

فهم الطلب على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية: نتائج من تجربة عشوائية في الأردن

تتسم الأدلة والشواهد الخاصة بالطلب على الخدمات المالية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية بأنها غير قاطعة الدلالة. فمن ناحية، أظهرت دراسات ممولة من مؤسسة التمويل الدولية طلباً مرتفعاً نسبياً¹ في حين أظهرت نتائج المؤشر العالمي لتعميم الخدمات المالية أن الاستبعاد المالي لأسباب دينية كان متديناً (ديميرغوك - كونت، كلابر، ورنالدال 2013). ومن الممكن أن يكون أحد الأسباب وراء هذه الرسائل المتناقضة أدوات المسوحات الاستقصائية نفسها؛ ربما لم تكن المسألة على النحو الذي يرغبه الناس، لكن قد يكون الجانب المهم هو كيف يتم طرح الأسئلة عليهم. على سبيل المثال، إذا سألت المشاركين لماذا لا يستخدمون منتجات الاقتراض أو الادخار، فإن إجاباتهم قد تتضمن «لأنها غالية للغاية» أو «لأنها بعيدة المنال»، أو حتى ربما يكون السبب الحقيقي غير ملحوظ مثل المناقشات داخل الأسرة بشأن موضوعات محددة. وعلى نحو مماثل، إذا سألت المسلمين هل يفضلون قرصاً محملاً بفوائد أم قرصاً دون فوائد، فلا عجب أنهم سيختارون القرض غير المحمل بفوائد، وربما يرجع السبب إلى أنهم يرغبون في إظهار جانب التقوى لديهم، أو ربما يفترضون أن هذا القرض يعني أنه قرض من دون تكلفة.

الأردنية، لكن إذا تم إجراء دراسات مماثلة في أماكن أخرى، فقد نحصل على صورة أكثر وضوحاً للطلب على الخدمات المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية.

السيناريو

تعمل شركة تمويلكم منذ أكثر من 15 سنة بوصفها واحدة من أكثر مؤسسات التمويل الأصغر الأسرع نمواً في الأردن. وتجاوز عدد المقترضين منها 65 ألفاً في 2014، أكثر من 90% منهم من النساء. وتقدم هذه الشركة قروضاً لجماعات وأفراد في 11 محافظة من بين 12 محافظة في الأردن. واهتمت شركة تمويلكم بإنشاء شركة تابعة لإطلاق منتج قروض جديدة يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية. وهذا المنتج وهو قرض بنظام المرابحة² متاح للمستهلكين القدرة على تمويل السلع المعمرة، مثل التلاجات والمواد وغير ذلك من السلع المنزلية، بتكلفة المنتج بالإضافة إلى مصروفات إدارية تحملها المؤسسة المالية. وبالتالي، فالفرق الرئيسي بين المنتج المتوافق مع أحكام الشريعة في مقابل المنتج التقليدي يتمثل في كيفية صرف القرض. فبالنسبة للمنتج التقليدي، يتم صرف القرض نقدًا بصورة مباشرة من المؤسسة المالية للمقترض، ويتم سداد كل من أصل المبلغ والفوائد. أما بالنسبة للمنتج المتوافق مع أحكام الشريعة، فإن العميل يتعامل مع البنك للحصول على سلعة استهلاكية معمرة ويقوم بسداد تكلفة السلعة مضافاً إليها المصروفات الإدارية المرتبطة بها للمؤسسة المالية التي تقوم بإنجاز هذه المعاملة.

ويمنح العملاء المنتج المتوافق مع الشريعة بنقاط سعرية مختلفة (انظر الإطار 1 للحصول على مزيد من المعلومات حول تصميم المنتج). ومن خلال وجود منتجات تقليدية ومنتجات متوافقة مع أحكام الشريعة بصورة منفصلة، تستطيع المؤسسة المالية تقديم كلا المنتجين للعملاء، لكن الفصل التام بين النشاط المتوافق مع أحكام الشريعة والنشاط التقليدي لا يجعل المؤسسة المالية بمنأى عن اللوم والنقد من وجهة نظر التوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية.

