PRACE NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU nr 61
Nauki o Finansach 1 2009

Jacek Adamek
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ISLAMSKIE INSTYTUCJE MIKROFINANSOWE – RYS STATYSTYCZNY

Streszczenie: Celem artykułu jest próba ukazania liczbowych charakterystyk islamskich instytucji finansowych działających na świecie. Prezentacji towarzyszy charakterystyka zagadnień dotyczących: popytu na usługi mikrofinansowe (w wymiarze zarówno globalnym, jak i definiowanym przez społeczność muzułmanów) oraz podaży występującej na rynku pośrednictwa mikrofinansowego (reprezentowanej przez podmioty mikrofinansowe i ich produkty). Za tezę opracowania przyjęto stwierdzenie, iż obserwowane ilościowe i jakościowe zmiany wśród islamskich instytucji mikrofinansowych stają się wypadkową m.in.: poziomu zasobności ogromnej rzeszy wyznawców islamu, dynamicznych zmian zachodzących na rynku usług mikrofinansowych i rozwoju idei tzw. finansów islamskich.

Słowa kluczowe: mikrofinanse, islam, islamskie podmioty mikrofinansowe

1. Wstęp

Działalność instytucji mikrofinansowych postrzega się jako istotny element krajowych i/lub multilateralnych programów rozwoju, których celem jest walka z biedą i ubóstwem poprzez wsparcie aktywności beneficjentów ich usług wiązanej z poprawą warunków egzystencji dzięki np. samozatrudnieniu i rozwojowi mikroprzedsiębiorczości. Obserwowany od co najmniej trzech dekad dynamiczny ilościowy i wartościowy rozwój mikrofinansowania podporządkowuje się postrzeganiu tej formy pośrednictwa finansowego jako narzędzia, które może zmienić oblicze współczesnego świata. Ogromną wagę przywiązywaną do idei mikrofinansowania, przypisywaną mu przez strony zainteresowane tą formą wsparcia ludzi potrzebujących, odnajdujemy choćby w fakcie uznania przez ONZ roku 2005 za Rok Mikrofinansowania, czy przyznania w 2006 r. Pokojowej Nagrody Nobla twórcy Grameen Bank, pionierowi i orędownikowi wykorzystania instrumentów mikrofinansowych Muhamadowi Yunusowi.

Szacuje się, że obecnie około 45% światowych odbiorców usług finansowych świadczonych przez podmioty mikrofinansowe to muzułmanie. Osoby te coraz częściej poszukują możliwości pokrycia swych potrzeb finansowych, pozostając w zgodzie z normami i zasadami, jakie narzuca im wyznawana religia – islam. Staje się to możliwe tylko wtedy, gdy pośrednik mikrofinansowy działa w zgodzie z kodeksem

islamu lub w zgodzie z tym kodeksem pozostają wyodrębnione w jego strukturze organizacyjno-produktowej określone oddziały, departamenty, produkty itp. (tzw. *Islamic windows*).

Islamskie instytucje mikrofinansowe (IIMF) funkcjonują w wielu regionach świata. Osobom odciętym od konwencjonalnego rynku finansowego podmioty te i ich produkty stwarzają szansę otwarcia nowych perspektyw, realizacji własnych projektów i pomysłów, bez bazowania na subsydiach czy też różnych formach uzależnienia ekonomicznego.

Mając na uwadze powyższe uwarunkowania, definiuje się cel tego artykułu, którym jest: próba ukazania liczbowych charakterystyk islamskich instytucji finansowych działających na świecie. Prezentacji tej towarzyszyć będzie opis zagadnień dotyczących: a) popytu na usługi mikrofinansowe (w wymiarze zarówno globalnym, jak i definiowanym przez społeczność muzułmanów) oraz b) podaży występującej na rynku pośrednictwa mikrofinansowego (reprezentowanej przez podmioty mikrofinansowe i ich produkty).

Za tezę tego opracowania przyjęto stwierdzenie, iż obserwowane ilościowe i jakościowe zmiany wśród IIMF stają się wypadkową: poziomu zasobności ogromnej rzeszy wyznawców islamu, dynamicznych zmian zachodzących na rynku usług mikrofinansowych i rozwoju idei tzw. finansów islamskich.

2. Mikrofinansowanie – strona popytowa

Kierując swoją uwagę na stronę popytową działalności mikrofinansowej, warto przytoczyć kilka liczb, które pozwolą zrozumieć rolę mikrofinansowania w procesie kształtowania pożądanych zmian społeczno-gospodarczych zachodzących w najbiedniejszych grupach ludności zamieszkujących różne regiony świata.

Szacuje się, że około 70-80% ludności świata nie ma dostępu do konwencjonalnych usług finansowych [3, s. 20]. Wśród nich wiodącą grupą są osoby biedne i ubogie, z których 1,3 mld żyje za mniej niż 1 USD dziennie, a kolejne 1,7 mld – za mniej niż 2 USD [1, s. 3]. Liczby te w sposób bezpośredni mogą definiować przestrzeń, w której: a) rozwijać się może i powinna działalność mikrofinansowa, traktowana jako narzędzie walki z ubóstwem, b) realizowane mogą być działania skierowane na „ubankowienie" dużej części światowej społeczności, co daje jej szansę włączenia do systemu finansowego i czerpania przez nią korzyści płynących z działania pośredników finansowych.

