



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المدرسة العليا للتجارة القليعة - تيبازة -

مخبر الإصلاحات الاقتصادية، التنمية واستراتيجيات الاندماج في الاقتصاد العالمي

فرقة البحث PRFU: إمداج الصكوك (المنتجات المالية الإسلامية) في أسواق المال من أجل تطوير

النظام المالي الجزائري

شهادة مشاركة

يشرف المتيدان مدير المدرسة ورئيس الملقى، بفتح هذه الشهادة لـ:

الطبيب مصطفى

لمشاركته الفعالة في أشغال الملقى العلمي الوطني الأول حول: الصيرفة الإسلامية بين التنظيم والتطبيق والمنعقد يوم 22 جانفي 2020 بمداخلة عنوانها: خدمات الصيرفة الإسلامية عبر الهواتف الذكية - استعراض لنماذج ابتكاره حديثة

رئيس الملقى

رئيس الملقى

أ. عزواوي إسماعيل



مدير المدرسة
مدير بالنيابة بالمدرسة العليا
التجارية
السيد: بوسفي كمال

المدرسة العليا للتجارة – القليعة

بالتعاون مع مخبر الإصلاحات الاقتصادية الاستراتيجية والاندماج في الاقتصاد العالمي
وفرقه البحث PRFU: إدماج الصكوك (المنتجات المالية الإسلامية) في أسواق المال من أجل تطوير
النظام المالي الجزائري

الملتقى العلمي الوطني الأول حول: الصيرفة الإسلامية بين التنظير والتطبيق

يوم 22 جانفي 2020



استمارة المشاركة

البيان	الباحث الأول	الباحث الثاني
الاسم	الطيب	عيسى
اللقب	مصطفاوي	بدروني
المؤسسة	جامعة المسيلة	جامعة المسيلة
الوظيفة	أستاذ محاضر	أستاذ محاضر
الدرجة العلمية	محاضر أ	محاضر أ
التخصص	تسويق	مالية
الهاتف	0771054246	0660424596
البريد الإلكتروني	taieb.mostefaoui@univ-msila.dz	Aissa.bedrouni@univ-msila.dz
عنوان المداخلة	خدمات الصيرفة الإسلامية عبر الهواتف الذكية – استعراض لنماذج ابتكاريه حديثة	
محور المداخلة	التجارب والمشاريع الرائدة والمبادرات الابتكارية في الصيرفة الإسلامية	

خدمات الصيرفة الإسلامية عبر الهواتف الذكية - استعراض لنماذج ابتكاريه حديثة

ملخص

الهدف الرئيسي من هذه الورقة البحثية هو مناقشة النماذج الحديثة المبتكرة التي يمكن اعتمادها في الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول، أول هذه النماذج هو معرفة كيف تؤثر الفروق بين الجنسين على اعتماد الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول، بالإضافة إلى إلقاء الضوء على تطوير تطبيق في شكل معجم مصطلحات مصرفية إسلامية يكون عمليا وملائما على أن يعمل على الأجهزة الذكية التي تستند إلى منصتي Android و IOS. وفي الأخير يتم التطرق إلى دور الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال، وكذلك الخدمات المصرفية بدون فروع بالنسبة لرائدات الأعمال وصاحبات المشاريع التجارية من النساء المسلمات، حيث يعتبر هذا النوع من الوسائط مهما للغاية في ربط وصول النساء المسلمات المحافظات إلى الخدمات المالية.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة المحمولة، الصيرفة الإسلامية، المالية الإسلامية، تطبيقات المحمول.

تصنيف JEL: G02, G14, G21.

Abstract :

The main objective of this paper is to discuss the models, that influence the adoption of Islamic mobile banking, Among these models : how gender differences influence the adoption of Islamic mobile banking among Muslims, also; shed some light for developing a purposeful mobile Islamic banking terminology glossary app in a more convenient way and made it operational via devices Android and IOS based smart gadgets, and finally; the role of mobile banking as well as branchless banking for women entrepreneurs has been shown to have a very important role to connect Muslim Women entrepreneurs access to financial services.

Keywords : Mobile banking ;Islamic banking ; Islamic finance ; Mobile app.

JEL classification: G02, G14, G21.

مقدمة

فرض الله اكتساب الرزق من الحلال وحرم اكتسابه من الطرق غير الشرعية، من غش وسرقة وتطيف

في الميزان وغصب أموال الناس وربما و...الخ. فمن اكتسب المال من الحرام فقد البركة، فلا ترى أثرا صالحا لماله، ولعذاب الآخرة أشد.

يرتبط قطاع الخدمات ارتباطا وثيقا بالتطورات التكنولوجية، حيث تساهم في تحسين الوصول إلى الخدمات وتوفيرها واستهلاكها ، والصناعة المصرفية ليست في استثناء من ذلك، لقد تأثرت بشدة من التطورات التكنولوجية، وتحاول مواجهة التحديات الجديدة وبالتالي تطوير نفسها .

أصبح للإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أهمية كبيرة في جميع أنحاء العالم فالتقنيات الحديثة لها تأثير كبير على إدخال ابتكارات جديدة على كل من الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول . لقد كان لنم و عدد مستخدمي الإنترنت والهواتف الذكية تأثير بالغ أيضا على هذا الانتشار.

لقد أدت الزيادة السريعة في عدد مستخدمي الهواتف الذكية ، ومشاركي الإنترنت اللاسلكي إلى حدوث ثورة رقمية ، فاليوم لا تعمل الأجهزة المحمولة كوسيلة للاتصال الصوتي فحسب، بل تستخدم أيضا لتبسيط الأنشطة اليومية. على سبيل المثال، تتيح الخدمات المصرفية عبر الأجهزة المحمولة للعملاء إجراء المعاملات المالية عن بعد باستخدام جهاز محمول مثل الهاتف الذكي أو الجهاز اللوحي .

مع استمرار تأثير تكنولوجيا الهاتف المحمول في النمو، تحتاج المؤسسات المالية إلى تطوير تطبيقات تضمن سهولة استخدام العملاء لها ، هناك حاجة لاستكشاف الدور الذي يؤديه تصميم واجهة المستخدم في تعزيز قابلية استخدام تطبيق الهاتف المحمول.

