

أ نموذج مقترح لاستحداث المنصة الإلكترونية للمراجعة وأثرها في زيادة ربحية المصارف الإسلامية

الباحث : سجاد عبد الله محمد رضا م. و. هيثم عبد الخالق (إسماعيل
جامعة بغداد) (المعهد العالي للدراسات الحاسوبية والمالية - قسم الدراسات المالية)

المستخلص

يسعى البحث الحالي لمعالجة مشكلة عدم إمكانية المصارف الإسلامية من إصدار بطاقات إئتمانية تقبل السحب على المكشوف انطلاقاً من فرضية البحث التي مفادها استحداث منصة إلكترونية يتم من خلالها استخدام أسلوب المرابحة ومرابحة الأمر بالشراء وتمكين المصارف الإسلامية من الاستفادة من خدمات البطاقة الائتمانية بالإضافة إلى تحقيق الأرباح ، حيث تطرق البحث أيضاً إلى دراسة الجدوى من إصدار بطاقات إئتمانية والاعتماد فقط على العمولات منها واستعراض بيانات مالية لمصارف تجارية لمعرفة مدى جدواها ، كما تم عرض بيانات مالية لنماذج من الجمعيات الاستهلاكية التي تمارس البيع بالأجل ومعرفة مدى ربحية هذا النشاط وإمكانية ربطه بالمتاجر الإلكترونية من خلال إنشاء منصة إلكترونية يمتلكها المصرف الإسلامي تتم من خلالها عمليات عرض البضاعة من قبل التجار وشراء السلع من قبل الزبائن ويتخذ المصرف فيها دور المدير والممول لجميع العمليات الجارية داخل المنصة ، وتمت التوصية باستحداث تلك المنصة واستخدامها في تمويل زبائن المصرف من خلال توفير قروضاً استهلاكية لمستخدمي المنصة الإلكترونية، والتوصية باستغلال تلك التكنولوجيا الحديثة لتفعيل استخدام البطاقات الائتمانية من جهة وزيادة أرباح المصارف الإسلامية من جهة أخرى .

Abstract

The research dealt with the problem of the inability of Islamic banks to issue credit cards that accept overdraft depending on the hypothesis of research which states introducing an electronic platform through which the technique of "Al Murabaha" and "Al Murabaha" Purchase Order (MPO) method is used, enabling the Islamic banks of taking the advantages of credit cards services in addition to achieving profits.

The research also discussed the feasibility study of issuing credit cards and depending only on their commissions and reviewing financial data of commercial banks to determine their feasibility. Financial data were also presented for consumer societies that sell on-time to be familiar with the profits of this activity and whether it is possible to connect it with online stores through establishing an electronic platform owned by the Islamic bank through which the goods are showed by the merchants, and the items are bought by the costumers while the bank plays the role of the manager and financier for all the operations performed within the platform. It was recommended that the platform should be developed and used to finance the bank costumers though providing consumer loans for the users of the platform, we also recommended of using modern technology to activate the use of credit cards on one side and increasing the profits of Islamic banks on the other side.

المقدمة :

تُعد البطاقات الائتمانية هي مستقبل التعاملات المصرفية بشكل عام وخصوصا في العراق، حيث أسهمت عملية الشمول المالي حسب إستراتيجية البنك المركزي العراقي للسنوات (٢٠١٦ - ٢٠٢٠) وابتداء ذلك بتوطين رواتب موظفي القطاع العام لدى المصارف وحصر ذلك باستخدام البطاقات الائتمانية بتوقع انتشار واتساع العمل بتلك البطاقات وبصورة كبيرة خلال السنوات القادمة ، ولكن لوحظ من خلال متابعة عمل المصارف الاسلامية عدم استثمارها لخدمة البطاقات الائتمانية وذلك بسبب وجود شبهة الربا عند التعامل مع تلك البطاقات ، كما يُتوقع أن المصارف الاسلامية سوف تعاني من عدم قدرتها على استغلال خدمة السحب على المكشوف في البطاقات الائتمانية غير المغطاة (Credit card) بسبب تضاربها مع أحكام الشريعة الاسلامية كون تلك العملية تتطلب احتساب (عمولة + فوائد) على المبالغ التي يتم سحبها عن طريق الزبائن، وفي حال بقي الوضع على ما هو عليه في ظل التطورات التكنولوجية واتساع استخدام البطاقات الائتمانية في انحاء العالم كافة فسيؤدي ذلك الى اندثار المصارف الاسلامية وحلول المصارف التقليدية محلها ، وسيطرر هذا البحث الى طريقة جديدة قد تمكن المصارف الاسلامية من مواكبة التطورات التكنولوجية في عالم المصارف - أي الاقتراض عن طريق البطاقات الائتمانية- ولكن دون الوقوع في شبهة الربا وتكون تلك المعاملة متوافقة مع احكام الشريعة الاسلامية ، كما سيتطرق البحث إلى أهمية المنصات الالكترونية وإمكانية إدخال عمليات التجارة الالكترونية إلى المصارف الاسلامية وتطوير عمل المراجحات فيها وإلحاقها بالتطورات التكنولوجية المعاصرة مما يجعلها مقبولة لدى جمهور المستفيدين وتحقق رغباتهم من جهة وتكون متوافقة مع أحكام الشريعة الاسلامية من جهة أخرى ، كما سيتطرق البحث إلى أهمية البيع الاجل أو البيع بالتقسيط من خلال الانتفاع من ميزات البطاقات الائتمانية ودراسة جدوى إدخال تلك المنتجات المصرفية إلى المصارف الاسلامية والاستفادة منها في زيادة الارباح مع

الاذخ بالاعتبار قانون المصارف الاسلامية المرقم (٤٣) لسنة ٢٠١٥م والذي يُحدد العمليات الخاصة بالمصارف الاسلامية وبيان المقبول منها والمحظور.

المبحث الاول : منهجية البحث

(١ - ١) مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة البحث في عدم إمكانية استخدام المصارف الاسلامية للبطاقات الائتمانية ولا سيما غير المغطاة منها في تقديم تسهيلات المصرفية للزبائن وألقت تلك التطورات التكنولوجية بالحرج على المصارف الاسلامية في العالم عموماً وفي العراق خاصة- ولا سيما بعد اعتماد البنك المركزي العراقي لاستراتيجية الشمول المالي وجعل ذلك المصارف الاسلامية في العراق تقف أمام خيارين أولهما ترك الامر للمصارف التقليدية حيث ان استحداث البطاقات الائتمانية المغطاة (Debit Card) يكون غير مجدي وذلك بسبب التكلفة العالية لاجهزة الصراف الآلي (ATM) قياساً بالعمولات المحتملة والمفروضة من قبل البنك المركزي العراقي ، وثانيهما التنازل عن بعض المحددات التي فرضتها الشريعة الاسلامية بخصوص قبض الفوائد من خلال السحب على المكشوف ووضع شروط ربوية مما يُخرج المصارف الاسلامية من العمل باهدافها الاساسية والتي تتمحور في عدم التعامل بالفوائد الربوية أخذاً وعطاءً مما ينعكس بذلك على تراجع فرص الربح ضمن حصتها السوقية ضمن الجهاز المصرفي في العراق .

(٢ - ١) أهمية البحث:

١. يوافر البحث طريقة تحقق أرباح إضافية ضمن احكام الشريعة الاسلامية تواكب فيها التطورات الحاصلة في النشاط المصرفي العصري ضمن نشاط التجارة الالكترونية .
٢. إستقطاب عدد إضافي من الزبائن للتعامل ضمن البطاقات الائتمانية لم يكونوا راضين بالتعامل بها لاسباب تتعلق بالمحددات الدينية .
٣. يرفد فرض تنمية القطاع التجاري والمالي من خلال توافر إنموذج مزدوج يحقق فرصة متاجرة ضمن التشريع الاسلامي.

(٣ - ١) أهداف البحث:

- يهدف هذا البحث الى تحقيق هدف إيجاد الاسلوب الذي يُمكن من ربط المنصة الالكترونية بالبطاقات الائتمانية.

(٤ - ١) فرضية البحث:

- إن توافر برنامج (تطبيق) إلكتروني وانشاء موقع الكتروني (افتراضي) يملكه المصرف ويتم من خلاله عرض البضائع من قبل التجار وتوجيه زبائن المصرف للشراء من هذا التطبيق بالأجل (التقسيط) وحسب السقف الائتماني الذي يوافره المصرف للزبائن ويوفر فرصة جديدة لتحصيل أرباحاً إضافية وتوسع الحصة السوقية للمصارف الاسلامية ويوفر إمكانية الانتفاع من نشاط البطاقات الائتمانية

باستخدام إنموذجاً يدمج بين أسلوب الدفع بالبطاقة الائتمانية واستخدامها للبيع بالتقسيط من خلال منصات تسويق إلكترونية.

(١ - ٥) الحد المكاني والزمني :

الحدود المكانية : المصرف الوطني الاسلامي ، المصرف الاسلامي العراقي ، تجارب أخرى تتعلق بالبيع بالتقسيط (تجربة الفيذا المقسطة للمصرف العربي الاسلامي الدولي في الاردن ، الجمعية الاستهلاكية لموظفي ديوان الرقابة المالية الاتحادي (جمعية حكومية) .

الحدود الزمانية : (٢٠١٠ - 2016) .

