إدارة وتسويق عقد المشاركة الزكوي

(منتج مصرفي مقترح)

د. فوزي محيريق* د. عائشة لمحنط

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي/ الجزائر

Management and Marketing of the Zakat Partnership (Mucharaka) Contract (Proposed Banking Product)

Dr.FAOUZI MEHIRIG & Dr. AICHA LEMHANNAT

University of Echahid Hamma Lakhdher El-oued / Algeria

تاريخ الاستلام: 2020/02/15 تاريخ القبول: 2020/04/22 تاريخ النشر: 2020/08/30

ملخص:

للزكاة كتدفق مالي نحو فئات مخصوصة أدوار اقتصادية إيجابية؛ تتعزز بحسن جباية وصرف الزكاة؛ ولا يقتصر دورها على سد جوعة فقير بل يمكن أن يتعداه إلى إعطاء أدوات الحرفة للحرفي؛ وتوفير رأس المال للمشروعات الصغيرة والمتوسطة وحتى الكبيرة؛ لينتقل المستفيد من الزكاة من دائرة العطاء الدائم الدوري إلى مزك يسهم في مضاعفة موارد الزكاة عن طريق استثمار جزء منها. وتكتنف مسألة استثمار أموال الزكاة تحفظات شرعية وتحديات اقتصادية؛ ما يحتم التفكير في تفعيل دور الزكاة الاقتصادي دون الحياد عن مقاصد الزكاة الشرعية وأبعادها التكافلية وفعاليتها الاقتصادية؛ وللخروج من دائرة الخلاف الفقهي حول تمليك الزكاة للمستحق ومشروعية استثمارها؛ وتفعيل صيغة الاستثمار بالمشاركة في المصارف الإسلامية، التي طغت عليها تمويلات عقود المرابحات والبيوع بشكل عام. اقترحنا منتج مصرفي جديد تحت مسمى "عقد المشاركة الزكوي" الذي ينشأ بين شركاء ثلاث ممثلين في مؤسسة الزكاة والمستفيد من الزكاة ومصرف إسلامي؛ وبينا فيه بنود العقد وأطرافه وضوابط العمل به. وبعد تحليل إحصائيات الزكاة الحقيقة وتقييم تجربة الاستثمار بالقرض الحسن وكشف مواضع القصور فيها؛ استشرفنا ما يمكن أن يحققه تطبيق عقد المشاركة الزكوي من آثار مالية واقتصادية على مؤسسة الزكاة والمزكين والمستفيدين من الزكاة؛ وكيفية تجنب التعثرات المالية لمؤسسة الزكاة.

الكلمات المفتاحية: مؤسسة الزكاة، مصرف إسلامي، مشاركة، إدارة وتسويق، صندوق الزكاة الجزائري، مصرف البركة الجزائري.

الترميز الاقتصادي (JEL): G24 ; P13 ; P46

Abstract:

Zakat as a financial flow towards specific groups has positive economic roles, boosted by improved Zakat collection-and-distribution processes .The role of Zakat is not limited to satisfying the Poor's hunger. Nevertheless, it can extend to giving craft tools to the an artisan; and providing capital for small, medium and even large projects; so that the Zakat's beneficiary can move his standard from a permanent Zakat receiver to a Zakat payer contributing to the multiplication of Zakat resources by investing part of it. The issue of investing Zakat funds is confronted with juristic reservations and economic challenges, which necessitates thinking about enhancing its economic role without deviating from its legitimate purposes, its symbiotic dimensions and economic effectiveness. Therefore, to move from this Jurisprudential dispute on the ownership of zakat's beneficiary and the legitimacy of Zakat investment funds; and activating the investment formulae by partnership with Islamic banks, which generally focus on Murabaha and sales contracts.

We proposed a three-fold partnership new banking product called "al-Musharakah Alzakawy contract" amongst the Zakat Foundation, the Zakat's beneficiary and an Islamic bank. In this proposal, we clarified the terms of the contract, its parties, and regulations. After analysing the real statistics of Zakat, and evaluating the experience of investing in the 'Qard' Alhassan', and revealing its shortcoming, we have prospected the financial and economic effects that the ' al-Musharakah Alzakawy contract' implementation can bring to the Zakat Foundation, the zakat givers and the beneficiaries; as well as how to avoid the financial troubles which can encounter the Zakat Foundation.

Key words : Zakat foundation; Islamic bank; Al-Musharakah; Management and marketing; Algerian Zakat Fund; Algerian al-Baraka bank.

Jel classification : G24 ; P13 ; P46.

* **المؤلف المرسل: الإيميل:** faouzihidaya@gmail.com

I. تمهيد:

للزكاة كركن تعبدي وكمعاملة مالية، مقاصد شرعية وأبعاد اقتصادية؛ ويتحق ذلك بحسن إدارة أموال الزكاة جباية وإنفاق؛ وهذا ما تصبوا إليه كل مؤسسات الزكاة عبر العالم؛ وصندوق الزكاة بالجزائر من تأسيسيه عام 2003م، شهد تطورا لافتا في القيم المُجباة حيث تزايدت قيمة الزكاة منذ تأسيس الصندوق إلى اليوم، لكن صاحب ذلك جملة من التحديات والعراقيل نلخصها في النقاط الآتية:

- نقص ثقة المزكي في مؤسسة صندوق الزكاة الجزائري، ما جعل المزكي يتولى توزيع زكاته بنفسه.
- تعثر تجربة القرض الحسن التي اعتمدها صندوق الزكاة كآلية لاستثمار أموال الزكاة.
- عدم وجود مؤسسة مستقلة لصندوق الزكاة وتبعيتها لوزارة الشؤون الدينية والأوقاف، بالرغم من عدة مقترحات جادة لجعل مؤسسة الزكاة ديوان أو مؤسسة مستقلة.
- عدم وضوح وتسويق البعد المقاصدي والحكم الشرعي لفريضة الزكاة.
- اختلاف الآراء الفقهية في عدة أحكام متعلقة بالزكاة منها الأموال الواجب فيها الزكاة، واستثمار جزء منها.
- الترابط الهش بين البحث العلمي في موضوعات الزكاة، وصندوق الزكاة بالجزائر. وخاصة في موضوعي إدارة مؤسسة الزكاة، وأثر الزكاة في المتغيرات الاقتصادية.

إن نجاح مؤسسة الزكاة يرتبط بمدى قدرتها على حسن إدارة الموارد المالية لديها جباية وتوزيعا، حتى نضمن تحقيق أهداف فريضة الزكاة بدءا بسد حاجة الفقير والمسكين وصاحب الحاجة وإغنائهم؛ ووصولا لنماء الأوعية الزكوية، حتى من طرف المستفيدين أنفسهم؛ فتتحقق بذلك أهداف اقتصادية تظهر في زيادة الإنتاج وتفعيل الطلب، وأهداف اجتماعية مرتكزة على التكافل بين أفراد المجتمع.

1. إشكالية الدراسة:

ونسعى من خلال ورقتنا البحثية أن نبحث في تحقيق هدف "نعطيه، أي الفقير، ليصبح مُزكيا" وهذا بمرافقة ومشاركة مُستحق الزكاة المستثمر أو صاحب الحرفة وإنجاح استثماره. دون الحياد عن المقاصد الشرعية للزكاة. وبناء على ذلك جآء مقترحنا لمنتج مصرفي جديد تحت مسمى: (إدارة وتسويق عقد المشاركة الزكوي؛ ومشكلة الدراسة الرئيسية هي: **كيف يمكن تطبيق عقد المشاركة الزكوي بين صندوق الزكاة ومصرف إسلامي لتحقيق أبعاد الزكاة الشرعية والاقتصادية؟**

2. فرضيات الدراسة:

للإجابة على المشكلة الرئيسية اعتمدنا على جملة من الفرضيات كنقاط أساسية لتحديد مسارنا البحثي ممثلة في:

- يتحقق بتطبيق عقد المشاركة الزكوي تمليك المستحق للزكاة واستثمارها في ذات الوقت.
- يتعزز أثر الزكاة الاقتصادي باستثمار جزء منها من مستحقي الزكاة.
- تتوسع حصيلة التحصيل الزكوي بنجاح المشروعات المؤسسة بعقد الاستثمار الزكوي.
- تطبيق عقد المشارك الزكوي المبني على صيغة المشاركة يتفادي التعثرات المالية لمؤسسة الزكاة.

3. أهداف الدراسة:

إن نجاح تطبيق مقترحنا المصرفي عقد المشاركة الزكوي بين مؤسسة الزكاة المصرف الإسلامي ومستحق الزكاة (المستثمر) يحقق جملة من الأهداف نريد إبرازها في دراستنا كالآتي:

- بيان كيفية إدارة وتسويق عقد المشاركة الزكوي بين مستحق الزكاة وصندوق الزكاة والمصرف.
- توضيح أن الاستثمار سيكون من طرف مستحق الزكاة نفسه؛ وليست مؤسسة الزكاة أو المصرف من يستثمر نيابة عن طالب الزكاة.
- الخروج من دائرة الخلافات الفقهية حول عدم تمليك الزكاة للمستحق أو إقراضه قرضا حسنا ومشروعية ذلك؛ لأن عقد المشاركة الزكوي يعتمد على تمليك مستحق الزكاة فعليا.
- تفعيل صيغة الاستثمار بالمشاركة في البنك الإسلامي، الذي طغت عليه تمويلات عقود المرابحات والبيوع بشكل عام.
- تقييم تجربة الاستثمار بالقرض الحسن وتوضيح كيفية تجنب سلبياتها بتطبيق عقد المشاركة الزكوي.

4. الدراسات السابقة:

1.4. دراسة Adnan Zikri Jaafar (2017): 'Integrating Zakat with Development Impact Bond (DIB) Assessing Possible Approaches to Maximizing Impact from Zakat Investment'

بحثت الدراسة في إمكانية تحسين أداء توزيع الزكاة من خلال تقييم الأساليب الممكنة لتعظيم أثر استثمار الزكاة؛ وقد اقترحت الدراسة إمكانية التكامل بين مؤسسة الزكاة في ماليزيا وسندات الأثر الإنمائي (DIB)؛ من خلال توزيع الزكاة واستثمارها عبر تلك السندات في برامج ريادة الأعمال وبرامج الاسكان الاجتماعي من طرف مؤسسات الزكاة.

2.4. دراسة فوزي محيريق (2017): دور الزكاة في تحقيق التوازن والاستقرار الاقتصادي الكلي (دراسة مقارنة بين صندوق الزكاة الجزائري وصندوق الزكاة الماليزي)؛ ووضحت الدراسة طريقة احتساب الزكاة والأثر الاقتصادي لها في بعض المتغيرات الاقتصادية؛ واستثمار الزكاة محصور فقط عبر طريقة القرض الحسن مع المصرف الإسلامي.

3.4. دراسة Faouzi Mohamed HAMDI and Mohamed Saied Maknni (2017): 'The Zakawi Investment in Tunisia: Sharia and Economical Dimensions'؛ وقد تناولت الدراسة الأبعاد الشرعية والاقتصادية للزكاة؛ فيما ركزت على مسألة أفضلية استثمارأموال الزكاة في تونس بدلا من استهلاكها لما لذلك من مزايا اقتصادية للبلد؛ وقد اقترح الباحثان صيغ تمويلية للاستثمار الزكوي على غرار الإجارة والاجارة المنتهية بالتمليك، المشاركة والمضاربة، والقرض الحسن.

4.4. دراسة Ahm Ershad UDDIN (2016): Through Islamic Bank's Zakat House (IIBZH) Investment of Zakat Funds in Microfinance to Remove Poverty in Bangladesh: Anew Model.؛ اهتمت الدراسة بتحليل وتقييم عملية استثمار اموال الزكاة عبر صيغ التمويل المصغر والتي قام بها بيت الزكاة في البنوك الإسلامية (IBZH) ببنغلاداش مستهدفا القضاء على الفقر؛ وقد اعتبرت

الدراسة أن نجاح هذه العملية من شأنه –بالإضافة إلى تخفيف الفقر - تعزيز الإيرادات الضريبية للدولة بفضل زيادة مستويات التشغيل والانتاج.

