

The Effectiveness of Innovative Islamic Financial Products in Enhancing the Profitability of Islamic Banks : A Case Study of Al Salam Bank Algeria

Dr. Briki Abl¹, Dr. Kirouani Lyes².

¹University of Bouira Akli mohand oulhadj, Faculty of Economics Commercial and Management Sciences.

²University of Bejaia, Faculty of Economics Commercial and Management Sciences, Laboratory Economics and Development

The Author's Email: brikiabla@yahoo.com¹, lyes.kirouani@univ-bejaia.dz².

Received: 07/2023

Published: 08/2023

Abstract

This study aims to illustrate the extent to which innovative Islamic financial products can enhance the profitability of Islamic banks. This is achieved by explaining the concept of Islamic financial innovation and its relationship to the profitability of Islamic banks. To examine the role of financial innovation in improving the profitability of Islamic banks, the case study of Salam Bank Algeria was selected as a sample of Islamic banks operating in Algeria that have introduced innovative financial instruments to the market.

Through an analytical study conducted on the financial data of Salam Bank before and after the introduction of these Islamic financial

products, it was found that these products contributed to increasing the bank's profitability, as they gained popularity among customers.

Keywords: Financial Innovation, Islamic Financial Products, Profitability of Islamic Banks "my Umrah product"; "my gift product"

فاعلية المنتجات المالية الإسلامية المبتكرة في تحسين ربحية المصارف الإسلامية (دراسة حالة مصرف السلام _ الجزائر)

د. بريكى .عبلة¹، د. كيرواني لياس²

¹ جامعة البويرة آكلي محند أولحاج

² عبد الرحمن ميرة

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح مدى قدرة المنتجات المالية الإسلامية المبتكرة في رفع مستوى ربحية المصارف الإسلامية، وذلك من خلال شرح مفهوم الابتكار المالي الإسلامي وعلاقته بربحية المصارف الإسلامية، وبهدف دراسة دور الابتكار المالي في تحسين ربحية المصارف الإسلامية تم الاعتماد على دراسة حالة مصرف السلام _ الجزائر كعينة من المصارف الإسلامية العاملة بالجزائر التي ابتكرت أدوات مالية وطرحتها في السوق، ومن خلال الدراسة التحليلية التي أجريت للبيانات المالية لمصرف السلام قبل وبعد ابتكار هذه المنتجات المالية الإسلامية تم التوصل إلى أن هذه الأخيرة قد ساهمت في رفع مستوى أرباح المصرف بعد أن لاقت إقبالا من طرف العملاء.

الكلمات المفتاحية: الابتكار المالي، المنتجات المالية الإسلامية، ربحية المصارف الإسلامية، منتج عمري، منتج هديتي.

تمهيد

قامت المصارف الإسلامية بتصميم وتطوير العديد من الأدوات المالية، ما أدى إلى ظهور منتجات مالية التي اختلف العلماء حول جوازها من عدمه إذ لا يمكن إطلاق صفة ابتكار مالي إسلامي على أي معاملة مالية يتم عرضها في قالب جديد، ما أوجب على المصارف الإسلامية توخي الحذر فيما يخص المنهج الذي تتبعه في ابتكار منتجات مالية جديدة.

وتعد تجربة الصيرفة الإسلامية في الجزائر حديثة مقارنة مع مثيلاتها في العالم ، حيث بدأت تعتمد أدوات مالية مبتكرة أواخر هذه السنوات (العامين الأخيرين) في إطار الالتزام بالشرعية الإسلامية، ويعد مصرف السلام رائدا في ابتكار أدوات مالية تسعى لتلبية حاجيات العملاء في الجزائر، وتحقق له مستويات أعلى من النمو و الربحية، ولمعرفة دور هذه الابتكارات التي اقدم عليها مصرف

السلام- الجزائر مؤخرًا في تحسين الأرباح لابد من تحليل نتائج مصرف السلام قبل وبعد تطبيق هذه الابتكارات المالية و طرحها في السوق المصرفية الجزائرية.

1- إشكالية البحث:

من خلال ما سبق يمكن طرح إشكالية البحث كما يلي:

كيف ساهمت الابتكارات المالية في تحسين ربحية المصارف الإسلامية؟

ينشئ عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية كما يلي:

__ ما هي أهمية الابتكار المالي الإسلامي المحقق خلال السنوات الأخيرة؟

__ ماهي علاقة الابتكار المالي بربحية المصارف الإسلامية؟

- كيف أثرت الابتكارات التي طرحها مصرف السلام_ الجزائر على نتائجه المالية؟

أولاً- الابتكار المالي الإسلامي وأهميته:

فيم يلي سنتطرق إلى أهم النقاط المتعلقة بالابتكار المالي

1_ تعريف الابتكار المالي والابتكار المالي الإسلامي:

- إن أبسط تعريف للابتكار هو: تطبيق الأفكار المطورة، أو الأساليب التي ستلبي الاحتياجات الحالية أو الجديدة في السوق، فعندما نبتكر في المصرف نقوم بتغيير المنتجات و الخدمات التي نقدمها لتلبية للاحتياجات المتغيرة للسوق و العملاء، وإذا تمكنا من إنجاز هذا التغيير قبل منافسينا سنحضى برضا العملاء الجدد إلى جانب الاحتفاظ بعملائنا الحاليين، والابتكار لا يعني بالضرورة أن تكون أول من ينجز شيئاً، بل يعني أن تنجز بشكل مختلف وأفضل من أي شخص آخر، وأن تضمن أن المنتج أو الخدمة التي تطرحها في السوق ستلبي احتياجات العملاء¹.

__ بالتالي لابد أن يكون هذا الاختلاف متميزاً إلى درجة تحقيقه لمستوى أفضل من الكفاءة و الفعالية، لذا لابد أن تكون الأداة أو الآلية التمويلية المبتكرة تحقق ما لا تستطيع الأدوات و الآليات السائدة تحقيقه².

__ يعتقد شومبيتر (schumpeter 1934_1941) أن مدار التغيير الاقتصادي هو حول: الابتكار ونشاطات ريادة الأعمال وقوة السوق. وتعتبر حالات الاحتكار المؤقت حافزاً مهماً للشركات لتطوير منتجات وعمليات جديدة³. كما يهتم الابتكار المالي الذي تنتجه عملية الهندسة المالية باستغلال الفرص والموارد المعطلة من طرف المؤسسة المالية لأجل الحفاظ على وجودها بكفاءة وفعالية في السوق المصرفية⁴.

__ بذلك يمكن اعتبار الابتكار المالي في ظل المنظومة المصرفية الإسلامية من حيث المفهوم العام لا يختلف عن مفهومه في البنوك التقليدية وهو إيجاد أو تطوير وتطبيق أدوات مالية جديدة تناسب مع المتطلبات الحديثة والتغيرات في رغبات وحاجيات العملاء،

وإنما يختلف عنها من حيث الوسيلة والغاية و الأهداف فلا بد من شرعية الأهداف والوسائل المستخدمة في عملية الابتكار وتكون موجّهة لتحقيق الأهداف والمصالح العامة.⁵

-مما سبق يمكن التوصل إلى تعريف الابتكار المالي الإسلامي على أنه فكرة جديدة مصممة أو أداة مالية مطورة موضوعة قيد التطبيق تتناسب مع احتياجات العملاء وتحقق مستوى أفضل من الكفاءة، وتحل مشكلة من المشاكل المالية في ظل الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية.