(١-٦) الدراسات السابقة

أولاً- (الجزراوي ، نورا صباح، ٢٠١١): عنوان الدراسة (أثر استعمال النقود الالكترونية على العمليات المصرفية)

رسالة ماجستير في القانون الخاص / كلية الحقوق - جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا - عمان/الاردن

يوضح البحث ماهية النقود الالكترونية وكيفية استخدامها في العمليات المصرفية وطرق حماية اموال المصرف من الاختراقات والمخاطر المحتملة والتي قد تؤدي الى حدوث خسائر مالية للمصرف من جهة وللزبائن من جهة أخرى وطرق المحافظة على سرية بيانات العملاء ، وي طرح البحث بعض تجارب التعاملات الالكترونية للنقود في الدول الاجنبية وبيان الموقف القانوني للتعاملات الالكترونية في المصارف التجارية، كما أستنتج البحث أهمية توافر ملاك فني ذا خبرة عالية لغرض ادارة العمليات المصرفية من الناحية التقنية ، كما أكد البحث ضرورة عدم الاعتماد الكلي على التعاملات الالكترونية وخطورة عمليات الايداع النقدي في المصارف الالكترونية وحصر التعاملات الالكترونية في السحب النقدي فقط .

ثانياً- دراسة (مشعل ، عبد الباري، ٢٠٠٩) : عنوان الدراسة (الأبعاد الشرعية لتقديم

الخدمات الإلكترونية لبطاقات الائتمان من طرف ثالث) - بحث مستل مقدم إلى

المؤتمر الرابع للمصارف الاسلامية في سوريا - حزيران ٢٠٠٦ .

تعرض هذه الدراسة وجهة نظر علمية خاصة بالباحث في الإشكالات المثارة على بطاقات الائتمان الإسلامية، واقترح بعض الحلول والبدائل لمعالجتها في حال وجود طرف ثالث غير المصدر وحامل البطاقة، واقترحت الدراسة اضافة طرف ثالث في جميع تعاملات البطاقات الائتمانية (المغطاة وغير المغطاة) وذلك للوصول الى صيغة شرعية تتناسب مع أحكام الشريعة الاسلامية.

ثالثاً- دراسة (مصطفى ، فتحي شوكت ، ٢٠٠٧): عنوان الدراسة (بطاقات الائتمان البنكية في الفقه الاسلامي)

رسالة ماجستير في الفقه والتشريع في كلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس / فلسطين

تقوم هذه الدراسة ببحث عام حول البطاقات الائتمانية وتحديد أنواعها وطرق التعامل بها وعلاقتها مع الفقه الاسلامي بالاضافة الى بيان علاقتها الشرعية والاقتصادية بالمصارف الاسلامية ، وتطرق البحث الى الآراء الفقهية الخاصة بالتعاملات المصرفية الخاصة بالبطاقات الائتمانية وبحث الفوارق بين البطاقات المغطاة وغير المغطاة وتوصل الباحث في النهاية الى صيغ معينة متوافقة مع احكام الشريعة الاسلامية وأخرى غير متوافقة كما وصى الباحث باستحداث بطاقات ائتمانية اسلامية خاصة بالمصارف الاسلامية تختلف عن البطاقات الائتمانية العالمية والتي تستخدمها المصارف الربوية.

المبحث الثاني (الجانب النظري) :

(٢ - ١) تعريف المصارف الاسلامية:

يُعرّف المصرف الاسلامي بأنه "مصرف يتعاطى الاعمال المصرفية بمختلف صورها على اسس تستند على الشريعة الاسلامية مراعاةً للحلال والحرام في تنفيذ الاعمال ، لذلك فإن المصرف الاسلامي متعدد الاغراض أسوة بما تقوم به المصارف التقليدية إلا ما يتعارض وحلية التعامل استنادا لاحكام الشريعة الاسلامية (الشرع، ٢٠٠٨: ٢٣) ، وأيضا يعرف المصرف الاسلامي أنه " مؤسسة مالية عقائدية تعتمد في عملها على العقيدة الاسلامية، وتسعى الى تحقيق المصالح المادية المقبولة شرعاً، عن طريق تجميع الاموال وتوجيهها نحو الصالح العام مع الالتزام بإجتناّب التعامل بالصيرفة الربوية بوصفها تعامل محرم شرعاً، كما انه لا يتلقى الودائع بالفائدة وإنما يمنحه لقاء حصة من الارباح تحدد نسبتها بالطريقة نفسها" (النجار، ٢٠٠٩: ٤٢) ، كما يمكن تعريفه أيضا على أنه "مؤسسة مصرفية لا تتعامل بالفائدة (الربا) أخذاً وعتاءاً ويلتزم في معاملاته أنشطته المختلفة بقواعد الشريعة الاسلامية أي وفق قاعدة العُثم بالغُرم ويكون هناك طرف بماله الآخر بجهده لخدمة التنمية الاجتماعية والاقتصادية في البلد" (الشمري، ١٥٥: ٢٠١٢) ، ومما يتبين أعلاه أن أكثر ما يميز الصيرفة الاسلامية أنها تكون خليطاً متجانساً من أنواع مختلفة من المصارف فهي تمارس أغلب نشاطات المصارف التجارية من فتح حسابات جارية وحسابات التوفير واستلام الودائع الثابتة من المودعين فضلاً عن عمليات مصرفية أخرى كإصدار السفاتج والصكوك المصدقة وإصدار خطابات الضمان والاعتمادات المستندية واستحصال الصكوك نيابة عن الزبائن وتقديم استشارات مالية للزبائن وغيرها من أعمال الصيرفة التجارية ، كما انها تقوم أحيانا بمهام المصارف الاستثمارية فهي أيضا يمكنها بيع وشراء الاسهم والقيام بمهام إصدار الاسهم للشركات - عدا الاسهم الممتازة والسندات كونها تحتوي على فائدة ثابتة- وبما يسمح لها قانونا حسب قانون البلد الذي

تعمل فيه ، كما انها تقوم بمهام المصارف المتخصصة (العقارية، الصناعية، الزراعية) والمساهمة في تمويل قطاعات استثمارية متنوعة من خلال صيغ التمويل التي تعمل بها المصارف الإسلامية كالمشاركة والمرابحة وبيع السلم والمزارعة والاستصناع الخ.

(٢ - ٢) تعريف البطاقات الائتمانية :

وتُعرف البطاقة الائتمانية بأنها "مستند خاص يصدره مصرف أو شركة مالية يتمكن به حامله من الحصول على سلع أو خدمات أو نقود ممن يقبل التعامل بهذا المستند ليستوفيتها من الجهة التي أصدرته، على أن يسدد حامله لمصدره فيما بعد قيمة السلع أو الخدمات أو النقود التي حصل عليها" (الموسى، ٢٠٠٣: ١٩٩٣)، وأيضا تم تعريفها على أنها "مستند يعطيه مصدره لشخص طبيعي أو اعتباري - بناءً على عقد بينهما- يمكنه من شراء السلع أو الخدمات ممن يعتمد المستند دون دفع الثمن حالا لتضمنه إلتزام المصدر بالدفع ، ومن أنواع هذا المستند ما يُمكن من سحب نقود من المصارف" (أبو غدة، ٢٠٠٥: ١٠)، كما عُرِّفت أيضا أنها "عقد يتعهد فيه مُصدر البطاقة لمصلحة شخص آخر هو حامل البطاقة بفتح اعتماد بمبلغ معين، وبموجب هذه البطاقة يتم قبول الوفاء بمشتريات حاملي البطاقات الصادرة منه" (المغربي، ٢٠٠٨: ٤)، كما عرّفها المعجم الاقتصادي العربي بأنها "بطاقة خاصة يصدرها المصرف لعميله تمكنه من الحصول على السلع والخدمات من محلات وأماكن معينة عند تقديمه لهذه البطاقة ، ويقوم بائع السلع والخدمات بتقديم الفاتورة الموقعة من العميل الى المصرف -مصدر الائتمان- فيسدد قيمتها له ، ويقدم المصرف للعميل كشفاً شهرياً بإجمالي القيمة ، لتسديدها أو لخصمها من حسابه الجاري طرفه" (سيالة، ٢٠١٥: ٢٠٨)، وهناك بعض التعاريف التي توسعت في وصف تلك البطاقات ، حيث تم تعريفها على أنها "بطاقات مستطيلة من البلاستيك، تحمل اسم حامل البطاقة وتوقيعه ورقمه ورقم حسابه وتاريخ وانتهاء صلاحيتها، واسم الجهة المصدرة لها وشعارها، بشكل بارز على وجه البطاقة وبواسطة هذه البطاقة يستطيع حاملها سحب المبالغ النقدية من ماكينات حسب النقود الخاصة بالبنوك، أو تقديمها :أداة وفاء للخدمات والسلع التي يحصل عليها من الشركات والتجار الذين يتعامل معهم، أو أداء ضمان للوفاء في حدود مبلغ معين" (عيسى، ٢٠١٥: ٥٢٠).

ومن التعاريف أعلاه نستنتج أن البطاقات الائتمانية عبارة عن بطاقة تُعد مستندا من الناحية القانونية وتُعد أداة للوفاء لشراء السلع أو الخدمات وأداةً للائتمان كونها يتم سحب النقود عن طريقها ، كما تُعد أيضا أداةً للسحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي (ATM) يُصدرها المصرف ويخول حاملها للتصرف بها حسب السقف الائتماني الممنوح له - إن وجد- من قبل المصرف المصدر للبطاقة ويتم تحويل الاموال للتجار عن طريق المصرف الذي يتعامل معه التاجر شريطة قبولها من قبل مصرف التاجر ، وهذا القبول عادة يتم عن طريق شركات عالمية مانحة لامتياز تلك البطاقات مثل (Master, Visa , Etc) .

