

شباهت‌های بانکداری اسلامی و بانکداری اخلاقی

پروفسور رودنی ویلسون*

مترجم: محمدزمان رستمی

چکیده

بانک‌های اسلامی، خود را ارائه دهنده خدمات مالی اخلاقی می‌شمرند؛ اما شباهت‌های اخلاقی موجود در چگونگی اداره عملیات بانکی را تبیین نمی‌کنند. آدله عقلا به بر منع ربا و... را ارائه نمی‌دهند و در سایت‌های اینترنتی، اطلاعات بسیار محدودی تقدیم می‌دارند. آن‌ها موارد بسیاری را از بانک‌های اخلاقی رایج، از جمله بانک تعاونی انگلستان می‌توانند بیاموزند؛ گرچه آن‌ها بر وحی و انیان بر ارزش‌های اجتماعی گذرا اکتفا دارند. بانک تعاونی بر نظریات مشتریان، ایفای نقش فعال در جوامع محلی، ایجاد اختوت، جذب سرمایه، توسعه بانک اهتمام می‌ورزد و سیاست اخلاقی آن، حقوق بشر و عدم کمک به کشورهای سرکشید، تجارت مجاز، محیط زیست و رفاه حیوانات را در بر می‌گیرد و روش‌های آن در توزیع خدمات، سپرده‌گذاری و دریافت تسهیلات از طریق اداره پست خدمات بانکی تلفن و کامپیوتری، توزیع پول نقد و... آموزنده است. بانک‌های اسلامی چون الراجی، البرکه، تسهیل بانک و بانک معاملات بر انطباق عملیات بر شریعت تأکید داشته و تسهیلات مالی آن‌ها بر اساس مراحه، مضاربه، اجاره، استئضاع اکتنان، بیع سلم، قرض الحسنه و... است و برای افزایش نقش انترپرنیورها، تشخیص نیاز مشتریان، ارائه خدمات وسیع‌تر، توسعه بنگاه‌های کوچک... می‌کوشند. آن‌ها باید ۵ مسأله را روشن کنند. اصول بانکداری اخلاقی، روش تجاری منصفانه پشتیبانی مشتریان، اداره شرکت، و پرداخت زکات.

*. استاد دانشگاه دورهم انگلستان.

بانک‌های اسلامی، اغلب خود را ارائه‌دهندگان خدمات مالی اخلاقی وصف می‌کنند؛ اما به گونه‌ای صریح شرح نمی‌دهند که از این بیان، چه معنایی اراده می‌شود. کلمه اخلاقی به صورت نشان استفاده می‌شود و معادل با اسلامی است؛ اما کوششی صورت نمی‌پذیرد که میان آن‌چه اخلاقی است و روش‌های خاص اداره معاملات مالی پیوند ایجاد کند. جای تأسف است که گویی بانک‌های اسلامی قرار است ابتدا پایگاه‌هایی برای مشتریان خویش بنا نهند؛ سپس مجبور شوند که ارباب‌رجوع‌های بالقوه را متقاعد سازند که ارزش انتقال به آن‌ها وجود دارد. برای بانک‌های اسلامی، رقابت بر سر قیمت چندان مهم نیست؛ بلکه مهم تأکید بر کیفیت بی‌نظیر خدماتی است که ارائه می‌دهند. این بدان معنا است که آن‌ها باید باور شوند و بتوانند با توسل به وجدان مشتری، وی را جذب کنند.

اهتمام اصلی بانک‌های اسلامی این است که روش‌های مالی آن‌ها مطابق با قوانین شریعت باشد. داشتن رایزنان شرعی یا کمیته‌ای از فقیهان مورد احترام که بتوانند فعالیت‌های بانک را تأیید کنند، برای تضمین اعتبار و شهرت این نهاد ضرورت دارد؛ اما بانک‌ها در امر کسب اشتهار، اغلب بر جایگاه کسانی که قوانین بانکی را بر اساس شریعت تنظیم می‌کنند، تأکید می‌ورزند، نه بر آموزه‌های اخلاقی حاکم بر تأمین مالی اسلامی. کوشش اندکی وجود دارد که شایستگی‌های اخلاقی موجود در چگونگی اداره عملیات بانکی را به‌طور مستقیم برای ارباب رجوع تبیین کند. بانک‌های اسلامی می‌توانند ارباب رجوع را به‌طور عمده به سبب عقاید مذهبی آن‌ها و آرزویشان در تبلور آن عقاید، در معاملات مالی روزمره جذب کنند و چنین نیز می‌کنند؛ اما صرف این بیان که خدمات بانک مطابق با شریعت است، کافی نیست؛ بلکه باید به گونه‌ای نزدیک‌تر، با امور مشتریان خویش درگیر بوده، استدلال اخلاقی قانع‌کننده‌ای برای شیوه‌های کسب و کار خویش ارائه دهند.

