصائص: (60)
6. اقتصار المؤسسات المالية الإسلامية على استخدام وتطبيق عدد محدود من المنتجات والخدمات المالية.
7. إضافة بعض الإجراءات على المنتجات المالية القائمة مما جعلها تصل إلى حد التقارب والتماثل مع المنتجات التقليدية.
8. اللجوء المفرط إلى أسلوب المحاكاة بتقليد المنتجات المالية التقليدية والتكلف في جعل السلعة وسيطا حقيقيا، في حين لا تعدوا أن تكون وهمية في بعض التطبيقات، مما لا يشكل أي قيمة مضافة فعلية.

(59) جاسر، محمد عمر (2010)، نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة، مؤتمر المصارف الإسلامية اليمنية المقام تحت عنوان "الواقع وتحديات المستقبل"، صنعاء، الجمهورية العربية اليمنية، ص6.

(60) خوجة، عز الدين (1432)، تطوير المنتجات المالية الإسلامية: المنهجية والآلية، ملتقى الخرطوم للمنتجات المالية الإسلامية، الخرطوم، السودان، مركز بيان للهندسة المالية الإسلامية، ربيع الثاني، ص 7.

المطلب الثاني: واقع ومشاكل منتجات إدارة السيولة في المصارف الإسلامية

أولاً: واقع منتجات إدارة السيولة في المصارف الإسلامية

ينتقد التمويل الإسلامي كما هو عليه اليوم في كثير من الأحيان لافتقاره النسبي لتنوع المنتجات، فعدم قدرته على مواكبة عروض التمويل التقليدي يشكل دون شك تحدياً تنافسياً، خصوصاً في أوساط المستثمرين الأكثر تطوراً. وعلى الرغم من الإشادة بالتمويل الإسلامي لمنتجاته الشفافة

والراسخة على أساس المبادئ، فإن عدم تنوع المنتجات أمر واضح لأي مراقب للسوق. (61)

تعتبر إدارة السيولة في المؤسسات المالية من أكثر الإدارات أهمية وحساسية نظراً لمواءمتها بين التدفقات النقدية الداخلة والخارجة وتأثيرها على عوامل عديدة، أهمها ربحية ومخاطرة هذه المؤسسات.

إن المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية في أغلبها تعاني من فائض في السيولة، ولكن المشكلة التي تواجهها هي كيفية استثمار السيولة الفائضة في ظل عدم توافر الأدوات المالية التي تساعد على تحقيق ذلك. فهي بحاجة إلى مزيد من الأدوات المالية لكي تستثمر السيولة الفائضة. فالأدوات المالية سواء في السوق النقدية أو سوق رأس المال تعتبر غير كافية، وتعد أكثر من ضرورية خاصة في مجال سوق النقد.

ثانياً: مشاكل منتجات إدارة السيولة في المصارف الإسلامية

إن الإدارة المثالية للسيولة تتضمن إدارة الأصول والالتزامات بعقلانية، حتى يتم ضمان كفاية تدفقات النقد لكل الالتزامات. لذا يقتضي هذا موازنة الجانبين الأصول والخصوم ALM، فالمصرف يسعى لزيادة أرباح الأصول من خلال استثمار أكبر قدر من النقد المتوفر. (62)

ومن جهة أخرى، توجد حاجة لضمان قدر كاف من السيولة لمجابهة حالات عدم التوافق mismatch في هيكله الدفع (تواريخ الاستحقاق) بين الأصول والالتزامات. ويمكن حصر أهم

(61) العاني، اسامه ، محمود الشويات(2015) إدارة السيولة النقدية في المصارف الإسلامية مقدم الى أعمال المؤتمر الدولي الثاني للمالية والمصرفية الإسلامية تحت عنوان إدارة السيولة في المصارف الإسلامية الذي يُنظمه قسم المصارف الإسلامية في كلية الشريعة – الجامعة الأردنية ، ص 16.

(62) المراجع السابق، ص 17.

التحديات والقضايا الرئيسية في إدارة السيولة في المصارف الإسلامية في مجموعة النقاط التالية: (63)

1. غياب السوق الثانوية الإسلامية.
2. غياب سوق نقد بين المصارف الإسلامية.
3. غياب المقرض الأخير.
4. الاختلافات الفقهية.
5. تطور بطيء في أدوات الاستثمار الإسلامي.
6. عدد قليل من المشاركين.
7. أدوات إدارة السيولة المرنة والمتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية محدودة.
8. أغلب الصكوك يحتفظ بها حتى تاريخ الاستحقاق، وبالتالي تفتقد إلى المرونة وتسييلها يصبح صعبا.
9. العديد من المصارف الإسلامية تودع الأموال الفائضة لديها بالمصارف الغربية من خلال تجارة المراهجة بالسلع الدولية في بورصة لندن للمعادن وإدارة السيولة تعني تحقيق الملاءة بين تحصيل السيولة بأقصر وقت وأفضل سعر، وبين استثمارها وتوظيفها بصورة مجدية، ويختلف تحقيق السيولة بحسب التطبيقات المختلفة. وتحصيل السيولة بالاقتران بفائدة وتوظيفها بالفائدة محرم شرعا، سواء كان مباشرا أم بالسحب على المكشوف، أم بالتسهيلات بفائدة أو عمولة. وينبغي دعم الصيغ المباحة شرعا كالمضاربة والوكالة بالاستثمار للحصول على السيولة. (64)

(63) أنطونيو محمد شافعي (2006)، أهمية إدارة السيولة في المالية الإسلامية، الندوة العالمية لعلماء الشريعة: القضايا المعاصرة في التمويل الإسلامي، ماليزيا، ص 301.

(64) هيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، المعيار الشرعي رقم 44، مايو 2010.

الفصل الرابع: تطبيقات الابتكار في المالية الإسلامية

المبحث الأول: أثر ومزايا تطبيقات الابتكار في المالية الإسلامية

المطلب الأول: أثر الابتكار والإبداع على الميزة التنافسية للمصارف الإسلامية

يعتبر مفهوم الميزة التنافسية ثورة حقيقية في عالم إدارة الأعمال على المستوى الأكاديمي والعلمي، فأكاديميا لم يعد ينظر للإدارة كهم داخلي أوكمواجهة وقتية مع مشاكل ليست ذات بعد إستراتيجي ولكن أصبح ينظر للإدارة كعملية ديناميكية ومستمرة تستهدف معالجة الكثير من المشاكل الداخلية والخارجية لتحقيق التفوق والتميز المستمر للمؤسسة على المنافسين والموردين والمشتريين وغيرهم. وعمليا يحرص المسؤولون على العمل الدؤوب والمستمر للتعرف على وتحليل واكتشاف والمحافظة والاستثمار في الميزة التنافسية للمؤسسة.

أولاً: مفهوم الميزة التنافسية : في الوقت الحالي أصبح مفهوم الميزة التنافسية الشغل الشاغل للباحثين الاقتصاديين وعلى هذا الأساس فالدخول في دائرة التنافس لا يعني القضاء على المنافسين وإنما تقديم منتجات ترضي المستهلكين تختلف عن المنافسين، ومن التعاريف التي أعطيت لها ما يلي:

أ- " الميزة التنافسية هي التي تعتمد على نتائج وفحص وتحليل كل نقاط القوة والضعف الداخلية إضافة للفرص والتهديدات المحيطة السائدة في بيئة المؤسسة مقارنة بمنافسيها في السوق " (65)

ب- ويعرفها عبد الستار محمد علي " إنها القدرة على تحقيق حاجات المستهلك أو القيمة التي يتم الحصول عليها من ذلك المنتج ومثال ذلك قصر فترة التوريد أو الجودة العالية للمنتج " (66)

ت- الميزة التنافسية هي " ما تختص به المؤسسة دون غيرها ولما يعطي قيمة (أو يختلف عما يقدمه) مضافة إلى العملاء بشكل يزيد أو يختلف عما يقدمه المنافسون في السوق " (67)

ث- ويعرف د. علي السلمي الميزة التنافسية بأنها " مجموعة المهارات والتكنولوجيات والموارد والقدرات التي تستطيع الإدارة تنسيقها واستثمارها لتحقيق أمرين أساسيين:

(65) المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح (1999) ، الإدارة الإستراتيجية تحديات القرن الحدي والعشرون، ط1، مجموعة النيل العربية، جامعة المنصورة، ص27.

(66) العلي، عبد الستار محمد(2000) ، إدارة الإنتاج والعمليات مدخل الكمي، ط1، روابل للطباعة والنشر، الأردن، ص40.

(67) عبد الحميد، طلعت أسعد(1999) ، التسويق الفعال الأساسيات والتطبيق، ط9، الدار المتحدة للإعلان، مصر، ص106.

- إنتاج قيم ومنافع للعملاء أعلى مما يحققه المنافسون.

- تأكيد حالة من التمييز والاختلاف في ما بين المنظمة ومنافسيها " (68)

من خلال التعاريف نستنتج أن الميزة التنافسية هي القدرة على تحقيق رغبات المستهلكين باعتبار أن المستهلك هو الحكم في السوق فإن رضائه يعتبر الهدف الأساسي الذي تسعى المؤسسة لتحقيقه، ومنه فالميزة التنافسية تعني تقديم منتجات متميزة عما يقدمه المنافسون في السوق وإرضاء الزبائن بشكل يختلف أو يزيد عنهم، وتستطيع المؤسسة تحقيق ميزة تنافسية من خلال وضع إستراتيجية للتنافس

مبنية نتائج التحليل الداخلي للبيئة المحيطة بها. (69)

وتتبع أهمية الإبداع في كونه أساس انطلاق المنظمة نحو الاستقرار والنمو وذلك من خلال استغلال كافة القدرات والإمكانيات المتوفرة لدى مواردها المتنوعة لذلك فإن الإبداع يوفر للمنظمات:

1. البيئة التنظيمية المناسبة للنمو وتطور المصارف: حيث يوفر الإبداع للمصارف البيئة المناسبة للتطور والنمو، فمقومات البيئة المبدعة تسمح ببناء المصارف والإصلاح والتطوير الإداري لذلك فإن تميز المصارف يقوم على عامل أساسي هو تبنيها وتمييزها لبيئة تنظيمية تؤصل الإبداع كهدف تنظيمي متجدد ومطلوب ، ويكون ذلك من خلال مراعاة النظم والأساليب والوسائل التالية :

1. تبني نظام مؤسسي يقوم على المشاركة وتأسيس قنوات الاتصال المفتوحة.
2. اعتبار التدريب واجبا وظيفيا متصلا ومتجددا لكل العاملين.
3. الاهتمام وإعطاء الأولوية للبحث والتجريب ، وتوفير المخصصات المالية الكافية لذلك.
4. وضع معايير موضوعية لتقييم الأداء وتقوم على تأكيد الثقة في العاملين وتشجيعهم على المبادرة والابتكار والتجديد ، وضع نظم للحوافز تؤمن المكافأة المادية والمعنوية للمبدعين.
5. التوجه نحو التنظيمات اللامركزية التي تحقق قدرا من الاستقلالية والمرونة في التنفيذ.
6. التفاعل بين الكيان المؤسسي والبيئة المحيطة به مما يوسع ويعظم قدرات المؤسسة وإمكانياتها الإبداعية ويتيح لها الفرصة في استقطاب الخبرات والقدرات والإمكانات المتوفرة في البيئة والاستفادة منها.

(68) عبد الله حسن مسلم، الإبداع والابتكار الإداري في التنظيم والتنسيق، دار المعزز للنشر والتوزيع،

(69) نقماري، سفيان (2013)، الإبداع والابتكار في النظام المصرفي ودوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك ، ص 12 ، الملتقى الدولي الأول حول: اقتصاديات المعرفة و الإبداع خلال الفترة : 17-18 افريل ورقة بحثية غير منشورة .

7. أن تبذل القيادة الإدارية جهودها في تهيئة المناخ التنظيمي للإبداع. (70)

2. **تنمية المهارات الإبداعية:** أي تطوير مهارات وقدرات الأفراد في المستويات الإدارية المختلفة وتنمية معارفهم الإدارية والتنظيمية وتمكينهم من ممارسة وظائف العملية الإدارية بكفاءة، حيث يعتبر ذلك حاجة ملحة لترشيد في توجيه الموارد المختلفة للمنظمة بما يخلق نوع من التميز للمنظمة مقارنة بمنافسيها.

3. **تحقيق التميز في المنتج أو الخدمة:** ويكون ذلك بتقديم خدمة أو منتج متميز بأسلوب مقبول وتكلفة أقل وجودة أعلى، وهذا بتوافر ثلاث خصائص أومزايا:

أ- **الاختلاف والتميز:** ويقصد بذلك اختلاف المنتج أو الخدمة التي تقدمها المنظمة بصورة ايجابية عن منتجات أوخدمات منافسيها، حيث أن لكل منتج دورة حياة تبدأ بمرحلة التقديم وتنتهي بمرحلة الاضمحلال، لكن على المنظمة السعي إلى إيجاد حلول لإطالة دورة حياة هذا المنتج أطول وقت ممكن وذلك من خلال التغلب على التحديات أو تأجيلها أو تحويلها أو تقليل مخاطرها، ويأتي ذلك من خلال منظومة أفكار خلاقة قادرة على إيجاد الحلول الملائمة ويكون ذلك باتخاذ القرارات الإبداعية التي تشمل جميع الأنشطة والأساليب الإدارية.

