

الائتمان الاستهلاكي الإسلامي

وأثره في حماية المستهلك

الأستاذ/ عاطف فوزى شرويد محمد (✽)

مقدمة:

الحمد لله رب العالمين ، والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه اجمعين وبعد.

في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها الساحة المصرفية في عالمنا المعاصر ، والاتجاه نحو الاهتمام بالمستهلك. والعمل على توفير كافة الاحتياجات اللازمة لإشباع رغباته. ظهر ما يعرف حديثاً بـ «بنك المستهلك» والذي يهتم بمنح الائتمان الاستهلاكي، ولعل سر هذا الاهتمام يرجع إلى أن البنوك قد اجمعت عن التوسع في فتح الائتمان الاستثماري نظراً لتفشى ظاهرة تعثر العملاء وارتفاع المخاطر الائتمانية، واتجهت إلى التوسع في منح الائتمان الاستهلاكي لقلّة مخاطره وإمكانية تحقيق العوائد من خلاله.

وفي ظل الكم الهائل من الحملات التسويقية التي تقوم بها البنوك لجذب تعاملات المستهلك معها يشعر المستهلك بالسيادة حينما يختار نوعاً من التسهيلات الائتمانية الاستهلاكية التي يرغبها إلا أنه سرعان ما يكتشف أنه كان مخدوعاً وذلك لتعرضه لممارسات غير أخلاقية مثل عبء سعر الفائدة، تعرضه للاحتكار، ارتفاع أسعار السلع والمنتجات ... الخ.

ومن هنا كانت دعوة المستهلك عندما يلجأ إلى الاقتراض بأن يطلب الائتمان الاستهلاكي الإسلامي والذي تتوافر فيه كل سبل الحماية والتي تتمثل في عدم تحميله بعبء سعر الفائدة، وعدم تعرضه للاحتكار، والاستفادة من خبرة البنوك الإسلامية

في الحصول على السلع والمنتجات بالجودة المطلوبة والسعر المناسب والصدق في
المعاملة والشعور بسماحة المعاملة وحسن التقاضى.

وإذا كان في السنوات القليلة الماضية تعالت الاصوات للمناداه بحماية المستهلك
فالحقيقة التى لا مرء فيها أن الشريعة الإسلامية قد كفلت الحماية للمستهلك منذ
اربعة عشر قرناً من الزمان. حيث وفرت له الحماية أولاً من نفسه. قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ
إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾^(١).

وثانياً من غيره. قال تعالى: ﴿وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ﴾^(٢)

والائتمان الاستهلاكي الإسلامى هو جزء لا يتجزأ من نظام الإسلام الشامل
الذى يشمل كل جوانب الحياة وهو يقوم على استقامة السلوك ورفعة الخلق وسماحة
التعامل وتقوى الله عز وجل وبه ينعم كل من المقرض والمقترض وفيه صلاح المجتمع
ككل.

وهذا البحث الذى اقدمه بعنوان:

(الائتمان الاستهلاكي الإسلامى وأثره فى حماية المستهلك)

قد حاولت فى عرضه اتباع الاسلوب العلمى فتناولت موضوعه بالبحث على
مدار ثلاث فصول :

الفصل الأول: التحديات المعاصرة وواقع المستهلك

المبحث الأول: التحديات المعاصرة

أولاً: العولمة.

ثانياً: المنافسة الشديدة بين المنتجين والبائعين.

(١) سورة الفرقان آية رقم ٦٧.

(٢) سورة البقرة آية رقم ١٨٨.

ثالثاً: المنافسة المصرفية والاتجاه نحو المستهلك.

المبحث الثاني: واقع المستهلك

أولاً: الحاجات المتعددة. ثانياً: اللجوء إلى الاقتراض.

ثالثاً: خطورة الائتمان الاستهلاكي.

رابعاً: ضوابط الإنفاق الاستهلاكي في الإسلام.

الفصل الثاني: الائتمان الاستهلاكي

المبحث الأول: مفهوم وأنواع الائتمان الاستهلاكي

أولاً: مفهوم الائتمان الاستهلاكي.

ثانياً: أنواع الائتمان الاستهلاكي.

المبحث الثاني: الائتمان الاستهلاكي في البنوك التقليدية

أولاً: التسهيلات الائتمانية الاستهلاكية.

- القروض الشخصية.
- البطاقات الائتمانية.
- القروض بغرض حيازة سيارات للاستخدام الشخصي.
- القروض الصغيرة والمتناهية الصغر.

ثانياً: الحملات التسويقية لجذب عملاء الائتمان الاستهلاكي.

المبحث الثالث: الائتمان الاستهلاكي في البنوك الإسلامية

أولاً: الضوابط الشرعية لمنح الائتمان الاستهلاكي.

ثانياً: الائتمان الاستهلاكي المربح

- المراجعة.
- الاستصناع
- الإجارة

• السلم

ثالثاً: الائتمان الاستهلاكي المركزي.

• الزكاة

• القرض الحسن

رابعاً: الحملات التسويقية لجذب عملاء الائتمان الاستهلاكي.

الفصل الثالث: أثر الائتمان الاستهلاكي في حماية المستهلك بين النظام الإسلامي والنظم الأخرى.

المبحث الأول: أثر الائتمان الاستهلاكي في حماية المستهلك في ظل النظم الأخرى

أولاً: ائتمان بفائدة.

ثانياً: عدم مراعاة الضوابط الشرعية لمنح الائتمان الاستهلاكي.

ثالثاً: المساهمة في ظهور الاحتكار.

رابعاً: تأثير سياسات التسعير.

خامساً: أكل أموال الناس بالباطل.

المبحث الثاني: أثر الائتمان الاستهلاكي في حماية المستهلك في ظل النظام الإسلامي.

أولاً: ائتمان بدون فوائد.

ثانياً: مراعاة الضوابط الشرعية لمنح الائتمان الاستهلاكي.

ثالثاً: سياسات التسعير.

رابعاً: إيجاد روح التعاون والتكافل.

خامساً: الثواب العظيم.

الائتمان الاستهلاكي الإسلامي وأثره في حماية المستهلك
الأستاذ/ عاطف فوزى شرويد محمد

والله أسأل أن يكون هذا البحث المتواضع المختصر نافعاً ومفيداً للقارئ
والله الموفق

الفصل الأول

التحديات المعاصرة وواقع المستهلك

المبحث الأول

التحديات المعاصرة

أولاً: العولمة:

لاشك أن العالم الإسلامي يواجه في عصرنا الحالى ظاهرة العولمة والتي أصبحت - سواء لاقت قبولاً أو رفضاً - واقعاً ملموساً. والعولمة هى الترجمة العربية للكلمة الانجليزية (GLOBALISATION) ولقد تعددت تعاريف العولمة فيرى البعض أنها تعنى: جعل العالم عالماً واحداً موجهاً توجيهاً واحداً فى إطار حضارة واحدة. ولذلك تسمى الكونية^(١) أو هى اىصال البشرية إلى نمط واحد فى التسعير والمأكول والملبس والعادات والتقاليد^(٢).

وقد يرى البعض أنها تعنى اندماج أسواق العالم فى حقول التجارة والاستثمارات المباشرة وانتقال رؤوس الأموال والقوى العاملة والثقافات والتقنية العالمية مما يؤدي إلى اختراق الحدود القومية وإزالة الحواجز والمسافات بين المجتمعات الإنسانية^(٣).

(١) ياسر عبد الجواد - مقاربتان عربيتان للعولمة - مجلة المستقبل العربى عدد ٢٥٢ سنة ٢٠٠٠ ص ٢.

(٢) هانس بيتر مارتين ، هار الدشومان - فخ العولمة - ترجمة عدنان عباس على مراجعة وتقديم أ.د/ رمزي زكى - سلسلة عالم المعرفة العدد ٢٣٨ سنة ١٩٩٨، ص ٥٥، ٥٨

(٣) محمد الأطرش - حول تحديات الاتجاه نحو العولمة الاقتصادية - مجلة المستقبل العربى عدد ٢٦٠ سنة ٢٠٠٠ ص ١٤:٨

ولقد ظهرت فكرة العولمة على نطاق واسع منذ عقد السبعينات حيث ظهر كتابان مهمان في تلك الفترة: الأول: حرب وسلام في القرية الكونية - لمؤلفه مارشال ماك يوهان (عالم اجتماع كندي) والثاني: أمريكا والعصر الإلكتروني - لمؤلفه زينجنو بريجنسكي مستشار الأمن القومي في عهد الرئيس الأسبق ريجان. ثم أعقبها مقولات فوكوياما حول نهاية التاريخ The end of History ثم ظهور مصطلح النظام العالمي الجديد The new World Order وما تلاه من ظهور نظرية «صدام الحضارات» التي صاغها عالم السياسة الأمريكي صمويل هيننتجتون وكذلك كتاب بريجنيسكي «الرقعة الكبرى».

وبعد فشل وانهيار دول الاتحاد السوفيتي في عام ١٩٩٢ فقد اتجهت دول أوروبا الشرقية والعديد من الدول النامية نحو تطبيق آليات السوق وتحرير التجارة والسير في تيارات العولمة الاقتصادية. وقد صاحب ذلك ظهور كيانات وتكتلات اقتصادية قوية مستقلة عن الحكومات والدول استطاعت بقوتها منافسة المؤسسات الأقل منها بل واستبعادها من السوق. وعلى الرغم من محاولة انصار العولمة فرض وتعميم انتشار نظام رأسمالية السوق الحرة إلى كل دول العالم تحت مظلة «النظام العالمي الجديد» حيث يعتقد كتاب الرأسمالية بأنه النظام الاقتصادي النهائي الذي تنتهي معه دورة التاريخ ! إلا أن أحد مفكريهم وهو «عمانويل فالرشتاين» يرى أن هذا النظام يتسم باللامساواة في توزيع الثواب^(١) وهو بذلك يعبر عن حقيقة هامة وهي أن هذا النظام لن يكون قادراً على تحقيق العدالة خاصة وأن آليات السوق لا تستطيع أن تحقق تلك العدالة من ذاتها.

وفي ظل العولمة يحظى المستهلك باهتمام بالغ فله السيادة والسلطان حيث يستطيع أن يختار ويقارن بين البدائل المختلفة من السلع والخدمات وقد ساعده في ذلك ثورة

(١) انظر مايك فيذرستون - ثقافة العولمة - القومية والعولمة والحدثة - ترجمة عبد الوهاب علوب المجلس الأعلى للثقافة سنة ٢٠٠٠ ص ٤٩.

التكنولوجيا والاتصالات التي جعلت من العالم ما يشبه القرية الكونية حيث تنتشر المعلومات عن طريق الفضائيات وشبكات الانترنت والفاكس والبريد الإلكتروني والتليفون المحمول وهذه الأجهزة تنتشر على وجه الأرض دون حواجز وبتكلفة زهيدة. وعلى الرغم من أن المستهلك هو بؤرة الاهتمام في ظل اقتصاديات السوق وله السيادة. إلا أنه يواجه تحديات كبيرة أهمها ما يلي:

١. تعرضه للخداع أحياناً.
 ٢. استخدام الأساليب المباحة وغير المباحة في سبيل الحصول على رضاه.
 ٣. اتساع فرص السلع المهربة.
 ٤. ارتفاع تكاليف السلع والخدمات التي تتمتع بحقوق الملكية الفردية.
 ٥. الانعزالية والفردية.
- وبذلك فإن نداء أنصار العولمة إلى رفع شعار «سيادة المستهلك» نداء ظاهره الرحمة وباطنه من قبله العذاب.

ثانياً : المنافسة الشديدة بين المنتجين والبائعين:

افترزت ظاهرة العولمة وجود منافسة شديدة بين الشركات الكبرى متعددة الجنسيات وفي كافة ميادين النشاط الاقتصادي وكذا بين شركات التسويق والإعلان وبين مراكز المال المختلفة حتى أصبحت قوى العرض في يد المنتجين والبائعين تفوق قدرة قوى الطلب ممثلة في المشترين والمستهلكين.

ونتيجة لقوة ونفوذ المنتجين والبائعين أصبح بينهم منافسة شديدة أدت إلى قيامهم ببعض الممارسات غير الأخلاقية مثل الغش والتدليس والاحتكار والتلاعب في الموازين والمكايل والإغراق والإعلانات الكاذبة ... إلى غير ذلك من الممارسات التي تضر بالمستهلك.

وفى ظل وجود هذه الممارسات غير الأخلاقية نجد عجز وفشل النظام الرأسمالى عن الحد منها وذلك لضعف وافتقار آليات السوق عن تحقيق العدالة من ذاتها ومن هنا كانت الحاجة ملحة إلى نظام اقتصادى قادر على تحقيق العدالة ومنع كافة تلك الممارسات غير الأخلاقية ولا يوجد نظام تتوافر فيه القواعد والأحكام التى تضبط الأسواق وتحقق العدالة بين أطراف المعاملات سوى النظام الاقتصادى الإسلامى الذى يركز على القيم والأخلاق الرفيعة التى تعمل على حماية المستهلك.

ثالثاً : المنافسة المصرفية والاتجاه نحو المستهلك :

ولما كانت المصارف من أهم القطاعات الحيوية التى شهدت تطوراً ملحوظاً فى ظل النظام العالمى الجديد فقد حظيت بالاهتمام لما تحقّقه من تنمية اقتصادية حيث تعمل على تعبئة المدخرات من الأفراد والمؤسسات ثم تقوم بتوزيع هذه المدخرات على الاستثمارات المختلفة فى كافة ميادين الأنشطة الاقتصادية وفى ظل هذه التغيرات العالمية المتلاحقة كان من الطبيعى أن تكون هناك منافسة مصرفية من أجل الحصول على رضا المستهلك والعمل على تلبية كافة الخدمات المصرفية له.