Badania prowadzone nad wykorzystaniem usług mikrofinansowych wśród biednych i ubogich (których liczbę szacuje się na 3 mld) wskazują na możliwość 15-krotnego zwiększenia liczby ich beneficjentów ze 100 mln osób (dane z 2006 r.), które wykorzystały dotychczas pomoc podmiotów mikrofinansowych, do 1,5 mld zgłaszających zapotrzebowanie na tego rodzaju wsparcie [7, s. 2]. Wśród obszarów wskazujących na największą lukę pomiędzy aktualnym wykorzystaniem pomocy niesionej przez tzw. alternatywne instytucje finansowe (*Alternative Financial Insti-*

tution), do których zalicza się podmioty realizujące cele społeczne[1], kierujące swe usługi do klientów pozostających poza obsługą banków komercyjnych (a wśród nich także do osób nieposiadających statusu biednych lub ubogich), znajdują się Indie, Chiny, Azja i Afryka Subsaharyjska (zob. tab. 1).

Tabela 1. Niewykorzystany popyt na usługi mikrofinansowe (mln osób)

Region	Potencjalni klienci wykorzystujący usługi mikrofinansowe	Dotychczasowi klienci alternatywnych podmiotów finansowych	Luka
1	2	3	4 (2 – 3)
1. Indie	440,00	132,00	308,00
2. Chiny	350,00	81,00	269,00
3. Azja Południowa i Wschodnia	295,00	153,00	142,00
4. Afryka Subsaharyjska	190,00	19,00	171,00
5. Nigeria	55,00	2,00	53,00
6. Europa Wschodnia i Azja Środkowa	60,00	12,00	48,00
7. Środkowy Wschód i Afryka Południowa	40,00	9,00	31,00
8. Ameryka Łacińska	45,00	10,00	35,00
9. Brazylia	20,00	1,00	19,00

Źródło: [7, s. 2].

Przyjmując liczbę 94 mln beneficjentów usług mikrofinansowych (dane z 2004 r.) świadczonych przez podmioty *stricte* mikrofinansowe wyłączone z grupy innych alternatywnych instytucji finansowych, wskazuje się, że ponad 67% z nich zamieszkiwało obszar północnej Azji, a 21% – obszar Azji Wschodniej i Pacyfiku [4, s. 2]. Dane te jednoznacznie pokazują miejsce największego popytu na produkty mikrofinansowe z jednej strony i aktywności podmiotów je oferujących z drugiej.

Podsumowując rozważania prowadzone w tej części artykułu, wypada stwierdzić, że zjawisko biedy i ubóstwa w sposób bezpośredni implikuje konieczność zastosowania działań zaradczych, wśród których ważne miejsce zajmują instrumenty mikrofinansowania, oraz że istnieje ogromna przestrzeń dla rozwoju usług mikrofinansowych, definiowana m.in. przez granicę 1,5 mld osób potencjalnie zdolnych do wykorzystania zwrotnej pomocy mikrofinansowej i 100 mln aktualnych beneficjentów tej formy wsparcia. Ważne jest także, w opinii autora, aby od strony popytu traktować instrumenty mikrofinansowe jako narzędzia implikujące aktywność

[1] Do ich grupy zalicza się: instytucje mikrofinansowe, spółdzielnie, unie kredytowe, banki rolne, pocztowe, stanowe itp.

gospodarczą, prowadzoną w mikroskali przez biednych i ubogich, skierowaną na osiągnięcie ich zindywidualizowanych celów wiązanych z poprawą warunków życia (wyżywienia, zamieszkania, opieki zdrowotnej, edukacji) oraz celów o charakterze socjalnym i gospodarczym dotyczącym całego społeczeństwa lub grup, w których osoby takie funkcjonują.

3. Mikrofinansowanie – strona podażowa

Szacuje się, że na świecie około 10 tys. różnorakich podmiotów zajmuje się świadczeniem usług mikrofinansowych. W ich grupie znajdują się jednostki bankowe (pocztowe, rolne, stanowe itp.), spółdzielnie kredytowe, unie kredytowe, agendy rządowe, organizacje pozarządowe, fundacje itp. Ważne jest w tym miejscu podkreślenie trudności w poprawnej ocenie wymiaru aktywności tych podmiotów, gdyż często nie podlegają one żadnym obowiązkom sprawozdawczym, ani obligatoryjnym, ani dobrowolnym. Dlatego też, poniższe analizy opierać się będą na miarodajnych źródłach, wykorzystujących dane z ponad 2600 instytucji mikrofinansowych raportujących aktualnie swoje wyniki.

Badania prowadzone przez A. Gonzaleza dowodzą, że wiodącą formą podmiotową działalności mikrofinansowej są agendy rządowe i grupy samopomocy (odpowiednio 30 i 29% obsługiwanych klientów wykorzystujących produkty mikrofinansowe) [4, s. 6], w przeciwieństwie do utartej opinii o najważniejszej roli w tym obszarze instytucji pozarządowych (24%). Fakt ten wskazuje na ogromną rolę państwa w procesie promocji działalności mikrofinansowej, przypisywaną mu w każdym regionie świata, oraz na duże znaczenie inicjatyw samopomocowych.