تعتبر تكنولوجيا الهاتف المحمول وتطبيقاتها حاليا من أهم المكونات في القطاع المصرفي بصفة عامة والمصارف التي تقدم الخدمات الإسلامية بشكل خاص ، أصبح هذا شائعا بفضل الحلول المصرفية التي تقدمها الهواتف المحمولة وتسهيل المعاملات المختلفة وفق اغراض متعددة.

هناك بالفعل مصارف إسلامية كثيرة في الوقت الراهن تقدم خدمات باستخدام هذه الوسائط، لكن الحاجة إلى ابتكار خدمات تميز بيئة العمل هذه ضرورية جدا ومفيدة للعملاء والمصارف وحتى الحكومات.

على ضوء ما سبق تطرح الإشكالية التالية: ما هي النماذج التي على المصارف الإسلامية أخذها بعين الاعتبار عند اعتماد تقديم خدماتها عبر الهواتف الذكية؟

أولاً: الكسب الحلال والكسب الحرام أساس الاقتصاد والتمويل الإسلامي

كيف أكتسب الكسب الحلال؟ وكيف أجتنب الكسب الحرام؟، إذا اكتشفت أن الشركة التي تعمل فيها تقوم ببعض الأعمال المخالفة شرعا أو المجرمة قانونا، ماذا ستفعل؟، لو طلب منك مدير عملك يتطلب غشا تجاريا، فما هو موقفك؟ هل ترفض بشدة أم توافق مجبرا؟.

1 الكسب الحلال

الكسب أمر شرعه الله لعباده، قال الله تعالى: " هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ۚ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ " الملك-15.¹

وشرع الله الكسب للمؤمنين، فقال الله تعالى: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ " البقرة-172.²

2 الكسب الحرام

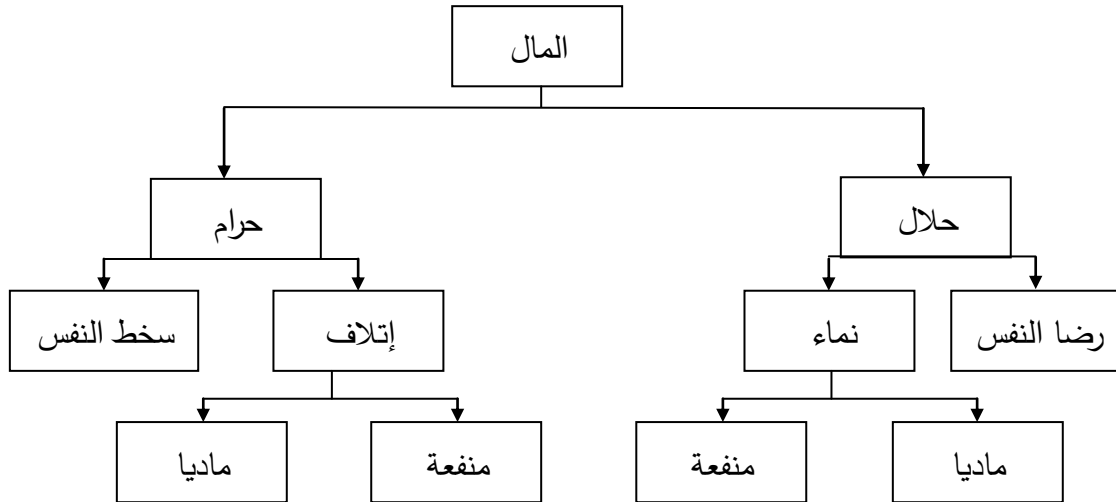
حرمه الله على المؤمنين، بقوله تعالى: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا " النساء-29.³ ويقول الله تعالى: " يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ " آل عمران-130.⁴ ويقول الله سبحانه وتعالى: " يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزِيلُ الصَّدَقَاتِ ۚ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ " البقرة-276.⁵

الجدول رقم (01): حقيقة الكسب الحلال والكسب الحرام

الثروة الأصلية	100 دج	100 دج
الكسبمن.....	10 دج من حرام	التصدق بـ 10 دج
النتيجة	110 دج	90 دج
الحقيقة	يمحق الله الربا	يربي الله الصدقات
كيف؟	محق مادي: يتلف المال الحرام، كأن يصاب الإنسان بالمرض مثلاً.	نماء مادي: يزيد الصدقة، فيكسب الإنسان منها، كأن يصرف عنه المرض مثلاً.
	محق منفعة: يصبح المال بلا نفع على صاحبه، بل ربما يصبح ضرراً عليه.	نماء منفعة: مال مبارك، فيه بركة، ونفع لصاحبه
	سخط النفس: يورث الله سبحانه وتعالى في قلب كاسب المال الحرام سخطاً ما لا يرضى به عن هذا المال	رضا النفس: يورث الله سبحانه وتعالى في قلب كاسب المال الحلال الرضا، ما يرضى به عن هذا المال.

المصدر: من إعداد الباحثان.

الشكل رقم (01): القيمة الحقيقية للمال وفق الشريعة الإسلامية



المصدر: من إعداد الباحثان.

وتتمثل أهم الضوابط الشرعية للكسب الحلال في:

- الابتعاد عن الكسب الحرام والمهن المحرمة (ربا، رشوة، ...الخ).
- الابتعاد عن كل ما يؤدي إلى أمر محرم (بيع العنب لعاصر الخمر، ...الخ).
- الابتعاد عن الإعانة على كسب حرام (رشوة من أجل الحصول على إنجاز مشروع مثلاً، ...الخ).

ثانيا: استعراض لبعض مؤشرات نمو الصيرفة الإسلامية عبر العالم

تعتبر الصيرفة الإسلامية قطاعا خصباً في الآونة الأخيرة، خاصة بعد الأزمة المالية العالمية 2008 ومنذ ذلك التاريخ، أصبحت المالية الإسلامية تتطور بمعدلات عالية.

1 تطور عدد المصارف الإسلامية وفروعها بالدول (إحصائيات 2018)

يبين الجدول الموالي عدد المصارف الإسلامية والفروع التابعة لها تبعا للدول الأصلية لإنشاء هذه المصارف الإسلامية.