وفى ظل هذه المنافسة المصرفية ظهرت المصارف الشاملة التى تقدم كافة الخدمات المصرفية للعملاء أو المستهلكين، ولقد تميزت هذه المصارف الشاملة بابتكار تطبيقات جديدة للخدمات المصرفية اتسمت بالكفاءة والسرعة فى الأداء بما يتواءم مع الارتفاع السريع الذى تشهده الصناعة المصرفية فى عصرنا الحالى ، كما ظهرت أيضاً خدمات مصرفية غير تقليدية مثل عمليات المبادلات والخيارات والمستقبلات والعقود الأجلة.. وغيرها.

ومع تزايد التكنولوجيا والثورة الهائلة فى الاتصالات. حرصت البنوك وبخاصة فى الدول المتقدمة على استخدام أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات فى المجال المصرفى حتى أصبحت العمليات المصرفية التى تتم داخل فروع هذه البنوك لا تتجاوز ١٠٪ من اجمالى العمليات بينما تتم جميع العمليات المصرفية الأخرى بواسطة

- قنوات إلكترونية مثل أجهزة الصرف الآلى ونقاط البيع الإلكترونية وهو ما ترتب عليه تغيرات ملحوظة فى طبيعة وآليات تقديم الخدمة المصرفية من أهمها ما يلى^(١):
- تزايد حجم المعاملات الإلكترونية عبر الحدود بين عملاء البنوك والشركات التجارية بواسطة التجارة الإلكترونية حيث بلغ حجم التجارة الإلكترونية على مستوى العالم فى منتصف عام ٢٠٠٢ حوالى ١.٣ تريليون دولار.
 - انخفاض تكلفة التشغيل ولا سيما التكلفة الحقيقية لعمليات المدفوعات فضلاً عن تقلص استخدام النقود.
 - تزايد أهمية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومنها بطاقات الائتمان والشيكات الإلكترونية والنقود الإلكترونية.
 - ظهور ما يعرف بالخدمات المنزلية المصرفية Home Banking والتي اتاحت للعملاء أو المستهلكين فرصة الحصول على بعض الخدمات المصرفية دون تواجدهم بالبنك.
 - ظهور خدمات مصرفية مستحدثة مثل أجهزة الصرف الآلى ATM وخدمات سداد الفواتير بالتليفون و ظهور ما يسمى بالبنوك الإلكترونية والبنك المحمول.
- ومن الجدير بالذكر أن هناك بعض البنوك تقوم بزيادة الإنفاق الاستثمارى فى مجال تكنولوجيا المعلومات من أجل الصمود والمنافسة فى سبيل تقديم خدمات مصرفية متطورة فعلى سبيل المثال حرصت البنوك الأمريكية على زيادة اجمالى انفاقها على التكنولوجيا - على الرغم من حالة الركود التى يعانى منها الاقتصاد الأمريكى - بمبلغ يتجاوز ٣٤ مليار دولار فى عام ٢٠٠٢ بمعدل يصل إلى ٤٪^(٢).

(١) انظر بنك الإسكندرية - النشرة الاقتصادية - المجلد الرابع والثلاثون سنة ٢٠٠٢ ص ١٠،٩

(٢) بنك الإسكندرية - النشرة الاقتصادية مرجع سابق ص ١١

ولقد اتجهت البنوك في السنوات الأخيرة إلى جذب شرائح جديدة من العملاء وبخاصة عملاء الائتمان الاستهلاكي من خلال توفير الاحتياجات اللازمة لإشباع رغباتهم ومع تزايد الاهتمام بهذا الاتجاه ظهر ما يعرف حديثاً بـ (بنك المستهلك) والذي يهتم بمنح الائتمان الاستهلاكي وتلبية كافة الاحتياجات والخدمات المصرفية اللازمة لإشباع رغبات المستهلكين ، ولقد اشتدت المنافسة بين البنوك لاجتذاب عملاء الائتمان الاستهلاكي نظراً للارتفاع الملحوظ في الأرباح المتولدة من خلال منح هذا النوع من الائتمان بالإضافة إلى انخفاض حجم مخاطره. ولقد أولت البنوك المصرية مزيداً من الاهتمام نحو التوسع في منح أنواع مختلفة من الائتمان الاستهلاكي مثل الكروت الشخصية والبطاقات الائتمانية والقروض بغرض حيازة السيارات للاستخدام الشخصي والقروض بغرض اقتناء وحدات سكنية والقروض الصغيرة والمتناهية الصغر وغيرها. وعلى الرغم من أن المنافسة المصرفية بين البنوك أدت إلى تحسين هذه النوعية من القروض وتقديمها إلى المستهلك إلا أن هذه المنافسة لم تنطرق إلى خفض أو زيادة سعر الفائدة حيث يوجد اتفاق في سلوك البنوك على تجنب خفض الفائدة حتى لا تكون المنافسة قاتلة ! وفي ظل هذه التحديات التي شهادتها الساحة المصرفية خلال السنوات الأخيرة فإن البنوك الإسلامية تواجه تحديات أكثر صعوبة مما تواجهها البنوك الغير إسلامية وذلك لأن البنوك الإسلامية لها طبيعة خاصة ، فجميع الأعمال المصرفية التي تمارسها تخضع لأحكام الشريعة الإسلامية حيث يعرف البنك الإسلامي بأنه «المؤسسة المالية الإسلامية التي تقوم بجميع الأعمال المصرفية والمالية والتجارية وأعمال الاستثمار وإنشاء مشروعات التصنيع والتنمية الاقتصادية والعمران والمساهمة فيها في الداخل والخارج»^(١) والبنوك الإسلامية تتميز عن غيرها من البنوك الأخرى بأنها لا تتعامل بالفائدة أخذاً أو عطاءً كما أنها لا تمول الأنشطة

(١) د/ أحمد النجار وآخرون ، ١٠٠ سؤال و ١٠٠ جواب في البنوك الإسلامية، الاتحاد الدولي للبنوك الإسلامية سنة ١٩٧٨ ص ١٢٧

الخرمة شرعاً ، والائتمان الإسلامي الذي تطبقه البنوك الإسلامية هو جزء لا يتجزأ من نظام الإسلام الشامل الذي يتضمن تنظيمًا كاملاً لكل جوانب الحياة. فالبنوك الإسلامية تركز الاهتمام على تنمية القيم الروحية وتحقيق العدالة وتعظيم العائد الاجتماعي. وقد وضح ذلك جلياً في منحها الائتمان الاستهلاكي المزمكي.

ومن أهم التحديات التي تواجه البنوك الإسلامية هي البيئة التي تعيش فيها والتي تتمثل في عدة جوانب عقيدية وسياسية وقانونية واقتصادية واجتماعية وحضارية ، فالبنك الإسلامي الذي يعيش في بيئة غير متجاوبة مع بنك إسلامي سيعاني من حرب معلنة وغير معلنة تتمثل في شكل قوانين أو تشريعات مصرفية غير متفهمة لطبيعته ومتطلباته أو في صعوبات أخرى تقعده عن الانطلاق^(١).

(١) انظر: د/ سيد الهواري - إدارة البنوك - مكتبة عين شمس سنة ١٩٨٥ ص ٣١٢ ، ٣١٣ .

المبحث الثاني واقع المستهلك

أولاً : الحاجات المتعددة:

لا شك أن المستهلك يرغب في إشباع حاجاته المتعددة من خلال حصوله على الأشياء في صورة سلع أو خدمات ، والحاجات الاستهلاكية مختلفة ومتعددة : فمنها ما ينبع من داخل المستهلك وتكوينه البيولوجي حيث عرف بنفسه الأشياء المادية وغير المادية التي تحقق الاحساس بالإشباع منها مثل الماء والهواء والطعام وغيره. ومنها ما تولدت لدى المستهلك بفعل الظروف الخارجية التي تحيط به ، فمثلاً الإعلان عن سلعة معينة يعمل على توليد الرغبة والحاجة للإشباع منها وهنا نلاحظ أنه بدون الإعلان لم تكن هناك رغبة في إشباع هذه السلعة ومن خلال الإعلان فقد تم توليد الرغبة في إشباع هذه السلعة.

والحاجات الاستهلاكية المختلفة والمتعددة تتميز بعدة خصائص أهمها ما يلي^(١)

التعدد والانقسام: الحاجات الاستهلاكية متعددة حتى أن رغبات المستهلك قد تكون متعددة في خلال اللحظة الواحدة ، وكذلك الحاجة الواحدة متعددة أيضاً فمثلاً الحاجة إلى الطعام متعددة بتنوع أصنافه والحاجة إلى الملابس متعددة بتعدد استخداماته وأنواع كل استخدام على حدة ووقت الاستخدام ومناسبته. وكما ان الحاجات متعددة فإنها قابلة للانقسام فيمكن للمستهلك أن يقوم بإشباع حاجاته جزئياً وبدرجات متفاوتة فمثلاً حاجة الإنسان إلى المأوى تخف حدتها قليلاً لو وجد وحدة سكنية صغيرة وإن لم تشبع كل حاجته في اقتناء وحدة سكنية كبيرة.

(١) انظر : د / خلاف عبد الجابر خلاف - مدخل للدراسات الاقتصادية الإسلامية - معهد الدراسات الإسلامية سنة ١٩٩٩ من ص ١٧ حتى ص ٢٣.

- **التنافس والتكامل:** نتيجة لتعدد رغبات المستهلك في إشباع حاجاته فإن هناك تنافساً بين الحاجات من زاوية وسائل إشباعها فمثلاً عندما تحتاج قدحاً من الشاي فإن السكر يساهم في إعداده. كما أن للسكر استخدامات أخرى مثل المساهمة في اعداد قطعة حلوى أو قدح من القهوة. وهنا تكون المفاضلة للمستهلك في إشباع حاجة دون أخرى. ولما كانت الحاجات غير مستقلة عن بعضها البعض فإنه من الممكن ملاحظة وجود تكامل للحاجات لا يمكن إشباع حاجتان بوسيلة معينة إلا عن طريق إشباعنا من حاجات أخرى تكمل بعضها البعض لتسهم في اعداد هذه الوسيلة فمثلاً عندما نشبع حاجتنا بقدح من الشاي يلزم حصولنا على السكر والماء والوقود.
- **التكرار والتطور:** يشعر المستهلك بتكرار الاحساس بالحاجات اللازمة لحياته فالحاجة إلى الطعام تتكرر مرات كثيرة يومياً والحاجة إلى الملابس تتكرر عند تغير فصول السنة والحاجات الاستهلاكية تتطور عبر الزمن فهي لا تبقى على حال واحد. فالحاجات في وقتنا الحاضر تختلف عن زمن مضى ، وخاصة تطور الحاجات تؤثر في الميل الاستهلاكي في نفوس البشر لعدد هائل من الأشياء عن طريق الإعلام والمسابقات والجوائز. مما يرسب الحاجة إلى الوسيلة المستحدثة لإشباعها في ضمير المستهلك حتى ولو كان المستحدث سطحيًا^(١).
- **المادية وغير المادية:** وأخيراً من خصائص الحاجات الاستهلاكية أن يكون الاحساس منصباً على أشياء مادية كالطعام والماء وغيره ، وهذه المجموعة المادية تمثل اغلب الحاجات إلا أن هناك أشياء غير مادية يحس المستهلك بالحاجة إليها وإن استلزمت أشياء مادية لإشباعها مثل التفكير والصدقة

(١) د/ خلاف عبد الجابر خلاف - مرجع سابق ص ٢٠

والعبادة وغيرها. ومن الملاحظ أن الحاجات المادية قد تختلط في إشباعها بالوسائل غير المادية مثل المنهج المصرفي الجيد فإنه يحتاج إلى خدمة جيدة. والحاجات التي يحس بها المستهلك لانهاية ومتعددة وهي تتنوع بحسب أهميتها كالتالي^(١):

أ - حاجات ضرورية: وهي الحاجات التي تلزم لحفظ الدين والنفس والمال والنسل والعقل.

ب - حاجات حاجية: وهي الحاجات التي تؤدي إلى التوسعة ورفع الضيق المؤدى في الغالب إلى الحرج والمشقة.

ج - حاجات تحسينية: وهي الحاجات التي يكون الأخذ بها بما يليق من محاسن العادات وتجنب المدنسات التي تأنفها العقول الراجحات.

وهذا التقسيم للحاجات إنما يختلف باختلاف الزمان والمكان ، فما كان يعد من الأمور الحاجية في وقت ما قد يعد من الأمور الضرورية في وقت آخر.

ثانياً: اللجوء إلى الاقتراض :

إن رغبة المستهلك في إشباع حاجاته المتعددة لا بد وأن تقترن بالقدرة لكي يتم استحوازه لتلك الحاجات، وهذه القدرة تتمثل في النقود التي يستطيع المستهلك بواسطتها التمكن من شراء ما يحتاجه من سلع وخدمات متنوعة.

والمستهلك يمكن إشباع حاجاته بواسطة النقود التي يمتلكها أو بواسطة النقود التي يقرضها من الغير ، فحينما لا يستطيع المستهلك إشباع رغباته في وقت ما لعدم

(١) انظر: الإمام الشاطبي - الموافقات في أصول الأحكام - الجزء الثاني تحقيق محيي الدين عبد الحميد مكتبة ومطبعة محمد علي صبيح وأولاده سنة ١٩٦٩ ص ٣ - ٩.

وفاء أمواله الخاصة بشراء احتياجاته فإنه يلجأ إلى الاقتراض من الغير سواء كان هذا الاقتراض من الأشخاص أو المؤسسات المصرفية.

والإسلام يدعو المسلم بأن يعتمد على نفسه ولا يلجأ إلى الاقتراض من الغير إلا في حالات الضرورة التي تقتضيها ظروفه ويحث على الإنفاق من المال الذي اكتسبه من طريق مشروع حلالاً طيباً. قال تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفَقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ﴾^(١) ومن هذه الآية الكريمة يتضح لنا أن الاستهلاك إنما يكون من الدخل الذي يتمثل في الكسب والخارج من الأرض ولجوء المستهلك للاقتراض من الغير لإشباع حاجاته الضرورية قد يعرضه للاستغلال خاصة إذا كان هذا الاقتراض بفائدة أو كان من أجل شراء سلع من بائعين محتكرين.