با تغییر نیازها و خواست‌های جوامع، لازم است که به بصیرت و اعتقادات ارباب‌رجوع توسل جسته شود. بانک‌های اسلامی باید مشتری‌های خویش را درباره خدمات مالی

ابداعی خود متقاعد سازند و ثابت کنند که خدمات آن‌ها مطابق با شریعت و در عین حال با شرایط کسب و کار جدید مرتبط است. به دیگر سخن، برای بانک‌های اسلامی و دیگر ارائه‌دهندگان خدمات مالی اسلامی، نقشی آموزشی وجود دارد. رایزنان امور شرعی نباید نادیده انگاشته، و کم اعتبار شوند؛ بلکه نقش ایشان باید تقویت شود؛ زیرا می‌توانند شایستگی‌های تأمین مالی اسلامی را برای طیف گسترده‌تری از مشتریان آگاه و پرتوقع تأکید کنند. این در اصطلاح اسلامی، اجتهاد یا به کارگیری اصول مبنایی برای اوضاع و احوال متغیر است. به دیگر سخن، کمیته یا رایزنان امور شرعی باید هنگام تنظیم مقررات با جریان‌های بازار نیز ارتباط داشته باشند و بیش از نقش واکنشی، نقش کنشی ایفا کنند.

سیاست اخلاقی بانک تعاونی

بدون شک موارد بسیاری وجود دارد که بانک‌های اسلامی می‌توانند از بانک‌های متعارف که خود را به تأمین مالی اخلاقی متعهد ساخته‌اند، بیاموزند. به طور مسلم، تفاوت‌های بنیادین میان روش‌های اخلاقی برگرفته از آموزه‌های دینی و روش‌های اخلاقی منطبق با اخلاق مادی‌گرایی رایج وجود دارد. آنان که دست اندرکار تأمین مالی اسلامی هستند، آموزه‌های اخلاقی خود را پایدار می‌بینند؛ زیرا در نهایت، بر وحی مبتنی هستند؛ در حالی که آموزه‌های اخلاقی برگرفته از ارزش‌های اجتماعی، ناگزیر گذرا و موقتی‌ترند. به‌رغم این قید مهم، بررسی تجربه‌های بانک اخلاقی برجسته غربی سودمند است.

از آن‌جا که بانک تعاونی، یگانه بانک جزئی (reqail) اخلاقی در انگلستان است، نگاه به عملیات و سیاست آن سودمند خواهد بود. ارتباط ویژه آن با بحث ما، اشتها آن در روش مالی اخلاقی و تعهد آن در برابر مشتریان آگاه به اخلاق است؛ مشتریانی که به مسؤولیت‌های اجتماعی گسترده خود بیش از نفع مادی شخصی اذعان داشته، از آن ارضا می‌شوند. بانک، پیشنهادهای دارندگان سهام سرمایه‌گذاری (Stakeholder) را می‌پذیرد و

هدف آن، اشتراک مساعی سهامداران برای تضمین منافع بیشترین تعداد مشتریان محتمل است.

بانک در صدد است از طریق تعیین و تعریف اصول زیربنایی عملیات تعاونی خویش، بر نام و تاریخ خود اثکا کند. از جمله آن‌ها، استقبال بانک از نظریات و دغدغه‌های مشتریان خویش و تشویق کارکنان به ایفای نقش فعالی در زندگی جوامع محلی خویش است. از آن‌جا که بانک در قلب سرزمین‌های صنعتی در شمال انگلیس پدید آمد، جایی که در آن به صورت بانک طبقه کارگر مشاهده می‌شد، تأکیدش بر یک‌پارچگی محلی و برابری اجتماعی طبیعی به نظر می‌رسد. ستاد مرکزی بانک همچون گذشته، «منچستر» خواهد بود؛ جایی که نهادهای مالی، در مقایسه با مرکز بانکداری بین‌المللی مانند لندن، در تماس گسترده‌تری با جامعه محلی هستند.