Tabela 2. Instytucje mikrofinansowe i ich klienci w latach 1997-2004

Rok	Liczba instytucji mikrofinansowych objętych raportowaniem	Globalna liczba osób wykorzystujących mikrokredyt	Liczba osób biednych wykorzystujących mikrokredyt
1997	618	13 478 797	7 600 000
1998	925	20 938 899	12 221 918
1999	1065	23 555 689	13 779 872
2000	1567	30 681 107	19 327 451
2001	2186	54 932 235	26 878 332
2002	2572	67 606 080	41 594 778
2003	2931	80 868 343	54 785 433
2004*	2600	94 000 000	63 000 000

* Wielkości szacowane oparte na danych z [4].

Źródło: [1, s. 5, 6].

Skupiając uwagę na zmianach ilościowych instytucji mikrofinansowych (poddających się raportowaniu) następujących w ostatniej dekadzie, warto stwierdzić ponad 4-krotny wzrost liczby takich jednostek, obserwowany w latach 1997-2004 (zob. tab. 2), z 618 do 2600 podmiotów mikrofinansowych [1, s. 5, 6]. Przyrost ten, zdaniem autora, należy wiązać: ze wzrostem bezwzględnej liczby pośredników mikrofinansowych, ze zwiększeniem ich znaczenia kształtowanego przez wartość wykorzystywanych kapitałów i/lub ilości beneficjentów ich usług, czy ostatecznie z koniecznością poprawy transparentności prowadzonej działalności finansowej warunkującej dostęp do nowych kapitałodawców.

Analiza geograficznej dystrybucji podmiotów mikrofinansowych (zob. tab. 3) pozwala na sformułowanie kilku konkluzji.

Po pierwsze, obszarem o największej ilości pośredników mikrofinansowych jest teren Azji, na który przypada aż 54% raportowanych podmiotów. Wydaje się, że liczba ta (traktowana jako pochodna bezwzględnej liczby ludności zamieszkującej ten obszar świata) ma uzasadnienie także po stronie: a) liczby osób biednych i ubogich wymagających pomocy, b) poziomu rozwoju gospodarczego tego regionu świata oraz aktywności rządów oraz innych podmiotów i organizacji w propagowaniu idei mikrofinansowania.

Po drugie, kontynent afrykański, ze swymi 919 podmiotami mikrofinansowymi, charakteryzowany jest przez ograniczoną aktywność tych instytucji opisywaną np. wskaźnikiem obsługiwanych klientów (8% ogólnej populacji beneficjentów usług mikrofinansowych) czy poziomem penetracji, osiągającym wartość ok. 1% (liczba beneficjentów do liczby ludności ogółem).

Tabela 3. Instytucje mikrofinansowe i ich klienci – przegląd regionalny

Region	Liczba raportowanych instytucji mikrofinansowych	Liczba raportowanych klientów w 2002 r.	Liczba raportowanych klientów w 2003 r.
Afryka	919	5 761 763	6 438 587
Azja	1603	59 632 098	71 585 413
Ameryka Łacińska i Karaiby	261	1 942 055	2 519 299
Razem kraje rozwijające się	2813	67 418 963	80 649 763
Pozostałe	118	187 117	218 580
Razem	2931	67 606 080	80 868 343

Źródło: [1, s. 5, 6].

Po trzecie, znikoma liczba podmiotów mikrofinansowych funkcjonujących poza krajami rozwijającymi się (4% ich liczby) wskazuje na: a) zwiększenie dostępu mikroprzedsiębiorstw do konwencjonalnych usług finansowych, b) ograniczenie

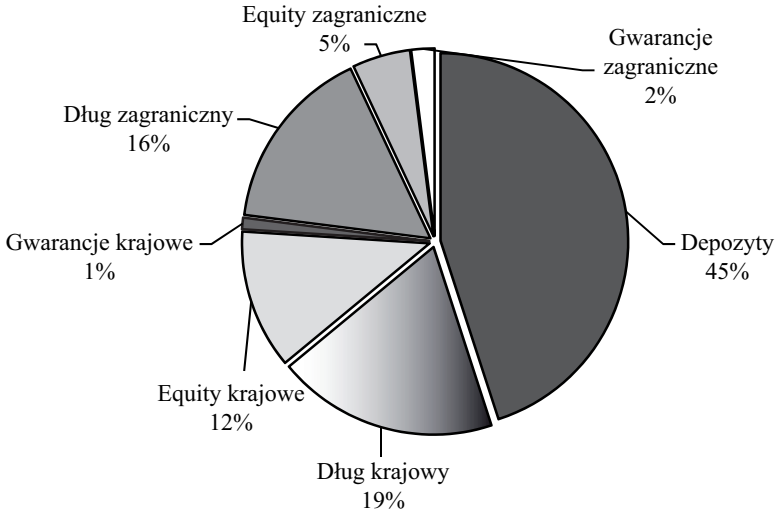
liczby potencjalnych i faktycznych beneficjentów usług mikrofinansowych z tytułu względnej ich zamożności, będącej pochodną poziomu rozwoju gospodarczego obszarów, na których zamieszkują, a także c) zmniejszoną aktywność w tworzeniu i promowaniu tego rodzaju działalności po stronie rządów, ich agend, organizacji pozarządowych czy komercyjnych podmiotów finansowych.