ثالثاً : .خطورة الائتمان الاستهلاكي:

إن عملية اتجاه البنوك نحو منح الائتمان الاستهلاكي وتفضيله عن منح الائتمان الاستثماري ترجع إلى قلة مخاطر منح الائتمان الاستهلاكي مع كفاية الضمانات المقدمة من المستهلكين بالإضافة إلى امكانية توسيع قاعدة العملاء من خلال تنويع المنتجات والقروض الاستهلاكية.

ولما كانت البنوك منوطاً بها أن تقوم بدور فعال في توزيع المدخرات على الاستثمارات المختلفة في كافة الأنشطة الاقتصادية لذا يكون من الأهمية بمكان زيادة حجم الإنفاق الاستثماري وتقليل حجم الإنفاق الاستهلاكي خاصة في ظل المجتمعات التي تحتاج إلى مزيد من الاستثمارات والتنمية.

ونريد أن ننوه هنا إلى أن الجهاز المصرفي المصري قد لعب دوراً في تبديد قدر كبير من الموارد المتاحة خاصة في السنوات الأخيرة من القرن العشرين، ففي بداية

(١) سورة البقرة آية رقم ٢٦٧.

الانفتاح خلال فترة السبعينات تلقى الجهاز المصرفي تدفقات متزايدة من الودائع والنقد الأجنبي وتم توجيهها إلى مزيد من الاستيراد وبخاصة لأغراض الاستهلاك بدلاً من توجيهها إلى تنشيط الطاقات الإنتاجية التي توفر احتياجات المواطنين وتساعد على زيادة الصادرات وخلال فترة التسعينات عاد الجهاز المصرفي لبيد المزيد من الموارد عن طريق زيادة الإنفاق الاستهلاكي حيث توسع الجهاز المصرفي في منح الائتمان الاستهلاكي وبخاصة تمويل شراء السيارات وشراء السلع المنزلية المعمرة كالثلاجات والتلفزيونات والغسالات وغيرها ومعظم هذه السلع سلع استهلاكية مستوردة وإذا كان بعضها ينتج محلياً فإن المكون الأجنبي غالباً ما يزيد على ٥٠٪ - ٧٠٪ من تكلفة الإنتاج^(١).

وأن عملية لجوء المستهلك إلى الاقتراض بضمان أصول رأسمالية قد يعرضها إلى التصفية خاصة عند تعثر المستهلك وعدم مقدرة على سداد ديونه ، وبالتالي يفقد المستهلك رأس المال الذي كان يدر له دخلاً يستطيع العيش من خلاله.

والاتجاه نحو توسيع دائرة الائتمان الاستهلاكي بزيادة عدد عملائه من خلال تيسير سبل الحصول عليه يساعد على تحول المجتمع إلى مجتمع استهلاكي بدلاً من مجتمع منتج يعتمد على نفسه في إشباع احتياجاته الاستهلاكية ، وبذلك يعتمد المجتمع على استيراد تلك الاحتياجات الاستهلاكية من المجتمعات الأخرى وهنا تتفاقم مشكلة الاعتماد على الغير والتبعية الاقتصادية !

ولما كان عملاء الائتمان الاستهلاكي هم ذوو الاحتياجات الاستهلاكية الذين يرغبون في إشباع حاجاتهم المتعددة من خلال الاقتراض لذا كان من الواجب النصح والارشاد والتوعية لهم من خلال توفير الإعلان الصادق عن المنتجات المصرفية

(١) انظر د/ مصطفى السعيد - الاقتصاد المصري وتحديات الأوضاع الراهنة - طبعة خاصة تصدرها دار الشروق ضمن مشروع مكتبة الأسرة سنة ٢٠٠٣ ص ٤٦ ، ٤٧.

المختلفة المقدمة لهم من خلال وسائل الإعلام المختلفة وذلك حتى تكون لهم حربة الاختيار بين البدائل المختلفة من تلك المنتجات وإلا تعرضوا لوسائل الغش والخداع.

رابعاً: ضوابط الإنفاق الاستهلاكي في الإسلام:

بعد استعراض أثر الاتساع في تحويل المجتمع إلى مجتمع استهلاكي وجعله غير قادر على إنتاج ما يستهلكه وما يتبع ذلك من آثار سلبية ، فإنه من الضروري إلقاء الضوء على أهم القيم الإسلامية الضابطة لسلوك المستهلك والتي تعمل على حمايته. فالإسلام يدعو الإنسان إلى ترشيد استهلاكه وذلك في جميع حالاته. في اليسر والعسر وفي الفقر والغنى. قال تعالى: ﴿لَيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا﴾^(١). والآية الكريمة تدعو المسلم بأن ينفق بما يتناسب مع دخله وإذا كان دخله قليلاً فلينفق بالقدر الذي يسمح به دخله مع دعوة صاحب الدخل القليل بالتحلي بالصبر والسعي لزيادة دخله.

وبذلك يأخذ الإسلام بيد السلوك الاستهلاكي إلى «الرشد الاستهلاكي» عن طريق مجموعة من الضوابط تمثل فيصلاً في الحكم على رشد السلوك أو غيبه، وهذه الضوابط تتمثل في^(٢):

أ - عدم التقتير ب - عدم الاسراف ج - التوسط والاعتدال

(١) سورة الطلاق آية رقم ٧.

(٢) لمزيد من التوسع انظر: د/ يوسف إبراهيم يوسف . القيم الإسلامية ودورها في ترشيد السلوك الاستهلاكي . مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي . جامعة الأزهر سنة ١٩٩٩ من ص ١٣ : ٢٩.

أ - عدم التقدير:

نهى الإسلام عن التقدير وهو الإنفاق بما يقل عن الحجم اللازم لضروريات الحياة. والذي يجعل الإنسان شحيحاً على الرغم من قدرته على إشباع تلك الحاجات، وقد جاء النهي صريحاً عن التقدير في قوله تعالى ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ﴾^(١).

ولما كان التقدير يؤدي إلى نقص الطلب على السلع والخدمات والاتجاه نحو ظهور الكساد في المجتمع وما يلحقه من أضرار فإن الإنفاق بما يزيد عن الحجم اللازم لضروريات الحياة يصبح ضرورياً لكي يستقيم حال المجتمع ، بيد أن هذا الحجم من الإنفاق الاستهلاكي يحتاج إلى ضابط آخر هو عدم الإسراف.

ب - عدم الإسراف:

نهى الإسلام عن الإسراف وهو الإنفاق بما يزيد عن الحجم المناسب والذي يجعل الإنسان غير قادر على توزيع دخله على الأغراض المختلفة بما يتناسب وأهمية كل غرض^(٢).

وقد جاء النهي صريحاً في قوله تعالى: ﴿وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ﴾^(٣). ولما كان الإسراف يؤدي إلى زيادة الطلب على السلع والخدمات والاتجاه نحو ظهور التضخم في المجتمع وما يلحق به من أضرار فإن حجم الإنفاق لابد أن يكون له سقف لا يباح تجاوزه لكي يستقيم المجتمع.

(١) سورة الإسراء آية رقم ٢٩

(٢) جعفر الدمشقي - الإشارة إلى محاسن التجارة - مكتبة الكليات الأزهرية سنة ١٣٩٧

هـ ص ٨٢

(٣) سورة الأعراف آية رقم ٣١

ومن هنا كانت دعوة الإسلام إلى ترشيد سلوك المستهلك بالبعد عن كل من التقتير والإسراف والاتجاه نحو الاعتدال في الاستهلاك قال تعالى: ﴿وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا﴾^(٤).

ج - التوسط والاعتدال:

حث الإسلام على التوسط والاعتدال في الاستهلاك فلا يقل حتى يصل إلى التقتير ولا يزيد حتى يصل إلى الإسراف. قال تعالى: ﴿وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ﴾^(١).

وقد بين الرسول ﷺ أن الرشد الاستهلاكي من المنجيات وأن البعد عنه من المهلكات حيث قال صلى الله عليه وسلم: «ثلاث منجيات وثلاث مهلكات. فأما المنجيات فالعدل في الرضا والغضب ، وخشية الله في السر والعلن ، والقصد في الغنى والفقر ، وأما المهلكات : فشح مطاع ، وهوى متبع ، واعجاب المرء بنفسه»^(٢). والمقصود بالقصد في الغنى والفقر هو الرشد الاستهلاكي والمقصود بالشح المطاع هو الحالة النفسية التي تقتضي المنع والبخل والتقتير.

وبدراسة سلوك المستهلك عندما يلجأ إلى الاقتراض فإنه يفضل الإنفاق الاستهلاكي الحالي على الإنفاق الاستهلاكي في المستقبل وبالتالي سيزداد الطلب على السلع والخدمات بشكل يفوق الإنتاج فيختل التوازن بين الإنتاج والاستهلاك لحساب الاستهلاك فتتففع الأسعار على جميع المستويات ويقع المجتمع في براثن

(١) سورة الفرقان آية رقم ٦٧

(٢) سورة الإسراء آية رقم ٢٩

(٣) رواه الطبراني.

التضخم ، ويرى بعض الاقتصاديين علاج هذه الظاهرة من خلال زيادة سعر الفائدة على القروض والذي يؤدي إلى انخفاض الطلب على الاقتراض وبالتالي سينخفض الطلب على السلع والخدمات الأمر الذي يؤدي إلى اختلال التوازن بين الإنتاج والاستهلاك لحساب الإنتاج الذي لا يجد ما يدعوه إلى التوسع في زيادة الطاقات الإنتاجية ويزداد المجتمع في هاوية الكساد وبالتالي سيكون علاج هذه الظاهرة من خلال تخفيض سعر الفائدة على القروض والذي يؤدي إلى زيادة الطلب على الاقتراض وهكذا يتجه المجتمع تارة إلى التضخم وتارة إلى الكساد^(١).

ومما سبق نرى أن الامثلية في تحديد سعر الفائدة هو ن يصبح مساوياً للصفر لأن ذلك سيجعل المقرض في حالة استقرار غير متأثر بارتفاع سعر الفائدة أو انخفاضها وبالتالي ستكون هناك حالة من الرشد الائتماني التي تجعل المقرض يطلب الحجم الائتماني الذي يفي باحتياجاته وبما يحقق هدفه مع قدرته على الوفاء به.

وأن الدعوة إلى الرشد في طلب الائتمان الاستهلاكي إنما جاءت لحماية المستهلك من ارتفاع أسعار السلع والخدمات وحمايته أيضاً من الوقوع في البطالة لاسيما في حالات الكساد وعدم قدرة الإنتاج على الوفاء بمحاجات المستهلك.

(١) انظر: د / محمد سلطان أبو علي، د/ هناء خير الدين - الأسعار وتخصيص الموارد - بدون ناشر سنة ١٩٩١ من ص : ١٢٣ : ١٢٧

الفصل الثاني

الائتمان الاستهلاكي

المبحث الأول

مفهوم وأنواع الائتمان الاستهلاكي

أولاً: مفهوم الائتمان الاستهلاكي

لكي نفهم الائتمان الاستهلاكي لابد أن نفهم أولاً ما هو الائتمان بصفة عامة. فالائتمان في اللغة: اسم حالة الطمأنينة والثقة المتبادلة ، وهو مصدر على وزن افتعال مشتق من الفعل الثلاثي آمن ، ومنه الأمن ، نقيض الخوف والخيانة ومادة الأمن من الإيمان. ويقال : إئتمن زيد فلاناً على الشيء: أى جعله أميناً عليه^(١). والأمن: هو الحافظ الحارس فهو مؤتمن ومؤتمن^(٢). وقيل أيضاً أمان : أى مأمون به ثقة - والتاجر الأمان هو الأمين المؤتمن^(٣). والائتمان بمفهومه الواسع كما يرى بعض الاقتصاديين هو «الوعد بدفع مبلغ من النقود»^(٤).

-
- (١) انظر ابن منظور - لسان العرب - دار بيروت للطباعة والنشر سنة ١٩٥٦ الجزء (١٣) صفحة ٢٢
(٢) انظر المرجع السابق ص ٢١ وانظر المعجم الوسيط - مجمع اللغة العربية ، مطبعة مصر سنة ١٩٦٠ ج ١ ص ٢٢
(٣) انظر : ابن منظور - لسان العرب ص ٢٢
(٤) د/ محمد زكى شافعى - مقدمة فى النقود والبنوك - دار النهضة العربية سنة ١٩٦٤ ص ٣٦

أو هو : التمويل بالنقود وغيرها ممن يملكها إلى من يحسن استخدامها في ميادين النشاط الاقتصادي.

والائتمان يمثل الثقة التي يودعها الدائن (المقرض) في المدين (المقرض) عند منحه قرضاً ، والائتمان بمفهومه الضيق كما يرى بعض الاقتصاديين هو الاقراض النقدي المباشر أو السلعي غير المباشر وبذلك فإن وظيفة الائتمان تنحصر في :

نقل القوى الشرائية من المدخرين إلى المستثمرين والمستهلكين^(٥).

والائتمان الاستهلاكي هو ذلك الائتمان الذي تنحصر وظيفته في نقل القوى الشرائية من المدخرين إلى المستهلكين ويشمل القروض التي تمنح للمستهلكين مثل القروض الشخصية أو القروض بغرض اقتناء وحدات سكنية أو القروض بغرض حيازة سيارات للاستخدام الشخصي الخ.

وهو بذلك يعنى امداد المستهلكين بما يحتاجونه من أموال نقدية أو غير نقدية لإشباع رغباتهم.