الجدول رقم (01): عدد المصارف الإسلامية وفروعها بالدول (إحصائيات 2018)

الدولة	عدد المصارف	عدد الفروع	الدولة	عدد المصارف	عدد الفروع
السودان	37	800	انجلترا	5	17
إيران	34	20598	السعودية	4	831
البحرين	21	63	الأردن	4	193
ماليزيا	16	2246	قطر	4	75
اندونيسيا	14	478	مصر	3	138
الإمارات	8	285	فلسطين	3	71
بنغلاديش	8	1197	بروناي	2	26
الكويت	6	179	عمان	2	23
باكستان	5	1557	كازاخستان	2	5
لبنان	5	21	نيجيريا	1	32
تركيا	5	1120	ليبيا	1	6

المصدر: <http://kenanaonline.com/users/ahmed0shawky/posts/1048759>. vue le 24/12/2019

يتبين من الجدول أعلاه أن عدد المصارف الإسلامية وصل إلى حوالي 189 مصرف، حيث تحتل السودان الصدارة بـ 37 مصرف إسلامي، وفي الأخير ليبيا بمصرف إسلامي واحد. في حين، لا يوجد أي مصرف إسلامي ذو أصول جزائرية، الأمر الذي يطرح عدة تساؤلات حول أسباب الغياب التام للمصارف الإسلامية الجزائرية.

أما عدد الفروع، فقد وصل إلى حوالي 29961 فرع، تحتل إيران المرتبة الأولى بحوالي 20598 فرع إسلامي، وفي الأخير كازاخستان لها 5 فروع تابعة لمصارفها الإسلامية.

يوجد فروع في الجزائر تابعين للمصارف الإسلامية الأجنبية، منها مصرف السلام وبنك البركة بنك الخليج، فيما تعتمز الجزائر لفتح نوافذ إسلامية لدى البنوك العمومية النشطة، وذلك من أجل تنويع المنتجات المالية، وإدماج المالية الإسلامية ضمن النظام المالي الجزائري.

بلغ عدد المصارف الإسلامية في 21 دولة 191 مصرف عام 2018 بمعدل نمو 1% مقارنة بعدد 190 مصرف إسلامي عام 2017 وبمعدل نمو 4% مقارنة بعدد 182 مصرف عام 2016 بمعدل نمو 4% مقارنة بعدد 175 مصرف إسلامي عام 2015 بمعدل نمو 2% مقارنة بعدد 171 مصرف عام 2014 بمعدل نمو 1% مقارنة بعدد 169 مصرف عام 2013، وبلغ معدل النمو لعدد المصارف الإسلامية خلال الفترة من 2013 حتى 2018 حوالي 2.5%⁷.

وقد بلغ عدد البنوك التقليدية التي تمتلك نوافذ إسلامية 81 بنك عام 2018 مقارنة، و 83 بنك تقليدي لهم نوافذ إسلامية لعامي 2017 و 2016، في حين كانت البنوك التقليدية التي تمتلك نوافذ إسلامية 85 بنك لعامي 2015 و 2014 مقارنة بعدد 83 بنك عام 2013⁸.

2 معدلات نمو بعض مؤشرات المصارف الإسلامية

يبين الجدول الموالي معدلات نمو لبعض مؤشرات المالية الإسلامية خلال الفترة 2016-2018.

الجدول رقم (02): معدلات نمو بعض مؤشرات المصارف الإسلامية 2016-2018

المؤشر	2016	2017	2018
الأصول	10.2%	9.6%	9.6%
التمويل	9.6%	8.7%	9.5%
الودائع	7.2%	7.1%	7.4%

المصدر:

Islamic Financial Service BOARD, **Islamic Financial Service Industry Stability Report**, Malaysia, P16, 2019.

يظهر من الشكل أعلاه أن معدل نمو مؤشرات المالية الإسلامية يفوق 7%، مما يدل على أن هناك تحسن ملحوظ في الاعتماد على المصارف الإسلامية لتمويل مختلف المشاريع الاستثمارية. وهذه النتيجة تشجع النظام المالي العالمي على اعتماد التمويل الإسلامي كحل بديل عن التمويل التقليدي الربوي.

3 مؤشرات عن المنتجات المالية الإسلامية

تختلف المنتجات المالية الإسلامية عن منتجات المالية التقليدية في كونها تعتمد على الشريعة الإسلامية في تكوينها وتعاملها، حيث يصبح المحدد الأساسي لها هو مدى موافقتها للشريعة الإسلامية، ثم ما تحققه من أرباح.

الجدول رقم (03): تطور الإصدارات العالمية للصكوك من 2015 إلى سبتمبر 2019

السنة	2015	2016	2017	2018	سبتمبر 2019
قيمة الإصدار	67.81	87.78	116.71	123.15	123.3
نسبة التطور	----	29%	33%	5.5%	0.12%

المصدر: IIFM and MIFC (المصارف الإسلامية - دراسات في المحاسبة والإدارة).

يظهر من الجدول أعلاه أن هناك تطور كبير لإصدار الصكوك بين 2015 و 2017، وبداية من سنة 2018 تراجع معدل الإصدار كثيرا، ليصبح في حدود 0.12% مع نهاية سبتمبر 2019.

الجدول رقم (04): توزيع الأصول في التمويل الإسلامي (2016)

نوع الأصل	الخدمات المصرفية الإسلامية	الصكوك	الصناديق الإسلامية	التكافل	أخرى
النسبة	73%	16%	4%	2%	5%

المصدر: Thomson Reuters Islamic Finance Development Report, Dec 2017

يظهر من الجدول أعلاه أن الخدمات المصرفية الإسلامية تحتل المرتبة الأولى بنسبة 73% من مجموع المعاملات المالية الإسلامية، وهذا ما يدل على أهمية الخدمات المصرفية الإسلامية في الاقتصاد الإسلامي، الأمر الذي يمكنه أن يشجع من استعمال الصيرفة المتنقلة.

ثالثا - الصيرفة المتنقلة (Mobile Banking)

لم يعد المستهلك يتقبل التنقل لاقتناء ما يحتاجه، فهو يفضل استعمال التعامل عن بعد، وفي أي وقت ممكن، وهذا التفكير يتيح له تخفيض التكاليف وربح الوحدات النقدية، وبغية تلبية هذه الحاجيات، لقد عمدت المصارف إلى إيجاد تقنيات تسمح للمستهلك من التعامل عن بعد، وإجراء مختلف معاملاته المالية دون عناء التنقل والوقت.