ب- **سرعة الاستجابة:** وتمثل سرعة الاستجابة في تقديم الخدمات والمنتجات للاستجابة لرغبات وتوقعات العملاء المتغيرة والمتجددة لإيجاد قيمة جديدة ومضافة، من خلال السعي نحوالتغير وتحسين المتطلبات الأساسية للسلع والخدمات، ويساهم الفرد المبدع في تحسين جودة الخدمة أوالمنتج وبالتالي

إيجاد نوع من التأييد الذي يؤدي إلى إبراز المؤسسة كمصدر لبناء القدرات التنافسية. (71)

ج- **انخفاض التكلفة:** إن معظم المصارف تركز جهودها على تحسين المنتجات أو تطوير تقنيات جديدة لإنتاج هذه المنتجات مقابل تكلفة منخفضة، لأن الهدف الأساسي لعملية الإبداع هو تخفيض التكلفة الوحديوة بصفة خاصة مما يعطيها ميزة تنافسية تمكنها غالبا من تحقيق أرباح ضخمة وهذا

الاحتمال يمنح المؤسسات حافزا قويا للسعي وراء منتجات أو عمليات واستراتيجيات مبتكرة. (72)

(70) الرحايله، عبد الرزاق سالم(2010)، نظرية المنظمة، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الأولى، ص، ص247.248

(71) المرجع السابق، ص256.

(72) نقماري سفيان، الإبداع والابتكار في النظام المصرفي ودوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك، 2013، ص 13.

المطلب الثاني : مزايا تطبيقات الابتكار في المالية الإسلامية.

لا شك في أنما يميز أيّ صناعة هو منتجاتها؛ لأن مزايا هذه المنتجات والحاجة إليها هي التي تُحدّد الطلب عليها؛ ومن ثمّ تُحدّد استدامة صناعتها. وقد تزايد الطلب على المنتجات المالية الإسلامية في ظل توجه عالمي متنامٍ نحو الاستثمار الأخلاقي المتوافق مع المعاملات الإسلامية التي تستبعد الرِّبا والغرر والتعدي على أموال الناس، وتجنّب التعامل مع المنتجات الضارة بالمجتمع.

ويلاحظ أن الإقبال الكبير على المنتجات الشرعية حالياً مصحوب بوعي العملاء الذين أصبحوا لا يقبلون 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 تلبّي الاحتياجات الأساسية للعملاء، مع مراعاة الجمع بين السلامة الشرعية والكفاءة الاقتصادية وإمكانية التطبيق. ولما كان هناك عمر زمني لكل منتج ينتهي بمرحلة الحاجة إلى التجديد، والمجيء بفكرة جديدة تجعل لهذا المنتج بعداً جديداً وحاجة جديدة بقبل عليها العملاء مرة أخرى؛ فإن الابتكار المالي أصبح ضرورة ملحة في البنوك الإسلامية. فالشريعة الإسلامية لم تحجر دائرة الابتكار، وإنما على العكس، حجرت دائرة الممنوع، وأبقت دائرة المشروع متاحة للجهد البشري في الابتكار والتجديد من أهم ما يميز الابتكار في المالي الإسلامي ما يلي:

- 1) تحسين القدرات وتسهيل تبادل الخبرات، واكتشاف فرص تطوير المنتجات الجديدة.
- 2) إيجاد جومن التنافس، وتقديم الخدمات التنافسية للعملاء.
- 3) تحسين جودة المنتجات المالية الإسلامية وإيجاد البيئة المناسبة لتحفيز إنتاج البحوث والابداع في التطوير.
- 4) زيادة قدرتها التنافسية من خلال تلبية الاحتياجات المتزايدة لطالبي التمويل وخاصة التمويل الممنوح لمحدودي الدخل بدون فوائد هذه ميزة للهندسة المالية الإسلامية ليست متوافرة في نظيرتها التقليدية التي تجعل من الفائدة هدفها الأول للتمويلات.
- 5) تقديم الاقتصاد الإسلامي، للعالم أجمع من خلال تعريفهم بما يمكن أن يقدمه للعالم في حله للمشكلات الاقتصادية التي تعاني منها المجتمعات.
- 6) تجنب التقليد لمنتجات المصارف التقليدية : حيث أن التقليد هو البديل للإبداع والابتكار وعجز المؤسسات المالية عن ابتكار وتطوير منتجات مالية إسلامية تنافس نظيراتها التقليدية، يجعلها

عاجزة عن تلبية احتياجات الأفراد وبالتالي يكون أثرها ضعيف في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. (73)

المبحث الثاني: دورة حياة واستراتيجيات وخطوات الإبداع والابتكار المصرفي للمنتجات المصرفية

المطلب الأول: دورة حياة المنتجات المصرفية

تشمل دورة حياة المنتج المصرفي أربعة مراحل حيث يتطور رقم أعمال المصارف ومردوديتها مع الوقت.

1- **مرحلة تقديم المنتج إلى السوق:** هي أولى المراحل التي يمر بها المنتج عند استحداثه، وتتركز الجهود التسويقية في هذه المرحلة على تعريف الزبائن بالمنتج الجديد، تتسم هذه المرحلة بانخفاض المبيعات، في حين تكون التكاليف المنفقة عليه مرتفعة، كنفقات الترويج وتكون الأرباح في هذه الفترة معدومة أو سلبية ذلك أن ما ينفقه البنك على المنتج من نفقات يفوق مبيعاته. (74)

2- **مرحلة النمو:** في هذه المرحلة يزداد التعامل بالمنتج وتنمو المبيعات بمعدل أكبر، مما يؤدي إلى ارتفاع أرباح المصرف الأمر الذي يستهوي المنافسين في الدخول وتقديم منتج مماثل، لذا تعد عملية تطوير وتحسين ملامح وجودة هذا المنتج ضرورة حتمية من أجل الحفاظ على المركز التنافسي للمصرف. (75)

3- **مرحلة النضج:** تتميز هذه المرحلة بانخفاض المبيعات بينما الأرباح تصل إلى أعلى مستوى لها ثم تعود للانخفاض خلال هذه المرحلة قد يستخدم البنك مجموعة من الإجراءات لإطالة عمر المنتج، ولكن لا مفر من إحلال هذا المنتج وزواله، ويصبح المجال مفتوحاً للإبداع والابتكار في المنتج، وتزيد المصارف من ميزانياتها المخصصة للبحث والتطوير. (76)

(73) مركز الاقتصاد الإسلامي، المصرف الإسلامي الدولي للاستثمار والتنمية، الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية، إدارة البحوث، العدد السادس، سلسلة نحو وعي اقتصادي إسلامي، ص 6، ص 7.

(74) نايلي، إلهام (2013). "أهمية الإبداع و الابتكار في المنتجات المصرفية في إكساب المصارف ميزة تنافسية : دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية و المصارف التقليدية" المجلة العالمية للتسويق الإسلامي. ، ص 5.

(75) مرجع سابق، ص 5.

(76) مرجع سابق، ص 5.

4- مرحلة التدهور أو التقهقر: تتصف هذه المرحلة باستمرار انخفاض المبيعات في حين الأرباح تنقلص، وخلالها يتم سحب المنتج تدريجياً من السوق مع إدخال منتجات جديدة تحل محله. (77)

المطلب الثاني: إستراتيجيات وخطوات الإبداع والابتكار المصرفي

أولاً: إستراتيجيات الإبداع والابتكار المصرفي في البنوك:

يستقوم عملية الإبداع والابتكار في المنتجات المصرفية أساساً على دراسة تحليلية وواقعية لسوق المنتج ومعرفة المتغيرات المتعلقة به، وهناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن للمصرف أن يتبناها للإبداع والابتكار في منتجاته المصرفية، منها ما يتعلق بالابتكار في المنتج المصرفي ذاته ومنها ما يتعلق بالابتكار في الأسواق المتعامل معها.

إستراتيجية تنمية وتطوير السوق: وترتكز هذه الإستراتيجية على قيام المصرف بابتكار برنامج لمنتجاته يمكن من خلاله إشباع حاجات ورغبات قطاعات جديدة من الزبائن. (78)

إستراتيجية اختراق السوق: طبقاً لهذه الإستراتيجية تبحث إدارة البنك عن الطرق والأساليب التي تحقق زيادة في حجم تعامل البنك من منتجاته الحالية في سوقه الحالي. (79)

إستراتيجية الابتكار في المنتجات: يقوم المصرف بتطوير منتجات مصرفية جديدة أو تعديل المنتجات الحالية لتلاءم حاجات الزبائن.

إستراتيجية التنوع: تعتمد هذه الإستراتيجية على قيام البنك بابتكار منتجات مصرفية جديدة في أسواق جديدة. (80)

ثانياً: خطوات ومراحل الإبداع والابتكار المصرفي في البنوك.

يعتمد نجاح المصرف واستمراره في مزوالة نشاطه الى حد كبير على قدرته في الإبداع والابتكار في منتجاته الحالية، وعلى خلق منتجات جديدة تضاف الى سلسلة المنتجات التي يقدمها. لذا يتعين عليه

(77) زهير غراية، و بريش عيد القادر (2012)، المنتجات المالية الإسلامية مدخل ابتكاري لمعالجة الأزمات المالية المعاصرة-غراية زهير و بريش عيد القادر، ص 55.

(78)الصميدعي و عثمان يوسف 2001 الابتكار المصرفي، ص 276

(79)الحداد أحمد بن عبدالعزيز ، ، 1999 الإبداع والابتكار في الإسلام ص 172.

(80) مرجع سابق

إتباع نظام فعال يضمن له أخراج أفكار جيدة الى حيز الوجود، والابتعاد عن كل الأفكار السيئة التي قد تؤدي الى إهدار الجهد والمال. وأشار الحداد الى التمييز الى مراحل أساسية في عملية الإبداع

والابتكار في المنتجات المصرفية والحصول على منتج جديد. (81)

المرحلة الأولى: البحث عن الأفكار الجديدة: تهدف هذه المرحلة الى توليد أكبر عدد ممكن من الأفكار الجديدة، ويجب تحديد ما إذا كانت الهدف هو تعديل وتطوير منتج مصرفي قائم أو إضافة منتج جديد تماماً. وهناك مصادر وطرق للحصول على الأفكار الجديدة.

مصادر الحصول على أفكار جديدة: هناك مصدرين للإبداع والابتكار في المنتجات المصرفية، مصدر داخلي والآخر خارجي، وتشمل المصادر الداخلية للمصرف إدارة البحوث والتطوير بالمصرف، إدارة التسويق، مدير المصرف ورؤساء قطاعاته التنفيذيين وموظفو المصرف والعاملين فيه. (82) أما المصادر الخارجية فتضم كافة المصادر الخارجية عن المصرف وأهمها زبائن البنك الحاليين، المصارف التابعة والتوكيلات، الحكومات، المصارف المنافسة، معاهد البحث العلمي، ووكالات الإعلان. (83)

المرحلة الثانية: غربلة وتقييم الأفكار الجديدة:

بعد الانتهاء من جمع الأفكار يتم غربلتها بهدف معرفة الأفكار الواعدة واستبعاد الأفكار غير الممكن تحويلها أو تطويرها الى منتج، فالحرص عند الغربلة أمر ضروري لأن الإبداع والابتكار في المنتج الجديد ما بعد هذه المرحلة يتطلب استثماراً كبيراً من الوقت والمال. (84)

المرحلة الثالثة: مرحلة الدراسة الاقتصادية (التحليل الاقتصادي)

بعد جمع الأفكار وغربلتها وتقييمها تأتي مرحلة التحليل الاقتصادي للمشروع، الذي يهدف الى تقدير المبيعات والتكاليف والأرباح المستقبلية للمنتج، وتشمل هذه المرحلة إعداد تقديرات على أساس نتائج تحليل السوق وإمكانية تقديم المنتج، وتقدير التكاليف والعائد. (85)

(81) مرجع سابق، الحداد ، ص 172.

(82) محسن أحمد الخضيرى (1999)، التسويق المصرفى، ايتراك للنشر والتوزيع، مصر، ص 265.

(83) مرجع سابق، ص 268.

(84) مرجع سابق، ص 269.

المرحلة الرابعة: مرحلة الإبداع والابتكار وتحديد مواصفات المنتج

تعتبر هذه المرحلة الحاسمة في عملية الإبداع والابتكار وذلك راجع الى كونها المرحلة التي تتطلب أولى الاستثمارات وفي نهاية مرحلة الإبداع والابتكار نصل الى انطلاق حتمي لعملية الإبداع والابتكار أو نهاية فورية للعملية.