Warto w tym miejscu podkreślić, iż analiza poziomu koncentracji działalności mikrofinansowej w latach 2003-2004 wskazuje na duży potencjał tego zjawiska, w wymiarze zarówno krajowym, jak i ogólnoświatowym. I tak, zgodnie z wynikami badań prowadzonych przez A. Gonzaleza [4, s. 3], największa instytucja mikrofinansowa działająca w danym kraju obsługuje zwykle 30% całkowitej liczby beneficjentów tych usług, a 5 największych podmiotów oferuje swe produkty już 85% tej populacji. W wymiarze światowym poziom koncentracji działalności mikrofinansowej wskazuje, że 91% podmiotów mikrofinansowych (1425 małych) obsługiwało 25% ogólnej ilości beneficjentów, a 9% instytucji mikrofinansowych (145 zaliczanych do grupy duże) obsługiwało 75% klientów. Liczby powyższe, jak wskazuje A. Gonzalez „stanowią strategiczne wyzwanie dla agencji rozwojowych i polityki rynkowej. W kwestii nasycenia rynku mikrofinansowego prawdopodobnie nie jest koniecznym, aby «zakwitły tysiące kwiatów». Może być to czynnikiem sprzyjającym koncentracji i licencjonowaniu mniejszej liczby instytucji mikrofinansowych, którym menedżerzy rokują możliwość ogromnego wzrostu" [4, s. 3].

Ostatnim obszarem charakterystyki strony podażowej mikrofinansowania staje się kwestia finansowania podmiotów mikrofinansowych, rozpatrywana w kontekście ich siły kapitałowej (aktualnej, pożądanej), jej struktury i zdolności do pokrycia zgłaszanego zapotrzebowania na tę formę pośrednictwa finansowego. Badania prowadzone nad tą problematyką potwierdzają fakt występowania ogromnej luki pomiędzy aktualną siłą kapitałową instytucji mikrofinansowych, sięgającą kwoty 17 mld USD, a potencjalnym zapotrzebowaniem na źródła finansowania tej działalności, obejmującym kwoty pomiędzy 250 a 300 mld USD [6, s. 9].

Kapitały wykorzystywane do świadczenia usług mikrofinansowych przez ich dostarczycieli mają różnorakie źródła pochodzenia, ich aktualną strukturę ukazano na rys. 1. Warto wspomnieć, że pokrycie występującej luki kapitałowej prawdopodobnie zmieni tę strukturę z powodu:

– zwiększenia udziału wejść kapitałowych (*equity financing*) komercyjnych inwestorów, szczególnie do dużych pośredników mikrofinansowych, determinowanych zmianą orientacji działania tych instytucji z *non-profit* na *for-profit* oraz postrzegania tego rodzaju inwestycji jako dochodowej formy lokowania kapitału,
– wykorzystania instrumentów dłużnych w finansowaniu potrzeb kapitałowych poprzez np. emisję obligacji,
– zwiększenia wykorzystania kredytów i pożyczek zaciąganych na zasadach komercyjnych.



Rys. 1. Struktura źródeł kapitałowych instytucji mikrofinansowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie [6, s. 9-21; 7, s. 5].

Skupiając uwagę na zagadnieniach omawianych w tej części artykułu, można sformułować dwa wnioski.

Po pierwsze, wzrastająca liczba instytucji mikrofinansowych (szacuje się ją na około 10 tys.) musi być zderzona ze zjawiskiem koncentracji, występującym w tym obszarze działalności finansowej. Ważne jest, aby z jednej strony nie zatracić efektów, jakie nieść może zjawisko zwiększania skali prowadzonej działalności mikrofinansowej, z drugiej zaś mieć świadomość specyfiki tej formy pośrednictwa, której efektywność kształtowana jest choćby przez zjawisko asymetrii informacyjnej, ograniczanej przez bliski związek instytucji mikrofinansowej z beneficjentem jej usług (wiązany z lokalnym, ograniczonym wymiarem jej aktywności).

Po drugie, wydaje się, że najważniejszym wyzwaniem wiązanym z: a) funkcjonowaniem podmiotów mikrofinansowych, b) możliwością sprostania przez nie zgłaszanemu popytowi i wreszcie c) kierunkiem ich rozwoju, jest kwestią zasileń kapitałowych. Poszukiwanie nowych i intensyfikacja wykorzystania dotychczasowych źródeł zasilenia kapitałowego stają się warunkiem krytycznym, decydującym o długofalowych efektach prowadzonej działalności.