بانک در صدد است نزدیکی خود را با سازمان‌هایی که اخوت میان کارگران، مشتریان، اعضا و کارفرمایان را گسترش می‌دهد، ارتقا بخشد. بانک در گذشته، همچون حال، مدیریت امور مالی بیش‌تر اتحادیه‌های تجاری را در اختیار داشت و شاخه‌ای از جامعه عمده‌فروشی تعاونی بود که کالاها را میان تعاونی‌های مشتری محلی در سراسر شمال انگلیس و اسکاتلند توزیع می‌کرد.

از آن‌جا که اعضای این جوامع تعاونی محلی، مشتریان آن‌ها هستند، اشاره به مشتریان و اعضا در بیانیه تبلیغی بانک درباره سیاست اخلاقی، از سنت‌های تجاری گذشته اتخاذ می‌شود.

هدف بانک تعاونی، جذب سرمایه‌گذاری و ایجاد وجوه مازاد کافی برای تضمین این است که گسترش بانک در آینده به حد کافی تأمین مالی شود. گرچه بانک در جایگاه شرکت حقوقی عمومی، تجدید ساختار شد، نام آن در بازار سهام ذکر نمی‌شود و این بدین معنا است که از اساس، دغدغه افزایش تعداد سهامداران را ندارد. تنها سهامداران، CWS، مجتمعی از تعاونی‌های مشتری است که تاریخ آغاز آن‌ها به «جامعه شرکای منصف

راکدال» باز می‌گردد. این مجتمع را در ۱۸۴۴، ۲۸ کارگر که می‌خواستند ارزش خوبی در خریدهای غذایی خود تضمین کنند، تأسیس کردند. بانک به صورت واحد وام و سپرده SWS در سال ۱۸۷۲ شکل گرفت و از سوی بانک انگلیس به صورت بانک مجاز در محدوده حقوق خود در ۱۹۴۷ به رسمیت شناخته شد. بررسی حساب‌ها برای خریدهای خارج از سازمان‌های تعاونی در ۱۹۷۵ زمانی که بانک به مؤسسه تهاتری لندن (London Cleatring House) پیوست، رواج یافت.

بانک به سبب رهبری منحصر به فردش، در افزایش اختیارات سهامداران، آسیب‌پذیر نیست؛ چنان‌که CWS علاقه‌ای به کاهش سرمایه‌گذاری‌هایش ندارد. افزون بر این، دو سویه‌ا کردن در نظر نیست و بانک، اکنون کمپانی به‌شمار می‌رود، نه جامعه دو سویه؛ اما عدم ذکر نام شرکت در بازار سهام، کاستی‌هایی چون ناتوانی در افزایش سرمایه سهامداران از بازار را به همراه دارد. بانک جهت توسعه خود و افزایش سرمایه‌اش سهام‌های ممتاز را منتشر ساخت که اکنون در اختیار ۱۵۰۰ مؤسسه است. تأکید بسیاری بر فداکاری گروهی در بیانیه تبلیغی بانک تعاونی نهفته است. یکی از اهداف آموزش و تربیت کارکنان، افزایش تعهد و افتخار در گروه است. این ویژگی گروهی، از چند جنبه قابل مقایسه با وفاداری به جامعه اسلامی است؛ گرچه هیچ بانک اسلامی، این را در بیانیه تبلیغی خود ذکر نمی‌کند. بانک تعاونی در دعوی حقوقی خود برای آزادی مجتمع، بر اهمیت بی‌طرفی در همه موضوعات اجتماعی، سیاسی، نژادی و مذهبی تأکید دارد؛ گرچه از گذشته با جذب کارگر متحد بوده است.

گسترش پایگاه مشتری بانک‌های تعاونی

سیاست اخلاقی بانک، ابتدا در ۱۹۹۲ برای جذب مشتری‌های جدید و ثروتمندتر در بیرون از طبقه کارگر که بانک از گذشته به آن‌ها خدمت می‌کرد، آغاز شد. گروه هدف، چپ‌گرایان طبقات متوسط مرکزی بودند که آگاهی اجتماعی و اهتمام به مسائل مورد دفاع رسانه‌ای رادیکال، همچون مسائل زیست محیطی، داشتند.