المرحلة الخامسة: مرحلة تجربة واختبار المنتج

يمكن القول أن لهذه المرحلة أهمية قصوى في عملية الإبداع والابتكار في المنتجات المصرفية، اذ تكون غالباً محفوفة بالمخاطر وتشكل عبئاً على موارد المصرف المالية والإدارية على السوء، وفي نفس الوقت ليس مؤكداً نجاح فكرة المنتج، ومع أنه لا يمكن التنبؤ بنجاح أو فشل المنتج الجديد. إلا أن دور التسويق هو محاولة تخفيض نسبة عدم التأكد المحيطة بطرح المنتج الجديد.

المرحلة السادسة: مرحلة الإطلاق

تشمل هذه المرحلة مجموعة الأنشطة التي يقوم بها البنك بعد ظهور نتائج اختبار السوق، وذلك من أجل تقديم المنتج الجديد الى السوق بشكل فعلي.

ثالثاً: إستراتيجيات علمية وعملية لتطوير المنتجات المالية الإسلامية

تقدم هذه الورقة محاولة لوضع معالم تعد بمثابة مقدمة لبناء هذه الإستراتيجية في محاولة لاستكمال المنظومة المعرفية للصناعة المالية الإسلامية يمكن تلخيصها فيما يلي :

1. تفعيل دور الرقابة الشرعية في عملية تطوير المنتجات والمتابعة المستمرة لعمليات التنفيذ.
2. العمل على تجميع الجهود وتضافرها لوضع معايير شرعية موحدة للصناعة المالية الإسلامية وهذا من شأنه أن يقدم رؤية واضحة للضوابط الشرعية للمنتجات المالية الإسلامية ويعزز ثقة الجمهور والمساهمين بها.
3. تشجيع البحث العلمي وتخصيص عوائد مالية من أرباح المنتجات المالية لأغراض الدراسات والبحوث العلمية التي تهدف لتطوير المنتجات.

(85) عاكف لطفي خصاونة ، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2011 ، ص 56.

4. العمل على إنشاء سوق مالية إسلامية تضمن تسويق مؤسسات الصناعة المالية الإسلامية منتجاتها من خلالها، وتأمين السيولة اللازمة لها حيث أن هذه المؤسسات تواجه تحديات كبيرة وعوائق عديدة في تسويق منتجاتها وإيجاد التمويل المناسب لها من خلال الأسواق التقليدية.
5. تأسيس وتفعيل دور مؤسسات البنية التحتية في الصناعة المالية الإسلامية مثل مجلس الخدمات المالية الإسلامية والمجلس العام للبنوك والمؤسسات المالية الإسلامية وغيرها في مجال التطوير والابتكار.
6. الوصول في تكلفة الإنتاج إلى أدنى مستوياتها لتحقيق ميزة تنافسية على مثيلاتها التقليدية.
7. تدريب وتأهيل العاملين في تشغيل هذه المنتجات حيث تلعب خبرة هؤلاء الموظفين دوراً مهماً في تقليل المخاطر ويؤدي فهمهم الدقيق لطبيعة المنتج إلى الاحتراز من الوقوع في المخالفات الشرعية وفهم أكبر لمتطلبات التطوير. (86)

(86) جاسر، محمد عمر (2010) ، نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر المصارف الإسلامية اليمنية المقام تحت عنوان " الواقع .. وتحديات المستقبل"، تنظيم نادي رجال الأعمال اليمنيين في الفترة 20-21 مارس ، صنعاء - اليمن.

الفصل الخامس: نماذج ابتكارية في المالية الإسلامية

المبحث الأول: نماذج المربحة والبيع على الخارطة والصكوك الوقفية

والمشتقات المالية

المطلب الأول: نموذج عقد المربحة

أولاً: مفهوم عقد المربحة:

- تعريف المربحة لغة بأنها: الزيادة أو النماء في التجارة. (87)

- وتعرف في الفقه بتعريفات متعددة منها: بيع بمثل الثمن الأول مع زيادة ربح. (88)

ثانياً: مشروعية المربحة:

بيع المربحة مشروع بالكتاب والسنة والاجماع، ودليل ذلك قوله تعالى: {وأحل الله البيع} (89)،

وقوله صلى الله عليه وسلم: (إذا اختلف الجنسان فبيعوا كيف شئتم إذا كان يدا بيد) (90)، وقد

تعامل المسلمون بالمربحة دون تكبير، فكان إجماعاً على جوازها. (91)

ثالثاً: نموذج مبتكر لتطبيق عقد المربحة: (المواعدة المنتهية بالتمليك).

تقوم فكرة هذا العقد على إبداء العميل الرغبة في شراء سلعة معينة، ويتعهد البنك بالشراء، مع

التزامه ببيعها للعميل بعد التملك، مع تعهد العميل بالشراء، وتسمى هذه المرحلة:

(87) ابن منظور، لسان العرب، ج 4، ص 286.

(88) الكاساني، علاء الدين، بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، ج 5، المطبعة الجمالية، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، ص

220.

(89) سورة البقرة، آية 275.

(90) النووي، يحيى بن شرف، المجموع شرح المهذب، باب الربا، ما يحرم في الربا، قاعدة بيع الربويات بجنسها أو ما يشاركها في

علة الربا، ص 506، والحديث صحيح.

(91) الكاساني، علاء الدين 1986م. بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، ط2، ج5، مرجع سابق، ص 222.

مرحلة المواعدة، وهي ملزمة للطرفين⁽⁹²⁾، وبعد إجراء البيع بين البنك والعميل تصبح المواعدة بيعاً، وتسمى هذه المرحلة: مرحلة البيع، لذا يسمى العقد مواعدة منتهية بالتملك، وذلك في عقد واحد يتضمن الحقوق والالتزامات كافة للمتعاقدين بوضوح.⁽⁹³⁾

سيتم مناقشة هذا النموذج من خلال مجموعة نقاط موضحة وشارحة للنموذج، كالآتي:

1. تعد المواعدة ملزمة للطرفين، حيث يلتزم البنك بشراء السلعة المطلوبة طبقاً للمواصفات والكميات المحددة، ويلتزم ببيعها للعميل بما قامت به السلعة بالإضافة إلى التكاليف كافة التي تحملها، مضافاً إليها نسبة الربح المتفق عليها، كما يتفق العميل بشراء تلك السلعة متى وردت مطابقة للمواصفات والكميات المحددة، وبالسعر المتفق عليه، وتسلم البضاعة حال وصولها، ويلتزم الطرفان (البنك والعميل) بتسليم المستندات والأوراق التي يتطلبها تنفيذ هذا العقد.
2. منع وقوع عقد البيع بالمرابحة حتى يتملك البنك السلعة وتكون الملكية حقيقية، ويتم البيع عند وصول البضاعة للمصرف وتسليمها للعميل.
3. الاتفاق على دفع عربون عند التوقيع يجري خصمه من الثمن، ويعد تعويضاً في حال أخل العميل بالتزامه بالشراء.
4. يعد البنك ضامناً للسلعة إلى أن يقوم بتسليمها للعميل أو التخليّة والتمكين له منها.
5. ضمان الضرر الناشئ عن المطل أو عدم الوفاء بدون عذر، ويتحمل العميل دفع تعويض يحدد بمقدار الضرر الناشئ عن التأخير بدون عذر، على أن يعمل البنك على تجميع هذه المبالغ (التعويضات) في صندوق خاص يصرف في وجوه الخير المختلفة،⁽⁹⁴⁾ وتقدر

(92) مجلس مجمع الفقه الإسلامي، منظمة المؤتمر الإسلامي، الدورة 17، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 24 - 28 حزيران 2006م، قرار رقم 6\17 157

(93) حسنين، فياض عبد المنعم، (2009م). بيع المرابحة في المصارف الإسلامية، موسوعة الاقتصاد الإسلامي، المجلد 3، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة، ص 399.

(94) أبو جمعة، نعيم حافظ، (2003م). التسويق الابتكاري، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة.

قيمة هذا التعويض لجنة تحكيم متخصصة، بمعرفة هيئة الرقابة الشرعية للبنك، (95) كما يلتزم البنك بشراء البضاعة وتسليمها للعميل، وإلا فإن عليه رد العربون ودفع تعويض عن الضرر الفعلي للعميل.

6. رهن المبيع بثمنه أو بأي جزء منه، ويعد هذا ضمانا مصرفيا.

7. الحط من الدين مقابل تعجيل الوفاء بالثمن، ويتم تحديده بمبلغ معين، بحسب هيئة الرقابة الشرعية في البنك، غير مرتبط بالزمن. وقد أجاز مجمع الفقه الإسلامي قاعدة ضع وتعجل إذا لم تكن بناء على اتفاق مسبق بين الطرفين، وما دامت قائمة على علاقة ثنائية بين العميل والبنك دون تدخل طرف ثالث. (96)

8. التفصيل في بيان أحكام جوانب الاتفاق. (97)

والسؤال هنا: هل يحقق المنتج عوامل نجاح الابتكار المالي الإسلامي؟

القضية لا بد من مناقشة الآليات التي من خلالها يمكن الحكم على المنتج بأنه مبتكر مالي أم لا، وهذه الآليات تتمثل ب: الخروج من الخلاف الفقهي ومحاولة التوفيق بين المذاهب، والآلية التي يمكن تطبيقها للوصول إلى هذه النتيجة هي: أن يكون المنتج المالي أصيلا، وبعيدا عن التقليد. فهل يعد منتج المراجعة بالمواعيد المنتهية بالتمليك منتجا أصيلا؟ أم هو تقليد للمنتجات التقليدية المتمثلة بالقروض مقابل فائدة؟

هناك العديد من الآراء تحاول التشكيك بمنتج المراجعة، وتتهمها بأنها مماثلة للقروض المصرفي تماما، إلا أن الاختلاف الوحيد هو مسمى الربح، ففي القروض المصرفية يسمى هذا الربح فائدة، وفي المصارف الإسلامية تسمى مراجعة، ولكن هذه الآراء وإن صدرت أحيانا من مثقفين واقتصاديين، فإنها تبين حقيقة مهمة جدا ألا وهي: ضعف الوعي المصرفي الإسلامي، لأن هذا يدل على عدم معرفة أصحاب هذه الآراء بالفروق الحقيقية بين المراجعة والقروض، حيث إن القرض المصرفي التقليدي يقوم على مبدأ مقابلة مال بمال مقابل زيادة، من الجنس نفسه، وهو عين الربا. أما

(95) الضريب، الصديق محمد الأمين، الغرر في العقود وأثره في التطبيقات المعاصرة، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي، جدة، السعودية، 1993م، ص 44.

(96) مرجع سابق، مجمع الفقه الإسلامي، قرار رقم: 7، (66/2).

(97) حسنين، فياض عبدالمعتم، بيع المراجعة في المصارف الإسلامية، مرجع سابق، ص 400 – 401.

المرابحة فهي تقوم على مبدأ المتاجرة الحقيقية، حيث يقوم المصرف بشراء السلعة بناء على طلب العميل، ويتملكها حقيقة ويتحمل ضمانها إلى أن يبيعها إلى المشتري.

والسؤال هنا: هل هناك منتج مالي تقليدي يقوم على فكرة مشابهة لفكرة المrabحة؟

متاجرة حقيقية، ومبادلة سلعة بـمال؟ الجواب هو النفي، حيث تعتمد المصارف التقليدية على مبادلة المال بالمال فقط، من الجنس نفسه، وهذا ما يدل على أن فكرة منتج المrabحة هي فكرة أصيلة، وليست تقليدا للقروض المصرفية.

وبناء على النقاش السابق يمكن إثبات التميز في الكفاءة الاقتصادية لمنتج المrabحة، حيث إن تحقيق الكفاءة الاقتصادية تتطلب أن يكون المنتج المالي منتجا أصيلا ولا يقوم على تقليد المنتجات المالية التقليدية، لأن التقليد يفقده الميزة التنافسية، لذلك فإن منتج المrabحة يتميز بتقديم الحل المالي لمشاكل العملاء المالية والقائمة على شراء السلع والبضائع المختلفة بالأجل، وبذا تتحقق الكفاءة الاقتصادية لهذا المنتج المالي. (98)

وإذا ما اردنا مناقشة عامل التوافق بين السياسات والتشريعات الحكومية، فإن القوانين والتشريعات الحكومية جاءت لتنظم هذا المنتج تنظيما قانونيا يخدم مصالح المصارف الإسلامية، ومصالح الأفراد على حد سواء، مثل قانون البنوك لعام 2000 المادة رقم 50، والتي تنظم عمل البنوك الإسلامية وتحدد أعمالها والمنتجات المالية المسموح لها مزاولتها بما يتفق مع أحكام الشريعة الإسلامية والتي تعتبر هيئة الرقابة الشرعية مسؤولة عن متابعتها والتحقق منها، وقد أجازت هذه المادة للبنوك الإسلامية العاملة بالأردن التعامل بمنتج المrabحة للأمر بالشراء، وهذا ما يثبت التوافق بين السياسات والتشريعات الحكومية بالنسبة لمنتج المrabحة.