2-خصائص الابتكار المالي الاسلامي:

يتميز الابتكار المالي بمجموعة من الخصائص أهمها:

- 2-1-المصادقية الشرعية: المقصود بها أن تكون المنتجات الإسمية متوافقة مع الشريعة الإسلامية بأكبر قدر ممكن.
- 2-2-الكفاءة الاقتصادية: أما الكفاءة الاقتصادية فالمقصود بها تحقيق مقاصد المتعاملين بأقل قدر ممكن من التكاليف الإجرائية أو التعاقدية.⁶
- 2-3-لا ابتكار الحقيقي بدل التقليد : من هذا المنطلق يعتبر المقصود بالابتكار المالي الإسلامي هو ما يلي مصلحة حقيقية للمتعاملين الاقتصاديين في الأسواق وليس مجرد عقد صوري من العقود الوهمية، وهذا ما يؤكد القيمة المضافة للابتكار المالي الاسلامي.⁷

3-أهمية الابتكار المالي وعلاقته بتحسين ربحية المصارف الإسلامية:

يمكن توضيح أهمية الابتكار المالي في المصارف الإسلامية وأثره على أدائها من عدة نواحي كالتالي:

3-1-الأهمية العلمية للابتكار المالي:

يمكن إيجاز الأهمية العلمية للابتكار المالي فيما يلي⁸:

__ يعتبر الابتكار المالي إلى البحث والتطوير اللذان هما موضوع الهندسة و يستكمل المنظومة المعرفية للاقتصاد الإسلامي ويواكب التطورات الحاصلة في العلوم المالية.

__ يجب عدم غلق باب الإجتهد في تكييف العقود الموجودة أو تطويرها أو إيجاد أخرى مستحدثة لما في ذلك من رفع المشقة و الحرج عن الناس، فالتكييف الفقهي جزء من الهندسة المالية (التي تؤدي إلى الابتكار المالي)، وهو أساس لتطوير الكثير من العقود المالية.

__ كثير من العقود المالية التقليدية لا يمكن للمصارف التعامل معها إلا باستحداث مستحداث ملحقة بها، أو أفكار جديدة تمكنها من أن تكون عملية قابلة للتطبيق.

— ضمان استمرارية النظام المالي الإسلامي ككل، مع استفادة كل أجزائه من التطوير والابتكار مع الحفاظ في ذات الوقت على أصالته من خلال الالتزام بالضوابط الشرعية التي تقوم مسيرته.

3-2- الأهمية الاقتصادية للابتكار المالي:

— ابتكار منتجات مالية جديدة يؤدي إلى التقليل من المخاطر الائتمانية، ومخاطر السيولة، ومخاطر التضخم...

— يعتبر تحقيق التوافق الأمثل بين استحقاقات الأصول والخصوم أمراً صعباً بالنسبة للمصارف، وهذا بسبب الطبيعة المميزة لهيكل الخصوم في المؤسسات المالية الذي يتميز بالتقلب المستمر، وكذا تأثير التطورات و التقلبات النقدية و الاقتصادية، وهو الأمر الذي يحتم عليها ابتكار منتجات مالية تساعد إدارة سيولتها على احسن وجه.

— مواجهة المنافسة في البيئة التي تنشط فيها المصارف، من خلال اتخاذ القرار الأمثل لكل من التمويل والاستثمار، و بالتالي ضمان البقاء⁹ و الاستمرارية.

— تنشط المؤسسات المالية في بيئة تفرض عليها الكثير من القيود القانونية والتنظيمية، وهو الأمر الذي جعلها تفكر في إيجاد حلول مناسبة لتجاوزها، وكان ذلك من خلال استخدام الهندسة المالية.

ثانياً-علاقة التخطيط الحسن للابتكار المالي في المصارف الإسلامية بتحسين ربحيتها:

يعتبر إتباع استراتيجية ذات أهداف ومقومات واضحة و احترام تسلسل المراحل اللازمة للوصول إلى ابتكار مالي ناجح أساس التخطيط الحسن للعملية الابتكارية، الذي يؤثر على أداء المصرف بصفة عامة و ربحيته بصفة خاصة.

1_الاستراتيجيات المتبعة عند تطوير منتج مالي إسلامي:

هناك استراتيجيتين يمكن اتباعهما من طرف البنوك الإسلامية عند ما تتخذ قرار ابتكار منتجات مالية جديدة وهما:

1-1-الاستراتيجية الأولى: الاستفادة من الخبرات المالية الواردة من البنوك التقليدية، الأمر الذي يساعد البنوك الإسلامية على نقل التجربة التقليدية والاستفادة من تجاربها، وتطبيق ما هو ممكن، ومعالجة ما يلزم من معاملات لتتواءم مع أحكام الشريعة الإسلامية، خاصة فيما يخص، الإجراءات الإدارية، فلا حرج في الاستفادة من تجربة البنوك التقليدية في هذا الأمر.

1-2-الاستراتيجية الثانية: أن تقوم البنوك الإسلامي بنفسها بتطوير عملياتها، بالاعتماد على المصادر الفقهية للمعاملات المالية الإسلامية، حيث تقوم بدراسة الاحتياجات الفعلية للعملاء، وابتكار ما يلزم من أدوات وحلول، من شأنها أن تحسن من أداء البنوك الإسلامية.

ولا يمكن اعتبار الاستراتيجية الأولى السماح للبنوك التقليدية القيام بالتطوير للبنوك الإسلامية، فالاستفادة من تجربة البنوك التقليدية، لا يعني التقليد المطلق، وإنما نقل ما يناسب البنوك الإسلامية من المعاملات، والقيام بتعديله بما يتناسب مع الأحكام الشرعية الإسلامية، وعمليات البنوك الإسلامية.

مقومات استراتيجية ابتكار و تطوير منتجات مالية إسلامية ناجحة:

هي المتغيرات و المؤثرات التي لها علاقة مباشرة بنشاط المصرف، وتمكنه من الخروج بابتكار مالي ناجح يحقق لها جميع أهدافها بكفاءة ويمكن تلخيصها في النقاط التالية:

1-1- الخروج من الخلاف الفقهي.

1-2- التميز في الكفاءة الاقتصادية

1-3- الاتفاق مع السياسات والتشريعات الحكومية:

1-4- وضوح آلية بناء المنتجات المالية وطريقة عملها بعيدا عن أي غموض أو حيل تفضي إلى النزاع وتراجع الاقبال على المنتجات المالية الإسلامية.

1-5- قابلية فكرة الابتكار المالي للتنفيذ.