1 مفهوم الصيرفة المتنقلة

العمليات المصرفية عبر الهاتف (الصيرفة الهاتفية) هي عبارة عن نظام تخاطب مباشر للزبائن يعمل يوميا على تقديم معلومات وإجراءات تحويلات واستقبال طلبات قروض ووحدات الأجوبة الصوتية وأنظمة معالجة المعطيات لخدمة الزبائن، وتطورت هذه الخدمات لتقدم عبر الأثير خلال الهاتف الخليوي التي تعتبر جذابة للناس الذين هم على تنقل وحركة دائمة، ويتم ربط هذه الخدمة بشركات الهاتف النقال أو عن طريق شبكات عامة أو خاصة يتم التعاقد معها.⁹

2 انتشار الصيرفة المتنقلة

لقد أثرت التطورات المذهلة في سوق المعلوماتية والاتصالات بشكل كبير في قطاع المصارف وانطلقت بسرعة عمليات التطور والارتقاء بالعمل المصرفي، ولا زالت مستمرة حتى اليوم، وهي تعيد بالتأكيد صياغة المفاهيم حول النظم المصرفية وتطبيقاتها للتكنولوجيا.¹⁰

أدى انتشار الهواتف المحمولة وتطور تطبيقاتها المختلفة إلى ظهور تطبيقات وبرامج تسمح بتوفير خدمات مصرفية، يستطيع العميل من خلالها إجراء الحركات والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، حيث ظهر ما يسمى بالبنوك الخلوية أو ما يسمى بمركز خدمة العملاء، والتي تقوم على تزويد الخدمات البنكية للزبائن في أي مكان وفي أي وقت، ويتم إجراء العمليات من خلال تشغيل مراكز الاتصالات وخدمة العملاء بواسطة التلفون، وباستخدام اسم مستخدم وكلمة مرور، حيث يمكنه إجراء الحركات المالية كالاستفسار عن الرصيد والتحويل المالي، وغيرها من الخدمات التي يقدمها البنك عبر الهاتف المحمول.¹¹

يتم استخدام الهاتف المحمول بشكل متزايد من قبل المصارف كقناة فعالة من حيث التكلفة لتقديم الخدمات المصرفية والتجارية ، تعتقد المصارف أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أفضل من الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، لأنها تتيح الخدمات المصرفية في أي مكان وفي الوقت الحقيقي. ولا يحتاج العملاء الولوج إلى جهاز متصل بالإنترنت للوصول إلى حساباتهم المصرفية ، يمكنهم الآن القيام بذلك أثناء التنقل، أثناء السفر، في انتظار الأصدقاء، في أي وقت وفي أي مكان.¹²

3 خدمات الصيرفة المتنقلة

يتم تقديم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول باستخدام العديد من التقنيات مثل الرسائل القصيرة (SMS) وبروتوكول التطبيقات اللاسلكية (WAP)، يتم عادة تثبيت تطبيق Java على جهاز العميل المحمول، حيث يمكنه من خلاله الوصول إلى جميع ميزات حساباته المصرفية من خلال تفاعلات بسيطة مع النماذج والقوائم والأزرار.

من خلال الاطلاع على العديد من مواقع البنوك العالمية التي تعمل في هذا المجال ، يمكن حصر المعاملات التي يتم تقديمها عادة كخدمات مصرفية عبر الهاتف المحمول في:

- الدخول بالبصمة عبر الأجهزة المحمولة التي تدعم هذه الميزة (الدخول على حساب العميل الرئيسي ببصمة الإصبع باستخدام تكنولوجيا تسجيل الدخول بالبصمة بدون إدخال اسم المستخدم وكلمة السر الخاصة بالخدمات المصرفية عبر الإنترنت).
- استعراض الأرصدة والمعاملات .
- سرعة تصفح رصيد الحساب .
- الخدمات المصرفية عبر الساعة الذكية .
- تحويل الأموال محليا ودوليا .
- إجراء معاملات البطاقات الائتمانية وسداد مستحقاتها .
- الاطلاع على المعلومات المفيدة مثل مواقع أجهزة الصراف الآلي والفروع وأسعار الصرف وبيانات الاتصال بالبنك.
- التسجيل بخدمة الكشف الإلكترونية للحسابات والبطاقات الائتمانية .
- إعادة ضبط كلمة المرور/ الدخول بالبصمة أو الرقم السري (للأجهزة التي تدعم خاصية البصمة) .
- تقديم طلبات الحصول على المنتجات والخدمات .
- سداد فواتير الخدمات العامة ومستحقات البطاقات .
- السحب دون بطاقة.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الخدمات بعضها يحتاج إلى اتصال انترنت، بينما يعمل البعض الآخر بدون الحاجة إلى ذلك، هناك أيضا سوء فهم شائع بأن الخدمات المصرفية عبر الهواتف الذكية تعرض الأمن المالي للعميل للخطر، وهي مخاوف مشروعة لكونها خدمات حديثة العهد، ولكنها في كثير من الأحيان لا أساس لها

من الصحة ، فقد أصبحت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من أكثر الطرق أماناً وملائمة للدفع وتحويل الأموال، وخاصة بوجود ميزات مثل تقنية بصمات الأصابع وشرائح الاتصال قريب المدى (NFC) .

4 مميزات الصيرفة المتنقلة

يمكن تلخيص المساهمة التي تقدمها الهواتف المحمولة للأعمال المصرفية في النقاط التالية¹³:

أ - **الهاتف المحمول = قاعدة تكنولوجية متجولة ومتنقلة في كل مكان:** في ظل هذه الفرضية، فإن إمكانات الهاتف المحمول وهي السمات البارعة المميزة "التي يسعى الزبون لاستغلالها لا تكمن إلى حد كبير في القدرات الأصلية للهاتف المحمول وكيفية ارتباط العملاء بها، بل تتمثل في حقيقة وجود هذا الهاتف (عملياً) في كل مكان، وهذا هو السبب الذي يجعل الزبون يرى أن الأعمال المصرفية عبر استخدام الهاتف المحمول تقدم فرصة ثمينة للفقراء الذين يمتلكون بدائل أقل من تلك المتاحة للأغنياء. وتكمن قوة الهاتف المحمول في قيامه بإحداث تحولات في اقتصاديات تقديم الخدمة وتحولات إلى حد أقل في طبيعة عرض الخدمة ذاتها، وينبغي على الزبون أن يهجن النظر في إمكانية حلول الهواتف المحمولة محل أربع أدوات على النحو التالي:

- الهاتف المحمول = بطاقة مصرفية فعلية.