(٢ - ٣) أنواع بطاقات الائتمان:

أصبحت بطاقات الائتمان وسيلة حديثة من وسائل الوفاء التي استقرت في البيئة التجارية نتيجة للتعاون بين البنوك والربائين والتجار لضمان المعاملات والوفاء ، وقد أدى هذا الى جعل بطاقات الائتمان تأخذ مكانتها بين وسائل الوفاء الحديثة ، حيث تُعد هذه البطاقات جزءاً من سلسلة متصلة من التطور في مجال وسائل الوفاء التي توضع تحت تصرف المستهلكين للوفاء بمعاملاتهم مع التجار (موسى، ٢٠٠٣ : ٨٤٨).
ومما تقدم أعلاه وبعد التعرف على تلك البطاقة والاطراف التي تسهم في اتمام عملياتها ، لذلك لا بد من ان نُعرِّج على أنواع البطاقات الائتمانية وتعريف كل نوع منها وكما يأتي :

١- بطاقة الحسم الفوري (البطاقة المغطاة) (Debit Card) : هي تلك البطاقة

التي يكون لحاملها رصيد بالمصرف ، فيحسب منه مباشرة قيمة مشترياته وأجور الخدمات المقدمة له ، بناء على السندات الموقعة منه (عكار، ٢٠١٢ : ١٣)، كما يمكن تعريفها أيضا على أنها "بطاقة تصدر لكل عميل يحتفظ بحساب جاري أو توفير لدى المصرف وتستخدم على مدار الساعة وفي حدود معينة لا تتجاوز رصيد الحساب ويتم السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي التابعة للمصرف أو أي مصارف أخرى مشتركة على نفس الشبكة (شبكة إتصال مشتركة) ، ويمكن أن تكون صالحة للشراء من مجموعة من تجار متضامنين إلكتروني مع هذه المصارف المتصلة بشبكة وتسمى هذه النوعية (نقاط بيع) P.O.S. وتعني Point of sale. (محمد، ٢٠١٣ : ٦).

٢- بطاقة الدفع المؤجل (Charge Card) : هي نوع من بطاقات الدفع

تستخدم أداة وفاء وائتمان عن مدة زمنية محددة يتم الاتفاق عليها ما بين المصرف والعميل وغالباً لا تتعدى مدة الشهر ، بمعنى أن يقوم حامل البطاقة باستخدام البطاقة وسيلة دفع يحصل بمقتضاها على السلع والخدمات وعمليات الصرف النقدي من المصارف ، ويصدر في تاريخ معين كشف حساب البطاقة الذي يظهر إجمالي استخدامات المدة السابقة ويلتزم حامل البطاقة بسداد ذلك الرصيد من دون تحمل فوائد مدنية وذلك فور استخراج كشف حساب البطاقة (الربيعي، ٢٠١٤ : ٧)، وإصدارها لا يتطلب من حاملها الدفع المسبق للبنك المصدر في صورة حساب جاري، وإنما يطالب البنك المصدر حامل البطاقة بقيمة مشترياته ومسحوباته في نهاية كل شهر على أن يسدها في مدة تالية تتراوح بين ٢٥ ، ٤٠ يوماً وإذا تأخر عن السداد يحمل بفائدة في حدود النسب المتفق عليها (عمر، ٢٠٠٣ : ٦)، والاصل في البطاقات الائتمان على أساس الدفع الشهري أن يقوم البنك المصدر بجمع الفواتير الموقعة من قبل حامل البطاقة ومطالبته بها دورياً مرة كل شهر في تاريخ معين ، ويقوم العميل بدفع ما عليه من مستحقات نتجت عن استخدام البطاقة بما لا يتجاوز تاريخ الاستحقاق الذي يحدده البنك المصدر ، ويمتد هذا التأخير عادة من شهر الى

شهرين في أقصى الحالات ، وذلك ابتداءً من تاريخ ثبوت الدين في ذمة حاملها بموجب استخدام البطاقة أو - في بعض الاحيان الاخرى - من تأريخ إرسال البنك المصدر لكشف الحساب ومطالبة العميل بالسداد ، وتمثل هذه المدة مدة السماح التي يستفيد بها حامل البطاقة مجاناً دون احتساب أي فوائد عليها (أحمد، ٢٠١١: ٨).

٣- **بطاقة الائتمان القرضية أو الائتمان المتجدد (Credit Card) :** وهي بطاقة تتيح لحاملها إمكانية تسديد سحوبات البطاقة على دفعات شهرية ، مع استيفاء فوائد شهرية على المبالغ غير المسددة ، بعد الاخذ بعين الاعتبار مدة السماح والتي قد تصل الى (٥١) يوماً ، ويتم تجديد حد الائتمان (السقف المحدد من البنك) بقدر ما يتم تسديده من دفعات لحساب البطاقة ضمن حدود الائتمان" (عبود، ٢٠١١: ٧)، كما يمكن تعريفها أيضاً على أنها "بطاقات تنطوي على منح إئتمان من البنك المصدر للبطاقة لحامل البطاقة ، فقد يكون هذا الائتمان شهرياً أو دورياً لمدة أكثر من شهر ، حيث يستطيع حامل البطاقة الائتمانية أن يسحب نقداً أو يدفع أثمان مشترياته من السلع والخدمات بحدود سقف البطاقة التي منحه إياها البنك المصدر بغض النظر عن رصيد حسابه سواء كان مديناً أو دائناً أو صفرأ (عريفات، ٢٠١٢: ٢٤٩) ، إن فكرة منح حامل البطاقة حق السداد التدريجي في المدة ، وكذا في حدود الغطاء المالي أو الحد الأقصى لقيمة الدين أو القرض ، يكون في إطار الاتفاق المبرم بين البنك وحامل البطاقة والذي يقضي بإعادة القرض بالتتابع على شكل أقساط دورية ، والتي يترتب عنها قرضاً متجدداً ، وبناءً على هذا فإن البطاقة تمنح حاملها قرضاً حقيقياً ، طالما تسمح لحاملها بالتسديد أو التعويض التدريجي للنفقات المنجزة من طرفه (أمينة ، ٢٠٠٥: ٢٣)، وتجدر الإشارة أن البطاقة الائتمانية القرضية (Credit Card) تختلف عن بطاقة الدفع المؤجل (Charge Card) بأن التسديد فيها يكون على مدى بعيد وبشكل أقساط شهرية وحسب ما تم الاتفاق عليه بين المصرف والعميل عند إصدار البطاقة ، ويُعد النوع الاخير من البطاقات الائتمانية هو الأكثر شهرة والأوسع انتشاراً في العالم كونه ينطوي على مدة تسديد متاحة بشكل أوسع من ناحية الزبون وعلى فوائد أكبر من ناحية المصرف .

(٢ - ٤) مفهوم التجارة الالكترونية :

عُرِّفت التجارة الالكترونية بأنها "استخدام تكنولوجيا المعلومات للربط الفاعل بين الوظائف التي يوفرها المشاركون - البائعون والمشترون- في التجارة" (راضي، ٢٠٠٦ : ١٩٩)، كما يمكن تعريفها أيضاً بأنها "أي نوع من الاعمال أو العمليات التجارية التي تتعلق بتبادل السلع والخدمات بواسطة الانترنت ، وتتضمن مكوناتها قطاعات مثل تجارة من شركة الى شركة ، من شركة إلى زبون ، من زبون إلى زبون

، و إدارة علاقات العملاء، وتجارة المحتوى الإلكتروني ، فضلا عن أنشطة مثل : التسويق والبيع الإلكترونيين ، والمصارف الرقمية وغيرها" (الحسناوي، ٢٠٠٧: ٥٢)، كما تم تعريفها أيضا على أنها "نظام يتيح عبر الانترنت حركات بيع وشراء السلع والخدمات والمعلومات كما يتيح أيضاً الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السلع والخدمات والمعلومات ، ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون والوسطاء والمشترون وتقدم فيه المنتجات والخدمات في صيغة إفتراضية أو رقمية كما يدفع ثمنها بالنقود الإلكترونية" (الشكري، ٢٠١٠: ٣١٨)، إن مفهوم التجارة الإلكترونية هو أكبر بكثير من مجرد تبادل عبر الانترنت ، إنها أسلوب تجاري متقدم يعتمد في نجاحه على قدرة الشركة على تسويق منتجاتها سواء كانت سلعا أو خدمات أو أفكار من خلال آليات إفتراضية وخطط تسويقية محكمة تهدف بالدرجة الاولى لتحقيق رضا العميل من خلال اشباع حاجاته الحقيقية ، لهذا تحتاج المؤسسة التي تتعامل بالتجارة الإلكترونية الى قاعدة بيانات تساعدها في قياس جودة ما تقدمه من سلع وخدمات ، وتحديد العوامل التي يوليها العملاء أهمية عالية لمعرفة آليات التطوير عند الحاجة (عليان، ٢٠١٢: ٢٦٥)، ويمكن تعريف التجارة الإلكترونية أيضا على أنها "ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات اتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات وتعرف أيضا أنها اتمام أي عملية تجارية عبر شبكات الحاسب الالي الوسيطة والتي تتضمن تحويل أو نقل ملكية أو حقوق استخدام السلع والخدمات" (رشيد، ٢٠١٥ : ٦٠٧)، ومن الجدير بالذكر أن منظمات الاعمال اليوم باتت تتنافس فيما بينها من أجل الحصول على قدر أكبر من البيانات والمعلومات عن المستهلكين الحاليين والمتوقعين وعن المنافسين والمنتجات البديلة المتوفرة في السوق، لا وبل أكثر من ذلك حيث اتجهت بعض منظمات الاعمال الى التخصص في بيع البيانات والمعلومات للشركات المستفيدة وبمبالغ هائلة ، حيث يمكننا القول بأن التجارة الإلكترونية أسهمت في ظهور أعمال جديدة لم تكن لتظهر لولا إتساع رقعة استخدام التجارة الإلكترونية في أنحاء العالم كافة .