2_دورة تطوير المنتج المالي الإسلامي:

إن دورة تطوير المنتج تمر بعدة مراحل بدءا بطرح فكرة المنتج التي تأتي بعد تمحيص وغرلة العديد من الأفكار المستوحاة من حاجة العملاء و السوق، بعدها يتم إنجاز دراسة جدوى المنتج المالي، بالاعتماد على تحليل السوق، و تحليل مخاطر المنتج وتكلفته، و الأرباح و الخسائر المتوقع تحصيلها من طرح المنتج في السوق، كما يحرص المصرف عند هيكلة المنتج على كونه يستند على عقد حقيقي (لأن هذا شرط التعاملات المالية في الإسلام)، وليس مجرد عقد مالي، كما يتطلب المنتج الجديد الى الصياغة القانونية التي تتلاءم مع قوانين البلد، وهذا في ظل الحرص على التدريب و التأهيل الجيد للموظفين، من أجل ضمان سلامته الشرعية، وكفاءته الاقتصادية، ونجاح عملية تسويقه، كل هذا في ظل الرقابة الشرعية التي تحرص على إبقاء المنتج المالي و العمليات المتعلقة بتطبيقه في دائرة الجواز الشرعي¹⁰.

3_أثر الابتكار المالي على ربحية المصرف:

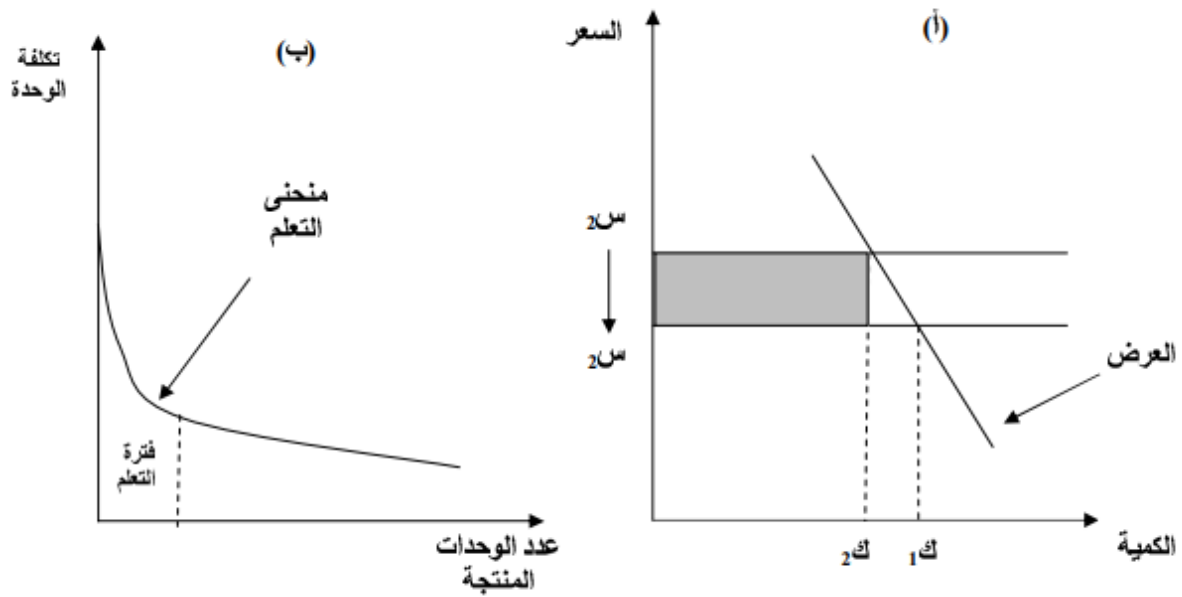
- يرى سيلبر (silber1983) أن العوامل الاقتصادية تقف وراء عمليات الابتكار المالي، بمعنى أنه إذا كانت الشركات تسعى إلى تعظيم المنفعة من استخدام مصدر تمويلي معين فإن ذلك يتطلب وجود أدوات مالية مبتكرة تسهم في تقليل تكلفة التمويل باستخدام هذا المصدر، وعلى سبيل المثال فإن اتجاه معدلات الفائدة نحو الانخفاض يؤدي إلى زيادة تكلفة التمويل باستخدام أسهم ممتازة ذات معدل توزيع ثابت، الأمر الذي يدفع نحو ضرورة وجود نشاط ابتكاري يساهم في تقديم أشكال مختلفة من الممتازة الأسهم، مثال ذلك الأسهم الممتازة ذات العائد المتغير أو القابل للتعديل (Ajustable Rate Preferred

(Stock

- يرى فان هورن (Van Hrne 1985) أن الأداة المالية أو أسلوب التعامل يعد شيئا مبتكرا ما لم يترتب على تقديمه الوصول بالأسواق المالية إلى درجة عالية من الكفاءة، ويتحقق ذلك من خلال تقديم أشكال مبتكرة تساهم في تقليل تكاليف المعاملات، وتحقيق المزايا يمكن تحقيقها من خلال أي توليفة أوراق مالية. كما يرى (chou2007) أن الابتكار المالي يرفع من كفاءة الوساطة المالية من خلال زيادة تنوع المنتجات والخدمات المالية، وينتج عن ذلك تحسين مواءمة احتياجات المدخرين الأفراد مع احتياجات المنشآت المتزايدة للتوسع في منتجاتها التمويلية¹¹.

- تعتبر العلاقة بين الربح والابتكار جد مهمة، حيث يعتبر الابتكار أحد العوامل المؤثرة على الربحية بل هناك ما يسمى بالربح الابتكاري، وهو الربح الناتج عن الابتكار ولقد تبين أن الربح الابتكاري يأتي من كل جوانب عمل المؤسسة، أي أن جميع نشاطات المؤسسة من الممكن أن تساهم في تحقيق الربح الابتكاري¹²، حيث يؤثر ابتكار منتجات مالية جديدة على الاستجابة لحاجات ورغبات المستهلكين بشكل أفضل من المنافسين، وتحقيق ما يسمى بميزة السعر الأعلى والتكلفة الأدنى وهاتين الميزتين مترابطتين كما هو موضح في منحنى الشكل (2) فيما يلي¹³:

الشكل 2: يمثل ربح الشركة من السعر الأعلى / خفض التكلفة بمعدل التعلم



المصدر: حسين علي، الأساليب الحديثة في التسويق (الدليل العملي للاستراتيجيات والخطط التسويقية)، دار الرضا للنشر، الطبعة الأولى، سوريا، 2000 ص.226.

__ميزة السعر الأعلى (المنحنى أ):

إن قيام المصرف بابتكار منتجات مالية جديدة بشكل جذري أو إدخال تحسينات عليها (ابتكار

التحسين) تتوافق مع ما يريده المستهلك، قد ينجم عنه احتكار المصرف للسوق أو جزء من السوق بشكل مؤقت وذلك بسبب عنصر الجدة الذي يتولد عن الابتكار وعنصر الموائمة المتولد عن التسويق، وبالتالي فإن الجمع بين هذين العنصرين لا يكون إلا من خلال تبني الابتكار التسويقي، كما أن درجة الاحتكار تتوقف على درجة كثافة الابتكار من جهة، وقدرة المنافسين على اللحاق بالمصرف سواء من خلال التقليد أو تقديم ابتكار أفضل من ابتكار الذي قدمه المصرف من جهة أخرى.