- الهاتف المحمول = نقطة بيع طرفية.

- الهاتف المحمول = صراف آلي بشري.

- الهاتف المحمول = وحدة إنترنت طرفية مصرفية.

ب **الهاتف المحمول = طريقة جديدة لتفاعل العملاء مع التكنولوجيا :** ربما لا تكون العناصر التكنولوجية المجسدة في الهاتف المحمول جديدة، ولكن الشيء الجديد قد يتمثل في طريقة ارتباط العملاء بالتكنولوجيا وتفاعلهم معها، وبما أن الهواتف المحمولة أجهزة شخصية، فإن هذه الأجهزة ذات قيمة مرتفعة بالنسبة لبعض الزبائن لدرجة أنهم يزيرونها ويضيفوا عليها لمساتهم الشخصية مثلما يفعلون مع سياراتهم ومنازلهم.

وقد أشارت إحدى الدراسات إلى أن الهاتف المحمول لا يبقى بعيداً عن أيدي مستخدميهم لأكثر من نصف الساعة ، فهذا الجهاز يمنح حامله الشعور بالآنية (القدرة على التفاعل مع الظروف بشكل آني/لحظي)، فهو لا يرتبط بأية أوقات أو أماكن محددة، إنما يرتبط بالأماكن والأوقات الحاضرة. فالهاتف المحمول يعطينا الإحساس بإمكانية تحقيق ما نريده حامله ويمده بأسباب الراحة والاطمئنان، والقدرة على التحكم والسيطرة، بالإضافة إلى وفورات التكلفة الناجمة عن استخدام القاعدة الحالية المتنقلة للمحطات الطرفية.

كيف يمكن للبنوك الاستفادة من شعور الآنية هذا في تعميق وزيادة مغزى العلاقة مع العميل الذي لديه هاتف محمول؟ وكيف يمكن استخدام السمات المميزة للعلاقة بين العملاء وهواتفهم المحمولة في خلق خدمات مصرفية جديدة أو نماذج خدمات حديثة؟.

تقوم الهواتف المحمولة، على أقل تقدير، بتزويد البنوك بفرصة إرسال رسائل شخصية إلى جميع عملائها، وتفيد هذه الرسائل في تسويق المنتجات الجديدة، والتعريف بسمعة جديدة لإحدى الخدمات، أو التنبيه إلى نشاط معين خاص بحساب مصرفي. ويمكن للعملاء القيام على الفور بالتأكد من أرصدة الحسابات والاطلاع عند الحاجة على آخر الأنشطة والمعاملات في الحساب. علاوة على ذلك، ونظرا لأن الهاتف المحمول يتيح التفاعل الثنائي الاتجاه، فإنه يوفر للعملاء أيضا إمكانية اتخاذ إجراءات فورية من أي مكان، بشأن حالات مثل انخفاض الرصيد عن الحد الأدنى، أو عند حدوث نشاط غير عادي في حساباتهم، وهو ما يجعل العملاء أنفسهم جزءا من منظومة الوقاية من الغش والتدليس. ومن شأن ذلك تعزيز إحساس العملاء بالقدرة على التحكم والسيطرة.

ويمكن أن يمتد نطاق التفاعل إلى تكييف الخدمات عند نضج العلاقة بين البنوك وعملائها، إذ يمكن أن يطلب العملاء، على سبيل المثال، رفع السقف الائتماني عند الحاجة والتحقق من ذلك عبر الهاتف، ولعله يمكن القول من باب الإنصاف، على أية حال، بأنه قد بدأ فقط في تخيل إمكانات استخدام الهاتف المحمول في إنشاء تجارب وخبرات الخدمات الجديدة.

ت -الهاتف المحمول = وظيفة جديدة مفيدة: هل هناك قدرة كامنة داخل "الهاتف المحمول تعتبر جديدة بصورة حقيقية وتتيح للعملاء إنجاز أشياء لم يكن من السهل تحقيقها من قبل؟. يمكن استخدام الهاتف المحمول في إدخال المعلومات وعرضها ومعالجتها وتخزينها ونقلها، ولكنه يتم تحقيق ذلك عبر أجهزة الكمبيوتر، وماكينات الإيداع والصرف التلقائي للأموال، وأجهزة نقاط البيع، التي تعتبر جميعا شبكة من النقاط الطرفية الإلكترونية التي تستخدمها البنوك لخدمة العملاء، والواقع أن قدرة الهواتف المحمولة تعتبر أقل من إمكانات هذه الأدوات من حيث طاقة المعالجة على سبيل المثال.

فليس هناك في الحقيقة كثير من الوظائف الجديدة في الهاتف المحمول كوحدة طرفية: إذ لم يفكر أحد في التطبيقات المصرفية عند تحديد الموصفات الخاصة بالهاتف المحمول، إلا أن هناك سمة للبناء الهيكلي للهاتف المحمول تميزه عن معظم أجهزة الحوسبة الأخرى المستخدمة في الأغراض المصرفية، وتتمثل هذه الخاصية في وجود جهاز داخل جهاز، أو بطاقة (SIM) داخل الهاتف المحمول، ولا يعتبر أي جهاز منهما جديدا في وظائفه: فبطاقة (SIM) عبارة عن بطاقة ذكية، أي بطاقة محتوية على شريحة إلكترونية مدمجة، والهاتف المحمول عبارة عن جهاز كمبيوتر محدود القدرات، ولكن وضع أحدهما داخل الجهاز الآخر يتيح سمات وخصائص أمنية مثيرة للاهتمام. وتحتوي ذاكرة بطاقة (SIM) على عنصرين أساسيين هما: قائمة خيارات مستخدم الهاتف ومفاتيح الأمان المستخدمة في تشفير كافة المعلومات (encryption) التي يرسلها ويتلقاها الهاتف من الشبكة، ويقيم التحكم الدقيق في بطاقة وحدة بيانات المشترك (SIM) من قبل شركة تشغيل الهاتف المحمول، وليس في مقدور أي طرف آخر، ولا حتى المستخدم نفسه، الوصول إليها أو تخزين تطبيقات فيها بدون الموافقة الصريحة من قبل شركة تشغيل الهاتف، ولهذا السبب، فإن الحماية الممنوحة لمحتويات بطاقة (SIM) ضد العبث والتلاعب والتأثير عليها تعتبر أكبر كثيرا من باقي مكونات الهاتف المحمول أو أي جهاز كمبيوتر.