Ostatecznie, zarówno strona podażowa, jak i strona popytowa mikrofinansowania powinny być rozpatrywane przez pryzmat tego, co beneficjent usług mikrofinansowych i podmiot je świadczący mogą wspólnie osiągnąć dzięki wzajemnemu zrozumieniu i sprostaniu oczekiwaniom, formułowanym przez przeciwną stronę transakcji mikrofinansowej. Rezultaty te w sposób bardzo obrazowy opisują słowa ministra spraw zagranicznych Republiki Singapuru G. Yong Boon Yeo, który stwierdza, że

„Każda istota ludzka ma w sobie potencjalną energię tworzenia. Mikrokredyt pomaga ją uwolnić. Ta energia pomnożona milion razy może przenosić góry" [8, s. 1].

4. Islamskie instytucje mikrofinansowe w liczbach

Prezentując liczbową charakterystykę islamskich instytucji mikrofinansowych (IIMF), wypada, zdaniem autora, zwrócić równolegle uwagę na kilka problemów, do których należą kwestie: popytu skierowanego na usługi mikrofinansowe dostosowane w swej charakterystyce operacyjnej do zasad islamu, specyfiki funkcjonowania IIMF, która odróżnia je od konwencjonalnych podmiotów mikrofinansowych, oraz wyzwań, jakie praktyka działania IIMF formułuje przed zwolennikami takiej formy wsparcia potrzeb finansowych ludzi ubogich. Każdy z tych problemów zostanie omówiony dalej.

Jak wspomniano, mieszkańcy krajów arabskich stanowią prawie 45% światowej klienteli podmiotów mikrofinansowych. Wskazuje się także, że prawie 72% muzułmanów żyjących w tych krajach nie wykorzystuje formalnych usług finansowych (w 56 państwach członkowskich Islamskiego Banku Rozwoju tylko 28% dorosłej populacji wykorzystuje ofertę formalnych lub półformalnych pośredników finansowych poprzez produkty depozytowe i/lub kredytowe) [3, s. 20]. Coraz częściej konwencjonalne usługi finansowe, świadczone przez tradycyjnych pośredników, w tym i podmioty mikrofinansowe, nie zaspokajają potrzeb definiowanych przed nimi przez wyznawców islamu, wiązanych z ich zgodnością z kodeksem wyznawanej religii. Fakt ten nabiera szczególnego znaczenia wobec postaw ludzi biednych i ubogich, dla których nakazy i normy religijne islamu, w sposób bardzo zdecydowany są często czynnikiem kształtującym zachowania we wszystkich wymiarach ich życia. Prowadzone analizy rynkowe wskazują na występowanie dużego popytu w tym obszarze.

Dla przykładu, ponad 60% biednych zamieszkujących obszar Zachodniego Brzegu i Gazy preferuje wykorzystanie islamskich produktów finansowych w stosunku do konwencjonalnych usług, nawet w sytuacji gdy mają one wyższe ceny, w Jordanii 32% badanych wskazuje, że z powodów religijnych nie wykorzystuje konwencjonalnych pożyczek, ponadto 18,6% stwierdza, że kwestia religii jest najważniejszym czynnikiem decydującym o wyborze formy zasilenia finansowego. Około 20% algierskich właścicieli mikroprzedsiębiorstw nie wykorzystuje tradycyjnych pożyczek z powodów religijnych, w Jemenie 40% biednych wskazuje na chęć wykorzystania islamskich usług finansowych bez względu na ich cenę. 43% syryjskich respondentów podaje powody religijne jako najważniejszą barierę w pozyskaniu mikrokredytów [5, s. 5].

Przedstawione powyżej liczby pozwalają stwierdzić, że mamy do czynienia z dwojakiego rodzaju zachowaniami wobec usług finansowych, w tym i mikrofinansowych, podporządkowujących się normom i zasadom płynących z religii islamu (zob. tab. 4).

Tabela 4. Islamskie techniki finansowania potrzeb kapitałowych podmiotów gospodarczych

Oparte na zasadzie podziału zysków i strat	
Nazwa produktu	Krótka charakterystyka produktu
Mudaraba	Umowa, zgodnie z którą jedna ze stron oferuje kapitał (np. IIMF), a druga (klient) odpowiada za *know-how*, zarządzanie i kapitał ludzki angażowany w realizowane przedsięwzięcie. Podział zysków ustalony jest według przyjętej proporcji pomiędzy IIMF i klienta, straty w całości obciążają islamską instytucję finansującą.
Musharakah	Typowe przedsięwzięcie inwestycyjne o charakterze *joint venture*.
Muzar'ah	Tradycyjny odpowiednik kontraktu MUDARABA dla podmiotów zajmujących się rolnictwem, w którym zbiory dzielone są pomiędzy IIMF, dostarczającym kapitał finansowy lub ziemię, a rolnikiem.
Musaqat	Tradycyjny odpowiednik kontraktu MUSHARAKA dla sadowników, w którym zbiory dzielone są pomiędzy partnerów w oparciu o wniesiony udział.
Niewykorzystujące zasady podziału zysków i strat	
Nazwa produktu	Krótka charakterystyka produktu
Bai'mua'jja L	Kontrakt dający możliwość odroczenia terminu zapłaty ustalonej pomiędzy sprzedającym a kupującym (realizowanej w ratach lub w całości) nawet po otrzymaniu przedmiotu transakcji bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów wiązanych z udzielonym kredytem kupieckim.
Bai'salam lub Bai'salaf	Kontrakt, zgodnie z którym kupujący (np. IIMF) płaci sprzedawcy uzgodnioną kwotę, a ten zobowiązuje się dostarczyć przedmiot transakcji w terminie późniejszym. Istota kontraktu tkwi w możliwości pozyskania kapitału obrotowego przez sprzedającego, umożliwiającego mu prowadzenie działalności, pochodzącego z banku, a nie od przedsiębiorców realizujących przedpłatę.
Ijara, Ijara wa Iqtina	Kontrakt zgodny z leasingiem operacyjnym, ograniczany do finansowania dóbr o charakterze produkcyjnym, nie zaś konsumpcyjnym.
Murabaha	Sprzedaż z ustalonym zyskiem, oparta na informacji kierowanej przez sprzedawcę do kupującego o jego poziomie kosztów oraz cechach przedmiotu transakcji. Marża negocjowana jest przez strony transakcji, a płatność realizowana w ratach.