(٢ - ٥) مميزات التجارة الإلكترونية :

إن من أهم السمات التي تميز التجارة الإلكترونية عن التجارة التقليدية يمكن تحديدها بالاتي (نجم ، ٢٠٠٩ : ١٤٦):

- ١ . خلق سوق عالمي مفتوح وتنوع شبكة المشترين.
- ٢ . تبادل المعلومات والخدمات (الطابع المتداخل لتخصصات التجارة الإلكترونية).
- ٣ . التعامل الفوري بين الاطراف ذات العلاقة اختصارا للوقت وتخفيضا للكلفة.
- ٤ . تعزيز دور الزبائن.
- ٥ . زيادة عوائد أرباح المبيعات.
- ٦ . إيجاد مصادر جديدة لزيادة حقوق الملكية ، من خلال كسب ولاء العملاء ، دخول أسواق جديدة ، الارتقاء بالمعاملات التجارية ، تعزيز رأس المال الفكري ، تطوير التقنية ، إدارة المجازفة والتكيف .

كما تتميز التجارة الإلكترونية بسرعة انتشارها بين جمهور الزبائن والتجار وذلك لارتباطها الوثيق بوسائل الاتصال الحديث ولا سيما الانترنت ، فنلاحظ من خلال الاحصائيات كيف استطاع الانترنت ان يحوز على اهتمام المستخدمين بسرعة أكبر مقارنة بوسائل التواصل الأخرى .

(٢ - ٦) المنصات الإلكترونية :

ويمكن تسمية - هذه المنصات- أيضا بالاسواق الإلكترونية حيث يمكن تعريفها على أنها "الاسواق التي توفر بيئة رقمية تمكن البائعين والمشتريين من التعامل التجاري ، فضلا عن ذلك فإن هذا النوع من الاسواق يوفر الفرصة لإنشاء المزادات العلنية (-E Auction) العادية ، والعكسية (المناقصات) إذ يطرح مستخدمو هذا النظام السلع للبيع في هذه المزادات ، وتعرض على عدد كبير من الراغبين بالاشتراك بالمزاد العلني ، وتبدأ عملية المزايده أو المناقصة إلكترونياً الى حد توصيل المستهلك الى السعر المطلوب ، وتعد الصفحات الأكثر شيوعاً واستخداماً في المزادات العلنية الإلكترونية هي (www.eBay.com) ومن ناحية أخرى فإن هذا النوع من الاسواق يوفر فرصة لمعاملات الـ (B2B) الشركات الى الشركات (الغزوي، ٢٠١٥ : ٣٢٣).

كما يمكن تعريفها أيضا بأنها "عبارة عن محل من التعاملات والمعاملات والعلاقات من أجل تبادل المنتجات والخدمات والمعلومات والاموال ، وعندما تكون هيئة السوق الإلكترونية فإن مركز التجارة ليس بناية أو ما شابه ، بل هو محل شبكي يحوي معاملات تجارية ، فالمشاركين في الاسواق الإلكترونية من باعة ومشتريين وسامسة ليسوا فقط في أماكن مختلفة بل نادراً ما يعرفون بعضهم البعض ، وطرق التواصل ما بين الأفراد في السوق الإلكتروني تختلف من فرد لآخر ومن حالة لأخرى (عبود، ٢٠١٤ : ٥٥).

ومن الجدير بالذكر أن المنصات الإلكترونية باتت اليوم المحرك الأساس للاقتصاد العالمي فيما يخص التجارة الدولية ، فقد أصبحت هذه الطريقة في الشراء من الطرق الأقل تكلفة مقارنة بتكاليف السفر والإقامة بالنسبة للتاجر، فقد أصبح توجه التجار اليوم للشراء من المنصات الموثوقة ومع وجود انسيابية في نظام الدفع ونقل البضائع من المصنع الى التاجر ، فقد أصبح هذا النوع من الانواع الأساسية في التعاملات التجارية وخصوصاً في ظل تصاعد حدة المنافسة بين المنصات الإلكترونية ولاسيما الصينية منها والأمريكية ، فقد أصبحت هذه المنافسة حرباً للأسعار وحرباً في الجودة وحرباً في الخدمات الأخرى.

المبحث الثالث (الجانب العملي):

(٣-١) عوائد البطاقات الائتمانية في المصارف التجارية دون احتساب الفوائد :

تعد البطاقات الائتمانية اليوم من العمليات المصرفية الأساس والتي أصبحت لا غنى عنها في التعاملات المصرفية ، وذلك لكونها تحمل ميزات كثيرة منها حماية النقود من السرقة وسهولة التعامل بها وتغني صاحب البطاقة عن حمل النقود الورقية ، كما تسامح

بشكل كبير في تسهيل عمليات الشراء الالكتروني والشراء بالطرق التقليدية من خلال منافذ البيع التي يتوفر فيها جهاز (POS) - ويقصد به الجهاز الإلكتروني الذي يتم من خلاله إستقطاع الاموال من حساب بطاقة الزبون إلى حساب بطاقة التاجر - حيث لا بد للمصارف الإسلامية الانتفاع من تلك التكنولوجيا الحديثة وخصوصاً أن أكثر عمليات تلك البطاقة لا تنافي أحكام الشريعة الإسلامية، وفيما يأتي تحليل الجدوى التي يحققها المصرف الاسلامي لو أكتفى بالعمولات المتحصلة من البطاقات الائتمانية وبما يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية ، فسيتم أستعراض العمولات المستحصلة لمصارف تجارية عراقية قامت بالتعامل بالبطاقات الائتمانية واستحصال العمولات من الزبائن المستفيدين من هذه الخدمة ، حيث تم اختيار ثلاثة مصارف تجارية عراقية كعينة نستطيع من خلالها معرفة الايرادات المتحصلة من البطاقات الائتمانية وتم اختيار المصارف (مصرف الشرق الاوسط ، مصرف التنمية الدولي ، مصرف بغداد التجاري) والجدول (١) يبين كشف بعمولات البطاقات الائتمانية للمصرف وسيتم عرض ايرادات العمولات فقط للبطاقات الائتمانية بأنواعها (Charge Card) و (Debit Card) و (Credit Card) دون إحتساب الإيرادات المتأتية من الفوائد :

جدول (١) : إيرادات عمولات البطاقات الائتمانية للمصارف التجارية (الشرق الاوسط، التنمية ، بغداد) للفترة من (٢٠١٣ - ٢٠١٧) (ألف دينار)

اسم المصرف	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧
مصرف الشرق الاوسط	١٨٩,٦٩٧	٢٣٩,٩٨٢	٢٠٥,٩٤٦	١٥٢,٦٦٢	-
مصرف التنمية الدولي	-	-	-	٩,٤٨٥	٤٥,٤٤٣
مصرف بغداد التجاري	-	-	٦٢٠,٦٢٤	٤٨٢,٤١٢	-

المصدر : البيانات المالية للمصارف أعلاه .

(٢-٣) تكاليف خدمة البطاقات الائتمانية :

تحتاج خدمة البطاقات الائتمانية إلى عدة مصارف يجب أن يتحملها المصرف من أجل توفير تلك الخدمة لزيائنه ، فلو تم مقارنة الإيرادات خلال سنة كاملة مع المصاريف التي تتحملها المصارف من توافر خدمة الصراف الالي وانتشارها وتوافر الطاقة الكهربائية اللازمة لها ، وتوافر اتصال خدمة الانترنت ، وتوافر الحماية اللازمة ، مع تخصيص كادر فني متخصص لتعبئتها بالاموال وبرمجتها للعمل والقيام بالصيانة الدورية لها ، إضافة الى بعض المصاريف الاخرى كأيجار الارض التي يقف عليها الجهاز و تكاليف نقلها ونقل الاموال إليها ، والجدول (٢) يوضح التكاليف السنوية لجهاز الصراف آلي (ATM) لمصرف آشور الدولي للتمويل والاستثمار والمصاريف التي تدفع مرة واحدة ، علما أن الصراف الالي يعمل حاليا في مول بابلون في محافظة بغداد :

جدول (٢): تكاليف الصراف الآلي (ATM) لمصرف آشور الدولي – مول بابلون (ألف دينار)

الملاحظات	تكاليف الصراف الآلي لمصرف آشور الدولي في مول بابلون – بغداد	
تدفع مرة واحدة	سعر الصراف	١٧,٣٧٤
	UPS (جهاز الطاقة الكهربائية)	١,٢٦٠
	أجهزة مودم	٦٩٠
تدفع سنويا	إيجار سنوي	٧,١٤٠
	انترنت سنوي	٣,٥٧٠
	المجموع	٣٠,٠٣٤

المصدر: قسم المالية في مصرف آشور – الإدارة العامة .