ثانياً: أنواع الائتمان الاستهلاكي:

تتفاوت أنواع الائتمان الاستهلاكي من حيث :

١- الأطراف المتعاملة : فيتنوع الائتمان الاستهلاكي إلى :

- ائتمان شخصي: وهو قاصر على تعاملات الأفراد فيما بينهم

- ائتمان مصرفي : وهو خاص بتعامل الافراد مع المصارف

٢- آجال الاستحقاق: فيتنوع الائتمان الاستهلاكي إلى:

- ائتمان قصير الأجل: وهو مدته لا تزيد عن سنة ويمثل الجانب الأكبر من

(١) انظر الشيخ/ عبد الوهاب الزيني - الائتمان في الاقتصاد الإسلامي - بحوث الاقتصاد الإسلامي ط جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - سنة ١٩٨٩ ص ١٥٤.

التسهيلات الائتمانية الاستهلاكية حيث يعتبر من افضل انواع التوظيف لدى البنوك.

- ائتمان متوسط الأجل وهو مدته تتراوح بين سنة وخمس سنوات وهو يتمثل فى القروض الاستهلاكية التى تمنح مرة واحدة للعميل وتتيح له السداد على سنوات بما يتناسب مع دخله بحيث لا تزيد آجالها عن خمس سنوات

٣- الضمانات : فيتنوع الائتمان الاستهلاكي إلى :

- ائتمان بدون ضمان عيني
- ائتمان بضمان شخصي
- ائتمان بضمانات متنوعة مثل القروض بضمان شهادات الاستثمار أو القروض بضمان ودائع لأجل أو بإخطار أو ودائع التوفير.

٤- النقدية وغير النقدية : فيتنوع الائتمان الاستهلاكي إلى:

- ائتمان نقدي وهو يتمثل فى منح القروض فى صورة نقدية للعملاء أو المستهلكين
- ائتمان غير نقدي وهو يتمثل فى منح القروض فى صورة سلع ومنتجات للعملاء أو المستهلكين.

٥- الفردية والجماعية : فيتنوع الائتمان الاستهلاكي إلى :

- ائتمان فردي وهو ما يحصل عليه الفرد من قروض استهلاكية سواء من الأفراد أو المصارف.
- ائتمان جماعي وهو ما يحصل عليه الجماعة من قروض استهلاكية من مصارف الدولة المحلية أو من خلال مصارف الدول الأجنبية.

المبحث الثاني

الائتمان الاستهلاكي في البنوك التقليدية

أولاً: التسهيلات الائتمانية الاستهلاكية :

في ظل المنافسة بين البنوك على تقديم تسهيلات إئتمانية متنوعة تلبي كافة احتياجات العملاء.

فقد اتجهت معظم البنوك نحو تركيز الاهتمام على منح الائتمان الاستهلاكي الذي استحوذ على اهتمام متزايد من قبل البنوك خلال السنوات القليلة الماضية.

ومن أهم التسهيلات الائتمانية الاستهلاكية التي تقدمها البنوك لعملائها المستهلكين القروض الشخصية والتي تستخدم لتمويل الاحتياجات الشخصية والعائلية مثل شراء أجهزة منزلية أو تكاليف الزواج أو العلاج أو مواجهة مصاريف السفر... الخ والقروض بغرض حيازة سيارات للاستخدام الشخصي والبطاقات الائتمانية والتي يمكن بواسطتها شراء سلعة أو الحصول على خدمة على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من الجهة المصدرة للبطاقة والتي تقوم بدورها باستيفاء تلك القيمة من حامل البطاقة. وهناك القروض لإغراض اقتناء وحدات سكنية والقروض الصغيرة وتلك المتناهية في الصغر. ويمكن بيان تلك التسهيلات بإيجاز كما يلي :

● القروض الشخصية:

وهي تمنح مرة واحدة أو في صورة حدود للسحب على المكشوف وهي تكون بغرض تغطية الاحتياجات الشخصية للمستهلك (اغراض الزواج - العلاج - السياحة - شراء سلع معمرة - تشطيب وحدات سكنية ... الخ)

ومن الجدير بالذكر أن الفئات المستهدفة من تلك القروض الممنوحة للمستهلكين هم موظفو الحكومة وقطاع الأعمال العام وشركات القطاع الخاص.

حيث يتم منحهم قروضاً تسدد خلال مدة لا تزيد عن خمس سنوات وعلى أقساط شهرية وذلك بضمان قيام الموظف بتحويل راتبه إلى البنك شهرياً وتحتسب فائدة على هذه القروض بنسبة تبدأ من ٦٪ إلى ٨٪ سنوياً تستقطع مقدماً على كامل قيمة ومدة القرض أو تحتسب بنسبة تبدأ من ٨٪ إلى ١٠٪ سنوياً تسدد شهرياً بالتزامن مع الأقساط أو تحتسب بنسبة تبدأ من ١٢٪ إلى ١٤٪ بطريقة النمر حيث تضاف شهرياً على الرصيد المتبقى في نهاية الشهر.

وجدير بالذكر أن عملية منح مثل هذه النوعية من القروض تم استخدامها كوسيلة للخروج من حالة الركود والعمل على تنشيط الأسواق. ففي عام ٢٠٠٢ قام البنك المركزى المصرى بتمويل مشروع القروض الاستهلاكية والتي منحت من خلال وحدات الجهاز المصرفى تحت إشراف رئيس مجلس الوزراء وذلك عملاً على الخروج من حالة الركود وتنشيط حركة الأسواق وقد قام البنك المركزى بتوفير مبلغ (٨.١ مليار جنيه) لكافة وحدات الجهاز المصرفى بسعر فائدة ٤٪ لمدة عام قابلة للتجديد على أن يعاد اقراضها لعملاء البنوك بسعر فائدة ٦٪ سنوياً دون إضافة رسوم أو عمولات أخرى وقد تم تخصيص هذه القروض لتمويل شراء المنتجات المحلية من المحال المشاركة فى المشروع والتي ستعتمد من قبل البنوك.

وقد كان من المزايا المتوقعة لهذه العملية - كما يرى المؤيدون - أن يكون هناك مردود ايجابي على كل من السوق والمستهلك المصرى من خلال ما يلى:

✽ يعد هذا المشروع بداية مرحلة تهدف إلى التوسع فى هذا النوع من القروض الاستهلاكية مما يؤدى إلى خلق مزيد من الطلب على المنتج المحلى المتميز لاسيما وأن الشركات التى ستشارك فى المشروع يفترض تقديمها لافضل الإنتاج جودة ولأكبر شريحة من المستهلكين .

✽ تنشيط حركة التجارة الداخلية وزيادة سرعة دوران حركة المنتجات المحلية في الأسواق وما ينتج من تشغيل للمصانع الوطنية بكفاءة اقتصادية ودفع حركة النمو الاقتصادي.

✽ مراعاة البعد الاجتماعي بتوفير السيولة للمستهلك المصري بشروط ميسرة فضلاً عما يحققه الرواج الاقتصادي من خلق فرص عمل جديدة.

ومن الملاحظ أن هذه المزايا المتوقعة لم تتحقق وذلك يرجع في رأينا إلى ما يلي:

✽ إن عملية منح القروض الاستهلاكية كانت بسعر فائدة ٦٪ سنوياً وهذا يعد ضرراً على المستهلك لتحمله عبء الفائدة بالإضافة إلى اقتصر التعامل مع شركات ومحال معينة دون غيرها وبما يعبر عن وجود ظاهرة الاحتكار ومساهمة البنوك فيها من خلال التعاقد مع شركات ومحال دون غيرها.

✽ إن تنفيذ هذه العملية جاء متأخراً نظراً لأن حالة الركود قد أثرت في تشغيل بعض المصانع بالكفاءة المطلوبة ، كما أن هذه العملية ساهمت في زيادة الطلب على المنتجات وقد أدى ذلك إلى اختلال بين الإنتاج والاستهلاك لصالح الاستهلاك. وبما يفسر لنا زيادة الأسعار في العام الحالى ٢٠٠٣ وبالطبع هناك عوامل أخرى لكن بلاشك أنها ساهمت في هذه الظاهرة.

✽ أما عن مراعاة البعد الاجتماعي بتوفير السيولة للمستهلك المصري فإن ذلك لم يتحقق لأن مراعاة البعد الاجتماعي يفضل أن يكون من خلال الزكاة أو القروض الحسنة. والبديلان لهما دور فعال في علاج الركود الاقتصادي ، فمن خلال إعادة التوزيع للدخل والثروة ممن يملكون إلى من لا يملكون في المجتمع وهم جمهور المستهلكين سيؤدى ذلك إلى قيام جمهور المستهلكين بشراء ما يحتاجونه من منتجات مختلفة وذلك بدون تحمل عبء سعر الفائدة وستكون لهم حرية الاختيار في الشراء من الشركات أو المحال التي يرغبونها.

• البطاقات الائتمانية:

مع ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها على الصعيد العالمي ، فقد تطورت وسائل ونظم الدفع الإلكترونية ومن أهم هذه الوسائل بطاقات الائتمان. ولقد تعددت تعريف البطاقات الائتمانية^(١) حيث عرفها البعض بأنها «بطاقة بلاستيكية أو ورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة ما - بنك أو شركة استثمار - يذكر فيها اسم العميل الصادرة لصالحه ورقم حسابه. حيث يملك حامل البطاقة تقديم تلك البطاقة للتاجر لتسديد ثمن مشترياته ويقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من الجهة المصدرة التي تقوم بدورها باستيفاء تلك المبالغ من حامل البطاقة».

وقد عرفها البعض الآخر بأنها «بطاقة تمنح بناء على تعاقد خاص بين إحدى الهيئات المالية القائمة على تسهيل الائتمان وبين أحد الأشخاص ، وبموجب هذا التعاقد تقوم هذه الهيئة بفتح اعتماد بمبلغ محدد من المال، فإذا أراد حامل البطاقة شراء سلعة أو الحصول على خدمة من أحد المحال المعتمدة لدى تلك الهيئة المصدرة يقوم بتقديم البطاقة إليه، حيث تقوم الجهة المصدرة بتسوية العملية ثم تسترد مقابلها من حامل البطاقة وفقاً لشروط الاعتماد».

ومن التعاريف السابقة يتضح لنا أن بطاقات الائتمان تتيح للمستهلك بأن يقوم بالشراء من المحال والشركات المعتمدة من الجهة المصدرة للبطاقة وهي بذلك تعد أداة وفاء يقوم بموجبها التاجر بتحصيل القيمة من الجهة المصدرة للبطاقة ثم تقوم الجهة المصدرة للبطاقة باسترداد هذه القيمة من حامل البطاقة «المستهلك».

وجدير بالذكر أن أطراف التعامل في بطاقات الائتمان تتمثل في:

(١) انظر بنك الاسكندرية - النشرة الاقتصادية مرجع سابق ص ٣٣، ٣٤

✽ المركز العالمي للبطاقة: وهو مؤسسة عالمية تتولى إنشاء البطاقة ورعايتها والموافقة على عضوية البنوك في المشاركة في إصدارها وتسوية المستحقات المالية بينها.

✽ مصدر البطاقة :- وهي البنوك المنتشرة في جميع أنحاء العالم .

✽ التاجر: وهو يطلق على الشركات والمحال التي يتفق معها مصدر البطاقة على قبول البيع لحامل البطاقة ثم الرجوع على المصدر بالثمن.

✽ حامل البطاقة: وهو هنا يتمثل في المستهلك الذي يحصل على البطاقة لاستخدامها في الحصول على السلع والخدمات من التجار ثم يقوم بدفع القيمة للبنك المصدر.

ومن أهم أنواع بطاقات الائتمان التي يستخدمها المستهلك في الحصول على السلع والخدمات ويتمتع بواسطتها بميزة ائتمانية تجعله يقوم بسداد القيمة في وقت لاحق هي ما يلي:

أ - بطاقة الخصم الشهري أو الدفع الشهري أو القيد الأجل Charge card:

وهي بطاقة تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة وتتيح لحاملها « المستهلك » فرصة الحصول على السلع والخدمات وكذا عملية السحب النقدي من خلال آلات السحب النقدي أو البنوك ، وهذا النوع لا يتطلب إصداره قيام حاملها بالدفع المسبق للبنك المصدر في صورة حساب جاري وإنما تتم احاسبة معه شهرياً عن طريق ارسال البنك المصدر كشف حساب شهرياً يتضمن تفاصيل المبالغ المستحقة على حامل البطاقة «المستهلك» نتيجة مشترياته من السلع والخدمات من التجار وعلى أن يكون ذلك في حدود الحد الأقصى للبطاقة وهنا تكون فترة الائتمان في هذه البطاقة لا تتجاوز شهراً.

ب - بطاقة الائتمان Credit card:

- وهي بطاقة تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة وتتيح لحاملها «المستهلك» فرصة الحصول على السلع والخدمات مع دفع آجل لقيمتها حيث تقوم الجهة المصدرة للبطاقة بالدفع نيابة عن حامل البطاقة «المستهلك» على أن تحصل هذه المبالغ منه في وقت لاحق بناء على إتفاق مسبق بينهما. وذلك مقابل تقاضى البنك فائدة من حامل البطاقة «المستهلك» على الرصيد المدين المتبقى. ومن خلال التعامل ببطاقات الائتمان توجد عدة مزايا يتمتع بها المستهلك «حامل البطاقة» ومن أهمها ما يلي^(١):
- ❖ تعتبر بطاقة الائتمان أداة سهلة الاستخدام لسداد أثمان السلع الاستهلاكية والخدمات كبديل للنقود أو الشيكات، إذ يسهل حملها كما أنها أكثر أماناً من حمل النقود أو دفاتر الشيكات.
 - ❖ إمكانية الشراء الفوري والدفع الآجل.
 - ❖ يستطيع حامل البطاقة «المستهلك» أن يسحب مبالغ نقدية من أى فرع من فروع البنوك الكبرى في العالم.
 - ❖ أدى انتشار استخدام بطاقات الائتمان في مختلف دول العالم إلى التيسير على المسافرين الذين يزورون أكثر من دولة من خلال أداة دفع واحدة بدلاً من حمل العملات الأجنبية المختلفة.
 - ❖ الحصول على ائتمان قصير الأجل بطريقة سهلة وميسرة ويعد الائتمان الذى يتمتع به حامل البطاقة «المستهلك» هو ائتمان متجدد لكنه فى حدود الفترة المسموح بها.
 - ❖ تجنب حامل البطاقة «المستهلك» الإجراءات المطولة التى تتم عند الشراء الاجل من التجار مباشرة أو عند الاحتياج النقدى من البنك.