Źródło: [2, s. 7-8].

Z jednej strony możemy mówić o klientach, którzy ściśle ograniczają się do wykorzystania tylko tych produktów, z drugiej zaś, część muzułmanów, bazując na islamskich formach finansowania, równolegle jest klientem konwencjonalnych pośredników finansowych. Często także, na co wskazują prowadzone badania, preferencje religijne, zderzone z prozą życia obrazowaną przez niższe ceny konwencjonalnych produktów mikrofinansowych, przegrywają w porównaniu z ekonomiczną pragmatyką zachowań. Niemniej jednak rosnące zapotrzebowanie na islamskie usługi mikrofinansowe tworzy przestrzeń rozwojową dla podmiotów zajmujących się tego rodzaju działalnością.

Podnosząc w tym miejscu problem formuły operacyjnej IIMF, zaprezentowanej w tab. 5, oraz filozofii funkcjonowania tych jednostek, wspomnijmy kilka elementów[2].

Po pierwsze, IIMF, podporządkowując się idei społecznej odpowiedzialności i społecznego pośrednictwa mikrofinansowego, tworzą zarazem część dynamicznie rozwijającego się, globalnego sektora tzw. finansów islamskich, którego aktywa szacowane są na ponad 500 mld USD[3].

Tabela. 5. Różnice między konwencjonalnymi i islamskimi podmiotami świadczącymi usługi mikrofinansowe

Cecha	Konwencjonalna instytucja mikrofinansowa	Islamska instytucja mikrofinansowa
Pasywa (źródła funduszy)	Fundusze zewnętrzne (donatorzy zagraniczni, agencje krajowe, rządy, banki centralne), oszczędności klientów.	Fundusze zewnętrzne (donatorzy zagraniczni, agencje krajowe, rządy, banki centralne), oszczędności klientów, islamskie źródła dobroczynne (np. zakat).
Aktywa (forma instrumentów)	Oparte na odsetkach.	Islamskie instrumenty finansowe.
Finansowanie ubogich	Najbiedniejsi nie są obsługiwani.	Najbiedniejsi są obsługiwani dzięki łączeniu form dobroczynności z mikrofinansowaniem.
Transfer funduszy	W formie pieniądza.	W formie transferu dóbr.
Grupa docelowa	Kobiety.	Rodzina.
Cel wyboru grupy docelowej	Wzmocnienie pozycji kobiet.	Łatwość dostępu.
Zobowiązany do spłaty	Biorca.	Biorca i małżonek.
Motywacja do pracy personelu instytucji mikrofinansowej	Finansowa.	Finansowa i religijna.
Dochodzenie roszczeń	Zabezpieczenia społeczne.	Zabezpieczenia społeczne/zachowania zgodne z etyką islamu.
Program rozwoju społecznego	Świecki lub nieislamski.	Religijny (zachowania, etyka, aspekty społeczne ukazywane w świetle islamu).

Źródło: [9, s. 44].

Po drugie, działanie islamskich podmiotów mikrofinansowych ściśle opiera się na zasadach płynących z religii i prawa islamu mających swoje bezpośrednie przełożenie na operacyjną charakterystykę prowadzonej działalności[4].

---

[2] Więcej w: J. Adamek, *Konwencjonalne a islamskie podmioty mikrofinansowe – studium porównawcze*, artykuł przygotowany na Zjazd Katedr Finansów, Szczecin 2009 (w druku).

[3] Zob. więcej w [10, s. 2 i n.].

[4] Wśród nich główną rolę odgrywają: a) zakaz każdej formy aktywności gospodarczej wiązanej z dowolnym przejawem niesprawiedliwości przy równoległej orientacji na osiąganie celów sprawie-

Po trzecie, analiza doświadczeń funkcjonowania IIMF wskazuje, że zwiększona efektywność funkcjonowania tych podmiotów (względem konwencjonalnych podmiotów mikrofinansowych) ma źródło w wykorzystaniu kapitału społecznego budowanego na wartościach i zasadach czerpanych z religii islamu.