در آن زمان، بانک برای حفظ مشتریان خود، بررسی گسترده‌ای انجام داد تا واکنش آن‌ها را در برابر سیاست اخلاقی پیشنهادی دریابد. بانک با بیش از ۳۰/۰۰۰ مشتری وارد گفت‌وگو شد. ۸۴ درصد از آنانی که پاسخ گفتند، داشتن سیاست اخلاقی را اندیشه‌ای نیکو برای بانک برشمردند و فقط ۵ درصد اعتقاد داشتند که علم اخلاق، ارتباطی با بانکداری ندارد. ۶۰ درصد از پاسخ‌دهندگان، با همه مسائل سیاست اخلاقی موافق بودند و قید و شرط اصلی مشتریان دربارهٔ پیشنهاد بانک به قطع تأمین مالی کمپانی‌های تولید و توزیع تنباکو بود. سیاست اخلاقی، پنج ناحیهٔ مهم را در بر می‌گیرد: حقوق بشر، تسلیحات، امور تجاری و اخلاقی، تأثیر محیطی و رفاه حیوانات. بانک وعده می‌دهد که به سازمان‌ها یا رژیم‌های متعدی به حقوق بشر یا دست‌اندرکار در تولید سلاح برای تجاوز به حقوق انسان‌ها خدمات مالی ارائه ندهد. تولید سلاح‌هایی که به رژیم‌های سرکوبگر فروخته می‌شوند، تأمین مالی نخواهد شد؛ ولی حمایت مالی سلاح‌هایی که به حکومت‌های دموکراتیک فروخته می‌شوند، مجاز است. بانک جهت حفاظت از رفاه حیوانات، سازمان‌های دست‌اندرکار در آزمایش حیوانات، کشت و زرع محصولات کارخانه‌ای استثمارگرانه، ورزش‌های خونین یا تجارت خرد را تأمین مالی نمی‌کند. این‌ها را می‌توان معیارهای اخلاقی منفی تلقی کرد.

از جنبهٔ مثبت‌تر، بانک کمپانی‌هایی را حمایت می‌کند که به تجارت مجاز یا امور اجتماعی اشتغال دارند و این شامل مشتریان و عرضه‌کنندگانی می‌شود که در خریدهای اخلاقی از کشورهای جهان سوم یا سازمان‌های شرکت‌کننده در اقتصاد اجتماعی انگلستان همچون مؤسسات خیریه، موضع‌کنشی (Pro - active) اتخاذ می‌کنند. موضع زیست محیطی را نیز می‌توان به گونهٔ مثبت تفسیر کرد؛ زیرا مشتریان تجاری را تشویق می‌کنند که در تأثیر فعالیت‌هایشان به محیط زیست موضع‌کنشی داشته باشند. برخی ممنوعیت‌های منفی عبارتند از: ممانعت از شرکت‌های دست‌اندرکار تولید سوخت‌های فسیلی که سبب باران اسیدی هستند، جلوگیری از سازندگان مواد شیمیایی غیرطبیعی که به تخریب لایه اوزون می‌انجامد و ممانعت از قطع غیر مجاز درختان جنگلی که به

تخریب جنگل‌ها منجر می‌شود.

منتقدان می‌توانند استدلال کنند که این امور، دغدغه‌های جهانی توسعه یافته است که کشورهای فقیر نمی‌توانند از عهده آن برآیند و دیگر این که تعداد بسیاری از این دغدغه‌ها، به گونه‌ای منفی بیان می‌شوند و این که بانک فاقد سیاست‌های مثبت در مسائلی چون انرژی تجدیدشونده باد، دریا و آب یا تولید سازمان یافته مواد غذایی و دیگر مسائل مشابه است. انتقاد دیگر این است که بانک بیش از حد درگیر ترفندهایی چون کارت قروبتی صلح سبز یا کارت‌های صدقه است که آن را به اهدای فقط ۱/۲۵ پنس برای هر ۱۰۰ پوند دریافت شده برای کارت وا می‌دارد و این نشان‌دهنده حداقل سخاوت است؛ چرا که ارزش آن حتی از جایزه‌های air mile پایین‌تر است. با وجود این، بانک، یک سطح بالا و مستمر از تعهدات را به مشتریان خود ایفا می‌کند و آنانند که رأی می‌دهند کدام یک از چهار مؤسسه خیریه، نامزد دریافت اهدایی سالانه شود. همچنین پس از بررسی‌های آغازین سال ۱۹۹۱ - که بررسی‌های مهم ۱۹۹۴ و ۱۹۹۸ را در پی داشت، روش‌های مشورتی درباره سیاست اخلاقی وجود دارد. سیاست اخلاقی تا ۱۹۹۴ حمایت‌های بیش‌تری دریافت کرد و بیش از ۸۰ درصد از پاسخ‌دهندگان، موضع بانک در هر مسأله را تأیید کردند و این نشان‌دهنده ۲۰ درصد بهبود از سال ۱۹۹۱ بوده است.

