

## الفصل الثاني (الجزء الثاني): عموميات حول التسويق المصرفي الإسلامي

في عالم الأعمال الحديث، يُعتبر التسويق المصرفي الإسلامي أحد الجوانب الرئيسية لنجاح المصارف الإسلامية وتميزها عن نظرائها، إذ أنه يعكس الرغبة في تقديم خدمات مالية متوافقة مع الشريعة وتلبية احتياجات وتطلعات العملاء، وفي نفس الوقت يُعزز من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع.

### **أولاً: مفهوم التسويق المصرفي الإسلامي وضوابطه الشرعية**

في أبسط أشكاله يمكن تعريف التسويق المصرفي الإسلامي بأنه عملية دراسة وتحليل السوق لفهم احتياجات العملاء وتقديم خدمات مصرفية مبتكرة تلبى تلك الاحتياجات وتسهيل إيصالها لهم بطريقة متميزة ومتوافقة مع القيم الإسلامية، بما يضمن تحقيق أهداف المصرف الإسلامي وتحقيق رضا العملاء وبناء علاقات قوية ومستدامة معهم.

وتخضع وظيفة التسويق في المصارف الإسلامية إلى مجموعة من الضوابط من أهمها ما يلي:

- **المشروعية:** يجب أن تكون مفاهيم وأساليب التسويق متفقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية.
- **الأخلاق والسلوك الحسن:** يجب على رجل التسويق أن يتحلى بالقيم والأخلاق الفاضلة والسلوك الحسن، وتقديم النصح والمشورة لعملاء المصرف الإسلامي بطريقة طيبة.
- **تحقيق المنفعة المعتبرة شرعاً:** ينبغي أن تكون العملية التسويقية موجهة نحو تحقيق النفع المشروع للفرد والمجتمع الذي ينشط فيه المصرف.
- **تحريم عمليات التسويق التي تمس حقوق الإنسان:** يجب تجنب إرسال رسائل تسويقية تسيء للعقيدة أو الفكر أو تنتهك حقوق الإنسان.
- **سد الذرائع مقدم على جلب المنافع:** ويقصد بذلك تجنب اختيار الوسائل والأدوات التسويقية التي فيها مفسد شرعية مهما كانت المغريات وتطبيق قاعدة تجنب المفسد مقدم على جلب المنافع.
- **تجنب المتاجرة بالدين:** حيث يحرم الدين الإسلامي الحنيف المتاجرة بالدين التي تعد المحور الرئيسي لنشاط البنوك التجارية (الربوية)، حيث ورد أن رسول الله (ص) نهى عن بيع الكالئ بالكالئ أي الدين بالدين.
- **الشفافية والصدق:** يجب أن يكون التسويق المصرفي الإسلامي شفافاً وصادقاً في تقديم المعلومات للعملاء، دون إخفاء أي تفاصيل أو معلومات تهمهم.
- **تحقيق التميز والتفرد:** ينبغي أن يسعى التسويق المصرفي الإسلامي إلى تحقيق التميز والتفرد في تقديم الخدمات المصرفية بحيث يبرز عن المنافسين ويجذب عملاء جدد.

- **احترام خصوصية العملاء:** يجب أن يحترم التسويق المصرفي الإسلامي خصوصية العملاء وعدم الكشف عن معلوماتهم الشخصية دون موافقتهم.
- **عدم التضليل والافتراء:** يجب أن يتجنب التسويق المصرفي الإسلامي التضليل والافتراء في الإعلانات والمحتوى التسويقي الذي يقدمه للعملاء.
- **العدالة:** يجب أن يكون التسويق المصرفي الإسلامي عادلاً في توفير الفرص المصرفية والخدمات لجميع العملاء بناءً على متطلباتهم واحتياجاتهم المالية.
- **التعليم والتثقيف:** ينبغي على التسويق المصرفي الإسلامي أن يسعى إلى تعليم وتثقيف العملاء حول النماذج والمبادئ الأساسية للتمويل الإسلامي وفوائده، بحيث يكون لديهم فهم كامل وواضح للمنتجات والخدمات المصرفية الشرعية المتاحة لهم.
- **الابتكار والتطوير:** يجب أن يكون التسويق المصرفي الإسلامي مبتكراً ومتطوراً في تقديم منتجات وخدمات جديدة تلبى احتياجات العملاء وتتوافق مع الشريعة الإسلامية.

#### ثانياً: خصائص تسويق الخدمات المصرفية

- من أهم ما يجب أن يبرزه رجل التسويق للمصارف الإسلامية ما يلي:
- التزام العاملين بالمصارف الإسلامية بالقيم الإيمانية والأخلاقية والسلوك السوي المستقيم في إطار ميثاق شرف يعاقب من لا يلتزم به.
  - التزام المصارف الإسلامية بأحكام ومبادئ الشريعة الإسلامية في كافة معاملاتها وتصرفاتها، ولديها دستور يتضمن فقه الصيرفة الإسلامية، وعندها هيئة رقابة شرعية لتولى الرقابة وتصدر شهادة تقيّد بأن معاملات المصرف الإسلامي قد تمت وفق احكام ومبادئ الشريعة الإسلامية.
  - تعمل المصارف الإسلامية في مجال الحلال الطيب، ولا تتعامل في الحرام الخبيث (القاعدة الذهبية).
  - تعدد وتنوع المنتجات المصرفية المتعلقة بالاستثمار والتمويل لتناسب معظم فئات وشرائح من يتعاملون معها من أهمها: المضاربة والمشاركة والمرابحة والسلم والاستصناع والإجارة ونحو ذلك.
  - تعتمد المصارف الإسلامية على أساس المشاركة في الربح والخسارة وهذا ما يطلق عليه في الفقه الإسلامي بقاعدة الغنم بالغرم والكسب بالخسارة، ومن آثار هذه القاعدة العظيمة أنها تقلل من المخاطر وتحقق الاستقرار والاستمرارية ولاسيما وقت الأزمات.
  - تساهم المصارف الإسلامية في إحياء فريضة الزكاة والقروض الحسنة. وهذا ما يحقق البركة في الأموال ويساهم في تحقيق الرعاية والضمان والتكافل الاجتماعي.