كما يقوم مصرف آشور الدولي بدفع أجور سنوية لصيانة الصرافات الآلية بشكل عام وتكون تكاليف صيانة الصراف الآلي وفقاً للعقد المبرم بين المصرف وشركة (NCR) المتخصصة بصيانة أجهزة الصراف الآلي ، حيث يوضح الجدول (٣) تكاليف الصيانة السنوية لبعض أجهزة الصراف الآلي الخاصة للمصرف والمتوزعة على أنحاء مختلفة داخل العراق والمدة الزمنية للصيانة ومبلغ الصيانة الخاص بالصيانة البرمجية (Software) والصيانة الموقعية (Hardware) وتُعد هذه الصيانة من الضرورات التي تسهم في إدامة عمل الصرافات الآلية والتقليل من مخاطرها التشغيلية. فضلاً عن تكاليف الاشتراك السنوي التي تدفع للشركات العالمية مثل شركة (Master Card , VISA) ومع الأخذ بنظر الاعتبار التوزيع المطلوب لهذه الصرافات فالمصرف يحتاج الى ما لا يقل عن (٢٠) صراف آلي موزعة في عموم البلد ، بالإضافة إلى توافر أجهزة نقاط البيع (POS) لزيادة التعاملات المالية للبطاقات الائتمانية ، حيث كل ذلك لا يجدي نفعاً أن تم الاعتماد الكلي على تلك البطاقات من قبل المصرف دون تحصيل فوائد عند استخدامها والتي تقوم بتعظيم الإيرادات المستحصلة من تلك الخدمة ، ولكن المشكلة تقع في كون تلك الفوائد لا تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية وبذلك تكون تلك المعاملة محرمة على المصارف الإسلامية من الناحية الشرعية والقانونية ، لذا يستوجب على المصارف الإسلامية إيجاد الحلول المناسبة للاستفادة من تلك الخدمة وبما يتوافق مع الشريعة الإسلامية وباعتبار أن تلك الخدمة تُعد مستقبل المعاملات المالية اليومية لعموم المستخدمين ، حيث يتوقع البنك المركزي العراقي خلال استراتيجيته للأعوام (٢٠١٦ - ٢٠٢٠) أن مساهمة معاملات الدفع الالكتروني سوف ترتفع في العراق ، حيث يتوقع نسبة المستخدمين لها سيكون بحدود ٢٠% من سكان العراق بحلول عام ٢٠٢٠ .

جدول (٣): تكاليف الصيانة السنوية لبعض الصرافات الالية (ATMs) التابعة لمصرف آشور الدولي (دولار أمريكي)

ت	موقع الصراف	تاريخ بداية الصيانة	عدد أشهر التغطية	مبلغ صيانة البرمجة السنوي (Software)	مبلغ الصيانة الموقعي السنوي (Hardware)
١	أربيل-فندق شيراتون	٢٠١٨/٠١/٠١	١٢	\$٢٥٢	\$٢٦٠٠
٢	بغداد- الفرع الرئيسي	٢٠١٨/٠١/٠١	١٢	\$٢٥٢	\$٢٦٠٠
٣	أربيل - ماجدي مول	٢٠١٨/٠١/٠١	١٢	\$٢٥٢	\$٢٦٠٠
٤	بغداد - فرع الربيعي	٢٠١٨/٠١/٠١	١٢	\$٢٥٢	\$٢٦٠٠
٥	فرع البصرة	٢٠١٨/٠١/٠١	١٢	\$٢٥٢	\$٢٦٠٠
٦	فرع أربيل	٢٠١٨/٠١/٠١	١٢	\$٢٥٢	\$٢٦٠٠
٧	فرع أربيل	٢٠١٨/٠١/٠١	١٢	\$٢٥٢	\$٢٦٠٠
٨	أربيل - عين كاوة	٢٠١٨/٠١/٠١	١٢	\$٢٥٢	\$٢٦٠٠

المصدر: قسم المالية في مصرف آشور - الإدارة العامة .

ومن الجدول (١) نستنتج أن مجموع إيرادات العمولات المتحصلة من البطاقات الائتمانية مقارنة بالمصاريف التي تتطلبها تلك الخدمة والمبينة في الجدول (٢) والجدول (٣) لا ترتقي بأن يقوم المصرف الاسلامي بالاعتماد بشكل أساس على العمولات التي يمكن استحصالها من خدمة البطاقات الائتمانية ودون مخالفة أحكام الشريعة الإسلامية والتعامل بالبطاقات غير المغطاة (Credit Card) فأنها محرمة حسب آراء مجمع الفقه الاسلامي وحسب المعيار الشرعي رقم (٢) للهيئة المحاسبة والمراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية (AAOIFI) لسنة ٢٠١٧م / ١٤٣٩هـ ، مع الاخذ بنظر الاعتبار أن عموم المعاملات المالية المستقبلية ستتم عن طريق تلك البطاقات ، وهذا ما يدعو للاسراع في إيجاد طرق شرعية لاستغلال هذه الخدمات بشكل مربح وغير مخالف لأحكام الشريعة الإسلامية .

(٣-٣) عوائد مرابحات المصارف الاسلامية في العراق

أولاً - المصرف الوطني الاسلامي :

عوائد مرابحات المصرف الوطني الاسلامي كما موضحة في الجدول (٤) كما موضح في أدناه :

جدول (٤) : المرابحات الممنوحة من قبل المصرف الوطني الاسلامي للسنوات (٢٠١٠ - ٢٠١٦) (ألف دينار)

السنوات	قروض المرابحات	عوائد المرابحات الممنوحة	نسبة العوائد على المرابحات
2010	32,187,770	633,156	1.97%
2011	103,827,807	3,227,441	3.11%
2012	255,310,862	6,157,599	2.41%
2013	361,162,732	10,537,752	2.92%
2014	330,601,804	16,192,995	4.90%
2015	459,370,400	30,938,598	6.74%
2016	454,972,711	18,294,141	4.02%

المصدر : البيانات المالية للمصرف الوطني الاسلامي.

حيث نلاحظ أن عوائد عام (٢٠١٥) كانت تمثل المبلغ (30,938,598) ألف دينار (ثلاثون مليارا وتسعمائة وثمانية وثلاثون مليوناً وخمسمائة وثمانية وتسعون ألف

دينار) بينما عوائد عام (٢٠١٦) كانت تمثل المبلغ (18,294,141) ألف دينار (ثمانية عشر مليارا ومائتان وأربعة وتسعون مليوناً ومائة وواحد وأربعون ألف دينار)، مما يدل على التذبذب والتهايوي في أرباح المصرف خلال السنوات القادمة ومما يستدعي التحرك السريع لإدارة المصرف خصوصا مع تزامن ذلك من انخفاض أرباح بيع العملات الأجنبية للمصارف العراقية بشكل عام خلال عام (٢٠١٨) ، كما أن تذبذب العوائد يدل على عدم استقرار نسبة العوائد على القروض الممنوحة .

ثانيا - المصرف العراقي الاسلامي : فيما يلي استعراضا للمرابحات التي قام بها المصرف الاسلامي العراقي خلال السنوات (٢٠١٢ - ٢٠١٧) وكما موضحة في الجدول (٥) أدناه :

جدول (٥) : المربحات الممنوحة من قبل المصرف العراقي الاسلامي للسنوات (٢٠١٢-٢٠١٧)(ألف دينار)

السنوات	مربحات الافراد	مربحات الشركات	مجموع المربحات	الايراد المتوقع من المربحات	نسبة الايراد على مجموع المربحات
2012	56,826,448	0	56,826,448	3,199,973	5.63%
2013	113,292,530	0	113,292,530	9,341,963	8.25%
2014	101,976,448	0	101,976,448	5,469,166	5.36%
2015	43,532,818	0	43,532,818	3,188,241	7.32%
2016	40,701,685	41,095,884	81,797,569	2,445,577	2.99%
2017	34,394,244	35,415,733	69,809,977	2,368,000	3.39%

المصدر : البيانات المالية للمصرف العراقي الاسلامي للاستثمار والتنمية .