وقد تعاونت المجموعة الاستشارية لمساعدة الفقراء (سيجاب) مع جامعة ييل لمعالجة هذا التحيز المحتمل في أسئلة هذا المسح الاستقصائي، والوصول إلى مزيد من الرؤى الثاقبة حول الطبيعة الحقيقية للطلب على الخدمات المالية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية في الأردن. وقمنا بتنفيذ تجربة عشوائية مع شركة تمويلكم وهي مؤسسة مالية تعمل في الأردن قامت بإطلاق منتج متوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية. وعملت هذه التجربة على تسويق القروض لآلاف عديدة من الأشخاص، لكن نوعية القروض التي قُدمت للعملاء كانت مختلفة. وتناولت التجربة بالفحص 3 أسئلة متميزة: ما هو الطلب على المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة مقارنة بالمنتجات التقليدية؛ وكيف تؤثر الإجازة الشرعية على الطلب على المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة؛ وما هي المرونة السعرية لهذا الطلب على المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة؟

وقد تم تقديم قرض تقليدي لبعض العملاء، في حين تم تقديم قرض متوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية لعملاء آخرين، وهناك مجموعة ثالثة كان لديهم خيار إما قرض تقليدي أو قرض متوافق مع أحكام الشريعة. وبناء على هذا الخيار، فأى نوع يختاره المستهلكون بالفعل؟ وأي خصائص في هذه المنتجات من المرجح أنها تؤثر على هذا الخيار؟ على سبيل المثال ممكن أن تكون الإجازة الشرعية؟ أو سعر المنتج؟

وهذه هي الدراسة الأولى من نوعها التي تختبر الحصول على قرض فعلي، مقيسة بطلبات الحصول على قرض، كمنتج متوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية مع المستهلكين. وهذه النتائج مهمة لأنها تتجاوز مشكلات المسوحات الاستقصائية التقليدية التي منعت الممارسين العاملين في هذا المجال من فهم «إشكالية الطلب» أو التنافر بين نتائج المسوحات الاستقصائية التي تظهر زيادة في الطلب على المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة لكن قدر محدود من الحصول على هذه المنتجات وقتما وأينما تُعرض هذه المنتجات (الزغبى 2013).

وتكشف هذه المذكرة الموجزة هذه النتائج وآثارها من خلال الدراسة التي أجريت في الأردن. وهذه النتائج صالحة فقط للسوق

1 أظهرت دراسات ممولة من مؤسسة التمويل الدولية غطت 5 بلدان عربية تبايناً جوهرياً: ففي الجزائر أفاد 20% من المستجيبين أنهم لا يحصلون على الخدمات المالية لأنها غير متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، في حين أنه في الضفة الغربية أوضح أكثر من 60% من المستجيبين تفضيلهم للخدمات المالية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية. وقد تشير هذه النتائج إلى فروق مهمة عبر البلدان، لكن نظراً لأن الأسئلة نفسها كانت مختلفة، فلا يمكن مقارنتها بصورة مباشرة.

2 انظر الزغبى وتاراوي (2013) لمزيد من التوصيف للعديد من المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية.

التجربة

31% منهم لديهم حساب بنكي، و21% منهم حصلوا على قرض من قبل. ولم يكن أحد منهم عميلاً حالياً لشركة تمويلكم.