(١) انظر بنك الإسكندرية . النشرة الاقتصادية - مرجع سابق ص ٣٧.

وعلى الرغم من الميزات السابقة لبطاقات الائتمان التي توفرها للمستهلك إلا أنه من الممكن أن يتعرض المستهلك لحالات من الغش تضر به وغالباً تتمثل في تزيف بطاقات الائتمان وهما نوعان: تزيف كلي وهو اصطناع كامل للبطاقة عن طريق أجهزة ذات تقنية عالية وتزيف جزئي: وهو تزوير البطاقة عن طريق صهر ما عليها من أرقام نامرة لبطاقات مسروقة أو انتهت فترة صلاحيتها. أو تقليد الشريط المغنط عن طريق محو ما عليه من بيانات وإعادة تشفيره بمعلومات جديدة وصحيحة ومسروقة^(١).

وقد يتعرض المستهلك للنصب من خلال عشور الغير على البطاقة مفقودة أو يستولى عليها بطريق السرقة ويقوم باستخدامها منتحلاً اسماً كاذباً لإجراء عمليات السحب النقدي من حساب صاحب البطاقة «المستهلك».

وجدير بالذكر أن هناك نوعاً من بطاقات الائتمان يسمى البطاقة الذكية Smart card ويتميز هذا النوع من البطاقات بعدة عناصر للحماية ضد عمليات التزوير والتزيف وسوء الاستخدام من جانب الغير في حالة سرقتها أو محاولة تقليدها ومن أهم هذه العناصر نوع اللدائن المستخدمة والشريط المغنط والصورة الفوتوغرافية للعميل والرقم السري وعدم القدرة على فتح الغطاء الخارجي لها.

• القروض بغرض حيازة سيارات للاستخدام الشخصي:

وهي قروض تمنح مرة واحدة لتمويل شراء سيارات للاستخدام الشخصي على أن يتم سدادها خلال فترة غالباً لا تزيد عن ثلاث سنوات تقوم البنوك بالمشاركة في تمويل نسبة كبيرة من قيمة السيارة فمثلاً ٧٠٪ من قيمة السيارة على أن يقوم المستهلك أو طالب القرض بالتمويل الذاتي بنسبة ٣٠٪ من قيمة السيارة ويقوم

(١) انظر: رياض فتح الله بصله - جرائم بطاقة الائتمان - دار الشروق سنة ١٩٩٥ ص ١٠٧ ، ١٠٨

البنك باستقطاع الفائدة مقدماً على كامل قيمة ومدة القرض واحتساب الفائدة بطريقة النمر بحسب الأحوال.

• **القروض بغرض اقتناء وحدات سكنية:**

وهي قروض تمنح مرة واحدة لتمويل شراء واقتناء وحدات سكنية على أن يتم سداده خلال فترة لا تزيد عن ٥ سنوات تقوم البنوك باستقطاع الفائدة مقدماً على كامل قيمة ومدة القرض أو احتساب الفائدة بطريقة النمر بحسب الأحوال.

• **القروض الصغيرة والمتناهية الصغر:**

وهي القروض التي تمنح لمساعدة صغار المنتجين ويتمثل بعضها في القروض التي منحت في إطار الصندوق الاجتماعي للتنمية. وعلى الرغم من كونها لأغراض إنتاجية إلا أن الحاصلين عليها يستهلكون جزءاً كبيراً مما ينتجون ولذا رأى البعض أن تدخل ضمن التسهيلات الائتمانية الاستهلاكية التي تمنح لعملاء الائتمان الاستهلاكي.

ثانياً: الحملات التسويقية لجذب عملاء الائتمان الاستهلاكي:

تشهد الساحة المصرفية تحولات كبيرة في المفاهيم والاستراتيجيات المستخدمة لتسويق الائتمان الاستهلاكي. فالبنوك الآن لم تعد تنتظر أن يأتي العميل إليها وإنما تتوجه إليه أينما كان. والحملات التسويقية لجذب عملاء الائتمان الاستهلاكي تتم من خلال:

❖ شبكة الانترنت: فعن طريق شبكة الانترنت يستطيع المستهلك أن يصل الكمبيوتر الشخصي الموجود بمنزله بالكمبيوتر الرئيسي الموجود بالبنك وهذا التطور يتيح للمستهلك اختيار القروض التي يرغبها والاستفسار عن أية

معلومات يحتاج إليها وتوفر بنوك الانترنت لعملائها الكثير من الوقت والجهد حيث يمكن لهم الاتصال بالبنوك من أى مكان فى العالم وفى أى وقت.

❖ الجرائد والمجلات: وهما من الوسائل التقليدية التى يمكن من خلالها الإعلان عن كافة المنتجات المصرفية والقروض الاستهلاكية التى تعمل على جذب عملاء الائتمان الاستهلاكي.

❖ التلفزيون: فمن خلال جهاز التلفزيون يتم الإعلان عن كافة المنتجات المصرفية والقروض الاستهلاكية بأسلوب يعمل على جذب عملاء الائتمان الاستهلاكي، وإذا كان العميل «المستهلك» مشترك فى التلفزيون الكابلي أو القمر الصناعى حيث يحل التلفزيون محل شاشة الكمبيوتر فيمكنه إنهاء بعض الأعمال المصرفية التى يرغبها واختيار بعض المنتجات المصرفية التى تقدمها البنوك عبر التلفزيون الكابلي أو القمر الصناعى.

❖ التلفزيون المحمول: فمن خلال التلفون المحمول يمكن للعميل «المستهلك» استخدامه فى انجاز العديد من العمليات المصرفية حيث تعتمد خدمة البنك المحمول على تقنية عالية يتم بواسطتها استخدام الانترنت من خلال المحمول حيث يستطيع البنك عرض خدماته المصرفية على عملائه واطاحة الاطلاع على أية معلومات يحتاجها عملائه ويمكن أيضاً للبنك أن يوفر لعملائه بجانب المعاملات المصرفية خدمة الاستفادة من التخفيضات الخاصة التى تمنحها بعض الجهات لعملاء البنك.

❖ الهاتف المصرفي: فمن خلال الهاتف المصرفي يقوم البنك بتقديم العديد من الخدمات للعملاء على مستوى العالم منها على سبيل المثال الإجابة عن الاستفسارات التى يطلبها العميل أو التعاقد على منح القروض الاستهلاكية من خلال التلفون باستخدام تقنيات عالية.

ومن أحدث أنواع الدعاية والإعلان عن المنتجات المصرفية المختلفة ما يقوم به البنك المتنقل وهو عبارة عن عربة متنقلة لها عدة مواقع محددة تنتقل بينها العربة خلال فترة زمنية معينة وتزود بالاتصالات اللازمة التي تجعلها بمثابة فرع للبنك وبذلك يجد المستهلك نفسه أمام كم هائل من الحملات التسويقية لجذب تعاملاته مع البنوك وبالتالي فهو يشعر بنوع من السيادة حينما يختار نوع التسهيلات الائتمانية الاستهلاكية التي يرغبها وعلى الرغم من ذلك فإنه قد يتعرض للإعلانات الخادعة التي يجذب إليها ثم يكتشف بعد ذلك أنها على غير الحقيقة.

المبحث الثالث

الائتمان الاستهلاكي في البنوك الإسلامية

أولاً: الضوابط الشرعية لمنح الائتمان الاستهلاكي:

إن عملية منح الائتمان الاستهلاكي التي تقوم بها البنوك الإسلامية تخضع لأحكام الشريعة الإسلامية شأنها في ذلك شأن باقي العمليات المصرفية التي تمارسها البنوك الإسلامية وهي تخضع لمجموعة من الضوابط الشرعية أهمها ما يلي:

١- العقيدة الإسلامية:

فلا بد أن تخضع عملية الائتمان الاستهلاكي لضابط العقيدة لان الإيمان بالله عز وجل يجعل الإنسان يتحرر من العبودية لغير الله فلا يخضع لذل الغير أو ذل الحاجة والإيمان بالله عز وجل يجعل الإنسان مطمئناً بأن الرزق بيد الله فلا يلجأ إلى الأساليب الملتوية للحصول على الرزق ، والإيمان بالله عز وجل يجعل الإنسان في معية الله فيكون رقيباً على نفسه محاسباً لها ومتبعاً لمنهج الله في جميع تصرفاته وفقاً للشريعة التي ارتضاها ربه ، فإذا ابتعد عنها وخرج على منهج الله سيكون مآله إلى الشقاء في الدنيا والآخره فقد قال الله تعالى: ﴿وَمَنْ أَغْرَضَ عَنْ ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا وَنَحْشُرُهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ أَعْمَى﴾^(١).

وأن إيمان الإنسان بانه خليفة الله في أرضه يجعله ملتزماً بتعاليم الله فلا يكسب مالاً إلا من طريق حلال ولا يأكل أموال الناس بالباطل وأن يتق الله في جميع تصرفاته وأن يأمر بالمعروف وينهى عن المنكر لأن استخلاف الله للإنسان في هذه الأرض إنما لنشر الخير فيها وعمارتها.

(١) سورة طه ، آية رقم ١٢٤ .

والعقيدة الإسلامية ينبثق منها سائر الضوابط الشرعية التي تحكم جميع تصرفات الإنسان وتجعله يسير وفق منهج الله.

٢- ضوابط القواعد الكلية:

تستمد عملية منح الائتمان الاستهلاكي في البنوك الإسلامية سياستها من خلال الالتزام بمجموعة من القواعد التي حددها معظم فقهاء المسلمين ومن أهمها مايلي^(١):

❖ قاعدة الأمور بمقاصدها:

وهي تعني أن الأعمال والأقوال إنما تقاس بالنوايا وأصل هذه القاعدة يرجع إلى ما رواه البخاري ومسلم عن عمر بن الخطاب رضي الله عنه قال: قال رسول الله ﷺ: «إنما الأعمال بالنيات وإنما لكل امرئ ما نوى...».

والقصد في الأعمال له أهمية كبرى فمثلاً يكون العقد صحيحاً إذا كان القصد من إبرامه قصداً مشروعاً ويكون العقد باطلاً إذا كان القصد منه غير مشروع.

❖ قاعدة التيسير ورفع الحرج:

وهي تعني أن الأحكام الشرعية في مقدور المكلف فيقوم بها من غير عسر أو حرج وبدون مشقة وأصل هذه القاعدة يرجع إلى قول الله عز وجل: ﴿لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا﴾^(٢) وقوله تعالى: ﴿وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ﴾^(٣).

وفي مجال المعاملات نجد الاباحة هي الأصل ولم توضع القيود إلا في المعاملات التي تؤدي إلى أكل أموال الناس بالباطل.

(١) انظر د/ الغريب ناصر - ضوابط وأساليب التمويل المصرفي الإسلامي - الدورة رقم

(٣) لسنة ٢٠٠١ برنامج ضوابط وصيغ التوظيف الإسلامي للبنوك الإسلامية -

بنك مصر من ص ٤ : ٨ .

(٢) سورة البقرة آية رقم ٢٨٦ .

(٣) سورة الحج آية رقم ٧٨ .

❖ قاعدة الضرر يزال:

وهي تعنى حرص الشريعة الإسلامية على رفع الضرر عن الأفراد والجماعات وأصل القاعدة يرجع إلى ما روى عن ابن عباس رضى الله عنهما أن رسول الله ﷺ قال: «لا ضرر ولا ضرار...» وهناك من الضروريات ما يبيح الخطورات مثل الإجازة للمضطر بأن يأكل ميتة والإجازة للمعتدى عليه بأن يدافع عن نفسه، وعلى الرغم من أن الضرورات تبيح الخطورات فهذه القاعدة ليست على طلاقها ولكنها مقيدة بأن الضرورات تقدر بقدرها بمعنى أنه لا يجوز للمضطر أن يتناول المحرمات إلا بالقدر اللازم لانقاذ نفسه من الهلاك كما لا يجوز للمعتدى عليه أن يتجاوز القدر اللازم لرد العدوان.

❖ قاعدة الغنم بالغرم:

وهي تعنى أن الحق في الحصول على النفع أو الكسب يكون بقدر تحمل المشقة والتكاليف وهذه القاعدة أهمية كبيرة في المعاملات المصرفية الإسلامية حيث تؤثر في أمرين:

الأول: أن يحصل المصرف على ربح أو عائد أو عوض من حيث الأصل.
الثاني: تحديد النسبة أو المقدار أو القيمة التي يحصل عليها^(١).

❖ قاعدة العادة محكمة:

وهي تعنى أن العرف وما اعتاد عليه الناس في مكان معين وزمان معين لفعل معين يكون أحد المصادر الممكنة للحكم في الواقعة وذلك إذا انعدم وجود مصدر أقوى منه من ناحية التشريع حيث لا يوجد نص من قرآن أو من سنة ولا يوجد إجماع ويصعب مع الواقعة الجديدة تطبيق قواعد القياس، وقد أخذ دليله من قول النبي ﷺ:

(١) د / الغريب ناصر - ضوابط وأساليب التمويل المصرفي الإسلامي - مرجع سابق ص ٨.

«ما رآه المسلمون حسناً فهو عند الله أمر حسن» وقد اشترط الفقهاء له شروطاً منها:
أن يكون العرف شائعاً وغالباً وأن لا يكون مخالفاً لنص من الكتاب والسنة أو حكماً
فيه إجماع ومن أمثلة المنكرات التي شاعت وقد يتصور البعض أنها أصبحت عرفاً
محكماً: المعاملات الربوية وتعاطي المسكرات في المحلات الخاصة وانتشار محلات اللهو
المخالف لحدود الشرع وغير ذلك.