5.4. دراسة عائشة لمحنط (2016): إدارة القروض الحسنة لصندوق الزكاة بصيغة المشاركة مع بنك إسلامي، دراسة استشرافية حالة صندوق الزكاة وبنك البركة الجزائري؛ وعالجت الدراسة التحديات التي تواجهها القروض الحسنة وإدارتها بين صندوق الزكاة وبنك البركة الجزائري؛ وكيفية الاستفادة من صيغة الاستثمار بالمشاركة؛ دون التركيز على آليات تسويق تمويلات الزكاة الموجهة للاستثمار.

II ـ الطريقة والأدوات:

الطريقة التي سنعتمدها في دراستنا هو بيان وشرح عقد المشاركة الزكوي وأطرافه الثلاث (مستحق الزكاة المؤهل للاستثمار؛ مؤسسة الزكاة؛ المصرف الإسلامي). وكذا مبررات اقتراح هذا المنتج المصرفي الجديد. لنحاول بعدها من خلال الاعتماد على الأساليب الإدارية؛ والاستراتيجية التسويقية البحث في كيفية إدارة وتسيير عقد المشاركة الزكوي وتطبيق الاستراتيجية التسويقية المناسبة في كل مرحلة من مراحل حياته كمنتج مصرفي.

واستعملنا طريقة "الباشماركينغ" للمقارنة المرجعية بين تجربة استثمار أموال الزكاة عن طريق القرض الحسن؛ واستشراف الأثر الاقتصادي المتوقع لعقد المشاركة الزكوي.

III ـ بيان ومبررات مقترح إدارة وتسويق عقد المشاركة الزكوي (zakat musharaka):

1. مفهوم وأطراف مقترح المنتج المصرفي (عقد المشاركة الزكوي):

1.1. تعريف عقد المشاركة الزكوي:

"هو آلية استثمارية مبنية على عقد مشاركة لاستثمار جزء من أموال الزكاة بصيغة المشاركة وفقا لعقد استثماري ينشأ بين ثلاثة أطراف، الشريك الأول هو المستفيد مستحق الزكاة من الزكاة، والثاني هو مصرف إسلامي (تشاركي) والشريك الثالث هو مؤسسة الزكاة بنسبة رأس مال قليلة." (فوزي محيريق، 2015، ص2 -27).

2.1. أطراف عقد المشاركة الزكوي: أطراف عقد المشاركة الزكوي ثلاثة وهم:

- **الطرف (الشريك) الأول:** المستحق للزكاة، والذي يملك رأس مال زكوي يأمل استثماره في مشروع ناجح بصيغة المشاركة الإسلامية.
- **الطرف (الشريك) الثاني:** المصرف الإسلامي، بصفته مختصا في إدارة وتمويل المشاريع الاستثمارية بصيغة المشاركة.
- **الطرف (الشريك) الثالث: وهو** مؤسسة أو صندوق الزكاة، الذي يساهم في رأس المال بنسبة أقل بحكم قلة موارده؛ ويؤدي صندوق الزكاة بعضوية في مجلس إدارة الشركة دور المراقب والمرافق ليحقق هدف المرافقة لنجاح مشروع المستثمر الشاب المستحق للزكاة.

3.1. ورقة تقنية عن المنتج المصرفي:

يوضح الجدول الموالي أهم عناصر المقترح المصرفي الجديد، ومواصفاته والأطراف المعنية به.

الجدول رقم: (01) ورقة تقنية عن المنتج المصرفي: عقد المشاركة الزكوي

الرقم	البيان	شرحه
01	اسم المنتج المصرفي المفصل:	عقد إدارة وتسويق عقد المشاركة الزكوي.
02	الاسم المختصر للمنتج:	عقد المشاركة الزكوي
03	الاسم التسويقي للمنتج:	بركة ونماء
04	مُصدره:	مصرف إسلامي، بالتنسيق مع مؤسسة الزكاة
05	أطرافه:	الطرف الأول: مستثمر01: الشاب المستثمر مُستحق للزكاة. الطرف الثاني: مستثمر 02: مصرف إسلامي (تشاركي). الطرف الثالث: صندوق أو مؤسسة الزكاة.
06	طبيعته:	منتج عقد مشاركة استثماري وفقا لقاعدة: الغنم بالغرم.
07	تكوين رأس مال المشروع:	المساهمة في راس المال المشروع تكون النسبة الأكبر فيه بين: مستحق الزكاة، والمصرف؛ والنسبة الأقل من 10 % يساهم بها صندوق الزكاة؛ ليضمن بقاءه في مجلس الإدارة.
08	فتح رأس مال المشروع للمساهمة	يمكن أن تكون نسبة مساهمة المصرف في رأس مال المشروع المشروع؛ وفق عقد مضاربة مع أرباب المال بالمصرف. أو وفق أسهم مشاركة.
09	تجميع مساهمة مستفيدي الزكاة لزيادة رأس المال	لاحتمالية صغر رؤوس الأموال الموجهة للمستفيدين، يمكن للمستثمرين مستحقي الزكاة المساهمة معا في تكوين رأس مال مشروع مشترك.
10	اقتسام الأرباح وتحمل الخسارة	تقسم الأرباح بين المشاركين المؤسسين للمشروع بنسبة مشاعة متفق عليها سلفا؛ ويتحمل المشاركون الخسارة بحسب المساهمة في رأس المال.
11	في حالة خسارة المشروع وترتب ديون على المشاركين.	تسدد الديون فقط على الشاب المستثمر من مصرف الغارمين.
12	تأمين المشروع	اعتماد التأمين التكافلي؛ يضمن استبعاد خطر الإفلاس في حال خسارة المشروع.
13	مراقبة المزكين	حفاظا وتثمينا للثقة بين المزكي ومؤسسة الزكاة؛ يتابع أحد كبار المزكين بالولاية المشروع الاستثماري من خلال الاجتماع السنوي لإدارة المشروع لعرض التقارير.

المصدر: من اقتراح الباحثين.

2. أهداف وضوابط عقد المشاركة الزكوي:

2.1. أهداف عقد المشاركة الزكوي:

- تعزيز دور الزكاة الاقتصادي من خلال إنجاح تطبيق هذه الصيغة.
- زيادة أوعية الزكاة ومضاعفة حصيلتها، تبعا لزيادة استثمارات المستحقين للزكاة ونمائها.
- إنجاح مؤسسة الزكاة وكسب ثقة المزكين ومنه استيعاب أكبر قدر ممكن من قاعدة المزكين الحاليين والجدد.
- التمليك الفعلي لأموال الزكاة لمستحقيها بدلا من إقراضهم قرضا حسنا، والخروج من دائرة الخلاف الفقهي حول تمليك الزكاة للمستحق ومشروعية تولي استثمارها.
- مرافقة المستثمر الجديد لتحقيق هدف "نعطيه ليصبح مزكيا".

- تفعيل صيغة الاستثمار بالمشاركة في البنك الإسلامي، الذي طغت عليه تمويلات عقود المرابحات والبيوع بشكل عام.
- إيجاد مورد لمؤسسة الزكاة تغطي به نفقاتها المالية؛ وتغطية جزء من نفقات مصرف "العاملين عليها".

2.2. ضوابط عقد المشاركة الزكوي:

- الاستفادة تكون فردية أو جماعية، أي أن "الزكاة الاستثمارية" تُملّك لمستفيد واحد أو مجموعة من المستفيدين المستحقين للزكاة.
- يطبق كتجربة عقد المشاركة الزكوي لمشروع واحد في كل لتُعمم في حالة نجاحها، وهذا حتى نضمن رأس مال زكوي مجمع بين المستثمرين الشباب، وأيضا تنوع مؤهلات المستثمر الجديد.
- رأس المال الزكوي يملك مستحق الزكاة من مصرف الفقراء والمساكين أو أي مصرف آخر، يستعد فيه مستحقه لاستثمار ماله بصيغة المشاركة.
- لا يفرض الاستثمار على مستحق الزكاة، بل يوجه لذلك حتى يقتنع بجدوى تنمية ماله، وهذا مع ما يتماشى والتمليك الفعلي للمستحق.
- **نسبة المساهمة في عقد المشاركة الزكوي:**
  - المستفيد من الزكاة الاستثمارية يساهم بـ 45٪.
  - البنك الإسلامي يساهم بـ 45٪. (مع إمكانية تعديل النسبة بحسب قدرة الشريكين).
  - مؤسسة الزكاة تساهم بـ: 10 %، من مواردها الخاصة وليس من موارد الزكاة.
- طبيعة المشاركة هي مشاركة متناقصة لصالح المستثمر؛ في أجل من 05 إلى 10سنوات.
- يمكن الاتفاق على أن تكون المشاركة دائمة أو متغيرة،أو متناقصة لأي طرف بعد 05 سنوات.
- تحدد نسبة توزيع الأرباح بنسبة شائعة بحسب الاتفاق وحسب نوع صيغة المشاركة المطبقة. والاستراتيجية المتبعة من المصرف الإسلامي.
- في حالة الخسارة يتحمل كل شريك ذلك في حدود رأس المال.
- التزام المشروع بدفع زكاته لصندوق الزكاة.
- ضرورة تأمين المشروع بصيغ التأمين التكافلي.
- التكوين الجيد والتأهيل المحكم في مجال إدارة الأعمال للمستثمرين الشباب.
- إعداد قاعدة بيانات لمستحقي الزكاة المؤهلين للاستثمار وتكوينهم.
- إنشاء حاضنة تابعة لدار المقاولاتية بكل جامعة لترافق إنجاح مشروعات الزكاة.
- تحدد مؤسسة الزكاة نسبة سنوية للاستثمار عن طريق هذا العقد من مصرف الفقراء والمساكين؛ كما يمكن الاستفادة من المخصصات المالية للمصارف الأخرى.
- يحرص المصرف الإسلامي أن يكون إنجاح هذا المشروع كأولوية في إطار أهدافه الاجتماعية التكافلية.

3. مراحل تطبيق عقد المشاركة الزكوي:

3. 1. المرحلة الأولى التحضيرية:

3. 1. 1. على المستوى المشترك (مؤسسة الزكاة والمصرف):

أ. تنشأ لجنة مشتركة بين مؤسسة الزكاة ممثلة في صندوق الزكاة والبنك التشاركي(الإسلامي) ممثلا في بنك البركة الجزائري أو بنك السلام، باعتبارهما المصرفين الإسلاميين الوحيدين بالجزائر، وتكون اللجنة المشتركة مركزية على المستوى الوطني وولائيا على مستوى كل ولاية بين مديرية الشؤون الدينية والأوقاف.

ب. تتكون اللجنة من مختصين يجمعون بين علوم التسيير والاقتصاد والمالية، والعلوم القانونية؛ والعلوم الشرعية؛ وتهتم بمتابعة ومرافقة وتوجيه المستثمرين الجدد، لتقديم يد المساعدة لهم في بداية العملية الاستثمارية، ومرافقتهم وتوجيههم وتقديم المشورة لهم فيما يتعلق بالقرارات الإدارية الخاصة بالاستثمار وما يترتب عنها من قرارات متعلقة بالتخطيط والإنتاج والتخزين والتسويق ... الخ، وتُعطى لها الصلاحيات الكافية لممارسة دورها الرقابي والإشرافي من جهة، وتُزود بالآليات الفعالة المناسبة لتأدية الدور المنوط بها من جهة أخرى.

ج. تعد مؤسسة الزكاة وفروعها بالتنسيق مع المصرف وفروعه بطاقية وطنية لمستحقي الزكاة، ومؤهلاتهم الاستثمارية، وكذا اقتراح المشاريع ذات الجدوى الاقتصادية المرتفعة.

د. اللجنة المركزية هي من تقرر انطلاق المشاريع أو توقيفها بعد أخذ رأي اللجنة الولائية؛

3. 1. 2. على مستوى صندوق الزكاة ولائيا:

إنشاء "لجنة مراقبة ومراجعة خاصة بالاستثمار الزكوي" على مستوى كل ولاية، تكون مهمتها إلزامية تتمثل في مراقبة سير العملية الاستثمارية ومراجعة المعاملات المالية وتقييد الحسابات، وتُؤدَّى مهامها بصفة دورية نصف سنوية بداية مدة الاستثمار ثم تكون سنوية، وتقوم بنشر البيانات المالية السنوية الخاصة بالمشاريع محل المتابعة على البوابة الإلكترونية لصندوق الزكاة.