نتائج التجربة في الأردن

يزيد الطلب على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية على الطلب الخاص بالقروض التقليدية بنفس السعر

استكشفت الفرضية الأولى في البحث ما إذا كان الطلب على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية هو نفسه الطلب الخاص بالقروض التقليدية. وأظهرت النتائج أن الطلب على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية أعلى من الطلب الخاص بالقروض التقليدية عندما يتم تسويق هذه المنتجات بصورة مستقلة وب نفس التكاليف. وواقع الحال أن الدراسة أظهرت أنه على الرغم من أن 18% فقط من المجموعة الذين تم منحهم منتجات تقليدية قرروا التقدم للحصول على قرض، فإن 22% من المجموعة الذين تم منحهم منتجات متوافقة مع أحكام الشريعة تقدموا للحصول على قرض (أعلى نسبة 20% بالنسبة للقرض المتوافق مع الشريعة مقارنة بالقرض التقليدي).

وعندما كان للعملاء حق الاختيار بين منتجين متشابهين يتم تسويقهما معاً، لم يرتفع الطلب على قرض ما بصورة كبيرة إذ إن 19% تقدموا للحصول على أي قرض من القرضين. ومن اللافت للنظر أن من بين من تقدموا للحصول على قرض، انتهى الحال بأن 90% منهم تقدموا للحصول على قرض متوافق مع أحكام الشريعة مقابل الحصول على قرض تقليدي عندما كان سعر الاثنین واحداً. وفي هذه التجربة، فإن وجود خيار بين منتجين لم يكن عنصرًا أكثر فاعلية مقارنة بطرح نوعية واحدة فقط من القروض. وهذا يدعم الفرضية التي مفادها أن زيادة الخيارات يمكن أن تؤدي إلى شكلٍ محدودٍ من عدم تفعيل هذه الخيارات، وبالتالي تراجع الطلب.

استعانت هذه التجربة بخبراء تسويق تم تكليفهم وتدريبهم للتوجه نحو الأفراد في منازلهم (نصف المستجيبين) أو في أماكن عامة (النصف الثاني من المستجيبين) مثل مراكز التسوق (المولات) والطرق وأرصعة الشوارع في حوالي 6 مدن كبرى في الأردن. واتسم النسق الذي استخدمه خبراء التسويق بالعشوائية، مما سمح بمعرفة آثار الخطوات المختلفة التي استخدمتها الدراسة على سلوكيات العملاء. واستهدفت هذه الدراسة الإجابة عن 3 أسئلة متميزة:

1. ما هو الطلب على المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة مقارنة بالمنتجات التقليدية؟
2. كيف تؤثر الإجازة الشرعية على الطلب على المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة؟
3. ما هي المرونة السعرية لهذا الطلب على المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة؟

وقد تم إعطاء خبراء التسويق جهاز كمبيوتر لوجي به برمجية ملائمة ساعدت في التحديد العشوائي للرسالة التي استخدمها خبير التسويق مع العميل. وبعد ذلك استطاع المستهلكون التقدم بطلب للحصول على قرض على الفور. وكان قرار التقدم للحصول على قرض بمثابة المتغير الرئيسي للناتج في هذه الدراسة التي تعتبر تحسباً للدراسات السابقة التي كانت تطرح هذا السؤال البسيط على الناس: هل يفضلون قرضاً متوافقاً مع أحكام الشريعة إن كان متاحاً أم لا؟ ويتطلب هذا المتغير الخاص بالناتج هنا أن يقوم المستجيب بالفعل باستيفاء طلب حصول على قرض على الفور.

وفي الفترة ما بين فبراير/شباط وأغسطس/آب 2015، تم الوصول إلى ما إجماليه 6037 مستهلكاً، كان 57% منهم من الرجال. ومن بين المستفيدين الذين كانوا مهتمين بالحصول على قرض، وجدنا أن

الإطار 1. تصميم التجربة

بلغ إجمالي مجموعات المعالجة 7، مع وجود مجموعة ضبط واحدة.

الفرضية 1: الطلب على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية هو نفسه الطلب الخاص بالقروض التقليدية.

1. الضبط: منتج قرض تقليدي لأجهزة منزلية بقيمة تتراوح ما بين 400 إلى 2100 دولار بسعر فائدة 1.9% شهرياً لمدة تصل إلى 20 شهراً كحد أقصى.