Zaprezentowane powyżej tło funkcjonowania IIMF, kształtowane zarówno przez charakterystykę popytu na usługi tego rodzaju podmiotów, jak i przez ukazanie ich specyfiki operacyjnej uprawnia do przedstawienia liczbowych charakterystyk opisujących IIMF z punktu widzenia ich liczby, beneficjentów, rozmieszczenia geograficznego czy typów instytucji prowadzących tego rodzaju działalność (zob. tab. 6 i 7).

Tabela 6. Przegląd islamskich mikrofinansów – kraje

Państwo	Dostęp do usług finansowych (% populacji)	Liczba IIMF	% kobiet wśród beneficjentów	Liczba klientów ogółem	Globalna wartość udzielonych pożyczek (USD)	Średnia wartość pożyczki (USD)
Afganistan	b.d.	4	22	53 011	10 347 290	162
Bahrajn	b.d.	1	b.d.	323	96 565	299
Bangladesz	32	2	90	111 837	34 490 490	280
Indonezja	40	105	60	74 698	122 480 000	1640
Jordania	37	1	80	1 481	1 619 909	1094
Liban	79	1	50	26 000	22 500 000	865
Mali	22	1	12	2 812	273 298	97
Pakistan	12	1	40	6 069	746 904	123
Zachodni Brzeg	b.d.	1	100	132	145 485	1102
Arabia Saudyjska	62	1	86	7 000	586 667	84
Somalia	b.d.	1	b.d.	50	35 200	704
Sudan	15	3	65	9 561	1 891 819	171
Syria	17	1	45	2 298	1 838 047	800
Jemen	14	3	58	7 031	840 240	146
Razem	–	126	średnio 59	302 303	197 891 882	541

Źródło: [3, s. 20; 5, s. 8].

---

dliwości społecznej, b) nakaz braku dyskryminacji dowolnej kategorii klientów, c) nakaz skupienia na dobrobycie wspólnoty oraz koncentracji na ubogich, d) nakaz obrony przedsiębiorczości i partycypacji partnera biznesowego poprzez tworzenie wspólnie finansowanych przedsięwzięć gospodarczych, f) nakaz podziału ryzyka wychodzącego naprzeciw koncepcji wynagrodzenia za powierzony kapitał poprzez jego oprocentowanie.

Charakteryzując dane zawarte w tab. 6, trzeba podkreślić, że:
- mikrofinanse islamskie ciągle stanowią niewielką część światowego sektora mikrofinansowego, pod względem swej siły kapitałowej, liczby instytucji, beneficjentów ich usług czy wartości udzielonych pożyczek i kredytów,
- państwo o największej liczbie klientów IIMF – Bangladesz, jest zarazem miejscem, w którym ponad 8 mln osób wykorzystało konwencjonalne mikrokredyty i pożyczki,
- tak jak w przypadku tradycyjnych podmiotów mikrofinansowych, największą grupą beneficjentów IIMF są kobiety, ze średnią 59%. Poziom ten pokrywa się ze światowymi charakterystykami, opisującymi ten obszar działalności mikrofinansowej, wskazującymi na prawie 66-procentową populację kobiet wśród wykorzystujących pomoc podmiotów mikrofinansowych ogółem i 65-procentową ich grupę w krajach arabskich,
- najczęściej wykorzystywanym produktem jest transakcja murabahah, stanowiąca blisko 70% wszystkich nawiązywanych kontraktów mikrofinansowych. Jednostkowa wartość tego kontraktu jest bardzo zbliżona do średniej wartości pożyczki/kredytu udzielanej przez konwencjonalnego pośrednika mikrofinansowego.

Tabela 7. Przegląd islamskich mikrofinansów – typ instytucji (2007 r.)

Typ IIMF	Liczba IIMF	Liczba klientów		Wartość portfela pożyczek		Średnia wartość pożyczki USD
		osób	% ogółem	USD	% ogółem	
Spółdzielnie	1	6 671	2	926 251	< 1	132
Banki wiejskie (Syria)	1	2 298	1	18 38 047	< 1	800
NGO	14	125 793	42	41 421 580	21	303
Banki rolne (Indonezja)	105	74 698	25	122 475 158	62	1640
NBFI*	3	4 293	1	1 893 207	< 1	595
Banki komercyjne	2	87 569	29	29 030 997	15	305
Razem	126	305 237	100	198 090 268	100	629

* NBFI – Non Bank Financial Institution.

Tabela obejmuje podmioty, które oferują islamskie produkty mikrofinansowe i objęte były badaniem CGAP dotyczącym przygotowania globalnego przeglądu islamskich mikrofinansów 2007. Dane dotyczące Banków rolnych w Indonezji pochodzą ze statystyk Banku Centralnego Indonezji. Zestawienie nie obejmuje informacji dotyczących 4500 indonezyjskich spółdzielni.

Źródło: [5, s. 9].

Odnosząc się do treści tab. 7, zauważamy dominację organizacji pozarządowych (pomijając kazus Indonezji) jako instytucji prowadzących działalność mikrofinan-

sową. Fakt ten ma kilka przyczyn, do których należą m.in.: ważna rola działalności i aktywności charytatywnej promowanej przez religię islamu, duże znaczenie pozarządowych instytucji multilateralnych niosących pomoc mikrofinansową w tamtych regionach świata czy też w licznych przypadkach słabość rządów i/lub lokalnych społeczności w promowaniu i rozwijaniu działalności mikrofinansowej.