وبالتالي فإن هناك عرفاً فاسداً لا يؤخذ به وهناك عرف صحيح يؤخذ به ويعتبر
من أصول الشرع.

ثانياً: الائتمان الاستهلاكي المربح:

تتميز أغلب طرق التمويل الإسلامية بأنها تقوم على ضرورة استخدام المال في
النشاط الاقتصادي وتهتم بتعظيم تنمية الاستثمارات في المجتمع وهذا هو هدفها.

وأما عن عملية منح الائتمان الاستهلاكي المربح في البنوك الإسلامية فهي ترجع
إلى دور هذه البنوك في تنشيط حركة الاستهلاك في المجتمع والعمل على التوازن مع
حركة الإنتاج. وبالتالي فإن البنوك الإسلامية تقوم بمنح الائتمان الاستهلاكي لكنها لا
تحب التوسع في منحه وذلك لتفضيلها التوسع في منح الائتمان الاستثماري الذي
يعمل على تنمية المجتمع، ولعل ذلك يرجع إلى اهتمام البنوك الإسلامية بتعظيم العائد
الاجتماعي وليس مجرد الحصول على الأرباح حيث لا تتعامل بالفائدة أخذاً أو عطاءً.
والائتمان الاستهلاكي الذي تمنحه البنوك الإسلامية وتريح منه ينطوي على عدة
أسس أهمها ما يلي^(١):

(١) انظر د/ محمد عبد الحليم عمر - مقدمة في طرق التمويل الإسلامية - الدورة رقم (٣) لسنة ٢٠٠١ «برنامج ضوابط وصيغ التوظيف الإسلامي للبنوك الإسلامية»
بنك مصر ص ٣٩ ، ٤٠ .

- ❖ عدم انطواء عملية منح الائتمان الاستهلاكي على أية معاملات ربوية تؤدي إلى أكل أموال الناس بالباطل.
- ❖ عدم انطواء عملية منح الائتمان الاستهلاكي على استخدام الأموال في سلع محرمة أو ممارسة الغش والاحتكار وغيرها من الصور المحرمة شرعاً.
- ❖ الالتزام بأحكام الشريعة الإسلامية الخاصة بالعقود وذلك عند التعاقد.
- ❖ الالتزام في استخدام الأموال بالقيم الإسلامية في مجال المعاملات الإسلامية مثل الصدق والسماحة والأمانة.
- ❖ التركيز على منح الائتمان الاستهلاكي حسب الأنفع والأصلح للمجتمع مع ترتيب الأولويات الشرعية بين كل من الضروريات والحاجيات والتحسينات.
- وتتنوع صيغ منح الائتمان الاستهلاكي المربح في البنوك الإسلامية كما يلي:

• المراجعة:

ويقصد بالمراجعة بيع السلعة بالثمن الذي تم شراؤه مع زيادة ربح معلوم. والبنوك الإسلامية تقوم بتطبيق المراجعة في صورتين: الأولى هي أن يكون لدى البنك بضاعة سبق شراؤها أو آلت إلى البنك ضماناً لأحد العملاء ممطالاً في السداد ... إلى غير ذلك. وهي صورة قليلة الحدوث في الواقع العملي. والثانية: هي صورة المراجعة للأمر بالشراء وهي الصورة الأكثر شيوعاً حيث يتقدم العميل «المستهلك» إلى البنك يطلب الشراء مراجعة متضمنة بياناته الأساسية ومواصفات البضاعة المطلوب شراؤها؛ وإذا كان هناك مورد معين يريد الشراء منه يذكر بياناته ويمكن أيضاً تقديم الفاتورة الأساسية أو بيان الأسعار وقيمة البضاعة، ثم يقوم البنك بدراسة وفحص طلب العميل «المستهلك» ومدى تمثيه مع السياسة العامة للبنك؛ وفي حالة الاتفاق يتم إبرام عقد مواعدة يلتزم فيه البنك باحضار السلعة المطلوبة وبيعها للعميل ويلتزم العميل بشرائها بعد تملك البنك لها مع دفع مبلغ للبنك للجديفة والضمان استمراره في تنفيذ العملية ثم يقوم بعد ذلك البنك بشراء السلعة التي تم المواعدة عليها وبعد تملك

البنك لها يقوم بعرضها على العميل «المستهلك» وللعميل «المستهلك» حينئذ أن يشتري السلعة طالما كانت حسب المواصفات والشروط المتفق عليها لأن البنك مسئول عن تلف السلعة بعد الشراء وقبل التسليم ولا يحمل ذلك على العميل «المستهلك» ثم بعد ذلك يتم إبرام عقد البيع مراجعة مع العميل «المستهلك» ومن الملاحظ أن عمليات المراجعة التي تتم بالبنوك الإسلامية تعمل على حماية المستهلك وتقديم الخدمات له وذلك بمساعدته على الشراء بمعرفة البنك وهنا يستفيد المستهلك من خبرة البنك في الشراء لأن البنك يستطيع أن يشتري من أكثر من مصدر وبسعر أقل قد لا يحصل عليه المستهلك لو اشترى بنفسه، وفي ظل عملية المراجعة تقل المخاطر على المستهلك «المشتري» وذلك لتحمل البنك مسؤولية هلاك السلعة منذ شرائها وحتى تسليمها للمستهلك «المشتري» مراجعة، وهذه المخاطر أقل بكثير مما لو تعامل المستهلك مع بنك غير إسلامي واقترض المبلغ وتولى بنفسه الشراء، وعلى الرغم من وجود التأمين على البضاعة فإن هذا التأمين قد لا يغطي بعض المخاطر خاصة في ظل العمليات الاستيرادية التي تتعرض لعمليات النصب والاحتيال من الموردين^(١).

• الاستصناع :

يقصد به عقد على مبيع في الذمة شرط فيه العمل وعقد الاستصناع يتكون من ثلاثة هم:

المستصنع وهو الشخص المشتري، والصانع وهو البائع، والشيء المستصنع وهو المبيع.

والبنوك الإسلامية تقوم بالتمويل بالاستصناع وذلك بأن يتقدم العميل «المستهلك» بطلب استصناع متضمناً فيه بياناته الأساسية ونوع العملية والتمويل

(١) انظر د/ محمد عبد الحليم عمر - مقدمة في طرق التمويل الإسلامي - مرجع سابق ص ٤٦ ، ٤٧.

المطلوب ويمكن أن يشتمل الطلب على تحديد الصانع الثاني، فمثلاً إذا أراد المستهلك أن يشتري وحدة سكنية فيمكن أن يطلب ذلك من البنك ويمكن تحديد المقاول لو رغب في ذلك ثم بعد ذلك يقوم البنك بدراسة وفحص طلب العميل «المستهلك» ومدى تمثيه مع السياسة العامة للبنك، وفي حالة الاتفاق يتم إبرام عقد الاستصناع. وفي عقد الاستصناع لا يشترط أن يقوم البنك بتصنيع السلعة بنفسه ولكن يمكن أن يبرم عقد استصناع موازي للعقد الأول مع الصانع المختص ويربح البنك من خلال الفرق بين الثمن الذي دفعه إلى الصانع «الأقل» والثمن الذي تعاقد به مع المستصنع «الأكثر» ومن الملاحظ أن الاستصناع على قدر ما يفيد المستهلك فإنه يؤدي دوره في توجيه نحو إنتاج السلع والعمل على تنشيط الأسواق، والتعامل مع البنك بطريق الاستصناع يعمل على حماية المستهلك خاصة في ضمان البنك لأية مخاطر تحدث مثل ارتفاع الأسعار بين العقد الأول والثاني، وضمان تسليم المبيع حتى لو لم يقيم الصانع الثاني بتنفيذ عقده مع البنك.

• الإجارة:

يقصد بها عقد تمليك منفعة عين مقابل أجرة لمدة معينة وعقد الإجارة يتكون من ثلاثة هم:

المؤجر وهو مالك العين بائع المنفعة منها، المستأجر: وهو مشتري المنفعة «المستهلك» ومنفعة العين محل العقد والتي في مقابلها يقوم المستأجر بدفع العوض عنها.

والبنوك الإسلامية لا تقوم باقتناء الأصول وعرضها للتأجير وإنما يكون من المناسب لها أن يقوم العميل «المستهلك» بطلب إلى البنك لاستئجار عين يصفها له متضمناً منه بياناته الأساسية ونوع الإيجار المطلوب والعين المطلوبة والمورد أو الصانع ثم بعد ذلك يقوم البنك بدراسة وفحص طلب العميل «المستهلك» ومدى تمثيه مع السياسة العامة للبنك وفي حالة الاتفاق يقوم البنك بالعمل على اقتناء العين المطلوبة

وذلك من خلال التعاقد مع المورد أو الصانع ويمكن للعميل «المستهلك» الاشتراك لمعاينة العين المطلوبة والتأكد من سلامة المواصفات. وهنا يجب التزام البنك بتملك العين أولاً ثم بعد ذلك يتم إبرام عقد الإجارة مع المستأجر «المستهلك» ونود الإشارة إلى أن هناك نوعين من عقد الإجارة وهما: إجارة تشغيل: وفيها يسترد المؤجر العين من المستأجر في نهاية المدة المحددة، وإجارة تمويل: وفيها يمتلك المستأجر العين في نهاية المدة المحددة.

وعلى الرغم من أن عمليات التأجير قليلة التطبيق في البنوك الإسلامية إلا أنها تتيح للمستهلك الاستفادة من العين المؤجرة وذلك بالإيجار بدلاً من التملك والذي يستلزم دفع أموال كبيرة هو في حاجة إلى استخدامها في مجال آخر أكثر نفعاً له.

• السلم:

يقصد به بيع سلعة مؤجلاً مع دفع الثمن مقدماً وعقد السلم يتكون من ثلاثة هم:

المسلم وهو المشتري ، والمسلم إليه وهو البائع ، والمسلم فيه وهو السلعة. والبنوك الإسلامية تفضل التمويل بالسلم للمنتفعين وذلك تشجيعاً لهم ومساعدتهم في تحقيق ربح مناسب وفي حالة التمويل بالسلم لصغار المنتجين الذين يستهلكون جزءاً كبيراً مما ينتجون فهو بذلك يعد أيضاً تمويلاً للاستهلاك ، كما يمكن أن يكون تمويلاً للاستهلاك في حالة شراء البنك سلماً طويلاً حيث يمكن للبنك بيع سلم موازى للمستهلكين قبل قبض المسلم فيه وذلك يساعد البنك على توفير السيولة.

ومن الأفضل أن يتم الإبقاء على السلم كوسيلة تمويل ذاتية ابتدائية لصغار المنتجين وعدم التعامل في السوق الثانوى بتكرار التعامل في العملية سلماً سواء بواسطة اتفاقيات أو صكوك وإلا تحولت العملية إلى مضاربة على فروق الأسعار مما

يؤدي إلى ارتفاع أسعار السلع في المجتمع مقابل عمليات وهمية لا تضيف إلى النشاط الاقتصادي شيئاً^(١) وبذلك فإن السلم يعتبر وسيلة فعالة في تحويل العديد من جمهور المستهلكين إلى منتجين صغار قادرين على إنتاج ما يستهلكونه.

ثالثاً: الائتمان الاستهلاكي المزكي:

تتميز البنوك الإسلامية عن غيرها من البنوك بأنها ليست محالاً للعمل المصرفي فقط وإنما لها دورها الاجتماعي الذي يحقق الضمان والتكافل الاجتماعي ، وذلك من خلال قيامها بجمع الزكاة وصرفها في مصارفها الشرعية ومنح القروض الحسنة بلا فوائد ولا أية أعباء للمحتاجين من الأفراد المسلمين لاعانتهم على مواجهة الأزمات المالية التي يتعرضون لها.

• الزكاة :

إن الزكاة فريضة إسلامية تعالج مشكلات كثيرة اقتصادية واجتماعية ، وهي وسيلة الإسلام في تحقيق الضمان الاجتماعي وأن قيام البنوك الإسلامية بجمع الزكاة وصرفها في مصارفها الشرعية ضرورة واجبة للتكافل الاجتماعي الإسلامي، فالبنوك الإسلامية كما تهدف إلى تحقيق التنمية الاقتصادية تهدف أيضاً إلى تحقيق التنمية النفسية والاجتماعية وهذا ما يميزها عن البنوك الأخرى.

ولقد بين لنا القرآن الكريم الزكاة كائتمان مجازي مستحب حيث قال تعالى: ﴿وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوَا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْغَفُونَ﴾^(١) ومن الآية الكريمة يتضح لنا المقابلة بين ائتمانين: ائتمان ربوي مستكره، والزكاة كائتمان مجازي مستحب، وفي كلتا الحالتين مال ينفق

(١) انظر: د / محمد عبد الحليم عمر - مقدمة في طرق التمويل الإسلامية - مرجع سابق ص ٨٣.

(٢) سورة الروم آية رقم ٣٩.

إلى أجل ما بغية النماء والزيادة، إما نماء الأول فدينوى ربوى يبغضه الله تعالى ، بينما نماء الثانى أخروى يباركه الله تعالى فيضاعفه إلى أضعاف كثيرة بما يسوقه إلى فاعله من نعم فى الدنيا بالإضافة إلى حسن ثواب الآخرة^(١).