2. المعالجة 1: منتج بسيط متوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية لأجهزة منزلية بقيمة تتراوح ما بين 400 إلى 2100 دولار بمصروفات بمصروفات "تعادل" سعر الفائدة البالغ 1.9% شهرياً على القرض التقليدي لمدة تصل إلى 20 شهراً كحد أقصى.

الفرضية 2: الطلب على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية يعتمد على جهة المصادقة والاعتماد.

3. المعالجة 2-4: منتج بسيط متوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية بنفس التفاصيل الواردة في المعالجة 1، لكن مع وجود بيان يفيد الموافقة على هذا القرض من جانب الهيئة الشرعية التابعة للحكومة، أو زعامة دينية معترف بها على مستوى البلاد، أو الهيئة الشرعية في البنك المعني.

الفرضية 3: الطلب على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية بسعر مقارب للقروض التقليدية.

4. المعالجة 5-7: نسق يطرح خياراً بين قرض تقليدي بسعر فائدة 1.9% شهرياً أو منتج متوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية بمصروفات "تعادل" سعر الفائدة التقليدي البالغ 1.75% شهرياً، أو 1.9%، أو 2.2%.

المعلومات بشأن الإجازة الشرعية لا تزيد الطلب

إحدى النتائج الأكثر غرابة في هذه الدراسة ترتبط بما إذا كان العملاء بحاجة إلى التحقق من الإجازة الشرعية، وكيف تؤثر المعلومات الخاصة بالإجازة الشرعية على الإقبال على القروض. وكشفت هذه الدراسة 3 طرق نمطية من خلالها قد تقوم الشركة التي تقدم الخدمات المالية بإجازة منتج ما - الموافقة من جانب جهة حكومية منوط بها هذا الدور (هيئة شرعية تابعة للحكومة)، أو الاستعانة بهيئة شرعية داخلية تعتمد المنتجات، أو الموافقة من رمز ديني له حيثية ومكانة على المستوى المحلي.

وتشير الأدلة والشواهد إلى عدم وجود علاقة جوهرية بين هيئة الإجازة التي يُستعان بها لإجازة منتج متوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية والطلب على القرض. وقد بدا أن الإجابات لأنماط التسويق باستخدام معلومات حول الإجازة الشرعية قد أظهرت في هذه الحالة التي أخذت شكلاً بسيطاً من أشكال المعالجة أن عدم ذكر خبراء التسويق لهيئة الإجازة الشرعية أدى بالفعل إلى أعلى مستوى من الطلب على المنتج.³

تراجع الطلب على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية مع زيادة السعر

لا عجب أن هذه الدراسة قد كشفت أنه مع زيادة أسعار القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة، تراجع الطلب على هذه المنتجات. ومن ناحية أخرى أيضاً، وجدت هذه الدراسة أن الأشخاص الأكثر "تديناً" يزيد طلبهم على المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة، كما أنهم أقل حساسية تجاه الزيادة في سعر القرض. بمعنى آخر الأشخاص الأكثر "تديناً" لديهم رغبة في دفع مبالغ أكبر للحصول على قروض متوافقة مع أحكام الشريعة. وللتدين نفس الأثر على الطلب الذي يحدثه خفض سعر القرض بنسبة 16%.

واختبرت الدراسة نطاقاً صغيراً من الأسعار يتراوح ما بين المعادل لنسبة 1.75% إلى 2.2% من الفائدة الشهرية. وحتى عند تسعير القرض المتوافق مع أحكام الشريعة بنسبة 2.2% شهرياً (مقابل 1.9% شهرياً للقرض التقليدي)، فإن 75% من العملاء فضلوا القرض المتوافق مع أحكام الشريعة.

وهذا النطاق السعري ممكن بالنسبة لمنتج ما مثل منتج المرابحة الذي له آثار تشغيلية محدودة للغاية بالنسبة للمؤسسة المالية. ومن المفيد بالنسبة للشركات التي تقدم الخدمات المالية التي ترغب في توسيع نطاق حزم المنتجات التي تقدمها لتلبية الاحتياجات المختلفة للمستهلكين أن تفهم حساسية السعر بالنسبة لأنواع المختلفة من المنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة.