بانک‌های اسلامی نیز می‌توانند از روش بانک تعاونی در توزیع خدماتش درس‌هایی بیاموزند. در ۱۹۹۷ بانک تعاونی، موافقت‌نامه‌ای با اداره پست امضا کرد که خدمات بانکی از جمله سپرده‌گذاری و دریافت تسهیلات را در سراسر ۱۸ هزار شاخه آن در انگلستان ارائه دهد. در این سال، بحث‌هایی میان دولت و بانک‌های جزئی^۲ مهم درباره ارائه «Peoples Bank» از طریق خدمات خودکار در هر اداره پست صورت پذیرفت؛ اما برخلاف طرح پیش‌نهادی که برای جانشین ساختن پرداخت حقوق بازنشستگی و مزایای تأمین اجتماعی به صورت نقدی می‌کوشد، طرح بانک تعاونی، هم اکنون در حال اجرا است.

بانک تعاونی همچنین خدمات بانکی تلفنی ارائه می‌دهد و در ۱۹۹۹ خدمات بانک کامپیوتری smile را آغاز کرد. این اقدام بیش از ۲۰۰ هزار مشتری را جذب کرد و این شاید به این دلیل بوده که برای سپرده‌های پس‌انداز، نرخ‌های بسیار رقابتی می‌پردازد و نه به این دلیل که موضع اخلاقی اتخاذ کرده است. بانک همچنین در طرح زنجیره‌ای مشارکت دارد بدین معنا که مشتری‌های آن به ۲۹ هزار توزیع‌کننده پول نقد در سراسر انگلستان دسترسی دارند.

انتشار آلمان‌های مالی اسلامی

بانک‌های اسلامی در سایت‌های اینترنتی و در تبلیغات خود به‌طور عام، اطلاعات بسیار محدودتری از بانک‌های تعاونی ارائه می‌دهند. این اطلاعات، اغلب به‌روز نیست و سایت‌های وب، اغلب مورد توجه واقع نمی‌شوند؛ گرچه برای مبادله اطلاعات با مشتریان احتمالی حال و آینده، حائز اهمیت بالقوه هستند. بانک‌های اسلامی در بهترین حالت، آثار اینترنتی محدودی دارند. یافتن سایت‌های وب، اغلب سخت‌تر است؛ زیرا از ماشین‌های جستجوگر استاندارد استفاده می‌کنند و در داخل آن‌ها تراکم گرافیکی، بسیار زیاد است؛ بدین سبب دسترس سریع، محدود به کسانی است که دارای کامپیوترهایی با پردازشگرهای سریع و حافظه بسیار زیاد و جدیدترین ارتباطات از راه دور یا ارتباطات کابلی فیبرنوری هستند.

شرکت سرمایه‌گذاری و بانکداری «الراجی» یکی از بهترین سایت‌های وب و یکی از بهترین طرح‌های تبلیغی در جامعه بانکداری اسلامی را در اختیار دارد. این شرکت، شرحی از اصول بنیادین و مهم بانکداری اسلامی را ارائه می‌دهد که از جمله آن‌ها، منع اعطای وام به شرط بازده معین در آینده است؛ ولی دلیل عقلی این مسأله به حد کافی توضیح داده نشده است، و این‌که چرا مباحه که بازده از پیش معین شده دریافت می‌دارد، از سوی بیش‌تر فقیهان مسلمان، مشروع تلقی می‌شود. تبلیغات، شریعت را با پروژه‌های توفیق‌آمیز و وام‌گیرندگان معتبر پیوند می‌دهد؛ ولی این گمراه‌کننده است؛ زیرا گرچه این‌ها اهدافی تحسین‌برانگیزند، سوره یا احادیثی که این مسائل را

یادآور شود، وجود ندارد. بانک بر ارزش‌هایی تأکید می‌ورزد که عملیات خود را مبتنی بر آن، اداره می‌کند و با اشاره به ارزش‌های اصیل، اصول والا و اعتماد مشتریان، با صراح یادآور می‌شود که روند بانک جست‌وجو برای پاداش‌های عالی از طریق صراط مستقیم است.

گرچه محققان مستقل بررسی‌هایی درباره مشتریان الراجی انجام داده‌اند، خود سازمان، روش‌های مشورتی انتظام یافته‌ای با مشتریان خود به شیوه‌ای مشابه بانک تعاونی، انجام نداده است. این، به صدها هزار مشتری اشاره دارد که اختیار تام برای انجام عملیات بانک همسو با اصول شریعت داده‌اند؛ اما تأکید بر تأیید از سوی هیأت شرعی وجود دارد. نام اعضای هیأت، فهرست و حکم آن‌ها به‌طور مختصر توضیح داده می‌شود. آیات ربا در شبکه اینترنتی الراجی به عربی و انگلیسی به نمایش گذاشته می‌شود و اگرچه ربا به درستی معادل با interest و usury است، ارتباط میان این دو بررسی نمی‌شود. توضیح دیدگاه‌های هیأت شریعت درباره این موضوعات و تفصیل بیش‌تر شایستگی‌های ابزار مالی اسلامی سودمند است.