• القرض الحسن :

جاء ذكر القرض الحسن فى القرآن الكريم بمعنى الإنفاق فى سبيل الله ، قال تعالى: ﴿مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً﴾^(٢) وهو هنا يعتبر فى ذمة الله كالقرض فى ذمة المقرض ، وائتمان بين العبد وربّه ، ولقد شبه الله تعالى الغنى الحميد عطاء المؤمن فى الدنيا بما يرجو ثوابه فى الآخرة بالقرض^(٣). ولقد حث النبى ﷺ على منح القرض الحسن لما فيه من الثواب العظيم لتفريجه عن المسلم وسد حاجته قال رسول الله ﷺ: «ما من مسلم يقرض قرضاً مرة إلا كان كصدقة مرتين»^(٤) وقد روى عن رسول الله ﷺ أنه قال: «رأيت ليلة أسرى بى على باب الجنة مكتوب: الصدقة بعشر أمثالها والقرض بثمانية عشر. فقلت لجبريل: ما بال القرض أفضل من الصدقة ؟ قال: لأن السائل يسأل وعنده، والمستقرض لا يستقرض إلا من حاجة»^(٥) ولعل خير دليل على مساهمة البنوك الإسلامية فى حماية المستهلك هو قيامها بمنح القروض الحسنة للمستهلكين وعدم استغلالهم وتحميلهم بعبء الفائدة

(١) انظر: سيد قطب . فى ظلال القرآن . دار الشروق . المجلد الخامس . الطبعة الرابعة ١٩٧٧ ص ٣٧٧١ ، ٣٧٧٣ .

(٢) سورة البقرة آية رقم ٢٤٥ .

(٣) انظر : الشيخ عبد الوهاب الزينى - الائتمان فى الاقتصاد الإسلامى مرجع سابق ص ١٩٥ ، ١٩٦ .

(٤) رواه ابن ماجة وابن حبان والبيهقى .

(٥) رواه ابن ماجة والبيهقى .

مثل البنوك الأخرى ، وبذلك تعمل على مساعدتهم في اجتياز ضوائقهم المالية وبما يتيح لهم فرصة الحصول على عمل يؤدي إلى إنتاج ما يستهلكونه.

ومن آداب المعاملات الائتمانية في الإسلام والتي من الواجب تطبيقها في البنوك الإسلامية حسن التقاضي وعدم التضيق على المدين بالمطالبة لما ورد عن النبي ﷺ أنه قال: «رحم الله عبداً سمحاً إذا باع، سمحاً إذا اشترى، سمحاً إذا اقتضى»^(١) ومن حسن التقاضي أيضاً إمهال المدين المعسر إلى وقت يساره دون تقاضى أى زيادة في الدين نظير الأجل، بل التجاوز كذلك عن بعض الدين أو وضعه كله عن كاهل المدين تخفيفاً وإحساناً إليه ، وذلك أفضل من الإمهال والانظار ثواباً عند الله^(٢) ويتضح ذلك في قوله تعالى: ﴿وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ وَأَنْ تَصَدَّقُوا خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾^(٣).

رابعاً: الحملات التسويقية لجذب عملاء الائتمان الاستهلاكي:

نظراً لأهمية الدور الذي تؤديه البنوك الإسلامية في تلبية احتياجات عملاء الائتمان الاستهلاكي وذلك من خلال منح الائتمان الاستهلاكي المربح والائتمان الاستهلاكي المزكي، فإنه يكون من الضروري القيام بعمل حملات تسويقية لجذب عملاء الائتمان الاستهلاكي وعلى الرغم من الجهود المبذولة إلا أن الأمر يحتاج إلى مزيد من هذه الحملات وذلك عبر وسائل الإعلان التقليدية (الجرائد - المجلات - التلفزيون - ... الخ) بالإضافة إلى ضرورة التواجد على شبكات الإنترنت والإعلان عن كافة أنواع الائتمان الاستهلاكي والتعريف به لان المستهلك بحاجة إلى مزيد من المعلومات عن الائتمان الاستهلاكي المقدم من البنوك الإسلامية.

(١) رواه البخارى.

(٢) انظر: الألوسى - روح المعانى - المجلد الثانى - الجزء الثالث ص ٤٥.

(٣) سورة البقرة آية رقم ٢٨٠.

ولابد أن تهتم البنوك الإسلامية بما تتميز به في عمليات منح الائتمان الاستهلاكي عن البنوك الأخرى بالعمل على إبراز جوانب حماية المستهلك في ظل التعامل معها من خلال الإعلان عن طبيعة ذلك الائتمان وخصائصه المتمثلة في عدم استخدام سعر الفائدة ، وإتاحة حرية الاختيار للمستهلك ، وحق المعرفة والصدق في التعامل واستفادة المستهلك من خبرة البنوك الإسلامية في الحصول على السلع الاستهلاكية بالجودة المطلوبة وبالسعر المناسب.

الفصل الثالث

أثر الائتمان الاستهلاكي في حماية المستهلك بين النظام الإسلامي والنظم الأخرى

المبحث الأول

أثر الائتمان الاستهلاكي

في حماية المستهلك في ظل النظم الأخرى

إن الائتمان الاستهلاكي الذي يمنح في ظل النظم الأخرى بخلاف النظام الإسلامي إنما ينطوي على قيام الأفراد أو البنوك بمنح تسهيلات في صورة أموال نقدية أو غير نقدية لشخص ما مقابل فائدة أو عمولة مع التزام هذا الشخص بضمان خاص بردها في وقت معين. وهذا النوع من الائتمان الاستهلاكي له آثار ضارة على المستهلك يمكن بيانها من خلال تناول النقاط التالية:

أولاً: ائتمان بفائدة :

لا شك أن لجوء المستهلك للحصول على قرض بفائدة إنما يشمل زيادة في العبء النقدي عليه وفيه نوع من الاستغلال وذلك لأن المستهلك لا يلجأ إلى الاقتراض إلا من حاجة وهنا نجد أن عملية الاقتراض بفائدة تمثل ضرراً مباشراً يتحمله المستهلك وهو مكروه مما يؤثر في حالته النفسية وشعوره بالظلم والاستغلال.

ثانياً: عدم مراعاة الضوابط الشرعية لمنح الائتمان الاستهلاكي:

نظراً لعدم مراعاة الضوابط الشرعية لمنح الائتمان الاستهلاكي في ظل النظم الإسلامية فإن معظم البنوك الغير إسلامية تقوم بمنح قروض وتسهيلات للمستهلكين بغرض تمويل سلع ومنتجات محرمة شرعاً (قد تكون مرخصة من قبل بعض الدول)

مثل تمويل شراء الملابس الخليعة ، الأطعمة والمشروبات المحرمة ... الخ والتي تضر بالمستهلك نفسه كما تلحق أضراراً بالمجتمع ككل.

ثالثاً: المساهمة في ظهور الاحتكار :

في ظل النظم غير الإسلامية تقوم بعض البنوك بمنح الائتمان الاستهلاكي للمستهلكين في صورة سلع ومنتجات بشرط أن تكون عمليات شراء هذه السلع والمنتجات من محال وشركات متعاقدة مع هذه البنوك دون غيرها، وبذلك فإن هذا النوع من الائتمان يساهم في احتكار تلك المحال والشركات لبيع هذه السلع والمنتجات وبالتالي فيه ضرر للمستهلك «المقترض» وذلك لعدم إتاحة حرية الاختيار له بشراء السلع والمنتجات التي يرغبها.

رابعاً: تأثير سياسات التسعير:

إن عمليات منح الائتمان الاستهلاكي التي تقوم بها البنوك في ظل النظم غير الإسلامية تعمل على توفير السيولة لدى المستهلكين، وبالتالي يزداد الطلب على السلع والخدمات بشكل يفوق الإنتاج فيختل التوازن بين الإنتاج والاستهلاك لحساب الاستهلاك، فتزفع الأسعار ويقع المجتمع في براثن التضخم، وإذا زاد سعر الفائدة انخفض الطلب على الاقتراض وبالتالي سينخفض الطلب على السلع والخدمات الأمر الذي يؤدي إلى اختلال التوازن بين الإنتاج والاستهلاك لحساب الإنتاج ويقع المجتمع في هاوية الكساد.

هذا ومن ناحية أخرى فإن المنتج أو البائع عندما يقترض فإنه سوف يتحمل عبء الاقتراض المتمثل في سعر الفائدة ثم يحاول أن ينقل عبء سعر الفائدة هذا إلى شخص آخر، وقد يقوم الشخص الآخر بنقل العبء إلى شخص آخر وهكذا. ونقل عبء

الاقتراض يتم من خلال زيادة الأسعار وفي هذه الحالة سيتحمل هذا العبء المستهلك «المشتري» في النهاية^(١).

خامساً: أكل أموال الناس بالباطل:

لما كانت عمليات منح الائتمان الاستهلاكي التي تقوم بها البنوك في ظل النظم غير الإسلامية تقوم على الفائدة التي يتحمل عبئها المستهلك وتساهم في ظهور الاحتكار واتخاذ سياسات تسعيرية ضارة بالمستهلك ، لذا ينتج عنها ظلم يقع على المستهلكين وهو ما يعرف شرعاً بأكل أموال الناس بالباطل، وقد حرمه الله عز وجل بقوله: ﴿وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ﴾^(٢).

ولا ريب أن المعاملات الربوية والممارسات غير الأخلاقية تؤدي إلى انقطاع المعروف بين الناس وخلق روح التباغض وآثاره الحقائدية بين أفراد المجتمع ومن هنا كان اهتمام الإسلام بحماية جميع أفراد المجتمع مستهلكين أو مشترين أو منتجين أو بائعين من خلال السماح لهم بممارسة الأنشطة الاقتصادية في إطار تشريعات تحقق العدالة وتكفل عدم الإضرار بالغير. قال تعالى: ﴿لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ﴾^(٣).

(١) انظر: د/ فيصل محمد فكرى . سعر الفائدة كأداة من أدوات السياسة الاقتصادية

«دراسة مقارنة» . مطبعة الطوبجي التجارية سنة ١٩٩٣ من ص ١٤ : ٧٤ .

(٢) سورة البقرة آية ١٨٨ .

(٣) سورة البقرة آية ٢٧٩ .

المبحث الثاني

أثر الائتمان الاستهلاكي في حماية المستهلك

في ظل النظام الإسلامي

إن الائتمان الاستهلاكي في الإسلام جزء لا يتجزأ من نظام الإسلام الشامل الذي يتضمن تنظيمًا كاملاً لكل جوانب الحياة وبذلك فإن الائتمان الاستهلاكي الإسلامي يخضع لأحكام الشريعة الإسلامية. وهذا ما يجعله متميزاً لأنه يعمل على تحقيق العدالة وتنمية القيم الأخلاقية في المجتمع.

ويمكن إبراز أثر الائتمان الاستهلاكي في حماية المستهلك في ظل النظام الإسلامي من خلال تناول النقاط التالية:

أولاً: ائتمان بدون فوائد:

الائتمان الاستهلاكي الإسلامي هو ائتمان بدون فوائد ولا يمكن أن تكون الفائدة عاملاً مساعداً لتعظيم الربح، لأن الفائدة تعتبر ربا وقد حرمه الله تعالى بقوله: ﴿وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا﴾^(١) ومثل هذا التحريم يجعل الائتمان الاستهلاكي متميزاً عن غيره لأنه يعمل على حماية المستهلك وعدم تحميله بعبء الفائدة وذلك على عكس الائتمان الاستهلاكي في ظل النظم الأخرى.

ولعل ما يميز البنوك الإسلامية عن غيرها هو قيامها بتعظيم العائد الاجتماعي متمثلاً في منحها الائتمان الاستهلاكي المزكى لمساعدة المستهلكين المحتاجين ورفع المعاناة عنهم في أزماتهم المالية.

(١) سورة البقرة آية رقم ٢٧٥.

ثانياً: مراعاة الضوابط الشرعية لمنح الائتمان الاستهلاكي:

لما كان الائتمان الاستهلاكي الإسلامي يخضع لأحكام الشريعة الإسلامية ، لذا فإن عمليات منح الائتمان الاستهلاكي لا تنطوي على أية معاملات ربوية تؤدي إلى استغلال المستهلك، ولا تنطوي على استخدام الأموال في سلع محرمة أو ممارسة الغش والاحتكار وغيرها من الصور التي تضر بالمستهلك.

ومن خلال مراعاة الضوابط الشرعية في عمليات منح الائتمان الاستهلاكي يتم حماية المستهلك من كافة الممارسات غير الأخلاقية.

١. نبذ الاحتكار وإتاحة حرية الاختيار:

إن الائتمان الاستهلاكي الإسلامي لا يساهم في ظهور الاحتكار وذلك من الحرص على الالتزام بالقيم الأخلاقية الإسلامية ونهى رسول الله ﷺ عن الاحتكار كما جاء في الحديث الشريف الذي رواه مسلم وأبو داود والترمذي عن معمر بن أبي معمر عن النبي ﷺ أنه قال: «من احتكر طعاماً فهو خاطئ» وفي رواية «لا يحتكر الا خاطئ»^(١).

والبنوك الإسلامية عندما تمنح الائتمان الاستهلاكي في صورة سلع ومنتجات فإنها تعمل على إتاحة حرية الاختيار للمستهلك باختيار السلع والمنتجات التي يرغبها وكذا اختيار المحال والشركات التي يرغب في الشراء منها وذلك دون أن تشترط عليه الشراء من محال وشركات معينة مثل ما يحدث في البنوك الأخرى،

(١) انظر: د/ أحمد صفى الدين عوض - السوق في الإسلام - بحوث الاقتصاد الإسلامي - طبعة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية - سنة ١٩٨٩ ص ٢٢٦.

وبذلك يستفيد المستهلك بشراء ما يحتاجه من سلع ومنتجات بحرية كاملة وبما يتيح له الحصول على هذه السلع والمنتجات بالجودة المطلوبة وبالسعر المناسب.

ثالثاً: سياسات التسعير :

نظراً لأن الائتمان الاستهلاكي الإسلامي هو ائتمان بدون فوائد وائتمان يقوم على تحقيق العدالة، فإن سياسات التسعير لن تتأثر كما يحدث في ظل عمليات الائتمان الاستهلاكي غير الإسلامي وذلك لأن عمليات منح الائتمان الاستهلاكي الإسلامي تقوم بتنشيط حركة الاستهلاك في المجتمع للعمل على التوازن مع حركة الإنتاج وبما يحقق تعظيم العائد الاجتماعي دون أن يكون لذلك تأثير في سياسات التسعير.