نلاحظ من خلال الجدول (٥) أن مجموع المربحات للمصرف العراقي الاسلامي للسنوات (٢٠١٢، ٢٠١٣، ٢٠١٤، ٢٠١٥، ٢٠١٦، ٢٠١٧) كانت تسير بشكل متناقص على الرغم من قيام المصرف باستحداث نموذج جديد للمربحات يسمى "تمويل مرابحات الشركات" فضلا عن شكل التمويل السابق "تمويل مرابحات الافراد" ، كما يُلاحظ أيضاً من الجدول (٥) أن مبلغ المربحات في عام (٢٠١٣) بلغ (١١٣,٢٩٢,٥٣٠) ألف دينار بعد أن كان أقل بكثير في العام الذي سبقه حيث كان يبلغ في عام (٢٠١٢) مبلغ (٥٦,٨٢٦,٤٤٨) ألف دينار ، ويُلاحظ أيضا انه عاد للتراجع في عام (٢٠١٥) بشكل كبير حيث بلغ (43,532,818) ألف دينار، مما يدل ذلك على التذبذب الكبير الحاصل للمربحات الممنوحة بسبب عدم استقرار العوائد كما يُلاحظ أيضا تذبذب نسبة الايرادات على مجموع المربحات الممنوحة وهي ذات المشكلة التي يعاني منها المصرف الوطني الاسلامي الذي تم عرض بياناته مسبقا في الجدول (٤) ، مما يدل ذلك على أن هنالك تذبذبا في العوائد المتأتية من المربحات للمصارف الإسلامية عامة بسبب عدم الاستقرار في منح تلك المربحات سواء مع الافراد أو الشركات، كما يُلاحظ انه رغم زيادة المربحات الممنوحة للسنوات (٢٠١٦ ، ٢٠١٧) إلا أن الايرادات بقيت تعاني من انخفاض مما يدل على عدم جدوى زيادة المربحات لزيادة الارباح

المتوقعة ، ولا بد للمصرف العراقي الاسلامي من اتخاذ تدابير أخرى لزيادة الايرادات منها مواكبة التطور الحديث والاخذ بالتجارب المحلية والدولية لزيادة الايرادات وبما يتوافق مع الشريعة الإسلامية.

(٤-٣) تجربة "فيزا المُقسّطة" للمصرف العربي الاسلامي في الاردن :

يقدم البنك العربي الاسلامي الدولي في الاردن تجربة رائدة في عالم البطاقات الائتمانية في الصيرفة الإسلامية ، حيث يقوم البنك بإصدار بطاقات إئتمانية للراغبين ذات سقف إئتماني يصل الى (١٠٠٠) دينار أردني - أي ما يعادل تقريبا (١٦٧٠) ألف دينار عراقي (مليون وستمائة وسبعون ألف دينار عراقي) - مقابل شروط معينة منها أن يتم تحويل راتب المستفيد كاملاً إلى البنك أعلاه ويتم تسديد السحوبات بالاقساط ، ويكون التمويل بصيغة القرض الحسن ولكن مقابل عمولات معينة ، حيث يقوم المستفيد بالتبضع بواسطة بطاقته (فيزا المُقسّطة) من ملايين المتاجر والمواقع الافتراضية المنتشرة سواء كان داخل الاردن أو خارجها ، حيث تتيح له هذه البطاقة التسوق وشراء البضائع والخدمات والسحب من بطاقته الائتمانية حسب السقف الائتماني الممنوح من قبل البنك العربي الاسلامي الدولي ، والجدول (٦) يوضح الاموال التي تم استخدامها في خدمة الفيزا المُقسّطة وخلال السنوات (٢٠١٣-٢٠١٧) وكما موضحة في الجدول (٦) أدناه :

جدول (٦): الاموال المستخدمة للبنك العربي الاسلامي الدولي لخدمة الفيزا المقسطة للسنوات (٢٠١٣ - ٢٠١٧)

(ألف دينار)

السنوات	بالدينار الاردني	*بالدينار العراقي
2013	1,333	2,229,911
2014	9,197	15,378,955
2015	14,752	24,666,365
2016	25,970	43,422,709
2017	35,054	58,611,540

المصدر : البيانات المالية للبنك العربي الاسلامي الدولي .

*تم اعتماد سعر الصرف التقريبي للدينار الاردني والذي يعادل (١٦٧٢) دينار عراقي لكل دينار اردني.

حيث نلاحظ من الجدول أعلاه كيف أنّ المبالغ المستخدمة في هذه الخدمة قد ازدادت عاماً بعد عام مما يدل على تزايد الاقبال عليها من قبل المستفيدين لما لها من ميزات وفوائد تمويلية ، فضلاً عن أنها مطابقة لأحكام الشريعة الإسلامية ، حيث نستطيع من خلال هذه البيانات ان نخمن حجم العمليات التي من الممكن ان تتم من خلال مقترح المنصة الالكترونية للمرابحة ، حيث تعتبر تجربة الفيزا المقسطة من أقرب التجارب لمقترح المنصة الالكترونية إلا أنها تختلف عنها في صيغة التمويل ، حيث تعتمد فيزا المقسطة أسلوب القرض الحسن بينما يعتمد مقترح المنصة الالكترونية على

صيغة المربحة من خلال البيع بالتقسيط والدفع الأجل مما يجعلها أكثر ربحية من تجربة فيزا المقسطة.

(٣-٥) تجربة الجمعية الاستهلاكية لموظفي ديوان الرقابة المالية الاتحادي :

فيما يلي توضيح لأنموذج الجمعية الاستهلاكية لموظفي ديوان الرقابة المالية الاتحادي ، وتوافر هذه الجمعية البضائع الاستهلاكية لموظفي الديوان وبواقع (خمس) أقساط تستقطع من الراتب الشهري للموظف مع إضافة هامش ربح إضافي على تلك البضائع المباعة ، حيث يُعد هذا الأنموذج من النماذج القليلة المتوافرة في العراق والتي يمكن عرضها في البحوث العلمية رغم كثرة الجمعيات الاستهلاكية التي تتبع بطريقة البيع الأجل أو بالتقسيط ، ولكن الواقع العملي يفتقر إلى وجود بيانات حقيقية مختومة من محاسب قانوني معتمد داخل العراق ، حيث أن أغلب الجمعيات الاستهلاكية الحالية التي تمارس أعمالها داخل العراق لا تمتلك بيانات مصادق عليها من قبل محاسب قانوني بالإضافة الى عدم منح الباحث الموافقة على نشر بياناتهم المالية لاسباب شخصية تتعلق بأصحاب تلك الجمعيات ، حيث تم اختيار هذا الأنموذج كونه المتاح والمستوفي للشروط العلمية والقانونية ، وسيتم عرض بعض البيانات المتعلقة بعمليات البيع بالتقسيط وكما موضح في الجدول (٧) :

الجدول (٧) :صافي المبيعات والوفر السنوي وتطورات رأس المال للجمعية الاستهلاكية الخاصة بموظفي ديوان الرقابة المالية الاتحادي للسنوات (٢٠١١-٢٠١٥) (ألف دينار)

التفاصيل	2015	2014	2013	2012	2011
الوفر في ١٢/٣١	108,867	81,920	60,186	78,110	64,655
رأس المال الاسمي والمدفوع	69,390	69,200	68,575	68,525	68,200
نسبة الوفر على رأس المال	156.89%	118.38%	87.77%	113.99%	94.80%
صافي المبيعات	635,621	553,951	546,241	799,915	1,807,152
نسبة الوفر السنوي على صافي المبيعات	17.13%	14.79%	11.02%	9.76%	3.58%

المصدر : البيانات المالية للجمعية الاستهلاكية لديوان الرقابة المالية الاتحادي للفترة من (٢٠١١ - ٢٠١٥) ومن الجدول (٧) نلاحظ أن هنالك تزايدا في نسبة الوفر على صافي المبيعات خلال السنوات المعروضة أعلاه ، مما يدل على زيادة واضحة في الارباح على الرغم من تذبذب صافي المبيعات ، حيث يمكن أيضا ملاحظة الوفر المستحصل في نهاية السنة المالية لكل سنة أنه في تزايد مستمر ومن الجدير بالذكر أن هذه الجمعية ليست عامة وهي محدودة فقط لموظفي ديوان الرقابة المالية الاتحادي وتفتقر للكثير من أساسيات التسويق والترويج لمنتجاتها بين موظفي الديوان ، فيتوقع لو أن الجمعية تتخذ بعض الاجراءات التسويقية والترويجية المناسبة لتزايدت مبيعاتها وأرباحها بشكل كبير كونها توافر خدمة أساسية يحتاج إليها الغالبية من موظفي الديوان ألا وهي توافر الاحتياجات المنزلية اللازمة للموظفين ، كما أنها تفتقر للكثير من المنتجات الاخرى غير المنزلية والتي قد توسع عمليات البيع بشكل كبير ، كما تفتقر هذه الجمعية لتوافر العديد من

العلامات التجارية فهي في الغالب تعتمد في توافر المنتجات وعدم الاخذ بنظر الاعتبار التنوع في العلامات التجارية ورغبة المستهلك في أقتناء سلعة تحمل علامة معينة دون أخرى ، ولكن رغم ذلك التقصير إلا أننا نجد أن هنالك تزايداً في أرباح الجمعية وما تحققه سنوياً من وفر يعود عليها بزيادة الأرباح مما يدل على نجاح هذه الفقرة إضافة إلى توافرها مع أحكام الشريعة الإسلامية ومع القوانين المصرفية الخاصة بالصيرفة الإسلامية لو تم تنفيذها وتطبيقها في المصارف الإسلامية العراقية .

من خلال تجربة الجمعية الاستهلاكية لموظفي ديوان الرقابة المالية الاتحادي نجد أن فكرة البيع بالتقسيط تلاقي رواجاً واسعاً في السوق العراقي ، حيث يمكننا أيضاً ملاحظة انتشار تلك الجمعيات سواء كانت حكومية أو أهلية في السوق العراقي باعتبارها أرضاً خصبة لتحقيق الأرباح وبيع الخدمات والسلع لشريحة واسعة من الزبائن.