وباستعراض كفاءة منتج المrabحة بالنسبة لخدمة المجتمع نجد بأن هذا المنتج لبي حاجات ورغبات الأفراد والمجتمعات على المستوى الفردي والمستوى المجتمعي والدولي على حد سواء، الأمر الذي يجعله يتميز بـخدمة المجتمع وهو المبدأ الرابع من مبادئ نجاح المنتج المبتكر، كما نلاحظ بساطة المنتج، وبساطة تنفيذه، الأمر الذي يجعله بعيدا عن التركيب والتعقيد، ويجعله قابلا للتنفيذ والتطبيق،

(98) الطماوي، سليمان، (1991م). الأسس العامة من العقود الإدارية، ط5، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، ص55.

والدليل على ذلك تجاوز نسبة التمويل بالمرابحة في المصارف الإسلامية الأردنية عن 90% من إجمالي التمويل الممنوح للعملاء. (99)

المطلب الثاني: نموذج بيع عقار على الخارطة

أولاً: تعريف البيع على الخارطة.

هو: بيع الوحدات العقارية المفرزة على الخارطة أو التي لم يكتمل انشاؤها. (100) ويعرف أيضاً: بأنة عقد يملك المشتري بموجبه عقارا لم يبدأ البائع ببنائه بعد أو لم يكتمل بناؤه حين التعاقد وفيه يتعهد البائع ببناء العقار المتفق على مواصفاته خلال المدة المتفق عليها مقابل تعهد الأخير بدفع لأقساط الثمن في مواعيدها. (101)

ثانياً: طبيعة البيع على الخارطة.

هناك بعض الفقهاء المعاصرين اعتبروا البيع على الخارطة من قبيل عقد الاستصناع الجائز شرعا مثل الدكتور وهبة الزحيلي (102)، والدكتور عبد اللطيف فرفور (103)، وذلك بشرط ذكر جميع المواصفات في العقد بشكل يمنع الجهالة المفضية للنزاع. ولقد أخذ بهذا العقد المجمع الفقهي في دورة المؤتمر السادس بجدة في المملكة العربية السعودية من 14 - 20 مارس 1990م.

ثالثاً: خصائص البيع على الخارطة

(99) عمر، محمد عبد الحليم، التفاصيل العملية لعقد المرابحة في النظام المصرفي الإسلامي، ندوة حول: "خطة استراتيجية الاستثمار في البنوك الإسلامية: الجوانب التطبيقية والقضايا والمشكلات"، جدة، 18 - 21 حزيران 1987م، ص40.

(100) (المادة الثانية، القانون 9، لسنة 2009م، وهو قانون تعديل القانون رقم 13 لسنة 2008 الخاص بتنظيم السجل المبدئي في إمارة دبي.

(101) (النعيمي، ضحى محمد، مفهوم بيع العقار على الخريطة وتكييفه القانوني، مجلة الشريعة والقانون، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، السنة 26، العدد 49، يناير 2012م، ص 232.

(102) الزحيلي، وهبة، الفقه الإسلامي وأدلته، ج4، ط4، دار الفكر، سوريا، ص 17.

(103) الفرفور، محمد عبد اللطيف، أثر الاستصناع في تنشيط الحركة الصناعية، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، الاصدار 2007، صادر عن الشركة العربية لتقنية المعلومات، مكة المكرمة، السعودية، ص9.

1. **عقد البيع على الخارطة هو عقد شكلي:** أي يتطلب لانعقاده إجراءات شكلية مثل تسجيله في الدائرة المختصة مثل السجل العقاري.
 2. **عقد البيع على الخارطة هو عقد ملزم للجانبين:** حيث يلتزم البائع بنقل الملكية للمشتري وضمان التعرض والاستحقاق وضمان العيوب الخفية، ويلتزم ببناء العقار وفق المواصفات المتفق عليها وخلال المدة المتفق عليها وتسليمه للمشتري، كما يلتزم المشتري بدفع الثمن حسب المحدد مسبقا واستلام العقار وتعاونه مع البائع لتنفيذ العقد.
 3. **عقد البيع على الخارطة من عقود المعاوضة:** لأن كل طرف في العقد يعطي مقابلا لما يأخذ، ويأخذ مقابلا لما يعطي، فالبايع على الخريطة يأخذ الثمن المقسط إلى أقساط متفق على قيمتها مقابل قيامه بنقل ملكية العقار الذي تعهد ببناؤه إلى المشتري.
 4. **عقد البيع على الخارطة من العقود الفورية:** أي أن التزامات أطرافه تتحدد بمجرد ارتباط الإيجاب بالقبول.
 5. **عقد البيع على الخارطة من العقود المحددة:** أي أن كل طرف من الأطراف يعرف مقدار ما سوف يعطي ومقدار ما سوف يأخذ.
 6. **عقد البيع على الخارطة من عقود الإذعان:** لأنه يتعلق بمرفق مهم وهو السكن، والذي لا يمكن للإنسان الاستغناء عنه، كما أن هذا العقد لا يمكن إبرامه إلا من قبل شركات متخصصة.
- (104)

والسؤال هنا: هل يحقق المنتج عوامل نجاح الابتكار المالي الإسلامي؟

ويمكن مناقشة هذه القضية من خلال الآليات التي من خلالها يمكن الحكم على المنتج بأنه مبتكر مالي أم لا، وهذه الآليات تتمثل ب:

الخروج من الخلاف الفقهي ومحاولة التوفيق بين المذاهب، والآلية التي يمكن تطبيقها للوصول إلى هذه النتيجة هي: أن يكون المنتج المالي أصيلا، وبعيدا عن التقليد، ونلاحظ بأن منتج البيع على الخارطة هو منتج مالي إسلامي، موجود في الاقتصادات الأخرى، ولكنه غير مقلد لهذه الاقتصادات، حيث نشأ عن الحاجة الحقيقية للأفراد والمؤسسات وغير متعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية.

كما يمكن إثبات التميز في الكفاءة الاقتصادية لمنتج البيع على الخارطة؛ لأنه لم ينشأ عن تقليد وانما هو منتج منافس للمنتجات المالية التقليدية، ونلاحظ من خلال التشريعات والقوانين التي جاءت لتنظم هذا المنتج تنظيماً قانونياً يخدم مصالح المصارف الإسلامية، ومصالح الأفراد على حد سواء، مثل القرار رقم 983 بتاريخ 2 - 2 - 1431 في المملكة العربية السعودية بالموافقة على اللائحة التنظيمية للبيع على الخارطة، وقرار رقم 7 لسنة 2015م في مملكة البحرين والمتعلق بشأن سجل قيد البيع على الخارطة، وغيرها، وهذا ما يثبت التوافق بين السياسات والتشريعات الحكومية بالنسبة لهذا المنتج.

ولمعرفة كفاءة منتج البيع على الخارطة بالنسبة لخدمة المجتمع نجد أن هذا المنتج جاء ليأبى حاجات ورغبات الأفراد والمؤسسات على المستوى الفردي والمؤسسي على حد سواء، الأمر الذي يجعله يتميز بخدمة المجتمع حيث يوفر السيولة للبائع، ويضمن شراء العقار للمشتري بسعر مناسب، كما نلاحظ بساطة المنتج، وبساطة تنفيذه، الأمر الذي يجعله بعيداً عن التركيب والتعقيد، ويجعله قابلاً للتنفيذ والتطبيق، فهو لا يتطلب إجراءات معقدة، أو مركبة، وإنما هي إجراءات بسيطة تضمن الحق للبائع والمشتري في العقد، ومن الأمثلة التطبيقية على ذلك:

حساب الضمان العقاري في بنك الرياض والمتخصص بإدارة مشاريع التطوير العقاري، حيث يجري حفظ الأموال المدفوعة من قبل المشتريين لتشييد مشاريع البيع على الخارطة في هذا الموقع الإلكتروني لبنك الرياض، وكذلك حساب الضمان في مصرف الحساب.

الراجحي الذي يستهدف جهات التطوير العقاري في المملكة العربية السعودية التي ترغب ببيع الموقع الإلكتروني لمصرف الراجحي. وحداتها العقارية على الخارطة. (105)

(105) مقال بعنوان " الشركات إدارة النقد حسابات الضمان، <http://cutt.us/jsVSe> ، تاريخ الدخول للموقع ، 25.05.2018

المطلب الثالث: نموذج الصكوك الوقفية

أولاً- تعريف الوقف.

التعريف اللغوي للوقف:

الحبس والمنع، وهو مصدر وقف يقف، يقال: وقفت الدابة: أي حبستها أو تصدقت بها في سبيل الله إلى الأبد، وجمعه أوقاف ووقوف. (106)

التعريف الشرعي للوقف: حبس العين عن التصرفات الناقلة للملك والتصرف بالمنفعة أي صرف منفعته إلى الموقوف عليه. (107)

ثانياً- تعريف الصكوك الوقفية:

هي وثائق أو شهادات خطية متساوية القيمة قابلة للتداول تمثل المال الموقوف وتقوم على أساس عقد الوقف. (108)

ثالثاً- أنواع الصكوك الوقفية:

1) صكوك مقارضة (مضاربة) : وهي صكوك تكون طبيعة العمل فيها مبنية على عقد المضاربة أو المقارضة، حيث تقوم المؤسسة الوقفية بعمل دراسة جدوى لمشروع معين، للاطمئنان بأنه سيدر عائداً معيناً، ثم تعمل على إصدار «صكوك مقارضة» تمثل إجمالي قيمتها التكلفة المتوقعة للمشروع، على أن يقتسم حملة الصكوك عائد المشروع بنسب معينة حسب الربح الفعلي، وبهذا يكون حملة الصكوك هم أصحاب المال، والمضارب هو المؤسسة الوقفية التي أصدرت الصكوك، وهذه الطريقة لن ترتب على حملة الصكوك أي التزامات ثابتة؛ لأن مبدأ العمل في هذه الصكوك هو المشاركة في الربح والخسارة. وفي حال حدوث خسارة في المشروع يجري تحميل الخسارة لحملة الصكوك أو الالتجاء إلى صندوق خاص يجري إعداده مسبقاً يسمى «صندوق مواجهة مخاطر الاستثمار»، وبذلك تجبر

(106) ابن منظور، جمال الدين محمد، لسان العرب، الجزء 4، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، ص163.

(107) شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشربيني الشافعي مغني المحتاج 2 / 380 ، الناشر: دار الكتب العلمية الطبعة، بيروت ، لبنان.

(108) نقاسي، محمد إبراهيم، الصكوك الوقفية ودوره في التنمية الاقتصادية من خلال تمويل برامج التأهيل وأصحاب المهن والحرف، المؤتمر العالمي الثامن للاقتصاد والتمويل الإسلامي، النمو المستدام والتنمية الاقتصادية الشاملة من المنظور الإسلامي، الدوحة، قطر، من 18 - 20 ديسمبر 2011م، ص 12.

الخسارة من هذا الصندوق حتى لا تتأثر مصالح حملة الصكوك. علما بأن هذا الصندوق يعد مسبقا من خلال اقتطاع نسبة من الأرباح السنوية يجري الاحتفاظ بها في هذا الصندوق لمواجهة المخاطر المتعلقة بالاستثمار. (109)

(2) **صكوك أعيان مؤجرة:** فقد تستفيد الحكومة من الأراضي والعقارات التي تمتلكها لمؤسسة الوقفية، باستئجارها من المؤسسة الوقفية والانتفاع بها، وهذا ما أجازته مجمع الفقه الإسلامي (110)، ثم تقوم المؤسسة الوقفية بطرح الصكوك وبيعها للجمهور لتنفيذ مشاريع تستفيد الدولة من أعيانها بالإيجار، وهذا ما يسمى بصكوك الإجارة، وتعني: «ورقة مالية تمثل جزءا شائعا من ملكية عين استعمالية، كعقار أو باخرة، أو مجموعة من الأعيان الاستعمالية، المتماثلة أو المتباينة، إذا كانت مؤجرة، تدر عائدا محددًا بعقد الإجارة». (111)

والسؤال هنا: هل يحقق المنتج عوامل نجاح الابتكار المالي الإسلامي؟

وستناقش هذه النقطة من خلال الآليات التي من خلالها يمكن الحكم على المنتج بأنه مبتكر مالي أم لا، وهذه الآليات تتمثل ب:

الخروج من الخلاف الفقهي، ومحاولة التوفيق بين المذاهب، والآلية التي يمكن تطبيقها للوصول إلى هذه النتيجة هي: أن يكون المنتج المالي أصيلا، وبعيدا عن التقليد، ونلاحظ بأن منتج الصكوك الوقفية هو منتج مالي إسلامي، غير موجود في الاقتصادات الأخرى، وأصبحت الاقتصادات الأخرى تقوم بتقليده، الأمر الذي أكسبه السبق في الابتكار عن الاقتصادات التقليدية. وأجمع الفقهاء على جواز هذا المنتج. (112)

(109) العمراني، عبد الله محمد، 2006م. العقود المالية المركبة- دراسة فقهية تأصيلية وتطبيقية، ط1، دار الكنوز اشبيلية، الرياض، السعودية. ص130 - 131.