مدیر کل بانک، عبدالله سلیمان الراجی، جایزه سال بانکداری اسلامی در ۱۹۹۸ را دریافت کرد. این به‌طور عمده به سبب کوشش‌های او است که بانک، سودده‌ترین بانک در عربستان و دومین و بزرگ‌ترین بانک از حیث دارایی شد؛ اما بهبود و حقیقت، روند مستمر است و به‌رغم دستاوردهای بانک، چیزهای بسیاری است که از روش‌های اخلاقی بین‌المللی در زمینه بانکداری می‌توان آموخت.

شرکت توسعه و سرمایه‌گذاری البرکه

این شرکت در جایگاه یکی از سازمان‌های مالی اسلامی بین‌المللی مهم، بیان روشنی از فلسفه و رسالت عملیات خود را ارائه می‌دهد. شرکت، فلسفه اصلی خود را تطبیق کامل سرمایه با اصول شریعت، استخدام آن در جهت اهداف توفیق‌آمیز اجتماعی و اقتصادی، افزایش برادری و یک‌پارچگی و کاهش اتکا بر تأمین مالی به طریق قرض (debt finance) برمی‌شمارد. البرکه از طریق ۴۳ شعبه در ۲۹ کشور از مشکلات ناشی از

فتاوی متنوع اعضای هیأت شرعی به خوبی آگاه می‌شود؛ بدین سبب، هیأت متحدی برای امور شرعی ایجاد کرده که قوانین آن در همه نهادهای داخل گروه البرکه اجرا می‌شود. این هیأت با آکادمی فقه در جده که بسیاری از مسلمانان آن را معتبرترین مجموعه دانشمندان علوم شرعی در جهان اسلام می‌دانند، در ارتباط است. بیانیه مربوط به فلسفه البرکه که ایجاز آن تحسین آور است، شاید بتواند سخن بیش تری درباره ارزش‌های سازمان بیان کند و اصولی را که سازمان بر مبنای آن عمل می‌کند کامل تر توضیح دهد. اهداف بلند مدت و کوتاه مدت، درباره چگونگی سازمان‌دهی و اداره امور اسلامی یا مادی سازمان است؛ البته تفصیلی درباره فلسفه اصلی یا توضیحی درباره تحقق عملی آن از طریق ابزارها و شیوه‌های پیشنهادی بانک وجود ندارد. آنچه واثمود می‌شود، بسیار زیاد است، اشاره‌ای به تعهدات در برابر ارباب رجوع یا جامعه گسترده تر مشتریان احتمالی در بازارهایی که بانک فعالیت دارد نیست.

این بیان برای شعبه‌های البرکه که از استقلال قابل ملاحظه‌ای برخوردارند نیز صادق است. دفتر لندن رسالت خود را سرمایه‌گذاری سرمایه و منابع به شیوه‌ای اسلامی و به منظور نیل به بالاترین سود سازگار با ریسک قابل قبول برمی‌شمرد. قسمت آخر این بیان برای هر نهاد مالی تجاری صادق است؛ ولی قسمت اول، توضیح بیش تری می‌طلبد. بانک اسلامی اردن، یکی از موفق‌ترین شعبه‌های گروه البرکه، در بیان رسالت خود رویکرد کم‌اهمیت مشابهی را آشکار می‌سازد و به انطباق عملیات بانک بر شریعت و اقتصاد مبتنی بر دیدگاه منحصر به فرد از نقش پول در جامعه اشاره می‌کند. این بانک با ۵۰۰ هزار حساب، ۱۳۳۶ کارمند و ۴۹ شعبه، جایگاه مناسبی در بانکداری اردن یافته است و می‌تواند بیش از پیش مشتریان بالقوه را به ارزش‌های عملیات خود واقف سازد.