ويتمثل الجانب السلبي في أن الهيكل المقفول لبطاقة (SIM) يحد من ابتكارات الخدمة من قبل أطراف
ثالثة، ولكن اقتران خاصية الأمن المُحكم لبطاقة (SIM) بالتركيبة الأكثر انفتاحا للهاتف نفسه يتيح
لشركات الهاتف المحمول تحقيق أفضل المزايا والمنافع لهذين الشقين: أي النواة المؤمّنة داخل الإطار
الهيكلية لخدمة مرنة مستوعبة للابتكار.

ويعتبر الهاتف المحمول أيضا جهاز اتصال له خاصية شديدة التميز: إذ يمكنه الاتصال التلقائي
بالشبكة من أي مكان، وه ناك سمة جوهرية للهاتف المحمول لم يتم استخدامها كثيرا في تطبيقات
الأعمال المصرفية عبر الهاتف المحمول: وهي خاصية تحديد الموقع، إذ يمكن تحديد موقع الهاتف من
قبل معظم الشبكات المتنقلة في نطاق 24 كيلومترا أو عشرات الأمتار (أي الهاتف المنطوي على خلية
واحدة أو تكنولوجيات التثليث المتعدد الخلايا الأكثر تقدما، وهناك فكرة شائعة تم اختبارها من قبل
مصرف (Bankinter) في أسبانيا بشأن تحديد موقع البطاقة الائتمانية في نقطة إنجاز المعاملة وفقا
لموقع الهاتف المحمول (الذي يُفترض أن يكون مع صاحب البطاقة أو بالقرب منه، وإذا كان الهاتف
المحمول بعيدا عن صاحب البطاقة، فإن ذلك يمكن أن يشكل سببا للتشكك في صحة وسلامة المعاملة
المصرفية).

رابعا - نماذج ابتكاريه للصيرفة الإسلامية عبر الهواتف الذكية

قام العرض السابق بتسليط الضوء على المنافع والفوائد الممكنة لاستخدام الهواتف المحمولة في تقديم
الخدمات المصرفية، حيث تعتمد الصيرفة المتنقلة (Mobile Banking) بشكل عام على نماذج واضحة يتم
استخدامها بشكل واسع في المصارف العالمية، غير أن المصارف الإسلامية ونظرا لخصوصيتها تحتاج إلى
نماذج إضافية، يجب أخذها بعين الاعتبار من طرف أصحاب المصالح، سواء كانت الحكومة أو المصارف أو
حتى قادة المجتمع.

من بين هذه النماذج، نموذج الاستهداف الدقيق باستخدام الهواتف الذكية للأفراد والشرائح التي من الممكن ان
تكون عملاء محتملين للخدمات المصرفية الإسلامية، أيضا هناك الحاجة لتطوير تطبيقات لمعاجم مصطلحات
خاصة بالخدمات المصرفية الإسلامية نظرا للعدد الكبير من المصطلحات التقنية والشرعية التي تستخدم في هذا
النوع من الخدمات.

1 +الاستهداف الدقيق باستخدام الهواتف الذكية

يمنح الاستهداف الدقيق المصرف القدرة على وضع المحتوى الذكي أمام الجمهور المثالي عبر الهواتف
الذكية، تقدم حملات الاستهداف الدقيق إعلانات جذابة لقطاع ديموغرافي محدد من الجمهور استنادا إلى الموقع
والسلوك والاهتمامات، بعبارة أخرى، يمكن تقديم المحتوى الصائب للوصول إلى سقف التوقعات بأقل التكاليف .
وأشهر أنواع الاستهداف عبر الهواتف الذكية هو الاستهداف الجغرافي والديمغرافي.

في نظام الاستهداف الجغرافي يمكن استهداف الاشخاص الساكنين في منطقة جغرافية محددة يمكن
تحديد الدولة أو المدينة المراد عرض الاعلان لسكانها فقط دون بقية المستخدمين، طبعا يمكن تحديد أكثر من

منطقة جغرافية في نفس الوقت، كما يمكن أيضا استثناء بعض المناطق، مثلا يمكن استهداف المناطق أو المدن التي يتوقع المصرف أن الخدمات الإسلامية سوف تلقى راجا فيها ، ويتيح النظام أيضا تحديد أو استثناء المناطق السكنية داخل المدينة الواحدة، يكون الاستهداف دقيقا بسبب استخدام خاصية الموقع الجغرافي دون الحاجة لإضافة المستخدمين معلومات سكنهم أو عملهم بالتحديد. يعتبر الاستهداف الجغرافي من أهم الخصائص المفيدة وخاصة لأصحاب المصارف المحلية الصغيرة.

أما الاستهداف الديمغرافي فهو يهتم بعلم السكان، وفي مجال الهواتف الذكية يقصد به تحديد الفئات العمرية والجنس (ذكر - أنثى) لإظهار المحتوى لهم، فمثلا يمكن تحديد الذكور فقط والذين تتراوح أعمارهم بين الـ 30 والـ 40 سنة ، أو أي تحديد آخر بحيث يصل المحتوى لمن يهمه الأمر ومن يستفيد من الخدمة أو المنتج الذي يعرضه المصرف . هذا النوع من الاستهداف دقيق إلى حد كبير، وذلك أن معلومات السن والجنس مطلوبة عند بداية التسجيل في تطبيقات الهاتف الذكي، وهذا يعني أن هذه التطبيقات بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي تعرف هذه المعلومات عن كل مستخدم مسجل في شبكته، لذلك يمكن للمصرف الوصول إلى الشريحة الديمغرافية التي يريد ببساطة.