(110) مجمع الفقه الإسلامي، قرار رقم 137 (15/3) بشأن صكوك الإجارة، الدورة الخامسة عشرة، سلطنة عمان، 2004م.

(111) مرجع سابق، العقود المالية المركبة، عبد الله، ص 131.

(112) غدير ، احمد خليل، نماذج مبتكرة لمنتجات معاصرة، بحث منشور في مكتبه المنهال ، الإمارات العربية المتحدة ، ص 15.

كما يمكن إثبات التميز في الكفاءة الاقتصادية لمنتج الصكوك الوقفية لأنه لم ينشأ عن تقليد، الأمر الذي يكسبه ميزة تنافسية تجاه التمويل التقليدي، مما يزيد من حث الطلب على هذا المنتج المالي.

كما لم تصدر كثير من القوانين والتشريعات الحكومية لتنظم هذا المنتج تنظيمًا قانونيًا، ولكن القوانين المتعلقة بشؤون الأوقاف لا تتعارض مع هذا المنتج، مثل قانون الأوقاف والشؤون والمقدسات الإسلامية رقم 32 لسنة 2001م، في الأردن، كما أن القوانين المتعلقة بالصكوك الإسلامية تتضمن بنودًا مفتوحة في قانون صكوك التمويل الإسلامي الأردني رقم 30 لسنة 2012م، المادة رقم 8 شكلت عقود التمويل الإسلامي، وتركت بنودًا مفتوحة يمكن لهيئة الرقابة الشرعية المركزية إجازة أي نوع آخر موافق لأحكام الشريعة الإسلامية، كما أن هناك لائحة تنظيم الأوقاف الخيرية في المملكة العربية السعودية تضمنت أحكامًا خاصة في الصكوك الوقفية، وهذا ما يثبت التوافق بين السياسات والتشريعات الحكومية بالنسبة لهذا المنتج. ولمعرفة كفاءة منتج الصكوك الوقفية بالنسبة لخدمة المجتمع نجد أن هذا المنتج جاء ليأبى حاجات الأفراد والدول وورغباتهم على المستوى الفردي والدولي على حد سواء، الأمر الذي يجعله يتميز بخدمة المجتمع حيث يوفر الأموال لاستثمارها في مشاريع تنموية مدرة للدخل، ويوفر فرص عمل للأفراد، ويوفر على الحكومات مبالغ كبيرة كانت مضطرة لاستثمارها في مشاريع تنموية في البلد، ولكنها وفرت هذه المبالغ لمشاريع أخرى.

كما نلاحظ بساطة المنتج، وبساطة تنفيذه، حيث جرى تنفيذه في السودان على شكل أسهم وقفية مثل مشروع «الغرس الطيب» وذلك بزراعة مليون نخلة، ويسعى هذا المشروع إلى خضرة البيئة وإصلاحها، بالإضافة إلى تجربة الأمانة العامة للأوقاف بالشاركة حيث أطلقت مشروع الأسهم الوقفية عام 2005م، ويخدم المشروع المساجد، والقرآن الكريم، ودور العجزة، ورعاية المسلمين الجدد، ورعاية المعوقين، وخدمة الحجاج، والأيتام، والغارمين. الأمانة العامة للأوقاف، حكومة الشارقة، وغيرها من الأمثلة الأمر الذي يجعله بعيدا عن التركيب والتعقيد، ويجعله قابلا للتنفيذ والتطبيق، فهو لا يتطلب إجراءات معقدة، أو مركبة. (113)

(113) كنة، معاوية، تحويل الأوقاف من مؤسسة حكومية راكدة إلى هيئة استثمارية فاعلة، الاقتصادية، العدد 5613، 22

فبراير 2009م، ص14.

المطلب الرابع: نموذج المشتقات المالية الإسلامية

وتعرف المشتقات المالية: بأنها عقود تهدف إلى تبادل المخاطر المالية، ومن أشهر صورها: المستقبلات، الاختيارات، والمقايضات ولا يوجد تعريف دقيق للمشتقات المالية الإسلامية، وإنما يمكن القول بأنها عقود مالية تهدف إلى إدارة المخاطر وتقليلها، بشرط أن تكون موافقة لأحكام الشريعة الإسلامية. (114)

وسيتم عرض هذه المشتقات المبتكرة من خلال ثلاث أنواع كالتالي:
أولاً: الخيارات:

1- خيار الشرط: بأن يقوم شخص في عقد لازم (بيع أو إجارة أو استصناع) ، ويشترط لنفسه حق فسخ العقد بإرادته المنفردة خلال مدة معينة ومتفق عليها، وهذا يتيح الفرصة لهذا الشخص التحوط في أن يحصل على سلعة يبتغي منها الربح، ويعطيه الحق في أن يعرض السلعة (محل الخيار) على طرف آخر، دون أن يكون هناك اقتتان بالبيع للسلعة. (115) أي دون أن يكون قد باعها فعلاً.

2- مبلغ العربون: هو أن يشتري الشخص السلعة ويدفع للبائع مبلغاً من المال على أنه إن أخذ السلعة يكون هذا المبلغ محسوباً من الثمن، وإن تركها فالمبلغ للبائع. (116)

وقد صدر قرار بجواز بيع العربون في مجلس مجمع الفقه الإسلامي قرار رقم 72 (3 \ 8) في بروناي 1993م (117). وتقوم الفكرتان السابقتان على مبدأ إعطاء الحق للمشتري بشراء سلعة معينة مع إمكانية فسخ العقد أو الرجوع عن رغبته في الشراء مقابل خسارته مبلغ من المال دفعه

(114) حسن ، سمير عبد الحميد رضوان. المشتقات المالية ودورها في إدارة المخاطر ودور الهندسة المالية في صناعة أدواتها. ص 57.

(115) أبو غدة، عبد الستار، ضوابط وتطوير المشتقات المالية في العمل المالي، العربون، السلم، تداول الديون، المؤتمر الثامن للهيئات الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية، البحرين، 18 - 18 ماي، 2009م، ص7

(116) الضريبر، الصديق محمد الأمين، الغرر في العقود وأثره في التطبيقات المعاصرة، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي، جدة، السعودية، 1993م، ص13.

(117) مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، عدد يونيو 2015م، ص 641.

مسبقاً، ويستخدم خيار الشرط للاستفادة من فروق أسعار الأصل، أما بيع العربون فيجري من أجل شراء الأصل إذا كان مناسباً، وإلا فإنه يخسر مبلغ العربون. (118)

ثانياً: المستقبلية من خلال عقد الاستصناع

يجري تكييف العقود المستقبلية على أساس عقد الاستصناع الذي يمكن أن يتأخر فيه تسليم الثمن والمبيع في مجلس العقد، يجوز في عقد الاستصناع تأجيل الثمن كله أو تقسيطه إلى أقساط معلومة لأجل محددة، وبالتالي لكي يصح تكييف العقود المستقبلية على أساس عقد الاستصناع فإن هذه العقود تكون السلعة موصوفة وصفاً دقيقاً نافياً للجهالة على أن يتم التسليم في زمن معلوم وبكيفية معلومة. (119)

وقد صدر قرار من قبل مجلس مجمع الفقه الإسلامي المنعقد في جدة في المملكة العربية السعودية، بشأن جواز عقد الاستصناع ووضع ضوابط لهذا العقد، في دورة مؤتمره السابع، عام 1992م. (120)

ثالثاً: العقود الآجلة من خلال عقد السلم

بحيث تكون السلعة المباعة من الطيبات غير محرمة شرعاً، وكانت العقود تمثلها و مباحة شرعاً كذلك، أو أن تكون الأسهم المتداولة تمثل شركات ذات نشاطات مشروعة، فبهذه الحالة تكون العقود الآجلة أشبه ما تكون بعقود السلم، بحيث يتفق الطرفان على التعاقد على بيع بثمن معلوم يتأجل فيه تسليم السلعة الموصوفة في الذمه وصفاً مضبوطاً إلى أجل معلوم.

وقد صدر قرار من قبل مجلس مجمع الفقه الإسلامي المنعقد في أبوظبي بدولة الإمارات، بشأن جواز عقد السلم ووضع ضوابط لهذا العقد، في دورة مؤتمره التاسع، عام 1995م.

والسؤال هنا: هل يحقق منتج المشتقات عوامل نجاح الابتكار المالي الإسلامي؟

(118) السويلم، سامي بن إبراهيم، مدخل إلى أصول التمويل الإسلامي، مركز نماء للبحوث والدراسات، الرياض، ط1، 2013م، ص 183.

(119) السعدي، هاجر، ولامية لعلام، (2014م). دور الهندسة المالية الإسلامية في ابتكار منتجات مالية إسلامية- العقود المالية المركبة أنموذجاً، بحث مقدم للمؤتمر الدولي حول: منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية 5 - 6 ماي 2014م، الجزائر، ص 14.

(120) مرجع سابق، مدخل إلى أصول التمويل الإسلامي، ص 186.

ستناقش هذه النقطة من خلال الآليات التي من خلالها يمكن الحكم على المنتج بأنه مبتكر مالي أم لا، وهذه الآليات تتمثل ب: الخروج من الخلاف الفقهي ومحاولة التوفيق بين المذاهب، والآلية التي يمكن تطبيقها للوصول إلى هذه النتيجة هي: أن يكون المنتج المالي أصيلاً، وبعيداً عن التقليد، ونلاحظ بأن منتج المشتقات المالية بهذا المسمى هو منتج يقلد منتجات المشتقات المالية في الاقتصادات التقليدية، إلا أن المنتج قائم على عقود قديمة عدة، وكان للاقتصاد الإسلامي سبق فيها مثل السلم وخيار الشرط، مما يعني أن هذا المنتج هو منتج أصيل غير مقلد لمنتج المشتقات المالية التقليدية، كما أن التخريج الفقهي لهذا المنتج بأنواعه المختلفة سواء أكان عقوداً مستقبلية أو عقوداً آجلة أو خيارات، جعلها تخرج عن الإطار غير المشروع، وإنما أخرج منها السلبات المالية التي من الممكن أن تنعكس على المجتمع، ويحقق فيها ويثبت الإيجابيات الحقيقية التي من الممكن أن تنعكس على الاقتصاد.

كما يمكن مناقشة عامل التميز في الكفاءة الاقتصادية لمنتج المشتقات المالية بأنه منتج له منتجات منافسة تقليدية، ولكن هذا المنتجات فقدت الثقة بشكل كبير جراء الازمة المالية العالمية عام 2008م، مما يعطي الفرصة للمشتقات المالية الإسلامية لتحقيق ميزة تنافسية مهمة.

ومن الصعوبة بمكان الحكم على القوانين والتشريعات الحكومية لأن العديد من الدول لم تنص قوانينها على قوانين وتشريعات خاصة بالمشتقات المالية، ولعل ماليزيا من الدول القليلة في العالم التي وضعت لوائح وقوانين وقرارات في إطار الحوكمة الشرعية، وذلك عن طريق إلزام المؤسسات

المالية الإسلامية من بنوك وشركات تكافل وأسواق مال بهذه القرارات والتشريعات. (121)

ولمعرفة كفاءة منتج المشتقات المالية بالنسبة لخدمة المجتمع نجد بأن هذا المنتج جاء ليعطي بديلاً موافقاً لأحكام الشريعة الإسلامية عن المشتقات المالية، الأمر الذي يجعل الحكم على هذا المنتج بأنه يتميز بخدمة المجتمع أمر هام لأنه يوفر منتجاً موافقاً لأحكام الشريعة الإسلامية يخدم المستثمرين والذين لا يتعاملون بالمشتقات التقليدية لحرمتها شرعاً، وعلى الرغم من بساطة المنتج، وبساطة تنفيذه، الأمر الذي يجعله بعيداً عن التركيب والتعقيد، ولكنه غير مطبق وغير منفذ، حيث يحتاج هذا المنتج إلى سوق مالية إسلامية ليتم التعامل بهذه المشتقات، وقد لجأت دول عدة لإنشاء

(121) مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، عدد يونيو 2015م.

سوق مالي إسلامي مثل ماليزيا (122) والسودان، (123) ولكنها لم تتعامل بهذه المنتجات المالية بعد.



(122) سمور، نبيل خليل، سوق الأوراق المالية الإسلامية بين النظرية والتطبيق- دراسة حالة سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2007م، ص 114.

(123) العوضي، رفعت السيد، الأسواق المالية في الاقتصاد المعاصر والاقتصاد الإسلامي، الدورة العشرون للمجمع الفقهي الإسلامي، مكة المكرمة، 25 - 29 ديسمبر 2010م، ص 41.