شمیل بانک یا بانک اسلامی فیصل در بحرین یک صفحه وب جدید برای ارائه تصویر جدید خود دارد. این بانک تحت کنترل «دارالمعال الاسلامی تراست» است و ۵۳ درصد از سهم سرمایه آن را در تملک دارد. این بانک سخن فراوانی درباره اولویت‌های

اخلاقی خود نمی‌گوید؛ اما بر پیروی نزدیک از شریعت در همه عملیاتش تأکید می‌ورزد و عملکرد هیأت نظارت شرعی را با مقداری تفصیل شرح می‌دهد. مدیریت برای عملیات و فعالیت‌های جدید ابتدا باید تأیید هیأت را اخذ کند، آن‌گاه چگونگی اجرای آن‌ها در عمل را با هیأت ابراز دارد و یکی از اعضای هیأت، نظارت‌های میدانی عملیات بانک را برعهده می‌گیرد و دست‌کم یکی از اعضای تیم حسابرسی داخلی باید با شریعت آشنا باشد. شفاف‌سازی سیاست‌ها و روش‌ها مورد استقبال این بانک است؛ گرچه دیگر بانک‌های اسلامی، جزئیات بیش‌تری درباره خدمات خود و چگونگی انطباق آن‌ها با شرع ارائه می‌کنند.

از جمله دیگر بانک‌های اسلامی در خلیج فارس که بهترین اصول تبلیغی را در اختیار دارند، خانه مالی کویت و بانک اسلامی ABC در بحرین هستند. خانه مالی کویت که ۲۰ درصد از بازار سپرده‌گذاری محلی را در اختیار دارد، تأکید می‌کند که نهاد مالی بدون بهره است که رقابت موفقی با رقیبان خود که به سپرده‌ها بهره می‌پردازند، داشته است. این بانک جزئیاتی از تسهیلات مالی اصلی خود، مرابحه، مضاربه، اجاره و استصناع ارائه می‌دهد. بانک اسلامی ABC جزئیات بیش‌تری درباره خدمات خود ارائه می‌دهد که افزون بر مضاربه، اجاره و استصناع، اجاره و اکتنان را نیز شامل می‌شود که به ارباب رجوع، اجاره می‌دهد که کالای اجاره‌ای Leased good را به قیمت از پیش تعیین شده بخرد. دیگر خدمات مالی اسلامی ABC، بیع سلم، قرض الحسنه در مقابل پرداخت معوقه و اوراق سندات المقارضه است که دارنده را شایسته سهمی از سود به جای نرخ معین بهره می‌کند. نظام‌های متفاوت حروف‌نویسی که برای خدمات مالی اسلامی استفاده می‌شود، ممکن است تا حدی موجب سردرگمی شود و برای همه بانک‌های خلیج که زبان عربی زبان مشترک آن‌ها است، بهتر است که وحدت روش داشته باشند. هم خانه مالی کویت و هم بانک اسلامی ABC جزئیات کاملی از اعضای کمیته‌ای شرعی، و فهرستی از مدیران ارشد ارائه می‌دهند.

بانک معاملات (بانک جزئی^۳ و تجاری اسلامی اندونزی) بیانیه تبلیغی روشن و قابل

ستایشی دارد. این بانک می‌کوشد تا نقش اینترپرنیورها^۴ و مردم مسلمان در اقتصاد ملی را افزایش دهد و ارزش اقتصادی خود برای سهامداران را به حداکثر رساند و این در حالی است که مسؤولیت‌های اجتماعی خود را در جهت آموزه‌های شریعت می‌داند. این تأکید بر مسؤولیت اجتماعی، منعکس‌کننده اهداف نهادهای اخلاقی چون بانک تعاونی است. این بانک همچنین برای تشخیص نیازهای مشتریان و ارائه دامنه گسترده‌ای از خدمات و تولیدات می‌کوشد و در عین حال، بر ارتقای تشکیلات، خدمات‌رسانی و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط تأکید دارد؛ بنابراین، سیاست بانک درباره این‌که بازارش در کجا قرار دارد و به چه کسانی می‌خواهد خدمت کند، روشن است.

برای ایجاد شفافیت، نام وزیرانی که در بنیانگذاری بانک دخالت داشتند و نام مؤتسان اصلی بانک که در زمره آنان بسیاری از انترپرنیورهای مسلمان و مشهور اندونزی قرار دارند، فهرست می‌شود. انجمن روشنفکران مسلمان نیز کمک مهمی به بانک می‌دهد و به ب. ج. حبیبی که نقش مهمی در بازگرداندن دموکراسی به اندونزی و نجات اقتصاد از بحران آسیا ایفا کرده، اشاره می‌شود. این بانک همانند بانک تعاونی، احترام خاص برای منافع کارمندان خویش که آن‌ها را مجرب و متعهد به آموزه‌های اسلام برمی‌شمارد، قائل است. بانک متعهد به فراهم آوردن فرصت‌هایی برای عبادات و امور شخصی است.