ما هي آثار ودلالات هذه النتائج؟

مما لا شك فيه أن هناك قيوداً على ما يمكن أن نستخلصه من دراسة واحدة فقط في وقت واحد وبالنسبة لبلد واحد يتأثر أيضاً بموقف سياسي واجتماعي فريد من نوعه، لكن مع كل هذا فإن هذه النتائج لها دلالات من حيث إنها تنقلنا خطوة بخطوة نحو فهم الجوانب المعقدة التي تكتنف الطلب على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة. وتتضمن الآثار والدلالات الخاصة بهذه الدراسة ما يلي:

- **يعتبر توفير الخدمة والحصول عليها هو العامل الأساسي؛ وتأتي الخصائص الأخرى في الدرجة التالية من الأهمية** تبين أن القضايا الكبرى التي اعتقدنا في بادئ الأمر أنها العوامل المحركة للاختيار المتمثل في الحصول على منتج ما في الأردن - الإجازة الشرعية والسعر - أنها أقل أهمية من توفير الخدمة والحصول عليها ببساطة. وبوجه عام نلاحظ أن آثار ودلالات ذلك تمثل عنصرًا جيدًا لمقدمي الخدمة في الأردن، نظرًا لأن الصيغة المعنية قد تكون أقل تعقيداً مما أعتقد في بادئ الأمر. وعلى ما يبدو أن الرسالة بسيطة: "احصل على المنتج، واستخدم أسلوب تسويق بسيطاً، ولا تخط هذا الأمر مع العروض التقليدية التي تحصل عليها".
- **الأشخاص المختلفون لديهم رغبة أكبر للدفع.** لا عجب أن الأكثر تديناً لديهم طلب أكبر على القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة في الأردن. والمثير أن كثيرين منهم لديهم الرغبة لدفع مبالغ أكبر مقابل هذه الخاصية. ونظرًا لأن القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة قد تكلف المؤسسة المعنية أكثر من القروض التقليدية، فإن هذا البحث يبين أن هذه التكاليف يمكن تمريرها للعملاء من دون استبعاد السوق الخاصة بهذا المنتج.

الخطوات التالية

يجب محاكاة هذا النوع من التصميم التجريبي على نحو مثالي في سياقات مختلفة لمعرفة إذا كانت هذه النتائج صحيحة خارج نطاق الأردن. وبالإضافة إلى القضايا السياقية، هناك الكثير من النتائج في هذه الدراسة التي تعتبر معاكسة للتوقعات البديهية، وتتطلب المزيد من البحث والتقصي؛ وتعتبر الإجازة الشرعية إحدى هذه القضايا. وهل المعلومات الخاصة بالإجازة الشرعية تهم المستهلكين في أماكن أخرى؟ وهل للإجازة الشرعية أهمية بصورة مطلقة؟ إذا كان الأمر كذلك، ما هي طريقة الإجازة التي تضيف قيمة للعرض؟

والنتيجة الأخرى المثيرة للدهشة تدور حول عدد الخيارات. فعلى الرغم من أن الدراسات الأخرى أثبتت على نحو موقن أن الخيارات الزائدة عن الحد قد تربك المستهلكين، فقد اختبرت معظم هذه الدراسات مجموعات أكبر من الخيارات.⁵ وفي هذه التجربة اقتصر الخيار على عنصرين فقط. والسؤال هو: لماذا لم تعمل هذه الخيارات على زيادة الطلب بوجه عام؟

3 على الرغم من أن النتائج قد أظهرت أن الطريقة البسيطة الخاصة بالمنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة حققت نسبة بلغت 23.2% من المستجيبين، وحققت الأنواع الأخرى من الإجازة والمصادقة نسبة بلغت 21.6% من المستجيبين، فإن هذا الفرق ليس جوهرياً من الناحية الإحصائية.