لكن ما يجب أن نشير إليه هو أن المصرف ليس وحده في السوق، هناك منافسين يراقبونه وستكون ردة فعلهم سريعة إما بتقليد المنتج المالي للمصرف، أو قوّة من خلال الوصول إلى منتج مالي جديد أفضل من منتج المصرف، وفي هذه الحالة سيجد المصرف نفسه في دائرة المنافسة من جديد وبالتالي فإن الأرباح المحققة تكون مؤقتة، وهنا فإن المصرف المبتكر في جميع الحالات يكون قد استغلت الفترة الزمنية في التوصل إلى منتج مالي جديد آخر، وبالتالي تحقق ميزة السبق من جديد، كما أن المصرف في الفترة التي يأخذها المنافسين للحاق به يكون قد استفاد من ميزة تكلفة الوحدة الأقل وهذا يقودنا إلى الحديث عن ميزة التكلفة الأدنى.

– ميزة التكلفة الأدنى (المنحنى ب):

في سوق المنافسة هناك بعض المنافسين الذين طوروا أساليب خاصة بهم تمكنهم من تقليد المنتجات الجديدة، وبالتالي فإنهم سيقومون بتقليد المنتج المالي الجديد الخاص بالمصرف، ومن ثم اللحاق بها بسرعة مما قد يقوض قدرة المصرف في استرجاع استثماراته والانتفاع بشكل مرضي بما قدمته إلى السوق، وهنا يمكن الإشارة إلى أن المصرف المبتكر والذي تمكن من الحصول على ميزة السبق يمكنه أن يستفيد مرة ثانية من هذا الابتكار لكن بشكل آخر وهو ميزة التكلفة الأدنى، ففي الفترة التي يكون فيها المنافسون يحاولون اللحاق بالمصرف المبتكر للمنتج المالي الجديد من خلال التقليد تكون هي قد استغلت هذه الفترة من أجل تحقيق ميزة التكلفة الأدنى من خلال التعلم، أو ما يسمى بمنحنى الخبرة الذي يخفض من تكاليف إنتاجها، وهذا ما يؤدي إلى انخفاض السعر بالنسبة إلى سعر السوق الاعتيادي س1 مجدداً مع إبقاء ربح أعلى للشركة والشكل (2) يوضح ذلك.

ثالثاً: بعض الابتكارات المالية في مصرف السلام ودورها في تحسين ربحيته (دراسة حالة منتج هديتي، ومنتج عمري)

1_ نشأة مصرف السلام بالجزائر:

كثمرة للتعاون الجزائري الاماراتي، جاء تأسيس المصرف بتاريخ 2006/06/08 ، وقد تم اعتماده من قبل بنك الجزائر بتاريخ 2008/10/20 بتاريخ نشاطه موازلة ليبدأ 2008/09/10 مستهدفا تقديم خدمات مصرفية مبتكرة، حيث بدأ نشاطه بالجزائر برأس مال يقدر ب 10مليار دينار أي 140مليون دولار، و اليوم يبلغ رأس مال مصرف السلام الجزائر 15000000000 دج، وهو يتشكل من 7500000 سهما مدفوعا كليا بقيمة إسمية قدرها 2000 دج لكل سهم¹⁴.

من خلال هذا المحور سنتطرق الى أحدث منتجين ماليين مبتكرين من طرف مصرف السلام

2- التعريف بصيغة منتجي هديتي وعمري:

يعتبر المنتجين صورة مطورة عن بعض المنتجات التقليدية بما يتلاءم مع حاجات ورغبات المستهلك الجزائري، في إطار الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية.

2-1- منتج هديتي¹⁵:

هو وديعة ادخارية في شكل حساب تحت الطلب تم طرحه في السوق المصرفية الجزائرية بتاريخ 6 ماي 2019¹⁶، تمكن هذه الوديعة الإدخارية صاحب الحساب من الحصول على أرباح على أساس ربع سنوي، كما توفر له حرية الإيداع والسحب، ويمكن فتح هذا الحساب بمبلغ حده الأدنى 10000 دج، ويتم التعامل مع هذا المنتج بصفته صيغة مضاربة وهو عقد مشاركة بين المصرف والمتعامل في صفقة أو مشروع يسهم /يقوم العميل بتمويله ويتكفل المصرف بإدارته وتنفيذه على أن يوزع الربح بينهما بحسب النسب المتفق عليها مسبقا (40% للمصرف، 60% للعميل).

والفكرة المبتكرة في منتج هديتي هي أنه عبارة عن دفتر توفير يفتحه شخص (المهدي) لحساب وباسم شخص آخر (المهدي إليه)، حيث يصبح الحساب باسم الشخص الذي أهدي اليه في فترة وجيزة يحددها المصرف (بعد أن يقدم هذا الأخير للمصرف معلوماته الشخصية) ويصبح هو الوحيد القادر و المخول بالصرف في الحساب، ولا يصبح للشخص الذي أهدي له (فتح له) الحساب أي دخل في هذا الحساب.

تعتبر هذه الفكرة (شخص يفتح حساب لصالح شخص آخر) مبتكرة لأنها لا توجد لدى بقية البنوك و المصارف في الجزائر، لأنها ممنوعة في القانون الجزائري ولكن تم استغلال بعض الثغرات في القانون المنظم لهذه العملية حتى تمكن مصرف السلام من ابتكار منتج هديتي.

2-2- منتج عمري¹⁷:

لقد تم إطلاق منتج عمري لأول مرة في السوق المصرفية الجزائرية من طرف مصرف السلام-الجزائر بتاريخ جوان 2020¹⁸، وهو عبارة عن وديعة ادخارية تمكن العميل من استثمار أمواله وفق صيغة المضاربة وذلك من خلال مشاركته للمصرف في مشروع يسهم/يقوم هذا الأخير بتمويله، ويتكفل المصرف بتنفيذه وإدارته على أن يوزع الربح بينهما حسب النسب المتفق عليها (60% للعميل، 40% للمصرف) كل 03 أشهر.

-يتم فتح حساب دفتر عمري بمبلغ 50000 دج كحد أدنى مع الالتزام بادخار هذا المبلغ لمدة سنة كاملة.

-المزايا:

-دفتر ادخار معتمد من قبل الهيئة الشرعية للمصرف

-الاستفادة من عمرة بالتقسيط مع إحدى الوكالات السياحية المعتمدة من قبل المصرف.

-الاستفادة من تخفيض يبلغ 10000 دج لكل عمرة مسددة نقدا.