بهبود در ارتباطات، اداره و مشارکت

گرچه بانک‌های اسلامی و نهادهای اخلاقی غربی، همانند بانک تعاونی، ارزش‌ها و آرمانی‌های متفاوتی دارند و در محیط‌های متفاوتی عمل می‌کنند، هر یک درس‌های بیشماری را هر یک از تجربه دیگری می‌تواند بیاموزد. شایسته است که بانک‌های اسلامی پنج مسأله ذیل را روشن کنند.

۱. اصول بانکداری اخلاقی و قانون شرعی

قانون شریعت در فضای مالی، اساساً با عدالت اقتصادی مرتبط است. لازم است که کمک روش‌ها و خدمات هر بانک به نظام مالی عادلانه‌تر، به گونه‌ای روشن‌تر و کامل‌تر

تبیین شود؛ البته بروشورهای بانک تعاونی در این زمینه کفایت نمی‌کنند؛ ولی بیانیه سیاست اخلاقی آن، الگوی مناسبی برای بیرون بانک‌های اسلامی ارائه می‌دهد.

۲. روش‌های تجاری منصفانه و مباحه

بانک‌های اسلامی همچنان با شدت درگیر تأمین مالی تجاری از طریق مباحه و دیگر نهادهای مالی اسلامی هستند؛ ولی به ندرت به رویدادهای تجاری منصفانه اشاره‌ای دارند. دستور کار تجارت منصفانه نهادهای اخلاقی همچون بانک تعاونی، کمک به سازمان‌هایی همچون Trade craft را که قیمت‌های بالاتری برای تولیدکنندگان جهان سوم ترویج می‌کند را شامل می‌شود. بانک توسعه اسلامی تأثیر فراوانی در ارتقای تجارت جهان سوم دارد؛ ولی بسیاری از بانک‌های تجاری اسلامی در کشورهای در حال توسعه در عمل به‌طور عمده درگیر تأمین مالی واردات از کشورهای صنعتی توسعه یافته‌اند و نه تأمین مالی صادرات. مباحه، ابزار جانشین و فرعی برای تأمین مالی است؛ اما برای اموری که به‌طور اخلاق مورد اهتمامند، اهداف نیز مهم است.

۳. پشتیبانی مشتریان از جامعه اسلامی

بانک تعاونی، متعهد به روش‌های مشورتی بسیار سازماندهی شده با مشتریان است تا دیدگاه‌های آن‌ها را درباره مسائل اخلاقی به‌دست آورد؛ ولی بانک‌های اسلامی، باورها و آرمان‌های ارزشی مشتریان خود را مسلم می‌پندارند. با وجود این، در جایی که مشتریان آن‌ها مسلمانان متعهد هستند می‌توانند به توسعه و حمایت از محصولات و خدمات جدید و اهداف فراگیر بانک‌های اسلامی کمک بسیاری ارائه دهند.

۴. مسائل اداره شرکت و مشاوران شریعت

بانک تعاونی می‌تواند درباره تکالیف خود در برابر سهامداران ممتاز و اهداف یگانه سهامدار خود CWS، در برابر بانک، صریح‌تر باشد. همچنین در حالی که بسیاری از بانک‌های اسلامی به گونه‌ای شایسته و قابل تحسین، درباره این‌که مشاوران شریعت چه کسانی هستند و چه نقشی ایفا می‌کنند، شفاف هستند؛ ولی اطلاعات بسیار کم‌تری درباره اهداف سهامداران اصلیشان ارائه می‌کنند.

۵. کارت‌های بدهی قرابتی (Affinity debitcards) ابزاری برای زکات

برخی منتقدان عقیده دارند که کارت‌های قرابتی بانک تعاونی، ترفندی بازاری است که فقط بازده اندکی برای صدقات می‌پردازد و اما برای بانک‌های اسلامی که طرح‌های مشابهی را اجرا می‌کنند، آزادی عمل وجود دارد که امید است بر مبنای سخاوتمندانه‌تری باشد. زکات، مالیات بر ثروت است، نه مخارج؛ اما درآمد کارت قرابتی که بانک‌ها از سوی دارندگان کارت برای صدقات می‌پردازند می‌تواند بخشی از زکات شخصی (لحاظ) محاسبه شود.

پی‌نوشت‌ها

1. de mutualisation.
2. reetail banks.
3. retail.

۴. مدیران خلاق و کاربردار.