وبذلك فإن الائتمان الاستهلاكي الإسلامي يعمل على حماية المستهلك من تحمل عبء زيادة الأسعار في الأسواق.

رابعاً: إيجاد روح التعاون والتكافل:

إن عمليات منح الائتمان الاستهلاكي الإسلامي تنطوي على ضرورة الالتزام باستخدام الأموال وفقاً للقيم الإسلامية الرفيعة مثل الصدق والأمانة والسماحة. ولقد حث النبي ﷺ على السماحة في المعاملات حيث قال: «رحم الله رجلاً سمحاً إذا باع وإذا اشترى وإذا اقتضى»^(١) وبذلك يشعر المستهلك بروح التعاون والسماحة في المعاملة كما يحس بالطمأنينة كلما علم بأنه في حالة اعساره من الممكن إمهاله إلى وقت يساره دون تقاضى أى زيادة في الدين نظير الأجل.

(١) رواه البخارى.

قال تعالى: ﴿وَإِنْ كَانَ ذُو عُسْرَةٍ فَنَظِرَةٌ إِلَىٰ مَيْسَرَةٍ﴾^(٢) ولعل أفضل الوسائل لحماية المستهلك من الفقر والازمات المالية هو الائتمان الاستهلاكي المزكى الذى يعمل على إيجاد روح التعاون والتكافل بين أفراد المجتمع.

خامساً: الثواب العظيم :

إن منح الائتمان الاستهلاكي الإسلامي له ثواب عظيم عند الله لأن فيه توسعة على المسلم وحالاً لازمته المالية، فقد روى عن رسول الله ﷺ أنه قال: «ما من مسلم يقرض قرضاً مرة إلا كان كصديقها مرتين»^(١).

وإن المتصدق بالقرض الحسن وهو طيب النفس يبتغي وجه الله دون رياء أو سمعة فإن الله يجزيه الجنة، فقد روى انه لما نزلت الآية الكريمة: ﴿مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً﴾^(٢) قال الصحابي: «أبو الدحداح» فذاك أبى وامى يارسل الله أن الله يستقرضنا وهو غنى عن القرض؟ قال: نعم يريد أن يدخلكم الجنة به. قال: فاني إن اقرضت ربي قرضاً يضمن لى به ولصيتى الدحداحة معى الجنة؟ قال: نعم. قال: ناولنى يدك: فناوله رسول الله ﷺ يده الشريفة فقال: إن لى حديقتين إحداهما بالسافلة والأخرى بالعالية والله لا أملك غيرهما قد جعلتهما قرضاً لله تعالى. قال رسول الله ﷺ: «اجعل إحداهما لله والأخرى دعها معيشة لك ولعيالك»، قال: فاشهد يارسل الله انى قد جعلت خيرهما لله تعالى وهو حائط فيه ستمائة نخلة قال: «إذا يجزيك الله به الجنة»^(٣).

(١) سورة البقرة آية رقم ٢٨٠.

(٢) رواه ابن ماجة وابن حبان والبيهقى.

(٣) سورة البقرة آية رقم ٢٤٥.

(٤) انظر: الإمام القرطبي - الجامع لأحكام القرآن - المجلد الثانى - طبعة دار الشعب ص ١٠٤٦.

خاتمة نتائج وتوصيات

ويمكن أن نخلص بعد الحديث عن الائتمان الاستهلاكي الإسلامي وأثره في حماية المستهلك في تلك الفصول الثلاثة إلى أن:

أهم نتائج هذا البحث ما يلي :

أولاً: في ظل النظام العالمي الجديد يحظى المستهلك باهتمام بالغ. فله السيادة والسلطان حيث يستطيع أن يختار ويقارن بين البدائل المختلفة من السلع والخدمات. وقد ساعده في ذلك ثورة التكنولوجيا والاتصالات وعلى الرغم من ذلك فإنه يتعرض لتحديات كثيرة تتمثل في تعرضه للخداع أحياناً. والأساليب غير المباحة في سبيل الحصول على رضاه ، والانعزالية والفردية ومن هنا ظهرت الدعوة إلى حماية المستهلك.

ثانياً: شهدت الساحة المصرفية في ظل العولمة منافسة شديدة نحو جذب عملاء الائتمان الاستهلاكي، وقد حرصت البنوك على زيادة منح الائتمان الاستهلاكي نظراً لما يحققه من أرباح مع انخفاض حجم مخاطره وعلى الرغم من أن المنافسة المصرفية بين البنوك أدت إلى تحسن نوعية القروض والمنتجات المقدمة للمستهلك إلا أن هذا المستهلك يتعرض لبعض وسائل الإعلان الخادعة كما يتعرض للظلم من خلال تحمل عبء الفائدة.

ثالثاً: لما كانت عملية اتجاه البنوك نحو التوسع في منح الائتمان الاستهلاكي من خلال تيسير سبل حصول المستهلكين عليه تساعد في تحول المجتمع إلى مجتمع استهلاكي بدلاً من مجتمع منتج. لذا فإنه من الضروري دعوة المستهلك إلى الرشد في طلب الائتمان الاستهلاكي بالقدر الذي يفي باحتياجاته ، واختيار نوع الائتمان الذي يرغبه ويشعر معه بالعدالة.

رابعاً: إن الائتمان الاستهلاكي الذي تمنحه البنوك الإسلامية هو جزء لا يتجزأ من نظام الإسلام الشامل وهو بذلك يخضع لأحكام الشريعة الإسلامية فلا ينطوى على أية معاملات ربوية تضر المستهلك ولا ينطوى على تمويل السلع والخدمات المحرمة شرعاً التي تضر بالمستهلك، ولا ينطوى على الممارسات الغير أخلاقية مثل استخدام وسائل الغش والخداع والمساهمة في ظهور الاحتكار وغيرها من الوسائل الضارة بالمستهلك.

خامساً: إن الائتمان الاستهلاكي الإسلامي الذي تقدمه البنوك الإسلامية يتميز عن غيره لأنه يهدف إلى تعظيم العائد الاجتماعي بالإضافة إلى قيامه بدور فعال في خلق فرص عمل لبعض المستهلكين وتحويلهم إلى صغار منتجين قادرين على انتاج ما يستهلكونه.

سادساً: - من آداب المعاملات الائتمانية في الإسلام حسن التقاضى وعدم التضيق على المدين بالمطالبة وامهال المدين المعسر إلى وقت يساره دون تقاضى أى زيادة في الدين.

وأما التوصيات التي يرشد إليها البحث فأهمها ما يلي:

أولاً: لابد أن تهتم البنوك الإسلامية بما تتميز به في عمليات منح الائتمان الاستهلاكي عن البنوك الأخرى بالعمل على إبراز جوانب حماية المستهلك في ظل التعامل معها من خلال الإعلان عن طبيعة هذا الائتمان عبر الوسائل التقليدية (الجرائد - المجلات - التلفزيون ... الخ) وعبر الوسائل المستحدثة (شبكة الإنترنت التليفون المحمول ... الخ) مع ضرورة بيان خصائصه الفريدة التي تتمثل في عدم استخدام سعر الفائدة و إتاحة حرية الاختيار للمستهلك والصدق في المعاملة وكذا بيان المنفعة التي يحصل عليها المستهلك والتي تعمل على اجتياز أزمته المالية دون أن يتحمل أية اعباء تشعره بالاستغلال.

ثانياً: ضرورة قيام البنوك المركزية ببعض الدول الإسلامية باقرار السعر العادل لسعر الاقراض والخصم وهو سعر العائد على التسهيلات الائتمانية التي تمنحها البنوك المركزية للبنوك داخل الدول بحيث لا يزيد عن الصفر وهو السعر العادل الحقيقي الذي يمكن حسابه تقريباً ما يعادل معدل التضخم فإذا فرض أن معدل التضخم كان ٣٪ فإن السعر العادل هو ٣٪ ، وكذلك فانه يكون من الضروري الزام جميع البنوك بعدم زيادة العائد عن هذا السعر العادل ورأينا هذا يرجع إلى ما يحدث من انخفاض مستمر في القيمة الحقيقية للعملة بالجنيه المصري خلال السنوات السابقة والذي أصبح أمراً لا يمكن اغفاله.

ثالثاً: لابد أن تقوم بعض الدول الإسلامية بعدم تحصيل ضريبة على عمليات منح الائتمان حيث تقوم بعض الدول بتحصيل ضريبة تمغة نسبية بواقع ١٪ من البنوك على عمليات منح القروض وفي حالة التسهيلات في صورة سحب على الحساب الجارى يتم تحميل البنك ٥.٠٪ والعميل ٥.٠٪ أى مناصفة بينهم وهذا ما يعنى الإضرار بالمستهلك وتحميله بعبء اضافى بدلاً من مساعدته وهو محتاج.

رابعاً: العمل على سن تشريعات وقوانين تكفل حماية المستهلك وبخاصة في مجال المعاملات المالية مثل منع كافة الممارسات المنهى عنها شرعاً التى تضر المستهلك وتوقيع العقوبة على كل من يزاولها.

خامساً: العمل على سن تشريعات وقوانين تضمن تعديل بعض أحكام البنوك التى تتعامل بالفائدة لتكون متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية.

والحمد لله رب العالمين

مراجع البحث بحسب ترتيب ورودها

١. القرآن الكريم .
٢. الأحاديث النبوية الشريفة.
٣. ياسر عبد الجواد مقاربتان عربيتان للعوامة - مجلة المستقبل العربى عدد ٢٥٢ سنة ٢٠٠٠م.
٤. هانس بيترمارتن ، هار الدشومان - فح العوامة ترجمة عدنان عباس على مراجعة وتقديم أ د / رمزى زكى - سلسلة عالم المعرفة العدد ٢٣٨ سنة ١٩٩٨م.
٥. محمد الأطرش - حول تحديات الاتجاه نحو العوامة الاقتصادية - مجلة المستقبل العربى عدد ٢٦٠ سنة ٢٠٠٠م.
٦. مايك فيذرستون - ثقافة العوامة - القومية والعوامة والحدائثة - ترجمة عبد الوهاب علوب - المجلس الاعلى للثقافة سنة ٢٠٠٠م.
٧. بنك الإسكندرية - النشرة الاقتصادية - المجلد الرابع والثلاثون سنة ٢٠٠٢م.
٨. د/ أحمد النجار وآخرون / ١٠٠ سؤال فى البنوك الإسلامية - الاتحاد الدولى للبنوك الإسلامية سنة ١٩٧٨م.
٩. د/ سيد الهوارى - ادارة البنوك - مكتبة عين شمس سنة ١٩٨٥م.
١٠. د/ خلاف عبد الجابر - مدخل للدراسات الاقتصادية الإسلامية - معهد الدراسات الإسلامية سنة ١٩٩٩م.
١١. الإمام الشاطبى - الموافقات فى أصول الأحكام - الجزء الثانى - تحقيق محيى الدين عبد الحميد - مكتبة ومطبعة محمد على صبيح وأولاده سنة ١٩٦٩م.
١٢. د/ مصطفى السعيد - الاقتصاد المصرى وتحديات الأوضاع الراهنة - طبعة خاصة تصدرها دار الشروق ضمن مشروع مكتبة الأسرة سنة ٢٠٠٣م.

-
١٣. د/ يوسف إبراهيم يوسف - القيم الإسلامية ودورها في ترشيد السلوك
الاستهلاكي مركز صالح كامل للاقتصاد الإسلامي - جامعة الأزهر سنة ١٩٩٩ م.
١٤. جعفر الدمشقي - الإشارة إلى محاسن التجارة - مكتبة الكليات الأزهرية سنة
١٣٩٧ هـ.
١٥. د/ محمد سلطان ابو علي ، د / هناء خير الدين - الأسعار وتخصيص الموارد - بدون
ناشر سنة ١٩٩١ م.
١٦. ابن منظور - لسان العرب - دار بيروت للطباعة والنشر سنة ١٩٥٦ م الجزء ١٣ .
١٧. المعجم الوسيط - مجمع اللغة العربية - مطبعة مصر سنة ١٩٦٠ م.
١٨. د / محمد زكي شافعي - مقدمة في النقود والبنوك - دار النهضة العربية سنة
١٩٦٤ م.
١٩. الشيخ / عبد الوهاب الزيني - الائتمان في الاقتصاد الإسلامي - بحوث الاقتصاد
الإسلامي - طبعة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية سنة ١٩٨٩ م.
٢٠. رياض فتح الله بصله - جرائم بطاقة الائتمان - دار الشروق سنة ١٩٩٥ م.
٢١. د/ الغريب ناصر - ضوابط واساليب التمويل المصرفي الإسلامي - الدورة رقم ٣
برنامج ضوابط وصيغ التوظيف الإسلامي للبنوك الإسلامية - بنك مصر سنة
٢٠٠١ م.
٢٢. د/ محمد عبد الحليم عمر - مقدمة في طرق التمويل الإسلامية الدورة رقم ٣
برنامج ضوابط وصيغ التوظيف الإسلامي للبنوك الإسلامية - بنك مصر سنة
٢٠٠١ م.
٢٣. سيد قطب - في ظلال القرآن - دار الشروق - المجلد الخامس الطبعة الرابعة سنة
١٩٧٧ م.

٢٤. الألوسي - روح المعاني - المجلد الثاني - الجزء الثالث.
٢٥. د/ فيصل محمد فكرى سعر الفائدة كاداة من أدوات السياسة الاقتصادية (دراسة مقارنة) مطبعة الطوبجي التجارية سنة ١٩٩٣م.
٢٦. د/ أحمد صفى الدين عوض - السوق فى الإسلام بحوث فى الاقتصاد الإسلامى - طبعة جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية سنة ١٩٨٩م.
٢٧. الإمام القرطبي - الجامع لأحكام القرآن - المجلد الثاني طبعة دار الشعب.