المبحث الثاني: تحديات ومناهج واقتراحات الابتكار في الهندسة المالية الإسلامية ومنتجاتها

المطلب الأول: تحديات الابتكار في الهندسة المالية الإسلامية

فرضت التغيرات الجذرية و السريعة التي شهدها العالم الاقتصادي في الفترة الأخيرة ضغوطا تنافسية حادة وغير متكافئة، خاصة على المؤسسات المالية الإسلامية، التي أصبحت تبحث عن وسيلة تضمن بها البقاء و الاستمرار إلى جانب مؤسسات مالية تفوقها خبرة وحجما، وقد انتهت إلى أنه لا يمكن ذلك دون تقديم منتجات مالية إسلامية قادرة على منافسة المنتجات التقليدية من جهة و على تلبية احتياجات البيئة التي تعمل فيها سواء كانت إسلامية أو غير إسلامية من جهة أخرى. لذا فبالرغم من التطور الذي عرفته الهندسة المالية الإسلامية، إلا أنها لازالت دون المستوى المطلوب، و يرجع ذلك إلى مجموعة من التحديات و العقبات التي تعيقها، ومنها ما يلي:

(1) الافتقار إلى الكفاءات و الإطارات المؤهلة : يتطلب العمل المالي الإسلامي تأهيلا خاصا و كفاءات إدارية مدربة تكون على إلمام بطبيعة عمل المؤسسات المالية الإسلامية على اعتبار أنها تختلف عن المؤسسات المالية التقليدية.ومما لا شك فيه إن القوة العاملة الضعيفة ستفرض تهديدا من حيث المخاطر التشغيلية و تعيق في نفس الوقت إمكانية نمو البنك. (124)

(2) الافتقار إلى البحث و التطوير : تفتقر بعض المؤسسات المالية الإسلامية إلى الاهتمام بمفهوم الهندسة المالية الإسلامية ، حيث تعاني من غياب ثقافة الإبداع و التطوير، فقد أثبتت التقارير السنوية لأكثر 12 مؤسسة مالية إسلامية في منطقة الخليج العربي غياب شبه تام لمخصصات مالية، خاصة بالبحث و التطوير للمنتجات المالية الإسلامية، في الوقت الذي أنفقت فيه 9 بنوك أوروبية على ما يزيد عن مليار دولار على عمليات التطوير والبحث.

(3) غياب حقوق الملكية لصاحب فكرة منتج مالي مطور أو جديد : تقوم المؤسسات المالية من خلال عملية خلق منتج مالي بتحمل تكاليف التطوير الباهظة و مخاطر تطبيق المنتج للتحقق من جدواه، وبعد نجاح هذا المنتج المطور أو المبتكر نجد أن المؤسسات المالية الأخرى

(124) ياسين ، عبد الله و مصطفى ، دحماني (2016). "واقع المنتجات المالية الإسلامية و إستراتيجيات تطويرها ، ص 7.

تسارع إلى تطبيقه و الاستفادة منه، دون تحمل أي مخاطر أو تكاليف، و هذا ما يثبط عزائم المؤسسات المالية عن محاولة التطوير و الابتكار.

(4) ضعف التنسيق بين الهيئات الشرعية و توحيد المرجعية الشرعية : تواجه أعمال المؤسسات المالية الإسلامية تحدي هام وهو ضعف التنسيق فيما بين الهيئات الشرعية و تضارب الفتاوى الفقهية بين الدول الإسلامية ، فمثلا نجد أن بعض البنوك تجبر أعمال التوريق و البعض الآخر لا يجيز التعامل به، لذا على المؤسسات المالية الإسلامية أن تعمل على إيجاد قاعدة علمية مشتركة للاجتهاد الجماعي و توحيد الفتاوى.

(5) الخطأ في تحديد الهدف من الهندسة المالية الإسلامية : تركز الهدف الأساسي من الهندسة المالية الإسلامية في إشباع احتياجات المسلمين أهمل بطريقة أو بأخرى الهدف الجوهري للمنتج المالي و المتمثل في خلق القيمة المضافة، لذا يجب العمل على تصحيح ذلك من خلال الجمع بين الوجهة الدينية و الاقتصادية و إشباع احتياجات المسلمين و غير المسلمين.

(6) المصادقية : و هذان التحديان في التمويل الإسلامي يبرزان ضمن جملة من القضايا الواقعية المندمجة بمجموعة من المعتقدات المسيئة لفهم الإسلام، فهناك من يرى في صناعة التمويل الإسلامي قناة لتمويل الإرهاب و موطنًا لغسيل الأموال، إضافة إلى المشاكل المتعلقة بضعف المهارات الإدارية و التي تؤثر على مصداقيتها.(125)

(7) المنافسة و كفاءة التكلفة : يمثلان هذان العاملان تحديان مهمان للمؤسسات المالية الإسلامية من حيث الخبرة الكبيرة و الشبكات الأوسع و الحجم الاقتصادي في السوق العالمي للمؤسسات المالية التقليدية، و هي مميزات تنافسية مهمة تتفوق بها التقليدية على الإسلامية، إضافة إلى هذا تعاني المؤسسات التقليدية التي لديها نوافذ إسلامية و المؤسسات المالية الإسلامية على حد سواء من مشكلة أخرى و هي تكلفة عمليات التشغيل العالية للمعاملات المالية الإسلامية.

(8) عدم تطوير و تأهيل الموارد البشرية للمواءمة مع تطوير المنتجات.

(9) عدم التركيز على الإبداع و التطوير و التحفيز له و الاهتمام به من قبل الإدارات العليا.

(10) عدم كفاية و انعدام الموازنات و المخصصات المالية للبحوث و التطوير في كثير من الأحيان.

(125) مرجع سابق

- (11) تأثير طبيعة التعليم على ملكية الابتكار والإبداع، عدم وجود حماية للمنتج. (126)
- (12) قصور نظر المؤسسات المالية الإسلامية وحصر الرؤية في الربح السريع دون الاهتمام بالتطوير والابتكار.
- (13) غياب إدارات التطوير في المؤسسات المالية الإسلامية.
- (14) قصور في الهيكلية الإدارية ومرورها وانسجامها مع الإدارات الأخرى للمواءمة مع عمليات التطوير. (127)
- (15) عدم وجود رؤية واضحة وخطط عمل ناضجة لعمليات وإدارات التطوير.
- (16) غياب القناعة بجهود أفراد المؤسسات المالية والميول إلى التقليد والمنافسة مع ارتفاع تكاليفها.
- (17) عدم وجود بحوث لتحديد احتياجات العملاء، وغياب المسح الاجتماعي مع العملاء.
- (18) البعد الكبير عن التفاعل مع الباحثين والأكاديميين، وغياب تنسيق من شأنه تفعيل نتائج البحوث والدراسات.
- (19) تغير هرم ابتكار المنتجات، فهي تبدأ من الأعلى ولا تبدأ من احتياجات العملاء وتبدأ من محاكاة المصارف التقليدية ولا تبدأ من المؤسسة المالية الإسلامية وخصوصيتها وأهدافها .
- (20) ضعف التواصل مع الزبائن لمعرفة احتياجاتهم لأن الذي ليس زبونا حالياً إذا اقتربت المصارف الإسلامية منه استطاعت أن تجعله زبونا بمعرفة وتلبية ما يريد.
- (21) عدم مراعاة مقاصد الشريعة عند تطوير المنتجات المالية الإسلامية، والخوف والورع الزائد يحول دون التطوير والتجديد. (128)

(126) شباد ، فيصل . "تقييم المنتجات المالية الإسلامية و تحديات التطوير و الابتكار : حالة منتجات إدارة السيولة ، ص 43.

(127) مرجع سابق

(128) مرجع سابق

المطلب الثاني: مناهج واقتراحات لتطوير عملية الابتكار الهندسي في المالية الإسلامية

يمكن أن يكون للهندسة المالية الإسلامية عدة مداخل، و هي تتعدد تبعاً للطرق الممكن استخدامها من طرف المؤسسات المالية الإسلامية في إقامة هذه الهندسة، لكنها في الغالب الأعم لا تخرج عن المنهجين التاليين: (129)

1- المنهج الأول: المحاكاة : والذي يعني أن يتم سلفاً تحديد النتيجة المطلوبة من منتج الهندسة المالية الإسلامية، وهي عادة النتيجة نفسها التي يحققها المنتج التقليدي. و بغض النظر عن الحكم الشرعي لهذه المنتجات حيث تثير الكثير من الجدل، فإن المنهجية التي تتبعها، قائمة على المحاكاة والتقليد للمنتجات المالية التقليدية . وإذا كان من أبرز مزاياها السهولة والسرعة في تطوير المنتجات، إذ أنها لا تتطلب الكثير من الجهد والوقت في البحث والتطوير، بل مجرد متابعة المنتجات الراجعة في السوق وتقليدها من خلال توسيط السلع، فإن سلبياتها كثيرة منها: (130)

- أن تصبح الضوابط الشرعية مجرد قيود شكلية لا حقيقة تحتها ولا قيمة اقتصادية من ورائها وهذا ما يضعف قناعة العملاء بالمنتجات الإسلامية، ويجعل التمويل الإسلامي محل شك وريبة، بل و تصبح تلك الضوابط عبئاً وعائقاً أمام المؤسسات المالية، إذ هي لا تحقق أي قيمة مضافة، بل مجرد تكلفة إضافية، و من الطبيعي في هذه الحالة أن تحمل المؤسسات المالية هذه التكلفة على العميل، لتكون المنتجات الإسلامية المقلدة في النهاية أكثر كلفة من المنتجات التقليدية، مع أنها تحقق في النهاية النتيجة نفسها.

- المنتجات المالية التقليدية تناسب الهندسة المالية التقليدية وتحاول معالجة مشكلاتها، وبالتالي فإن محاكاة هذه المنتجات يستلزم التعرض لنفس المشكلات، وهذا بدوره يستلزم محاكاة المزيد من المنتجات التقليدية، بحيث تصبح الهندسة المالية الإسلامية في النهاية تعاني من نفس الأزمات التي تعاني منها الهندسة المالية التقليدية.

(129) قندوز، عبد الكريم (2014) ، "الهندسة المالية الإسلامية بين النظرية و التطبيق"، مؤسسة الرسالة ناشرون، بيروت، لبنان، ص40.

(130) مرجع سابق، ص 41.

- أي منتج للهندسة المالية التقليدية هو جزء من منظومة متكاملة من الأدوات والمنتجات القائمة على فلسفة ورؤية محددة، فمحاولة تقليد جوهر هذه المنظومة وأساسها، يجر الهندسة المالية الإسلامية لمحاكاة سائر أدوات المنظومة وعناصرها، وهو ما يجعلها مهددة بأن تفقد شخصيتها وتصبح تابعة بالجملة للهندسة المالية التقليدية، وبذلك فإن كل الأمراض والمشكلات التي تعاني منها هذه الأخيرة ستنتقل بدورها إلى الهندسة المالية الإسلامية. فبدلاً من أن يكون التمويل الإسلامي هو الحل للمشكلات الاقتصادية التي يعاني منها العالم اليوم، يصبح للأسف مجرد صدى وانعكاس لهذه المشكلات.

2- المنهج الثاني: الأصالة و الابتكار : المدخل الثاني لتطوير المنتجات المالية الإسلامية هو البحث عن الاحتياجات الفعلية للعملاء والعمل على تصميم المنتجات المناسبة لها، شرط أن تكون متوافقة و مبادئ الشرع الإسلامي. وهذا المنهج يتطلب دراسة مستمرة لاحتياجات العملاء، والعمل على تطوير الأساليب التقنية والفنية اللازمة لها، و ذلك لضمان الكفاءة الاقتصادية للمنتجات المالية، كما يتطلب وضع أسس واضحة لهندسة مالية إسلامية مستقلة عن الهندسة المالية التقليدية .

لا ريب أن هذا المنهج أكثر كلفة من التقليد والمحاكاة، لكنه في المقابل أكثر جدوى وأكثر إنتاجية لتكلفة غالباً تكون مرتفعة في بداية التطبيق، ثم بعد ذلك تنخفض، هذا من جهة. و من جهة ثانية فإن هذا المنهج يحافظ على أصالة المؤسسات المالية الإسلامية، كما يسمح لها بالاستفادة من منتجات الهندسة المالية التقليدية ما دامت تفي بمتطلبات المصادقية الشرعية، كما يساعد ذلك على استكمال المنظومة المعرفية للصناعة المالية الإسلامية.

ولضمان نجاح هذين المنهجين في تطوير منتجات الصناعة المالية الإسلامية ينبغي الاجتهاد في تقوية وسلامة البنية التحتية لها، من خلال العمل على تنفيذ عدد من المشاريع و القيام بمجموعة من الإجراءات التي تعود بالنفع والفائدة على المنتجات المالية الإسلامية بشكل عام.(131)

(131) مرجع سابق، تقييم المنتجات المالية الإسلامية وتحديات التطوير والابتكار: حالة منتجات إدارة السيولة، ص 44.

الخاتمة

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على سيدنا ونبينا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم إلى يوم الدين.