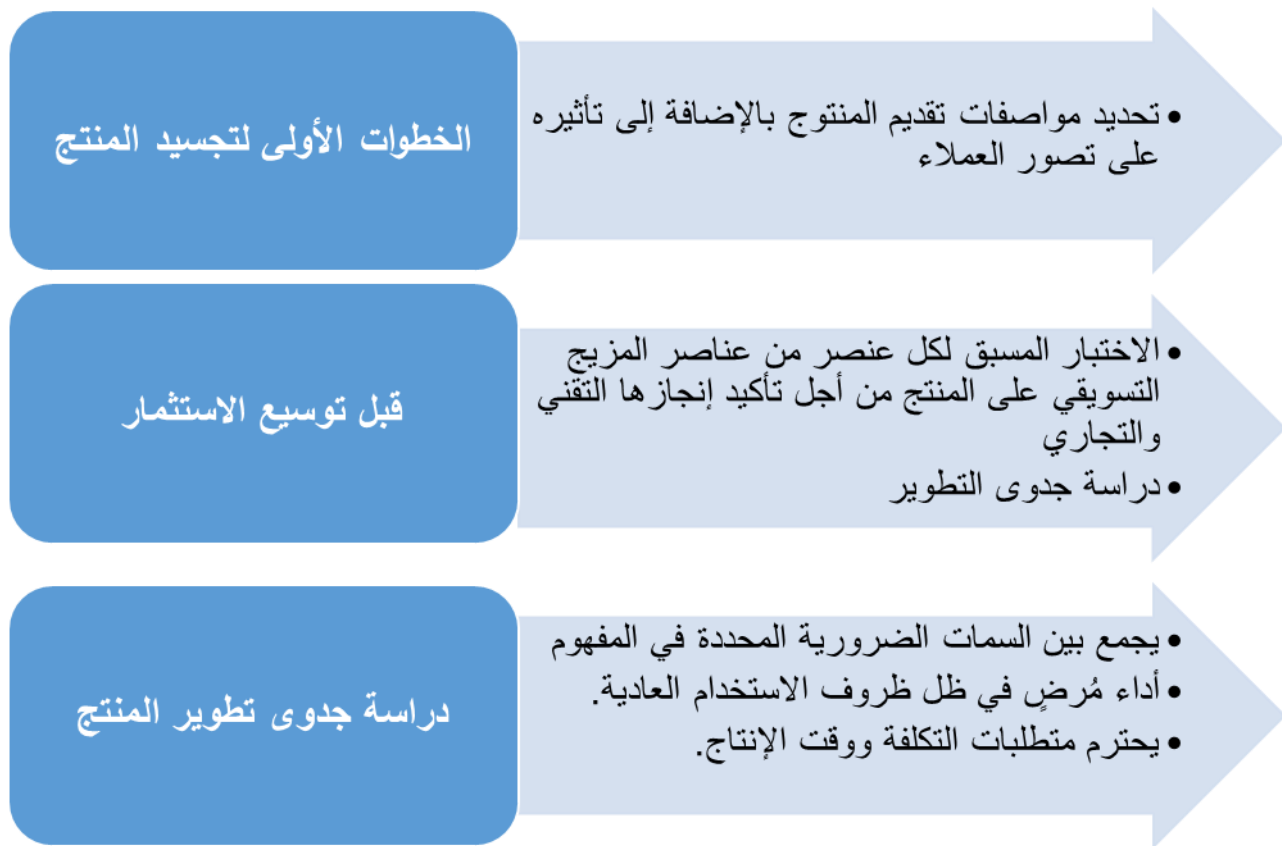
-المشاركة في قرعة شهرية للفوز بعمر مدفوعة التكاليف.

والابتكار في منتج عمري يكمن في الاستفادة من أرباح الودعة الادخارية التي يودعها العميل في المصرف بالإضافة إلى الدخول في قرعة الحج والاستفادة من عمرة بالتقسيط، بالإضافة إلى المزيد من الامتيازات التي يحصل عليها العميل.

3-المراحل التي تمر بها المنتجات المالية المبتكرة في مصرف السلام حتى تصبح جاهزة للطرح في السوق المصرفية¹⁹:

يوضح الشكل الموالي مراحل تطوير المنتجات المالية بالنسبة لمصرف السلام

الشكل (3): مراحل تطوير منتج



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات من مصرف السلام-الجزائر

-قبل إطلاق المنتج الجديد على مصرف السلام الإجابة على الأسئلة التالية:

- متى؟ ويتلق السؤال هنا بالوقت المناسب لطرح المنتج في السوق وكما تم ذكره سابقا فإن تاريخ إطلاق منتج هديتي كان في شهر ماي 2019، أما منتج عمري فقد تم إطلاقه بتاريخ جوان 2020
- أين؟ على مصرف السلام-الجزائر أن يحدد المناطق التي يركز عليها عند تسويق منتوجه

فمصرف السلام الجزائري قرر تسويق كتيب الاستثمار الخاص بمنتج (هديتي) ودفتر الاستثمار (عمرتي) على مستوى جميع وكالاته عبر الوطن.

• من؟ إذ يجب تحديد الجمهور المستهدف من طرف المصرف من أجل التركيز عليه أثناء عملية الترويج للمنتج الجديد، وفيم يخص منتج (هديتي) فإن الجمهور المستهدف هو العائلات أما منتج عمرتي فالجمهور المستهدف هو الراغبين في أداء عمرة.

• كيف يتم تطوير استراتيجية الاتصال التسويقي الخاصة بالمنتج؟ إن تطوير استراتيجية اتصالات تسويقية متكاملة وفعالة لإطلاق (منتج هديتي) و(منتج عمرتي) من شأنه أن يؤثر تأثيرا واضحا على النتائج التي يحققها المصرف، وذلك من خلال إستغلال وسائل الإعلام و الاتصال التقليدية والحديثة لتغطية أكبر عدد من العملاء.

4- دور منتج هديتي ومنتج عمرتي في تحسين ربحية مصرف السلام

ويمكن توضيح دور هذين المنتجين الماليين (هديتي وعمرتي) في زيادة حجم الودائع الادخارية من خلال الجدول الموالي:

لدراسة مدى تأثير المنتجات الجديدة (دفتر الاستثمار هديتي، ودفتر الاستثمار عمرتي) وهي منتجات تنتمي إلى الودائع الادخارية، على الأرباح نقوم بتحليل مجموعة من الجداول والمنحنيات:

إن نسبة الأرباح التي يتحصل عليها المصرف عند استثمار الودائع الادخارية الخاصة بالعملاء هي 12% توزع كالاتي:

3- % أرباح توزع على المودعين.

4- % أرباح مخصصة للمصاريف.

5- % أرباح صافية للمصرف.

الجدول (1)- تطور رصيد الودائع الإدخارية من سنة (2010_2020) الوحدة(مليون دينار جزائري)

السنة	الرصيد	تطور الرصيد بالمبلغ	تطور الرصيد بالنسبة
2010	205	/	/
2011	507	302	147%
2012	859	352	69%
2013	1 159	300	35%
2014	1 353	194	17%

63%	853	2 206	2015
83%	1825	4 031	2016
47%	1896	5 927	2017
28%	1653	7 580	2018
54%	4100	11 680	2019
39%	4500	16 180	2020

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على تقرير مصرف السلام الجزائر لسنة 2019

تعكس الأرقام المعروضة ضمن الجدول أهم الملاحظات التالية :