3. 1. 3. على مستوى بنك البركة:

إخضاع المستفيد الشريك المستثمر، مسبقا، لتكوين وتأهيل متخصص بهدف حصوله على أهم المعارف والخبرات العملية الضرورية للبدء في المشروع وإدارته.

3. 2. المرحلة الثانية: تنفيذ عقد المشاركة الزكوي:

3. 2. 1. على مستوى صندوق الزكاة :

أ. يتم الإعلان عن التخصصات الاستثمارية المطلوبة بناءً على القائمة المحددة من طرف اللجنة المركزية، ويتم نشرها على الموقع الإلكتروني للصندوق وعلى مستوى اللجان القاعدية في كل ولاية.

ب. اللجنة القاعدية تحصي عدد الفقراء المؤهلين علميا أو حرفيا الراغبين في الحصول على الزكاة الاستثمارية، ويتم ذلك بالاعتماد على آراء ممثلي لجان الأحياء الذين يُفترض أنهم على معرفة أكثر من

غيرهم بمدى كفاءة طالبي الزكاة الاستثمارية؛ سواء تعلق ذلك بالجانب المعرفي أو الأخلاقي، ثم تُرفع القائمة الخاصة بالأسماء رفقة الوثائق الدالة على مؤهلات كل شاب إلى اللجنة الولائية .

ج. تختار اللجنة الولائية من بين الملفات الواردة من اللجان القاعدية الأحق والأكفأ حسب الوثائق المرفقة، بمساعدة اللجنة المشتركة.

د. تجري اللجنة المشتركة الولائية مقابلة شخصية مع المستحقين المختارين على أساس الوثائق، والغرض من هذه المقابلة ترجيح التمييز النهائي بين المترشحين واختيار القائمة الأخيرة للمستحقين للزكاة الاستثمارية.

ه. يتم ترتيب قائمة المترشحين بحسب المعلومات المجمعة عنهم وأولوية مشاريعهم.

و. يتم مراسلة بنك البركة بقائمة المترشحين ليتم دراستها على مستوى البنك.

ز. بعد تحصيل القيمة النهائية للزكاة وتحديد قيمة الزكاة الاستثمارية يتم اختيار العدد النهائي للمستفيدين، من الزكاة الاستثمارية بحسب القائمة المحددة من طرف بنك البركة، والقيمة النقدية للزكاة الاستثمارية.

3. 2. 2. على مستوى بنك البركة أو المصرف الإسلامي:

أ. يقوم البنك ولائيا بتحديد قائمة بالتخصصات الاستثمارية القطاعية بناء على دراسة متطلبات السوق المحلية، ويقوم بإرسالها لصندوق الزكاة.

ب. استقبال الملفات الواردة من صندوق الزكاة الخاصة بالمرشحين للمشاركة الزكوية، ودراستها ثم ترتيبها بحسب الكفاءة والأحقية، وذلك بعد:

- دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع؛ وهذا بالاستعانة بمكتب دراسات للقيام بدراسة الجدوى الاقتصادية والمالية، وتحديد العوائد المالية والاجتماعية للمشروع على أن يتم احتساب تكلفة دراسة جدوى المشروع وتكلفة تكوين الشريك ضمن تكاليف المشروع محل المشاركة.
- دراسة المخاطر المتعلقة بالمشاريع المختلفة، للتمييز بينها، واختيار أفضل المشاريع على أساس أحسن توليفة بين العوائد والمخاطر المرتبطة بها.

ج. تحديد نسب المشاركة بين البنك والشريك وفق ضوابط عقد المشاركة الزكوي.

د. مقابلة الشركاء المستثمرين المحتملين بحسب الأولوية، لسماع الشريك المحتمل ومعرفة رؤيته عن المشروع وتصوره عن أسلوب الإنتاج والإدارة واستراتيجية التسويق...الخ.

ه. يتم تحديد القائمة النهائية للمستفيدين من المشاركة الزكوية وذلك بناءً على القدرة التمويلية للبنك.

و. .يتم الاتفاق بين البنك والشريك المستثمر على المبالغ المستحقة على كل طرف لحساب رأس المال المطلوب لتأسيس الشركة،ويتم الاتفاق أيضا على: الإدارة من طرف الشريك، ونسب توزيع الأرباح، ونوع الشركة المؤسسة (ثابتة أو متغيرة أو متناقصة منتهية بالتمليك).

ز. يتم إبرام العقد بين المصرف والشريك وصندوق الزكاة الولائي، ومحتويا على كل البنود المحددة لطبيعة العلاقة المالية الرابطة بين الشركاء والمتفق عليها مسبقا.

ح. .يتم إرسال نسخة من عقد المشاركة الزكوي للجنة الولائية لصندوق الزكاة من أجل إصدار الأمر بالصرف وإيداع المبلغ الخاص بالمستفيد الشريك.

ط. يُفتح حساب بنكي باسم الشركة الجديدة لدى بنك البركة، يحول إليه الحصة المطلوبة من الشريك في رأس المال والحصة الخاصة بالبنك، وحصة مساهمة صندوق الزكاة ولائيا؛ ليتم بعدها التسجيل والإشهار وغيرها من الإجراءات الخاصة بإنشاء الشركات.

4. مرحلة حياة منتج عقد المشاركة الزكوي والاستراتيجيات التسويقية الملائمة:

يرتبط مفهوم دورة حياة المنتج المصرفي (MONIQUE Zollinger, 1985, p117) بعامل مهم وهو الزمن، فحياة الكائن مهما كان، تبدأ بالمرحلة الزمنية صفر، أين يولد، إلى مرحلة زمنية مستقبلية، أين يزول؛ والسلع والخدمات لها دورة حياة تبدأ منذ إنتاجها وطرحها في السوق إلى غاية غيابها واختفائها عنه.

ويعبر عن دورة حياة الخدمة، بالمسلسل التاريخي لمبيعاتها، فيختلف حجم مبيعات الخدمة من مرحلة لأخرى، وهذه المراحل لها من الأهمية التي تجعل مدير التسويق يتابع حركات المبيعات؛ ومن ثم رسم السياسات والاستراتيجيات المناسبة، وتكاد تكون دورة حياة الخدمة أو حتى السلعة متشابهة، ويكمن جوهر الاختلاف فيما بينهما أو بين خدمة وخدمة أخرى، في المدة الزمنية التي تستغرقها كل مرحلة وخصائصها:

وقد قسم: (Kotler وDubois) دورة حياة الخدمة إلى أربعة مراحل: (PH.KOTLER et B.DUBOIS, 1997, p329)، تنطبق على مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية، وتتمثل هذه المراحل في: مرحلة التقديم، مرحلة النمو، مرحلة النضج، ثم مرحلة الانحدار.

إن المنتج المصرفي وخلال دورة حياته تحتاج إلى تخطيط الاستراتيجية الخاصة بتسويقها، ونظرا لأن لكل مرحلة خصائصها ومقتضياتها، فإن ذلك يفرض على إدارة التسويق في المصرف أن تتعامل باستراتيجيات تسويقية مختلفة تتلاءم مع طبيعة كل مرحلة.

ويمكن شرح دورة حياة المنتج المصرفي والاستراتيجيات الملائمة لعقد المشاركة الزكوي وفقا لهذه المراحل كالآتي:

4. 1. مرحلة التقديم:

4. 1. 1. خصائص مرحلة التقديم:

وتعتبر مرحلة التقديم من أطول المراحل، وتبدأ من بداية تقديم المنتج في السوق؛ والتحكم في مرحلة التقديم له الأثر في نجاح المنتج وقدرته على المنافسة والبقاء، وتتسم هذه المرحلة بالمواصفات الآتية:

- محدودية حجم التعامل بهذا المنتج، وذلك لكونه جديد من جهة وموجه لفئة واحدة من جهة أخرى ممثلة في مستحقي الزكاة المؤهلين والمستعدين في ذات الوقت لعقد استثمار تشاركي.
- معدل نمو المبيعات (إبرام صفقات التعاقد)، يكون بطيئا، كون أن المنتج الإسلامي "عقد المشاركة الزكوي"، سيكون تجربة أولية لمدة ثلاث سنوات ويقتصر على بعض الولايات فقط.
- عادة ما تكون الأرباح منخفضة في هذه المرحلة، وهذا مقارنة بارتفاع التكاليف، وخاصة تكاليف التوزيع والترويج، لكن يمكن أن تساهم مؤسسة الزكاة في تخفيض تكاليف الترويج للمنتوج.

- يرتبط إبرام عقد المشاركة الزكوي بوجود وفرة مالية لدى صندوق الزكاة، وبسبب ارتباط الزكاة بالحول تستطيع مؤسسة الزكاة تحديد موعد سنوي يتم فيه توزيع رؤوس الأموال على المستحقين المؤهلين للاستثمار.
- المنافسة عند تقديم المنتج الجديد "عقد المشاركة الزكوي" منعدمة تماما، وعليه فعند تقديم الخدمة الحذر من اتجاه التحفظ لدى الزبائن "المستفيدين من المنتج" بسبب ارتفاع مخاطر المشاركة، ويمكن أن تتحقق المنافسة في حالة وجود عدة مصارف إسلامية تسعى لتفعيل صيغة المشاركة. حيث أن الخدمة إذا أصبحت قادرة على احتلال موقع في السوق المنافسة، يعني قدرة هذه الخدمة على تجاوز المرحلة الأولى؛ ودراسة المخاطر وآليات إدارتها مهمة جدا في هذه المرحلة.
- أما عن كيفية تحديد انتهاء مرحلة التقديم، فيعتبر ذلك أمرا نسبيا، ولمدير التسويق وحده، القدرة على استعمال المعطيات التي تمكنه من معرفة انقضاء هذه المرحلة، وبصفة عامة فإن هناك معياريين أساسيين لمعرفة ذلك وهما:
  - انتهاء مدة الاستراتيجية التي رسمها المصرف بالتنسيق مع صندوق الزكاة لهذه الخدمة، (حجم المبيعات،حجم الأرباح...إلخ). فعند تقارب أو تطابق الأرقام الخاصة بالمبيعات تتحدد مرحلة التقديم.
  - ظهور المنافسة وازدياد حدتها؛ وهنا في حال تأسيس مصارف إسلامية أخرى.

وأشير إلى أن "نجاح الكثير من الخدمات وحتى السلع في السوق، يتوقف على طريقة تقديمها للزبائن، فطريقة التقديم إما أن تساعد جذب العملاء، وتحسين سمعة المصرف وسمعة المنتج المقدم في حد ذاتها، أو أنها، أي طريقة التقديم، تحدث عكس ذلك". (عبد السلام أبو قحف، 2002، ص203).

4. 1. 2. استراتيجية مرحلة التقديم:

وعادة ما يتبع المصرف في هذه المرحلة استراتيجية تنمية السوق الجديدة، (محسن أحمد الخضيري، 1986، ص159 -160) وكذلك الاستراتيجيات التسويقية الهجومية؛ وعملية تقديم المنتج الجدي عقد المشاركة الزكوي؛ إلى السوق تنطوي على مخاطر كثيرة، ولهذا فان على إدارة التسويق في المصرف الإسلامي لها أن تبنى برامج تسويقية تضمن عملية تقديم آمنة إلى السوق وهناك أربع استراتيجيات في مرحلة تقديم الخدمة وهي: استراتيجية القشط السريع، استراتيجية القشط البطيء، استراتيجية التغلغل السريع، استراتيجية التغلغل البطيء. وبتتبع مضامين الاستراتيجيات الأربع، فإن الاستراتيجية الملائمة هي: الجمع بين استراتيجيتي التغلغل السريع، والتغلغل البطيء بحيث: يتم تقديم "عقد المشاركة الزكوي" إلى السوق بسعر منخفض، من حيث تكاليف الترويج والتوزيع التي يمكن أن يسهم فيها صندوق الزكاة، وكذا مع التأكيد على أهمية رفع نسبة الربح المشاعة بالنسبة للمستثمر مستحق الزكاة.