تناولت هذه الدراسة مفهوم الابتكار ومساهمته في تطوير المنتجات المالية الإسلامية والتعرف على أسباب ظهور الابتكار في الصناعات المالية الإسلامية وسلطت الضوء على اليات تحقيق نجاح الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية وأعتبرت الدراسة أن الابتكار المالي من أهم المجالات التي تهتم بها إدارات البنوك الناجحة، لان الابتكار المالي يجعل البنك متواجدا بشكل فعال وكفؤ في السوق المصرفية، لما فيه من تجديد منتجاته المالية لتلبية الاحتياجات التمويلية المعاصرة، لكن الأهم من ذلك أن تكون لدى المصارف الإسلامية استراتيجيات واضحة وهادفة بهذا الخصوص، لان هذه الاستراتيجيات تضبط عملية الابتكار المالي، بعيدا عن التخبط والتناقض بين الأهداف والتطبيق. وتمخضت هذه الدراسة في بيان النتائج والتوصيات ومن ابرزها:

أولاً : النتائج

- (1) زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات المالية تتمثل في قدرتها على انتاج منتجات تواكب التكنولوجيا المتسارعة في هذا العصر.
- (2) الابتكار المالي المصرفي ساهم في رفع أداء المصارف والمؤسسات المالية الإسلامية وكذلك عملت على تحقيق رغبات عملائها بشكل سريع وفعال.
- (3) التطور الكبير الذي تشهده الصناعة المصرفية الإسلامية، يتطلب منها اتخاذ مجموعة من الإجراءات لتثمين ما وصلت إليه، خاصة تحسين خدماتها المقدمة إلى الزبائن والانفتاح على المجتمع الذي تتواجد فيه، وذلك بتنميته وتمويل أفراده والقضاء على الفقر والبطالة بتقديم صيغ تمويلية مناسبة.
- (4) الابتكار أصبح القوة المالية الدافعة للنظام المالي العالمي، لذلك يجب مواكبة التطورات في عالم المال لانه يعمل على نمو المؤسسات المالية الإسلامية.
- (5) ابتكار منتجات مالية جديدة تشكل فرصة كبيرة للنظام المصرفي في تنمية وتطوير أدائها والزيادة من كفاءتها في الخدمات والتعاملات.
- (6) تطوير المنتجات المالية الإسلامية يسهم بدوره في تحقيق مزايا تنافسية قوية للبنوك الإسلامية.
- (7) الابتكار المصرفي اصبح احتياجا أساسيا لقطاع صناعة المالية الإسلامية من أجل إيجاد منتجات مالية مبتكرة تجمع بين النجاح وموافقة المعايير الشرعية.

- (8) يعرف الابتكار المالي في الصناعة المالية الإسلامية بأنه: مجموعة الأنشطة التي تتضمن عمليات التصميم، والتطوير، والتنفيذ، لأدوات وآليات مالية مبتكرة، والصياغة لحلول إبداعية لمشكلات التمويل، كل ذلك في إطار توجيهات الشرع الحنيف.
- (9) الشركات الناجحة اليوم هي التي تطور منتجاتها بوتيرة أسرع من الشركات المنافسة أو تكون أكثر قدرة منها على الاستجابة لحاجات الزبائن أو في تقديم قيمة حقيقية مكافئة لما يدفعونه.
- (10) يُعد الابتكار المالي أساس الهندسة المالية، حيث يمكن أن يكون تمثيلاً دقيقاً لهذه العملية عندما يكون جديداً، ويمكن أن يعرف الابتكار المالي أو الأبداع المالي على أنه " أحد القوى المؤثرة المهمة في البيئة المصرفية وفي العمل المصرفي.
- (11) يعتبر الابتكار المالي من أهم المجالات التي تهتم بها إدارات البنوك الناجحة، لان الابتكار المالي يجعل البنك متواجدا بشكل فعال وكفؤا في السوق المصرفية، لما فيه من تجديد منتجاته المالية لتلبية الاحتياجات التمويلية المعاصرة.
- (12) المنتجات المالية الإسلامية المبتكرة ساهمت في تحسين أداء الاقتصاد الإسلامي وذلك من خلال من تقدمه أدوات التمويل وصيغ الاستثمار والمشتقات المالية التي تسهم في تحسين الأداء وزيادة الربحية.

ثانياً : التوصيات

- (1) مضاعفة الانفاق على البحوث والتطوير في المصارف الإسلامية من أجل أحداث تحول حقيقي للابتكارات والابداعات والتجديد في بعض القضايا المتعلقة بالمنتجات المستجدة في عصرنا الحالي.
- (2) أوصي بتوحيد الجهود للمصارف في إنشاء مراكز بحثية متخصصة بالتكنولوجيا والابتكار المالي والتشجيع على نقل التكنولوجيا المتطورة من البلدان ذات الصناعات المتقدمة.
- (3) أوصي المؤسسات المالية بعمل مراكز متخصصة بالابتكار تكون تابعة لها، ويتم الأنفاق عليها بسخاء لأنها ستعود للمؤسسة بالفائدة الكبيرة.
- (4) أوصي باستغلال أحدث الطرق والأبحاث العلمية في توسيع دائرة التمويل، وابتكار صيغ جديدة للمفهوم المصرفي، وتطوير الصيغ الموجودة حالياً لتتلاءم وتواكب التطورات المصرفية واتجاهات العولمة المالية، سعياً لإرضاء المتعاملين بالداخل والخارج كأحد متطلبات العولمة من ناحية، واستجابة للتطورات التي حدثت في الفكر الإداري من برامج الجودة الشاملة.
- (5) أوصي بإيجاد صناعة هندسية مالية، تبحث عن الاحتياجات الفعلية للعملاء، والعمل على تصميم المنتجات المناسبة لها وهذا المنهج أكثر كلفة من منهج المحاكاة، ولكنه في المقابل أكثر جدوى وأكثر إنتاجية لأنه يحافظ على أصالة المؤسسات المالية.
- (6) أوصي القائمين على المصارف الإسلامية بتأهيل العاملين والموظفين خاصة في جانب فقه المعاملات المالية بالقيام بدورات تدريبية في ظل كون أغلبية العاملين أتوا من بنوك تقليدية فتكوينهم لم يتطرق إلى الجوانب الشرعية، وهذا لتجنب الوقوع فيما حرم الله وتقديم صورة أفضل عن الإسلام والمسلمين، فتكون رسالة البنك الإسلامية هي رسالة دعوية لنشر دين الله، كما تهتم أيضاً بكل الوسائل والتقنيات الحديثة للتسيير.
- (7) أوصي بترجمة الكتب العلمية المتعلقة بالابتكار المالي المصرفي والمنتجات المالية الإسلامية لان ما كتب باللغات الاجنبية أضعاف ما كتب باللغة العربية، ليستفيد العاملون في الصناعات المالية الإسلامية من هذا الكم الكبير من المعرفة.

المصادر والمراجع

ابن منظور، جمال الدين محمد، لسان العرب، الجزء 4، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة.

أبو غدة، عبد الستار، (2009م) ضوابط وتطوير المشتقات المالية في العمل المالي، العربيون، السلم، تداول الديون، المؤتمر الثامن للهيئات الشرعية للمؤسسات المالية الإسلامية، البحرين، 18 - 18 ماي..

أبوجمعة، نعيم حافظ، (2003م). التسويق الابتكاري، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة. أبو مؤنس، رائد نصري، (2012). تمويل خدمات المنافع في المصارف الإسلامية، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

الإسرج، حسين، (2013) واقع وأفاق الابتكار المالي في البنوك الإسلامية، أكاديمية العلوم المالية والمصرفية، مجلة العلوم المالية والمصرفية، بنك فيصل السودان، العدد الرابع. أنطونيو، محمد شافعي (2006)، أهمية إدارة السيولة في المالية الإسلامية، الندوة العالمية لعلماء الشريعة: القضايا المعاصرة في التمويل الإسلامي، ماليزيا.

أوكيل، سعيد، (2010) الابتكار التكنولوجي: لتحقيق التنمية المستدامة وتعزيز التنافسية، الناشر: شركة العبيكان للنشر.

البيدوي، محمد فتحي (2001)، استخدام الهندسة المالية في إعادة هيكلة المشروعات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، مصر.

البهوتي ، ومنصور بن يونس، شرح منتهى الإيرادات، ج 2، المكتبة السلفية، المدينة المنورة، السعودية.

بوبعة، عبد (2012)، دور الابتكار في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، رسالة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

بوداب سهام، صناعة الهندسة المالية الإسلامية: الواقع والتحديات، جامعة أم البواقي، الجزائر، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد الثامن ، 2017.

بودي، خالد محمد ، (2007) تقدير الفرص المتاحة أمام الصناعة المالية الإسلامية، المؤتمر الدولي السابع للمؤسسات المالية الإسلامية حول تطوير المنتجات المالية الإسلامية، الكويت. التميمي، وفاء صبحي ، (2011) أثر جودة الخدمات المصرفية على أداء القطاع المصرفي في الأردن.

التميمي، وفاء صبحي، (2007م). أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية في المصارف التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد 10، العدد 1. جاسر، محمد عمر (2010): نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة، مداخلة مقدمة في مؤتمر المصارف الإسلامية اليمنية تحت عنوان الواقع.. وتحديات المستقبل، تنظيم نادي رجال الأعمال اليمنيين- صنعاء الجمهورية العربية اليمنية- في الفترة 20-21 مارس. جلال ابراهيم العبد وآخرون(2008) :أسواق المال والمؤسسات المالية، الدار الجامعية، الاسكندرية - مصر .

الجوزية، محمد بن ابي بكر بن القيم. (2009م). زاد المعاد في هدي خير العباد، ت: عبد القادر الأرنؤوط، مؤسسة الرسالة، ط1.

الحداد، أحمد بن عبدالعزيز ، (1999) الإبداع والابتكار في الإسلام ، القاهرة. حسن ، سمير عبد الحميد رضوان. المشتقات المالية ودورها في إدارة المخاطر ودور الهندسة المالية في صناعة أدواتها.

حسنين، فياض عبد المنعم، (2009م). بيع المرابحة في المصارف الإسلامية، موسوعة الاقتصاد الإسلامي، المجلد3، دار السلام للطباعة والنشر والتوزيع والترجمة، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، القاهرة.

حمزة عبدالكريم محمد حماد (2008)، مخاطر الاستثمار في المصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن.

حميش، عبد الحق، (2009م). ضوابط وأحكام «إجارة الخدمات» المقدمة من المؤسسات المالية الإسلامية، مؤتمر المصارف الإسلامية بين الواقع والمأمول، دبي، الإمارات العربية المتحدة. 31 - 5 وحتى 3 - 6 - 2009م.

خصاونة، عاكف لطفي (2010)، إدارة الإبداع والابتكار في منظمات الأعمال، ار الحامد للنشر والتوزيع.

رزان عدنان (2008) سبعة تحديات للتمويل الإسلامي، القبس الإقتصادي، العدد 12.
رزق، عادل (2013)، الأدوات المالية المبتكرة، أنواعها، أهدافها، أهميتها، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، أكاديمية العلوم المالية والمصرفية، بنك فيصل، السودان، العدد الرابع.
رياض، سامح (2013)، الابتكارات المالية والمشتقات- الإطار المفاهيمي، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، مجلة العلوم المالية والمصرفية، بنك فيصل السودان، العدد الرابع.
الريش عبدالقادر (2016)، الابتكار المالي في التمويل وأهميته في تحقيق كفاءة وفعالية أداء البنوك الإسلامية، مجلة الاقتصاد والمالية، بحث منشور.
الزحيلي، وهبة، الفقه الإسلامي وأدلته، ج4، ط4، دار الفكر، سوريا.
زهير غراية، و بريش عيد القادر (2012)، المنتجات المالية الإسلامية مدخل ابتكاري لمعالجة الأزمات المالية المعاصرة.

السروي، عبد الكريم محمد، (2013) النظام القانوني لعقود الطاقة، المؤتمر السنوي الحادي والعشرين: الطاقة بين القانون والاقتصاد، 20 - 21 مايو، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة.

السعدي، هاجر، ولامية لعلام، (2014م). دور الهندسة المالية الإسلامية في ابتكار منتجات مالية إسلامية- العقود المالية المركبة أنموذجا، بحث مقدم للمؤتمر الدولي حول: منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية 5 - 6 ماي 2014م، الجزائر.

سليمان ناصر (2009-2010)، عبد الحميد بوشرمة، متطلبات تطوير الصيرفة الإسلامية في الجزائر، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.

سمور، نبيل خليل، (2007م) سوق الأوراق المالية الإسلامية بين النظرية والتطبيق- دراسة حالة سوق رأس المال الإسلامي في ماليزيا، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

السويلم، إبراهيم سامي ، (2010) صناعة الهندسة المالية نظرات في المنهج الإسلامي، مركز البحوث شركة الراجحي المصرفية للاستثمار-جدة -ديسمبر .

السويلم، سامي بن إبراهيم، المنتجات المالية الإسلامية بين الإبداع والتقليد، صحيفة الاقتصادية، 4 - 9 - 2009م، السعودية.

السويلم، سامي بن إبراهيم، مدخل إلى أصول التمويل الإسلامي، مركز نماء للبحوث والدراسات، الرياض، ط1، 2013م.

السيد سابق، (2004م). فقه السنة، ط1، دار الفتح للإعلام العربي، القاهرة، مصر .

شمس الدين، محمد بن أحمد الخطيب الشربيني الشافعي مغني المحتاج 2 / 380 ، الناشر: دار الكتب العلمية الطبعة، بيروت ، لبنان.