(٦-٣) متطلبات إنشاء موقع المنصة الالكترونية:

عند إنشاء المنصة الالكترونية هنالك بعض الشروط والمحددات والاجراءات التي يجب مراعاتها عند إنشائها سواء كانت تلك المنصة عبارة عن موقع إلكتروني أو تطبيق على أجهزة الموبايل أو كليهما معا ، ومن تلك الشروط والمحددات والاجراءات ما يأتي :

١. يتم حجز موقع على شبكة الانترنت خاص بالمنصة حسب التسمية التي تحدد له والذي من خلاله يستطيع الزبائن الدخول إليه وقراءة محتوياته فيُعد على الموقع أو العنوان هو قاعدة البيانات الاساس للمواد المعروضة واسعارها وتفصيلها بالإضافة إلى كونها قاعدة البيانات الاساسية للمستخدمين ، فكل مستخدم لديه أسم وكلمة مرور تمكنه من الدخول للمنصة والتصفح داخلها .

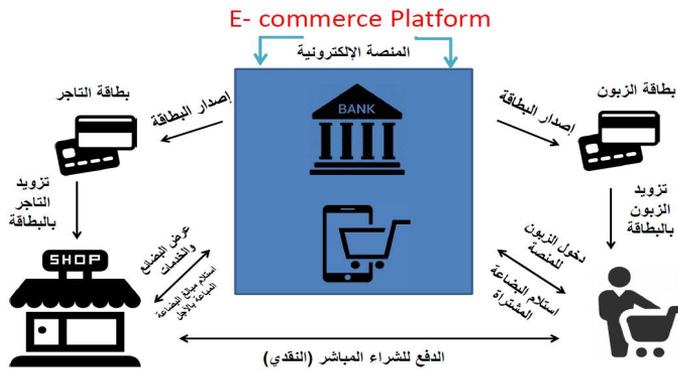
٢. بعد ذلك يتم تصميم واجهة للموقع تحتوي على عدة خصائص ومكونات وكبقيّة المواقع التي تختص بعمليات التجارة الالكترونية ومن هذه المكونات :

أ- **واجهة الموقع** : ويتم فيه عرض تعريف بالمشروع والجهة التي تقوم بتنظيمه وبالخدمات التي يقدمها الموقع وكيفية الاستخدام وبعض الشروط والاحكام التي تربط البائع بالمشتري وغيرها من المعلومات العامة التي قد تفيد زوار الموقع في أثناء تصفحهم للموقع الإلكتروني.

ب- **الفئات او المتاجر**: ويقصد بها الفئات والمتاجر أو العلامات التجارية التي تشترك في هذا الموقع مثلا (الملابس ، الاحذية ، العطور ، الاجهزة الالكترونية ، الاجهزة الكهربائية ، المواد الغذائية ... الخ) .

ج- وجود خاصية التسجيل (Register) للمشاركين أول مرة أو خاصية تسجيل الدخول (Login) لمن يمتلك حساب مسبق في الموقع ، ويتم التسجيل من خلال ملء الاستمارة الخاصة بالتسجيل وسيتم أرفاق نموذج لهذه الاستمارة ضمن مرفقات البحث .

- د- وجود محرك بحث داخل الموقع يتم من خلاله تسهيل عملية البحث عن مادة معينة داخل الموقع.
- ه- وجود تفاصيل كاملة عن كل منتج يتم عرضه كي لا يتسبب ذلك بالغلط أو الغبن مع الزبون ويتم عرض التفاصيل حسب نوع السلعة (صورة المنتجات ، الوزن ، الحجم ، طريقة الاستخدام ، المادة المصنوعة منها ، قابليتها للكسر ... الخ) .
- و- **سلة المشتريات** : حيث يقوم الزبون بتحديد المنتجات التي يرغب بشرائها وأضافها لسلة المشتريات التي من خلالها يستطيع الزبون معرفة ما أضافه من منتجات وحذف السلع غير المرغوب فيها .
- ز- يتم اضافة خيار الدفع ، أي ان الدفع سيكون نقداً أم بالأجل ؟ حيث ان هذا الخيار يحدد السعر التي ستنتم فيه عملية البيع ، ويمكن اضافة عدة خيارات مثلا (نقدي ، ٥ أقساط ، ١٠ أقساط ... الخ) .
٣. تحديد أجور التوصيل وبيان ذلك للزبون وحسب عنوانه وبعد المسافة عن المخزن أو نقطة التجميع أو التاجر وتحديد طريقة الدفع (الدفع عند التوصيل – للمبيعات النقدية- أو الدفع عن طريق البطاقة الائتمانية الصادرة من المصرف الاسلامي أو غيره من المصارف) .
٤. تحديد الكميات المتوافرة من السلع والتي تكون متطابقة عن ما متاح للبيع ، لتتجنب حدوث الاحراج مع الزبائن من خلال طلب منتجات وعدم توفرها لدى التاجر أو المخزن .
- على سبيل المثال تم شراء موقع خاص بهذا البحث لكي يكون ذلك واقعيا ، حيث تم حجز العنوان التالي: (www.islamicsooq.com) حيث تم شراء هذا الاسم وعده قاعدة للبيانات الخاصة بالموقع.



الشكل (١) : آلية عمل المنصة الإلكترونية للمرابحة

(٧-٣) كيفية تسجيل الزبائن في المنصة الإلكترونية :

يتم التسجيل في المنصة الإلكترونية عن طريق ملء الاستمارة الإلكترونية المتوفرة في موقع المنصة ، فمن خلال هذه العملية يستطيع الزبون التسوق من المنصة بشكل نقدي كأى موقع للتجارة الإلكترونية دون الحاجة الى سقف ائتماني ، من خلال إضافة السلع التي يرغب في شراءها داخل سلة المشتريات وتحديد طريقة الدفع والتي تكون أما عن طريق البطاقات الائتمانية التي يقبلها المصرف أو عن طريق الدفع النقدي المباشر (الدفع عند التوصيل) أو أي وسيلة دفع أخرى متاحة يقبلها المصرف الإسلامي، أما في حالة رغبة الزبون بشراء السلع من موقع المنصة بصورة آجلة (أقساط) يتم ذلك من خلال زيارة أحد فروع المصرف وملء الاستمارة الخاصة بالبطاقة الائتمانية التي يمنحها المصرف الإسلامي ، وتحديد السقف الممنوح له حسب الضمانات المقدمة من قبل الزبون وحسب ما يراه المصرف مناسباً ، فيتم اعطاء الزبون اسم مستخدم (User Name) وكلمة مرور (Password) خاصة بالزبون ليتيح له الدخول للمنصة والشراء بالأجل.

وكمقترح جديد لاستخدام تلك المنصات في عمليات الصيرفة الإسلامية تم اقتراح إنشاء هذه المنصة من قبل إدارة المصرف الإسلامي ، إذ يقوم المقترح على إنشاء منصة إلكترونية تقوم بعمليات التجارة الإلكترونية من خلال إضافة العشرات أو المئات من المتاجر ومقدمي الخدمات وكل ذلك يكون تحت سيطرة وتحكم المصرف الإسلامي، حيث يقوم المصرف بعرض خدماته على شرائح واسعة من الشركات والتجار ومقدمي الخدمات داخل العراق، وتكون المنصة أشبه بمنصة الامازون المعروفة والتي سبق ذكرها في الفصل السابق ، ولكن تختلف هذه المنصة عن موقع أمازون أن المصرف الإسلامي يكون هو الممول لعمليات البيع والشراء داخل تلك المنصة وتحويل الاموال من حساب الزبون الى حساب التاجر مع استقطاع العمولة في حالة الشراء النقدي ، أو تحويل الاموال من المصرف إلى حساب التاجر وتسجيل ثمن البضاعة + هامش الربح (١٥% أو ٢٠%) من قيمة البضاعة المباعة واستحصال ثمنها من الزبون بالتقسيط كأن تكون المدة (٥) أشهر أو (١٠) أشهر وحسب رغبة الزبون أو حسب الاتفاق مع المصرف ، ويكون لكل زبون سقف ائتماني محدد يحدد مقدار مشترياته بالأجل وحسب التسهيل الائتماني الممنوح للزبون من قبل المصرف ، حيث يستطيع المصرف الإسلامي في هذه الحالة ومن خلال هذه الطريقة تقديم بطاقات ائتمانية غير المغطاة تحتوي على سقف ائتماني مسجل لدى المنصة الإلكترونية ، كما يستطيع الزبون الاستفادة من رصيده هذا بالتبضع من المنصة الخاصة بالمصرف - أو بمجموعة مصارف إسلامية- وبهذه الحالة يتم تفكيك المعوقات التي تحول دون قيام المصرف الإسلامي بإصدار بطاقات مغطاة بسبب عدم توافقها مع أحكام الشريعة الإسلامية .

تعد هذه التجربة التي تم عرضها -أي تجربة المنصة الإلكترونية للمرابحة- تجربة مشابهة الى حد ما من تجربة البنك العربي الإسلامي الدولي في المملكة الاردنية الهاشمية والتي تسمى تجربة (فيزا المُقسّطة) ولكنها تختلف معها في طريقة العمل

وصيغة التمويل ، فمن حيث طريقة العمل تختلف معها في كون المنصة الالكترونية التي يتم الشراء منها هي ملك المصرف الاسلامي حتى وإن لم تكن البضاعة المعروضة ملكا له ، بينما في تجربة فيزا المقسطة تعطي حرية الشراء من منصات عديد داخل وخارج المملكة الاردنية الهاشمية ، أما من حيث صيغة التمويل فمنصة المرابحة تعمل تحت عنوان صيغة المرابحة أو مرابحة الأمر بالشراء ، بينما تجربة فيزا المقسطة تمول تحت عنوان القرض الحسن ويتم استرداد الارباح منها فقط من خلال العمولات الخاصة بالعمليات التي تتم من خلال تلك البطاقات .