- تساهم المصارف الإسلامية في حماية وتطهير البيئة من التلوث باعتبار ذلك من مقاصد الشريعة الإسلامية، ومن أبرز ذلك أنها لا تمول المشروعات التي تعمل في مجال الخبائث وتسبب التلوث الصحي، كما أنها تساهم في تطهير البيئة من التلوث الاقتصادي والأخلاقي.

هذه الخصائص وغيرها يجب على رجل التسويق إبرازها إلى الناس جميعا حتى يعرفوا ما تقدمه المصارف الإسلامية من خدمات جليلة للفرد والأسرة والمجتمع والأمة الإسلامية والناس جميعا.

### ثانيا: أهداف تطبيق التسويق في المصارف الإسلامية

إن تطبيق التسويق في المصارف الإسلامية يهدف إلى تحقيق مجموعة واسعة من الأهداف والغايات أبرزها:

- التبليغ والتعريف بخدمات ومنتجات المصارف الإسلامية.
- إقناع الناس بخصائص ومزايا ومنتجات المصارف الإسلامية.
- بيان الفروق الأساسية بين المصرفية الإسلامية والمصرفية التقليدية.
- تقديم الإيضاحات والشروح عن معاملات المصرفية الإسلامية.
- الإجابة على الاستفسارات والتساؤلات التي تثار حول المصارف الإسلامية.
- تحليل ردود فعل المتعاملين مع المصارف الإسلامية وتنمية إيجابياتها وعلاج سلبياتها.
- معالجة مشكلات المتعاملين مع المصارف الإسلامية بالتعاون مع الإدارات المختلفة.
- دراسة سوق المصارف وكذلك المنافسين وتقديم التوصيات للتطوير والتجديد والتحديث.
- تقوية العلاقات التسويقية مع المؤسسات والجهات الحكومية وغيرهم والمعنية بالمصرفية الإسلامية.
- تقوية العلاقات مع كافة أجهزة الإعلام للإفصاح عن طبيعة المصرفية الإسلامية.

### ثالثا: أهمية التسويق المصرفي الإسلامي

يمكن إيجاز أهمية التسويق المصرفي الإسلامي فيما يلي:

- **التوعية والتثقيف:** يُعدُّ التسويق المصرفي الإسلامي وسيلة فعالة لنشر الوعي وتثقيف الجمهور بفلسفة الخدمات المصرفية الإسلامية، يساهم هذا التثقيف في توضيح فوائد النظام المصرفي الإسلامي ويزيد من الوعي لدى العملاء بالخيارات المتاحة لهم.
- **تحسين السمعة والصورة الذهنية:** يمكن للتسويق المصرفي الإسلامي تحسين صورة المصرف أمام الجمهور والمجتمع، يُعزز هذا الجانب من السمعة الإيجابية للمصرف ويجعله أكثر جاذبية للعملاء والشركاء والمستثمرين.

- **تلبية احتياجات العملاء:** يساهم التسويق المصرفي في تحديد احتياجات العملاء وتوفير الخدمات المالية التي تتناسب مع مبادئ الشريعة الإسلامية، يمكن للمصرف الإسلامي من خلال التسويق تقديم خدمات مبتكرة ومتميزة لجذب العملاء وتوسيع قاعدتهم لدى البنك الإسلامي.
- **بناء علاقات قوية مع العملاء:** يُمثل التسويق المصرفي الإسلامي فرصة لبناء علاقات قوية وثقة مع العملاء، من خلال التفاعل المناسب وتقديم الدعم اللازم، يمكن للمصرف الإسلامي الاحتفاظ بالعملاء وزيادة فرص استمرار التعامل معه.
- **التنافس مع البنوك التقليدية:** غالبًا ما تواجه البنوك الإسلامية منافسة من البنوك التقليدية التي رسخت نفسها لفترة طويلة، يمكن أن يساعد التسويق الفعال في وضع المصارف الإسلامية كبداية قابلة للتطبيق، وتحقيق التميز عن باقي المؤسسات المصرفية.
- **الحفاظ على الاستدامة المالية والاجتماعية:** يعمل التسويق المصرفي الإسلامي على الحفاظ على استدامة النمو المالي والاجتماعي من خلال دعم المشاركة المجتمعية والمسؤولية الاجتماعية.
- **تعزيز المبيعات:** يُمكن للتسويق المصرفي الإسلامي تعزيز الإقبال على خدمات المصرف الإسلامي وجذب المزيد من العملاء، مما يُساهم في زيادة الإيرادات والربحية.
- **استغلال الفرص والتغلب على التهديدات:** من خلال تحديد الفرص المتاحة وتجنب التهديدات المحتملة، يمكن للمصرف الإسلامي الاستفادة من التحولات في السوق وتطوير خدمات مبتكرة تلبي احتياجات العملاء وتزيد من نسبة نموه. من جهة أخرى سيتمكن من وضع استراتيجيات للتعامل مع مختلف التحديات والتكيف مع التغيرات السائدة في البيئة الاقتصادية والسوقية.

إعداد: د. أبوبكر خوالد

أستاذ محاضر - أ-

قسم العلوم الاقتصادية، جامعة عنابة

[Khoualed\\_aboubaker@yahoo.com](mailto:Khoualed_aboubaker@yahoo.com)