__تطور منسجم نسبيا لرصيد الادخار بين سنتي 2010 و 2013(السنوات الأولى لبداية نشاط مصرف السلام في الجزائر)

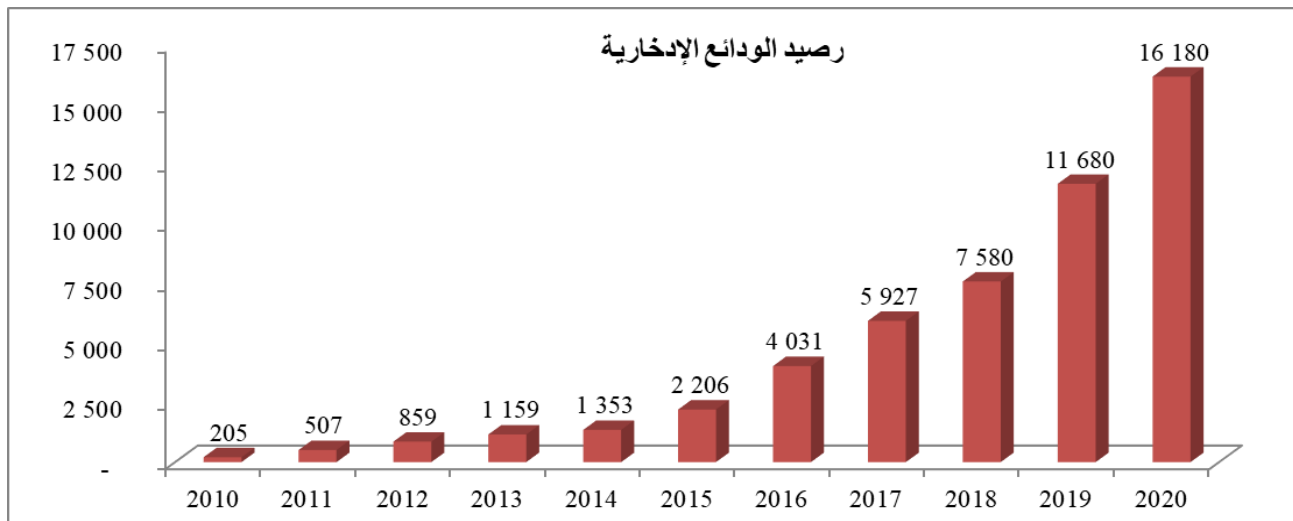
__تطور منخفض نسبيا سنة 2014 يرجع بالخصوص لتعيين إدارة مؤقتة للمصرف بين سنتي 2015 و 2014.

__تطور جيد نسبيا سنة 2015 حيث بلغ أزيد من مليار دينار جزائري سنويا بين سنتي 2015 و 2018 .

__تطور معتبر للادخار سنتي 2019 و 2020 حيث تضاعف عدد المدخرين من 8020 سنة 2018 إلى 16480 سنة 2019، وزاد رصيد الادخار بمبلغ قدره 4100 مليون دج، و هذا عائد إلى طرح المنتجات الادخارية الجديدة المتمثلة في منتج هديتي الذي طرح في منتصف سنة 2019، و تبني سياسة ترويجية مكثفة له عبر مختلف وسائل الاتصال و الإعلام مما أدى إلى رفع قيمة حسابات الادخار، حيث بلغ حجم الودائع الادخارية باسم منتج هديتي في شهر أوت 2020 ما قيمته 30 مليون دج، أما منتج عمري الذي تم طرحه في السوق في جوان 2020 فقد بلغ حجم الودائع الخاصة به ما قيمته 336 مليون دج في شهر أوت 2020 وهو ما أثر على حجم الودائع الادخارية لسنة 2020 حيث بلغت 16180 مليون دج أي بزيادة تقدر ب 4500 مليون دج عن سنة 2019.

__الأشكال البيانية التالية توضح تطور الودائع الادخارية من سنة 2010 إلى سنة 2020 وتأثير هذا التطور على أرباح المصرف (نسبة الأرباح المحققة من استثمار الودائع الادخارية هي 12%):

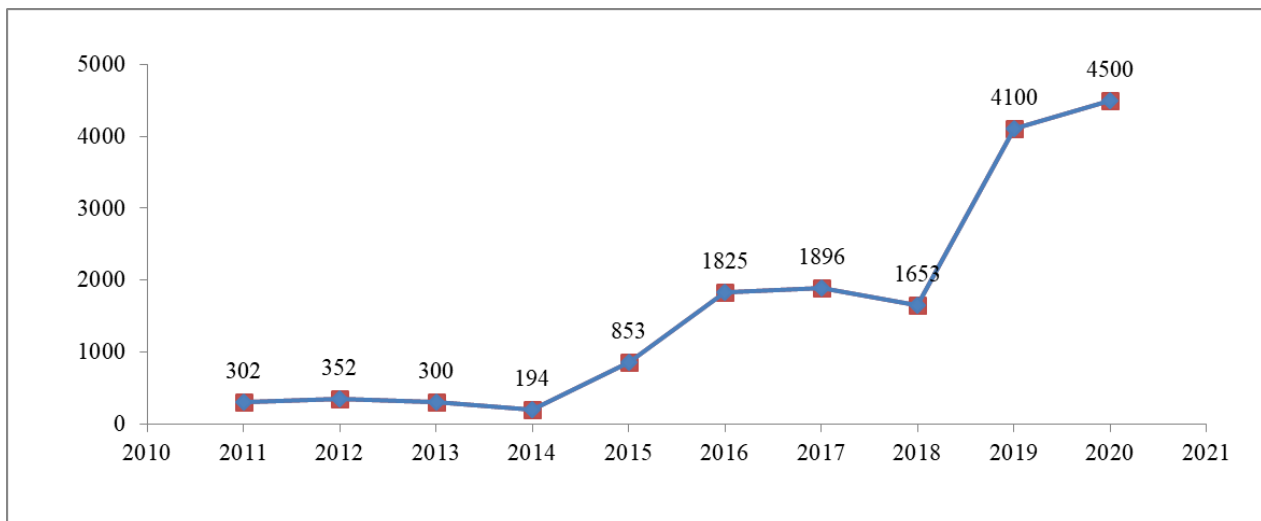
الشكل(4) : رصيد الودائع الادخارية بمصرف السلام من (2010-2020) بالمليون دج



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات مصرف السلام

نلاحظ من خلال الشكل أن أكبر أرصدة الودائع الادخارية لمصرف السلام سجلت في السنوات 2017 و 2018 و 2019 و 2020 (5927 مليون دج، 7580 مليون دج، 11680 مليون دج، 16180 مليون دج على التوالي)، إلا أن هذه الأرقام لا تعبر بشكل واضح عن الفرق بين تطور أرصدة الودائع الادخارية بين السنوات، لذا نعرض الشكل الموالي الذي يبين تطور أرصدة الودائع الادخارية:

الشكل (5)- تطور رصيد الودائع الادخارية بالمبالغ من (2010-2020) بالمليون دج



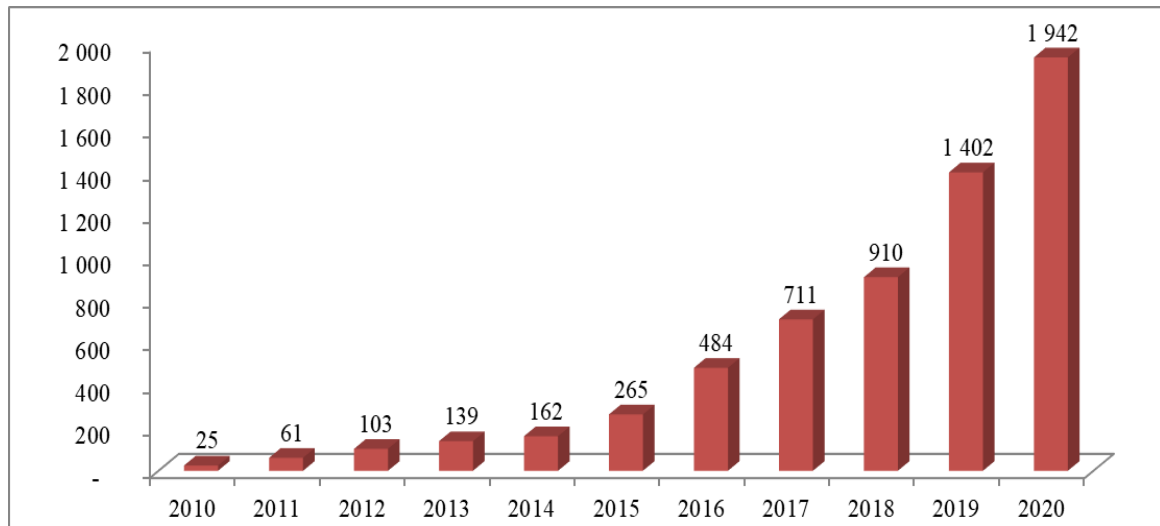
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات مصرف السلام