وسبب اختيار هذه الاستراتيجية هو:

- عدم المعرفة الدقيقة للزبائن المستهدفين بـ،"عقد المشاركة الزكوي" وكذا مؤهلاتهم.
- رفع التحفظ عن الشركاء الاجتماعيين وهم المزكون أنفسهم؛ فهم الممول الأساسي لصندوق الزكاة.
- اتساع السوق المحتمل للمنتج المصرفي.

4. 2. مرحلة النمو:

4. 2. 1. مميزات مرحلة النمو:

وتأتي هذه المرحلة مباشرة بعد مرحلة التقديم، وتعتبر من أهم المراحل في حياة دورة الخدمة أو المنتج المصرفي، حيث تشهد هذه المرحلة زيادة كبيرة في حجم المبيعات وتحديدا حجم المعاملة بالخدمة؛ وتبدو المنافسة جليا، في حالة وجود مصارف منافسة، مما يدفع بالمصرف إلى تحسين جودة الخدمات المصاحبة لمنتج "عقد المشاركة الزكوي"، وكذا محاولة التنويع في الخدمات المعروضة في السوق المصرفية.

ونجد أن البعض يطلق على بداية مرحلة النمو " مرحلة المرعى الخصيب أو البقرة الحلوب" وتستمر هذه المرحلة، ما دام أن نسبة المبيعات في نمو حصتها السوقية في تزايد مستمر؛ وتتميز هذه المرحلة بما يلي:

- ارتفاع معدل نمو عدد اعتماد "عقد المشاركة الزكوي".
- ارتفاع معدل نمو الإيرادات والأرباح بدرجة كبيرة.
- زيادة حدة المنافسة بين المصارف بشكل خاص.
- اتساع السوق.
- انخفاض التكاليف بأنواعها المختلفة بدرجة كبيرة.
- تحسن مستمر في مركز الخدمة في السوق
- انخفاض السعر الذي يترجم بتخفيض نسبة أرباح المصرف كشريك.
- كثافة استخدام قنوات التوزيع، لمنتجات هذه المشاريع .
- شهرة "عقد المشاركة الزكوي" وكذا منتجات وخدمات مشاريعه ووصوله إلى درجة تفضيل عالية.

4. 2. 2. استراتيجية مرحلة النمو:

إن نجاح استراتيجية مرحلة النمو، مرهونة بانتشار المنتج الجديد "عقد المشاركة الزكوي" وتوسع التعامل به، ويتعزز ذلك بارتياح الشركاء لنتائج تطبيق العقد ويمثل الشركاء هنا: الشريك الأول المستثمر مستحق الزكاة، وارتياح الشريك المستثمر يحقق اطمئنان المزكين القدامى والجدد المحتملين زيادة ثقتهم في مؤسسة الزكاة والتعامل معها بشكل أوسع. مما يزيد من حجم التعامل بالمنتج الجيد ويسرع معدل نموه.

كما أن المزكين والمستحقين للزكاة الذين لم يكونوا قد انضموا بعد إلى الركب، سيبدؤون بالتعامل بـ "عقد المشاركة الزكوي"، محاكين بذلك من سبقوهم وخاصة عندما يسمعون عبارات الثناء والاستحسان حول المنتج المصرفي الجديد، ففي ضوء النجاح المحقق في السوق فان الحجم الكبير للتعامل بالعقد يكون مقترنا بفرص ربح عالية، مما سيغرى المصارف المنافسة أيضا بالدخول إلى السوق.

وتعزيزا لذلك يمكن أن يتبع المصرف الأهداف الاستراتيجية الآتية:

- تحسين مستوى جودة شروط العقد وطريقة تنفيذه؛ وكذا جودة الخدمات المصرفية المقدمة للشريك المستثمر، و"إضافة مواصفات جديدة تحمل في طياتها بعض المزايا النسبية" أمر ضروري جدا. TARI) Mohamed Larbi, 1996, p181)

- التوجه لخدمة قطاعات استثمارية جديدة، من خلال توسيع قاعدة المؤهلات لدى مستحقي الزكاة، وتطوير نظم التواصل معهم.
- توجيه أهداف الترويج (وخاصة الإعلان) لتحقيق أهداف ذات تأثير أعمق على سلوك المزكين القدامى والجدد المحتملين.
- خفض التكاليف أكثر وتشجيع الشركاء برفع نسب الربح.

ويستطيع المصرف خلال هذه المرحلة أن يحقق حصة سوقية كبيرة وأرباح عالية.

4. 3. مرحلة النضج:

4. 3. 1. مميزات مرحلة النضج:

وتسمى هذه المرحلة أيضا مرحلة التشبع، وخلال هذه المرحلة يصل حجم العقود المبرمة والمشاريع الجديدة إلى السقف الذي حددته إدارة المبيعات أو مصلحة عقود الاستثمار في المصرف الإسلامي بالتنسيق مع صندوق الزكاة، وقد يزداد التعامل بالمنتج المصرفي الجديد؛ لكن تبقى الأرباح ثابتة ثباتا نسبيا، مع أن تكاليف الترويج في هذه المرحلة لها الدور الكبير في ثباتها، وتلعب تسهيلات العقود الممنوحة للشريك المستثمر دور رئيسيا في تعظيم الأرباح ومن أهم التسهيلات أو التحفيزات، تخفيض نسبة المصرف من الربح لصالح الشاب المستثمر؛ وهو ما يشكل ميزة تنافسية مقدمة من طرف المصرف.

كل هذا من شأنه أن يحافظ على الحصة السوقية للمصرف، ويعزز من الوضعية التنافسية بينه وبين المصارف الأخرى المنافسة؛ وتتميز مرحلة النضج بما يلي:

- معدل عدد العقود "عقد المشاركة الزكوي" يستقر وقد يبدأ في الانخفاض النسبي.
- تدهور نسبي في حجم الأرباح المحققة المتراكمة بسبب تذبذب عدد العقود المبرمة.
- ارتفاع شديد في حدة المنافسة، بسبب دخول مصارف تقدم تسهيلات أكثر للمستثمر ولصندوق الزكاة.
- التكاليف تبدأ في الارتفاع النسبي على عكس الأرباح.
- تكثيف وتنويع قنوات التوزيع.
- ارتفاع درجة الولاء لدى الزبائن تجاه المنتج وكذا اطمئنان المزكين.

4. 3. 2. استراتيجية مرحلة النضج:

إن وصول الخدمة المصرفية إلى مرحلة النضج يعنى ضمنيا اجتيازها لمرحلة النمو، وازدياد قوة موقفها في السوق؛ وعلى الرغم من ذلك، فإن حجم التعامل قد ينخفض في أوقات معينة؛ فمرحلة النضج غالبا ما تستغرق وقتا أطول من المراحل السابقة (التقديم والنمو). كما أنها تفرض كثيرا من التحديات على إدارة التسويق في المصرف.

إن انخفاض معدلات النمو في حجم التعامل بالعقد، من شأنه أن يسهم في زيادة حدة المنافسة. فالمصارف المنافسة تبدأ بتخفيض أسعارها، وزيادة حجم الإنفاق على الإعلان وغيره من أساليب وطرق الترويج الأخرى، كما أنها ستلجأ إلى تدعيم ميزانيتها الخاصة بالبحوث والتطوير للوصول إلى خدمات مصرفية مطورة تستطيع بها تعزيز مكانتها التنافسية في السوق. (فوزي محيريق، 2003، ص101).

ومن شأن هذه الممارسات أن تقود إلى تخفيض هوامش الربح التي يمكن أن تحققها المصارف المتنافسة، وسيؤدى ذلك إلى خروج بعض المصارف الضعيفة، أو لجوء بعضها إلى حذف ووقف التعامل بالخدمات المصرفية المتعثرة من خطوط الخدمة. وإزاء هذا السيناريو السوقي، فإن القدرات الدفاعية للمصرف لن تكون سهلة المنال؛ ولهذا، فان أفضل وسيلة أمام إدارة المصرف للدفاع عن وضعها التنافسي، أن تأخذ في اعتبارها الاستراتيجيات التسويقية التالية:

أ. **استراتيجية تعديل السوق:** أي استهداف زيادة الزبائن الشركاء الذين يتعاملون بـ: "عقد المشاركة الزكوي" وتنويع الزبائن بناء على مؤهلاتهم الاستثمارية.

ب. **استراتيجية التعديل في الخدمة المصرفية:** وتعمل إدارة المصرف على تنويع الخدمات بزيادة عقود تمويل إسلامية أخرى كالمضاربة والمزارعة، وفي إطار هذا التوجه فإن إدارة المصرف تستطيع تطبيق إحدى الاستراتيجيتين التسويقيتين التاليتين أو كليهما معا:

- **استراتيجية تطوير جودة الخدمة المصرفية:** وتستهدف هذه الاستراتيجية زيادة مستوى أداء الخدمة من حيث أسلوب تأديتها والسرعة في إنجازها أو تحسين شروط الحصول عليها من جانب الشركاء المستمرين وصندوق الزكاة.
- **استراتيجية تطوير خصائص الخدمة المصرفية:** وتستهدف إضافة خصائص جديدة يمكن من خلالها توليد منافع إضافية للزبائن كزيادة الضمانات المقدمة للاستثمار أو تفعيل مؤسسات التأمين التكافلي. والاهتمام بأسواق منتجات وخدمات الشركات الناشئة عن عقد المشاركة الزكوي.

4. 4. مرحلة الانحدار:

4. 4. 1. خصائص مرحلة الانحدار:

وتبدأ هذه المرحلة الأخيرة مع توقف المنتج المصرفي وخاصة إذا عرف تطبيقه تذبذبا في الأرباح من المداخيل السنوية للاستثمارات أو بروز إشكالية في تسيير المنتج ناتجة عن التنسيق بين المصرف والمستثمر وصندوق الزكاة ما قد يؤدي بالمنتج المصرفي الاتجاه نحو الانحدار. وأشير إلى أنه هناك من يضيف مرحلة خامسة في دورة حياة المنتوج وهي مرحلة التشبع التي تكون بين مرحلتي النضج والانحدار(محمد ابراهيم عبيدات، 1999، ص188)

كما يمكن أن يقترح المصرف في هذا المرحلة استراتيجيات بديلة منها تنويع عقود الاستثمارات وعدم قصرها على المشاركة، أي إضافة خدمات أخرى مماثلة للخدمة الحالية؛ مثل المزارعة أو المضاربة. أو يمكن تخلي إدارة المصرف عن تقديم الخدمة وإحلالها بخدمة أخرى بديلة، أكثر قدرة على المنافسة.

إن أهم المقاييس أو المعايير التي يعتمد عليها المصرف في تتبع مسار دورة حياة الخدمة المصرفية، هو معيار حجم المبيعات، ويزداد هذا المعيار في مرحلة هامة وهي مرحلة النمو، حيث تصل المبيعات والأرباح إلى درجات عليا، ومن ثم، فإن على المصرف خلق إدارة فعالة لها القدرة على التحكم في الاستراتيجيات التسويقية لاستغلال مرحلة النمو وهذا حتى يتمكن المصرف من تحقيق أقصى الأرباح.

4. 4. 2. استراتيجية مرحلة الانحدار:

توصف المرحلة التي يصل فيها مستوى أداء المنتج المصرفي إلى حد الانحدار بانخفاض حاد في حجم التعامل بها، وقد يكون هذا الانخفاض بطيئا وقد يأخذ شكلا متسارعا؛ ويُعزى هذا الوضع بشكل عام إلى كثير من الأسباب منها المنافسة الحادة وكذا احتمالية إفلاس المشاريع لوقوع مخاطر داخلية متعلقة بالتسيير أو خارجية متعلقة بالسواق. وبشكل خاص فإن أسباب الانحدار قد تكون ضمن خصوصية عقد التمويل الزكوي، فبسبب فشل نسبة كبيرة من العقود وخسارتها، سيمتنع المزكون عن دفع زكاتهم، هذا فضلا عن المزكين المحتملين الجدد.

وفي هذه الأوضاع يمكن لإدارة المصرف ومؤسسة الزكاة تبني أحد المسارات التالية:

- الخروج من السوق كليا.
- البقاء في السوق مع تخفيض عدد "عقود المشاركة الزكوي" وتصفية المتعثرة منها مع بقاء المشاريع الواعدة والمتميزة.
- التركيز والاستغناء عن قطاعات معينة من السوق.
- تخفيض تكاليف التوزيع والترويج.
- تخفيض كبير في أسعار بيع الخدمة.