4 من الصعب جمع معلومات عن تقوى الناس. وفي هذه الدراسة طرح الباحثون سؤالاً على الأشخاص يقول هل تشاهدون البرامج الدينية في التلفاز، واعتبر الباحثون أن الإجابة بنعم صغاً يفيد التقوى والورع.

5 انظر شوارتز (2004) مفارقة الاختيار وبرتراند وآخرين (2010) للاطلاع على مثال تجريبي.

ثبت المراجع

برتراند، ماريان، وآخرون. 2010. "ماذا يساوي المحتوى الإعلاني؟ أدلة وشواهد من تجربة ميدانية عن تسويق القروض التسهيلات الائتمانية للمستهلكين" مجلة الاقتصاد الفصلية، 1.125:306-263.

ديميرغوك - كونت آسلي، وليورا كلابر، ودوغلاس راندال، 2013. قاعدة بيانات المؤشر العالمي لتعميم الخدمات المالية: التمويل الإسلامي والاشتمال المالي: مذكرة المؤشر العالمي لتعميم الخدمات المالية رقم 12، واشنطن العاصمة: البنك الدولي.

ميادة الزغبي. 2013. "التمويل الأصغر الإسلامي والعملاء: انظر ما أفعل لا ما أقول". مُدوّنة.

واشنطن العاصمة: سيجاب، 18 أبريل/نيسان.

<http://www.cgap.org/blog/islamic-microfinance-and-clients-see-what-i-do-not-what-i-say>

ميادة الزغبي، ومايكل تارايزي 2013. "الاتجاهات في تعميم الخدمات المالية وفق أحكام الشريعة الإسلامية". مذكرة مناقشة مركزة رقم 84 واشنطن العاصمة: سيجاب، مارس/آذار.

<http://www.cgap.org/sites/default/files/Focus-Note-Trends-in-Sharia-Compliant-Financial-Inclusion-Mar-2013.PDF>

شواترز، باري 2004. "مفارقة الاختيار" نيويورك: Ecco.

هل ذكر القرض التقليدي يقلل من اعتماد وإجازة العرض المتوافق مع أحكام الشريعة؟ هل ذكر العرض التقليدي يجعل المستهلك على بينة بالفروق المحدودة بين العرض المتوافق مع أحكام الشريعة والعرض التقليدي، مما يقلل من عنصر الابتكار في العرض المتوافق مع أحكام الشريعة؟ هل ذكر العرض التقليدي مع القرض المتوافق مع أحكام الشريعة يقلل الثقة في مقدم الخدمة نفسه ومصداقيته بوصفه مقدم خدمة يعمل وفق أحكام الشريعة الإسلامية؟

في نهاية المطاف نلاحظ أن النتائج الخاصة بالحساسية إزاء السعر مهمة بالنسبة لمن يهتمون باستخدام العمليات المتوافقة مع أحكام الشريعة، غير أنه من الممكن الاستفادة من أعمال البحث والتقني الأخرى. وعلى الرغم من أن هذه الدراسة وجدت أن الأشخاص المتدينين أقل حساسية إزاء الأسعار من حيث زيادة تكاليف القروض المتوافقة مع أحكام الشريعة، لكنها لم تحدد إذا كانت هذه الدرجة الأقل من الحساسية موجودة بشكل عام أم لا، أمر أن ذلك بالنسبة للمنتجات المتوافقة مع أحكام الشريعة فقط. وثمة قضية أخرى ألا وهي كيفية استهداف هؤلاء العملاء الذين يقدر هذه القروض أيما تقدير. ومن الممكن أن يكشف التوصيف الأكثر دقة للشخصيات الملتزمة دينياً المزيد عن سلوكيات هؤلاء الأشخاص الأكثر استخداماً لهذه المنتجات.

المؤلفون:

ميادة الزغبي، ودين كارلان، وآدم عثمان، ونور شاموت