يوضح الشكل أعلاه أن السنوات الأولى من سنة 2010 إلى غاية 2014 عرفت استقراراً، وانخفاضاً في تطور رصيد الودائع الادخارية حتى وصل إلى 194 مليون دج كأدنى نسبة تطور قدرها 17% و هذا راجع إلى كون المصرف في بدايات نشاطه، وقيد بناء سمعته في السوق، بالإضافة إلى تعيين إدارة مؤقتة للمصرف، ثم عرف رصيد الودائع الادخارية ارتفاعاً ابتداء من سنة 2015

وبقي في ارتفاع متوسط نسبيا حتى سنة 2018 حيث شهد تطور رصيد الودائع الادخارية انخفاضا وصل إلى 1653 مليون دج بعد أن وصل إلى 1896 مليون دج سنة 2017، وهذا راجع إلى تأثير المصرف بالأزمة الاقتصادية التي عرفت الجزائر بسبب انخفاض أسعار البترول كما تم ذكره سالفًا، وقد شهدت الودائع الادخارية تطورا واضحا خلال سنتي 2019 و 2020 (4100 مليون دج، 4500 مليون دج على التوالي) وهذا راجع إلى طرح منتجات ادخارية جديدة خلال هاذين العامين الأخيرين (منج هديتي 2019 و منتج عمري 2020) وهو ما أكدته مسؤول خلية التسويق لمصرف السلام الجزائر.

بالاعتماد على رصيد الودائع الادخارية نتحصل على قيم الأرباح المحصلة من استثمار هذه الأخيرة، حيث تمل نسبة الأرباح المحصلة من استثمار الودائع الادخارية (12%)، بضرب أرصدة الودائع الادخارية في هذه النسبة نتحصل على الأعمدة البيانية التي تمثل رصيد الأرباح المحصلة من استثمار الودائع الادخارية:

الشكل (6) - الأرباح المحصلة من استثمار الودائع الادخارية بالمليون دج من (2010 - 2020)

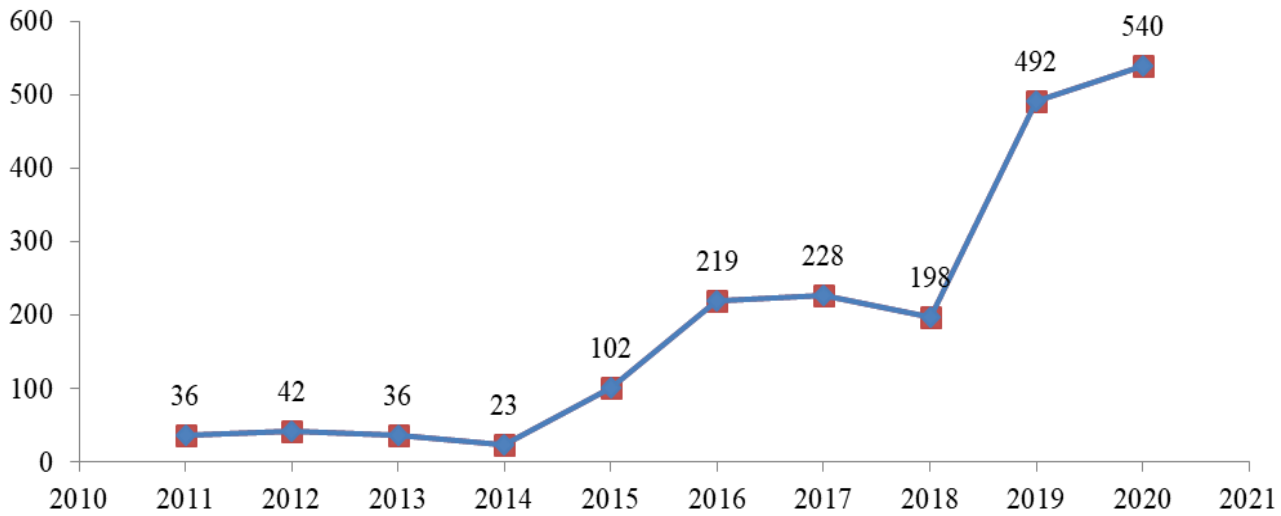


المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات مصرف السلام

نلاحظ أن رصيد الأرباح كان متواضعا خلال السنوات الأولى من سنة 2010 إلى سنة 2018 حيث لم يتعدى 910 مليون دج، وبدأ بالارتفاع من سنة 2019 حيث فاق 1402 مليون دج وهذا راجع إلى التطور الواضح الذي عرفه رصيد الودائع الادخارية خلال سنة 2019.

الشكل الموالي يبين بصورة أوضح تطور الأرباح خلال نفس الفترة (2010-2020):

الشكل (7): تطور أرباح المحصلة من استثمار الودائع الادخارية بالمليون دج من (2010-2020)



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على بيانات مصرف السلام

يبين المنحنى أعلاه التطور الواضح في الأرباح الذي وصل إلى أعلى قيمة له بين سنتي 2019 و 2020 حيث وصل إلى (492 مليون دج و 540 مليون دج على التوالي)، بنسبة تطور في الأرباح قدرها 54% سنة 2019، ونسبة تطور في الأرباح قدرها 39% سنة 2020، و رغم أن نسبة التطور في الأرباح لا تعتبر مرتفعة سنة 2020 نتيجة لركود الاقتصاد بسبب الآثار الاقتصادية لجائحة كورونا في هذه السنة، إلا أن طرح منتجات ادخارية جديدة في السوق أدى إلى رفع رصيد الودائع الادخارية، مما نتج عنه ارتفاع في الأرباح المحصلة من استثمار هذه الودائع.

الخلاصة

الابتكار المالي الإسلامي هو فكرة جديدة مصممة أو أداة مالية مطورة موضوعة قيد التطبيق تتناسب مع احتياجات العملاء وتحقق مستوى أفضل من الكفاءة، وتحل مشكلة من المشاكل المالية في ظل الالتزام بمبادئ الشريعة الإسلامية، ويضمن للمصرف تواجده في السوق المصرفية بشكل فعال لما فيه من تحديد للمنتجات المالية المتوافق مع رغبات العملاء، بالتالي تحقيق المزيد من الكفاءة وتحسين ربحية المصرف، وتقوية موقعه التنافسي في السوق المصرفية.