إن الإبقاء على خدمات مصرفية غير مجدية ومشروعات مفلسة، من شانه أن يلقي على المصرف أعباء ثقيلة لا من حيث الربح فحسب؛ بل أيضا لأن مثل هذه المنتجات تعتبر مجالا لهدر الطاقات والإمكانيات، ولأنها مضيعة للوقت والجهد وهذا كله يجعل منه مصدر إزعاج وإرباك لإدارة المصرف؛ فالخدمة في هذه المرحلة غالبا ما تحتاج إلى تعديلات مستمرة كما تحتاج إلي جهود بيعية وترويجية كبيرة لتحسين مكانتها في أذهان الزبائن (الصورة الذهنية).

يضاف إلى ذلك، فإن "استمرار الاحتفاظ بخدمة مصرفية متعثرة من شأنه أن يعطل جهود البحث عن بدائل أخرى أكثر جدوى لتحل محلها؛ كما يضفي على مزيج الخدمات المصرفية للمصرف قدرا كبيرا من الارتباك وعدم التوازن مما يترك آثارا سلبية على الوضع المالي للمصرف ويضعف في النهاية مكانته في السوق".(ناجي معلا، 1994، ص -ص88 -89) كل ذلك يحتم على الإدارة تقرير ما إذا كان عليها الاستغناء عن الخدمة المتعثرة والإبقاء عليها مع محاولة تطويرها.

ونشير هنا إلى أن الاستراتيجية التسويقية تشتغل على مسارين مسار أساسي متعلق بالاستراتيجية المطبقة "عقد المشاركة الزكوي". ومسار ثانوي متعلق بتطبيق الاستراتيجية التسويقية المناسبة للسلع والخدمات المنتجة من مشروعات "عقد المشاركة الزكوي" التي تم الشروع فيها.

5. الأهداف المبررة لاقتراح منتج عقد المشاركة الزكوية:

5. 1. المبررات الاقتصادية:

أ. السعي لزيادة حجم الاستثمارات الجديدة من خلال إنشاء مؤسسات تشاركية صغيرة ومتوسطة.

ب. المساهمة في خلق مناصب شغل جديدة لفئات هشة عانت من البطالة.

ج. إن عدم نجاح القرض الحسن المعتمد من إدارة الزكاة أدى إلى إهدار أموال معتبرة من صندوق الزكاة، دون تحقيق فائدة اقتصادية تذكر، وهذا بعكس ما سيحققه عقد المشاركة المبني على تحقيق المصالح وتعظيم الأرباح بين الشركاء.

د. توفير رؤوس أموال تأسيسية مخصصة للتمويل الكافي للمشروعات الجديدة.

ه.دخول البنك كطرف في عملية الاستثمار يعزز ثقة المزكين فيها ما ينعكس إيجابا على استمرار مواضبتهم على دفع زكواتهم لصندوق الزكاة.

و. تفعيل صيغة التمويل بالمشاركة في المصرف الإسلامي.

ز. حاجة كل مؤسسة مصرفية إلى تطبيق الهندسة المالية لإيجاد صيغ استثمار تمويل جديدة أقل مخاطر وأكثر مردودية وربحية.

ح. تطبيق هذا المقترح يبرز الدور الاقتصادي الذي يمكن أن تؤديه الزكاة بالتنسيق مع السياسة النقدية والسياسة المالية بتفعيل أدوات السياسة الزكوية .(فوزي محيريق وعقبة عبد اللاوي، 2013، ص 3 -9)

5. 2. المبررات الشرعية:

أ. تجنب إشكالية تمليك الزكاة للفقير من عدمه، فبفضل هذه الصيغة تُمَلَّك الأموال للمستفيد ملكية تامة.

ب. تلافي إشكالية تحويل النسب من مصرف زكوي إلى آخر بحكم أن للإمام أن يقرر قصر صرف الزكاة في مصرف واحد أو أكثر بحسب الحاجة إلى ذلك، وهو الرأي الذي ذهب إليه المالكية والحنفية حيث يرون أنه يمكن اقتصار الزكاة على صنف واحد دون غيره أو بعض من الثمانية. (محي محمد مسعد، 1998، ص164)

ج. تجنب الاختلاف الفقهي حول مسألة استثمار أموال الزكاة من طرف مؤسسة الزكاة، أو إلزام المستفيد بذلك.

5. 3. المبررات الاجتماعية:

أ.تعميق مفهوم التكافل والتضامن الاجتماعي.

ب. تحقيق الدور الاجتماعي للبنك الإسلامي، الذي يفرض عليه ربط التنمية الاقتصادية بالتنمية الاجتماعية، وذلك من خلال الوقوف على المنافع الاجتماعية التي سيجلبها المشروع الناجح للأفراد والمجتمع ككل مثل عدد مناصب العمل التي سيوفرها أمام العاطلين عن العمل والرفاه الاجتماعي الذي سينتج عنه.

ج. المساهمة في حل عديد الظواهر المجتمعية السلبية كالسرقة والمخدرات المرتبطة بالفقر والحاجة والعوز.

6. إجراءات وضوابط مساعدة لإنجاح المشروع:

أ.المصرف الإسلامي كدعامة أساسية في الاقتصاد الإسلامي، وأداة هامة لتحقيق السياسة الاقتصادية للدول الإسلامية، عليه أن يحرص على إنشاء المشروعات ذات المردود الاقتصادي، ويتحقق من ذلك بفضل دراسات الجدوى الاقتصادية التقنية والمالية وكذا ضبط الجوانب التسويقية والقانونية.

ب. يجب على البنك التشاركي للتحوط من مخاطر المشاركة خاصة تلك المتعلقة بالشريك، واقتراح إجراءات صارمة توضح حالات تقصير الشريك في حالة الخسارة تحت طائلة تضمين يده إذا لم يف بذلك.

ج. على البنك التشاركي أن يتأكد من كفاءة العنصر البشري القائم على إدارة وتنفيذ المشروع.

د. إنشاء "محفظة استثمارات زكوية" لتطبيق مبدأ التنويع المالي في المحفظة الاستثمارية ما يجنب التمويل الزكوي الخسارة بالجملة.

ه. لتقوم مؤسسة الزكاة بدورها كما ينبغي على الدولة أن تسرع في تأسيس ديوان وطني للزكاة مستقل، ويضم كفاءات من المجتمع المدني وخاصة كبار المزكين.

و. لضمان نجاح الأداء الجيد، على مؤسسة الزكاة التفكير في إنشاء مؤسسات ومراكز تدريب إداري ومهني للشباب المستثمر.

ز. لحدة درجة المخاطر في صيغة المشاركة في المصارف الإسلامية، نقترح إنشاء مؤسسات تأمين تكافلي يوجه خدمات تأمينية خاصة لاستثمارات العقد التشاركي الزكوي.

ح. ضرورة إنشاء سوق خاص بمنتوجات هذه المشاريع، والترويج للمنتجات التي يعرضها الشباب المستثمر. وأشير على إلى التجربة الماليزية في ذات السياق، حيث أنشأت مؤسسة الزكاة سوقا وسمته بـ: "سوق الأصناف". وتعرض فيه المنتجات المعروضة من المؤسسات التي استحق مالكوها الزكاة؛ ويقام هذا السوق أسبوعيا بماليزيا كل سبت بالقرب من مبنى الشؤون الإسلامية، ويقوم بالبيع فيه الغالبية من صنف الفقراء؛ وتسوّق من طرف إدارة السوق كل منتجاتهم الزراعية والحيوانية والحرفية، وتباع السلع بسعر الجملة. (عزمان عبد الرحمن سليمان، 2010، ص61 -65)

ط. لماليزيا تجربة رائدة في تقديم قروض متناهية الصغر كرأس مال للفقراء خارج أموال الزكاة؛ "فلقد تأسست مؤسسة تسمى بـ: "أمانة اختيار ماليزيا" كمنظمة غير حكومية في 17 سبتمبر 1987م، من أجل مكافحة الفقر...حيث تمكن هذه المؤسسة الفقراء من قروض صغيرة بدون فائدة كرأس مال أولي لتأسيس مشروع استثماري". (محمد الشريف بشير الشريف، 2009، ص 237 -255)

7. تقييم تجربة الاستثمار بالقرض الحسن لصندوق الزكاة بالجزائر:

1.7. حصيلة الزكاة لصندوق الزكاة من سنة 2003 إلى 2018:

حصيلة زكاتي المال والفطر والزروع لصندوق الزكاة من 2003 إلى 2017م بالاضافة للحصيلة الكلية لسنة 2018 موضحة في الملحق (01) وفقا لإحصائيات موارد صندوق الزكاة بالجزائر (وزارة الشؤون الدينية والأوقاف بالجزائر2020)؛ (عبد الله منصور وعبد الله بزاوية، 2013)؛ (الطيب الوافي، 2013، ص6 -7)؛ (فتيحة بلقاسم، 2015 ص:79 -80) وهذا لكل من زكاة الفطر وزكاة الأموال وزكاة الزروع والثمار. وكان وزير الشؤون الدينية والأوقاف قد أعلن لدى إشرافه على الندوة الولائية للحملة الـ 14 لصندوق الزكاة بولاية سيدي بلعباس أن حصيلة الزكاة لسنة 2014 بلغت ما قيمته 4،1 مليار دينار جزائري. ودعى الوزير الجامعيين إلى تقديم الاقتراحات لجعل من صندوق الزكاة مؤسسة حديثة (وكالة الأنباء الجزائرية، 2015).

2.7. إحصائيات المستفيدين توزيع حصيلة الزكاة لصندوق الزكاة من سنة 2003 إلى 2017:

يوضح الملحق (02) عدد المستفيدين من أصناف أموال صندوق الزكاة من سنة 2003 إلى 2017؛ وقد بلغ عدد المستفيدين من زكاة الفطر والزكاة المال وزكاة الزروع والثمار سنة 2017 على التوالي: 160.134، 87.801 و20.897 مستفيدا (سفيان بن قديدح وعبد الله بغزوز ،2018، ص21)، في حين بلغت الحصيلة الاجمالية للزكاة سنة 2018: 1.456.933.796,20دج. (وزارة الشؤون الدينية والأوقاف 2019)

3.7. إنشاء صندوق استثمار الزكاة:

وقعت اتفاقية تعاون مع بنك البركة الجزائري في 22 مارس سنة 2004. ليكون وكيلا تقنيا ماليا في مجال استثمار أموال الزكاة وعلى أساسها تم إنشاء صندوق استثمار على مستوى بنك البركة الجزائري يسمى "صندوق استثمار أموال الزكاة". وحُدد رأس المال الابتدائي لصندوق استثمار أموال الزكاة بـ 60.000.000,00 دج، ويمكن للوزارة إضافة موارد مالية كزيادة لرأس مال هذا الصندوق إذا ما دعت الضرورة إلى ذلك. (فوزي محيريق، 2014، ص 300 -301) ونسبة 37.5% من حصيلة الزكاة المخصصة للاستثمار تكون رأسمال صندوق استثمار الزكاة وتوزع لفائدة الشباب البطال من الفقراء على شكل قروض حسنة. (عبد الله بن منصور وعبد الحكيم بزاوية، 2012، ص94)

4.7. تطبيق القرض الحسن في صندوق الزكاة الجزائري:

المقصود بالقرض الحسن في صندوق الزكاة بالجزائر، هو: "المبلغ المالي الذي يعطى لمستحق الزكاة في شكل قرض دون فائدة، شريطة أن يرجعه المستحق للزكاة للصندوق"، وهذا يتنافى فقهيا مع مسألة تمليك مال الزكاة للمستحق . وتوجه للمشاريع المصغرة المنتجة للسلع والخدمات مع استثناء النشاطات التجارية؛ وحددت قيمته بـ:500.000.00 و ذلك حسب وفرة الأموال لدى اللجان الولائية المكلفة بتوزيع أموال الزكاة. (لزهر قواسمية وآخرون، 2013، ص5)

5.7. أنواع التمويلات المعتمدة الممنوحة للشباب من صندوق الزكاة:

- تمويل مشاريع الصندوق الوطني للتأمين على البطالة؛ تمويل المشاريع المصغرة؛ دعم المشاريع المضمونة لدى صندوق ضمان القروض (تابع لوزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)، "ANGEM " الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة، 2016).
- مساعدة المؤسسات الغارمة القادرة على الانتعاش.
- إ نشاء شركات بين صندوق استثمار أموال الزكاة وبنك البركة الجزائري.
- إن تقديم القرض الحسن للشباب من صندوق الزكاة لا يتم إلا بشروط معينة تُدرس على مستوى اللجان القاعدية والولائية، (سليمان ناصر وعواطف محسن، 2011، ص15) ويتبع ذلك بإجراءات معينة. (لزهر قواسمية وآخرون، ص8).