الاستنتاجات :

١. إن المصارف الاسلامية في العراق تضع فرصاً كبيرة للربحية بسبب تجاهل أو عدم ادخال منتجات مصرفية جديدة تزيد من ربحيتها ، ولا سيما المنتجات التي تخص البيع بالأجل أو بالتقسيط حيث تشكل هذه الصيغة انموذجا مناسباً في زيادة الارباح وتقليل المخاطر لكونها قروضاً استهلاكية صغيرة وتكون في الغالب قصيرة الامد (أقل من سنة) ، كما أنها تكون مضمونة من قبل المقترض أو من يكفله من خلال استغلال توظيف رواتب موظفي القطاع الحكومي والخاص في ضمان تلك القروض .
٢. عدم استغلال المصارف الاسلامية ثقافة التجارة الالكترونية المنتشرة في العراق ودعم البنك المركزي العراقي لوسائل الدفع الالكتروني في زيادة أرباحها ، مما يعكس ذلك عليها بشكل يجعلها لا تواكب التطورات الحديثة ولا تستقطب جمهوراً واسعاً من جميع شرائح المجتمع ولا سيما شريحة الشباب التي تتطلع لاقتناء وتجربة كل ما هو جديد.
٣. تعاني المصارف الاسلامية من حالة عدم استقرار في نسبة صافي الربح على مجموع مبالغ المربحات مما يشكل ذلك خطراً حقيقياً على استمرارية المصرف في تحقيق أهدافه الاساس ومنها تعظيم الارباح واستقرارها .

التوصيات :

١. الاخذ بعين الاعتبار النتائج التي ظهرت في هذا البحث وتجربة مقترح منصة المرابحة الالكترونية كمنتج جديد وحديث لاسترداد الارباح في المصارف الاسلامية .
٢. قيام المصارف الاسلامية باستحداث منتجات جديدة تخص توافر سلع استهلاكية تقدم للزبائن بالتقسيط من خلال صيغ المرابحة ومرابحة الأمر بالشراء لما لهذه المنتجات من ربحية عالية ومخاطر منخفضة واستغلال توظيف رواتب موظفي القطاع العام والخاص في ضمان تلك العمليات.
٣. إيجاد بدائل مناسبة للمصارف الاسلامية وتنوع خدماتها المصرفية وأن لا تحصر مدخولاتها فقط من المربحات التقليدية وبيع العملة الاجنبية كونها ذات خطورة عالية ولا يمكن الاعتماد عليها لارتباطها بالعديد من العوامل منها سعر

صرف الدينار العراقي مقابل الدولار الامريكي وحصّة المصرف من نافذة بيع العملة والتي يحددها البنك المركزي العراقي.

٤. ضرورة قيام المصرف الاسلامي في حالة انشاء المنصة الالكترونية بزرع الثقة بالمستهلكين المتوقعين باعتبار أن الثقة عامل أساسي لنجاح مقترح المنصة الالكترونية ، ويتم ذلك بطرق عديدة منها تقديم تامينات للمستهلكين بضمان استرجاع اموالهم وضمان وصول السلع اليهم كما هو معروض في المنصة، تقديم مغريات تسهم في جذب أنظار المستهلكين تجاه المنصة مثل تقديم الخصومات والهدايا والشحن المجاني وغيرها من الطرق التسويقية ، وأيضاً ضرورة قيام المصارف الاسلامية والتقليدية بزرع الثقة لدى حاملي البطاقات الائتمانية وتقديم الارشادات المناسبة لهم للحفاظ على أموالهم من الضياع والطرق السليمة في استخدام البطاقات الائتمانية من خلال تثقيف المستخدمين الحاليين والمتوقعين وأرشادهم بكيفية استخدام البطاقات الائتمانية بشكل صحيح ومفيد وآمن .

المصادر :

١. أبو غدة ، عبد الستار - فتاوى بطاقات الائتمان - اصدار مجموعة دلة البركة - ٢٠٠٥م.
٢. أحمد ، جميل - بطاقة الائتمان كوسيلة من وسائل الدفع في الجزائر - بحث مقدم الى الملثقى العلمي الدولي الرابع/ الجزائر - ٢٠١١م .
٣. أمينة ، بن عمير - البطاقات الالكترونية للدفع والقرض والسحب - بحث مقدم الى جامعة قسنطينة منتوري/كلية الحقوق - الجزائر - ٢٠٠٥م .
٤. الحسنائي ، سالم صلال راهي - التجارة الالكترونية العربية (المقاييس والملاحم) - بحث منشور في مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية - المجلد (٩) العدد (٤) لسنة ٢٠٠٧م.
٥. راضي ، محمد حميد - التجارة الالكترونية في الوطن العربي - بحث منشور في مجلة الادارة والاقتصاد/الجامعة المستنصرية - العدد التاسع والخمسون/٢٠٠٦م.
٦. الربيعي ، خلود هادي عبود - مدى تقبل البطاقة الذكية من قبل أساتذة الجامعات العراقية - بحث منشور في مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية/جامعة واسط - ٢٠١٤م.
٧. رشيد ، انسام عوني - التجارة الالكترونية (دراسة قانونية) - بحث منشور في مجلة الاستاذ - العدد ٢١٤ المجلد الاول لسنة ٢٠١٥م.
٨. سيالة ، علي سالم أحمد - النفود الالكترونية وسيلة دفع (دراسة إقتصادية فقهية) - مطبعة دائرة البحوث والدراسات في ديوان الوقف السني - جمهورية العراق - ٢٠١٥م.
٩. الشرع، مجيد جاسم - المحاسبة في المنظمات المالية الاسلامية - إثراء للنشر والتوزيع ، الامارات العربية المتحدة / الشارقة - ٢٠٠٨م .
١٠. الشكري ، عبد العظيم عبد الواحد - التجارة الالكترونية ودورها في الاقتصاد العربي - بحث منشور في مجلة كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية / جامعة بابل - المجلد (٤٥٥) العدد (٢) لسنة ٢٠١٠م.
١١. الشمري ، صادق راشد - الصناعة المصرفية الاسلامية - مطبعة الكتاب/بغداد- ٢٠١٢.
١٢. عبود ، سالم محمد - أثر استراتيجية التسويق الالكتروني في نشاط التأمين في العراق - بحث منشور في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية/الجامعة/العدد السابع والعشرون ، ٢٠١١م .
١٣. عبود ، سالم محمد - التجارة الالكترونية وتطبيقاتها في منظمات الاعمال / دار الدكتور للعلوم الادارية والاقتصادية - بغداد ، ٢٠١٤ .
١٤. العزاوي ، فراس رحيم بونس - إدارة تكنولوجيا ونظم المعلومات في ظل نظام الاقتصاد المعرفي - دار المغرب للطباعة والنشر/بغداد ، ٢٠١٥م.

١٥. عكار ، زينب شلال – تطبيق الهندسة المالية باستخدام بطاقة الائتمان – بحث منشور في مجلة العلوم الاقتصادية / العدد (٢٩) – كانون الثاني / ٢٠١٢ م .
١٦. عليان ، ربحي مصطفى – البيئة الالكترونية – دار صفاء للنشر والتوزيع / عمان ، ٢٠١٢م.
١٧. عمر ، محمد عبد الحلیم - بطاقات الائتمان ماهيتها والعلاقات الناشئة عن استخدامها بين الشريعة والقانون – بحث مقدم الى مؤتمر الاعمال المصرفية بين الشريعة والقانون / دبي – ٢٠٠٣م.
١٨. عيسى ، نهى خالد – الاحكام القانونية الخاصة بطاقة الائتمان الالكترونية – بحث منشور في مجلة المحقق الحلبي للعلوم القانونية والسياسية – العدد الثاني/ ٢٠١٥ م .
١٩. محمد ، سعد عبد – بطاقات الائتمان المصرفية من منظور اسلامي – بحث منشور في مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة – العدد الرابع والثلاثون – ٢٠١٣م.
٢٠. المغربي ، ثناء أحمد – الوجة القانونية لبطاقات الائتمان – إحدى منشورات مركز العدالة للتحكيم الدولي – القاهرة/ جمهورية مصر العربية – ٢٠٠٨م.
٢١. موسى ، عصام حنفي محمود – الطبيعة القانونية لبطاقات الائتمان – بحث منشور في مؤتمر الاعمال المصرفية بين الشريعة والقانون – الامارات العربية المتحدة/دبي- ٢٠٠٣م.
٢٢. الموسى ، علي محمد الحسين – البطاقة المصرفية تعريفها وأنواعها وطبيعتها - بحث منشور في مؤتمر الاعمال المصرفية بين الشريعة والقانون – الامارات العربية المتحدة/دبي- ٢٠٠٣م.
٢٣. النجار، إخلاص باقر- المصارف الاسلامية – دار الكتب للطباعة والنشر/البصرة-٢٠٠٩.
٢٤. نجم ، بان توفيق ، دور التجارة الالكترونية في تفعيل أنشطة الشركات – بحث منشور في مجلة العلوم الاقتصادية/ العدد (٢٤) المجلد السادس / أيار- ٢٠٠٩م.