ويعد فهم أثر اختلاف الجنسين عاملا حاسما لنجاح تجزئة السوق. ففي دراسة قام بها (T.-T. Goh, S. Sun, 2014) بحثت هذه الورقة كيف تؤثر الفروق بين الجنسين على اعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بين المسلمين في ماليزيا، وقد كشفت هذه الدراسة عن نموذجين مختلفين ومثيرين للاهتمام يؤثران على قبول الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول. فالمسلمون الذكور يفضلون توجهات المكانة والقيم، لذا فإن قبولهم للخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول تأثر بشكل كبير بالتعبير عن الذات. أما فيما يخص المسلمات الإناث فهن يفضلن التوجهات الاجتماعية والنفعية، وبالتالي فإن قبولهم للخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول قد تأثر بشكل كبير بالفائدة المتصورة والأعراف الاجتماعية¹⁴.

2 تطوير معجم مصطلحات عبر الهواتف الذكية

أدى التطور في تكنولوجيا الهاتف المحمول إلى استخدام الهاتف ليس فقط في التواصل ولكن أيضا إلى أنماط الحياة الشخصية الأخرى مثل طلب الخدمات والسلع، ومن بين هذه الخدمات : الخدمات المصرفية الإسلامية، غير أن الإشكال الذي يميز هذه الخدمات عن غيرها هو وجود عدد كبير من المصطلحات والمفاهيم الشرعية التي يصعب فهمها، ويؤدي التوسع في الممارسات المصرفية الإسلامية من خلال العديد من المؤسسات المالية إلى الحاجة إلى فهم المصطلحات المستخدمة في الصناعة في الوقت المناسب، بسبب ديناميكية المجال نفسه.

في هذا المجال قدم (Mohd Feham et al, 2016) بحثا من أجل إلقاء الضوء على هذا الجانب، بهدف تطوير تطبيق معجم للمصطلحات المصرفية الإسلامية بشكل عملي وجعله يعمل على أجهزة مثل iPhone و iPad أو أي أجهزة ذكية تستند إلى Android، وقد تم استكشاف تطوير النموذج التجريبي وتجريب إمكانية الوصول من خلال الهاتف المحمول لمعجم متعدد اللغات للمصطلحات المالية والمصرفية الإسلامية (لغة

محلية-العربية-الإنجليزية). إن أي ترجمة لمصطلحات محددة في أي مجال أكاديمي تحتاج إلى تعاون بين خبراء في مجال اللغة وخبراء في مجال التخصص.

تقدم الورقة السابقة تقريراً عن نتائج مرحلة تحليل الاحتياجات، بما في ذلك تعيين نوع جهاز المستخدمين وإمكانية الوصول إلى الإنترنت وأسباب امتلاك الأجهزة المحمولة والتسليم وواجهة المستخدم والميزات المفضلة المراد تضمينها في تطبيق الجوال.

تطبيق الهاتف المحمول الخاص بقائمة المصطلحات المتعلقة بالخدمات المصرفية والمالية الإسلامية هو موجه للأكاديميين والمحترفين على حد سواء ، وإن ما يبرر إلزامية تطوير هذا النوع من التطبيقات هو عدم وجود مثل هذه الأداة في بيئة موجهة للهاتف المحمول. على سبيل ذلك، يجب أخذ احتياجات المستخدمين وتفضيلاتهم في الاعتبار أثناء تطوير تطبيق الجوال ، ويمكن استخدام التطبيق لإشراك المستخدمين في تحسين معرفتهم بالخدمات المصرفية والمالية الإسلامية.¹⁵

3 -المقاوله المسلمة والهواتف الذكية

تساهم رائدات الأعمال مساهمة إيجابية في اقتصاد الأسرة بشكل خاص، والتنمية الاقتصادية المستدامة بشكل عام. ومع ذلك، هناك قيود على حرية تنقل رائدات الأعمال للقيام بالأنشطة التجارية خارج المنزل، لا سيما في البلدان الإسلامية، وذلك بسبب الاهتمام برعاية أطفالهن، وبسبب القيم والعادات التي يتبناها المجتمع المحلي، وذلك ما يتطلب إيجاد حلول باستخدام التكنولوجيا من أجل تقليل القيود أمام النساء صاحبات المشاريع الحرة.

لقد أثبتت نتائج دراسة حديثة لـ (Lucky & syed, 2015) أن للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وكذلك الخدمات المصرفية بدون فروع دوراً مهماً جداً للنساء المقاولات في ربطهن بالخدمات المالية المختلفة . يؤدي تعليم المرأة دوراً جوهرياً في تحسين المعرفة والقدرة على استخدام التكنولوجيا، بما في ذلك الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، بالإضافة إلى ظاهرة ازدياد عدد صاحبات الأعمال الحرة وتنامي القدرة على القراءة والكتابة لدى النساء في البلدان النامية مثل إندونيسيا وبنغلاديش، كل هذا سيكون له تأثير على زيادة امتهان النساء للأعمال الحرة، والطلب على الخدمات المالية القائمة على التكنولوجيا مثل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

تعتبر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بمثابة خدمة إضافية أو تحويلية لرائدات الأعمال الحرة ، حيث تؤدي دوراً مهماً للغاية لمساعدتهم في الوصول إلى الخدمات المصرفية ، ليس فقط للواتي يعشن في الريف، ولكن أيضاً في الذين يعيشون في المناطق الحضرية ، ذلك لأن خصائص النساء المشتغلات بالأعمال الحرة في البلدان النامية كونهن لسن مسؤولات فقط عن أعمالهن التجارية، ولكنها مسؤولات أيضاً عن المهام العائلية.

يجب دعم التنفيذ الناجح للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من قبل جميع أصحاب المصلحة ، الحكومة والمصارف وقادة المجتمع... الخ، وكذلك عملية الابتكار المستمر من حيث الراحة وسهولة الاستخدام والسرعة والكفاءة والسلامة. كما أوضحت نتائج الدراسة السابقة أن رائدة الأعمال المسلمة لديها بعض العقبات

أمام أن تصبح مستدامة ، فدورهم في الاقتصاد مهم ، ويشارك معظمهم في مشروعات صغيرة ومتناهية الصغر ، إلى جانب الأعمال التجارية، فإنهن تساهمن أيضا برعاية أسرهن.