6.7. إحصائيات التمويل بالقرض الحسن من صندوق الزكاة:

يمكن جمع إحصائيات مجموع القروض الحسنة وعدد المؤسسات الممولة من صندوق الزكاة الجزائري (تصريح وزير الشؤون الدينية الجزائري، 2016) للفترة الممتدة من 2003 إلى 2013 كما هو مبين في الملحق (03)، وقد تم تجميد القرض الحسن سنة 2014.

7.7. معيقات الاستثمار عن طريق القرض الحسن المطبق في صندوق الزكاة الجزائري:

إن مسألة انتهاج القرض الحسن كأسلوب لتمويل المشاريع الاستثمارية من صندوق استثمار الزكاة تواجهه معيقات من شأنها إضعاف النتائج المرجوة من هذه العملية، منها ما يتعلق بالناحية الاقتصادية وهو ما دل عليه واقع التجربة القصيرة لهذه العملية، ومنها ما يتعلق بالناحية الشرعية وهو ما تكشف عنه عملية التأصيل الشرعي للعملية؛ ويمكن تفصيل ذلك كالآتي:

1.7.7. من الناحية الاقتصادية:

وهي مجموعة من الإشكاليات منها ما يتعلق بالعملية بحد ذاتها وأخرى تتعلق بإدارتها، سيتم توضيحها كالآتي : (سليمان ناصر وعواطف محسن، ص 17 -18)

- ضآلة حجم التمويل المقدم وهو ما يرجع لضعف جباية الصندوق، ما يجعل من التمويل المصغر يتحول إلى متناهي الصغر، ولا يكفي لإنشاء مشروع أو مؤسسة ولو كانت مصغرة .
- مؤسسات دعم الشباب بالجزائر، تمنح قيمة: 000.00.500 دج كقرض مصغر للشاب وهو ما يمكنه من فتح مشروع مصغر، في حين متوسط القرض الحسن من صندوق الزكاة مثل نصف هذا المبلغ فقط.
- تقديم هذه القروض دون أي ضمانات نتج عنه عدم سداد القرض؛ فإذا كان البنك – وإن كان وسيطا في هذه العملية – يحتاط لأمواله وأموال المودعين عند استخدامها بطلب الضمانات اللازمة؛ فمن باب أولى أن يحتاط لهذه الأموال التي هي حق الله المفروض للفقراء في أموال الأغنياء.
- حالات التعثر وعدم السداد، عمقت من تذبذب مداخيل الزكاة عن طريق الصندوق.
- الإجراءات الإدارية البطيئة تعيق عمل الصندوق، فقد تصل مدة ما بين تحصل المستفيد على القرض الحسن إداريا، واستلامه للمبلغ ما يفوق السنتين وهو مناف تماما مع أبسط قواعد الإدارة المالية السليمة للزكاة وأهمها مبدأ استقلالية الدورات.
- ضعف عدد المستفيدين من قروض الصندوق.

2.7.7. من الناحية الشرعية:

إن التكييف الفقهي لمنح القرض الحسن من أموال الزكاة على سبيل الاستثمار، يكشف عن معيقات أخلت بهذه العملية في الميزان الشرعي، وأهمها:

إن فكرة استثمار أموال الزكاة ليست محل إجماع، ومصارف الزكاة حددتها الآية الكريمة التي يقول فيها الله ﷻ: ﴿إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسَاكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ﴾ (سورة التوبة: الآية 60). كما أن الصيغة التي وردت عليها في آية المصارف سُبقت لفظة "الفقراء" بلام التمليك، مما يعني أن أموال الزكاة لا يمكن استرجاعها، وبالتالي غير ممكن منحها على شكل قروض

حسنة. ونشير إلى أنه هناك من يرى بجواز تقديم قروض حسنة من أموال الزكاة، وذلك قياسا للمستقرضين على الغارمين. وهو قول الدكتور يوسف القرضاوي، ونسبه إلى أبي زهرة وخلاف وحسن، وبه صدرت فتوى لجنة الفتوى بوزارة الأوقاف الكويتية (نايف حجاج العجمي، ص32).

- المقاصد العامة للإسلام في باب الزكاة تجيز إقراض المحتاجين من سهم الغارمين. واجتهد القائمون على صندوق الزكاة الجزائري في تخصيص ما مجموعه ثلاثة أسهم هي: المؤلفة قلوبهم، الرقاب والغارمين، معتمدين في ذلك على مبدأين؛ استيعاب جميع الأصناف الثمانية والتساوي بينها، وعلى هذا الأساس حددت النسبة المخصصة للاستثمار، وهم بذلك اعتمدوا على تحويل نصيب سهم إلى سهم آخر وهذا ليس محل إجماع أيضا بين الفقهاء.

8.7. تقييم آلية القرض الحسن المعتمدة من طرف صندوق الزكاة الجزائري :

إن تجربة إدارة القرض الحسن في صندوق الزكاة بالتنسيق مع بنك البركة الجزائري واجهتها عدة عراقيل وصعوبات وتحديات، سواء على مستوى صندوق الزكاة، أو على مستوى بنك البركة، أو حتى على مستوى المستفيد نفسه، ويمكن تفصيل هذه التحديات كالآتي:

1.8.7. على مستوى صندوق الزكاة:

- ضعف قيمة الأموال المُجباة فعليا نسبةً للزكاة المفترضة، يجعل من النسبة الموجهة للاستثمار قليلة، وقيمة القرض محددة.
- عدم وجود لجنة مختصة لمتابعة إدارة القرض الحسن؛ بداية بدراسة الجدوى ثم اختيار المشروع، وصولا إلى متابعة تنفيذ المشروعات.
- غياب قاعدة معلومات توضح قدرة وكفاءة المستحق للزكاة.
- اقتطاع جزء من الزكاة وتركزه في فئة مستثمرين تعثرت مشاريعهم، يزيد من معاناة فئات أخرى مستحقة للزكاة.
- التحدي الشرعي المتعلق بمسألتي: تمليك الزكاة للفقير وليس الإقراض ثم الاسترجاع، ومسألة تحويل سهم زكوي من مصرف إلى مصرف آخر.
- إن تعثر القرض الحسن ووجود التحدي الشرعي يعمق هوة عدم الثقة بين المزكين وصندوق الزكاة ما يؤثر على حصيلة جباية الزكاة وطنيا.

2.8.7. على مستوى المستحق الزكاة:

- عدم كفاءة المستحق للزكاة لإدارة مشروع، لاسيما أن الاستفادة من القرض الحسن تكون فردية.
- الاعتقاد السائد لدى المستفيد أن القرض الحسن من الزكاة ليس عليه إرجاعه، وهو ما يؤدي إلى فشل عملية استرجاع أصل القرض.
- نقص الأمانة والورع والخلق الإسلامي، يُضعف تجاوب المستفيد مع توجيهات الصندوق.

3.8.7. على مستوى بنك البركة:

- اقتصار دور بنك البركة على إدارة حساب صندوق الزكاة فقط.
- عدم طلب ضمانات مقابل القرض - وهو إجراء معتاد في البنوك عند منح القرض - ما يصعب من عملية استرجاع ولو نسبة من الأصل في حال التعثر.
- غياب آليات ردعية أو إجرائية واضحة تضمن استرجاع أقساط القرض أو متابعتها.
- نقص المسؤولية الملقاة على بنك البركة بل تكاد تكون منعدمة، في حال تعثر القرض الحسن.
- عدم وجود لجنة فعالة مشتركة بين الصندوق والبنك بصلاحيات واضحة وآليات مضبوطة تتابع أداء المشاريع.

IV. النتائج ومناقشتها:

بالاعتماد على تقييم تجربة استثمار جزء من موارد الزكاة المالية عن طريق القرض الحسن؛ وتجنبا للمحاذير الشرعية؛ والنتائج الاقتصادية التي أفرزتها هذه التجربة؛ فإن عقد المشاركة الزكوي ووفقا لضوابط الاستثمار المحددة له يمكن أن نخلص إلى مجموعة من النتائج في هذه الدراسة كالآتي:

1. عقد المشاركة الزكوي هو منتج مصرفي مبتكر قائم على صيغة المشاركة، يسمح بمرافقة ومشاركة مُستحق الزكاة المستثمر أو صاحب الحرفة وإنجاح استثماره اقتصاديا. دون الحياد عن المقاصد الشرعية للزكاة.
2. إن عدم نجاح تجربة القرض الحسن المعتمد من إدارة الزكاة أدى إلى إهدار أموال معتبرة من صندوق الزكاة، دون تحقيق فائدة اقتصادية تذكر مع ما صاحبها من تحفظات شرعية، ما يفرض اقتراح صيغ أخرى اجدى كعقد المشاركة المبني على تحقيق المصالح وتعظيم الأرباح بين الشركاء.
3. مستحق الزكاة المستثمر؛ هو شريك مالك لمساهمته ملكية تامة في رأس مال المشروع؛ ما يبعد الجدل عن مسألة تملك الفقير والمسكين لحقه من الزكاة. كما أن العقد لا يفرض الاستثمار على مستحق الزكاة، بل يوجهه لذلك حتى يقتنع بجدوى تنمية ماله، وهذا مع ما يتماشى والتمليك الفعلي للمستحق. وصيغة المشاركة المتناقصة في العقد لصالح المستثمر؛ تمكنه من امتلاك كامل المشروع في أجل من 05 إلى 10سنوات.
4. بازدياد عدد المشروعات الممولة بمنتج عقد المشاركة الزكوي، تتوسع حصيلة التحصيل الزكوي، مباشرة من جباية زكاة كل مشروع.
5. يضمن عقد المشاركة الزكوي إدارة المخاطر الناجمة عن المشاركة عن طريق توزيعها بين الشركاء.
6. اعتماد مؤسسات التأمين التكافلي المبني على صيغة التبرع يقي من التعثرات المالية لمؤسسة الزكاة.
7. إن إنشاء "لجنة مراقبة ومراجعة خاصة بالاستثمار الزكوي" على مستوى كل ولاية، له دور أساسي في مراقبة سير العملية الاستثمارية ومرافقتها بالتنسيق مع الهيئات المرافقة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
8. مرحلة تقديم عقد المشاركة الزكوي من أطول المراحل، وذلك لكونه جديد من جهة وموجه لفئة واحدة من جهة أخرى ممثلة في مستحقي الزكاة والجمع بين استراتيجيتي التغلغل السريع، والتغلغل البطيء يفرض تقديم

"عقد المشاركة الزكوي" إلى السوق بسعر منخفض، من حيث تكاليف الترويج والتوزيع التي يمكن أن يسهم فيها صندوق الزكاة، وكذا رفع نسبة الربح المشاعة بالنسبة للمستثمر مستحق الزكاة.

9. انتشار المنتج الجديد "عقد المشاركة الزكوي" وتوسع التعامل به، دليل على نجاح استراتيجية مرحلة النمو، التي يرضى فيها الشريك المستثمر والمزكين القدامى والجدد المحتملين. مما يزيد من حجم التعامل بالمنتج الجيد ويسرع معدل نموه. وفي مرحلة النضج يحتاج المصرف لاستراتيجية تطوير خصائص الخدمة المصرفية: وتستهدف إضافة خصائص جديدة يمكن من خلالها توليد منافع إضافية للزبائن كزيادة الضمانات المقدمة للاستثمار أو تفعيل مؤسسات التأمين التكافلي. والاهتمام بأسواق منتجات وخدمات الشركات الناشئة عن عقد المشاركة الزكوي.