Prezentowane oceny IIMF warto także uzupełnić krótką charakterystyką wyzwań, jakie napotykają te instytucje w swojej działalności. Do ich podstawowej grupy zalicza się: a) budowę stabilnego ekonomicznie modelu prowadzenia działalności mikrofinansowej, opartego na operacyjnej efektywności, zarządzaniu ryzykiem i odpowiednio przygotowanej kadrze, przy równoległym rozwijaniu „zdolności wytwórczych" poprzez tworzenie pożądanego środowiska regulacyjnego, kształtującego instytucjonalne podstawy aktywności mikrofinansowej, b) dywersyfikację produktów pozwalającą oferować, oprócz typowych transakcji dłużnych (murabaha), zróżnicowane produkty depozytowe czy ubezpieczeniowe, wychodzące naprzeciw zmieniającym się potrzebom potencjalnych beneficjentów, c) zwiększenie wykorzystania funduszy płynących z islamskich form dobroczynności (np. zakat, waqf) przy równoległym, poszukiwaniu rynkowych form finansowania, co się wiąże z koniecznością reorientacji działalności IIMF, tradycyjnie postrzeganej jako aktywność filantropijna na *stricte* komercyjną.

5. Zakończenie

Mikrofinanse postrzegane są jako jedno z najbardziej skutecznych narzędzi wspierających pożądane zmiany społeczne, gospodarcze i polityczne zachodzące w krajach rozwijających się. Świadczy o tym ich rola w narodowych i ponadnarodowych programach rozwojowych, definiowanych i realizowanych zarówno przez rządy krajowe, jak i różnego rodzaju organizacje o zasięgu regionalnym czy światowym. Świadomość tego, iż dostęp do usług finansowych staje się czynnikiem redukującym ubóstwo, nierówność w dystrybucji dochodów, rozwarstwienie społeczne przy równolegle występującej rzeszy 3 mld osób ubogich i biednych wskazuje na ogromne perspektywy rozwojowe sektora pośrednictwa mikrofinansowego. Perspektywy te są również korzystne dla islamskich instytucji mikrofinansowych, szczególnie w sytuacji, gdy na świecie żyje ponad 1,6 mld muzułmanów, tylko 28% z nich to klienci formalnych lub półformalnych pośredników finansowych, a wśród wszystkich wykorzystujących usługi mikrofinansowe prawie 45% to wyznawcy islamu.

Bez względu jednak na miejsce prowadzenia działalności mikrofinansowej, jej charakterystykę operacyjną czy zgodność z normami i regułami definiowanymi przez dowolną religię ważne jest, aby traktować ją jako element pewnego systemu, który obok programów kształtowania i rozwoju: opieki społecznej, podstawowej edukacji i opieki zdrowotnej, planowania rodziny, należytego żywienia, higieny, edukacji i zapobiegania zarażeniom HIV, tworzy pożądany model walki z biedą i ubóstwem oraz ich następstwami.

Literatura

[1] *Brief Report on Microfinance's Present State in the World*, Microcredit Summit Campaign, Paris 2004.
[2] Errico L., Farahbaksh M., *Islamic Banking Issues in Prudential Regulations and Supervision*, IMF Working Paper 1998.
[3] Hanohon P., *Cross-Country Variations in Household Access to Financial Services*, The World Bank, Dublin 2007.
[4] Gonzalez A., Rosenberg R., *The State of Microfinance – Outreach, Profitability, and Poverty*, Mix & CGAP 2006.
[5] *Islamic Microfinance: An Emerging Market Niche*, CGAP Focus Note No. 49, August 2008.
[6] Meehan J., *Tapping the Financial Markets for Microfinance: Grameen Foundation USA's Promotion of this Emerging Trend*, Grameen Foundation USA Working Paper Series, October 2004.
[7] *Optimizing Capital Supply in Support of Microfinance Industry Growth*, Working Paper, Microfinance Investor Roundtable, Washington D.C. 2006.
[8] *PlaNet Finance Annual Report 2007*, Saint-Ouen, Paris 2008.
[9] Rahman A., *Islamic microfinance: A missing component in Islamic banking*, „Kyoto Bulletin of Islamic Area Studies" 2007, no. 1-2.
[10] *Top 500 Islamic institutions*, „The Banker", 5 November 2007.

ISLAMIC MICROFINANCIAL INSTITUTIONS – STATISTICAL OUTLINE

Summary: The aim of the article is an attempt to present numerical characteristics of Islamic financial institutions functioning worldwide. The presentation is supported by characteristics of issues referring to: demand for microfinancial services (both in the global dimension and that defined by Muslim community) and the supply occurring in the market of microfinancial intermediation (represented by microfinancial entities and their products). The discussed thesis is based on the assumption that the observed quantitative and qualitative changes among Islamic microfinancial institutions become the effect of, among others, the affluence level of a large group of Islam believers, dynamic changes occurring in the market of microfinancial services and the development of the idea of the, so-called, Islamic finances.