هنا الصيرفة عبر الهاتف المحمول يمكن أن تزيد من إنتاجيتها ، لذلك يجب على المصرف ومؤسسات التمويل المصغر التركيز على الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من خلال النظر في العامل المؤثر ، ينبغي أن يقوم القطاع المصرفي الرسمي بمزيد من التعاون مع مؤسسات التمويل الأصغر لتأسيس الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لرائدات الأعمال المحرومات وتطويرهن.¹⁶

خاتمة

لم تكن المصارف بمعزل عن الانتشار الواسع لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، لقد تأثرت الصناعة المصرفية بشدة من التطورات التكنولوجية. من أهم النماذج التي طرحتها التكنولوجيا في الوقت الراهن: تقديم الخدمات المصرفية باستخدام الهواتف المحمولة أو ما يعرف بالصيرفة المحمولة (Mobile Banking)، حاولت المصارف التي تقدم خدمات إسلامية أيضا الاستفادة من هذه التكنولوجيا ومواجهة التحديات الجديدة، وبالتالي تطوير نفسها ، غير أن المصارف الإسلامية ونظرا لخصوصيتها تحتاج إلى نماذج إضافية، يجب أخذها بعين الاعتبار من طرف أصحاب المصالح، سواء كانت الحكومة أو المصارف أو حتى قادة المجتمع، من بين هذه النماذج نموذج الاستهداف الدقيق باستخدام الهواتف الذكية للأفراد والشرائح التي من الممكن أن تكون عملاء محتملين للخدمات المصرفية الإسلامية . وكمثال على ذلك، تم التطرق إلى نموذجين مختلفين ومثيرين للاهتمام يؤثران على قبول الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول. فالمسلمون الذكور يفضلون توجهات المكانة والقيم، لذا فإن قبولهم للخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول تأثر بشكل كبير بالتعبير عن الذات ، أما فيما يخص المسلمات الإناث فهن يفضلن التوجهات الاجتماعية والنفعية، وبالتالي فإن قبولهم للخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول قد تأثر بشكل كبير بالفائدة المتصورة والأعراف الاجتماعية، أيضا هناك الحاجة لتطوير تطبيقات لمعاجم مصطلحات خاصة بالخدمات المصرفية الإسلامية نظرا للعدد الكبير من المصطلحات التقنية والشرعية التي تستخدم في هذا النوع من الخدمات.

أخيرا تم التطرق إلى نموذج استخدام الهواتف الذكية من أجل تخفيف العوائق أمام رائدات الأعمال المسلمات ، حيث تعتبر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بمثابة خدمة إضافية أو تحويلية لرائدات الأعمال الحرة حيث يؤدي دورا مهما للغاية لمساعدتهم في الوصول إلى الخدمات المصرفية ليس فقط للواتي يعشن في الريف ولكن أيضا في الذين يعيشون في المناطق الحضرية ، كون النساء لسن مسؤولات فقط عن أعمالهن التجارية، ولكنها مسؤولات أيضا عن المهام العائلية ، لذلك يجب دعم التنفيذ الناجح للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من قبل جميع أصحاب المصلحة ، من أجل زيادة إنتاج هذه الشريحة المهمة في المجتمع.

- ¹ - القرآن الكريم، سورة الملك، الآية 15.
- ² - القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 172.
- ³ - القرآن الكريم، سورة النساء، الآية 29.
- ⁴ - القرآن الكريم، سورة آل عمران، الآية 130.
- ⁵ - القرآن الكريم، سورة البقرة، الآية 276.
- ⁶ - إن الإحصائيات تم أخذها من مصدرها ولا نتحمل أحقيتها من الناحية الشرعية.
- 7 - <http://kenanaonline.com/users/ahmed0shawky/posts/1048759>. vue le 24/12/2019.
- 8 - <http://kenanaonline.com/users/ahmed0shawky/posts/1048759>. vue le 24/12/2019.
- ⁹ عبد الهادي مسعودي، الاعمال المصرفية الالكترونية - بنوك الكترونية، نقود الكترونية، بطاقات الكترونية - ،اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016، ص25.
- ¹⁰ عبد الهادي مسعودي، الاعمال المصرفية الالكترونية - بنوك الكترونية، نقود الكترونية، بطاقات الكترونية - ،اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2016، ص20.
- ¹¹ محمد علي خليل السميرات، رائد محمد العضايلة، العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الالكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء: دراسة ميدانية إقليم الجنوب الاردن، مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 14، العدد 01، 2017، ص185.
- 12 Alam N., Gupta L., Shanmugam B. (2017) IT in Islamic Banks. In: Islamic Finance, Palgrave Macmillan, Cham, 2017, P338.
- ¹³ إغناسيو ماس، وكبير كومار، مذكرة مركزة، الاعمال المصرفية باستخدام الهاتف المحمول: لماذا وكيف ولمن، العدد 48، يونيو حزيران 2008، ص ص 4-5-6 بتصرف
- 14 Goh, T., Sun, S. Exploring gender differences in Islamic mobile banking acceptance. Electron Commer Res 14, 435–458 (2014), P 435.
- 15 Mohd Feham Md, Ghalib M.F.M., Mansor Y., Dollah N., Hassan R., Omar Z., Zakaria A.W. (2016) Providing a Mobile Service for Academics and Professionals: Need Analysis for the Development of Mobile App Glossary of Terms in Islamic Banking and Finance. In: Luaran J., Sardi J., Aziz A., Alias N. (eds) Envisioning the Future of Online Learning. Springer, Singapore, 2016, P 359.
- 16 See Lucky Nugroho, Syed Lutful Kabir Chowdhury, Mobile Banking for Empowerment Muslim Women Entrepreneur: Evidence from Asia (Indonesia and Bangladesh), Tazkia Islamic Finance and Business Review Volume 9.1, Indonesia, 2015, P 83-100.