10. إذا برزت إشكاليات في التسيير وسوء التنسيق بين المصرف والمستثمر وصندوق الزكاة قد يؤدي ذلك بالمنتج المصرفي الاتجاه نحو الانحدار؛ والاستراتيجية التسويقية المناسبة في مرحلة الانحدار تشتغل على مسارين؛ مسار أساسي متعلق بالاستراتيجية المطبقة على "عقد المشاركة الزكوي". ومسار ثانوي متعلق بتطبيق الاستراتيجية التسويقية المناسبة للسلع والخدمات المنتجة من مشروعات "عقد المشاركة الزكوي" التي تم الشروع فيها.

11. نجاح تطبيق عقد المشاركة الزكوي يعزز من أثر الزكاة الاقتصادي ويبرز الدور المالي والنقدي الذي يمكن أن تؤديه الزكاة بالتنسيق مع السياسة النقدية والسياسة المالية بتفعيل أدوات السياسة الزكوية. ما يجعل من موضوع استثمار الزكاة مطلبا ملحا للمزكي ولمستحق الزكاة والشركاء الاجتماعيين.

12. عدد المشاريع المنشأة بعقد المشاركة الزكوية يزيد من عدد المؤسسات الناشئة ومناصب العمل المستحدثة ما يزيد من القيمة التراكمية للزكاة الاستثمارية. ومناصب الشغل الجديدة تسهم مباشرة في التخفيف من حدة الفقر.

13. تطبيق هذه الصيغة وإدارتها بنجاح يسهم في رفع المركز المالي لبنك البركة لما يمكن أن تحققه صيغة المشاركة من أرباح، وتعزيز تطبيق أهم طريقة استثمار في البنوك الإسلامية ممثلة في المشاركة.

14. يضمن عقد المشاركة الزكوي الدور الاجتماعي للبنك الإسلامي، الذي يفرض عليه ربط التنمية الاقتصادية بالتنمية الاجتماعية، وذلك من خلال الوقوف على المنافع الاجتماعية التي سيجلبها المشروع الناجح للأفراد والمجتمع ككل مثل عدد مناصب العمل التي سيوفرها أمام العاطلين عن العمل والرفاه الاجتماعي الذي سينتج عنه.

V. الخلاصة:

اهتمت هذه الدراسة بالبحث في إمكانية استثمار جزء من أموال صندوق الزكاة الجزائري من طرف مستحقيها مشاركة مع مصرف البركة الإسلامي بالجزائر، وذلك في ظل تعثر تجربة استثمار أموال الزكاة بصيغة القرض الحسن لصالح مستحقي الزكاة والتي خاضها صندوق الزكاة الجزائري خلال الفترة (2003 - 2014)؛ حيث قدمت الدراسة مقترحا يتمثل في "عقد المشاركة الزكوي" وهو عقد استثماري بصيغة المشاركة يقوم ثلاث أطراف على تنفيذه وهم صندوق الزكاة، مصرف البركة والمستفيد من الزكاة.

يقدم "عقد المشاركة الزكوي" كمنتج مالي حلا مناسبا للاستثمار الزكوي في الجزائر؛ فبالاضافة إلى قضائه على الحرج الشرعي في مسألة تمليك الزكاة من عدمه؛ فإنه أيضا يضمن نجاح المشروع اقتصاديا؛ كونه مقترحا يحمل تصورا إداريا وتسويقيا متكاملا من شأنه أن يجنب عملية الاستثمار الزكوي الكثير من أسباب التعثر المالي التي قد تنتج عن سوء إدارة هذا الاستثمار، هذا فضلا عن المزايا الاقتصادية والاجتماعية التي يمكن تحقيقها على غرار زيادة ربحية مصرف البركة وترسيخ دوره كشريك في التنمية الاجتماعية؛وكفاية مستحقي الزكاة المنخرطين في العملية بل ونقلهم لرتبة المزكين، دون إغفال مدى المساهمة المحتملة في التخفيف من البطالة والفقر والزيادة في الناتج المحلي.

وختاما يمكن القول أن اعتماد مثل هذه المنتجات المصرفية يحتاج بداية إلى ضرورة مراعاة النظام المصرفي والبنك المركزي لخصوصية عمل المصارف الإسلامية لا سيما صيغة الاستثمار بالمشاركة التي تتميز وتنفرد بها المصارف الإسلامية دون التقليدية؛ كما أنه على الدولة جعل مؤسسة الزكاة مؤسسة أو ديوانا أو صندوقا مستقلا يتخذ قرارته الشرعية والاقتصادية بشكل علمي صرف يجعل من مؤسسة الزكاة طرفا اقتصاديا ماليا ونقديا له تاثيره الواضح في الااقتصاد.

وكآفاق لهذه الدراسة؛ يمكن اقتراح موضوع يقيس الأثر الاقتصادي لعقد المشاركة الزكوي في حالة تطبيقه بالجزائر؛ مع احتساب الزكاة الحقيقية والزكاة المفترضة التي يظهر من خلالها أثر هذا المنتج المصرفي المقترح بشكل أفضل.

ـالإحالات والمراجع:

سفيان بن قديدح وعبد الله بغزوز (2018)، **إسهامات الزكاة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية - دراسة حالة حصيلة الزكاة الوطنية إلى غاية 2017** - https://www.asjp.cerist.dz/en/article/94664. Les Cahiers du Cread, Vol.34-No 3

سليمان ناصر وعواطف محسن (2011)، **تجربة الجزائر في تمويل المشاريع المصغرة بصيغة القرض الحسن**، المؤتمر العالمي الثاني حول تطوير نظام مالي إسلامي شامل، أكاديمية السودان للعلوم المصرفية والمالية بالخرطوم والمعهد الإسلامي للبحوث والتدريب بجدة، 11،10،09 أكتوبر 2011.

الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة هيئة حكومية جزائرية لمساعدة و متابعة و تخفيف النتائج الاجتماعية المترتبة عن التسريح الكبير للعمال، على الخط، تاريخ الاطلاع :2016/04/28 ، http://www.mtess.gov.dz/index.php/ar/

عائشة لمحنط(2016)، **إدارة القروض الحسنة لصندوق الزكاة بصيغة المشاركة مع بنك إسلامي**، دراسة استشرافية حالة صندوق الزكاة وبنك البركة الجزائري، مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة الوادي، قسم الاقتصاد، تخصص بنوك.

عبد السلام أبو قحف(2002)، **التسويق**، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية.

عبد الله بن منصور و عبد الحكيم بزاوية (2012)،تجربة صندوق الزكاة الجزائري كآلية لبعث المشاريع المصغرة ومعالجة مشكلة البطالة، Les Cahiers du MECAS, N0 8, December 2012، https://www.asjp.cerist.dz/en/article/9330

عبد الله منصور وعبد الله بزاوية (2013)، صندوق الزكاة الجزائري كآلية لمعالجة ظاهرة الفقر، الملتقى الدولي للمالية الإسلامية بصفاقس، تونس، الرؤية الإسلامية لمقاومة الفقر و البطالة عن طريق الزكاة والأوقاف والتمويل المصغر، جامعة صفاقس وبالتعاون مع البنك الإسلامي للتنمية بجدة، 27 -28 - 29 جوان 2013.

الطيب الوافي(2013)، دور الزكاة في معالجة مشكلتي البطالة والفقر، الملتقى الدولي للمالية الإسلامية بصفاقس، تونس، الرؤية الإسلامية لمقاومة الفقر و البطالة عن طريق الزكاة والأوقاف والتمويل المصغر، جامعة صفاقس وبالتعاون مع البنك الإسلامي للتنمية بجدة، 27 -28 -29 جوان 2013.

عزمان عبد الرحمان سليمان (2010)، **جباية أموال الزكاة وصرفها في ماليزيا(هيئة زكاة سلانجور نموذجا)**، أطروحة دكتوراه في معارف الوحي والتراث والفقه وأصوله، كلية معارف الوحي والعلوم الإنسانية، الجامعة العالمية الإسلامية (IIUM)، كوالالمبور، ماليزيا.

فتيحة بلقاسم، **دور صندوق الزكاة الجزائري في الحد من ظاهرة الفقر للفترة 2003 - 2013**، مذكرة ماستر في مالية المؤسسة كلية العلوم الاقتصادية، جامعة البويرة، 2015/2014.

فوزي محيريق (2003)، **استراتيجيات المزيج التسويقي في المصارف الجزائرية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري (CPA)**، مذكرة ماجستير، غير منشورة، تخصص التحليل الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

فوزي محيريق (2014)، **دور الزكاة في تحقيق التوازن والاستقرار الاقتصادي الكلي (دراسة مقارنة بين صندوق الزكاة الجزائري وصندوق الزكاة الماليزي**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر ، 2014/2013.

فوزي محيريق(2015)، **المعاملات المالية المعاصرة** ، ورشة علمية مع طلبة الماستر، غير منشورة، معهد العلوم الإسلامية، جامعة حمه لخضر بالوادي، فيفري 2015م.

فوزي محيريق(2017)، **دور الزكاة في تحقيق التوازن والاستقرار الاقتصادي الكلي (دراسة مقارنة بين صندوق الزكاة الجزائري وصندوق الزكاة الماليزي)**؛ ط1، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية بجامعة الدول العربية، القاهرة، مصر.

فوزي محيريق، عقبة عبد اللاوي (2013)، **مصفوفة أدوات "السياسة الزكوية" مقترح مستقل ضمن السياسة الاقتصادية**، المؤتمر العالمي التاسع للاقتصاد والتمويل الإسلامي حول: النمو والعدالة والاستقرار من منظور إسلامي، المنظم من طرف: ينظم المعهد الإسلامي للبحوث والتدريب بالبنك الإسلامي للتنمية؛ ومركز الأبحاث الإحصائية والاقتصادية والاجتماعية والتدريب للدول الإسلامية؛ وكلية الدراسات الإسلامية في قطر بجامعة حمد بن خليفة؛ والجمعية الدولية للاقتصاد الإسلامي. الفترة 9 -11 سبتمبر 2013، اسطنبول، تركيا.

لزهر قواسمية وبراهيمي سمية وبلعايش ميادة (2013)، **صندوق الزكاة رؤية حديثة لجمع وتوزيع واستثمار الأموال دراسة حالة التجربة الجزائرية**، الملتقى الدولي للمالية الإسلامية بصفاقس، تونس، الرؤية الإسلامية لمقاومة الفقر والبطالة عن طريق الزكاة والأوقاف والتمويل المصغر، جامعة صفاقس وبالتعاون مع البنك الإسلامي للتنمية بجدة، 27 -28 -29 جوان 2013.

محسن أحمد الخضيري(1986)، **التسويق المصرفي**، دار الوزان للطباعة والنشر، القاهرة.

محمد إبراهيم عبيدات (1999)، **مبادئ التسويق**، ط3، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان.

محمد الشريف بشير الشريف (2009)، **أضواء على التجربة التنموية الماليزية**، (جامعة العلوم الإسلامية الماليزية)، نجري سمبيلان ماليزيا.

محي محمد مسعد (1998)، **نظام الزكاة بين النص والتطبيق**، مكتبة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية.

ناجي معلا (1994)، **أصول التسويق المصرفي**، معهد الدراسات المصرفية، عمان.

نايف حجاج العجمي، الإقراض من أموال الزكاة ، جامعة الكويت، متاح على:https://www.muslim-library.com/dl/books/ar5673.pdf

وزارة الشؤون الدينية و الأوقاف بالجزائر، الموقع الإلكتروني الرسمي للوزارة، تاريخ الزيارة:2020/01/26، https://www.marw.dz/ /

وكالة الأنباء الجزائرية، تصريح لوزير الشؤون الدينية محمد عيسى،2015/10/31 الموقع الرسمي للوزارة /http://www.marw.dz/index.php. html تصريحات/166 -وكالة -الأنباء -الجزائرية/1475

Adnan Zikri Jaafar(2017),**'Integrating Zakat with Development Impact Bond (DIB): Assessing Possible Approaches to Maximizing Impact from Zakat Investment'**, Social Impact Research Experience (SIRE), 55, University of Pennsylvania (USA), Scholar Commons.