تعتبر العلاقة بين الربح والابتكار جد وطيدة، حيث يعتبر الابتكار أحد العوامل المؤثرة على الربحية بل هناك ما يسمى بالربح الابتكاري، وهو الربح الناتج عن الابتكار ولقد تبين أن الربح الابتكاري يأتي من كل جوانب عمل المؤسسة، كما أن تحقيق أرباح نتيجة لطرح ابتكارات مالية مرهون بوضع استراتيجية محكمة المراحل والتصميم.

ثانيا-نتائج الدراسة المتعلقة بالجانب التطبيقي:

4- يهدف مصرف السلام إلى تكييف تعاملاته وفق ظروف العمل المصرفي في الجزائر في ظل الالتزام بقواعد الشريعة الإسلامية وهذا ما يصعب مهمته.

-المنتجات الجديدة المبتكرة من طرف مصرف السلام منحت للعميل ميزة إهداء حساب لشخص آخر (منتج هديتي)، وإمكانية استثمار أمواله المودعة لدى المصرف والاستفادة من أرباحها، وكذا الاستفادة من عمرة بالتقسيط، وهذا ما جذب العملاء إلى هذا النوع من المنتجات المالية المبتكرة

-حقق مصرف السلام أعلى معدل للعائد على حقوق المساهمين سنة 2019 وهذا يتزامن مع السنة التي طرح فيها منتج هديتي، وبما أن معدل العائد على حقوق المساهمين قد ارتفع فهذا يعني أن أرباح المصرف قد زادت.

11-يستثمر مصرف السلام الودائع الادخارية ويحصل على نسبة 12% كأرباح يقوم بتوزيعها على المودعين، ويخصص نسبة للمصاريف، أما الباقي فهو أرباح صافية للمصرف.

12-تم تحقيق تطور واضح في رصيد الودائع الادخارية خلال سنة 2019 و 2020 وهذا يعتبر دليلا على أن الودائع الادخارية المبتكرة من طرف مصرف السلام لاقت إقبالا جيدا من طرف العملاء.

13-تطور رصيد الودائع الادخارية خلال سنتي 2019 و 2020 أدى إلى زيادة نسبة العوائد المتأتية من استثمارها، وبالتالي زيادة نسبة أرباح مصرف السلام.

المقترحات:

-ضرورة توفير البيئة الملائمة لعمل المصارف الإسلامية خاصة في البلدان التي مازالت تعاني من ضعف نشاط هذا النوع من الصيرفة المهم لازدهار الاقتصاد.

-يجب على المصارف الإسلامية تطوير أساليبها في التعامل بصيغتي المشاركة والمضاربة، وإيجاد ابتكارات تتوافق مع هتين الصيغتين، لأنها توفر تمويلا ومتابعة حقيقيين للمشروع الاستثماري.

-على المصارف الإسلامية الاهتمام أكثر بجانب البحث والتطوير من أجل الخروج بابتكارات مالية إسلامية تخدم الاقتصاد بصفة فعالة.

-ضرورة الحرص على اتصاف الابتكارات المالية المستحدثة بالكفاءة الاقتصادية، والمصدقية الشرعية حتى تقنع العميل بالتعامل بها.

-ضرورة تأسيس هيئة فتوى عالمية متكونة من علماء ثقات في المالية والشرعية الإسلامية توحد فتاوى المعاملات المالية، وتخضع المصارف الإسلامية لأحكامها.

-ضرورة تكوين الكوادر البشرية العاملة بالمصارف الإسلامية من أجل تحسين جودة الخدمات المالية التي تقدمها.

-فيما يخص الصيرفة الإسلامية بالجزائر:

-ضرورة تفعيل الجانب التسويقي للمنتجات المبتكرة حتى تكون طريقة عملها واضحة للعملاء ويزول اللبس عنها.

-ضرورة توفير بيئة تشريعية ملائمة لخصوصية عمل المصارف الإسلامية بالجزائر، مع خلق نوع من الاستقرار في هذه التشريعات لإتاحة فرصة لتأسيس المزيد من المصارف الإسلامية بالجزائر.

-تفعيل السوق المالية الإسلامية بالجزائر من أجل إتاحة مصادر تمويلية متنوعة أمام المصارف الإسلامية حتى تتمكن من تطوير نشاطها.

-فيما يخص مصرف السلام:

-التركيز على تبني الشفافية في شرح المنتجات التي يبتكرها خاصة من الناحية الشرعية وتوضيح الفتاوى التي يتبعها عند طرح منتج جديد في السوق الجزائري.

¹ عبد الله الرئيسي، الابتكار في مجال الصناعة المصرفية أكثر من مجرد استخدام التكنولوجيا، مجلة الراية الاقتصادية، نشر بتاريخ 2014/11/17.

² سامي السويلم، صناعة الهندسة المالية نظرات في المنهج الإسلامي، مركز البحوث شركة الراجحي المصرفية، بيت المشورة للتدريب، الكويت، 2004، ص5.

³ عبد الكريم قندوز، الابتكار المالي في الصناعة المالية الإسلامية، صندوق النقد العربي، الإمارات، 2019، ص13.

⁴ محمد العقول، المعوقات و التحديات التي تواجه المصارف الإسلامية، الأوراق العلمية للمؤتمر الدولي (صيف مبتكرة للتمويل المصرفي الإسلامي) منشورات جامعة آل البيت 2011، ص76.

⁵ الغالي بن إبراهيم، تشخيص واقع الابتكار المالي في ظل الصناعة المصرفية الإسلامية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد40، جوان 2015، ص:54.

⁶ سامي السويلم، مرجع سبق ذكره، ص:17.

⁷ مختار بونقاب، دور الهندسة المالية في إدارة مخاطر صيف التمويل الاسلامي (دراسة حالة بنك البركة الجزائري)، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد5، ديسمبر2016، ورقلة الجزائر، ص50.

⁸ عبد الكريم قندوز، الهندسة المالية الإسلامية، مجلة الاقتصاد الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز، المجلد20، العدد2، 2008، ص ص: 39_40.

⁹ أمال لعمش، دور الهندسة المالية في تطوير الصناعة المالية الإسلامية (دراسة نقدية لبعض المنتجات المصرفية الإسلامية)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة سطيف، الجزائر، 2011_2012، ص:68.

¹⁰ يونس صوالحي، المنتجات المالية الإسلامية بين المحاكاة و الابتكار، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول (منتجات وتطبيقات الابتكار و الهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية و الصناعة المالية الإسلامية)، جامعة فرحات عباس - سطيف، الجزائر، يومي5-6ماي 2006.

¹¹ عبد الكريم قندوز، الابتكار في الصناعة المالية الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص55.

¹² مؤيد عبد الحسين الفضل، رضا صاحب أبو محمد، أساسيات اقتصاديات الأعمال، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، الأردن، 2003، ص336.

¹³ نجم عبود نجم، إدارة الابتكار (المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة)، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن 2003 ص.226.

¹⁴ تقرير مصرف السلام _ الجزائر لسنة 2012.

¹⁵ www.alsalamalgeria.com

¹⁶ انظر الملحق رقم 1

¹⁷ www.alsalamalgeria.com

¹⁸ انظر الملحق رقم 2

¹⁹ معلومات عن قسم التسويق بمصرف السلام -الجزائر