شياذ ، فيصل . "تقييم المنتجات المالية الإسلامية و تحديات التطوير و الابتكار : حالة منتجات إدارة السيولة .

صلاح الدين أمين،(2014) الابداع المالي في الأسواق المالية البنك الضامن أنموذجاً إطار معرفي وصفي، مجلة كلية بغداد الاقتصادية، العدد الخامس، تاريخ 11 أكتوبر .

الصميدعي و عثمان يوسف (2001)الابتكار المصرفي، الجزائر ، .

الضير، الصديق محمد الأمين(1993)، الغرر في العقود وأثره في التطبيقات المعاصرة، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، البنك الإسلامي، جدة، السعودية.

طارق عبد العال حماد : المشتقات المالية (2008) المفاهيم، إدارة المخاطر، المحاسبة،) ،الدار الجامعية،السكندرية - مصر .

الطماوي، سليمان، (1991). الأسس العامة من العقود الإدارية، ط5، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر .

العبادي ، أحمد و بن يامين ، خالد . "دور الهندسة المالية في ابتكار منتجات مالية إسلامية"، 2014.

عبد الوهاب يوسف أحمد (2008): التمويل وإدارة المؤسسات المالية، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.

عمر، محمد عبد الحليم،(1987) التفاصيل العملية لعقد المرابحة في النظام المصرفي الإسلامي، ندوة حول: «خطة استراتيجية الاستثمار في البنوك الإسلامية: الجوانب التطبيقية والقضايا والمشكلات»، جدة، 18 - 21 حزيران.

العمرائي، عبد الله محمد، (2006م). العقود المالية المركبة- دراسة فقهية تأصيلية وتطبيقية، ط1، دار الكنوز اشبيليا، الرياض، السعودية.

عوجان ، وليد هويل (2010)، أداء المؤسسات المالية الإسلامية في عصر العولمة، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي السنوي الرابع عشر للمؤسسات المالية الإسلامية، كلية الشريعة والقانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة.

العوضي، رفعت السيد(2010م)، الأسواق المالية في الاقتصاد المعاصر والاقتصاد الإسلامي، الدورة العشرون للمجمع الفقهي الإسلامي، مكة المكرمة، 25 - 29 ديسمبر.

الغالي، أبن ابراهيم (2009) دور الابتكار المالي في تطوير الصيرفة المالي الإسلامية، بحث مقدم الى المؤتمر الدولي حول : منتجات وتطبيقات الابتكار والمهندسة المالية الإسلامية، يومي : 5-6 ماي، بكلية العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف 2، الجزائر.

غراية زهير، (2012)النتجات المالية الإسلامية مدخل ابتكاري لمعالجة الازمات المالية المعاصرة، ورقة مشاركة في: الملتقى العلمي الدولي الخامس حول. " الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية". الذي نظمته: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

غربي، عبد الحليم ، (2009)الابتكار المالي في البنوك الإسلامية: واقع وآفاق مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 9.

غربي، عبدالحليم عمار (2013)، مصادر واستخدامات الأموال في المصارف الإسلامية مجموعة دأر أبي الفداء العالمية، سوريا.

الفرفور، محمد عبد اللطيف، أثر الاستصناع في تنشيط الحركة الصناعية، مجلة مجمع الفقه الإسلامي، الاصدار 2007، النسخة 2، 5، صادر عن الشركة العربية لتقنية المعلومات، مكة المكرمة، السعودية.

قحف، منذر(2012)، سندات الإجارة والأعيان المؤجرة، بحث 28، البنك الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب، جدة، السعودية.

قندوز، عبد الكريم (2014) ، "الهندسة المالية الإسلامية بين النظرية و التطبيق"، مؤسسة الرسالة ناشرون، بيروت، لبنان.

قندوز، عبد الكريم ، (2008) الخيارات، المستقبلات والمشتقات المالية الأخرى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.

قندوز، عبدالكريم أحمد (2014)، الهندسة المالية ودورها في إنشاء وتطوير السوق المالية الإسلامية وإمدادتها بالأدوات المالية الشرعية، مؤتمر أسواق الأوراق المالية والبروصات، كلية الشريعة والقانون جامعة الإمارات العربية المتحدة.

الكاساني، علاء الدين 1986م. بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع، ط2، ج5، المطبعة الجمالية، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان.

كنة، معاوية، تحويل الأوقاف من مؤسسة حكومية راكدة إلى هيئة استثمارية فاعلة، الاقتصادية، العدد 5613، 22 فبراير 2009م.

المادة الثانية، القانون 9، لسنة 2009م، وهو قانون تعديل القانون رقم 13 لسنة 2008 الخاص بتنظيم السجل المبدئي في إمارة دبي.

مجلس مجمع الفقه الإسلامي، منظمة المؤتمر الإسلامي، الدورة 17، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، 24 - 28 حزيران 2006م، قرار رقم 157 6\17

مجمع الفقه الإسلامي، قرار رقم 137 (15\3) بشأن صكوك الإجارة، الدورة الخامسة عشرة، سلطنة عمان، 2004م.

محمود محمد الداغر : مؤسسات الأسواق المالية- أوراق - بورصات، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2008.

موسي بن منصور(2014)، الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية بين الأصالة والتقليد، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول: منتجات وتطبيقات الابتكار والهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية والصناعة المالية الإسلامية يومي 5، 6 ماي.

نايلي، إلهام. (2013) "أهمية الإبداع والابتكار في المنتجات المصرفية في إكساب المصارف ميزة تنافسية : دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصارف التقليدية" المجلة العالمية للتسويق الإسلامي.

النعيمي، ضحى محمد، مفهوم بيع العقار على الخريطة وتكييفه القانوني، مجلة الشريعة والقانون، كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، السنة 26، العدد 49، يناير 2012م. نقاسي، محمد إبراهيم، الصكوك الوقفية ودوره في التنمية الاقتصادية من خلال تمويل برامج التأهيل وأصحاب المهن والحرف، المؤتمر العالمي الثامن للاقتصاد والتمويل الإسلامي، النمو المستدام والتنمية الاقتصادية الشاملة من المنظور الإسلامي، الدوحة، قطر، من 18 - 20 ديسمبر 2011م.

نقماري ، سفيان (2013) الإبداع والابتكار في النظام المصرفي ودوره في تحسين الميزة التنافسية للبنوك، الملتقى الدولي الأول حول: اقتصاديات المعرفة والإبداع خلال الفترة : 17-18 افريل ورقة بحثية غير منشورة.

النووي، يحيى بن شرف ، المجموع شرح المهذب، دار الفكر، بيروت. 1986. ياسين ، عبد الله و مصطفى ، دحماني (2016) . "واقع المنتجات المالية الإسلامية و إستراتيجيات تطويرها.

يوسف، محمد، (2013) الابتكارات المالية في المصارف التقليدية والإسلامية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، أكاديمية العلوم المالية والمصرفية، بنك فيصل الإسلامي، السودان، العدد الرابع.

رسائل ماجستير ودكتوراه.

أبومصطفى، سليمان عبد الرزاق (2010) التجارة الالكترونية في الفقه الاسلامي - رساله ماجستير، خانيونس-مكتبة الجنوب المركزية-مجموعات خاصة/خانيونس:: غزة-المكتبة المركزية-مجموعات خاصة/غزة.

أحمد أمداح، (2010) التجارة الالكترونية من منظور الفقه الإسلامي ، ذكرة ماجستير في الفقه و أصوله ، قسم الشريعة ، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة أبو بكر بلقادر، الجزائر .

بودي، عبد القادر بودي، وعبد الصمد (2016)تكنولوجيا الانترنت كأداة لتميز الخدمات المصرفية - رساله دكتوراه، جامعة تشرين ، الجزائر .

بولصنام ، علي فلاق ومحمد ، (2015) آثار التجارة الالكترونية على الاقتصاد- رساله ماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر .

بوهراوه، سعيد (2012) - بعنوان " الابتكار في الاستثمار وتطوير المنتجات المالية الإسلامية بحث مقدم الى المؤتمر العالمي الحادي عشر لعلماء الشريعة في المالىة الإسلامية، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر .

تقرير التكنولوجيا المالية في الشرق الأوسط - تقرير صادر عن مؤسسة ومضة ومؤسسة بيفورت. الحبيب بن باير ومحمد عبد العزيز بن كاملة(2014)، عصرنة وسائل الدفع مدخل لتطوير الأداء والفعالية المصرفية للبنوك الجزائرية - رساله ماجستير .

حمود محمد، زيدان محمد (2016) وكانت بعنوان : إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة الى البنوك الجزائرية، رساله ماجستير - جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر .

خير الدين، محمود محمد (2013) أثر الابتكار والإبداع على سياسة تسعير الخدمات المصرفية المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة- رساله ماجستير - جامعة عين شمس ، مصر .

دربالي، سهام (2012) رأس المال الفكري، الحاجة الفعلية للمصارف الإسلامية في ظل اقتصاد المعرفة - رساله ماجستير، المؤتمر العالمي التاسع للاقتصاد والتمويل، الناصرية، العراق .

شرين بدري، (2012) دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الالكترونية (دراسة تحليلية عن اقتصاد المعرفة ... كلية الادارة والاقتصاد، قسم المحاسبة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

صندرة، دراسة سايبى، (2014) بعنوان الإبداع والابتكار في المؤسسات الاقتصادية واقع وتحديات المؤسسات الجزائرية، نشرت في مجلة العلوم الانسانية - الجزائر.

عبد الرحمن بن عبدالله السند الأحكام الفقهية للمعاملات الالكترونية، (2011) - رسالة دكتوراه عثمان (2008) بعنوان استخدام الهندسة المالية في المصارف الاسلامية الادوات المالية الحديثه، دراسة في المؤتمر الثالث للمصارف الإسلامية بدمشق.

على محمد احمد أبوالعز (2016) بعنوان : " الابتكار في صيغ التمويل الإسلامي"، بحث منشور في مركز أبحاث فقه المعاملات الإسلامية، جامعة الأردن.

الغالي، بن إبراهيم (2011) دور الابتكار المالي في تطوير الصيرفة الإسلامية - رساله ماجستير. جامعة أبو بكر بلقادر، تلمسان، الجزائر.

غدير ، احمد خليل، نماذج مبتكرة لمنتجات معاصرة، بحث منشور في مكتبه المنهال ، الإمارات العربية المتحدة.

غراية زهير وبريش عيد القادر (2014) المنتجات المالية الاسلامية مدخل ابتكاري لمعالجة الأزمات المالية المعاصرة، رساله ماجستير، الجزائر

قتيبة العاني، (2010) أهمية الابتكار الاجتماعي في تنمية الاقتصاد الاسلامي - رساله ماجستير، مصر.

قروف، محمد كريم (2011) بعنوان الهندسه الماليه، الملتقى الدولي الأول حول: الإقتصاد الإسلامي، الواقع.. ورهانات المستقبل. يومي 23 و24 فيفري 2011.

مداح عرايبي الحاج وبارك نعيمة، (2010) أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكترونية في الوطن العربي - رساله ماجستير، جامعة غزة.

مسعودي، مراد رايس وعبد الهادي (2009) عوائق اعتماد التجارة الالكترونية في الوطن العربي والاسلامي - رساله دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.

ناصر المهدي ومادي محمد إبراهيم، (2014) الثورة التكنولوجية وانعكاساتها على الأسواق المالية- رساله ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ،جامعة الجزائر.
نايلي، إلهام (2013) أهمية الإبداع والابتكار في المنتجات المصرفية في إكساب المصارف ميزة تنافسية: دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصارف التقليدية، رساله ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والاقتصادية وعلوم التيسير بجامعة العربي بن مهدي، المجلة العالمية للتسويق الإسلامي، بالجزائر.
يدو، محمد وبوعافية رشيد، (2013) انعكاسات القطاع الرقمي على النشاط الاقتصادي، دار النشر: الملتقى الدولي الخامس، الجزائر.

المراجع الإنجليزية والمواقع الالكترونية

Alvin Toffler, (2016) 'Future Shock' and 'The Third Wave,', Washington Post, June 29.
innovation and Management:(1988) International Comparisons. Front Cover · Nihon Keiei Gakkai. Walter de Gruyter, , p3
موقع إسلام أون لاين، مقال بعنوان " دور التكنولوجيا المالية في تطوير أداء البنوك الإسلامية"،
<http://cutt.us/poOxn> تاريخ 4 أكتوبر، 2016.
ندوة علمية حول الابناك التشاركية الافاق و التحديات يوم 2 دجنبر 2017،
<http://cutt.us/ohglV> ، تاريخ الدخول 2018/5/15.
أحمد محمد نصار، إستراتيجية الابتكار المالي، على الموقع: <http://islamfin.go>-
forum.net/t942-topic تاريخ التصفح : تموز 2008.
مقال بعنوان " الشركات إدارة النقد حسابات الضمان، <http://cutt.us/jsVSe> ، تاريخ الدخول للموقع ، 25.05.2018.