Ahm Ershad UDDIN(2016), **Through Islamic Bank's Zakat House (IIBZH): Investment of Zakat Funds in Microfinance to Remove Poverty in Bangladesh: Anew Model**, International Journnal of Economics and Finance Studiies, Vol:2, No:1

Faouzi Mohamed HAMDI and Mohamed Saied Maknni (2017), **The Zakawi Investment in Tunisia: Sharia and Economical Dimensions**, International Journal of Business annd Management Invention, (2017), Vol6, Issue5, pp06-12.

MONIQUE Zollinger(1985), **Marketing Bancaire**, édition Borda, Paris.

PH.KOTLER et B.DUBOIS(1997), **Marketing Management**, 9èmeEdition , Publi-Union, PARIS.

TARI Mohamed Larbi (1996), **Quel Marketing pour la Banque Commercial Algérienne**, mémoire de magister, université d'Alger, institut des sciences économique.

-Referrals and references:

Abd El Salam Mahmoud Abou Kahf (2002), **Marketing**, The New University House, Alexandria.

Abdullah ben Mansour , AbdelHakim Bazawia (2012), **The Experience of the Algerian Zakat Fund as a Mechanism for Sending Micro-Projects and Addressing the Unemployment Problem**, Les Cahiers du MECAS, N0 8, December 2012, pp. 88-100. https://www.asjp.cerist.dz/en/article/9330.

Abdullah ben Mansour , AbdelHakim Bazawia (2013), **the Algerian Zakat Fund as a Mechanism to Address Poverty**, International Forum for Islamic Finance in Sfax, Tunisia, Islamic Vision to Resist Poverty and Unemployment Through Zakat, Endowments and Microfinance, Sfax University and in cooperation with the Islamic Development Bank in Jeddah, 27- 28-29 June 2013.

Adnan Zikri Jaafar(2017),**'Integrating Zakat with Development Impact Bond (DIB): Assessing Possible Approaches to Maximizing Impact from Zakat Investment'**, Social Impact Research Experience (SIRE), 55, University of Pennsylvania (USA), Scholar Commons.

Ahm Ershad UDDIN(2016), **Through Islamic Bank's Zakat House (IIBZH): Investment of Zakat Funds in Microfinance to Remove Poverty in Bangladesh: Anew Model**, International Journnal of Economics and Finance Studiies, Vol:2, No:1

AICHA LEMHANNET(2016),**The Management of the Zakat funds investment by Al-musharaka with an Islamic Bank: A Prospective Study on Zakat Fund and Al-Baraka Bank in Algeria** , Master Academic, Eloued University , Department of Economics , Specialized banks.

Algerian News Agency, statement by the Minister of Religious Affairs Mohamed Issa, 10/31/2015, the official website of the ministry: http://www.marw.dz/index.php/. html / Remarks / 166-Algerian-news agency / 1475

Azman Abdul Rahman Sulaiman (2010), **Zakat collection and disbursement in Malaysia** (Selangor Zakat Authority as a model), a thesis doctorate in the knowledge of revelation, heritage and jurisprudence and its origins, College of Revelation Knowledge and Humanities, International Islamic University (IIUM), Kuala Lumpur, Malaysia.

Faouzi Mehirig (2003), **Marketing Mix Strategies in Algerian Banks, Case Study of the Algerian Popular Loan (CPA)**, Master's Degree, unpublished, specializing in Economic Analysis, Faculty of Economics and Management Sciences, University of Algiers.

Faouzi Mehirig (2014), The Role of Zakat in Achieving Balance and Macroeconomic Stability (A Comparative Study of the Algerian Zakat Fund and the Malaysian Zakat Fund, unpublished doctoral thesis, Faculty of Economic, Business and Management Sciences, Department of Economic Sciences, University of Algiers, 2013/2014.

Faouzi Mehirig(2015), **Contemporary Financial Transactions**, a scientific workshop with master students, unpublished Institute of Islamic Sciences, Hama Lakhdar University of Eloued, February 2015

Faouzi Mehirig(2017), **the role of zakat in achieving balance and macroeconomic stability (a comparative study between the Algerian Zakat Fund and the Malaysian Zakat Fund)**, 1st edition, Publications of the Arab Administrative Development Organization in the League of Arab States, Cairo, Egypt.

Faouzi Mehirig, Okba abdellaoui,(2013), Matrix of "Zakat Policy" Tools, Independent Proposal within Economic Policy, The Ninth International Conference on Islamic Economics and Finance: Growth, Justice and Stability from an Islamic Perspective, Islamic Institute for Research and Training at the Islamic Development Bank; The Statistical, Economic and Social Research and Training Center for Islamic Countries; The College of Islamic Studies in Qatar at Hamad Bin Khalifa University; And the International Society for Islamic Economics. Period 9-11 September 2013, Istanbul, Turkey.

Faouzi Mohamed HAMDI and Mohamed Saied Maknni (2017), **The Zakawi Investment in Tunisia: Sharia and Economical Dimensions**, International Journal of Business annd Management Invention, (2017), Vol6, Issue5, pp06-12.

Fatiha Belkacem, **The Role of the Algerian Zakat Fund in Reducing the Poverty Phenomenon for the Period 2003-2013**, Master Academic in Foundation Finance, Faculty of Economic Sciences, University of Bouira, 2014/2015.

Lazhar gouasmia, Brahimi Soumaia, and Belaish Maiada, **The Zakat Fund, a modern vision for collecting, distributing and investing money, a case study of the Algerian experience**, International Forum for Islamic Finance in Sfax, Tunisia, Islamic Vision to Resist Poverty and Unemployment Through Zakat, Endowments and Microfinance, Sfax University and in cooperation with the Islamic Development Bank in Jeddah, 27- 28-29 June 2013.

Ministry of Religious Affairs and Endowments in Algeria, the official website of the ministry, date of visit: 01/26/2020, https://www.marw.dz/

Mohi Muhammed Musaad (1998), **The Zakat System between Text and Application**, Al Radaa Library for Printing, Publishing and Distribution, Alexandria.

Mohsen Ahmed Al-Khudairi (1986), **Banking Marketing**, Al-Wazzan House for Printing and Publishing, Cairo.

MONIQUE Zollinger(1985), **Marketing Bancaire**, édition Borda, Paris.

Muhammad Al-Sharif Bashir Al-Sharif (2009), **Spotlight on the Malaysian Development Experience**, (University of Islamic Sciences Malaysia), Najri Sembilan Malaysia.

Muhammad Ibrahim Obaidat (1999), **Principles of Marketing**, 3rd Edition, Future House for Publishing and Distribution, Amman.

Naji Mualla (1994), **The Origins of Banking Marketing**, Institute of Banking Studies, Oman.

National Unemployment Insurance Fund; An Algerian governmental organization whose aim is to take care of unemployed workers, accompany them and financially assist them, online, accessed 04/28/2016, http://www.mtess.gov.dz/index.php/ar/

Nayef Hajjaj Al-Ajmi, **Lending from Zakat Funds, Kuwait University**, available at: https://www.muslim-library.com/dl/books/ar5673.pdf

PH.KOTLER et B.DUBOIS(1997), **Marketing Management**, 9èmeEdition , Publi-Union, PARIS.

Sliman Nacer and Aouatif Mohcen (2011), **Algeria's Experience in Financing Small Projects in the Form of Al-Qard Al-Hassan**, The Second International Conference on Developing a Comprehensive Islamic Financial System, Sudan Academy of Banking and Financial Sciences in Khartoum and the Islamic Institute for Research and Training in Jeddah, 09,10,11 October 2011.

Soufy bengdidih, abdellah baghzouze (2018), **DEVELOPMENT OF ZAKAT ECONOMIC AND SOCIALOF ZAKAT CASE STUDY** : OUTCOME CONTRIBUTIONUNTIL 2017, Les Cahiers du Cread, vol. 34 - n° 3 – 2018, p5-30, https://www.asjp.cerist.dz/en/article/94664

TARI Mohamed Larbi (1996), **Quel Marketing pour la Banque Commercial Algérienne**, mémoire de magister, université d'Alger, institut des sciences économique

Tayeb ElWafi. (2013), **the Algerian Zakat Fund as a Mechanism to Address Poverty**, International Forum for Islamic Finance in Sfax, Tunisia, Islamic Vision to Resist Poverty and Unemployment Through Zakat, Endowments and Microfinance, Sfax University and in cooperation with the Islamic Development Bank in Jeddah, 27- 28-29 June 2013.

ـالملاحق:

الملحق (01) حصيلة زكاة المال والفطر والزروع لصندوق الزكاة من 2003 إلى 2018م الوحدة: دج (دينار جزائري)

البيان / السنوات	حصيلة زكاة الفطر	حصيلة زكاة المال	حصيلة زكاة الزروع والثمار
2003	60،57.789.028	35،118.158.269	00
2004	00،114.986.744	50،200.527.635	50،16.567.254
2005	80،297.155.895	79،367.187.942	76،723.396
2006	36،320.611.684	29،483.584.931	76،32.119.363
2007	70،262.178.602	02،478.922.597	56،38.843.446
2008	50،241.944.201	29،427.179.898	23،43.441.713
2009	00،270.000.000	00،614.000.000	17،42.147.194
2010	280.000.000,00	900.000.000,00	40.497.584,83
2011	373.399.511,00	1.141.000.000,00	24.364.482,57
2012	444.705.479,00	794.062.018,00	55.619.330,24
2013	439.199.949,81	779.147.643,48	64.598.125,56
2014	437.563.081,20	881.196.737,23	
2015	473.417.555,00	777.695.831,08	
2016	515.318.879,00	751.856.010,67	
2017	565.521.980;09	836.811.368,72	
2018	**1.456.933.796,20**		

المصدر: -الموقع الرسمي لوزارة الشؤون الدينية و الأوقاف بالجزائر -سفيان بن قديدح وعبد الله بغزوز، إسهامات الزكاة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية - دراسة حالة حصيلة الزكاة الوطنية إل غاية 2017 م - Les Cahiers du Cread, Vol.34-No 3 ، 2018، ص:19. - تصريح وزير الشؤون الدينية محمد عيسى على صفحته الرسمية يوم 2018/10/06 https://www.facebook.com/pages/category/Politician/ محمد -عيسى - 1674152226174844

الملحق (02) عدد المستفيدين من أموال صندوق الزكاة من سنة 2003 إلى 2017م

البيان / السنوات	المستفيدين من زكاة الفطر	المستفيدين من زكاة المال	المستفيدين من زكاة الزروع والثمار
2003	21.000	8.699	00
2004	35.500	26.512	00
2005	53.500	62.897	00
2006	62.500	85.664	835
2007	22.562	87.927	1.000
2008	150.598	81.386	2.375
2009	154.492	79.887	1.437
2010	165.476	84.428	6.594
2011	169.634	106.510	7.052
2012	178.855	103.419	8.228
2013	168.325	106.915	11.393
2014	161.224	94.888	16.096
2015	150.039	107.876	15.083
2016	161.406	116.015	11.086
2017	160.134	87.801	20.897

المصدر: الموقع الرسمي لوزارة الشؤون الدينية--سفيان بن قديدح وعبد الله بغزوز، مرجع سابق، ص:21.

الملحق (03) القروض الحسنة والمؤسسات الممولة من صندوق الزكاة من 2003 إلى 2013 (دج)

البيان	مجموع القرض الحسن	عدد المؤسسات الصغيرة الممولة	متوسط قيمة تمويل المؤسسة بالدينار الجزائري
من 2003 إلى 2013	1.720.000.000.00	6800	252.941,17

المصدر: اعتمادا على تصريحات وزير الشؤون الدينية و الأوقاف لوكالة الأنباء الجزائرية.

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

فوزي محيريق، عائشة لمحنط. (2020)، إدارة وتسويق عقد المشاركة الزكوي (منتج مصرفي مقترح)، مجلة رؤى اقتصادية، 10(01)، جامعة الوادي، الجزائر، ص.ص 169-193.

يتم الاحتفاظ بحقوق التأليف والنشر لجميع الأوراق المنشورة في هذه المجلة من قبل المؤلفين المعنيين بموجب رخصة المشاع الإبداعي نسب المصنف - غير تجاري 4.0 رخصة عمومية دولية (CC BY-NC 4.0).

Roa Iktissadia Review is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial license 4.0 International License. Libraries Resource Directory. We are listed under Research Associations category